

Das Albdorf auf dem Cannstatter Wasen

Frühlingsfest 2024 – eine Zwischenbilanz nach dem dritten Wochenende

Was im Herbst 2023 mit dem Premieren- Auftritt als regionale Genussmesse auf dem Cannstatter Wasen begann, findet nun anlässlich des Stuttgarter Frühlingsfestes vom 20. April bis 12. Mai 2024 seine Fortsetzung. Dieses Marktplatz-Konzept für garantierten Genuss aus Baden-Württemberg ist aus dem ehemaligen Almhüttendorf auf dem Cannstatter Wasen erwachsen und wird in der Regie von Karl Göbel geführt. Es hat sich einen besonderen Regionalitätsanspruch auf seine kulinarischen Fahnen geschrieben. Die an den Ständen dargebotenen Genüsse müssen zu 75 % aus Baden-Württemberg stammen, um so die kulinarische Vielfalt des Landes sicht- und erlebbar zu machen. Gleichzeitig werden auf innovative Weise neue regionale Wertschöpfungsketten vom Erzeuger bis hin zum Verbraucher entwickelt und dauerhaft verlässlich installiert. Dass diese Regionalität auch mit Qualität und Transparenz hinterlegt sein muss, ist ebenso einer der Leitsätze in der Arbeit.

Mitentwickelt und präsentiert wird das Albdorf durch die Regionalkampagne ‚Natürlich.VON DAHEIM‘ des Ministeriums für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz.

Die bereits anlässlich der Herbstpremiere gemachten vielfältigen positiven Erfahrungen und Wirkungen mit dem Konzept setzen sich nun auch anlässlich des Frühlingsfestes an den 32 Verkaufsständen fort. Dies zeigt sich sowohl an den begeisterten Resonanzen der Besucherinnen und Besucher als auch an den Entwicklungen innerhalb der Sortimente sowie der Zufriedenheit der jeweiligen Standbetreiber. Ebenso sind auch die Medienresonanzen auf die 2024-er Angebote – von den Stuttgarter Nachrichten bis hin zur SWR-Landesschau- entsprechend groß und begeistert. Das bereits in 2023 schon sehr positive Medienecho setzt sich auch in diesem Jahr fort.

Herausragende Produktneuerungen in 2024 sind zum Beispiel folgende:

- Käse und Käsegerichte von der Käserei Bauhofer aus Bodnegg
- Rindfleisch für Bratwürste und Gulasch aus der Fleckvieh- Weidehaltung zweier Landwirte aus Murnau im Neckartal-Odenwald- Kreis
- Pulled Pork vom Ulmer Albschwein
- Pilze für Pilzgerichte von der Hofburk Pilze GbR aus Rot am See

Besonders herausragende Gerichte mit größter Publikumswirkung sind Fischgerichte vom Fischhaus Letscher aus Altensteig. Dazu zählen Flammflachs von der Lachsforelle sowie fermentierte Regenbogenforelle und weitere geräucherte Fischspezialitäten im Bäckerbrötchen. Gerade an diesem Stand wird dem Verbraucher bestens deutlich, dass es genügend regionale Angebote gibt, um gute Fischprodukte genießen zu können.

Ebenso beste Dialoge löst die Integration der Regionalmarke Schwarzwaldmilch ins gesamthafte Albdorf-Sortiment aus. Schwarzwald-Milch selbst versteht sich als verlässlicher Partner der regionalen Bauern, die gleichzeitig durch ihre Milchviehhaltung auf Weideland auch Garant für den Erhalt regionaler Kulturlandschaft sind. Das gesetzte Motto „Heimat zum Genießen“ ist nun auch anlässlich des Frühlingsfestes an vielen Ständen des Albdorfes genussreich erlebbar. In Form von reiner Milch wird Schwarzwald-Milch in der Herstellung von Albdorf-Waffeln, von Crêpes sowie Baumstriezeln eingesetzt, in Form von Schmand auf Flammenkuchen oder in Baguettes. Schwarzwaldmilch-Sahne findet sich in Gulaschgerichten oder Pilzpfannensaucen wieder. Das Thema Schwarzwaldmilch und Eis wird von der im badischen Schallstadt ansässigen Schwarzwälder Eismanufaktur repräsentiert.

Auch die Kooperation mit Reichenau-Gemüse im Bereich von Süßkartoffeln stößt auf beste Publikumsresonanz. Das gleiche gilt für die ebenso in 2023 schon präsentierten Boller Säfte als auch für die Streuobstprodukte aus württembergischen Anbaugebieten. An Beliebtheit beibehalten haben auch die Rauchwarenangebote am Stand „Schwarzwald grüßt die Alb“ als auch die Angebote von „Badens Brenner“. Das gleiche gilt für die Maultaschen von Metzger Schneider aus Freiberg a. N sowie die regionalen Wildprodukte.

Ein Zuwachs in der Nachfrage nach vegetarischen Produkten ist ebenfalls sichtbar. Hier spielen insbesondere die Kartoffelgerichte von Kartoffel-Stahl aus Neckarwestheim sowie von Gemüse Reichenau eine besondere Rolle.

Bestens Publikumsapplaus im Rahmen des Frühlingsfestes erhält der Hofladen Herrmannsfeld aus Möggingen. Er serviert neben in Baden-Württemberg gerösteten Kaffee eine riesige Auswahl aus Omas Kuchenwelt – gebacken nach Original-Hausrezepten. Für die Herstellung werden Eier aus eigener artgerechter Hühnerhaltung eingesetzt. Das Getreide für angebotene Produkte wird vom Nachbarbauer Kurt Ritter auf seinen Äckern angebaut. Die Mühle Benz in Heidenheim mahlt das Getreide. Statt Margarine oder andere Backfette setzen die Betreiber auf heimische Butter. Auch hier wird so anhand des Regionalkampagne-Motives „Menschen. Produkte. Geschichten“ die Qualität von Regionalität bestens erlebbar. Der Hofladen wird durch seine besondere Augenfälligkeit auch zum offiziellen Lieferanten der Abschlusspresse-Konferenz von in Stuttgart – dem Veranstalter des gesamthaften Frühlingsfestes.

Das Albdorf präsentiert in diesem Jahr jedoch nicht nur regionale Lebensmittel, sondern auch erstmals regionales, handwerkliches Kulturgut. Neben neuen Speiseangeboten gibt es somit auch neue Veranstaltungsformate - u.a. wird das bekannte „Stuttgarter Pferdle“ aus einem 3 Meter hohen Sandsteinblock aus dem Maulbronner Steinbruch der Cannstatter Firma Lauster heraus gemeißelt. Auch Kettensägekünstler erfahren hohen Publikumszuspruch. Diese sägen aus Holz aus baden-württembergischen Wäldern Kunstobjekte unterschiedlichster Art. Ebenso bestens Zuspruch haben die Albdorf - Modeschauen – in denen u. a. die Württemberger Tracht eine besondere Rolle spielt. Somit wird im Albdorf auch heimische Kultur vermittelt und im wahrsten Sinne ins Auge des Betrachters gesetzt.

Neben den regionalen Kulturangeboten gibt es zum Beispiel durch die Albdorf-Lounge oder durch die Genussstände mit Schwarzwälder Spezialitäten auch Querhinweise zu Freizeit und Naherholung im Land. Somit werden als Nebeneffekte auch touristische Aspekte durch das Albdorf bedient.

Bis zur Halbzeit waren rund 674.000 Besucherinnen und Besucher zu Gast auf dem Frühlingsfest, knapp 25.000 weniger als beim Frühlingsfest 2023. Starken Einfluss auf die Zahl nahm das in der ersten Frühlingsfest-Woche sehr feuchte und kühle Wetter. Insgesamt zu erwarten sind bis zum Ende der Messe rund eine Million Gäste. Rund 2/3 davon besuchen – insbesondere angezogen durch seine Publizität sowie durch Weiterempfehlungen - auch das Albdorf. Für die bisherigen beiden Albdorf-Angebote in 2023 und 2024 darf somit auf die stolze Besucher-Anzahl von rund 3 Millionen hingewiesen werden, die in direkte Berührung mit garantierter und transparenter Regionalität aus Baden-Württemberg und der Regionalkampagne Natürlich. VON DAHEIM kommen.

Grundsätzliches Fazit: Dass das Albdorf auch in 2024 wieder einiges an neuen Impulsen und Innovationen im Bereich der Regionalität setzen wird, ist jetzt schon absehbar. Das betrifft sowohl den Bereich der Pflege und Bildung von regionalen Wertschöpfungsketten als

auch den Bereich der Verbraucherbildung. Dass das Projekt in sehr starkem Maße auf die Regionalkampagne Natürlich. VON DAHEIM einbezahlt, ist ebenfalls merk- und hörbar. Dass dazu noch die Besucher und Besucherinnen begeistert das Albdorf nutzen und ebenso zum Besuch weiterempfehlen, darf genauso in die Erfolgsmeldungen aufgenommen werden.

Als eine besondere immense „Nebenwirkung“ des Albdorf-Konzeptes darf festgestellt werden, dass sich mittlerweile einige Festzelt-Wirte auf dem Cannstatter Wasen ebenso für die Integration von Regionalität in ihre Angebote interessieren.

Auf einen Nenner gebracht: Die Idee Albdorf funktioniert in all den erhofften Weisen.