

21. April 2011



© 2011 D

Studie zu einheitlicher Tourismusmarke Pustertal vorgestellt – Arbeitsgruppe wird eingesetzt

Drei Tourismusmarken prägen das Pustertal: Ahrntal, Kronplatz und Hochpustertal. „Es wäre sinnvoll, wenn die drei Verbände eine Plattform zur gemeinsamen Vermarktung des Pustertals bilden und so Synergien nutzen und noch effizienter am Markt agieren“, so Landesrat Hans Berger, der eine Studie am Dienstagnachmittag in Toblach vorgestellt hat.

Die Studie sei von einer Schweizer und einer bayerischen Agentur erstellt worden und komme, was die gemeinsame Bewerbung des Pustertals sowie den Aufbau einer neuen, einheitlichen Tourismusmarke – Marke Pustertal – betrifft, zu einem durchwegs positiven Ergebnis, so Berger.

„Wir reden hier allerdings nicht davon, die etablierten Marken aufzugeben“, präzisiert Berger. Die Tourismusgebiete würden also weiter ihre Marke als ‘Vornamen’ behalten, durch den ‘Nachnamen’ Pustertal und die ‘Anschrift’ Südtirol aber klarer identifizierbar sein“, erklärte der Landesrat.

Durch gezielte Nutzung von Synergien, klare Aufgabenzuteilungen und Einbindung aller Partner ließen sich Strukturkosten sparen und Mittel für die Bearbeitung des Markts freisetzen.

Von den Vertretern der Bergbahnen durchwegs begrüßt, wurde die Idee von den Tourismusverbänden nicht einheitlich mit Jubel quittiert. „Wir wollen niemandem eine neue Marke und einen neue Struktur aufs Auge drücken, sondern zeigen lediglich einen gangbaren Weg auf, für den sich letztendlich aber die Verbände selbst entscheiden müssen.“

Entscheidungshilfe soll es jetzt von einer Arbeitsgruppe geben, in der Vertreter der Tourismusverbände, der Bergbahnen, von Bezirksgemeinschaft, HGV, LTS, SMG und Land sitzen werden. Erst dann könne gemeinsam mit den Tourismusverbänden eine Entscheidung für oder gegen eine gemeinsame Marke Pustertal getroffen werden, so Berger.