

vom 17. bis zum 21. März 2008

DER EURO IM VERGLEICH ZU...

SONNTAG	MONTAG	DIESTAG	MITTWOCH	DONNERSTAG	FRIDAY		MONTAG	DIESTAG	MITTWOCH	DONNERSTAG	FRIDAY
	23.371	23.930	23.458	23.114	-	↓	1,5770	1,5771	1,5692	1,5423	-
	6.182,30	6.393,39	6.361,22	6.319,99	-	↑	152,5000	154,4200	156,1600	153,2000	-
	11.972,25	12.392,66	12.099,66	12.361,32	-	↑	0,7857	0,7817	0,7859	0,7783	-
	11.787,51	11.964,16	12.260,44	-	12.482,57	↑	1,5519	1,5610	1,5662	1,5632	-

Weit mehr als die Hälfte der Südtirol-Urlauber und -Urlauberinnen Die Golden Oldies

Der Harley-Opa „cruist“ übers Penser Joch, die putzmuntere Oma kuschelt im Heubadl, die Golden Girls genießen das Langschläfer-Frühstück mit Blick auf den Rosengarten. Weit über die Hälfte der Südtirol-Urlauber und Urlauberinnen gehört zur 50plus-Generation.

Sieglinde Höller

SÜDTIROL - Reisefreudig, einkommensstark, mit genügend Freizeit und mit Vorlieben für Natur, Wellness, Sport und Kultur - so etikettieren die Trendforscher

das Gästesegment 50plus. Auf den internationalen Tourismusmessen - zuletzt auf der ITB in Berlin - feiern die Reiseprofis die so genannten „Best Ager“ (Menschen im besten Alter) als Gäste der Zukunft, als touristi-

schen Wachstumsmarkt Nummer eins.

22 Südtiroler Hotels im Drei- und Vier-Sterne-Bereich sind dem internationalen Trend gefolgt und haben sich der Kooperation 50plus Hotels Südtirol angeschlossen. Die 50plus Hotels sind eine Hotelgruppe, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, den Ansprüchen der reiferen Gästeschicht, den „Golden Oldies“, gerecht zu werden.

Gegründet wurde die 50plus-

Generation 50plus:
Maria Gufler.



Wir bauen ein Haus!

Manu und Steve bauen ihr Traumhaus!

Neue Serie in der



Die Zett begleitet sie beim Hausbau und wird von der Finanzierung über die Planung bis hin zur Schlüsselübergabe alle 14 Tage über den Baufortschritt der beiden berichten.

Der nächste Schritt:
30. März 2008 - Aushubarbeiten

Wenn Sie mit Ihrem Unternehmen auf diesen Seiten dabei sein möchten, können Sie uns gerne telefonisch unter 0471/925375 oder per e-mail an oswald.stanger@athesia.it kontaktieren!



- Die weiteren Schritte:**
- 13. April 2008 Der Rohbau
 - 27. April 2008 Der Dachaufbau
 - 11. Mai 2008 Die Isolierungen
 - 25. Mai 2008 Welche Heizungsanlage?
 - 8. Juni 2008 Spenglerarbeiten
 - 22. Juni 2008 Elektroanlagen
 - 6. Juli 2008 Regenwassernutzung - warum?
 - 20. Juli 2008 Wand- und Bodenfliesen
 - 3. August 2008 Fenster und Türen
 - 31. August 2008 Gipsarbeiten
 - 14. September 2008 Die Holzböden
 - 28. September 2008 Das Gesicht des Hauses - der Balkon
 - 12. Oktober 2008 Das Innenleben - die Treppen
 - 26. Oktober 2008 Kachelöfen und Herde
 - 9. November 2008 Stilvolle Badeinrichtung
 - 23. November 2008 Malerarbeiten - Farben des Lebens
 - 7. Dezember 2008 Die Rolläden
 - 4. Jänner 2009 Die Kücheneinrichtung
 - 18. Jänner 2009 Das Wohn-, Schlaf- und Kinderzimmer
 - 1. Februar 2009 Die Lampen
 - 15. Februar 2009 Außengestaltung/Gartengestaltung
 - 1. März 2009 Der große Einzug ins neue Heim

Der Ostertourismus floppt

Italien: Schlechtes Wetter, leere Hotels

ROM - Der frühe Ostertermin setzt den italienischen Tourismus unter Druck. In den Kunststädten und Tourismusorten klagen Hoteliers über einen Touristenrückgang, die Buchungslage sei Besorgnis erregend. Die Hotels in Rom meldeten einen Rückgang der Besucherzahlen um 5,4 Prozent gegenüber dem vergangenen Jahr. Auch in Florenz und Venedig ist die Buchungslage enttäuschend. Touristen aus den USA sind wegen des starken Euros zu Hause geblieben.

gehören zur Generation 50plus im Visier

Hotels-Kooperation 1998 in Österreich, 2001 wurde die Marke Deutschland eingeführt; hierzulande baute die Firma Tourismusmanagement Group in Lana die Kooperation „50plus Hotels in Südtirol“ auf und führt seit Herbst 2004 den Verein 50plus Hotels Italien. Von Südtirol aus wurde das Konzept auch auf dem italienischen Markt vorgestellt und die Marke „50epiù Hotels Italia“ geprägt.

SMG lehnt 50plus Hotels Südtirol als Partner ab

Zur Zeit zählt die Gruppe 137 Mitgliederhotels (Österreich: 40, Deutschland: 95 und Südtirol: 22). Die Südtirol Marketing Gesellschaft (SMG) allerdings, die sich vorwiegend auf eine jüngere Gästeschicht und Familien konzentriert, hat die 50plus Hotels Südtirol als strategischen Partner abgelehnt. An der zahlenmäßig größten und - so lässt es die europäische Alterspyramide erahnen - ständig wachsenden Gästeschicht besteht kaum Interesse.

Kleine Hilfestellungen, kein behindertengerechtes Wohnen

50plus Hotels müssen einige Qualitätskriterien erfüllen. „Der Service muss auf die Bedürfnisse dieser Generation ausgerichtet sein“, erklärt Maria Gufler vom Unternehmen Tourismusmanagement Group, Beauftragte für das Marketing von 50plus Hotels Südtirol. „Dazu gehört zum Beispiel, dass an den Rezeptionen Lesebrillen erhältlich sind und dass die Schrift in den Reisekatalogen größer ist als in üblichen Katalogen. Wir empfehlen auch beispielsweise eine entsprechende Ausstattung der Badezimmer oder eine Lichtschranke am Etagenlift. Und:

Ältere Singles zahlen in tatsächlichen Einzelzimmern keinen Einzelzimmerzuschlag.“ Bereits vor der Anreise wird der 50plus-Gast nach speziellen Vorlieben in punkto Ernährung oder Schlafgewohnheiten befragt. Bei der Ankunft sind die Wünsche erfüllt. Grundsätzlich geht es nur darum, Hilfestellungen für die Schwächen des Alters in Organisation und Leben am Reiseziel bereitzustellen. Und nicht behindertengerechte Seniorenferienheime einzurichten.

Fachfrau Maria Gufler: „Außerdem schätzt die Zielgruppe 50plus familiär geführte Betriebe, eine persönliche und individuelle Betreuung und den persönlichen Kontakt zu den Südtiroler Gastwirten.“

„Südtirol ist wie geschaffen für den 50plus-Tourismus“

Die „Best Ager“ sind keine homogene Zielgruppe mit einheitlichen Urlaubswünschen. Sie charakterisieren sich selbst als „jung geblieben“, und das „gefühlte“ Alter liegt - laut Studien - durchschnittlich zehn Jahre unter dem eigentlichen. Diese Altersgruppe zeigt großes Interesse an neuen Produkten und ist häufig experimentierfreudiger. Außerdem haben die „jungen Alten“ im Vergleich zu früheren Generationen deutlich mehr Reiseerfahrung und brechen bestens informiert in den Urlaub auf. Die „Golden Oldies“ nutzen außerdem Vor- und Nachsaisonsen besser als Hauptreisezeiten, der Großteil gehört zu den potentiellen Stammgästen.

„Südtirol ist wie geschaffen für den 50plus-Tourismus“, behauptet Maria Gufler. „Unsere Spezialgebiete sind Wandern und Natur, Wellness, Sport sowie Genuss und Kultur. Im Vor-



Foto: Tourismusmanagement Group/Tappeiner

„Best Ager“ sind reisefreudig, einkommensstark, haben genügend Freizeit und lieben Natur, Wellness, Sport und Kultur - so beschreiben die Tourismusforscher das Gästesegment 50plus.

dergrund des Angebots stehen die agilen, vitalen Gäste.“ Zum Beispiel bei der Vitalen Fitness Tour mit den Sport-Ikonen Rosi Mittermaier und Christian Neureuther in Ulten sowie Uschi Disl im Passeiertal oder Wanderungen mit dem Neo-Fünfziger Hans Kammerlander. Unterm Jahr wird das Interesse an Südtirol mit Internet-Spielen, Ange-

boten und Newslettern wach gehalten. Das Echo ist beachtlich. 6000 Kontaktadressen sind bei der Kooperation bereits eingegangen; die Rückmeldungen der Mitgliedsbetriebe sind durchwegs positiv. 50plus-Gäste aus dem deutsch- und dem italienischsprachigen Raum halten sich übrigens in Südtirol die Waage.