

Tourismus – Zwischenbilanz für sieben Destinationen und 27 Hotels der Angebotsgruppe „Alpine Fitness“

## Sanft zum Erfolg?

Seit drei Jahren vermarkten sich 27 Hoteller in sieben Feriengengebieten Südtirols unter dem Schlagwort „Alpine Fitness“. Mit Angeboten für **Nordic Walking, Langlauf, Skitouren und Schneeschuhwandern** setzen sie auf Gäste, die „sanfte“, naturverbundene Betätigungen mögen.

**Bozen** – Sie können (großteils) als touristisch weniger entwickelt eingestuft werden, doch genau diesen Mangel an großen touristischen Infrastrukturen haben sich sieben Destinationen in Südtirol zunutze gemacht. Vor drei Jahren haben sich die Gebiete Mals-Schluderns-Glurns, Latsch-Martell, Ultental, Sarntal, Hinterpasseier, Sterzing-Freienfeld-Pfirsch und Tauerer-Ahrntal zusammengeschlossen, um auf den „sanften“ Tourismus zu setzen. „Alpine Fitness“, nennt sich das Vorhaben.

**Die Idee wurde in Martell geboren**

Die Idee für „Alpine Fitness“ wurde in Martell geboren, einer Destination, in der es kein eigenes Skigebiet gibt, was es schwierig macht, einen nachhaltigen Wintertourismus aufzubauen“, erinnert sich Maria Gufler, Teilhaberin des Unternehmens Tourismusmanagement in Lana. Die Tourismusberatungsfirma hat das Projekt (das in Form eines mit EU-Geldern geförderten Interreg-IIIa-Projekts umgesetzt wurde) in den vergangenen drei Jahren begleitet.

„Alpine Fitness“ setzt auf Angebot und Vermarktung von Nordic Walking, Langlaufen, Skitouren und Schneeschuhwandern, also auf „sanfte“, naturverbundene Betätigungen. „In die-



Nordic Walking im Sommer; Langlauf, Skitouren und Schneeschuhwandern im Winter: „Alpine Fitness“ setzt auf sanfte Tourismusangebote.

sem Zusammenhang haben wir zu Projektbeginn vor drei Jahren damit begonnen, das perfekte Angebot zu entwickeln“, sagt Maria Gufler. „Wir haben uns gefragt, über welche Gegebenheiten und Strukturen, kurz, über welches Angebot wir bereits verfügen und welche Angebote sich potenzielle Alpine-Fitness-Gäste noch wünschen würden.“ In Zusammenarbeit mit Experten aus allen Angebotsbereichen, mit Bergführern ebenso wie mit spezialisierten Langlauftrainern und den Verantwortlichen der zwei Südtiroler Nordic-Walking-Verbände wurden Kriterien festgelegt, die jene Destinationen, die sich als Alpine-Fitness-Orte positionieren wollen, erfüllen sollen.

Die Kriterien: Die sieben Feriengengebiete müssen über eine Strecke von mindestens 15 Kilometern beschiedener Loipen verfügen und Kurse mit ausgebildeten Langlauflehrern anbieten können. Alle Destinationen müssen verschiedene Schneeschuhwandermöglichkeiten und Skitourenmöglichkeiten anbieten sowie einmal wöchentlich je eine geführte Schneeschuhwanderung und eine geführte Skitour. Auch was das Nordic Walking betrifft, müssen mindestens drei entsprechende Pfade ausgewiesen werden, auf denen zweimal wöchentlich eine geführte Nordic-Walking-Tour stattfindet. Außerdem sollten für die Urlauber in jedem Gebiet Verleihstellen für die erforderlichen Sportgeräte und Kartenmaterial mit Touren für die unterschiedlichen Sportarten zur Verfügung stehen.

„Insgesamt haben sich in den sieben Alpine-Fitness-Destinationen 27 Hoteller mit ihren Betrieben der Angebotsgruppe angeschlossen“, erklärt Maria Gufler. „das sind zwischen zwei und neuen Hotels pro Gebiet.“ Dabei durchlaufen auch die teilnehmenden Gastgeber und ihre Mitarbeiter eine eigene Ausbildung, um die Urlauber, die die „sanften“ Angebote in Anspruch neh-

men wollten, beraten und informieren zu können. Neben der speziellen Aus- und Weiterbildung haben die touristischen Betriebe, die zur Alpine-Fitness-Angebotsgruppe gehören wollen, noch weitere Aufgaben erfüllt. Spezielle Angebotswochen und ein kohlenhydratreiches Frühstücksbuffet zählen

### Wie erfolgreich war das Konzept, das Urlauber aller Altersschichten ansprechen wollte?

len da ebenso dazu, wie ein abgesperrter Raum für die Aufbewahrung der Sportgeräte und ein Trockerraum für die Bekleidung. Für Langläufer sollte der Hoteller neben einer „Loipencard“ auch einen Wachsraum mit Wachs, Wachs und Basisausrüstung zur Verfügung stellen; um den Nordic Walking entgegenzukommen, sind ein Stockverleih und ein Pulsuhren-Verleih im Betrieb Pflicht. Für Schneeschuhwanderer und Skitourengeher sollten außerdem täglich Schnebericht und

Lawinlagenberichte in der Rezeption aufliegen. Drei Jahre lang haben die 27 Hoteller das „sanfte“ Tourismuskonzept nun erprobt und anhand der aufgelisteten Angebote versucht, Gäste zu gewinnen und zu binden. Und jetzt, da die EU-Finanzierungen für das Interreg-Projekt auslaufen, gilt es eine erste Bilanz zu ziehen. Wie erfolgreich war das Alpine-Fitness-Konzept, das Urlauber aller Altersschichten aus dem deutsch- und italienischsprachigen Raum ansprechen wollte? Welchen Nutzen hat das Projekt, das mit Mitteln von etwa 300.000 Euro finanziert wurde (70 Prozent waren EU-Gelder; 30 Prozent kamen aus den Kassen der Tourismusvereine und der teilnehmenden Hotels), den Destinationen gebracht? Haben Werbeeinsparungen in Fachzeitschriften und Nordic-Walking-Events mit namhaften Testimonials wie Rosi Mittermaier, Sonja Weissensteiner oder Kristian Chedina einen messbaren Gästezustrom verursacht?

„Wir können sagen, dass Alpine Fitness erfolgreich war“, resümiert Maria Gufler, „da die sanften Tourismusangebote in den teilnehmenden Betrieben angenommen wurden.“ Die Möglichkeiten, die in den Destinationen und in den Hotels geboten wurden, seien häufig und gerne von den Urlaubern genutzt worden, weiß die Tourismus-expertin, die dennoch nicht nur Grund zur Freude hat: Während Alpine Fitness als Instrument zur Gästebindung nämlich gut zu funktionieren scheint, war die „sanfte“ Positionierung nicht oder nur kaum in der Lage, zusätzliche, neue Touristen anzuziehen.

Derzeit wird deshalb erwogen, ob die Angebotsgruppe mit ihrer Positionierung in dieser Form weiter bestehen soll und weiter vermarktet werden kann, erläutert Maria Gufler, die ein Fortbestehen nur unterstützen will, wenn die teilnehmenden Feriengebiete mit ihren Hoteliers auch weiterhin von der Idee und vom Erfolgskonzept überzeugt sind. „Vier der sieben Destinationen haben bereits Interesse an einer Weiterführung des Alpine-Fitness-Konzepts bekundet“, gibt sich die Expertin aber zuversichtlich, „und auch Feri-

engebiete, die bisher nicht in das Projekt involviert waren, haben sich bereits um eine Aufnahme in die Angebotsgruppe beworben.“ Ein Fortbestehen von Alpine Fitness scheint damit sehr wahrscheinlich – und vielleicht schafft es die besondere Positionierung des sanften Tourismus ja schon in absehbarer Zeit, sanft und leise, auch gänzlich neue Gästeschichten anzuziehen.

### EOS-Informationen Messen und Märkte

**ISPO WINTER 2009 in München:** A meldungen für den Gemeinschaftsstand der EOS 1 – Als weltweit führende Sportartikelmesse ist die ISPO der Branchenreffpunkt internationaler Händler und Einkäuferverbände. I ISPO Winter 2008 im vergangenen Jahr war mit 64.000 Fachbesuchern an 113 Ländern die erfolgreichste ISPO s Bestehen der Messe. Die ISPO Winter 2009 wird vom 1. bis zum 4. Februar abgehalten. Die EOS plant erneuten Gemeinschaftsstandsstand für Südtiroler Unternehmen. Weitere Auskünfte erteilt Valerie Spenle, Tel. 0471- 9766 (E-Mail: spenle@eos.handelskammer.bz.it).

**Alpitec China 2009: Infoveranstaltung in der Handelskammer** – Ein umfassendes Wintersport-Konferenzzentrum für den chinesischen Markt zu schaffen, das ist das Ziel der Messe Bozen und Messe München International (Isipo China). Die Ski- und Sportartikelindustrie in China boomt nämlich. Ihr wachsender Wohlstand ermöglicht es den Chinesen, in ihrer Freizeit Ski zu fahren. Derzeit gibt es jedoch weit mehr als 200 – wenn auch noch kleine – Skigebiete. Aus diesem Grund lädt die EOS zu einem Infabend zu Thema „Alpitec China 2009 - Wachstumsmarkt China“ ein. Dieser findet am Mittwoch, 4. Juni, mit Beginn um Uhr in der Handelskammer Bozen statt. Erwin Stricker und weitere Südtiroler Unternehmer werden über ihre persönlichen Erfahrungen berichten, und d EOS informiert über ihre Dienstleistungen im Bereich Messen und finanzielle Förderungen. Die Veranstaltung ist kostenlos zugänglich. Eine kurze Vorkostenlos anmeldung per E-Mail an goetsch@mebozen.it ist erwünscht.

**Europäisches Beschwerderegister online** – Seit Anfang des Jahres 2008 bietet die EU-Kommission mit ihrer Marktzugangsdatenbank europäisches Unternehmen die Möglichkeit Beschwerden über ungerechtfertigte Handelshemmnisse auf elektronische Weise nach Brüssel zu melden. Das Angebot wendet sich vor allem an kleine und mittlere Unternehmen, die sich auf der politischen Ebene kein Gehör verschaffen können. Das sogenannte „Complaint Register“ steht jedem Nutzer mit Sitz in der Gemeinschafts offen. In eine Maske muss die betreffende Direktivnummer durch ein Drittland ankerhalb der EU im Bereich Zoll bzw. nichttarifäre Handelshemmnisse eingetragen werden. Die Generaldirektion Handel prüft diese Eintragung, nimmt ggf. Rücksprache mit dem Beschwerdeführer und veröffentlicht dann in einem zweiten Schritt (anonym) den Fall in der Datenbank. In geeigneten Fällen wird sich die Generaldirektion Handel für die Beseitigung WTO-widriger Praktiken einsetzen. Beschwerden können in den gängigen europäischen Sprachen eingetragen werden, auch wenn die Datenbank selbst englisch konzipiert ist (http://madb.europa.eu/madb\_barrnet/complaint\_home.htm)

**Slowakei: Aufstieg im Ranking der Wirtschaftsfreiheit** – Im Ranking der Heritage Foundation liegt die Slowakei auf Platz 35 von insgesamt 166 untersuchten Ländern. Sie hat sich um fünf Plätze verbessert und sticht damit die Tschechische Republik (37), Ungarn (43.) und Polen (83.) aus. Hongkong liegt auf Rang 1, Italien auf Rang 64. Die Weltweitung bezieht sich auf zehn Kategorien von der Geschäftspolitik über Steuern und Abgabenlast bis hin zur Schattenerwirtschaft.

Evelyn Kirchmaier

evelyn@swz.it