

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

Sanft zum Erfolg?

Seit drei Jahren vermarkten sich 27 Hoteliers in sieben Feriengebieten 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 (größtenteils) 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–Pfitsch und Tauferer–Ahrntal zusammengeschlossen, um auf den

Die Idee wurde in Martell geboren

„sanften“ Tourismus zu setzen. „Alpine Fitness“, nennt sich das Vorhaben.

„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-III-A-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.

Die Kriterien: Die sieben Feriengebiete müssen über eine Strecke von mindestens 15 Kilometern beschriebener 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 Hoteliers mit ihren Betrieben der Angebotsgruppe angeschlossen“, erklärt Maria Gufler, „das sind zwischen zwei und neun Hotels pro Gebiet.“ Dabei durchliefen auch die teilnehmenden Gastwirte 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 Auflagen erfüllt. Spezielle Angebotswochen und ein kohlenhydratreiches Frühstücksbuffet zäh-

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

len da ebenso dazu, wie ein absperrbarer Raum für die Aufbewahrung der Sportgeräte und ein Trockenraum für die Bekleidung. Für Langläufer sollte der Hotelier neben einer „Loipencard“ auch einen Wachsraum mit Wachstisch, Wachs und Basisausrüstung zur Verfügung stellen; um den Nordic Walkern entgegenzukommen, sind ein Stöckerverleih und ein Pulshuhren-Verleih im Betrieb Pflicht. Für Schneeschuhwanderer und Skitourengeher sollten außerdem täglich Schneebericht und

Lawinlagebericht in der Rezeption aufliegen.

Drei Jahre lang haben die 27 Hoteliers 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 Mittermair, Sonja Weissensteiner oder Kristian Ghedina einen messbaren Gästezustrom verursacht?

„Wir können sagen, dass Alpine Fitness erfolgreich war“, resümiert Maria Gufler, „da die sanften Tourismusangebote in den teilnehmenden Betrieben gut von den Urlaubern 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 Tourismusexpertin, 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 Feriengebiete, 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.

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 Feriengebiete, 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.

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.



Maria Gufler

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 wollten, erfüllen sollen.