

"Hüttengaudi"-Klischee hat für Tiroler Touristiker ausgedient



"Hightech vs. Hüttengaudi" - Tirols Wirtschaft zwischen Industrie und Tourismus: In der Orangerie des Congress Innsbruck diskutierten am 28. 10. 2008 Experten auf Einladung der APA und der Tiroler Tageszeitung; im Bild (v.l.n.r.): Hannes Vorhofer (MediaWatch), Robert Trasser (Trasser Markenberatung), Harald Gohm (Tiroler Zukunftsstiftung), Alois Vahrner (TT/Moderator), Christian Harisch (Kitzbüheler Tourismusverband) und Andreas Braun (Swarovski Kristallwelten).

Credit: APA/Roland Mühlanger
Fotograf: APA/Roland Mühlanger



"Hightech vs. Hüttengaudi" - Tirols Wirtschaft zwischen Industrie und Tourismus: In der Orangerie des Congress Innsbruck diskutierten am 28. 10. 2008 Experten auf Einladung der APA und der Tiroler Tageszeitung; im Bild (v.l.n.r.): Hannes Vorhofer (MediaWatch), Robert Trasser (Trasser Markenberatung), Harald Gohm (Tiroler Zukunftsstiftung), Alois Vahrner (TT/Moderator), Christian Harisch (Kitzbüheler Tourismusverband) und Andreas Braun (Swarovski Kristallwelten).

Credit: APA/Roland Mühlanger
Fotograf: APA/Roland Mühlanger



Waltraud Wiedermann, Geschäftsführerin von APA-DeFacto und MediaWatch (l.) und Moderator TT-Chefredakteur Alois Vahrner bei der Podiumsdiskussion "Hightech vs. Hüttengaudi" am 28. 10. 2008 im Congress Innsbruck.

Credit: APA/Roland Mühlanger
Fotograf: APA/Roland Mühlanger

Innsbruck (TP/OTS) - Expertendiskussion von APA und Tiroler Tageszeitung über Tiroler Wirtschaft in Innsbruck - APA-DeFacto-Geschäftsführerin Wiedermann präsentierte Branchen-Tool DeFacto-TrendAnalyse Tourismus

Das "Hüttengaudi"-Klischee hat für viele namhafte Tiroler Touristiker ausgedient. Man dürfe nicht in die "Zukunft zurückjodeln", meinte etwa Andreas Braun, Geschäftsführer der Swarovski-Kristallwelten, einer der Teilnehmer bei einer von APA - Austria Presse Agentur und Tiroler Tageszeitung (TT) veranstalteten Podiumsdiskussion unter dem Titel "Hightech vs. Hüttengaudi" am

Dienstagabend in Innsbruck.

APA-DeFacto-Geschäftsführerin Waltraud Wiedermann präsentierte ein Tool für die Früherkennung von Trends im Tourismus. Durch die Beobachtung von 1.742 Beiträgen in österreichischen, deutschen, Schweizer und italienischen Medien in einem Zeitraum von Jänner bis September dieses Jahres ließ sich etwa herausfiltern, über welche Regionen und welche Themen besonders häufig berichtet wurde. Darüber hinaus lasse sich auch analysieren, in welchem Kontext darüber berichtet werde - das heißt, ob die Berichterstattung eher negativ oder eher positiv besetzt war, betonte Wiedermann.

Die Analyse ergab unter anderem, dass in der Medienpräsenz Tourismus und Industrie beinahe gleich auf liegen. Bei der Industrieberichterstattung werde aber häufig in "krisenhaftem Kontext" berichtet wie etwa der Jobabbau bei Swarovski oder die umstrittenen Cross-Border-Deals der Tiroler Wasserkraft AG (Tiweg). Die Berichterstattung über den Tourismus hingegen konzentrierte sich auf Events rund um die EURO 08, die Festspiele Erl oder den Tanzsommer, erklärte die APA-DeFacto-Geschäftsführerin.

Die Medienberichterstattung transportiere weiche Faktoren wie Image, Reputation und Vertrauen in eine Destination, erklärte Hannes Vorhofer, Geschäftsführer der MediaWatch. Das entscheide über Erfolg oder Misserfolg einer Produktpalette.

Die Diskutanten erkannten durchaus positive Wechselwirkungen zwischen Industrie und Tourismus. "Der Tourismus hilft uns, dass wir international wahrgenommen werden", meinte etwa Harald Gohm, Geschäftsführer der Tiroler Zukunftsstiftung. Markenexperte Robert Trasser betonte den Nutzen, den ein positives Image einer Region für die dort hergestellten Produkte haben könne. Das positive Image von Urlaub könne sich auf die Erzeugnisse transferieren und so zu ihrer Emotionalisierung beitragen.

Der Tourismus dürfe nicht an alten Klischees festhalten, waren sich die Experten einig. Das Brauchtum sei wichtig für die Tiroler Identität. Das Dirndl gehöre aber mittlerweile nicht mehr zum Alltag, sondern sei mehr eine Verkleidung oder eine Uniform in Hotels. Wichtig sei Echtheit zu transportieren, aber nicht Verkitschung. "Das Dirndl wird aber deshalb nicht abgeschafft", versicherte Christian Harisch, Obmann des Kitzbüheler Tourismusverbandes.

Rückfragehinweis:

Barbara Rauchwarter
Leitung Marketing & Kommunikation
APA - Austria Presse Agentur
Tel.: +43 (0)1 360 60-5700
mailto:barbara.rauchwarter@apa.at
<http://www.apa.at>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0004 2008-10-29/15:09

291509 Okt 08

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20081029_TPT0004