

"Einatmen. Ausatmen.": SalzburgerLand Tourismus präsentiert neue Sommer-Kampagne



Der Natur- und Lebensraum Wald ist "Held" der SalzburgerLand-Sommerkampagne 2019. Bild v.l.: Landeshauptmann Wilfried Haslauer, Almbäuerin Lisi Matieschek, Sophie Karmasin (Karmasin Research & Identity), Rudolf Rosenstatter (Obmann Waldverband Salzburg) und Leo Bauernberger (GF SalzburgerLand Tourismus GmbH).

Credit: SalzburgerLand Tourismus
Fotograf: Neumayr/Leo

Utl.: Der Natur- und Lebensraum Wald prägt den Sommer 2019 im SalzburgerLand. =

Hallwang (OTS) - Die Touristiker im SalzburgerLand ziehen eine positive Zwischenbilanz der Wintersaison 2018/19, die sich gerade in der Zielgeraden befindet. Auch im Sommer liegt die Latte bereits hoch: Mit einer neuen Kampagne, die sich ganz dem Natur- und Lebensraum Wald widmet, will die SalzburgerLand Tourismus GmbH die starke Entwicklung der vergangenen Jahre weiter fortsetzen.

Landeshauptmann Wilfried Haslauer präsentierte am Donnerstag in Salzburg die aktuelle Zwischenbilanz der noch bis Ende April dauernden Wintersaison. Mit 11.238.554 Millionen Nächtigungen von November 2018 bis Februar 2019 hält das SalzburgerLand bei exakt 5.749 Nächtigungen mehr im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, was einem Plus von 0,1 Prozent entspricht. „Wir interpretieren diese Zwischenbilanz als überaus erfreulich - auch angesichts der besonderen Situation, die wir zu Beginn des Jahres in manchen Salzburger Wintersportorten hatten“, erinnerte Haslauer an die extremen Schneefälle in den ersten Jännerwochen, die eine hohe Lawinengefahr, örtliche Straßensperren, intensive Medienberichterstattung und dadurch verunsicherte Gäste mit sich brachte.

Zwtl.: Starker Saisonstart bringt aktuell knappes Plus

Die bisherigen Monatsergebnisse im Detail: November (+6,6%) und

Dezember (+7,5%) brachten jeweils ein starkes Nächtigungsplus im Vergleich zum Vorwinter. Der Jänner (-3,2%) bilanzierte aus oben genannten Gründen erwartungsgemäß unter dem Vorjahr, während der Februar (-1,8%) ebenfalls mit einem leichten Minus abschließt. Unter dem Strich bedeutet dies also derzeit sogar ein knappes Plus zum Vorjahr – was noch bemerkenswerter ist, da der Winter 2017/18 bereits ein absolutes Rekordergebnis brachte.

Was nun die laufende Wintersaison bis Ende April noch bringt, bleibt abzuwarten. Haslauer: „Einerseits lassen etwa die späten Faschingsferien der Bayern auf eine gute Auslastung im März schließen, andererseits stellen die späten Osterferien Mitte April natürlich auch eine Herausforderung für unsere Betriebe dar, die heuer besonders lange geöffnet halten müssen.“ Der Landeshauptmann betonte aber auch: „Nächtigungszahlen sind nur ein Indikator. Die touristische Wertschöpfung ist uns noch wichtiger und langfristig entscheidend für eine weiterhin erfolgreiche Tourismuswirtschaft im SalzburgerLand.“

Zwtl.: Sommerurlaub im SalzburgerLand wird immer beliebter

Während die Skifahrer noch ihre Schwünge durch die spätwinterliche Landschaft ziehen, richtet sich der Fokus der Touristiker bereits auf die kommende Sommersaison, die mit Anfang Mai offiziell beginnt. Auch hier ist die Zuversicht groß, wird Sommerurlaub im SalzburgerLand bei den Gästen doch immer beliebter. Allein in den vergangenen fünf Jahren gab es ein Nächtigungsplus von 17 Prozent in der Sommersaison, die Zahl der Ankünfte stieg im selben Zeitraum gar um rund 25 Prozent.

„Das SalzburgerLand hat mittlerweile fast gleich viele Nächtigungen im Sommer wie im Winter. Wir sind dem Ziel Ganzjahresdestination also ganz nah, auch wenn es in den Saison-Randzeiten – etwa in den Monaten April oder Oktober – natürlich noch Potenzial gibt“, so Leo Bauernberger, Geschäftsführer der SalzburgerLand Tourismus GmbH (SLTG).

Zwtl.: Marktforschung bestätigt positiven Trend

Die Vorzeichen für eine weiterhin positive Entwicklung stehen gut, zeigen auch aktuelle Ergebnisse der Marktforschung. Die Deutsche Reiseanalyse, die Urlaubstrends im größten Quellmarkt für den heimischen Tourismus ermittelt, sieht Österreich weiterhin auf dem

dritten Platz der präferierten Auslandsziele der Deutschen. Bei den Kurzurlaubszielen hält Österreich nach wie vor, gleichauf mit den Niederlanden, den Spitzenplatz.

Zwtl.: „Einatmen. Ausatmen.“: Neue Sommer-Kampagne präsentiert

Um diese hervorragende Position zu halten und weiter auszubauen, braucht es aber natürlich stets neue Impulse am Angebotssektor. Aus diesem Anlass präsentierte die SLTG am Donnerstag - nicht zufällig am „Internationalen Tag des Waldes“ - die neue Sommerkampagne, deren Fokus ganz auf dem Natur- und Lebensraum Wald liegt. Das Kampagnen-Motto: „Einatmen. Ausatmen.“

„Mehr als die Hälfte der Salzburger Landesfläche ist von Wald bedeckt. Er prägt gemeinsam mit den Almen unser Landschaftsbild, vom Tal bis hoch hinauf in die Berge“, erklärt Leo Bauernberger. So steht etwa auch der höchste vollständig bewaldete Berg Europas im SalzburgerLand: der Hahneckkogel (1.857m) in Zell am See. „Der Wald liefert uns frische und saubere Luft zum Atmen und reguliert das Klima auf natürliche Art und Weise. Er ist Lebensraum für Bäume, Pflanzen und Tiere. Und nicht zuletzt ist er ein unerschöpflicher Erholungsraum für den Menschen, für die Salzburgerinnen und Salzburger gleichermaßen wie für unsere Gäste.“

Zwtl.: Der Wald: Sehnsuchtsort und ein Stück Heimat

Das unterstreicht auch die Motiv- und Meinungsforscherin Sophie Karmasin von Karmasin Research & Identity: „Der Wald ist für Österreicherinnen und Österreicher ein großes Stück Heimat und besitzt damit hohes Identifikationspotential“, zitiert sie aus einer aktuellen Studie. „In den starken emotionalen Bildern, die mit dem Wald verbunden sind, finden sich Sehnsüchte, die gerade heute sehr aktuell sind: Der Wunsch nach echten, nachhaltigen und berührenden Erlebnissen mit allen Sinnen.“

Zwtl.: Gelebtes Miteinander von Tourismus, Land- und Forstwirtschaft

Die neue Kampagne ist ein weiteres starkes Signal für die enge Allianz von Tourismus, Land- und Forstwirtschaft, die im SalzburgerLand seit vielen Jahren gelebt wird. Daraus hervorgegangen sind einerseits imageträgende touristische Produktmarken wie der Salzburger Almsommer, der Salzburger Bauernherbst oder das BioParadies SalzburgerLand. Andererseits beugt das gelebte

Miteinander auch Konflikten vor, wie sie andernorts leider nicht unüblich sind.

So holte die SLTG auch für dieses Projekt, wie schon beim erfolgreichen Mountainbikewege-Konzept, sämtliche Interessensgruppen an einen Tisch – von den Touristikern über die Waldbesitzer und alpinen Vereine bis hin zur Jägerschaft. „Der Salzburger Wald sowie die Landbewirtschaftung in unserem Bundesland und der Tourismus sind seit Jahrzehnten eine besondere Symbiose“, bestätigt Rudolf Rosenstatter als Obmann des Salzburger Waldbesitzerverbandes.

Zwtl.: Neue Wald-Angebote in den Salzburger Tourismusregionen

Gemeinsam mit den touristischen Regionen schnürte die SLTG attraktive Angebote, die den Wald im SalzburgerLand für den Gast erlebbar machen und die Kampagne tragen. Etwa ein Urwald-Erlebnis für die ganze Familie im Tennengau, Abenteuer-Übernachtungen in der Hängematte direkt unter Baumwipfeln in der Fuschlseeregion oder ein E-Mountainbike-Wochenende durch die Wälder des Salzburger Saalachtals.

Eine der Angebotsträgerinnen ist auch die Almbäuerin Lisi Matieschek. Gemeinsam mit ihrem Mann Werner bewirtschaftet sie die Mayerlehenhütte in Hintersee und bietet dort u.a. eine Almschule für Familien mit Erlebnis-Ausflügen in die umliegenden Wälder an. „Gerade Kindern aus Großstädten wie Berlin oder Wien fehlt der Bezug zur Natur oft komplett“, erzählt Matieschek aus eigener Erfahrung. „Wenn man mit denen im Sommer durch den Wald wandert, sie den Boden berühren oder selbst gepflückte Kräuter und Beeren kosten, blühen sie sprichwörtlich auf und atmen ganz neu durch.“

Zwtl.: „Einatmen. Ausatmen.“ in Print, Radio und Online

Womit auch das Motto „Einatmen. Ausatmen.“ als genau passend bestätigt wäre. Im Zentrum der neuen Sommerkampagne, die die SLTG gemeinsam mit der Agentur Fredmansky entwickelte, stehen sechs Haupt-Kampagnenmotive. Diese inszenieren Erlebnisse vom Wandern im Almsommer über das Mountainbiken am sanften Waldboden bis hin zur alpinen Kulinarik mit Wald-Bezug – Stichwort Kräuter, Schwammerln oder heimische Wildspezialitäten.

„Flankiert werden die Sujets u.a. von Radiokampagnen in unseren größten Herkunftsmärkten Deutschland, Österreich und den Niederlanden

sowie hochwertig produzierten Bewegtbild-Formaten, die wir zielgruppengerecht für die unterschiedlichen Märkte in Online-Kanälen und crossmedial ausspielen", so SLTG-Geschäftsführer Bauernberger.

Zwtl.: Emotionale Geschichten mit authentischen Protagonisten

Für die unterschiedlichen Formate und Themen der Kampagne wurden authentische Protagonisten aus dem SalzburgerLand gewonnen, die mit ihrer persönlichen Geschichte die Kampagne emotional anreichern. Neben Ski-Superstar Marcel Hirscher, der ebenfalls ein Video aus dem Salzburger Wald beisteuert, ist einer der Protagonisten auch der junge Spitzenkoch Vitus Winkler (3 Hauben Gault Millau) vom Verwöhhotel Sonnhof in St. Veit im Pongau.

In seinen Gerichten verarbeitet Winkler die besten Zutaten, die er in Wald und Wiese direkt vor seiner Haustür findet. „Wenn ich bei mir zuhause auf einen Spaziergang gehe, Schwammerl pflücke oder Kräuter sammle, stoße ich immer wieder auf neue Ideen für meine Küche“, beschreibt er, wie ihn die Natur immer wieder aufs Neue zu kulinarischen Höchstleistungen inspiriert.

Zwtl.: Alpine Küche wird zur Marke

Damit spannt Winkler auch den Bogen zum zweiten großen Thema der SLTG in diesem Sommer: „Wir wollen die ‚Alpine Küche‘ als Marke auf das Tablett der internationalen Kulinarikszene bringen“, sagt Leo Bauernberger. Der gesamte Alpenbogen stellt eine unerschöpfliche Ressource für die Gastronomie dar mit einzigartigen Zutaten wie Wildkräutern, Beeren und Pilzen bis hin zu Baumflechten und vielem mehr. Landwirte, Fischzüchter oder Jäger liefern frische Produkte, Produzenten machen daraus handwerklich feine Produkte wie Ziegen- oder Schafmilchkäse, Edelbrände, Speck und Brot.

Und schließlich sind da noch die Köche, die sich darauf verstehen, Gerichte nach überlieferten Rezepten zubereiten und gänzlich neu zu interpretieren – wie etwa Vitus Winkler oder Andreas Döllner aus Golling, ein absoluter Vorreiter der kreativen Alpenen Küche. Bauernberger: „Ich bin der festen Überzeugung, dass jetzt der richtige Zeitpunkt ist, uns selbstbewusst als Kulinarikdestination mit einer klaren alpinen Identität zu präsentieren und zu positionieren.“

Zwtl.: Festival der Alpenen Küche im SalzburgerLand

Von 14. - 21. September 2019 findet daher im SalzburgerLand das erste „Festival der Alpenen Küche“ statt. In Zell am See-Kaprun treffen sich an sieben Tagen die wichtigsten Vertreter der Alpenen Küche und Branchen-Insider. Höhepunkt ist am 16. September der Hauptevent: Auf der Bühne im Ferry Porsche Congress Center in Zell am See werden zehn der bekanntesten Köche des Alpenraums einige ihrer Signature-Dishes zubereiten und live kommentieren.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

SalzburgerLand Tourismus GmbH
Gernot Hörwertner
+43 662 6688-75
g.hoerwertner@salzburgerland.com
presse.salzburgerland.com

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/3865/aom>

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

TPT0006 2019-03-21/15:51

211551 Mär 19

Link zur Aussendung:

https://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20190321_TPT0006