

THEMA DER WOCHE

Wenn kühle Nächte plötzlich zum großen Trumpf werden

In St. Michael wurde in der Vorwoche der neue Markenauftritt des touristischen Lungaus präsentiert.



Dynamischer kann Werbung wohl nicht sein: Sobald es in den Großstädten Wien, Graz und Linz in diesem Sommer Tropennächte gibt, also wenn die Temperatur in der Nacht nicht unter 20 Grad zurückgeht, erscheint die Kampagne „Kühle Nächte“ im Lungau auf digitalen Werbeflächen.

BILD: FERIEREGION LUNGAU/SALIC

Wie aus der Franz-Fischer-Hütte eine Marke wurde

Zederhaus. Beeindruckend erzählte Pächter Tom Burger von der Entwicklung der Franz-Fischer-Hütte. Gemeinsam mit seiner Frau Evelyn und seinem Team führt der Südtiroler die Schutzhütte des Alpenvereins vegan. Darüber erzählte er im Rahmen der Präsentation des neuen Markenauftritts in der Festhalle

in St. Michael: „Im Riedingtal besticht nicht die Infrastruktur, aber es gibt eine unvergleichliche Naturlandschaft. Es ist ein Naturjuwel. Unser Konzept überzeugt, weil wir es leben. Etwas zu erfinden, funktioniert nicht.“ Apropos: „Wir sind noch auf der Suche nach Bauern, die im Sommer Gemüse liefern möchten.“

Lungau. Höher, schneller, weiter? Der Lungau ging bisher, wohl auch unbewusst, andere Wege. Das macht sich jetzt bezahlt. Christian Salic, der den Markenprozess mit seiner Agentur umsetzte: „Mit Superlativen probieren sich andere Regionen zu übertrumpfen. Die Menschen, die in den Lungau kommen, sehen sich aber nach weniger.“ Diese Erkenntnis gab es auch nach 40 Interviews mit 56 Urlaubsgästen unterschiedlicher Herkunft an neun verschiedenen Standorten im Lungau: „Diese Menschen wollen eben keinen Massentourismus, keinen Stress und auch keine langen Warteschlangen.“

Im September begann der Prozess. Mit sogenannten Design-Sprints – einer Innovation aus der Start-up-Szene – bildeten Kreative und Auftraggeber ein Team: „Eine wichtige Frage lautete: ‚Wie macht man das Wenigere spannend, damit es einzigartig wird?‘ Seit Corona verspüren die Menschen noch mehr Sehnsucht nach Nähe. Auch der Klimawandel spielt immer mehr eine Rolle.“ Generell wird in der Kampagne mit Un-Wörtern gespielt. Diese werden aber ins Positive gedreht wie „Unbeirrtbar“, „Unent-

deckt“, „Unbestechlich“, „Unberührt“ oder „Unverfälscht.“ Ab Juni wird die Kampagne auf allen Kanälen ausgerollt: „Bis August werden wir dann rund 4,9 Millionen Sichtkontakte in Ballungsräumen erzielen“, sagt Salic. Bernd Siorpaes, GF vom TVB im Murtal: „Es ist nicht nur ein neues Logo, sondern es steckt auch eine Logik dahinter, die die Betriebe miteinander binden können.“

Ein Stück weit voran hätte die Markenentwicklung auch die Fusionierung beider Tourismusverbände im Lungau gebracht. Hans Lüftenegger, Obmann Ferienregion Lungau: „Die neue Salzburger Lungau GmbH, die künftig die Ferienregion ersetzen wird, übernimmt sämtliche Werbeaktivitäten für den Lungau. Das neue Budget beträgt dann 1,5 Millionen Euro, doppelt so viel wie bisher. In Zukunft werden wir nicht mehr unterscheiden. Es gibt nur mehr den Lungau im Gesamten.“ Susanne Duschek-Fercher, GF TVB im Taurachtal, zur bevorstehenden Fusion: „Herausforderungen sind noch die Bündelungen der Infrastrukturen in den Orten oder auch die bisher unterschiedlichen Gemeindeförderungen.“

perner

Kärntner wird Marketingleiter



Lungau. Bernd Waldauer ist 48 Jahre alt und lebt in Villach. Seit dem Studium in Graz ist der gebürtige Knittelfelder eng mit dem Lungau verbandelt. Vor allem in puncto Freizeitaktivitäten. Die letzten sechs Jahre war er für die Werbung der Region Nassfeld-Pressegger See, Lesachtal, Weißensee zu-

ständig. Ab Juni ist er Marketingleiter der neuen Salzburger Lungau GmbH: „Das Potenzial ist groß – aber man muss es bündeln und gemeinsam nach außen tragen.“ Ziel? „Den Lungau zu den Topregionen Österreichs zu führen, wo er derzeit noch nicht steht. Es geht um Qualitätstourismus.“

MEINUNG

Hannes Perner



Vermeintliche Schwäche als Stärke nutzen

Gern taucht der Lungau im Winter immer wieder in Radio und Fernsehen als Kältepol Österreichs auf. Was früher – bei bis zu minus 30 Grad – nicht immer besonders förderlich war, bringt mittlerweile einige Vorteile mit sich: Schneesicherheit im Winter und kühle Nächte im Sommer sprechen sich immer mehr herum. Großstädter sehnen sich nach kühlen Nächten. Tendenz steigend! Und genau damit hat die neue Kampagne wohl bereits vor ihrer Realisierung im Juni schon jetzt den Nagel auf den Kopf getroffen.

Die vermeintliche Schwäche, früher nicht bei jedem Trend sofort mitgemacht zu haben, könnte sich in Zukunft also als große Stärke erweisen. Mit dem neuen Markenauftritt sind jedenfalls die Touristiker im Bezirk noch ein Stück näher zusammengerückt und der Werbeauftritt nach außen wurde verstärkt. Jetzt gilt es, die Fusionierung der Verbände weiterhin konsequent zu verfolgen, damit auch die letzten Barrieren im Lungauer Tourismus demnächst überwunden und Gräben für immer geschlossen werden.

HANNES.PERNER@SVH.AT

Großübung „Samson 2024“

Lungau. Am Samstag hält das Rote Kreuz im Raum Tamsweg eine Großübung ab, die mehrere Szenarien simulieren soll. Mehr als 300 Kräfte der Einsatz-, Hilfs- und Rettungsorganisationen werden dabei mitwirken.



Im Bild von links: Alois Udermann, Juliane Lankmayer, Vera Lindner, Gerhard Langreiter, Anna Knar und Matthias Jesner.

BILD: ROTES KREUZ LUNGAU

Spende an „Die Tafel im Lungau“

Die Organisation versorgt Menschen im Lungau mit Grundnahrungsmitteln.

Lungau. Das Salzburger Bildungswerk Tamsweg hat im März zu einem zweitägigen Seminar zum Thema „Heilströmen und wertvolle Tipps aus der Naturheilkunde“ für Fortgeschrittene mit Vera Lindner eingeladen. Die Heilpraktikerin aus Kirchdorf am Inn (Bayern) sammelt im Zuge ihrer Seminare freiwillige Spenden für einen guten Zweck. In Tamsweg wurde sie auf die Möglich-

keit der unbürokratischen Hilfe für bedürftige Personen in Form von „Die Tafel“ aufmerksam und beschloss, die gesammelten Spenden der Organisation „Die Tafel“ der Rotkreuz-Bezirksstelle Lungau zugutekommen zu lassen. Im Rahmen des Seminars übergab sie jetzt gemeinsam mit Juliane Lankmayer vom Salzburger Bildungswerk Tamsweg die Spende von über 250 Euro an

Gerhard Langreiter, den Leiter der Tafel im Lungau. Dank der freiwilligen Mitarbeit von Ehrenamtlichen, Sachspenden und finanzieller Unterstützung können bedürftige Menschen in der Region mit Grundnahrungsmitteln und Hygieneprodukten versorgt werden. Die Ausgabe erfolgt jeweils am Samstag ab 18 Uhr in den Dienststellen in St. Michael und Tamsweg.

TUNING MESSE CUSTOMER

19.–20. April | Messezentrum Salzburg

Zeitgleich mit
CarMediaWorld
inkl. Audiotuning EM

car lifestyle and emotion
CARMEDIAWORLD

www.customized-salzburg.at

EMMA FM