

„Image ist ein Bild, dem man immer ähnlicher werden muss.“ P. Sellers (1925 – 1980)

## Von den guten Geschichten und Bildern des Tourismus



Vom seinerzeitigen „starken Land im Gebirg“ über das Herz der Alpen, das aktivste Tal der Welt, bis hin zum Kraftplatz Tirol. Was davor Rede war, ist heute Slogan. Und die Frage ist berechtigt, wenn es heißt „Wofür schlägt dein Herz?“

Die plakative Frage der Tirol Werbung möchte Emotionen wecken. Ein verschneiter Hang? Die knarrenden Bretter einer Theaterbühne? Das strahlende Gesicht eines Gastes? Eine Hochzeit am Berg? Die Tirol Werber möchten mit Geschichten den Gast berühren, und Orte dürfen zu besonderen Erlebnismomenten verzaubern. Die Tourismusstrategen sprechen von Themenfeldern, Standortstärken, Werteentwicklung und Geschichten. Erzählungen, die, in unserer Lebenswelt, in unserer Heimat verankert, den Erfolg des Tourismuslandes Tirol auszeichnen. Das Vertrauen des Gastes soll damit geweckt werden, Erinnerungen an seinen Urlaub sollen bleibende sein. Es geht um das Image als Ergebnis einer Begegnung. Ein Zusammentreffen von Gastgeber

und Gast, der den Ort seiner Sehnsüchte als ein positives Weltbild erleben möchte. Eine Begegnung auf Augenhöhe. Eine Begegnung mit einem Freund, den ich bildlich gesehen, eintreten lasse in mein „Wohnzimmer“. Das für eine bestimmte Zeit sein Sehnsuchtsort und Kraftplatz sein darf.

Tirols Tourismus wird zukünftig gesehen auch Änderungen unterworfen sein, so prägen Algorithmen unsere Sicht auf unsere Lebenswelt, die Welt wird digitaler, und es gilt, atemberaubende Entwicklungen, die unter dem Motto „schneller, besser, weiter“ stehen, mitzutragen, aber diesen ebenso ernsthaft Paroli zu bieten. Trends und Strömungen sind zu hinterfragen, genauso die Investitionen der Tourismuswirtschaft in Lebensräume, die als Ressourcen geschützt bleiben sollen, um als echte unberührte Kraftplätze wahrgenommen werden zu können.

Die ablaufende Wintersaison hat der Gastronomie in den Skigebieten, aufgrund der guten Schneelage, erfreuliche

Ergebnisse geliefert. Auch bei dieser zählt, mit „Qualität am Teller“, mit individuellen, schmackhaften Produkten den Gast in vielerlei Hinsicht anzusprechen und zu servieren. Es gilt, über den Präsentierteller des Tourismus' hinauszublicken. Die vegane israelisch zubereitete Köstlichkeit darf genauso eine Geschichte erzählen wie das regionale, augenfällig angeordnete Essen auf über 2.000 Meter Seehöhe. In der Gastronomie möchte der Gast als Freund verstanden und behandelt werden. Leistungsbeweise des Tourismus, der handelnden Akteure, ob in der Küche, im Service, an der Rezeption oder in der Eventorganisation, speisen schlussendlich ein erinnerungswürdiges Vertrauen, ein Bild, das eine Location, eine Region zu einem Ort der Wiederkehr werden lässt. Ein Image, bei dem die Leidenschaft und der Einsatz der Tourismusmitarbeiter nur Früchte tragen kann.

Ich wollte wissen, wie die Mitarbeiter an einem besonderen Hotspot im Zillertal, nämlich auf der Kristallhütte im Ski-

gebiet Hochzillertal, den Ansprüchen gerecht werden, um auf Augenhöhe mit dem Gast ein bleibendes Erlebnis am Ort ihres Schaffens zu vermitteln. Lesen sie dazu im Innenteil der Ausgabe.

Eine erholsame Verschnaufpause der Gastronomie und ein gutes, leidenschaftliches Ankommen in der nächsten Saison, ob diese Sommer oder Winter heißen mag!



© T. Anzenberger

Gerda

Gerda Gratz  
Chefredaktion

gerda@zillertalerheimatstimme.at