

Das neue BrauKunstHaus von Zillertal Bier

Von der Kunst, Themenwelten der Öffentlichkeit zu präsentieren



Foto: Zillertal Bier

Seit den 1980er-Jahren boomten Themenwelten. Weltweite Inszenierungseinrichtungen, die eines zum Ziel haben, die durchgängige Thematisierung des vielschichtigen Angebotes. Der Erfolg basiert auf innovativen Betriebskonzepten, bei denen Markenbildung und Emotionalisierung des Konsums eine zentrale Rolle spielen. Österreichs Vorzeige-Projekt sind die Swarovski Kristallwelten, die heuer ihr 25-jähriges funkelndes Jubiläum feiern.

Dieser Tage wird im Zillertal eine prickelnde Themenwelt der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Zillertaler Braukunst „verbraut“ sich mit Kunst und wird als spannender Ort multimedialer Inszenierungen zum BrauKunstHaus. Von den Zutaten für die Bierspezialitäten, über deren Verarbeitung im Brauprozess, bis hin zu den Traditionen der Region sind bei Zillertal Bier auf drei Etagen Erlebnisse für alle Sinne geboten.

Eine spannende, prickelnde Welt nicht mehr nur für sich allein an der Produktionsstätte in Zell am Ziller, sondern ab Mitte Juli ebenso für ein interessiertes Publikum. Die Verkostung der frischen Bierspezialitäten darf dabei den krönenden Abschluss bilden. Das BrauKunstHaus wird zukünftig viele Stücke spielen. Ein Ort der einzigartigen Begegnung, zumal sich Zillertal Bier als Brauerei mit dem BrauKunstHaus österreichweit einen besonderen Namen machen wird.

Das Zillertal darf sich dabei als beliebte Tourismusdestination glücklich schätzen. Neben dem starken regionalen Auftritt als erlebbares und „Kostbares Tirol“, reiht sich ein weiteres Unternehmen in den Reigen der Erlebniswelten. Nach der Erlebnissenerei Zillertal in Mayrhofen folgt nun das BrauKunstHaus in Zell am Ziller.

Keine Kunst wird es zukünftig für die Verantwortlichen sein,

seine süffige Geschichte und Innovationen zu erzählen. Das BrauKunstHaus ist dafür geradezu prädestiniert, um der Zillertaler Tradition eine moderne Bühne zu geben.

Die Wirtschaft und der Tourismus brauchen Innovationen, sollen berühren, verzaubern und binden. „So far, so close“, ist nicht nur ein Motto, das sich der Tirol Tourismus an die rot-weiße Fahne geheftet hat, sondern ist ebenso Auftrag der Wirtschaft, ihr Angebot zukunftsorientiert zu gestalten und Kunden wie Gäste gleichermaßen zu binden. Innovative Produktionsunternehmen stärken nicht nur die eigene Marke – sie sind auch ein Indikator für eine wichtige Unternehmenspolitik. Ein Prost auf die Zillertaler Wirtschaftlichkeit und Gastfreundschaft!

Lesen Sie in der vorliegenden Ausgabe mein Interview mit dem Tourismusexperten An-

dreas Braun und Firmenchef Martin Lechner, zwei Kenner ihres Handwerks! Beide haben gemein, dass sie ihre Visionen zum Prickeln bringen!



Foto: Toni Anzenberger

Gerda

Gerda Gratz
Chefredaktion

gerda@zillertalerheimatstimme.at