

Dachmarke muss für Qualität stehen

Synergien zwischen Tourismus und Qualitätsprodukten nutzen - Tagung der SMG

Bozen (gam) - Wer keinen Namen hat, der endet im Wühlisch des Preiskampfes, ist Christoph Engl, Direktor der Südtirol Marketing Gesellschaft (SMG), überzeugt. Damit dieses Schicksal nicht das Urlaubsland Südtirol und seine Erzeugnisse erreicht, wird nun an einer Dachmarke Südtirol gebastelt. Gestern diskutierten Fachleute aus dem In- und Ausland bei einer Tagung über den künftigen Marketingauftritt des Landes.

Laut Christoph Engl gibt es in Südtirol über 90 touristische Wort-Bild-Marken und über 50 Wort-Bild-Marken typischer Südtiroler Lebensmittel. Allerdings fehle ihnen eine Klammer - eine Dachmarke -, die ihnen eine „Beheimatung“ in Südtirol als Mehrwert gibt. Bei der gestrigen Tagung wurde deutlich, dass Touristiker und die Produzenten der Südtiroler Qualitätsprodukte künftig an



Vertreter der Südtiroler Qualitätsprodukte (im Bild Franz Mitternitzer vom Südtiroler Speckkonsortium) und der Loacker diskutierten gestern Nachmittag im Rahmen der SMG-Tagung über eine künftige Dachmarke Südtirol. „D“Oskar verant

einem Strang ziehen werden, um die daraus entstehenden Synergieeffekte zu nutzen. „Image und Bekanntheit des Ursprungs und die touristische Destination befruchten sich gegenseitig“, hielt zum Beispiel

Gerhard Tommaser vom Verband der Obstgenossenschaft (VOG) fest, die bereits seit Jahren den Südtiroler Apfel mit dem Marienkäfer als Marke vor allem auf den italienischen, deutschen und skandinavi-

schen Märkten positioniert hat. Allerdings sei eine Dachmarke kein Ersatz für eine Produktmarke.

Insgesamt sind die Ergebnisse der Umfragen bei den Produktpartnern sehr ähnlich ausgefallen, resümierte die SMG. Bis zur tatsächlichen Umsetzung der Dachmarke stehe allerdings noch ein großer Stück Weg bevor. Als erster Schritt könne mit der Umsetzung einer einheitlichen Wort- und Bildsprache begonnen werden. „Wir müssen für mehr Klarheit und Wiedererkennbarkeit sorgen“, betonte Engl. Ziel soll es sein, die Vielfalt zu erhalten und der Beliebigkeit Einhalt zu gebieten. Denn, wie auch die Produktpartner betonten, müsse eine Dachmarke für Qualität stehen. Als weitere Schritte seien gemeinsame Sitzungen zwischen der SMG und den Vertretern der Südtiroler Qualitätsprodukte geplant.