

merano



2022/2023

Jahresbericht
Relazione annuale



LIEBE LESERINNEN UND LESER,

sei es auf globaler oder auf lokaler Ebene: Auf den Tourismus kommen Veränderungen zu. Seit Jahren sehen wir es als unsere Aufgabe, sich diesen Entwicklungen zu stellen. Unser Handeln ist stets geprägt von Verantwortungsbewusstsein und Vertrauen in die Zukunft. Diese Verantwortung muss wirtschaftliche, aber auch ökologische und gesellschaftliche Aspekte mit einbeziehen.

Wir haben bereits begonnen, an diesem „Haus der Veränderungen“ zu bauen und dessen Grundmauern zu festigen. Ein erneuerter und veränderter Tourismus ist für die gesamte Wirtschaft Südtirols essentiell. Besonders mit der Umwelt, unserer wertvollsten Ressource, gilt es, achtsam umzugehen. Diese Sorgfalt widerspiegelt sich auch in unseren langfristigen Projekten.

Auf dem Weg dorthin möchte die Kurverwaltung Meran mit und für ihre Partner agieren. Nur mit der Beteiligung aller können wir einen Tourismuspfad beschreiten, der weiterhin eine echte Wertschöpfung für die gesamte Region generiert und der die nächsten Generationen in eine ökologisch sinnvolle, wirtschaftlich tragbare und gesellschaftlich vertretbare Zukunft führt.

Wir wünschen Ihnen eine erfolgreiche Saison und eine gute Lektüre.

CARE LETTRICI, CARI LETTORI

Il turismo sta affrontando cambiamenti sul piano sia globale che locale. Da anni dedichiamo il nostro impegno ad adeguarci a questi sviluppi, con lo sguardo rivolto al futuro, lavorando con fiducia e responsabilità. Una responsabilità multilivello che deve essere economica, ma anche ecologica e sociale.

Abbiamo intrapreso e stiamo costruendo un percorso per consolidare le basi, rinnovandole, del turismo, comparto cruciale per l'intero tessuto economico altoatesino. Lo facciamo con occhio particolarmente premuroso verso l'ambiente, nostra risorsa primaria, attraverso progetti anche a lungo termine.

È un percorso nel quale l'Azienda di Soggiorno vuole continuare a operare assieme e per i suoi partner: perché con la partecipazione di tutti possiamo tracciare la rotta per un turismo capace di restare un vero valore per il territorio. Anche per le prossime generazioni.

Con l'auspicio di una buona stagione, Vi auguriamo buona lettura!

Ingrid Hofer

Ingrid Hofer

PRESIDENT



Daniela Zadra

Dr. Daniela Zadra

DIRECTOR



Wohin die Reise geht

In che direzione andrà il viaggio

... das entscheiden viele potentielle Südtirol-Urlauber just zum Zeitpunkt, an dem ich diese Zeilen schreibe, wohl spontan. Und wenn wir alles richtig gemacht haben, dann tun sie das vor dem Hintergrund unserer bis Mitte Mai laufenden Frühlingskampagne. Der Trend zu kurzfristigen Buchungen hält insbesondere in der Nebensaison an. Hinzu kommen wirtschaftliche Unsicherheiten. Umso wichtiger ist es jetzt, mit gemeinsamer Kraft Südtirol als Premium-destination zu positionieren. Die touristische Kampagne „Dein Platz ist hier“, in die der Erfahrungsraum Meran stark eingebunden ist, hat im vergangenen Jahr erstmals die Nebensaisonen in den Fokus gestellt. Und sie trägt bereits Früchte: In den Frühlingsmonaten April bis Juni 2022 konnten die Nächtigungen südtirolweit um 9,6 Prozent im Vergleich zu 2019 gesteigert werden. Auf diese Erfolge bauen wir heuer weiter auf, um Südtirol zur Ganzjahresdestination zu entwickeln.

4 Wohin die Reise für den Tourismus in Südtirol und für IDM geht, haben wir im vergangenen Jahr durch die neue Tourismusstrategie TourisMUT aufgezeigt. Wir können den Wind nicht ändern, aber die Segel neu setzen: Und wenn quantitatives Wachstum bestehende Probleme weiter verschärft, ist Innovation die Lösung, um unseren Wettbewerbsvorteil auszubauen, der auf der Qualität der touristischen Produktentwicklung beruht. Daneben wird das Reiseverhalten zunehmend nachhaltiger und digitaler. Gemeinsam mit den touristischen Playern im Land nutzen wir diese Trends als Chancen, indem wir mit destinationsübergreifenden Projekten wie dem Nachhaltigkeitslabel und dem Südtirol Marketplace mutige Schritte in die Zukunft gehen!

... è quello che molti potenziali ospiti dell'Alto Adige stanno decidendo proprio ora, mentre sto scrivendo questo testo. E se abbiamo colpito nel segno, lo stanno definendo sullo sfondo della nostra campagna primaverile, che durerà fino a metà maggio. La tendenza delle prenotazioni "last minute" continua, soprattutto nelle stagioni intermedie. A ciò si aggiungono le incertezze economiche. È quindi ancora più importante unire le forze per posizionare l'Alto Adige come destinazione premium. La campagna turistica "E se fossi qui?", in cui la zona esperienziale di Merano è fortemente coinvolta, si è concentrata per la prima volta, lo scorso anno, sulla promozione delle stagioni intermedie. E sta già dando i suoi frutti: nei mesi primaverili (da aprile a giugno 2022) i pernottamenti in provincia sono aumentati del 9,6% rispetto al 2019. Quest'anno ci basiamo su questi successi per sviluppare ulteriormente l'Alto Adige come destinazione adatta a tutto l'anno.

L'anno scorso, con la nuova strategia turistica TourisMUT, abbiamo mostrato dove sta andando il turismo in Alto Adige e per IDM. Non possiamo cambiare il vento, ma possiamo spiegare le vele: se la crescita quantitativa aggrava ulteriormente i problemi esistenti, l'innovazione è la soluzione per aumentare il nostro vantaggio competitivo, che si basa sulla qualità dello sviluppo di prodotti turistici. Inoltre, i comportamenti di viaggio stanno diventando sempre più sostenibili e digitali. Insieme agli attori del settore turistico altoatesino stiamo sfruttando questi trend come opportunità. Con progetti trasversali come il marchio di sostenibilità e il Marketplace Alto Adige compiamo passi coraggiosi verso il futuro!

Dr. Wolfgang Töchterle

**DIRECTOR MARKETING
AT IDM SÜDTIROL**



MoKo - Mobilitätskonsortium

MoKo - Consorzio per la Mobilità

Das Mobilitätskonsortium ist eine Non-Profit-Organisation, deren Hauptaufgabe in der Interessenvertretung seiner Mitglieder im Bereich Mobilität und Gästemobilität liegt. Auslöser für das Entstehen des Mobilitätskonsortiums, kurz MoKo genannt, war die Eisenbahnbindung 2011 von Ried/Percha an das Skigebiet Kronplatz.

Das Mobilitätskonsortium ist vom LTS als einheitliche Koordinierungsstelle in Bezug auf die Gästemobilität ernannt worden. Aktuell hat das MoKo südtirolweit 54 Mitglieder, darunter sind die Tourismusorganisationen Südtirols sowie die Interessenverbände vertreten. Seit Juli 2022 unterstützt das MoKo auch die Tourismusorganisationen in Meran und Umgebung und ist deren erster Ansprechpartner rund um das Thema Mobilität.

Die Aufgaben reichen von der Rolle des Verhandlungs- und Vertragspartners zwischen dem Land und den Mitglieds- bzw. Partnerorganisationen bis hin zur Planung und Verrechnung der Gäste-Personentransportleistungen. Auch Hotspot- und Beschwerden-Management gehören dazu.

Vor allem hinsichtlich der aktuellen Herausforderungen, welche die öffentliche Mobilität zu bewältigen hat, ist es wichtig, Beschwerden zu sammeln und das gemeinsame Sprachrohr des MoKo zu nutzen, um zeitnahe Lösungen zu erreichen.

Seit Jänner 2023 ist das Mobilitätskonsortium auch Kartenträger der MeranCard und kümmert sich um deren Abwicklung. Vorrangige Ziele hierbei sind: die nachhaltige Mobilität in Südtirol zu fördern, die positive Tourismusgesinnung zu stärken und die Besucherlenkung aktiv mitzugestalten.

info@moko.bz.it

Il Consorzio per la Mobilità (MoKo) è un'organizzazione Non-Profit a cui è affidato principalmente il compito di rappresentare gli interessi dei suoi membri nel campo della mobilità - compresa quella degli ospiti. La creazione di MoKo risale all'epoca del collegamento su rotaia, nel 2011, fra Ried/Percha e il comprensorio sciistico di Plan de Corones.

Il Consorzio per la Mobilità è stato nominato dall'LTS come organismo unico di coordinamento per la mobilità degli ospiti. Attualmente conta 54 membri in tutto l'Alto Adige, tra cui le organizzazioni turistiche della provincia e i gruppi di interesse. Da luglio 2022, supporta anche le organizzazioni turistiche di Merano e dintorni e rappresenta per queste il primo punto di riferimento sul tema della mobilità.

I compiti sono molto vari e vanno dal ruolo di negoziatore e di interfaccia tra la Provincia e le organizzazioni associate o partner, fino alla pianificazione dei servizi di trasporto per gli ospiti. Comprende anche la gestione degli hotspot e delle criticità. Con le attuali sfide che la mobilità pubblica deve affrontare, è importante raggruppare le situazioni critiche e affidarsi a MoKo come portavoce comune per ottenere soluzioni tempestive.

Da gennaio 2023, il Consorzio per la Mobilità è anche titolare della MeranCard e ne cura l'elaborazione. L'obiettivo principale è quello di promuovere la mobilità sostenibile in Alto Adige, di rafforzare l'atteggiamento positivo nei confronti del turismo e di orientare i visitatori.

info@moko.bz.it

Sophia Oberjakober

**DIRECTOR
MOKO**



Elisabeth Rass

**PROJEKTLEITUNG
MOKO**



Tourismus Kollegium Südtirol

I direttori delle aziende turistiche

GEMEINSAM FÜR EINEN NEUEN TOURISMUS

Die Südtiroler Tourismusdirektoren und Direktorinnen haben sich vor einigen Monaten zur jährlichen Vollversammlung des Tourismus Kollegium Südtirol in der Kellerei St. Pauls in Eppan eingefunden. Vizepräsident Thomas Rauch bedankte sich für das große Interesse und berichtete über die Veränderungen im Kollegium und die konstruktive Mitarbeit in der Zukunftsgestaltung des Südtiroler Tourismus.

Vizepräsident Uli Stampfer blickt auf das vergangene Jahr, das von vielen Herausforderungen, neuen Denkansätzen und Strategien geprägt war. Die Neuordnung der Tourismusorganisationen, das Landestourismusentwicklungskonzept (LTEK), das Thema Nachhaltigkeit, die Gästekarte 2.0 und der Marketplace, all diese Themen wurden in den letzten Monaten laufend diskutiert und Lösungen mit den zuständigen Stellen erarbeitet.

Hubert Unterweger, Direktor des Landesverbandes der Tourismusorganisationen Südtirols (LTS) gibt einen kurzen Rückblick über die Ausarbeitung und Ergebnisse der Neuorganisation der Tourismusorganisationen. Das Kollegium hat die Stellenprofile angepasst und sich mit den Gehaltsstrukturen vom Wegewart bis zur Führungsebene auseinandergesetzt. Die Tourismusorganisationen sollen attraktive Arbeitgeber sein und im Wettbewerb um die besten Mitarbeiter mitspielen können.

Die Sicherung der öffentlichen Finanzierung, die Förderung der peripheren Tourismusgebiete, die Beitragsleistung seitens der Gemeinden, sowie die Aufhebung der Deckelung, der Vorlaufzeit und der Verbleib der Ortstaxe in den Tourismusorganisationen sind essentiell für die Weiterentwicklung, Pflege und Qualität der einzelnen Orte und Lebensräume.

INSIEME PER LA COSTRUZIONE DI UN NUOVO TURISMO

L'assemblea generale dei direttori delle aziende turistiche dell'Alto Adige ha avuto luogo alcuni mesi fa nella Cantina di San Paolo Appiano. Un momento importante per il Tourismus Kollegium Südtirol Alto Adige che ha riscosso l'interesse di molti direttori arrivati da tutta la provincia per ragionare sui cambiamenti interni al Kollegium nella prospettiva di un reale contributo alla costruzione del futuro del turismo in Alto Adige.

Il vicepresidente Uli Stampfer ha relazionato sull'attività dell'anno scorso, incentrata su nuove strategie e una nuova operatività in vista della ristrutturazione delle organizzazioni turistiche prevista dalla Provincia, sull'attualissimo tema della sostenibilità, sull'evoluzione delle carte degli ospiti 2.0 e sul marketplace, tutti temi sviscerati nei mesi scorsi per deporre nelle relative sedi decisionali input ed esperienza provata sul campo dalle organizzazioni turistiche stesse.

Hubert Unterweger, direttore di LTS (Landesverband der Tourismusorganisationen) ha riferito dell'elaborazione e dei risultati derivati dal nuovo piano di riorganizzazione turistica, così come della descrizione dei profili professionali degli operatori delle associazioni turistiche che saranno presto definiti anche in un quadro remunerativo comune per tutte le organizzazioni.

La garanzia dei finanziamenti pubblici, lo sviluppo delle periferie, i contributi da parte dei Comuni, l'aumento del tetto massimo della tassa di soggiorno e la riduzione dei tempi di approvazione di eventuali aumenti, così come la garanzia che tale entrata rimanga esclusivamente a favore delle organizzazioni turistiche sul territorio, sono essenziali

Vergangene Woche ist in Gröden der neue Verwaltungsrat des Tourismus Kollegium Südtirol ernannt worden. Bestätigt wurden auch die scheidenden Mitglieder, darunter die Direktorin der Kurverwaltung Meran, Daniela Zadra, gemeinsam mit 13 anderen ausgewählten Direktoren aus insgesamt 72 Tourismusbüros der Provinz.

Im Zuge der Verschriftlichung von Aufgaben und Kompetenzen der Tourismusorganisationen wurde einmal mehr klar, dass viele SüdtirolerInnen nicht wissen, was eine Tourismusorganisation macht. Aus diesem Grund wurde ein Eisberg-Modell (siehe nächste Seite) ausgearbeitet, das aufzeigt, welche Aufgaben die 72 Tourismusorganisationen Südtirols (52 Vereine, 18 Genossenschaften, 2 Verkehrsämter) mit ihren rund 400 Mitarbeitern erledigen.

Das Tourismus Kollegium Südtirol will vor allem auf das bisher unsichtbare Tätigkeitsfeld aufmerksam machen und aufzeigen, dass die Tourismusorganisationen für viele Kernthemen und Schwerpunkte Ansprechpartner sind. Für Gäste gleichermaßen wie für die einheimische Bevölkerung.

per lo sviluppo, la cura e la qualità delle singole località ed infine del sistema. Non solo, i criteri individuati sono essenziali perché le organizzazioni turistiche rimangano un luogo di lavoro attrattivo e competitivo per le nuove leve.

La scorsa settimana in Val Gardena è stato nominato il nuovo consiglio d'amministrazione del Tourismus Kollegium Südtirol Alto Adige. Sono stati confermati i membri uscenti, tra cui la direttrice dell'Azienda di Soggiorno di Merano, Daniela Zadra, insieme ad altri 13 direttori scelti all'interno della rosa di 72 uffici turistici della provincia.

La riunione è stata anche l'occasione per ribadire che i vasti e vari ambiti di competenza delle aziende turistiche non sono compresi fino in fondo all'interno delle comunità. Per questo motivo è stato elaborato un modello iceberg (vedi pagina successiva) che visualizza in maniera efficace cosa le 72 organizzazioni turistiche dell'Alto Adige (52 associazioni, 18 consorzi e due aziende pubbliche) effettivamente realizzino con i loro circa 400 dipendenti.

Accanto all'operatività visibile, esiste un ampio spettro di competenze sommerse per le quali le organizzazioni fanno da riferimento, sia per gli ospiti, sia per la popolazione locale.

6

7

Thomas Rauch

VICE-PRESIDENT



Uli Stampfer

VICE-PRESIDENT



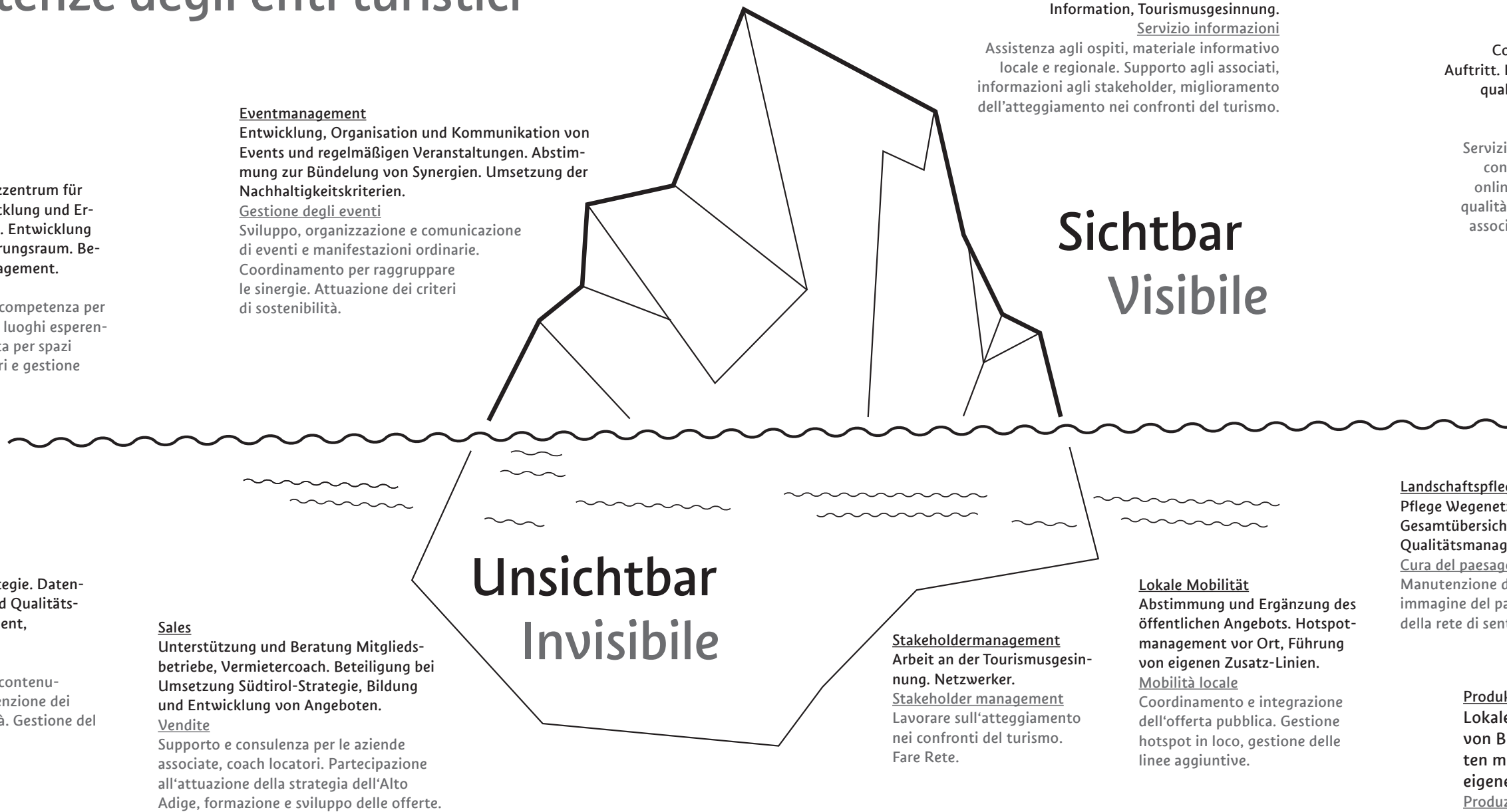
Kompetenzen der Tourismusvereine

Competenze degli enti turistici

Eisberg-Modell Modello iceberg

Produkt
Produktentwicklung, Kompetenzzentrum für Projekte zur nachhaltigen Entwicklung und Erlebbarkeit des Erfahrungsraumes. Entwicklung von Leitprodukten für den Erfahrungsraum. Besucherlenkung und Hotspotmanagement.

Prodotto
Sviluppo del prodotto, centro di competenza per progetti di sviluppo sostenibile e luoghi esperenziali. Sviluppo di prodotti di punta per spazi d'esperienza. Guida per i visitatori e gestione degli hotspot.



Informationsdienstleistung
Gästebetreuung, Infomaterial lokal und regional. Mitgliederbetreuung, Stakeholder Information, Tourismusgesinnung.

Servizio informazioni
Assistenza agli ospiti, materiale informativo locale e regionale. Supporto agli associati, informazioni agli stakeholder, miglioramento dell'atteggiamento nei confronti del turismo.

Digital
Informationsdienstleistung, Content-Strategie, Pflege Online Auftritt. Kompetenzzentrum für Datenqualität, Unterstützung Mitgliedsbetriebe, Produktinnovation.

Digitale
Servizio d'informazione, strategia dei contenuti, gestione della presenza online. Centro di competenza per la qualità dei dati, supporto alle aziende associate, innovazione del prodotto.

**Sichtbar
Visibile**

**Unsichtbar
Invisibile**

Eventmanagement
Entwicklung, Organisation und Kommunikation von Events und regelmäßigen Veranstaltungen. Abstimmung zur Bündelung von Synergien. Umsetzung der Nachhaltigkeitskriterien.

Gestione degli eventi
Sviluppo, organizzazione e comunicazione di eventi e manifestazioni ordinarie. Coordinamento per raggruppare le sinergie. Attuazione dei criteri di sostenibilità.

Stakeholdermanagement
Arbeit an der Tourismusgesinnung. Netzwerker.

Stakeholder management
Lavorare sull'atteggiamento nei confronti del turismo. Fare Rete.

Lokale Mobilität
Abstimmung und Ergänzung des öffentlichen Angebots. Hotspotmanagement vor Ort, Führung von eigenen Zusatz-Linien.

Mobilità locale
Coordinamento e integrazione dell'offerta pubblica. Gestione hotspot in loco, gestione delle linee aggiuntive.

Landschaftspflege
Pflege Wegenetz, POIs, Landschaftsbild. Gesamtübersicht Wegenetz. Qualitätsmanagement.

Cura del paesaggio
Manutenzione della rete escursionistica, POIs, immagine del paesaggio. Panoramica completa della rete di sentieri. Gestione della qualità.

Produktion
Lokales Brandmanagement. Produktion von Bild- und Videomaterial, Drucksorten mit Fokus auf Erfahrungsraum und eigene Produkte.

Produzione
Gestione locale del brand. Produzione di materiale per immagini e video, materiali stampati con particolare attenzione ai luoghi esperenziali e ai nostri prodotti.

Content
Ausarbeitung Content-Strategie. Dateneingabe, Content-Pflege und Qualitätssicherung. Projektmanagement, Drucksorten.

Contenuto
Sviluppo della strategia dei contenuti. Inserimento dati, manutenzione dei contenuti e controllo qualità. Gestione del progetto, stampati.

Sales
Unterstützung und Beratung Mitgliedsbetriebe, Vermietercoach. Beteiligung bei Umsetzung Südtirol-Strategie, Bildung und Entwicklung von Angeboten.

Vendite
Supporto e consulenza per le aziende associate, coach locatori. Partecipazione all'attuazione della strategia dell'Alto Adige, formazione e sviluppo delle offerte.

Gästekarte
Initiierung in den Erfahrungsräumen. Führung, Weiterentwicklung, mit Inhalten füllen. Destinationsübergreifende Abstimmung.

Card dell'ospite
Analisi e progettazione nei luoghi esperenziali. Creazione, sviluppo e gestione dei contenuti. Coordinamento tra destinazioni.

Social Media
Umsetzung Social Media für Erfahrungsräume, Content Produktion für Social Media Pflege und Aktualisierung der eigenen Kanäle.

Social media
Implementazione dei social media per i luoghi esperenziali, produzione di contenuti per i social media e PR, aggiornamento dei propri canali.

Destination
Orts- und Destinationsentwicklung, inkl. Orts- und Stadtmarketing. Führung von Strukturen, Freizeitanlagen, Dienstleistungen, Ortsbildgestaltung. Umsetzung Profilierung und Positionierung. Mehrjahres-Strategie in Einklang mit Südtirol-Strategie. Mitarbeit bei südtirolweiten Projekten. Stakeholdermanagement und Netzwerk. Arbeit an Tourismusgesinnung. Mitgliederbetreuung, Vermietercoach, Digitalisierung, Beschwerdemanagement.

Destinazione
Sviluppo di luoghi e destinazioni, compreso marketing urbano e dei luoghi. Gestione di strutture, strutture ricreative, servizi, progettazione del sito. Implementazione di profilazione e posizionamento. Strategia pluriennale in linea con la strategia altoatesina. Partecipazione a progetti a livello altoatesino. Gestione degli stakeholder e rete. Miglioramento dell'atteggiamento nei confronti del turismo. Assistenza agli associati, coach locatori, digitalizzazione, gestione dei reclami.

Governance
Nachhaltige, strategische Entwicklung und Steuerung der Destination.

Governance
Sviluppo sostenibile e strategico e gestione della destinazione.

Kommunikation
Kommunikation zu Reisetemen lokal und regional. Vorstellung von Themen und Produkten. Verwaltung und Lieferung von Content.

Comunicazione
Comunicazione su temi relativi ai viaggi a livello locale e regionale. Prestazioni del prodotto a tema. Gestione e consegna dei contenuti.

Strategien und Visionen

Visione strategica

Die Strategie für die Zukunft - auch hinsichtlich einer Verfestigung und Weiterentwicklung unseres Profils - ist eingebettet in das Positionieren Merans als exklusive Qualitätsdestination im Alpenbogen. Exklusiv in dem Sinne, als dass Meran über eigenständige und einzigartige Merkmale verfügt, die sich vor allem im Zusammenspiel seines alpinen und mediterranen Charakters ausdrücken, wie es sonst nirgendwo zu finden ist.

Die gute Nachricht ist, dass der Wunsch nach Reisen weiterhin wächst. Die befragten Personen geben an, dass Reisen heute eine noch wichtigere Rolle spielt als vor der Corona-Pandemie. Für einen Großteil dieser Personen spielt der Wunsch nach neuen Erlebnissen dabei eine wichtige Rolle. Dieser Tatsache tragen wir Rechnung, indem wir Qualitätsprodukte entwickeln, die es erlauben, Leben und Erleben während des Urlaubs großen Stellenwert einzuräumen. Bestärkt in unserem Tun sind wir auch hinsichtlich der Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus. Immer mehr Reisende weltweit schauen auf den Aspekt der Nachhaltigkeit, wenn es um die Wahl ihrer Urlaubsdestination geht. Deswegen arbeiten wir gemeinsam daran, weitere nachhaltige Maßnahmen zu entwickeln und umzusetzen. Seien es umweltfreundliche Materialien, erneuerbare Energien oder das Werben für und Bereitstellen von lokalen Produkten (in der Gastronomie, aber auch in weiteren Bereichen). Vor allem dieses ökologische Bewusstsein ist einer der Werte, die wir kommunizieren müssen. Auch, um Aufmerksamkeit all jener zu erlangen, denen diese Thematik besonders am Herzen liegt. Derer gibt es viele und ihre Zahl steigt.

Eine weitere Tendenz, die es in Zukunft zu beachten gilt, um konkurrenzfähig zu bleiben, heißt Flexibilität. Gerade, was die Unterkünfte angeht, spielt sie eine große Rolle, die sich beispielsweise in Entschädigungen bei Stornierungen oder Buchungsänderungen ohne zusätzliche Kosten widerspiegelt.

La visione strategica, nel consolidamento e nello sviluppo del nostro profilo, è incardinata nel posizionamento di Merano come destinazione di qualità ed esclusiva nell'arco alpino. Esclusiva in quanto ha tratti peculiari, distintivi, primo fra tutti il fascino che scaturisce dall'incontro fra tratti alpini e mediterranei come in nessun'altra località.

Una buona notizia è che la voglia di viaggiare incalza: le persone affermano di dare più importanza ai viaggi oggi rispetto al periodo pre-pandemico. Conforta il fatto che questo desiderio sia guidato, per una considerevole parte degli intervistati, la volontà di vivere nuove esperienze: in questo percorso siamo partiti in anticipo, sviluppando prodotti di qualità che consentono di "vivere" la vacanza. Conforta allo stesso tempo il fatto che si fa strada l'idea di un turismo sostenibile: sempre più viaggiatori a livello mondiale guardano a questo aspetto nella scelta della loro meta. Per questo, assieme, lavoriamo per implementare azioni volte alla sostenibilità quali l'utilizzo di materiali green e fonti di energia pulite o la promozione e l'ingaggio di produttori locali (nella gastronomia ma non solo). E proprio questo dell'ecosostenibilità è uno dei valori che dobbiamo comunicare, per catturare l'attenzione di tutti gli utenti sensibili rispetto a queste tematiche: sono tanti e in crescita.

Una tendenza da seguire, per rimanere concorrenziali, è inoltre quella della flessibilità che guida nella scelta della meta/struttura ricettiva: flessibilità che si traduce per esempio nella possibilità di ottenere rimborsi in caso di cancellazione della prenotazione o per i cambi della stessa senza costi/penali.

Wir verfolgen weiterhin unsere Ziele, Touristen auf die Nebensaison aufmerksam zu machen und rücken den Fokus dabei auf jene Jahreszeiten, in denen die Stadt weitaus weniger besucht wird. Das tun wir, indem wir unseren Gästen Angebote aufzeigen, die sich mit einem ruhigeren, langsameren Rhythmus der Stadt erst zur Gänze entfalten. Wie beispielsweise im Frühling, aber auch in dem winterlichen Zeitfenster nach Beenden der Meraner Weihnacht.

Zu guter Letzt sei die Digitalisierung genannt. Das Internet spielt seit einiger Zeit, was Recherchen über Informationen oder Unterkünfte der Destinationen angeht, eine wesentliche Rolle. Immer stärker Fuß fasst auch der Gebrauch von QR-Codes, Beacons, virtueller Realität und interaktiven Installationen. Dieser kulturelle Wandel ist flinken Schrittes unterwegs: die digitale Technologie dient nicht mehr allein der Informationsbeschaffung, sondern dem Reservieren, dem Check-In, dem Bezahlen und auch etlichen weiteren Diensten, die über das Handy oder Tablet in Anspruch genommen werden können.

Teil dieses Prozesses ist auch die Merano App, die auf Seite 15 beschrieben ist und ab April zur Verfügung stehen wird.

Proseguiamo nel frattempo nel percorso di destagionalizzazione dei flussi turistici, cercando di sostenere in particolare la promozione di periodi in cui la città è meno frequentata, proponendo dunque agli ospiti occasioni in cui conoscere la città con maggiore tranquillità e ritmi slow: per esempio in primavera, ma anche durante la finestra invernale post Mercatini di Natale.

Non da ultimo, la digitalizzazione: il mondo, si sa, va da quella parte. Internet è da tempo centrale nelle ricerche di informazioni o di alloggi, ora stanno prendendo sempre più piede l'utilizzo di QR-code e beacon, realtà virtuale, installazioni interattive. È un cambio culturale che corre veloce: l'uso della tecnologia non solo per informarsi, ma anche per prenotare, per i check-in online, per i pagamenti, per godere di servizi e/o vantaggi attraverso lo smartphone o il tablet.

Testimonianza del nostro lavoro in questa direzione è l'app di Merano, che presentiamo a pagina 15 e che sarà disponibile da aprile.

10

11



- Positionieren des Brand
- Aufrechterhalten der Attraktivität hinsichtlich der Destination
- Nachhaltigkeit
- Flexibilität
- Saisonale Unabhängigkeit
- Digitalisierung

- Posizionamento del brand
- Mantenimento dell'appetibilità verso la destinazione
- Sostenibilità
- Flessibilità
- Destagionalizzazione
- Digitalizzazione

Dr. Daniela Zadra

DIRECTOR



Kommunikation Comunicazione

Das Jahr 2022 war aus der Sicht der Kommunikation ein gutes Jahr.

Mit IDM konnten im Frühling im großen Stil und in leichter Variante im Herbst und im Winter Brand Kampagnen auf den DACH-Märkten lanciert werden. Auch in Sachen Performance und Content wurde besonders der Frühling gepusht, der für uns nach wie vor das intensivste Investment an Geld und Zeit bedeutet. So wurden € 275.000 in den Frühling, € 16.325 in den Sommer, € 45.335 in den Herbst und € 108.000 in den Winter - inklusive Bewerbung der Meraner Weihnacht - investiert.

Am nationalen Markt agierten wir größtenteils eigenständig mit Brand und Content Kampagnen in den Medien Elle, Marie Claire, Vanity Fair, CN Traveller, Bell'Italia, u.v.w.. Mit IDM wurde lediglich eine digitale Kampagne realisiert. Unsere exzellenten Kontakte zu den großen Medienhäusern und der individuelle Ansatz erzielten hier den erfolgreicheren Output.

Aufgrund seines hohen Bekanntheitsgrades findet Merano als einzige Marke neben Alta Badia unter der Dachmarke Südtirol Berechtigung. Diese Tatsache bestimmt unser Handeln. Ihr wollen wir auch in Zukunft gerecht werden.

Einige Medien, die wir marketingtechnisch für uns gewählt haben:

Il 2022 è da considerare come un anno positivo sotto il profilo della comunicazione.

Attraverso IDM, è stato possibile lanciare prodotti su larga scala in primavera e nelle versioni più "leggere" in autunno e in inverno.

Sono state realizzate campagne-brand nei mercati DACH. In termini di performance e contenuti, è stata supportata principalmente la primavera, che continua a rappresentare per noi l'investimento più significativo e l'impegno maggiore. Sono stati investiti 275.000 euro in primavera, 16.325 euro in estate, 45.335 euro in autunno e 108.000 euro in inverno, compresa la promozione dei Mercatini di Natale a Merano.

Sul mercato nazionale abbiamo agito per lo più in modo indipendente con campagne-brand e sui contenuti su Elle, Marie Claire, Vanity Fair, CN Traveller, Bell'Italia e vari altri media. Con IDM è stata realizzata un'unica campagna digitale. I nostri buoni contatti con le principali case editrici e l'approccio mediante contatti personali hanno permesso di ottenere risultati gratificanti.

Grazie al suo alto grado di riconoscibilità, Merano è l'unico brand, assieme all'Alta Badia, riconoscibile in modo indipendente nell'ambito del marchio ombrello Alto Adige. Una conquista che orienta le nostre azioni future, spinti dall'ambizione di essere sempre all'altezza.

Alcuni dei media che abbiamo scelto per il marketing:

Auf dem nationalen Markt arbeiten wird kontinuierlich mit der Presseagentur Pressway aus Mailand unter der Leitung von Tiziano Pandolfi zusammen. Die Agentur Tourismusexperten aus Deutschland betreut von März bis Mai ausschließlich das Thema Frühling in den deutschsprachigen Ländern (DACH).

Thematisch bleiben wir unseren Markenwerten treu. So geht es auf den DACH-Märkten ganz klar um „Da wo der Frühling früher beginnt“, „Folge der Sonne“, „Durchatmen und genießen“ und nicht zuletzt um „Dein Platz ist hier“ (Kampagnen Slogan seit 2021).

Die Inhalte drehen sich um die Bewegung in der Natur, Kraftorte, um ganzheitliches Wohlbefinden. Sinnbildlich für den Frühling steht auch das Merano Flower Festival. Kultur und Genuss in all ihren Erlebnismöglichkeiten sind weitere Bausteine dieser wichtigsten Saison der Kurstadt.

Im Sommer geht es um Leichtigkeit und Frische. Der „Aperitivo“ mit den Produkten „Midsummer Night“ und „DienstagAbend“, verleiht der Stadt Meran ein mediterranes, belebtes Flair.

Der Herbst spielt besonders mit den gastronomischen Vorzügen der Destination. Im Winter (Weihnachtszeit separat betrachtet) zielt die Kommunikation von Merano slow e.motion auf die ruhigen Aspekte der kalten Jahreszeit wie Achtsamkeit und Erholung ab.

Wir haben begonnen, eine Datenbank mit sehr unterschiedlichen, immer aber faszinierenden Persönlichkeiten aus Meran zu erstellen, die stets erweitert wird. In der Pressearbeit funktioniert diese Methode des Storytellings sehr gut. Über die vielfältigen Tätigkeiten dieser Charaktere ist es möglich, zahlreiche wichtige Themenschwerpunkte der Stadt individuell zu erzählen.

Sul mercato nazionale, collaboriamo costantemente con l'agenzia di stampa Pressway di Milano, diretta da Tiziano Pandolfi. Inoltre, da marzo a maggio l'agenzia tedesca Tourismusexperten si occupa esclusivamente del tema della primavera nei paesi di lingua tedesca (DACH).

Sul piano dei temi proposti, rimaniamo fedeli ai valori del nostro marchio. Quindi sui mercati DACH si parla di "Dove la primavera inizia prima", "Segui il sole", "Respira e goditi il momento" e, ultimo ma non meno importante, "E se fossi qui?" (slogan della campagna dal 2021).

I contenuti ruotano attorno al movimento nella natura, ai luoghi che emanano energia, al benessere olistico. Anche il Merano Flower Festival è un simbolo della primavera. La cultura e lo svago, in tutte le loro possibili declinazioni, sono ulteriori elementi caratterizzanti questa stagione.

L'estate è all'insegna della leggerezza e della freschezza. I concerti/spettacoli di "Midsummer Night" e i "Martedìsera" conferiscono a Merano un'atmosfera mediterranea e vivace.

L'autunno si esprime soprattutto con le delizie gastronomiche. In inverno (il periodo natalizio è considerato a parte), la comunicazione di Merano slow e.motion punta sulla serenità che può offrire la stagione fredda in termini di relax e di ricerca dell'autoconsapevolezza.

Abbiamo iniziato a creare un database di personaggi meranesi molto diversi tra loro, ma accomunati dal carisma, archivio che viene costantemente ampliato. Questo metodo di narrazione ottiene ottimi riscontri nelle relazioni con la stampa. Attraverso le diverse attività di questi personaggi, è possibile raccontare e presentare tanti aspetti della nostra città.

12

13



Karin Hofer

HEAD OF COMMUNICATION
MERANO TOURIST OFFICE



Digital Merano App

Merano digitale app

Einige Medien, die wir über unsere Pressearbeit zu einer Publikation inspirieren konnten:

Alcuni dei media che siamo riusciti a stimolare e convincere a pubblicare notizie su di noi attraverso il nostro lavoro con la stampa:



14

UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

Die Unternehmenskommunikation konzentriert sich darauf, über die vielfältige Tätigkeit der Kurverwaltung Meran zu informieren und zu sensibilisieren. Unser Ziel ist es, Vertrauen aufzubauen und die allgemeine Auffassung über den Tourismus in Meran zu verbessern. Wir möchten auch in Zukunft wertvoller Ansprechpartner bzw. Drehscheibe für wirtschaftliche, ökologische und soziale Herausforderungen der Stadt sein.

COMUNICAZIONE D'IMPRESA

La comunicazione d'impresa si concentra sull'informazione e la sensibilizzazione sulle diverse attività dell'Azienda di Soggiorno di Merano. Il nostro obiettivo è quello di creare fiducia e migliorare la percezione generale del turismo a Merano. Vogliamo continuare a essere un prezioso punto di contatto e di snodo per quanto riguarda le sfide economiche, ambientali e sociali della città.

MERAN STARTET MIT EINER EIGENEN APP IN DIE NEUE SAISON

Die Planungen zu einem modernen App-System wurden bereits 2022 intensiv geführt und mündeten in einem umfassenden Konzept, welches Bürger und Touristen in und um Meran gleichermaßen ansprechen soll. Das Ziel: ab April 2023 bietet die Kurverwaltung Meran eine kostenlose App an, die aus dem Apple AppStore und Google PlayStore geladen werden kann.

Darin sind nicht nur sämtliche Points of Interest (POI) der Kurstadt Meran zu finden, sondern auch Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen, Wanderwege, Gastronomie, Hotellerie und vieles mehr. Darüber hinaus arbeitet die Kurverwaltung eng mit den lokalen Wirtschaftstreibenden zusammen, um attraktive Vorteile für alle Touristen in der digitalen GuestCard anbieten zu können. Diese digitale Gästekarte bietet nicht nur Vorteile für die Gäste selbst, sondern wird auch erstmals den Hoteliers die Möglichkeit bieten, auf einfache und digitale Weise mit ihren Gästen zu kommunizieren.

Alle Partnerbetriebe der Kurverwaltung können Push-Nachrichten versenden sowie Gäste-Mappen erstellen. Diese Informationen können dem Gast individuell auf der App angezeigt werden. Und das ist erst der Anfang! Das engagierte Team rund um die App arbeitet bereits an zahlreichen weiteren Funktionen, die allen Einheimischen und Touristen zu Gute kommen. In Folge-Versionen werden Themen wie eine nachhaltige Mobilität, die Verringerung des überfüllten Stadtzentrums und eine Vielzahl an Live-Daten (freie Parkplätze, Infos zum Besucherstand von Hotspots wie Therme Meran, Gärten von Schloss Trauttmansdorff etc.), eine Rolle spielen.

NEW! MERANO APP

Laden Sie sich die kostenlose Merano App auf Ihr Handy und erhalten so viele nützliche Infos und Tipps zu Events und Freizeitangeboten für die smarte Gestaltung Ihrer Ferientage in Meran. Für GuestCard Inhaber gibt es noch zusätzliche Vorteile.

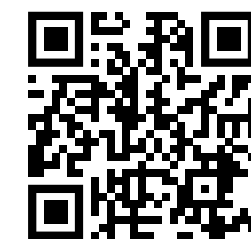
Scaricate l'app gratuita di Merano sul vostro cellulare e ottenete tante informazioni e consigli utili su eventi e attività del tempo libero per rendere la vostra vacanza a Merano smart and easy. Ulteriori vantaggi per chi possiede la GuestCard.

MERANO INIZIA LA NUOVA STAGIONE CON LA SUA APP

Nel corso del 2022 abbiamo pianificato un moderno sistema app. L'intenso lavoro è sfociato in un prodotto completo che intende rivolgersi in egual misura ai cittadini e agli ospiti di Merano e dintorni. Grazie al finanziamento fornito dal Comune di Merano, a partire da aprile 2023 l'Azienda di Soggiorno di Merano offrirà un'applicazione gratuita scaricabile dall'AppStore di Apple e dal PlayStore di Google.

Presenta e propone tutti i punti di interesse (POI) della città, ma anche attrazioni, eventi, sentieri escursionistici, gastronomia, hotel e molto altro ancora. Inoltre, come Azienda di Soggiorno lavoriamo a stretto contatto con le imprese locali per poter offrire vantaggi a tutti i turisti nella GuestCard digitale, che non solo offre agevolazioni, ma permetterà inoltre agli albergatori l'opportunità di comunicare con i loro ospiti in modo semplice e, appunto, digitale.

Tutte le imprese partner dell'Azienda di Soggiorno potranno inviare notifiche push e creare cartelle digitali per gli ospiti. Le informazioni potranno essere visualizzate individualmente dall'utente attraverso l'app. E questo è solo l'inizio! Il team dedicato al progetto sta già lavorando a numerose altre funzioni che andranno a beneficio di tutti i meranesi e dei turisti. Nelle versioni successive, saranno introdotti temi come la mobilità sostenibile, la riduzione dell'affollamento del centro città e una serie di dati in tempo reale (parcheggi liberi, presenze dei visitatori nei punti di maggiore attrazione come Terme, Trauttmansdorff, ecc.).



Andreas Unterhuber
CEO KEEP IN MIND



15

Social Media Influencer

Inspiriert von und begleitend zur Kampagne „Dein Platz ist hier“ fand im Frühling und Herbst 2022 das Influencer-Event #esefossiqui statt. Im Rahmen des Projekts wurden drei Reisen mit vier italienischen Influencern in Südtirol organisiert. Laura Zampetti, Fabio de Vivo, Pietro Civera und Ornella Sprizzi entdeckten, jeweils in Zweier-Teams, Natur, Genuss und Kultur unserer Region. Danach konnten die Südtirol-Followers auf Instagram abstimmen: Welche waren für sie die Top-Aktivitäten der Influencer?

Klar, es ging ums Klettern, Biken und Wandern. Sie staunten über das Bierbrauen, informierten sich über das Käse-machen, schauten genau hin, wie Kaiserschmarren zubereitet wird. Auch das Schuhplatteln fehlte nicht. Mit diesem Projekt wurde Aufmerksamkeit auf die Nebensaisons gelenkt; weniger bekannte Orte in Südtirol konnten so in den Fokus gerückt werden. Ein paar Zahlen zum Projekt: Mit insgesamt 767 Instagram-Inhalten wie Reels, Posts und Stories erreichten die Influencer zwei Millionen Followers. Fabio de Vivo, der als Radiomoderator eine eigene Sendung bei R101 gestaltet, war so begeistert von Südtirol, dass er in zwei seiner Sendungen über seine Südtirol-Abenteuer berichtete. Damit wurden nochmals über 10 Millionen Zuhörer angesprochen.

Im Rahmen der Influencer-Kooperation „Original Südtiroler Christkindlmärkte“ waren Ende November zwei weitere italienische Influencerinnen, Laura Masi und Alessia Foglia, in Südtirol unterwegs. Laura @ruberry und Alessia Foglia @alessiafoglia_official hielten ihre followers während der Reise auf ihren Instagram-Accounts mit Stories, Posts und Reels auf dem Laufenden.

Insgesamt wurden 92 Beiträge auf ihren Instagram-Profilen veröffentlicht (2 Reels + 4 Posts + 85 Stories + 1 Blog Post).

Danke für's Folgen, Liken und Weiterleiten!

Ispirato e accompagnato dalla campagna “E se fossi qui?”, l'evento influencer #esefossiqui si è svolto nella primavera e nell'autunno del 2022. Nell'ambito del progetto sono stati organizzati tre soggiorni in Alto Adige con quattro influencer italiani. Laura Zampetti, Fabio de Vivo, Pietro Civera e Ornella Sprizzi, in due “squadre” diverse, hanno scoperto natura, piaceri e cultura della nostra zona. I follower hanno poi potuto votare su Instagram: quali sono state per loro le attività top degli influencer?

In prima fila, arrampicata, ciclismo ed escursionismo. Sono rimasti entusiasti della produzione di birra, hanno scoperto come si fa il formaggio e hanno osservato da vicino come si prepara il Kaiserschmarren. Non poteva mancare lo Schuhplatteln. Con questo progetto si è cercato di attirare l'attenzione sulla bassa stagione, mettendo in risalto luoghi meno conosciuti dell'Alto Adige. Qualche dato sull'iniziativa: con un totale di 767 contenuti Instagram fra reel, post e storie, gli influencer hanno raggiunto due milioni di follower. Fabio de Vivo, conduttore radiofonico con un proprio programma su R101, è rimasto così entusiasta dell'Alto Adige che ha raccontato le sue “avventure sudtirolesi” in due delle sue puntate, raggiungendo più di 10 milioni di ascoltatori.

Nell'ambito della collaborazione con gli influencer sui Mercatini di Natale Originali dell'Alto Adige, a fine novembre altre due influencer italiane, Laura Masi e Alessia Foglia, hanno viaggiato nel nostro territorio. Laura @ruberry e Alessia Foglia @alessiafoglia_official hanno tenuto aggiornati i follower con storie, post e reel sui loro account Instagram durante l'esperienza.

In totale, sono stati pubblicati 92 post sui loro profili Instagram (2 reel + 4 post + 85 storie + 1 post sul blog).

Grazie per aver seguito, apprezzato e condiviso!

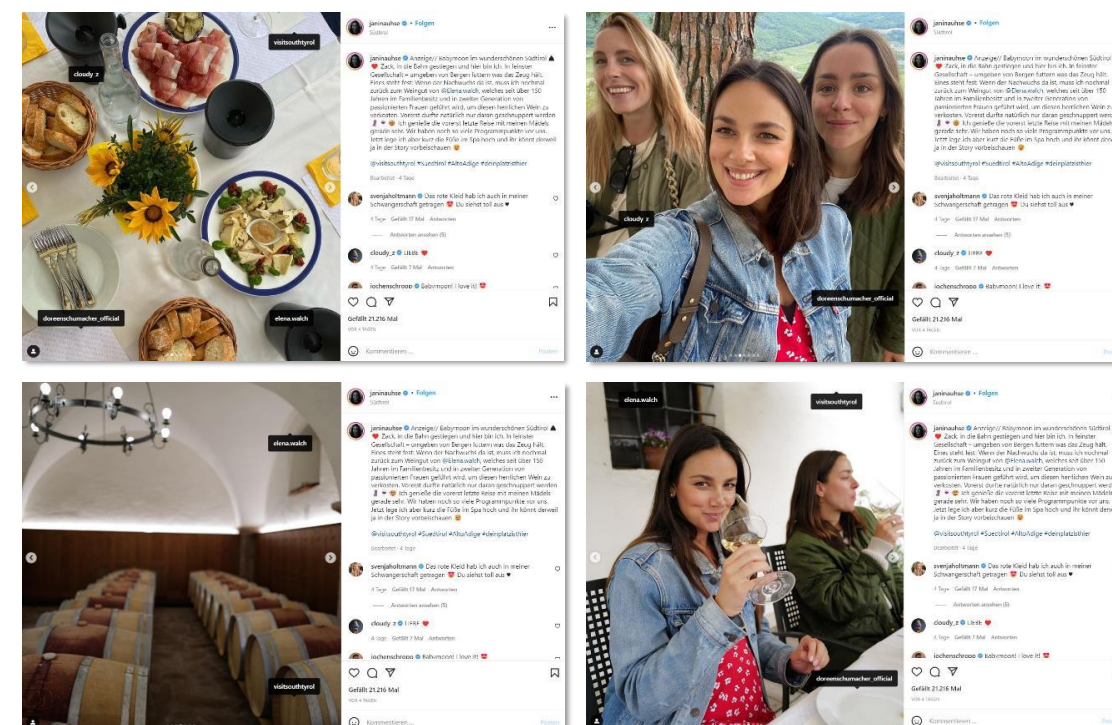


#esefossiqui



#deinplatzisthier

#love_merano



Nachhaltigkeit Sostenibilità

MERAN AUF DEM WEG DER ZERTIFIZIERUNG: FÜR EIN ENKELTAUGLICHES SÜDTIROL

Eines ist klar: Nur gemeinsam werden wir in der Lage sein, Südtirol als begehrtesten nachhaltigen Lebensraum Europas zu gestalten. Wenn wir wollen, dass unseren Enkeln ein im ganzheitlichen Sinne gesunder Lebensraum überlassen wird, müssen wir weit über den Umweltschutz hinausdenken. Vor allem aber müssen wir handeln. Nachhaltigkeit sollte ökologisch, ökonomisch, sozial und kulturell betrachtet werden. Deshalb setzen wir uns für einen Tourismus ein, der weder auf Kosten der Natur, noch auf die der Menschen in Südtirol geht. Gleichzeitig streben wir nach einem langfristig wettbewerbsfähigen Tourismus.

Dafür hat IDM ein Nachhaltigkeitsprogramm erarbeitet. Es bezieht die Tourismusorganisationen und die vielen, meist familiengeführten Tourismusbetriebe ein und begleitet sie in ihrer Entwicklung. An diesem Programm haben Vertreterinnen und Vertreter aus Wirtschaft, Verbänden und der Bevölkerung gemeinsam gearbeitet. Das Ergebnis sind Leitlinien für eine weitsichtige Planung. Gemeinsames Ziel ist es, den Stellenwert des Tourismus in Südtirol zu erhalten und ihn gleichzeitig in einem sich rasant verändernden Umfeld weiterzuentwickeln. Die Fortschritte in den Nachhaltigkeitsbestrebungen sollen in eine international anerkannte Zertifizierung münden, dem Nachhaltigkeitslabel Südtirol. Es basiert auf den Kriterien des Global Sustainable Tourism Council (GSTC). Mit Hilfe dieses international anerkannten Grundgerüsts soll ein einheitliches Verständnis von nachhaltigem Tourismus vermittelt werden. Die drei Abstufungen des Labels werden durch ein Audit geprüft. Für jede Stufe gilt es verschiedene Kriterien zu erfüllen, wobei die dritte und höchste Stufe der GSTC-Zertifizierung entspricht.

Die Kurverwaltung Meran hat die ersten Schritte bereits im Oktober 2022 gesetzt. Zwei Workshops mit den Themenschwerpunkten Management- und Sozialökonomie konnten bereits verwirklicht werden. Weitere Workshops rund um die Themen Kultur und Ökologie werden folgen.

PER UN ALTO ADIGE A “MISURA DI NIPOTI”: LA CERTIFICAZIONE DI SOSTENIBILITÀ

Un fatto è certo: solo insieme potremo fare dell'Alto Adige la regione sostenibile più ambita d'Europa. Se vogliamo che i nostri nipoti abbiano la possibilità di vivere in un contesto sano, nel senso più ampio del termine, dobbiamo pensare ben oltre la protezione dell'ambiente. Ma soprattutto dobbiamo agire. La sostenibilità deve essere considerata da più punti di vista: ecologico, economico, sociale e culturale.

Spinti da queste motivazioni ci impegniamo per un turismo che non vada a scapito né della natura né della popolazione. Allo stesso tempo, lavoriamo per un turismo competitivo a lungo termine.

In virtù di questo orizzonte, IDM ha sviluppato un programma di sostenibilità del turismo. Coinvolge le organizzazioni turistiche e le numerose imprese ricettive, per lo più a conduzione familiare, e le accompagna nel loro sviluppo. I rappresentanti dell'economia, delle associazioni e della popolazione hanno operato insieme alla stesura del programma. Il risultato è costituito da linee guida per una pianificazione lungimirante. L'obiettivo comune è di consolidare il ruolo del comparto turistico in Alto Adige e nello stesso momento di svilupparlo ulteriormente, in un contesto in rapida evoluzione. I progressi compiuti si tradurranno in una certificazione riconosciuta a livello internazionale, il marchio di sostenibilità Alto Adige. Si fonda sui criteri - accreditati a livello mondiale - del Global Sustainable Tourism Council (GSTC). Con l'appoggio di questo quadro strategico, si vuole trasmettere una comprensione uniforme del concetto di turismo sostenibile. I tre livelli del marchio sono controllati da un audit. Per ogni livello devono essere soddisfatti criteri diversi: il terzo e più alto standard corrisponde alla certificazione GSTC.

L'Azienda di Soggiorno di Merano ha già mosso i primi passi in questa direzione nell'ottobre 2022. Sono già stati realizzati due workshop incentrati sul management e sull'economia sociale. Seguiranno altri incontri sui temi della cultura e dell'ecologia.

Das Ziel ist es, die Zertifizierung innerhalb eines Jahres zu erhalten. Darüber hinaus werden kontinuierlich Gespräche mit dem Auditor der Green Destination stattfinden. Für die Kurverwaltung Meran steht Ulrike Pertoll als Ansprechpartnerin und Projektbegleiterin in engem Kontakt mit der Gemeinde Meran. In Zukunft werden weitere Interessengruppen und deren Vertreterinnen diesen Prozess mitgestalten. Mit Weiterbildungen und Angeboten verschiedener Akteure der Stadt hat die Kurverwaltung Meran bereits vor längerem begonnen. Die Zertifizierung soll zu einer erhöhten Sichtbarkeit führen und dazu dienen, den Weg für eine enkeltaugliche Zukunft in Meran zu ebnet.

TOOLBOX

IDM Südtirol hat gemeinsam mit Interessenvertretern, Betrieben und Agenturen Empfehlungen und Tools ausgearbeitet, die Sie bei Ihrer Nachhaltigkeitskommunikation an den Gast unterstützen. Praktische Tipps sowie Bild- und Videomaterial, grafische Elemente, Textbausteine und Best-Practice-Beispiele sollen Ihnen dabei helfen, Gäste über Ihre Bestrebungen in Sachen Nachhaltigkeit zu informieren.

Eine gute Nachhaltigkeitskommunikation verschafft Ihnen einen klaren Wettbewerbsvorteil und rechtfertigt einen höheren Preis. Sie sprechen neue Zielgruppen an, binden Gäste sowie Mitarbeiter langfristig an Ihren Betrieb und verbessern das Image bei Partnern, Lieferanten und Nachbarn.

www.idm-suedtirol.com/de/unsere-leistungen/nachhaltigkeit/toolbox-nachhaltigkeitskommunikation

L'obiettivo è ottenere la certificazione entro un anno. Inoltre continueranno le discussioni con l'auditor Green Destination. Per conto dell'Azienda di Soggiorno, Ulrike Pertoll è in stretto contatto con il Comune di Merano in qualità di referente e supervisore del progetto. In futuro, altri gruppi di interesse e i relativi rappresentanti contribuiranno a modellare il processo. Abbiamo nel frattempo promosso momenti di formazione e altre proposte con diversi stakeholder di Merano città. La certificazione dovrebbe portare a una maggiore visibilità, ma anche spianare la strada per un futuro “a misura di nipote” per la nostra città.

TOOLBOX

Insieme a stakeholder, aziende e agenzie, IDM Alto Adige ha sviluppato una serie di suggerimenti e strumenti per aiutarvi nella comunicazione sulla sostenibilità agli ospiti. Consigli pratici, immagini e video, elementi grafici, moduli di testo ed esempi di best practice sono ideali per aiutarvi a informare gli ospiti sui vostri sforzi per una maggiore sostenibilità.

Una buona comunicazione sulla sostenibilità vi offre un chiaro vantaggio competitivo e giustifica un prezzo più alto. Vi permette di rivolgervi a nuovi gruppi target, di fidelizzare gli ospiti e i collaboratori nel tempo alla vostra azienda e di migliorare la vostra immagine con partner, fornitori e vicini.

www.idm-suedtirol.com/it/il-nostro-lavoro/sostenibilita-alto-adige/toolbox-comunicazione-sulla-sostenibilita



Ulrike Pertoll

**HEAD OF SUSTAINABILITY
MERANO TOURIST OFFICE**



Einnahmen & Ausgaben

Entrate & uscite

EINNAHMEN

Seit 2014 kann die Kurverwaltung auf die Einnahmen aus der Ortstaxe zählen, die einen wesentlichen Teil der öffentlichen Beiträge darstellen. Um ihre Tätigkeit finanzieren zu können, hat die Kurverwaltung Meran auch 2022 mit Inserenten und Sponsoren zusammengearbeitet, ohne deshalb ihre Funktion als öffentlicher Dienstleister einzuschränken. Dasselbe gilt für die Veranstaltungen, bei denen sich Sponsoren als wichtige Einnahmequelle erwiesen haben. Sämtliche Einnahmen der Kurverwaltung werden in ihre Tätigkeitsbereiche und Struktur reinvestiert.

ENTRATE

Dal 2014 l'Azienda di Soggiorno può contare sulle entrate derivanti dall'imposta di soggiorno comunale, che rappresenta la parte maggiore dei contributi pubblici. Per poter finanziare le sue attività, anche nel 2022 l'ente ha lavorato con inserzionisti e sponsor, senza venir meno alla sua funzione di fornitore di servizi pubblici. Lo stesso vale per gli eventi, in cui gli sponsor hanno dimostrato di essere un'importante fonte di entrate. Tutti i ricavi dell'Azienda di Soggiorno vengono reinvestiti nelle sue aree di attività e nella struttura.

AUSGABEN

Auch im Jahr 2022 lag der größte Anteil der Ausgaben der Kurverwaltung in der Veranstaltungsorganisation sowie in touristischen Initiativen, gefolgt von Marketing- und Werbekampagnen, deren Inhalte qualitativ und quantitativ in den Jahren gewachsen sind.

Die Gästebetreuung besteht sowohl aus dem Informationsbüro als auch aus virtuellen Informationen. Sie umfasst das Zusammenführen und die Verbreitung von Informationen und Werbematerialien, sowie den Verkauf von Broschüren und Gadgets.

Der Posten „Mitgliedsbeiträge an andere Ämter“ betrifft unsere Beteiligung an der Verwaltung von Stadttheater- und Kurhausverein.

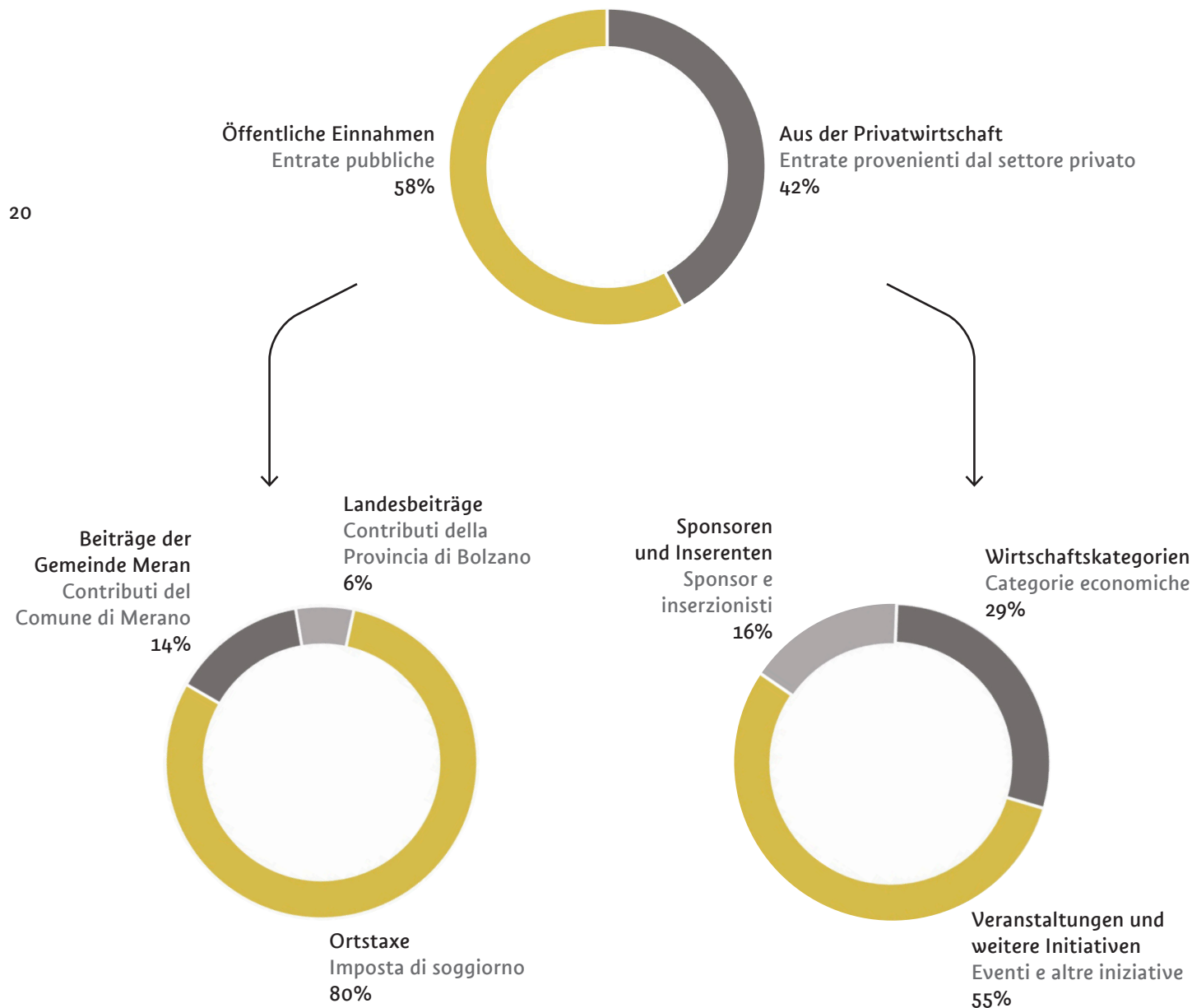
USCITE

Anche per il 2022, la principale voce di spesa dell'Azienda di Soggiorno è stata rappresentata dall'organizzazione di eventi e iniziative turistiche; a seguire la spesa per campagne promozionali e di marketing, che negli anni sono andate aumentando di contenuti e di qualità.

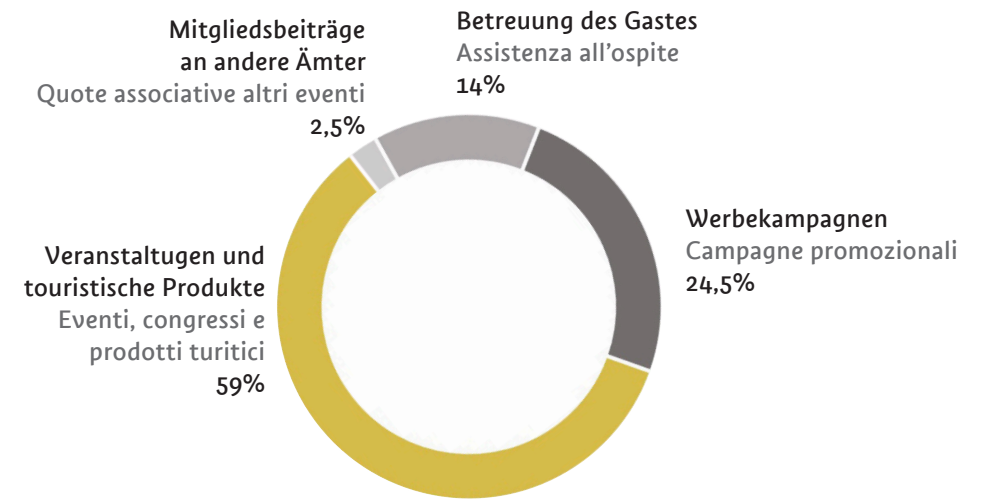
L'assistenza all'ospite riguarda il punto informativo fisico e virtuale, che prevede l'accoglienza e la divulgazione di informazioni e materiale promozionale, nonché la vendita di opuscoli e gadget.

La voce "quote associative altri Enti" riguarda la nostra partecipazione all'Ente di Gestione Teatro e Kurhaus.

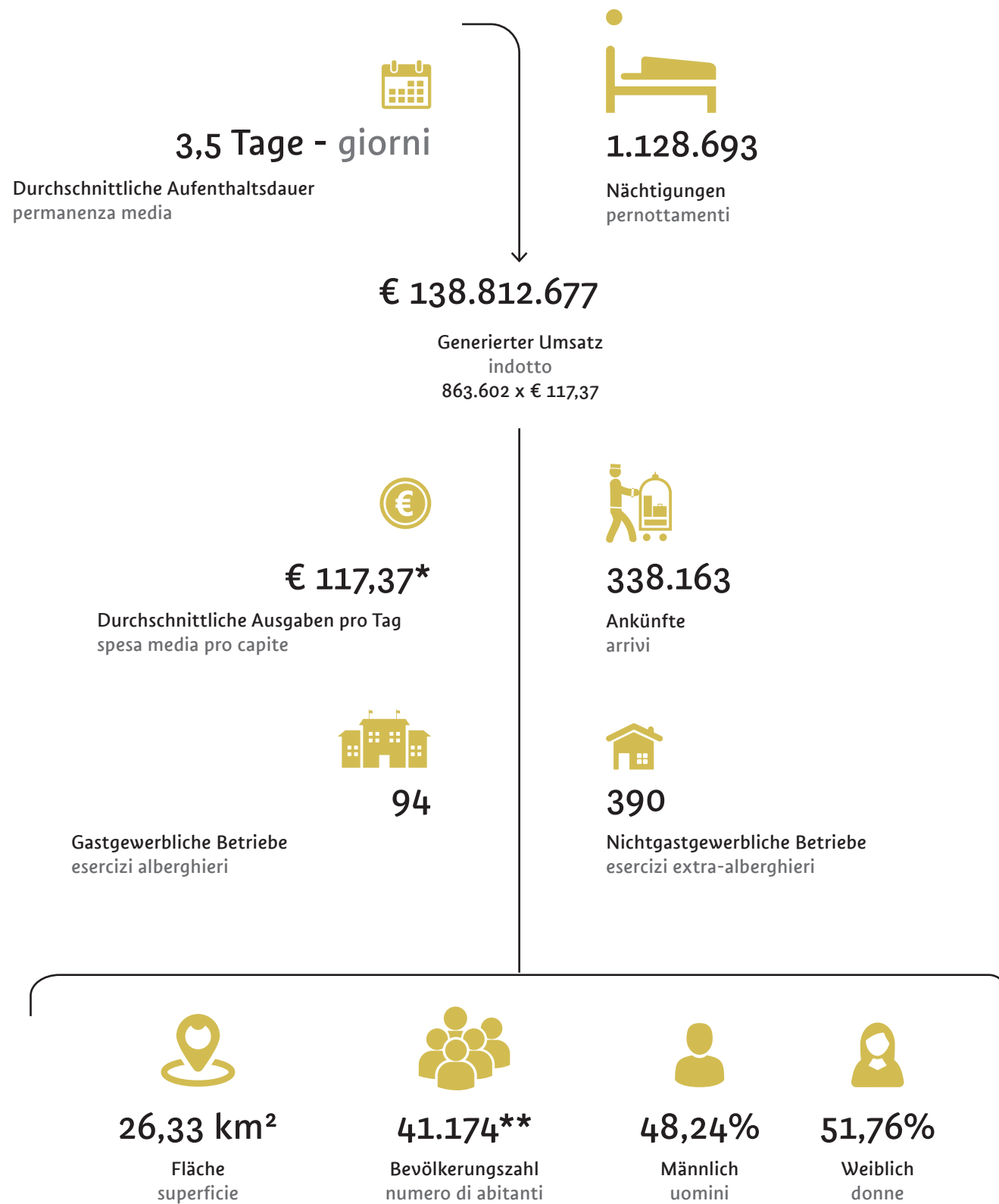
20



21

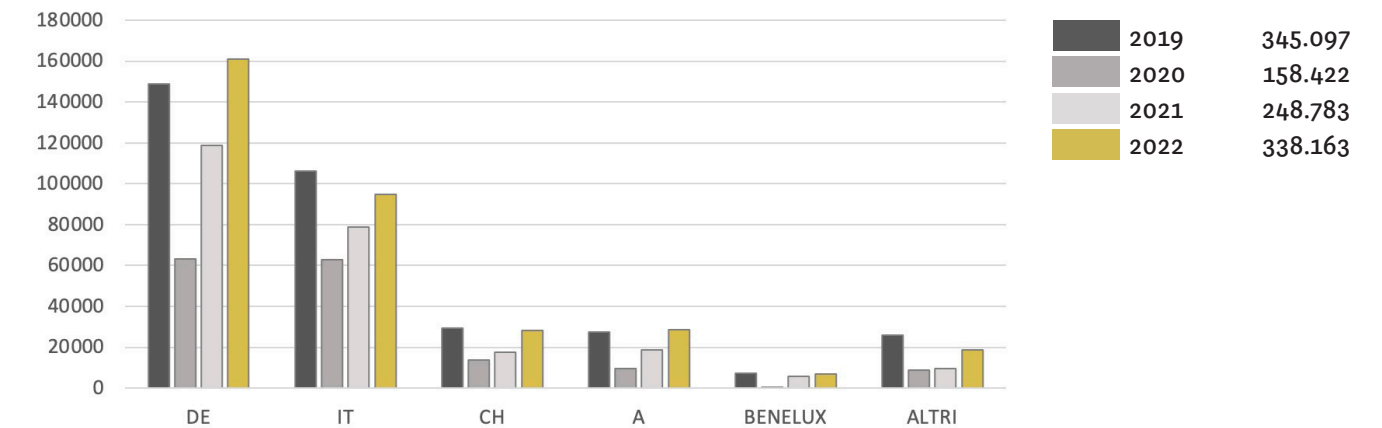


Rund um die Zahlen Intorno ai numeri

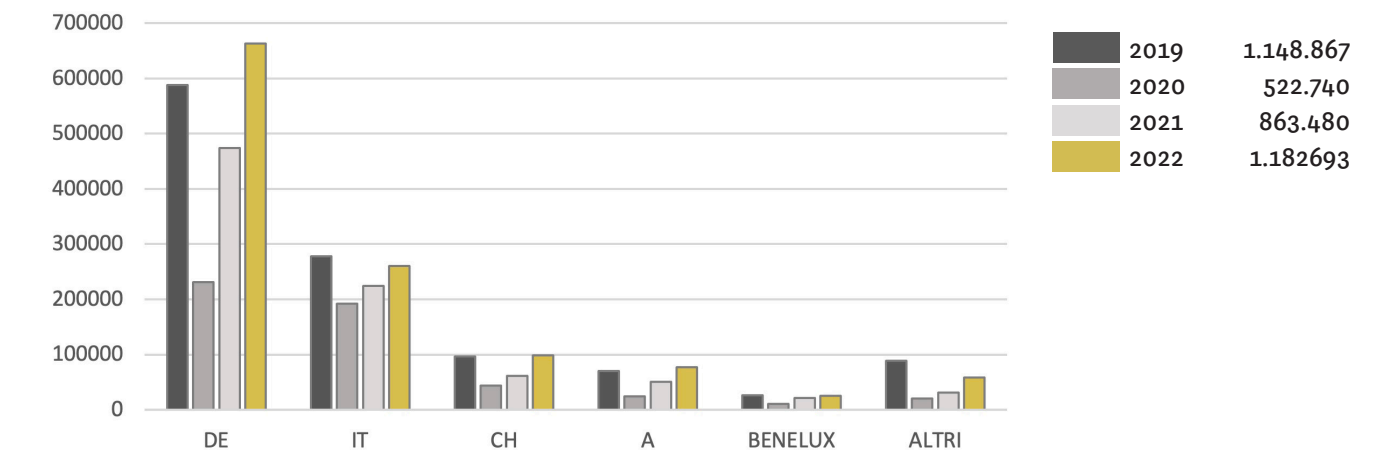


JAHRESSTATISTIK STATISTICA ANNUALE

ENTWICKLUNG DER ANKÜNFTE NACH LÄNDERN SVILUPPO DEGLI ARRIVI PER NAZIONE



ENTWICKLUNG DER NÄCHTIGUNGEN NACH LÄNDERN SVILUPPO DEI PERNOTTAMENTI PER NAZIONE



Im Vergleich zu 2019, letztes relevantes Buchungsjahr, das hier als Referenzpunkt dient, sind die Ankünfte in absoluten Zahlen leicht zurückgegangen (-2%), während (wie die nachstehende Statistik zeigt) die Übernachtungen gestiegen sind (fast +3%). Bei den Ankünften wuchs vor allem der deutsche Markt (+8,4%), auf den nach wie vor mehr als die Hälfte aller Übernachtungen entfällt, während der italienische Markt (-10,8%) schrumpfte, jedoch weiterhin im Ranking auf Position zwei bleibt. Infolge dieser Entwicklung bei Ankünften und Übernachtungen stieg die durchschnittliche Gesamtaufenthaltsdauer von 3,3 Nächten im Jahr 2019 auf 3,5 Nächte. Der Anstieg betrifft beide Hauptmärkte: den deutschen Markt (von 4 auf 4,1 Nächte) und den italienischen Markt (von 2,6 auf 2,7 Nächte).

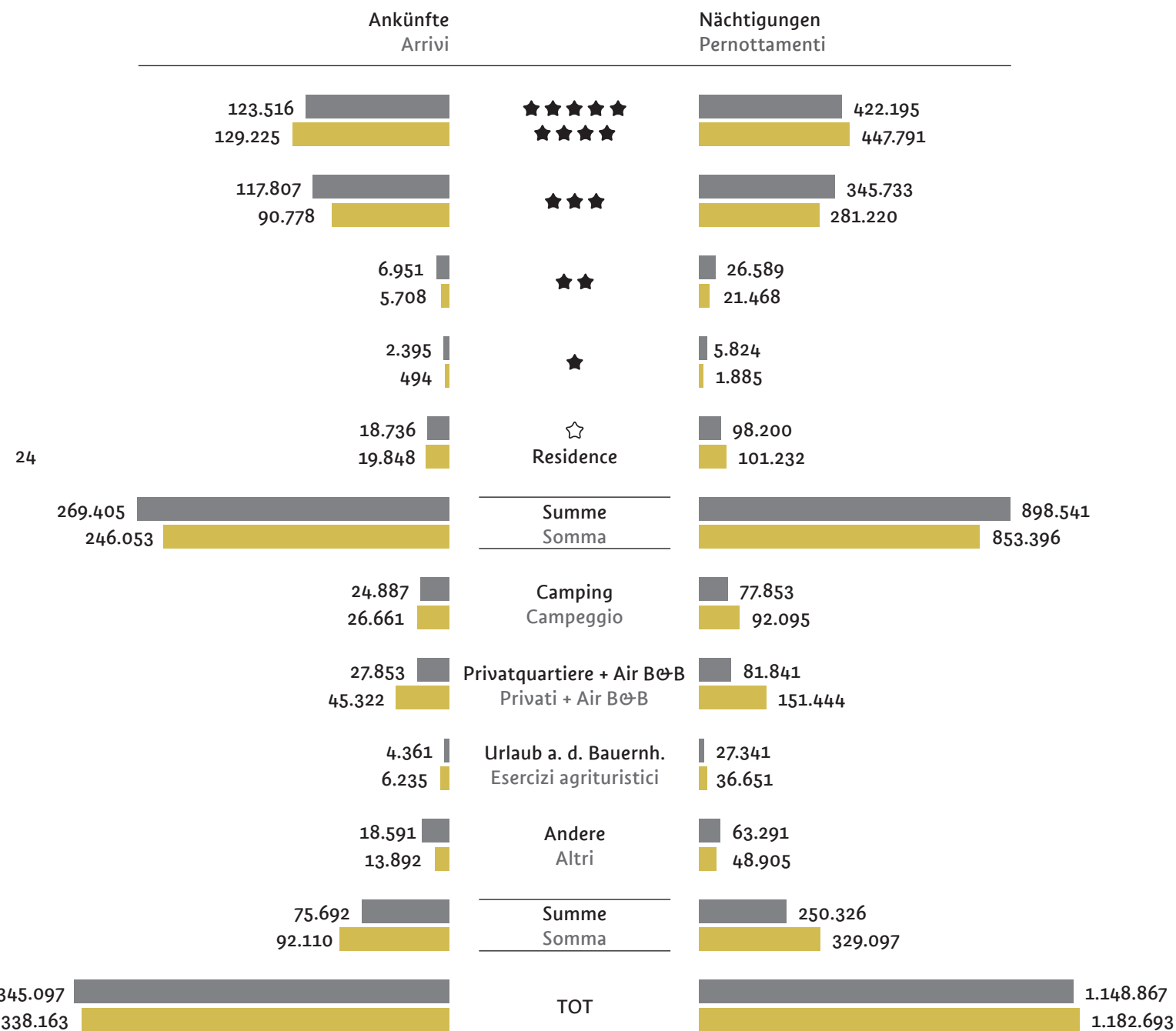
Rispetto al 2019, ultimo anno che prendiamo a riferimento, che qui serve come punto di riferimento, in termini assoluti gli arrivi registrano un leggero calo (-2%) a fronte (come si evince dalla tabella sotto) di un incremento dei pernottamenti (quasi +3%). È cresciuto, sul piano degli arrivi, in particolare il mercato tedesco (+8,4%), che continua a coprire oltre la metà del totale dei pernottamenti, a fronte di una contrazione di quello italiano (-10,8%) che rimane comunque secondo mercato per consistenza. Per effetto delle variazioni in senso opposto di arrivi e pernottamenti, risulta in crescita la permanenza media complessiva che dalle 3,3 notti del 2019 è salita a 3,5 notti. L'aumento riguarda entrambi i mercati principali: quello germanico (da 4 a 4,1 notti) e quello italiano (da 2,6 a 2,7 notti).

* Quelle: ASTAT-Gästebefragung 2012/2013 / ** ASTAT Stand am 31.12.2020
* Fonte: ASTAT-indagine sul turismo 2012/2013 / ** ASTAT (status al 31.12.2020)

Wo schlafen unsere Gäste? Dove dormono i nostri ospiti?

Vergleich 2019 - 2022 nach Betriebskategorien
Confronti 2019 - 2022 in base alle categorie alberghiere

2019
2022



Top Events 2023 Eventi top 2023

Vom Merano Flower Festival, den sommerlichen Musikveranstaltungen, über das Traubenfest im Herbst bis hin zur Meraner Weihnacht, hier finden Sie die Veranstaltungshighlights der Kurverwaltung Meran und deren Partner im Zeichen von Kultur, Tradition und Genuss im Überblick:

Dal Merano Flower Festival alle serate d'estate con eventi musicali, dalla Festa dell'Uva in autunno fino ai Mercatini di Natale Merano: sono questi gli eventi highlight dell'Azienda di Soggiorno e quelli sostenuti come partner all'insegna della cultura, della tradizione e del divertimento:

25.03.-28.10. Der Meraner Markt | Mercato Meranese

Jeden Samstagvormittag in der Freiheitsstraße: Landwirtschaftliche Erzeugnisse und Kunsthandwerk aus Südtirol. Il sabato mattina in corso Libertà, prodotti agroalimentari e artigianali al 100% altoatesini.

25.03. Farm Food Festival

83 Erzeuger aus fünf Regionen Südtirols präsentieren ihre besten Qualitätsprodukte aus Feld und Garten, Küche & Keller. Al Kurhaus 83 agricoltori altoatesini con solo i migliori prodotti di qualità, direttamente dai masi.

26.03. Giro d'Italia Handbike

Eröffnungsetappe im Stadtzentrum. Es ist das einzige Etappenrennen für paralympische Athletinnen und Athleten in Europa. Tappa inaugurale in centro per una manifestazione che unisce sport e abbattimento delle barriere.

10.04. Traditionelles Haflinger Galopprennen mit Umzug | Corse tradizionali dei cavalli Haflinger e sfilata

Traditioneller Umzug am Vormittag im Stadtzentrum und Galopprennen am Pferderennplatz am Nachmittag. La mattina il corteo in centro, il pomeriggio corse al galoppo ed esibizioni tipiche all'ippodromo.

23.-24.04. | 11. Yoga Meeting Meranlo

Workshops, kostenlose Kurse und Präsentationen im Kurhaus, der Gesundheit und dem Wohlbefinden gewidmet. Seminari e incontri, un'area olistica e una zona emporio: al Kurhaus, un evento dedicato alla ricerca del benessere.

28.04.-01.05. Merano Flower Festival

Blumenzüchter, Experten und Gärtner zeigen die Vielfalt ihrer Flora und laden zu Workshops und Rahmenprogramm ein. Sulla Passeggiata Lungo Passirio un tripudio di piante e di fiori arricchito da un ampio programma di contorno.

09.-11.06. Asphaltart

Das Internationale Straßenkunstfestival verwandelt die Stadt in eine große Bühne für seine Darsteller. Festival internazionale dell'arte di strada: il centro città si trasforma in un grande palcoscenico.

16.-18.06. Cool Swim Meeting Merano

Internationale Schwimmgrößen und Jungstars tummeln sich im Olympischen Becken des Lido Meran. Nella vasca olimpica del Lido di Merano si sfidano star del nuoto e aspiranti campioni, italiani e stranieri.

20.-22.06. | 14. Vino Miglia - Oldtimertreffen | 14° Vino Miglia - raduno d'auto d'epoca

Die Oldtimer-Rallye führt durch vier europäische Länder und macht für zwei Tage in Meran Halt. Il tour per oldtimer attraverso quattro paesi europei fa tappa per un paio di giorni anche a Merano.

23.-25.06. Citroën Classic Meranlo

Klassische Citroën-Oldtimer können drei Tage lang auf dem Thermenplatz bewundert werden. Raduno di auto d'epoca con passerella in città.

30.06.-09.07. | 40. Südtirol Jazzfestival | 40° Jazzfestival Alto Adige

Internationale Jazz-Größen erobern Südtirol mit Konzerten an verschiedenen Orten und auf etlichen Bühnen des Landes. Interpreti jazz di fama internazionale animano l'intero dell'Alto Adige con concerti in diverse località.

Juli | luglio | 27. Meran Jazz Festival & 21. Jazz Akademie
27° Festival Merano Jazz & 21° Jazz Academy

Bekannte Jazz-Interpreten sorgen für Abende mit unvergesslichen musikalischen Momenten.
 Famosi interpreti jazz e prestigiosi nomi della scena internazionale per serate di grande musica.

07.-09.07. Maia Music Festival

Drei Konzert-Highlights mit international gefragten Musikern auf der einzigartigen Bühne des Pferderennplatzes.
 Tre concerti con artisti di livello internazionale nello scenario unico dell'ippodromo.

11.07.-22.08. DienstagAbende | Martedìsera

Musik-, Markt- und Unterhaltungsprogramm sorgen für eine lockere, lebendige Atmosphäre in der Stadt.
 In centro, le serate estive si animano con musica, mercatino e intrattenimento in un'atmosfera leggera e gioiosa.

19.07. La Milanesiana (24. Ausgabe | 24° edizione)

Zum ersten Mal wird dieses prestigeträchtige Kulturereignis im Kursaal von Meran veranstaltet.
 Per la prima volta questo prestigioso evento culturale farà tappa a Merano al Kursaal.

Ende Juli-Mitte August | fine luglio-meta agosto
Midsummer Night

Musik, Unterhaltung, Freude, Emotionen: Nach Sonnenuntergang erwacht die Innenstadt mit einer Reihe von Events zum Leben.
 Musica, spettacolo, allegria, emozioni: dopo il tramonto, in centro vari appuntamenti in differenti location.

19.08.-20.09. | 38. Südtirol Festival MERANO.MERAN

Eines der renommiertesten Klassik-Festivals Europas präsentiert im Kursaal ein vielseitiges Programm.
 L'élite della musica classica nelle suggestioni del Kursaal per uno tra i festival più prestigiosi d'Europa.

23.-24.09. | 84. Grosser Preis Meran Südtirol | Meeting 84° Gran Premio Merano Alto Adige

Zwei Tage internationaler Reitsport: Höhepunkt am Sonntag mit dem prestigeträchtigen Hindernisrennen.
 Due giorni di ippica internazionale che culminano, la domenica, con la corsa ad ostacoli tra le più importanti d'Europa.

14.-15.10. Das Traubenfest - Tradition im Wandel | Festa dell'Uva Merano - Tradizione in movimento

Tradition, Kulinarik und gelebtes Brauchtum im Stadtzentrum begleitet von reichhaltigem Musikprogramm.
 Il profumo della storia, la gastronomia, la musica della tradizione: la Festa dell'Uva coinvolge tutto il centro.

15.10. | 75-jähriges Jubiläum des Verbandes Südtiroler Musikkapellen | 75° Giubileo dell'associazione
Bande Musicali Alto Atesine

Ehrenfest der Musikkapellen mit Aufmarsch in Tracht, einer Ehrenkutsche und vorbeiziehenden Festwagen.
 Un compleanno importante per un'associazione che custodisce la tradizione musicale sudtirolese.

27.-28.10. Südtiroler Genusstag | Gusti dell'Alto Adige

Im Kursaal entfaltet sich die große Palette Südtiroler Qualitätsprodukte.
 Al Kursaal, una finestra sui prodotti altoatesini con il Marchio di Qualità Alto Adige.

03.-07.11. | 32. Merano WineFestival

Ausgewählte Weinproduzenten stellen im Kurhaus und anderen Locations ihre besten Weine vor.
 Selezionati produttori di vino italiani ed esteri al Kurhaus e in altre location con le loro migliori etichette.

01.12.2023-06.01.2024 Meraner Weihnacht - Weihnachtsmarkt | Mercatini di Natale Merano

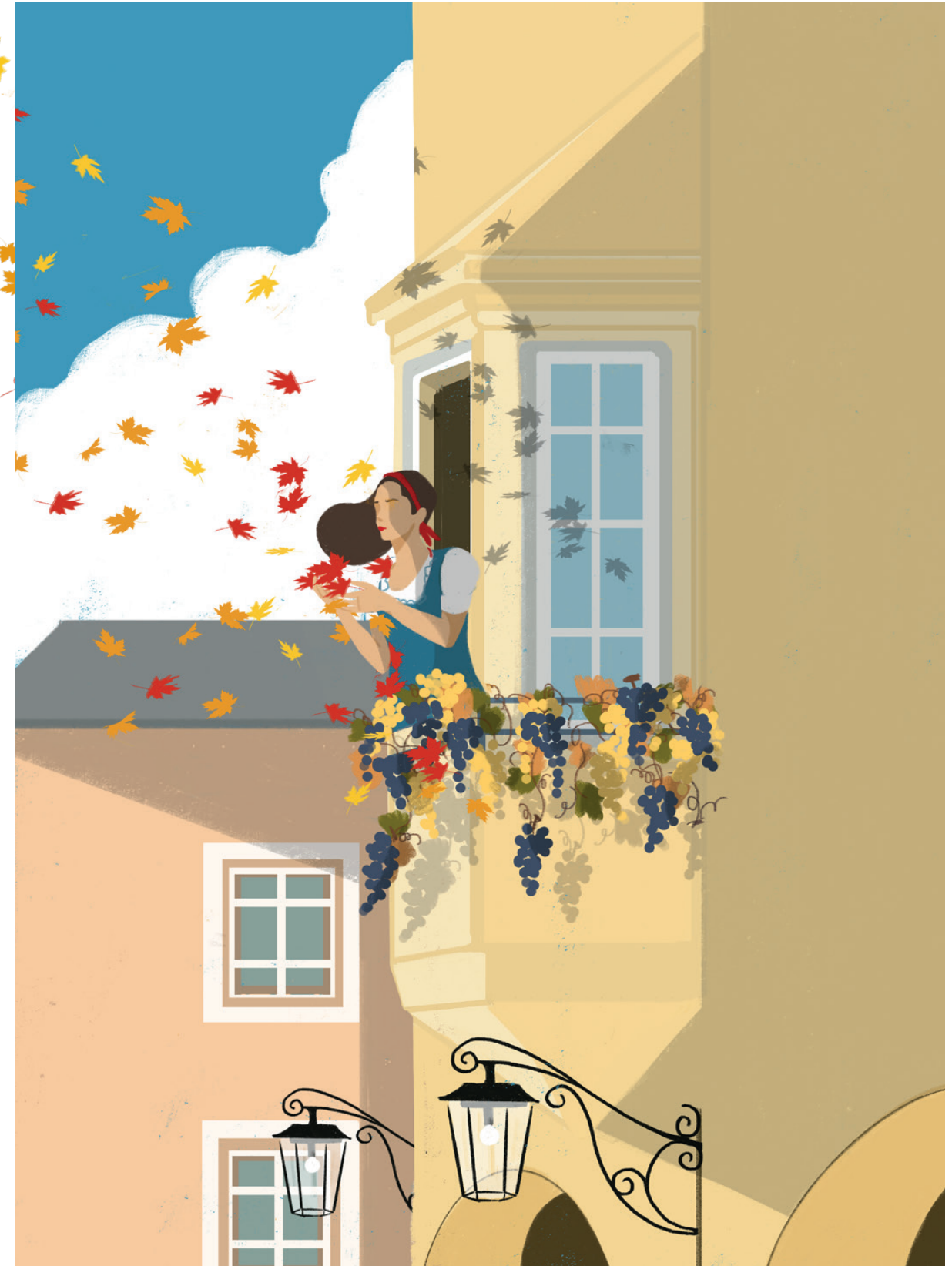
Typische Spezialitäten genießen und das Kunsthandwerk bestaunen; zudem weihnachtliches Rahmenprogramm!
 Immerse nell'atmosfera natalizia, le casette della gastronomia e dell'artigianato; da scoprire il programma di contorno.

31.12.2023 Silvester in Meran | San Silvestro a Merano

Die ganze Stadt feiert. Feiern Sie mit uns!
 Si festeggia!

Merken, weitersagen und dabei erwünscht!
 Ricordate, spargete la voce e fatene parte!

Änderungen vorbehalten
 Con riserva di modifiche



merano

Gut zu wissen

Bene a sapersi

Die Kurverwaltung Meran ist seit 1855 im Dienst der Stadt und ihren Gästen tätig, das ist und bleibt ein wesentlicher Auftrag für uns. Hier finden Sie einige Tools, Anregungen und Inputs, die wir gerne für Sie bereitstellen:

MARKE MERAN

Wir laden Sie ein, die Marke Meran auf Ihrer Website und Ihren Drucksorten zu verwenden und so Ihrem Betrieb und der gesamten Destination Kraft zu verleihen; Kontaktperson: judith.ladurner@meran.eu

BILD- UND VIDEODATENBANK

Aktuelles Bild- und Videomaterial passend zum Brand Meran gibt es auf Anfrage bei judith.ladurner@meran.eu

GUESTCARD

28 Die GuestCard wurde in den Orten Meran, Schenna, Dorf Tirol, Algund und Naturns um ein weiteres Jahr (bis 15. März 2024) verlängert.

MERANO APP

Die App ist im Apple Store sowie auf Google Play kostenlos downloadbar. Infos zur Merano App finden Sie auf Seite 15.

Mit der Merano App holen sich Ihre Gäste alle Vorteile in und um Meran auf ihr Smartphone (zum Beispiel reduzierte Eintritte in Museen, bei Aufstiegsanlagen, Freibäder etc.). Hat Ihr Gast die App erstmal heruntergeladen, bedarf es für die Aktivierung der GuestCard nur noch eines Klicks und schon stehen die besonderen Vorteile bereit.

MERANCARD

Den Mitgliedsbetrieben der Kurverwaltung Meran steht im Jahr 2023 die Ganzjahres-Mobilitätskarte (beinhaltet Mobilität und Museen) zur Verfügung. Die Kosten für den Beherbergungsbetrieb betragen € 1,08 + MwSt. pro Übernachtung für jeden Gast ab 6 Jahren. Ihre Ansprechpartnerin dafür ist Manuela Rungg: manuela.rungg@meran.eu

L'Azienda di Soggiorno di Merano è al servizio della città e dei suoi ospiti dal 1855: è questa la nostra funzione essenziale. Qui proponiamo alcune informazioni, suggerimenti e input che speriamo possano esservi utili.

MARCHIO MERANO

Vi invitiamo a utilizzare il marchio di Merano sul vostro sito web e sul materiale stampato, dando così vigore alla vostra attività e all'intera destinazione. Contatto: judith.ladurner@merano.eu

DATABASE DI IMMAGINI E VIDEO

Il materiale aggiornato di immagini e video armonizzato al marchio Merano è disponibile su richiesta a judith.ladurner@merano.eu

GUESTCARD

La GuestCard è stata prorogata per un altro anno (fino al 15 marzo 2024) a Merano, Scena, Tirolo, Lagundo e Naturno.

MERANO APP

L'applicazione può essere scaricata gratuitamente dall'Apple Store e da Google Play. Informazioni dettagliate a pagina 15.

Con l'app di Merano, i vostri ospiti potranno usufruire di tutti i vantaggi di Merano e dintorni (per esempio sconti presso musei, funivie, cantine, lidi e piscine coperte aderenti al progetto) attraverso il loro smartphone. Una volta che il vostro ospite ha scaricato l'app, basta un clic per attivare la GuestCard e i vantaggi speciali sono subito a disposizione.

MERANCARD

Nel 2023 gli esercizi partner dell'Azienda di Soggiorno di Merano potranno usufruire della MeranCard annuale (include mobilità e musei). Il costo per l'albergatore è di € 1,08 + IVA a pernottamento per ogni ospite di età superiore ai 6 anni. La persona di riferimento è Manuela Rungg: manuela.rungg@meran.eu.

NEWSLETTER

Wöchentlich von April bis Dezember und alle 14 Tage von Januar bis März, immer freitags bereiten wir die wichtigsten Informationen, Veranstaltungen, Neuerungen auf Landesebene, Trends und Statistiken für Sie im Newsletter auf. E-Mail: info@meran.eu
Betreff: Anmeldung der Merano Newsletter

NEWSLETTER GREEN

Monatlich behandeln wir im Merano Newsletter Green Themen der Nachhaltigkeit und der Innovation in einem breitgefächerten Spektrum. E-Mail: info@meran.eu
Betreff: Anmeldung der Merano Newsletter Green

INSTAGRAM #MYMERANO

Meran verfügt über einen erfolgreichen, viel gesehenen Instagram Account. Verwenden Sie und Ihre Gäste das Hashtag #mymerano und die Bilderwolke an Erlebnismomenten aus Meran wird größer und größer.

MEIN LIEBLINGSSTÜCK - ANDENKEN AUS MERAN

In der Kurverwaltung Meran, auf unserer Website (Menüpunkt: Info & Service - Service für Gäste in Meran), sowie auf unserem Facebook Account „Shop“ gibt es eine kleine Auswahl an Mitbringseln aus Meran. Schauen Sie vorbei, vielleicht ist etwas dabei, das Sie Ihren Gästen gern empfehlen möchten.

NEWSLETTER

(settimanale da aprile a dicembre e ogni 14 giorni da gennaio a marzo, sempre il venerdì). Nella newsletter offriamo importanti informazioni e aggiornamenti sugli eventi, sulle novità, sulle tendenze e sulle statistiche. E-mail: info@meran.eu
Oggetto: Iscrizione alla Newsletter di Merano

NEWSLETTER VERDE

(mensile) Ogni mese, la Newsletter Merano Green affronta temi riguardanti la sostenibilità e l'innovazione ad ampio raggio. E-mail: info@meran.eu
Oggetto: Iscrizione alla Newsletter Merano Green

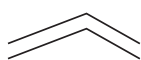
INSTAGRAM #MYMERANO

Merano ha un account Instagram di successo e molto visitato. Usa l'hashtag #mymerano per te e i tuoi ospiti e il patrimonio di foto di esperienze meranesi diventerà sempre più grande. 29

COSA TI PORTO DA MERANO - I SOUVENIR

Presso l'Azienda di Soggiorno, sul nostro sito web (nel menù "informazioni e servizi"- Servizi per gli ospiti di Merano - Cosa ti porto da Merano) e sul nostro account Facebook - Shop, troverete una piccola selezione di souvenir di Merano. Date un'occhiata, forse c'è qualcosa che vorreste raccomandare ai vostri ospiti.

merano



Kurverwaltung Meran • Azienda di Cura, Soggiorno e Turismo
I-39012 Merano (BZ) • Freiheitsstraße 45 corso Libertà
Tel +39 0473 272000 • info@meran.eu • www.meran.eu