

merano



2020

# Jahresbericht Relazione annuale



Die Linse, die wir brauchen, um zurückzublicken und eine Bilanz des Jahres zu ziehen, ist dieses Jahr wohl anders als sonst. Es braucht neue Filter, um das Jahr 2020 zu erfassen. Ein Jahr in dem nichts mehr so war wie vorher und das wir vor allem mit Verantwortungsbewusstsein überstanden haben.

Das Ziel, in der Zeit, in der die Welt zum Stillstand kam, war es, das Image Merans aufrecht zu halten, die Bindung zu den Gästen zu pflegen und Maßnahmen auf die traditionellen Märkte zu konzentrieren. Wir haben dies mit Kreativität, originellen Aktionen und zielorientiertem Spirit gemacht. Neben den traditionellen Kommunikationswegen haben wir stark auf digitale Varianten und auf die Ansprache in den sozialen Netzwerken gesetzt. Die gemeinsam mit IDM und HGV ins Leben gerufene RESTART-Kampagne erzielte im Rahmen dessen, was die Umstände zu hoffen erlaubten, ein bemerkenswertes Ergebnis. Der Sommer hat uns gute touristische Ergebnisse gebracht und gleichzeitig konnten wir die Anwesenheit einer neuen Zielgruppe, vorrangig aus dem nationalen Raum, erkennen.

Die Unsicherheit, von der das vergangene Jahr geprägt war, hat sich zwangsläufig in unseren Alltag manifestiert. Wir haben die Aufgaben mit Reaktivität und Flexibilität bewältigt, um auf die schnell ändernden Regeln und Anforderungen zu reagieren. Mit der neuen Strukturierung der Kompetenzen intern, konnten wir das Fehlen jener Kollegen auffangen, die aus Gründen der Kosteneinsparungen nicht weiter beschäftigt werden konnten. In diesem Jahr präsentieren wir diesen Bericht mit den persönlichen Beiträgen unserer Mitarbeiter: Er ist ein Beispiel, unter vielen, wie wir uns neu erfinden haben dürfen und müssen, da bekannte „Muster“ gesprengt wurden.

Einige Male wurden unsere strategischen und organisatorischen Tätigkeiten sowie Vorbereitungsaufgaben auf Veranstaltungen ausgebremst, da wir uns den Entscheidungen der Behörden fügen mussten. Wir sahen und sehen es als unsere Pflicht, bereit zu sein, und auf jeden Fall haben wir aus den Situationen gelernt und unser Wissen erweitert. Diese Erfahrungswerte aus dieser sich schnell verändernden Realität helfen uns auch für das gesamte touristische Schaffen in der Zukunft gerüstet zu sein.

Wir stellen uns dem was kommt gestärkt durch das Vertrauen, das wir von allen unseren Partnern, der Gemeinde Meran, der Provinz und dem HGV erhalten haben. Wir möchten uns dafür bei Ihnen allen bedanken.

La lente che serve per guardarci indietro e trarre un bilancio dell'anno questa volta è ben diversa dal solito. Servono filtri nuovi, per leggere un 2020 in cui nulla è stato come prima e che abbiamo percorso facendoci guidare, in primo luogo, dal senso di responsabilità.

L'obiettivo, nel momento in cui il mondo si fermava, è stato di tenere viva l'immagine del nostro territorio, alimentando il legame con gli ospiti fidelizzati e così concentrando l'azione sui mercati tradizionali. Lo abbiamo fatto con creatività, con azioni originali, volte a stimolare l'attenzione. Abbiamo agito con forza sui canali social oltre che secondo le strade più canoniche. Allestita assieme a IDM e HGV, la campagna RESTART ha ottenuto un ritorno notevole, nei limiti di quanto le circostanze potessero permettere di sperare. L'estate ci ha consegnato validi risultati turistici e allo stesso tempo portato ospiti che per la prima volta hanno scelto Merano, aprendoci a una nuova platea soprattutto sul mercato nazionale.

L'incertezza che ha cadenzato l'ultimo anno si è inevitabilmente riflessa nella nostra quotidianità operativa. Abbiamo aumentato la reattività, l'elasticità nel rispondere a regole ed esigenze in rapido divenire, con una riorganizzazione interna delle competenze in grado di riassorbire il mancato rinnovo di alcune collaborazioni che la necessità del contenimento delle spese ci ha imposto. Quest'anno presentiamo questa relazione per voce dei nostri collaboratori: è un esempio, fra i tanti, di come ci siamo voluti e dovuti reinventare in quanto i vecchi "schemi" sono saltati.

Più volte l'attività strategica e di preparazione degli eventi non ha trovato esito, dovendosi adeguare alle decisioni delle autorità: ma era nostro dovere farci trovare pronti, e in ogni caso abbiamo accresciuto il nostro bagaglio di conoscenze che torneranno utili in questa realtà rapidamente trasformata anche per tutto il panorama turistico.

Una realtà che affrontiamo rafforzati dalla fiducia ottenuta da tutti i partner, dal Comune di Merano, dalla Provincia, dalla HGV. A tutti rivolgiamo il nostro ringraziamento.

## IMPRESSUM

Kurverwaltung Meran  
Azienda di Cura, Soggiorno e Turismo  
Freiheitsstraße 45 corso Libertà  
39012 MERANO  
Tel. +39 0473 272000  
info@merano.eu  
www.merano.eu

**Projektleitung | Direzione progetto**  
Dr. Sandy Kirchlechner | Judith Ladurner

**Texte | Testi**  
Karin Hofer | Dr. Simone Facchini

**Cover und Illustrationen | Copertina e illustrazioni**  
Daniela Prünster | Studio Dante

**Grafic**  
Alessio Leone

**Fotos**  
Dr. Sandy Kirchlechner | Chantal Redavid

Ingrid Hofer

Ingrid Hofer

PRESIDENT



Daniela Zadra

Daniela Zadra

DIRECTOR  
part time



# Assistentin der Direktion

## Assistenza alla direzione

Meine dreißigjährige Erfahrung in der Kurverwaltung Meran hat dazu beigetragen, dass ich heute als Assistentin und rechte Hand der Direktion tätig bin und somit in mehreren Aufgabenfeldern aktiv sein darf: von der Organisation von Veranstaltungen, vor allem im Sommer, über die Realisierung einiger Drucksorten, wie z. B. des offiziellen Stadtführers, bis hin zur Organisation der Weihnachtsbeleuchtungen und mehr. Ich habe den Bereich Verwaltungsrat der Kurverwaltung und alles was damit zusammenhängt über - von der Tagesordnung über die Planung der Sitzungen bis hin zur Erstellung der Protokolle.

Mein Name ist Tamara Scarselletta - ich koordiniere die internen Ressourcen des Sekretariats, indem ich nach Fähigkeiten und Kompetenzbereichen die Aufgaben unter den Kolleginnen und Kollegen aufteile und immer ein Auge auf die Ausgeglichenheit der Situation behalte. Ein anspruchsvoller Bereich, der Einfühlungsvermögen und Zuhören erfordert, bei dem ich meine Kolleginnen und Kollegen in allen Phasen der Produktentwicklung, unterstütze und begleite.

Das Jahr 2020 wird uns für immer in Erinnerung bleiben. Es war ein Jahr, das uns auf die Probe gestellt hat, sowohl im beruflichen Bereich - von einem Lockdown zum nächsten - als auch auf persönlicher Ebene. Eines kann ich aber getrost behaupten, wir haben die Zähne zusammengebissen und mit Leidenschaft und Engagement Projekte und Ideen erarbeitet, die zum Teil realisiert und zum Teil in die Schublade gelegt wurden, bereit, zum richtigen Zeitpunkt herausgezogen zu werden.

Lassen Sie sich von unserer Kreativität und Professionalität überraschen!

La mia trentennale esperienza in Azienda mi porta a svolgere il ruolo di assistente di direzione e ad essere attiva su più fronti: dall'organizzazione di eventi soprattutto estivi, alla realizzazione di alcuni stampati, come ad esempio la Guida ufficiale alla città, fino all'organizzazione delle luminarie natalizie e non solo. Seguo anche da sempre il Consiglio di Amministrazione dell'Azienda di Soggiorno e tutto ciò che gli ruota attorno, dall'ordine del giorno, alle delibere fino alla redazione del verbale.

Mi chiamo Tamara Scarselletta e coordino le risorse interne della segreteria, andando ad equilibrare le competenze ed i tanti carichi di lavoro di ognuno di noi. Un incarico impegnativo, di assoluta empatia ed ascolto, in cui sostengo ed accompagno le colleghe ed i colleghi durante tutte le fasi legate allo sviluppo di un prodotto.

Il 2020 rimarrà impresso nella nostra memoria per sempre ed è stato un anno che ci ha messo alla prova, sia sul piano lavorativo - tra un lockdown e l'altro - che su quello personale. Ma dal punto di vista del nostro lavoro, tutto il team ha stretto i denti e con passione ed impegno ha portato avanti progetti ed idee che in parte si sono potuti realizzare ed in parte sono stati messi nel cassetto, pronti per essere tirati fuori al momento giusto.

Lasciatevi quindi sorprendere dalla nostra creatività e professionalità!

Tamara Scarselletta

ASSISTANCE TO THE DIRECTOR  
➤ RESOURCE MANAGEMENT





# Die Marke Meran

## Il marchio Merano

Ich bin Karin Hofer.

In der Kurverwaltung Meran beschäftige ich mich hauptsächlich mit den Bereichen Brand & Event.

Die Marke Meran wurde im Februar 2019 erstmals der Öffentlichkeit präsentiert. Als Markenbotschafterin Sorge ich für die (infra)strukturelle Anwendung, die empirische, sensitive Vermittlung der Marke mittels ERLEBNISRÄUMEN und der materiellen Darstellung in Form von Schriftzügen, Plakaten, Gadgets, usw.

Letzteren Aufgabenaspekt betreue ich gemeinsam mit meiner Kollegin Judith Ladurner, die als Markenbotschafterin im grafischen Bereich aktiv ist.

Ein Beispiel für die Anwendung in einer Infrastruktur ist die Platzierung der Merano Liegestühle in den Gärten von Schloss Trauttmansdorff oder der Merano Schriftzug auf der Kurpromenade. Der Wert des Erlebnisreichtums findet sein Terrain in den facettenreichen Angeboten, den passenden Events, sowie den Verweilplätzen. Mit den Marken Gadgets schließt sich der Angebotskreis.

Die Werte der Marke:

**KULTIVIERTE SCHÖNHEIT - ERLEBNISREICHTUM - CONTRO CORRENTE**

bilden das Fundament der Marke: **NUOVO LUSO.**

Sono Karin Hofer.

All'interno dell'Azienda di Soggiorno di Merano, mi occupo principalmente di Brand & Event.

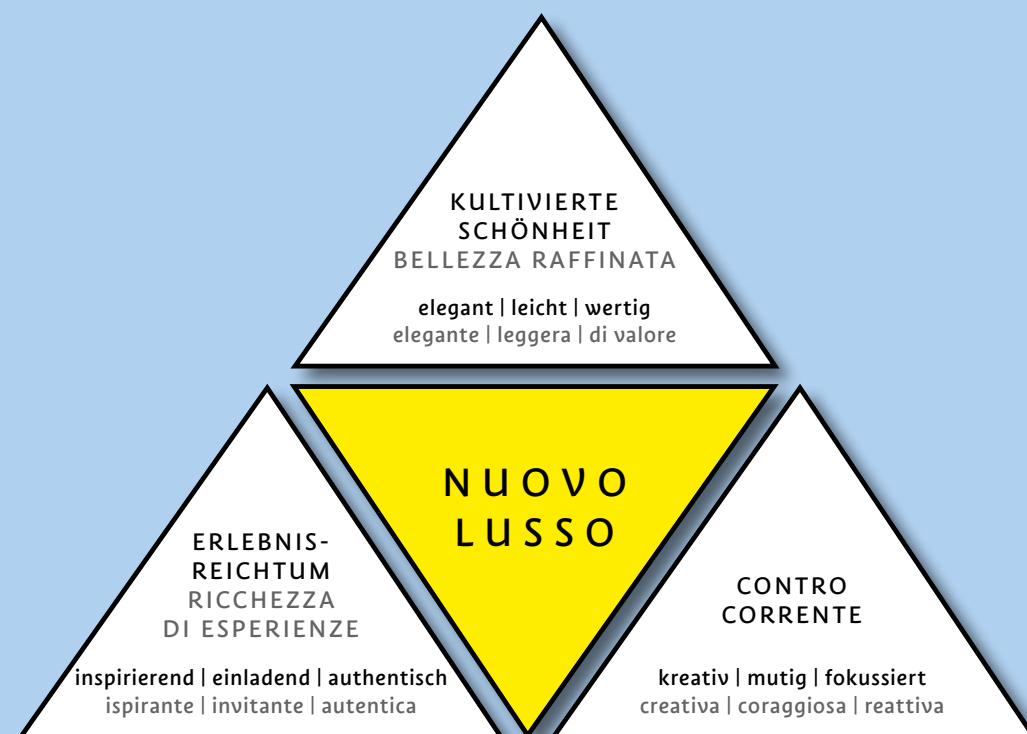
Il marchio Merano è stato presentato al pubblico per la prima volta nel febbraio 2019. Come ambasciatrice del marchio, mi occupo della sua applicazione (infra)strutturale, della sua comunicazione empirica e concreta attraverso "LUOGHI ESPERIENZIALI" (luoghi dove vivere esperienze e sensazioni) e della sua rappresentazione materiale sotto forma di newslettering, poster, stampati, gadget, ecc. Supervisiono quest'ultimo aspetto del compito insieme alla mia collega Judith Ladurner, operativa come ambasciatrice del marchio nel campo del design grafico.

Un esempio di applicazione del marchio in un'infrastruttura è il posizionamento delle sedie a sdraio di Merano presso i Giardini di Castel Trauttmansdorff o la scritta di Merano in 3D sulla Passeggiata. Il valore dell'esperienza trova il suo terreno nella poliedricità dell'offerta, negli eventi tematizzati, così come nei luoghi di relax. Con i gadget griffati Merano il cerchio si chiude.

I valori del marchio:

**BELLEZZA RAFFINATA - RICCHEZZA DI ESPERIENZE - CONTRO CORRENTE**

formano il fondamento del marchio: **NUOVO LUSO.**



Die Marke Meran ist noch jung und wir haben noch viel vor, wenn Sie uns dabei unterstützen möchten, freuen wir uns. Prüfen Sie Ihren Betrieb auf die Markenaffinität und lassen Sie uns wissen, wie wir Sie in der Optimierung unterstützen können:

- Habe ich das Merano Logo auf meiner Website und ist es richtig verlinkt?
- Sind Bildsprache und Tonalität auf meinen Kommunikationskanälen passend?
- Habe ich aktuelles Infomaterial im Zimmer aufliegen?
- Verweise ich in der Zimmermappe, am Fernseher oder am Frühstückstisch auf Angebote der Stadt?

Wenn Sie Fragen zur Marke bzw. deren Anwendung haben stehen Judith und ich Ihnen gerne zur Verfügung. Schreiben Sie uns unter: [brand@meran.eu](mailto:brand@meran.eu).

Ich arbeite gerne in der Arbeitsgruppe mit Kollegen, wo ich mich bei vielen Events im Jahreskreis als kreatives Teammitglied einbringen kann.

Für die Highlight Events und - Projekte **Frühling in Meran**, **Merano Flower Festival** und **Traubenfest Meran** zeichne ich als Projektleiterin. Dabei verwende ich gerne die Walt-Disney-Strategie, eine Kreativitätstechnik bei der man sich in drei verschiedene Charaktere versetzt.

1. Die **Träumerin**, die wild herumspinnst und neue, verrückte Ideen entwickelt.
2. Die **Realistin**, die sich Gedanken über die konkrete Umsetzung der Ideen macht.
3. Die **Kritikerin**, die die Ideen genau überprüft und auf eventuelle Risiken hinweist.

2020 haben wir die Vorhaben im Frühling nicht realisieren können. Wohl ist es aber gelungen eine sanfte Variante des Traubenfest Meran ohne traditionellen Festumzug zu gestalten.

Il marchio Merano è ancora giovane e abbiamo molti progetti in serbo, se volete sostenerci ne saremmo molto contenti. Fate un check all'interno della vostra azienda sull'affinità al marchio e fateci sapere se e come possiamo aiutarvi:

- Ho il logo di Merano sul mio sito web ed è collegato/linkato correttamente?
- Il linguaggio visivo e il tono delle parole/testi sono appropriati sui canali di comunicazione?
- Avete materiale informativo aggiornato nelle stanze?
- Faccio riferimento alle offerte della città all'interno delle stanze d'albergo, o alla TV o al tavolo della colazione?

Se avete domande sul marchio e/o sulla sua applicazione, Judith ed io saremo felici di aiutarvi: scrivete a [brand@merano.eu](mailto:brand@merano.eu)

Mi piace molto lavorare in team con i miei colleghi dove posso contribuire come membro creativo. Per gli eventi ovvero progetti **Primavera a Merano**, **Merano Flower Festival** e **Festa dell'Uva a Merano** firmo come project manager. Mi piace usare la strategia di Walt Disney, una tecnica di creatività in cui ti metti nei panni di tre personaggi diversi:

1. La **sognatrice**, che sprizza di creatività ed idee folli.
2. La **realista**, che tiene presente tutti gli step di realizzazione concreta delle idee.
3. La **critica** che esamina da vicino le idee e segnala i possibili rischi.

Nel 2020 non siamo stati in grado di realizzare i progetti primaverili. Tuttavia, siamo riusciti a creare una versione soft della Festa dell'Uva di Merano senza la tradizionale sfilata.



Karin Hofer

BRAND & EVENT MANAGEMENT



# Kommunikation Comunicazione

Ich bin Sandy Kirchlechner und habe die Kommunikation der Kurverwaltung Meran über. Das Jahr 2020 hat uns einerseits dazu gebracht Dinge zu überdenken, andererseits hat es uns dazu gefordert flexibel und schnell zu sein. Der Start war sehr gut, der Plan für die Kommunikation auf den Hauptmärkten (Deutschland, Italien, Schweiz und Österreich) und auf den Hoffnungsmärkten (Belgien und Frankreich) war klar. Die Marketingkampagne für die slow e.motion Zeit (Januar - Mitte März 2020) hat Früchte getragen, die unsere Erwartungen übertroffen haben: +30,31% und +11,42% der Ankünfte aus Italien und Deutschland in den Monaten Januar und Februar. Auch die Kampagne für den Frühling hatte, mit den ersten Schaltungen in den Medien **Die Zeit**, **Blooms**, mit einem Gewinnspiel auf **geo.de**, mit ganzen Seiten zu Meran auf **Gardenia**, **Natural Style**, **Arte**, **Airone** e **Bell'Italia**, bereits begonnen. Ein erstes Ergebnis der Redaktionstour in Hamburg, die in Januar stattgefunden hatte: Meran hat Meran einen digitalen redaktionellen Beitrag gewidmet. Im Februar wurde die Zusammenarbeit für ein Gewinnspiel zum Merano Flower Festival mit der Zeitschrift **Focus** gestartet.

Die Lock-Down Zeit, hat uns für ein paar Tage gelähmt, ganz Europa versuchte zu verstehen, was los war. Nachdem klar wurde, dass es sich um eine ernsthafte Situation handelte, haben wir begonnen im Team nachzudenken und die gesamte Kommunikationsstrategie neu aufzustellen, wir mussten leider viele der geplanten Marketingmaßnahmen stornieren oder vertagen. Wir sind nicht verzagt, wir sind weiterhin mit denjenigen, die Meran lieben, über unsere Social-Media-Kanäle in Kontakt geblieben, wir wollten den Menschen nahe sein und haben ihnen Freizeit-Tipps und Bilder unserer Stadt vermittelt, um sie in dieser besonderen Zeit zu unterstützen. Wir haben ihnen **#meranvomfensteraus** gezeigt und sie durch ihre Tage mit der Playlist „Immer schön piano | Meran von zu Hause aus“ auf Spotify begleitet. Die Initiative **#meranvomfensteraus** wurde unter anderem vom nationalen Newsportal **ansa.it** aufgegriffen. Dies sind nur einige der Aktionen der „We care“ Phase der neuen Kommunikationsstrategie für 2020, die zudem den stetigen Kontakt zu den Redaktionen über unsere PR-Agentur PressWay vorsah.

Im Anschluss an die von IDM durchgeführten Maßnahmen folgte die Phase „Restart“ mit einem eigenen Video, das denjenigen, die sich Meran als Reise für ihren nächsten Urlaub zum Ziel gesetzt haben, neue Hoffnung und Zuversicht suggerieren sollte.

Sono Sandy Kirchlechner, da alcuni anni seguo la comunicazione dell'Azienda di Soggiorno. Il 2020 è stato un anno che da una parte ci ha dato modo di riflettere e dall'altra ci ha richiesto flessibilità e velocità d'azione. Siamo partiti bene, con un piano molto chiaro per la comunicazione su tutti i mercati principali (Germania, Italia, Svizzera e Austria) e sui mercati con potenziale (Belgio e Francia). La campagna marketing per il periodo slow e.motion (gennaio - metà marzo 2020) ha portato frutti insperati di +30,31% e +11,42% di arrivi da parte dei mercati Italia e Germania nei mesi di gennaio e febbraio. Anche la campagna per la primavera ha visto le prime uscite su **Die Zeit**, **Blooms**, un gioco a premi su **geo.de**, pagine intere dedicate a Merano su **Gardenia**, **Natural Style**, **Arte**, **Airone** e **Bell'Italia**. Dal tour delle redazioni svoltosi ad Amburgo in gennaio sulla rivista Merian era risultato un redazionale online dedicato a Merano. In febbraio era stata avviata una collaborazione per un gioco a premi dedicato al Merano Flower Festival con la rivista **Focus**.

Il momento del lockdown ci ha paralizzato per qualche giorno, tutta l'Europa stava cercando di capire cosa stesse succedendo. Compreso che si trattava di una faccenda seria, all'interno del team abbiamo iniziato a riflettere e a rivedere tutta la strategia di comunicazione, dovendo purtroppo stornare o rimandare parecchie operazioni marketing pianificate. Non ci siamo persi d'animo, abbiamo continuato a comunicare con chi ama Merano attraverso i nostri canali social, volevamo stare vicino alle persone con consigli su come trascorrere il tempo e con immagini della nostra città che potessero aiutarli in un momento tanto particolare. Abbiamo mostrato loro **#meranodallafinestra** e accompagnato le loro giornate con la playlist **“Piacevole lentezza | Merano a casa tua”** su Spotify. L'iniziativa **#meranodallafinestra** è stata pubblicata tra gli altri sul portale di news nazionale **ansa.it**. Queste sono alcune delle azioni della fase **“We care”** della nuova strategia di comunicazione per il 2020 che prevedeva inoltre il contatto continuo con le redazioni attraverso la nostra agenzia di PR PressWay.

Sull'onda delle azioni messe in opera da IDM, è seguita la fase **“Restart”** con un video dedicato che voleva infondere nuova speranza e sicurezza a chi stava decidendo la meta per le prossime vacanze. Ci siamo rivolti al mercato italiano con un passaggio televisivo dedicato a Merano su **LA7** e alcune pagine su **Bell'Italia**, **Natural Style**, **Arte** e **Airone**, nel digitale ci siamo presentati su **amica.it**, **living** e **style del Corriere**. I contenuti: muoversi all'aperto, visite guidate con lo smartphone, passeggiate e tour dei castelli ci sono

Auf dem nationalen Markt wurde ein TV-Beitrag zu Meran auf **LA7** ausgestrahlt und einige Seiten in den Magazinen **Bell'Italia**, **Natural Style**, **Arte** und **Airone** publiziert. Im digitalen Bereich waren wir auf **amica.it**, **living** und **style vom Corriere** vertreten. Die Themenschwerpunkte Bewegung in der Natur, Kultur mittels Audioführungen mit dem Smartphone, Spazierwege und Schlosstouren haben uns redaktionelle Beiträge auf nationale Medien beschert, darunter **siviaggia** mit über 6 Millionen Besuchern im Jahr. Im Juli 2020 ist, dank der guten Zusammenarbeit mit dem Verlag **Cairo Editore**, eine Sonderbeilage von **Bell'Italia zu Südtirol** mit zwei redaktionellen Beiträgen zu acht Seiten über Meran erschienen. Für den deutschen Markt haben wir uns an den Onlinekampagnen der IDM beteiligt. Die Resonanz seitens der Gäste hat uns Recht gegeben, im Juli hatten wir über 60% der Nächtigungen des Vergleichsmonats 2019 erreicht, im August 88%, im September 78%.

Wiederum im Sommer haben wir auf lokaler Ebene eine Kampagne lanciert, um die Sommerinitiativen des neu entstandenen Produktes **Merano Midsummer Night Rosé** zu bewerben.

Für den Herbst haben wir die „enJOY“ Phase ausgearbeitet, in der wir auf **Bell'Italia** und **Natural Style** erschienen sind, eine weitere Sendung zu Meran auf **LA7** ausgestrahlt wurde und eine hohe Sichtbarkeit unserer Destination in den IDM Kampagnen hatten. Im September hat uns **RAIUNO** besucht, um Aufnahmen für die Sendung „Paesi che vai“ zu tätigen. Das Thema war das historische Meran der Kaiserin Sissi und das heutige Meran, Filmset für verschiedene Filme inländischer Bedeutung.

valsi dei redazionali su testate nazionali, tra cui **siviaggia** che conta oltre 6 milioni di visite all'anno. In luglio 2020, grazie alla buona collaborazione con **Cairo Editore**, è uscito un **allegato speciale dedicato all'Alto Adige di Bell'Italia** con due redazionali per un totale di 8 pagine su Merano. Per il mercato tedesco abbiamo aderito alle campagne online di IDM. Il riscontro da parte degli ospiti ci ha dato ragione, nel mese di luglio abbiamo ottenuto il 60% dei pernottamenti del 2019, in agosto l'88%, in settembre il 78%.

Sempre in estate a livello locale abbiamo realizzato una campagna per promuovere le iniziative estive legate al nuovo prodotto **Merano Midsummer Night Rosé**.

Per l'autunno abbiamo previsto la fase **“enJOY”**, in cui siamo usciti su **Bell'Italia** e **Natural Style**, è stato realizzato un ulteriore passaggio su **LA7** e abbiamo avuto una buona presenza di Merano nelle campagne lanciate da IDM. In settembre ci ha fatto visita **RAIUNO** con la trasmissione **“Paesi che vai”**, dedicata alla Merano di ieri con Sissi e alla Merano di oggi, set cinematografico per vari film di rilevanza nazionale.





Dank der Erfahrung im Frühling konnten wir den zweiten Mini-Lockdown im November sehr gut nutzen, wir wussten genau was zu tun war, haben weiterhin die Kommunikation über unsere Social-Media-Kanäle gepflegt, wir haben Zeit in das Monitoring der Situation investiert und in wenigen Wochen wurden die Kampagnen „**#meranodelight**“ und „**ichkaufelokal #weilichmeranliebe**“ umgesetzt. Finanziert von der Gemeinde Meran und von der Kurverwaltung Meran, wurden diese in Zusammenarbeit mit den Berufsverbänden HGV, hds, Confesercenti und LVH/APA abgestimmt. Beide hatten das Ziel die lokale Wirtschaft zu unterstützen, metaphorisch und faktisch Licht ins Dunkle zu bringen.

Eine Reihe von Tutorial Videos für die Adventszeit und die Testimonial gestützte Videoreihe „**ichkaufelokal**“ haben diesen Aktionsplan weiter bereichert. Der Adventskalender der Stiftung Lene Thun hat es ermöglicht mit Meran und seiner Weihnachtsbeleuchtung auf **TGcom24** zu erscheinen, dabei handelt es sich, mit 11,7 Mio. Einzelbesuchern pro Woche, um das meistbesuchte Informationsportal Italiens.

Il secondo mini-lockdown in novembre non ci ha colti impreparati. Forti dell'esperienza in primavera, sapevamo cosa fare e abbiamo continuato con la comunicazione tramite i nostri canali social, abbiamo investito il tempo per monitorare la situazione e per realizzare in poche settimane le campagne „**#meranodelight**“ e „**iocomprolocale #percheamomerano**“. Finanziate dal Comune di Merano e dall'Azienda di Soggiorno, in collaborazione con le associazioni di categoria HGV, hds, Confesercenti e LVH/APA, entrambe hanno avuto lo scopo di sostenere l'economia locale, di portare luce in un periodo buio, sia dal punto di vista metaforico che da quello reale. Abbiamo realizzato uno shooting dedicato all'illuminazione natalizia e a Merano innevata e abbiamo prodotto tutta una serie di video tutorial per il periodo dell'Avvento e di testimonial per l'azione „**iocomprolocale**“, con un ottimo riscontro. Il calendario d'Avvento della Fondazione Lene Thun ha permesso a Merano di avere un posto sul podio delle nove città che illuminano il Natale su **TGcom24**, testata d'informazione online più seguita d'Italia con 11,7 milioni di visitatori unici a settimana.



Als die Absage des Weihnachtsmarktes bestätigt wurde, war es klar, dass wir etwas unternehmen mussten, um den Bürgern und den Wirtschaftstreibenden der Stadt Wärme und Licht zu bringen. Daher haben wir uns intensiv für den einzigen aktiven Wirtschaftszweig eingesetzt und in wenigen Wochen zwei Kommunikationskonzepte ausgearbeitet, die davon abgeleiteten Maßnahmen geplant und umgesetzt.

Una volta confermata la disdetta dei Mercatini di Natale, era chiaro che fosse necessario fare qualcosa per portare calore e luce agli abitanti e agli operatori economici della città. Ci siamo quindi impegnati a fondo, dedicandoci all'unico settore economico attivo, per elaborare nell'arco di poche settimane due concetti di comunicazione, pianificare e mettere in atto le misure previste.

**#meranodelight** schließt alle Aktionen ein, die in der Adventszeit umgesetzt wurden, in denen die Protagonisten die Weihnachtsbeleuchtung der Stadt, der Adventskalender der Stiftung Lene Thun und die Tutorial Videos zu unseren Adventsbräuchen waren. Für die Grafik rund um den Weihnachtsmarkt wurde die Farbe Ocker aus den Merano Markfarben gewählt, da sie ähnlich wie die Farbe Gold wirkt und Wärme vermittelt. Die Themen der Tutorials wurden von der Arbeitsgruppe der Kurverwaltung Meran definiert.

**#ichkaufelokal #weilichmeranliebe** ist ein Konzept, welches ganz neu ausgearbeitet wurde. Das Hauptziel war es, die Bevölkerung dazu zu animieren, die lokale Wirtschaft zu unterstützen, indem sie darauf verzichtet, über die großen internationalen Portale online zu kaufen und stattdessen lokale Unternehmen bevorzugt. Ein Anziehungsmagnet dafür sollte auch die Weihnachtsbeleuchtung sein, die die Menschen dazu einladen sollte in die Stadt zu kommen. Die Grafik dazu wurde von einer Arbeitsgruppe der Kurverwaltung gestaltet, das Logo soll die Unterstützung, die Wärme, die Verbundenheit zwischen den Menschen und die Liebe für die eigene Stadt darstellen, daher die Farbe Rosé. Es wurde auch eine lokale Marketingkampagne auf den klassischen, meistgelesenen Medien und auf unseren Social-Media-Kanälen umgesetzt. Letztere waren das Schaufenster für die Testimonial Videos, deren Ziel es war, Menschen jeder Altersgruppe und jeden Berufs zu zeigen, die aus den verschiedensten Gründen und weil sie Meran lieben, lokal kaufen. Sowohl die Kampagne auf den lokalen Medien als auch jene auf den Social-Media-Kanälen zielten auf den eigens auf meran.eu geschaffenen Plattformen: **delivery@takeaway** und **ichkaufelokal**.

Beide Kampagnen wurden zudem auf den dreieckigen Info Litfaßsäulen beworben, die im Stadtkern positioniert sind.

Nach so einem Jahr sind wir mehr als bereit, uns den Herausforderungen im neuen Jahr zu stellen!

**#meranodelight** racchiude tutto ciò che è stato fatto nel periodo dell'Avvento (da fine novembre a fine dicembre), in cui hanno recitato da protagonisti l'illuminazione natalizia della città, il calendario d'Avvento Thun e i video tutorial dedicati alle nostre tradizioni natalizie. La grafica riporta il colore ocra che viene utilizzato per i Mercatini di Natale, perché vicino al color oro e in grado di veicolare calore. I temi dei tutorial sono stati individuati dal gruppo di lavoro all'interno dell'Azienda di Soggiorno.

**iocomprolocale #percheamomerano** è un concetto realizzato da zero. L'obiettivo primario è stato di sensibilizzare la popolazione a sostenere l'economia locale, rinunciando a comprare online attraverso i grandi portali internazionali. Grande magnete doveva essere anche l'illuminazione che invitava le persone ad uscire di casa. La grafica è stata elaborata da un gruppo di lavoro all'interno dell'Azienda di Soggiorno, il logo vuole rappresentare il sostegno, il calore, l'unione tra le persone e l'amore per la propria città, da cui anche la scelta del colore rosé. È stata attivata una campagna marketing locale sui media classici e digital più seguiti e una campagna sui nostri canali social, che hanno ospitato anche i video testimonial, il cui scopo era mostrare persone di tutte le età e mestieri che comprano locale per i motivi più vari e perché amano Merano. Sia la campagna sui media locali che quella sui canali social puntavano alle piattaforme create su merano.eu: **delivery@takeaway** e **iocomprolocale**.

Entrambe le campagne sono inoltre state veicolate tramite i pannelli trifacciali esposti nel cuore della città.

Dopo un anno così, siamo più che mai pronti per cogliere le sfide del 2021!

Sandy Kirchlechner

HEAD OF COMMUNICATION  
DEPARTMENT

part time



# Digital & Social Media



## WEBSEITE MERAN.EU

In diesem Frühjahr, als ich in meinem Garten liegend den Himmel bewunderte, entdeckte ich die Liebe zu meiner Stadt wieder, die ich fast vergessen hatte. So nah und doch so fern von meinen Lieblingsorten, bekam ich immer mehr Lust darauf sie mit neuen Augen zu sehen. Ich wollte meine Liebe zu meiner Stadt auch mit denjenigen teilen, die weit weg waren und sich nach Meran sehnten, also beschloss ich, die Artikel „4 Tage Meran“, „Kurstadt Meran“ und „Spazierwege und Promenaden“ in den Vordergrund zu stellen, damit jeder die Möglichkeit hatte im Gedanken durch unsere Gassen zu schlendern. Um dieses Gefühl, in Meran zu sein, zu verstärken, habe ich die Seite „Meran in Farbe“ erstellt: fünf Sammlungen von Bildern, die nach der Farbpalette der Marke „Merano“ unterteilt sind.

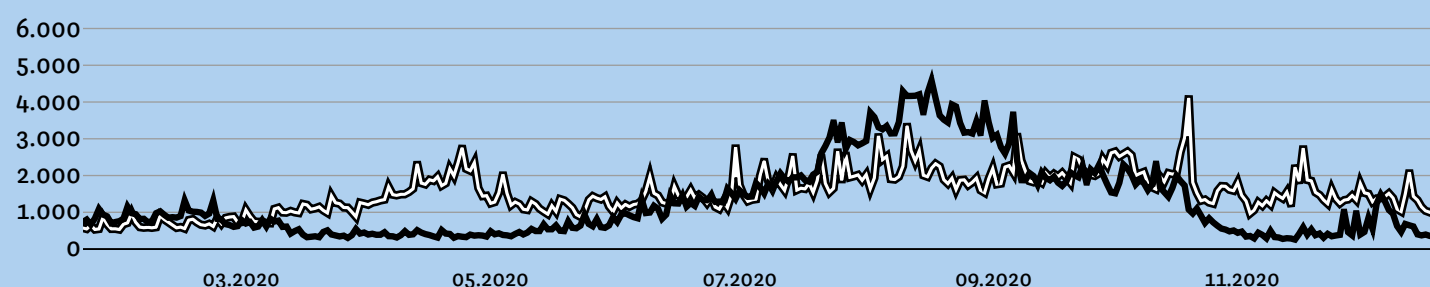
## SITO MERANO.EU

Questa primavera, mentre ammiravo il cielo sdraiata in giardino, ho riscoperto un amore verso la mia città che avevo quasi dimenticato. Così vicina eppure così lontana dai miei posti preferiti è nato in me il desiderio di vederli con nuovi occhi. Volevo condividere il mio amore per la mia città anche con chi era fisicamente lontano e ne aveva nostalgia, quindi ho deciso di mettere in primo piano gli articoli “Merano in 4 giorni”, “Merano città termale” e “Passeggiate a Merano” per permettere a tutti di passeggiare mentalmente per i nostri vicoli. In supporto ho creato la pagina “Merano a colori”: cinque raccolte di immagini suddivise in base alla gamma dei colori del marchio Merano.

12

Vergleich der Nutzer  
Confronto dei visitatori  
2019 - 2020

2019  
2020



Nutzer Visitatori	Neue Nutzer Nuovi visitatori	Seitenaufufe Visualizzazioni di pagina	Durchschn. Sitzungsdauer Permanenza media	Absprungrate Bounce rate (abbandono repentino del sito)
-13,79% 384.787 vs. 446.362	-14,85 % 380.700 vs. 447.105	-24,64% 1.170.330 vs. 1.553.016	-23,51% 00:02:29 vs. 00:03:14	32,13% 31,83 % vs. 24,09 %

Die Daten der Seitenaufufe der Webseite spiegeln genau das Verhalten der Ankünfte der Gäste wider. Die Rückgänge entsprechen der Lockdown Zeiträume. Während in den Monaten von Juli bis Oktober sogar Spitzen verzeichnet wurden, die 2019 übertrafen.

I dati delle visite al sito rispecchiano esattamente l'andamento degli arrivi degli ospiti. I cali corrispondono ai periodi di lockdown, mentre nei mesi da luglio ad ottobre si sono persino registrati dei picchi superiori al 2019.

Im Sommer, mit der Ankunft der lang erwarteten Gäste, war es meine Priorität sichere Alternativen zu finden und zu präsentieren, um unsere Stadt zu erkunden. Für die Seite „Merans Nuancen“ haben wir deshalb mit dem Museum „Kunst Meran“ zusammengearbeitet und individuelle Rundgänge durch die Stadt erstellt, um unbekannte Ecken mit dem eigenen Smartphone zu entdecken. Hervorgehoben habe ich auch unsere „Early Bird“-Initiative, die dazu animiert, sich am frühen Morgen im Freien zu bewegen.

Mir gelang es auch das neue Projekt „Merano's people“ zu starten, welches Meraner ins Rampenlicht stellen soll, die unsere Stadt mit ihren kreativen Ideen und Projekten bereichern. Das Projekt umfasst verschiedene Interviews und Artikel, die in den kommenden Jahren erweitert werden sollen.

Im November, mit dem zweiten Lockdown, haben wir die lokale Wirtschaft weiter unterstützen können, indem wir die Seite „Liefer- und Abholservice“ für die Gastronomie und die Seite „Ich kaufe lokal“ für den Handel erstellt haben.

Con l'arrivo dell'estate e dei tanto attesi ospiti la mia priorità era trovare modi alternativi per permettere a tutti di visitare la nostra città in sicurezza. Per la pagina “Le nuance di Merano” abbiamo collaborato con il museo “Merano Arte” e abbiamo creato percorsi da fare in solitaria alla scoperta di angoli sconosciuti con il proprio smartphone. Ho messo in risalto anche la nostra iniziativa “Early Bird”, rivolta tanto agli ospiti quanto ai meranesi, che incoraggia a muoversi all'aria aperta di prima mattina.

Sono riuscita anche a partire con il nuovo progetto “Merano's people” che vuole puntare i riflettori su cittadini che con le loro idee creative e i loro progetti arricchiscono la nostra città. Il progetto prevede una lunga serie di interviste e articoli che verranno pubblicati anche negli anni a venire.

A novembre, con il secondo lockdown, abbiamo deciso di sostenere l'economia locale creando la pagina “Servizio di consegna e asporto” per la gastronomia e la pagina “Io compro locale” per il commercio.



105.353 Total Page Likes  
5.529.708 Total Post Impressions



+3.088 Follower



64% Frauen - Donne

13

## FACEBOOK

Ich habe im Januar 2020 begonnen, die Facebook-Seite „Meran/Merano“ zu verwalten. Eine unerwartete Herausforderung, die eine gute Portion Kreativität, Flexibilität und Feingefühl erforderte. Von Woche zu Woche eignete ich mir neue Kenntnisse an und passte mich neuen Bedürfnissen an, ohne jemals das Wichtigste aus den Augen zu verlieren: präsent zu sein und den anderen nahe zu sein.

Gemeinsam mit der Marketingabteilung starteten wir die Kampagne #meranvomfensteraus und baten unsere Followers, uns Fotos von Meran zu schicken, die sie aus den Fenstern ihrer Häuser gemacht hatten. Auch viele Meran Gäste nahmen an der Aktion teil und schickten uns ihre schönsten Urlaubserinnerungen unserer Stadt.

Im Frühjahr habe ich virtuelle Führungen durch die Meraner Museen angeboten, die Menschen ermutigt, köstliche Südtiroler Rezepte zu Hause zu kochen, Kuriositäten erzählt und mit unseren wunderbaren Spazierwegen zum Träumen angeregt - unsere wahre Stärke in diesem 2020.

## FACEBOOK

Ho iniziato a gestire la pagina Facebook “Meran/Merano” a gennaio 2020. Una sfida inaspettata, che ha richiesto una buona dose di creatività, flessibilità e delicatezza. Di settimana in settimana ho imparato nozioni nuove e mi sono adattata a nuove necessità, senza mai perdere di vista la cosa più importante: essere presenti ed essere vicini agli altri.

Insieme al reparto marketing abbiamo quindi lanciato la campagna #meranodallafinestra, chiedendo ai nostri follower di mandarci le foto di Merano fatte dalle finestre delle proprie case. Hanno partecipato anche tanti ospiti che ci hanno inviato i loro ricordi più cari della nostra città.

In primavera ho proposto visite virtuali ai musei di Merano, ho invogliato a preparare deliziose ricette altoatesine a casa propria, ho trovato curiosità da raccontare e ho fatto sognare con le nostre meravigliose passeggiate - il nostro vero punto di forza in questo 2020.

Im Sommer und Herbst habe ich unseren sozialen Kanal genutzt, um die Outdoor-Aktivitäten zu kommunizieren, die man in Meran und Umgebung machen kann, um die Schönheit unserer Region und die verschiedenen Möglichkeiten für einen unbeschwerten Urlaub hervorzuheben. Aber auch alle Initiativen und Veranstaltungen, die von der Kurverwaltung Meran und den verschiedenen Partnern angeboten wurden, fanden hier ihren Platz.

Mit dem Beginn der kalten Jahreszeit haben wir, wie bereits auf unserer Website, die lokale Gastronomie und den Handel weiter unterstützen können, indem wir zum Kauf bei lokalen Anbietern angeregt haben. Neben verschiedenen Posts haben wir auch Videos mit Persönlichkeiten aus Meran produziert, die zum Kauf vor Ort aufrufen.

Im Winter haben wir weihnachtliche Traditionen und Bräuche dargestellt und passend dazu #meranodelight-Videos produzieren lassen, damit jeder einen Blick in unser Zuhause werfen und versuchen konnte, unseren Advent im eigenen Zuhause zu erleben: von der Adventskranz-Anleitung bis zur Neujahrsbotschaft des Schornsteinfegers - eine neue Art, sich zu verbinden und sich nahe zu fühlen.

In estate e in autunno ho sfruttato il nostro canale social per comunicare le attività all'aperto che si possono svolgere a Merano e dintorni per rimarcare la bellezza del nostro territorio e sottolineare le varie possibilità per trascorrere una vacanza spensierata. Ma hanno trovato posto anche tutte le iniziative e gli eventi proposti dall'Azienda di Soggiorno e dei vari partner.

Con l'arrivo della stagione fredda abbiamo deciso di seguire la linea già intrapresa sul nostro sito web e abbiamo trovato modo di sostenere la gastronomia e il commercio locale. Oltre a vari post abbiamo prodotto anche dei video con personalità di Merano che invitavano a comprare locale.

Poi ho lasciato il palco alle nostre tradizioni e usanze natalizie e ho fatto produrre i video #meranodelight per permettere a tutti di sbirciare nelle nostre case e provare a vivere in casa propria il nostro Avvento: dal tutorial della Corona d'Avvento al messaggio di buon anno dello spazzacamino. Un modo nuovo di connettersi e di sentirsi vicini.



18.242 Total Follower  
2.194.330 Total Impressions

+5.175 Follower

56% Frauen - Donne

INSTAGRAM

Auf unserem Instagram-Kanal wollten wir, wie auch auf Facebook, präsent und nah sein. Instagram ist ein direktes, fotografisches soziales Netzwerk, das wir genutzt haben, um die aktuelle Situation während des Jahres zu zeigen und offen mit unseren Followern im Kontakt zu bleiben. So konnten wir unsere Stadt auch aus einem anderen Blickwinkel zeigen und den Wunsch wecken, nach Meran zu kommen. Auf Instagram haben wir uns hauptsächlich auf Outdoor-Aktivitäten und das satte Grün konzentriert, das unsere Stadt charakterisiert.

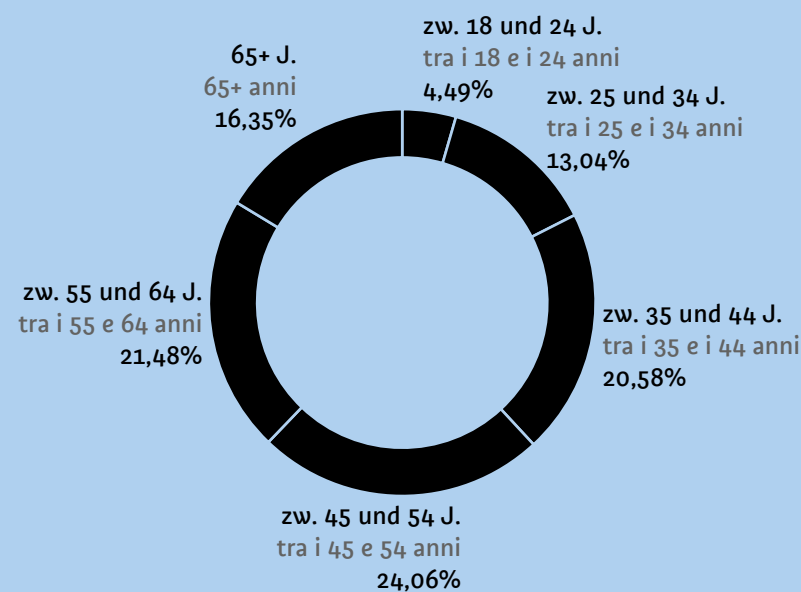
INSTAGRAM

Sul nostro canale Instagram abbiamo seguito la stessa linea di Facebook: volevamo essere presenti e vicini a chi ci segue. Instagram, essendo un social network fotografico, è uno strumento più immediato, che noi abbiamo sfruttato per far vedere la situazione attuale durante tutto l'anno, dialogando apertamente con i nostri follower. Questo ci ha permesso di far vedere la nostra città, e risvegliare il desiderio di venire a Merano, anche da un altro punto di vista. Su Instagram ci siamo concentrati soprattutto sulle attività da fare all'aperto e sul verde rigoglioso che caratterizza la nostra città.

14 Follower nach Ländern  
Follower per nazione

Italien   Italia	180.081	77,26%
Deutschland   Germania	33.853	14,53%
Schweiz   Svizzera	4.712	2,02%
Österreich   Austria	3.058	1,31%
Ungarn   Ungheria	1.941	0,83%
Belgien   Belgio	1.515	0,65%
Polen   Polonia	1.065	0,46%
Slowakei   Rep. Slovacca	1.050	0,45%
Rumänien   Romania	972	0,42%
U.S.A.	914	0,39%
Frankreich   Francia	603	0,26%
Albanien   Albania	596	0,26%
Niederlande   Olanda	553	0,24%
Vereinigtes Königreich   Regno Unito	542	0,23%
Luxemburg   Lussemburgo	496	0,21%
Ukraine   Ucraina	410	0,18%
Spanien   Spagna	388	0,17%
Serbien   Serbia	300	0,13%

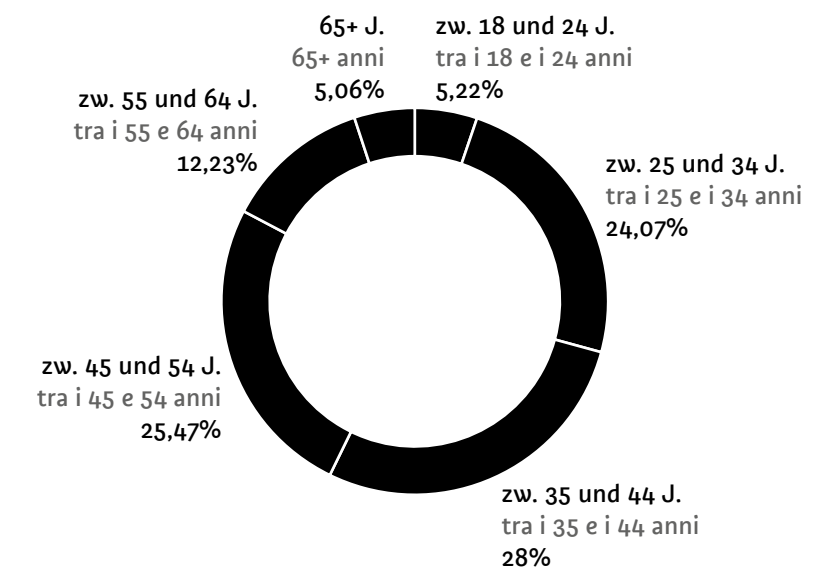
Follower nach Alter  
Follower per età



Follower nach Ländern  
Follower per nazione

Italien   Italia	11.620	63,7%
Deutschland   Germania	3.035	16,64%
Österreich   Austria	401	2,20%
U.S.A.	378	2,07%
Schweiz   Svizzera	281	1,54%
Brasilien   Brasile	212	1,16%
Niederlande   Olanda	153	0,84%
Vereinigtes Königreich   Regno Unito	130	0,71%
Belgien   Belgio	128	0,70%
Frankreich   Francia	126	0,69%
andere   altri	1779	9,75%

Follower nach Alter  
Follower per età



Chantal Redavid

DIGITAL & SOCIAL MEDIA





# Layout & Print

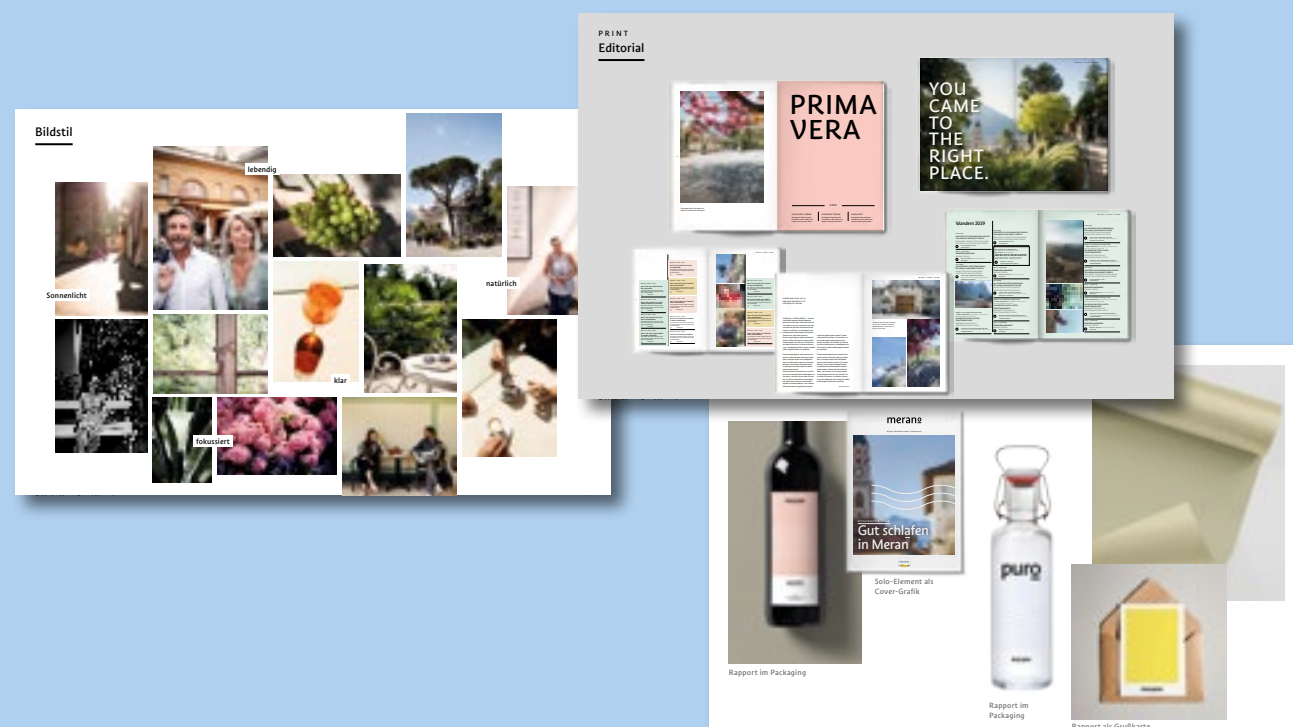
Mein Name ist Judith Ladurner und als Markenbotschafterin für den grafischen Bereich ist es mein größtes Anliegen, die Marke Meran durch innovatives und tolles Bildmaterial zu vermitteln.

Die Schönheit der Natur durch Bilder in den Fokus zu stellen war schon immer sehr wichtig für mich.

Aussagekräftige und faszinierende Bilder geben uns die Möglichkeit beim Leser Emotionen zu wecken und das Gefühl der Sehnsucht nach einem bestimmten Ort oder einer bestimmten Landschaft aufleben zu lassen. Um diese Emotionen beim Leser so eindrucksvoll wie möglich zu hinterlassen, haben wir uns mit der Entwicklung der neuen Marke Meran auch für einen neuen, unverkennbaren Bildstil entschieden, welchen wir seit 2019 in unseren Drucksorten und auf den Internetseiten anwenden. In einigen Fotoshootings, welche wir auch im vergangenen Jahr zu verschiedenen Themen organisiert haben, haben wir diesen authentischen und inspirierenden Bildstil festgehalten. Drei wichtige Komponenten finden sich dabei visuell wieder: Erlebnisreichtum - Kultivierte Schönheit - Contro Corrente. Unsere Bildrichtung ist klar, natürlich und kreativ - Details werden stilvoll in Szene gesetzt.

Mi chiamo Judith Ladurner e come responsabile del marchio Merano per quanto riguarda l'area grafica, mi impegno affinché questo venga trasmesso nei nostri prodotti attraverso immagini nuove e attraenti. Ho sempre ritenuto fondamentale enfatizzare la bellezza della natura mediante l'uso delle fotografie.

Immagini significative e affascinanti danno emozioni al lettore e hanno la capacità di suscitare il desiderio di visitare un certo luogo o la voglia di "perdersi" in un paesaggio. Per comunicare queste sensazioni in modo incisivo, con lo sviluppo del nuovo marchio Merano abbiamo elaborato un nuovo stile per le nostre immagini, utilizzate dal 2019 sia per i nostri stampati sia nel web. Una serie di fotoshooting, organizzati anche l'anno scorso concentrandoci di volta in volta su tematiche diverse, ci ha permesso di definire lo stile distintivo e seducente che cercavamo. Tre concetti sono alla base dell'impressione visiva che vogliamo dare di Merano: ricchezza di esperienze, bellezza raffinata, capacità di agire "contro corrente". Le immagini sono nitide, le pose naturali e creative, facciamo risaltare con stile i dettagli.

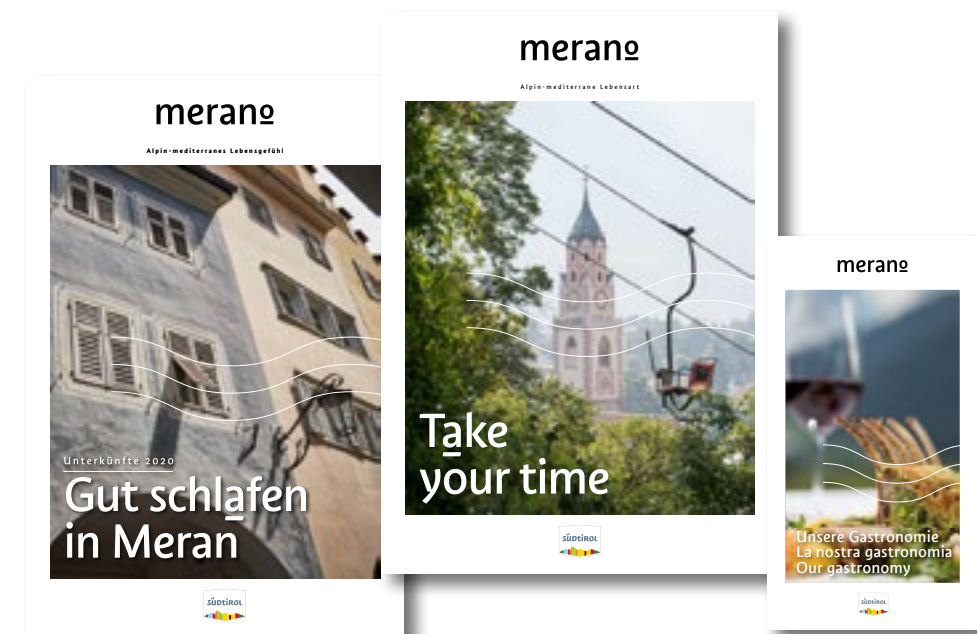


Das Jahr 2019 war zudem das Jahr der großen Veränderungen im grafischen Bereich. Um den neuen Anforderungen der Marke Meran gerecht zu werden, wurde zum neuen Bildstil auch das gesamte Corporate Design neu durchdacht. Dieses wurde nun akribisch in den verschiedenen Drucksorten angewandt und ständig verfeinert. In Zusammenarbeit mit meinem Teamkollegen Alessio Leone, der mir stets mit Rat und Tat zum Thema Grafik zur Seite steht, konnten Druckunterlagen professionell und zeitnah realisiert werden. Im Jahr 2020 hatten wir zwar einige Broschüren ausgearbeitet, die jedoch nicht gedruckt wurden und nun auf unserer Internetseite in digitaler Form aufliegen.

Für unsere Betriebe wünsche ich mir, dass sie weiterhin aktuelles, ansprechendes Bildmaterial auf Ihren Drucksorten und digitalen Medien nutzen und das Image der Stadt Meran somit gemeinsam mit uns fördern. Wir stehen Ihnen dabei unterstützend zur Seite mit einer vielfältigen themenspezifischen Bilddatenbank, Beratung und Tipps. Ich freue mich, wenn Sie mich kontaktieren: [judith.ladurner@meran.eu](mailto:judith.ladurner@meran.eu) oder [brand@meran.eu](mailto:brand@meran.eu).

Il 2019 era stato un anno di grandi cambiamenti per la nostra grafica: al di là di quanto già detto sulle immagini, è stato rivoluzionato l'intero corporate design. Ci impegniamo a osservarlo con scrupolo e di affinarlo continuamente nelle sue applicazioni. Con il sostegno di Alessio Leone, sempre pronto a dispensare utili consigli sulla grafica, i prodotti di stampa sono cresciuti in professionalità e tempestività. Per il 2020 avevamo preparato una serie di stampati, che purtroppo abbiamo dovuto "congelare" a causa dell'epidemia. In buona parte li abbiamo comunque pubblicati sul nostro sito internet.

La speranza è che tutti i nostri partner proseguano a utilizzare immagini belle e aggiornate in tutta la filiera promozionale compreso il web, rimanendo fedeli al marchio Merano. Sarà così possibile definire un profilo autentico e distinguibile per la nostra città, destinazione turistica elegante e di tendenza. Se avete bisogno di materiale fotografico aggiornato e gratuito o di consigli per uno shooting, informazioni sul marchio o sulla nostra linea grafica, non avete che da contattarmi, scrivendo a: [judith.ladurner@merano.eu](mailto:judith.ladurner@merano.eu) oppure [brand@merano.eu](mailto:brand@merano.eu)



Judith Ladurner

BRAND MANAGEMENT  
& PRODUCTION

Alessio Leone

BRAND MANAGEMENT  
& PRODUCTION

# Newsletter

Untätig bleiben war und ist für uns zu keiner Zeit eine Option. Bei der Frage, was können wir alles machen und wo können wir uns einbringen, um mit den Gästen in Kontakt zu bleiben, war uns schon bald klar: wir präsentieren unseren Gästen unsere ganz persönliche Seite und sind somit greifbar nahe, näher als je zuvor! Die monatliche bzw. zweiwöchentliche Gästeneuletter weichte ab Mai bis Mitte Juli 2020 einer wöchentlichen Storytelling-Reihe. Wir Mitarbeiter der Kurverwaltung Meran haben uns mit unseren ganz persönlichen Erfahrungen, Entbehrungen, Glücksmomente und dem Wertschätzen der schönen Dinge eingebracht. Wir haben unsere Stadt erzählt, was sie so begehrenswert macht und wieso wir diese Stadt so lieben. Diese persönliche Art von Kommunikation mit unseren Gästen kam sehr gut an und aus den Feedbacks, die bei uns einlangten, war auch seitens der Gäste die Sehnsucht nach unserer Stadt zu verspüren.

18 Aber ganz von Anfang... ich bin Evi Kobald und kümmere mich um die Gästeneuletter, im letzten Sommer haben Sie von mir auch die wöchentlichen Tipps bekommen, ich Sorge für das Einpflegen von Veranstaltungen im Online-Veranstaltungskalender und ich liebe es meine Kreativität in meinen vielfältigen Aufgabenbereich einfließen zu lassen.

Rimanere fermi e inattivi non è da noi e quindi ci siamo subito posti la domanda, cosa possiamo fare e soprattutto come possiamo rimanere in contatto con gli ospiti? Abbiamo presto trovato una risposta e sposato l'idea di presentarci in maniera molto diretta e personale, e quindi di renderci molto vicini a loro, più vicini di quanto mai fatto prima d'ora! La newsletter, a partire da maggio fino a metà luglio, invece che mensilmente o ogni due settimane è uscita con cadenza settimanale con le nostre testimonianze, le nostre vicissitudini, insomma abbiamo iniziato una "Storytelling Session". Noi collaboratori dell'Azienda di Soggiorno abbiamo raccontato le nostre esperienze personali, le privazioni, i momenti felici e le cose belle che ci circondano. Abbiamo raccontato Merano e cosa la rende così apprezzata e attraente, abbiamo spiegato "in presa diretta" perché amiamo la nostra città. Questo modo così diverso di comunicare con i nostri ospiti è stato molto gradito e dai feedback che ci sono giunti è emersa una certa nostalgia in chi ci ha già visitato e ci segue.

Ma da capo... io sono Evi Kobald e mi occupo della newsletter agli ospiti, la scorsa estate ho provveduto ad inviarVi le proposte settimanali per i Vostri clienti, curo il calendario degli eventi online, e soprattutto amo mettere la mia creatività al servizio dei miei ulteriori progetti e incarichi.



Evi Kobald  
PRODUCTION  
part time








# Gästebetreuung Assistenza all'ospite

Mein Name ist Julia Sanin. Ich leite den Bereich „Gästebetreuung“. Zusammen mit meinen Kolleginnen Mirjam und Elisa informiere ich unsere Gäste fachkundig vor der Anreise und auch während ihres Aufenthaltes. Im Informationsbüro geben meine Kolleginnen und ich vielfältige Auskünfte zu Themen wie Unterkünfte, Sehenswürdigkeiten, Führungen, Ausflugsziele, Wandertipps und Mobilität. Weiters verkaufen wir verschiedene Tickets für öffentliche Verkehrsmittel sowie einige Gadgets der Marke Meran.

Wir konnten uns im vergangenen Jahr mehr Zeit für die Betreuung der einzelnen Gäste und Vermieter nehmen und auf ihre Anliegen besser eingehen. Auch während der Zeit des Lockdowns waren wir von zu Hause aus immer erreichbar für Fragen, Anliegen und Wünsche unserer Gäste, Mitglieder und Partner. Frei nach unserem Handlungsprinzip und unterstützend zur Kommunikationsstrategie „We care“.

Mi chiamo Julia Sanin e gestisco il reparto "assistenza all'ospite". Insieme alle mie colleghe Mirjam ed Elisa fornisco ai nostri ospiti in modo professionale varie informazioni richieste prima dell'arrivo e/o durante il soggiorno. Le informazioni riguardano, fra l'altro, le strutture ricettive, i punti d'interesse, le visite guidate, le mete escursionistiche e la mobilità. Inoltre vendiamo diversi biglietti per i mezzi pubblici e alcuni gadget di Merano.

Quest'anno particolare ci ha permesso di dedicare più tempo alle richieste dei singoli ospiti ed albergatori. Anche durante la chiusura dovuta al lockdown, siamo rimaste raggiungibili da casa per domande, preoccupazioni e richieste dei nostri ospiti, membri e partner seguendo il nostro principio di azione e sostenendo la strategia di comunicazione "We care".

	Telefonate telefonate <b>8.527</b>	Im Topmonat August nel mese top agosto <b>1.318</b>
	Besucher im Infobüro visitatori ufficio informazioni <b>35.416</b>	In den Topmonaten August und September nei mesi top agosto e settembre <b>8.700</b>
	Versendete Kataloge cataloghi spediti <b>1.121</b>	In den Topmonaten Januar und Juli nei mesi top gennaio e luglio <b>175</b>
	Versendete E-Mails e-mail inviate <b>8.033</b>	Im Topmonat August nel mese top agosto <b>1.079</b>
	Teilnehmer an Stadtführungen partecipanti alle visite guidate <b>905</b>	In den Topmonaten Januar und September nei mesi top gennaio e settembre <b>222</b>

Julia Sanin  
HEAD OF GUEST  
RELATIONS DEPARTMENT



Mirjam Veith  
GUEST RELATIONS



Elisa Cecchinato  
GUEST RELATIONS





# Events

## Eventi

Ich bin Ulrike Pertoll.

Die Projekte **MERANER WEIHNACHT** und **MERANER MARKT (MM)** gehören, aufgrund der jahrelangen Erfahrung im Bereich Marktorganisation, zu meinen Hauptkompetenzen. Letzterer findet Samstagvormittag in der oberen Freiheitsstraße statt. Dort werden ausschließlich Südtiroler Lebensmittel und Handwerkserzeugnisse verkauft. 2020 kam es zu einer verlängerten Winterpause, welche zu einer verkürzten Saison von Mitte Mai bis Ende Oktober geführt hat (Markttage 2019 - 31 | Markttage 2020 - 25). Der Markt kam nur langsam in Schwung, doch Dank der kontinuierlichen Austragung konnte am Ende eine positive Jahresbilanz gezogen werden. Das MM-Team konnte durch Flexibilität, und vor allem durch die Hilfsbereitschaft den Standbetreibern gegenüber einem reibungslosen Ablauf garantieren. Der Meraner Markt symbolisiert den Neustart unserer Aktivitäten im Frühling im Stadtzentrum nach dem Lockdown.

20

Für die Meraner Weihnacht hingegen haben wir Vertragsverlängerungen, Pläne für die Ständepositionierung an der Promenade, fristgerechte Auftragsbestätigungen und neue Sicherheitsmaßnahmen berücksichtigt. 2020 war der laufende Austausch zwischen internen Arbeitsgruppen, der Gruppe der Original Südtiroler Christkindlmärkte, IDM und den Beamten der Autonomen Provinz Bozen, Partnern des Events und der Gemeinde Meran ausschlaggebend für die strategische Ausarbeitung und Planung der Veranstaltung. Der Druck Seitens der Wirtschaftskategorien war massiv spürbar - am Ende hat die Landesregierung entschieden die Abhaltung der Weihnachtsmärkte 2020/2021 in jeglicher Form zu unterbinden.

Jennifer Lombardi unterstützt meine Arbeit und ist tragender Bestandteil des Organisationsteams.

Im Frühjahr 2020 wurde gemeinsam mit IDM und der Arbeitsgruppe der Original Südtiroler Christkindlmärkte an der Zukunft 2030 des Events gearbeitet. Mit der Tourismusmarketing Agentur St. Elmo's wurde ein Strategieprozess begonnen, welcher das Potenzial der Märkte und die Merkmale der einzelnen Städte analysiert. Dieser Prozess ist noch im Sein. Dazu kommt, dass an der neuen Konvention mit der Gemeinde Meran für die Organisation des Weihnachtsmarktes (2022) sowie den Ausschreibungen für Aussteller, Gastronomen und Sponsoren (2022) und der Weihnachtsbeleuchtung im Stadtzentrum (2021) gearbeitet wird.

Io sono Ulrike Pertoll.

Una delle mie competenze principali è l'organizzazione dei mercati, mi riferisco ai **MERCATINI DI NATALE DI MERANO** e al **MERCATO MERANESE**. Quest'ultimo rappresenta un appuntamento fisso del sabato mattina in Corso Libertà Superiore dedicato ai prodotti locali gastronomici e all'artigianato altoatesino. Nel 2020 il mercato ha subito una pausa invernale prolungata e ha riaperto al pubblico soltanto da metà maggio ad ottobre (giorni di mercato 2019 - 31 | giorni di mercato 2020 - 25). È stata una stagione accorciata, partita con alcuni rallentamenti che però ha visto nella sua ritrovata continuità le medesime soddisfazioni degli anni precedenti. Sia nell'organizzazione che negli aspetti burocratici siamo stati pronti a reagire con flessibilità e soprattutto con disponibilità nei rapporti con gli standisti. Il Mercato Meranese ha rappresentato la ripartenza dopo il lockdown, grazie a questo evento il centro città ha ritrovato un po' di quotidianità dopo la lunga chiusura.

Per i Mercatini di Natale erano previste proroghe dei contratti, rielaborazioni della piantina dell'evento, incarichi da confermare per tempo e misure di sicurezza da mettere in pratica. Nel 2020 il confronto continuo con gruppi di lavoro interni, il gruppo dei Mercatini Originali dell'Alto Adige coordinato da IDM e i funzionari della Provincia Autonoma di Bolzano, i vari partner dell'evento e il Comune di Merano, è stato fondamentale per sviluppare una strategia per lo svolgimento della manifestazione. La pressione di varie categorie economiche è stata molto forte, malgrado questo la decisione finale presa dalla giunta provinciale è stata di disdire l'edizione 2020/2021 in tutte le sue forme. Jennifer Lombardi sostiene il mio lavoro ed è parte integrante del team organizzativo.

Oltre a questo già dalla primavera 2020 insieme a IDM e il gruppo dei Mercatini Originali dell'Alto Adige stiamo lavorando al futuro dell'evento. Con l'agenzia di marketing turistico St. Elmo's è stato attivato un processo creativo per rivedere le potenzialità dei Mercatini e le caratteristiche di ogni città da sviluppare in futuro. Ci aspetta molto lavoro, oltre alle riflessioni legate ai Mercatini di Natale 2030, sono in scadenza (2022) sia la convenzione con il Comune Merano per l'organizzazione dell'evento che i bandi per gli espositori, gastronomi e sponsor come anche quello dedicato all'illuminazione natalizia in centro città (2021).

Es ist immer wieder spannend, parallel zu diesen Aufgaben rund um Märkte, an neuen Projekten arbeiten zu dürfen. Passend zum Projekt **Meran BeWegt** der Gemeinde Meran und der neu gewonnen Aufmerksamkeit für Aktivitäten im Freien wurde Early Bird konzipiert. Dieses Angebot fand am Samstagvormittag (7.30-9.00 Uhr) statt und beinhaltete einen soften Rundgang, der begleitet von einem Experten leichte Übungen für Körper und Geist anregt.

Aus einem internen Kreativworkshop heraus entstand **Midsummer Night Rosé**, eine Eventreihe bestehend aus den von Partnern organisierten Sommerevents 2020 sowie 3 Konzerten mit lokalen Musikern, 2 Kinoabende mit Filmen, welche in Südtirol gedreht wurden am Thermenplatz und einem Highlight Event in der mystischen Lorenzi Nacht - die Midsummer Night Rosé. Letztere bestand aus einer abendlichen Stadtführung am beleuchteten Tappeinerweg, einer musikalischen Umrahmung vor der Landesfürstlichen Burg und einer Dessertkreation des Sternekochs Andrea Fenoglio. Was an diesem Abend, der von Gästen wie Meranern sehr gut angenommen wurde, dazwischengefunkt hat, waren die unvorteilhaften Wetterbedingungen.

È stato molto stimolante intercambiare questa competenza acquisita sui mercati con nuovi progetti. In tal senso abbiamo lavorato molto per animare le persone a godersi il verde cittadino. È stato molto apprezzato il prodotto Early Bird, elaborato per il progetto **Muoversi a Merano** del Comune di Merano, che prevede un risveglio per corpo e mente il sabato mattina (ore 7.30-9.00) con una guida esperta.

Inoltre è nato **Midsummer Night Rosé**, rassegna estiva che per il 2020, oltre agli eventi organizzati da terzi, comprendeva tre concerti con musicisti locali, due serate cinema in piazza Terme con film girati in Alto Adige e una serata highlight per la notte di San Lorenzo che prevedeva un tour guidato sulla Passeggiata Tappeiner illuminata, intrattenimento musicale davanti al Castello Princesco e un dessert dello chef stellato Andrea Fenoglio. Le condizioni meteorologiche della serata highlight non hanno favorito lo svolgimento dell'evento che ha comunque riscosso molto successo tra ospiti e meranesi.



Ulrike Pertoll

CORPORATE COMMUNICATIONS  
& EVENT MANAGEMENT



Jennifer Lombardi

EVENT MANAGEMENT





**MERAN WINEFESTIVAL**

Seit dem Jahr 1992 organisiert Gourmet's International mit großem Erfolg das Meran WineFestival. Auch im Jahr 2020 wurden seit Juni mit großem Aufwand alle notwendigen organisatorischen Maßnahmen zur Organisation des 29. MWF vom 6. bis 10. November in die Wege geleitet. Durch die verschärften Maßnahmen im Herbst war es nicht mehr möglich die Austragungspläne für November zu realisieren. Aus diesem Grund wurde das Meran WineFestival auf Ende März 2021 verlegt und danach in letzter Instanz definitiv abgesagt. Mit erheblichem Aufwand wurde ab Herbst an einer digitalen Version mit einem eigens erstellten Programm: [www.winehunterhub.com](http://www.winehunterhub.com) gewerkelt.

Insgesamt wurden 250 Videos ins Netz gestellt, Präsentationen, Tagungen, Verkostungen und Schaukochen gestreamt, was dem Meran WineFestival und der Stadt Meran dank Helmuth Köcher wieder einmal das Prädikat der Vorreiter und Visionäre in Italien und den verschiedensten Destinationen der (Wein)Welt beschert hat.



THE INTERNATIONAL WINE &amp; FOOD EXCELLENCE

**SÜDTIROL FESTIVAL MERANO . MERAN**

Unter dem Motto „Frieden und Empathie“ bot das südtirol festival merano.meran bei Einhaltung aller Sicherheitsbestimmungen in weniger als vier Wochen 23 Top-Konzerte, davon 15 im Kursaal Meran und drei Konzertfilme an. Die Eröffnung wurde in dieser emblematischen Zeit vom World Orchestra for Peace bestritten. Ein „richtiges“ sinfonisches Konzert gab es in diesem besonderen Jahr allerdings erst am letzten Konzertabend: Der Dirigent Valery Gergiev hatte dazu das Mariinsky Orchester aus St. Petersburg und seinen Sohn Abisal als Solisten mitgebracht. Die Festivalbilanz war - trotz aller Einschränkungen - positiv: Sämtliche Konzerte waren gut besucht, Programmänderungen gab es kaum.



**südtirol festival**  
merano . meran

**MERANO WINEFESTIVAL**

Dal 1992 Gourmet's International organizza con successo il Merano WineFestival. Nel 2020, già in giugno sono state iniziate le attività organizzative necessarie per riuscire a garantire la 29ª edizione dal 6 al 10 novembre. Purtroppo le misure più restrittive introdotte in autunno e poi a febbraio 2021 non hanno permesso di realizzare la manifestazione in presenza e il Merano WineFestival è stato prima posticipato alla fine di marzo 2021 e successivamente disdetto. Uno sforzo considerevole ha prodotto una versione digitale dell'evento a novembre, attraverso una piattaforma creata appositamente: [www.winehunterhub.com](http://www.winehunterhub.com).

Hanno trovato spazio online 250 video fra presentazioni, conferenze, degustazioni e show cooking trasmessi in streaming. Grazie a Helmuth Köcher, il Merano WineFestival e la nostra città hanno ribadito la capacità di reinventarsi e di precorrere i tempi imponendosi ancora una volta fra le più ambite destinazioni (anche del turismo enogastronomico) a livello globale.

**SÜDTIROL FESTIVAL MERANO . MERAN**

All'insegna delle parole chiave "Pace ed empatia", il südtirol festival merano.meran ha offerto 23 concerti di alto livello concentrati in meno di quattro settimane, 15 dei quali al Kursaal Merano, e tre film-concerto, rispettando tutte le norme di sicurezza. Per il momento inaugurale si è esibita, lanciando un messaggio emblematico nel periodo, la World Orchestra for Peace. Un "vero" concerto sinfonico in quest'anno fuori dai canoni ha avuto luogo solo l'ultima sera, quando il direttore Valery Gergiev ha diretto l'Orchestra Mariinsky di San Pietroburgo e suo figlio Abisal come solista. Nonostante tutte le limitazioni, il bilancio del festival è positivo: tutti i concerti sono stati ben frequentati, e si sono pressoché evitati del tutto cambiamenti nel programma.

**ASFALTART**

Ende Februar war die Situation normal, es gab Nachrichten über das Virus, aber es schien sehr weit weg zu sein, also kein Grund zur Sorge. Anfang März die Ernüchterung: Sie betrifft auch uns.

Um dem nicht tatenlos zuzusehen und mit dem Ziel, Künstler zu unterstützen und damit den Liebhabern der Unterhaltungskultur eine Chance zu geben, entwickelte der Verein Kallmünz ein Alternativprogramm.

Das Ergebnis war „musicatheatercabaretLKW“, ein Programm aus 20 Abenden vom 2. Juli bis 23. August mit Musik und Theater, Kabarett und Lesungen auf dem ehemaligen Kallmünz-Parkplatz hinter dem Sandplatz. Der Performance-Truck wurde mit ca. 130 Stühlen, die im Halbkreis angeordnet waren, unter Einhaltung von Sicherheitsabständen im Gelände positioniert. Die Bühne wurde vor dem LKW aufgebaut.

Die Show konnte nicht vollständig ersetzen, was verloren gegangen war, aber sie war auf jeden Fall ein Zeichen der Vitalität nach einer langen Abwesenheit von kulturellen Aufführungen.

Damit Asphaltart nicht in Vergessenheit gerät, wurden auch zwei Abende im Stadttheater veranstaltet: eine Möglichkeit, die Erinnerung an das Festival aufrechtzuerhalten.

Das Team vom Kunstverein Kallmünz stand jederzeit voll hinter den Initiativen und ermöglichte erst durch seinen Einsatz die zum Teil kurzfristige Realisierung der Events.

**ASFALTART**

A fine febbraio la situazione era normale, c'erano notizie sul virus, ma sembrava molto distante, quindi nulla di cui preoccuparsi. A inizio marzo il disincanto: riguarda anche noi.

Per non stare con le mani in mano e con gli obiettivi di sostenere artiste e artisti e così di offrire delle occasioni agli amanti della cultura dell'intrattenimento, l'Associazione Kallmünz ha elaborato un programma alternativo.

Il risultato è stato "musicatheatercabaretLKW", un programma composto da 20 serate dal 2 luglio al 23 agosto, con musica e teatro, cabaret e letture presso l'ex parcheggio Kallmünz in piazza della Rena. Il camion degli spettacoli è stato posizionato nell'areale con circa 130 sedie disposte a semicerchio e nel rispetto delle distanze di sicurezza. Davanti al mezzo è stato allestito il palco.

La rassegna non ha potuto sostituire appieno quanto perduto, ma si è trattato in ogni caso di un segno di vitalità dopo una lunga assenza di show.

Per evitare che Asphaltart passasse nel dimenticatoio, si sono inoltre tenute due serate al Teatro Puccini: un modo per ravvivare la memoria del festival.

Al team dell'Associazione Kallmünz è stato richiesto un impegno intenso per organizzare le iniziative, tale da renderle possibile la loro realizzazione in tempi brevi.



## PFERDERENNPLATZ VON MERAN - MERANO GALOPPO

Die Rennsaison 2020 begann am 30. Mai und endete am 11. Oktober. Der Start war etwas verspätet, aber die Aktivitäten am Pferderennplatz waren unter den ersten, die wieder starten konnten. Dies, dank der Vorbereitung von Sicherheitsprotokollen, die auf den gesetzlichen Richtlinien basierten und in Übereinstimmung mit den Vorgaben des Mipaaf (zuständiges Ministerium auf Staatsebene). Darüber hinaus gehörte der Meraner Pferderennplatz zu den ersten Attraktionen, die dank einer Verordnung der Provinz das Publikum in völliger Sicherheit empfangen konnten. Neben den Vollblutrenntagen fanden auch die Rennen der allseits beliebten Haflinger statt, die einen wichtigen Teil der Aktivitäten des Pferderennplatzes ausmachten. In Anbetracht der Umstände war die Resonanz der Zuschauer - die hier weite Freiflächen genießen können - bemerkenswert und hielt den erwarteten Rückgang im Vergleich zu 2019 in Grenzen.

Anlässlich des Highlight Events, dem 81. Grand Prix Meran Südtirol, war es notwendig, ein spezielles Protokoll zu erstellen, das die Reduzierung auf ein Fünftel der Kapazität vorschrieb. Der zusätzliche Aufwand hat sich gelohnt: Die Veranstaltung konnte das Publikum begeistern, sowohl was die Qualität der Rennen als auch die Rahmenveranstaltungen betraf. In Sachen Image erhielten Meran und die Rennbahngesellschaft wichtige Anerkennungen - sowohl national als auch international - für ihr Organisationsgeschick und ihr großes Verantwortungsbewusstsein.

## IPPODROMO DI MERANO - MERANO GALOPPO

La stagione di corse 2020 ha avuto inizio il 30 maggio ed è terminata l'11 ottobre. La partenza è avvenuta in leggero posticipo rispetto al solito ma l'attività dell'ippodromo è stata tra le prime a ripartire, grazie alla predisposizione di protocolli sulla base delle linee guida dettate dal Ministero della salute di concerto con il Mipaaf (dicastero competente per l'ippica). Inoltre Maia è stata tra le prime strutture d'intrattenimento a poter accogliere il pubblico, in tutta sicurezza, con il conforto di un'ordinanza del Presidente della Provincia. Integrata alle giornate di corse dei puro-sangue si è svolta la stagione dei cavalli Haflinger, sempre più punto fermo dell'attività dell'ippodromo. Tenuto conto delle circostanze, la risposta degli spettatori - che qui possono fruire di ampi spazi all'aria aperta - è stata notevole contenendo la prevista contrazione rispetto al 2019.

In occasione del massimo evento, il meeting dell'81° Gran Premio Merano Alto Adige, per consentire la presenza del pubblico è stato necessario predisporre uno specifico protocollo che ha imposto la riduzione a un quinto della capienza. Il surplus d'impegno ha portato ottimi risultati: la manifestazione è riuscita a entusiasmare la platea, sia per la qualità delle corse sia per le esibizioni di contorno. In termini d'immagine, Merano e la società di gestione dell'ippodromo hanno ottenuto importanti riconoscimenti - a livello nazionale ma anche oltre confine - per capacità organizzative e senso di responsabilità dimostrati.

Ippodromo di Merano  Pferderennplatz Meran

## Zwei für alle Fälle Il “braccio operativo”

Sie sind unser exekutiver, technischer, praktischer Part in der Kurverwaltung: Pino Maccaroni und Walter Haller werkeln jeden Tag zwischen den Büros und den Straßen der Stadt hin und her: „die technische und logistische Unterstützung sind unser tägliches Brot zwischen dem Lager, für das wir verantwortlich sind, und den verschiedenen Standorten, an denen unser Einsatz gefragt ist. Bei jeder Veranstaltung, die direkt von der Kurverwaltung Meran organisiert wird, sorgen wir für einen reibungslosen Ablauf und sind bereit, praktische Lösungen zu finden. Von Frühjahr bis Herbst waren wir jeden Samstagvormittag für den Meraner Markt zuständig. Im Sommer für die Veranstaltungen und Konzerte sowie für das Traubenfest im Herbst. In der Adventszeit halfen wir bei der Montage der Weihnachtsbeleuchtungen, die unsere Stadt mit Glanz erfüllt hat. Darüber hinaus unterstützen wir mehrere Projekte und Initiativen unserer Kollegen in der Kurverwaltung und stehen zur Verfügung, um auch unseren Partnern mit helfender Hand zur Seite zu stehen“.

„Die teilweise Absage oder Redimensionierung einiger Veranstaltungen im Jahr 2020 hat es uns ermöglicht die Verteilung von unserem Werbematerial in Hotels und Partnerunternehmen in Eigenregie zu gestalten und somit konnten finanzielle Mittel eingespart werden. Gleichzeitig haben wir uns aber auch der außerordentlichen Instandhaltung unserer Büroräumlichkeiten gewidmet. Wir haben eine Menge ‚Haus- und Aufräumaufgaben‘ gemacht, die erledigt werden mussten, ohne dass wir nach draußen gehen mussten“.

Sono il nostro braccio esecutivo, tecnico, pratico: Pino Maccaroni e Walter Haller ogni giorno sfrecciano tra gli uffici e le strade della città: “Supporto tecnico e logistico sono il nostro pane quotidiano tra il magazzino, di cui siamo responsabili, e le diverse location dove è richiesto il nostro intervento. In ogni manifestazione organizzata direttamente dall'Azienda di Soggiorno ci preoccupiamo che tutto funzioni per il meglio, pronti a trovare soluzioni e a risolvere problemi. Dalla primavera all'autunno ci siamo occupati dell'allestimento, ogni sabato mattina, del Mercato Meranese. Poi dei concerti estivi e della Festa dell'Uva. Per l'Avvento abbiamo contribuito al montaggio delle luminarie che hanno decorato la città. Inoltre forniamo supporto a più iniziative sostenute dall'Azienda e siamo disponibili a collaborare con i partner, per venire in contro alle loro richieste/necessità”.

“La cancellazione o il ridimensionamento di alcuni appuntamenti nel 2020 ci ha consentito di prendere in carico diretto la distribuzione di materiale promozionale negli alberghi e presso altri partner, ma anche di dedicarci a manutenzioni straordinarie dei nostri locali. Abbiamo svolto tanti “compiti a casa” che andavano fatti, senza doverci rivolgere all'esterno”.

Pino Maccaroni



FACILITY MANAGER &amp; LOGISTICS

Walter Haller



FACILITY MANAGER &amp; LOGISTICS

# Rund um die Zahlen

## Intorno ai numeri

### TRANSPARENZ

Antonella Trevisan: „Ich bin verantwortlich für die Koordination der Abteilung, die Erstellung von Budgets (Prognosen, Haushaltsplan, Bilanz und Variationen von Kapiteln), die Verwaltung und Kontrolle der Finanzmittel und die Einhaltung von steuerlichen und regulären Verpflichtungen. Aber es gibt auch eine „einfühlsamere“ Seite meiner Aufgaben: Es geht um die Personalverwaltung, also um Einstellungen, Verwaltung der Anwesenheiten und die Erstellung der Verträge“.

Um den gesetzlichen Vorschriften zur Transparenz für öffentliche Einrichtungen gerecht zu werden, hat die Kurverwaltung Meran bereits im Jahr 2015 die Internetseite [trasparenza.meran.eu](http://trasparenza.meran.eu) gelauncht. Auf der Seite sind sämtliche Informationen und Unterlagen über die Führungsorgane, die verschiedenen Verwaltungsprozeduren, die Unternehmensstrategie und die Tätigkeit der Kurverwaltung zu finden.

### BILANZ

Das Budget 2020 zeigt einen Rückgang des Einnahme- und Ausgabevolumens um 31% gegenüber dem Vorjahr. Die Einnahmen aus der Ortstaxe haben sich praktisch halbiert (-48%).

Aufgrund der Pandemie-Situation und des Ausbleibens von Gästen gingen auch die Einnahmen von Privaten und jene aus Werbepartnerschaften stark zurück (-39%).

Dennoch ist es uns gelungen, das Budget - wie gesetzlich vorgeschrieben - auszugleichen. Dies wurde dank eines drastischen Plans zur Eindämmung der laufenden Ausgaben und der beträchtlichen Unterstützung durch die Provinz Südtirol (die mehr als 200% an Beiträgen im Vergleich zum Vorjahr gewährt hat) sowie der Gemeinde Meran (+80%) möglich.

### TRASPARENZA

Antonella Trevisan: “A me compete il coordinamento del reparto, l'elaborazione dei bilanci (previsione, consuntivo, variazioni), la gestione e la verifica dei finanziamenti, il rispetto degli obblighi e adempimenti fiscali e normativi. Ma c'è anche un lato più “empatico” nel mio impegno: riguarda l'amministrazione del personale che prevede le pratiche per assunzioni, la gestione delle presenze, i contratti”.

Per rispettare le norme di legge sulla trasparenza per le istituzioni pubbliche, nel 2015 l'Azienda di Soggiorno di Merano ha realizzato il sito [web.trasparenza.merano.eu](http://web.trasparenza.merano.eu). Sul sito sono disponibili tutte le informazioni e i documenti relativi agli organi direttivi, le varie procedure amministrative, la strategia aziendale e l'attività dell'Azienda di Soggiorno.

### BILANCIO

Il bilancio nel 2020 presenta una diminuzione nel volume delle entrate e delle uscite del 31% rispetto all'anno precedente. L'introito dell'imposta di soggiorno risulta praticamente dimezzato (-48%).

Consequentemente alla situazione pandemica e alla mancanza di ospiti, anche l'apporto da privati e dalla vendita di inserzioni è calato fortemente (-39%).

Si è riusciti comunque a chiudere il bilancio con il pareggio - previsto per legge - grazie a un drastico piano di contenimento delle spese correnti e al sostanziale sostegno di Provincia (che ha concesso oltre il 200% di apporto contributivo rispetto all'anno precedente) e del Comune di Merano (+80%).

Antonella Trevisan

HEAD OF ADMINISTRATION  
MANAGEMENT  
part time



### VERWALTUNG

Für uns, Patrizia Zanon und Irmgard Schötzer (Teilzeit 50%), bleibt die Tätigkeit im Jahr 2020 im Wesentlichen unverändert, „da die verwaltungstechnischen Verpflichtungen in Bezug auf die bürokratisch-buchhalterischen Aufgaben bestehen bleiben.“

Im Rahmen der Pandemie haben wir uns unter anderem mit zusätzlichen Aufgaben in Bezug auf den Arbeitsmodus smart working, diverser Sicherheitsmaßnahmen, der Analyse und dem Vergleich von Daten sowie der Erstellung von Anträgen zur Generierung zusätzlicher Finanzierungen beschäftigt“.

Patrizia: „Ich kümmere mich um die Verwaltung der Mehrwertsteuer (jährliche, vierteljährliche, ausländische Mehrwertsteuererklärungen usw.), die Ausstellung von Mandaten und Einziehungsaufträgen und das Kassenbuch. Aber auch die Aktualisierungen und Kontrollen der Einnahmen von Sponsoren und Dritter, sind wichtiger Bestandteil meiner Arbeit. Somit bin ich in einer Schnittstelle zur Außenwelt tätig“.

Und so Irmgard: „Ich übernehme die Aufgaben der Fakturierung, des Controllings, der Anpassung der Buchhaltung und der bürokratischen Texte für die Anwender. Eine weitere wichtige Aufgabe ist die Überprüfung der Budgets für Veranstaltungen: Ich habe mit Hotelbetreibern und Vertretern von Institutionen zu tun, natürlich immer im Kontext des Rechnungswesens“.

### AMMINISTRAZIONE

Per Patrizia Zanon e Irmgard Schötzer (part time 50%) nel 2020 l'attività è rimasta sostanzialmente invariata, “in quanto gli impegni amministrativi-burocratici-contabili permangono.“

Nel contesto dell'emergenza abbiamo tra l'altro fatto fronte a pratiche aggiuntive riguardanti smart working, messa in sicurezza, analisi e confronti di dati, domande di finanziamenti extra”.

Così Patrizia: “Mi occupo della gestione IVA (dichiarazione annuale, trimestrale, IVA estera ecc.), dell'emissione di mandati e reversali, del giornale di cassa. Ma anche di aggiornamenti e verifiche degli introiti da sponsor e da terzi, interfacciandomi così con l'esterno”.

E così Irmgard: “Svolgo le funzioni di addetta alla fatturazione, di controlling, di adattamento testi contabili-burocratici per gli utenti. Altro impegno importante è la verifica dei budget relativi agli eventi: mi relaziono con albergatori ed enti, ovviamente sempre in tema di conti”.

Irmgard Schötzer

CONTROLLING  
part time



Patrizia Zanon

ACCOUNTING





# Meran in Zahlen

## Merano in cifre

Zum Ende des letzten Jahres hin, gab es eine Änderung im Organigramm:

Gerhard Spanel, der in den Ruhestand ging, wurde durch Manuela Rungg (Teilzeit zu 50%) ersetzt. „Ich tausche mich mit den Beherbergungsbetrieben aus, um eine große Menge an Informationen zu sammeln, die ich verarbeite, um Tabellen über die Touristenströme in der Stadt zu erstellen. Ich sammle die Zahlen der Ankünfte und Nächtigungen, Daten, die in eine monatliche Statistik einfließen, die neben vielen anderen Variablen die Herkunft der Gäste, ihren durchschnittlichen Aufenthalt, die Verteilung der Nächtigungen nach Hotelkategorien analysiert. Das Ergebnis meiner Arbeit ist ein Blick in die Vergangenheit, um über die Zukunft nachzudenken: eine Momentaufnahme der Tourismusentwicklung, die hilft, Strategien zu zeichnen. Darüber hinaus arbeite ich mit der Provinz und der Gemeinde Meran zusammen, um die Ortstaxe korrekt abzurechnen. Nicht zuletzt gehört auch die Handhabung der MeranCard zu meinen Aufgaben“.

28

Alla fine dell'anno scorso un avvicendamento all'interno dell'organigramma: al pensionamento di Gerhard Spanel ha fatto fronte il subentro di Manuela Rungg (part time al 50%). "Mi confronto con le attività ricettive per far convergere una grande quantità di informazioni che rielaboro per fornire tabelle riguardanti i flussi turistici in città. Raccolgo i numeri di arrivi e pernottamenti, dati che confluiscono in statistiche mensili che analizzano, fra le tante variabili, la provenienza degli ospiti, la loro permanenza media, la distribuzione dei pernottamenti per categorie di alberghi. L'esito del mio lavoro guarda al passato per pensare al futuro: una fotografia dell'andamento turistico che contribuisce a delineare le strategie. Inoltre lavoro con Provincia e Comune per la contabilità dell'imposta di soggiorno. Non ultima, rientra fra le mie competenze la gestione della MeranCard".

1980 hat Gerhard Spanel nicht nur das Organigramm, sondern auch die Seele der Kurverwaltung Meran als Jungspund und Ökonom bereichert. 2020 tritt er nach 40 Jahren im Dienste der Stadt Meran in den verdienten Ruhestand.

Wir wünschen Ihm von Herzen, Zeit und Muße für seine Leidenschaften: die Musik und das Geigenspiel sowie die Lektüre.

Dankeschön Gerhard

Nel 1980, Gerhard Spanel arricchisce non solo l'organigramma, ma anche l'anima dell'Azienda di Soggiorno di Merano come giovinello ed economista. Nel 2020, dopo 40 anni al servizio della città di Merano, raggiunge la meritata pensione. Gli auguriamo di cuore, tempo e svago per le sue passioni: la musica e l'esercitazione al violino nonché la letteratura. Grazie mille, Gerhard

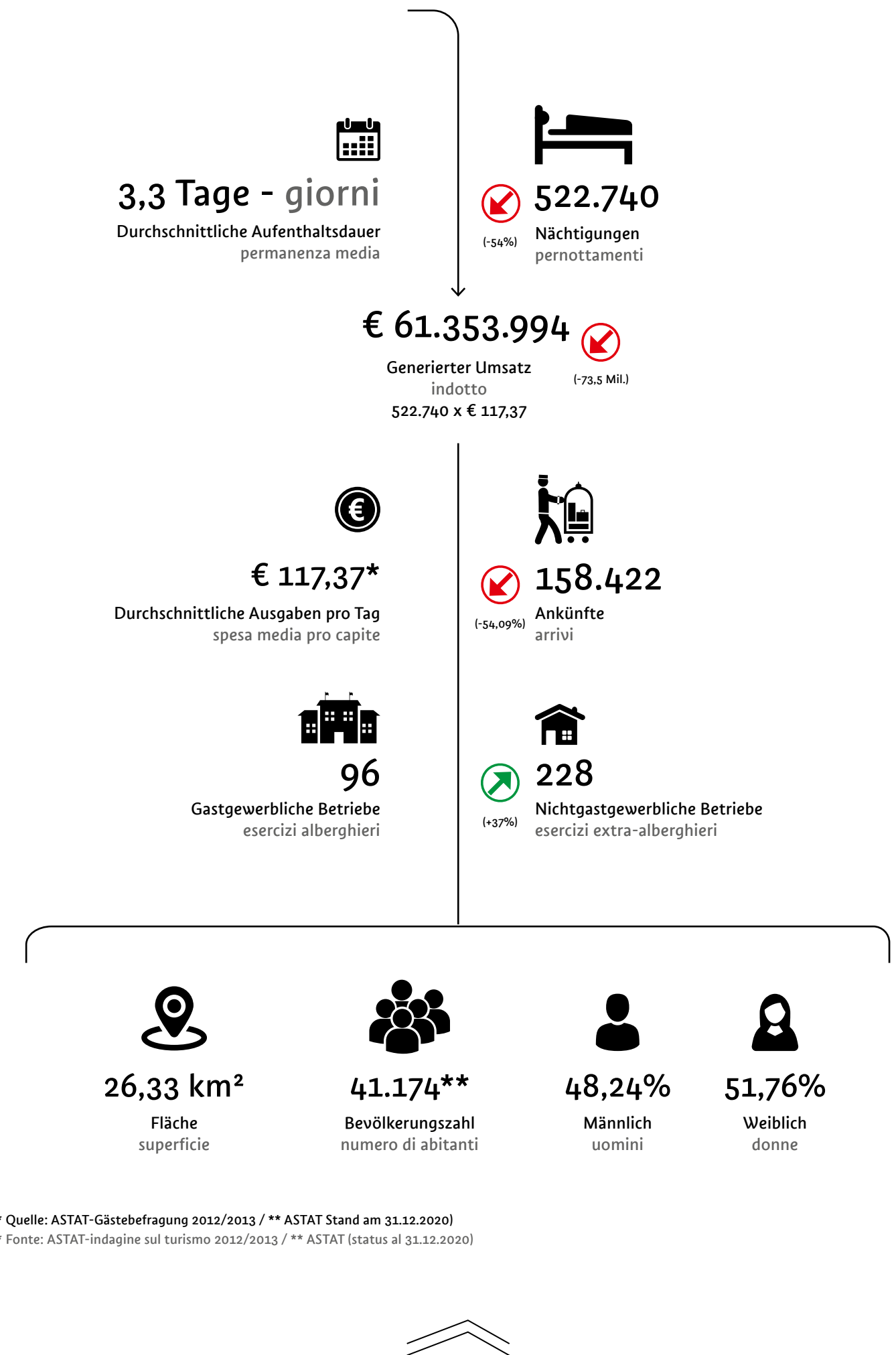
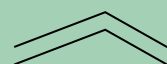
Gerhard Spanel

STATISTICS



Manuela Rungg

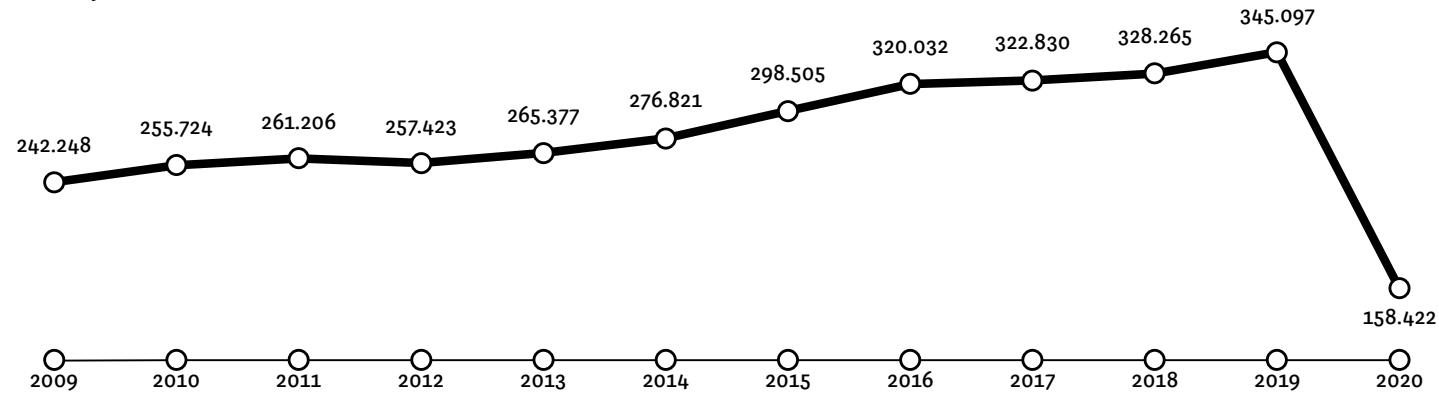
STATISTICS  
part time



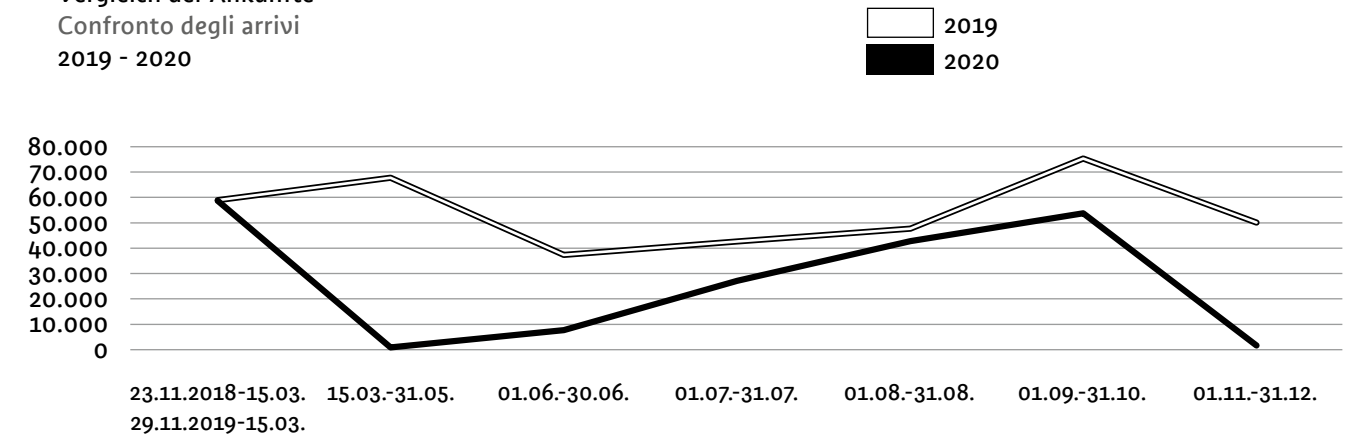
29



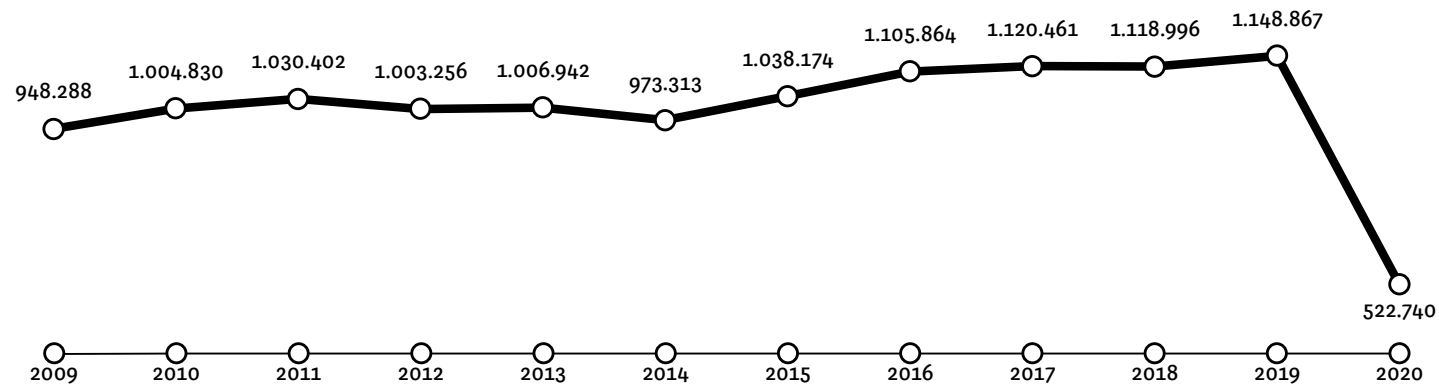
Entwicklung der Ankünfte  
Sviluppo degli arrivi  
2009 - 2020



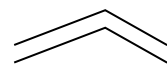
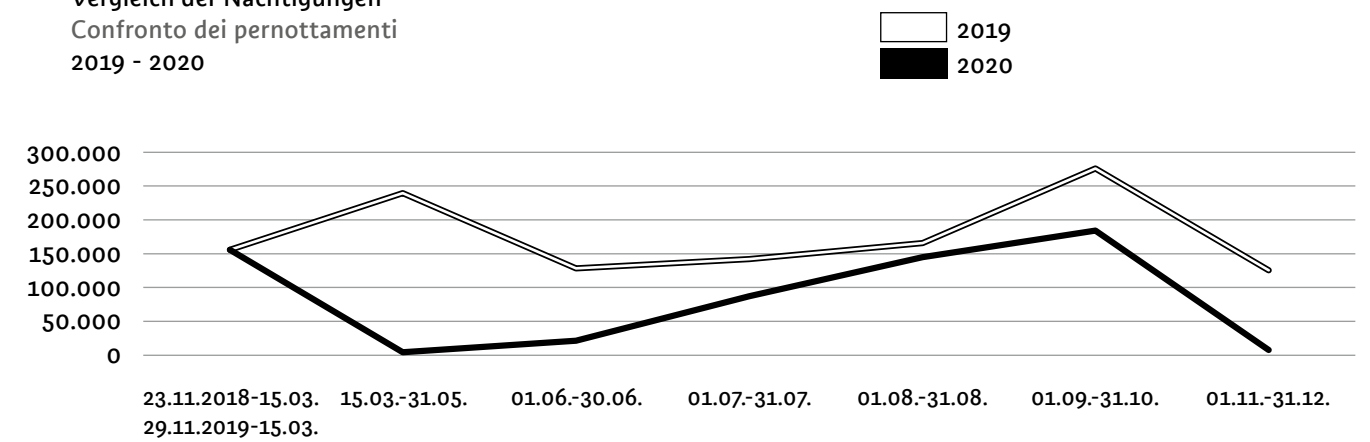
Vergleich der Ankünfte  
Confronto degli arrivi  
2019 - 2020



Entwicklung der Nächtigungen  
Sviluppo dei pernottamenti  
2009 - 2020



Vergleich der Nächtigungen  
Confronto dei pernottamenti  
2019 - 2020



Jede Statistik und jeder Vergleich über die Gästeströme des Jahres 2020 mit den Vorjahren muss zwangsläufig im Blickwinkel der Pandemie gesehen werden. Viele Monate lang war der Tourismus komplett blockiert, über lange Zeiträume unterlag er massiven Einschränkungen, und nicht zuletzt hatten persönliche Faktoren, wie die Angst vor Ansteckung und mangelnde finanzielle Ressourcen einen starken Einfluss auf die Wahl der Reisenden. Unter Berücksichtigung dieser Elemente (die nicht die einzigen sind), gelang es Meran, den Rückgang des Tourismus auf knapp über 50% einzubremsen.

In Bezug auf die Herkunft des Gastes hat sich der Schwerpunkt in Richtung des nationalen Marktes verschoben, auch wenn in absoluten Werten Deutschland der „Markt“ mit dem größten Gewicht bleibt. In Anbetracht der Schwierigkeiten, nationale Grenzen zu passieren, und gleichzeitig der Tendenz der italienischen Reisenden, im Kontext der Pandemie - Ziele innerhalb der eigenen Landesgrenzen zu wählen, war eine Verschiebung vom ausländischen zum nationalen Markt ein vorhersehbarer Faktor und gab die Leitlinie für unsere Strategie vor. Die Zahlen, die sich auf die Sommermonate beziehen, trösten ein wenig und geben uns recht. Diese neuen Gäste, die den Weg zu uns gefunden haben, stellen eine Erweiterung unseres Zielgruppen Netzwerkes und eine Wertschöpfungsquelle für die Zukunft dar.

La lettura di ogni statistica relativa ai flussi 2020 e ai confronti con gli anni precedenti va necessariamente letta attraverso il filtro della pandemia. Per molti mesi l'attività turistica ha subito un blocco totale, per lunghi periodi è stata sottoposta a limitazioni, e non da ultimo motivi di opportunità (paura del contagio) o ragioni economiche (risorse insufficienti per le vacanze) hanno inciso in modo pesante sulle scelte dei viaggiatori. Tenuto conto di questa serie di elementi (non i soli), Merano è riuscita a contenere a poco più del 50% il calo del turismo.

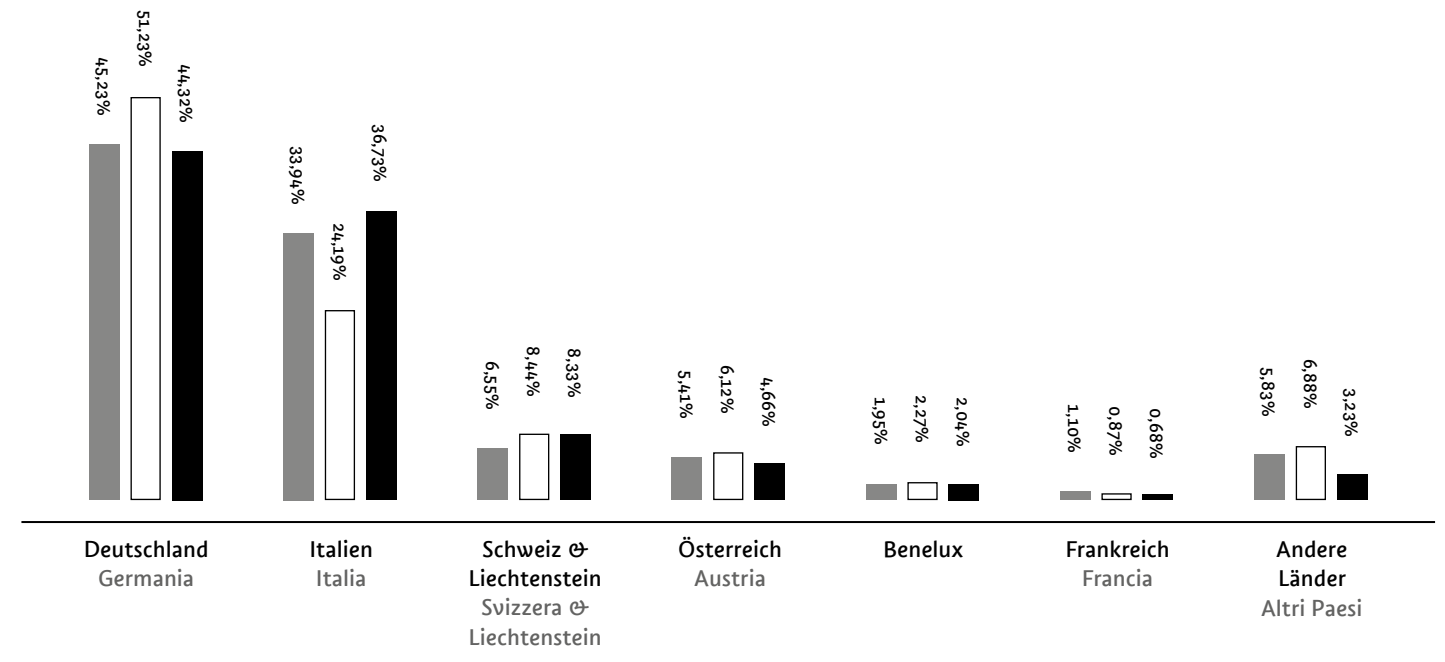
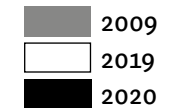
In termini di provenienza dell'ospite, il baricentro si è spostato verso il mercato nazionale anche se in valori assoluti quella germanica resta la "piazza" di maggiore peso specifico. Considerate le difficoltà di spostamento tra le frontiere nazionali, e allo stesso tempo la tendenza dei viaggiatori italiani, nella cornice pandemica, di scegliere destinazioni entro i propri confini, un travaso dal mercato estero a quello nazionale era un fattore prevedibile e ha dettato la linea delle nostre strategie. I numeri riferiti ai mesi estivi danno conforto alle decisioni. Fatto importante, molti sono ospiti nuovi, risultato che ci consente di ampliare la nostra rete di contatti e di capitalizzarla in chiave futura.

A margine, va segnalato lo spiccato incremento delle strutture extralberghiere, nel contesto di un trend consolidato negli ultimi anni.

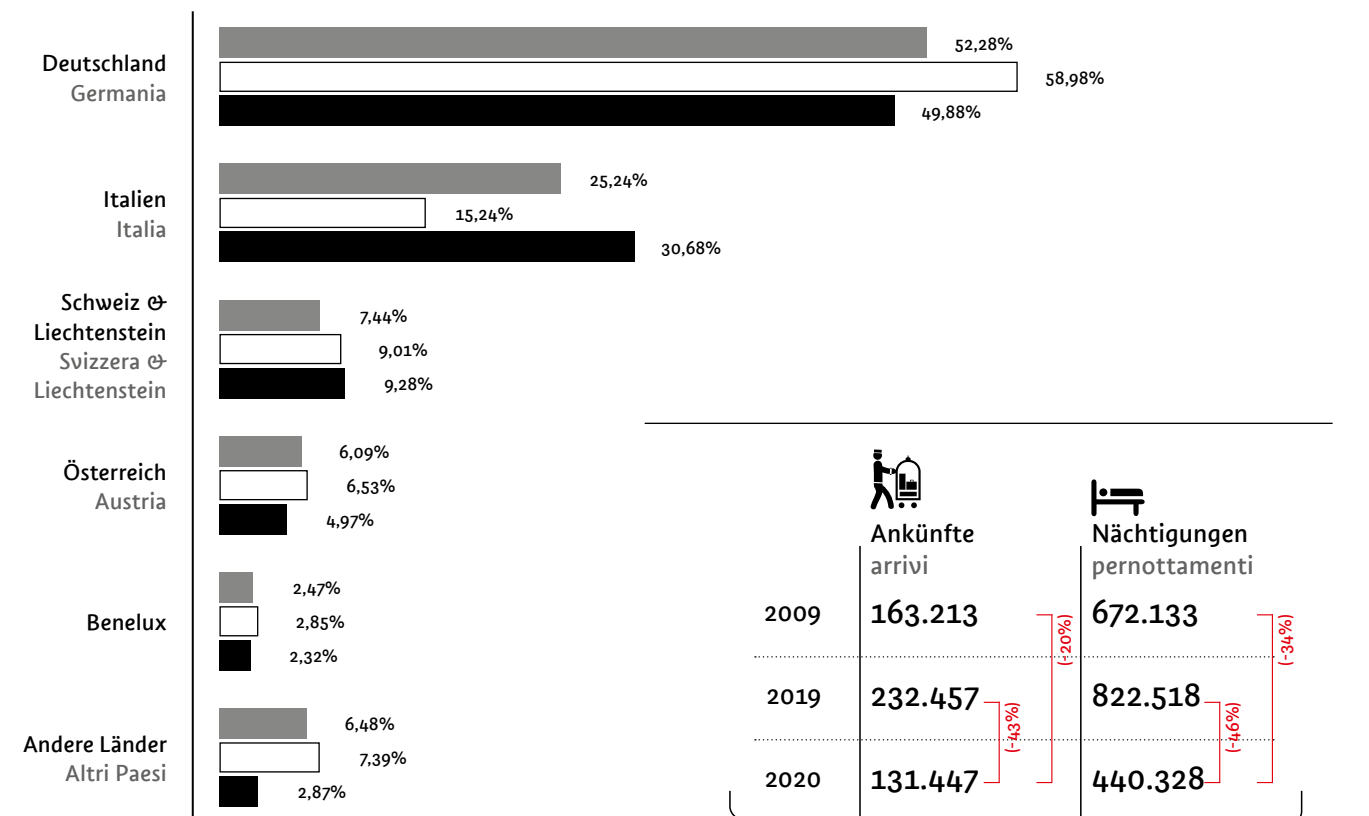
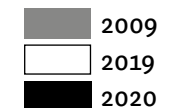


32 Als Randbemerkung sei erwähnt, dass gemäß dem vorherrschenden Trend, die Anzahl der Nicht-Hotel-Strukturen in den letzten Jahren deutlich zugenommen hat.

**GANZJAHRESSTATISTIK | STATISTICA ANNUALE**  
 Entwicklung der Nächtigungen nach Ländern 01.01.-31.12.  
 Sviluppo dei pernottamenti per nazione 1.1-31.12  
 2009 - 2019 - 2020



**STATISTIK SOMMER | STATISTICA ESTATE**  
 Entwicklung der Nächtigungen nach Ländern/Sommer: 01.05.-31.10.  
 Sviluppo dei pernottamenti per nazione/estate: 1.5-31.10  
 2009 - 2019 - 2020





# Vision

## Visione

Südtirol ist sowohl für den deutschen als auch für den italienischen Markt das beliebteste Reiseziel im Alpenraum. Dies ist das Ergebnis einer von IDM durchgeführten Umfrage\* und ist das Resultat der Arbeit der letzten Jahre zur Entwicklung der Marke. Unter anderem ist dies das erste Mal, dass Südtirol von Gästen des nationalen Marktes dem Trentino bevorzugt wird, wenngleich mit geringem Abstand. Für die erste Phase des erwarteten Neustarts im Frühling, genauer ab Mitte April, liegt das Hauptaugenmerk auf dem italienischen Markt, wobei die Sichtweise des Filters der voranschreitenden Pandemieentwicklung weiterhin empfehlenswert ist. DACH\*\* -Gäste werden voraussichtlich ab Mai den Weg nach Südtirol finden.

Die Bewegung im Freien, die Garantie einer sicheren Umgebung und der Dialog zwischen der Natur und dem städtischen Gefüge, der durch originelle Dekorationen (mit Blumen, aber nicht nur) unterstrichen wird, sind die Grundlagen, auf denen wir die Frühlingssaison aufbauen werden, die durch spezifische Kampagnen auf den verschiedenen Märkten gefördert wird: In Italien werden wir uns hauptsächlich auf unser grünes Erbe und dessen Pflege konzentrieren, im deutschsprachigen Raum werden die Botschaften lauten „Lichtblicke“ und „Meran im späten Frühling“.

### KONVENTIONEN

Im Jahr 2021 steht die Erneuerung der mehrjährigen Vereinbarung mit der Gemeinde Meran - Stadtverwaltung an, die derzeit verlängert wird. Die wirtschaftliche Vereinbarung wird sich in einer strategischen und programmatischen Übereinstimmung mit der Stadtverwaltung widerspiegeln, in einer gemeinsamen Sichtweise auf die wichtigsten Themen, denn für uns sind die Entwicklung des Tourismus und die Entwicklung der Stadt untrennbar miteinander verbunden.

Eine weitere Vereinbarung, die zu besprechen ist, betrifft die Organisation der Weihnachtsmärkte (die Ausgabe 2021-22 bleibt in Händen der Kurverwaltung Meran). Über Monate hinweg haben wir gemeinsam mit den anderen Städten der Original Südtiroler Christkindlmärkte (Bozen, Brixen, Bruneck, Sterzing) am Projekt „Weihnachtsmärkte 2030“ gearbeitet, aus dem eine weitreichende Vision für die Entwicklung der Veranstaltung hervorgegangen ist, die in Kürze vorgestellt wird. Parallel dazu werden wir an einem neuen Produkt für die Weihnachtsbeleuchtung der Stadt arbeiten.

\* aktualisiert am 22.01.2021

\*\* DACH steht für die Märkte Deutschland - Österreich - Schweiz

L'Alto Adige è la destinazione turistica preferita, fra quelle dell'arco alpino, sia dal mercato germanico sia da quello nazionale. Il dato emerge da un sondaggio\* condotto da IDM ed esprime il frutto del lavoro degli ultimi anni per lo sviluppo del brand. Per la prima fase della ripartenza del settore, attesa - ma ogni previsione va letta sempre attraverso il filtro dell'andamento della pandemia - per la seconda metà di aprile, si punta principalmente sul mercato italiano. L'ospite DACH\*\* presumibilmente comincerà ad arrivare da maggio.

Il movimento all'aria aperta, la garanzia di un ambiente sicuro e il dialogo fra natura e tessuto urbano enfatizzato con originali allestimenti (floreali ma non solo) sono le basi su cui svilupperemo la stagione primaverile, promossa attraverso campagne specifiche per i diversi mercati: in Italia punteremo principalmente sul nostro patrimonio verde e la sua cura, nelle aree di lingua tedesca i messaggi saranno quelli dei "momenti di luce" e "Merano in tarda primavera".

### CONVENZIONI

Nel 2021 affronteremo il rinnovo della convenzione pluriennale con il Comune, oggi in regime di proroga. All'accordo economico dovrà fare da specchio una convergenza programmatica con il governo municipale, un'ottica condivisa sui grandi temi, perché per noi sviluppo turistico e sviluppo della città sono inscindibili.

Altra convenzione da discutere sarà quella relativa all'organizzazione dei Mercatini di Natale (in capo all'Azienda di Soggiorno rimane l'edizione 2021-22). Per mesi ci siamo confrontati, assieme agli altri Mercatini Originali dell'Alto Adige (Bolzano, Bressanone, Brunico, Vipiteno) al tavolo di lavoro "Mercatini 2030", dal quale è scaturita una visione ad ampio raggio sull'evoluzione dell'evento che sarà presentata prossimamente. In parallelo, lavoreremo per un nuovo prodotto di illuminazione natalizia.

\* aggiornato al 22.1.2021

\*\* DACH si riferisce ai mercati Germania - Austria - Svizzera



## DAS NEUE JAHR: WIR NUTZEN DAS ERLERTE

Das Jahr 2020 hat uns viel beigebracht und wir möchten das Erlernete nutzen, um es 2021 einzusetzen. Wir werden die Entwicklungen der Situation überwachen und bei der Umsetzung der Marketingaktionen maximale Flexibilität und besonderes Feingefühl bei der Auswahl der Themen für die PR-Schiene und unsere Social-Media-Kanäle darbringen.

Die ersten PR- und Marketingaktionen werden auf den Sommer ausgerichtet sein, für die Märkte Deutschland und Schweiz wird die Situation beobachtet und gehandelt, sobald der Reiseverbot aufgehoben wird. Auf den italienischen Markt werden wir unseren „Grünbestand“, unsere Kompetenz in diesem Bereich, die Liebe der Privaten für ihre Gärten und Innenhöfe sowie die umgesetzten Initiativen des Projektes Frühling in Meran und dem Merano Flower Festival großschreiben. Wir werden auf die Reiselust, auf die Natur, auf das Leben im Freien, auf die Bewegung zu Fuß und mit dem Rad und auf die Nebensaisonen - Frühling und Spätherbst - setzen. Meran wird als sichere Destination kommuniziert, in der man unbeschwert urlauben und sich geschützt fühlen kann, mit der Gewissheit auf eine gute Infrastruktur zugreifen zu können.

Unsere Social-Media-Kanäle werden die Themen Leidenschaft für das Territorium und die Sensibilität, die Bedürfnisse wie Bewegungsfreiheit, Frische, Natur usw. unserer treuen User aufgreifen. Sie werden die Multiplikatoren jener Themen sein, die wir über die bezahlten Medien und die PR-Aktionen kommunizieren werden.

## ANNO NUOVO: FACCIAMO TESORO DELLA NOSTRA ESPERIENZA

Il 2020 ci ha insegnato molto, intendiamo fare tesoro di quanto imparato e applicarlo per il 2021. Saremo attenti agli sviluppi della situazione e avremo massima flessibilità nella gestione delle azioni marketing e grande sensibilità nei temi da comunicare tramite il PR e i nostri social.

Le prime azioni di PR e marketing saranno rivolte alla promozione dell'estate per i mercati Germania e Svizzera. Mentre sul mercato italiano ci faremo forti del patrimonio verde, della competenza nella gestione dello stesso e dell'amore da parte dei privati nel curare i propri angoli botanici. Punteremo sulla voglia di viaggiare, sulla natura, la vita all'aria aperta, il movimento a piedi ed in bici e sulle mezze stagioni - primavera e tardo autunno. Merano verrà comunicata come destinazione sicura, in cui fare vacanza con serenità e la certezza di avere una buona infrastruttura in caso di necessità.

I nostri canali social esprimeranno la passione per il territorio e la sensibilità di comprendere le esigenze dei nostri utenti affezionati sviluppando temi quali il movimento all'aria aperta, la voglia di freschezza, la natura ecc.. Saranno naturalmente gli amplificatori di quanto comunicato tramite i media a pagamento e tramite le azioni di PR.

## AUSBLICK EVENTS 2021

Wir arbeiten auf Hochtouren am „Frühlingsputz“ der Stadt, um ab April für den Beginn des Projektes „Frühling in Meran“ bereit zu sein. Auch im Wissen, dass noch nicht viele Gäste Meran besuchen dürfen, kreieren wir für uns alle eine positive Stimmung. Wir folgen der Natur, die sich im Wiedererwachen und im Aufblühen befindet und schaffen so die Basis für einen guten Start in die Saison.

Das **Merano Flower Festival** mit seiner begehrten Blumen- und Zierpflanzenausstellung auf der Kurpromenade wird schließlich zweisam und zeitgleich mit der eleganten **Anteprima Meran WineFestival** vom 28.-30 Mai 2021 stattfinden. Letztere lehnt sich inhaltlich stark an die naturnahen und aktuellen Themen wie Nachhaltigkeit und Biodiversität im Weinbau und präsentiert leichte, fruchtige und betörende Weiß- und Roséweine.

Für die Sommermonate haben wir mit der Eventreihe **Midsummer Night**, musikalische Genussmomente, künstlerische Darbietungen und Kinoabende im Freien parat.

Das **Traubenfest - Tradition im Wandel** spielt am dritten Wochenende im Oktober auf und zollt der Ernte mit seinen Gaben aus der Natur und den Menschen mit ihren Bräuchen und Traditionen mit festlichem Dank.

Den Jahresabschluss stellt die **Meraner Weihnacht** dar, die für dieses Jahr als letzte Edition bereits einen Vorgeschmack in eine neue Ära geben möchte. Das Erlebnis der glanzvollen Advents- und Weihnachtszeit steht in der diesjährigen Edition ganz besonders im Vordergrund.

Auch in Zukunft wollen wir das Thema Genuss (Speisen und Weine) aufwerten. Dafür werden wir die Sterneküche hervorheben, da sie die nötige Strahlkraft für mediale Aufmerksamkeit besitzt und mittels Initiativen und Veranstaltungen bestens dargestellt werden kann.

Kommen Sie vorbei, wir freuen uns darauf.

## ANTEPRIMA EVENTI 2021

Stiamo lavorando a pieno ritmo per confezionare il “vestito primaverile” della città, in modo da trovarci pronti in aprile con l'inizio del progetto **Primavera a Merano**. Pur sapendo che non potremo ancora accogliere numerosi ospiti, desideriamo contribuire a creare un sentimento propositivo in tutti noi. Assecondiamo la natura, che è in fase di risveglio e fioritura, e poniamo le basi per un buon avvio di stagione.

Il **Merano Flower Festival**, con la sua prestigiosa mostra mercato di fiori e piante ornamentali sulla Passeggiata Lungo Passirio, si svolgerà in concomitanza con l'elegante **Anteprima Merano WineFestival** dal 28 al 30 maggio 2021. I contenuti dell'Anteprima WineFestival sono legati alla natura e all'attualità con tematiche quali la sostenibilità e la biodiversità nella viticoltura. Saranno presentati vini bianchi e rosati leggeri, fruttati e ammalianti.

Nei mesi estivi tornerà la serie di appuntamenti **Midsummer Night**, occasioni di intrattenimento musicale, performance artistiche e serate di cinema all'aperto.

La **Festa dell'Uva - Tradizione in movimento** si terrà il terzo fine settimana di ottobre e renderà ancora una volta omaggio al raccolto, ai doni della natura e agli usi e costumi popolari.

La fine dell'anno è segnata dai **Mercatini di Natale**, che in questa edizione daranno un assaggio del loro sviluppo futuro, puntando sulla proposta di esperienze incorniciate nell'affascinante atmosfera dell'Avvento.

In chiave futura vogliamo inoltre dare valore alla nostra enogastronomia, puntando soprattutto sulla cucina stellata e sul suo potenziale mediatico con iniziative ed eventi.

Rimanete sintonizzati!

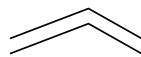


**„Mut steht am Anfang des Handelns, Glück am Ende“.**  
*Demokrit*

**“Il coraggio è all’inizio dell’azione, la felicità alla fine”.**  
*Democrito*



# merano



Kurverwaltung Meran • Azienda di Cura, Soggiorno e Turismo • Merano Tourist Office  
I-39012 Merano (BZ) • Freiheitsstraße 45 corso Libertà  
Tel +39 0473 272000 • Fax +39 0473 235524 • [info@meran.eu](mailto:info@meran.eu) • [www.meran.eu](http://www.meran.eu)