



Lana verbindet.

Urlaub trifft Heimat

Region Lana in Südtirol stellt sich neu auf - Eine Markenstrategie für Besucher und Bewohner

Ein Tourismusverein hinterfragt sich selbst: Unter dieser Prämisse haben es sich die Verantwortlichen des Tourismusvereins Lana und Umgebung in Südtirol im letzten Jahr zur Aufgabe gemacht, das eigene Markenversprechen zu reflektieren und zukunftsweisend zu adaptieren. Statt dabei dem Prinzip Schneller-Höher-Weiter zu folgen und sich damit selbst zu überholen, hat sich die Region bei der Neuausrichtung ganz dem sanften Tourismus und der Förderung der Zusammenarbeit auf lokaler Ebene verschrieben. Unter der Leitidee *Lana verbindet* rücken ab sofort inhaltlich und kommunikativ sowohl die Umwelt in der Region selbst als auch örtliche Betriebe aus Gastronomie, Handel, Landwirtschaft und Handwerk stärker in den Vordergrund. Ziel der neuen Markenstrategie ist ein Qualitätsversprechen an Gäste und die einheimische Bevölkerung gleichermaßen. Jeder, der in Lana und den umliegenden Orten Burgstall, Gargazon, Tschermes, Völlan und Vigiljoch lebt, arbeitet und Urlaub macht, soll sich angesprochen fühlen. Um dies zu erreichen, belebt der Tourismusverein die Strategie ab dem Frühjahr 2021 mit konkreten Maßnahmen und Veranstaltungen für beide Zielgruppen. So wird das neue, wellenförmige Logo bereits für jeden sichtbar auf der Website und in den sozialen Netzwerken eingesetzt. Im Laufe des Jahres wird dann auch die Eventkommunikation und das Design von Flyern sowie Informationsmaterial an das dynamische visuelle Erscheinungsbild der Kampagne angepasst. Online ist die Region von nun an unter lanaregion.it zu finden.

„Wir sind sehr stolz, unsere neue Markenstrategie nun nach und nach allen Zielgruppen vorzustellen. Bereits Ende 2019 gab es erste Besprechungen, im Frühjahr 2020 haben wir dann aktiv mit der Ausarbeitung begonnen. Mit *Lana verbindet* möchten wir eine Plattform schaffen, die unterschiedliche Interessensgruppen vernetzt und zu neuen Produkten und Angeboten anregt“, so Sabina Schvienbacher, Präsidentin des Tourismusvereins Lana und Umgebung.

.../2



Von der Sonne verwöhnt, ist Lana vor allem durch das mild-mediterrane Klima, lebendige Traditionen und vielseitige Freizeit- und Kulturangebote bekannt und ein ideales Ziel für Naturliebhaber, Aktivurlauber und Genussmenschen. Diese Charakteristika werden durch die Inhalte der neuen Markenstrategie noch stärker geschärft und in folgende fünf Kernthemen gegliedert: Urlaub und Heimat, Genuss und Momente, Natur und Ruhe, Kultur und Erlebnis sowie Tradition und Freude.

Konkret bedeutet das zum Beispiel Investitionen in den Ausbau der Waalwege, um diese durch weitere Aussichtsplattformen noch attraktiver zu machen. So nutzen Einheimische die Wege gerne für eine Joggingrunde nach Feierabend, während sie bei Gästen für Spaziergänge mit der Familie beliebt sind. Zudem wird die Strategie besonders durch verschiedene Events, die der Tourismusverein im Jahresverlauf plant, greif- und spürbar. Den Auftakt bilden im April die Themenwochen Lana blüht, eine Kombination der bisherigen Blütenfest- und Wildkräutertage. Neben dem geänderten Namen, werden sie durch überraschende Hingucker vor Ort und ein modifiziertes Programm neu inszeniert. Bei Workshops, beim Golfen und auf lokalen Höfen sind nicht nur Apfelblüten, sondern ab diesem Jahr auch Wildkräuter die Stars der Themenwochen.

Die neue Strategie entwickelte die renommierte Markenagentur Karin Novozamsky aus Graz.

Über die Region Lana

Die zwischen Meran und Bozen im Etschtal gelegene Region Lana ist die größte und älteste Apfelanbaugemeinde Südtirols. Doch der Apfel ist bei Weitem nicht das einzige lokale Erzeugnis, das die Region prägt. Es ist die Fülle an Produkten, die Lana in Kombination einzigartig machen - sei es der Duft gerösteter Kastanien, geschmacksintensive Weine aus biodynamischem Anbau oder die vielen Geschäfte und Handwerksbetriebe mit ihrem individuellen Sortiment. Neben Events wie Lana blüht und Kastanientage - Keschnriggl spricht zudem das breite kulinarische Angebot von urigen Buschenschänken bis hin zu Haubenküche für die Destination. Alpin-mediterranes Flair sowie Bewegung auf drei Ebenen beim Wandern und Biken komplettieren das Urlaubsvergnügen. Ursprüngliche Natur erleben Gäste sowie Besucher auf dem Hausberg Vigiljoch oder beim Spazieren auf den Waalwegen. Kulturell verbindet die Region Historisches wie das Castel Lebenberg oder den Schnatterpeck-Altar mit modern interpretierten Orten wie dem Ansitz Kränzelhof, welcher Erlebnis, Balance und Genuss zusammenbringt. Zur Region gehören neben Lana auch die Ortschaften Burgstall, Gargazon, Tschermers, Völlan und Vigiljoch.

München/Lana, 18. Februar 2021

Für weitere Presseinformationen:

Bettina Ruhland/Sonia Becker
STROMBERGER PR GmbH
Kistlerhofstraße 70, Haus 5, Gebäude 188
81379 München, Deutschland
T +49 (0)89 189478-87
ruhland@strombergerpr.de
strombergerpr.de

Manuel Guadagnini
Tourismusverein Lana und Umgebung
A.-Hofer-Straße 9/1
39011 Lana, Italien
T +39 0473 561770
manuel@lanaregion.it
lanaregion.it