

Beim Wandern profilieren

Oy-Mittelberg stellt neuen Ortsprospekt vor

Oy-Mittelberg – Authentizität – ANZEIGE –

ist ein wichtiges Merkmal des neuen Ortsprospekts der Gemeinde Oy-Mittelberg. Nun fand an einem „authentischen Ort“, in der Fischerhütte am Rottachsee, die Vorstellung des neuen Urlaubsplaners mit Gastgeberverzeichnis statt. Im Mittelpunkt des Treffens stand natürlich eine umfassende Information über das neue Werbemedium.

Bürgermeister Theo Haslach dankte den „Machern“ der neuen Werbebroschüre. Außerdem seinen Mitarbeitern im Verkehrsamt, der Firma Koop sowie allen „Helfern, Weggefährten

DEUTSCHE SELBSTHILFE-
ANGEBORENE IMMUNDEFEKTE E. V.
www.dsai.de

HABEN SIE ODER IHR KIND
STÄNDIG SCHWERE INFEKTIONEN?
VIELLEICHT IST ES EIN
ANGEBORENER IMMUNDEFEKT.
DIE DUNKELZIFFER LIEGT BEI
RUND 100.000 MENSCHEN
IN DEUTSCHLAND, ABER NUR
700 FÄLLE SIND ERKANNT.
FRÜHERKENNUNG KANN LEBEN
RETTEN.

 dsai

PLASMA SPENDEN RETTET LEBEN.
AUS PLASMA WERDEN LEBENSNOTWENDIGE
MEDIKAMENTE HERGESTELLT.

und Mitstreitern, ohne die ein solches Werk nicht entstehen könnte“. Die Broschüre mit dem Titel „Wanderzeit – das ganze Jahr“ stelle einen besonderen Höhepunkt in der langen touristischen Tradition des Ortes dar. Man wolle schließlich die Naturschönheiten, aber auch das touristische Angebot des Ortes entsprechend präsentieren. „Wir wissen, im Tourismus gibt es keine Selbstläufer“, fuhr der Rathauschef fort, „wir haben starke Mitbewerber und rückläufige Tourismuszahlen in unserem Ort“. Deshalb sei die eigene Positionierung in der „kompetenten und bodenständigen Broschüre“ besonders

wichtig. Passend zum Prospekttitel werde man sich auch im Rahmen der regionalen Wander-Marketingstrategie als Etappenort bewerben.

Der Leiter des Kur- und Tourismusbüros, Jens Hornung, erläuterte die Motivation für den neuen Prospekt. „Wir wollten einen ‚merkwürdigen‘ Prospekt, der das Wandern aber auch den Duft von Heu (mit Hilfe der Verpackung) für die potentiellen Gäste thematisiert.“ Für den Prospekt 2011 sei ein Gesamtkonzept entwickelt worden, das in Gestalt, Material und vor allem bei der Versandmethode stark vom Standard abweiche.

Hauptziel sei, Oy-Mittelberg als einzigartigen Ort zu profilieren. Der Prospekt sei nach Jahreszeiten auf gegliedert, in denen aber gewisse Themen immer wieder aufgegriffen worden seien. „Bei uns regnet es auch, sonst wäre es hier nicht so grün, Augenwischerei und Schönfärberei haben wir im Broschürentext ganz bewusst vermieden“, betonte Hornung und bedankte sich besonders bei den „Modellen aus dem Ort“ die sich für Fotos bereit erklärt hätten.

„Sagt nicht, wir hätten Euch nicht gewarnt“, betonte der Chef der Designgruppe Koop aus Nesselwang zu Beginn seiner Rede. „Wir haben darauf aufmerksam gemacht, dass Ihr von uns keine einfachen Antworten sondern eher schwierige Fragen bekommt“. Deshalb habe man auch auf die vorausgehenden Workshops bestanden, in denen man dann gemeinsame Antworten auf viele Fragen gefunden habe. dm



Im rustikalen Ambiente der Fischerhütte am Rottachsee präsentieren sich die Amateurfotomodelle der Broschüre mit Bürgermeister Theo Haslach (vorne v.l.), Designer Andreas Koop und Jens Hornung, dem Leiter des Tourismusbüros.

Foto: dm

