



28.06.2018 – 11:00 Uhr

## ikr: Gemeinsam die touristische Zukunft des Berggebiets gestalten

Vaduz (ots/ikr) -

Die touristischen Akteure im Malbun und Steg haben in den vergangenen Monaten gemeinsam mit dem Ministerium für Infrastruktur, Wirtschaft und Sport eine Strategie zur Entwicklung des Berggebiets Liechtenstein ausgearbeitet. Zusammen sollen die Zukunft gestaltet, vorhandenes Potential genutzt und Chancen für das Berggebiet erkannt werden.

Im September 2017 gab das Ministerium für Infrastruktur, Wirtschaft und Sport den Auftrag, eine Strategie für das Berggebiet zu entwickeln. Um ein breit abgestütztes Ergebnis zu erreichen, wurden von Seiten des Ministeriums folgende Akteure in den Entwicklungsprozess miteinbezogen: die Stiftung für ein lebendiges Malbun, die Gemeinden Triesenberg und Vaduz, Liechtenstein Marketing, sowie Triesenberg-Malbun-Steg-Tourismus, die Bergbahnen Malbun und diverse Leistungsträger.

Das Ziel dieser Studie war, Wege aufzuzeigen, wie die Gebiete Malbun und Steg grössenverträglich und nachhaltig weiterentwickelt und die Angebote sowohl im Sommer als auch im Winter entsprechend ausgebaut werden können. "Ich freue mich heute sagen zu können, dass wir dieses Ziel mit dem vorliegenden Strategiepapier erreicht haben. So können die gemeinsam erarbeiteten Ziele in weiteren Schritten verfolgt und umgesetzt werden", so Regierungschef-Stellvertreter und Wirtschaftsminister Daniel Risch, bei der offiziellen Übergabe des von der Regierung zur Kenntnis genommenen Strategiepapiers an die Strategiegruppe.

Die Strategiegruppe ist zuständig für die Erarbeitung eines auf der Strategie basierenden Umsetzungskonzeptes und für die Umsetzung der entsprechenden, darin definierten Massnahmen. Sie setzt sich aus Vertretern der folgenden Institutionen zusammen:

- Stiftung für ein lebendiges Malbun (Vorsitz)
- Gemeinde Triesenberg
- Gemeinde Vaduz
- Liechtenstein Marketing
- Triesenberg-Malbun-Steg-Tourismus
- Bergbahnen Malbun
- Liechtenstein Olympic Committee
- Alphenossenschaft Pradamee

Die Strategie im Überblick

Das Berggebiet von Liechtenstein kann mit guten Unterkünften, persönlichen Gastgebern und kulinarischen Angeboten aufwarten. An der aktuellen Strategie, sich als übersichtliche und persönliche Naherholungs- und Feriendestination mit Fokus auf die Zielgruppe Familien zu positionieren, soll festgehalten werden. Ohne den Winter zu vernachlässigen, wird der Fokus verstärkt auf den Sommer gelegt werden. Die bestehenden Angebote werden besser vernetzt und punktuell mit möglichst wertschöpfungsrelevanten Angeboten ergänzt. Dabei sollen gezielt Angebote mit grosser Strahlkraft nach aussen entwickelt werden. Der kleinstrukturierte Ort und die kurzen Wege sollen vermehrt genutzt werden, um Gästegruppen auch kombinierte Angebote aus einer Hand zu bieten. Dazu gehören insbesondere Seminare und Vereinsreisen.

Für die Umsetzung der Strategie werden folgende Handlungsfelder definiert:

- Kommunikation und Verkauf
- Strukturen und Organisation vor Ort für Gästebetreuung
- Strategische Führung und Planung
- Angebotsentwicklung

Im Rahmen dieser Handlungsfelder wird der Fokus auf folgende Punkte gelegt:

Die gesamte zielgruppengerechte Kommunikation - Print und Online - für das Berggebiet wird im Rahmen der Kommunikation von Liechtenstein Marketing überarbeitet und konsequent auf die Bedürfnisse der definierten Zielgruppen ausgerichtet. Zentrale Botschaft ist dabei die "alpine Spielwiese", welche eine bildhafte Verknüpfung der verschiedenen Einzelangebote ermöglicht.

Das Berggebiet wird gestärkt, indem die Marke "Malbun" eigenständig geführt wird. Diese wird allerdings immer unter der Dachmarke von Liechtenstein Marketing eingesetzt. Eine entsprechende Markensystematik wird entwickelt und von allen Akteuren konsequent umgesetzt.

Ein geplanter Destinations-Coach unterstützt von einem digitalen Concierge, kann Synergien nutzen und Kommunikationswege kurz halten. Bereits heute verfügt das Berggebiet Liechtenstein über eine hohe Dichte von attraktiven Angeboten für die Zielgruppen Familien und Gruppen. Dazu gehören beispielsweise das Ski- und Wandergebiet, das Langlaufangebot, die Falknerei, der Malbi Park oder der Malbi Spielplatz. Dank dem Bild einer "alpinen Spielwiese" kann diese Vielfalt einfacher kommuniziert und

mit zusätzlichen Angeboten optimiert und vernetzt werden.

Die alpine Spielwiese erstreckt sich über das gesamte Berggebiet. Um diese Idee sichtbar zu machen, werden an zentralen Punkten bei den Hauptattraktionen jeweils Schaukeln aufgestellt. Sie sind Markenzeichen und Spielgeräte zugleich - nicht nur für Kinder. So kann die Sammlung von Schaukeln laufend ergänzt, Künstler bei der Gestaltung eingebunden, Gäste als Patinnen oder Paten gewonnen oder ein eigentliches Festival aufgebaut werden. Ausserdem eignen sich die Schaukeln ausgezeichnet für die Kommunikation wie beispielsweise in den sozialen Medien.

Ein erster Massnahmenplan wird in einer nächsten Stufe im Detail mit den involvierten Kreisen besprochen, terminiert und anschliessend verbindlich verabschiedet werden. Die Verantwortung der Implementierung liegt bei der vorgängig erwähnten Strategiegruppe, die zu diesem Zweck institutionalisiert und mit entsprechenden Führungsstrukturen versehen wird.

Kontakt:

Ministerium für Infrastruktur, Wirtschaft und Sport

Louis Vogt

T +423 236 76 68

Liechtenstein Marketing

Michelle Kranz, Geschäftsführerin

T +423 239 63 00

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000148/100817383> abgerufen werden.