

# Wirtschaft & Karriere

## In Zielmärkten die USPs vermarkten

**Ferienregion Lungau bemüht sich, die Lungauer Angebote in Deutschland und Österreich zu positionieren.**

■ LUNGAU (pjw). „Um sich in der Vielfalt touristischer Angebote zu positionieren, gilt es heute gezielt USPs (Unique Selling Propositions) und Kernkompetenzen aufzubauen sowie diese in den entsprechenden Zielmärkten zu vermarkten“, erklärt Madeleine Pritz. Sie ist in der Ferienregion Lungau für die touristische Vermarktung des UNESCO-Biosphärenparks verantwortlich. Als Hauptzielmärkte der Ferienregion Lun-

gau gelten Deutschland und Österreich.

### Alleinstellungsmerkmal

Pritz fährt fort: „Daneben ist es aber auch wichtig, dass sich eine Region ihrer Werte bewusst ist. Für die Ferienregion Salzburger Lungau ergibt sich durch das Prädikat ‚UNESCO Biosphärenpark Salzburger Lungau‘ eine Chance, sich gegenüber anderen Alpendestinationen abzuheben. Die Einbindung des UNESCO-Prädikats, vor allem in die Vermarktung des touristischen Sommers, erlaubt es, Werte wie Natürlichkeit, Ursprünglichkeit oder Regionalität zu unterstreichen.“

Dass die Auszeichnung der Or-

ganisation der Vereinten Nationen für Bildung, Wissenschaft und Kultur die Angebote des Salzburger Lungaus optimal ergänze, zeige der Abschlussbericht der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Ferienregion Salzburger Lungau in diesem Bereich. „In Zusammenarbeit

**„Gezielt USPs (Unique Selling Propositions) und Kernkompetenzen aufbauen sowie diese in den Zielmärkten vermarkten!“**

MADELEINE PRITZ

mit der Presseagentur der Ferienregion Salzburger Lungau konnten alleine im Printbereich redaktionelle Publikationen im Gegenwert von insge-

samt über 1,4 Millionen Euro erzielt werden“, nennt Pritz ein Beispiel von vielen.

### Ausblick auf heuer, 2016

Auch für 2016 seien bereits etliche Recherche- sowie Pressereisen, u. a. zu den Themen „Lungauer Almsommer inkl. der landesweiten Eröffnung im Naturpark Riedingtal am 19. Juni“ sowie zum „200-Jahr-Jubiläum Stille-Nacht“ in Mariapfarr, geplant. Pritz ergänzt: „Im Jahr 2016 liegt ein besonderes Augenmerk der touristischen Vermarktung im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, da hier im Vergleich mit wenig finanziellem Aufwand sehr viel erreicht werden kann.



**Madeleine Pritz** von der Ferienregion Lungau: „Es ist aber auch wichtig, dass sich eine Region ihrer Werte bewusst ist.“ Foto: Peter J. Wieland

Gleichzeitig wird die Ferienregion Salzburger Lungau aber auch weiterhin aktiv Projekte wie Slow Food Travel im Lungau, die Biosphärenpark-Wan-

derungen, das Projekt ‚Lunga 2020‘ oder auch Angebotsentwicklungen im Bereich des Gesundheitstourismus begleitend unterstützen.“