

## NLW hat Corona als Chance genützt

(NLW Tourismus Marketing GmbH für die Lebensräume „Nassfeld-Pressegger See“ / Lesachtal / Weissensee)

## Mit der World of Mountains & Lakes in ein neues Tourismus-Zeitalter

Nie zuvor waren die Attribute „Weite“, „Freiheit“, „Größe“ und „landschaftliche Unbegrenztheit“ sowie das Bedürfnis nach Resonanz und Begegnung, für Einheimische wie Urlaubssuchende, so wichtig wie gerade jetzt. Die Region NLW (Nassfeld-Pressegger See / Lesachtal / Weissensee) hat die Chance, die Corona zweifelsohne auch bietet, genützt und startet mit einem modernen, zukunftsorientierten und ganzjährigen Angebots- und Produktkonzept „World of Mountains & Lakes“ – unter gleichzeitiger Beibehaltung der bekannten Regionsmarken - genau zum richtigen Zeitpunkt neu durch.

Gemeinsam mit Partnern in Tarvisio / Val Canale, hat man sich die Frage gestellt, Warum nicht größer denken? Über den eigenen Tellerrand hinausblicken? Den Fokus auf Lebensräume richten, in denen sich Einheimische und Gäste längst bewegen?“, erzählt Christopher Gruber, Geschäftsführer der NLW Tourismus Marketing GmbH. Die „World of Mountains & Lakes“ war geboren. Der Begriff spiegelt die drei Assets perfekt wider, die unsere Regionen von anderen abhebt: Die Kombination von Bergen und Seen, die sich gegenseitig ergänzenden und stärkenden Produkte der Lebensräume, sowie die Lage in Österreich und Italien. Erlebbar ist dies in den Karnischen-, Gailtaler- und Julischen Alpen sowie am Weissensee, Pressegger See, den Laghi di Fusine sowie an zahlreichen Bergseen. Ob im Gehen, am Bike, mit voller Kraft oder leise hineinspürend. Die Berge skifahrend, auf Langlaufskiern oder die Seen auf Eislaufkufen erkundend. In den Erlebniswelten dürfen Gäste einen Lebensraum entdecken, dessen Reichtum in seiner Vielfalt liegt und der sich nicht von Gemeinde-, Bezirks- oder Staatsgrenzen einengen lässt. Und gleichzeitig ergänzen sich die Schwerpunkte der Lebensräume gegenseitig.

„Der Vorteil der Kommunikation als World of Mountains & Lakes liegt darin, dass wir nun eine gemeinsame Klammer für mehrere Regionen haben. Und wir bleiben flexibel, falls zu einem späteren Zeitpunkt noch welche dazu kommen sollten“, so Gruber. „Wir schaffen einen größeren und damit konkurrenzfähigeren Lebensraum mit diversifizierenden Angeboten und gleichzeitig ein Dach für unterschiedliche Produkt-Welten, die dadurch ebenfalls einen stärkeren Auftritt erfahren – vorallem auch im internationalen Tourismus.“ Innerhalb der „World of Mountains & Lakes“ gibt es mehrere Angebotswelten, die im Marketing durch ihre Bündelung einen echten Mehrwert für Einheimische und Gäste erfahren. Dazu gehören im Sommer unter anderem die „Family World“, „Hike-, Bike-, Culinary-, oder Outdoor World“, sowie im Winter die „SunSki World“, „Family World“, „Outdoor World“ oder die „Relax World“.

## Der Eintritt in ein neues, digitales Zeitalter geht damit einher

Parallel zum Angebots- und Produktkonzept „World of Mountains & Lakes“ wird dafür gerade am finalen Feinschliff der neuen Website „nassfeld.at“ sowie den Online-Auftritten der

weiteren Lebensräume bis hin zu Themen-Websites wie „Slow Food Travel“ gearbeitet. Diese Website ist allerdings nur ein Baustein des Gesamtkonzeptes „Neue, digitale Informationsdrehscheibe“. Darin soll, egal welches (digitale) Medium der User nutzt, der Content gezielt und nutzenstiftend und verkaufsorientiert zur Verfügung gestellt werden. Dies erfolgt via Websites, über einen digitalen Gästebegleiter (wie z.B. „my Nassfeld-Pressegger See“), in einem eigenen TV INFO CHANNEL direkt in Betrieben, über regionsweite Tagesempfehlung (Sommer-/Wintersportbericht), über das Location Based Service im FreeWLAN, oder in einer zentralen Karte für Anreise/Mobilität/Orientierung sowie in einem modernen Webshop.

„Summa summarum, wurde Corona somit als Chance zur Gestaltung einer angepassten Zukunft verstanden und optimal genutzt. Gerade zum richtigen Zeitpunkt eine neue Perspektive für die BetriebsinhaberInnen, die Mut macht“, so GF Christopher Gruber.

**Pressekontakt:**

GF Christopher Gruber

NLW Tourismus Marketing GmbH | Wulfeniaplatz 1, 9620 Hermagor, Österreich

T +43 4282 3131-315 | E christopher.gruber@nlw.at

