

Der Tourismusverein Schenna präsentierte sich am Wochenende in Köln
Kölnmesse wurde zur Südtiroler Flaniermeile

Köln, 1. März. Unter dem grauen rheinischen Winterhimmel präsentierte sich der Tourismusverein Schenna am Wochenende in Köln als willkommener Frühlingsbote. „Südtirols Sonnenseite – Schenna mit allen Sinnen erleben“ zog bis zum Sonntagnachmittag Zehntausende Kölner und Gäste aus ganz Nordrhein-Westfalen zwei Tage lang in die Hallen 2.2. und 1 der Kölnmesse. Erste Schätzungen gingen bereits am Sonntagmittag von 20 000 Besuchern aus. 400 Aktive aus Südtirol verwandelten die Messe in eine lebhafteste Südtiroler Flaniermeile. 60 Gastbetriebe, die Südtiroler Exportorganisation mit den Südtiroler Qualitätsprodukten, Schloss Schenna, Messner Mountain Museum, die Therme Meran, Schloss Trauttmanssdorf und viele weitere Aussteller brachten dabei die ganze Vielfalt Südtirols an den Rhein.

Samstag Punkt zwölf Uhr mittags eröffnete die Musikkapelle Schenna mit ihrem Einzug das Spektakel. Auf der Hotelmeile konnten sich die Besucher über die Gastbetriebe und Sehenswürdigkeiten informieren, im Foyer ließ man sich Südtirol buchstäblich auf der Zunge zergehen. Marion Fischer, bei der EOS für Events zuständig, war überwältigt von der Nachfrage nach Käse, Äpfeln, Speck und Brot: „Das zeigt, wie sehr die Gäste Qualität schätzen, aber auch, wie sehr sich die Marke Südtirol schon etabliert hat.“

Schenna in Köln kam bei den Gästen bestens an, bestätigt auch der Präsident des Tourismusvereins Sepp Mair: „Die hohen Erwartungen haben sich voll erfüllt und das neben der Gäste- auch auf der Aussteller-Seite“. Die harte Arbeit im Vorfeld trug somit in Köln Früchte. Mehr als ein Jahr dauerten die Vorbereitungen, um die 14.000 Quadratmetern Hallenfläche mit Südtiroler Leben zu füllen. Wobei Schenna durchaus Erfahrung hat mit annähernd großen Präsentationen. Zuletzt stellte man sich 1999 in Düsseldorf vor. Mit Live-Sendungen im Kölner Domradio, Ankündigungen beim Alpenverein, in Kulturmagazinen, den großen Zeitungen und sogar auf dem Fußballplatz wurden heuer die Kölner informiert: In der Halbzeitpause des Spiels 1. FC Köln gegen Arminia Bielefeld konnten Mair und sein Team über die Stadionlautsprecher für Schenna in Köln werben.

Konzerte der Musikkapelle, der Formation Karl Hanspeter Jazz und der Südtiroler Spitzbuam sorgten für den musikalischen Rahmen bei „Schenna in Köln“. Auch Reinhold Messner war mit zwei Vorträgen dabei und zog eine durchweg positive Bilanz. „Mit Schenna in Köln präsentierte sich ein funktionierender Tourismusort auf eine sehr persönliche Weise, die besonders nachhaltig wirken wird.“ Dass trotz der Wirtschaftskrise so viele Besucher in die Messehallen kommen, ist für den Museumsbetreiber kein Widerspruch, im Gegenteil: „Eine solche Krise ist eine gewaltige Chance für ein Ziel wie Südtirol und gerade jetzt lohnt es sich, in Werbung zu investieren.“ Viele Menschen verzichteten jetzt auf Fernreisen, so Messner. „Dann entdecken sie Südtirol, wo die Menschen mitten in einer internationalisierten, gleichförmigen Reisewelt sich selbst treu geblieben sind. Und dann zieht Messner ein Fazit, das zugleich ein weiteres Motto für Schenna in Köln sein kann: „In einer globalisierten Welt suchen die Menschen das Lokale“. Die Kölner konnten es für ein Wochenende erleben.

Kontakt für die Redaktionen in Köln: Cornelia Reiterer, Leitung Marketing und PR im Tourismusverein Schenna, Tel. 347 3337530