

MCS und „Die Bühne der Welt“

Mit frischem Schwung nach der Sommerpause startete der Marketing Club Salzburg in seine Vortragsreihe im Herbst

Der erste Clubabend, der im geschmackvoll renovierten Heffterhof stattfand, widmete sich dem Salzburger Stadttourismus. MMag. Herbert Brugger, Geschäftsführer der Tourismus Salzburg GmbH, referierte vor zahlreichen Marketingspezialisten des MCS über „Die Marke Salzburg“.

Warum der Städtetourismus und insbesondere jener der Stadt Salzburg so gut funktioniere, sei – so Brugger – auch auf die Einzigartigkeit unserer Landeshauptstadt zurückzuführen: „Alleinstellungsmerkmale wie die historische Altstadt mit ihrer bekannten Silhouette, die Festung Hohensalzburg sowie die Kernkompetenz in punkto Kultur verleihen der Stadt Salzburg einen weltweit bekannten ‚Unique Selling Point‘.“ Salzburg stehe



V.l.n.r.: Herbert Brugger (Tourismus Salzburg), Cornelia Kogler (Hotel Heffterhof), Sonja Henhagl-Röhrich (MCS) und Thomas Schneider (Zumtobel+Kronberger).

BILD: MCS / UWE BRANDL

für die Festspiele, Mozart, Sound of Music und für landschaftliche Schönheit. Nicht umsonst dürfe sich die Mozartstadt mit dem Titel

„Weltkulturerbe“ schmücken.

Allein in den vergangenen 15 Jahren hat der Stadttourismus um 80 Prozent zugelegt, von rund

zwei Millionen Nächtigungen im Jahr 2009 peilt Salzburg dieses Jahr die 3-Millionen-Marke an. Moderne, digitale Geschäftsmodelle – von Online-Plattformen über Sharing Economy bis hin zu Social Media Botschafter – haben sich etabliert und zeichnen sich für neues Kundenverhalten verantwortlich.

Hauptaufgabe des Stadttourismus wird es künftig sein, die Gästeströme vermehrt zu steuern, um die hohe Besuchsqualität weiterhin aufrecht zu erhalten.

Mit der Aussicht auf hunderte Millionen konsumfreudiger Inder und Asiaten, die in den nächsten Jahren Europa bereisen wollen, erfreuten sich die Mitglieder des MCS am Bio-Buffer mit saisonalen und regionalen Schmankerln und konnten feststellen: Tourismus bleibt spannend!