

Autobahn-Inserat der Tirol Werbung sorgt für Unmut

Touristiker kritisieren, dass im Spiegel-Magazin mit der Europabrücke für Tirol geworben wird. Tirol-Werber Margreiter verteidigt die Linie.

Von Max Strozzi

Innsbruck – Die Werbekampagne der Tirol Werbung im Deutschen *Spiegel*-Magazin schlägt bei Tiroler Touristikern hohe Wellen. Im Rahmen mehrerer Werbeeinschaltungen im deutschen Magazin (6,3 Mio. Leser) wurde in der jüngsten Ausgabe eine ganzseitige Fotoanzeige geschaltet, die im Zentrum die Europabrücke zeigt. Tiroler Touristiker zeigen sich verwundert. „Damit hat man völlig danebengegriffen“, kritisiert Alfons Parth, Obmann des TVB Paznaun-Ischgl. In Zeiten von Transitdebatten sei es falsch, Autobahnbrücken zu zeigen. „Tirol hat viel Schöneres zu bieten“, so Parth.

Das Foto stammt aus dem „Sightseeing“-Kunstprojekt der Tirol Werbung. Namhafte europäische Landschaftsfotografen wurden beauftragt, das „authentische“ Tirol zu zeigen. Die Bilder wurden mehrfach ausgestellt und zeigen auch durchwegs klassische Tirol-Motive wie etwa Bäche, Bergwanderer oder Trachten. Dass der Tiroler Sommertourismus im *Spiegel* mit dem Europa-Brücken-Sujet beworben wurde, sorgt auch beim Öztaler TVB-Chef Oliver Schwarz für Verwunderung: „Dieses Foto hat eine Berechtigung im Bereich der künstlerischen Fotografie. Für eine Werbekampagne ist das aber nichts. Das Bild zeigt eine zerstörte Landschaft.“



Dieses Inserat im Spiegel sorgt für Wirbel.

Montage: Art Direction/Moser Holding

Josef Margreiter, Geschäftsführer der Tirol Werbung, verteidigt das Europa-Brücken-Bild als Teil eines Werbekonzeptes, mit dem die intellektuelle Schicht sowie Meinungsbildner angesprochen werden sollen. „Diese Menschen erreicht die herkömmliche Tourismuswerbung nicht mehr“, so Margreiter. Für diese Zielgruppe sei

der Weg der ungeschminkten, authentischen Werbung anstelle von geschönten Bildern gewählt worden. Die Stammklientel indes werde weiter mit klassischen Sehnsuchtsmotiven beworben.

Das Motiv Europa-Brücke ist laut Margreiter eine der drei Speerspitzen in der Imagekampagne. Die anderen bei-

den Bilder zeigen einen Bach sowie Berge mit Wanderern und sollen ebenfalls geschaltet werden. Die Tirol Werbung hat im *Spiegel* insgesamt drei ganzseitige Einschaltungen gebucht, dazu neun Anzeigen in ausgewählten deutschen



„Ich möchte eine breite Diskussion über unsere Kommunikation. Das war in Tirol länger nicht der Fall.“

Josef Margreiter
(Tirol Werbung)

Foto: Böhm

Medien. Insgesamt liegen die Kosten laut Margreiter zwischen 200.000 und 300.000 Euro (rund 5 bis 6% des Sommerbudgets von 5 Mio. Euro). Weil die Anzeigen über eine große Schaltagentur gebucht wurden, liege der Preis deutlich unter den Normalpreisen.

Margreiter fordert aber eine breite Diskussion. „Es ist länger her, dass man sich im Land mit unserer Kommunikationsarbeit spürbar auseinandergesetzt hat“, so Margreiter. „Mir ist es ein Anliegen, diese Diskussion zu starten.“ Glaubwürdigkeit und Wahrnehmung der Werbung würden bei der Internetgesellschaft sinken.