

# Tiroler Schnapsroute verführt jetzt zu kulinarischen Genüssen

Im heurigen Sommer lockt in Tirol eine neue kulinarische Ausflugsmöglichkeit: die Tiroler Schnapsroute – mit Führungen und Verkostungen.

Es ist ein Projekt, bei dem sich Tourismus und Landwirtschaft zu einer sehr anregenden Kooperation zusammengefunden haben: Die Tirol Werbung hat mit der Agrarmarketing Tirol und der Landwirtschaftskammer die „Tiroler Schnapsroute“ konzipiert – als Leckerbissen für die vielen touristischen Gäste aus dem Ausland, aber natürlich vor allem auch für die vielen Tiroler selbst, die qualitätvollen Genuss zu schätzen wissen.

Entsprechend großer Wert wird auf der Schnapsroute auch auf Qualität gelegt. 41 bäuerliche Schnapsbrenner gibt es auf der Route in allen Bezirken Tirols zu besuchen. Sie haben sich zur Einhaltung strenger Qualitätskriterien verpflichtet: Ihre regionalen Spezialitäten müssen das Siegel „Qualität Tirol“ tragen. Dazu verpflichten sich die Brenner zur laufenden persönlichen Weiterbildung.

Die Partnerbetriebe bieten

ihren Gästen zudem einen hochinteressanten Service: Besucher erhalten Einblick in die Obstgärten, in die Veredelung des Brennguts, erhalten eine Führung durch die Brennerei und können das Ergebnis dann sinnlich verkosten. „Der Weg der Frucht aus dem Obstgarten bis hin zum fertigen Destillat – jeder Schritt wird erklärt und anschließend eine Auswahl von Destillaten verkostet“, verspricht Ulrich Zeni von der Landwirtschaftskammer Tirol.

## Kulinarische Tradition

Schnapsbrennen gehört zu Tirols kulinarischer Tradition. In den bäuerlichen Brennereien werden jährlich rund fünf Millionen Kilogramm Obst zu verschiedensten Bränden verarbeitet.

Internationale Preise und Auszeichnungen sind Zeugnis dafür, dass die Tiroler Obstbrenner zu den besten der Welt gehören. Warum?



Tiroler Schnaps ist seit Langem als landestypisches Produkt bekannt.

Foto: Tirol Werbung/Somer bzw. Riedler

Tiroler Brände liegen vor allem wegen ihrer Klarheit, Fruchtigkeit und Reinheit im internationalen Spitzenfeld. Charakteristisch für die bäuerlichen Brenner Tirols sind die handwerklich ausgereiften kleinen Chargen.

In Verbindung mit all den anderen Köstlichkeiten, die von Tirols Landwirten in kleiner, regionaler Struktur hergestellt werden, ergibt sich ein kulinarisches Bild, das man in dieser Form sonst kaum irgendwo findet.

„Der Tiroler Schnaps und seine neue Route sind eine zentrale Achse der Kulinarik in Tirol. Was in Niederösterreich und im Burgenland die Winzer darstellen, sind bei uns die Schnapsbrenner“, sagt Josef Margreiter, Geschäftsführer der Tirol Werbung.

Tirol war immer schon bekannt für seinen Schnaps. Zunehmend wird der Schnaps aber jetzt nicht nur als landestypisches Produkt geschätzt, sondern als Produkt mit allerhöchster Qualität, sagt Margreiter. Das werde in den nächsten Jahren dazu führen, dass dieses kulinarische Kernelement noch mehr Bekanntheit und Beliebtheit erfährt und damit das ganze

Land Tirol: „Das, was in anderen Regionen die Weinstraßen sind, kann in Tirol die Schnapsroute werden“, sagt Margreiter. Die Schnapsroute kann daher schöne touristische Impulse bringen: Für 26 Prozent der Touristen sind regionale Speisen und Getränke ein Grund, nach Tirol zu kommen.

Tiroler Schnaps wird daher auch gezielt zur Tourismuswerbung eingesetzt, zuletzt etwa bei einem Auftritt der Tirol Werbung und der Olympiaregion Seefeld in Monaco mit Fürst Albert.

„Was in Niederösterreich und im Burgenland die Winzer darstellen, sind bei uns die Schnapsbrenner.“  
Josef Margreiter, Geschäftsführer Tirol Werbung

## Fakten zum Schnaps und zur Tiroler Schnapsroute

**Schnapsbrennen** hat in Tirol seit Jahrhunderten Tradition. Von den heute rund 4000 Tiroler Brennereien haben etwa 2500 das Brennrecht bereits seit Maria Theresias Zeiten. Die Tradition und das Wissen um die edlen Tropfen werden dabei von Generation zu Generation weitergegeben, verfeinert und immer wieder neu interpretiert. Jährlich werden von den bäuerlichen Brennern 600.000 Liter Schnaps erzeugt.

Die **Tiroler Schnapsroute** startet im Sommer 2014 flächendeckend in Nord- und Osttirol. Derzeit sind 41 Partnerbetriebe mit dabei, die sich auf neue Gäste freuen. Da



Qualitätsprodukt Schnaps. Foto: AMT

viele Brennereien in Tirol traditionell ein Nebenerwerb sind, bieten sie Führungen nur auf Anfrage an. Es gibt aber auch Brenner, die fixe Öffnungszeiten haben. Für die Verkostung der Destillate wird ein kleiner Unkostenbeitrag eingehoben.

**Information und Anmeldung:**

Auf [www.tirol.at/schnapsroute](http://www.tirol.at/schnapsroute) finden Interessierte zu jedem Partnerbetrieb umfassende Informationen und können sich dann direkt beim Schnapsbrenner für eine Führung anmelden. Informationen zu den einzelnen Mitgliedsbetrieben der Tiroler Schnapsroute gibt es auch direkt vor Ort bei den Tourismusverbänden.

**Qualität Tirol:** Das Gütesiegel „Qualität Tirol“ ist das Zeichen für echte Tiroler Produkte, die zu 100 Prozent in Tirol gewachsen sind und hier veredelt wurden. Sie zeichnen sich durch regionale Produktion, kurze Transportwege und damit durch Frische aus.



## So innovativ kann Tiroler Brauchtum sein

Das Familotel Landgut Furthwirt in Kirchdorf hat es zu einer Nominierung zum „Österreichischen Innovationspreis Tourismus“ gebracht. Der Preis wird vom Wirtschafts- und Tourismusministerium sowie den Bundesländern vergeben. Der Furthwirt wurde nominiert für das Engagement der Familie Hagsteiner, Brauchtum im Jahresverlauf gemeinsam mit den Gästen zu leben: Neben Winterfeuern, Osterbräuchen, Kräuterbuschenweihe und vielem mehr ist vor allem der Kirchtag am dritten Oktobersonntag ein großes Ereignis auf dem Landgut. Bild: Wolfgang und Kathi Hagsteiner mit den Kindern Wolfgang junior, Hansi und Elisabeth sowie Seniorchefin Inge. Foto: Furthwirt

## Tourismus 2020 in Mayrhofen

„Tourismus 2020“ hieß eine Veranstaltung im Europahaus Mayrhofen, bei der Top-Experten über den Stand der Dinge im Online-Marketing informierten und diskutierten.

„Tourismus 2020“ fand zum zweiten Mal statt, und eine Fortsetzung im nächsten Jahr ist bereits fix – wahrscheinlich in noch größerer Form, wie Mitorganisator Prof. Dieter Fensel (Uni Innsbruck) ankündigt.

Die Veranstaltung in Mayrhofen stieß auf reges Interesse. „Es ist hier gelungen, viele Kompetenzen zusammenzuführen, Universitäten, wie die Uni Innsbruck, die TU Wien, die Fachhochschule Krams, die Modul University Wien, die IT-Solutions-Provider, die Tirol Werbung, die Standortagentur Tirol, die

Tourismusverbände und die Hoteliers“, sagt Fensel.

E-Tourismus erhält in Tirol künftig eine gewaltige strategische Bedeutung, sagt Fensel. Die Tirol Werbung habe da eine gute Basis dafür gelegt, Tirol sei eine starke Marke. Aber das müsse von den einzelnen Anbietern auch genutzt werden.

Ein erstes konkretes Praxisprojekt ist bereits aus der ersten Veranstaltung im Vorjahr entstanden: Innsbruck Tourismus implementiert „semantische Technologien“ bereits in seinen Online-Auftritt. Mit semantischen Technologien erkennen etwa Suchmaschinen die Bedeutung von gesuchter Information, verknüpfen diese sinnvoll mit anderen Inhalten und bieten dem User dann beispielsweise gleich ganze Reisepakete an.

## 3 Fragen an



Prof. Dieter Fensel  
Universität Innsbruck Foto: STI Innsbruck

## Online-Bedeutung wächst enorm

Online-Marketing erhält gerade für Tirols Tourismus enorme Bedeutung, sagt Prof. Dieter Fensel von der Universität Innsbruck.

## 1 E-Tourismus, Online-Marketing: Sind das Themen, die Tiroler

**Touristiker besonders interessieren?** Ja, auf alle Fälle. Tourismus hat in Tirol ja eine überragende Bedeutung wie in kaum einer anderen Region Europas. Da ist es für die Unternehmen der Branche besonders wichtig, auch im Online-Marketing vorne dabei zu sein. Das wird zunehmend unverzichtbar. Es gibt immer mehr Leute, die sich im Internet über Social Media über Urlaubsangebote informieren und auch buchen. Wenn man da nicht mit gezielten eigenen Aktivitäten präsent ist, hat man eben weniger Gäste – oder was genauso schlimm ist: Man ist den Buchungsplattformen ausgeliefert und zahlt 15 bis teilweise sogar schon 35 Prozent Provision. Dann hat man zwar die Gäste und die Arbeit, aber die Wertschöpfung fließt nach Holland, München oder Kalifornien.

## 2 Wie gut sind Tirols Tourismus-Unternehmen denn schon im Online-Bereich?

Sie sind im internationalen Vergleich durchaus nicht hinten, aber es ist absolut notwendig, sich ständig auf dem Laufenden zu halten über neue Trends, wie z. B. die „semantischen Technologien“, bei denen Suchmaschinen Informationen im Web interpretieren und weiterverarbeiten. Da liefert dann Google nicht nur Links, sondern umfassende Informationen. Oder: „Siri“, eine App, mit der Benutzer mit ihrer Stimme Nachrichten senden und auch buchen können.

## 3 Solche Kommunikationsmittel werden wichtiger? Ein immer noch größerer Anteil von Urlaubern wird solche Kanäle nutzen. Da muss man unbedingt am Ball bleiben, um weiter Wertschöpfung zu erzielen.

## Tourismus und Freizeitwirtschaft

27. Mai 2014  
Sonderthema

Herausgeber und Medieninhaber:  
Schlüsselverlag J. S. Moser GmbH; Sonderpublikationen, Leitung: Frank Tschoner;  
Redaktion: Michael Riedler.  
Verkauf: verkauf@tt.com  
Anschrift für alle: 6020 Innsbruck,  
Brunecker Straße 3, Postfach 578,  
Telefon 050403 - 1543.