

Südtirol: Tourismusdirektoren-Wechsel oberhalb von Meran

## **„Das Gute bewahren und Schenna fit machen für die Zukunft“**



**In Schenna geht eine Ära zu Ende. Franz Innerhofer, seit 44 Jahren Tourismusdirektor der Gemeinde oberhalb von Meran, verabschiedet sich mit 68 in den wohlverdienten (Un-) Ruhestand. Denn Projekte wie die von ihm mit aufgebaute Oldtimer-Rallye „Südtirol Classic Schenna“ wird er auch weiterhin federführend betreuen. Sein Nachfolger ist jenseits des Brenners kein Unbekannter. Stefan Kaserbacher (45) leitete ein**

**Jahrzehnt lang die Geschicke des ursprünglichen Ultentals und freut sich auf die neue Herausforderung. Im Doppelinterview erzählen die beiden von Abschied und Neubeginn, Qualitätsoffensiven und Innovationen sowie den Zukunftsvisionen für eine der erfolgreichsten Destinationen Südtirols. [www.schenna.com](http://www.schenna.com)**

*Foto (download): Franz Innerhofer (li.) übergibt den Stab der Tourismusdirektion Schenna an Stefan Kaserbacher. Während Ersterer sich auf neue Aufgaben, mehr Zeit mit der Familie und seinem Rennrad freut, hält der einstige Marketingdirektor des Südtiroler Ultentals jede Menge frische Ideen für die Gemeinde bei Meran bereit. Bildnachweis: Tourismusverein Schenna*

**Franz, nach 44 Jahren können Sie auf eine echte Erfolgsstory zurückblicken. Ihnen und Ihrem Team ist es zu verdanken, dass Schenna eine der beliebtesten Destinationen in ganz Südtirol, zum Teil sogar mit den meisten Übernachtungen im ganzen Land wurde. Wie ist das gelungen?**

Franz Innerhofer: Diese positive Bilanz ist ein Ergebnis konsequenter Aufbauarbeit, der Kooperationsbereitschaft aller Partner sowie stets innovativer und qualitativer Weiterentwicklung in allen Betrieben, auch im Tourismusverein. Allerdings ist das nicht mir allein zu verdanken, sondern vor allem auch meinem Team und den jeweiligen Präsidenten, die stets Weitblick bewiesen haben. Abgesehen davon ging es mir persönlich nie darum in der Nächtigungsrangliste ganz vorne zu stehen. Vielmehr wollten wir die Stärken von Schenna ins richtige Licht rücken und unserem Ort ein eigenes Profil verleihen.

**Stefan, Sie waren zuvor Marketingdirektor im urigen Ultental, das man als komplettes Gegenteil vom touristischen Schenna bezeichnen könnte. Was reizt Sie an diesem Gegensatz und wie schwer fällt Ihnen der Abschied?**

Stefan Kaserbacher: Das Ultental war für mich oft mehr als ein Beruf und ich hatte sowohl mit Stakeholdern als auch Mitarbeitern ein sehr gutes, oft sogar freundschaftliches Verhältnis. Daher fällt es mir nicht leicht, zu gehen. Ich kann auf zehn – zumindest aus meiner Sicht – erfolgreiche Jahre zurückblicken, in die wir viel Herzblut und Leidenschaft investiert und so ein Produkt geschaffen haben, das mit seiner Ursprünglichkeit zeitgemäßer denn je ist. Schenna ist touristisch gesehen sicherlich eine ganz andere Dimension und Herausforderung, aber gerade das hat mich gereizt.

**Kommen wir zum Status Quo des Tourismusvereins Schenna damals und heute...**

FI: Bei meinem Amtsantritt 1979 – ich war 23 Jahre alt – befand sich das Tourismusbüro noch im Anfangsstadium: mit einigen wenigen, aber sehr motivierten Mitarbeitern, einer unsicheren finanziellen Basis und wenig technischen Hilfsmitteln. Dafür stimmten Engagement, Miteinander und Zusammenhalt. Diese Faktoren waren schon damals Grundlage für eine positive Entwicklung und sind es heute noch.

SK: Schenna hat sich unter der Führung des geschätzten Kollegen Franz Innerhofer zu einem der erfolgreichsten Tourismusvereine Südtirols entwickelt. Das ist die beste Voraussetzung um den großen Aufgaben der nächsten Jahre wie Mobilität, Tourismusgesinnung, Fachkräftemangel oder Klimawandel Paroli bieten zu können. Diese Probleme betreffen aber nicht nur Schenna, sondern ganz Südtirol. Hierauf gilt es, Antworten zu finden.

**Franz, was waren Ihre Meilensteine und Stefan, welche Strategie verfolgen Sie künftig für Schenna?**

FI: Die Übernahme der Oldtimer-Rallye „Südtirol Classic Schenna“ ist nur ein Beispiel, wie wir neue Gäste anlocken wollten und konnten. Hinzu kamen große Investitionen ins Landschaftsbild: die Wanderwege, den Klettersteig, die Gärten und Blumenanlagen. Aktionen wie „Schenna grüßt seine Gäste“, der Ausbau des ÖPNV, der „Sonnenzug - Ihr Sitzplatz in den Süden“ (regelmäßige, kostengünstige Busverbindung von München nach Schenna und zurück, Anm. d. Red.), die Gästekarte, der Infopoint sowie die Entwicklung der Schenna-App zeug(t)en ebenso von Schennas Qualitätsanspruch.

SK: Ich möchte schnellstmöglich die Abläufe und Probleme im Detail verstehen und daraus die mittel- und langfristigen Ziele ableiten. Schenna soll beziehungsweise muss auch weiterhin zu den innovativsten und erfolgreichsten Tourismusvereinen in Südtirol zählen. Wichtig ist mir dabei, dass Schenna sich auch weiterhin nicht als rein touristisches Produkt sieht, sondern auch als Ort, wo die Einheimischen gut und gern leben. Denn dort fühlt sich der Gast automatisch wohl.

**Apropos Meilenstein: Wie stehen Sie zu den Plänen für die neue Standseilbahn Meran-Schenna, die derzeit viel diskutiert wird?**

SK: Die Seilbahn sehe ich als zentralen Teil der Mobilität von Morgen, die sich in den nächsten Jahren sicherlich verändert und verändern muss. Auf Südtirol bezogen wird sich mit dem Brennerbasistunnel eine neue Möglichkeit der Anreise ergeben, die wir nutzen müssen. Die Autonome Provinz hat im Klimaplan 2040 festgelegt, dass bis 2037 35 Prozent der Gäste per Bahn kommen sollen. Gerade in diesem Kontext ergibt die Standseilbahn Sinn. Ich verstehe die Bedenken der Bevölkerung in Meran.

Für eine tragfähige Lösung muss man deren Sorgen und Anregungen aufnehmen und in das Projekt einarbeiten. Der Mehrwert aber liegt auf der Hand: Soll der Individualverkehr im Meraner Becken verringert werden, kommt man aus meiner Sicht an einer straßenunabhängigen Lösung nicht vorbei.

FI: Ich persönlich stehe dahinter, schließlich ist die Idee einer straßenunabhängigen Verbindung von Schenna nach Meran erstmals im Jahr 2000 im Tourismusverein diskutiert worden. Das könnte eine nachhaltige Investition für die kommenden Generationen sein. Sollte die Standseilbahn nicht realisiert werden, müssen sofort Alternativ-Lösungen ausgearbeitet werden, denn die aktuelle Situation im ÖPNV ist so nicht zu akzeptieren.

**Ihr wichtigster Partner ist neben dem Team und den Betrieben der Gast. Inwiefern hat sich die Schenna-Klientel verändert? Wie hält man Stammgäste bei Laune und mobilisiert dabei trotzdem neue Zielgruppen?**

SK: Dies ist die Königsdisziplin. Wir dürfen nie vergessen, welche Gäste uns zu dem gemacht haben, was wir sind. Daher sind bestehende Urlauber ein wichtiges Gut für uns. Die Besucher von Morgen hingegen kommen mal zwei Saisonen hintereinander her, dann vielleicht ein paar Jahre nicht mehr, und dann wieder. Schon allein deshalb müssen wir neue Zielgruppen mobilisieren. Aber das Produkt vor Ort muss so ausgerichtet werden, dass man dabei bisherige Stammgäste nicht vergisst. Da ist Fingerspitzengefühl gefragt. Aber ich bin überzeugt, dass wir das schaffen.

**Hand aufs Herz, Stefan: Weht ab sofort ein neuer Wind durch Schenna?**

SK: Schenna hat in den letzten Jahren sehr viel richtig gemacht. Es würde keinen Sinn machen, alles auf den Kopf zu stellen. Meine Aufgabe ist es, das Gute zu bewahren und so anzupassen, dass man auch in Zukunft weiterhin erfolgreich sein kann. Aber: Es kommen neue Aufgaben auf uns zu und darauf müssen und werden wir uns vorbereiten. Annelies Pichler, Bürgermeisterin von Schenna, hat es auf den Punkt gebracht: „Neue Fußstapfen hinterlassen anstatt bestehende auszufüllen“. Beruhigend für mich ist dabei, dass Franz und ich ein sehr gutes Verhältnis haben und ich auf sein Wissen immer zurückgreifen kann.

**Franz, inwiefern bleiben Sie dem Tourismusverein tatsächlich noch unterstützend erhalten?**

FI: Selbstverständlich während der Übergangs- und Übergabephase an meinen Nachfolger Stefan und anschließend immer gern, wenn ich um Rat oder meine Einschätzung gebeten werde. Ich werde die zukünftige Entwicklung von Schenna immer mit großem Interesse weiterverfolgen. Außerdem werde ich mich weiterhin zusammen mit dem designierten Team um die „Südtirol Classic Schenna“ bemühen – denn in dieses großartige Event habe ich viel (Frei)Zeit und Geld investiert – die Oldtimer-Rallye bleibt für mich eine Herzensangelegenheit.

## Pressekontakt

---

**Jessica Thalhammer**

+49 8807 21490-15

[jessica.thalhammer@hermann-meier.de](mailto:jessica.thalhammer@hermann-meier.de)

**AHM Kommunikation**

Lachener Straße 4

D-86911 Diessen am Ammersee

+49 8807 21490-0

**Luisa Weber**

+49 8807 21490-19

[luisa.weber@hermann-meier.de](mailto:luisa.weber@hermann-meier.de)

[info@hermann-meier.de](mailto:info@hermann-meier.de)

[www.hermann-meier.de](http://www.hermann-meier.de)