

## **Qualitätslabel „Best of the Alps“ soll noch stärker etabliert werden**

Bereits 1989 haben sich führende Urlaubsorte der europäischen Alpenländer zusammengeschlossen und die Marketingorganisation „Best of the Alps“ (BOTA) gegründet. Dieser Name ist längst Synonym für Urlaub auf höchstem Niveau. Darauf allerdings ruht man sich nicht aus. Die zwölf Feriendestinationen haben jetzt eine neue Strategie entwickelt, um das Qualitätslabel „Best of the Alps“ noch stärker zu etablieren. Interessantes Prospekt-Material und eine nutzerfreundliche Homepage gehören zum überarbeiteten Auftritt, der durch einen Generationswechsel der Tourismusedirektoren flankiert wird. Die neuen Amtsinhaber wollen auf Bewährtem aufbauen und zugleich frischen Wind in die Organisation bringen. In diesem Zuge wird jetzt der französische Weltkurort Megève als 12. Mitglied in der Marketingorganisation aufgenommen – und gemeinsam mit Chamonix, Mont Blanc, Cortina d’Ampezzo, Davos, Garmisch-Partenkirchen, Grindelwald, Kitzbühel, Lech Zürs am Arlberg, Seefeld, St. Anton am Arlberg, St. Moritz und Zermatt auftreten.

### **Frischer Wind**

„Unsere Vorgänger haben 15 Jahre lang hervorragende Arbeit geleistet“, würdigt Sammy Salm, Tourismusedirektor von Grindelwald und Präsident der BOTA, die Entwicklung. „Wir haben festgestellt, dass wir auf dem Markt sehr gefragt sind.“ BOTA konzentriert sich unter anderem auf Crossmarketing-Aktivitäten mit internationalen Kooperationspartnern. Reiseveranstalter in den USA und europäische Unternehmen wie etwa die Schweizer Fluggesellschaft Swiss oder der Flughafen München arbeiten eng mit BOTA zusammen. Mit dem nahezu vollständig verjüngten Team kommt neuer Schwung in die internationale Marketingorganisation.

### **Label etablieren**

Die Organisation hat die Statuten überarbeitet und ein professionelles Strategiepapier erstellt. Primäres Ziel ist es, das Qualitätslabel „Best of the Alps“ noch stärker zu etablieren. BOTA soll bei den anvisierten Zielgruppen als Brand (Marke) wahrgenommen werden. Weiterhin wollen die Mitgliederorte verstärkt Synergien nutzen. Bei jedem Gast, der einen BOTA-Ort verlässt, soll der Wunsch geweckt werden, auch einen anderen BOTA-Ort zu besuchen. Zwanzig Prozent des Budgets werden für den Markt Europa und je vierzig Prozent für Amerika und Asien eingesetzt. Die Schwerpunkte der BOTA-Arbeit zielen auf Public Relations- und Werbemaßnahmen. Zu diesem Zweck wurde der neue Prospekt konzipiert, der in den Zielmärkten vor allem Männer und Frauen mit höheren Einkommen in der Altersgruppe ab 30 Jahren anspricht. Der neue Internet-Auftritt soll interessierten Gästen einen direkten Zugriff auf die Infos der BOTA-Destinationen ermöglichen.

### **Megève als neue Destination**

Die Neuausrichtung bringt auch einen Neueintritt mit sich. Neues Mitglied bei „Best of the Alps“ ist Megève. „Der französische Ferienort erfüllt unsere hohen Qualitätsansprüche“, sagt Sammy Salm, der sich über die Erweiterung freut. „Best of the Alps“-Resorts zeichnen sich durch beispielhafte und traditionsreiche Gastfreundschaft aus, sind Pioniere im Bereich Ski- und Bergurlaub, ziehen ein gehobenes internationales Publikum an und bieten eine Auswahl an Übernachtungsmöglichkeiten aller Kategorien - vom Luxushotel bis zur kleinen, gemütlichen Pension. Als „Best of the Alps“ gelten die Orte aber auch wegen den hervorragenden Verkehrsverbindungen, der Vielfalt des kulturellen Angebots und nicht zuletzt wegen der geradezu mythenhaften Berühmtheit ihrer Berge - etwa dem Montblanc-Massiv, der Jungfrau oder der Dolomiten, um nur einige zu nennen.

*Für weitere Medieninformationen:*

Best of the Alps, Sammy Salm, Präsident

c/o Grindelwald Tourismus

Postfach 124

CH-3818 Grindelwald

Email: [sammy@grindelwald.ch](mailto:sammy@grindelwald.ch)

[www.bestofthealps.ch](http://www.bestofthealps.ch)