

# Südtirol Alto Adige

---

EXPO 2015

A B S C H L U S S B E R I C H T





## Boutique Hotel „Zum Rosenbaum“ Gastronomie war Trumpf

Das gesamte EXPO-Halbjahr war das Restaurant am Südtiroler Stand durchgehend geöffnet. Betrieben wurde es vom Team des Boutique Hotels „Zum Rosenbaum“ in Nals. „Wir hatten bei unserem Angebot alles auf die Karte der Regionalität gesetzt“, erzählen die beiden Hotelbesitzer Marion Pristinger und Alberto Micheletti. „Also zu 100 Prozent heimische Zutaten und Rezepturen. Und das war wohl auch der Grund dafür, dass wir den Zuschlag bekommen haben.“ Die EXPO-Erfahrung bezeichnet Micheletti als sehr positiv – und das trotz einiger organisatorischer Schwierigkeiten. „Auf dem gesamten EXPO-Areal waren keine Lagerräume für Lebensmittel vorgesehen worden.“ Es sei aber auch nicht

möglich gewesen, das Benötigte von Tag zu Tag nachzubestellen. Die komplexen Sicherheitsmaßnahmen auf der Weltausstellung forderten genaues Planen. „Wir mussten total umdenken.“

Trotz kleiner Karte hat das gastronomische Angebot am Südtiroler Stand großes Lob geerntet. „Und es hat sehr viele Menschen an den Stand gelotst.“ Das Konzept der Südtiroler, trotz Platzknappheit ein kleines Spezialitätenrestaurant auf dem EXPO-Platz einzurichten, sei aufgegangen. Alberto Micheletti freut sich über die vielen Besucher, aber auch über die zahlreichen Stammgäste. „Darunter viele EXPO-Mitarbeiter, aber auch viele VIPS, die regelmäßig bei uns gegessen haben.“





## Eine wahre Attraktion

„Trotz der anfänglichen Vorbehalte war die EXPO 2015 ein großer Erfolg“, sagt Paolo Denti. Ebenso positiv beurteilt der Geschäftsführer von Thun auch die Beteiligung des Unternehmens an der Weltausstellung – und zwar als institutioneller Partner des Südtirol-Auftritts. „Für uns war es sehr wichtig, am Südtirol-Stand präsent zu sein, denn sowohl unsere Wurzeln als auch unser Image sind stark mit Südtirol verbunden.“ Zufrieden ist Denti außerdem über die Möglichkeit, eine der Riesenfiguren von Thun in der Nähe des Standes auszustellen. „Sie war eine wahre Attraktion. Es gab Tausende von Selfies, die anschließend auf den Social Media gepostet wurden.“ Großes Interesse galt auch dem Projekt Lebensbaum der Stiftung Gräfin Lene Thun. Der riesige Baum aus bunten Keramiksteinen fand im Palazzo Italia Platz. Einen Wermutstropfen gibt es aber auch: „Wir bemühen uns sehr um ein Netzwerken unter den Südtiroler Betrieben. Wir hatten uns vorgestellt, dieses Anliegen auch bei der EXPO mit den anderen institutionellen Partnern zu teilen. Die erhoffte Zusammenarbeit fand allerdings nicht



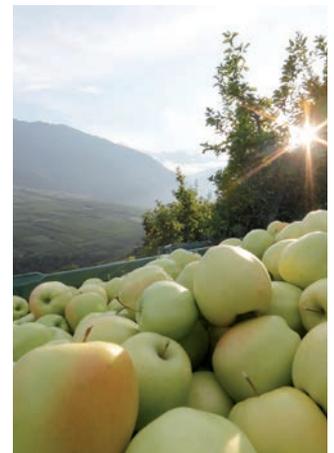
statt.“ Als enttäuschend bezeichnet Paolo Denti abschließend auch die Tatsache, dass Thun in die verschiedenen Initiativen des Südtirol-Auftritts nicht einbezogen wurde.





## Sinnvolle Investition

„Der heimische Apfel war auf dem Südtirol-Pavillon auf der EXPO in Mailand gut sichtbar“, sagt Georg Kössler, Obmann des Apfelkonsortiums. Zur Erinnerung: Eine große Apfelwand mit den 13 heimischen Sorten mit Herkunftsgarantie war ein zentrales Element der Standgestaltung. Ebenso war der Apfel 6 Monate lang fixer Bestandteil des gastronomischen Angebotes. „Die Entscheidung, sich als institutioneller Partner am gemeinsamen Auftritt zu beteiligen, war richtig“, so Kössler weiter. Dasselbe gelte auch für die getätigte Investition. „Die EXPO – und damit auch der Südtirol-Stand – wurde ja sehr gut besucht.“ Als positiv schätzt der Obmann auch die Apfelverteilkaktion des Konsortiums ein. Pünktlich zu Erntebeginn wurden auf dem EXPO-Gelände 5000 Stück der Sorte Royal Gala verteilt, die bekanntlich als erste Sorte vom Baum geholt wird. „Damit ist es uns gelungen, aktiv auf die EXPO-Besucher zuzugehen und sie von der Südtiroler Qualität zu überzeugen.“





## Volltreffer für den Wein

„Für die Südtiroler Weinwirtschaft war von Anfang an klar, dass die EXPO eine einmalige Gelegenheit bieten würde, um sich dem internationalen Publikum zu präsentieren“, sagt Werner Walboth vom Konsortium Südtirol Wein. „In Italien und in den angrenzenden Ländern werden wir bereits als Weinregion wahrgenommen, international gibt es aber noch viel Luft nach oben.“ Die EXPO sei eine gute Möglichkeit gewesen, sich auch auf diesen Märkten besser zu positionieren. Der gemeinsame Südtirol-Auftritt habe die ideale Plattform dafür geboten. Dabei stellte sich die direkte Zusammenarbeit mit dem Gastronomiepartner als voller Erfolg heraus. „Der Weinkonsum übertraf unsere Vorstellung um ein Vielfaches. Wir sind uns sicher, dass die vielen Gäste, die auf der EXPO unsere Weine probiert haben, uns als Botschafter für unsere Weinregion dienen und uns dabei helfen, international bekannter zu werden.“ Das Konsortium wolle den Organisatoren, dem Team der EXPO und des Hotels „Zum Rosenbaum“ danken und ein großes Kompliment für die tolle und kompetente Abwicklung aussprechen.



Ausgeschenkt wurden ...

 26.838

Gläser Weißwein (3.834 Flaschen)

 15.834

Gläser Rotwein (2.262 Flaschen)

