



Bozen, 29.7.2021

An die Präsidentin  
des Südtiroler Landtages  
Bozen

Bolzano, 29/7/2021

Alla presidente  
del Consiglio della Provincia autonoma di Bolzano  
Bolzano

## BESCHLUSSANTRAG

Nr. 467/21

---

### **Brixen- und Südtirol-Logo nur in deutscher Sprache**

Die Genossenschaft Brixen Tourismus verwendet auf ihrer Webseite sowie in den gedruckten Infobroschüren auch für den italienischen Markt ein rein einsprachiges Logo mit der deutschen Bezeichnung „Brixen“. Für diese Entscheidung, die mit fadenscheinigen, marketingstrategischen Argumenten begründet wird, ertete die Genossenschaft massive Kritik.

Nicht nur in der Öffentlichkeit gab es heftige Reaktionen – auch in der Politik wurde diese Entscheidung hinterfragt. Selbst aus den Reihen der Landesregierung wurden kritische Stimmen laut, die sich für Lösungen im Einklang mit dem mehrsprachigen Charakter unseres Landes aussprachen.

Landesrat Bessone stellte dezent fest: „Was den Fall rund um die Reiseführer der Stadt Brixen angeht, in denen das Brixen-Logo nur in deutscher Sprache verwendet wird, bin ich der Meinung, dass dies nicht nur im Hinblick auf das Zusammenleben, sondern auch für den Tourismus und das Stadtmarketing völlig falsch und kontraproduktiv ist. Wir sollten die Gäste nicht vergraulen, sondern sie mit der Schönheit unseres Landes anlocken. Ich lebe in einer zweisprachigen Familie und bin stolz darauf, in einem Südtirol zu leben, in dem das Zusammentreffen dreier Kulturen und die Kenntnis mehrerer Sprachen einen Mehrwert darstellen“.

## MOZIONE

N. 467/21

---

### **Logo Bressanone monolingue – logo Alto Adige monolingue – solo in tedesco**

La società cooperativa Bressanone turismo di Bressanone ha attirato su di sé ampie critiche per la scelta motivata da improbabili ragioni di marketing con cui ha predisposto un logo monolingue “Brixen” utilizzato sia sul web che sulle guide cartacee anche rivolte al pubblico nazionale, di lingua italiana.

Le reazioni anche dell’opinione pubblica sono state severe. Ma anche la politica si è interrogata e anche dall’interno della giunta provinciale si sono levate voci critiche improntate a soluzioni di rispetto per il carattere plurilingue del territorio.

L’assessore Bessone con garbo ha rilevato che “in relazione al caso delle guide turistiche della città di Bressanone, pubblicate unicamente con il toponimo Brixen ovvero solo nella lingua tedesca ritengo che ciò sia alquanto sbagliato e controproducente non solo per la convivenza ma altrettanto per quello che riguarda l’aspetto turistico e del marketing. Invogliamo i turisti ad ammirare le bellezze della nostra terra, non facciamoli scappare. Vivo in una famiglia bilingue fiero di vivere in un Alto Adige dove l’incontro delle tre culture del territorio e la conoscenza di più lingue siano un valore aggiunto”.

Landesrat Bessone erklärte weiter: „Wir sollten also von der Mehrsprachigkeit profitieren, unseren Geist öffnen und nach vorne schauen, anstatt in die törichten Fehler der Vergangenheit zurückzufallen.“

Dem kann nur zugestimmt werden.

Landesrat Bessone sprach ausdrücklich von der Verwendung öffentlicher Gelder, was natürlich jeden Verwalter in die Pflicht nehme, alle drei Sprachgruppen unseres Landes zu respektieren. Auch dem kann nur zugestimmt werden.

Das Land Südtirol sollte den Worten nun Taten folgen lassen, denn das von Landesrat Bessone angesprochene Beispiel aus der Stadt Brixen ist kein Einzelfall. Auch die Dachmarke „Südtirol“ wird von den vom Land finanzierten Institutionen nämlich genauso systematisch nur in deutscher Sprache geführt, und das auch in der Werbung für den italienischen Markt und das italienischsprachige Publikum. Auch hier werden unerfindliche marketingstrategische Argumente als Begründung vorgebracht.

Solche Praktiken müssen die Politik dazu veranlassen, sich eingehend mit der Frage auseinanderzusetzen, ob das Land und die Gemeinden – in diesem Fall die Stadtgemeinde Brixen – mit öffentlichen Geldern Aktionen finanzieren dürfen, die das „Markenzeichen“ unseres Landes herabwürdigen. Die Rede ist von der Mehrsprachigkeit, einer der Säulen unserer Autonomie, die auch in den touristischen und sozialen Markenzeichen unseres Landes zur Geltung kommen sollte.

Aus diesen Gründen,

**verpflichtet  
der Südtiroler Landtag  
die Landesregierung,**

- 1) die Zuweisung öffentlicher Mittel für die Tourismus- und Imagewerbung Südtirols an die Bedingung zu knüpfen, dass die Logos und Markenzeichen Südtirols und der jeweiligen Tourismusgebiete bzw. Gemeinden – zumindest in der an den nationalen Markt gerichteten Kommunikation – sowohl in italienischer als auch deutscher Sprache verwendet werden;

E ha continuato: “Beneficiamo dunque del pluralismo linguistico, aprendo la mente, andando avanti, non indietro con sciocchi errori del passato”.

Nulla di più condivisibile.

L’assessore Bessone fa riferimento esplicito all’utilizzo del denaro pubblico, che ovviamente responsabilizza ciascun amministratore nel richiamo al dovere del rispetto per le tre identità linguistiche del territorio. Anche qui nulla di più condivisibile.

Ora, quindi, si impone una azione anche della Provincia di Bolzano perché quanto segnalato dall’assessore Bessone su Bressanone accade con la medesima intensità e con le medesime giustificazioni (incomprensibilmente di marketing) nell’utilizzo del marchio ombrello Alto Adige che viene sistematicamente utilizzato dagli enti finanziati dalla Provincia di Bolzano nella versione in lingua tedesca anche sul mercato nazionale, quindi rivolto al pubblico di lingua italiana.

Queste prassi devono essere portate al centro di una profonda riflessione politica sul finanziamento pubblico provinciale e comunale (come nel caso di Bressanone) di operazioni che sviliscono la ragione sociale del nostro territorio, che è ragione essa stessa dell’autonomia, ossia il plurilinguismo anche nei marchi di riconoscibilità turistica e sociale del medesimo.

Ciò premesso

**il Consiglio della Provincia  
autonoma di Bolzano  
impegna la Giunta provinciale**

- 1) a vincolare, nell’elargizione di risorse pubbliche per le attività di promozione turistica e d’immagine del territorio, le medesime all’utilizzo congiunto (almeno nelle comunicazioni rivolte alla clientela nazionale) nelle lingue italiana e tedesca anche sui marchi/loghi dell’Alto Adige e del territorio/comune;



2) das oben erwähnte Beispiel aus Brixen zu verurteilen.

gez. Landtagsabgeordneter  
Alessandro Urzi

2) a censurare il caso di Bressanone citato in premessa.

f.to consigliere provinciale  
Alessandro Urzi