

„IMMER FÜR DICH DA.“ – WINTERKAMPAGNE DER TIROL WERBUNG UNTERSTREICHT VERBUNDENHEIT ZWISCHEN FAMILIENBETRIEBEN UND GÄSTEN

Auch in der aktuellen Winterkampagne setzt die Tirol Werbung auf den vertrauten Slogan „Immer für dich da.“. Im Fokus der Maßnahmen stehen die Beziehungen zwischen Gastgeberfamilien und ihren Gästen, die von familiärer Atmosphäre, besonderen Erlebnissen und authentischem Feedback geprägt sind. Die Kampagne läuft auf acht europäischen Märkten.

Innsbruck, 16. Oktober 2024 – In Tirol sind 92 Prozent der Tourismusbetriebe familiengeführt, was einen Spitzenwert im internationalen Vergleich darstellt. „Diese Familienbetriebe spielen eine zentrale Rolle, da sie mit ihrer langjährigen Tradition und persönlichen Hingabe die authentische Tiroler Gastfreundschaft leben. In Gästebefragungen wird dies immer wieder hervorgehoben“, sagt Patricio Hetfleisch, Marketingleiter der Tirol Werbung. „Gerade in unsicheren Zeiten sehnen sich Menschen nach Vertrautheit und Geborgenheit. Genau das strahlen die familiengeführten Betriebe in Tirol aus und diese Botschaft bringen wir in der Kampagne mit unterschiedlichen Geschichten zum Ausdruck“, fügt Hetfleisch hinzu.

Im Zentrum der Winterkampagne stehen ein Imagespot und verschiedene Kurzvideos, welche die enge Verbindung der Tiroler Gastgeberinnen und Gastgeber mit ihren Gästen zeigt. Im Imagespot verkörpert, wie schon im Vorjahr, Teddybär „Pauli“ diese Verbundenheit. Als Testimonial der Kampagne, das auf zahlreichen Werbemotiven präsent ist, steht „Pauli“ für die Botschaft „Immer für dich da.“ und soll vorrangig die Zielgruppe der [„erholungssuchenden Familien“](#) ansprechen.

Teddybär „Pauli“ spielt außerdem eine Gastrolle im Familienfilm „De Club van Sinterklaas: Het Grote Sneeuwavontuur“ (deutsch: „Der Club von Sinterklaas: Das große Schneeabenteuer“), der zu einem großen Teil am Achensee gedreht wurde und in Kinos in den Niederlanden und Belgien zu sehen ist. Um die Verbindung mit der Winterkampagne zu verdeutlichen, wird der Imagespot mit „Pauli“ jeweils direkt vor Filmbeginn gezeigt.

Gäste schildern prägende Erlebnisse

Teil der Winterkampagne ist außerdem ein Kurzvideo, in dem junge Menschen ihre prägenden Erlebnisse beim Varianten-Skifahren schildern – einschließlich herausfordernder Situationen, die sie dank der professionellen Unterstützung des begleitenden Skiguides meistern konnten. Die Guides vermitteln dabei nicht nur technisches Know-how, sondern ermöglichen auch den Zugang zu unberührten Landschaften und informieren zum Thema Sicherheit.

Wie Betriebe auf Bewertungen reagieren

Abgerundet wird die Winterkampagne mit kurzen Videoporträts von Tiroler Gastgeberinnen und Gastgebern, die vor der Kamera mit Onlinebewertungen zu ihren Betrieben konfrontiert werden. Die Produktion, die vollständig von der Tirol Werbung entwickelt und mit ausgewählten Partnern aus der Tiroler Filmwirtschaft umgesetzt wurde, bietet dabei authentische Einblicke. Sie zeigt, wie Gastgeberinnen und Gastgeber aus der Hotellerie, Gastronomie und Wintersportbranche auf Gästebewertungen reagieren und das Gästefeedback in den Betrieben aufgenommen und genutzt wird.

Ausspielung der Winterkampagne auf acht Märkten

Die Winterkampagne ist im September 2024 angelaufen und fokussiert auf die Kernmärkte der Tirol Werbung: Deutschland, Österreich, die Schweiz und die Niederlande. Zusätzlich wird die Kampagne in Belgien, Tschechien, Polen und Dänemark ausgespielt. Die Kommunikation erfolgt hauptsächlich online, über Social Media und in Printmedien. Auch die Tiroler Tourismusverbände haben erneut die Möglichkeit, sich aktiv an den Werbemaßnahmen zu beteiligen.

Den Auftakt zur aktuellen Winterkommunikation bildete die Kampagne zur Snow Card Tirol. Zeitgleich und ebenfalls ergänzend zur Winterkampagne der Tirol Werbung starteten auch die Maßnahmen im Zuge der Kooperation mit den 5 Tiroler Gletschern, die heuer dank der ergiebigen Schneefälle im September bereits früh in die Skisaison starten konnten.