

## **Ötztal Tourismus setzt bei Online-Relaunch auf Performance Marketing und Verkaufsförderung**

**Rund 6,5 Millionen Nutzer:innen besuchen jährlich die Websites der Marken Ötztal, Sölden und Gurgl – von Tirols größtem Tourismusverband. Pünktlich zur Wintersaison 2024/25 präsentieren sich die Online-Auftritte im komplett neuen Design mit Fokus auf Benutzerfreundlichkeit, um noch mehr Buchungen zu generieren. Die digitale Erlebnis- und Buchungsplattform wurde bereits mit dem renommierten Annual Multimedia Award ausgezeichnet.**

Nach einem Brandingprozess für die drei Marken Ötztal, Sölden und Gurgl vermitteln die zugehörigen Destinations-Websites nun auch deren charakteristische Identität. Neben kompakter zeitgemäßer Information und visuell ansprechender Darstellung über hochwertige Bilder, dynamische Videos und emotionales Storytelling steht vor allem die Verkaufsförderung im Mittelpunkt. „Vordergründiges Projektziel war es, die Buchungsplattform sichtbarer und nutzerfreundlicher zu gestalten“, so Roland Grüner, Chief Digital Officer bei Ötztal Tourismus.

### **Websites als Verkaufsinstrument**

Dieser Weg wird schon seit 2019 verfolgt. Im Jahr 2024 generieren die Webportale des Verbandes einen Umsatz von 65 Millionen Euro über Unterkunftsbuchungen sowie Verkäufe von Skitickets und Aktivitäten im Erlebnisshop. „Das entspricht unserem Ziel, online eine effektive Verkaufs- und Vertriebsplattform zu etablieren. Sowohl im Sinne unserer Kund:innen als auch unserer Mitgliedsbetriebe und Leistungspartner wie den heimischen Bergbahnen“, ergänzt Grüner. Aktuell sind mehr als 1.200 Unterkunftsbetriebe im längsten Tiroler Seitental online buchbar. Mitglieder von Ötztal Tourismus zahlen dafür keine Provisionen. Potenzielle Urlauber:innen profitieren von verifizierten Unterkünften sowie kostenlosen Storno- und Umbuchungsmöglichkeiten. Mit den Dynamic-Pricing-Ticketshops der Bergbahnen Sölden, Gurgl und Hochoetz wird das Buchungserlebnis über die Online-Plattform noch attraktiver. Der Erlebnisshop bündelt ganzjährig eine Vielzahl von Aktivitäten in den Bereichen Sport, Wellness, Kultur,

Kulinarik und Events – aktuell im Winter reicht die Palette vom Skikurs bis zum Rodelworkshop mit einem Weltmeister seines Fachs.

### **Datenschätze verknüpfen**

Die neue digitale Buchungs- und Erlebnisplattform zeigt auch im Hintergrund ihre Stärken. Ein einheitliches Designsystem erlaubt gestalterische Vielfalt und reduziert technische Komplexität. Im Bereich der Buchungstrecke für die Unterkünfte kommt das Corporate Design von Ötztal, Gurgl und Sölden zum Einsatz. Für Kund:innen bedeutet dies Echtzeit-Verfügbarkeit, transparente Preise und flexible Zahlungsoptionen. Gleichzeitig ist es gelungen, eine strukturierte Datenbasis für relevante Informationen wie Öffnungszeiten von Pisten und Seilbahnen, Schneehöhen sowie Wetter zu etablieren. Diese validierten Quellen werden sowohl in die Websites von Ötztal Tourismus integriert als auch über Schnittstellen an bekannte Plattformen wie Bergfex.at oder Schneehoehen.de übermittelt. „Somit ist garantiert, dass interessierte Ötztal-Urlauber:innen stets die richtigen Informationen erhalten“, erklärt Grüner. Für die kommenden Folgeprojekte, insbesondere die geplanten Apps, greift man ebenfalls auf die Eigenentwicklung zurück. Als wertvolles Asset erweisen sich die 420.000 erfassten Online-Kundenkontakte, welche über die jeweiligen Interessen wie Skifahren, Biken und Hiken oder Wandern uvm. gezielt mit relevanten Informationen angesprochen werden können.

### **Auszeichnung bei Digitalwettbewerb**

Für die vorbildliche Umsetzung einer nahtlosen zeitgemäßen digitalen Reiseerfahrung hat Ötztal Tourismus kürzlich einen Preis erhalten. Bei dem seit 1996 durchgeführten Annual Multimedia Award werden Leuchtturmprojekte der deutschsprachigen Digitalszene (Deutschland, Österreich und Schweiz) ins Rampenlicht gestellt. In der Kategorie „Website & Microsite“ holte Tirols größter Tourismusverband für sein Projekt eine Gold-„Medaille“.

[www.oetztal.com](http://www.oetztal.com)

[www.soelden.com](http://www.soelden.com)

[www.gurgl.com](http://www.gurgl.com)

## Facts

### Digitale Erlebnis- und Buchungsplattform

**Partner:** Ötztal Tourismus, Bergbahnen Sölden und Gurgl sowie die Salzburger Agentur Pixelart

**Laufzeit:** 2 Jahre

**Ziele:** Verkaufsförderung und einfache Bedienung durch integrierte Buchungslösungen für mehr als 1.200 Unterkünfte, Skitickets und Erlebnisangebote

Nahtlose Reiseerfahrung für Kund:innen mittels hochwertiger Bilder, dynamischer Videos und emotionalen Storytelling

Einheitliches Designsystem als Grundlage der individuellen Identitäten der drei Marken Ötztal, Sölden und Gurgl

Technische Basis für künftige digitale Weiterentwicklungen wie Apps

**Performance:** ca. 6,5 Millionen Nutzer:innen pro Jahr auf den Webportalen von Ötztal, Sölden und Gurgl

65 % mobile Nutzung auf Smartphone und Tablets; 35 % Desktop (PCs und Laptops)

**Umsätze:** 2019 – ca. 7,5 Millionen Euro (Unterkünfte)

2024 – ca. 65 Millionen Euro (Unterkünfte, Skitickets, Erlebnisse)

#### Medienkontakt

##### Ötztal Tourismus

Anna Pircher

[anna.pircher@oetztal.com](mailto:anna.pircher@oetztal.com)

T +43 (0) 57200 935

Anna Katharina Pony

[anna.katharina.pony@oetztal.com](mailto:anna.katharina.pony@oetztal.com)

T +43 (0) 57200 953

#### PR & Media

**Bilder finden Sie hier:** <https://portals.celum.com/aa962d48-8be6-4dc6-8de8-90d4957d6933>

**Weitere Bilder und Informationen unter:** [www.oetztal.com/presse](http://www.oetztal.com/presse)