„Immer für dich da.“ – **sommerkampagne** der tirol werbung zeigt tirol als ideale destination für **authentische** **urlaubserlebnisse**

*In der neuen Sommerkampagne setzt die Tirol Werbung den bewährten Slogan „Immer für dich da.“ fort. Im Zentrum der Maßnahmen steht erneut die Verbundenheit der Urlaubsgäste mit Tirol und seinen Bergen, die ideale Möglichkeiten für sportliche Erlebnisse, Genuss und die gemeinsame Zeit mit der Familie bieten. Die Kampagne läuft auf acht europäischen Märkten mit besonderen Aktivierungsmaßnahmen in Berlin.*

**Innsbruck, 14. April 2025** - Trotz anhaltender wirtschaftlicher Herausforderungen in vielen europäischen Ländern ist die Bereitschaft zu verreisen ungebrochen. „Verschiedene Studien belegen, dass die Reiselust auch in diesem Sommer groß bleibt. Trotz Inflation wird am Urlaub weniger gespart als in anderen Konsumbereichen“, sagt Patricio Hetfleisch, Marketingleiter der Tirol Werbung. „Mit unserer Sommerkampagne greifen wir die Sehnsucht nach Natur, Erholung und echten Erlebnissen auf und zeigen, dass Tirol dafür genau das richtige Ziel ist“, fügt Hetfleisch hinzu. Mit der Fortführung des Slogans „Immer für dich da.“ präsentiert die aktuelle Sommerkampagne der Tirol Werbung das Land als verlässlichen Rückzugs- und Erlebnisort, an dem Gäste genau jene Form von Urlaub finden, die sie suchen.

Im Mittelpunkt der Kampagne steht ein Imagespot, in dem sich Menschen zentrale Fragen stellen, die sie in unsicheren Zeiten beschäftigen: Wo finde ich Verbundenheit? Wo kann ich Großes erleben? Wo habe ich die Möglichkeit, über mich hinauszuwachsen? Im Spot und weiteren Werbesujets werden Situationen gezeigt, in denen die Antwort auf diese Fragen eindeutig ist: in Tirol.

**Werben um sportbegeisterte Gäste in Berlin**

Das Imagevideo erzählt die Geschichte, wie zwei Frauen durch den Zusammenhalt am Berg über ihre eigenen Grenzen hinauswachsen und spricht damit vorrangig die Zielgruppe der sogenannten [verbundenen Energiebündel](https://www.tirol.at/energiebuendel-sommer) an. Um diese sportbegeisterten Gäste und ihre Affinität zu den Bergen im Kernmarkt Deutschland noch gezielter zu adressieren, setzt die Kampagne auf eine Reihe von Marketingmaßnahmen mit Schwerpunkt Berlin. Dazu zählen neben Werbemitteln auf vielbesuchten Plätzen in der Stadt auch Sportaktivitäten mit Tiroler Fitnesstrainer:innen oder Veranstaltungen in mehreren Kletterhallen. Gleichzeitig wird die Kooperation mit der Deutschen Bahn ausgeweitet, um zusätzliche Kapazitäten für eine umweltfreundliche Anreise nach Tirol zu schaffen. Die Tourismusverbände Achensee und Kitzbühel Tourismus unterstützen diesen Auftritt in Berlin als Partner ebenso wie Dynafit. Berliner:innen können dadurch zum Beispiel Trainingseinheiten fürs Trailrunning buchen. „So steigern wir die Reichweite unserer Kampagne und schaffen Erlebnisse im urbanen Raum, die Lust auf die Tiroler Berge machen“, führt Marketingleiter Patricio Hetfleisch weiter aus.

**Gemeinsame Urlaubserlebnisse, die verbinden**
Ergänzt wird die Kampagne von mehreren Kurzvideos. Eines davon richtet sich an die Zielgruppe der [anspruchsvollen Reisefans](https://www.tirol.at/geniesser-sommer) und stellt die Vielseitigkeit Tirols in den Mittelpunkt. Der Kurzfilm zeigt, wie ein aktiver Tag in den Bergen in entspannter Wohlfühlatmosphäre ausklingt – in einem der vielen Wellnessbetriebe des Landes. „Regelmäßige Gästebefragungen bestätigen, dass Genuss und Kulinarik eine zentrale Rolle bei der Urlaubsentscheidung spielen“, betont Hetfleisch.

Ein Kurzvideo, das Tirol als Reiseziel für die Zielgruppe der erholungssuchenden Familien in den Mittelpunkt rückt, vervollständigt die Kampagne. Ob beim Sprung in den See oder beim gemeinsamen Aufstieg zur Alm – im Zentrum stehen naturnahe Erlebnisse und die gemeinsame Zeit. Genau diese Aspekte sind es, die für die Zielgruppe der [erholungssuchenden Familien](https://www.tirol.at/familie-sommer) im Urlaub besonders zählen.

**Ausspielung der Sommerkampagne auf acht Märkten**

Die Sommerkampagne startet im April und fokussiert auf die Kernmärkte der Tirol Werbung: Deutschland, Österreich, Schweiz und Niederlande. Zusätzlich wird die Kampagne in Belgien, Tschechien, Italien und Großbritannien ausgespielt. Die Ausspielung erfolgt hauptsächlich online, über Social Media und in Printmedien. Im Zuge der Berlin-Aktivitäten gibt es zudem Außenwerbung an stark frequentierten Orten in der Stadt.

Eng in die Sommerkommunikation eingebunden sind die [Tiroler Sommerbergbahnen](https://www.tirol.at/aktivitaeten/ausflugsziele/sommer-bergbahnen). Sie ermöglichen Urlaubsgästen einen verlässlichen und bequemen Zugang zu alpinen Erlebnissen und machen das breite Angebot am Berg erlebbar. „Die Sommerbergbahnen investieren kontinuierlich in die Qualität und ermöglichen es Gästen und Einheimischen jeden Alters die Tiroler Berge hautnah zu erleben. Dieses starke Angebot im Rahmen unserer Kampagnen kommunizieren zu dürfen ist uns daher besonders wichtig“, so Patricio Hetfleisch abschließend.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **​​Mag. Florian​ ​Neuner​** ​​Branchen- und Unternehmenskommunikation​   |  |  |
| **Tirol Werbung** GmbH Maria-Theresien-Straße 55 6020 Innsbruck Österreich  |  |  |
| +43 512 5320-​320​  |  | *t* |
| +43 676 88158-​320​  |  | *m* |
| ​​florian.neuner​@tirolwerbung.at  |  | *e* |