

Erfolgreiche Wintersaison, neue Standortstrategie und strukturelle Weiterentwicklung

Beim Pressegespräch der Marketing Reutte GmbH mit den Partnern Stadtgemeinde Reutte und Tourismusverband Naturparkregion Reutte wurde ein positiver Rückblick auf die vergangene Wintersaison, die Weiterentwicklung der Standortstrategie sowie organisatorische Neuerungen präsentiert. Neben der erfolgreichen Eventreihe „Reutte on Ice“ standen auch strukturelle Veränderungen in der Marketing Reutte GmbH sowie der Neubau der Büroräumlichkeiten des Tourismusverbandes im Mittelpunkt.

Erfolgreiche Saison für „Reutte on Ice“

Tourismusverbandsobmann **Hermann Ruepp** zog eine erfreuliche Bilanz der vergangenen Wintersaison. Die Veranstaltung „**Reutte on Ice**“, die von November bis Februar zahlreiche Besucherinnen und Besucher in die Stadtgemeinde brachte, hat sich mittlerweile zu einem wichtigen winterlichen Treffpunkt in der Region entwickelt.

„Reutte on Ice hat einmal mehr gezeigt, welches Potenzial Veranstaltungen für unsere Region haben. Die Kombination aus Eislaufen, Veranstaltungen und regionalem Angebot sorgt für eine hohe Aufenthaltsqualität für Einheimische und Gäste“, so Ruepp.

Besonders erfreulich sei auch die **Auszeichnung mit dem 2. Platz beim Austrian Event Award** in der Kategorie „Corporate Public Events“, die die hohe Qualität der Veranstaltung bestätige. Neben zahlreichen Programmpunkten – von der Eröffnung mit musikalischem Hauptact über Kinderveranstaltungen bis hin zu Themenabenden – konnte das Event auch infrastrukturell weiterentwickelt werden, etwa durch neue Leihschlittschuhe, modernen Schleifmaschinen sowie einer neuen Eisbearbeitungsmaschine.

Neubau der Büroräumlichkeiten des Tourismusverbandes

Ein weiterer wichtiger Schritt für die zukünftige Entwicklung ist der **Neubau der Büroräumlichkeiten des Tourismusverbandes Naturparkregion Reutte**.

Der Counter wird künftig im ehemaligen Café Click im Untermarkt untergebracht sein, während die Backoffice-Bereiche in die Büroräume nach Pflach übersiedeln. Der Abriss des bisherigen Standorts ist für April geplant.

Ruepp betonte, dass mit dieser Neuaufstellung moderne Arbeitsbedingungen geschaffen werden, die den Anforderungen eines zeitgemäßen Destinationsmanagements entsprechen.

Mehrwert für den Standort Reutte

Als Standortbürgermeister und Geschäftsführer der Marketing Reutte GmbH unterstrich **Mag. (FH) Günter Salchner** die Bedeutung von Veranstaltungen wie „Reutte on Ice“ für die wirtschaftliche Entwicklung des Standortes.

„Solche Events bringen Frequenz in den Ort, stärken Gastronomie und Handel und sorgen gleichzeitig für eine positive Wahrnehmung unserer Region“, erklärte Salchner. „Der Mehrwert entsteht nicht nur kurzfristig während der Veranstaltung, sondern auch langfristig durch die stärkere Positionierung des Standortes.“

Besonders erfreulich sei zudem der **große Zuspruch der Schulen aus der Region**, die im Rahmen von „Reutte on Ice“ die Möglichkeit hatten, die Eisfläche **kostenlos** zu

besuchen. „Gerade für Kinder und Jugendliche ist es eine schöne Gelegenheit, gemeinsam aktiv zu sein und den Wintersport direkt im Ort zu erleben“, so Salchner.

Im Rahmen der neuen Standortstrategie sollen künftig verstärkt **MICE-Angebote, Betriebsansiedelungen sowie Events** nach Reutte geholt werden. Damit soll der Standort sowohl touristisch als auch wirtschaftlich nachhaltig weiterentwickelt werden.

Ein weiterer wichtiger Schritt sei die **strukturelle Weiterentwicklung der Marketing Reutte GmbH**, die seit Anfang des Jahres organisatorisch neu aufgestellt wurde. Seit 1. Jänner 2026 fungiert Mag. (FH) Günter Salchner als Geschäftsführer, während **Ronald Petrini, BSc**, als Prokurist tätig ist. Diese Struktur soll die Zusammenarbeit zwischen Standortmarketing, Tourismus und regionalen Partnern weiter stärken.

Umsetzung der Dachmarkenstrategie

Geschäftsführer des Tourismusverbandes Naturparkregion Reutte und Prokurist der Marketing Reutte GmbH **Ronald Petrini** stellte im Rahmen des Pressegesprächs die Umsetzung der **Dachmarkenstrategie** vor.

Ziel dieser Strategie ist es, die **Destination und den Standort Reutte stärker sichtbar zu machen** und die Kommunikation über alle Kanäle hinweg zu bündeln. Neben einer stärkeren Präsenz im Online-Marketing – insbesondere über Website und Social Media – sollen auch klassische Medien sowie Merchandising-Produkte zur Markenbildung beitragen.

Darüber hinaus wird eine **Standortstrategie mit einem Standortdossier** entwickelt, die als Grundlage für die Umsetzung wirtschaftlicher Großevents dienen soll. Damit sollen künftig gezielt Veranstaltungen und Projekte in die Region geholt werden, die nachhaltige Wertschöpfung für Wirtschaft, Tourismus und Bevölkerung schaffen.

„Unser Ziel ist es, die Marke Reutte klar zu positionieren und gleichzeitig authentisch zu bleiben – ehrlich, echt und mit starkem regionalem Bezug“, so Petrini.

Blick in die Zukunft

Auch für die kommende Wintersaison sind bereits erste Programmpunkte geplant. Die nächste Ausgabe von „**Reutte on Ice**“ soll im November 2026 eröffnet werden und wieder zahlreiche Veranstaltungen für Familien, Einheimische und Gäste bieten.

Mit der Kombination aus erfolgreichen Veranstaltungen, einer klaren Markenstrategie und organisatorischer Weiterentwicklung sieht sich die Marketing Reutte GmbH gut aufgestellt, um den Standort auch in Zukunft nachhaltig zu stärken.