

„IMMER FÜR DICH DA.“ SOMMERKAMPAGNE DER TIROL WERBUNG ZEIGT TIROL ALS IDEALE DESTINATION FÜR AUTHENTISCHE URLAUBSERLEBNISSE

In der heurigen 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 2026 – Angesichts globaler Krisen und anhaltender wirtschaftlicher Herausforderungen 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. Diese Botschaft drückt sich im Slogan „Immer für dich da.“ aus, der in diesem Jahr fortgesetzt wird.

Im Mittelpunkt der Kampagne steht ein Imagespot, in dem sich Menschen zentrale Fragen stellen, die sie in unsicheren Zeiten beschäftigen: Wo kannst du dich auf andere verlassen? Wo ist geteilte Freude immer doppelte Freude? Wo wächst du über dich hinaus? Im Spot und weiteren Werbesujets werden Situationen gezeigt, in denen die Antwort auf diese Fragen eindeutig ist: in Tirol. „Mit unserer Sommerkampagne greifen wir die Sehnsucht nach Natur, Erholung und echten Erlebnissen auf und zeigen, dass Tirol dafür genau das richtige Ziel ist“, erläutert Patricio Hetfleisch, Marketingleiter der Tirol Werbung

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](#) an. Um diese sportbegeisterten Gäste und ihre Affinität zu den Bergen im Kernmarkt Deutschland noch gezielter zu adressieren, gibt es eine sogenannte „Key-City-Kampagne“ in Berlin, die eine Reihe von Marketingmaßnahmen mit Fokus auf Deutschlands Hauptstadt umfasst. Dazu zählen neben Werbemitteln auf vielbesuchten Plätzen in der Stadt auch Sportaktivitäten mit Tiroler Fitnesstrainer:innen mit den

Schwerpunkten Wandern, Trailrunning und Mountainbiken oder Veranstaltungen in Kletterhallen mit eigens montierten „Tirol-Routen“. Gleichzeitig wird die Kooperation mit der Deutschen Bahn ausgeweitet, um zusätzliche Kapazitäten für eine autofreie Anreise nach Tirol zu schaffen. Die Tourismusverbände Achensee, Kitzbühel Tourismus und die Tiroler Zugspitz Arena unterstützen diesen Auftritt in Berlin als Partner ebenso wie Bergzeit. „Mit starken Partnern steigern wir die Reichweite und Tiefe unserer Kampagne und schaffen Erlebnisse im urbanen Raum, die Lust auf die Tiroler Berge machen. Im Fokus der Bewerbung in Berlin steht heuer mit der in Kitzbühel stattfindenden DP World Tour auch der Golfsport“, 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](#) 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 im Urlaub besonders zählen.

Ausspielung der Sommerkampagne auf acht Märkten

Die Sommerkampagne startet Mitte April 2026 und fokussiert auf die Kernmärkte der Tirol Werbung: Deutschland, Österreich, Schweiz und Niederlande. Zusätzlich wird die Kampagne in Belgien, Tschechien, Italien und Großbritannien ausgerollt. Die Ausspielung erfolgt hauptsächlich online, über Social Media und in Printmedien. Im Zuge der „Key-City-Kampagne“ gibt es zudem Außenwerbung an stark frequentierten Orten in der Stadt.

Eng in die Sommerkommunikation eingebunden sind außerdem die Tourismusverbände Alpbachtal, Hall-Wattens, Imst Tourismus, Lechtal, Silberregion Karwendel, Tiroler Zugspitz Arena sowie Zillertal Tourismus, die auf den Märkten mit besonderen Angeboten für die Zielgruppen werben. Darüber hinaus sind auch die [Tiroler Sommerbergbahnen](#) mit an Bord. 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. So ein starkes Produkt in der Kommunikation zu transportieren, ist uns besonders wichtig“, so Hetfleisch abschließend.

Tirol zählt mit seinen 34 Regionalverbänden zu den führenden Urlaubsdestinationen der Alpen. Der Tiroler Tourismus ist von einer 200jährigen Geschichte und zahlreichen Pionierleistungen geprägt. Gäste schätzen im Sommer wie im Winter die alpine Berglandschaft und Natur, die hohe Qualität in Service und Infrastruktur sowie die Gastfreundschaft. Die Tirol Werbung GmbH mit Sitz in Innsbruck ist Teil der Lebensraum Tirol Gruppe und fungiert als Tourismusmarketing-Organisation des Landes. Ihr wichtigster Auftrag ist es, die Begehrlichkeit für das Urlaubsland Tirol zu steigern.

Eva Walter
PR Manager

Tirol Werbung GmbH
Maria-Theresien-Straße 55
6020 Innsbruck

+43 512 5320 365 *t*
presse@tirol.at *e*
presse.tirol.at *w*

LEBENSRAUM TIROL
HOLDING