

The logo for the state of Tirol, featuring the word "Tirol" in white, bold, sans-serif font on a red rectangular background.A large, dark, textured sculpture of a ram's head with curved horns, mounted on a grey stone base. The sculpture is set in a grassy park area with trees and a wooden bench in the background.

Tirol Touristica Award Gewinner 2017

*In Kooperation mit der
Hypo Tirol Bank*



· TIROL TOURISTICA AWARD

Tirol / Herz der Alpen

Inhaltsverzeichnis

5	Gewinner 2017
6	Tourismuskommunikation anlässlich der IBU Weltmeisterschaften Biathlon Hochfilzen 2017
8	arlberg1800 – Die höchste Kunst- und Konzerthalle in den Alpen
10	KochArt – Das Gute liegt so nah!
12	GAIA Stubai – Mutter Erde
14	Entwicklung integrierte Standortmarke Reutte
16	Erlebnispark Hög Serfaus



Gewinner 2017



Der Tirol Touristica ist für uns nicht nur eine Auszeichnung für die erfolgreiche touristische Kommunikation anlässlich der IBU Weltmeisterschaften Biathlon in Hochfilzen 2017. Vielmehr ist er ein Symbol für die konsequente, langjährige Entwicklung des nordischen Sektors in der Region PillerseeTal, angetrieben durch die Biathlon-Weltcups und Weltmeisterschaften. Vom Organisationsteam rund um „Mr. Biathlon“ Franz Berger über die Verantwortlichen in Tourismus und Gemeinden bis hin zu den heimischen Agenturen SMPR und WMP, die für die Umsetzung der Kommunikationsstrategie verantwortlich sind, hat sich die Region in den vergangenen Jahren einen Spitzenplatz im nordischen Bereich in Österreich erarbeitet. Der Touristica wird am „WM-Pfad“ in Hochfilzen seinen Platz finden und dort als Symbol für den nachhaltigen nordischen Weg des PillerseeTals stehen.
Armin Kuen

Tourismus- kommunikation anlässlich der IBU Weltmeister- schaften Biathlon Hochfilzen 2017

Kategorie:
Marketing & Vertrieb

Preisträger:
Tourismusverband Pillersee Tal

Keine Frage: ein sportliches Großereignis wie eine Weltmeisterschaft stellt die Organisatoren vor enorme Herausforderungen. Die gesamte Kommunikation rund um eine WM: eine klare Sache! So könnte man meinen. Schließlich ist dieser Termin bei allen Sportjournalisten, bei sämtlichen Medien im Jahresplaner ohnehin fix eingetragen. Der Tourismusverband Pillersee Tal dachte bei der Vorbereitung der IBU Weltmeisterschaften Biathlon Hochfilzen 2017 weiter. Die Verantwortlichen wollten diese WM, nach 2005 bereits die zweite im Pillersee Tal, nützen, um die gesamte Region mit ihren touristischen Themen ins Rampenlicht zu stellen. So fiel bereits 2015 der Startschuss für die Touris- muskommunikation rund um das Sportereignis. Zwei Agenturen aus der Region setzten als ein starkes Team das PR-Konzept erfolgreich

um. In den rund eineinhalb Jahren bis zum Februar 2017 erzählte man Sommergeschichten vom Wandern und Radfahren, man rückte Wintererlebnisse von Skifahren über Genuss bis Langlaufen ins mediale Bild. „Vernetzung“ lautete ein weiterer Schlüsselbegriff: gemeinsam mit den Partnern – Tirol Werbung, ÖSV, Sponsoren, um nur einige zu nennen – bespielte man die klassischen Medien ebenso wie die Social-Media-Kanäle. Rund 3.500 Zugriffe gab es auf das eigens eingerichtete virtuelle PR-Center, eine einzige Aussendung allein verzeichnete etwa 1.300 Google-Treffer und in den Social-Media erreichte man 34 Millionen Impressions. Neue Zielgruppen ansprechen, neue Märkte eröffnen – diese Vorgabe erfüllte die Touris- muskommunikation rund um die Biathlon WM 2017 in Hochfilzen.



Mit dem Bau der höchsten Kunst- & Konzerthalle der Alpen wollte ich ein Zeichen setzen, dass Kunst & Kultur auch auf 1800 Metern stattfinden können. Unser Setzling, den wir letztes Jahr als Sieger in der Kategorie Infrastruktur & Bauten mit nach St. Christoph nehmen durften, steht direkt am Haupteingang der Kunst- & Konzerthalle arlberg1800. Dort soll er ein Symbol setzen für all unsere Gäste und Einheimischen, dass Tourismus von Innovationen lebt.
Florian Werner

arlberg1800 – Die höchste Kunst- und Konzerthalle in den Alpen

Kategorie:
Infrastruktur & Bauten

Preisträger:
*arlberg1800 Contemporary Art
& Concert Hall*

Ein Sehnsuchtsort. Beeindruckende Bergwelt, glitzernde Schneehänge, Wintersonne am blauen Himmel. Aber auch: der Duft der Wiesen im Sommer. Spannende Augenblicke bei der Betrachtung eines Kunstwerks. Herzklopfen, wenn Musik zum Erlebnis wird. Ein Urlaubsziel als Sehnsuchtsort. Das haben diese Gastgeber bereits erreicht. Aber weil der Erfolg eine schiefe Ebene ist, auf der man zurückrutscht, wenn man nicht vorwärts schreitet, schlug die Geburtsstunde von arlberg1800 – der höchsten Kunst- & Konzerthalle in den Alpen. An diesem geschichtsträchtigen Ort in St. Christoph lebt die Familie Werner bereits in der dritten Generation Gastfreundschaft auf höchstem Niveau. Mit dem 2015 eröffneten arlberg1800 wird nun ein weiterer innovativer Meilenstein gesetzt. Klare Linien, reduzierte Formen, höchste Funktionalität kennzeichnen den Kunstbereich des Gebäudes, der sich zu zwei Dritteln unterir-

disch befindet. Einer Kathedrale gleich öffnet sich die 700 Quadratmeter große Ausstellungshalle, eine zentrale Galerie spendet Tageslicht. Sorgfältig verarbeitete gewellte Holzstreifen sorgen im Herzstück des Gebäudes, der Konzerthalle, für akustischen Hochgenuss. Künstler und Künstlerinnen aus Klassik und Jazz begeistern regelmäßig die Gäste des arlberg1800 Resort. Die große Beachtung in internationalen Medien sorgte bereits im ersten Winter für eine Umsatzsteigerung von 25 % im Hotelbetrieb. Aber nicht nur die Wintermonate profitieren, durch die ganzjährige Bespielung der Kunst- und Konzerthalle erfährt die saisonale Erweiterung einen kräftigen Schub. Mut, Innovationsgeist und wirtschaftliche Kompetenz kennzeichnen arlberg1800, diesen neuen kulturellen Kraftplatz, der auf die gesamte Region ausstrahlt und sie belebt.





Die Produktion unserer Lebensmittel anonymisiert sich durch die industrielle Erzeugung zunehmend. Umso mehr entsteht bei vielen von uns die Sehnsucht nach regionalen Erzeugnissen, deren Produktion und Qualität für jeden nachvollziehbar sind. Gemeinsam mit den Säulen Tourismus und Landwirtschaft hat eine kleine Gruppe von Gastronomen begonnen nach Möglichkeit regionale Produkte in ihren Speisekarten anzubieten und diese mit ihrem Logo „KochArt“ auszuzeichnen. Im Laufe der Jahre wurde aus einem anfänglich schwierigen Projekt, an dem nur wenige Gastronomen und Landwirte glaubten, eine kleine Erfolgsstory. Heute ist die KochArt im Bezirk Kitzbühel und bei vielen Gästen in aller Munde und es freut uns, dass wir diese mit unseren zahlreichen Aktionen für regionale Qualitätsprodukte sensibilisieren konnten.

Kurt Tropper

KochArt – Das Gute liegt so nah!

Kategorie:
Angebotsentwicklung

Preisträger:
KochArt Projektmanagement

Liebe geht durch den Magen. Wenn dabei das Auge satt, der Gaumen gekitzelt und die Nase so richtig verwöhnt wird, dann ist das kulinarische Vergnügen perfekt – vor allem, wenn die Produkte von Bauern der Region stammen. Mit einer großen Portion Ferienlaune und schöner Landschaft gewürzt, klingt das nach einer erfolgreichen Marketingidee. Aber halt! Das wäre bei unserer sinnlichen Preisträgerin zu kurz gegriffen. Die KochArt – lebt nämlich von einer klugen Idee. 2008 rollte der Trend zu regionalen Lebensmitteln, saisonalen Gerichten, artgerechter Tierhaltung und kontrolliertem Anbau mit Volldampf an. Die KochArt griff das Thema auf. Heute kochen 23 Wirte in der Region Kitzbüheler Alpen unter dem Banner der KochArt und zwar vorzugsweise mit regionalen Produkten, die sie von derzeit 38

Lieferanten beziehen, sowie mit Produkten aus ganz Tirol und Österreich. Ganz groß geschrieben wird die Qualität der Lebensmittel. „Die muss passen“, sagen die Projektbetreiber. Ebenso klare Vorgaben gibt es für die nachhaltige Zubereitung der Speisen. Regelmäßige Workshops mit Spitzen-Köchen und -Köchinnen sorgen für den Blick über den Tellerrand. Auch die Gäste der Region Kitzbüheler Alpen wissen es zu schätzen, dass sich bei den Spezialitätenwochen Brixentaler Berghendl, Tiroler Bachforelle, heimisches Gemüse und großartige Kochkunst ein Stelldichein geben. Für Landwirtschaft, Gastronomie und Tourismus der Region Kitzbüheler Alpen ein weiterer Grund stolz zu sein auf Kunst, die von „Können“ kommt – auf KochArt eben.



Die Verleihung des „Tirol Touristica“-Preises an die Produktion „GAIA - Stubai Mutter Erde“ bedeutet eine Auszeichnung für die Symbiose aus Kultur und Sport, Ballett und skifahrerischer Exzellenz, modernster Entertainmenttechnik und Natur, Tourismus und Lebensraum. Ein Event dieser Größenordnung kann nur gelingen, wenn die Denkhorizonte offen und alle Protagonisten bereit zu Neuem sind: Dies haben Enrique Gasa Valga, seine Ballettkompanie und Gesangssolisten des Tiroler Landestheaters, der Komponist und die Autoren, die Multimediakünstler der Atzgerei, die Agentur STMS unter Andrea Sartori, die teilnehmenden Stubai Skischulen, Laienschauspieler, die Betreiber der Sonnenbergbahn, die Grundstückseigentümer, Beschneier und Techniker der Stubai Gletscherbahn, alle Helfer und die Verantwortlichen des Tourismusverbandes Stubai Tirol eindrucksvoll bewiesen.

Roland Volderauer

GAIA Stubai – Mutter Erde

Kategorie:

Events & Großveranstaltungen

Preisträger:

Tourismusverband Stubai Tirol

„Unser Tal ist schön, mit wilden Wassern und Bergen, die in den Himmel ragen. Mit Schneefeldern, die das ganze Jahr über glitzern. Unser Tal ist lebenswert mit seinen Dörfern, der Nähe zur Hauptstadt, den vielen Möglichkeiten zum Wandern, Ganzjahres-Skifahren, Snowboarden, Radeln, Klettern. Wir möchten diese Vorzüge noch mehr Gästen vermitteln.“ So oder ähnlich dachten wohl die Tourismuskünstler des Stubaitals. Und sie wandten sich mit ihrer Idee einer außergewöhnlichen Veranstaltung an einen ebenso außergewöhnlichen Künstler. Enrique Gasa Valgas und seine Kompanie sind Grund, warum Besucher aus dem In- und Ausland regelmäßig die Ballettvorführungen im Tiroler Landestheater stürmen. Der Kulturfunkle aus Innsbruck sprang auf das Stubaital und den Ballettchef über – GAIA Stubai – Mutter Erde war geboren. Eine berührende, spannende

und actionreiche Symbiose aus Tanz, Performance, Musik, Gesang und Show zog im Februar 2017 4.500 begeisterte Zuschauer in ihren Bann. Der Kampf der Erdgöttin Gaia und ihrer Kinder gegen die zerstörerischen Kräfte wird als magisches Theater inszeniert, in dem Skifahrer und Tänzer, Musik und Videoprojektionen zu einer einzigartigen Choreografie verschmelzen. Ebenso einzigartig: die Naturkulisse der glitzernden schneebedeckten Hänge rund um den Aufführungsort in Neustift im Stubaital. Den Themen Schneekompetenz, Skifahren, Naturschönheit, Bewegung und Genuss wird in Gaia Stubai sinnlich erfahrbares Leben eingehaucht. GAIA Stubai – Mutter Erde ist die gelungene Partnerschaft zwischen Kultur und Natur, voll geballter Emotion, Schönheit und werbewirksamer Strahlkraft.

stubai



Was zeichnet die Naturparkregion Reutte aus? Wohin soll sie sich entwickeln? Welches Design soll sie haben und wie soll sie im Sinne des Tourismus- und Wirtschaftsstandortes und im Sinne aller Bewohner hier werben? Diese Kernfragen beantworteten über 100 Persönlichkeiten aus der Naturparkregion Reutte und definierten so die Integrierte Standortmarke Reutte. Der Tirol Touristica Ehrenpreis bestätigte uns auf dem Weg in eine neue Ära der Gestaltung und der Kommunikation. Der Setzling findet seinen Platz zentral im Park der Marktgemeinde Reutte, flankiert von den Gebäuden des Tourismusverbandes und der Wirtschaftskammer.

Ronald Petrini

Entwicklung integrierte Standortmarke Reutte

Kategorie:
Ehrenpreis

Preisträger:
*Tourismusverband
Naturparkregion Reutte*

„Frag nicht, was deine Region für dich tun kann. Frag, was du für deine Region tun kannst.“ Frei nach John F. Kennedy könnte dieser Gedanke Grundlage für einen tirolweit beachtenswerten Prozess gewesen sein. Was zeichnet unsere Region aus? Wohin soll sie sich entwickeln? Welches Design soll sie haben? Wie wollen wir im Sinne des Tourismus- und Wirtschaftsstandortes und im Sinne aller Bewohner hier werben? Vier Fragen standen 2014 am Start eines Markenprozesses der Naturparkregion Reutte. Aber was ist daran neu, was einzigartig? Dass auf Initiative des Tourismusverbandes Naturparkregion Reutte eine Standortmarke entwickelt werden sollte und dass in rund zwei Jahren an die 100 Menschen aus der gesamten Region an Definition und Positionierung der Marke Reutte mitarbeiteten. Sie trafen sich in Workshops zu Gedankenaustausch, Diskussion und Abstimmung. Sie feilten an den Leistungsversprechen und Markenwerten, die ihren Lebens- und Wirtschaftsraum in eine erfolgreiche Zukunft be-

gleiten sollen. Das neue Gesicht der Region spiegelt sich im Design wieder, das bereits auf internationale Anerkennung stieß. Beim renommierten European Design Award 2017 gab es für das innovative Reutte-Logo die Silberne. Der branchenübergreifende Ansatz zeigt sich nicht nur im Bild nach außen. Bereits im ersten Jahr der Realisierung der Standortmarke Reutte begeben sich neben Tourismusbetrieben wie dem 4-Sterne-Hotel zum Mohren in Reutte auch Unternehmen wie die Avantgarde-Brillenmanufaktur ROLF, der Mineralstoff-Industriebetrieb Schretter & Cie oder die Stadtgemeinde Vils unter das neue Markendach. Als „Wassernaturpark am Fuße des Hochgebirges“, als Lebensraum von „gesunder Ursprünglichkeit“, als Region, in der „Hochtechnologie und erlebbare Geschichte“ eine spannende Partnerschaft eingehen, definiert sich die Standortmarke Reutte. Die Standortmarke Reutte weist den Weg in eine lebenswerte und erfolgreiche Zukunft.





Der Erlebnispark Hög ist das Ergebnis einer konsequenten und zielgruppenorientierte Angebotsentwicklung am Berg. Durch die intensive Zusammenarbeit von Bergbahnen, Tourismusverband und Gemeinde konnte ein einzigartiges touristisches Produkt für die ganze Familie geschaffen werden, welches sich nahtlos in das bestehende Angebot der Region Serfaus – Fiss – Ladis einfügt. Die nahezu ganzjährige touristische Nutzung des Areals unterstreicht die Besonderheit dieser Attraktion.
Stefan Mangott

Erlebnispark Hög Serfaus

Kategorie:
Kategorieübergreifender Sonderpreis

Preisträger:
*Seilbahn Komperdell GmbH &
Tourismusverband Serfaus Fiss Ladis*

Mit dem Familien Coaster „Schneisenfeger“ Geschwindigkeitsrekorde brechen, schwimmen, im Wasserlabyrinth planschen, nach Herzenslust spielen zwischen Kuhfladentrampolin, Holzkugelbahn, Riesenmilchkanne und Flößer-Parcours. Dann ein bisschen Atem holen, vielleicht auf dem Besinnungsweg. Ein Tag, so recht nach dem Herzen der ganzen Familie! Verbringen lässt er sich im Erlebnispark Hög Serfaus. Die Vorzeige-Familiendestination Serfaus-Fiss-Ladis legte im letzten Jahrzehnt eine Entwicklung des Sommertourismus hin, die als sensationell zu bezeichnen ist. So konnten die Sommernächte seit 2005 um 95,2 % gesteigert werden. Der 2015 in Betrieb gegangene Erlebnispark Hög ergänzt dieses Angebot um eine neue, perfekt inszenierte Welt. So verwandelt sich der Beschneigungs-Speicherteich in ein Spieleparadies; erstmals in Österreich gibt es dafür eine Badegenehmigung. Rundherum werden teilweise ganzjährig erlebbare Geschichten zu den Themen „Wasser“, „Alm“ und „Holz“ erzählt. Dementsprechend natürlich sind auch die Inszenie-

rungen und die dabei verwendeten Materialien. Dank kinderwagentauglicher Wege sowie barrierefreier Erreichbarkeit mit der Bergbahn kommt wirklich die ganze Familie in den Genuss dieses Berg-Abenteuers. Die Offenheit unterstreichen auch die Familien Lichter Kapelle Hög, ein spiritueller Rückzugsort, sowie ein Besinnungsweg. Natur steht nicht nur drauf, naturnahe Wirtschaften ist auch drin. Die Abwärme von Kühlanlagen sowie Druckluftkompressoren nützen die Betreiber für die Heizung der Gastronomiebetriebe. Auf der Seealm Hög legt man Wert auf regionale Spezialitäten. 54 neu geschaffene Arbeitsplätze sprechen ebenfalls für das Projekt. Dazu überzeugen die Wirtschaftszahlen des Erlebnisparks Hög. Die Seilbahn Komperdell und die führende Familiendestination im Alpenraum, Serfaus-Fiss-Ladis, beweisen mit dem Erlebnispark Hög neuerlich, dass sie zu den Familien-Trendsettern im alpinen Tourismus zählen.







Tirol Werbung GmbH

Maria-Theresien-Straße 55
6020 Innsbruck · Österreich

+43.512.5320-0

+43.512.5320-100

info@tirol.at

www.tirol.at

t
f
e
w