

A scenic mountain landscape under a clear blue sky. In the foreground, a large, mature pine tree stands on a grassy slope. A person is sitting on a rock at the base of the tree. To the left, a wooden bench is visible. In the background, a range of snow-capped mountains stretches across the horizon.

# **„Tirol bewegt“ - Gesundheitstouristische Angebote im Tiroler Bergsommer**



*Kalendermotiv der Tirol Werbung von 1985*

# 1. Die Marke Tirol

---

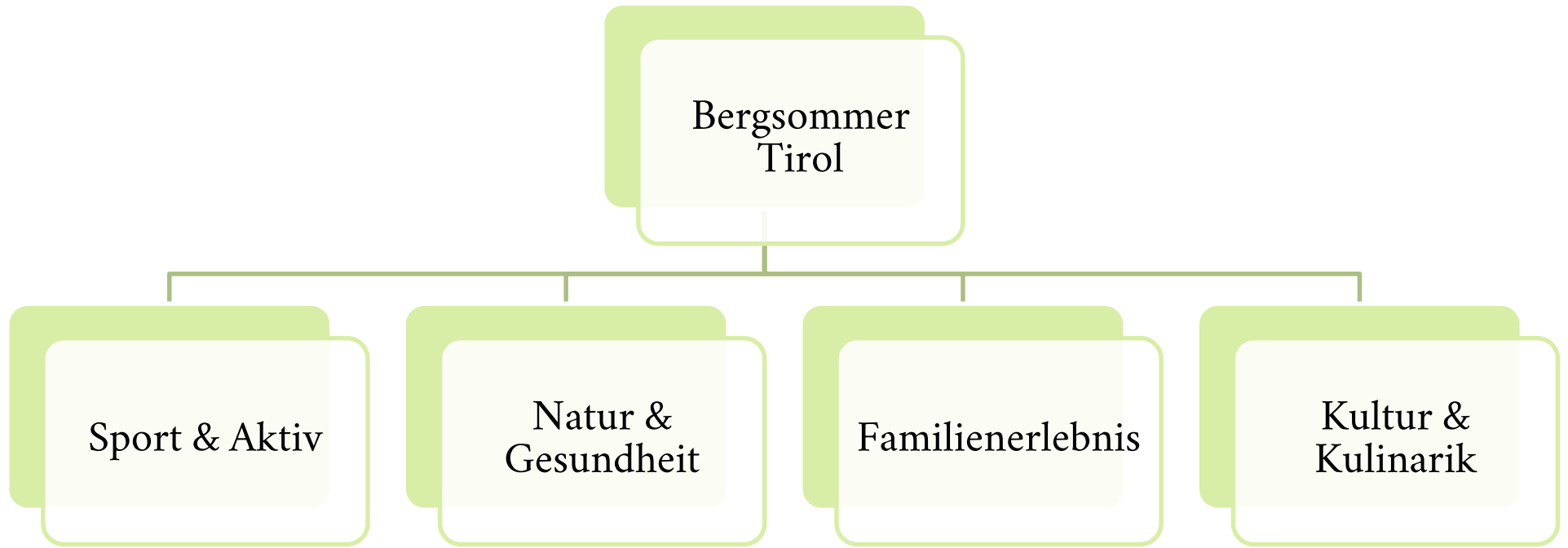
A scenic photograph of an alpine landscape. In the foreground, a small stream flows over rocks. A dirt path leads to a calm lake that reflects the surrounding greenery and a wooden bridge in the distance. The background features steep, forested mountains under a cloudy sky.

**Vision: Tirol ist der begehrteste  
Kraftplatz der alpinen Welt.**



## 2. Bergsommer Tirol

---



# Themencluster Bergsommer Tirol

---



## **3. Gesundheit in der Natur - Angebotsentwicklung „Tirol bewegt“**

---



# Fakten aus der Marktforschung

---

---

## Ausgangslage in Tirol

- 9% bezeichnen ihren Urlaub als Wellness-/Schönheitsurlaub - 3% als Gesundheits-/Kururlaub
- 6% des Marketingbudgets TW + TVBs werden ins Thema Gesundheit investiert
- 5 TVBs nennen das Thema Gesundheit als wichtiges Zukunftsthema

---

## Potential Deutschland

- Mangelnde Fitness mit Abstand das Hauptproblem
- Psychische/physische Erholung im Urlaub
- 36% bezeichnen das Urlaubsmotiv „etwas für die Gesundheit tun“ als „besonders wichtig“
- 9,9 Mio. Deutsche verbrachten bereits einen gesundheitsorientierten Urlaub (Interesse: 20,5 Mio.)

Quellen: T-Mona (2011); TW-Marketingstrategie 2011/TVB Umfrage; Deutsche Reiseanalyse (2010); Institut für Freizeitwirtschaft (2008); Der Gesundheitstourismus der Deutschen bis 2020



# Themenstrategie „Gesundheit in der Natur“

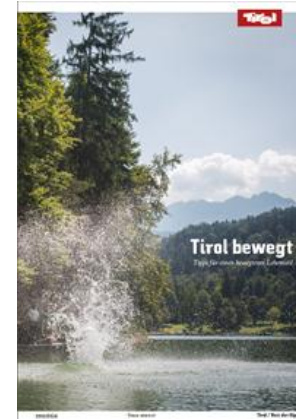
---

- B -Thema laut Marketingstrategie 2013 – 2016
- Bestandteil der Bergsommer-Säule „Fühlen“ (Natur & Gesundheit)

## → Bedeutung für Angebotsentwicklung:

Natur und die Möglichkeiten, sich in dieser gesundheitsfördernd zu bewegen stehen im Zentrum - begleitende medizinische Maßnahmen können, müssen aber nicht im Angebot enthalten sein

Quelle: TW Themenstrategie 2013-2016



# Angebotsentwicklung „Tirol bewegt“

---

## „Tirol bewegt“-Angebote

- spezielle gesundheitstouristische Urlaubsangebote für Gäste, die im Interesse ihrer Gesundheit die Freude an körperlicher Betätigung zurückgewinnen wollen

## „Tirol bewegt“-Fibel

- [Online-Informationsbroschüre](#) mit wissenschaftlich fundierten Informationen der positiven Effekte von Aktivitäten in den Tiroler Bergen

# Produktkriterien zur Qualitätssicherung

---

---



# Pilotregionen für Sommer 2014

---

- **Ferienland Kufstein:** „Balance & Lebensenergie - wenn Gesundheit dich bewegt, komm zu uns ins Ferienland“
- **Kaiserwinkl:** „Rührst di, dann spürst di“
- **Pillerseetal:** „Frischer Schwung mit Kneipp aus den Bergen – Wassertreten. Wandern. Wohlfühlen“
- **Stubaital:** „Stubai bewegt – der sanfte Weg zu neuem Schwung“
  
- **Alpbachtal Seenland:** „Das Leben pflegen und bewegen! – Vitalität aus Tradition“  
Highlights: Schaugarten „Hildegard von Bingen“ und Rezepte für Zuhause, Pilates, Nordic Walking inkl. Pulsfrequenz, Vortrag Motivationstraining...
  
- **Tirol West:** „Wiederentdecken, was mich bewegt“  
Highlights: Wallfahrtsort Kronburg → jeder Tag steht unter einem Motto – Ankommen, Loslassen, Geschmacks, Hören/Fühlen, Bewegung, Enthaltbarkeit, Aufbruch

**Tirol Werbung GmbH**

Dr. Michael Brandl  
Prokurist, Leitung Strategien & Partner

Mag. (FH) Corinna Gleirscher  
Themenmanagement

Maria-Theresien-Straße 55  
6020 Innsbruck · Österreich