

**ÖTZ
TAL**

Herzlich Willkommen

oetztal.com

Der Höhepunkt Tirols.
The Peak of Tirol.



Herausforderungen für Destinationen

Haupttreiber	Anforderung	Agenda
Gesetzliche Rahmenbedingungen	Politik, Bund – Land - Gemeinde	Lobbying, Vernetzung, zB. TTG
Infrastruktur	Investition/en, „Leuchttürme“	Finanzierung/Integration, Basis/„Klima“ schaffen, zB. Infrastruktur-€
(Dienst-)Leistung	Servicequalität, Angebot/e	Professionalität, Koop., Innovation, zB. Ötztal Card
Atmosphäre	Tourismusgesinnung, Bewusstsein schaffen	Lfd. Innen-Marketing, zB. Ortsausschüsse, Ötztal intern
Image	Markenbildung	Marketing-Offensive, klare Positionierung, zB. USSkiTeam
Nachfrage	Online-Vertrieb	Vertriebs-Offensive, B2C und B2B zB. Web-Auftritt, online Buchbarkeit

Entwicklungstrend

Nur aussagekräftige Destinationsmarken sind für den Gast interessant....

Destinationseigenschaften

- Landschaftsbild
- Ortsbild
- Mentalität und Sprache der Menschen
- Aktivitätsmöglichkeiten
- Preisniveau und Leistungsfähigkeit der Hotellerie + Gastronomie
- Verkehrswege zu und inn. Der Destination
- Andere Gäste

Gästenutzen

- Erlebniswert
- Prestigewert
- Gesundheitswert
- Bildungswert
- Conveniencewert
- Kosten (Zeit + Geld + Nerven!)
- Vertrauen

Destination – falsch verstanden ...

BMW
X5

AUDI
A6 AVANT

PORSCHE
CARRERA GT



Region – Marken – Produkte



**ÖTZ
TAL**

Danke für Ihre Aufmerksamkeit

oetztal.com
soelden.com
obergurgl.com

