



Willkommen zum Gastgeber-Infoabend

22.01.2026

Philipp Golka und Isabell Prior



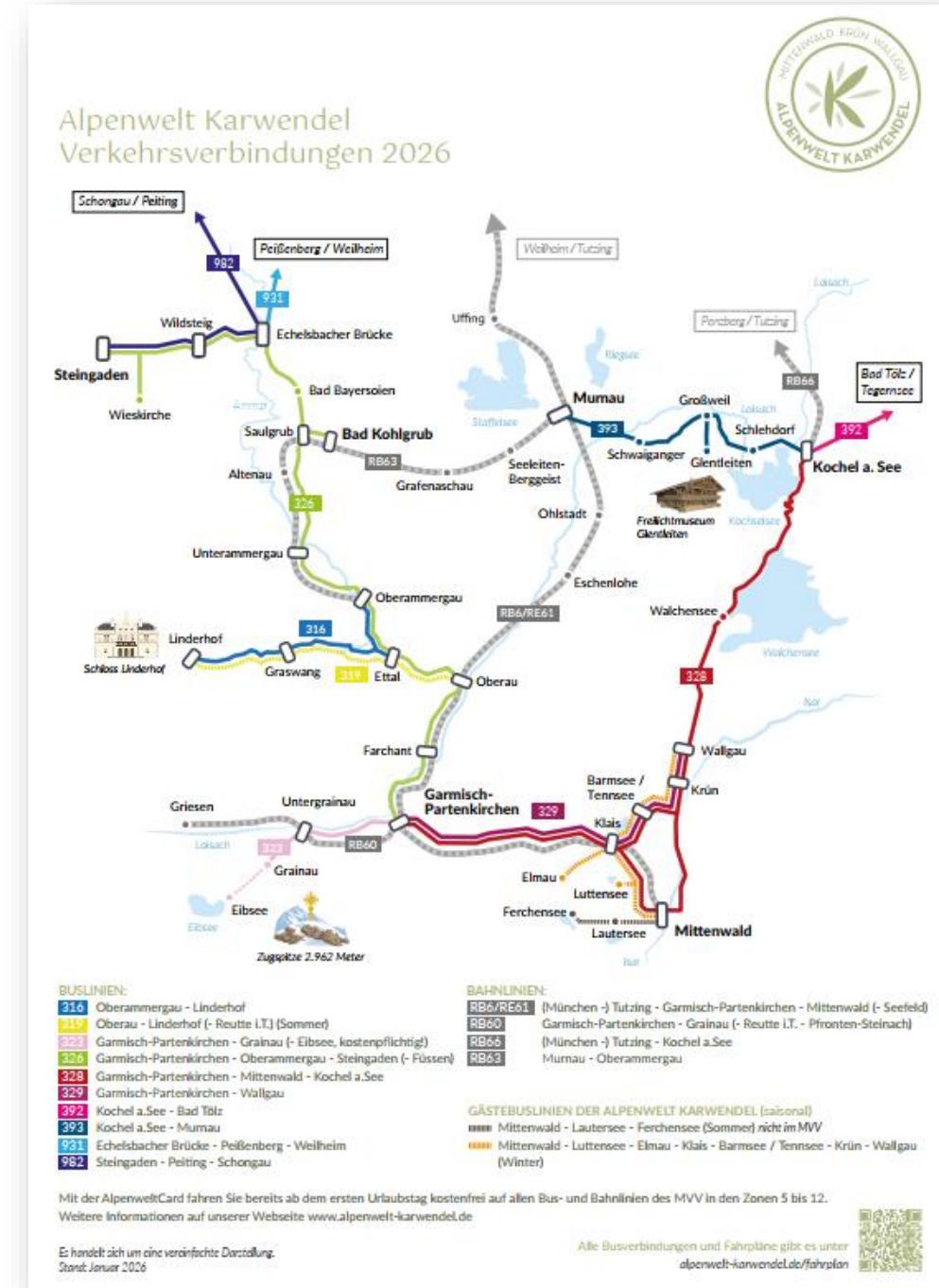
Themenübersicht

- ÖPNV-Leistungen in der AlpenweltCard
- Rückblick Marketingmaßnahmen 2025
- Ausblick Marketingmaßnahmen 2026
- Kooperation mit der Universität Innsbruck



ÖPNV Leistungen in der AlpenweltCard

- Kostenlose Nutzung des MVV in den Zonen 5-12
- Kostenlose Nutzung des Linienbusses zum Lauter- und Ferchensee
- Die Übersicht ist herunterladbar unter [Busverbindungen](#).



Änderungen ÖPNV



- MVV umfasst Bus & Bahn
 - Somit auch Bahnfahrt z.B. nach Garmisch-Partenkirchen oder Murnau möglich
- Ortsbus GAP inkludiert
- Busverbindung GAP-Grainau inkludiert
 - bis inkl. Grainau Badersee, Eibsee kostet Aufpreis
- Bus zum Lauter- und Ferchensee weiterhin inkludiert
 - Linie ist nicht im MVV
- Winterbus der AWK (Anbindung Luttensee/ Elmau) inkludiert
 - Linie ist Teil des MVV



Änderungen ÖPNV



- Sommerbuslinie 4608 (Anbindung Elmau) ab sofort eingestellt
 - Alternativen werden geprüft
- Kein Einscannen der Gästekarte mehr
 - Sichtkontrolle der Gästekarten
 - Fahrgastbefragungen durch MVV



Überblick Marketing



Foto: Wolfgang Behling



Übersicht Marketing

Rückblick 2025

- Magazin Hoch³
- Fotoshootings und Bildabkauf
- Werbeartikel und Giveaways
- Anzeigen/Advertisials
- Neukonzeption Schatzsuchen Mittenwald Krün und Wallgau
- Weitere Aufgaben
- Auslandsmarketing Schweiz
- Pressearbeit und -reisen
- Social Media

- Mediaplan und Maßnahmen 2025
 - Banner für Flights
 - Reisereporter
 - Wirtschaftskooperation mit Schöffel-Lowa
 - Komoot

Ausblick 2026

- Auslandsmarketing Schweiz
- Marketingkooperation – Travador
- Pressearbeit
- Mediaplan und Maßnahmen 2026



Rückblick 2025

Magazin Hoch³

- **Frühjahr-/Sommerausgabe 2025 und Herbst-/Winterausgabe 2025**
 - Input (welche Interviewthemen, Tourentipps, etc.) festlegen und sammeln
 - Bildmaterial sammeln und bereitstellen (vorhandenes Bildmaterial sichten und auch neue Fotos produzieren -> Bildabkauf und/oder Fotoshootings)
 - Anzeigenakquise in der Alpenwelt Karwendel
 - Gemeinsame Korrekturschleifen

- **Ganzjahresmagazin 2026**
 - Gründe für ein Ganzjahresmagazin: bessere Bewerbung der Alpenwelt Karwendel als Ganzjahresdestination; bessere Planbarkeit für Gäste und Kosteneinsparung
 - Input (welche Themenschwerpunkte, Tourentipps, etc) festlegen und sammeln
 - Bildmaterial planen und bereitstellen (vorhandenes Bildmaterial sichten und auch neue Fotos produzieren -> Bildabkauf und/oder Fotoshootings)
 - Anzeigenakquise in der Alpenwelt Karwendel
 - Gemeinsame Korrekturschleifen



Flyer und Broschüren

- Überarbeitung und Nachdruck Broschüre **Traumpfade** (Layoutanpassung an Hoch³ Magazin; Text- und Bildüberarbeitung)
- Überarbeitung Broschüre **Rauf auf's Bike** (Layoutanpassung an Hoch³ Magazin; Text- und Bildüberarbeitung; Einarbeitung Kartenausschnitte und Höhenprofile)
- Überarbeitung **Winterbroschüre** (Layoutanpassung an Hoch³ Magazin; Text- und Bildüberarbeitung; Einarbeitung Kartenausschnitte)
- Nachdruck **AlpenweltCard Flyer Englisch**
- Überarbeitung Broschüre **Traumpfade Englisch** (Anpassung an deutsche Version)
- Nachdruck **Ortsplan DIN A4 Mittenwald**
- Nachdruck Familienbroschüre **Entdeckungsreise**
- Nachdruck **Wanderbuch** zum Stempeln
- Nachdruck **AlpenweltCard Flyer** (mehrmals über das Jahr verteilt)
- Nachdruck **Ortsplan Sehenswert** Mittenwald, Krün und Wallgau
- Nachdruck Flyer **Was tun an Regentagen**
- Überarbeitung **AlpenweltCard Flyer** (Anpassung des Liniennetzplans an MVV-Umstellung -> Fertigstellung Januar 2026)



Fotoshootings und Bildabkauf

- **Fotoshooting Törggelen**
- **Fotoshooting Unsinniger Donnerstag in Krün**
- **Fotoshooting Bike Finzalm und Wallgauer Alm** (mit Videoproduktion, Einkehr an beiden Hütten sowie Wander- und Mountainbikeszenen)
- **Fotoshooting Kinderprogramm** (mit Videoproduktion bei der „Bauernhof-Erlebnis-Tour“ und dem „Kräuter-Erlebnis-Tag“)
- **Fotoshooting Wanderungen zur Dammkarhütte und durchs Dammkar** (mit Videoproduktion und Einkehr an der Dammkarhütte und in der Karwendelbahn)
- **Fotoshooting Herbstmarkt in der Puit**
- **Fotoshooting Herbstwandern am Kranzberg** (mit Videoproduktion, Fahrt mit der Kranzberg-Sesselbahn und Einkehr in der Korbinianhütte)
- **Bildabkauf Nostalski**
- **Bildabkauf Fasching in Wallgau und Langlauf in Wallgau**
- **Bildabkauf Unsinniger Donnerstag in Wallgau**
- **Bildabkauf Langlauf**
- **Bildabkauf Kurkonzert Krün und Prozession Krün**
- **Bildabkauf Bauernmarkt in Wallgau und Bergmesse am Simetsberg**
- **Bildabkauf Landschaftsbilder und Klangerlebnisse im Geigenbaumuseum**
- **Bildabkauf Blumenbilder und Titelbild Hoch³ Magazin**
- **Bild- und Videoabkauf Langlauf**





Werbeartikel und Giveaways

- Allgemeine Planung, welche Werbeartikel für den Verkauf und Giveaways interessant sein könnten
- Festlegung auf die Produktion von Aufklebern (Orte, Kinderprogramm und Bozner Markt), Brillenputztücher, Rechenlernspiel (Preis für Schatzsuche), Pflaster und Papiertüten
- Nachproduktion von Kugelschreibern, Stofftaschen und Brotzeitbox „I schmier da oane“
- Alpenwelt Kalender 2026
- Anfertigung passender Illustrationen für Aufkleber und Brillenputztücher



Anzeigen / Advertorials

- Alpstyle Magazin (Almsommer und seine Genussmomente sowie bergige Wohlfühloase)
 - Magazin Unterwegs / / Westdeutsche Zeitung
 - Magazin Küchenchef (Reportage kulinarische Highlights + Genussradeln in der Zugspitz Region)
 - Alpin Magazin (Hüttenliebe in der Alpenwelt Karwendel)
 - Forbes Magazin Österreich/Schweiz (Deutschland als E-Paper)
 - Alpstyle Magazin (Glitzernde Pfade und stille Gipfel)
 - Inflight Magazin (Veröffentlichung Februar 2026)



Neukonzeption Schatzsuchen Mittenwald, Krün und Wallgau



- Ideen- und Inputsammlung für innovativere und attraktivere Gestaltung
- Festlegung Route, Stationen und Aufgaben
- Individuell gezeichnete „Schatzkarte“ des jeweiligen Ortes
- Audioaufnahmen mit Kindern aus den Orten produzieren
- Tresor in den Tourist-Informationen



Weitere Aufgaben

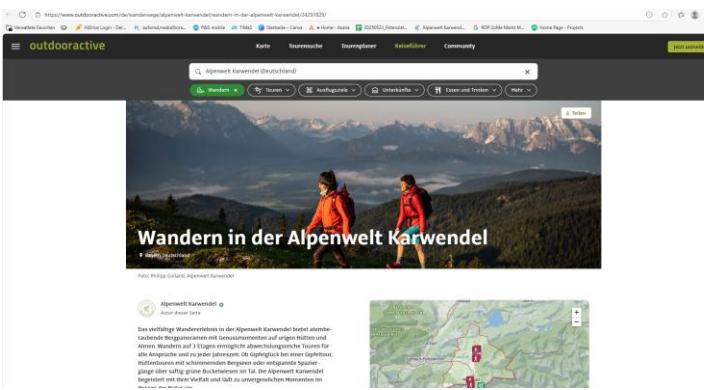


- Text- & Bildlieferungen an Magazine, Zeitungen, Blogbeiträge, etc.
 - Erstellung und Design von Printprodukten (z. B. Plakate, einfache Flyer, etc.) und Onlineprodukten (z. B. Anzeigen, Banner, etc.)
 - Wandertafeln in Zusammenarbeit mit dem LWF
 - Verschönerung Rückseite Bushäuschen am Dekan-Karl-Platz
 - Gestaltung und Druck neuer Ortseingangstafeln für Krün (in Krün direkt zwei Tafeln und eine Tafel Ortsteil Bärnbichl)
 - Neugestaltung und Druck der Übersichtspläne und Willkommenstafel für den Krausegarten und
 - Roll Up + Giveaway für die Zukunftsmesse



Auslandsmarketing Schweiz

- Analyse von potenziellen Märkten
-> Fokus auf der Schweiz
- Kooperation mit der Deutschen Zentrale für Tourismus
- Maßnahmen festlegen und buchen
- B2C Newsletter (März und November); B2B Presse-Newsletter
- PR-Reise nach Zürich (April)
 - Partner: Karwendelbräu, Mittenwalder Brauerei und Bsonders&Guad
- Kooperation mit Outdoortourenportal outdooractive



Pressearbeit

- Pressemitteilungen
 - < 23 Mitteilungen zu div. Themen
- IMM-Event in Berlin
 - International Media Marketplace (IMM) ist das führende globale Networking-Event, das die Reisebranche mit Redakteuren, Journalisten, Rundfunkanstalten und Influencern verbindet.
 - 24 Termine, jeweils 6 Terminslots mit á 15 Minuten
 - Networkingmöglichkeiten
 - Ziel: Kooperationen & Aufmerksamkeit



Pressereisen

- Erstellung der Programme, Organisation, teilweise Begleitung
 - Alpstyle zum Thema gehobene Kulinarik -> Marktrestaurant
 - Organisation und Übernahme der Unterkunft
 - Besuch vom 15.-16. August 2025
 - Kooperation mit TOM e.V. Rad-Bloggerin
 - Übernahme der Unterkunft sowie Vorschläge für Programmpunkte
 - Besuch vom 13.-14. September 2025
 - Thema: Wasser-Radwege
 - Interviewpartner: Silberschmiede
 - Veröffentlichung 2026
 - Radio Potsdam mit der Sendung Reisefieber
 - Interviews mit Ortsführerin, Karwendelbahn, AWK, Bichlerhof
 - Besuch vom 15.-17. September 2025
 - Kooperationspartner: Bichlerhof und Karwendelbahn
 - Gewinnspielpartner: Bichlerhof mit 2 ÜN für 2 Personen
 - Ausgespielt am 11. Oktober bei Radio Potsdam
 - Link: <https://www.radio-potsdam.de/reisefieber-alpenwelt-karwendel-mittenwald>
 - Reiseblick
 - Alpakawanderung, Karwendelbahn, Immersive Mittenwald, Bauerntheater
 - Medium: reiseblick.net & Weiterverteilung ctour, etc.
 - Besuch vom 13.-16. Oktober 2025
 - Kooperationspartner: Wallpaka, Karwendelbahn, Immersive Mittenwald, Bauerntheater
 - Veröffentlicht am 18. Oktober 2025
 - Link: <https://www.reiseblick.net/post/alpenweltkarwendel>



The screenshot shows the homepage of Radio Potsdam. At the top left is the station's logo 'RADIO POTSDAM' with a small graphic. The top right features a dark blue navigation bar with white text for 'START', 'PROGRAMM', 'SONNTAGSBERICHT', 'WETTERDATEN', 'WANDELN', 'HEIMAT', and 'KONTAKT'. Below the logo is a large, bold title 'Reiseleiter: Alpenwelt Karwendel - Mittenwald, Krün und Weilgau'. The main content area contains a large, scenic photograph of a mountain range with green hills in the foreground. At the bottom of the page, there is a footer section with text about the photo and links to 'WANDELN', 'WETTERDATEN', and 'KONTAKT'.



 Reiseblick HOME WELT EUROPA DEUTSCHLAND
Das Onlineportal für unabhängige, journalistische Reise-Reportagen

18. Okt. 2025 - 10 Min. Lesezeit

Tosender Applaus in Mittenwald

Die Region Alpenwelt Karwendel ist modern und pflegt zugleich beste Traditionen. Von Genießern wird sie geliebt, von anderen leicht unterschätzt.



Social Media



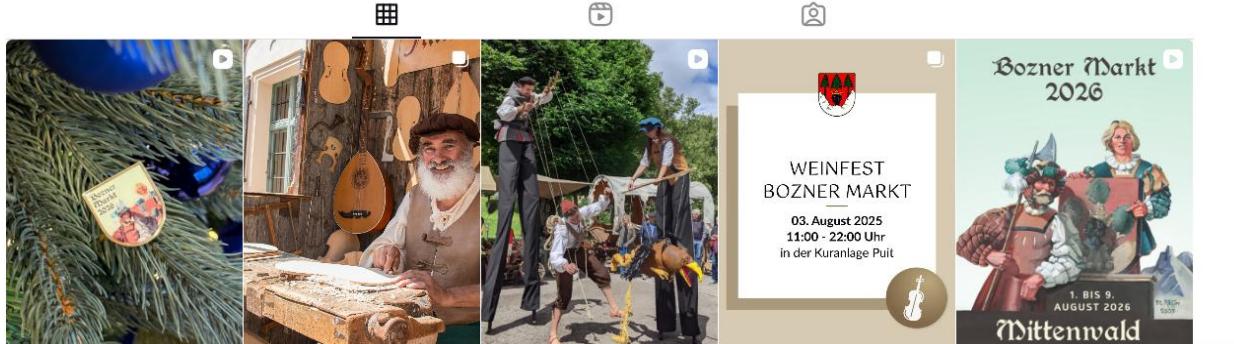
- Neuer Instagram Kanal "Bozner Markt"
 - Bewerbung Bozner Markt 2026

boznermarkt ...
Bozner Markt Mittenwald 2026
14 Beiträge 1.125 Follower 10 Gefolgt

Veranstaltung
Merkt euch vor:
Bozner Markt • Mittenwald • 1.-9. August 2026
📍 Mehr Kunde gibts bald an dieser Stätte.
🔗 www.alpenwelt-karwendel.de/bozner-markt-mittenwald und 1 weitere

 mittenwalder_bauerntheater, marktmittenwald + 66 weitere Personen sind Follower

Gefolgt Nachricht senden



Social Media

- Postkarten

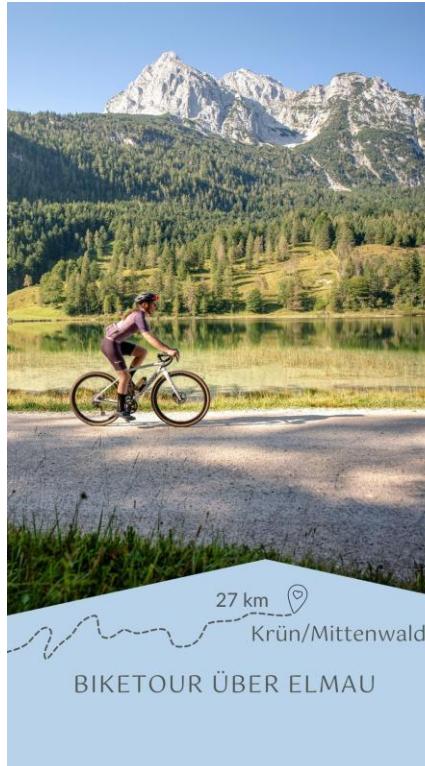
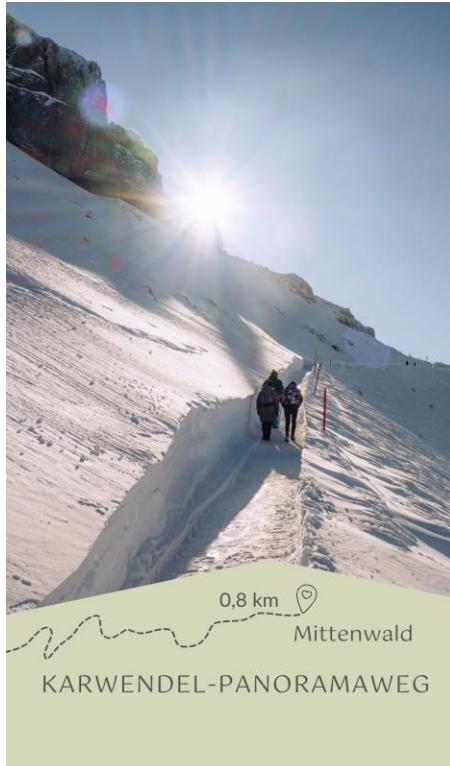
➤ Beim Instagram-Fotowettbewerb #alpenweltpostkarte gab es über 500 teilnehmende Beiträge. Daraus wurden insgesamt 9 Motive ausgewählt und sind als Postkarten in den Tourist-Informationen erhältlich.



Social Media

- Wandertipps auf Instagram & Facebook

➤ Reels mit Tourenvorschläge aus Mittenwald, Krün und Wallgau. Die Videos werden oft in Kooperation mit Oberbayern und der Zugspitz-Region gepostet und erzielen gute Reichweiten und Interaktionen. Beispiele:



16,5 Tsd.

20,8 Tsd.

21,1 Tsd.

34,3 Tsd.



Social Media



- Themenvideos auf Instagram & Facebook

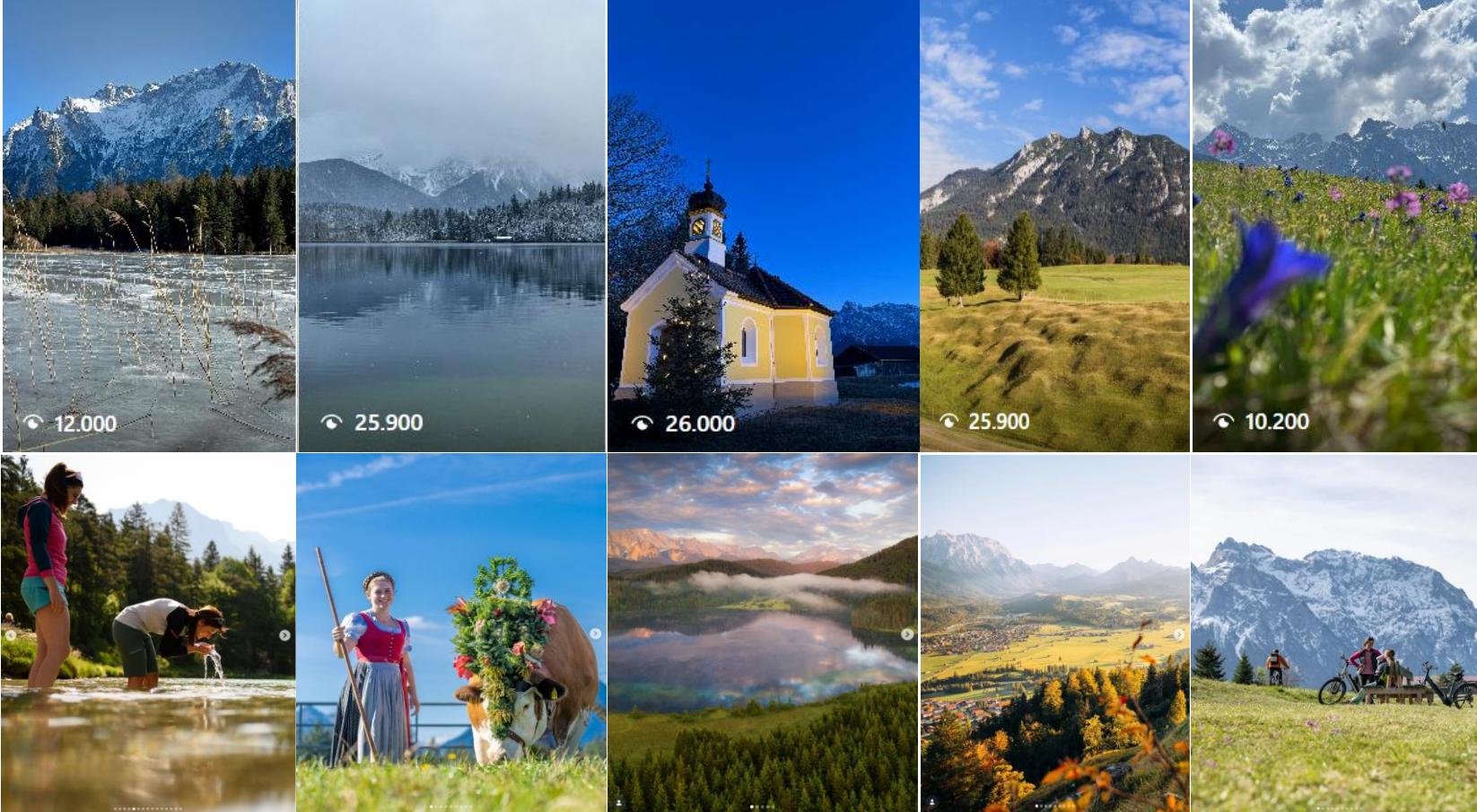
➤ In Zusammenarbeit mit einem Videographen sind schon viele stimmungsvolle Videos zu verschiedenen Themen, wie Brauchtumsveranstaltungen, geführte Wanderungen, Naturschutz, u.v.m. entstanden:





- Impressionen auf Instagram & Facebook

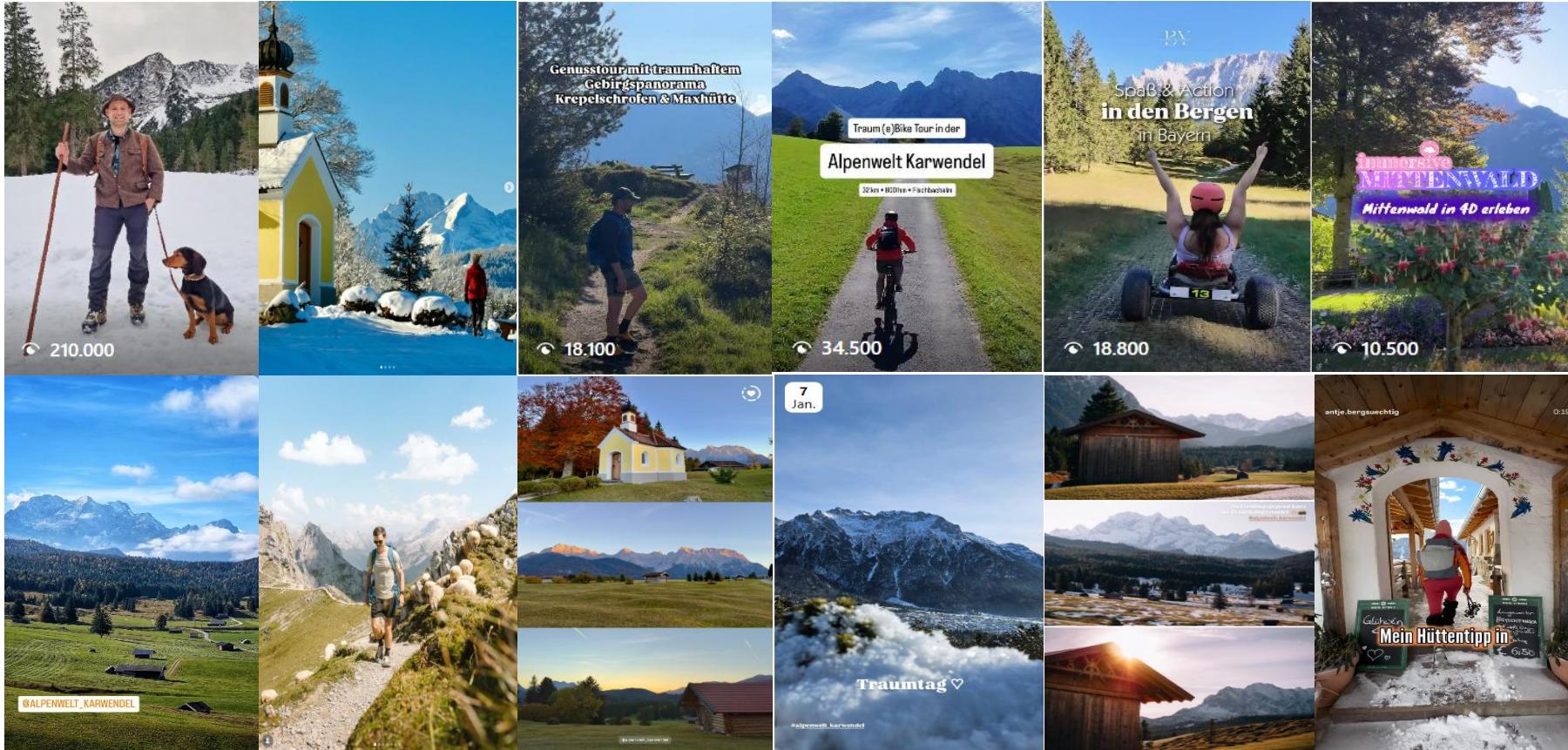
➤ Reels und Bilderposts rund um die Jahreszeiten um Urlaubssehnsucht zu wecken:



Social Media

- Kooperationen

➤ Bezahlte und unbezahlte Co-Autoren Posts und Teilen von Impressionen in Storys:





• Veranstaltungstipps auf Instagram & Facebook

➤ Wochen-Highlights mit Link zum Veranstaltungskalender grafisch für Storys aufbereitet:

Story 1: Winterprogramm

Montag
Wandern zur Wildfütterung, Wallgau
Ortsrundgang, Mittenwald & Wallgau
Eisstockschießen für Gäste, Wallgau

Dienstag
Begleitete Wanderung, Krün

Mittwoch
Gäste-Biathlon, Kaltenbrunn
Begleitete Wanderung, Mittenwald
Begleitete Fackelwanderung, Krün

Donnerstag
Begleitete Fackelwanderung, Mittenwald
Wandern zur Wildfütterung, Krün

Freitag
Schauwerkstatt Geigenbaumuseum, Mittenwald
Begleitete Fackelwanderung, Wallgau

Story 2: Echte Momente

Erlebt das ganze Jahr über unterhaltsame Veranstaltungen – von traditionell bis modern und sportlich!
In unseren Stories teilen wir die Highlights mit euch. Alle Termine rund um Mittenwald, Krün & Wallgau findet ihr in unserer App sowie im

[VERANSTALTUNGSKALENDER](#)

Oiwei wieder... →
Ein kleiner Einblick ins Winterprogramm

Story 3: Kinder- und Familienprogramm

28. Dez.

Unterwegs mit Ponys durch Wald und Wiese
22. & 30. Dezember, 13.30 - 16.00 Uhr

Flauschiger Tag bei Wallpaka
23. Dezember & 2. Januar, 10.00 - 12.30 Uhr

Wandern zur Wildfütterung
27. Dezember & 3. Januar, 14.30 - 16.45 Uhr

Fackelwanderung mit Würstel Grillen
28. Dezember & 4. Januar, 16.00 - 18.30 Uhr

Schneekristalle auf dem Karwendel
29. Dezember, 10.00 - 12.15 Uhr

Buntes Silvesterbasteln
30. Dezember, 09.30 - 11.30 Uhr

[ALLE INFOS](#)

Story 4: Jahresabschlusskonzert

20.00 Uhr
Haus des Gastes, Wallgau
Eintritt mit Gästekarte frei

[ALLE INFOS](#)

Story 5: Mittenwalder Bauerntheater

„Der Geisterbräu“
Mittwoch, 07.01.2026
19.30 Uhr
TSV Veranstaltungssaal,
Mittenwald

[ALLE INFOS](#)



- Anzeigen Hoch³ auf Instagram & Facebook
 - Anzeigen ab einer gebuchten 1/3-Seite im Hoch³-Magazin bekommen eine Story bzw. einen Post ab $\frac{1}{2}$ -Seite :



Mediaplan und Maßnahmen 2025



Allgemeiner Ganzjahreskampagne 2025

Ziel: Awareness / Consideration / Conversion
Zielstädte: Deutschland mit Fokus auf NRW, Hessen, Berlin, Hamburg, BayW & Bayern (außer München + Umwelt)
Zielgruppe: Aktive Reisende, Aktive Familien mit Kindern, Aktive Anspruchsträger
Thema: Winter, Reis, Aktiv, Aktive Familien mit Kindern, Aktive Anspruchsträger, Winterurlaub, Langläufen, Ski, Wintersportarten
Budget Ganzjahreskampagne 25: 242.300,00 €

Datum: 07.11.24

Kampagnenbewerbung
Kampagnenstart Ganzjahreskampagne 25
Permanente Stücktarif ohne aktive Werbung

Mittel & Medien	Optimierung und Messuren	Zeitraum	Werbeziel	Targeting	Schaltungsort	Investition 4. Flights 25	Investition GESELL 25	Winterkampagne 2024		Ganzjahreskampagne 2025																					
								1. Flight 25	2. Flight 25	3. Flight 25	4. Flight 25	December 2024	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	1. Flight Allgemein	2. Flight Frühling	3. Flight Herbst	4. Flight Winter			
SEA & SMA																															
Gauge (Kundlauschen)	Klick	Search Ads	zu passenden Suchanfragen		CPC / Websitz	0,0000,00 €	26.400,00 €	8.100,00 €	8.100,00 €	8.100,00 €	8.100,00 €																				
Gauge Display	Klick	Statische Banner & M&B Demand Side Ads	Interesse an Themen wie Winter, Reisebegleitung der Wintersportarten, Outdo	Interessiert - Interesse an Alpenwelt Karwendel und Urlaub in Bayern	CPC / Websitz	2,0000,00 €	13.000,00 €	3.000,00 €	4.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €																				
Ring (Kundlauschen)	Klick	Search Ads	zu passenden Suchanfragen		CPC / Websitz	0,0000,00 €	15.000,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €																				
Mata (Kundlauschen Facebook)	Klick	Lok. Ads, Video Ads	Interesse an Themen wie Winter, Reisebegleitung der Wintersportarten, Outdo	Interessiert - Interesse an Alpenwelt Karwendel und Urlaub in Bayern	CPC / Websitz	0,0000,00 €	15.000,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €																				
Mata (Kundlauschen Instagram)	Klick	Lok. Ads, Video Ads	Interesse an Themen wie Winter, Reisebegleitung der Wintersportarten, Outdo	Interessiert - Interesse an Alpenwelt Karwendel und Urlaub in Bayern	CPC / Websitz	2,0000,00 €	13.000,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €																				
Mata (Facebook)	Klick	Lok. Ads, Video Ads, Carousel Ads	Interesse an Themen wie Winter, Reisebegleitung der Wintersportarten, Outdo		CPC / Websitz	1,0000,00 €	7.400,00 €	1.800,00 €	2.000,00 €	1.800,00 €	1.800,00 €																				
Mata (Instagram)	Klick	Lok. Ads, Video Ads, Carousel Ads	Interesse an Themen wie Winter, Reisebegleitung der Wintersportarten, Outdo		CPC / Websitz	1,0000,00 €	7.400,00 €	1.800,00 €	2.000,00 €	1.800,00 €	1.800,00 €																				
YouTube Impressions	Impressions	Bumper Ads (max. 3 Videos je Flight)	Interesse an Themen wie Winter, Reisebegleitung der Wintersportarten, Outdo	Interessiert - Interesse an Alpenwelt Karwendel und Urlaub in Bayern	TRP / Websitz	4,0000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €																				
YouTube Views	Views	Interesse an Themen wie Winter, Reisebegleitung der Wintersportarten, Outdo	Interesse an Themen wie Winter, Reisebegleitung der Wintersportarten, Outdo	Interessiert - Interesse an Alpenwelt Karwendel und Urlaub in Bayern	CPC / Websitz	4,0000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €																				
						21.000,00 €	182.200,00 €	48.000,00 €	27.700,00 €	28.200,00 €	23.300,00 €																				

Datengetriebenes Display Marketing		Ganzjahreskampagne 2025																								
Programmatic Advertising	Conversion	Statische Banner, Native Ads	Ganzjahreskampagne 2025																							
Location Based Marketing	Impressions	Statische Mobile Pushben Ads	Ganzjahreskampagne 2025																							
Programmatic Online Audio & Podcasts	Impressions	Audio Ad, Reisebegleitung Wintersportarten	Ganzjahreskampagne 2025																							
OTT Streaming TV	Impressions	Videos Ads (Pre-emptive Ads, max. 30 Sec.)	Ganzjahreskampagne 2025																							
Zusammenfassende Medienkennung			Ganzjahreskampagne 2025																							

Reise & Special Interest		Ganzjahreskampagne 2025																								
MTB Kontakt	Klick	Sponsored Collection Ad (2 Collections à 8-10 Tours)	Ganzjahreskampagne 2025																							
Cloud Router	Klick	Mobile Medium Rectangle, Dynamic Site Bar	Ganzjahreskampagne 2025																							
MTB Reiseberichter	Leser	zu Artikeln (jedergattige interne interessante Element (z.B. Quiz, Umfrage, Pollenwert), Social Media Post & Newsletter-Integration)	Ganzjahreskampagne 2025																							
Zusammenfassende Medienkennung			Ganzjahreskampagne 2025																							

Wirtschaftskooperation		Ganzjahreskampagne 2025																								
Schaffler LKW	Impressions	Mobile Online (Landkarte, Weg, Routenplaner, Navigation, QR-Code, Anfrageformular, Offizielle PGS-Presse) an 40 Geschäften, Schuhläden, Autohäuser, Konfektionsgeschäfte, Optiker, Anwaltskanzleien etc.	Ganzjahreskampagne 2025																							
Zusammenfassende Medienkennung			Ganzjahreskampagne 2025																							

Investition Medienkennung GESAMT: 35.000,00 € 232.200,00 € 47.400,00 € 84.850,00 € 85.000,00 € 35.000,00 €

Mediaplan und Maßnahmen 2025

- Unverändert
 - Zielmärkte und Zielgruppen
 - Grundrauschen bei Google, Bing und Social Media
- Neuheiten für 2025:
 - Von Awareness zu Conversion
 - Flight 1 als Ganzjahresflight statt Fokus Winter
 - Komoot
 - Reisereporter
 - Streaming TV
 - Wirtschaftskooperation mit Schöffel-Lowa



Banner für die Flights



Ausspielungsbeispiele

Gesponsert

Alpenwelt Karwendel
www.alpenwelt-karwendel.de

Jetzt informieren - Hoher Genuss bis ins Tal



Urige Hütten & Sternerestaurants - Für jeden Geschmack das Richtige im Karwendel! In Mittenwald, Krün und Wallgau trifft traditionelle Kulinarik auf Moderne. Winter- & Adventszeit. Unvergleichbare Natur. Echter Urlaub in Bayern. Tradition erleben.

Anreise Kultur & Brauchtum Natur & Kultu

Gesponsert

www.alpenwelt-karwendel.de/

Alpenwelt Karwendel - Ursprüngliche Berglandschaft

Mittenwald, Krün und Wallgau - Frühlingsauszeit in den Bergen von Deutschland. Erleben Sie den Frühling mit all seinen Facetten. Frühlingszeit in den Deutschen Alp...



Planen & Buchen Kultur & Brauchtum Nati

Gesponsert

Alpenwelt Karwendel
www.alpenwelt-karwendel.de/herbst

Hoher Genuss bis ins Tal - Alpenwelt Karwendel

In Mittenwald, Krün und Wallgau trifft traditionelle Kulinarik auf Moderne. Kulinarische Köstlichkeiten & regionale Produkte in der Alpenwelt Karwendel. Tradition erleben.

Draußen & Aktiv · Natur & Kultur · Anreise · Planen & Buchen

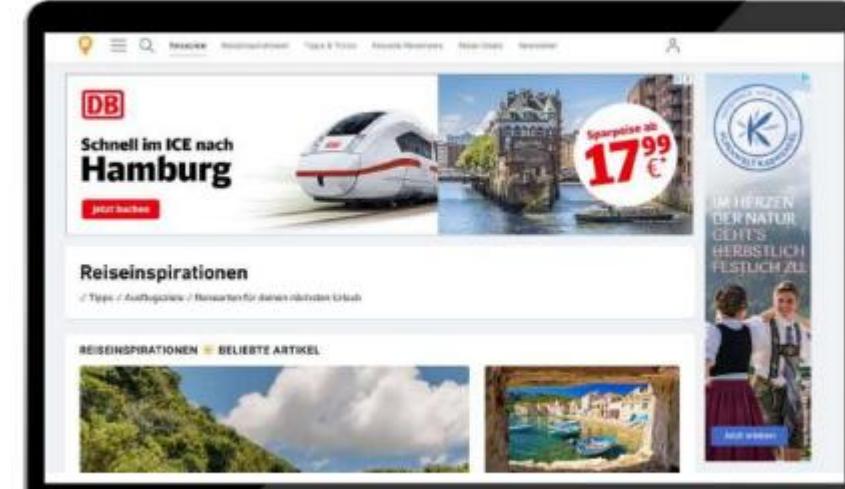


Google Search

Facebook & Instagram



Programmatic Advertising



Reisereporter

- Reisereporter ist ein Online-Magazin für Reiseliebhaber, das Tipps, Trends, Reiseberichte und News rund um das Thema Reisen bietet.
- 3 x Advertorials, interaktives Quiz, Social Media und Newsletter
- Platzierungen in Flight 1, 2 & 4



Partner im RedaktionsNetzwerk Deutschland

reise reporter

Alpenwelt Karwendel

Startseite > Bayern > Höchster Genuss: Traditionen in der Alpenwelt Karwendel

Anzeige

Die Alpenwelt Karwendel vereint Natur und bayerische Kultur

Alpenwelt Karwendel – ein Paradies für Naturliebhaber und Genießer

Hier erwarten dich atemberaubende Berglandschaften, endlose Wanderwege und kulturelle Höhepunkte für jeden Geschmack. Von den alten Berggasthäusern mit traditioneller Rösti bis hin zu modernen Restaurants, wo du alleine oder das Herz begehrst. Nimm dir eine Auszeit, tauche ein in die ruhige, eindrucksvolle Atmosphäre der Alpen und lass dich von regionalen Köstlichkeiten verwöhnen. Diese Kombination aus Natur und Genuss macht deinen nächsten Urlaub zu etwas ganz Besonderem.

Mehr dazu

Karwendel

Die besten Genussmomente im Urlaub

Jasmin Kreulitsch
06.02.2025, 17:06 Uhr

...



Wirtschaftskooperation Schöffel-Lowa



- Kampagnenzeitraum: KW 9 – KW 13
- Kampagnenumfang:

Online

Blogbeitrag
Landingpage
Webseite
Newsletter Schöffel Lowa
Facebook + Google

Offline

Schaufenster Aufkleber
Kundenstopper – 1A Format
Aufsteller – A4 Format
Digitale Anzeige im Schaufenster



Social Media & Google Ads

- Kooperationspartner: **Alpenhof Krün**
 - Anteil: 3 Übernachtungen für 2 Personen, inkl. Halbpension



Wirtschaftskooperation Schöffel-Lowa



The screenshot shows the Schöffel LOWA homepage with a large banner for 'Alpenwelt Karwendel' featuring a mountain landscape and the text 'Urlaub im Herzen der Natur!'. A circular overlay on the right side contains the word 'Gewinne' and details about a competition for 3 nights for 2 people including half-board and exclusive add-ons at the Alpenhof Krün.

Webpage



The screenshot shows a mobile device displaying the 'Alpenwelt Karwendel' landing page, which includes a banner with the text 'Urlaub im Herzen der Natur!' and a 'Gewinne' section.

Social Media & Google Ads



Landingpage

Entnahmrechte am ab 30. März 2023. Die Gewinner werden per Post benachrichtigt. Mitteilungen und Angabe eines E-Mail-Adressen wird von den Teilnehmern ausgeschlossen. Eine Preisverteilung der Gewinne oder Übertragungen auf Dritte ist ausgeschlossen. Die Preise werden ausschließlich für die Gewinnspielteilnahme günstig und nicht an Dritte weitergegeben. Auslosungstermin ist auf Anfrage und je nach Verfügbarkeit mind. 1 Jahr ab Ausstellungstermin gültig.

Wirtschaftskooperation Schöffel-Lowa



Schaufenster Aufkleber



Aufsteller



POS-Kommunikation

Schaufenster Aufkleber (400x400mm)	38
Kundenstoppper (A1)	38
Aufsteller (A4)	38
Digitale Anzeige im Schaufenster	13

Anzahl Stores

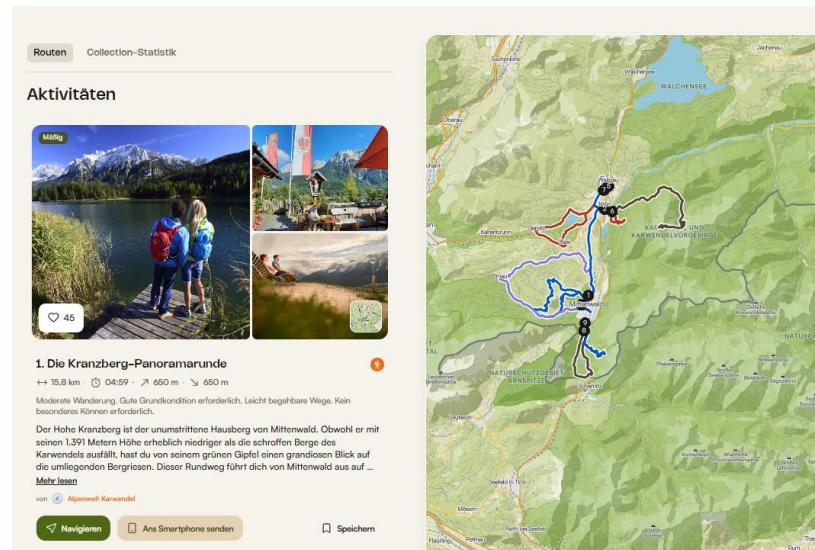
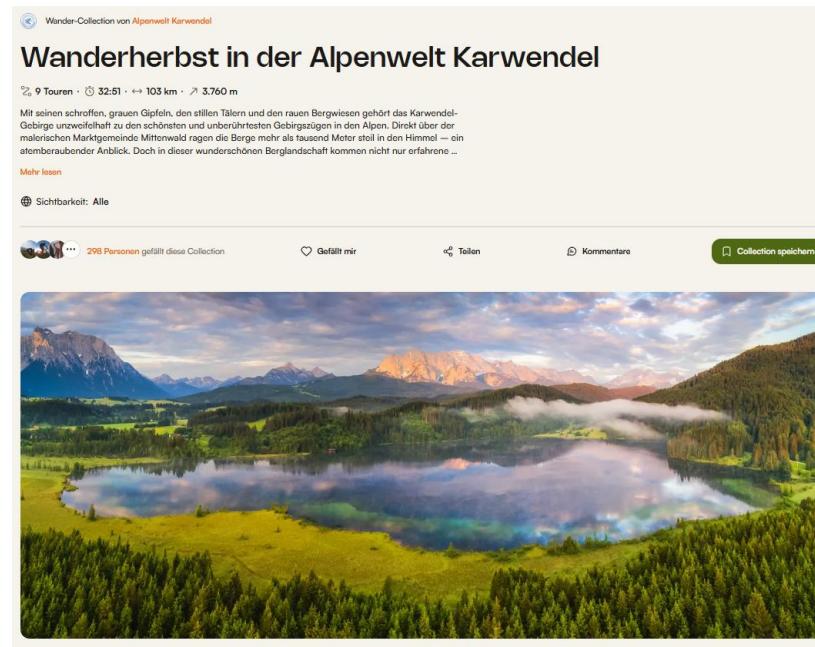
Komoot

- Frühjahrsplatzierung:

- Die Frühjahrs-Collection waren sechs Touren mit über **130.000 Views** äußerst sichtbar und erzielte eine solide Reichweite in der Zielgruppe. Mit **2.095 Klicks auf die Anzeige** wurde ein gutes Maß an direkter Nutzerinteraktion generiert.
- Die **Interaktionsrate von 38,96 %** zeigt ein hohes Engagement und eine starke Relevanz des Contents für die User.

- Herbstplatzierung:

- Es wurden neun Touren auf Komoot online gestellt, die **insgesamt 623.825 Aufrufe** erzielten.
- Die **Interaktionsrate von 42,05 %** liegt deutlich über dem internen Benchmark von 25 %.



Ausblick Marketingmaßnahmen 2026



Foto: Kriner-Weiermann



Flyer & Broschüren

- Überarbeitung und Druck Bikebroschüre „**Rauf auf's Bike**“ Englisch
- Überarbeitung und Druck Familienbroschüre „**Entdeckungsreise**“ Englisch
- Überarbeitung und Druck Winterbroschüre „**Winterzeit**“ Englisch
- Überarbeitung und Druck **AlpenweltCard Flyer** Englisch
- Überarbeitung und Druck **Sehenswert Mittenwald & Wallgau**
- Überarbeitung und Druck „**Schatzsuche Mittenwald**“
- Überarbeitung und Druck „**Entdeckungsreise**“
- Erstellung, Druck und Anzeigenakquise **Hoch³ Magazin 2027**
- Ggf. Überarbeitung des Flyers „**Was tun an Regentagen**“
- sowie weitere neue, noch unveröffentlichte Projekte



Fotoshootings und Bildabkauf

- **Fotoshooting Langlauf**
- **Fotoshooting Familienspaß Natureisplatz Wallgau und Klais**
- **Fotoshootings generell zum Thema Familie** (Familienwandern im Sommer/Herbst auf Themenwegen; Familienradtouren im Sommer/Herbst, Spielplätze in allen drei Orten im Sommer, Spielen im Kurpark in allen drei Orten, Kinderprogramm, Familienkutschfahrt im Sommer und Winter)
- **Fotoshootings/Bildabkäufe Natur, Landschaft, Tiere, Landwirtschaft**
- **Videoproduktion Ganzjahresurlaub in der Alpenwelt Karwendel und Ganzjahres-Familienurlaub in der Alpenwelt Karwendel**



Auslandsmarketing Schweiz



➤ Frühjahrskampagne

- Integration in inspirierenden Listicles zu saisonalen Themen rund um Natur, Kultur und Kulinarik
- Darstellung in reichweitenstarken Online-Newsportalen sowie Social Media

➤ Culinary Germany

- Platzierung zum Thema Kulinarik auf reichweitenstarken News- und Lifestyleportalen in der Schweiz
- Crossmediale Verlängerung über Social-Media-Kanäle der Medienpartner
- Termin: Frühsommer 2026

➤ Contentkampagne Natur & Aktiv

- Platzierung in führenden Schweizer Aktiv- und Outdoor-Medien
- Kombination von Print-Advertisials und Online-Artikeln sowie Social Media
- Termin: Spätsommer 2026

➤ Newsletter B2C gratis

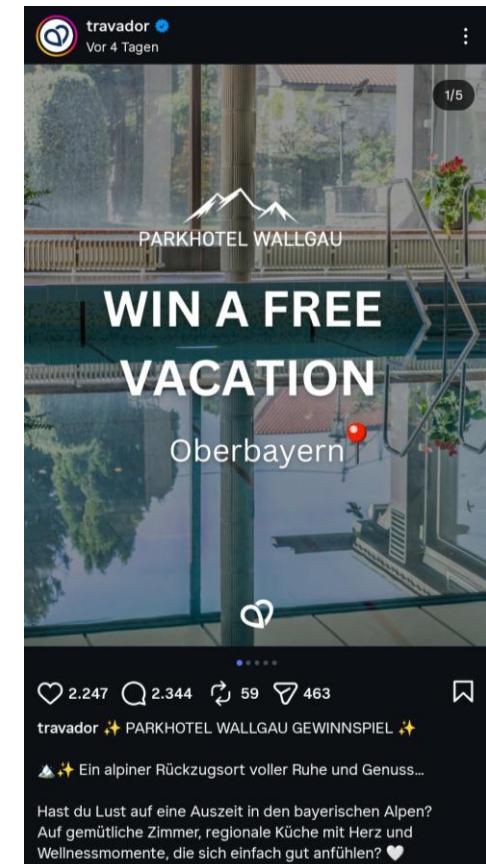
- Veröffentlichung Februar/März 2026



Marketingkooperation - Travador



- Exklusive Onlinebuchungsplattform für Kurz- und Wellnessreisen
- Zielgruppe: 25-45 Jahre alt, überwiegend Paare (65%), gefolgt von Familien (30%)
- Spannender Medienpartner für die Alpenwelt und Gastgeber
 - Starken Community auf Instagram, Facebook, WhatsApp, der Travador App, Newsletter
 - Qualität vor Quantität
- Kampagnenumfang:
 - 3 Facebook- & Instagram-Platzierungen
 - 2 WhatsApp-Platzierungen
 - 1 App-Deal der Woche inkl. Push-Nachricht
 - 1 Platzierung "Angebot der Woche" auf travador.com, inkl. Website-Push und Newsletter-Platz (16. Januar 2026)
- Partner: Parkhotel Wallgau und Alpenhof Krün



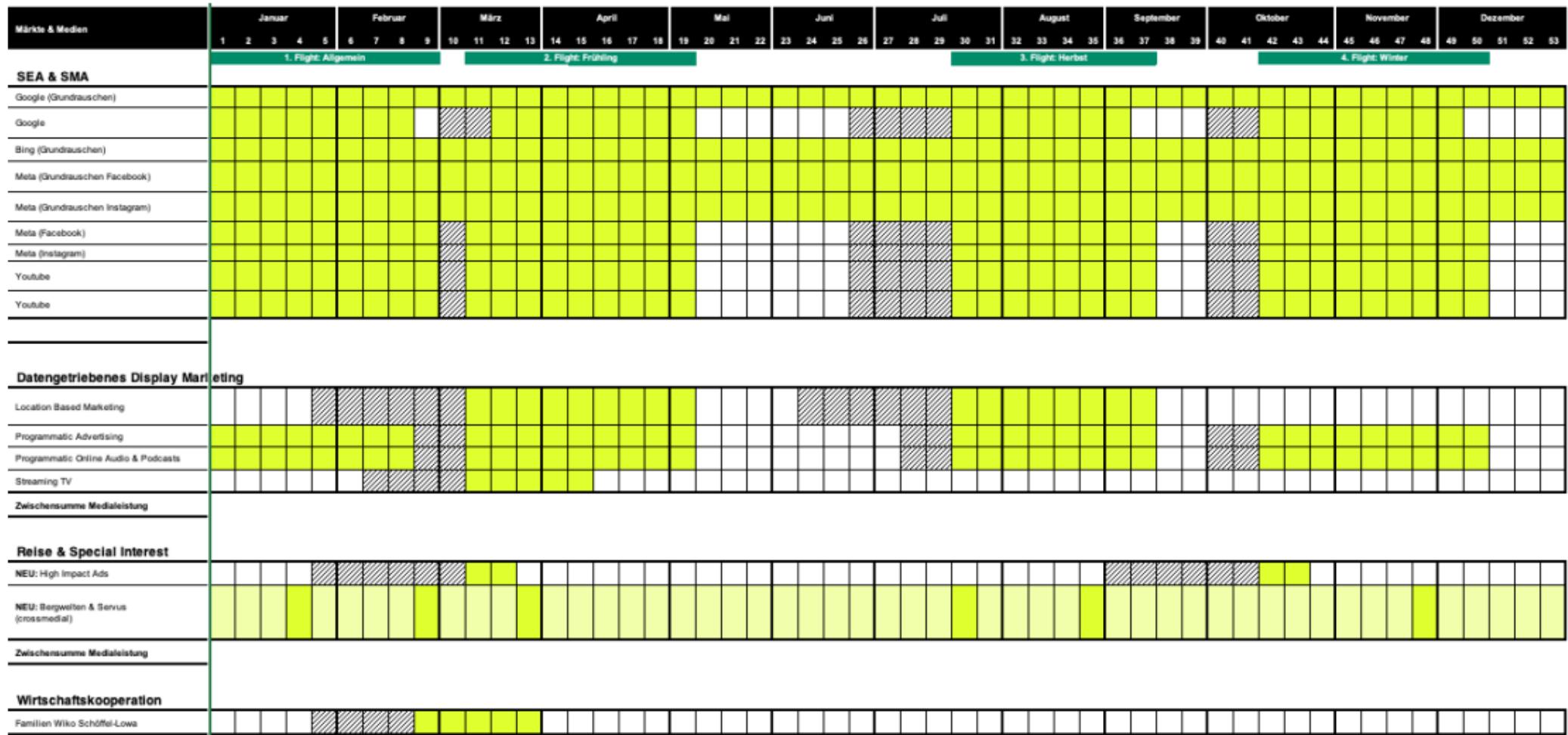
Pressearbeit



- **Münchener Merkur**
 - Themenfokus: (Winter-) Wandern
 - Termin: Ende Januar – Anfang Februar
- **ZDF: Sendung „Länderspiegel“**
 - 6-minütiger Bericht über die Region
 - Aktuell noch Themenabklärung und Organisation
 - Termin: Ende Januar; Drehtermin: 2 Tage
- **20minuten**
 - reichweitenstärkste und meistgenutzte News App der Schweiz
 - Täglich mehr als 4 Millionen Besuche
 - Stellvertretender Chefredakteur zu Besuch
 - Termin: Ende Februar



Mediaplan und Maßnahmen 2026



Mediaplan und Maßnahmen 2026



- Werbung bei Suchmaschinen und Social Media
 - Google und Bing
 - YouTube, Instagram und Facebook
- Datengetriebenes Bildschirmmarketing
 - Ortsbasiertes Marketing (Location Based Marketing)
-> Anhand von Suchverhalten, Ort und Interessen, passgenaues Ausspielen der Werbung möglich
 - Online Audio, z.B. bei Spotify
 - Streaming TV
- Spezielle Interesse
 - Bergwelten & Servus
 - > Druck: Bergwelten 1x 1/2 Schaufenster & Servus in Stadt & Land 6x ¼ Schaufenster
 - > Online: Bergwelten.com 1x Advertorial, 1x Touren Paket, 2x Podcast & 1x servus.com Pre-Roll
- Wirtschaftskooperation mit Schöffel-Lowa
 - Fokus: Familie
 - Einbindung FeWo-Partner (bereits vergeben)



Kooperation Uni Innsbruck



Foto: Pierre Johne





- Forschungstitel: Stärkung der Nebensaison durch sporttouristische Angebote in der Alpenwelt Karwendel
- Forschungszeitraum: 12/2025 – 11/2026
 - Phase 1: 12/2025 – 02/2026
 - Interviews mit Leistungsträgern
 - Ziel: Tiefenverständnis für Rahmenbedingungen, Hindernisse, Potenziale auf Angebotsseite
 - Phase 2: 03/2026 – 09/2026
 - Interviews & Fragebogen mit Gästen
 - Ziel: empirische Datengrundlage zur Nachfrage; Überblick über Präferenzen
 - Phase 3: 09/2026 – 11/2026
 - Workshop und gemeinsame Erarbeitung auf Grundlage der Erkenntnisse
 - Ziel: Entwicklung konkreter Handlungsansätze und Pilotideen
- Kostenumfang: ca. 50.000 €, u.a. gefördert durch das Land Bayern





**Vielen Dank für
die Aufmerksamkeit!**

