



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



- 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/Advertorials
- 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



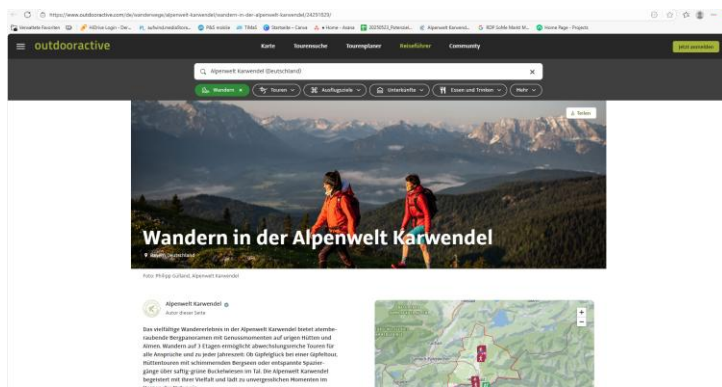
Weitere Aufgaben

- 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 Outdoorportalen outdooractive



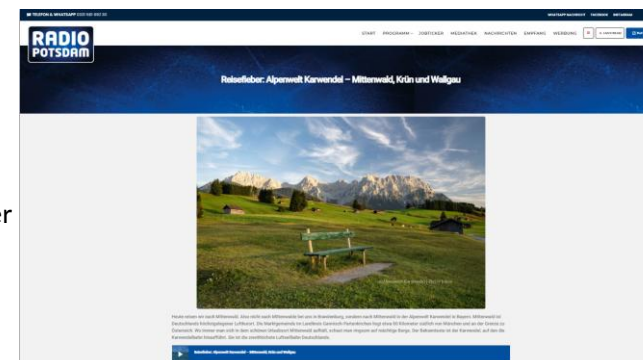
Pressearbeit

- 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-kruen-und-wallgau/>
- 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>



Social Media

- Neuer Instagram Kanal "Bozner Markt"

- Bewerbung Bozner Markt 2026



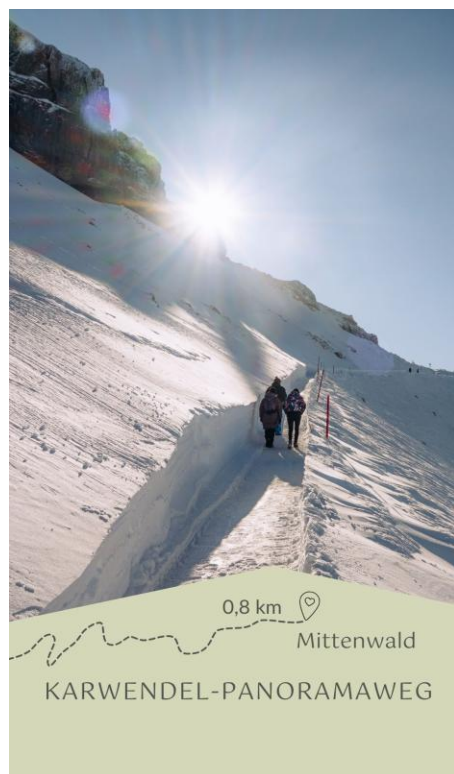
Social Media

- 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.

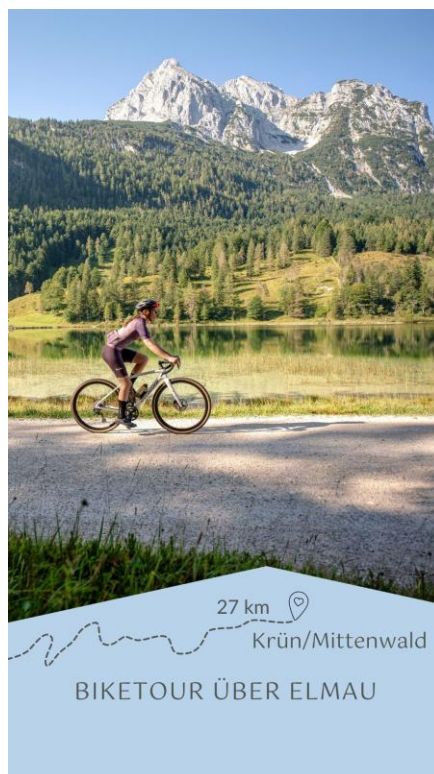


Social Media

- 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.



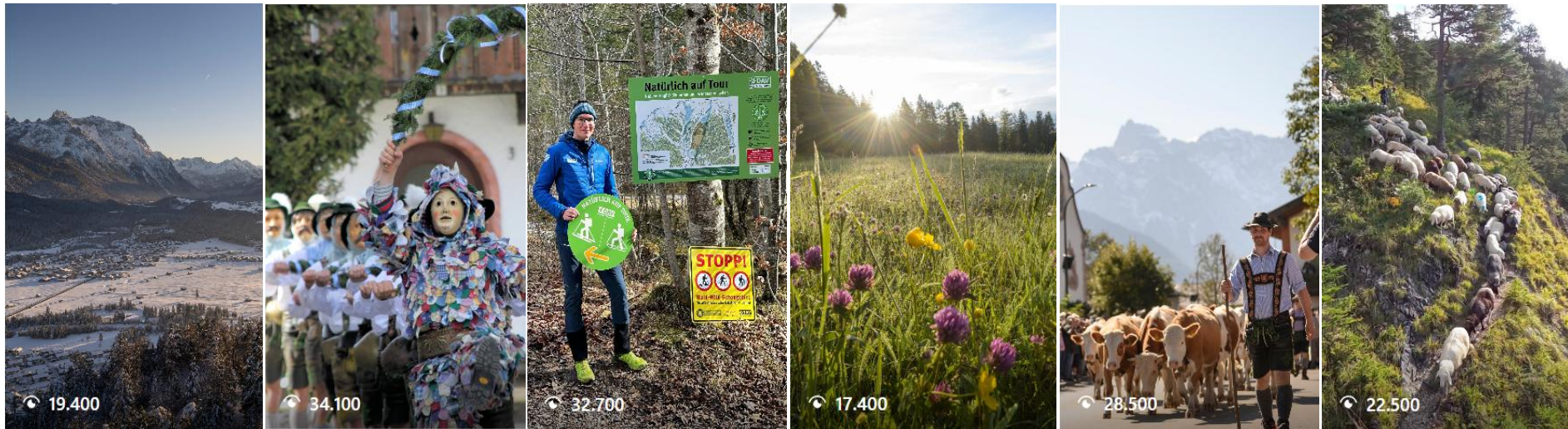
34,3 Tsd.



Social Media

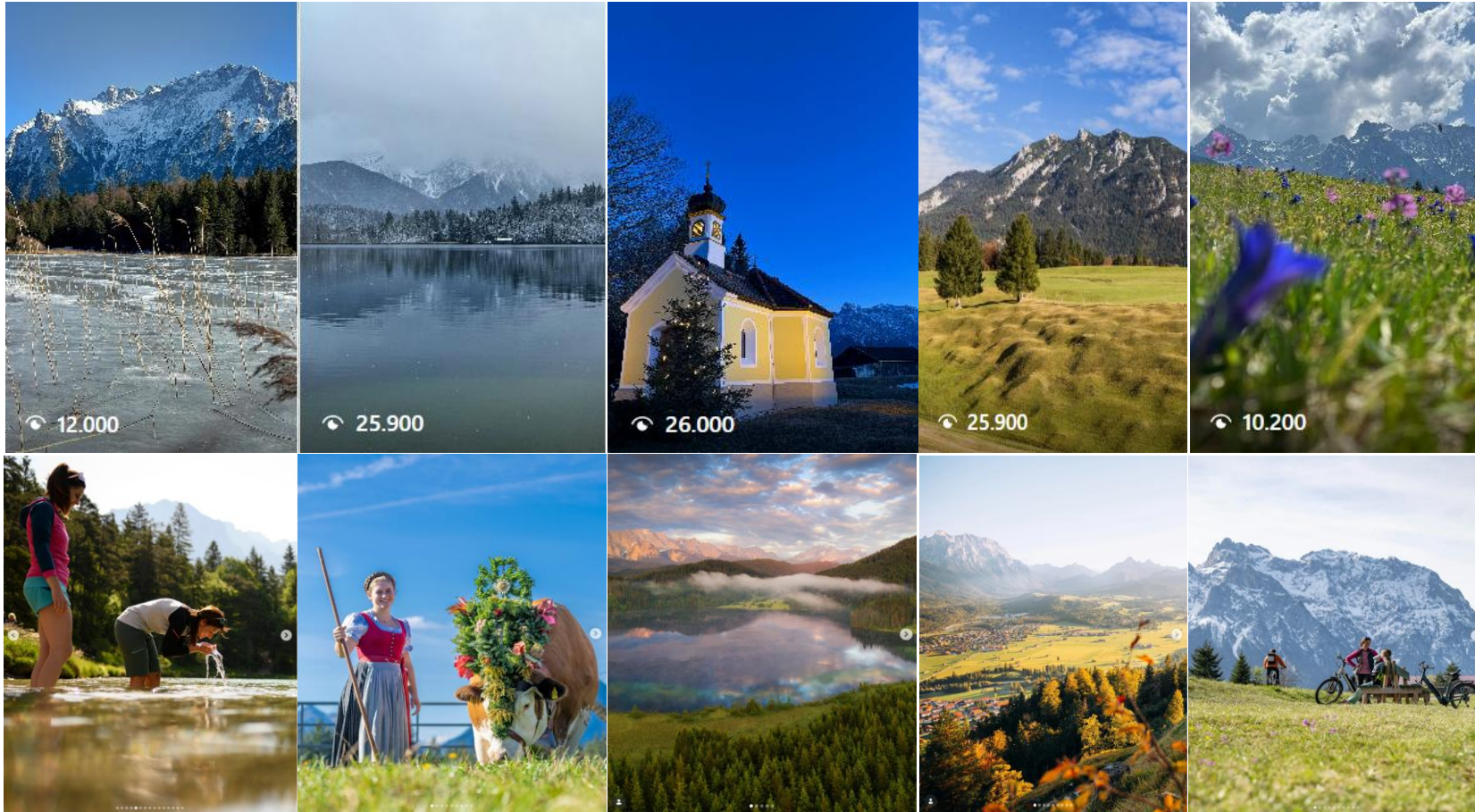


- Themenvideos auf Instagram & Facebook
 - In Zusammenarbeit mit einem Videographen sind schon viele stimmungsvolle Videos zu verschiedenen Themen, wie Brauchtumsveranstaltungen, geführte Wanderungen, Naturschutz, u.v.m. entstanden:



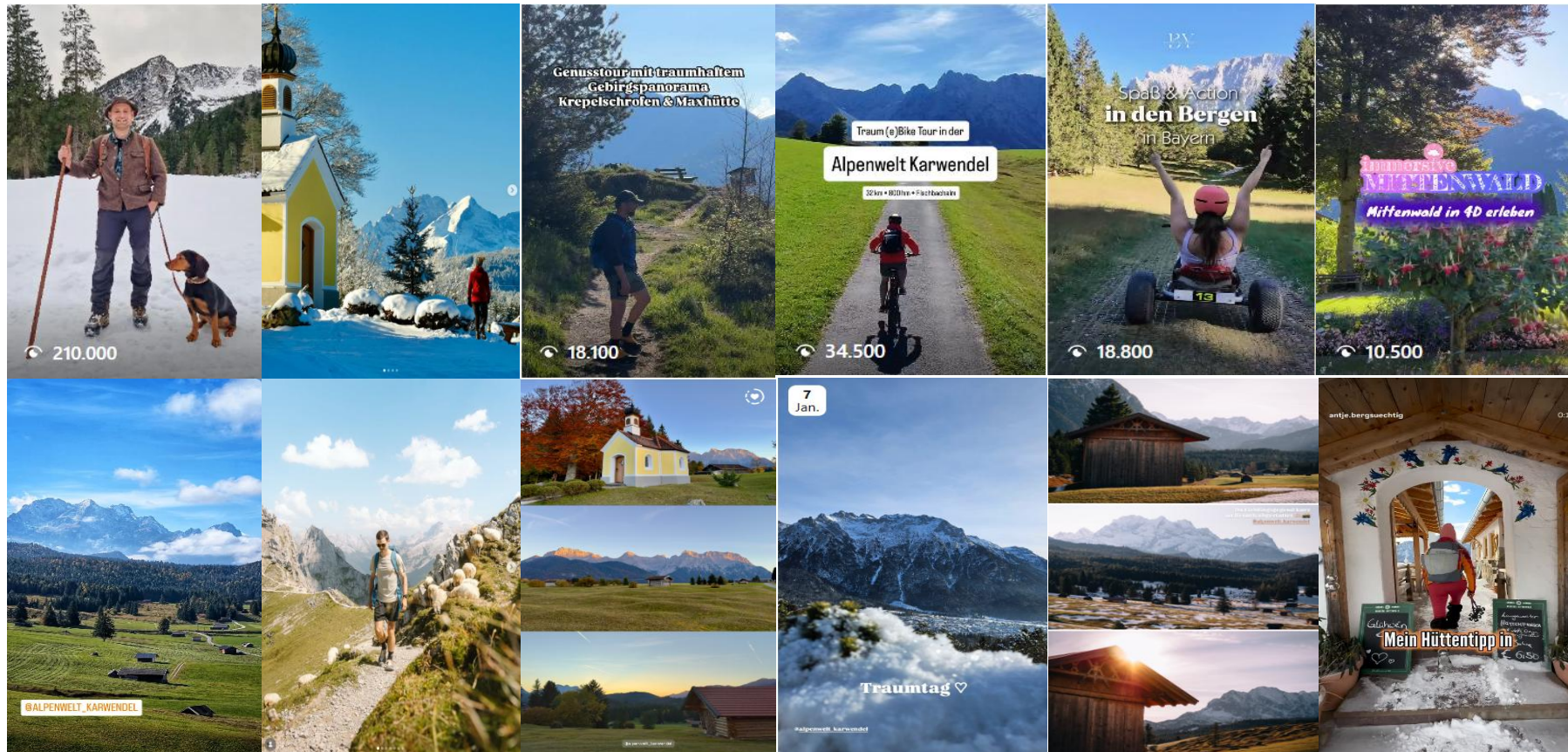
- Impressionen auf Instagram & Facebook

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



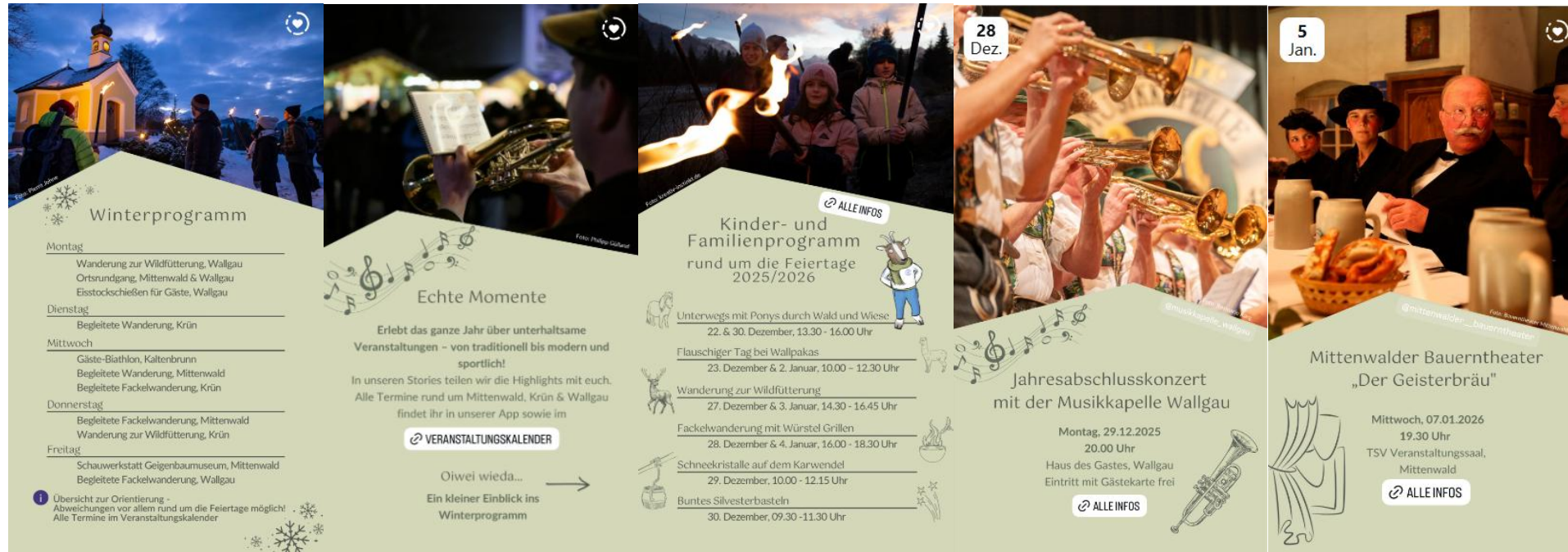
Social Media

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



- Veranstaltungstipps auf Instagram & Facebook

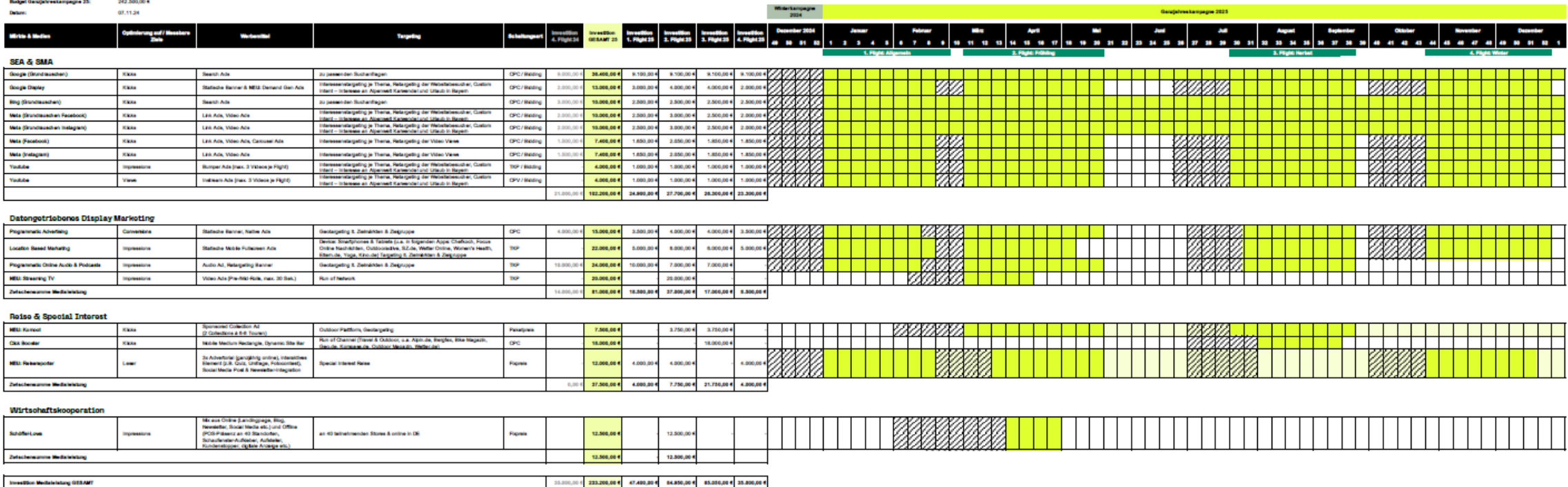
- Wochen-Highlights mit Link zum Veranstaltungskalender grafisch für Storys aufbereitet:



- Anzeigen Hoch³ auf Instagram & Facebook

- Anzeigen ab einer gebuchten 1/3-Seite im Hoch³-Magazin bekommen eine Story bzw. einen Post ab ½-Seite :





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

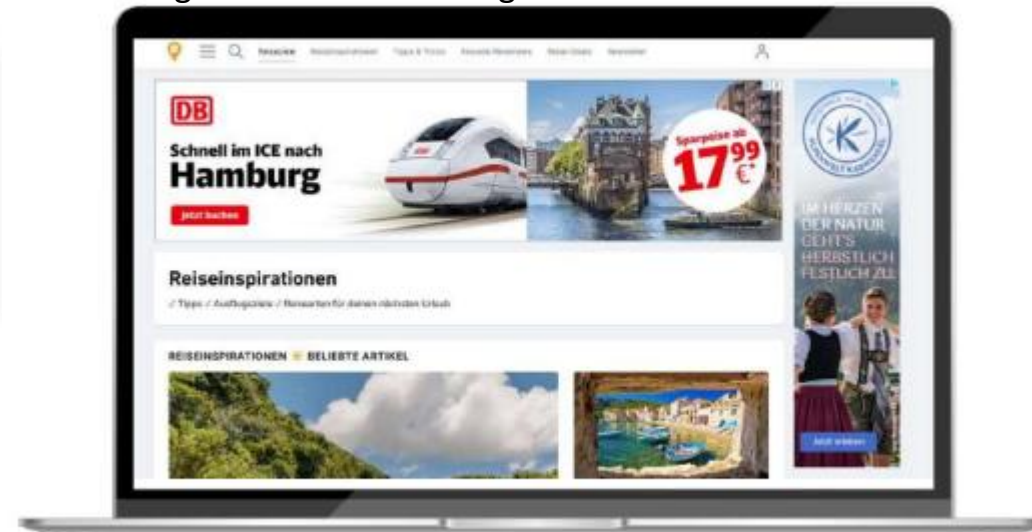


Ausspielungsbeispiele

Facebook & Instagram



Programmatic Advertising

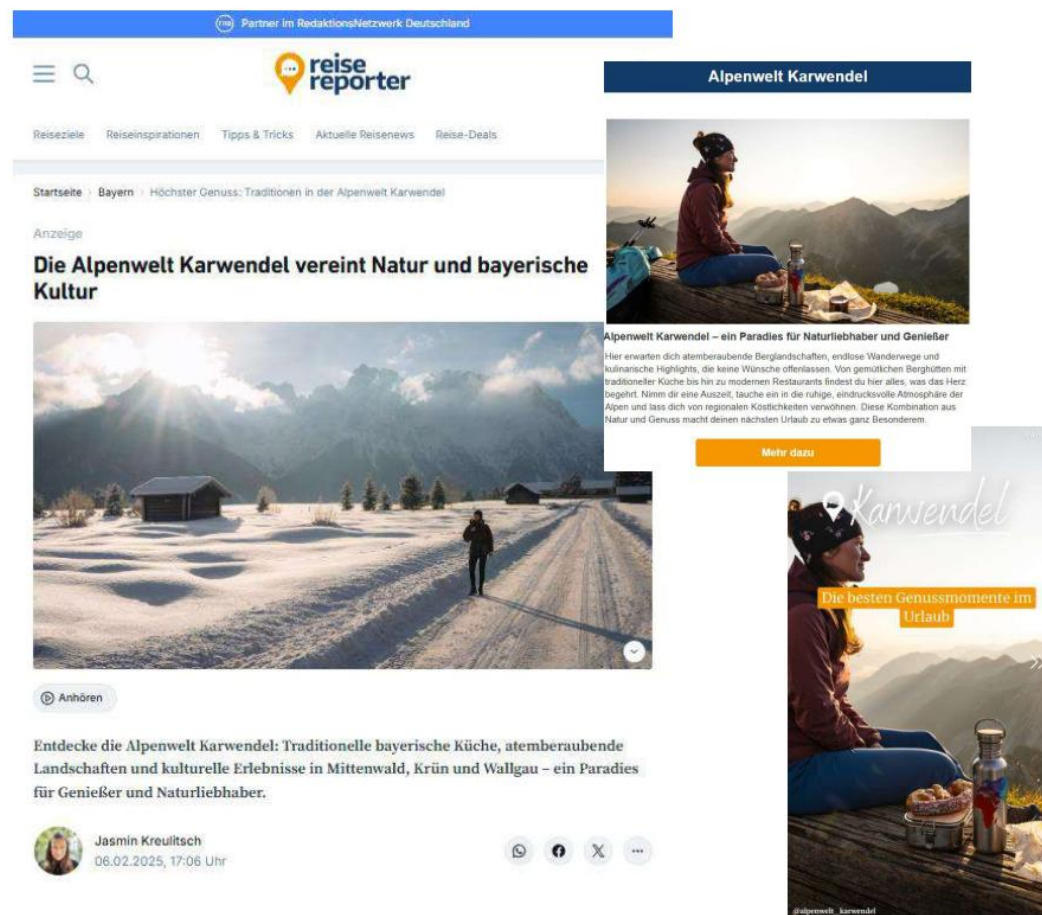
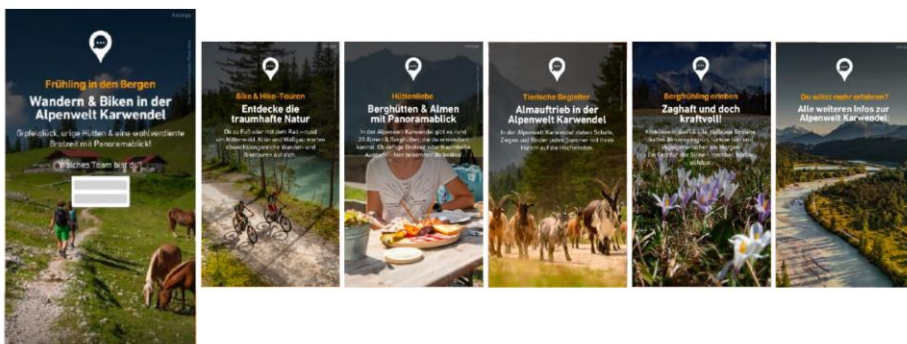


Google Search



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



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



Schaufenster Aufkleber



Aufsteller



POS-Kommunikation

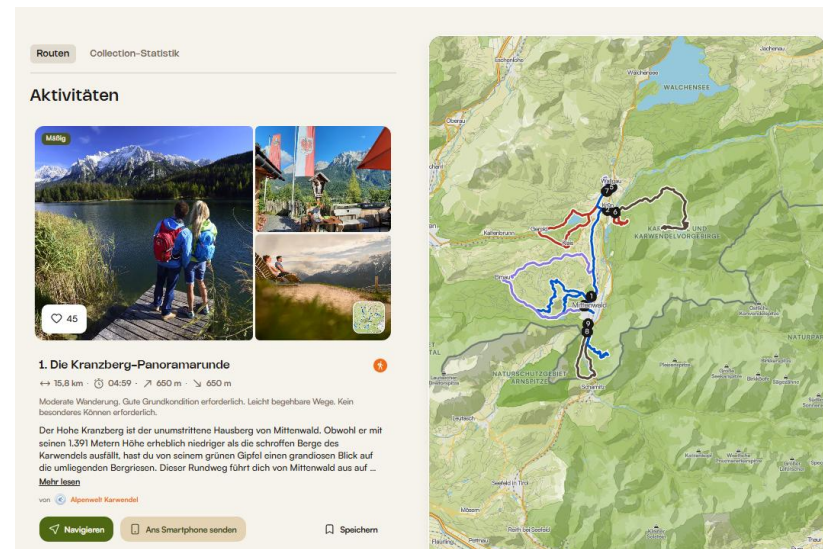
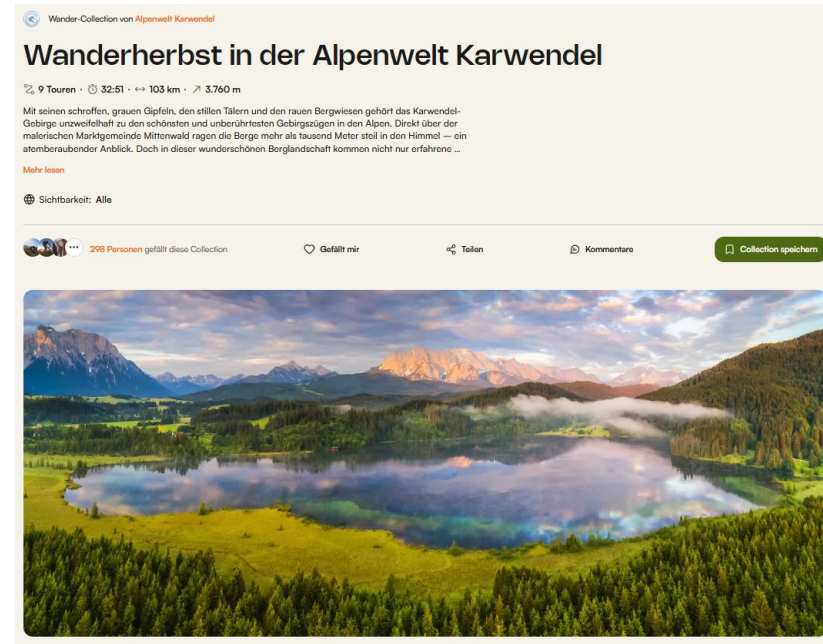
Anzahl Stores

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

38
38
38
13

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-Advertorials und Online-Artikeln sowie Social Media
- Termin: Spätsommer 2026

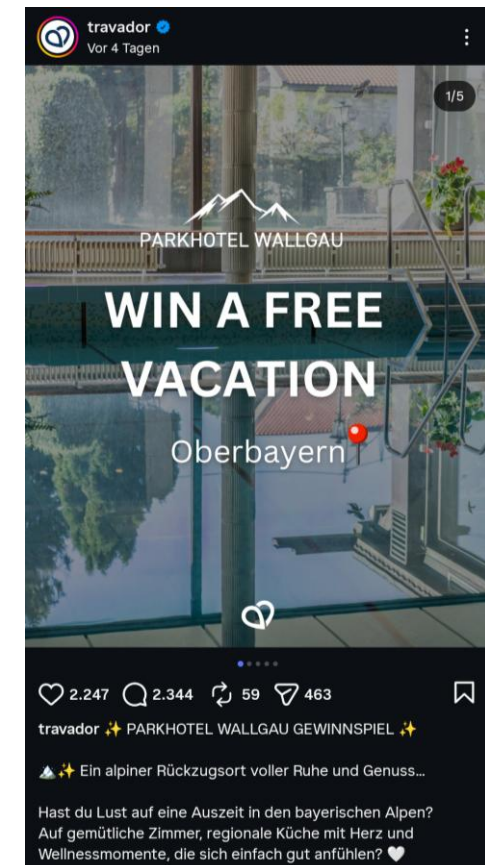
➤ Newsletter B2C gratis

- 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



➤ **Münchner 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



Märkte & Medien	Januar					Februar				März				April				Mai				Juni				Juli				August				September				Oktober				November				Dezember						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
	1. Flight: Allgemein									2. Flight: Frühling													3. Flight: Herbst													4. Flight: Winter																
SEA & SMA																																																				
Google (Grundrauschen)																																																				
Google																																																				
Bing (Grundrauschen)																																																				
Meta (Grundrauschen Facebook)																																																				
Meta (Grundrauschen Instagram)																																																				
Meta (Facebook)																																																				
Meta (Instagram)																																																				
Youtube																																																				
Youtube																																																				
Datengetriebenes Display Marketing																																																				
Location Based Marketing																																																				
Programmatic Advertising																																																				
Programmatic Online Audio & Podcasts																																																				
Streaming TV																																																				
Zwischensumme Medialeistung																																																				
Reise & Special Interest																																																				
NEU: High Impact Ads																																																				
NEU: Bergwelten & Servus (crossmedial)																																																				
Zwischensumme Medialeistung																																																				
Wirtschaftskooperation																																																				
Familien Wiko Schöffel-Lowa																																																				



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-Rol
- Wirtschaftskooperation mit Schöffel-Lowa
 - Fokus: Familie
 - Einbindung FeWo-Partner (bereits vergeben)



Kooperation Uni Innsbruck



Foto: Pierre Johné



- 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!**

