



DIE MARKE ALPBACHTAL

Identität. Haltung. Wirkung.

alpbachtal.at

INHALT

03		1. EINLEITUNG
04 – 07		2. MARKE & CLAIM
08 – 11		3. MARKENENTWICKLUNG & MEILENSTEINE
12 – 17		4. IDENTITÄT & ERLEBNISVERSPRECHEN
18 – 19		5. LEITBILD & STRATEGIE
20 – 23		6. ZIELGRUPPEN & PERSONAS
24 – 25		7. TONALITÄT & SPRACHSTIL
26 – 27		8. CORPORATE DESIGN
28 – 29		9. BILDWELT & VISUELLE PRINZIPIEN
30 – 31		10. MARKEN-CHECKLISTE



1. EINLEITUNG

Was macht eine Region zur Marke?

Im Alpbachtal sind es keine lauten Versprechen. Es ist das Gefühl, angekommen zu sein. In einer Welt, die oft zu schnell ist, bietet diese Region Raum zum Durchatmen – und gleichzeitig frische Impulse. Genau diese Verbindung ist einzigartig: **anregend entschleunigend.**

Dieses Brand Manual ist mehr als ein Regelwerk für Gestaltung. Es dient als **Leitlinie** für alle, die die Marke Alpbachtal kommunizieren, gestalten und nach außen tragen – klar, konsistent und wirkungsvoll. Es zeigt, wer wir sind, was uns ausmacht – und wie wir diesen Charakter in Sprache, Bild und Haltung konsequent erlebbar machen.

Ob Mitarbeiter:in, Gastgeber:in, Gestalter:in oder Partnerbetrieb – wer mit der Marke Alpbachtal arbeitet, findet hier die gemeinsame Basis: für eine Kommunikation, die stimmig ist. Für ein Design, das wirkt. Für ein Erlebnis, das bleibt.

2. MARKE & CLAIM

Markenname: Alpbachtal

Der Name Alpbachtal steht stellvertretend für **eine Ferienregion mit zehn Orten** – neun Dörfer und einer Stadt – und für eine Lebenshaltung: naturnah, echt, kultiviert und mit dem Blick über den Tellerrand. Hier lebt man nicht nur Tradition, sondern entwickelt sie weiter.

Der Name selbst trägt diese Authentizität in sich: **Alp-bach-tal** – eine archaische Landschaftsform, in der sich Bewegung und Rückzug vereinen. Der Markenname vereint, was die Region Alpbachtal bietet: ALP für die Berge, BACH für die Vielfalt von Wasser in Form von Bächen, Seen, Flüssen und das TAL für die Talschaften, welche die Region vereint – das Inntal, Brandenburg- und Alpbachtal.

Die Ferienregion steht für beeindruckende Vielfalt auf kleinstem Raum: Im Westen liegen die sanften Grasberge der Kitzbüheler Alpen, im Osten ragt das Rofengebirge mit seinen markanten Felsformationen empor. Dazwischen finden sich stille Naturjuwelen wie das Seenplateau in Kramsach, das walddreiche Brandenbertal oder drei eindrucksvolle Klammern, die sich durchs Gestein schneiden. Auch kulturell ist die Region überraschend facettenreich: Rattenberg – die kleinste Stadt Österreichs – begeistert mit Glaskunst und mittelalterlichem Flair. Alpbach ist als „Dorf der Denker“ international bekannt. Museen wie das Museum Tiroler Bauernhöfe, der Museumsfriedhof, das Augustinermuseum oder regionale Kulturschätze machen das Erbe der Region erlebbar.

Diese Vielfalt ist kein Zufall – sie ist organisch gewachsen. Und sie macht die Ferienregion Alpbachtal zu einem Ort, der **authentisch das Beste Tirols vereint**. „Alpbachtal“ ist keine Marke „von außen“ – sie wächst aus der Region heraus. Aus ihren Menschen, ihren Landschaften, ihrem Charakter.

Unser Alleinstellungsmerkmal (USP)

„Das Alpbachtal vereint die ganze Vielfalt Tirols auf kleinstem Raum – mit zehn charaktvollen Orten, ursprünglicher Natur, gelebter Kultur und einem anregend entschleunigenden Erlebnisversprechen, das nur hier so spürbar ist.“





CLAIM: DAS IST TIROL. | EIN PUNKT. EIN VERSPRECHEN. EINE HALTUNG.

DAS IST TIROL.

Mit dem Markenclaim positioniert sich das Alpbachtal mutig und klar im Tiroler Tourismus.

Er ist nicht generisch, sondern konkret. Der Punkt am Ende ist bewusst gesetzt – als Signal der Überzeugung. Es geht nicht um Marketingrhetorik, sondern um gelebte Realität. Der Claim bringt auf den Punkt, was Gäste hier finden: authentisches Tirol – mit echten Begegnungen, intakter Natur, gewachsener Lebenskultur und einem Tourismus, der nicht inszeniert, sondern lebt.

Der Claim wirkt auf zwei Ebenen:

- **Inhaltlich:** Er bringt die Werte, das Lebensgefühl und das touristische Erlebnisangebot für einen Urlaub in Tirol auf den Punkt – die Ferienregion Alpbachtal lässt den Gast die Vielfalt Tirols in einer Region erleben.
- **Strategisch:** Er positioniert das Alpbachtal innerhalb Tirols als das Original – echt, aufrichtig, authentisch.

3. MARKENENTWICKLUNG & MEILENSTEINE

Vom regionalen Verbund zur starken Marke

Die Geschichte der Marke Alpbachtal ist geprägt von **konsequenter Weiterentwicklung** – immer mit Blick auf Authentizität, Qualität und Innovationsgeist.

Im Jahr 2005 wurden neun Tourismusverbände zur Region „**Alpbachtal & Tiroler Seenland**“ vereint – ein mutiger Schritt, der den Grundstein für eine beispielhafte Entwicklung legte. Seither prägt ein klarer Innovationsgeist die Arbeit des Tourismusverbands: von der Einführung der **Alpbachtal Card** bis zur Kooperation mit den Gemeinden für ein starkes Mobilitätsangebot.

Ein wichtiger Meilenstein war der **strategische Markenrelaunch**. Mit dem Ziel, Kräfte zu bündeln und ein klares Profil aufzubauen, begann eine strategische Reise: weg von Vielfalt ohne Fokus – hin zu einer starken, eigenständigen Markenidentität. Der Weg dahin war bewusst: Orientierung an den echten Werten der Region, Aufbau eines durchgängigen Corporate Designs und Mut zur strategischen Schärfung. Die Entwicklung zur Marke „Alpbachtal“ war dabei ein logischer Schritt – getragen von Tourismus, Gemeinden, Partnern und Bevölkerung. Auch das Corporate Design wurde geschärft – weg von Bildcollagen und illustrativen Elementen hin zu schnörkelloser Klarheit und einem starken, symbolhaften Logo.

Die Region hat sich in den letzten Jahren gezielt weiterentwickelt: zum digitalen Vorreiter, etwa mit dem Alpbachtal AI-Concierge oder einem smarten Gästemanagementsystem, aber auch durch nachhaltige Initiativen, starke Partnerschaften und mutige Projekte – wie der Zusammenschluss zum Ski Juwel Alpbachtal Wildschönau.

„Die Reduktion auf das Wesentliche, Ehrlichkeit statt Übertreibung, ein hoher Wiedererkennungswert – das sind zentrale Elemente, die die Marke Alpbachtal heute auszeichnen.“

Diese Haltung – wach, kooperativ, zukunftsorientiert – prägt den Weg bis heute. Der folgende Rückblick zeigt nicht nur die wichtigsten Meilensteine der letzten zwei Jahrzehnte, sondern auch, wie durch Zusammenarbeit von Tourismus, Gemeinden und Leistungsträgern eine echte Vorzeigedestination entstehen konnte.



WICHTIGE MEILENSTEINE

◆ 1998

- Gründung der Werbegemeinschaft „Alpbachtal & Tiroler Seenland“ mit ersten gemeinsamen Marketingmaßnahmen.



◆ 2005

- Fusion der neun Tourismusverbände zum Tourismusverband Alpbachtal & Tiroler Seenland – Startschuss für professionelle Neuausrichtung.

◆ 2006

- Beginn des Marken Relaunches inkl. Logoentwicklung & Positionierung mit Eva Willi.



◆ 2009

- Einführung der Alpbachtal Seenland Card als Inklusivkarte für alle Gäste.

◆ 2012

- Zusammenschluss zum Ski Juwel Alpbachtal Wildschönau.

◆ 2015

- Gründung der KEM Alpbachtal – Startschuss für Klimaschutzprojekte in Kooperation mit Gemeinden.

◆ 2018

- Marken Relaunch mit neuem Logo und klarer Monomarken-Strategie.



◆ 2019

- Einführung des digitalen Urlaubsbegleiters My Alpbachtal
- Umstellung der Onlinebuchung auf Feratel.

◆ 2020

- Einführung des Qualitätssiegels „Alpbachtal Q“

◆ 2022

- Erster Alpbachtal Tourismus Zukunftstag.
- Gründung der KLAR Alpbachtal zur Klimaanpassung.

◆ 2023

- Relaunch der Website
- Startschuss der Alpbachtal e-Games mit dem Pilotprojekt „Digitale Schatzkarte“

◆ 2024

- Livegang des AI-Concierge, Gründung der KlimaWerkstatt Alpbachtal

◆ Heute

- Die heutige Marke „Alpbachtal“ steht für Authentizität, Qualität und Fortschritt – und ist stärker denn je. Sie steht für eine klare, auf richtige, inhaltlich fundierte Markenidentität. Die Tourismusregion überzeugt durch Qualität, Innovationskraft und Nachhaltigkeit.

*„Eine Marke mit Geschichte.
Und einer klaren Zukunft.“*



4. IDENTITÄT & ERLEBNISVERSPRECHEN

Unsere DNA und das, was uns prägt

„Wir stehen für alpinen Urlaub, der inspiriert und entschleunigt – mit Qualität, Tiefe und echtem Bezug zur Region. Unsere Erlebnisse schenken Ruhe, öffnen die Sinne und lassen Raum für Natur, Begegnung und neue Perspektiven.“

In diesem Kapitel zeigen wir, was die **Marke Alpbachtal im Innersten** ausmacht: ihre Haltung, ihr Versprechen und ihr gelebtes Erlebnisangebot. Die **Werte und der Markenkern** definieren die emotionale und kulturelle DNA der Region. Sie zeigen, wofür die Region steht – heute und in Zukunft.

Die **sieben Leistungsfelder** beschreiben, wie genau dieses Versprechen für den Gast sichtbar und erlebbar wird – im Tal, auf dem Berg, im Alltag der Gastgeber:innen.

MARKENWERTE



Authentizität

Wir zeigen, wie es ist.
Und nichts, was wir nicht
sind.



Natur- verbundenheit

Die Landschaft ist kein
Bühnenbild, sondern Teil
unserer Identität.



Gastlichkeit

Aufrichtig, herzlich,
professionell. Wir nehmen
Gäste auf, und bringen sie
nicht nur unter.



Inspiration

Wir geben Impulse –
durch Natur, Kultur und
das Miteinander.



Qualität

In allem, was wir tun,
steckt Sorgfalt, Anspruch
und Haltung.



Kultiviertheit

Stil heißt bei uns nicht
„luxuriös“, sondern: durch-
dacht, geschmackvoll,
gepflegt.



Nachhaltigkeit

Was wir bewahren wollen,
behandeln wir mit Respekt –
unsere Natur, unsere Kultur,
unsere Gäste, unsere Werte.

MARKENKERN: ANREGEND ENTSCHEUNIGEND

Entschleunigung, die inspiriert. Impulse, die bleiben.

In der Ferienregion Alpbachtal bedeutet Entschleunigung nicht passive Erholung oder standardisierte Wellnessangebote, sondern **bewusste Bewegung** in der Natur, **inspirierende Begegnungen** und der Blick über den Horizont. Wer hier zur Ruhe kommt, wird offen – für neue Gedanken, kreative Impulse und **stille Aha-Momente**. Die Region schafft Raum, um das Wesentliche wieder zu spüren – mit genussvoller Einfachheit, kultureller Tiefe und echter Originalität. So wird das Alpbachtal zum Erholungs- und Aktivierungsraum zugleich.

„Anregend entschleunigend“ bedeutet:

- Entschleunigung, die nicht langweilt, sondern inspiriert.
- Erholung, die wirkt – weil sie Geist und Körper anspricht.
- Impulse, die bleiben – weil sie aus der Tiefe kommen.
- Begegnungen, die beleben – weil sie Menschen verbinden.



Dieser Markenkern ist die emotionale Übersetzung unseres Leistungsversprechens. Er bildet das Herzstück der Marke.



DIE 7 LEISTUNGSFELDER DER MARKE ALPBACHTAL

Rund um den Markenkern „anregend entschleunigend“ entfalten sich die **sieben klar definierten Leistungsfelder**, die das touristische Angebot strukturieren – und gleichzeitig die emotionale Wirkung der Region konkretisieren. Sie bilden die Grundlage für Kommunikation, Angebotsentwicklung und Positionierung.

Die Leistungsfelder der Marke Alpachtal beschreiben, was die Ferienregion seinen Gästen, Einheimischen, Gastgeber:innen und Partnerbetrieben bietet. Es geht um gelebte Qualität und um ein stimmiges, wertschätzendes Miteinander. Jedes Feld steht für eine erlebbare Dimension der Marke Alpachtal – tief verwurzelt in der Region, klar sichtbar im Alltag.

1. Stark im Verbund

Identität entsteht dort, wo viele an einem Strang ziehen.

Von Alpbach bis Kramsach, von Rattenberg bis Brandenberg – im Alpbachtal zählt das Miteinander. Hier arbeiten Gemeinden, Tourismus, Landwirtschaft, Vereine und Wirtschaft eng zusammen. Ob bei Veranstaltungen, Infrastrukturprojekten oder Erlebnisprogrammen: Das Gemeinsame steht über dem Einzelnen.

2. Reizvolle alpine Erlebnisse

Die ganze Vielfalt alpiner Erlebnisse – verdichtet auf einem Fleck

Die Landschaft der Ferienregion Alpbachtal überrascht auf kleinstem Raum mit großer Vielfalt: die grünen Grasberge der Kitzbüheler Alpen in Alpbach und Reith i.A. für Familien- und Genusswanderungen, das schroffe Rofengebirge für alpine Herausforderungen, stille Wälder im Brandenbergtal, klare Seen in Kramsach und drei wilde Klammern. Im Freilichtmuseum Tiroler Bauernhöfe kann man das frühere Leben der Bergbauern auf einem Rundweg erwandern – ein reizvolles alpines Erlebnis der besonderen Art.

3. Das authentische Tirol erleben

In einer Welt voller Inszenierung suchen Menschen nach echten Orten – nach dem Gefühl, dass die Welt hier noch in Ordnung ist.

Die Ferienregion Alpbachtal bewahrt, was anderswo zur Kulisse wird: echte Begegnungen, gelebtes Handwerk und eine Kulturlandschaft, die nicht museal wirkt, sondern lebendig bleibt. Gäste begegnen dem echten Alltag – sei es beim Besuch der Heumilchkäserei, bei einer Kräuterwanderung mit Einheimischen oder beim Spaziergang durch das Museum Tiroler Bauernhöfe. Regionale Produkte wie die Brandenberger Prügeltorte oder der Alpbachtaler Heumilchkäse erzählen Geschichten von Herkunft und Haltung. Die zahlreichen Vereine tragen dazu bei, pflegen das kulturelle Erbe und machen es erlebbar. Tradition wird nicht ausgestellt – sie wird gelebt und weitergedacht.

4. Perfekte Gastgeber

Hier ist man nicht einfach untergebracht – hier ist man umsorgt.

Heute zählt, wer Nähe schafft und Orientierung bietet – nicht durch Worte, sondern durch Haltung und Tun. Genau hier setzt die Ferienregion Alpbachtal an: mit persönlicher Ansprache, gelebter Herzlichkeit und professioneller Exzellenz. Inhabergeführte Betriebe statt Kettenhotellerie, Persönlichkeiten statt Anonymität: Die Gastgeber:innen sind Teil des Dorfes – und ihre Gäste ebenfalls. Dieses ehrliche Willkommen reicht weit über die Unterkunft hinaus. Auch Gastronomie, Freizeitbetriebe, Mobilitätspartner und Kulturschaffende verstehen sich als Gastgeber:innen und tragen zum Gesamtgefühl bei.

5. Umweltschonend urlauben

Was wir schützen, bleibt erlebbar – für heute, morgen und die, die nach uns kommen.

Im Alpbachtal ist nachhaltiges Handeln kein Trend, sondern Überzeugung – aus Eigenverantwortung gegenüber dem Lebensraum, den alle teilen. Die Region engagiert sich aktiv in der Klima- und Energiemodellregion, baut E-Mobilität, Car-Sharing und öffentlichen Verkehr laufend aus. Statt großflächiger Versiegelung setzt man auf sensibles Bauen und naturnahe Lösungen. Viele Gastgeber:innen agieren umweltzertifiziert – und machen ökologisches Verhalten für Gäste einfach mitlebbar.

6. Originelle Inspiration

Best in Infotainment: Wer nach Inspiration sucht, findet sie hier – in der Natur wie in der Begegnung.

Das Alpbachtal inspiriert – spielerisch, anschaulich und mit Leichtigkeit. Gerade im Urlaub sind Menschen offen für neue Perspektiven. Themenwege wie der Juppi Zauberwald, Heimatweg, die KulTouren oder Naturerlebniswege in den Klammern machen Wissen spürbar. Ebenso wie die Stationen der Alpbachtal Schatzkarte oder im Museum Tiroler Bauernhöfe. Hier werden Naturkunde, Kultur und Geschichte mit Storytelling, Interaktion und zeitgemäßem Design vermittelt – analog wie digital. Auch geistige Impulse haben hier Raum: vom Europäischen Forum Alpbach bis zu Kulturführungen, offenen Schaubetrieben und Denkanstößen im Alltag.

7. Kultiviert und geschmackvoll

Klar im Stil. Verwurzelt in der Region.

In der Ferienregion Alpbachtal zeigt sich Qualität nicht im Luxus, sondern im Anspruch. Vom liebevoll restaurierten Gasthof bis zum designorientierten Naturhotel – jedes Haus hat Charakter. Die regionale Küche setzt auf Bodenständigkeit mit Raffinesse. Kleine feine Kulturveranstaltungen, stilvolle Events oder traditionelle Musikabende spiegeln den Sinn für gepflegten Genuss wider. Die Region achtet auf jedes Detail – in der Architektur, im Umgangston, in der Gestaltung der öffentlichen Räume. Alles wirkt durchdacht, klar, hochwertig – aber nie abgehoben. Hier treffen ästhetisches Gespür, handwerkliche Qualität und ein sicheres Stilgefühl aufeinander.

5. LEITBILD & STRATEGIE

Wofür wir stehen und wohin wir gehen wollen

Wir gestalten eine **neue Art von Tourismus**: verantwortungsvoll, inspirierend, tiefgehend. Unsere Gäste sollen ankommen – und dabei zu sich selbst finden.
Leitbild: Wir ermöglichen wertvolle Zeit. Für Menschen, die mehr suchen als nur Erholung.

„Verantwortung beginnt bei uns und wirkt weit über die Region hinaus.“

VISION

Unser Zielbild: Das Alpbachtal ist der Geheimtipp für entschleunigten, inspirierenden und enkeltauglichen Alpenurlaub.

MISSION

Unser Auftrag: Wir ermöglichen wertvolle Zeit – durch Magic Moments und nachhaltige Lebensraumentwicklung.

STRATEGIE

Unsere Basis: Haltung und klare Leitlinien für eine nachhaltige und verantwortungsvolle Destinationsentwicklung



STRATEGIE – UNSERE BASIS

Die Marke Alpbachtal steht für eine **Ferienregion mit zehn Orten** – neun Dörfern und einer Stadt – und für eine **Lebenshaltung**: naturnah, echt, kultiviert und mit dem Blick über den Tellerrand. Hier lebt man nicht nur Tradition, sondern entwickelt sie weiter.

Nachhaltigkeit ist dabei kein Trend, sondern ein tief verankerter Wegweiser. Als alpine Region mit sensibler Natur und starker Kultur übernehmen wir aktiv Verantwortung – für heute und für kommende Generationen. Dabei verstehen wir Nachhaltigkeit ganzheitlich: ökologisch, sozial, kulturell und wirtschaftlich. **Diese Haltung bildet die Basis unserer Destinationsstrategie.**

STRATEGISCHE LEITLINIEN 2025 – 2030

- **Differenzierung über Haltung:** Das Alpbachtal ist kein Massenprodukt – sondern ein Sinn-Raum.
- **Ganzjahresregion statt Saisontourismus:** Bildung, Kongresse und stille Naturerlebnisse schaffen Relevanz.
- **Nachhaltigkeit als Qualitätsmerkmal:** Von Mobilität bis Energieeffizienz – gelebte Verantwortung.
- **Neue Märkte, klare Werte:** Fokus auf DACH, NL – mit gezieltem Wachstum in UK, CZ & Skandinavien.
- **„Denkregion der Alpen“:** Das Europäische Forum Alpbach als Leuchtturm für Geist, Diskurs und Wirkung.

VISION – UNSER ZIELBILD

Erlebnisqualität mit Verantwortung für den Lebensraum.

Wir gestalten das Alpbachtal als lebenswerte, authentische und enkeltaugliche Ferienregion im Herzen Tirols. Unser Anspruch ist es, eine Vorreiterrolle im nachhaltigen alpinen Tourismus einzunehmen und dabei Natur, Kultur, Gesellschaft und Wirtschaft in Einklang zu bringen.

Das Alpbachtal ist **DER Geheimtipp für entschlunigten, inspirierenden und verantwortungsvollen Alpenurlaub** – ein Ort, an dem Gäste ankommen und zu sich selbst finden.



MISSION – UNSER AUFTRAG

Unsere Mission ist es, **wertvolle Zeit zu ermöglichen – für Gäste wie für Einheimische**. Wir schaffen besondere Erlebnisse, die berühren und bleiben, und entwickeln Magic Moments, die im Einklang mit Natur und Kultur stehen.

Gleichzeitig gestalten wir den Lebensraum Alpbachtal nachhaltig und zukunftsfähig: durch die Förderung regionaler Wertschöpfung, sanfte Mobilität und gelebte Gastfreundschaft. So verbinden wir touristische Erlebnisqualität mit verantwortungsvoller Lebensraumentwicklung.

Dabei orientieren wir uns an den **17 Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (SDGs)** und haben daraus **6 zentrale Handlungsfelder für unsere Region** abgeleitet. Zu jedem dieser Handlungsfelder haben wir maßgeschneiderte Maßnahmen entwickelt, die auf unsere Stärken, unsere Verantwortung und unsere Vision für die Zukunft einzahlen:



Lebenslanges Lernen (SDG4)

Wir fördern Lebenslanges Lernen als Motor für Veränderung & Grundlage für ein verantwortungsvolles Miteinander.



Regionalität (SDG12)

Wir setzen uns für bewussten, regionalen und ressourcenschonenden Konsum & Produktion ein.



Natur & Umwelt (SDG15)

Wir übernehmen Verantwortung für unsere Biodiversität, Natur- & Kulturlandschaften.



Verantwortungsbewusster Tourismus (SDG8)

Wir verstehen Tourismus als Teil eines funktionierenden Lebensraums für alle.



Klimaschutz (SDG13)

Wir reduzieren unsere CO₂-Emissionen & unterstützen aktiv die Vision einer energieautonomen Region.



Partnerschaften (SDG17)

Wir setzen auf starke Partnerschaften mit Menschen, Betrieben und Institutionen aus der Region.

6. ZIELGRUPPEN

Warum Menschen reisen und wie wir darauf eingehen.

Die Zielgruppendefinition für die Ferienregion Alpbachtal hat sich von den ursprünglichen Personas hin zum motivbasierten Zielgruppenmodell der Tirol Werbung entwickelt. Das bedeutet, wir richten unsere Angebote und unsere Kommunikation nicht nach demografischen Merkmalen wie Alter oder Herkunft aus, sondern nach den **Urlaubsmotiven und Bedürfnissen** der Gäste. Denn nicht jeder Mensch verreist aus den gleichen Gründen – und nur wer versteht, warum jemand reist, kann das wie besser, differenzierter und zielgerechter kommunizieren.

Die Zielgruppen wurden auf Basis aktueller Umfragen entwickelt. Sie repräsentieren die wertvollsten, wirkungsvollsten Gästegruppen für unsere Region – heute und in Zukunft. Dabei gilt: Nicht jeder muss alles können – sondern jede Maßnahme darf sich auf ein Segment fokussieren.





1. Erholungssuchende Familien

„Hauptsache auch etwas Ruhe für mich.“

- Suchen Natur, Sicherheit, Erreichbarkeit und Platz für gemeinsame Familienzeit
- Reisen gerne mit Großeltern, Freunden oder anderen Familien
- Schätzen einfache, naturnahe Aktivitäten (Wandern, Schwimmen, Tiere, Spielplätze)
- Bevorzugen Ferienwohnungen, familiengeführte Hotels oder Appartements

Darum fühlt sich das Alpbachtal genau richtig an:

Das Alpbachtal bietet mit Erlebnisbergen, dem Familienprogramm, den Klammern und Seen sowie der Alpbachtal Card ein rundum sorgloses, naturnahes Familienerlebnis. Hier finden Kinder Abenteuer und Eltern Erholung – in einer sicheren Umgebung, die Freiheit lässt. Die Region verbindet Entschleunigung mit Anregung: leichte Wanderungen, Begegnungen mit Mensch und Tier, kreative Naturimpulse und echte Auszeitmomente für alle Generationen. Anregend entschleunigend – auch für kleine Entdecker und große Begleiter.

Wunschansprache:

„Hier beginnt Familienzeit, die wirklich wirkt – mit stillen Momenten, viel Natur und ganz viel Platz für euch.“



2. Anspruchsvolle Reisefans

„Angenehm verreisen und neue Eindrücke gewinnen.“

- Suchen Qualität, Stil, echte Gastfreundschaft & Inspiration
- Interessieren sich für Architektur, Kulinarik, Kultur & Natur in Balance
- Reisen oft außerhalb der Ferienzeiten, achten auf Nachhaltigkeit & Ruhe
- Bevorzugen gehobene Privathotellerie, Retreats oder stilvolle Chalets

Darum fühlt sich das Alpbachtal genau richtig an:

Wer das Ursprüngliche sucht, ohne auf Komfort zu verzichten, findet hier echte Inspiration: in der Architektur, im Detail, im Miteinander. Ob Rattenberg mit seiner mittelalterlichen Altstadt und Glaskunst, die idyllisch gelegenen Seen und Kraftplätze der Region, das Berg- und Congressdorf Alpbach kultivierte Entdecker:innen finden hier Substanz statt Show. Auch die Landschaft spielt mit: stille Wege statt Wandertrubel, Panoramaplätze mit Tiefgang, Berge als Rückzugsort. Das Alpbachtal lädt ein zum Nachdenken, Genießen, Durchschnaufen. Anregend entschleunigend nicht laut, aber eindrucksvoll.

Wunschansprache:

„Du suchst mehr als Kulisse? Hier findest du Charakter, Kultur – und echten Genuss.“



7. TONALITÄT & SPRACHSTIL

Wie spricht das Alpbachtal?

MARKENSPRACHE: DIREKT, MENSCHLICH, INSPIRIEREND

Die Sprache des Alpbachtals ist wie die Region selbst: **ehrlich, klar und herzlich**. Sie verzichtet auf Übertreibung, ist nahbar und lädt die Leser:innen zum Mitfühlen ein. Statt Werbefloskeln setzt sie auf konkrete Erlebnisse, statt Phrasen auf innere Bilder.

Der Ton ist bewusst **freundlich-direkt**, mit gelegentlichen Fragen, pointierten Aussagen und einem leicht dynamischen Rhythmus.



GRUNDPRINZIPIEN DER SPRACHE

Ansprache

Im allgemeinen Markenauftritt – z. B. auf der Website, in Newslettern oder Broschüren – verwenden wir die **Du-Form**, um Nähe und Persönlichkeit zu schaffen.

In der persönlichen Kommunikation mit Gästen, etwa bei Buchungen, Rückfragen oder offiziellen Schreiben, verwenden wir aus Respekt und Professionalität die **Sie-Form**.

Tonalität

Freundlich, einladend, leicht dynamisch – ohne künstliche Euphorie.

Satzstruktur

Abwechslung aus kurzen und mittellangen Sätzen.

Stilmittel

Rhetorische Fragen, bildhafte Sprache, aktive Verben, Aufzählungen mit Flow.

Sprachliche Bilder

Landschaft, Tradition, Entschleunigung, Inspiration – zum „Hineinfühlen“.

BEISPIELE

Für Social Media

Schon mal barfuß durch den Tau gelaufen?

Im Alpbachtal beginnt der Tag nicht mit Hektik, sondern mit einem tiefen Atemzug. Willkommen im Gegenpol zum Alltag.

Für Website

Wandern, wo Ideen wachsen.

Natur erleben. Inspiration spüren. Zeit finden für das, was wirklich zählt.

Für Familienfolder

Zeit mit deinen Liebsten – die wirklich zählt.

Ob beim Spielen im Juppi Zauberwald oder Baden im Reintalersee: Im Alpbachtal gehören die Momente euch allein.

Für Gastgeberinfo

Bei uns zählt nicht nur, was du bietest – sondern wie es sich anfühlt.

Persönliche Fürsorge, klare Kommunikation und ein aufrichtiges Willkommen machen den Unterschied.



8. CORPORATE DESIGN

Ein stimmiges Erscheinungsbild für eine stimmige Region

Das Corporate Design des Alpbachtals übersetzt die Markenidentität in ein sichtbares System: modern, ruhig, naturverbunden und kultiviert. Es ist klar strukturiert, aber nicht starr – und lässt genug Raum, damit jeder Kontaktpunkt markenkonform, aber authentisch wirken kann.

LOGO

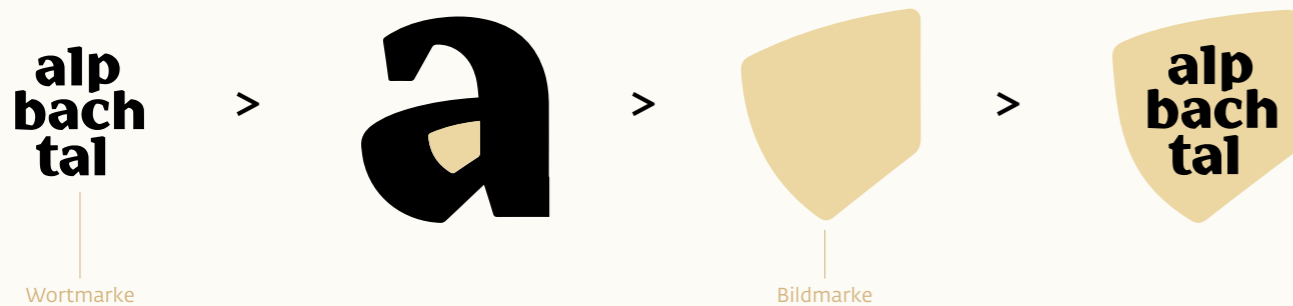
Die Wort-Bild-Marke vereint Klarheit mit Weichheit. Die Bildmarke leitet sich aus der Punze des „a“ ab – sie symbolisiert Offenheit, Bewegung und Regionalität. Die sichtbare Trennung der Silben „Alp-bach-tal“ im Logo nimmt Bezug auf die archaische Landschaftsform: Alpen, Bäche, Täler – sie macht Herkunft und Charakter der Region visuell spürbar. Wichtig: der Schutzraum ist zu wahren, Varianten sind reduziert zu halten und Weißräume großzügig zu nutzen.

GESTALTUNGSSTIL

Das Design soll nicht überladen, sondern Orientierung geben. Viel Weißraum, klare Struktur, dezente Linienführung und eine emotionale Bildsprache unterstützen die Wirkung – weniger ist mehr – aber mit Charakter.

FARBEN

Die Farbwelt ist naturinspiriert, ruhig und harmonisch. Sie verzichtet bewusst auf harte Kontraste oder künstlich-technische Farbtöne.



PRIMÄRFARBEN

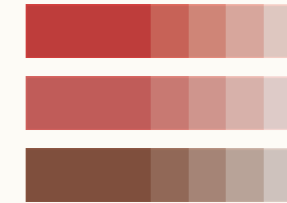


Beige

Schiefer

Schnee

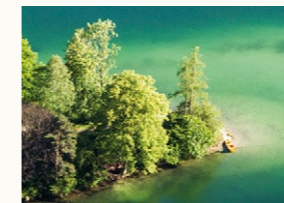
SEKUNDÄRFARBEN



Geranie

Rose

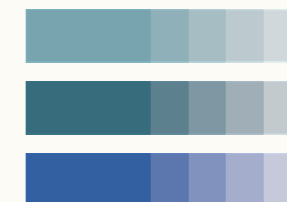
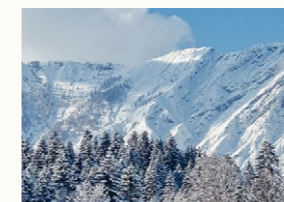
Holz



Gras

Wald

See

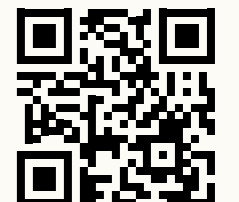


Eis

Gebirge

Himmel

ALPBACHTAL
CD-MANUAL



9. BILDWELT & VISUELLE PRINZIPIEN

Wie fühlt sich das Alpbachtal in Bildern an?

BILDSTIL: ECHT. NAH. NATÜRLICH.

Die Bildwelt des Alpbachtals orientiert sich an der gelebten Authentizität der Region. Sie transportiert nicht nur Atmosphäre, sondern Haltung. Auf der Website alpbachtal.at zeigt sich deutlich:

„Die Bilder wirken entschleunigt, menschenbezogen, emotional und ungekünstelt. Es geht nicht um spektakuläre Szenerien, sondern um stille Momente, Begegnungen, echte Perspektiven.“

TYPISCH SIND:

- harmonische Farben mit natürlichem Licht
- viel Raum, klare Linien, beruhigende Bildkompositionen
- reale Gäste statt Models, echte Szenen statt Inszenierung
- immer wieder Himmel, Wasser, Weite - als Symbol für innere Freiheit

Bilder sollen nicht nur illustrieren, sondern erzählen.
Sie schaffen Vertrauen und laden ein, Teil dieser Welt zu werden.

*Immer mit Weite im Blick.
Immer mit Seele im Bild.
„Das ist Tirol.“ – auch visuell.*

Menschen

Prinzip: Natürlich, nicht gestellt



Landschaft

Mit Tiefe & Weite, kein Kitsch



Aktivität

Bewegend, ruhig, authentisch



Details

Handwerk, Kulinarik, Architektur mit Atmosphäre



10. MARKEN-CHECKLISTE

Für alle, die die Marke Alpbachtal leben wollen

Diese Checkliste ist dein Begleiter im Alltag – ob im Gespräch mit Gästen, beim Schreiben von Texten, bei der Gestaltung von Angeboten oder der Umsetzung neuer Projekte. Kurz, praxisnah und klar. Für ein Alpbachtal, das wirkt – und bleibt.

1 MARKENKERN & HALTUNG

- Vermittelt mein Auftritt das Gefühl von „anregend entschleunigend“?
- Strahlt mein Angebot Inspiration, Ruhe und Echtheit aus?
- Ist es ehrlich, bodenständig und nicht überinszeniert?

4 BILDSPRACHE & GESTALTUNG

- Zeige ich echte Menschen und authentische Momente?
- Nutze ich natürliche Lichtstimmung, Weite, Details?
- Unterstützt das Design Klarheit und Wertigkeit – oder lenkt es ab?

2 SPRACHE & TONALITÄT

- Spreche ich klar, freundlich und bildhaft?
- Vermeide ich leere Phrasen und beschreibe stattdessen echte Erlebnisse?
- Ist der Text für Gäste nachvollziehbar und einladend formuliert?

5 INHALTLICHE PASSUNG

- Stärkt mein Projekt oder Angebot eines der sieben Leistungsfelder der Marke?
- Fördert es Kultur, Natur, Regionalität oder das Miteinander?
- Ist die Idee gut durchdacht – oder nur kurzfristig attraktiv?

3 ZIELGRUPPEN-BEZUG

- Passt mein Angebot zu einer der drei Kernzielgruppen?
 - Erholungssuchende Familien
 - Anspruchsvolle Reisefans
 - Unabhängige Entdecker
- Spreche ich deren Bedürfnisse an – und nicht „alle ein bisschen“?

6 EINHEITLICH & WIEDERERKENNUNG

- Verwende ich das richtige Logo, die markenkonformen Farben und Schriften?
- Nutze ich die Vorlagen und Designs, die für die Marke vorgesehen sind?
- Wirkt mein Auftritt auch im Zusammenspiel mit anderen Angeboten stimmig?



DER FINALE MARKENCHECK: 3 FRAGEN ZUM ABSCHLUSS

1. Fühlt es sich echt nach Alpbachtal an?
2. Würde ich das mit Überzeugung meinen Gästen oder Kolleg:innen zeigen?
3. Stärkt es unser gemeinsames Ziel: Das Alpbachtal als Ort, der inspiriert und entschleunigt?

Diese Checkliste ist kein Regelkatalog – sondern ein Werkzeug. Sie soll dich unterstützen, motivieren und inspirieren. Denn du bist Teil dessen, was das Alpbachtal so besonders macht.

„Danke, dass du die Marke mitträgst – und lebst.“





Alpbachtal Tourismus

Zentrum 1, 6233 Kramsach

+43 5337 21200

info@alpbachtal.at

alpbachtal.at