

The logo for Alpbachtal, featuring the words 'alp', 'bach', and 'tal' stacked vertically in a bold, sans-serif font, enclosed within a yellow shield-like shape.

alp
bach
tal

Alpbachtal Tourismus

GESCHÄFTS- BERICHT

2025



Vorwort

Das vergangene Jahr war für mich persönlich ein Jahr des Ankommens und des gemeinsamen Lernens. Seit meinem Start im Herbst durfte ich eine Urlaubsregion erleben, die mich mit großer Herzlichkeit empfangen hat. Getragen von einem engagierten Team, von leidenschaftlichen Touristikern, Hoteliers, Gastgebern und Menschen, die Tag für Tag mit Begeisterung dazu beitragen, dass die Region Alpbachtal zu den authentischsten Regionen Tirols zählt. Diese Offenheit und Verbundenheit haben mir den Einstieg leicht gemacht und meine Wertschätzung für den starken Zusammenhalt in dieser Region weiterwachsen lassen.

Meine Familie kommt ursprünglich aus Alpbach. 1907 wurde mein Großvater dort geboren. Diese familiäre Verbindung schafft für mich eine besondere Nähe zur Region. Vielleicht ist es genau diese Verwurzelung, die mich antreibt, diese Tourismusregion mit Respekt vor seiner Geschichte und mit Freude an seiner Zukunft weiterzuentwickeln. Ich wünsche mir ein Alpbachtal, in dem Natur und Kultur, Mensch und Marke im Einklang stehen.

Unser gemeinsames Ziel im Team ist es, die Destinations-Marke Alpbachtal behutsam, aber kraftvoll weiterzuentwickeln. Sie soll menschlich, digital und emotional spürbar sein. Es geht nicht nur um touristisches Wachstum, sondern um Sinn und Identität. Um das Gefühl, Teil von etwas Echtem zu sein. Projekte wie die geplante Zusammenarbeit mit der Calm App oder die Erstellung von „Digital Safe Spaces“, also die Möglichkeit, Gästen schon vor ihrer Anreise ein Gefühl von innerer Ruhe und Geborgenheit zu schenken, zeigen, wohin sich moderne Destinationsarbeit entwickeln kann.

Eine starke Marke ist heute mehr als ein Name oder ein Logo. Sie ist eine Haltung. Menschen entscheiden sich nicht mehr nur für ein Reiseziel, sondern für ein Lebensgefühl, das zu ihnen passt. Sie suchen nach Momenten, die berühren, nach Orten, die inspirieren, und nach Begegnungen, die bleiben. Dieses Bedürfnis nach Echtheit, Klarheit prägt das Reiseverhalten einer neuen Generation von Gästen.

Für die Next Generation of Travellers zählen Werte mehr als Versprechen. Sie wünschen sich Urlaubsregionen, die ehrlich sind und mit Überzeugung handeln. Simplizität und Klarheit schaffen Vertrauen. Ein reduziertes, bewusst gestaltetes Markenerlebnis vermittelt Glaubwürdigkeit und sorgt für echte Verbundenheit. Genau diese emotionale Tiefe und Klarheit möchten wir fördern. Eine Marke, die inspiriert, die verbindet und die ausstrahlt, wofür diese Region steht: Wärme, Natürlichkeit, Authentizität und Lebensfreude. Das Alpbachtal ist kein Ort, den man besucht, sondern ein Gefühl, das man mitnimmt.

Der Alpbachtal Tourismus versteht sich als agile und verantwortungsvolle Organisation, die öffentliche Aufgaben mit einem hohen Maß an Unternehmergeist erfüllt. Wir wollen nicht nur Gäste begeistern, sondern die Region als Lebensraum stärken. Ein Ort, an dem Gäste auftanken, Betriebe gedeihen und Einheimische stolz sagen können: Hier bin ich daheim. Nachhaltiger Tourismus bedeutet für uns nicht nur Umweltschutz, sondern auch Menschlichkeit und emotionale Qualität.

Diesen Weg gehen wir gemeinsam mit Mut, Kreativität und einem klaren Ziel. Ich danke allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, unseren Funktionären, Vermieterinnen und Vermietern, Partnern, Bürgermeistern sowie allen Unterstützern in den Gemeinden für das Vertrauen, die Offenheit und das starke Miteinander.

Mein besonderer Dank gilt Claudia Ager, unserer stellvertretenden Geschäftsführerin, und Sabine Geir – Vermietercoach und Buchungszentrale. Sie haben über den Sommer hinweg mit großem Einsatz und Verantwortungsbewusstsein die operative Leitung des Verbandes übernommen und die Geschäfte mit viel Herzblut weitergeführt. Ihr Engagement, ihre Verlässlichkeit und ihr Teamgeist verdienen höchste Anerkennung und meinen persönlichen Dank. Das Alpbachtal ist eine Region mit Seele, echt und charakterstark. Gemeinsam sorgen wir dafür, dass es auch in Zukunft ein Ort bleibt, an dem man nicht nur Urlaub macht, sondern ein Stück Zuhause findet. Ein Gefühl, das bleibt. Ein Lebensgefühl namens Alpbachtal.



Geschäftsführer
Wolfgang Kostenzer,
M.A.

Buchungszentrale Alpbachtal

Auswertungen aus Feratel

Organisation: Alpbachtal Tourismus | Anknunft: 01.01.2025 – 31.10.2025 (Statistik Buchungen mit Vergleich)

Quelle	Tage	Anz. Buchungen	Buchungen/Tag	Einheiten	Umsatz	Umsatz/Buchung	Umsatz/Tag
Expert Client		462	1,52	1.212	46.534,75 €	100,72	153,07 €
Internet		1.320	4,34	2.837	466.108,24 €	353,11	1.533,25 €
Schnittstelle		1.462	4,81	1.514	1.266.290,94 €	866,14	4.165,43 €
POS Booking.com, Airbnb		2.096	6,89	2.217	1.506.430,86 €	718,72	4.955,36 €
Gesamt		5.340	17,56	7.780	3.285.364,79 €	615,24 €	10.807,11 €

Organisation: Alpbachtal Tourismus | Anknunft: 01.01.2024 – 31.10.2024 (Statistik Buchungen inkl. Fremdbuchungen – Umsätze inkl. Extras)

Quelle	Tage	Anz. Buchungen	Buchungen/Tag	Einheiten	Umsatz	Umsatz/Buchung	Umsatz/Tag
Expert Client		520	1,7	1.357	87.212,82 €	167,72	285,94 €
Internet		1.235	4,05	2.574	440.664,52 €	356,81	1.444,80 €
Schnittstelle		1.372	4,5	1.440	1.111.908,23 €	810,43	3.645,60 €
POS Booking.com, Airbnb		1.869	6,13	2.049	1.291.862,59 €	691,21	4.235,62 €
Gesamt		4.996	16,38	7.420	2.931.648,16 €	586,80 €	9.611,96 €

Anzahl Buchungen – Vorausbuchung in Tagen 01.01. – 31.10.

	2024 Anz. Buchungen	2025 Anz. Buchungen
0 – 3	1.325	1.323
3 – 14	732	839
14 – 28	482	527
28 – 42	373	425
42 – 56	310	331
56 – 70	275	265
mehr als 70	1.499	1.630
	4.996	5.340

Online buchbare Betriebe über Alpbachtal Tourismus

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Gesamt	218	228	242	260	267	373

Derzeit sind 373 von gesamt 550 Vermietern online über Feratel bzw. über den TVB buchbar. Allerdings gibt es zahlreiche Vermieter, die nur auf anderen Plattformen online buchbar sind wie z. B. Hüttenland/Villa4you/Bellvilla/AirBnb oder booking.com. Viele der online buchbaren Betriebe über den TVB nutzen zudem diverse Schnittstellenanbindungen zu anderen Portalen wie hometogo, holidu, booking.com, AirBnB, Traumfowo usw. . Dadurch erhält jeder Vermieter eine höhere Sichtbarkeit im Netz und das ohne Mehraufwand.

Vertriebskanäle

	Anzahl Betriebe 2024	Anzahl Betriebe 2025
traum-fewo	74	79
holidu	83	311
bergfex	/	9
snowtrex	/	14
airbnb	29	29
HRS	95	83
best-fewo	66	88
MountVacation	35	42
Thematica	10	11
Check24	58	308
WeSki	1	10
booking.com	232 (350 gesamt)	279 (349 gesamt)
Schneemenschen	42	39
hometogo	67	312
villa4you	25	25
Hüttenland	fast jede Hütte der Region	

Mitgliedsbetriebe

	Anzahl Betriebe
Urlaub am Bauernhof	15
Alpine Gastgeber	41
Umweltzertifizierte Betriebe	19
Tiroler Wanderhotels	1
Familiennestpartner	14
Rad- und Bike Unterkunft	6
Zertifizierter Wanderbetrieb	2 Anwärter

Zahlreiche Betriebe nutzen die Möglichkeit sich auf bestimmte Themen zu spezialisieren und zu zertifizieren. Nachfolgend eine Auflistung der aktuell genutzten Zertifizierungen in unserer Region:

Vermieterservice Alpbachtal

Liebe VermieterInnen!

Unser erfahrenes Vermietercoach-Duo aus Sabine Geir und Sonja Peer wurde zu einem starken Quartett mit Laura Völenklee-Papathanasiou und Ute Eberharter erweitert.

Im vergangenen Geschäftsjahr stand somit die enge Zusammenarbeit zwischen den Vermietercoaches und den VermieterInnen unserer Region verstärkt im Fokus unserer Arbeit. Der persönliche Austausch sowie die kontinuierliche Betreuung haben wesentlich dazu beigetragen, die Gastgeber in den vielfältigen Herausforderungen des touristischen Alltags bestmöglich zu unterstützen.



Unsere Vermietercoaches:

Sabine Geir, Sonja Peer und Ute Eberharter

Umstellung auf das elektronische Meldewesen

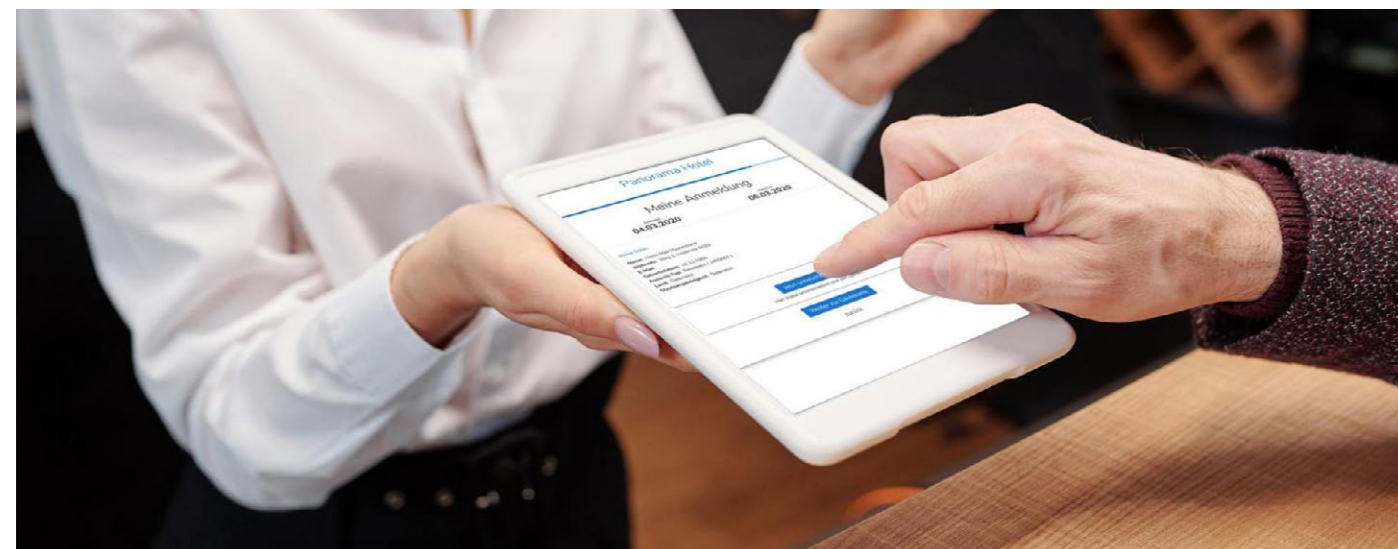
Ein zentraler Schwerpunkt der letzten Monate war die umfassende Hilfestellung bei der Umstellung auf das elektronische Meldewesen. Die Vermietercoaches begleiteten die Gastgeber in persönlichen Schulungen Schritt für Schritt auf dem Weg zur praktischen Anwendung im Betriebsalltag. Dadurch konnten inzwischen nahezu alle 600 Betriebe, auf die seit 01. November 2025 gesetzlich vorgeschriebene elektronische Gästemeldung, umgestellt werden.

Newsletter als wichtiges Informationsinstrument

Der regelmäßig erscheinende Vermieter-Newsletter hat sich als wesentliches Kommunikationsinstrument etabliert. Er dient nicht nur der schnellen Information über Termine und Aktivitäten in der Region, sondern gibt auch gesetzliche Neuerungen auf raschem Weg bekannt. Die hohe Öffnungsrate des Newsletters zeigt, dass die Inhalte gut angenommen werden und einen relevanten Nutzen für die Betriebe bieten.

Schulungen, Workshops und Webinare

Um die Gastgeber unserer Region in ihrer Professionalisierung weiter zu stärken, wird ein breites Weiterbildungsangebot bereitgestellt. Zielgerichtete Schulungen, praxisnahe Workshops sowie flexible Webinare ermöglichen es sowohl großen als auch kleinen Vermietern sich weiterzubilden. Themen wie Online-Buchbarkeit, Gästekommunikation, Digitalisierung, Qualitätsmanagement, Künstliche Intelligenz und rechtliche Neuerungen standen dabei im Mittelpunkt und werden auch weiterhin Themenschwerpunkte darstellen. Die positive Resonanz bestätigt, dass die Vermittlung von Know-how ein entscheidender Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe ist.



Vermieter-Treffen

Beim Vermieter-Stammtisch am 06.10.2025 im Hotel Post in Alpbach wurde den knapp 50 Teilnehmern neben aktuellen Informationen eine praktische Hotelsoftware für Privatvermieter – Kamuh - vorgestellt. Im Anschluss gab es einen regen Austausch untereinander, bei dem auch unser neuer Geschäftsführer Wolfgang Kostenzer, Vermieterkontakte knüpfen konnte. Beim diesjährigen Vermieter-Abend am 30.07.2025 nutzten 35 Vermieter trotz durchwachsenem Wetter die Gelegenheit, sich das Stück „Vollmond – ein Land jagt den Wolf“ der Schlossbergspiele Rattenberg anzusehen.

Vorschau 2026

Im Frühjahr 2026 wird wieder ein Vermieterausflug stattfinden. Auch die Vermieter-Stammtische (im April und im Oktober) sind bereits in Planung.

Weiterentwicklung des Vermieterportals

Das Vermieterportal, das über www.alpbachtal.at allen Betrieben zur Verfügung steht, soll weiter optimiert und als zentrale Plattform für Informationen, Unterlagen und digitale Tools ausgebaut werden. Die Vermietercoaches begleiten die Gastgeber gern aktiv bei der Nutzung der neuen Funktionen und geben Rückmeldungen an die Systementwicklung, um das Portal noch praxisorientierter zu gestalten. Dadurch soll die digitale Servicequalität für die VermieterInnen der Region verbessert werden.

TOP Themen für 2026

Da immer mehr Gäste nicht nur Winter- oder Sommerferien nutzen, sondern auch die „Zwischenmonate“, heißt dies für Vermieter, zu überlegen, ob und wie man das Angebot in diesen Randzeiten attraktiver gestalten kann.

Ebenso wird das Kosten- und Preismanagement durch steigende Betriebskosten (Energie, Personal, Instandhaltung) noch bedeutender. Auch eine kluge Preisdynamik („Revenue Management“) ist unerlässlich. Hierzu werden wir euch über Webinare der Vermieterakademie auf dem Laufenden halten.

Da sich die Anforderungen stetig ändern, ist Weiterbildung der Vermieter zentral. Die hohe Teilnahme an den Webinaren der Vermieterakademie Tirol zeigt, dass viele Vermieter bereits aktiv sind. Themen wie Preismanagement, Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Rechtliches, Marketing, Nutzung von Künstlicher Intelligenz werden für Vermieter noch wichtiger. Auch Innovation im Tourismus, das Verwenden neuer Technologien, ist in Zukunft nicht mehr wegzudenken.



NEU: Horeca - Alpbachtal Hero

Neuer digitaler Helfer für Mitarbeiterschulungen

Mit dem Horeca/Alpbachtal HERO kommen gastronomische Betriebe Ihrer gesetzlich vorgeschriebenen Unterweisungspflicht noch effizienter nach! Die Software bietet Schulungsinhalte in Form kurzer Erklärvideos in 18 Sprachen und sorgt so dafür, dass alle Mitarbeiter bestens informiert sind. Jeder abgeschlossene Kurs wird mit einem digital signierten Nachweis dokumentiert – perfekt für den Fall einer Behördenkontrolle.

Ein weiteres Plus

Horeca/Alpbachtal HERO funktioniert auf allen Geräten und wird regelmäßig aktualisiert. Alpbachtal Tourismus hat außerdem exklusive Vorstellungsvideos zur Region, Winterinfos und ein Gewinnspiel integriert. So profitieren Eure Mitarbeiter nicht nur von den gesetzlichen Schulungen, sondern erhalten auch wertvolle Einblicke und praktische Informationen über die Region. Horeca/Alpbachtal Hero kann unter vermietercoach@alpbachtal.at bestellt werden. Die monatlichen Kosten richten sich nach der Anzahl der Mitarbeiter zwischen € 29,00 bis € 89,00. Die einmaligen Aktivierungskosten von € 99,00 pro Betrieb werden vom Tourismusverband übernommen.



Nachhaltigkeitsbericht

Im Jahr 2025 wurden wichtige Schritte zur Weiterentwicklung der nachhaltigen Ausrichtung von Alpbachtal Tourismus gesetzt. Aufbauend auf der 2024 gestarteten Nachhaltigkeitsstrategie wurde der Aktionsplan 2030+ finalisiert und mit konkreten Maßnahmen hinterlegt. In Zusammenarbeit mit der KlimaWerkstatt Alpbachtal, dem Congress Centrum Alpbach, den Bergbahnen, den Gemeinden und weiteren regionalen Partnern konnten zentrale Maßnahmen zur nachhaltigen Entwicklung der Region angestoßen werden.



Lebensraum Alpbachtal – Wo Leben und Urlaub Hand in Hand gehen

Ein Schwerpunkt 2025 war die Weiterführung des vom Bund geförderten „Balanced Tourism“ Projekts. Auf Basis der Umfrage mit über 1.100 Teilnehmenden wurde deutlich: Mit 70 von 100 Punkten weist die Region eine hohe Lebensqualität und starke Tourismusakzeptanz auf. Fünf priorisierte Handlungsfelder – Mobilität, Bürgerkarte, Begegnungszonen, Vereine und Radwege – bilden die Grundlage für die nächsten Jahre.

Zur professionellen Umsetzung soll 2026 eine Koordinationsstelle eingerichtet werden, die als Schnittstelle zwischen TVB und allen zehn Gemeinden fungiert. Die ersten Abstimmungsgespräche und Förderprüfungen fanden bereits statt. Ein erstes Leuchtturmprojekt ist die geplante Bürgerkarte, welche regionale Freizeitangebote und Gemeindeleistungen bündeln und langfristig auch Mitarbeiter:innen integrieren soll.

ZUKUNFTS FONDS Alpbachtal

Klimaschutz & Zukunftsfonds Alpbachtal

Mit dem von der KlimaWerkstatt Alpbachtal initiierten Zukunftsfonds Alpbachtal wurde 2025 ein wesentlicher Beitrag zum regionalen Klimaschutz geschaffen. Auf Basis des Corporate Carbon Footprints von Alpbachtal Tourismus (100,45 t CO₂e) investierte der Tourismusverband 6.125,56 Euro – 5.000 Euro direkt in den Zukunftsfonds Alpbachtal, der Rest als Eigenleistung für Website, Grafik und Projektentwicklung.

Das Congress Centrum Alpbach entwickelte zusätzlich einen Eventkalkulator, mit dem Veranstalter:innen ihre Emissionen berechnen und in den Zukunftsfonds Alpbachtal investieren können. Das Modell gilt österreichweit als Vorreiter und stärkt transparente, regionale Klimawirkung. Der Zukunftsfonds Alpbachtal steht allen offen: Privatpersonen, Betrieben und Organisationen können sowohl eigene Projektideen einreichen als auch freiwillige Einzahlungen leisten.



Digitale Alpbachtal Card – Ressourcenschonung & Komfort

2025 wurde die Gästekarte vollständig digitalisiert. Bei rund 230.000 Ankünften pro Jahr entfallen damit hunderttausende Ausdrücke. Die Digitalisierung reduziert Materialverbrauch und Logistikaufwand erheblich und verbessert gleichzeitig die Convenience für Gäste. Die Karte ist jederzeit digital verfügbar, kann nicht verloren gehen und erleichtert den Zugang zu Leistungen sowie öffentlichen Verkehrsmitteln.



Umweltzeichen-Betriebe – Vorreiterrolle in Tirol

Mit 19 Betrieben zählt das Alpbachtal – abgesehen von Wien und Salzburg – zu den Regionen mit den meisten Umweltzeichen-Betrieben in Österreich. Auch das Congress Centrum Alpbach ist mit dem Österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnet und setzt seit vielen Jahren Maßstäbe im nachhaltigen Veranstaltungsmanagement. 2025 wurden die ersten Re-Zertifizierungen erfolgreich abgeschlossen.

Der Tourismusverband unterstützt die Betriebe durch finanzielle Zuschüsse, Wissenstransfer und aktive Kommunikationsarbeit. Beim Zukunftstag 2025 wurden alle zertifizierten Betriebe für ihr Engagement ausgezeichnet. Zudem bereitet sich die Region auf die Zertifizierung als Umweltzeichen-Destination vor – ein strategisch wichtiger Schritt zur Qualitäts- und Glaubwürdigkeitssteigerung.

Weitere nachhaltige Initiativen 2025

- **Mehrwegbecher-Verleih:** Start des regionalen Verleihsystems mit 5.000 Mehrwegbechern für Vereine und TVB-Veranstaltungen; Erweiterung für Winterevents folgt 2026.
- **LED-Wall Brixlegg:** Durch die Bereitstellung der LED-Wall als kostenlose Werbefläche für Vereine – jeweils für sieben Tage pro Veranstaltung – wird die regionale Zusammenarbeit gezielt gestärkt. Gleichzeitig reduziert diese Maßnahme den Bedarf an gedruckten Werbemitteln erheblich. 2025 wurden über 60 Veranstaltungen präsentiert und dabei nahezu 20.000 Stunden an digitaler Sichtbarkeit erzielt.
- **Regionale Wertschöpfung:** Ausbau des Qualitätssiegels Alpbachtal Q sowie Planung eines Selbstbedienungs-Regionalladens in Zusammenarbeit mit regionalen Produzenten.
- **Energie Vision Alpbachtal:** Alpbachtal Tourismus ist Mitglied der regionalen Energiegemeinschaft und bezieht an allen möglichen TVB Standorten EVA-Strom. Damit wird regional produzierter, erneuerbarer Strom genutzt und die lokale Wertschöpfung gestärkt. Als nächster Schritt ist eine Photovoltaikanlage am Infobüro Reith geplant, um künftig eigenen Strom einzuspeisen.

Mit dem Aktionsplan 2030+, den priorisierten Handlungsfeldern aus der Lebensraumanalyse sowie starken Partnerschaften ist das Alpbachtal gut aufgestellt, um seine Vorreiterrolle im nachhaltigen alpinen Tourismus weiter auszubauen. Die kommenden Jahre stehen im Zeichen der Umsetzung – gemeinsam mit Gemeinden, Bevölkerung, Betrieben und Partnerinstitutionen.

Ein ausführlicher Nachhaltigkeitsbericht mit sämtlichen Kennzahlen, Projekten und Maßnahmen wurde gemäß den gesetzlichen Vorgaben an das Land Tirol übermittelt.

Alle Infos zum Thema Nachhaltigkeit findest du unter: www.alpbachtal.at/nachhaltigkeit

Rückblick auf die Marketingaktivitäten 2025

Fokus auf Marke, Relevanz & Zielgruppenpräzision

Welches Urlaubserlebnis bleibt im Kopf – und im Herzen? Genau diese Frage hat 2025 die **strategische Ausrichtung** geprägt. Unter dem Leitmotiv „Zurück zum Kern“ wurde die Markenidentität noch stärker in die Kommunikation integriert: klare Inhalte, klare Haltung, klare Zielgruppen.

Die Maßnahmen basierten auf drei Leitprinzipien:

- 1. Markenprofil stärken** – konsequente Verankerung der Markenwerte über alle Kanäle.
- 2. Relevanz steigern** – Kommunikation entlang echter Bedürfnisse statt Trends.
- 3. Zielgruppen präzise ansprechen** – basierend auf umfangreichen Marktforschungsdaten aus 12 Kernmärkten.

So entstand ein Marketingansatz, der echte Erzählung, strategische Positionierung und konkrete Angebotskommunikation verbindet.

Zielgruppenstrategie

2025 stand stärker denn je die differenzierte Betrachtung der beiden Kernzielgruppen im Mittelpunkt:

„Durch gezielte Botschaften wurde das Alpbachtal verstärkt als Ort positioniert, an dem Menschen ihr Warum finden.“

Die Grundlage unserer strategischen Ausrichtung bildet ein **motivbasierter Ansatz**. Dabei steht nicht die Frage „Wohin

reist jemand?“, sondern „Warum reist jemand?“ im Fokus. Diese Sichtweise ermöglicht es, **Angebote entlang echter Motive** zu entwickeln und unsere Ressourcen klar auf jene Gruppen zu konzentrieren, für die das Alpbachtal besonders **relevant** ist.

Auf Basis von Kriterien wie Zielgruppengröße, Reisehäufigkeit und Urlaubsbudget wurden **zwei priorisierte Zielgruppen** definiert, die besonders gut zum Leistungsangebot und zum Markenkern der Region passen:



1. Erholungssuchende Familien

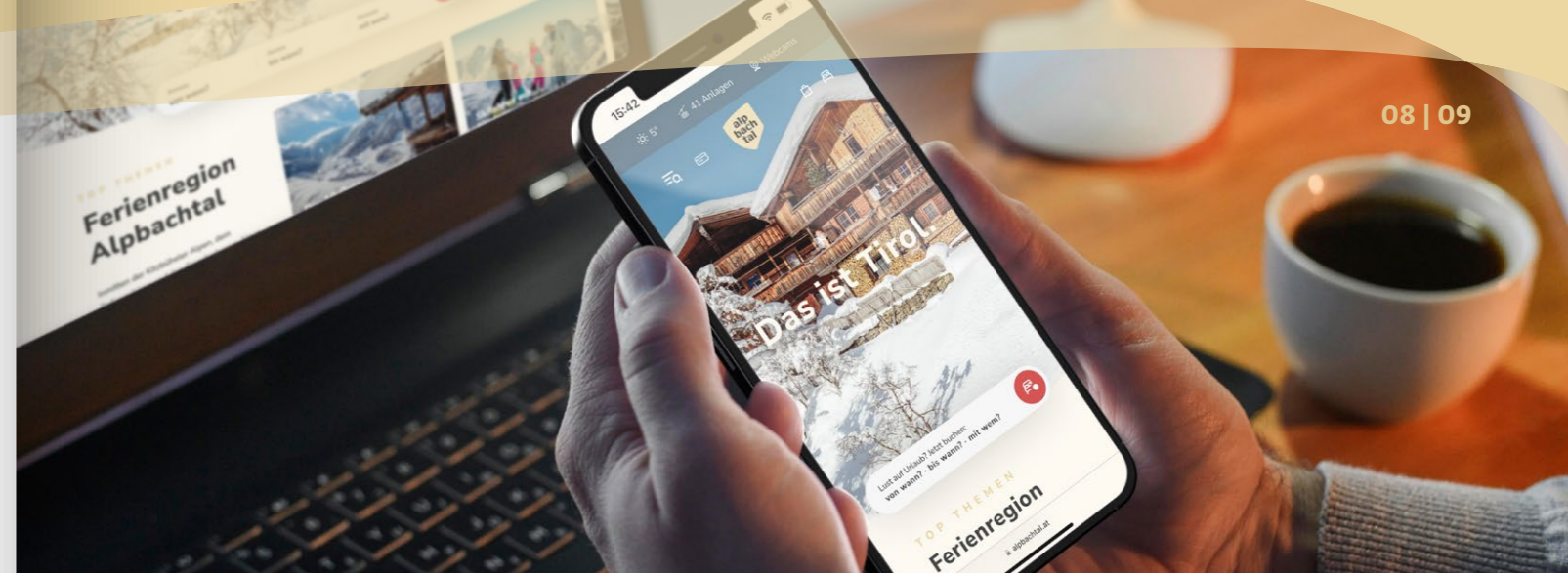
Diese Zielgruppe ist **zukunftsprägend**, weil sie langfristige Bindung aufbaut – als Familien, die wiederkommen, und als flexible Familienmodelle, die auch außerhalb der Ferien reisen. **Kernmotiv:** gemeinsame Zeit in der Natur, Abstand vom Alltag, aktive Erholung.

Diese differenzierte Zielgruppenstrategie erlaubt es, Produktentwicklung, Kommunikation und Angebotsgestaltung präzise auszurichten und den Ganzjahrestourismus im Alpbachtal nachhaltig weiterzuentwickeln.



2. Anspruchsvolle Reisefans

Diese Zielgruppe ist **qualitätsprägend**, da sie häufig reist, höheres Urlaubsbudget einsetzt und Wert auf authentische Qualität legt. **Kernmotiv:** Inspiration, Ursprünglichkeit und echte Erlebnisse ohne Inszenierung.



GANZJAHRESKAMPAGNEN – „Always On“ – die Region im Jahreskreislauf

Auch 2025 wurde mit einer durchgehenden Ganzjahreskommunikation gearbeitet. Jede Jahreszeit erhielt ihren eigenen emotionalen Fokus – jedoch innerhalb eines konsistenten Markenerlebnisses.

Die Botschaft:
Zehn Orte – eine Ferienregion, die das ganze Jahr inspiriert.

UMGESETZTE MASSNAHMEN 2025

Schwerpunkte: Markenprofil, Buchungsrelevanz, digitale Stärkung

Auch 2025 wurden erfolgreiche Ansätze aus den Vorjahren weitergeführt und durch neue strategische Maßnahmen ergänzt.

1. Markenstärkung & neue Erzählräume

- Integration der Markenblume und der Leitwerte in sämtliche Content-Formate
- Produktion zielgruppenorientierter Videos, Stories & Angebotswelten

2. Markt- & Zielgruppenarbeit in den Kernländern

- Ganzjährige Präsenz in den Kernzielmärkten je nach Schwerpunkt. Ergänzend wurden vorbereitende Schritte gesetzt, um die Potenzialmärkte PL, CZ, DK perspektivisch ab 2026 in die strategische Ganzjahresbearbeitung der Region zu integrieren.
- Positionierung in relevanten Themenclustern wie „Wanderregion“, „Familienregion“, „Entschleunigung & Genussmomente“

3. Performance-Marketing & Online-Mix 2025

Die Online-Aktivitäten wurden entlang des neuen Jahresplanes gebündelt, darunter:

- Thematische Kampagnen zu Saisonhöhepunkten
- Always-On-Search & Social Advertising für Kernprodukte
- Traffic- und Conversion-Maßnahmen rund um Familienangebote, Wandern & Winter

Mit der Kombination aus konsistenter Markenführung, präziser Zielgruppenansprache und einem klar strukturierten Marketingmix gelang es, die Positionierung des Alpbachtals weiter zu stärken.

Online Performance

alpbachtal.at – Organische Zugriffe & Kennzahlen

Zeitraum: 01.11.2024 – 31.10.2025

Datenquelle: Google Search Console & Google Analytics

Stabile Entwicklung & deutliche Reichweitensteigerung

Die organische Performance der Website zeigt auch 2025 ein insgesamt sehr positives Bild. Besonders auffällig ist das deutliche Wachstum in der Sichtbarkeit:

Impressionen **17.500.000 (+22,38 %)**
Klicks **825.315 (+7,15 %)**

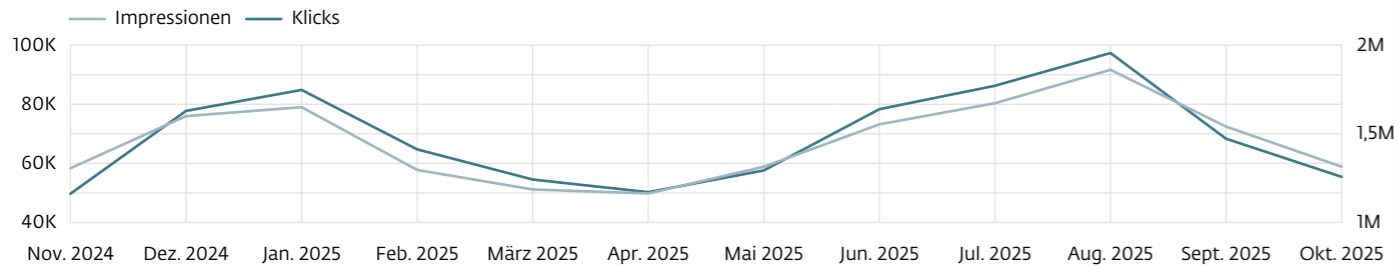
Die Verbesserung der durchschnittlichen Position auf 9 unterstreicht die steigende Relevanz der Inhalte in der organischen Suche. Der leichte Rückgang der CTR ist im Branchenvergleich üblich und auf höhere Gesamtreichweiten sowie veränderte Suchergebnisseiten zurückzuführen.

Diese Entwicklung bestätigt, dass die Website – auch im zweiten Jahr nach dem Relaunch – konstant wächst und in den wichtigsten Themenfeldern verstärkt wahrgenommen wird.

Die saisonale Dynamik der Websuche unterstützt unsere Ganzjahresstrategie: Die Website wird in allen Jahreszeiten intensiv genutzt und liefert wichtige Orientierung in den jeweiligen Planungsphasen unserer Gäste.

NUTZERVERHALTEN IM JAHRESVERLAUF

Zeitraum: 01.11.2023 – 31.10.2024 | Datenquelle: Google Search Console



Klicks **825.315 (+7,15%)** Impressions **17,5 Mio. (+22,4%)** Durchschnittliche Click-Through-Rate (CTR) **4,7%** Durchschnittliche Position **9 (+2 Positionen)**

PRODUKTUMSATZ & CONVERSION-VERHALTEN

Datenquelle: Google Analytics (Client-Side Property)

Der organische Produktumsatz liegt 2025 bei € 283.900,49 und damit leicht unter dem Vorjahr (-6,09%). Die Zahl der Transaktionen fällt moderat auf 323 (-9,01%). Gleichzeitig steigt der durchschnittliche Bestellwert deutlich auf € 878,95 (+3,4%).

Diese Entwicklung zeigt, dass:

- Nutzer:innen **bewusster buchen** und hochwertigere Leistungen wählen
- das organische Umfeld in Richtung **qualitätssensibler Gäste** wirkt
- die Website insgesamt deutlich besser performt (Hinweis: Gesamtumsatz aller Kanäle +9,27%)

TOP 10 ORGANISCHE KEYWORDS

- | | | | | |
|-------------------|-------------------|----------------------|----------------------|--------------------|
| 1. Alpbachtal | 3. Alpbach | 5. Webcam Alpbachtal | 7. Alpbachtal Webcam | 9. Alpbachtal Card |
| 2. Alpbach Webcam | 4. Webcam Alpbach | 6. Tiefenbachklamm | 8. Kundler Klamm | 10. Kaiserklamm |

Online Performance Social Media

Jahresvergleich

Die Social-Media-Kanäle des Alpbachtals entwickeln sich 2025 klar positiv: Die Community wächst, Reichweite und Interaktionen steigen auf beiden Plattformen deutlich an. Facebook verzeichnet einen starken Reichweitzuwachs, Instagram überzeugt mit hoher organischer Performance und verdoppelten Interaktionen. Auch die Link-Klicks nehmen zu, was auf eine höhere Relevanz der Inhalte und eine stärkere Verbindung zur Website hinweist.

Follower

Neue Facebook Follower

6.669

Facebook Follower aktuell (Stand: 20.11.2025)

49.292

Neue Instagram Follower

7.076

Instagram Follower Aktuell (Stand: 20.11.2025)

32.216



Interaktionen

Facebook Content Interaktionen

187.913 (+24,6%)

Facebook Link Klicks **259.176 (+4,6%)**

Facebook Content Interaktionen **74.864 (+100%)**

Instagram Link Klicks **82.991 (+11,1%)**

Reichweite

Facebook

44.900.000 (+428%)

Über organische Inhalte **6.972.176 (+82%)**

Über Werbeanzeigen **37.900.768 (+608%)**

Instagram **7.200.000 (+47%)**

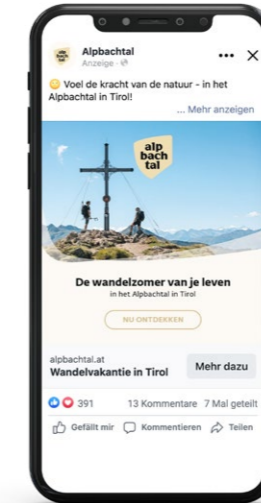
Über organische Inhalte **4.649.060 (+260%)**

Über Werbeanzeigen **2.596.245 (+64%)**

Online Kampagne

alpbachtal.at – SEA Performance & Meta

Die folgenden Kennzahlen veranschaulichen die Erfolge der umfassenden Online Kampagnen. Messbar sind Buchungen die direkt aus den jeweiligen Online-Kampagnen generiert werden.



Zeitraum:

01.11.2024 – 31.10.2025

Produktumsatz

€ 590.000 (+96%)

Buchungen

620 (+35%)

GOOGLE ADS

Impressionen

6.790.884 (↓17%)

Klicks

382.752 (+30%)

Anfrage Angebote

1.755 (+256%)

Buchungen

479 (+4%)

Umsatz

€ 462.064,87 (+54%)

BING ADS

Datenquelle: Bing Ads

Impressionen

420.487 (+39%)

Klicks

25.273 (+41%)

Buchungen

30 (+76%)

Umsatz*

€ 25.553,70 (+17%)

META ADS

Impressionen

23.744.488 (+72%)

Klicks

176.081 (+37%)

Anfrage Angebote

1.065 (↓43%)

Buchungen

111 (+311%)

Umsatz

€ 102.390,33 (+376%)

TEADS ADS

Zeitraum: 19.09.– 30.10.2025

Durch den Einsatz interaktiver Werbemittel wurden mit Teads Nutzer:innen in einem passenden, kontextuellen Umfeld gezielt mit spezifischen Botschaften angesprochen.

Märkte

AT/DE

Impressionen

1.439.011

Klicks

3.364

MASSNAHMEN & MÄRKTE

- Google & Bing Search Ads (Conversions)
- Google Performance Max (Conversions)
- Google Video (Branding)
- Meta Ads (Conversions)
- Teads Ads (Branding)
- Adform Digital-out-of-Home (Branding)
- Autoscout Display Ads (Branding)

Nachfolgend die Auswertungen der einzelnen Maßnahmen. **Hinweis:** Die folgenden Seiten beinhalten ausschließlich die Ergebnisse der Alpbachtal Online-Kampagne. Online Schaltungen über externe Portale wie bergfex.at, wetter.com sowie Kooperationskampagnen mit der Österreich Werbung und Bloggern sind hier nicht beinhaltet. Detaillierte Gesamt-reportings befinden sich im Vermieterportal.

AFORM: DIGITAL-OUT-OF-HOME

Zeitraum: 10.04.– 08.05.2025

Zur Steigerung der Sichtbarkeit in Frankfurt, München und Stuttgart wurden DooH-Maßnahmen an E-Tankstellen sowie in Einkaufszentren umgesetzt. Diese Maßnahmen dienten primär der Markenbildung, um das Alpbachtal als attraktive Urlaubsdestination stärker bekannt zu machen.

Bruttoreichweite

936.099

Ausspielungen

38.797



Sommer Statistik

Die Sommersaison 2025 verzeichnet in unserer Region im Vergleich zum Vorjahr ein leichtes Plus von **1,7 %** bei den Nächtigungen (im Vergleich zu Sommer 2023 **+0,8 %**). Die Ankünfte lagen mit **1,7 %** Minus im Vergleich zum Sommer 2024 zurück (im Vergleich zu Sommer 2023 **-3,6 %**). Trotz des lange andauernden schlechten Wetters, konnten wir in der Sommersaison ein leichtes Plus erzielen.



Wie schaut es in Tirol aus?

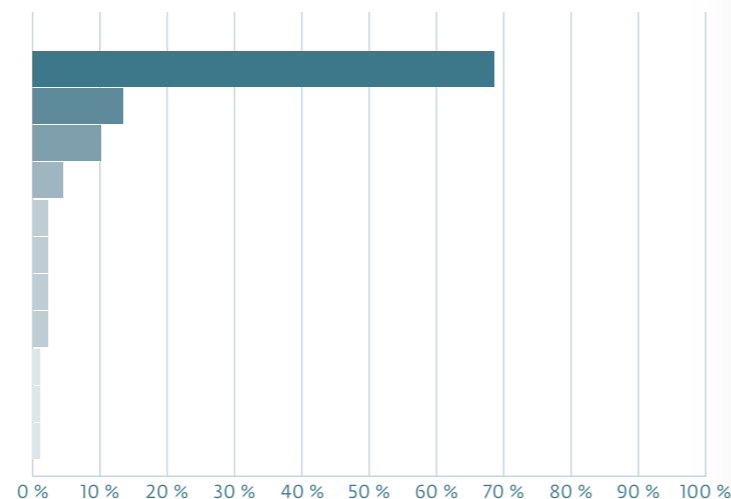
In der Sommersaison 2025 wurden in ganz Tirol rund 23,2 Mio Übernachtungen (**+1,9 %**) erzielt. Bei rund 6,7 Mio. Ankünften (**+3,4 %**) ergibt sich somit eine Aufenthaltsdauer von rund 3,5 Tagen in der Sommersaison.

Vergleich Sommersaisonen 2022 – 2025

Gemeinde	Ankünfte					Nächtigungen					
	Zahlen Stand 07.11.24	Sommer 2022	Sommer 2023	Sommer 2024	Sommer 2025	Differenz 2025-2024	Sommer 2022	Sommer 2023	Sommer 2024	Sommer 2025	Differenz 2025-2024
Alpbach		48.182	48.129	47.173	46.730	-0,9 %	205.100	206.896	202.067	205.686	1,8 %
Brandenberg		5.147	7.192	7.774	7.535	-3,1 %	19.393	24.696	26.529	26.030	-1,9 %
Breitenbach am Inn		6.443	7.111	7.116	7.203	1,2 %	28.184	29.637	29.117	29.543	1,5 %
Brixlegg		2.835	3.176	3.028	3.230	6,7 %	7.229	7.694	8.075	8.797	8,9 %
Kramsach		42.846	47.267	45.915	44.146	-3,9 %	174.226	191.995	191.503	196.378	2,5 %
Kundl		329	342	364	342	-6,0 %	2.607	2.188	3.151	2.305	-26,8 %
Münster		7.841	6.663	6.493	5.220	-19,6 %	18.825	17.293	18.813	18.142	-3,6 %
Radfeld		5.383	7.052	6.547	6.695	2,3 %	20.699	24.484	21.865	21.453	-1,9 %
Rattenberg		813	929	893	1.251	40,1 %	1.772	2.089	2.101	2.310	9,9 %
Reith im Alpbachtal		18.073	17.208	16.789	17.286	3,0 %	86.060	81.595	79.816	82.253	3,1 %
GESAMT		137.892	145.069	142.092	139.638	-1,7 %	564.095	588.567	583.037	592.894	1,7 %

TOP 10 NATIONEN IM SOMMER 2025 NACH NÄCHTIGUNGEN

Herkunftsland	Ankünfte	Nächte	% der Nächte
Deutschland	77.381	347.773	61 %
Österreich	23.159	70.419	12 %
Niederlande	10.048	53.111	9 %
Schweiz	5.044	20.559	4 %
Vereinigtes Königreich	2.398	13.639	2 %
Frankreich	2.959	12.067	2 %
Belgien	1.901	10.532	2 %
Italien	2.182	8.729	2 %
Tschechische Republik	1.970	7.174	1 %
Dänemark	2.017	6.940	1 %
Sonstige Nationen	10.579	41.951	1 %
GESAMT	139.638	592.894	



Winter Statistik

Die vergangene Wintersaison konnte mit 408.107 Nächtigungen und 91.185 Ankünften in unserer Region beendet werden. Im Vergleich zur vorherigen Wintersaison entspricht dies einem Plus von **0,8 %** bei den Nächtigungen und **2,4 %** bei den Ankünften.



Wie schaut es in Tirol aus?

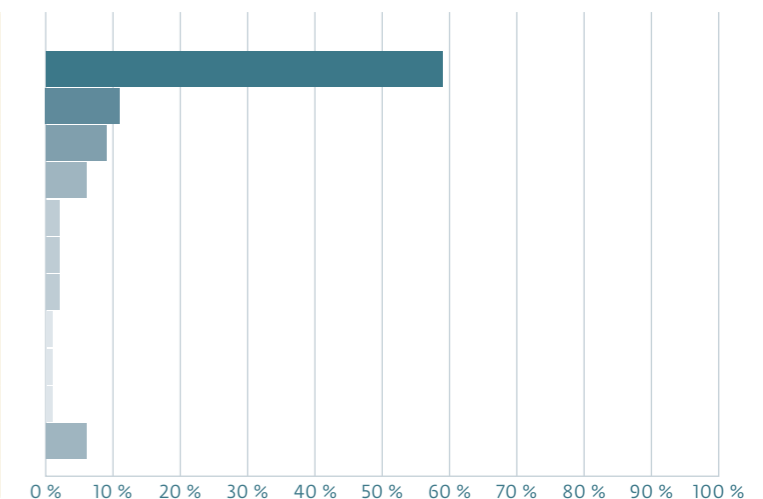
In der Wintersaison 24/25 konnten in ganz Tirol 26.422.356 Nächtigungen erzielt werden. Das ist ein Plus zum Vorjahr von **1,5 %** Nächtigungen und ein Plus von **2,8 %** bei den Ankünften. Auffällig ist, dass zwar mehr Gäste im Winter nach Tirol kommen, allerdings ist die Aufenthaltsdauer kürzer als im Sommer.

Vergleich Wintersaison 2021/22 – 2024/25

Gemeinde	Ankünfte					Nächtigungen					
	Zahlen Stand 07.11.24	Winter 21/22	Winter 22/23	Winter 23/24	Winter 24/25	Differenz 24/25-23/24	Winter 21/22	Winter 22/23	Winter 23/24	Winter 24/25	Differenz 24/25-23/24
Alpbach		38.072	42.006	41.634	41.477	-0,4 %	190.849	208.154	202.282	191.610	-5,3 %
Brandenberg		1.157	1.908	1.957	1.930	-1,4 %	5.927	9.451	9.847	9.565	-2,9 %
Breitenbach am Inn		3.573	5.640	5.679	6.001	5,7 %	18.262	26.072	25.079	26.947	7,4 %
Brixlegg		1.444	3.172	2.901	2.953	1,8 %	4.774	10.002	8.919	9.426	5,7 %
Kramsach		8.593	11.584	1.2417	12.736	2,6 %	31.825	47.328	47.003	54.170	15,2 %
Kundl		198	228	236	257	8,9 %	2.838	1.958	1.744	2.261	29,6 %
Münster		1.607	4.138	4.326	4.945	14,3 %	5.976	19.931	21.471	22.659	5,5 %
Radfeld		2.163	5.893	5.482	5.955	8,6 %	9.625	22.728	21.345	23.344	9,4 %
Rattenberg		376	893	816	784	-3,9 %	906	2.181	1.949	1.660	-14,8 %
Reith im Alpbachtal		10.943	14.266	13.623	14.147	3,8 %	53.785	71.049	65.115	66.465	2,1 %
GESAMT		68.126	89.728	89.074	91.185	2,4 %	324.767	418.854	404.754	408.107	0,8 %

TOP 10 NATIONEN IM WINTER 2024/25 NACH NÄCHTIGUNGEN

Herkunftsland Name	Ankünfte	Nächte	% der Nächte
Deutschland	53.967	240.176	59 %
Österreich	9.699	27.713	11 %
Niederlande	7.986	43.438	9 %
Vereinigtes Königreich	4.973	30.336	6 %
Tschechische Republik	2.165	8.369	2 %
Belgien	1.529	8.314	2 %
Schweiz	1.907	6.663	2 %
Polen	1.214	7.124	1 %
Dänemark	1.275	5.447	1 %
Frankreich	958	4.895	1 %
Sonstige Nationen	5.512	25.632	6 %
GESAMT	91.185	408.107	



Bilanz zum 31.12.2024

Anlagevermögen	Aktiva
- Sachanlagevermögen	€ 1.246.286,76
- Finanzanlagen	€ 338.908,07
Umlaufvermögen	
- Vorräte	€ 142.450,68
- Forderungen	€ 781.775,76
- Kassen/Bank	€ 4.137.845,39
Rechnungsabgrenzung	€ 118.961,24
SUMME	€ 6.766.227,90

Eigenkapital	Passiva
- Kapital	€ 1.699.545,51
- Betriebsmittelrücklage	€ 4.346.894,07
Rückstellungen	€ 273.410,00
Verbindlichkeiten	
- Verbindlichkeiten Kreditkarten	€ 12.175,62
- Lieferverbindlichkeiten	€ 289.578,84
- sonstige Verbindlichkeiten	€ 97.003,10
Rechnungsabgrenzung	€ 47.620,76
SUMME	€ 6.766.227,90

Gesamtbudgetsumme 2024 betrug € 7.368.092,05

Gewinn- und Verlustrechnung zum 31.12.2023		
	Erträge	Aufwände
1. Erträge aus Beiträgen und Abgaben		
- Aufenthaltsabgaben	€ 2.935.258,25	
- Pflichtmitgliedsbeiträge	€ 2.828.164,44	
2. Zuschüsse und Förderungen	€ 243.170,69	
3. Umsatz- u. übrige Erlöse	€ 1.044.184,65	
5. sonstige betriebl. Erträge	€ 226.665,85	
6. Sachaufwand für Infrastruktur und Werbung		
- Materialaufwand (Werbung/Infrastruktur)		€ 390.285,58
- bezogene Leistungen (Marketing/Events/Card)		€ 3.169.070,50
- Zuwendungen und Zuschüsse		€ 134.402,26
7. Personalaufwand		€ 1.402.782,01
8. Abschreibungen		€ 164.596,86
9. sonstige betriebliche Aufwendungen		€ 1.272.319,28
ZWISCHENSUMME 1. – 9.		€ 743.987,39
11. Erträge aus Beteiligungen/Zinsen	€ 90.648,17	
14. Aufwände Zinsen/Darlehen		€ 0,00
17. Steuern vom Einkommen/Ertrag		€ 25.982,60
20. JAHRESÜBERSCHUSS & 21. ZUFÜHRUNG BETRIEBSMITTELRÜCKLAGE		€ 808.652,96
24. GEWINN/VERLUST		€ 0,00



Unser Geschäftsbericht ist auch online abrufbar unter:
alpbachtal.at/geschaeftsbericht

Funktionäre & Team

Tourismusverband Alpbachtal & Tiroler Seenland

Nachwuchs: Mit April 2025 verabschiedete sich Magdalena Moser (Tourismusbüro Reith im Alpbachtal) und mit November 2025 Claudia Prosser (Tourismusbüro Alpbach) in ihre Mutterschutz- und Karenzzeit.

Ruhestand: In den wohlverdienten Ruhestand durften wir mit Ende April 2025 Lioba Kögl (Tourismusbüro Rattenberg) und Shelagh Bavajee (Tourismusbüro Alpbach) verabschieden.

Abschied: Markus Kofler hat mit Ende Juni den Tourismusverband Alpbachtal & Tiroler Seeland als Geschäftsführer verlassen. Seit 1.9.2025 ist Wolfgang Kostenzer neuer Geschäftsführer.

Neuwahlen: Die Neuwahl fand am 26.11.2024 anlässlich der Vollversammlung statt

VORSTAND

Obmann	Frank Kostner
1. Obmann-Stv.	Friedrich Fischler
2. Obmann-Stv.	Georg Lenk

AUFSICHTSRAT

Aufsichtsratsvorsitzender	Gebhard Klingler
Aufsichtsratsvorsitzender-Stv.	Reinhard Hacker
Aufsichtsrat	Andreas Jost
Aufsichtsrat	Hans Jürgen Neuhauser
Aufsichtsrat	Andreas Brunner
Aufsichtsrat	Georg Sappl
Aufsichtsrat	Matthias Sedlak
Aufsichtsrat	Gerhard Kirchmair
Aufsichtsrat	Klaus Ebner
Aufsichtsrat	Rainer Freudenschuß
Aufsichtsrat	Johann Rieser
Aufsichtsrat (Kassaprüfer)	Johann Heim
Aufsichtsrat kooptiert	Thomas Kahn
Aufsichtsrat kooptiert	Mag. Reinhard Wieser

Bürgermeistervertreter (Kassaprüfer)	Markus Bischofer
Bürgermeistervertreter	Andreas Gang



TEAM

Geschäftsführung	Wolfgang Kostenzer, M.A.
GF-Stv. / Buchhaltung	Claudia Ager
Marketingleitung	Mag. (FH) Petra Cosentino
Events & Social Media	Salome Dengler
Social Media	Vanessa Gschösser
Nachhaltigkeitskoordinatorin & Info TV	Birgit Angermair
Nachhaltigkeitsassistentin	Valentina Chesi
Marketing & Social Media	Lisa-Maria Lintner
Presse & PR (freelancer)	MMag. Gabriele Griebenböck
Erlebnisraum & Infrastruktur	Manuel Hufnagel
Grafik	Stefan Moser
Meldewesen & Vermietercoach	Sabine Geir
Buchungszentrale	Laura Völlenklee-Papathanasiou
Buchungszentrale & Vermietercoach	Ute Eberharter
Projekte Digitalisierung	Alexander Vergeiner
Tourismusbüro Alpbach	Kathrin Hirschhuber
Tourismusbüro Alpbach	Claudia Prosser
Tourismusbüro Alpbach	Simone Zelger
Tourismusbüro Reith im Alpbachtal	Tanja Urthaler
Tourismusbüro Reith im Alpbachtal & Vermietercoach	Sonja Peer
Tourismusbüro Rattenberg & Stv./Buchhaltung	Birgit Schretthäuser
Tourismusbüro Kramsach	Julia Sappl-Marksteiner
Außendienst	Hannes Margreiter
Außendienst	Hubert Schneider
Außendienst	Norbert Hechenblaikner
Außendienst	Christian Siegler
Außendienst	Markus Astner
Außendienst Sommer	Josef Mück
Außendienst Sommer	Peter Schonner



Alpbachtal Tourismus
Zentrum 1, 6233 Kramsach
+43 5337 21200
info@alpbachtal.at
alpbachtal.at