

©Roman Huber

Da sein.

STRATEGIE 2035

Tirol West

WARUM DIESE STRATEGIE?

VORWORT

Ein Tourismusverband hat keinen Selbstzweck. Seine Existenzberechtigung entsteht aus dem Nutzen, den er für seine Mitglieder stiftet. Die Ferienregion TirolWest steht an einem Wendepunkt. Ihre Betriebe geraten zunehmend unter Druck – nicht nur durch Digitalisierung oder Personalmangel, sondern auch durch eine wachsende innere Unruhe und Überforderung. Diese Strategie gibt Orientierung, Klarheit und Zuversicht. Sie verbindet nach innen wie nach außen und macht aus einem Tourismusverband einen echten Partner für die gesamte Region.



Konrad Geiger
Obmann TVB TirolWest



Simone Zangerl
GF TVB TirolWest


©TVB TirolWest

- **Notwendigkeit:**
  Herausforderungen der Mitglieder – strukturell und emotional
- **Kernauftrag:**
  Mission, Vision und die Wertebasis der Organisation
- **Strategiemodell:**
  Sechs Handlungsfelder, Projekte und Leitziele bis 2035

01 Notwendigkeit

02 Kernauftrag

03 Strategiemodell

DIE THEMEN

01 · NOTWENDIGKEIT



STRUKTURELLE THEMEN

- Digitalisierung (KI, Marketing, E-Meldewesen)
- Personalmangel & negatives Branchenimage
- Unzureichende Auslastung (Nebensaison)
- Fehlendes Freizeit- & Handelsangebot
- Kleinstrukturierte Beherbergungslandschaft
- Nachfolgeproblematik

GEFÜHLTE THEMEN

- Überforderung & innere Unruhe
- Wahrnehmung von Kontrollverlust
- Mangel an Orientierung & Zuversicht
- Gefühl des Abgehängtseins
- Wunsch nach Vereinfachung
- Wunsch nach Vernetzung & Support

Eine Strategie für TirolWest muss beide Ebenen adressieren – mit Klarheit, Orientierung und Zuversicht nach innen und außen.


©TVB TirolWest

DA SEIN.

02 · KERNAUFTRAG



VISION

PRÄSENZ ZEIGEN – SICHTBAR, ERLEBBAR UND AKTIV IN DER REGION.

Sichtbarkeit wird zum strategischen Leitmotiv: für Gäste, Mitglieder und in der Wirkung nach außen.

WERTE

RESPEKT & BODENSTÄNDIGKEIT ALS BASIS FÜR ECHTES DA-SEIN.

Respekt und Bodenständigkeit prägen unser Handeln: im Umgang miteinander, mit Gästen, Mitgliedern und Partnern. Sie machen unser Da-Sein glaubwürdig, nahbar und verbindlich.

W	E	R	T	E
Respekt	Bodenständig	Ehrlich	Vernetzend	Visionär


©Roman Huber

SECHS FELDER. EIN ZENTRUM.

03 · STRATEGIEMODELL

Aus Mission und Vision ergeben sich sechs strategische Handlungsfelder – alle verbunden durch eine Mitte: **Da Sein.**



01

MARKE & MARKETING

» Klare, glaubwürdige Positionierung von TirolWest als gut erreichbare, vielseitige Lebens- und Erlebnisregion für Gäste und Einheimische.
» Verständliche Angebots- und Themenkuratierung (z. B. Mobilität, Kultur, Genuss) statt reiner Maßnahmenkommunikation.
» Stärkung des Innenmarketings zur Identifikation, Mitwirkung und konsistentem Auftreten aller Akteure

02

SERVICE & INFORMATION

» Aufbau eines klar definierten Serviceportfolios für Gäste und Mitglieder mit eindeutigen Zuständigkeiten.
» Kombination aus digitalen Services und persönlicher Betreuung („Digital + Persönlich“) als Qualitätsmerkmal.
» Entlastung und Unterstützung der Betriebe durch strukturierte Information, Beratung und Austauschformate.

03

INFRASTRUKTUR & ENTWICKLUNG

» Sicherstellung einer funktionierenden, nachhaltigen touristischen Basis (Mobilität, Orientierung, Aufenthaltsqualität).
» Ganzjahresfähige Entwicklung von Infrastruktur und Erlebnisräumen in enger Abstimmung mit Gemeinden und Partnern.
» Steigerung der Aufenthalts- und Lebensqualität durch klimafitte, gut nutzbare öffentliche Räume.



04

NETZWERK & KOOPERATION

» Aktive Rolle des TVB als Moderator und verbindendes Element zwischen Politik, Wirtschaft und Bevölkerung.
» Aufbau klarer, themenbezogener Kooperations- und Dialogstrukturen mit Verbindlichkeit.
» Bündelung regionaler Ressourcen und Kompetenzen für gemeinsame Projekte und höhere Umsetzungskraft.



05

DATEN & STEUERUNG

» Aufbau einer verständlichen Daten- und Steuerungsgrundlage für Entscheidungen und Prioritäten.
» Nutzung von Kennzahlen und Feedback zur Wirkungsanalyse statt reiner Leistungsdarstellung.
» Transparente Erfolgskontrolle der Strategie gegenüber Mitgliedern und Gremien.

06

ANGEBOT & PRODUKTE

» Weiterentwicklung bestehender Stärken zu klar strukturierten, ganzjährig nutzbaren Angeboten.
» Fokus auf authentische, lebensnahe Erlebnisse mit regionaler Identität für Gäste und Einheimische.
» Stärkere Vernetzung von Betrieben und Angeboten zur Erhöhung von Sichtbarkeit und Wertschöpfung





Druckfehler und Irrtümer vorbehalten

©Roman Huber

Tirol West

Landeck · Zams · Fließ · Tobadill · Grins · Stanz

Ferienregion TirolWest
Malserstraße 47a · 6500 Landeck
Tel. +43.5442.65600 · info@tirolwest.at
www.tirolwest.at

PRAXMARER