



Sinnbild einer Marke: Die Weltkugel im Herzen der Swarovski Kristallwelten ist zentraler Bestandteil der Tiroler Erlebniswelt.

# WER ZU TIROL PASST

— **Markennutzung.** Tirol bietet für Produktpräsentationen einen einzigartigen Rahmen, den immer mehr Markenartikler wie BMW, Swarovski oder Carl Zeiss Jena zu nutzen versuchen. Eine hervorragende Infrastruktur und professionelle Veranstaltungsorganisation sollen für eine erfolgreiche Produktaufladung in einem positiven Umfeld sorgen.

Von Rainer Hammerle

Driving Days von Audi in Kitzbühel, 3er Coupé Vorstellung von BMW vor 600 Motorsportjournalisten am Flughafen in Innsbruck und im Kühtal, Opels Auftritt in Serfaus oder die Beetle Weltpremiere in Seefeld. Weltmarken aus der Automobilbranche versuchen bereits seit einigen Jahren, Tirol als positives Umfeld für ihre Produktpräsentationen zu

nutzen. Carl Zeiss Jena eröffnete im Planetarium Schwaz im September 2006 seinen weltweiten Showroom, Davidoff richtete im Innsbrucker Gourmettempel Maquin eine eigene Lounge ein. Heimische Unternehmen wie Swarovski, Riedel, Holz Binder, Starkenberger oder die Erlebnissenerei Zillertal schufen Erlebniswelten, die zentral auf Tirol verweisen. Eine Win-win-Situation, bei der

die Markenunternehmen eine Übertragung der Stärken und Eigenheiten Tirols auf ihre Marke erhoffen und ihrerseits gleichzeitig die Marke Tirol positiv aufladen.

**Internationale Top-Marken.** Wenn Audi als einer der Hauptsponsoren des Hahnenkammrennens die Driving Days in Kitzbühel veranstaltet, so treffen hier zwei



Erste Adresse: Das Convention Bureau der Tirol Werbung auf der Access 2005 als Servicestelle für Interessenten aus aller Welt.



Mit Tiefgang: Der Riese in den Swarovski Kristallwelten steht als Symbol für das alpine Höhlenthema.

perfekte Partner zusammen. Robert Trasser, Geschäftsführer der mtm markenmanagement GmbH beschreibt dies folgendermaßen: „Wo kann eine sportliche Marke wie Audi besser seine Fahrertrainings für den Allradantrieb Quattro anbieten als in Tirol. Das Land liefert im täglichen Einsatz den besten Beweis für die Tauglichkeit des Allradantriebs.“ Sportlichkeit, Berge, Natur, Urlaub, Gesundheit, Skifahren, aber auch Landwirtschaft mit Schnaps und Speck passen bestens zu Tirol. „Speck Handl ist sehr erfolgreich unter dem Namen Tirol“, erklärt Robert Trasser. „Marken wie Kneissl Tirol müssten erfunden werden, wenn es sie nicht schon gäbe. Wir kooperieren seit Jahren und haben dabei sehr viel erreicht. Der Tiroler Skihersteller und die Marke Tirol als Wintersportland Nummer eins ergänzen sich perfekt.“ Dass sich rund um die emotional positiv besetzten Themen Urlaub und Freizeit eine ganze Palette an Produkten gut verkaufen lässt, beweist natürlich auch der Tirol Shop: Zurzeit können hier über 400 Artikel mit Tirol-Bezug, vom Rucksack über Bekleidung bis zur Postkarte, erworben werden. „Im Prinzip passt alles zu Tirol, was die Bereiche Natur und Freizeit betrifft“, bringt es Robert Trasser auf den Punkt. „Daher haben wir uns auch vom Motorsport-Sponsoring verabschiedet.“

**Showroom für Weltkonzern.** 2001 eröffneten Axel und Gabi Krieger das Schwazer Planetarium als Privatunternehmen mit einer Kuppelgröße von 8 Metern und 70 Sitzplätzen. Aufgrund der sehr intensiven und guten Kooperation mit Carl Zeiss Jena installierte das Optikunternehmen seine neueste Entwicklung, die Ganzkuppelvideoprojektionsanlage QUINTO, sowie den weltweiten Showroom zuerst in Schwaz. Gabi Krieger-Wolf, Co-Geschäftsführerin: „In Zukunft nutzt Carl Zeiss Jena das Planetarium zu Repräsentationszwecken für Kunden aus aller Welt. Das Unternehmen fand, dass Tirol neben der schönen Landschaft und den Sehenswürdigkeiten sehr zentral gelegen ist. Ideal, um Geschäftspartner bequem anreisen zu lassen.“ Bisher

Fotos: Swarovski Kristallwelten (2), Zeiss Planetarium (1), Convention Bureau Tirol (1)



Einzigartige Kooperation: Das Planetarium Schwaz und Carl Zeiss Jena befördern die Besucher in bisher nicht gekannte Sphären.

wurden neben 7000 Sternen, Sternbildern und Planeten die verschiedenen Bilder aus dem Weltraum analog über 20 Diaprojektoren und weitere Effektprojektoren in die 100 Quadratmeter große Kuppelwand projiziert. Seit Mitte September reisen

„Die Berge sind eine einzigartige Kulisse für Freizeiterlebnisse und Events in Tirol.“

Christine Stelzer, Convention Bureau Tirol

Geschäftspartner von Carl Zeiss Jena aus aller Welt nach Schwaz, um bewegte Bilder, Weltraumflüge, 3D-Animationen und Musikshows von Pink Floyd oder Queen zu bestaunen. Der direkte Mitbewerber, Swarovski Optik, führt bereits seit langem sämtliche Präsentationen in Tirol durch. Tyrolit wird sich in Hinkunft dieser Praxis anschließen und unter anderem sämtliche Verkäufer in Tirol schulen. Insbesondere im touristischen Bereich setzt das Unternehmen Swarovski auf den Tiroler Hintergrund. Dazu meint Andreas Braun, Geschäftsführer der Swarovski Kristallwelten: „Mit den Swarovski Kristallwelten wurden zwei alpine Erzählfäden neu verwoben und verweisen damit stark auf den alpinen Raum Tirol. Zum einen das alpine Höhlen- und Kristallpalastthema und zum zweiten die neuzeitliche Interpretation der Kunst- und Wunderkammertradition.“ (Siehe dazu Interview S. 20)

**Professioneller Hintergrund.** Ein perfekter Markenauftritt bedarf der passenden Infrastruktur, die im Hintergrund zum Gelingen der Inszenierung unauffällig beiträgt. Zahlreiche Partner, vom Hotel über den Eventveranstalter bis zur Location, müssen koordiniert werden. „Tirol bietet hierfür die optimale Infrastruktur“, so mtm-Chef Robert Trasser. „Kurze Wege, eine breite Palette an Kongresszentren, Organisationsprofis, Referenzveranstaltungen

**KURZINTERVIEW  
ANDREAS BRAUN**

**SAISON:** Könnten die Kristallwelten überall stehen oder ist der Rahmen Tirol essentiell dafür?

**Braun:** Mit den Swarovski Kristallwelten wurden zwei alpine Erzählfäden neu verwoben und verweisen damit stark auf den alpinen Raum Tirol. Zum einen das alpine Höhlen- und Kristallpalastthema und zum zweiten die neuzeitliche Interpretation der Kunst- und Wunderkammertradition.

**SAISON:** Wie wichtig ist die Marke Tirol für die Aufladung der Swarovski-Produkte?

**Braun:** Die mitteleuropäische Herkunft ist in unserem Verständnis in der Unternehmensidentität und damit auch in der Zukunft enthalten, u.a. vor dem Hintergrund der Wiener Werkstätten, Secession etc. Aus dem Fundus Tirol mit seiner wunderbaren Natur bezieht Swarovski eine weitere Identitätsquelle und operiert insbesondere mit den Metaphern Kristall, Reinheit oder Klarheit.

**SAISON:** Welche Swarovski-Produkte passen zu Tirol?

**Braun:** Swarovski-Produkte tragen keine regionalen Beipackzettel, sondern sind Kleinodien für jedermann weltweit.

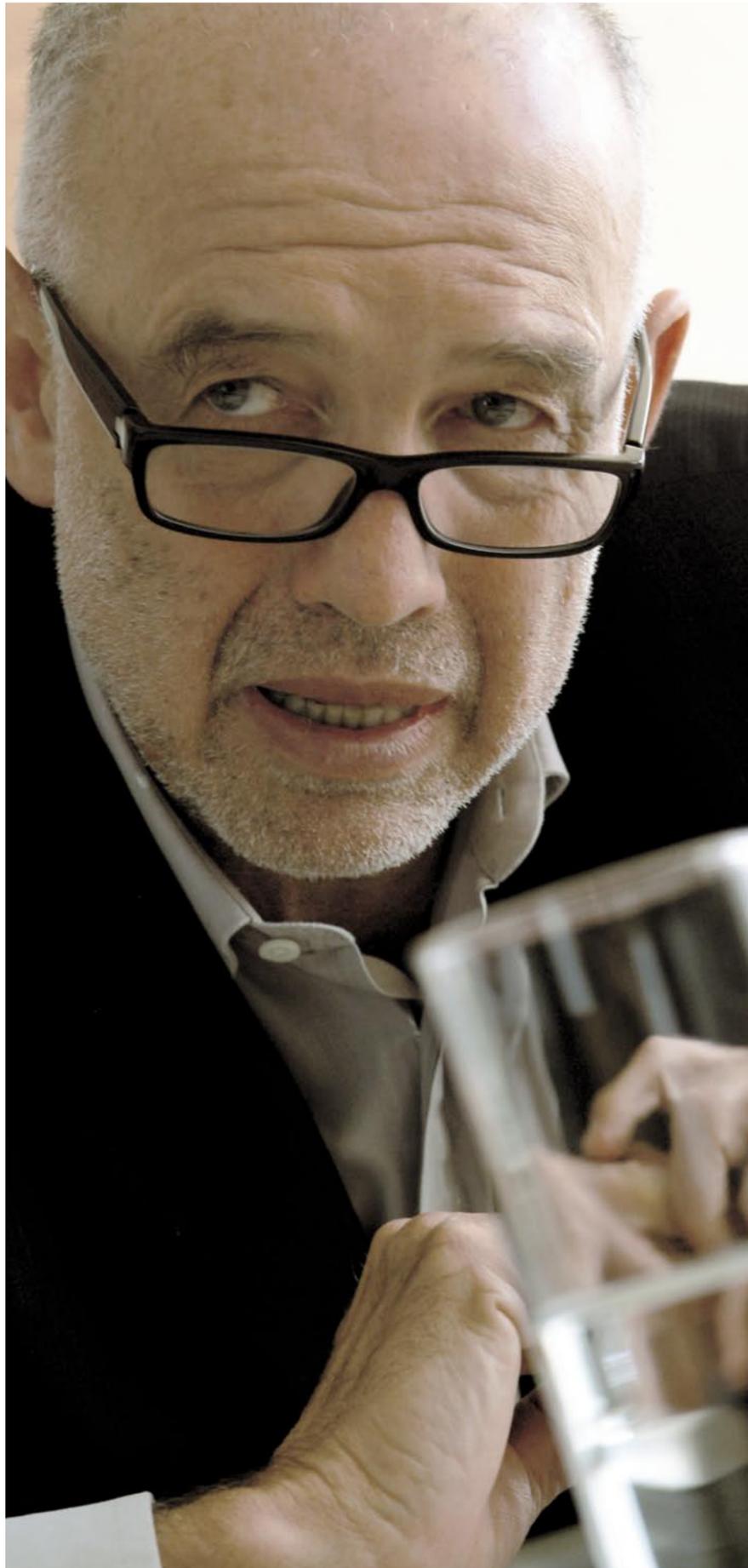


Foto: Friedle (1), BMW (1)



*Perfekte Harmonie: „Wunderschöne Autos passen sich gut in wunderschöne Landstriche ein“, heißt es aus der bayerischen Autoschmiede.*

wie zwei Olympische Spiele und die Möglichkeit, alles auf die Schnelle zu erhalten.“ Für ausländische Interessenten dient das Convention Bureau Tirol als erste professionelle Anlaufstelle und Non-Profit Serviceeinrichtung für Veranstaltungen in Tirol. Christine Stelzer, Leiterin des Convention Bureau Tirol: „Ziel ist es, Tirol als Top-Destination für Kongresse, Tagungen, Incentives und Events am internationalen Markt zu bewerben. Die Hotels bieten neben qualitativ hochwertigen Tagungseinrichtungen auch eine Fülle an reizvollen Freizeitaktivitäten in den Bereichen Sport, Gesundheit und Wellness. Gour-

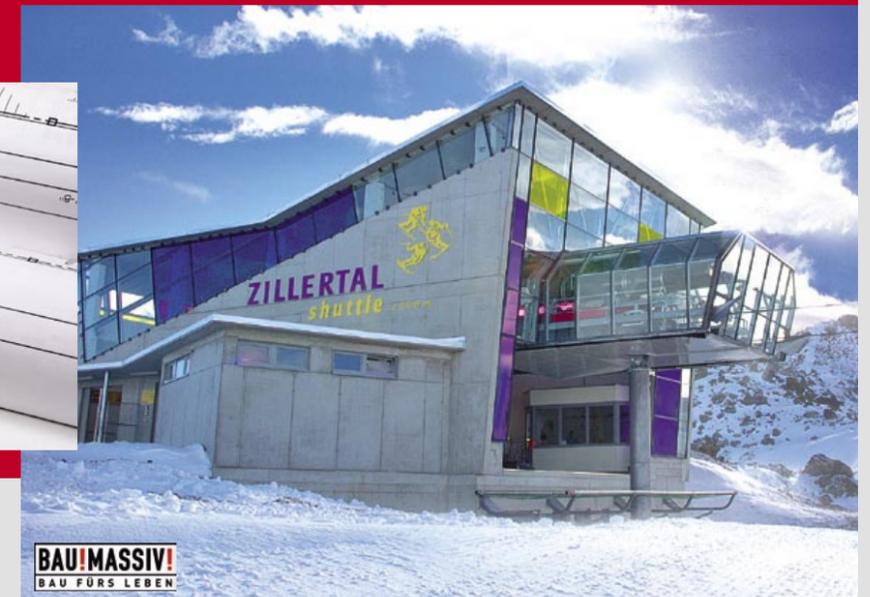
mets kommen nicht zu kurz und erleben mit der hervorragenden regionalen sowie internationalen Küche wahre kulinarische Hochgenüsse. Die Berge sind eine einzigartige Kulisse für Freizeiterlebnisse und Events in Tirol.“ Spezielle Incentives, wie ein Galadiner in historischen Gemäuern, eine Bobfahrt im Olympia Eiskanal, ein Hüttenabend mit original Tiroler Schuhplattlern, das Hundeschlittencamp, ein firmeneigenes Eishockeymatch, die Fackelwanderung am See oder das Champagner Gipfelbrühstück, werden von den über 40 professionellen Top-Anbietern des Convention Bureau Tirol jederzeit umgesetzt.

Maximilian Riedel, jüngster Spross des weltweit bekannten Markenunternehmens aus Kufstein, ließ neulich in einem Interview aufhorchen. Auch wenn in Tirol bereits viel geschehe, so wäre doch noch viel mehr möglich. Grundvoraussetzung wäre ein eindeutiges Bekenntnis zum Tourismus: „Wobliegt die klare Ansage, dass Tirol ein Tourismusland ist. Die Politiker sollen sagen, dass wir die Deutschen lieben. Sie bringen das Geld ins Land. Stattdessen nörgeln wir immer an den Gästen herum. Das verstehe ich nicht. Die Tirol Werbung macht einen guten Job, ich bin ein Fan dieser professionellen Arbeit.“ —

**Wirtschaftlichkeit**  
**Komfort**  
**Fachwissen vom Profi**  
**Wertbeständigkeit**  
**Energieeffizienz**  
**Schutz & Sicherheit**

**Bis zum**

**Dach der Welt!**



**BAU!MASSIV!**  
BAU FÜR'S LEBEN

**Ing. Hans LANG GmbH** [www.langbau.at](http://www.langbau.at)

**Das Beste für jeden Bau**