

ÖTZTAL

Die Kraft der Marke. Der Weg des Erfolges.

**ÖTZ
TAL**

SÖLDEN

**OBERGURGL
HOCHGURGL**

*„Die Kraft der Marke, der Weg des Erfolgs.
Ötztal. Der Höhepunkt Tirols. Ein Versprechen, das wir auch halten. Unseren Gästen und
uns selbst gegenüber. Und dazu leisten wir alle unseren täglichen Beitrag.“*



Oliver Schwarz
Geschäftsführer, Ötztal Tourismus

Haiming-Ochsengarten Sautens Oetz Umhausen-Niederthai Längenfeld
Huben Gries Sölden Hochsölden Zwieselstein Vent Obergurgl-Hochgurgl

LEBENSENERGIE

ist Spaß am Leben, Freude, Gesundheit, Natur, Wasser, aber auch positiv denken.





EHRlich

„Nirgendwo im Land sind die Berge höher. 250 Dreitausender geben dem Tal einen imposanten Rahmen. Und mit 600 Routen, 16 Klettergärten und drei Klettersteigen gehört das Ötztal im Klettersport zu den Top-Regionen Tirols.“

Sepp Karlinger, Wander- & Bergführer



KRAFT

*„Das Ötztal ist ein regelrechtes Kraftfeld.
Diese Kraft können die Besucher überall sehen und spüren:
bei den Menschen, in der Natur oder
beim Eintauchen in unser energiegeladenes Wasser.“*

Bärbel Frey, Aqua Dome



GENUSS

*„Die besten Zutaten. Ausgefallene Rezepte. Und alles fein abgeschmeckt
für einen genussvollen Urlaub, für den Höhepunkt des Jahres.“*

Gottfried Prantl, Haubenkoch Central Hotel



SELBSTFINDUNG

*„Wer seine Sinne schärft, taucht ein in die spannende Geschichte des Tals.
Lauscht seinen eigenen Gedanken
und findet so vielleicht auch den Weg zu sich selbst.“*

Ursula Scheiber, Wanderführerin



EHRGEIZIG

*„Immer das Ziel vor Augen, etwas Außergewöhnliches zu schaffen.
Mit Respekt und Demut gegenüber unserem größten Schatz:
der grandiosen Natur.“*

Lukas Scheiber, Unternehmer



EIGENWILLIG

*„Die einen mögen es Sturheit nennen, wir sehen es als direkten Zug aufs Tor.
Wenn wir uns etwas in den Kopf setzen, dann ziehen wir das auch durch.
Selbstbewusst und eigen-willig.“*

Anton Haid, Posthotel Kassl



ERFINDERISCH

*„Die Natur ist der größte Vergnügungspark
und im Ötztal ganz besonders.
Ein Tanz auf den Elementen Wasser, Erde, Stein und Luft.“*

Hansi Neuner, Area 47

ÖTZTAL

Die Kraft der Marke. Der Weg des Erfolges.

Ötztal. Ein Versprechen.

Wo kommst du her? Die Wurzeln einer Marke, ihre Herkunft, sagen viel über das Produkt aus. Umso mehr, wenn es sich um eine Urlaubsdestination handelt. Unser Leistungsversprechen heißt „Lebensenergie“.

LEBENSENERGIE, darunter verstehen wir Spaß am Leben, Freude, Gesundheit, Natur, Wasser, aber auch positiv denken.
LEBENSENERGIE, das strahlen wir aus in unserer Arbeit, darauf achten wir.
LEBENSENERGIE, finden unsere Gäste im Ötztal, sie nehmen sie mit nach Hause.

UNSER LEITSATZ:

Unsere Gäste erleben Höhepunkte, kommen hier ihren Träumen näher, sie können stark sein, ihr Interesse für Neues ausleben und den Urlaub im Ötztal als Energiespender sehen, als Quelle für frische Kraft und Lebensfreude.

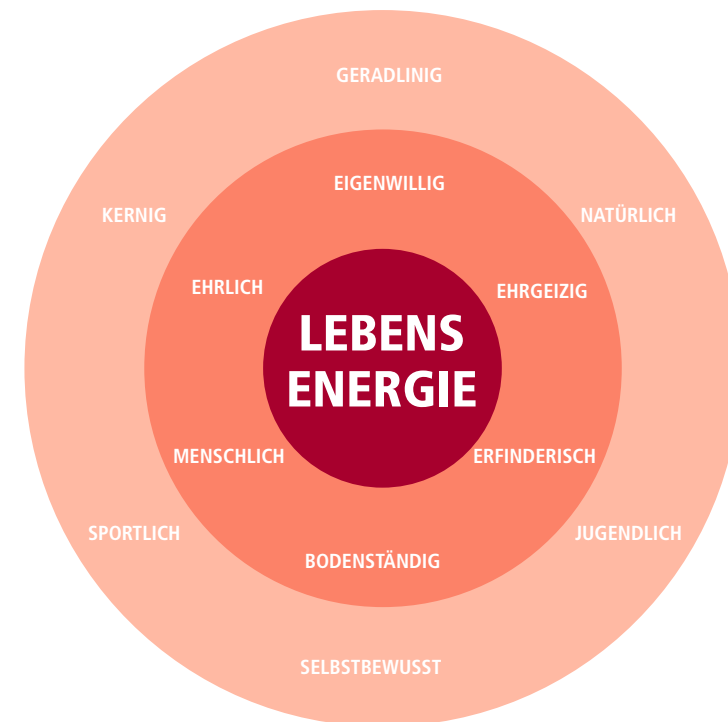
Ötztal. Das können wir.

Wir versprechen nicht nur etwas. Wir halten es. Unseren Gästen, aber auch uns selbst gegenüber. Dazu leisten wir unseren Beitrag. Unsere Kernleistungen sind Kraft, Genuss, Selbstfindung.

KRAFT – heißt für uns und die Leistungsträger im Tal Gemeinsamkeit, ein gutes Zusammenspiel der Kräfte, gemeinsam Neues schaffen und kreativ sein. Es bedeutet auch Gipfelsiege feiern – nicht nur auf unseren imposanten 3.000ern, sondern ebenso im Konzert der „Best of“ die erste Geige spielen. Fortschreiten im besten Sinne.

GENUSS – eine kleine Portion Verführung. Genießer kommen im Ötztal bei Naturerlebnis und Ötztaler Kulinarium, aber auch beim Einkaufen auf ihre Kosten. „Feindunken“ – hier kann ich mir etwas Gutes tun, hier bin ich willkommen.

SELBSTFINDUNG – Ein großes Wort für ein großes Vorhaben. Wir zeigen unseren Gästen die vielen Kraftplätze des Ötztals, ermöglichen ihnen eine „Reise zu sich selbst“ Das ist wohl die Essenz eines jeden Urlaubs. Eine Prise Entschleunigung, ein Fenster in die Bewusstseinsweiterung, ein Funken Spiritualität. Für unsere Gäste, aber auch für uns in unserem Tun.



Wert.Voll – unsere Werte.

Diese Werte leben wir. In Achtsamkeit und respektvoll im Miteinander. Das wirkt sich automatisch auf unsere Gäste aus. Denn gelebte Werte haben Strahlkraft und ziehen weite Kreise.

EIGENWILLIG. Nicht stur, aber konsequent gehen wir unseren eigenen Weg. Wir „bleiben dahinter“ in unserer Arbeit, behalten auch mittel- und langfristige Ziele im Auge. Nicht jeden neuen Trend ungeprüft übernehmen, sondern eigen(willig)e Produkte zum Wachsen bringen.

ERFINDERISCH. Nicht „neu um jeden Preis“ Aber aufmerksam unserem Tun gegenüber. Das hinterfragen wir immer wieder. Wir entdecken neue Wege, parallel zu den bekannten: bei Veranstaltungen genauso wie bei Vertriebswegen. Übrigens: Auch Übliches kann man auf unübliche Weise machen.

EHRGEIZIG. Heißt für uns, vom Planen ins Tun kommen. Dinge umsetzen und zwar professionell. Sich nicht mit dem Guten zufrieden geben, wenn das Bessere erreichbar ist. Erreichte Ziele bedeuten nicht „Stillstand“, sondern neue Zielvorgaben.

EHRlich. Wir sind ein fairer berechenbarer Partner. Wir bieten nur das an, hinter dem wir auch stehen. Das Preis-Leistungsverhältnis stimmt. Wir verleugnen Fehler nicht, wir lernen daraus. Wir reden nichts schön und stellen auch einmal uns selbst und unsere Projekte in Frage.

BODENSTÄNDIG. Was wären wir Ötztaler ohne unsere Wurzeln? Wir pflegen Traditionen wie die Sprache unseres Tals. Wir sind authentisch in unserem Tun, spüren den Sinn dahinter. Wir leben Brauchtum und lassen Gäste daran teilhaben, aber: Ein Almbetrieb ist kein Weltcup!

MENSCHLICH. Beinhaltet Werte des Miteinanders wie tolerant, verständnisvoll, hilfsbereit sein. Durchaus „hart aber herzlich“ Im Umgang untereinander, mit Gästen und Partnern den Mut zu Offenheit, Natürlichkeit und Gefühlen haben. Nichts Aufgesetztes, Übertriebenes.

ÖTZTAL

Die Kraft der Marke. Der Weg des Erfolges.

Stil.Voll – unsere Stilmerkmale.

Hier zeigen wir uns und unsere Werte. Die Farben, die Bilder, die Produkte. Aber auch wie wir miteinander umgehen, wie wir uns die Zusammenarbeit vorstellen.

SELBSTBEWUSST stehen wir zu einem gemeinsamen Auftreten, einem gemeinsamen Erscheinungsbild. Wir sind stark genug um das Ego jedes einzelnen der gemeinsamen Sache unterzuordnen. Selbstbewusst von Claim und Logo bis zur Kenntnis über unsere Produkte.

GERADLINIG heißt „klar“. Die klare Linie zieht sich von der äußeren Erscheinung, den Werbemitteln über die klare Kommunikation bis zu klaren Regeln hin. Dazu gehört auch das klare Erkennen von Problemen und deren schnellst mögliche Lösung.

KERNIG hat etwas mit Ursprünglichkeit zu tun, aber auch mit Handschlagqualität und ungekünsteltem Auftreten. Die Angebote sind ursprünglich, Informationen prägnant, kurz und klar, Bilder aussagekräftig. Wir halten Wort.

SPORTLICH definieren wir für das Ötztal als aktiv, trendig, aber auch leger und locker. In der Verbindung von Sport und Natur liegen starke Angebote, die entsprechend präsentiert werden. Von MitarbeiterInnen, die selbst sportlich sind, und mit starken Marken-Partnern.

JUGENDLICH heißt „die Zukunft im Auge haben“. Offen sein für neue Entwicklungen, wobei durchaus nicht alles neu erfunden wird. Wir haben Freude an Emotionen, sind temperamentvoll und dynamisch. Auch der Spaß kommt nicht zu kurz.

NATÜRLICH ist im Ötztal selbstverständlich, leben wir doch mit einer beeindruckenden Natur. Dafür haben wir ein Auge, von ihr lernen wir. Wir leben und zeigen was wir haben. Das macht uns einzigartig, denn Ötztal ist nur hier. Nicht schön-geredet, nicht schöngefärbt.

ÖTZTAL

Die Kraft der Marke. Gehen Sie mit uns.

ÖTZTAL TOURISMUS

Gemeindestraße 4 6450 Sölden Austria

T +43 (0) 57200 F +43 (0) 57200 201 info@oetztal.com www.oetztal.com