

KitzSki: Voller Erfolg dank Programmatic-Display-Kampagne in den Nahmärkten

Die Werbemaßnahmen der Bergbahn Kitzbühel tragen Früchte – sie verzeichnet signifikante Zuwächse unter den Gästen aus Tirol und Bayern. Insbesondere die derzeitige Programmatic - Display-Kampagne weckt das Interesse für die Wander- und Bikeregion von KitzSki. Das kommt auch der regionalen Wirtschaft zugute.

Kitzbühel. Das umfangreiche Erholungs- und Freizeitangebot der Wander- und Bikeregion von KitzSki gewinnt - bedingt durch die Entwicklung rund um Covid-19 - in den Nahmärkten weiter an Bedeutung. Dr. Klaus Winkler, Bürgermeister von Kitzbühel und Aufsichtsratsvorsitzender der Bergbahn Kitzbühel, ist überzeugt, dass es richtig und wichtig sei, die Nahmärkte gezielt zu bewerben. „Trotz aller Einschränkungen ist es notwendig, unseren Gästen und den heimischen Betrieben gegenüber positive Signale auszusenden“, so BGM Dr. Klaus Winkler.

Dieser Meinung schließt sich Mag. Anton Bodner, Vorstandsvorsitzender der Bergbahn Kitzbühel, an. „Wir sind mit dem geschäftlichen Verlauf der Sommermonate sehr zufrieden. Auch Dank unserer intensiven Werbemaßnahmen und Kampagnen verzeichnen wir erfreuliche Zuwächse aus Niederbayern. Es ist von großer Bedeutung in der Situation aktiv zu sein und als Leitbetrieb mit unserer Arbeit die Gastronomie und touristischen Einrichtungen zu unterstützen“, erklärt Mag. Anton Bodner.

Details zur Programmatic-Display-Kampagne

Sylvia Brix, Marketingleiterin der Bergbahn Kitzbühel, freut sich über den erfolgreichen Verlauf der Kampagne, welche gemeinsam mit der Agentur „ofp kommunikation“ ausgearbeitet wurde. „Auf insgesamt 88 Screens werden von Juli bis September wetterangepasste Videoclips zum Thema ‚Wandern mit der Familie‘ und ‚Radfahren am Berg‘ gezeigt und wecken beim Betrachter Wünsche und Emotionen nach Erlebnissen in der Natur,“ so Sylvia Brix. Die Clips werden im öffentlichen Raum im Tiroler Unterland sowie in den relevanten Landkreisen in Bayern ausgestrahlt, etwa auf Outdoorstelen, LED-Walls, großflächigen Screens sowie über Monitore in öffentlichen Bussen, Einkaufszentren und Supermärkten. Neu bei dieser Werbeform ist, dass je nach aktueller Witterung

am Standort, das Videosujet entsprechend angepasst wird. Bei Schönwetter werden Aufnahmen von Wanderungen bei strahlendem Sonnenschein am Berg gezeigt, ist das Wetter eher bescheiden, kommen Sequenzen mit einem Szenenwechsel vom grauen Stadtalltag zum bunten Bergsommer zum Einsatz. Zu finden sind die Videos online unter press.kitzski.at/kampagne sowie auf dem KitzSki Youtube Kanal.

Bestens vorbereitet für die Skisaison

Die erfreuliche Entwicklung des Sommers bei der Bergbahn Kitzbühel stimmt positiv und optimistisch für den bevorstehenden Herbst und Winter. „Die Maßnahmen zum Schutz der Gäste und Mitarbeiter gegen das Virus funktionieren sehr gut,“ zeigt sich Vorstand Walter Astl zufrieden. „Wir sind für den Winter bestens vorbereitet und gestalten unsere umfangreichen Maßnahmen in Abstimmung mit externen Experten und drei spezialisierten hausinternen Covid-19 Beauftragten, um den Skibetrieb so sicher und reibungslos wie möglich für die treuen KitzSki Gäste zu garantieren.“

kitzski.at

Pressefotos

Die Pressefotos dürfen in Zusammenhang mit einer positiven Berichterstattung über die Bergbahn AG Kitzbühel und unter Angabe des Fotonachweises kostenlos verwendet werden.



© KitzSki

Im Bild v. l.: Mag. Anton Bodner, Vorstandsvorsitzender der Bergbahn Kitzbühel, BGM Dr. Klaus Winkler, Aufsichtsratsvorsitzender der Bergbahn Kitzbühel, Sylvia Brix, Leitung Marketing Bergbahn Kitzbühel und Walter Astl, Vorstand Bergbahn Kitzbühel



© Alex Gretter Fotografie

Programmatic-Display-Kampagne - die Videoclips zum Thema ‚Wandern‘ und ‚Biken‘ werden auf 88 Screens in Tirol und Bayern ausgestrahlt.