Handbuch Tourismusmarketing

Für eine erfolgreiche Zukunft

Kufsteinerland
verbindet

Impressum

Herausgeber:
Tourismusverband Kufsteinerland
Unterer Stadtplatz 11
A-6330 Kufstein
+43 5372 62207
info@kufstein.com
www.kufstein.com

Urheberrechte:
Alle Komponenten dieses Handbuchs sind urheberrechtlich geschützt. Die weltweit uneingeschränkten Nutzungsrechte an dem geistigen Werk hat der Tourismusverband Kufsteinerland. Jede Verwendung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts und der Vereinbarung zu den Nutzungsrechten zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer durch externe Dritte ohne schriftliche Zustimmung des Tourismusverbandes Kufsteinerland ist ausgeschlossen und wird gerichtlich verfolgt.

Titelseite: © TVB Kufsteinerland, Lolin

© TVB Kufsteinerland:
Max Draeger (S. 12, 15, 44, 64, 65, 69, 71),
Florian Egger (S. 47), FOTO·GRETTER (S. 23, 64),
Mathäus Gartner (S. 8), Dominik Kiss (S. 71),
Lolin (S. 6, 15, 54, 60, 67, 68), Peter Manhartsberger (S. 57),
ofp-kommunikation (S. 69), Sportalpen Marketing (S. 65),
Sven Fotografiert (S. 59), Tirol Werbung © Quirin Leppert (S. 50),
un attimo Photographie (S. 66), VANMEY Photography (S. 4, 42,
52, 57, 58, 63, 70), W9 Studios (S. 61)

© Tourismusverband Kufsteinerland, 2023.
Alle Rechte vorbehalten.

Das Leitbild
Kufsteinerland 2030+. Unser Weg. 05

Die Marke 07

Das Kampagnenkonzept 09

Das Design 12

Die Sprache 42

Die Bildsprache 50

Kufsteinerland 2030+. Unser Weg.

Vision	Im **Kufsteinerland verbindet** sich das beliebteste **Kulturquartier der Alpen nachhaltig** mit der **natürlichen Kraft** der **ersten Berge Tirols**.		
Ansatz (Narrative)	**Quality of Life.**	Lebensqualität entsteht aus der kostbaren Verbindung von Kraft der Natur mit lebendiger Lebenskultur.	
	Quality of Experience.	Besonderer Wert entsteht durch die Verbindung kultureller und natürlicher Erfahrungen im Gebirge.	
	Quality of Mind.	Mutige Perspektiven und Entscheidungen führen zu einer neuen Qualität der Zusammenarbeit.	
Ziele	Aktive Erholung in den ersten Bergen Tirols steigert Wert und Wertschöpfung.	**Kultur. Best of the alps.**	Neuinterpretation des Lebensraumes im Gebirge schafft nachhaltig Lebensqualität.
Agenda (Produkterlebnisse)	Kraft der Gebirgslandschaft.	**Mutige Kultur, New Generation.**	Leben, Lernen und Arbeiten in alpiner Bergkulisse.

Werte, die beschreiben, wie wir sind

kraftvoll **kreativ** **kultiviert** progressiv geradlinig berührend konsequent nachhaltig

Die Marke

Was wir unter „Marke“ verstehen.

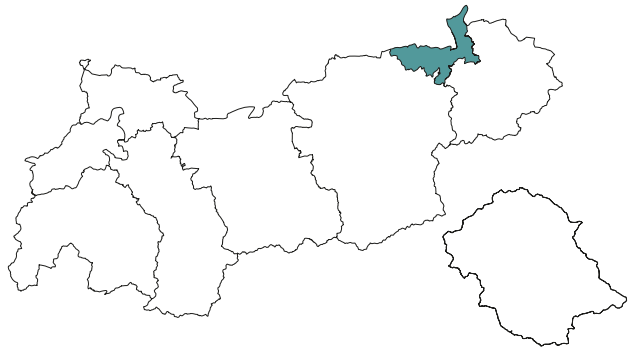
Eine Marke ist der verdichtete Ausdruck spezifischer Spitzenleistungen.

Das Kufsteinerland muss seine spezifischen Spitzenleistungen verdichtet ausdrücken, damit es zu einer begehrlichen Standortmarke wird.

Der Markenkern von Kufsteinerland:

Kufsteinerland verbindet

Die Essenz von Tirol ...



... gibt dem großen Ganzen die besondere Würze.

Die Verbindung von

Raum + Identität = Marke

Das Kufsteinerland nimmt Raum in der Marke Tirol ein und bereichert die Marke.

Der Lebensraum Kufsteinerland vereint Schaffens- und Innovationskraft mit gelebten Tiroler Traditionen und internationaler Hochkultur. Er ist Kulisse und Kraftort für Einheimische gleichermaßen wie für Arbeitnehmende, Studierende und Gäste.

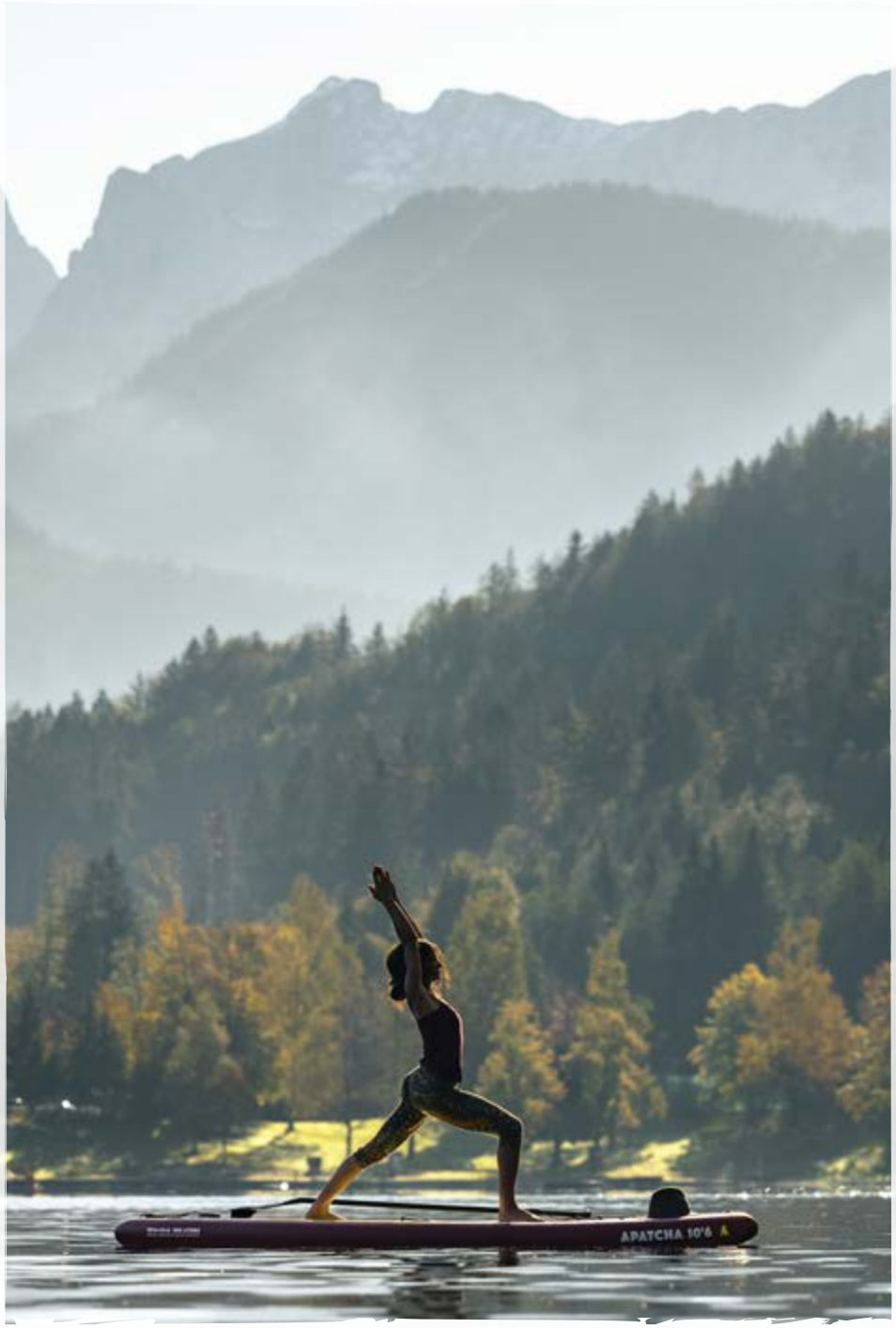
Tirol ist als Region und Marke stark und etabliert.

Ohne das Kufsteinerland wäre Tirol nicht vollständig!

Leben, Lernen, Arbeiten

Kultur
Kulisse
Kraftort

} Kufsteinerland



Das Design

Logo	14
Schriften	18
Typografie und Satz	20
Farben	22
Gestaltungsraster	24
Layout	34
Merchandising	40

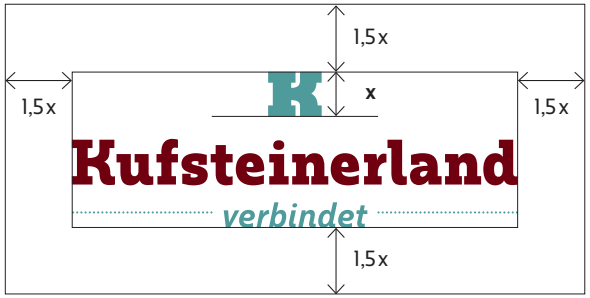
Das Logo

Das Logo besteht aus dem Schriftzug „Kufsteinerland“ und einem typografischen Signet, einem „K“, welches in seiner Formgebung die Charakteristik von Kufstein widerspiegelt.
Nicht zuletzt erinnert es auch an die Festung, dem architektonischen Zentrum von Kufstein. Das Logo steht immer in Verbindung mit dem Claim „verbindet“.

Anmerkung
Das Logo darf nie ohne Claim verwendet werden. Der Basis-Claim „verbindet“ ist immer anzuwenden.

Kufsteinerland
verbindet

Kufsteinerland
verbindet



Schutzraum

Der definierte Schutzraum des Logos ist unbedingt einzuhalten.
Innerhalb dieses Bereichs dürfen keine anderen Text- oder Grafikelemente platziert werden.

Logo S/W

Diese Varianten sind nur bei SW-Druck oder einfärbigem Druck anzuwenden.

Kufsteinerland
verbindet

Kufsteinerland
verbindet

Kufsteinerland
verbindet

Logo Do's

Vorzugsweise wird das Logo auf weißem Hintergrund platziert, um einen größtmöglichen Kontrast zu gewährleisten.
Der definierte Schutzraum garantiert die optische Alleinstellung der Wort-Wild-Marke.

Logo mit Partnereinbindung

Das Logo kann in Kombination mit einem Partnerlogo gesetzt werden. Für eine gute Lesbarkeit und ein harmonisches Gesamtbild ist auf Mindestgrößen und Schutzraum zu achten.

KUFSTEIN
Stadt

Kufsteinerland
verbindet

Rum Serif Semibold. Macht sich stark für Headlines.

Zuständig für Sublines: Rum Sans Semibold.

Die Rum Sans Light wird für den Fließtext eingesetzt. *Rum Sans Light Italic für Auszeichnungen im Fließtext* se la cum voluptat re omnimo volore is estes esequamus nos mossimil et, ilibus, sum conemquata nos dolo dolupiet reribusda dolor remposant hillacc usciiscimus denissimus dis dolupta non repe sum quiaerro estem et es et magnimusa as reribea rumquam as cusci odit, atur am eum facepud. Ihilitat. Res dolluptature eossitatur? Otatiur sust eum facipsanda volorenisqui ducimento blaceru ptatem aut ut lis sanis et, nemolor re, vitatibus quaecae.

Rum Serif Semibold und Rum Serif Light werden für marginale Zusatztexte eingesetzt.

Tahoma Bold. Macht sich stark für Headlines.

Die Tahoma Regular wird für den Fließtext eingesetzt. Accusa aut am nobitas magnia am. Nes ea dit aut aut intureheni imus di as dio dolorei catisquiat ad eatin es aut aspit, offictempor rehenet que nis atio offic temquatis et, quis dolorion nitate por re porio eos ent aut con perum qui cum qui doluptatiis as arcia in esequid quis expeditas una quaspel luptatur adic tem quam ipitam eatur as endi quis serum inihicatione volo delia excepud icatia ea dolupta voluptam, quis un et dolupta tionemp oristibusae. Itatur alia explaudam vel una doluptate.

Schriften

Die Schriftfamilie „Rum“ (Sans & Serif) bietet der Typografie von Kufstein alles, was sie braucht: Starke Kontraste in der Formgebung – Ecken kombiniert mit fein ausgearbeiteten Rundungen, spiegeln den Charakter des Kufsteinerlands in der Schriftwelt wider.

Office Schriften

Für den Office Bereich, insbesondere für den Briefverkehr (Word), wird die Systemschrift „Tahoma“ verwendet.
Diese ist auf PC wie Mac Geräten vorinstalliert.
Sie darf ausschließlich für diesen Bereich verwendet werden. Wenn immer möglich, ist die Schriftfamilie „Rum“ einzusetzen.

Die Schriftfamilie „Rum“

Aa

Rum Serif Semibold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff
Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
! “ § $ % & / ( ) = ? €
Àà Èè Ìì Òò Ùù Éé

Rum Sans Light

Aa

Aa Bb Cc Dd Ee Ff
Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
! “ § $ % & / ( ) = ? €
Àà Èè Ìì Òò Ùù Éé

Einheitliche Schreibweisen

- Typografische Anführungszeichen „Mustertext“
- Gendern: Schreibweise mit Doppelpunkt (Betrachter:innen)
- Nummern 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 (Standard-Zahlenformat)
- Telefonnummern: +43 5372 62207
- Währung: € 100,00 (kaufmännisches Euro-Zeichen, zwei Kommastellen) € 1.000,00 (Punktabtrennung bei 4-stelligem Betrag)
- Uhrzeiten: 19:00 Uhr Schreibweise mit Doppelpunkt
- Uhrzeiten von bis: 12:00 – 14:00 Uhr (das „bis“ wird nicht ausgeschrieben)
- Datum: 08.10.2023, 01.02.2023
- E-Mail: m.mustermann@kufstein.com

Typografie und Satz

Textausrichtung

Blocksatz
Im Blocksatz werden alle Zeilen auf die gleiche Länge gebracht. Das Schriftbild wirkt dadurch ruhig und übersichtlich. Unästhetische Wortzwischenräume und künstliche Sperrungen sollten vermieden werden. Vorzugsweise wird der Blocksatz bei großen Textmengen beispielsweise in Magazinen und Broschüren eingesetzt.

Flattersatz
Der Flattersatz mit unterschiedlich langen Zeilen wirkt lebendiger, leicht und weniger streng. Linksbündig ausgerichtet ist er gut lesbar und eignet sich bestens für kurze Textpassagen und Informationen wie beispielsweise für Drucksorten wie Flyer und Karten.

Augenfreundliche Textgestaltung

Für eine angenehme Lesbarkeit und augenfreundliche Textgestaltung ist bei der Textbearbeitung auf ein ruhiges Schriftbild zu achten. Auf zu viele Überschriften, Zwischentitel, Absätze und Auszeichnungen sollten verzichtet werden, damit sich das Auge gut zurechtfindet und im Lesefluss nicht gestört wird.

Die Schriften Rum Serif und Rum Sans werden ohne Schattierungen und Outlines eingesetzt. In den Headlines wird auf Versalien verzichtet und stattdessen Kapitälchen benutzt.

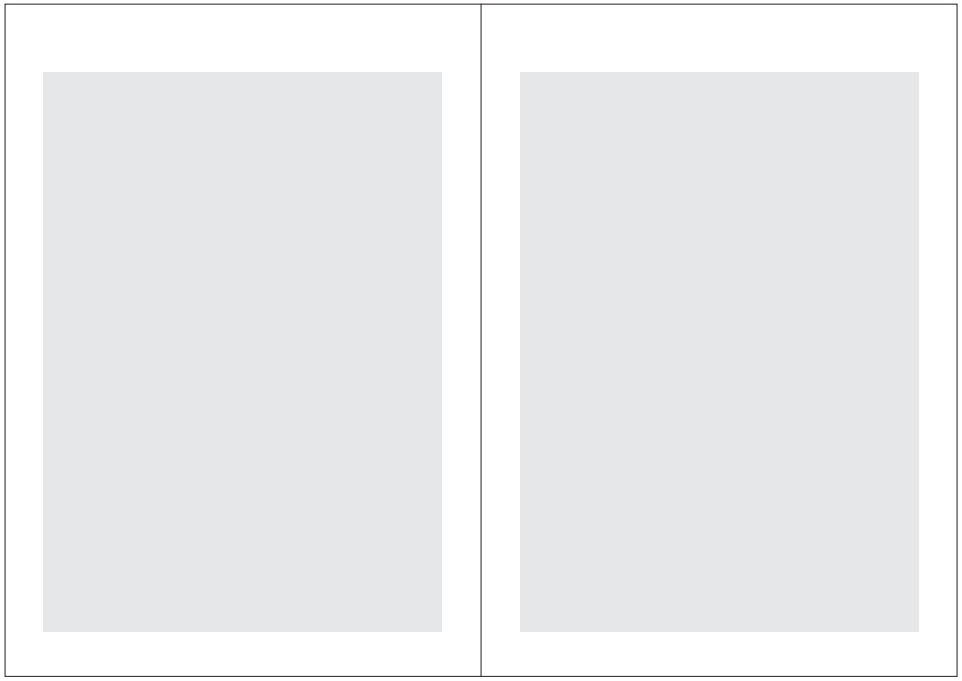
CMYK: 70 / 25 / 40 / 0
RGB: 100 / 150 / 150
Pantone: 7473 C

CMYK: 0 / 100 / 70 / 65
RGB: 110 / 10 / 20
Pantone: 7421 C

CMYK: 0 / 0 / 0 / 90
RGB: 60 / 60 / 60
Pantone: Cool Gray 11 C

Farben für Logo und Schrift

Das Türkis soll an den Inn erinnern und schafft zudem Verbindung zur klassischen Unterinntaler Tracht, welche diese Farbe häufig verwendet. Auch das Dunkelrot blickt auf eine lange Tradition zurück und bringt die beliebte und in Tirol fest verankerte Farbe ins Spiel. Durch einen höheren Anteil von Schwarz und Magenta distanziert sie sich jedoch vom klassischen, in Tirol sehr oft eingesetzten Rot. Dunkelgrau erzeugt zu den beiden anderen Farben eine solide Basis und wird vorwiegend für den Einsatz von Schrift verwendet.

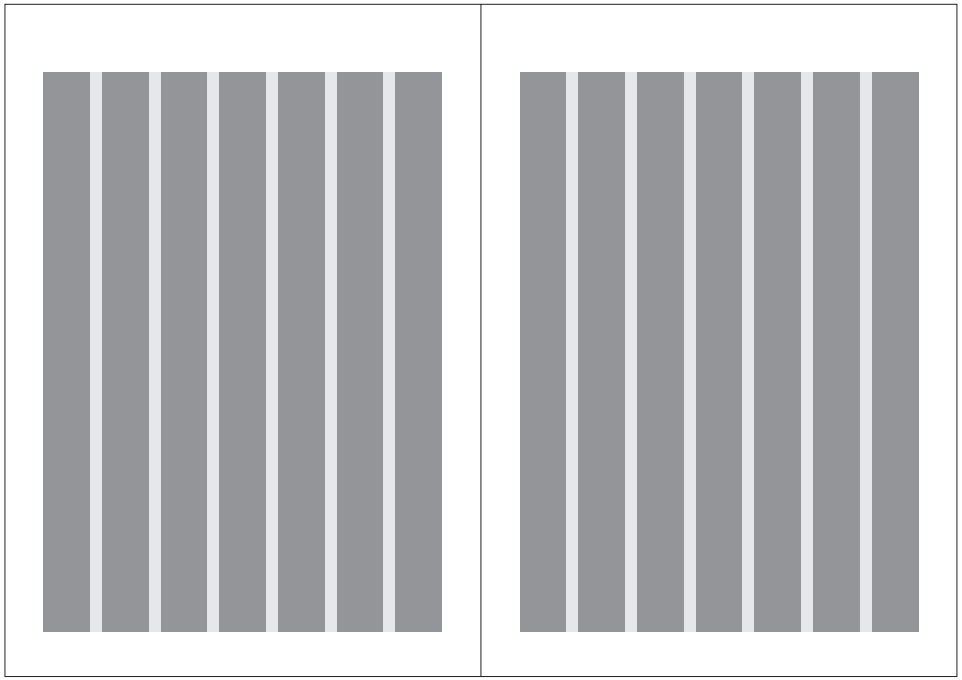


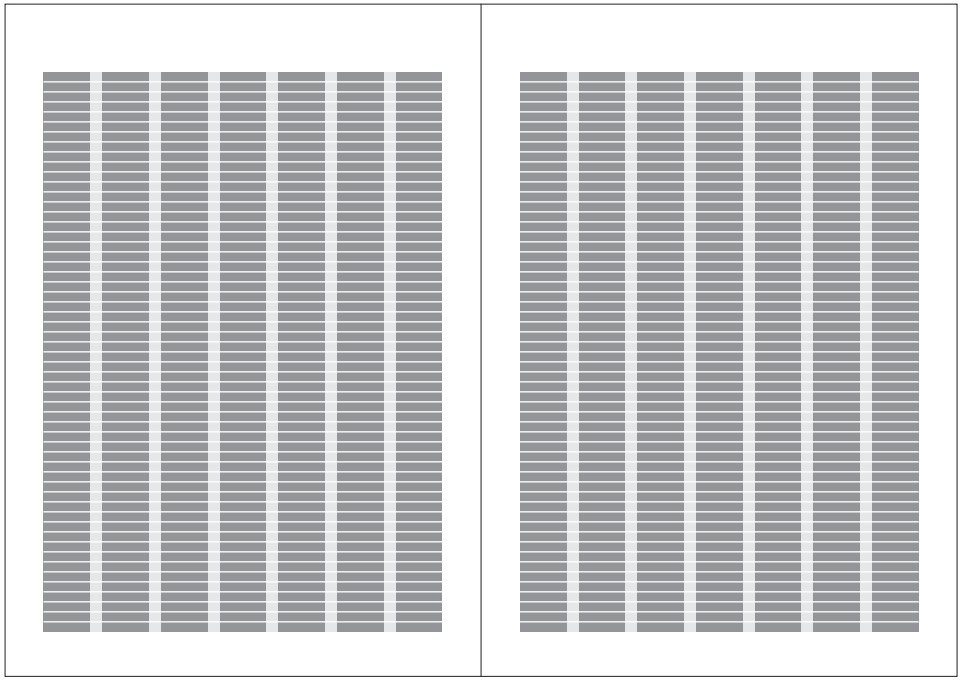
Gestaltungsraster: Satzspiegel

Das Ausgangsformat für das Gestaltungsraster ist DIN A4. Der Satzspiegel definiert den im Format zu bedruckenden Bereich.

Gestaltungsraster: Spalten

Das Ausgangsformat für das Gestaltungsraster ist DIN A4. Der Satzspiegel definiert den im Format zu bedruckenden Bereich.





Gestaltungsraster: Horizontale

Die horizontalen Linien stehen für die Ausrichtung von Text und Bild, insbesondere markieren diese Abstände den Durchschuss des Fließtextes.

	Fließtext	Bildunterschriften
Schriftgrad:	9 pt	7 pt
Durchschuss:	4,4 mm	3,6 mm

Um dem jeweiligen Inhalt entsprechend gestalterischen Freiraum zu geben, sind Schriftgrößen für Head- und Sublines nicht festgelegt. Dennoch sind diese dem Raster entsprechend anzulegen und auf Stringenz im Layout im Sinne des Corporate Designs zu achten.

Gestaltungsraster: Typografie

Die Anwendung des Rasters auf Typografie zeigt, dass das Layout durch die ungerade Spaltenanzahl aus einem starren Korsett ausbrechen kann und dies auch soll.

Freitag / Friday

Sommer Erlebnisprogramm / *Summer activity programme*

Conquering the historic fortress town
Kufstein was promoted to the status of town over 600 years ago and has a long-standing history as a town, revolving around Kufstein fortress. During the tour, our city guides tell of everything from civilian life to the significance of the river Inn, the battles for the fortress and new developments and discoveries.

Stadtführung: Die historische Festungsstadt erobern (28. März bis 13. November)

Kufstein wurde vor über 600 Jahren zur Stadt erhoben und blickt auf ein langes städtisches Leben zurück, in dessen Mittelpunkt die Festung stand und steht. Vom bürgerlichen Leben, der Bedeutung des Inns, den Kämpfen um die Festung, neuen Entwicklungen und Erfindern erzählen die Kufstein Guides.

Kufstein, Treffpunkt/*meeting point:* Unterer Stadtplatz beim Marienbrunnen (Eingangsbereich Infobüro Kufstein), Zeit/*time:* 11-ca. 12 h. Kostenlos für Gäste mit der KufsteinerlandCard! Diese bitte auch mitbringen! Anmeldung bis spätestens 16.30 h am Vortag erforderlich!
Registration required - by 4.30 p.m. the day before at the latest!

Ortsführung durch Erl – Ein besonderes Kulturdorf

Ein Passionsspielhaus und ein Festspielhaus – zwei Prachtbauten in einem 1500-Seelendorf, die sich perfekt in Form und Stil ergänzen und sich in die wunderschöne Landschaft einfügen. Seit 400 Jahren wird in Erl im Rhythmus von 6 Jahren die Passion gespielt, die nächsten Spiele werden 2025 aufgeführt! Ein Blick in das Passionsspielhaus wird jeden Kulturliebhaber begeistern. Das Festspielhaus der „Tiroler Festspiele" wurde 2012 eröffnet. Gleich in der Nähe befindet sich die „Blaue Quelle", ein einzigartiges Naturdenkmal und ein Kraftort.
TIPP: Die bewegte Geschichte Erls ist auch in Rosmarie Gunitzbergers Buch „Eine Reise durch Erl" nachzulesen.

Guided tour through Erl – A special cultural village

A passion play house and a festival theatre – two magnificent buildings in a village of 1500 souls, perfectly complementing each other in form and style. For 400 years, the passion has been played in Erl every 6 years, the next plays are scheduled for 2025! A look into the passion play house will impress all culture fans. The festival theatre "Tirolean Festival" was opened in 2012. Just nearby is the "Blue Spring", a unique natural landmark and power place.
Tip: *The history of Erl can also be read about in Rosemary Gunitzbergers book "A journey through Erl".*

Erl, Tag, Zeit, Treffpunkt und Kosten: auf Vereinbarung! Diese „Reise durch Erl" organisieren wir für Gruppen (ab 6 Personen) gerne individuell! *Date, time, meeting point and cost: by agreement! We can organize this "journey through Erl" for small groups (from 6 persons) or groups individually!*

Zeitreise ins Mittelalter

Das Ritterfest auf der Festung Kufstein

Rauchschwaden ziehen alten Mauern entlang, in der Luft liegt der Geruch von gegrilltem Fleisch, dazwischen der Duft von Räucherwerk und wilden Kräutern … Wieder ist die Festung Kufstein von Spielmännern und Gauklern, Rittersleuten und Burgfräulein bevölkert. Seit 2009 ist das Ritterfest Kufstein ein jährlich wiederkehrendes Highlight.

„Das offene Feuer war eine sicherheitstechnische Frage, die ganz am Anfang geklärt werden musste. Unsere Mitwirkenden leben für drei Tage auf der Festung. Sie schlafen oben und brauchen das Feuer auch, um sich zu verpflegen", erklärt Christian Domeier, der das Ritterfest auf der Festung Kufstein ins Leben gerufen hat. Als Organisator ist er von Beginn an auch für die Sicherheit der zwei- bis dreihundert Beteiligten und natürlich der Besucher mitverantwortlich. Das europaweit bekannte Mittelalterfest zieht jährlich viele Tausend Gäste an.

Eine Reise in die Vergangenheit

Auf der Festung Kufstein tauchen sie in vergangene Zeiten ein: „Kufstein zieht Gäste aus nah und fern an, allein der imposanten Landschaft wegen. In unserem Fall fügen wir dem Aufenthalt eine vierte Dimension hinzu – wir reisen mit den Menschen 1.000 Jahre in der Zeit zurück." Für die Teilnehmer ist es eine Gelegenheit, das moderne Leben hinter sich zu lassen: „Die Leute haben eine Sehnsucht nach dem Ursprünglichen, nach dem Handgemachten", vermutet Christian Domeier und ergänzt: „Sie haben das Bedürfnis, die Welt wieder zu verstehen. Die Geschichten von damals sind einfach durchschaubar: Drache entführt Prinzessin. So schnell ist das erzählt." Das Ritterfest hat alte Legenden zum Thema. Die Burgen waren in früheren Zeiten auch Zentren des sozialen Lebens: Neben ihrer Funktion als Verteidigungsbauten waren sie auch der Raum für Hochzeiten, Krönungen und große Jahrmärkte. In dieser Tradition kann das Ritterfest Kufstein gesehen werden. Die Legende wird dabei von den Mitwirkenden weitergeschrieben: „Es geht uns um die vielen kleinen Geschichten, die jedes Jahr neu entstehen. Jeder, der am Ritterfest Kufstein teilnimmt, schreibt die Geschichte weiter", bestätigt der Organisator.

Zu welcher Zeit gab es Ritter?
Testet euer Wissen rund um die faszinierende Welt der Ritter, indem ihr das Bild mit der App Livi AR scannt. *App-Download auf Seite 4.*

Aus Besuchern werden Beteiligte

Mit den Jahren werden aus den Gästen oft Mitwirkende: Sie kaufen sich auf der Festung Kufstein ein erstes Gewand, schon sind sie Teil der Szenerie. Sie gesellen sich zu den Spielleuten und Gauklern, zu den Handwerkern und Hofnarren. Die Spieler wählen ihre Rollen selbst, wie Christian Domeier erklärt: „Bei der Auswahl der Gruppen achten wir darauf, dass sie eine in sich geschlossene Geschichte erzählen. Wir haben

>>

Zurück ins Mittelalter.
Im Video zeigen wir euch, was die dreitägige Reise ins Mittelalter so besonders macht. Dafür einfach das Bild mit der App Livi AR scannen. *App-Download auf Seite 4.*

Lagernde, die sich auf die Zeit der Landsknechte beziehen und die Zeit rund um das für Kufstein bedeutungsvolle Jahr 1504 nachvollziehen. Genauso haben wir auch Mitwirkende, die sich auf das Frühmittelalter um 800 nach Christus beziehen. Die zeitliche Dimension ist nicht so wichtig."

Nicht nur unterschiedliche Jahrhunderte stehen nebeneinander, sondern auch ganz verschiedene Tätigkeiten. Den Besuchern bietet sich ein buntes Bild. „Die Mauern mögen grau sein, darin aber kommt es zu einer wahren Farbexplosion, wenn unsere Gaukler und Spielleute die Festung Kufstein bevölkern", beschreibt es Christian Domeier. Die Atmosphäre auf der Festung Kufstein ist jedenfalls sehr besonders, wie er festhält: „Die Festung Kufstein schränkt uns ein, weil nur sehr begrenzt Platz zur Verfügung steht. Doch diese Dichte an Erlebnissen ist auch ein Vorteil. Hier pulsiert das mittelalterliche Leben!"

Handwerk und kulinarische Höhenflüge

Die Besucher spazieren durch die Lager der Mitwirkenden. Den ganzen Tag über gibt es mittelalterliche Spezialitäten zu probieren, die von Christian Domeier persönlich verkostet und für gut befunden wurden. Dazwischen musizieren die Menschen und geben Einblicke ins mittelalterliche Handwerk. Die Teilnehmer sind daran gewöhnt, den neugierigen Menschen aus der Neuzeit zu erklären, was sie gerade machen. Den Kindern gibt das die Gelegenheit zu lernen: Wie wird ein Holzschwert geschnitzt? Kann ich das selbst machen? Fragen dieser Art dürfen gerne gestellt werden und werden freilich auch beantwortet.

Wenn schließlich die Dunkelheit über die Festung Kufstein hereinbricht, erleben die Gäste ein weiteres Highlight: Der Tag wird jeweils mit einer großen Feuershow beendet. Die flammenden Darbietungen werden von den Klängen einer Liveband begleitet. Den krönenden Abschluss bildet die Hymne „Vivat Kufstein", die nicht nur von den Künstlern auf der Bühne, sondern von allen Mitwirkenden gesungen wird. Wenn die Besucher die Festung Kufstein verlassen, legt sich die Nacht über die Burg. Den lagernden Leuten zeigt sich das alte Gemäuer dann von einer stillen Seite. Die offenen Feuer werden gelöscht und manch einer sitzt noch an der Glut, zufrieden zurückblickend auf einen ereignisreichen, einmaligen Tag.

Gut zu wissen

Die Geschichte vom roten Drachen

Seit Kurzem ist das Ritterfest auf der Festung Kufstein mit der „Taverne zum roten Drachen" um ein Highlight reicher. Eine Legende besagt, dass der örtliche Drache keine Lust mehr hatte, die Schätze des Landes zu hüten und so kehrte er immer öfter in die Taverne ein, um seine Langeweile gegen Lebenslust zu tauschen. Man munkelt, er sei auch heute noch regelmäßiger Gast der Taverne. Die Geschichte vom roten Drachen hat wiederum einen wahren Kern: Die Wagen und Anhänger der Gaukler und Händler werden auf der Festung Kufstein mit einem roten Gelenktraktor bewegt. Im mittelalterlichen Gewand aber spricht man nicht von einer motorisierten Maschine, sondern vom „roten Drachen". Die „Taverne zum roten Drachen" wurde in der Garage des besagten Traktors eingerichtet.

<<

Gestaltungsraster: Typografie & Bild

Bild und Text können in unterschiedlichsten Varianten gesetzt werden – der Charakter des Layouts bleibt dennoch klar erhalten.

Größenunterschiede in Bild und Text, um Spannung zu erzeugen, sind willkommen.

Imposantes Naturschauspiel
Der wunderschöne Verlauf des Kaiserbachs.

Spirituoller Rastplatz
Die Kapelle „Maria auf dem Stein" am Kaiserbach.

Eindruckswell
Die Tischoferhöhle am Eingang des Kaisertals.

Einkehrschwung
Der Pfandlhof inmitten des Naturschutzgebietes.

Verkehr verschlossen zu halten." Jeglicher Straßen- oder Wegebau in dieser Region sollte nur insoweit zu gestatten sein, als dies für forstliche Bedürfnisse notwendig wäre. Vom „Autolärm und Benzindampf" hätte das Kaisertal freizuhalten, bekräftigte Franz Schwaighofer in seinem Antrag. Besonders interessant ist außerdem, dass er bereits vor 60 Jahren befand, dieser Landschaftsschutz bedeute auch „Menschenschutz vor Zivilisationsschäden in vorbeugendem wie heilendem Sinne". Er bezog sich dabei auf ein Referat des damaligen Präsidenten des Deutschen Naturschutzringes Prof. Dr. Dr. Krieg, der vor den „seelischen und moralischen Gefahren" warnte, „die dem heutigen, mehr dann je ruhebedürftigen Menschen bei mangelndem Landschaftsschutz drohen." Und so waren sich die Herren Schwaighofer und Krieg in der Mitte des vorigen Jahrhunderts einig, „Was der heutige Mensch vor allem braucht, sind Oasen der Ruhe." Bis es dann wirklich so weit war, dass das Kaisergebirge zum Naturschutzgebiet erklärt wurde, war es nach diesem Antrag noch ein langer Weg. Schließlich kam es sogar zu einer Volksabstimmung, bevor der Antrag endgültig beim Amt der Tiroler Landesregierung in Innsbruck eingereicht und im Jahr 1963 die offizielle Erklärung zum Naturschutzgebiet ausgestellt wurde.

Erste Besiedelung im Alpenraum
Das Kaisergebirge ist geprägt von seinen hellgrauen, steilen Felswänden und -spitzen, die eine überwältigende Imposanz ausstrahlen. Im Bereich der Kaiserbachklamm offenbart sich die eindrucksvolle Tischoferhöhle. Funde von Werkzeugen und Skelettresten von Menschen, Bären und anderen Tieren in dieser Höhle verweisen darauf, dass diese bereits in der Jungsteinzeit von Menschen aufgesucht wurde. Damit gilt dieser Ort als eine der ältesten nachgewiesenen Fundstellen menschlicher Besiedelung im Alpenraum. Mit diesem imponierenden Hintergrundwissen die Atmosphäre der Tischoferhöhle auf sich wirken zu lassen, ist ein sagenhaftes Gefühl.

Flora und Fauna im Naturschutzgebiet
Die besondere Tier- und Pflanzenwelt im Kaisergebirge war vor 60 Jahren eines der überzeugenden Argumente für eine Unterschutzstellung. So findet man im Gebiet zum Beispiel den Smaragdgrünen Regenwurm, eine Eigenart unter den wirbellosen Tieren. Der Regenwurm ist erst rosarot, dann violett und schließlich bunt, bis er nach zwei bis drei Jahren im ausgewachsenen Zustand seine besondere smaragdgrüne Farbe erlangt. Ebenso faszinierend sind der Feuer- und der Alpensalamander, die beide im Kaisergebirge anzutreffen sind. Auch Schlangen wie die Schlingnatter oder Kreuzotter können hier entdeckt werden und selbstverständlich ist das Naturschutzgebiet Heimat unterschiedlicher Säugetiere wie zum Beispiel des Siebenschläfers oder Hermelins, der Gämsen, Rehe oder Hirsche. Greifvögel wie Sperber, Habicht oder Steinadler haben im Kaisergebirge ebenso ihren Lebensraum wie Birk- oder

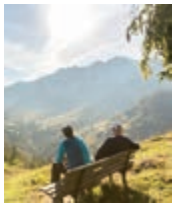
Gut zu wissen

Verhalten im Naturschutzgebiet

Jede und jeder einzelne kann einen entscheidenden Beitrag zum Erhalt der Schönheit des Naturschutzgebietes Kaisergebirge beitragen.

Vielen Dank, dass Sie ...

- Ihren Hund an die Leine nehmen.
- Ihren Müll und Ihre Hundesäckchen wieder mit ins Tal bringen.
- den Lebensraum von Pflanzen und Tieren respektieren.
- keine Tiere füttern und einen sicheren Abstand halten.
- auf den ausgeschilderten Wegen bleiben.
- kein offenes Feuer machen und offizielle Übernachtungsmöglichkeiten nutzen.
- die Ruhe genießen und auf laute Geräusche verzichten.
- sich mit eigener Körperkraft fortbewegen.



Naturerlebnis Kaisergebirge
www.naturerlebnis-kaisergebirge.at

Mit dem Kaiserlift Kufstein gemütlich nach oben schweben

Foto: Sandra Kupfer

Der Kaiserlift Kufstein bringt seine Gäste von der Festungsstadt entspannt in das Naturerlebnis Kaisergebirge.

Geöffnet täglich von 29. April bis 29. Oktober von 8:30 Uhr bis 16:30 Uhr. Einstieg zur letzten Bergfahrt um 16:15 Uhr, letzte Talfahrt um 16:30 Uhr.

Unsere Highlights

Morgenfahrten Kaiserlift Kufstein
Ein Frühjahrs- im Naturerlebnis-Programm sind die beliebten Morgenfahrten im Sommer. An den Samstagen von **17.06. bis 26.08.2023** startet der Kaiserlift bereits um 7 Uhr in der Früh. Teilnehmende können den Berg selbstständig erkunden oder am Morgenyoga am Brentenjoch sowie an einer der beiden geführten Erlebnistouren „Trail-Running für Anfänger*innen" oder „Wunderwelt der Geologie" teilnehmen.

Am Erlebnisweg die Natur spielerisch entdecken
An den 14 interaktiven Stationen können kleine und große Gäste selbst zu einem Schmetterling werden, Tierspuren im Wald entdecken oder in einer überdimensionalen Bienenwabe verweilen. Der Naturerlebnisweg startet direkt bei der Mittelstation Duxer Alm und führt über den Berggasthof Hinterdux zur Marienkapelle am Duxer Köpfl. Für die familienfreundliche Wanderung sollten rund 1,5 Stunden eingeplant werden.

Unser attraktives Erlebnisprogramm finden Sie hier:
www.naturerlebnis-kaisergebirge.at

www.kaiserlift.at

KUFSTEIN

„... denn über den Wolken muss die Freiheit wohl grenzenlos sein!"
Reinhard Mey

Das Kufsteinerland im Aufwind erleben

Flugplatz Kufstein-Langkampfen: Abheben ins Alpenpanorama

Auch wenn Kufstein zu jeder Jahreszeit mit einer Vielzahl an Aktivitäten lockt, Flugbegeisterte sind überzeugt: Fliegen ist schöner! Mit dem Segel- und Motorflugplatz Kufstein-Langkampfen fliegen Hobbypiloten weit über dem Boden, umrahmt von den imposanten Tiroler Bergen und Gipfeln – inklusive fantastischer Föhnlage für endlose Höhenflüge.

Das Flugfeld liegt etwas außerhalb der Stadt Kufstein im Gemeindegebiet Langkampfen, umgeben von schneebedeckten Gipfeln und dem türkisblauen Inn. In der angrenzenden „Fliegerstube", die auch bei den Einheimischen beliebt ist, kann man ausgesprochen gut essen und wer Tag und Nacht Flugatmosphäre schnuppern möchte, checkt am besten gleich beim Pankcamping Hagerein. Von dort aus kann man sein Frühstücksei direkt vom Bauern holen und in den Flugausen lädt der nahe gelegene Stimmersee zum Entspannen ein. Im gleichnamigen Gasthof finden auch Campingmuffel Unterkunft in hochwertigen Appartements, idyllisch direkt am See gelegen.

Höhen und Tiefen: Fluggeschichte in Kufstein
Ohne den jungen Ingenieur Alois Hasenknopf, dem in Kufstein auch eine eigene Straße gewidmet ist, würde es den Flugplatz Langkampfen-Kufstein heute wahrscheinlich gar nicht geben. Denn er war es, der den Segelflug nach Kufstein brachte. Zusammen mit anderen Flugbegeisterten führte er schon in den Dreißigerjahren des vorigen Jahrhunderts kurze „Erprobungsflüge" auf dem Gemeindegebiet von Niederndorf durch. So wurde zu Beginn des Zweiten Weltkriegs auch das NS-Fliegerkorps auf die exzellenten Flugbedingungen aufmerksam und errichtete eine Segelflug-Ausbildungsstätte auf dem Gelände. Nach dem Krieg herrschte flugmäßig dann länger Flaute. Aber Alois Hasenknopf hatte seine Flugleidenschaft nicht verloren und so verhandelte er mit der französischen Besatzungsmacht, um den Flugbetrieb in Kufstein wieder zu etablieren. 1950 gründete Hasenknopf den Kufsteiner Fliegerclub und der Flug-

Gäste willkommen!
Langkampfen-Kufstein ist ein Privatflugplatz, steht aber auch Gästen mit eigenem Fluggerät zur Verfügung.

Nichts zu meckern

Auf dem Moosbauerhof leben 70 Ziegen

Warum eines der ältesten Nutztiere der Welt völlig zu Unrecht als „dumm" bezeichnet wird, erklären Monika und Hermann Gramshammer vom Moosbauerhof in Erl. Seit über zehn Jahren züchten sie gamsfarbige Gebirgsziegen.

Der Tag beginnt am Moosbauerhof morgens um 5:30 Uhr. Am Erlebeg, kurz vor dem Übergang nach Sachrang findet man den landwirtschaftlichen Betrieb samt Gastwirtschaft auf 1.000 Metern Seehöhe. 70 Ziegen wollen jeden Tag gemolken und gefüttert werden – und das immer zur exakt selben Uhrzeit, denn Ziegen sind sehr sensible Tiere. „Mit Veränderungen tun sie sich schwer", erzählen Monika und Hermann Gramshammer. Man könnte das als „sickig" bezeichnen – dieses Begriff mögen die Bäuerin und der Bauer aber gar nicht. Jeen, Ziegen sind nicht sickig. Sie sind eigenwillig und sehr feinfühlig – man muss ihnen mit viel Gefühl begegnen."

Sandra, Conny, Simone sind etur, aber nicht dumm
Vom lateinischen Namen der Ziege „capra" wird das Wort kaprizös abgeleitet. So werden Menschen genannt, die ein bisschen eigenwillig sind. Eine Ziege macht nichts, wenn sie keinen Sinn sieht. „So lassen sich Ziegen anders als Kühe, nicht treiben. Man muss als Bauer vorausgehen, wenn man sie ejendwo hinführen möchte. Eine Ziege geht keinen Weg, den sie nicht kennt. Sobald sie aber weiß, wohin die Reise führt, findet sie den Weg von allein", erzählt Hermann Gramshammer. Jede einzelne Ziege hat einen Namen. Die älteste Ziege heißt Heidi. Dann gibt es noch Sandra, Conny, Simone, Cordula und viele andere. Wie kennt man 70 Ziegen auseinander? „Jede Ziegehat eine Besonderheit. Wenn man genau schaut, erkennt man diese auch", schildert Hermann Gramshammer.

Sie finden das kleinste Schlupfloch im Zaun
Der Moosbauerhof wird seit dem 19. Jahrhundert bewirtschaftet. Die Kühe verschwanden in den letzten Jahren aber gänzlich vom Hof. Familie Gramshammer konzentriert sich vollkommen auf ihre gemischtartigen Gebirgsziegen. In einer Herde, wo es sogar eine Rangordnung gibt, fühlen sie sich am wohlsten. Wer in der Gruppe ganz oben steht, darf auch als Erstes an den Futtertrögen. Tagsüber sind Ziegen dau-

Historischer Stadtweg Kufstein

Fenster zur Vergangenheit

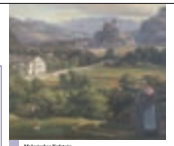
Warum stecken Kanonenkugeln in der Mauer? Was bedeutet „Niederlagerecht" und weshalb wurde die alte Innbrücke abgerissen? Die wechselvolle Geschichte der Stadt Kufstein steckt voller Rätsel. Diese kann man bei einem unterhaltsamen Stadtspaziergang mit der ganzen Familie erkunden.

Historischer Stadtweg reloaded
Auf den neu gestalteten historischen Stadtweg durch Kufstein geht man, im wahrsten Sinne des Wortes, mit der Zeit. So finden Besucher:innen 23 geschichtsträchtigen Stationen Tafeln mit interessanten Informationen zur Geschichte Kufsteins vor. Aber nicht nur das: ausgehend vom Marienbrunnen am Unteren Stadtplatz führt eine spannende digitale Rätselreise Groß und Klein quer durch die Stadt. Dabei wird der Blick auch auf kleine Details von die Kanonenkugeln gelenkt, die in der Mauer der prächtigen Rüsselfugrosse stecken – Besonderheiten, die selbst manchem Einheimischen bisher verborgen geblieben sind. Während man mittels Audioguide spannende historische Details genauso wie unterhaltsame Anekdoten erfährt, sind vor allem junge Besucher dazu angehalten, knifflige Rätsel zu lösen, um die Festung Kufstein zu retten und vor der Abrissbirne zu bewahren.

Achtung, Urkundenfälscher!
Die Story hinter dem Rätselguß mit dem Titel „Drüberüber die Festung zurück" spielt in der Gegenwart, reicht aber in die Vergangenheit zurück. Ein reicher Industrieller legt eine alte Urkunde vor, die bewiesen soll, dass die Festung Kufstein eigentlich im Besitz seiner Familie ist. Nun will er die etwaoüige Fälschung abtragen lassen. Die Aufgabe der Besucher ist es, die Urkundenfälschung durch geschichtliches Wissen aufzudecken und die Festung für die Kufsteiner zu retten. Da bei Ebes Chnen spitzen, wenn die Festung selbst im Audioguide über ihre Geschichte erzählt, denn die Rätselfragen sind durchaus herausfordernd, die zusätzliche Hilfestellung gibt es auch eine analoge Kartenrei Hinweisen zu den Rätseln.

Erobern die Festung!
„Drüberüber die Festung zurück" schwenkt überhaupt das historische Motto der Stadt Kufstein zu wem. So haben sich in der Vergangenheit Österreicher und Bayern viele Schlachten um die strategisch und wirtschaftlich wichtige Stadt am Inn geliefert, wie man auf den Infotafeln des historischen Stadtweges nachlesen kann. Manche Station führt in die neuere Geschichte, wie zum Beispiel die Nummer 13. Sie markiert den Luftschutzkeller, in dem die Kufsteiner Bevölkerung bei dem verheerenden Bombenangriff in den letzten Kriegstagen 1945 Zuflucht gefunden hat. Heute sind nur noch die Tickets für die Veranstaltungen auf der Festung Kufstein urskämpfl, wo Österreicher, Bayern und viele andere Nationalitäten gemeinsam dem Kulturgenuss frönen.

Außenposten: Drei neue Stationen fernab vom Zentrum
Wer den Stadtspaziergang zu einer kleinen Wanderung ausdehnen möchte, hat jetzt die Möglichkeit, ihn mit einer der drei neuen Stationen



Malerisches Kufstein
Anton Ertel, einst Bürgermeister der Festungsstadt, zeigt im Jahr 1891 auf seinem Bereis in Eisbach.

Fakten

Historischer Stadtweg Kufstein
1,7 km – 1,5 km – 1:00 h

Hochwacht
6,1 km – 280 hm – 2:00 h

Thierberg
7,4 km – 250 hm – 2:30 h

Zeller Berg
3,3 km – 110 hm – 1:00 h

Hochwacht, Thierberg oder Zeller Berg zu ergänzen. Als Belohnung winken grandiose Ausblicke auf die Festungsstadt, aber auch spannende archäologische und historische Einblicke bei Ausgrabungen am Zeller Berg.

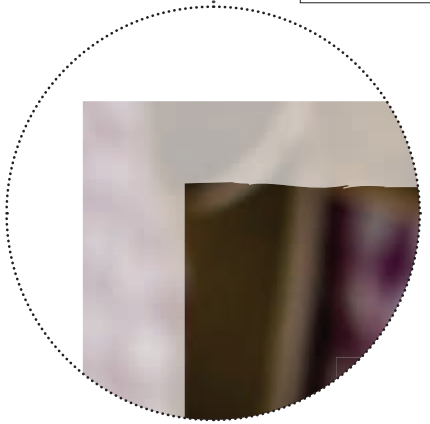
Geschichte auf Schritt und Tritt bietet der historische Stadtweg Kufstein und macht mit seinen interaktiven Angebot den Fenster zur Vergangenheit weit auf – um die Gegenwart aus einer neuen Perspektive sehen zu können.

Den historischen Stadtweg erleben: So funktioniert es!

1. Flyer und Rätselkarte beim Tourismusverband Kufsteiner Land oder bei der Startfahl des Historischen Stadtweges am Marienbrunnen am Unteren Stadtplatz holen.
2. QR-Code zur Locandy-App und dem Rätselabenteuer „Drüberüber die Festung Kufstein zurück" abscannen.
3. Am Marienbrunnen die Zeitreise durch Kufstein starten und die Festung outsiedeobern!

Layout

Für Anzeigen und Titel wird mit einem Passepartout mit unregelmäßiger Kontur gearbeitet. Dies dient der Auflockerung des Layouts und erinnert an die Gestaltung von Postkarten aus vergangener Zeit. Damit bringt das Layout Tradition und Gegenwart zusammen.



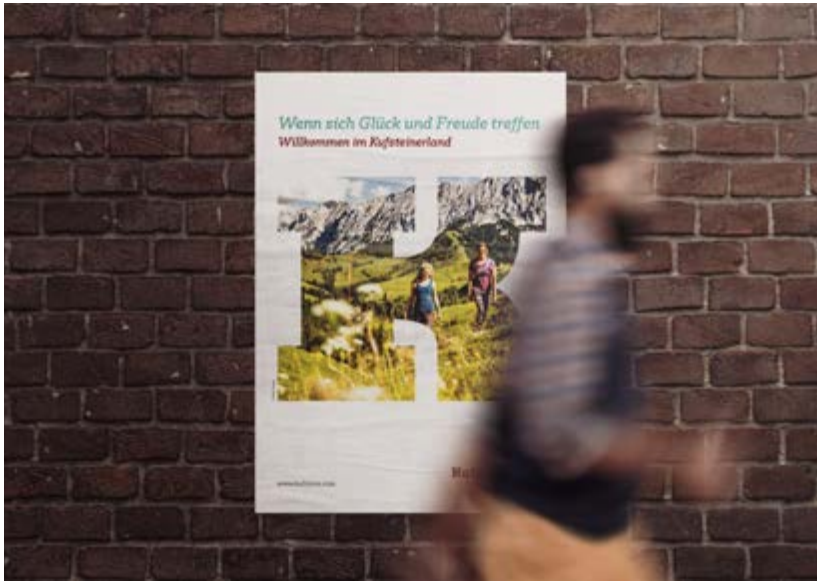
Kontur

Die unregelmäßige Kontur wird dezent eingesetzt, erzeugt damit jedoch einen wichtigen Zusatz.

Beispiele

Eine Auswahl von Titelseiten mit Passepartout-Design.

Wenn sich Glück und Freude treffen
Willkommen im Kufsteinerland
Kufsteinerland


Wenn sich Glück und Freude treffen
Willkommen im Kufsteinerland

So schmeckt das Kufsteinerland.
Kufsteinerland

Leidenschaft
Biken und Radfahren.

Online Marketing

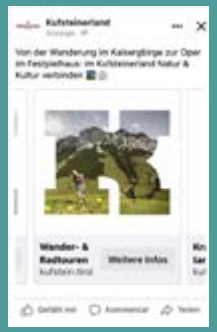
Leitbild:

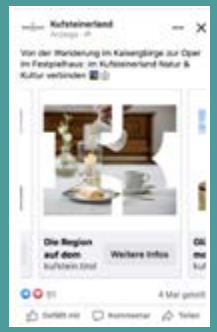
Im Kufsteinerland Natur und Kultur verbinden

- Wiedererkennung durch das „K"-Template
- 3D-Effekt der Bilder erzeugt Aufmerksamkeit und der Betrachter verweilt länger
- Verschiedene Banner-Varianten: Für Social Media Werbung & Kooperationen mit anderen Plattformen
- Verlinkung auf www.kufstein.com

Display Ads

Carousel Ads





Link Ads

Gallery Ads

Instream / Videos Ads

Rufsteinerland

Rufsteinerland
verbindet

Die Sprache

Unsere Zielgruppen 45
Wie schreiben wir für unsere Zielgruppen? 45
Was hilft uns, gute Texte zu schreiben? 46
Vorsicht bei Superlativen! 47
Noch ein paar abschließende Tipps 47
Sprachkorridor Kufsteinerland 48

„Ziel des Schreibens ist es, andere sehen zu machen.“

Joseph Conrad (1857–1924)

Unsere Zielgruppen

1. **Adaptiv-pragmatische Mitte:** zeichnet sich aus durch ihr Bedürfnis nach Halt, Orientierung, Sicherheit. Familie und Freunde sind wichtig. Holen gern das Beste für sich heraus. Sind gern in der Natur, sportlich und auch kulturell interessiert.

2. **Postmaterielle:** zeichnen sich aus durch Achtsamkeit, Toleranz, Verantwortungsgefühl, nachhaltiges Handeln. Sie haben die höchste Bildung und das höchste Einkommen. Sie sind Genussmenschen und vielfach interessiert, sehr aktiv und sportlich – vor allem aber Kulturfans.

Wie schreiben wir für unsere Zielgruppen?

Nein

- Schwache Adjektive
- Abstrakte Wörter
- Füllwörter (eigentlich, irgendwie, entsprechend, etc.)
- Verallgemeinerungen („Lebensmittel“)
- Tautologien („sanfte Hügel“)
- Vorsicht: Superlative!
- Fremdwörter / Anglizismen (Kids, Power, etc.)
- Floskeln und abgelutschte Redensarten
- Synonyme um jeden Preis
- Schachtelsätze
- Imperative

Ja

- ein Du-bist-dabei-Gefühl erzeugen
- im Aktiv schreiben
- aussagekräftige Verben verwenden
- bildhafte Substantive verwenden
- logische Zeitenfolge und
- neue Bilder schaffen
- unverbrauchte Wörter verwenden
- kurze Sätze
- Hauptaussage im Hauptsatz
- Machen Sie bei Adjektiven die Gegenteilprobe!

Denken Sie immer an die Lebenszeit Ihres potenziellen Lesers. Kürzen Sie Ihre Texte!

Was hilft uns, gute Texte zu schreiben?

Der Küchenruf (Susanne Westphal)

Stellen Sie sich ein Ehepaar vor, das eben gemeinsam gegessen hat. Ein Partner sitzt bereits im Wohnzimmer vor dem Fernseher, während der andere noch in der Küche arbeitet und das Geschirr in den Geschirrspüler räumt.

„Wovon handelt das, was du gerade anschaust?“ tönt es aus der Küche...

Die Antwort des Partners im Wohnzimmer:
1. Richtet sich nach den Vorkenntnissen des Partners.
2. Beinhaltet alles, was er wissen muss, um die Fernsehsendung zu verfolgen/ einzusteigen.

So ist der Küchenruf ein Merkbild für gelungene Kommunikation
Der Küchenruf in der Praxis:
- Wer liest?
- Was muss er / sie wissen?
- Was soll er / sie tun?
- Was soll er / sie empfinden?

Der Sprachkorridor

Für redaktionelle Texte, PR Texte, Pressetexte, Imagetexte, Blog, Homepage, Online, SI Portale, General Interest Portale.

Tipp: Werfen Sie einen Blick auf den Sprachkorridor, um gut zu schreiben!

Bevor Sie ein neues Thema ansteuern, definieren Sie im Team, welche Wörter und Bilder Sie verwenden wollen und was Sie weglassen wollen. So legen Sie den Sprachkorridor fest.

Vorsicht bei Superlativen!

- Das Beste
- **Das beste Hotel der Stadt**
- Vielleicht eines der besten Hotels im Bezirk

... noch ein paar abschließende Tipps:

- Regionaler und hochsprachlicher Gebrauch ist medienabhängig.
- Setzen Sie (verständliche) Tiroler Wörter – ein Wohlklang in den Ohren Ihrer Gäste!
- Verwenden Sie „Sie“ in den offiziellen Dokumenten.
  Das „Du“ passt gut zu Website, Blog, Social Media und Podcasts bzw. ist abhängig vom Empfänger.
- Vergessen Sie niemals auf den Humor!

Sprachkorridor Kufsteinerland

Substory	Substantive	Adjektive (Adverben)	Verben	Wortgruppen	Nicht verwenden!
KRAFTVOLL	Gebirge / Gebirgsmassiv	frei	aufragen	der grüne Fluss aus den Alpen	von A nach B kommen
	Festung erobert	aufragend	emporblicken	über den Baumwipfeln schweben	Erleben Sie!
	Licht	ikonisch	faszinieren	dem Gipfel zustreben	grenzenloses Vergnügen
	Pracht	mächtig	überwältigen	den alten Wasserstraßen folgen	kulturelle Highlights
	Strahlkraft entdecken	lebhaft	entdecken	auf historischen Pfaden emporwandern	zwischen Tradition und Moderne
	Aufstieg	rauh / schroff	anziehen	vor Sonnenaufgang aufsteigen	Verkehrsknotenpunkt
	Radmarathon / Höhenmeter	faszinierend	aufsteigen	bei Kaiserwetter aufbrechen	verschiedenste
	Bergwald	alpin	sich erheben	Kraft aufbauen	Lassen Sie sich verführen!
	Natur	imposant	erobern	Laufrunden im schattigen Wald	besticht durch
	Begeisterung	großzügig	aufbrechen	über frischen Schnee gleiten	Genießen Sie Kultur!
	Bergkulisse	wild	auszeichnen	seine Kräfte messen	für jeden Geldbeutel

Substory	Substantive	Adjektive (Adverben)	Verben	Wortgruppen	Nicht verwenden!
KREATIV	Geisteskraft	wertvoll	in sich aufnehmen	ausprobieren wollen	das müssen Sie ausprobieren
	Fantasie / Phantasie	intensiv	schmecken	sich Zeit nehmen	Lassen Sie sich bezaubern!
	Neugier	beglückend	sich erheben	Freunde treffen	Lassen Sie sich verführen!
	Schaffensfreude	lebendig	empfinden	gemeinsam unternehmen	facettenreiche Kreationen
	(immer neue) Perspektiven	erfindungsreich	überraschen	SO sind wir!	romantische Augenblicke
	Ideenreichtum	international	zuhören	etwas Neues erschaffen	atemberaubend schön
	Sinn	gemeinsam	blühen	aufmerksam lauschen	mitten im Herzen von
	Freude	unerschöpflich	beleben	sich austauschen	mit allen Sinnen genießen

Substory	Substantive	Adjektive (Adverben)	Verben	Wortgruppen	Nicht verwenden!
KREATIV	Aufbruchstimmung	überwältigend	weitererzählen	unvergessliche Eindrücke	Zeit sinnvoll nutzen
	Unternehmergeist	lässig	verkosten	Ideen beflügeln	verführerische Kulinarik
	Mut / Gründerszene	gleichgesinnt	verändern	in die Welt tragen	es muss neu und innovativ gedacht werden
	Abenteuer	zukunftsweisend	teilen	Freude entfachen	man darf (weiterhin) gespannt sein
	Handwerkskunst	erfüllend	ausleben	vor Energie sprühen	neue Wege gehen

Substory	Substantive	Adjektive (Adverben)	Verben	Wortgruppen	Nicht verwenden!
KULTIVIERT	Klangwelt	großartig	auftauchen	zu Gehör bringen	lädt zu gemütlichem Beisammensein
	Weltrang	erhaben	erklingen	der grüne Fluss aus den Alpen	gemeinsam genießen
	Sagenschatz	traditionsreich	verzaubern	reichlich Gesprächsstoff haben	(kulinarische / kulturelle) Angebote
	Erinnerungen	hell	gönnen	mystische Orte	traditionelle Gerichte
	Kunstgenuss	sagenumwoben	brillieren	Geheimnisse bergen	leckere Kulinarik
	Musikliteratur	belesen	überraschen	Geschichten erzählen	typische Gerichte
	Klasse	vielfältig	inszenieren	ein großes Erbe bewahren	hier haben Sie die Möglichkeit
	Publikumslieblinge	anspruchsvoll	beglücken	von großer historischer Bedeutung	alte Erinnerungen werden wach
	Bekanntheit	preisgekrönt	ernten	gemeinsam zuhören	vielfältige Erlebnisse
	Wahrzeichen	heiter	lauschen	aus alter Zeit	für jeden etwas
	Festlichkeit	echt	staunen	feiner Humor	verschiedenste Eindrücke
	Atmosphäre	erlesen	berufen	elegant, aber unprätentiös	stimmige Kulturaktivitäten
	Glanz	weltberühmt	sich erinnern	thront die Festung	mit das Schönste

Die Bildsprache

1. Warum wir eine einheitliche Bildsprache brauchen. 53
2. Wie wir mit Bildern Geschichten erzählen. 55
3. Was ein großartiges Foto ausmacht. 56
4. Was Bilder aus dem Kufsteinerland besonders macht. 62

1. Warum wir eine einheitliche Bildsprache brauchen.

Im Rahmen der Umsetzung des neuen Leitbildes für den Tourismus im Kufsteinerland soll eine erkennbare Bildsprache sicherstellen, dass in der Kommunikation ein konstantes Auftreten in den Bildern sichtbar wird.

Die Bildsprache soll:

... für den Tourismus in der Region Kufsteinerland stehen
... in sämtlichen Quellen unter einer einheitlichen Stilistik zu finden sein (z. B. Google Bildersuche, etc.)
... in Form von hoch qualifizierten Fotostorys entlang des Leitbildes und der Marke genutzt werden.

Kulturdenkmal als Kontrast zur Landschaft

2. Wie wir mit Bildern Geschichten erzählen.

Persönliche Erzählperspektive

Jedes Bild soll die Betrachter:innen in zwei Sekunden in die Bild-Geschichte ziehen. Die erzählten Geschichten sollten vor jedem Shooting genau festgelegt und mit den Fotograf:innen abgestimmt werden.

Das Bild soll eine **Sehnsucht bei den Betrachter:innen auslösen**, es soll ein Bild ihres eigenen Aufenthaltes am gezeigten Ort entstehen. Daher ist es essenziell, dass **das Gezeigte ehrliche Emotionen weckt** und von hoher Relevanz für die potenziellen Gäste ist. Die **Werte der Marke Kufsteinerland sollen sich ebenso in den Bild-Geschichten wiederfinden:** kraftvoll, kreativ, kultiviert, progressiv, geradlinig, berührend, konsequent, nachhaltig.

Um einen breiten Einsatz der Bilder zu ermöglichen, ist es vorteilhaft, in **drei Perspektivebenen** zu shooten – und zwar **vom großen Ganzen ins Detail** (Aufnahme Totale, Bildausschnitt von der Totale mit Fokus auf den Menschen oder die Menschen in Interaktion, Close-Ups / Details).

Im Idealfall werden **Bilder mit Menschen** erstellt (vor allem für die Verwendung auf der Startseite der Website oder im Key Visual), insbesondere um die **Kernwerte kraftvoll, kultiviert und kreativ zu vermitteln**. Die Menschen müssen jedoch **nicht immer im Fokus** des Bildes sein. Sie können **natürlich im Bild integriert sein** – in der Natur oder auch Szenerie der Stadt Kufstein oder der acht Orte – aktiv in ihrem **Erlebnis oder in einer Interaktion miteinander.** Von den fotografierten Personen müssen auch **nicht immer Gesichter** gezeigt werden. Fotografieren Sie auch einmal nur Ausschnitte der Personen – **Hände, Füße oder Schultern**. Es ist auch möglich, die **Personen unscharf im Vordergrund zu zeigen.**

3. Was ein großartiges Foto ausmacht.

Anforderungen an Kampagnenfotos und redaktionelle Fotos:

Kampagnenfotos sind stärker durchkomponiert (Detailplanung vorab) und müssen ...	Redaktionelle Fotos weisen eher einen Reportagen-Stil auf und müssen ...
... eine Geschichte erzählen.	... Interesse am Artikel wecken und im redaktionellen Kontext Spannung erzeugen.
... für sich alleine funktionieren (da im konkreten Einsatz nur ein Bild zu sehen ist).	... zu den Kernwerten und den damit verbundenen Erlebnissen passen.
... Emotionen wecken.	... einander gut ergänzen und harmonisch wirken, da sie gemeinsam die Geschichte erzählen (nicht jedes einzelne Bild muss zur Gänze die Botschaft / Geschichte vermitteln). Ideal ist ein guter Mix aus Close-Ups und Wideshots.
... zu den Kernwerten und den damit verbundenen Erlebnissen passen.	
... die Prinzipien der definierten Kufsteinerland-Bildsprache erfüllen.	
... für alle Formate und Kanäle angepasst werden können.	... ebenso eine Geschichte erzählen, jedoch stehen sie nicht für sich alleine. Sie erscheinen mit Text in einem redaktionellen Umfeld (z. B. Sideshots, Making-Of etc.). Für die Komposition von Bild und Text ist wichtig, dass die Bilder den Text gut ergänzen.
... Platz auf den Bildern lassen (z. B. ruhige Flächen für Texte, Claims etc.).	
... potenzielle Gäste in die Bildgeschichte ziehen, die sich mit dem Geschehenen identifizieren lässt.	

Um die Erlebnisse im Kufsteinerland authentischer und echter darzustellen, werden in der Bildsprache die Agenden (Produkterlebnisse) und die Werte des Leitbildes als Grundlage gewählt.

Ein großartiges Foto, das den Standards der Marke und des Leitbildes gerecht wird, gibt den Betrachter:innen das Gefühl, selbst in die Geschichte des Bildes involviert zu sein.

Mehrere Bildebenen, Bäume als Framing,
Weg als leitendes Element detailreich

Nachfolgend werden einige Prinzipien für eine allgemeine gute Bildsprache aufgeführt sowie Prinzipien erläutert, die insbesondere für die Positionierung der Region Kufsteinerland anwendbar sind. Diese Prinzipien werden anhand von Beispielbildern veranschaulicht.

Tiefenschärfe und mehrere Bildebenen

Arbeiten Sie immer mit Schärfentiefe, um Ebenen visuell voneinander zu trennen. Fokussieren Sie bestimmte Bildelemente mit einer selektiven Schärfe, der Rest kann unscharf abgebildet werden.

Versuchen Sie die Bilder immer mehrteilig aufzubauen:

- Vordergrund (eventuell unscharf, wichtig fürs Framing)
- Mittelgrund (am besten Personen in Aktion)
- Hintergrund (z. B. markantes Element der Region, kann unscharf sein)

Auf die Perspektive kommt es an

Durch die persönliche Erzählperspektive des Bildes bekommen die Betrachter:innen das Gefühl vermittelt, mitten im Leben im Kufsteinerland angekommen zu sein – egal ob im städtischen oder ländlichen Raum. Das Foto soll bei den Betrachter:innen den Wunsch auslösen, diese Situation an diesem Ort unbedingt auch erleben zu wollen.

Natürliches Licht und echte Farben

Im städtischen Raum (Stadt Kufstein) ist es schwerer, die Menschen auf dem Bild durch Tiefenunschärfe freizustellen, da vorbeigehende Passant:innen, Gebäude und Straßen näher sind, als es im ländlichen Raum der Fall ist. Um **Vorder- und Hintergrund besser voneinander zu separieren**, verwenden Sie ein **dezentes künstliches (Blitz-) Licht** und eine kreative Beleuchtungsmethode. Hellen Sie die Personen dezent auf, so wird der Fokus auf den gewünschten Punkt gerichtet. Anders verhält es sich auf dem Land, wo sie bewusst auf künstliches (Blitz-) Licht verzichten können. Da der **Hintergrund meist sehr ruhig ist** (weite Wiesen und Berge) bietet sich die Möglichkeit, die **Personen durch Tiefenunschärfe freizustellen** und somit vom Rest abzuheben.

4. Was Bilder aus dem Kufsteinerland besonders macht.

Bildgestaltung

- Grundlage für die Bildsprache ist das **Leitbild „Kufsteinerland 2030+. Unser Weg.“**. Die Agenden (Produkterlebnisse) **„Kraft der Gebirgslandschaft“**, **„Mutige Kultur, New Generation“** und **„Leben, Lernen und Arbeiten in alpiner Bergkulisse“** sollen sich in der Bildsprache wiederfinden.

- Die folgenden daraus **abgeleiteten Werte** sollen einzeln oder gemeinsam Vorbild für die Bildgestaltung sein und bei der Erstellung von Fotografien beachtet werden: **kraftvoll, kreativ, kultiviert, progressiv, geradlinig, berührend, konsequent, nachhaltig**.

- Das Ziel **„Kultur. Best of the alps.“** stellt einen zentralen Bestandteil des Leitbildes dar und soll auch bei der Erstellung von Fotografien in den Mittelpunkt gestellt werden. Bei kulturellen Darbietungen gilt es, die **Emotionen der Kulturschaffenden einzufangen** und für die Betrachter:innen festzuhalten. Auch die **Verbindung von Kultur(stätten) und Natur oder das Zusammenwirken von Kultur(schaffenden) und Architektur** soll so eingefangen werden, dass das Ziel „Kultur. Best of the alps“ visuell auf einem hohen Niveau umgesetzt wird.

- Die Bilder sollen nach Möglichkeit zumindest ein **entdeckbares Detail** enthalten.

- Die Geschichte muss nicht im Bild „fertig erzählt“ werden, es soll **Interpretationsspielraum** für die Betrachter:innen vorhanden sein.

- Die Bilder sollen nicht inszeniert / aufgesetzt wirken (kein Hi-Glossy / Fashion-Beauty-Style), sondern **authentisch und ehrlich** (v.a. bei Lichtsetzung und Handlung / Gestik / Mimik der Protagonist:innen). Trotzdem sollen sie qualitativ hochwertig und technisch auf höchstem Niveau produziert werden.

- Die Bilder sollen nach Möglichkeit immer **mehrere Bildebenen enthalten, die sich durch Tiefenschärfe voneinander abheben**. Im Idealfall sind Hauptobjekt bzw. Protagonist:innen des Bildes im Fokus und durch eine entsprechende Tiefenschärfe von Vorder- bzw. Hintergrund abgehoben.

- Es sollen nach Möglichkeit **immer Menschen zu sehen sein**. Dabei ist es nicht unbedingt notwendig, alle Protagonist:innen vollständig abzubilden, **auch Anschnitte können schon eine Geschichte erzählen** (Beispiel: man sieht nur baumelnde Füße und dahinter einen Hintergrund, der die Geschichte erzählt).

- Folgende Gestaltungselemente sollen nach Möglichkeit verwendet werden: **Framing, Goldener Schnitt / Drittel-Regel** (Unterteilung des Bild-Ausschnitts in drei gleiche Teile)**, Symmetrie**

Bildbearbeitung und Farbgestaltung

Neben der Bildkomposition soll auch die Bildbearbeitung eine einheitliche Bildsprache unterstützen. Dies ermöglicht einen **gleichmäßigen Look** und eine eindeutige Zuordenbarkeit der produzierten Fotografien zur Marke Kufsteinerland. **Retusche soll nur zurückhaltend verwendet werden** (z.B. zur Entfernung störender Elemente), keinesfalls soll eine übermäßige Beauty-Retusche der abgebildeten Personen erfolgen.

Folgende Merkmale sollen bei der Bildbearbeitung Beachtung finden:

- Leicht entsättigte Farben (keine zu knalligen Farben)
- Leicht erhöhter Kontrast / Struktur
- Keine zu starke Vignettierung
- Intensivierung der vorgegebenen Corporate Colors

Bei jeglicher Bearbeitung ist darauf zu achten, dass die Farbveränderung mit Maß und Ziel erfolgt. Es soll keinesfalls einen typischen „Instagram-Filter-Look“ zu sehen sein, der eine breite Verwendung der Fotos verunmöglicht.

Hervorzuheben:
- Mehrteiliger Bildaufbau
- Framing durch Bäume / Äste
- Perspektive
- Dynamik durch Interaktion von Menschen
- Detailreichtum

Hervorzuheben:
- Mehrteiliger Bildaufbau
- Framing

Verbesserungspotenzial:
- Hintergrund mit Himmel bzw. ganzem Berg
- Farbkontrast / Grading

Hervorzuheben:
- Mehrteiliger Bildaufbau
- Passender Hintergrund
- Authentische Szenerie

Großartige Kombination aus Event (Läufer:innen) und Kultur (Festung Kufstein).
Sehr dynamisch durch Interaktion der Menschen, gutes Framing durch Leitlinien, die das Auge führen, gute Farbgestaltung.

Großartige Idee
für entdeckbare Details

Hervorzuheben:

- Authentische Aufnahme / Szene
- Gute Perspektive mit mehreren Bildebenen und gutes Framing

www.kufstein.com