

BTV Marketing Trophy 2023



Themen BTV Marketing Trophy 2023



Overtourism

Es gibt Reiseziele, die auf fast jeder Bucketlist stehen, so wunderschön sind sie. Dass diese Schönheit auch zum Verhängnis werden kann, zeigt das Phänomen des Overtourism. Darunter versteht man, dass sich eine große Anzahl an Urlaubern an den gleichen Orten versammelt. Die Folgen für Klima und Umwelt sind fatal. Touristen hinterlassen tonnenweise Müll und Lebensräume von Tieren und Pflanzen werden vernichtet.

Immer mehr Hotels setzen daher auf eine Trendwende und legen den Fokus auf nachhaltigen Qualitätstourismus: z. B. mit Urlaubsangeboten im eigenen Land, regionalen Produkten, grünen Materialien, individuellen Fahrradtouren, etc.

Recherchiert, welche Hotels in eurem Umkreis schon auf nachhaltigen Qualitätstourismus setzen – gibt es Best-Practice-Beispiele? Welche Angebote haben sie? Welche Marketingmaßnahmen nutzen sie, um ihre Zielgruppe zu erreichen?

„War for Talents“ – Der Kampf um die besten Talente

Zunehmend kämpfen immer mehr Firmen um die besten Nachwuchs-Talente. Da die Anzahl an Stellengeboten in einigen Branchen bereits weit über der Anzahl passender Kandidat*innen auf dem Arbeitsmarkt liegt, müssen sich Unternehmen stärker bemühen als früher. Arbeitgeber brauchen daher eine klare Positionierung und müssen nach außen und innen kommunizieren, was sie einzigartig macht.

Sucht nach Best-Practice-Beispielen am Markt. Welche Marketingmaßnahmen nutzen diese Firmen, um Talente zu gewinnen? Wie gestaltet sich besonders ihr digitaler Auftritt?

Themen BTV Marketing Trophy 2023



Museum 4.0

Für Kultureinrichtungen wie Museen, Theater, Opern etc. gilt heutzutage dasselbe Motto wie für alle anderen Unternehmen, Organisationen und Marken: es zählt der Überraschungsmoment. Insbesondere, wenn sie die jüngere Zielgruppe für ihre Kulturangebote erreichen wollen. Daher reicht es nicht mehr aus, diese über traditionelle Werbung und PR anzusprechen. Vermehrt spielen digitale Kanäle eine Rolle – vor dem, nach dem und während des Besuchs.

Wählt eine Kultureinrichtung aus und analysiert deren Marketingmaßnahmen mit besonderem Augenmerk auf deren Social Media Auftritt. Wie schaffen es diese Kultureinrichtungen, die jüngere Generation anzusprechen und mit dieser zu interagieren?

Offenes Thema

Erarbeitet zu einem Thema und für einen Auftraggeber eurer Wahl ein Marketingkonzept. Auf Grund einer Problemstellung bestimmt ihr gemeinsam mit dem Unternehmen die Vorgehensweise. Präsentiert die Ergebnisse und empfiehlt Handlungsmöglichkeiten für das Unternehmen.

Kontakt:

Bank für Tirol und Vorarlberg
Aktiengesellschaft
Vorstandsbüro, Marketing
Mag. Melanie Mitterbacher
Stadtforum 1, 6020 Innsbruck
T +43 505 333 – 1410,
E melanie.mitterbacher@btv.at
www.btv.at/marketingtrophy