NewsRoom.pr

1. Platz in der Kategorie „Content & Social Media Communication“ für die Kampagne „Coolcation – Urbaner Puls. Alpine Frische.“

Innsbruck Tourismus wurde beim Deutschen Preis für Wirtschaftskommunikation 2026 mit dem 1. Platz in der Kategorie „Content & Social Media Communication“ ausgezeichnet. Damit reiht sich die Destination neben renommierten Unternehmen wie Deutsche Bahn, Kellogg's und TUI AG in die Liste der diesjährigen Preisträger ein.

11.06.2026 *Region Innsbruck* *Fachtouristik, Tourismus, Wirtschaft* *Innsbruck Tourismus*

Freuen sich über den prestigeträchtigen Award (v.l.): Holger Gassler (Leitung Marketing und Kommunikation bei Innsbruck Tourismus), Martin Venier (Regisseur, MOG Film GmbH), Peter Paul Mölk (Obmann von Innsbruck Tourismus) und Christopher Steger (Digitale Kommunikation & Online Marketing bei Innsbruck Tourismus).

Ausgezeichnet wurde die Kampagne **„Coolcation – Urbaner Puls. Alpine Frische.“**, die die Region Innsbruck als klimatisch attraktive Sommerdestination positioniert. Im Mittelpunkt steht die einzigartige Verbindung von urbanem Lebensgefühl und alpiner Frische – ein Angebot, das angesichts steigender Temperaturen und des wachsenden Bedürfnisses nach Abkühlung zunehmend an Bedeutung gewinnt.

Ein eigens von der heimischen MOG Filmproduktion unter der Regie von Martin Venier produzierter Kurzfilm transportiert dieses besondere Lebensgefühl der Region und zeigt eindrucksvoll, wie nah alpine Erlebnisse und urbanes Flair in Innsbruck beieinanderliegen.

„Die Auszeichnung bestätigt unseren Anspruch, relevante Themen aufzugreifen und daraus kreative sowie wirkungsvolle Kommunikation zu entwickeln. Dass wir uns in einem so hochkarätigen Wettbewerbsumfeld durchsetzen konnten, ist eine besondere Anerkennung für die Arbeit unserer Teams und Partner", freut sich **Peter Paul Mölk**, Obmann von Innsbruck Tourismus.

Die Jury würdigte insbesondere die gelungene Verbindung von strategischem Ansatz, kreativem Storytelling und messbaren Ergebnissen. Mit einem eigenständigen Zugang sei es gelungen, Aufmerksamkeit in Relevanz zu verwandeln und das Thema „Coolcation" glaubwürdig mit der Marke Innsbruck zu verknüpfen.

Der Deutsche Preis für Wirtschaftskommunikation wird seit über zwei Jahrzehnten von Studierenden der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) Berlin organisiert. Sein besonderes Merkmal ist das zweistufige Bewertungsverfahren: Nach einer Vorauswahl durch Studierende entscheidet eine Fachjury über die Gewinnerinnen und Gewinner in insgesamt sieben Kategorien.

Coolcation: Abkühlung zwischen Stadt und Berg
Die Kampagne macht die besonderen klimatischen Vorteile der Region Innsbruck sichtbar: Von der Innenstadt gelangt man innerhalb weniger Minuten auf knapp 2.000 Meter Seehöhe, zu Bergseen, schattigen Wäldern, hochalpinen Tälern und zahlreichen weiteren Orten der Erfrischung. Diese einzigartige Kombination aus urbanem Angebot und alpiner Natur bildet die Grundlage der Positionierung als „Coolcation"-Destination.
Der Coolcation-Film wird online sowie gezielt an besonders heißen Tagen in den internationalen Zielmärkten ausgespielt. Ergänzende Inspirationen und Informationen bietet die Kampagnen-Landingpage unter: **www.innsbruck.info/alpine-frische.html**

Über Innsbruck Tourismus
Innsbruck Tourismus ist die offizielle Destinationsmanagementorganisation (DMO) der Region Innsbruck. 40 Orte in der Umgebung bilden gemeinsam mit der Tiroler Landeshauptstadt das Verbandsgebiet. Mit jährlich knapp 3,8 Mio. Nächtigungen (Stand 2025) zählt Innsbruck zu den größten DMOs Österreichs. Ihre Symbiose zwischen pulsierendem urbanem Raum und faszinierender alpiner Bergwelt macht die Destination einzigartig. Vielfältiges Stadtflair und Sightseeing sind nur einen Atemzug von der nächsten Rad- oder Wandertour, dem nächsten Ski- oder Winterwandererlebnis entfernt. Bei Innsbruck Tourismus engagieren sich rund 110 Mitarbeitende. ***www.innsbruck.info***

Weiterführende Links:
Blog: ***www.innsbruck.info/blog***
Facebook: ***www.facebook.com/Innsbruck***
Instagram: ***www.instagram.com/innsbrucktourism***
X (ehem. Twitter): ***www.twitter.com/InnsbruckTVB***
YouTube: ***www.youtube.com/user/InnsbruckTVB***
Pinterest: ***www.pinterest.at/innsbrucktvb/_created***

Artikel-Statistiken

Aa Zeichen: 3329
Zeichen ohne Leerzeichen: 2960
Wörter: 421
Lesezeit: 3 Minuten

Video

Die „Coolcation“-Bildwelt macht deutlich, wofür Innsbruck im Sommer steht: ein Ort, an dem man der Hitze der Metropolen entfliehen und zugleich urbanen Lifestyle genießen kann.

Anhang

Fotos, 300 dpi

Freuen sich über den prestigeträchtigen Award (v.l.): Holger Gassler (Leitung Marketing und Kommunikation bei Innsbruck Tourismus), Martin Venier (Regisseur, MOG Film GmbH), Peter Paul Mölk (Obmann von Innsbruck Tourismus) und Christopher Steger (Digitale Kommunikation & Online Marketing bei Innsbruck Tourismus).

© Innsbruck Tourismus / Franz Oss

Die Kampagne „Coolcation – Urbaner Puls. Alpine Frische.“ positioniert Innsbruck als klimatisch attraktive Sommerdestination, in der urbane Angebote und alpine Abkühlung nur wenige Minuten voneinander entfernt liegen.

© Innsbruck Tourismus & MOG Filmproduktion / Martin Venier

Videodetails

Medienkontakt

Andreas Taschler, BA
ProMedia
Brunecker Str. 1
6020 Innsbruck
t: +43 512 214004-15
m: +43 664 88 53 93 99
www.newsroom.pr
andreas.taschler@pro.media

Rückfrage-Hinweis

Mag. Fabienne Kröll
Innsbruck Tourismus

Burggraben 3
6020 Innsbruck
t: +43 512 53 56-225
www.innsbruck.info
f.kroell@innsbruck.info