



Zielgruppensegmente Radwandern

	Cluster 1: „Sportlich Aktive“ 17%		Cluster 2: „Pragmatiker“ 17%
	Cluster 3: „Genuss-/Gesundheits-Radler“ 48%		Cluster 4: „Familien“ 18%

Quelle: Tirol Werbung, Radwanderstudie 2008

28.04.2009 // Tiroler Radgipfel 2

Kulinarische Genuss-Radtouren

- Betonung tiroltypischer Stärken:
 - Beeindruckende Landschaft
 - Gastfreundlichkeit & Gemütlichkeit
 - Hochwertige Gastronomie
 - Kulturelles Angebot
- Angebot „Kultur und Kulinarik am Inn“
- Angebot „Tiroler Genussrouten“

28.04.2009 // Tiroler Radgipfel 3

Kultur & Kulinarik am Inn

- Angebot:
 - Tiroler Wirtshäuser entlang der Strecke („Küchengeheimnis“)
 - Kulinarische Highlights der Regionen (z.B. „Oberländer Apfel“)
 - Kulturelle Highlights entlang der Route
- Tourenbooklet mit allen Infos
- Package für Reiseveranstalter



28.04.2009 // Tiroler Radgipfel 4

Tiroler Genussrouten

- HOCH Genusstouren im Paznaun
- Buchberger Bike Tour
- Apfelstraße Haiming/Ötztal



28.04.2009 // Tiroler Radgipfel 5

Kontakt

Mag. Gregor Seufert
gregor.seufert@tirolwerbung.at // +43.512.5320-250