DU BIST GAST

Tourismusstrategie Vorarlberg 2030

CHANCENREICHER UND NACHHALTIGER QUALITÄTSTOURISMUS

Wir wollen
gemeinsam
Orte und *Räume*
für das
gute Leben
schaffen und
gestalten.

IMPRESSUM

Herausgeber: Amt der Vorarlberger Landesregierung, Abteilung Allgemeine Wirtschaftsangelegenheiten, Landhaus, 6901 Bregenz, www.vorarlberg.at | Wirtschaftskammer Vorarlberg, Sparte Tourismus & Freizeitwirtschaft, Wichnergasse 9, 6800 Feldkirch, www.wko.at/vlbg/tourismus
Auftraggeber Strategie: Vorarlberger Landesregierung und Wirtschaftskammer Vorarlberg, Sparte Tourismus & Freizeitwirtschaft **Prozessbegleitung:** Dr. Vogler Consulting GmbH & Co KG, Schwendebühel 13a, 6850 Dornbirn, www.drvogler.consulting **Konzept & Text:** MMag. Dr. Peter Vogler **Fachliche-redaktionelle Mitarbeit zur Tourismusstrategie 2030:** Mag. (FH) Kerstin Biedermann-Smith, Mag. Astrid Keckeis, Markus Kegele, Stefan Köb, Dipl. Bw. (FH) Harald Moosbrugger, KM Mike P. Pansi, Mag. Brigitte Plemel, Mag. Christian Schützinger **Fotos:** Wir bedanken uns für das Bildmaterial von Vorarlberg Tourismus sowie für die Porträtfotos der Statement-Partner:innen **Design & Gestaltung:** Teamwork Werbeagentur, Mutterstraße 37, 6800 Feldkirch, www.teamwork-werbung.at
Druck: Buchdruckerei Lustenau GmbH, www.bulu.at, gedruckt auf 350 g/m² Color Style Recycling weiß und 440 g/m² SH Recyclingkarton braun (Umschlag) bzw. 110 g/m² Circle Offset white (Innenteil), Auflage: 1.000 Stk.

Alle Angaben erfolgen trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr. Eine Haftung des Herausgebers ist ausgeschlossen.

VORWORT

Ein Leitfaden für einen zukunftsfähigen Tourismus in Vorarlberg

Gemeinsam mit allen Akteur:innen der Vorarlberger Tourismusfamilie möchten wir mit der neuen Tourismusstrategie den roten Faden für „Gastgeben auf Vorarlberger Art" vorgeben. In- und ausländische Gäste schätzen vor allem die Vielfalt des Natur- und Kulturraums zwischen Bodensee und Arlberg, die unternehmerischen Spitzenleistungen sowie die besondere Vorarlberger Gastgeber:innen-Kultur. Diese Stärken eines nachhaltigen Qualitätstourismus noch mehr auszuweiten und die sich daraus ergebenden Potenziale bestmöglich auszuschöpfen und zu fördern, ist Ziel und Inhalt des vorliegenden Konzepts. Dessen Entwicklung hat zu einer Schärfung und Vertiefung der Inhalte der bisherigen Tourismusstrategie 2020 geführt.

Bisherige Werthaltungen vertieft und konkretisiert

Diese bislang gültige Tourismusstrategie 2020 wurde 2012 öffentlich vorgestellt. Seither wurde viel erreicht, wobei die Corona-Pandemie eine Überarbeitung der strategischen Grundlagen ab 2020 leicht verzögert hat. Die Ausrichtung auf Regionalität, Gastfreundschaft, Nachhaltigkeit und Vernetzung wurde dabei ein weiteres Mal grundlegend bestätigt. Die bestehenden Werthaltungen gewannen angesichts aktueller globaler Herausforderungen an Kraft und sind bedeutender denn je. Sie bilden daher auch in der Tourismusstrategie 2030 die Basis, allerdings in leicht erweiterter Form. So wird mit dem Zusatz „authentisch" beispielsweise die große Stärke der Vorarlberger Gastfreundschaft betont.

» Nur gemeinsam können wir die anstehenden und künftigen Herausforderungen bewältigen.«

Gemeinsame klare, messbare Ziele

Zur Kontrolle des Umsetzungsgrades und Möglichkeit der agilen Nachjustierung wurden erstmals Leitprojekte, realistische Zielvorgaben sowie Mess-Indikatoren formuliert. Der Beitrag des Tourismus zur nachhaltigen Entwicklung des Landes wurde durch die Verknüpfung mit Dimensionen der Nachhaltigkeit sowie den Zielen der nachhaltigen Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDG) der Vereinten Nationen nachvollziehbar gemacht. Somit entstand eine Landkarte, welche allen Akteur:innen den Weg zu einem chancenreichen und nachhaltigen Qualitätstourismus in Vorarlberg bis 2030 beschreibt. Jetzt kommt es auf die effektive und effiziente Umsetzung dieses Fahrplans an.

Zur Umsetzung laden wir alle sehr herzlich ein!

Wir danken allen, die sich in dem rund eineinhalb Jahre dauernden Prozess zur Entwicklung der Tourismusstrategie konstruktiv und engagiert eingebracht haben. Eines ist klar: Nur gemeinsam können wir die anstehenden Herausforderungen bewältigen. Schließlich stehen wir in einem intensiven internationalen und nationalen Wettbewerb. Dem zu begegnen, erfordert auch weiterhin die engagierte Beteiligung aller touristischen Akteur:innen und Kooperationspartner:innen sowie der gesamten Vorarlberger Bevölkerung.

Dazu laden wir alle herzlich ein.

Mag. Markus Wallner
Landeshauptmann
Christian Gantner
Landesrat Tourismus
Mag. Marco Tittler
Landesrat Wirtschaft
KommR Wilfried Hopfner
Präsident Wirtschaftskammer
Markus Kegele
Obmann Sparte Tourismus
& Freizeitwirtschaft

Wir wollen gemeinsam *Orte* und *Räume* für das gute Leben *schaffen* und *gestalten*.

Die Strategie beschreibt den gemeinsamen Weg unserer Reise ins Jahr 2030!

WIE DIE STRATEGIE ENTSTAND:

Ein breiter **Beteiligungsprozess**

Im Zuge der Evaluierung in der ersten Phase des Prozesses fanden Fach-Workshops in allen sechs Destinationen mit unterschiedlichen regionalen Anspruchsgruppen, Fokusgruppen mit Interessenvertreter:innen und Expert:innen sowie Einzelgespräche mit Entscheidungs- und Verantwortungsträger:innen, also mit insgesamt 263 Teilnehmer:innen (147 davon männlich und 116 weiblich), statt. Die Ergebnisse flossen gemeinsam mit Marktforschungsdaten und Erhebungen zur Tourismusgesinnung und zur Wertschöpfung des Vorarlberger Tourismus im Sinne einer Analyse der Ausgangslage in die Strategiearbeit mit ein.

Die zweite Phase des Strategieprozesses diente der Erarbeitung von Zielsetzungen und Strategien sowie von konkreten Umsetzungsschritten. Den Auftakt bildete ein fachlich begleiteter Visionstag, an welchem unter Einschränkungen aufgrund der Corona-Pandemie rund 70 Vertreter:innen aller Regionen und wesentliche Stakeholder:innen auf Landesebene teilnahmen. In weiterer Folge erarbeiteten rund 80 Interessenvertreter:innen, Expert:innen und Unternehmer:innen in mehreren Workshops strategische Grundlagen und konkrete Umsetzungsschritte pro definiertem Handlungsfeld.

In der dritten Phase des Strategieprozesses wurde die Umsetzungsstruktur in mehreren Abstimmungsrunden mit den Auftraggebern Land und Wirtschaftskammer Vorarlberg sowie relevanten Umsetzungspartner:innen diskutiert und festgelegt.

Weitere Informationen:
www.vorarlberg-tourismus2030.at

SIE FRAGEN SICH SICHER:

Wozu eine **Landesstrategie?**

- Um die Zukunftsfähigkeit sowie die nationale und internationale Wettbewerbsfähigkeit des gesamten Tourismussystems zu sichern und zu steigern.
- Um Betriebe und andere Akteur:innen des Tourismus durch landesweite Rahmenbedingungen und Anreize bestmöglich zu unterstützen, gute Gastgeber:innen zu sein.
- Um allen Akteur:innen einen Leitfaden zu bieten und die Zusammenarbeit im touristischen Netzwerk und mit anderen Branchen zu stärken
- Um Bewusstsein für die gemeinsame Gestaltung des Vorarlberger (Er-)Lebensraumes für Einheimische und Besucher:innen zu schaffen oder zu steigern.

WO STEHEN WIR HEUTE, AM BEGINN DER REISE?

Unser **gemeinsamer** Ausgangspunkt

Tourismus in Vorarlberg hat starke und gesunde Wurzeln. Diese lassen uns gemeinsam auch herausfordernde Zeiten relativ gut überstehen. Die Stärken und Potenziale des Gesamtsystems „Tourismus" in Vorarlberg zu identifizieren, steht am Beginn der Reise zum **„nachhaltigen und chancenreichen Qualitätstourismus 2030".**

Unser gemeinsamer Beitrag zum **Wohlstand** des Landes:

Bruttoregionalprodukt
€ 3.792 Mio.

(85% des Gesamteffektes fallen in Vorarlberg an)

Arbeitsplätze
30.916 VZÄ

(VZÄ = Vollzeitäquivalente)

Steuern und Abgaben
€ 1.513 Mio.

(Alle Werte beziehen sich auf das Vor-Corona-Tourismusjahr 2018/19)

Unsere **Werthaltungen**

Gerade die Corona-Pandemie hat gezeigt, dass die Werthaltungen der Tourismusstrategie 2020 in Richtung Regionalität, Gastfreundschaft, Nachhaltigkeit und Vernetzung die richtigen waren. Diese zentralen Säulen bilden weiterhin das Wertefundament der Tourismusstrategie 2030, wenngleich in präzisierter und erweiterter Form.

Weitere Informationen:
www.vorarlberg-tourismus2030.at

Authentische Gastfreundschaft

Gäste und Besucher:innen erleben Vorarlberger:innen als wahre Könner authentischen Gastgebens und damit weder als künstlich noch aufgesetzt. Damit bleibt „Gastgeben auf Vorarlberger Art" der Orientierungsstern für Betriebe, Arbeitskräfte und die Bevölkerung, wenn es um das Verhalten gegenüber Gästen und Besucher:innen geht.

Weltoffene Regionalität

Tourismus trägt wesentlich zur Regional- und Lebensraumentwicklung bei. Aufgrund der besonderen Lage Vorarlbergs in der 4-Länder-Region wird Regionalität künftig als „weltoffen" und „grenzüberschreitend" verstanden, um Eigenes kreativ mit regional authentischen bzw. nachhaltig hergestellten Produkten und Angeboten von außerhalb zu kombinieren.

Nachhaltige Entwicklung

Betriebe und andere Akteur:innen tragen wesentlich zu einer nachhaltigen Entwicklung bei. Daher orientiert sich der Tourismus weiter an der „Nachhaltigkeit", wobei diese in den Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen nicht mehr als finale Zielsetzung, sondern als Weg zu einer nachhaltigen Entwicklung verstanden wird.

Faire Kooperation

Tourismus in Vorarlberg ist mit sechs starken Destinationen dezentral aufgestellt. Ein Wettbewerbsvorteil des Gesamtsystems entsteht durch faire Kooperation der wichtigsten Akteur:innen, wozu vor allem Betriebe des Tourismus und der Freizeitbranche, Destinationen, Regionen und Gemeinden, Kultureinrichtungen sowie die Landwirtschaft zählen.

Welches Selbstverständnis uns **Stärke** für die Reise gibt:

Der Tourismus in Vorarlberg steht vor großen Herausforderungen, welche jeweils auf Ebene von Betrieben und Leistungserbringern, Destinationen und Tourismusorganisationen sowie von Gemeinden, Regionen und Land zu bewältigen sind. Viele Problemstellungen betreffen alle Akteur:innen oder sind im Einzelnen schwer bis nicht lösbar. Dafür braucht es zusätzlich Klarheit über Stärken und Potenziale auf Gesamtsystemebene, woraus sich eine Fokussierung auf kritische Erfolgsfaktoren sowie ein Selbstverständnis für alle Akteur:innen ergibt:

Unsere Stärken & Potenziale:
Kritische Erfolgsfaktoren

Tourismus als Mitgestalter des Lebensraumes

Wir sichern und erhöhen **Chancen** für Menschen und Betriebe

Heterogenität auf kleinem Raum als Chance

Wir ermöglichen eine reiche **Vielfalt** an Natur-, Kultur- und Genusserlebnissen

Balance zwischen Angebots- und Umwelt-Qualität

Wir stärken die **Wettbewerbsfähigkeit** durch nachhaltigen Qualitätstourismus

Orientierung an gemeinsamen **Werthaltungen**

Wir machen **Synergien** durch eine einheitliche Ausrichtung nutzbar

Innovative Gestaltung analoger/digitaler Erlebnisräume

Wir fokussieren auf Lifestyle-orientierten **Resonanztourismus** entlang von Gästeströmen

Qualitätssicherung von Angeboten und Dienstleistungen

Unser Orientierungs-Leitstern ist das Narrativ **„Manufakturen für das gute Leben"**

Weiterentwicklung von **Strukturen** des Tourismus

Wir streben Effektivität, Effizienz und Nachhaltigkeit auf allen Ebenen des Tourismus an

Unser Rollen- und Selbstverständnis

WOHIN SOLL SICH DER TOURISMUS BIS 2030 ENTWICKELT HABEN?

Wir machen uns **gemeinsam** auf den Weg

Die übergeordnete Zielsetzung der Tourismusstrategie 2030 ist es, die nationale und internationale Wettbewerbsfähigkeit aller Akteur:innen zu steigern, wodurch der Beitrag des Gesamtsystems zur Bruttoregionalwertschöpfung und damit zum Wohlstand der gesamten Bevölkerung sowie zur hohen Lebens- und Umweltqualität des Landes gewährleistet und ausgebaut wird.

Wie erreichen wir alle **zusammen** dieses Ziel?

VISION 2030

Wohin wir wollen

Gäste – das sind wir alle
Einwohner:innen und Besucher:innen erleben und genießen die mit exzellenter Könnerschaft und kreativer Innovationskraft gestalteten Orte und Räume für das gute Leben im vielfältigen Erlebnisraum Vorarlberg.

MISSION

Was uns antreibt

Unser Qualitätstourismus leistet wertvolle Beiträge für den **Lebens- und Erlebnisraum**, den Chancenreichtum und eine nachhaltige Entwicklung.

POSITIONIERUNG

Worauf wir setzen

Wir positionieren uns mit einer reichen Vielfalt an nahe gelegenen Erlebnis-/Genuss- und Natur-/Kultur- und Bewegungsräumen.

Blick vom Zafernhorn auf den Zitterklapfen © Michael Meusburger, Bregenzerwald Tourismus

LEISTUNGSVERSPRECHEN

Was wir bieten

- Besondere Erlebnisse auf Vorarlberger Art
- Exzellente Könnerschaft & kreative Gestaltungskraft
- Reiche Vielfalt an Natur- und Kulturräumen und -landschaften
- Wir sind überraschend anders
- Wir bieten Qualitätstourismus & Spitzenleistungen
- Wir tragen Mitverantwortung für die nachhaltige Entwicklung

Wie können wir zu Vorarlberger **Orten** und **Räumen** für das gute Leben beitragen?

Generell sollen Gäste und Besucher:innen analoge und virtuelle Räume, Infrastruktureinrichtungen und Services als wertvolle, kreative und anregende Beiträge für ein gutes und genussvolles Leben erleben.

Stafelalpsee, Faschina, © Alex Kaiser, Alpenregion Bludenz Tourismus

Indem wir als Manufakturen für das gute Leben touristische Kernleistungen mit dem Streben nach Exzellenz erbringen

Unsere Manufakturen bieten exzellente Könnerschaft und kreative Gestaltungskraft. Der Begriff „Manufaktur" verweist dabei auf seine ursprüngliche Bedeutung einer speziellen handwerklichen, oft gemeinsamen Kunstfertigkeit im Sinne einer qualitativen Ausrichtung, unter anderem in Abgrenzung zu einem industriellen Verständnis im Sinne eines Massentourismus. Damit verstehen sich touristische Leistungserbringer wie Betriebe, Tourismusorganisationen, Gemeinden und Regionen als Manufakturen für das gute Leben und weder als Einzelkämpfer noch als industrielle Massenanbieter.

Indem wir unsere natürlichen Gegebenheiten vor Ort weiterhin als touristisches Fundament verstehen

Die meisten Imagezuschreibungen sowie Hauptentscheidungsgründe für einen Urlaub oder Besuch in Vorarlberg haben mit der schönen und authentischen Vorarlberger Natur und Landschaft zu tun.

Indem wir mittels unserer Lebenskultur besondere Erlebnisse auf Vorarlberger Art und Differenzierung im Markt ermöglichen

Wer in Vorarlberg zu Gast ist, taucht als Einheimischer auf Zeit in unsere Lebenskultur ein. Eine Beschreibung dieses spezifischen Selbstverständnisses findet sich in der Standortmarke Vorarlberg. Diese definiert sich über die Begriffe „chancenreicher Lebensraum" und damit verbundener Grundprinzipien, die in der nebenstehenden Grafik auf den Tourismus angewandt werden.

Was haben unsere Gäste davon?

- Die Gastfreundschaft in Vorarlberg zeigt sich im offenen, freundlichen, selbstbewussten Umgang der Gastgeber:innen mit ihren Gästen. Jede:r spürt, dass er:sie willkommen ist.
- Echte Profis bieten authentische Produkte und Dienstleistungen an. Eine wichtige Voraussetzung dafür sind engagierte, begeisterte Mitarbeiter:innen und Unternehmer:innen sowie eine positive Tourismusgesinnung und gastfreundliche Haltung aller Vorarlberger:innen.
- Dadurch sollen Gäste das Land Vorarlberg bei jedem Besuch stets neu als Maßstab für Qualität, authentische Gastfreundschaft, regionale Genusskultur und nachhaltigen Tourismus erleben.

Was tragen Manufakturen zur Strategie bei?

- Stärkung der authentischen Gastfreundschaft sowie der weltoffenen Regionalität im Tourismus.
- Förderung integrativer und nachhaltiger Konzepte und regionaler Wertschöpfungsketten durch faire Kooperationen.
- Gestaltung von Natur-, Kultur- und Bewegungsräumen sowie Orten des kulinarischen Genusses zur eigenen Entfaltung.

Was haben unsere Gäste davon?

- Diese Gegebenheiten vor Ort ermöglichen eine reiche Vielfalt an Aktivitäten in den Bergen, Tälern und Seen, wobei Skifahren, Wandern und zunehmend auch das Radfahren zu den Hauptaktivitäten zählen.
- Gäste profitieren von einem weiterhin nachhaltigen Ausbau eines ganzjährigen Qualitätstourismus mit einer gesunden Balance zwischen einem hochwertigen Angebot inklusive Kultur und Architektur sowie einer hohen Umwelt- und Landschaftsqualität.
- Die im Sommer liegenden Potenziale sollen stärker genutzt und das vielfältige touristische Angebot im Winter auf hohem Niveau gehalten bzw. weiterentwickelt werden.

Kontrastprinzip	Fairness- & Toleranzprinzip
Wir sind überraschend anders.	Wir agieren ganzheitlich nachhaltig.
Chancenprinzip	**Kinderprinzip**
Wir schaffen und gestalten Chancen-Räume	Wir bleiben entdeckerisch neugierig.

Mir liegt die Bewusstseinsbildung für den landesweiten Ausbau des MICE-Bereichs als wichtige Stütze der Nebensaisonen am Herzen.

Gerhard Stübe
Geschäftsführer, Kongresskultur Bregenz GmbH

Durch die intensive Auseinandersetzung mit der Thematik scheint schon während der Strategie-Entwicklung ein neues Bewusstsein entstanden zu sein. DARAN müssen wir festhalten!

Mag. (FH) Denise Amann
Restaurant Mizzitant,
Frastanz

Nur in einem konstruktiven Miteinander können wir nachhaltige Tourismusstrategien finden. Diese sind nicht nur für Einheimische und Natur essenziell, sondern auch, um langfristig wettbewerbsfähig bleiben zu können.

Dr. Andreas Gapp
Obmann der Fachgruppe der Vorarlberger Bergbahnen WKV und Vorstand der Kleinwalsertaler Bergbahn AG

Die neue Strategie ist ein wichtiger Schritt, um Vorarlberg als nachhaltige Urlaubsdestination weiter zu stärken und für die Menschen in der Region gezielte Qualitätsverbesserungen zu erreichen. Dazu zählen auch attraktive Arbeitsplätze von denen man gut leben kann.

Manuela Auer
Tourismussprecherin SPÖ,
Vorarlberger Landtag

Es ist bereits viel vorhanden – wichtig ist, Publizierung und Infos mehr vorantreiben und die Zusammenarbeit weiter stärken.
Ziel für alle sind laufend wechselnde Gäste.

Gerhard Lucian
Bürgermeister Gemeinde Lech
(ERFA-Gemeinden Mitglied),
Hotelier

Die qualifizierten und mit Edelweiß ausgezeichneten Privatvermieter in Vorarlberg werden auch in Zukunft einen wesentlichen Beitrag zur Umsetzung der Tourismusstrategie 2030 leisten.

Isabella Bischofberger
Obfrau Privatvermieter Vorarlberg
(Edelweiß-Betriebe)

Vorarlberg ist (auch) ein

Tourismusland

Kernziel 1: Tourismusstandort wettbewerbsorientiert weiterentwickeln

Bärguntalpe
Kleinwalsertal
© Dietmar Denger,
Vorarlberg Tourismus

» Für den Vorarlberger Tourismus eine umfassende Strategie auszuarbeiten, war eine wichtige Entscheidung, um die touristische Entwicklung des Landes auch zukünftig nachhaltig und zielgerichtet auszurichten.«

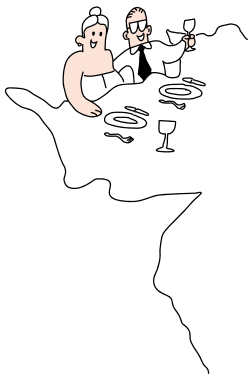
Mag. Markus Wallner, Landeshauptmann

Herausforderungen für unseren **Tourismusstandort**

- Der Wettbewerb setzt unsere erfolgreiche DNA – unsere Einzigartigkeit – mit kleinstrukturierten und familiär geführten Betrieben stark unter Druck
- Der Qualitätstourismus erfordert laufende Investitionen und Anpassungen der Rahmenbedingungen für Unternehmer:innen und Beschäftigte
- Mehr Stunden im Büro für die Bewältigung bürokratischer Hürden und erhöhter Auflagen bedeuten weniger Zeit beim Gast

DAS **WOLLEN** WIR

Wir wollen attraktive **Rahmenbedingungen** garantieren



Leitprojekt 1:
Entwicklung einer Modellregion „Tourismus.Work.Vorarlberg"

Um die Beschäftigung im Tourismus in Vorarlberg attraktiver zu gestalten, soll unter anderem ein Vorarlberger Arbeitszeitmodell erarbeitet werden. Angestrebt wird zum Beispiel eine Erweiterung des Durchrechnungszeitraums von 26 Wochen bei der Arbeitszeitenregelung. Dies zielt auf die Möglichkeit einer Ganzjahresbeschäftigung für Arbeitnehmer:innen im Tourismus ab.

Gutes Beispiel:
Hotel übernimmt Kinderbetreuung für Teilzeitkräfte

Das Biohotel Schwanen in Bizau (biohotel-schwanen.com) übernimmt die Kosten für Tagesmütter. So können Mitarbeiter:innen mit Kindern bis zum Kindergartenalter mitarbeiten.

Gutes Beispiel:
Privatvermieter:innen leben authentische Gastfreundschaft vor

In Vorarlberg gibt es über 300 mit dem Qualitätsgütesiegel „Edelweiß" ausgezeichnete Privatvermieter:innen. Sie bieten authentische Gastfreundschaft, sind kleinstrukturiert, meist familiär geführt und tragen auf vielen Ebenen zum Mehrwert für Einheimische und Besucher:innen in den Regionen bei. Dies ist ganz im Sinne der touristischen DNA des Landes.

Der Anteil von Privatvermieter:innen an allen Gastgeber:innen im Montafon erreicht 70 Prozent. Dortige Vorzeigebetriebe sind zahlreich. Stellvertretend für Viele stehen unter anderem das Ferienhaus auf Garfrescha von Christine Vergud, der Bauernhof sowie die Pension von Romy Pichler in Latschau/Tschagguns und die Pension von Steffen Volkmann-Fiel in St. Gallenkirch.

Mehr dazu unter:
www.privatvermieter-vorarlberg.at

Biohotel Schwanen Bizau
© Roswitha Schneider, Biohotel Schwanen Bizau

Reiseziel Bauernhof © Alexander Kuster, bewusst montafon

DAS **TUN** WIR

Erhalt touristischer DNA

Wir stärken die **Wettbewerbsfähigkeit** unserer Betriebe und Leistungsträger:innen durch die Weiterentwicklung des Tourismusstandorts

- Mehr „warme Betten" pro Gemeinde und Region > Investorenmodelle und Co. prüfen
- Etablierung touristischer Entwicklungskonzepte (TEKs)
- Zweitwohnsitze beschränken und Abgabenobergrenzen aufheben
- Unterstützung von Betriebsnachfolgen und Generationsübergaben

Mehr Zeit für die Gäste

Wir passen die **Umfeld- und Arbeitsbedingungen** für Unternehmer:innen und Beschäftigte im Tourismus an

- Abbau bürokratischer Hürden und Aufwendungen
- Familienfreundlichkeit durch mehr Kinderbetreuung
- Fairer Wettbewerb zwischen gewerblicher und privater Vermietung
- Unterstützung von Mitarbeiter:innen-Unterbringung und -Motivation
- Rot-Weiß-Rot-Karte für Stamm-Saisonniers

Resilienz stärken und fördern

Wir entwickeln die **Basisfinanzierung und die Förderungssysteme** wettbewerbsorientiert weiter

- Weiterentwicklung der Förderungen für Betriebe
- Weiterführung der Förderungsberatung
- Unterstützung von alternativen betrieblichen Finanzierungsformen
- Wirksamkeit der für den Tourismus eingesetzten Mittel messbar machen
- Prüfung der Anpassung des Tourismusfinanzierungssystems

DAS **BEWIRKEN** WIR

Steigerung des **qualitativen Wachstums** und des Wohlstands im Land (wirtschaftlich nachhaltig)

- Anzahl TEKs (Tourismusentwicklungskonzepte)
- Nutzungsintensität Beherbergung
- Ganzjahres- und Verkehrskonzepte
- Anteil Ganzjahres-Arbeitsplätze und Verhältnis offene Stellen zu Arbeitssuchenden im Tourismus
- Anzahl von Betrieben mit Mitarbeiterunterkünften und/oder familienfreundlichen Projekten
- Anteil der 96 Vorarlberger Gemeinden, die sich als Tourismusgemeinde erklären

Stärkung der **kulturellen Identität,** Steigerung der Unternehmer:innen- und Mitarbeiter:innen-Zufriedenheit, nachhaltige Boden-, Siedlungs- und Tourismuspolitik (soziokulturell nachhaltig)

- Auslastungsgrad der qualitativen Infrastruktur und Qualitätsbetten
- Anzahl der Maßnahmen in den Bereichen Deregulierung, Verwaltungsvereinfachung und Bürokratieabbau
- Verhältnis von eingesetzten öffentlichen Mitteln zu Ergebnissen und deren Wirkung

Nachhaltige Entwicklungsziele (Sustainable Development Goals, SDG)

»Gemeinsam stellen wir im Rahmen von Vermarktung und Geschäftsmodellen Qualitätsbewusstsein, eine positive Tourismusgesinnung und eine Kultur der Gastfreundschaft für einen nachhaltigen Resonanz-Tourismus sicher.«

Markus Kegele, Spartenobmann Tourismus & Freizeitwirtschaft, Obmann der Fachgruppe Hotellerie, Hotel Mondschein**** Stuben

Abenteuer Iglu Nacht
© Stefan Kothner,
Montafon Tourismus

Wir setzen auf

Vielfalt und Exzellenz

Kernziel 2: Marketing auf Resonanz-erzeugende Angebote fokussieren

Herausforderungen für das **Tourismusmarketing**

- Galt es früher, Gäste ins Land zu bringen, geht es künftig um verstärkte Produktentwicklung zur Steigerung der Erlebnis- und Genussqualität des Gastes
- Einzelkämpfer:innen geraten unter Druck, was mehr Unternehmens- und Destinations-übergreifende Angebots-entwicklung entlang von Gästeströmen erfordert
- Der Gast fordert Qualität, weshalb eine Differenzierung über Werthaltungen wie Gastfreundschaft, Regionalität, Nachhaltigkeit auf allen Ebenen an Bedeutung gewinnt

DAS **WOLLEN** WIR

Wir wollen gesteigerten **Erlebnis-Mehrwert** für den Gast

Gutes Beispiel:
Kulinarische Genusswanderung – in den Regionen

„Kulinarisch wandern" steigert den Erlebniswert für Gäste, weil Natur-, Begegnungs- und Kulinarik-Genuss miteinander kombiniert werden. Gemütliche Wanderungen werden begleitet von verschiedenen kulinarischen Stationen und bieten Ausblicke in eine großartige Naturlandschaft und Bergwelt. Gäste können die Vielfalt des Landes durch Genuss-Wanderungen in mehreren Talschaften und damit Destinations-übergreifend erleben.

Mehr dazu unter:
www.vorarlberg.travel/aktivitaet/kulinarisch-wandern

Gutes Beispiel:
Vielfalt erleben auf der 5-Täler-Mountainbike-Tour

Die 5-Täler-Mountainbike-Tour bietet Abwechslung und einen Einblick in die vielfältige Vorarlberger Natur- und Kulturlandschaft. Mit vier Übernachtungen entlang des Weges von Bludenz über das Brandnertal, den Walgau, das Große Walsertal, das Klostertal und das Montafon kommt Transalp-Feeling auf. Die Tour ist auch für E-Bikes konzipiert, wobei es keine Tragepassagen und ausreichend Ladestationen gibt.

Mehr dazu unter:
https://www.vorarlberg-alpenregion.at/de/bergwelt/5-taeler-mountainbike-tour.html

Gutes Beispiel:
FAQ Bregenzerwald – ein guter Grund

Das Forum mit Festivalcharakter und kulinarischem Anspruch zieht Gäste aus dem In- und Ausland an und ist ein guter Grund, in den Bregenzerwald zu kommen. Es kombiniert Kultur-, Natur- und Kulinarik-Genuss für Menschen aus Wirtschaft, Kunst, Handwerk, Medien und Philosophie und trägt zum Erlebnis-Mehrwert von Einheimischen und Besucher:innen bei.

Mehr dazu unter:
www.faq-bregenzerwald.com

E-Bike Fritzensee © Dietmar Denger, Vorarlberg Tourismus

GH Egender Schoenenbach © Dietmar Denger, Vorarlberg Tourismus

DAS **TUN** WIR

Mehr Erlebnis und Genuss

Wir erhöhen die **Erlebnis- und Genussqualität** für Gäste und Einheimische durch verstärkte landesweite Angebotsentwicklung sowie -vermarktung

- Stärkere Marke „Vorarlberg" zur landesweiten Positionierung
- Übergreifende Angebotsbündel inklusive MICE-Strategie
- „Marketing im Netzwerk" wird zur Wissens- und Innovations-Plattform
- Ausbau landesweiter Kartensysteme wie z. B. der V-Card
- Zentral koordiniertes Content Management als Service für die Netzwerkpartner:innen
- Ausbau des international anerkannten Kulturangebots
- Beachtung der Bedürfnisse von Menschen mit Beeinträchtigung

Gastfreundschaft ist Trumpf

Wir wollen weiterhin eine hohe **Kultur der Gastfreundschaft** auf allen Ebenen – auch unter Einbindung und Mitwirkung der Bevölkerung – sicherstellen

- Betriebliche und überbetriebliche Förderung von Qualitätsaus- und -aufbau
- Qualitätssicherung durch Ausbau „Gastgeben auf Vorarlberger Art"
- Positive Wirkung des Tourismus nach innen kommunizieren
- Anregung von landesweiten Angeboten/Leistungen für Einheimische
- Einbindung der Bevölkerung in touristische Projekte/Prozesse

DAS **BEWIRKEN** WIR

Steigerung des **qualitativen Wachstums** und des Wohlstands im Land (wirtschaftlich nachhaltig)

- Direkte, indirekte und induzierte Bruttoregionalwertschöpfung
- Ausgaben von Nächtigungsgästen
- Gästezufriedenheit und Stammgäste-Anteil
- Anzahl aktiver Teilnehmer:innen „Gastgeben auf Vorarlberger Art"
- Anzahl bewilligter Förderanträge für qualitätsverbessernde Maßnahmen in Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben

Stärkung der **kulturellen Identität** der Regionen (soziokulturell nachhaltig)

- Umfrage Tourismusgesinnung

Nachhaltige Entwicklungsziele (Sustainable Development Goals, DG)

02

Ein Beruf aus

Liebe zum Gast

Kernziel 3: Bildungsangebote ausbauen und Berufe attraktivieren

Herausforderungen fürs **Gewinnen & Binden von Mitarbeitenden**

- Der Arbeits- und Fachkräftemangel im Tourismus hat sich seit Ausbruch der Corona-Pandemie – unter anderem durch Abwanderungen in andere Branchen – verschärft
- Der Mangel an Fach- und Arbeitskräften wird zusehends zur Herausforderung, wenn sich Betriebe im Qualitätstourismus positionieren möchten
- „Arbeiten im Tourismus" steht bei der Gewinnung und Bindung von Fach- und Arbeitskräften sowie Auszubildenden im verstärkten Wettbewerb mit anderen Branchen

03

Kulinarisch wandern im Bregenzerwald
© Alex Kaiser, Bregenzerwald Tourismus

»Menschen vernetzen – Grenzen überwinden: Im Wettbewerb um die besten Mitarbeiter:innen ist es wichtig, sich als attraktiver Arbeitgeber auf dem Arbeitsmarkt zu positionieren. Die Umsetzung der Leitprojekte wird positive Effekte auf die Stärkung der Arbeitgebermarke haben.«

Bernhard Bereuter, Landesgeschäftsführer, AMS Vorarlberg

DAS **WOLLEN** WIR

Wir wollen die **besten Köpfe** anziehen und halten

Leitprojekt 2:
Mehr Chancen für alle durch ein integratives Bildungssystem

Vorarlbergs Tourismus braucht ein integratives Bildungssystem für Aus- und Weiterbildung sowie individuelle Entwicklungsmöglichkeit. Das heißt, dass mit bestehenden Bildungseinrichtungen das ideale Angebot für alle relevanten touristischen Berufs- und Karrierewege für jede Phase oder jeden Bedarf geschaffen werden soll.

Gutes Beispiel:
Triale Ausbildung – Gastgeberschule für Tourismusberufe

Die Tourismusschule GASCHT mit Standorten in Hohenems, Bezau und Bludenz bildet dringend benötigte heimische Fachkräfte aus. Ermöglicht haben diese Ausbildungsmöglichkeit die Fachgruppen Gastronomie und Hotellerie mit Unterstützung des Landes Vorarlbergs.

Mehr dazu unter:
www.gascht.at

Gutes Beispiel:
Walser Genusshandwerker vermitteln die Liebe zum Beruf

Im Kleinwalsertal engagieren sich Kleinwalsertaler Genusswirt:innen und Köch:innen in der Nachwuchsarbeit. Über das Projekt „Walser Genusshandwerker" zeigen sie Mädchen und Burschen die vielfältigen Möglichkeiten und Entwicklungschancen in den Berufsfeldern Küche, Service und Rezeption auf.

Mehr dazu unter:
www.hoheneck.at/wirtshaus-hoheneck

Gutes Beispiel:
Wertschätzung im Team durch eine Cool-Card stärken

Lob motiviert. Mit einer Cool-Card können Mitarbeitende ihre Wertschätzung untereinander weitergeben. So werden Spitzenleistungen belohnt.

Mehr dazu unter:
www.mohren.at

Service Wein einschenken bei gedecktem Tisch mit Hirschpfeffer © Angela Lamprecht, Vorarlberg Tourismus

Genusspartnerschaften GenussWirt Hoheneck
© Oliver Farys, Kleinwalsertal Tourismus

DAS **TUN** WIR

Mit Bildung zur Berufung

Wir entwickeln die touristischen Aus- und Weiterbildungsangebote zielgruppen-, bedarfs- und karriereorientiert weiter

- Triale Ausbildung in Bezug auf Karrierewege erweitern
- Tourismusschulen aufrüsten und Synergien nutzen
- Praxisbezug der Aus-/Weiterbildungen erhöhen
- Erweiterte Zielgruppen, z. B. Quer-/Wiedereinsteiger:innen
- Programm für Führungskräfte und Unternehmer:innen
- Touristisches Fortbildungsprogramm mit WIFI, BFI, VHS
- Kooperationen zur Berufsorientierung mit BIFO und AMS

Gastgeben aus Leidenschaft

Wir positionieren „Arbeiten im Vorarlberger Tourismus“ unter Fachkräften, Auszubildenden und potenziellen Mitarbeiter:innen als attraktiv, zukunftsorientiert und sicher

- Auszeichnung von exzellenten Betrieben, z. B. Great Place to Work,...
- Unterstützung von Initiativen zur überbetrieblichen Rekrutierung
- Mitarbeiter:innen-Programm „StarCard“ weiterentwickeln und regionalisieren
- Auflegen eines Wieder-/Quereinsteiger:innen-Programms
- Anerkennung von Abschlüssen, Wettbewerben und hervorragenden Leistungen
- Image-Kampagnen zu Lehre, Ausbildungen und Jobs weiterführen

DAS **BEWIRKEN** WIR

Schaffung von **Bewusstsein für Nachhaltigkeit** und Ökologie auf allen Ebenen des Tourismussystems (ökologisch nachhaltig)

- Anzahl Aus-/Weiterbildungsangebote zu „Nachhaltigkeit“

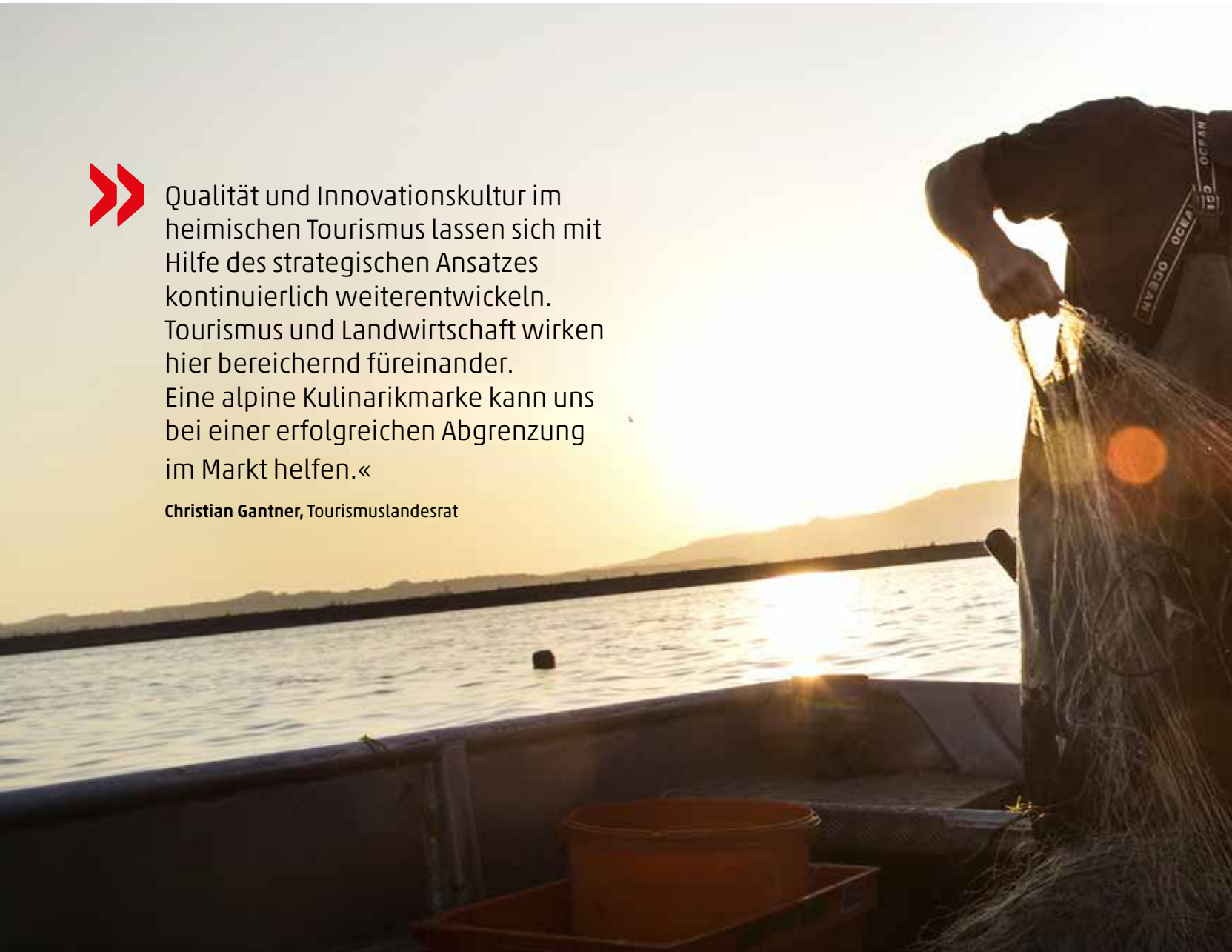
Steigerung der **Unternehmer:innen- und Mitarbeiter:innen-Zufriedenheit** sowie -Bindung und des Images von „Arbeiten im Tourismus“ (soziokulturell nachhaltig)

- Anteil Absolvent:innen, die in der Branche bleiben
- Bildungsangebote für Lehrlinge und Mitarbeiter:innen
- Weiterbildungen, insbesondere für Wieder-/Quereinsteiger:innen
- Umfragen Unternehmer:innen- und Mitarbeiter:innen-Zufriedenheit
- StarCard-Mitgliedschaften
- Auszeichnungen vorbildhafte Arbeitgeber:innen

Nachhaltige Entwicklungsziele (Sustainable Development Goals, SDG))

Kulinarik auf Vorarlberger Art

Kernziel 4: Regionalität stärken und Kulinarik-Marke etablieren



»Qualität und Innovationskultur im heimischen Tourismus lassen sich mit Hilfe des strategischen Ansatzes kontinuierlich weiterentwickeln. Tourismus und Landwirtschaft wirken hier bereichernd füreinander. Eine alpine Kulinarikmarke kann uns bei einer erfolgreichen Abgrenzung im Markt helfen.«

Christian Gantner, Tourismuslandesrat

Herausforderungen für die **Umsetzung von Regionalität**

- Die verstärkte Nachfrage nach regionalen und authentisch erzeugten Produkten erfordert, dass vor allem touristische und landwirtschaftliche Betriebe mehr und mehr kooperieren
- Das Bewusstsein von in- und ausländischen Gästen für nachhaltige und biologische Produktion steigt, was ein Umdenken bei allen Akteur:innen bewirken muss
- Für die verstärkte netzwerkartige regionale Zusammenarbeit braucht es die Definition einer „Kulinarik auf Vorarlberger Art" als verbindendes inhaltliches Fundament

Franz Blum fischt
© Joachim Negwer, Vorarlberg Tourismus

DAS **WOLLEN** WIR

Wir wollen den Anteil **regionaler Produkte** im Tourismus erhöhen

Leitprojekt 3:
Etablierung einer innovativen Marke alpiner Kulinarik für Vorarlberg

Durch eine innovative Vorarlberger Marke für alpine Kulinarik wird die kulinarische DNA mit all ihrer Vielfalt und Verwurzelung im Land sicht- und nutzbar gemacht. Zudem bekommt das Thema „Regionalität" im Tourismus einen neuen Schub. Vorstellbar ist in dem Zusammenhang auch der Aufbau eines kulinarischen Labors, durch welches Neues und Kreatives in Zusammenhang mit Kulinarik und Regionalität entstehen kann.

Gutes Beispiel:
Beste Qualität und faire Preise an einem der schönsten Plätze Österreichs

Die Freiburger Hütte setzt auf regionale Herkunft aus ökologischem Anbau bei Speis und Trank und dafür auf die persönliche Beziehung zu 20 heimischen Produzent:innen und Bäuer:innen. Sie wurde 2015 mit Formarinsee und Roter Wand zum schönsten Platz Österreichs gewählt.

Mehr dazu unter:
www.freiburger-huette.at

Gutes Beispiel:
Walser Genuss Forum bringt Landwirt:innen und Gastronom:innen zusammen

Eine Produktschau der Kleinwalsertaler Genusslandwirte, um diese mit Gastronomiepartner:innen zu vernetzen und damit gelebte Regionalität im Tourismus zu unterstützen.

GenussWirt Birkenhöhe
© Oliver Farys, Kleinwalsertal Tourismus

Formarinsee und Rote Wand am Abend
© Dietmar Denger, Vorarlberg Tourismus

DAS **TUN** WIR

Gemeinsam erfolgreich sein

Wir fördern die Kooperation – vor allem zwischen touristischen und landwirtschaftlichen Betrieben – und steigern den Anteil an regionalen Produkten im Tourismus

- Initiierung einer „Allianz der Besten" mit tragfähigen (Vertrags-)Partnerschaften
- Schaffung einer Vernetzungs-/Servicestelle für regionale Kooperationen
- Erhöhte Nutzung bestehender Regionalitäts-/Herkunftskennzeichnungen
- Ausbau regionaler Produktvielfalt, u. a. zur Steigerung des Versorgungsgrades
- Bewusstseinsbildung durch „Leuchttürme" und „Storytelling"
- Verankerung der Regionalitäts-Themen in der Aus-/Weiterbildung
- Forcierung wirtschaftlicher Allianzen von Akteur:innen in Bergregionen

Kulinarische DNA als Fundament

Wir entwickeln eine innovative Vorarlberger Marke für alpine Kulinarik und schaffen damit die Basis für eine Positionierung mittels einer ausgeprägten Speise-, Ess- und Küchenkultur

- Entwicklung einer Marke für alpine Kulinarik mit klar definierten Standards
- „vorarlberg isst" durch Kulinarik-Themen und Kooperationen erweitern
- Unterstützung von Partnerschaften zur Umsetzung der Marke
- Kulinarik-/Produktideen-/Genuss-Labor aufbauen und betreiben

DAS **BEWIRKEN** WIR

Steigerung **regionaler Anteile** in der gesamten touristischen Service- und Wertschöpfungskette (wirtschaftlich nachhaltig)

- Tourismusbetriebe mit regionalen Qualitäts-/Herkunftssicherungssystemen
- Partnerschaften zur Umsetzung der Vorarlberger Marke für alpine Kulinarik
- Innovative Leitprodukte der alpinen Kulinarik in der Tourismus-/Freizeitbranche

Nachhaltige Entwicklungsziele (Sustainable Development Goals, SDG)

Es gilt nun die Tourismusstrategie 2030 verständlich und kompakt allen Partnern zu vermitteln.
Hierzu braucht es die Anstrengung vieler.

Heike Ladurner-Strolz
ÖHV-Vizepräsidentin, Obfrau Vorarlberg, Hotel Zimba***** Schruns

Mir ist es ein Anliegen, das Zusammenarbeiten weiterzuentwickeln. Gelingende Kooperation braucht Sachverstand, Professionalität und Empathie.

Mag. Christian Schützinger
Geschäftsführer
Vorarlberg Tourismus GmbH

Wir haben uns gemeinsam auf den Weg in eine nachhaltig erfolgreiche Zukunft des Tourismus gemacht. Danke allen für die aktive Mitarbeit!

Dr. Monika Vonier
Landtagsvizepräsidentin, Tourismussprecherin ÖVP, Vorarlberger Landtag

Ich selbst komme aus dem Tourismus und unterstütze die Tourismus-strategie 2030.
Eine nachhaltige und wettbewerbsorientierte Entwicklung des Bereichs ist wichtig für unseren Standort.

Simon Tschann
Bürgermeister Stadt Bludenz,
Präsident Alpenregion Bludenz

Die starke Fokussierung auf Nachhaltigkeit und die Etablierung neuer Indikatoren erachte ich als wesentlich. Denn nur ein nachhaltiger Tourismus sichert den Lebensraum für alle.

Mag. Nadine Kasper
Tourismussprecherin Die Grünen,
Vorarlberger Landtag

Das soll unser Weg für die kommenden Jahre sein, zum Wohle der Bürger:innen und Gäste.

Dr. Hubert F. Kinz
Tourismussprecher FPÖ,
Vorarlberger Landtag

Wanderer Bärguntalpe
Kleinwalsertal
© Dietmar Denger,
Vorarlberg Tourismus

Im Einklang

mit Mensch und Natur

Kernziel 5: Klimafreundliche und nachhaltige Entwicklung intensivieren

05

» „An den Taten wird man euch messen …" – die Strategie ist weitgehend gelungen und ambitioniert. Nun gilt es sie in die Tat umzusetzen; die DMOs zu Lebensraumagenturen weiterzuentwickeln, die Bevölkerung stärker einzubinden und den Tourismus insgesamt klimafreundlicher und nachhaltiger zu machen. Im Interesse der Bevölkerung, der Tourismuswirtschaft und des Landes.«

Prof. Dr. Christian Baumgartner, response & ability

Herausforderungen für eine **ökologisch-nachhaltige Entwicklung**

- Für Gäste sind Nachhaltigkeit und die aktive Förderung eines klima- und umweltverträglichen Tourismus wichtige und entscheidungsrelevante Anliegen
- Das Land Vorarlberg verfügt über eine hohe Natur- und Landschaftsqualität sowie ein hohes Umweltbewusstsein der Bevölkerung, was bei der touristischen Entwicklung zu beachten ist
- Der Tourismus ist einerseits vom Klimawandel stark betroffen und beeinflusst andererseits als einer von vielen Sektoren die Umwelt- und Klimaentwicklung des Landes mit

DAS **WOLLEN** WIR

Wir wollen einen **umwelt-/klima-freundlichen** Tourismus fördern

Gutes Beispiel:
Hotel mit 3 Auszeichnungen für Umwelt- und Klimafreundlichkeit

Nachhaltig und klimafreundlich reisen liegt im Trend. Das Hotel Mondschein in Stuben am Arlberg kann in diesem Bereich sogar auf drei hochkarätige Auszeichnungen verweisen: klima:aktiv Gold für den höchsten Standard, den ein Hotel erreichen kann, sowie das Österreichische und das Europäische Umweltzeichen. Es war das erste Ferienhotel Österreichs, welches alle drei Abzeichen erhielt.

Mehr dazu unter:
www.mondschein.com

Gutes Beispiel:
Erstes klimaneutrales Skigebiet am Golm

Im Skigebiet Golm werden viele Maßnahmen umgesetzt, um die Umwelt zu schützen und zu entlasten. Zwei plakative Beispiele: 1. Mit der Hüttenkopfbahn dreht man seine Runden auf der ersten Photovoltaik-Sesselbahn der Welt. 2. Das Wasser für die Beschneiung wird mit einem ausgeklügelten Drainagesystem wieder aufgefangen und zur Erzeugung von sauberem Strom aus Wasserkraft erneut eingesetzt.

Mehr dazu unter:
www.golm.at/de/Nachhaltigkeit

Camping Mexico
© Magma, Bodensee-Vorarlberg Tourismus

Hotel Mondschein, Stuben© Alexander Lohmann

Gutes Beispiel:
Nachhaltigkeit auf dem Campingplatz

Ecocamping am Bodensee durch die Nutzung von Solar-Energie für die Warmwasseraufbereitung, biologisch verträgliche Reinigungsmittel, die Verminderung und Vermeidung von Abfall sowie den Verkauf von ökologisch vertretbaren Speisen und Getränken.

Mehr dazu unter:
www.camping-mexico.at/umweltmanagement

DAS **TUN** WIR

Vorteile eröffnen durch Ökologie

Wir unterstützen Beiträge zur klima- und umweltfreundlichen bzw. nachhaltigen Entwicklung auf allen Ebenen – Land, Destinationen, Betriebe – des Tourismus

- Forcierung Projekte mit Beiträgen zur umweltfreundlichen Entwicklung
- Implementierung eines „grünen Sterns" innerhalb bestehender Systeme
- Beratung und Produktentwicklung für mehr Ganzjahrestourismus
- Zusammenarbeit mit bestehenden Initiativen wie z. B. „turn to zero"
- Kommunikationsmaßnahmen zur Sichtbarmachung von guten Beispielen
- Kampagnen und Projekte zum bewussteren und nachhaltigen Konsum

DAS **BEWIRKEN** WIR

Entwicklung eines **klimaneutralen** Vorarlberger Tourismus, Etablierung und Umsetzung eines **Nachhaltigkeitsmanagements** auf Destinations- und Betriebsebene, Schaffung von **Bewusstsein für Nachhaltigkeit**, Ökologie und Stärkung der Nachhaltigkeit durch **Tourismusförderungen** (ökologisch nachhaltig)

- Reduktion CO_2-Emissionen Beherbergungsbetriebe und größerer Infrastruktur
- Zertifizierungen auf Destinations- und Betriebsebene
- Beratungen zum Thema Klimaneutralität oder Nachhaltigkeit im Tourismus
- Geförderte Projekte mit Beiträgen zur umweltfreundlichen bzw. nachhaltigen Entwicklung
- Pilotprojekt „Reduktion des Food Waste-Anteils"

Nachhaltige Entwicklungsziele (Sustainable Development Goals, SDG)

05

» Natur bedeutet für die einen Erholung und Freizeit, für die anderen sind es Lebens- und Wirtschaftsorte. Dieses gegenseitige Verständnis ist die Basis eines guten Miteinanders.«

DI Stefan Simma, Landwirtschaftskammer Vorarlberg

Busstop Krumbach, Bränden
© Albrecht Imanuel Schnabel, Vorarlberg Tourismus

Auf Reisen

nachhaltig mobil sein

Kernziel 6: Sanfte Mobilität zur An- und Abreise sowie vor Ort stärken

Herausforderungen für eine **nachhaltige Mobilität**

- Die Entscheidung für die An- und Abreise des Gastes hängt stark von den Möglichkeiten zur sanften Vor-Ort-Mobilität – als Erlebnisangebot und als Beitrag zur Nachhaltigkeit – ab
- Gäste und Einheimische zeigen vermehrtes Interesse am Ausbau umweltschonender Mobilitäts- und Verkehrslösungen zwischen und in urbanen sowie ländlichen Regionen
- Einem Umstieg auf sanfte Mobilität stehen Lücken bei der Anbindung von Talschaften, für die letzte Meile sowie in Bezug auf Alternativen zur An- und Abreise mit dem Pkw entgegen

DAS **WOLLEN** WIR

Wir wollen den Umstieg auf **sanfte Mobilität** unterstützen

Leitprojekt 4:
Pilotprojekt „Sanfte Mobilität für alle Gäste" wird landesweit ausgerollt

Die Gästekarte soll ab der 1. Übernachtung landesweite Mobilität mit öffentlichen Verkehrsmitteln ermöglichen. Dieses Ziel ist bereits im Regierungsprogramm 2019 – 2024 und im Mobilitätskonzept des Landes formuliert. Erst wenn Gäste sich auf eine verlässliche und unkomplizierte Mobilität vor Ort verlassen können, sind sie auch bereit, die Anreise mittels öffentlicher Verkehrsmittel in Betracht zu ziehen.

Gutes Beispiel:
Gäste der Alpenregion Bludenz sind bereits „Total Mobil"

Die Alpenregion Bludenz ermöglicht ihren Übernachtungsgästen bereits seit 2019 die landesweite Mobilität mit Bus und Bahn im Rahmen einer Gästekarte. Dieses Konzept wird nun bis 2025 weitergeführt und gilt als landesweites Pilotprojekt (siehe Leitprojekt 4). Andere Destinationen wie z. B. der Bregenzerwald, das Kleinwalsertal oder Lech Zürs haben schon zuvor kleinregionale oder Destinationsweite Mobilitätslösungen eingeführt.

Mehr dazu unter:
www.vorarlberg-alpenregion.at/de/gaestekarten-der-region/mobilitaet-mit-der-gaestekarte.html

Gästekarte der Region
© Alex Kaiser, Alpenregion Bludenz Tourismus

Freie Fahrt mit Bus und Bahn in Vorarlberg
© Lisa Mathis, Vorarlberger Verkehrsverbund

06

DAS **TUN** WIR

Bewusstes Unterwegssein ermöglichen

Wir schaffen Alternativen zur An- und Abreise mit dem Auto und bauen innovative und nachhaltige Mobilitätsangebote für den touristischen Bedarf vor Ort aus

- Gästekarte inklusive aller Angebote für den öffentlichen Verkehr
- Ausbau Mobilitätsgrundangebot in den Tourismusregionen
- Ausbau Wander- und Skibusse
- ÖPNV-Anreise zu Großveranstaltungen/-projekten, Freizeitparks ermöglichen
- Verbesserung der überregionalen Eisenbahn-/Bodenseeschifffahrts-Anbindung
- ÖPNV-Mitnahmemöglichkeiten für Fahrräder, Freizeit- und Sportausrüstungen
- Radverkehrskonzepte inklusive Mountainbike und E-Bike für Tourismusregionen
- E-Bike und Car-Sharing-Systeme vor Ort
- E-Ladeinfrastruktur an Standorten von touristischen Betrieben
- Ausbau des klima- bzw. umweltschonenden Haus-zu-Haus-Angebots
- Etablierung von Pilotregionen für nachhaltige Mobilität im Tourismus
- Pilotprojekt für ein selbstfahrendes (Call-)Bussystem in einer (Teil-) Region

Verhaltensveränderung anregen

Wir entwickeln und fördern bewusstseinsbildende und verkehrslenkende Aktivitäten und Maßnahmen

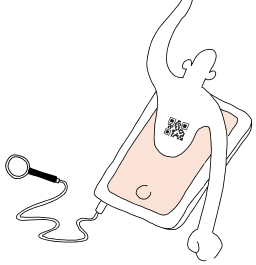
- Öffentlichkeitsarbeit für die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln
- Schulungen und Infos für Betriebe über Bedürfnisse autofreier Gäste
- Unterstützung von betrieblichem Mobilitätsmanagement für Mitarbeiter:innen
- Erarbeitung von Parkraummanagement-Lösungen für Skigebiete
- Positionierung Vorarlbergs als Destination mit einem umfassenden Mobilitätsangebot

DAS **BEWIRKEN** WIR

Erhöhung des Nutzungsanteils **umwelt- und klimaschonender Mobilität** im Tourismus sowie **Schaffung von Bewusstsein für Nachhaltigkeit** und Ökologie (ökologisch nachhaltig)

- Ausgegebene landesweite „mobile" Gästekarten
- Anteil Gäste, die mit öffentlichem Verkehr anreisen
- Anteil Wege mit nachhaltiger Mobilität von Gästen vor Ort
- E-Ladestationen bei touristischen Betrieben (E-Autos und E-Bikes)
- Modellregionen für nachhaltige Mobilität im Tourismus
- Parkraummanagement in Tourismusregionen
- Pilotprojekt für ein selbstfahrendes Bussystem
- Projekte betriebliches Mobilitätsmanagement
- Kommunikation und Schulungen zu autofreier Mobilität

Nachhaltige Entwicklungsziele (Sustainable Development Goals, SDG)



The future is now

Die Zukunft ist jetzt

Kernziel 7: Digitale und innovative Potenziale ausschöpfen

07

» Die Verknüpfung von digitalen und analogen Prozessen und Erlebnissen wird uns in Zukunft einen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Das systematische Lernen und die Verwendung eines offenen Tourismusdatenmanagements unterstützt alle Partner bei ihrer Angebotsentwicklung. Auch im Kulinarik-Bereich.«

KM Mike Pansi, Obmann der Fachgruppe der Gastronomie WKV, Präsident des Verband der Köche Österreichs, Pansis Kochmeisterei

Eingang zum Skyspace in Oberlech mit Omeshorn im Hintergrund
© Oberhauser Photography, Vorarlberg Tourismus

Herausforderungen für unsere **Zukunfts-ausrichtung**

- Die Digitalisierung beeinflusst das Such- und Buchungsverhalten der Gäste, den Arbeitsmarkt, die Aus- und Weiterbildung sowie betriebliche Abläufe
- Entwicklungen wie Blockchain, Künstliche Intelligenz, Virtuelle Realität, Sharing-Economy und der Erfolg der Plattformökonomie geben Impulse für grundlegende Veränderungen
- Touristische Innovation braucht spezifische Voraussetzungen und Formate, damit Impulse aus der Peripherie und aus dem Markt aufgenommen und für alle nutzbar werden

DAS **WOLLEN** WIR

Wir wollen Erfolge durch **Digitalisierung** & **Innovation** steigern

Leitprojekt 5:
Koordinierter und fokussierter Ausbau des Tourismusdatenmanagements

Ziel des Ausbaus des Tourismusdatenmanagements ist unter anderem die zentrale Servicierung unterschiedlichster Tourismus-Partner mit Content, der Aufbau einer Vorarlberg-Tourismus-Wissensplattform, die Information zu Studien, Auswertungen, Befragungen, Besucher:innen-Stromanalysen sowie der Austausch zur Angebots- und Produktentwicklung.

Leitprojekt 6:
Installierung von (temporären) Innovationszellen „Tourismus 2030"

Innovationszellen institutionalisieren aus dem Gedanken eines prozesshaften Designs die partizipative Bearbeitung und Beantwortung von Fragestellungen, welche die Zukunft des Tourismus in Vorarlberg betreffen.

Gutes Beispiel:
Data Room zur datenbasierten Weiterentwicklung des (Er-)Lebensraums

Der Data Room ist ein mobiler, physischer Raum, der Daten – beispielsweise Bewegungsdaten – anschaulich darbietet. Dabei geht es darum, einen faktenbasierten Austausch über touristische Entwicklungen zu ermöglichen, den Dialog auf eine rationale Basis zu stellen sowie Produkte und Angebote am Markt in Einklang mit dem Lebensraum zu gestalten.

Gutes Beispiel:
Customer Journey auf Destinationsebene digital optimiert

Montafon Tourismus optimiert mit Hilfe von Digitalisierung Kundenprozesse und erhöht gleichzeitig die Erlebnisqualität für den Gast. Mit einer spezialisierten Softwarelösung werden alle Kontakte einem Profil zugeführt und mit Kommunikationsansprache und informativen Werbekampagnen verknüpft.

Blick auf Kummenberg und Rheintal © Oberhauser Photography, Vorarlberg Tourismus

DAS **TUN** WIR

Segel für Digitalisierung setzen

Wir entwickeln ein Tourismusdatenmanagement-System, das die erfolgreiche Entwicklung von Produkten und Angeboten sowie die Optimierung von Kundenprozessen unterstützt

- „V-Cloud" unter Einbindung relevanter Stakeholder:innen weiterentwickeln
- „Data Room" für verschiedene Akteursebenen nutzbar machen
- Content Management auf Datenbankbasis als Systemdienst
- Entwicklung Gäste-App für digitale Gästeführung inkl. „mobile devices"
- Optimierung digitaler Customer bzw. Experience Journey
- Digitale Lenkung von Besucher:innen-Strömen, z. B. durch interaktive Karten
- Erlebnisinhalte der Architektur, Kunst und Kultur digital sichtbar machen
- Landesweit flächendeckende Implementierung des digitalen Meldewesens
- Digital Fitness-Checks inkl. Systemerleichterungen, z. B. für Smart Hotel-Konzepte

Neues in die Welt bringen

Wir schaffen geeignete Voraussetzungen sowie Räume und damit Möglichkeiten für Innovationsmanagement, -bereitschaft und -freude im Tourismus

- Innovationszellen unter Nutzung bestehender Strukturen einrichten
- Kooperationsplattformen für betriebsübergreifende „Shared Services"
- „Innovation Calls" zur Generierung von kreativen Ideen im Tourismus
- Weiterentwicklung des jährlichen „Innovationspreises Tourismus"
- Kooperationen mit bestehenden spezialisierten Forschungs- und Bildungseinrichtungen

DAS **BEWIRKEN** WIR

Steigerung des **qualitativen Wachstums** und des Wohlstands im Land sowie Ausbau der Vernetzungsstrukturen und **digitalen Performance** (wirtschaftlich nachhaltig)

- Digital und Social Media Performance sowie Branchenbenchmark Digital
- Datenqualität Tourismus (POI, Touren, Events ...)
- Anzahl von Problembereichen entlang der Gästeströme
- Ausgegebene Gästekarten (und Mailadressen von Vorarlberg-Fans)
- Durchgeführte Innovationszellen
- Innovative Produkt-, Lösungs- und Kooperationsideen

Nachhaltige Entwicklungsziele (Sustainable Development Goals, SDG)

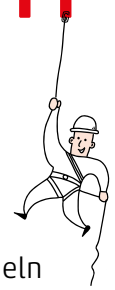
07

» Die Synergien und Gespräche, die sich aus der Strategieentwicklung ergeben haben, sind für mich wertvoll. Miteinander wird bei uns in Vorarlberg großgeschrieben – jetzt und in Zukunft!«

Thomas Alton, Parkdesign & Snowpark Management – Snowpark Damüls

Blick aus Panoramaraum Vorarlberg Museum
© Gregor Lengler, Vorarlberg Tourismus

Gemeinsam sind wir stärker



Kernziel 8: Ressourcen für Synergien und Zusatznutzen bündeln

Herausforderungen für unsere **Tourismusstruktur**

- Die Bedürfnisse der immer anspruchsvoller werdenden Gäste erfordern mehr denn je eine gezielte Koordination von Akteur:innen sowie die Kooperation von Leistungserbringer:innen
- Gerade eine kleinstrukturierte Tourismuswirtschaft benötigt das zentrale Bündeln von Kompetenzen und Ressourcen sowie das gemeinsame Entwickeln von Produkten
- Voraussetzung für eine Kooperationskultur ist die aktive Gestaltung von Dialog- und Abstimmungsformaten, wobei auch gezielte Anreize zur Kooperation hilfreich sind

DAS **WOLLEN** WIR

Wir wollen die **Wirksamkeit** vorhandener Ressourcen erhöhen

Gutes Beispiel:
Profis & Gastgeber:innen am Berg

Bergpartner Vorarlberg ist eine Kooperation zwischen Vorarlberg Tourismus und den Bergsportanbieter:innen des Vorarlberger Bergführer:innenverbands. So bieten die Profis am Berg höchste Qualität bei allen Aktivitäten von Einheimischen und Gästen.

Mehr dazu unter:
www.vorarlberg.travel/bergpartner-vorarlberg

Gutes Beispiel:
Kultur & Gastronomie: Helden reisen, Gäste speisen

4 Comedians mit 4 Haltestellen – von der Wirtschaft Dornbirn über die Braugaststätte Löwen Tisis, den Falstaff in Bregenz bis zum Federmannsaal in Hohenems. Die Gäste haben die Wahl und verweilen an einem Ort.

Mehr dazu unter:
wirtschaft-dornbirn.at/comedynacht/

Gutes Beispiel:
Kultur & Berg:
Horizonterweiterung in Lech Zürs

Veranstaltungen wie das renommierte Philosophicum Lech, das Lech Classic Festival oder der Europäische Mediengipfel tragen ebenso zur kulturellen Strahlkraft von Lech Zürs bei wie die erfolgreichen Ausstellungen im Museum Huber Hus, eine für den Winter 21/22 neu konzipierte Theaterwanderung zur Skikultur oder der traditionelle Lecher Musikantentag.

Skitour Westliche Eisentälerspitze © Alexander Klampfer, Bergpartner Vorarlberg

Lech Classic Festival © Lech Zürs Tourismus

DAS **TUN** WIR

Koordination der Mittel optimieren

Wir passen die Steuerung und das Management des Vorarlberger Tourismussystems an, um Mehrfachstrukturen dauerhaft abzubauen und Synergien besser zu nutzen

- Zentrale Steuerungsgruppe mit Land und WKV-Sparte zur Umsetzung der Tourismusstrategie
- Sicherung von operativen Ressourcen auf Landesebene
- Prüfung der Optimierung von Destinations-, Ressourcen- und Aufgabenverteilungen im Gesamtsystem

Fit im Wettbewerb durch **Kooperation**

Wir erhöhen die Chancen im nationalen und internationalen Wettbewerb durch die Stärkung von Kooperationen entlang der Wertschöpfungskette

- Kooperationsplattformen für die gemeinde- und regionsübergreifende Zusammenarbeit
- Einbindung der Privatvermieter in bestehende Netzwerkstrukturen
- Nutzung von anlass- und themenbezogenen Kooperationen mit angrenzenden Ländern
- Kulturbewusster Tourismus durch Kollaborationen im Rahmen der „Plattform Kultur & Tourismus"
- Kooperation mit touristisch relevanten überregionalen, nationalen und internationalen Institutionen

DAS **BEWIRKEN** WIR

Steigerung des **qualitativen Wachstums** und des Wohlstands im Land sowie **Steigerung regionaler Anteile** in der gesamten touristischen Service- und Wertschöpfungskette (wirtschaftlich nachhaltig)

- Verhältnis von eingesetzten öffentlichen Mitteln zu Ergebnissen und deren Wirkung, siehe auch Kernziel 1
- Direkte, indirekte und induzierte Bruttoregionalwertschöpfung, siehe auch Kernziel 2
- Ausgaben von Nächtigungsgästen, siehe auch Kernziel 2
- Aktive Mitglieder „Gastgeben auf Vorarlberger Art", siehe auch Kernziel 2
- Partnerschaften zur Umsetzung der Vorarlberger Marke für alpine Kulinarik, siehe auch Kernziel 4

Stärkung der **kulturellen Identität der Regionen** und ihrer Bevölkerung durch maßvolle Tourismusentwicklung und authentische Angebote (soziokulturell nachhaltig)

- Anzahl der Kooperationsplattformen bzw. -aktivitäten (gemeinde- und regionsübergreifend, international und kulturell)

Nachhaltige Entwicklungsziele (Sustainable Development Goals, SDG)

Die Tourismusstrategie 2030 erkennt die aktuellen Herausforderungen und Chancen für einen nachhaltigen und zukunftsfitten Tourismus. Hin zu einem chancenreichen Vorarlberg!

Mag. (FH) Dr. Sabine Scheffknecht
Tourismussprecherin und
Klubobfrau des NEOS-Landtagsklubs

Tourismusdestinationen sind Lebensräume. Diese müssen behutsam und auf Vorarlberger Art weiterentwickelt und bearbeitet werden. Unsere Tourismusmanufakturen arbeiten auf nachhaltige Weise und mittels Kooperationen am guten Leben für alle.

Manuel Bitschnau
Geschäftsführung
Montafon Tourismus GmbH

Die Tourismusstrategie 2030 unterstützt unser Ansinnen nach Kooperation, aktiver Zusammenarbeit und gemeinsamer Stärkung der Betriebe und des Wirtschaftsstandorts Vorarlberg. Dabei wollen wir Gäste wie Einheimische in den Fokus unserer Bemühungen rücken.

Klaus Bitschi
Bürgermeister Gemeinde Brand
(ERFA-Gemeinden Mitglied),
GF Brand Tourismus

Endlich Aufbruchstimmung in einer Branche mit enormem Zukunftspotenzial. Ende der Jammerkultur!
Positives Denken, wirkliche Entscheidungen, Teamgeist.

Ing. Mag. Mario Hammerer
Direktor Bezauer
Wirtschaftsschulen

Die Zusammenarbeit der verschiedensten touristischen Akteure sowie der gemeinsame Konsens sind heute und auch in Zukunft für den von uns angestrebten Qualitätstourismus in Vorarlberg von großer Bedeutung.

Sandra Brutscher und
Dipl. BW Elmar Müller
Vorstand Kleinwalsertal Tourismus

Die Strategie ist erarbeitet, es gibt viele Handlungsfelder und nun gilt es umzusetzen.
Uns beschäftigt der Ausbau und die Stärkung des Ganzjahrestourismus.

Dietmar Nussbaumer
Hotel Gasthof Krone, Hittisau

Aktiv Zentrum Bregenzerwald, Schnepfau · (f)acts – Veranstaltungsmanagement GmbH, Dornbirn · Agentur Werbewind, Kempten · Alpenblick, Sulzberg · Alpencamping, Nenzing · Alpenhotel Heimspitze, Gargellen · Alpenhotel Küren, Hirschegg · Alpenhotel Zimba, Brand · Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH, Bludenz · Alpenschutzverein Vorarlberg, Dornbirn · Alphotel, Hirschegg · Altes Gericht, Sulz · Alton Premium Board Store, Feldkirch · Amann Kaffee, Lustenau · AMS - Arbeitsmarktservice, Bregenz · Arlberg Express, Langen am Arlberg · Bäuerinnenorganisation, Bregenz · Bäuerliches Schul- und Bildungszentrum, Hohenems · Bergschule Kleinwalsertal, Kleinwalsertal · Bewusst Montafon, Schruns · Bezauer Wirtschaftsschulen, Bezau · bfi Vorarlberg, Feldkirch · BIFO, Dornbirn · Bildungsdirektion Vorarlberg, Bregenz · Bio Austria Vorarlberg, Bregenz · Biohotel Oswaldhus, Riezlern · Biohotel Schwanen, Bizau · Biosphärenpark

Gemeinsam in die Zukunft

Danke allen Betrieben, Partnern, Interessensvertretungen, Parteien und Zukunftsdenkern, welche sich aktiv in den Prozess eingebracht haben. Viele Anregungen konnten in die finale Strategie aufgenommen werden – eine Strategie ist immer auch ein Verhandlungsergebnis verschiedener Bedürfnisse und Zukunftsvorstellungen, deshalb konnten nicht alle Wünsche und Ideen berücksichtigt werden. Wir danken schon jetzt allen, die gemeinsam die Zukunft des Vorarlberger Tourismus mitgestalten möchten und sich auch weiterhin in den Prozess einbringen.

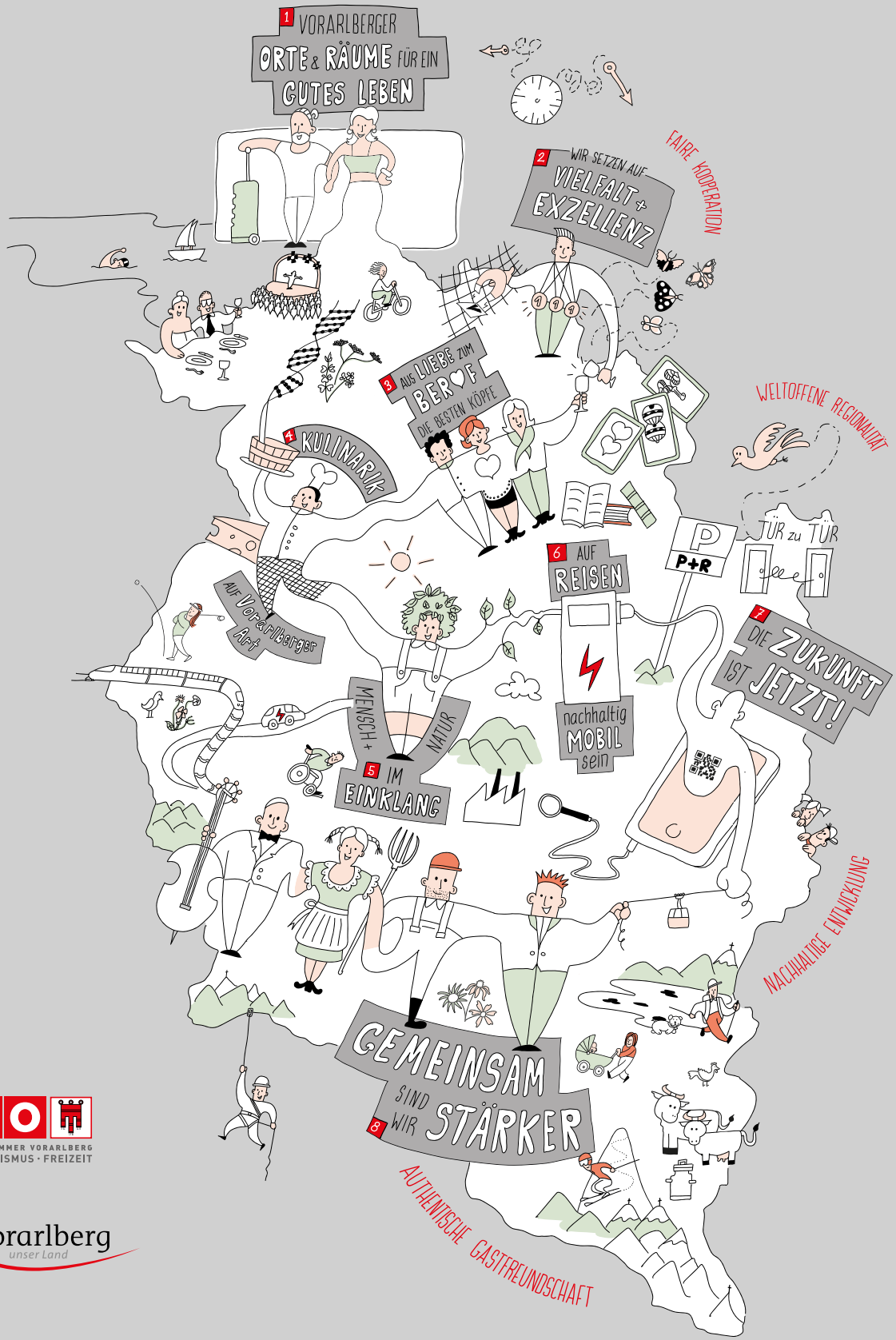
Management Gr. Walsertal, Sonntag · Bodensee Vorarlberg Tourismus GmbH, Bregenz · Brandnertal Gastronomie, Brand · Bregenz Tourismus & Stadtmarketing, Bregenz · Bregenzerwald Tourismus GmbH, Egg · Bürgermeister Tourismusgemeinden aus allen Regionen · Büro für nachhaltige Ideen, Schwarzenberg · Cabinski, St. Gallenkirch · Camping Mexiko, Bregenz · Campus Väre, Dornbirn · Christahof, Bezau · Die Einkaufsberater, Altach · Dornbirn Stadtmarketing & Tourismus GmbH, Dornbirn · Dr. Matthias Ammann, Nüziders · e5 Landesprogramm, Dornbirn · Energieinstitut Vorarlberg, Dornbirn · Fahrradbeauftragte Land, Feldkirch · Feinkäserei Bantel, Möggers · Ferienhotel Hirschegg, Kleinwalsertal · Frauenmuseum, Hittisau · Freischwimmer, Bregenz · Fruchtsaft Pfanner, Lauterach · Fuxbau Stuben, Klösterle · GASCHT - Tourismusschule, Hohenems · Gästehaus Brenner, Mittelberg · Gasthof Löwen, Feldkirch · Gasthof Rössle, Braz · Gemeindeverband Vorarlberg, Dornbirn · Gesundhotel Bad Reuthe, Reuthe · Golm Silvretta Lünersee Tourismus, Vandans · Gregor Kreuzer, Dornbirn · GVA - Gastgeben auf Vorarlberger Art, Dornbirn · Hagen Management GmbH, Dornbirn · Hamburger Fernhochschule, Hamburg · Helmut Benzer - Steuerberater, Hohenems · Herburger´s Mohren, Rankweil · Hoch Consulting, Lech am Arlberg · Hotel am See, Hard · Hotel Arlberg, Lech · Hotel Bachmann, Gargellen · Hotel Gasthof Hirschen, Schwarzenberg · Hotel Gasthof Krone, Hittisau · Hotel Grandau, Gargellen · Hotel Hirschen, Schwarzenberg · Hotel Hohes Licht, Damüls · Hotel Krone, Au · Hotel Krone, Lech · Hotel Löwen, Nofels · Hotel Madrisa, Gargellen · Hotel Mondschein, Stuben · Hotel Montana, Oberlech · Hotel Neue Krone, Mittelberg · Hotel Sandhof, Lech · Hotel Schönblick, Eichenberg · Hotel Valavier, Brand · Hotel Weisses Kreuz, Bregenz · Hotel Zamangspitze, St. Gallen-

kirch · Hotel Zimba, Schruns · illwerke vkw, Bregenz · Ferienwohnungen Im Höfle, Mittelberg · Jüdisches Museum, Hohenems · Käsestraße Bregenzerwald, Lingenau · Kleinwalsertal Tourismus, Hirschegg · kondeor, Wien · Kongresskultur Bregenz GmbH, Bregenz · KUGES - Kulturhäuserbetriebsgesellschaft, Bregenz · Kuschelhotel Gams, Bezau · Land Vorarlberg, Vermögensverwaltung, Bregenz · Land Vorarlberg, Allg. Wirtschaftsangelegenheiten, Bregenz · Land Vorarlberg, Forstabteilung, Bregenz · Land Vorarlberg, Mobilität, Bregenz · Land Vorarlberg, Plattform Mobilität-Tourismus, Bregenz · Land Vorarlberg, Raumplanung, Bregenz · Landesberufsschule, Lochau · Ländle Bur, Bregenz · Ländle Gastronomie, Wolfurt · Ländle Marketing GmbH, Bregenz · Landwirtschaftskammer, Bregenz · Landwirtschaftskammer, Regionalitätskoordinator, Bregenz · Lech Zürs Tourismus, Lech am Arlberg · Lecher Privatvermieterforum, Lech am Arlberg · Lehre Vorarlberg, Dornbirn · Linda Meixner, Gargellen · Lu.St. Hospitality GmbH, Bregenz · Marke macht Kultur, Egg · Marke Vorarlberg, WISTO, Dornbirn · Mesmerhaus, Bildstein · Messe Dornbirn, Dornbirn · Mizzitant, Frastanz · Montafon Tourismus GmbH, Schruns · Montfort „das Hotel" GmbH, Feldkirch · Möth Weinbau/Schnapsbrenner, Bregenz · Mountain Movement, Rankweil · Multimedia Fabrik, Altach · Naturfreunde Vorarlberg, Bregenz · Naturpark Nagelfluhkette, Immenstadt im Allgäu · Naturschutzobfrau, Dornbirn · ÖBB, Bregenz · ÖGB, Feldkirch · ÖHV, Schruns · ok-Bergbahnen, Oberstdorf-Kleinwalsertal · Ökologie-Institut, Bregenz · Österr. Alpenverein Sektion Vlbg., Bludenz · Outdoor - High 5, Lingenau · ÖW Digital Unit, Wien · Palast Gastronomie, Hohenems · Panoramahotel Kristberg, Silbertal im Montafon · Pansis Kochmeisterei, Hohenems · Pepper Collection, Lech am Arlberg · Petrus, Bregenz · Pier 69, Bregenz · Privatzimmerverband Vorarlberg, Doren · Raiffeisenbank, Lech · Regio Bregenzerwald, Egg · Response&Ability - C. Baumgartner, Feldkirch · Restaurant Weiss, Bregenz · Romantikhotel Das Schiff, Hittisau · Rote Wand Gourmet Hotel, Zug · Rupp AG, Hörbranz · Schischulverband Vorarlberg, Dalaas · Schüler:innen der GASCHT, Hohenems-Bezau-Bludenz · Schüler:innen der HLT Bezau · Schüler:innen der HLT Bludenz · Schüler:innen der Landesberufschule Lochau · Schwärzler Hotel Management, Schaan, Liechtenstein · Seidl Catering, Rankweil · Silberberg Montafon, Bartholomäberg · Silvretta Montafon, Schruns · Skischule, Hirschegg · Skischulleiter Brandnertal, Brand · Sonne – Hotel am Campus, Dornbirn · Sparte Tourismus & Freizeitwirtschaft, Feldkirch · Sport Pauli, Hirschegg · Sporthandel Park-Betreiber Skigebiet, Damüls · Suitehotel Kleinwalsertal, Hirschegg · Tourismus Provokateur, Bregenz · Tourismusschulen Bludenz, Bludenz · Umweltinstitut, Bregenz · Urlaub am Bauernhof, Bregenz · VAI - Vorarlberger Architekten Institut, Dornbirn · Val Blu, Bludenz · Verein Genuss Region Kleinwalsertaler Wild und Rind, Hirschegg · Verkehrsverbund Vorarlberg, Feldkirch · Vorarlberg Lines, Bregenz · Vorarlberg Milch, Feldkirch · Vorarlberg Tourismus GmbH, Dornbirn · Vorarlberger Bergführerverband, Schruns · webtourismus, Dornbirn · Wein Einblicke, Feldkirch · Werkraum Bregenzerwald, Andelsbuch · WIFI Vorarlberg, Dornbirn · WISTO, Dornbirn · Witus, Bezau

Eine Strategie ist nur so gut wie die Menschen und Betriebe, die sie leben. Hier möchten wir die Gelegenheit nutzen, um all jene, die beim Zustandekommen der Tourismusstrategie 2030 mitgewirkt haben, auf die Bühne zu holen und ins Scheinwerferlicht zu stellen. Trotz größter Sorgfalt kann es doch vorkommen, dass wir Menschen und Betriebe übersehen haben, die in diese Liste gehören würden. Dafür möchten wir uns im Vorhinein entschuldigen. All denen, die hier nicht namentlich aufgelistet wurden, gilt ein ehrliches Dankeschön!

Tourismusstrategie Vorarlberg 2030

CHANCENREICHER UND NACHHALTIGER QUALITÄTSTOURISMUS



WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER VORARLBERG
TOURISMUS · FREIZEIT

Vorarlberg
unser Land

www.vorarlberg-tourismus2030.at

www.vorarlberg-tourismus2030.at

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER VORARLBERG
TOURISMUS · FREIZEIT

Vorarlberg
unser Land

Tourismusstrategie Vorarlberg 2030

UND WIR SELBST AUCH.