Anhang 1

Erste Projekte und Maßnahmen zur Erreichung der Strategieziele „Tourismus 2020“

Fokus der Tourismusstrategie 2020: Vorarlberg soll in den nächsten Jahren aufbauend auf Qualität und einer hohen Innovationskultur in den Bereichen Gastfreundschaft, Regionalität und Nachhaltigkeit eine führende Position in Europa einnehmen.

Um dieses Ziel zu erreichen, ist es wichtig, dass wir

- die Ziele der Tourismusstrategie 2020 in einem abgestimmten Prozess professionell umsetzen;
- innovative Projekte in den Bereichen Gastfreundschaft, Regionalität und Nachhaltigkeit forcieren und fördern;
- den Tourismus stärker mit den Themen Energieeffizienz, nachhaltige Mobilität und Landschaftsqualität vernetzen.

Folgende Ziele und erste Maßnahmen werden durch Land, Vorarlberg Tourismus und die Wirtschaftskammer gemeinsam mit Partnern aus Tourismus und anderen Branchen in den kommenden Jahren umgesetzt:

Die Maßnahmen des Landes:

Ziel Nr. 1: Vorarlberg hebt sich als Tourismusland mit hoher Innovationskultur, Qualität und Kultur der Gastfreundschaft von anderen Tourismusregionen ab.

Innovation ist ein wichtiger Motor für langfristigen wirtschaftlichen Erfolg. Innovationen auf der betrieblichen und der überbetrieblichen Ebene sollen gestärkt und innovative, branchenübergreifende Projekte gefördert werden. Wichtig ist, dass es uns als Tourismusland langfristig gelingt, durch Innovation gepaart mit Gastfreundschaft, Regionalität und Nachhaltigkeit eine Top-Qualität der touristischen Infrastruktur, der touristischen Angebote sowie der touristischen Dienstleistungen sicherzustellen. Kultur der Gastfreundschaft ist untrennbar mit der Qualität unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Tourismus verbunden, die im Umgang mit unseren Gästen professionell, authentisch und vorbildlich sind.

Welche nächsten Schritte wird das Land zur Erreichung des Ziels Nr. 1 setzen:

- Das Land wird die Tourismusförderungen an den Zielen der Tourismusstrategie 2020 ausrichten und innovative Ansätze in der touristischen Aus- und Weiterbildung unterstützen.

Ziel Nr. 2: Die regionalen Strategien der Destinationen stimmen mit den Zielen der Tourismusstrategie 2020 überein und werden im Sinne der führenden Wettbewerbspositionierung gelebt.

In Vorarlberg sind sechs Destinationen für die regionale Angebotsgestaltung und Vermarktung ihres Angebots auf nationaler und internationaler Ebene verantwortlich. Die Zusammenarbeit erfolgt mit Vorarlberg Tourismus und auch der Österreich Werbung. Das Land zahlt jährlich eine Destinationsbasisförderung an die Destinationsmanagementorganisationen auf Basis von Leistungsvereinbarungen, welche das Land mit der jeweiligen Destination für mehrere Jahre abschließt. Die Bestrebungen des Landes sind darauf ausgerichtet, die Zusammenarbeit zwischen Vorarlberg Tourismus und den Destinationen in der Marktbearbeitung weiter zu stärken und die Destinationen dabei zu unterstützen, ihre jeweiligen Stärken auszubauen und ihre Positionierung im internationalen Umfeld zu schärfen. Wichtig für die Zukunft ist die weitere Umsetzung von Leitprojekten in den Destinationen im Rahmen der Tourismusstrategie 2020.

Welche nächsten Schritte wird das Land zur Erreichung des Ziels Nr. 2 setzen:

- Das Land (Wirtschaftsabteilung) wird mit den Destinationen Workshops durchführen, um die regionalen Strategien mit der Tourismusstrategie 2020 abzustimmen;

- Die Ergebnisse der Workshops werden sukzessive in die Leistungsvereinbarungen aufgenommen;

- Die Zusammenarbeit zwischen Vorarlberg Tourismus und den Tourismusdestinationen in der Marktbearbeitung soll weiter gestärkt werden.

Ziel Nr. 3: „Das Ökoland Vorarlberg „regional und fair“ setzt die Messlatte für genussvolle Lebensmittel…“ (Auszug aus der Landwirtschaftsstrategie 2020)

Die Bestrebungen des Landes sind darauf ausgerichtet, die Zusammenarbeit zwischen Tourismus und Landwirtschaft zu stärken und Synergien zu nutzen. Die Landwirtschaft ist zB Produzent hochwertiger Lebensmittel für Hotellerie und Gastronomie. Für landwirtschaftliche Betriebe schafft die Kooperation mit dem Tourismus zusätzliche Einkommensmöglichkeiten.

Welche nächsten Schritte wird das Land zur Erreichung des Ziels Nr. 3 setzen:

- Das Land wird die Ziele der Tourismusstrategie 2020 mit den Zielen der neuen Landwirtschaftsstrategie abstimmen und Pilotprojekte umsetzen.

Ziel Nr. 4: Qualitativ hochwertige touristische Infrastruktur und hohe Landschaftsqualität mit ausgewiesenen Ruhezonen prägen unser Landschaftsbild und sichern langfristig unsere Wettbewerbsfähigkeit

Vorarlberg bekennt sich im Tourismusleitbild zu einem nachhaltigen Qualitätstourismus. Einerseits geht es bei Investitionen in die touristische Infrastruktur darum, unseren Gästen ein qualitativ hochwertiges Angebot zur Verfügung zu stellen: Top-Qualität bei Beherbergungsbetrieben in den

unterschiedlichen Kategorien sowie bei privaten Unterkünften, bei Gastronomiebetrieben, Freizeiteinrichtungen, Seilbahnen, Wanderwegen, Mountainbike- und Radwegenetzen, um einige Beispiele zu nennen. Investitionen in die Tourismus- und Freizeitwirtschaft werden von Bund und Land im Rahmen der Richtlinien gefördert. Neben qualitativ hochwertiger Infrastruktur stellt die hohe Landschaftsqualität in Vorarlberg langfristig einen wichtigen Wettbewerbsfaktor dar. Ziel des Landes ist es, einen Ausgleich zu schaffen zwischen touristisch erschlossenen Gebieten und unberührten Naturräumen, die einer sanften touristischen Nutzung zugänglich sind (="Weißzonen").

Welche nächsten Schritte wird das Land zur Erreichung des Ziels Nr. 4 setzen:

- Das Land wird einen Vorschlag für ausgewiesene Ruhezonen (="Weißzonen") ausarbeiten, der als Grundlage für die Erlassung eines Landesraumplans dienen soll.

Ziel Nr. 5: Vorarlberg positioniert sich als Modellregion für umweltfreundliche Mobilität im Tourismus

Die Erreichbarkeit von Destinationen mittels öffentlicher Verkehrsmittel soll für Gäste besser sichtbar gemacht und Schnittstellen zwischen Verkehrsträgern optimiert werden, um eine lückenlose Transportkette von der Wohnadresse des Gastes bis zur Unterkunftsadresse in der Zieldestination sicherzustellen. Gäste sollen in den Tourismusdestinationen ein attraktives, nachhaltiges Mobilitätsangebot nutzen können.

Welche nächsten Schritte wird das Land zur Erreichung des Ziels Nr. 5 setzen:

- Das Land wird die Umsetzung von Projekten im Bereich nachhaltige Mobilität in den Destinationen unterstützen;

- Die Zusammenarbeit zwischen Verkehrsverbund und Vorarlberg Tourismus wird gestärkt, um Gästen übersichtlich und leicht abrufbar Informationen (Verkehrsinformationen, Möglichkeiten der sanften Mobilität vor Ort, Tourismusinformationen) zur Verfügung zu stellen. Dadurch soll auch das Mobilitätsverhalten der Gäste gesteuert werden.

Ziel Nr. 6: Vorarlberg ist ein Tourismusland, das die Ziele der Energieautonomie engagiert mitträgt und lebt.

Der Vorarlberger Landtag hat einstimmig den Beschluss gefasst, bis zum Jahr 2050 in Vorarlberg Energieautonomie zu erreichen. Energie soll eingespart, die Energieeffizienz erhöht und erneuerbare Energieträger ausgebaut werden. Die Umsetzung der Maßnahmen der Energiezukunft bringt für die Tourismuswirtschaft Einsparungen in den Energiekosten und Vorteile im Wettbewerb um Gäste, deren Anforderungen an einen verantwortungsvollen Umgang mit Natur und Umwelt steigen.

Welche nächsten Schritte wird das Land zur Erreichung des Ziels Nr. 6 setzen:

- Das Land wird die Ziele der Energiezukunft und die Ziele der Tourismusstrategie 2020 vernetzen und Maßnahmen in einem abgestimmten Prozess umsetzen.

Die Maßnahmen und Projekte der Wirtschaftskammer, Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft:

Zur Erreichung der angestrebten Nr. 1 Positionierung in den Themen Regionalität, Nachhaltigkeit, Gastfreundschaft in den relevanten touristischen Zielmärkten startet die Wirtschaftskammer, Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, mit folgenden ersten Projekten:

Grundvoraussetzung für die erfolgreiche Positionierung der Vorarlberger Tourismuswirtschaft im Wettbewerb der Zukunft ist eine

- eigenkapitalstarke, wettbewerbsfähige Betriebswirtschaft
- ehrliche und authentische Gastfreundschaft
- hochkompetente und begeisterte Mitarbeiter
- eine leistungsfähige und nachhaltige Landwirtschaft

Der Mensch im Tourismus

Die Entwicklung des Arbeitsmarktes im Tourismus insgesamt gestaltet zunehmend kritisch. Kompetente Mitarbeiter zu finden und sie langfristig an ein Unternehmen, eine Branche oder an eine Destination zu binden ist ein unverzichtbarer Erfolgsfaktor geworden.

Die Vorarlberger Tourismuswirtschaft steht im Ringen um die besten Jugendlichen und die qualifiziertesten Mitarbeiter im Fach- und Hilfskräftebereich nicht nur im Wettbewerb mit anderen Berufen und Branchen in Vorarlberg selbst sondern im internationalen Wettbewerb mit vergleichbaren Tourismusdestinationen im näheren Umfeld (Tirol, Salzburg, Schweiz, Bayern, Südtirol) und darüber hinaus mit Tourismusdestinationen weltweit.

Die Vision, Vorarlberg bis 2020 zur Nummer 1 in Bezug auf Gastfreundschaft und Servicequalität zu machen, erfordert ….

- Neue Wege in der Aus- und Weiterbildung
- Eine Neugestaltung des touristischen Arbeitsplatzes

Wenn wir die Nr. 1 in Sachen Gastfreundschaft sein wollen, ….

… müssen wir die besten touristischen Arbeitsplätze Europas bieten,

die sich an folgenden Grundhaltungen orientieren

- Familienzeiten und Freizeiten sind in allen touristischen Berufsfeldern für alle MitarbeiterInnen planbar.

- Neue Arbeitszeitmodelle: Es gibt vielfältige Arbeitszeitmodelle, die sich effizient an den unterschiedlichen Betriebsarten und Bedürfnissen der Mitarbeiter orientieren.

- Neues Lohn – und Gehaltssystem: Faire Einkommensstrukturen sind in allen Arbeitsfeldern eine Selbstverständlichkeit.

- Neugestaltung und Optimierung der Zusatzleistungen wie Unterkunft und Verpflegung.

- Mitarbeiter und ihre Chefs sind Gastgeber aus Leidenschaft. Im Vorarlberger Tourismus arbeiten nur Menschen mit authentischer Passion für die Region und ihre Werte.

- Der Tourismus in Vorarlberg bietet Arbeitsplätze, die Selbstverantwortung und Entscheidungsfreiheit ermöglichen und einfordern.

- Herausragende Führungskompetenz ist Teil jeder Ausbildung.

- Unsere Mitarbeiter kommen aus der ganzen Welt. Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, dass sie sich zu Hause fühlen können. Deutsch ist Grundlage, eigene Kultur (Sprache,..) kann eigebracht werden.

- Vorarlberg ist eine höchst lebenswerte Region für alle in Bezug auf Lebensqualität, Respekt, Fehlertoleranz, Sicherheit, Vielfalt und Vertrauen.

- Das Netzwerk „Bildungshaus Tourismus Vorarlberg“ bietet Aus- und Weiterbildung für Lehrlinge, Mitarbeiter, Ausbilder und Unternehmer. Alle wollen regelmäßig dorthin um bei Fachveranstaltungen, aber auch bei geselligen Anlässen die aktuelle „art of hosting“ zu erleben und gegenseitigen Erfahrungen auszutauschen.

- Es gibt rechtliche und wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen in denen primär Familienbetriebe gewünscht sind und zukunftsfähig gestärkt werden.

- Die besonderen Herausforderungen (z.B. Saisonsstress, Arbeitszeiten, Druck) werden in den touristischen Betrieben des Landes zu besonderen Stärken entwickelt.

Um diese Ziele zu erreichen, werden unter anderem folgende Rahmenbedingungen und Instrumente geschaffen:

- Neue zukunftsfähige rechtliche und kollektivvertragliche Rahmenbedingungen.

- Ein landesweit vernetztes Mitarbeitermarketing für alle Tourismusbetriebe.

- Eine Mitarbeiterkarte für alle touristischen Mitarbeiter in Vorarlberg. Es werden attraktive Zusatzleistungen für alle Mitarbeiter geboten.

- Die Wettbewerbsfähigkeit des touristischen Arbeitsplatzes in Vorarlberg gegenüber Mitbewerbern am Arbeitsmarkt wird erhöht.

- Mitarbeiterdatenbank: Eine Vorarlbergweite Mitarbeiterdatenbank entsteht, die ähnlich einer Stammkunden- oder Stammgästedatenbank einen dauerhaften Kontakt zu unseren Mitarbeitern sichert. Langfristig wird eine stärkere Bindung der Mitarbeiter zu unseren Betrieben und zur Destination Vorarlberg insgesamt entwickelt. Die Identifikation des heimischen und ausländischen Mitarbeiters mit den Zielen, Werten und dem touristischen Angebot unseres Landes sowie eine gesunde Integration ausländischer Mitarbeiter können dadurch gelingen.

- Eine Mitarbeitercommunity zur Vernetzung der Mitarbeiter untereinander.

- Ein Arbeitsplatzbewertungs- und –orientierungssystem erleichtert unseren Mitarbeitern im In- und Ausland die Suche und Auswahl ihres optimalen Arbeitsplatzes.

Wenn wir die Nr. 1 in Sachen Gastfreundschaft sein wollen, ….

… müssen wir schneller die bestqualifizierten Mitarbeiter von den touristischen Arbeitsmärkten abholen

Tourismusjobcenter Vorarlberg

Situation am touristischen Arbeitsmarkt

Kompetente Mitarbeiter auf den saisonalen Arbeitsmärkten zu finden und sie langfristig an unser Tourismusland zu binden, wird zu einem unverzichtbaren Erfolgsfaktor. Im härter werdenden Wettbewerb mit anderen Tourismusdestinationen werden wir daher in der Rekrutierung, Qualifizierung und Betreuung von saisonalen Mitarbeitern neue Wege gehen müssen.

Die strukturierte und zielgerichtete Mitarbeitersuche, die Betreuung von Saison-Mitarbeitern und Betrieben und deren Qualifizierung in regionalem Wissen sowie in Sozialkompetenzen und persönlichkeitsbildenden Bereichen mit der gleichzeitigen Spezialisierung auf den touristischen Arbeitsmarkt stellen einen neuen innovativen und österreichweit einzigartigen Zugang zur Situationsbewältigung dar.

Die Wirtschaftskammer gründet daher ein neues, eigenständiges und auf den Tourismus spezialisiertes Tourismusjobcenter mit dem Ziel, neue, innovative Ansätze in der Rekrutierung, Betreuung und Qualifizierung von saisonalen Mitarbeitern im Tourismus zu entwickeln.

Aufgaben und Ziele des Tourismusjobcenters:

- Entwicklung und Umsetzung innovativer Ansätze in der Rekrutierung von Arbeitskräften für die Vorarlberger Tourismusbetriebe.
- Stärkung der Position des Vorarlberger Tourismus im Wettbewerb um die besten Arbeitskräfte.
- Förderung von Kooperationen mit Institutionen, Schulen und Betrieben in interessanten (Arbeitsmarkt-)Regionen.
- Entwicklung von Konzepten, die eine Bindung der Arbeitskräfte in der Region bzw. im Tourismus fördern.
- Entwicklung von Qualifizierungsangeboten, die den Bedürfnissen der Betriebe und der Mitarbeiter/innen Rechnung tragen und die Qualität im Vorarlberger Tourismus fördern.
- Förderung von Jahresarbeitszeitmodellen in Verbindung mit Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen (Bildungskarenz Tourismus).

- Verstärkte Vernetzung und optimale Nutzung von Synergien vorhandener Institutionen.

- Optimierung der Beratungs- und Unterstützungsangebote für Betriebe und Mitarbeiter in der Region.

Wenn wir die Nr. 1 in Sachen Gastfreundschaft sein wollen, ….

… brauchen wir eine hochinnovative Bildungsstrategie und ein einzigartiges Bildungshaus - in den Köpfen, in den Herzen und in der Praxis.

…. müssen wir unsere Aus- und Weiterbildungskonzepte und unsere Schulsysteme prüfen

Das Ziel: Das beste Aus- und Weiterbildungskonzept Europas

Österreich hat ein bewährtes und weltweit anerkanntes Ausbildungssystem für touristische Berufe. In Österreich ausgebildete Fachkräfte haben in der ganzen Welt beste Berufschancen und sind überall gefragt. Auf den erreichten Erfolgen dürfen wir uns nicht ausruhen. Bildung im Tourismus beschränkt sich derzeit im Wesentlichen auf die Ausbildung von Jugendlichen in den handwerklichen Kernkompetenzen Kochen, Servieren und Rezeption. Eine Qualifizierung in persönlichkeitsbildenden Bereichen oder Sozialkompetenzen, eine Ausbildung von Saisonmitarbeitern sowie Quer- oder Wiedereinsteigern findet praktisch kaum statt. Auch ist die ständige Weiterbildung von im Beruf stehenden touristischen Mitarbeitern zu wenig attraktiv, um eine entsprechend breite Wirkung zu entfalten.

Aus- und Weiterbildung im innovativen „Bildungshaus Tourismus“ bestimmt durch:

- Zukunftsweisende Aus- und Weiterbildung durch Vermittlung von Wissen und Emotionen.
- Perfekter Standort im Zentrum der Tourismusdestinationen Vorarlbergs.
- Bildungsmodelle für alle touristischen Berufsgruppen
- Zertifizierter modularer Aufbau des Bildungssystems
- Optimales und hochintegratives Verhältnis von Theorie und Praxis
- Ausbildung über die Kernkompetenzen hinaus – starker Fokus auf die Persönlichkeitsbildung
- Dialogplattform von Stakeholdern fördert permanent Evolution und Evaluierung
- Internationalisierungsgrad/Global - "incoming/outcomming" ist weltweit einmalig
- Architektonisch innovative und visionäre räumliche Strukturen
- Bildungshaus ist Plattform für einen optimalen Übergang von der Ausbildung in die Berufswelt

- Vernetzung der Schulsysteme mit den Vorarlberger Tourismusschulen im Sinne eines innovativen Bildungskonzeptes
- Optimaler Übergang von Ausbildung und Berufswelt
- Netzwerkpartnerschaft Schule, Arbeitgeber, Eltern, Jugendliche

Wenn wir die Nr. 1 in Sachen Gastfreundschaft sein wollen, ….

…. müssen wir unseren Mitarbeitern attraktive Angebote machen, um sie in unseren Betrieben zu halten und sie an unser Land zu binden

Instrumente der Mitarbeiterbindung – Im Wettbewerb um die besten Mitarbeiter verschaffen Vorarlberg einen USP

- Mitarbeitercommunity: Schaffung einer Plattform zur Betreuung und zum Austausch von Mitarbeitern im Tourismus. Durch die Vernetzung der Mitarbeiter untereinander, entsteht eine stärkere Identifikation und Verbundenheit der Mitarbeiter mit dem Land, der Region und dem Betrieb.

- Mitarbeiterdatenbank: Ziel ist die Betreuung, Pflege und Bindung qualifizierter Mitarbeiter ähnlich einer Stammgäste- oder Stammkundenbetreuung.

- Mitarbeiterkarte: Entwicklung einer Vorteilskarte für alle touristischen Mitarbeiter in Vorarlberg. Zahlreiche interessante Leistungsträger wie Seilbahnen, Schwimmbäder, Verkehrsverbund, Freizeiteinrichtungen, etc. beteiligen sich. Das gesamte touristische Angebot in Vorarlberg, das den Gästen zur Verfügung steht, stellen wir auch unseren Mitarbeitern zur Verfügung.

Regionalität

Logistik

Ziel ist das Schließen der Logistiklücke zwischen landwirtschaftlichen Anbietern aus kleinbäuerlichen Betrieben und der Nachfrage aus der Gastronomie und Hotellerie.

Langfristig kann ein flächendeckendes Angebot von innovativen, regionalen und zertifizierten landwirtschaftlichen Produkten erreicht werden. Das Angebot und das Sortiment der landwirtschaftlichen Erzeugungsbetriebe werden ständig erweitert und in Umfang und Menge der Nachfrage angepasst.

Im Rahmen einer Kooperationspartnerschaft zwischen WKV Sparte Tourismus/Ländlemarketing /Logistikunternehmen Schluge wird bis Ende 2012 im Rahmen eines einjähriges Pilotprojektes mit rund 30 beteiligten Landwirten und über 60 Gastronomiebetrieben ein innovatives und nachhaltiges Logistiksystem getestet.

AMA – Gastrosiegel - Vorarlberg

Neben dem österreichweit geltenden AMA Gastrosiegel wird in Vorarlberg in Zusammenarbeit mit der Agrarmarkt Austria ein spezielles „AMA Gastrosiegel Vorarlberg“ geschaffen, das strengeren regionalspezifischen Kriterien unterworfen wird. In Verbindung mit diesem Projekt wird gemeinsam mit der AMA ein flächendeckendes Controlling- und Beratungssystem aufgebaut.

t5 – das lernende Netzwerk Vorarlberger Tourismusbetriebe

Die Positionierung eines nachhaltigen Tourismus in Vorarlberg wird durch einen permanenten Optimierungsprozess des touristischen Kerngeschäftes erreicht. Ziel ist es ein lernendes Netzwerk Vorarlberger Tourismusbetriebe aufzubauen um durch Austausch von Erfahrungen neues Wissen zu generieren. Durch Begleitung und Beratung von Betrieben wird Nachhaltigkeit unter anderem im Bereich Energie, Mobilität, Bautechnik etc. erreicht und somit der Erwerb von bestehenden Zertifizierungen, Bewertungssystemen und Labels (Ökoprofit, Umweltzeichen Tourismus usw) auf einfache Weise möglich.

Bauherrenprojekt

Im Rahmen dieses Projektes werden Gastronomen und Hoteliers bei Um-, Aus- und Neubaumaßnahmen begleitet um eine optimale Abstimmung des neu zu schaffenden Raumes im Hinblick auf Atmosphäre, Persönlichkeit und Wertehaltung des Unternehmers bzw. der Unternehmerfamilie, der Markeninhalte des Ortes und der Destination zum Ausdruck zu bringen.

Im Rahmen des „Bauherrenprojektes“ wird bei allen großen und auch kleineren Neu- und Umbaumaßnahmen professionelle Unterstützung angeboten. Gemeinsam mit dem Bauherrn und seiner Familie werden zur eigenen Persönlichkeit und zum Umfeld passende Soll-Vorstellungen erarbeitet und in einem Briefing dem Architekten vermittelt. Das Projekt wird in einem ersten Schritt in das laufende T5-Projekt integriert und längerfristig dazu beitragen, das Profil der Marke Vorarlberg zu stärken und zu schärfen und dadurch raumgestalterische Beliebigkeit zu vermeiden.

Die Maßnahmen und Projekte von Vorarlberg Tourismus zur Tourismusstrategie 2020

Wir begeistern für die Idee der Urlaubsmarke „Vorarlberg“

Mit „Urlaub in Vorarlberg“ verbinden unsere Gäste – wie uns die Befragungen bestätigen – viele positive Erfahrungen. Diese Erfahrungen schaffen Vertrauen und Bindung und sind eine wesentliche Erfolgsgrundlage einer Urlaubsmarke. Wettbewerbsvorteile schaffen Marken aber erst dann, wenn sie mit Blick in die Zukunft aktiv gestaltet werden. Dazu braucht es passende Produkte und Dienstleistungen, Beziehungspflege und relevante Kommunikation an die Zielgruppen der Marke. Vorarlberg Tourismus ist hauptverantwortlich für die Marken-Kommunikation mit dem Versprechen, dass Gäste in diesem Land anregend urlauben und sich aktiv erholen können.

Anregende Urlaubsprodukte gestalten, Beziehungen pflegen und diesen Gästen ein einzigartiges Urlaubsgefühl vermitteln, können nur die touristischen Leistungsträger. Je klarer und eindrücklicher die konkreten Urlaubserfahrungen mit dem Markenversprechen übereinstimmen, desto erfolgreicher wird das Urlaubsland Vorarlberg bei jenen Gästen sein, die wir vermehrt ansprechen und begeistern wollen. Denn erst ein stimmiges Gesamtbild aus Angebot, inhaltlichen Botschaften und der Art und Weise der Kommunikation verstärkt das Vertrauen von Gästen in die Urlaubsmarke „Vorarlberg“, macht sie glaubwürdig, unverwechselbar, stark und differenziert im Wettbewerb.

Mit einem Vermittlungskonzept für die Urlaubsmarke Vorarlberg will Vorarlberg Tourismus die touristischen Leistungsträger im ganzen Land für die Idee der Marke Vorarlberg begeistern. Die Marke Vorarlberg entsteht im Verbund - deshalb braucht es die Integration und die Vertiefung mit den Destinationen und eine Entwicklung in Richtung Standortmarke. Der erfolgreiche touristische Innovationspreises soll unter dem Aspekt der Urlaubsmarke Vorarlberg weiterentwickelt werden.

Wir entwickeln das effizienteste und effektivste Marketingsystem im Alpenraum

Vorarlberg Tourismus und die sechs Destinationsorganisationen arbeiten als selbständige Unternehmen in einem Netzwerk. So entsteht ein Zusammenspiel von unterschiedlichen Kompetenzen in den Bereichen Produktgestaltung, Kommunikation und Markt-Knowhow.

In dieser Netzwerkorganisation werden die regional bzw. landesweit passenden Produkte erarbeitet, kombiniert und auf den richtigen Märkten kommuniziert. Die Produktentwicklung orientiert sich an einem gemeinsam erarbeiteten Marktportfolio (A-, B- und C-Märkte). Eine akkordierte Marktstrategie mit definierten Produkten und Budgets schafft die nötige Verbindlichkeit. In Abstimmung mit der Österreich Werbung wird an einem gemeinsamen Bewertungsraster gearbeitet.

Wir vernetzen das Tourismussystem

Vorarlberg Tourismus gestaltet aktiv die Beziehungen zu jenen Akteuren innerhalb und außerhalb des Tourismus, die für die Weiterentwicklung des Tourismuslandes „Vorarlberg“ von entscheidender Bedeutung sind. Dies betrifft ganz besonders die Kompetenzfelder „Kunst & Kultur“, „Nachhaltigkeit“ und „Gesundheit“. Wir bieten Plattformen, auf denen Partner sich austauschen und neue Impulse erhalten können.

Die konkrete Urlaubs- und Reiseplanung findet heute schon vorwiegend in der digitalen Welt statt. Dabei kommt der Verortung der touristischen Infrastruktur über jedwede Form von Karten („Map“) eine immer größere Bedeutung zu. Eine besondere Herausforderung ist dabei die Organisation von qualitativ gesicherten Daten mit geografischem Bezug. Vorarlberg Tourismus hat die Verantwortung für die Organisation und die Verteilung der relevanten Daten in die immer zahlreicher werdenden Kanäle übernommen. Die dazu bereits aufgebaute GeoWeb-Datenbank für Freizeit und Tourismus in Vorarlberg wird weiter ausgebaut.