

Presseföyer – Dienstag, 20. November 2012

Vorarlbergs Tourismus gut in Schwung
Hervorragendes Ergebnis im Sommer 2012
und erste konkrete Schritte
zur Umsetzung der Tourismusstrategie 2020

mit

Landeshauptmann Mag. Markus Wallner
Landesstatthalter Mag. Karlheinz Rüdissner
(Wirtschaftsreferent der Vorarlberger Landesregierung)

Hervorragendes Sommer-Ergebnis 2012 und erste konkrete Schritte zur Umsetzung der Tourismusstrategie 2020

Presseföyer, 20. November 2012

Mit Qualität und Innovation an die europäische Spitze in Sachen Gastfreundschaft, Regionalität und Nachhaltigkeit – so lautet das Ziel der Vorarlberger Tourismusstrategie 2020. Die Projektpartner – Land, Wirtschaftskammer und Vorarlberg Tourismus – können auf eine höchst erfreuliche Zwischenbilanz blicken. Der Sommer 2012 bringt erneut Rekordzahlen und in der Umsetzung der Tourismusstrategie gibt es schon Ergebnisse in Form erster konkreter Projekte.

Die Bedeutung des Tourismus für Vorarlberg lässt sich in wenigen Zahlen beschreiben. Rund zwei Millionen Urlaubsgäste buchen ca. acht Millionen Übernachtungen im Jahr. Die Tourismus- und Freizeitwirtschaft beschäftigt 12.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und trägt etwa 15 Prozent zum Vorarlberger Bruttoregionalprodukt bei. Umso mehr freuen sich Landeshauptmann Markus Wallner und Landesstatthalter Karlheinz Rüdissler über die positive Entwicklung. "Der Tourismus trägt in entscheidendem Maße zur wirtschaftlichen Stärke und Lebensqualität unseres Landes bei", so Wallner: "Mit der Erarbeitung der Tourismusstrategie haben wir die Leitlinien für die kommenden Jahre vorgegeben und die Ziele klar definiert. Jetzt gehen wir in die Umsetzung."

Das Bekenntnis des Landes Vorarlberg zur Umsetzung der Tourismusstrategie 2020 schlägt sich nicht zuletzt in der finanziellen Dotierung nieder. Im Landesbudget 2013 sind über zwei Millionen Euro als Destinationsförderung für die sechs Destinationen des Landes (Alpenregion Bludenz, Arlberg, Bodensee-Vorarlberg, Bregenzerwald, Kleinwalsertal und Montafon) veranschlagt. Zusätzlich stehen 420.000 Euro für Destinationsentwicklungsprojekte zur Verfügung. Projekte können von den regionalen Destinationsmanagementorganisationen eingereicht werden.

Aus diesen Mitteln werden innovative Leitprodukte und -projekte gefördert, die einen Neuheitswert für die jeweilige Destination bringen und dadurch zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit beitragen. Qualität und Innovation bilden die Grundlage der Tourismusstrategie 2020. Weitere Förderschwerpunkte sind

- die Stärkung der Tourismusgesinnung in der Region
- die enge Kooperation zwischen Tourismus und Landwirtschaft
- ein nachhaltiger Kongress- und Tagungstourismus
- buchbare Produkte im Bereich der nachhaltigen Mobilität.

Für Landesstatthalter Rüdissler hängt der Erfolg der Vorarlberger Tourismusstrategie 2020 in entscheidendem Maße davon ab, dass die darin formulierten Ziele auf breitestmöglicher Basis mitgetragen werden. "Wir wollen alle Destinationen motivieren, mit ihren Tourismusbetrieben attraktive und innovative Ideen und Projekte zu entwickeln und umzusetzen, damit das Tourismusland Vorarlberg auch in Zukunft auf Erfolgskurs bleibt. Mit unserer Destinationsprojektförderung bieten wir hier einen lohnenden Anreiz", so Rüdissler.

Auf der jüngsten Sitzung der Vorarlberger Landesregierung wurden die ersten Förderungen aus diesem Topf für drei konkrete Projekte genehmigt.

Bodensee-Vorarlberg: Marken-Erlebnisraumentwicklung

Auf Basis eines neuen Markerkonzepts sollen in der Destination Bodensee-Vorarlberg Marken-Erlebnisareale entwickelt werden. Attraktionspunkte wie Museen und Marktplätze, Gastronomie und Freizeitangebote sowie Verkehrsmittel und -infrastruktur (Wege, Routen, Pkw, Rad, ÖPNV) werden zu kompletten Erlebnisprodukten verbunden und als Marke angeboten. Der Gast soll den gesamten Erlebnisraum genießen können. In der Vermarktung sollen daher in Zukunft vor allem die professionell gemanagten Erlebnisareale anstelle der Orte/Städte dargestellt werden. Für jedes Erlebnisareal gilt es die relevanten Partner und Institutionen wie Kulturanbieter, die Kreativwirtschaft und Stadtmarketingorganisationen zu gewinnen.

Bodensee-Vorarlberg: Nachhaltigkeit in der Meetings Industry

Der Begriff "Meetings Industry" umfasst inhaltlich alle Abläufe des Tagungs- und Kongress-Tourismus. Das Ziel des Projekts besteht darin, Vorarlberg eine führende Position als erste konsequente Green-Meetings-Region Europas zu sichern. Ein entsprechendes Konzept für Leitkongresse und Tagungen mit Nachhaltigkeitskompetenz wird entwickelt und international vermarktet. Darüber hinaus soll Vorarlberg als erste Partnerregion im Rahmen von "Green Events Austria" beworben werden.

Gastfreundschaft 2020 – Kommunikation der Marke Bregenzerwald nach innen

Die Marke Bregenzerwald definiert Gastfreundschaft als "Engagement für Urlaubsglück". Die Wälderinnen und Wälder sind serviceorientiert und bieten jene Top-Qualität, die sie von sich und ihren Produkten

selbst erwarten. Dazu bedarf es einer verstärkten Kommunikation der Marke nach innen.

Das bedeutet:

Bregenzerwälder Betriebe (z.B. Hotels, Gastronomiebetriebe, Seilbahnen, Schischulen etc.) setzen bei sich regionale Produkte aus dem Bregenzerwald ein und vermarkten diese. Dem Gast wird dadurch ein einheitliches Bild vom Bregenzerwald vermittelt.

Zufriedene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich im Arbeitsumfeld wohlfühlen und sich mit ihrem Betrieb und mit der Region Bregenzerwald identifizieren, sind bessere Gastgeber. Schulungen und gute Führung in den Betrieben sollen einen solchen Prozess der internen Markenverankerung stärken.

Die Bewohner des Bregenzerwaldes wissen um die Wichtigkeit des Tourismus für ihre Region. Es ist wichtig, die positive Tourismusgesinnung in der Bevölkerung zu erhalten und dem Gast gegenüber zu zeigen. Dazu gehört z.B., dass die Bregenzerwald Saisonkarte, der 3-Täler-Schipass und sämtliche Infrastrukturen als Angebote für Gäste und Bewohner wahrgenommen werden.

Neuer Sommer-Rekord zu erwarten

Obwohl die Auswertung aller Gäste- und Nächtigungszahlen des Sommers 2012 durch die Landesstelle für Statistik noch nicht abgeschlossen ist, darf bereits jetzt mit einem absoluten Top-Ergebnis gerechnet werden. Im Sommer 2011 wurde in Vorarlberg erstmals die Eine-Million-Gäste-Marke übertroffen und schon jetzt steht fest, dass dieses Ergebnis heuer nochmals gesteigert wird. Und bei der Zahl der Übernachtungen zeichnet sich das beste Ergebnis seit 1994 ab.

(tourismus2020.pku)