



Geschäftsbericht 2023

IMPRESSUM

Herausgeber: Vorarlberg Tourismus GmbH, 6850 Dornbirn, Poststraße 11, 6850 Dornbirn
T +43.(0)5572.377033-0, F +43.(0)5572.377033-5, info@vorarlberg.travel, www.vorarlberg.travel
Gestaltung: Vorarlberg Tourismus GmbH und Werkstatt West
Redaktion: Pzwei. Pressearbeit, Daniela Kaulfus, Thorsten Bayer. Lektorat: Thorsten Bayer
Coverfoto: Michael Meusbürger/Bregenzerwald Tourismus

Vorarlberg Tourismus 2023

Die Umsetzung der Vorarlberger Tourismusstrategie 2030 erforderte strukturelle Anpassungen unserer Organisation.

Mit unserem neuen Unternehmenszielbild, zusätzlichen Budgetmitteln und neuen Mitarbeiter:innen sind wir bestens aufgestellt.

Orte und Räume für ein gutes Leben schaffen

»» Das Urlaubs- und Freizeitland Vorarlberg ist in vielerlei Hinsicht gut unterwegs. Das beweist, dass wir mit Regionalität, Gastfreundschaft und Nachhaltigkeit auf die richtigen Werte setzen. ««

Christian Gantner, Tourismuslandesrat und Aufsichtsratsvorsitzender der Vorarlberg Tourismus GmbH



Das Tourismusjahr 2023 zeigt eine erfreuliche Bilanz – inklusive Rekordsommer! Viel entscheidender als bloße Zahlen ist jedoch die Qualität. Dass diese stimmt, ist dem großen Engagement der heimischen Gastgeber:innen zu verdanken. Der Tourismus ist der Herzmuskel des Vorarlberger Wirtschaftskörpers. In nur wenigen Wirtschaftsbereichen spielt der Mensch eine so große Rolle. Auch wenn die vergangenen Jahre alles andere als leicht waren und Teuerungen und Fachkräftemangel die Branche immer noch herausfordern, bestätigen die hohe Nachfrage und die Treue der Gäste, dass Vorarlberg ein begehrtes Urlaubsland und ein genauso attraktiver Lebens- und Erlebnisraum ist. Gäste sind für uns Bewohner auf Zeit. Deren Vertrauen möchten wir stärken, kontinuierlich ausbauen und dabei die Betriebe und die gesamte Vorarlberger Tourismusfamilie bestmöglich unterstützen.

Die Vorarlberger Tourismusstrategie 2030 gibt dafür die Leitlinie vor. Vorarlberg Tourismus hat dabei maßgebliche Aufgaben übernommen. Um diese gut zu bewältigen, wurde das Team unter der Leitung von Christian Schützinger mit weiteren Expert:innen verstärkt und das Unternehmen mit einem Sonderbudget ausgestattet. Joachim Kresser ist seit April 2023 als Bereichsleiter für die Umsetzung der Tourismusstrategie zuständig, Rebecca Bundschuh arbeitet seit 2023 als Radkoordinatorin gemeinsam mit den Vorarlberger Destinationen an der Strategie für Mountainbike und Freizeitrad.

Alexandra Dittrich hat mit Jahreswechsel die Marketingleitung übernommen. Auch die digitale Transformation steht sehr weit oben auf der Agenda. All das trägt dazu bei, gemeinsam Orte und Räume für ein gutes Leben zu schaffen und unsere Tourismusstrategie 2030 kontinuierlich umzusetzen.

Für eine gesunde Tourismuszukunft gilt es insbesondere, gut ausgebildete Menschen für den Tourismus zu behalten und zu begeistern. Das ist aktuell eine der größten Herausforderungen, die wir konsequent angehen. Wir wollen die Ausbildung der Fachkräfte weiter forcieren. Vorarlberg ist mit seinem breiten Angebot – den Berufsschulen, der in Österreich einzigartigen GASCHT und der Höheren Lehranstalt für Tourismus – auf einem guten Weg.

Das Urlaubs- und Freizeitland Vorarlberg ist in vielerlei Hinsicht gut unterwegs. Das beweist, dass wir mit Regionalität, Gastfreundschaft und Nachhaltigkeit auf die richtigen Werte setzen. Die Branche ist wichtiger Impuls- und Zukunftsgeber für unsere Talschaften und Regionen. Mit einem Umsatz von 12,6 Milliarden Euro und einer Wertschöpfung von 6,7 Milliarden Euro bieten Gastronomie, Hotellerie und Seilbahnen rund 15.000 Arbeitsplätze und sind damit ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in Vorarlberg. Arbeiten wir gemeinsam daran, dass das so bleibt!



Fotos: Lisa Mathis, Michael Meusburger/Bregenzewald Tourismus

Auf dem Weg zur Höferspitze

Synergien nutzen für eine erfolgreiche Weiterentwicklung

»» Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir unseren Unternehmensauftrag weiterentwickelt und die zentralen Aufgaben neu definiert: Umsetzung der Tourismusstrategie, verstärkte Innenkommunikation und digitale Transformation. ««

Christian Schützinger, Geschäftsführer Vorarlberg Tourismus



2023 war ein arbeitsreiches Jahr, in dem viele Weichen gestellt wurden: Wir haben neue Aufgaben übernommen, zusätzliche Geschäftsbereiche geschaffen und uns deshalb auch personell verändert. Aber der Reihe nach: Die Meilensteine im vergangenen Jahr haben wir im Strategieausschuss und in zwei Workshops gesetzt. Daraus haben wir unseren Unternehmensauftrag weiterentwickelt und schließlich in unserem neuen Unternehmenszielbild auf den Punkt gebracht. Im Wesentlichen kristallisierten sich unsere Aufgaben aus den Anforderungen der Vorarlberger Tourismusstrategie 2030 heraus.

Im Zentrum steht die Umsetzung der Tourismusstrategie selbst, wofür eine eigene Stelle geschaffen wurde: Als „Bereichsleiter Entwicklung und stellvertretender Geschäftsführer“ ist im April Joachim Kresser ins Team eingestiegen. Das etablierte Tourismusnetzwerk „Gastgeben auf Vorarlberger Art“ dient als Hauptinstrument und wird intensiver denn je als Plattform für Austausch auf betrieblicher Ebene, Vermittlung und gemeinsames Lernen genutzt, um die Werte in der Praxis für Gäste erlebbar zu machen. Dabei fokussieren wir verstärkt auf die Themen Nachhaltigkeit, Mobilität, Kulinarik und Kultur.

Weiterer zentraler Auftrag ist, neben den Marketingaufgaben und der Kommunikation in die Märkte, auch nach innen zu kommunizieren:

Adressat:innen sind Destinationen, Stakeholder, Betriebe und die Vorarlberger Bevölkerung. Es geht im Wesentlichen darum, die Tourismusakzeptanz zu erhöhen, das Leistungsportfolio von Vorarlberg Tourismus für die Betriebe zugänglich zu machen und Einheimischen das vielfältige Freizeitangebot verstärkt zu vermitteln.

Die digitale Transformation haben wir als dritte wichtige Aufgabe definiert. Welche Möglichkeiten die sogenannten Shared Services bieten, konnten wir im Workshop „Digitale Perspektiven“ ausloten. Unser Ziel ist, Informationen aus der V-Cloud auch auf betrieblicher Ebene einzusetzen und digitale Tools gemeinsam zu nutzen, beispielsweise bei der Aktualisierung von Websites, der Erstellung von Veranstaltungskalendern, der Bereitstellung und Nutzung von Fotos, Videos und anderen relevanten touristischen Daten.

Wie bisher analysieren wir Erkenntnisse aus der Marktforschung und lassen diese in die Weiterentwicklung des heimischen Tourismus einfließen. So sind Gästezufriedenheit, Reiseprognosen oder der Stellenwert von Nachhaltigkeit wichtige Kriterien bei Reiseentscheidungen. Wir können solche Entwicklungen am Reisemarkt beobachten und unsere Aktivitäten gemeinsam mit den Partner:innen im Netzwerk darauf ausrichten, damit Vorarlberg als Urlaubs- und Freizeitland bei den Menschen weiterhin hoch im Kurs steht.



Fotos: Petra Rainer, Lucas Tiefenthaler

Zürs Sunset Skiing



Die Ziele der VT GmbH

1

- ⇒ Verankerung der **Marketinggrundsätze**
- ⇒ Steuerung der **Produkt- und Angebotsentwicklung** bei DMOs
- ⇒ Steigerung der digitalen **Sichtbarkeit und Auffindbarkeit**
- ⇒ Kompetenz als **Berater und Anbieter** (V-CARD) in Sachen **Freizeit** ausbauen
- ⇒ Image von Vorarlberg als **kultivierter, qualitätsvoller und authentischer Freizeit- und Erholungsraum** fördern

2

- ⇒ Anpassung **VT-Unternehmenszielbild**
- ⇒ **Förderung der Innovationsfreude** durch neue Formate
- ⇒ **Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit**
- ⇒ **Monitoring und Koordination** der Tourismusstrategie 2030

3

- ⇒ Verankerung der „V-Cloud“ als **zentraler Hub für alle relevanten Urlaubs- und Freizeitdaten**
- ⇒ **Stärkung der Kompetenz als Datenmanagement-Partner**
- ⇒ Erweiterung der **Shared-Service-Angebote**

KERNGES

1

Market
Kommun

IMM

1-Nachha

2-Mobi

3-Kulin

4-Kul

Tourismusstrategie
2030

2



SCHÄFTE

1

eting &
unikation

haltigkeit
obilität
linarik
kultur

KUS

Digitale
Transformation

3

- Entwicklung der **Kompetenzstelle für Nachhaltigkeit** im Bereich Urlaub und Freizeit
- Implementierung der **Nachhaltigkeits- und ESG-Kriterien** bei Kooperationen

1

- Professionalisierung der Information und der Kommunikation zu **nachhaltiger Mobilität**
- Bearbeitung der Handlungsfelder der **Radanalysen I und II**
- Roll-out „**Mobilität für alle Gäste**“ auf das gesamte Land

2

- Entwicklung einer **Vorarlberger alpinen Kulinarikmarke**
- Ausbau der **Kooperationen** mit Schlüsselpartner:innen und Initiativen

3

- Förderung der Wahrnehmung von Vorarlberg als **kultivierter, qualitätsvoller und authentischer Erholungsraum**
- Etablierung von Vorarlberg als **kulturelles Zentrum** im internationalen Bodenseeraum
- Steigerung der **digitalen Sichtbarkeit** der kulturellen Angebote

4

Die Tourismusstrategie Schritt für Schritt umsetzen

» Im ersten Jahr der Umsetzung der Strategie ging es vor allem darum, konkrete Maßnahmen zur Erreichung der 8 Kernziele zu definieren, aufzugleisen und einige bereits durchzuführen. «

Joachim Kresser, Bereichsleiter Entwicklung und stellvertretender Geschäftsführer



Mit dem Einstieg von Joachim Kresser im April startete die Umsetzung der Tourismusstrategie 2030: Zahlreiche Projekte laufen bereits, um die 8 Kernziele zu erreichen. Joachim Kresser koordiniert die Maßnahmen, evaluiert sie und berichtet den Stakeholdern regelmäßig über den aktuellen Stand. Das Kernziel 1 betrifft Standortrahmenbedingungen und fällt daher in den Kompetenzbereich des Landes Vorarlberg und der Wirtschaftskammer Vorarlberg. Unser Know-how und das der Destinationen kommt beim Kernziel 2 zum Tragen: Unter dem Begriff „Marketing im Netzwerk“ stimmen wir die Kommunikation und Marketingmaßnahmen laufend miteinander ab (Seiten 12/13). Wir arbeiten am gemeinsamen Kompetenzaufbau mit Expert:innen: So gab es Workshops zu Sinus-Milieus (touristische Zielgruppen) und künftigen Arbeitsweisen von Tourismusorganisationen. Das GVA Tourismusnetzwerk vermittelt die Inhalte der Strategie an Betriebe, Stakeholder und die Bevölkerung und will damit auch durch Sichtbarkeit die Tourismusakzeptanz im Land fördern (Seiten 13/16/17).

Fachkräfte und Bildung umfasst das Kernziel 3, das die Wirtschaftskammer Vorarlberg verantwortet. Wir waren 2023 bei der Entwicklung des Gütesiegels „Top Tourismus Jobs Vorarlberg“ eingebunden und beteiligten uns an der Tourismuswoche der WKV, bei der touristische Erfolge ins Schaufenster gestellt wurden. Im Verantwortungsbereich von Vorarlberg Tourismus liegt das Thema Kulinarik, Kernziel 4, wozu wir eine Steuerungsgruppe mit

unseren Partnern Land, WKV und Ländle Marketing einrichteten. Im Zentrum steht die Entwicklung der Vorarlberger alpinen Kulinarikmarke mit dem Hauptprodukt „Xinis“, die bereits bei Veranstaltungen verkostet wurden. Wir realisierten eine TV-Produktion zu Kooperationen zwischen regionalen Produzent:innen sowie Köchen und Köchinnen. Auf Schiene sind die Neuaufstellung der Dachmarke Vorarlberg Is(s)t, die Erarbeitung des kulinarischen Erbes Vorarlbergs durch die Kunst- und Kochhistorikerin Renate Breuß und ein Hackathon.

In Zeiten des Klimawandels spielt die ökologische Nachhaltigkeit (Kernziel 5) eine zentrale Rolle (Seite 11). Auf die Reduktion von Emissionen zielt auch die Mobilität ab (Kernziel 6): Reisen per Bus und Bahn werden verstärkt kommuniziert, die Gästekarte nach dem Vorbild der Alpenregion Bludenz (kostenlose Öffi-Nutzung in ganz Vorarlberg) soll auf alle Regionen ausgeweitet werden. Mit Rebecca Bundschuh kümmert sich seit Oktober erstmals eine Freizeitrad-Koordinatorin um die landesweite Koordination von Projekten und vernetzt die Partner im Land. Der Digitalisierung (Kernziel 7) widmen wir die Seiten 14/15. Dem Ziel, verstärkt Synergien zu nutzen (Kernziel 8), kommen wir durch Bildung von Arbeitsgruppen zu allen Kernzielen nach. Die große Herausforderung besteht darin, die vielen Stakeholder zu vernetzen und diese effizient zu koordinieren.



Nachhaltigkeit im Zentrum

Gemäß Kernziel 5 widmen sich seit spätestens 2023 alle Destinationen dem Thema Nachhaltigkeit. Dem Wunsch nach Unterstützung in diesem komplexen Thema widmet sich Miriam Berkmann. Ende 2023 hat sie diese Rolle in unserer Organisation übernommen. Die Mitarbeiter:innen tauschen sich aus, um sowohl die Nachhaltigkeit der eigenen Unternehmen als auch die der Urlaubsregionen voranzutreiben und die Zertifizierung nach dem Österreichischen Umweltzeichen zu erreichen. Gemeinsam mit dem Energieinstitut erarbeiteten wir die Plattform EKART.at, die Betrieben per Online-Selfcheck ermöglicht, ein CO₂-Zertifikat zu erlangen. Das GVA Tourismusnetzwerk bietet Betrieben eine kostenlose Expert:innen-Beratung zur Nachhaltigkeit an. Der Tourismustag im Rahmen der Tourismuswoche im Oktober und die Exkursion nach Niederösterreich drehten sich ebenfalls ganz um das Thema (Seiten 18/19). Vorarlberg Tourismus selbst ist aktives Mitglied bei „turn to zero“, „klimacent“ und im Global Sustainability Tourism Council (GSTC).

Hilfestellung für Betriebe

Wesentliche Bestandteile der Strategiearbeit sind die Kommunikation, Beratung und Inspiration für Gastgeber:innen. Dazu steht das GVA Tourismusnetzwerk mit Koordinatorin Annemarie Felder zur Verfügung. Wichtige Informationen stehen auf der GVA-Website gva.vorarlberg.travel, die wir überarbeiteten: Der Fragebogen zur Selbsteinschätzung für Betriebe ist nun digital verfügbar, Infos zur Tourismusstrategie wurden als eigene Rubrik integriert und 108+ Beiträge zur Tourismusstrategie mit der V-Cloud verknüpft. Die Beiträge sind damit auf der Vorarlberg-Landkarte verortet, samt Kurzinfos und Kontaktdaten der Betriebe. Branchenkolleg:innen können so direkt miteinander in Verbindung treten, um sich auszutauschen und gegenseitig bei der Umsetzung der strategischen Ziele zu unterstützen.

Gesichter der Strategie

Von Oktober 2023 bis in den Jänner 2024 machten wir mit einer landesweiten Plakatkampagne sichtbar, wie und wo die Tourismusstrategie bereits erlebbar ist. Wir arbeiteten dazu mit der teamwork Werbeagentur und dem Fotografen Alexander Ess zusammen, die 18 verschiedene Gastgeber:innen aus den 6 Urlaubsregionen besuchten, die wir im Vorfeld ausgewählt hatten. Auf den Plakaten waren etwa ein Seilbahner, eine Hotelière, eine Landwirtin, ein Koch, oder ein Busfahrer bei ihrer Tätigkeit abgebildet. In einem prägnanten Satz erklärten sie, was „Gastgeben auf Vorarlberger Art“ für sie bedeutet. Integriert war ein Verweis auf die 108+ Beiträge zur Tourismusstrategie, die durch die Vorbildwirkung der abgebildeten Gastgeber:innen stetig weiterwachsen sollen. Durch crossmediale Kommunikation verstärkten wir die Wirkung der Plakatkampagne, für die das Land Vorarlberg ein Sonderbudget zur Verfügung stellte. Ziel der Kampagne war es aufzuzeigen, was der Tourismus für das Land leistet, und so die Tourismusakzeptanz in der Bevölkerung zu steigern.

Eine große Bandbreite von Kommunikationswegen

» Um unsere Zielgruppe zu erreichen, setzen wir auf bewährte Markenthemen, nutzen dazu seit Jahren eine große Bandbreite verschiedenster Kanäle und testen auch neue Tools. «

Gerald März, Marketingleiter Vorarlberg Tourismus



Vorarlberg Tourismus bedient seit Jahren eine große Bandbreite von Kommunikationswegen, um Urlaubs- und Freizeitgäste zu erreichen. Diese umfassen klassische Formen wie Pressetermine auf den Märkten, Kooperationen mit Medien und Outdoor-Plattformen, eine gedruckte Jahresbroschüre (Seite 13) oder seit neustem auch Virtual Running Videos.

Auf den Märkten gab es zwei Termine in Frankreich. Beim International Media Marketplace bestand die Möglichkeit, 1:1-Gespräche mit Journalist:innen und Blogger:innen zu führen. „B2B Presse & Trade Networking“ hieß eine zweite Veranstaltung, Schauplatz war ebenfalls Paris. Thematische Schwerpunkte der von der Österreich Werbung (ÖW) ausgerichteten Veranstaltung in der Österreichischen Botschaft waren Kultur und Natur. Die ÖW organisierte auch das Get-together zum Thema Nachhaltigkeit in Den Haag (Niederlande). In München, Stuttgart, Frankfurt, Berlin, Hamburg und Zürich nahm je ein:e Vertreter:in von Vorarlberg Tourismus an den Presselunches der Bregenzer Festspiele teil. Neben dem überregional bekannten Festival standen weitere kulturelle Themen sowie Anreisemöglichkeiten mit öffentlichen Verkehrsmitteln auf der Agenda.

Sportbegeisterte profitieren von der Kooperation mit dem beliebten Outdoor-Routenplaner komoot. Über Content Creators sind Tourensammlungen (Wandern und Bike) entstanden, die über die V-Cloud auf der Website von Vorarlberg Tourismus

eingebunden sind. Diese Routentipps, die Naturführer Lukas Rinnhofer kuratierte, sprechen die gewünschte Zielgruppe an: Die Kooperation mit komoot ermöglicht, Angebote klimaschonend und naturverträglich zu gestalten und Gästeströme möglichst gut zu verteilen.

Erste Virtual-Running-Videos sind auf Initiative von Prim. Univ.-Prof. Dr. Robert Strohal entstanden, die wir gemeinsam mit der Alpenregion Bludenz als Pilot umsetzten: Richard Föger vom Union Laufclub Bludenz lief dazu mit einer GoPro-Kamera verschiedene Routen ab, beispielsweise am Silvretta-Stausee. Diverse Reels produzierte Vorarlberg Tourismus zu weiteren Outdoor-Themen und auch zu Rezepten.

Die markentypische Verbindung von Genuss und Architektur wird anhand von Online-Porträts ausgewählter Gasthäuser auf vorarlberg.travel dargestellt. Der Fundus wurde 2023 um das Jöslar in Andelsbuch und den Peterhof Furx erweitert. Im nächsten Jahr ist der Abschluss der Serie mit zwei weiteren Betrieben vorgesehen: der Taube in Schruns sowie dem Weinlokal Rebberg (Röthis).

„Der Himmel voller Geigen“ lautet der Titel des großen Interviews mit dem Vorarlberger Matthias Honeck. Als Mitglied der Wiener Symphoniker verbringt er jeden Sommer bei den Bregenzer Festspielen, im Oktober 2023 war er in Schwarzenberg, wo er mit seiner Schwester Anna Maria erstmals das junge Klassikfestival :alpenarte kuratierte.



Ganzjahresfolder

Im Sinne der Nachhaltigkeit und des Ganzjahrestourismus legten wir erstmals statt getrennter Broschüren für die Sommer- und Wintersaison nur einen gedruckten Ganzjahresfolder auf, der über mehrere Jahre im Einsatz sein kann. Darin finden sich neben einer Vorarlberg-Karte und praktischen Informationen zu An- und Abreise Kurzporträts der sechs Vorarlberger Urlaubsregionen.

Weitere Themen sind Kulinarik, die „drei Ks“ Kunst/Kultur/Kreativität. Eine lesenswerte Rubrik ist „Wussten Sie, dass ...?“ Ein Beispiel lautet: Wussten Sie, dass das erste Designhotel Österreichs in Vorarlberg steht? Es geht um das Hotel Martinspark in Dornbirn, eröffnet im Jahr 1996. Hätten Sie's gewusst?



Vorarlberg von oben

Wortwörtlich außergewöhnliche Ansichten bietet das langjährige Projekt Vorarlberg von oben (VVO), das laufend aktualisiert wird (www.vorarlberg.travel/vorarlberg-von-oben/). Von A wie Alberschwende bis Z wie Zürsersee sind mittlerweile über 200 Filme gespeichert. 2023 starteten wir eine neue Initiative, um auch den Ausflugszielen der V-CARD einen Mehrwert zu bieten: Die Destinationen sowie die jeweiligen lokalen Tourismusorganisationen vor Ort durften sich aussuchen, welche weiteren Orte gefilmt werden sollen.

Die Kosten für den Drohneneinsatz wurden geteilt, d. h. die Hälfte übernahm Vorarlberg Tourismus. Das betreffende Ausflugsziel erhielt sämtliches Rohmaterial der Aufnahme mit allen Rechten und einen geschnittenen sowie einen vertonten VVO-Clip.



365 Naturtipps

Seit dem vergangenen Jahr erarbeiten wir gemeinsam mit Lukas Rinnhofer eine Sammlung aus 365 Tipps, die die Naturvielfalt aller Urlaubsregionen in Vorarlberg präsentieren – mit besonderem Fokus auf naturverträgliche Erlebnisse. Die Tipps dienen den Social-Media-Redakteur:innen in den Destinationen, Betrieben und auch uns als Input für diverse Kanäle: z. B. für Facebook, Instagram, Blogs, YouTube-Videos und auch als Touren-Content für komoot oder Printprodukte wie die „Morgenpost“ in Betrieben, für Broschüren usw. Das Ziel ist, Urlaubs- und Freizeitgäste auf die Naturschätze Vorarlbergs aufmerksam zu machen und gleichzeitig für Naturschutz und Naturverträglichkeit zu sensibilisieren. 40 Tipps sind bereits verfügbar, die Sammlung wird 2024 fortgesetzt.

Angebote für eine erlebnisorientierte Urlaubsplanung

» Künftige Generationen denken bei ihrer Urlaubsplanung viel mehr an Erlebnisse als an konkrete Orte. Tourismusorganisationen und Betriebe müssen deshalb grenzübergreifende Angebote machen und diese digital zur Verfügung stellen. «

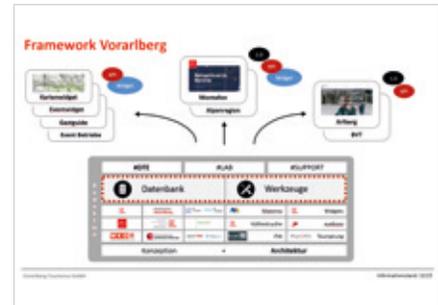
Christian Schützing, Bereichsleiter Digitale Services

Eine zentrale Grundlage, um im Tourismus effizient zusammenzuarbeiten und zu kommunizieren, ist die Digitalisierung. Diese ist zugleich eine große Herausforderung, denn sie sollte allen Beteiligten ein schlankes, koordiniertes Datenmanagement und eine praktikable Administration und Nutzung ermöglichen – den Destinationen, Tourismusbüros, -betrieben und -partner:innen, Medienschaffenden und natürlich auch uns als Landestourismusorganisation. Im vergangenen Jahr sind wir hier einen Riesenschritt weitergekommen.

Wir luden die Digitalexpert:innen der 6 Destinationen zum gemeinsamen Workshop „Digitale Perspektiven“, den Gregor Kreuzer vom Büro Estuar mit uns durchführte. In diesem ging es einerseits darum, unsere digitalen Projekte offenzulegen und Synergiepotenziale sichtbar zu machen. Andererseits schufen wir ein gemeinsames Bild, wie sich die Veränderungen der digitalen Welt auf unsere touristischen Leistungen auswirken werden. Dabei orientieren wir uns an den Anforderungen und Bedürfnissen künftiger Zielgruppen, auf die wir uns einstellen müssen, und stellten uns Fragen wie: Wie werden künftige Generationen Informationen einholen? Wie werden sie ihre Urlaube bzw. Aufenthalte in Vorarlberg gestalten? Auf Basis der Marktforschung erwarten wir im Kern, dass sich Menschen mehr an Bedürfnissen bzw. Erlebnissen orientieren werden, ohne sich auf ihren Urlaubsort oder eine Destination zu beschränken (Seite 15). Urlaubsplanung entwickelt sich weg vom territorialen zum erlebnisorientierten Raum: Die Frage

lautet also „Wie?“ und „Was?“ statt „Wo?“. Diese Art der Urlaubsplanung verlangt eine regionen- und grenzüberschreitende Aufbereitung und Zurverfügungstellung von Informationen und Angeboten. Auch Verfügbarkeiten oder Einkaufsmöglichkeiten müssen orts-, destinations- und auch länderübergreifend geprüft und recherchiert werden können. Die Mobilität spielt bei dieser Entwicklung eine nicht minder wichtige Rolle: Die Erlebnisleistungen müssen – mit Blick auf eine auch ökologisch nachhaltige Tourismusedwicklung – klimaschonend möglich sein.

Auf der Ebene der Angebotsgestaltung denken wir folglich in grenzübergreifenden Erlebnissen, die wir technisch über das Framework Vorarlberg abbilden und verfügbar machen. Dazu gab es im Mai einen Kick-off-Workshop mit Florian Bauhuber (Realizing Progress) gemeinsam mit den Destinationen. Mit dem weiterentwickelten professionellen Tourismusdatenmanagement, der V-Cloud, machen wir Daten und Angebote sichtbar. Die aus dem Workshop hervorgegangene digitale Arbeitsgruppe tauscht sich nun regelmäßig im „Labor“ aus, um sich mit digitalen Entwicklungen und neuen Anforderungen auseinanderzusetzen und auf dieser Basis gute Entscheidungen zu ermöglichen. Dieser Prozess hebt die gestiegene Bedeutung der Digital Tourismus Experts in unseren Unternehmen hervor: Sie bilden das digitale Pendant zum „Marketing im Netzwerk“. Diese Art der Zusammenarbeit erfordert ein offenes Miteinander und eine Kooperationskultur auf Augenhöhe, um den Tourismus im Land stimmig, koordiniert und erfolgreich weiterzuentwickeln.



Künftige Urlaubswünsche

Im Rahmen des Workshops „Digitale Perspektiven“ lieferte uns Lukas Fischer von der Digitalagentur netzvitamine wertvolle Erkenntnisse zu künftigen Zielgruppen, die wir ansprechen wollen. Wie erwartet sind junge Menschen digital affin: Der Großteil der Generation Z nutzt beispielsweise Sprachassistenten, bezahlt vorwiegend kontaktlos und arbeitet vermehrt zuhause. Spannend war für uns die Information, dass „Erlebnis-(S)Hopping“ im Trend liegt: Junge Menschen orientieren sich mehr an Erlebnissen bzw. ihren Bedürfnissen im Urlaub als an Orten. Sie legen Wert auf Nachhaltigkeit, Achtsamkeit und präferieren Slow Tourism, wozu es im Tourismus neue Messgrößen braucht. Lukas Fischer sprach von einem „Feel Good Index“ für Urlaubsregionen. Wichtige Parameter dafür sind auch Barrierefreiheit und Edutainment – also eine Kombination aus Lernen (Education) und Unterhaltung (Entertainment). Destinationen sollten diese Kriterien bei ihrer Angebotsgestaltung und -kommunikation im Auge behalten.

Effizientes Datenmanagement

Die V-Cloud hat sich als zentrale Plattform zur einheitlichen Aufbereitung von touristischen Daten aus verschiedenen Quellen etabliert. Sie erlaubt den Beteiligten, diese Daten bei Bedarf abzurufen – beispielsweise beim Relaunch einer Destinations-Website. Bodensee-Vorarlberg und Lech Zürs Tourismus nutzen bereits seit 2020 diese Möglichkeit, die neuen Webauftritte von Alpenregion Bludenz und Montafon werden ebenfalls darauf aufbauen und um Tools erweitert, die wir als Shared Services zur Verfügung stellen: z. B. Eventserver, Eyebase (Fotodatenbank), Matomo (Cookieless Webanalyse). Eine einheitliche Datenstruktur ermöglicht die Nutzung von Informationen über Destinationsgrenzen hinaus. Schließlich erfolgt die Differenzierung der Erlebnisräume durch die Inhalte anstatt durch die Technologie. Die V-Cloud ist damit wegweisend für die effektive Nutzung von digitalen Plattformen im Tourismussektor.

Framework Vorarlberg

Framework Vorarlberg besteht aus der Datenbank V-Cloud und den Shared Services, die einen aktiven Beitrag zur digitalen Umsetzung leisten. Diese Werkzeuge ermöglichen einen niederschweligen Zugang, Informationen aus der V-Cloud zu nutzen und darzustellen. Zudem vereinfachen sie die Integration von hilfreichen Services. 2023 bereiten wir die wesentlichen Grundlagen für die praktische Anwendung ab 2024 vor:

- Matomo zur Website-Analyse: Dieses Tool ermöglicht eine detaillierte Analyse des Verhaltens von Nutzer:innen auf Websites.
- V-Cloud-Widgets: Diese Widgets dienen beispielsweise zur Darstellung von Veranstaltungen oder Touren.
- Volltextsuche für Websites auf Basis von Open-Source-Technologie: Damit können Nutzer:innen effizient nach relevanten Inhalten suchen.
- Und wir führten einen First Level Support unter support@vorarlberg.travel ein und stockten dazu personell auf.

GVA Projekte verbinden

Tourismusstrategie und Praxis

» » ,Gastgeben auf Vorarlberger Art' bietet Inspiration, Motivation und Unterstützung durch den Diskurs von Menschen mit vielfältigem Know-how. « «

Annemarie Felder, Koordinatorin des GVA Tourismusnetzwerks

Das GVA Tourismusnetzwerk ist eine Einladung an alle, die die Tourismusstrategie 2030 umsetzen und damit unseren Lebensraum weiterentwickeln wollen. Als leitendes Gremium fungiert ein Steuerungskreis, der sich sowohl aus Mitarbeiter:innen von VT als auch aus externen Mitgliedern zusammensetzt. Beziehungsmanagement und Transfer von Know-how sind wichtige strategische Ziele.

Vermittlung im Fokus

Neben den internen GVA Treffs standen 2023 extern vor allem die 4 Veranstaltungen „GVA zu Gast“ im Mittelpunkt. Insgesamt zählten wir über 80 Teilnehmer:innen.

Los ging es am 8. Februar in Mellau bei Gastgeberin Evi Haller und ihrem gelungenen Apartmenthaus „Tempel 74“, das unter anderem mit dem Vorarlberger Holzbaupreis 2021 ausgezeichnet wurde. Ungezwungene Eleganz und höchster Komfort zeichnet das Ensemble aus zehn Apartments aus – „ein Ort der Begegnung für Gäste und die Familie“, erklärte Evi Haller.

Ruhig regional

„Wir verkaufen Ruhe“, ist das erfolgreiche Motto der Familie Schmid am Peterhof Furx, wohin die nächste Ausgabe von „GVA zu Gast“ führte. In vierter Generation führen die Geschwister Sarah und Patrick einen Betrieb, der vom Alpengasthof zu einem modernen Resort mit Restaurant und 10 Chalets geworden ist. Schon anderthalb Jahre nach der Neueröffnung können sich die Schmidts sowohl über Stammpublikum als auch zufriedene Tagesgäste freuen.

St. Arbogast war am 1. Juni die nächste Station. Eine halbjährige Generalsanierung lag hinter dem Team des Jugend- und Bildungshauses mit Geschäftsführer Daniel Mutschlechner. Regionalität war nicht nur beim Umbau die Maxime, sie spielt auch auf der Speisekarte eine große Rolle. Gesunde, zunehmend vegane Speisen sind Küchenchef Simon Gamper wichtig.

Zum Abschluss ging es zu Verner's 2020 in Bartholomäberg. Doris und Harald Bitschnau „nehmen die Regionalität mit ins Jahr“, wie sie sagen. Sie halten rund 80 Montafoner Steinschafe und schlachten vor Ort. Der Hofladen ist auch Wollwerkstatt. Sohn Johannes braut am Hof ein Lagerbier, das die Besucher:innen verkosten durften.

Erfahrungsaustausch über Bildungsangebote

Dreimal hat sich 2023 der GVA Bildungsmonitor getroffen, um sich über strategierelevante Bildungsangebote und -anliegen auszutauschen. Hier bringen sich alle Destinationen, die Wirtschaftskammer Vorarlberg und Vorarlberg Tourismus ein.

Plakat-Kampagne

Im Mittelpunkt einer Plakat-Kampagne standen 18 Touristiker:innen aus ganz unterschiedlichen Bereichen und Destinationen. Insgesamt waren die 18 Sujets an 237 Standorten in ganz Vorarlberg zu sehen. Die Inhalte wurden auch auf LinkedIn sowie als Beiträge in „Wann und Wo“ sowie in der KULTUR-Zeitschrift ausgespielt.



Foto: Michael Nussbaumer

Harald Bitschnau mit seinen Steinschafen/Verner's 2020

Nachhaltig werthaltig



Die Strategie ist Leitlinie für die Entwicklung des Lebensraums Vorarlberg. «

Joachim Kresser, Bereichsleiter Entwicklung Vorarlberg Tourismus

Im Oktober führte Vorarlberg Tourismus in Kooperation mit dem Land Vorarlberg erstmals den Tourismustag durch. Ein Schwerpunkt lag auf „Gastgeben auf Vorarlberger Art“, kurz GVA. Das Tourismusnetzwerk ist untrennbar mit der Tourismusstrategie 2030 verknüpft. Wir befassen uns noch stärker mit der Zusammenarbeit nach innen, mit den Stakeholdern, Betrieben und mit der Bevölkerung. Die Strategie ist nicht nur Grundlage für einen zukunftsfähigen Tourismus, sondern auch Leitlinie für die Entwicklung des Lebensraums Vorarlberg.

Ein weiterer Programmpunkt war eine Podiumsdiskussion mit anregenden Beiträgen von Rangerin Lisa Klocker, Köchenvirtuose Wolfgang Ponier, Berg- und Skiführer Lukas Kühlechner sowie Esther Baldauf (Urlaub am Bauernhof). Sie gingen der Frage nach, was ihnen GVA bedeutet und worin sie den eigenen Beitrag für ein funktionierendes Tourismussystem sehen.

Mobilität

Ein anderer Aspekt von Nachhaltigkeit, den Vorarlberg Tourismus vorantreibt, ist die Mobilität. Das Projekt „Mobilität für alle Gäste“ soll die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel in ganz Vorarlberg mit der Gästekarte ermöglichen. Vorarlberg Tourismus hat zudem die Stelle einer Freizeitrail-Koordinatorin geschaffen und eine Kooperation mit Zugle gestartet – der ersten Online-Plattform, die Wanderrouten mit Öffi-Nutzung verbindet.

Wie wichtig das Thema Nachhaltigkeit für (potenzielle) Gäste ist, wird in Studien abgefragt – ein wichtiger Hinweis für die Angebotsgestaltung heimischer Gastgeber:innen.

Daten aus dem Tourismus-Monitor Austria und der Deutschen Reiseanalyse zeigen beispielsweise: 43 Prozent der grundsätzlich an einem Urlaub in Vorarlberg interessierten Deutschen schreiben dem Land explizit zu, dass es ein „nachhaltiges Reiseziel“ ist. Bei den „Erfahrenen“, also jenen, die schon einmal da waren, sind es 49 Prozent.

Auch das Unternehmen Vorarlberg Tourismus geht in Sachen Nachhaltigkeit mit gutem Beispiel voran – siehe Seite 22/23.

Fachexkursion nach Niederösterreich

Mit Nachhaltigkeit hat sich auch eine Gruppe Vorarlberger Touristiker:innen in Niederösterreich beschäftigt: „West meets Ost“ war das Motto einer zweitägigen Fachexkursion. Ein Highlight war der Fachvortrag von Dr. Mathias Feige, wie Menschen zum nachhaltigen Handeln bewegt werden können. Er erläuterte, dass die Ebene von Verstand und Vernunft wenig mit Wünschen, Bedürfnissen zu tun hat: Wenn wir wollen, dass Menschen ihr Verhalten ändern, müssen wir sie emotional erreichen. Sie brauchen Zeit, um selbst Tatsachen zu begreifen und Kompetenzen aufzubauen. Organisiert hatte die Reise Nachhaltigkeits- und Tourismusexperte Holger Sigmund, der uns auf dem Weg zur Klimaneutralität unterstützt. Passend zum Thema erfolgte die Anreise zum Schloss Eckartsau mit Bahn, Schiff – und für manche unserer Gruppe per Fahrrad.



Fachexkursion Nachhaltigkeit 2023 – Symposion



Tourismuslandesrat Christian Gantner



Fachexkursion Nachhaltigkeit 2023 im Schloss Eckartsau



Tourismustag

Fotos: Michael Holzweber, Frederick Sams/Wirtschaftskammer Vorarlberg

Erlebnisfaktor und persönlicher Austausch

» Den thematischen Rahmen bildeten 2023 die Bereiche Nachhaltigkeit, Jugend und Mobilität – als Handlungsfelder der Kulturtourismusstrategie. «

Isabella Natter-Spets, Kuratorin der Plattform Kultur & Tourismus

Die Plattform Kultur & Tourismus vernetzt die Vorarlberger Kulturschaffenden mit den international tätigen Tourismusorganisationen des Landes. Es geht um Gedankenaustausch, das gegenseitige Kennenlernen und darum, gemeinsam Kooperationsstrategien zu entwickeln. Gastgeber sind die Kultur- und Wirtschaftsabteilung der Vorarlberger Landesregierung und Vorarlberg Tourismus. Die Programmgestaltung liegt bei Christian Schützinger, Isabella Natter-Spets und Winfried Nussbaumüller.

Auftakt in Andelsbuch

Zwei Veranstaltungen standen auf dem Programm. Los ging es mit dem Pecha-Kucha-Nachmittag im (ehemaligen) Bahnhof Andelsbuch. 9 Projekte wurden anhand von jeweils 20 Bildern à 20 Sekunden präsentiert – beispielsweise die „jugendliche Ausrichtung“ des Projektes „Double Check“ und des Jugend- und Bildungshauses St. Arbogast.

Der Frage „Wie schaffen wir es, dass Menschen glücklich und stressfrei an- und abreisen?“ ging Verkehrs- und Raumplaner David Moosbrugger auf den Grund. Für mehr Unabhängigkeit vom Auto warb Smart-Mobility-Expertin Verena Seethaler-Steidl. Das erste Zukunftslabor für Nachhaltigkeit im Alpenraum (PIZ Montafon) war das Thema von Jessica Ganahl. Nachhaltige Kochkultur verbinden die „Fanni Amann Tage“ (Region Dreiklang) mit dem „Tisch Zwölf“ in der CampusVäre Dornbirn. Die neue Veranstaltungsreihe „17 Peaks“ in Damüls möchte laut Mathias Klocker „Nachhaltigkeit im Kleinen anstoßen, damit sozialer Wandel passiert“.

Das Frauenmuseum Hittisau und das Lechmuseum kooperierten bei der Ausstellung „Blitzblank – vom Putzen“.

Exkursion nach Dornbirn

Dass Reisen nicht immer in die Ferne gehen müssen, um neue Perspektiven zu gewinnen, zeigte die zweite Veranstaltung. Das Programm hatte Kuratorin Isabella Natter-Spets zusammengestellt. Stationen waren unter anderem das Flint Hotel, die KULTUR-Zeitschrift und Beeren Winder. „Es war erstaunlich, was für Überraschungen die Stadt bietet, die wir glaubten, gut zu kennen“, resümierte Christian Schützinger.

„Wenn wir 2023 als Plattform Kultur und Tourismus Menschen physisch zusammengebracht haben, sollte es sich für diese lohnen. Daher waren uns der Erlebnisfaktor und der persönliche Austausch sehr wichtig. Den thematischen Rahmen bildeten die Bereiche Nachhaltigkeit, Jugend und Mobilität – als Handlungsfelder der Kulturtourismusstrategie. Neben den Veranstaltungen haben wir Ende 2023 auch damit begonnen, das kulturtouristische System und seine Akteur:innen zu erfassen, um so die regional unterschiedlichen Kooperationsformen an der Schnittstelle Kultur und Tourismus noch besser zu verstehen“, sagt Isabella Natter-Spets.



Pecha-Kucha-Nachmittag



Um stressfreie Anreise ging es bei David Moosbrugger



Kuratorin Isabella Natter-Spets



Schauplatz war der Bahnhof Andelsbuch



Gelegenheit zum Austausch

Fotos: Michael Felder-Fontain

Für Herausforderungen bestens aufgestellt

» 2023 war für uns ein Jahr der inhaltlichen und strukturellen
Veränderungen, um die Aufgaben, die uns die Vorarlberger
Tourismusstrategie stellt, gut zu meistern. «

Christian Schützinger, Geschäftsführer Vorarlberg Tourismus

Die Umsetzung der Vorarlberger Tourismusstrategie 2030, die uns unsere Eigentümer Land Vorarlberg und die Wirtschaftskammer Vorarlberg übertragen hatten, brachte eine ganze Reihe neuer Aufgaben mit sich. Dazu verstärkten wir unser Team personell und unser Budget wurde erhöht (siehe Seite 4). Neben den Neuzugängen Joachim Kresser (Bereichsleiter Entwicklung und stellvertretender Geschäftsführer) und Rebecca Bundschuh (Radkoordinatorin) gab es Abgänge und Nachbesetzungen: Nach 18 Jahren verließ Marketingleiter Gerald März das Unternehmen per Ende 2023 auf eigenen Wunsch, um sich neuen Herausforderungen zu stellen. Ihm folgte Alexandra Dittrich nach, die sich bereits ab Oktober – mit der Unterstützung von Gerald März – rasch einarbeitete.

Nachdem im Sommer Stefan Nesensohn aus dem Unternehmen ausschied, verstärken nun Kai Mayer und Patrick Koch unseren IT-Spezialisten Werner Groß im Bereich Digitale Services & Datenmanagement (Seiten 14/15). Katharina Matt wechselte zu Convention Partner Vorarlberg. Anna Albrecht unterstützte uns im Rahmen eines halbjährigen Praktikums bei der V-CARD-Organisation. Neben Irene Knapp schied nach 8 Jahren auch Corinna Teiber aus dem Unternehmen aus.

Agnes Ammann ist nach ihrer Karenz wieder ins Content-Team eingestiegen. Trotz Pensionsberechtigung unterstützt uns Brigitte Plemel auf eigenen Wunsch weiterhin an 3 Tagen pro Woche im Bereich Marktforschung & Sonderprojekte.

Im Rahmen einer zweitägigen Klausur im Alpenresort Walsertal nutzten wir die Möglichkeit, unsere neuen Mitarbeiter:innen gut ins Team aufzunehmen. Coach Annemarie Felder begleitete uns in diesem Prozess. Personalentwickler Bertram Strolz lieferte einen halben Tag lang wertvolle Impulse aus der Positiven Psychologie, um uns in unserer inneren Haltung auf die projektorientierte Arbeitsweise einzustellen. Einen weiteren halben Tag definierten wir gemeinsam mit Organisationsentwicklerin Angelika Gabriel-Ritter die nächsten Schritte und skizzierten das UZB (Seiten 8/9). Dabei ging es vor allem darum, die Themen der Tourismusstrategie inhaltlich und organisatorisch zu strukturieren und die Aufgaben, mit Rücksicht auf persönliche Affinitäten, aufzuteilen. Wir leiteten die vier Fokusthemen Nachhaltigkeit, Mobilität, Kulinarik und Kultur ab.

Vergleichbar mit dem Marketing im Netzwerk bzw. der digitalen Arbeitsgruppe gründeten wir die ARGE Nachhaltigkeit mit den Destinationen, um unsere Organisationen bzw. unser Umfeld nach dem Österreichischen Umweltzeichen auszurichten. In diesem Bereich sind wir schon viele Jahre aktiv: als Partner im Netzwerk „turn to zero“ bzw. als Mitglied im GSTC (Global Sustainable Tourism Council). Die Tourismusstrategie gab dieser Entwicklung einen zusätzlichen Schub, sowohl für die nachhaltige Entwicklung des Urlaubs- und Freizeitlandes Vorarlberg als auch für unsere Organisation.

Finanzen 2023

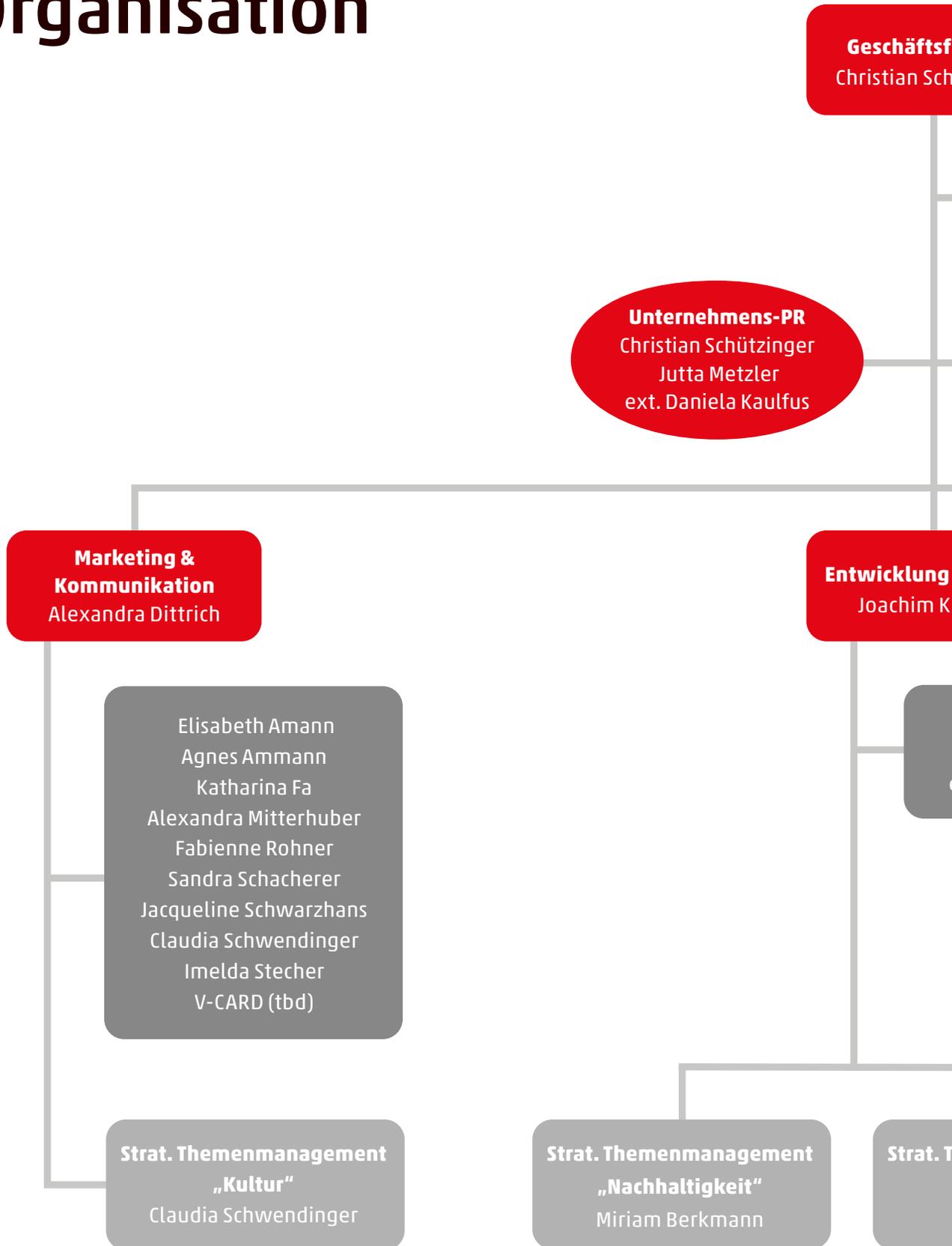
Im vergangenen Jahr stellte uns das Land Vorarlberg zusätzliche 500.000 Euro für die Umsetzung der Vorarlberger Tourismusstrategie 2030 zur Verfügung.

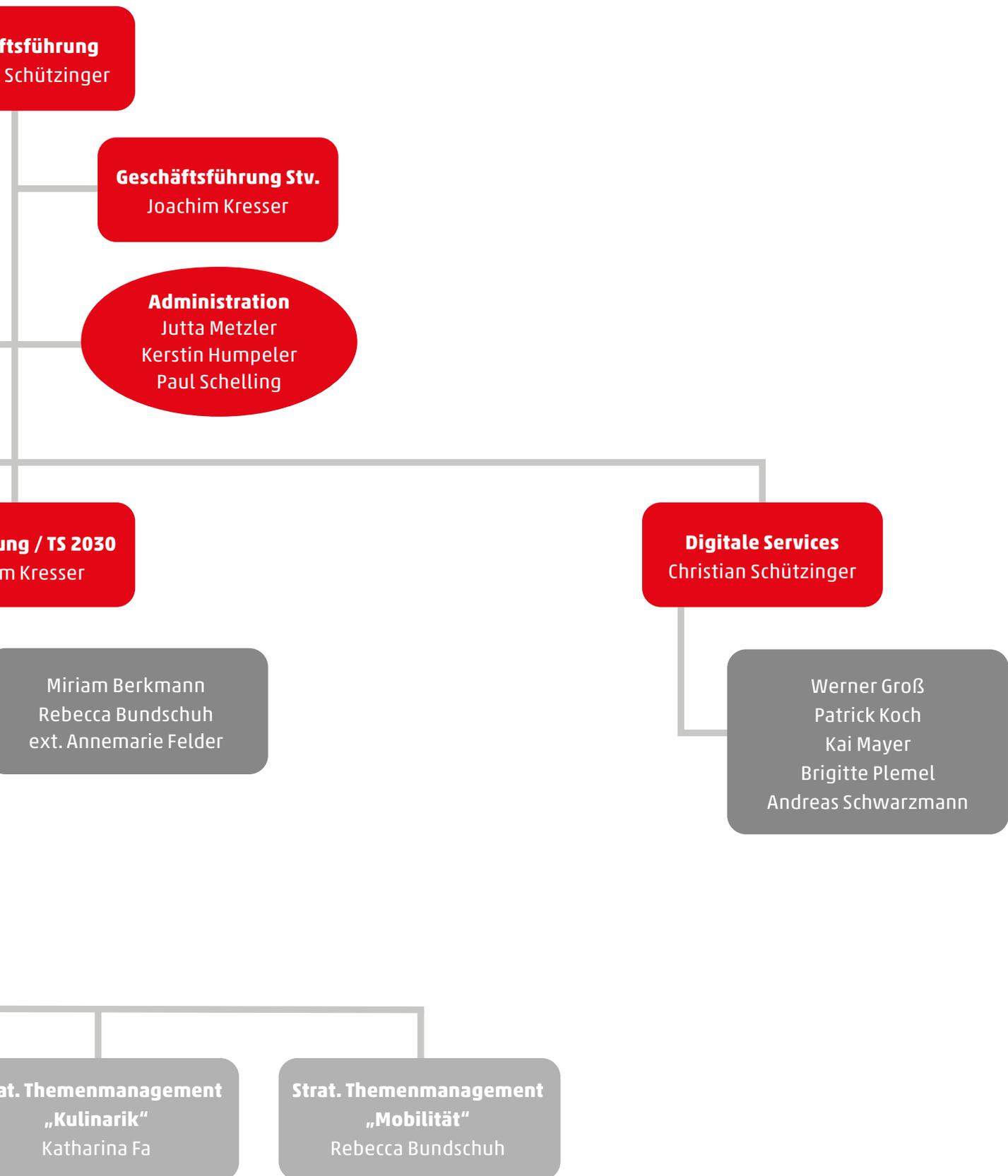
Danke für die zuverlässige Partnerschaft! Sie ermöglicht uns, unseren Beitrag in der Weiterentwicklung des heimischen Tourismus zu leisten.

Gewinn- & Verlustrechnung 2023

Gesamteinnahmen	5.536.748,01
Umsatzerlöse (Allgemeine Marketingerlöse, Wertpapier- & Zinserlöse)	929.272,02
Zuschuss Land	3.900.000,00
Zuschuss Land für Sonderprojekte	600.379,39
Beitrag WKV	107.096,60
Gesamtausgaben	5.624.842,16
Marketingkosten gesamt	3.583.191,97
Bestandsveränderung Vorräte	18.112,08
Markenmanagement	91.455,05
Märkte und Kommunikation	1.360.797,98
Unternehmenskommunikation	95.692,93
Dienstleistungen für das Tourismussystem	1.316.455,86
Marketing Overhead	121.380,87
Tourismusstrategie	579.297,20
Personalaufwand	1.719.778,59
Sonstige betriebliche Aufwendungen	321.871,60
Ergebnis GuV	- 88.094,15
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	241.722,69
Bilanzgewinn	153.628,54

Die Organisation





Chronik

- 1893 Gründung des Landesverbandes für Fremdenverkehr über eine Initiative von Industriellen am 5.11. in Dornbirn, Sitz in Bregenz, erster Präsident LABg. Bgm. Dr. Andreas Fetz
- 1894 Erster Sommerprospekt, erstes Sommerplakat sowie erstmals Anzeigenwerbung
- 1898 Präsidentschaft Kais. Rat Georg Ettenberger, erste hauptamtliche Mitarbeiterin A. Barton
- 1900 Beitritt Fürstentum Liechtenstein (bis 1921), erster fremdsprachiger Prospekt, erste Messewerbung (Weltausstellung Paris)
- 1902 Beitritt zum neugegründeten Bodensee-Verkehrsverein, erste Statistik: 48.649 Ankünfte
- 1906 Erste telegrafische Übermittlung von Schnee- und Wetterberichten, erste ausländische Journalisten (GB)
- 1907 Erster Skilift der Alpen am Bödele (Initiative LV-Vizepräsident Victor Hämmerle)
- 1909 Gründung des Automobilclubs Tirol-Vorarlberg mit Unterstützung des LV
- 1913 Präsidentschaft LABg. Bgm. Dr. Ferdinand Kinz (für 20 Jahre)
- 1923 Erster Winterprospekt und Rundfunkwerbung
- 1928 Übernahme des Landesreisebüros durch den LV
- 1933 Präsidentschaft Unternehmer Otto Zumtobel, Einführung der 1.000-Mark-Sperre (Gästezahlen minus 75%)
- 1938 Aufgehen des LV im Landesfremdenverkehrsverein Tirol-Vorarlberg
- 1945 Wiedegründung des LV als Verein, Präsidentschaft WIFI-Leiter Ing. Julius Diem
- 1953 Präsidentschaft LABg. Bgm. Dr. Karl Tizian und Direktion Dr. Herbert Sohm (20 Jahre), Aktivierung der Verkehrsvereine und Regionalverbände, Nutzung ERP-Aktion
- 1955 Gründung der Österreichischen Fremdenverkehrswerbung mit Land Vorarlberg als Mitglied, Start der Verkaufswerbung, erste Umweltschutz-Initiativen
- 1958 Gründung des Heimatwerks unter der Patronanz des LV
- 1963 Einrichtung einer Pressestelle
- 1966 Erstes Vorarlberger Fremdenverkehrsgesetz
- 1973 Präsidentschaft LABg. Bgm. Walter Fritz (für 18 Jahre) und Direktion Mag. Sieghard Baier (für 30 Jahre), Wandlung vom Verkäufer- zum Käufermarkt, erstes Marketing-Konzept, Komplettierung der 9 Regionen
- 1975 Umwandlung des Landesreisebüros in eine Ges. m. b. H., LV bleibt Alleingesellschafter
- 1976 Erste Marktforschung mit landesweiter Gästebefragung
- 1977 Beginn der Verbundwerbung, Staatlicher Anerkennungspreis für Werbung
- 1978 Erstes Tourismuskonzept des Landes, Beginn der Direktwerbung
- 1981 Gründung der ersten landesweiten Angebotsgruppen, Einführung von Reservierungs-Zentralen und des Tourismusbarometers zwecks Einnahmenmessung
- 1982 Erstmals mehr Winter- als Sommernächtigungen
- 1983 Einstieg des LV in die elektronischen Dialogmedien (BTX), erste Wort-Bild-Marke
- 1984 Start des Event-Tourismus mit dem „Vorarlberger Kinderzauber“
- 1985 Beginn der Landesförderung für die Regionalverbände
- 1986/87 Jubiläumsaktionen „100 Jahre Skilauf in Vorarlberg“
- 1988 Einstieg in die Bewerbung Ost-Mitteleuropas (Ungarn)
- 1989 Umbenennung in LV für Tourismus, Eröffnung touristische Repräsentanz in Wien
- 1990 Bildung eines Tourismusbeirats der Landesregierung, erstmalige Diskussion über Konsequenzen einer möglichen Klimaverschiebung
- 1991 Präsidentschaft LABg. Bgm. DVw. Siegfried Gasser (für 4 Jahre)
- 1992 Einstieg in die EDV-Information
- 1993 100-Jahr-Jubiläum des LV

- 1995 Präsidentschaft LAbg. Walter Lingg, EU-Beitritt Österreichs, Ausschreibung des ersten touristischen Innovationspreises, Eintritt ins Internet-Zeitalter
- 1996 Novelle des Tourismusgesetzes mit Neuordnung der örtlichen Ebene
- 1997 Einführung der sechs regionalen Inclusive Cards im Sommer
- 1998 Realisierung eines flächendeckenden Destinationsmanagements als erstes Land der Alpen
- 1999 Start des ersten landesweiten touristischen Call-Centers Österreichs, erste „Architektouren“
- 2000 Präsenz des LV auf der Weltausstellung in Hannover
- 2001 Austritt der Bundesländer aus der Österreich Werbung mit Beginn Leistungskauf, Verkauf des Landesreisebüros an das Österreichische Verkehrsbüro
- 2002 Aktion „Berge für Kinder“ im UNO-Jahr der Berge
- 2003 Anlässlich „110 Jahre LV“ Erstausgabe des Buchs „Geschichte des Tourismus“ mit GF Sieghard Baier als Autor, Übernahme Direktion durch Mag. Christian Schützinger
- 2004 – 2006 Wahl des GF zum Präsidenten des Bundesverbandes Österreichischer Tourismusmanager
- 2007 Gründung „V-CARD-System“ mit Ersteinsatz einer landesweiten Sommercard bei der Gymnaestrada
- 2008 Gründung der „Vorarlberg Tourismus Ges. m. b. H.“, Status: 1,9 Mio. Gäste, 8,2 Mio. Nächtigungen, 15 % Wertschöpfungsanteil
- 2009 Umzug an neuen Bürostandort in Dornbirn, Wechsel des Aufsichtsratsvorsitzes von Manfred Rein an LR Mag. Karlheinz Rüdissler
- 2010 – 2012 Horizon Field von Antony Gormley – Eine Landschaftsinstallation im alpinen Hochgebirge Vorarlbergs
- 2011 Inbetriebnahme der interaktiven Vorarlberg-Karte mit Wander- und Skigebietsinformationen
- 2012 Erster Einsatz des neuen „Vorarlberg-Messestandes“, Präsentation der Tourismus-Strategie 2020 mit Land Vorarlberg und Wirtschaftskammer Vorarlberg
- 2013 Wirtschaftskammer Vorarlberg wird mit 25 % Miteigentümerin von Vorarlberg Tourismus
- 2014 Erarbeitung des neuen Unternehmensauftrages in Anlehnung an die Tourismusstrategie 2020
- 2016 Vorarlberg Tourismus übernimmt die Trägerschaft für das Programm „Gastgeben auf Vorarlberger Art“
- 2017 „VT 4.0“ bezeichnet die innerbetriebliche Neuorganisation (Struktur, Arbeitsabläufe) im Zuge der zunehmenden Digitalisierung und neuen Aufgaben des Unternehmens
- 2018 Vorarlberg Tourismus feiert 125-Jahr-Jubiläum im Rahmen einer Veranstaltungsreihe
- 2019 Weltgymnaestrada zum zweiten Mal in Vorarlberg, Erarbeitung Kulturtourismusstrategie 2025+, Christian Gantner folgt Karlheinz Rüdissler als Tourismuslandesrat nach
- 2020 Erster Lockdown aufgrund der COVID-19-Pandemie, Aufsichtsrat formiert sich neu
- 2021 Als erstes Bundesland öffnet Vorarlberg als „Modellregion“ Tourismusbetriebe nach 3. Lockdown, Präsentation Kulturtourismusstrategie 2025+, erfolgreiche Prüfung durch den Landesrechnungshof
- 2022 Erfolgreicher Restart nach der Pandemie, Veröffentlichung der Vorarlberger Tourismusstrategie 2030 und Übertragung der Umsetzungsagenden an Vorarlberg Tourismus
- 2023 Schaffung der neuen Stellen „Bereichsleitung Entwicklung, stellvertretende Geschäftsführung“ und „Radkoordination“; Erarbeitung neues Unternehmenszielbild

Vorarlberg Tourismus GmbH

Poststraße 11, 6850 Dornbirn, Österreich

T +43.(0)5572.377033-0

info@vorarlberg.travel

www.vorarlberg.travel, [#visitvorarlberg](https://www.instagram.com/visitvorarlberg)