



Geschäftsbericht 2025

IMPRESSUM

Herausgeber: Vorarlberg Tourismus GmbH, CAMPUS V | Hintere Achmühlerstraße 1c, 6850 Dornbirn
T +43.(0)5572.377033-0, info@vorarlberg.travel, www.vorarlberg.travel

Gestaltung: Vorarlberg Tourismus GmbH

Redaktion: Alexandra Dittrich

Druck: Vorarlberger Verlagsanstalt GmbH, Dornbirn

Coverfoto: Michael Kemter

Inhalt

Wettbewerbsfähigkeit sichern, Qualität ermöglichen Vorwort Landesrat Marco Tittler	Seite 4
Synergien nutzen für eine erfolgreiche Weiterentwicklung Vorwort Christian Schützinger	Seite 6
Entwicklung & Strategie: Strategische Verdichtung und klare Steuerung	Seite 8
Marketing & Kommunikation: Netzwerk und Digitalisierung	Seite 10
Digitale Services: Daten strukturieren, Systeme verbinden, Wirkung erzeugen	Seite 12
Blitzlichter 2025	Seite 14
Vorarlberger Tourismuspreis: Wegweisende Projekte	Seite 17
Vorarlbergs Kulinarik vor den Vorhang	Seite 18
Radangebote entwickeln und Strukturen stärken	Seite 20
K3x3+1 – ein neues Format für Kulturschaffende	Seite 22
Personal- & Organisationsentwicklung: Kultur stärken und Verantwortung teilen	Seite 24
Finanzen 2025	Seite 26
Vorarlbergs Tourismusjahr 2024/2025 in Zahlen	Seite 27

Wettbewerbsfähigkeit sichern, Qualität ermöglichen

» Ziel bleibt es, die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe zu sichern und gleichzeitig die Qualität des Lebensraums für die Gäste und die Bevölkerung langfristig zu erhalten. «

Marco Tittler, AR-Vorsitzender und Landesrat für Tourismus & Wirtschaftsangelegenheiten



Mit der Tourismusstrategie 2030 verfügt Vorarlberg über einen klaren Orientierungsrahmen für die Weiterentwicklung des Tourismusstandorts. Auch im Jahr 2025 stand deren konsequente Umsetzung im Mittelpunkt. Ziel bleibt es, die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe zu sichern und gleichzeitig die Qualität des Lebensraums für die Gäste und Bevölkerung langfristig zu erhalten. Der Fokus liegt dabei nicht allein auf quantitativen Kennzahlen, sondern auf stabilen Rahmenbedingungen, wirtschaftlicher Tragfähigkeit und qualitativ hochwertigen Angeboten.

Zentrale Aufgabe des Landes ist es, jene Voraussetzungen zu schaffen, die es touristischen Betrieben ermöglichen, auch in einem anspruchsvollen Umfeld erfolgreich zu wirtschaften. Dazu zählen planbare Strukturen, verlässliche Förderinstrumente sowie Maßnahmen zur Stärkung der Ertragskraft. Wettbewerbsfähigkeit bildet die Grundlage für Investitionen, Qualität und Beschäftigung und ist damit ein wesentlicher Faktor für die nachhaltige Entwicklung des Tourismusstandorts.

Eine tragende Rolle kommt dem Tourismussystem Vorarlberg zu. Die klare Aufgabenteilung zwischen Land, Vorarlberg Tourismus und den sechs Destinationsmanagementorganisationen sowie eine enge Abstimmung in der Umsetzung tragen wesentlich zur Effizienz und Wirkung eingesetzter Mittel bei.

Dieser kooperative Ansatz wurde 2025 weiter geschärft, um Ressourcen gezielter einzusetzen und Verantwortlichkeiten klar zuzuordnen.

Das Land Vorarlberg hat die sechs Destinationen auch im Berichtsjahr gezielt bei ihren Aufgaben in der Destinationsentwicklung unterstützt. Die zur Verfügung gestellten Fördermittel leisten einen wichtigen Beitrag zur Weiterentwicklung regionaler Angebote und zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Regionen.

Zunehmend an Bedeutung gewinnt die datenbasierte Steuerung. Instrumente wie der Tourismusnavigator unterstützen eine wirkungsorientierte Weiterentwicklung der Maßnahmen sowie deren Priorisierung und tragen zu mehr Transparenz bei.

Mein Dank gilt allen Beteiligten im Tourismussystem. Den Betrieben, den Destinationen, den Gemeinden sowie dem Team von Vorarlberg Tourismus. Die gemeinsame Arbeit zeigt, dass der eingeschlagene Kurs trägt. Mit klaren Strukturen, verlässlicher Zusammenarbeit und einem gemeinsamen Verständnis von Qualität bleibt Vorarlberg auch künftig ein wettbewerbsfähiges Urlaubs- und Freizeitland mit hoher Lebensraumqualität.



Fotos: Lisa Mathis, Teresa Meusburger/Bregenzerwald Tourismus

Synergien nutzen für eine erfolgreiche Weiterentwicklung

» Immer klarer wird zudem, dass die Vielfalt der Angebote ein entscheidender Faktor für Resilienz ist – und zwar das ganze Jahr über. «

Christian Schützinger, Geschäftsführer der Vorarlberg Tourismus GmbH



Einen besonderen Jahresauftakt bescherte uns die Wiederkehr des Guide Michelin in Österreich mit hervorragenden Ergebnissen für Vorarlberg. Für die ausgezeichneten Betriebe sind die Sterne eine verdiente Anerkennung, für das Land ein starker Impuls: Sie regen den Diskurs zur Weiterentwicklung der kulinarischen Qualität an, sowohl landes- als auch bundesweit. Kulinarik ist auch einer der Schwerpunkte der Österreich Werbung, die in der Kommunikation starke Akzente setzt. Neben Kommunikationsaufgaben engagieren wir uns als Partner von „vorarlberg isst“, einer Initiative der Wirtschaftskammer Vorarlberg, und des neuen „Food Campus Arbogast“. Zudem arbeiten wir das kulinarische Erbe des Landes auf, das in einer Datenbank gesammelt wird und Fachleute sowie Interessierte aus der Bevölkerung zu authentischen Neukreationen inspirieren soll.

Gutes Tourismusjahr

Erfreulich verlaufen ist die Wintersaison: Die Skigebiete haben mit ihrem Angebot und einem professionellen Schneemanagement ein sehr gutes Ergebnis erzielt. Immer klarer wird zudem, dass die Vielfalt der Angebote ein entscheidender Faktor für Resilienz ist – und zwar das ganze Jahr über. Vorarlberg ist hier gut aufgestellt und kann auch in schneearmen Saisonen Gäste begeistern. Der Erfolg der V-CARD ist ein Beleg dafür, dass diese Bandbreite an verschiedenen Freizeitmöglichkeiten wichtig ist und auch von den Einheimischen geschätzt wird. Gleichzeitig unterstützt die Erlebniskarte für Vorarlberg die Besucherlenkung und dabei, den Tagestourismus – und das touristische

Angebot generell – gezielt weiterzuentwickeln. Dass wir auf die Kreativität und das Engagement der Branche setzen können, haben die ausgezeichneten Projekte bei der Verleihung des Vorarlberger Tourismuspreises im Juni bewiesen.

Nach einem ereignisreichen Sommer mit überzeugenden Zahlen bei Übernachtungen und Ankünften blicken wir auf ein erfolgreiches Tourismusjahr 2024/25 zurück. Dennoch bleibt die Situation für die Betriebe herausfordernd: Die hohe Nachfrage spiegelt sich nicht automatisch im Ertrag wider. Umso wichtiger sind die Bemühungen rund um den Ganzjahrestourismus, um die Auslastung und Wertschöpfung zu steigern. Wir haben die Universität St. Gallen mit einer Studie zum „Freizeit- und Naherholungstourismus“ beauftragt, um faktenbasiert und gezielt Angebote auszubauen.

Marktforschung für gezielte Weiterentwicklung

Um die Gesamtentwicklung der Branche im Auge zu behalten, beteiligen wir uns weiterhin am Tourismus-Satellitenkonto (TSA) der Statistik Austria. Sie liefert anhand von Daten einen Einblick in die wirtschaftliche Situation der touristischen Unternehmen in unserer Region – und damit eine weitere Basis für eine erfolgreiche Zukunft.

Die T-MONA-Gästabefragung wurde von der Österreich Werbung neu ausgeschrieben und beauftragt. Brigitte Plemel, die 2025 in Pension gegangen ist, hat hier ihre Erfahrungen in der Arbeitsgruppe der ÖW eingebracht. Ein großes Dankeschön an dieser Stelle für den jahrzehntelangen Einsatz und die Professionalität bei Vorarlberg Tourismus.



Fotos: Nina Bröll, Lucas Tiefenthaler

Strategische Verdichtung und klare Steuerung

» 2025 stand im Zeichen der Konsolidierung, Verdichtung und strukturellen Weiterentwicklung der Tourismusstrategie 2030. Neben der Umsetzung zentraler Projekte lag ein besonderer Fokus auf wirksamer Zusammenarbeit und langfristiger Orientierung im Tourismussystem. «



Joachim Kresser, Bereichsleitung Entwicklung und stellvertretender Geschäftsführer

Rollen und Schnittstellen zwischen Land Vorarlberg, Wirtschaftskammer, Vorarlberg Tourismus und Destinationen wurden klarer gefasst. Diese Schärfung verbessert die Umsetzungsfähigkeit bei strategischen Zukunftsthemen.

Qualität und Gastgeben

Der Vorarlberger Tourismuspreis sowie das Netzwerk Gastgeben auf Vorarlberger Art (GVA) machten auch 2025 Betriebe und Organisationen sichtbar, die Tourismus als Teil des Lebensraums verstehen und aktiv gestalten.

Mit „GVA zu Gast“ wurden zwei Austauschformate umgesetzt. Beide Treffen verbanden konkrete Praxisbeispiele mit persönlichem Erfahrungsaustausch. Im März öffnete das Biohotel Walserstuba in Riezlern seine Türen. Der Fokus lag auf wertetheoretischer Betriebsführung, regionaler Verankerung und der Rolle von Gastgeber:innen im sozialen Gefüge des Ortes. Im Oktober fand „GVA zu Gast“ im Posthotel Taube in Schruns statt. Gastgeber:innen und Branchenvertreter:innen diskutierten dort, wie Traditionsbetriebe Haltung bewahren und zugleich innovativ bleiben können. Die Formate boten Raum für Begegnung, gegenseitiges Lernen und Inspiration.

Innovationsprojekte: die Auseinandersetzung mit der Zukunft des Tourismus in Vorarlberg

Mit der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt wurden in Kooperation mit den Destinationen sechs Reallabore durchgeführt. Reallabore sind praxisnahe Experimentierräume, in denen Destinationen, Betriebe, Wissenschaft und Verwaltung an konkreten Fragestellungen arbeiten. Sie setzten sich mit unterschiedlichen Formen von Wandel und Zukunft des Tourismus auseinander. Das Reallabor Vorarlberg präsentiert im Frühling 2026 seine Ergebnisse im Rahmen eines Symposiums.

Tourismusdaten liefern eine wichtige Voraussetzung zum Verstehen von Herausforderungen. Der Tourismusmonitor Austria (T-MONA) wurde 2025 neu aufgesetzt und bleibt die zentrale österreichweite Gästebefragung. Eine Studie zum Freizeit- und Naherholungstourismus in Zusammenarbeit mit der Hochschule St. Gallen analysierte die Bedeutung von Tagesgästen in Vorarlberg. Ergänzend dazu wurde der Tourismusnavigator Vorarlberg ausgebaut, als Basis für die systematische Arbeit mit Daten, deren Analyse und Vermittlung. Diese Logik setzt sich im Projekt Datahub Vorarlberg fort: Im Mittelpunkt stehen das Verstehen von Daten mit dem Ziel, bessere Entscheidungen zu ermöglichen.

Nachhaltigkeit durch Kooperation, Kompetenzaufbau und Vernetzung

In der ARGE Nachhaltigkeit tauschten sich Vertreter:innen der Destinationen regelmäßig aus – in Präsenztreffen, online und in einem Arbeitstreffen im Umweltinstitut Vorarlberg. Anliegen waren die Weiterentwicklung von Know-how sowie die Verankerung nachhaltiger Prinzipien in Projekten und Entscheidungsprozessen.

Begleitend dazu wurden Workshops zu den Inner Development Goals durchgeführt. Persönliche und organisatorische Kompetenzen, die für Kooperation, Veränderungsprozesse und langfristige Transformation entscheidend sind, wurden vermittelt, um die ARGE in der Nachhaltigkeitsarbeit bestmöglich zu unterstützen. Gleichzeitig trugen sie zur Vernetzung über Destinationen und Themenfelder hinweg bei.

Erfreulich ist, dass die Anzahl zertifizierter Betriebe im Jahr 2025 um 40 % zunahm. Das Montafon erhielt als Gesamtregion das Österreichische Umweltzeichen.

Mobilität als systemischer Hebel

Mobilität bestätigte sich 2025 weiter als zentraler Hebel für Qualität und Nachhaltigkeit im Touris-

mus. Mit einem Steuerungskreis und der Plattform Mobilität und Tourismus wurde der Austausch zwischen Land, Vorarlberg Tourismus, Verkehrsverbund Vorarlberg, Destinationen und Gemeindeverbänden intensiviert. Rund 30 Akteur:innen arbeiteten gemeinsam an Themen wie nachhaltiger Anreise, Gästemobilität und integrierter Angebotsentwicklung.

Das VVV Smart Mobility Lab widmete sich Fragestellungen wie der Radmitnahme im ÖPNV. Auf Bundesebene brachte sich Vorarlberg im Sinne des Wissenstransfers aktiv in die Plattform Mobilität im Tourismus ein. Mit der Fachhochschule Vorarlberg steht ein Projekt zur Gästebefragung in Bodensee-Vorarlberg und in der Alpenregion Bludenz in den Startlöchern. Der Start der Befragung zum Mobilitätsverhalten ist für Sommer 2026 geplant.

Fokus auf langfristige Wirkung

Die strategische Entwicklungsarbeit 2025 leistete damit einen wesentlichen Beitrag zur Stärkung von Nachhaltigkeit, Mobilität und Kooperation im Tourismussystem Vorarlberg. Im Mittelpunkt standen klare Strukturen, gemeinsame Verantwortung und langfristige Qualität statt kurzfristiger Effekte.

Food Campus Arbogast – dem Geschmack auf der Spur

Am 13. und 14. Juni 2025 stand St. Arbogast erstmals im Zeichen der Geschmacksbildung. Das Bildungshaus initiierte in Kooperation mit Vorarlberg Tourismus und Slow Food Vorarlberg das neue Bildungs-Festival „Food Campus Arbogast“. Ein mit Sorgfalt kuratiertes Programm bot unter anderem kompakte Workshops, Vorträge und Diskussionsrunden, persönliche Begegnungen mit Köch:innen, Erzeuger:innen und Gastroph:innen.

Mehr als 20 besondere Produkte aus der Region konnten die zahlreichen Besucher:innen entdecken und verkosten.



Marketing & Kommunikation: Netzwerk und Digitalisierung

» Im Jahr 2025 hat Vorarlberg Tourismus seine Marketing- & Kommunikationsstrategie konsequent auf die Stärkung von Fokusthemen sowie auf die digitale Sichtbarkeit ausgerichtet. «

Alexandra Dittrich, Bereichsleitung Marketing & Kommunikation



Im Mittelpunkt standen die Themen Kulinarik, Kultur, Mobilität und Outdoor-Erlebnisse wie Ski, Wandern und Bike. Durch gezielte Content-Produktion und die enge Zusammenarbeit mit regionalen Partner:innen, der Österreich Werbung sowie internationalen Netzwerken konnte die Positionierung Vorarlbergs als qualitätsvolle Tourismusdestination weiter gefestigt werden. Besonders hervorzuheben sind die erfolgreichen Kooperationen im Bereich Kulinarik. Insgesamt spiegeln die Aktivitäten des Jahres 2025 eine klare strategische Ausrichtung wider, die auf Qualität und nachhaltige Entwicklung setzt.

Marketing im Netzwerk bündelt Kräfte

2025 war das Umsetzungskonzept 2024+ von „Marketing im Netzwerk“ im vollen Umfang wirksam. Die Zusammenarbeit mit den Destinationen basierte weiterhin auf dem Kleinwalsertaler Manifest und den darin definierten Grundsätzen: Produkt vor Werbung, Pull vor Push. Co-Finanzierte Projekte mussten zumindest einen der inhaltlichen Schwerpunkte K3 (Kunst, Kultur, Kreativwirtschaft), Kulinarik, Nachhaltigkeit und/oder Digitalisierung erfüllen. Bilaterale Gespräche und destinationsübergreifende Meetings stellten die Umsetzung sicher.

Im Juni 2025 trafen sich Vorarlberg Tourismus und Marketing-Expert:innen der Destinationen zu einem Evaluierungsworkshop. Die Runde reflektierte bisherige Aktivitäten von Marketing im Netzwerk intensiv, diskutierte die aktuellen Rah-

menbedingungen und Herausforderungen. Eine wesentliche Erkenntnis, die wenig überrascht: Die Tourismusbranche durchlebt Transformation. Einige DMOs haben nach wie vor den Unternehmensauftrag einer Marketingorganisation, andere haben sich zum Lebensraumgestalter und Serviceanbieter entwickelt. Es bestehen große Unterschiede und es wird herausfordernder, diese mit einem einzigen Regelwerk zu managen. Ein genaues Hinschauen, wie unter diesen Rahmenbedingungen im Marketing möglichst effektiv zusammengearbeitet werden kann, ist angezeigt.

Der Prozess wurde im November mit einem Marketing Summit fortgesetzt. Auf der Agenda standen die internationale Marktbearbeitung mit einem Impulsvortrag von Carmen Breuss (Head of Market Development der Österreich Werbung) und ein interaktives Austauschformat zu den Themenfeldern „Winter, Wandern, Bike, Golf, Kulinarik und Kultur“.

Die mehrmals jährlich stattfindenden Fachdialoge mit den Produktentwickler:innen der DMOs waren 2025 den Themen (Co)Workation und Kulinarik gewidmet. Der Austausch der Expert:innen transportiert Information und Wissen, inspiriert zu neuen Entwicklungen und gemeinsamen Projekten.

Innen- und Nahraumkommunikation – ein neuer Fokus

Neben der klassischen Gästekommunikation gewinnt die Ansprache von Bewohner:innen und freizeittaktiven Besucher:innen im Nahraum an Be-

deutung. Über die V-CARD, die Entwicklung eines Freizeitportals und gezielte Information stärkt Vorarlberg Tourismus die Freizeitqualität für Bewohner:innen und Gäste, unterstützt Besucherlenkung und Tourismusakzeptanz und positioniert Tourismus als Beitrag zur Lebensqualität im Land.

Der monatliche Freizeit-Newsletter und der wöchentliche Schneebericht-Newsletter im Winter erfreuen sich wachsender Beliebtheit. Sorgfältig kuratierte Inhalte überzeugen immer mehr Leser:innen, das belegen wachsende Abonnentenzahlen und Öffnungsraten bis zu über 70 %.

Ein Schwerpunkt lag auf dem Ausbau der B2B-Kommunikation, u.a. durch den regelmäßigen Branchenbrief, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, aktuelle Informationen und Services auf der Unternehmenswebseite gmbh.vorarlberg.travel sowie häufigen Posts auf LinkedIn.

Multiplikatoren: Travel Media & Travel Trade

Die Teilnahme an Messen und Branchenevents sowie die Umsetzung zahlreicher Presse- und Influencerreisen trugen maßgeblich dazu bei, die Attraktivität Vorarlbergs für unterschiedliche Zielgruppen zu steigern.

Digitale Sichtbarkeit und Inhalte konsequent auf Wirkung ausgerichtet

Mit Plattformenmarketing, Always-on-Kommunikation und dem Content Audit von vorarlberg.travel stärkt Vorarlberg Tourismus die digitale Präsenz des Urlaubslandes, verdichtet Inhalte entlang strategischer Themen und stellt einen modernen, markenkonformen „digitalen Zwilling“ Vorarlbergs für Gäste, Medien und Partner:innen bereit. Grundlage bildet eine Pull-orientierte Content-Strategie im Sinne von „Content & Contact“, die inspirierende Produktgeschichten mit Sichtbarkeit in Suchmaschinen und auf Plattformen verbindet und User Generated Content sowie Medien- und Influencer-Beiträge integriert. Dabei ist es stets das Ziel, Inspiration und Information zum Urlaubsland Vorarlberg – maßgeschneidert auf die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe – zu liefern und Kontakte möglichst direkt an buchbare Angebote und Produkte weiterzuleiten.

Die V-Cloud ist für die Strategie „Create once, publish anywhere“ der zentrale Content-Hub, schafft für das gesamte Vorarlberger Tourismussystem eine effiziente Datenbasis. Deren Wert und Vorteile für eine aktuelle und nutzerorientierte Ganzjahreskommunikation erkennen immer mehr Kooperationspartner:innen von Vorarlberg Tourismus.

FeelAustria Week in Berlin

Vom 9. bis 14. September 2025 machte die FeelAustria Week österreichisches Lebensgefühl in Berlin erlebbar – mit Musik, Kulinarik, Kunst und besonderen Begegnungen. Knapp 5.000 Gäste konnten begrüßt werden. 250 geladene Stakeholder aus Medien, Kultur, Tourismus, Wirtschaft und Politik erhielten am Eröffnungssabend ein zeitgemäßes Bild von Österreich.

Vorarlberg brachte gemeinsam mit anderen österreichischen Partnern unverwechselbares Lebensgefühl in die deutsche Hauptstadt. Unter dem Motto „beats & bites“ präsentierte Haubenkoch Wolfgang Mätzler bei einem exklusiven Dinner ausgewählte Spezialitäten aus Vorarlberg. Musikalisch umrahmte die Philipp Lingg Band den Abend.



Daten strukturieren, Systeme verbinden, Wirkung erzeugen

» Die konsequente Weiterentwicklung der V-Cloud zum zentralen Tourismus-Content Hub sowie die Datenausgabe in Widgets waren 2025 zentrale Schwerpunkte. «

Michael Ellensohn, Bereichsleitung Digitale Services



Die Digitalen Services von Vorarlberg Tourismus bilden das Rückgrat für Sichtbarkeit, Qualität und Effizienz im Tourismussystem. Das Ziel bleibt klar: Daten einmal erfassen, qualitätsgesichert aufbereiten und in unterschiedlichen Kanälen wirksam ausspielen.

V-Cloud: Zentrale Datenbasis für das Urlaubsland

Die V-Cloud ist der zentrale Content Hub für tourismusrelevante Inhalte aus Vorarlberg, von Touren und Veranstaltungen bis zu Unterkünften und Gastronomiebetrieben. Sie bündelt hochwertige Informationen aus unterschiedlichen Quellen, bringt sie in eine einheitliche Struktur und versorgt damit Websites, Apps und weitere Anwendungen für Gäste automatisiert mit aktuellem Content.

Im Jahr 2025 stand das Projekt „Framework Vorarlberg Süd“ im Zentrum der V-Cloud-Weiterentwicklung. Die Relaunches der Websites von Montafon Tourismus und Alpenregion Bludenz Tourismus stellten hohe Anforderungen an Datenaktualität, Systemintegration und Performance. Dafür wurden zentrale Funktionalitäten ausgebaut:

- **Flexible Push-API** für die Echtzeit-Ausgabe zeitkritischer Informationen wie Lawinewarnungen oder Bergbahnstatus
- **Anbindung neuer externer Systeme** wie Regiondo und Intermaps SRM mit automatisiertem Import
- **Neuer Inhaltstyp „Webcam“** zur einheitlichen Darstellung und Verknüpfung mit weiteren Inhalten

Die Umsetzung erforderte eine enge Abstimmung zwischen Destinationen, Agenturen, Systemanbietern und Vorarlberg Tourismus. Mit dem Projekt „Framework Vorarlberg Süd“ wurde die V-Cloud weiter als verbindendes Infrastrukturelement im System etabliert.

Ein weiterer Meilenstein war die Einrichtung einer eigenen V-Cloud-Instanz für Bregenzerwald Tourismus. Damit können regionale Anforderungen gezielt abgebildet werden, wie z.B. individuelle Rollen- und Rechtekonzepte.

Neue Ausspielkanäle wie Romi, der digitale Urlaubsbegleiter der Destination Bodensee-Vorarlberg, sowie eine Pilotintegration bei Bergfex erweiterten 2025 die Reichweite der V-Cloud-Inhalte.

Widgets: Inhalte flexibel ausspielen

Mit den V-Cloud-Widgets lassen sich strukturierte Inhalte ohne eigene Entwicklungsressourcen in Websites oder Apps integrieren. 2025 wurden Funktionalität und Usability deutlich erweitert:

- Einführung des **Collection Widgets** für flexible Listen- und Kachelansichten nahezu aller Inhaltstypen
- Erweiterung des Event Widgets um eine **Kalenderansicht**
- **Mehrfachfilter** mit kombinierbaren Kriterien für präzisere Informationssuche
- **Verbesserte Benutzerführung**, etwa durch eine Optimierung des Map Widgets

Ergänzend entstand ein Prototyp eines Widget-Baukastens, mit dem Veranstalter eigenständig einfache App-Lösungen auf Basis der V-Cloud erstellen können.

Weitere Services: Neues Tool für Website-Suche

Neben der V-Cloud wurden zusätzliche Digitale Services ausgebaut. Mit Meilisearch steht eine leistungsfähige, in Europa entwickelte und gehostete Volltextsuche zur Verfügung. Nach erfolgreicher Testphase auf vorarlberg.travel ging sie 2025 im Rahmen des Framework-Projekts auch bei weiteren Destinationen live.

Organisation & Governance

Eine strukturelle Professionalisierung begleitete 2025 die technische Weiterentwicklung. Neben dem Digital Tourism Board wurde die landesweite Arbeitsgruppe der Data Stewards etabliert: Während strategische Fragen im DTB diskutiert werden, arbeiten die Data Stewards an operativen Aufgaben

im Kontext der V-Cloud und beschließen dabei u.a. landesweite Datenmanagement-Standards, etwa zur Klassifizierung von Skilift-Typen.

Die temporäre Arbeitsgruppe „Quick Wins“ ermöglichte eine strukturierte Priorisierung und Co-Finanzierung kleiner Entwicklungsprojekte. In einem zweiteiligen Strategieworkshop mit den Geschäftsführungen der Destinationen wurden zudem die Leitplanken für die Weiterentwicklung der V-Cloud bis 2030 definiert.

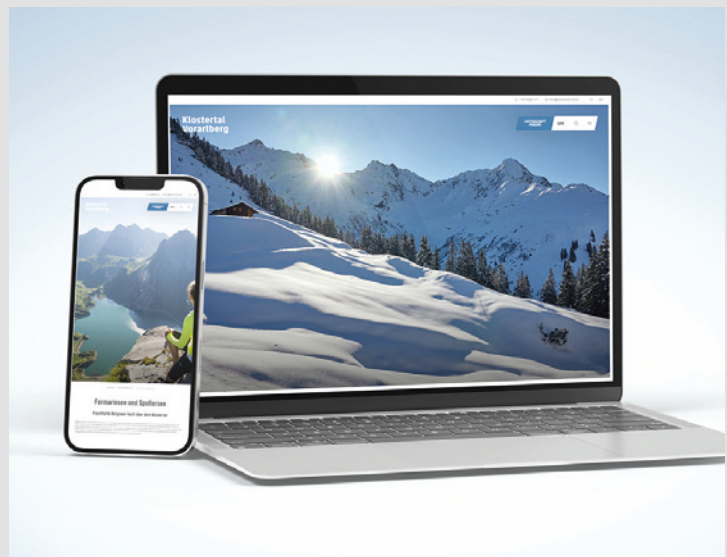
Beitrag zum Tourismussystem

Digitale Services sind kein reines IT-Thema, sondern strategische Infrastruktur. Sie steigern die Wettbewerbsfähigkeit, reduzieren Mehrfachaufwände und ermöglichen Besucherlenkung über digitale Anwendungen. Damit leisten sie einen zentralen Beitrag zur Umsetzung der Tourismusstrategie 2030.

Kräfte bei Digitalisierung bündeln

Mit dem Pilotprojekt „Framework Vorarlberg“ haben Montafon Tourismus, die Alpenregion Bludenz Tourismus und Vorarlberg Tourismus eine gemeinsame technische Grundlage für den Webauftritt der heimischen Urlaubsregionen geschaffen. Damit reduzieren sie den Kosten- und Arbeitsaufwand für Relaunch sowie Webpflege und verbessern durch Einbindung des Tourismusdaten-Hubs V-Cloud den Service für Menschen, die sich für Urlaub und Freizeit in Vorarlberg interessieren. Die neuen Websites von Alpenregion Bludenz Tourismus und Montafon Tourismus sind im zweiten Halbjahr 2026 online gegangen.

Datenquelle ist in erster Linie die V-Cloud von Vorarlberg Tourismus: In diesem vorarlbergweiten Datenpool werden sämtliche touristisch relevanten Inhalte zu Veranstaltungen, Touren, Gastronomiebetrieben, Unterkünften, POIs und Bergbahnen zentral gesammelt, geprüft, laufend aktualisiert und auf verschiedenen Kanälen, Apps und Websites wieder ausgespielt.



Blitzlichter 2025



Jänner

ATB 2025: Intensiver Austausch mit Vorarlberg-Kenner:innen

Die ATB ist Österreichs wichtigste Tourismusfachmesse. 2025 nahmen 300 österreichische Aussteller:innen und 350 internationale Einkäufer:innen teil. Vorarlberg Tourismus war dabei und führte rund 40 Gespräche. Die Ansprechpersonen waren international und bunt gemischt: von Anbietern für Individual- oder Luxusreisen bis hin zu Automobilclubs für Reisende aus dem Norden Europas und Ferienhaus-Plattformen. Über 90 Prozent bewiesen sich als Vorarlberg-Kenner:innen, die bereits konkrete Reiseangebote in ihrem Portfolio haben. Mit ihnen kam ein guter Austausch über den Ausbau des Vorarlberg-Geschäfts zustande. Nur einzelne Termine drehten sich um erste Basisinformationen zum Urlaubsland Vorarlberg.

April

Gründungsmitglied bei der Good Travel Alliance

Die Good Travel Alliance ist ein globales Netzwerk von Green Destinations zur Entwicklung, Verifizierung und Vermarktung von nachhaltigen Reiseerlebnissen.

Hauptziel ist die Vernetzung von Destinationen und ihren Leistungsträgern mit Vertriebsplattformen, Reisebüros und Reiseveranstaltern sowie mit Zertifizierungsorganisationen. In Arbeitskreisen denken Beteiligte unterschiedlichste Themen und Aufgaben wie Produktentwicklung, Vertrieb, Sichtbarkeit nachhaltiger Reiseangebote oder die Weiterentwicklung von Zertifizierungen gemeinsam neu.



Fotos: Vorarlberg Tourismus, Markus Gmeiner/Alpenregion Bludenz Tourismus

Mai

Mit den Öffis in ganz Vorarlberg unterwegs

Seit Mai können Übernachtungsgäste der Region Bodensee-Vorarlberg mit der digitalen Gästekarte Busse und Bahn landesweit nutzen.

Zum Start war das Angebot in 13 Gemeinden verfügbar, weitere acht folgten im Juli und im Laufe des Jahres erhöhte sich die Zahl auf 25. Für die teilnehmenden Gemeinden ist das digitale Gästemeldesystem Grundlage für die digitale Gästekarte. Diese gilt bereits ab dem Anreisetag für alle Linien des Verkehrsverbundes Vorarlberg (VVB) inklusive der Grenzhaltstellen in Tirol, Deutschland und der Schweiz. Die Gästetaxe deckt die Kosten pro Gast und Tag für die ÖPNV-Nutzung, wodurch Fairness gegenüber einheimischen Öffi-Fahrgästen gewährleistet ist.



Juni

Wertvoller Wissensaustausch beim STIAS

Um nachhaltigen Tourismus in all seinen Facetten drehte sich der 2. Sustainable Tourism in Austria Summit, kurz STIAS, am 3. und 4. Juni 2025 im Bregenzer Festspielhaus. Unter dem Leitthema „We learn. We grow. We shine.“ diskutierten Branchenvertreter:innen und Fachleute über Strategien, Maßnahmen und Chancen einer nachhaltigen Transformation der Branche.

Vorarlberg Tourismus unterstützte die Österreich Werbung bei der Organisation vor Ort und richtete für die rund 300 Teilnehmer:innen einen Vorarlberg Abend mit Musiker Philipp Lingg, Xinis und Riebel-Bowls aus. Posttouren führten im Anschluss an die Tagung 28 Journalist:innen aus verschiedenen Ländern in fünf Destinationen. Vorarlberg konnte sich so über mehrere Tage einem internationalen Publikum als Vorreiter der nachhaltigen Tourismusentwicklung – mit Fokus auf Umweltverträglichkeit, Regionalität und innovative Mobilitätslösungen – präsentieren.

Die Österreich Werbung veröffentlichte im Rahmen des STIAS die Publikation „Nachhaltigkeit in Österreich – Vorzeigeprojekte“: Mit 8 von 48 Projekten ist Vorarlberg erfreulich präsent. Die Auswahl der Projekte traf eine mehrköpfige Jury mit Vertretern aus ganz Österreich.

Juli

EuroVelo 15 verläuft durch Vorarlberg

Zu den bestehenden 1.450 Kilometern des beliebten „Rheinradwegs“ sind im Jahr 2025 62 dazugekommen: Die EuroVelo 15 wurde nach Vorarlberg und Liechtenstein erweitert und verläuft nun – mit Schweiz, Deutschland, Frankreich und Niederlande – durch sechs Staaten.

Gelungen ist der Lückenschluss durch die enge Zusammenarbeit zwischen Vorarlberg Tourismus, Land Vorarlberg, SchweizMobil, Kanton St. Gallen, Liechtenstein Marketing und Fürstentum Liechtenstein. Im Juli wurde der neue Streckenabschnitt unter Beisein von Landesstatthalter Christoph Bitschi feierlich eröffnet.



September

Sommerfachexkursion 2025 – Mountainbike weiterdenken

Die Sommerfachexkursion 2025 führte Vertreter:innen aus den Vorarlberger Destinationen vom 24. bis 26. September 2025 nach Graz und St. Corona am Wechsel, um Strategien, Strukturen und Best-Practice-Ansätze im Mountainbike-Bereich zu erkunden. Im Fokus standen die Infrastrukturentwicklung, Besucherlenkung und die Frage, wie Mountainbike-Angebote ganzjährig, naturverträglich und zielgruppengerecht ausgestaltet werden können. Expert:innen aus Verwaltung und Praxis teilten Einblicke in erfolgreiche Konzepte. Es wurde deutlich, dass Kooperation, dialogbasierte Planung und ein breites, qualitativ hochwertiges Angebot entscheidend sind.

Ein Highlight war der Besuch der Wexl Trails, wo in einem ehemaligen Ski-gebiet eine vielfältige Bike-Destination mit kinderfreundlichen Einstiegen, unterschiedlichen Trails, Verleih- und Serviceangeboten sowie ergänzenden Freizeitangeboten. Die Exkursion zeigte zentrale Erfolgsfaktoren für die Weiterentwicklung des Mountainbike-Tourismus auf und lieferte wertvolle Impulse, die in die laufenden Umsetzungsprozesse der Tourismusstrategie 2030 und des Masterplans Freizeitrad einfließen.

Fotos: Bernd Hofmeister, Chris Gollhofer, Vorarlberg Tourismus



Oktober

CycleSummit – Internationaler Branchengipfel für Radtourismus

Im Rahmen des CycleSummit 2025 empfingen Vorarlberg Tourismus und Bodensee-Vorarlberg Tourismus rund 40 internationale Radreiseveranstalter:innen zu zwei exklusiven Pre-Touren durch die Region. Im Mittelpunkt standen authentische Naturerlebnisse, kulturelle Begegnungen und regionale Gastfreundschaft. Der Branchenevent bot damit eine ideale Bühne, um die Radkompetenz und die grenzüberschreitende Zusammenarbeit rund um den Bodensee sichtbar zu machen.

Die Internationale Bodensee Tourismus GmbH koordinierte mit Partner:innen aus Deutschland, Schweiz, Liechtenstein und Österreich das Programm mit insgesamt acht Radtouren und einem Regionabend in Konstanz. Rund 200 Teilnehmer:innen nahmen an der mehrtägigen Veranstaltung mit Pre-Touren und zwei Kongresstagen in Konstanz teil.

T-MONA verlängert und ausgeweitet

Mit regelmäßigen Gästebefragungen liefert der „Tourismus Monitor Austria“ seit 21 Jahren eine wertvolle Arbeitsgrundlage für Destinationen. Die Österreich Werbung und die neun Landestourismusorganisationen fixierten die Fortsetzung und Weiterentwicklung des Kooperationsprojekts.

Mit der Neuauflage der Befragung ab November 2025 bekommt T-MONA mehr Relevanz: So wird künftig die Werbebewertung erhoben. Da die E-Ladeinfrastruktur ein wichtiges Investitionsthema ist, soll zudem sichtbar werden, wie viele Gäste mit dem E-Auto anreisen. In Vorarlberg beteiligen sich alle sechs Destinationen an der Gästebefragung und verfügen damit über eine gute Grundlage für die Erfolgsmessung eigener Strategien und Maßnahmen.



Fotos: Vorarlberg Tourismus, Volker Preusser, Michael Kreyer

Dezember

V-CARD findet immer mehr Zuspruch

Die Freizeitkarte für Einheimische erzielte gegenüber dem Vorjahr im Jahr 2025 ein Plus von knapp 15 Prozent. Rund 22.400 Stück wurden in der Saison 2025 verkauft.

Die V-CARD ermöglicht zwischen dem 1. Mai und 31. Oktober den einmaligen kostenlosen Zutritt zu Bergbahnen, Freibädern und Museen sowie zahlreiche Ermäßigungen bei Bonuspartnern in ganz Vorarlberg.

Erstmals wurde die V-CARD als mobile Karte für das Smartphone angeboten – mit Erfolg. Schon knapp ein Viertel nutzte sie 2025 auf dem Handy. Eine weitere Neuerung: die V-CARD aus Karton. Die Umstellung erfolgte schrittweise, da der Bestand an Plastikkarten im Sinne der Nachhaltigkeit aufgebraucht wurde.

Vorarlberger Tourismuspreis: Wegweisende Projekte

Vorarlberg Tourismus zeichnete am 17. Juni beim Treffpunkt.Tourismus im Angelika Kauffmann Saal in Schwarzenberg „wegweisende Projekte des Gastgebens auf Vorarlberger Art, die im Sinne der Tourismusstrategie Orte und Räume des guten Lebens sind“ aus. In der Kategorie „Betriebliche Leistungsträger“ erhielt Önsche Walser Chuche² (sprich: hoch zwei) einen Hauptpreis, Anerkennungen gingen an das Hotel kleiner Löwe und das Bio-Restaurant Moritz, ein Sonderpreis an den Vetterhof. Bei „Organisationen & Institutionen“ wurden das Frauenmuseum Hittisau und das Lechmuseum sowie Golm Silvretta Lünensee Tourismus mit Hauptpreisen bedacht. Anerkennungen erhielten das Gravelbike-Festival into the wold und das Musikfestival :alpenarte Bregenzerwald.

Verliehen wurde der Vorarlberger Tourismuspreis im Rahmen des bedeutenden Branchenevents Treffpunkt.Tourismus. Nach einer gemeinsamen Mittagstafel im Hotel Hirschen und im Gasthof Adler in Schwarzenberg begaben sich die Gäste auf Exkursionen an sieben außergewöhnliche Orte. Darunter das Angelika Kauffmann Museum, der Fermentationskeller im Hotel Hirschen oder eine Erkundungstour mit Kräuterexpertin Katharina Moosbrugger im Fohramoos am Bödele.



Vorarlbergs Kulinarik vor den Vorhang

» Sowohl auf Bundes- als auch auf Landesebene fokussieren Österreichs Tourismusorganisationen das Thema Kulinarik. Das Ziel: eine führende Kulinarik-Destination in Europa zu sein. «

Katharina Drexel-Fa, Strategisches Themenmanagement Kulinarik

Vorarlberg Tourismus hat diese Entwicklung 2025 aktiv mit bundesweiten Themenkooperationen und zahlreichen Aktivitäten mitgestaltet.

Gutes Essen und Urlaub gehören zusammen. Das belegte die Kulinarik-Studie der Österreich Werbung 2025: Für 45 Prozent der deutschen und 48 Prozent der österreichischen Gäste spielt Kulinarik eine Rolle bei der Urlaubswahl. Gleichzeitig bestätigt sie auch die strategische Ausrichtung von Vorarlberg Tourismus: Kulinarik ist sowohl im Unternehmenszielbild als auch als Kernthema in der Vorarlberger Tourismusstrategie 2030 verankert. Geschäftsführer Christian Schützinger: „Kulinarik ist einer der Bausteine für die Ausrichtung auf Ganzjahrestourismus. Ähnlich wie Kunst und Kultur bietet sie Gästen das ganze Jahr abwechslungsreiche Angebote.“

Themenkooperationen mit Österreich Werbung

Vorarlberg Tourismus und andere Landestourismusorganisationen arbeiten eng mit der Österreich Werbung zusammen, um die „Kulinarikmarke Österreich“ weiter zu stärken. 2025 war Vorarlberg dabei auf mehreren hochkarätigen Events vertreten:

Ein besonderer Höhepunkt war die Guide-Michelin-Zeremonie im Jänner 2025 in Salzburg. Vorarlberg war nicht nur mit einer Kochstation des Hirschen Schwarzenberg vor Ort, sondern konnte auch einige Auszeichnungen mit nach Hause nehmen: 15 Köch:innen wurden mit insgesamt 13 Sternen und 7 Bib Gourmands ausgezeichnet.

Der Young Chef Award ging an Julian Stieger vom Rote Wand Chef's Table in Lech. Nach dem Event reisten fünf Journalist:innen im Rahmen einer Pressetour durch Vorarlberg und erlebten die kulinarischen Preisträger:innen in Lech Zürs am Arlberg und im Bregenzerwald live.

Auch auf der Rolling Pin.Convention Düsseldorf bekam Vorarlberg eine Bühne: Am österreichischen Messestand verkosteten Besucher:innen Vorarlberger Riebel und Käse von Alma. Vorarlberg war zudem Teil des offiziellen Convention-Programms: Jonathan Burger vom Hirschen Schwarzenberg hielt eine Masterclass zum Thema „Kochen mit Zeit: „Koji ist Key“.

Weitere Akzente setzte Vorarlberg bei der Berlin Food Week mit Jamie Unshelm vom Culinary Lab der Roten Wand und einer Multiplikatoren-Reise zum Thema „Grüne Sterne & Empfehlungen“ mit David Seitz, die beim Schwanen Bizau, dem Vetterhof und im Hörnlingen in Rankweil Station machte.

Nach der Umsetzung des Culinary Showroom 2024 folgte heuer die breite Streuung des Contents – online, auf Social Media sowie in der Print-Beilage „So schmeckt“.

Kulinarik-Projekte und -Aktivitäten

Unter dem Titel „Ausgezeichnete Kulinarik“ entstanden 2025 hochwertige Bilder und Videos zur Ladenwirtschaft Ernele und zum Rote Wand Chef's Table. Aus der Pressearbeit ist das Vorabend-Event der ITB zu nennen, bei dem sich Vorarlberg Tourismus vor 49 Journalist:innen präsentierte, begleitet von Simon Vetter vom Vetterhof. Bei „Zu Tisch mit Vorarlberg“ gab es ein 4-Hands-Dinner mit Michael Garcia-Lopez (Krone Hittisau) und Carlos Navarro (Rechberg 1837) im Rechberg in Zürich, das sowohl die zehn Journalist:innen als auch die Gäste begeisterte.

Premiere feierte 2025 der Food Campus Arbogast – organisiert vom Bildungshaus St. Arbogast, in Kooperation mit Vorarlberg Tourismus und Slow Food Vorarlberg – der im Festivalformat Bildung und Genuss miteinander verbindet. Zehn Jahre alt wurde das Genuss Festival Alpen, das 2025 wieder mit Unterstützung von Vorarlberg Tourismus namhaften Köch:innen eine kulinarische Bühne bot.

Und nicht zuletzt kochte im Rahmen der FeelAustria Week in Berlin Wolfgang Mätzler von fairkocht beim Vorarlberg-Abend auf.

Die Veranstaltungsreihe „GVA zu Gast“, die die Vorarlberger Tourismusstrategie 2030 anhand von Praxisbeispielen anschaulich macht, besuchte im März das Biohotel Walserstuba im Kleinwalsertal und im Oktober das Posthotel Taube in Schruns.



Guter Geschmack aus Vorarlberg

Anfang März war Vorarlberg Tourismus auf der ITB, der mit 100.000 Teilnehmer:innen und 5.600 Aussteller:innen führenden Plattform der globalen Reise- und Tourismusbranche vertreten. Am Stand der Österreich Werbung präsentierten wir Vorarlberg als Urlaubsdestination und tauschten uns mit potenziellen Kooperationspartner:innen aus.

Am Vorabend der Messe stellten sechs Bundesländer ihre individuellen Kulinarikthemen bei einem Medienevent ins Schaufenster, so auch Vorarlberg. Mit dabei war der Lustenauer Biobauer Simon Vetter, der sein Arbeitsprinzip „Zero Waste – aus Wertschätzung für das Gute“ den Journalist:innen und Reise-Expert:innen näherbrachte: keine Verschwendung von Lebensmitteln, stattdessen innovative Ideen und Kooperationen.

Ebenfalls am Vortag der ITB kam die Reisebranche mit Journalist:innen, Influencer:innen und Blogger:innen beim International Media Marketplace (IMM) von TravMedia zusammen. Sandra Schacherer aus dem VT-Team führte an einem Tag 24 Gespräche. Sie konnte in kurzer Zeit viele Kontakte knüpfen – von denen einige im Laufe des Jahres in eine Recherche nach Vorarlberg mündeten.

Radangebote entwickeln und Strukturen stärken

» Radfahren und Biken sind zentrale Bausteine einer nachhaltigen Tourismusentwicklung in Vorarlberg. Sie verbinden Bewegung, Naturerlebnis und Mobilität und leisten einen wichtigen Beitrag zur Saisonverlängerung und regionalen Wertschöpfung. «

Maximilian Hugl, Strategisches Themenmanagement Mobilität, MTB- & Freizeitrad Koordination

2025 setzte Vorarlberg Tourismus klare Schwerpunkte auf die Weiterentwicklung von Angeboten, die gezielte Marktbearbeitung sowie den Aufbau tragfähiger Koordinations- und Datengrundlagen.

Produktentwicklung und Angebotsqualität

Im Gravelbereich erweiterte Vorarlberg Tourismus das bestehende Angebot um fünf neue Touren. Die Routen sind bewusst kürzer gehalten, weisen moderate Höhenmeter auf und sind mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar. Dieses Angebot erleichtert den Einstieg für neue Zielgruppen und stärkt die Verbindung von Radfahren und nachhaltiger Mobilität.

Neu ist die Kulturradtour Vorarlberg: Die Route verbindet alle Regionen Vorarlbergs und verknüpft Radfahren mit alpiner Baukultur und zeitgenössischer Kunst. Ergänzend brachte sich Vorarlberg in die Lake & Alps Adventure Challenge ein. Sechs Points of Interest sind Teil einer digitalen Rennrad-Challenge, die die Rennrad-Community im Bodenseeraum und in der Schweiz anspricht.

Marktbearbeitung und internationale Vernetzung

Gemeinsam mit der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH und Bodensee-Vorarlberg Tourismus engagierte sich Vorarlberg Tourismus beim Cycle Summit, einem etablierten Branchengipfel für den Radtourismus. Rund 40 internationale Radreiseveranstalter nahmen an zwei eigens kuratierten Pre-Touren teil, die thematische Schwerpunkte zu Natur und Kultur im Rheintal setzten. Ziel war die

Positionierung Vorarlbergs als vielseitige Rad- und Bike-Destination sowie der direkte Austausch mit relevanten Marktakteuren.

Datenbasierte Grundlagen und Wissenstransfer

Zur besseren Einschätzung der Nutzung wurden bestehende Frequenzmessstellen im Klostertal, Montafon und Rheintal über die Sommersaison betrieben und eine Shared-Service-Lösung für Frequenzmessgeräte aufgebaut. Diese ermöglicht es Regionen und Partnern, Nutzungsdaten gemeinsam zu erheben und gezielt für Planung, Besucherlenkung und Qualitätsentwicklung einzusetzen.

Koordination und Governance

Ein wesentlicher Schwerpunkt lag im Aufbau von Koordinations- und Austauschstrukturen. Die Mountainbike-Bundeskoordination wurde 2025 besetzt und ein Workshop zur Erarbeitung einer österreichweiten MTB-Strategie mit allen Länderkoordinatoren vorbereitet.

Auf Landesebene stand die Vernetzung relevanter Stakeholder im Fokus. Dazu zählt insbesondere die Steuerungsgruppe Rad & Bike mit Fachstellen des Landes Vorarlberg sowie der laufende Austausch mit Gemeinden, Destinationen, Verbänden und der Wirtschaft. Auf Bundesebene brachte sich Vorarlberg aktiv in zentrale Austauschformate ein. Der „Bike-Kodex Vorarlberg“ fördert ein respektvolles Miteinander auf Trails. Rücksicht, Eigenverantwortung und ein bewusster Umgang mit der Natur sind das Ziel.



Fotos: Saskia Bauer

K3x3+1 – ein neues Format für Kulturschaffende

» Die Plattform Kultur & Tourismus (PKuT) vernetzt die Vorarlberger Kunst-, Kulturschaffenden und Kreativwirtschaftsakteur:innen („K3“) mit den Gastgebenden des Landes. «

Claudia Schwendinger, Strategisches Themenmanagement Kultur

Im Fokus stehen dabei der Gedankenaustausch, die Inspiration und das gegenseitige Kennenlernen sowie die Entwicklung von Kooperationsstrategien.

2025 präsentierte die Plattform ein neues Exkursionsformat: „K3x3+1“, das von Kuratorin Isabella Natter-Spets, Claudia Voit, Vorstandin der Kulturabteilung der Vorarlberger Landesregierung, und Tourismusdirektor Christian Schützinger gestaltet wurde. Den Auftakt machte im Mai der Bregenzerwald. An vier inspirierenden Stationen im neu gestalteten Ortszentrum von Egg gab es Input und Austausch, darunter das Posthus. Im Juli lud die Plattform Interessierte nach Hohenems, unter anderem mit Einblicken in das Literaturhaus Vorarlberg. Im Dezember machte das Format in Bludenz Halt. Besuchsstationen waren die MUUT Offices, die Ateliergemeinschaft Sturnengasse 26, die Kellergalerie kukuphi und das Traditionsgasthaus Der Löwen.

Pecha Kucha: Gelungene Kooperationen

Rund 80 Kulturschaffende und Touristiker:innen trafen sich im April im Data:room in Hard zu einem Pecha Kucha-Nachmittag. Kuratorin Isabella Natter-Spets präsentierte die Plattform unter dem Motto „Sie bestellen, wir spielen? Ja, aber zusammen!“. Lukas Buttazoni und Nikola Bartenbach stellten die Ausstellung „Lust auf Kunst“ in der LuSt CaféBar in Bregenz vor. Bettina Steindl (CampusVäre) sprach über „das dritte K“ – die Kreativwirtschaft. David Ganahl machte dem Publikum die Propstei St. Gerold mit dem Programm Hör-Mahl und Schau-Mahl schmackhaft.

Hannes Jochum und Edith Lampert-Deuring stellten das neue Musikmekka JazzamBach in Götzis vor. Kai Mayer und Andreas Schwarzmann präsentierten für Vorarlberg Tourismus das enorme Potential der V-Cloud und des digitalen Eventkalenders. Wiebke Meyer und Silvia Plangg stellten den erweiterten Kunst-Wanderweg Alpine Art am Muttersberg vor. Katja Seeberger und Matthäus Greber präsentierten das vielfältige Festival :alpenarte in Schwarzenberg.

Speak-Dating im Museum und ein Webinar für Erlebnis-Berater:innen

Anfang Oktober luden die Plattform Kultur & Tourismus und das Netzwerk Gastgeben auf Vorarlberger Art zum „Speak-Dating“ in die beeindruckende Atmosphäre des S-MAK, Stickerei-Museum Lustenau, ein. Rund 20 Akteur:innen aus den Bereichen Kultur und Tourismus nahmen die Gelegenheit wahr, sich in 15-minütigen Kurzgesprächen kennenzulernen, interessante Fragen zu stellen und über den eigenen Tellerrand zu blicken. Ein exklusiver Rundgang durch die Ausstellung „Martin Leuthold: Inspiration“ mit S-MAK-Leiterin Daniela Fetz-Mages leitete die Veranstaltung ein.

Ende des Jahres rundete ein Webinar für Erlebnis-Berater:innen – also etwa Rezeptionist:innen – ab. Kirsten Helfrich vom Kunsthaus Bregenz und Isabella Natter-Spets vermittelten Kultur-Wissen und Informationsquellen zur Kultur in Vorarlberg.



Fotos: Oliver Lerch/Alpenregion Bludenz Tourismus

Kultur stärken und Verantwortung teilen

» Im Geschäftsjahr 2025 standen in der Personal- & Organisationsentwicklung Gesundheit, Zusammenarbeit, Eigenverantwortung und Netzwerkfähigkeit im Zentrum der Maßnahmen. «

Miriam Berkmann und Jutta Metzler, Personal- & Organisationsentwicklung

Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) systematisch verankert

Mit dem Start des strukturierten BGF-Prozesses setzte Vorarlberg Tourismus einen klaren Schwerpunkt auf nachhaltige Arbeitsfähigkeit und Organisationsgesundheit. Wesentlich am Prozess ist die breite Beteiligung. Ausgewählte Mitarbeitende diskutierten die Ergebnisse einer Befragung aller Mitarbeiter:innen tiefgreifend. Eine Steuerungsgruppe definierte auf dieser Basis Handlungsfelder. So entstand ein verbindlicher Maßnahmenplan, der 2026 umgesetzt wird.

Umzug als Organisationsprojekt genutzt

Vorarlberg Tourismus zieht Anfang 2026 an einen neuen Standort. Der Umzug wurde nicht als reine Logistikaufgabe verstanden, sondern bewusst und partizipativ im Sinne der Organisations(weiter)entwicklung gestaltet. Alle Mitarbeitenden waren aktiv eingebunden und haben Verantwortung übernommen. Begleitet durch arbeitspsychologische Expertise entstand ein durchdachtes Raumkonzept, das aktuellen und zukünftigen Ansprüchen gerecht wird und Flexibilität für die Zukunft gewährleistet.

Haltung, Kommunikation und innere Entwicklung

Im Rahmen des internen Entwicklungsprogramms F.I.T. (Fach-Kompetenz, Informations- und Wissensvermittlung, Training physisch und psychisch/mental) widmete sich im April ein Workshop von Stefan Behnke der Frage, wie gemeinsam Orte und Räume für ein gutes Arbeiten und Miteinander gestaltet werden können. Praktische Übungen zu klarer Kommunikation standen im Fokus.

Darüber hinaus bot Vorarlberg Tourismus für Mitglieder der ARGE Nachhaltigkeit und Mitarbeitende Workshops zur Stärkung der Inner Development Goals (IDGs) an, die in Kooperationen und für Projektarbeit hilfreich sind: Etwa „Zuversicht bewahren – Trotz:dem“ mit Bertram Strolz, der über Beharrlichkeit und gemeinsames Gestalten von Zukünften sprach. Und den interaktiven Workshop „Das UnDenkbareTun“ mit Philipp Oberlohr, der Impulse zu Musterbrüchen und Perspektivenwechsel vermittelte.

Die jährliche, ganztägige Mitarbeiter-Klausur mit einem umfassenden Update zu Projekten und Plänen des Unternehmens fand am Bödele in Dornbirn statt. Am Vormittag stand eine Kräuterwanderung durchs Fohramoos mit anschließendem Kräuterworkshop auf dem Programm und bot einen Einblick in ein lehrreiches Produkterlebnis mit Inspiration für alle Sinne.

Teamkultur entsteht nicht nur in Workshops, sondern auch im gemeinsamen Erleben und Feiern: Beim Skitag am Golm erhielten die Teilnehmer:innen Einblicke in das Nachhaltigkeitskonzept von Golm Silvretta Lünensee. Die Weihnachtsfeier war wie immer ein gleichermaßen gelungener wie genussvoller Jahresabschluss.

Personalia

Neu im Team: Michael Ellensohn, Elke Fink, Gregor Kreuzer (Projektstelle)

Firmenjubiläen: Alexandra Mitterhuber und Miriam Berkmann – je 25 Jahre Betriebszugehörigkeit

**Langjähriger ehemaliger Landestourismusedirektor
Sieghard Baier verstorben**

Der langjährige Vorarlberger Tourismusedirektor Sieghard Baier ist am 5. Jänner 2026 im Alter von 84 Jahren verstorben. 30 Jahre lang leitete der in Bludenz geborene Jurist den damaligen Tourismus-Landesverband. Er brachte das erste Marketingkonzept für Vorarlberg und die erste landesweite Gästebefragung auf den Weg und war für das erste landesweite Tourismuskonzept mitverantwortlich. Bis heute wird der langjährige Landestourismusedirektor weit über die Landesgrenzen hinaus als Wegbereiter des modernen Destinationsmanagements wahrgenommen. „Er hat den Boden für die heutige erfolgreiche Entwicklung bereitet“, sagt Christian Schützinger über seinen Vorgänger.



Als Tourismusedirektor verantwortete Baier viele wegweisende Meilensteine, selbst nach seiner Pensionierung versiegte seine Leidenschaft für den Tourismus nie.



Sieghard Baier hegte eine Vorliebe für das Gute und Schöne – nicht nur beim Wein.

Fotos: Archiv Vorarlberg Tourismus

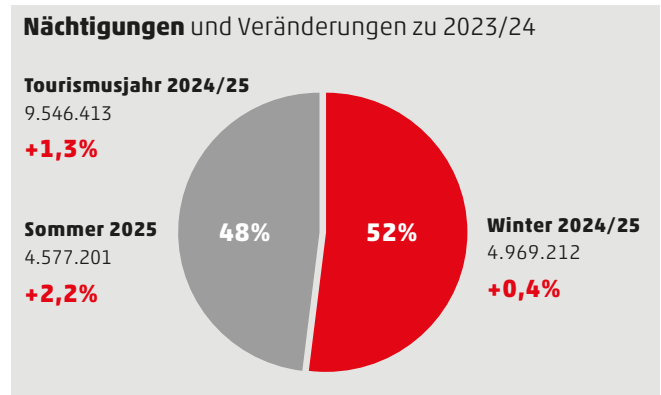
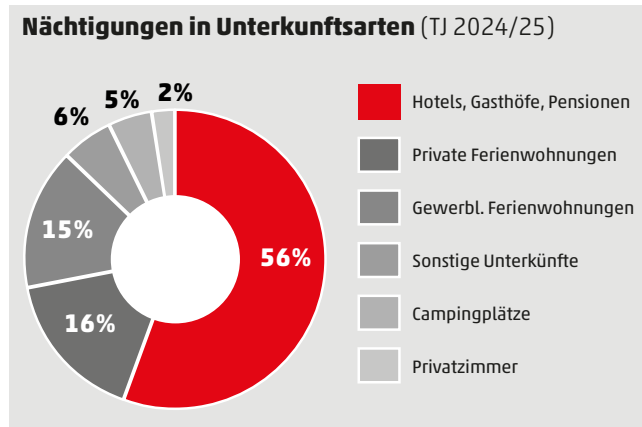
Finanzen 2025

Gewinn- & Verlustrechnung 2025

Gesamteinnahmen	6.008.636,60
Umsatzerlöse (Allgemeine Marketingerlöse, Wertpapier- & Zinserlöse)	1.352.150,12
Zuschuss Land	4.030.000,00
Zuschuss Land für Sonderprojekte	513.098,91
Beitrag WKV	113.387,57
Gesamtausgaben	6.029.895,04
Marketingkosten gesamt	3.631.160,51
Bestandsveränderung Vorräte	2.082,14
Markenmanagement	90.000,89
Märkte und Kommunikation	1.312.262,22
Unternehmenskommunikation	77.892,77
Dienstleistungen für das Tourismussystem	1.456.469,26
Marketing Overhead	85.537,79
Tourismusstrategie	606.915,44
Personalaufwand	2.038.841,37
Sonstige betriebliche Aufwendungen	359.893,16
Ergebnis GuV	- 21.258,44
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	200.518,50
Bilanzgewinn	179.260,06

Vorarlbergs Tourismusjahr 2024/2025

ausgewählte Ergebnisse der Landesstatistik Vorarlberg



Nächtigungen nach Monat (TJ 2024/25)

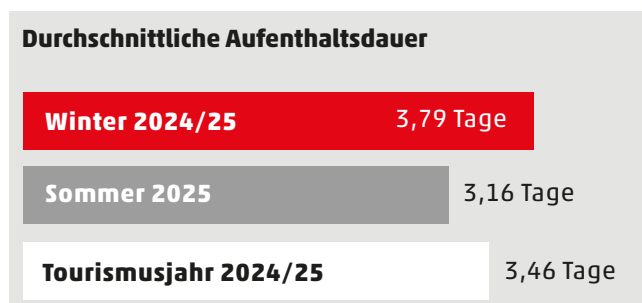
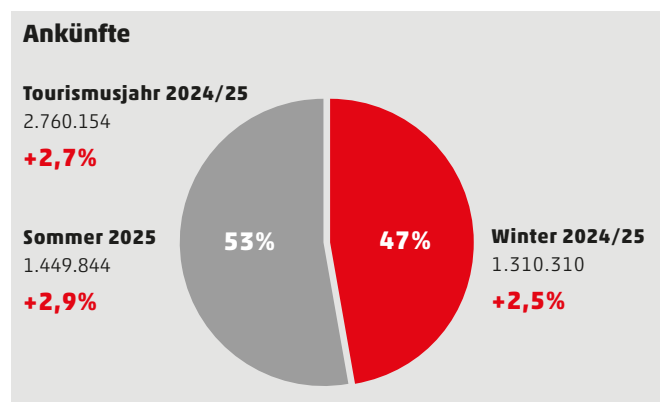
Februar	1.342.387	Stärkster Monat Winter	
August	1.220.204	Stärkster Monat Sommer	



Auslastung (TJ 2024/25, Quelle: Statistik Austria)

Vorarlberg	Winter	Sommer
Hotels	43,4%	40,8%
Private Beherbergungsbetriebe	26,3%	22%

Österreich	Winter	Sommer
Hotels	41%	45%
Private Beherbergungsbetriebe	23,5%	22%



Quelle: **Landesstatistik Vorarlberg**
Tourismusjahr 2024/2025, 1.11.24 – 31.10.2025

Zur Online-Version:
[gmbh.vorarlberg.travel/
geschaeftsbericht-2025](https://gmbh.vorarlberg.travel/geschaeftsbericht-2025)



Vorarlberg Tourismus GmbH

CAMPUS V | Hintere Achmühlerstraße 1c, 6850 Dornbirn, Österreich
T +43.(0)5572.377033-0, info@vorarlberg.travel
www.vorarlberg.travel, [#visitvorarlberg](https://twitter.com/visitvorarlberg)