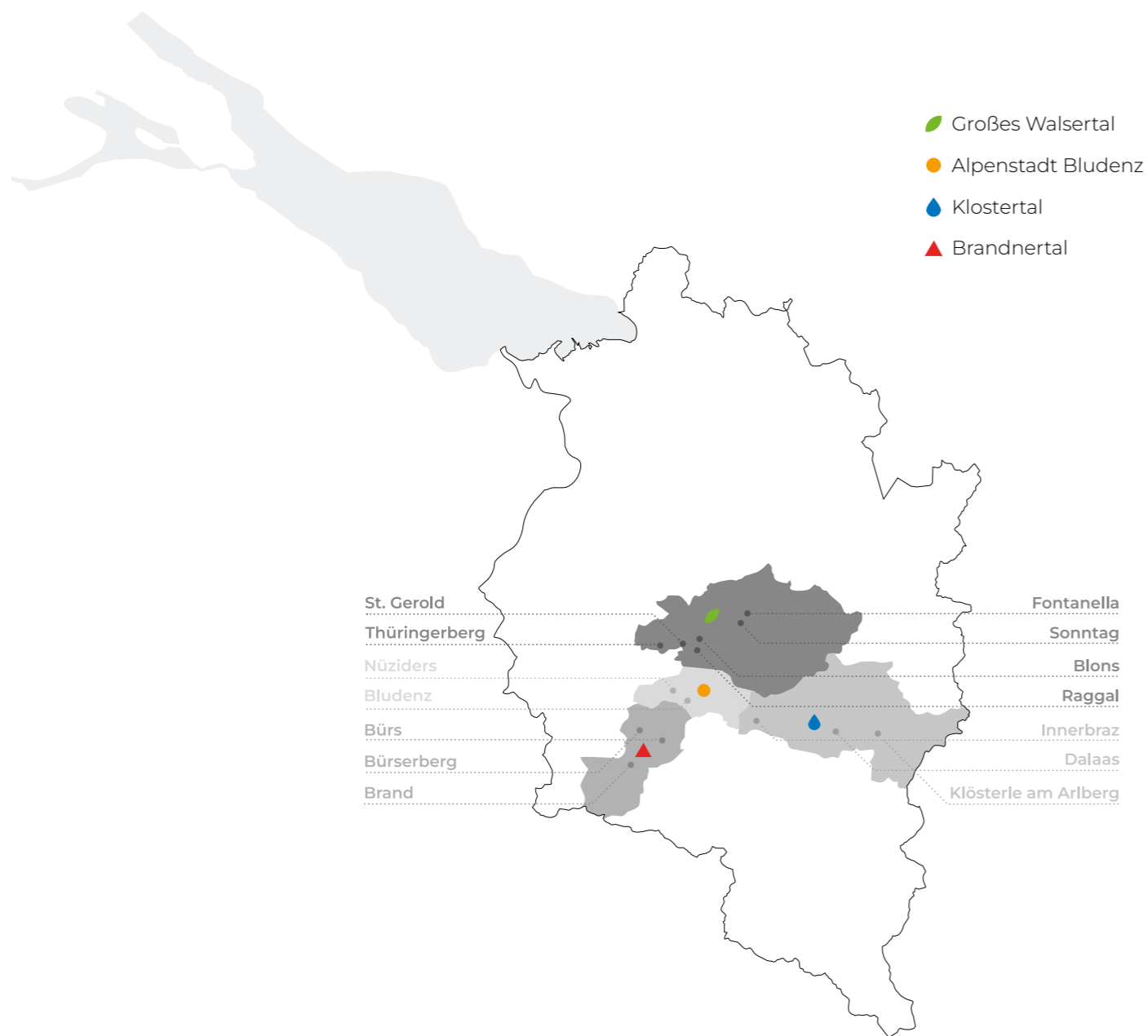


Jahresbericht 2025

Alpenregion Bludenz
Rückblick auf das Tourismusjahr 2024/25





1.0 Aufbau der GmbH

Der Tourismusverband Alpenregion Bludenz besteht aus **8 Mitgliedsbergbahnen** und **14 Mitgliedsgemeinden**:

8 Mitgliedsbergbahnen

- ▲ Bergbahnen Brandnertal
- ▲ Lünserseebahn
- Muttersbergbahn
- Sonnenkopfbahn
- Seilbahn Sonntag-Stein
- Seilbahn Faschina
- Skilifte Raggal
- Seilbahn Schnifis

14 Mitgliedsgemeinden

- ▲ Brand
- ▲ Bürserberg
- Bludenz
- Nüziders
- Klösterle am Arlberg
- Dalaas
- Innerbraz
- Fontanella
- Sonntag
- Raggal
- Blons
- St. Gerold
- Thüringerberg



Die Geschäftsführung der 100 %-Tochter „Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH“ hat **Wibke Meyer** inne.

Der Vorstand bestand im Tourismusjahr 2024/25 aus **17 Vertreterinnen und Vertretern** aus den vier Teilregionen:

Vorstandsmitglieder

- Präsident Bgm. Simon Tschann, Bludenz**
Alpenstadt Bludenz – Stadt Bludenz
- Vize-Präsident Bgm. Klaus Bitschi, Brand**
Brandnertal – Gemeinde Brand
- Bgm. Barbara Mathies, Klösterle am Arlberg**
Kloistertal – Gemeinde Klösterle am Arlberg
- Bgm. Fridolin Plaickner, Bürserberg**
Brandnertal – Gemeinde Bürserberg
- Kathi Metz, Brand**
Brandnertal – Hotellerie / Gastronomie
- Philipp Kettner, Bürserberg**
Brandnertal – Bikepark Brandnertal
- Thessa Welte, Brand**
Brandnertal – Geschäftsführung Brandnertal Tourismus
- Michael Domig, Brand**
Brandnertal – Bergbahnen
- Sandra Müller, Brand**
Brandnertal – Kooptiertes Mitglied – Privatvermieterin

- Jakob Glawitsch, Bludenz**
Alpenstadt Bludenz – Hotellerie / Gastronomie
- Matthias Dünser, Nüziders**
Alpenstadt Bludenz – Kooptiertes Mitglied – Camping
- Walter Bilgeri, Wald am Arlberg**
Kloistertal – Hotellerie
- Dietmar Tschohl, Wald am Arlberg**
Kloistertal – Bergbahnen
- Thomas Walch, Innerbraz**
Kloistertal – Kooptiertes Mitglied – Camping
- Bgm. Stefan Nigsch, Sonntag**
Großes Walsertal – Gemeinde Sonntag
- Bgm. Alexandra Martin, Raggal**
Großes Walsertal – Gemeinde Raggal
- Bernd Burtscher, Fontanella**
Großes Walsertal – Gemeinde Fontanella

Impressum

Herausgeber:
Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH
Mutterstraße 1a, 6700 Bludenz – Österreich
T +43 55 52 302 27, info@alpenregion.at
www.alpenregion-vorarlberg.com

Druck:
www.jochumdruck.at
FSC-zertifiziertes Papier und klimaneutraler Druck



Alle Angaben, trotz sorgfältiger Bearbeitung, ohne Gewähr.
Stand Juni 2026



2.0 Ankünfte & Nächtigungen



Winter 2024/25

Gemeinde	Ankünfte (AK)	Nächtigungen (ÜN)	Aufenthaltsd. Ø	AK im Vgl. zum Vorjahr	ÜN im Vgl. zum Vorjahr
Brand	36.125	148.421	4,11	1,49 %	-1,20 %
Bürserberg	14.517	66.828	4,60	-4,15 %	-9,66 %
Bürs	655	2.665	4,07	5,82 %	5,54 %
Brandnertal	51.297	217.914	4,25	-0,12 %	-3,89 %
Bludenz	23.086	57.789	2,50	0,79 %	-0,05 %
Nüziders	2.461	6.693	2,72	-21,82 %	-0,70 %
Alpenstadt Bludenz	25.547	64.482	2,52	-1,95 %	-0,12 %
Dalaas	13.604	61.622	4,53	5,49 %	-6,54 %
Innerbraz	3.984	14.455	3,63	6,18 %	6,73 %
Klösterle (ohne Stuben)	13.020	59.003	4,53	6,98 %	7,31 %
Klostertal	30.608	135.080	4,41	6,21 %	0,46 %
Fontanella	10.733	50.873	4,74	-4,71 %	0,28 %
Raggal	4.402	15.853	3,60	11,08 %	8,11 %
Sonntag	4.532	16.386	3,62	3,19 %	5,52 %
St. Gerold	1.458	3.236	2,22	22,73 %	19,99 %
Blons	201	1.463	7,28	-55,23 %	-9,24 %
Thüringerberg	306	1.207	3,94	3,03 %	-51,07 %
Großes Walsertal	21.632	89.018	4,12	0,37 %	1,50 %
Alpenregion Bludenz	129.084	506.494	3,92	1,02 %	-1,35 %

Tourismusjahr 2024/25

Gemeinde	Ankünfte (AK)	Nächtigungen (ÜN)	Aufenthaltsd. Ø	AK im Vgl. zum Vorjahr	ÜN im Vgl. zum Vorjahr
Brand	77.602	303.732	3,91	2,00 %	-0,54 %
Bürserberg	33.110	150.152	4,53	-13,71 %	-13,47 %
Bürs	3.653	8.630	2,36	25,02 %	23,92 %
Brandnertal	114.365	462.514	4,04	-2,56 %	-4,80 %
Bludenz	47.032	115.586	2,46	-1,48 %	-1,06 %
Nüziders	9.226	40.396	4,38	-11,43 %	0,03 %
Alpenstadt Bludenz	56.468	156.447	2,77	-2,79 %	-0,23 %
Dalaas	35.866	115.999	3,23	5,74 %	-0,20 %
Innerbraz	8.651	30.905	3,57	6,07 %	9,24 %
Klösterle (ohne Stuben)	22.443	84.153	3,75	16,87 %	5,08 %
Klostertal	66.960	231.057	3,45	9,27 %	2,87 %
Fontanella	19.931	88.564	4,44	0,55 %	2,09 %
Raggal	12.392	48.204	3,89	15,24 %	7,77 %
Sonntag	15.150	41.620	2,75	18,17 %	9,98 %
St. Gerold	4.009	9.274	2,31	13,31 %	12,58 %
Blons	690	3.262	4,73	-38,45 %	-20,05 %
Thüringerberg	734	3.849	5,24	-7,44 %	-28,23 %
Großes Walsertal	52.906	194.773	3,68	8,31 %	4,15 %
Alpenregion Bludenz	290.699	1.044.791	3,59	1,79 %	-0,90 %



Sommer 2025

Gemeinde	Ankünfte (AK)	Nächtigungen (ÜN)	Aufenthaltsd. Ø	AK im Vgl. zum Vorjahr	ÜN im Vgl. zum Vorjahr
Brand	41.477	155.311	3,74	2,46 %	0,11 %
Bürserberg	18.593	83.324	4,48	-19,94 %	-16,30 %
Bürs	2.998	5.965	1,99	30,18 %	34,38 %
Brandnertal	63.068	244.600	3,88	-4,46 %	-5,61 %
Bludenz	24.156	58.262	2,41	-2,46 %	-0,59 %
Nüziders	6.765	33.703	4,98	-6,93 %	0,18 %
Alpenstadt Bludenz	30.921	91.965	2,97	-3,47 %	-0,31 %
Dalaas	22.262	54.377	2,44	5,89 %	8,12 %
Innerbraz	4.667	16.450	3,52	5,97 %	11,54 %
Klösterle (ohne Stuben)	9.423	25.150	2,67	33,96 %	0,18 %
Klostertal	36.352	95.977	2,64	11,99 %	6,47 %
Fontanella	9.198	37.691	4,10	7,47 %	4,63 %
Raggal	7.990	32.351	4,05	17,67 %	7,60 %
Sonntag	10.618	25.234	2,38	25,98 %	13,09 %
St. Gerold	2.551	6.038	2,37	8,55 %	8,97 %
Blons	489	1.799	3,68	-27,23 %	-27,11 %
Thüringerberg	428	2.642	6,17	-13,71 %	-8,77 %
Großes Walsertal	31.274	105.755	3,38	14,58 %	6,49 %
Alpenregion Bludenz	161.615	538.297	3,33	2,42 %	-0,47 %



1.044.791 Nächtigungen gesamt

3,59 Tage Ø Aufenthalt



506.494



538.297



3,92 Tage



3,33 Tage

Verfügbare Gästebetten inkl. Camping (ohne Zusatzbetten), Stichtag 31.05.2025



12.763

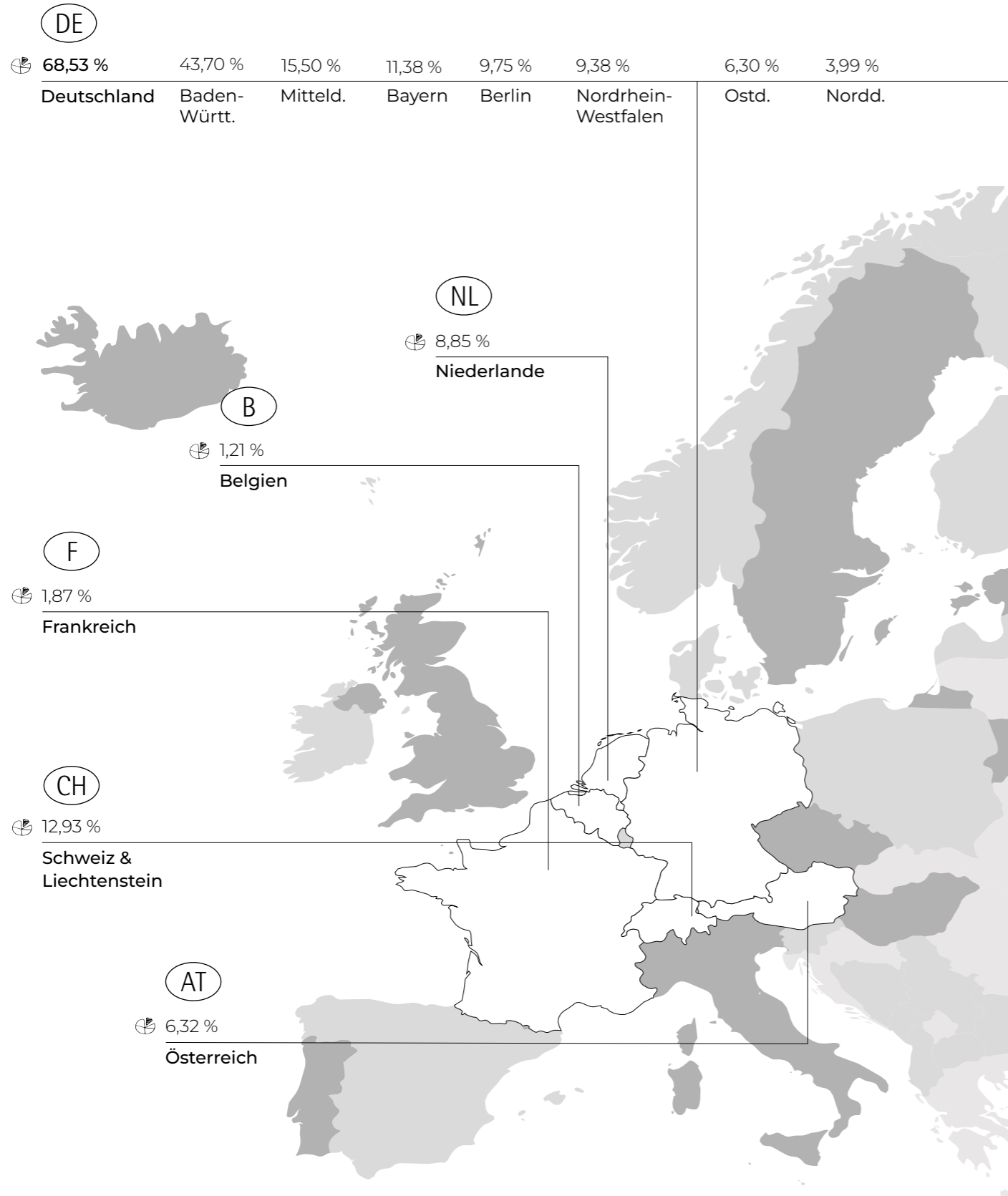


3.0 Hauptzielmärkte

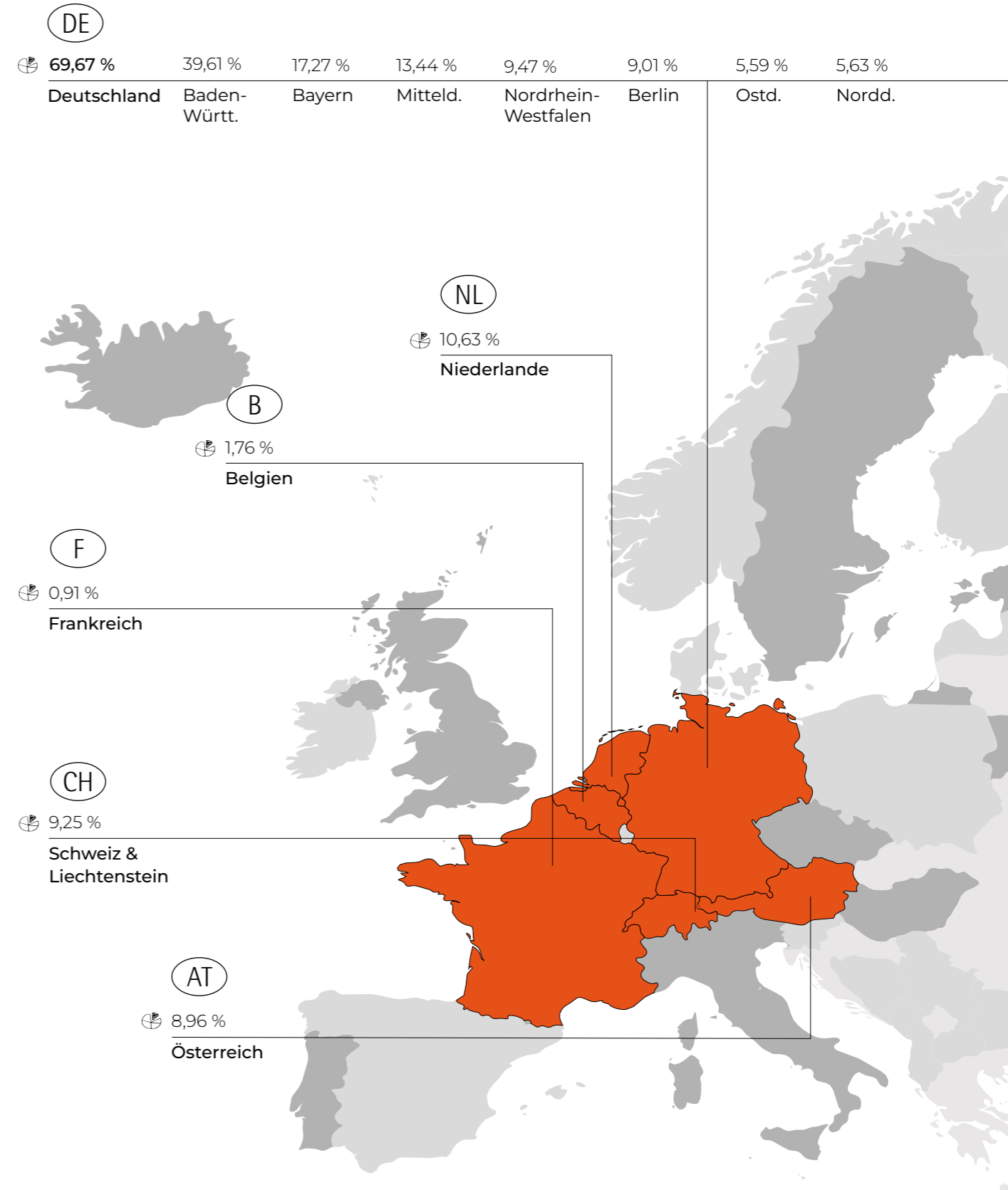


Winter 2024/25

Marktanteil / Ankünfte



Sommer 2025



4.0 Gäste in der Region (T-MONA*)

67 % aller Befragten würden unsere Destination zu 100 % weiterempfehlen.

27 % aller Befragten würden unsere Destination zu 80–90 % weiterempfehlen.



WIE

sind die Gäste auf uns aufmerksam geworden?*



53 % frühere Besuche



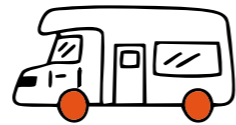
40 % Internet



32 % Empfehlungen



14 % offizielle Webseite des Reiseziels



12 % Reise- u. Buchungsportale

3 % Social Media

2 % Blogger:innen / Influencer:innen



15 % Reisebüro / Veranstalter



5 % Werbung



4 % Beiträge in Medien

14 % Online-Portale und Buchungsplattformen der Veranstalter

2 % gedruckte Prospekte

1 % Werbe-Inserate in Magazinen, Zeitschriften

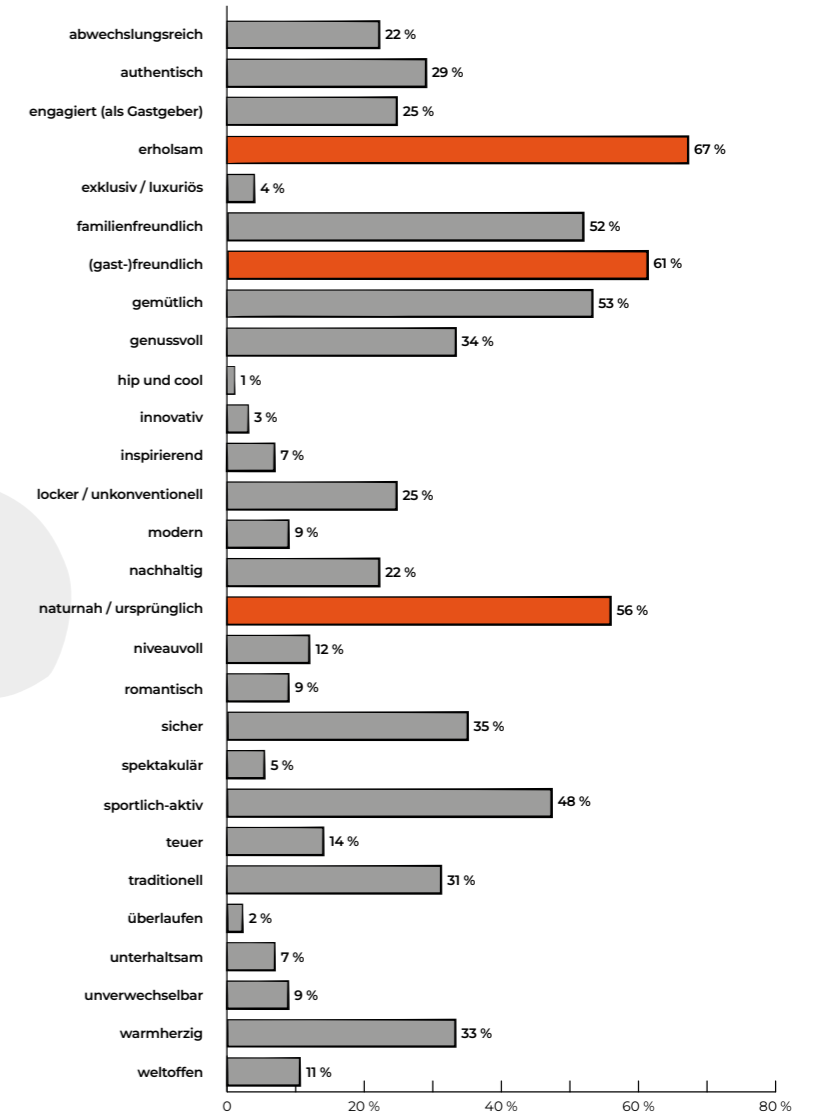
2 % Werbung im Internet (Werbeposter etc.)

*Mehrfachantworten und keine Angaben möglich

Deshalb legen wir großen Wert auf eine gute Online-Präsenz mit unserer Website, die Suchmaschinenoptimierung und die Online-Buchbarkeit der Betriebe.

WELCHE

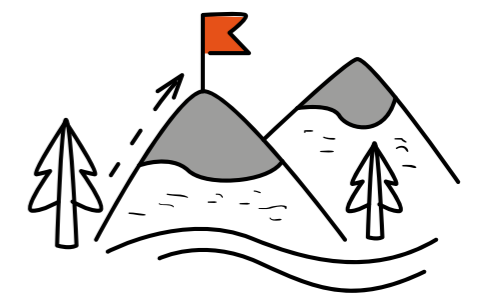
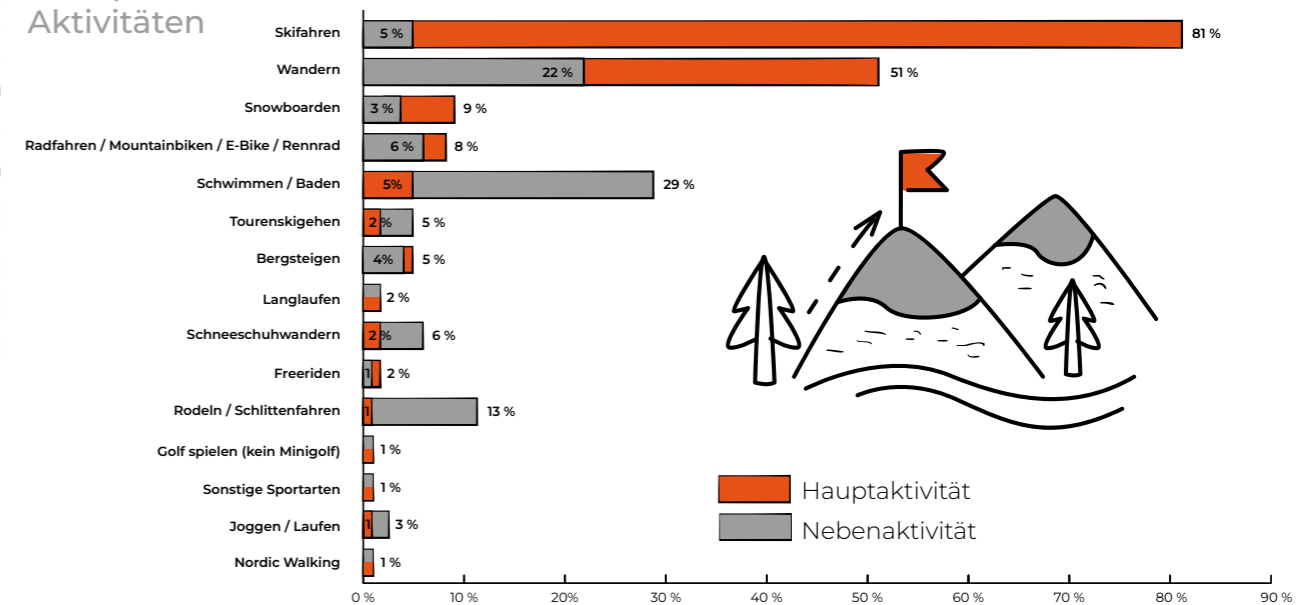
Eigenschaften verbinden Gäste mit unserer Region?



* T-MONA steht für Tourismus-Monitor Austria und bezeichnet ein Gästebefragungsprojekt, das seit 2004 besteht und von der ÖW, dem Marktforschungsunternehmen MANOVA und den neun Landestourismusorganisationen entwickelt wurde. Österreichische Tourismusdestinationen haben die Möglichkeit sich an T-MONA zu beteiligen. Quelle: webmark by manova

BEDEUTUNG

von sportlichen Aktivitäten



Legend: Hauptaktivität (orange), Nebenaktivität (grey)

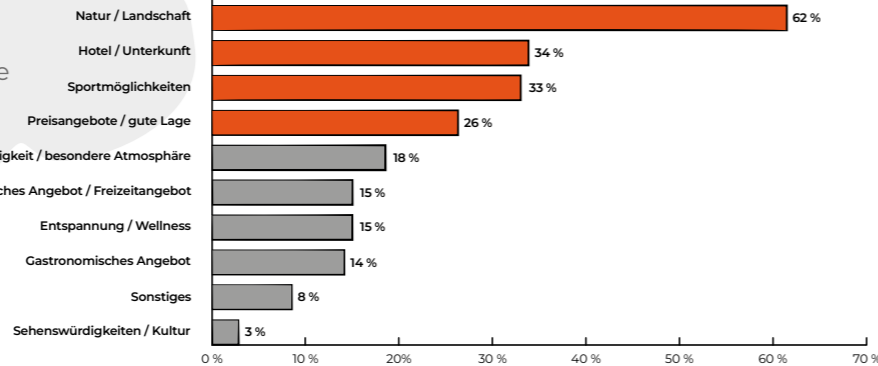
WARUM

haben sich Gäste für unsere Region entschieden?



gute Lage
Entspannung
Sportmöglichkeiten
touristisches
eizeitangebot
Wellness
Preisangebote

Landschaft
Kultur
Unterkunft
gastronomisches
Angebot
Natur
Hotel
besondere
Atmosphäre

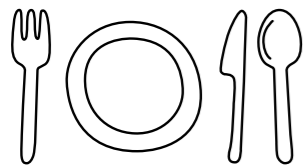
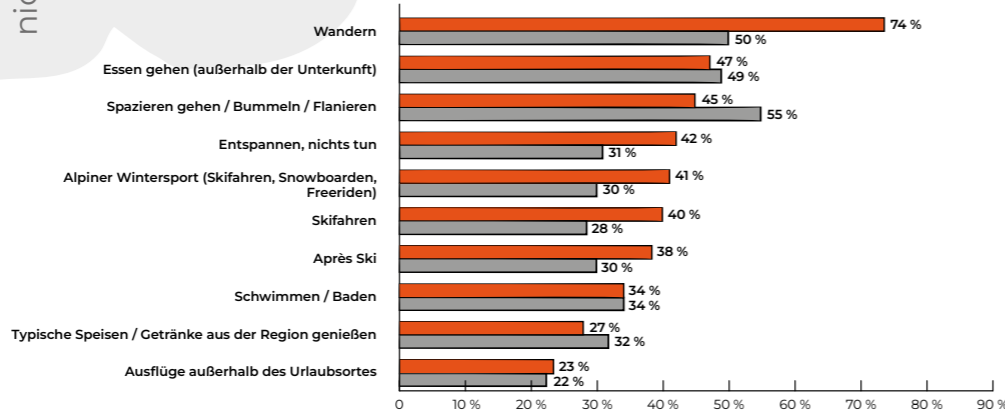


WAS

machen unsere Gäste während des Urlaubes?



wandern
baden
flanieren
entspannen
Sehenswürdigkeiten
besuchen
spazieren
Ausflüge
gehen
essen gehen
typische Speisen
genießen
nichts tun
bummeln
skifahren



Alpenregion
Benchmark Bergregionen Österreich

5.0 Website

Im April 2025 gingen die neuen Websites der Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH online. Der Relaunch umfasste folgende sechs Webauftritte:

1. April 2025

ONLINE



www.brandnertal.at



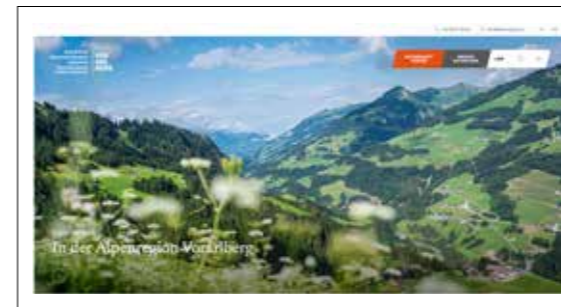
www.kloostertal.travel



www.bludenz.travel



www.walsertal.at



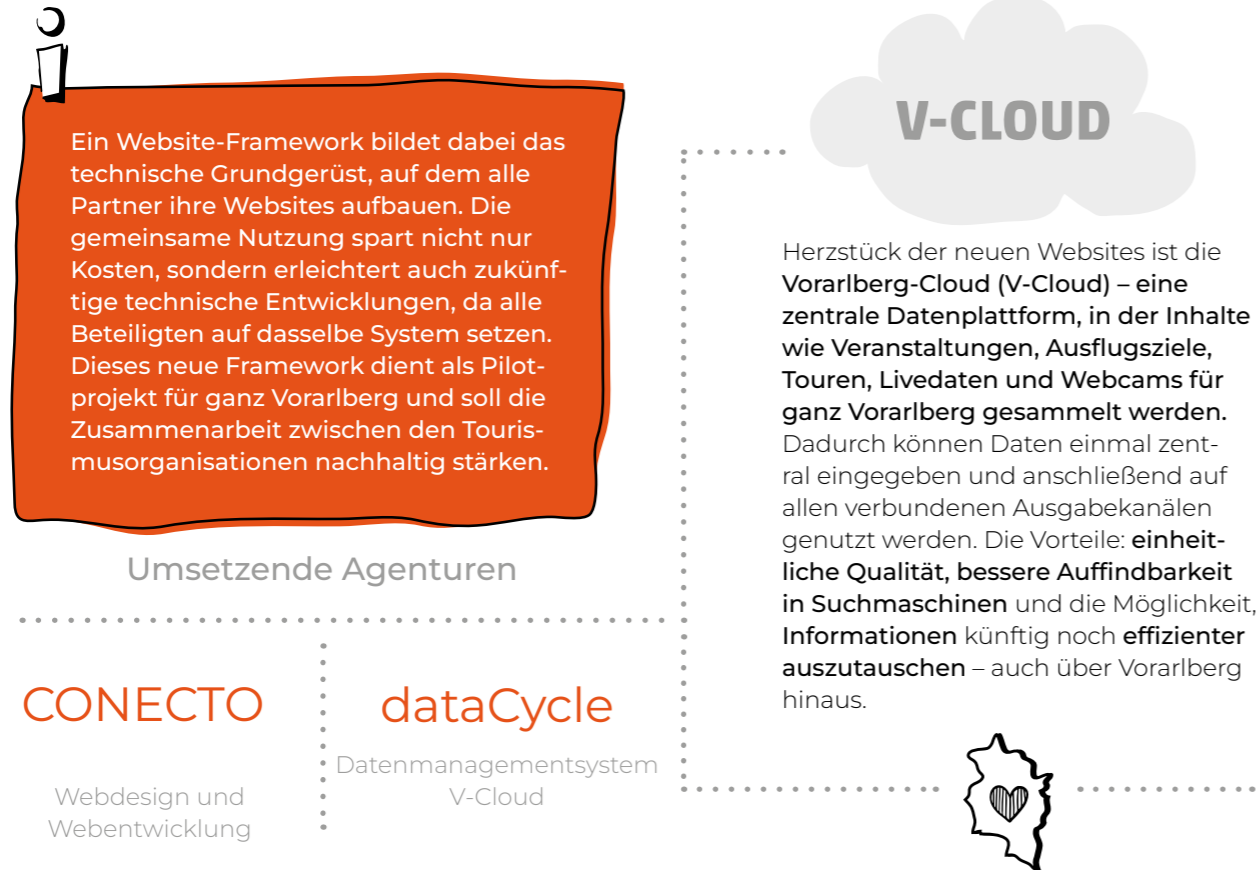
www.alpenregion-vorarlberg.com



www.alpenregion-vorarlberg.com/serviceportal

5.1 Website-Relaunch

Der Relaunch wurde im Rahmen eines gemeinsamen Projekts mit Montafon Tourismus, Vorarlberg Tourismus sowie vier Bergbahnunternehmen umgesetzt. Ziel war es, eine moderne und technisch einheitliche Basis für die Webauftritte aller Framework-Partner zu schaffen – ein sogenanntes Website-Framework. Dadurch sollen Synergien bestmöglich genutzt und Kosten im gesamten touristischen System reduziert werden.



5.2 Website-Performance

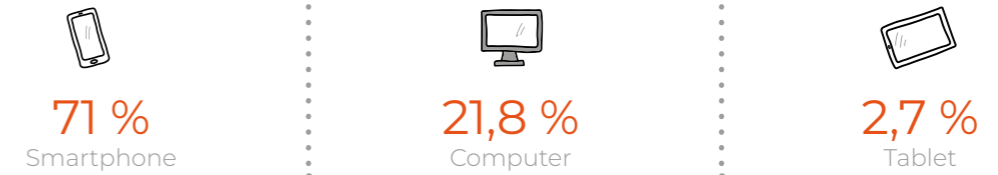
Zahlen der Websites

URL	Sitzungen*	Ø Sitzungsdauer in min
www.alpenregion-vorarlberg.com	85.507	03:20
www.brandnertal.at	204.630	04:25
www.walsertal.at	77.597	03:41
www.bludenz.travel	72.170	03:37
www.klostertal.travel	60.431	03:59

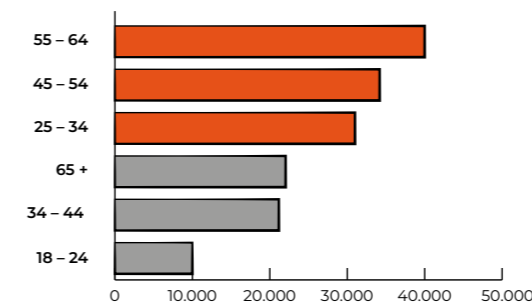
Beachte: Die neue Website wurde am 1. April 2025 gelauncht, deshalb bezieht sich der Betrachtungszeitraum der Website-Performance auf sechs Monate (April bis Oktober 2025).

* Eine Sitzung ist eine Gruppe von Interaktionen mit einer Website innerhalb eines bestimmten Zeitrahmens. Beispielsweise kann eine einzelne Sitzung mehrere Seitenaufrufe, Ereignisse, soziale Interaktionen usw. umfassen.

500.335 Sitzungen auf 5 Websites 03:19 min Ø Sitzungsdauer



40 – 55 Jahre Ø Alter der Hauptnutzer:innen

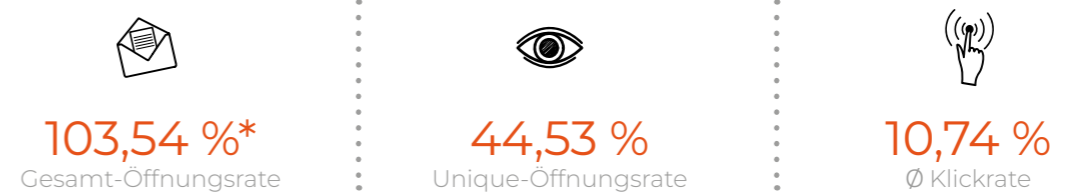


Hauptmärkte auf der Webseite



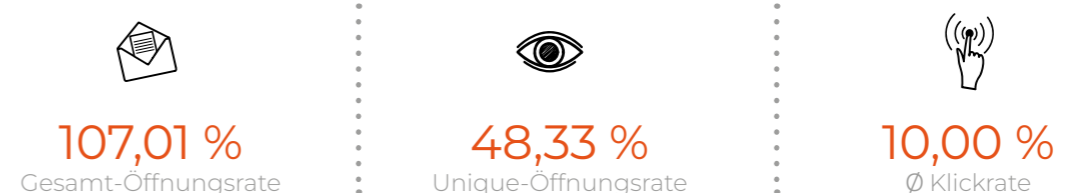
6.0 Newsletter

352 Newsletter (B2B) an 201.307 Empfänger:innen



*Mehrfachöffnungen mitgezählt, daher können Werte über 100 % entstehen.

55 Newsletter (B2C) an 140.868 Empfänger:innen



7.0 Social Media (Facebook & Instagram)



Das Team betreut zum Stand 31. Oktober 2025

 2 Facebook-Kanäle	 4 Instagram-Kanäle	 34.351 Follower:innen	 3.142 neue Follower:innen
--	---	--	--

Tal	Follower:innen per 31.10.2025	Follower:innen-Zuwachs im letzten Jahr	Gepostete Inhalte	Interaktionen mit Inhalten
Brandnertal 	24.674	2.058	629	21.759
Bludenz 	3.029	407	569	4.340
Klostertal 	4.036	268	554	13.827
Großes Walsertal 	2.612	409	466	4.378

8.0 Online-Kampagnen



Winter 2024/25

Kampagne	Mediabudget	Impressionen	Klicks	Conversions
Image – Winterkampagne BTL	€ 4.464,-	1.547.575	23.534	258 Anfragen
Schneefreunde-wochen BTL	€ 16.045,-	2.432.440	26.341	628 Anfragen
Image – Winterkampagne BZ	€ 1.807,-	11.110	1.065	202 Anfragen
Image – Winterkampagne GWT	€ 2.259,-	11.486	1.065	220 Anfragen
Image – Winterkampagne KTL	€ 3.886,-	1.263.359	20.553	261 Anfragen
Angebotswochen KTL	€ 7.438,-	1.250.320	17.022	838 Anfragen



Sommer 2025

Kampagne	Mediabudget	Impressionen	Klicks	Conversions
Komoot Kampagne alle Täler	€ 5.000,-	524.192	5.124	= Klicks
Image – Sommerkampagne KTL	€ 3.825,-	90.433	8.970	372 Anfragen
Image – Sommerkampagne GWT	€ 6.375,-	726.209	15.857	135 Anfragen
Tourismusschulen Bludenz Kampagne ¹	€ 1.912,50	1.058.227	6.413	= Klicks
Leitkampagne Brandnertal ²	€ 22.525,-	3.998.346	36.831	= Klicks

¹ Die Laufzeit bezieht sich auf 2025-2026

² Gehört zur Leitkampagne Brandnertal, siehe Seite 15



Herbst 2025

Kampagne	Mediabudget	Impressionen	Klicks	Conversions
Weinplauderei	€ 3.825,-	160.739	4.390	Pauschale Buchung
Herbst.Genuss.Zeit Klostertal und Großes Walsertal	Bewerbung von Veranstaltungseinträgen im Ausmaß von € 700,- gesamt			



Campingkampagne 2025

Kampagne	Mediabudget	Impressionen	Klicks	Conversions
Camping	€ 8.585,-	3.976.603	98.270	= Klicks

9.0 Leitkampagne Brandnertal: „Lieber schön ins Brandnertal“

Eine strategische Leitkampagne als kommunikative Klammer wurde unter dem Lead der Brandnertal Tourismus GmbH (siehe Seite 19) entwickelt. Ziel ist eine langfristige Positionierung über Qualität, Echtheit und erlebbare Nähe – bewusst reduziert, klar und ohne Überinszenierung.

Ein wesentlicher Schwerpunkt lag 2025 auf dem gezielten **Aufbau von Bekanntheit** in den definierten Kernmärkten.



Maßnahmen der Leitkampagne

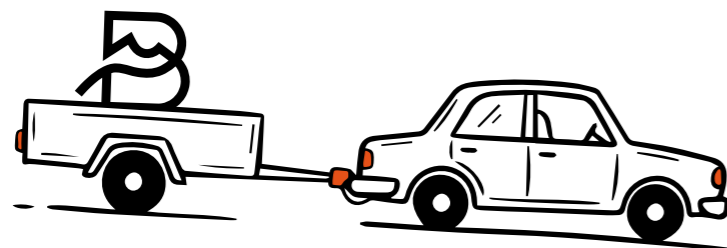


Die Umsetzung erfolgte über eine abgestimmte Kombination aus digitalen und analogen Maßnahmen:

Großflächenpräsenz im öffentlichen Raum, unter anderem an Flughäfen, entlang stark frequentierter Verkehrsachsen und an **ausgewählten Raststätten** sorgte für eine breite, aufmerksamkeitsstarke Sichtbarkeit entlang der Reiserouten der Gäste.



Ergänzend dazu wurden digitale Kampagnen auf Meta-Plattformen eingesetzt (siehe Seite 14), um Reichweite effizient aufzubauen und gleichzeitig eine präzisere Zielgruppenansprache zu ermöglichen. Die Inhalte wurden bewusst nahbar und erlebnisorientiert gestaltet, mit Fokus auf echte Situationen statt inszenierter Bildwelten.

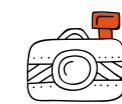


Neues Logo Brandnertal



Mit Februar 2025 wurde das neue Erscheinungsbild des Brandnertals offiziell eingeführt. Das überarbeitete Logo markiert dabei weit mehr als eine gestalterische Erneuerung: Es bildet die Grundlage für eine eigenständige, wiedererkennbare Markenidentität.

10.0 Presse und Print



407

Pressekontakte im Presseverteiler in 8 Ländern (DE, CH, FL, AT, NL, FR, DK, SE)



35

Presse-, Blogger:innen- und Influencer:innenreisen vor Ort organisiert und betreut



30

offizielle Pressemitteilungen versendet

Highlightmedienberichte

fravelly.de

Der Familien Reiseblog

Brandnertal

DAV

Panorama (DE)

Großes Walsertal

Seazen

Travel (CH)

Klostertal

Landlust

(DE)

Bludenz



11.0 Gästekarte & Web-Apps mit digitaler Gästekarte

Gästekarten-Varianten 2025

1. Brandnertal, Bludenz, Klostersal Gästekarte
2. Gästekarte Premium
3. Walser Gästekarte
4. Gäste-Card Bregenzerwald & Großes Walsertal



Clara



Der Walser

61.198	versendete Mails	15.749
28.208	registrierte Nutzer:innen	9.947
~24.000	Aktivierte digitale Gästekarten in der PIA	~11.000

ist das Vorzeige-Gästekartenangebot in der Region?

Freie Fahrt mit Bus und Bahn mit der Brandnertal, Bludenz, Klostersal Gästekarte und Gästekarte Premium.

Ausgegebene Gästekarten im Tourismusjahr 2024/25

1. + 2. **gesamt 124.177 Stk.**



3. + 4. **gesamt 19.178 Stk.**



Angebote haben die höchsten gemessenen Frequenzen?



WELCHES

WELCHE



Aktivierte digitale Gästekarten in der PIA (Clara und Der Walser) im Tourismusjahr 2024/25

~ 35.000 Stück

12.0 Content-Produktion

Foto-, Video- und TV-Produktionen



- **Heimat Österreich: „Alpleben im Klostersal“**
Produktion August 2025
Ausstrahlung im Jahr 2027
- **Sommershootings in Bludenz**
Theaterstadtführung und Weinplauderei mit Tabea Magdalena Martin (Buero Ludwina)
- **Bludener Fachgeschäfte im Portrait**
Vier neue inhabergeführte Betriebe im Portrait Kooperation mit Stadtmarketing Bludenz & WIGE
- **Herbstshooting im Klostersal**
Kulinarik-Bilder und Genussradeln mit Alex Kaiser
- **Kulinarik und Winter im Großen Walsertal**
Bergsteigerdorf Kulinarikabend sowie Winter- und Schneeschuhwandern mit Alex Kaiser
Sonne, Mond & Schnee mit Robert Bohnke
Genuss in der Scheune mit Tabea Magdalena Martin (Buero Ludwina)
- **Wintershootings im Brandnertal**
Winterthemen auf und abseits der Piste mit Timo Hummel und Stefanie Frei

13.0 Gäste- und Betriebsbetreuung

EUR 2.912.378,25 Umsatz wurden mit 4.084 Buchungen über das Buchungssystem Feratel bzw. unsere Websites generiert

14.140 versendete E-Mails an Gäste und Partner:innen

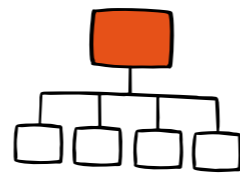
Mehr als 8.625 Gäste und über 2.536 Gastgeber:innen wurden in diesem Tourismusjahr vor Ort in den Tourismusbüros betreut.

rund 4.929 beantwortete Anrufe von Gästen und Gastgeber:innen

14.0 Brandnertal: Fokus durch neue Strukturen

Mit der Gründung der **Brandnertal Tourismus GmbH (BTT)** wurden zentrale touristische Aufgaben im Tal neu organisiert und gebündelt. Die BTT vereint die bisherigen Aufgaben der **Brand Tourismus GmbH** und der **Bürserberg Tourismus GmbH** und bündelt zusätzlich Aufgabenbereiche der **Bergbahnen Brandnertal (BBB)** sowie der **Alpenregion Bludenz Tourismus (ARB)**. Die Marketingabteilung der BBB wurde aufgelöst und vollständig in die BTT integriert. Die ARB übernimmt weiterhin Marketingbereiche, die hohe Systemkenntnisse erfordern und regionsweite Synergien nutzen. Das direkte Talmarketing wird vollständig über die BTT abgewickelt.

WIE verteilen sich unsere Aufgaben in den jeweiligen Unternehmen?



Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH (Bereich Brandnertal)

Systeme & Plattformen:

- Website Brandnertal
- Website der BBB
- Brandnertal Newsletter & Vermieter:innenmail
- Tourenpflege in der VCloud
- Betreuung der Schnittstellen

Vermieter- & Betriebsbetreuung:

- Vermieter:innenbetreuung
- Gästekarten & Leistungskatalog
- Clara Web-App
- Buchungsabwicklung Feratel
- Vertretung in Landesgremien & Synergiepartner

Brandnertal Tourismus GmbH

Vermarktung Brandnertal:

- Tages- & Mehrtagesgast
- Bergbahnen Brandnertal
- Social Media
- Foto- & Videoproduktion
- Grafik & Drucksorten
- Angebots- & Produktentwicklung Tal
- Veranstaltungen Tal & Berg
- Markenentwicklung & Strategie

Touristische Infrastruktur Tal:

- Instandhaltung der Infrastruktur
- Betrieb & Qualitätssicherung
- Wege- & Infrastrukturerhaltung
- Vermietung & Verpachtung

Bergbahnen Brandnertal

Vertrieb & Infrastruktur am Berg:

- Pricing, Webshop & Gutscheine
- Sonderfahrten & Gruppen
- Bahnen
- Öffnungszeiten
- Themenwege / Angebot am Berg
- Produktentwicklung am Berg

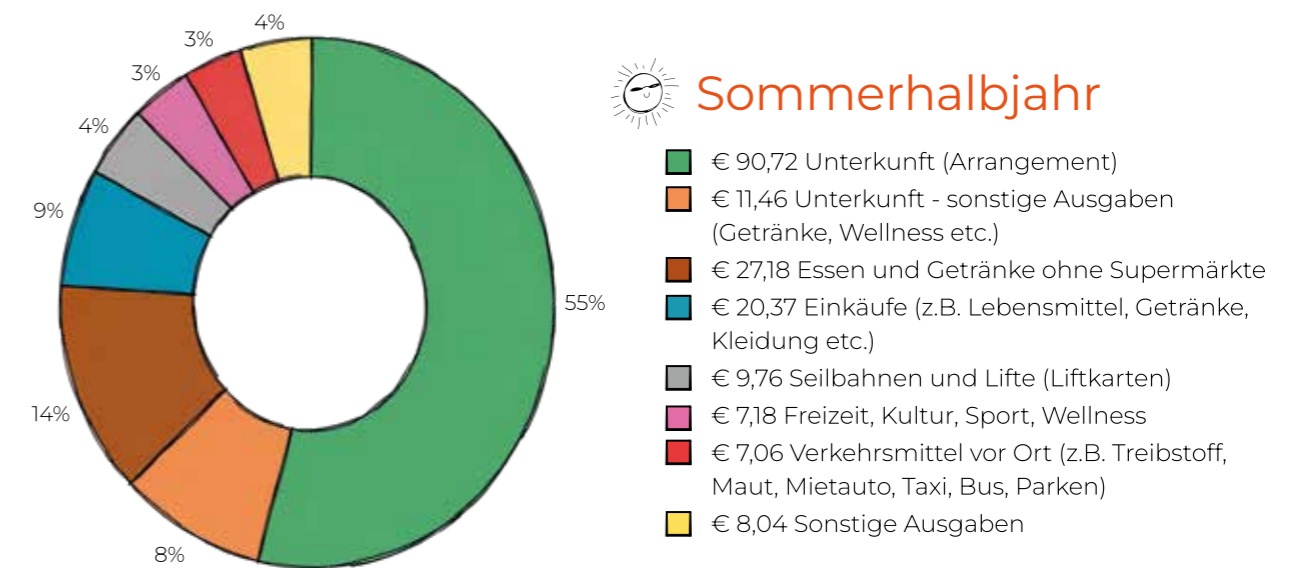
Gästeservice:

- Shop & Gästeinfo
- Gästeservice, Telefon, E-Mail
- Pflege POI's & Veranstaltungen
- Basisbetreuung der Vermieter:innen in der Gästeinfo
- Informationsmittelpunkt Gast

15.0 Wertschöpfungsstudie

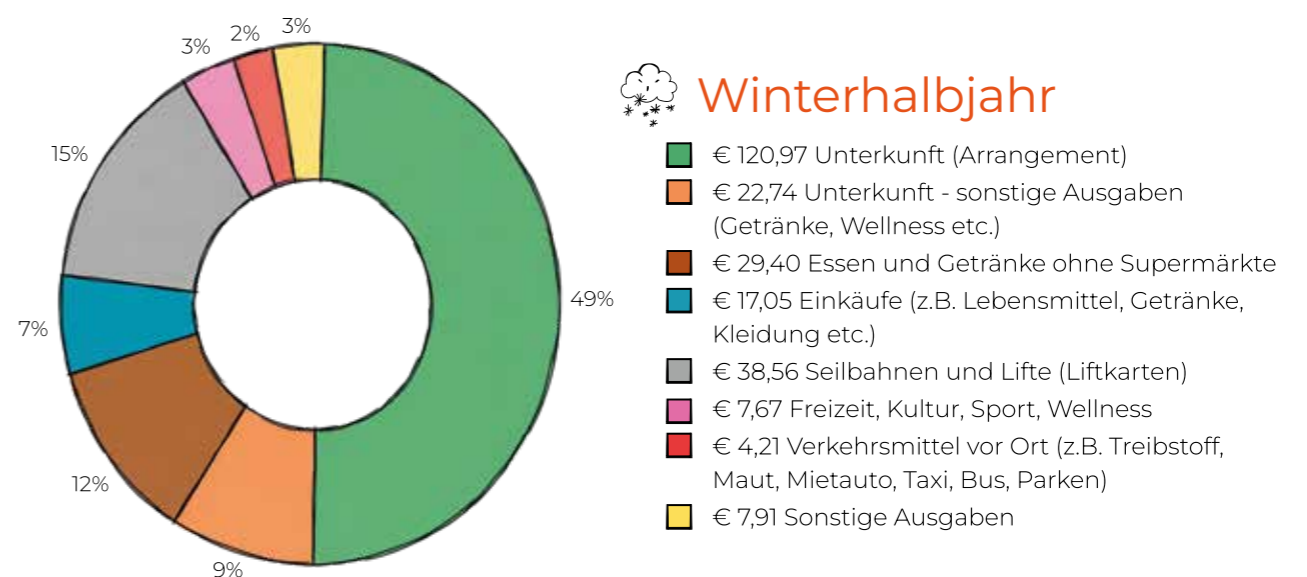
Wir haben eine umfassende Wertschöpfungsstudie für die Alpenregion Bludenz und ihre Teilregionen durchführen lassen. Ziel war es, die wirtschaftlichen Impulse, regionalen Stärken und Entwicklungspotenziale unserer einzigartigen Regionen zu analysieren.

Ein Aufenthaltsgast in der Alpenregion Vorarlberg gibt pro Nacht Ø € 182 (ohne Anreise) im SOMMERhalbjahr aus



Quelle: Gästebefragung Kohl ▶ Partner; Ausgaben pro Gast und Nacht Sommerhalbjahr, 2025, n=1.231

Ein Aufenthaltsgast in der Alpenregion Vorarlberg gibt pro Nacht Ø € 248 (ohne Anreise) im WINTERhalbjahr aus



Quelle: Gästebefragung Kohl ▶ Partner; Ausgaben pro Gast und Nacht Winterhalbjahr, 2025, n=978

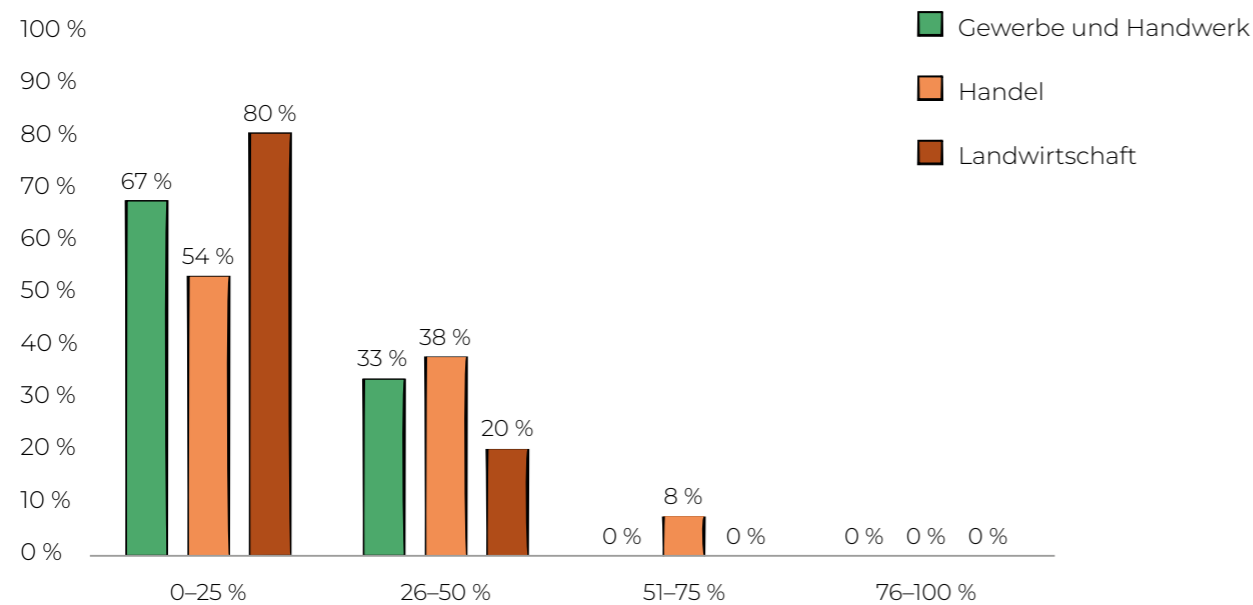
16.0 Strategieprozesse

Im Tourismusjahr 2024/25 stand die Weiterentwicklung der strategischen Ausrichtung in allen Teilregionen im Mittelpunkt. Bestehende Prozesse wurden aufgegriffen, geschärft und gemeinsam mit Partner:innen in konkrete Maßnahmen überführt.



Geschätzter Anteil des Umsatzes, den Tourist:innen verursachen, Auswertung nach Betriebstypen

Im Handel geben 46 % der Betriebe an, dass der Anteil des Umsatzes, der mit Tourist:innen verursacht wird, mehr als 25 % ist.



Die Wertschöpfungsstudie wurde auf Ebene der Täler (Brandnertal, Bludenz mit Nüziders, Klostersertal & Großes Walsertal) durchgeführt und kann im Serviceportal für Gastgebende nachgelesen werden.

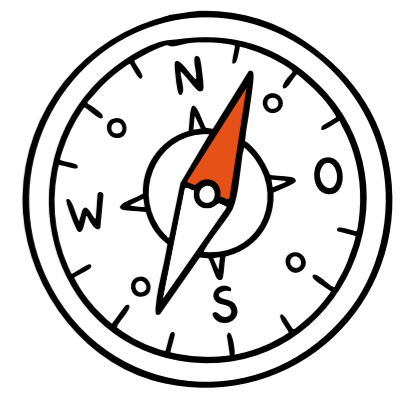
“ Wir als Bergbahn müssten ohne Tourismus schließen – nur durch unsere Einheimischen und die Tagesausflügler:innen wäre unser Betrieb wirtschaftlich nicht überlebensfähig. ”

Zitat aus den durchgeführten Interviews im Rahmen der Wertschöpfungsstudie

WORAN

wurde im Tourismusjahr 2024/25 gearbeitet?

- BLUDENZ**
 Von der Strategie bis zur Umsetzung
 - Zielgruppen definiert
 - Werte, Vision und Mission verankert
 - Workshops mit Betrieben durchgeführt
 - Produktkonzept entwickelt
- KLOSTERTAL**
 Roadmap umgesetzt
 - Wertschöpfungsstudie präsentiert
 - Gästetaxe weiterentwickelt
 - Leuchtturmprojekte identifiziert und priorisiert
 - Umsetzung vorbereitet
- GROSSES WALSSERTAL**
 Gemeinsame Entwicklung
 - Zielgruppenkommunikation geschärft
 - Abstimmung mit REGIO intensiviert
 - Managementplan begleitet
 - Entwicklungsziele abgestimmt
- BRANDNERTAL**
 Marke & Organisation
 - Leitkampagne weitergeführt
 - Neues Logo eingeführt
 - Organisationsstruktur weiterentwickelt
 - Markenpositionierung gestärkt



17.0 Projektberichte



TRANSALPINE RUN

Der **Transalpine Run 2025**, eines der weltweit bekanntesten Trailrunning-Etappenrennen, führte durch die **Alpenregion Bludenz** und brachte rund 1.000 Läufer:innen sowie Begleitpersonen für zwei Tage in die Region. Die erste Etappe begann in **Lech am Arlberg** und führte bis nach **Bludenz**, wo die Teilnehmenden in der Stadtmitte von zahlreichen Zuschauerinnen und Zuschauern begrüßt wurden. Die zweite Etappe führte von **Bludenz über Bürs und Bürserberg nach Brand** – eine herausfordernde Strecke mit beeindruckenden Ausblicken und Höhenmetern.

Mit diesen Etappen präsentierte sich die **Alpenregion Bludenz** als attraktiver Austragungsort für **Trailrunning-Events** und trug dazu bei, die Region international ins Rampenlicht zu rücken.

Klostertaler Genussrallye am Wasser

Am **10. Juli 2025** fand erstmals die **Klostertaler Genussrallye am Wasser** statt. An fünf besonderen **Wasserplätzen von Klösterle am Arlberg bis Außerbraz** servierten **fünf Gastronomiebetriebe** insgesamt **fünf Gänge**. Mit **60 Teilnehmenden** war die Veranstaltung ausverkauft und diente als Generalprobe für das im Jahr 2026 geplante „**Alpine Wasser Festival**“ im Klostertal.



Leitsystem Klostertal

Anfang 2025 beschloss die **REGIO Klostertal-Arlberg**, das Projekt „**Leitsystem Klostertal**“ wieder aufzunehmen. Ziel ist es, ein **einheitliches Leitsystem im gesamten Tal mit Pylonen an der Landstraße** umzusetzen, um Gästen und Einheimischen die Orientierung zu zentralen Infrastrukturen zu erleichtern. Die **Alpenregion Bludenz** ist in die organisatorische und koordinierende Abwicklung eingebunden. Die im Jahr 2019 erarbeiteten Entwürfe wurden gemeinsam mit **Grafiker Martin Caldonazzi** weiterentwickelt. Die Umsetzung in den Gemeinden ist für das **Jahr 2026** vorgesehen.



HERBST.GENUSS.ZEIT Klostertal & Biosphärenpark Großes Walsertal

Im Rahmen der **Herbst.Genuss.Zeit** wurden im **Klostertal** und im **Biosphärenpark Großes Walsertal** herbstliche Köstlichkeiten aus der lokalen Gastronomie sowie besondere Veranstaltungen angeboten.

Zu den **Highlights** gehörte die Veranstaltung „**Von Hof zu Hof auf zwei Rädern**“ am **20. September 2025** im Klostertal. Bei dieser Radtour wurden **fünf landwirtschaftliche Betriebe** besucht, die **regionale, hofeigene Spezialitäten** präsentierten.

Am **9. Oktober 2025** fand die **Klostertaler Genussrallye** statt, die bereits weit über die Region hinaus bekannt ist. Mit **56 Teilnehmenden** war die Veranstaltung schnell ausgebucht. In **fünf Gastronomiebetrieben** wurden **fünf exquisite Gänge** serviert.

Leider musste eine Exkursion in die **Klostertaler Bergwälder mit Picknick** aufgrund des schlechten Wetters abgesagt werden.



Im **Großen Walsertal** gab es am **13. September 2025** das **Street Food Festival in Faschina** – ein kulinarisches Highlight.

Ein exklusives Event fand am **14. September 2025** auf dem **Biohof Gassner in St. Gerold** statt, bei dem „**Genuss in der Scheune**“ mit edlen Cuts auf dem Programm stand.

Am **18. September 2025** konnte der **Bergsteigerdorf Kulinarikabend** erfolgreich durchgeführt werden, bei dem Gäste die Partnerbetriebe des Bergsteigerdorfs kulinarisch erlebten.

Ein **Frühstück bei der Schaukel am Seewaldsee** musste witterungsbedingt abgesagt werden, jedoch rundete das Frühstück im biosphärenpark.haus das Programm perfekt ab.



Weinplauderei an der Tafel

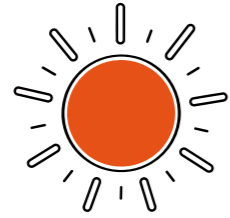
Die „**Weinplauderei an der Tafel**“ in der Rathausgasse war der Auftakt im Sommer. An einer langen, weiß gedeckten Tafel, musikalisch begleitet von Mia Luz & Mati, konnten die Gäste bei **Tapas-Variationen und erlesenen Weinen** genießen, plaudern und verweilen.

Die Veranstaltung am **14. August** war mit **45 Teilnehmenden** ausverkauft.

Aufgrund schlechter Wetterbedingungen musste die **Weinplauderei im Herbst** jedoch **abgesagt** werden.

Sommerabende in Nüziders

Ein **kulinarischer Spaziergang** führte durch **Nüziders**, begleitet von einer Stadtführerin. Die Teilnehmenden begannen den Abend mit einem erfrischenden Aperitif im **Gasthof Bad Sonnenberg** und besuchten anschließend **Markus Haslwanter**, der seine Honigprodukte vorstellte, sowie **Andreas Tschann**, der seine hochwertigen Edelbrände präsentierte. Beide angebotenen Termine waren sehr gut besucht.



Murmelweg Faschina

Als neues **Familienhighlight** im Großen Walsertal wurde im Tourismusjahr 2024/25 der **Murmelweg** geplant und konzipiert, welcher Naturerlebnis, Wissensvermittlung und Spiel auf besondere Weise verbindet. Entlang des **Themenweges** sollen **abwechslungsreiche Stationen** Groß und Klein zum Entdecken und Mitmachen einladen. Als **gemeinschaftlich getragenes Projekt** soll der **Murmelweg** nicht nur das touristische Angebot der Region, sondern auch einen Erlebnisraum für Gäste und Einheimische schaffen. Aufbau und Eröffnung sind für **Sommer 2026** geplant.



Theater-Stadtführung

Im Herbst lebte Bludenz auf besondere Weise auf: Bei der beliebten **Theater-Stadtführung** begegneten die Teilnehmenden **faszinierenden Figuren** aus der **Bludener Stadtgeschichte** an neuen Schauplätzen.

Alpine Art Muttersberg Kunstwanderweg: Zwei neue Kunstwerke

Am **2. Oktober 2025** wurden zwei neue Werke im Rahmen des **Kunstwettbewerbs „Alpine Art“** feierlich präsentiert.

Die **Alpenregion Bludenz Tourismus** lud gemeinsam mit der **Stadt Bludenz**, der **Gemeinde Nüziders** und der **Muttersberg Seilbahn** zur **Eröffnung** ein. Die Arbeiten von **WolfGeorg** und **Janine Rogen** wurden im Rahmen des Wettbewerbs ausgewählt. Ein **neues Rahmenprogramm** am Kunstweg ist in Ausarbeitung.



ALPIN8

Vom **4. bis 6. Juli 2025** wurde das **Brandnertal** zur Bühne für eine besondere **sportliche Herausforderung: ALPIN8**. Bei der **Trailrunning-Challenge** stellten sich die Teilnehmenden entweder der **EVERESTY-Distanz** mit **4.424 Höhenmetern** in **20 Stunden** oder der **EVERESTING-Challenge** mit **8.848 Höhenmetern** in **34 Stunden**. Start war an der Talstation der Palüdbahn, das Ziel lag im Summit Camp an der Bergstation.



Kunterbunt – das Festival der Kleinkunst

Zauberer:innen und Artist:innen sorgten am **12. Oktober 2025** für staunende Gesichter. Entlang eines Rundwegs im **Gebiet der Bergbahnen Brandnertal** mit verschiedenen Stationen entstand ein **magisches Erlebnis** für die ganze Familie. An jeder Ecke wartete ein neues Spektakel. Eine **Kids-Area** und **Verpflegungsstationen** rundeten das außergewöhnliche Programm ab.



Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH
Mutterstraße 1a, 6700 Bludenz – Österreich
T +43 55 52 302 27, info@alpenregion.at
www.alpenregion-vorarlberg.com

**VOR
ARL
BERG**