

# Jahresbericht 2021

Brandnertal

Alpenstadt Bludenz

Klostertal

Großes Walsertal

## Impressum

### **Herausgeber:**

Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH  
Mutterstraße 1a, 6700 Bludenz - Österreich  
T +43 55 52 302 27, [info@alpenregion.at](mailto:info@alpenregion.at)  
[www.alpenregion-vorarlberg.com](http://www.alpenregion-vorarlberg.com)

### **Gestaltung:**

Teamwork Werbeagentur, Andrea Petermann, 6800 Feldkirch, [www.teamwork-werbung.at](http://www.teamwork-werbung.at)

### **Fotos:**

Christa Engstler, Alex Kaiser, Martin Mischkulnig, Matthias Rhomberg, Cenk Dogan, Lucas Tiefentaler/Dream Alive, Patrick Säly/Golm Silvretta  
Lünersee Tourismus GmbH, Bludenz Stadtmarketing GmbH, Archiv der Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH

### **Druck:**

Buchdruckerei Lustenau GmbH, [www.bulu.at](http://www.bulu.at)

Alle Angaben – trotz sorgfältiger Bearbeitung – ohne Gewähr. Stand April 2022

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Vorwort</b>	<b>4</b>
Wiebke Meyer und Bgm. Simon Tschann	4
<b>2. Interview</b>	<b>6</b>
mit der langjährigen Geschäftsführerin Kerstin Biedermann-Smith	6
<b>3. ARB</b>	<b>8</b>
3.1. Organisation & Budgetverteilung	8
3.2. Vorstandsmitglieder	9
3.3. Team	10
3.4. Destinationsweite Projekte	12
3.5. Zahlen Tourismusjahr 2021	16
3.6. Netzwerk	18
<b>4. Brandnertal</b>	<b>21</b>
4.1. Markenversprechen & Markenkernwerte, Bildsprache, Personas	21
4.2. Projekte	22
4.3. Zahlen	23
<b>5. Alpenstadt Bludenz</b>	<b>24</b>
5.1. Vorstellung des Tales mit Urlaubsversprechen, Bildsprache, Personas	24
5.2. Projekte	26
5.3. Zahlen	27
<b>6. Klostertal</b>	<b>29</b>
6.1. Vorstellung des Tales mit Urlaubsversprechen, Bildsprache, Personas	29
6.2. Projekte	30
6.3. Zahlen	31
<b>7. Biosphärenpark Großes Walsertal</b>	<b>32</b>
7.1. Vorstellung des Tales mit Urlaubsversprechen, Bildsprache, Personas	32
7.2. Projekte	34
7.3. Zahlen	35
<b>8. Statistikzahlen</b>	<b>36</b>

# 1. Vorwort

## Jahresbericht von der neuen Geschäftsführerin Wiebke Meyer und von Präsident Bgm. Simon Tschann



Wiebke Meyer  
Geschäftsführung



Bgm. Simon Tschann  
Präsident

Das vergangene Tourismusjahr 2020/21 war erneut ein Besonderes. Die Vorbereitungen für die Wintersaison 2020/21 waren bereits abgeschlossen, Werbematerialien gedruckt, Webseiten aktualisiert und weitere Vorbereitungen getroffen. Es folgten Hoffen und Bangen, bevor schlussendlich Gewissheit über einen Komplettausfall der Wintersaison bestand.

Nach einer stufenweisen Wiedereröffnung ab März, in welcher Vorarlberg als Pilotregion Österreichs fungierte, durften wir uns alle über eine recht erfolgreiche Sommersaison 2021 mit durchwegs erfreulichen Nächtigungszahlen freuen.

Nichtsdestotrotz waren Projekte der Alpenregion Bludenz aufgrund der ungewissen Situation weiterhin geprägt von Einsparungen. So galt es laufend, bereits geplante Budgets und Finanzierungen zu überarbeiten. Folglich verbrachte das Team der Gäste- und Betriebsbetreuung gesamt 24 Wochen in Kurzarbeit. Das restliche Team aus den Bereichen Marketing, Buchhaltung und Projekte arbeitete regulär weiter, um den laufenden Betrieb aufrecht zu halten, Projekte voranzutreiben und die Sommersaison vorzubereiten sowie zu bewerben. Um die Vermieter in ihrer täglichen Arbeit als Gastgeber optimal zu unterstützen, fanden Schulungen und persönliche Beratungsgespräche zu den unterschiedlichen Themengebieten zwar weiterhin statt, allerdings wurden diese vermehrt online durchgeführt.

Im Herbst fand schließlich eine weitere bedeutende Veränderung statt: Kerstin Biedermann-Smith, die langjährige Geschäftsführerin, übernahm Mitte November als Spartengeschäftsführerin der Wirtschaftskammer Vorarlberg die Bereiche Tourismus und Freizeit. Kerstin möchten wir an dieser Stelle einen besonderen Dank für ihr tatkräftiges und verbindendes Einstehen für die Alpenregion Bludenz aussprechen. Ohne Kerstin und ihr Engagement wäre die Alpenregion nicht das, was sie heute ist.

2021 haben wir gelernt, mit Corona zu leben. Es mussten in den verschiedensten Bereichen – so auch im Tourismus – Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie gesetzt werden. Glücklicherweise konnten wir gemeinsam unter Beweis stellen, dass Tourismus in unserer Destination durchaus auch in Corona-Zeiten möglich und erfolgreich sein kann.

Gemeinsam konnten wir  
beweisen, dass der Tourismus auch  
in diesen Zeiten  
erfolgreich sein kann.

Wie zahlreich die Projekte waren, die in diesem zweiten herausfordernden „Coronajahr“ mit dem Team der Alpenregion in Zusammenarbeit mit den Partnern in den einzelnen Tälern verwirklicht wurden, zeigt der hier vorliegende Jahresbericht. Ein herzliches Dankeschön sei in diesem Zusammenhang Ihnen allen – den Unterküfften, Bergbahnen, Gemeinden, Dienstleistern sowie dem Team der Alpenregion Bludenz – ausgesprochen. Ihnen und der talschaftsübergreifenden Zusammenarbeit ist der Erfolg dieser Projekte zu verdanken.

Lasst uns nun gemeinsam hoffen, dass durch unser aller verantwortungsvolles Handeln die Pandemie erfolgreich überdauert werden kann, sodass wir auch in Zukunft sichere Urlaubstage für unsere Gäste garantieren können.

Ihre



**Wiebke Meyer**

Geschäftsführung Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH

Ihr



**Bgm. Simon Tschann**

Präsident des Tourismusverbandes Alpenregion Bludenz

## 2. Interview

mit der langjährigen Geschäftsführerin  
Kerstin Biedermann-Smith



**Kerstin Biedermann-Smith hat ihre Tätigkeit als Geschäftsführerin der Alpenregion Bludenz nach 16 Jahren beendet und stellt sich nun neuen Herausforderungen.**

Der Vorstand der Alpenregion Bludenz bedankt sich bei Kerstin für ihre langjährige Tätigkeit im Sinne der Destinationsentwicklung. Ihr ist es zu verdanken, dass die Talschaften rund um die Alpenstadt Bludenz unter einem Dach als Alpenregion Bludenz Tourismus zusammengeführt werden konnten. Neben zahlreichen umgesetzten Projekten konnte durch ihr Zutun u.a. die Digitalisierung weiter vorangetrieben werden.

In den vergangenen 16 Jahren ist viel passiert. Wir haben mit Kerstin gesprochen, wie sie die ARB seit ihrer Gründung begleitet hat.

**Die Alpenregion wurde maßgeblich von dir begleitet und mitgestaltet. Wie haben sich die Anforderungen während deiner Zeit bei der ARB verändert?**

Die Alpenregion Bludenz hat sich von einem kleinen Tourismusverein mit drei Mitarbeiterinnen zu einer schlagkräftigen Tourismusdestination mit fast 20 äußerst engagierten Teammitgliedern entwickelt. Stand zu Beginn die Festigung der Tourismusdestination und Neuausrichtung der Organisation auf dem Programm, so konnten wir mit der Zeit immer mehr Gemeinden von der Zusammenarbeit, den Synergien und Vorteilen überzeugen. Marketingaufgaben haben sich während den letzten 16 Jahren stark verändert. Statt Messen kommt man nun mit Hilfe von Social Media in Kontakt mit Stammgästen, statt Inseraten gibt es gezielte Advertorials, Kooperationen oder Online-Kampagnen. Die Produktentwicklung umfasst nicht mehr nur die Gestaltung von Packages, sondern auch die Attraktivierung der Region und ein aktives Lebensraummanagement für Gäste und Einheimische.

Wir konnten als erste Destination Vorarlbergs Tourismustäler und Infobüros zusammenführen, Doppelgleisigkeiten reduzieren und die Digitalisierung maßgeblich vorantreiben. So unterschiedlich die Täler auch sind, es ist gelungen zu zeigen, dass die Zusammenarbeit Sinn macht und man sich dennoch individuell weiterentwickeln kann. Gerne denke ich an die zahlreichen Begegnungen mit Gastgebern, Seilbahn-Partnern und dem Vorstand zurück (besonders an unsere erinnerungswürdigen Ausflüge), an erfolgreich umgesetzte Projekte, wie z.B. den Natursprünge-Weg, den Klostertaler Klettersteig und die kulinarischen Genusswanderungen. Aber auch im Bereich der Digitalisierung: die Einführung des Feratel-Systems, das flächendeckende elektronische Meldewesen, die Einführung der Gästekarte (auch auf dem Smartphone) und der mobilen Urlaubsbegleiterin „Clara“. Nichts davon wäre ohne die Mithilfe eines großartigen Teams und dem Vertrauen der Partner möglich gewesen.

**Worauf bist du besonders stolz bzw. was ist deiner Meinung nach der größte Erfolg deiner Jahre bei der Alpenregion Bludenz?**

Wenn du jetzt mit etwas Distanz die Alpenregion Bludenz betrachtest: Was ist in den letzten Jahren gut gelaufen, wo siehst du Verbesserungspotential?

Besonders gut hat meiner Meinung nach der Service am Gast und an den Betrieben funktioniert. Der Austausch im Vorstand war immer befruchtend und hat erlaubt, gute, gemeinsame Entscheidungen zu treffen. Verbesserungspotential? Noch mehr Mut und klare Verantwortlichkeiten. Mir persönlich hätte eine Portion „Abstand“ manchmal auch gutgetan.

Des Öfteren war die Alpenregion als Pilotregion an Projekten beteiligt. Worin siehst du Vorteile, worin die Nachteile von derartigen Projekten?

Projekte sind für mich der Schlüssel zu Veränderungen. Gute Projekte gehen ins Tagesgeschäft über und bestimmen die zukünftige Arbeit. Vorteile sind sicherlich die Möglichkeit, Dinge aktiv mitgestalten zu können und den Gästen und Betrieben zu zeigen, dass wir laufend bemüht sind, unser Bestes zu geben und uns zu verbessern. Es birgt aber auch ein gewisses Risiko, dass nicht immer alles so läuft wie geplant und man manchmal auch zur Erkenntnis kommen muss, dass man mit einem Thema noch zu früh dran war oder die Personal-Ressourcen nicht ausreichend waren.

Stichwort Tourismusstrategie 2030: Welche speziellen Handlungsfelder ergeben sich für Tourismusdestinationen?

Es geht um eine konsequente Weiterentwicklung der Tourismusstrategie 2020 zu den Themen Regionalität, Gastfreundschaft, Nachhaltigkeit und Kooperation. Dieses Mal mit konkreten Aufgaben, Zielen und Erfolgsmessgrößen. Besonders die Personal- Problematik wird uns alle weiter betreffen und nur gemeinsame Anstrengungen werden uns helfen, den gewünschten Qualitätstourismus zu erzielen. Das alles tun wir, um für uns selbst und unsere Gäste ein gutes Leben in Vorarlberg zu ermöglichen.

Die Alpenregion Bludenz war und ist hier Vorreiter. Wir müssen im ganzen Land unsere Verantwortung noch mehr wahrnehmen und werden dies auch tun. Sei es mit der landesweiten Gästekarte, dem einfachen Zugang zur Mobilität, der verbesserten Anreise mit dem Zug, aber speziell auch mit der Ausrichtung von Betrieben und Destinationen in Sachen Klimafreundlichkeit. Die regionalen und im Idealfall Bioprodukte mit kurzen Wegen unterstützen hier weiters unser Ansinnen. Auch müssen wir uns ernsthaft Gedanken um unser Winterangebot machen und wie wir hier auch andere Zielgruppen erschließen können.

Den Tourismus in Vorarlberg aktiv mitzugestalten und die Partner Land Vorarlberg, Vorarlberg Tourismus, die Destinationen, die Wirtschaftskammer und besonders die Betriebe enger zusammen zu bringen. Mit Hilfe des touristischen Angebots auch in Zukunft in Vorarlberg gut leben zu können und einen naturverträglichen Ganzjahrestourismus mit attraktiven Arbeits- und Lebensbedingungen zu schaffen.

Mitarbeitende für den Tourismus zu finden, welche ihren Job gerne machen und mit ihrer Begeisterung zeigen, wie schön wir es haben. Führungskräfte, die es schaffen, dass Menschen sich gut entwickeln können und zu sich finden. Mut für Veränderung zu zeigen und Neues auszuprobieren – auch wenn man manchmal scheitert. Die Kommunikation zwischen den unterschiedlichen Interessen – wieder mehr hin zum gemeinsamen Guten statt zum selbstgerechten optimierten Ich. Und in den Spiegel zu schauen und zu sehen, dass ich bei mir selbst anfangen muss.

Stichwort Klimafreundlichkeit im Tourismus: Wo liegen hier die Chancen im Tourismusland Vorarlberg?

Welche Ziele hast du dir bei der Wirtschaftskammer Vorarlberg gesteckt?

Wo liegt deiner Meinung nach die größte Herausforderung, die den Tourismus in den kommenden Jahren begleiten wird?

Vielen Dank für das Interview!

# 3. ARB

## 3.1. Organisation & Budgetverteilung

Der Tourismusverband Alpenregion Bludenz ist als Verein organisiert und wird seit 2019 von den 14 Mitgliedsgemeinden und den acht Mitgliedsbergbahnen getragen. Am 01. Jänner 2021 wurde die Seilbahn Schnifis als neues Mitglied mitaufgenommen. Alle Gemeinden haben in ihren Gemeindevertretungen beschlossen, fünf Jahre nicht auszutreten, sodass gemeinsam auch mittelfristige Projekte forciert werden können. Das operative Geschäft, die Maßnahmen zur Erreichung des Vereinszweckes, wird von der 100 %-igen Tochtergesellschaft, der Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH, wahrgenommen. Die ARB betreibt insgesamt vier Standorte: die Zentrale in Bludenz, ein Informationsbüro in Bludenz, ein Talbüro in Brand und ein Talbüro in Klösterle am Arlberg. Für die drei Info-Standorte zahlen die jeweiligen Gemeinden einen Standort-Vorteil-Zuschuss. Das Infobüro in Dalaas wurde Ende April 2021 geschlossen.

**Der Vereinszweck lautet:** Der Verein, dessen Tätigkeit nicht auf Gewinn gerichtet ist, bezweckt die nachhaltige Förderung des Tourismus in der Alpenregion Bludenz im Einklang mit der Bevölkerung und der Natur. Die Sicherung der Lebensqualität der ortsansässigen Bevölkerung steht im Vordergrund aller Bemühungen. Seine Tätigkeit richtet sich immer auf alle Mitglieds-Täler, Mitglieds-Orte und Leistungspartner der Region aus. Die Generalversammlung des Verbandes hat die Aufgabe, den Jahresabschluss des Verbandes/der GmbH zu genehmigen, den Vorstand und die Geschäftsführung zu entlasten und den Beschluss über den Voranschlag zu fassen.

Talaufteilung 2021 Bezeichnung Mitglieder	Betrag in EUR inkl. Büroanteil	Anteil in %	Stimmen für GV	Stimmen für GV gerundet	Talanteil
<b>Brandnertal</b>					
Brand	€ 400.021,17	28,78 %	14,4	14	
Bürserberg	€ 172.582,50	12,42 %	6,2	6	
Bürs	€ 18.057,85	1,30 %	0,6	1	
Bergbahnen Brandnertal	€ 42.191,14	3,04 %	1,5	2	
Lünerseebahn	€ 4.039,32	0,29 %	0,1	1	45,83 %
<b>Alpenstadt Bludenz</b>					
Bludenz	€ 157.937,52	11,36 %	5,7	6	
Nüziders	€ 58.959,90	4,24 %	2,1	2	
Muttersbergbahn	€ 1.556,59	0,11 %	0,1	1	15,72 %
<b>Klostertal</b>					
Klösterle am Arlberg	€ 136.643,15	9,83 %	4,9	5	
Dalaas / Wald	€ 134.204,87	9,66 %	4,38	5	
Innerbraz	€ 34.975,87	2,52 %	1,3	1	
Klostertaler Bergbahnen	€ 19.700,00	1,42 %	0,7	1	23,42 %
<b>Biosphärenpark Großes Walsertal</b>					
Blons	€ 4.949,90	0,36 %	0,2	1	
Fontanella	€ 88.510,57	6,37 %	3,2	3	
Raggal	€ 51.996,07	3,74 %	1,9	2	
Sonntag	€ 39.815,91	2,86 %	1,4	1	
Thüringerberg	€ 4.947,75	0,36 %	0,2	1	
St. Gerold	€ 11.036,85	0,79 %	0,4	1	
Seilbahn Faschina	€ 4.642,60	0,33 %	0,2	1	
Seilbahn Sonntag-Stein	€ 2.329,85	0,17 %	0,1	1	
Skilifte Raggal	€ 121,87	0,01 %	0,0	1	
Seilbahn Schnifis	€ 564,33	0,04 %	0,0	1	15,03 %
<b>SUMME</b>	<b>€ 1.389.785,58</b>	<b>100,00 %</b>	<b>50,00</b>	<b>58</b>	<b>100,00 %</b>
<b>Gemeinden</b>	<b>€ 1.314.639,88</b>	<b>94,59 %</b>			
<b>Bergbahnen</b>	<b>€ 75.145,70</b>	<b>5,41 %</b>			
		<b>100,00 %</b>			

## 3.2. Vorstandsmitglieder

**Präsident Bgm. Simon Tschann, Bludenz**  
**Vize-Präsident Bgm. Klaus Bitschi, Brand**  
**Vize-Bgm. Stephanie Battaglia-Huber, Brand**  
**Kathi Metz, Brand**  
**David Domig, Brand**  
**Bgm. Fridolin Plaickner, Bürserberg**  
**Max Sturm, Bürserberg**  
**Sandra Müller, Brand**  
**Eva Peter, Bludenz**  
**Matthias Dünser, Nüziders**  
**Walter Bilgeri, Wald a. A.**  
**Dietmar Tschohl, Wald a. A.**  
**Vize-Bgm. Barbara Mathies, Klösterle a. A.**  
**Thomas Walch, Innerbraz**  
**Bgm. Stefan Nigsch, Sonntag**  
**Bernd Burtscher, Fontanella**  
**Hermann Gassner, Raggal**

Alpenstadt Bludenz – Stadt Bludenz, Tourismusgesinnung  
Brandnertal – Gemeinde Brand, Tourismusgesinnung  
Brandnertal – Hotellerie  
Brandnertal – Hotellerie/Gastronomie  
Brandnertal – Bergbahnen  
Brandnertal – Gemeinde Bürserberg, Tourismusgesinnung  
Brandnertal – Infrastruktur  
Brandnertal – Kooptiertes Mitglied – Privatvermieter  
Alpenstadt Bludenz – Gastronomie  
Alpenstadt Bludenz – Kooptiertes Mitglied – Camping  
Klostertal – Hotellerie  
Klostertal – Bergbahnen  
Klostertal – Gemeinde Klösterle am Arlberg  
Klostertal – Kooptiertes Mitglied – Camping  
Großes Walsertal – Gemeinde Sonntag  
Großes Walsertal – Gemeinde Fontanella  
Großes Walsertal – Kooptiertes Mitglied – Bergbahnen

*Stand: 17.11.2020*



### 3.3. Team

#### Zentrale

---



**Wiebke Meyer**  
Geschäftsführung



**Dajana Baumgartner**  
Content Marketing



**Katharina Feuerstein**  
Online Marketing



**Melanie Fleisch**  
Grafik und Drucksorten



**Angelina Holzer**  
Marketingassistentz



**Bianca Ganahl**  
Leitung Gäste- und  
Betriebsbetreuung



**Sarah Kessler**  
Teamcoach Gäste- und Betriebs-  
betreuung/Systeme



**Eveline Jutz**  
Vermietercoach



**Alina Lerchl**  
Gäste- und Betriebsbetreuung



**Petra Ruman-Marino**  
Buchhaltung



**Anna Engstler**  
Projektbetreuung  
„Gästekarte“ und Presse

**Brandnertal**



**Lena Maier**  
Gäste- und Betriebsbetreuung



**Chiara Summer**  
Gäste- und Betriebsbetreuung

**Klostertal**



**Andrea Fritz**  
Gäste- und Betriebsbetreuung



**Danja Sutterlüty**  
Gäste- und Betriebsbetreuung

**Alpenstadt Bludenz**



**Christine Dona**  
Gäste- und Betriebsbetreuung

### 3.4. Destinationsweite Projekte

#### Landingpages, Erlebnisfinder & zahlreiche Optimierungen

Die Webseiten wurden im Jahr 2021 stetig optimiert und modernisiert. Zu den größeren umgesetzten Projekten zählen die gänzlich neuen Landingpages, die für die Sommerkampagne 2021 bereits genutzt wurden. Diese können vom Marketing-Team selbstständig gestaltet werden und bieten den Usern je nach Auswahl die Option, bei Unterkünften direkt oder per Anfragepool, um Angebote anzuschauen. Ein weiteres großes Projekt war die Integration des Erlebnisfinders auf allen Webseiten. Mit diesem neuen Tool können User selbstständig nach Kategorien filtern und finden so passende Erlebnisse in der jeweiligen Region. Dabei werden Veranstaltungen, Infrastruktureinträge und Touren ausgespielt. Zusätzlich ist eine Filterung nach Tal, Zeitraum und Gästekarte möglich. So findet jeder User passende Erlebnisse

und die Angebote in den Talschaften und der Alpenstadt Bludenz werden online präsenter und übersichtlicher dargestellt. Der Erlebnisfinder wurde jeweils in der Hauptnavigationsleiste unter dem Punkt „Erlebnisse“ auf den Webseiten integriert. Zudem wurden stetig kleinere Anpassungen am Erscheinungsbild und den Funktionen der Webseite vorgenommen, um ein bestmögliches Erlebnis zu garantieren und die Region online modern und nutzerfreundlich zu präsentieren. Dazu zählen unter anderem die verbesserte Navigation und Darstellung einzelner Webseitenelemente (z.B. Tabellen, Teasergruppen etc.), die Ergänzung des Öffnungsstatus der Routen und Touren, die verbesserte Darstellung und Kennzeichnung von Gästekartenangeboten, Anpassungen im Anfrageformular für den Anfragepool, die Optimierung der integrierten Buchungsstrecke und die Optimierung der Suchfunktion.





### **Gästekarte Premium – Resümee zur ersten Sommersaison**

Seit 2021 können Gäste des Brandnertals, des Kloostertals und der Alpenstadt Bludenz während der Sommersaison unbegrenzt Bergbahn fahren. Mit der Gästekarte Premium sind ab einem Aufenthalt von zwei Nächten im Partnerbetrieb 7 Sommerbahnen mit insgesamt 15 Liftanlagen ab dem ersten Tag inklusive.

In der ersten Sommersaison wurden von allen Partnerbetrieben über 15.000 Premium Gästekarten ausgegeben, wodurch fast 65.000 Frequenzen durch Gäste erzielt werden konnten. Eine Analyse des Wetters in Bezug zu den gemessenen Bergbahnfahrten hat ergeben, dass die Gästekarte Premium auch bei Schlechtwetter für

Besuche auf dem Berg genützt wurde. Zudem weist diese Karte, verglichen mit den anderen Gästekarten der Alpenregion, bei weitem die meisten Nutzungen auf. Es ist also ersichtlich: Die neue Gästekarte stellt ein interessantes Alternativangebot bei Schlechtwetter dar.

Weitere Informationen zur Gästekarte Premium: [www.gaestekarte.at/premium](http://www.gaestekarte.at/premium)



### **Überregionale Bike-Karte – neues Produkt für Gäste**

Von den Tälern hinauf ergeben sich faszinierende Möglichkeiten zum Biken. Die überregionale Bike-Karte für das Brandnertal, das Kloostertal, das Große Walsertal und Bludenz gibt unseren Gästen eine informative Übersicht über alle Bike-Strecken der Region. Egal ob Radweg im Tal, Mountainbike-Strecke am Berg oder Singletrail für abfahrtsorientierte Biker – Gäste erhalten einen umfassenden Überblick über die gesamte Bikeregion und halten ein ideales Instrument für die Tourenplanung in Händen. Die Karte ist seit Beginn der Sommersaison 2021 im Einsatz und wird um EUR 5,- in den Infobüros zum Kauf angeboten.



## Die Alpenregion versteht sich als Dienstleister für deren Vermieter.

### Service-Leistungen für Vermieter

Die Alpenregion Bludenz versteht sich – neben einer Servicestelle für Gäste – auch als Dienstleisterin für deren Vermieter, sodass diese ihrer Tätigkeit als Gastgeber bestmöglich nachgehen können. Die unten angeführten Punkte wurden im Tourismusjahr 2020/21 für Vermieter angeboten:

#### » Newsletter

Im Zuge des wöchentlichen „Vermieter-Newsletters“ wird jeweils mittwochs über allfällige talspezifische Themen informiert. Spezifische „Corona-Newsletter“ werden laufend versendet, sobald neue sowie für Vermieter und Gäste relevante Inhalte kommuniziert werden müssen. Als persönlicher Ansprechpartner fungiert zudem das gesamte Gäste- und Betriebsbetreuungsteam.

#### » Vermietersammlungen

Die saisonalen Vermietersammlungen Anfang Mai und Anfang Dezember fanden coronabedingt als Online-Webinare statt. Rund 200 Vermieter haben daran teilgenommen. Es wurde jeweils ein Blick auf die vergangene Saison (Nächtigungsentwicklung, Gästekarten-Frequenzen etc.) geworfen. Zudem

wurde über bevorstehende Projekte, aktuelle Gästekartenangebote sowie geplante Veranstaltungen der kommenden Saison informiert.

#### » Vermietercoach

Neben einer laufenden Beratung via Telefon, E-Mail oder direkt im Tourismusbüro, bietet unser Vermietercoach eine Direktberatung vor Ort an. Um mehr Buchungen zu generieren, können gemeinsam mit dem Vermieter feratel-Einstellungen optimiert werden. Trotz coronabedingten Kontaktbeschränkungen konnten im Jahr 2021 90 persönliche Termine (stets unter Einhaltung aller Sicherheitsmaßnahmen) und 170 Beratungsgespräche via E-Mail, Telefon und Teamviewer durchgeführt werden.

#### » Vermietertool

Damit Interessierte 24 Stunden am Tag und 7 Tage die Woche Zugriff auf die wichtigsten Unterlagen und Informationen haben, werden im Vermietertool sämtliche Inhalte (wie z.B. Programm-Anleitungen, Bildarchive, Schulungs-Aufzeichnungen, Newsletter, Gastronomielisten usw.) zur Verfügung gestellt.

### Weitere Projekte

- » Fachexkursion 2021: Das Weinviertel – das größte Weinbaugebiet Österreichs – war Ziel der letzten Fachexkursion. Dieser gemeinsame Ausflug, an dem neben dem Team der Alpenregion auch zahlreiche Bürgermeister und Tourismusverantwortliche sowie Vermieter der Alpenregion teilnahmen, fand von 19. bis 21. Oktober 2021 statt.
- » Tourismustag 2021: Nach einem Jahr Pause lud die Alpenregion Bludenz am 28. September 2021 zum Tourismustag in die Propstei St. Gerold ein. Nach den Grußworten von Präsident Bgm. Simon Tschann sowie Landesrat

Christian Gantner präsentierte Geschäftsführerin Kerstin Biedermann-Smith die Zahlen des Tourismusjahres 2019/2020. Im Anschluss daran berichtete das Team der Alpenregion. Diesen Input holten sich rund 100 Gäste ab.

- » Kulinarische Genussrunden: Bei diesen kulinarischen Angeboten ist der Name Programm – sportlich aktiv sein und gleichzeitig genießen. Die „Kulinarischen Genussrunden“ für den Sommer wurden im Brandnertal, Großen Walsertal und im Klostertal, die „Kulinarischen Genussrunden“ für den Winter wurden im Brandnertal sowie im Großen Walsertal überarbeitet und neu aufbereitet.



## Gästebetreuung



rund **5.300**  
Gäste und rund 600  
Vermieter vor Ort in  
den Tourismusbüros

rund  
**3.400**  
Anfragen im  
Anfragepool

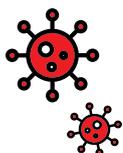
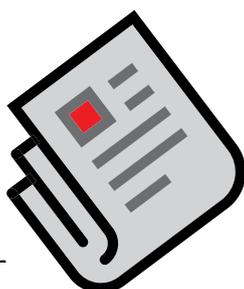
über **11.400**  
beantwortete Anrufe  
von Gästen und Vermietern



## Newsletter und Infomails

**8** versandte  
Newsletter

für  
rund **21.900**  
Newsletter-Empfänger



über  
**220**  
Corona- und  
Infomails  
an Vermieter  
und Partner

## Gästekarte

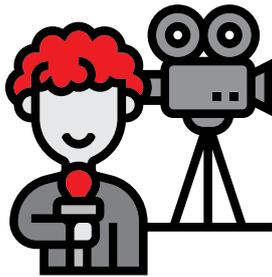


ca. **97.000**

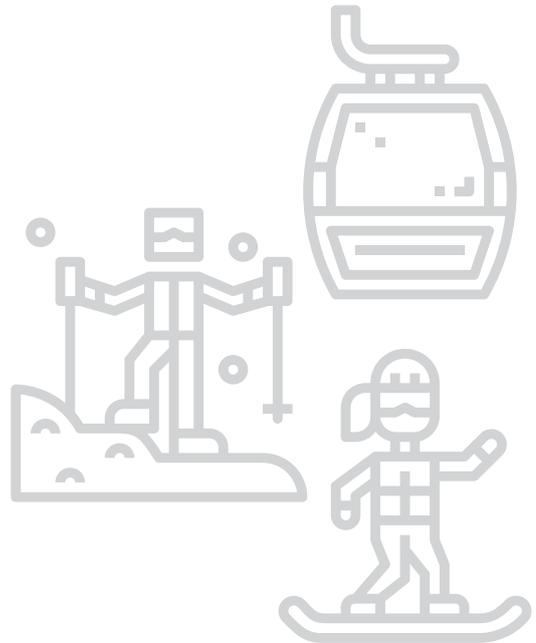
Frequenzen (inkl. Gästekarte  
Premium) während der Sommer-  
saison 2021 mit ca. **69.000**  
ausgegebenen Gästekarten  
(inkl. Gästekarte Premium)

## Presse

**24** Presse-  
reisen  
für Journalisten  
und Blogger



**18** Presse-  
aussendungen



## Web und Social Media

rund

**892.000**

Sitzungen



rund **2,2 MIO.**  
Seitenaufrufe auf  
den Webseiten

über **0,5 MIO.**  
Webseiten-Nutzer

**15.765**



Facebook-Fans



**9.720**



Instagram-Follower

### 3.6. Netzwerk

#### Brandnertal

- » Gemeinde Brand
- » Gemeinde Bürserberg
- » Gemeinde Bürs
- » Bergbahnen Brandnertal
- » Lünenseebahn

**Brandnertal  
Vorarlberg**

#### Alpenstadt Bludenz

- » Stadt Bludenz
- » Gemeinde Nüziders
- » Muttersbergbahn

**bludenz**  
Die Alpenstadt

Tourismusverband  
Alpenregion Bludenz

#### Klostertal

- » Gemeinde Klösterle am Arlberg
- » Gemeinde Dalaas
- » Gemeinde Innerbraz
- » Bergbahnen Sonnenkopf

**Klostertal  
Vorarlberg**

#### Biosphärenpark Großes Walsertal

- » Gemeinde Raggal
- » Gemeinde Sonntag
- » Gemeinde Fontanella
- » Gemeinde Blons
- » Gemeinde St. Gerold
- » Gemeinde Thüringerberg
- » Seilbahn Sonntag-Stein
- » Seilbahn Faschina
- » Skilifte Raggal
- » Seilbahn Schnifis

**URLAUB im**  
Biosphärenpark  
Großes Walsertal

100 %-Tochter

**Alpenregion Bludenz  
Tourismus GmbH**

Land Vorarlberg



Vorarlberg Tourismus GmbH



WKO Vorarlberg

Wichtige Kooperationen, Partner- bzw. Mitgliedschaften im Jahr 2021:

- » DMMA – Destination Management Monitor Austria
- » GVA Gastgeben auf Vorarlberger Art
- » Golf Vorarlberg / GC der Destination
- » Convention Partner Vorarlberg
- » Kleine historische Städte
- » Klostertaler Bauerntafel
- » Bergsteigerdörfer
- » STARCARD
- » Tourismusjobs Vorarlberg gemeinsam mit WKO und Montafon
- » ÖW – Österreich Werbung
- » Regelmäßiger Austausch mit Destinationskolleginnen und -kollegen
- » Bergbahnen Pool Montafon Brandnertal
- » Koop. Biosphärenpark Management
- » Koop. Damüls
- » Regio Großes Walsertal
- » Regio Klostertal-Arlberg
- » Naturpark Rätikon
- » Tourismusstrategie 2030





# 4. Brandnertal

## 4.1. Markenversprechen & Markenkernwerte, Bildsprache & Personas

### Markenversprechen

Das Brandnertal ist das abwechslungsreichste Dorf in den Alpen, welches Menschen durch intensive gemeinsame Erfahrungen verbindet.

### Markenkernwerte

- » verbindend
- » berührend
- » zugänglich
- » schneidig
- » abwechslungsreich
- » ehrlich
- » umtriebig
- » dörflich

### Ein-Wort-Wert

Zemma

Details finden Sie im Handout „Markenstrategie“, welches Sie bei Brandnertal Tourismus erhalten, oder online unter [www.regiobrandnertal.at](http://www.regiobrandnertal.at).

### Bildsprache

- » Aktive Menschen & Familien im Fokus
- » Alpine Landschaft und Berge mittransportieren
- » Bilder sollen Markenversprechen spürbar machen und Markenkernwerte transportieren

## Personas

### Sportlich ambitioniertes Genießerpaar

Sabine Berger (34), Grundschullehrerin & Matthias Feldmann (34), Maschinenbauingenieur aus der Schweiz

### Mehrgenerationenfamilie

Christine Zobel (40), Hausfrau und Mutter & Wolfgang Zobel (47), Abteilungsleiter in Pharmakonzern mit Sarah (9), Max (6) und Oma Herlinde (69) aus dem Fürstentum Liechtenstein

### Was schätzen die Gäste am Brandnertal?

- » Einfache Erreichbarkeit & kurze Wege
- » Hochwertige Unterkünfte
- » Top Gastronomie
- » Herzliche Gastgeber
- » Großzügiges und abwechslungsreiches Freizeitangebot



## 4.2. Projekte Brandnertal 2021

### Markenprozess Brandnertal – Arbeitsgruppen & Workshops

Im Zuge des laufenden Markenprozesses fanden mehrere Arbeitsgruppen-Treffen sowie Workshops statt. Vier Paten, vier Themen, vier optimierte Brandnertal-Produkte: Beim gemeinsamen „Marken-hacking“ Ende Mai wurden die Themen Aussichtspunkte, Alvierbad, Tiererlebnispfad und Vorteilswochen gemeinsam analysiert. Zudem wurden Ideen rund um die Verbesserung der Angebote entwickelt und geprüft, wie diese „brandnertal-spezifisch“ aufbereitet werden können. In den vergangenen Sommermonaten wurden diese Projekte und Ideen weiterverfolgt.

### CD-Manual – Überarbeitung



Im Rahmen des Markenprozesses Brandnertal wurde das bestehende Corporate Design Manual (CD-Manual), welches von den Bergbahnen Brandnertal und Brandnertal Tourismus gemeinsam verwendet wird, angepasst und modernisiert. Mit diesem CD-Manual wurden die Gestaltungsrichtlinien festgelegt und es dient nun als Zusammenfassung aller wichtigen Informationen über die visuelle Darstellung der Marke. Die gemeinsam ausgearbeitete Marketingstrategie „zemma“ wurde dabei als Grundlage genommen. Die festgelegten Gestaltungsrichtlinien dienen nun als Leitfaden für die Gestaltung interner und externer Kommunikationsmittel. Das neue CD-Manual beinhaltet zwei wichtige neue Merkmale: Einerseits die roten und grauen Balken für die Darstellung von Überschriften

und Texten und andererseits die neuen Claims für die Vermittlung von Emotionen. Diese neuen Gestaltungsmerkmale kommen bereits seit der Sommersaison 2021 zum Einsatz.

### Trail Trophy Brandnertal

Mit der Trail Trophy feierte von 09. bis 11. Juli 2021 das erste Enduro-Bike-Rennen im Brandnertal seine Premiere. Über 50 Kilometer und neun Stages erwarteten die Teilnehmer auf den verschiedenen Strecken zwischen Brand und Bürserberg. Mit der Infrastruktur der Bergbahnen Brandnertal und dem Bikepark waren die perfekten Bedingungen für ein Enduro-Rennen der Extraklasse gegeben. Neben den Bergbahnen und dem Bikepark Brandnertal unterstützte vor allem die Gemeinde Brand und die Alpenregion das Event-Team maßgeblich in der Organisation und Umsetzung – allen voran Daniel Dietrich, welcher mit vollem Einsatz dabei war. Ein herzliches Dankeschön an Daniel und natürlich den zahlreichen freiwilligen Helfern.

### Projektvorbereitung – Vorteilswochen Brandnertal 2022

Die Nächtigungszahlen hatten gezeigt, dass besonders im Jänner und März im Brandnertal Bettenkapazitäten frei sind. Die Bemühungen der Alpenregion Bludenz Tourismus, der Bergbahnen und einzelner Betriebe diese Lücken zu schließen, sollten durch die Initiierung des Projekts „Vorteilswochen“ gebündelt werden. Aufgrund des Beherbergungsverbots während der Wintersaison 2020/21 wurden Organisations- und Werbemaßnahmen frühzeitig gestoppt. Die Vorteilswochen 2021 konnten nicht wie geplant umgesetzt werden.

Nach dem Beschluss, die Vorteilswochen im Jahr 2022 nochmals anzubieten, wurde mit der Ausschreibung und im Sommer in weiterer Folge mit den weiteren Vorbereitungen sowie der Organisation des Rah-

menprogramms gestartet. Mit der aktiven Bewerbung wurde im Dezember 2021 begonnen. Die Bewerbung fand größtenteils über die eigens erstellten Landingpages, online über Social Media, über diverse Medien in DE und CH sowie mittels dem Versand von Presstexten statt.

### Weitere Projekte

» Fotoshooting im Sommer: Im Brandnertal wurde ein Familienfotoshooting mit Fotograf Alex Kaiser organisiert. Nachdem die Eltern mit den zwei Mädchen am Vormittag auf der Tschengla beim Wandern und anschließend beim Besuch der Alpe Rona fotografiert wurden, ging es im Anschluss weiter zum Tiererlebnispfad und zum Bogenschießen nach Brand. Die entstandenen Fotos wurden den Vermietern und Partnern zur Verfügung gestellt.



» IXS Cup Bikepark Brandnertal: Tschack Norris zeigte sich von seiner schönsten Seite, als von 25. bis 27. Juni der IXS European Downhill Cup im Bikepark Brandnertal gastierte und die Europäische Downhill Elite ins Brandnertal lockte. Nach einjähriger Covid-Pause pilgerten am Renn-Wochenende Fahrer aus 24 Nationen ins Brandnertal, um die anspruchsvolle Downhill-Strecke im Rahmen des IXS European Downhill Cups in Angriff zu nehmen. Die Alpenregion Bludenz unterstützte das Team vor Ort wieder im Rennbüro und bei der Startnummern-Ausgabe.

## 4.3. Zahlen

### Newsletter Brandnertal

2021	absolut	in %
Anzahl versendeter Newsletter	12	
Newsletter-Empfänger	174.175	
Geöffnete Newsletter	75.192	43,13 %
Geöffnete Newsletter unique	40.264	23,10 %
Klicks	9.186	5,26 %
Klicks unique	5.813	3,33 %

### Website www.brandnertal.at

Kennzahl	2020	2021	Veränderung in %
Sitzungen	1.026.850	459.919	-55,21 %
Nutzer	829.770	325.890	-60,73 %
Seitenaufrufe	2.224.693	1.144.619	-48,55 %
Seiten/Sitzung	2,45	2,49	1,43 %
Mobile Sitzungen	388.669	260.410	-33,00 %

Rückgang aufgrund der Unsicherheiten bzgl. Covid-19.

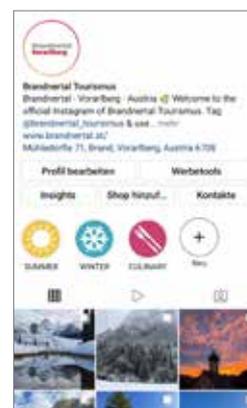
### Social Media



Facebookseite **Brandnertal**  
Stand „Follower“  
Dezember 2021: 14.075



Instagram **brandnertal\_tourismus**  
Hashtag: #brandnertal  
Stand „Follower“  
Dezember 2021: 4.883



# 5. Alpenstadt Bludenz

## 5.1. Talvorstellung mit Urlaubs- versprechen, Bildsprache & Personas

### Marktplatz und Begegnungsraum fünf alpiner Talschaften

Die Alpenstadt Bludenz, als Zentrum von 5 Tälern, verbindet auf anregende Weise Natur, Kultur und Stadt und schafft Begegnungen und Treffpunkte für mobile Entdecker.

### Bildsprache

- » Stadt soll im Vordergrund und die Berge sichtbar im Hintergrund sein
- » Zentrum & Treffpunkt von fünf Talschaften  
>> Vogelperspektive
- » Städtisches Treiben: Flanieren, Shoppen, geselliges Beisammensein, Genießen, Essen & Trinken
- » Lebendige Bilder

### Personas

#### Aktives Genießerpaar

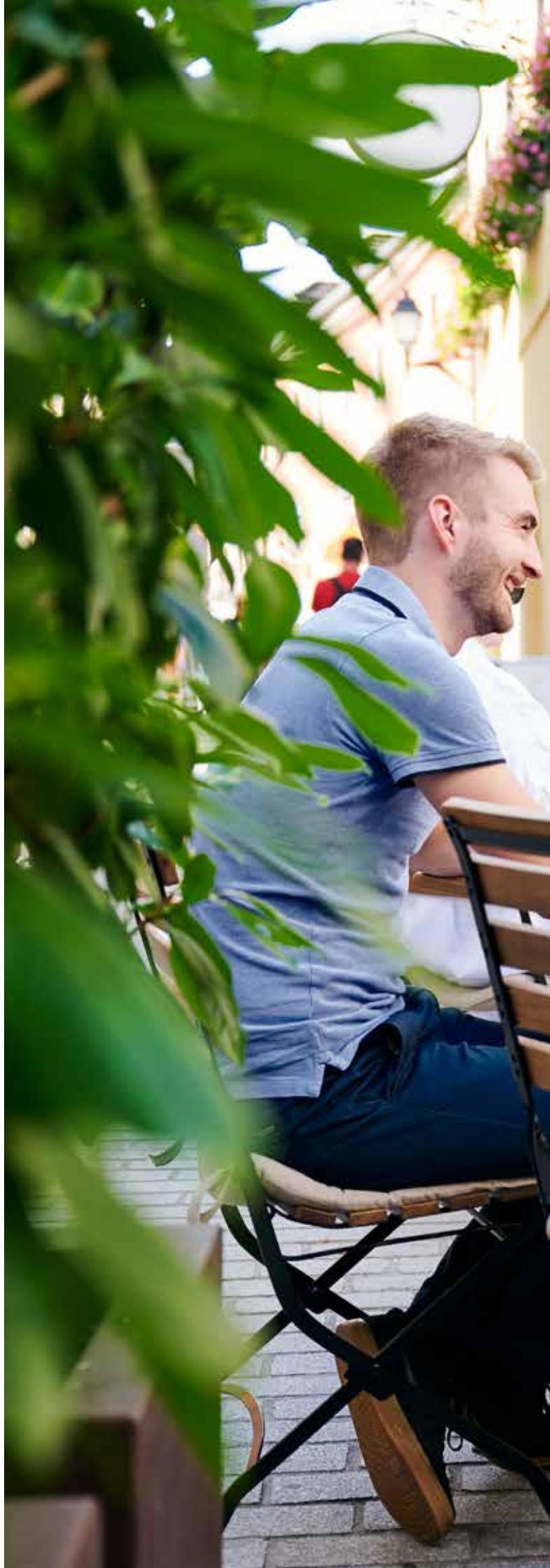
Jutta Roth-Schuhmacher (48), Tourismus-Angestellte  
Karl-Heinz Schuhmacher (57), Polizist aus Deutschland

#### Familie

Haneke Don (36), Sekretärin im Betrieb ihres Mannes & Jan Don (41), selbstständiger Bauunternehmer mit den Kindern (7 und 8) aus den Niederlanden

#### Was schätzen die Gäste an der Alpenstadt Bludenz

- » Zentrale Lage, auch ideal als Zwischenstopp
- » Städtisches Flair, trotzdem mitten in den Bergen
- » Kulturelles Angebot







## 5.2. Projekte Bludenz 2021

### Kooperation „Kleine Historische Städte“

Die Alpenstadt Bludenz ist Mitglied bei der Kooperation „Kleine Historische Städte“ und somit offiziell eine von 17 „Kleinen Historischen Städten“ in Österreich. Im Mai 2021 fand die Generalversammlung in Bad Radkersburg statt. Aufgrund der langen Anreise nahm Dajana Baumgartner als Vertreterin der Alpenstadt Bludenz online daran teil. Im Rahmen der GV wurde der Vorstand neu gewählt. Dajana Baumgartner ist nun Vorstandsmitglied bei den „KHS“. Im Juni wurde ein Videodreh durchgeführt. Das Video ist auf Youtube, der KHS-Webseite und der Bludenz-Webseite eingebunden und wurde auch auf Social Media gepostet.

Im Zuge der Kooperation war im Sommer die Schweizer Bloggerin Anita Brechbühl ([www.travelita.ch](http://www.travelita.ch)) zu Gast in Bludenz. Den gesamten Reisebericht hat Anita kurz danach auf ihrem Blog online gestellt. Unter dem Motto „Kleine Städte, große Momente“ startete KHS mit allen Städten eine Presseoffensive. Bludenz war im August mit dem Klostermarkt dabei.

### Geführte Naschrunde durch Bludenz

Geschichte erleben, heimische Gastropartner kennenlernen und dabei feine Kostproben kredenzt bekommen – so lautete das Motto dieser besonderen und im Sommer 2021 erstmals angebotenen Stadtführung durch die Alpenstadt Bludenz.

Mit dabei waren die Bludener Betriebe: Der Weinpunkt – der kleine feine Weinladen, das Café-Restaurant Eichamt – ein Ausbildungsrestaurant für junge Menschen und der Bludener Traditionsbetrieb Café Konditorei Fritz.

### Veranstaltungen bei der Hellwaldhütte

Die fast 80-jährige ehemalige Jagd- und Forsthütte im Ortsteil Rungelin sollte auf Initiative des Vereins für Tourismus und Freizeit in Zusammenarbeit mit der Alpenregion Bludenz, dem Stadtmarketing Bludenz sowie dem Freizeitbad Val Blu neu belebt werden.

In den Sommermonaten 2021 wurden gemeinschaftlich diverse Veranstaltungen bei der Hellwaldhütte geplant und umgesetzt:

- » Familien-Erlebniswanderung vom Val Blu zur Hellwaldhütte (Absage, aufgrund von zu wenig Anmeldungen)
- » berge.hören – eine Wanderung mit Evelyn Fink-Mennel und dem Bregenzerwälder Streicherkollektiv Messis Cellogruppe
- » berge.hören – eine Wanderung mit Johannes Bär und Andreas Broger
- » Kulturpicknick (Absage aufgrund von Schlechtwetter)

### Weitere Projekte

- » Fotoshooting im Sommer: In der Alpenstadt Bludenz sollte beim Fotoshooting der Genuss in den Vordergrund gestellt werden. So sind Fotos bei einer gemütlichen Einkehr im „Städtle“ entstanden. Anschließend wurde die Stadt- und die Nachtwächterführung fotografiert. Die entstandenen Bilder wurden den Vermietern und Partnern zur Verfügung gestellt.
- » Theater-Stadtführung: Im Herbst 2021 wurde – auf Initiative der Alpenregion Bludenz – eine einmalige Theater-Stadtführung durch Bludenz organisiert. Ein Stadtführer sowie einige Laiendarsteller begleiteten dabei die Besucher auf humorvolle Art durch Bludenz. Dieser Probelauf im vergangenen Herbst ist gut angekommen, sodass dieses Angebot nun ins Sommerprogramm aufgenommen wird.



## 5.3. Zahlen

### Newsletter Alpenstadt Bludenz

2021	absolut	in %
Anzahl versendeter Newsletter	12	
Newsletter-Empfänger	30.242	
Geöffnete Newsletter	10.232	33,83 %
Geöffnete Newsletter unique	6.034	19,95 %
Klicks	991	3,27 %
Klicks unique	652	2,16 %

### Website [www.bludenz.travel](http://www.bludenz.travel)

Kennzahl	2020	2021	Veränderung in %
Sitzungen	115.533	95.502	-17,34 %
Nutzer	105.196	85.184	-19,02 %
Seitenaufrufe	220.780	182.867	-17,17 %
Seiten/Sitzung	1,91	1,78	-6,72 %
Mobile Sitzungen	76.502	65.788	-14,00 %

Rückgang aufgrund der Unsicherheiten bzgl. Covid-19.

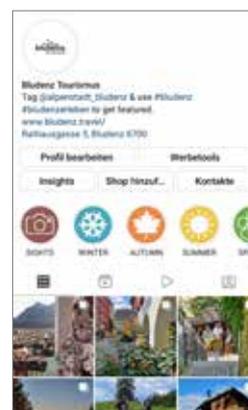
### Social Media



Instagram **alpenstadt\_bludenz**

Hashtag: #bludenz #bludnzerleben #kleinehistorischestädte  
Stand „Follower“

Dezember 2021: 1.768







# 6. Kloostertal

## 6.1. Talvorstellung mit Urlaubsversprechen, Bildsprache & Personas

### Intensive Naturbegegnungen am Fuße des Arlbergs

Entdecken Sie das Kloostertal – die spannende Bergwelt, die tosenden Wasserfälle und stillen Bergseen laden Individualisten, Familien und Naturgenießer ein, dem alpinen Lebensraum aktiv zu begegnen und neue Freiräume und Wasserplätze für sich zu entdecken.

### Bildsprache

- » Natur im Vordergrund, aktive Menschen/Personen treten eher in den Hintergrund
- » Schroffheit und Weite des Kloostertals sichtbar machen

### Personas

#### Sportliches Paar

Elena Neumann (36), Krankenschwester mit Lebensgefährtin aus Deutschland

#### Familie

Barbara Schmidt (38), Bürokauffrau & Jörg Schmidt (42), Angestellter bei einem Autohändler mit zwei Kindern (8 und 10) aus Deutschland

#### Gruppenreisender

Sven Meyer (28), Bankangestellter lebt seit zwei Jahren in einer Partnerschaft aus Deutschland

#### Was schätzen die Gäste am Kloostertal?

- » Gute Erreichbarkeit
- » Gemütliche, heimelige Unterkünfte
- » Herzliche Gastgeber
- » Naturvielfalt im Tal
- » Nähe zum Arlberg





## 6.2. Projekte Klostertal 2021

### **Eröffnung Kneipp & Relax Garten Alfenz in Klösterle am Arlberg**

Nach mehrjähriger Vorbereitung dürfen sich Einheimische und Gäste über eine neue Erholungsoase im Klostertal freuen.

Am 03. Juli 2021 eröffnete der Kneipp & Relax Garten Alfenz in Klösterle am Arlberg auf dem Gelände des ehemaligen Mini-golfplatzes neben dem Almwasserpark. Das Projekt geriet pandemiebedingt ins Stocken, bevor es mit tatkräftiger Unterstützung zahlreicher Mitglieder des Tourismusvereins sowie zahlreichen Helfern und Sponsoren umgesetzt werden konnte. In unzähligen ehrenamtlichen Stunden wurden Steine, Erde und Schotter bewegt sowie Bäume, Sträucher, Stauden, Gräser und Kräuter gepflanzt. Die für mehrere Generationen ausgelegte Anlage ermöglicht Einheimischen und Gästen naturnahes

und heilsames Erleben mit allen Sinnen. Herzlichen Dank an den Tourismusverein und allen Beteiligten für die Umsetzung dieses neuen Freizeitangebots.

### **Herbst.Genuss.Zeit**

Von 17. September bis zum 10. Oktober luden das Klostertal, der Biosphärenpark Großes Walsertal, die KäseStrasse Bregenzerwald und das Kleinwalsertal im Rahmen der Herbst.Genuss.Zeit zu drei Wochen der Gastlichkeit und regionaler Kochkunst ein. Dank der Klostertaler Gastronomiepartner konnte Einheimischen sowie Gästen ein abwechslungsreiches Programm geboten werden. Highlight der Herbst.Genuss.Zeit im Klostertal war die Klostertaler Genussrallye am 23. September. Von Station zu Station ging es bequem per Bus durch die Menüfolge. Musikalisch begleitet wurden die Besucher von der „Brozer Projekt-Musig“. Weitere Infos sind auf der Website [www.herbstgenusszeit.at](http://www.herbstgenusszeit.at) zu finden.

### **Fotoshooting Sommer**

Während den Sommermonaten fanden in der ganzen Region Fotoshootings mit dem Fotografen Alex Kaiser statt. Im Klostertal wurden Fotos am Sonnenkopf, auf der Alpe Nenzigast sowie im Hotel Gasthof Post in Dalaas gemacht. Zudem wurden der neue Kneipp & Relax Garten Alfenz und Bogenschießen in der OASE-K77 in Klösterle am Arlberg fotografiert. Die Themen waren wandern, Rad fahren und Kulinarik.



## 6.3. Zahlen

### Newsletter Klostertal

2021	absolut	in %
Anzahl versendeter Newsletter	12	
Newsletter-Empfänger	53.078	
Geöffnete Newsletter	17.578	33,11 %
Geöffnete Newsletter unique	9.939	18,73 %
Klicks	1.856	3,50 %
Klicks unique	1.172	2,21 %

### Website [www.klostertal.travel](http://www.klostertal.travel)

Kennzahl	2020	2021	Veränderung in %
Sitzungen	114.764	88.190	-23,16 %
Nutzer	122.161	96.100	-21,33 %
Seitenaufrufe	269.821	203.203	-24,69 %
Seiten/Sitzung	2,22	2,22	0,19 %
Mobile Sitzungen	64.791	53.434	-17,53 %

Rückgang aufgrund der Unsicherheiten bzgl. Covid-19.

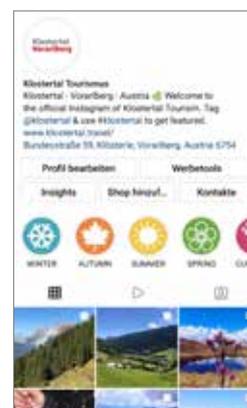
### Social Media



Facebookseite **Klostertal**  
Stand „Follower“  
Dezember 2021: 1.274



Instagram **klostertal**  
Hashtag: #klostertal  
Stand „Follower“  
Dezember 2021: 1.536



# 7. Biosphärenpark Großes Walsertal

## 7.1. Talvorstellung mit Urlaubs- versprechen, Bildsprache & Personas

### Ihr Urlaub im Einklang mit der Natur

Der Biosphärenpark Großes Walsertal eröffnet Ihnen Ihren Urlaub im Einklang mit der Natur, bei welchem Sie sich selbst, den engagierten, eigen + sinnigen Walsern und der Natur in immer wieder neuer und überraschender Weise begegnen.

### Bildsprache

- » Natur im Vordergrund, Menschen treten in den Hintergrund
- » Unberührte Natur sichtbar machen
- » Menschen zeigen, wie sie genießen, zur Ruhe kommen, zu sich selbst finden
- » Sanfte Bewegung

### Personas

#### Geselliges Paar

Rita Weidner (58), Sekretärin  
Bernd Weidner (58), Lehrer für Biologie und Sport,  
3 gemeinsame Kinder und kommen aus Deutschland

#### Alleinreisende

Irene Hollmann (46), Innenarchitektin  
Lebensgefährtin Frank, Architekt,  
1 gemeinsame Tochter und kommen aus Deutschland

#### Was schätzen die Gäste am Großen Walsertal?

- » Nähe zur Natur
- » Herzliche Gastgeber und persönlicher Kontakt
- » Ruhe und Zeit für sich zu haben
- » Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis







## 7.2. Projekte Großes Walsertal 2021

### Pilotprojekt: DreamAlive Lodge

Mit der Eröffnung des innovativen Konzepts DreamAlive zählte der Biosphärenpark Großes Walsertal im Sommer ein neues und naturnahes Schlaferlebnis zu seinen Attraktionen. Die DreamAlive Lodge, ein mobiles und verglastes Hotelzimmer inmitten des Biosphärenparks, ermöglichte eine Übernachtung der besonderen Art. Das Gemeinschaftsprojekt von Jungunternehmer Philipp Herburger, der Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH, dem Alpenresort Walsertal und von SAMINA versprach einzigartiges Outdoor-Abenteuer, Ruhe und Erholung gleichermaßen und wurde, nach einem verspäteten Start, Mitte Juli eröffnet. Die Koordination des Gesamtprojekts, die Buchungs- sowie Zahlungsabwicklung erfolgte über die Alpenregion Bludenz.

### Herbst.Genuss.Zeit

Von 17. September bis 10. Oktober lud der Biosphärenpark Großes Walsertal zur Herbst.Genuss.Zeit ein. Während dieser Zeit wurden Gastlichkeit und regionale Kochkunst groß geschrieben. Offeriert wurde ein abwechslungsreiches Programm, das von den Gastronomiepartnern sowie vom Biosphärenpark-Management organisiert wurde. Als Highlight wäre eine „Walser Kulinarikrunde“ geplant gewesen, bei welchem fünf Gastronomiepartner an fünf Stationen in Faschina ein gemeinsames Menü serviert hätten. Die Kulinarikrunde musste aufgrund des unsicheren Wetters und aufgrund von zu wenigen Anmeldungen abgesagt werden.

### Neue Kooperation – Gäste-Card

#### Bregenzerwald & Großes Walsertal

Seit der Sommersaison 2021 erhalten alle Gäste, die zwischen 01. Mai und 31. Oktober drei oder mehr Nächte im Biosphärenpark Großes Walsertal verbringen, zusätzlich zur bereits bestehenden Walser Gästekarte, die Gäste-Card Bregenzerwald & Großes Walsertal. Sie ist im Übernachtungspreis inkludiert. Die Gäste-Card Bregenzerwald & Großes Walsertal ist gegen Vorlage der Walser Gästekarte bei diversen Ausgabestellen im Großen Walsertal und im Bregenzerwald erhältlich.

Die Einführung dieser neuen Gästekarte erfolgte durch die Alpenregion Bludenz in Zusammenarbeit mit Bregenzerwald Tourismus sowie den Gemeinden des Großen Walsertals.

### Weitere Projekte

- » Fotoshooting Sommer: Während den Sommermonaten fanden in der ganzen Region Fotoshootings mit dem Fotografen Alex Kaiser statt. Im Großen Walsertal wurden Aufnahmen auf der Alpe Steris gemacht. Wandern, Kulinarik und das Sennen standen hier im Fokus. Anschließend wurden Bilder am KneippAktivWeg Raggal und beim Seewaldsee aufgenommen.
- » Walser Strategieweg: Das Konzept des Walser Strategieweges wurde 2021 bei Leader eingereicht, um Förderungen zu beantragen und somit die Finanzierung zu sichern. Leider wurde der Projektantrag abgelehnt. Die weitere Vorgehensweise beim Walser Strategieweg wird im Gremium besprochen.



## 7.3. Zahlen

Newsletter 2021	absolut	in %
Anzahl versendeter Newsletter	12	
Newsletter-Empfänger	5.382	
Geöffnete Newsletter	4.534	84,14 %
Geöffnete Newsletter unique	2.117	39,33 %
Klicks	826	15,32 %
Klicks unique	500	9,28 %

### Website [www.walsertal.at](http://www.walsertal.at)

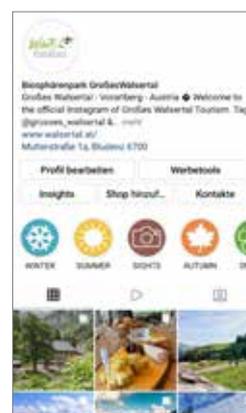
Kennzahl	2020	2021	Veränderung in %
Sitzungen	128.095	101.547	-20,73 %
Nutzer	125.820	97.364	-22,62 %
Seitenaufrufe	326.755	244.017	-25,32 %
Seiten/Sitzung	2,14	2,08	-2,99 %
Mobile Sitzungen	71.228	61.930	-13,05 %

Rückgang aufgrund der Unsicherheiten bzgl. Covid-19.

### Social Media



Instagram **grosses\_walsertal**  
 Hashtag: #grosseswalsertal #bergsteigerdörfer  
 Stand „Follower“  
 Dezember 2021: 1.533



# 8. Statistikzahlen

## Tourismusjahr 2020/21

Saisonvergleich der Gemeinden der Destination Alpenregion Bludenz



Gemeinde	Sommer 2020			Sommer 2021			Veränderung	
	Ankünfte (AK)	Nächtigungen (ÜN)	Durchschnittl. Aufenthaltsd.	Ankünfte (AK)	Nächtigungen (ÜN)	Durchschnittl. Aufenthaltsd.	AK	ÜN
Brand	29.109	117.871	4,05	32.484	133.369	4,11	11,59%	13,15%
Bürserberg	12.786	61.567	4,82	17.460	82.330	4,72	36,56%	33,72%
Bürs	1.086	3.192	2,94	1.020	3.360	3,29	-6,08%	5,26%
<b>Brandnertal</b>	<b>42.981</b>	<b>182.630</b>	<b>4,25</b>	<b>50.964</b>	<b>219.059</b>	<b>4,30</b>	<b>18,57%</b>	<b>19,95%</b>
Bludenz	14.064	32.527	2,31	17.336	41.643	2,40	23,27%	28,03%
Nüziders	6.327	30.216	4,78	6.265	31.698	5,06	-0,98%	4,90%
<b>Alpenstadt Bludenz</b>	<b>20.391</b>	<b>62.743</b>	<b>3,08</b>	<b>23.601</b>	<b>73.341</b>	<b>3,11</b>	<b>15,74%</b>	<b>16,89%</b>
Dalaas	13.842	30.937	2,24	16.166	34.224	2,12	16,79%	10,62%
Innerbraz	3.641	11.898	3,27	3.821	13.907	3,64	4,94%	16,89%
Klösterle	3.521	13.379	3,80	4.542	19.878	4,38	29,00%	48,58%
<b>Klostertal</b>	<b>21.004</b>	<b>56.214</b>	<b>2,68</b>	<b>24.529</b>	<b>68.009</b>	<b>2,77</b>	<b>16,78%</b>	<b>20,98%</b>
Fontanella	5.455	25.473	4,67	8.594	37.835	4,40	57,54%	48,53%
Sonntag	6.083	14.887	2,45	5.954	15.853	2,66	-2,12%	6,49%
Raggal	4.498	21.398	4,76	5.498	15.265	2,78	22,23%	-28,66%
St. Gerold	1.694	5.122	3,02	1.355	3.784	2,79	-20,01%	-26,12%
Blons	305	1.032	3,38	574	2.222	3,87	88,20%	115,31%
Thüringerberg	256	1.217	4,75	399	1.856	4,65	55,86%	52,51%
<b>Gr. Walsertal</b>	<b>18.291</b>	<b>69.129</b>	<b>3,78</b>	<b>22.374</b>	<b>76.815</b>	<b>3,43</b>	<b>22,32%</b>	<b>11,12%</b>
<b>Alpenregion Bludenz</b>	<b>102.667</b>	<b>370.716</b>	<b>3,61</b>	<b>121.468</b>	<b>437.224</b>	<b>3,60</b>	<b>18,31%</b>	<b>17,94%</b>



Gemeinde	Winter 2019/20			Winter 2020/21			Veränderung	
	Ankünfte (AK)	Nächtigungen (ÜN)	Durchschnittl. Aufenthaltsd.	Ankünfte (AK)	Nächtigungen (ÜN)	Durchschnittl. Aufenthaltsd.	AK	ÜN
Brand	31.288	138.053	4,41	50	323	6,46	-99,84%	-99,77%
Bürserberg	14.293	71.578	5,01	94	398	4,23	-99,34%	-99,44%
Bürs	561	3.000	5,35	11	66	6,00	-98,04%	-97,80%
<b>Brandnertal</b>	<b>46.142</b>	<b>212.631</b>	<b>4,61</b>	<b>155</b>	<b>787</b>	<b>5,08</b>	<b>-99,66%</b>	<b>-99,63%</b>
Bludenz	16.826	39.177	2,33	3.315	7.724	2,33	-80,30%	-80,28%
Nüziders	2.600	5.817	2,24	886	2.354	2,66	-65,92%	-59,53%
<b>Alpenstadt Bludenz</b>	<b>19.426</b>	<b>44.994</b>	<b>2,32</b>	<b>4.201</b>	<b>10.078</b>	<b>2,40</b>	<b>-78,37%</b>	<b>-77,60%</b>
Dalaas	9.979	50.981	5,11	42	500	11,90	-99,58%	-99,02%
Innerbraz	2.767	11.530	4,17	166	572	3,45	-94,00%	-95,04%
Klösterle	9.519	42.988	4,52	189	845	4,47	-98,01%	-98,03%
<b>Klostertal</b>	<b>22.265</b>	<b>105.499</b>	<b>4,74</b>	<b>397</b>	<b>1.917</b>	<b>4,83</b>	<b>-98,22%</b>	<b>-98,18%</b>
Fontanella	9.198	40.980	4,46	3	3	1,00	-99,97%	-99,99%
Sonntag	3.537	14.162	4,00	13	52	4,00	-99,63%	-99,63%
Raggal	2.940	16.123	5,48	69	545	7,90	-97,65%	-96,62%
St. Gerold	1.117	2.868	2,57	47	74	1,57	-95,79%	-97,42%
Blons	473	1.488	3,15	6	20	3,33	-98,73%	-98,66%
Thüringerberg	259	1.050	4,05	12	28	2,33	-95,37%	-97,33%
<b>Gr. Walsertal</b>	<b>17.524</b>	<b>76.671</b>	<b>4,38</b>	<b>150</b>	<b>722</b>	<b>4,81</b>	<b>-99,14%</b>	<b>-99,06%</b>
<b>Alpenregion Bludenz</b>	<b>105.357</b>	<b>439.795</b>	<b>4,17</b>	<b>4.903</b>	<b>13.504</b>	<b>2,75</b>	<b>-95,35%</b>	<b>-96,93%</b>

Ganzjahresvergleich der Gemeinden der Destination Alpenregion Bludenz

Gemeinde	Tourismusjahr 2019/20 Nov. 2019 bis Okt. 2020			Tourismusjahr 2020/21 Nov. 2020 bis Okt. 2021			Veränderung	
	Ankünfte (AK)	Nächtigungen (ÜN)	Durchschnittl. Aufenthaltsd.	Ankünfte (AK)	Nächtigungen (ÜN)	Durchschnittl. Aufenthaltsd.	AK	ÜN
Brand	60.397	255.924	3,85	32.534	133.692	4,11	-46,13%	-47,76%
Bürserberg	27.079	133.145	4,53	17.554	82.728	4,71	-35,17%	-37,87%
Bürs	1.647	6.192	3,18	1.031	3.426	3,32	-37,40%	-44,67%
<b>Brandnertal</b>	<b>89.123</b>	<b>395.261</b>	<b>4,06</b>	<b>51.119</b>	<b>219.846</b>	<b>4,30</b>	<b>-42,64%</b>	<b>-44,38%</b>
Bludenz	30.890	71.704	2,13	20.651	49.367	2,39	-33,15%	-31,15%
Nüziders	8.927	36.033	4,00	7.151	34.052	4,76	-19,89%	-5,50%
<b>Alpenstadt Bludenz</b>	<b>39.817</b>	<b>107.737</b>	<b>2,52</b>	<b>27.802</b>	<b>83.419</b>	<b>3,00</b>	<b>-30,18%</b>	<b>-22,57%</b>
Dalaas	23.821	81.918	2,87	16.208	34.724	2,14	-31,96%	-57,61%
Innerbraz	6.408	23.428	3,54	3.987	14.479	3,63	-37,78%	-38,20%
Klösterle	13.040	56.367	3,93	4.731	20.723	4,38	-63,72%	-63,24%
<b>Klostertal</b>	<b>43.269</b>	<b>161.713</b>	<b>3,25</b>	<b>24.926</b>	<b>69.926</b>	<b>2,81</b>	<b>-42,39%</b>	<b>-56,76%</b>
Fontanella	14.653	66.453	4,39	8.597	37.838	4,40	-41,33%	-43,06%
Sonntag	9.620	29.049	2,71	5.967	15.905	2,67	-37,97%	-45,25%
Raggal	7.438	37.521	5,03	5.567	15.810	2,84	-25,15%	-57,86%
St. Gerold	2.811	7.990	3,35	1.402	3.858	2,75	-50,12%	-51,71%
Blons	778	2.520	3,09	580	2.242	3,87	-25,45%	-11,03%
Thüringerberg	515	2.267	4,36	411	1.884	4,58	-20,19%	-16,89%
<b>Gr. Walsertal</b>	<b>35.815</b>	<b>145.800</b>	<b>3,95</b>	<b>22.524</b>	<b>77.537</b>	<b>3,44</b>	<b>-37,11%</b>	<b>-46,82%</b>
<b>Alpenregion Bludenz</b>	<b>208.024</b>	<b>810.511</b>	<b>3,57</b>	<b>126.371</b>	<b>450.728</b>	<b>3,57</b>	<b>-39,25%</b>	<b>-44,39%</b>

Erläuterungen zum Saison- und Ganzjahresvergleich:

Winter 2020/21: Komplettausfall der Wintersaison. Die Beherbergung von Gästen war nicht erlaubt. Es durften nur Geschäftsreisende, die zwingend erforderliche und nicht aufschiebbare Geschäftsreisen antreten mussten, beherbergt werden.

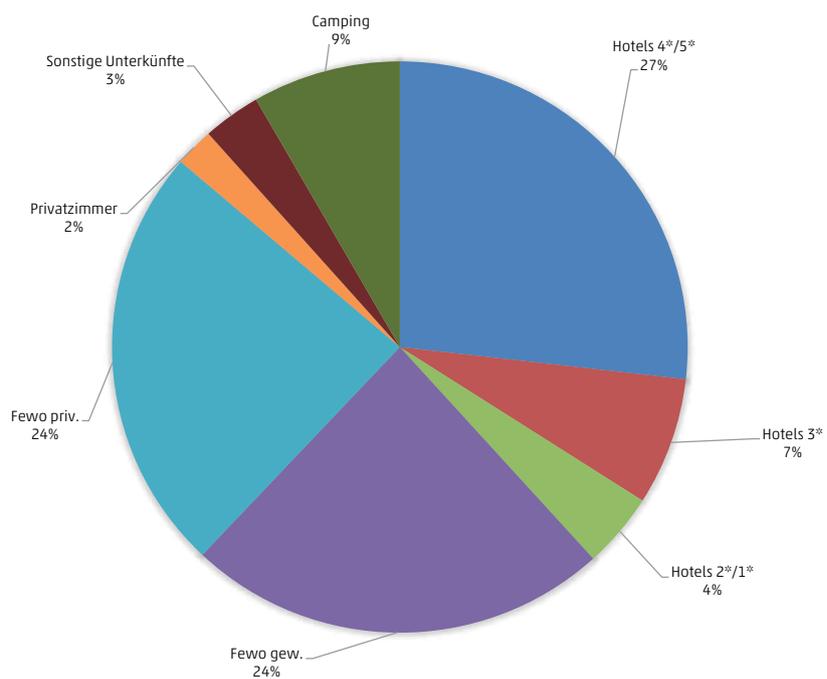
19. Mai 2021: Öffnung der Beherbergungsbetriebe für Gäste wieder möglich.

November 2021: Lockdown in Österreich bis Mitte Dezember

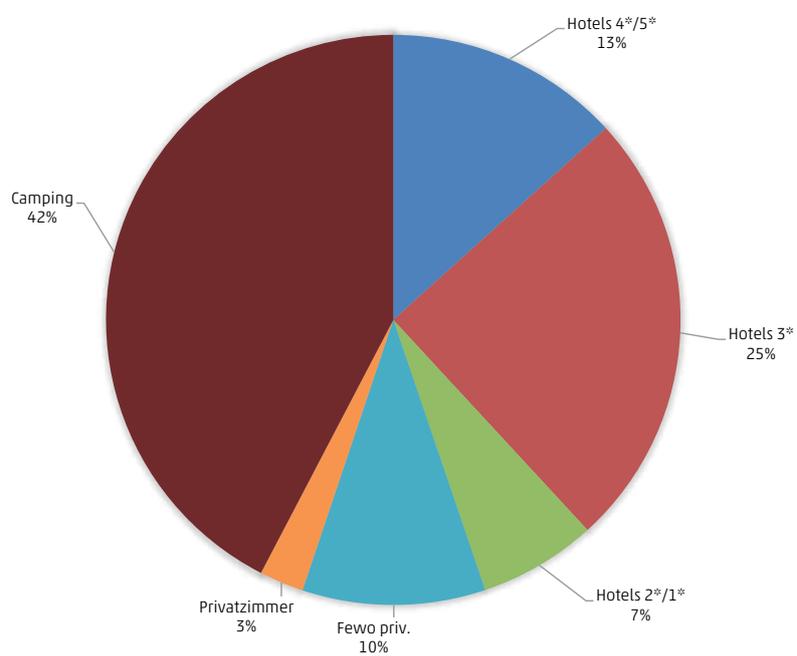
Dezember 2021: Deutschland stuft Österreich erneut als Hochrisikogebiet ein.

## Bettenstruktur

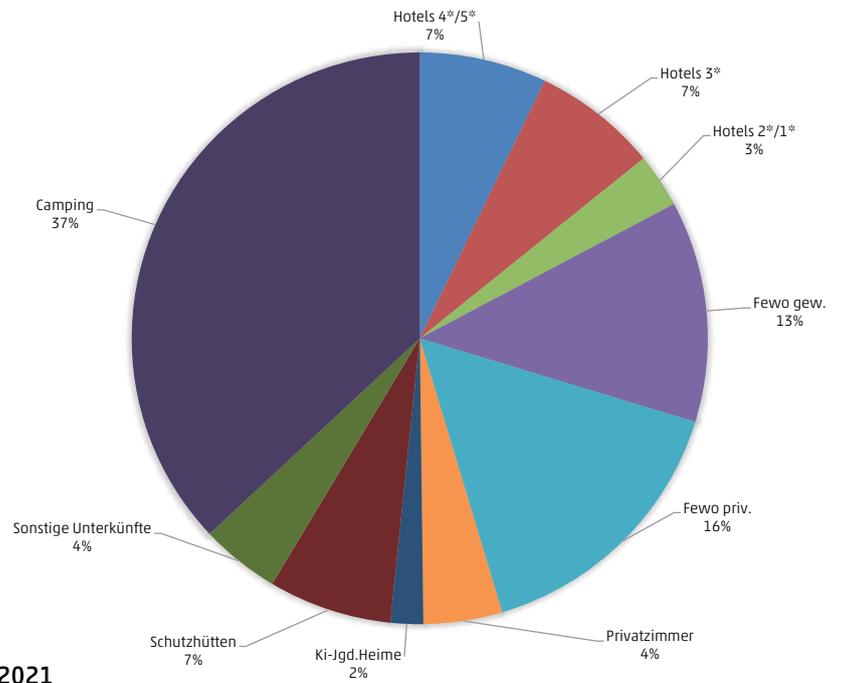
Brandnertal Betten - 31.05.2021



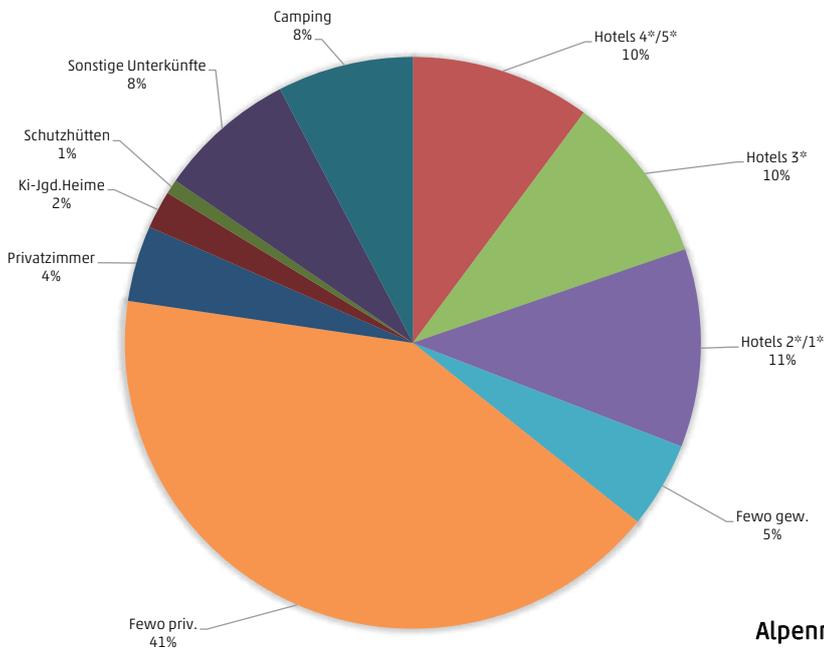
Alpenstadt Bludenz Betten - 31.05.2021



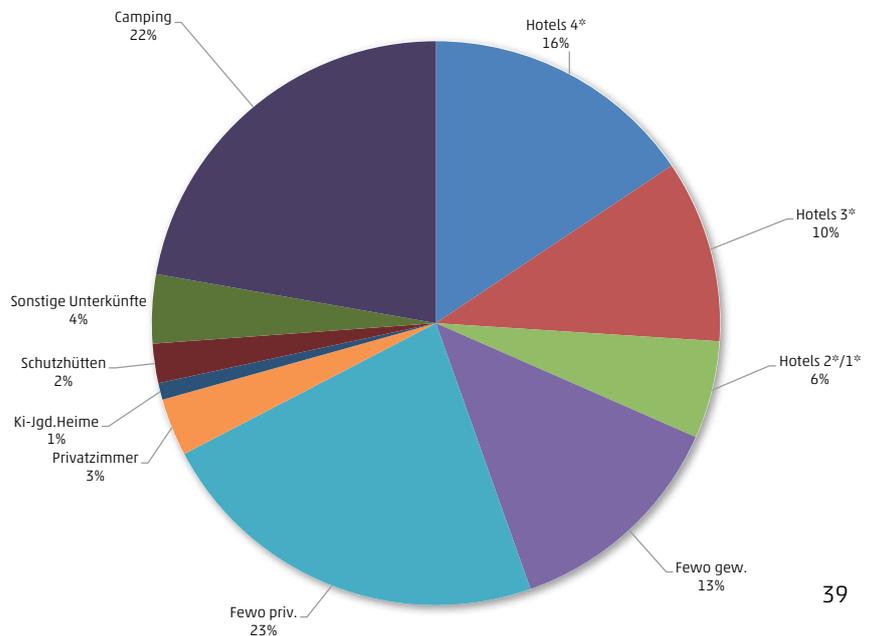
Klostertal Betten - 31.05.2021



Großes Walsertal Betten - 31.05.2021



Alpenregion Bludenz Betten - 31.05.2021



## Vollbelegstage

Vollbelegstage 2020 – Sommersaison Mai bis Oktober 2021



Gemeinde	Betten	Betriebe	Nächtigungen	VBT	Veränderung in % zum Vorjahr	VBT Vorjahr	Camping-betten	Camping-nächtigungen	Camping-VBT	VBT OHNE Campingbetten & Nächtigungen
Brand	2.023	129	133.369	65,93	16,46%	56,61	0	356	0,00	65,75
Bürserberg	1.587	73	82.330	51,88	7,01%	48,48	128	7.988	62,41	50,95
Bürs	245	11	3.360	13,71	5,66%	12,98	200	2.420	12,10	20,89
Bludenz	1.147	45	41.643	36,31	3,03%	35,24	280	2.844	10,16	44,75
Nüziders	618	15	31.698	51,29	7,28%	47,81	468	25.637	54,78	40,41
Klösterle	1.007	68	19.878	19,74	58,81%	12,43	240	1.709	7,12	23,69
Dalaas	1.781	82	34.224	19,22	-3,73%	19,96	580	4.466	7,70	24,78
Innerbraz	487	10	13.907	28,56	17,86%	24,23	392	9.174	23,40	49,82
Fontanella	899	68	37.835	42,09	63,38%	25,76	0	0	0,00	42,09
Sonntag	377	39	15.853	42,05	10,17%	38,17	0	0	0,00	42,05
Raggal	486	46	15.265	31,41	-12,36%	35,84	160	11.023	68,89	13,01
St. Gerold	56	3	3.784	67,57	-26,12%	91,46	0	0	0,00	67,57
Blons	148	17	2.222	15,01	86,27%	8,06	0	0	0,00	15,01
Thüringerberg	64	9	1.856	29,00	33,46%	21,73	0	0	0,00	29,00
<b>Gesamt ARB</b>	<b>10.925</b>	<b>615</b>	<b>437.224</b>	<b>40,02</b>	<b>13,21%</b>	<b>35,35</b>	<b>2.448</b>	<b>65.617</b>	<b>26,80</b>	<b>43,84</b>

Vollbelegstage 2020/2021 – Wintersaison November 2020 bis April 2021

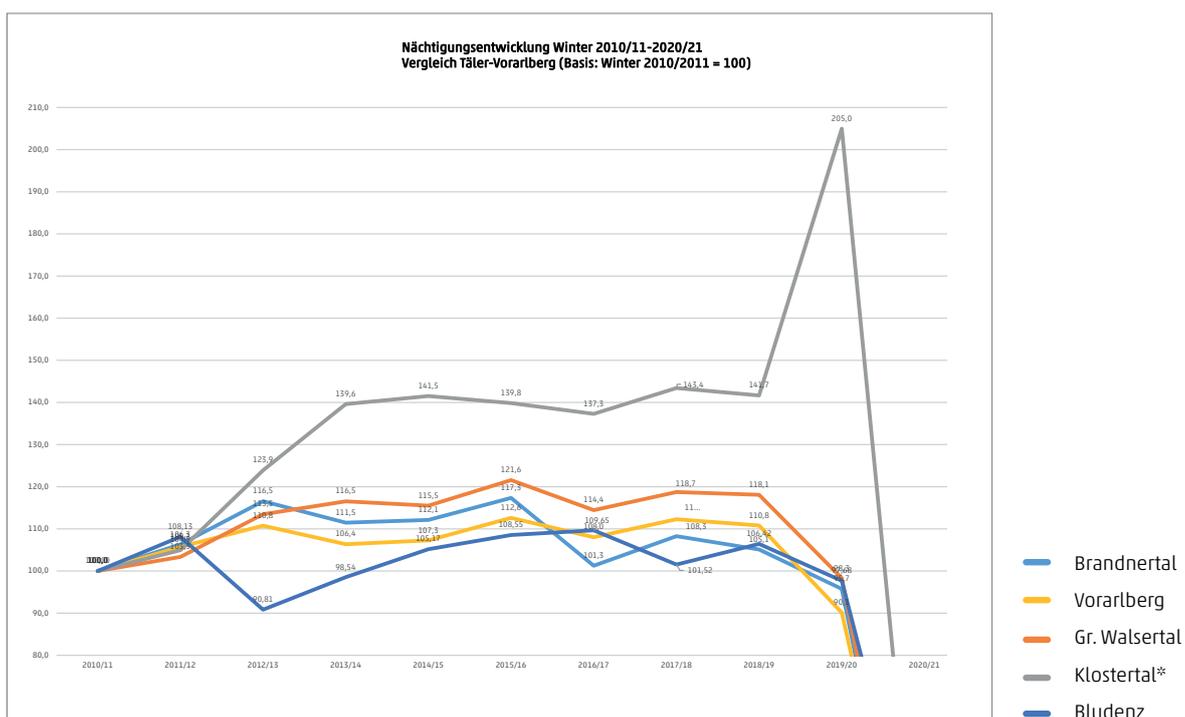
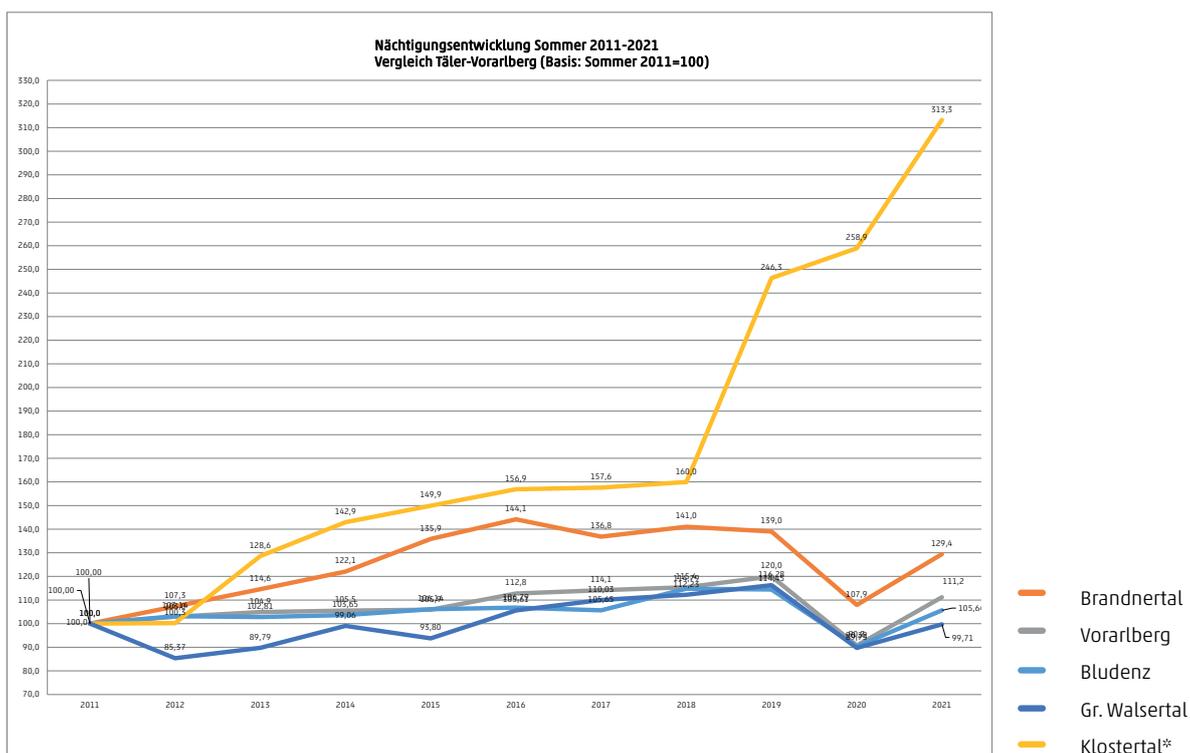


Gemeinde	Betten	Betriebe	Nächtigungen	VBT	Veränderung in % zum Vorjahr	VBT Vorjahr	Camping-betten	Camping-nächtigungen	Camping-VBT	VBT OHNE Campingbetten & Nächtigungen
Brand	2.023	129	323	0,16	-99,76%	66,31	0	0	0,00	0,16
Bürserberg	1.579	72	398	0,25	-99,50%	49,95	120	0	0,00	0,27
Bürs	244	11	66	0,27	-97,82%	12,40	200	0	0,00	1,50
Bludenz	1.147	45	7.724	6,73	-82,76%	39,06	280	93	0,33	8,80
Nüziders	142	13	2.354	16,58	-56,68%	38,27	0	0	0,00	16,58
Klösterle	1.007	68	845	0,84	-97,79%	38,01	240	13	0,05	1,08
Dalaas	1.554	80	500	0,32	-99,11%	36,21	580	200	0,34	0,31
Innerbraz	489	11	572	1,17	-95,02%	23,48	392	533	1,36	0,40
Fontanella	992	68	3	0,00	-99,99%	41,44	0	0	0,00	0,00
Sonntag	379	34	52	0,14	-99,61%	35,41	0	0	0,00	0,14
Raggal	448	47	545	1,22	-96,01%	30,48	120	0	0,00	1,66
St. Gerold	56	3	74	1,32	-97,42%	51,21	0	0	0,00	1,32
Blons	148	17	20	0,14	-98,84%	11,63	0	0	0,00	0,14
Thüringerberg	58	9	28	0,48	-97,61%	20,19	0	0	0,00	0,48
<b>Gesamt ARB</b>	<b>10.266</b>	<b>607</b>	<b>13.504</b>	<b>1,32</b>	<b>-96,98%</b>	<b>43,56</b>	<b>1.932</b>	<b>839</b>	<b>0,43</b>	<b>1,52</b>

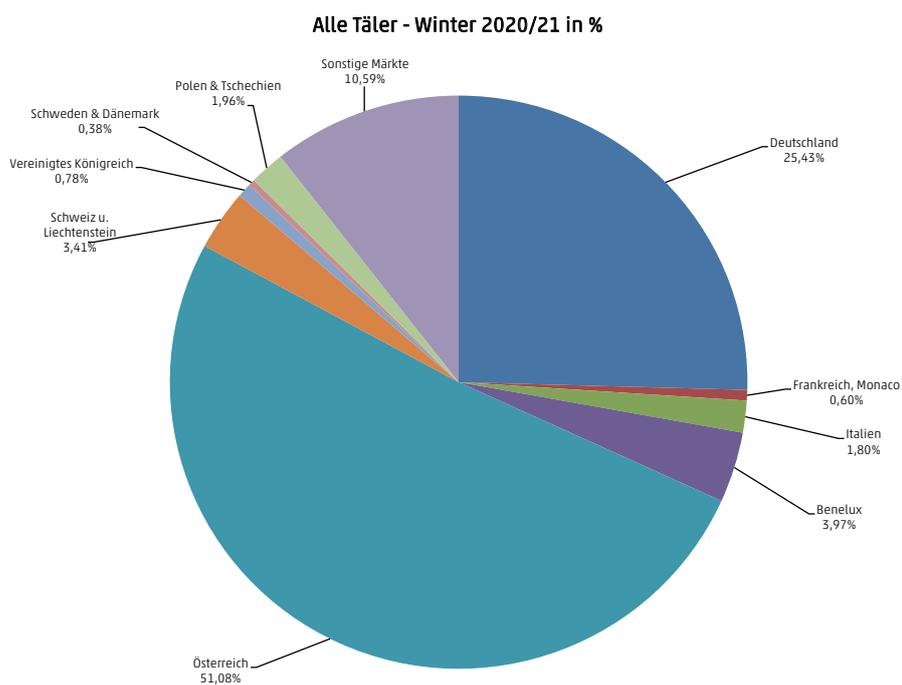
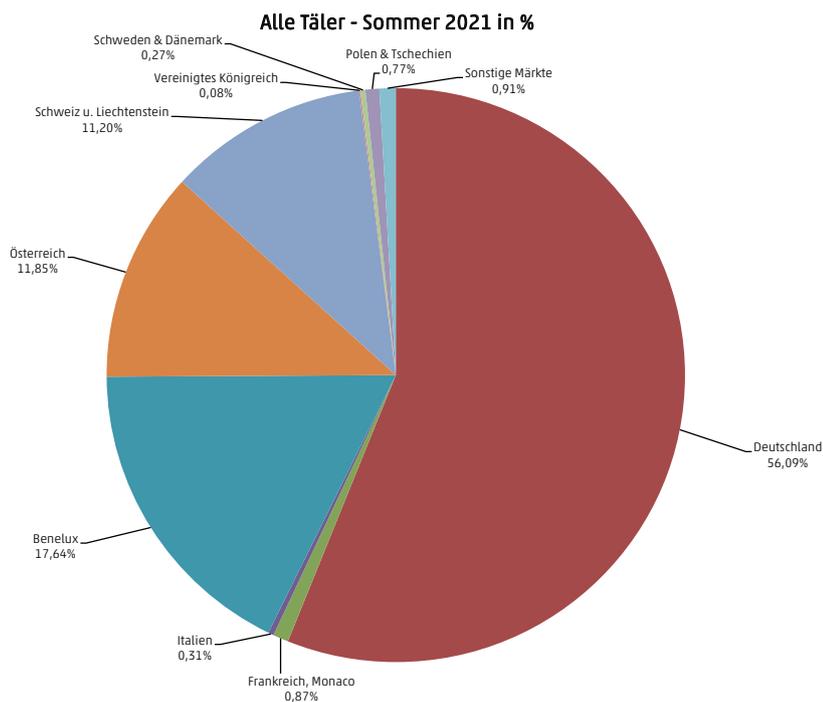
Vollbelegstage 2021 – Tourismusjahr 2020/21

Gemeinde	Betten	Betriebe	Nächtigungen	VBT	Veränderung in % zum Vorjahr	VBT Vorjahr	Cam- ping-bet- ten	Camping- nächtigungen	Cam- ping-VBT	VBT OHNE Campingbetten & Nächtigungen
Brand	2.023	129	133.692	66,09	-46,24%	122,92	0	356	0,00	65,91
Bürserberg	1.583	73	82.728	52,26	-46,95%	98,52	124	7.988	64,42	51,23
Bürs	245	11	3.426	14,01	-44,79%	25,38	200	2.420	12,10	22,61
Bludenz	1.147	45	49.367	43,04	-42,20%	74,46	280	2.937	10,49	53,55
Nüziders	380	14	34.052	89,61	-2,51%	91,92	234	25.637	109,56	57,64
Klösterle	1.007	68	20.723	20,58	-59,71%	51,08	70	1.722	24,60	20,28
Dalaas	1.668	81	34.724	20,82	-62,40%	55,39	580	4.666	8,04	27,64
Innerbraz	488	11	14.479	29,67	-37,81%	47,71	392	9.707	24,76	49,71
Fontanella	946	68	37.838	40,02	-40,44%	67,19	0	0	0,00	40,02
Sonntag	378	37	15.905	42,08	-42,78%	73,54	0	0	0,00	42,08
Raggal	467	47	15.810	33,85	-49,20%	66,64	140	11.023	78,74	14,64
St. Gerold	56	3	3.858	68,89	-51,72%	142,68	0	0	0,00	68,89
Blons	148	17	2.242	15,15	-23,06%	19,69	0	0	0,00	15,15
Thüringerberg	61	9	1.884	30,89	-26,43%	41,98	0	0	0,00	30,89
<b>Gesamt ARB</b>	<b>10.596</b>	<b>611</b>	<b>450.728</b>	<b>42,54</b>	<b>-45,99%</b>	<b>78,76</b>	<b>2.020</b>	<b>66.456</b>	<b>32,90</b>	<b>44,81</b>

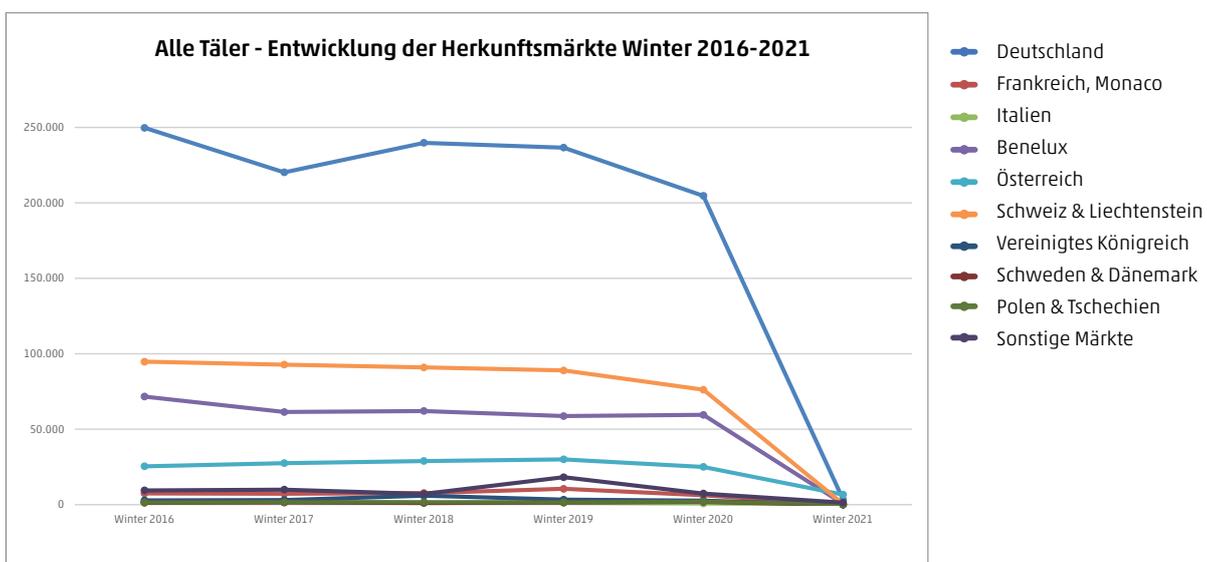
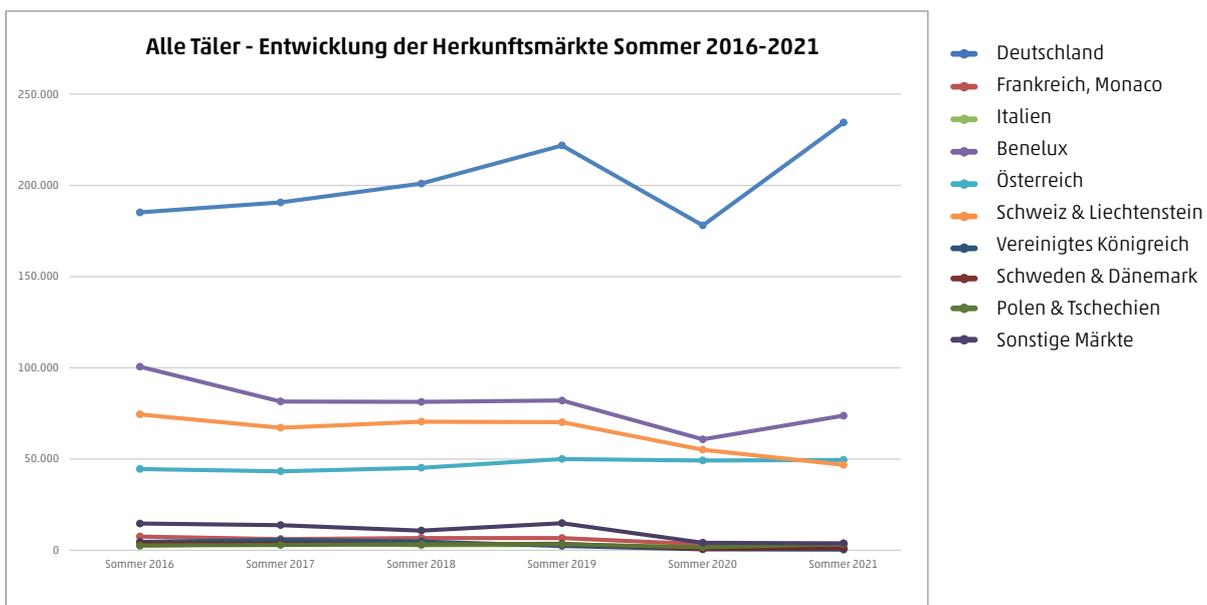
## Saisonentwicklung der Talschaften



## Herkunftsländer unserer Gäste



## Entwicklung der Herkunftsmärkte





## Für Notizen

A series of horizontal dotted lines for taking notes.



