



JAHRESBERICHT

der Montafon Tourismus GmbH

Tourismusjahr November 2021 bis Oktober 2022



Echte Berge. Echt erleben.

Grüaß Ni,



Rückblick auf das Tourismusjahr 2021/22

ein weiteres Tourismusjahr ist vergangen – eines, das nicht mehr vorrangig durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie geprägt war und folglich, auch im Tourismus, mehr Normalität mit sich brachte als die Jahre zuvor. Das spiegelt sich erfreulicherweise auch in unseren Geschäftszahlen wider: Nach anfänglichen coronabedingten Rückgängen im November und Dezember 2021, stiegen die Nächtigungszahlen mit Jahresbeginn wieder an und erreichten teilweise Vor-Corona-Niveau. Die Sommersaison 2022 präsentierte sich sogar als Rekordsommer seit 1983. Darüber hinaus gab der Gast pro Tag deutlich mehr aus, was eine Steigerung der Wertschöpfung im Montafon – in Bezug auf die letzten fünf Jahre – von rund 30 Prozent bedeutet. Dies unterstreicht die Bedeutung des Tourismus als einer der wichtigsten Wirtschaftszweige im Montafon, da zahlreiche Faktoren in Bezug auf das Leben im Tal dadurch beeinflusst werden. So schafft Tourismus Arbeitsplätze und Infrastruktur, trägt zu Lebensqualität und Wohlstand bei, stärkt den gesellschaftlichen Zusammenhalt und bringt nicht zuletzt Wertschöpfung in die Region.

Trotz der positiven Entwicklungen gilt es nun, sich neuen Herausforderungen zu stellen und die Tourismusbranche für die Zukunft auszurichten. Denn die Branche ist im Wandel. Aktuell sind wir mit Themen rund um Imageverlust und Veränderungen am Arbeitsmarkt konfrontiert. Dazu kommen fundamentale globale Herausforderungen wie der Klimawandel, die Energie- und Wirtschaftskrise und der immer lauter werdende Appell nach einer nachhaltigen Entwicklung. Mit der Gründung des „PIZ – Zukunftslabor für nachhaltigen Tourismus“ sowie der Arbeitgebermarke Montafon, um nur zwei Projekte zu nennen, nimmt sich Montafon Tourismus diesen Herausforderungen an und versucht so, die Weichen für eine nachhaltige Zukunft des (Er-)Lebensraums Montafon zu stellen.

A handwritten signature in dark ink, appearing to be 'M. Bitschnau', written in a cursive style.

Schöni Grüaß

Manuel Bitschnau,
GF Montafon Tourismus GmbH

Tourismusbeirat

Im Tourismusbeirat sind alle Gesellschaftergruppen des Tales vertreten, welche sich zweimal im Jahr treffen. Dort werden die Mitglieder über wichtige Entwicklungen informiert. Ebenso tauschen sich die verschiedenen Interessensgruppen über diverse Themen aus. Zusätzlich wurden noch Arbeitsgruppen gebildet, die sich beispielsweise mit den Themen Infrastruktur oder Ganzjahrestourismus beschäftigen.



4 Montafoner Bergbahngesellschaften

Peter Marko **Silvretta Montafon**
Judith Grass **GSL Tourismus**

Thomas Lerch **Gargellner Bergbahnen**
Jürgen Zudrell **Montafoner Kristbergbahn**



8 Tourismusgemeinden

Herbert Bitschnau **Tschagguns**
Jürgen Kuster **Schruns**
Florian Küng **Vandans**
Josef Lechthaler **St. Gallenkirch**

Helmut Pechhacker **St. Anton i. M.**
Daniel Sandrell **Gaschurn**
Martin Vallaster **Bartholomäberg**
Thomas Zudrell **Silbortal**



Stand Montafon



2 Wirtschaft Montafon Mitglieder

Tobias Stergiotis **Wirtschaft Montafon**
Christian Zver **Wirtschaft Montafon**



15 Montafoner GastgeberInnen-Vertreter

Ulrike Bitschnau **Ferienwohnung Bitschnau Ulrike**
Daniel Dönz **Chalets Montafon**
Markus Felbermayer **Felbermayer Hotel & AlpineSpa-Montafon**
Daniel Fritz **Sport- & Vitalhotel Bachmann**
Yvonne Grabher-Agueci **Sporthotel Grandau**
Manuela Kogoj **Haus Berta**
Heike Ladurner-Strolz **Hotel Zimba**

Christoph Metzler **BergSPA & Hotel Zamangspitze**
Marion Netzer **Hotel Vitalquelle Montafon**
Romy Pichler **Gauahof**
Patrick Rösler **Haus Silberberg**
Gertrud Tschohl **Genießhotel Montafoner Hof**
Oliver Tschofen **Ferienhäuser Tschofen Garfrescha**
Andreas Zudrell **Hotel Fernblick Montafon**
Jürgen Zudrell **Panoramagasthof Kristberg**



Montafon Tourismus

Manuel Bitschnau **Geschäftsführer**
Evi Stohs **Bereichsleitung Kundenservice**
Karin Sattler **Bereichsleitung Events**
Michael Junginger **Bereichsleitung Marketing und Kommunikation**
Roland Fritsch **Bereichsleitung (Er)Lebensraummanagement**

Aufsichtsrat

Vertreten im Aufsichtsrat sind die zwei nächstgrößten Gemeinden, zwei Vertreter der restlichen sechs Tourismusgemeinden, je ein Vertreter der gewerblichen und privaten Gastgeberinnen und Gastgeber sowie eine Vertreterin der Bergbahnen.



Heike Ladurner-Strolz (**Vorsitzende**)
Bgm. Josef Lechthaler (**Stellvertreter**)
Bgm. Daniel Sandrell
Andreas Zudrell
Jürgen Zudrell
Dr. Patrick Rösler
Judith Grass, MA

Gesellschafter

Die acht Tourismusgemeinden, alle vier Bergbahngesellschaften, der Stand Montafon und neu die Wirtschaft Montafon, Sektion Tourismus, sind die Gesellschafter von Montafon Tourismus.

51 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Im Team von Montafon Tourismus waren im Tourismusjahr 2021/22 51 Mitarbeitende an sechs Standorten im Montafon angestellt – 25 Personen davon in Vollzeit, 19 in Teilzeit und sieben befinden sich in Karenz.

234 Markenbotschafterinnen- und botschafter

Insgesamt 234 Markenbotschafterinnen und Markenbotschafter vermitteln nach Außen jene Werte, die die Marke Montafon bilden: geschichtsträchtig, pionierhaft, bäuerlich, traditionell und eigenwillig. Detailliertere Informationen zur Marke Montafon findest Du auf der nächsten Seite.

27 Mitglieder in der Sportlerfamilie Montafon

Seit 2015 unterstützt Montafon Tourismus Profi- und Nachwuchssportlerinnen und -sportler, die Mitglied in einem Montafoner Verein sind, unter dem Dach „Sportlerfamilie Montafon“ finanziell. Im Tourismusjahr 2021/22 verzeichnete die Sportlerfamilie Montafon 27 Montafoner Athletinnen und Athleten aus den Bereichen Ski Alpin, Ski Cross, Snowboard Cross, Snowboard Alpin, Ski-bergsteigen und Mountainbike. Neben zahlreichen Spitzenplatzierungen in den verschiedensten Disziplinen markierte der Olympiasieg von Alessandro „Izzi“ Hämmerle den Höhepunkt für die Sportlerfamilie Montafon im vergangenen Tourismusjahr.

Die Marke Montafon

Ein Auszug aus dem
Montafoner Tourismus Leitbild

WARUM?

UNSERE MISSION FÜR DAS MONTAFON



Im Montafon streben wir nach qualitativem, ganzjährigem Aufenthaltstourismus. Um diesem Ziel gerecht zu werden, setzen wir auf eine ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltige Entwicklung, weltoffene Regionalität und echte Gastfreundschaft. Mit besonderen und authentischen Erlebnissen auf Vorarlberger Art wollen unsere Manufakturen mit exzellenter Könnerschaft und fairen Kooperationen das gute Leben für den gesamten Lebensraum und seine Bewohnerinnen und Bewohner erreichen.

WIE?

UNSERE MARKENSTRATEGIE



So wollen wir wahrgenommen werden ...

PERSÖNLICH



Und das wollen wir unseren Gästen bieten ...

**DAS MONTAFON, DIE PERSÖNLICH ERFAHR-
BARSTE BERG- UND LEBENSWELT DER ALPEN.**

WIE?

DIE PRINZIPIEN UNSERER MARKENSTRATEGIE



MEIN-MONTAFON-PRINZIP

Das Montafon setzt auf individuelle Angebote. Sie sind an Personen gekoppelt und schaffen so eine unkomplizierte Nähe.



VERZÄHNUNGS-PRINZIP

Die Lebens- und Bergwelt greift im Montafon stark ineinander. Dies spürt man in Angeboten, Architektur und Infrastruktur.



ZUGANGS-PRINZIP

Wir stellen sicher, dass sämtliche Zugangsbarrieren zu Erfahrungen in der Berg- und Lebenswelt abgebaut und auf ein Minimum reduziert werden.

WO?

UNSERE ZIELMÄRKTE



DEUTSCHLAND: Hessen, Nordrhein-Westfalen, Hamburg, Berlin, Bayern, Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Sachsen



SCHWEIZ: deutschsprachige Schweiz



BENELUX: Belgien und Niederlande



ÖSTERREICH: Salzburg, Oberösterreich, Niederösterreich, Wien und Burgenland



FRANKREICH: Elsass

UNSERE DNA

T

Tüchtig

B

Bäuerlich

E

Eigenwillig



G

Geschichtsträchtig

P

Pionierhaft

WAS?

UNSERE PRODUKTSCHIENEN



SCHNEE



BERGKULTUR



WANDERN



KLETTERN



BIKEN

MONTAFONER TOURISMUS LEITBILD

WARUM? UNSERE MISSION FÜR DAS MONTAFON



Im Montafon streben wir nach qualitativem, ganzjährigem Aufweltsporttourismus. Um diesem Ziel gerecht zu werden, setzen wir auf eine wirtschaftlich, ökonomisch und sozial nachhaltige Entwicklung, weitestmögliche Gästezufriedenheit und authentische Erlebnisse auf Vorarlberger-Art. Unsere Machtfaktoren mit exzellenter Könnerschaft und fairen Kooperationen sind das gute Leben für den gesamten Lebensraum und seine Bewohner und Bewohnerinnen.

ÜBERGEORDNETE STRATEGIEN

- ÖSTERREICH-STRATEGIE**
Die Marke „Montafon“ ist ein zentraler Bestandteil des regionalen Tourismusmarketingkonzepts. Die Marke Montafon ist ein zentraler Bestandteil des regionalen Tourismusmarketingkonzepts.
- TOURISMUSSTRATEGIE 2030**
Aufbauend auf der Vision „Qualität und Innovation“ werden die Themen „Wirtschaft, Ökonomie und Sozial“, „Kultur, Identität und Gastfreundschaft“, „Nachhaltige Regionalität“, „Innovative Entwicklung“ und „Zukunftskompetenz“ als strategische Schwerpunkte definiert.

WIE? UNSERE MARKENSTRATEGIE

- PERSÖNLICH**
So stellen wir uns gegenüber unseren Gästen.
- DAS MONTAFON, DIE PERSÖNLICHE ERFAHRUNG**
BÄUERLICHE BERG- UND LEBENSWEISE DER ALPEN

WIE? DIE PRINZIPIEN UNSERER MARKENSTRATEGIE

- MEIN-MONTAFON-PRINZIP**
Das Montafon ist ein aufweltsporttouristisches Erlebnis. So sind wir Personen persönlich und schaffen so eine „erlebte Marke“.
- VERZÄHNUNGS-PRINZIP**
Das Montafon ist ein aufweltsporttouristisches Erlebnis. So sind wir Personen persönlich und schaffen so eine „erlebte Marke“.
- ZUKUNFTS-PRINZIP**
Wir unterstützen, dass die nächste Generation unsere Erfahrungen in der Berg- und Lebenswelt genießen und auf ein aktives Leben vorbereitet ist.

WIE? UNSERE MARKENREGELN

- MEIN-MONTAFON-REGEL**
Wird eine persönliche Erfahrung ermöglicht?
- BEZIEHUNGS-REGEL**
Wird eine Beziehung ermöglicht?
- STILSTIM-REGEL**
Ist die Marke klar, einprägsam und authentisch?
- VERZÄHNUNGS-REGEL**
Ist sie Teil der Berg- und Lebenswelt?
- ZUKUNFTS-REGEL**
Wird eine nachhaltige Sägung ermöglicht?

UNSERE DNA



WAS? MONTAFONER ORTSPROFILE

- ST. ANTON IM MONTAFON**
Gipfelregion
- BARTHOLOMÄBERG**
Dachsteinregion
- WÄNDERS**
Blickpunkt ins Montafon
- SCHRUMS**
Tourenregion
- TSCHEGDORF**
Blickpunkt ins Montafon
- SILBERSTAL**
Blickpunkt ins Montafon
- ST. GALLENKIRCH-BARTENEN**
Blickpunkt ins Montafon
- SARGELLEN**
Blickpunkt ins Montafon
- SASCHUBEN**
Blickpunkt ins Montafon

WEITERE HINTERGRUNDINFORMATIONEN

ZUM LEITBILD montafon.at/marke

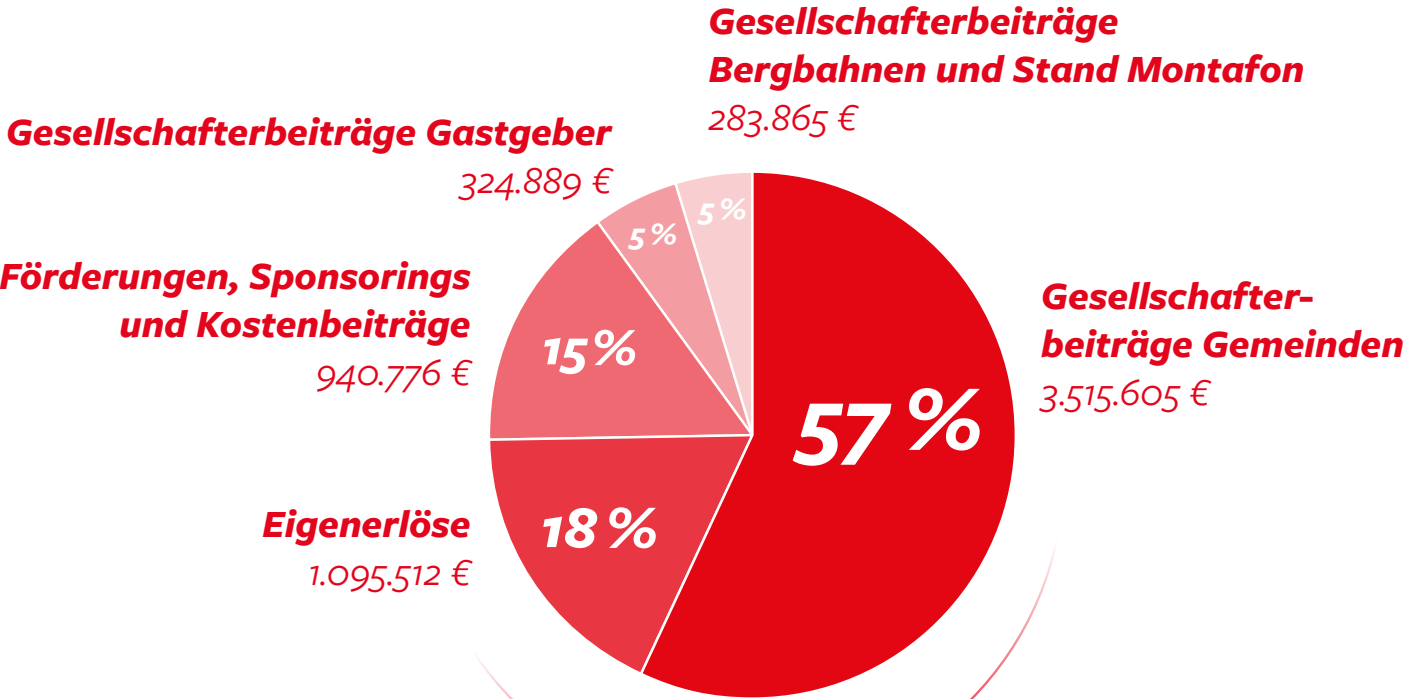
Das Montafoner Tourismus Leitbild ist als Druckwerk in allen Montafoner Tourismusinformatoren erhältlich.



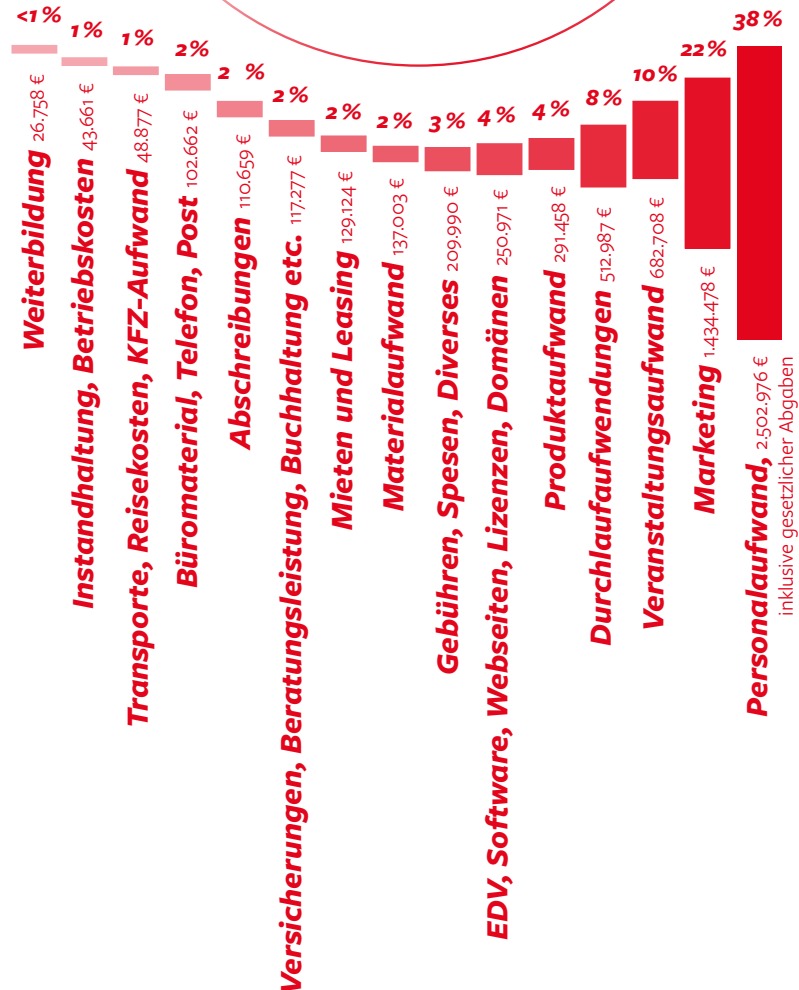
ZUM LEITBILD montafon.at/marke



Jahresbudget

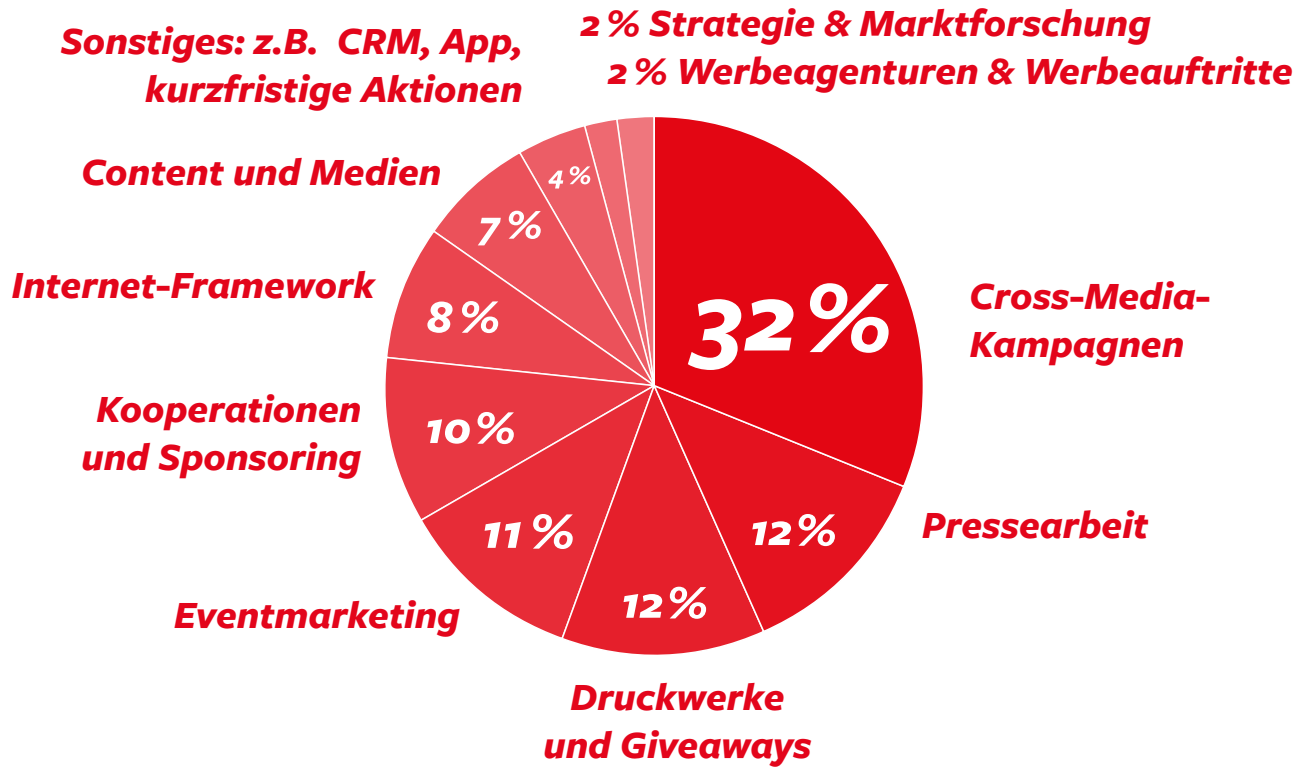


Verwendung des Budgets





Marketingausgaben





17.843 Euro Wertschöpfung

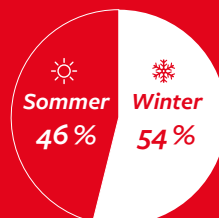
Die Gäste gaben im Montafon pro Tag (ohne Anreise) im Sommer 2022 durchschnittlich 137 Euro aus, im Winter 2021/22 beliefen sich die Tagesausgaben auf 175 Euro pro Gast. Bei 1.893.350 Nächtigungen im Tourismusjahr 2021/22 ergibt das eine Wertschöpfung von 17.843 Euro pro Montafoner Einwohnerin und Einwohner.

Dazu im Vergleich: Im Tourismusjahr 2018/19, also vor der Corona-Pandemie, lag die Wertschöpfung bei rund 18.447 Euro (- 3,0 Prozent) pro Einwohnerin und Einwohner, im vergangenen Tourismusjahr 2020/21 coronabedingt bei 6.400 Euro (+ 178 Prozent) pro Einwohnerin und Einwohner. Vor fünf Jahren, also 2016/17, lag diese bei 13.435 Euro pro Einwohnerin und Einwohner, was verglichen mit dem Tourismusjahr 2021/22 einen Zuwachs der Wertschöpfung im Montafon um rund 33 Prozent bedeutet.

1.893.350 Nächtigungen

Im Tourismusjahr 2021/22 verzeichneten die Montafoner Beherbergungsbetriebe insgesamt **1.893.350** Nächtigungen, was ein **Nächtigungsplus von 138,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr** bedeutet. Die Gesamtnächtigungszahl verteilt sich mit 1.021.387 Nächtigungen (54 Prozent) auf den Winter und mit 871.963 Nächtigungen (46 Prozent) auf den Sommer. Die Sommersaison 2021 wird somit als **Rekordsommer seit 1983** verbucht, lediglich die Sommersaison 1991 konnte mit 871.935 Nächtigungen bisher mithalten. Vor der Corona-Pandemie,

Verteilung des Tourismusjahr 2021/22 nach Saisonen



1.557 gemeldete Betriebe

Zum 31. Oktober 2022 waren im Montafon 1.557 Betriebe gemeldet. Ferienwohnungen mit rund 72,51 Prozent machen dabei den größten Teil aus.



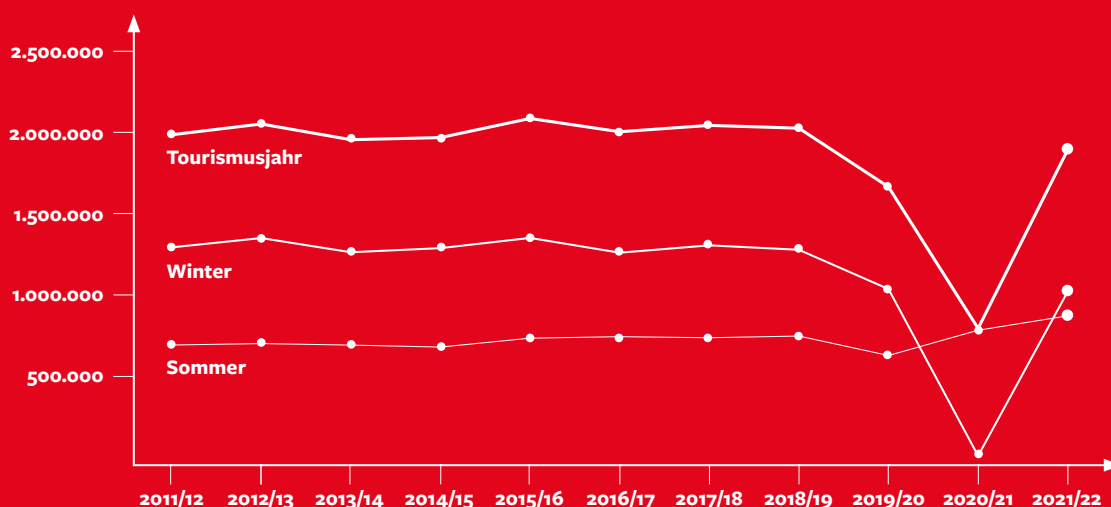
1.435 Beschäftigte

Der Tourismus ist einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren im Montafon. 1.435 Personen waren von November 2021 bis Oktober 2022 in den gewerblichen Tourismusbetrieben im Tal beschäftigt, in ganz Vorarlberg waren es 13.202 Personen. Die ausgewiesene Zahl der im Montafon Beschäftigten berücksichtigt jedoch nicht den privaten Sektor, der einen wesentlichen Teil der Tourismusbetriebe ausmacht.

im Tourismusjahr 2018/19, wurden im Sommer 747.805 Nächtigungen verzeichnet. Die Wintersaison 2021/22 verzeichnet im Vergleich zum Vorjahr ebenso ein Plus, welche sich aufgrund der Corona-Beschränkungen im Vergleichsjahr 2020/21 mit einem überproportionalen Zuwachs von über 9.000 Prozent zu Buche schlägt. Im Vergleich zur Wintersaison im Tourismusjahr 2018/19 mit 1.278.370 Nächtigungen verzeichnet die Wintersaison 2021/22 allerdings einen Rückgang von 20,1 Prozent.

Im Vergleich zum Tourismusjahr 2018/19 (Winter 63 %, Sommer 37 %) sowie zu vor zehn Jahren (Winter 66 %, Sommer 34 %) als der Winter im Gegensatz zum Sommer noch deutlich stärker war, zeichnet sich nun eine Annäherung der beiden Saisonen ab.

Nächtigungsentwicklung



Nächtigungen



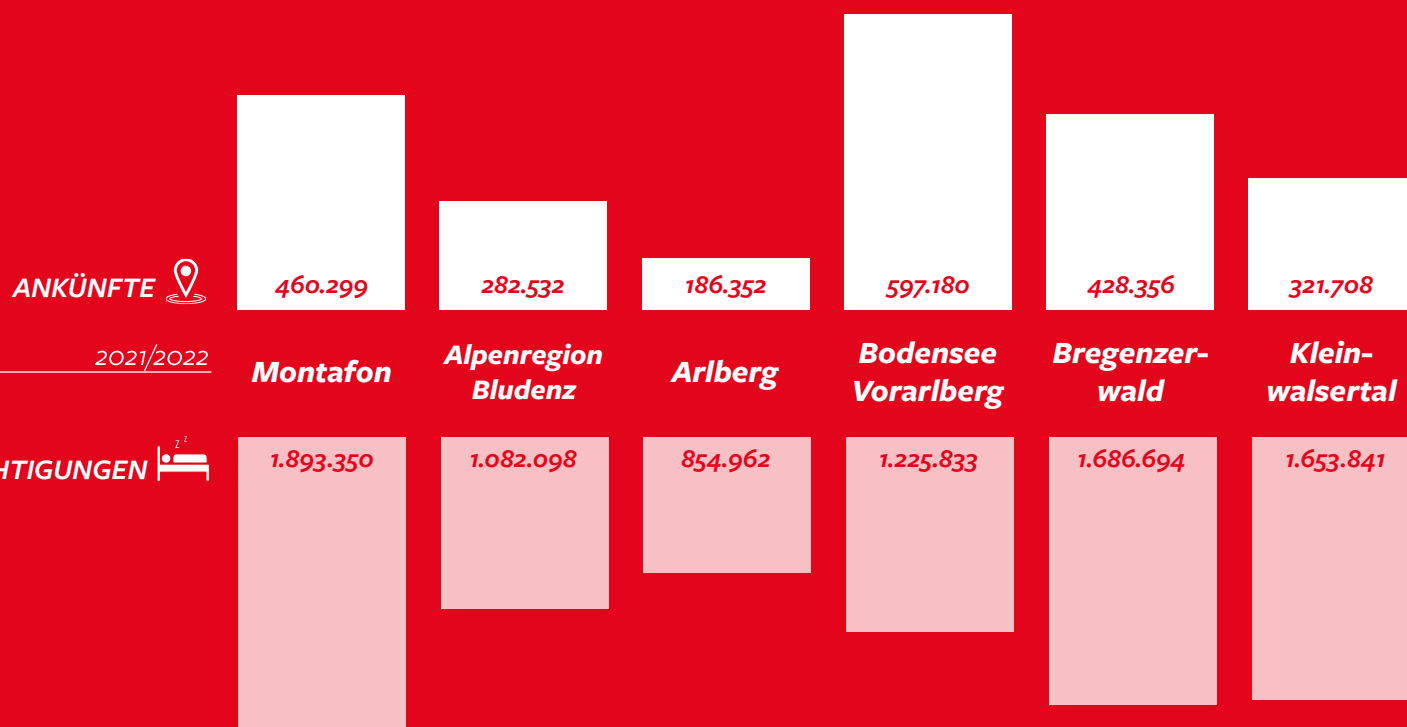
Ankünfte

Kategorie	Nächtigungen	Ankünfte
Tourismusjahr 2021/22	+138,2 %* (1.893.350)	+124,5 %* (460.299)
Winter	+9.018,7 %* (1.021.387)	+8.764,8 %* (223.482)
Sommer	+11,3 %* (871.963)	+17 %* (236.817)

*Prozentuelle Veränderung bzw. Zuwachs im Vergleich zum Tourismusjahr 2020/21

Nächtigungszahlen

im Vergleich zu anderen Vorarlberger Destinationen



Ankünfte und Nächtigungen nach Gemeinden



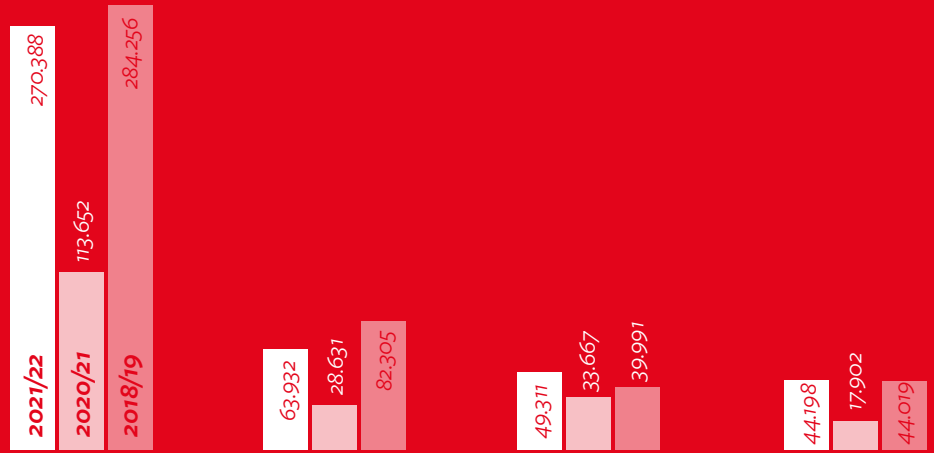
Ankünfte



Nächtigungen



Ankünfte nach Nationen

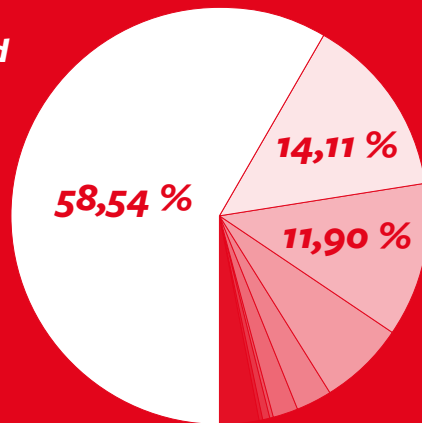


1. Deutschland 2. Schweiz/FL 3. Österreich 4. Niederlande

2021/22: 5. Belgien (8.904), 6. Frankreich (8.672), 7. Italien (1.960), 8. Großbritannien (1.375), 9. Luxemburg (1.374), 10. Übrige Länder (10.185)

Nächtigungen nach Nationen

1. Deutschland
1.108.352



2. Niederlande
267.242

3. Schweiz/FL
225.383

4. Österreich 124.822 (6,59 %)

5. Belgien 52.277 (2,76 %)

6. Frankreich 38.372 (2,03 %)

7. Luxemburg 8.346 (0,44 %)

8. Italien 7.921 (0,42 %)

9. Großbritannien: 7.316 (0,39 %)

10. Übrige Länder: 53.319 (2,82 %)

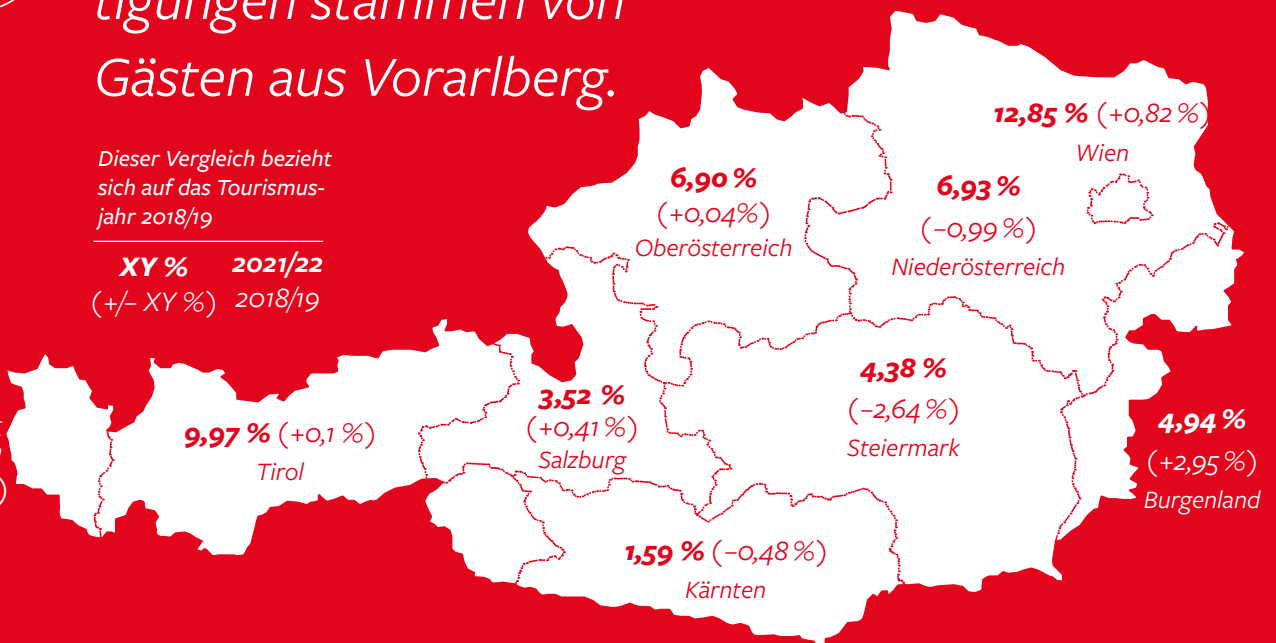


48,92 Prozent der österreichischen Nächtigungen stammen von Gästen aus Vorarlberg.

Dieser Vergleich bezieht sich auf das Tourismusjahr 2018/19

XY % 2021/22
(+/- XY %) 2018/19

48,92 %
(-0,21 %)
Vorarlberg

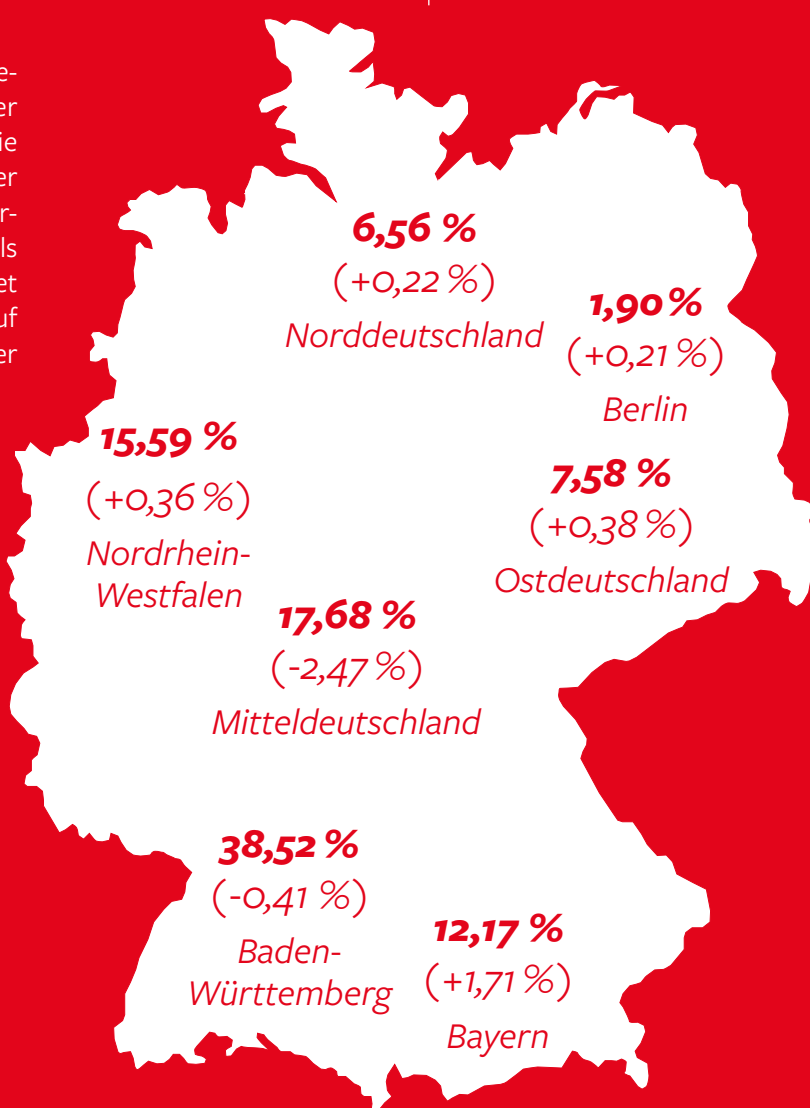


1.108.352

Nächtigungen aus Deutschland

Mit 1.108.352 Nächtigungen macht der deutsche Gast rund zwei Drittel der Nächtigungen im Tourismusjahr 2021/22 aus. Auch gemessen an den Ankünften ist Deutschland – wie auch in der Markenstrategie definiert – der bedeutendste Markt für das Montafon.

Bereits zum zweiten Mal in Folge liegt die Niederlande in Bezug auf die Nächtigungen vor der Schweiz. Was die Ankünfte betrifft, markiert die Schweiz jedoch nach wie vor Platz zwei auf der Rangliste. Daraus ist erkennbar, dass der niederländische Gast länger im Montafon verweilt als der Gast aus der Schweiz. Österreich befindet sich – wie in den vergangenen Jahr auch – auf Platz drei bei den Ankünften und auf Platz vier bei den Nächtigungen.



Dieser Vergleich bezieht sich auf das Tourismusjahr 2018/19

XY % 2021/22
(+/- XY %) 2018/19



5

Zielmärkte

Für die direkte Ansprache der Zielgruppen hat Montafon Tourismus im Rahmen der Markenstrategie fünf Zielmärkte in den Ländern ausgewiesen, deren Bewohnerinnen und Bewohner am besten der Zielgruppe entsprechen: Sie verbringen gerne Zeit in den Bergen und haben eine Vorliebe für Wintersport, verfügen über eine entsprechende Kaufkraft und können leicht anreisen. Der größte Zielmarkt ist unser Nachbarland Deutschland mit den Bundesländern Baden-Württemberg, Hessen, Nordrhein-Westfalen, Hamburg, Berlin, Bayern, Rheinland-Pfalz und Sachsen. Auf dem zweiten Platz liegt die Schweiz mit Schwerpunkt auf die Deutschschweiz. Danach folgen die Benelux-Staaten Niederlande, Belgien und Luxemburg. Auf Rang vier ist Österreich mit dem Fokus auf Salzburg, Oberösterreich, Niederösterreich, Wien und Burgenland. Und auf Platz fünf folgt Frankreich mit dem Fokus auf das Elsass.

Siehe auch Besucherzahlen der Webseite.

4,11 Tage Aufenthaltsdauer

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer im Tourismusjahr 2021/22 betrug 4,11 Tage. Im Sommer verweilten die Gäste im Montafon dabei im Durchschnitt 3,68 Tage, im Winter rund 4,57 Tage. **Im Vergleich:** Vor der Corona-Pandemie, im Tourismusjahr 2018/19, lag die durchschnittliche Aufenthaltsdauer bei 4,16 Tagen, vor zehn Jahren noch bei 4,48 Tagen. Somit zieht sich der Trend in Richtung kürzere Aufenthaltsdauer weiter.









In Bezug auf die Montafoner Tourismuskommunen liegt **Gargellen** erneut an der Spitze – hier bleiben die Gäste im Sommer wie Winter im Durchschnitt **5,91 Tage**. Bei den Gästen verbringt **der niederländische Gast** mit durchschnittlich **6,05 Tagen** am meisten Zeit im Montafon.

22.036 Gästebetten

Im Montafon wurden im Tourismusjahr 2021/22 durchschnittlich 22.036 Gästebetten verzeichnet, von denen allerdings nur ca. 16.500 aktiv über Plattformen angeboten werden. 21.964 Betten davon fallen auf den Winter, 22.107 auf den Sommer. Die meisten Gästebetten sind dabei privaten Ferienwohnungen zuzurechnen.

280 Stammgästeehrungen

280 Gäste (68 mehr als im vergangenen Tourismusjahr) durfte Montafon Tourismus im Tourismusjahr 2021/22 für ihre „Treue“ ehren. Die geehrten Stammgäste kamen dabei bereits zwischen fünf und fünfzig Jahren ins Montafon.

	Aufenthaltsdauer Ø	Vollbelegstage / Bettenauslastung in %
 4 Stern	3,74 Tage	146,94 Tage / 40,82 %
 3 Stern	3,64 Tage	116,91 Tage / 32,47 %
 1 2 Stern	3,45 Tage	94,45 Tage / 26,24 %
 Gew. Ferien- wohnung	5,45 Tage	96,44 Tage / 26,79 %
 Privat	4,41 Tage	55,45 Tage / 15,40 %
 Private Ferien- wohnung	5,95 Tage	74,61 Tage / 20,72 %
 Camping	4,48 Tage	18,08 Tage / 5,02 %
 Restl. Betriebe	1,49 Tage	85,39 Tage / 23,72 %
Gesamt	Ø = 4,11 Tage	Ø = 85,92 Tage / 23,87 %

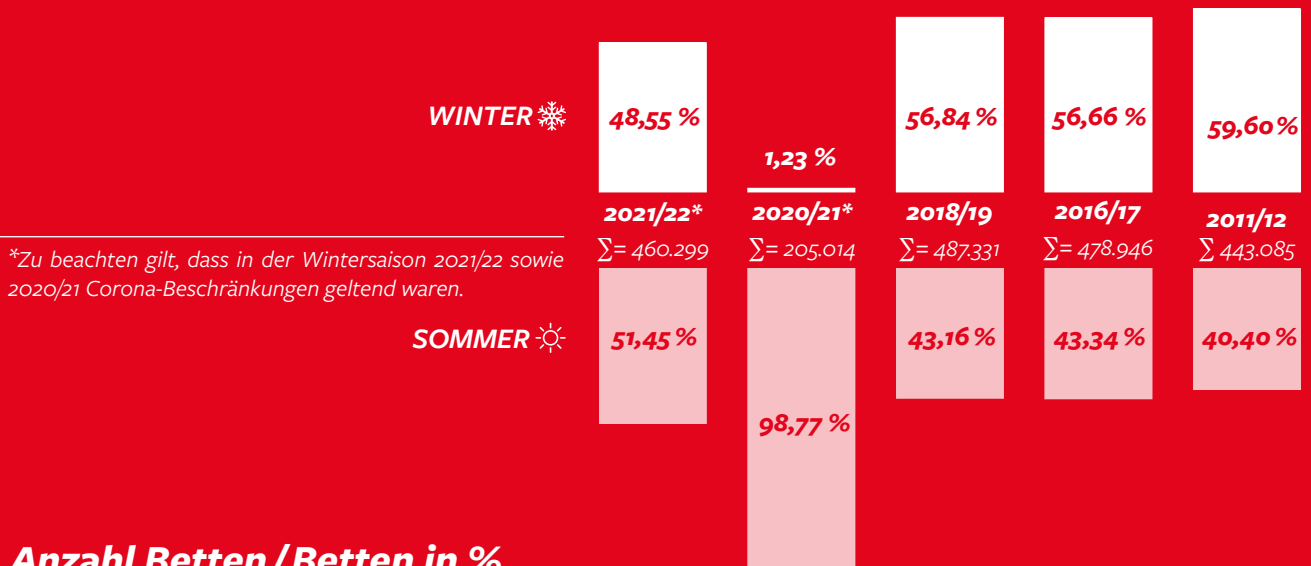
460.299



Gäste

Von 1. November 2021 bis 31. Oktober 2022 reisten insgesamt 460.299 Gäste ins Montafon. Davon verteilten sich 223.482 Gäste auf den Winter und 236.817 auf den Sommer. Im Vergleich dazu verteilten sich die Gästezahlen 2018/19 wie folgt: 276.993 im Winter, 210.338 im Sommer. Vor zehn Jahren überwiegte der Winter mit 264.074 Gästen noch deutlich stärker gegenüber dem Sommer mit 179.011 Gästen. Somit zeichnet sich über die Jahre ein deutlicher Trend in Richtung ausgeglichener Saisonverteilung ab (siehe lt. nachstehender Grafik).

Gästeentwicklung hinsichtlich der Saisonverteilung im Vergleich



Anzahl Betten / Betten in %

2.879 Betten / 13,07 %

2.045 Betten / 9,28 %

1.070 Betten / 4,85 %

3.966 Betten / 18,00 %

781 Betten / 3,54 %

7.427 Betten / 33,70 %

2.674 Betten / 12,13 %

1.196 Betten / 5,43 %

Σ = 22.036 Betten

Buchungsverhalten

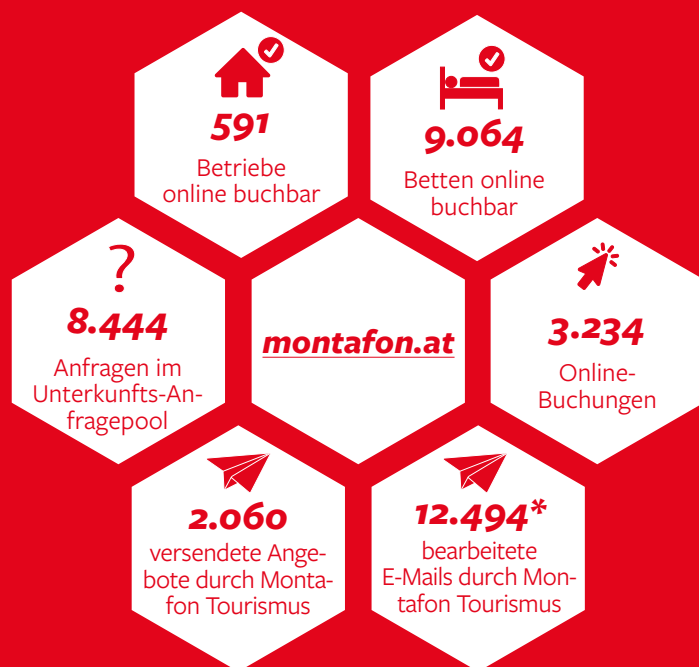


Wann wird gebucht?



Im Tourismusjahr 2021/22 wurden insgesamt 3.234 Buchungen über Montafon Tourismus direkt (montafon.at) vorgenommen. Dazu kommen zahlreiche Direktbuchungen bei den Unterkünften sowie Buchungen über Schnittstellen und weitere Online-Plattformen. Grundsätzlich ist in diesem Jahr erneut der Trend zur spontanen Buchung erkennbar. So haben rund 20 Prozent der Gäste maximal 14 Tage vor Urlaubsantritt ihre Reise ins Montafon gebucht, 14 Prozent sogar erst maximal drei Tage zuvor. Demgegenüber stehen allerdings 37 Prozent der Gäste, die mehr als 70 Tage im Voraus gebucht haben.

Anfragen/ Buchungen über Montafon Tourismus

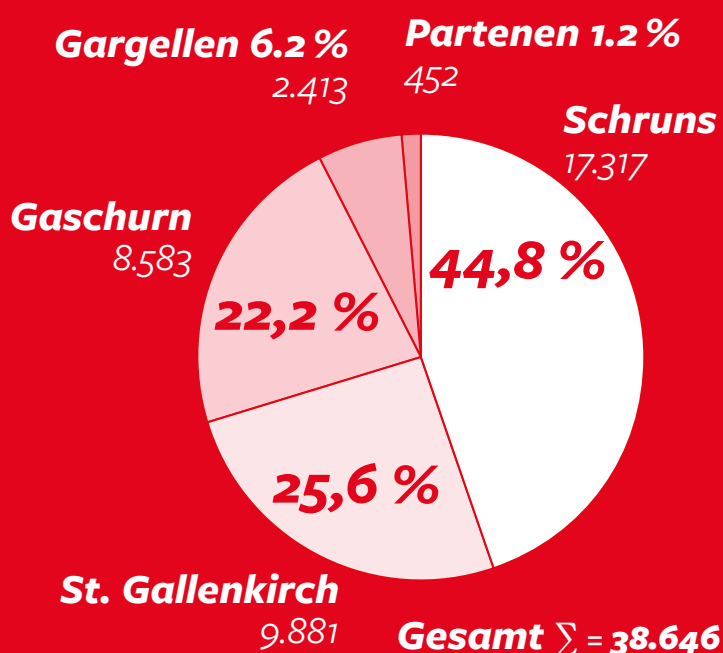


*Diese Zahl bezieht sich ausschließlich auf E-Mail-Anfragen über Montafon Tourismus direkt. Dazu kommen natürlich zahlreiche weitere E-Mail-Anfragen zu diversen Themen, die vom Gästeservice täglich bearbeitet werden.

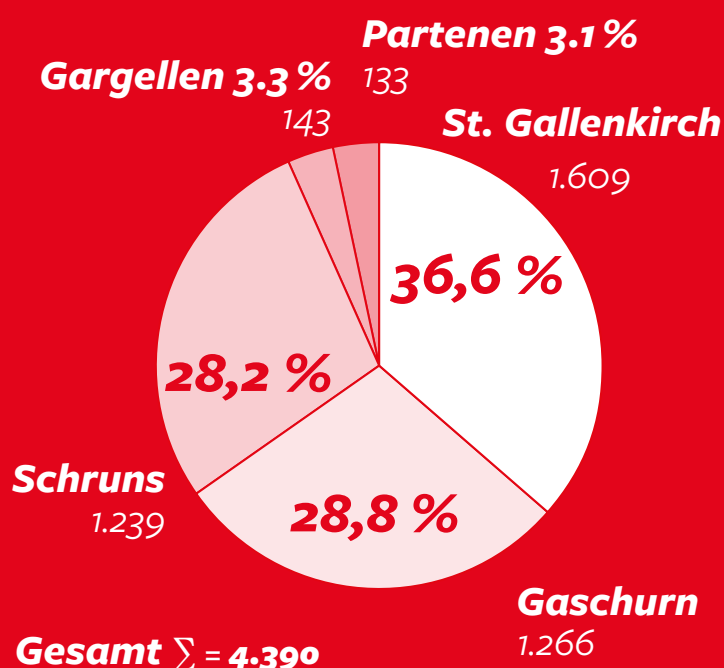
Frequenz der 5 Tourismusinformationen

Fünf Tourismusinformationen standen den Gästen sowie den Montafoner Gastgeberinnen und Gastgebern in Schruns, St. Gallenkirch, Gaschurn, Gargellen und Partenen zur Verfügung. 38.646 Gäste sowie 4.390 Gastgeberinnen und Gastgeber nutzten im Tourismusjahr 2021/22 das Angebot vor Ort.

GÄSTE



GASTGEBER



Montafoner Gastgeberakademie



Gastgeberin oder Gastgeber zu sein, ist ungemein bereichernd und macht einen stolz auf die schöne Region, in der wir leben dürfen. Die Rahmenbedingungen für die Vermietung an Gäste haben sich in den letzten Jahren jedoch geändert und stellen hohe Anforderungen an unsere Gastgeberinnen und Gastgeber im Tal. Deshalb unterstützt Montafon Tourismus mit der Montafoner Gastgeberakademie.

Im Rahmen der Montafoner Gastgeberakademie wurden im Tourismusjahr 2021/22 **19 Kurse** zu unterschiedlichen **Themen wie unter anderem Feratel, Social Media und Preiskalkulation** angeboten. Von den Kursen mussten sechs krankheitsbedingt leider abgesagt werden, drei Kurse wurden im Jänner und Februar, bedingt durch Corona-Sicherheitsmaßnahmen, online abgehalten. Abgesehen davon wurden die Kurse gut angenommen – der Kurs zum Thema Preiskalkulation war mit 20 Teilnehmerinnen und Teilnehmer (maximale Teilnehmerzahl) dabei der bestbesuchte.

T-MONA



Interessante Erkenntnisse
aus der T-MONA-Analyse
2021/22

T-MONA, der Tourismus Monitor Austria, ist ein Gästebefragungstool, das die Marktforscherinnen und Marktforscher der Österreich Werbung und der neun LTO Österreichs gemeinsam entwickelt haben – umgesetzt durch die Firma Manova. Montafon Tourismus ist seit Jahren aktiver Teil dieses Befragungssystems und erhält so wichtige Daten in Bezug auf unsere Gäste wie beispielsweise Informationen zum Reiseverhalten, zur Zufriedenheit und zu den Reisemotiven. Insbesondere die Entwicklung über mehrere Jahre ist interessant und lässt Veränderungen innerhalb der Gästestrukturen sichtbar werden.

Anstieg der Mehrausgaben pro Gast / pro Tag > Über die letzten Jahre hinweg ist ein deutlicher Anstieg der Tagesausgaben (ohne Anreise) pro Gast zu verzeichnen, auch inflationsbereinigt zeichnet sich ein deutliches Plus ab.

Verschiebung der Gästesicht > Eine Verschiebung der Gästesicht im Bereich der SINUS-Milleus „Etablierte Postmaterielle“ ist erkennbar. Dies ist positiv zu werten, sowohl hinsichtlich des höheren Haushaltsnettoeinkommens der Zielgruppe als auch hinsichtlich der Übereinstimmung mit der Tourismusstrategie Montafon.

Hohe Direktbuchungsrate > Das Montafon weist eine der höchsten Direktbuchungsraten Österreichs auf, sowohl über die Beherbergungsbetriebe direkt (66 Prozent) als auch speziell über die DMO/Tourismusinformation (also Montafon Tourismus) selbst. Hier sind die Buchungen fast doppelt so hoch als im Rest Österreichs.

Gästezufriedenheit

NPS (Net Promoter Score)

Der Net Promoter Score dient als Kennzahl, die unmittelbar die Bereitschaft zur Weiterempfehlung und mittelbar die Kundenzufriedenheit und -loyalität misst. Dieser Wert ist in den vergangenen fünf Jahren leicht gesunken, was mit großer Wahrscheinlichkeit unter anderem mit den Herausforderungen in den vergangenen Jahren zusammenhängt.

Würdest Du das Montafon als Urlaubsort weiterempfehlen?

69 % (Sehr Wahrscheinlich - 10 / 10)

20 % (Sehr Wahrscheinlich - 9 / 10)

= NPS von 84 % (Vergleich 2017/18: 86 % / 2020/21: 90 %)

Image des Montafon

Wie zufrieden bist Du in Deinem bisherigen Urlaub?

1,58 (Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht) (Vergleich 2020/21: 1,55)

Das Montafon wird wahrgenommen als

erholsam (65 %), (gast-)freundlich (64 %), sportlich-aktiv (57 %), gemütlich (55 %), familienfreundlich (54 %), naturnahe & ursprünglich (49 %)

Das Montafon wird nicht wahrgenommen als

überlaufen (2 %), hip & cool (1 %), exklusiv / luxuriös (2 %), teuer (8 %)

► **Diese Ergebnisse in Bezug auf das Montafoner Image zeigen klar, dass die Wahrnehmung der Gäste mit den Markenkernwerten von Montafon Tourismus übereinstimmen.**

BergePLUS



Das BergePLUS Programm bietet Gästen und Einheimischen das ganze Jahr über eine Vielfalt an geführten Touren in der Montafoner Bergwelt – dabei reicht das Tourenangebot unter anderem von Schneeschuhwanderungen und Skitouren über E-Mountainbike-Touren bis hin zu Klettersteigen und Wanderungen. Von November 2021 bis Oktober 2022 konnten insgesamt **5.281 Teilnehmerinnen und Teilnehmer** für das BergePLUS Programm begeistert werden. Die meisten Teilnehmerzahlen wurden dabei im Winter bei den Schneeschuhtouren und von Frühling bis Herbst bei den Klettersteigtouren verzeichnet.

Zudem sind mittlerweile bereits **229 Betriebe im Montafon BergePLUS Partnerbetriebe** und stellen ihren Gästen damit die Teilnahme am BergePLUS Basisprogramm kostenlos zur Verfügung. Auf das BergePLUS Premiumprogramm erhalten Gäste aus Partnerbetrieben einen Rabatt von 50 Prozent.

Winter 2021/22



1.216 Teilnehmerinnen und Teilnehmer¹



349 Teilnehmerinnen und Teilnehmer²



103 Teilnehmerinnen und Teilnehmer³



46 Teilnehmerinnen und Teilnehmer⁴

Sommer 2022



1.571 Teilnehmerinnen und Teilnehmer⁵



1.442 Teilnehmerinnen und Teilnehmer⁶



346 Teilnehmerinnen und Teilnehmer⁷



208 Teilnehmerinnen und Teilnehmer⁸

¹ Schneeschuhwandern, ² Winterwandern, ³ Skitouren, ⁴ Eisklettern, ⁵ Klettersteige, ⁶ Wandern, ⁷ (E-)Mountainbiken, ⁸ Kinderprogramm

685 online abrufbare Touren



Insgesamt sind 685 Touren zu den Themen Wandern, (E-)Mountainbiken, Klettern und Schnee von Montafon Tourismus online verfügbar. Im Tourismusjahr 2021/22 wurden die Touren insgesamt 1.227.758 Mal abgerufen – davon 792.758 Mal über das Montafon Tourenportal, 107.085 Mal über die Montafon App sowie 327.915 Mal über andere Webportale wie Bergfex, Outdooractive oder Komoot. Heruntergeladen wurden diese von interessierten Bergsportlerinnen und Bergsportlern insgesamt 90.198 Mal. Die **drei meistgeklickten Touren** bildeten dabei der „Schmugglerweg“, „Golmer Seenweg“ und „Alpgues Rundweg“, was das Thema Wandern zur beliebtesten Kategorie unter den Touren macht. Mit 12.273 Downloads wurde die Montafon App, die Wissenswertes für jede Jahreszeit rund um Aktivitäten im Montafon liefert, 823 Mal mehr heruntergeladen als wie im vergangenen Tourismusjahr.

Veranstaltungen

Gäste und Einheimische trafen sich im Tourismusjahr 2021/22 zu 25 verschiedenen Veranstaltungsformaten, die von Montafon Tourismus als Veranstalter ausgetragen wurden. Während in den Monaten November 2021 bis März 2022 aufgrund von Corona-Maßnahmen nur drei Veranstaltungen durchgeführt werden konnten, präsentierte sich der Veranstaltungssommer im Montafon gewohnt abwechslungsreich. Die Veranstaltungen waren dabei oft mehrtägig und wiederkehrend. So lockte beispielsweise alleine das Kulturfestival Montafoner Resonanzen mit 29 Einzelveranstaltungen über einen Zeitraum von sechs Wochen rund 2.700 Besucherinnen und Besucher. Darüber hinaus unterstützte Montafon Tourismus zahlreiche weitere Veranstaltungen als Mitveranstalter oder Sponsor. Insgesamt fanden 912 Veranstaltungen im Montafon statt.

Die Durchführung vieler Veranstaltungen ist nur mithilfe von freiwilligen Helferinnen und Helfern möglich – alleine für den M³ Montafon Mountainbike Marathon war ein Team aus 450 Helferinnen und Helfern sowie 40 Mitarbeitende von Montafon Tourismus im Einsatz. An dieser Stelle ein herzliches Dankeschön an jede und jeden Einzelnen für die Unterstützung!

Die A-Veranstaltungen des Tourismusjahres 2021/22

10. Jäger Ski WM



(7.–10.4.) – 250 Teilnehmerinnen und Teilnehmer
jaeger-ski-wm.com

Montafon Arlberg Marathon



(25.6.) – 821 Teilnehmerinnen und Teilnehmer
montafon.at/montafon-arlberg-marathon

Silvretta Classic Rallye Montafon



(7.–9.7.) – 180 Autos mit je zwei Teilnehmerinnen und Teilnehmer
montafon.at/silvretta-classic

Montafon Totale Trail



(9.7.) – 414 Teilnehmerinnen und Teilnehmer
montafontotale.at

M³ Montafon Mountainbike Marathon



(28.–30.7.) – 572 Teilnehmerinnen und Teilnehmer
montafon.at/m3

Montafoner Sagenfestspiele



(16.7.–20.8.) – ca. 4.500 Besucherinnen und Besucher bei insgesamt 11 Veranstaltungen
„Malena“ – Fluch oder Segen
sagenfestspiele.at

Montafoner Resonanzen



(4.8.–16.9.) – 2.703 Besucherinnen und Besucher bei insgesamt 29 Veranstaltungen
montafon.at/montafoner-resonanzen

Presse und Kommunikation

44 Presseaussendungen

Von November 2021 bis Oktober 2022 wurden durch Montafon Tourismus insgesamt 44 Presseaussendungen an Medien aus Deutschland, Österreich, der Schweiz sowie diverse Presseportale und Agenturen verschickt. Die Aussendungen umfassten Themen wie Veranstaltungen, neue Produkte, die Marke Montafon oder spannende Projekte.

55 Recherchereisen

55 Reisejournalistinnen und Reisejournalisten, Bloggerinnen und Blogger sowie Influencerinnen und Influencer aus Deutschland, den Niederlanden, der Schweiz, Österreich, Belgien, Frankreich, Schweden, Dänemark, USA und Kanada haben im Tourismusjahr 2021/22 das Montafon im Rahmen einer individuellen Recherchereise oder Gruppenrecherchereise besucht und im Nachgang über ihre Erlebnisse im Tal berichtet.

5.834 Online-Medienbeiträge

Insgesamt wurden im Tourismusjahr 2021/22 5.834 Online-Medienbeiträge über das Montafon veröffentlicht – 992 (45 Prozent) davon in Deutschland und 966 (44 Prozent) in Österreich. Die restlichen Veröffentlichungen verteilten sich auf die Schweiz, die Niederlande und Frankreich. Die Inhalte deckten unter anderem die von Montafon Tourismus definierten Produktschienen ab und reichten somit von Schnee (2.340) über Wandern (271) und (E-)Mountainbiken (128) bis hin zu Klettern (95) und Bergkultur (66). Dazu kommen zahlreiche Print-Medienbeiträge, die unter anderem durch Recherchereisen entstanden sind.

14,4 Mio. Hörerinnen und Hörer bei Audio PR-Radioreportagen

Mit drei Radioreportagen zu den Themen „Wintersaison 2021/22 im Montafon“, „Frühjahrsskifahren im Montafon“ und „Freiheit pur: (E-)Bike & Hike im Montafon“ gelang es, im Tourismusjahr 2021/22 rund 14,4 Millionen Radiohörerinnen und -hörer aus Deutschland in der Tagesreichweite zu erreichen. Am Beispiel der Reportage „Frühjahrsskifahren im Montafon“ weckten insgesamt 40 Radiosender die Lust an einem Skiurlaub im Montafon. Die Reportage erzielte eine Reichweite von über 4,7 Millionen Hörerinnen und Hörern pro Tag. Zusätzlich zu den Ausstrahlungen im Radio haben 18 Sender den Freizeit-Tipp auch online auf ihrer Senderwebseite veröffentlicht, wo weitere Textinfos und Links zu [montafon.at](https://www.montafon.at) sowie auch der Beitrag zur erneuten Wiedergabe abgerufen werden konnten.



10.837.988

Seitenaufrufe auf montafon.at

Von 1. November 2021 bis 31. Oktober 2022 konnten auf der Webseite **montafon.at** **10.837.988 Seitenaufrufe** verzeichnet werden, vergangenes Jahr waren es im gleichen Zeitraum – coronabedingt – lediglich 7.977.929. Rund **48,02 Prozent** der Nutzerinnen und Nutzer **besuchten dabei die Webseite zum ersten Mal**. Die durchschnittliche Verweildauer aller Nutzerinnen und Nutzer auf der Webseite belief sich auf **3 Minuten und 19 Sekunden**. Zwei Drittel aller Aufrufe fand von einem **Smartphone** aus statt, wohingegen 36,60 Prozent über einen Computer und nur 4,34 Prozent über ein Tablet auf die Webseite zugegriffen. **44,60 Prozent**, fast die Hälfte der Zugriffe, **stammten aus Deutschland**, 28,84 Prozent aus Österreich und 7,24 Prozent aus der Schweiz. Die Webseite ist auch auf Niederländisch übersetzt: 9,10 Prozent der Zugriffe kamen aus dem Benelux-Staat. Am **2. Jänner 2022** wurde die Seite **montafon.at** am besten besucht, insgesamt **52.562 Mal**. Neben der Startseite wurden am häufigsten die Unterseiten zum Thema **Webcams** sowie zum **Gastgeberverzeichnis** aufgerufen.


NEW
48,02 %


3 min.
19 sek.

 **Meistauf-**
gerufene 1. Startseite
Seiten 2. Webcams
3. Gastgeberverzeichnis

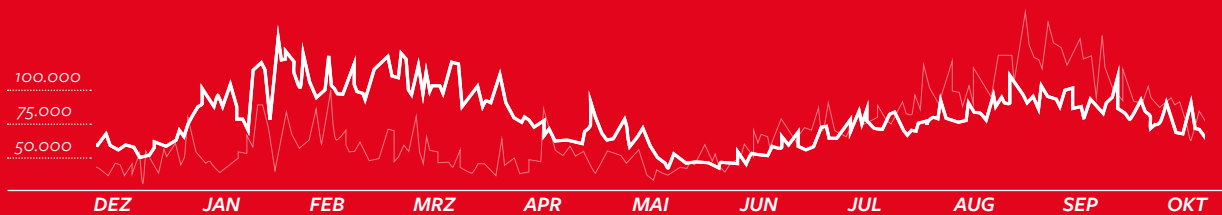

Deutschland: **44,60 %**
Österreich: **28,84 %**
Niederlande: **9,10 %**


52.562
Beste Aufrufe
2. Jänner 2022


Smartphone: **59,00 %**
Computer: **36,60 %**
Tablet: **4,34 %**

Seitenaufrufe

1.11.2021–31.10.2022 —
1.11.2020–31.10.2021 —



CRM-Systeme

CRM-Systeme bieten Unternehmen einen umfassenden Überblick über ihren Kundenstamm und ermöglichen es ihnen, Interaktionen nachzuverfolgen, Dienstleistungen zu verbessern und bessere Beziehungen aufzubauen. Ein sorgfältig gepflegtes CRM-System ist das Fundament eines Unternehmens. Auch Montafon Tourismus arbeitet damit und konnte im Tourismusjahr 2021/22 insgesamt **108.990 Kontakte**, davon 106.969 Personen sowie 2.294 Organisationen, verzeichnen. Diese Kontakte setzen sich aus Gästen, Newsletter-Abonnenten, Partnerinnen und Partner sowie Medienvertreterinnen und -vertretern zusammen.

Direktmarketing
(Montafon Newsletter)

Das CRM-System wird neben zahlreichen automatisierten E-Mail-Kampagnen (Bsp.: Pre-Stay, Stay, Post-Stay) unter anderem dafür genutzt, manuelle Newsletter an bestehende Kontakte zu versenden. Die gesammelten Daten helfen dabei, die Inhalte an die individuellen Bedürfnisse der Kontakte anzupassen. Der Montafon Newsletter richtet sich an bestehende Gäste, potentielle Gäste und all jene, die sich für das Angebot im Montafon interessieren. Im Tourismusjahr 2021/22 wurden **13 reguläre Montafon Newsletter**, die unter anderem inspirierende Inhalte und Informationen zu aktuellen Angeboten, Veranstaltungen enthielten, sowie zusätzlich **fünf Sondernewsletter** an durchschnittlich **32.518 Abonnenten** versendet. Durch gezielte Kampagnen gelang es, **5.960 neue Kontakte** für den Montafon Newsletter dazuzugewinnen. Die durchschnittliche Öffnungsrate des Montafon Newsletter belief sich im Tourismusjahr 2021/22 auf **42,26 Prozent**, im Jahr zuvor lag diese bei 33,45 Prozent – verglichen mit der **durchschnittlichen Öffnungsrate** in der Tourismus-/Reise-Branche mit 23,60 Prozent liegt der Montafon Newsletter somit erfreulicherweise weit über dem Durchschnitt.

Social Media Kanäle

Facebook
Instagram



Youtube

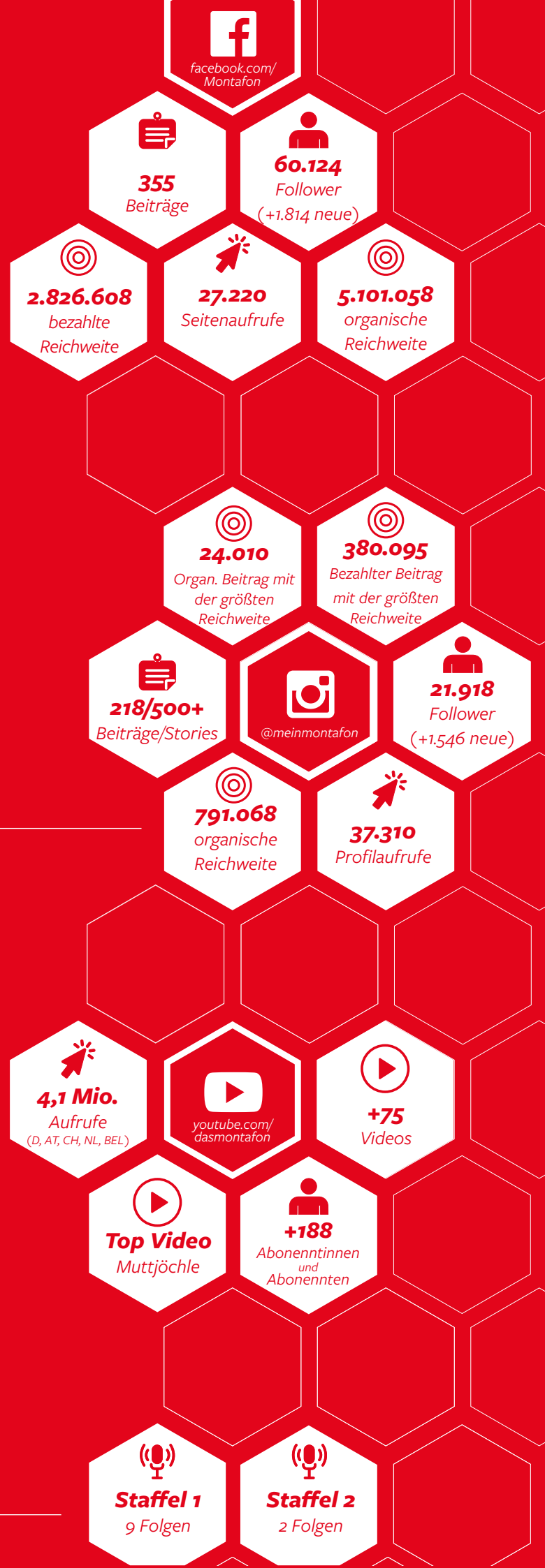
Top-Länder nach Aufrufen: Belgien 18,30 %, Deutschland 15,70 %, Niederlande 10,40 %, Österreich 7,20 %, Schweiz 2,90 %

Top-Video: Farbenprächtige Herbstwanderung aufs Muttjöchle mit insgesamt 1.174.328 Impressionen in der niederländischen Version und 749.038 Impressionen in der deutschsprachigen Version. (QR-Code einscannen)



Podcast

Im Montafon Podcast „Echte Berge. Echt erleben.“ trifft Jens aus Deutschland auf waschechte Montafoner Persönlichkeiten und erhält dadurch einen exklusiven Blick hinter die Kulissen des Montafon und seine Besonderheiten. Seit der Einführung im Juli 2021 wurden bereits elf Folgen veröffentlicht.



Tourismus im Wandel

Die Tourismusbranche befindet sich im ständigen Wandel und wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst wie zum Beispiel technologische Entwicklungen, gesellschaftliche Veränderungen, politische Entscheidungen und ökologische Herausforderungen. Diese Faktoren haben in den letzten Jahren dazu beigetragen, dass sich der Tourismus grundlegend verändert hat und sich auch in Zukunft weiter verändern wird. Immer mehr Menschen nutzen moderne Technologien, um ihre Reisen zu planen, während gleichzeitig der Fokus auf Nachhaltigkeit im Tourismus verstärkt an Bedeutung gewinnt. Diese Entwicklungen stellen sowohl Chancen als auch Herausforderungen für die Tourismusbranche dar und erfordern ein Umdenken bei allen Akteurinnen und Akteuren. Folgende Projekte und Initiativen wurden im Tourismusjahr 2021/22 von Montafon Tourismus uns seinen Partnern ins Leben gerufen, um das Montafon als nachhaltigen und attraktiven (Er-)Lebensraum für die Zukunft zu sichern.

Arbeitgebermarke Montafon

Der Tourismus gilt als einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren im Montafon. Rund 1.500 Menschen sind im südlichsten Tal Vorarlbergs in den gewerblichen Tourismusbetrieben beschäftigt, dazu kommen die Mitarbeitenden des privaten Sektors. Das Image der Tourismusbranche als attraktiver Arbeitgeber hat in den letzten Jahren aufgrund einer Fülle von Herausforderungen einen deutlichen Abschwung erlitten.

Seit Anfang 2022 beschäftigt sich im Montafon eine Arbeitsgruppe, bestehend aus 15 touristischen Betrieben, in Begleitung des Beratungsunternehmens Kohl & Partner mit dem Aufbau bzw. der Weiterentwicklung der Arbeitgebermarke Montafon. Montafon Tourismus unterstützt dabei mit der Koordination von Veranstaltungen und Weiterbildungen, im Schnittstellenmanagement mit externen Partnern (z.B. WKO, AMS, etc.) und im Marketing & der Kommunikation.

Touristische Betriebe müssen bestimmte Kriterien wie etwa eine respektvolle Unternehmenskultur, attraktive Gesamtpakete und die Möglichkeit zur Weiterentwicklung bieten, um Mitglied der „Arbeitgebermarke Montafon“ werden zu können. Jährliche Mitarbeiterbefragungen ermöglichen zudem eine Zertifizierung der Unternehmen im Rahmen eines landesweiten Programms – diese werden derzeit noch fixiert.

Nachhaltige Tourismusentwicklung



Im Jahr 2022 wurde das **PIZ – Zukunftslabor für nachhaltigen Tourismus** mit Unterstützung der Vorarlberger Illwerke sowie der Bank für Tirol und Vorarlberg von Montafon Tourismus ins Leben gerufen. Im Zuge dessen kümmern sich eigene Mitarbeitende darum, die nachhaltige Tourismusentwicklung im Montafon anzutreiben. Ziel ist es, das Montafon zu einer Modellregion für nachhaltigen Tourismus zu machen, indem regionale Lösungen für globale Herausforderungen aufgezeigt werden. Besonders wichtig ist dabei, die Ausrichtung auf die nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen – die sogenannten „Sustainable Development Goals“ (SDGs). Auch für den Tourismus im Montafon sind die SDGs von entscheidender Bedeutung, da sie eine klare Vision für eine nachhaltige Zukunft darstellen. Indem sich die Destination sowie die Tourismusbetriebe an den SDGs orientieren, können diese ihre Geschäftspraktiken und -prozesse optimieren, um ökologisch, sozial und wirtschaftlich nachhaltiger zu werden. Im Montafoner Tourismus sind daher alle Maßnahmen, die auf die SDGs abzielen, übersichtlich auf der Montafon Tourismus Webseite unter dem Titel „Nachhaltigkeit“ zusammengefasst.

Über das PIZ – Zukunftslabor für nachhaltigen Tourismus:

Zentrale Ziele des PIZ - Zukunftslabor für nachhaltigen Tourismus sind die Bewusstseinsbildung sowie die Information zu nachhaltigem Tourismus. Das soll die regenerative Entwicklung im Montafon vorantreiben, um das Tal zu einer echten Modellregion für nachhaltigen Tourismus zu machen. Dazu arbeitet das PIZ Montafon in drei Handlungsfeldern:

Handlungsfelder

GREEN MINDSET – Das PIZ Montafon informiert, gibt Impulse und hilfreiche Inspirationen. Unterschiedliche Veranstaltungen verfolgen allesamt das Ziel, das Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung von Einheimischen und Gästen zu stärken.

GREEN EXPERIENCES – Gemeinsam mit heimischen Betrieben werden Wege in Richtung einer nachhaltigen Entwicklung erarbeitet. Ziel ist es, den Einstieg in das Thema so einfach wie möglich zu gestalten und den Austausch untereinander zu stärken.

GREEN DESTINATION – Im Rahmen dieses Handlungsfeldes werden Projekte vorangetrieben die übergreifend im ganzen Tal wirken – von Mobilitätsangeboten bis zur großen Vision einer nachhaltigen Destination.

piz.montafon.at



„Turn to zero“

Einen weiteren Schritt in Richtung Modellregion für nachhaltigen Tourismus hat Montafon Tourismus im Tourismusjahr 2021/22 mit dem Projekt „turn to zero“ gesetzt. Vor dem Hintergrund, dass Montafon Tourismus als Vorbild für Tourismusbetriebe vorangehen möchte, wurde ein Prozess zur Berechnung der Treibhausgas-Emissionen angestoßen. Dadurch hat Montafon Tourismus seine Verantwortung gegenüber dem Klima im Blick und kann passende Maßnahmen ergreifen, um bis 2040 klimaneutral zu sein. Der Berechnungsprozess wurde für das Tourismusjahr 2021/22 bereits abgeschlossen. Die Ergebnisse dazu sind unter folgendem Link abrufbar:

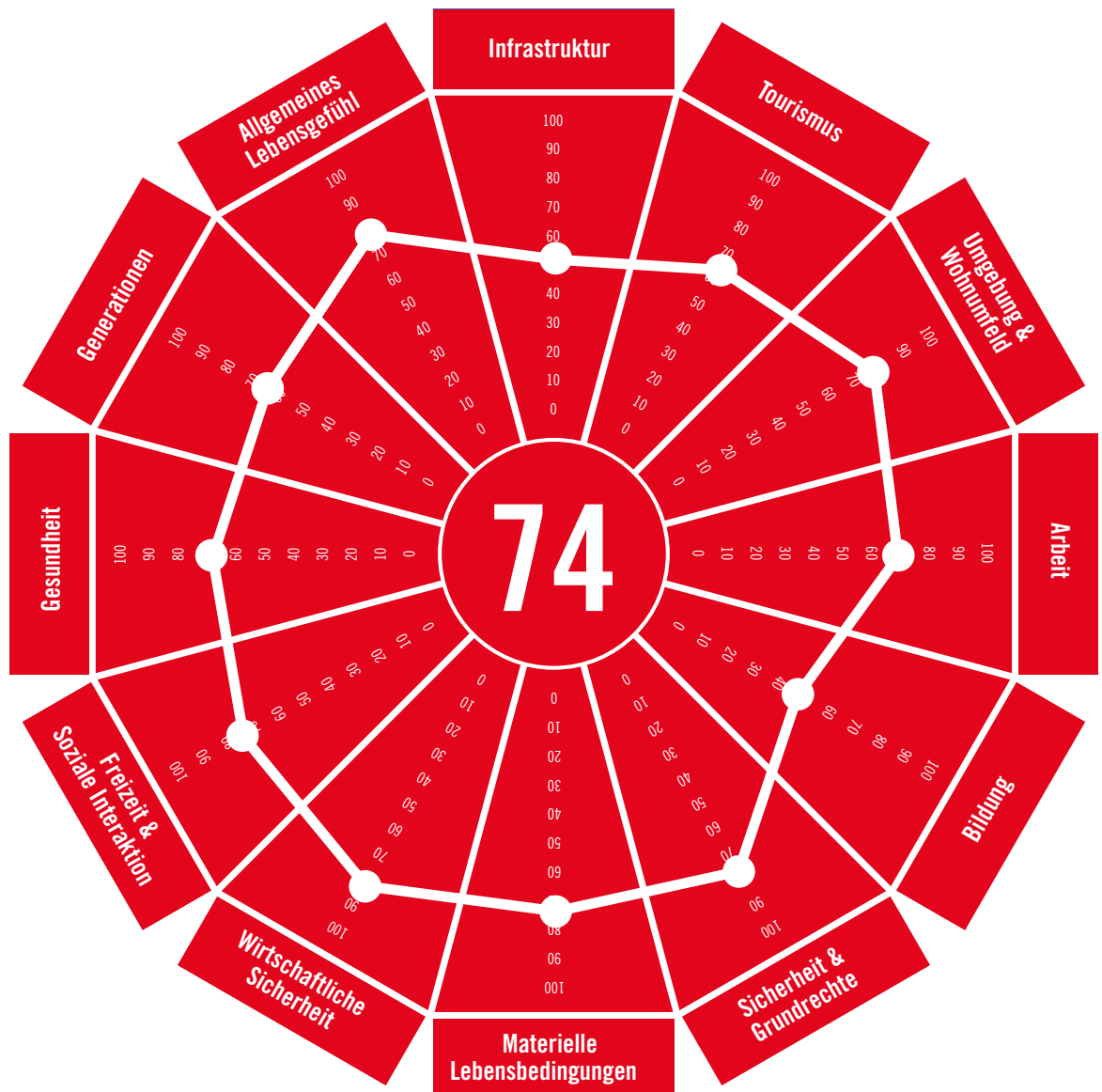
montafon.at/nachhaltigkeit

Lebensqualimeter Montafon

Über 1.200 Montafonerinnen und Montafoner wurden im Rahmen der Umfrage „Lebensqualimeter Montafon“ von Februar bis April 2022 intensiv über unterschiedlichste Aspekte ihres Lebens im Tal befragt. So standen unter anderem Themen wie Lebensgefühl, Infrastruktur, Tourismus, Umgebung und Wohnumfeld, Arbeit, Bildung, Sicherheit und Grundrechte sowie Gesundheit und Freizeit zur Diskussion. Dadurch soll ein Bild des Lebensraums Montafon gezeichnet werden. Welche Stärken und Schwächen gibt es im Tal und welche Maßnahmen können zur Verbesserung der Lebensqualität getroffen werden.

74 Punkte* = hoher Gesamtwert an Lebensqualität lt. LQM

*(andere, vergleichbare Regionen liegen im Durchschnitt zwischen 65 und 70 Punkten)



TOP 3

folgende Subfaktoren wurden am besten bewertet

- **ARBEIT** | Sichere Arbeitsverhältnisse | 93
- **WIRTSCHAFTLICHE SICHERHEIT** | Zahlungsfähigkeit | 93
- **FREIZEIT & SOZIALE INTERAKTION** | Unterstützende Beziehungen | 91

FLOP 3

folgende Subfaktoren wurden am schlechtesten bewertet

- **BILDUNG** | Fähigkeiten | 44
- **SICHERHEIT & GRUNDRECHTE** | Aktive Bürgerschaft | 47
- **INFRASTRUKTUR** | Freizeitinfrastruktur | 49

Die Ergebnisse der Befragung haben über 4.100 interessante Antworten hervorgebracht. **Die Menschen leben sehr gerne im Montafon** und fühlen sich eng mit ihrer Heimat verbunden. Ganz besonders schätzen sie dabei das familiäre Umfeld, den sozialen Zusammenhalt, die schöne Naturlandschaft vor der Haustüre, die Anzahl an nahegelegenen Skigebieten sowie auch die wirtschaftliche Sicherheit.

Die mit Abstand **größte Herausforderung** stellt das **steigende Preisniveau** und die **Verfügbarkeit von leistbarem Wohnraum** dar. Das Verhältnis von Einkommen und Lebenskosten in der Region greift aus Sicht der Befragten derzeit nicht mehr stimmig ineinander.

In Bezug auf die **Freizeitaktivitäten** besteht derzeit bei vielen Einheimischen der Eindruck, dass Gästen die Bergbahnen und andere Angebote durch Pauschalen und Gästekarten sehr kostengünstig zur Verfügung stehen, während sie selbst gefühlt stets höhere Preise bezahlen und damit den Eindruck haben, an zweiter Stelle zu stehen. Speziell für die Jugendlichen im Tal ist es wichtig, zusätzliche Treffpunkte und Freizeitaktivitäten zu bieten. Neben Räumen zum Austausch wünscht man sich hier über alle Altersgruppen hinweg vor allem weitere Indoor-Angebote. Auch das Thema **Mobilität** ist ein wesentliches Entwicklungsfeld für die kommenden Jahre. Man wünscht sich eine Verkehrsentlastung insbesondere in den starken Saisonzeiten sowie ganzheitliche und nachhaltige Konzepte für den öffentlichen Verkehr.

Wie geht es weiter?

Im Rahmen des Tourismusbeirats wurden die wichtigsten Handlungsfelder definiert. Diese werden nun mit verschiedenen Stakeholdern wie beispielsweise Gemeinden und sonstigen Dialoggruppen in einzelnen Arbeitsgruppen erörtert und Lösungsansätze erarbeitet.

WE ARE MONTAFON



2027

montafon 27

FIS WORLD CHAMPS 2027

Snowboard, Freestyle and Freeski
Montafon, Austria



Montafon Tourismus GmbH
Montafonerstr. 21 | 6780 Schruns
T. +43 50 6686 | info@montafon.at

