

**Montafoner
Markenhandbuch**

Der Piz Buin.
Mit 3.312 Meter
der höchste Berg
Vorarlbergs.

Inhalt

- | | | | |
|-------|---------------------------------|-------|------------------------------|
| 4-5 | Grüß Di! | 20-21 | Unser Markenservice |
| 6-7 | Unsere Markenkernwerte | 22-23 | Unsere 14 Tipps |
| 8 | Unsere Positionierung | 24-25 | Unsere Textbausteine |
| 9 | Unser Ein-Wort-Wert: persönlich | 26-27 | Fragen mit Antworten |
| 10-11 | Unsere Markenprinzipien | 28-29 | Wir leben die Marke Montafon |
| 12-13 | Unsere Markenregeln | 30 | Unsere Markenstrategie |
| 14-15 | Unsere ersten Markenbotschafter | | Montafon auf einen Blick |
| 16-17 | Unser Montafoner DU | 31 | Dein Kontakt zu uns |
| 18-19 | Unsere Werbemittel | | |

Anfang 2016 haben wir beschlossen aus dem Montafon eine zukunftsweisende Marke zu machen. Diese soll losgelöst von der geografischen Lage Bedeutung haben.

Grüaß Di!

Unterstützt wurden wir dabei von allen Bergbahnen und Tourismusgemeinden, dem Stand Montafon, Vorarlberg Tourismus sowie den Gastgebervertretern des Marketingbeirats. Nach viel intensiver Arbeit im Rahmen des Markenprozesses gemeinsam mit der Firma BrandTrust ist daraus ein zartes Pflänzchen gewachsen. Um dieses müssen wir uns jetzt mit Liebe und Geduld kümmern. Dann wächst daraus ein starker Baum. Dafür brauchen wir jede Montafonerin und jeden Montafoner. Nur gemeinsam können wir unser Ziel erreichen: Das Montafon zur persönlich erfahrbarsten Berg- und Lebenswelt der Alpen zu entwickeln.

Das vorliegende Markenhandbuch ist eine praktische Anleitung. Es fasst die wichtigsten Elemente der Markenstrategie zusammen und zeigt Dir darüber hinaus mit Anleitungen, Tipps und Textbausteinen, wie Du die Markenstrategie Montafon im Alltag umsetzen kannst.

Machen wir uns an die Arbeit!

Dein
Manuel



Wir haben uns gefragt, woher wir kommen und welche Eigenschaften eine typische Montafonerin und einen typischen Montafoner am besten beschreiben. Das Ergebnis sind fünf Markenkernwerte. In ihnen findet sich jede Montafonerin und jeder Montafoner wieder und auch die Gäste nehmen uns so wahr. Und das soll so bleiben. Denn das ist unsere DNA, die uns ausmacht – jetzt und auch in der Zukunft.

Unsere Markenkernwerte

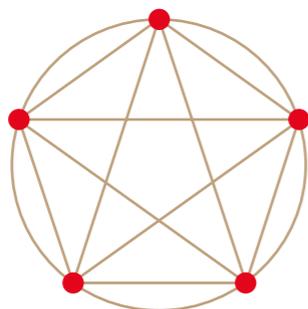
WAS MACHT UNS AUS?

GESCHICHTSTRÄCHTIG

Die Kulturgeschichte des Montafon erstreckt sich über zahlreiche Epochen. Die Spuren dieser Entwicklung – vom Bergbau bis hin zur Besiedlung – sind auch bis heute allgegenwärtig und in der Landwirtschaft, der Energiegewinnung, bei Verkehrswegen, der Architektur und im Tourismus für jeden erlebbar.

EIGENWILLIG

Die Montafoner sind stolz auf ihre regionalen Produkte, ihren eigenen Baustil sowie ihre Bräuche und Traditionen, welche schon über Jahrhunderte gelebt und bis heute von Generation zu Generation weitergegeben werden.



PIONIERHAFT

Mit fortschrittlichen Ideen, mutigen Entscheidungen und richtungsweisenden Projekten zur Erschließung der Bergwelt wurden im Montafon schon früh die Grundlagen für den Sommer- und Wintertourismus geschaffen, die die Entwicklung der Region bis heute prägen.

TÜCHTIG

Die einheimische Bevölkerung hat von jeher mit großem Fleiß dafür gesorgt, dass die Natur durch eine umfassende Infrastruktur für die Menschen im Montafon zugänglich gemacht wird und somit in all ihren Facetten erfahrbar und erlebbar wird.

BÄUERLICH

Die Drei-Stufen-Landwirtschaft mit den Maisäßen, die Züchtung des Montafoner Braunviehs und Steinschafs sowie der jährliche Alpabtrieb zeugen von einer aktiven Bewirtschaftung der Alpen in einer noch immer intakten Kulturlandschaft.

Gastfreundlichkeit Privat
 Interaktion Heimweh Nähe
 Charaktereigenschaften Direkte Ansprache
 Daheim Charakteristisch Empfehlungen
 Dazugehören Vertrauen Grüaß Di
 Wohlfühlen Herzlichkeit Familiär
 Individuell Bindungen Gesicht
 Freundlichkeit Uns Empathie
 Zugänglichkeit Heimkommen
 persönlich Zwischenmenschlich
 Namen Personalisiert
 Authentisch Du Kontakt
 Personen Emotional Offenheit
 Personifiziert Beziehung
 Dasein Privatsphäre Wir
 Kontaktfreudigkeit

Joe Egle und
Friedrich Juen



Das Montafon ist keine künstliche Tourismusdestination, die sich für den Gast herausputzt, aber eigentlich ganz anders ist. Es ist eine Berg- und Lebenswelt, die das ganze Jahr über bewohnt ist – von Menschen, die hier leben und arbeiten.

Unser Ein-Wort-Wert: persönlich

SO WOLLEN WIR WAHRGENOMMEN WERDEN!

Unsere Positionierung

DAHIN WOLLEN WIR!

Die Lebenswelt und die Bergwelt sind im Montafon eng miteinander verzahnt. Von jedem Ort aus gelangt man unmittelbar in die Berge. Daher lautet unsere Positionierung:

”

Das Montafon,
die persönlich
erfahrbarste Berg-
und Lebenswelt
der Alpen.

“

Beziehungen spielen im Montafon eine so große Rolle wie in keiner anderen Destination. Das Montafon verkauft Beziehungen und jeder zeigt sein Montafon. Von dem engen Kontakt, den wir untereinander und zu den Gästen pflegen, profitieren wir jeden Tag. Eine Beziehung aufzubauen braucht Zeit. Vertrauen entsteht nicht von heute auf morgen.

Wir nehmen uns die Zeit und zeigen unseren Gästen persönlich unser Tal und die Berge. Authentisch, ehrlich, echt. So wie wir sind. Im Gegenzug fordern wir auch die Gäste auf: „Seid Ihr selbst!“ Nur so erreichen wir eine ehrliche Begegnung auf DU und DU und aus Gästen werden Freunde.

Unsere Markenprinzipien

WIE ERWECKE ICH DIE MARKE MONTAFON ZUM LEBEN?

VERZÄHNUNGS-PRINZIP

Die Berge sind Teil der Lebenswelt und das Leben Teil der Bergwelt. Diese Verzahnung spürt der Gast.

„Beim Snowboarden spüre ich eine tiefe Verbundenheit zwischen dem Berg und mir. Dieses Gefühl müssen wir auch bei den Gästen wecken.“

Sportbewerbe wie der Weltcup Montafon zeigen auf, wie wir den Sport am Berg und die Party im Tal optimal miteinander verknüpfen können.“

Alessandro Hämmerle, Snowboarder

Drei Markenprinzipien fassen alle zentralen Ergebnisse des Markenprozesses zusammen. Sie sind die Basis, anhand derer wir unsere bestehenden Produkte und Veranstaltungen beurteilen und neue Angebote entwickeln können.



MEIN-MONTAFON-PRINZIP

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

„Unsere Gäste wollen das echte Montafon und echte Montafoner kennenlernen. Bei meinen Wanderungen bringe ich den Gästen die heimische Kräutervielfalt näher. Deren Kraft und Heilwirkung können sie dann zuhause erleben.“

Imelda Dönz, Wanderführerin

ZUGANGS-PRINZIP

Die Berge sind im Montafon für jeden einfach und unkompliziert erfahrbar. Die Montafoner stellen sicher, dass sämtliche Zugangsbarrieren zu Erfahrungen in der Berg- und Lebenswelt abgebaut bzw. reduziert werden.

„Unsere Gäste gelangen zu Fuß, mit Bus und Bahn komfortabel, nachhaltig und schnell in die heimische Bergwelt – so können sie rasch mit dem Sammeln von Erlebnissen beginnen.“

Gebi Schoder, Montafonerbahn AG

Wir haben fünf Markenregeln festgelegt, mit denen jeder ganz leicht überprüfen kann, ob die Angebote, Produkte und Veranstaltungen der Marke Montafon entsprechen.

Unsere Markenregeln

WIE KANN ICH DIE MARKENSTRATEGIE
KONKRET UMSETZEN?

- Mein-Montafon-Regel:**
Wird eine persönliche Erfahrung ermöglicht?
- Beziehungs-Regel:**
Wird eine Beziehung aufgebaut?
- Stilistik-Regel:**
Ist die Marke klar als Absender erkennbar?
- Verzahnungs-Regel:**
Ist es Teil der Berg- und Lebenswelt?
- Zugangs-Regel:**
Wird ein einfacher Zugang ermöglicht?



Unsere ersten Markenbotschafter

WIR STEHEN FÜR DAS MONTAFON!

Das zentrale Wort ist persönlich. Daher steht und fällt die Marke Montafon mit jeder einzelnen Montafonerin und jedem einzelnen Montafoner. Einige haben bereits jetzt (un)bewusst verinnerlicht, was die Marke Montafon ausmacht. Rund 50 dieser ersten Auswahl an Vorbildern helfen bereits aktiv bei der Implementierung und Umsetzung der Markenstrategie mit. Im nächsten Schritt bringen sie die Marke Montafon den Montafonern und den Gästen näher. Die Gemeinschaft der Montafoner Markenbotschafter wächst stetig – jeder ist herzlich willkommen. Irgendwann hat dann jede Montafonerin und jeder Montafoner die Marke Montafon verinnerlicht und ist ein Markenbotschafter für das Tal.

Unser Montafoner DU

WIE BAUE ICH EINE PERSÖNLICHE BEZIEHUNG ZU MEINEN GÄSTEN AUF?

DU sagt man meistens nur zu Personen, die man gut kennt und die einem nahe stehen. Da wir im Montafon aber seit Jahrhunderten das DU im Dialekt pflegen, bieten wir unseren Gästen ein höfliches, wertschätzendes DU an. Damit zeigen wir ihnen, dass sie uns viel Wert sind und wir gerne eine persönliche Verbindung zu ihnen aufbauen wollen. Doch DU zu sagen allein reicht nicht aus, um aus Fremden Freunde zu machen. Wir müssen ein angenehmes Gefühl der Nähe zwischen uns und den Gästen wecken und ihnen zeigen, dass sie bei uns willkommen sind. Das gelingt uns, indem wir ihnen unsere Zeit schenken. Wir betreuen sie persönlich und sorgen dafür, dass sie sich bei uns zu Hause fühlen. Jedenfalls ist das DU kein Muss. Jeder entscheidet nach seinem eigenen Wohlbefinden – nicht zuletzt der Gast.

**CHRISTINE VERSELL, TOURISMUSBÜRO
ST. GALLENKIRCH
JÜRGEN ZUDRELL, PANORAMA-
GASTHOF KRISTBERG**

Nutzt Du das DU?

- cv** Ich bin eine „alte“ DU-Sagerin, vielleicht weil ich viele Jahre in den USA gewohnt habe, wo jeder zu jedem DU sagt.
- JZ** Bei uns am Kristberg im Montafon pflegen wir untereinander ein respektvolles DU. Aus diesem Grund sprechen wir auch die Gäste mit diesem DU an. Unsere Gäste begrüße ich mit: „Grüaß Di, i bin dr Jürgen.“ Nachdem ich mich mit Vorname vorgestellt habe, tun es mir 99 Prozent gleich. Wenn nicht, spreche ich den Gast mit Euch und Ihr an, um das DU zu umgehen.

Welche Erfahrung hast Du mit dem DU im Schriftverkehr gemacht?

- JZ** In allen unseren Texten und auf unserer Webseite verwenden wir das DU. Früher schrieben wir die erste E-Mail in Sie-Form, unterschrieben aber mit dem Vornamen. Die meisten steigen darauf ein. Wenn nicht, waren wir spätestens vor Ort per DU. Seit dem Markenprozess starten wir sofort mit DU.
- cv** Bisher habe ich nur positive Erfahrungen gemacht. Seit ich meine E-Mails und Briefe im DU formuliere, bekomme ich viel mehr Rückmeldungen. Die Gäste fühlen sich noch mehr angesprochen.



Hast Du einen Tipp für die DU- Skeptiker?

- cv** Versteif Dich nicht auf das DU. Wenn ich merke, dass ein Gast sich unwohl fühlt, umgehe ich das DU mit Ihr und Euch. Wichtiger ist eine persönlichere Note zu inkludieren – v.a. bei Angeboten. 0815-Angebote werden nicht gelesen.
- JZ** Mein Tipp: Bitte auch die Mitarbeiter das DU zu pflegen. Unsere Servicemitarbeiter stellen sich beispielsweise mit dem Vornamen dem Gast vor. Damit ist die erste Hemmschwelle zum DU überwunden.

Grüaß Di! Grüaß Ni!
Miar wüschan Eu an schöna Tag!
Was darf i för Eu tua?
Wia ka-n-i (Dr) helfa?
I tet i dem Fall empfehla ...
Pfüat Di! Pfüat Ni!

Unsere 14 Tipps

WIE KANN ICH PERSÖNLICHER WERDEN?

01 Vor der Anreise

Schicke Deinen Gästen einige Tage vor der Anreise eine kurze E-Mail mit Anregungen, was sie im Montafon an Aktivitäten erwarten. Nenne bei Ferienhäusern die Öffnungszeiten der Lebensmittelgeschäfte am Anreisetag. Gib ihnen vielleicht auch einen Ausblick auf das Wetter und die Schneeverhältnisse im Winter, um ihre Vorfreude zu steigern.

02 Ankunft

Heiße Deine Gäste persönlich willkommen und stelle Dich mit Vornamen als ihr Gastgeber vor. Frag gleich nach, ob sie besondere Wünsche oder Anliegen haben, auf die Du Rücksicht nehmen kannst.

03 Begrüßung auf dem Zimmer

Erfreue Deine Gäste mit einem kleinen Willkommensgeschenk auf ihrem Zimmer, z. B. blühende Blumen, eine handgeschriebene, von Dir unterschriebene Postkarte, eine kleine regionale Süßigkeit oder Obst, eine Karaffe mit frischem Muntafuner Wasser und einem BergePLUS-Folder. Auch Kinder freuen sich über eine spezielle Aufmerksamkeit wie ein Malbuch mit einigen Stiften oder ein Kinderbuch.

04 Frühstück

Wünsche Deinen Gästen mit einer persönlichen Morgenpost am Frühstückstisch einen guten Start in einen wunderschönen Urlaubstag und verknüpfe dies mit persönlichen Neuigkeiten aus dem Betrieb, z.B. unsere Katze Molly hat Nachwuchs bekommen. Wir laden Dich ein, die kleinen Kätzchen kennenzulernen. Oder: Gestern war unser Toni Beeren pflücken – das Ergebnis servieren wir Dir heute gerne zur Jause – es gibt einen frischen Blaubeerkuchen.

05 Speisekarte

Verwende regionale oder zumindest österreichische Namen für die Bezeichnungen der Gerichte, z.B. Apfelsaft gespritzt statt Apfelschorle oder Topfkuchen statt Quarkkuchen. Online auf Wikipedia findest Du eine Liste mit Austriazismen, also Wörtern, die klassisch für das österreichische Deutsch sind.

06 Gute-Nacht-Gruß

Gib Deinen Gästen vor dem zu Bett gehen einen Gute-Nacht-Gruß, z.B. in Form einer persönlichen Empfehlung für eine Aktivität am nächsten Tag.

07 Persönliche Empfehlung

Gib Deinen Gästen individuell auf ihre Bedürfnisse abgestimmte Empfehlungen zu Aktivitäten und Veranstaltungen – eventuell sogar mit dem Angebot, sie persönlich zu begleiten oder einen Montafoner Bergführer zu engagieren. Sag Deinen Gästen auch was die richtige Kleidung und Ausrüstung für die Berge ist.

08 Geheimtipps

Versorge Deine Gäste mit Tipps, die sonst nur Einheimische kennen, beispielsweise auf welcher Alp es den besten Sura Kees gibt, von welchem Aussichtspunkt man den schönsten Ausblick auf das Tal hat und wo welche Kräuter zu finden sind und was sie bewirken.

09 Buchung von Aktivitäten

Unterstütze Deine Gäste bei der Buchung von Aktivitäten, indem Du das für sie organsierst und die Tickets und Bergbahnpässe für sie zur Abholung bereitlegst.

10 Abreise

Verabschiede Deine Gäste mit einem kleinen Abschiedsgeschenk für die Rückreise wie eine Flasche mit Muntafuner Wasser, einem persönlich „Pfüt Di – komm guat hem!“ unterschriebenen Anhänger einer Jause für die Fahrt mit regionalen Produkten.

11 Nach der Abreise

Schicke Deinen Gästen einige Tage vor der Abreise eine persönliche Nachricht in Form einer Postkarte, die schon zu Hause auf sie wartet oder einer E-Mail ein paar Tage nach der Abreise. Frag nach, ob sie gut zuhause angekommen sind, bedanke Dich für ihren Aufenthalt und bitte sie, Deinen Newsletter zu abonnieren oder Fans Deiner Social Media-Kanäle zu werden. Bitte sie auch, Dich auf den Buchungsplattformen zu bewerten.

12 Auf der Straße

Sei aufmerksam und hilfsbereit. Wenn Du beispielsweise einen Gast siehst, der sich wahrscheinlich verirrt hat, zeige ihm den Weg oder begleite ihn ein Stück. Triffst Du einen Gast im Bus oder in der Bahn, frag ihn, was er schon alles gesehen hat und gib ihm einen Tipp, was er sich unbedingt noch anschauen muss. Sicher hast auch Du schon solche positiven Begegnungen mit Einheimischen in Deinem Urlaub gemacht.

13 Am Telefon

Nimm das Telefon immer mit einem Lächeln entgegen und verabschiede Dich mit einem Lächeln. Das spürt der Gast und es zeigt ihm, dass Du Spaß an Deiner Arbeit hast.

14 Persönliche Details

Schreibe Dir persönliche Details von Deinen Gästen wie die Namen aller Familienmitglieder und Haustiere, Geburtstage, Lieblingsspeisen, Allergien oder besuchte Orte und Veranstaltungen im Montafon auf. Dann kannst Du sie zum Geburtstag mit einer persönlichen Postkarte überraschen oder beim nächsten Besuch mit ihrem Lieblingsessen.

Weitere Ideen für Gastgeschenke
findest Du auf unserem Markenportal
montafon.at/marke

Unsere Textbausteine

WIE KANN ICH PERSÖNLICH KOMMUNIZIEREN?

VOR DER ANREISE

„Grüaß Gott“

- Wir freuen uns, dass Du Dich für einen Urlaub bei uns entschieden hast.
- Deine Anreise rückt in greifbare Nähe.
- Erste Wettervorhersagen versprechen ...
- Um Deine Vorfreude zu steigern, haben wir schon ein paar Tipps für Dich zusammengestellt, was Du während Deines Urlaubs bei uns unternehmen kannst (BergePLUS, Wanderhöhepunkte, Kinderprogramm, Bergerlebnisse, Veranstaltungen, ...).
- Was Dich sonst noch erwartet, erfährst Du auf unserer Webseite und auf der Webseite von Montafon Tourismus unter montafon.at.
- Bitte lass uns wissen, falls Du besondere Wünsche oder Anliegen hast, dann können wir alles vorbereiten.
- Für eine optimale Anreise mit dem Auto oder öffentlichen Verkehrsmitteln empfehlen wir Dir folgende Route ... Gerne kannst Du auch jederzeit von unterwegs anrufen und wir erklären Dir telefonisch den Weg zu uns.
- Solltest Du später als 22:00 Uhr anreisen, gib uns bitte Bescheid, damit unsere Rezeption besetzt ist.
- Miar freuan üs of Di und wüschan Diar a angenehme Reise.

Schöni Grüaß usam Muntafu!
Max

BEGRÜSSUNG BEI ANKUNFT

„Grüaß Di!“ oder „Grüaß Ni!“

- Schön, dass Du bei uns bist. Ich bin der Max, ich bin der Geschäftsführer / der Receptionist / ... hier.
- Hattest Du eine angenehme Anreise zu uns ins Montafon?
- Hast Du besondere Wünsche oder Anliegen, auf die wir Rücksicht nehmen können?
- Was interessiert Dich denn besonders hier im Montafon?
- Ich kann (Dir) folgende Wanderungen, Ausflüge, Veranstaltungen, etc. besonders ans Herz legen. Dort gehen auch die Einheimischen gerne hin.
- Gerne kann ich Dich auch begleiten oder XY als Bergführer / Skilehrer / usw. empfehlen.
- Sollen wir für Dich z. B. eine Bergbahnkarte, ein Ticket für eine Veranstaltung oder ein Besuch im Museum buchen?
- Auf Deinem Zimmer haben wir einige Broschüren und Magazine mit Informationen für Dich bereitgelegt.
- Falls Du Fragen hast, bitte einfach bei uns hier an der Rezeption melden.

Nochmals herzlich willkommen bei uns im Montafon und einen schönen Aufenthalt!

Wir haben für Dich ein paar Beispielsätze formuliert. Wir verwenden hier das DU. Es muss jedoch sowohl für den Gast als auch für den Gastgeber stimmig sein. Als Alternative zum DU ist selbstverständlich auch die Ansprachen mit Ihr bzw. Euch möglich. Sozusagen als sanfter Übergang zum DU.

ABREISE

„Pfüat Di & bis bald“

- Danke für Deinen Besuch bei uns im Montafon. Ich hoffe, Du hast während Deines Aufenthaltes viele positive Eindrücke gesammelt, die Dir noch lange positiv in Erinnerung bleiben werden.
- Wir würden uns freuen, weiter mit Dir in Kontakt zu bleiben.
- In unserem Newsletter informieren wir regelmäßig über Neuigkeiten unseres Hauses und aus dem Montafon. Wenn Du möchtest, setzen wir Dich gerne auf die Empfängerliste oder Du kannst ihn auch gleich hier selbst abonnieren: LINK.
- Wir sind auch auf Social Media (Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, etc.) aktiv. Sei unser Fan! LINKS.
- Bitte bewerte uns doch auch auf der Buchungsplattform XY. LINKS. Das hilft uns sehr dabei, unsere Angebote zu verbessern.
- Am meisten würden wir uns jedoch darüber freuen, wenn Du uns bald wieder persönlich besuchen kommst.

Schöni Grüaß usam Muntafu!
Max

BEGRÜSSUNG AUF DEM ZIMMER

„Grüaß Di!“ oder „Grüaß Ni!“

- Schön, dass Du bei uns bist.
- Wir hoffen, Du fühlst Dich wohl bei uns.
- Solltest Du etwas benötigen, sind wir jederzeit für Dich da.

Schöni Grüaß
Max

AM TELEFON

„Grüaß Ni!“

- Hier spricht Max von XY.
- Wie darf ich (Dir) helfen?
- Danke für Deinen Anruf und noch einen schönen Tag wünsch ich Dir.

Pfüat Di!
Max

TIPP FÜR DEINE WEBSEITE

Auf der Webseite von Montafon Tourismus sind alle Texte persönlich formuliert. Schau sie Dir als Inspiration für Deine eigene Webseite an.

In den Bergen gibt es oberhalb von 1.000 Metern kein „Sie“ mehr.

Bei uns im Montafon zählen die persönlichen Beziehungen. Deshalb geht das Montafon einen Schritt weiter und senkt die „Du-Grenze“ bis ins Tal.

Wie ist die Markenstrategie entstanden und warum brauchen wir sie?

Im Tourismus ist heutzutage das Angebot größer als die Nachfrage. Jeder kann jederzeit kostengünstig überall hinreisen. Die Frage ist, wo lohnt es sich Urlaub zu machen. Um hervorstechen müssen Destinationen ein klares Bild von sich entwickeln. Das Montafon hat dies erkannt und einen Markenstrategieprozess gestartet. Künftig soll das Tal für Gäste begehrt sein und auf dem Markt eine relevante Rolle spielen.

Was ist eine Marke?

Unter Marke wird oft nur das Zusammenspiel aus Logo, Farben und Bildern verstanden – in Wirklichkeit ist sie viel mehr. Eine starke Marke führt zu einer höheren Loyalität, Weiterempfehlungen und einem Premium-Preis. Als ein zentraler Steuerungshebel hilft sie der Destination dabei, ihre Ziele zu erreichen.

Was ist der Unterschied zwischen Marke und Marketing?

Eine Marke definiert, wer wir sind, wohin wir wollen und grenzt uns von anderen Destinationen ab. Sie schafft ein einheitliches Verständ-

nis, damit jeder im Sinne der Marke denkt und handelt. Das Marketing hilft, unsere Leistungen nach außen zu vermitteln und Bekanntheit zu erlangen.

Gibt es Beispiele von anderen Destinationen, die auch eine erfolgreiche Markenstrategie haben?

Ja, z.B. Südtirol hat sich seit einem Markenstrategieprozess zur Genuss-Region entwickelt, Serfaus-Fiss-Ladis steht für eine Familienregion, Lech-Zürs für Luxus.

Wer arbeitete alles bei der Markenstrategie mit?

Beim Markenstrategieprozess waren die Bürgermeister aller Tourismusgemeinden, Vertreter aller Bergbahnen, der Stand Montafon, der Marketingbeirat als Vertreter der Montafoner Gastgeber, Vorarlberg Tourismus und Montafon Tourismus dabei. Mittlerweile sind die Markenbotschafter dazu gekommen und natürlich freuen wir uns, wenn jede Montafonerin und jeder Montafoner mitmacht.

Was ist ein Ein-Wort-Wert?

Der Ein-Wort-Wert drückt in einem einzigen Wort aus, wofür

die Marke stehen will. Bei uns ist es das Wort „persönlich“. Dieses Wort müssen wir in allem, was wir tun, leben und erlebbar machen.

Andere Regionen sind doch auch persönlich? Das ist doch gar nicht einzigartig.

Es geht nicht darum, was andere auch könnten, sondern wie wir das Persönliche vermitteln und das Thema besetzen. Im Montafon haben wir die besten Voraussetzungen, um Beziehungen zu verkaufen und alles persönlich zu gestalten. Künftig soll das Thema „persönlich“ in den Alpen direkt mit dem Montafon verbunden werden.

Wofür sind die Markenkernwerte?

Die Markenkernwerte sind die Charaktereigenschaften der Marke – vergleichbar mit der menschlichen DNA. Sie basieren auf den bestehenden Spitzenleistungen im Montafon und bilden die Grundlage für die Markenstrategie.

Warum brauchen wir Markenbotschafter?

Markenbotschafter gestalten die Marke mit und helfen die Markenstrategie im Montafon zu verbreiten und zu verankern. Sie

leben die Marke vor und sind Ansprechpartner für jeden.

Warum gibt es eine DU-Kampagne?

Die DU-Kampagne ist nur ein erstes Puzzleteil von vielen im Rahmen des Markenprozesses. Es geht dabei darum, den Ein-Wort-Wert „persönlich“ einfach erlebbar zu machen. Das DU ist seit Jahrhunderten im Montafoner Dialekt verankert und soll wieder mehr gegenüber den Gästen gepflegt werden. Es ist ein sehr respektvolles DU und soll auch so gelebt werden. Ein Muss ist es keines.

Ist das nicht alles Zeit- und Geldverschwendung?

Es ist für uns wichtig zu wissen, wer wir sind, woher wir kommen, wofür wir stehen und wohin wir wollen. Das herauszufinden braucht Zeit, aber nur so können wir uns vom Durchschnitt weiterentwickeln und einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil gegenüber der Masse erzielen. Eine Marke hilft langfristig dabei, uns nicht über den Preis, sondern über den Wert zu verkaufen.

Kann ich auch mitmachen?

Jeder, der sich mit der Markenstrategie identifiziert, ist herzlich eingeladen, mitzumachen. Es gibt regelmäßig Markenbotschafter-Workshops, in denen man alles

Wichtige über die Marke lernt. Bei Interesse kannst Du Dich jederzeit an Montafon Tourismus wenden.

Was ist eine Nr. 1-Position?

Die Positionierung zeigt, wohin wir uns entwickeln wollen und vermittelt ein klares Bild über unsere einzigartigen Spitzenleistungen. Unsere Positionierung differenziert uns vom Wettbewerb und ist zukunftsfähig, denn sie erhöht nicht nur unsere Bekanntheit, sondern vor allem unsere Begehrlichkeit.

Wir haben doch eine einzigartige Natur. Warum ist das nicht unsere Nr. 1-Positionierung?

Eine einzigartige Natur zu haben, behauptet fast jede Destination von sich. Für Außenstehende ist diese aber nur in den seltensten Fällen erkennbar. Das Montafon ist keine künstliche Tourismusregion, sondern eine natürliche Lebenswelt. Der Gast kommt das ganze Jahr mit Einheimischen in Kontakt. Somit ist die Verknüpfung von Berg- und Lebenswelt automatisch gegeben.

Wie lange dauert eine Markenstrategie bis sie greift?

Für die Umsetzung wird ein Zeitraum von zehn Jahren angesetzt – erste konsequente Umsetzungsmaßnahmen können natürlich schon vorher Erfolge zeigen.

Reicht es nicht, wenn uns jeder kennt?

Nur weil man eine Marke kennt, heißt das nicht, dass man auch bereit ist, eine Marke zu kaufen. Bevor wir in die Bekanntheit investieren, stärken wir unsere Attraktivität und erhöhen die Weiterempfehlungsrate. Daher müssen wir verstärkt in unsere Leistungen investieren.

Warum machen wir nicht einfach Werbung, um als Montafon erfolgreich zu sein?

In einer Werbekampagne wird ein Versprechen abgegeben. Wird dieses vor Ort nicht gehalten, sind die Gäste enttäuscht. Damit wir begeistern können, machen wir nicht nur Werbung, sondern wir leben die Marke Montafon authentisch dort, wo wir mit dem Gast im Kontakt sind.

Das ist doch alles nichts Neues, wir leben das doch alles seit Jahren.

Unsere Marke selbst ist nicht neu, denn sie basiert auf unseren Spitzenleistungen, die wir kontinuierlich über Jahre erbracht haben. Dementsprechend erfinden wir unsere Identität nicht neu, sondern verdichten sie zu einer einheitlichen Marke, die Klarheit und Orientierung gibt.

Wir leben die Marke Montafon

Thomas Netzer — Andreas Rudigier — Daniel Fritz — Kurt Burger — Lukas Kühlechner
Anita Wachter — Niclas Bösch — Steffen Volkmann — Michael Kasper — Gebi Schoder
Ulrike Bitschnau — Rainer Schuchter — Hermann Wachter — Sandra Kraft
Alessandro Hämmerle — Raphael Mäser — Romy Pichler — Alexandra Battlogg
Markus Burtscher — Gertrud Tschohl — Ruth Tschofen — Roman Eberhardt
Christine Versell — Gertrud Flatz — Nikola Kern — Patrick Rösler — Christine Fitsch
Elfi Berthold — Robin Tagwercher — Yvonne Grabher-Aguecci — Imelda Dönz
Bertram Rhomberg — Friedrich Juen — Werner Fritz — Tobias Ganahl
Luca Hämmerle — Tobias Kieber — Helmut Gross — Gertrud Gross — Joe Egle
Roland Haas — Gerlinde Manz-Christ — Bruder Engelbert — Fredi Immler
Mathias Berthold — Monika Vonier — Toni Kofler — Daniel Zugg — Veronika Kartnig ... *

* Hinweis: Das sind die ersten Markenbotschafter. Werde auch Du zum Markenbotschafter! Wie? Einfach bei Montafon Tourismus melden.

Unsere Markenstrategie Montafon auf einen Blick

Willy, Lukas,
Doris, Fredi
und Theresa



1. WAS MACHT UNS AUS?

UNSERE MARKENKERNWERTE:



2. WOHIN WOLLEN WIR UNS ENTWICKELN?

UNSERE POSITIONIERUNG:

”

Das Montafon, die persönlich erfahrbareste Berg- und Lebenswelt der Alpen.

“

3. WIE WOLLEN WIR WAHRGENOMMEN WERDEN?

UNSER EIN-WORT-WERT:

persönlich

4. WELCHE LEITLINIEN STEUERN UNSERE ENTWICKLUNG?

UNSERE MARKENSTRATEGISCHEN PRINZIPIEN:

1. Mein-Montafon-Prinzip
2. Verzahnungs-Prinzip
3. Zugangs-Prinzip

Wir von Montafon Tourismus stehen Dir für Fragen, Anregungen und Wünsche jederzeit gerne zur Verfügung. Schreib uns einfach oder ruf uns an. Wir freuen uns, von Dir zu hören oder zu lesen.

Dein Kontakt zu uns

Montafon Tourismus GmbH
Montafonerstraße 21, 6780 Schruns / Austria
T. +43 (0)50 6686, F. +43 (0)5556 7225319
info@montafon.at, montafon.at

© 2017 by Montafon Tourismus
Fotonachweis:
Montafon Tourismus GmbH – Patrick Säly,
Stefan Kothner, Thomas Wunderlich

