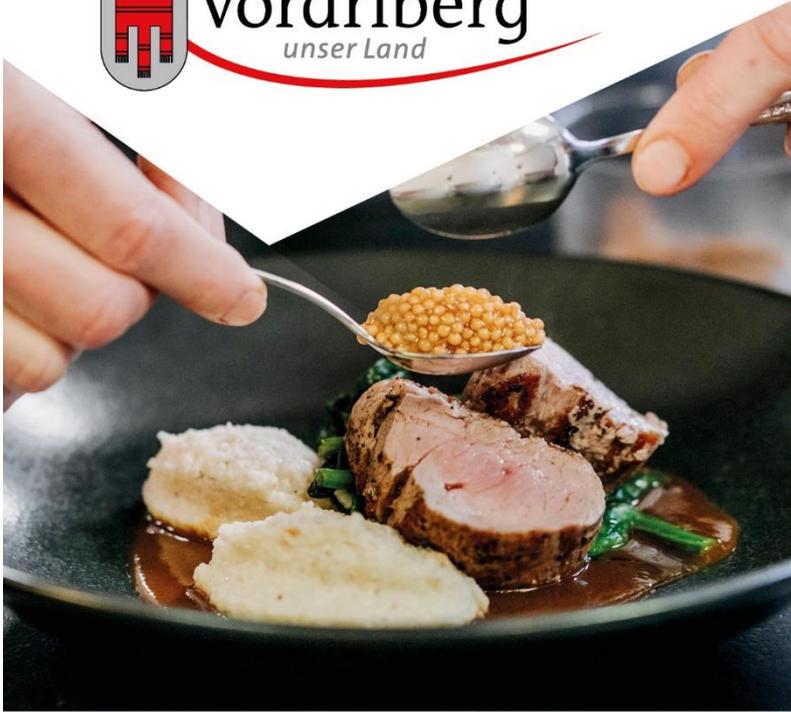




**Vorarlberg**  
unser Land

**VOR  
ARL  
BERG**



**Pressefoyer**

**Dienstag, 19. Mai 2020**

**Landeshauptmann Markus Wallner**

**Landesrat Christian Gantner**

**(Tourismusreferent der Vorarlberger Landesregierung)**

**Christian Schützing**

**(Geschäftsführer Vorarlberger Tourismus)**

Titelbilder: ©Angela Lamprecht | ©Martin Stiegler | ©Dietmar Denger

**Vorarlbergs Tourismus hofft auf respektables Sommerergebnis**

# **Vorarlbergs Tourismus hofft auf respektables Sommerergebnis**

**Öffnung der Gastronomiebetriebe positiv verlaufen – Grenzöffnung gibt neue Perspektive – 500.000 Euro für Kommunikationskampagne in Vorarlberg, Österreich, Deutschland und der Schweiz**

**Die bevorstehende Öffnung der Grenzen gibt Vorarlbergs Tourismusbetrieben neue Hoffnung auf eine einigermaßen respektable Sommersaison. Dazu beitragen soll eine Kommunikationskampagne, für die das Land Vorarlberg und Vorarlberg Tourismus 500.000 Euro zur Verfügung stellen. Damit werden Gäste aus Vorarlberg selbst, den anderen österreichischen Bundesländern, Deutschland und der Schweiz angesprochen. Das kündigten Landeshauptmann Markus Wallner, Tourismus-Landesrat Christian Gantner und der Direktor von Vorarlberg Tourismus, Christian Schützinger, beim Pressefoyer nach der Regierungssitzung am Dienstag an.**

In den vergangenen Wochen hat Vorarlberg intensiv auf eine Öffnung der Grenzen im Bodenseeraum gedrängt, wo derzeit kaum Neuinfektionen mit dem neuartigen Coronavirus auftreten. „Die Einigung mit Deutschland in der vergangenen Woche ist für die gesamte Vorarlberger Wirtschaft von größter Bedeutung. Für den Tourismus ist sie überlebenswichtig“, sagte Landeshauptmann Wallner im Pressefoyer.

Vorarlberg werde sich auch bei den Schweizer Nachbarn weiterhin für eine rasche Grenzöffnung einsetzen. „In der aktuellen Situation ist das auch aus gesundheitlicher Sicht ohne weiteres zu verantworten“, ist Wallner überzeugt.

## **Klare Regeln zur Öffnung von Beherbergungsbetrieben**

Ebenso wichtig für den Start in die Sommersaison ist, dass die Bundesregierung nun konkrete Vorgaben für die Öffnung von Beherbergungsbetrieben sowie von weiteren Betrieben der Tourismus- und Freizeitwirtschaft vorgelegt hat. Die Eckpunkte:

- In Beherbergungsbetrieben gilt grundsätzlich ein Meter Mindestabstand, sofern nicht andere Infektionsschutzmaßnahmen (z.B. Plexiglaswand) getroffen werden können; Mindestabstand gilt nicht zwischen Gästen in derselben Gästegruppe (das können auch mehr als vier Personen sein)
- Gästegruppen dürfen zusammen auch ein Appartement bzw. Ferienwohnung mieten
- Mund- und Nasenschutz verpflichtend für Mitarbeitende im Kundenkontakt, v.a. im Eingangs- und Rezeptionsbereich des Betriebes
- Für die Gastronomie in den Beherbergungsbetrieben gelten gleiche Regeln wie in der sonstigen Gastronomie

- Buffets (z.B. Frühstück) möglich, es gelten aber hygienische Auflagen
- Seminare bis zu 100 Personen in Hotels möglich mit Mindestabstand sowie Mund- und Nasenschutz. Abstandsregel gilt nicht für Schulungen mit praktischen Anwendungen, bei denen man sich „näher kommen muss“ (Erste Hilfe etc.)
- Hoteleigene Wellnesseinrichtungen (Sauna, Schwimmbäder) können mit Hygiene- und anderen Auflagen genutzt werden
- Bei Schutzhütten dürfen Schlafbereiche ebenfalls öffnen (Massenunterkünfte zwei Meter Mindestabstand)
- Auch Seilbahnen dürfen öffnen, Mund- und Nasenschutz sowie Mindestabstand sind einzuhalten. Genaue Vorschriften werden derzeit erarbeitet

Detaillierte Informationen zur Öffnung in Hotellerie, Tourismus und Freizeitwirtschaft siehe auf [www.sichere-gastfreundschaft.at/](http://www.sichere-gastfreundschaft.at/).

### **Tourismus sichert Beschäftigung in den Talschaften**

Der Tourismus trägt etwa 15 Prozent zur Vorarlberger Wirtschaftsleistung bei und sichert bis zu 15.000 Arbeitsplätze. Seine Bedeutung geht aber weit darüber hinaus: Er ist in den Talschaften der dominierende Wirtschaftszweig, dort ist ein überwiegender Teil der Arbeitskräfte direkt im Tourismus tätig. Zudem hängen viele Arbeitsplätze in Handel, Handwerk und Gewerbe vom Tourismus ab.

### **Kommunikationskampagne im deutschsprachigen Raum**

Unterstützung für die Tourismusbetriebe kommt auch in Form einer groß angelegten Kommunikationskampagne. Vorarlberg Tourismus stellt dafür 300.000 Euro aus seinem Budget bereit, das Land Vorarlberg steuert zusätzlich 200.000 Euro bei. Angesprochen werden damit Gäste aus Vorarlberg, Österreich, Deutschland und der Schweiz.

In den vergangenen Jahren kamen in der Sommersaison jeweils rund 1,2 Millionen Gäste nach Vorarlberg. Sie buchten rund vier Millionen Nächtigungen. Im Sommer 2019 lagen die Zahlen – bedingt unter anderem durch die Gymnaestrada – sogar noch etwas höher. Etwas mehr als die Hälfte der Gäste kam aus Deutschland, knapp jeder Fünfte aus Österreich, etwa zwölf Prozent aus der Schweiz und Liechtenstein. Insgesamt macht der deutschsprachige Markt damit über 80 Prozent des Sommertourismus aus.

„Für Vorarlberg ist das in diesem Sommer eine Chance, trotz aller Schwierigkeiten ein respektables Ergebnis zu erzielen“, betont Tourismuslandesrat Christian Gantner. Alle Fachleute rechnen damit, dass sich die meisten Urlauber für Ziele im Nahraum entscheiden werden. Längere Reisen selbst innerhalb Europas kommen heuer für viele Menschen nicht infrage.

Dementsprechend setzt die neue Kommunikationskampagne ihre Schwerpunkte in Vorarlberg selbst, den anderen österreichischen Bundesländern sowie in Süddeutschland und der

Ostschweiz. Man habe aber ganz bewusst ein modulares Konzept gewählt, das es erlaubt, sehr flexibel auf die Entwicklungen zu reagieren, betont Gantner: „Wir können und werden sehr genau beobachten, wie sich das Buchungsverhalten in den kommenden Wochen entwickelt und wie weit die Gäste aus Deutschland und der Schweiz bereit sind anzureisen.“

Der Tourismuslandesrat erwartet auch, dass Vorarlberg vom raschen und entschiedenen Handeln in den vergangenen Wochen profitiert. Österreich insgesamt gilt international als positives Beispiel im Kampf gegen die Pandemie. „Das kommt auch dem Tourismus zugute, das Gefühl von Sicherheit vor einer möglichen Erkrankung spielt in diesem Jahr bei der Wahl der Urlaubsdestination eine große Rolle“, so Gantner.

### **Vorarlberg entdecken**

Größtmögliche Flexibilität war für Tourismusdirektor Christian Schützinger Vorgabe bei der Konzeption der geplanten Kommunikationskampagne. Niemand könne derzeit seriös das Reiseverhalten potenzieller Gäste prognostizieren. Niemand könne sagen, wann die Grenzen zur Schweiz geöffnet werden. Niemand könne die Entwicklung der Pandemie genau voraussagen.

Auch das genaue Angebot für die Gäste wird sich erst in den nächsten Wochen klären. Welche Hotels zu welchem Zeitpunkt öffnen, in welchem Umfang die touristischen Angebote verfügbar sein werden und wie sie die Hygienemaßnahmen umsetzen, ist noch offen.

Vorarlberg Tourismus hat daher eine Kampagne mit Elementen von Information, Empfehlungen, Storytelling und klassischer Werbung entwickelt. Das Motto „Ich kam. Ich sah“ wird ergänzt durch die individuellen Sichtweisen von Gästen und Gastgebern. „Dieser Satz lässt vieles offen und kann während des gesamten Sommers bis in den Herbst hinein neu angereichert werden“, ist Schützinger überzeugt. „Der eine sieht in Vorarlberg besonders die Schönheit und Kraft der Natur, den Sonnenuntergang über den Bergen oder am Bodensee. Der andere sieht hier vor allem die moderne Architektur, der dritte die genussvolle Lebenskunst mit exzellenten Gastronomiebetrieben und regionalen Produkten. Vorarlberg ist ein Raum voller Möglichkeiten, sich zu entfalten.“

Genau diese große landschaftliche und kulturelle Vielfalt will die Kampagne zeigen. „Viele Gäste, die Vorarlberg noch nicht kennen, sind von dieser Vielfalt überrascht“, weiß Schützinger. Unter dem bewusst frech gewählten Hashtag #venividivorarlberg können Gäste und Gastgeber ihre persönliche Sicht auf Vorarlberg auf ihren Social-Media-Kanälen posten.

Vorarlberg Tourismus übernimmt eine Auswahl dieser Postings in seinen „Social-Guide“ auf der Landingpage <https://www.vorarlberg.travel/venividivorarlberg>. So werden die Angebote von Hotels, Gastronomiebetrieben und Freizeiteinrichtungen online sichtbar. Gleichzeitig lädt dieser „Social Guide“ zum Schmökern ein, er macht Lust auf neue Entdeckungen – und lässt sich mit Informationen und direkt buchbaren Angeboten ergänzen.

## **Informieren, Sicherheit geben, Vertrauen gewinnen**

Ein Schwerpunkt der Kampagne wird deshalb die Online-Kommunikation sein. Ergänzt wird sie durch klassische Werbeformate in Print, Radio und Online. Aufgabe der Kampagne ist auch die Information der Gäste: „Informationen werden derzeit besonders stark nachgefragt. Die Gäste brauchen Sicherheit über Öffnungstermine und Hygienemaßnahmen“, schildert Schützinger. Auf der Website sowohl von Vorarlberg Tourismus als auch der Österreich-Werbung würden Informationen zu Covid-19 immer noch stärker nachgefragt als die Urlaubsangebote. „Offene Kommunikation und verlässliche Information schaffen Vertrauen bei den Gästen.“

Die Kommunikationskampagne #venividivorarlberg wird in den verschiedenen Märkten jeweils unterschiedliche Inhalte haben: Vorarlbergerinnen und Vorarlberger können einen anderen, bewussteren Blick auf das Land werfen und noch Unentdecktes kennenlernen. Das gilt auch für viele Gäste aus dem Bodenseeraum. Viele Menschen aus den anderen Bundesländern hingegen kennen Vorarlberg nicht oder kaum: Sie lernen unser Land erstmals kennen, entdecken es also neu.

Bei der Kommunikation im Inland beteiligt sich Vorarlberg zusätzlich an der Kampagne der Österreich-Werbung. Ihr Ziel ist auch, Österreicherinnen und Österreicher anzuregen, ihr Land in seiner Vielfalt kennenzulernen – etwa bei einer Rundreise.

## **Mit Kommunikationsmaßnahmen über die ganze Saison präsent sein**

Zeitlich wird sich die Kommunikationskampagne von Vorarlberg Tourismus über fünf Monate erstrecken. „Angesichts der herrschenden Unsicherheit zögern viele Gäste derzeit noch mit den Buchungen. Umso wichtiger ist es, nicht alles auf eine Karte zu setzen und in einem Feuerwerk zum Saisonstart abzubrennen“, betont Tourismusdirektor Schützinger. Gefragt sei eine dauerhafte Präsenz über die gesamte Saison: „Nur wenn wir bis in den Herbst hinein sichtbar sind, können unsere Betriebe eine rentable Auslastung erreichen. Dafür werden wir alles tun.“

Zugute kommt Vorarlberg in diesem Jahr auch der besonders hohe Anteil an Stammgästen: Mehr als 60 Prozent der Gäste kommen immer wieder nach Vorarlberg, schildert Schützinger. Er ist überzeugt: „Die Menschen werden in diesem Jahr einen Urlaubsort wählen, dem sie vertrauen. Deshalb können wir auch in dieser schwierigen Situation auf ein respektables Saisonergebnis hoffen.“

Herausgegeben von der Landespressestelle Vorarlberg  
Amt der Vorarlberger Landesregierung

Landespressestelle, Landhaus, Römerstraße 15, 6901 Bregenz, Österreich | [www.vorarlberg.at/presse](http://www.vorarlberg.at/presse)  
[presse@vorarlberg.at](mailto:presse@vorarlberg.at) | T +43 5574 511 20135 | M +43 664 6255102 oder M +43 664 6255668 | F +43 5574 511 920095  
Jeden Werktag von 8:00 bis 13:00 Uhr und von 14:00 bis 17:00 Uhr erreichbar