

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, 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?

UNSERE MARKENREGELN



MEIN-MONTAFON-REGEL

Wird eine persönliche Erfahrung ermöglicht?



BEZIEHUNGS-REGEL

Wird eine Beziehung aufgebaut?



STILISTIK-REGEL

Ist die Marke klar erkennbar und authentisch?



VERZÄHNUNGS-REGEL

Ist es Teil der Berg- und Lebenswelt?



ZUGANGS-REGEL

Wird ein einfacher Zugang ermöglicht?

WAS?

MONTAFONER ORTSPROFILE

ST. ANTON IM MONTAFON

Gipsbergbau

BARTHOLOMÄBERG

Sonnenbalkon
Wiege des Montafon
Winterwanderparadies

VANDANS

Baukultur im Montafon
Wildbäche

SCHRUNS

Sportarena
Kultur und Kunst
Marktplatz

TSCHAGGUNS

Sportarena
Dreistufenlandwirtschaft
Wasser

SILBERTAL

Sagenwelt
Bergbau
Europaschutzgebiet Verwall

ST. GALLENKIRCH - GORTIPOHL

Ursprünglichkeit
Aktivzentrum

GARGELLEN

Fenster zu Dir

GASCHURN - PARTENEN

Silvretta
Energie
Europaschutzgebiet Wiegensee

ÜBERGEORDNETE STRATEGIEN



PLAN T – MASTERPLAN FÜR TOURISMUS

Der Plan T des BMI für Arbeit und Wirtschaft markiert einen Umbruch in der österreichischen Tourismuspolitik, indem Nachhaltigkeit als Kernprinzip etabliert und mit dem Lebensraummanagement die Bedürfnisse der Gäste, Unternehmen, Mitarbeiter, Einheimischen und der Umwelt gleichwertig berücksichtigt wird.



ÖSTERREICH WERBUNG

Die Marke „Urlaub in Österreich“ positioniert uns als Urlaubsland, das inspirierend ist und nachhaltige Erholung bietet. Gleichzeitig rückt die Marke Innovatives in den Vordergrund.
austriatourism.com



TOURISMUSSTRATEGIE 2030 DES LANDES VORARLBERG

Aufbauend auf der hohen Qualität und Innovationskultur Vorarlbergs, setzt die Tourismusstrategie 2030 auf die Themen „Authentische Gastfreundschaft“, „Weltoffene Regionalität“, „Nachhaltige Entwicklung“ und „Faire Kooperation“ – aufgeteilt in acht Kernziele.
vorarlberg-tourismus2030.at

UNSERE DNA



WAS?

MONTAFONER BERGBAHNPROFILE

KRISTBERGBAHN

Genießerberg (Sommer/Winter)

GARGELLNER BERGBAHNEN

Grenzerfahrung (Sommer)
SchneeReich (Winter)

GSL

GOLM
SILVRETTA
LÜNERSEE

ERLEBNISBERG GOLM

Familienberg (Sommer/Winter)

SILVRETTA-BIELERHÖHE

Einblick ins Hochgebirge (Sommer)
Basislager (Winter)

LÜNERSEE

Türkise Perle der Alpen (Sommer)

SILVRETTA MONTAFON

HOCHJOCH

Abenteurerberg (Sommer)
Wintersportarena (Winter)

HOCHALPILA/GRASJOCH

Gipfelerlebnis (Sommer)
Freestyle Area (Winter)

NOVA

Alp(en)welt (Sommer)
Unterhaltung (Winter)

WER?

UNSERE ZIELGRUPPE ...

... NACH DEM „WUNSCHGASTPRINZIP“

Montafon Tourismus konzentriert sich auf die Übernachtungsgäste und bezieht im Rahmen des Lebensraummanagements auch Einheimische mit ein. Tagesgäste werden primär von den Bergbahnen angesprochen.

Unsere Übernachtungsgäste aus dem POSTMATERIELLEN MILIEU

Das postmaterielle Milieu vertritt eine weltoffene, kritische und ökologisch bewusste Haltung. Als kulturell affine und verantwortungsbewusste Kosmopoliten streben sie nach Selbstverwirklichung, Nachhaltigkeit und setzen sich für globale Gerechtigkeit und Diversität ein. Klassische Werbung und Social Media Plattformen sind für sie weitgehend irrelevant. Zudem sind sie finanziell kaufkräftig und schätzen als informierte Entscheider fundierte Inhalte und authentische Erlebnisse, die das Montafon in seiner ganzen Vielfalt bietet.

Unsere Tagesgäste und Einheimische aus dem ADAPTIV-PRAGMATISCHEN MILIEU

Das adaptiv-pragmatische Milieu, die moderne und weltoffene Mitte der Gesellschaft, zeichnet sich durch eine zielstrebige, bodenständige und flexible Natur aus. Sie sind neuen Erfahrungen gegenüber aufgeschlossen und streben nach einer Balance zwischen Abenteuerlust und dem Bedürfnis nach Sicherheit. Erfolg verstehen sie als Ergebnis von harter Arbeit und der Fähigkeit zur Anpassung. Ihre Affinität für Werbung, aktive Nutzung von Social Media und für ausgeprägtes Preisbewusstsein unterstreichen ihre zeitgemäße und pragmatische Lebensweise.

WO?

UNSERE ZIELMÄRKTE



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



SCHWEIZ: deutschsprachige Schweiz



BENELUX: Belgien, Niederlande und Luxemburg



FRANKREICH: im Raum Elsass, mit interessierten Gastgebern

WAS?

UNSERE PRODUKTSCHIENEN

WANDERN UND SKIFAHREN sind die Hauptbuchungsgründe unserer Gäste. Daher fokussieren wir uns zu 80% auf die A-Produkte und zu 20% auf die B-Produkte.

Hauptprodukte

A



SKIFAHREN UND
SNOWBOARDEN



WANDERN
ganzjährig

Komplementärprodukte

B



SKITOUREN



FREERIDEN



RODELN



KLETTERN



BIKEN



KULTUR

Weitere Hintergrundinformationen
zum Leitbild auf
montafon.at/marke



Stand: 05.2024