20.01.2017 – 16:02 Uhr

Gute Performance der Urlaubsmarke Vorarlberg

Aktuelle BAKBASEL-Studie reiht Vorarlberg auf Platz 3 von 149 Alpendestinationen

Dornbirn (ots) - Die positive Entwicklung der Urlaubsmarke Vorarlberg hat mit den aktuellen Ergebnissen von BAKBASEL eine erneute Bestätigung erhalten. Die Zuwachsrate von mehr als sieben Prozent Hotelübernachtungen in den letzten fünf Sommersaisonen ist im internationalen Vergleich herausragend und reiht das Urlaubsland Vorarlberg auf Platz 3. Die Destinationen Lech Zürs, Kleinwalsertal und Bodensee-Vorarlberg gehören in diesem Jahr ebenfalls zu den Top-Platzierten.

Christian Schützinger, Landestourismusdirektor und Geschäftsführer von Vorarlberg Tourismus arbeitet seit über zehn Jahren an der Entwicklung der Urlaubsmarke Vorarlberg: "Wir nutzen die erfreulichen Ergebnisse, um weiterhin gemeinsam mit den Destinationen das Urlaubsland Vorarlberg am internationalen Reiseparkett zu positionieren."

Das touristische Marketing geschieht in rund elf europäischen Märkten. Die Botschaften sind speziell für den jeweiligen Markt auf Basis von Marktforschung konzipiert. Der überwiegende Teil spielt sich in der digitalen Welt als Content Marketing ab.

Landesstatthalter Karlheinz Rüdisser, Aufsichtsratsvorsitzender von Vorarlberg Tourismus, sieht in der Studie "eine Bestätigung für die starke Urlaubsmarke Vorarlberg und einen Beleg für die Leistungsfähigkeit und Wettbewerbsstärke der Vorarlberger Tourismuswirtschaft".

Weitere Ergebnisse der BAKBASEL-Studie sind: Kleinwalsertal auf Platz vier der erfolgreichsten Destinationen im Alpenraum - bezogen auf das gesamte Tourismusjahr 2015. Als Grund wird die sehr hohe Auslastung der Hotelbetten und die hohe Ertragskraft genannt. Die Wissenschaftler ziehen drei Indikatoren für den wirtschaftlichen Erfolg heran: Die Auslastung der Hotelbetten, die Entwicklung der Übernachtungszahlen sowie die Preisgestaltung bzw. die Ertragskraft.

Im Winter führt Lech Zürs auch in diesem Jahr wieder das Ranking an - es "profitiert von der herausragenden Ertragskraft sowie von einer überdurchschnittlichen Auslastung". Bemerkenswert ist weiters der siebte Platz für Bodensee-Vorarlberg in der Sommersaison. Andere Vorarlberger Destinationen wurden in den letzten Jahren ebenfalls unter die Top Ten gereiht.

Starke Urlaubsmarke

Schon die renommierte Deutsche Reiseanalyse hatte für Vorarlberg außergewöhnlich positive Werte ausgewiesen. Bei den Fragen nach der ?gastfreundlichen Bevölkerung? und der ?regionalen Küche? lag das Plus bei mehr als zehn Prozent - zwei wichtige Indikatoren für den Erfolg der Tourismusstrategie 2020.

"Für uns sind die Ergebnisse von BAKBASEL und der Deutschen Reiseanalyse natürlich eine weitere Motivation, den eingeschlagenen Weg fortzusetzen", betont Schützinger. "Die Urlaubsmarke Vorarlberg bezieht ihre Kraft aus der authentischen Vermittlung von Regionalität, Gastfreundschaft und Nachhaltigkeit - den Säulen der Tourismusstrategie 2020."

Zur Studie: [http://www.bakbasel.com/fileadmin/user_upload/bakbasel_bericht] (http://www.tourismuspresse.at/redirect/bakbasel)

Rückfragehinweis:
Christina Meusburger
Tel: 0043 5572 377033-32
Christina.meusburger@vorarlberg.travel

Digitale Pressemappe: http://www.ots.at/pressemappe/4016/aom

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0003 2017-01-20/16:00

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100003072/100798165 abgerufen werden.