

TOURISMUS 2012

Das Fachmagazin von Vorarlberg Tourismus AUSGABE 3

Tradition und Moderne

Vorarlberg ist reich an jahrhundertealten Brauchtümern und unverwechselbaren regionalen Werten. Gleichzeitig erzeugen moderne Einflüsse ein Spannungsfeld, das den Gast neugierig macht.

> Seite 6 bis 12

VOR
ARL
BERG

HYPO
LANDESBANK
VORARLBERG

team 

PROJEKT- UND EVENTMANAGEMENT
MARKETING-TOOLS FÜR HOTELLERIE UND GASTRONOMIE

Mit dem **eboxx®Webcreator** zum perfekten Internet-Auftritt für Gastronomen, Hoteliers, Cafetiers, Zimmervermieter, ...

Ihre schlagenden Vorteile:

- * Keine Startkosten
- * Grundpaket zum Fixpreis von 25,- EUR / Monat
- * Freie Designwahl aus der eboxx®Designbibliothek
- * Persönliche Betreuung bis zur Onlinestellung
- * Inhalte selber aktualisierbar durch ein simples Redaktionssystem
- * Flexibles Baukastensystem mit zusätzlichen attraktiven Webtools

Kontaktieren Sie uns für ein unverbindliches Gespräch

Team G | Schulgasse 1 | 6811 Göfis | +43 5522 73146 | office@team-g.at | www.team-g.at



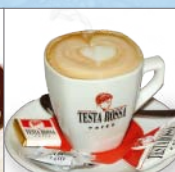
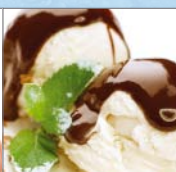
Die richtigen
Zutaten für
Ihren Erfolg

DER ZUSTELLPROFI
Inter
SERVICE
FÜR GASTRONOMIE & GROSSKÜCHEN

Ihr Zustell-Profi in Vorarlberg

- 11 Abholgroßmärkte
- österreichweit flächendeckende Zustellung
- **Wedl 24/7 ONLINE SHOP**
rund um die Uhr, die ganze Woche online einkaufen

Aktuelle Angebote auf www.wedl.com



Q u a l i t ä t e r l e b e n

BEZAHLTE ANZEIGE

Schobel Höchstgenuss – Regionale Feinkost

Wir sind eine kleine Manufaktur in Höchst am Bodensee. Der Schwerpunkt unseres Schaffens liegt in der Herstellung von Destillaten außergewöhnlicher Güte: vom klassischen Subirer bis hin zum exklusiven Hagebuttenbrand.

Weiters produzieren wir einfache, bodenständige Feinkostartikel wie Schwarze Nüsse und Trockenfrüchte in allerhöchster Qualität. Unverfälschte, traditionelle Genussmittel hergestellt in reiner Handarbeit aus den besten Früchten der Region.



Gesunde, schmackhafte Energiespender.

INFOS

Schobel Höchstgenuss

Harald Schobel
Frühlingsgarten 7, A - 6973 Höchst
T: +43 664 / 12 45 515
M: info@hoechstgenuss.at
W: www.hoechstgenuss.at



Zu Käse, Wildgerichten und Desserts.



© Beate Wüschner

Regionalität: Eine Symbiose aus Tradition und Moderne

Impressum

Das Fachmagazin der Vorarlberg Tourismus GmbH erscheint dreimal jährlich, Herausgeber/Medieninhaber: Vorarlberg Tourismus GmbH, Poststraße 11, A-6850 Dornbirn

Für den Inhalt verantwortlich:
Mag. Christian Schützinger

Projektleitung: Andrea Masal

Redaktion: Pzwei, Pressearbeit,
Daniela Kaulfus, Bregenz

Mitarbeit: Robert Fabach, Patrizia Gunz,
Julia Nußbaum, Wolfgang Pendl,
Alexandra Stockmeyer

Produktion: Andrea Masal

Grafische Gestaltung: Werkstatt West,
Richard Steiner, Hard

Anzeigen: Media Team GmbH, Röthis

Druck: Hecht Druck Ges.m.b.H. & Co. KG,
Hard

Fotos: Für alle im Bildnachweis mit Vorarlberg Tourismus gekennzeichneten Bilder und Grafiken liegen die Nutzungsrechte bei der Vorarlberg Tourismus GmbH, Poststraße 11, A-6850 Dornbirn. Alle Rechte, auch die Übernahme von Beiträgen nach § 44 Abs. 1 Urheberrechtsgesetz, sind vorbehalten.

Coverfoto: Hypo Landesbank Vorarlberg,
Bregenz, © Bruno Klomfar

Vorarlberg setzt in seinen Tourismusangeboten vor allem auf Regionalität. Neben Gastfreundschaft und Nachhaltigkeit ist sie deshalb auch eine der tragenden Säulen der Tourismusstrategie 2020. In der aktuellen Ausgabe gehen wir der Frage nach, wie sich Regionalität in unserem Land widerspiegelt, wie sie bewahrt und gleichzeitig lebendig gelebt werden kann. Dazu nützten wir die Gelegenheit zu einem Austausch mit Prof. Stefan Forster, Tourismus-Fachmann der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Beim Vorarlberger Umweltforum in St. Arbogast referierte Forster zu den Themen Regionalität, Originalität und Authentizität von Produkten.

Das von der Österreich Werbung ausgerufene Kulturthema 2013 „Identitätsstiftende Architektur“ nehmen wir ebenfalls zum Anlass, uns Gedanken über ein sehr regionales Thema zu machen: über die heimische Baukultur, deren Stellenwert und Entwicklung. Sie genießt weltweites Ansehen und ist für viele Urlaubsgäste ein wichtiger Grund, nach Vorarlberg zu kommen.

In welchen Bereichen Kultur und Tourismus Hand in Hand gehen könnten, darüber sprachen wir im Interview mit dem designierten Kulturamtsleiter des Landes Vorarlberg Winfried Nussbaumüller. Über die Ausrichtung der Zusammenarbeit zwischen der Wirtschaftskammer Vorarlberg und Vorarlberg Tourismus, an der sich die WKV mit 25 Prozent beteiligt, diskutieren Spartenobmann Hans-Peter Metzler und Landesstatthalter Karlheinz Rüdiger im Doppelinterview ab S 16.

Weiters informieren wir Sie über die Neuerungen im Skilehrergesetz und weisen anhand einer aktuellen Studie auf die häufigsten Ursachen von Skiunfällen und deren Prävention hin. Über die aktuellen Aktivitäten von Vorarlberg Tourismus berichten wir ab S 18. Und auf welche regionalen Köstlichkeiten heimische Gastronomen auf keinen Fall verzichten wollen, erfahren Sie auf S 23.

Gute Unterhaltung und einen erfolgreichen Start in den Winter wünscht Ihnen

Ihr Christian Schützinger



© Ludwig Berchtold

i luag druf 2012

Der landwirtschaftliche Zukunftspreis „i luag druf“ steht dieses Jahr unter dem Motto „Wertvolles auf den Teller“. Ausgezeichnet werden Schulen und Restaurants, die Wert auf gesunde Ernährung und regionale Produkte legen sowie landwirtschaftliche Betriebe mit Lebensmittelinnovationen aus bäuerlicher Produktion. Längjährige Unterstützer und Partner des Zukunftspreises sind Vorarlberg Tourismus und die Vorarlberger Kraftwerke AG. Die Preisverleihung findet im Rahmen der Ländle Gala am Freitag den 23.11.2012 um 19:30 Uhr im AmBach in Götzis statt.

Im Käsekeller wird auf beste Qualität bei der Erzeugung der Vorarlberger Bergkäse-Laibe geschaut.

Vorarlberger Tourismusschulen auf der ITB Berlin 2013

Vom 6. bis 10. März 2013 findet die Tourismusmesse ITB Berlin statt. Österreich ist eines der über 180 teilnehmenden Länder. Auch dieses Mal wird beim Österreich-Stand besonderes Augenmerk auf die Themen Gastfreundschaft und Kulinarik gelegt. Traditionell sorgt der touristische Nachwuchs aus Österreich – im Auftrag der Österreich Werbung – für das Wohl der Gäste. 2013 werden sich die Vorarlberger Tourismus- und Wirtschaftsschulen aus Bludenz und Bezau um Küche und Service am Stand kümmern. Egger Bier und Pfanner Getränke unterstützen den Messeauftritt mit regionalen Produkten aus Vorarlberg.



© Österreich Werbung

Vorarlbergs Tourismusschulen kümmern sich bei der ITB Berlin 2013 um das Wohl der Teilnehmer.

Weltweites Vorbild für Biosphärenparks

Der internationale Koordinationsrat ICC der UNESCO empfiehlt den Biosphärenpark Großes Walsertal weltweit als Vorbild für andere Biosphärenparkregionen. Bei der 24. Sitzung des ICC im Juli in Paris fand der zweite Bericht der Vorarlberger Region breiten Anklang. Lob ernteten die Aktivitäten zum Schutz der Biodiversität und Landwirtschaft, im Bereich der erneuerbaren Energien und der nachhaltigen Regionalentwicklung. Insbesondere die Arbeit der e5-Teams und die Bemühungen, völlige Energieautonomie zu erreichen, beeindruckten die Experten in Paris.



© Bildarchiv Biosphärenpark Großes Walsertal

Das Große Walsertal ist Vorbild in Sachen Landschaftspflege und Nachhaltigkeit, befindet die UNESCO. Bilder: Photovoltaikanlage in Blons (oben), das Gadental (unten).

© LK Vorarlberg



Käseprämierung Schwarzenberg

Beim Alp- und Markttag in Schwarzenberg fand am 15. September zum 20. Mal die traditionelle Käseprämierung statt. Der international zusammengesetzten 32-köpfigen Fachjury legten die Vorarlberger Sennalpen und Käsereien insgesamt 149 Käse vor – dies ist ein neuer Rekord. Die Jury wählte Hans Kempf von der Sennerei Doren Huban bei den Schnittkäsen zum Senner des Jahres. Als Senner des Jahres bei Hartkäse wurde Christoph Schwarzmann von der Alpe Steris mit dem Vorarlberger Alpkäse, 15 Monate gereift, ausgezeichnet. Die zahlreichen Käseliebhaber im Angelika-Kauffmann-Saal hatten auch die Möglichkeit, die jeweiligen Categoriesieger und die von der Fachjury ausgewählten Senner des Jahres zu bewerten. Hier wählten die Konsumenten den Vorarlberger Alpkäse von der Alpe Steris zum Konsumentensieger.

Seehotel „Am Kaiserstrand“ wechselt Besitzer

Rund zwei Jahre nach der Eröffnung des Seehotels „Am Kaiserstrand“ in Lochau ist es Anfang Juli in den Besitz der Österreich-Gesellschaft der Deutschen Fondsvermögen AG übergegangen. Damit schließt die Bau-trägergesellschaft „bauart“ die Projektentwicklung der Hotelimmobilie ab. Der Pachtvertrag mit der Hotelbetrie-bergesellschaft RIMC bleibt weiterhin bestehen. Seit der Eröffnung im Sommer 2010 haben über 260.000 Gäste das Ganzjahreshotel besucht, darunter rund 55.000 Hotelgäste.



© Seehotel Am Kaiserstrand

© GRM / Krug



Mittelberger Genuss Wirt im Bundesfinale

Die Auszeichnung Vorarlberger Genuss Wirt des Jahres 2013 geht ins Kleinwalsertal: **Haller's Genuss & Spa Hotel in Mittelberg** überzeugte die Jury in den Bereichen Regionalität, Saisonalität und Gastlichkeit. Am 11.11. wird es nochmals spannend: Dann geht das Hotelier-Paar Hermann Haller und Elisabeth Feurstein im Rahmen der ÖGZ-Gala in Salzburg ins Rennen um den bundesweiten Titel.

Hermann Haller und Elisabeth Feurstein, freuen sich, das Land beim Bundesfinale zu vertreten.

Weiß das
Ihr Küchenchef?

60% längere Lebensdauer Ihrer Großküchengeräte
durch gut gewartete Fettabscheider.

Häusle
Umwelt.freundlich

Umwelt.Beratung: 05577/202 519

Regionalität

oder: was ist drin, wo Vorarlberg drauf steht?



Regionale Werte, Traditionen und traditionelle Produkte haben einen hohen Stellenwert in Vorarlberg. Die Tourismusstrategie 2020 danach auszurichten, ist deshalb naheliegend. Doch was versteht man unter dem Begriff Regionalität genau? Wie können wir sie als Touristiker, Gastronomen, oder auch als Einwohner, die wir häufig mit Urlaubsgästen in Berührung kommen, pflegen und „transportieren“? Der Schweizer Tourismus-Experte **Prof. Stefan Forster**

gibt hierzu einen Einblick in sein Fachgebiet und verrät uns, wie die Stärken eines Tourismuslandes im alpinen Raum zum Tragen kommen.

Ein gutes regionales Beispiel ist die Vorarlberger Baukunst. Auch sie wurde von unterschiedlichen Richtungen – geografisch wie stilistisch – beeinflusst. Einen Abriss, wie sich die Architektur besonders in den letzten 30 Jahren entwickelt hat, liefert



„Ich bin hier geboren und dieses Stück Welt und manche seiner Menschen gehören zu mir wie mein Denken.“

Peter Natter, Philosoph und Autor



Gastautor Robert Fabach vom Bregenzer Architekturbüro raumhochrosen ab Seite 09. Dabei schildert er aus Erfahrung wie weit die Identifizierung mit der heimischen Baukultur gehen kann.

Damit führt Fabach auch sehr lebendig in das Thema ein, das im kommenden Jahr eine wichtige Rolle spielen wird. Im Rahmen des von der Österreich Werbung lancierten Kulturthemas 2013 wird sich alles

um „Identitätsstiftende Architektur“ drehen. Die Gästebefragung der letzten T-MO-NA-Studie hat ergeben, dass neben Landschaft und Natur, die Architektur sowie Bauwerke wichtige Gründe sind, sich für einen Urlaubsort in Österreich zu entscheiden. Besonders die Symbiose von Tradition und Moderne sind der Österreich Werbung für das kommende Jahr wichtig. In zahlreichen Kampagnen und in Kooperation mit den Landesstellen soll die vielfältige Archi-

tektur des Landes beworben werden.

Kultur und Tourismus

Wie Kultur den Tourismus belebt und auch umgekehrt, darum geht es im Interview mit dem designierten Kulturamtsleiter des Landes Vorarlberg, **Winfried Muschaumüller**. Er gewährt einen Einblick, wie er sich die Zusammenarbeit zwischen den beiden Sparten in Zukunft vorstellt.

Verantwortung tragen für regionale Werte



© Dornbirn Tourismus & Stadtmarketing GmbH

Eine große Auswahl an hochwertigen Produkten aus der Region bieten die wöchentlichen Bauernmärkte. Jeweils samstags zum Beispiel in Dornbirn (Bild).



„Hier bedienen extrem viele Veranstalter ein sehr kleines Publikum – ich glaube das erhöht die Qualität der kulturellen Angebote.“

Daniela Egger, Autorin

Was bedeutet Regionalität genau und warum ist sie für den Tourismus so wichtig? Diese Fragen versucht das Magazin Tourismus im Gespräch mit Prof. Stefan Forster zu ergründen. Der Leiter der Fachstelle Tourismus und Nachhaltige Entwicklung an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften war Gastvortragender beim Vorarlberger Umweltforum in St. Arbogast.

Im mobilen, beschleunigten und globalisierten Alltag verlieren die Leute zunehmend den Boden unter den Füßen. Darum suchen sie ortsgebundene, unverwechselbare Regionalität“, erklärt Stefan Forster. Urlauber schätzen verstärkt hohe Qualität, intakte Natur und authentische Kultur. Für die Wahl einer Urlaubsdestination sind zunehmend auch ökologische, ethische und soziale Gründe entscheidend. Nimmt ein Tourismusland diese Bedürfnisse ernst, gilt es, diese Werte in erlebbare Urlaubsangebote zu gießen, so der Experte. Eine enorme Aufgabe.

Vorarlberg ist für Forster eine Vorbildregion in Sachen Regionalität, Qualität und Nachhaltigkeit. Besonders gut zum Ausdruck komme dies in der ortsangepassten Architektur, im Handwerk, in der Vermarktung regionaler Produkte oder in der Nutzung erneuerbarer Energien.

Wertschätzung als Basis

Doch was genau ist Regionalität? Die geografische Herkunft ist eines. Auf der anderen Seite ist vor allem die Bewusstseinsbildung der Bevölkerung wichtig. Ihr muss klar sein, welche wertvollen Traditionen und Produkte untrennbar mit dem Land verbunden sind. „Man muss die Einheimischen stärker in den Tourismus einbinden. Das gilt insbesondere, wenn es um natur- und kulturnahen Tourismus geht wie in Vorarlberg“, erklärt Forster. „Denn Wertschöpfung kann man nur erzielen, wenn auch Wertschätzung gegenüber den eigenen Werten vorhanden ist.“

Die Voraussetzungen dafür sind gut: Heimische Produkte, die Vorarlberger Handwerkskunst sowie die Vielfalt der Natur haben einen hohen Stellenwert innerhalb der Bevölkerung. Das bedeutet aber auch eine hohe Verantwortung gegenüber den traditionellen Werten. Man muss sie kennen und pflegen. „Nur so können Einheimische sie

ihren Nachkommen und den Urlaubsgästen authentisch vermitteln. Dies bedeutet aber nicht rückwärtsgewandt, museal oder dass wir alles gleich machen müssen wie unsere Vorfahren. Es geht darum, dass wir Tradition und Moderne verbinden“, betont der Tourismus-Fachmann Stefan Forster.

Traditionelles neu interpretiert

Viele regionale Produkte sind durch Impulse von außen oder durch Zuwanderung entstanden. „Die Engadiner Nusstorte wurde in Italien erfunden“, veranschaulicht Forster. Die Lustenauer Stickereitradition brachten die Schweizer ins Land.

Auch die Bregenzerwälder Trachten sind ein gutes Beispiel, wie Tradition Veränderungen unterworfen ist. Waren sie früher noch naturfarben und weiß, so wurden sie später vom spanischen Hof beeinflusst und schwarz eingefärbt. Die Plissierung haben die Bregenzerwälder französischen Stoffproduzenten abgeschaut. Frei nach dem Bregenzerwälder Motto „Wir ehren das Alte und begrüßen das Neue“ sind Innovationen – sei es von außen oder von innen – unumgänglich. Viele Junge erlernen mittlerweile die alte Handwerkskunst in der Juppenwerkstatt in Riefensberg und entwickeln auch den Stil weiter. ○

„Wir sollten nicht die Asche anbeten, sondern das Feuer am Brennen halten.“



Prof. Stefan Forster

Welches Kleid trägt unser Land?

Anmerkungen zur Identität von Architektur in Vorarlberg
 von Robert Fabach

Welches Hemd trage ich gerade, welche Schuhe? Mitten im Alltag vergesse ich mitunter, was mich unmittelbar umgibt, mich wärmt und mein Außenbild prägt, obwohl ich es vielleicht besonders mag. Nicht unähnlich verhält es sich mit der „Bekleidung“ meines Landes. Der baulichen oder architektonischen „Bekleidung“ wohlgermerkt. Da gibt es Brauchbares, Elegantes und Zeitloses und einige ausgefallene Stücke sind auch dabei. Die Summe aller Kleider macht die Erscheinung. Zugleich suche ich darin das Gefühl von „zu Hause“, möchte mich wohlfühlen in meiner Haut, in meiner Kleidung und in der gebauten Landschaft, die mich umgibt. Deshalb wird Architektur auch gelegentlich als „dritte Haut“ des Menschen beschrieben.

Zuhause fühlen kann man sich ja nicht nur in den eigenen vier Wänden, sondern auch als Gast und es ist ein hohes Lob für ein

Ambiente, wenn dieses Gefühl zum Ausdruck gebracht wird. Dieses Gefühl braucht für mich Identität, jene Mischung aus Besonderem und Vertrautem. Diese Vertrautheit und Vertrauen zu einer Landschaft scheint mir eine schöne Übersetzung des etwas spröden Begriffs „Authentizität“. Und genau an diesem Punkt erreichen wir die zeitgenössische Vorarlberger Baukultur. Denn diese hat sich aus genau diesem Grund vor etwa 50 Jahren rund um Architekten wie Hans Purin, Rudolf Wäger oder die Architektengruppe C4 formiert und sich vom ortlosen, modischen Bauen abgesetzt. Seither hat sie sich kontinuierlich zu einem Bestandteil einer regionalen Kultur entwickelt. Baukultur, nicht als Stereotyp, sondern als eine lebendige Entwicklung, die sich an praktischen Anforderungen und handwerklichen Prinzipien orientierte.

Was heute bestaunt und international gelobt wird, hat gerade zu Beginn heftigsten



Die Bregenzerwälder Tracht änderte ihren Stil über die Jahrhunderte.

Widerstand und Polemik ausgelöst. Modern war, was von außen kam. Dies hat sich gewandelt und die breite Suche in den 1970er und 80er Jahren nach dem eigenen Ort, der Wunsch nach Nachhaltigkeit und Ökologie haben in dieser eigenwilligen Architektur passende Antworten und einen lebhaften Ausdruck gefunden.

Denn so eigenwillige Bauten wie die Siedlung Ruhwiesen in Schlins, die Selbstbauwohnanlage im Fang in Höchst oder der „Blaue Platz“ in Lustenau sind ungewöhnlich, aber funktionieren.

In den 90er Jahren wurde dies ergänzt durch die konsequente Umsetzung von funktionellen neuen Gebäudetypen für Schulen, Gemeindezentren, Feuerwehren und andere öffentliche Bauten und führte in weiteren Entwicklungsschritten und mit immer weiteren Planern zu einer zunehmenden Ästhetisierung von Schlichtheit und Klarheit in hoher technischer und formaler Güte. Die Firmengebäude im Lustenauer Millenniumpark oder im Gewerbepark in Klaus sind hervorragende Beispiele dafür.

Alltag und Handwerk

Zu diesem „ganz Eigenen“ gesellten sich eine bemerkenswerte Regionalität und ein Qualitätsbewusstsein. Bauleute, die öffentliche Hand und die Architekten selbst suchten und suchen nach besten, nicht billigsten Lösungen und regionalen Anbietern.



„Vorarlberg repräsentiert für mich eine große Ambivalenz zwischen Modernität und Provinzialität, was mich als Künstlerin aber sehr anspricht.“

Brigitta Soraperra, Theaterregisseurin



Die Juppenwerkstatt in Riefensberg kombiniert Traditionelles mit moderner Baukunst.

>> S. 10



© Ignacio Martinez



© Nina Baisch

Gebaute Regionalität: Planung, Handwerk und Baustoffe stammen aus Vorarlberg. Links: Wohnanlage in Nüziders. Rechts: Michelehof.

So entstand im großen Unterschied zu vielen anderen Regionen ein Nährboden für Qualität und Handwerk im Land.

Diese Balance aus Kontinuität und Veränderung und der selbstbewusste Bezug zur Landschaft, zum regionalen Werkstoff Holz und zur eigenen Bautradition schaffen Vertrauen und Vertrautheit. Identifikation und Akzeptanz stiften schließlich Identität, aus der eine Landschaft im Kopf der Menschen entsteht, der Bewohner, aber auch der Reisenden und Gäste.



© Adolf Bereuter

Orte schaffen

Die Baukultur hat das Ortsbild vieler Gemeinden geprägt. Die konsequenten Investitionen von Gemeinden und die bewusste und umfangreiche Unterstützung durch das Land haben quer durch Vorarlberg Schulen, Kindergärten, Feuerwehrhäuser und Gemeindezentren entstehen lassen.

Diese Brennpunkte des öffentlichen Lebens wurden zumeist in Wettbewerben realisiert. Gut durchdachte Lösungen und vielfältige Möglichkeiten, gepaart mit moderner Formensprache und mitunter überraschenden Lösungen. Überzeugte Nutzer führten zu weiteren Aufträgen und haben die anfängliche Skepsis in Stolz auf die Architektur verwandelt. Heute gibt es bereits eine ganze Generation an jungen Vorarlbergern, die mit dieser Architektur groß geworden ist. Die typischen Holzfassaden, der Duft von Naturholzmöbeln oder die beeindruckenden Ausblicke durch wohlgesetzte und großzügige Fensteröffnungen sind Teil einer modernen Identität, die es anderswo so nicht gibt und die zu einem zeitgemäßen Stück Heimat geworden ist.

Viele Bauten sind vom nicht minder authentischen Interieur untrennbar zu einem Ganzen verbunden. Von der unbehandelten und samtigen Tannenholztäferung des Gasthaus Krone in Hittisau bis zu den dunklen Akazienholzverkleidungen im Bregenzer Festspielhaus: Sie drücken Gefühl und Verständnis aus für das Material, dessen natürliche Ästhetik eine aufdringliche Gestaltung ersetzt.

Baukultur und Natur sind für viele Gäste Gründe, in Vorarlberg Urlaub zu machen.



„Vorarlberg ist ein Grenzraum, buchstäblich und auch im übertragenen Sinn. Guter Humus für Künstler.“

*Reinhold Bilgeri,
Musiker, Autor, Regisseur*

Landmarks und Internationales

Zum soliden „Architektur-Alltag“ gehören jene „Feiertage“, wo Experimente oder Sonderbauten zu Landmarks werden. Blinder Patriotismus war nie die Sache der Vorarlberger. Immer wieder sind Einflüsse und Anregungen zu bemerken, die von der regionalen Baukultur aufgenommen und verarbeitet wurden. Sei es die skandinavische Moderne, sei es die bildende Kunst oder auch die Architektur der Schweiz. Dazu gibt es eine Reihe von wichtigen und beeindruckenden Bauten von nicht in Vorarlberg ansässigen Architekten, die ihren Beitrag zur gebauten Landschaft und „emotionalen Landkarte“ des Landes geleistet haben. Das prominenteste Beispiel dafür ist sicherlich Peter Zumthors Kunsthaus in Bregenz. Er hat in seiner beeindruckenden und zugleich stillen Poesie von Material, Licht und Konstruktion Grundtugenden der Vorarlberger Baukultur zur Resonanz gebracht. ○

Quellen und Zugänge zur Architektur in Vorarlberg

Vorarlberger Architekturinstitut:
www.v-a-i.at

Vorarlberger Bauten in der
Architekturdatenbank
www.nextroom.at

Führungen und Hotels:
www.vorarlberg.travel/architektur



© Markus Gmeiner

„Die Zusammenarbeit von Kultur und Tourismus ist ein reizvolles Thema“

Der designierte Kulturamtsleiter des Landes Vorarlberg Winfried Nußbaumüller schildert im Interview mit dem Magazin Tourismus, wo er die Schnittstellen von Kultur und Tourismus in Vorarlberg sieht. Dabei denkt er auch laut über eine Kultur-App für Vorarlberg nach. Vorbildfunktion für die Zusammenarbeit der beiden Branchen hat für ihn Horizon Field – eines der erfolgreichsten Projekte, bei dem Kultur und Tourismus in Vorarlberg Hand in Hand gingen.

Wo können Kultur und Tourismus einander befruchten?

Es gibt wunderbare Schnittstellen zwischen Kultur und Tourismus. Eines der besten Beispiele ist das Gormley-Projekt. Hier hat keiner der Projektpartner gedanklich vorschnell einen finanziellen Hebel umgelegt: Es war ein Kunstprojekt und ist trotzdem auch zum gegenseitigen Vorteil touristisch genutzt worden.

Wie kann man Kultur „schaffen“ und – auch im Sinne der Tourismusstrategie – authentisch bleiben?

Indem man Identitäten berücksichtigt und aufgreift, was vorhanden ist. Zum Beispiel wäre es unsinnig, die Stickerkultur, die in Lustenau beheimatet ist, Hohenems überzustülpen. Authentisch ist die Profilierung der Kultur, wenn sie die Sichtweisen der Bevölkerung abfragt und einbindet. Beim Erstellen eines Kulturleitbilds für Lustenau zum Beispiel ergab die Frage „Was ist für Sie Kultur?“ ein sehr breites Spektrum: vom „Noche-Match“ nach dem Spiel der Austria, über die Kilbi, die Stickerie bis zum Senf. Die Wertvorstellungen sind so unterschiedlich, dass es kaum einen kleinsten gemeinsamen Nenner gibt. Vielmehr gibt es unzählige kulturelle Nischen.

Welche sind Vorarlbergs Nischen? Sind sie von außen überhaupt wahrnehmbar?

Nischen sind nur wahrnehmbar, wenn man sie kommunizieren kann. Dazu liefert der Bregenzerwald gute Beispiele. Hier gibt es eine traditionsreiche und international beachtete Handwerkskunst. Gleichzeitig sind hier „Essen und Leben“ in einer ausgeprägten Genusskultur aneinandergeschnitten. Mit der Baukultur zusammen zeichnen sich für diese Region damit schon mindestens drei Ebenen aus, die mit Kultur und Tourismus zu tun haben und nach außen darstellbar sind.

Ist das überall möglich?

Ich war gerade in einen von Vorarlberg Tourismus initiierten Prozess involviert, in dem es um die Markenschärfung des Rheintals geht. Hier ist es schwieriger, Kultur zu positionieren. Schon allein deswegen, weil die Grenzen fließender sind als in anderen Regionen. Hier stellt sich die Frage, wo die kulturellen Grenzen sind. Ob zum Beispiel das Schweizer Rheintal Teil unserer Identität ist oder nicht.

Unterscheidet hier der Gast so genau?

Die Differenzierungsbemühungen des Bundeslandes werden von außen nicht wahrgenommen. Der Wiener unterscheidet nicht zwischen einem Bre-

>> S. 12

POS

KASSEN UND EDV-SYSTEME

Ihr verlässlicher Partner für

- Kassensysteme
- Orderman
- GASTROdat Hotelsoftware
- EDV + Serverlösungen
- WLAN im Gästezimmer
- Mobile Kassen für Veranstaltungen



Orderman Columbus
Kassen mit Orderman
ab monatlich
99,00 Euro

Bundesstraße 93a | A-6923 Lauterach
Telefon: +43 (0) 5574 / 90 860
Fax: +43 (0) 5574 / 90 860-5

www.pos-kassen.at

genzerwälder und einem Montafoner. Was emotional betrachtet natürlich ein gravierender Unterschied ist (lacht). Nach innen wird sehr wohl stark differenziert, was auch notwendig ist. Sowohl für Marketingstrategien als auch für Kulturschaffende.

„Aus Erfahrung weiß ich, dass die heimischen Protagonisten der Kulturszene und des Tourismus hochsensible Akteure sind.“

Welche Priorität hat für Sie als designierter Kulturamtsleiter die Schnittstelle zwischen Kultur und Tourismus?

Das ist ein großes Thema! Besonders jene Dinge, die von außen als Spezifikum Vorarlbergs gesehen werden, sollten aufrechterhalten und geschärft werden. Gerade weil auch andere Bundesländer stark aufgeholt haben. Beispielsweise stelle ich mir die Frage, wie man die Architekturszene neu beleben könnte. Vor fünf bis zehn Jahren gab es einen Hype, der derzeit etwas rückläufig ist. Sinnvoll wäre etwa, die jungen Archi-

tekte verstärkt ins öffentliche Blickfeld zu rücken.

Haben Sie hierzu Ideen?

Interessant wäre eine Zusammenarbeit mit den Tourismusbüros. Eine Kultur-App könnte eine konkrete Form sein, wie man Kultur kommunizieren kann. Sie wäre auch direkt mit kommerziellen Interessen, etwa dem Ticketverkauf, koppelbar. Das mitzugestalten, fände ich reizvoll.

Hat das Antony Gormley-Projekt Horizon Field Vorbildfunktion?

Absolut. Der Schulterschluss zwischen Kultur, Tourismus und die Koordination mit Bergführern, Liftbetreibern und Naturschützern war einzigartig. Vorarlberg Tourismus hat eine wunderbare Supportfunktion ausgeübt und Routen zur Verfügung gestellt. So wurde dieses schwer überschaubare Projekt leichter zugänglich. Spannend am Gormley-Projekt war auch der Prozess: von der anfänglichen Verwunderung, der freudigen Erwartung auf die hundert Eisenfiguren einerseits, der kritischen Haltung andererseits, bis zu Aktivitäten wie der Gründung eines Freunde-Vereins.

Haben Kultur und Tourismus gemeinsame Werte?

Ja, in beiden Bereichen agieren Menschen, die von einem starken Qualitätsbewusstsein getragen sind. Aus Erfahrung weiß ich, dass die heimischen Protagonisten der Kulturszene und des Tourismus hochsensible Akteure sind. Sie sind bestrebt, keine kurzfristigen Hebel umzulegen im Sinne einer Tourismus- oder Kultur-Eventgesellschaft. Vielmehr geht es um substantielle Fragen. ○

Dr. Winfried Nussbaumüller

- > Jahrgang 1969
- > Oberösterreich (Steyr), seit 20 Jahren wohnhaft in Lustenau
- > 2 Kinder
- > studierter Kunsthistoriker
- > Berufliche Stationen: 14 Jahre KUB, Autor Kulturleitbild Lustenau, international in Kommissionen, Jurys, designierter Kulturamtsleiter beim Land Vorarlberg

Bezahlte Anzeige

Pfanner Single Malt Whisky der 2. Generation

Mit seinem besonderen Gespür und einer großen Leidenschaft für elegante Edelbrände wagte sich Walter Pfanner 2005 an seinen ersten Vorarlberger Single Malt Whisky. Der Whisky mit dem Hasen am Etikett begeisterte die Whisky Fans in ganz Vorarlberg.



Walter Pfanner

Der Single Malt Whisky der zweiten Generation, gebrannt 2009 und präsentiert im Spätsommer 2012, überzeugt ebenso mit purer Ehrlichkeit. Unverschnitten, aus einem einzigen Destillat. Im ausgewogenen Verhältnis von schottischer und irischer Methode destilliert. Mit der Reinheit von Bergquellwasser gemälzt. Gereift in ausgesuchten Eichenfässern, die ihm sein einzigartiges Aroma geben und stolz, aus der **1. Whisky Destillerie Vorarlbergs** zu stammen.

Seine goldfarbene Optik verspricht subtile Wärme. Charakteristisch seine hellen Röstaromen. Am Gaumen warm und geschmeidig. Dennoch gehaltvoll und kräftig. Voll impulsiver Lebenskraft wie sein Markenzeichen, der Hase – eine kleine Hommage an die hoppelnden Freunde im Lauteracher Naturschutzgebiet „Ried“.

Auf den Genuss! Stilecht im Pfanner Whisky-Glas und in Kombination mit der feinen Whisky-Edelschokolade.



INFOS

Pfanner & Gutmann Privatkellerei
Alte Landstraße 10, A-6923 Lauterach
Tel. +43/5574/6720-0

Pfanner & Gutmann Vinothek
Lerchenauerstraße 9, A-6923 Lauterach
Öffnungszeiten:
Dienstag bis Freitag: 9.00 bis 12.15 Uhr und 14.00 bis 18.15 Uhr
Samstag: 8.30 bis 12.15 Uhr
Tel. +43/5574/6720-170

Gemeinsame Arbeit für den Wintertourismus

Im September 2012 ist das aktualisierte Vorarlberger Skischulgesetz in Kraft getreten. Die neuen Bestimmungen betreffen hauptsächlich die Konzessionierung, Meldepflicht sowie die Ausweisung als Skilehrer. Auch wenn nicht alle Anliegen der Betroffenen berücksichtigt werden konnten, bauen Landesrat Siegi Stemer und der Vorarlberger Skilehrerverband darauf, dass die hohe Qualität im Skischulwesen erhalten bleibt.





Das professionelle Kursangebot der ortsansässigen Skischulen und konzessionierten Skilehrer sowie die richtige Vorbereitung auf die Piste bescheren sportlichen Urlaubern ein unbeschwertes Skivergnügen.

Im Jahr 2011 erfolgte die Einführung sogenannter konzessionierter Skilehrer, welche außerhalb einer Skischule selbstständig Skiunterricht erteilen und beim Skilaufen führen und begleiten dürfen.

„Wir haben einen Winter lang die Situation in den Vorarlberger Skigeieten beobachtet. Im Großen und Ganzen haben sich die konzessionierten Skilehrer neben den bestehenden Skischulen etabliert. Dennoch haben sich verschiedene Anpassungen aufgedrängt, die mit der aktuellen Novelle des Skischulgesetzes umgesetzt werden“, erläutert LR Siegi Stemer.

Höchstes Niveau in Vorarlberg

Positiv sieht Erich Melmer, Obmann des Vorarlberger Skilehrerverbands, dass fast alle Nicht-Vorarlberger, die um eine Konzession zum selbstständigen Skilehrer ansuchen, das höchste von der EU vorgeschriebene Ausbildungsniveau haben. Al-

erdings gibt der Obmann des Vorarlberger Skilehrerverbands zu bedenken, dass der österreichische Ausbildungsstandard über der Diplom-Anerkennungsrichtlinie der EU stehe. Er ist Anhänger einer sehr hohen Qualität im Dienstleistungssektor. „Österreich ist bekannt für sein hohes Ausbildungsniveau im Wintersport. Vorarlberg ist das einzige Bundesland mit einer multisportiven Ausbildung für Skilehrer“, schildert Melmer.

Gemeinsam für den Gast

„Wir werden alles unternehmen, dass die selbstständigen Skilehrer gemeinsam mit den Skischulen beste Arbeit für den Wintertourismus leisten“, erklärt der Obmann des Vorarlberger Skilehrerverbands. Schlussendlich gehe es um den Kunden. „Nur ein zufriedener Gast kommt gerne wieder“, so Melmer. Siegi Stemer resümiert: „Es galt, unterschiedliche Interessen unter einen Hut zu bringen. Mit den

erzielten Kompromissen wurden mehrere – leider nicht alle – Anliegen berücksichtigt und damit die hohe Qualität im Vorarlberger Skischulwesen abgesichert.“ ◯

„Mit der Novelle wird die hohe Qualität im Vorarlberger Skischulwesen abgesichert.“

LR Siegi Stemer



Anpassungen im Vorarlberger Skischulgesetz, die mit September 2012 rechtswirksam werden:

- > **Konzession:** Damit ein Skilehrer eine Konzession bekommt, muss er eine verkürzte Unternehmerprüfung nachweisen. Bei der Unternehmerprüfung für konzessionierte Skilehrer entfallen (gegenüber der Unternehmerprüfung für Skischulleiter) folgende Gegenstände: Arbeits- und Sozialrecht, Gesellschaftsrecht, Mitarbeiterführung und Betriebsorganisation von Skischulen.
- > Die eingeschränkten Skilehrerkonzessionen, die mit der Über-

gangsbestimmung erteilt wurden, enden mit dem Inkrafttreten der Novelle.

- > **Ski und Langlauf:** In Zukunft sollen nicht nur Diplomskelehrer, sondern auch Diplomlanglauflehrer eine eingeschränkte Konzession zur Erteilung von Skilanglaufunterricht bekommen.
- > **Meldepflicht:** Der selbstständige Skilehrer hat künftig eine Meldepflicht gegenüber dem Skilehrerverband und den örtlichen Tourismusorga-

nisationen (vgl. Vorbild § 8 lit.g Meldepflicht für die Skischule). Konkret hat er die voraussichtliche Dauer seiner Tätigkeit im Voraus anzuzeigen sowie die Skigeiete zu benennen, in denen er vorwiegend tätig sein wird.

- > **Kennzeichnung:** Während der Ausübung seines Berufes wird der konzessionierte Skilehrer verpflichtet sein, ein Abzeichen zu tragen. Dieses soll ihn für andere Personen deutlich erkennbar machen.

Fitness, Vorsicht und Können verlängern den Skispaß

Ein Drittel aller Pistenunfälle passieren am ersten Tag – Empfehlungen für Urlaubsgäste

Skifahren macht Spaß. Doch dieser ist oft rascher vorbei als einem lieb ist: Eine in der vergangenen Wintersaison durchgeführte Studie hat ergeben, dass ein Drittel aller Pistenunfälle bereits am ersten Skitag passieren. Insgesamt mussten 3.000 Pistenbenutzer nach einem Unfall im Krankenhaus behandelt werden. Gemeinsam mit der Initiative Sichere Gemeinden und dem Kuratorium für Verkehrssicherheit untersuchte das Land Vorarlberg in der Studie deshalb die häufigsten Ursachen, um in Zukunft noch effektivere Präventionsmaßnahmen setzen zu können. Die Studienautoren befragten 2.000 Patienten zum Unfallhergang, den äußeren Umständen, den Pistenregeln, der verwendeten Schutzausrüstung und zu den erlittenen Verletzungen.

42 Prozent der verletzten Skifahrer und Snowboarder waren Urlaubsgäste mit Nächtigung vor Ort. 65 Prozent der Befrag-

ten gaben Einzelstürze während der Fahrt als Unfallursache an. Etwa ein Viertel der verunfallten Snowboarder verletzte sich nach einer missglückten Landung nach dem Sprung. Weitere Unfallursachen waren Fahrfehler (42%), ungünstige Pistenbeschaffenheit (16%), hohes Tempo (12%) und technisches Gebrechen (3%). Acht von zehn Verunfallten trugen einen Wintersporthelm, der schlimmere Verletzungen verhindern konnte.

Aufruf zu Eigenverantwortung

Damit der Pistenspaß nicht schon am ersten Tag vorbei ist, empfiehlt die Initiative *Sichere Gemeinden*, spezielle „Urlaubspakete“ anzubieten. Diese könnten erste Pistenstunden mit einem Profi beinhalten. Weiters appelliert die Initiative an die Eigenverantwortung der Pistenbenutzer und Beachtung der Pistenregeln. Regelmäßige Bewegung über das gesamte Jahr sowie Skikurse zur Verbesserung des Fahrkönnens helfen ebenfalls, die Unfallgefahr zu verringern. ○

Termine

snow & safety conference in Zürs am Arlberg von 7. bis 8. Dezember 2012

Die Snow & Safety Conference im „Offpiste Eldorado Zürs“ widmet sich dem Thema Sicherheit beim Skifahren und Snowboarden abseits präparierter Pisten. Diese Veranstaltung findet erstmalig statt und bietet im Rahmen von Vorträgen, Podiumsdiskussionen, Filmvorführungen und Workshops vielfältige Informationen über Sicherheit und neue Produkte. Weitere Infos unter www.lech-zuers.at.

Safety-Checks in Schruns

Detaillierte Infos unter www.silvretta-montafon.at.

Weitere Kurse in den Destinationen und Infos unter www.skischulen.at.

ZUSTELLSERVICE, ABER RICHTIG!

48.000 ARTIKEL AUS EINER HAND.

- Österreichweites Bestell- und Zustellservice
- Lieferung innerhalb von 24 Stunden
- Nach HACCP Richtlinien
- Partnerlieferant von Hogast



Infos: 0800/206 200
oder www.metro.at/zustellung

**EINKAUFEN,
ABER RICHTIG!**

METRO

„Ausstieg aus dem Preiskampf“

Nach dem Beschluss im Frühjahr geht die Tourismusstrategie 2020 nun in die Umsetzung. Landesstatthalter Karlheinz Rüdissler und Spartenobmann Hans-Peter Metzler skizzieren im Gespräch die konkreten Schritte auf dem Weg zur Nummer 1.



Vorarlberg will Europas Nummer 1 bei Gastfreundschaft, Regionalität und Nachhaltigkeit werden. Das ist der Kern der Tourismusstrategie, die Sie im Frühjahr beschlossen haben. Was wird sich denn für den Vorarlberger Tourismus bis 2020 ändern?

Metzler: Ich bin überzeugt, dass die Themen Gastfreundschaft, Regionalität und Nachhaltigkeit bis 2020 für jeden Besucher noch deutlicher spürbar werden. Wir werden verstärkt neue Gäste-schichten ansprechen – die sogenannten LOHAS (Anmerkung: Lifestyle of Health and Sustainability) zum Beispiel, die einen gesundheitsbewussten und nachhaltigen Lebensstil pflegen. Sie sind bereit, einen wertschätzenden Preis für die Leistungen zu bezahlen und ermöglichen damit unseren Betrieben, wirtschaftlich zu arbeiten.

Deshalb ermöglicht die Tourismusstrategie 2020 noch stärker den Ausstieg aus dem Preiskampf. Wir sind jetzt schon weniger davon betroffen als andere Länder. Diesen Vorteil wollen wir halten und ausbauen.

„Die Richtung stimmt, wir müssen intensiv dranbleiben.“

Landesstatthalter Karlheinz Rüdissler.

Rüdissler: Unser Ziel ist der Ganzjahrestourismus in einem qualitativ hochstehenden Segment, der für eine kontinuierliche Auslastung sorgt. Wir sind dabei auch sehr gut unterwegs – das zeigen die bisherigen Ergebnisse des Sommers 2012, wo wir ein deutliches Plus im Vergleich zum Rekordsommer 2011 verzeichnen. Also die Richtung stimmt, wir müssen intensiv dranbleiben.

Nochmals konkret nachgefragt: Was erlebt ein Gast anders, wenn er 2020 nach Vorarlberg kommt?

Metzler: Der Gast spürt, dass er willkommen ist – dass Vorarlberg ein intakter Lebensraum ist, in dem die Kreislaufwirtschaft funktioniert.

Rüdissler: Er spürt, dass er nicht von einer Tourismusindustrie bedient wird, sondern Teil einer vernünftigen regionalen Entwicklung ist. Dabei kommt es nicht

Vorarlberg Tourismus wird durch den Einstieg der Wirtschaftskammer gestärkt, betonten Rüdissler und Metzler.

„Wir erheben ganz bewusst den Anspruch, Nummer 1 zu werden. Es gibt noch Spielraum für Verbesserungen.“ Spartenobmann Hans-Peter Metzler.

nur auf die Hardware, die touristische Infrastruktur an – die ist sowieso notwendig. Die zwischenmenschlichen Beziehungen machen es aus, dass ein Gast sich willkommen fühlt.

Vorarlberg bekommt in diesem Punkt schon jetzt gute Noten.

Metzler: Ja, natürlich! Doch gerade deshalb besteht die Gefahr, dass wir selbstzufrieden werden und sagen: „Ist eh schon alles super bei uns.“ Wir erheben ganz bewusst den Anspruch, Nummer 1 zu werden. Mit diesem sicher etwas gewagten Anspruch, die Besten in Europa zu sein, merken wir: Es gibt noch Spielraum für Verbesserungen.

Rüdissler: Diese Qualität spürt der Gast nur, wenn der Mitarbeiter seine Arbeit gern tut. Das bedeutet hohe Ansprüche an die Ausbildung des Personals, aber natürlich auch an die Führungskräfte.

Metzler: Wir als Wirtschaftskammer werden in den nächsten Jahren massive Anstrengungen unternehmen, in unseren Betrieben dafür noch mehr Verständnis zu entwickeln. Ein kleiner, aber wichtiger Schritt ist auch ganz aktuell die Verordnung des Finanzministeriums bezüglich der Mitarbeiterquartiere. Die Betriebe haben jetzt Sicherheit, dass sie ihren Angestellten ordentliche Unterkünfte bieten können, ohne dass Nachzahlungen bei der Lohnsteuer oder der Sozialversicherung drohen.

Was sind die nächsten Schritte und Projekte zur Umsetzung der Tourismusstrategie?

Metzler: Die Wirtschaftskammer wird noch im Herbst die Jobcenter GmbH gründen, wo wir uns gemeinsam mit dem Arbeitsmarktservice und anderen Partnern der Vermittlung und Betreuung der Mitarbeiter annehmen möchten.

Daneben arbeiten wir am Bildungsthema: Wir schauen uns derzeit in Denkwerkstätten die Ausbildung genau an. Das wird die Basis für ein Bildungshaus, in dem wir

neue räumliche Voraussetzungen für die Ausbildung schaffen wollen. Die grundsätzliche Bereitschaft, in die Infrastruktur der Ausbildung Geld zu investieren, motiviert uns sehr.

Rüdissler: Wichtig ist es mir auch, die Innovationskultur in der Tourismuswirtschaft zu fördern. Bund und Länder haben dafür gemeinsam eine Innovationsmillion bereitgestellt. Dann haben die Systempartner die Aufgabe, das Marketing zu professionalisieren – also die Zusammenarbeit zwischen Vorarlberg Tourismus, den Destinationen und der Hotellerie zu professionalisieren. Dazu gab es bereits vor dem Sommer Workshops.

Es geht auch darum, die Landwirtschaftsstrategie mit der Tourismusstrategie zu vernetzen. Wir wollen die anerkannt hohe Qualität der Küche und die hohe Qualität landwirtschaftlicher Produkte noch besser zusammenbringen, etwa durch den Aufbau von Logistikketten.

Wie konkret sind denn diese Projekte?

Metzler: Wir haben mit der Tourismusstrategie 2020 bereits wichtige Eckpfeiler für die Umsetzung definiert und sind bei vielen Projekten auch schon in der Umsetzung. Wir brauchen aber keine operative Hektik, sondern eine gute strategische Planung. Und wir brauchen Kontinuität. Wir haben keinen Sprint vor uns, sondern einen Marathonlauf bis zum Ziel.

Eine ganz konkrete strukturelle Maßnahme ist die Beteiligung der Wirtschaftskammer an Vorarlberg Tourismus. Was wird sich dadurch verändern?

Rüdissler: Mit diesem Schritt kommt das gemeinsame Bemühen von Land und Wirtschaftskammer um die Zukunft des Tourismus zum Ausdruck.

Metzler: Wir freuen uns auf diese Beteiligung. Das ist keine feindliche Übernahme. Wir kommen nicht, um auf den Tisch zu hauen. Wir möchten konstruktiv die Sicht der Betriebe bei den Aufgaben einbringen, die Vorarlberg Tourismus ge-

meinsam mit den Destinationen zu bewältigen hat. Ich bin überzeugt, dass es schon spannend ist, hier das Know-how der Betriebe einzubringen.

Die Rolle von Vorarlberg Tourismus wird durch den Einstieg der Kammer gestärkt?

Rüdissler: Genau so sehe ich das.

Metzler: Die Betriebe merken immer mehr, wie wichtig das Thema Marke ist. Wir haben derzeit starke Destinationen mit starken Marken. Doch wir dürfen die Perspektive einer Vorarlberg-Verbundmarke nicht aus den Augen verlieren. Sie soll die anderen Marken nicht kaputt machen, ganz im Gegenteil. Richtig spannend wird es, wenn sich das Ganze zu einer Standortmarke entwickelt – wie in Südtirol, wo auf dem Apfel, dem Speck und im Tourismus dieselbe Marke transportiert wird.

Rüdissler: Letztendlich werden mit der Marke Werte vermittelt. Die können wir aber nicht verordnen, die müssen gelebt werden. Auf diesem Weg möchten wir möglichst alle Partner des Tourismus mitnehmen. ○



© Markus Gmeiner

Karlheinz Rüdissler, 57, ist als Landesstatthalter für Wirtschaft, Tourismus, Raumplanung und Verkehr verantwortlich. Zuvor war er mehr als 20 Jahre lang Leiter der Wirtschaftsabteilung im Amt der Landesregierung und in dieser Funktion ebenfalls für Tourismus zuständig.

Hans-Peter Metzler, 47, ist Obmann der Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft in der Vorarlberger Wirtschaftskammer. Als Unternehmer führt er erfolgreich das Romantik-Hotel Schiff in Hittisau.



Fotos: Thomas Cook

80 REISEJOURNALISTEN ZU GAST IN VORARLBERG

Von 15. bis 18. Juli 2012 versammelten sich 80 deutsche Reisejournalisten in Vorarlberg. Geladen hatte der international agierende Reisekonzern Thomas Cook. Er präsentierte seinen jährlichen Winterkatalog in diesem Jahr im Angelika Kauffmann

Saal in Schwarzenberg. Untergebracht im Hotel Am Kaiserstrand lernten die Gäste bei zahlreichen Ausflügen die Besonderheiten und Schönheit der Region kennen. Auf dem abwechslungsreichen Programm, das Vorarlberg Tourismus ausgearbeitet

Dir. Christian Schützinger, Dr. Petra Stolba, Dir. Oskar Hinteregger GF ÖW Berlin

hatte, standen Exkursionen in den Bregenzerwald, in das Montafon, ins Brandnertal und in den Schweizer und deutschen Bodenseeraum. Das Land zeigte sich in diesen vier Tagen von seiner besten Seite – mit viel Sonnenschein.

LUST MACHEN AUF WINTERURLAUB IN VORARLBERG

In der vergangenen Wintersaison konnte Vorarlberg in den zentraleuropäischen Wachstumsmärkten mit zweistelligen Nachfragesteigerungen weiter zulegen. Die Märkte Tschechische Republik und Polen werden auch diesen Winter intensiv bearbeitet: Etwa mit einer umfangreicheren Beteiligung an Österreich-Beilegern mit konkreten betrieblichen Angeboten, integrierten Österreich-Kampagnen mit Online-Aktivitäten, Direkt-Marketingaktionen und Pressearbeit. Ergänzt wird der Aktivitäten-

plan durch eine Wirtschaftskooperation in Tschechien und Medienkooperationen in Wintersport-Specials führender Qualitätsmedien sowie E-Marketingkampagnen in beiden Ländern.

Anfang September startete mit einer Österreich-Pressekonferenz und einem Workshop unter Beteiligung von Vorarlberg Tourismus eine Präsentationsserie in den russischen Städten (Moskau, Samara und St. Petersburg) und die Winterkampagne „Magic Moments“ in Russland.

In der Ukraine setzt Vorarlberg Tourismus weiter auf die Zusammenarbeit mit dem Vertriebspartner austria-ski.com, der mit einer exklusiven Fitnessclub-Kette einen weiteren Vertriebskanal für buchbare An-

gebote mit Anreise über den Flughafen Memmingen aus Vorarlberg eröffnet.

In den wichtigen fremdsprachigen europäischen Märkten Frankreich, Großbritannien, den Niederlanden und Belgien sind die Vorarlberger Winterdestinationen und Vorarlberg Tourismus gemeinsam im Rahmen von integrierten Winterkampagnen der Österreich Werbung aktiv. Mit der Kooperation mit der Monarch Airlines (S. 19) wurde das Engagement im Markt Großbritannien verstärkt.

Erstmals kommt der neue Vorarlberg-Messtand mit 8 Partnern aus dem Land auf der SITV (Salon Internationale du Tourisme et des Voyages) im November in Colmar zum Einsatz.

NATURHAUTNAH GEWINNT THEALPS AWARD 2012

Der Bregenzerwälder Unternehmerpionier Ingo Metzler räumt derzeit einen Preis nach dem anderen ab. Nach dem Vorarlberger Tourismus Innovationspreis 2012 hat sein Projekt NATURHAUTNAH auch den theALPS Award in Innsbruck erhalten. Die achtköpfige Jury bezeichnete NATURHAUTNAH als „ein äußerst innovatives Konzept, das nicht nur den Lebensraum, sondern auch die alpine Wertekultur für die Gäste einer gesamten Region begreifbar macht“. Hinter dem ausgezeichneten Projekt stecken ein Bauernhofkino, ein imposanter Kuhlaufstall, ein Ziegen-Tollhaus mit Besuchergalerie und eine Kleintier-Kuschel-Zone. Die Pflanzen des Heil- und Kräutergartens werden in der hauseigenen Kosmetikproduktion zu Cremes verarbeitet. Außerdem gehören zum Projekt die Käseherstellung, die Molke-Kosmetikverarbeitung und ein feiner Hofladen. www.naturhautnah.at



Foto: theALPS

Nach dem Tourismus Innovationspreis holen Ingo und Melitta Metzler auch den theALPS Award nach Egg. Mit ihnen freuen sich (vlnr.) Brigitte Plemel (VT), Herlinde Moosbrugger (BWT), Christian Schützinger (VT), Imelda Stecher (VT) und Cornelia Kriegner (BWT).

SOMMERSAISON ENTWICKELT SICH PRÄCHTIG

Der Sommer 2012 entwickelt sich für Vorarlbergs Tourismuswirtschaft äußerst positiv. Von Mai bis August haben rund 732.500 Gäste fast 2,6 Millionen Übernachtungen in Vorarlberg gebucht, das sind um 4,3 Prozent mehr Urlauber und um 2,8 Prozent mehr Nächtigungen als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Dieses bisherige Sommerergebnis ist das beste der letzten fünf Jahre. Verstärkt ins Land kamen von Mai bis August nicht nur Gäste aus den Hauptherkunftsmärkten Deutschland, Schweiz und Österreich. Auch die Nächtigungssteigerungen von Gästen aus den Niederlanden, Großbritannien und Polen geben Anlass zur Freude. Den Trend zum Kurzurlaub bestätigen in diesem Jahr selbst die Zahlen des klassischen Ferienmonats August: Im Durchschnitt verweilten Urlauber 3,5 Tage in Vorarlberg.

WINTERJOURNAL „SCHNEE.GESPÜR“

Bretter, die die Welt bedeuten? Für Patrick, der sich selbst als Ski-Routinier bezeichnet, kann es sich dabei nur um Skier handeln. An den Tief-schneehängen rund um Lech und Zürs findet er die ersehnte intensive Begegnung mit der Natur. Früh aufstehen lohnt sich für Michael und Julia: Sie erkunden bei einer Fußgängersafari das Skigebiet der Silvretta Montafon. Managerin Anja bringt im Kleinwalsertal wieder ihr Lebensfeuer® richtig zum Lodern und die zehnjährige Stefanie absolviert nach dem Skifahren noch den Schlittenhundeführerschein. Das Gespür für Schnee – jeder der Protagonisten des aktuellen Winterjournals von Vorarlberg Tourismus findet es in Vorarlberg auf seine Weise. Das kostenfreie Journal ist auf Deutsch und Englisch erschienen. Beigelegt ist ein herausnehmbarer Info-Folder, der zusätzlich auf Französisch, Tschechisch und Polnisch erhältlich ist. Auch zum Download auf www.vorarlberg.travel/prospekte.



Tauschten sich in Luzern über die Zusammenarbeit von Kultur und Tourismus aus: Edgar Eller, Kerstin Biedermann, Birgit Sauter-Paulitsch, Nathalie Morscher, Christine Morscher, Miriam Schreinzer, Michael Löbl, Hans-Joachim Gögl und Christian Schützinger.

KULTUR UND TOURISMUS: FACHEXKURSION NACH LUZERN

Strategien und Ideen für eine engere Zusammenarbeit zwischen Kultur und Tourismus standen Anfang September auf dem Programm einer Fachexkursion nach Luzern. Zehn Vorarlberger Touristiker und Kulturschaffende trafen sich mit dem Team des Lucerne Musikfestivals und von Luzerner Tourismus zum Austausch im KKL – in dem vom französischen Architekten Jean Nouvel entworfenen Kultur- und Kongresszentrum. Helmut Bachmann, Verantwortlicher für Kommunikation und Marketing des Musikfestivals, und der Dramaturg Mark Sattler gaben Einblicke in das operative Geschäft des Festivals und diskutierten mit den Vorarlbergern die Notwendigkeit neuer Sponsoringmodelle, die Überalterung des Publikums klassischer Konzerte und die Möglichkeit fruchtbarer Vernetzung zwischen Kultur und Tourismus. Zur Fachexkursion geladen hatte die Plattform Kultur und Tourismus.

GROSSES ZUSÄTZLICHES ENGAGEMENT IN GROSSBRITANNIEN

Wie bereits in unserer vergangenen Ausgabe berichtet, startet die britische Billigfluglinie Monarch Airlines am 14. Dezember eine regelmäßige Flugverbindung zwischen London-Gatwick, Manchester und Friedrichshafen. Viermal pro Woche soll der Bodensee-Flughafen aus London-Gatwick und zweimal aus Manchester angefliegen werden. Verläuft das Geschäft in

diesem Winter zufriedenstellend, will die Fluglinie die Strecke London-Friedrichshafen auch im Sommer 2013 weiterführen. Vorarlberg Tourismus engagiert sich sehr, um die vielversprechenden neuen Nonstop-Verbindungen zu etablieren. Gemeinsam mit den vier Winterdestinationen Arlberg, Montafon, Brandnertal und Bregenzerwald beteiligt sie sich an den umfangreichen Werbeaktivitäten der Airline. Darin enthalten sind etwa ein Direkt-Mailing an 50.000 Monarch-Kunden, eine Sonderausgabe des Bord-Journals mit Vorarlberg-Berichterstattung, das an Bord aller Monarch-Flüge

aufliegen wird, und ein wöchentlicher E-Mail-Newsletter mit Vorarlberg-Angeboten während der gesamten Wintersaison. Auf der Monarch Microsite „Ski“ wird auf buchbare Angebote von Vorarlberger Hotels aus den beteiligten Skigebieten verwiesen. Zusätzlich läuft bereits eine Radio-Kampagne und eine Medienkooperation mit dem Sunday Telegraph. Der Sunday Telegraph ist die Sonntagsausgabe der in Großbritannien am meisten verkauften Qualitätszeitung Daily Telegraph.



Outdoorerlebnisse mit Husky-Toni

In Bürserberg im Brandnertal bietet der „Husky-Toni“ unvergessliche Wintererlebnisse mit Hunden. Sein Angebot reicht vom Huskyworkshop für Kleingruppen bis zu sechs Personen, über exklusive Ausfahrten für zwei Personen mit zwölf Hunden bis zu „Husky-Workshops-Extrem“ mit drei Tourenschlitten und Übernachtung im Camp am Berg. Gemeinsam mit Coach Stefan Fritz bietet Husky-Toni „Echtzeit-Erlebnisse“ an. Das neue Programm richtet sich besonders an jene, die im Alltagsleben unter hoher Belastung stehen und im Urlaub bewusst zu mehr Ruhe, Gelassenheit und innerer Balance finden wollen.

Infos unter www.husky-toni.at.



Urlaub mit Tieren am Bauernhof

Auch im Winter geben heimische Betriebe Einblick ins Leben am Bauernhof und in die Arbeit mit Tieren.

Ingo Metzler hat mit seinem Projekt **NATURHAUTNAH in Egg** den ersten offenen Bauernhof Vorarlbergs geschaffen. Der Gewinner des Vorarlberger Tourismus Innovationspreises 2012 sowie frisch gebackene theALPS Award-Gewinner gibt Besuchern einen umfassenden Einblick in die Verarbeitung von Milchprodukten, etwa wie aus Molke Kosmetik wird. Im imposanten Kuh-Laufstall und Ziegen-Tollhaus haben nicht nur die Tiere ihren Spaß. Infos unter www.naturhautnah.at.

Auf dem **Biobauernhof Gmeiner in Bizau** können Kinder bei der abendlichen Fütterung von Zwergziegen, Kühen, Kälbern, Hasen, Esel und Pferd helfen. Treffpunkt ist der Dorfplatz in Bizau am 27. Dezember 2012, 3. und 11. Jänner sowie 8. und 25. Februar 2013, jeweils um 17 Uhr.

Auf der „**Berchtold Farm**“ in **Schwarzenberg** lernen die kleinsten Besucher spielerisch den Umgang mit Pferden. Eine Stunde kostet 11,- Euro pro Person. Termine auf Anfrage. Info: www.farm-berchtold.at.

Das **Erlebnisgästehaus Kanisfluh in Bezau** hat nicht nur einen Streichelzoo, kleine Bauern dürfen auch bei der Fütterung helfen. Treffpunkt ist der Brunnen am Dorfplatz jeden Dienstag um 17 Uhr.

Auch auf dem **Erlebnisbauernhof in Au-Schopperrnau** können Besucher die Tiere ausgiebig streicheln und dem Bauern beim Füttern, Pflegen und Melken über die Schulter schauen. Treffpunkt ist vom 18. Dezember 2012 bis 2. April 2013 jeden Dienstag um 17.30 Uhr beim Tourismusbüro Au, der Besuch dauert eine Stunde.



Neues aus der Schneewelt

Fußgängersafari im Montafon

Jeden Mittwoch um 7.20 Uhr, bevor der Skibetrieb beginnt, können Winterwanderer das Skigebiet Silvretta Montafon erkunden. Mit der Grasjoch und Hochalpila Bahn geht es von St. Gallenkirch auf die höchstgelegenen Punkte in Vorarlberg. Nach einer rund 45 Minuten langen Wanderung erreichen die Frühaufsteher die Bergstation der Sennigrat Bahn und genießen im Kapellrestaurant ein Bergfrühstück. Treffpunkt ist bei der Grasjoch Bahn in St. Gallenkirch, der Preis beträgt 30,- Euro pro Person.

www.silvretta-montafon.at.

Ein Stück Vorarlberg

Als Genussland bietet Vorarlberg zahlreiche regionale Köstlichkeiten als Urlaubssouvenirs: dazu gehören klarerweise Bergkäse, Senf, Bier mit Molke, Edelbrände, aber auch Handwerkliches wie Holz-Clogs.



© devich Holzschuherzeugung

Im **Käsehaus Andelsbuch** – eine der vielen Institutionen, die sich der Pflege der Vorarlberger Käsekultur verschrieben haben – bekommt man neben dem einzigartigen Bergkäse unzählige Spezialitäten aus Milch, Molke sowie Honig und Früchten der Region.

Neben einer Tasse Glühwein finden Winterurlauber auf den heimischen **Adventmärkten** beispielsweise Bienenwachskerzen und andere kunsthandwerkliche Mitbringsel. Adventmärkte finden sich in vielen Orten des Landes, zum Beispiel in der Bregenzer Altstadt.

Eine alte regionale Spezialität ist bei Albert Büchele, dem Hausherrn des **Michelehofs in Hard**, zu haben: Sein Metier sind die Edelbrände. Besonders empfehlenswert ist sein Subirer, ein Schnaps mit dem einzigartigen Geschmack heimischer Birnen.

Schneespuren ziehen am „Walser Omgang“

Das Kleinwalsertaler Feuer brennt weiter: Auch im Winter können Urlauber und Einheimische in der Lebensfeuerregion den Walser Omgang begehen. Acht Wanderwege unterschiedlichen Charakters stehen dem Urlaubsgast zur Wahl – je nach persönlichem Befinden. Erstmals im kommenden Winter lockt der Walser Omgang Bewegungshungrige auf spezielle Loipen und Winterwanderwege. Hier können gesundheitsbewusste Gäste den Alltag hinter sich lassen, Energie tanken und vor allem sich selbst und ihren persönlichen Rhythmus wiederfinden. Von Mitte Dezember bis Anfang April werden im Rahmen des Walser Urlaubsprogramms wöchentlich geführte Schneeschuhtouren und Winterwanderungen auf den diversen Routen angeboten. www.kleinwalsertal.com.



© Photographie Mönchsau

„Erbauliches“ für die Gäste

Neue Beherbergungen, Erweiterungen und Sanierungen von Hotelbetrieben



Gasthof Post, Dalaas

Das Haus beherbergt die erste Salzgrotte Vorarlbergs. Sie ist mit 44 Tonnen Himalaya-Salz die größte künstlich angelegte Salzgrotte Europas. Das gesundheitsfördernde Klima mildert Beschwerden wie Asthma, Neurodermitis und Allergien.

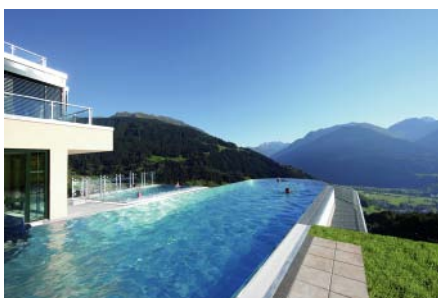
www.postdalaas.at oder
www.vorarlberg-salzgrotte.at



Appartementhaus „Hölderle“, Damüls

Kurz vor Weihnachten 2012 können die ersten Urlauber elf komfortabel eingerichtete Ferienwohnungen im neuen Appartementhaus „Hölderle“ in Damüls auf Gemütlichkeit prüfen. Zur Auswahl stehen verschiedene Größen: Vom gemütlichen Appartement für zwei Personen bis hin zum großen Luxus-Familienappartement mit Sauna für sechs Personen.

www.hoelderle.at



Genussgasthof Sonnenburg, Riezlern

Der Genussgasthof Sonnenburg wurde erweitert. Der neue Anbau harmoniert bestens mit dem traditionellen Satteldach und der Schindelfassade des 80 Jahre alten Hauses. Die neuen Eckdaten: 52 statt 26 Betten, moderne Küche, neue Terrasse mit 60 Sitzplätzen. „Sonnahölderle“, „Monatsblüamle“ oder „Gipfelstuba“ – so lauten die klingenden Namen der Zimmer, die der Sprache der Walser entlehnt sind.

www.genussgasthof.at



Chalet N, Oberlech

Exklusives Fünf Sterne Luxus Chalet Hotel mit großem Spa- und Wellness-Bereich mit verschiedenen Saunen, eigenem Kino und Spitzenköchen. Die Eröffnung ist für diesen Winter geplant. www.chaletn.com

Ferienhotel Fernblick, Bartholomäberg

Das neue, auf Stelzen gebaute „Feingefühl Badehaus“ ragt über das Hotelgebäude hinaus. Mit Rundumblick vom Wasser auf die umliegende Natur- und Bergwelt. Innen wie außen wurde der Wellnessbereich um neue Pools und Ruheflächen erweitert.

www.ferienhotel.at



Schetteregger Hof, Schetteregg

Hinter der neuen Fassade stecken vier neue Zimmer und ein 40 Quadratmeter großer Wellnessbereich mit Dampfbad und Sauna. Die zwei Zimmer sowie der Sanitärbereich des angeschlossenen Campingbereiches des direkt am Ski- und Wandergebiet gelegenen Hauses sind ebenfalls neu.

www.schettereggerhof.at



Genießer- und Kuschelhotel Gams, Bezau

Die Zimmer des Blütenschloss erscheinen seit kurzem in neuem Look mit warmen Farben von Weiß, Champagner bis Rot sowie weichem Ledermobiliar.

www.hotel-gams.at



Berghotel Schillerkopf, Bürserberg

Die bestehende Anlage wird gemäß nachhaltiger Kriterien erweitert und generalsaniert. Neu: 37 Suiten (40 bis 120 m²), ein Innenpool und ein ganzjährig beheizter Naturpool im Freien. Der Spa-Bereich wird vergrößert. Im Dezember 2012 wird das exklusive Alpinresort Schillerkopf eröffnen.

www.schillerkopf.at

Mein Lieblingsprodukt aus der Region

Welche regionalen Produkte essen und schätzen Vorarlberger Hoteliers und Gastronomen? Die Palette der Antworten ist so breit wie das Produktangebot.



Brandnertal

Ich möchte nicht auf Tafelspitz und Zwiebelrostbraten verzichten. Der Tafelspitz ist ein leichtes und tolles Gericht. Der Zwiebelrostbraten ist mit dem Beiried und den Zwiebeln ein Klassiker. Unser Kalb- und Schweinefleisch beziehen wir wie Eier, Milch und Käse aus Vorarlberg. Auf unserer Speisekarte stellen wir bewusst saisonale und regionale Produkte, teilweise in moderner Aufmachung, in den Vordergrund.

Peter Schedler, Brandner Hof, Brand, www.restaurant-brandnerhof.at



Kleinwalsertal

Wir legen Wert darauf, dass wir dem Gast regionale Produkte servieren. Ich würde mich nie trauen, den Klassiker „Kaiserschmarren“ oder Käseprodukte von unserer Speisekarte zu streichen. Unser Fleisch, auch das Wild, beziehen wir direkt im Tal. Persönlich würde ich nie auf einen Berg- oder Ziegenkäse aus Vorarlberger Produktion verzichten. Das schmeckt mir einfach!

Max Kaufmann, Hotel Alte Krone****S, Mittelberg, www.alte-krone.at



Bregenzerwald

Es gibt kein nachhaltigeres Produkt als die Forelle aus Sibratsgfall. Der Forellenzüchter macht dies hobbymäßig und diese Freude merkt man dem Produkt an. Wenn der Gast eine Forelle bestellt, wird sie aus unserem Aquarium geholt und frisch zubereitet. Ich bin auf kein Produkt fixiert. Meine Stimmung und die Jahreszeit bestimmen, auf was ich Lust habe. Im Spätsommer war es das Gemüse aus dem Garten meiner Eltern.

Dietmar Nussbaumer, Hotel Gasthof Krone****, Hittisau, www.krone-hittisau.at



Arlberg

Für mich ist der Kontakt zu den Herstellern jener Produkte, die meine Küche auszeichnen, unverzichtbar geworden. Mein Credo „einfach genießen im Einklang mit der Natur“ könnte ich nicht umsetzen ohne die Kräuter aus Oberlech, Pilze aus dem Lenzstollen, Wild von Joseph Schöpfs Jagd, Bergkäse von der Alpe Batzen, Dinkel und Geflügel vom Martinshof oder Dietrichs Kostbarkeiten. Regionalität und Saisonalität stehen immer mehr im Vordergrund.

Thorsten Probst, Burg Vital Resort***** Hotel, Oberlech



Montafon

Worauf ich nicht verzichten will, ist eindeutig das Lamm. Unser Lammfleisch stammt von einem Bauern aus dem Ort, den ich gut kenne. Außerdem passt die Qualität des Fleisches. Unsere Gäste wollen immer öfter wissen, woher die Produkte stammen und ob sie „bio“ sind. Das Bewusstsein dafür wird immer stärker. Ich persönlich habe keine Vorlieben. Alle Lebensmittel, die mir schmecken, serviere ich auch meinen Gästen.

Hannes Fleisch, Hotel Lucas**** Gaschurn, www.hotel-lucas.at



Rheintal

Da fällt mir spontan das Ziegenfrischkäse ein. Es lässt sich leicht verarbeiten, ist erfrischend und auch sehr gut für Allergiker geeignet. Wir beziehen unser Ziegenfrischkäse vom Bioziegenhof Berlinger in Au. Alles, was unsere Gäste bei uns im Restaurant genießen können, ist regional und saisonal. Wir verwenden nur naturbelassene beziehungsweise biologisch zertifizierte Zutaten. Das ist für uns eine Lebenseinstellung.

Denise Amann, st'ill Restaurant & Weinkeller, Feldkirch, www.restaurant-still.at



VOR
ARL
BERG

SCHNEE.GESPÜR

Leben Sie im Rhythmus der Natur. Nehmen Sie ihre Formen ganz in sich auf. Übersetzen Sie sie in Bewegung. Überall: auf der Piste, im Wald, in den Dörfern. Verzauberte Landschaften verändern Ihre Sicht auf die Dinge. Verwöhnen Ihre Seele und machen den Urlaub zum Erlebnis. Spüren Sie den Winter in Vorarlberg.

Vorarlberg Tourismus, Postfach 99, 6850 Dornbirn, Österreich
T: +43 (0)5572/377033-0, F: +43 (0)5572/377033-5, info@vorarlberg.travel, www.vorarlberg.travel

 Österreich
ankommen
und aufleben