

15.06.2016 - 14:00 Uhr

## Marke Vorarlberg verbindet: Vorarlberger Tourismusforum mit digitaler Kommunikation und Innovationspreisträger als Höhepunkte - BILD



Wien (ots) -

Beim diesjährigen Vorarlberger Tourismusforum am Dienstag, 14.6., trafen sich rund 300 Branchenvertreter im neuen "Spannrahmen" in Hard. Zum Thema "Inhalt verbindet" sprachen Repräsentanten der Vorarlberger Tourismusstrategie 2020 sowie der Österreich Werbung.

Rückblickend auf die Rekord-Wintersaison 2015/2016 stand für LStH. Karlheinz Rüdissler fest: "Skifahren bleibt Kernkompetenz für das Wintersportland Vorarlberg, auch wenn das Angebot breiter wird." Aufgrund des spät einsetzenden Schneefalls in der vergangenen Saison haben die Vorarlberger Tourismusbetriebe flexibel reagiert. Die Gäste wählten in den Weihnachtsferien aus Angeboten von Mountainbiken über Wandern bis zum Genießen auf der Sonnenterrasse. "Diese Flexibilität werden wir uns auch in Zukunft erhalten müssen", betonte der Obmann der Sparte Tourismus & Freizeitwirtschaft der Wirtschaftskammer Vorarlberg, Hans-Peter Metzler.

Zwtl.: Mit guten Geschichten zur Zielgruppe

Mit großem Engagement verfolgen Vorarlberg Tourismus und die Destinationen das Ziel der Tourismusstrategie 2020, exzellentes Marketing zu betreiben. Das Urlaubsland Vorarlberg präsentieren sie auf rund einem Dutzend Märkten als beliebtes und begehrtes Reiseziel.

Hier gilt es, stets am Puls der Zeit zu bleiben. Voraussetzung dafür ist ein perfektes Zusammenspiel zwischen den Betrieben, den Destinationen, der Landestourismusorganisation und der Österreich Werbung. Ihre Geschäftsführerin, Dr. Petra Stolba, betonte: "Im Gegensatz zu früher - wo es nur eine Handvoll Kommunikationskanäle gab - ist durch die Digitalisierung eine Vielzahl an neuen Möglichkeiten entstanden. Neben dieser quantitativen Ausweitung verändert sich aber gerade vor allem die Art und Weise der Kommunikation grundlegend: Weg vom Push-, hin zum Pull-Marketing." Auch der Bereichsleiter für die Marke Österreich, Michael Scheuch, erklärte: "Starke Marken müssen mehr denn je zuvor wie Autoren und Publisher denken um die richtigen Menschen mit den richtigen Themen zu erreichen."

Die "richtigen Themen" werden als authentische Geschichten erzählt und in die vielen verschiedenen digitalen Kanäle gestreut. Content Marketing lautet hier das Erfolgsrezept. Vorarlberg Tourismus und die Destinationen führen einen Großteil ihrer Kommunikation digital aus. Bereits vor vielen Jahren wurde mit dem Aufbau von großen Datenbanken, wie zum Beispiel dem GeoWeb begonnen. Hier sind sämtliche Wanderrouten und Mountainbikewege oder auch

Kulturtipps georeferenziert aufbereitet. Die emotionale Seite des Urlaubslandes Vorarlberg wird nun im Content-Marketing

präsentiert. Ein gutes Beispiel ist etwa das Vorarlberg-Magazin, das mit guten Geschichten, interessanten Persönlichkeiten und außergewöhnlichen Ideen Inhalte zur Marke Vorarlberg liefert. [www.vorarlberg.travel/magazin](http://www.vorarlberg.travel/magazin)

Zitat Christian Schützinger: Mit digitaler Kommunikation wollen wir internationale Gäste gewinnen und die regionale Wertschöpfung steigern.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

Rückfragehinweis:

Christina Meusburger  
Unternehmenskommunikation  
Vorarlberg Tourismus GmbH  
Poststraße 11 ? 6850 Dornbirn ? Österreich  
[christina.meusburger@vorarlberg.travel](mailto:christina.meusburger@vorarlberg.travel)  
[www.vorarlberg.travel](http://www.vorarlberg.travel)  
T +43 (0)5572 377033-32  
F +43 (0)5572 377033-5

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

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

TPT0013 2016-06-15/13:56

#### Medieninhalte



*BILD zu TP/OTS - BU: Beim diesjährigen Vorarlberger Tourismusforum am Dienstag, 14.6., trafen sich rund 300 Branchenvertreter im neuen ?Spannrahmen? in Hard. Zum Thema ?Inhalt verbindet? sprachen Repräsentanten der Vorarlberger Tourismusstrategie 2020 sowie der Österreich Werbung. Im Bild vln.: Peter Mennel, Karlheinz Rüdisser, Christian Schützinger und Johannes Rauch.*



*BILD zu TP/OTS - Hans-Peter Metzler, Obmann der Sparte Tourismus & Freizeitwirtschaft der Wirtschaftskammer Vorarlberg*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100003072/100789457> abgerufen werden.