

JAHRESBERICHT

MONTAFON TOURISMUS GMBH

**TOURISMUSJAHR
NOVEMBER 2024 BIS OKTOBER 2025**



INHALTSVERZEICHNIS

3	Vorwort
4	Projekterfolge im Tourismusjahr 2024/25
8	Montafon Tourismus als Unternehmen in Zahlen
12	Die Abteilungen von Montafon Tourismus
18	Ein Auszug aus dem Montafoner Tourismusleitbild
20	Jahresbudget und Marketingausgaben
22	Tourismusakzeptanzsaldo (TAS)
23	Umsatz und Tagesausgaben
24	Allgemeine Tourismuskennzahlen
25	Nächtigungsentwicklung im Jahresvergleich
26	Nächtigungen und Ankünfte im Vergleich
28	Nächtigungen nach Nationen
30	Gästeentwicklung im Jahresvergleich und nach Nationen
32	Entwicklung der Aufenthaltsdauer
33	Beherbergungskennzahlen nach Unterkunfts-kategorien
34	T-MONA-Auswertung
36	Online-Buchungen
38	Montafoner Tourismusinformationen
40	BergePLUS und Online-Tourenportal
42	Veranstaltungen
44	Presse und Kommunikation
46	Montafon Framework, CRM-Systeme, Direktmarketing
48	Social Media und Montafon Podcast

Impressum

Medieninhaber & Hersteller: Montafon Tourismus GmbH **Standort:** Montafonerstraße 21, 6780 Schruns

Unternehmensgegenstand: Förderung und Vermarktung des Tourismus in der Region Montafon **Firmenbuchnummer:** FN 323308d

Firmenbuchgericht: Landesgericht Feldkirch **UID-Nummer:** ATU64748349. Online abrufbar auf montafon.at/de/impressum-datenschutz.

Grüaß Di,



das vergangene Tourismusjahr im Montafon war wiederum von einem Nächtigungsrekord geprägt. Damit bleibt das Montafon die nächtigungsstärkste Destination Vorarlbergs. Die wirtschaftliche Situation unserer Betriebe bleibt aber weiterhin angespannt, da die Auswirkungen der Teuerungen nicht zur Gänze an die Gäste weitergegeben werden können. Erfreulicherweise bleiben unsere Quellmärkte trotz mannigfaltiger Krisen stabil und die Tagesausgaben unserer Gäste steigen. Damit werden die Hintergründe unseres Tourismusleitbilds in Bezug auf Märkte, Produktportfolio und Zielgruppen bestätigt.

Neben unseren klassischen Marketingaufgaben, den Betrieb der Tourismusinformationen, dem Online-Buchungsportal und der Durchführung von Veranstaltungen, stellen bei Montafon Tourismus die Servicierung unserer Gastgeberinnen und Gastgeber, die nachhaltige Entwicklung der Region und die Lebensraumperspektive weiterhin starke Schwerpunkte dar. Letztere genießt große Aufmerksamkeit im In- und Ausland und unser Ansatz der Dialoggruppen und Regionsprojekte im Sinne der heimischen Bevölkerung und Umwelt gilt inzwischen als beispielgebend. Vor allem unser Beherbergungsmasterplan, die Arbeitgebermarke Montafon, das Projekt „Naturverträglicher Bergsport im Montafon“, unsere Hallenbad-Plattform, das PIZ VHOTEL und unsere Bürgerdialoge erfuhren Beachtung und werden zum Teil von anderen Destinationsmanagementorganisationen (DMOs) übernommen. All dies, damit unsere Betriebe auch in Zukunft noch erfolgreichen Tourismus betreiben können.

In den nächsten Monaten rückt allerdings ein Großprojekt ins absolute Zentrum unseres Tuns. Die FIS Snowboard, Freestyle und Freeski Weltmeisterschaften 2027. Diese größte Wintersportveranstaltung der Region Montafon und des Bundeslandes Vorarlberg setzt einen weiteren Meilenstein, um die Schnee- und Wintersportkompetenz, unsere Gastfreundschaft und unser Organisationstalent unter Beweis zu stellen. Gemeinsam mit allen Partnern (FIS, ÖSV, Skiclub Montafon, örtliche Vereine, Gemeinden, Bergbahnen, Land Vorarlberg, Vorarlberg Tourismus etc.) werden wir die Marke Montafon mit einem kräftigen Signal in die ganze Welt senden. Montafon Tourismus ist Teil dieses Projektes und ich bedanke mich jetzt schon für die Unterstützung.

Bedanken möchte ich mich aber auch bei meinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, allen Gastgeberinnen und Gastgebern, beim Aufsichtsrat, bei den Gesellschaftern, beim Tourismusbeirat und allen Partnerinnen und Partnern in- und außerhalb der Region für die Zusammenarbeit im vergangenen Jahr. Mein Team und ich werden uns auch weiterhin zum Wohle unserer Gäste, der hiesigen Tourismusbetriebe und der Bevölkerung einsetzen.

Schöni Grüaß

A stylized, handwritten signature in red ink, consisting of a large, flowing 'M' followed by a smaller, more complex flourish.

Manuel Bitschnau,
GF Montafon Tourismus GmbH

PROJEKTERFOLGE

IM TOURISMUSJAHR 2024/25

NOVEMBER 2024

ÖSV-Partnerschaft

Im Rahmen der Partnerschaft mit dem Österreichischen Skiverband (ÖSV) tritt das Montafon gemeinsam mit der Silvretta Montafon als offizieller „Teamsponsor“ der Nationalmannschaften in den Disziplinen Ski Cross sowie Snowboard Cross (Damen und Herren) auf. Ziel der Kooperation ist es, die internationale Sichtbarkeit der Marke Montafon im leistungsorientierten Wintersportumfeld nachhaltig zu stärken.



Das Montafon als Teamsponsor der ÖSV Ski und Snowboard Cross Nationalteams.

DEZEMBER 2024

Montafoner „Hallenbad-Plattform“

Mit der Einführung einer zentralen, nutzerfreundlichen Online-Plattform ermöglichte Montafon Tourismus Einheimischen, Mitarbeitenden regionaler Betriebe und Gästen einen unkomplizierten Zugang zu den bestehenden Hallenbad- und Wellnessangeboten im Montafon. Gleichzeitig werden Unterkunftsbetriebe mit der Montafoner Hallenbad-Plattform unterstützt, ihre Leerzeiten effizienter zu nutzen und zusätzliche Einnahmequellen zu erschließen. Seit der Einführung wurden mehr als 5.000 Buchungen über die Plattform registriert.

DEZEMBER 2024

Österreichisches Umweltzeichen für Tourismusdestinationen

Nach einem intensiven zweijährigen Zertifizierungsprozess erhielt das Montafon das renommierte Österreichische Umweltzeichen für Tourismusdestinationen. Dieser Erfolg ist ein Gemeinschaftswerk: Tourismusgemeinden, Bergbahnen, Gastgeberinnen und Gastgeber, Landwirtschaft, Naturschutz, Kultur und Freizeitpartnerinnen und -partner haben gemeinsam die anspruchsvollen Kriterien erfüllt und damit einen weiteren bedeutenden Schritt für eine zukunftsfähige Entwicklung im Montafon gesetzt.



Christian Baumgartner (4. v.r.) beim zweitägigen Audit zur Zertifizierung im Montafon.

MAI 2025

ÖKOPROFIT-Rezertifizierung

Montafon Tourismus hat die Rezertifizierung als ÖKOPROFIT-Betrieb erfolgreich abgeschlossen und setzt damit einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung. Hinter ÖKOPROFIT („ÖKOlogisches PROjekt Für Integrierte UmweltTechnik“) steckt eine aus Österreich stammende Zertifizierung für österreichische Unternehmen, welche praxisnah zu einem betrieblichen Nachhaltigkeitsmanagement führt.

MAI 2025

T.A.I. Werbe Grand Prix

Der T.A.I. Werbe Grand Prix, ausgehend vom österreichischen Fachmagazin T.A.I., genießt seit Jahren einen hohen Stellenwert im Bereich der Tourismuswerbung. Mit der Online-Kampagne „Mein Montafoner Frühling“ durfte sich Montafon Tourismus über den 2. Platz (Publikumsvoting) in der Kategorie „Online & Digital-Marketing-Kampagne“ freuen.

OKTOBER 2025

Verlängerung der Initiative „Naturverträglicher Bergsport im Montafon“

Seit 2017 zeigt die österreichweit beispielhafte Initiative „Naturverträglicher Bergsport im Montafon“, wie Zusammenarbeit über Interessen hinweg funktionieren kann. Das Ziel: sensible Naturräume zu schützen und gleichzeitig naturverträgliche Bergerlebnisse zu ermöglichen. Nach zahlreichen umgesetzten Maßnahmen – von klaren Lenkungs- und Sensibilisierungsansätzen über innovative Lösungen wie Bike & Hike-Parkplätze und Flow Gates bis hin zum Einsatz eines Bergsport Rangers – wurde das Projekt um weitere drei Jahre verlängert und durch Montafon Tourismus, Stand Montafon, Montafoner Bergbahnen und Vorarlberger Jägerschaft finanziert.



Manche Mountainbike-Strecken enden dort, wo Wanderwege beginnen – genau hier befinden sich „Bike & Hike-Parkplätze“.

OKTOBER 2025

Relaunch „Webseiten-Framework Vorarlberg“

Mit dem Pilotprojekt „Framework Vorarlberg“ haben Montafon Tourismus, die Alpenregion Bludenz Tourismus und Vorarlberg Tourismus eine gemeinsame technische Grundlage für den Webaufttritt der heimischen Urlaubsregionen geschaffen. Mit im Projekt beteiligt waren auch die jeweiligen Bergbahnen der Destinationen. Damit reduzieren sie den Kosten- und Arbeitsaufwand für Relaunch sowie Webpflege und verbessern durch Einbindung des Tourismusdaten-Hubs „V-Cloud“ den Service für Menschen, die sich für Urlaub und Freizeit in Vorarlberg interessieren.



GEGENSTAND

der Montafon Tourismus GmbH laut Gesellschaftervertrag

- die nachhaltige Förderung des Tourismus im Montafon und Sicherung der Lebensqualität
- die Weiterentwicklung des Tourismus durch Festlegung und Umsetzung von Marketingstrategien
- die Stärkung der Marke „Montafon“
- die Pflege der positiven Tourismusgesinnung in der Bevölkerung
- die Erarbeitung, Umsetzung und periodische Überprüfung des Montafoner Tourismusleitbildes
- die Beratung bei der Erstellung oder Erneuerung von touristischen Infrastrukturanlagen
- die Initiierung und Durchführung von Großveranstaltungen sowie des Gästeprogrammes
- der Betrieb von Tourismusbüros und die Servicierung von Gästen, Gastgeberinnen und Gastgebern
- die Unterstützung und Information der Gastgeberinnen und Gastgeber, inkl. Qualitätsprogramme

GESELLSCHAFTER



8 Tourismusgemeinden

Silbertal, Vandans, St. Anton i.M., Schruns, Tschagguns, Bartholomäberg, Gaschurn, St. Gallenkirch



Stand Montafon



4 Bergbahngesellschaften

Silvretta Montafon, Golm Silvretta Lünensee Tourismus, Montafoner Kristbergbahn, Gargellner Bergbahnen



Wirtschaft Montafon

AUFSICHTSRAT

Vertreten im Aufsichtsrat sind die zwei nächstgrößten Gemeinden, zwei Vertreterinnen/Vertreter der restlichen sechs Tourismusgemeinden, je eine

Vertreterin/ein Vertreter der gewerblichen und privaten Gastgeberinnen und Gastgeber sowie eine Vertreterin/ein Vertreter der Bergbahnen.



Andreas Zudrell
Judith Grass, MA
Bgm. Elisabeth Kuster
Bgm. Daniel Sandrell
Bgm. Jürgen Haller
Heike Ladurner-Strolz
Dr. Patrick Rösler

Aufsichtsratsvorsitzender
Stellvertreterin

TOURISMUSBEIRAT

Im Tourismusbeirat sind alle Gesellschaftergruppen des Tales vertreten, welche sich zweimal im Jahr treffen und den Tourismus im Tal aktiv mitgestalten. Dort werden die Mitglieder über wichtige Entwicklungen informiert. Ebenso tauschen sich die verschiedenen Interessens-

gruppen über strategische Themen aus. Zusätzlich wurden Arbeitsgruppen gebildet, die sich beispielsweise mit den Themen Infrastruktur oder Ganzjahrestourismus beschäftigen.



4 Montafoner Bergbahngesellschaften

Peter Marko

Silvretta Montafon

Thomas Lerch

Gargellner Bergbahnen

Judith Grass

GSL Tourismus

Jürgen Zudrell

Montafoner Kristbergbahn

Thomas Ettenberger

Bergbahn-Pool



8 Tourismusgemeinden

Martin Vallaster

Bartholomäberg

Elisabeth Kuster

St. Gallenkirch

Daniel Sandrell

Gaschurn

Gerhard Vonier

Tschagguns

Jürgen Haller

Schruns

Florian Küng

Vandans

Thomas Zudrell

Silbertal

Helmut Pechhacker

St. Anton i.M.



Stand Montafon

Bernhard Maier

Standessekretär



2 Mitglieder der Wirtschaft Montafon

Tobias Stergiotis

Obmann

Christian Zver

Geschäftsführer



15 gewählte Gastgeber-Vertreterinnen und -Vertreter

Daniel Fritz

**Sporthotel Bachmann
Gargellen**

Christoph Metzler

**BergSPA & Hotel
Zamangspitze**

Lena Tschanhenz

Genusshotel Vermala

Romy Pichler

Gauahof

Yvonne Grabher-Agucci

Boutiquehotel Grandau

Ulrike Bitschnau

**Ferienwohnung
Bitschnau Ulrike**

Jürgen Zudrell

**Panoramagasthof
Kristberg**

Daniel Dönz

Montafoner Feriendomizile

Andreas Zudrell

Hotel Fernblick Montafon

Florine Fürstler

Haus Honold

Markus Felbermayer

**Felbermayer Hotel &
AlpineSpa – Montafon**

Patrick Rösler

Silberberg GmbH Montafon

Heike Ladurner-Strolz

Hotel Zimba

Anne Rudigier

Ferienhaus Bergfrieden

Raphael Mäser

**Aktiv & Spa Hotel
Alpenrose**



Montafon Tourismus

Manuel Bitschnau

Geschäftsführer

Evi Stohs

Bereichsleitung Gäste- und Gastgeberservice

Michael Junginger

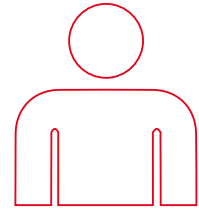
Bereichsleitung Marketing und Kommunikation

Josef Manahl

Bereichsleitung Lebensraum, Produkte und Events

54

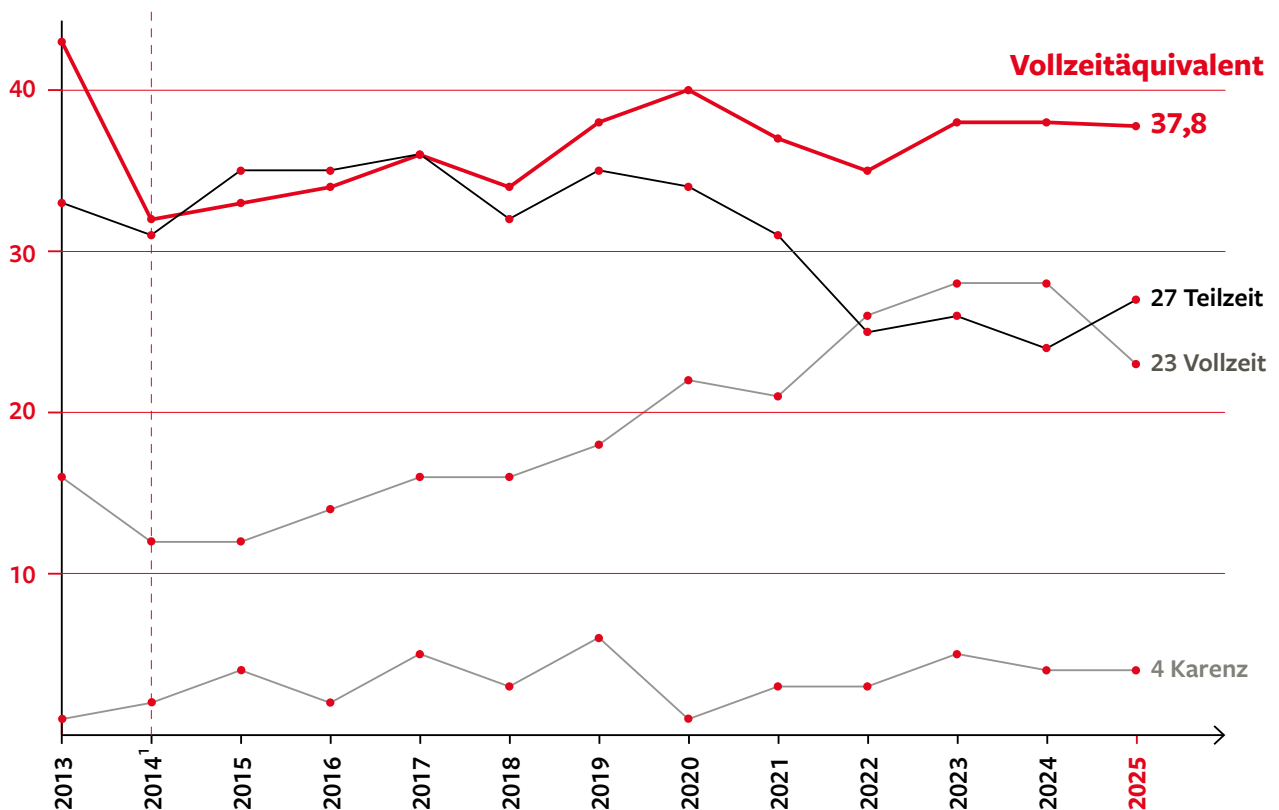
MITARBEITENDE



Im Team von Montafon Tourismus waren im Tourismusjahr 2024/25 insgesamt 54 Mitarbeitende an sieben Standorten beschäftigt. Der Trend zu mehr Teilzeit hält an, sodass erstmalig **27 Personen in Teilzeit** und **23 in Vollzeit** arbeiteten, **vier Mitarbeiterinnen** befanden sich in **Karenz**. Obwohl das Arbeitsvolumen

bei Montafon Tourismus in den letzten Jahren stark zugenommen hat, konnte der **Vollzeitäquivalent** (= wie viele Vollzeitmitarbeitende die zusammengezählten Beschäftigungsausmaße aller Angestellten ausmachen würden) mit **37,8** annähernd gleich gehalten werden.

Mitarbeiterentwicklung im Jahresvergleich



¹ Fusionierung aller Tourismusorganisationen

201

MONTAFON BOTSCHAFTERINNEN UND BOTSCHAFTER

Insgesamt 201 Montafon Botschafterinnen und Botschafter vermittelten im Tourismusjahr 2024/25 nach Außen jene Werte, die die Marke Montafon bilden: geschichtsträchtig, pionierhaft, bäuerlich, traditionell und eigenwillig. Detailliertere Informationen zur Marke

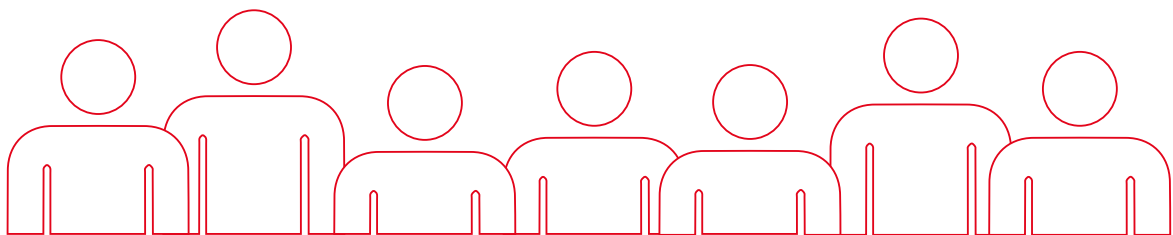
Montafon findest Du auf der Seite 19. Wenn Du selbst Montafon Botschafterin oder Botschafter werden oder jemanden nominieren möchtest, dann melde Dich gerne direkt beim Team von Montafon Tourismus.

22

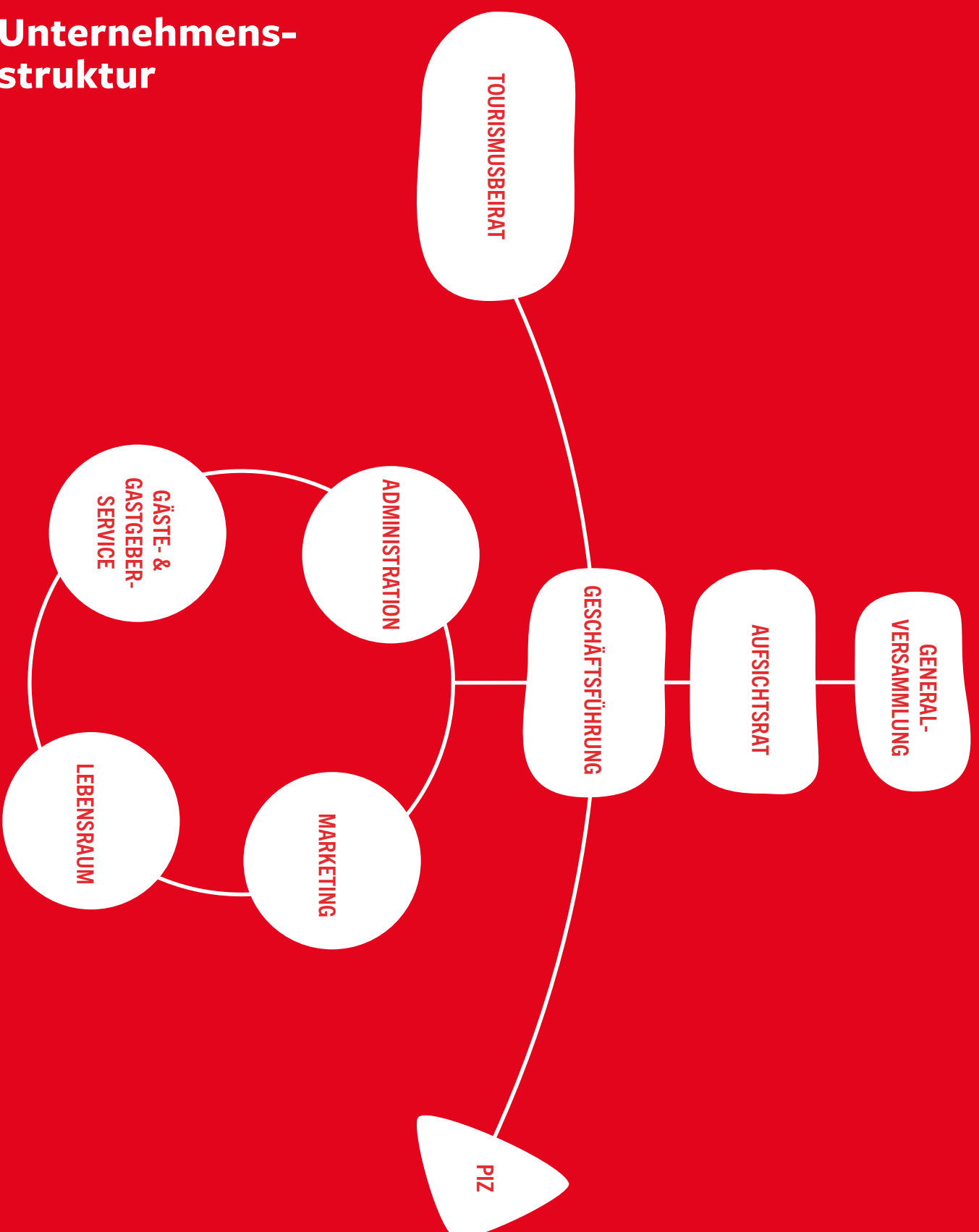
MITGLIEDER IN DER SPORTLER- FAMILIE MONTAFON

Das Montafon ist nicht nur ein beliebtes Ziel für sportbegeisterte Gäste, sondern engagiert sich aktiv für die Förderung von Nachwuchs- und Profisportlerinnen und -sportlern aus der Region. Unter dem Dach der „Sportlerfamilie Montafon“ erhalten talentierte Athletinnen und Athleten finanzielle Unterstützung, gleichzeitig tragen diese den Namen der Region auf nationaler und internationaler Bühne hinaus.

Im Tourismusjahr 2024/25 umfasste die Sportlerfamilie Montafon insgesamt 22 heimische Athletinnen und Athleten aus den Disziplinen Ski Alpin, Ski Cross, Snowboard Cross, Freeride und Skibergsteigen. Neben zahlreichen Spitzenplatzierungen in den verschiedensten Disziplinen markierten unter anderem der Weltmeistertitel in St. Moritz von Snowboard Crosser Alessandro Hämmerle sowie sein Heimsieg beim Weltcup im Montafon Höhepunkte für die Sportlerfamilie Montafon.



Unternehmensstruktur

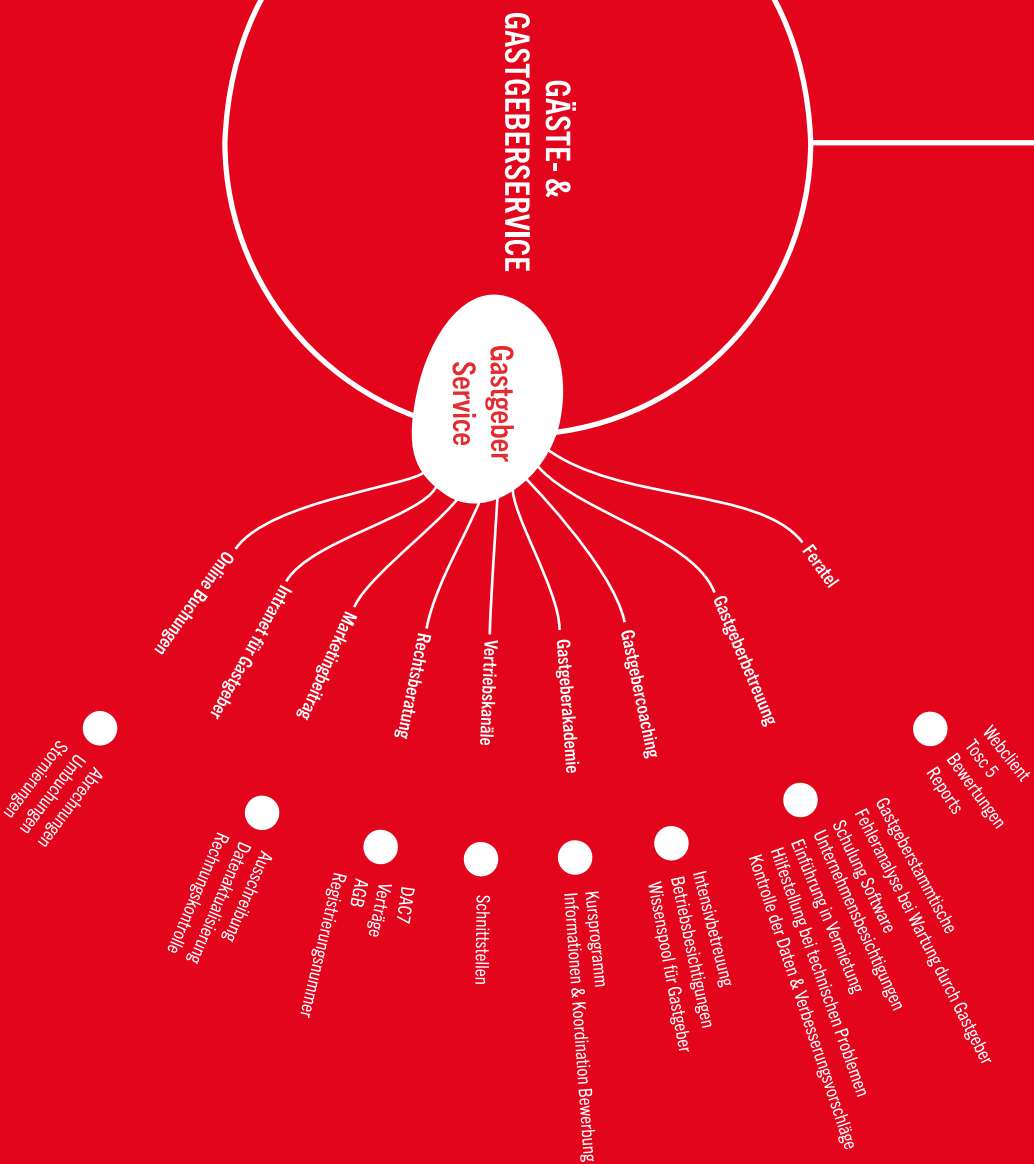


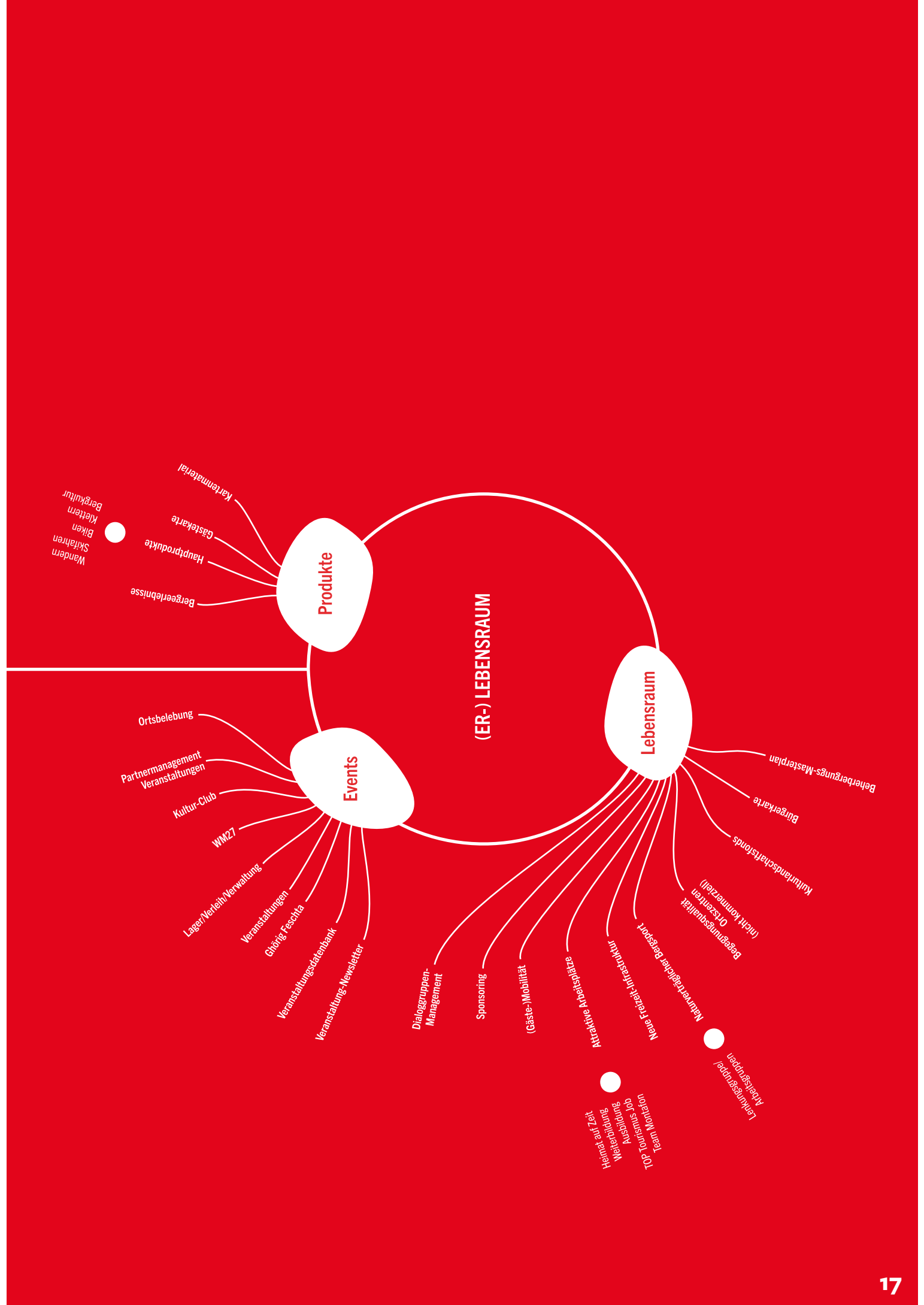
DIE ABTEILUNGEN

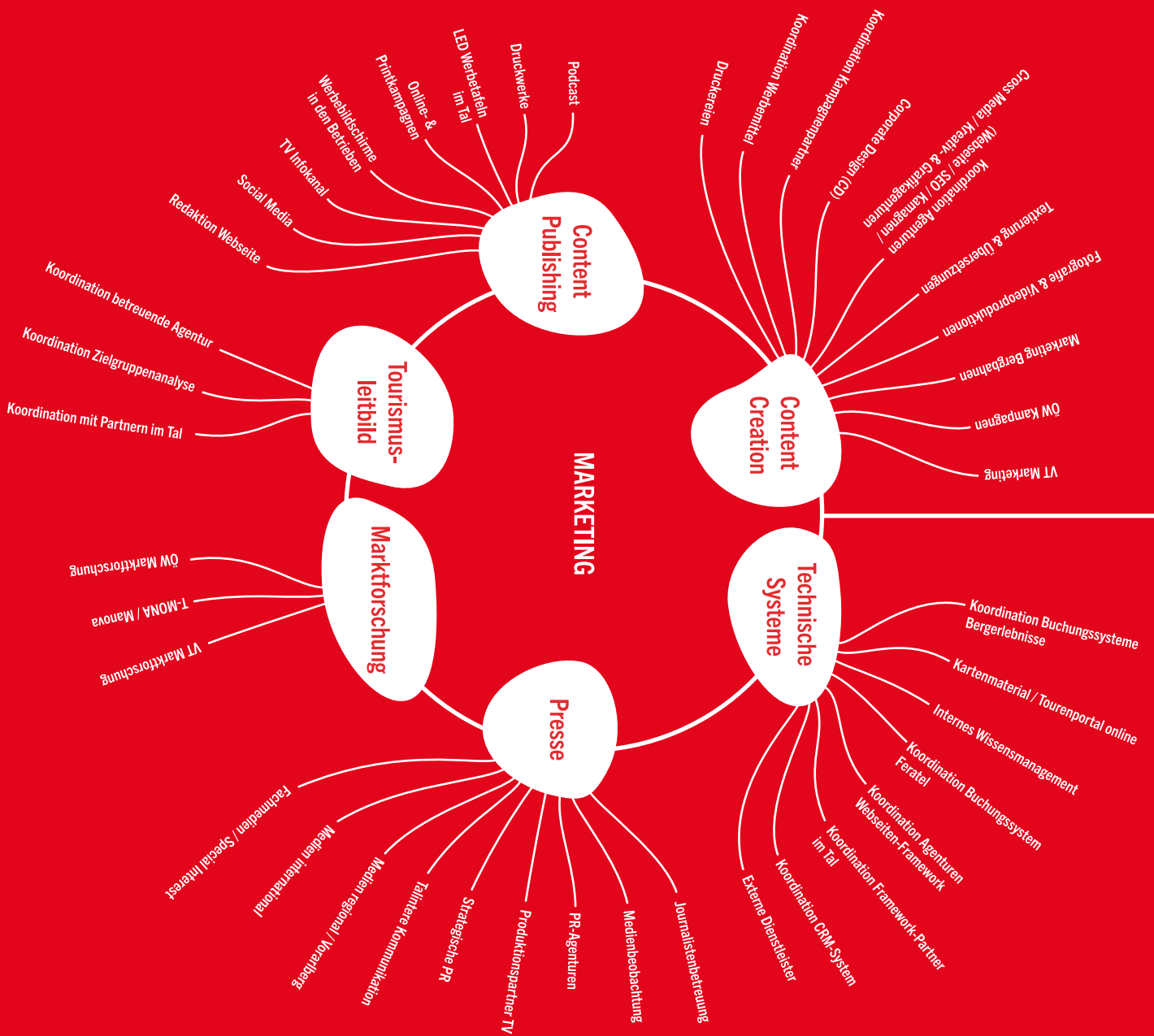
der Montafon Tourismus GmbH

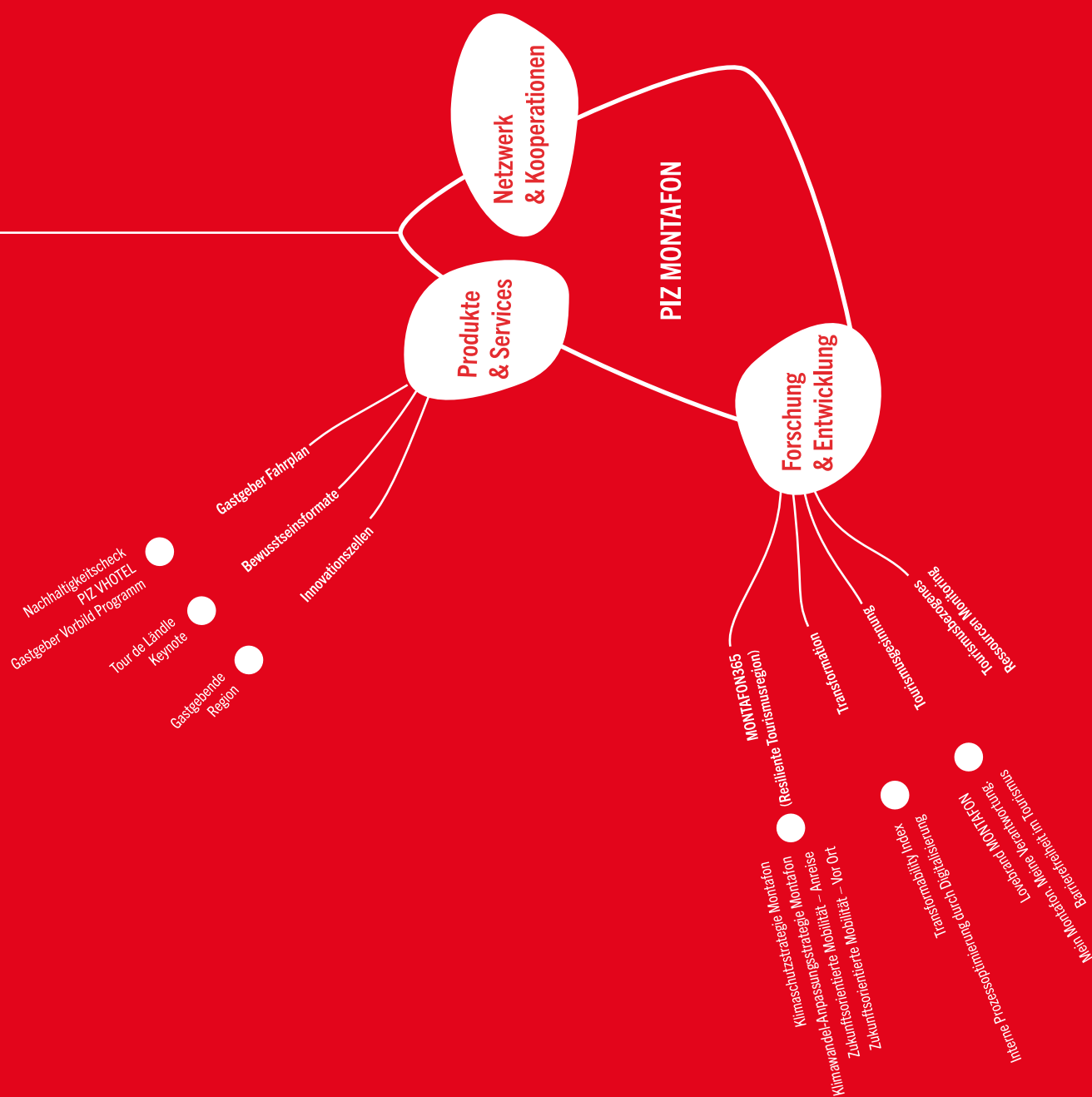


Schwerpunkt — Thema — Unterthema









Ein Auszug aus dem **MONTAFONER TOURISMUSLEITBILD**

Unsere DNA

T

Tüchtig

E

Eigenwillig



B

Bäuerlich

G

Geschichtsträchtig

P

Pionierhaft

WARUM?

UNSERE MISSION FÜR DAS MONTAFON



Im Montafon streben wir nach qualitätsvollem, 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.

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

ÜBERGEORDNETE STRATEGIEN



PLAN T – MASTERPLAN FÜR TOURISMUS

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



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

WER?

UNSERE ZIELGRUPPE...

...NACH DEM „WUNSCHGASTPRINZIP“

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 Entscheiderinnen und 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 zu Werbung, aktive Nutzung von Social Media und ein ausgeprägtes Preisbewusstsein unterstreichen ihre zeitgemäße und pragmatische Lebensweise.

WAS?

UNSERE PRODUKTSCHIENEN

WANDERN UND SKIFAHREN

sind die Hauptbuchungsgründe unserer Gäste. Daher fokussieren wir uns zu 80 Prozent auf die A-Produkte und zu 20 Prozent auf die B-Produkte.

Hauptprodukte



SKIFAHREN UND
SNOWBOARDEN



WANDERN
ganzjährig

Komplementärprodukte



SKITOUREN



FREERIDEN



RODELN



KLETTERN



BIKEN



KULTUR

WIE?

UNSERE MARKENSTRATEGIE

So wollen wir wahrgenommen werden ...



PERSÖNLICH

Und das wollen wir unseren Gästen bieten ...



**DAS MONTAFON, DIE PERSÖNLICH
ERFAHRBARSTE 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?



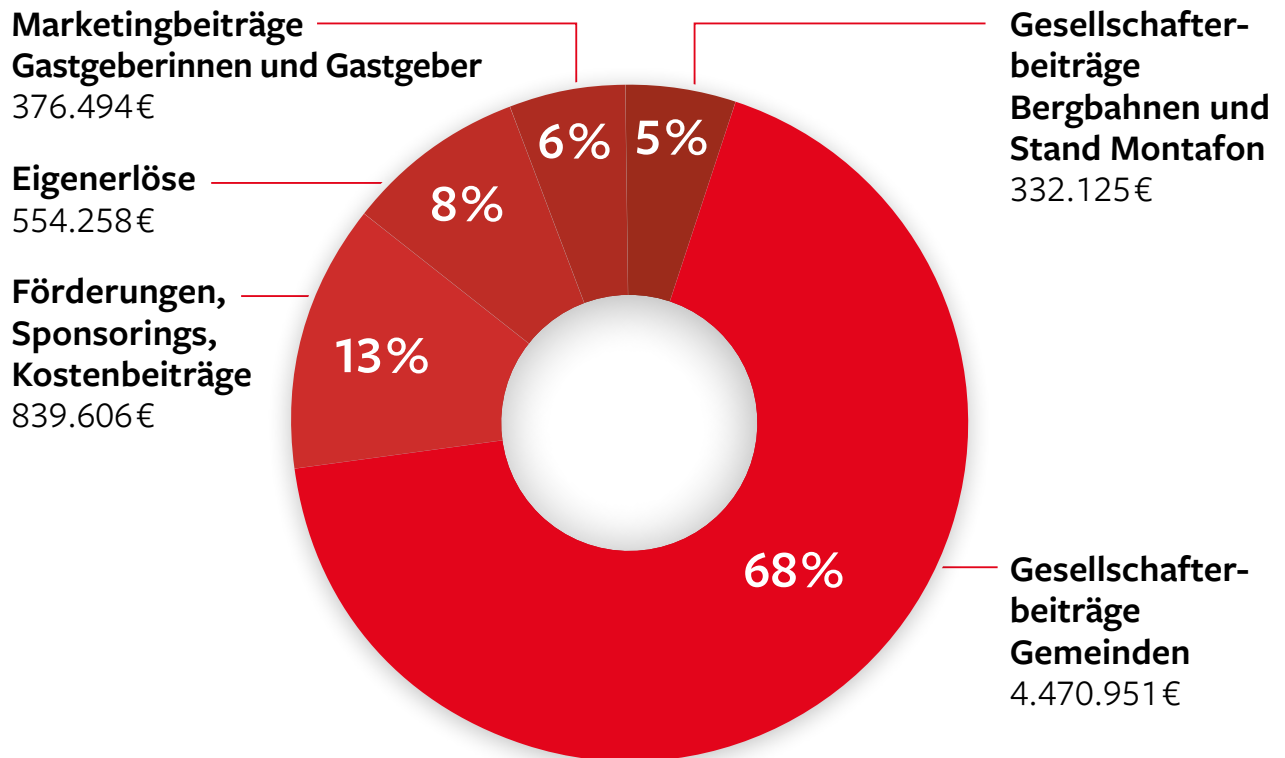
ZUGANGS-REGEL

Wird ein einfacher Zugang ermöglicht?

*Weitere Hintergrundinformationen
zum Leitbild auf
montafon.at/marke*

Das Montafoner Tourismusleitbild ist als Druckwerk in allen Montafoner Tourismusinformationen erhältlich.

JAHRESBUDGET

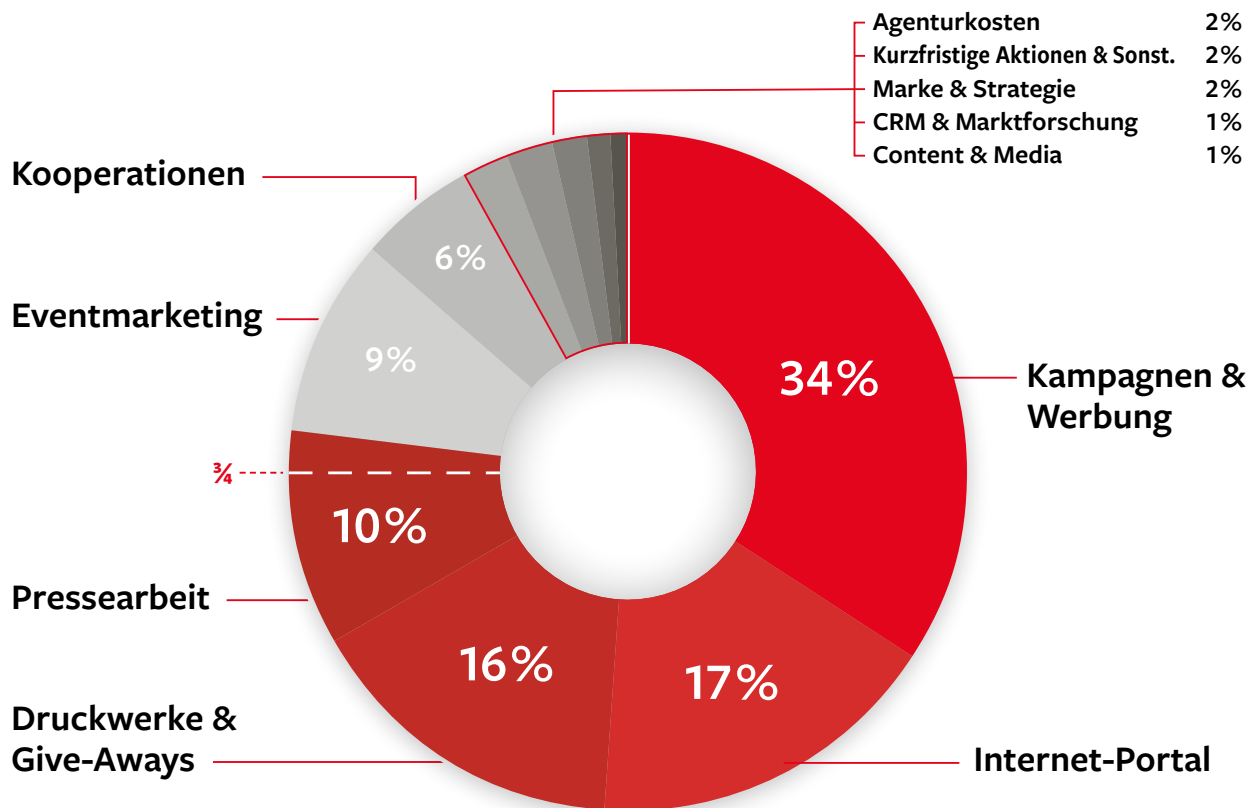


Verwendung des Jahresbudgets

2.773.133€	40,86%	Marketing & Kommunikation
1.116.335€	16,45%	Tourismusinformationen, Gastgeberservice, Provisionen
831.183€	12,25%	Veranstaltungsaufwand
630.694€	9,29%	Produktaufwand, Alpenmosaik, BergePLUS, Projektssponsoring
575.675€	8,48%	Admin/Overhead, Beratungsaufwand, Marke
216.335€	3,19%	EDV, Software, Webseiten, Lizenzen, Domänen
202.405€	2,98%	Mieten, Leasing
98.343€	1,45%	Abschreibungen
80.483€	1,19%	Versicherungen, Gebühren, Spesen, Diverses
72.118€	1,06%	Materialaufwand
55.571€	0,82%	Büromaterial, Telefon, Post
54.955€	0,81%	Transporte, Reisekosten, KFZ-Aufwand
43.418€	0,64%	Instandhaltung, Betriebskosten
35.611€	0,52%	Weiterbildung

Die Durchlaufposten wurden bereinigt.
Die Personalkosten, inkl. gesetzlicher Abgaben, liegen bei 41 Prozent.

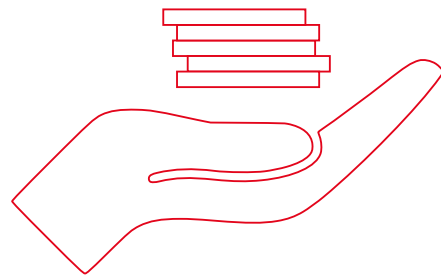
VERTEILUNG DER MARKETINGAUSGABEN



Verwendung des Budgets

Die Hälfte des Marketingbudgets verteilte sich im Tourismusjahr 2024/25 mit den Posten Kampagnen und Werbung, Pressearbeit und Eventmarketing auf Marketingaktivitäten, die sich nach außen richten.

Zusammen mit Content & Media, Internetportal und dem Posten Druckwerke & Grafik, von denen ein Großteil der Ausgaben auch für die Außenkommunikation verwendet werden, wird über **drei Viertel des Marketingbudgets direkt am Markt** verwendet.



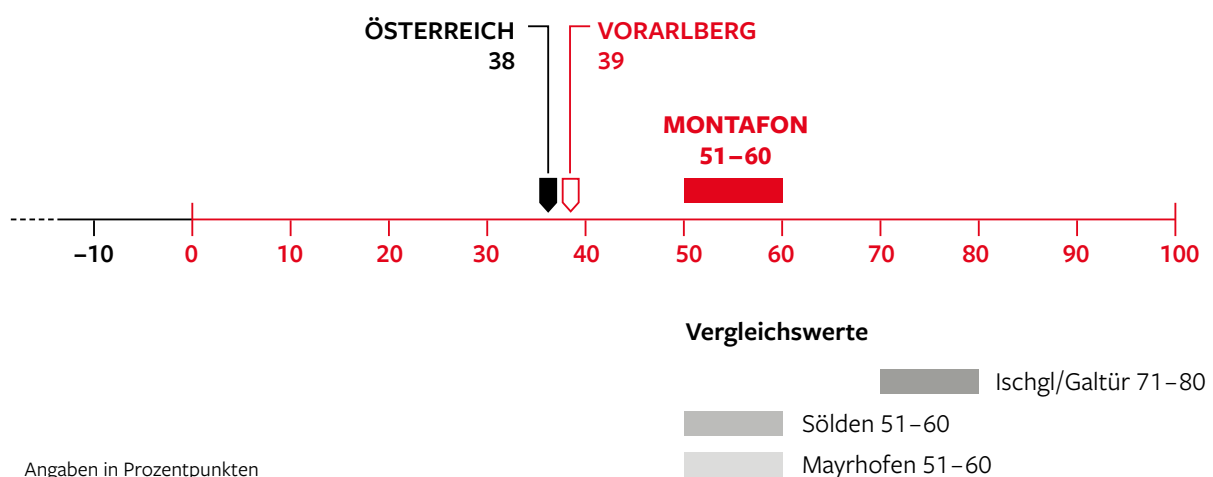
TOURISMUSAKZEPTANZ- SALDO TAS

$$TAS = \sum \text{positive Wahrnehmung} - \sum \text{negative Wahrnehmung}$$

Der Tourismusakzeptanzsaldo (TAS) misst, wie positiv oder negativ die Bevölkerung die Auswirkungen des Tourismus auf ihren Wohnort wahrnimmt. Er wird berechnet als Differenz zwischen dem Anteil positiver Bewertungen („eher/überwiegend positiv“) und negativer Bewertungen („eher/überwiegend negativ“) in Prozentpunkten; neutrale Antworten werden nicht berücksichtigt.

Mit einem **Tourismusakzeptanzsaldo (TAS) von 39 Prozentpunkten** liegt **Vorarlberg** über dem **österreichischen Schnitt (38)** – und bestätigt damit die wirtschaftliche und gesellschaftliche Verankerung des Tourismus in der Region.

Die Mehrheit der Tourismusgemeinden im **Montafon** erreicht einen TAS zwischen **51–60 Prozentpunkten**, was auf eine insgesamt positive Grundhaltung der Bevölkerung schließen lässt.



Weitere Informationen zur
Tourismusakzeptanz im Montafon:
montafon.at/l.gns

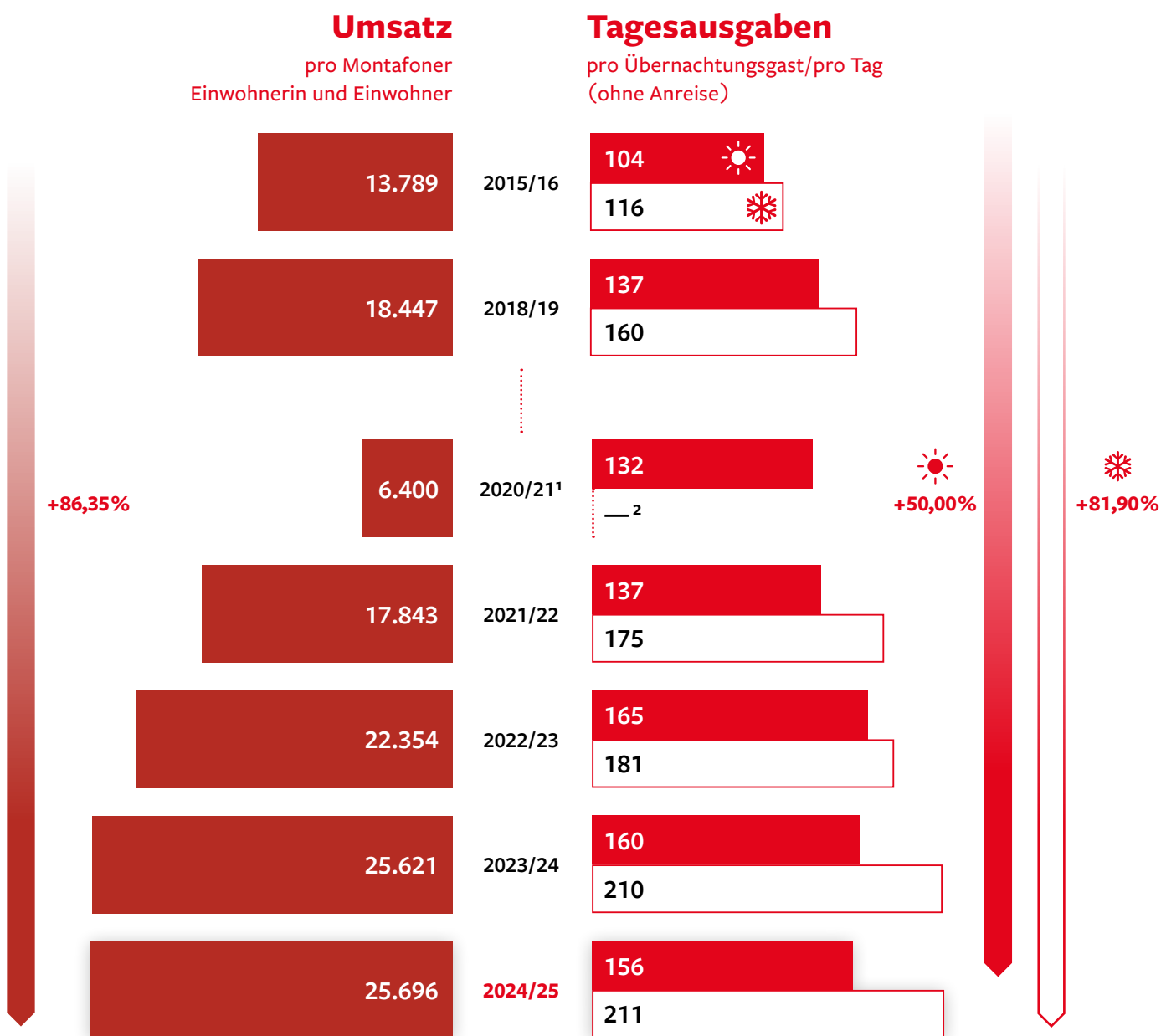
25.696 EURO UMSATZ

pro Montafoner Einwohnerin und Einwohner

Jeder Gast gab im Montafon pro Tag (ohne Anreise) im **Winter 2024/25** durchschnittlich **211 Euro** aus, im **Sommer 2025** beliefen sich die Tagesausgaben auf **156 Euro** pro Gast. Bei 2.284.521 Nächtigungen im Tourismusjahr 2024/25 sind das 25.696 Euro pro Montafoner Einwohnerin und Einwohner.

Verglichen mit dem Tourismusjahr 2023/24, das ein Umsatz von 25.621 Euro pro Montafoner Einwohnerin und Einwohner aufwies, wurde somit ein Umsatz auf

gleichbleibend hohem Niveau erzielt. Im Tourismusjahr 2015/16 lag der Umsatz noch bei 13.789 Euro pro Montafoner Einwohnerin und Einwohner. Über die letzten zehn Jahre hinweg ist somit – auch inflationsbereinigt – ein zunehmender Anstieg des Umsatzes zu verzeichnen. Ausnahme davon bilden die Tourismusjahre, die unmittelbar von der Corona-Pandemie betroffen waren, siehe nachstehend.



Detaillierte Informationen zu den Ausgaben und deren Verteilung finden sich in der T-MONA-Auswertung auf Seite 36.

¹ Zu beachten gilt, dass im Tourismusjahr 2020/21 Corona-Beschränkungen geltend waren.

² Keine Angaben aufgrund von Corona-Beschränkungen.

1.532

GEMELDETE BETRIEBE

Zum 31. Oktober 2025 waren im Montafon 1.532 Beherbergungsbetriebe gemeldet, rund **75 Prozent davon (1.144 Betriebe)** entfallen auf den **privaten Sektor**, **388 Betriebe** auf den **gewerblichen Sektor**.

Im Vergleich zum vergangenen Tourismusjahr ist die Zahl der gemeldeten Betriebe um zwei gestiegen. Die Anzahl der Gästebetten hingegen ist im Vergleich leicht gesunken (siehe unten).

23 Beherbergungsbetriebe – um sieben Betriebe mehr als im Vorjahr – wurden im Tourismusjahr 2024/25 mit einem renommierten **Nachhaltigkeitszertifikat** wie unter anderem dem Österreichischen Umweltzeichen, dem EU-Ecolabel oder dem Umweltgütesiegel zertifiziert.

22.564

GÄSTEBETTEN

Im Montafon wurden im Tourismusjahr 2024/25 durchschnittlich 22.564 Gästebetten, 22.682 im Winter und 22.445 im Sommer, verzeichnet – das sind um 35 Betten weniger als im vergangenen Tourismusjahr.

Dabei sind **10.673 Gästebetten** den **privaten Betrieben** und **11.891 Gästebetten** den **gewerblichen**

Betrieben zuzurechnen. Rund **sieben Prozent** der Betten (1.595) im Montafon, aufgeteilt auf 23 Beherbergungsbetriebe, sind dabei mit einem **Nachhaltigkeitszertifikat** zertifiziert.

2.090

TOURISMUSMITARBEITENDE IM MONTAFON

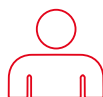
Der Tourismus ist einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren im Montafon. 2.090 Personen – das sind um 124 Personen mehr als im vergangenen Tourismusjahr – waren von 1. November 2024 bis 31. Oktober 2025 in den gewerblichen Tourismusbetrieben im Tal beschäftigt, in ganz Vorarlberg waren es 15.915 Personen.

Die ausgewiesene Zahl der im Montafon Beschäftigten berücksichtigt jedoch nicht den privaten Sektor, der einen wesentlichen Teil der Tourismusbetriebe im Tal umfasst. Im selben Zeitraum waren im Montafon 54 Lehrlinge in Tourismusbetrieben beschäftigt – ein Lehrling mehr als im Vorjahr.



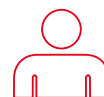
2.090

Tourismusmitarbeitende
im Montafon



520

Tourismusmitarbeitende
im Team Montafon¹



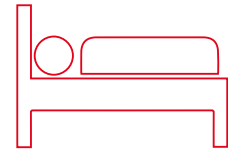
54

Tourismuslehrlinge
im Montafon



¹ Das Team Montafon ist ein Netzwerk für Tourismusmitarbeitende. Dahinter stehen engagierte Betriebe, die über eine „Top Tourismus Jobs Vorarlberg“ Zertifizierung verfügen, um gemeinsam Arbeitsbedingungen zu verbessern, Weiterbildungsmöglichkeiten zu schaffen und das Miteinander zu stärken. montafon.at/teammontafon

2.284.521 NÄCHTIGUNGEN

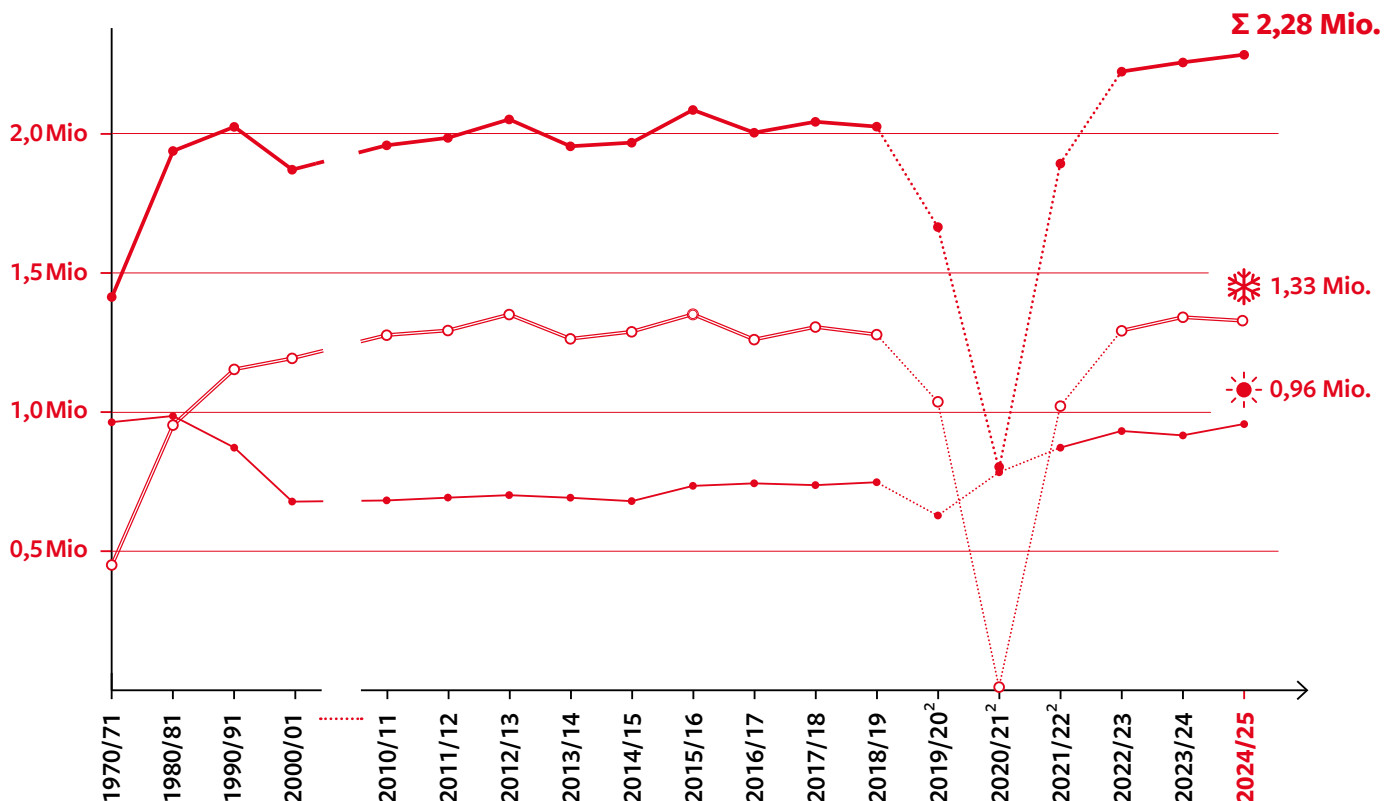


Im Tourismusjahr 2024/25 verzeichneten die Montafoner Beherbergungsbetriebe mit **2.284.521 Nächtigungen** – ein Plus von 1,22 Prozent im Vergleich zum Vorjahr – **einen neuen Nächtigungsrekord**. Die Nächtigungen verteilen sich zu 58,12 Prozent auf den Winter (1.327.773 Nächtigungen) und zu 41,88 Prozent auf den Sommer (956.748 Nächtigungen).

Während die **Wintersaison 2024/25 einen leichten Rückgang von 0,98 Prozent** gegenüber dem Vorjahr verbuchte, verzeichnete die **Sommersaison 2025 einen Zuwachs von 4,45 Prozent**.

Ein Blick in die Vergangenheit zeigt, wie sich das Verhältnis zwischen Winter- und Sommersaison verändert hat: **1970/71** war der **Sommer mit 963.539 Nächtigungen (rund 70%)** noch klar dominierend, während der **Winter mit 450.205 Nächtigungen** eine **untergeordnete Rolle** spielte. Über die Jahrzehnte wuchs der Wintertourismus rasant, doch der Sommer hat kontinuierlich aufgeholt. Diese Entwicklung bestätigt die erfolgreiche Positionierung des Montafon als Ganzjahresdestination.

Nächtigungsentwicklung im Jahresvergleich



Nächtigungen

Tourismusjahr 2024/25

Σ **2.284.521** (+1,22%³)

❄️ **1.327.773** (-0,98%³)

☀️ **956.748** (+4,45%³)



Ankünfte

Σ **589.093** (+4,06%³)

❄️ **315.814** (+2,06%³)

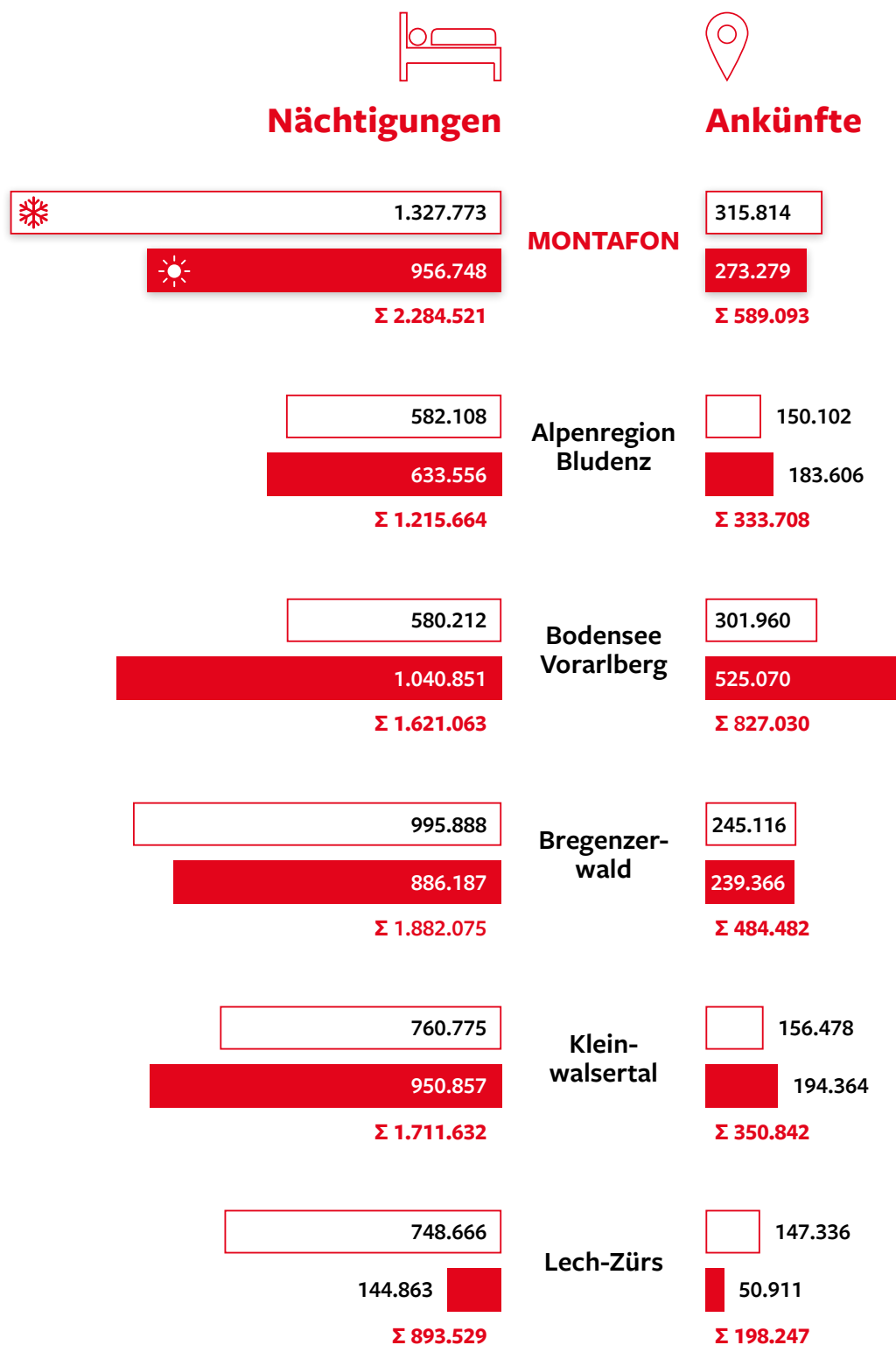
☀️ **273.279** (+6,47%³)

² Zu beachten gilt, dass in den Tourismusjahren 2019/20 sowie 2020/21 teilweise Corona-Beschränkungen geltend waren.

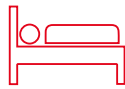
³ Prozentuelle Veränderung bzw. Zuwachs im Vergleich zum Tourismusjahr 2023/24.

NÄCHTIGUNGEN UND ANKÜNFTE

im Vergleich zu Vorarlberger Destinationen



nach Tourismusorten im Montafon



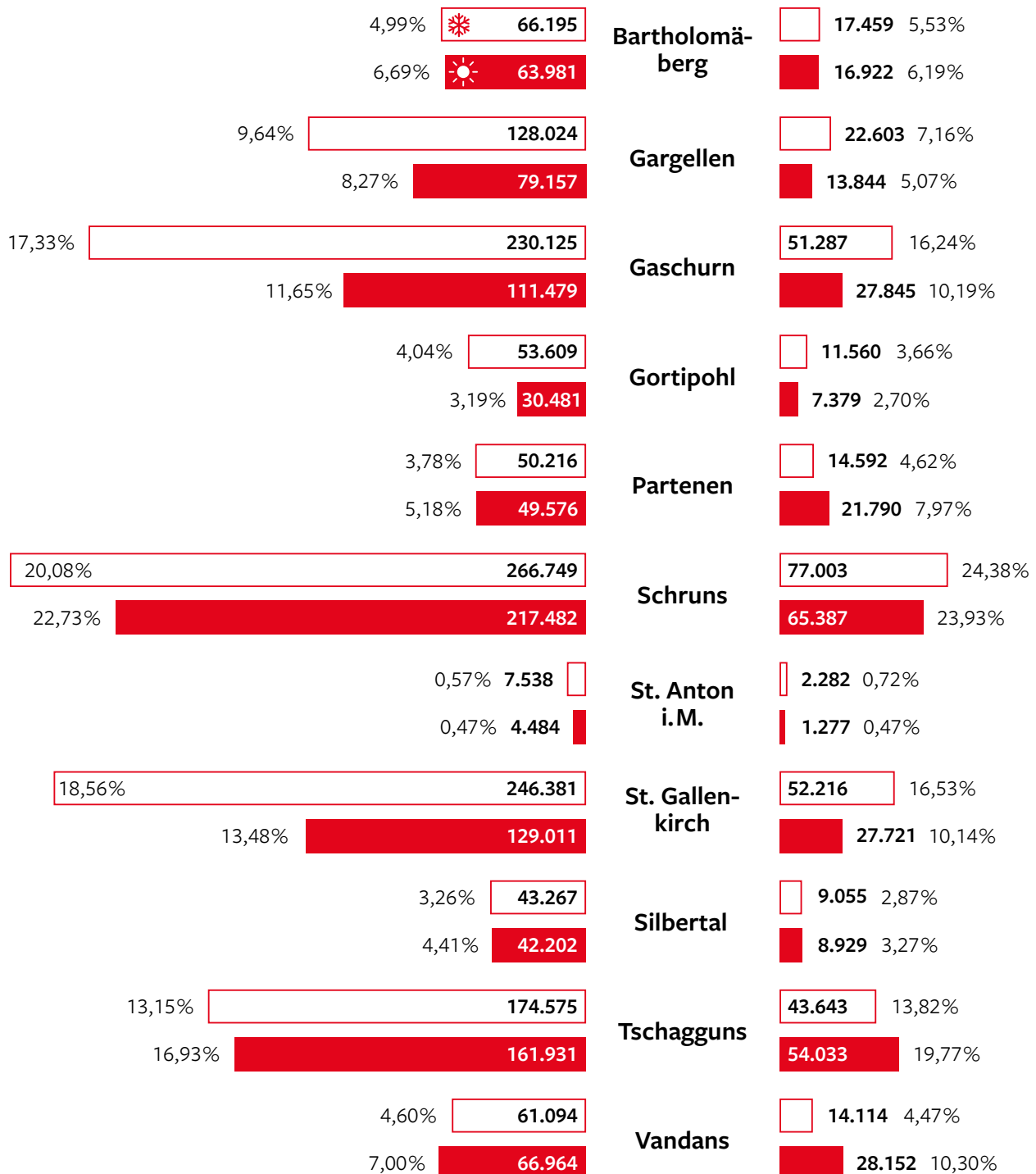
Nächtigungen

☄ Σ 1.327.773
☀ Σ 956.748



Ankünfte

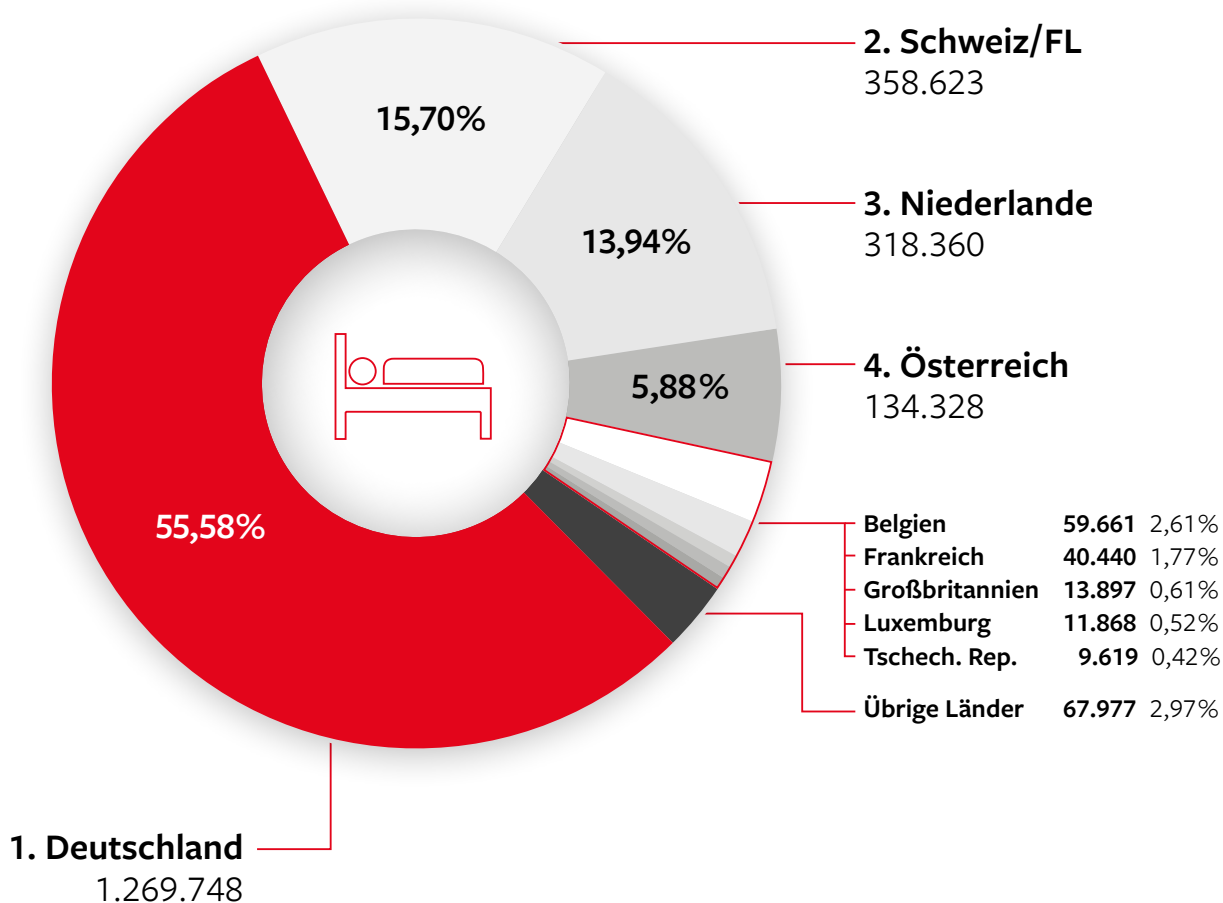
Σ 315.814
Σ 273.279



NÄCHTIGUNGEN NACH NATIONEN

Deutschland markiert sowohl in Bezug auf die Nächtigungen als auch auf die Ankünfte unangefochten die Nummer eins der Gästernationen des Montafon. In Bezug auf die **Nächtigungen liegt die Schweiz** im Tourismusjahr 2024/25 seit drei Jahren auf **Platz zwei, vor den Niederlanden**. Auch was die Ankünfte betrifft, markiert

die Schweiz Platz zwei auf der Rangliste. **Österreich** befindet sich – wie in den vergangenen Jahren auch – auf **Platz vier** bei den Nächtigungen und auf Platz drei bei den Ankünften. Rund die Hälfte aller österreichischen Nächtigungen stammen dabei aus Vorarlberg.



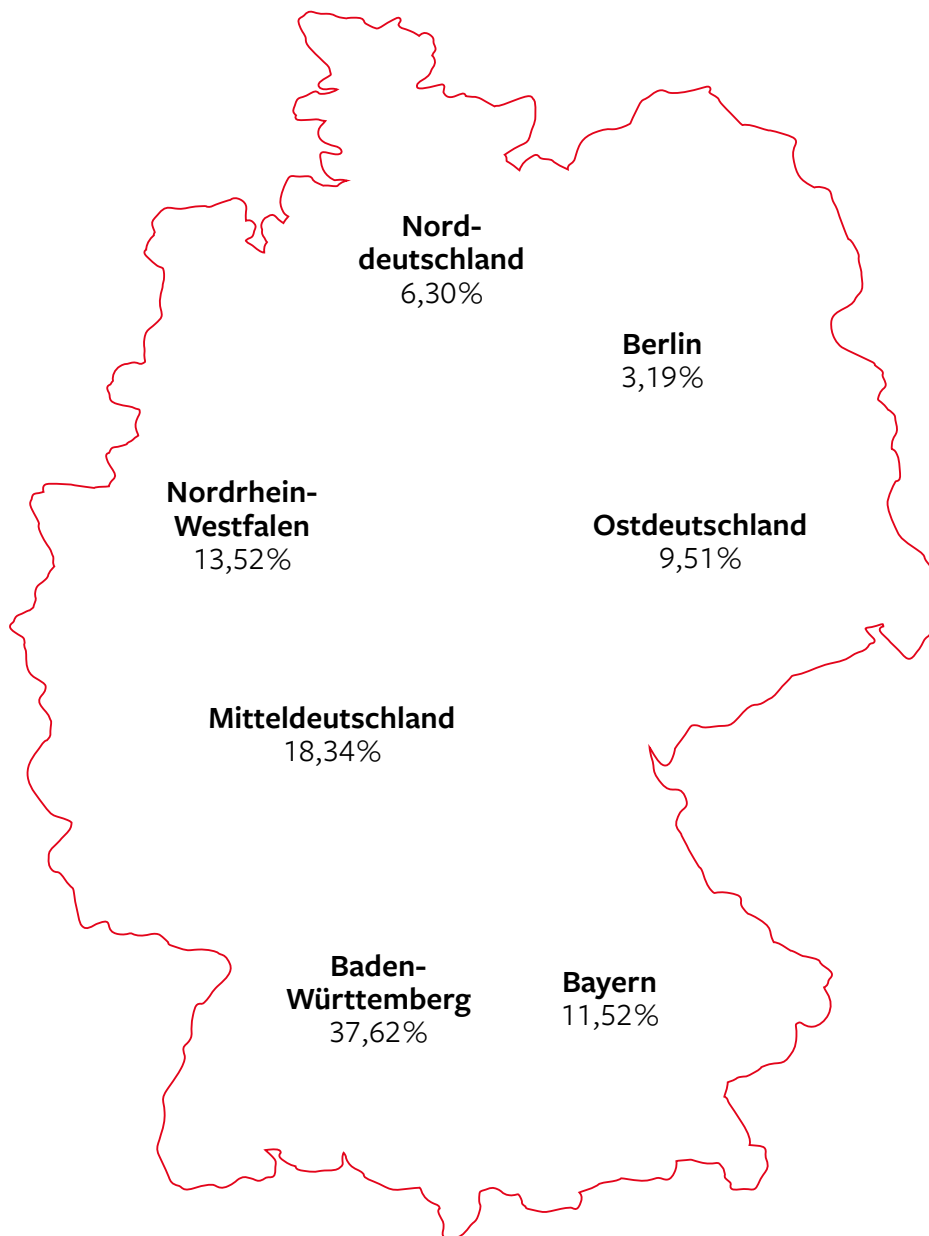
1.269.748

Nächtigungen aus Deutschland

Mit 1.269.748 Nächtigungen macht der deutsche Gast mehr als die Hälfte (55,58 Prozent) aller Nächtigungen im Tourismusjahr 2024/25 aus. Auch hinsichtlich der Ankünfte ist Deutschland – wie auch in der Markenstrategie definiert – seit Jahrzehnten der bedeutendste Markt für das Montafon.

Gemessen an den Bundesländern bzw. Tourismusregionen entfallen **37,62 Prozent** der deutschen Nächtigungen auf **Baden-Württemberg** – nicht zuletzt aufgrund der geografischen Nähe. Trotz der bereits

hohen Marktbekanntheit wird Baden-Württemberg insbesondere hinsichtlich der hohen Kaufkraft (laut Marktforschung die kaufkräftigste Region Deutschlands) weiterhin von Montafon Tourismus intensiv bearbeitet. Obwohl **Bayern** geografisch günstig zum Montafon liegt, weisen die Nächtigungszahlen noch **hohes Potential** auf. Die intensive Bearbeitung des Marktes zeigt Wirkung, so konnte in den vergangenen fünf Jahren **ein Zuwachs** von rund acht Prozent auf jetzt **11,52 Prozent** verzeichnet werden.



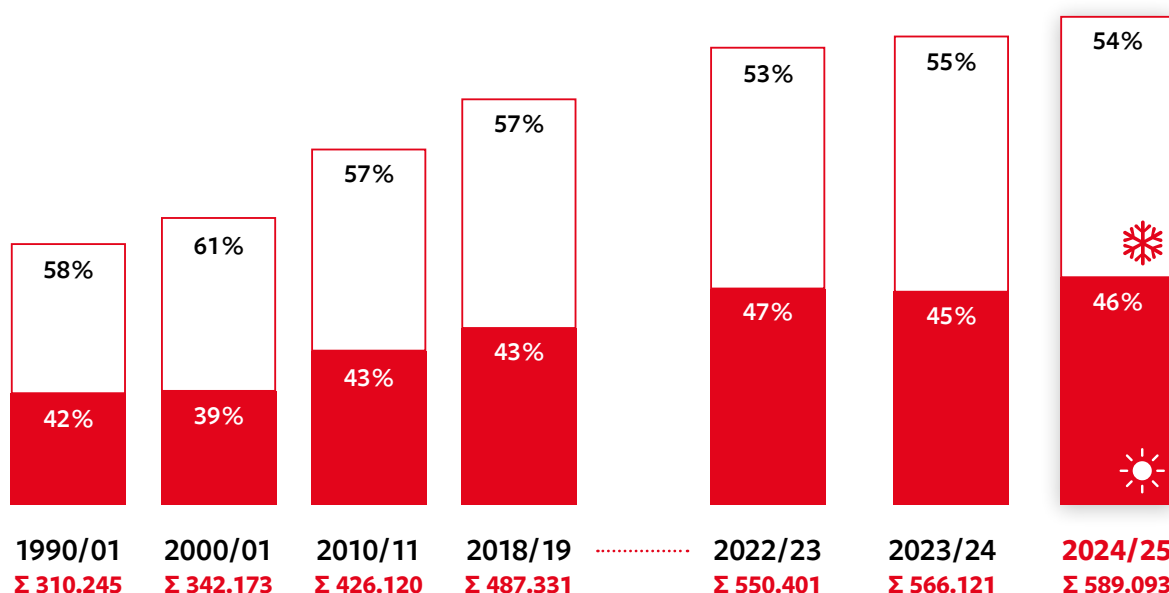
589.093 GÄSTE

=Ankünfte

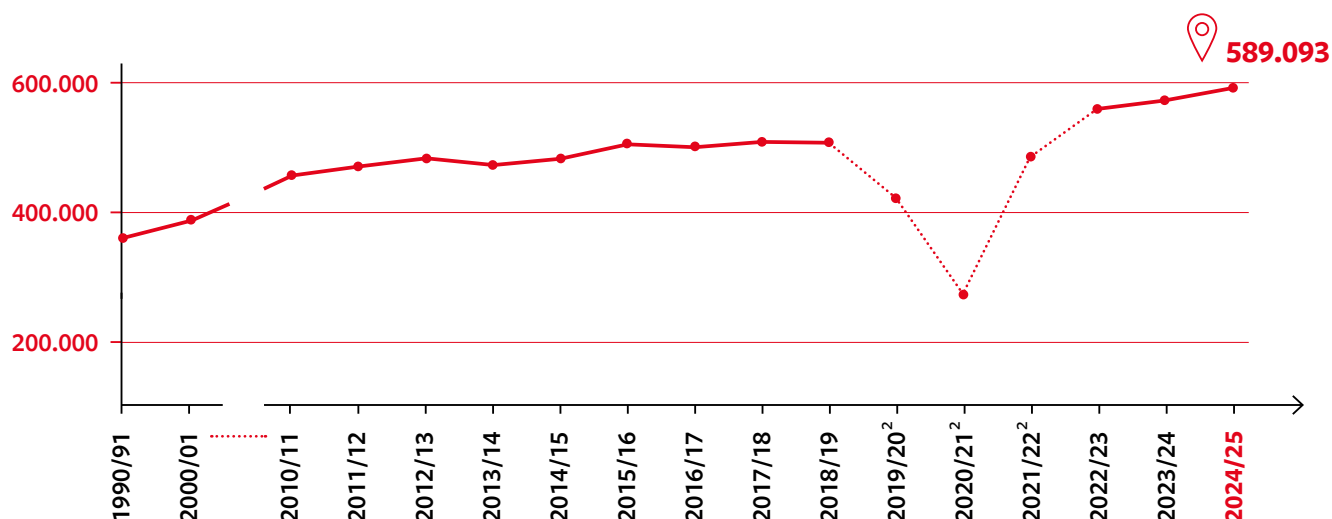
Von 1. November 2024 bis 31. Oktober 2025 reisten insgesamt **589.093 Gäste (=Ankünfte)** ins Montafon – das sind 22.972 Gäste (+ 4,06%) mehr als im vergangenen Tourismusjahr. Davon verteilten sich **315.814 Gäste (53,61%) auf den Winter** und **273.279 Gäste (46,39%) auf den Sommer**.

Zu Beginn der 2000er-Jahre überwiegte der Winter mit 208.704 Gästen (60,99%) noch deutlich stärker gegenüber dem Sommer mit 133.469 Gästen (39,01%). Über die Jahre hinweg zeichnet sich allerdings ein deutlicher Trend in Richtung **ausgeglichener Saisonverteilung** ab, siehe nachstehend.

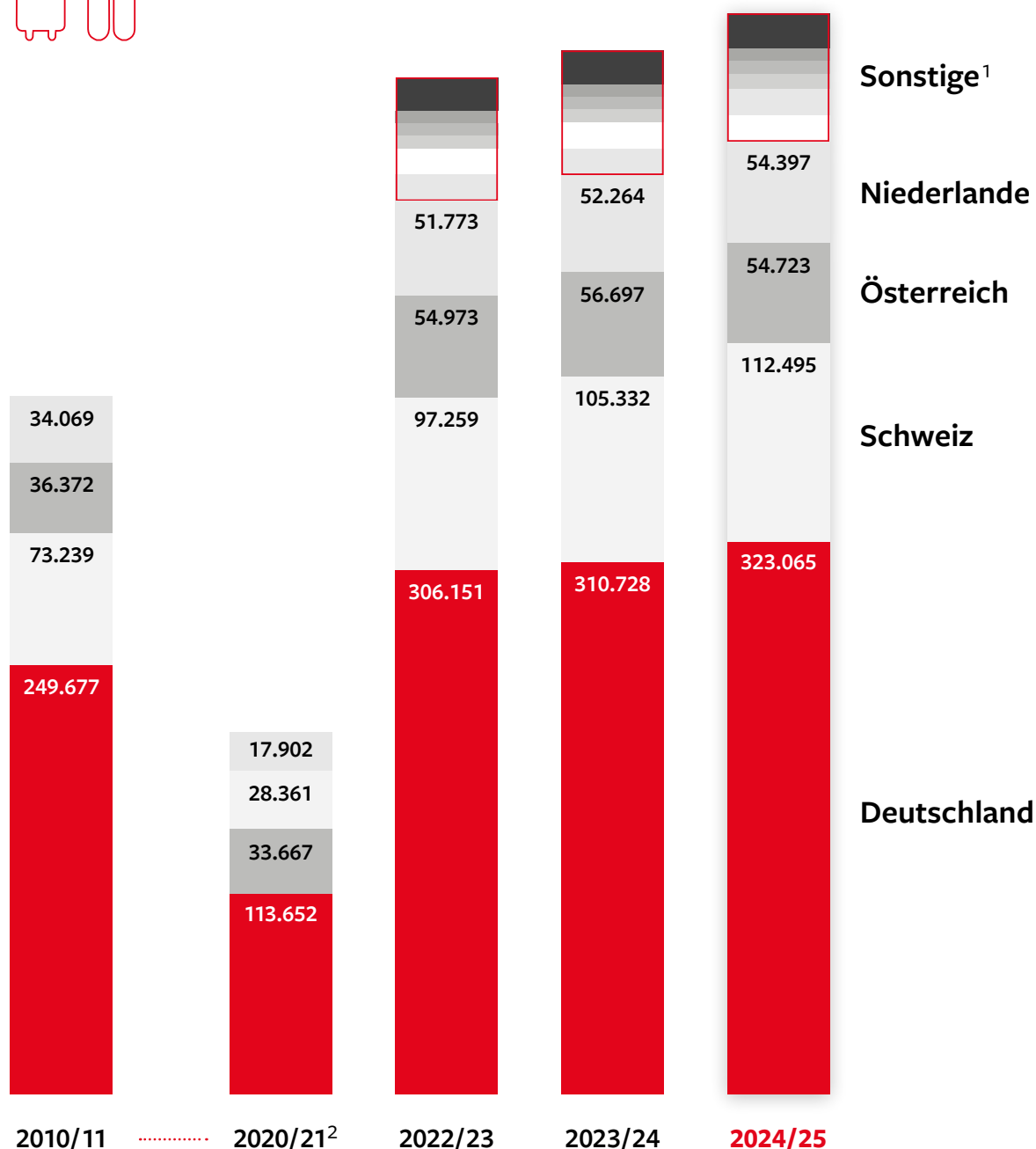
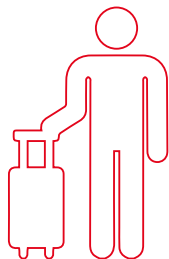
Gästeentwicklung im Saisonvergleich



Gästeentwicklung im Jahresvergleich



GÄSTE/ANKÜNFTE NACH NATIONEN



¹ 2022/23: Frankreich 9.886 – Belgien 9.867 – Großbritannien 2.381 – Luxemburg 1.857 – Italien 1.834 – Sonstige 14.420

2023/24: Frankreich 10.047 – Belgien 9.945 – Großbritannien 2.535 – Luxemburg 1.978 – Italien 1.830 – Sonstige 14.765

2024/25: Belgien 10.401 – Frankreich 9.959 – Großbritannien 3.204 – Luxemburg 2.204 – Italien 2.098 – Sonstige 16.547

² Zu beachten gilt, dass in den Tourismusjahren 2019/20 sowie 2020/21 teilweise Corona-Beschränkungen geltend waren.

3,85 TAGE

AUFENTHALTSDAUER

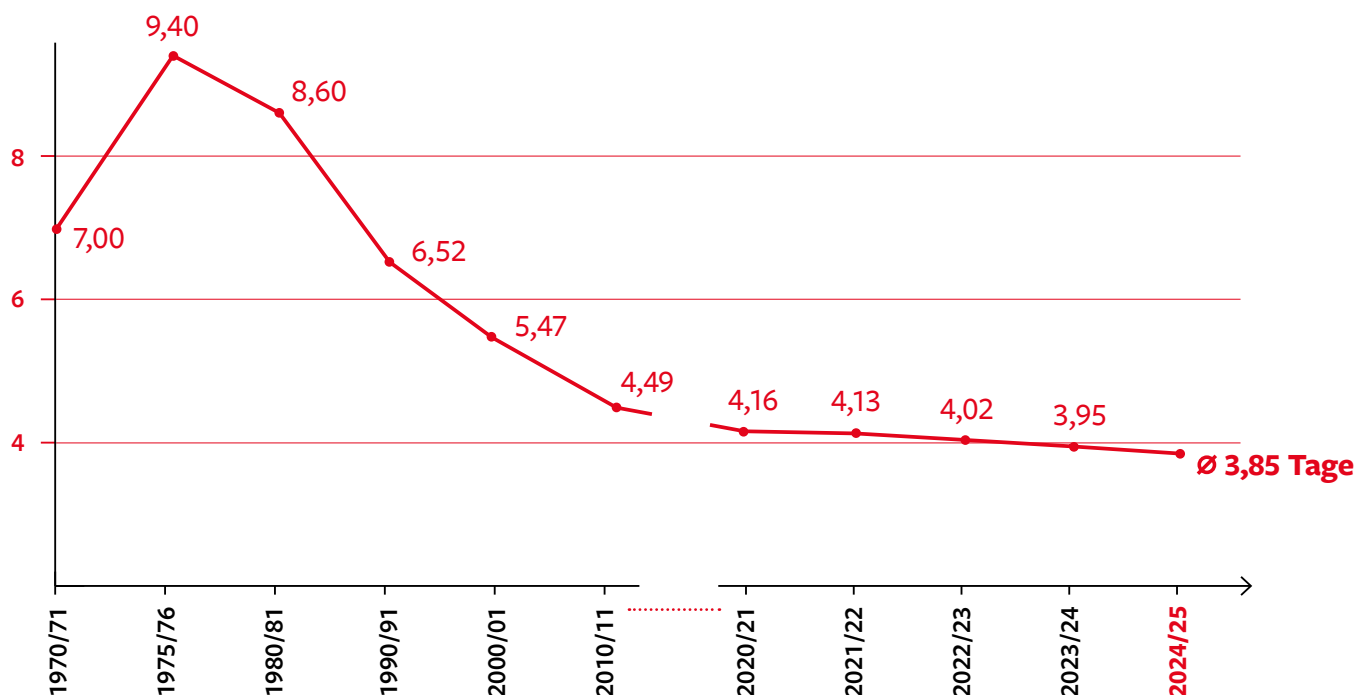
Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer im Tourismusjahr 2024/25 betrug 3,85 Tage. Im Sommer verweilen die Gäste im Montafon dabei im Durchschnitt 3,50 Tage, im Winter rund 4,20 Tage. Im Vergleich zum vergangenen Tourismusjahr (3,95 Tage) ist die Aufenthaltsdauer erneut leicht gesunken.

Lag die durchschnittliche Aufenthaltsdauer vor 20 Jahren (1990/91) noch bei 6,52 Tagen, so ist seither ein kontinuierlicher Rückgang und somit ein deutlicher Trend zu kürzeren Aufenthalten zu verzeichnen.

In Bezug auf die Montafoner Tourismusorte liegt **Gargellen** erneut an der Spitze – hier verweilen die Gäste im Durchschnitt **5,69 Tage**, gleichmäßig verteilt auf Sommer und Winter. Bei den Gästen verbringt der **niederländische Gast** bereits seit Jahren mit durchschnittlich **5,85 Tagen** am meisten Zeit im Montafon. Demgegenüber bleibt der **österreichische Gast** im Durchschnitt nur für **2,45 Tage** im Montafon, was dessen Bedeutung als Tagesgast verstärkt.

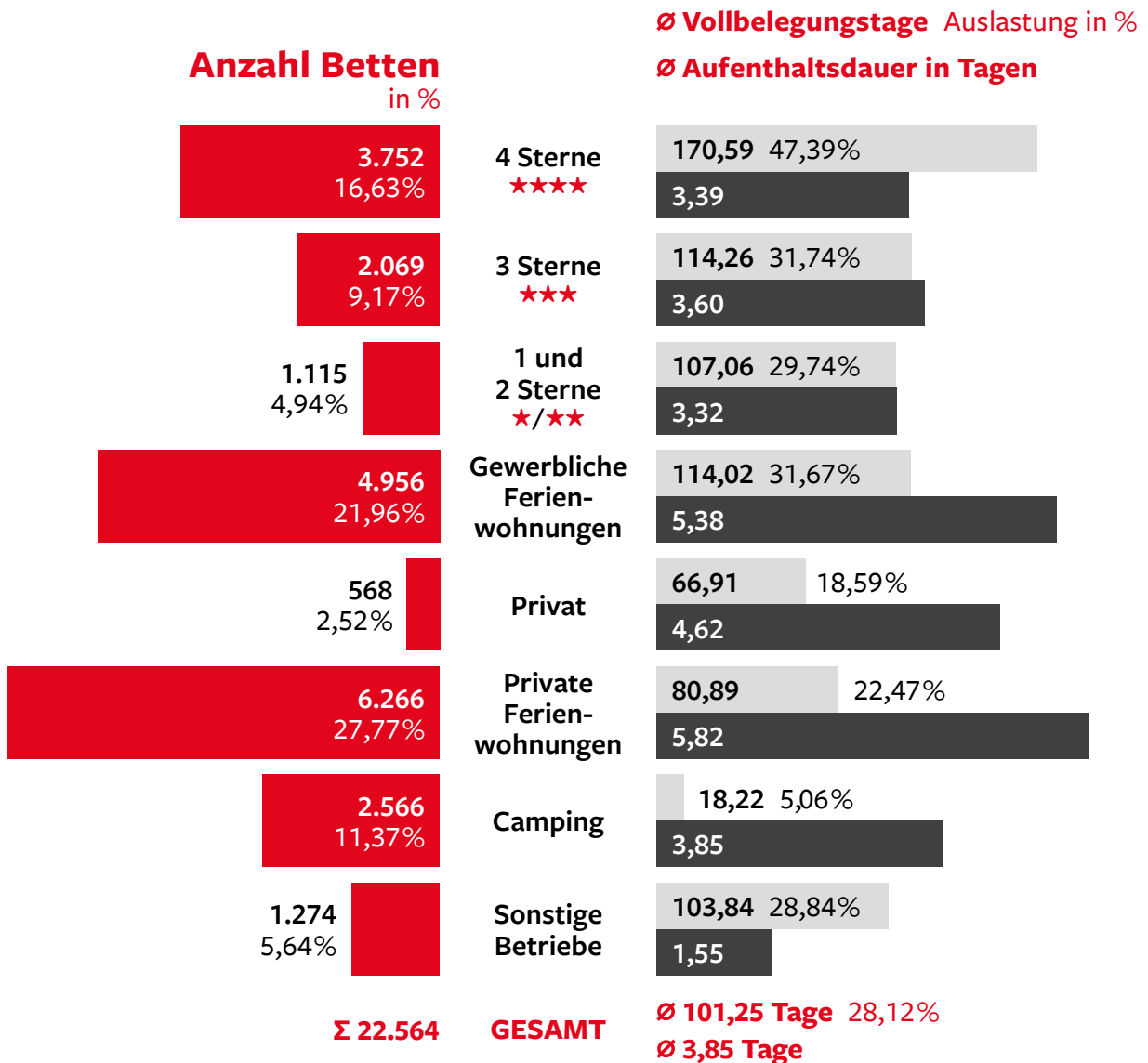


Entwicklung der Aufenthaltsdauer in Tagen



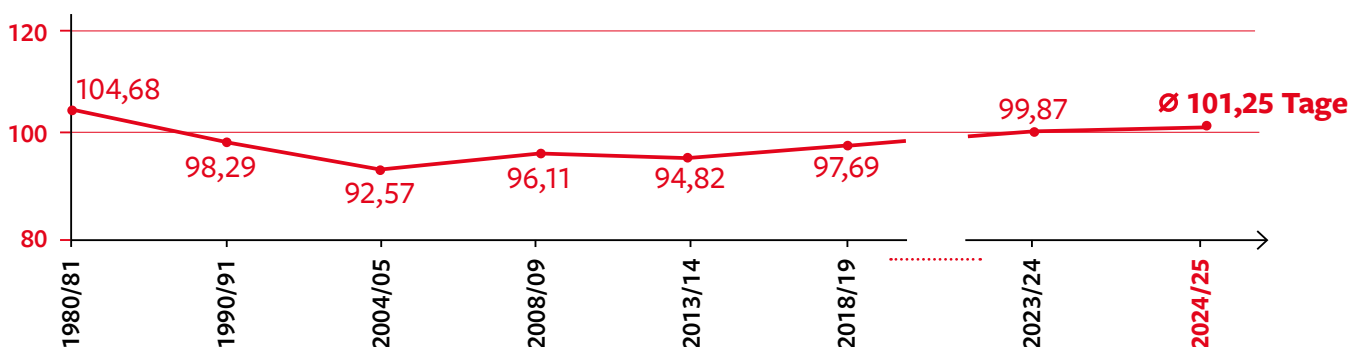
BEHERBUNGSKENNZAHLEN

NACH UNTERKUNFTSKATEGORIEN



Hinweis: Die geringe Bettenauslastung ist darauf zurückzuführen, dass nicht alle verfügbaren Betten im Montafon aktiv angeboten werden, diese aber in die Berechnung miteinfließen.

Entwicklung der Vollbelegungstage



T-MONA, der **Tourismus Monitor Austria**, ist ein Gästebefragungstool, das die Marktforscherinnen und Marktforscher der Österreich Werbung gemeinsam mit den neun LTOs (lokale Tourismusorganisationen) in Österreich entwickelt haben – umgesetzt durch die Firma Manova.

Montafon Tourismus ist seit Jahren aktiver Teil dieses Befragungssystems und erhält so wichtige und aussagekräftige Daten in Bezug auf unsere Gäste wie beispielsweise Informationen zum Reiseverhalten, zur Zufriedenheit und zu den Reisemotiven. Insbesondere die Entwicklung über mehrere Jahre ist interessant und lässt Veränderungen innerhalb der Gästestrukturen sichtbar werden.

Überdurchschnittlich hohe Direktbuchungsrate

Das Montafon weist eine hohe, wieder ansteigende Direktbuchungsrate auf, sowohl über die Beherbergungsbetriebe direkt (63%) als auch speziell über die DMO/Tourismusinformation (also Montafon Tourismus) selbst. Dort verzeichnen wir im Montafon eine überdurchschnittlich hohe Direktbuchungsrate von 19 Prozent (fünf Prozentpunkte mehr als im Vorjahr), welche einer Direktbuchungsrate von sechs Prozent vorarlbergweit und vier Prozent österreichweit gegenübersteht.

Die Buchungen über Internetbuchungsplattformen (Booking.com etc.) sind mit sechs Prozent weit unter dem Österreich-Durchschnitt von zwölf Prozent. Die somit beschriebene Verschiebung von Online-Plattformen zu Direktbuchungen ist positiv zu betrachten. Die Pflege der Kontingente bleibt also sehr wichtig und die Wichtigkeit nimmt sogar weiter zu.

Gästezufriedenheit NPS (Net Promoter Score)

Der Net Promoter Score dient als Kennzahl, die unmittelbar die Bereitschaft zur Weiterempfehlung und mittelbar die Kundenzufriedenheit und -loyalität misst. Dieser Wert ist in den vergangenen fünf Jahren leicht gesunken bzw. hatte Auf- und Abbewegungen, was

mit großer Wahrscheinlichkeit unter anderem mit den Herausforderungen in den vergangenen Jahren zusammenhängt. Der aktuelle Wert stellt gemeinsam mit dem Wert vom letzten Tourismusjahr den bisher niedrigsten Wert mit 78 Prozent dar.

WÜRDEST DU DAS MONTAFON ALS URLAUBSORT WEITEREMPFEHLEN?

Sehr Wahrscheinlich – 10/10 **64%**

Sehr Wahrscheinlich – 9/10 **20%**

= NPS von 78%¹

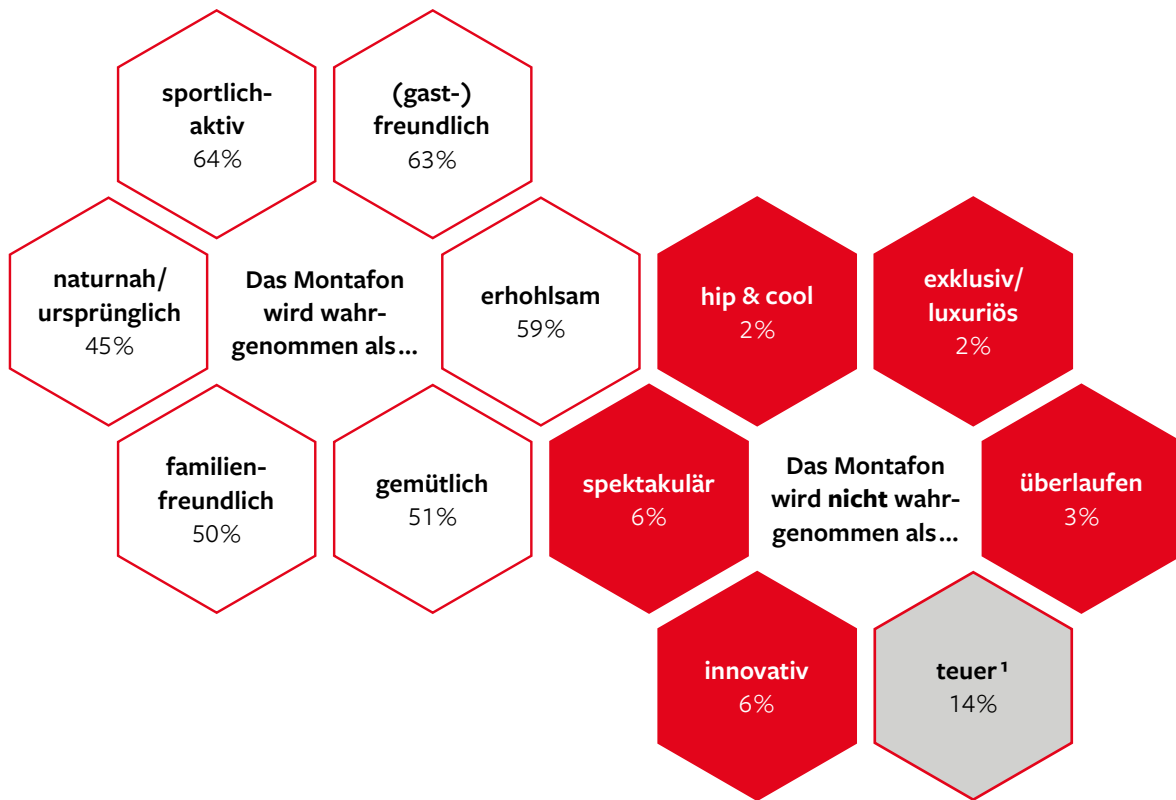
Vergleich

2018/19: 80%

2023/24: 78%

¹ Weitere Werte in Bezug auf die Weiterempfehlung werden in die Berechnung des NPS miteinbezogen.

Image des Montafon



¹„Teuer“ wird das Montafon noch immer nicht vom Großteil der Gäste wahrgenommen, allerdings stieg der Wert hier deutlich von fünf Prozent (2020/21), über acht Prozent (2021/22) auf aktuell 14 Prozent

(2024/25) – immer mehr und mehr Gäste nehmen das Montafon als „teuer“ wahr.

SWOT-Analyse

Die SWOT-Analyse wird eingesetzt, um die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken eines Unternehmens oder einer Organisation zu identifizieren. Mit der Ausarbeitung der SWOT-Matrix können Strategien entwickelt

werden. Als Datengrundlage dient auch hier die T-MONA Umfrage, welche die Werte von anderen Destinationen (in unserem Fall Vorarlberg) heranzieht und diese in Relation stellt.

STÄRKEN

- + Landschaft und Natur
- + Anreise
- + Gastfreundschaft

SCHWÄCHEN

- Schlechtwetterangebot
- Vorteilskarte/Gästekarte
- Preis-Leistungsverhältnis Attraktionen

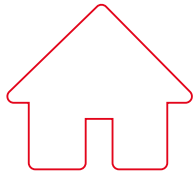
CHANCEN

- + Öffentliche Verkehrsmittel vor Ort
- + Öffnungszeiten Gastronomie

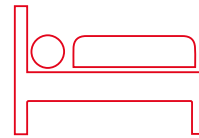
RISIKEN

- Einkaufsmöglichkeiten/Fußgängerzone
- Preis-Leistungsverhältnis Gastronomie
- Bademöglichkeiten (ganzjährig)

ONLINE- BUCHUNGEN



575
Betriebe online buchbar
auf montafon.at

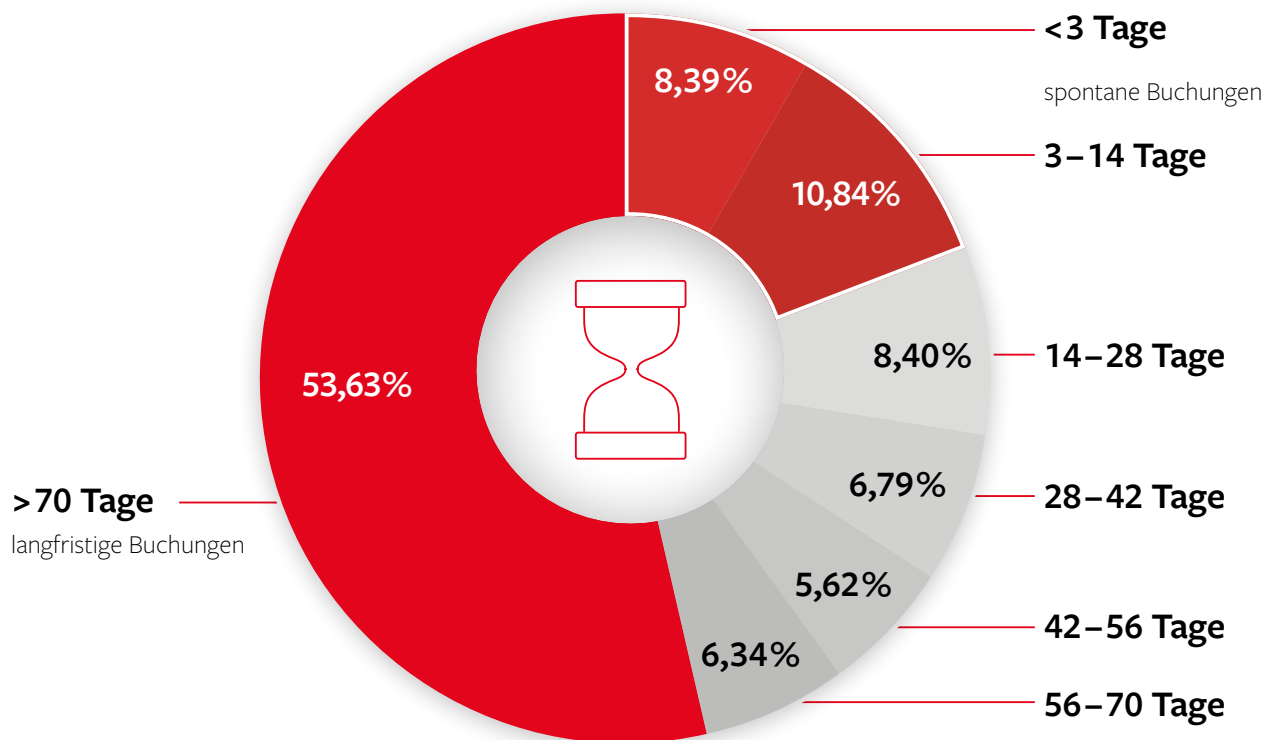


8.503
Betten online buchbar
auf montafon.at

Wann wird gebucht?

Wie auch in den letzten Jahren setzt sich der Trend zu spontanen Buchungen fort. So haben rund zehn Prozent der Gäste im Tourismusjahr 2024/25 maximal 14 Tage vor Urlaubsantritt ihre Reise ins Montafon

gebucht, acht Prozent sogar erst maximal drei Tage zuvor. Demgegenüber stehen allerdings rund die Hälfte aller Gäste, die mehr als 70 Tage im Voraus ihren Urlaub im Montafon gebucht haben.

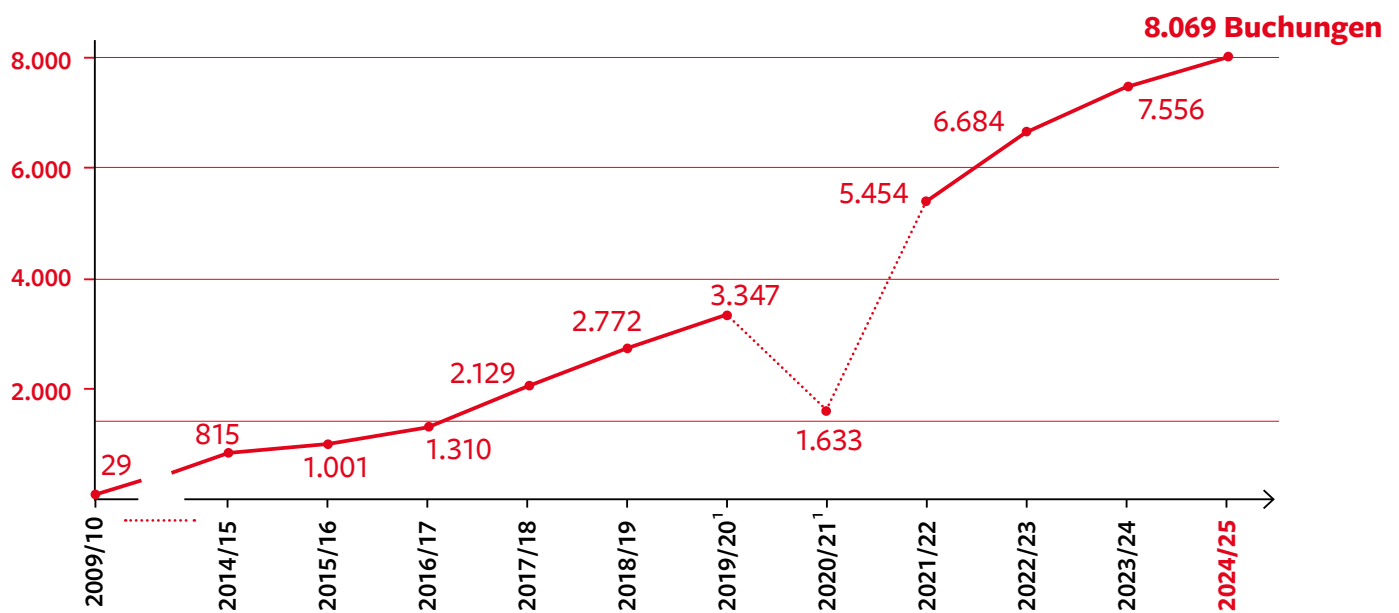


Entwicklung der Online-Buchungen

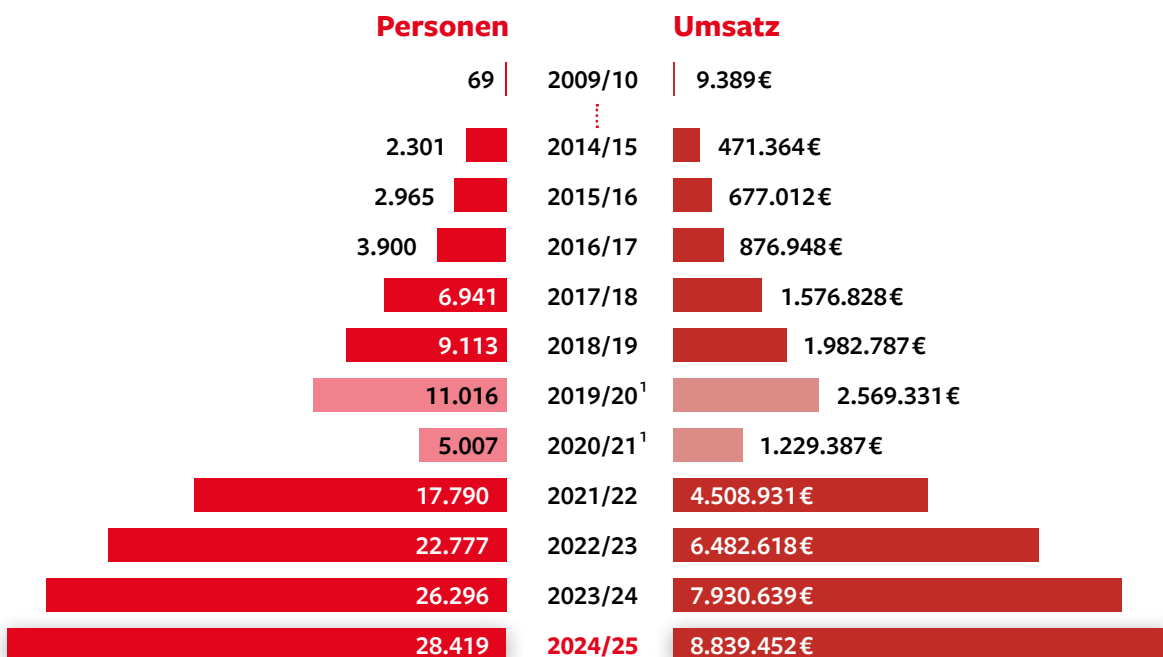
In den vergangenen Jahrzehnten ist die Anzahl der Online-Buchungen enorm gewachsen. Dies ist zum einen auf die zunehmende Bedeutung von Online-Buchungen im Allgemeinen, zum anderen auf die steigende Anzahl von online buchbaren Betrieben im Tal zurückzuführen. Im Tourismusjahr 2024/25 wurden **8.069 Buchungen** für **28.419 Personen** getätigt, was einem **Umsatz von**

8.839.452 Euro entspricht. Berücksichtigt wurden alle Buchungen, die über Feratel abgeschlossen wurden – dazu zählen „montafon.at“ sowie alle angeschlossenen Portale. Zudem kommen zahlreiche Direktbuchungen bei den Unterkünften sowie Buchungen über weitere externe Online-Plattformen dazu.

Buchungsentwicklung im Jahresvergleich



Buchungsentwicklung anhand von Personen und Umsatz



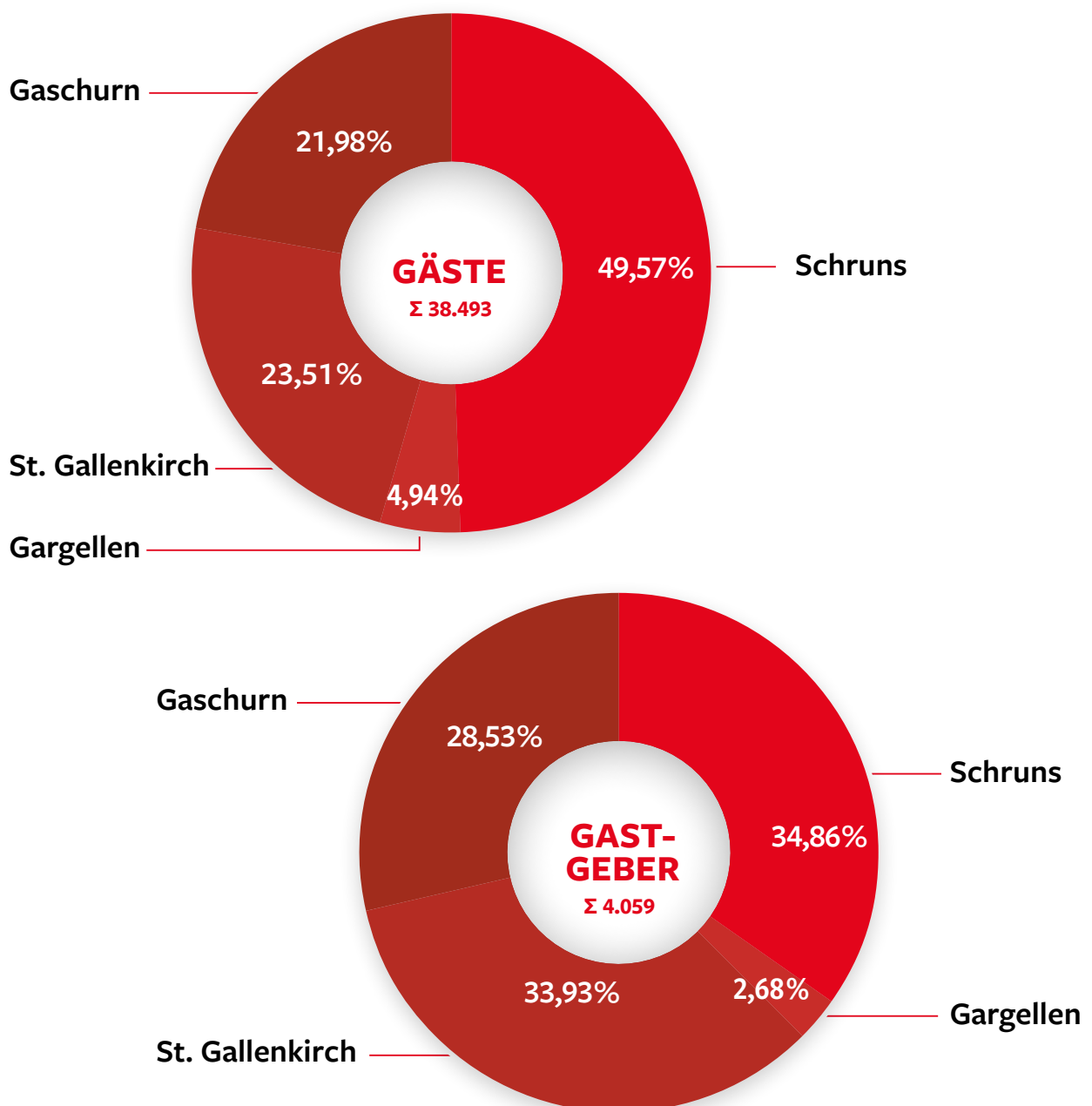
¹ Zu beachten gilt, dass in den Tourismusjahren 2019/20 sowie 2020/21 teilweise Corona-Beschränkungen geltend waren.

FREQUENZ DER MONTAFONER TOURISMUSINFORMATIONEN

Vier Tourismusinformationen stehen den Gästen sowie den Montafoner Gastgeberinnen und Gastgebern in Schruns, St. Gallenkirch, Gaschurn und Gargellen zur Verfügung. **37.228 Gäste** sowie **3.663 Gastgeberinnen und Gastgeber** nutzten im Tourismusjahr 2024/25 das

Angebot vor Ort. Im Vergleich zum Vorjahr ist sowohl bei den Gästen (38.493) als auch bei den Gastgeberinnen und Gastgebern (4.059) ein **leichter Rückgang** zu verzeichnen.

Aufteilung nach Standorten

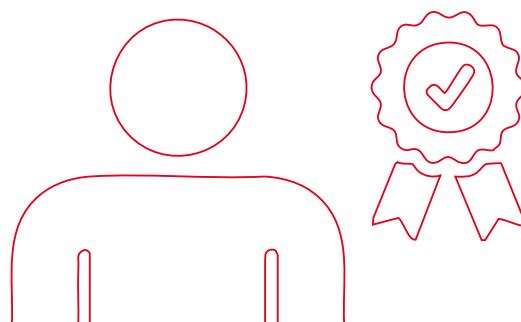


Hinweis: Die drei Haupttourismusinformationen werden von allen Orten, basierend auf einem Bettenschlüssel, finanziert. Die Tourismusinformation Gargellen wird zu 100 Prozent von der Gemeinde St. Gallenkirch finanziert.

287

STAMMGÄSTE-EHRUNGEN

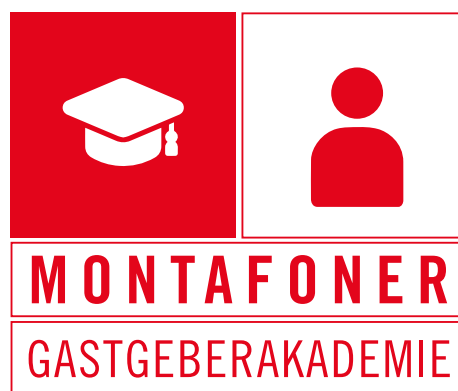
287 Gästeehrungen durfte Montafon Tourismus im Tourismusjahr 2024/25 durchführen. Die geehrten Stammgäste – darunter Familien, Paare, Alleinreisende und Gruppen – kamen dabei bereits zwischen fünf und fünfzig Jahren ins Montafon.



MONTAFONER GASTGEBERAKADEMIE

Gastgeberin oder Gastgeber zu sein ist ungemein bereichernd und macht einen stolz auf die schöne Region, in der wir leben dürfen. Die Rahmenbedingungen für die Vermietung an Gäste haben sich in den letzten Jahren jedoch geändert und stellen hohe Anforderungen an unsere Gastgeberinnen und Gastgeber im Tal. Deshalb unterstützt Montafon Tourismus unter dem Dach der Montafoner Gastgeberakademie mit einem breiten, kostenlosen Kursangebot.

Im Rahmen der Montafoner Gastgeberakademie wurden im Tourismusjahr 2024/25 **18 Kurse** zu unterschiedlichen Themen wie unter anderem Feratel, Social Media, Künstliche Intelligenz und Preiskalkulation angeboten, die von insgesamt **174 Teilnehmerinnen und Teilnehmern** besucht wurden.



BergePLUS und Tourenportal

Das BergePLUS Erlebnisprogramm bietet Gästen und Einheimischen das ganze Jahr über eine Vielfalt an geführten Touren in der Montafoner Bergwelt – dabei reicht das Tourenangebot unter anderem von Skitouren, Schneeschuh- und Winterwanderungen über E-Mountainbike-Touren bis hin zu Klettersteigen und Wanderungen. Von November 2024 bis Oktober 2025 konnten insgesamt 4.177 Teilnehmerinnen und Teilnehmer

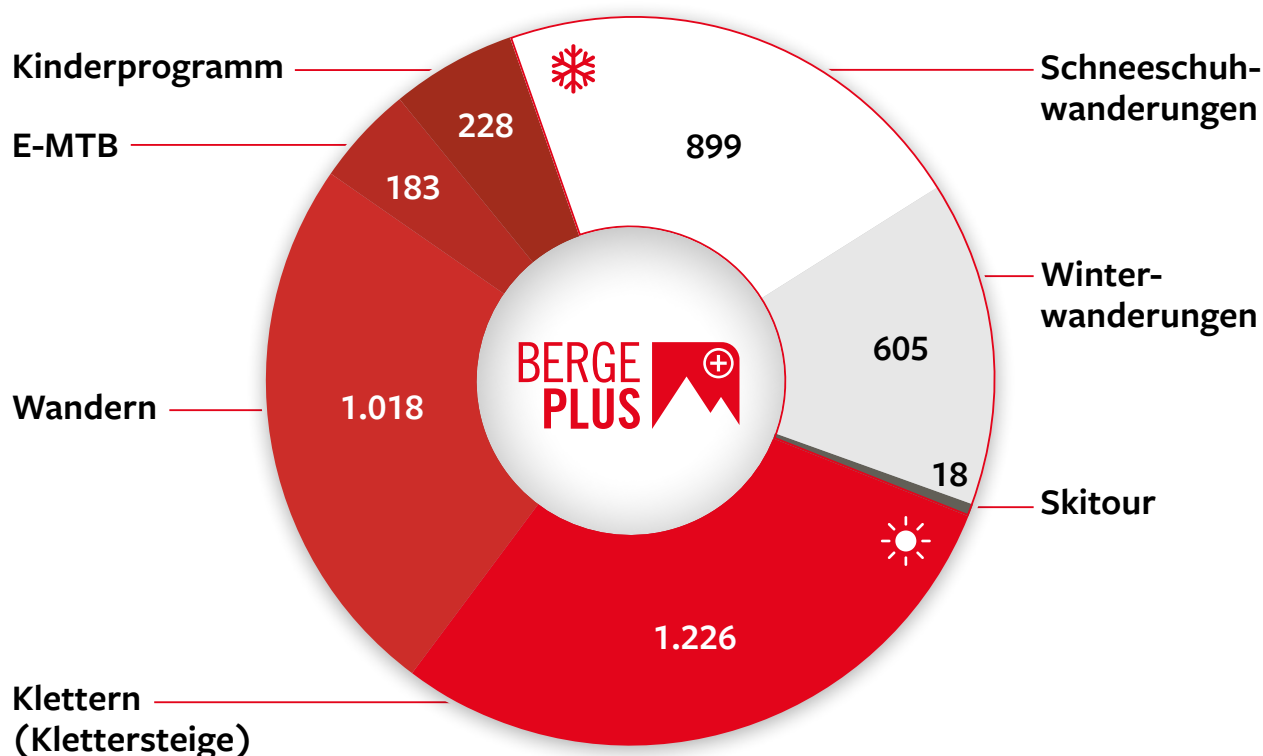
für das BergePLUS Programm begeistert werden. Die meisten Teilnehmerzahlen wurden dabei im Winter bei den Schneeschuhtouren und im Frühling bis Herbst bei den Klettersteig-Touren verzeichnet.

Zudem stellen die 261 BergePLUS Partnerbetriebe im Montafon durch einen Mitgliedsbeitrag ihren Gästen die Teilnahme am BergePLUS Erlebnisprogramm kostenlos zur Verfügung.

Anzahl Teilnehmende

BergePLUS Winterprogramm 2024/25 **Σ 1.552 Teilnehmende**

Bestgebuchte Tour: Schneeschuhwanderung Silvrettasee mit 488 Teilnehmenden



BergePLUS Frühlings-, Sommer- und Herbstprogramm 2025 **Σ 2.665 Teilnehmende**

Bestgebuchte Tour: Klettersteig Röbischlucht mit 704 Teilnehmenden

646

online abrufbare Touren

Insgesamt sind 646 Touren zu den Themen Wandern, (E-)Mountainbiken, Klettern und Schnee von Montafon Tourismus online verfügbar. Im Tourismusjahr 2024/25 wurden die Touren insgesamt 1.404.038 Mal abgerufen, das sind um 438.431 Abrufe weniger als vergangenes Tourismusjahr. Die Abrufe verteilen sich wie folgt: 921.434 Mal über das Montafon Tourenportal, 101.466 Mal über die Montafon App sowie 381.138 Mal über andere Kanäle wie beispielsweise Webportale (Bergfex, Outdooractive oder Komood). Heruntergeladen wurden die Touren von interessierten Bergsportlerinnen und Bergsportlern insgesamt 103.392 Mal.

Die drei meistgeklickten Touren bildeten dabei der „Schmugglerweg“, der „Bergknappenweg“ und die „Hüttentour Lünersee/Rätikon“, was das Thema Wandern und damit auch die Themenwanderwege des Alpenmosaik Montafon erneut zur beliebtesten Kategorie unter den Touren macht.



VERANSTALTUNGEN

Zahlreiche Gäste und Einheimische trafen sich im Tourismusjahr 2024/25 zu **49 Veranstaltungsformaten**, die von Montafon Tourismus organisiert wurden. Die Veranstaltungen waren dabei oft mehrtägig und wiederkehrend. So lockte beispielsweise alleine das Kulturfestival Montafoner Resonanzen mit 28 Einzelveranstaltungen an sechs aufeinanderfolgenden Wochenenden rund

4.700 Besucherinnen und Besucher ins Tal. Darüber hinaus unterstützte Montafon Tourismus zahlreiche weitere Veranstaltungen als Mitveranstalter oder Sponsor. Im **Montafoner Veranstaltungskalender** wurden zudem rund **800 Veranstaltungen** online kommuniziert.

Die Durchführung vieler Veranstaltungen ist nur mithilfe von freiwilligen Helferinnen und Helfern möglich – allein für den M³ Montafon Mountainbike Marathon war ein Team aus rund 300 Helferinnen und Helfern sowie 30 Mitarbeitende von Montafon Tourismus im Einsatz.

An dieser Stelle ein herzliches Dankeschön an jede und jeden Einzelnen für die Unterstützung!

Nachhaltige Veranstaltungskultur

Mit der Initiative „**ghörig fescht**“ setzt Montafon Tourismus auf eine umweltfreundliche Veranstaltungskultur. Ziel ist es, Veranstaltungen im Tal ressourcenschonend, regional und klimafreundlich zu gestalten – unter anderem durch Abfallvermeidung, klimafreundliche, kostenlose An- und Abreise und regionale Produkte. Im Tourismusjahr 2024/25 wurden zwei Großveranstaltungen – der Raiffeisen Montafon Arlberg Marathon und der M³ Montafon Mountainbike Marathon – nach diesen Kriterien umgesetzt, weitere sind geplant. Im Rahmen des Projekts „**ghörig fescht**“ kann Mehrweg-Geschirr über

Montafon Tourismus von Vereinen, Unternehmen und Privatpersonen ausgeliehen werden. Im Tourismusjahr 2024/25 wurden im Zuge von 69 Ausleihen 38.000 Teile in Anspruch genommen.

Eine weitere Zertifizierung, die Montafon Tourismus bei der Ausrichtung von Veranstaltungen verfolgt, ist „**Green Events Austria**“. Im Tourismusjahr 2024/25 wurde der Montafoner Tourismustag nach den umfangreichen Kriterien des Österreichischen Umweltzeichens für Green Meetings ausgerichtet.

Jubiläen

im Tourismusjahr 2024/25

100 JAHRE ERNEST HEMINGWAY

Mit einem vielfältigen Programm voller Geschichten, Genuss und unvergesslicher Erlebnisse wurde die Verbindung zwischen dem Montafon und einem der bedeutendsten Schriftsteller des 20. Jahrhunderts gefeiert.

29. bis 30. Jänner 2025

30 Jahre SCHLAFES BRUDER

Das Jubiläumsprogramm stellte die literarische und filmische Bedeutung von „Schlafes Bruder“ eindrucksvoll in den Mittelpunkt:

Von einer Ausstellung über eine geführte Wanderung bis hin zu einem Open-Air-Kino mit 700 Besucherinnen und Besuchern in Gaschurn.

9. bis 20. September 2025

Die Top-Veranstaltungen im Montafon im Tourismusjahr 2024/25

MONTAFONER **WINTERZAUBER**

2.000 Besucherinnen und Besucher
bei 8 Konzerten
21. Dezember 2024 bis 5. Jänner 2025



rund 1.000 Zuschauerinnen und Zuschauer
20. bis 22. März 2025



864 Teilnehmerinnen und Teilnehmer
21. Juni 2025



ca. 360 Teilnehmerinnen und Teilnehmer
3. bis 5. Juli 2025



701 Teilnehmerinnen und Teilnehmer
5. Juli 2025

MONTAFONER **THEATERWANDERUNG** „Grenzerfahrungen am Zauberberg“

450 Teilnehmerinnen und Teilnehmer
bei 10 Aufführungen
18. Juli bis 23. August 2025



„Drusentor
Seppeli“

ca. 4.500 Besucherinnen und Besucher
bei 11 Vorführungen
19. Juli bis 2. August 2025



465 Teilnehmerinnen und Teilnehmer
inkl. Kids Challenge
26. Juli 2025

FRAUEN BERG GAUDI

532 Teilnehmerinnen
30. August 2025



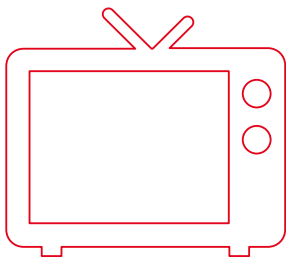
4.700 Besucherinnen und Besucher
bei 28 Konzerten
31. Juli bis 6. September 2025

PRESSE & KOMMUNIKATION

Ein zentraler Aufgabenbereich von Montafon Tourismus liegt in der gezielten Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in den Herkunftsmärkten unserer Gäste. Im Tourismusjahr 2024/25 wurden in Eigenregie sowie in enger Zusammenarbeit mit der Österreich Werbung und Vorarlberg Tourismus zahlreiche Kommunikationsmaßnahmen umgesetzt. Dazu zählten unter anderem die Versendung themenspezifischer Presseaussendungen, die Umsetzung zahlreicher Pressereisen sowie die Durchführung und

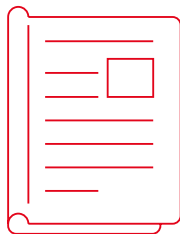
Umsetzung von Pressegesprächen und Pressevents zur Intensivierung bestehender und zum Aufbau neuer Medienkontakte.

Parallel dazu wurden auch in Vorarlberg vielfältige Presseaktivitäten realisiert. Ziel war es, sowohl aktuelle Entwicklungen im Unternehmen als auch branchenspezifische Themen nach außen und nach innen – also talintern – zu kommunizieren.



TV- und Filmreportagen

Das Montafon war auch im Tourismusjahr 2024/25 Kulisse für in- und ausländische TV- und Filmreportagen – darunter **„Night Trains“ (ARTE)**, **„SNOWmagazine“ (RTL NL)**, **Eurovision Songcontest (ORF)** und **„Servus Heimatleuchten (Servus TV)**. Darüber hinaus wurden weitere kürzere TV-Beiträge über Veranstaltungen und Besonderheiten des Montafon im ORF in Formaten wie „Vorarlberg heute“, „Winterzauber“, „DOK1“ und „Heimat Österreich“ zu sehen.



Print-Medienbeiträge

Zur Online-Medienberichterstattung kommen zahlreiche mehrseitige Print-Medienbeiträge in diversen Tageszeitungen, Special Interest Magazinen und Fachmagazinen dazu. Diese sind größtenteils durch Recherchereisen sowie Presseaussendungen zu aktuellen Themen wie Veranstaltungen, Projekte und strategischen Themen entstanden.

BEISPIELE AUS DER PRINT-BERICHTERSTATTUNG

Welt am Sonntag
Deutschland:
montafon.at/l.gna

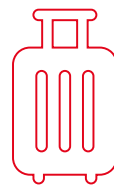
**Frankfurter
Allgemeine Zeitung**
Deutschland:
montafon.at/l.gm9

Knack Weekend
Niederlande/Belgien:
montafon.at/l.gm8



6.315 Online- Medienbeiträge

Insgesamt wurden im Tourismusjahr 2024/25 6.315 Online-Medienbeiträge über das Montafon veröffentlicht – **3.063 (49%)** davon **in Deutschland** und 2.729 (43%) in Österreich. Die restlichen Veröffentlichungen verteilten sich auf die Schweiz, die Niederlande, Frankreich und Belgien. Die Inhalte der Beiträge deckten unter anderem Veranstaltungen sowie die von Montafon Tourismus definierten Produktschienen Wandern (ganzjährig) und Skifahren sowie die Komplementärprodukte rund um Bergkultur, Biken und Klettern ab. **Am meisten Aufmerksamkeit** erhielt das **Thema Schnee** mit Skifahren sowie Winter- und Schneeschuhwandern.



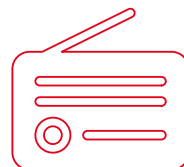
53 Recherchereisen

53 Reisejournalistinnen und Reisejournalisten, Bloggerinnen und Blogger sowie Influencerinnen und Influencer aus Deutschland, den Niederlanden, der Schweiz, Österreich, Frankreich, Schweden, USA und Kanada haben im Tourismusjahr 2024/25 das Montafon im Rahmen **individueller Recherchereisen sowie innerhalb dreier Gruppenpressereisen** besucht und im Nachgang über ihre Erlebnisse im Tal berichtet.



48 Presseaussendungen

Von 1. November 2024 bis 31. Oktober 2025 wurden durch Montafon Tourismus insgesamt 48 Presseaussendungen an Medien aus Deutschland, Österreich, der Schweiz, der Niederlande und Belgien sowie diverse Presseportale und Agenturen verschickt. Die Aussendungen umfassten Themen wie Veranstaltungen, neue Produkte, die Marke Montafon oder spannende Projekte.



6,9 Mio. Hörerinnen und Hörer bei Audio PR-Radioreportage

Mit der **Audio PR-Radioreportage** zum Thema „**Skiopening im Montafon**“ gelang es, im Tourismusjahr 2024/25 rund 6,9 Millionen Radiohörerinnen und -hörer aus Deutschland in der Tagesreichweite zu erreichen. Insgesamt 40 Radiosender in Deutschland weckten mit der Ausstrahlung der Reportage die Lust an einem Winterurlaub im Montafon.

5.915.027 Seitenaufrufe (messbar¹) im Montafon Framework²

Von 1. November 2024 bis 31. Oktober 2025 konnten im Montafon Framework 5.915.027 Seitenaufrufe verzeichnet werden. Rund 17 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer, das sind **1.027.840 Aufrufe**, besuchten dabei die Webseite **zum ersten Mal**. Die **durchschnittliche Verweildauer** aller Nutzerinnen und Nutzer auf der Webseite belief sich auf **3 Minuten und 12 Sekunden**.

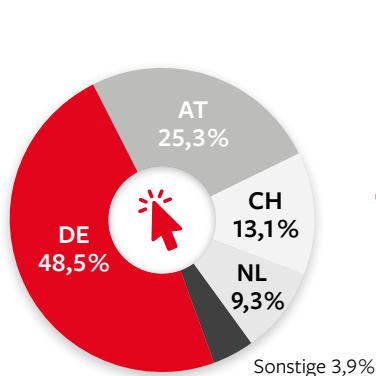
Rund **zwei Drittel** (64,2%) aller Aufrufe fand von einem **Smartphone** aus statt, wohingegen 33,2 Prozent über einen Computer und nur 2,6 Prozent über ein Tablet auf die Webseite zugegriffen.

48,5 Prozent, fast die Hälfte der Zugriffe, stammten **aus Deutschland**, 25,3 Prozent aus Österreich und 13,1 Prozent aus der Schweiz. 9,3 Prozent der Zugriffe kamen aus dem Benelux-Staat.

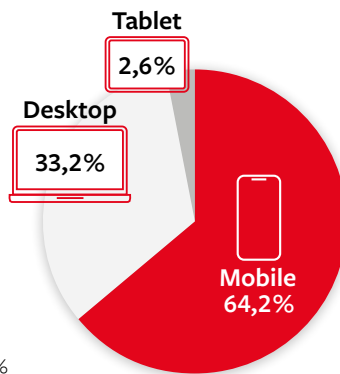
Die Seitenaufrufe stammten zu **63,3 Prozent** aus der **organischen Google-Suche**. Weitere 16,4 Prozent entfielen auf direkte Zugriffe auf die Webseite, während 13 Prozent über Google Ads generiert wurden.

Neben der **Startseite** wurden am häufigsten die Unterseiten zum Thema Webcams und Unterkünfte aufgerufen.

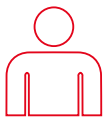
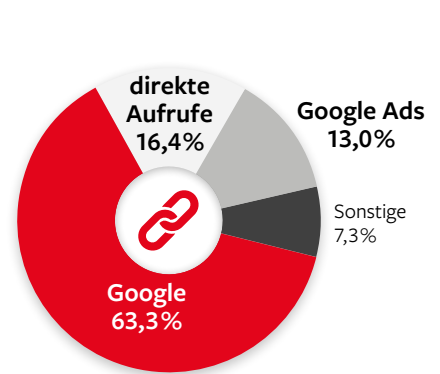
AUFRUFE NACH LÄNDERN



AUFRUFE ÜBER ENDGERÄTE



QUELLE SEITENAUFRUFE



1.027.840
Neue Nutzer
und Nutzerinnen



3:12min
Durchschnittliche
Sitzungsdauer



1. Startseite
2. Webcams
3. Unterkünfte
Meistaufgerufene Seiten

¹ Durch erweiterte Datenschutzeinstellungen und Umstellungen bei Google Analytics sind nicht mehr alle Seitenaufrufe messbar – die tatsächliche Anzahl der Seitenaufrufe liegt daher höher.

² Das **Montafon Framework** ist die Webseiten-Struktur von Montafon Tourismus. Es umfasst neben der Destinationswebseite auch die Webseiten der Montafoner Kristbergbahn, der Gargellner Bergbahnen und von bewusstmontafon sowie Seiten zu einzelnen Großevents wie dem Weltcup. Diese Webseiten sind in den oben genannten Zahlen bereits enthalten. Zum Framework gehören außerdem die Seiten von Golm Silvretta Lünensee Tourismus, die über eigene Domains laufen. Gleiches gilt für die Webseiten der Madrisa Rundtour und der Jäger-Ski-WM, die ebenfalls über eigene Domains verfügen.

496.229

„High Engaged Users“ (HEU)

In der Bewertung von Online-Marketingmaßnahmen wurde lange Zeit vor allem auf Reichweitenkennzahlen wie Anzeigenkontakte oder Seitenaufrufe gesetzt, ähnlich wie wir es noch immer vereinzelt bei der Webseiten-Performance machen. Diese zeigen zwar, wie viele Menschen erreicht wurden, sagen jedoch nur begrenzt aus, wie intensiv sich Nutzerinnen und Nutzer tatsächlich mit den Inhalten beschäftigen.

Für uns steht aber nicht allein die Reichweite im Vordergrund, sondern die **Qualität der Kontakte**. Vor diesem Hintergrund haben wir gemeinsam mit unserer betreuenden Agentur das Konzept der **High Engaged Users** (HEU) entwickelt. Die Abkürzung steht für **besonders aktive und interessierte Besucherinnen und Besucher** der Webseite. Eine solche Person wird gezählt, wenn sie sich **länger auf der Webseite** aufhält und/oder eine **Mindestanzahl von Seiten** aufruft.

Diese Kennzahl ermöglicht es, den **Erfolg von Kampagnen** nicht nur anhand von Reichweite, sondern auch anhand der tatsächlichen **inhaltlichen Auseinandersetzung** mit der Webseite und des Contents zu bewerten. Entsprechend wurden die Marketingmaßnahmen gezielt darauf ausgerichtet, möglichst viele dieser hoch engagierten Nutzerinnen und Nutzern zu gewinnen.

Im Zeitraum vom 1. November 2024 bis 31. Oktober 2025 konnten insgesamt 496.229 High Engaged Users verzeichnet werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass erfahrungsgemäß nicht alle Interaktionen technisch erfasst werden können, sodass die tatsächliche Zahl der engagierten Nutzerinnen und Nutzer noch höher liegt.

CRM-SYSTEME

CRM-Systeme (**Customer Relationship Management Systeme**) bieten Unternehmen einen umfassenden Überblick über ihre Kunden und ermöglichen es ihnen, Interaktionen nachzuverfolgen, Dienstleistungen zu verbessern und bessere Beziehungen aufzubauen. Ein sorgfältig gepflegtes CRM-System ist das Fundament eines Unternehmens. Auch Montafon Tourismus arbeitet

damit und konnte im Tourismusjahr 2024/25 insgesamt **128.343 Kontakte**, davon **125.806 Personen** sowie **2.537 Organisationen**, verzeichnen. Diese Kontakte setzen sich aus Gästen, Newsletter-Abonnantinnen und -Abonnenten, Partnerinnen und Partner sowie Medienvertreterinnen und -vertretern zusammen.

DIREKTMARKETING NEWSLETTER

Das CRM-System wird unter anderem dafür genutzt, Newsletter an bestehende Kontakte zu versenden. Die gesammelten Daten helfen dabei, die Inhalte an die individuellen Bedürfnisse der Kontakte anzupassen. Der Montafon Newsletter richtet sich an bestehende Gäste, potentielle Gäste und all jene, die sich für das Angebot im Montafon interessieren.

Im Tourismusjahr 2024/25 wurden **26 reguläre Montafon Newsletter**, die unter anderem inspirierende Inhalte und Informationen zu aktuellen Angeboten,

Veranstaltungen enthielten, sowie zusätzlich **15 Sondernewsletter** an durchschnittlich **35.551 Abonnantinnen und Abonnenten** versendet.

Die **durchschnittliche Öffnungsrate** des Montafon Newsletter belief sich im Tourismusjahr 2024/25 auf **40,37 Prozent** – verglichen mit der durchschnittlichen Öffnungsrate in der Tourismus-/Reise-Branche mit 23,60 Prozent liegt der Montafon Newsletter somit erfreulicherweise erneut weit über dem Durchschnitt.

SOCIAL MEDIA

Social Media (organisch)

In der strategischen Ausrichtung liegt der Fokus unserer Social-Media-Arbeit verstärkt auf der Ansprache von Einheimischen sowie Gästen aus der näheren Region. Unsere Social-Media-Kanäle werden gezielt genutzt, um Informationen bereitzustellen, regionale Themen sichtbar zu machen und den Dialog mit dieser Zielgruppe zu fördern. Damit leisten sie einen wichtigen Beitrag zum Lebensraummanagement und zur Stärkung der regionalen Identität.

Neben den zentralen Kanälen „Mein Montafon“ auf Facebook und Instagram betreuen wir weitere Social-Media-Auftritte, darunter die Kanäle zur FIS Snowboard, Freestyle und Freeski Weltmeisterschaft 2027, den „Team Montafon“-Auftritt sowie eine B2B-Facebook-Gruppe und verschiedene Eventseiten. Die nachfolgenden Kennzahlen beziehen sich allerdings ausschließlich auf die Kanäle „Mein Montafon“.

Meta-Kampagnen

Die Ausspielung unserer Online-Kampagnen auf den Meta-Plattformen erfolgt in enger Zusammenarbeit mit unserer betreuenden Agentur, die neben dem Montafon zahlreiche weitere Tourismusdestinationen betreut und über langjährige Erfahrung im Destinationsmarketing verfügt.

Die Kampagnenstrategie basiert auf einer ganzjährigen Grundbespielung, die laufend an Saison, Zielmärkte und definierte Zielgruppen angepasst wird. So werden beispielsweise im niederländischen Markt gezielt Themen wie Familienskifahren und Winterurlaub in den Bergen adressiert.

Ergänzend dazu werden für ausgewählte Veranstaltungen gezielte Kampagnen umgesetzt, darunter das Ski Opening, der Montafon Arlberg Marathon sowie der FIS Snowboard Cross Weltcup Montafon. Darüber hinaus realisieren wir regelmäßig themenspezifische Sonderkampagnen wie „Mein Montafoner Frühling“ sowie kooperative Kampagnen gemeinsam mit Betrieben aus der Region.

Ein kontinuierlicher Bestandteil unserer Arbeit ist das Testen neuer Anzeigenformate und Optimierungsmöglichkeiten, wobei wir gezielt auf die Expertise unserer Agentur zurückgreifen.



2.515.321

Bezahlte Reichweite



15.201.791

Impressionen



Facebook



65.498

Follower

(+2.228 Neue)



Instagram



28.588

Follower

(+2.338 Neue)



22.098

Link-Klicks



17.520.041

Seitenaufrufe



1.517.332

Profilaufufe



PODCAST

Im Montafon Podcast „Echte Berge. Echt erleben.“ trifft Jens aus Deutschland auf waschechte Montafoner Persönlichkeiten und erhält dadurch einen exklusiven Blick hinter die Kulissen des Montafon und seine Besonderheiten. Seit der Einführung im Juli 2021 wurden bereits 25 Folgen mit im Schnitt je 25 Minuten, aufgeteilt auf 3 Staffeln, veröffentlicht.

Staffel 1: 9 Folgen

Staffel 2: 9 Folgen

Staffel 3: 7 Folgen

YouTube



Auf unserem YouTube-Kanal veröffentlichen wir kontinuierlich Bewegtbildinhalte mit zwei zentralen Zielsetzungen: Einerseits dient der Kanal der Inspiration potenzieller Gäste und der Stärkung unserer Markenpräsenz, andererseits fungiert er als zentrale Content-Plattform für die Weiterverwendung von Videomaterial.

YouTube bietet dabei den Vorteil, dass Inhalte unkompliziert in unterschiedliche Plattformen integriert werden können. So werden Videos beispielsweise auf unserer Webseite oder auf Webseiten von Gastgeberinnen und Gastgebern eingebunden oder im Rahmen von Kampagnen eingesetzt, wodurch eine effiziente und flexible Nutzung der Inhalte sichergestellt wird.



2.731
Abonnenten
(+135 Neue)



511
Videos
(+37 Neue)



1.144.243
Aufrufe
(DE, AT, CH, NL, BE)



8.363 Std.
Wiedergabezeit

>20 Länder
Medien-
reichweite

260.000.000 TV- &
Streaming-
reichweite

58.000.000 TV-Zuseher

2 Stunden
LIVE-TV

5 Stunden TV-
Präsenz

ca. 350
internationale Medien

ca. 70.000
Besucherinnen & Besucher

ca. 2.800
Sportlerinnen und Sportler,
Betreuerinnen und Betreuer, Team-
mitglieder, Offizielle, Media und Staff

ca. 20.000
Nächtigungen durch
Mitarbeitende & Teams

>600
Freiwillige

2 Wochen



6 **Veranstaltungs-**
stätten
im Montafon

17 **Disziplinen**

40 **Nationen**

50+ **Trainings**

26 **Qualis**

31 **Finals**

87 **Medaillen**

**montafon
27**

montafon2027.com



**Die FIS Snowboard, Freestyle
und Freeski Weltmeisterschaften
kommen ins Montafon.**

6. bis 21. März 2027

Ski Austria

Montafon Tourismus GmbH
Montafonerstr. 21 · 6780 Schruns
T. +43 50 6686 · info@montafon.at

