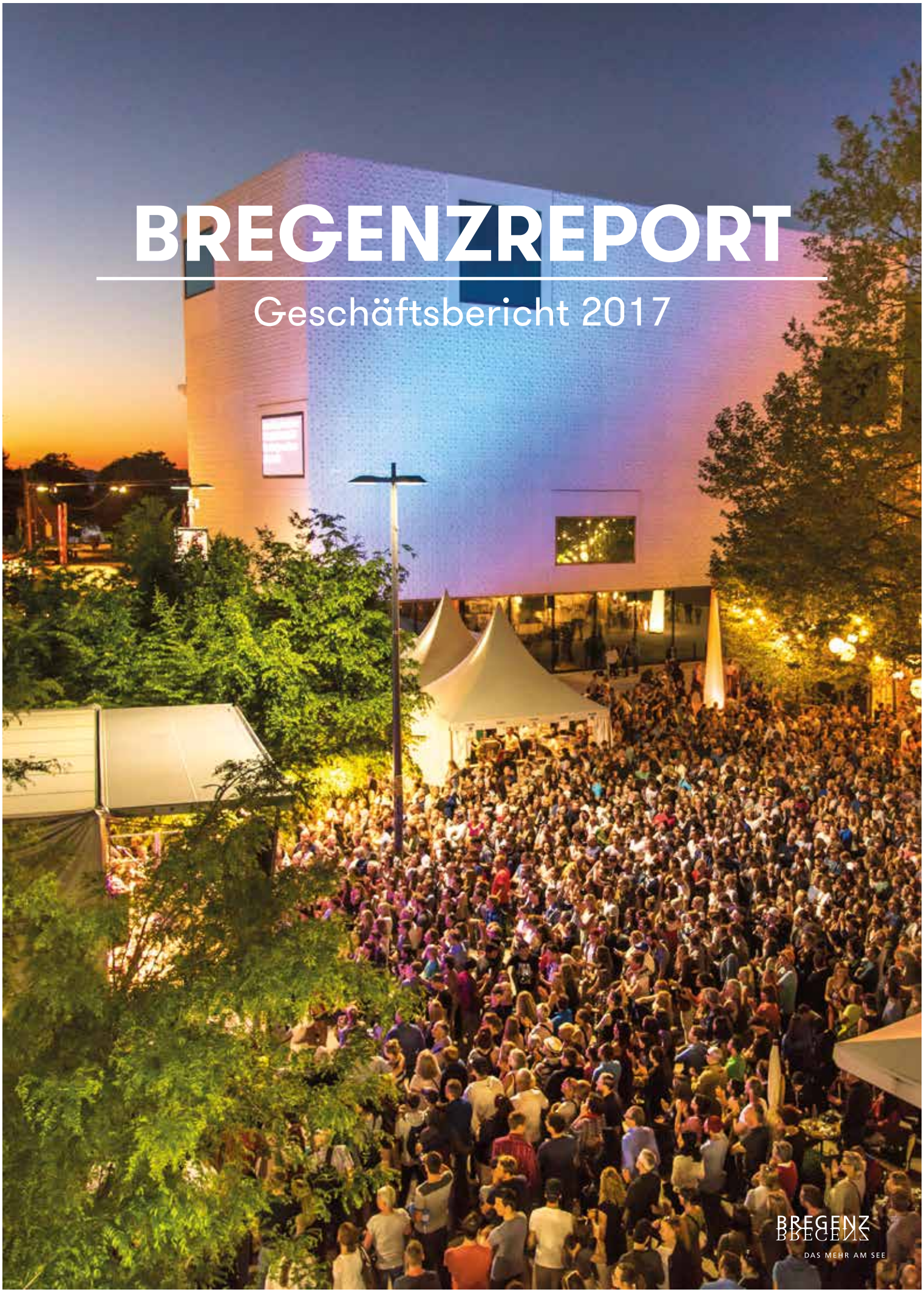
BREGENZREPORT

Geschäftsbericht 2017



BREGENZ

DAS MEHR AM SEE

Zur besseren Lesbarkeit verwenden wir die Geschlechtsneutralität über grammatisch meist männliche Formen. Wir bitten die Leserinnen um Verständnis.

INHALT

04 **Was uns stark macht**
Vorwort von Bürgermeister Dipl.-Ing. Markus Linhart
05 **Gefestigt in die Zukunft**
Rückblick von Geschäftsführer Mag. Robert S. Salant
07 **Highlights 2017**

STRATEGIE
10 **Zielsystem**
13 **Begegnungsstätte Festspielhaus Bregenz**

GREMIEN & ORGANISATION
16 **Gremien der Bregenz Tourismus & Stadtmarketing GmbH**
18 **Team**
20 **Weiterbildungen**
22 **Kernaufgabe: Bregenz**
25 **Veranstaltungen in Bregenz**
27 **Bregenzer Märkte**
29 **Organigramm**

STARKE PARTNER
33 **Verlässliche Partner an unserer Seite**
35 **Wirtschaftsgemeinschaft Bregenz**
39 **Kulturbetriebe**
40 **Starke Kooperationen**
42 **Partnerschaften**

BREGENZ IN ZAHLEN
46 **Erfolgsvergleich 2017**
47 **Nächtigungen 2017**
50 **Marktforschung**
53 **Bregenz in Print**
55 **Online Marketing**
58 **Informationen/Impressum**

Bürgermeister Dipl.-Ing. Markus Linhart mit dem Projektteam von Bregenz Tourismus & Stadtmarketing und dem Casino Direktor Bernhard Moosbrugger bei der Präsentation des neuen Magazins „Bregenzerleben".

WAS UNS STARK MACHT...

Fast zwei Jahrzehnte ist es her, dass die Bregenz Tourismus & Stadtmarketing GmbH ins Leben gerufen wurde. Die Gründung fiel in eine Zeit, in der die USP (unique selling proposition) der Stadt zwar längst feststand, die Positionierung der Marke „Bregenz" aber noch verbesserungsfähig war.

Heute ist das, was uns stark macht, mehr als klar. Unser Image wird weitgehend von Kunst und Kultur in allen ihren Facetten geprägt. In Summe mehrere hundert Veranstaltungen pro Jahr bilden im Eventbereich eine solche Vielfalt und Abwechslung, wie man sie andernorts – bei ähnlichen Größenordnungen der Gemeinwesen – vergeblich sucht. Die besondere Topografie und die Natur zwischen Berg und See tun das ihre dazu. Auch die Grenzlage mit exzellenten Verbindungen in den süddeutschen und Ostschweizer Raum tragen bei, damit sich Wirtschaftszweige wie Tourismus mit Hotellerie und Gastronomie, Handel, Gewerbe etc. entsprechend gut entwickeln können.
Aber natürlich war und ist es auch ein Verdienst des Stadtmarketings, in stürmischen Zeiten die Segel richtig zu setzen. Darüber gibt dieser Geschäftsbericht deutlich Auskunft. Ich bedanke mich bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die hervorragende Arbeit, sage ebenso den Gesellschaftern danke und – nicht zuletzt – den verlässlichen Partnern. Robert S. Salant, der als neuer Geschäftsführer seit 2016 erstmals einen alleine zu verantwortenden Jahresbericht vorlegt, kann stolz auf sein Team und das Geleistete sein.

Ich bin überzeugt davon, dass in Bregenz beste Voraussetzungen gegeben sind, um den Erfolgskurs der vergangenen Jahre auch in Zukunft fortzusetzen. Dazu wünsche ich alles Gute!

Dipl.-Ing. Markus Linhart
Bürgermeister der Landeshauptstadt Bregenz

Geschäftsführer Mag. Robert S. Salant, Bregenz Tourismus & Stadtmarketing GmbH mit Bürgermeister Dipl.-Ing. Markus Linhart.

GEFESTIGT IN DIE ZUKUNFT

2017 war ein positives Jahr voller Veränderungen. Wir haben erfolgreich neue Events in Bregenz veranstaltet, ein neues Ticketing-System etabliert und die Online-Visibilität deutlich erhöht. Auch unser Team hat sich stark verändert. Nun blicken wir auf ein spannendes Jahr 2018 mit vielen weiteren positiven Entwicklungen.

2017 waren unsere Veranstaltungen, genau wie auch in den vorangehenden Jahren, sehr gut besucht. Mittels Frequenzmessungen an verschiedenen Standorten in der Innenstadt und Umfragen auf den Veranstaltungen sowie online, können wir ein äußerst positives Résumé ziehen.
Ohne starke Partner und ein gut funktionierendes Team wäre die wichtige Arbeit von Bregenz Tourismus & Stadtmarketing nicht möglich. Unser Einsatz orientiert sich immer mehr an konkreten Zielen und objektiven Beurteilungen. Ständig reflektieren wir unsere Tätigkeiten um unsere Gäste immer wieder aufs Neue zu überraschen und die Weiterempfehlungsrate zu erhöhen. Für diese positive Entwicklung möchte ich mich bei meinem gesamten Team bedanken.

Ich möchte auch unseren Netzwerkpartnern Danke sagen – nicht nur für die wirtschaftliche Unterstützung sondern auch für die Bereicherung am Standort Bregenz und das Vertrauen, welches mir entgegengebracht wurde. In diesem Zuge möchte ich auch die Leistungsträger erwähnen und mich bei ihnen bedanken, denn gemeinsam sichern wir Jahr für Jahr die Zufriedenheit unserer Besucher/Innen aus nah und fern.
Es macht wahrlich Freude zu sehen, dass die Markenarbeit in Bregenz auch überregional anerkannt wird: eine Kunst-, Kultur- und Festspielstadt! Und hier machen wir kontinuierlich weiter: beherzt mit den definierten Qualitäten unserer einzigartigen Destination werden wir auch weiterhin unseren (Marken-)Auftritt stärken.

Mag. Robert S. Salant
Geschäftsführer
Bregenz Tourismus & Stadtmarketing GmbH

HIGHLIGHTS 2017

Schwerpunkte 2017

- Quartiersentwicklung Mariahilf und Quartiersentwicklung Leutbühel
- Installation Frequenzmessung an drei neuralgischen Punkten in der Stadt
- Einführung von systematischer Marktforschung (insgesamt 17 Befragungen)
- Verstärkung Online-Fokus: + 50% Traffic auf www.bregenz.travel, Fanwachstum auf Facebook ca. 4.000 neue „echte“ Fans (ca. 35%) mit hoher Interaktionsrate
- Verstärkung Kooperation mit den Bregenzer Festspielen: Werbemittelausgabe für Wirtschaftstreibende, Fahnen-Montage in der Bregenzer Innenstadt, Online-Kampagne mit YouTube-Video (+ 100.000 Views)
- Kooperation mit dem Kunsthaus Bregenz bei 20-Jahres-Feier: gemeinsame Nutzung der Bühne beim Tag der Wiener Symphoniker sowie beim Jubiläumsfest vor dem KUB
- Entwicklung neues Eventformat „BREGENZ LIFE“ am Kornmarktplatz: jünger, breiter, genre-unabhängig
- Ausbau neue Marktreihe „Züg & Sacha“: Regionalität, Nachhaltigkeit & Tradition
- Weiterentwicklung Wintersaison „Bregenzer Weihnacht“: Erweiterung Weihnachtsmarkt, Online-Bewerbung
- Initialisierung Musical-Kampagne „Schenken Sie Musicals“ im November/Dezember

Höhepunkte 2017 in Zahlen

- Nächtigungen: Anstieg der Nächtigungen in Bregenz in allen Besuchergruppen um 2% (379.250) im Vergleich zum Jahr 2016.
- Ankünfte: Auch bei den Ankünften ist ein Anstieg um 4,6% im Vergleich zum Vorjahr zu erkennen.
- Festspiele: Im Jahr 2017 haben insgesamt 257.176 Besucher die Bregenzer Festspiele besucht.
- Casino Bregenz: Im Casino Bregenz wurden 317.753 Gäste begrüßt. Dazu kommen noch zahlreiche externe B2B-Events, die im Casino Restaurant FALSTAFF stattgefunden haben.
- Vorarlberg Lines: Auf den Schiffen der Vorarlberg Lines konnten insgesamt 545.510 Personen begrüßt werden. Beim Schnellkurs Bregenz – Lindau – Meersburg – Mainau konnten 66.069 Fahrgäste befördert werden.
- Pfänderbahn: Die Pfänderbahn verzeichnete etwa 689.708 Beförderungen und 413.000 Ersteintritte.

Schwerpunkte 2018

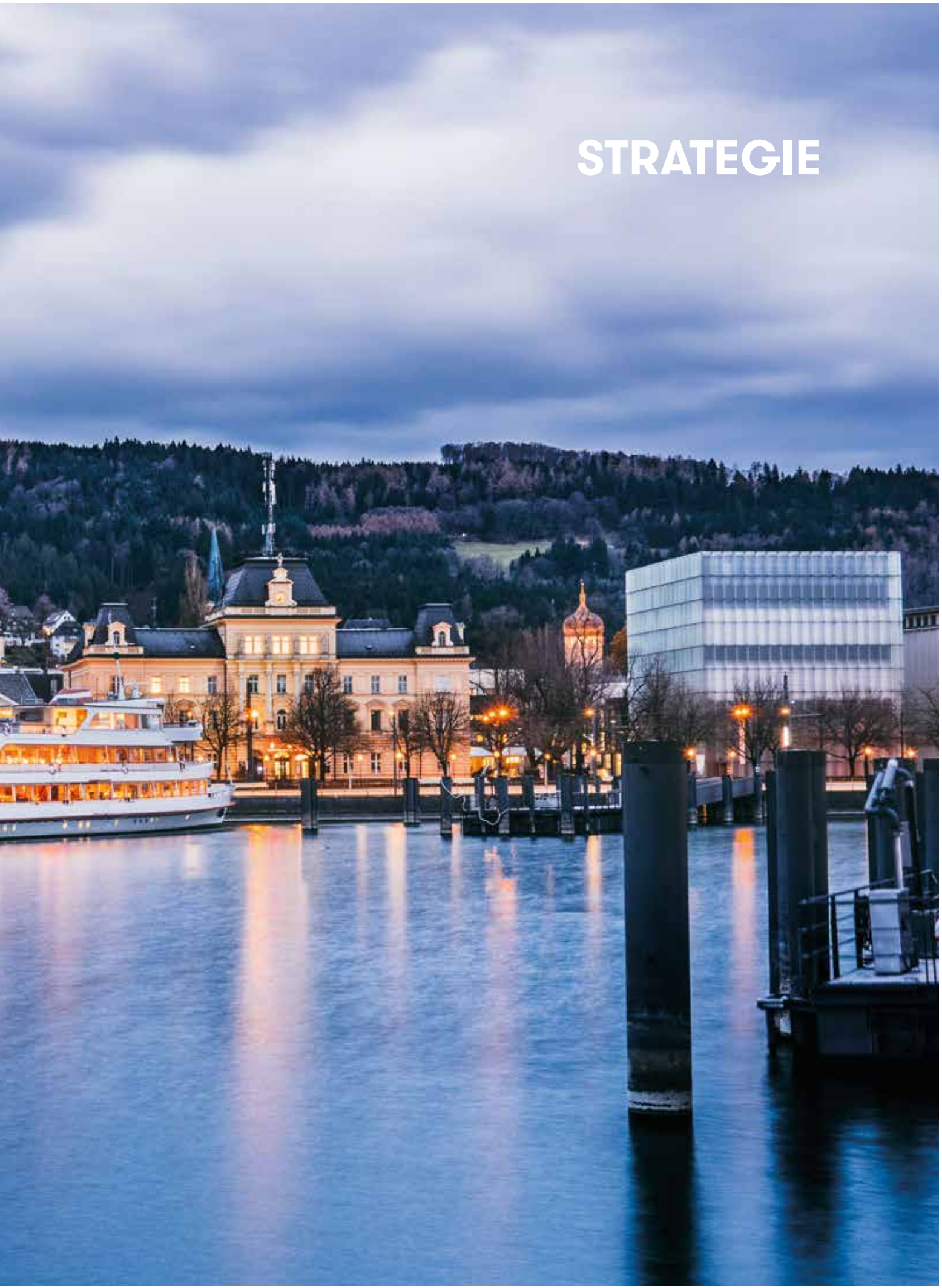
- Fortsetzung der Online-Kommunikationsstrategie: verstärkte digitale Visibilität
- Neuentwicklung des Frontends von V-Ticket.at mit der ARGE
- Vorbereitung Jubiläumsjahr 100 Jahre Rieden-Vorkloster Bregenz (2019)
- Weiterentwicklung des neuartigen Veranstaltungsformates „BREGENZ LIFE“
- Entwicklung eines neuen touristischen Stadtführers „VISITBREGENZ“
- Quartiersentwicklung Mariahilf (Planung diverser Veranstaltungen im Quartier)
- Quartiersentwicklung Leutbühel
- Ausführung der regelmäßigen Marktreihe „Züg & Sacha“
- Weiterentwicklung der Mediaplanung
- Intensiver Ausbau des Digital Marketings
- Anwendung des neuen Zielsystems
- Weiterentwicklung Markenarbeit
- Verstärkter Fokus auf Entwicklung der Winterangebote (Bregenzer Weihnacht, Musicals)

„Bregenz ist ein lebenswerter Flecken Erde mit einem tollen Ruf in der ganzen Welt. Sowohl als kompetentes Immobilienentwicklungs- und Bauunternehmen als auch als engagierter Mitgesellschafter der BTSMG wollen wir dazu beitragen, die Stadt zukunftsorientiert weiterzuentwickeln!

Ing. Martin Summer, GF Rhomberg Bau GmbH

IBM

STRATEGIE



ZIELE BREGENZ TOURISMUS & STADTMARKETING GMBH

Zielsystem: Pro Geschäftsbereich wurden quantitativ und sofern möglich qualitative Erfolgsparameter definiert.

MARKETING

Online: Traffic, Interaktionen, Konvertierungen

Offline: Reichweite, Werbewert

VERANSTALTUNGEN & MÄRKTE

Anzahl Events & Märkte

Anzahl Besucher

Besucherzufriedenheit

Optische Beurteilung

TOURISTISCHE VERMARKTUNG

Anzahl Anfragen, Buchungen

Nächtigungen, Ankünfte, Auslastung

Gästezufriedenheit, Weiterempfehlungsrate

INFO- & GÄSTEBETREUUNG

Anzahl Besucher, Telefonanrufe, E-Mails

Servicequalität, Kundenzufriedenheit

TICKETING

Anzahl angelegter Veranstaltungen

Umsatz

WIRTSCHAFTSSERVICE

Anzahl Unternehmerevents, Besucher, Zufriedenheit

Marketing: Reichweite, Werbewert

WIGEM

Anzahl & Zufriedenheit Mitglieder

Anzahl WIGEM-Events, Zufriedenheit Besucher

Anzahl verkaufter WIGEM-Gutscheine

Passanten-Frequenz

LEERSTANDSMANAGEMENT

Anzahl Bearbeitung Anfragen

Vermittlungsquote

Leerstandsdatenbank

EVENTFÖRDERUNGEN

Anzahl geförderter Events

Summe Sponsoring AUS

Wertschöpfung geförderter Events (Besucher, Nächtigungen, Medienwert)

Markenrelevanz

BEGEGNUNGSSTÄTTE FESTSPIELHAUS BREGENZ

Dort, wo alljährlich die Bregenzer Festspiele stattfinden, fällt nach der letzten Vorstellung der berühmte Vorhang für 9 Monate. Könnte man meinen. Ist aber nicht so. Längst hat sich das Veranstaltungszentrum am Ufer des Bodensees in die Herzen jener nationalen und internationalen Kongressausrichtern, Event-Agenturen und Unternehmen gespielt, die für lebendige Veranstaltungskultur einstehen. Diese beleben die zahlreichen Räumlichkeiten mit merkwürdigen Begegnungen.

Herr Stübe, Sie sind Geschäftsführer von Kongresskultur Bregenz, einem Dienstleister für Konzeption, Planung und Umsetzung von lebendigen Veranstaltungen. Was kann man sich darunter vorstellen?
Der österreichische Philosoph Martin Buber hat einmal gesagt: „Alles, was im Leben wirklich zählt, sind Begegnungen." Diesem Leitgedanken wollen wir im Festspielhaus folgen. Da rückt das Vermieten von Räumlichkeiten stark in den Hintergrund und das Kümmern um eine erfolgreiche Veranstaltung stark in den Fokus unserer Arbeit. Erfolgreich ist eine Veranstaltung in unseren Augen dann, wenn sie lebendig und dadurch erlebbar und nicht nur erfahrbar ist. Schöne Räumlichkeiten für tolle Veranstaltungen haben viele, das Wissen um die wesentlichen Fähigkeiten, wie man als Veranstaltungszentrum zum Erfolg einer Veranstaltung beitragen kann, jedoch nur sehr wenige.

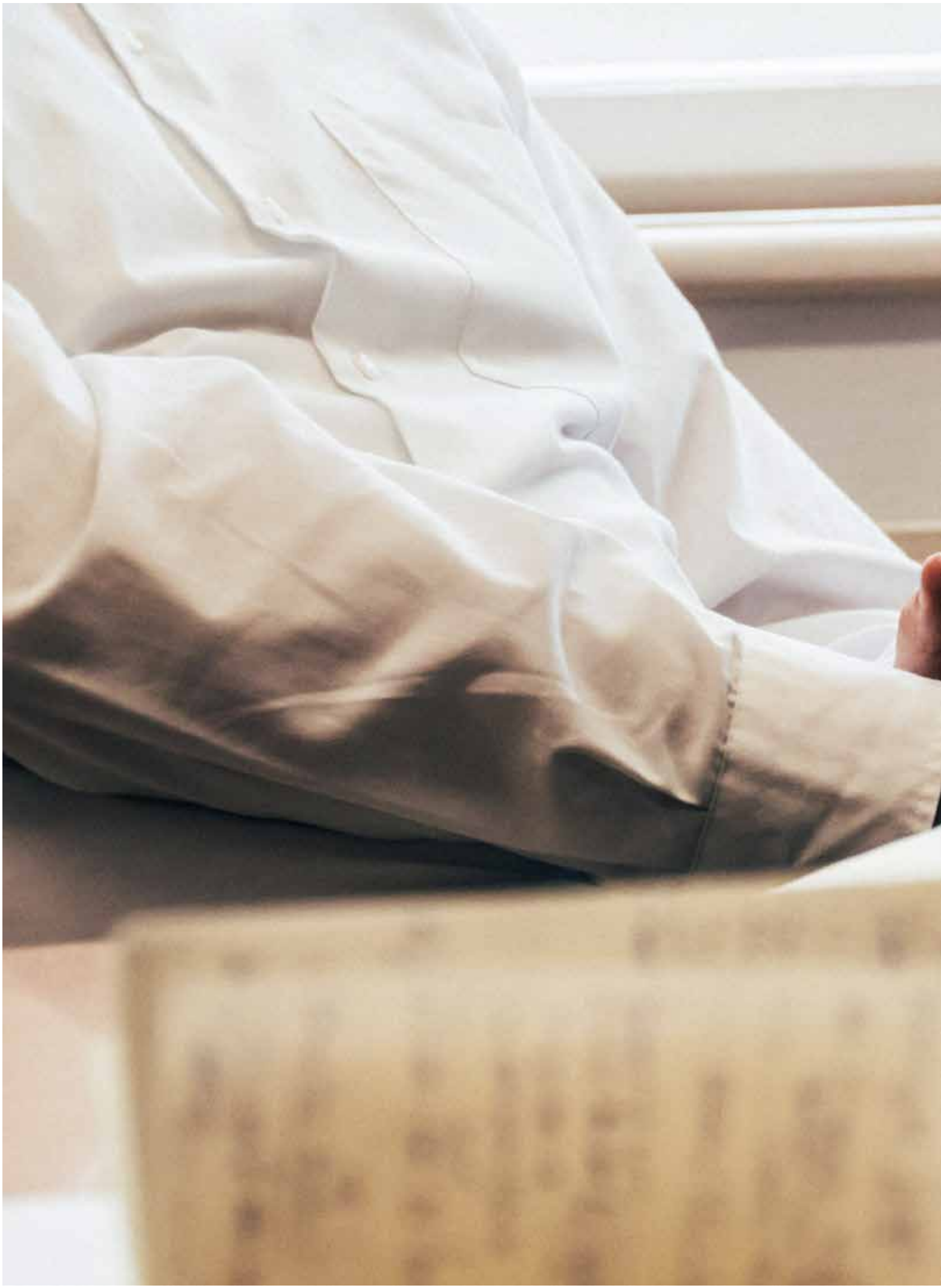
Das klingt nach einer großen Herausforderung. Wie meistern Sie diese?
Da spielen viele Faktoren eine wichtige Rolle. Am wichtigsten sind einmal die richtigen Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Ich kann sagen, dass ich Teil eines super Teams sein darf, welches das Bewusstsein für beste Gastgeberschaft lebt. Weiters haben wir in den letzten Jahren viel Zeit dafür verwendet, uns für die Umsetzung von lebendigen Veranstaltungen weiterzubilden. Gemeinsam mit weiteren 12 Partnern um den gesamten Bodensee, sowie unseren zwei Kuratoren aus Berlin, haben wir eine Weiterbildungsplattform namens micelab:bodensee (mice steht für meetings/incentives/congress und events, Anm.d.R.) ins Leben gerufen. Seit 2011 widmen wir uns intensiv dem Thema, wie eine lebendige Veranstaltungs-Kultur entstehen kann. Und es freut uns sehr, dass die EU die Wichtigkeit dieses Vorhabens erkannt hat und uns mit Fördergeldern dabei unterstützt.

Für wen genau ist diese Plattform und welche Themen werden dabei behandelt?
Die Plattform richtet sich an all jene im deutschsprachigen Raum, die sich im weitesten Sinne mit Veranstaltungen beschäftigen. Das sind Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen aus allen Bereichen eines Veranstaltungszentrums ebenso wie Veranstalter und Veranstalterinnen selbst oder auch Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen von Beherbergungsbetrieben, Gastronomiebetrieben, etc. Wir wollen so viel Menschen wie möglich in unserer Branche dazu bewegen, gemeinsam mit uns darüber nachzudenken, was es braucht, um gute Begegnungen zu ermöglichen.

Welche Erfolge konnte das micelab:bodensee bisher feiern?
Bislang durften wir in drei Weiterbildungsmodulen über 150 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen unserer Branche als Teilgeber und Teilgeberinnen begrüßen. Das ist für uns schon ein toller Erfolg. Auch ist es schön zu sehen, wer sich mit uns mittlerweile vernetzen möchte. Der Bogen reicht von Netzwerken der großen Player in Deutschland wie REWE, TUI, DAIMLER etc. über größere Projekte in der Region wie das Projekt „Bodensee 2030" bis hin zu Forschungsprojekten wie „Future Meeting Space" des europäischen Verbands der Veranstaltungs-Centren (EVVC) in Kooperation mit dem German Convention Bureau (GCB) und dem Fraunhofer Institut.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft und für die Teilnehmer und Teilnehmerinnen des micelab:bodensee?
Wir haben das micelab als Open Source-Projekt konzipiert. Jede und jeder kann sich einbringen und dazu beitragen, dass sich das Projekt immer weiterentwickelt. Wenn es uns dann gelingt, Veranstaltungen in der Weise zu coachen, dass noch mehr wie bisher sinnstiftende Begegnungen möglich werden, haben wir den hohen Anspruch an uns selbst erfüllt.

Vielen Dank für das Gespräch.



GREMIEN & ORGANISATION

GREMIEN DER BREGENZ TOURISMUS & STADTMARKETING GMBH

22 Gesellschafter

Landeshauptstadt Bregenz
Casinos Austria AG
WIGEM – Wirtschaftsgemeinschaft Bregenz
Sparkasse Bregenz Bank AG
Pfänderbahn AG
Kongresskultur Bregenz GmbH
Bregenzer Festspiele GmbH
Volksbank Vorarlberg e. Gen.
DONAU Versicherung AG Vienna Insurance Group
Raiffeisenlandesbank Vorarlberg
schoeller 2welten betriebsGmbH
Hypo Vorarlberg
Vorarlberger Kulturhäuser-Betriebs GmbH (Kunsthaus, Landestheater, vorarlberg museum)
Seestadt Bregenz Besitz- und Verwaltungsgesellschaft mbH
UNIQA Insurance Group AG
Wolford AG
i+R Gruppe GmbH
Stadtwerke Bregenz GmbH (Stadtbus, Strandbad, Hallenbad)
RIMC Seehotel Am Kaiserstrand Hotel Betriebs GmbH
Rhomberg Bau GmbH
VL Bodenseeschifffahrt GmbH & Co KG
GWL Gemeinschaftswarenhaus GmbH & Co KG

Generalversammlung

Landeshauptstadt Bregenz,
Bürgermeister Dipl.-Ing. Markus Linhart
Casinos Austria AG, Dir. Bernhard Moosbrugger
Wirtschaftsgemeinschaft Bregenz, Mag. Clemens Sagmeister
Sparkasse Bregenz Bank AG, Mag. Martin Jäger
Pfänderbahn AG, Dipl.-Ing. Thomas E. Kinz
Kongresskultur Bregenz GmbH, Mag. Michael Diem
Bregenzer Festspiele GmbH, Mag. Michael Diem
Volksbank Vorarlberg e.Gen., Mag.(FH) Azem Rakovic
DONAU Versicherung AG Vienna Insurance Group,
Jürgen Gmeiner, MBA
Raiffeisenlandesbank Vorarlberg, Mag. Gerhard Sieber
schoeller 2welten betriebsGmbH, Dir. Kurt Haselwander
Hypo Immobilien Bankgebäudemanagement GmbH,
Wolfgang Bösch, MSc, Mag. Emmerich Schneider
Vorarlberger Kulturhäuser Betriebs-GmbH, Dr. Werner Döring
Seestadt Bregenz Besitz- und Verwaltungsgesellschaft mbH,
Dipl.-Ing. Bernhard Ölz
UNIQA Insurance Group AG, Dir. Markus Stadelmann
Wolford AG, Dr. Markus Müller
i+R Gruppe GmbH, Prok. Wolfgang Wiener
Stadtwerke Bregenz GmbH,
Mag. Wilfried Breuss/DI Dr. Wolfgang Winkler
RIMC Seehotel Am Kaiserstrand Hotel Betriebs GmbH,
Dipl.-Ök.Päd. Hartmut Geese
Rhomberg Bau GmbH, Ing. Martin Summer
VL Bodenseeschifffahrt GmbH & Co KG, Mag. Alexandro Rupp
GWL Gemeinschaftswarenhaus GmbH & Co KG, Dr. Hubert F. Kinz

Ausschuss

Bürgermeister Dipl.-Ing. Markus Linhart, Vorsitzender,
Landeshauptstadt Bregenz
Susanne Denk, Stellvertreterin des Vorsitzenden,
Wirtschaftsgemeinschaft Bregenz
Mag. Michael Diem, Kongresskultur Bregenz GmbH,
Bregenzer Festspiele GmbH
StVE. Ing. Reinhold Einwallner, Landeshauptstadt Bregenz
Mag. Martin Jäger, Sparkasse Bregenz Bank AG
Dir. Bernhard Moosbrugger, Casinos Austria AG
Mag. Clemens Sagmeister, Wirtschaftsgemeinschaft Bregenz
Mag. Gerhard Sieber, Raiffeisenlandesbank Vorarlberg
Prok. Wolfgang Wiener, i+R Gruppe GmbH

Fachbeirat

Robert Vögel, Wirtschaftsgemeinschaft Bregenz, Vorsitzender
Marc Isele, Casinos Austria AG, Bregenz, Stellvertreter
Sabine Büttner-Winner, Wolford AG
Mag. Jutta Dieing, Landeshauptstadt Bregenz
Dr. Werner Döring, Vorarlberger Kulturhäuser Betriebs-GmbH
Roman Ender, BA, UNIQA Insurance Group AG
Jürgen Gmeiner, MBA, DONAU Versicherung AG Vienna Insurance Group
Dipl.-Ing. Thomas Kinz, Pfänderbahn AG und
GWL Gemeinschaftswarenhaus GmbH & Co KG
Philipp Kuner, Wirtschaftsgemeinschaft Bregenz
Mag.(FH) Azem Rakovic, Volksbank Vorarlberg e.Gen.
Axel Renner, Bregenzer Festspiele GmbH
Angelika Rimmele, Hypo Vorarlberg
Mag. Alexandro Rupp, VL Bodenseeschifffahrt GmbH & Co KG
Mag. Gerhard Seiler, Landeshauptstadt Bregenz
Mag. Gerhard Stübe, Kongresskultur Bregenz GmbH
Susanne Thönig/Michael Sussitz,
schoeller 2welten betriebsGmbH
Urs Treuthardt, MSc, Bodensee-Vorarlberg Tourismus GmbH

Prüfungsausschuss

Mag. Martin Jäger, Sparkasse Bregenz Bank AG, Vorsitzender
Mag. Michael Diem, Kongresskultur Bregenz GmbH,
Bregenzer Festspiele GmbH
Mag. Gerhard Sieber, Raiffeisenlandesbank Vorarlberg

Stand Dezember 2017

WIRTSCHAFTSGEMEINSCHAFT BREGENZ

Vorstand
Mag. Clemens Sagmeister | Obmann
Susanne Denk | Kassierin
Philipp Kuner | Schriftführer

Plenum
Robert Vögel | Handel
Stefan Köb | Gastronomie
Lukas Buttazoni | Gastronomie
Susanne Denk | Hotellerie
Markus Schrott | Dienstleister
Raiffeisenbank Bregenz | Dienstleister

Rechnungsprüfer
Lukas Buttazoni
Stefan Köb

Operative Leitung – Bregenz Tourismus & Stadtmarketing GmbH
Mag. Robert S. Salant | Geschäftsführer
Niklas Keller | Prokurist
Citymanagement & Wirtschaftsservice

WIGEM-Vertreter in den Gremien von Bregenz Tourismus & Stadtmarketing
Mag. Clemens Sagmeister | Ausschuss & Aufsichtsrat
Susanne Denk | Ausschuss & Aufsichtsrat
Robert Vögel | Vorsitzender des Fachbeirats
Philipp Kuner | Fachbeirat

„Was wäre Bregenz ohne das Miteinander. Wir sind stolz auf die Partnerschaft mit der Bregenz Tourismus & Stadtmarketing GmbH.

LDir. Markus Stadelmann,
UNIQA Österreich Versicherungen AG

TEAM

Geschäftsführung
Mag. Robert S. Salant

Prokurist |
Wirtschaftsservice &
Citymanagement
Niklas Keller

Administration &
Buchhaltung
Elisabeth Schertler

Wirtschaftsservice &
Citymanagement
Christina Egger

Digital Marketing
Christiane Setz, MA

Veranstaltungs-
management
Theresa Kalb

Veranstaltungs-
management
Katja Scholz

Grafikdesign
Belinda Verhovnig, BA

Märkte | Akquise
Peter Kaufmann

Schalter-Leitung
Corinna Hattler

Stv. Schalter-Leitung
Sabine Neumann

Information | Ticketing
Bahar Özcan

Information | Ticketing
Sanela Japic

Versand | Plakatierung
Benjamin Brunner

Information | Ticketing
Jessica Schwarz

„Dem ganzen Team des Stadtmarketing Bregenz ist es sehr gut gelungen die wunderbaren Alleinstellungsmerkmale der Landeshauptstadt, SEE, BERG und KULTUR in der Vermarktung zu vereinen.

Mag. Alexandro Rupp, GF Vorarlberg Lines Bodenseeschifffahrts GmbH

DenkwerkStadt am Attersee 2017

WEITERBILDUNGEN

Interactive West
Niklas Keller, Christiane Setz
04.07.2017
Dornbirn
Die IAW fand 2017 in der neuen Messehalle in Dornbirn statt. Sie zeigt wie kreativ und digital die Köpfe in Vorarlberg ticken. Wer mehr über die Zukunft im digitalen Bereich wissen möchte, kommt an der IAW nicht vorbei. Wir haben Interessantes gehört und mitgenommen – erst bei den Vorträgen und später beim gemeinsamen Networking.

DenkwerkStadt 2017
Niklas Keller
27.09. – 29.09.2017
Nussdorf am Attersee Geschichten der Stadt
Aufbauend auf Leitbild und Marke wird die Stadt als Geschichte erzählt. Es geht um die Geschichte hinter der Geschichte – von der Ereigniskommunikation zur Beziehung über Netzwerke, Hubs und Storytelling.

DMMA Symposium
Robert S. Salant, Christiane Setz
16. – 17.11.2017
Wien
Digitalisierung und Digitales Marketing im Tourismus waren die bestimmenden Themen des Symposiums. Wir haben Vorträge über Best Practices im Social Media Bereich gehört und uns über Strategien im Online Marketing ausgetauscht.

7. Vorarlberger Convention Forum
Robert S. Salant, Christiane Setz,
Theresa Kalb & Christina Egger
13.12.2017
Festspielhaus Bregenz
Wie wir mit „Gastgeben auf Vorarlberger Art“ die Qualität unserer Veranstaltungen steigern können und welchen Einfluss Gastfreundschaft, Nachhaltigkeit und Regionalität auf den Erfolg von Events haben – all diesen Fragen gingen wir beim Convention Forum auf den Grund.
Nachdem Urs Treuthardt, Geschäftsführer von Convention Partner Vorarlberg, und Christian Schützinger, Geschäftsführer von Vorarlberg Tourismus, einleitend über die Rolle ihrer Institutionen sprachen und „Gastgeben auf Vorarlberger Art“ vorstellten, ging es in einer Podiumsdiskussion darum, was Experten von außen, aber auch direkt aus Vorarlberg zu diesen Themen für Ansichten haben und was Ansätze sein könnten, diese Werte in die Veranstaltungsbranche zu implementieren.

KLAUSUREN

Neujahrsklausur 2017
Hotel Schwärzler
Bregenz LIFE

Vom Wissen zum Handeln
Bregenzerleben Magazin Klausur
18. Juli 2017 | Seehotel am Kaiserstrand

Bregenz Tourismus & Stadtmarketing GmbH
19. Oktober 2017 | Hotel Weißes Kreuz

„Wir arbeiten seit 2010 mit Bregenz Tourismus & Stadtmarketing zusammen und sind von der Professionalität des Teams überzeugt. Auch neue Projekte und Ideen werden sehr schnell bearbeitet und realisiert.
Bregenz begeistert unsere Hotelgäste nicht nur während der Festspielzeit!
Dipl.-Ök.Päd. Hartmut Geese, GF Seehotel am Kaiserstrand

KERNAUFGABE: BREGENZ

Eine lebendige Stadt trägt in hohem Maße zur attraktiven Gesamtwahrnehmung bei und verbessert zudem die Lebensqualität aller Bewohner/Innen. Das Citymanagement Bregenz ist integraler Bestandteil der Bregenz Tourismus & Stadtmarketing GmbH und unterstützt die Positionierung der Landeshauptstadt Bregenz als Kultur- und Festspielstadt am Bodensee als hochwertigen Einkaufsraum und vielseitige Tourismusdestination.

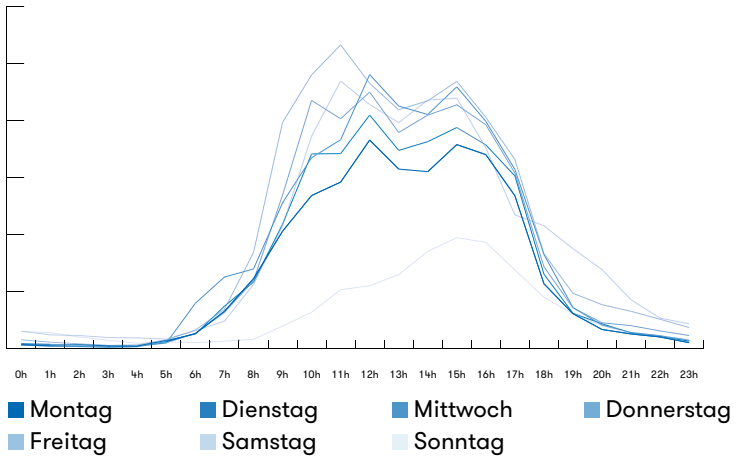
Die planmäßige, koordinierende und operative Umsetzung von strategischen Stadtmarketingkonzepten steht im Fokus. Es geht darum, die Stadt nachhaltig zu beleben. Dabei spielen die Erhöhung der Attraktivität und die Erlebbarkeit der Marke Bregenz, die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und die Stärkung der Marktchancen eine wichtige Rolle. Entscheidend dafür ist die konsequente Darstellung der Alleinstellungsmerkmale.

Wir fördern die Kommunikation und Kooperation innerhalb der Stadt. Dazu gehört auch die Abstimmung und Bündelung aller Aktivitäten sowie die Zusammenarbeit mit der WIGEM (Wirtschaftsgemeinschaft Bregenz).
Der strategische Aufgabenbereich im Citymanagement Bregenz liegt im Standort-, City-, Event-, Tourismus- und Verwaltungsmarketing. Dabei wird die Fokussierung auf innovative Wirtschaftstrends und neues Fachwissen kontinuierlich einbezogen.

Daten der Stadt

Um eine Stadt noch besser verstehen zu können ist es wichtig, die Wege und Frequenzen der Bewohner und Besucher zu kennen. Im November 2017 wurden deshalb drei Frequenzmessanlagen in den Fußgängerzonen (Kaiserstraße, Bahnhofstraße und Kornmarktplatz) installiert. Weitere Messpunkte sollen in den kommenden Jahren folgen. Die dort gewonnenen Kennzahlen dienen unter anderem als Entscheidungsgrundlage für die Durchführung von kaufkraftfördernden Maßnahmen und Events. Die Passantenfrequenz ist von großer Bedeutung, da die dort gewonnenen Werte bei der Ansiedlung neuer Betriebe wichtige Standortfaktoren sind, welche die Anzahl der potenziellen Laufkundschaft bestimmt. Die Immobilienwirtschaft nutzt diese Kennzahlen um den Marktwert und Mietpreis von Gewerbeimmobilien zu bestimmen.

Kaiserstraße | November - Dezember 2017

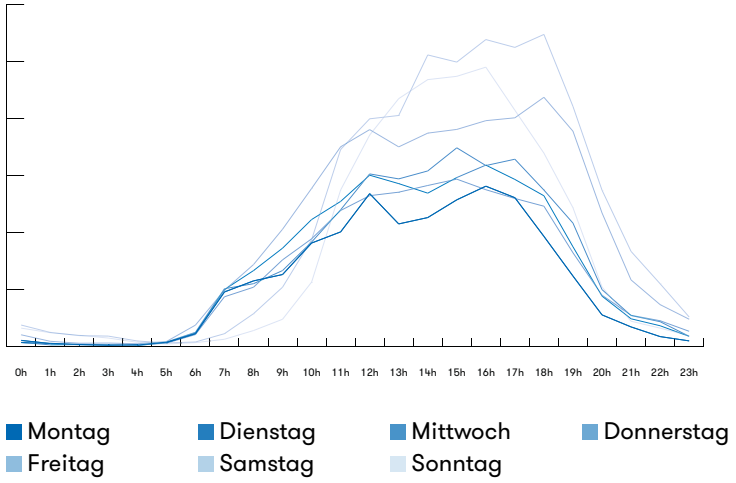


Bei der Messstation in der Kaiserstraße weist im Betrachtungszeitraum der Freitag durchschnittlich die höchsten Frequenzen auf.

Innerhalb des Messzeitraums war Samstag, 18.11.2017 der Spitzentag (Eröffnungswochenende Weihnachtsmarkt).

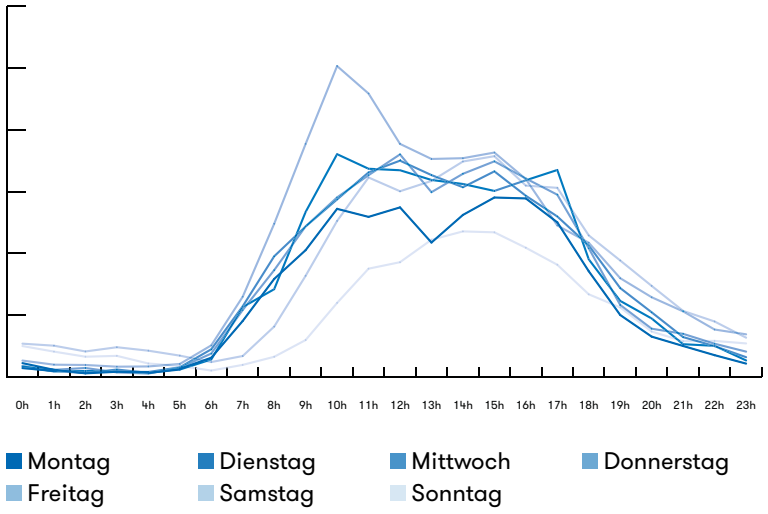
Ebenfalls weist der Samstag durchgehend äußerst hohe Frequenzen bis 15:30 Uhr auf.

Kornmarktplatz | November - Dezember 2017



Die Messung auf dem Kornmarktplatz zeigt hohe Frequenzen am Samstag bis 19:00 Uhr. Grund hierfür war der Weihnachtsmarkt. Der Spitzentag war ebenfalls Samstag, 18.11.2017 mit 18.270 Bewegungen (in/out).

Bahnhofstraße | November - Dezember 2017



Die Messstation in der Bahnhofstraße wurde am 05.12.2017 in Betrieb genommen. Durchschnittlich weist der Freitag die höchsten Frequenzen auf. Spitzentag war Freitag, 15.12.2017

VERANSTALTUNGEN IN BREGENZ

Die jährlichen Events tragen nicht nur dazu bei die Positionierung von Bregenz als Landeshauptstadt zu stärken, sondern auch den für uns äußerst wichtigen Tourismus. Dabei dürfen wir das Interesse der Bregenzer/Innen nicht vernachlässigen und setzen Formate um, die für sie Bregenz widerspiegeln.
Neben den jährlich wiederkehrenden Veranstaltungen wie beispielsweise die Lange Nacht der Musik, Stadt der Kinder und das Bregenzer Hafenfest konnten sich auch die Märkte, die ein Frequenzbringer für die gesamte Innenstadt sind, etablieren.

Mit „BREGENZ LIFE“ wurde 2017 ein neues, jüngeres Format als Nachfolgeevent des Jazz Festivals erfolgreich umgesetzt und wird in den kommenden Jahren weiter ausgebaut.

EVENTS 2017

BREGENZ LIFE
26. – 27.05.2017
Kornmarktplatz

Stadt der Kinder
10.06.2017
Kornmarktplatz

Bregenzer Hafenfest
25. – 27.08.2017
Hafengelände

Bregenzer Weihnachtsmarkt
17.11. – 23.12.2017
Kornmarktplatz, Leutbühel

Lange Nacht der Musik
16.03. | 10.06. | 25.10.2017
Bregenzer Lokale

Tag der Wiener Symphoniker
16.07.2016
Kornmarktplatz

Anton-Schneider-Straßenfest
14. & 15.07.2017

Open City
22.09.2017
Innenstadt

Vorklöschtner Fescht
09.09.2017
Park Mariahilf

Street Food Market
22. – 24.09.2017
Hafengelände

Bregenzer Garten. Kultur
22. – 24.09.2017
Strandbad Bregenz

WIRTSCHAFTS-VERANSTALTUNGEN

26. Unternehmerfrühstück
30.03.2017
Festspielhaus Bregenz
Partner: Kongresskultur Bregenz

4. Unternehmerlounge
18.05.2017
Casino Restaurant FALSTAFF
Partner: Casino Bregenz

Jahreshauptversammlung der WIGEM
21.11.2017
Restaurant Kesselhaus

27. Unternehmerfrühstück
23.11.2017
Vorarlberger Kinderdorf Kronhalde

HIGHLIGHTS 2018

BREGENZ LIFE
31.05. – 02.06.2018
Kornmarktplatz

Stadt der Kinder
16.06.2018
Kornmarktplatz

Anton-Schneider-Straßenfest
08. & 09.06.2018

Tag der Wiener Symphoniker
15.07.2018
Kornmarktplatz

Bregenzer Hafenfest
24. – 26.08.2018
Hafengelände

Street Food Market
14. – 16.09.2018
Hafengelände

„Die Landeshauptstadt Bregenz hat mit dem Angebot an Kunst-, Kultur- & Architektureinrichtungen die besten Voraussetzungen, vorne mit dabei zu sein.“
Dir. Jürgen Gmeiner, MBA, LDir. Donau Versicherung AG

BREGENZER MÄRKTE

Im Sommer ist in Bregenz von Dienstag bis Samstag immer irgendwo Markttag. Am schönsten ist es, bei strahlendem Sonnenschein über den Wochenmarkt am Kornmarktplatz, durch die Kaiserstraße und über den Leutbühel zu spazieren und sich von der Fülle der angebotenen Waren inspirieren zu lassen. Das Angebot der heimischen Bauern lässt an Qualität und Vielfalt nichts zu wünschen übrig, aber auch Produkte aus dem Süden treffen in frischer Qualität vor Ort ein.
Erfreulicherweise finden neben den beiden Markttagen, die das ganze Jahr ein fixer Bestandteil der Bregenzer sind, noch weitere Angebote ihren Platz in der Stadt.
Etwa die kleine Marktversion mit einer Handvoll ausgewählter Marktstände jeden Mittwoch am Leutbühel und jeden Donnerstag in der Clemens-Holzmeister-Gasse im Vorkloster.
Neben den Wochenmärkten mit heimischen Nahrungsmitteln lohnt sich aber auch der Besuch des Kunsthandwerkermarktes am Bregenzer Hafen.
Auf dem regionalen Biomarkt zeigen die heimischen Bauern wie viele gesunde Nahrungsmittel in der Region angebaut werden.
Italienische Geschmackserlebnisse und Spezialitäten bringen hingegen der Piemont-Markt im Juli und der italienische Markt im April und Oktober für genussreiche Wochenenden ins Zentrum von Bregenz.
Zum Sommerauftakt bieten ausgewählte Winzer Verkostungen von Weinen und Edelbränden im Rahmen von „Wein am See“ am Leutbühel.
Sie alle und verschiedene kleine und große Weihnachtsmärkte begleiten das Jahr mit ihren Besonderheiten passend zur Saison und prägen mit ihrem Flair das Stadtleben in Bregenz.

MÄRKTE

Italienischer Markt
11. – 15.04.2017
Leutbühel

Züg & Sacha
06.05.2017
Kornmarktplatz

Kunsthandwerkermarkt
19. – 21.05.2017
Hafengelände

Züg & Sacha
03.06.2017
Kornmarktplatz

Wein am See
16. – 17.06.2017
Sparkassenplatz

Züg & Sacha
01.07.2017
Kornmarktplatz

Piemont Markt
13. – 15.07.2017
Leutbühel

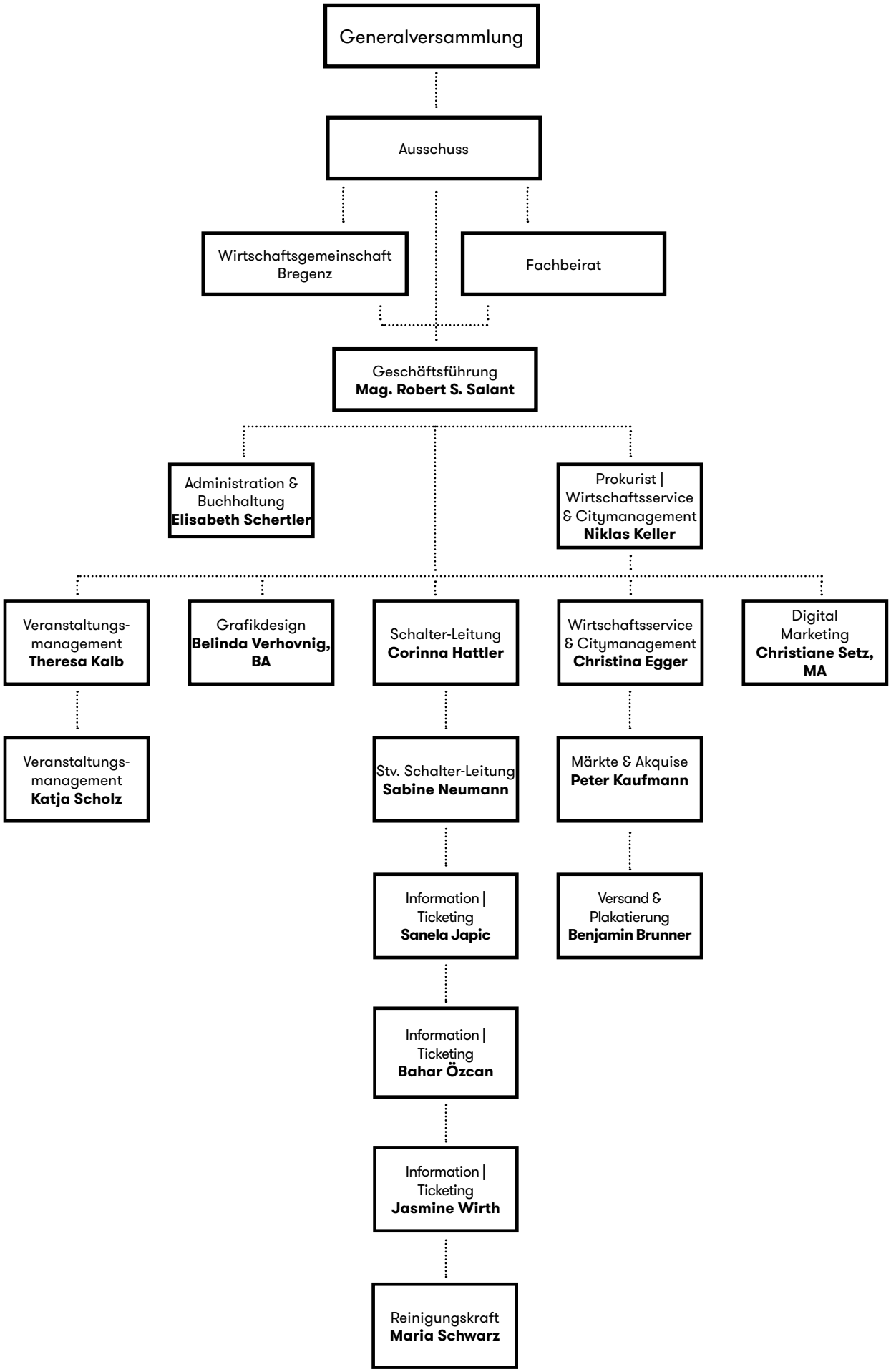
Züg & Sacha
02.09.2017
Kornmarktplatz

Italienischer Markt
03. – 07.10.2017
Leutbühel

Der regionale Biomarkt
14.10.2017
Leutbühel

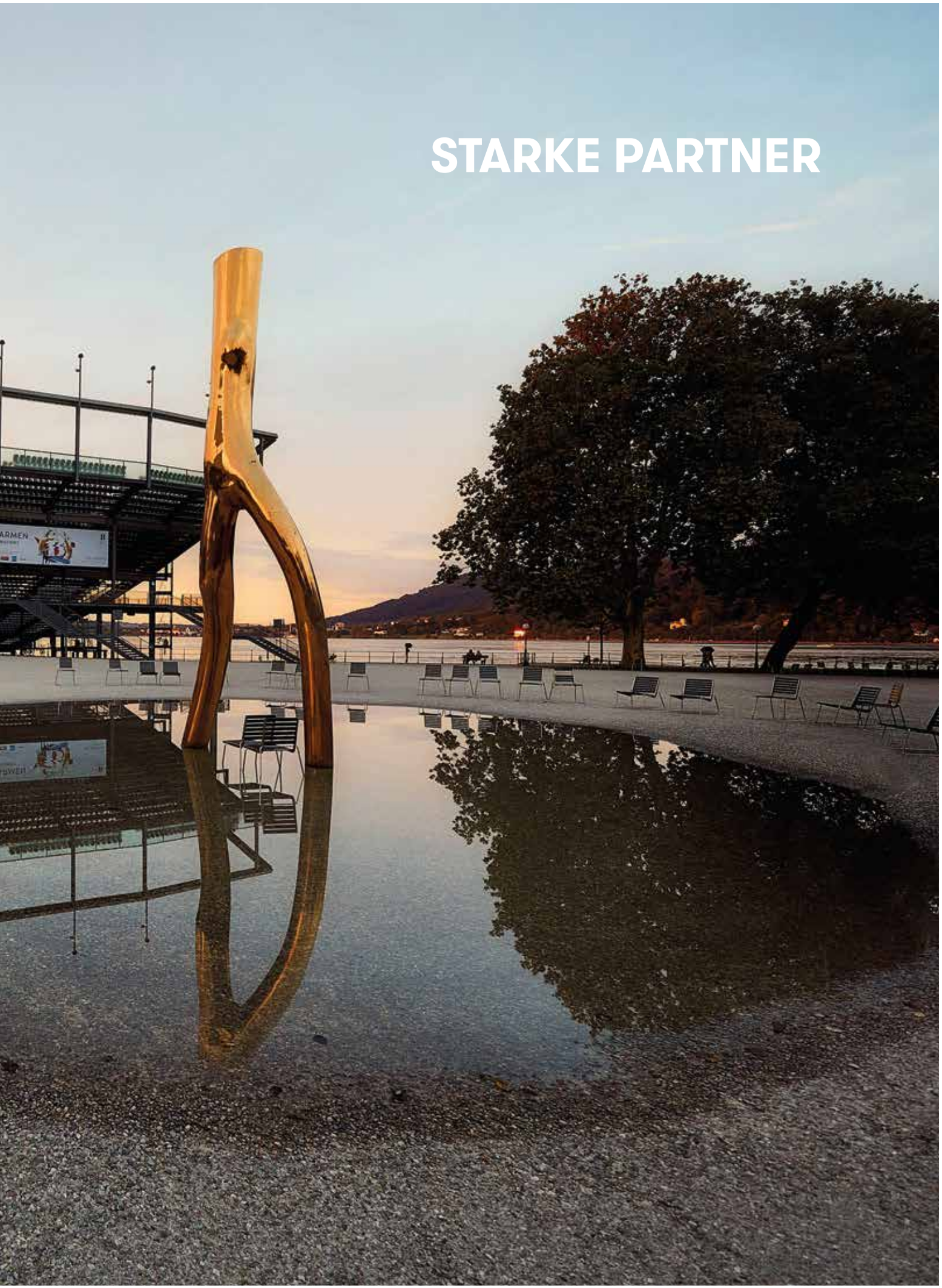
„Sind es die Menschen oder ist es die Natur, ist es das Angebot in Kultur, Sport oder Kulinarik, ist es die Tradition oder die Modernität, das ländliche oder das städtische – was zeichnet unsere Stadt aus? Ich denke, die Vielfalt aus allem macht das Flair von Bregenz aus.
Dir. Mag. Gerhard Sieber, Raiffeisenbank am Kornmarktplatz

#visitbregenz



Stand Dezember 2017

STARKE PARTNER



VERLÄSSLICHE PARTNER AN UNSERER SEITE

Starke Leistungsträger strahlen weit über Bregenz hinaus. Sie ziehen Gäste aus nah und fern an und bieten ihnen einzigartige Erlebnisse zwischen See und Berg. Wir haben aus der Fülle unserer Partner vier besondere Unternehmen herausgegriffen. Sie sorgen häufig für den ersten Eindruck, den Gäste von Vorarlbergs Landeshauptstadt gewinnen. Damit ist es ihnen zu verdanken, dass Besucher neugierig werden und ihren ersten Impressionen von Bregenz weitere hinzufügen möchten.

VL Bodenseeschifffahrt GmbH & Co KG
Viele Gäste erreichen Bregenz erstmals an Bord eines ihrer sechs Schiffe. In der Saison 2017 konnten insgesamt 545.510 Passagiere an Bord begrüßt werden, die die frische Bodenseeluft genossen.
Neben dem Kursbetrieb Richtung Lindau, Meersburg, Konstanz und auf die Insel Mainau starteten am Heimathafen Bregenz viele Rund- und Eventfahrten.

Pfänderbahn AG
Die beiden Großraumkabinen bringen die Gäste bequem auf den 1.064 Meter hohen Bregenzer Hausberg – den Pfänder. Nach nur sechs Minuten Fahrzeit werden Sie mit einem herrlichen Ausblick auf die Stadt, den Bodensee und die vielen umliegenden Berggipfel belohnt.
Weitere Attraktionen auf dem Pfänder: der Alpenwildpark, ein schöner Spielplatz und einige Gastronomiebetriebe. Im Jahr 2017 wurden 689.708 Personen befördert. Außerdem verzeichnete die Pfänderbahn ca. 413.000 Ersteintritte.

Kongresskultur Bregenz GmbH
Die Kongresskultur Bregenz hat sich mit der Konzeption, Planung und Umsetzung von hochwertigen Veranstaltungen einen exzellenten Namen gemacht. Um aus Tagungen, Kongressen sowie kulturellen und gesellschaftlichen Anlässen unvergessliche Erlebnisse zu machen, stehen 23 Räume für 60 bis 4.500 Gäste zur Verfügung.
400.000 Besucher aus aller Welt – Bregenzer Festspiele mit eingerechnet – werden jedes Jahr gezählt.

Casino Bregenz
Beste Unterhaltung und Spannung finden die Gäste hier. Mitten im Festspielbezirk liegt das Casino Bregenz, das mit Roulette, Black Jack, Poker und den neuesten Automaten punktet. Das Areal ist zudem ein beliebter Standort für externe B2B-Events. Im Jahr 2017 wurden 317.753 Gäste begrüßt – externe Events nicht mit einberechnet.

„Die Stadt Bregenz hat viele Schätze zu bieten, zum einen liegt sie im Vierländereck direkt am wunderschönen Bodensee und der Hausberg Pfänder erfreut sich zahlreicher Besucherinnen und Besucher aus dem gesamten Bodenseeraum. Die Vielfältigkeit der Stadt zeigt sich auch im kulinarischen Angebot sowie im Kunst und Kulturbereich. In einer Linie präsentieren sich Kunsthaus, Landestheater, Landesmuseum und die Bregenzer Festspiele, die auch unterjährig zahlreiche Veranstaltungen und Events nach Bregenz bringen. Dazwischen reiht sich das Casino Bregenz am Platz der Wiener Symphoniker, welches im Jahr über 317.000 internationalen Gäste begrüßt und durch das internationale Spielangebot aber auch mit Kulinarik und Events überzeugt.

Dir. Bernhard Moosbrugger, Casino Bregenz

MODERN SEAFOOD

€ 560.000
GUTSCHEINUMSATZ IM JAHR 2017

ÜBER 200
MITGLIEDER

WIGEM
WIRTSCHAFTSGEMEINSCHAFT BREGENZ

Die Wirtschaftsgemeinschaft Bregenz | WIGEM definiert sich als Interessensgemeinschaft, die die beruflichen und wirtschaftlichen Interessen von Gewerbetreibenden in Bregenz unterstützt und fördert. Sie möchte den Wirtschaftsstandort Bregenz sichern und langfristig ausbauen – und das ausdrücklich als unabhängige Kraft, fernab von politischen Parteien.
Der Vorstand unter der Leitung von Mag. Clemens Sagmeister arbeitet ehrenamtlich. Die WIGEM ist der zweitgrößte Gesellschafter der Bregenz Tourismus & Stadtmarketing GmbH, die Zusammenarbeit entsprechend eng. Über 200 Mitglieder sind in der WIGEM organisiert. Besonders deutlich wird die gemeinsame Kraft bei den beliebten Bregenz Gutscheinen, die Kunden bei den Partnerbetrieben einlösen können. Im Jahr 2017 wurde ein Umsatz von € 560.000 erzielt, der in Bregenz bleibt.

„Bregenz vereint mit seiner Lage zwischen Bodensee und Pfänder alle Vorteile von Stadt und Land: erstklassiges Kulturangebot, Naherholung in der Natur, dazu individuelle, inhabergeführte Geschäfte weitab vom Mainstream.
Die WIGEM versucht – in enger Zusammenarbeit mit dem Team von Bregenz Tourismus & Stadtmarketing – die Wirtschaftstreibenden der Stadt mit gezielten Marketingaktionen zu unterstützen. Mit Events wie der OPEN CITY wird ein überregionales Publikum angesprochen. Die steigenden Frequenzzahlen sowie die niedrige Zahl an Leerständen in der Stadt bekräftigen uns in unseren Ambitionen, Bregenz als qualitativ hochwertigen Standort für Handel, Gastronomie und Freiberufler zu positionieren.

Mag. Clemens Sagmeister, Obmann WIGEM Bregenz

KULTURBETRIEBE

Bregenzer Festspiele GmbH
Die größte Seebühne der Welt ist Hauptanziehungspunkt des Sommerfestivals, zu dem alljährlich im Juli und August über 200.000 Besucher strömen. Anspruchsvolles Musiktheater, beste Unterhaltung für ein großes Publikum und bleibende Momente unter freiem Himmel gehören bei den Bregenzer Festspielen zusammen.

Kunsthaus Bregenz
Das Jahr 2017 war für das Kunsthaus ein besonderes Jahr – es wurde 20 Jahre jung. Innerhalb weniger Jahre hat sich das Kunsthaus Bregenz als eines der führenden internationalen Ausstellungshäuser etabliert. Künstler, Publikum und Medien bescheinigen dem Haus, dass nicht nur Zumthors semitransparenter Glaskubus die Bodenseeidylle überstrahlt, sondern auch das Ausstellungsprogramm des Kunsthaus Bregenz zu den besten Europas gehört. Mit seinen Ausstellungen und Projekten stellt sich das Kunsthaus Bregenz nicht nur internationalen Herausforderungen. Es leistet gleichzeitig mit Projekten in Vorarlberg einen Beitrag zur kulturellen Identität der Region.
Im Jahr 2017 besuchten 77.237 Personen das KUB.

vorarlberg museum
Das vorarlberg museum beschäftigt sich mit dem westlichsten Bundesland als gewordene und werdende Kulturlandschaft.
Für „Das kritische Hinterfragen von Geschichte, Zeitgeschichte und Gegenwart in einer zeitgemäßen Sprache und Ästhetik“ erhielt es den Österreichischen Museumspreis im Jahr 2016. 50.649 Besucherinnen und Besucher konnte das vorarlberg museum im Jahr 2017 verzeichnen.

Vorarlberger Landesheater
Ebenfalls Teil der Kulturmeile am Kornmarkt ist das Vorarlberger Landestheater. Der Spielplan ist eine Mischung aus traditionellen und zeitgenössischen Stücken. Das Vorarlberger Landestheater durfte bei 358 Veranstaltungen im Jahr 2017 56.726 Personen begrüßen.

Theater KOSMOS
Etwas abseits des Zentrums, aber mitten im Bregenzer Stadt- und Kulturleben steht das Theater KOSMOS unter der Federführung von Hubert Dragaschnig und Augustin Jagg. Ihr erfolgreiches Konzept sieht nicht nur Theaterstücke zeitgenössischer Autorinnen und Autoren mit gesellschaftspolitischer Relevanz vor, auch Diskussionen, Vorträge, Ausstellungen und Konzerte stehen auf dem Programm und locken jährlich ca. 11.000 Menschen ins KOSMOS.

„Bregenz Tourismus und Stadtmarketing rückt die vielen Leistungsträger in Bregenz und darüber hinaus ein wirksames Stück näher zusammen.

Mag. Michael Diem, Kaufm. Dir. Kongresskultur & Bregenzer Festspiele GmbH

STARKE KOOPERATIONEN

Marketing Club Vorarlberg
Der „Marketing Club Vorarlberg“ ist ein Netzwerk von Marketingfachleuten und stellt eine Plattform dar, die es ermöglicht Kontakte zu knüpfen, sich kennen zu lernen, neue Erkenntnisse zu gewinnen, andere Sichtweisen zu erfahren und sich in marketingrelevanten Themen auszutauschen.

Stadtmarketing Austria
Der Verein „Stadtmarketing Austria“ versteht sich als das Kompetenzzentrum für vernetztes Denken im Bereich der Orts- und Stadtentwicklung. Stadtmarketing Austria glaubt an den hohen Wert von Orts- und Stadtkernen als Lebens- und Wirtschaftsraum, arbeitet und agiert auf Basis von fachlich und wissenschaftlich fundierten Grundlagen und achtet auf Kompetenzaustausch, Wissenstransfer und Innovation.

Hotels & Casinos Austria
„Hotels & Casinos Austria“, eine Kooperation von 25 Hotels der Vier- und Fünfsterne-Kategorie, sind Partner für Spiel, Esprit und Abwechslung im Ambiente der Casinos Austria. Neben Bregenz Tourismus & Stadtmarketing GmbH sind auch das Hotel Mercure, das Hotel Weisses Kreuz und das Seehotel am Kaiserstrand Partner von Hotels & Casinos Austria.

Freunde der Bregenzer Festspiele
Der Verein der „Freunde der Bregenzer Festspiele“ ist ein Zusammenschluss von Menschen, die durch privates Engagement, Spenden und Förderbeiträge einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung der künstlerischen Programmvielfalt der Bregenzer Festspiele leisten.

PRVA Public Relations Verband Austria
Der „Public Relations Verband Austria“ ist der unabhängige, auf Freiwilligkeit basierende Verband der Kommunikationsexpertinnen und -experten in Unternehmen, Agenturen und Organisationen.

BÖTM Bundesverband Österreichischer Tourismusmanager
Der „Bundesverband Österreichischer Tourismusmanager“, kurz BÖTM genannt, ist die Interessenvertretung des Berufsstandes der Kur- und Tourismusmanager in Österreich.

Klub KOSMOS
Der „Klub Kosmos“ ist ein Personenkomitee mit dem Ziel, das Theater KOSMOS zu unterstützen, sowohl auf ideeller als auch auf materieller Basis. Der Club schätzt die Qualität des Theaters und setzt sich für seinen Fortbestand ein. Eine der Aktivitäten des Klub Kosmos ist das Suchen und Finden von Sponsoren und Gönnern.

ArGe Städte
Die „ArGe Städte“ ist die Tourismuskooperation der österreichischen Landeshauptstädte und der Bundeshauptstadt Wien, wo unter anderem im Plenum der Geschäftsführer (Tourismusdirektoren) der Landeshauptstädte gemeinsame Marketingaktivitäten und Kooperationen mit der Österreich Werbung diskutiert werden.

Vierländerregion Bodensee
Regionen stehen heute in vielerlei Hinsicht im Wettbewerb zueinander. Unsere Region punktet in diesem Wettbewerb vor allem dann, wenn sie sich als ganzheitliches Angebot und unverwechselbare Marke positioniert. Die vielen Vorzüge unserer Region brauchen jedoch ein gemeinsames Dach, um sie effizient zu kommunizieren. Die Regionenmarke bündelt die kommunikativen Anstrengungen aller beteiligten Partner. In diesem Sinne ist sie auch das sichtbare Zeichen der langjährigen grenzüberschreitenden Zusammenarbeit durch das EU-Förderprogramm Interreg, der Internationalen Bodenseekonferenz und anderen Netzwerken.

Bodenseegärten
22 Gärten, ein Gartenkanton und das Garten-Rendezvous bilden die „Bodenseegärten“, die auf eine Zeitreise durch die Vierländerregion entführen. Rings um den See zeigt sich die gesamte Gartenbaugeschichte Europas. Deshalb ist es für Bregenz natürlich ein Muss, bei den Bodenseegärten Mitglied zu sein.

Blühende Ortszentren
Blühende Blumen stehen als Symbol für sozial funktionierende und wirtschaftlich florierende Ortszentren: damit will die Plattform im laufenden Jahr das Bewusstsein für regionale Wertschöpfung weiter schärfen.
Ende Mai 2016 startete die Plattform „Blühende Ortszentren“ mit Aktionstagen die Sammlung von 1.000 Gründen für lebendige Stadt- und Ortszentren.

„Ungeachtet der inhaltlichen Belange ist die gewählte Form für Tourismus und Wirtschaft heute zeitgemäß.

Dr. Hubert Kinz, GWL – Gemeinschaftswarenhaus GmbH & Co KG

PARTNERSCHAFTEN

AGM Lauterach

Antenne Vorarlberg

Bregenzer Festspiele

Casino Bregenz

Kongresskultur Bregenz

Kunsthaus Bregenz

Land Vorarlberg

Mohrenbrauerei

ORF Vorarlberg

Pfanner & Gutmann Getränke

Musikschule der Landeshauptstadt Bregenz

Raiffeisenbank in Bregenz

Sparkasse Bregenz

Vierländerregion Bodensee

vol.at

Vorarlberger Kinderdorf

vorarlberg museum

Vorarlberger Landestheater

Vorarlberg Lines Bodenseeschifffahrt

Wiener Symphoniker

Wirtschaftsgemeinschaft Bregenz

„Als Bregenzer Bürger muss man nicht an das denken, was einem fehlt, sondern an das, was die Stadt bietet und das ist äußerst viel.
Wir sind stolz auf unser lebenswertes Bregenz mit hervorragender Infrastruktur und einem tollen kulturellen Angebot.

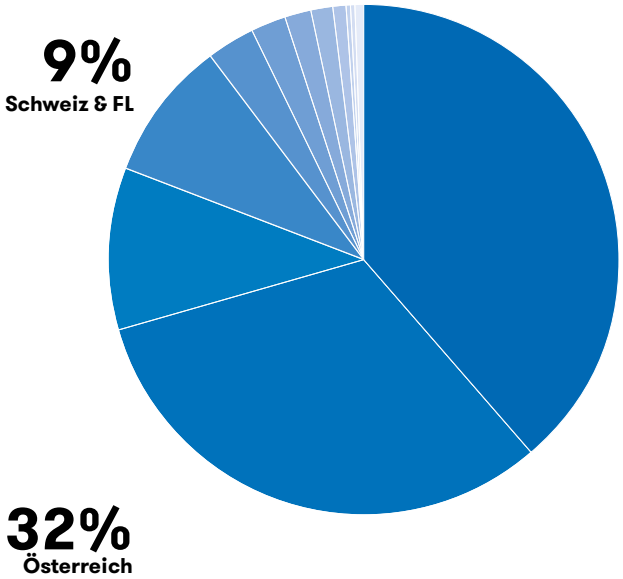
DI Dr. Wolfgang Winkler, MBA, GF Stadtwerke Bregenz GmbH

BREGENZ IN ZAHLEN

ERFOLGSVERGLEICH 2017

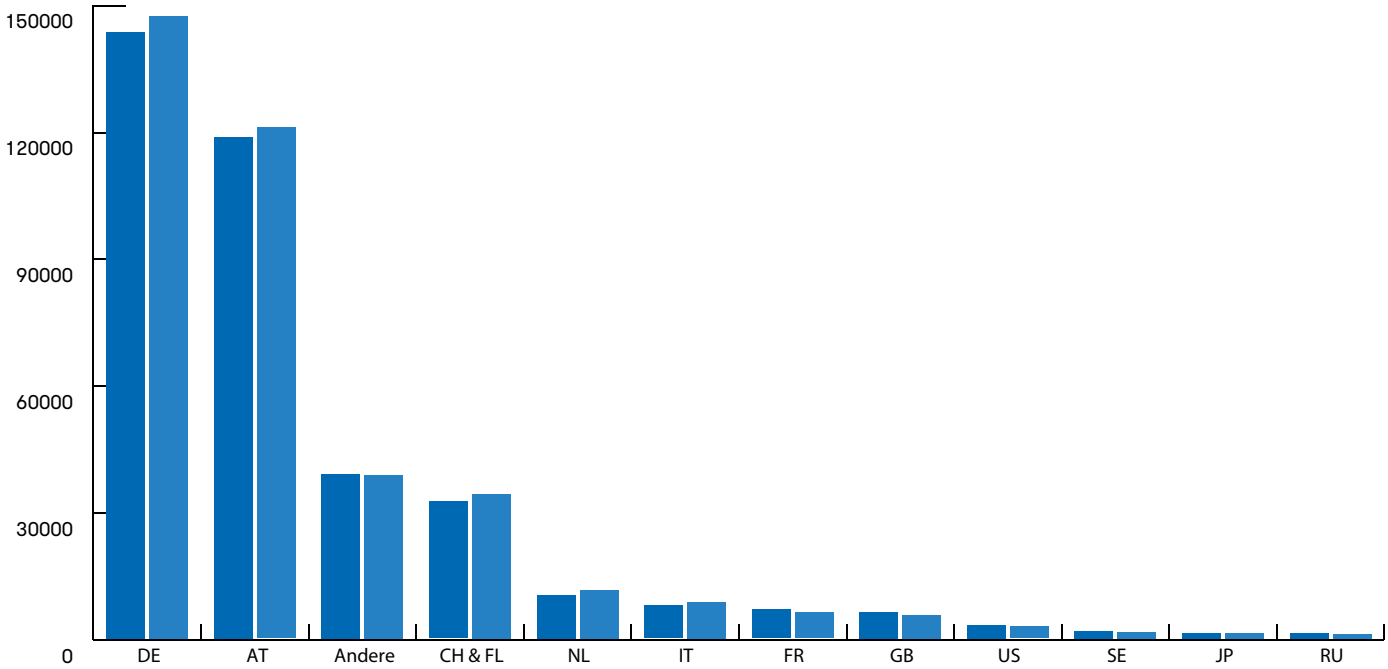
	2015 Jahresabschluss in EUR	2016 Jahresabschluss in EUR	2017 Jahresabschluss in EUR	Veränderung Vorjahr in EUR
Kartenvorverkaufsprovisionen	145.382	146.709	148.880	2.171
Veranstaltungserlöse	246.892	266.325	225.195	-41.130
Werbeflächen	**204.339**	**212.234**	**213.677**	**1.443**
Inserate/Druckkostenbeiträge	69.249	56.998	51.070	-5.928
Marketingerlöse	90.445	91.201	91.955	754
Aufwandersätze	94.341	74.924	49.477	-25.447
Handelswarenerlöse	5.387	7.485	5.534	-1.951
Sonstige Umsatzerlöse	16.892	15.844	11.637	-4.207
Betriebsleistung vor Zuschüsse	**872.927**	**871.720**	**797.425**	**-74.295**
Gesellschafterbeiträge und Zuschüsse	1.372.723	1.388.632	1.393.510	4.878
Sonstige Erträge	25.258	17.117	17.506	389
Betriebsleistung nach Zuschüsse	**2.270.908**	**2.277.469**	**2.208.441**	**-69.028**
Handelswareneinsatz	-5.996	-8.747	-1.371	7.376
Bezogene Leistungen	-1.186.451	-1.027.763	-993.593	34.170
Deckungsbeitrag I	**1.078.461**	**1.240.959**	**1.213.477**	**-27.482**
Personalaufwand	-658.895	-724.746	-773.090	-48.344
Deckungsbeitrag II	**419.566**	**516.213**	**440.387**	**-75.826**
Anlagenabschreibungen (inkl. GWG)	-81.278	-86.870	-86.997	-127
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-251.232	-262.855	-230.148	32.707
Betriebserfolg	**87.056**	**166.488**	**123.242**	**-43.246**
Zinserträge Bank	1.934	1.677	1.822	145
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	0	0	0	0
Erträge aus dem Abgang von und der Zuschreibung zu Finanzanlagen	0	0	0	0
Aufwendungen aus Finanzanlagen	0	0	0	0
Ergebnis vor Steuern	**88.990**	**168.165**	**125.064**	**-43.101**
Steuern v. Einkommen und Ertrag	-1.750	-1.750	-1.750	0
Ergebnis nach Steuern	**87.240**	**166.415**	**123.314**	**-43.101**
Zuweisung zu und Auflösung von Rücklagen	-87.240	-166.415	-123.314	43.101
Jahresgewinn (+) / -verlust (-)	0	0	0	0

NÄCHTIGUNGEN NACH NATIONEN



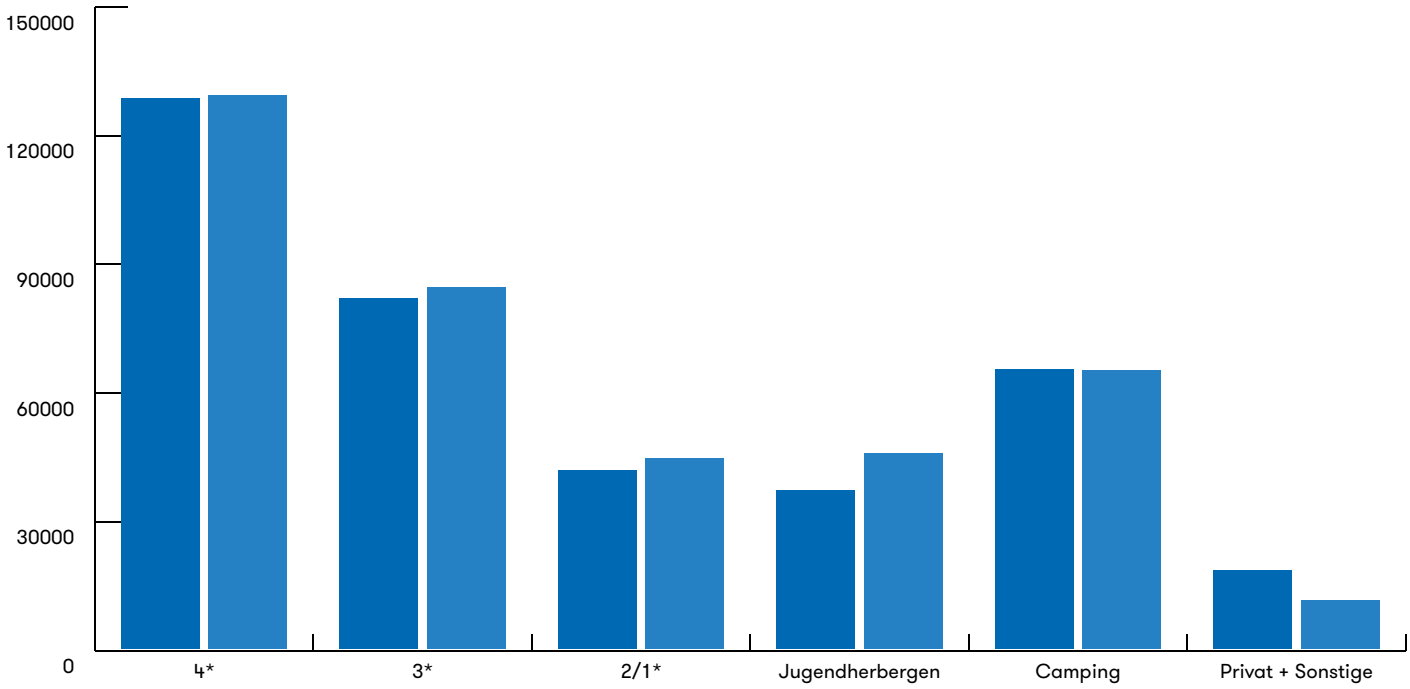
Deutschland	38,82%
Österreich	31,85%
Andere	10,19%
Schweiz & FL	9,02%
Niederlande	3,03%
Italien	2,26%
Frankreich	1,61%
Großbritannien	1,46%
USA	0,74%
Schweden	0,41%
Japan	0,33%
Russland	0,29%

Anstieg der Nächtigungen in den stärksten Besuchergruppen



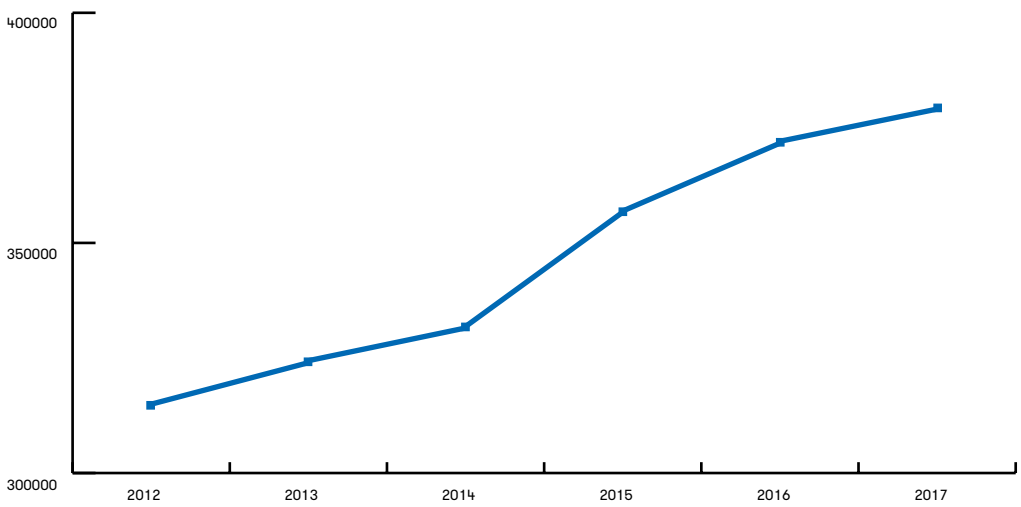
	DE	AT	Andere	CH & FL	NL	IT	FR	GB	US	SE	JP	RU
Nächtigungen 2016	143.240	118.616	38.826	32.374	10.344	7.784	6.849	6.283	3.079	1.836	1.364	1.190
Nächtigungen 2017	147.198	120.756	38.625	34.193	11.474	8.585	6.123	5.526	2.817	1.536	1248	1.102

Nächtigungen nach Unterkunftskategorien im Vergleich 2016–2017



	4*	3*	2/1*	Jugendherbergen	Camping	Privat + Sonstige
Nächtigungen 2016	128.246	81.645	41.509	36.859	65.219	18.307
Nächtigungen 2017	128.966	84.193	44.395	45.481	64.931	11.217

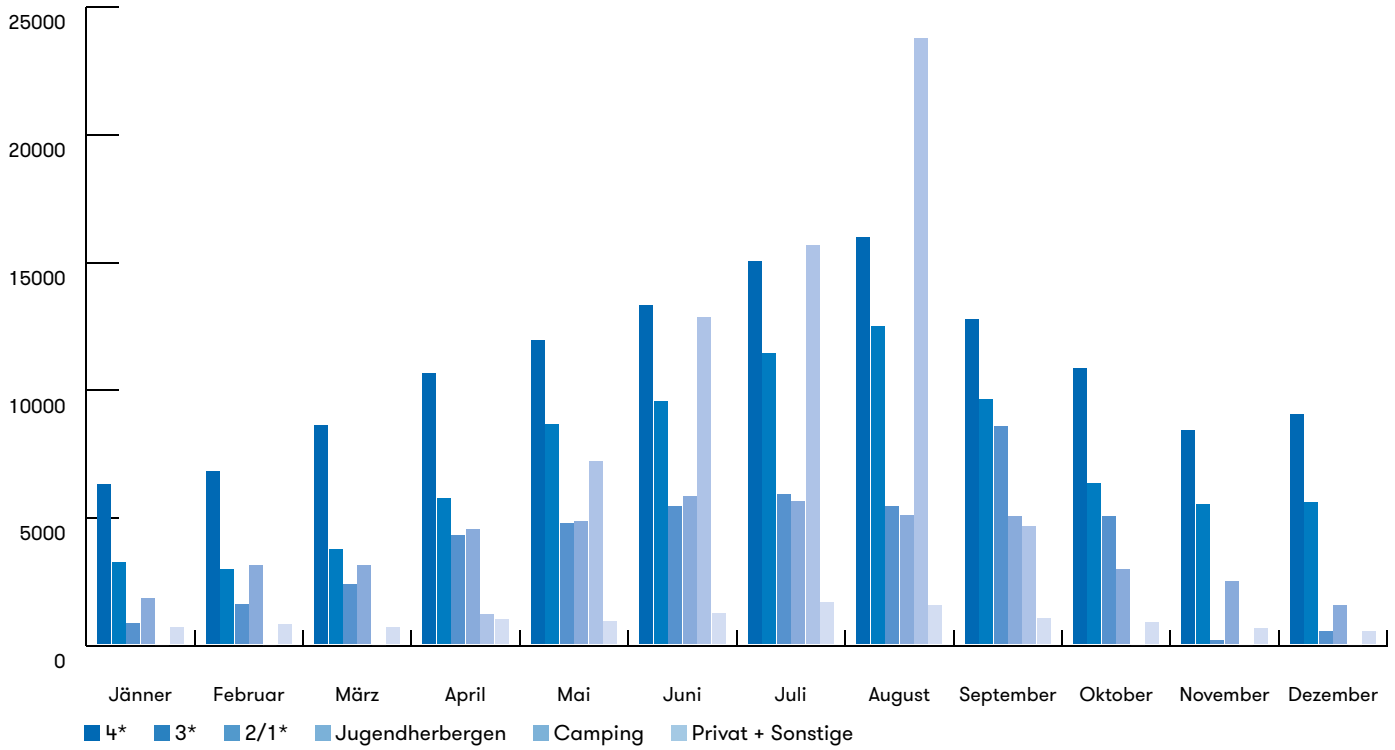
Gesamtnächtigungen 2011–2017



2012	314.817
2013	324.245
2014	331.797
2015	356.759
2016	371.805
2017	379.250

Nächtigungskategorien im monatlichen Vergleich 2017

Die Sommermonate rund um die Bregenzer Festspiele waren weiterhin die größten Frequenzbringer 2017.



„Wenn es um Wohnqualität und Kultur geht, zählt die Stadt Bregenz zu den Topregionen in Vorarlberg – sie beweist, dass sich regionale Identität und internationales Flair nicht ausschließen. Die Bregenz Tourismus & Stadtmarketing GmbH leistet vorbildliche Arbeit, um Bregenz für Einheimische und Besucher gleichermaßen erlebbar zu machen. Regionalität und Kundenpartnerschaft sind auch in der Unternehmensphilosophie der Volksbank Vorarlberg fest verankert. Wir freuen uns daher besonders, einen starken Partner in der Region unterstützen zu können und gemeinsam unseren Lebens- und Wirtschaftsraum zu fördern.

Betr.oec Gerhard Hamel,
Vorstandsvorsitzender Volksbank Vorarlberg e.Gen

MARKTFORSCHUNG

Laufende Marktforschungsumfragen sind ein wichtiges Werkzeug um die Veranstaltungen und Märkte stetig zu verbessern und weiterzuentwickeln. Außerdem wurde im Sommer 2017 eine große Bürger- und Touristenumfrage gestartet.
2017 wurden insgesamt 17 Umfragen mit rund 1.700 Personen durchgeführt. Im Foyer der Bregenz Tourismus & Stadtmarketing GmbH wird die Kundenzufriedenheit ganzjährig an einem Terminal abgefragt.

UMFRAGEN

Märkte:

- Piemont Markt
- Züg & Sacha
- Weihnachtsmarkt
  Kunden & Händler | separate Umfragen

Veranstaltungen:

- Lange Nacht der Musik
  Kunden & Gastronomen | separate Umfragen
- BREGENZ LIFE
  Kunden, Gastronomen & Aussteller
- Stadt der Kinder
- Anton-Schneider-Straßenfest
- Bregenz Hafenfest
- Vorklöschtner Fescht
- Open City & Street Food Market

Große Befragung im Sommer:

- Touristen
- Bürger

Tourismusinformation & Kartenvorverkauf:

- Kunden im Foyer

FAZIT UMFRAGE „BREGENZ LIFE“

Das neue Veranstaltungsformat „BREGENZ LIFE“ fand 2017 zum ersten Mal statt.
Die Besucher haben das Ambiente der Veranstaltung auf dem Kornmarktplatz mit sehr gut bewertet.
Auch der Name „BREGENZ LIFE“ kam bei den Gästen gut an. Das musikalische Programm – besonders die internationalen Live Acts am Freitagabend – sorgte für Begeisterung. Auch das gastronomische Angebot wurde von den Besuchern als sehr positiv bewertet. Das Ziel ein breiteres Publikum zu erreichen, wurde zur Gänze erfüllt.

FAZIT UMFRAGE „Bregenzer Weihnachtsmarkt“

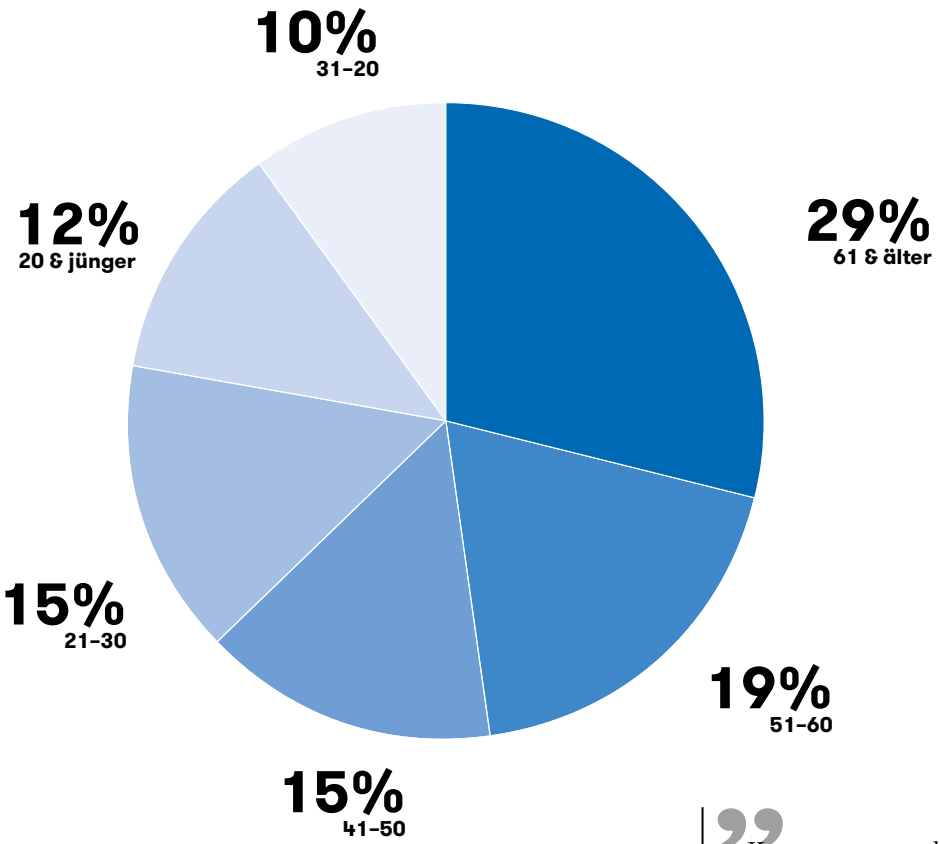
Gäste aller Altersklassen aus ganz Vorarlberg, Deutschland und der Schweiz besuchten den „Bregenzer Weihnachtsmarkt“.
Im Durchschnitt verbrachte ein Gast ca. 2 Stunden auf dem „Bregenzer Weihnachtsmarkt“.
Die Laufzeit von 5 Wochen empfanden die Gäste als „genau richtig“, die Öffnungszeiten (täglich von 11:30 – 20:00 Uhr / Gastronomie bis 21:00 Uhr) wurden als zu kurz empfunden.
Bei den zahlreichen Familien, die den „Bregenzer Weihnachtsmarkt“ besuchten, sorgte das vielfältige Kinderangebot für Begeisterung.
Über 70% der Besucher wünschten sich, dass der „Bregenzer Weihnachtsmarkt“ weiter wächst.
Rund 80% der Besucher empfehlen den „Bregenzer Weihnachtsmarkt“ weiter.
Außerdem wurde der „Bregenzer Weihnachtsmarkt“ von „Momondo“ unter die zehn familienfreundlichsten Märkte in Österreich gewählt.

FAZIT UMFRAGE
„Tourist – Sommer 2017“

Aus der Umfrage mit Touristen im Sommer 2017 (21.07. – 07.08.2017) ergab sich, dass der Großteil der Touristen Bregenz nicht zum ersten Mal besuchten. Insgesamt wurden 426 Personen an verschiedenen Orten in Bregenz befragt. 1/5 gab an, bereits über 20 Mal in Bregenz gewesen zu sein. Im Durchschnitt bleibt der Besucher 2,4 Tage in Bregenz. Von allen Nächtigungsgästen übernachteten 2/3 in Bregenz, größtenteils im Hotel, welches online über Buchungsplattformen oder direkt im Hotel gebucht wurde. Rund 70% der Gäste reisten mit dem Auto an, gefolgt von 11%, die mit der Bahn anreisten.

Auf Bregenz aufmerksam geworden sind der Großteil der Gäste durch Freunde und Bekannte. Über 60% der Befragten gaben an, dass Kultur auf ihrem Programm in Bregenz ganz oben steht, dicht gefolgt von Natur und Sightseeing. 50% der Gäste gaben an die Bregenzer Festspiele zu besuchen. Der Großteil der befragten Gäste in Bregenz ist ca. 50 Jahre und älter und stammen aus Deutschland. Hier vor allem aus den Regionen Stuttgart und München, sowie den Regionen am Bodensee. Unter den österreichischen Touristen machen die Bundesländer Tirol und Wien den größten Anteil aus. Außerdem reisten die meisten Gäste mit dem Partner oder der Familie und gaben pro Person pro Tag im Durchschnitt € 109,00 aus.

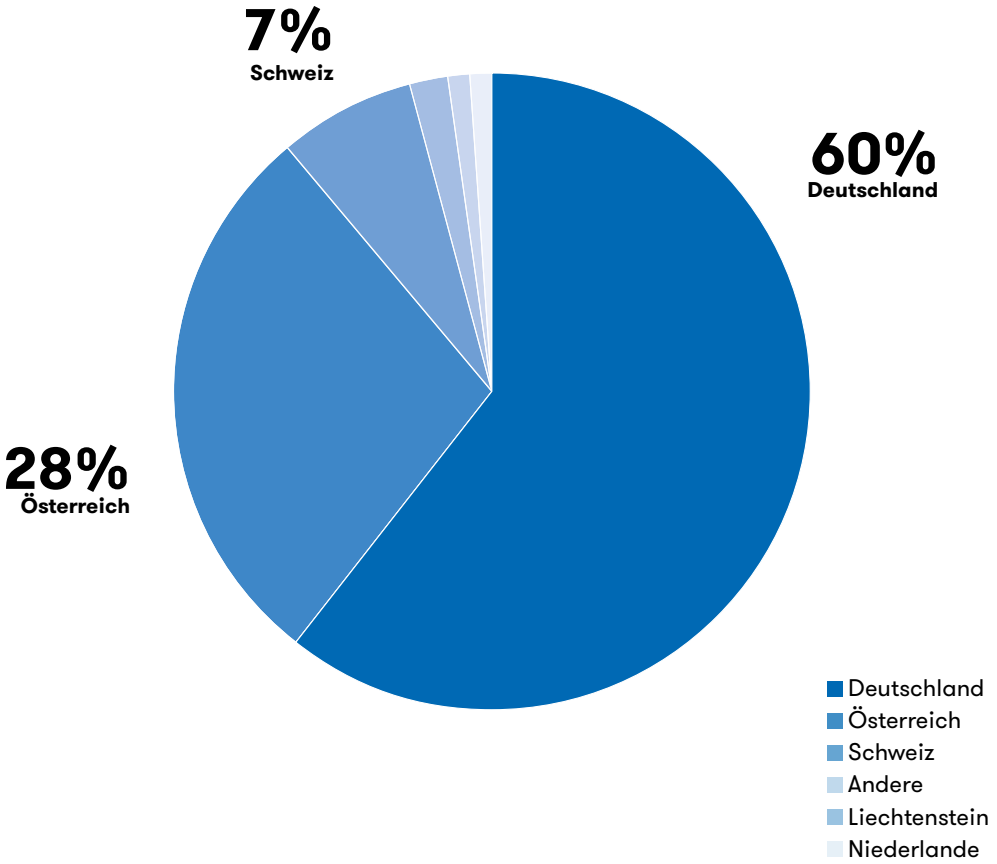
ALTER UNSERER GÄSTE



> Komme gerne nach Bregenz wegen der Gastfreundschaft, der Atmosphäre und der Natur!
>
> Zitat unserer Gäste

> Die Festspielkulisse ist atemberaubend!
> Zitat unserer Gäste

HERKUNFT UNSERER GÄSTE



FAZIT UMRAGE
„Bürger – Sommer 2017“

Bei der mündlichen Befragung im Sommer 2017 (31.07. – 09.08.2017) an der Seepromenade, an der Pfänderbahn, bei den Sunset-Stufen, beim Festspielplatz oder an der Pipeline wurden insgesamt 325 Bürgerinnen und Bürger befragt.

Die Umfrage hat ergeben, dass das Angebot der Veranstaltungen in der Stadt Bregenz mit gut bewertet wird und der Großteil der Befragten die Anzahl an Events als „genau richtig“ empfanden. Die Bürger würden ihren Freunden und Bekannten eine Reise nach Bregenz unbedingt empfehlen. Außerdem steht Bregenz größtenteils für folgende Themen: Festspiele, Kunst und Kultur, Bodensee, Natur und Aktion.

BREGENZ IN PRINT

Die Bregenz Tourismus & Stadtmarketing GmbH beauftragte im Jahr 2017 PR-Artikel und Anzeigen mit einer Gesamtauflage von über 8.000.000 Exemplaren. Dies entspricht einem Werbewert von ca. € 211.000.

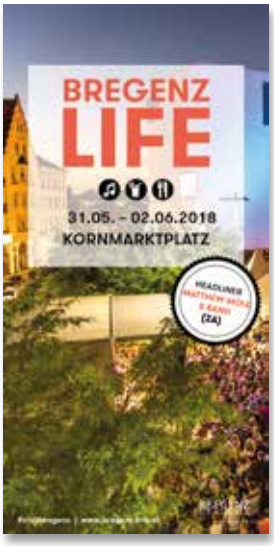
€ 211.327
Werbewert

8.197.507
gedruckte Auflagen

Magazin BREGENZERLEBEN

„Bregenzer Hafenfest“

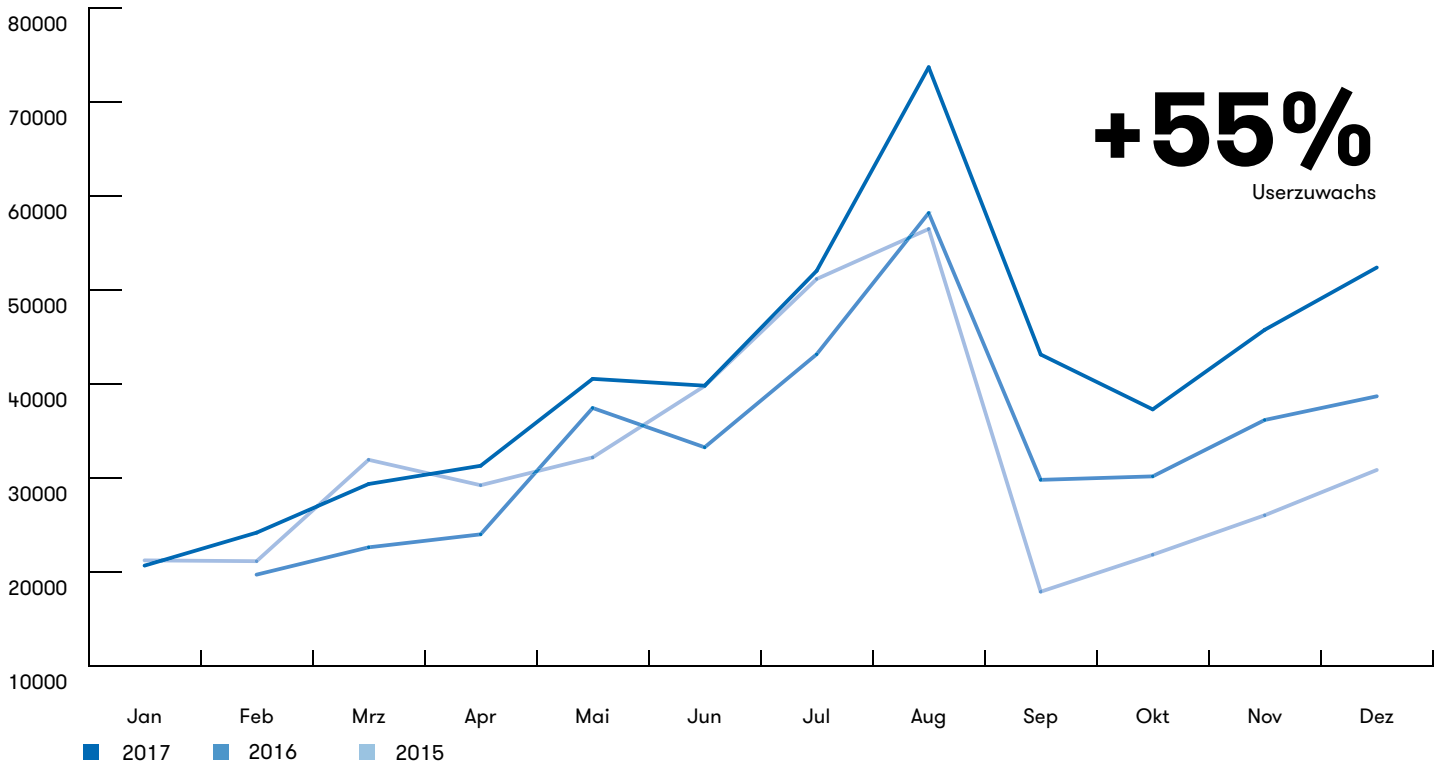
„BREGENZ LIFE“



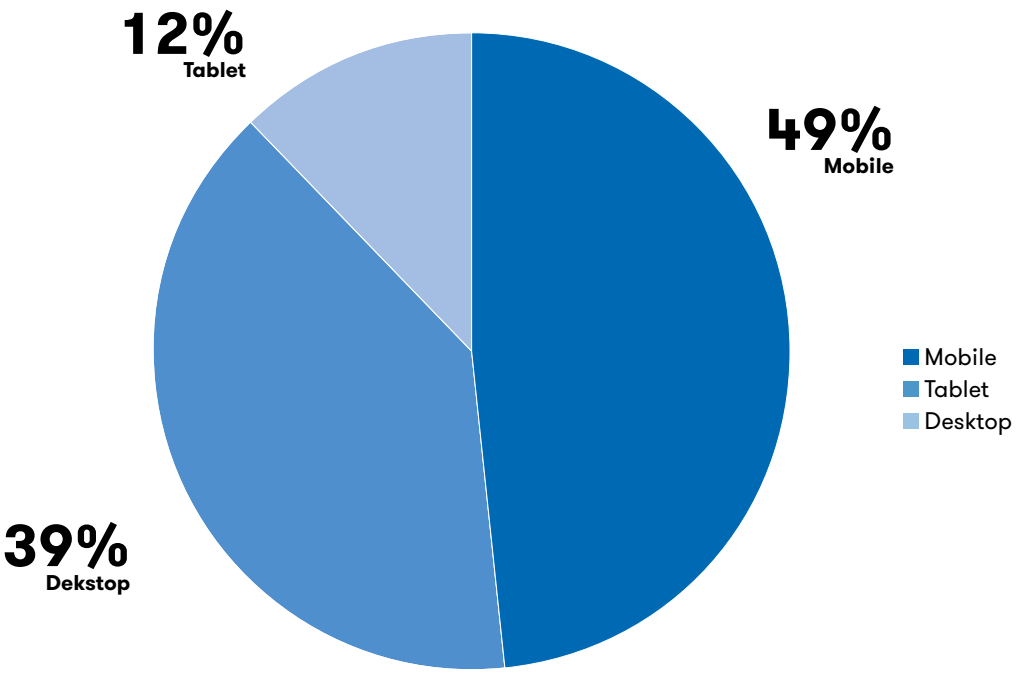
Marktreihe „Züg & Sacha“

ONLINE MARKETING

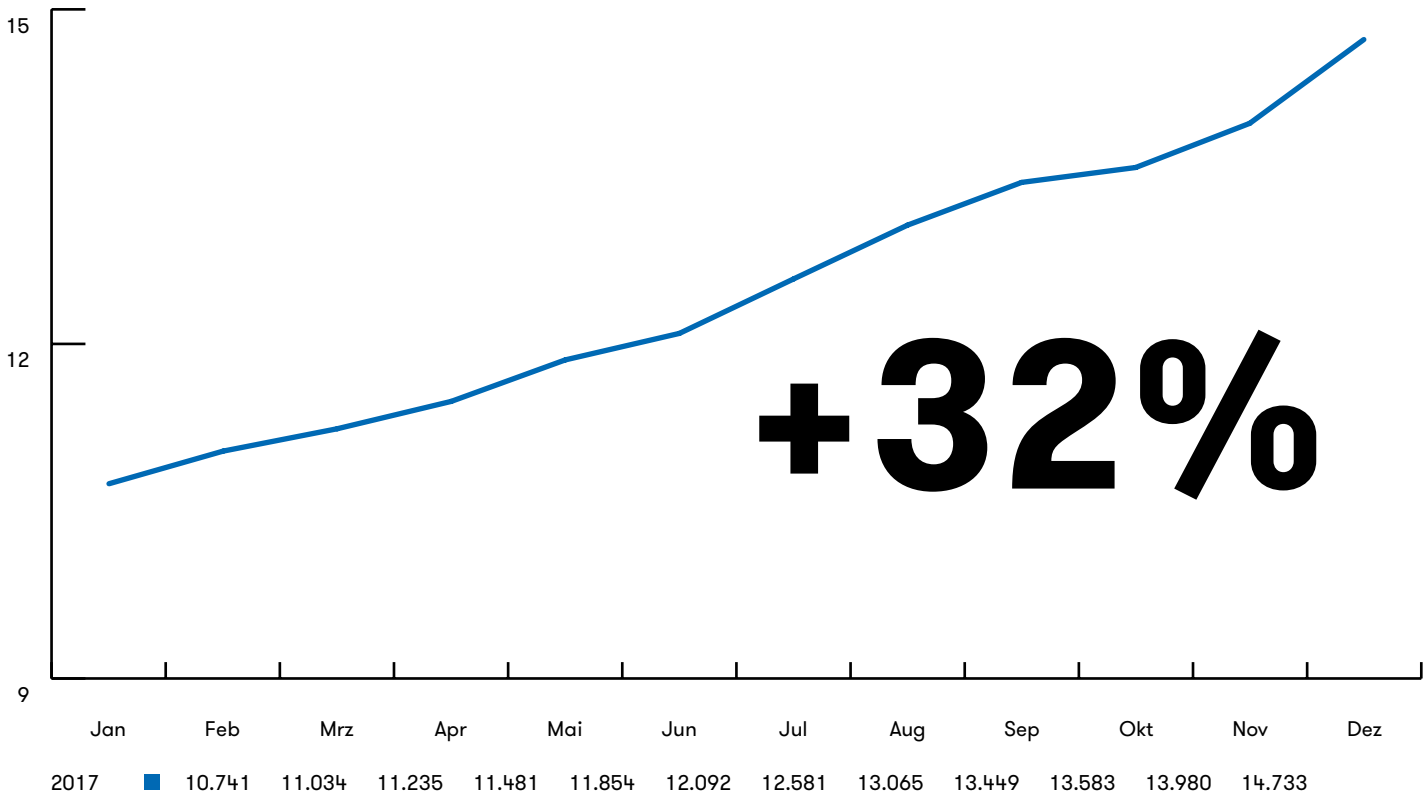
Visits auf www.bregenz.travel im Vergleich 2015/2016/2017



Nutzerverteilung Endgeräte



Facebook-Abonnenten



8,5%

Follower-Like-Ratio auf Instagram

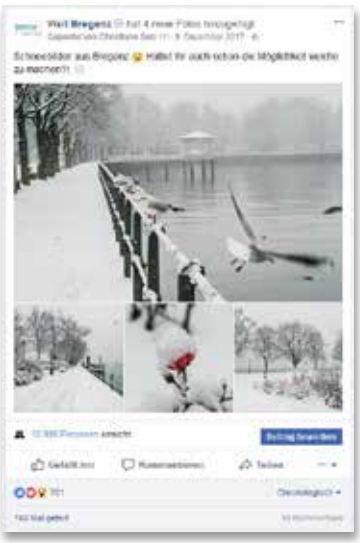
#visitbregenz

214.814

Videoaufrufe Youtube

2.631.094
Reichweite Facebook

449.000
Visits auf der Website



INFORMATIONEN

Informationen

Bregenz Tourismus &
Stadtmarketing GmbH
Rathausstraße 35a
6900 Bregenz
T +43 (0)5574 49590
F +43 (0)5574 495959
tourismus@bregenz.at
bregenz.travel

Karten/Tickets

+43 (0)5574 408-0
v-ticket.at

Öffnungszeiten 2018

Mo – Fr 09:00 - 18:00
Sa 09:00 - 12:00

18.07. – 19.08.2018
(Bregenzer Festspiele)
Mo – Sa 09:00 - 19:00
So 10:00-14:00

An folgenden Feiertagen ist unser Büro geöffnet:
15.08. und 08.12.2018 | An allen weiteren Feiertagen bleibt unser Büro geschlossen.

Fotonachweis

S. 4 | 18 | 29 | 34 | 36-37 | 42
Udo Mittelberger
S. 10 Markus Tretter
S. 12 | 30-31 Kongresskultur
Bregenz / Anja Koehler
S. 20 Niklas Keller
S. 26 Marina Schedler Photography
S. 32 Othmar Heidegger
S. 38 andereart - pigrafik
weitere Fotos: Christiane Setz

Das Team der Bregenz Tourismus & Stadtmarketing GmbH

Robert S. Salant,
Geschäftsführung
Elisabeth Schertler, Administration
& Buchhaltung
Niklas Keller, Prokurist |
Wirtschaftsservice &
Citymanagement
Christina Egger,
Wirtschaftsservice &
Citymanagement
Theresa Kalb,
Veranstaltungsmanagement
Katja Scholz,
Veranstaltungsmanagement
Peter Kaufmann,
Wirtschaftsservice & Akquise
Belinda Verhovnig, Grafikdesign
Christiane Setz, Digital Marketing
Benjamin Brunner, Versand
Information und Kartenverkauf:
Corinna Hattler, Sabine Neumann,
Sanela Japic, Bahar Özcan,
Jessica Schwarz
Maria Schwarz, Raumpflege

Impressum

Verleger, Medieninhaber und
Herausgeber:
Bregenz Tourismus &
Stadtmarketing GmbH,
Rathausstraße 35a,
6900 Bregenz.
Für den Inhalt verantwortlich:
Robert S. Salant,
Geschäftsführer
Autoren: Bregenz Tourismus &
Stadtmarketing GmbH,
Kongresskultur Bregenz GmbH
Redaktion: Christina Egger
Grafik: Belinda Verhovnig
Druck: Vorarlberger
Verlagsanstalt GmbH
Auflage: 500 Stück
Redaktionsschluss: 20.04.2018
Erscheinungstermin: 07.05.2018

WIGEM BREGENZ CASINO BREGENZ Das Erlebnis. Pfänder Der Berg am Bodensee 1064 m

Schenken Sie Freude
BREGENZGUTSCHEIN

GUTSCHEINE ERHÄLTLICH BEI:

Bregenz Tourismus und Stadtmarketing GmbH
Rathausstraße 35a, 6900 Bregenz
+43 (0) 5574 49 59 0
tourismus@bregenz.at | bregenz.travel