

Dienstag, 13. November 2007

- Startseite**
- Wirtschaftsnews**
- Unternehmen**
- Aus der Region**
- Finanzen**
- Steuer & Recht**
- Land- & Forstwirtschaft**
- Gastronomie & Tourismus**
- IT & Telekommunikation**
- Forschung & Entwicklung**
- Karriere & Jobs**
- Bau & Immobilien**

Newsletter Anmeldung

Newsletter Anmelden

Wirtschaftskalender

Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
27	28	01	02	03	04	05
06	07	08	09	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	01	02

- Wirtschaftskalender**
- Unternehmensverzeichnis**
- Vereinsportraits**
- Das Magazin**
- Newsletter**
- Kontakt Daten**



Architektur macht Gäste: Die Studie und die Ergebnisse
 10.10.07 13:17 Vorarlberg Tourismus

Den Zusammenhang zwischen Architektur und Wirtschaftlichkeit im Tourismus untersucht erstmals die Grundlagenstudie „Architektur macht Gäste“. Auftraggeber der Studie waren das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, das WIFI Unternehmensservice der Wirtschaftskammer Österreich und Vorarlberg Tourismus. Konzipiert und durchgeführt wurde die Untersuchung von pla'tou - plattform für architektur im tourismus. Bei einem Symposium in Bregenz wurden die Ergebnisse präsentiert.



Hotel Post Bezaau: J. Ignacio Martinez



v.l.n.r.: Mag. arch. Marina Hammerle (vorarlberger architektur institut), Mag. Christian Schutzinger, DI Bibiane Hromas, Mag. Thomas Rubik (WKO): Darko Todorovic



Kriegerhornbahn in Lech: Roman Horner/Archiv Vorarlberg Tourismus

Im empirischen Teil der Studie wurden 300 Architektur-Vorreiter aus allen neun Bundesländern schriftlich befragt. 49 dieser Unternehmen wurden besucht und näher analysiert.

Reintert sich die Investition in gute zeitgenössische Architektur?

In einem hohen Maß, wie DI Bibiane Hromas, die Verfasserin der Studie, bestätigte: Für 88 % der befragten Betreiber und Eigentümer hat sich die Investition in anspruchsvolle Architektur insgesamt rentiert. Mehr als die Hälfte der Befragten (51 %) gaben an, dass ihre wirtschaftlichen Kennzahlen über dem Branchendurchschnitt liegen. Nur bei 7 % liegen sie darunter.

Bringt neue Architektur neue Gäste?

Auch diesen Aspekt bestätigt die Studie. Zeitgenössische Architektur erschließt neue, einkommensstarke Gästegruppen. Zeitgenössische Architektur ist außerdem – wie 80 % der Befragten bestätigten - ein wichtiger Marketingfaktor. Sie gibt der Marke Profil und erweist sich als deutlicher Vorteil in der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit. Für 97 % der Befragten hat sich die Erwartung der Differenzierung von Wettbewerbern erfüllt, für 95 % die Erwartung, nun für neue Gästeschichten attraktiv zu sein.

Dass neue Architektur Betrieben wie auch Regionen neue Gäste bringt und das Image schärft, bestätigte Mag. Christian Schutzinger, Direktor von Vorarlberg Tourismus. Vorarlberg ist in Österreich Vorreiter und setzt zeitgenössische Architektur auch im Tourismus strategisch ein. Sie ist ein wesentlicher Bestandteil im Marketing des kleinsten, jedoch in diesem Bereich auf jeden Fall innovativsten österreichischen Bundeslandes.

Ist Tourismusarchitektur eine Frage des Geschmacks?

Diese Frage erläuterte Prof. Dr. Felicitas Romeiß-Stracke von der Plattform für Tourismusarchitektur, TU München. Mit der Ablösung der Spaßgesellschaft durch die Sinngesellschaft verändern sich die Lebensstile der Menschen in den westlichen Gesellschaften. „Geschmack“ gewinnt auch beim Urlaubs-Ambiente eine bedeutende Rolle. Diese Veränderung und Ausdifferenzierung der Lebensstile zwingt jeden Hotelier und jede Destination dazu, sich in der Auswahl der potenziellen Gäste zu beschränken und auch ästhetisch (nicht nur im Marketing) zielgenau zu arbeiten.

Welche Bedeutung hat Architektur für die Marke und Kommunikation?

Damit befasste sich Mag. Brigitte Weiss (markenbüro weiss, Wien) in ihrer Präsentation. Die Markenexpertin kommt zum Schluss, dass Architektur die sichtbarste, dauerhafteste und kostspieligste Manifestation einer Marke ist. Gute Markenarchitektur verleiht dem touristischen Angebot Charakter, Aura, Einzigartigkeit. Als gebaute Identität verkörpert sie Vision, Werte, Lebensstil und Kompetenz. Sie ist zentrales Instrument der touristischen Angebotsinszenierung, bringt Aufmerksamkeit, wird zum Gesprächsstoff und zum Thema von Medienberichten.

[<- Zurück zu: Detail](#)

News suchen...

Unternehmensverzeichnis



Unternehmen suchen (z.B. Name, Branche, Produkt...)

Kommende Veranstaltungen

- 13.11. **JOBMESSE 2007 an der FH Vorarlberg**
6850 Dornbirn
 - 13.11. 18:00 Uhr **Präsentation: Gesunde Unternehmen durch GEIKO® mit Günter Spiesberger und Valentin Tschebukov**
6850 Dornbirn
 - 13.11. 19:00 Uhr **Einladung zur Präsentation der Vorarlberg-Studie „So kauft Vorarlberg ein.“**
6858 Schwarzach
 - 13.11. 19:00 Uhr **Living Labs und Open Innovation – neue Ansätze zur Einbindung des Kunden in den Innovationsprozess**
6850 Dornbirn
 - 14.11. 18:00 Uhr **Infoabend Finanzdienstleistungen: "Weiterbildung lohnt sich nicht - oder doch?"**
 - 15.11. **„Variété am Bodensee“: Motto 2007: „TOTAL VERRÜCKT“**
6923 Lauterach
 - 15.11. 15:00 Uhr **IT-TIME-Die SAP Roadshow für Anwendungen und Geschäftslosungen**
6850 Dornbirn
 - 15.11. 17:00 Uhr **Patentsprechtag der Wirtschafts-Standort Vorarlberg GmbH**
6850 Dornbirn
 - 15.11. 19:00 Uhr **Spielregeln für die Pole-Position in den Märkten von morgen: So sichern Sie sich Ihren Unternehmens-Erfolg**
6840 Getzlis
 - 15.11. 19:00 Uhr **Vortragsreihe: Unternehmer sein heute: Mag. Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin, Österreich Werbung**
6863 Egg
- [» weitere Veranstaltungen...](#)



jetzt bestellen...