

DATEN & FAKTEN

Übersicht Investitionen 2015

Hotels

- Umbau APRÈS POST (vormals HOTEL POST)
 - 6 Mio. Euro
 - 140 Betten (10 neu); von 3 auf 4*

- HOTEL HUBERTUSHOF (4*)
 - 0,35 Mio. Euro: Neuer Eingangs- und Rezeptionsbereich
 - 0,65 Mio. Euro: Neues Mitarbeiterhaus

Apartmenthäuser

- ARLBERG LODGES II (4*)
 - 3,8 Mio. Euro
 - 7 Apartments, 35 Betten; plus 3 Mitarbeiter-Zimmer (neu)
 - Wellness- und Schiservice-Angebote

- DEUROWOOD (4*+)
 - 3 Mio. Euro
 - 20 Betten (neu)
 - Wellness-Angebote, Weinkeller

- HOTEL MONDSCHEN (4*)
 - 1,3 Mio. Euro
 - 6 Apartments (Chalet-Suiten), 16 Betten; plus 15 Mitarbeiter-Zimmer (neu)
 - Stromtankstelle, Erdwärme - 6 Löcher à 110 Meter → „grüne Steckdose“

- PRIVATINVESTOR
 - 0,6 Mio.. Euro

- CHESA LAVADINA HOTEL GMBH (3*)
 - 0,170 Mio. Euro

DATEN & FAKTEN

Ergebnisse Gästebefragungen (WS 12/13)

Der Stubener Gast im WINTER

- kommt aus
 - Deutschland, der Schweiz oder Österreich,
 - den BENELUX-Staaten,
 - Italien, Spanien und Frankreich
 - Norwegen, Schweden, Finnland
 - Großbritannien, USA und Kanada
- hat ein mittleres bis (sehr) hohes Einkommen (ist Führungskraft oder Unternehmer)
- ist 35 bis 59 Jahre alt
- liebt sportlich-aktives Schifahren
- legt Wert auf
 - eine exzellente Bergsport-Infrastruktur mit individueller Betreuung
 - authentisches Rahmenprogramm mit qualitätvollen Zusatzangeboten
- fährt Ski am Arlberg (über Stuben oder in Lech)
- gehört eher dem konservativ-etablierten Milieu oder jenem der Performer an

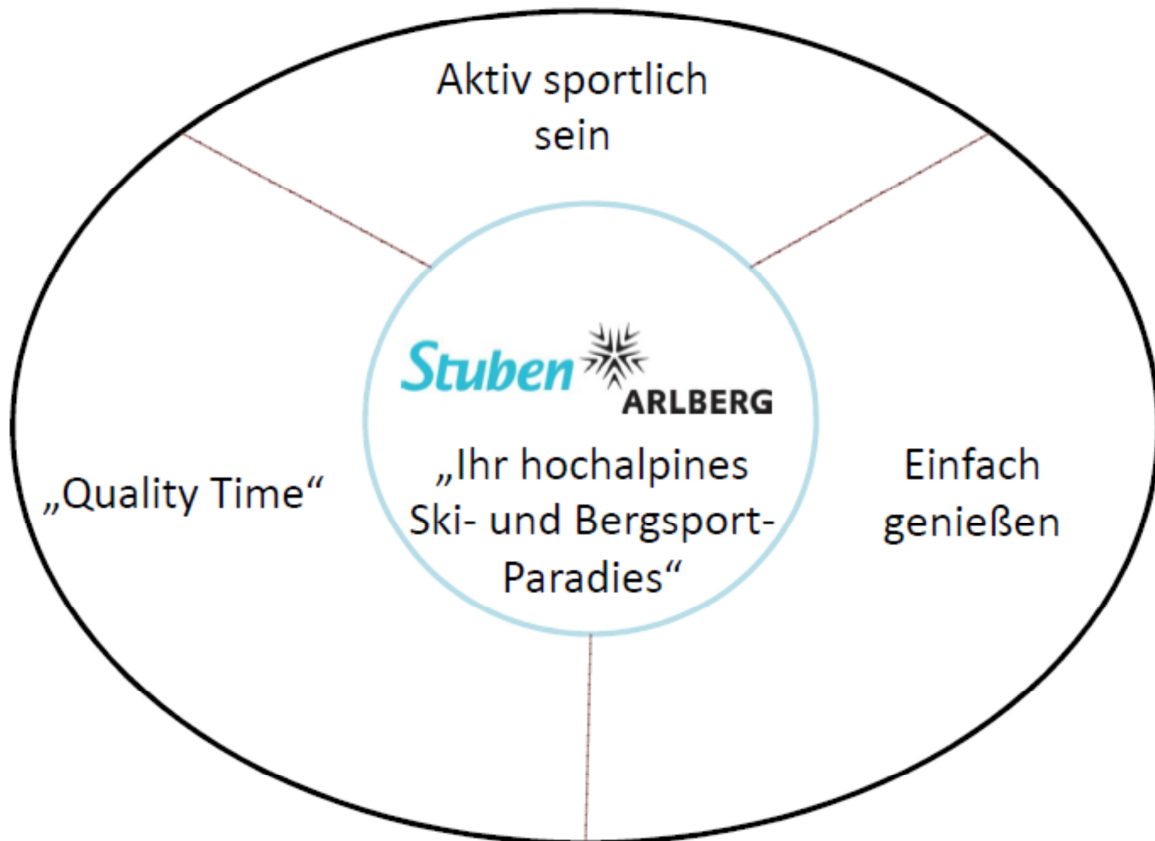
Der Stubener Gast im SOMMER

- kommt aus Deutschland, der Schweiz oder Österreich, den BENELUX-Staaten sowie Italien, Spanien und Frankreich
- interessiert sich für
 - Wandern
 - Biken (Motor- und Fahrrad)
 - Golfen
 - Bergsport- bzw. Outdooraktivitäten
 - Gesundheitsbewusste

Was dem Stubener Wintergast sehr wichtig ist	Soll
1. Variantenreiches Schigebiet	85%
2. Schneesicherheit	83,8%
3. Aktiv / Sportlich sein	82,8%
4. Einfach genießen	81,4%
5. Gutes Essen und Trinken	81%
6. Zeit mit Familie/Freunden verbringen	80,4%
7. Hohe Qualität	80%

DATEN & FAKTEN

Markendefinition



DATEN & FAKTEN

Übersicht Investitionen 2015

Hotels

- Umbau APRÈS POST (vormals HOTEL POST)
 - 6 Mio. Euro
 - 140 Betten (10 neu); von 3 auf 4*

- HOTEL HUBERTUSHOF (4*)
 - 0,35 Mio. Euro: Neuer Eingangs- und Rezeptionsbereich
 - 0,65 Mio. Euro: Neues Mitarbeiterhaus

Apartmenthäuser

- ARLBERG LODGES II (4*)
 - 3,8 Mio. Euro
 - 7 Apartments, 35 Betten; plus 3 Mitarbeiter-Zimmer (neu)
 - Wellness- und Schiservice-Angebote

- DEUROWOOD (4*+)
 - 3 Mio. Euro
 - 20 Betten (neu)
 - Wellness-Angebote, Weinkeller

- HOTEL MONDSCHEN (4*)
 - 1,3 Mio. Euro
 - 6 Apartments (Chalet-Suiten), 16 Betten; plus 15 Mitarbeiter-Zimmer (neu)
 - Stromtankstelle, Erdwärme - 6 Löcher à 110 Meter → „grüne Steckdose“

- PRIVATINVESTOR
 - 0,6 Mio.. Euro

- CHESA LAVADINA HOTEL GMBH (3*)
 - 0,170 Mio. Euro

DATEN & FAKTEN

Ergebnisse Gästebefragungen (WS 12/13)

Der Stubener Gast im WINTER

- kommt aus
 - Deutschland, der Schweiz oder Österreich,
 - den BENELUX-Staaten,
 - Italien, Spanien und Frankreich
 - Norwegen, Schweden, Finnland
 - Großbritannien, USA und Kanada
- hat ein mittleres bis (sehr) hohes Einkommen (ist Führungskraft oder Unternehmer)
- ist 35 bis 59 Jahre alt
- liebt sportlich-aktives Schifahren
- legt Wert auf
 - eine exzellente Bergsport-Infrastruktur mit individueller Betreuung
 - authentisches Rahmenprogramm mit qualitätvollen Zusatzangeboten
- fährt Ski am Arlberg (über Stuben oder in Lech)
- gehört eher dem konservativ-etablierten Milieu oder jenem der Performer an

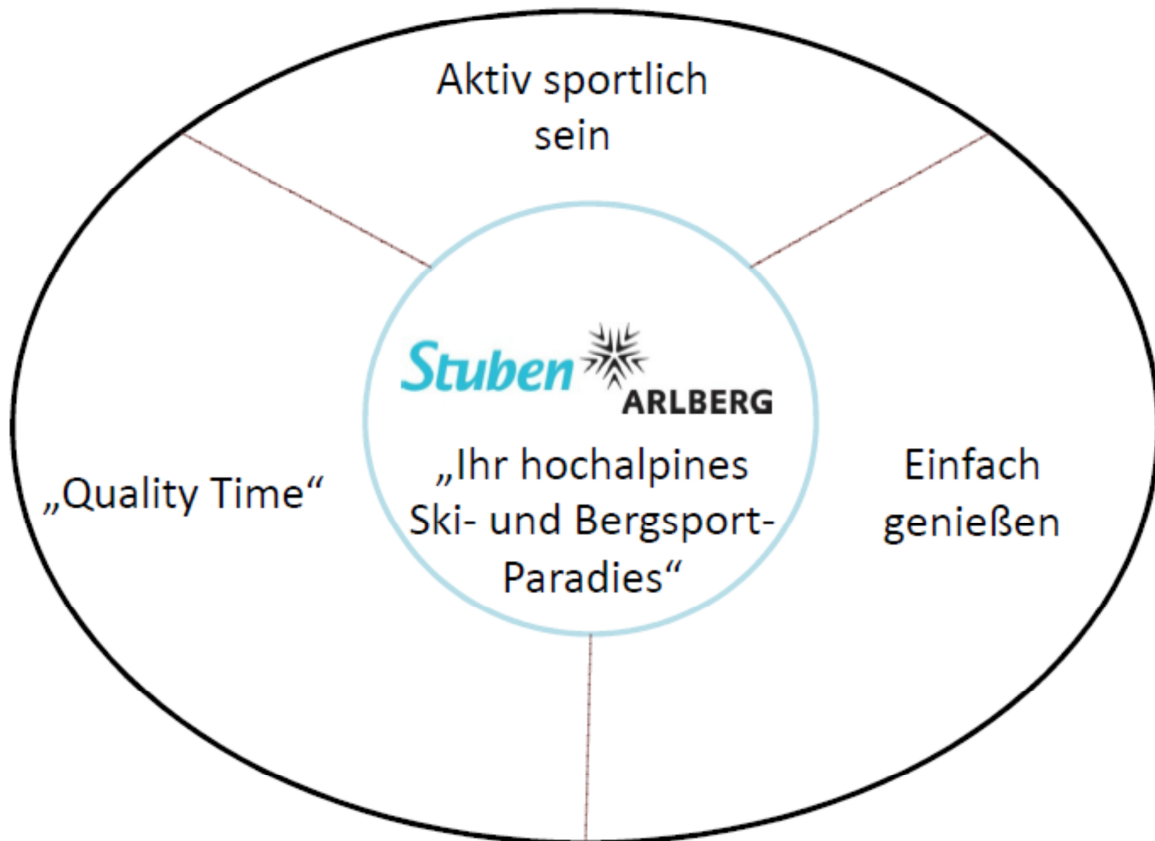
Der Stubener Gast im SOMMER

- kommt aus Deutschland, der Schweiz oder Österreich, den BENELUX-Staaten sowie Italien, Spanien und Frankreich
- interessiert sich für
 - Wandern
 - Biken (Motor- und Fahrrad)
 - Golfen
 - Bergsport- bzw. Outdooraktivitäten
 - Gesundheitsbewusste

Was dem Stubener Wintergast sehr wichtig ist	Soll
1. Variantenreiches Schigebiet	85%
2. Schneesicherheit	83,8%
3. Aktiv / Sportlich sein	82,8%
4. Einfach genießen	81,4%
5. Gutes Essen und Trinken	81%
6. Zeit mit Familie/Freunden verbringen	80,4%
7. Hohe Qualität	80%

DATEN & FAKTEN

Markendefinition



DATEN & FAKTEN

Übersicht Investitionen 2015

Hotels

- Umbau APRÈS POST (vormals HOTEL POST)
 - 6 Mio. Euro
 - 140 Betten (10 neu); von 3 auf 4*

- HOTEL HUBERTUSHOF (4*)
 - 0,35 Mio. Euro: Neuer Eingangs- und Rezeptionsbereich
 - 0,65 Mio. Euro: Neues Mitarbeiterhaus

Apartmenthäuser

- ARLBERG LODGES II (4*)
 - 3,8 Mio. Euro
 - 7 Apartments, 35 Betten; plus 3 Mitarbeiter-Zimmer (neu)
 - Wellness- und Schiservice-Angebote

- DEUROWOOD (4*+)
 - 3 Mio. Euro
 - 20 Betten (neu)
 - Wellness-Angebote, Weinkeller

- HOTEL MONDSCHEN (4*)
 - 1,3 Mio. Euro
 - 6 Apartments (Chalet-Suiten), 16 Betten; plus 15 Mitarbeiter-Zimmer (neu)
 - Stromtankstelle, Erdwärme - 6 Löcher à 110 Meter → „grüne Steckdose“

- PRIVATINVESTOR
 - 0,6 Mio.. Euro

- CHESA LAVADINA HOTEL GMBH (3*)
 - 0,170 Mio. Euro

DATEN & FAKTEN

Ergebnisse Gästebefragungen (WS 12/13)

Der Stubener Gast im WINTER

- kommt aus
 - Deutschland, der Schweiz oder Österreich,
 - den BENELUX-Staaten,
 - Italien, Spanien und Frankreich
 - Norwegen, Schweden, Finnland
 - Großbritannien, USA und Kanada
- hat ein mittleres bis (sehr) hohes Einkommen (ist Führungskraft oder Unternehmer)
- ist 35 bis 59 Jahre alt
- liebt sportlich-aktives Schifahren
- legt Wert auf
 - eine exzellente Bergsport-Infrastruktur mit individueller Betreuung
 - authentisches Rahmenprogramm mit qualitätvollen Zusatzangeboten
- fährt Ski am Arlberg (über Stuben oder in Lech)
- gehört eher dem konservativ-etablierten Milieu oder jenem der Performer an

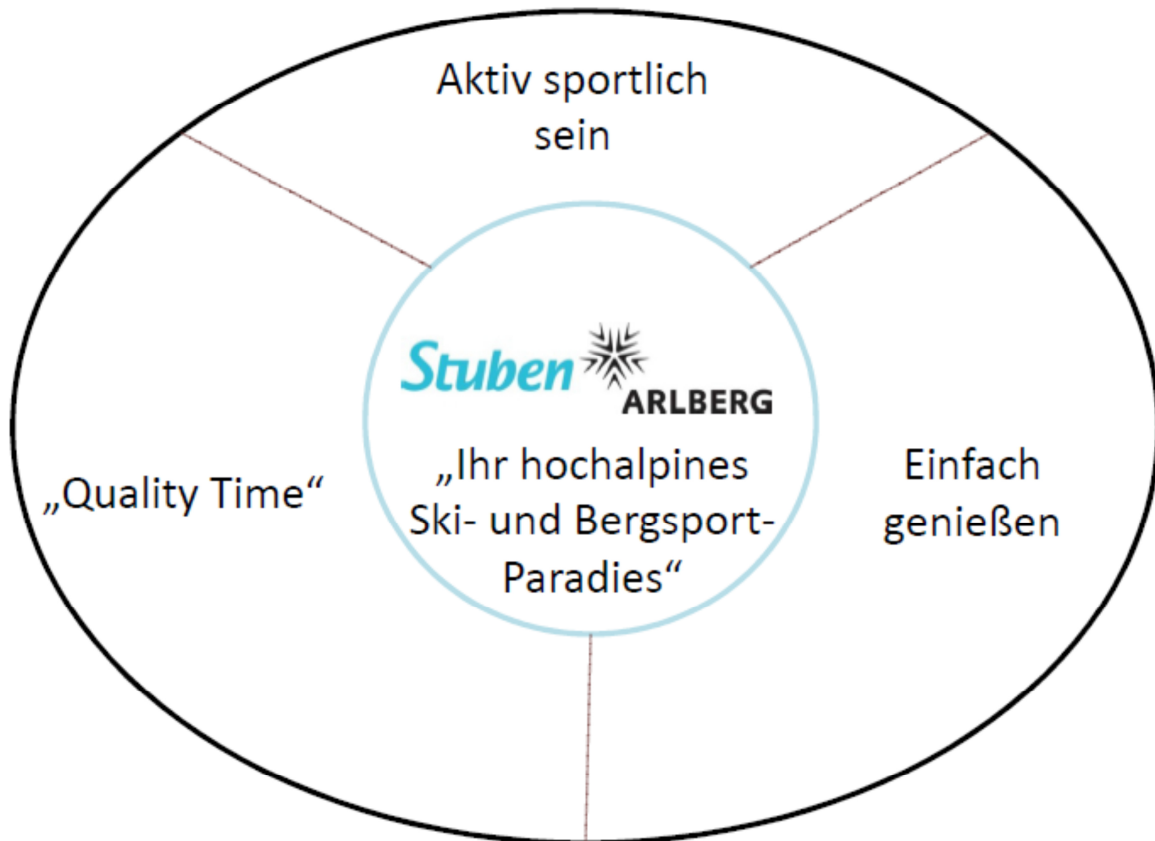
Der Stubener Gast im SOMMER

- kommt aus Deutschland, der Schweiz oder Österreich, den BENELUX-Staaten sowie Italien, Spanien und Frankreich
- interessiert sich für
 - Wandern
 - Biken (Motor- und Fahrrad)
 - Golfen
 - Bergsport- bzw. Outdooraktivitäten
 - Gesundheitsbewusste

Was dem Stubener Wintergast sehr wichtig ist	Soll
1. Variantenreiches Schigebiet	85%
2. Schneesicherheit	83,8%
3. Aktiv / Sportlich sein	82,8%
4. Einfach genießen	81,4%
5. Gutes Essen und Trinken	81%
6. Zeit mit Familie/Freunden verbringen	80,4%
7. Hohe Qualität	80%

DATEN & FAKTEN

Markendefinition



DATEN & FAKTEN

Übersicht Investitionen 2015

Hotels

- Umbau APRÈS POST (vormals HOTEL POST)
 - 6 Mio. Euro
 - 140 Betten (10 neu); von 3 auf 4*

- HOTEL HUBERTUSHOF (4*)
 - 0,35 Mio. Euro: Neuer Eingangs- und Rezeptionsbereich
 - 0,65 Mio. Euro: Neues Mitarbeiterhaus

Apartmenthäuser

- ARLBERG LODGES II (4*)
 - 3,8 Mio. Euro
 - 7 Apartments, 35 Betten; plus 3 Mitarbeiter-Zimmer (neu)
 - Wellness- und Schiservice-Angebote

- DEUROWOOD (4*+)
 - 3 Mio. Euro
 - 20 Betten (neu)
 - Wellness-Angebote, Weinkeller

- HOTEL MONDSCHEN (4*)
 - 1,3 Mio. Euro
 - 6 Apartments (Chalet-Suiten), 16 Betten; plus 15 Mitarbeiter-Zimmer (neu)
 - Stromtankstelle, Erdwärme - 6 Löcher à 110 Meter → „grüne Steckdose“

- PRIVATINVESTOR
 - 0,6 Mio.. Euro

- CHESA LAVADINA HOTEL GMBH (3*)
 - 0,170 Mio. Euro

DATEN & FAKTEN

Ergebnisse Gästebefragungen (WS 12/13)

Der Stubener Gast im WINTER

- kommt aus
 - Deutschland, der Schweiz oder Österreich,
 - den BENELUX-Staaten,
 - Italien, Spanien und Frankreich
 - Norwegen, Schweden, Finnland
 - Großbritannien, USA und Kanada
- hat ein mittleres bis (sehr) hohes Einkommen (ist Führungskraft oder Unternehmer)
- ist 35 bis 59 Jahre alt
- liebt sportlich-aktives Schifahren
- legt Wert auf
 - eine exzellente Bergsport-Infrastruktur mit individueller Betreuung
 - authentisches Rahmenprogramm mit qualitätvollen Zusatzangeboten
- fährt Ski am Arlberg (über Stuben oder in Lech)
- gehört eher dem konservativ-etablierten Milieu oder jenem der Performer an

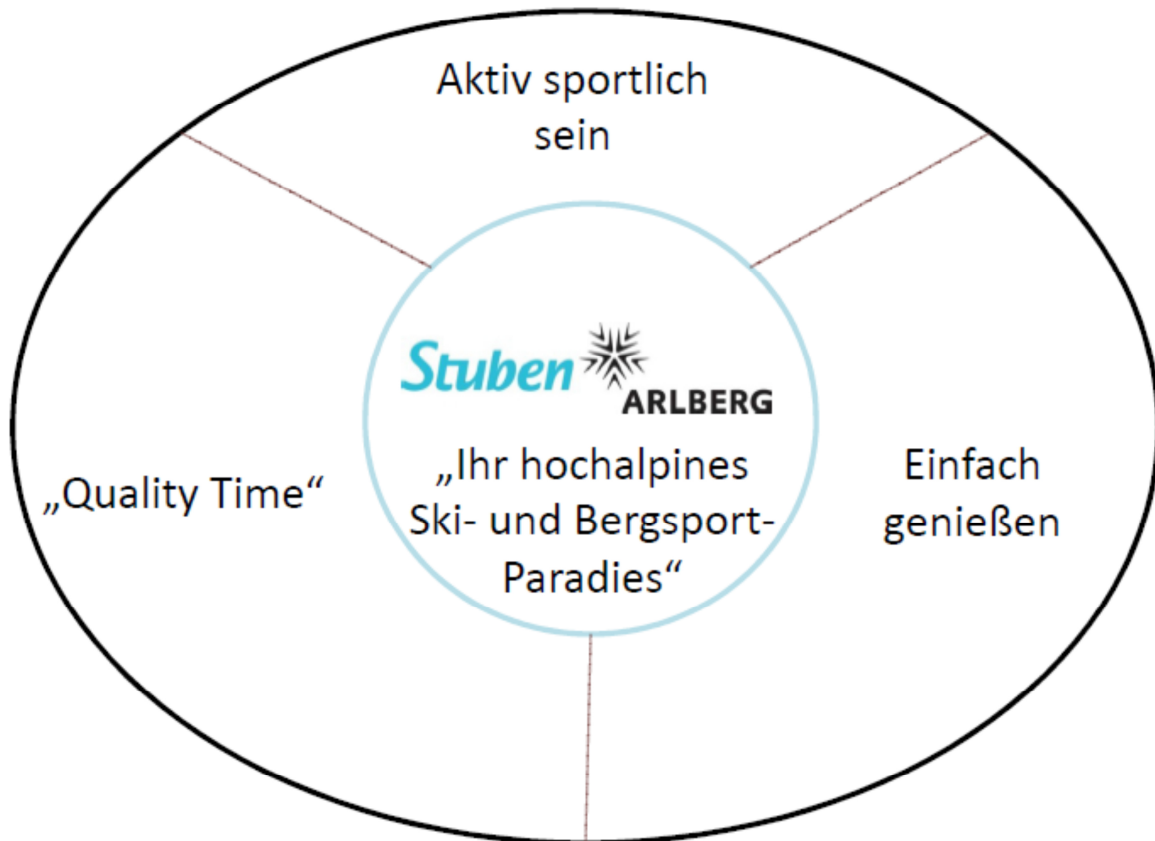
Der Stubener Gast im SOMMER

- kommt aus Deutschland, der Schweiz oder Österreich, den BENELUX-Staaten sowie Italien, Spanien und Frankreich
- interessiert sich für
 - Wandern
 - Biken (Motor- und Fahrrad)
 - Golfen
 - Bergsport- bzw. Outdooraktivitäten
 - Gesundheitsbewusste

Was dem Stubener Wintergast sehr wichtig ist	Soll
1. Variantenreiches Schigebiet	85%
2. Schneesicherheit	83,8%
3. Aktiv / Sportlich sein	82,8%
4. Einfach genießen	81,4%
5. Gutes Essen und Trinken	81%
6. Zeit mit Familie/Freunden verbringen	80,4%
7. Hohe Qualität	80%

DATEN & FAKTEN

Markendefinition



DATEN & FAKTEN

Übersicht Investitionen 2015

Hotels

- Umbau APRÈS POST (vormals HOTEL POST)
 - 6 Mio. Euro
 - 140 Betten (10 neu); von 3 auf 4*

- HOTEL HUBERTUSHOF (4*)
 - 0,35 Mio. Euro: Neuer Eingangs- und Rezeptionsbereich
 - 0,65 Mio. Euro: Neues Mitarbeiterhaus

Apartmenthäuser

- ARLBERG LODGES II (4*)
 - 3,8 Mio. Euro
 - 7 Apartments, 35 Betten; plus 3 Mitarbeiter-Zimmer (neu)
 - Wellness- und Schiservice-Angebote

- DEUROWOOD (4*+)
 - 3 Mio. Euro
 - 20 Betten (neu)
 - Wellness-Angebote, Weinkeller

- HOTEL MONDSCHEN (4*)
 - 1,3 Mio. Euro
 - 6 Apartments (Chalet-Suiten), 16 Betten; plus 15 Mitarbeiter-Zimmer (neu)
 - Stromtankstelle, Erdwärme - 6 Löcher à 110 Meter → „grüne Steckdose“

- PRIVATINVESTOR
 - 0,6 Mio.. Euro

- CHESA LAVADINA HOTEL GMBH (3*)
 - 0,170 Mio. Euro

DATEN & FAKTEN

Ergebnisse Gästebefragungen (WS 12/13)

Der Stubener Gast im WINTER

- kommt aus
 - Deutschland, der Schweiz oder Österreich,
 - den BENELUX-Staaten,
 - Italien, Spanien und Frankreich
 - Norwegen, Schweden, Finnland
 - Großbritannien, USA und Kanada
- hat ein mittleres bis (sehr) hohes Einkommen (ist Führungskraft oder Unternehmer)
- ist 35 bis 59 Jahre alt
- liebt sportlich-aktives Schifahren
- legt Wert auf
 - eine exzellente Bergsport-Infrastruktur mit individueller Betreuung
 - authentisches Rahmenprogramm mit qualitativ hochwertigen Zusatzangeboten
- fährt Ski am Arlberg (über Stuben oder in Lech)
- gehört eher dem konservativ-etablierten Milieu oder jenem der Performer an

Der Stubener Gast im SOMMER

- kommt aus Deutschland, der Schweiz oder Österreich, den BENELUX-Staaten sowie Italien, Spanien und Frankreich
- interessiert sich für
 - Wandern
 - Biken (Motor- und Fahrrad)
 - Golfen
 - Bergsport- bzw. Outdooraktivitäten
 - Gesundheitsbewusste

Was dem Stubener Wintergast sehr wichtig ist	Soll
1. Variantenreiches Schigebiet	85%
2. Schneesicherheit	83,8%
3. Aktiv / Sportlich sein	82,8%
4. Einfach genießen	81,4%
5. Gutes Essen und Trinken	81%
6. Zeit mit Familie/Freunden verbringen	80,4%
7. Hohe Qualität	80%

DATEN & FAKTEN

Markendefinition

