

Protokoll der Kommissionssitzung

15. Juni 2023 / 18:00 Uhr / Gasthaus Zur Ennsbrücke, Hall/Admont

Tagesordnung

1. Begrüßung und Feststellung der Beschlussfähigkeit
2. Beschlussfassung Protokoll der Kommissionssitzung vom 23.03.2023
3. Bericht des Vorsitzenden
 - a. Ortsklassenverordnung 2024
 - b. Befragungsergebnisse und Schlussfolgerungen zur Zukunftsfähigkeit der Region Gesäuse
 - c. Status-quo und weitere Vorgehensweise LIGES GmbH
4. Bericht der Geschäftsführerin
 - a. Marketingaktivitäten und -kooperationen
 - b. Laufende Projekte
 - c. Vorstellung neuer Mitarbeiterinnen
5. Sponsorings, Marketing- und Eventunterstützungsbeiträge
 - a. Beschlussfassung über diverse für 2023 gestellte Ansuchen für lokale und regionale Initiativen lt. Beilage
 - b. Diskussion und Beschlussfassung über künftige Förder- bzw. Unterstützungskriterien und -prozedere
6. Allfälliges

TeilnehmerInnen

Wirtschaft

MGI Ennstal, Kaltenbrunner Fritz
Wolf Franz
Kaiserau Tourismus, Mario Brandmüller
Nationalpark Gesäuse, Herbert Wölger
Gebetsroither Int. GmbH, Philipp Walcher
Binder OG, Heinz Michalka
Liezenerhof, Gerhard Riedel
Ferdinand Vasold GmbH, Peter Vasold

GemeindevertreterInnen

Gem. Admont, Bgm. Christian Haider
Gem. Altenmarkt, Bgm. Hannes Andrä
Gem. Ardning, Helmut Wegscheider
Gem. Lassing, Bgm. Engelbert Schaanitzer
Gem. Liezen, Bgm. Andrea Heinrich
Gemeinde St. Gallen, Vzbgm. Elfriede Stachl
Gemeinde Wildalpen, Florian Kain

Weitere TeilnehmerInnen

Gem. Liezen, Albert Krug
Gem. Liezen, Vzbgm. Stefan Wasmer
Pirafelner Klemens, Kassaprüfer

Egger Jaqueline
Platzer Edeltraud
Hofbauer Sylvia
Rappl Sabrina

TOP 1

Vorsitzender Mag. Fritz Kaltenbrunner eröffnet die Sitzung um 18:10, begrüßt die Kommissionsmitglieder und stellt die Beschlussfähigkeit fest. Es sind 7 von 10 Gemeindevertretern und 8 von 12 Wirtschaftsvertretern anwesend.

TOP 2

Das Protokoll der letzten Kommissionssitzung vom 23.03.2023 wurde allen Kommissionsmitgliedern im Vorfeld übermittelt.

Das Protokoll der Kommissionssitzung vom 23.03.2023 wird sowohl von den Wirtschaftsvertretern als auch den Gemeindevertretern einstimmig genehmigt.

TOP 3 & 4

* Budget

| | |
|-----------------------|--------------|
| Kontostand 31.12.2022 | € 555.920,45 |
| Kontostand 31.12.2021 | € 478.000,00 |
| Kontostand 15.06.2023 | € 416.443,00 |

* Ortsklassenverordnung

Die Ortsklasseneinteilung aller steirischen Gemeinden wird alle sieben Jahre gemäß §2 Abs. 1 des Steiermärkischen Tourismusgesetzes 1992 von Amts wegen von der Landesregierung erlassen, so auch heuer. Die Einstufung erfolgt entweder als Tourismusgemeinde (A, B oder C) oder Nichttourismusgemeinde (D).

Im Gesäuse ergeben sich dadurch heuer zwei Änderungen: Altenmarkt wird wieder von C auf D und Wildalpen von A auf B zurückgestuft. Selzthal und Trieben bleiben weiterhin D-Gemeinden.

Was bedeutet es, wenn man eine Nichttourismusgemeinde ist?

- Nächtigungsabgaben sind nicht an den TV abzuführen, sondern an Gemeinde und Land Steiermark
- Gewerbebetriebe entrichten keinen Interessentenbeitrag
- Sowohl Gemeinde als auch alle Betriebe fehlen auf der touristischen Landkarte der Steiermark
 - Digital: u.a. steiermark.com, gesaeuse.at, outdooractive.com und andere, vom TV gewartete digitale Systeme (Feratel, Weiterleitungen zu booking.com etc.)
 - Analog: Regionsprospekte, Wanderkarten, Wochenprogramm, Ausflugstipps etc. Gäste- und Vermieterservice, Werbekooperationen, touristische Projekte (Radwege etc.) sind von Gemeinde selbst zu bewerkstelligen und bezahlen

Auswirkungen auf das Budget des Tourismusverbandes

| Ort | OKL alt | OKL neu | IB (VA) 2023 | IB (Annahme) 2024 |
|---------------------------|---------|---------|--------------|-------------------|
| | | | 200% | 200% |
| Admont | A | A | 194.000 € | 194.000 € |
| Altenmarkt bei St. Gallen | C | D | 11.000 € | - € |
| Ardning | C | C | 12.000 € | 12.000 € |
| Gaishorn am See | C | C | 14.500 € | 14.500 € |
| Landl | B | B | 88.000 € | 88.000 € |
| Lassing | C | C | 20.500 € | 20.500 € |
| Liezen | C | C | 327.000 € | 327.000 € |
| Rottenmann | C | C | 57.000 € | 57.000 € |
| St. Gallen | B | B | 43.500 € | 43.500 € |
| Wildalpen | A | B | 25.000 € | 16.667 € |
| TV Gesäuse | | | 792.500 € | 773.167 € |

- Abstufung um 1 Stufe =
Reduktion IB um ca. 1/3

Gemeinden steht es frei, sich auf dem Weg einer Einzelverordnung aufstufen zu lassen. Wildalpen will nach Rücksprache mit der Bürgermeisterin wieder auf A aufgestuft werden und hat die nötigen Schritte dafür eingeleitet.

Hannes Andrä, Bürgermeister von Altenmarkt merkt an, dass es keine Zustimmung seitens der Interessenten von Altenmarkt zu einer freiwilligen Aufstufung auf C gegeben ist. Er wird das nochmalige Gespräch mit allen Interessenten im Ort suchen, kann aber nichts versprechen. Er findet es schade, dass seitens der Landesregierung mit dieser Umstufung eine Lawine losgetreten wird, wo nun ein Antrag auf Verbleib in der Ortsklasse gestellt werden muss.

Der Vorsitzende appelliert in dieser Sache auf das Wohlwollen der Gemeinde Altenmarkt zum Verbleib im Tourismusverband.

Geschäftsführerin Egger ergänzt, dass eine Befragung der Interessenten für eine Entscheidung des Gemeinderates nicht bindend ist. Letztlich gilt der Beschluss der Gemeinde.

Stefan Wasmer fragt, wie die Ortsklasseneinteilung berechnet wird. Lt. der Geschäftsführung ergibt sich die Ortsklasse aus einem

- siebenjährigen Durchschnittswert (per 2022) der Zahl der Nächtigungen von Touristen in der Gemeinde,
- dem Anteil an der Nächtigungszahl pro Einwohner dieser Gemeinde (Nächtigungsintensität);
- und dem Anteil des gesamten steuerpflichtigen Umsatzes aller Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe pro Einwohner in der Gemeinde (spezifischer Tourismusumsatz).



* Liezen-Gesäuse-Gutscheine

Die Gründung der LIGES GmbH erfolgt hoffentlich in Kürze, Marketing und Verkauf der neuen Karten sind aber dennoch gestartet. Das Infobüro Admont ist außerdem bereits als Verkaufsstelle eingerichtet.

Andrea Heinrich, Bürgermeisterin von Liezen fragt, ob die Betriebe im Gesäuse über die Möglichkeit an einer Teilnahme am Gutscheinsystem informiert wurden, da bis dato nur wenige neue Betriebe dabei sind.

Die Geschäftsführerin teilt mit, dass diese Information bereits mehrmals durch Hartwig Strobl erfolgt ist. Auch in der Einladung zur letzten Vollversammlung wurde eine gesonderte Information an alle Interessenten mitgeschickt.

* Umfrage zur Zukunftsfähigkeit der Region

Online-Befragung, die durch das Institute of Brand Logic durchgeführt wurde.

- Einladung durch TV Gesäuse
- Stichprobe: Führungskreis der Destination und Leistungsträger
- Teilnehmende: 33
- Anzahl Fragen: 26
- Vergleich mit: Österreich, Schweiz, Südtirol

Zukunftsbild und
Positionierung

Führungsnetzwerk

Mitarbeiterattraktivität

Tourismusgesinnung

Umwelt- und Klima-

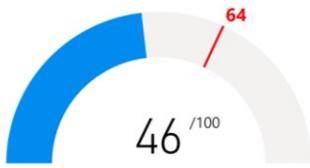
Digitalisierung

Frage, wofür die Destination Gesäuse steht und die Urlaubsregion einzigartig macht:



Übersicht der Ergebnisse:

Innovationsgrad des Leistungsangebots



Sicherstellung zukünftiger Wertschöpfung



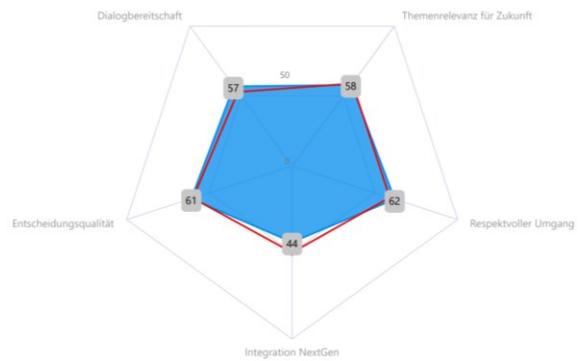
Dialog über Zukunftsthemen



Status Quo - Zukunftsfähigkeit in wichtigen Teilbereichen



Performance des Führungsnetzwerks



Zukunftsbild bestimmt Aktivitäten



Warum kommen Gäste ins Gesäuse?

2/3 vom Rest sind beeinflusst durch Social Media

60% „Wiederholer“

60% vom Rest kommen aufgrund von persönlichen Empfehlungen

95% des Destinationserfolgs kann durch Gästezufriedenheit erklärt werden. Gästezufriedenheit spiegelt die Leistungskompetenz der Destination wider.

Quelle: MCI Tourismus



TOP 5

* Lokale Subventionen

In der Kommissionssitzung am 23.03.2023 konnten noch keine Beschlüsse gefasst werden, da es bei den Kriterien und den einzelnen Sponsoringanfragen noch Präziserungsbedarf gab. Es wurden Ortsghremien festgelegt, die eine Vorsondierung der lokalen Ansuchen vornehmen sollten und dies in der Zwischenzeit haben.

Aktuell sind 33 Ansuchen eingelangt, davon 6 regional (3 neue) und 27 lokal.

Die Ortsghremien mit Kommissionsmitgliedern der einzelnen Gemeinden zur Entwicklung eines besseren, gemeinsamen Verständnisses haben für die Gemeinden Liezen, Admont, Rottenmann und St. Gallen bereits stattgefunden. In den weiteren Gemeinden gab es bilaterale Einzelgespräche.

Die Kriterien für lokale und regionale touristische Initiativen lauten:

- | | |
|------|--|
| MUSS | <ol style="list-style-type: none"> 1. Touristische Relevanz (Wahrung, Förderung, Bewerbung und Attraktivierung des touristischen Angebots, Anreize für Tages-, Nächtigungsgäste) 2. Bezug zu/stimmig mit den Marken Gesäuse und Steiermark 3. Regionale/überregionale Medienwirksamkeit |
| SOLL | <ol style="list-style-type: none"> 4. Nachhaltigkeit (wirtschaftlich, sozial, ökologisch) 5. Innovationsgrad <p>(in Übereinstimmung mit § 4 Stmk. Tourismusgesetz)</p> |

Für nachstehende **lokale** Ansuchen mit den Beträgen in der Spalte "Voranschlag" muss ein Beschluss gefasst werden:

| Liezen | 20.600 € | | |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|
| | beantragt | Vorschlag | beschlossen |
| Cult.urzentrum Altes Kino Liezen (lfd Events), Treschnitzer, Ko-Sitzung 1/23 | 5.000 € | 1.600 € | 1.600 € |
| Sommerbühne Liezen, 30.06.-29.07.2023, Kulturreferat, Ko-Sitzung 1/23 | 40.000 € | 19.000 € | 19.000 € |
| Krampuslauf Liezen | 8.000 € | abgelehnt | - € |
| Int. Jazz Day, Hein, Ko-Sitzung 1/23 | 1.000 € | abgelehnt | - € |
| GLC Ennstal - Steir. Meisterschaft, Ko-Sitzung 2/23 | 500 € | abgelehnt | - € |
| GLC Ennstal - Int.-österr. Golfmeisterschaft, Ko-Sitzung 2/23 | 500 € | abgelehnt | - € |
| Gesamt | 55.000 € | 20.600 € | 20.600 € |
| Differenz | - 34.400 € | | 0 € |

Das Budget für lokale Initiativen in Liezen ist dafür für das heurige Jahr ausgeschöpft.

Subventionen für Cult.urzentrum Altes Kino und Sommerbühne Liezen werden sowohl von der Politik als auch der Wirtschaft einstimmig beschlossen.



| Admont | 12.200 € | | |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|
| | beantragt | Vorschlag | beschlossen |
| Historische Häusertafeln Admont, Idee: Kren; Ko-Sitzung 1/23 | 5.000 € | 5.000 € | 5.000 € |
| TV-Produktion Bergdörfer, Gde Admont, Ko-Sitzung 1/23 | 5.000 € | 3.700 € | 3.700 € |
| Musikantenwoche Johnsbach, Ko-Sitzung 1/23 | 5.000 € | 1.500 € | 1.500 € |
| Krampus- und Perchtenumzug, Ennstaler Bergteufel, Ko-Sitzung 1/23 | 2.000 € | 500 € | 500 € |
| Seer Konzert Sponsoring, Agentur; Ko-Sitzung 1/23 | 4.000 € | 1.500 € | 1.500 € |
| Gesamt | 21.000 € | 12.200 € | 12.200 € |
| Differenz | - 8.800 € | | 0 € |

Das Budget für lokale Initiativen in Admont ist dafür für das heurige Jahr ausgeschöpft.

Subventionen für Historische Häusertafeln, TV-Produktion Bergdörfer, Musikantenwoche Johnsbach, Krampusumzug und das Seer-Konzert werden sowohl von der Politik als auch der Wirtschaft einstimmig beschlossen.

| Gaishorn | 950 € | | |
|---|----------------|--------------|--------------|
| | beantragt | Vorschlag | beschlossen |
| Sponsoring Snowboarder, Gde Gaishorn/See, Ko-Sitzung 1/23 | 500 € | 500 € | 500 € |
| x-treme Bergduathlon, Dormann, Ko-Sitzung 1/23 | 500 € | 400 € | 400 € |
| Gesamt | 1.000 € | 900 € | 900 € |
| Differenz | - 50 € | | 50 € |

Vom Budget für lokale Initiativen in Gaishorn stehen für das heurige Jahr noch € 50 zur Verfügung.

Subventionen für Sponsoring Snowboarder und x-treme-Bergduathlon werden sowohl von der Politik als auch der Wirtschaft einstimmig beschlossen.

| Landl | 5.500 € | | |
|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| | beantragt | Vorschlag | beschlossen |
| Kulturwerkstatt Gams, Ko-Sitzung 2/23 | 500 € | 500 € | 500 € |
| Gesamt | 500 € | 500 € | 500 € |
| Differenz | 5.000 € | | 5.000 € |

Vom Budget für lokale Initiativen in Landl stehen für das heurige Jahr noch € 5.000 zur Verfügung.

Subventionen für Kulturwerkstatt Gams wird sowohl von der Politik als auch der Wirtschaft einstimmig beschlossen.



| Lassing | 1.300 € | | |
|---------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| | beantragt | Vorschlag | beschlossen |
| E-Bike Verleih Ko-Sitzung 2/23 | 1.740 € | 1.300 € | 1.300 € |
| Lassinger Sommergaudi Ko-Sitzung 2/23 | 180 € | abgelehnt | - € |
| Gesamt | 1.920 € | 1.300 € | 1.300 € |
| Differenz | - 620 € | | 0 € |

Das Budget für lokale Initiativen in Lassing ist dafür für das heurige Jahr ausgeschöpft.

Subvention für den E-Bike-Verleih wird sowohl von der Politik als auch der Wirtschaft einstimmig beschlossen.

| Rottenmann | 3.600 € | | |
|---|----------------|----------------|----------------|
| | beantragt | Vorschlag | beschlossen |
| Adventmarkt, Marianne Zeiler (bereits 2022), Ko-Sitzung 1/23 | 750 € | 600 € | 600 € |
| Goldi Talente Cup, Skiclub Rottenmann, Ko-Sitzung 1/23 | 500 € | 500 € | 500 € |
| Rottenmanner Kirtag, Kulturreferat, Ko-Sitzung 1/23 | 4.000 € | 1.000 € | 1.000 € |
| Naschenweng Open Air, Dorfgemeinschaft Oppenberg, Ko-Sitzung 1/23 | 1.000 € | 1.000 € | 1.000 € |
| Rottenmanner Adventmarkt, Ko-Sitzung 2/23 | 500 | abgelehnt | - € |
| Kultur im Zentrum, Ko-Sitzung 2/23 | 2.000 € | 500 € | 500 € |
| MGV Rottenmann Ko-Sitzung 2/23 - erfüllt nicht die Kriterien | | abgelehnt | - € |
| Gesamt | 8.750 € | 3.600 € | 3.600 € |
| Differenz | - 5.150 € | | 0 € |

Das Budget für lokale Initiativen in Rottenmann ist dafür für das heurige Jahr ausgeschöpft.

Subventionen für Adventmarkt, Goldi Talente Cup, Rottenmanner Kirtag, Naschenweng Open Air, und Kultur im Zentrum werden sowohl von der Politik als auch der Wirtschaft einstimmig beschlossen.

| Sankt Gallen | 2.700 € | | |
|---|----------------|----------------|----------------|
| | beantragt | Vorschlag | beschlossen |
| Burning Brass Festival, Ko-Sitzung 1/23 | 1.500 € | 750 € | 750 € |
| Festival St. Gallen, Ko-Sitzung 2/23 | 1.500 € | 1.500 € | 1.500 € |
| Gesamt | 3.000 € | 2.250 € | 2.250 € |
| Differenz | - 300 € | | 450 € |

Vom Budget für lokale Initiativen in St. Gallen stehen für das heurige Jahr noch € 450 zur Verfügung.

Subventionen für Burning Brass Festival und Festival St. Gallen werden sowohl von der Politik als auch der Wirtschaft einstimmig beschlossen.



Aus den Gemeinden Altenmarkt und Ardnig gab es bis dato keine Ansuchen. Es stehen € 700 und € 800 zur Verfügung.

* Regionale Subventionen

In der ersten Kommissionssitzung 2023 wurden bereits 3 Ansuchen beschlossen. Seitdem sind noch 3 weitere Ansuchen eingetroffen:

| Übersicht Gesamt 2023 | | 50.000 € |
|--|-----------------|-----------------|
| | beantragt | beschlossen |
| Entwicklung Gesäuse Pass, Ko-Sitzung 1/23 | | 27.613 € |
| ARGE Luchs Trail - Social Media Marketing, Ko-Sitzung 1/23 | | 2.500 € |
| ARBÖ Classic, Ko-Sitzung 1/23 | | 1.000 € |
| Gesäuse Volunteering Base, Ko-Sitzung 2/23 | 5.000 € | 5.000 € |
| ARBÖ Austrian Rallye Legends, Ko-Sitzung 2/23 | 4.000 € | - € |
| Grimming Gesäuse Classic, Ko-Sitzung 2/23 | 4.000 € | - € |
| Gesamt | 13.000 € | 36.113 € |
| Differenz | 5.887 € | 13.887 € |

Nach Vorstellung der einzelnen Projekte findet eine lebhaft Diskussion zwischen Vertretern der Wirtschaft und der Politik statt. Dabei geht es um die Grundsatzfrage, ob Veranstaltungen nur gefördert werden sollen, wenn diese zur Marke Gesäuse passen. Dies ist bei Motorsportveranstaltungen nicht der Fall, die aber trotzdem sehr wichtig für den regionalen Tourismus sind. So ist etwa die Woche im September, in der die Rallye Legends stattfindet, lt. Aussage von Bgm. Haider und Rechnungsprüfer Pirafelner die stärkste Woche des Jahres bei Unterkunfts- und Gastronomiebetrieben im Raum Admont.

Die Subvention für Gesäuse Volunteering Base wird von der Politik einstimmig und von der Wirtschaft mit einer Gegenstimme beschlossen.

Der Vorsitzende bittet um Abstimmung, ob die Austrian Rallye Legends grundsätzlich unterstützt werden soll.

Wirtschaft – 3 Zustimmungen, 4 Gegenstimmen, 1 Stimmenthaltung
Politik – 7 Zustimmungen
Beschluss: abgelehnt



Der Vorsitzende bittet um Abstimmung, ob die Grimming Gesäuse Classic grundsätzlich unterstützt werden soll.

Wirtschaft – 3 Zustimmungen, 4 Gegenstimmen, 1 Stimmenthaltung
Politik – 5 Zustimmungen, 2 Stimmenthaltungen
Beschluss: abgelehnt

Somit sind die Anträge auf Subvention für Die Austrian Rallye Legends und Grimming Gesäuse Classic abgelehnt und es verbleiben rund € 14.000,00 im Topf für regionale Subventionen.

Alle Antragssteller werden nun über den Ausgang der Abstimmung und die weiteren To-Dos hinsichtlich Sichtbarkeit TV Gesäuse und Nachweis- und Dokumentationsanforderungen informiert.

Auch das Förderansuchen auf der Website wird in puncto Formulierungen und Erläuterungen angepasst.

Die Diskussion zwischen Vertretern der Gemeinden und der Wirtschaft zeigt deutlich, dass innerhalb der Kommission ein Konsens gefunden werden muss, welche Events in Zukunft eine Subvention erhalten sollen bzw. welche Ausrichtung der Tourismus künftig grundsätzlich haben soll. Bei lokalen Ansuchen wurde mit der Vorsondierung in den Ortsghremien bereits eine praktikable Lösung gefunden. Bei regionalen Ansuchen ist es deutlich schwieriger, Regularien zu finden, da es sich um das grundsätzliche Thema handelt, ob ausschließlich Veranstaltungen gefördert werden sollen, die zur Marke Gesäuse passen, oder auch andere. Es besteht die Angst seitens der Gemeindevertreter, große Veranstaltungen bei Ausbleiben von Förderungen zu verlieren.

Ein Vorschlag zur Anpassung der Kriterien ist wie folgt:



Leitevents:

In Einklang mit regionaler, touristischer Corporate Identity und Design organisierte und umgesetzte, medienwirksame, touristische Veranstaltungen mit regionalem Mehrwert. Ziel: Qualität/Strategie



Lokale Projekte:

Auf einzelne Gemeinden bezogene Initiativen oder Projekte wie zB Infrastruktur, Beschilderung, tourist. Angebots- und Produktentwicklung). Ziel: Qualität vor Ort!



Regionale Projekte:

Regionale, auf mehrere oder alle Gemeinden bezogene Initiativen oder Projekte, in die der TV aktiv involviert ist. Ziel: mehr Gemeinsames – Regionsgefühl stärken!



Überregionale Projekte:

TV setzt Projekte/Werbemaßnahmen in Kooperation mit anderen Erlebnisregionen etc. um. Ziel: über den Tellerrand hinausdenken

Da darüber heute kein Konsens gefunden werden kann, soll diese Abstimmung in die nächste Kommissionssitzung verschoben werden.

Herbert Wölger regt an, vorher eine Strategie festzulegen, wo sich das Gesäuse in 10 Jahren sieht. Diese Vision fehlt bis dato.

Die Geschäftsführerin merkt an, dass genau diese Strategiefindung Thema der "Zukunftslabore" war, welche im Vorjahr stattgefunden haben. Bei diesen waren auch alle Kommissionsmitglieder eingeladen, leider fanden die Workshops aber wenig Zulauf. Deshalb wird im September nochmals ein Termin stattfinden, in welchem gemeinsam eine Zukunftsstrategie erarbeitet werden soll.

TOP 4

* Ankünfte und Nächtigungen 2023

| | | Ankünfte | Nächtigungen |
|----------------|-------------|-------------|--------------|
| JANUAR | 2023 | 3608 | 9249 |
| | 2022 | 1778 | 6198 |
| Ändrg. in % | | 102,92 | 49,23 |
| FEBRUAR | 2023 | 4362 | 12096 |
| | 2022 | 3508 | 9684 |
| Ändrg. in % | | 24,34 | 24,91 |
| MÄRZ | 2023 | 3392 | 8513 |
| | 2022 | 2986 | 8301 |
| Ändrg. in % | | 13,60 | 2,55 |
| APRIL | 2023 | 4420 | 10319 |
| | 2022 | 3991 | 9169 |
| Ändrg. in % | | 10,75 | 12,54 |

* Neues Gesäuse Reisebuch Sommer/Herbst

- **Qualität & Nachhaltigkeit** – bewusst kein Wegwerfprodukt!
- **Neue Struktur** – größerer geografischer Raum, neue Rubriken
- **Auffälliges Design** – bestehender Qualitätscontent in neuem Rahmen
- **Gefragte Themen** – Facettenreichtum der Region und „leichtere“ Angebote, die stark nachgefragt werden – Wander- und Themenwege, Badeseen etc.



In Arbeit und Planung sind auch weitere Drucksorten:

- Neuauflage der Gesäuse Freizeitkarte
 - Inseratenfinanzierte Wander- und Bikekarte der gesamten Region
 - Kartograf: Schubert & Franzke, Maßstab: 1:60000, Mitarbeit von Alpenvereinen etc.
- Neuauflage Gesäuse Sportkletterführer
- Neuauflage Trans Nationalpark Bikekarte
- Neuauflage Flyer Mobilität im Gesäuse
- Gesäuse Winter-Reisebuch

* Gesäuse-Shirts 2023



Diese sind auch im Online-Shop erhältlich.

* Performance Marketing

Was ist das?

„Performance Marketing ist der Einsatz von Onlinemarketing-instrumenten mit dem Ziel, eine messbare Reaktion des Nutzers zu erzielen; es entspricht damit dem Direktmarketing in interaktiven Medien.“

Der TV Gesäuse setzt weiter auf Facebook + Instagram, jedoch neben Image/Branding auch auf gezielten Verkauf!

Start der Kampagne mit neuer Agentur Bluedrop GmbH ist im Juni.

* B2B auf gesaeuse.at

Neues Partnerportal auf der Website mit vielen Infos für Vermieter und Stakeholder, die laufend ergänzt werden.

* Neue Mitarbeiter:innen

Infobüro Admont: Sabrina Rappl mit 35 Wochenstunden ab Mitte Juni

Infobüro Wildalpen: Barbara Nachbagauer mit 8 Wochenstunden seit April



* Laufende Projekte

- Obersteirer Pass – Erhebungen, Kooperation mit FH Krems
- Regional koordinierter Einkauf von E-Ladestationen
- A1 Invenium Mobility Insights – Bewegungsdaten (Tagesgäste!)
- Gesäuse Partner Neuerungen
- Möglicher Wechsel Tourenportal (Entscheidung noch heuer)
- Microsites für Betriebe
- LEADER-Projekt
- Update Fotodatenbank seit Juni
- Update Website 2024 (budgetrelevant!)
- Umstellung der Social Media Redaktionspläne

* Marketingaktivitäten - und Kooperationen (präsentiert von Edeltraud Platzer)

- Steiermark Tourismus Basis-Kampagne im Mai mit 338 digitalen Screens an 251 Standorten in Österreich mit insg. 91.530 garantierten Ausspielungen am Tag
 - Kosten: € 4.000,00
- Steiermark Tourismus Basis-Kampagne online Mai und Juni mit den Themen Berg und Wasser
- MERIAN Sonderheft Steiermark mit 140 Seiten und 60.000 Stück Auflage, Erscheinungsdatum 08.09.2023. Jede Erlebnisregion wird auf 2 Seiten dargestellt.
- Influencer Antoine Bonin im Stift Admont mit insg. 10,8 Millionen Videoaufrufen auf TikTok in 4 Tagen, Kosten: 1 Übernachtung in Admont
- Radio Grün Weiss - Wanderpass "Vom Gletscher zum Wein", Kosten: € 1.900,00
- 1000 Things - Die Entdeckerei mit Heshütte und Stift Admont. Instagram Album mit 145.572 Impressionen, Reel 27.000 Views, Advertorial und Quiz
- Red Bull Mediahouse "Herz drauf" mit Thema Kulinarik
Umsetzung im Juni und Juli
 - Kosten: € 10,000
- Bergwelten Magazin AT und DE mit 1 Seite Advertorial zur Hüttenrunde
 - Kosten: € 12.000,00
 - 6-seitige redaktionelle Strecke zur Heshütte kostenlos

* Steiermark Frühling Rückblick

Gemeinsamer Auftritt mit Nationalpark Gesäuse und Stift Admont, kulinarischer Partner Hoamat, Ulrich Matschweiger (genaue Dokumentation liegt dem Protokoll bei).

Leider war das Wetter an den Veranstaltungstagen ausgenommen Samstag schlecht. Der neue Standplatz bringt mehr Frequenz, allerdings konnte auch eine Änderung des Besucherverhaltens festgestellt werden. Während vor Corona mehr Studenten und junge Menschen auf dem Rathausplatz waren, sind es nunmehr mehr Senioren.

2024 soll mehr Aktionismus stattfinden und der Stand insgesamt gemeinsam mit der Eventorganisation verbessert werden.



TOP 6

Termin für die nächste Kommissionssitzung: 20. September 2023

Ende der Sitzung: 20:26 Uhr

Admont, 19. Juni 2023

Protokoll erstellt von Sylvia Hofbauer

Protokoll freigegeben von Mag. Fritz Kaltenbrunner, Vorsitzender

