

Protokoll der Kommissionssit- zung

Dienstag, 26. März 2024 | 16:30 Uhr

Museum HochQuellenWasser
Säusenbach 14, 8924 Wildalpen

Tagesordnung

1. Begrüßung und Feststellung der Beschlussfähigkeit
2. Beschlussfassung Protokoll der Kommissionssitzung vom 30.11.2023
3. Bericht des Vorsitzenden
4. Präsentation des Rechnungsabschlusses 2023
5. Bericht der Geschäftsführerin
6. Beschlussfassungen
 - Diverse für 2024 gestellte Ansuchen für Sponsorings, Marketing- und Eventunterstützungsbeiträge lt. Beilage
 - Beibehaltung der 100%igen Erhöhung der Interessentenbeiträge für die Jahre 2025, 2026 und 2027
7. Allfälliges

Anwesenheitsliste

Unternehmer

Wolf Franz

Steinmetz Thomas

Matschweiger Ulrich

Kaltenbrunner Friedrich, MGI Liezen

Messner Michael

Riedl Gerhard

Gulas-Wöhri Oliver, Natur-&Geopark

Vasold Peter

Michalka Heinz, Binder OG

Gemeindevertreter

Haider Christian, Admont

Metschitzer Reinhard, Ardnig

Wagenhofer Armin, Landl

Gangl Günter, Rottenmann

Gulas Karin, Wildalpen

5 von 9

9 von 12

1. Begrüßung und Feststellung der Beschlussfähigkeit

Der Vorsitzende eröffnet die Kommissionssitzung um 16:40 Uhr und begrüßt alle anwesenden Kommissionsmitglieder. Da mehr als 1/3 der Mitglieder anwesend ist, wird die Beschlussfähigkeit festgestellt.

2. Beschlussfassung Protokoll der Kommissionssitzung vom 30.11.2023

Das Protokoll wurde auf der Website des Tourismusverbandes Gesäuse/Digitale Amtstafel kundgemacht und der Link in der Einladung verschickt.

<https://www.steiermark.com/de/Gesaeuse/Region/Digitale-Amtstafel>

Das Protokoll wird von allen Anwesenden einstimmig genehmigt.

3. Bericht des Vorsitzenden

Nächtigungszahlen

Das letzte Jahr brachte ein Rekordergebnis bei den Ankünften und Nächtigungen. Die Aufenthaltsdauer beträgt aber nur 2,3 Tage.



Aktuelles

Einladung der Tourismus-Landesrätin in Graz

- Neue Tourismusstrategie des Landes in Arbeit
- Erhöhung der Fördermittel

Bürogemeinschaft Liezen

- TVB und City Management Liezen ziehen unter ein Dach
- LIGES GmbH wird von GF Hartwig Strobl geführt/Übergabe abgeschlossen

Notwendige Neubesetzung ausgeschiedener Funktionäre

- Kommissionsmitglied Enrico Radaelli, Fa. Gebetsroither, Weißenbach/Liezen
- Kommissionsersatzmitglied Andreas Holzinger, Stmk. Landesforste
- Rechnungsprüfer Klemens Pirafelner

4. Präsentation des Rechnungsabschlusses 2023

Das Budget bzw. der Voranschlag für 2024 wurde bereits im vergangenen Herbst von der Kommission beschlossen. Der Vorsitzende präsentiert im Auftrag des Finanzreferenten, der aus persönlichen Gründen verhindert ist, den Rechnungsabschluss, der dann von den Mitgliedern in der anschließenden Vollversammlung beschlossen werden muss. Der Rechnungsabschluss ist ebenfalls auf der digitalen Amtstafel auf www.gesaeuse.at zu finden.

Es ist schneller als geplant gelungen, den Verband nach der Neugründung im Oktober 2021 auf gesunde finanzielle Beine zu stellen, um somit keinen Liquiditätsengpass über den Sommer zu haben.

5. Bericht der Geschäftsführung

Marketingaktivitäten & -kooperationen – präsentiert von Platzer Edeltraud

- **Social Media Marketing**

Facebook

- 101.321 Follower
- 55 % Frauen und 45 % Männer
- Alter zwischen 25 bis 65+ Jahre

Instagram

- 21.026 Follower
- 52 % Frauen und 48 % Männer
- Alter zwischen 25 und 45 Jahre

- **Kooperationen**

- Luchs Trail (Konzertreihe, Social Media)
- Gesäuse Hüttenrunde (Social Media, Folder wird neu aufgelegt)
- Trans Nationalpark MTB (Pressereise im Juni, Karte 2. Auflage soeben erschienen)
- Bergsteigerdörfer / Bergsteigerdorf Johnsbach

- **TV Produktion**

- Landleben ORF 3 in der Primetime / 2024 1. Halbjahr - Frühling

- **Printwerbung**

- Kajak Magazin 01/2024
Impressionenstrecke über 8 Seiten ohne Kosten für den TVB

- **Kampagnen mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH**

- Nahmärktekampagne Niederlande – Printpaket sowie Digital out of Home
- Social Media Kampagne mit 1000things – Regionsinhalte auf allen Kanälen von 1000things
- Ö3-Urlaubsorteraten – gemeinsame Sommerwerbung aller 11 steirischen Regionen
- Red Bull Media House-Kooperation – Winter 2024/25 und Sommer 2025 mit Schwerpunkt „Kulinarik“
- Gault & Millau Alm- und Hüttenguide 2024 – Präsentation im Zuge des Steiermark Frühling in Wien, 200 Seiten Umfang, Auflage 5.000 Stück
- Steiermark Frühling 04. – 07.04.2024 gemeinsam mit Stift Admont, Nationalpark Gesäuse, Wildnisgebiet Lassing-Dürrenstein, Kulinarik Ulrich Matschweiger – Stiftskeller Admont
Programm:
 - Digitalisierung: VR Brillen Wildnisgebiet und Stift Admont
 - Jugend: Youth for Nature (Nationalpark Gesäuse)
 - Volkskultur: Jodelcrashkurs, Wüdamusi am Stand und auf der Hauptbühne, Xeis Trio

- **Merchandising**

- Hyphen Gesäuse Shirts in neuer Farbe in ca. 3 Wochen erhältlich
- Hyphen Gesäuse-Partner-Shirts
- Chillaz Stirnbänder im neuen Design
- Gesäuse „neu“ Kollektion mit Illustrationen
- Neue Nalgene-Trinkflaschen

- **Laufende und geplante Projekte**

LEADER Gesäuse Tourismus 2023+

Was bisher geschah:

- Hälfte der 50 Fototage absolviert
- Erstellung grafischer Baukasten abgeschlossen
- Großteil der neuen Imagetexte verfasst
- Performance Marketing gemeinsam mit der Agentur „bluedrop“ im vergangenen Sommer und Winter mit zielgerichteten Social Media Kampagnen erfolgreich gestartet. Somit konnten die Buchungen für die Gesäuse Hüttenrunde verdoppelt werden.

Was noch geschehen wird:

- Restliche Fototage und Imagetexte
- Infoscreens an hochfrequentierten Plätzen
- Regionstafeln an strategisch geeigneten Orten in jeder Gemeinde

Entwicklung Gäste- und Mobilitätskarte

Idee war die Weiterentwicklung (Digitalisierung, Inhalte und Mobilität) der bestehenden Ausseerland Sommerclou Kaufkarte gemeinsam mit den Erlebnisregionen Ausseerland und Murtal. In den letzten Monaten hat sich gezeigt, dass es in den teilnehmenden Regionen äußerst unterschiedliche Voraussetzungen gibt, Digitalisierung mit hohen laufenden Kosten verbunden ist und sich Mobilität schwer bis kaum in eine Gästekarte integrieren lassen.

Darum finden als nächster Schritt Gespräche mit Steiermark Tourismus und Steiermark-Card statt, um das gesammelte Know How beim geplanten Upgrade der Steiermark Card einzubringen.

Entwicklung Bike-Infrastruktur

Ziel ist die Schaffung einer neuen, legalen Bikestrecke im Westen der Region. Vorgespräche mit Gemeinden und ein Informationsnachmittag für Grundeigentümer haben bereits stattgefunden. Die neue Strecke könnte, so sie zustande kommt – wie bereits bestehende – im neuen Tourenportal Contwise Maps eingetragen werden. Contwise Infra zum Eintrag der Tafeln wird vom Land Steiermark für alle Regionen angekauft und auch die Kosten für das erste Jahr werden übernommen. Danach können die TVBs die laufenden Kosten übernehmen (Infrastruktur-Budget).

Nächste Schritte sind die Befahrung der Strecke durch Markus Pekoll (Mountainbike-Koordinator des Landes Steiermark) mit den Grundeigentümern und individuelle Gespräche mit den betroffenen Servitutsberechtigten etc..

Nachhaltige Gesäuse-Exklusiv-Produktlinie

Pilot bereits gestartet mit dem Gesäuse Saftl vom Veitlbauer
Idee ist eine auffällig vermarktete Serie von regionalen Produkten, die einen Teil des Erlöses in einen Nachhaltigkeitsfonds einzahlt. Die Produkte sollen von den Gesäuse Partnern kommen. Branding und Marketing erfolgt durch TVB, Koordination, Vertrieb und Administration übernimmt der Natur- & Geopark Steirische Eisenwurzen. Nächster Schritt ist die Vorbereitung und Einreichung des Förderansuchens an die A12. Geplante Umsetzung: 2024.

• Ideen- und Projektvorschau

- Tourenportal-Umstellung von Outdooractive auf ContWise Maps
- Anfragen zu Bike-Events und -Entwicklung
- Konzept für Standortmarketing im 2. Halbjahr 2024, um die Marke Gesäuse nach innen und außen zu stärken

Meldewesen CommUnity/Feratel

Die Firma CommUnity stellt in der Wintersaison 2025/26 das e-Gästebblatt und die Fremdenverkehrs-lösung FVA ein. Betroffen davon sind die Gemeinden Admont, Ardning, Landl, Liezen und Wildalpen.

Das Meldewesen besteht aus 2 Modulen

- E-Gästebblatt, damit Betriebe Gäste online anmelden können
- Gemeindemeldewesen zum Eingeben der Gästemeldeblätter

Nachdem Feratel bereits die Primärdatenbank in der Steiermark ist, wäre eine einheitliche Lösung über die ganze Erlebnisregion wünschenswert. Derzeit wird mit unterschiedlichen Systemen gearbeitet, eine online-Gästemeldung für Betriebe besteht derzeit in einigen Gemeinden noch gar nicht.

Vorteile:

- Gemeinsame Lösung in allen Gemeinden
- Schnittstelle zur automatischen Übermittlung an ÖSTAT
- Schnittstellen zur Meldeschein-Übernahme aus über 150 Hotelprogrammen
- Online und Pre-CheckIn-Funktion für Gäste
- Digitale Betten-Bestandserhebung (FB3)
- Alle Meldedaten immer live, ohne manuellen Import
- Änderungen am Meldeschein inkl. Historie immer für Betrieb und Gemeinde sichtbar
- Liste offener Meldescheine
- Erinnerungsfunktion für Betriebe
- Viele Nächtigungsbetriebe sind bereits auf Feratel angelegt und kennen die
- Eingabemaske über den WebClient
- Zusätzlicher Anreiz für Betriebe, die noch nicht mit Feratel arbeiten
- Schnittstelle zum Gästekarten-System
- und vieles mehr

Demnächst wird dazu ein gemeinsamer Termin mit allen Gemeinden stattfinden, um die nächsten Schritte zu klären.

● **Gesäuse Strategiepapier**

Ergebnisse aus der Klausur vom 09. – 10.11.2023, in welcher Werte, Zielgruppen, Schwerpunkte und Ziele/Handlungsfelder definiert wurden.

Schwerpunkte:

- *Kurs halten*: Den Fokus klar auf unsere nachgeschärften USP, Werte und Zielgruppen – Innen und Außen – legen
- *Verbindung schaffen*: Die neue große Erlebnisregion als Einheit festigen und in ihrer gesamten Vielfalt bewerben
- *Attraktiv bleiben*: Nachhaltige Vermarktung und qualitätsvollen Service für unsere Gäste bieten
- *Neue Märkte ansprechen*: Immer im Rahmen unserer Werte, immer mit Blick auf das große Ganze
- *Wertschöpfung, Produkte und Projekte unterstützen*: Zur sinnvollen Förderung von Standortentwicklung, Mobilität, Gastronomie, Infrastruktur u.a.

● **Sponsoring-Prozedere und -Kriterien NEU**

Der Tourismuskommission werden das neue Prozedere für Ansuchen sowie die ab 2024 geltenden, nachgeschärften Sponsoring-Kriterien erläutert, auf Basis derer künftig Beschlüsse gefällt werden sollen. Diese Nachjustierungen und Präzisierungen sollen für noch mehr Transparenz, eine einfachere Handhabung für Antragsteller:innen, reduzierten administrativen Aufwand, mehr persönlichen Kontakt und Mitgestaltungsmöglichkeit und Förderung der Verbundenheit mit der Marke sorgen.

Prozedere:

- Schritt 1: Ausfüllen eines einseitigen Erhebungsbogens
- Schritt 2: Gegencheck und Gespräch mit TVB
- Schritt 3: Ausfüllen eines einseitigen Ansuchens – Entscheidung in der Kommission
- Schritt 4: Durchführung und Dokumentation und Auszahlung

Sponsoring-Kriterien:

Grundkriterien:

Erfüllt das Vorhaben als Grundvoraussetzung folgende Kriterien?
(1 = kaum; 5 = völlig)

Bezug zu Gesäuse Strategie*	1	2	3	4	5
Touristische Relevanz**	1	2	3	4	5
Strahlkraft über Regionsgrenzen	1	2	3	4	5

Insgesamt 10 Punkte erforderlich, beim Bezug zur Gesäuse Strategie* mindestens 4.

* Die Gesäuse Strategie findest du hier: www.gesaeuse.at/b2b

** Touristische Relevanz: Lukrieren von Tages- und Nächtigungsgästen, Lukrieren von Wertschöpfung für die Region, Generieren von touristischem Marketingwert, Wahrung, Förderung, Bewerbung und Attraktivierung des touristischen Angebots

Zielgruppen:

An wen richtet sich das Vorhaben?

- Outdoorsportler:innen
- Naturliebhaber:innen
- Kulturinteressierte
- Bevölkerung der Region - Andere:

Mehrfachnennung möglich. Das Projekt muss an mindestens eine der drei externen Zielgruppen gerichtet sein.

Werte:

Entspricht das Vorhaben den Werten der Region (siehe Gesäuse-Strategie)? Wenn ja – welche Werte der Region werden erfüllt?

- Ehrlich
- Einfach
- Kraftvoll
- Verantwortungsbewusst
- Selbstbestimmt
- Verurzelt

Mehrfachnennung möglich. Widerspricht die Veranstaltung einem Wert, kann sie leider nicht gefördert werden.

6. Beschlussfassungen

Diverse für 2024 gestellte Ansuchen für Sponsorings, Marketing- und Eventunterstützungsbeiträge

Kulturinitiative Rottenmann/Dorfgemeinschaft Oppenberg – Förderbetrag € 1.000

Gemeindevertreter – einstimmig beschlossen
Unternehmer – 8 Zustimmungen, 1 Enthaltung
Antrag somit beschlossen

Kulturviech Rottenmann – Förderbetrag € 3.000

Gemeindevertreter – einstimmig beschlossen
Unternehmer – 8 Zustimmungen, 1 Gegenstimme
Antrag somit beschlossen

Rafting Wildalpen – Förderbetrag € 2.000

Gemeindevertreter – einstimmig beschlossen
Unternehmer – einstimmig beschlossen
Antrag somit beschlossen

Bergduathlon Gaishorn – Förderbetrag € 500

Gemeindevertreter – einstimmig beschlossen

Unternehmer – einstimmig beschlossen
Antrag somit beschlossen

Steirische Roas Lassing – Förderbetrag € 2.500

Gemeindevertreter – einstimmig beschlossen
Unternehmer – einstimmig beschlossen
Antrag somit beschlossen

Angelino Zeller – Förderbetrag € 2.500

Wurde bereits in der letzten Kommissionssitzung beschlossen

Seer Abschlusskonzert Kaiserau – Förderbetrag € 1.000

Gemeindevertreter – einstimmig beschlossen
Unternehmer – 8 Zustimmungen, 1 Gegenstimme
Antrag somit beschlossen

Martha Wölger Weg/Ernst Kren – Förderbetrag € 2.000

Gemeindevertreter – einstimmig beschlossen
Unternehmer – 7 Zustimmungen, 2 Gegenstimmen
Antrag somit beschlossen

Fototaschen Wildalpen Bahn/Prater – Förderbetrag € 3.000

Gemeindevertreter – einstimmig beschlossen
Unternehmer – 8 Zustimmungen, 1 Gegenstimme
Antrag somit beschlossen

Burg im Schloss Röthelstein Festivalwochenende – Förderbetrag € 1.000

Gemeindevertreter – einstimmig beschlossen
Unternehmer – einstimmig beschlossen
Antrag somit beschlossen

Kaiserau Winterfest – Förderbetrag € 1.500

Gemeindevertreter – einstimmig beschlossen
Unternehmer – einstimmig beschlossen
Antrag somit beschlossen

Sommerbühne Liezen – Förderbetrag € 25.000

Gemeindevertreter – einstimmig beschlossen
Unternehmer – 7 Zustimmungen, 2 Gegenstimmen
Antrag somit beschlossen

Das Ansuchen des TV Weißenbachs für diverse Infrastrukturarbeiten wird zurückgestellt, weil wichtige Daten zum Projekt noch fehlen.

Folgende Ansuchen haben die Kriterien im Vorfeld nicht erfüllt:

- Onside Austria – GAK Trainingslager Admont
- Onside Austria – Fußballplatz-Bewässerungsanlage
- ARBÖ Rallye und ARBÖ Classic
- AV Klinkehütte Infrastruktur-Erneuerung
- Kren Ernst Projekt Sommergast Buch

Beibehaltung der 100%igen Erhöhung der Interessentenbeiträge für die Jahre 2025, 2026 und 2027

Erst nach Antrag in der Kommission kann in der Vollversammlung darüber abgestimmt werden, ob die Interessentenbeiträge für die kommenden 3 Jahre wieder um 100% erhöht werden, d.h. die bisherige Beitragshöhe beibehalten wird. Dafür ist in der Vollversammlung eine 2/3-Mehrheit der anwesenden stimmberechtigten Mitglieder notwendig.

Nach einer gemeinsamen Diskussion wird in der Kommission über die Vorlage des oben erwähnten Antrags abgestimmt.

Gemeindevertreter – einstimmig beschlossen

Unternehmer – 1 Stimmenthaltung, 8 Zustimmungen

Somit wird dieser Antrag in der unmittelbar folgenden Vollversammlung zur Abstimmung gebracht.

7. Allfälliges

Keine Wortmeldungen, weshalb dieser Punkt entfällt.

Ende der Sitzung um 18:45 Uhr

Protokoll erstellt von Sylvia Hofbauer

Protokoll freigegeben vom Vorsitzenden Fritz Kaltenbrunner

Protokoll der Vollversammlung

Dienstag, 26. März 2024 | 18:30 Uhr

Museum HochQuellenWasser
Säusenbach 14, 8924 Wildalpen

Tagesordnung

1. Eröffnung und Begrüßung durch den Vorsitzenden
2. Feststellung der Beschlussfähigkeit
3. Verlesung und Genehmigung des Protokolls der Vollversammlung vom 23.03.2023
4. Bericht des Finanzreferenten
5. Bericht der Rechnungsprüfer und Entlastung der Kommission und Geschäftsführung
6. Genehmigung des Rechnungsabschlusses 2023
7. Kenntnisnahme des Voranschlages 2024
8. Tätigkeitsbericht des Vorsitzenden
9. Tätigkeitsbericht der Geschäftsführerin
10. Beschlussfassung über die Beibehaltung der Erhöhung der Interessenbeiträge in Höhe von 100 % für die Jahre 2025, 2026 und 2027
11. Bekanntgabe neuer Mitglieder und Ersatzmitglieder der Tourismuskommission gemäß § 13 i.V.m. § 14 des Steiermärkischen Tourismusgesetzes 1992
12. Bekanntgabe neuer Rechnungsprüfer und Ersatz-Rechnungsprüfer
13. Eingebrachte Anträge
14. Allfälliges

1. Eröffnung und Begrüßung durch den Vorsitzenden

Der Vorsitzende eröffnet die Vollversammlung um 18:50 Uhr. Da die erforderliche Anzahl an Interessenten nicht anwesend ist, muss eine Zuwartezeit von 30 Minuten eingehalten werden.

2. Feststellung der Beschlussfähigkeit

Nach Einhaltung der Zuwartezeit wird die Vollversammlung um 19:25 Uhr fortgesetzt und die Beschlussfähigkeit festgestellt. Im Zuge dessen stellt sich Fritz Kaltenbrunner den Interessenten, die heute erstmals die Vollversammlung besuchen, kurz vor.

3. Verlesung und Genehmigung des Protokolls der Vollversammlung vom 23.03.2023

Das Protokoll wurde auf der Website des Tourismusverbandes Gesäuse/Digitale Amtstafel kundgemacht.

<https://www.steiermark.com/de/Gesaeuse/Region/Digitale-Amtstafel>

Auf Antrag eines Interessenten wird auf die Verlesung des Protokolls einstimmig verzichtet.

Der Vorsitzende ersucht um Genehmigung des Protokolls vom 23.03.2023

Beschluss: 2 Stimmenthaltungen, ansonsten Zustimmungen

4. Bericht des Finanzreferenten

Da der Finanzreferent Peter Überbacher verhindert ist, wird der Jahresabschluss 2023 vom Vorsitzenden Fritz Kaltenbrunner detailreich präsentiert. Der Rechnungsabschluss ist ebenfalls auf der Digitalen Amtstafel online abrufbar.

Generell wurde angemerkt, dass der TVB durch den Sparkurs nach dem Zusammenschluss ab 1.9.2021 schneller als geplant auf gesunde finanzielle Beine gestellt werden konnte.

Bis zum Ende des ersten Quartals 2024 war der TVB noch Träger des in der Region bekannten Liezen-Gesäuse-Gutschein. Die LIGES Marketing GmbH mit Geschäftsführer Hartwig Strobl, hat nunmehr das Gutscheinsystem übernommen. Diese wichtige Gutscheinkarte bindet Kaufkraft in der Region und wird von vielen Unternehmen auch als z.B. Weihnachtsgeschenk für Mitarbeiter genutzt. Das Gutscheinsystem ist nicht nur auf Liezen beschränkt, sondern für alle Gemeinden und deren Betriebe offen. Ebenso wurde der 2%-Anteil an der Zeitung „Liezener Bezirksnachrichten“ abgetreten.

Die gesetzlichen Einnahmen eines TVB bestehen aus den Nächtigungsabgaben und Interessentenbeiträgen. Die Interessenten-Basisbeiträge wurden im Vorjahr auf Basis der landesgesetzlichen Regelung indiziert. Berechnungsgrundlage für die Tourismusinteressentenbeiträge ist der Jahresumsatz des jeweiligen Beitragszahlers. Für große Unternehmen gibt es eine Umsatz-Obergrenze. Wie viel

Interessentenbeitrag bezahlt werden muss, hängt auch davon ab, in welcher Ortsklasse sich die Gemeinde, in welcher der Beitragszahler seine Umsätze tätigt, eingestuft ist (von A-Gemeinde – viel Tourismus bis hin zur D-Gemeinde – Nicht-Tourismusgemeinde) und wie tourismusnah oder -fern das Gewerbe ist (Beitragsgruppen 1 – 7).

Einhebungsbehörde ist die jeweilige Gemeinde. Der TVB erhält nur die Daten der Interessenten, aber keine Information über den gemeldeten Umsatz. Die Gemeinden überweisen sukzessive nach Einlangen die Interessentenbeiträge nach Abzug einer eigenen Verwaltungsgebühr an den TVB.

Auch die Nächtigungsabgabe wurde vom Land Steiermark im November 2022 angehoben und der Verteilungsschlüssel zwischen Land und Tourismusverband auf 50:50 geändert. Nach der Erhöhung erhält der ansässige TVB idR 0,35 Euro mehr je Nächtigung.

5. Bericht der Rechnungsprüfer und Entlastung der Kommission und Geschäftsführung

Gemäß §20 des Steiermärkischen Tourismusgesetzes wurden am 14. März 2024 von den Ersatz-Rechnungsprüfern Harald Nachbagauer und Joachim Zauner die Gebarung und der Rechnungsabschluss 2023 geprüft. Die Prüfung stützte sich auf die Buchhaltung und die Buchhaltungsbelege, auf Kontoauszüge, Telebankingprotokolle, auf die Aufzeichnungen des Tourismusverbandes, sowie auf den Jahresabschluss per 31.12.2023.

Den Rechnungsprüfern wurden sämtliche verlangten Unterlagen zur Einsicht vorgelegt und die gewünschten mündlichen Auskünfte von der Geschäftsführerin Jaqueline Egger und der Mitarbeiterin Ulrike Edelsbacher erteilt.

Die stichprobenweise Kontrolle der Buchhaltung ergab keinen Grund zu Beanstandungen. Die Rechnungen wurden geprüft, angewiesen, den Budgetposten zugeordnet und flossen dann in die Buchhaltung ein. Überweisungen werden mittels Telebanking im Vier-Augen-Prinzip ordnungsgemäß durchgeführt. Gemäß des Jahresabschlusses 2023 kann der Tourismusverband Gesäuse einen positiven Rechnungsabschluss vorweisen.

Abschließend stellen die Rechnungsprüfer eine dem Gesetz entsprechende Gebarung des Tourismusverbandes Gesäuse fest. Die Vollversammlung wird ersucht, dem Finanzreferenten und in weiterer Folge auch der Kommission die Entlastung zu erteilen.

Die Entlastung wird einstimmig erteilt.

6. Genehmigung des Rechnungsabschlusses 2023

Der Rechnungsabschluss 2023, der bereits unter Punkt 4 präsentiert wurde, wird einstimmig genehmigt.

7. Kenntnisnahme des Voranschlages 2024

Der Voranschlag 2024, welcher bereits in der Kommissionssitzung vom 30.11.2023 beschlossen wurde, wird den Anwesenden zur Kenntnis gebracht. Dieser ist auf der Website des TVB unter „Digitale Amtstafel“ jederzeit einsehbar.

8. Tätigkeitsbericht des Vorsitzenden

Der Vorsitzende Fritz Kaltenbrunner fasst die Entstehung der Erlebnisregion Gesäuse kurz zusammen, die am 01.10.2021 per Verordnung beschlossen wurde. Diese Region erstreckt sich von Weißenbach und Liezen über das Paltental bis nach Gaishorn, von Admont bis Landl, St. Gallen und Wildalpen. Hintergrund der Zusammenlegung war, dass größere Regionseinheiten mit einem höheren Budget schlagkräftiger und effizienter Aktivitäten zur Förderung des Tourismus umsetzen können.

Im TVB-Gesäuse hat man es sich zum Ziel gemacht, die Vollversammlungen und Kommissionssitzungen abwechselnd in allen Gemeinden innerhalb des Verbandsgebietes abzuhalten. So fand die erste Vollversammlung in Liezen, die zweite in St. Gallen und die letzte in Rottenmann statt. Die jährliche ordentliche Vollversammlung bis spätestens Ende März abzuhalten.

Innerhalb der Erlebnisregion gibt es Gemeinden, die in unterschiedliche Ortsklassen eingeteilt sind. Diese Einteilung wird vom Land Steiermark alle sieben Jahre anhand verschiedener touristisch relevanter Parameter überprüft und gegebenenfalls neu festgelegt. Gemeinden können sich freiwillig auf- aber nicht abstufen lassen. Selzthal, Trieben und auch Altenmarkt sind derzeit D-Gemeinden. Wildalpen wäre als B-Gemeinde eingestuft, hat sich aber freiwillig auf A aufstufen lassen, da Tourismus hier einen sehr hohen Stellenwert für heimische Betriebe darstellt und man sich dieses Stellenwertes auch bewusst ist.

Die Erlebnisregion Gesäuse erstreckt sich flächenmäßig auf 1/3 des Bezirkes Liezen und wirbt mit der schönen Natur (Berg und Wasser), Kultur und der touristischen Infrastruktur, die teilweise auch noch geschaffen werden muss.

Die Hauptaufgabe eines Tourismusverbandes ist es, eine Region mittels Tourismus-Marketing bekannt zu machen und Gäste aus Nah (Einheimische) und Fern zu einem Urlaub hier zu animieren. Dass dies sehr gut gelingt, zeigen die stetig steigenden Nächtigungszahlen in der gesamten Region. Das neue Gesäuse Reisebuch (liegt für alle zur freien Entnahme auf) hat in der Kategorie „Corporate Publishing“ den Green Panther in Gold gewonnen.

Die Nächtigungszahlen verzeichnen seit Verbandsgründung ein erfreuliches Wachstum von 39 % - die Richtung stimmt. Nun muss daran gearbeitet werden, auch die durchschnittliche Aufenthaltsdauer, die derzeit bei rd. 2,3 Tagen liegt, noch zu erhöhen und den Gästen zu zeigen, dass das Angebot und die touristische Infrastruktur so vielfältig sind, dass man auch länger in der Erlebnisregion-Gesäuse verweilen will.

Durch die Gründung der 11 Erlebnisregionen in der Steiermark hat sich natürlich für einige Gemeinden, in denen davor selbständige Tourismusverbände tätig waren, einiges geändert. Manche Gemeinden und vor allem deren ansässige Betriebe haben den Eindruck, dass zu wenig von den eingezahlten Interessentenbeiträgen in die jeweilige Gemeinde und damit an die in der Gemeinde ansässigen touristisch tätigen Unternehmen zurückfließt.

Das Tourismusgesetz regelt in den Grundzügen klar, was unter Tourismusförderung zu verstehen ist und welche Aktivitäten unterstützt und gefördert werden können.

Neben der Basisarbeit des TVB, touristisches Marketing für die gesamte Region zu machen, müssen gute Ideen für Projekte und Veranstaltungen von den Gemeinden bzw. den ansässigen Unternehmen, Kulturinitiativen etc. kommen – die Tourismuskommission entscheidet nach Vorliegen der Anträge darüber, ob und in welcher Höhe Projekte unterstützt werden.

Tourismus schafft Arbeitsplätze. In einer florierenden touristischen Region profitieren nicht nur tourismusnahe Betriebe, in Gastronomie und Beherbergung, sondern auch alle anderen Branchen. Darum auch mein offener und direkter Appell, mit guten Ideen mit dem Tourismusverband Kontakt aufzunehmen, um in einem gemeinsamen Gespräch Fördermöglichkeiten abzuklären.

9. Tätigkeitsbericht der Geschäftsführerin

Jaqueline Egger begrüßt ebenfalls alle Interessenten und bedankt sich für das Interesse an der Arbeit des TVB. Gerade in der Tourismusarbeit innerhalb eines großen Verbandes sollte immer das WIR über dem ICH stehen. Das Gesäuse stellt das touristische Dach über alle 9 Mitgliedsgemeinden dar und zeigt Gästen gute Gründe auf, warum es sich lohnt, im Gesäuse seinen Urlaub zu verbringen. Dies beginnt bei der Inspiration, über Information bis zur Gästebetreuung vor Ort.

Die ganze Arbeit passiert im Hauptbüro in Admont und 2 weiteren Büros in Liezen und Wildalpen mit insgesamt 10 (bald 9) Personen. Vollzeitäquivalent = 6 (bald 5)



Jaqueline Egger stellt ihr Team und deren Tätigkeiten innerhalb des Verbands vor und bedankt sich für das große Engagement für die Region. Darüber hinaus erläutert sie laufende Projekte, die von den genannten Mitarbeiter:innen durchgeführt werden und in denen sich der TVB engagiert (zB das Gesäuse Partner Netzwerk, Gesäuse Sammeltaxi und die Unterstützung der regionalen Mobilität, die Ausdehnung legaler Bikestrecken, das aktuelle LEADER Projekt und neben bestehenden Leitprodukten auch in Planung befindliche Initiativen wie etwa eine in einen regionalen Nachhaltigkeitsfonds einzahlende Exklusiv-Produktserie, ausgehend vom Prototypen „Gesäuse Saftl“ in Kooperation mit dem Natur- und

Geopark Steirische Eisenwurzten sowie dem Genussmosthof Veitlbauer) und zeigt Highlights hinsichtlich aktueller Marketingaktivitäten auf, welche im Detail im ausgeteilten Handout „Tätigkeitsbericht 2023 und Vorschau 2024“ vorgestellt werden und für alle näher Interessierten mit Key facts hinterlegt sind. Diese Informationen finden sich neben anderen, durch den TVB zur Verfügung gestellten Leistungen, auch am B2B-Bereich der Gesäuse-Website.

6. Bergwelten Kampagne

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

Das Bergwelten Magazin mit einer Auflage von 167.000 erreicht eine breite Leserschaft in Österreich, die sich für Outdoor-Aktivitäten sowie Abenteuer in den Bergen interessiert und somit ideal eine Kern-Zielgruppe des Gesäuses trifft.

- 1/1 Seite Advertorial Bergwelten-Magazin Herbstausgabe, Schwerpunkt: Weitwandern
- 1 Native Story auf bergwelten.com inkl. Social Media Posting: 200.000 Impressions
- 1 Instagram-Story mit 5 bis 6 Slides mit Verlinkung zur Native Story: 255.000 Follower, 50.000 Impressions

7. Radio Grün Weiß – Wanderpass

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

Eine Kooperation zwischen allen 11 Erlebnisregionen und dem Radio Grün Weiß stellte von April bis Oktober das steiermarkweite Wanderprodukt „Vom Gletscher bis zum Wein“ in den Mittelpunkt.

- 3 Radiobeiträge der Region Gesäuse
- Teilnehmender Betrieb Gesäuse: Mödlingerhütte
- 105 Spot-Bewerbungstage (min. 3x täglich)
- 315 Schaltungen à min. 20 Sekunden, 6.300 Spotsekunden
- Zusätzliche Bewerbung mittels Plakate/Flyer, Website, Social Media

8. Red Bull Winterkampagne: „Herz drauf“

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

Das kulinarische Motto: „Herz drauf! So genussvoll ist die Steiermark.“

- Fotoproduktion mit 10 Bildern zu den Themen Outdoor (Skitour mit Bergführer Jürgen Reimmüller) und Kulinarik (Gasthaus „Der Kamper“)
- Digitale Kampagnen-Site, Fotoproduktion für Landingpage, Digital- und Social-Kampagne
- Digital-Schwerpunkt mit Online-Advertorials, Banner-Kampagne, Newsletter-Integration und Gewinnspielen (Red Bull Media House Marken u. externe Medien)
- 6.064 Page Views, 51.208 Social Impressions, 3.805 Teilnehmer:innen Gewinnspiel

9. FALSTAFF Magazin Steiermark Special

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

Das renommierte Reise- und Genussmagazin berichtete aus dem Gesäuse.

- 96 Seiten, Auflage 100.000 Stück
- 1 Seite Inserat zum Stift Admont, Fotoeinschaltungen im Magazin
- Regionaler Partner: Stift Admont

10. Social Media Kooperation mit 1000things - Die Entdeckerei

In einer Kooperation der TVBs Gesäuse und Ausseerland kam es im Sommer 2024 zu einer Zusammenarbeit mit 1000 things, einem der führenden österreichischen Social Media Kanäle für Freizeitaktivitäten. Dabei besuchten zwei Influencer per Rad und Wanderschuh auf „Entdeckerei“ durch Österreich zwei Tage lang auch das Gesäuse. Mit einem Instagram Album, zahlreichen Stories, Reels und einem Quiz wurden durch die Kooperation beeindruckende 145.572 Impressions und 27.000 Views erzielt. Regionale Partner: Bergsport Vasold, Gesäuse Lodge, Hesshütte, Gesäuse Sammeltaxi und Stift Admont.

11. Inserat 5komma5sinne

BERG- WELTEN

Wandern, spektakuläre
Ausblicke und Gemütlichkeit:
Die Gesäuse Hüttenrunde

Wandern und Fotofreizeugler in einer der traumhaftesten Landschaften der Steiermark – das ermöglicht die Hüttenrunde im Gesäuse. Im 17. Jhd. prägen sie die Landschaft und sind heute ein Wahrzeichen der steirischen Bergwelt. Besuchen und genießen Sie die traumhafte Landschaft des Nationalparks Gesäuse.



Alpines Weitwandern mit sternklaren Nächten



Radio GRÜN WEIß
1. Mai - 26. Oktober



falstaff



In der Herbstausgabe des steirischen Reisemagazins konnte das Gesäuse neben einem Inserat und mehreren Online-Stories sogar auf der Titelseite glänzen. Dem voraus ging die Unterstützung von Video- und Social Media Beiträgen in Ardning, die von „Natürlich Hildegard“ mit lokalen Protagonist:innen produziert wurden.

- Auflage: 10.000 Exemplare/Ausgabe
- Erscheinungsfrequenz: 4x/Jahr
- Zielgruppe: natur- und kulturinteressierte Menschen

12. Filmaufnahmen „Steirische Moore“

Naturfilmregisseurin Waltraud Paschinger und Kameramann Franz Posch tauchten für die Grazer Filmproduktionsfirma Posch TV tief in den Lebensraum heimischer Moore ein und erzählen in der „Erlebnis Österreich“-Dokumentation „Steirische Moore – Zeugen der Eiszeit“ von ihrer Geschichte und Bedeutung. Partner: Stift Admont, Gemeinde Ardning, Moorschutzverein Pürgschachen.

- Ausstrahlung in ORF 2 und 3sat
- 19.11.2023 ORF 2: 25-minütige Fassung „Steirische Moore – Zeugen der Eiszeit“
- 05.02.2024 3sat: 50-minütige Filmversion unter dem Titel „Geheimnisvolle Moorlandschaften“

13. Einladung THW Kiel

Das international renommierte Handball-Team besuchte während seines Trainings-Aufenthalts in der Region Graz für einen Tag das Gesäuse für ein Team-Building-Erlebnis, mit Canyoning & Rafting und anschließendem Grillabend in der Palfau. Durch den Bekanntheitsgrad der Mannschaft war der Werbewert enorm, das vom TVB eingesetzte Werbebudget, sprich die Einladung der Mannschaft, blieb zur Gänze in der Region. Partner: Rafting Camp Palfau.

Aufenthalt Steiermark: gesamt 4.320.000 Impressionen

Einzelzahlen für das Gesäuse:

- Instagram 196.200 Impressions, Facebook: 38.300 Impressions plus rund 800 Klicks auf die Facebook-Seite von Steiermark Tourismus
- Der Artikel auf der THW Kiel-Homepage wurde über Social Media 25.000 Mal angeschaut und insgesamt 54.000 Mal gelesen
- Zudem teilten die Profi-Handballer ihre Erlebnisse auf den eigenen persönlichen Instagram-Accounts (Follower-Zahlen oft im 6- und 7-stelligen Bereich)

14. Social Media Performance Marketing

Neben dem laufend im Haus durchgeführten organischen Social Media Marketing auf den Kanälen Facebook und Instagram lag im vergangenen Jahr lag der Marketingschwerpunkt auf den Themen Wasser, Berg, Mobilität und Gesäuse Hüttenrunde. Hauptziel dieser Kampagnen war es, die Anzahl der Nächtigungen in der Region zu steigern.

Die Statistik zeigt deutlich, dass das Thema Berge die höchste Beliebtheit aufweist, gefolgt von Wasser und Mobilität. Folgende Zahlen repräsentieren die Zugriffe auf die Gesäuse-Website www.gesaeuse.at:

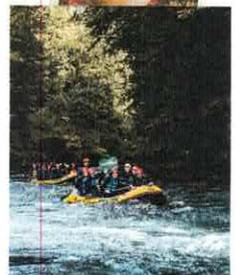
Themen: Berge: 4.005, Wasser: 2.369, Hüttenrunde: 1.512, Anreise/Mobilität: 1.378

15. Gesäuse Hüttenrunde, Luchs Trail und Trans Nationalpark

Die Gesäuse Hüttenrunde, der Luchs Trail und die Trans Nationalpark sind Produkte, die im Info & Buchungscener der Trail Angels gebucht werden können. Dank der Marketingaktivitäten im Jahr 2023 wurde insbesondere bei der Gesäuse Hüttenrunde eine äußerst positive Entwicklung festgestellt. Die Radstrecke Trans Nationalpark hingegen führte zu einer negativen Entwicklung, was insbesondere den mehrmonatigen Streckensperren während des Sommers geschuldet war.

Gesäuse Hüttenrunde:

- 875 Übernachtungen (vgl. 2022: 619 Übernachtungen)



- € 86.838,60 Umsatz (vgl. 2022: € 53.719,70)

Luchs Trail:

- 513 Übernachtungen (vgl. 2022: 412 Übernachtungen)
- € 63.897,04 Umsatz (vgl. 2022: € 49.281,55)

Trans Nationalpark:

- 38 Übernachtungen (vgl. 2022: 74 Übernachtungen)
- € 5.504,80 Umsatz (vgl. 2022: € 9.900,40)

16. Bürogemeinschaft Liezen und Büroerweiterung Admont

Nach der Neuausrichtung infolge der Tourismus-Strukturreform bündeln das Gesäuse und das City Management der Stadt Liezen nun in einem gemeinschaftlichen Büro am Liezener Hauptplatz ihre Kräfte. Unter einem Dach finden sich nun Infobüro des TVBs Gesäuse, Liezen-Gesäuse-Gutschein, ÖBB Ticket Shop und Postbus-Infostelle sowie City Management & Stadtmarketing Liezen.

Für das Admonter Büro kann künftig ein eigener Arbeitsplatz pro Mitarbeiter:in gewährleistet werden, eine neue Besprechungsmöglichkeit wurde geschaffen.

17. A1 Mobility Insights

Im Gesäuse haben sich im Sommer 2023 u.a. der TVB Gesäuse, der Nationalpark Gesäuse, das Stift Admont und die Stadtgemeinde Liezen zusammengeschlossen, um dieses Tool, das in der gesamten Steiermark bereits im Einsatz ist, auch im Gesäuse zu nutzen. Ziel ist es, Besucher:innenströme und die Attraktivität verschiedener Points of Interest (POIs) zu messen und zu analysieren. Vor allem werden damit Tagestourist:innen besser zählbar, Maßnahmen und Angebote in Hinblick auf Marketing, Besucher:innenlenkung und nachhaltiger touristischer Entwicklung noch gezielter einsetzbar.



18. Schnittstellen von Feratel + Unterkunftsportalen

Mit Feratel Deskline® stehen dem Tourismusverband und vor allem den einzelnen Mitgliedsbetrieben neben einer provisionsfreien Buchungsstrecke (Kostenübernahme durch Land Steiermark) Schnittstellen zu internationalen Buchungsplattformen und Ferienwohnungsportalen günstig und professionell zur Verfügung. Für den einzelnen Betrieb kann die Feratel-Buchungsmaschine auch für die eigene Homepage eingesetzt werden. Im Jahr 2023 wurden diese Schnittstellen vom TVB für die ersten Betriebe eingerichtet.

19. Neues Corporate Design

Das Gesäuse hat mit der externen Agentur Melanie Kraxner ein neues Corporate Design entwickelt. Ziel war, die aktuelle CI anzupassen und zu modernisieren, gleichzeitig aber die bewährten und beliebten bestehenden Elemente zu integrieren – insbesondere, um den stetig wachsenden Anforderungen im digitalen Bereich begegnen zu können. Mit einem Design-Baukasten (LEADER-Projekt) wurde dieser Prozess erfolgreich abgeschlossen.



20. Gesäuse Reisebuch

Als neues Printprodukt konnte das Reisebuch in neuem Design als handliches, informatives Buch überzeugen, das alle Highlights und Tipps aus dem Gesäuse enthält. Ziel des Reisebuchs war es, die Inhalte des großen Magazins „Dein Gesäuse“ in einem kompakten Format zu vereinen. Beim Green Panther Award in Graz konnte das Gesäuse Reisebuch unter 270 Einreichungen den Goldenen Panther in der Kategorie „Corporate Publishing Projekt“ gewinnen. Mittlerweile ist die zweite Auflage erhältlich, die sowohl Sommer- als auch Winterinhalte umfasst.



21. Neuauflage Werbemittel

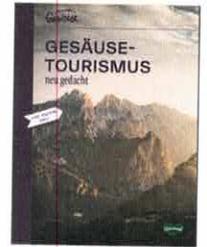
Im neuen Design präsentieren sich zudem:

- Freizeitkarte
- Sportkletterfolder

- Trans Nationalpark Karte
- Merchandisingprodukte (Gesäuse-Sticker, Trinkflaschen, Hyphen T-Shirts, Parkuhr)
- Gesäuse Wandernadeln (gold, silber, bronze und digital via summitlynx.com)
- Liezen-Gesäuse-Gutschein (Gestaltung neues Design)

22. Strategieklausur und Entwicklung Strategiepapier

Im Vorfeld führte das Institute of Brand Logic eine Online-Befragung unter touristischen Leistungsträgern, Kommunalvertretern und Organen der Tourismusorganisationen zur Zukunftsfähigkeit der Destination Gesäuse durch. Ergänzend führte die Agentur Katharina Maria Zimmermann mit dem Team des TVB zwei Zukunftswerkshops durch, eine Online-Befragung von Gästen und Einheimischen brachte mit 17 Teilnehmer:innen zusätzliche abrundende Infos. Schlussendlich konnten bei einer Klausur von 9.-10.11.2023 in Hieflau mit der Agentur Strahlende Kommunikation alle Ergebnisse vom Team des TVB und Akteuren aus dem Gesäuse zusammengeführt und die Strategie der neuen Großregion Gesäuse mit Werten, Zielgruppen, Handlungsfeldern und Zielen formuliert und nachgeschärft werden. Diese wurden im Rahmen des Strategiepapiers „Gesäuse Tourismus neu“ anschaulich illustriert und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht.



23. Pressereisen

Der Bergsteiger

Der Bergsteiger richtet sich an Bergsportbegeisterte und Outdoor-Enthusiasten. Mit seiner großen Reichweite (Auflage: 22.000) bietet der Bergsteiger eine wertvolle Plattform, um das Gesäuse als attraktives Reiseziel zu präsentieren. Bei dieser Kooperation, bei der Skitouren im Gesäuse beworben wurden, fielen keinerlei Inseratkosten an.

Der Standard

Stefanie Ruep (Salzburg-Korrespondentin und freie Journalistin sowie Autorin von „Mit Bahn und Bus zum Berggenuss“) kam auf Einladung des Tourismusverbandes ins Gesäuse. Veröffentlichung Inserat und Onlinepräsenz: Juli 2023.

Bert Sitters – Radjournalist aus NL

Bernd Sitters, ein renommierter Radjournalist aus den Niederlanden, war im Gesäuse unterwegs.

- Artikel auf ronreizen.nl (500.000 Unique Visitors/Monat)
- Artikel auf mountainreporters.com (70.000 Unique Visitors/Monat und 35.000 Follower auf Social Media)

Tageszeitung ÖSTERREICH

Die Tageszeitung ÖSTERREICH veröffentlichte einen 2-seitigen Artikel über Wildalpen. Hier wurden konkrete Vorschläge gemacht, welche Angebote in Wildalpen zur Verfügung stehen.



Vorschau Marketing und Projekte 2024

1. Social Media Performance Marketing laufend (vgl. 2023)

2. Naturschutz-Teamwork Angebot für Betriebe

Viele verantwortungsbewusste und zukunftsorientierte Unternehmen wollen im Rahmen von Corporate Social/Environmental Responsibility einen Beitrag für eine bessere Welt leisten. Daher wurde im Jahr 2023 die Entwicklung dieses neuen Angebots vom TVB finanziell unterstützt und im Branding begleitet: Ab 2024 können Teams den Nationalpark Gesäuse oder Natur- und Geopark bei diversen Instandhaltungs- und Renaturierungsarbeiten unter die Arme greifen.

3. Obersteirerpass (Gäste- und Mobilitätskarte)

Der Obersteirerpass ist ein Projekt zur Vernetzung des touristischen Angebots sowie der Attraktivierung öffentlicher Mobilität, das Tourist:innen, Einheimischen und Arbeitnehmer:innen gleichermaßen zugute



kommen soll. Entwickelt in Kooperation mit den Tourismusverbänden Gesäuse, Ausseerland und Murtal sowie dem Natur- und Geopark Steirische Eisenwurzten strebt es an, ein innovatives Gästekartensystem zu definieren, das mithilfe, die regionale, touristische Entwicklung und Standortqualität unter Einbeziehung des öffentlichen Nahverkehrs nachhaltig voranzutreiben.

4. Tourenportal-Umstellung

Die Steiermark wechselt den Tourenportal-Anbieter: Ab April werden alle Wander-, Bike-, Ski-Touren u.a. von den Tourismusverbänden über ContWise Maps eingepflegt. Das neue Tourenportal bietet zahlreiche Features, wie eine 3D Karte inklusive Flugmodul, Routingfunktion oder Winterpanorama. Die Daten können in beliebige Systeme (Website, Portale wie bergfex.at etc.) ausgespielt und zu jeglichen Zwecken verwendet werden. Die Datenrechte liegen zu jederzeit vollständig bei den TVBs.



5. Steiermark Frühling in Wien (vgl. 2023)

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

Beim Steiermark Frühling in Wien, der dieses Jahr von 03.04. bis 07.04.2023 stattfindet, wird das Gesäuse sich wieder in all seiner Vielfalt präsentieren. Auf einer neu gestalteten Regionsfläche mit großem Gastgarten wird am Samstag zum Stammtisch der Alpinen Vereine geladen und tritt abends die legendäre „Wüdarka Musi“ auf. Weiters mit dabei sind der Nationalpark Gesäuse samt Youth For Nature, das Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal, Ulrich Matschweiger, der neue Wirt aus dem Stiftskeller Admont, sowie das Stift Admont selbst und Herbert Traisch vom Geodorf Gams.

6. Nahmärktekampagne Niederlande

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

Print Paket

- 1/1 Seite im Wintersport Magazine NL (Auflage 45.000, Leser:innen 140.000) + dewintersport.nl
- 1/1 Seite im Bergen Magazin (Auflage 16.500, Leser:innen 57.750) + Online
- 1/1 Seite im SnowEXPLORER (Auflage 12.000, Leser:innen 42.000) + Online
- 1/1 Seite im WintersportsGids (Jahresausgabe, ET November 23, 80.000 Auflage)

DOOH (Digital Out of Home)

- Bespielung des City-Netzwerks in Amsterdam und Rotterdam (U-Bahnstationen und Shopping-Umfelder)
- 150 bis 200 Screens in unterschiedlichen Größen, 2,6 Mio. Werbemittelkontakte
- Laufzeit 4 Wochen, 10-bzw. 6-Sekunden Spot möglich

7. Social Media Kampagne mit 1000things

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

- Regionsinhalte werden auf allen Kanälen von 1000things mittels Subpage, Listicle-Nennung, Instagram, Advertorial, Gewinnspiel und Natives präsentiert
- Garantierte KPIs pro Partner: 200.000 Link-Teaser- und Social Media Impressions, 10.000 Native Leser:innen, 6.000 Leser:innen auf die redaktionellen Beiträge

8. Ö3 Urlaubsorte raten

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

Es handelt sich um eine gemeinsame Sommerbewerbung aller 11 Regionen. Ö3 erreicht als führender Tagesbegleiter täglich rund 2,4 Millionen Österreicher:innen.

- Platziert im Ö3 Wecker, hörerstärkste Sendung
- 6x täglich im Radioprogramm präsent
- Gewinn 2 Nächte für 2 im Gesäuse, Partner Stift Admont und Nationalpark Gesäuse



9. Fortsetzung der Red Bull Media House Kooperation im Winter 2024/25 und Sommer 2025

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

Aufgrund der guten Zwischenergebnisse wird die Zusammenarbeit und Kampagne fortgesetzt. Neu: die Möglichkeit einer Servus TV-Kooperation. In der erfolgreichen Show „Servus am Abend“ (11,4 % Marktanteil) im Format „Zu Gast in fremden Küchen“ wird aus jeder Region ein kulinarischer Schwerpunkt porträtiert.

- TV-Beitrag Servus TV 3 – 4 Minuten inkl. 2 Social Media Clips à 15 Sekunden

10. Bewerbung Wildalpenbahn im Wiener Prater

Die Wildalpenbahn betreibt seit 2007 eine Kooperation mit der Gemeinde Wildalpen, seit 2020 mit dem Tourismusverband Gesäuse. Dabei werden Fotos, die von den Mitfahrenden der Bahn geknipst werden, in Fototaschen im Gesäuse- bzw. Wildalpen-Branding ausgegeben. Diese waren nun verbraucht, 25.000 Stück neuer Fototaschen konnten im neuen Design nach Wien geliefert werden. Im Einstiegsbereich wird überdies ein Werbefilm von Wildalpen gespielt und Werbefolder/Reisebücher des Gesäuses aufgelegt.



11. Weitere geplante Projekte und Marketingmaßnahmen

- Entwicklung einer nachhaltigen Gesäuse-Exklusiv-Produktlinie
- Elektronisches Gäste-Meldewesen (über Feratel)
- TV-Dokumentation für Wiener Stadtfernsehen
- Medienkooperation zum Thema Wassersport (Partner: AOS)
- ContWise Infra mit Land Steiermark
- Ausbau der legalen Bike-Strecken
- Content-Produktion (Foto, Video, Text)
- Definition eines Standortmarketing-Projektes

12. Geplante Drucksorten (u.a.)

- Reisebuch in englischer Sprache
- Hüttenrunde-Folder neu
- Individuelle Feratel Reports für Unterkünfte
- Individuelle Feratel Reports für Infrastruktur

13. Geplante Merchandisingprodukte (u.a.)

- Hyphen Gesäuse Partner T-Shirts
- Hyphen Gesäuse T-Shirts
- Chillaz Stirnbänder-Gesäuse-Kollektion
- Gesäuse „neu“ Kollektion mit Illustrationen



LEADER-Projekt GESÄUSE TOURISMUS 2023+

Laufzeit: 2023-2024 - Kosten: 110.000 €

Was bisher geschah:

Ein zentrales Ziel innerhalb des Projekts ist es, die Sichtbarkeit der Erlebnisregion Gesäuse für Einheimische und Tourist:innen zu erhöhen und gleichzeitig die Bewerbung der Region zu forcieren. Für eine professionelle Bewerbung der Destination benötigt es guten und neuen Content, welcher die gesamte Region abbildet. Hierfür wurden Fototage, das Verfassen von Imagetexten und grafische Dienstleistungen in Form eines multifunktionalen „Corporate Design-Baukastens“ in Auftrag gegeben.

Ein wichtiges Instrument zur Bewerbung der Region ist und bleibt Social Media. Hierfür wurde im Rahmen des Projekts ein Workshop mit einer externen Agentur für eine zukunftsfähige Strategieentwicklung abgehalten. In weiterer Folge wurden dann zielgruppenorientierte Social Media Kampagnen im Rahmen des Performance Marketings aufgesetzt und erfolgreich beworben.

1. Fotografie

Der Fotograf Christoph Lukas wurde beauftragt, die gesamte Erlebnisregion in Form von Imagebildern zu den unterschiedlichen Jahreszeiten abzulichten. Hierfür wurde von Seiten des Tourismusverbandes eine Fotoliste mit gewünschten Motiven erstellt. Die Motive reichen von Aktivitäten über Veranstaltungen bis hin zu Portraits regionaler Akteure.

2. Imagetexte

Für das Verfassen der neuen Imagetexte wurde im Vorfeld eine Tone of Voice ausgearbeitet, damit der Schreibstil zur Region, den Einheimischen und den jeweiligen Zielgruppen passt. Die Liste der zu schreibenden Texte lehnt sich thematisch an der Fotoliste an.

3. Corporate Design Baukasten

Das Gesäuse hat (außerhalb des LEADER-Projekts) ein neues Corporate Design entwickelt. Hierfür war es wichtig, grafische Elemente zu gestalten, die das neue Design abrunden und ergänzen. Die grafischen Elemente sollen in weiterer Folge für Präsentationen, Infotafeln, Regionstafeln, Merchandise Artikel, Printprodukte etc. verwendet werden. Der „Corporate Design Baukasten“ ist abgeschlossen und bietet eine Vielzahl an grafischen Elementen wie Icons, Schriften, Buttons, vordefinierte Farben und grafische Vorlagen für die einfache und schnelle Erstellung von Social Media Posts, Präsentationen und vieles mehr.

4. Social Media

Im Bereich der digitalen touristischen Bewerbung der Region arbeitet der Tourismusverband mit externen Agenturen zusammen. Ein Start-Workshop zielte darauf ab, den Status Quo zu erheben, ungenütztes Potenzial zu erforschen und eine nachhaltige Strategie für die Kanäle Facebook und Instagram zu entwickeln. Nach Diskutieren und Erstellen von Redaktionsplänen wurde gemeinsam mit der Agentur „bluedrop“ an zielgerichteten Social Media Kampagnen gearbeitet. Im Sommer und Winter konnten die ersten Kampagnen erfolgreich umgesetzt werden. Das professionelle Performance Marketing schlug sich beispielsweise bei den Buchungen für die Gesäuse Hüttenrunde mit einer Verdoppelung nieder.

Was noch geschehen wird:

Für eine bessere Sichtbarkeit und ein erhöhtes Bewusstsein – vor allem bei den touristischen Akteuren innerhalb der Region – sind Regionstafeln an strategisch geeigneten Orten in jeder Gemeinde geplant. Für die Bewerbung touristisch relevanter Inhalte vor Ort, werden in jeder Gemeinde Infoscreens an hochfrequentierten Plätzen angebracht. Aktuelle Veranstaltungen, Straßensperren oder Empfehlung von Freizeitaktivitäten sollen Tourist:innen und Einheimischen präsentiert werden.



Gestatten?
Ich bin's,
das Gesäuse.



Ich bin Nationalpark, Naturpark, UNESCO Global Geopark und Weltnaturerbe.

Ich bin einfach und ehrlich, selbstbestimmt und kraftvoll. Ich bin vieles und vieles auch nicht, doch gewiss:

Ich bin die Universität des Bergsteigens, der Sprung ins wilde Wasser. Bin das verträumte Dorf und das blühende Leben.

Eine andere Welt.

Und du:
Bist willkommen!

Johnsbacher Almenrunde

Wandern auf die leichte Art mit viel „Juchee“ und der ein oder anderen Gesäuse Perle heißt Almenrunde und ist der Renner für Familien und Gesäuse-Einsteiger. Dabei umarmen einen die mächtigen Gesäuseberge zwar, machen aber niemandem Angst, weil man ja auf der wunderschönen grünen Alm unterwegs ist. Mit Wanderschuhen an den Füßen und genügend Proviant und Wasser im Rucksack, startest du beim Parkplatz Ebnerkreuzung in Johnsbach und handelst dich von einer Almhütte zur nächsten.



ICONS ÜBERSICHT



Sponsoring 2023

Übersicht finanzielle Unterstützungen 2023

Lokale Initiativen ≈ € 50.000

Folgende Projekte, SportlerInnen und Veranstaltungen wurden vom Tourismusverband Gesäuse finanziell und im Marketing unterstützt:

- Historische Häusertafeln, Admont
- ORF-TV-Produktion Bergdörfer, Admont
- Musikantenwoche Johnsbach
- Krampus- und Perchtenumzug Admont
- Seer Konzert, Kaiserau
- Sponsoring Lion Hammerschmid, Gaishorn am See
- x-treme Bergduathlon, Gaishorn am See
- Kulturwerkstatt Gams
- E-Bike Anschaffung/Verleih Lassing
- Cult.urzentrum Altes Kino Liezen
- Sommerbühne Liezen
- Adventsingen (2022) Oppenberg
- Goldi Talente Cup (2022) Rottenmann
- Rottenmanner Kirtag
- Naschenweng Open Air, Oppenberg
- Kultur im Zentrum, Rottenmann
- Burning Brass Festival, St. Gallen
- Festival St. Gallen
- Rafting Championships, Wildalpen
- Natürlich Hildegard Content-Produktion, Arding
- ORF-3sat TV-Produktion Pürgschachener Moor, Arding

Regionale/Überregionale Initiativen ≈ € 100.000

Diese Projekte und Initiativen wurden vom Tourismusverband Gesäuse finanziell unterstützt und großteils auch inhaltlich begleitet:

- Marketingbeitrag Gesäuse Partner
- Marketingbeitrag Gesäuse Sammeltaxi
- Marketingbeitrag ARGE Trans Nationalpark Bike
- Unterstützung Paraclimber Angelino Zeller
- Impulsfinanzierung Liezen-Gesäuse-Gutschein (kommt 2024)
- Entwicklung Obersteirerpass (Mobilitäts- und Gästekarte)
- Marketingbeitrag ARGE Luchs Trail Weitwandern
- Veranstaltungsbeitrag ARBÖ Classic
- Marketingbeitrag Gesäuse Volunteering Base (später: Naturschutz-Teamwork-Angebot)

dein
Gesäuse.

LASS mich MAL wirken.

Strategie Gesäuse-Tourismus neu gedacht

In den vergangenen zwei Jahren hat sich der TVB intensiv mit der Ausrichtung für die Zukunft befasst. So führte man mit dem Institute of Brand Logic eine Online-Befragung unter touristischen Leistungsträgern, Kommunalvertretern und Organen der Tourismusorganisationen zur Zukunftsfähigkeit der Destination Gesäuse durch. Ergänzend führte die Agentur Katharina Maria Zimmermann umfangreiche Recherchen und mit dem Team des TVB zwei Zukunftswshops durch. Eine Online-Befragung von Gästen und Einheimischen brachte mit weit über hundert Teilnehmer:innen zusätzliche abrundende Infos um die erweiterte Tourismusregion miteinander in Einklang zu bringen. Schlussendlich konnten bei einer Klausur von 9.-10.11.2023 in Hieflau mit der Agentur Strahlende Kommunikation alle Ergebnisse vom Team des TVB und Akteuren bzw. Unternehmer:innen der gesamten Tourismusregion zusammengeführt und die Strategie der neuen Großregion Gesäuse mit Werten, Zielgruppen, Handlungsfeldern und Zielen formuliert und nachgeschärft werden. Diese wurden im Rahmen des Strategiepapiers „Gesäuse Tourismus neu“, das der Vollversammlung heute ausgehändigt wurde, anschaulich illustriert sowie online der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Die wichtigsten Ergebnisse/Eckpfeiler daraus wurden sodann von der Geschäftsführerin präsentiert:

Kernwerte

- 1) Ehrlich
- 2) Einfach
- 3) Kraftvoll
- 4) Verantwortungsvoll (Nachhaltig)
- 5) Selbstbestimmt
- 6) Verwurzelt

Diese „Koordinaten“ wirken auf den ersten Blick nicht unbedingt überraschend oder spektakulär – schließlich wurde zwar nachadjustiert und der Kurs geschärft, aber nicht die bisherige Reiseroute komplett über Bord geworfen. In den vergangenen 20 Jahren wurden bereits sehr erfolgreiche und nachhaltige Entscheidungen getroffen, die diesen Weg vorgezeichnet haben. Jetzt sind wir auch in der erweiterten Großregion mit klarem Fokus gut vorbereitet für die weitere Fahrt. Das schafft einen ruhigen und sicheren Rahmen für Produkte, Projekte und Kooperationen.

Zielgruppen

- 1) Outdoorsportler:innen
- 2) Naturliebhaber:innen
- 3) Kulturinteressierte
- 4) Einheimische

Auch hier: wenig Überraschungen. Aber: Es wurde feinadjustiert, damit Gäste und Region wirklich zusammenpassen und beide auch echt glücklich werden. Damit Besucher:innen bekommen, was sie erwarten und umgekehrt mit ihrem Sein und Tun die Region bereichern. Das heißt zum Beispiel, dass man im Gesäuse vergeblich nach Influencer Hotspots oder Outdoor-Großevents im Nationalpark sucht. Das heißt aber auch, dass alle, die Natur und Kultur in Herz und Nieren tragen, hier tatsächlich die Zeit ihres Lebens verbringen – und gerne immer wieder zurückkommen. Zudem wurde eine neue und

äußerst wichtige Zielgruppe schwarz auf weiß festgehalten: Die Menschen in der Region – die Zielgruppe nach innen. Denn Tourismus muss immer ein sinnvolles und sich gegenseitig belebendes Miteinander von Gästen und Bewohner:innen bedeuten.

Handlungsfelder

Der Blick muss auch in die Zukunft geworfen werden um zukunftsfit zu bleiben und sinn- und kraftvolle Entscheidungen im Alltag treffen zu können. Orientiert an den genannten Werten, Zielgruppen und der großen Vision, leiten sich folgende Handlungsfelder ab:

- 1) Verbundenheit stärken.
Wie?
 - *Lebendige Partnerschaften pflegen – für eine überregionale Positionierung der Marke Gesäuse*
 - *Heimische „Role Models“ und gute Beispiele kommunizieren und sichtbar machen*
 - *Regionsübergreifende Angebotsbündel und Produkte entwickeln*
 - *Angebote und Leistungen von und für Einheimische anregen, privates Engagement unterstützen – für eine hohe Lebens- und Urlaubsqualität*
- 2) Touristische Potentiale heben.
Wie?
 - *Touristische Entwicklungskonzepte etablieren (u.a. Winter- und Herbst-Belebung)*
 - *Auslastung der qualitativen Infrastruktur und Betten steigern*
 - *Die Bevölkerung in touristische Projekte und Prozesse einbinden*
 - *Regionale Produktvielfalt ausbauen, u.a. um den Versorgungsgrad zu steigern*
- 3) Starkes Bekenntnis zur Natur weiterführen.
Wie?
 - *Projekte mit Beiträgen zur umweltfreundlichen und nachhaltigen Entwicklung forcieren*
 - *Den geballten Natur-Schatz und das Naturschutz-Know-how sorgsam inwertsetzen*
 - *Positive Wirkung des nachhaltigen Tourismus nach innen kommunizieren*
 - *Zertifizierungen auf Destinations- und Betriebsebene fördern*
- 4) Wirtschaftlich notwendige und sinnvolle Maßnahmen in Mobilität, Infrastruktur und Gastronomie fördern, damit der Standort Gesäuse attraktiv bleibt – für alle.
Wie?
 - *Wohlstand durch qualitatives Wachstum und höhere Wertschöpfung erhalten*
 - *Betrieblichen und überbetrieblichen Qualitätsaus- und -aufbau fördern*
 - *Betriebsnachfolgen und Generationsübergaben unterstützen*
 - *Information und Anreize für Investoren geben*

So darf es nun, nach Jahren der Konsolidierung und Grundlagenarbeit in die Zukunft gehen. Das Gesäuse ist mit dieser gewonnenen Klarheit bereit: Für neue Projekte – Kooperation, Nachhaltigkeit, Qualität (statt Quantität) und Standortmarketing – für eine gesunde Weiterentwicklung der Region.

Dafür braucht es jedoch den Zusammenhalt aller Akteure sowie die budgetären Möglichkeiten, ergo einen positiven Beschluss in der Vollversammlung.

10. Beschlussfassung über die Beibehaltung der Erhöhung der Interessentenbeiträge in Höhe von 100% für die Jahre 2025, 2026 und 2027

Der Vorsitzende informiert, dass dieser Beschluss einer 2/3-Mehrheit bedarf. Bevor es zur Abstimmung kommt, wird gefragt, warum diese Erhöhung vor 3 Jahren bereits beschlossen wurde? Der Vorsitzende informiert, dass es eine Erhöhung in den meisten anderen Gemeinden auch bereits vor der Neugründung gegeben und sich für diese somit nichts geändert hat. Da in Rottenmann und Gaishorn aber nur der Basisbeitrag bezahlt wurde, kam es dadurch und durch die gesetzliche Indexanpassung im letzten Jahr zu einer spürbaren Erhöhung der Beiträge. Der Vorsitzende teilt auch allen Anwesenden mit, dass eine gesetzliche Anpassung den Tourismusverband zukünftig in die Lage versetzen könnte, dass auch touristisch relevante Infrastruktureinrichtungen unterstützt werden. Der Vorsitzende gibt auch zu bedenken, dass eine Reduktion der bestehenden Beiträge im Tourismusverband zu einer Budgetkürzung in Höhe von ca. 40% führen würde. Eine finanziell ausreichende Ausstattung bietet auch jenen Gemeinden des Verbandes, die bisher noch kaum Förderungen beantragt haben, die Möglichkeit, touristisch relevante Veranstaltungen im Bereich Freizeit, Kultur und Tourismus allgemein umzusetzen.

Nach weiteren Wortmeldungen und Diskussionen ersucht der Vorsitzende um Abstimmung. Von 71 wahlberechtigten Stimmen sprachen sich 45 für die Beibehaltung der 100% Erhöhung aus und wurde die notwendige 2/3-Mehrheit knapp nicht erreicht – der Antrag gilt danach als abgelehnt.

11. Neuwahl Mitglieder und Ersatzmitglieder der der Tourismuskommission gemäß § 13 i.V.m. § 14 des Stmk. Tourismusetzes 1992

Durch Ausscheiden bzw. Pensionierungen wird die Nachbesetzung einiger Kommissionsmitglieder notwendig. Nachdem keine alternativen Personen zur Wahl standen, wurde keine Wahl abgehalten und gelten diese Personen, denen für ihre ehrenamtliche Tätigkeit viel Dank und Anerkennung gebührt, als gewählt und wurden bekannt gegeben.

Ausgeschieden, aufgrund Firmenwechsel und Pensionierung:

- Kommissionsmitglied Enrico Radaelli, Fa. Gebetsroither, Weißenbach/Liezen
- Kommissionsersatzmitglied Andreas Holzinger, Stmk. Landesforste

Neue Mitglieder der Kommission:

- Kommissionsmitglied: Harald Gebetsroither, Fa. Gebetsroither, Weißenbach/Liezen
- Kommissionsersatzmitglied: Lukas Strobl, Sportagentur Strobl GmbH (AOS)

12. Neuwahl Rechnungsprüfer und Ersatz-Rechnungsprüfer

Durch Ausscheiden bzw. Pensionierungen wird die Nachbesetzung im Bereich der Rechnungsprüfer notwendig. Nachdem keine alternativen Personen zur Wahl standen, wurde keine Wahl abgehalten und gelten diese Personen, denen für ihre ehrenamtliche Tätigkeit viel Dank und Anerkennung gebührt, als gewählt und wurden bekannt gegeben.

Ausgeschieden, aufgrund Pensionierung:

- Rechnungsprüfer Klemens Pirafelner, GH zur Ennsbrücke, Hall/Admont

Neue Rechnungsprüfer:

- Rechnungsprüfer Harald Nachbagauer, Huberbauer, Johnsbach/Admont
- Ersatz-Rechnungsprüferin: Gudrun Lackmaier, Rafting Camp Palfau

13. Eingebrachte Anträge

Florian Tiffner, Rottenmann:

Antrag 1

Ich stelle hiermit den Antrag, dass die Beibehaltung der Erhöhung der Interessentenbeiträge in der Höhe von 100 % nur für die unmittelbar betroffenen Betriebe welche direkt davon profitieren (Gasthäuser, Fremdenbeherbergungsbetriebe, Hotels und dergleichen) gelten soll, und es keine Erhöhung der Interessentenbeiträge für die restlichen Betriebe (wie z.B. Installateure, Maler, Versicherungsmakler) geben soll.

Der Vorsitzende führt aus, was bereits als schriftliche Beantwortung an den Antragsteller erging: Das Landesgesetz sieht für eine differenzierte Vorschreibung des Erhöhungsprozentsatzes keine Regelung vor. Der Gesetzgeber regelt aber durch die verschiedenen Beitragsgruppen die Intensität und die unmittelbare Nähe zur touristischen Entwicklung – die von Ihnen angesprochenen Gasthäuser, Beherbergungsbetriebe und Hotels sind in der höchsten Beitragsgruppe eingestuft und zahlen auf Basis eines gleichen Umsatzes (wie z.B. in Ihrem Unternehmen) viel höhere Beiträge als Unternehmen im Bereich der wirtschaftsnahen Dienstleistungen.

Da es sich hier um ein Landesgesetz handelt, muss und kann über eine Änderung nicht abgestimmt werden.

Antrag 2

Ich stelle hiermit den Antrag, dass die zukünftigen Vollversammlungen zentral (z.B. Bezirkshauptstadt) und außerhalb der Ferienzeiten durchgeführt werden.

Der Vorsitzende führt aus, was bereits als schriftliche Beantwortung an den Antragsteller erging: Wie oben ausgeführt ergibt sich für 2024 die Kollision durch den frühen Ostertermin – in den Folgejahren wird dies wieder zeitlich anders gelagert sein – wir werden versuchen auf zukünftige frühe Karwochen durch eine Vorverlagerung des Termins für die VV Sorge zu tragen. Ein Beschluss, die VV nur mehr in der Bezirkshauptstadt Liezen abzuhalten, wäre natürlich eine Benachteiligung für die Betriebe in den anderen acht Gemeinden des Verbandes – auch Wildalpen ist (und dies freiwillig höher eingestuft) ein

Mitglied des Tourismusverbandes Gesäuse und wurde 2024 ausgewählt – zukünftige VV werden sicher wieder näher an Ihrem Unternehmensstandort stattfinden.

Da es sich bei der Erlebnisregion Gesäuse um eine sehr große Region handelt, werden die Vollversammlungen auch zukünftig abwechselnd in allen Gemeinden stattfinden, um keine Interessenten zu benachteiligen.

Die Termine aller Kommissionssitzungen und der jährlichen Vollversammlung sind bereits im Voraus auf der Website <https://www.steiermark.com/de/Gesaeuse/Region/Digitale-Amtstafel> zu finden.

Antrag 3

Ich stelle hiermit den Antrag, dass mindestens einmal jährlich eine konkrete Aufstellung über die Verwendung der Beiträge, inklusive einer Auflistung der zehn größten Einzelausgaben, an alle Mitglieder versandt wird.

Diesem Informationsbedürfnis wird laufend nachgekommen und ist auch gesetzlich geregelt - Vorschläge, Rechnungsabschlüsse, Marketingpläne und sämtliche Marketingaktivitäten, Sponsoringprozesse und vieles mehr sind jederzeit auf der Website des Tourismusverbandes transparent zu finden.

Digitale Amtstafel: <https://www.steiermark.com/de/Gesaeuse/Region/Digitale-Amtstafel>

B2B-Bereich: <https://www.steiermark.com/de/Gesaeuse/Region/B2B>

14. Allfälliges

Simone Graf: Bis dato hat sich im Tourismus wirklich viel getan und es tut mir persönlich sehr leid, dass manche Personen, die sich einfach zu wenig gesehen fühlen, den Tourismusbetrieben im Gesäuse und allen Akteuren das Leben nun schwer machen.

Karoline Bischof: Das Gesäuse kennt einfach keiner, man muss bei Werbung und vor allem im Bereich Social Media viel mehr Gas geben. Außerdem ergeht der Wunsch an das Land Steiermark um finanzielle Förderungen. Zudem ist der TVB viel zu groß.

Mitarbeiterin Gemeinde Lassing: Sollte die Region aufgrund dieser Entscheidung geteilt werden, muss man trotzdem zahlen. Ich glaube aber nicht, dass man unter dem Strich dafür mehr Leistung bekommt, wenn man ein Teil von Schladming-Dachstein ist, da sich die Region in erster Linie um den Bereich um Schladming kümmert.

Ulrich Matschweiger, Stv. Vorsitzender des TVB: Wir sind in den letzten Jahren von einer Krise in die nächste geschlittert, von Corona, über Krieg in der Ukraine bis in die Finanzkrise. Jeder Unternehmer muss rechnen, aber dieses Abstimmungsergebnis stimmt sehr nachdenklich. Am wichtigsten war und ist der Zusammenhalt in der Region.

Armin Wagenhofer, Hieflau: Ich habe den Wechsel der Gemeinde Hieflau vom Bezirk Leoben in den Bezirk Liezen sehr begrüßt, da hier Unternehmertum einen viel höheren Stellenwert hat. Aufgrund dieses Wechsels musste ich auch gleich einen viel höheren Interessentenbeitrag bezahlen, was ich aber gern getan habe.

GF Jaqueline Egger: Es ist ganz wichtig, dass man die Gesichter im Tourismusverband kennt, weshalb die Einladung an alle ergeht, mit uns zu reden. Nur dann können wir es gemeinsam besser machen. Es

freut mich, dass jene Interessenten, die bereits aktiv mitarbeiten und sich über die Aktivitäten des TVBs laufend informieren, uns ihr Vertrauen weiterhin geschenkt und der IB-Erhöhung zugestimmt haben.

Ender der Sitzung: 21:48 Uhr

Protokoll: Sylvia Hofbauer

Protokoll freigegeben: Vorsitzender Fritz Kaltenbrunner, Finanzreferent Peter Überbacher

