

Protokoll – Vollversammlung 2024

Tourismusverband Murtal

Ort: Haus 23 Judenburg, Herrengasse 23, 8750 Judenburg

Datum: 05.03.2024 / Beginn: 18:30 Uhr/ Ende: 20:15 Uhr

Anwesend:

- Vorsitzender Herr Michael Ranzmaier-Hausleitner, Finanzreferent Heinz Mitteregger und Obmann Stellvertreter Bernd Pfandl, ca. 60-70 Interessentenbeitragszahler, Bürgermeister, Gemeinderäte, Presse und geladene Gäste lt. Anwesenheitsliste
- Protokollführung: Mag. Patrizia Schreibmayr

Tagesordnung:

1. Eröffnung und Begrüßung durch den Vorsitzenden
2. Feststellung der Beschlussfähigkeit
3. Verlesung und Genehmigung des Protokolls der letzten Vollversammlung vom 06.03.2023
4. Bericht des Finanzreferenten Heinz Mitteregger
5. Bericht der Rechnungsprüfer
 - a: Antrag Entlastung der Kommission
6. Genehmigung des Rechnungsabschlusses 2023 TV Murtal
7. Kenntnisnahme des Voranschlages 2024
8. Tätigkeitsbericht Vorsitzender Michael Ranzmaier-Hausleitner
9. Tätigkeitsbericht Leitung Marketing inkl. Kurzbericht Leader Projekt
10. Nachwahl von 2 Ersatzkommissionsmitglieder in der Beitragsgruppe II und 1 Ersatzrechnungsprüfer
 - a: Wahl von zwei Beisitzern zur Überwachung der Stimmabgabe und Auszählung
 - b: Abstimmung Wahlvorschlag
 - c: Nachwahl Ersatz Rechnungsprüfer
11. Eingebraachte Anträge
12. Grußworte der Ehrengäste
13. Allfälliges

TOP 1

Eröffnung und Begrüßung durch den Vorsitzenden Michael Ranzmaier-Hausleitner

Grußworte von Frau Mag. Elke Florian (Bürgermeisterin Stadtgemeinde Judenburg)

TOP 2

Feststellung der Beschlussfähigkeit

Nach einer 30-minütigen Wartezeit ist die Beschlussfähigkeit gemäß § 9 Abs. 3 des Stmk. Tourismusgesetzes gegeben.

TOP 3

Genehmigung des Protokolls der Vollversammlung vom 06.03.2023:

Antrag: Es wird der Antrag von Frau Bgm. Gabriele Sunitsch-Kocher gestellt, dass das Protokoll vom 06.03.2023 nicht verlesen wird.

Beschluss: Der Antrag, dass das Protokoll vom 06.03.2023 nicht verlesen wird, wird einstimmig angenommen. Keine Gegenstimmen oder Enthaltungen.

TOP 4

Bericht des Finanzreferenten Heinz Mitteregger

Tourismusverband Murtal					Bilanz zum 31.12.2023						
Aktiva		31.12.2023	31.12.2022		Passiva		31.12.2023	31.12.2022			
		€	%	€	%			€	%		
A. Anlagevermögen					A. Eigenkapital						
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					I. Eigenkapital						
1. Konzessionen und Software		5.968,88	0,3	18.097,16	1,4	Verbandsvermögen	1.110.915,00	59,5	1.037.609,06	77,7	
II. Sachanlagen					II. Gewinnrücklagen						
1. Betriebs- und Geschäftsausstattung		28.913,06	1,6	29.201,09	2,2	1. andere Rücklagen (freie Rücklagen)	400.000,00	21,4	0,00	0,0	
		34.881,94	1,9	47.298,25	3,5		1.510.915,00	80,9	1.037.609,06	77,7	
B. Umlaufvermögen					B. Rückstellungen						
I. Vorräte					1. sonstige Rückstellungen		22.000,00	1,2	233.000,00	17,4	
1. noch nicht abrechenbare Leistungen		44.916,04	2,4	6.100,00	0,5	C. Verbindlichkeiten					
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände					1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		300.000,00	16,1	0,00	0,0	
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		549.529,56	29,4	304.204,57	22,8	2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		2.008,30	0,1	54.773,94	4,1
2. sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände		130.755,80	7,0	22.621,99	1,7	3. sonstige Verbindlichkeiten		33.206,92	1,8	10.616,83	0,8
		680.285,36	36,4	326.826,56	24,5	davon aus Steuern		1.790,64	0,1	3.192,56	0,2
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten		1.097.885,91	58,8	950.675,97	71,2		335.215,22	17,9	65.390,77	4,9	
		1.823.087,31	97,6	1.283.602,53	96,1						
C. Rechnungsabgrenzungsposten		10.160,97	0,5	5.099,05	0,4						
Summe Aktiva		1.868.130,22	100,0	1.335.999,83	100,0	Summe Passiva	1.868.130,22	100,0	1.335.999,83	100,0	

		2023		2022			
		€	%	€	%		
1.	Umsatzerlöse	1.771.422,85	100,0	1.564.495,39	100,0		
2.	sonstige betriebliche Erträge	222.000,00	12,5	0,00	0,0		
3.	Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Herstellungsleistungen						
a)	Werbe- und Marketingaufwand	551.478,38	31,1	714.433,91	45,7		
4.	Personalaufwand						
a)	Löhne und Gehälter	433.675,55	24,5	370.990,74	23,7		
b)	soziale Aufwendungen	130.315,94	7,4	113.127,38	7,2		
		563.991,49	31,8	484.118,12	30,9		
5.	Abschreibungen						
a)	auf Sachanlagen	24.758,07	1,4	31.357,25	2,0		
6.	sonstige betriebliche Aufwendungen	787.111,72	44,4	285.237,22	18,2		
7.	Zwischensumme aus Z 1 bis 6 (Betriebsergebnis)	66.083,19	3,7	49.348,89	3,2		
8.	sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	73,08	0,0	55,89	0,0		
9.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen	209,53	0,0	0,00	0,0		
10.	Zwischensumme aus Z 8 bis 9 (Finanzergebnis)	-136,45	-0,0	55,89	0,0		
11.	Steuern vom Einkommen	18,29	0,0	13,97	0,0		
12.	Jahresüberschuss	65.928,45	3,7	49.390,81	3,2		

- Rechnungsprüfung am 26.02.2024
- Rechnungsprüfer: Gerhard Grillitsch, Harald Saiger und Horst Fritz
- Geprüft wurden:
 - Das Kassenjournal von 01.10.-31.12.2023
 - Die dazugehörigen und durchnummerierten Einnahmen- und Ausgabenbelege samt den Kontoauszügen der Konten: AT18 2081 5000 4039 4298 (Girokonto) AT04 2081 5000 4304 5657 (Kreditkartenkonto)
 - Die dazugehörigen und durchnummerierten Einnahmen- und Ausgabenbelege samt den Kontoauszügen des Kontos: AT07 3834 6000 0022 9351 (Girokonto Leaderprojekt)
- Der Zwischenbericht weist zum 26.02.2024 folgende Bestände aus:
 - Handkassa Spielberg Büro: € 331,16
 - Handkassa Spielberg Foyer: € 253,36
 - Handkassa Judenburg: € 102,02
 - Handkassa Fohnsdorf: € 184,30
 - Handkassa Pölstal: € 84,56
 - Handkassa Hohentauern: € 210,06
 - Handkassa Events: € 0,-
 - AT18 2081 5000 4039 4298: € 1.332.863,61
 - AT04 2081 5000 4304 5657: € 3.516,06
 - AT07 3834 6000 0022 9351: € 213.926,57

TOP 5

Bericht der Rechnungsprüfer

a: Antrag Entlastung der Kommission

Antrag: Es wird der Antrag gestellt, dass der Kassier und der gesamte Vorstand entlastet wird.

Beschluss: Der Antrag wird einstimmig angenommen.

Keine Gegenstimmen oder Enthaltungen.

TOP 6

Genehmigung des Rechnungsabschlusses 2023 TV Murtal

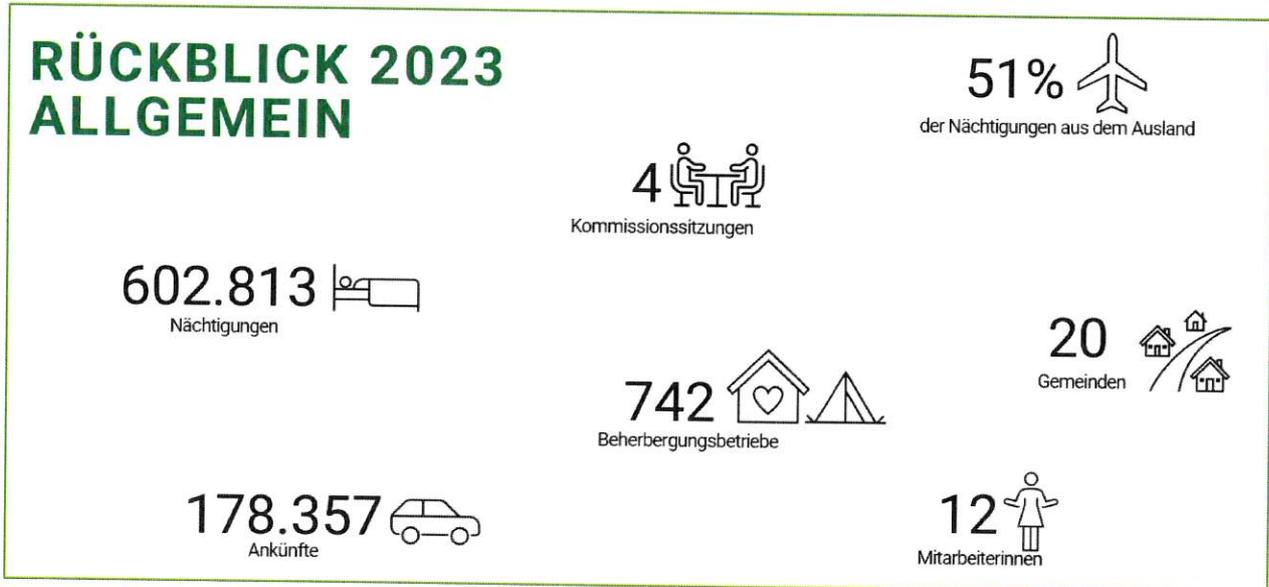
Antrag: Es wird der Antrag gestellt, dass der Rechnungsabschluss 2023 genehmigt wird.

Beschluss: Der Rechnungsabschluss 2023 wird einstimmig angenommen. Keine Gegenstimmen oder Enthaltungen.

TOP 7

Kenntnisnahme des Voranschlages 2024

Budgetvoranschlag 2024 - Tourismusverband Murtal	
Montag, 06. November 2023	
Einnahmen	
Nächtigungsabgabe	€ 400.000,-
Tourismusinteressentenbeiträge	€ 750.000,-
Erwerbswirtschaftliche Einnahmen	€ 150.000,-
0% Leader Vorfinanzierung	€ 144.000,-
Einnahmen	€ 1.444.000,-
Ausgaben	
Marketing	€ 1.148.600,-
• Personal Destinations Marketing	€ 400.000,-
• Personal Betriebs Marketing	€ 90.000,-
• Offline Marketing (Print, Kampagnen, Messen, Radio, ...)	€ 120.000,-
• Online Marketing (Google, Social Media, ...)	€ 70.000,-
• STG Kampagnen / Marketingkooperationen / STG – Messen / Homepage / Tourenportal)	€ 172.500,-
• Leader – Marketing Projekte	€ 240.000,-
• Marketing Lizenzen (Feratel, GästeCard, Datenbank, Domain, Adobe ...)	€ 49.100,-
• Post / Werbesendungen	€ 7.000,-
Organisation	€ 295.400,-
• Personal Orga & 70% GF	€ 115.000,-
• Organisations Lizenzen (Microsoft, Zeiterfassung, Registrierkasse)	€ 5.000,-
• EDV – Support & Hardware	€ 10.000,-
• Büros & Infrastruktur (Miete, Strom, Reinigung, Telefonie, Internet, ...)	€ 80.000,-
• Dienstauto + Reisekosten	€ 9.000,-
• Aufwandsentschädigung	€ 26.400,-
• Abschreibungen	€ 25.000,-
• Sitzungen Organisation / Kommission / VV	€ 7.000,-
• Buchhaltung / Lohnverrechnung / Versicherungen / Bankspesen	€ 18.000,-
Ausgaben	€ 1.444.000,-



Das Interesse, der Betriebe an der Vollversammlung teilzunehmen, hält sich in Grenzen, obwohl wir wieder ein Rekordjahr an Nächtigungen hatten.

Der Durchschnittsgast verweilt rund 3,8 Tage bei uns in der Region.

Weniger Ankünfte trotzdem mehr Nächtigungen als 2022 (war auch Airpower).

Die Region Murtal ist auf dem Weg zu einer Ganzjahresdestination.

TEAM

Geschäftsführer:
Interimistisch durch Vorsitzenden Michael Ranzmaier-Hausleitner

Organisation / Personal / Beherberger / Betriebsmarketing:
Mag. Patrizia Schreibmayr
Beate Weigl, Elisabeth Plötz, Christine Schuster

Gästeservice / Presse / Messen / Veranstaltungen:
Claudia Bachler
Marlene Zandl, Tanja Beren, Grete Pichler

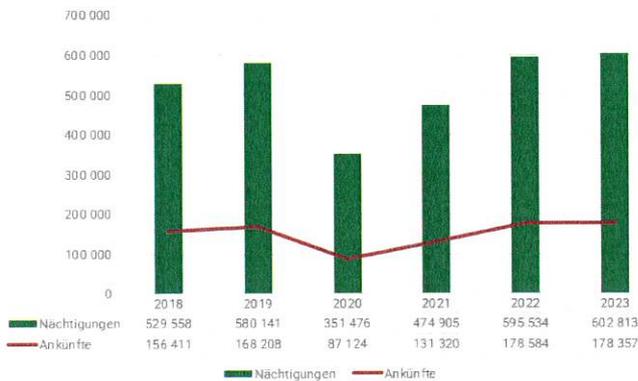
Destinationsmarketing / Produktentwicklung:
Isabella Painhapp, MSc
Selina Senft, BA, Anita Fössl

Förderprojekte:
Mag. (FH) Simone Doler



STATISTIKEN

Vergleich Ankünfte Nchtigungen

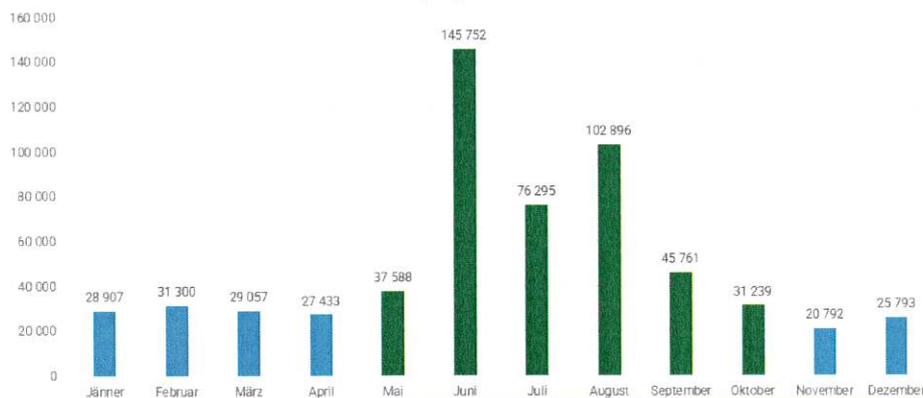


- Wiederholte Steigerung der Nchtigungen von 595.534 auf 602.813
- Leichter Rckgang der Ankünfte von 178.584 auf 178.357
- Im Durchschnitt 3,3 Nchte in der Region

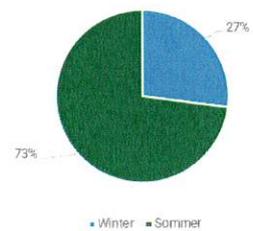
Nicht zu vergessen sind die Tagesgste, die in die Region Murtal kommen.

STATISTIKEN

Nchtigungen bers Jahr

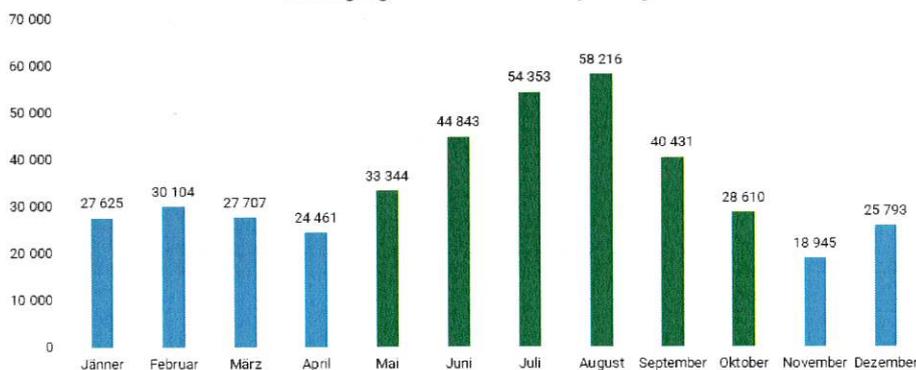


Vergleich Nchtigungen Saisonen

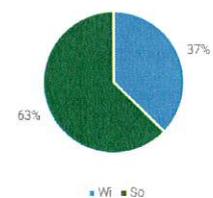


STATISTIKEN

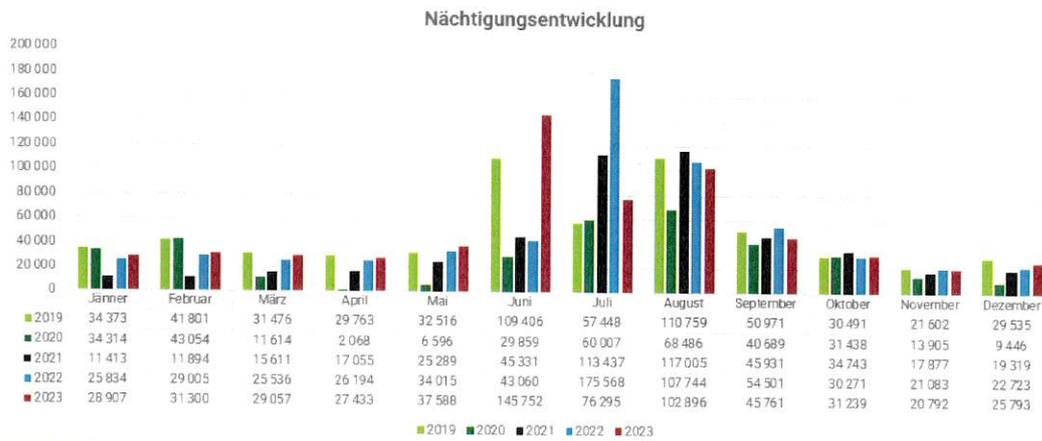
Nchtigungen bers Jahr ohne Spielberg



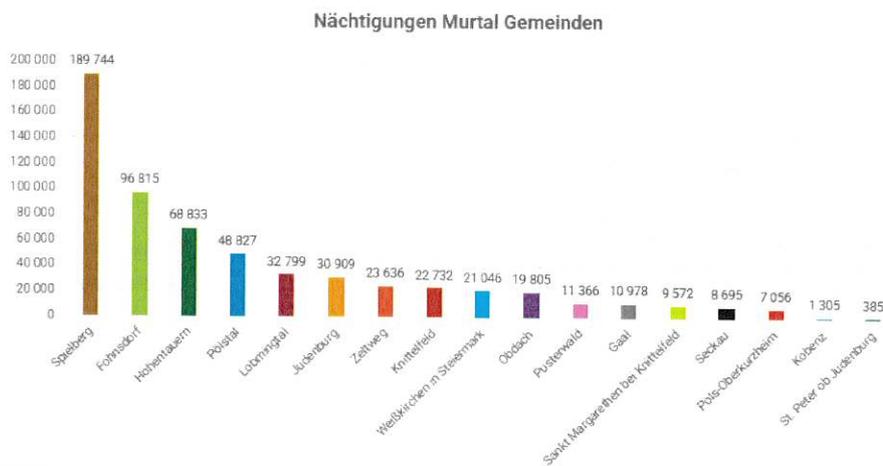
Vergleich Nchtigungen Saisonen ohne Spielberg



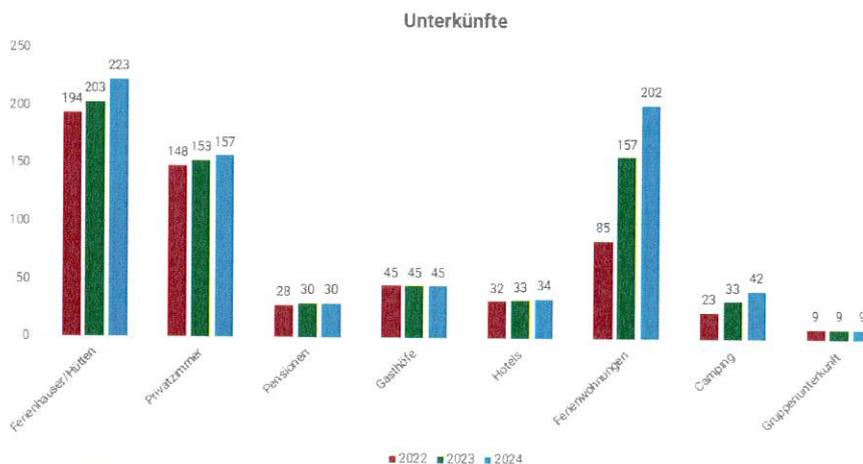
STATISTIKEN



STATISTIKEN

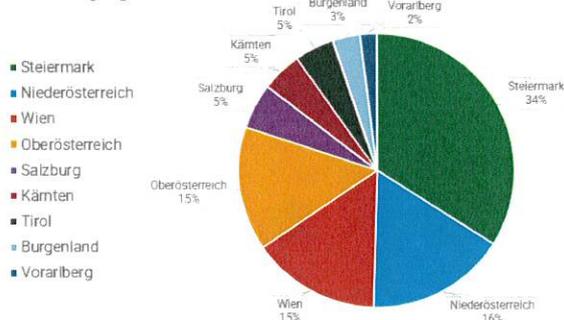


STATISTIKEN

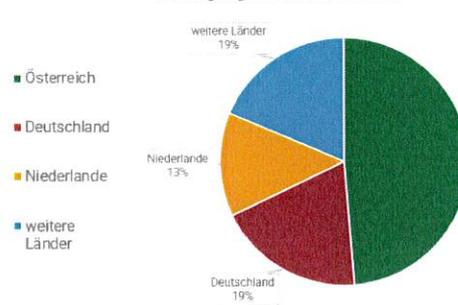


STATISTIKEN

Nächtigungen Bundesländer



Nächtigungen Herkunftsländer



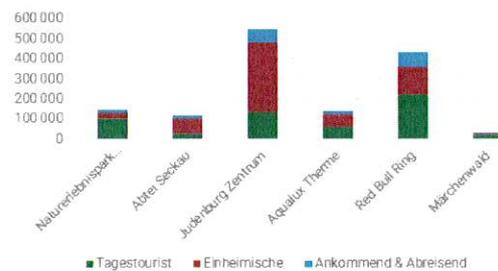
STATISTIKEN

Mobilitätsdaten via A1 Invenium für ausgewählte POIs der Region
→ Kooperation mit STG

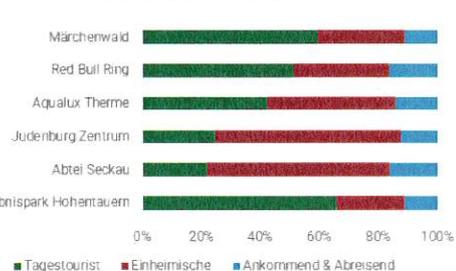
Daten werden anonym via Mobilfunkdaten erfasst.
Alle Daten exkl. Großveranstaltungen (wurden gesondert erfasst).

POI	Gesamtbesucher
Naturerlebnispark Hohentauern	146.700
Abtei Seckau	116.920
Judenburg Zentrum	545.580
Aqualux Therapie	141.140
Red Bull Ring	430.860
Märchenwald	29.720

POI Besucher im Detail



POI Besucher in Prozent



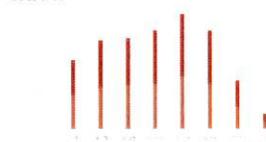
STATISTIKEN

POI BESUCHERDETAILS

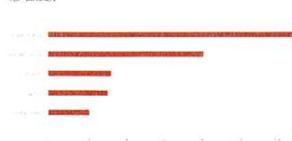
TOPKATEGORIENVERTEILUNG



ALTERSGRUPPEN



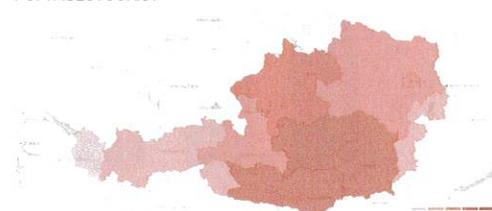
TOPNATIONEN



AKTIVITÄTENVERTEILUNG



POI TAGESTOURIST



Die meisten Tagestouristen kommen aus der Steiermark und aus Kärnten.

KOMMUNIKATION INTERN

- Wöchentlicher **Infobrief** an alle Betriebe (Veranstaltungen, News, Termine usw.)
- **Betriebsdatenerhebung** in Feratel (Beherbergungsbetriebe, Gastronomie, Ausflugsziele, Infrastrukturen)
- **Schnittstellen** (Urlaub am Bauernhof, Hotelprogramme)
- **Schulungen:**
 - **Feratel Basis Schulungen** (Allgemeine Einführung WebClient, Wartung der Verfügbarkeiten und Preise, Zeitraumwartung, Umgang mit dem Anfragepool)
 - **Online Marketing** für Beherberger, Ausflugsziele und Co.
- **Netzwerkgruppen** (Ausflugsziele etc.)



BEHERBERGERCOACH

742 Beherbergungsbetriebe

- An- bzw. Abmeldung der Betriebe in Abstimmung mit den 20 Gemeinden der Region (Neuanmeldungen 2023: 131 Betriebe, Abmeldungen 52 Betriebe)
- Eingabe der Betriebsdaten und Erstellung eines Online-Meldewesen Zugangs (derzeit von 14 Gemeinden in der Region genutzt) und Nutzer-Logins
- Kontaktaufnahme und Datenerhebung
- Datenwartung der bestehenden Betriebe, damit die Abfrage bzw. die Buchungsmöglichkeit für den Gast auf der Website gegeben ist
- Schulungen des Systems feratel Deskline WebClient
- Schnitt- bzw. Anlaufstelle für die Betriebe der Region
- Vorschläge für die unterstützende Software im Bereich Angebote und Buchungen
- Erstellen von Packages in Kooperation mit der Marketingabteilung des TVBs
- Steigerung der Auslastung, Vertriebsmöglichkeiten bzw. Verbesserung des Betriebsrankings durch Buchbarkeit
- Vorstellung der Murtal Gästecard in Verbindung mit den Broschüren Sommer- bzw. Winterausflugsziele
- Erstellung Kooperationsverträge für buchbare Betriebe



Thema Interessentenbeiträge: Diese Beiträge zahlt jeder Betrieb. Dieser ist ein wertvolles Instrument für den Tourismus/für die Tourismusregionen und jeder Betrieb zieht auch seinen Nutzen aus den TIB-Beiträgen. Jede Firma kann sich z.B. auf unserer Homepage präsentieren und wir sind auch für die Dienstleister in der Region da, nicht nur für Hoteliers etc.

Die Region muss lernen sich nicht immer auf Dritte (Red Bull Ring) zu verlassen.

Mit unserer Region sind wir Top aufgestellt.

Es liegt jetzt an uns aller diese Werkzeuge auch zu nutzen.

Das Tourismusjahr 2023 hat super begonnen, ist super angestiegen und hat auch trotz des etwas schlechteren Winters gut geendet.

Wir sind auf einem guten Weg (auch aufgrund des Leaderprojektes) die Region Murtal so zu platzieren, dass die Leute wissen, wo das Murtal ist und was es im Murtal alles zu entdecken gibt.

TOP 9

Tätigkeitsbericht Leitung Marketing inkl. Kurzbericht Leader Projekt

INHALTE

1. Überblick Marketing
2. Offline Marketing
3. Online Marketing
4. Kooperationen
5. LEADER



INHALTE

- I. Ziele, Zielgruppe
- II. Themenschwerpunkte 2023
- III. CD – Ausweitung
"Die Mischung macht's"



ZIELE

Übergeordnetes Hauptziel:

2025 zeigt sich das Murtal als etablierte Ganzjahres-Destination mit einzigartigen Produkten für alle Jahreszeiten.

Subziele:

- Steigerung der Sichtbarkeit der Möglichkeiten im Murtal
- Stärkung der regionalen Zuordenbarkeit zum Murtal
- Stärkung der emotionalen Zugehörigkeit zum Murtal
- Steigerung der Frequenz in den Ausflugszielen
- Steigerung der Nächtigungen
- Darstellung von Betrieben/Partnern in allen Gemeinden
- (Weiter-)Entwicklung von 1-2 Leitprodukten

ZIELGRUPPE

Unsere Fokuszielgruppe

Potenzielle Gäste

- Fokusmärkte: Österreich, Deutschland, Niederlande
- (Jung-)Familien, junge bis ältere Paare, Freunde (Gruppenreisen, Ausflüge)
- Alter: 20 bis 65+ Jahre
- Interessen: Familienausflüge, Wandern, Radfahren, Motorsport, Kulinarik

Wen wollen wir zusätzlich erreichen?

MarkenbotschafterInnen

- Bevölkerung, um sie als MarkenbotschafterInnen zu etablieren: stolz dort zu wohnen, wo andere Urlaub machen
- Betriebe, welche sich auch auf unsere Plattformen präsentieren wollen und mit uns gemeinsam die Region stärken
- Ausflugsziele, die mit uns gemeinsam das Murtal für Gäste attraktiv gestalten und dadurch sehen, was mit vereinten Kräften möglich ist

Die Einheimischen müssen ein Verständnis dafür bekommen, warum es super ist in der Region Murtal zu leben. Dafür wurden Themen zu jeder Jahreszeit definiert.

THEMEN 2023/24

Frühling

Primär:
Motorrad

Sekundär:
• Nimm's Radl
• Ostern
• Frühlingswanderungen
• Raus ins Freie

Sommer

Primär:
Nimm's Radl

Sekundär:
• Camping
• Wandern / Bergseen
• Ausflugsziele
• Ferienstartaktion
• Motorrad / Oldtimer
• Motorsport

Herbst

Primär:
Wandern

Sekundär:
• Genuss/Kulinarik
• Nimm's Radl
• Thermenzeit
• Sternstunden im Advent (ab November)

Winter

Primär:
Schneeschuhwandern

Sekundär:
• Sternstunden im Advent
• Familien-Skifahren
• Thermenzeit

KAMPAGNEN 2023

Hauptkampagnen (Online & Offline)

- **KOMurtal | QOMurtal**
Schwerpunkt Fahrrad (Start April)
- **Von der Rennstrecke in den Urlaub**
(Start Formel 1 bis Moto GP)
- **Ferienstartaktion** - Gutscheineheft
(Start letzte Schulwochen, Kooperation mit Region Graz)
- **Sagenhafter Wanderherbst**
(August bis Oktober)
- **Winterkampagne 2023/24**
„Die Mischung macht's“
inkl. Advent

Nebenkampagnen (Online & Offline)

- **Motorrad & Oldtimer**
(Murtal Classics, neue Motorradkarte & neue Oldtimerkarte...)
- **Nimm's Radl**
zusätzlich zu KOM/QOM Bewerbung vom Radknotensystem
- **Zirbenfest/Zirbenhoheiten**

STG Kampagnen (Online & Offline)

- **Sommerekampagne**
Fokus: Rad & Motorsport
- **Winterkampagne mit Red Bull Media House**
Fokus: Langlaufen & Schneeschuh (& Kulinarik)

AUSWEITUNG CD & NEUER SLOGAN

MURTA
DIE MISCHUNG MACHTS!

Über den neuen Slogan „Die Mischung macht’s“ wird der ursprüngliche Slogan „Zwischen Entschleunigung und Beschleunigung“ bzw. unsere Kontraste in der Region bestärkt.

„Herzklopfen spüren“ sowie „Zwischen Entschleunigung und Beschleunigung“ zum Teil noch in PR-Texten, nicht mehr im Fokus
→ schwerfällig in der Verwendung

„Auflockerung“ des CDs mit zusätzlichen Elementen wie:
- Illustrationen
- Text im Bild statt Balken
- mehr Weißraum



SCHNEESCHUH SCHLEMMEN

Die Mischung macht's.

Nach dem Sport
kommt der Genuss.



MOTOR ENTSPANNUNG

Die Mischung macht's.

Mit Vollgas der Entspannung entgegen.

BSP. WINTERKAMPAGNE

Aufmerksamkeit:

Wortspiele mit konkreten Gegensätzen,

Winter: Schneeschuhschlemmen, Motorentspannung oder Kulturaction
Sommer: Entdeckungsradeln, Zirbenrauschen, Kulturaction und Motorentspannung
(Kombination Bild + Illustration)

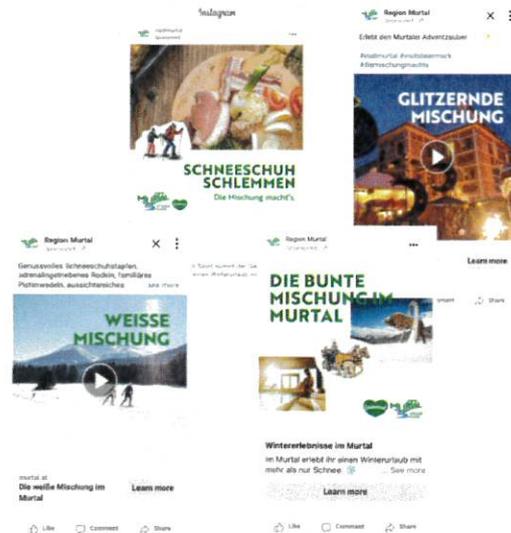
Interesse:

Weitere Informationen mit konkreten Urlaubsmischungen

Handlung:

Konkrete Angebote/Packages, zur Buchung animieren

→ Landingpage zu jeder Mischung mit Infos zu Aktivitäten und Packages



9.2 OFFLINE MARKETING

INHALTE

- I. Printeinschaltungen / Inserate
- II. Radiowerbung
- III. Drucksorten
- IV. Pressearbeit
- V. Veranstaltungen
- VI. Weitere Werbemaßnahmen



PRINTEINSCHALTUNGEN / INSERATE

- **Krone:** Kooperation mit Weges (Schwerpunkte: Wandern & Schneeschuhwandern)
- **Steirische Museumsschätze** (Kulturschätze)
- **Woche:** Inserate & Redaktion (KOM, Wanderherbst, Zirbenfest, Lange Nacht der Museen, Ausflugsziele, Winter usw.) zusätzlich Verlängerung als Digitalkampagnen (Winter, Wandern, Museen)
- **ÖAMTC Magazin** (Winter)
- **Kleine Zeitung** (Winter Ausflugsziele)
- **AK-Magazin** (Winter-Paket usw.)
- **Grazer** (Sommer und Winter Ausflugsziele)
- **Murau-Murtal erleben** (Sommer Ausflugsziele)
- **Tambiente DE** (Familie, Wandern, Radfahren, Winterzauber)
- **Judenburg Stadtmagazin**
- **Weekend** Urlaub-Freizeit (Winter)
- **Obersteirische Rundschau** (Motorrad)
- **5Komma5Sinne** (Herbst & Winter)

Weitere Schaltungen via LEADER & Kooperationen mit Regionen/STG



RADIOWERBUNG

- **Antenne (Freizeitipps, Ausflugsziele)**
Schaltung allgemein über das Murtal, Freizeitipps für Ausflugsziele und Events & laufende redaktionelle Beiträge (Gutscheinheft, KOM usw.)
- **Radio Grün-Weiß (Freizeitipps, Ausflugsziele Winter)**
Schaltung allgemein über das Murtal in Kombination mit Winter-Ausflugszielen
- **Podcast – Sitzfleisch**
Promotion der Touren im Murtal & KOM/QOM-Aktion



Weitere Schaltungen via LEADER & Kooperationen mit Regionen/STG

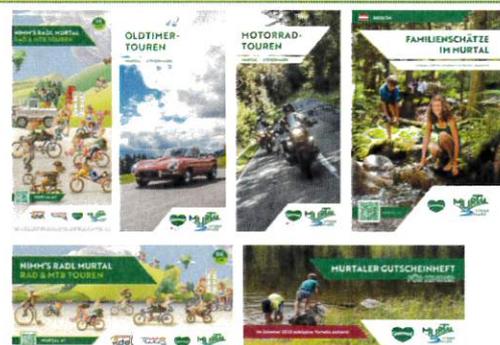
PRINT/RADIO Ausblick 2024:

- Reduktion Printeinschaltungen (Umschichtung zu Online)
- Falls Print, immer Advertorial oder Redaktion + Inserat & immer Verlängerung Online
- Radio weiterhin für bestimmte Kampagnen sinnvoll & für Freizeitipps
→ durch mehrfache Wiederholungen zum Teil besser als Print

DRUCKSORTEN

- Ausflugszielefolder Sommer 2023
- Familienschätze
- Rätselheft für Kinder
- Gutscheinheft - Ferienaktion
- Motorradkarte Nachdruck
- Oldtimerkarte
- Radkarte Neuauflage
- Radtouren Neuauflage
- Ausflugszielefolder Winter 2023
- Abreißblock mit Ausflugszielen
- Schneeschuhkarte Nachdruck
- Gruppenangebote
- Gastgeberverzeichnisse (Privatzimmer & Ferienwohnung, Hütten & Ferienhäuser)
- Sticker (Murtal, Camping, Formel1, MotoGP)
- Lesezeichen (Von der Rennstrecke in den Urlaub)
- Postkarten (MyPostcard, Post.at)
- Nimm' s Radl Radtafeln (Neuerungen, wo nötig)

Weitere Drucksorten (Tafeln) via LEADER



DRUCKSORTEN Ausblick 2024:

- Weitere Reduktion auf relevante Drucksorten
- Betriebe, die sich rückmelden, werden inkludiert, Rest über allgemeine QR-Codes

PRESSEARBEIT

- My real Postcard App
Stadtführung Judenburg, Stementurm, Edelsteine Krumpf, Winterleitenhütte, Camping 50Plus, Radknotensystem, Therme, Jamila Coffee, Segwaytour Restaurant Perschler
- Laufende Infos an Gemeindezeitungen und regionale Medien sowie Pressekonferenzen
- Beginn Murtal-Ausgabe 5Komma5Sinne
- Weitere Kooperationen mit STG



Pressearbeit Ausblick 2024:

- Weitere Pressereisen-Betreuungen
- Pressekonferenzen
- Laufende Infos an regionale Medien und Gemeindezeitungen

VERANSTALTUNGEN

Veranstaltungen:

- Formel 1
- Moto GP
- Red Bull Classics
- Murtal Classic
- Sommernachtslauf
- Businesslauf Red Bull Ring
- Murtal24
- Steiraman
- Zirbenfest
- DTM
- Lange Nacht der Museen
- King & Queen of Murtal

-> Marketingunterstützungen durch:

- Events auf Website
- Social Media Bewerbung
- Startersackerl
- Zum Teil Präsenz vor Ort
- Weitere Schaltungen

Präsenz am Ring bei Großveranstaltungen:

- Infopoints
- Verteilaktionen vor Ort (Murtal-Herzerl etc.)
- Goodies bei Betrieben (Lebkuchen, Lesezeichen, Sticker)
- Welcome Transparente



VERANSTALTUNGEN Ausblick 2024:

- Stärkere Kooperationen mit Sport-Veranstaltungen
- Weiterführung von Marketingunterstützungen, weiterhin keine Subventionen

Weitere Veranstaltungen/Messen (Tafeln)
via Kooperationen mit STG

WEITERE WERBEMASSNAHMEN

Merchandise Produkte

Verteilaktion:

- Murtal Herzen / Kluppen
- Sticker
- Lesezeichen
- Luftballons
- KOM/QOM-Trinkflaschen
- Lebkuchen (für Betriebe)
- Klebetattoos
- KOM/QOM Siegertrikot

Verkauf:

- Rennenten (Badeenten)
- Postkarten (zum Teil gratis)
- Murtalletten
- Sonnencreme
- Trinkflaschen



MERCHANDISE Ausblick 2024:

- Einige Produkte zum Verteilen: Sackerl, Stofftaschen, Kugelschreiber, Notizblöcke usw.
- Kaufprodukte: Trinkflaschen, Notizbücher usw.

WEITERE WERBEMASSNAHMEN

- **TV Produktionen**
 - ORF3 - Winter rund um die Seetaler Alpen
 - Heimatleuchten Servus TV (rund um die Formel 1)
- Weitere TV Produktionen in Kooperation mit STG
- **Workshops** zur touristischen Produktentwicklung mit Conos
 - **Geführte Wanderungen:**
Sagenhafter Wanderherbst in Kooperation mit Weges



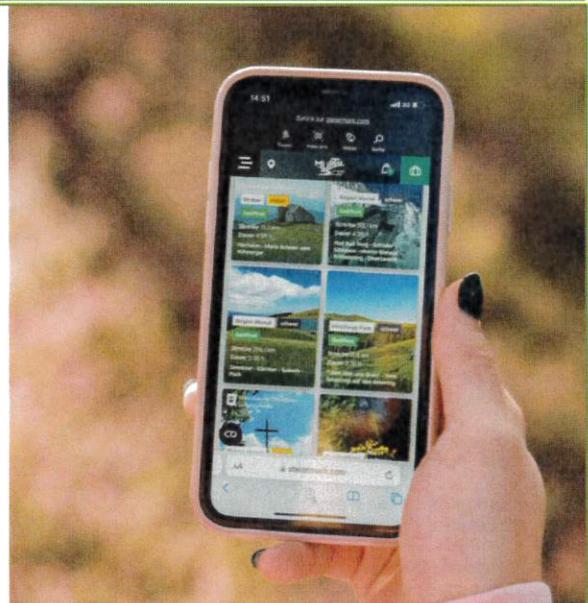
Ausblick 2024:

- TV Produktionen, wenn Preis-Leistungs-Verhältnis passt; ansonsten bei Bewegtbild Fokus auf Online
- Geführte Wanderungen zu passenden Themen planen

9.3 ONLINE MARKETING

INHALTE

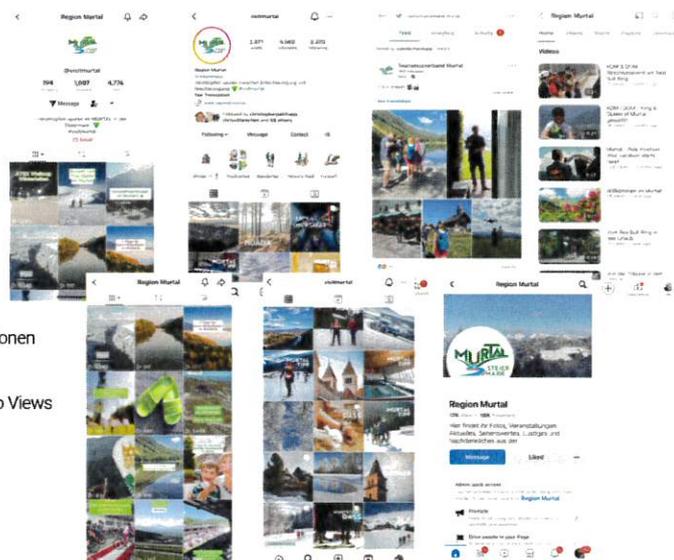
- I. Social Media
- II. Such- und Display-Werbung
- III. Website / Datenbank / Touren
- IV. Online Kooperationen
- V. Weitere Werbemaßnahmen



SOCIAL MEDIA

KANÄLE

- **Facebook** organisch & bezahlt
17.000 Likes, 18.000 Follower
1,4 Mio. Reichweite, über 40.000 Interaktionen
- **Instagram** organisch & bezahlt
5.560 Follower
334.000 Reichweite, 7.000 Interaktionen
- **TikTok** organisch (& bezahlt)
1.007 Follower
fast 5.000 Likes, fast 300.000 Video Views
- **LinkedIn** organisch
- **YouTube** organisch

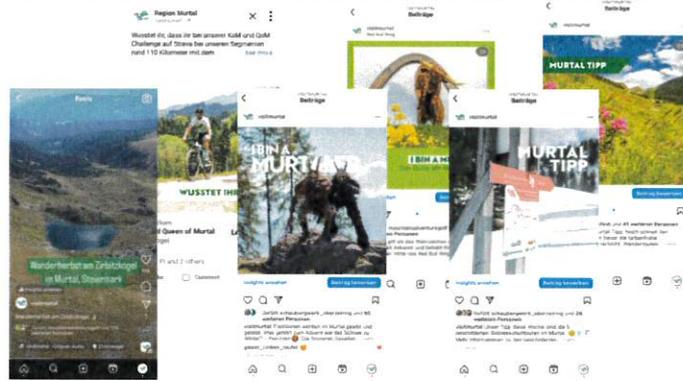


SOCIAL MEDIA

Organische Werbung

Implementierung von fixen Contentreihen für mehr Wiedererkennung:

- „I bin a Murtaler“ / „I bin a Murtalerin“
Vorstellung Ausflugsziele, Produkte usw.
- **Murtal Tipp**
(Ausflugsziele, Touren, Veranstaltungen, Kulinarik, Beherberger...)
- **Special Days**
(nur, wenn in Verbindung ins Murtal)
- **Wusstet ihr, dass...**
Fakten über das Murtal
- **Murtal Community**
(UGC, Fan Pics)
- **Inspiration**
Landschaftsbilder
- **Reels/TikToks**
Bewegtbild zu oben genannten Contentreihen



SOCIAL MEDIA ORGANISCH Ausblick 2024:

- Festigung der Content-Reihen mit klarem Design
- Fokusverlagerung hin zu noch mehr Video
- Bezahlung, wenn notwendig

SOCIAL MEDIA

Bezahlte Werbung

- **Laufende Bewerbung von Postings**
(I bin a Murtaler/in, Tipps – Events, Jobs, Models)
- **Messebewerbung**
Hyper local Targeting (Essen, München, Steiermark Frühling usw.)
- **KOMurtal | QOMurtal bzw. Nimm's Radl**
Schwerpunkt Fahrrad (Start April)
- **Von der Rennstrecke in den Urlaub**
(Start Formel 1 bis Moto GP)
- **Ferienstartaktion** - Gutscheineheft
(Start letzte Schulwochen, Kooperation mit Region Graz)
- **Sagenhafter Wanderherbst**
(August bis Oktober)



- **Winterkampagne 2023/24**
„Die Mischung macht's“
inkl. Advent

SOCIAL MEDIA BEZAHLT Ausblick 2024:

- 2023 Tests mit verschiedenen Ansätzen mit weniger Budget
→ 2024 Fokus auf neues Design, Texte usw.
- Budget-Fokus: ganzheitlicher Ansatz,
weniger kleine Kampagnen

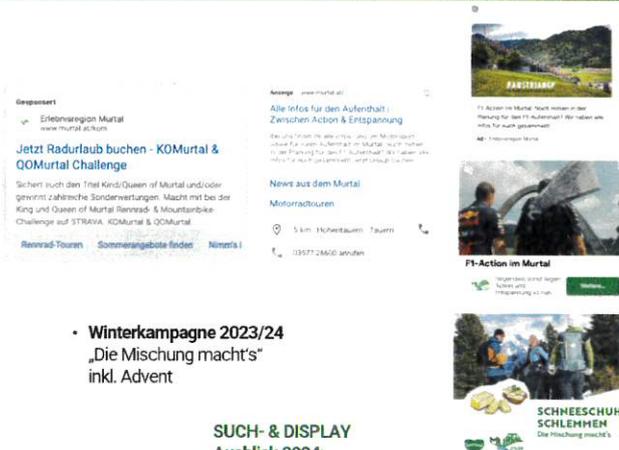
SUCH- & DISPLAY- WERBUNG

Organische Werbung

SEO: laufende Optimierung der Texte auf der Website
Ziel: mehr Sichtbarkeit in der Google Suche

Bezahlte Werbung

- Laufende **dynamische Werbung**
& Bewerbung von **Angeboten/Packages**
- **KOMurtal | QOMurtal**
Schwerpunkt Fahrrad (Start April)
- **Von der Rennstrecke in den Urlaub**
(Start Formel 1 bis Moto GP)
- **Sagenhafter Wanderherbst**
(August bis Oktober)



- **Winterkampagne 2023/24**
„Die Mischung macht's“
inkl. Advent

SUCH- & DISPLAY Ausblick 2024:

- 2023 Tests mit verschiedenen Ansätzen mit weniger Budget
→ 2024 Fokus auf neues Design, Texte usw.
- Budget-Fokus: ganzheitlicher Ansatz,
weniger kleine Kampagnen

WEBSITE / DATENBANK



Website:

Murtal.at

Ca. 170.000 Nutzer, 540.000 Aufrufe, 1m23s pro Sitzung

Steiermark.com/Murtal

Ca. 93.000 Nutzer, ca. 250.000 Aufrufe, 1m pro Sitzung

Datenbank:

Datenwartung via DataCycle:

- aktuell 29.127 Inhalte (ca. 2000 Veranstaltungen, ca. 380 Touren, ca. 1.000 POIs, über 18.000 Bilder usw.)
- Erstellung von Widgets für Betriebsseiten (einfache Datenwartung)

Fazit 2023:

- Technische Probleme und notwendiges Design-Update bei murtal.at
- Laufende gemeinschaftliche Verbesserungen bei steiermark.com

Ausblick 2024:

- 1.3. Umstieg auf steiermark.com/murtal, murtal.at im Hintergrund noch bis 31.3., Datenbank bleibt
- Betriebe erhalten Whitelabels statt Widgets & Möglichkeit Buchungslinks zu integrieren

TOUREN



Touren:

- Via Datacycle 378 Touren (156 Wandertouren, 42 Schneeschuhtouren, 31 MTB-Touren, 11 Rennradtouren, 9 Nimm's Radl Touren, 22 Skitouren usw.)
- Outdooractive 303 Touren (18 Motorradtouren, 34 MTB-Touren, 27 Radtouren, 11 Rennradstrecken, 9 Naturlehrpfade, 9 Themenwege, 32 Schneeschuhtouren, 20 Skitouren, 135 Wandertouren, 8 Winterwanderungen usw.)
- Beginn Aufarbeitung Umstellung auf Contwise in Zusammenarbeit mit STG
Wartung von rund 250 Touren (bis jetzt maps.murtal.at)

Touren

Ausblick 2024:

- Komplette Umstellung von Outdooractive auf Contwise
- Fertigstellung der Datenwartung der bestehenden Touren
- Eingabe und Erstellung von neuen Touren

ONLINE KOOPERATIONEN

- **Linking Brands / MyPostcard**
Kooperation mit GH Perschler, individualisierte Postkarten
- **Alpina Marina – Somewhere Real**
Murtal als Geheimtipp abseits der Touristenmassen
- **Gruppenreisen.com**
Darstellung der Gruppenmöglichkeiten im Murtal
- **Weges** Tourentipps
teilen Tipps immer via Social Media
- **Post.at**
Personalisierbare Postkarten via post.at, die weltweit frankiert sind



KOOPERATIONEN Ausblick 2024:

- Weitere Kooperationen hinsichtlich Content Creation geplant (Influencer o.ä.)
- Kooperationen müssen thematisch spezifischer werden

WEITERE WERBEMASSNAHMEN

- **Tracking/Analytics**
Ausbau der Tracking-Maßnahmen (GA4 Integration)
A1 Invenium mit STG gemeinsam
- **QR-Codes**
Laufende Integration von QR-Codes inkl. Tracking für
Nachverfolgung der Offline-Maßnahmen
- **Newsletter** (bei Bedarf)
- **Verlängerung Print-Kooperation für Online**
Bsp. Woche
- **Gewinnspiele**
Urlaubsgewinne, Urlaubspakete usw.



WEITERE WERBEMASSNAHMEN Ausblick 2024:

- Tracking noch weiter verbessern
- Newsletter stärker in Betracht ziehen

AUSBLICK 2024

Hauptkampagne (Online & Offline)

- **Imagekampagne "Die Mischung macht's"**
 - **Entdeckungsrädl** (Nimm's Radl, MTB, Rennrad, KOM/QOM)
 - **Zirbenrauschen** (Wandern, Almrausch, Zirbe, Bergsee)
 - **Motorentspannung** (Motorrad, Oldtimer, Ring, Therme, Bergsee)
 - **Kulturaction** (Familien- und Kulturschätze)
- & **Kulinarik/Beherbergerbetriebe als übergreifendes Thema**

Adaptionen für Herbst & Winter

Zusätzliche Kampagnen:

- **Kampagne NL** (Fokus: Camping, Nimm's Radl)
- **Ausflugsziele Sommer/Winter** (Ausflugsziele, Ferienstart)
- **Veranstaltungen**

Content-Bewerbung (zusätzlich zu Kampagnen):

- **„I bin a Murtaler“ / „I bin a Murtalerin“**
Vorstellung Ausflugsziele, Produkte usw.
- **Murtal Tipp**
(Ausflugsziele, Touren, Veranstaltungen, Kulinarik, Beherberger...)
- **Special Days**
(nur, wenn in Verbindung ins Murtal)
- **Wusstet ihr, dass...**
Fakten über das Murtal
- **Murtal Community**
(UGC, Fan Pics)
- **Inspiration**
Landschaftsbilder
- **Reels/TikToks**
Bewegtbild zu oben genannten Contentreihen

AUSBLICK 2024

Hauptkampagne (Online & Offline)

- **Imagekampagne "Die Mischung macht's"**
 - **Entdeckungsrädl** (Nimm's Radl, MTB, Rennrad, KOM/QOM)
 - **Zirbenrauschen** (Wandern, Almrausch, Zirbe, Bergsee)
 - **Motorentspannung** (Motorrad, Oldtimer, Ring, Therme, Bergsee)
 - **Kulturaction** (Familien- und Kulturschätze)
- & **Kulinarik/Beherbergerbetriebe als übergreifendes Thema**

Adaptionen für Herbst & Winter

Zusätzliche Kampagnen:

- **Kampagne NL** (Fokus: Camping, Nimm's Radl)
- **Ausflugsziele Sommer/Winter** (Ausflugsziele, Ferienstart)
- **Veranstaltungen**

Content-Bewerbung (zusätzlich zu Kampagnen):

- **„I bin a Murtaler“ / „I bin a Murtalerin“**
Vorstellung Ausflugsziele, Produkte usw.
- **Murtal Tipp**
(Ausflugsziele, Touren, Veranstaltungen, Kulinarik, Beherberger...)
- **Special Days**
(nur, wenn in Verbindung ins Murtal)
- **Wusstet ihr, dass...**
Fakten über das Murtal
- **Murtal Community**
(UGC, Fan Pics)
- **Inspiration**
Landschaftsbilder
- **Reels/TikToks**
Bewegtbild zu oben genannten Contentreihen

9.4 KOOPERATIONEN

INHALTE

- I. STG
- II. Innerhalb der Region
- III. Mit anderen Regionen



KOOPERATIONEN MIT STG

Messen:

- Free München
- Ferienmesse Wien
- Steiermark Frühling
- Presseschau Wien
- BTB Busreisenmesse Spielberg

Weitere Veranstaltungen:

- Linzathlon
- Formel 1 Steiermarkdorf

Presse:

- Claudia Steiner Feb. 2023: Hohentauern, Schneeschuhwandern, Skifahren
- Maaike Meerman
März 2023 Skifahren Gaal, Schneeschuhwandern, Regner Seckau, Kühnbrein
- Contentteam der STG zum Thema Radfahren
Juni 2023 Radtour durch Judenburg, Sendertrail, Murradweg – Edelsteine Krampfl – Red Bull Ring
- Dirk Wijnand, National Geographic
Sept. 2023 Sternerturm Judenburg, Radtour, Edelsteine Krampfl, Abtei Seckau, Hofwirt Seckau, Kühnbrein
- Ron Reizen RTL4
Sept. 2023 – Camping 50 Plus, Red Bull Ring, Radtour, Mountain Adventure Golf Hohentauern

Marketinggruppen:

- Murradweg
- Vom Gletscher zum Wein
- Kulturgenuss im Grünen
- Langlaufen in der Steiermark

Gemeinsame Drucksorten, Online-Auftritte usw.



KOOPERATIONEN MIT STG

Sommerkampagne 2023

Fokus Rad & Motorsport

- Online-Maßnahmen AT/DE/NL (Social Media, Google, Pinterest usw.)
- Gemeinsame DOOH-Kampagne (W, NÖ.)
- Kooperation Zapper NL

E-Marketing:

- Gemeinsames Portal: steiermark.com
- Social Push Kampagnen
- Social Media Kampagne vor Ort (Fokus Rad)
- Steiermark Newsletter
- Bergfex Newsletter

Winterkampagne 2023:

„Herz drauf“ Kampagne

- Landingpage
- Fotoproduktion
- Digital-Kampagne
- Social Ad-Kampagne

+ Bergwelten AT & DE : Print & Online (Schwerpunkte: Kulinarik, Schneeschuhwandern, Langlaufen)

Zusätzlich:

- Online-Maßnahmen AT/DE/NL
- Kooperation Zapper NL



KOOPERATIONEN MIT STG

Weitere gemeinsame Aktivitäten:

- Wanderpass Radio Grün-Weiß
- Servus Heimatleuchten
Murtal als Teil der gesamten Steiermark
- A1 Mobility Daten
- Falstaff
- MERIAN
- RonReizen NL
- Schulungsangebote WIFI
- + weitere kleinere gemeinsame Aktivitäten

Fazit 2023:

- Planung weiter im Voraus – super Zusammenarbeit
- Laufender Austausch mit STG und anderen Regionen durch Arbeitsgruppentreffen, Marketinggruppen, gemeinsame Messen usw.
- Das „grüne Herz“ wird immer kommuniziert: deshalb auch ein Teil der anderen Maßnahmen in gemeinsame 15% gerechnet (Bsp. Online Kooperationen & teilweise Print)



Ausblick 2024:

- Zusammenarbeit weiter ausbauen & verbessern
Kommunikation vertiefen

KOOPERATIONEN IN DER REGION

- **Kraft das Murtal**
Aufnahme als Partner, gemeinsame Aktivitäten hinsichtlich Welcome-Pakete
 - **Ausflugsziele**
Sommer und Winter
 - **Red Bull Ring**
Regelmäßige Abstimmungen zu gemeinsamen Aktivitäten
 - **Beherbergungsbetriebe**
Darstellung von Packages, Integration Widgets usw.
- usw.



KOOPERATIONEN IN DER REGION

Ausblick 2024:

- Engeres Zusammenrücken in der Region, stärkerer Austausch zwischen verschiedenen Initiativen
- Ziel: Tourismusgesinnung in der Region bei Einheimischen stärken

KOOPERATIONEN MIT REGIONEN

Region Graz

- Ferienstartaktion (Gutscheinheft für Ausflugsziele inkl. gemeinsame Werbeaktivitäten)
- Ausflugszielefolder (gegenseitige Einschaltung)

Region Murau

- Murau-Murtal Gästecard (gemeinsamer Ausflugszielefolder und weitere Aktivitäten)
- Die Golfregion (gemeinsames Prospekt)

Regionen Gesäuse & Ausseerland-Salzkammergut

- Evaluierung Gästecard bzw. digitale Gamification neu



KOOPERATIONEN MIT ANDEREN REGIONEN

Ausblick 2024:

- Regionsübergreifendes Arbeiten weiterhin sinnvoll → Gast kennt keine Regionsgrenzen
- Werbemaßnahmen v.a. mit umliegenden Regionen planen

9.5 LEADER

INHALTE

- I. AP1, 2 & 7 Tafeln
- II. AP3 Fotopunkte
- III. AP4 LiveCam
- IV. AP5-6 Betriebspakete & Schnittstellen
- V. AP8-9 Medien, Foto & Film
- VI. AP10 Marketingpaket



POSITIONIERUNG ERLEBNISREGION MURTAL

Ausgangssituation / Ziele

- Murtal wird zur MARKE
- wird geografisch zuordenbar
- thematisch / emotional besetzt
- Identität / Bekenntnis zum MURTAL / Stolz sein
- Vernetzung / Kommunikation untereinander über Gemeinde und Branchengrenzen hinweg

Umsetzung

Laufzeit: 01.06.2022 bis 31.12.2024

Gesamtprojektkosten:	€ 600.000,-
Sachkosten:	€ 480.000,-
Personalkosten:	€ 120.000,-
Förderung:	€ 360.000,-
Eigenmittel:	€ 240.000,-

→ 9 Arbeitspakete

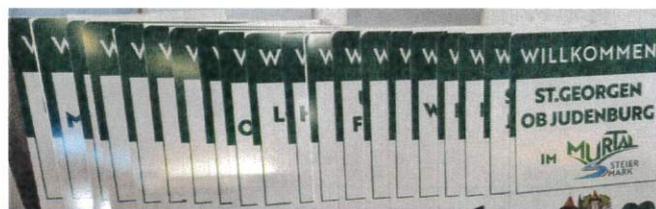
AP 1 – TAFELN

Landesstraßentafeln:

- SÜD: Obdacher Straße
- WEST: Friesacher Straße vor Unzmarkt
- NORD: Triebener Tauern
- NORD/WEST: Oberzeiring
- NORD/OST: Gaberl
- 2024 OSTUMSETZUNG

Gemeindestraßentafeln:

- 20 Stück an alle Gemeinde ausgeliefert
- Aufruf zur Nachbestellung



AP 2 – PANORAMA & SCHILDERBAUM

Panoramatafeln bei Fotopunkten

- Tremmelberg – Aktualisierung
- Ingeringsee
- Scheiblsee
- Winterleitensee
- Gaberl – Kreuzerhöhe
- Hohentauern – Parkplatz

Weitere Ideen und Vorschläge

- Sillweger Aussichtswarte
- Rastplatz beim Bike Trail Judenburg
- Aussichtspavillion Rachau
- Thalberghof, ...

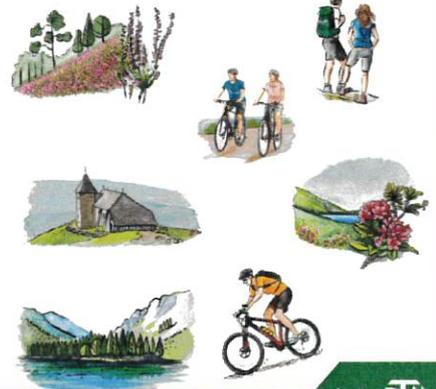


Schilderbaum

Klärung Material und Standorte offen



Illustrationen



AP 3 – FOTOPUNKTE

Schwerpunkt Motorrad:

- Kreuzerhöhe – Gaberl
- Red Bull Ring
- Parkplatz Hohentauern



Schwerpunkt Wandern:

- Winterleitensee
- Ingeringsee
- Scheiblsee



Schwerpunkt Bevölkerung:

- Saison-Standort-Wechsel
- Regionale Badeseen in Kombination mit Schiliften
- Standorte müssen noch abgestimmt werden



AP 4 – LIVECAM

Aktuell Online:

Hohentauern
Unzmarkt
Winterleiten
Red Bull Ring

<https://murtal.panomax.com/hohentauern>

<https://www.murtal.at/steiermark/live>

Noch in Umsetzung:

Judenburg
Hohe Ranach
Tremmelberg

Seckau
Lobmingtal
Obdach
Ruine Eppenstein



AP 10 – MARKETINGPAKET

Erste Umsetzung von Merchandise-Artikeln:

- Luftballons
- Trinkflaschen



MARKETINGPAKET
Ausblick 2024:

- Weitere Artikel bereits in Umsetzung:
Papiertragetaschen, Notizblöcke, Kugelschreiber usw.

Dankesworte an Kraft das Murtal. 15 Jahre Kraft das Murtal im November.

Dankesworte an das Catering Gasthaus Ortner.

TOP 10

Nachwahl von 2 Ersatzkommissionsmitgliedern in der Beitragsgruppe II und 1 Ersatzrechnungsprüfer

a. Wahl von zwei Beisitzern zur Überwachung der Stimmabgabe und Auszählung

Gruppe II: Zwei Ersatzmitglieder müssen für Marlies Steinkellner und Matthias Muhrer nachgewählt werden.

Als Wahlbeisitzer werden Harald Saiger und Günther Sorko vorgeschlagen.

Die Wahlbeisitzer werden einstimmig gewählt. Keine Gegenstimmen oder Enthaltungen.

b. Abstimmung Wahlvorschlag

Der Wahlvorschlag wird von Karl Offenbacher eingebracht und vorgeschlagen werden Herr Clemens Polak (Vinothek Judenburg) und Oliver Rainer (GH Rainer)

Die Wahlvorschläge werden einstimmig angenommen und Clemens Polak und Oliver Rainer als Ersatzmitglieder gewählt. Keine Gegenstimmen oder Enthaltungen.

c. Nachwahl Ersatz Rechnungsprüfer

Der Wahlvorschlag wird von Michael Ranzmaier-Hausleitner eingebracht. Als Ersatzrechnungsprüfer wird Herr Robert Pichler vorgeschlagen.

Der Wahlvorschlag wird einstimmig angenommen und Herr Robert Pichler als Ersatzrechnungsprüfer nachgewählt. Keine Gegenstimmen oder Enthaltungen.

TOP 11

Eingebrachte Anträge

- Es ist kein Antrag eingelangt.

TOP 12

Grußworte der Ehrengäste

- Norbert Steinwider (WKO)
- Robert Reif (Landtagsabgeordneter)
- Gabriele Kolar (Vertreter Land Steiermark)
- Bruno Aschenbrenner (Landtagsabgeordneter)
- Erich Wolf (Red Bull Ring)

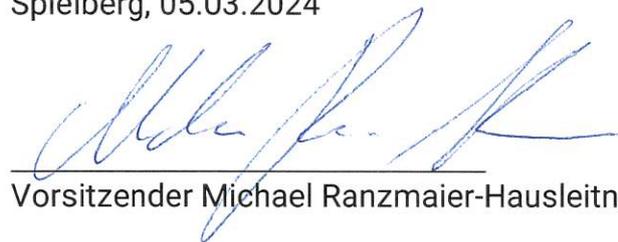
TOP 13

Allfälliges

Keine Wortmeldungen der Anwesenden.

Kurzes Statement von Michael Ranzmaier-Hausleitner zur Gastronomie – einige Gedanken werden eingebracht wie Öffnungszeitenkarussell, Personalsharing, Wirtepartnerschaft. Diese Punkte sollten in der Zukunft bedacht werden.

Spielberg, 05.03.2024

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Michael Ranzmaier-Hausleitner", written over a horizontal line.

Vorsitzender Michael Ranzmaier-Hausleitner

