

# Protokoll der Kommissionssitzung

Donnerstag, 28. November 2024 | 18:30 Uhr

Stiftskeller  
Kirchplatz 1 / 8911 Admont

## Tagesordnung

1. Begrüßung und Feststellung der Beschlussfähigkeit
2. Beschlussfassung Protokoll der Kommissionssitzung vom 17.09.2024
3. Bericht des Vorsitzenden
4. Bericht der Geschäftsführerin
  - Marketingaktivitäten und -kooperationen
  - Laufende und geplante Projekte
  - Personelle Veränderungen
  - Aktuelle Budgetsituation
5. Präsentation und Beschluss
  - Voranschlag 2025
  - Marketingplan 2025
  - Dienstpostenplan 2025
  - Ansuchen für Sponsorings, Marketing- und Eventunterstützungsbeiträge sowie Impulsfinanzierungen lt. Beilage
6. Allfälliges

## Anwesenheitsliste

### Unternehmer (6 Stimmberechtigte von 12)

Naturpark Steirische Eisenwurzten, Gulas Oliver

Wolf Franz

Riedl Gerhard

Kaltenbrunner Friedrich

Matschweiger Ulrich

Strobl Lukas

### Gemeindevertreter:innen (6 von 9)

Enhuber Angelika, Ardning

Haberl Werner, Gaishorn

Schaunitzer Engelbert, Lassing

Wasmer Stefan, Liezen

Stachl Elfriede, St. Gallen

Gulas Karin, Wildalpen

### Ohne Stimmrecht

Gassner Klaus

### Sonstige

Egger Jaqueline, TV Gesäuse

Hofbauer Sylvia, TV Gesäuse

Micoloi Caroline, TV Gesäuse

Mayr Karl, Tourismusverein Gaishorn

## 1. Begrüßung und Feststellung der Beschlussfähigkeit

Der Vorsitzende Friedrich Kaltenbrunner eröffnet die Kommissionssitzung um 18:30 Uhr und begrüßt die Kommissionsmitglieder. Da mehr als 1/3 der Mitglieder beider Kammern anwesend ist, wird die Beschlussfähigkeit festgestellt.

Da Haupt- und Ersatzmitglieder anwesend sind, werden die Namen der stimmberechtigten Kommissionsmitglieder beider Kammern verlesen.

## 2. Beschlussfassung zum Protokoll der Kommissionssitzung vom 17.09.2024

Das Protokoll wurde auf der Website des Tourismusverbandes Gesäuse/Digitale Amtstafel kundgemacht und der Link an die Kommissionsmitglieder versendet:

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

Es wird einstimmig beschlossen, auf eine Verlesung des Protokolles zu verzichten.

Das Protokoll wird von allen Anwesenden einstimmig genehmigt.

## 3. Bericht des Vorsitzenden

Der Vorsitzende hält eine kurze Rückschau auf die a.o. Vollversammlung, bei welcher die 100%-ige Erhöhung der Interessentenbeiträge wieder knapp verpasst wurde, was zur Folge hat, dass im Jahr 2025 > 400.000€ weniger Budget zur Verfügung steht.

Da in den vergangenen beiden Jahren aber gut gewirtschaftet wurde, stehen derzeit Reserven zur Verfügung, sodass keine finanziellen Engpässe zu erwarten sind. Die Kommission kann daher in aller Ruhe darüber nachdenken, wann und ob überhaupt die Vollversammlung über eine Erhöhung der Interessentenbeiträge abstimmen sollte. Die Geschäftsführung mit dem gesamten Team wird sich darum bemühen, dass die Sinnhaftigkeit und Wertschöpfung des Tourismusverbandes durch positive sichtbare Projekte auch kritische Mitglieder überzeugt.

Das deutlich geringere Budget bedeutet, dass Projekte nun nicht mehr wie gewohnt unterstützt werden können. Aber um ein positives Signal nach außen und in die Mitgliedsgemeinden zu senden, sollen auch 2025 gute und innovative Projekte in den Gemeinden gefördert werden. Dafür werden Mittel aus den aufgebauten Rücklagen verwendet. Auch der derzeitige Mitarbeiterstand muss und kann nicht verringert werden, weil die weiterlaufenden Basisprojekte mit eigenen Mitarbeitern ohne zugekaufte Agenturleistungen kostengünstiger umgesetzt werden können. Einsparungen wird es aber vor allem im Bereich Standortmarketing geben müssen.

Wichtig ist weiterhin eine positive Kommunikation nach außen, um Überzeugungsarbeit bei den Interessenten zu leisten. Hier ist die Geschäftsführung, das gesamte Team, alle Kommissionsmitglieder und auch Gemeindevertreter:innen in ihrer Rolle als Multiplikator:innen gefragt.

Kontostand per 17.09.2024

**€ 713.066**

vgl. 27.11.2023: € 777.626

vgl. 01.01.2024: € 687.145

BGM Werner Haberl regt an, Reserveliquidität noch besser verzinst anzulegen, um zumindest kleine Zinsgewinne zu erzielen.

## 4. Bericht der Geschäftsführerin

Jaqueline Egger berichtet über die Nächtigungszahlen, die sich 2024 sehr positiv entwickelt haben. Trotz der immer wieder auftauchenden Argumentation, dass vor allem in den Mitgliedsgemeinden des Paltentales hauptsächlich Nächtigungen durch Monteure/Arbeiter erzielt werden, deckt sich dies nicht vollends mit den vorliegenden Zahlen. Der Tourismus im Gesäuse ist sehr wetterabhängig, weshalb durch den frühen Schneefall Mitte September in diesem Monat auch die Nächtigungen eingebrochen sind. Und dies auch in den Gemeinden des Paltentales.

Nächtigungen	2023	2024	Veränderung
Januar	9.249	10.407	12,52%
Februar	12.096	13.191	9,05%
März	8.513	10.596	24,47%
April	10.319	10.583	2,56%
Mai	23.509	27.829	18,38%
Juni	33.994	35.491	4,40 %
Juli	48.430	53.286	10,03%
August	49.537	54.166	9,34%
September	32.082	22.655	-29,38%

Über 80 % der Nächtigungen werden in der Sommersaison zwischen Mai und Oktober erzielt. Tendenziell höhere Steigerungsraten bringen allerdings die Nebensaison-Monate.

### LEADER Gesäuse Tourismus 2023+

- Infoscreens montiert, Testbetrieb läuft
- Regionstafeln: Halterungen und Bilddruck fertig zur Montage, Fundamente (und teilw. behördliche Genehmigungen) in Arbeit, Lieferung und Montage ab Dezember 2024 > Bitte an Gemeinden, die Fundamente alsbald fertigzustellen, damit die Tafeln rechtzeitig angebracht werden können
- Fertigstellung und Abschluss: 31.12.2024
- Endabrechnung: 31.01.2025

### Förderprojekte Land Steiermark A12

- „Key Visuals“ abgeschlossen und abgerechnet, Zahlung an TVB bereits angewiesen
- „Wir sind Gesäuse“- Kampagne für Innenmarketing und Tourismusgesinnung: bis Mai 2025 in Umsetzung

### Elektronische Gästemeldung/Feratel

- Implementierung 2025
- 80% aller Gästemeldungen in Österreich über Feratel Meldewesen
- Einheitliche, regionsweite Lösung sinnvoll
- Kostenvorteile bei gemeinsamem Einkauf über TVB
- Infotermin mit Gemeinde Mitarbeiter:innen am 17.12.2024 (auch für Informationsaustausch zum Thema Interessentenlisten, Nächtigungsabgabe)
- Neuauflage Vermieter:innen-Info bzw. Handbuch

### Neues LEADER-Projekt in Planung

Vorläufige Inhalte:

- Gesäuse-Info-Portale in 9 Gemeinden
- Aktualisierte, einheitliche Infotafeln in allen Gemeinden nach Bedarf (> bilaterale Gespräche Jan25)
- Abrissblöcke mit touristischen Tipps
- Kick-off ContWiseInfra mit Wegewarten in der gesamten Region
- Erhebung/Abgleich Wegenetz > Tourenportal
- Definition Zukunftsprojekte Bike, Hike, Trail etc.
- Projektbudget: ca. 240.000 €, 60% Förderung
- Projektzeitraum: 03/2025-09/2026

- Finanzierung:
  - Gemeinden/Partner:
    - Eigenmittelanteil Info-Tafeln (je nach Bedarf)
    - Fundamente u. Stelen etc. für Tafeln und Portale + Montage
    - Unterstützung/Abstimmung zu Infos/Wegen etc.
  - TVB Gesäuse:
    - Eigenmittelanteil Info-Portale, Abrissblöcke, Öffentlichkeitsarbeit, Workshops
    - Personalkosten (PM, Koordination, inhaltl. Umsetzung)

## Weitere Projekte (ressourcenabhängig)

1. Inszenierung / Sichtbarmachung Naturnachtgebiet
2. Weiterentwicklung Bike
3. Gästekarte
4. Standortmarketing

Aktueller Stand der derzeit in Planung befindlichen Bikestrecke: Die Befahrung hat durch den Bike-Koordinator des Landes Steiermark, Markus Pekoll, bereits stattgefunden. Bei einzelnen Wegabschnitten, wie zB im Bereich Mühlau-Rohrauerhaus oder aber auf der Kaiserau sind Wegumlegungen bzw. der Bau eines Zaunes notwendig. Weil noch nicht geklärt ist, wer für diese zusätzlichen Kosten aufkommt und im Bereich Liezen eine Grundeigentümerin gegen ein Bike-Projekt ist, geht es momentan nur schleppend voran.

Stefan Wasmer bringt ein, dass auch notwendige Eigenmittel der Gemeinden über LEADER finanzierbar wären.

Oliver Gulas, Natur- und Geopark Steirische Eisenwurzten, erläutert, dass es derzeit sehr gut aussieht, dass das Dreiländereck Steiermark, Ober- und Niederösterreich zum Naturnachtgebiet wird. Die Umsetzung wird aber voraussichtlich erst Mitte 2026 erfolgen.

Ulrich Matlschweiger merkt an, dass der Fahrplan des RegioBus im Bereich zwischen Admont und Landl während der langen Straßensperre nicht funktioniert, bzw. teilweise einfach nicht eingehalten wird.

## Marketingaktivitäten und -kooperationen

### Mobilität 2025

- Gesäuse Sammeltaxi fährt bis zum Ende der Herbstferien und zum selben Preis
- Regio-Bus-Angebot steht vor Reduzierung durch zu wenig Nutzung
- Parkverbund Gesäuse: Preise 2025 unverändert, Vorverkauf läuft

### Hüttenrunde 2024

- Weitere Steigerungen bei Übernachtungen und Umsatz
- Höhere Kosten für TVB

	2024	2023	2022	2021	2020
Angebots- & Buchungsanfragen	113	75	53	62	54
Übernachtungen	1.036	875	619	695	651
Personen	197 Anteil B2B: 72% Anteil B2C: 28%	158 Anteil B2B: 83% Anteil B2C: 17%	118 Anteil B2B: 69% Anteil B2C: 31%	126 Anteil B2B: 40% Anteil B2C: 60%	117 Anteil B2B: 15% Anteil B2C: 85%
Umsatz	€ 111.192,10	€ 86.838,60	€ 53.719,70	€ 57.995,06	€ 46.065,96
Umsatz/Gast	€ 564,43	€ 549,61	€ 455,25	€ 460,28	€ 393,73
Umsatz/ Übernachtung	€ 107,33	€ 99,24	€ 86,78	€ 83,45	€ 70,76
Aufenthaltsdauer	5,41 Tage	5,54 Tage	5,34 Tage	6,4 Tage	5,56 Tage
Nationalität	AT; BE; DE NL; USA;	AT; DE; NL BE; CH	AT; DE; NL	AT; DE; IT	AT; DE;

### Hüttenwirtetreffen

- 11.12.2024 im Hotel die Traube, Admont
- Nachbesprechung 2024 / Ausblick 2025
- Performance Gesäuse Hüttenrunde über Trail Angels
- Entwicklung neuer Produkte

### Winter-Marketing

- **Social Media Performance Marketing** (bezahlte Werbung)
  - Push für Adventveranstaltungen in der Region
  - Winter-Themen
  - Niederlande B2C Hütten-/Weitwandern Sommer 2025 (ab Frühjahr)
  - Abstimmung mit STG: 50 % aus 15%-Mitteln
- **Social Media organisch** (ohne Werbebudget)
  - Vorstellungen der Gemeinden mit Event-Tipp
  - Persönlichkeiten aus der Region
  - LIGES-Gutscheine & Merch-Artikel als Weihnachtsgeschenke

**Neu: Kombi-Logo**



**Winter-Marketing mit Steiermark Tourismus**

- Online-Kampagne „Winter-Stille“
- Red Bull Media House Winterkampagne
- ARGE Nordic
  - Nachproduktion Faltkarte 10.000 Stück mit 28 Partnerbetrieben
  - Ski Willy Kooperation mit 3 Newsletterbeiträgen, 6 beworbenen Social-Media-Posts und Beilage Faltkarte
  - SPORTaktiv Winterguide AT & DE Printwerbung
  - Online-Kampagnen
- Kooperation mit [www.bergfamilie.nl](http://www.bergfamilie.nl)
  - 4 Online-Artikel im Zeitraum von November 2024 bis März 2025
  - 3 Monate Banner- und Logoplatzierung (Kosten: 3.150 Euro)

**Steiermark Frühling 2025**

- 27. – 30. März 2025
- Gemeinsam mit Benediktinerstift Admont, Nationalpark Gesäuse, Wildnisgebiet Lassingtal-Dürrenstein, Stiftskeller Admont
- Neu: Pre-Opening bereits am Mi., 26. März 17:00 – 22:00 Uhr
- Neu: Kochstudio neben der Hauptbühne mit Live-Kochen
  - Matthias Mündler, Perschenhube und Nichtlstube Lassing / Kulinarik Steiermark
  - Ulrich Matlschweiger, Stiftskeller Admont
- Brauchtum/Aktionismus: Schuhplattler „D’Hochtausinger z’Weißenboch“, Xeis-Trio, Live-Filzen Doris Remschak Sa+So
- Regionsbus am Samstag, 29. März 2025 (70-Sitzer)

### Arbeitsgruppen Steiermark Tourismus

- Ennsradweg 2024 & 2025
  - Märkte AT & DE
  - Ennsradweg-Seite an 6. Stelle der wichtigsten Landingpages auf [www.steiermark.com](http://www.steiermark.com) (bei 15 Mio. Aufrufen)
  - Online-Kampagne im August auf Google, Meta Ads
  - 15.000 Stück Ennsradweg-Folder – ohne Betriebe und Preise
  - Einschaltungen: Mitgliedschaft & Online Newsletter „Radtouren in Österreich“, Inserat SPORTaktiv Outdoor Guide 2024, Inserat bikeline Radtourenbuch „Weinland Steiermark Radtour“ und „Zweirad Magazin“ Kleine Zeitung
- Vom Gletscher zum Wein
  - Einziges Produkt, das die gesamte Steiermark verbindet
  - 2025 kein Marketingbeitrag
  - Online-Kampagne im Herbst 2025
  - Hauptmärkte AT & DE, aber auch NL, SK, CZ

### Sommer-Kampagne mit Steiermark Tourismus

- Content-Kampagne in Zusammenarbeit mit dem Red Bull Media House
  - Landingpage: [herzdrauf.steiermark.com](http://herzdrauf.steiermark.com)
  - Advertorials
  - Laufzeit: April – August 2025
  - Grundbewerbung: STG
  - Beteiligungskosten pro Region: € 10.000
- Influencer-Kampagne mit Steiermark Tourismus
  - Auswahl von zwei Influencern
    - Thomas Bechter – Kreativ – 1,6 Mio Follower Instagram
    - \_\_\_verena – Berg – 199.000 Follower Instagram
  - Umsetzung: April – Oktober 2025
  - Kosten: € 12.500 je Region

### DOOH Kampagne Niederlande

- 150 bis 200 digitale Screens im City-Netzwerk in Amsterdam und Rotterdam (U-Bahnstationen Netzwerk; Randstad (Verkehrsnetz - Busstationen) Netzwerk; Shop Netzwerk (Indoor))
- Umsetzung im April/Mai 2025, vierwöchige Laufzeit
- Werbemittelkontakte: 2.100.000
- Kosten: € 5.900



### Themenpaket Aktiv mit Steiermark Tourismus

- 1/2 Seite im Bergauf Magazin (Mitgliedsmagazin des österr. Alpenvereins) Auflage: 360.000 Stk. | Reichweite: 720.000 Leser:innen | ET: 31.03.2025
- 1/1 Seite in der GAS-Beilage "Frühlingszeit AT" (erscheint in: Kurier; OÖ Nachrichten; Die Presse; Salzburger Nachrichten) Auflagen: 130.000 Stk. | Reichweite: 455.000 Leser:innen | ET: Anfang April 2025
- Kosten: € 8.990

### Personelles

- Pensionierung Hartwig Strobl (24 Std./Woche) per Ende Oktober 2024
- Ausscheiden Caroline Micoloi (40 Std./Woche) per Ende Dezember 2024
- Stundenerhöhung Sabrina Rappl (35 > 38,50 Std./Woche) per Jänner 2025
- Neuanstellungen
  - Marketing-Management & Projekte ab Jänner 2025
  - Lebensraum-Management und Marketing-Assistenz (inkl. Förderprojekte – Lebensraum, Bewegung, Tourenportale) ab April 2025

### Status Quo Einnahmen 2024

- Interessentenbeiträge – fällig per 31.10.2024
  - Bislang nur eingegangen von den Gemeinden Admont, Ardnung, Lassing, Liezen
  - Bitte an restliche Gemeinden um rasche Überweisung (ca. 200.000 € ausständig)
  - Nachzahlungen aus vergangenen Jahren von Land ca. 30.000 €
- Nächtigungsabgaben
  - Q1 – Q3 ca. 118.000 €
  - Gemeinden Admont, Landl: bitte Q3 überweisen (ca. 50.000 €)
  - Leichter Rückgang trotz Nächtigungssteigerung ablesbar
- Übrige Einnahmen ca. 16.000 € über kalkuliertem Wert
- Subventionen
  - LEADER: Förderung noch nicht ausbezahlt (ca. 37.000 €)
  - Land Steiermark: Förderung in nächsten Tagen erwartet (ca. 9.000 €)
  - Gemeinde Liezen: Beitrag Personal Gutschein: 20.000 €

### Status Quo Ausgaben 2024

- Marketing
  - Steigerungen bei:
    - überreg. Kooperationen mit STG
    - klassischem Marketing
    - Sponsorings und Unterstützungen
    - LEADER-Projektbudgeterhöhung
  - Bei sonstig. Ausgaben nur geringe Abweichungen
- Personal und sonst. Auswände
- geringe Abweichungen

Fazit: Aufgrund der mit der erneuten Vollversammlung und den damit einhergehenden verstärkten Kommunikations-, Sponsoring- und Marketingmaßnahmen nach innen wie nach außen ist kein Überschuss, wie in den Vorjahren, zu erwarten

Ulrich Matlschweiger stellt zur Diskussion, ob die LIGES und der Liezen-Gesäuse-Gutschein trotz des geringen Budgets finanziell so stark unterstützt werden soll. Außerdem wurden für Weihnachten neue

Gutscheinhüllen gedruckt, die den Grimming, statt ein Gesäusemotiv zeigen. Es wird angeregt, das Gutscheinsystem zu adaptieren, um die Wertschöpfung der heimischen Betriebe zu erhöhen. Dafür könnte eine eigene Arbeitsgruppe geschaffen werden.

Der Vorsitzende informiert darüber, dass das Gutscheinsystem nicht im Eigentum des Tourismusverbandes steht und auch nicht Betreiber ist und sein darf. Adaptionen können daher nicht vom Verband vorgenommen werden. Die Wertschöpfung besteht darin, dass Kaufkraft in der Region verbleibt, weil der Gutschein nur bei teilnehmenden Betrieben der gesamten Region des Tourismusverbandes eingelöst werden kann und weist darauf hin, dass auch alle Filialbetriebe Interessentenbeitragszahler sind und in diesen Betrieben Menschen aus der Region beschäftigt werden. Der Werbekostenzuschuss für das Gutscheinsystem erscheint jedenfalls gerechtfertigt, weil jährlich ca. 30.000 neu ausgegebene Gutscheine die Marke Gesäuse kommunizieren und dies bei jeder Verwendung abermals geschieht.

Weiters fragt er, ob es möglich wäre, dass Gemeinden immer eine Seite für Berichte aus dem Tourismusverband in den jeweiligen Gemeindezeitungen reservieren und diese dann auch verlässlich drucken.

Jaqueline Egger schließt sich diesem Wunsch an, da die Erstellung der Presseberichte aktuell extern vergeben wird und somit Kosten verursacht.

## 5. Präsentation & Beschlüsse

Da Elfriede Stachl vorzeitig die Sitzung verlassen muss, sind bei der Abstimmung 6 von 12 Wirtschaftsvertreter:innen und 5 von 9 Gemeindevertreter:innen anwesend.

### Voranschlag, Marketing- und Dienstpostenplan 2025

Die Geschäftsführerin präsentiert Voranschlag, Marketingplan und Dienstpostenplan für 2025, welche anschließend sowohl von den Wirtschafts- als auch Gemeindevertreter:innen einstimmig beschlossen werden.

### Ansuchen Sponsoring

#### Aktuelle Budgetübersicht Sponsoring

Plan lt. VA 2024	50.000 €
Beschlossen	75.814 €
Über Budget	25.814 €
Aktuelle Ansuchen	4.500 €

Thema	Antragsteller	Ansuchen
<b>Gesamt</b>		<b>4.500 €</b>
<b>Bogenparcours Hall/Kaiserau</b>	<b>BSC Ennstal</b>	4.000 €
<b>Poloshirts mit Gesäuse-Werbung</b>	<b>Musikkapelle Weng</b>	500 €

Das Projekt Bogenparcours Hall wird sehr begrüßt und im Budget 2025 als Impulsfinanzierung eingeplant sowie nach Durchführung abgerechnet. Somit muss dieses nicht erneut beschlossen werden.

Der Marketingbeitrag für die Poloshirts mit Gesäuselogo in Höhe von 500 € wird einstimmig aus Mitteln des Jahres 2024 beschlossen.

## 6. Allfälliges

Termine Vollversammlung und Kommissionssitzungen 2025 zum Vormerken:

10.03.2025 – Kommission & Vollversammlung

23.06.2025 – Kommission

22.09.2025 – Kommission

24.11.2025 – Kommission

Ende der Sitzung um 21:25 Uhr

Protokoll erstellt von Sylvia Hofbauer

Protokoll freigegeben vom Vorsitzenden Fritz Kaltenbrunner

Two handwritten signatures in black ink. The signature on the left is a large, stylized 'S' followed by a horizontal stroke. The signature on the right is more complex, with several vertical strokes and a horizontal base, likely representing the name 'Fritz Kaltenbrunner'.