

# Geschäfts- bericht

2024

[www.ausseerland.at](http://www.ausseerland.at)



Steiermark

**SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN, GESCHÄTZTE PARTNER:INNEN UND KOLLEG:INNEN DES TOURISMUS IM AUSSEERLAND,**

mit Freude und Dankbarkeit blicken wir gemeinsam mit unserem Team und der neu gewählten Tourismuskommision auf ein erfolgreiches Tourismusjahr 2024 zurück. Die vergangenen Monate haben gezeigt, dass das Ausseerland Salzkammergut als Destination weiter an Attraktivität gewinnt. Mit einer weiteren Nächtigungssteigerung konnten wir das touristische Wachstum nachhaltig fortsetzen. Dies ist nicht nur ein Zeichen für die hohe Anziehungskraft unserer Region, sondern vor allem für das Engagement und die Innovationskraft unserer Betriebe und Partner:innen.

Ein besonderer Dank gilt den Unternehmer:innen im Tourismus, die mit ihrem Mut, ihrer Kreativität und ihrem unermüdlichen Einsatz, in einem weiteren Jahr der Rezession wesentlich zu diesem Erfolg beigetragen haben. Ob in der Hotellerie, Gastronomie, im Handel oder im Erlebnisangebot – ihr Engagement sichert die hohe Qualität unseres touristischen Angebots und stärkt die Wirtschaftskraft der gesamten Region.

Im Oktober 2024 kam es zu einem bedeutenden personellen Wechsel im Tourismusverband: Nach langjährigem, engagiertem Einsatz übergab **Herbert Hierzegger** das Amt des Vorsitzenden an **Mario Seebacher**. Wir danken Herrn Hierzegger herzlich für seine herausragende Arbeit!

Herbert Hierzegger nahm sein letztes Jahr als Vorsitzender des Tourismusverbands zum Anlass und ließ 2024 eine umfassende Wertschöpfungsstudie durchführen, um den wirtschaftlichen Beitrag des Tourismus für unsere Region detailliert zu analysieren. Die Ergebnisse sind beeindruckend:

**Über 522 Millionen Euro** jährliche Nachfrageimpulse wurden durch den Tourismus in der Region aus-

gelöst. Daraus resultierten **255 Millionen Euro** an Wertschöpfung für die Steiermark, wobei **153 Millionen Euro** direkt im Ausseerland verblieben. Der Tourismus sichert in der Steiermark insgesamt **6.085 Arbeitsplätze**, davon **rund 2.925 Jobs** direkt in unserer Region, was etwa **52 %** aller Beschäftigten im Ausseerland entspricht. Zudem generiert der Tourismus jährlich **72 Millionen Euro** an staatlichen Einnahmen aus Steuern und Abgaben. Diese Zahlen unterstreichen die immense Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsmotor und Arbeitgeber in unserer Region.

Auch finanziell konnten wir das Jahr 2024 erfolgreich abschließen. Der Tourismusverband erwirtschaftete einen **Jahresüberschuss von rund 140.000,00 Euro**.

Gleichzeitig sind wir einen entscheidenden Schritt in Richtung Nachhaltigkeit gegangen und haben den Prozess zur Erlangung des Österreichischen Umweltzeichens für Destinationen gemeinsam mit zehn Betrieben gestartet. Dies unterstreicht unser klares Bekenntnis zu einem umweltbewussten und zukunftsorientierten Tourismus.

Ein weiterer bedeutender Meilenstein ist die Erarbeitung einer neuen Tourismusstrategie, dem **Tourismuskompass** für das Ausseerland. Im Rahmen dieses Prozesses fand u.a. die **Zukunftswerkstatt** statt, bei der gemeinsam mit regionalen Akteur:innen Visionen und Strategien für die zukünftige Entwicklung des Tourismus erarbeitet wurden. Ziel ist es, die Stärken unserer Region gezielt weiterzuentwickeln und eine nachhaltige, wirtschaftlich erfolgreiche und lebenswerte Zukunft für Einheimische und Gäste gleichermaßen zu gestalten. Informationen dazu sind im B2B-Bereich unter **www.ausseerland.at** abrufbar.

Unser Dank gilt allen, die mit ihrer Leidenschaft, ihrem Einsatz und ihrer Zusammenarbeit diesen Erfolg ermöglicht haben – den Gastgeber:innen, Touristiker:innen, regionalen Entscheidungsträger:innen und natürlich unseren Gästen, die unser Ausseerland jedes Jahr aufs Neue entdecken und erleben.

Wir blicken optimistisch in die Zukunft und freuen uns darauf, gemeinsam mit Ihnen den Tourismus im Ausseerland Salzkammergut weiterzuentwickeln.

Herzlichst,



Mario Seebacher  
VORSITZENDER



Pamela Binder  
GESCHÄFTSFÜHRERIN



Editorial	2
Das war 2024: Zahlen & Fakten	4
Unser Weg zum Umweltzeichen	8
Kulturhauptstadt	9
Social Media	10
Kampagnen	12
Presse & Öffentlichkeitsarbeit	16
Marketing & Kommunikation	18
Messen & Verkaufsförderungen	19
Für unsere Gäste	20
Für unsere Vermieter & Mitarbeiter	23
Das war 2024: Veranstaltungen	26



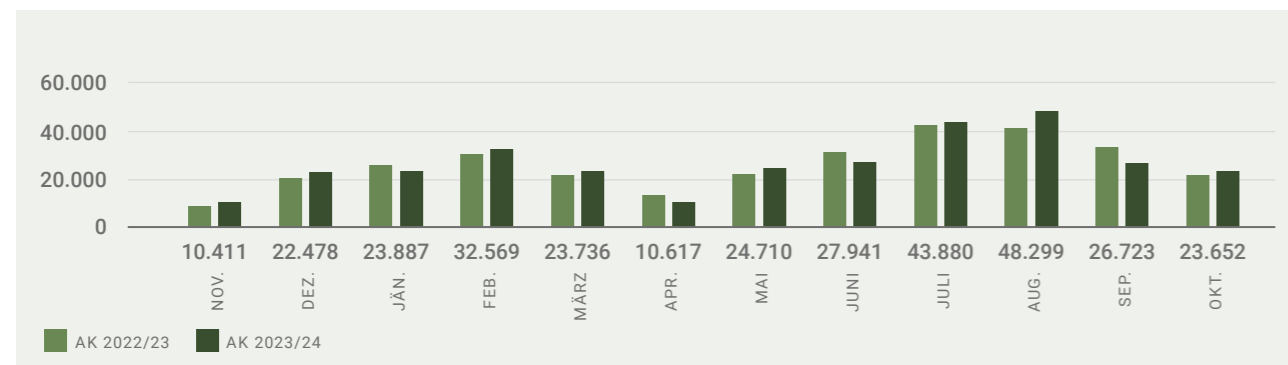
**IMPRESSUM:**  
Herausgeber, Verleger und Medieninhaber: Tourismusverband Ausseerland Salzkammergut, Pratergasse 388, 8990 Bad Aussee, Österreich, Tel. +43 3622 54040.  
Für den Inhalt verantwortlich: Pamela Binder.  
Gestaltung und Druck: G.A. Service GmbH, ga-service.at  
Bildnachweis: Titelseite: TVB Ausseerland Salzkammergut | Katrin Kerschbaumer; Seite 3: Sabine Knoll; Seite 5: TVB Ausseerland Salzkammergut | Karl Grieshofer; Seite 7: TVB Ausseerland Salzkammergut | Karl Grieshofer; Seite 8: TVB Ausseerland Salzkammergut; Seite 9: Johanna Meyer courtesy, Oberösterreich Tourismus Valentina Rajh, Véronique Mas; Seite 13: STG | Elisabeth Perl, ServusTV, DMG Film; Seite 14: Creating Click;  
Seite 15: Österreich Werbung; Seite 21: Feratel; Seite 23: TVB Ausseerland Salzkammergut | Nicole Mandl; Seite 26: Austria Ski Nordic Veranstaltungsgesellschaft m.b.H., Theresa Schwaiger; Seite 27: Theresa Schwaiger; Rückseite: TVB Ausseerland Salzkammergut | Karl Grieshofer, Susanne Einzenberger.  
Vorbehaltlich Irrtümer, Druckfehler und Änderungen.  
Stand: März 2025.

# DAS WAR 2024: ZAHLEN & FAKTEN

Kurz und knapp: 2024 war ein aufregendes Jahr, vor allem für das Salzkammergut. Als erste ländliche Region, die zur Europäischen Kulturhauptstadt gekürt wurde, zählten die vier Orte des Ausseerlands Bad Aussee, Altaussee, Grundlsee und Bad Mitterdorf zu den 23 Gemeinden, die den Titel tragen durften. Generell zeigte sich 2024 als spannendes Jahr, angefangen mit der Eröffnung der Kulturhauptstadt im Jänner über einen veranstaltungsreichen Sommer bis zu perfektem Wanderwetter im Herbst. Und die Adventszeit konnten wir mit leichtem Schneefall in Ruhe genießen.

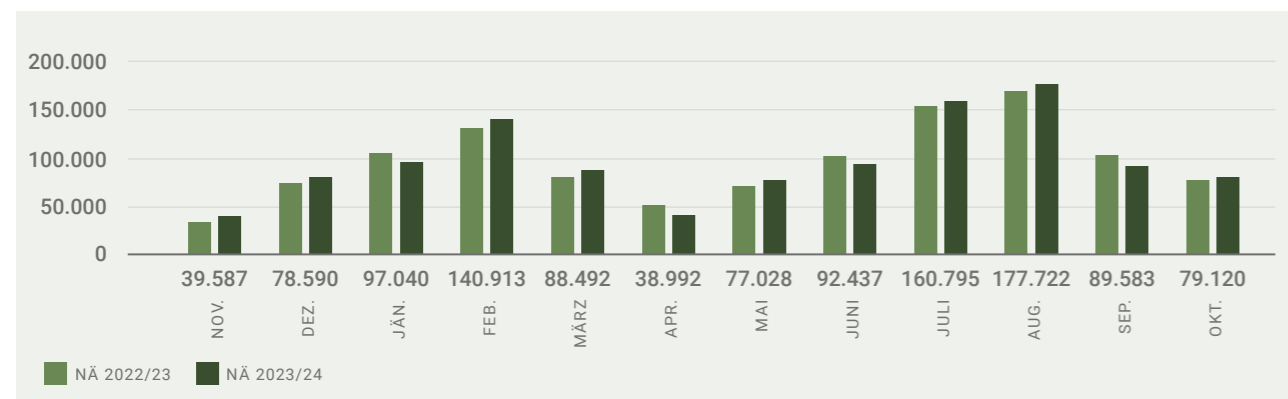
Die Zahlen zeigen: Im Tourismusjahr 2024 (Oktober 2023 bis November 2024) konnten sowohl mehr Ankünfte (+1,6 Prozent) als auch ein Nächtigungsplus von 1,1 Prozent generiert werden. Die Ankünfte im Ausseerland stiegen demnach von 313.820 (2022/23) auf 318.903 (2023/24), die Nächtigungen von 1.147.714 auf 1.160.299.

## AUSSEERLAND SALZKAMMERGUT ANKÜNFTE TJ 2022/23 BIS 2023/24



ZAHLEN AUS 23/24

## AUSSEERLAND SALZKAMMERGUT NÄCHTIGUNGEN TJ 2022/23 BIS 2023/24

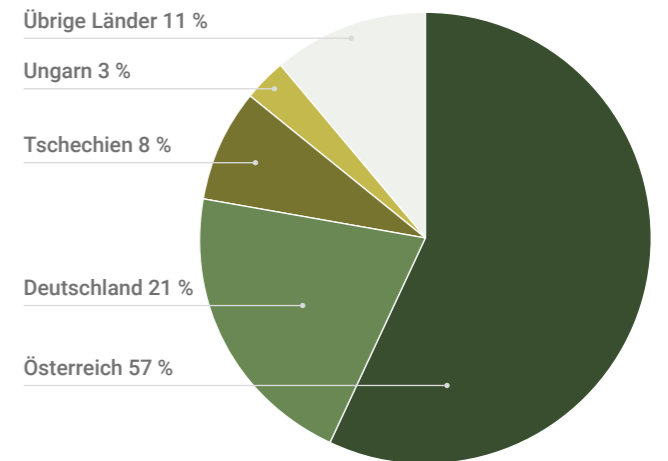


ZAHLEN AUS 23/24

## WOHER KOMMEN UNSERE GÄSTE?

Das eindeutig wichtigste Herkunftsland im Tourismus für das Ausseerland Salzkammergut ist Österreich. Mehr als die Hälfte (57 Prozent) der Gäste im Jahr 2024 besuchten uns aus unserem Heimatland. Gäste aus Deutschland liegen mit 21 Prozent dahinter auf Platz zwei. Danach folgen unsere Nachbarländer Tschechien und Ungarn. Mit acht und drei Prozent besuchten sie ebenfalls das Ausseerland Salzkammergut am Häufigsten. Sonstige Länder bilden mit elf Prozent der Nächtigungen im Tourismusjahr 2024 den Rest ab.

## TOP NATIONEN NÄCHTIGUNGEN TOURISMUSJAHR



## UNSERE BILANZ

Auch finanziell konnten wir das Jahr 2024 erfolgreich abschließen. Der Tourismusverband erwirtschaftete Gesamteinnahmen von 2.926.396,03 Euro, wovon 105.944,00 Euro aus Fördermitteln stammen. Der Jahresüberschuss beträgt rund 140.000,00 Euro – Mittel, die gezielt in nachhaltige Tourismusentwicklung, sanfte Mobilität und regionale Wertschöpfung reinvestiert werden.

## EINNAHMEN

Beiträge der Tourismusinteressenten	€ 1.595.728,18
Anteil an der Nächtigungsabgabe	€ 1.066.395,56
Zuschüsse/Förderungen	€ 105.944,00
Erwerbswirtschaftliche Einnahmen	€ 158.382,29
<b>BETRIEBSLEISTUNG</b>	<b>€ 2.926.396,03</b>



# DAS WAR 2024: ZAHLEN & FAKTEN

## TOURISMUSKOMPASS






Gemeinsam mit der Agentur Kohl > Partner startete das Ausseerland 2024 mit der Entwicklung des Tourismuskompasses, einem umfassenden Leitfaden für die künftige Tourismusentwicklung in der Region. Dabei werden Betriebe, Gemeinden und die Bevölkerung aktiv in den Prozess eingebunden. Im Fokus stehen die Themen Nachhaltigkeit, Qualität und eine verbesserte interne Vernetzung. Ziel ist es, die Stärken unserer Region gezielt weiterzuentwickeln.

**„STRATEGISCHE TOURISMUS-ENTWICKLUNG BEDEUTET NICHT AUTOMATISCH EIN „MEHR“ VON ALLEM, SONDERN IST EINE FRAGE DER RICHTIGEN BALANCE UND DES UMGANGES MIT DEM LEBENSRAUM.“**

AUSZUG AUS DEM TOURISMUSKOMPASS 2022

Bereits beim Public Value Report im Juni wurden die wichtigsten Kennziffern zum Tourismus im Ausseerland erhoben:

## KENNZIFFERN TOURISMUS AUSSEERLAND – ZUSAMMENFASSUNG

 <p>1.159.169 Nächtigungen 2023/24 (2019: 1.110.493 ÜN)</p>	 <p>9,3 % Bettenzuwachs von 2019–2024 (Okt. als Stichprobe).</p>	 <p>58,3 % (2024) der Nächtigungen fallen in der Sommersaison an.</p>
 <p>318.556 Ankünfte 2023/24 (2019: 299.930 AN)</p>	 <p>9.924 Betten (Okt. 2024) mit 119,5 VBT 2023/24. 2019 waren es 9.077 Betten (per Okt.) mit 136,5 VBT im TJ 2018/19.).</p>	 <p>58,3 % der Ankünfte werden von nationalen Gästen generiert. DE mit ca. 21 % (2022/23), CZ mit 7,2 %.</p>
 <p>Durchschnittliche Aufenthaltsdauer 3,6 Tage (2023/24) (2019: 3,7 Tage)</p>	 <p>522 Mio Euro Werschöpfung für die ganze Wirtschaft; 2.925 Arbeitsplätze (52 % aller Beschäftigten in der Region)</p>	 <p>ca. 786.140 Tagesbesucher 2023; 1,5 h Fahrzeitradius, 4 h Aufenthalt, 90 % Öster- reicher</p>

QUELLEN: TVB AUSSEERLAND, PUBLIC VALUE REPORT 6/2024

## FAZIT: WERTSCHÖPFUNG AUS WERTSCHÄTZUNG

Der Tourismus ist nicht nur eine bedeutende wirtschaftliche Säule, sondern auch ein Garant für Lebensqualität und nachhaltige Entwicklung im Ausseerland Salzkammergut. Die enge Verbindung zwischen gelebter Gastfreundschaft, regionaler Wirtschaft und nachhaltiger Zukunftsgestaltung zeigt: Wertschöpfung entsteht aus Wertschätzung – für die Natur, die Menschen und die Traditionen dieser einzigartigen Region.

## ONLINE-BEFragung

Von Mitte November bis Anfang Dezember wurde eine Online-Befragung durchgeführt, um die Stimmung der in der Region lebenden und arbeitenden Menschen einzufangen.

### Die wichtigsten Erkenntnisse zusammengefasst:

<p><b>Wer hat teilgenommen?</b></p>	<p>Insgesamt haben ca. 300 Personen an der Befragung teilgenommen (6 % der Bevölkerung). Aus Bad Mitterndorf kamen 105 gültige Antworten. Die Verteilung der Teilnehmerstruktur ist ähnlich wie im Ausseerland gesamt: Ca. ein Drittel der Teilnehmer geben an, der Kategorie Einheimische anzugehören, etwa 30 % sind Vermieter.</p>
<p><b>Lebens- und Erlebnisqualität</b></p>	<p>Die Natur- und Kulturlandschaft sowie die Erreichbarkeit werden gemeinsam mit der allgemeinen Lebensqualität am höchsten bewertet. Der verfügbare Wohnraum und die öffentliche Verkehrsanbindung bilden das Schlusslicht. Niedrige Werte erhalten auch Gastronomie und Einkaufsmöglichkeiten.</p>
<p><b>Gesamtentwicklung</b></p>	<p>Die Gesamtentwicklung im Ausseerland in den letzten zehn Jahren wird tendenziell positiv gesehen. Mit 6,73 von 10 Punkten zeichnet sich ein grundsätzlich positives Bild zur Tourismusakzeptanz. Nur gut 6,6 % der Befragten stehen den Auswirkungen des Tourismus auf die eigene Lebensqualität derzeit besonders kritisch gegenüber (1 – 3 Punkte). Mehr als ein Drittel (35,5 %) empfindet es im Gegensatz dazu als Bereicherung (8 – 10 Punkte).</p>
<p><b>Positive und negative Auswirkungen des Tourismus</b></p>	<p>Arbeitsplätze durch Tourismus (ca. 75 %) und vorhandene Freizeitinfrastruktur sowie der Stolz auf die Heimat (ca. zwei Drittel der Befragten) werden von den Befragungsteilnehmern als wesentlich für die Lebensqualität in der Region erachtet. Hohe Immobilienpreise, Eigentumsmissachtung, Verkehrsbelastung und Preise sind die zuvorderst genannten negativen Auswirkungen des Tourismus auf die Lebensqualität.</p>



# UNSER WEG ZUM UMWELTZEICHEN

Das Ausseerland Salzkammergut ist nicht nur eine Region von beeindruckender landschaftlicher Schönheit, sondern auch ein Ort, an dem Tradition und Innovation Hand in Hand gehen. Unsere Verantwortung gegenüber dieser einzigartigen Natur und den kommenden Generationen nehmen wir sehr ernst. Nachhaltigkeit ist für uns kein Trend, sondern eine gelebte Verpflichtung – gegenüber unserer Umwelt, unserer Gesellschaft und unserer Wirtschaft.

Auch wir als **Tourismusverband Ausseerland Salzkammergut** leisten unseren Beitrag. Ein bedeutender Meilenstein war der **Start des Prozesses zur Erlangung des Österreichischen Umweltzeichens für Destinationen** im Jahr 2024. Begleitet werden wir dabei von **ecofides**, die uns mit ihrer Expertise auf diesem Weg unterstützen. Dieses Umweltzeichen bestätigt unser Engagement für einen umweltfreundlichen, qualitätsvollen und sozial verantwortlichen Tourismus.

Ein zentraler Leitfaden für unser Handeln ist die **Agenda 2030** der Vereinten Nationen mit ihren **17 Zielen** für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs). Diese globalen Ziele dienen als Orientierung für unsere Bemühungen, das Ausseerland als lebenswerte, zukunftsfähige und nachhaltige Destination zu gestalten. Auch in unserer Region gibt es zahlreiche Initiativen, die sich aktiv für die Umsetzung dieser Ziele einsetzen.

Besonders erfreulich ist, dass bis Ende 2024 zwei Betriebe im Ausseerland das renommierte Österreichische Umweltzeichen erhalten haben. Damit zeigen sie vorbildlich, dass nachhaltiges Wirtschaften mit Qualität und wirtschaftlichem Erfolg Hand in Hand gehen kann. Noch erfreulicher ist, dass 2025 bereits acht Betriebe zertifiziert sein werden.

### PIONIERBETRIEBE:

- Chalet Tauplitz (2024)
- Kohlröserlhütte, Bad Aussee (2024)
- Hotel Seebacherhof, Tauplitz (2025)
- Hagan Lodge, Altaussee (2025)
- Hotel Der Hechl, Tauplitz (2025)
- Podenhaus Bad Aussee (2025)
- Hotel Kogler Bad Mitterndorf (2025)
- SPA Hotel Erzherzog Johann, Bad Aussee (2025)

Auch unsere Gemeinden gehen mit gutem Beispiel voran: **Bad Mitterndorf ist eine e5- und Klimabündnis-Gemeinde** und setzt sich damit aktiv für Energieeffizienz, Klimaschutz und nachhaltige kommunale Entwicklung ein. Diese Auszeichnungen unterstreichen den verantwortungsbewussten Weg, den die Region in Richtung umweltfreundlicher Zukunft beschreitet.



Für das **Projekt Kulturhauptstadt** leistete der Tourismusverband Ausseerland Salzkammergut einen Beitrag von insgesamt Euro 300.000. Dieser Beitrag wurde in sechs Tranchen zu je Euro 50.000 Euro bezahlt. Zusätzlich wurden jährlich Euro 10.000 in In-kind-Leistungen geliefert.

### Ein Auszug von Projekten und Veranstaltungen:

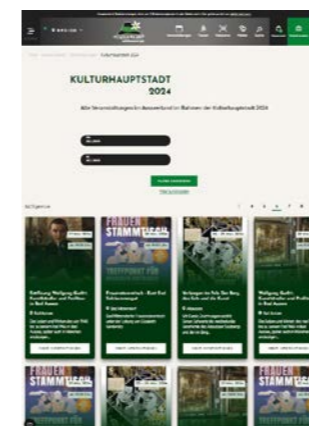
- C'est Beau (Veranstaltung im September 2024, Bad Aussee)



### TECHNISCHE SCHNITTSTELLE FÜR VERANSTALTUNGEN DER KHS 2024

Um die Veranstaltungen der **Kulturhauptstadt 2024 (KHS24)**, die vom KHS24-Team in **Bad Ischl** über **Tourdata** erfasst wurden, auch auf der Webseite des Ausseerlandes darstellen zu können, richtete der TVB eine Schnittstelle zu Feratel ein.

Im Laufe des Jahres 2024 wurde diese Schnittstelle mehrfach optimiert, um sicherzustellen, dass auch **assoziierte Veranstaltungen**, die im Feratel-System eingetragen sind, korrekt auf der KHS24-Webseite erscheinen. Diese Anpassungen ermöglichten eine nahtlose und umfassende Darstellung des Kulturprogramms für die gesamte Region.



Nach dem Abschluss der Kulturhauptstadt 2024 bleibt die Schnittstelle technisch bestehen. Damit steht sie als **Grundlage für zukünftige Projekte** zur Verfügung und kann bei Bedarf wieder genutzt oder weiterentwickelt werden.

# KULTURHAUPTSTADT



Zimmer mit Aussicht (Bad Mitterndorf)



Das vermutlich beste Hotel der Welt (Juni 2024, Bad Mitterndorf)

### PRESSEREISEN KHS 2024

Einer der wichtigsten Effekte der Kulturhauptstadt für unsere Region war die Präsenz in der ausländischen Presse, denn sie ermöglicht eine ganz neue Gästeschicht für das Ausseerland anzusprechen. Im Rahmen dieser von uns mitorganisierten Presse-reisen der Kulturhauptstadt, besuchten uns Journalist:innen aus zahlreichen Ländern, etwa aus Kroatien, Frankreich, Spanien und Italien.



Pressereise Italien



Pressereise Spanien

# SOCIAL MEDIA

Das Ausseerland Salzkammergut begeistert mit seiner Natur, Kultur und Tradition Gäste aus dem In- und Ausland. Um diese Vielfalt sichtbar zu machen, setzen wir auf eine gezielte Marketing- und Kommunikationsstrategie in unseren Kernmärkten Österreich (AT), Deutschland (DE), Niederlande (NL), Tschechien (CZ), Polen (PL) und Italien (IT). Unser Fokus liegt auf einem ausgewogenen Mix aus Social Media, Multichannel-Marketing, Print-Werbung, Online-Magazinen sowie klassischen und digitalen Kampagnen. Durch kreative und wirkungsvolle Maßnahmen positionieren wir die Region nachhaltig als Urlaubsdestination und steigern die touristische Wertschöpfung.

## DAS AUSSEERLAND IN SOZIALEN NETZWERKEN UND ONLINE

Inspirierend, informativ und interaktiv – unsere Social-Media-Kanäle sind eine zentrale Plattform für das Ausseerland Salzkammergut. Mit einer Viel-

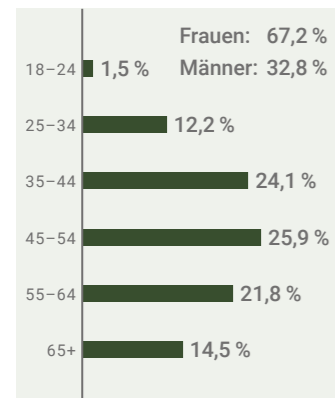
zahl an abwechslungsreichen und zielgruppenorientierten Beiträgen zu Ausflugszielen, regionalen Erlebnissen, Kunst und Kultur sowie Veranstaltungen und Naturschätzen schaffen wir nicht nur eine lebendige Community, sondern fördern auch aktiv den Austausch zwischen Gästen und Einheimischen.

## SOCIAL MEDIA ALS TREIBER FÜR WACHSTUM UND KOMMUNIKATION

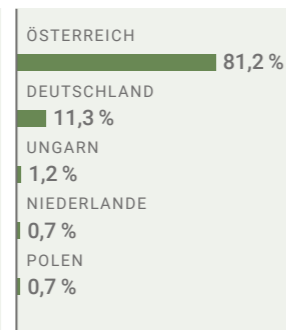
- Inspiration: Landschaftsaufnahmen und Insider-Tipps wecken die Vorfreude auf einen Besuch.
- Information: Veranstaltungshinweise, Wetterprognosen und Tourenvorschläge unterstützen bei der Aufenthaltsplanung.
- Austausch: Direktes Feedback und Dialog stärken die Beziehung zur Community.
- Traffic-Generierung: Social Media lenkt gezielt Besucher auf unsere Webseite und fördert Buchungen.

**FACEBOOK (STAND 16.03.2025):**  
16.089 Gefällt mir-Angaben  
19.139 Follower

### ALTER/GESCHLECHT

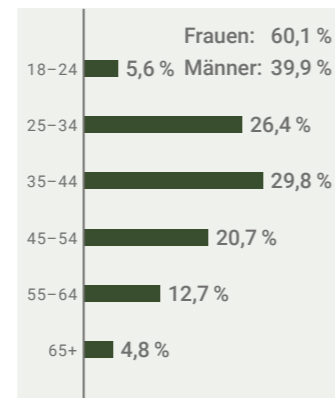


### TOP-LÄNDER

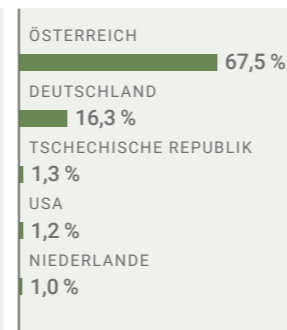


**INSTAGRAM (STAND 16.03.2025):**  
9.086 Follower

### ALTER/GESCHLECHT



### TOP-LÄNDER



## FACEBOOK

Auch 2024 war Facebook ein zentraler Kommunikationskanal für das Ausseerland Salzkammergut. Durch regelmäßige, organische Postings und gezielte Kampagnen konnten wir die Gesamtreichweite um 22,8 % im Vergleich zum Vorjahr steigern.

### Unsere Facebook-Gruppen: Austausch & Vernetzung „Dein Ausseerland“ – Die Community für Fans der Region

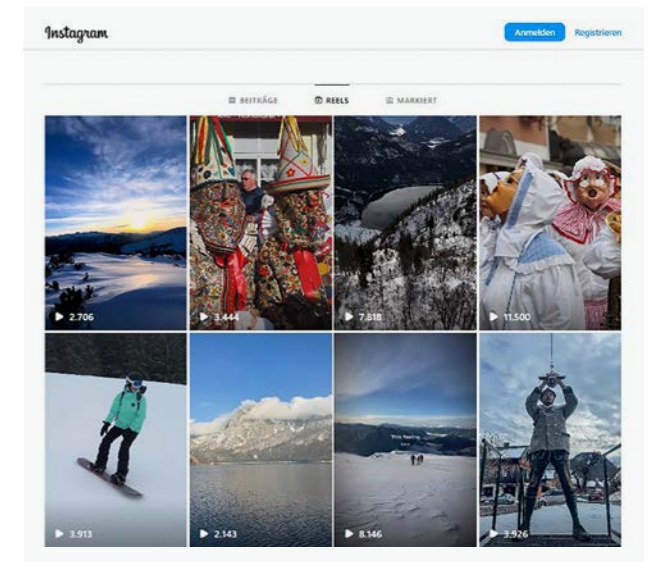
Mit mittlerweile über 7.500 Mitgliedern ist unsere Facebook-Gruppe „Dein Ausseerland“ eine wachsende Plattform für Freunde, Gäste, Bewohner und alle, die sich für das Ausseerland Salzkammergut begeistern. Hier können sich Mitglieder über ihre Lieblingstouren, Veranstaltungen und Glücksplätze austauschen und ihre schönsten Momente teilen.

„Ausseerland-Gastgeber:innen Community“ Diese exklusive Gruppe bietet allen Gastgeber:innen im Ausseerland Salzkammergut eine Plattform zum Austausch. Hier teilt der Tourismusverband regelmäßig wertvolle Informationen zu Digitalisierung, Buchungssystemen, Workshops und weiteren tourismusrelevanten Themen. Wir freuen uns über eine aktive Beteiligung und einen regen Austausch in dieser wichtigen Community.

## INSTAGRAM – REELS ALS ERFOLGSFORMAT

Auch auf Instagram wächst unsere Community stetig. Aktuell folgen uns rund 9.000 Nutzer. Besonders durch den verstärkten Einsatz von Reels und weiteren interaktiven Formaten konnten wir die Reichweite im Jahr 2024 auf 132.180 Aufrufe steigern – ein beeindruckendes Plus von 73 %.

Instagram ist für uns eine visuelle Erlebnisplattform, auf der wir die einzigartige Schönheit und Vielfalt der Region authentisch präsentieren. Mit hochwertigem Content begeistern wir nicht nur bestehende Follower, sondern erreichen auch neue Gäste, die sich für das Ausseerland Salzkammergut interessieren.



[www.facebook.com/ausseerland](https://www.facebook.com/ausseerland)

[www.instagram.com/visitausseerland](https://www.instagram.com/visitausseerland)

# KAMPAGNEN

## SOCIAL-MEDIA-KAMPAGNEN

Über gezielte Kampagnen nutzen wir Social Media, um besondere Themen hervorzuheben, regionale Betriebe zu unterstützen und unsere Zielgruppen gezielt anzusprechen.

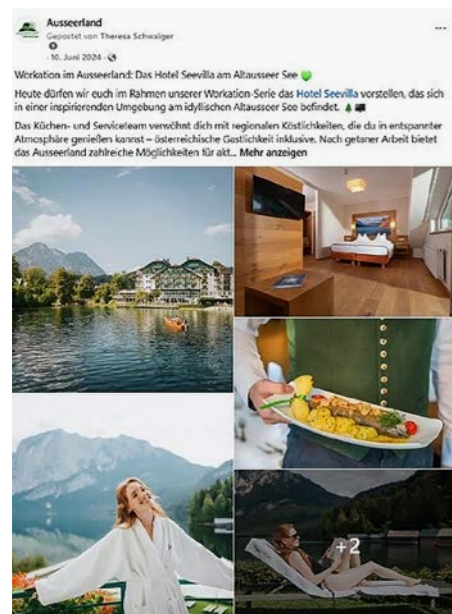
### „Workation: Urlaub und Arbeit vereinen im Ausseerland“

Mit dieser Kampagne stellten wir verschiedene Unterkünfte vor, die sich für eine Workation – also die Verbindung von Arbeit und Urlaub – eignen. Besonders für Remote-Worker und digitale Nomaden bietet das Ausseerland Salzkammergut ideale Bedingungen: eine inspirierende Naturkulisse, Erholungspotenzial und gleichzeitig moderne Arbeitsmöglichkeiten.

#### Kooperationsangebot für Betriebe:

- Teilnahme an der Kampagne mit einer Präsentation auf unseren Social Media-Kanälen
- Möglichkeit, eine zusätzliche MetaAd um 50 Euro über uns zu buchen, um die Reichweite gezielt zu steigern.
- Präsentation auf unserer Website [www.ausseerland.at/workation](http://www.ausseerland.at/workation)
- MetaAd-Kampagne zur Verstärkung des Themas

Diese Aktion bot teilnehmenden Betrieben die Gelegenheit, ihre Sichtbarkeit zu erhöhen und eine neue, attraktive Zielgruppe anzusprechen.



## FLUGZEUGWERBUNG: EUROWINGS TRAY TABLE BRANDING & WIZZ AIR MAGAZIN

2024 setzten wir auch auf eine Präsenz im Airline-Bereich, um das Ausseerland Salzkammergut gezielt einem internationalen Publikum näherzubringen.

Von September bis November 2024 lief die Tray-Table-Kampagne bei Eurowings, bei der die Klapptische eines Airbus A319/A320 mit auffälligen Sujets foliert wurden. Diese Werbeplatzierung sorgte für eine langanhaltende Sichtbarkeit bei den Passagieren während der gesamten Flugzeit. Heimatflughafen der gebrandeten Maschine war Hamburg. Es wurden alle Destinationen innerhalb Europas angefliegen.

Parallel dazu erschien eine ganzseitige Anzeige im WIZZ Air Boardmagazin (Ausgabe Oktober-November 2024), das an Bord aller Flugzeuge der Airline auslag. Dadurch erreichten wir eine breite Zielgruppe von reisefreudigen Gästen in unseren Kernmärkten.

Mit dieser Kombination aus Print- und Inflight-Werbung konnten wir die Aufmerksamkeit für das Ausseerland Salzkammergut effektiv steigern und das Interesse potenzieller Gäste wecken.

## MULTICHANNEL-MARKETING & KAMPAGNEN

### TV- & Radio-Werbung 2024

Um die Bekanntheit des Ausseerland Salzkammerguts weiter zu steigern und gezielt neue Gäste anzusprechen, wurden 2024 zahlreiche TV- und Radiospots geschaltet. Durch Kooperationen mit renommierten Sendern und innovativen Werbeformaten konnte die Region einem breiten Publikum nähergebracht werden.

#### TV-Werbung

Das Ausseerland Salzkammergut war 2024 auf mehreren TV-Sendern präsent:

- **Ausseer Regionalfernsehen:** Laufende Beiträge und Informationen über die Region.
- **ORF 2:** Gewinnspiel in Kooperation mit den Loser Bergbahnen.
- **Sendernetzwerk Tourixma:** Zielgerichtete Werbemaßnahmen zur Ansprache von Urlaubsgästen.

#### Radio-Werbung

Auch im Radio war das Ausseerland Salzkammergut mit verschiedenen Spots vertreten:

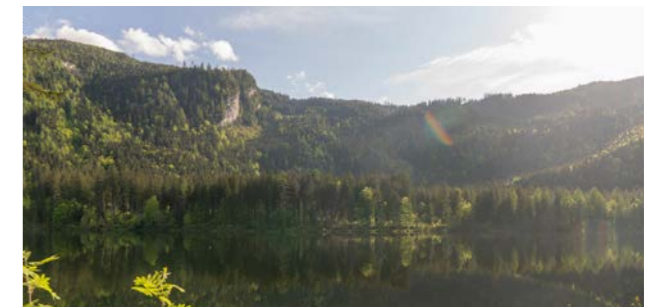
- Antenne Steiermark – Präsenz im „Steiermark Quiz“.
- Antenne Steiermark – Zusätzliche Werbemaßnahmen.
- Radio Grün Weiß – Kooperation im Rahmen des „Radlpass“-Formats.
- Kronehit – „Sommerfrische im Ausseerland“.
- Conny Poletto Podcast – Iss was, Hase



## FILMPRODUKTIONEN

### ServusTV – „AUSSEERLAND – MIT ALLEN WASSERN GEWASCHEN“

Am 19. April 2024 um 21:15 Uhr zeigte ServusTV die Dokumentation über das Ausseerland Salzkammergut, das von den Menschen und der Kultur rund ums Wasser geprägt war. Umringt von Dachsteinmassiv und Totes Gebirge, war das Ausseerland für seine idyllischen Seen bekannt. Doch wenn man genau hinschaute, entdeckte man Wasser fast überall – ob als versteckte, mächtige Quelle im Karst, als majestätischen Wasserfall oder als Moor. Die Sendung gab Einblicke in das Leben der Bewohner:innen des Ausseerlands und ihr Leben mit, am und um das Wasser. Von Kulinarik, über Handwerk und Fischzucht bis hin zu Musik, Sole und Bootsbau.



#### WEITERE PRODUKTIONEN:

- ORF 2 - „Die Seer - Ausklang“
- ServusTV – „Wirtshausgeschichtn aus Grundlsee“
- ORF 2 - „Das Narzissenfest 2024“
- ServusTV – „Der Grimming – Mons Styriae altissimus“
- ServusTV – „Letzter Jodler – Der fünfte Altausseer-Krimi“
- ServusTV – „Die Ausseer in der Mongolei“

# KAMPAGNEN

## KOOPERATIONEN/KAMPAGNEN

Im Jahr 2024 konnten wir durch gezielte Kooperationen und maßgeschneiderte Kampagnen die Bekanntheit des Ausseerland Salzkammerguts weiter steigern und die Region als attraktive Urlaubs- und Wintersportdestination positionieren. Diese Partnerschaften ermöglichten uns, über verschiedene Kanäle und innovative Ansätze eine breite Zielgruppe anzusprechen. Nachfolgend finden sich die Highlights der erfolgreichen Kooperationen und Kampagnen:



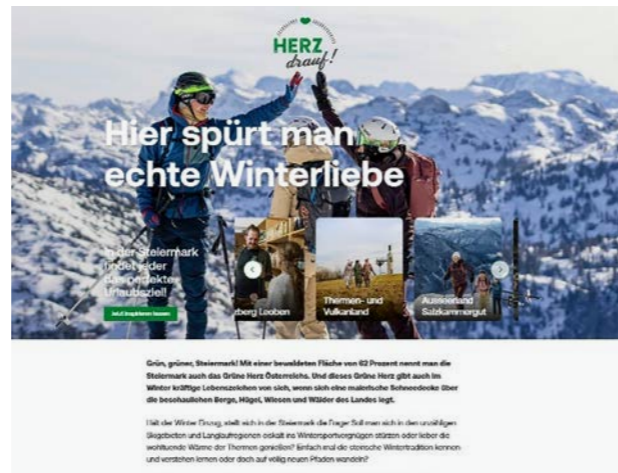
### GONDEL EXPERIENCE – ERFOLGREICHE KAMPAGNE MIT ÖSTERREICH WERBUNG

Als Destinationspartner der Gondel Experience der Österreich Werbung haben wir das Ausseerland Salzkammergut in einem einzigartigen Setting präsentiert. Die mobile, original österreichische Gondel brachte die winterliche Magie unserer Region direkt in europäische Städte wie Warschau, Kopenhagen und Neuss und schuf eine unvergleichlich gemütliche Alpenatmosphäre. Während der alpinen Ski-WM in Saalbach war die Gondel Experience auf der Fanmeile vertreten.



### FORTSETZUNG DER KAMPAGNE „HERZ DRAUF“ MIT STEIERMARK TOURISMUS & RED BULL MEDIA HOUSE

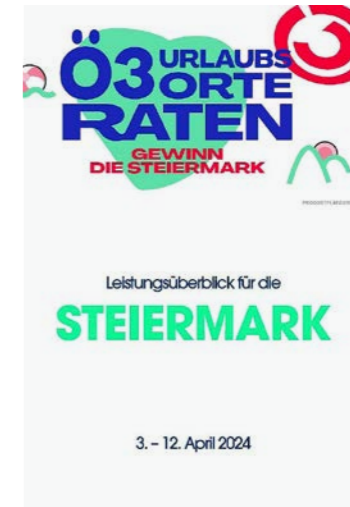
Die erfolgreiche Kampagne „Herz drauf“ wurde 2024 gemeinsam mit Steiermark Tourismus und dem Red Bull Media House in einer Winter- und Sommerversion fortgesetzt. Die Kooperation umfasste eine eigene Landingpage [herzdrauf.steiermark.com](http://herzdrauf.steiermark.com), gezielte Onlinewerbung, Print-Artikel sowie zwei Content-Produktionen vor Ort, die das Ausseerland Salzkammergut als Outdoor- und Genussdestination in Szene setzten.



### Ö3-SONDERPROMOTION MIT STEIERMARK TOURISMUS

Im April 2024 war das Ausseerland Salzkammergut Teil der Ö3-Promotion „Ö3-Urlaubsorte-Raten – Gewinn die Steiermark“. Von 3. bis 12. April konnten Hörer:innen steirische Urlaubsregionen erraten und exklusive Erlebnisse gewinnen.

Im Ausseerland Salzkammergut wartete ein ganz besonderer Preis: Zwei Übernachtungen im NEZA-Haus im Alpengarten Bad Aussee, umgeben von einer einzigartigen Pflanzenwelt. Begleitend zur On-Air-Promotion gab es eine Slideshow auf der Ö3-Website, verknüpft mit der Steiermark-Website. Durch die Aktion konnten wir ein breites Publikum über Ö3 erreichen und das Ausseerland Salzkammergut als vielseitige Region präsentieren.



### WINTERKAMPAGNE POLEN – B2B & B2C MIT DER ÖSTERREICH WERBUNG

Im Rahmen der Winterkampagne in Polen präsentierte sich das Ausseerland Salzkammergut gemeinsam mit der Österreich Werbung einem breiten Publikum.

Das B2C-Paket umfasste eine Darstellung auf [austria.info](http://austria.info), die Integration in den ÖW-Newsletter, Facebook-Postings, SEA-Kampagnen, Video Ads, Print-Advertorials sowie eine Multichannel-Radio-Kooperation. Ein interaktives Networking-Event bot zudem direkte Kundenansprache.

Das B2B-Paket setzte auf gezieltes Networking mit Reiseveranstaltern und Medien, unter dem Motto „Stadt, Kultur und Natur“, exklusive Market-Insights sowie eine Print- und Onlinekampagne über die Kanäle der Österreich Werbung.





# PRESSE & ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

2024 hat der Tourismusverband Ausseerland wieder einige Broschüren herausgegeben. Das nunmehr als Ganzjahresmagazin geführte Dein Moment #5 wurde im Dezember 2024 veröffentlicht.

## BEISPIELE FÜR EIGENE DRUCKSORTEN:



## AUSSEERLAND-ADVENTKALENDER

2024 wurde zum fünften Mal ein Ausseerland-Adventkalender herausgebracht und per Postwurf an die Einwohner der Region versandt. Hinter den einzelnen Türchen versteckten sich spezielle Angebote von Ausseerland-Betrieben und Informationen zu Adventveranstaltungen.



## EIN AUSZUG VON PRINTKOOPERATIONEN AUS DEM VERGANGENEN JAHR:



Falstaff Steiermark

Sport Aktiv Winterguide

Krone Wein & Genuss

Im Jahr 2024 gab es wieder eine Vielzahl an redaktionellen Artikeln über das Ausseerland Salzkammergut. Dabei gestaltete sich die Thematik vielfältig von einzelnen Betrieben über Ausflugsziele bis hin zu Veranstaltungen sowie Bike- und Wandertouren. Teilweise stellte der Tourismusverband dafür Texte und Bilder zur Verfügung. Es wurden aber auch viele Berichte von Journalisten geschrieben, die eine lange Verbundenheit zur Region pflegen.

## PRESSEAUSENDUNGEN

Um künftig auch in der redaktionellen Berichterstattung der Presse regelmäßig sichtbar zu sein, verschickt der Tourismusverband seit Dezember 2024 zumindest einmal pro Monat eine Presseausendung zu einem gerade aktuellen Thema. Jeden Monat steht die Ausendung unter einem bestimmten Thema, im Dezember lautete der Titel etwa „Das Ausseerland mutiert zum Langlauf-Mekka“ und behandelte das Thema Langlaufen im Ausseerland mit einem Ausblick auf den Steirerlauf, der im Jänner 2025 zum 45. Mal stattfand.

Die Presseausendung wird an sämtliche regionale und überregionale Medienvertreter:innen in Österreich geschickt, beinhaltet meist einige Zitate und Fotomaterial, das ihnen für redaktionelle Berichterstattung kostenlos zur Verfügung steht.



## PRESSE-KOOPERATION MIT DIMA.CONCEPT

Im Juni 2024 wurde eine zweijährige Kooperation mit DIMA.concept abgeschlossen. Ziel der Zusammenarbeit ist die gezielte Stärkung der Markenpräsenz und Sichtbarkeit der Destination in Deutschland. Durch eine strategische PR-Kampagne wurden zentrale Inhalte zu den Kernthemen der Region medienwirksam positioniert und neue Zielgruppen erreicht werden. Mit den ersten beiden Ausendungen konnten bereits 117 Veröffentlichungen erzielt werden.

## PRESSE- UND CREATORREISEN

Im Jahr 2024 durften wir einige Journalist:innen, sowie Creator:innen im Ausseerland begrüßen und ihnen das Ausseerland mit den Themen Sommerfrische, Winterfrische und Kultur & Kulinarik näherbringen.

### Ein Beispiel:

■ BEL Eisbaden Knack Weekend – Lotte Philippsen

### Themen 2024:

- Das Ausseerland, wo die Kultur spielt und die Natur den Takt angibt (150 Jahre Hugo von Hofmannsthal, Via Artis, Kulturhauptstadt)
- Winterfrische im Ausseerland (Skifahren, Langlaufen, sanfter Winter)



# MARKETING & KOMMUNIKATION

## NEWSLETTERMARKETING B2C & B2B

Durch die Analyse und Zusammenführung von Kundendaten in einem umfassenden Gästeprofil entstehen **detaillierte Zielgruppenbilder**, die gezielt für ein effektives Newsletter-Marketing genutzt werden können. Dies ermöglicht es, potenziellen Gästen im richtigen Moment individuell zugeschnittene Informationen über das Ausseerland bereitzustellen. Mithilfe intelligenter KI-Algorithmen wird das Nutzerverhalten im System erfasst, kategorisiert und kann für zukünftige Aussendungen gezielt gefiltert und eingesetzt werden.

Der Tourismusverband nutzt **zwei unterschiedliche Systemkonfigurationen – B2B und B2C**, die je nach Art der Aussendungen gezielt eingesetzt werden. Innerhalb der **B2C-Konfiguration** wurden nun für zwei spezifische Zielgruppen eigene **Adressoberflächen** eingerichtet: der **Kontaktpool Langlaufen** und der **Kontaktpool Gästezeitung**.

Diese individuellen Pooloberflächen ermöglichen eine gezielte und maßgeschneiderte Kommunikation mit den jeweiligen Interessenten. Dadurch wird eine noch präzisere und effizientere Ansprache innerhalb der verschiedenen Gästegruppen gewährleistet.

Dazu wurde noch eine eigene Anmeldemaske pro Kontaktpool auf der Webseite installiert.



## AUTOMATISIERTE TRANSAKTIONSMAILS FÜR GEZIELTE GÄSTEKOMMUNIKATION

Über unser Newsletter-Tool NumBirds setzen wir maßgeschneiderte Transaktionsmails ein, die Gäste genau im richtigen Moment mit relevanten Informationen versorgen.

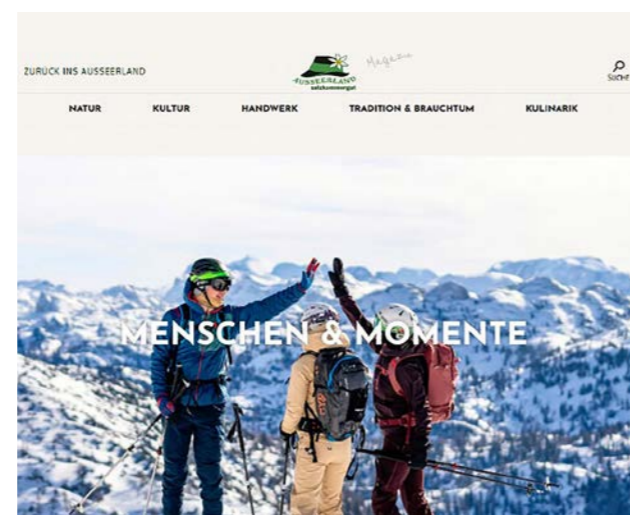
Beispiele für solche gezielten Nachrichten sind: Kurz vor der Anreise: Wichtige Informationen zur Unterkunft, Wetterprognosen oder Veranstaltungstipps.

Während des Aufenthalts: Empfehlungen für Erleb-

## ONLINE-MAGAZIN

Mit Ende 2024 wurde das Online-Magazin auf der Website [www.ausseerland.at](http://www.ausseerland.at) neu gestaltet und inhaltlich erweitert. Unter dem Motto „**Menschen und Momente**“ bietet das Magazin künftig authentische Geschichten rund um das Ausseerland und seine Bewohner. Durch die Einteilung in fünf thematische Kategorien – darunter „**Tradition & Brauchtum**“ sowie „**Kulinarik**“ – wird eine gezielte und benutzerfreundliche Navigation ermöglicht.

Für das Online-Magazin sind bereits einige neue Geschichten entstanden, etwa ein Porträt des Bad Ausseer Krampusmaskenschnitzers Johannes Rastl oder ein Bericht über Elisabeth Schupfer, Krippenbaumeisterin aus Straßen in Bad Aussee. Das Ausseerland-Magazin soll Einheimischen und Gästen persönliche Einblicke in die Region und ihre Menschen geben, Geschichten erzählen und Natur, Tradition und Brauchtum widerspiegeln.



nisse, Events oder exklusive Angebote, Aufforderung zur Nutzung des Ausseerland Urlaub-Guides Nach dem Aufenthalt (After Stay): Dankesmail mit Feedback-Möglichkeit und personalisierten Angeboten für einen zukünftigen Besuch

Durch diese gezielte Kommunikation wird die Gästeerfahrung verbessert, die Bindung zur Region gestärkt und die Interaktion mit dem Tourismusverband optimiert.

# MESSEN & VERKAUFSFÖRDERUNGEN

Im Jahr 2024 durften wir das Ausseerland Salzkammergut auf folgenden Messen präsentieren:

- Holiday World Prag
- Sport Life Brno
- f.re.e München
- ITB Berlin
- Steiermark Frühling Wien
- Reisen und Caravaning Hamburg
- Eröffnung Steiermarkhof Graz
- NRW Tag Köln (Prospektaufgabe)



# FÜR UNSERE GÄSTE

## ENTWICKLUNG DES FERATEL BUCHUNGSSYSTEMS IM AUSSEERLAND SALZKAMMERGUT

Seit 2021 setzt der Tourismusverband Ausseerland Salzkammergut auf das Feratel Buchungssystem, das sich immer stärker als wertvolles Werkzeug für die regionale Buchungsabwicklung etabliert. Im Gegensatz zu klassischen Buchungsplattformen ist Feratel ein reiner Systemanbieter, was bedeutet, dass die Konfiguration genau auf die Bedürfnisse der Region abgestimmt ist – in enger Zusammenarbeit mit der Steiermark Tourismus Gesellschaft.

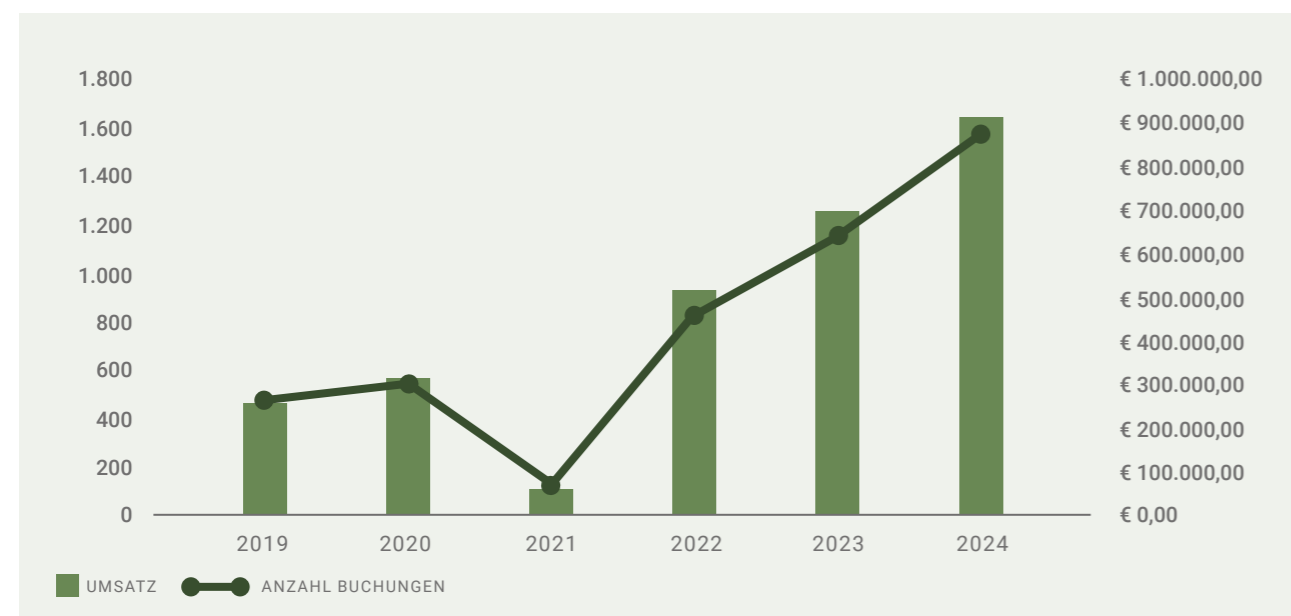
Mittlerweile nutzen 212 Leistungsträger in der Region Feratel als zentrales Basissystem für ihre Contentverwaltung und steuern damit flexibel ihre externen Vertriebskanäle, darunter Booking.com, Holidu, Traumferienwohnungen und viele weitere. Durch diese Eigenständigkeit bleibt das Ausseerland Salzkammergut unabhängig in der Auswahl und Steuerung der genutzten Verkaufskanäle.

Auch Erlebnisanbieter setzen zunehmend auf Feratel. Ein Beispiel ist die Gemeinde Bad Mitterndorf, die darüber den gesamten Loipenticket-Verkauf abwickelt. Die erfolgreiche Implementierung des Systems zeigt immer deutlicher ihre Wirkung, und wir freuen uns über eine kontinuierliche Steigerung der Buchungsumsätze, die den Tourismus in der Region nachhaltig stärkt.

### BUCHBARE BETRIEBE IM AUSSEERLAND:

Altaussee	29
Bad Aussee	33
Grundlsee	29
Bad Mitterndorf	58
Tauplitz	63
<b>BUCHBARE LEISTUNGSTRÄGER GESAMT</b>	<b>212</b>

## ENTWICKLUNG BUCHUNGSSUMSÄTZE SEIT 2019



## ERWEITERUNG DES LOIPENTICKET-SYSTEMS IN BAD MITTERNDORF

Bereits im dritten Jahr läuft der Loipenticketverkauf der Gemeinde Bad Mitterndorf erfolgreich über das Feratel-System. Aufgrund der Erweiterung des Angebots für die Saison 2024/2025 war eine vollständige Neukonfiguration des Systems notwendig, um die zusätzlichen Leistungen optimal einzubinden.

Ab dieser Saison beinhalten die Loipentickets nicht mehr nur die Nutzung der Langlaufloipen, sondern auch eine Berg- und Talfahrt mit der 4er-Sesselbahn

der Bergbahnen Tauplitz sowie eine Berg- und Talfahrt mit dem Bus der Tauplitzalm Alpenstraße.

Zusätzlich wurde auch die Ramsau Kombikarte in das erweiterte System integriert, sodass nun auch mit dieser Karte die neuen Zusatzleistungen genutzt werden können. Diese Anpassungen sorgen für ein attraktiveres Angebot und machen das Loipenticket noch wertvoller für Wintersportler in der Region.

## UMSTELLUNG AUF EIN EINHEITLICHES MELDEWESEN-SYSTEM IM AUSSEERLAND

Obwohl der Tourismusverband nicht die offizielle Meldebehörde ist, übernimmt er eine zentrale Rolle bei der erfolgreichen Umsetzung der Systemumstellung. Eine der Hauptaufgaben liegt in der korrekten Verknüpfung der Meldewesen-Datenbank mit der touristischen Datenbank. Diese beiden Systeme arbeiten im Hintergrund unabhängig voneinander, müssen jedoch präzise synchronisiert werden, um eine fehlerfreie Erfassung und Verarbeitung der Meldedaten zu gewährleisten.

Darüber hinaus umfasst der Aufgabenbereich die Neuanlage von Betrieben im touristischen System sowie die Erstellung der notwendigen Logins für Betriebe. Da der bisherige Zugang zum Webclient künftig auch für das Meldewesen genutzt wird, sind hier technische Anpassungen erforderlich, die

entsprechend begleitet und umgesetzt werden.

Ein besonderer Fokus liegt zudem auf der Schulung und Unterstützung der Leistungsträger. Um den Anmeldeprozess für Gäste zu optimieren, stehen den Betrieben moderne Features wie Pre-Check-In, Self-Check-In oder der Reisepass-Scan zur Verfügung. Zur reibungslosen Integration dieser Funktionen werden Schulungsvideos, Leitfäden und weiterführende Informationen bereitgestellt.

Mit dieser Umstellung wird ein bedeutender Beitrag zur Modernisierung und Digitalisierung des Meldewesens in der Region geleistet. Ziel ist es, sowohl Gästen als auch Gastgebern einen komfortableren und effizienteren Prozess zu ermöglichen.



# FÜR UNSERE GÄSTE

## GÄSTEZEITUNG

Die Ausseerland Gästezeitung hat sich in den letzten zehn Jahren als täglicher Informationsbegleiter für Gäste und Einheimische etabliert. Um den aktuellen Anforderungen gerecht zu werden, wurde die Gästezeitung 2024 grundlegend überarbeitet und modernisiert.

Dank der Integration in das Feratel Content Management System können Informationen zu Veranstaltungen, Erlebnissen und Infrastruktur künftig zentral gebündelt und noch effizienter bereitgestellt werden. Seit 1. Januar 2025 erscheint die Gästezeitung im neuen Design des Tourismusverbands und ist weiterhin per E-Mail oder als Online-Download verfügbar. Zudem wird sie erstmals auch in englischer Sprache angeboten, um eine breitere Zielgruppe zu erreichen.

Mit dieser Neuausrichtung bleibt die Gästezeitung ein wertvolles Instrument zur Information und Inspiration für Besucher:innen des Ausseerlandes.

[www.ausseerland.at/gaestezeitung](http://www.ausseerland.at/gaestezeitung)



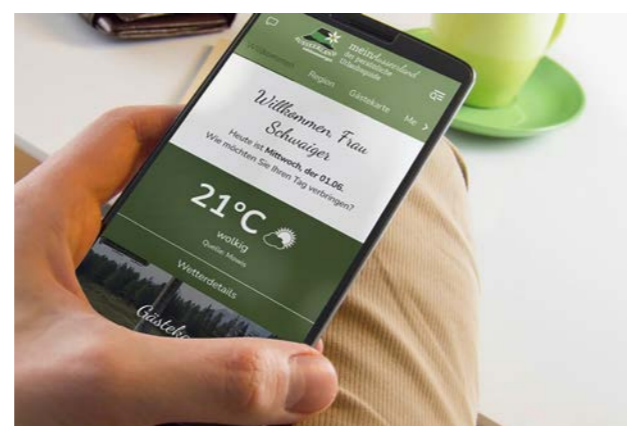
## AUSSEERLAND GUIDE – DER DIGITALE URLAUBSBEGLEITER

Seit Juni 2022 steht Gästen im Ausseerland der Ausseerland Guide als praktischer digitaler Urlaubsbegleiter zur Verfügung. Er ist in zwei Varianten nutzbar:

- für Nächtigungsgäste, die einen definierten Reisezeitraum haben
- und für Tagesgäste, die den Guide ohne festgelegte Aufenthaltsdauer verwenden können.

### Nutzung des Ausseerland Guides 2024

Von Januar bis Dezember 2024 wurden insgesamt **18.341 Gäste per E-Mail eingeladen**, den Ausseerland Guide zu nutzen. **4.792 Gäste** haben sich aktiv angemeldet und die App aktiviert – somit aktiviert im Durchschnitt jeder vierte Gast den Urlaubsguide. In weiterer Folge werden die Gäste nach der Anmeldung zum Urlaubsguide auch zu unserem Newsletter eingeladen, 690 Gäste haben sich dauerhaft dafür registriert.



## E-COACHING

Auch im Jahr 2024 wurde das E-Coach-Programm erfolgreich fortgeführt und weiter ausgebaut. Im Herbst fanden die E-Coach Days im Informationsbüro Bad Aussee statt. 23 Betriebe nahmen an den Servicetagen, die sich über zwei Wochen erstreckten, teil.

Eine wesentliche Neuerung war die individuelle Schwerpunktwahl durch die teilnehmenden Betriebe, um gezielt auf deren spezifische Anforderungen einzugehen. Die am häufigsten behandelten Themen waren:

- Suchmaschinen-Optimierung
- Social Media als Marketinginstrument
- Generierung von Online-Buchungen durch das Buchungssystem Feratel
- Erweiterung der Sichtbarkeit durch zusätzliche Verkaufskanäle
- Vorteile und einfache Anwendung des digitalen Meldewesens
- Die Relevanz eines professionellen Online-Auftritts



Neben den Präsenzveranstaltungen wurde weiterhin großer Wert auf digitale Formate via Zoom gelegt, um eine flexible Teilnahme zu ermöglichen. Im Bereich der Online-Buchbarkeit gab es bedeutende Fortschritte: 42 aktive Betriebe nutzen inzwischen die Feratel-Booking.com-Schnittstelle, um den Verkaufskanal Booking.com effizient einzusetzen. Zudem wurden 71 Vermietungsobjekte an das Buchungssystem angeschlossen – einige über eine direkte Schnittstelle, andere mit eigenständiger Verwaltung.

Um unsere Betriebe kontinuierlich zu informieren, nutzen wir den Newsletter „Wochenteiler“. Alle zwei Wochen informiert E-Coach Gabi Grill über aktuelle Entwicklungen sowie wertvolle Inhalte zu digitalen Themen.

# FÜR UNSERE VERMIETER & MITARBEITER

## TOURISMUSCAMPUS AUSSEERLAND

Der **TourismusCampus Ausseerland** ist eine Plattform für **Weiterbildung und Innovation im Tourismus**, speziell für die Betriebe der Region. Mit praxisnahen Schulungen, inspirierenden Workshops und aktuellen Informationen bietet er gezielte Unterstützung in einem dynamischen Branchenumfeld. Themenschwerpunkte umfassen unter anderem:

- Social Media & Online-Marketing
- Künstliche Intelligenz
- Buchungssysteme wie Feratel
- SEO/SEA & digitale Sichtbarkeit
- Rechtliche Updates und Branchenentwicklungen
- Technologische Trends und Innovationen

Der TourismusCampus ermöglicht den Betrieben, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln und die Chancen der Digitalisierung bestmöglich zu nutzen. Weitere Informationen und das aktuelle Schulungsangebot sind unter [www.ausseerland.at/tourismuscampus](http://www.ausseerland.at/tourismuscampus) zu finden.



# FÜR UNSERE VERMIETER & MITARBEITER

## AUSSEERLAND BENEFIT CARD

Die Ausseerland Benefit Card ist ein besonderes Angebot für alle Mitarbeiter:innen im Tourismus der Region. Sie ermöglicht den Zugang zu einer Vielzahl an Vergünstigungen und exklusiven Leistungen in den Bereichen Freizeit, Sport, Gastronomie und Kultur. 2024 konnten die Karteninhaber:innen aus über 80 Angeboten von 75 verschiedenen Leistungsträgern profitieren. Im vergangenen Jahr nutzten durchschnittlich 320 Tourismusmitarbeiter:innen die Benefit Card aktiv und genossen die vielfältigen Vorteile.

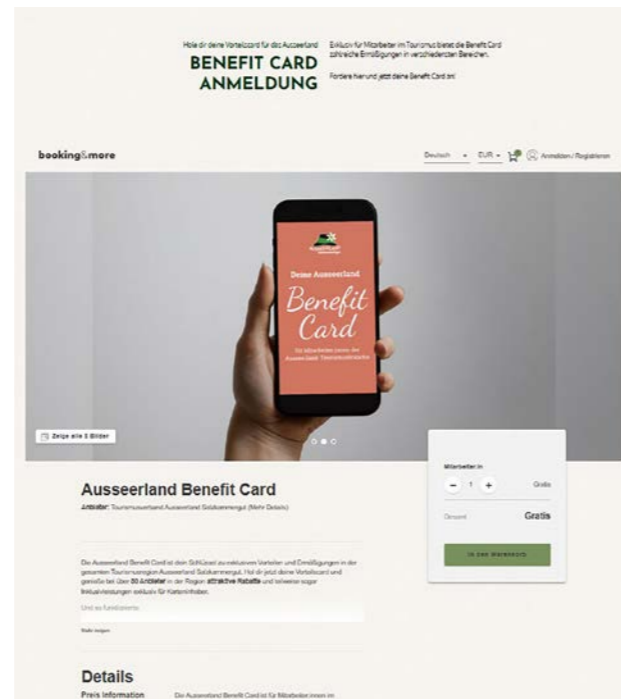
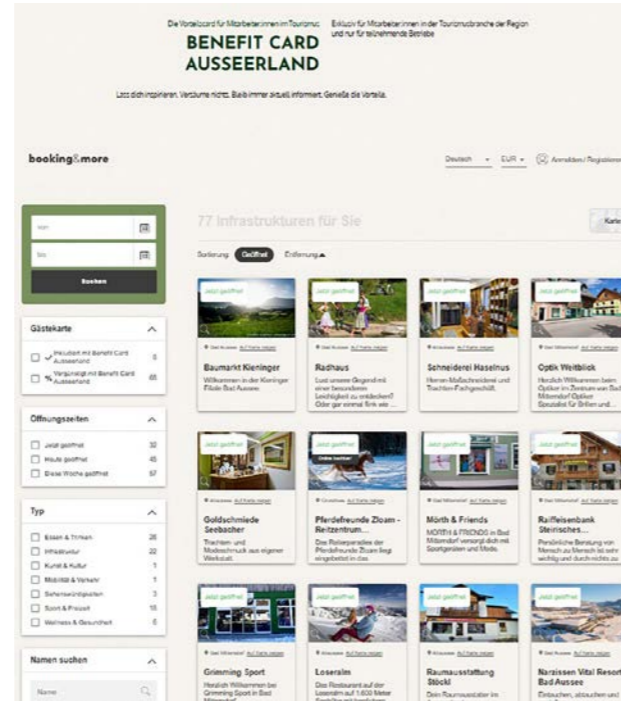
Die Ausseerland Benefit Card ist seit drei Jahren ein wertvolles Angebot für Mitarbeiter:innen im Tourismus und bietet zahlreiche Vergünstigungen in der Region. 2024 haben wir die Präsentation der Angebote und Leistungen auf unserer Webseite optimiert, sodass teilnehmende Betriebe nun noch besser sichtbar sind und ihre Vergünstigungen klarer kommunizieren können.

[www.ausseerland.at/benefitcard](http://www.ausseerland.at/benefitcard)

### Neugestaltung der Registrierung

Ein weiterer wichtiger Schritt war die Digitalisierung des Anmeldeprozesses: Mitarbeiter:innen aus teilnehmenden Tourismusbetrieben können sich die Benefit Card jetzt bequem online beantragen und direkt digital abrufen. Hierbei setzen wir weiterhin auf das bewährte Cardsystem von Feratel, das als Grundlage für die Benefit Card dient. Durch diese Neuerungen wird die Nutzung der Karte noch einfacher und transparenter – sowohl für die Betriebe als auch für ihre Mitarbeiter:innen.

[www.ausseerland.at/benefitcard-anmeldung](http://www.ausseerland.at/benefitcard-anmeldung)



## Ausseerland Benefit Card – noch mehr Flexibilität durch digitale Aufbuchung von Leistungen

Neben der verbesserten Präsentation der teilnehmenden Betriebe und der Digitalisierung des Anmeldeprozesses gibt es 2024 eine weitere wichtige Neuerung: Benefit Card Besitzer:innen können nun zusätzliche Leistungen direkt auf ihre bestehende Karte aufbuchen.

Ein erstes Beispiel dafür ist die Gemeinde Bad Mitterndorf, die für Inhaber:innen der Benefit Card eine kostenlose Nachmittagskarte sowie eine vergünstigte Saisonkarte für die Langlaufloipen anbietet. Die Buchung erfolgt ganz einfach über den Online-Shop [www.loipenticket.at](http://www.loipenticket.at), wo die gewünschte Leistung direkt auf die bestehende Benefit Card aufgeladen wird.

Diese Erweiterung macht die Nutzung der Benefit Card noch komfortabler. Mit nur einer Karte können mehrere Angebote und Vergünstigungen genutzt werden – ein echter Mehrwert für alle Mitarbeiter:innen im Tourismus.



## Benefit Card Newsletter – Wöchentliche Updates für Karteninhaber

Seit Mai 2024 erhalten alle Benefit Card Besitzer:innen regelmäßig aktuelle Informationen zu den verfügbaren Angeboten und Vergünstigungen. Mit dem wöchentlichen Newsletter werden gezielt 1 bis 2 ausgewählte Leistungen vorgestellt, um die Karteninhaber über attraktive Vorteile auf dem Laufenden zu halten.

Im Durchschnitt wurden die Aussendungen an 269 Benefit Card Besitzer:innen verschickt, wobei rund die Hälfte der Empfänger:innen den Newsletter geöffnet und gelesen hat. Diese hohe Öffnungsrate zeigt das große Interesse an den laufenden Angeboten und bestätigt die Relevanz der regelmäßigen Updates. So bleibt sichergestellt, dass die vielfältigen Vergünstigungen der Benefit Card optimal genutzt werden können.



## DAS WAR 2024: VERANSTALTUNGEN

Im Jahr 2024 wurden über 60 Veranstaltungen über das Ticketing-System des Tourismusverband Ausseerland Salzkammergut abgewickelt. Für diese Veranstaltungen konnten Tickets in allen Informationsbüros der Region sowie Online über kultur.ausseerland.at gekauft werden. Damit konnte ein Umsatz von rund Euro 200.000,00 erzielt und über 7.000 Einzelkarten verkauft werden.

Nachfolgend ein Auszug an Veranstaltungen, die 2024 mit Unterstützung des Tourismusverbandes Ausseerland Salzkammergut stattgefunden haben:

- 64. Narzissenfest
- 62. Altausseer Kiritåg-Bierzelt
- Die Arche am Grundlsee
- Losergipfel-Berglauf
- Blasmusikbezirksverband Bad Aussee
- Ausseer Knoschp'n'bühne
- Frauenchor Bad Aussee
- Pletzer Cup
- Mountainbike Club Salzkammergut
- Berge in Flammen (Fremdenverkehrsverein AA)



Steirerball in der Wiener Hofburg



Skiflug-WM Kulm



Plättenroas



Narzissenfest



### DAS ERWARTET DEN TOURISMUS 2025

Das Jahr 2025 steht im Zeichen strategischer Weiterentwicklungen und neuer Initiativen, die das touristische Angebot des Ausseerlands nachhaltig prägen und stärken sollen.

#### Tourismuskompass Ausseerland – Ein integrativer Strategieprozess

- Entwicklung eines strategischen Leitfadens für die zukünftige Tourismusedwicklung in der Region: Im Fokus stehen Nachhaltigkeit, Qualität und eine verbesserte interne Vernetzung.

#### Ausseerland:Card – Entwicklung einer neuen Gästekarte

- Gästen soll mit der neuen Ausseerland:Card ein erweitertes Angebot an Erlebnissen und Vergünstigungen mit integrierten Mobilitätsangeboten geboten werden.

#### Weiterentwicklung des TourismusCampus Ausseerland

- Mit dem TourismusCampus sollen praxisnahe Schulungen, Workshops und Fachvorträge zu aktuellen Branchenthemen wie Social Media, Buchungssysteme, SEO/SEA und rechtliche Entwicklungen weiter ausgebaut werden.

#### Umweltzeichen für Destinationen – Nachhaltigkeit im Fokus

- 2025 soll die Evaluierung und Weiterentwicklung dieses Projekts vorangetrieben werden, zudem sollen weitere Betriebe für eine Zertifizierung gewonnen werden, um die Nachhaltigkeitsstrategie der Destination weiter abzusichern.

#### Kulinarik-Schwerpunkt – Belebung der Nebensaison

- 2025 wird verstärkt auf kulinarische Erlebnisse gesetzt, um insbesondere in den Nebensaisonen attraktive Angebote für Gäste zu schaffen. Die Verbindung von regionaler Küche, hochwertigen Produkten und traditionellen Wirtshauskulturen steht dabei im Mittelpunkt.

#### Einbindung der Landwirtschaft

- Erstmals wird gezielt an „Landwirtschaftsseminaren“ im Ausseerland gearbeitet. Ziel ist es, die enge Verbindung zwischen Tourismus und Landwirtschaft zu stärken, Wissen auszutauschen und innovative Konzepte für eine nachhaltige Zusammenarbeit zu entwickeln.



**Tourismusverband  
Ausseerland Salzkammergut**  
Pratergasse 388 | 8990 Bad Aussee

Tel. +43 3622 54040 0 | [info@ausseerland.at](mailto:info@ausseerland.at)  
[www.ausseerland.at](http://www.ausseerland.at)