



Tätigkeitsbericht 2023 & Vorschau 2024

Tourismusverband Gesäuse
März 2024

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Freunde des Gesäuses!

Das folgende Dokument soll einen Überblick über die Marketing-Maßnahmen, Projekte und Sponsoring-Aktivitäten des Tourismusverbands Gesäuse im Jahr 2023 bieten sowie eine Vorschau auf die für 2024 geplanten Maßnahmen geben. Wichtig ist anzumerken, dass alle aufgeführten Themen zusätzlich zu den Kernaufgaben des TVB-Teams (Gästeinformation und -betreuung, Bewerbung und Vernetzung der einzelnen Akteure und Betriebe der Region, u.a.) durchgeführt und betreut werden.

Viel Freude bei der Lektüre!

Herzlichst, Jaqueline Egger
& das Team des Tourismusverbands Gesäuse

Marketing und Projekte 2023

1. Steiermark-Frühling in Wien

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

Der Steiermark Frühling in Wien (Besucher:innenrekord: 150.000 Gäste) erwies sich auch von 30.03. bis 02.04.2023 wieder als herausragende touristische Veranstaltung. Dabei begeisterte u.a. die Schuhplattlergruppe D'Hochtausiger z'Weißenbach aus Weißenbach bei Liezen das Publikum auf der Hauptbühne am Rathausplatz. Der Gesäuse-Stand lief als Gemeinschaftsinitiative mit dem Nationalpark Gesäuse, dem Stift Admont, der Hoamat sowie Herbert Traisch vom Geodorf Gams.

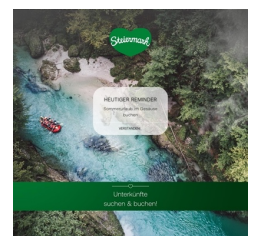


2. Digital Out of Home (DOOH) Sommerkampagne

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

Als Sommerkampagne konzentrierte sich die DOOH-Initiative auf digitale Außenwerbung. Ziel war es, potenziellen Gästen den ausschlaggebenden Grund für ihren Sommerurlaub im Gesäuse zu liefern.

- Bespielung von 338 digitalen Screens an 251 Standorten in Wien, Graz, Linz und NÖ
- 143 Ad Screens, 2 Ad Boards, 193 Ad Walls
- Laufzeit: 28 Tage von Mitte/Ende April bis Mitte/Ende Mai
- 91.530 garantierte Spotausspielungen pro Tag (1 Spot hat 10 Sek.)
- 2.948.400 garantierte Ausspielungen, 36,98 Millionen Bruttokontaktchancen



3. Sommerkampagne online

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

Der Gesäuse-Fokus lag hierbei auf den Themen „Am Berg“ und „Am Wasser“, es konnten stolze 912.784 Impressions erzielt werden. Zusätzlich wurden 3.227 Link-Klicks verzeichnet - die Zielgruppe informierte sich also ganz gezielt über ihren Urlaub im Gesäuse.

4. MERIAN Sonderheft Steiermark

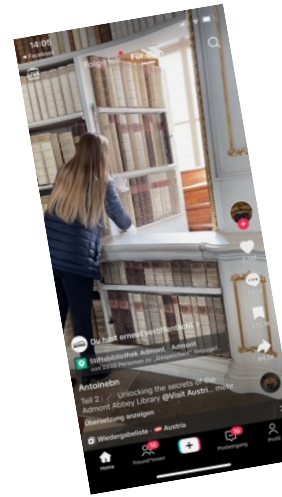
Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

Deutschlands traditionsreichstes Kultur- und Reisemagazin machte auf rund 140 Seiten Lust auf Urlaub in der Steiermark. Ergänzend zum Magazin wurden auch zwei Folgen des Podcasts „Reisen beginnt im Kopf“ mit den Magazin-Inhalten ausgestrahlt. Bei einer Auflage von 60.000 Exemplaren präsentierte sich das Gesäuse neben den anderen 10 Regionen der Steiermark allgemein, zusätzlich erhielt das Stift Admont einen redaktionellen Beitrag mit insgesamt fünf Seiten.

5. Influencer-Besuch: Antoine Bonin im Stift Admont

Über Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

Influencer Antoine Bonin aus Frankreich (160 k Follower auf TikTok) konnte mit seinem Video aus der Klosterbibliothek des Stifts Admont ganze 21,9 Millionen Views auf TikTok verzeichnen! Das Video wurde 3.800 Mal kommentiert, 235.000 Mal gespeichert, 90.000 Mal geteilt und 2,5 Mio. Mal geliked. Für die Zusammenarbeit mit Antoine Bonin waren lediglich Kost und Logis zu übernehmen. Sogar die regionalen Medien berichteten über das viral gegangene Video.



MERIAN

6. Bergwelten Kampagne

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

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

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

BERG WELTEN MAGAZIN TOURS HÜTTEN UNTERKÜFTE BERG

Wandern, spektakuläre Ausblicke und Gemütlichkeit: Die Gesäuse Hüttenrunde

Wandern und Entschleunigen in einer der faszinierendsten Landschaften der Welt – das verspricht die Hüttenrunde im Gesäuse. In 7 Tagesetappen wandert man von Hölle zu Hölle inmitten der eindrucksvollen, steilen und tiefblauen Berglandschaft des Nationalparks Gesäuse.



Alpines Weitwandern mit sternenklaren Nächten

7. Radio Grün Weiß – Wanderpass

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

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

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



8. Red Bull Winterkampagne: „Herz drauf“

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

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

- Fotoproduktion mit 10 Bildern zu den Themen Outdoor (Skitour mit Bergführer Jürgen Reinmüller) und Kulinarik (Gasthaus „Der Kamper“)
- Digitale Kampagnen-Site, Fotoproduktion für Landingpage, Digital- und Social-Kampagne



- Digital-Schwerpunkt mit Online-Advertorials, Banner-Kampagne, Newsletter-Integration und Gewinnspielen (Red Bull Media House Marken u. externe Medien)
- 6.064 Page Views, 51.208 Social Impressions, 3.805 Teilnehmer:innen Gewinnspiel

9. FALSTAFF Magazin Steiermark Special

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

Das renommierte Reise- und Genussmagazin berichtete aus dem Gesäuse.

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



10. Social Media Kooperation mit 1000things - Die Entdeckerei

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



11. Inserat 5komma5sinne

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

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



12. Filmaufnahmen „Steirische Moore“

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

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




13. Einladung THW Kiel

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



Aufenthalt Steiermark: gesamt 4.320.000 Impressionen

Einzelzahlen für das Gesäuse:

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



14. Social Media Performance Marketing

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

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

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

15. Gesäuse Hüttenrunde, Luchs Trail und Trans Nationalpark

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

Gesäuse Hüttenrunde:

- 875 Übernachtungen (vgl. 2022: 619 Übernachtungen)
- € 86.838,60 Umsatz (vgl. 2022: € 53.719,70)

Luchs Trail:

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

Trans Nationalpark:

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



16. Bürogemeinschaft Liezen und Büroerweiterung Admont

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

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

17. A1 Mobility Insights

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

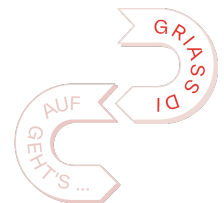


18. Schnittstellen von Feratel + Unterkunftsportalen

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

19. Neues Corporate Design

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



20. Gesäuse Reisebuch

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



21. Neuauflage Werbemittel

Im neuen Design präsentieren sich zudem:

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



22. Strategieklausur und Entwicklung Strategiepapier

Im Vorfeld führte das Institute of Brand Logic eine Online-Befragung unter touristischen Leistungsträgern, Kommunalvertretern und Organen der Tourismusorganisationen zur Zukunftsfähigkeit der Destination Gesäuse durch. Ergänzend führte die Agentur Katharina Maria Zimmermann mit dem Team des TVB zwei Zukunftsworkshops durch, eine Online-Befragung von Gästen und Einheimischen brachte mit 17 Teilnehmer:innen zusätzliche abrundende Infos. Schlussendlich konnten bei einer Klausur von 9.-10.11.2023 in Hieflau mit der Agentur Strahlende Kommunikation alle Ergebnisse vom Team des TVB und Akteuren aus dem Gesäuse zusammengeführt und die Strategie der neuen Großregion Gesäuse mit



Werten, Zielgruppen, Handlungsfeldern und Zielen formuliert und nachgeschärft werden. Diese wurden im Rahmen des Strategiepapiers „Gesäuse Tourismus neu“ anschaulich illustriert und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht.

23. Pressereisen

Der Bergsteiger

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

Der Standard

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

Bert Sitters – Radjournalist aus NL

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

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

Tageszeitung ÖSTERREICH

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



Vorschau Marketing und Projekte 2024

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

2. Naturschutz-Teamwork Angebot für Betriebe

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



3. Obersteirerpass (Gäste- und Mobilitätskarte)

Der Obersteirerpass ist ein Projekt zur Vernetzung des touristischen Angebots sowie der Attraktivierung öffentlicher Mobilität, das Tourist:innen, Einheimischen und Arbeitnehmer:innen gleichermaßen zugute kommen soll. Entwickelt in Kooperation mit den Tourismusverbänden Gesäuse, Ausseerland und Murtal sowie dem Natur- und Geopark Steirische Eisenwurzten strebt es an, ein innovatives Gästekartensystem zu definieren, das mit hilft, die regionale, touristische Entwicklung und Standortqualität unter Einbeziehung des öffentlichen Nahverkehrs nachhaltig voranzutreiben.

4. Tourenportal-Umstellung

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



5. Steiermark Frühling in Wien (vgl. 2023)

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

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

6. Nahmärktekampagne Niederlande

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

Print Paket

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



DOOH (Digital Out of Home)

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

7. Social Media Kampagne mit 1000things

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

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



8. Ö3 Urlaubsorte raten

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

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

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



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

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH

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

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

10. Bewerbung Wildalpenbahn im Wiener Prater

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



11. Weitere geplante Projekte und Marketingmaßnahmen

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

12. Geplante Drucksorten (u.a.)

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

13. Geplante Merchandisingprodukte (u.a.)

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



LEADER-Projekt GESÄUSE TOURISMUS 2023+

Laufzeit: 2023-2024 - Kosten: 110.000 €

Was bisher geschah:

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

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

1. Fotografie

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

2. Imagetexte

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

3. Corporate Design Baukasten

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

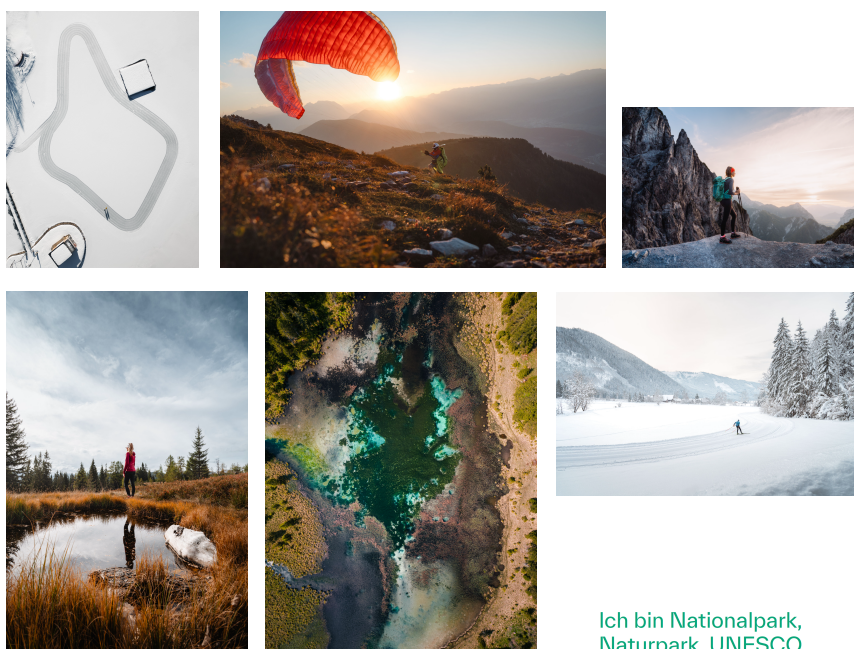
4. Social Media

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

beispielsweise bei den Buchungen für die Gesäuse Hüttenrunde mit einer Verdoppelung nieder.

Was noch geschehen wird:

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



Gestatten?
Ich bin's,
das Gesäuse.



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

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

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

Eine andere Welt.

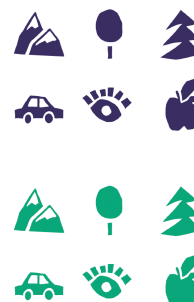
Und du:
Bist willkommen!

Johnsbacher Almenrunde

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



ICONS ÜBERSICHT



Sponsoring 2023

Übersicht finanzielle Unterstützungen 2023

Lokale Initiativen ≈ € 50.000

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

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

Regionale/Überregionale Initiativen ≈ € 100.000

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

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

dein
Gesäuse.

LASS mich MAL wirken.