



Tätigkeitsbericht 2025 & Vorschau 2026

Tourismusverband Gesäuse
März 2026

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Freunde des Gesäuses!

Dieses Dokument gibt euch einen kompakten Überblick über die Marketing-Maßnahmen, Projekte und Sponsoring-Aktivitäten des Tourismusverbands Gesäuse im Jahr 2025 – und einen Ausblick auf 2026.

2025 war ein Jahr mit starken Themen und klarer Weiterentwicklung: Die Gesäuse Hüttenrunde *vegan edition hat für viel Aufmerksamkeit gesorgt und gezeigt, wie zeitgemäß alpine Angebote heute weiterentwickelt werden können. Mit der neuen Lebensraum-Stelle im TVB und dem Projekt Wegweisend wurden wichtige Schritte für Besucher:innenlenkung, Orientierung und ein gutes Miteinander in der Region gesetzt. Gleichzeitig schafft die Digitalisierung des Gästemeldewesens und weiteren digitalen Entwicklungen im Hintergrund wichtige Grundlagen für die Zukunft. Und auch die Kommunikation nach innen bekam mit der ersten Gesäuse-Infozeitung, die an alle Haushalte der Region ging, ein neues, wirkungsvolles Format.

Der Bericht zeigt, was sich 2025 alles bewegt hat – von Kampagnen und Pressearbeit bis zu Infrastruktur, Lebensraum-Themen und regionaler Vernetzung.

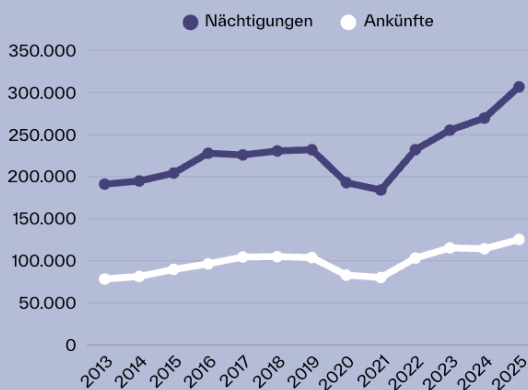
Wichtig ist uns dabei: All diese Themen werden zusätzlich zu den Kernaufgaben des TVB-Teams – von Gästeinformation und -betreuung bis zur Bewerbung und Vernetzung der touristischen Akteur:innen und Betriebe – umgesetzt und betreut.

Viel Freude bei der Lektüre!

Herzlichst, Jaqueline Egger
& das Team des Tourismusverbands Gesäuse

Zahlen & Daten

Entwicklung über die Jahre



+ 14,3 %

Nächtigungen
von 2024-2025

306.858 Nächtigungen
2024-2025: 14,3 %

125.458 Ankünfte
2024-2025: +9,98 %

Seit Gründung der
neuen Erlebnisregion 2021

+ 67 %

Nächtigungen

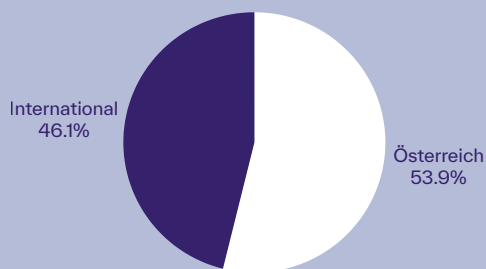
Neuer Höchstwert



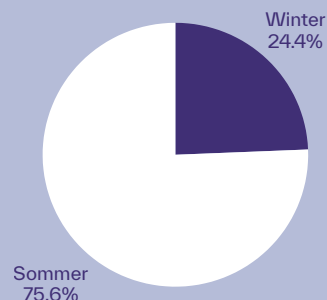
306.765
Nächtigungen

Gut zu wissen: 2021 zählten alle
9 Gemeinden gemeinsam noch
184.083 Nächtigungen.

Märkte



Saisonen



Winteranteil legte
von 2023-2025 zu:
von 18 auf 24 %

Team



Jaqueline Egger
Geschäftsführerin



Sylvia Hofbauer
Feratel & Digitalisierung



Barbara Pirringer
Lebensraum- & Projektmanagement



Karoline Wöhri
Marketing



Katharina Baumann
Marketing, Feratel & Front Office



Andrea Welsch
Front Office & Feratel



Ulrike Edelsbacher
Buchhaltung, Infobüro Liezen
Liezen-Gesäuse Gutscheine



Christine Partlitsch
ÖBB-Ticketschalter,
Infobüro Liezen



Sabrina Rapp
derzeit in Baby-Karenz

9 Personen, Vollzeitäquivalent: 6

Projekte 2025

1. Schwerpunktthema: Gesäuse Hüttenrunde *vegan edition

Der Tourismusverband Gesäuse setzte 2025 ein Projekt zur Weiterentwicklung des Leitprodukts „Gesäuse Hüttenrunde“ um. Ziel war es, das bestehende Angebot durch eine pflanzenbasierte Variante zu erweitern, neue Gästesegmente anzusprechen und die Positionierung des Gesäuses als nachhaltige Tourismusregion weiter zu stärken. Im Zentrum standen die Entwicklung eines veganen Speisenangebots auf den Hütten sowie begleitende Marketing- und PR-Maßnahmen.



Maßnahmen nach Themenbereichen

Produktentwicklung & Kulinarik

Etablierung der *vegan edition als kulinarische Erweiterung der Gesäuse Hüttenrunde. Jede Hütte bietet mindestens ein vollwertiges veganes Gericht an; mehrere Hütten erweiterten ihr Angebot im Saisonverlauf.

Marketing & digitale Bewerbung

Umfassende Online-Präsenz, Social-Media-Kampagnen in Österreich und Deutschland, Video-Serie mit Hüttenwirt:innen, Influencer-Kooperationen.

PR, Events & Medienarbeit

Eigenes Presseauftaktevent auf der Ardningsalm, umfassende PR-Koordination, Aussendungen und Pressereisen. Breite Medienresonanz im DACH-Raum (u.a. FAZ, Süddeutsche Zeitung, Kurier).

Offline-Marketing & Vor-Ort-Sichtbarkeit

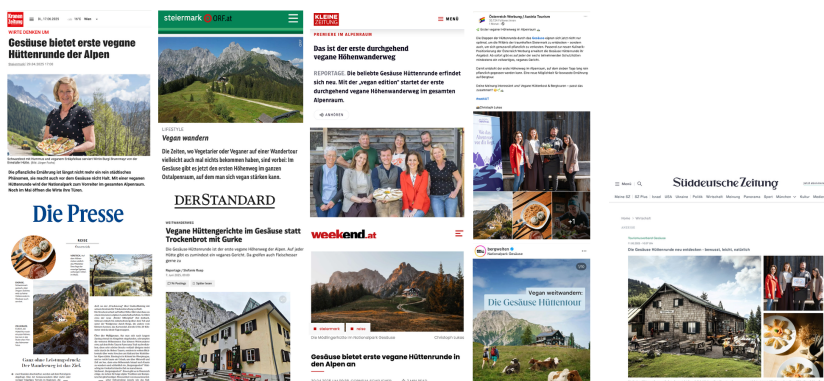
Out of Home Präsenz an stark frequentierten Plätzen in Wien und den Niederlanden wie U-Bahn Stationen, Bahnhöfen etc.. Ergänzende Print-Kampagnen zur Produktkommunikation.

Ausstattung & Community-Building

Marketing-Kit für Hüttenwirt:innen (Schürzen, Sticker, Aluminium-Schilder) sowie nachhaltige Merchandise-Produkte (Bio-Shirts, Kappen, Schürzen) inkl. Verteilung an Multiplikator:innen und Verkauf im Online-Shop.

Ergebnisse & Wirkung

Die Projektziele nicht nur erzielt, sondern weit übertroffen. Die **Werbewertanalyse wies einen Medienwert von € 716.334 aus** und steigt laufend weiter. Zudem wurden eine deutliche Zielgruppenerweiterung sowie zahlreiche Voranfragen für die nächste Saison bereits vor Saisonende dokumentiert.



„Die Gesäuse Hüttenrunde *vegan edition ist mit dem innovativen Ansatz eines unserer Vorzeigeprojekte.“

Sandra Neukart, COO bei Österreich Werbung



Ausblick

Aufgrund des Erfolgs ist eine Erweiterung 2026 geplant: Integration des Buchsteinhauses, online buchbar über die Trail Angels; dadurch Verlängerung auf acht Tage.

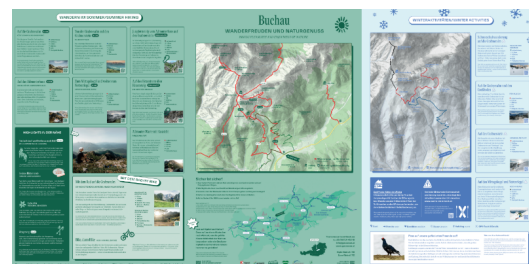
2. Schwerpunktthema: Projekt Wegweisend (2025-2026)

Beschilderung

Lebensraum-Managerin Barbara Pirringer vom TVB arbeitete im Rahmen des Projekts „Wegweisend“ in der gesamten Region an Übersichtstafeln zu Spazierwegen und Freizeitangebot, Wander- und Radwegen für Gäste und Einheimische. Aus den Gemeinden wurden dabei mehr Tafeln gewünscht als ursprünglich geplant. Im Sinne der Besucherlenkung und Aufenthaltsqualität kommt der TVB diesem Wunsch jedoch gerne nach – auch dank Eigenleistungen der Gemeinden bei der Montage.

Übersichtstafeln lt. Stand Feb. 2026:

- Mind. 35 Stück Übersichtstafeln
- 2 x 1 Meter (teilweise Sonderformat)
- Querformat, freistehend auf Steher



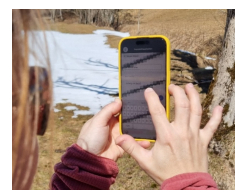
Regionstafeln

Zahlreiche neue Regionstafeln mit den Highlights der jeweiligen Gemeinden wurden auf Wunsch von mehreren weiteren Gemeinden erstellt, um die Zugehörigkeit zur Region zu stärken und die Besucher:innen-Orientierung zu verbessern.

Erstellung der Wanderweg- und Spazierwegsschilder

Prozess & Leistungen:

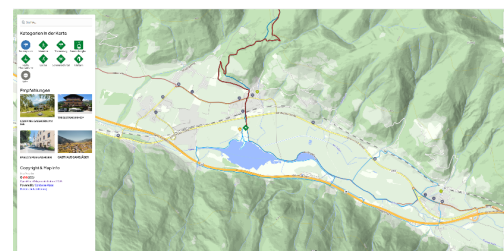
- Digitale Erfassung von bereits existierenden Wegweisern und Stehern in der Infrastruktur-Software Contwise INFRA oder
- Lt. Einmeldung der Gemeinden
- Gestaltung von Wegweisern für Wanderwege (oder MTB-Wege) unter Berücksichtigung der standardisierten Inhalte lt. Alpenvereinshandbuch
- Gestaltung der Übersichtstafeln mit ausgewählten Tourentipps, Spezifikationen und QR-Code zur digitalen Tourenbeschreibung samt GPX-Download
- Tourenerstellung in der Tourensoftware Contwise MAPS mit Beschreibungstexte, Spezifikationen, GPX-Tracks, Tourenfotos, Mobilitätsinfos, etc. in DE und EN
- Aktuell Erstellung und Produktion der fehlenden oder neuen Wanderwegsschilder vor Ort für optimale Orientierung unterwegs.



Tourenpflege und -erweiterungen im Tourenportal

Zahlreiche Ergänzungen von Spazierwegen

- Korrektur und Erweiterungen von Wanderwegen
- Skitouren Ergänzung digital
- Ergänzung von Parkplätzen & Ausgangspunkten, Definition von Öffentlicher Anreise etc.
- „Kartenkontext“: Gemeindespezifische digitale Karte für Angebote in der Nähe + Hervorhebungen von Highlight-Angeboten



3. Schwerpunktthema: Gästemeldewesen digital

Mit diesem Projekt wurde das Gästemeldewesen der Erlebnisregion Gesäuse flächendeckend auf eine einheitliche, digitale Lösung umgestellt. In allen neun Mitgliedsgemeinden ist seit November/Dezember 2025 der „feratel MeldeClient“ im Einsatz – ein System, das bereits in Verbindung mit der bestehenden Buchungsplattform (feratel Deskline) genutzt wird und den Betrieben daher vertraut ist.

Somit ist es gelungen, die tägliche Meldung von Gästen sowohl für Betriebe, aber auch für Gemeindemitarbeiter einfacher, schneller und effizienter zu gestalten. Gleichzeitig wurde der Digitalisierungsgrad in einem zentralen Verwaltungsbereich deutlich erhöht. Gemeinden, Gastgeber:innen und der Tourismusverband profitieren von reduzierten Aufwänden, höherer Datenqualität und einer zukunftsorientierten Systemlandschaft, vor allem auf eine kommende gesetzliche Verpflichtung zur digitalen Gästemeldung.

Mehr als die Hälfte der ca. 230 Nächtigungsbetriebe im Gesäuse nutzen bereits die digitale Gästemeldung – und es werden laufend mehr.

4. Schwerpunktthema: Kommunikation nach Innen

NEU: Gesäuse Infozeitung

Premiere gelungen: Mit einer Auflage von 15.000 Stück wurde die erste Gesäuse Infozeitung im November 2025 an alle Haushalte in der Region versandt, inklusive den Gemeinden Trieben, Selzthal und Altenmarkt. Die Intention des Projekts: Personen aus der Region vor den Vorhang holen, Projekte und touristische Entwicklungen auf niederschwellige Art und Weise vorstellen sowie touristische Neuigkeiten und Ereignisse an die Menschen aus der Region kommunizieren. Die erste Ausgabe stellte u.a. Anton Graf von Rafting Sport Salztal sowie die neue TVB-Mitarbeiterin Barbara Pirringer vor. Das Feedback aus der Bevölkerung fiel höchst positiv aus, eine halbjährliche Erscheinung ist künftig geplant.



WhatsApp Kanal

Mittlerweile zählt der Gesäuse WhatsApp Kanal über 500 Abonnent:innen, wöchentliche Beiträge richten sich speziell an Einheimische. Eine Umfrage zeigt, dass der Großteil der Community vor allem an regionalen Freizeittipps wie Wanderungen und Tourenvorschlägen interessiert ist. Die Inhalte werden gezielt auf diese Bedürfnisse abgestimmt und bieten einen hohen aktuellen Mehrwert für Einheimische – mit starker Relevanz und aktivem Engagement innerhalb der Community.



Lifestyle+ Magazin Kooperation

Auch 2025 war das Gesäuse in 10 Ausgaben mit einer eigenen Seite „Aus dem Gesäuse“ im Lifestyle+ Magazin vertreten, welches allen Haushalten im Bezirk Liezen zugestellt wird. Dank eines vom Land Steiermark geförderten Projekts liegt dabei ein besonderer Fokus auf der regionalen Kommunikation und der Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung. Ziel ist es, die Vielfalt des touristischen Angebots und aktuelle Entwicklungen auch nach Innen noch sichtbarer zu machen. Zahlreiche Rückmeldungen zeigen, dass die Inhalte in der Bevölkerung aktiv wahrgenommen wurden.

5. Digitalisierungsupgrade

Infrastruktur, Know-How & digitale Sichtbarkeit für den TVB

Das Projekt bestand aus fünf Themenfeldern:

1. Modernisierung der IT-Infrastruktur in den Infobüros (Austausch veralteter EDV-Geräte, IT-Sicherheit und Kompatibilität mit aktuellen Programmen)
2. Kompetenzaufbau mit Fokus auf KI (Weiterbildungen und Vermittlung von Grundwissen)
3. Performance-Analyse & KI-Optimierung des gesamten Website-Contents auf www.gesaeuse.at
4. Erstellung eines digitalen Gesäuse-Magazins
5. Schnittstellenintegration zu regionalen Gemeinde-Apps

Ziel des Projekts war es, sowohl die technische Infrastruktur als auch die digitale Kompetenz des Teams auf einen zeitgemäßen Stand zu bringen und gleichzeitig die Inhalte und Kommunikationskanäle so weiterzuentwickeln, dass sie auch in Zukunft – insbesondere durch KI-gestützte Systeme – sicht- und verwendbar bleiben. Damit konnte ein notwendiger, ganzheitlicher Beitrag zur zukunftsorientierten und wettbewerbsfähigen Entwicklung der Region geleistet werden.

Website Design-Relaunch

Die gesamte Website steiermark.com erhielt ein umfassendes Redesign. Dadurch wurde nicht nur die Usability und das Design auf den Stand der Dinge gebracht, sondern auch technisch umfassende Neuerungen umgesetzt. Durch diesen Relaunch ist die Website für die immer wichtiger werdende KI-Suche nun bestens gerüstet und erfreut sich großer Sichtbarkeit aufgrund der großen Relevanz der Seite. Betriebe, die auf gesaeuse.at gelistet sind profitieren ebenso von dieser Sichtbarkeit.

6. A1 Mobility Insights

Im Zeitraum von Mai 2023 bis Dezember 2025 wurde eine umfassende Analyse der Besucherströme im Gesäuse durchgeführt. Die Datenauswertung basiert auf Informationen der Plattform mobilityinsights.at und untersucht das Verhalten von Tages- und Mehrtagestourist:innen. Somit kann erstmals die genaue Anzahl der Tourist:innen in der Region gemessen werden und Rückschlüsse auf deren Herkunft, Aufenthaltsdauer, bevorzugte Routen sowie saisonale und wetterbedingte Schwankungen gezogen werden.

Von 01. Mai 2023 bis 31. Dezember 2025 besuchten 6.01 Mio. Tagestourist:innen und 3.67 Mehrtagestourist:innen das Gesäuse. Somit kann das Gesäuse im Jahr 2025 7 % mehr Tagestourist:innen und 6 % mehr Mehrtagestourist:innen als im Jahr 2024 verzeichnen.

Marketing 2025

1. Digital Out Of Home Kampagnen

Mit Citylights war das Gesäuse an stark frequentierten Plätzen in den Niederlanden und Wien present:

- **Mit Steiermark Tourismus in den Niederlanden:** 150–200 digitale Screens im City-Netzwerk Amsterdam und Rotterdam für vier Wochen, Werbemittelkontakt: 2.100.000
- **Out of Home Kampagne in Wien:** 32 digitale Screens in Wien mit Schwerpunkt Bahnhöfe und stark frequentierte Plätze für drei Wochen, Werbemittelkontakt: 2.765.910



2. Marketing-Kampagnen

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH.

Bergauf Magazin (Mitgliedsmagazin des Österr. Alpenvereins)

Format: 1/2 Seite, Auflage: 360.000 Stk., Reichweite: 720.000 Leser:innen, Erscheinungstermin: 31.03.2025

GAS-Beilage „Frühlingszeit AT“ (Erscheint in: Kurier, OÖ Nachrichten, Die Presse, Salzburger Nachrichten)

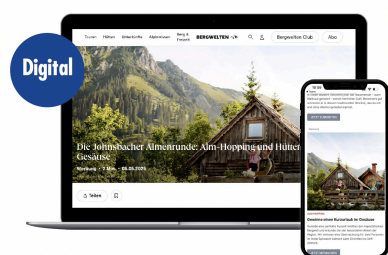
Format: 1/1 Seite, Auflage: 130.000 Stk., Reichweite: 455.000 Leser:innen, Erscheinungstermin: Anfang April 2025

Online-Kampagne mit RedBull Media House

- Herz Drauf Kampagne: Bericht über die Almenrunde inklusive Gewinnspiel: <https://herzdrauf.steiermark.com/gesaeuse/>
- Maßgeschneiderte Landingpage, Laufzeit: 1 Jahr (Schwerpunkt Winter & Sommer), 1 Portrait pro Region inkl. Gewinnspiel

Zu dieser Landingpage kam zusätzlich ein Online-Artikel auf Bergwelten. Dieser erzielte folgende Ergebnisse:

- Artikel selbst: 4.427 Pageviews, 00:44 Verweildauer
- SOM Beitrag: 64.317 Social Impressions, 755 Social Clicks
- Newsletter: 82.075 Rezipienten, 29,30% Öffnungsrate, 1.423 Clicks
- Gesamt-Ergebnisse: Pageviews: 32.439, Gewinnspiel-Teilnehmer:innen: 10.662



3. Social Media

Über professionelle und informative wöchentliche Social Media Beiträge auf Facebook und Instagram wird die gesamte Region präsentiert.

Neu: Videoproduktion "1 Tag in ..."

Eigene Videoreihe auf Instagram und Facebook zu den Highlights jeder einzelnen Gesäuse-Gemeinde. Diese Videos erzielten eine hervorragende Performance und sprechen sowohl Gäste als auch Einheimische an:

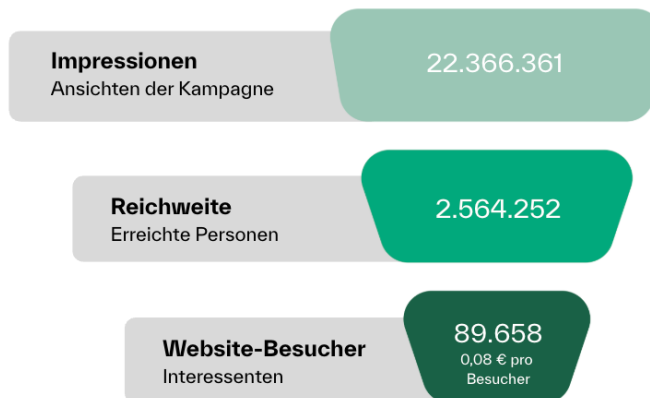
Erzielte Ergebnisse:

Insgesamte Watch-Time von 61:51 Stunden & 120.000 Aufrufe



4. Performance Marketing

Über bezahlte Social Media Kampagnen wird sichergestellt, dass bestimmte Themen verstärkte Reichweite in der relevanten Zielgruppe erhalten. Diese Kampagnen wurden das gesamte Jahr über gespielt und laufend optimiert.



Speziell beworben wurden folgende Themen:

- Sommer: Gesäuse Hüttenrunde *vegan edition, Wasser, Berge
- Winter: Advent, Langlauf, Skitouren

Erzielte Ergebnisse: Mit 10 % weniger Budget als im Vorjahr wurden 2025 311 % mehr Impressionen, 144 % größere Reichweite und 122 % mehr Website-Besucher:innen generiert. Mit Kosten von 0,08 Euro pro Website-Besucher:in performt das Gesäuse zudem deutlich besser als der Branchendurchschnitt, der bei 0,43 Euro pro Website-Besucher:in liegt.

5. Influencer Kooperationen

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus GmbH.

___verena

Outdoor-Influencerin mit über 200k Follower auf Instagram. Kooperation zum Thema Hüttenrunde *vegan edition:

Protagonisten:

- Admonterhaus
- Mödlingerhütte
- Grabneralm

Erzielte Ergebnisse

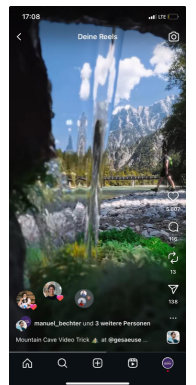
- 1 Reel: 16.947 Ansichten, 11,5 Std. Watchtime, 33 Speicherungen
- 1 Post: 72.608 Ansichten, 82 Speicherungen
- Stories (9 Stück): Ø Ansichten: 13.279

Manuel Bechter (@manuel_bechter)

Fotograf mit 1,5 Millionen Followern auf Instagram, der Landschaften imposant und kreativ in Szene setzt. Aufnahme erfolgte beim Weidendom an der Enns.

Erzielte Ergebnisse

1 Reel als Collaboration-Posting: 15.486 Likes, 240 Kommentare, 261 Speicherungen & Watchtime von 15 Tagen und 23 Stunden



6. STG Online-Winterkampagne 2025/26 – „Winterzeit“

In Zusammenarbeit mit der Steiermark Tourismus GmbH:

Mit gezielten Facebook- und Google-Ads-Kampagnen rund um das Thema „Winter in der Stille“ wurden alle Phasen der Customer Journey abgedeckt. Durch diese speziellen Winterkampagnen konnten hochqualitative Klicks auf die Gesäuse-Website www.steiermark.com/de/Gesaeuse/Region/Winterzeit über Social Media und Google Adwords generiert werden.

Erzielte Ergebnisse: Impressionen: 3.869.001, Cost per Click: € 0,22, Klicks: 21.049



7. Marketinggruppen Steiermark Tourismus

ARGE Nordic

Hans Hörzer, der seit 25 Jahren für das Steirische Loipengütesiegel verantwortlich zeichnet und diese Funktion zurücklegt, stellt als seinen Nachfolger Kurt Sölkner vor, der viele Jahre für die Loipen in Bad Mitterndorf und Tauplitz verantwortlich war. Er ist zukünftig Ansprechpartner für Fragen rund um das Thema Gütesiegel-Loipen.

Marketing:

Faltkarte: Produktionsanzahl wurde verringert und hauptsächlich für Wirtschaftskooperationen und Paketbeilagen verwendet, da in den Regionen und bei den Loipen selbst wenig Nachfrage bestand.

Online-Kampagne: Wurde 2025 früher als sonst gestartet und mit kurzen Clips, wie sich die Regionen auf den Winter vorbereiten, bespielt. Diese Clips können auch in der nächsten Saison verwendet werden.

Golferlebnis Steiermark-Magazin 2025

Erste Ausgabe dieses Magazines, welches Golfanlagen und Partnerhotels in der Steiermark vorstellt. Im Zentrum des Magazins steht dabei die Steiermark Golf Card.



8. Steiermark-Frühling 2025

Beim Steiermark Frühling in Wien machten von 27.-30. März 2025 wieder alle 11 steirischen Erlebnisregionen Lust auf einen Urlaub in der Steiermark. Mehr als 190.000 begeisterte Gäste wurden am Rathausplatz gezählt.

- Organisation und Betreuung durch den TVB
- Partner vor Ort: Nationalpark Gesäuse, Benediktinerstift Admont, Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal, Stiftskeller Admont, Geodorf Gams
- Kulturprogramm: Kaswurmduo, Wenger 7er, Schuhplattler „D’Hochtausinger z’Weißenboch“ (auch auf der Hauptbühne), Stadtmusikkapelle Liezen, Live-Filzen Doris Remschak, Kochstudio Ulrich Matschweiger und Matthias Mündler
- Regionsbus Fa. Wagner (70-Sitzer) ab/nach Liezen für alle Interessierten

9. Presseclippings (Print & Digital)

Auch 2025 war die Erlebnisregion Gesäuse laufend in diversen regionalen und überregionalen Medien präsent. Mit regelmäßigen Presseaussendungen, aber insbesondere durch die Pressekonferenz zur Hüttenrunde *vegan edition, konnte ein außergewöhnlich großes internationales Medienecho generiert werden. Weitere Informationen zur Hüttenrunde siehe Projekte 2025.

Beispiele national (u.a.):

- Bergwelten
- Kronen Zeitung
- Der Standard
- Kleine Zeitung
- Kurier
- Die Presse
- Woche
- ORF Steiermark
- Orf.at
- 5 Komma 5 Sinne
- Weekend
- 1000things



Beispiele international (u.a.):

- Frankfurter Allgemeine am Sonntag
- Süddeutsche Zeitung
- Alpin.de
- Nau.ch
- Skionline.pl (Polen)
- Oostenrijk Magazine (Niederlande)
- Bergen Magazine (Niederlande)



10. Pressereisen

Jörg Wunram – Podcast für Bergsteigerdörfer – Februar 2025

Interview zum Thema „Spagat zwischen den Belangen des Naturschutzes und Tourismus im Gesäuse“

Verena Wanger – Freie Journalistin – Zeitschrift „Genießen & Reisen“ – 18. bis 23. Juni 2025

Reportage Kulinarik, Rückzug und Auszeit im Gesäuse in Verbindung mit Natur. Im Vordergrund stehen die Natürlichkeit der Kulinarik sowie traditionelle Gasthäuser und Produzent:innen in der Region.

Stefan Herbke – DAV Panorama – 22. Juni 2025

Thema: Weitwanderoute „Vom Gletscher zum Wein“ als einziges Produkt, welches die gesamte Steiermark miteinander verbindet. Besuch Klosterbibliothek und Wanderung von der Kaiserau auf die Klinkehütte mit Begleitung des TVB. Am späten Nachmittag besuchte der Journalist noch eigenständig die Mödlingerhütte.

Protagonisten:

- Klinkehütte
- Benediktinerstift Admont
- Mödlingerhütte

Florian Sanktjohanser – Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung – 20. bis 23. Juli 2025

Bericht über Gesäuse Hüttenrunde *vegan edition mit Interviews der Hüttenwirte und Nächtigung direkt auf den Hütten, Nationalpark Gesäuse und mobile Sternwarte „Gisela“

Protagonisten:

- Hesshütte
- Ennstalerhütte
- Admonterhaus
- Nationalpark Gisela mit mobiler Sternwarte „Gisela“

Bergwelten Magazin – Sissi Pärsch und Fotograf Roman Königshofer – 10. –13. Juli 2025

Für eine umfassende Berichterstattung zur Gesäuse Hüttenrunde *vegan edition

Protagonisten:

- Nationalpark Gesäuse Lodge
- Mödlerhütte
- Buchsteinhaus
- Ennstalerhütte
- Gasthof Kölblwirt / Bergsteigerdorf Johnsbach

11. Filmaufnahmen

ServusTV, Heimatleuchten Spezial, Ausstrahlung am 04. Juli 2025

Protagonisten:

- Treglwangerhof
- Bäckerei Sturm



ORF ON, Aufgetischt vor 10, Ausstrahlung am 05. August 2025

Protagonisten:

- Benediktinerstift Admont
- Christina und Philipp Knappitsch, Grabneralm
- Mario Jauk, Kletterer und Bergretter
- Franz Wolf, Kölblwirt



ORF3, Bergsteigerdörfer in der Steiermark, Ausstrahlung am 09.10.2025

Protagonistin: Ariane Auch, Kölblwirt



Landleben ORF 3 Doku, Landleben rund um's Gesäuse“, Ausstrahlung 17.09.2025

- Holzbau- und Zimmermeister Ulrich Schober
- Wolfbauer in Johnsbach
- Waffenradclub Hall
- Admonter Haus
- Hochsitzbau und Jagd Stift Admont
- Schmied – Gasteiner Admont
- Gaishorn Tanzmusi – Wolfgang Wagner
- Nationalpark Gesäuse – Andi Hollinger mit Thomas Rappl und seiner Freundin Vivian Grall
- Rafting
- Fliegenfischen – Wolfgang Windhager
- Trachtenverein Lassing
- Schwenden Landjugend Liezen und Christina Kettner

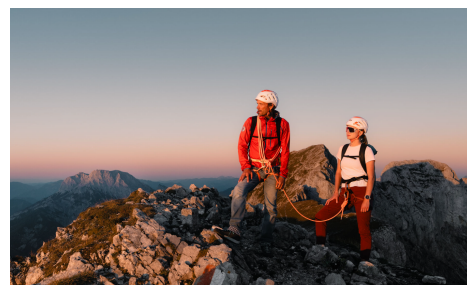
12. Foto- und Videoproduktion

Im Rahmen der Foto- und Videoproduktionen rund um die Gesäuse Hütten wurde hochwertiger Content erstellt, um die Region auf allen relevanten Kanälen zeitgemäß und wirkungsvoll zu präsentieren. Ziel war es, mit aktuellem Bild- und Bewegtbildmaterial bereits visuell auf das Thema Sterne aufzubauen sowie umfassende Eindrücke von Hütten, Ausblicken und Kulinarik zu vermitteln. Ergänzend dazu entstanden neue Foto- und Videoaufnahmen zu Rafting und Salza. Ein inhaltlicher Schwerpunkt lag zudem auf dem Thema Klettern.

Der Content wird nun kanalübergreifend eingesetzt – auf Social Media, in Performance-Marketing-Kampagnen, in Kooperationen sowie auf Screens bei Veranstaltungen und Partnerbetrieben – und trägt so nachhaltig zur Sichtbarkeit und Profilierung der gesamten Region bei.

Protagonisten:

- Admonterhaus
- Grabneralm
- Heshütte
- Buchsteinhaus
- Raftingcamp Palfau
- Jürgen Reinmüller – Alpinschule Alpinstil
- Alpengasthof Grobbauer



13. Gesäuse Hüttenrunde, Luchs Trail und Trans-Nationalpark

Die Gesäuse Hüttenrunde, der Luchs Trail und die TransNationalpark sind besondere Produkte, die über das Buchungscenter der Trail Angels gebucht werden können. Dank der Marketingaktivitäten im Jahr 2025 wurde insbesondere bei der Gesäuse Hüttenrunde eine äußerst positive Entwicklung festgestellt. Aufgrund des verregneten Julis mussten bei der TransNationalpark viele Stornierungen in diesem Zeitraum verzeichnet werden.

Gesäuse Hüttenrunde

1.179 Übernachtungen (vgl. 2024: 1.036 Übernachtungen)
€ 132.106,98 Umsatz (vgl. 2024: € 111.192,10 Umsatz)
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer: 5,72 Tage

Luchstrail

354 Übernachtungen (vgl. 2024: 405 Übernachtungen)
€ 54.348,68 Umsatz (vgl. 2024: € 55.092,50 Umsatz)
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer: 6,5 Tage

TransNationalpark

86 Übernachtungen (vgl. 2024: 67 Übernachtungen)
€ 13.456,17 Umsatz (vgl. 2024: € 9.184,20 Euro Umsatz)
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer: 4,5 Tage

Die Bewerbung des TransNationalpark wird gemeinsam mit dem TVB Alpenland Tourismus und den Nationalparks Gesäuse und Kalkalpen umgesetzt. Hierbei wurden umfassende Social Media Kampagnen zur Bewerbung der TransNationalpark Route realisiert. Der TVB Gesäuse übernimmt dabei das gesamte Performance Marketing sowie die Betreuung der Website.



14. Drucksorten

Reisebuch

Umfassende Neuauflage mit 16.000 Stück

Gesäuse A - Z

Unterkünfte, Gastronomie in der gesamten Region auf einen Blick mit einer Auflage von 5.000 Stück

Banderole für den Hüttenfolder

Banderole, um das Produkt *vegan edition präsenter in den Vordergrund zu rücken

Sammeltaxi/Bootstaxi Flyer

Mit allen Infos zur Nutzung dieser Angebote

Gesäuse Infozeitung

Auflage von 15.000 Stück an alle Haushalte der Region, auch in den Gemeinden Altenmarkt, Selzthal und Trieben

Gesäuse Partner Handbuch Edition 2

Mit allen Infos zu den Gesäuse-Partnern: *Wie wirst du Gesäuse Partner? Welche Vorteile bringt es mit sich? Was sind die Gesäuse Partner?*

Gesäuse Partner Markenfibel

Leitfaden zur Sicherstellung eines einheitlichen Marken-Auftritts der Gesäuse Partner



15. Gesäuse Exklusiv-Produkte

- Angebot für und mit Gesäuse Partnern
- Einheitlicher grafischer Auftritt
- Unterstützung in der Vermarktung und Aufnahme in den Shop des TVB online und offline
- Neue Produkte wurden initiiert: Alpaka Decken von Alpaka Impuls, Sitzfleckerl und Schuheinlagen von Rinntaverne, Filzpatschen von Julia Obenaus



16. Merchandising

- Hyphen Shirts in Rot
- Chillaz Stirnbänder-Kollektion
- Illustration-Shirts mit verschiedenen Motiven
- Kappen in unterschiedlichen Designs



Lebensraum

1. Rad/MTB

Bike-Klausur im Nov 2025

Mit einer gemeinsamen Klausur gab es am 6. November 2025 im Volkshaus Admont einen Kickoff des neuen Rad-Projekts im Gesäuse, an dem sich zahlreiche Stakeholder aus der Region beteiligten.

Eingeladen waren die Kommissionsmitglieder des Tourismusverbands aus allen Gemeinden, auf Initiative von Tourismusverband und dem Admonter Bürgermeister Christian Haider. Nach Präsentationen von TVB Geschäftsführerin Jaqueline Egger und der neuen Lebensraum-Managerin Barbara Pirringer zur Bike-Historie im Gesäuse sowie aktuellen Zahlen aus Rad-Industrie und zur Wertschöpfung wurde in vier Arbeitsgruppen an konkreten Möglichkeiten und Herausforderungen in der Region gearbeitet. Fazit: Die teilnehmenden Gemeinden möchten sich zunehmend zur radfreundlichen Region entwickeln.

Teilnehmer:innen: Christian Haider, Reinhard Metschitzer, Martin Gebeshuber, Stefan Ganser, Ulrich Matschweiger, Herbert Wölger, Benedikt Oswald, Lukas Strobl, Oliver Gulas-Wöhri, Hans-Peter Scheb, Jaqueline Egger, Barbara Pirringer, Ulrike Edelsbacher, Katharina Baumann, Hanna Giraudo; Moderation: Katrin Hammerschmidt



MTB-Workshop (Deutschlandsberg) unter der Leitung MTB-Koordinator des Landes Steiermark Markus Pekoll

Mit Vertreter:innen aller 11 Erlebnisregionen zu den Themen Prozesse, Wartung und Weiterentwicklung im November 2025.



2. Kollaboration & Austausch

Gemeindegespräche

TVB-Lebensraum-Managerin Barbara Pirringer führte in allen 9 Gemeinden der Erlebnisregion mit Bürgermeister:innen, Gemeinderät:innen, Tourismusakteur:innen und Wirtschaftstreibenden Gespräche rund um Pläne, Kooperationen und Herausforderungen zum Thema Bike. Infolgedessen konnten einige Wünsche bereits umgesetzt werden – beispielsweise nach mehr Mit-Bewerbung und Sichtbarkeit. Dieser Austausch soll in Zukunft regelmäßig stattfinden.



Finanzielle Unterstützungen

Veranstaltungen, Kooperationen und Infrastrukturmaßnahmen mit touristischer Relevanz wurden mit einer **Summe von 141.400 €** sowie teilweise personellen Leistungen unterstützt.

Veranstaltungsförderungen

- Festival Sankt Gallen
- Burning Brass, Sankt Gallen
- Rafting Championships, Wildalpen
- Sommerbühne Liezen
- Berg-Duathlon, Gaishorn am See
- Kultur beim Wirt, Landl
- Veranstaltungsreihe Kultur im Zentrum, Rottenmann
- Beachvolleyballturnier, Weng
- Stadtfest und Poloshirts, Musikkapelle, Weng
- Grillfest Stadtkapelle, Rottenmann
- Musi Bierzelt Musikverein, Admont
- Grimming Gesäuse Classic, Idee Werbeagentur
- Feuerwehrfest, Pürgg
- Liederwerkstatt, Gaishorn
- Weihnachtskonzert Stadmusikkapelle, Liezen
- Narrenabend Faschingsgilde, Liezen

Marketingbeiträge/-Kooperationen

- Gesäuse Sammeltaxi
- Bootstaxi Salzaal
- Gesäuse Partner Netzwerk
- Liezen-Gesäuse-Gutschein
- Buchprojekt „Fankhauser“ Kren Ernst
- Rafting WM in Argentinien: Rafting Nationalteam Wildalpen
- Luchs Trail Weitwanderweg: Marketing und Online-Buchung
- Gesäuse Hüttenrunde: B2B-Verkaufsförderung
- TransNationalpark, Buchsteinrunde: Bike-Marketing und Online-Buchung
- Sportler Lukas Simoner, Ardning

Impulsfinanzierungen/Infrastruktur

- Wanderweg & Bikestrecke Mitterberg, Strechau
- Admont: Impulsfinanzierung Neuerrichtung Bogenparcours Hall
- Werbemittel Ardninger Naturbad
- Neugestaltung Infopoint Kreisverkehr Hall

dein
Gesäuse.

LASS mich **MAL** wirken.

Vorschau 2026

1. Schwerpunktthema Sterne und Naturnacht im Gesäuse

Das größte Naturnachtgebiet Mitteleuropas: Anlässlich der Zertifizierung der Region zur Dark Sky Reserve im März 2026 wird das Thema Sterne und Naturnachthimmel im Gesäuse als eigenes Schwerpunktthema inszeniert. Damit wird eine besondere Stärke der Region sichtbar gemacht: der beeindruckende Nachthimmel als Naturerlebnis mit echtem Seltenheitswert.



Dieses Schwerpunktthema wird im heurigen Jahr auf allen Kanälen intensiv beworben und von einer umfassenden Online-Kampagne begleitet. Zusätzlich entsteht eine eigene Themenseite auf gesaeuse.at, die passende Betriebe, Angebote und Beobachtungs-Plätze präsentiert.

Begleitet wird das Thema von speziellen Veranstaltungen wie „Dinner & Sterne“, „Strudel, Film & Sterne“ oder „Bike & Sterne“. Sie verbinden Kulinarik, Bewegung, Natur und Nachthimmel zu besonderen und (be-)merkenswerten Erlebnissen.

Auch die folgenden Maßnahmen greifen das Sternen-Thema auf.

2. Online-Kampagne mit Steiermark Tourismus

Große gemeinsame Online-Marketing-Kampagne mit Hero Video in der gesamten Steiermark und Hub Video der Region. Geplante Themen: Hüttenrunde, Kulinarik auf den Hütten, Sternenthema auf den Hütten.

Große gemeinsame Online-Kampagne „Wofür schlägt dein Herz“

- Gesamte Steiermark wird in allen Facetten via Video beworben
- Emotionales Storytelling durch persönliche Erlebnisse von Einheimischen
- In zwei Varianten: Sommer und Winter
- Videodreh plus Paket für digitale Sichtbarkeit (Meta, Tiktok, Google)

3. Kooperation mit Urlaubsguru

Größte Social Media Travel Brand im DACH-Raum

- Präsenz im Reisemagazin
- Social Media Integration



4. Influencer-Kampagne

Gemeinsam mit Steiermark Tourismus und Standortmarketing GmbH wurde die Zusammenarbeit mit hochkarätigen Influencern beschlossen, die das Gesäuse über Social Media bewerben. Die Auswahl der Influencer wird im Frühling 2026 erfolgen.

5. DOOH-Präsenz

Im Bereich Digital Out of Home ist das Gesäuse national und auch international vertreten. Die DOOH-Präsenz zielt diesmal speziell darauf ab, Sterne und Naturnacht im Gesäuse zu bewerben.

DOOH-Paket in den Niederlanden

- Digitale Screens in niederländischen Städten
- An hochfrequentierte Plätze wie U-Bahnen, Einkaufszentren etc.

Diese Kampagne wird mit einem Online-Paket in den Niederlanden verstärkt:

- Onlinepräsenz auf steiermark.com/vakantie
- Gezielte Traffic-Kampagnen über Social Media und Google

DOOH in Österreich/Wien

Hier ist eine Präsenz über Citylights an stark frequentierten Orten wie Bahnhöfen und U-Bahn-Stationen geplant.

6. Branding öffentlicher Verkehrsmittel

U-Bahn als Werbefläche

Zwei Waggon der Linien U2 und U3 für jeweils 4 Monate werden im Gesäuse-Stil gebrandet. Darüber werden das Angebot rund um Sterne im Gesäuse sowie die Stiftsbibliothek Admont beworben.

Regiobus als Werbefläche

- Für die Dauer von 3-4 Jahren
- Ist in der eigenen sowie in anderen Erlebnisregionen unterwegs



7. Regionale PR-Aktivitäten

Presseaussendungen, Gemeindezeitungen, Lifestyle+ Kooperation

Das Gesäuse setzt auch in Zukunft auf eine starke Medienpräsenz. Die monatliche Seite „Aus dem Gesäuse“ im Lifestyle+ Magazin wird fortgeführt und sorgt weiterhin für eine kontinuierliche Sichtbarkeit der Region. Ein besonderes Highlight bleibt die exklusive Platzierung auf der Titelseite.

AUS DEM
GESÄUSE

Auch die Zusammenarbeit mit Gemeindezeitungen wird weiter intensiv gepflegt, um eine gezielte regionale Berichterstattung sicherzustellen. Durch regelmäßige Beiträge bleibt das Gesäuse präsent und erreicht sowohl Einheimische als auch interessierte Gäste ganz direkt.

Ergänzend dazu wird die professionelle Medienarbeit mit regelmäßigen themenspezifischen Presseaussendungen fortgesetzt, um wichtige Neuigkeiten und Entwicklungen regional und überregional zu kommunizieren und die Sichtbarkeit des Gesäuses nachhaltig zu stärken.

8. Social Media Performance Marketing laufend (vgl. 2025)

Das Performance Marketing wird seit 2025 wieder inhouse getätigt, um bestmöglich agil zu sein. Sowohl organisch als auch im Performance Marketing setzen wir auf unsere bewährten Kernthemen Berge und Wasser – mit einem besonderen Fokus auf die Hüttenrunde*vegan edition und das Sternen-Thema.

Durch regelmäßige Social Media-Beiträge werden Erlebnisse und Ausflugsziele, besondere Plätze und Menschen aus der Region sowie eindrucksvolle Key Visuals in Szene gesetzt, um die gesamte Vielfalt des Gesäuses zu präsentieren.

9. Steiermark-Frühling 2026

- Termin 2026: 08. bis 12. April 2026
- Organisation durch TVB
- Partner vor Ort: Nationalpark Gesäuse, Benediktinerstift Admont, Stiftskeller
- Programm: Kaswurmduo, Schuhplattler Landl, Hauptact: WüdarMusi, Filzen mit Gesäuse Partnerin Julia Obenaus, Kochstudio Ulrich Matlschweiger und Matthias Mündler, Stammtisch des steirischen Bergsportführerverbandes
- Regionsbus Fa. Wagner (50-Sitzer) ab/nach Admont am Samstag, 11. April 2026



10. TransNationalpark (vgl. 2025)

Ziel ist es, Buchungen zu erhöhen. Der TVB Gesäuse übernimmt dabei das gesamte Performance Marketing sowie die Betreuung der Website.

11. Wildalpenbahn im Wiener Prater

Die Wildalpenbahn im Wiener Prater betreibt seit 2007 eine Kooperation mit der Gemeinde Wildalpen, seit 2020 mit dem Tourismusverband Gesäuse. Dabei werden Fotos, die von den Mitfahrenden der Bahn geschossen werden, in Fototaschen im Gesäuse- bzw. Wildalpen-Branding ausgegeben. Diese waren nun verbraucht, 25.000 Stück neuer Fototaschen werden 2026 wieder nach Wien geliefert werden.



12. Content Produktion

Um die Angebote rund um das Thema Sterne im Gesäuse das ganze Jahr über wirkungsvoll zu präsentieren, spielen authentische Bilder und Videos eine entscheidende Rolle. Dazu zählen Betriebe mit Sternenschauplätzen, Veranstaltungen, Produkte zum Sternen-Thema und beeindruckende Astro-Fotografie. Deshalb werden mehrere Fototage mit verschiedenen Fotografen der Region umgesetzt, um die Naturnacht im Gesäuse eindrucksvoll in Szene zu setzen.



13. Geplante Drucksorten

- Gesäule Infozeitung: halbjährlich, Ausgaben im Frühjahr und Herbst
- Gesäule A-Z Neuauflage (Auflage: 5.000 Stück)
- Hüttenfolder Neuauflage
- NEU:
Abrissblöcke mit Ausflugszielen und Sehenswürdigkeiten im Umkreis von 30 km
- Vermieterhandbuch Neuauflage



14. Geplante Merchandiseprodukte

- Neue Gesäuse Sweater mit Illustrationen
- Hyphen Gesäuse T-Shirts in neuer Farbe
- Div. Werbemittel u. Give-aways zum Sternen-Thema
- Chillaz Stirnbänder Gesäuse-Kollektion
- Sternen-Stempelpässe

15. Kollaboration & Austausch

HAF-ALP-Tour

Projektteilnahme als Kooperationspartner zum Forschungsprojekt für selbstfahrende und halbautomatische Flotten im alpinen Regionen. Wie lässt sich öffentlicher und Individualverkehr zukunftsfähig denken?

Kollaboration mit RML Regionalmanagement Liezen und Projekten der Ortskernentwicklung

Teilnahme und Entwicklung in Ortskernbelebungsworkshops mit besonderem Augenmerk auf Tourismus, Freizeit, Klimafitness sowie Radverkehr/Mobilität..

16. Rad & Mountainbike

Bike-Handlungsfelder & Strategie (Fortsetzung der Bike-Klausur 2025)

MTB- und Gravel-Strecken

Forcierung von Attraktivität und Qualität der Strecken, Priorität von Strecken in Gemeindebesitz

Finanzierung

Planungssicherheit und Leistbarkeit sicherstellen

Kommunikation – vor und während der Fahrt

Klare Regeln schaffen klare Lenkung: Zeitenregelung, Übersichtstafeln, Tourenportal, Weghinweise online & live (auf Navis), Pressearbeit, Aufklärungskampagnen

MOUNTAIN-BIKE-ZEITEN

2 h nach Sonnenaufgang bis 2 Stunden vor Sonnenuntergang

6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
AB 15. APRIL + MAI 8 - 19 Uhr													
JUNI + JULI 7 - 19 Uhr													
AUGUST 8 - 18 Uhr													
SEPTEMBER 8:30 - 17:30 Uhr													
OCTOBER 9 - 16:30 Uhr													

Von November bis 15. April und außerhalb dieser Zeiten ist das Radfahren hier nicht erlaubt. Bitte respektiere die Ruhezeiten des Natur!

Wertschöpfung

Durch Umsatzsteigerung mittels Qualifizierung, Produktentwicklung neuer und ergänzender Angebote (Bike-Coaching, Naturbeobachtung u.a.)

Service-Qualität

Werte-konforme Highlights entlang des Consumer-Live-Cycles (unter Einbeziehung von Gesäuse Partner und Direktvermarkter) schaffen

Sankt Gallen – der Bike-Vorreiter

5 MTB und Gravelbike Tagesstrecken in Entwicklung:

- Pfarralm-Runde
- Pflageralm-Runde
- Anbindung Buchau
- Anbindung Anlaufalm (OÖ)
- Schwarzsattel-Runde

Erweiterung Beschilderung Grabneralm-Tour (von Admont aus – Größter Beherbergungsbetrieb)

Forcierung der Lenkungsmaßnahmen, Öffentlichkeitsarbeit, Digitale Tourenpflege, Gefahrenstellen, Sperren kommunizieren u.a.

Vorbereitung von Social Media Content und Videos, u.a. mit Dr. Pickenpack von den Steiermärkischen Landesforsten.

Stakeholder-Gespräche & Troubleshooting

Lebensraum-Managerin Barbara Pirringer suchte und sucht Gespräche mit Grundbesitzern und Beteiligten, z.B. Erich Reiter zwischen Palfau und Gams/TransNationalpark. Die Strecken-Weiterführung ist nach zahlreichen Konflikten hier glücklicherweise gelungen:

- Sonder-Durchfahrtszeiten mit entsprechenden Hinweistafeln
- Digitale Ergänzung im Tourenportal
- Anpassung beim Neudruck der Trans Nationalpark Karte

Workshop Rad/MTB/Rennrad (Markus Pekoll, Bernhard Krause)

Rückblick und inhaltliche Weiterentwicklung, im März 2026 in Graz

Workshop Wandern (Günther Steiniger, Christian Klem)

Rückblick und inhaltliche Weiterentwicklung, Graz, im März 2026

17. Fortsetzung Projekt Wegweisend

Umsetzung und Produktion siehe Projektbeschreibung 2025.