

Protokoll – 17.06.2026 - Öffentlich

Kommissionssitzung Tourismusverband Erzberg-Leoben

17. Juni 2026, Hotel Brücklwirt, Leobner Straße 90, 8712 Niklasdorf

Beginn: 16:07 Uhr

Ende: 17:55 Uhr

ANWESENDE:

Leiter der Sitzung: Vorsitzender Rudolf Tischhart

Gemeindevertreter: Vorsitzender Stv. Bgm. Mario Angerer; Bgm. Erich Ofner; StR. KommR Willibald Mautner, Bgm. Mag. Christian Steiner; Vizebgm. Werner Klapf; Bgm. Abg.z.NR. Nicole Sunitsch; Bgm. DI Wolfgang Gomar; Bgm. Martin Schuchaneg, BA, MA; Bgm. Hubert Zinner; Vizebgm. Johann Ruppig; GR Michael Huber; StR. Fritz Kovacic; Finanzreferent Christoph Götzenbrugger-Hambammer, MBA (ab 16:21 Uhr);

Nicht stimmberechtigte Gemeindevertreter: GR Mag. Susanne Sinz;

Gewählte Mitglieder: Finanzreferent Johann Roth, Maximilian Klarmann; Karl Heinz Rumpold; Ing. Norbert Weber; Alfred Feiler; Ilse Blachfellner-Mohri; Gerold Kohlhuber; Mag. Maria Hell; Gerd Krusche (stimmerechtigt bis 16:15 Uhr); Christian Trampus (stimmerechtigt ab 16:15 Uhr);

Mitarbeiter des TVB Erzberg-Leoben: GF Markus Leitner, MBA; Andreas Jandrischits

Protokollführer: GF Markus Leitner, MBA

TAGESORDNUNG:

1. Begrüßung und Feststellung der Beschlussfähigkeit
2. Genehmigung des Protokolls der letzten Sitzung vom 03.03.2026
3. Bericht des Vorsitzenden Rudolf Tischhart
4. Bericht des Finanzreferenten Johann Roth
5. Bericht des Geschäftsführers Markus Leitner
6. Beschlussfassung: Markencontent-Produktion
7. Beschlussfassung: Eröffnung Bankkonto für Kreditkartenzahlungen
8. Beschlussfassung: Personalangelegenheiten
9. Beschlussfassung: Marketingaktivitäten und Veranstaltungsunterstützungen
10. Eingebraachte Anträge
11. Allfälliges

1. BEGRÜSSUNG UND FESTSTELLUNG DER BESCHLUSSFÄHIGKEIT

Der Vorsitzende Rudolf Tischhart eröffnet die Sitzung und begrüßt die Anwesenden um 16:07 Uhr. Er stellt fest: Von 16 entsandten Mitgliedern sind 12 Mitglieder anwesend und von 12 gewählten Mitgliedern sind 10 Mitglieder anwesend und somit ist die Tourismuskommission beschlussfähig. Die Tagesordnung der heutigen Sitzung wurde allen Kommissionsmitgliedern gemeinsam mit der Einladung übermittelt, es gab dazu keine Einwände.

Der Vorsitzende weist darauf hin, dass die Sitzung zum Zweck einer genauen Protokollierung digital aufgezeichnet werden soll. Die Aufzeichnung wird unmittelbar nach Protokollerstellung gelöscht. Er bittet die Anwesenden um Zustimmung.

Stimmabgabe - Ergebnis	ja	nein	Enthaltung
Entsendete Mitglieder (Gemeindevertreter)	12	0	0
Gewählte Mitglieder (Wirtschaftsvertreter)	10	0	0

Der Erstellung einer digitalen Aufzeichnung der Sitzung wird einstimmig zugestimmt.

2. GENEHMIGUNG DES PROTOKOLLS DER LETZTEN SITZUNG VOM 03.03.2026

Frage des Vorsitzenden, ob das Protokoll verlesen werden soll:

Stimmabgabe - Ergebnis	ja	nein	Enthaltung
Entsendete Mitglieder (Gemeindevertreter)	0	12	0
Gewählte Mitglieder (Wirtschaftsvertreter)	0	10	0

Auf die Verlesung des Protokolls wird einstimmig verzichtet.

Der Vorsitzende fragt, ob es Einwände zum Protokoll vom 03.03.2026 gibt. Es gibt keine Einwände.

Der Vorsitzende stellt den Antrag, das Protokoll der Sitzung vom 03.03.2026 zu genehmigen:

Stimmabgabe - Ergebnis	ja	nein	Enthaltung
Entsendete Mitglieder (Gemeindevertreter)	12	0	0
Gewählte Mitglieder (Wirtschaftsvertreter)	10	0	0

Das Protokoll der Sitzung der Tourismuskommission vom 03.03.2026 wird einstimmig genehmigt.

Christian Trampus ist ab 16:15 Uhr anwesend.

3. BERICHT DES VORSITZENDEN RUDOLF TISCHHART

- Wintersaison 2025/26
- Indexierung Nächtigungsabgabe
- Rückblick Vollversammlung März 2026
- Strategische Schwerpunkte Erzberg-Leoben
- Veranstaltungsgelände Area 53
- Ersatzbau Reichensteinhütte
- Kooperation Golfclub Reiting-Trofaiach
- Ö3-Weihnachtswunder Leoben
- Steiermark-Frühling 2026 und 2027
- Repräsentations- und Tourismustermine
- Marketing- und Werbekooperationen mit Gemeinden

3.1. WINTERSAISON 2025/26

Die Region verzeichnet eine sehr positive Entwicklung. Die Nächtigungen stiegen um 10,6 % auf 130.789, die Ankünfte um 2,8 % auf 45.408. Besonders stark entwickelte sich der internationale Markt mit 73.066 Nächtigungen (+13,2 %), während die Inlandsnächtigungen um 7,4 % auf 57.723 zulegten. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer erhöhte sich auf 2,9 Tage. Deutliche Zuwächse wurden insbesondere bei gewerblichen Betrieben (+12,2 % Nächtigungen) sowie bei Privatquartieren und Betrieben der Drei-Stern-Kategorie verzeichnet.

Finanzreferent Christoph Götzenbrugger-Hambammer, MBA ist ab 16:21 Uhr anwesend.

3.2. INDEXIERUNG NÄCHTIGUNGSABGABE

Aufgrund der im Nächtigungsabgabegesetz (§ 4 Abs. 4) vorgesehenen automatischen Indexanpassung und der Überschreitung des Schwellenwertes von 10 % erfolgt mit 1. Dezember 2026 eine Anpassung der Nächtigungsabgabe um rund 10,2 %. Die letzte Anpassung erfolgte am 1. November 2022. Die

Abgabe beträgt künftig € 1,70 für Schutzhäuser und Schutzhütten (bisher € 1,50), € 2,20 für Camping- und Stellplätze (bisher € 2,00), € 2,80 für sonstige Beherbergungsbetriebe (bisher € 2,50) sowie € 132,20 für Dauercamping bzw. als Pauschalbetrag (bisher € 120,00).

3.3. RÜCKBLICK VOLLVERSAMMLUNG MÄRZ 2026

Die Vollversammlung fand in Tragöß-St. Katharein statt. Neben der Präsentation des Jahresabschlusses 2025, der touristischen Bilanz des Jahres sowie des Ausblicks auf 2026 erfolgte die Entlastung der Tourismuskommision. Die Stimmung gegenüber dem Tourismusverband war insgesamt positiv, und die Jahresleistungen des TVB wurden vorgestellt. Die Teilnehmerzahl fiel mit 23 Mitgliedern jedoch vergleichsweise gering aus.

3.4. STRATEGISCHE SCHWERPUNKTE ERZBERG-LEOBEN

Für die kommenden Jahre stehen die weitere Schärfung der touristischen Marke, die klare Positionierung der Region Erzberg-Leoben sowie die strategische Weiterentwicklung im Fokus. Inhaltliche Schwerpunkte sollen gezielt gesetzt werden, um die positive Aufbruchsstimmung in der Region zu nutzen und weiter zu stärken. Details dazu im Bericht des Geschäftsführers.

3.5. VERANSTALTUNGSGELÄNDE AREA 53

Es wurde über die geplante temporäre Erweiterung des Veranstaltungsgeländes im Schladnitzgraben durch Hannes Kaufmann berichtet. Der Tourismusverband unterstützte dabei Gespräche mit der Diözese Graz-Seckau. Durch die Erweiterung entsteht das größte Veranstaltungsgelände der Region.

3.6. ERSATZBAU REICHENSTEINHÜTTE

Die Baumaßnahmen für den Ersatzbau der Reichensteinhütte sind aufgrund von Einsprüchen im Zusammenhang mit den erforderlichen Hubschrauberflügen ins Stocken geraten. Seitens des Tourismusverbandes wurde eine positive Stellungnahme aus touristischer Sicht abgegeben. Durch eine weitere eingebrachte negative Stellungnahme seitens einer Umweltorganisation aus Bayern, sind jedoch weitere Verzögerungen zu erwarten.

3.7. KOOPERATION GOLFCLUB REITING-TROFAIACH

Die Marketingkooperation mit dem Golfclub Reiting Trofaiach wird für die Jahre 2026 und 2027 verlängert. Der Golfsport verzeichnet in der Steiermark weiterhin eine starke Nachfrage, wobei insbesondere die Steiermark Golf-Card zunehmend an Beliebtheit gewinnt. Geplant sind gemeinsame Marketing- und Werbemaßnahmen mit prominentem Branding vor Ort sowie die Beteiligung an landesweiten Kampagnen mit dem Land Steiermark, den steirischen Golfclubs und der Steirischen Tourismusmarketing GmbH (STG). Zudem findet am 27. Juni 2026 das Golfturnier „Erzberg Leoben“ statt.

3.8. Ö3-WEIHNACHTSWUNDER LEOBEN

Gemäß Beschluss der Tourismuskommision vom 3. März 2026 wird derzeit gemeinsam mit der Stadt Leoben, dem Citymanagement und dem Tourismusverband an der Bewerbung für das Ö3-Weihnachtswunder gearbeitet. Die Einreichung erfolgt Mitte 2026 für die Austragung im Jahr 2027. Parallel dazu werden ein Infrastruktur-, Kommunikations- und Budgetplan erarbeitet. Der Budgetbedarf des Tourismusverbandes wird mit rund € 150.000 veranschlagt. Die Entscheidung über die Vergabe wird für September bzw. Oktober 2026 erwartet.

3.9. STEIERMARK-FRÜHLING 2026 UND 2027

Der Steiermark-Frühling 2026 verzeichnete mehr als 200.000 Besucher und erzielte rund 64,6 Millionen Informationskontakte mit einem Werbewert von etwa € 3,2 Mio. Die Region präsentierte sich mit einem vielfältigen Programm, darunter regionale Kulinarik durch Lukas Kain mit den Erzberg-Krapfen, zahlreiche Partner aus der Region sowie musikalische Darbietungen und ein eigenes Kochstudio. Wien bleibt mit rund 1,68 Millionen Nächtigungen ein wichtiger Herkunftsmarkt. Die Veranstaltung konnte im Rahmen des budgetierten Voranschlags umgesetzt werden. Für den 28. Steiermark-Frühling von 31. März bis 4. April 2027 am Wiener Rathausplatz sind Anpassungen am Auftritt sowie die Einbindung weiterer regionaler Partner geplant.

3.10. REPRÄSENTATIONS- UND TOURISMUSTERMINE

Im Berichtszeitraum fanden zahlreiche Austausch- und Vernetzungstermine auf regionaler, Landes- und Bundesebene statt. Dazu zählten unter anderem Gespräche zur Weiterentwicklung der Tourismusstrategie nach der Strukturreform, die Teilnahme an der Dialogrunde zur Tourismusstrategie Österreich 2035, strategische Abstimmungen mit politischen Entscheidungsträgern sowie das Jahresgespräch mit dem Land Steiermark zu Förderungen und regionalen Schwerpunkten. Darüber hinaus war die Region bei der Sommer-Presskonferenz des Landes vertreten und nahm an den Sitzungen des Tourismusbeirats Steiermark teil, bei denen gemeinsame Marketingmaßnahmen und landesweite Projekte abgestimmt wurden.

3.11. MARKETING- UND WERBEKOOPERATIONEN MIT GEMEINDEN

Zur weiteren Stärkung der Tourismusmarke Erzberg-Leoben und zur Erhöhung der regionalen Markendurchdringung ist für 2027 eine verstärkte Marketing- und Werbekooperation zwischen den Mitgliedsgemeinden und dem Tourismusverband geplant. Ziel ist die möglichst einheitliche Nutzung der Regionsmarke in den Kommunikationskanälen der Gemeinden, unter anderem durch Logopräsenz, gemeinsame Social-Media-Aktivitäten, Content-Sharing, Verlinkungen, Drucksorten sowie Werbemaßnahmen im öffentlichen Raum. Für die Umsetzung wird ein Marketingkooperationsbeitrag der Gemeinden in Höhe von jeweils € 3.000 vorgeschlagen. Gleichzeitig wurde darauf hingewiesen, dass dadurch die bisherigen Veranstaltungsunterstützungen reduziert werden müssen. Ein Beschluss dazu soll in der Budgetsitzung Ende des Jahres 2026 gefasst werden.

4. BERICHT DES FINANZREFERENTEN JOHANN ROTH

Finanzreferent Johann Roth präsentiert und erläutert die aktuelle Finanzgebarung per April 2026 (Soll-Ist Vergleich, Erfolgsvergleich, Kontostände und erhaltene Förderungen)

SOLL-IST-VERGLEICH

	Voranschlag	Abschluss	Abweichung	%
Einnahmen:				
1. Gesetzliche Einnahmen				
a. Beiträge der Tourismusinteressenten	869.000,00	16.382,06	-852.617,94	-98,1
b. Anteil an der Nächtigungsabgabe	299.000,00	66.903,36	-232.096,64	-77,6
2. Erwerbswirtschaftliche Einnahmen				
e. übrige Einnahmen inkl. Zinserträge	7.400,00	7.459,61	59,61	0,8
3. Subventionen/Sponsoring				
b. Land	57.000,00		-57.000,00	-100,0
Summe der Einnahmen	1.232.400,00	90.745,03	-1.141.654,97	-92,6

	Voranschlag	Abschluss	Abweichung	%
1. Aufwendungen für Werbetätigkeit und sonstige touristische Leistungen				
a. Werbe und Marketingaufwand inkl. Reise-, Porto- und Repräsentationsaufwand	963.200,00	317.403,02	-645.796,98	-67,0
c. Ausgaben für Veranstaltungen des Tourismusverbandes	5.000,00		-5.000,00	-100,0
d. Beiträge zur Förderung und Pflege des Tourismus	63.000,00		-63.000,00	-100,0
2. Personalaufwand	374.000,00	98.970,60	-275.029,40	-73,5
	Voranschlag	Abschluss	Abweichung	%
3. Sonstiger Aufwand				
a. Büro- und Verwaltungsaufwand	112.300,00	38.676,35	-73.623,65	-65,6
c. Mitgliedsbeiträge	1.000,00		-1.000,00	-100,0
d. Steuern, Abgaben, Gebühren	15.000,00	368,81	-14.631,19	-97,5
e. sonstige Ausgaben	67.000,00	23.724,59	-43.275,41	-64,6
5. Investitionen (AfA)	40.000,00	15.245,41	-24.754,59	-61,9
Summe der Ausgaben	1.640.500,00	494.388,78	-1.146.111,22	-69,9
- Abgang / + Überschuss	-408.100,00	-403.643,75	4.456,25	

ERFOLGSVERGLEICH

	Lfd. Jahr 1 - 4/26	in %	Vorjahr 1 - 4/25	in %	Abweichung Lfd - VJ	in %
1. Umsatzerlöse						
a) Erlöse Inland	88.722,57	100,00	86.673,70	100,00	2.048,87	2,36
	88.722,57	100,00	86.673,70	100,00	2.048,87	2,36
2. Betriebsleistung	88.722,57	100,00	86.673,70	100,00	2.048,87	2,36
3. Deckungsbeitrag I	88.722,57	100,00	86.673,70	100,00	2.048,87	2,36
4. Personalaufwand						
a) Löhne	-657,27	0,74	0,00	0,00	-657,27	-100,00
b) Gehälter	-76.642,68	86,38	-64.741,19	74,70	-11.901,49	-18,38
c) gesetzliche Sozialabgaben	-18.991,48	21,41	-16.168,35	18,65	-2.823,13	-17,46
d) sonstige Sozialaufwendungen	-2.340,67	2,64	-993,81	1,15	-1.346,86	-135,52
	-98.632,10	111,17	-81.903,35	94,50	-16.728,75	-20,43
5. Deckungsbeitrag II	-9.909,53	11,17	4.770,35	5,50	-14.679,88	-307,73
6. sonstige betriebliche Erträge						
a) Sachbezüge	232,48	0,26	232,48	0,27	0,00	0,00
b) übrige	1.788,12	2,02	956,68	1,10	831,44	86,91
	2.020,60	2,28	1.189,16	1,37	831,44	69,92

7. sonstige betriebliche Aufwendungen						
a) Gebühren und Beiträge	-368,81	0,42	0,00	0,00	-368,81	-100,00
b) Betriebskosten	-1.970,62	2,22	-1.491,96	1,72	-478,66	-32,08
c) Versicherungen	-434,92	0,49	-343,32	0,40	-91,60	-26,68
d) Reise- und Fahraufwand	-338,50	0,38	-546,09	0,63	207,59	38,01
e) KFZ-Aufwand	-5.492,80	6,19	-4.288,55	4,95	-1.204,25	-28,08
f) Nachrichtenaufwand	-5.792,29	6,53	-3.109,06	3,59	-2.683,23	-86,30
g) Miet- und Pachtanwendung	-13.594,93	15,32	-7.663,63	8,84	-5.931,30	-77,40
h) Leasing	-1.219,92	1,37	-1.023,40	1,18	-196,52	-19,20
i) Büro- und Verwaltungsaufwand	-212,79	0,24	-332,70	0,38	119,91	36,04
j) Spesen des Geldverkehrs	-376,36	0,42	-435,99	0,50	59,63	13,68
k) Aufwand für Werbung	-317.738,52	358,13	-301.852,60	348,26	-15.885,92	-5,26
l) Rechts- und Beratungsaufwand	-9.622,58	10,85	-5.137,00	5,93	-4.485,58	-87,32
m) Buchwert abgegangener Anlagen	-4.782,07	5,39	0,00	0,00	-4.782,07	-100,00
n) übrige	-17.209,39	19,40	-16.394,52	18,92	-814,87	-4,97
	-379.154,50	427,35	-342.618,82	395,30	-36.535,68	-10,66
8. Finanzerträge						
a) sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	2,49	0,00	5.792,00	6,68	-5.789,51	-99,96
	2,49	0,00	5.792,00	6,68	-5.789,51	-99,96
9. Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Afa (EBITDA)	-387.040,94	436,24	-330.867,31	381,74	-56.173,63	-16,98
10. Abschreibungen	-16.602,18	18,71	-6.871,03	7,93	-9.731,15	-141,63
11. Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	-403.643,12	454,95	-337.738,34	389,67	-65.904,78	-19,51
12. Ergebnis vor Steuern (EBT)	-403.643,12	454,95	-337.738,34	389,67	-65.904,78	-19,51
13. Steuern vom Einkommen/Ertrag	-0,63	0,00	-5.037,00	5,81	5.036,37	99,99
14. Jahresverlust	-403.643,75	454,95	-342.775,34	395,48	-60.868,41	-17,76

KONTOSTÄNDE

per 16.06.2026

Kontostände	16.6.2026
Sparkasse Leoben	1 296 983
Raiba Trofaiach	54 886
Volksbank Leoben	0
Kontostand gesamt	1 351 869

FÖRDERUNGEN DURCH LAND STEIERMARK A12 UND LEADER

Projektkonzept Camping- und Caravan-Stellplätze in der Region Erzberg-Leoben

Gesamtkosten € 27.500,00 mit Förderung iHv. € 16.500,00 bis 15.06.2026

Projekt Sommerkampagne 2026 für die Region

Gesamtkosten € 140.565,70 mit Förderung iHv. € 42.170,00 bis 30.11.2026

Projekt Rad- und Mountainbike Schwerpunkt Erzberg-Leoben Förderzusage

Gesamtkosten € 90.862,00 mit Förderung iHv. € 45.431,00 bis 30.01.2028

5. BERICHT DES GESCHÄFTSFÜHRERS MARKUS LEITNER

- Sommerkampagne 2026 – erfrischend echt.
- Entwicklung Facebook und Instagram
- Winterkampagne 2026/2027
- Regio-Busse in der Steiermark
- Presse- und Medienarbeit
- B2B-Kommunikation
- Marketingkooperationen Veranstaltungen

- Gastgeber in Erzberg-Leoben: Authentische Einblicke in den Tourismus
- Netzwerk- und Kommunikationstermine
- Drucksorten und Werbemittel
- Status Quo Projekt Rad und Mountainbike
- Zusammenarbeit mit Gemeinden
- Digitales Meldewesen und elektronische Gästemeldung in den Gemeinden
- Vision T: Tourismusstrategie Österreich 2035+
- Strategie, Marke, Kommunikation & Weiterentwicklung der Region Erzberg-Leoben

5.1. SOMMERKAMPAGNE 2026 – ERFRISCHEND ECHT.

Die Sommerkampagne 2026 wurde von Mitte März bis Ende September umgesetzt und umfasste eine breit angelegte Print-, Online-, Außenwerbe- und Radiokampagne. Mit einer Gesamtauflage von rund 700.000 Exemplaren in reichweitenstarken Medien sowie prominenten Werbeflächen in Wien, Graz und Leoben wurde eine hohe Sichtbarkeit erzielt. Ergänzt wurde die Kampagne durch digitales Marketing, eine eigene Landingpage mit buchbaren Angeboten regionaler Betriebe sowie rund 500 Radiospots. Die Kampagne erreichte 1,2 Millionen Impressionen, 46.895 Klicks und über 481.000 Interaktionen. An der Umsetzung beteiligten sich einige touristische Partner der Region. Untermauert wird der Bericht zu der Sommerkampagne mit Videos, Bildern, Hörbeispielen sowie der Kampagnen-Landingpage. Die Kampagne wurde zudem vom Land Steiermark A12 iHv. 30% gefördert.

5.2. ENTWICKLUNG EIGENER KANÄLE: FACEBOOK UND INSTAGRAM

Die Reichweite und Interaktion auf den eigenen Social-Media-Kanälen konnten im Berichtszeitraum deutlich gesteigert werden. Auf Facebook wurden rund 922.000 Aufrufe (+352,8 %) und knapp 477.000 Betrachter (+649,5 %) erzielt. Zudem wurden rund 4.900 Interaktionen sowie über 4.100 Link-Klicks verzeichnet. Auch auf Instagram zeigte sich eine äußerst positive Entwicklung mit rund 1 Million Aufrufen (+977,6 %), einer Reichweite von über 125.000 Personen (+1.312,9 %) sowie mehr als 44.000 Interaktionen (+1.507,2 %). Die Zahlen unterstreichen die erfolgreiche digitale Sichtbarkeit der Region und die hohe Aktivität der Community.

5.3. WINTERKAMPAGNE 2026/2027

Für die Wintersaison 2026/27 ist von Oktober 2026 bis Februar 2027 eine umfassende Marketingkampagne in Zusammenarbeit mit Steiermark Tourismus und weiteren Regionen in Österreich, Deutschland und Ungarn geplant. Schwerpunkte bilden Online-Performance-Marketing auf Meta, TikTok und Google sowie die Ausspielung von eigens produziertem Hero- und Hub-Content. Ergänzend erfolgen Maßnahmen im Steiermark-Magazin mit einer Auflage von 261.000 Exemplaren, digitale Werbeformate auf kleinezeitung.at, eine Ungarn-Kampagne auf steiermark.com sowie digitale Außenwerbung in Budapest. Zusätzliche Social-Media-Aktivitäten, Newsletter und Instagram-Kampagnen sollen die Sichtbarkeit, Reichweite und Bekanntheit der Region weiter steigern.

5.4. REGIO-BUSSE IN DER STEIERMARK

Ab Sommer 2026 wird die Region Erzberg-Leoben auf insgesamt elf Regio-Bussen in der Steiermark beworben. Die gebrandeten Busse sind im Raum Hartberg-Fürstenfeld bzw. der Oststeiermark unterwegs und sollen die Sichtbarkeit der Region erhöhen. Die einmaligen Produktionskosten betragen € 2.000, während die Mietkosten für die Werbeflächen von Steiermark Tourismus übernommen werden. Die offizielle Präsentation des Projekts findet am 9. Juli 2026 in Graz gemeinsam mit Landeshauptmann Mario Kunasek statt.

5.5. PRESSE- UND MEDIENARBEIT

Die Presse- und Medienarbeit wurde durch den Start eines neuen Presseportals auf der Website des Tourismusverbandes weiter ausgebaut. Zwischen März und Juni wurden 15 Presseaussendungen veröffentlicht, die zu mehr als 50 Medienveröffentlichungen führten. Zudem wurde die Themensammlung „Abenteuer und Sport Sommer 2026“ für die Reisepresse erstellt. Mit Pressereisen und Influencer-Kooperationen, unter anderem mit „Urlaubsguru“ und der tschechischen Content-Creatorin Teru Menclová, konnten zusätzliche Reichweiten erzielt werden. Der kontinuierliche Ausbau von Presse- und Medienkontakten wurde fortgesetzt. Besonders hohe mediale Präsenz erzielten Berichte in der Kleinen Zeitung, Kronen Zeitung, MeinBezirk und beim ORF Steiermark. Ausgewählte Medienberichte wurden im Rahmen der Sitzung präsentiert.

5.6. B2B-KOMMUNIKATION

Der Tourismusverband informiert Mitglieder, Betriebe und Partner regelmäßig über einen eigenen B2B-Newsletter, der alle zwei Monate erscheint und derzeit 1.490 Abonnenten erreicht. Die aktuellen Kennzahlen zeigen eine hohe Öffnungsrate von 48 % beziehungsweise eine bereinigte Öffnungsrate von 63 % sowie eine Klickrate von 11,7 %. Zusätzlich ist die Einführung eines B2C-Newsletters geplant, um Endkunden künftig gezielt über Angebote, Veranstaltungen und touristische Highlights der Region zu informieren.

5.7. MARKETINGKOOPERATIONEN VERANSTALTUNGEN

Der Tourismusverband unterstützt zahlreiche Veranstaltungen in der Region durch Marketing- und Kommunikationsleistungen. Dazu zählen unter anderem Werbeschaltungen auf Digiscreens und der Wallie-Werbefläche in Leoben, die Einbindung in den Veranstaltungskalender auf erzberg-leoben.at, die Bewerbung über die Social-Media-Kanäle des Tourismusverbandes sowie die Zusammenarbeit mit regionalen Kultur- und Veranstaltungsinitiativen. Zudem wird an einer zentralen Veranstaltungsdatenbank auf Open-Data-Basis gearbeitet. Hervorgehoben wurde, dass Kooperationen und Zusammenarbeit mit Veranstaltern vielfach auch ohne direkte finanzielle Unterstützung erfolgen und einen wichtigen Beitrag zur Sichtbarkeit der Region leisten.

5.8. GASTGEBER IN ERZBERG-LEOBEN: AUTHENTISCHE EINBLICKE IN DEN TOURISMUS

Mit der neuen Gastgeberserie werden regionale Tourismusbetriebe und die Menschen dahinter in den Mittelpunkt gerückt. Durch Gastgeber-Porträts, persönliche Geheimtipps, Regionshighlights sowie Beiträge zu Branchenthemen und Zukunftsperspektiven werden authentische Einblicke in den Tourismus der Region vermittelt. Ziel ist es, die Sichtbarkeit und Wertschätzung regionaler Betriebe zu erhöhen, Vertrauen bei Gästen aufzubauen sowie die Gästebindung, Vernetzung und Weiterentwicklung des Tourismusstandortes Erzberg-Leoben zu stärken.

5.9. NETZWERK- UND KOMMUNIKATIONSTERMINE

Im Berichtszeitraum nahm der Tourismusverband an zahlreichen Netzwerk-, Branchen- und Strategietermen teil. Dazu zählten unter anderem das Kulturforum Steirische Eisenstraße, die Pressekonferenz zum BergStadtFest, Workshops zur Tourismusstrategie, der Saisonauftakt im Rad- und Mountainbikebereich, der Camping-Gipfel Austria, Termine mit touristischen Betrieben wie dem Camping Wald am Schoberpass, der Österreichische Städtetag in Leoben sowie Strategie- und Kooperationsgespräche mit dem GenussReich, dem Nordic- und Langlaufnetzwerk Steiermark, dem Golfclub Reiting-Trofaiach, dem Erzbergrodeo und dem Tourismusbeirat Steiermark. Die Termine dienten dem fachlichen Austausch, der Vernetzung sowie der Entwicklung gemeinsamer Projekte und Kooperationen.

5.10. DRUCKSORTEN UND WERBEMITTEL

Zur Unterstützung der touristischen Vermarktung wurden verschiedene Drucksorten und Werbemittel produziert bzw. nachgedruckt. Dazu zählten unter anderem die Sommerbroschüre,

Informationsmaterialien zum Grünen See, Taschen, Werbefahnen, ein Pop-up-Zelt (wurde leider durch einen Sturm beschädigt und muss erneuert werden), eine mobile Promotion-Theke, Streuartikel, Ansteckpins sowie Visitenkarten. Darüber hinaus wurden Brandingmaßnahmen am Golfplatz umgesetzt und die Beschilderung des Büros in der Homanngasse erneuert. Die Werbemittel dienen der professionellen Präsentation und Sichtbarkeit der Tourismusregion bei Veranstaltungen, Messen und Marketingaktivitäten.

5.11. STATUS QUO PROJEKT RAD UND MOUNTAINBIKE

Die Arbeiten zur digitalen Erfassung und Weiterentwicklung des Rad- und Mountainbikeangebots schreiten planmäßig voran. Die Mountainbike-Strecke in Mautern wurde vollständig digitalisiert, die erforderlichen Schilder und Materialien wurden an die Gemeinde übergeben und werden vom Bauhof installiert. Im Vordernbergertal wurden bereits weitere 13 Touren vollständig erfasst und digital aufbereitet. Als nächster Schritt erfolgt die Bearbeitung der Touren rund um Eisenerz. Zudem fanden positive Gespräche mit dem Verein „Let’s Bike“ in Leoben sowie erste Abstimmungen zu möglichen Touren im Bereich der Mugel statt.

5.12. ZUSAMMENARBEIT MIT GEMEINDEN

Die laufende Zusammenarbeit mit den Mitgliedsgemeinden umfasst den regelmäßigen Austausch zu touristisch relevanten Themen, darunter die Führung einer einheitlichen Tourismusinteressenten-Liste, die Kommunikation von Sperren auf Rad- und Wanderwegen, die Bereitstellung von Nächtigungsstatistiken sowie die Abstimmung zu Veranstaltungen und aktuellen Entwicklungen in den Gemeinden. Informationen des Tourismusverbandes werden laufend über das B2B-Portal der Region sowie die Digitale Amtstafel bereitgestellt. Zudem wurde auf die verpflichtende digitale Meldung zur Einhebung der Interessentenbeiträge ab 1. Jänner 2027 hingewiesen. Die neuen Fahnen werden im Anschluss ausgegeben und müssen bitte von den jeweiligen Gemeinden aufgehängt werden.

5.13. DIGITALES MELDEWESEN UND ELEKTRONISCHE GÄSTEMELDUNG IN DEN GEMEINDEN

Es wurde der aktuelle Stand sowie mögliche Weiterentwicklungen des digitalen Meldewesens vorgestellt. Die Digitalisierung bietet Vorteile für Gemeinden durch effizientere Verwaltungsabläufe, höhere Datenqualität, schnellere Abgabenabrechnung, aktuelle Tourismusstatistiken und erhöhte Rechtssicherheit. Beherbergungsbetriebe profitieren insbesondere von Zeitersparnissen beim Check-in, weniger Papieraufwand, einer geringeren Fehleranfälligkeit sowie vereinfachten Abrechnungs- und Verwaltungsprozessen durch die Anbindung an bestehende Hotel- und Buchhaltungssysteme. Es wurden die aktuellen Anbindungen an die Systeme je Gemeinde der Region vorgestellt. Aktuell nutzen es in der Region Erzberg-Leoben noch kaum Gemeinden, daher soll ein gesamtheitliches Projekt ab 2027 diesbezüglich aufgesetzt werden.

5.14. VISION T: TOURISMUSSTRATEGIE ÖSTERREICH 2035+

Im Rahmen eines bundesweiten Beteiligungsprozesses mit Ländern, Destinationen, Wirtschaftskammer und Bund wurde zwischen Juli 2025 und Juni 2026 die neue Tourismusstrategie „Vision Tourismus 2035“ erarbeitet. Grundlage waren eine umfassende Analyse, Expertengipfel und Tourismusdialoge mit rund 5.000 Beteiligten. Die am 15. Juni 2026 präsentierte Strategie setzt Schwerpunkte auf die Stärkung der Wirtschaftskraft und Resilienz durch Ganzjahrestourismus, die Sicherung von Fachkräften, die Nutzung von Innovation, Digitalisierung und KI sowie den verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen. Gleichzeitig soll der regionale Mehrwert des Tourismus sichtbar gemacht und die Bevölkerung stärker in die touristische Entwicklung eingebunden werden. Die zentralen Leitgedanken lauten Wertschöpfung, Wertschätzung und Werterhalt.

5.15. STRATEGIE, MARKE, KOMMUNIKATION & WEITERENTWICKLUNG DER REGION ERZBERG-LEOBEN

Im Rahmen des Strategieprozesses gemeinsam mit der Agentur Pilum wurde in den letzten Monaten an der Markenschärfung und Positionierung sowie der Kommunikationsstrategie vom TVB gearbeitet. Die daraus entstandene Weiterentwicklung der strategischen Ausrichtung der Region wird vorgestellt und baut auf der Erkenntnis, dass die Region als Industrie- und Wirtschaftsstandort über eine hohe Bekanntheit verfügt, touristisch jedoch noch großes Entwicklungspotenzial besitzt. Ziel ist daher die konsequente Schärfung der Marke Erzberg-Leoben und die Positionierung als „Abenteuerregion der Steiermark“.

Die Markenidentität basiert auf zwei zentralen Säulen: „Unter die Haut“ (Erz, Kultur und Charakter) sowie „Über alle Grenzen“ (Natur, Freiheit und Abenteuer). Daraus entsteht ein klares Profil, das die regionale Bergbaukultur mit authentischen Natur- und Abenteuererlebnissen verbindet.

Die Vision 2035 beschreibt Erzberg-Leoben als eine Region, die Menschen emotional berührt, Freiheit erlebbar macht und ihre Herkunft als Stärke für die Zukunft nutzt. Die Mission des Tourismusverbandes besteht darin, gemeinsam mit Partnern die Region zu vernetzen, ihre Identität sichtbar zu machen und markenkonforme touristische Angebote weiterzuentwickeln.

Strategisch stehen die weitere Markenpositionierung, die Entwicklung buchbarer Erlebnisangebote, die Stärkung der digitalen Vermarktung sowie eine professionelle Content-Produktion im Mittelpunkt. Die Kommunikation folgt dem PESO-Modell (Paid, Earned, Shared, Owned Media) mit besonderem Fokus auf Digitalmarketing und den eigenen Kanälen.

Als zentrale Zielgruppen wurden Tagesgäste, Nächtigungsgäste sowie Business- und Kongressgäste definiert. Der Tourismusverband versteht sich dabei als touristische Entwicklungs- und Vermarktungsdrehscheibe der Region und setzt auf enge Zusammenarbeit mit Gemeinden, Betrieben, Wirtschaft, Tourismusorganisationen und regionalen Partnern. Ziel ist eine nachhaltige touristische Entwicklung, die Wertschöpfung schafft, die Marke stärkt und die Sichtbarkeit der Region langfristig erhöht.

Als nächster Schritt sollen die touristischen Leistungsträger zu einem gemeinsamen Workshop eingeladen werden, um diese strategischen Überlegungen zu finalisieren und letztendlich noch 2026 beginnen umzusetzen.

6. BESCHLUSSFASSUNG: MARKENCONTENT-PRODUKTION

Im Zuge der Neupositionierung von Erzberg-Leoben als Abenteuerregion wird die professionelle Produktion von Markencontent als wesentliche Grundlage für die Sichtbarkeit und Vermarktung der Region gesehen. Geplant ist die Erstellung einer einheitlichen Bild- und Bewegtbildwelt mit authentischen Geschichten und emotionalen Erlebnissen, die die Markenwerte Herkunft, Abenteuer und Innovation vermitteln. Für das Projekt ist im Zeitraum 2026/2027 ein Budgetrahmen von maximal € 100.000 vorgesehen. Die Vergabe erfolgt über ein Bestbieterprinzip, wobei eine Förderung des Landes Steiermark von bis zu 50 % der Gesamtkosten möglich wäre und bei der A12 eingereicht wird.

Der Vorsitzende stellt den Antrag, die Markencontent-Produktion für das Jahr 2026 mit max. € 30.000,- und für das Jahr 2027 mit max. € 70.000,- (somit insgesamt max. € 100.000,-) zu beschließen.

Stimmabgabe - Ergebnis	ja	nein	Enthaltung
Entsendete Mitglieder (Gemeindevertreter)	13	0	0
Gewählte Mitglieder (Wirtschaftsvertreter)	10	0	0

Der Antrag, die Markencontent-Produktion für das Jahr 2026 mit max. € 30.000,- und für das Jahr 2027 mit max. € 70.000,- (somit insgesamt max. € 100.000,-) umzusetzen, wurde einstimmig genehmigt.

7. BESCHLUSSFASSUNG: ERÖFFNUNG BANKKONTO FÜR KREDITKARTENZAHLUNGEN

Aufgrund der verstärkten Aktivitäten im Bereich Digitalmarketing und Online-Werbung auf Plattformen wie Meta, Facebook, Instagram, TikTok, Google und YouTube sowie der ausschließlich kreditkartenbasierten Abwicklung bei zahlreichen Anbietern wird die Einrichtung eines zusätzlichen Bankkontos mit einer Dotierung von € 60.000 zur sicheren Abwicklung des laufenden Zahlungsverkehrs vorgeschlagen. In Abstimmung mit dem Land Steiermark und analog zu anderen Tourismusverbänden soll zudem der bestehende Kommissionsbeschluss vom 29.03.2022 erweitert und das monatliche Kreditkartenlimit auf € 15.000 erhöht werden.

Der Vorsitzende stellt den Antrag, zum Zwecke von Kreditkartenzahlungen die Einrichtung eines weiteren Bankkontos bei der Raiffeisenbank für den Tourismusverband Erzberg-Leoben mit einer Dotierung von € 60.000,- und die Erhöhung des dazugehörigen Kreditkartenrahmens auf monatlich € 15.000,- zu beschließen.

Stimmabgabe - Ergebnis	ja	nein	Enthaltung
Entsendete Mitglieder (Gemeindevertreter)	13	0	0
Gewählte Mitglieder (Wirtschaftsvertreter)	10	0	0

Der Antrag, zum Zwecke von Kreditkartenzahlungen ein weiteres Bankkonto bei der Raiffeisenbank für den Tourismusverband Erzberg-Leoben mit einer Dotierung von € 60.000,- einzurichten und den dazugehörigen Kreditkartenrahmen auf monatlich € 15.000,- zu erhöhen, wurde einstimmig genehmigt.

8. BESCHLUSSFASSUNG: PERSONALANGELEGENHEITEN

Der Vorsitzende Rudolf Tischhart erklärt sich zum Tagesordnungspunkt 8 aufgrund der Beschlussfassung als befangen und übergibt das Wort und die weitere Leitung der Sitzung an den Vorsitzenden Stellvertreter Bgm. Mario Angerer.

Der Vorsitzende Stellvertreter Angerer übernimmt die Sitzung und ersucht den Vorsitzenden Rudolf Tischhart die Räumlichkeit zu verlassen.

Vorsitzender Rudolf Tischhart verlässt die Räumlichkeit um 17:29 Uhr

Nachdem der Vorsitzende Rudolf Tischhart die Räumlichkeiten verlassen hat, führt der Vorsitzende Stellvertreter Bgm. Mario Angerer die Sitzung weiter.

Die Sitzung zu Tagesordnungspunkt 8 Personalangelegenheiten, wird unter Ausschluss der Öffentlichkeit weitergeführt. Daher verliest der Vorsitzende Stv. Angerer einen Auszug aus dem Steiermärkischen Tourismusgesetz.

Auszug aus der Geschäftsordnung für Tourismusverbände lt. §3 Abs. 9

Die Sitzungen der Tourismuskommission sind öffentlich. Jedermann ist nach Maßgabe des vorhandenen Platzes berechtigt, zuzuhören und sich Aufzeichnungen zu machen. Die Öffentlichkeit ist auszuschließen, wenn es vom Vorsitzenden verlangt und von der Tourismuskommission nach Entfernung der Zuhörer beschlossen wird.

Der Vorsitzende Stv. bittet die Öffentlichkeit die Sitzung und die Räumlichkeiten zu verlassen.

Der Vorsitzende Stv. stellt den Antrag, dass die Öffentlichkeit für den Tagesordnungspunkt 8 von der Sitzung ausgeschlossen wird und diese nicht öffentlich fortgesetzt wird.

Stimmabgabe – Ergebnis	ja	nein	Enthaltung
Entsendete Mitglieder (Gemeindevertreter)	13	0	0
Gewählte Mitglieder (Wirtschaftsvertreter)	9	0	0

Dem Antrag des Vorsitzenden Stv., die Öffentlichkeit für den folgenden Tagesordnungspunkt 8 von der Kommissionsitzung auszuschließen, wird einstimmig zugestimmt.

Der Tagesordnungspunkt 8 wird nicht öffentlich behandelt. Es gibt dazu ein gesondertes Protokoll.

Vorsitzender Rudolf Tischhart betritt die Räumlichkeit um 17:34 Uhr

Der Vorsitzende Rudolf Tischhart übernimmt nach Aufforderung des Vorsitzenden Stellvertreter wieder die Sitzung und fährt mit Tagesordnungspunkt 9 fort.

Bgm. DI Wolfgang Gomar verlässt die Sitzung um 17:35 Uhr

9. BESCHLUSSFASSUNG: MARKETINGAKTIVITÄTEN UND VERANSTALTUNGSUNTERSTÜTZUNGEN

Der Vorsitzende erläutert die Marketingaktivitäten samt Kosten, welche im Rahmen lt. Voranschlag 2026 umgesetzt wurden.

Marketingaktivitäten lt. Voranschlag 2026	Unternehmen	Summe
Kommunikations- und Contentkonzept, Weiterentwicklung Strategie	Pilum	€ 13 540,00
Kampagnenmanagement Social Media	Senseory	€ 2 500,00
Kampagnentracking	Valantic	€ 4 000,00
CRO-Audit für Homepage	Valantic	€ 1 950,00
KI-fokussierte Content-Optimierung	Valantic	€ 540,00
Contentproduktion Präbichl Influencer	Sendtwitchhd	€ 2 085,00
Contentproduktion Wandern	Anja Koch	€ 600,00
Produktion Rundfunkspots	Radio Grün Weiß	€ 1 875,00
Imagekampagne Radio	Radio Grün Weiß	€ 10 530,00
Werbespots Hörfunk	Antenne Steiermark	€ 3 250,00
Freizeitipps Radio Grün Weiß	Radio Grün Weiß	€ 3 160,00
Werbespots Radio	Radio Flamingo	€ 530,00
Video-, Fotoproduktion Eisenerzer Ramsau	Soundkultur	€ 1 525,00
Videowall-Einspielung Night-Race Schladming	Radio Grün Weiß, Tiqa	€ 1 150,00
DOOH-Werbung	Epamedia	€ 10 225,00
Streuartikel Schokoladen	Zotter	€ 400,00
Ansteckpin 500 Stk.	Zeilingner	€ 470,00
Baumwolltaschen 2.500 Stk	Zeilingner	€ 3 012,00
Visitenkarten 500 Stk.	UniDruck Leoben	€ 260,00
Marketingaktivitäten lt. Voranschlag 2026	Unternehmen	Summe
DOOH-Werbung Wallie	UniDruck Leoben	€ 3 200,00
DOOH-Werbung	Ledvertize	€ 2 450,00
Pressebetreuung Onlineportal	Urlaubsguru	€ 445,00
Werbetafelmieta Radmer	Forstgut Hohenberg	€ 150,00
Werbefolie Sporthalle Trofaiach	BT-Füchse	€ 230,00
div. Bürodruksorten	UniDruck Leoben	€ 450,00
Magazin "Explore" 2. Ausgabe, Druckkosten, Versand - Nachtrag	UniDruck Leoben	€ 9 860,00
Nachdruck Sommerbroschüre 2.200 Stk.	UniDruck Leoben	€ 2 450,00
Inserat "Falstaff"	Falstaff	€ 2 625,00
Inserat "bikeline"	Bikeline	€ 945,00
Inserat "der Grazer"	Der Grazer	€ 725,00
Pneumatisch aufblasbare Werbesäule und Verkaufstheke, gebrandet	Inno Aktiv	€ 3 300,00
Pop-up Zelt, gebrandet	Inno Aktiv	€ 2 836,00
Werbeposter 10 Stk.	Druck.at	€ 230,00
Agenturleistungen Grafik allgemein	Grafik Cresnar	€ 4 763,00
Knatterfahren 30 Stk.	Fahnen Gärtner	€ 4 420,00
GESAMT		€ 100 681,00

Der Vorsitzende stellt den Antrag, die Marketingaktivitäten lt. Voranschlag 2026 mit einem Gesamtbetrag iHv. € 100.681,- zu genehmigen.

Stimmabgabe - Ergebnis	ja	nein	Enthaltung
Entsendete Mitglieder (Gemeindevertreter)	12	0	0
Gewählte Mitglieder (Wirtschaftsvertreter)	10	0	0

Der Antrag wurde einstimmig genehmigt.

Der Vorsitzende erläutert die Veranstaltungsunterstützungen bzw. Marketingkooperationen samt Kosten, welche im Rahmen lt. Voranschlag 2026 umgesetzt wurden bzw. umgesetzt werden sollen:

Veranstaltungsunterstützungen und Marketingkooperationen lt. Voranschlag 2026	Unternehmen	Summe
Volleyball Erzberg-Madln Eisenerz	Erzberg-Madln	€ 1 000,00
Stadt-Land-Fest	Landwirtschaftskammer/	€ 5 000,00
29. Muglberglauf	WSV Niklasdorf	€ 500,00
We Love White Leoben	Temmel & Bäuchl OEG	€ 2 000,00
ÖTK-Leoben-Niklasdorf	Hans Mocharitsch	€ 1 000,00
Gösserkirtag, Weinfest, Summer Nights, etc. (Marketingkoop.2026)	Citymanagement Leoben	€ 15 000,00
LE-Laufevent	Verein LE-Laufevent (Hr. Maurer)	€ 3 000,00
Niklasdorfer Moarkt-Kirtog (Neuausrichtung)	Kulturreferat Niklasdorf	€ 500,00
Golfclub Reiting-Trofaiach Marketingkooperation	Golfclub Reiting-Trofaiach	€ 6 000,00
GESAMT		€ 34 000,00

Es gab daraufhin eine Nachfrage zu den Marketingmaßnahmen im Rahmen der Kooperation mit dem Citymanagement Leoben. Die detaillierten Umsetzungen zu den Veranstaltungen am Hauptplatz werden gerne auf Anfrage übermittelt bzw. können eingesehen werden. GF Leitner verwies auf die mittlerweile sehr gute Zusammenarbeit und Kooperation mit dem Citymanagement sowie dem GF Schnedl.

Der Vorsitzende stellt den Antrag, die Veranstaltungsunterstützungen und die Marketingkooperationen lt. Voranschlag 2026 mit einem Gesamtbetrag iHv. € 34.000,- zu genehmigen.

Stimmabgabe - Ergebnis	ja	nein	Enthaltung
Entsendete Mitglieder (Gemeindevertreter)	12	0	0
Gewählte Mitglieder (Wirtschaftsvertreter)	10	0	0

Der Antrag wurde einstimmig genehmigt.

10. EINGEBRACHTE ANTRÄGE

Es wurde kein Antrag eingebracht

11. ALLFÄLLIGES

Der Vorsitzende Tischhart informiert, dass die aktuelle Funktionsperiode der Tourismuskommission nach 5 Jahren mit 18.10.2026 endet und es daher Anfang Oktober eine Vollversammlung mit Neuwahl der

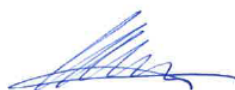
Kommission des Tourismusverbandes Erzberg-Leoben gibt. Daher stellt der Vorsitzende die Frage an die anwesenden gewählten Mitglieder der Kommission, ob diese auch für die Mitarbeit in der nächsten Funktionsperiode zur Verfügung stehen? Aufgrund von Pensionierung steht Herr Karl Heinz Rumpold nicht weiter zur Verfügung. Alle anderen anwesenden gewählten Mitglieder der Kommission stehen einer weiteren Mitarbeit in der Tourismuskommission für die nächste Periode positiv gegenüber. Es ergeht die Bitte an den Geschäftsführer die nicht anwesenden gewählten Mitglieder der Kommission im Nachgang der Sitzung, schriftlich per Mail über die Fortführung der Mitgliedschaft in der Tourismuskommission zu befragen.

Frau Ilse Blachfellner-Mohri informiert in einer weiteren Wortmeldung, dass die Beschilderung des Styrian Iron Trail in St. Michael zum Teil bereits beschädigt und nicht optimal gewählt ist, es am Wanderweg aber sehr hohes Interesse von den Gästen gibt. Daher ergeht die Bitte für das Jahr 2027 dieses Leitprodukt zu revitalisieren und unbedingt weiterzuführen.

Nachdem es keine weiteren Wortmeldungen gibt, bedankt sich der Vorsitzende für die gute Zusammenarbeit und schließt die Sitzung um 17:55 Uhr.



Rudolf Tischhart
Vorsitzender



Markus Leitner
Geschäftsführung/Protokollführung