

# LEISTUNGS- BERICHT 2025

## ERLEBNISREGION MURTAL



Überblick über Statistiken und Leistungen des Tourismusverbandes Murtal im Jahr 2025.



# MUR TAL

## DIE MISCHUNG MACHT'S!



## INHALTSVERZEICHNIS LEISTUNGSBERICHT

<b>Das Murtal Team</b>	4	- Veranstaltungen	
<b>Statistiken</b>	5-10	- Social Media Allgemein	
- Nächtigungen/Ankünfte		<b>Presse</b>	28
- Gemeinden		<b>Steiermark Tourismus</b>	29-35
- Gäste		- Überblick	
- Mobilitätsdaten		- Sommer- und Winterkampagne	
<b>Beherbergercoach</b>	11	- Presse & Marketinggruppen	
<b>Marketing</b>	12-27	- Messen	
- Überblick Allgemein		- Contwise	
- Die Mischung macht's		- Website	
- Motorentspannung		<b>Kooperationen</b>	36
- Entdeckungsradln		<b>Infrastruktur</b>	37
- Zirbenrauschen		<b>Ausblick 2026</b>	38-39
- Kulturaction			
- Winter			
- Camp & Bike			
- Merchandise			



Impressum: Herausgeber, für den Inhalt verantwortlich: Tourismusverband Murtal, Illustrationen und Karte: Andreas Posselt, Titelfoto: 5K55, Rückseite: Susanne Einzenberger, Fotocredits liegen stets beim TVB, Druck: Gutenberghaus Druck GmbH, Knittelfeld, Für eventuelle Fehler kann keine Haftung übernommen werden. Der Bericht stellt einen Auszug über die wichtigsten Aktivitäten dar und ist somit nicht als vollständige Darstellung aller Detailtätigkeiten zu sehen. Zur besseren Lesbarkeit wird in diesem Bericht zum Teil das generische Maskulinum verwendet. Stand: Februar 2025

# TOURISMUS 2025

## IN DER ERLEBNISREGION MURTAL

### Liebe Tourismusinteressenten,

Das Tourismusjahr 2025 stand im Zeichen der Stabilisierung, strategischen Weiterentwicklung und gezielter Qualitätssteigerung im Wirkungsbereich des Tourismusverband Murtal. Nach den dynamischen Entwicklungen der vergangenen Jahre galt es, die erreichten Höchstwerte einzuordnen, Strukturen weiter zu festigen und die Region nachhaltig für die Zukunft auszurichten. Dabei zeigte sich einmal mehr, dass das Murtal von seiner Vielfalt bzw. seinen Kontrasten, seiner Veranstaltungsstärke und seiner ausgewogenen Angebotsstruktur profitiert.

Die Mischung aus international beachteten Großveranstaltungen, aktiven Naturerlebnissen, kulinarischer Kompetenz und gewachsener regionaler Identität bildet das Fundament unserer touristischen Entwicklung. Besonders deutlich wird dies im saisonalen Verlauf: Während die Sommermonate weiterhin die tragende Säule darstellen, gewinnen auch die Neben- und Übergangszeiten zunehmend an Bedeutung. Ziel bleibt es, die Wertschöpfung breiter über das Jahr zu verteilen und neue Reiseanlässe außerhalb der klassischen Hauptsaison zu schaffen.

Der vorliegende Leistungsbericht gibt einen umfassenden Überblick über die Entwicklungen, Kennzahlen und Maßnahmen des vergangenen Jahres. Er dokumentiert nicht nur Zahlen und Projekte, sondern zeigt auch die konsequente Weiterentwicklung der Destination. Mit einem klaren Bekenntnis zur Qualität, zur regionalen Zusammenarbeit und zum Markenversprechen setzt das Murtal seinen Weg als vielseitige, resiliente und zukunftsorientierte Tourismusregion fort.

Murtal – die Mischung macht's!

Mit herzlichen Grüßen,  
Isabella Painhapp (Geschäftsführung),  
Michael Ranzmaier-Hausleitner (Vorsitzender)  
& das Team der Erlebnisregion Murtal



### TOURISMUSVERBAND MURTAL

Red Bull Ring Straße 1, 8724 Spielberg  
Steiermark, Österreich

Telefon +43 3577 26600

E-Mail: [info@murtal.at](mailto:info@murtal.at)

[murtal.at](http://murtal.at) - [@visitmurtal](https://www.instagram.com/visitmurtal)

**HIER GEHT ES ZUR DIGITALEN AMTSTAFEL  
MIT AKTUELLEN INFOS ZU BUDGETVORAN-  
SCHLAG, RECHNUNGSABSCHLUSS ETC.**



# DAS MURTAL TEAM

SPIELBERG, JUDENBURG, HOHENTAUERN, PÖLSTAL



## DAS MURTAL TEAM

Unser Team besteht aus Vorstand, Geschäftsführung sowie aktuell 9 Mitarbeiterinnen. Dabei kümmern sich natürlich alle um unsere Gäste in unseren aktuell 4 Tourismusbüros in Spielberg (Red Bull Ring), Judenburg, Oberzeiring und Hohentauern. (Stand Februar 2026)

Seit Februar 2025 haben wir in Judenburg ein neues Hauptbüro mit einem großzügigen Front & Back Office sowie einem Besprechungsraum für Meetings und Schulungen.

### VORSTAND

Michael Ranzmaier-Hausleitner, Vorsitzender  
Bernd Pfandl, Vorsitzender Stellvertreter  
Heinz Mitteregger, Finanzreferent

### GESCHÄFTSFÜHRUNG

Isabella Painhapp, MSc

### ORGANISATION / BEHERBERGER

Mag. Patrizia Schreibmayr, Leitung Organisation  
Beate Weigl  
Christine Schuster

### PRESSE / TOUREN / MESSEN

Claudia Bachler, Leitung Presse/Gästeservice  
Marlene Zandl  
Grete Pichler

### MARKETING / PRODUKTE

Selina Senft, BA  
Tanja Beren

### FÖRDERPROJEKTE

Mag. (FH) Simone Doler

Das Team bei der Eröffnung des neuen Tourismusbüros in Judenburg im Februar 2025



Vorstand & Geschäftsführung bei der Vollversammlung im Februar 2025

# STATISTIKEN

## NÄCHTIGUNGEN, ANKÜNFTE, GÄSTE, BETRIEBE ETC.



### NÄCHTIGUNGEN

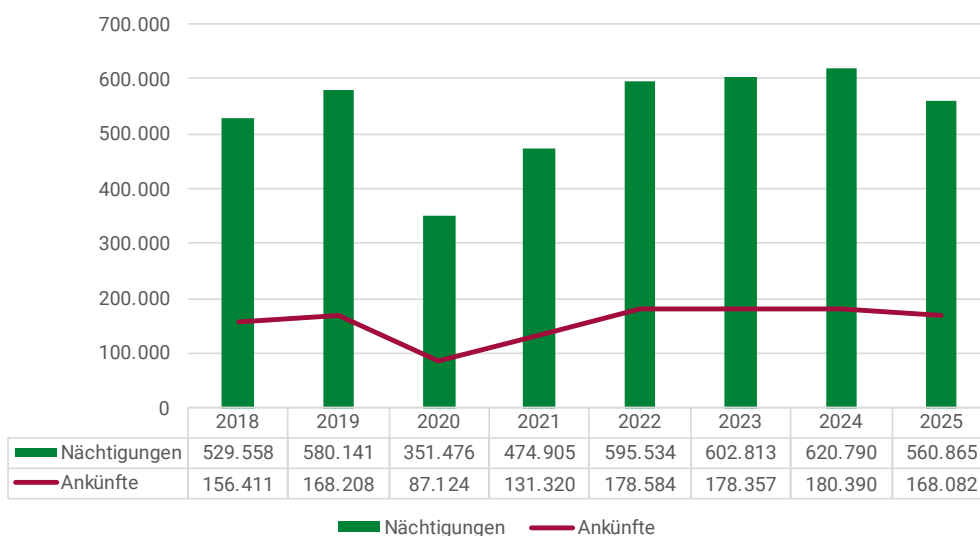
Im Jahr 2025 verzeichnete der Tourismusverband Murtal im Vergleich zum Rekordjahr 2024 einen moderaten Rückgang bei Ankünften und Nächtigungen. Die **Nächtigungen** sanken von 620.790 im Jahr 2024 auf **560.865** im Jahr 2025 (-9,7 %). Auch bei den **Ankünften** zeigt sich mit **168.082** gegenüber 180.390 im Vorjahr ein Rückgang von rund -6,8 %.

Dieser Rückgang ist jedoch differenziert zu betrachten: Einerseits waren 2024 besonders starke Nächtigungszahlen im Umfeld der Großveranstaltungen zu verzeichnen. 2025 fiel dieser Sondereffekt geringer aus, wodurch sich insbesondere in veranstaltungsintensiven Zeiträumen ein Rückgang zeigte. Andererseits wirkte sich das Wegfallen der AirPower deutlich auf das Gesamtergebnis aus. Die Luftfahrtshow zählt traditionell zu den Frequenzbringern der Region und sorgt in Austragungsjahren für signifikante Zusatznächtigungen.

Trotz des Rückgangs liegt das Nächtigungsniveau 2025 weiterhin klar über jenem der Jahre vor 2022 und damit über dem langfristigen Durchschnitt vor der pandemiebedingten Ausnahmesituation. Dies unterstreicht die stabile touristische Basis im Murtal.

Zusammenfassend zeigt der Vorjahresvergleich, dass die Entwicklung 2025 weniger auf strukturelle Nachfrageschwächen zurückzuführen ist, sondern primär auf das Ausbleiben veranstaltungsbedingter Sondereffekte. Die touristische Positionierung der Region bleibt somit weiterhin solide. Besonders hervorzuheben gilt außerdem, dass die **durchschnittliche Aufenthaltsdauer** 2025 in der Region Murtal bei **3,3 Nächten** lag, wodurch die Region steiermarkweit auf Platz 4 (von gesamt 11 Regionen) liegt.

Vergleich Ankünfte Nächtigungen



# STATISTIKEN

## NÄCHTIGUNGEN

### NÄCHTIGUNGEN UND DIE BEDEUTUNG DES RED BULL RINGS IN SPIELBERG

Die Gegenüberstellung der monatlichen Nächtigungen zeigt im Jahresvergleich deutliche Verschiebungen, die insbesondere auf die unterschiedliche Ausprägung von Großveranstaltungen zurückzuführen sind.

#### Sommersaison weiterhin tragende Säule

Mit rund 70 % Anteil bleibt die Sommersaison auch im aktuellen Jahr klar dominierend (Vorjahr: ca. 73 %). Die strukturelle Bedeutung der Monate Mai bis Oktober für den Tourismusverband Murtal bestätigt sich damit weiterhin.

#### Juni und Juli – Effekte der Formel 1

Der Juni bleibt stärkster Monat, liegt jedoch mit rund 135.000 Nächtigungen unter dem außergewöhnlich hohen Vorjahreswert von etwa 158.000 Nächtigungen. Dieser Rückgang ist maßgeblich auf geringere Zusatzeffekte rund um die Austrian Grand Prix zurückzuführen.

Auch im Juli zeigt sich im Vergleich zum Vorjahr (ca. 65.300) mit rund 50.200 Nächtigungen ein deutlicher Rückgang. Hier wirkten sich Verschiebungen im Veranstaltungskalender aus.

#### August und September – MotoGP als Faktor, Wegfall der AirPower deutlich spürbar

Der August bleibt mit rund 91.000 Nächtigungen einer der stärksten Monate. Im Vorjahr lag dieser Wert bei etwa 93.000 Nächtigungen. Die MotoGP wirkt weiterhin als zentraler Frequenzbringer, wenngleich das Niveau leicht unter dem Vorjahr liegt.

Besonders deutlich zeigt sich der Effekt im September: Während im Vorjahr rund 68.000 Nächtigungen erzielt wurden, liegt der Wert im aktuellen Jahr bei etwa 47.000 Nächtigungen.

Das Fehlen der AirPower – traditionell einer der stärksten Impulsgeber für die Region – erklärt diesen markanten Rückgang maßgeblich.

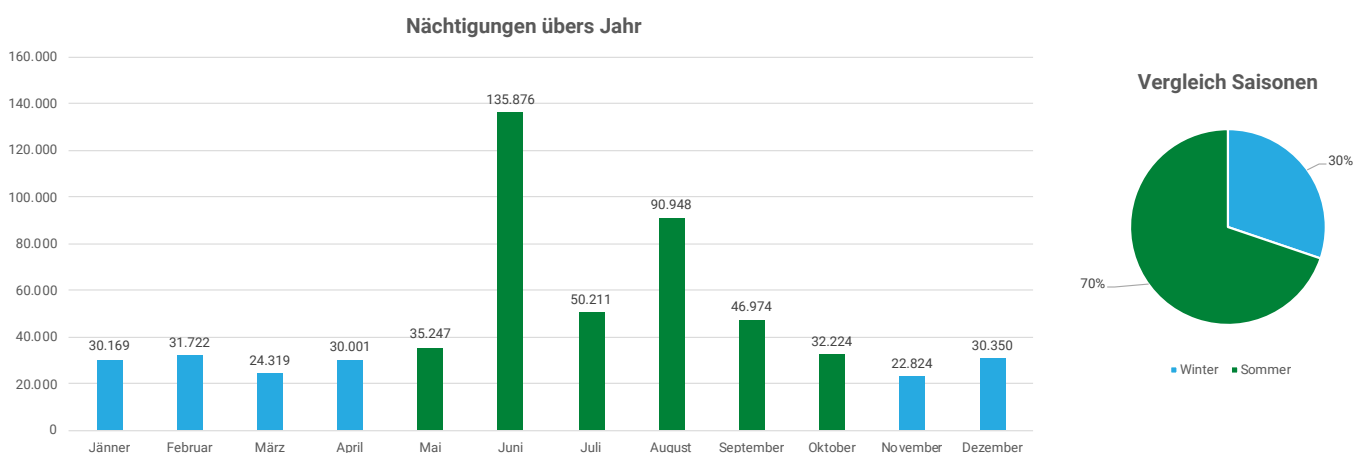
#### Wintersaison weitgehend stabil

In der Wintersaison (Jänner bis April sowie November und Dezember) zeigen sich nur moderate Abweichungen zum Vorjahr. Einzelne Monate wie Februar bewegen sich leicht über dem Vergleichswert, während andere geringfügige Rückgänge aufweisen. Insgesamt bleibt die Wintersaison auf stabilem Niveau.

#### Fazit

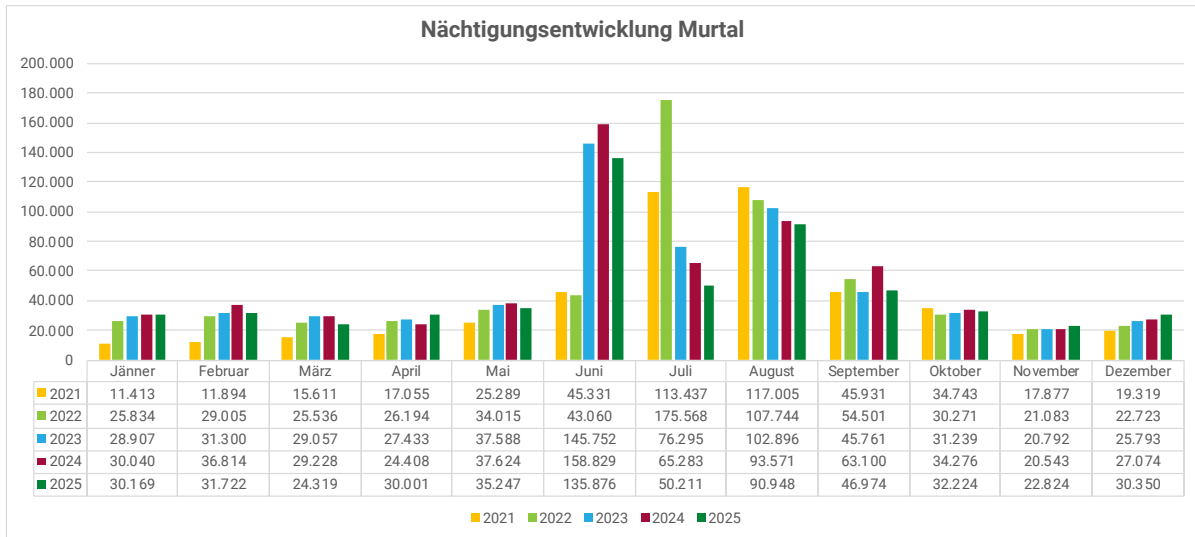
Der Vorjahresvergleich verdeutlicht, dass die Entwicklung primär veranstaltungsbedingt ist. Insbesondere Unterschiede im Umfeld der Formel 1, leichte Rückgänge bei der MotoGP sowie das Wegfallen der AirPower im September erklären die Veränderungen im Sommerhalbjahr.

Die touristische Grundnachfrage bleibt stabil, die Schwankungen sind überwiegend auf Großereignisse und deren spezifische Ausprägung im jeweiligen Jahr zurückzuführen. Potential zeigt sich vor allem auch in den Randsaisonen, d.h. im Frühjahr und im Herbst.



### NÄCHTIGUNGSENTWICKLUNG

Folgende Grafik zeigt die Nächtigungszahlen pro Monat im Murtal von 2021 bis 2025. Es ist ein deutlicher Anstieg der Nächtigungen im Murtal ersichtlich mit einem Höhepunkt im Jahr 2024, insbesondere in den Sommermonaten. 2025 bleibt auf hohem Niveau, weist jedoch in den veranstaltungsstarken Monaten – vor allem im Juni und September – leichte Rückgänge auf. Insgesamt bestätigt sich die starke Abhängigkeit vom Sommergeschäft und von Großveranstaltungen.

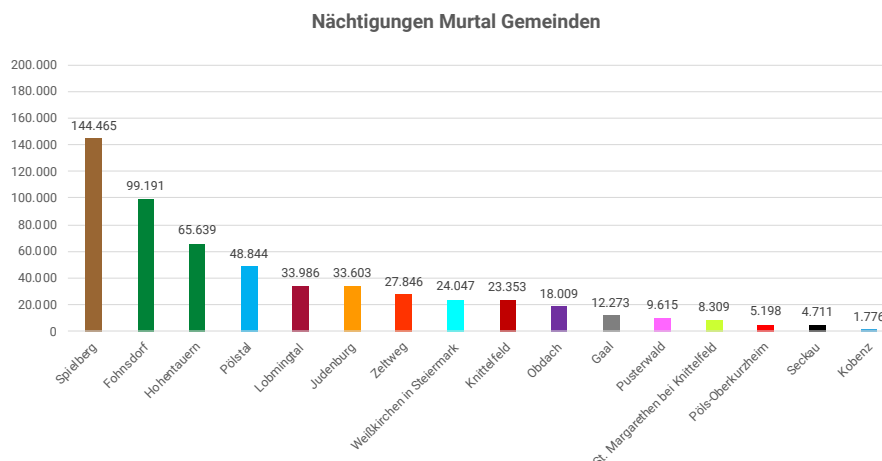


### NÄCHTIGUNGEN IN DEN GEMEINDEN DER REGION MURTAL CHANCEN FÜR EINE BREITERE TOURISMUSENTWICKLUNG

Die folgende Grafik verdeutlicht die Verteilung der Nächtigungen in den Gemeinden des Murtals. Spielberg führt mit über 140.000 Nächtigungen klar (allerdings mit Rückgängen im Vergleich zum Vorjahr von rund 48.000 Nächtigungen), gefolgt von Fohnsdorf (99.191). Diese hohen Werte sind stark durch Großveranstaltungen am Red Bull Ring beeinflusst.

Besonders bemerkenswert ist Hohentauern mit 65.639 Nächtigungen (Anstieg im Vergleich zum Vorjahr), da diese Destination weitgehend unabhängig von den Großevents ist. Dies unterstreicht die hohe touristische Relevanz der Gemeinde, die vor allem durch Natur- und Aktivtourismus punktet.

Diese Erkenntnisse zeigen das Potenzial, den Tourismus in der Region breiter aufzustellen. Durch gezielte Maßnahmen in Natur-, Kultur- und Aktivtourismus könnten auch andere Gemeinden profitieren, um die Abhängigkeit von Großveranstaltungen zu verringern und eine nachhaltigere Tourismusentwicklung zu fördern.



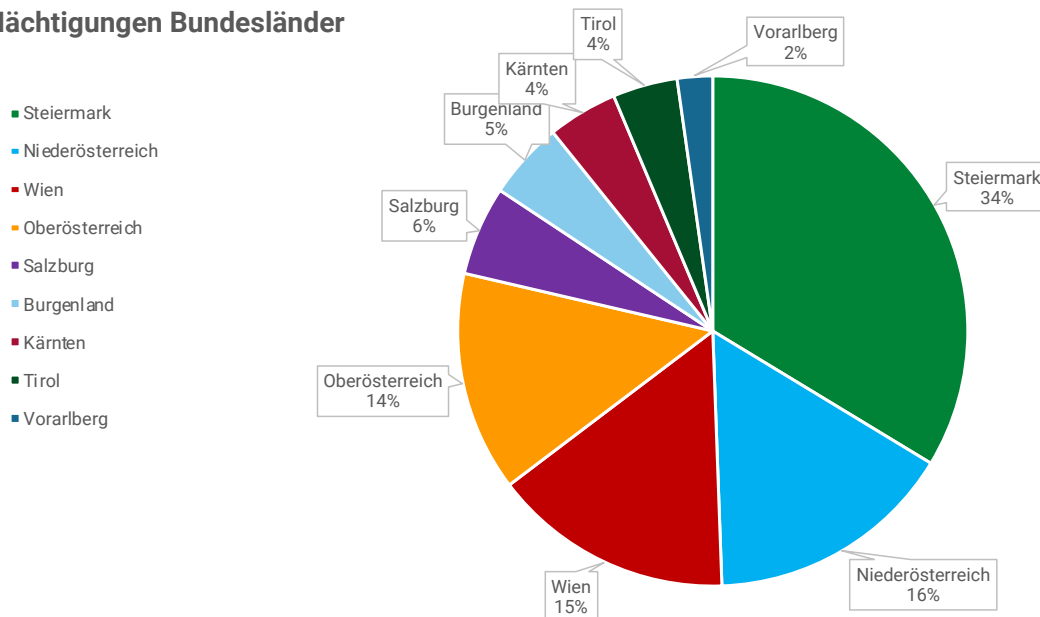
# STATISTIKEN

## GÄSTE

### HERKUNFT DER GÄSTE

Die Auswertung der Herkunft nach österreichischen Bundesländern zeigt eine klare Dominanz der Steiermark mit rund 34 % der Nächtigungen. Damit bildet der Heimmarkt die wichtigste Gästegruppe für das Murtal. Es folgen Niederösterreich (16 %) und Wien (15 %), die gemeinsam einen bedeutenden Anteil am inländischen Aufkommen stellen. Oberösterreich (14 %) ergänzt dieses starke Ostösterreich-Segment. Die übrigen Bundesländer – Salzburg, Burgenland, Kärnten, Tirol und Vorarlberg – tragen jeweils kleinere, aber stabile Anteile bei. Insgesamt unterstreicht diese Verteilung die große Bedeutung des nationalen Marktes und die gute Erreichbarkeit der Region innerhalb Österreichs.

**Nächtigungen Bundesländer**



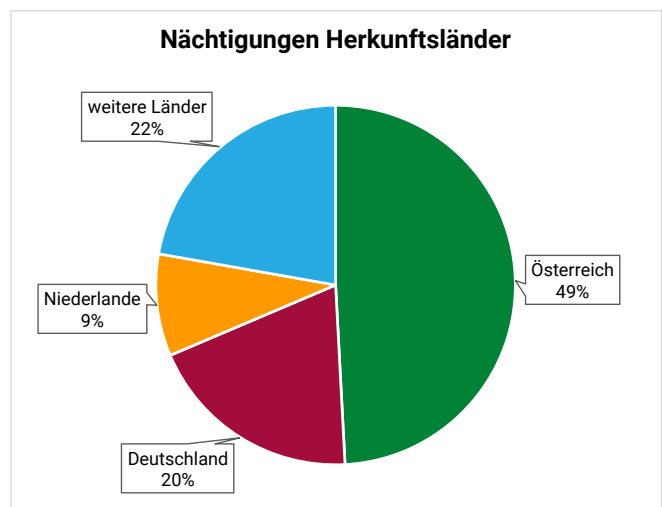
### INTERNATIONALE NÄCHTIGUNGEN

Bei den Herkunftsländern zeigt sich, dass 51 % der Nächtigungen auf internationale Gäste entfallen – das Murtal ist somit klar auch international positioniert.

Wichtigster Auslandsmarkt ist Deutschland mit 20 %, gefolgt von den Niederlanden mit 9 %. Darüber hinaus entfallen 22 % auf weitere internationale Herkunftsländer, was die breite geografische Streuung und die internationale Strahlkraft der Region unterstreicht. Hier sind vor allem auch Ungarn und Tschechien mit Zuwächsen nennenswert.

Die Zahlen verdeutlichen, dass neben dem starken Heimmarkt insbesondere die europäischen Nahmärkte maßgeblich zum touristischen Gesamtergebnis beitragen.

**Nächtigungen Herkunftsländer**



### MOBILITÄTSDATEN VIA AI INVENIUM

Die Analyse der Mobilitätsdaten mittels AI Invenium liefert wertvolle Einblicke in das Besucheraufkommen an den wichtigsten Points of Interest (POI) in der Erlebnisregion Murtal. Die Daten zeigen eine detaillierte Verteilung zwischen Tagestouristen, Einheimischen sowie Ankommenden & Abreisenden und ermöglichen eine fundierte Bewertung der Besucherströme. Hinweis: alle Daten sind exkl. Großveranstaltungen, diese werden gesondert erfasst.

#### Haupterkenntnisse:

Mit rund **546.760 Gesamtbesuchern** nimmt **Judenburg Zentrum** eine klare Spitzenposition ein. Der Anteil der Einheimischen ist hier besonders hoch. Das Zentrum erfüllt damit nicht nur eine touristische, sondern auch eine bedeutende regionale Versorgungs- und Aufenthaltsfunktion.

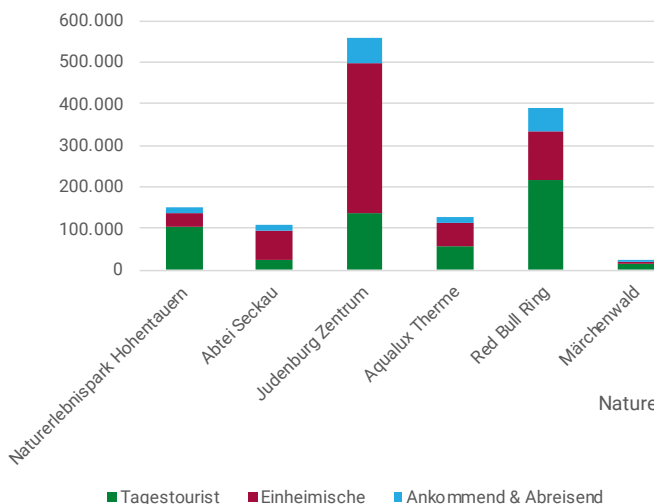
An zweiter Stelle folgt der **Red Bull Ring** mit rund **372.180 Besuchern (exkl. Großevents)**. Die Struktur zeigt hier eine ausgewogene Mischung aus Tagesgästen, Einheimischen sowie an- und abreisenden Gästen.

Der **Naturerlebnispark Hohentauern (139.300 Besucher)** weist einen klar dominierenden Anteil an Tagestouristen auf und fungiert als klassisches Ausflugsziel. Ähnlich strukturiert ist der **Märchenwald Steiermark mit 24.180 Besuchern**, wengleich auf niedrigerem Volumen. Die **Aqualux Therme (126.560 Besucher)** sowie die **Abtei Seckau (105.840 Besucher)** zeigen eine ausgewogene Besucherstruktur mit relevanten Anteilen an regionalem Publikum und Tagesgästen.

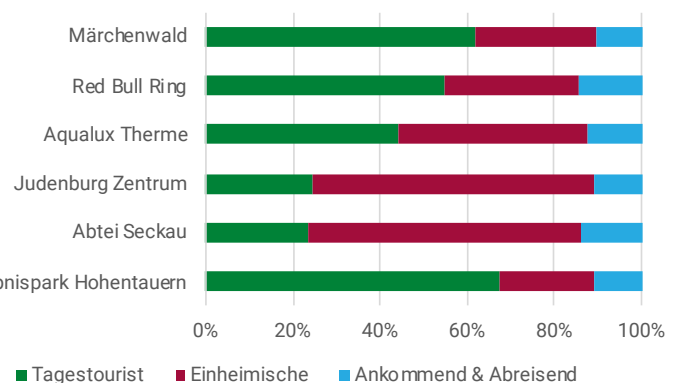
Insgesamt verdeutlichen die Mobilitätsdaten die unterschiedliche funktionale Rolle der POIs: Während urbane Standorte stark regional geprägt sind, generieren Leitbetriebe und Naturangebote zusätzliche überregionale Besucherströme. Diese differenzierte Besucherstruktur bildet eine wichtige Grundlage für gezielte Marketing- und Infrastrukturmaßnahmen im Murtal.

POI	Gesamtbesucher
Naturerlebnispark Hohentauern	139.300
Abtei Seckau	105.840
Judenburg Zentrum	546.760
AQUALUX Therme	126.560
Red Bull Ring	372.180
Märchenwald	24.180

POI Besucher im Detail



Besucher in Prozent



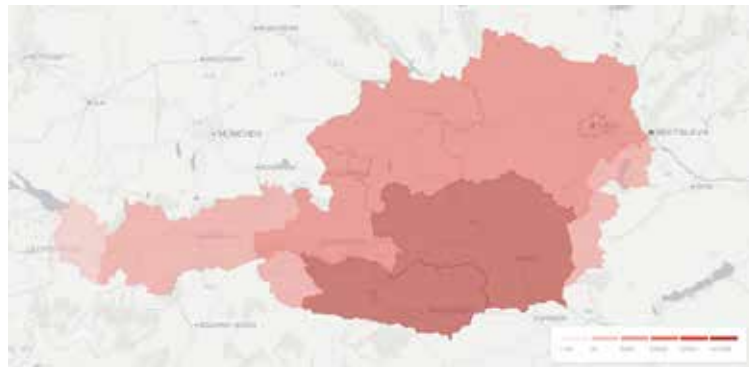
# STATISTIKEN

## MOBILITÄTSDATEN

### MOBILITÄTSDATEN VIA AI INVENIUM DEMOGRAFISCHE BESUCHERANALYSE

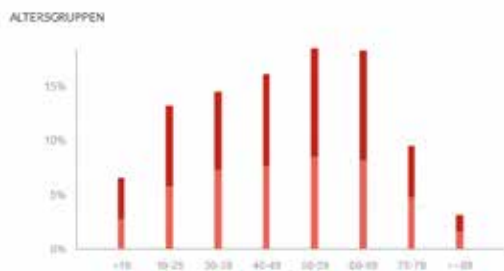
Die Mobilitätsdaten via AI Invenium bieten außerdem wertvolle Einblicke in die demografische Zusammensetzung der Besucher der Erlebnisregion Murtal. Dabei werden die Altersverteilung, Geschlechterverteilung, Herkunft und bevorzugten Aktivitäten analysiert.

Die demografischen Daten zeigen, dass das Murtal besonders für aktive Erwachsene, Outdoor-Fans und Kulturliebhaber attraktiv ist. Während der Tourismus aus Österreich stark bleibt, sind die internationalen Kernmärkte weiterhin relevant.



#### Altersgruppen

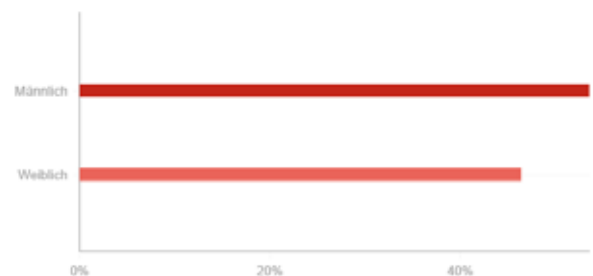
Die größte Besuchergruppe befindet sich in den Altersklassen 50–59 Jahre und 60–69 Jahre, gefolgt von den 40–49-Jährigen. Dies zeigt, dass das Murtal besonders für Best Ager und aktive Erwachsene attraktiv ist. Junge Besucher unter 18 Jahren sowie Personen über 80 Jahren machen hingegen nur einen kleinen Teil des Gesamtbesucheraufkommens aus.



#### Geschlechterverteilung

Die Region zieht leicht mehr männliche als weibliche Besucher an. Dies könnte auf die Beliebtheit von Motorsport-Events hinweisen, die traditionell einen höheren Männeranteil verzeichnen.

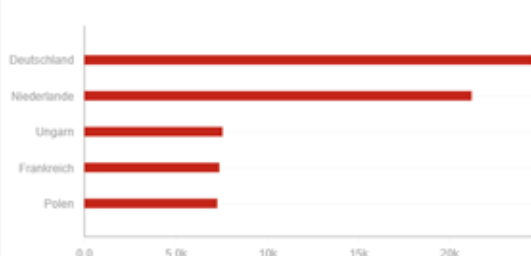
GESCHLECHTERVERTEILUNG



#### Herkunft der Besucher

Die Mehrheit der Gäste kommt aus Österreich, mit besonders hohen Besucherzahlen aus Steiermark, Oberösterreich, Niederösterreich und Wien. Internationale Gäste stammen hauptsächlich aus Deutschland, gefolgt von den Niederlanden, Ungarn, Frankreich und Polen. Dies zeigt eine starke Marktpräsenz in den Kernmärkten Mitteleuropas.

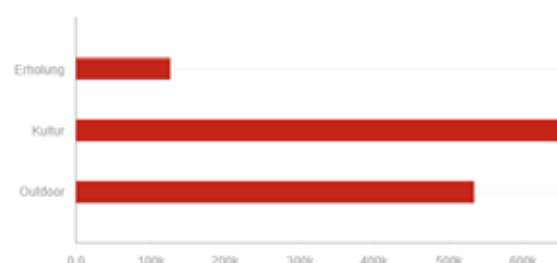
TOPNATIONEN



#### Aktivitätenverteilung

Besucher der Region bevorzugen Outdoor-Aktivitäten und kulturelle Erlebnisse, während der Bereich Erholung einen geringeren Anteil ausmacht. Dies unterstreicht das Image des Murtals als aktive und erlebnisreiche Destination, in der Naturerlebnisse und Veranstaltungen im Vordergrund stehen.

AKTIVITÄTENVERTEILUNG



# BEHERBERGERCOACH

## ENTWICKLUNG BETRIEBE, KOMMUNIKATION INTERN



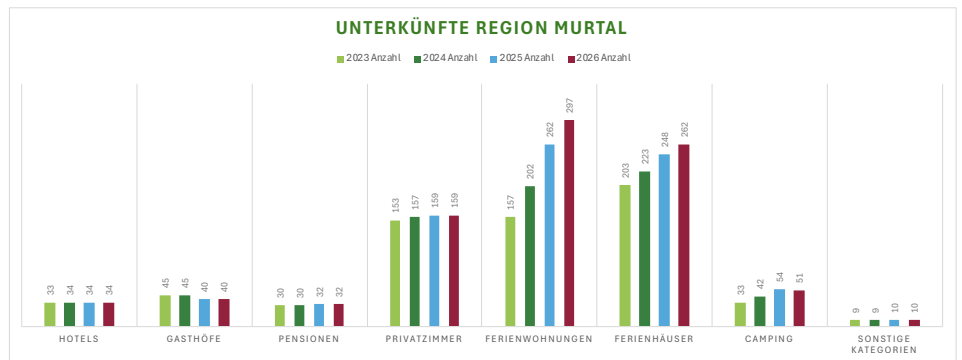
### BEHERBERGERCOACH

Der Beherbergercoach spielt eine zentrale Rolle in der Unterstützung und Weiterentwicklung der Beherbergungsbetriebe in der Region Murtal. 2025 wurden in unseren 20 Gemeinden insgesamt **118 Anmeldungen und 80 Abmeldungen** von Beherbergungsbetrieben durchgeführt, wodurch wir aktuell **885 aktive Beherbergungsbetriebe** in der Region haben.

Die Hauptaufgaben des Beherbergercoachs beinhalten die **Datenerhebung und Pflege der Betriebsdaten** in der Software **Feratel**, welche für die Anmeldung der Betriebe im Online-Meldewesen sowie die Erstellung von Nutzer-Logins verwendet wird. Darüber hinaus werden die Betriebe regelmäßig mit einem **wöchentlichen Infobrief** zu Veranstaltungen, Neuigkeiten und Terminen informiert.

Eine weitere wichtige Funktion ist die **Schulung der Betriebe** im Umgang mit dem **Feratel Deskline WebClient**, um sicherzustellen, dass die Betriebe die Buchbarkeit und Verfügbarkeit korrekt und effizient verwalten können. Zudem werden Vorschläge zur unterstützenden Software für Angebote und Buchungen unterbreitet und Kooperationen zur Erstellung von Packages in Zusammenarbeit mit der Marketingabteilung gefördert.

Die kontinuierliche Steigerung der Auslastung und Vertriebsoptimierung der Betriebe ist ein zentrales Ziel, das durch eine enge Zusammenarbeit und die Schaffung von Kooperationsverträgen sowie der Unterstützung bei der Winter- und Sommerausflugszielvermarktung erreicht wird.



Unterkunftsart	2026 (Stand Februar)	Veränderung
Hotels	34	-
Gasthöfe	40	-
Pensionen	32	-
Privatzimmer	159	-
Ferienwohnungen	297	+ 35
Ferienhäuser	262	+ 14
Camping	51	- 3
Sonstige	10	-
<b>Gesamt</b>	<b>885</b>	<b>+ 46</b>

Ein zentraler Punkt ist auch die Informationsweitergabe zur **Murtal Gästecard**, die es seit 2025 auch in digitaler Form gibt.

#### Schulungen

2025 wurden 16 Schulungen durchgeführt mit gesamt 74 TeilnehmerInnen. Ziel ist es, den Betrieben Feratel näher zu bringen und die Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband allgemein zu verbessern.

#### Betten

Aktuell bietet die Erlebnisregion Murtal für ihre Gäste gesamt **49.730 Betten**, davon sind 40.548 Camping-Betten.

# MARKETING

## DIE MISCHUNG MACHT'S!



### ÜBERBLICK MARKETINGMASSNAHMEN 2025

Unter dem Leitslogan „**Die Mischung macht's**“ standen die Marketingmaßnahmen 2025 ganz im Zeichen der Vielseitigkeit unserer Region. Ein zentrales Ziel war es, das Murtal noch stärker als **Region der Kontraste** zu positionieren – eine Destination, in der sich Action und Entspannung, Natur und Motorsport, Tradition und Moderne harmonisch vereinen.

Mit den Subthemen **Motorentspannung, Zirbenrauschen, Entdeckungsradln und Kulturaction** wurde gezielt auf diese Vielfalt eingegangen. Die Kampagnen sprachen unterschiedliche Zielgruppen an und kombinierten dynamische Erlebnisse mit ruhigen Genussmomenten, um die Einzigartigkeit des Murtals authentisch zu vermitteln und sowohl neue als auch bestehende Gäste zu begeistern. Im Design wird für die Darstellung der Kontraste nun verstärkt mit Foto + Illustration gearbeitet.

### ZIELGRUPPE DER ERLEBNISREGION MURTAL

Die Erlebnisregion Murtal spricht gezielt eine vielseitige Zielgruppe an, die sich durch unterschiedliche Interessen und Reisebedürfnisse auszeichnet.

**Potenzielle Gäste** sind dabei vor allem Genießer, Abenteurer und Erholungssuchende, die das Murtal für seine Kontraste aus Action und Entspannung schätzen. Sie kommen sowohl aus dem Inland als auch aus den wichtigsten internationalen Herkunftsmärkten und suchen authentische Erlebnisse in Natur, Kultur und Sport. Besonders Familien, Aktivurlauber, Motorsportfans und Naturliebhaber fühlen sich von der Region angezogen.

Märkte: AT, DE, NL

Alter: 20 bis 65+ Jahre (wobei Fokus auf 45+ Gästen)



**Markenbotschafter:innen der Region** sind Einheimische und Partner, die die Vielfalt des Murtals aktiv kommunizieren. Durch ihre Erlebnisse und Empfehlungen tragen sie maßgeblich zur Imagebildung bei und verstärken die Positionierung als abwechslungsreiche Region der Kontraste, in der sowohl Adrenalin als auch Entschleunigung ihren Platz haben.



### ÜBERBLICK KAMPAGNEN 2025

2025 kann der Großteil der Marketingmaßnahmen der **Hauptkampagne „Die Mischung macht’s“** zugeordnet werden. Hierfür wurden einerseits allgemeine übergreifende Aktionen gesetzt (z.B. gemeinsame Drucksorten oder Online Kampagnen), aber auch spezifische Maßnahmen mit folgenden Themen:

- Motorentspannung (siehe S. 18)
- Entdeckungsrädn (siehe S. 19)
- Zirbenrauschen (siehe S. 20)
- Kulturaction (siehe S. 21)

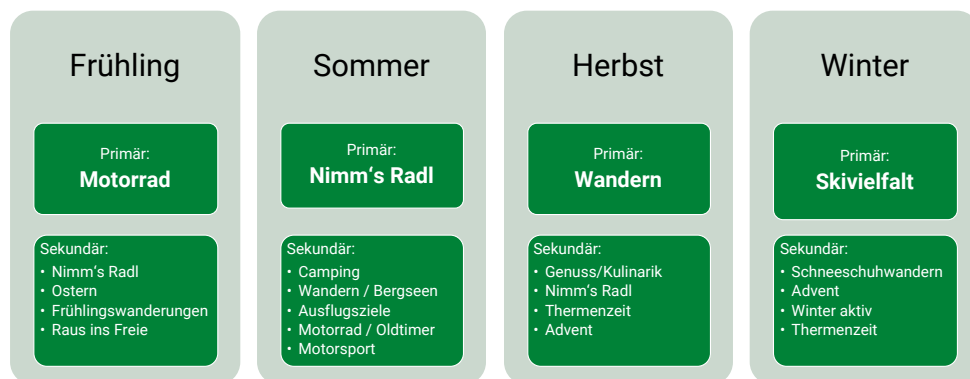
Wichtig war dabei, dass Beherbergungsbetriebe sowie Kulinarik stets als übergreifendes Thema inkludiert wurden. In diesem Zuge wurde heuer außerdem im Herbst wurde das erste mal das neue Produkt **„Z’HERBST - Der Murtaler Zirbenherbst“** mit einem Softlaunch durchgeführt.

Im Herbst/Winter gab es dann Adaptionen für die **Kampagne „Die weiße Mischung macht’s“**, indem statt Entdeckungsrädn und Zirbenrauschen die Themen Schneeschuhschlemmen und Skivielfalt zum Einsatz kamen (siehe S. 23).

Zusätzlich gab es eine größere **„Camp & Bike“ Kampagne**, bei welcher vor allem internationale Maßnahmen in den Niederlanden, gesetzt wurden. Das Ziel hierbei war es, Camping im Murtal mit allen möglichen Aktivitäten verknüpft darzustellen. (siehe S. 22)

Ein Großteil dieser Maßnahmen wurde dankenswerterweise einerseits durch eine Landesförderung gestützt.

Einen detaillierten Überblick über die Themen liefert folgende Grafik:



### ZIELE 2025

Das übergeordnete Ziel 2025 war es, das Murtal als Ganzjahresdestination zu etablieren. Das Überthema „Die Mischung macht’s“ wurde im Laufe des Jahres 2025 weiter etabliert und gefestigt.

Folgende **Subziele** wurden weiterführend definiert und laufend durch Online Kennzahlen, Offline Reportings und Nächtigungszahlen kontrolliert:

- Steigerung der Sichtbarkeit der Möglichkeiten im Murtal
- Stärkung der regionalen Zuordenbarkeit zum Murtal
- Stärkung der emotionalen Zugehörigkeit zum Murtal
- Steigerung der Frequenz in den Ausflugszielen
- Steigerung der Nächtigungen
- Darstellung von Betrieben/Partnern in allen Gemeinden
- (Weiter-)Entwicklung vom Z’Herbst

# MARKETING

## DIE MISCHUNG MACHT'S MASSNAHMEN

### ALLGEMEINE MASSNAHMEN ON- & OFFLINE

Der Slogan „Die Mischung macht’s“ soll natürlich über alle Produkte hinweg an Bekanntheit gewinnen, weshalb Maßnahmen gesetzt wurden, welche alle Inhalte vereinen. Folgende Aktivitäten zählen hier dazu:

### ONLINE IMAGEKAMPAGNE

Das Kampagnenthema „Die Mischung macht’s“ wurde gezielt auch online gespielt, um die Zielgruppe über zahlreiche digitale Kontaktpunkte zu erreichen. Im Jahr 2025 wurden dazu verschiedene Maßnahmen im Performance Marketing umgesetzt. Grundlage bildete ein Full-Funnel-Ansatz mit Aktivitäten entlang der Phasen Awareness, Traffic und Conversion. Die Ausspielung erfolgte über die Plattformen Meta (Facebook & Instagram), Google (inklusive Performance Max) sowie TikTok.

Die Anzeigen wurden in Österreich (ausgenommen Westösterreich), in Süddeutschland sowie teilweise in den Niederlanden ausgespielt. Insgesamt konnten dabei folgende Ergebnisse erzielt werden: 14.719.005 Impressionen, 112.971 Klicks, eine durchschnittliche Sitzungsdauer von 2:32 Minuten sowie eine Engagementrate von 75,64 %.

Nachfolgend sind Screenshots zu den plattformspezifischen Ergebnissen sowie zu den erfolgreichsten Creatives dargestellt. Inhaltlich lassen sich die umgesetzten Maßnahmen in Sommer-Maßnahmen, die Z’HERBST-Kampagne sowie die Niederlande-Kampagne gliedern.

#### Eckdaten:

- Märkte: Österreich, Deutschland, Niederlande
- Laufzeit: Mai bis Oktober 2025
- Maßnahmen: Google Search Ads, Meta Ads, & TikTok Ads
- Ziele: Awareness, qualitativ hochwertiger Website-Traffic und Conversions

#### Ergebnisse über die gesamte Laufzeit:

- Über **14 Mio. Impressionen**
- Über **112.971 Klicks** mit einer durchschnittlichen Sitzungsdauer von 2:32 Minuten
- **Interaktionsrate 75,64%**
- Google: knapp **10k Verfügbarkeit prüfen**



# MARKETING

## DIE MISCHUNG MACHT'S MASSNAHMEN

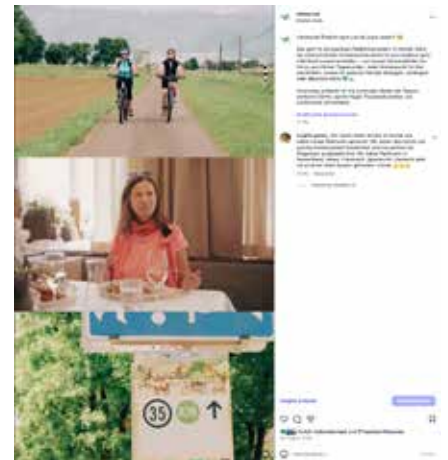
### SOCIAL CLIPS MEIN BEZIRK

Gemeinsam mit Mein Bezirk wurden 12 Videos für Social Media (Facebook/Instagram) erstellt, welche die Aktivitäten und Ausflugsziele der Region in den Vordergrund stellen. Alle Videos wurden einerseits von der Region Murtal veröffentlicht und andererseits von Mein Bezirk in den Bezirken Murtal und Graz zusätzlich beworben.

Jedes Video stellte dabei die Murtaler Mischung vor, z.B. Sternenturm Judenburg + Kulinarik oder Radknotensystem + Kulinarik oder Radknotensystem + Edelsteine Krampfl usw.

Folgende Ergebnisse konnten dabei ca. pro Video erzielt werden:

- 25.000 Impressionen
- Knapp 1.000 Link Clicks



### OFFLINE MASSNAHMEN

Zusätzlich zu den Online Maßnahmen wurden auch offline Produkte sowie Inserate erstellt.

#### Murtal Sticker

Sticker, welche auf Autos, Geräten, Produkten usw. angebracht werden können, um die Aufmerksamkeit auf die Region zu steigern.

#### Papiertragetaschen

Tragetaschen, welche mit der illustrierten Karte die Mischung im Murtal repräsentieren und somit unabhängig vom Inhalt stets die weiteren Themen/Produkte mitkommunizieren können.

#### Inserate: Presse & Weekend

Print-Inserate in der Presse und in der Urlaub&Freizeit Weekend Ausgabe, welche die Murtaler Mischung repräsentieren.



Weekend Urlaub-Freizeit



Presse Schaufenster

# MARKETING

## DIE MISCHUNG MACHT'S MASSNAHMEN - MOTORENTSPANNUNG

### MOTORENTSPANNUNG

Mit Vollgas der Entspannung entgegen. Von adrenalingetriebener Action am Red Bull Ring, bei Motorradtouren oder beim Kartfahren bis hin zu entschleunigendem Durchatmen bei kristallklaren Bergseen oder Entspannung in der Aqualux Therme.

Die Erlebnisregion Murtal ist für Motorsport aufgrund der Großveranstaltungen am Red Bull Ring bereits über die Grenzen hinaus bekannt. Unter dem Begriff „Motorentspannung“ werden die Kontraste innerhalb der Region noch besser dargestellt: zwischen Action und Entspannung. Dafür werden Maßnahmen rund um die Großveranstaltungen (Formel 1, MotoGP) gesetzt, um Gästen, die bereits vor Ort sind, zu zeigen, was es in der Region außerhalb der Veranstaltung noch zu erleben gibt. Folgende Aktivitäten wurden umgesetzt:

#### Hyper Local Targeting Display Kampagne

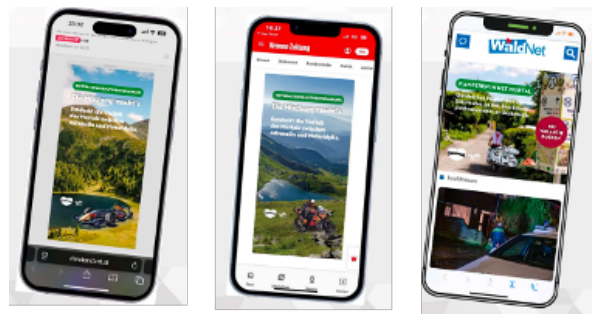
In Kooperation mit About Media wurden während der 2 Großveranstaltungen (Formel 1, und MotoGP) Display-Ads geschaltet, die lokal stark eingegrenzt wurden. Das bedeutet, dass Gäste, die rund um Spielberg bei den Veranstaltungen vor Ort waren, diese Ads in Online-Portalen (vorwiegend Nachrichtenportale) zu sehen bekamen. Ziel war es, die Kontraste der Region zu zeigen und dadurch auf weitere Freizeitmöglichkeiten in der Region aufmerksam zu machen. Im Anschluss wurde dann eine Retargeting-Kampagne in den Niederlanden geschaltet, die genau die Besucher erreichte, die bereits in Österreich bespielt wurden.

Folgende Werte konnten dabei in AT erzielt werden:

- 151.672 Sichtkontakte bei mindestens 46.000 unique users (ohne opt-out User)
- Über 8 00 Klicks auf die Website

Folgende Werte wurden danach im Retargeting in NL erzielt:

- 132.294 Sichtkontakte
- Über 1.200 Klicks auf die Website



#### Motorrad und Oldtimer

Das Murtal hat neben den Motorsport-Großveranstaltungen auch viele Motorrad- und Oldtimertouren für Motorsportfans zu bieten. Hierzu wurden einerseits Karten nachgedruckt sowie bzgl. Motorrad eine komplett neue Karte in einer Auflage von 30.000 Stück erstellt.

Um das Thema Oldtimer weiter zu stärken, wurde außerdem ein größeres Advertorial mit Touren- und Ausflugstipps in der Murtal Classic Broschüre geschaltet.



#### Streuartikel für Großveranstaltungen

Die **Sticker** rund um die Großveranstaltungen haben sich über die vergangenen Jahre etabliert und weisen mittlerweile einen deutlichen Sammelcharakter auf.

Ergänzend wurden **Lebkuchenherzen** der Konditorei Regner in Seckau als aufmerksamkeitsstarkes „Betthupferl“ eingesetzt. Diese wurden mit den Regionslogos versehen und an Beherbergungsbetriebe verteilt. Zusätzlich standen **Postkarten** zur Verfügung, während verbleibende Werbemittel gezielt im Rahmen von Veranstaltungen ausgegeben wurden.

Analog zu den Sportveranstaltungen kamen auch bei Großveranstaltungen **Traubenzucker** in nachhaltiger Verpackung mit Murtal-Branding zum Einsatz. Ergänzend wurden **Quietschentchen** angekauft und für eine qualitative Verteilung genutzt.



# MARKETING

## DIE MISCHUNG MACHT'S MASSNAHMEN - ENTDECKUNGSRADLN

### ENTDECKUNGSRADLN

Nimm's Radl im Murtal und entdeckt die Vielfalt der Region. Vom Radknotensystem bis hin zu MTB-Trails und Rennradtouren – im Murtal ist für jeden was dabei.

Im Zuge von „Die Mischung macht's 2025“ wurden Maßnahmen, welche bereits über das Projekt „Camp & Bike“ (inter)national umgesetzt wurden, noch weiter regional ergänzt. Ziel war es die Tourismusgesinnung und das regionale Interesse zum Thema Rad noch weiter zu stärken. Hierzu wurden eigene Maßnahmen sowie welche in Partnerschaften umgesetzt:

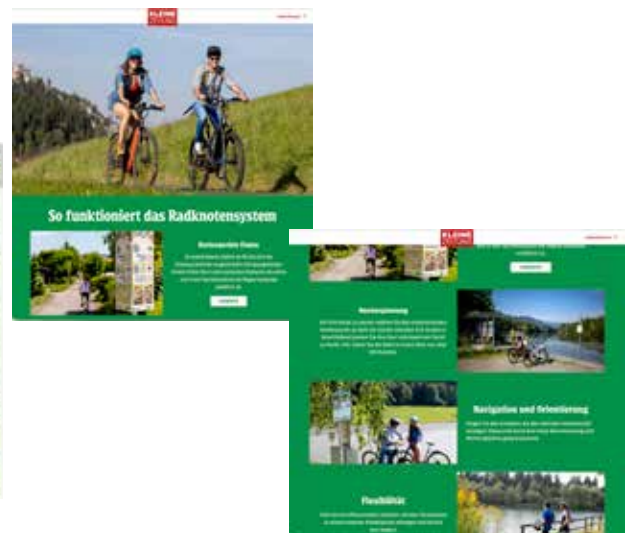
#### Inserate (über)regional: Mein Bezirk, Kleine Zeitung, Tour de Mur Broschüre

Hier wurde jeweils das Thema Radknotensystem und die Radvielfalt im Murtal forciert. Siehe rechts ein Beispiel für das Inserat, für alle Medien wurden ähnliche Grafiken gewählt, um einheitlich zu kommunizieren.



#### Styleboard Story Kleine Zeitung

Hier wurden in Kooperation mit der Wirtschaftsinitiative Kraft das Murtal Online-Maßnahmen gesetzt, um das Thema Rad gemeinsam zu stärken: Bewegung in der Freizeit und nachhaltiger Arbeitsweg.



# MARKETING

## DIE MISCHUNG MACHT'S MASSNAHMEN - ZIRBENRAUSCHEN

### ZIRBENRAUSCHEN

Auf Almen und zwischen rauschenden Zirben locken 92 Gipfel über 2.000 Meter. Naturerlebnisse – etwa zur Almrauschblüte – und Hütten-Kulinarik mit Murtaler Steirerkäse machen das Murtal besonders.

Die Erlebnisregion bietet Touren für alle: von gemütlichen Spaziergängen im Tal bis zu anspruchsvollen 2.000ern. Diese Vielfalt sollte im Sommer 2025 stärker kommuniziert werden. Zudem wurde mit „Z'HERBST im Murtal“ ein eigenes Angebot zur Bewerbung des Herbsturlaubs geschaffen. Dafür kam ein abgestimmter Maßnahmenmix zum Einsatz:

#### **Kooperationen mit Online-Plattformen:**

- Es wurde eine Collection für den Z'HERBST auf **Komoot** erstellt.
- Auf **Bergfex** wurden weitere Aktionen wie PromoBox, Gewinnspiel und Tipp der Woche eingesetzt.
- Weiters wurde die Kooperation mit **SummitLynx** weiter verlängert.

#### **Wanderbroschüre**

Im Schwerpunkt „Zirbenrauschen“ entstand eine Wanderbroschüre für die gesamte Erlebnisregion Murtal – als Ergänzung zur 2024 veröffentlichten Wanderkarte. Dafür wurden erneut alle alpinen Vereine eingebunden, um passende, gut gewartete und markierte Touren auszuwählen. Das Ergebnis: 30 weitere Top-Touren, die die 20 Routen der Karte ideal ergänzen und alle Gebirgszüge abdecken. Auflage: 40.000 Stück.



#### **Inserate / Berichte:**

Zusätzlich wurden verschiedene Print- und Onlinemaßnahmen in Sport Aktiv, Mein Bezirk, Grazer, ÖVV und Kronen Zeitung geschaltet.



#### **Plakate, Beachflags, Roll Ups, Foto- & Film Produktion**

Um die Bewerbung des **Z'HERBSTs** voranzutreiben wurden allen teilnehmenden Betrieben Roll Ups und Beachflags zur Verfügung gestellt, weiters wurde eine Z'HERBST Speisekarte erstellt. Um das Projekt bereits für 2026 besser vorzubereiten, wurden Fotoshootings und Video-Produktionen umgesetzt. Das Material kommt ab 2026 zum Einsatz.

#### **Wander-Merchandise**

Produkte zum Wandern runden das Sortiment ab. Diese waren Sitzkissen, Socken, Kappen mit Murtal-Logo und Steiermarkherz.

#### **Influencer-Maßnahmen**

Mit „Gepackt & Los“ wurde eine Kampagne umgesetzt, wo einerseits bereits 2025 berichtet wurde und dann aber das Material noch einmal 2026 zur Vorabbewerbung für den nächsten Herbst verwendet wird.



# MARKETING

## DIE MISCHUNG MACHT'S MASSNAHMEN - KULTURACTION

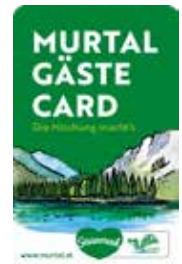
### KULTURACTION

Von Familienschätzen bis hin zu Museen. Im Murtal geht's actiongeladener durch den Kultursommer mit viel Abwechslung für die ganze Familie.

Um neben Wander-, Motorsport- und Radfans auch Familien für die Region Murtal zu begeistern, wurden weiterführend im Sommer 2025 diverse Maßnahmen zum Thema Kulturaction gesetzt. Jene Aktivitäten betreffen vor allem Familien- und Kulturausflugsziele in der Region. Gerade bei diesen Aktivitäten ist es uns auch immer wichtig, dass ein Teil der Aktivitäten innerhalb der Region gesetzt wird, um auch die Einheimischen zu informieren. Folgende Maßnahmen wurden durchgeführt:

### Gemeinsame Marketingaktivitäten mit Ausflugszielen:

Um die Ausflugsziele besser gesamt darstellen zu können, wurde einerseits wieder eine eigene Broschüre als Verzeichnis aller Möglichkeiten erstellt (Auflage: 15.000 Stk.) und andererseits das dazugehörige Design der Murtal Gästecard adaptiert. Des Weiteren gab es gemeinsame Werbeaktivitäten:



- 3 Doppelseiten im Murau-Murtal Erleben (Auflage: 20.000 Stk, als Beilage per Post)
- Inserat, Advertorial und Display-Werbung auf MeinBezirk
- Merchandise zur qualitativen Verteilung an Presse und Co.: Murtalnetten (Badelatschen für die Therme) & Magnete (Kleine Historische Stadt Judenburg)



Discover the variety of excursion destinations in the Murtal.



### Influencer-Kooperation mit nunu-reist

Zusätzlich zu den klassischen Maßnahmen, wurde auch eine Influencer-Kooperation mit nunu-reist umgesetzt. Hierzu kam die Familie aus Wien in die Region, übernachtete bei einem Bauernhof und besuchte diverse Ausflugsziele. Folgende Ergebnisse konnten dabei erzielt werden:

- o Ca. 500 Blogbeitrag-Besuche
- o 6 Std. Wiedergabedauer der Reels auf Facebook
- o 27.000 Reel-Aufrufe auf Instagram

Alle diese Maßnahmen konnten die Reichweite und Bekanntheit der Ausflugsziele der Region stärken. Die Influencer-Kooperation hat z.B. weiterführend sogar erreicht, dass der Betrieb, wo die Familie übernachtet hat, für die restliche Saison so gut wie ausgebucht war.

# MARKETING

## DIE MISCHUNG MACHT'S MASSNAHMEN - WINTER

### DIE WEISSE MISCHUNG

Winter im Murtal ist mehr als „nur“ Schnee! Wir bieten ein breitgefächertes Angebot, um die perfekte (weiße) Mischung für die ganze Familie anbieten zu können: von Skivielfalt über Schneeschuhschlemmen und Motorentspannung bis hin zu Kulturaction.

Um auch die Wintersaison weiterführend zu stärken, wurden einerseits Online-Maßnahmen gesetzt und andererseits gemeinsame Maßnahmen in Kooperation mit Skiliften, Langlaufloipen und Ausflugszielen. Weiters wurden auch wieder neue Drucksorten erstellt, um den Winter in der Region stärker zu bewerben.



### OFFLINE MASSNAHMEN

#### Neue Winterkarte - Top 20 Touren

Die neu aufgelegte Winterkarte der Region Murtal dient als zentrales Informations- und Planungsinstrument für winterliche Outdoor-Aktivitäten. Sie umfasst eine Auswahl der 20 Winterwanderwege, Schneeschuhrouten und Skitouren der Region. Die Karte bietet strukturierte Tourenbeschreibungen, übersichtliche Höhenprofile sowie praxisorientierte Hinweise. Die Inhalte wurden in Zusammenarbeit mit den Alpinen Vereinen der Region erarbeitet, um eine verlässliche Grundlage für sichere und gut planbare Wintertouren bereitzustellen.

#### Ausflugszielefolder

Der neu konzipierte Winterausflugszielefolder bietet eine strukturierte Übersicht über vielfältige Freizeitmöglichkeiten in der Region Murtal. Er präsentiert zahlreiche Anregungen für abwechslungsreiche Wintertage, darunter Kultur- und Museumsangebote, Thermen- und Hallenbäder, sportliche Aktivitäten sowie familienorientierte Programme. Ziel der Publikation ist es, die Bandbreite der winterlichen Angebote kompakt darzustellen und Besucherinnen und Besuchern eine praktische Orientierungshilfe zu bieten.

Der Folder erscheint in diesem Jahr erstmals im neuen Design und wurde auf ein handliches A5-Format umgestellt, um eine verbesserte Nutzbarkeit und ein einheitliches Erscheinungsbild der Informationsmedien sicherzustellen.



# MARKETING

## DIE MISCHUNG MACHT'S MASSNAHMEN - WINTER

### Print Inserate in Kooperation mit den Ausflugszielen

Im Zuge der Wintermaßnahmen wurden mehrere Kooperationen mit Printmedien in Kombination mit Onlineaktionen durchgeführt. Hier konnten die Winterausflugsziele (Skilifte, Indooraktivitäten usw.) teilnehmen. Im ÖSV Magazin, Sport Aktiv, der Grazer und Mein Bezirk gab es Inserate und Berichte, die von Onlineschal-tungen auf den jeweiligen Kanälen unterstützt wurden. So wurde eine bestmögliche Streuung und Reichweite erzielt. Hier wurde vor allem auch der Fokus auf die Trainingsmöglichkeiten im Murtal gesetzt.

**REGION**

**DIE WEISSE MISCHUNG IM MURTAL**  
Im Murtal verbindet für einen Winter zwischen Action und Erholung mit mehr als nur Schnee.

**KEINE VERLÄSSELNUNG IM MURTAL**

- Familien-Disziplin
- Action und Bad Day
- Fische
- Landgast
- Schneeschuhwandern
- Skifahren
- Indoor-Aufzüge als
- Schneesportparadies

**Das Murtal** bietet einen unvergleichlichen Naturerlebnisraum. In Kombination aus Action und Erholung ist das Murtal ein idealer Ort für den Winterurlaub. Die weiße Mischung im Murtal verbindet für einen Winter zwischen Action und Erholung mit mehr als nur Schnee. Das Murtal bietet einen unvergleichlichen Naturerlebnisraum. In Kombination aus Action und Erholung ist das Murtal ein idealer Ort für den Winterurlaub.

**Regionales Murtal**

1 + 43 3077 0000  
2 + 43 3077 0000  
www.murtal.at

Einschaltung ÖSV

**anzeige**

**Die perfekte weiße Mischung**  
Winter im Murtal im Herzen der Steiermark bedeutet mehr als „nur“ Schneelandschaften. Entdeckt beim Urlaub die perfekte Mischung aus Action und Entspannung.

**Die perfekte weiße Mischung**  
Winter im Murtal im Herzen der Steiermark bedeutet mehr als „nur“ Schneelandschaften. Entdeckt beim Urlaub die perfekte Mischung aus Action und Entspannung.

**FAMILIENSCHIEBETRIEB RIESSERLH**  
Für die ganze Familie ein perfekter Ort für den Winterurlaub.

**Die perfekte weiße Mischung**  
Winter im Murtal im Herzen der Steiermark bedeutet mehr als „nur“ Schneelandschaften. Entdeckt beim Urlaub die perfekte Mischung aus Action und Entspannung.

Einschaltung Grazer

**Die weiße Mischung**  
Winter im Murtal im Herzen der Steiermark bedeutet mehr als „nur“ Schneelandschaften. Entdeckt beim Urlaub die perfekte Mischung aus Action und Entspannung.

**Die weiße Mischung**  
Winter im Murtal im Herzen der Steiermark bedeutet mehr als „nur“ Schneelandschaften. Entdeckt beim Urlaub die perfekte Mischung aus Action und Entspannung.

**Die weiße Mischung**  
Winter im Murtal im Herzen der Steiermark bedeutet mehr als „nur“ Schneelandschaften. Entdeckt beim Urlaub die perfekte Mischung aus Action und Entspannung.

Einschaltung Sport Aktiv

### ONLINE MASSNAHMEN

Das Kampagnenthema „Die weiße Mischung“ wurde gezielt auch online gespielt, um die Zielgruppe über zahlreiche digitale Kontaktpunkte zu erreichen. Im Jahr 2025 wurden dazu verschiedene Maßnahmen im Performance Marketing umgesetzt. Grundlage bildete ein Full-Funnel-Ansatz mit Aktivitäten entlang der Phasen Awareness, Traffic und Conversion. Die Ausspielung erfolgte über die Plattformen Meta auf Facebook und Instagram.

Die Anzeigen wurden in Österreich (ausgenommen Westösterreich) sowie in Süddeutschland ausgespielt. Insgesamt konnten dabei folgende Ergebnisse erzielt werden:

#### Eckdaten:

- Märkte: Österreich, Deutschland
- Laufzeit: Oktober bis Dezember 2025
- Maßnahmen: Facebook & Instagram
- Ziele: Awareness & Conversions

#### Ergebnisse über die gesamte Laufzeit:

- Über **850.000 Impressions**
- Über **10.000 Klicks**
- Über **4.000 Landingpageaufrufe**



# MARKETING

## CAMP & BIKE

### INTERNATIONALE STÄRKUNG DURCH KOOPERATIONEN IM BEREICH CAMP & BIKE

In der Erlebnisregion Murtal wird das Thema Camping immer wichtiger und das nicht nur im Sinne des Eventcampings rund um die Großveranstaltungen, sondern vor allem das Camping auf unseren top Campingplätzen. Dafür wurden 2025 Aktionen gesetzt, um das Camping für die nächsten Sommersaisons noch besser in Szene setzen zu können. Dabei ist wichtig, dass nicht nur die Campingplätze und das Campen an sich beworben werden, sondern auch die Aktivitäten rundherum. Erfahrungsgemäß ist vor allem das Thema Radfahren in Kombination mit Camping wichtig. Im Fokus beim Radfahren stand dabei unser einzigartiges Radknotensystem, welches vor allem in den Niederlanden, Belgien und Dänemark gängig ist und dadurch auch in der internationalen Bewerbung Anklang gefunden hat.

Im Rahmen der internationalen Marktbearbeitung mit Fokus auf den niederländischen Markt wurden mehrere wirkungsvolle Kooperations- und Medienmaßnahmen umgesetzt, um das Murtal als attraktive Camp&Bike-Destination zu positionieren.



#### **Camp to Go**

Ein zentraler Baustein war die Zusammenarbeit mit dem niederländischen TV-Format „Camp to Go“. Für diese Kooperation wurden drei hochwertige Videobeiträge produziert, die Campingplätze im Murtal sowie Radfahr- und Ausflugsziele in der Region präsentieren. Die Inhalte wurden sowohl auf der Website von Camp to Go als auch auf der eigenen TV-Plattform veröffentlicht und in der Sendung auf RTL4 ausgestrahlt. Die Ausstrahlung erfolgte im Zeitraum von Dezember 2024 bis März 2025 mit mehreren Wiederholungen auf RTL4. Pro Episode wurden rund 650.000 bis 800.000 Zuschauer:innen erreicht. Zusätzlich ist das Murtal dauerhaft auf der Camp-to-Go-Website als Reiseziel eingebunden. Durch diese Maßnahme konnte eine hohe Reichweite in einer campingaffinen Zielgruppe erzielt und die Bekanntheit des Murtals im niederländischen Markt nachhaltig gesteigert werden.

#### **Fietsactief**

Eine weitere internationale Maßnahme war die Kooperation mit dem niederländischen Outdoor- und Campingmedium Fietsactief. In einem 24-seitigen Beileger zum Thema „Radfahren & Camping“ wurde das Murtal umfassend vorgestellt, inklusive Tourentipps und Empfehlungen zu Campingplätzen. Der Beileger erschien in einer Auflage von 12.388 Exemplaren bei allen Abonnenten und sorgte für zusätzliche Sichtbarkeit in der niederländischen Zielgruppe. Zusätzlich wurden 10.000 Stück zur eigenen Verteilung angeliefert.

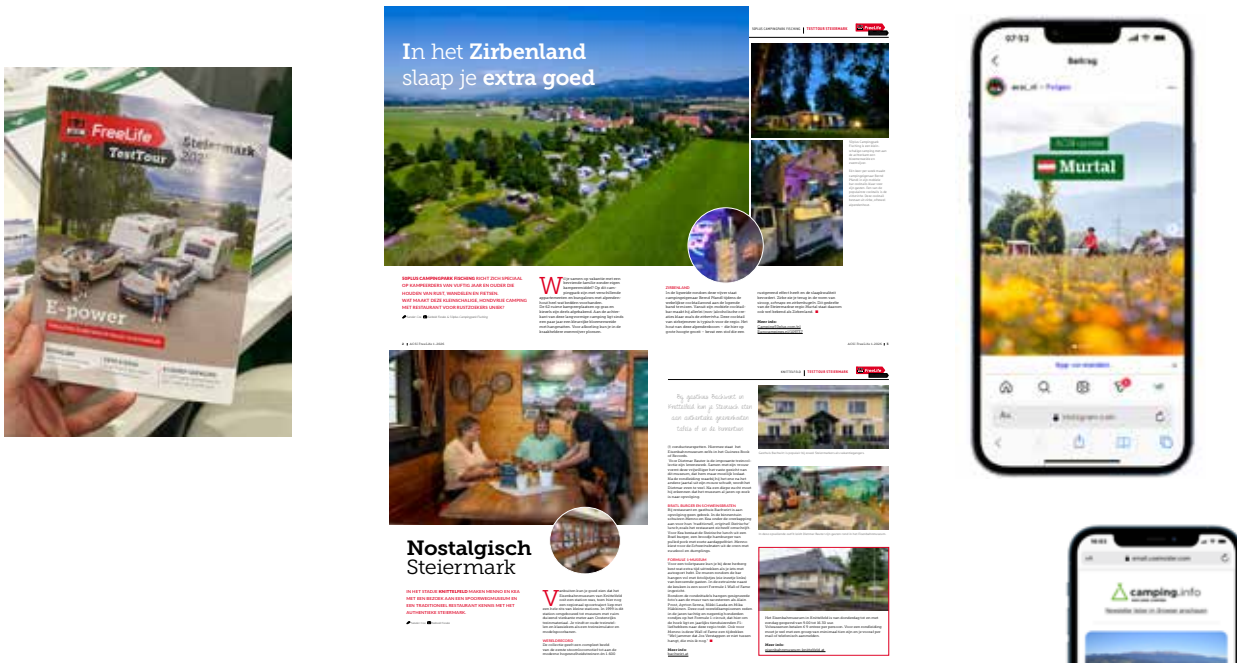
Zusätzlich dazu wurde eine 8-seitige Strecke im Fietsactief Magazin selbst veröffentlicht, sowie online auf Website und Social Media Kanälen verlängert.



### ACSI Freelife Testtour Steiermark

Ergänzend dazu wurde eine ACSI Freelife Testtour durch die Steiermark in Kooperation mit der Region Graz umgesetzt. Die ACSI FreeLife TestTour ist ein niederländisches Projekt, das von ACSI auf seinen niederländischen Content-Plattformen präsentiert und promotet wird, unterstützt durch die Plattformen von Partnern. Im Zuge dieser Reise wurden Campingplätze getestet und redaktionell aufbereitet. Die Ergebnisse wurden über verschiedene Kanäle ausgespielt, darunter Website, Newsletter, YouTube sowie Printmedien. Zudem wurde eine eigene Broschüre erstellt und das Murtal als Bestandteil des ACSI Freelife Magazins präsentiert. Diese Maßnahme stärkte die Positionierung des Murtals innerhalb eines renommierten Campingnetzwerks und erreichte gezielt eine qualitätsbewusste, campingaffine Zielgruppe.

Für die Umsetzung dieser Testtour wurden zwei Teams – ein junges aktives Paar und ein 50+ Paar – mit einem neuen Wohnwagen und Zugfahrzeug auf eine spannende Testreise durch die Steiermark geschickt. Begleitet wurden sie von den Redakteuren des Magazins ACSI FreeLife, die ihre Erlebnisse und Erfahrungen in Interviews, Hintergrundartikeln, Fotos und Social-Media-Posts festhielten. Zusätzlich war ein Filmteam vor Ort, um inspirierende Videos von der Region und den zahlreichen Aktivitäten zu erstellen.



### camping.info

Die internationale Bewerbung wurde weiterführend auch im deutschen Raum verlängert. Hierzu wurde eine Kooperation mit camping.info aus der Vergangenheit weitergeführt. Durch einen Newsletter, Social Media Postings und ein Gewinnspiel konnte die Reichweite bei deutschen Camp & Bike Interessierten weiter ausgebaut werden.

### Reisejournalisten DK

Um die internationale Bewerbung von Camp & Bike noch weiter voranzutreiben, kam zusätzlich eine Kooperation mit dänischen Journalisten zustande. Das entstandene Material wird einerseits online auf deren Blog sowie auf Social Media und andererseits im dänischen Fernsehen ausgespielt. Hierdurch konnten bereits einige Buchungen bei dänischen Gästen erzielt werden.

# MARKETING

## CAMP & BIKE

### Influencer Kooperation mit „aussieventure“

Mit dem Ziel auch die Zielgruppe zu erreichen, die mit Hunden campen, wurde eine Kooperation mit der Influencerin @aussieventure umgesetzt. Sie besuchte den Campingplatz Murinsel und hat im Zuge der Kooperation folgendes umgesetzt:

- 80 Fotos zur freien Verwendung
- 1 Imageclip ca. 1 min inkl. Cut-Down Varianten zur freien Verwendung
- Reichweite über @aussieventure mit mehreren Reels, und Postings sowie Story-Begleitung

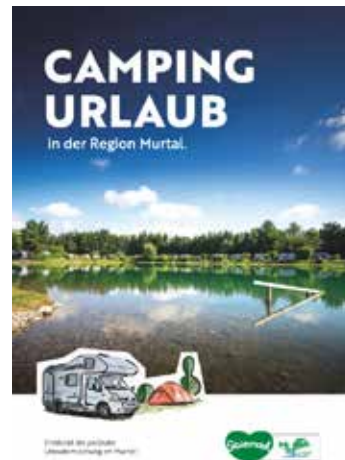
Die Bewerbung fand bereits 2025 statt, wird aber 2026 nochmals von der Influencerin aufgegriffen. Camping Murinsel konnte dadurch bereits Aufmerksamkeit und Zugriffe steigern.



### Überarbeitung & Nachdruck Campingbroschüre sowie Campingkarte

Die Campingbroschüre wurde inhaltlich überarbeitet und in einer Auflage von 5.000 Stück neu aufgelegt. Sämtliche Campingplätze im Murtal werden nun klar dargestellt, Eventcamping wurde bewusst ausgeschlossen, um Missverständnisse und Verwirrung bei Gästen zu vermeiden.

Außerdem gab es eine Kooperation mit Camping Steiermark, wodurch Ausflugsziele aus dem Murtal in der Campingkarte dargestellt werden können. Diese Campingkarte gibt es in Deutsch, Englisch und Niederländisch.



### Überarbeitung Radkarte

Die bestehende Radkarte wurde überarbeitet, Fehler korrigiert sowie um Bike-&-Hike-Touren und zusätzliche MTB-Routen ergänzt. Dadurch konnte die Aktualität und Nutzbarkeit des Kartenmaterials deutlich verbessert werden.

### SportAktiv Bike Guide

Auch in Österreich wurde das Radthema weiterbespielt, z.B. mit einem Advertorial im SportAktiv Bike Guide.



### Ein Paradies für Radbegeisterte

Das Murtal im Herzen der großen Drauzonik bietet eine atemberaubende Landschaft aus



**A**uf der Suche nach dem perfekten Radweg führt man durch die atemberaubende Landschaft des Murtals. Die Region ist ein Paradies für Radfahrer, die sowohl die Natur als auch die Kultur genießen möchten. Die Murtal-Region bietet eine Vielzahl von Radwegen, die von flachen Landschaften bis hin zu anspruchsvollen MTB-Routen reichen. Die Region ist auch für ihre atemberaubende Landschaft und die vielen Sehenswürdigkeiten bekannt. Die Murtal-Region ist ein Paradies für Radfahrer, die sowohl die Natur als auch die Kultur genießen möchten. Die Murtal-Region bietet eine Vielzahl von Radwegen, die von flachen Landschaften bis hin zu anspruchsvollen MTB-Routen reichen. Die Region ist auch für ihre atemberaubende Landschaft und die vielen Sehenswürdigkeiten bekannt.

# MARKETING

## CAMP & BIKE

### Streuartikel

Zur Stärkung der Markenpräsenz wurden Camping-Murtal-Sticker produziert und bei Veranstaltungen, Partnerbetrieben und Messen eingesetzt.

Ergänzend wurden Camping-Merchandiseartikel wie Outdoor-Besteck, Emaille-Tassen und Magnete produziert, die als Give-aways und Verkaufsartikel eingesetzt werden und zur emotionalen Markenbindung beitragen.

- Sticker
- Campingbesteck
- Emaille Tassen
- Magnet



### VelONtour Online & Print

Im Rahmen einer Kooperation mit VelONtour erfolgte ein redaktioneller Online- und Printbeitrag über den Radurlaub im Murtal. Dieser umfasste eine Online-Darstellung, eine Integration im Magazin sowie ein Foto-shooting vor Ort. Dadurch wurde die Region in einem spezialisierten Radmedium hochwertig inszeniert.

Die Aktivitäten umfassten im Detail:

- 2 redaktionelle Seiten im Angebotsgruppen-Magazin mit einer Auflage von über 65.000 Stück
- Redaktioneller Bericht
- Web-Präsenz inkl. Blog-Beiträge
- Darstellung und Bewerbung von Rad-Betrieben





### SOCIAL MEDIA - FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK & LINKEDIN

Unsere Social Media Präsenz im Jahr 2025 konzentrierte sich auf die Plattformen Facebook, Instagram und TikTok, um die Erlebnisregion Murtal einer breiten Zielgruppe näherzubringen. Der Fokus lag dabei auf authentischen und abwechslungsreichen Inhalten, die die Vielfalt der Region hervorhoben.

#### Content-Formate und Strategien

Im Fokus standen kreative Reels, die sowohl mit eigens produzierten Inhalten aus den Content-Tagen als auch mit Material aus bestehenden Filmproduktionen umgesetzt wurden. Die Content-Produktion erfolgte durch gezielte Kooperationen mit lokalen Betrieben. Dabei griffen wir auf Interessenbekundungen über Newsletter zurück oder definierten Orte und Themen in enger Abstimmung mit den Partnern.

Besonders hervorzuheben sind die Kooperationen mit Influencern wie nunu reist, Traveltellers, WauWandern und Elton, die vielfältige Inhalte produzierten, um das Murtal aus unterschiedlichen Perspektiven zu präsentieren. Spannend hierbei ist vor allem auch das mediale Interesse an solchen Kooperationen, welche über Social Media hinaus geht. Darüber hinaus wurden verschiedene Content-Formate entwickelt, wobei der Schwerpunkt auf Ausflugstipps und Aktivitätentipps lag, die auf Instagram hohe Aufmerksamkeit erzielten.

#### Plattformübergreifende Präsenz

Während auf Instagram und TikTok der Fokus auf visuellen und interaktiven Inhalten lag, um eine breite, vor allem jüngere Zielgruppe zu erreichen, wurde auf Facebook eine Mischung aus Text-, Bild- und Videoinhalten verwendet, die alle Altersgruppen ansprachen und die Region authentisch darstellten.

#### LinkedIn für B2B-Kommunikation

Auf LinkedIn konzentrierten sich unsere Aktivitäten auf B2B-relevante Inhalte, wie die Teilnahme an Messen und Veranstaltungen. Hier wurden vor allem geschäftliche Partnerschaften, Kooperationen und Fachthemen in den Vordergrund gestellt.

### KANÄLE

Facebook (organisch & bezahlt):

- 20k Follower (+8%)
- 16,8 Mio. Reichweite (+100%)
- Knapp 40k Interaktionen

Instagram (organisch & bezahlt):

- 7.950 Follower (+18%)
- 558.547 Reichweite
- Knapp 10k Interaktionen

TikTok (organisch & bezahlt):

- 2.028 Follower (+13%)
- 2 Mio. Reichweite (+40%)

LinkedIn (organisch):

- Knapp 500 Follower



# PRESSE

## PRESSEREISEN, BERICHTE & AUSSENDUNGEN



### BEDEUTUNG DER ZUSAMMENARBEIT MIT DER PRESSE

Die Medienarbeit stellt einen zentralen Bestandteil der Marketingstrategie der Erlebnisregion Murtal dar. Insbesondere Pressereisen und Presseaussendungen fungieren als wichtige Werkzeuge, um die Wahrnehmbarkeit der Region zu steigern, zusätzliche Zielgruppen anzusprechen und das Interesse an den vielfältigen Angeboten langfristig zu fördern. Im Rahmen ausgewählter Pressereisen erhalten Journalistinnen und Journalisten die Gelegenheit, das Murtal unmittelbar zu erleben und ihre Eindrücke authentisch zu vermitteln. Dies trägt maßgeblich zu einer stärkeren Medienpräsenz sowie zu einer positiven Positionierung bei potenziellen Gästen bei.

Überregionale aber auch regionale Presseaussendungen leisten darüber hinaus einen wesentlichen Beitrag, indem sie Neuigkeiten, Veranstaltungen und Angebote gezielt an relevante Medien transportieren und die Region als reizvolles Reise- und Ausflugsziel laufend sichtbar machen. Die enge Kooperation mit Medienvertreterinnen und Medienvertretern ermöglicht eine professionelle und zielgerichtete Verbreitung der Markenbotschaften, was sich nachhaltig auf Bekanntheit und Image der Region auswirkt.

2025 wurden **rund 20 Presseaussendungen** an die regionale und überregionale Presse ausgesendet mit Themen angefangen von neuen Drucksorten bis hin zu unterschiedlichsten Veranstaltungen.

### PRESSEREISEN

Im Jahr 2025 durften wir **6 Pressereisen** begleiten:

Acsi Testour - Niederlande - Camping im Murtal

Bergwelten - Gravelbiken im Murtal

Campinginitiative - Camping im Murtal

Die Presse - Ausflugsziele im Murtal

Süd Ost Journal - Seckau / Knittelfeld / Spielberg

Rajchl reist - Mariazeller Gründerweg



# STEIERMARK TOURISMUS

## KOOPERATIONEN & GEMEINSAMES MARKETING



### ZUSAMMENARBEIT MIT STEIERMARK TOURISMUS

Die Zusammenarbeit mit Steiermark Tourismus (STG) hat uns 2025 neue Möglichkeiten eröffnet, bessere Konditionen bei verschiedenen Marketingaktivitäten zu erzielen. Durch die **Bündelung unserer Ressourcen** und das gemeinsame Einbuchen von Maßnahmen mit anderen Regionen und der STG konnten wir von wirtschaftlichen (und kreativen) Synergien profitieren und unser Marketingbudget effizient einsetzen.

Ein wichtiger Aspekt der Zusammenarbeit war die verbesserte Kommunikation inkl. kreativen Brainstormings innerhalb der gemeinsamen **Arbeitsgruppensitzungen**, was es uns ermöglichte, mehr gemeinsame Aktivitäten umzusetzen. Diese Kooperation hat zu einer signifikanten Steigerung der Sichtbarkeit und Reichweite unserer Region geführt.

Das Schwerpunktthema in der Zusammenarbeit mit Steiermark Tourismus ist die **Kulinarik**, was die Region Murtal als kulinarisches Reiseziel weiter stärkt.

Die gemeinsamen Maßnahmen 2025 umfassten eine Vielzahl von Bereichen, darunter:

- Digitalisierungsmaßnahmen wie die Website, das Tourenportal und Mobility-Insights,
- E-Marketing-Aktivitäten zur Erreichung einer breiteren Zielgruppe,
- Marketinggruppen wie der Murradweg oder „Vom Gletscher zum Wein“, die gemeinsam regional und überregional vermarktet wurden,
- Messen,
- Kampagnen, wie die Sommer- und Winterkampagne,
- Weitere Kooperationen mit Partnern wie 1000things und Kulinarium Steiermark, die zusätzliche Reichweite und Zielgruppenansprache ermöglichten.

Diese intensive Zusammenarbeit hat es uns ermöglicht, das Murtal als attraktive touristische Destination in der Steiermark weiter zu stärken und zahlreiche erfolgreiche Maßnahmen umzusetzen.



# STEIERMARK TOURISMUS

## SOMMER- UND WINTERKAMPAGNE

### SOMMERKAMPAGNE

Im Sommer 2025 haben wir zusammen mit Steiermark Tourismus (STG) eine umfassende Sommerkampagne durchgeführt, die auf mehrere Kanäle und Zielgruppen abzielte, um die Region Murtal als ganzjährig attraktive Urlaubsdestination zu positionieren. Zu den wichtigsten Maßnahmen gehörten:

#### Online-Kampagnen in AT/DE/NL

Die Online-Marketingaktivitäten in Österreich, Deutschland und den Niederlanden erzielten beeindruckende Ergebnisse:

- 900.000 Sichtkontakte und etwa 15.000 Klicks in Österreich und Deutschland
- 600.000 Sichtkontakte und rund 12.000 Klicks in den Niederlanden
- Sitzungsdauer von durchschnittlich über 2 Minuten

#### Ö3 Sonderpromotion

Zusätzlich zu den Online-Aktivitäten wurde im Laufe der „Ich gönne dir-Woche“ eine Ö3-Kooperation durchgeführt. Dabei konnten zwei Personen zwei Übernachtungen im Sloho bzw. am Seetalblick inklusive einer Thalheim-Führung gewinnen.

#### ÖBB Kooperation

Im Berichtszeitraum wurde eine crossmediale Kampagne mit der ÖBB umgesetzt, um die Bahnreisen ins Murtal zu steigern. Die Ausspielung erfolgte online, über OOH sowie auf digitalen Screens am Hauptbahnhof Wien und in der U-Bahn-Station Stephansplatz. Die Auswertung zeigte das stärkste Engagement innerhalb der Steiermark für das Murtal.

#### Red Bull Media House Kooperation – „Herz drauf“ Kampagne

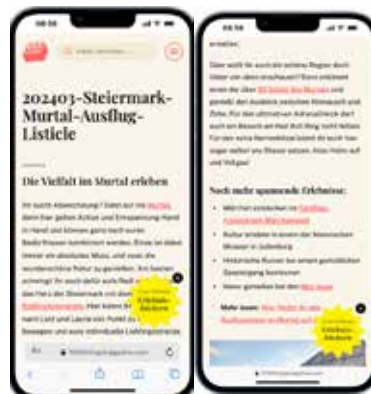
Die Kooperation mit Red Bull Media House beinhaltete die erfolgreiche Durchführung der „Herz drauf“ Kampagne, die die Region mit emotionalen und authentischen Inhalten in den Vordergrund stellte. Hier wurde die Verbindung von Kulinarik und Natur hervorgehoben.

#### 1000things Kooperation

Im Rahmen der 1000things Kooperation wurde das Advertorial verlängert. Weiters wurde eine Listicle Nennung durchgeführt. Bei dem Advertorial wurde der Fokus auf die Ausflugsziele sowie die Kulinarik gelegt.

#### E-Marketing Produktion vor Ort

Weiters wurde eine vor Ort Produktion mit zwei Mitarbeitern von Steiermark Tourismus bei uns in der Region zum Thema Rad durchgeführt. Diese Inhalte wurden auf Instagram/Facebook sowie im Magazin von Steiermark Tourismus veröffentlicht.



# STEIERMARK TOURISMUS

## SOMMER- UND WINTERKAMPAGNE

### WINTERKAMPAGEN

Im Winter 2025 haben wir zusammen mit Steiermark Tourismus (STG) eine Winterkampagne durchgeführt, die auf mehrere Kanäle und Zielgruppen abzielte, um die Region Murtal auch im Winter stärker zu positionieren. Zu den wichtigsten Maßnahmen gehörten:

#### Online-Kampagnen in AT/DE

Die Online-Marketingaktivitäten in Österreich und Deutschland erzielten erfreuliche Ergebnisse:

- 1.3 Mio Sichtkontakte und etwa 20.000 Klicks in Österreich und Deutschland
- Sitzungsdauer von durchschnittlich über 2 Minuten

#### 1000things Kooperation

In der Zusammenarbeit mit 1000things wurde ein Advertorial, Instagram Album, Ligticle Nennung, Newsletter Nennung sowie ein Top Artikel erstellt. Alle Produktionen erzielten sehr gute Ergebnisse wie zum Beispiel das Instagram Posting erhielt 80.000 Impressionen.

#### Themenpaket Wintersport

Weiter wurde gemeinsam mit Steiermark ein PR-Paket zum Thema Wintersport umgesetzt. Dieses beinhaltete eine Präsenz im Ski Austria Magazin (Mitgliedsmagazin des österreichischen Skiverbands), eine Platzierung im Reisen-Magazin sowie ein umfassendes Online-Paket auf reisen-magazin.at mit redaktioneller Berichterstattung, Newsletter und Social-Media-Kommunikation. Zusätzlich wurde ein Bild-Text-Teaser im iSKI-Newsletter integriert. Ergänzend erfolgte eine Präsenz im GAS-Beileger „Urlaubszeit Winter“, beigelegt in Kurier, OÖ Nachrichten und Die Presse.

Diese Maßnahmen trugen dazu bei, die Region Murtal als attraktives Winterziel zu positionieren und die Sichtbarkeit deutlich zu steigern.



#### Pistengenuss und Trainingsvielfalt in der Erlebnisregion Murtal

In der Erlebnisregion Murtal verbinden sich sportliche Herausforderung und purer Pistengenuss. Perfekt präparierte Pisten, schneevolle Pisten und eine ruhige Umgebung bieten ideale Voraussetzungen für effizientes Training und erholsame Momente inmitten traumhafter Bergkulisse.

Gleich entdecken!



#### Zwischen Schneeschuhwandern und Motoraction

Schneeschuhwandern durch die Winterwelt, gemütliches Patinieren, vielfältige Herausforderungen durch Langlauf und Skicross – im Murtal bietet sich eine abwechslungsreiche Mischung aus Bewegung, Genuss und Erholung.

Die Schneeschuhwandern...  
 In der Erlebnisregion Murtal verbindet sich sportliche Herausforderung und purer Pistengenuss. Perfekt präparierte Pisten, schneevolle Pisten und eine ruhige Umgebung bieten ideale Voraussetzungen für effizientes Training und erholsame Momente inmitten traumhafter Bergkulisse.



# STEIERMARK TOURISMUS

## PRESSE & MARKETINGGRUPPEN

### GEMEINSAME PRESSEARBEIT

Gemeinsame Presseaktivitäten gehören zum wesentlichen Bestandteil der Zusammenarbeit mit Steiermarktourismus.

**Gemeinsame Pressekonferenzen** sind immer wieder ein Highlight für die geladenen Pressevertreter und erfreuen sich großer Beliebtheit. Ein Highlight war die Pressekonferenz rund um die Sommerthemen der Erlebnisregionen, die im April 2025 in der Seifenfabrik Graz stattfand. Hier waren nicht nur Vertreter aus Printmedien sondern auch von Hörfunk und Fernsehen anwesend.

Ein weiterer wichtiger Bestandteil unserer gemeinsamen Pressearbeit war die Organisation von **Pressereisen**, bei denen prominente Journalisten und Influencer die Region Murtal vor Ort erlebten (siehe Seite 26).



### KULINARIUM STEIERMARK

Die Verleihung des Qualitätssiegels Kulinarium Steiermark fand 2025 am Red Bull Ring im Murtal statt und rückte die Region damit auch kulinarisch ins Rampenlicht. Besonders erfreulich ist, dass diesmal fünf Betriebe aus dem Murtal ausgezeichnet wurden. Dies unterstreicht die hohe Qualität und regionale Verankerung der heimischen Gastronomie. Die Auszeichnung stärkt die Positionierung des Murtais als genussorientierte Tourismusdestination nachhaltig.

### MARKETINGGRUPPEN

Im Jahr 2025 konnten mehrere Marketinggruppen erfolgreich realisiert werden, die gezielt auf die Stärkung gemeinschaftlicher touristischer Angebote der Regionen ausgerichtet waren. Ein Beispiel dafür ist die Arbeitsgruppe „**Rad und Bike**“, in der intensiv am Radangebot der Steiermark gearbeitet wird. Betriebe wurden für die Initiative Bett & Bike aufgenommen. Die Aufnahme der Radwege und Radtouren im Tourenportal wurde weiter ausgebaut. Natürlich ist auch der **Murradweg** und die dazugehörige Drucksorte essentieller Teil dieser Gruppe. Hier erfolgt ein regelmäßiger Austausch über weitere Aktivitäten bzw. auch Treffen und Abstimmungen direkt beim Hauptsitz von Steiermarktourismus in Graz.

Ein weiterer Schwerpunkt war das Thema **Wandern**. Auch hier wird auf die Wartung der Touren im Portal und vor allem auch das Publizieren von Sperrern fokussiert, um dem Gast bestmögliches Service zu bieten (siehe Seite 32 Contvise). Zusätzlich wurde hier eine Aktion der Bergpersönlichkeiten initiiert, in der immer wieder Wanderhighlights der Regionen präsentiert wurden. Hier wurden zu jeder „Bergpersönlichkeit“ auf [www.steiermark.com](http://www.steiermark.com) Unterseiten gebaut, die das jeweilige Highlight mit Einkehrmöglichkeiten, allen Wandermöglichkeiten, Übernachtungsbetrieben und mehr veranschaulichte (z.B. [www.murtal.at/tremmelberg](http://www.murtal.at/tremmelberg)). Im Murtal wurden hier der Tremmelberg, der Zirbitzkogel und das Ameringmassiv fokussiert. Zum Thema Wandern wurde eine themenspezifische Untergruppe der Regionen Murau, Murtal, Erzberg Leoben und Hochsteiermark zum Thema „**Mariazeller Gründerweg**“ gegründet. Hier wurde z.B. eine Pressereise mit Claudius Rajchel organisiert, eine neue Broschüre mit Stempelpass gedruckt und Goodies (Tassen, Pflasterbox) entwickelt. Weiters wurden alle Etappen überarbeitet und in Contvise aktualisiert.

Natürlich wurden auch die Arbeitsgruppen **Nordic Tourismus** und **Golfregion** aufrecht erhalten. Hier wurden neue Drucksorten gestaltet und aufgelegt. Außerdem wurde die neue Golf Card ins Leben gerufen.



# STEIERMARK TOURISMUS

## MESSEN

### GEMEINSAMER MESSEAUFTTRITT

Im Jahr 2025 nahm die Erlebnisregion Murtal an mehreren wichtigen Messen teil, die großteils in enger Zusammenarbeit mit Steiermark Tourismus (STG) durchgeführt wurden. Diese gemeinsamen Auftritte ermöglichten es uns, die Region einem breiten internationalen Publikum vorzustellen und von Synergieeffekten in der Vermarktung zu profitieren. Durch diese gemeinsamen Messeauftritte konnten wir das Murtal als vielfältiges und attraktives Urlaubsziel weiter positionieren und den Austausch mit potentiellen Gästen sowie Partnern intensivieren.



#### **Vakantiebeurs Utrecht** (09.-12. Jänner 2025)

Mit den Themen Freizeit und Reisen, ist die Vakantiebeurs die größte Tourismusmesse der Niederlande. Hier erwarten über 1.000 Aussteller mehr als 100.000 Besucher

#### **Ferienmesse Wien** (16. bis 19. Jänner 2025)

In 6 Hallen warten 5 Ausstellungsbereiche auf rund 140.000 Besucher unter denen auch viele Reisejournalisten sind.

#### **Josefmarkt am Red Bull Ring** (29. bis 30. März 2025)

Der Messestand am Josefmarkt am Red Bull Ring wurde in Eigeninitiative der Erlebnisregion Murtal organisiert. Den Auftakt der Rennsaison besuchen viele Gäste aus dem Murtal und den umliegenden Regionen. Hier wurde mehreren Ausflugszielen die Möglichkeit geboten, sich an unserem Stand zu präsentieren.

#### **Steiermark Frühling 2025** (27. bis 30. März 2025)

Der Steiermarkfrühling gilt als eines der Fixpunkte des Veranstaltungskalenders am Wiener Rathausplatz. Kulinarik, Erlebnisse und der Genuss stehen hier im Mittelpunkt.

#### **Steiermark Hütten am Red Bull Ring während Formel 1** (28. bis 30. Juni 2025)

Während der Formel 1 wird vom Steiermarktourismus ein eigenes Steiermarkdorf organisiert, um so den steirischen Charme im Rennsport zu vermitteln. Mit einer Hütte im Steiermarkdorf und zusätzlich zwei Infopoints vor dem Welcome Center und in der Fan Village waren wir vor Ort und konnten die internationalen Gäste von unserer Region überzeugen.

#### **Infopoints am Red Bull Ring während Moto GP** (15. bis 17. August 2025)

In zwei Infopoints durften wir den Gästen der Moto GP Infos über unsere Region vermitteln und mit Goodies begeistern.



# STEIERMARK TOURISMUS

## CONTWISE - TOURENPORTAL

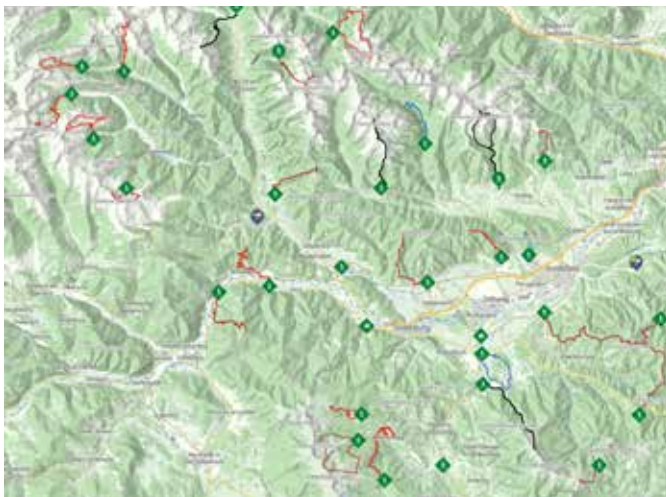
### MEHR ALS EIN TOURENPORTAL.....

Nach der Umstellung des Tourenportals auf das Programm Contwise im Jahr 2024 wurde intensiv weiter an den vorhandenen Daten gearbeitet. Mittlerweile umfasst das Tool unter anderem nachstehende Touren, die größtenteils auch mit den alpinen Vereinen abgestimmt und überprüft wurden.

- 169 Wandertouren
- 26 Themenwege
- 92 Rad- bzw. MTB Touren
- 19 Oldtimer und Motorradrouten
- 7 Winterwanderungen
- 25 Schneeschuhtouren
- 23 Skitouren



Mittlerweile stellt dieses Tool ein wertvolles Instrument für die **Erstellung neuer Drucksorten** der Erlebnisregion Murtal dar. Hier können vorab Kartenkontexte gebaut werden und so gut veranschaulicht werden, ob eine Karte z.B. flächendeckend gefüllt ist.



Weiters können wir für **Betriebe**, diese Kartenkontexte zur Verfügung stellen. Diese können dann auf der Betriebshomepage eingebettet werden und stellen eine wertvolle Informationsquelle für Gäste dar.

Wenn bekannt gegeben, können **Sperren** auf den Touren mit Datum hinterlegt werden. Einerseits werden hier die betroffene Gemeinde automatisch über die Sperre im Gemeindegebiet informiert, andererseits sind diese Sperren anschließend in allen betroffenen Touren ersichtlich.

Alle Daten finden Interessierte unter [www.murtal.at/touren](http://www.murtal.at/touren), hier kann eine Tourenausswahl getroffen werden. Über [maps.murtal.at](http://maps.murtal.at) können sich User direkt durch die Karte klicken und entweder über die Kategorieauswahl oder durch Näherzoomen navigieren. Hier kann benutzerfreundlich zwischen 3 verschiedenen Darstellungsmöglichkeiten gewählt werden.



Außerdem dient Contwise zur **Verwaltung** von Tafeln, Beschilderungen und Hotspots. So wurden im Jahr 2025 z.B. alle Murtalbetten und Panoramatafeln im System hinterlegt. Nun kann eine lückenlose Dokumentation und Verwaltung gewährleistet werden. Hier kann bei jeder Tafel über Handy und die entsprechende App hinterlegt werden, wann die Tafel kontrolliert wurde, ob diese beschädigt ist bzw. wann diese repariert oder aufgestellt wurde. Zukünftig ist es ein Ziel hier weitere Beschriftungen und Tafeln einzupflegen und hier eine langfristig eine Komplettübersicht über verschiedenste Sparten zu gewährleisten.

# STEIERMARK TOURISMUS

## WEBSITE

### WEBSITE RE-DESIGN

#### NEUGESTALTUNG DER STEIERMARK.COM/MURTAL

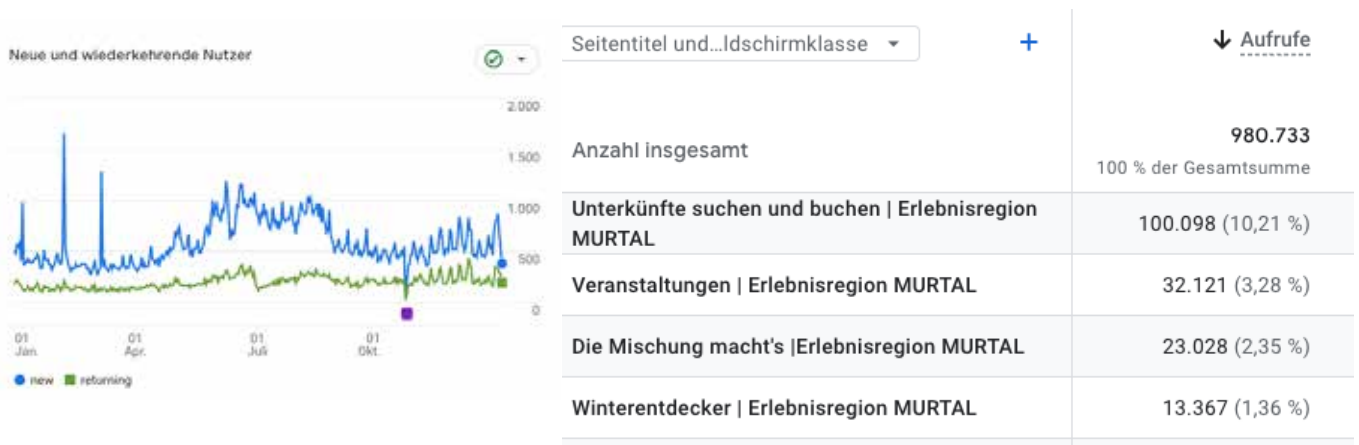
Das Re-Design wurde von Valantic Austria für die gesamte Steiermark Tourismus Website erstellt. Das Re-design legt großen Wert auf einen datenbasierten und konsequenten nutzerorientierten Ansatz. Bestehende Inhalte und Schnittstellen wurden vollständig übernommen, gleichzeitig jedoch User Experience, Performance und redaktionelle Workflows gezielt weiterentwickelt. Es wurde der gesamte Auftritt nach außen sowie eine Erneuerung der integrierten Buchungstrecke in der Umstellung integriert.

Das Ergebnis ist ein stimmiges Zusammenspiel aus Design, Technologie, Content und digitaler Experience, das den digitalen Auftritt des Murtals nachhaltig stärkt.



### ENTWICKLUNG STEIERMARK.COM/MURTAL

Im Jahr 2025 verzeichnete steiermark.com/murtal insgesamt 225.981 Nutzer, davon wurden 199.482 Nutzer im selben Jahr neu generiert. Die Zahlen sind im Jahr 2025 deutlich gestiegen und zeigen das wachsende digitale Interesse an der Region. Die meistbesuchte Seite war „Unterkunft suchen und buchen“, gefolgt vom Bereich „Veranstaltungen“, der ebenfalls großes Interesse bei den Besuchern verzeichnete.



# KOOPERATIONEN

## REGIONAL



### ÜBERBLICK ÜBER REGIONALE KOOPERATIONEN 2025

Im Jahr 2025 konnten wir durch zahlreiche regionale Kooperationen die Erlebnisregion Murtal weiter stärken und ein noch vielfältigeres Angebot für unsere Gäste schaffen. Zu den wichtigsten Partnerschaften gehörten:

#### **Beherbergungsbetriebe und Ausflugsziele (z.B. Red Bull Ring)**

Natürlich ist es uns ein Anliegen mit den Ausflugszielen und Beherbergungsbetrieben unserer Region eng zusammenzuarbeiten. Ziel ist es Unterkünfte und Freizeitangebot miteinander zu verknüpfen, um ein Komplettangebot bieten zu können. Diese Partnerschaften wie zum Beispiel zum Red Bull Ring spielen dabei eine zentrale Rolle bei der Steigerung der Besucherzahlen und der Bekanntheit der Region. Hierbei sind und regelmäßige Meetings zur Absprache von unterschiedlichen Punkten essentiell.

Ein Highlight 2025 war unsere **Kooperation mit Elton** aus dem deutschen Fernsehen, welcher die Formel 1 besuchte und parallel die Region entdeckte. Seine Kommunikation via Instagram sowie sie seine Präsenz vor Ort erzeugte hohes mediales Interesse für die Region.

#### **Veranstalter**

Die enge Zusammenarbeit mit Veranstaltern von unterschiedlichsten Events war für uns im Jahr 2026 essentiell. Durch gut beworbene und gut besuchte Veranstaltungen werden zusätzliche Gäste in die Region gezogen. Im Jahr 2025 waren u.a. die Murtal Rallye, Murtal Classic, die Steirische Roas, El Mundo und die BTB Teil unserer Kooperationen.



#### **Hohentauern Gästeverein**

Der Hohentauern Gästeverein leistete einen wichtigen Beitrag zur Stärkung des Naturtourismus im Murtal. Gemeinsam wurden lokale Angebote vermarktet und die Region als attraktive Destination für Erholungssuchende positioniert. Durch den gemeinsamen Bürostandort in Hohentauern ist diese Zusammenarbeit druchgehend gewährleistet.

#### **Kraft das Murtal**

Die Kooperation mit Kraft das Murtal war ein wichtiger Beitrag zur Positionierung der Region als aktive Erlebnisdestination. Durch gezielte Content-Kooperationen und digitale Formate wie Reels und Videos konnten Reichweite und Sichtbarkeit deutlich gesteigert werden.

#### **Skiberge Mur-Mürz**

Eine weitere wichtige Partnerschaft war die Zusammenarbeit mit den Skibergen Mur-Mürz. Diese Kooperation förderte den Wintersporttourismus in der Region und unterstützte die gemeinsame Vermarktung der Skigebiete und Winteraktivitäten.

#### **Stadtmarketing Judenburg und Knittelfeld**

Durch die Zusammenarbeit des Stadtmarketing Judenburg und Knittelfeld wissen wir als Tourismusverband Murtal stets über die Aktivitäten unserer Hotspot-Städte Bescheid und können dadurch gut auf den unterschiedlichsten Informationskanälen agieren.

# INFRASTRUKTUR

## FÖRDERUNGEN FÜR GEMEINDEN & VEREINE



### INFRASTRUKTURMASSNAHMEN

Seit 2025 ist der Tourismusverband Murtal wieder als Körperschaft öffentlichen Rechtes berechtigt, gezielt touristische Infrastrukturmaßnahmen zu fördern. Grundlage dafür bilden klar definierte Antragsformulare sowie transparente Kriterien, die sich an der touristischen Relevanz, Nachhaltigkeit und regionalen Wertschöpfung orientieren. Damit wurde ein strukturierter Rahmen geschaffen, um Investitionen strategisch zu steuern und die Qualität des Angebots im gesamten Murtal nachhaltig weiterzuentwickeln.

Im Jahr 2025 konnten bereits mehrere Projekte erfolgreich unterstützt und umgesetzt werden. Dazu zählen die Erhaltungsmaßnahmen der **Türme am Tremmelberg** („Turm im Gebirge“) in der Gemeinde Seckau sowie die Errichtung der **Franz-Josephs-Höhe** in den Gemeinden Pölstal und Pöls-Oberkurzheim als neuer attraktiver Aussichtspunkt.

Im Bereich Aktivtourismus wurden die Wartung und Beschilderung der **MTB-Trails und -Touren** in St. Margarethen gefördert sowie die laufende Pflege des **Wanderwegenetzes** in Zusammenarbeit mit Naturfreunden, Alpenverein und ÖTK unterstützt.

Weitere Maßnahmen umfassten den Ausbau der **Burgruine Eppenstein** (Gemeinde Weißkirchen), die Sanierung der Holzbrücke entlang des **Wanderwegs in den Murauen** (Gemeinde St. Peter ob Judenburg) sowie bauliche Verbesserungen am **Murradweg** in Zeltweg mit Holzgeländer und Böschungsarbeiten.

Diese Projekte leisten einen wichtigen Beitrag zur Qualitätssteigerung, Sicherheit und Attraktivität der touristischen Infrastruktur im Murtal. Weitere Vorhaben wurden bereits positiv beurteilt und genehmigt, deren Umsetzung erfolgt planmäßig im Jahr 2026.

Franz-Josephs-Höhe



Maßnahmen auf der Burgruine Eppenstein

# AUSBLICK 2026

## MARKETING, NETZWERK ETC.



### AUSBLICK 2026

Im Jahr 2026 werden wir konsequent auf den strategischen Leitlinien der vergangenen Jahre aufbauen und die Erlebnisregion Murtal in ihrer inhaltlichen Tiefe wie auch in ihrer Marktpräsenz weiterentwickeln. Unser Markenversprechen „**Die Mischung macht's**“ bleibt dabei zentraler Orientierungspunkt: Die einzigartige Kombination aus Natur, Sport, Kulinarik, Kultur und Großveranstaltungen wird noch klarer herausgearbeitet und zielgerichtet kommuniziert. Gleichzeitig legen wir verstärktes Augenmerk auf eine ganzjährige Positionierung, um die Wertschöpfung breiter über das Kalenderjahr zu verteilen. Zusätzlich sollen bereits heuer alle strategischen Ausrichtungen für 2027 erarbeitet werden, um vorausschauender planen zu können.

Ein besonderer Schwerpunkt liegt weiterhin auf der Saisonverlängerung im Herbst, die 2026 mit unserem **Z'HERBST** noch strukturierter und marktorientierter umgesetzt wird. Aufbauend auf den konzeptionellen Vorarbeiten wird das Herbstprodukt geschärft und mit konkreten buchbaren Angeboten hinterlegt. Outdoor-Erlebnisse in der herbstlichen Landschaft, thematische Genussangebote sowie ausgewählte Veranstaltungsformate sollen die Attraktivität der Region in der Nebensaison deutlich steigern und zusätzliche Nächtigungsimpulse generieren.

Auch das Thema Rad wird ab 2026 noch stärker in den Fokus rücken. Ein neues LEADER-Projekt rund um das Thema „**Nimm's Radl**“ ist bereits in finalen Abstimmungen und wird uns entsprechend die nächsten zwei Jahre begleiten. Hier sind diverse Digitalisierungsmaßnahmen und Neuerungen geplant.

Darüber hinaus intensivieren wir 2026 die **regionale Vernetzung** auf operativer und strategischer Ebene. Die Zusammenarbeit zwischen Beherbergungsbetrieben, Gastronomie, Leitbetrieben, Ausflugszielen und kulturellen Einrichtungen wird weiter systematisiert, um Synergien besser zu nutzen und gemeinsame Marktauftritte zu stärken. Ziel ist es, die touristische Gesinnung innerhalb der Region weiter zu festigen und das Murtal noch stärker als geschlossene Einheit nach außen zu positionieren.

Durch diese vertiefte Kooperation, eine klare Markenführung und die konsequente Weiterentwicklung der Ganzjahresstrategie schaffen wir die Grundlage für nachhaltiges Wachstum. 2026 soll damit nicht nur an bestehende Erfolge anknüpfen, sondern die strategische Weiterentwicklung der Region spürbar vorantreiben und das Murtal langfristig als vielseitige und wettbewerbsstarke Destination etablieren.

Auf ein erfolgreiches Jahr!

Mit herzlichen Grüßen,  
das Team des Tourismusverbandes Murtal



### WICHTIGE TERMINE

Zum Abschluss noch wichtige Termine im Jahr 2026 in der Erlebnisregion Murtal (Stand Februar 2026):

Datum	Veranstaltung	Ort
13.-15.03.2026	30. Osterausstellung	Schloss Farrach, Zeltweg
28.-29.03.2026	Josefmarkt	Red Bull Ring, Spielberg
24.-26.04.2026	DTM 2026	Red Bull Ring, Spielberg
02.05.2026	Low Scty PS Arena	Red Bull Ring, Spielberg
08.-10.05.2026	Ainova - Frühjahrsmesse	Sportzentrum Zeltweg
10.05.2026	Wings for Life App Run Event	Red Bull Ring, Spielberg
22.-24.05.2026	26. Murtal Classic	durch das Murtal
09.06.2026	Sparkassen Businesslauf	Red Bull Ring, Spielberg
12.-13.06.2026	ET König Rallye powered by Peter Hopf	durch das Murtal
26.-28.06.2026	Formula 1 Lenovo Austrian Grand Prix 2026	Red Bull Ring, Spielberg
10.-12.07.2026	ADAC Racing Weekend	Red Bull Ring, Spielberg
01.-02.08.2026	Racing Day Rupert Hollaus	Red Bull Ring, Spielberg
18.-20.09.2026	Motorad Grand Prix von Österreich 2026	Red Bull Ring, Spielberg
16.-17.10.2026	El Mundo	Veranstaltungszentrum Judenburg
13.-15.11.2026	Ainova Herbstmesse	Sportzentrum Zeltweg

**DETAILS ZU ALLEN VERANSTALTUNGEN  
MIT AKTUELLEN INFOS FINDET IHR UNTER  
[WWW.MURTAL.AT](http://WWW.MURTAL.AT)**





## TOURISMUSVERBAND MURTAL

Red Bull Ring Straße 1 - 8724 Spielberg

Tel.: +43 (0)3577 26600

info@murtal.at - www.murtal.at

@visitmurtal - #visitmurtal

gedruckt von:

