Protokoll der Kommissionssitzung

Montag, 22. September 2025, 18:30 Uhr

Stiftskeller
Kirchplatz 1, 8911 Admont

Tagesordnung

1. Begrüßung und Feststellung der Beschlussfähigkeit
2. Beschlussfassung des Protokolls der Kommissionssitzung vom 2. Juli 2025
3. Bericht des Vorsitzenden
4. Bericht der Geschäftsführerin inkl. Beschlussfassungen
    - Marketingaktivitäten und -kooperationen
    - Laufende und geplante Projekte sowie Vorstellung Lebensraummanagement
    - Personalangelegenheiten (nicht öffentlich)
5. Allfälliges

Anwesenheitsliste

Unternehmer:innen (8 von 12)
MGI Liezen, Kaltenbrunner Friedrich
Steinmetz Thomas
Binder OG, Michalka Heinz
Nationalpark Gesäuse, Wölger Herbert
Kaiserau Tourismus, Brandmüller Mario
Matlschweiger Ulrich
Graf Simone
Ferdinand Vasold GmbH, Vasold Peter

Gemeindevertreter:innen (7 von 9)
Gebeshuber Martin, Landl
Heinrich Andrea, Liezen
Platzer Christian, Sankt Gallen
Enhuber Angelika, Ardning
Schaunitzer Engelbert, Lassing
Haberl Werner, Gaishorn
Haider Christian, Admont

Sonstige
Mayr Karl, Tourismusverein Gaishorn
Egger Jaqueline, TV Gesäuse
Hofbauer Sylvia, TV Gesäuse
Wöhri Karoline, TV Gesäuse
Pirringer Barbara, TV Gesäuse

1. Begrüßung und Feststellung der Beschlussfähigkeit

Vorsitzender Fritz Kaltenbrunner eröffnet um 18:30 Uhr die Kommissionssitzung, begrüßt die Kommissionsmitglieder und stellt die Beschlussfähigkeit fest.

2. Beschlussfassung Protokolle

Das Protokoll der Kommissionssitzung vom 02. Juli 2025 wird einstimmig beschlossen.

3. Bericht des Vorsitzenden

Aktuelles und Strategisches

Termineinlagen € 300.000

Liquiditätsreserven und auch das täglich fällige Geld wurden bei der Hausbank (Raiffeisenbank Region Liezen) zu einem besseren Zinssatz (als bisher am Girokonto) veranlagt.

- Zinsen 1. Termineinlage (05-07/2025): 1.875 % = € 1.406,25, KESt € 351,56
- Zinsen 2. Termineinlage (08-11/2025): 1,125 %

Gebarungsprüfung durch Aufsichtsbehörde A12

Diese fand am 1. Juli im Büro Liezen statt. Geprüft wurde der Zeitraum Oktober 2021 bis Juni 2025 mit einem vorläufig sehr positiven Resümee in Bezug auf die übersichtliche Belegsführung. Der Bericht der Prüfbehörde ist noch nicht eingetroffen.

Kommissionswahlen 2026

Die aktuelle Funktionsperiode der Tourismuskommission Gesäuse läuft satzungsgemäß bis Oktober 2026. Eine vorzeitige Neuwahl im Rahmen der gesetzlich vorgeschriebenen Vollversammlung im März wäre nur möglich, wenn gemäß § 16 Abs. 5 die Hälfte der Kommissionsmitglieder vorzeitig zurücktritt.

Da ein derartiger Schritt nach außen hin ein ungünstiges Signal senden würde, spricht sich der Vorsitzende für den Wahltermin im Oktober 2026 aus, auch wenn damit in diesem Jahr zwei Vollversammlungen stattfinden werden. Gegenteilige Wortmeldungen erfolgen nicht.

Kontostand per 22.09.2025

€ 626.524,30 (Einlagen kumuliert)

vgl. 01.01.2025: € 560.778
vgl. 01.07.2025: € 750.108

4. Bericht der Geschäftsführerin inkl. Beschlussfassungen

Statistik Gesäuse Mai – Juli 2025

© Landesstatistik Steiermark

Herkunftsland der Gäste	ANKÜNFTE Zeitraum aktuell	Vergleich	Veränderung absolut	in %	Durchschn. Aufenthalts-dauer	ÜBERNACHTUNGEN Zeitraum aktuell	Vergleich	Veränderung absolut	in %
Gesamt	**47.751**	**50.355**	**-2.604**	**-5,2**	**2,3**	**108.152**	**116.606**	**-8.454**	**-7,3**

Unterkunftsart	ANKÜNFTE Zeitraum aktuell	Vergleich	Veränderung absolut	in %	Durchschn. Aufenthalts-dauer	ÜBERNACHTUNGEN Zeitraum aktuell	Vergleich	Veränderung absolut	in %
Gewerbliche Beherbergung	43.348	45.787	-2.439	-5,3	2,1	91.448	100.696	-9.248	-9,2
5/4-Stern	9.988	8.283	1.705	20,6	1,9	19.215	15.194	4.021	26,5
3-Stern	10.971	14.074	-3.103	-22,0	2,2	23.960	29.689	-5.729	-19,3
2/1-Stern	591	947	-356	-37,6	5,6	3.330	4.660	-1.330	-28,5
Ferienwohnungen gew.	2.232	1.404	828	59,0	4,0	8.941	4.140	4.801	116,0
Sonstige*	7.315	6.780	535	7,9	1,3	9.604	12.274	-2.670	-21,8
Campingplatz	12.251	14.299	-2.048	-14,3	2,2	26.398	34.739	-8.341	-24,0
Privatquartiere a.u.n.a.B.	1.622	1.741	-119	-6,8	3,0	4.845	4.730	115	2,4
Priv.Ferienhäuser/-wohnung	2.781	2.827	-46	-1,6	4,3	11.859	11.180	679	6,1

* inkl. Kinder- u. Jugenderholungsheime, Jugendherbergen u. -gästehäuser, Kurheime, Bewirtschaftete Schutzhütten, Sonstige gewerbl. Beherbergungsbetriebe

In den Gemeinden mit starkem Durchreiseverkehr, wo viele Gäste auf dem Weg nach Kroatien meist nur für eine Nächtigung verweilen, wurden deutliche Zuwächse verzeichnet. Demgegenüber kam es in den klassischen Urlaubsgemeinden, vor allem im Juli, zu einem Rückgang der Nächtigungen aufgrund der schlechten Wetterlage. Dies verdeutlicht die starke Abhängigkeit der touristischen Angebote im Gesäuse von Outdoor-Aktivitäten und damit vom Wettergeschehen.

Überblick: Laufende Projekte

- Gesäuse Hüttenrunde *vegan edition
  Marketingkampagne — 50 % Förderung zugesagt

- „Wegweisend“
  Einheitliches Informations- und Be_
  schilderungssystem im Gesäuse — 50 % Förderung zugesagt

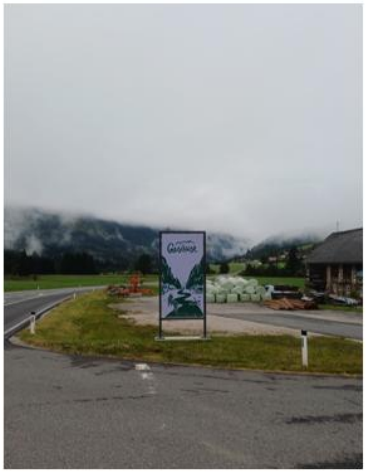
- Digitalisierungsupgrade
  Neue Hardware in den Infobüros — Förderzusage noch ausständig,

- Beteiligung FFG Projekt „HAF Exchange“
  – automatisierte Mobilität — personelle/inhaltliche Kooperation

  An diesem Projekt sind fünf Regionen beteiligt: Montafon, Gesäuse, Pongau, Hermagor und Murau. Gearbeitet wird an möglichen Anwendungsszenarien, Umsetzungskonzepten und Geschäftsmodellen zum Thema automatisiertes Fahren im alpinen, touristisch geprägten Raum.

  Einige Kommissionsmitglieder haben von der Agentur stadland/Wien, Frau Bader-Wehinger bereits eine Einladung zur Fokusgruppe erhalten und es ergeht die Bitte, dieser zu folgen

Regionstafeln fertig



Für Montage und Versetzen entstanden Zusatzkosten von € 3.000 und das Projekt konnte mit der Montage der letzten großen Tafeln im Reithtal und am Pyhrnpass somit abgeschlossen werden.

Brandmüller Mario weist darauf hin, dass im Benediktinerstift Admont große Unzufriedenheit über die neuen Regionstafeln herrscht. Das Stift sei darauf nicht dargestellt, obwohl es seit 950 Jahren besteht und ein bedeutender regionaler Impulsgeber sei. Es fühle sich dadurch nicht repräsentiert. Nach Ansicht der Vertreter des Benediktinerstifts Admont hätte das Motiv so gestaltet werden können, dass sich alle wiederfinden, oder man hätte

die Tafeln schlicht mit dem Gesäuse-Logo versehen können. Positiv wird hervorgehoben, dass die Tafeln nun aufgestellt sind und dadurch das Gesäuse sichtbar geworden ist.

Ergänzend führt Herr Brandmüller an, dass die gleiche Illustration auch für das Cover des Reisebuches verwendet wurde. Zudem sei das Stift Admont im Kapitel „Regenwetterprogramm“ des Prospekts „Gesäuse A–Z“ nicht berücksichtigt.

Dazu wird von GF Frau Egger angemerkt, dass bei einer umfassenden Betrachtung des Prospekts „Gesäuse A–Z“ das Stift richtigerweise nicht im Abschnitt „Regenwetterprogramm“ angeführt sei, da es als zentrales Kulturhighlight der Region eine herausragende Stellung einnimmt. Es werde daher im Prospekt auf einer eigenen halben Seite – und damit weitaus prominenter als jedes andere Angebot – präsentiert. Der hohen Bedeutung des Stifts Rechnung tragend, sei ihm auch im Reisebuch praktisch ein eigenes Kapitel gewidmet.

Frau Egger führt zudem an, dass das Projekt sowie das Motiv den Kommissionsmitgliedern bereits seit 2023 bekannt seien und es dazu bisher weder seitens der Kommission noch von Dritten Einwände gegeben habe. Das für die Tafel geplante Motiv sei der Kommission als Mock-up bereits seit 2024 (Anmerkung: Kommissionssitzung vom 18.09.2024) wiederholt kommuniziert worden. Da es sich bereits am Reisebuch bewährt hat und die Besonderheiten der Region auf generische Weise darstellt, ohne jemanden zu benachteiligen, habe man sich bewusst erneut für dieses Motiv entschieden.

Der Vorsitzende ergänzt überdies, dass die Wahl des Sujets keinesfalls eine Geringschätzung einzelner Partner darstelle. Vielmehr solle die Natur des Gesäuses als gemeinsames Gut in den Vordergrund gerückt werden. Er verweist darauf, dass die Kommissionsmitglieder regelmäßig über laufende Projekte informiert würden.

Auch weitere Kommissionsmitglieder bestätigen, dass das Motiv rechtzeitig kommuniziert worden sei und jederzeit die Möglichkeit zur Anpassung bestanden habe. Zudem wird betont, dass die neuen Tafeln eine wesentliche Verbesserung gegenüber den bisherigen darstellen und die Region nun adäquat sichtbar machen.

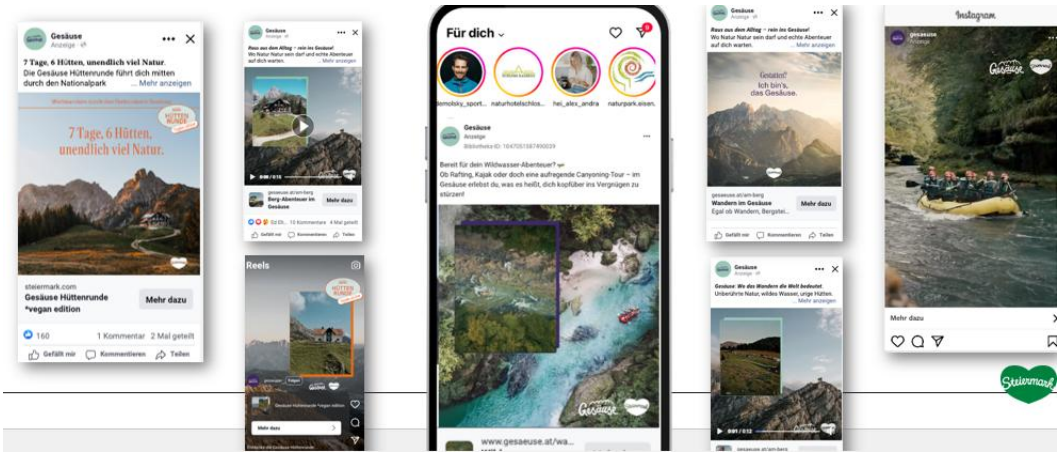
Es wird der Vorschlag eingebracht, den Standortgemeinden künftig ein Mitspracherecht bei den Tafelinhalten einzuräumen, sodass auch deren spezifische Besonderheiten berücksichtigt werden. Frau Egger weist darauf hin, dass im Rahmen des Projektes in jeder Gemeinde zusätzlich kleinere Infotafeln aufgestellt wurden, die genau diese Inhalte bereits transportieren. Dazu erfolgte stets eine Abstimmung der Inhalte mit den Gemeinden sowie weiteren Partnern.

Marketingaktivitäten und -kooperationen

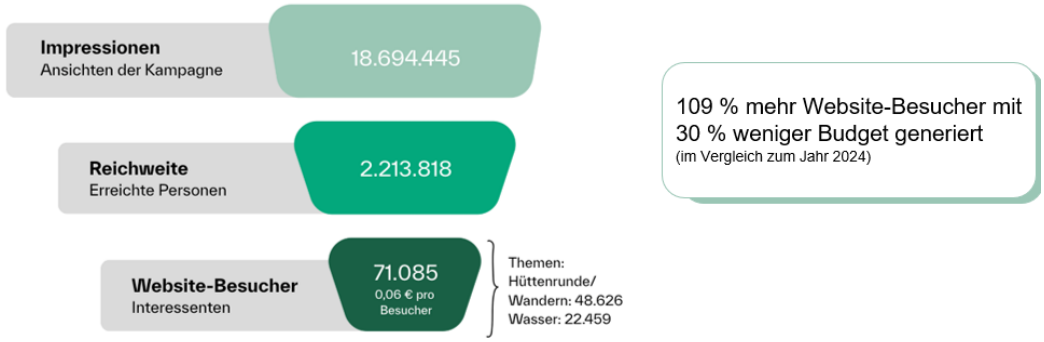
Neue Key Visuals

Da die bestehenden Bilder bereits vielfach verwendet und bekannt sind, wurden neue Bilder und vor allem auch Videos für Marketingaktivitäten im nächsten Jahr erstellt. Fotospots waren dabei unter anderem der Nazogl, die Hinteregger Alm, Admonterhaus und mit einem Kletterschwerpunkt das Buchsteinhaus und die Hesshütte. Ein neues Raftingvideo wurde heuer bereits in sämtlichen Kampagnen verwendet.

Bezahlte Social Media Kampagnen zu den Themen Wasser, Berge, Hüttenrunde



Diese Social Media Kampagnen werden im Haus bereits mit den neuen Bildern erstellt, was sich sehr positiv auf deren Performance auswirkt.



Organisches Social Media Marketing (unbezahlt)

Auch hier stehen die Kernthemen „Berge & Wasser“ im Fokus, ergänzt durch regelmäßige Postings von der gesamten Region, wie z.B.

Bgm. Haider regt an, Saisonstart und -ende unserer Hütten verstärkt über Social Media zu bewerben, vor allem, wenn wie heuer auf der Haindlkarhütte früher als gewohnt zugesperrt wird.

Marketingschwerpunkt 2025: Hüttenrunde

Die Hüttenrunde konnte über die gesamte Region von 6 auf 11 Hütten ausgerollt werden, da es auch in den über die Trail Angels nicht buchbaren Hütten (Buchsteinhaus, Rottenmanner Hütte, Grabneralm) großes Engagement bezüglich veganer Verpflegung gegeben hat.

Getroffene Maßnahmen

- Presseauftaktevent & Themenschwerpunkt am Steiermark Frühling
- PR-Maßnahmen deutschland- und österreichweit
- Social Media Content Produktion
- Out of Home Screens (digitale Bildschirmwerbung) in Wien und Holland
- Merchandise-Artikel für Hütten und Gäste zum Kauf

Erzielte Ergebnisse

- Nationale und internationale Berichterstattung im Kurier, Standard, Süddeutsche Zeitung, FAS, FAZ, etc.
- Journalistenanfragen halten immer noch an
- Frequenz- und Wertschöpfungssteigerung auf allen Hütten
- Bindung engagierter Hüttenwirte an die Region
- Enorme Wertschöpfungssteigerung und Steigerung der Aufenthaltsdauer auf 5,8 Tage (statt ø 2,3 Tage)

Sichtbarkeit über das Jahr hinaus

Reichweite von nationalen Institutionen

„Die Gesäuse Hüttenrunde *vegan edition ist mit dem innovativen Ansatz definitiv eines unserer Vorzeigeprojekte."
Sandra Neukart, COO bei Österreich Werbung

Werden nun laufend direkt von der Österreichwerbung kontaktiert – auch zu anderen Projekten und Themen

Wertschöpfungs-Steigerung

- Lt. Trail-Angels viele Anfragen bereits für nächstes Jahr
- Durchschnittliche Aufenthaltsdauer im Gesäuse 2,3 Tage, bei Hüttenrunde 5,8 Tage
- Laufende Kommunikation des Sammeltaxis, damit möglichst viele Gemeinden davon profitieren
- Sehr hohe Nachfragensteigerung und zufriedene Hüttenwirt:innen

Synergien für zukünftige Projekte

Foto und Videomaterial von Hütten, Hüttenübernachtung, Sternenhimmel

Berichterstattungen für nächstes Jahr

Gesicherte Artikel, die nächstes Jahr erscheinen zum Beispiel umfassende Bergewelten Berichterstattung

DERSTANDARD

Dankbare vegane Gäste

Dass es die Hüttentour nun auch als veganes Angebot gibt, hat zu einer höheren Nachfrage geführt. "Im Vorjahr haben zehn Leute extra vegan gebucht, heuer kommt jeden Tag jemand und fragt", sagt Sandra Hofer, die seit drei Jahren gemeinsam mit Alexander Romich die Haindlkarhütte bewirtschaftet. Für die Hüttenwirtin ist das keine große Umstellung, denn sie ist es gewohnt, auf die Wünsche der Gäste einzugehen – egal ob vegan, glutenfrei oder vegetarisch.

<u>Neu ab 2026</u>

- Buchsteinhaus wird als „Stich“ Teil der buchbaren Hüttenrunde über die Trail Angels
    - Kosten: € 4.000
- Neuauflage des Hüttenrunde-Folders 2026

Der Erfolg der Hüttenrunde mit der medialen Berichterstattung färbt positiv auf die ganze Region ab und fördert das positive Image. Diese ist noch nicht abgeschlossen und geht auch 2026 weiter.

Auch die Österreich Werbung hat dieses Thema als österreichisches Vorzeigeprojekt ausgewählt und wird dadurch auch auf andere Themen aus dem Gesäuse, wie dem Naturnachtgebiet, aufmerksam. Nicht zuletzt sind auch die Rückmeldungen der Hüttenwirte äußerst positiv.

Bgm. Haberl regt an, Einheimische über die Gemeindezeitungen über die Hüttenrunde *vegan edition zu informieren, da dieses Thema nicht nur Gäste interessiert.

Fritz Kaltenbrunner will die Kommunikation nach innen zu den Bewohnern und Unternehmern der Region nachhaltig verstärken. Dies stärkt auch unsere Arbeitgeber bei der Mitarbeitersuche, wenn wir darüber noch verstärkt informieren, wie lebenswert unsere Region ist.

Jaqueline Egger ergänzt, dass es bereits erste Kooperationen mit großen Firmen wie der MFL gibt, wo wöchentlich touristische Inhalte zu Freizeitmöglichkeiten über die Mitarbeiter-App ausgespielt werden. Dies soll künftig auch mit den Gemeinden noch intensiviert werden. So sucht man gerade nach Lösungen, um über Schnittstelle zu Gemeinde-Apps Tipps und Veranstaltungen ausspielen und vice versa einholen zu können. Auch die an viel frequentierten Plätzen aufgestellten Infoscreens werden inzwischen von Einheimischen gut wahrgenommen und laufend mit aktuellen Infos bespielt. Dabei ergeht aber immer wieder die Bitte an die Gemeinden und Veranstalter, uns Informationen zukommen zu lassen.

Sommer-Kampagne mit Steiermark Tourismus

RegioBus
als Werbefläche für die Dauer von 3 bis 4 Jahren, der in den Regionen Graz Innenstadt und Südsteiermark unterwegs ist. TVB kommt für die Druckkosten von € 2.500 auf.

Influencer Kampagnen

- __verena mit einer Reel Watch-time von 11 Stunden
- Manuel_bechter mit einer Reel Watch-time von 13 Tagen, 14 Stunden

Rafting-Pressereisen

- THW Kiel: Zu Besuch im Raftingcamp Palfau mit Hauptsponsoren und Presse-vertretern
- Polnischer Journalist zu Besuch bei AOS, der für skionline.pl schreibt

Sponsorings & Logo-Platzierungen

Nachdem durch die Budgetkürzung des TVBs der Modus für die Vergabe von Sponsoring-mitteln umgestellt werden musste, wurden neben den von der Kommission beschlossenen Veranstaltungsförderungen auch regionale kleinere Veranstaltungen unterstützt:

Ausblick Herbst 2025 - 2026

Themenschwerpunkt „Naturnachtgebiet"/Sternenhimmel

Vorbereitungen dazu laufen bereits im Herbst 2025:

- Dreh der Sommerkampagne 2026 mit Steiermark Tourismus
- Erste Ideen für buchbare Produkte im Tal, etc.
- Weitere Fototage von Stefan Leitner, Christoph Lukas zum Thema Sternenhim-mel

Aktuelles: Innovationspreis

- Einreichfrist läuft noch bis 31. Oktober 2025
- Offen für Betriebe, Vereine, Schulen und Privatpersonen aus der Region
- Gesucht werden innovative Produkte, Dienstleistungen oder Projekte
- Bewertungskriterien
    - Innovationsgrad
    - Wirtschaftliche/gesellschaftliche Relevanz
    - Bedeutung für die Region
    - Nachhaltigkeit
- Preisgelder: 1. Platz € 3.000, 2. Platz € 1.500, 3. Platz € 500

Es ergeht die Bitte an alle, die Informationen zum Innovationspreis der Gesäuse Partner aktiv weiterzugeben. Personen, die innovative Ideen entwickelt oder bereits umgesetzt haben, sollen gezielt angesprochen und zur Einreichung ermutigt werden. Erfahrungsgemäß ist dabei das direkte Ansprechen sowie Mundpropaganda besonders wirkungsvoll.

<u>Gesäuse-Infozeitung</u>

- Geplant ab Herbst/Winter 2025 2 x jährlich
- An alle Haushalte der Region
- Inhalt: Was wurde geschafft? Welche Projekte stehen an?
- Format: kompakt, übersichtlich, mit klarem Fokus auf regionale Relevanz
- Ziel: Sichtbarkeit und Wertschätzung des TVBs stärken
- Kosten: einmalige Kosten € 3.500, laufende Kosten € 6.500

Der Überdruck soll in den Gemeinden zum Auslegen verteilt werden.

<u>Freizeitkarte</u>

20.000 Stück vergriffen, somit ist eine Nachbestellung notwendig

- Kurzfristig: unveränderter Nachdruck über Schubert & Franzke, Finanzierung über bezahlte Einschaltungen
- Langfristig: auf Basis Contwise
- Kosten: noch offen

<u>Reisebuch Edition 2</u>

Da die Edition 1 mit 30.000 Stück bereits vergriffen ist,

- Umfassende, überarbeitete Neuauflage
- 16.000 Stück (für die Saisonen 2026 – 2027)
- Teilfinanzierung über Inserate (ca. € 15.000)
- Kosten: € 40.000 für Grafik und Druck – abzgl. Inserate (€ 1,56 pro Stück)

Die Kommission beschließt einstimmig die Kosten für die Neuauflage des Reisebuchs.

Auch das Gesäuse A – Z wird 2026 in einer aktualisierten Version nachgedruckt werden.

Vorstellung Lebensraummanagerin

Barbara Pirringer verstärkt als Lebensraummanagerin seit 1. September das Team des TVB und stellt sich deshalb der Kommission kurz vor.

Die Bezeichnung Lebensraummanagerin klingt eher abstrakt, daher wird der Begriff zum allgemeinen Verständnis erläutert:

Was bedeutet Lebensraum?

- Wohlfühlen
- Sicher sein
- Intakte Natur vorfinden
- Gut versorgt sein

- Genießen können
- Sich zurecht finden & willkommen fühlen
- Von A nach B gelangen
- Freizeit qualitätsvoll verbringen
- Infrastruktur, Schulen, Ausbildung
- Mitreden & mitgestalten …

Was beinhaltet Management?

- Inspirieren und entwickeln + koordinieren = zusammenspannen
- Zuhören & hinschauen
- Vernetzt denken und agieren – für die Region, ihre Menschen, Gäste und Partner
- Auf die Zeit und auf das Geld schauen
- Kritik annehmen
- Manchmal unbequem sein

Start: Projekt „Wegweisend“

- Einheitliche Beschilderung – teils neu, teils ergänzend für
  - Talnahe Wander- und Spazierwege
  - MTB-Strecken
  - Übersichtstafeln mit Tourenvorschlägen, Radstrecken und Langlaufloipen, Wintersport, …
- Fokus: Orientierung, Besucherlenkung & verantwortungsvolle Tourenplanung
- Laufzeit: 2025 – November 2026
- Projektvolumen: € 127.000
- Förderquote: 50 % - restliche 50 % trägt TVB
- Eigenleistung Gemeinden: Manpower – Montage

Beispiel:

To do's:

Aktuell

- Detaildaten & Ansprechpartner mit Gemeinden besprechen
- Wegverläufe & Wegerhalter klären
- Eventuelle „Wunschinhalte" – z.B. Verhaltenshinweise,Tipps
  Hinweis: Einheitliche Gestaltung durch TVB für Orientierung und Wiedererkennung aus 1 Hand!

Winter 2025

- Tourdaten sammeln & anlegen
- Inhaltliche & grafische Aufbereitung (Schilderdesign, Texte, Layoutdaten) in enger Abstimmung und anhand der steirischen Beschilderungsstrategie für MTB
- Kontrolle & Freigaben durch Gemeinden bzw. Ansprechpartner

Frühjahr 2026

- Produktion der Schilder
- Auslieferung an die Gemeinden

Anschließend

- Montage durch Gemeinde-Mitarbeiter:innen vor Ort

Sobald sichtbar

- Öffentlichkeitsarbeit: Presse, Social Media, Website, Screens, WhatsApp-Channel
  UND BITTE ebenso Gemeindenachrichten, Websites & Infoscreens bespielen

Bis Nov. 2026

- Projektdokumentation, Abrechnung

Ausblick auf 2026

- Initiativen zur Bewusstseinsbildung & Events, eingebettet in die Strategie und Ideologie des Gesäuses
- Fokus Rad & Bike im Gesäuse
  - Potenziale erheben
  - Dialog mit Gemeinden, Bürger:innen und Grundbesitzer:innen

Was ist was?

- Freizeitroute: Meist asphaltierte, öffentliche Verkehrswege,
  fahrbar mit sämtlichen verkehrstüchtigen Fahrrädern.
- MTB- oder Gravel-Tour: Meist auf Schotter-/Forststraßen mit Mountainbikes, Gravelbikes, Offroad tauglichen E-Bikes befahrbar. Es ist jederzeit mit waldtypischen Gefahren zu rechnen.
- MTB-Trail: Spezifisch errichteter oder modifizierter Weg für den MTB-Sport. Differenzierung in Schwierigkeitsklassen, auch als Shared-Trail (Wanderer <> Mountainbiker) möglich

IST-Situation

- Große Mehrtagestouren mit klingenden Namen (Buchsteinrunde, TransNationalpark), aber möglicherweise auch abschreckenden Tourdaten.

Da wollen wir hin:

- Attraktive, gut beschilderte, qualitative Tagestouren für Gäste und Einheimische
    - Wo möglich, auf Teilen bestehender Strecken
    - Anbindung an Ortszentrum bzw. Parkplätze
    - Bevorzugt Rundkurs
    - Gut beschildert auf den richtigen Wegen
    - Ideal zwischen 500 und 1500 Höhenmetern und 30 bis 60 Kilometern (darunter gilt es als Genusstour für die ganze Familie)

Bitte auf die Lauer legen nach:

- attraktiven Teilstrecken (auf öffentlichen Wegen)
- Radlern in den eigenen Gemeinden
- cleveren Verbindungsstrecken oder attraktiven Teilstücken
- Grundbesitzer:innen, die gesprächsbereit sind

pirringer@gesaeuse.at oder t: +43 650 56 21 572

5. Allfälliges

Termine zum Vormerken

• Stmk. Tourismusbeirat	23.09.2025
• Eröffnungsfeier Sieben Elemente. Der Weg. Forstmuseum Silvanum	27.09.2025
• 4. Kommissionssitzung (Budget)	24.11.2025

Bgm. Haider äußert den Wunsch, vor der nächsten Kommissionssitzung eine „Klausurtagung“ abzuhalten, in welcher die wichtigsten Themen besprochen werden können.

Jaqueline Egger ergänzt, dass in der neuen Kommissionsperiode eigene Arbeitsgruppen zu bestimmten Themenbereichen geschaffen werden könnten, um noch aktiver mitgestalten zu können.

Ulrich Matlschweiger fragt, wie es mit dem Schloss Röthelstein weitergeht.

Bgm. Haider antwortet, dass durch das Finden eines Investors der Standort nicht verkauft, sondern weiterbetrieben werden kann. Ab Dezember soll das Schloss als Eventlocation für z.B. Weihnachtsfeiern dienen und ab April 2026 wieder in den Vollbetrieb gehen.

Jaqueline Egger ergänzt, dass ein Termin mit dem JUFA-Geschäftsführer, Gerhard Wendl, stattfindet, um u.a. abzuklären, ob Interesse besteht, auch das Naturnachtthema ins künftige Programm des Schlosses zu integrieren, da man es dafür als interessanten Partner erachten würde.

Ende der Sitzung um 20:30 Uhr
Protokoll erstellt von Sylvia Hofbauer
Protokoll freigegeben vom Vorsitzenden Fritz Kaltenbrunner