

2024

salzkammergut

JAHRES BERICHT

01. JÄNNER – 31. DEZEMBER 2024

ATTERSEE-ATTERGAU • AUSSEERLAND SALZKAMMERGUT • BAD ISCHL • DACHSTEIN SALZKAMMERGUT
FUSCHLSEEREGION • MONDSEE-IRRSEE • TRAUNSEE-ALMTAL • WOLFGANGSEE



Vorwort

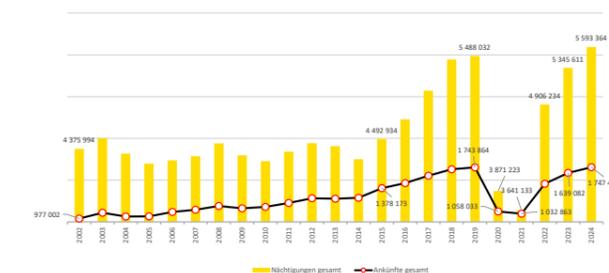
Was für ein Jahr 2024 für die Tourismusdestination Salzkammergut. Erstmals in der Geschichte der europäischen Kulturhauptstädte findet dies in einer inneralpinen „Flächendestination“ statt. Mit Bad Ischl als Bannerstadt und weiteren 22 Gemeinden im steirischen und oberösterreichischen Teil des Salzkammergutes wurden hunderte unterschiedlichste Veranstaltungen organisiert, durchgeführt und/oder initiiert. Die eigens gegründete Kulturhauptstadt Bad Ischl - Salzkammergut 2024 GmbH war für die gesamte strategische, inhaltliche und operative Abwicklung des Kulturhauptstadtjahres verantwortlich.

Die Tourismusorganisationen des Salzkammergutes, in enger Abstimmung mit den Landestourismusorganisationen von Oberösterreich, Salzburg und der Steiermark sowie der Österreich Werbung, waren wiederum maßgeblich daran beteiligt, die Programminhalte in die entsprechenden nationalen und internationalen Märkte zu tragen. Schwerpunkte dieser Aufgabe waren einerseits die Pressearbeit, sowie die Informationsweitergabe an unsere Gäste.

Mehrere hundert nationale und internationale Medienvertreter besuchten im Kulturhauptstadtjahr das Salzkammergut und berichteten nicht nur über die kulturellen Veranstaltungen, sondern auch über die „klassischen“ touristischen Angebote unserer Region. Um sowohl Medienvertreter als auch Gäste - auch zeitlich - umfassend informieren und betreuen zu können, wurde in der Bad Ischler Trinkhalle ein Presse- und Besucherzentrum eingerichtet und betrieben. Alle Tourismusorganisationen des Salzkammergutes, also auch jene, die nicht direkt in das Projekt Kulturhauptstadt Bad Ischl Salzkammergut involviert waren, haben ihren finanziellen Beitrag dazu geleistet. Damit haben wir Touristiker bewiesen, dass Kooperation - unabhängig von Projekten - kein leeres Versprechen ist.

Die Veranstaltungen der Kulturhauptstadt, aber auch die vielen großen und kleinen Events, die im vergangenen Jahr in unserer Region stattgefunden haben (wie

z.B. das Europäische Schützentreffen am Mondsee, das Europäische Knappen-Treffen in Bad Ischl oder das Mystik-Theater „WOLF“ auf der neu errichteten Seebühne am Wolfgangsee), haben maßgeblich dazu beigetragen, dass im Salzkammergut ein Nächtigungsrekord verzeichnet werden konnte.



Entwicklung der Ankünfte und Nächtigungen im Salzkammergut
Kalenderjahr 2002 bis 2024

Erstmals in der Geschichte der 2002 gegründeten STMG ist auch ein Gesellschafter ausgeschieden. Der Tourismusverband Ausseerland-Salzkammergut ist - unter Einhaltung einer einjährigen Kündigungsfrist - per 31.12.2024 aus der STMG ausgetreten, wobei das neue Steiermärkische Tourismusgesetz als Auslöser diente. Somit gibt es sieben Eigentümer in der GmbH. Aber auch diese Anzahl wird sich ab Jänner nächsten Jahres weiter reduzieren.

Aufgrund einer Verordnung des Landes Oberösterreich vom Dezember 2024 (basierend auf dem neuen Oberösterreichischen Tourismusgesetz) werden die Tourismusverbände Traunsee-Almtal, Bad Ischl, Inneres Salzkammergut, St. Wolfgang, Attersee-Attergau und Mondsee-Irrsee mit 1. Jänner 2026 zum neuen Tourismusverband Salzkammergut fusionieren. Auch das ist ein Novum in der Tourismusgeschichte des Salzkammergutes. Der Wunsch des Landes Oberösterreich, die bestehenden 19 oberösterreichischen Tourismusverbände zu sieben zu fusionieren, war schon länger bekannt. Mit 1. Jänner 2025 wurden die Fusionen vollzogen. Das Salzkammergut erhielt jedoch aufgrund seiner

besonderen Situation einen Aufschub von einem Jahr und wird die Fusion mit 1. Jänner 2026 „nachholen“. Die sechs Salzkammergut Tourismusverbände und die STMG werden zu einer touristischen Einheit verschmolzen. Damit entsteht eine neue Tourismusstruktur mit rund 90 Mitarbeitern, einem Budget von rund 16 Millionen Euro und rund 3,6 Millionen Nächtigungen. Damit entsteht ein neuer Tourismusverband, der zu den fünf größten in Österreich zählt.

Übergeordnetes Ziel der Zusammenarbeit ist und bleibt auch im Zuge der Reform die Generierung einer maximalen Wertschöpfung für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft bzw. für die gesamte Destination Salzkammergut unter Berücksichtigung ökologischer, ökonomischer und sozialer Aspekte. Die neue, agile Netzwerkorganisation soll in Zukunft eine noch effektivere Zusammenarbeit ermöglichen.

In unterschiedlichen Arbeitsgruppen, bestehend aus Vertreter:innen der Aufsichtsratsvorsitzenden und Geschäftsführer:innen der jeweiligen Verbände sowie der STMG und Vertreter:innen von Oberösterreich Tourismus und dem Land Oberösterreich, wird in den nächsten Monaten die Umsetzung geklärt und gemeinsam erarbeitet. Bis zum Sommer werden sowohl die neue Struktur als auch das entsprechende Budget 2026 fixiert und in weiterer Folge bis Herbst 2026 der Marketingplan erarbeitet. Parallel dazu wird der Fusionsvertrag der sechs oberösterreichischen Tourismusverbände im Salzkammergut gemeinsam erarbeitet.

Alle Mitarbeiter:innen werden übernommen und haben die Möglichkeit, auf Basis ihrer Aus- und Weiterbildung, ihrer Neigungen und Erfahrungen auch neue Aufgaben in der neuen Tourismusstruktur zu übernehmen. Mit 1. Jänner 2026 wird der neue Tourismusverband Salzkammergut seine Arbeit auch operativ aufnehmen.

Was bringt die neue Struktur?

Die neue Struktur wird als agile Netzwerkorganisation mit den bestehenden Geschäftsstellen aufgebaut. Aktivitäten auf lokaler Ebene, wie z.B. die Funktion als regi-

onaler Ansprechpartner für Gäste, die Organisation von Veranstaltungen oder die Zusammenarbeit auf kommunaler Ebene mit den jeweiligen Gemeinden, bleiben im Aufgabenbereich der regionalen Tourismusstruktur. Themenbereiche, die überregional bearbeitet werden, können hingegen je nach vorhandenen Ressourcen auf die Organisationsmitglieder aufgeteilt werden, um weitere Synergien zu bündeln. Gemäß Oö. Tourismusgesetz verfügt die Tourismusorganisation weiterhin über Personal- und Budgethoheit und agiert frei von kommunalpolitischer Einflussnahme. Die Erschließung neuer internationaler Märkte sowie die nachhaltige Verankerung der Marke Salzkammergut werden als übergeordnete Ziele definiert.

Sowohl die Gäste als auch die Bevölkerung und die touristischen Leistungsträger in der Region sollen und werden keine Einschränkungen in der operativen Arbeit der zu fusionierenden Tourismusstrukturen spüren. Die Bürostandorte in den Regionen bleiben vorerst bestehen und stehen weiterhin als Serviceeinrichtungen zur Verfügung. Und natürlich bleibt DIE Kernaufgabe trotz der Fusionsarbeiten bestehen: nationale und internationale Tages- und Übernachtungsgäste für das Salzkammergut zu gewinnen. Und auch hier gibt es Einzigartiges zu vermelden.

Die Landestourismusorganisationen von Oberösterreich und Salzburg, der Tourismusverband Ausseerland-Salzkammergut sowie alle Tourismusorganisationen des Salzkammergutes führen die Kampagne „Salzkammergut verbindet“ fort und verstärken sie sogar. Damit wird ein Marketingbudget von rund 600.000 Euro für das Salzkammergut gebündelt. Dieses Geld wird für verschiedenste Marketingaktivitäten vor allem in den Märkten Österreich, Deutschland, Niederlande, Tschechien, Slowakei und Schweiz eingesetzt. Die Erfahrungen der vergangenen Kulturhauptstädte haben auch gezeigt, dass die Nächtigungszahlen im Folgejahr zurückgehen. Um dies im Salzkammergut möglichst zu minimieren bzw. zu verhindern, werden im letzten eigenständigen Jahr der Salzkammergut Tourismusverbände daher noch mehr Marketinggelder gebündelt und in den Märkten eingesetzt.

Ein spannendes, ereignisreiches und einzigartiges Jahr für die Tourismusdestination Salzkammergut liegt vor uns. Nutzen wir die Chancen und trauern wir nicht der Vergangenheit nach. Das Salzkammergut kann stolz

sein auf seine hervorragenden und innovativen Tourismusbetriebe und auf eine Bevölkerung, die mit „ihrer“ Heimat sorgsam und behutsam umzugehen weiß.



Norbert Sperr
Vorsitzender Aufsichtsrat STMG



Mag. Michael Spechtenhauser
Geschäftsführer STMG

Salzkammergut Tourismus-Marketing GmbH

Bad Ischl, Februar 2025

Inhaltsverzeichnis

- Vorwort 3
- 1 Die Organisation „Salzkammergut Tourismus-Marketing GmbH“ 7
- 2 Touristische Kennzahlen der Markenregion Salzkammergut 8
- 3 Geschäftsjahresergebnis 2024 (Bilanz & GuV) 12
- 4 Marktbearbeitung 13
 - 4.1 Marktgruppe Tschechien 13
 - 4.1.1. TV 13
 - 4.1.2. Print 13
 - 4.1.3 Online 14
 - 4.1.4 Radio 15
 - 4.2 Marktgruppe Niederlande 16
 - 4.2.1 TV 16
 - 4.2.3 Bloggerreisen und Social Media 16
 - 4.2.2 Print 16
- 5 Strategische Geschäftsfelder und Projekte 17
 - 5.1 Salzkammergut Advent 17
 - 5.2 BergeSeen Trail 19
 - 5.3 Biken & Rad 21
 - 5.3.1 BergeSeen eTrail 21
 - 5.3.2 Salzkammergut Radweg 23
 - 5.3.3 Salt & Lake Trail 26
 - 5.4 Winter 27
 - 5.5 AirlineMarketing 28
 - 5.6 Salzkammergut verbindet 31
 - 5.7 Salzkammergut Shuttle 34
 - 5.8 Salzkammergut Ticketing 35
- 6 Salzkammergut SommerCard 2024 36
- 7 Salzkammergut WinterCard 2024/25 37
- 8 Weitere Werbemittel-Produktionen 38
 - 8.1 Broschüre Attraktionen und Highlights 38
 - 8.2 Werbeartikel 38
- 9 E-Marketing 2024 39
 - 9.1 Homepage 39
 - 9.2 TOURDATA, Typo 3, Guide und Canto 41
 - 9.3 Social Media 42
 - 9.3.1 Salzkammergut Online Adventkalender 43
 - 9.3.2 Gewinnspiele 44
 - 9.3.3 Kooperationen / Blogger 45
 - 9.4 Bewertungsplattform TrustYou 45
 - 9.5 Google Ads Kampagne / Markenbewerbung 46
 - 9.6 Newsletter 47
- 10 Presse 48
 - 10.1 Presseservice Salzkammergut 48
 - 10.2 Pressereisen 48
 - 10.3 Pressecenter 49
 - 10.4 Presseaussendungen 49
- 11 Messen und Events 50
 - 11.1 ITB Berlin 50
 - 11.2 OÖ Sommerfrische Fest 51
 - 11.3 Karriere Lounge 2024 in den Tourismusschulen Salzkammergut 51
- 12 Salzkammergut Mitarbeiterfest 52
- 13 Salzkammergut Akademie und Qualitätsmanagement 53
- 14 Kulturhauptstadt 2024 54
- 15 Beispiele von diversen Einschaltungen 57

1 Die Organisation „Salzkammergut Tourismus-Marketing GmbH“

Die Salzkammergut Tourismus-Marketing GmbH (STMG) wurde im Mai 2002 gegründet und umfasst derzeit acht Eigentümer aus den drei Bundesländern Oberösterreich, Salzburg und Steiermark.

Die Eigentümerstruktur der STMG und ihre Stimmanteile (31.12.2024):

Region	Stimmanteile	Region	Stimmanteile
Attersee-Attergau	14 %	Fuschlseeregion	5 %
Ausseerland Salzkammergut	18 %	Mondsee-Irrsee	7 %
Bad Ischl	9 %	Traunsee-Almtal	16 %
Dachstein Salzkammergut	13 %	Wolfgangsee	18 %

Mitglieder des Aufsichtsrats der STMG:

- **Ausseerland Salzkammergut:**
Herbert Hierzegger
- **Attersee-Attergau:** Georg Föttinger
- **Bad Ischl:** Stephan Unterberger
- **Dachstein Salzkammergut:** Barbara Winkelbauer
- **Fuschlseeregion:** Daniela Kari-Ebner (AR-Stv.)
- **Mondsee-Irrsee:** Norbert Sperr (AR-Vors.)
- **Traunsee-Almtal:** Karlheinz Eder
- **Wolfgangsee:** Roland Ballner

Mitglieder der Generalversammlung der STMG:

- **Ausseerland Salzkammergut**
- **Attersee-Attergau:** Christine Schmoller
- **Bad Ischl:** Andreas Nöhammer
- **Dachstein Salzkammergut:** Renate Renner
- **Fuschlseeregion:** Albert Ebner
- **Mondsee-Irrsee:** Georg Obermeier
- **Traunsee-Almtal:** Hermann Hühmayer
- **Wolfgangsee:** Mathias Hinterberger

Aufgaben der STMG

Als wesentlichste Aufgaben der STMG haben die Eigentümer folgende Bereiche definiert:

- Strategische Positionierung der Marke Salzkammergut als Ganzjahresdestination
- Erarbeitung, Implementierung und Umsetzung von unterschiedlichsten Marketingmaßnahmen in engster Kooperation mit den Subregionen des Salzkammerguts (= Eigentümer)
- Erbringen von Consulting-Dienstleistungen, vorwiegend für die Subregionen

Zur Erbringung und Umsetzung der Aufgaben wird von der Geschäftsführung ein jährliches Budget erstellt sowie von den Gremien der STMG (Aufsichtsrat, Generalversammlung) genehmigt.

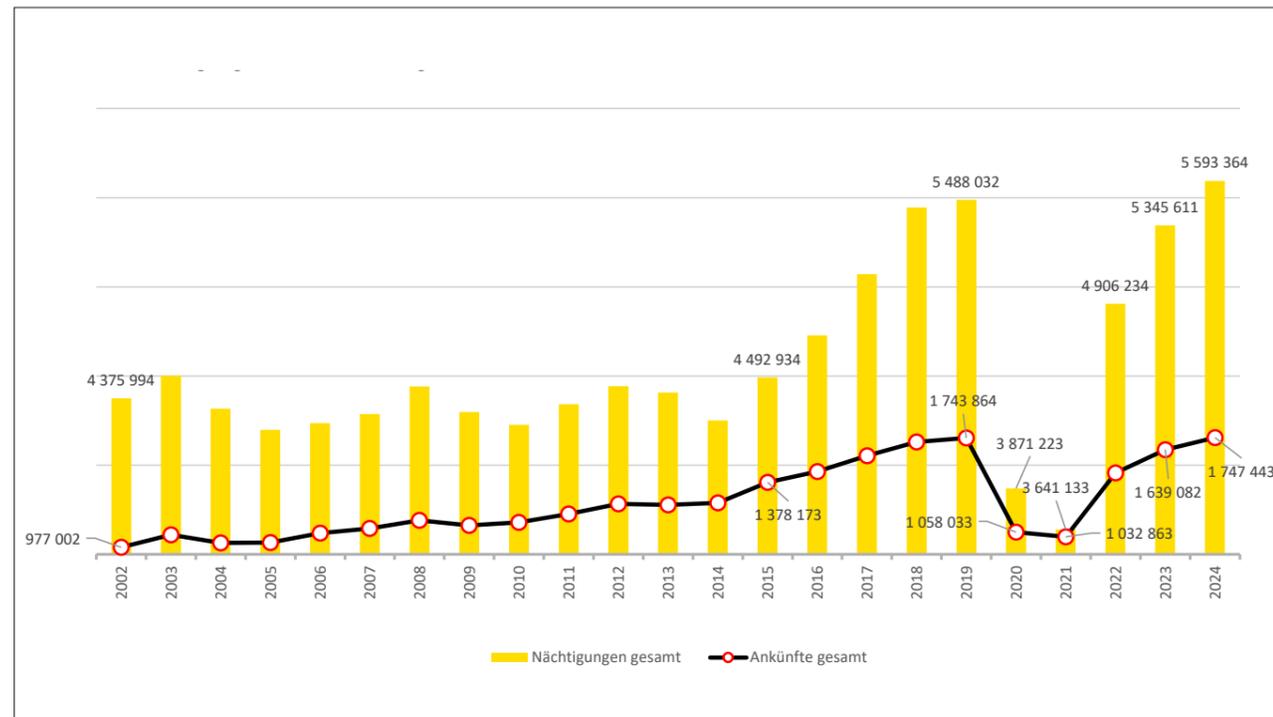
2 Touristische Kennzahlen der Markenregion Salzkammergut

Im Jahr 2024 konnte die Zahl der Ankünfte und Nächtigungen im Vergleich zum Vorjahr um 4,75% bzw. 3,39% gesteigert werden. Die Zahlen sind somit erstmals wieder auf dem Niveau der Zahlen vor der Corona-Pandemie.

Ankünfte und Nächtigungen im Kalenderjahr 2024 im Vergleich zum Vorjahr

	Kalenderjahr 2024	Veränderungen Vorjahr
Ankünfte	1.747.443	4,75 %
Nächtigungen	5.593.364	3,39 %

Entwicklung der Ankünfte und Nächtigungszahlen im Salzkammergut von 2002 bis 2024



Quelle: Statistik Austria

Die saisonale Verteilung - Winterhalbjahr 2023/24

Im Winterhalbjahr 2023/24 konnte die Zahl der Ankünfte im Vergleich zum vergangenen Winterhalbjahr wieder deutlich gesteigert werden, nämlich um 11,06%. Der stärkste Zuwachs zeigt sich im November 2023, sowie im März

2024. Die Zahl der Nächtigungen steigerte sich um 7,01%, der Zuwachs war am stärksten im März 2024. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste im Winterhalbjahr 2023/24 lag bei 3,15 Nächten (2023: 3,23 Nächte).

Winterhalbjahr 2023/24 November - April									
Salzkammergut	ANKÜNFTE				NÄCHTIGUNGEN				
	Nov - April 2022/23	Nov - April 2023/24	Differenz absolut	Differenz %	Nov - April 2022/23	Nov - April 2023/24	Differenz absolut	Differenz %	durchschnittl. Aufenthaltsdauer
November	53.892	63.960	10.068	18,68 %	163.110	183.548	20.438	12,53 %	2,87
Dezember	92.316	99.951	7.635	8,27 %	270.477	282.223	11.746	4,34 %	2,82
Jänner	73.820	76.738	2.918	3,95 %	269.865	275.796	5.931	2,20 %	3,59
Februar	83.130	93.926	10.796	12,99 %	318.800	349.192	30.392	9,53 %	3,72
März	70.260	89.890	19.630	27,94 %	231.058	280.446	49.388	21,37 %	3,12
April	88.672	88.753	81	0,09 %	259.636	247.765	-11.871	-4,57 %	2,79
WHJ gesamt	462.090	513.218	51.128	11,06 %	1.512.946	1.618.970	106.024	7,01 %	3,15

Quelle: Statistik Austria

Winterhalbjahr 2023/24 November - April									
Region	ANKÜNFTE				NÄCHTIGUNGEN				
	Nov - April 2022/23	Nov - April 2023/24	Differenz absolut	Differenz %	Nov - April 2022/23	Nov - April 2023/24	Differenz absolut	Differenz %	durchschnittl. Aufenthaltsdauer
Attersee-Attergau	28.925	31.448	2.523	8,72 %	109.523	106.549	2.974	2,79 %	3,48
Ausseeerland	116.430	122.580	6.150	5,28 %	458.135	477.279	19.144	4,18 %	3,89
Bad Ischl	31.368	40.184	8.816	28,11 %	124.362	146.062	21.700	17,45 %	3,63
Dachstein Skgt.	122.867	138.266	15.399	12,53 %	379.711	406.569	26.858	7,07 %	2,94
Fuschlsee	22.984	29.068	6.084	26,47 %	72.744	80.479	7.735	10,63 %	2,77
Mondsee-Irrsee	24.267	28.205	3.938	16,23 %	53.877	58.862	4.985	9,25 %	2,09
Traunsee-Almtal	45.279	46.540	1.261	2,78 %	145.115	147.627	2.512	1,73 %	3,17
Wolfgangsee	60.799	66.003	5.204	8,56 %	151.441	167.613	16.172	10,68 %	2,54
SKGT	452.919	513.218	51.128	11,06 %	1.512.946	1.618.970	106.024	7,01 %	3,15

Quelle: Statistik Austria

Differenziert nach Regionen ergab sich der stärkste Zuwachs an Ankünften in den Regionen Bad Ischl (+28,11%), sowie Fuschlsee (+26,47%).

Den stärksten Anstieg an Nächtigungen konnte ebenfalls Bad Ischl mit 17,45% verzeichnen.

Die saisonale Verteilung - Sommerhalbjahr 2024

Bei der Zahl der Ankünfte konnte im Sommer 2024 erneut ein Zuwachs verzeichnet werden (+2,33%). Auch die Nächtigungen stiegen mit 1,61% leicht an.

Der stärkste Anstieg zeigt sich sowohl bei den Nächtigungen als auch bei den Ankünften in den Monaten Mai

und August 2024. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste im Sommerhalbjahr 2024 lag bei 3,23 Nächten (2020: 3,6; 2021: 3,5, 2022: 3,4, 2023: 3,3).

Sommerhalbjahr 2024 Mai - Oktober									
Salzkammergut	ANKÜNFTE				NÄCHTIGUNGEN				
	Mai - Okt 2023	Mai - Okt 2024	Differenz absolut	Differenz %	Mai - Okt 2023	Mai - Okt 2024	Differenz absolut	Differenz %	durchschnittl. Aufenthaltsdauer
Mai	142.210	170.810	28.600	20,11 %	405.529	486.848	81.319	20,05 %	2,85
Juni	201.970	190.857	-11.113	-5,50 %	621.531	580.424	-41.107	-6,61 %	3,04
Juli	268.506	269.478	972	0,36 %	943.999	960.644	16.645	1,76 %	3,56
August	248.706	282.449	33.743	13,57 %	957.900	1.008.229	50.329	5,25 %	3,57
September	200.047	169.111	-30.936	-15,46 %	575.356	516.354	-59.002	-10,25 %	3,05
Oktober	125.964	132.393	6.429	5,10 %	356.715	370.546	13.831	3,88 %	2,80
SHJ gesamt	1.187.403	1.215.098	27.695	2,33 %	3.861.030	3.923.045	62.015	1,61 %	3,23

Quelle: Statistik Austria

Sommerhalbjahr 2024 Mai - Oktober									
Region	ANKÜNFTE				NÄCHTIGUNGEN				
	Mai - Okt 2023	Mai - Okt 2024	Differenz absolut	Differenz %	Mai - Okt 2023	Mai - Okt 2024	Differenz absolut	Differenz %	durchschnittl. Aufenthaltsdauer
Attersee-Attergau	147.080	137.740	-9.340	-6,35 %	547.366	511.965	-35.401	-6,47 %	3,72
Ausseerland Skgt.	196.337	192.671	-3.666	-1,87 %	666.883	667.049	166	0,02 %	3,46
Bad Ischl	59.381	66.933	7.552	12,72 %	220.694	253.720	33.026	14,96 %	3,79
Dachstein Skgt.	250.234	260.716	10.482	4,19 %	649.017	667.276	18.259	2,81 %	2,56
Fuschlsee	77.951	87.927	9.976	12,80 %	284.520	299.861	15.341	5,39 %	3,41
Mondsee-Irrsee	92.791	98.759	5.968	6,43 %	297.461	319.418	21.957	7,38 %	3,23
Traunsee-Almtal	124.660	123.955	-705	-0,57 %	360.486	356.352	-4.134	-1,15 %	2,87
Wolfgangsee	220.395	226.890	6.495	2,95 %	795.771	807.554	11.783	1,48 %	3,56
SKGT	1.187.403	1.215.098	27.695	2,33 %	3.861.030	3.923.045	62.015	1,61 %	3,23

Quelle: Statistik Austria

In der Regionsübersicht zeigt sich, dass der stärkste Anstieg an Ankünften in den Regionen Bad Ischl (+12,72%) und Fuschlsee (+12,8%) verzeichnet werden

konnte. Bei der Zahl der Nächtigungen gibt es in der Region Bad Ischl ebenfalls ein Plus von 14,96% und somit den höchsten Anstieg.

Die Herkunftsländer

Die meisten Gäste stammen auch im Jahr 2024 aus Österreich mit 819.618 Ankünften und 2.615.401 Nächtigungen, gefolgt von Deutschland mit 389.734 Ankünften und 1.567.982 Nächtigungen. Die längste Aufenthaltsdauer liegt mit durchschnittlich 4,02 Nächten bei den Gästen aus Deutschland.

Die Ankünfte der österreichischen Gäste stiegen im Vergleich zum Vorjahr um 3,81%, die Zahl der Nächt-

igungen um 2,82%. Bei den deutschen Gästen stiegen die Ankünfte um 3,25% und die Nächtigungen um 4,01%.

Mit einem Plus von 144,56% bei den Ankünften und 140,34% bei den Nächtigungen gab es 2024 den stärksten Anstieg bei den Gästen aus China.

Salzkammergut - Nationenwertung Top 15 Kalenderjahr 2024						
Nr.	Herkunftsland	Ankünfte		Nächtigungen		Aufenthaltsdauer
		absolut	% Vorjahr	absolut	% Vorjahr	
1	Österreich	819.618	3,8 %	2.615.401	2,8 %	3,2
2	Deutschland	389.734	3,3 %	1.567.982	4,0 %	4,0
3	Tschechien	106.841	1,2 %	337.891	2,9 %	3,2
4	Niederlande	35.532	9,0 %	127.623	3,8 %	3,6
5	Ungarn	30.599	1,0 %	98.995	1,2 %	3,2
6	Schweiz u. Liechtenstein	23.127	9,2 %	69.541	6,9 %	3,0
7	USA	32.041	25,0 %	67.362	20,3 %	2,1
8	Polen	21.274	8,3 %	67.212	-1,3 %	3,2
9	Vereinigtes Königreich	20.130	12,5 %	65.324	-1,9 %	3,2
10	China	32.661	144,6 %	50.813	140,3 %	1,6
11	Slowakei	12.595	0,8 %	39.516	-2,6 %	3,1
12	Frankreich (inkl. Monaco)	12.504	-1,9 %	33.793	1,4 %	2,7
13	Taiwan	23.620	13,4 %	32.279	6,9 %	1,4
14	Südostasien	20.661	-1,4 %	30.226	2,2 %	1,5
15	Israel	10.764	-22,0 %	27.626	-26,2 %	2,6

Quelle: Statistik Austria

3 Geschäftsjahresergebnis 2024 (Bilanz & GuV)

Das vorliegende Bilanzergebnis 2024 der STMG weist einen Jahresfehlbetrag in der Höhe von EUR 78.692,37 aus, der sich im Wesentlichen aus der Umsetzung der nicht geplanten Servus-TV-Produktion „Salzkammergut Advent“ sowie der Auflösung der ARGE Salzkammergut Seen ergeben hat.

Umsatzerlöse: Die Umsatzerlöse haben sich im Vergleich zu 2023 von EUR 546.056,80,- auf EUR 878.853,08,- deutlich erhöht. Dies hängt mit dem Projekt Salzkammergut Shuttle zusammen, wo die STMG als offizieller Träger aufgetreten ist. Aufwendungen sowie Erträge daraus verhalten sich aber kostenneutral. Ansonsten haben sich die Umsatzerlöse wie geplant entwickelt.

Personalkosten: Die Personalkosten sind im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen (2024: EUR 340.641,31 / 2023: EUR 306.908,07,-) haben aber den geplanten Budgetwert von EUR 372.000,- deutlich unterschritten.

Marketingausgaben: Im Vergleich zum Vorjahr sind die Marketingausgaben mit EUR 1.341.119,09 (2023: 906.123,52,-) deutlich gestiegen. Dies hat im Wesentlichen mit den Projekten Salzkammergut Shuttle (EUR 341.284,69) sowie dem PR & Visitorcenter (EUR 247.068,59) zu tun. Die anderen Marketingausgaben haben sich wie geplant entwickelt. Die Kampagne „Salzkammergut verbindet“, die gemeinsam mit den Landestourismusorganisationen von Oberösterreich, Steiermark und Salzburg umgesetzt wird, konnte weitergeführt werden.

Das Kalenderjahr 2024 schloss mit einem Bilanzgewinn von EUR 63.081,49,- ab. Die STMG konnte umsichtig und zielorientiert durch das Kalenderjahr 2024 geführt werden. Das Kalenderjahr 2025 wird noch mit den bestehenden Organisationsstrukturen umgesetzt, ehe im Jahre 2026 die neuen Strukturen greifen und somit keine Vergleichbarkeiten mit den bisherigen Jahren mehr möglich sein werden.

	2023	2024
EGT	+ € 39.761,59	- € 78.192,37
Jahresüberschuss	+ € 38.011,59	- € 78.692,37
Gewinnvortrag aus Vorjahr	+ € 103.762,27	+€ 141.773,86
Bilanzgewinn	+ € 141.773,86	+ € 63.081,49

4 Marktbearbeitung

4.1 Marktgruppe Tschechien

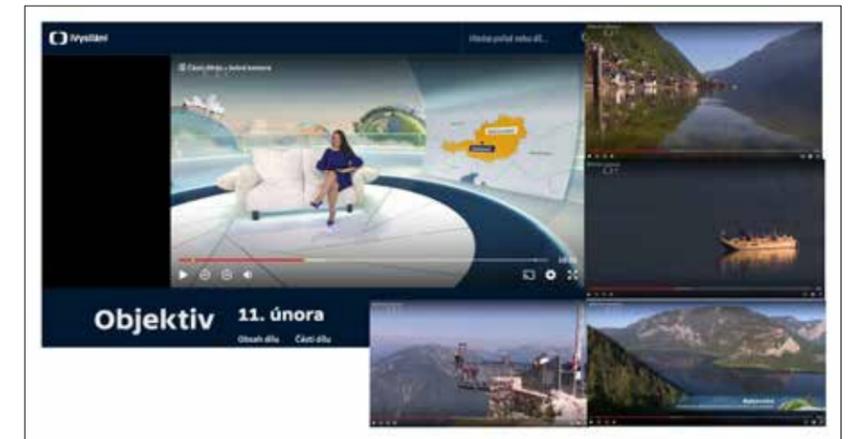
Das Nachbarland Tschechien ist für Oberösterreich nach wie vor einer der wichtigsten Auslandsmärkte.

Um die Marke Salzkammergut zu stärken und den Bekanntheitsgrad zu erhöhen, wurde die ARGE CZ ins Leben gerufen. Mit koordinierten Markt- und Marketing-Aktivitäten, sowie marktrelevanten Produkten positioniert sich Oberösterreich und als Partner das Salzkammergut (bzw. 2024 die Regionen Dachstein Salzkammergut und Attersee-Attergau) als die beste nächst gelegene Urlaubsdestination.

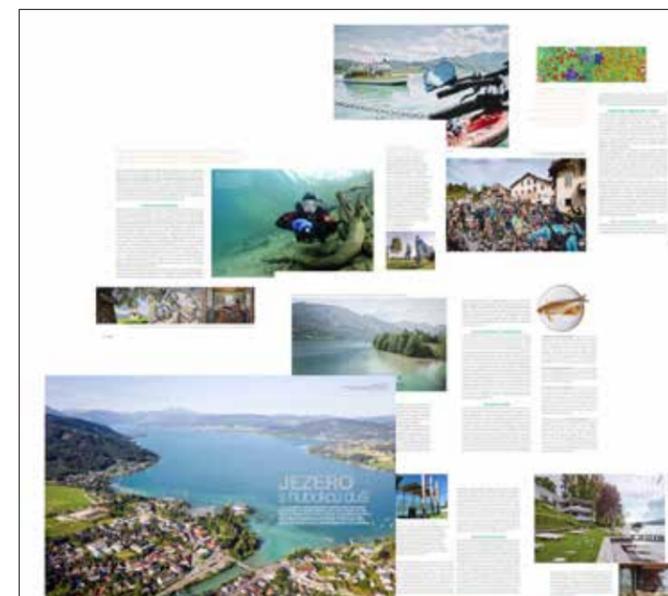
4.1.1. TV

Kooperation mit Česká televize
Zeitraum Februar – April 2024

- Fernsehreisemagazin OBJEKTIV
- 2x Reportagen (Salzkammergut, ET 11.02.; Wolfgangsee, ET 21.04.)
- 800.000 Zuschauer pro Teil



4.1.2. Print

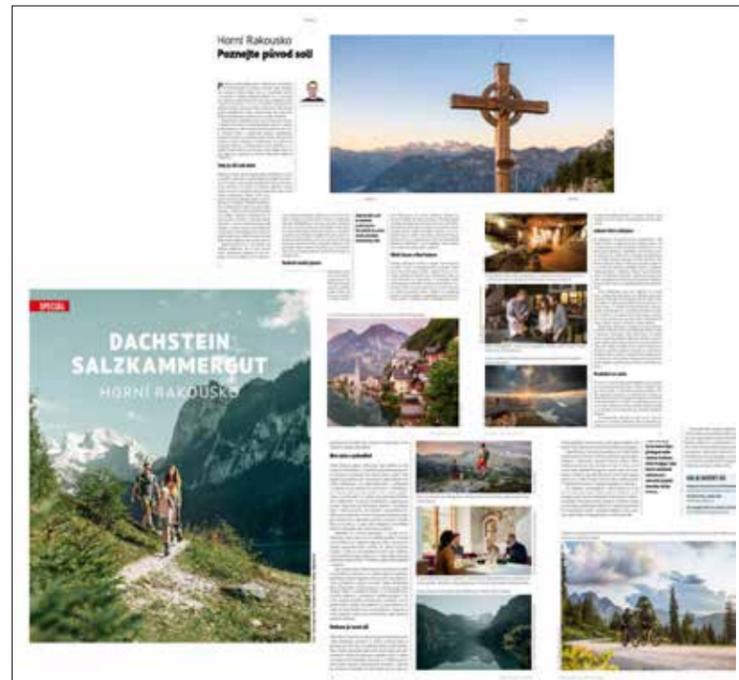


Medienkooperation Magazine CHOICE

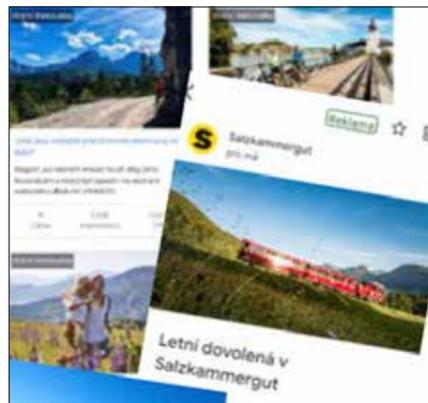
- Region Attersee-Attergau
- Juli 2024
- 8 Seiten inkl. Online-Version

Kooperation mit Echo Media

- Region Dachstein Salzkammergut
- Mai 2024
- 7 Seiten Advertorial mit Schwerpunkt Aktive Erholung / Natur und Tradition



4.1.3 Online



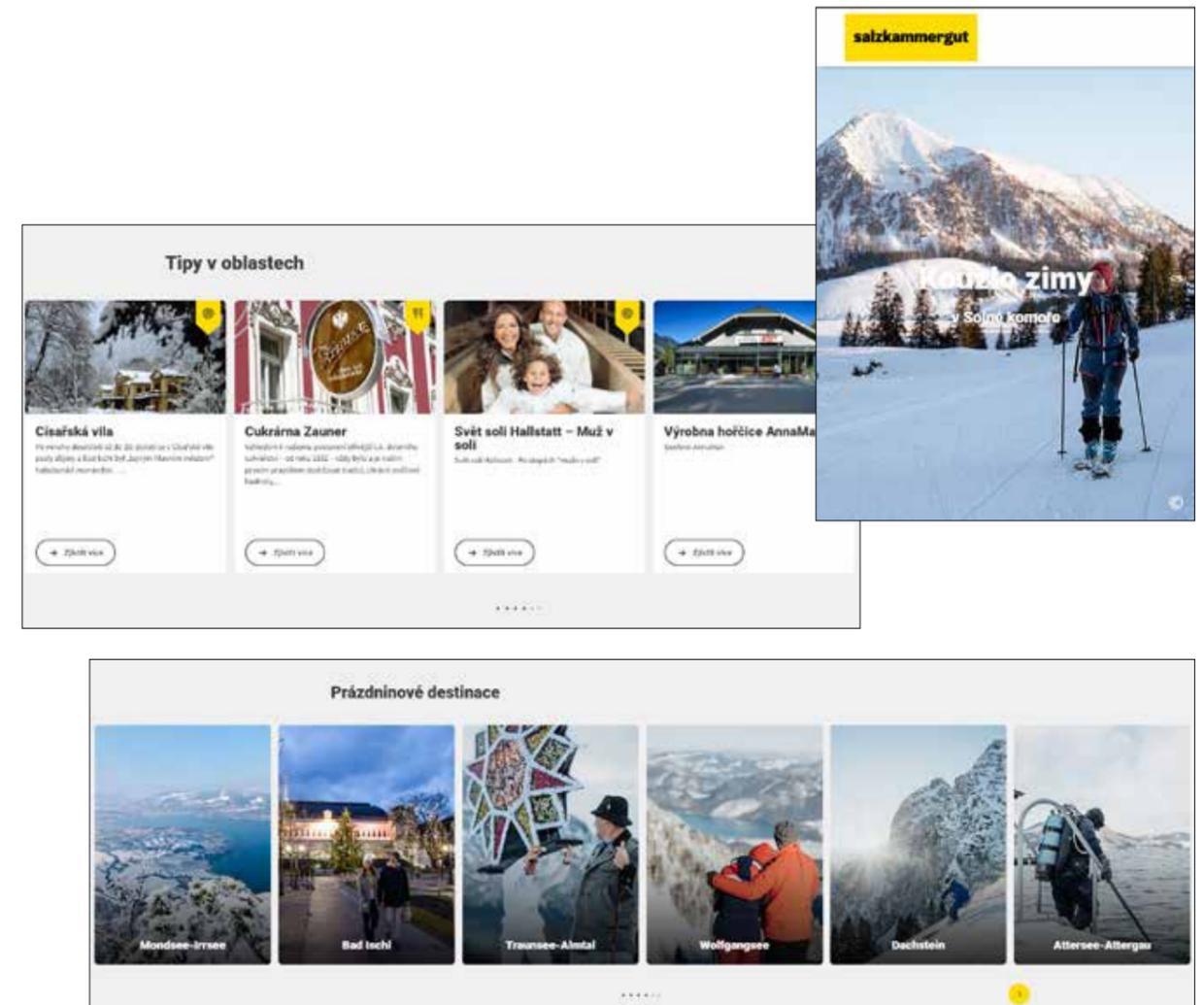
Online Performance Kampagne

Zeitraum Mai – September 2024, 3.271.083 Impressionen

- Google Display Network
- Google Search Network
- Performance Max
- Ad Creatives
- Strossle

Homepage

Für den tschechischen Markt gibt es eine eigene Homepage salzkammergut.at/cz außerdem die Landingpage hornirakousko.cz/dovolena.



4.1.4 Radio

Kooperation ÖW Radiowerbung HITRADIO

- 8 ÖÖ Regionen in Blöcken via Story, Einladung und Reisetipps und via Moderator, sowie auf Facebook und Instagram
- 6. bis 12. Mai 2024 in den Regionen Attersee-Attergau, Dachstein Salzkammergut

4.2 Marktgruppe Niederlande

Die Marke Salzkammergut in den Niederlanden zu stärken und den Bekanntheitsgrad der Region zu erhöhen, ist das Ziel der Marktgruppe Niederlande. Auch im Jahr 2024 wurden diverse Marketingmaßnahmen, sowie verschiedene Kampagnen und Kooperationen umgesetzt.

4.2.1 TV



RonReizen – TV-Produktion

- Wöchentliches TV-Programm, 25 Minuten
- Die Destinationen werden in ca. 5-minütigen Clips vorgestellt
- Drehzeitraum September 2023 in den Regionen Wolfgangsee, Dachstein Salzkammergut und Bad Ischl
- Ausstrahlung November / Dezember 2024

4.2.3 Bloggerreisen und Social Media

Influencerreise „Nachhaltigkeit / Sanfter Winter“

- 8. bis 13. Jänner 2024
- Österreich Werbung + SNP Naturreizen und NKBV (Niederländischer Alpenverein)
- 7 Influencer / Instagram Accounts
- Schneeschuhwandern in der Region Dachstein Salzkammergut
- 1,86 Mio. Views



4.2.2 Print



Oostenrijk Magazine

- Sonderausgabe Oberösterreich / Salzkammergut
- ET: April 2024
- 100 Seiten



Social Media Kampagne

Gate2Marketing

8. März bis 8. April 2024, 1,8 Mio. Impressionen

5 Strategische Geschäftsfelder und Projekte

Die strategischen Geschäftsfelder sollen den Markenvertiefungsprozess unterstützen. Unter Bündelung von unterschiedlichen Ressourcen und somit auch Geldmitteln werden umsetzungsstarke kleine Marketingeinheiten geschaffen, die unter der Dachmarke Salzkammergut agieren. Folgende strategische Geschäftsfelder waren im Jahr 2024 aktiv:

5.1 Salzkammergut Advent

Der Salzkammergut Advent fand im Jahr 2024 in den sechs Regionen Bad Ischl, Dachstein Salzkammergut Fuschlsee, Mondsee-Irrsee, Traunsee-Almtal und Wolfgangsee statt.

Das Ziel der ARGE Advent ist, Übernachtungsgäste verstärkt aus Wien und München, sowie Tagesgäste aus den Bundesländern Oberösterreich und Salzburg anzusprechen.

Marketing Aktionen 2024



Die Website advent.salzkammergut.at wurde von der STMG im Jahr 2023 neu gestaltet. Dort finden sich Infos und Bilder zu allen Adventmärkten.

Digital Out-Of-Home

S- und U-Bahn Werbung in München (14. bis 28. Oktober 2024)

Premium Citylight Poster in Hamburg (15. bis 28. Oktober 2024)

Außenwerbung Salzkammergut

6 Werbetafeln im Salzkammergut (14. Oktober 2024 bis 6. Jänner 2025)



Digital Kampagne SLTG

Google SEM, Teads Performance Marketing, Newsletter-Beitrag

Presseevent in Wien

24. Oktober 2024



Print

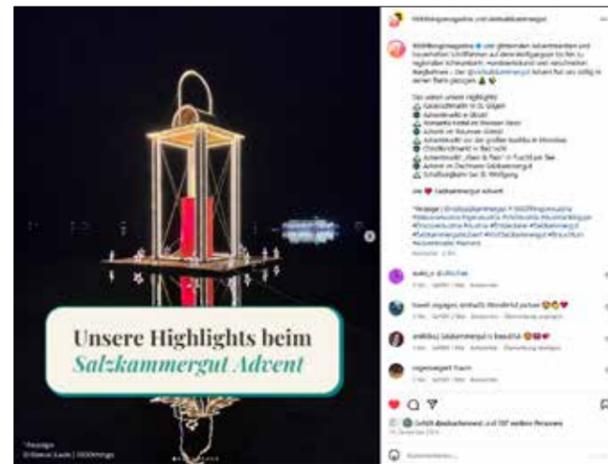
Passauer Neue Presse, Postkarte (ET 9. November 2024)
Kronen Zeitung bunt, Doppelseite (ET 10. November 2024)

5.2 BergeSeen Trail

Der BergeSeen Trail ist eines der wichtigsten Geschäftsfelder der STMG.

Das System des Trails umfasst **23 Etappen**. In Zusammenarbeit mit dem Alpenverein, den Naturfreunden, den Gemeinden und Tourismusverbänden wurden und werden laufend **neue Schilder** montiert.

Zur Bewerbung des BergeSeen Trails dienen die **Trail-Karte** und der im Jahr 2022 neu aufgelegte **KOMPASS Wanderführer**. Das **Video- und Fotomaterial** aus 2022 wurde für die Bewerbung der Wandersaison 2024 genutzt.



Kooperation mit 1000things

3 Tage Berichterstattung auf Social Media vor Ort, Website Nennung + Gewinnspiel, Newsletter Nennung

Broschüre

Verteilung an über 300 Standorten in Hotels und Freizeitbetrieben, Versand durch Kubeos



Print



Kompass – Die schönsten Weitwanderungen und Pilgerwege

Erste Auflage 2024, 6 Seiten, „BergeSeen Trail - Die schönsten Kilometer durch das Salzkammergut“



Wanderzeit 2024 / OÖ Nachrichten

Bericht von Karin Neuherz („Die schönsten Wanderwege“) 2 Seiten, plus Angebot „Wald-Alm-See“

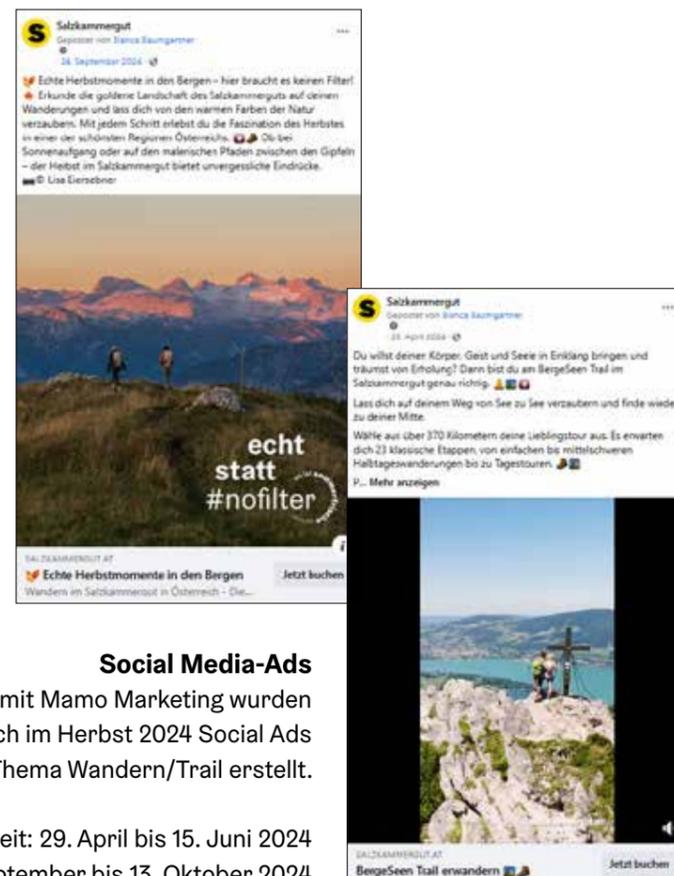
Online



Wanderzeit / OÖ Nachrichten

Advertorial Desktop + Mobil, Newsletter, Billboard, Medium Rectangle

Laufzeit: 20. September bis 1. November 2024



Social Media-Ads

In Zusammenarbeit mit Mamo Marketing wurden sowohl im Frühjahr als auch im Herbst 2024 Social Ads zum Thema Wandern/Trail erstellt.

Laufzeit: 29. April bis 15. Juni 2024 sowie 24. September bis 13. Oktober 2024

5.3 Biken & Rad

Das Thema Biken (Radfahren, Mountainbiken und E-Bike) wurde von der STMG 2024 mit dem Salzammergut BergeSeen eTrail und dem Salzammergut Radweg beworben.

5.3.1 BergeSeen eTrail

Neben dem erfolgreichen BergeSeen Trail wurde 2020 das Pendant für eMountainbiker, der BergeSeen eTrail, eröffnet. Die effektive Bewerbung startete im Jahr 2021 und erfolgte auch 2024 auf diversen Kanälen.

Kartenmaterial zum BergeSeen eTrail

Das Kartenmaterial zum BergeSeen eTrail wurde 2022 neu produziert. Die Karten werden in deutscher und englischer Sprache im Maßstab 1:90.000 aufgelegt und enthalten kurze Tourenbeschreibungen, sowie QR-Codes zu jeder Tour, um den Tourenverlauf auch am Handy anzeigen zu können. Ebenfalls vermerkt sind die Schwierigkeitsgrade der Streckenabschnitte und Hinweise zu landschaftlichen Höhepunkten. Ergänzend gibt es Infos zu möglichen Abstechern und Akku-Ladestationen.



BergeSeen MTB-Beschilderungen

Genutzt wird ein Beschilderungssystem mit integrierter Verhaltensetikette sowie mit Angabe der Nutzungszeiträume. Zur einheitlichen Durchführung wird die Software „Contwise“ von General Solutions genutzt. Über diese digitale Lösung können alle Schilder erfasst, digital verortet und für den Produzenten vorbereitet werden. Diese Software ist auch bei den alpinen Vereinen im Einsatz und soll für alle Infrastruktur-Erhalter zur Verfügung stehen.

Im Almtal wurde 2024 die Verlegung der Mountainbike-Strecke auf einen Begleitweg neben der Hauptstraße neu beschildert.



BergeSeen eTrail-Pass & Stempelstation

Mit dem BergeSeen eTrail-Pass können alle absolvierten Etappen an zehn verschiedenen Stationen mit einem Stempel bestätigt werden. Der Pass beinhaltet außerdem das „Biker Fairplay“ mit Verhaltensregeln für unterwegs. Zudem können Datum, Aufbruchs- und Ankunftszeit und das Wetter dokumentiert werden. Über die App Summit Lynx kann man das Tourenprotokoll auch digital festhalten.

Bei der eTrail-Pass-Challenge wartet auf alle Teilnehmer*innen ein Gewinnspiel in Kooperation mit KTM. Zu gewinnen gab es auch 2024 ein hochwertiges KTM eMountainbike, sowie einen Urlaub im Salzkammergut. Als Giveaway für alle Teilnehmer*innen der Challenge gibt es außerdem eine Fahrradglocke, die speziell für den BergeSeen eTrail entwickelt wurde.



BergeSeen eTrail-Pass und Stempelstation

Print



ORF Nachlese
Mai 2024, 1 Doppelseite Rubrik „Urlaub in Österreich“



Mountainbike Holidays
Ausgabe 2024

Online



Social Media-Ads

In Zusammenarbeit mit Mamo Marketing wurden Social Ads zum Thema Biken / BergeSeen eTrail erstellt. Laufzeit: 29. April bis 15. Juni 2024 sowie 24. September bis 13. Oktober 2024



5.3.2 Salzkammergut Radweg

Im Jahr 2022 wurden alle Radstrecken im Salzkammergut von einem externen Dienstleister abgefahren, vorhandene Schilder wurden kontrolliert und alternative Streckenführungen für gefährliche Abschnitte gesucht.

2023 wurden die Ergebnisse der Erhebung dem Land Oberösterreich präsentiert. Leider können die Wünsche der STMG großteils nicht umgesetzt werden. Einige kleinere Streckenverlegungen wurden 2024 realisiert.

Die Salzkammergut Radkarte bietet einen Überblick über die Radstrecken im Salzkammergut und gehört zu den beliebtesten Druckwerken der STMG.

2024 wurde der Salzkammergut Radweg auf verschiedenen Kanälen beworben.

Print



Radtouren in Österreich
1 Beitrag

Online



Puls Magazin – Das Salzburger Magazin für
Gesundheit, Medizin und Freizeit (E-Paper)
Februar 2024,
Bericht „Mit dem Bike durch das Salzammergut“



Radkarte



Facebook-Ads
In Zusammenarbeit mit Mamo Marketing wurden
Social Ads zum Salzammergut Radweg erstellt.

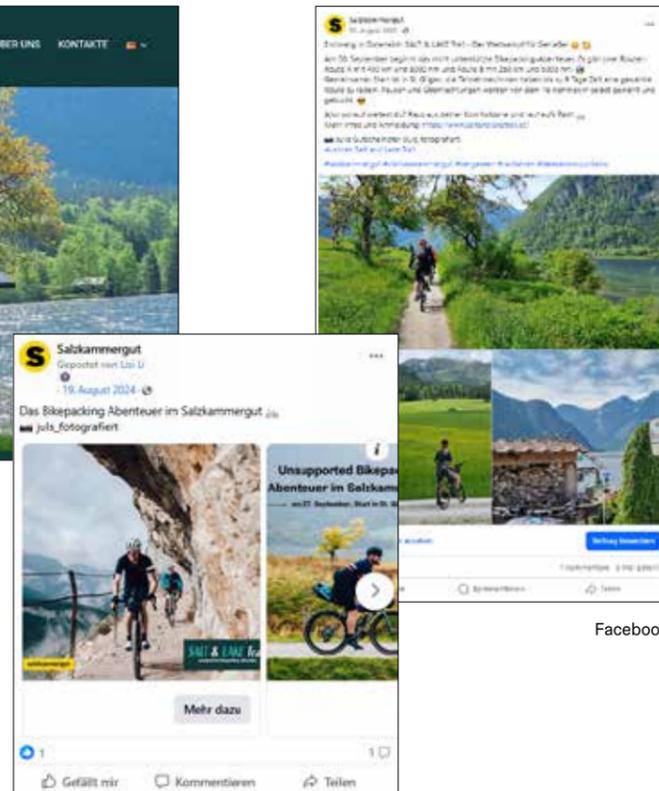
Laufzeit: 29. April bis 15. Juni 2024 sowie
24. September bis 13. Oktober 2024

5.3.3 Salt & Lake Trail

Das Organisationsteam rund um Andrea Friembichler realisierte 2023 mit dem Salt & Lake Trail erstmals eine unsupported Bikepacking Veranstaltung im Salzkammergut. Auch 2024 fand die Radveranstaltung statt. Zur Auswahl standen wieder zwei Streckenoptionen mit 480 bzw. 280 Kilometern. Auch in diesem Jahr unterstützte das Salzkammergut die Veranstalterinnen bei der Bewerbung.



Webseite

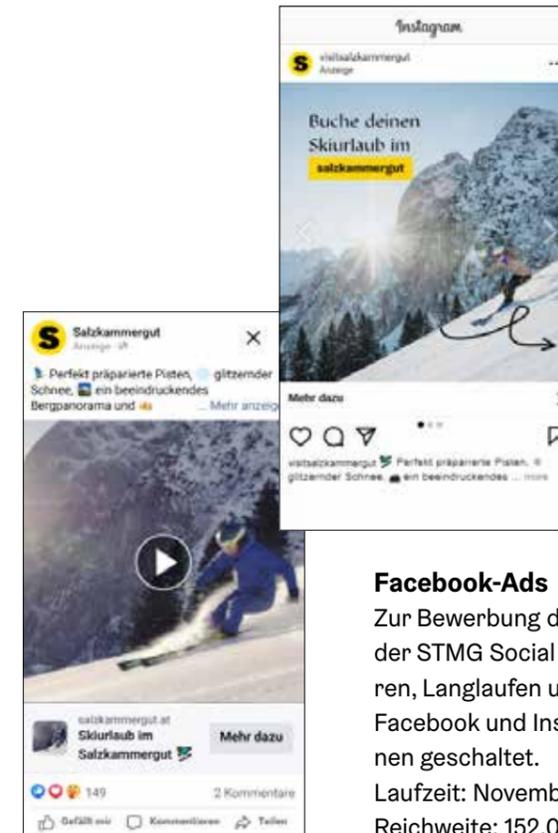


Facebook

Instagram



5.4 Winter



Facebook-Ads

Zur Bewerbung der Wintersaison 2024/25 wurden von der STMG Social Ads zu den Themenbereichen Skifahren, Langlaufen und Schneeschuhwandern erstellt. Auf Facebook und Instagram wurden insgesamt 3 Kampagnen geschaltet.
 Laufzeit: November 2024 – Jänner 2025
 Reichweite: 152.000, Impressionen: 308.997



Winterfilm

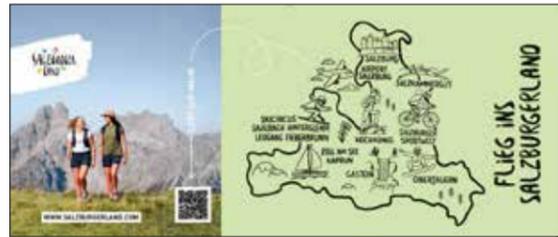
Der Winter Imagefilm von Eduardo Gellner, Katrin Kerschbaumer und Franziska Lipp aus dem Jahr 2022 wurde auch zur Bewerbung der Wintersaison 2024 eingesetzt.

5.5 AirlineMarketing

Gemeinsam mit SalzburgerLand Tourismus und weiteren 8 Salzburger Destinationen wurden im Bereich Airline Marketing im Jahr 2024 verschiedenste Marketingaktivitäten umgesetzt.

Eurowings

- TV Spot in Deutschland im Rahmen der Winterkampagne 2024/25
- Branding Trays Flugzeug (Jänner bis Dezember 2024)
- Branding Getränkebecher und Servietten (Winter 2024)
- Check-In Bordkarten (Frühjahr 2024)
- Anzeigen im Bordmagazin (Sommer und Winter 2024, 6 Ausgaben)



Lufthansa

- Lufthansa Lounge Screens in Deutschland
- Inflight Entertainment (November 2024)
- Datenbasierte Banner Ads (Sommer und Winter 2024)
- Social Media / Newsletter (Winter 2024/25)
- Erfrischungstücher (Dezember 2024 und Jänner 2025)



Transavia
Umfangreiche Onlinekampagne / Kooperationen Sommer und Herbst 2024 mit ÖW
Homepage Carousel Slide, Newsletter Integration, Display Advertising, Social Advertising



British Airways

Umfangreiche Kampagne Oktober bis Dezember 2024

Digital Features, Dedicated Channel, Social Carousels, Social Video, Brand Stories, DOOH, Immersive Experience at The Outernet



Wizzair

- **Kooperation SLT – ÖW – WIZZAIR**
4 rumänische Influencer besuchten das Salzburger Land und das Salzkammergut
- **Kooperation WIZZAIR / LTN-SZG**
Umfangreiche Onlinekampagne von September bis Dezember 2024



Norwegian Air Shuttle
Social Media Winterkampagne im Oktober und November 2024



Jet2.com
Onlinekampagne Oktober 2024 bis Februar 2025
Online, YouTube, Social Advertising, Organic Social, Homepage Banner, E-Mail



Iberia

- Gruppenpressereise von 30. November bis 4. Dezember 2024
- Onlinemarketing auf iberia.com

SAS Scandinavian Airlines
DOOH Kampagne Dez. 2024 / Jan. 2025
Medienevent im Mai 2024
Gewinnspiel beim ersten Direktflug



5.6 Salzkammergut verbindet

Mit der Kulturhauptstadt Bad Ischl Salzkammergut 2024 öffnete sich für das Salzkammergut im Jahr 2024 ein neues Kapitel. Die Region erstreckt sich über drei Bundesländer und die Tourismusorganisationen Oberösterreichs, des SalzburgerLandes und der Steiermark stellten das Gemeinsame in den Vordergrund und schlossen sich unter dem Namen „Salzkammergut verbindet“ zusammen.

Im Zentrum dieser Kooperation stehen die Themen Kunst & Kultur, Sommerfrische & Aktivitäten sowie Genuss & Kulinarik.

Verlagsbeilage „Der Spiegel“ / Salzkammergut – Wo Österreich am schönsten ist

Im Rahmen der „Salzkammergut verbindet“ Kampagne wurde erstmals eine Zeitschriften-Beilage durch das Verlagshaus von „Der Spiegel“ gestaltet. Durch das „Spiegel“-Design und die Nutzung der Salzkammergut-Farbwelt entstand ein sehr auffallendes Magazin mit hoher Qualität.

Inhaltlich aufgebaut auf unsere Themenfelder konnten die Stärken des Salzkammergutes auf 40 Seiten an 560.000 Abonnenten vermittelt werden.



Verlagsbeilage des Spiegel



In der Zeit zwischen 30. Mai und 30. September 2024 wurden in Kooperation mit Salzburger Land Tourismus außerdem diverse Marketingmaßnahmen umgesetzt:





Haltestellen Branding

Wer von 30. Mai bis 12. Juni 2024 am Wiener Ring vor dem Burgtheater auf die nächste Straßenbahn wartete (Haltestelle Rathausplatz, Burgtheater), tauchte im Herzen der Bundeshauptstadt mitten ins Salzkammergut ein. Drei Wochen lang präsentierte sich der Wartebereich im Design der „Salzkammergut verbindet“ Kampagne. Als überraschende Zugabe gab es auf Knopfdruck eine kühle Erfrischung.



Paid Social Media Marketing

Bewerbung der „Salzkammergut verbindet“ Kampagne auf Facebook und Instagram
 Laufzeit: 15. August bis 30. September 2024
 Reichweite: 888.834, Impressionen: 3.726.397



Fassaden Branding Café Landtmann

Von 16. bis 30 September 2024 wurde die Fassade des Café Landtmann in Wien mit Sujets der „Salzkammergut verbindet“ Kampagne bespielt.



Straßenbahn Branding

Außerdem wurde 61 Tage im Herbst 2024 in Wien eine Straßenbahn mit dem Branding der „Salzkammergut verbindet“ Kampagne eingesetzt.

Google Suchmaschinen Marketing

Laufzeit: 15. August bis 30. September 2024
 Impressionen: 2.519.141

Programmatic Display Advertising

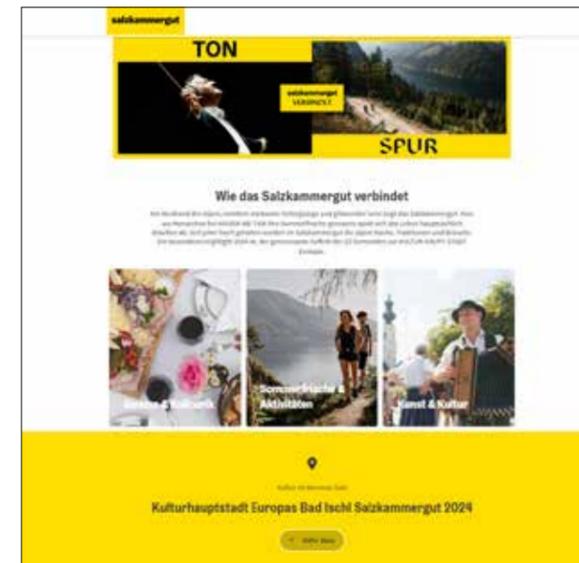
Laufzeit: 15. August bis 15. September 2024
 Impressionen: 54.546.164

Laufzeit: 1. bis 30. September 2024

Impressionen: 1.623.808

Programmatic Advertising CTV

Laufzeit: 15. August bis 15. September 2024
 Tracked Ads: 283.392



Landingpage

Programmatic Interactive Ads (Teads)

Laufzeit: 1. bis 30. September 2024
 Impressionen: 1.623.808

Digital Out of Home

Laufzeit: 15. August bis 15. September 2024
 Impressionen: 4.191.313
 Plays: 375.176

SLT Newsletter Marketing

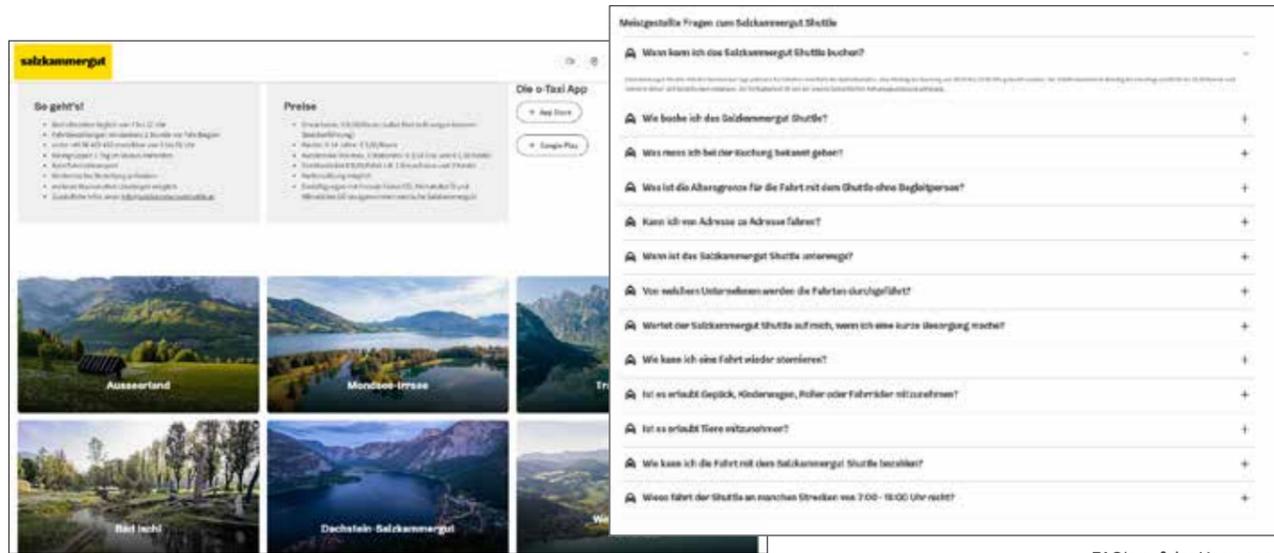
Bewerbung via SalzburgerLand Newsletter in Deutschland und Österreich.

5.7 Salzkammergut Shuttle

Das Traunstein-Taxi wurde im Jahr 2023 zum Salzkammergut Shuttle Service. Im Jahr 2024 wurde der beliebte Shuttle Service um die Regionen Bad Ischl, Dachstein Salzkammergut und Mondsee-Irrsee erweitert.

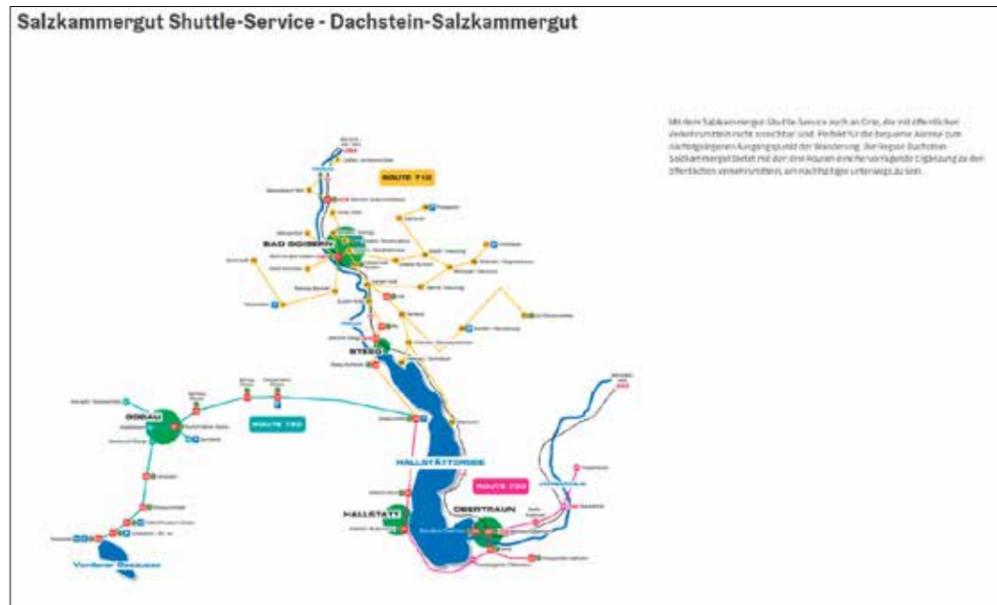
Beim Salzkammergut Shuttle Service handelt es sich um ein öffentliches Mobilitätsangebot, welches die bereits bestehenden Verkehrsangebote im Salzkammergut unterstützen soll. Mit dem Shuttle erreichen Besucher Ortschaften und Wanderausgangspunkte, die mit Bus oder Zug nicht erreichbar sind.

Für die Erstellung und Aktualisierung der Homepage salzkammergutshuttle.at ist die STMG zuständig.



Homepage

FAQ's auf der Homepage



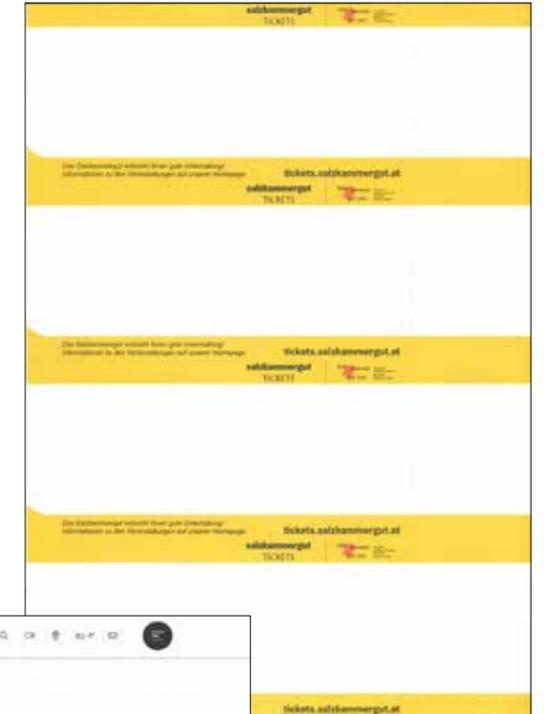
Shuttleplan Dachstein-Salzkammergut

5.8 Salzkammergut Ticketing

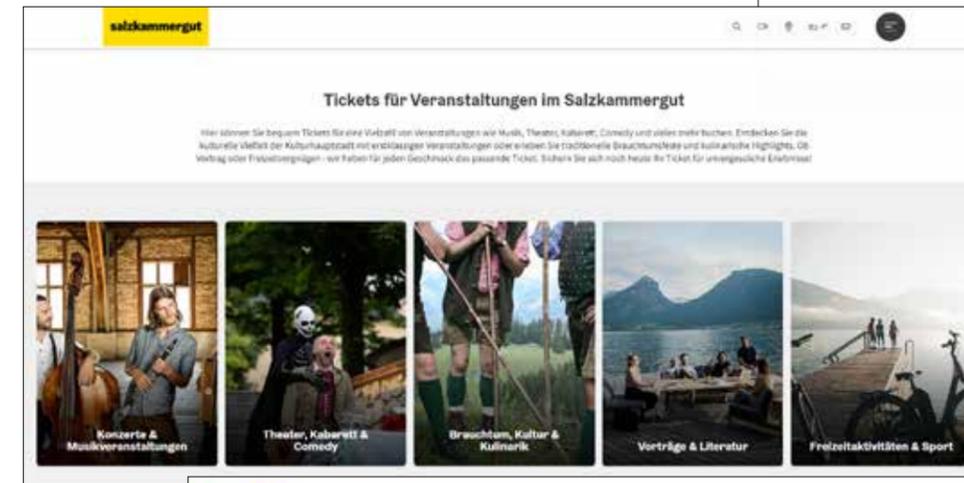
Im Herbst 2023 wurde für das gesamte Salzkammergut mit Hilfe der Event Ticketing Software Tixly ein neues Ticketing-System eingeführt.

Unter salzkammergut.at/tickets können Gäste für alle kostenpflichtigen Veranstaltungen im Salzkammergut Tickets kaufen. Die Organisation und Abwicklung erfolgt über den TVB Bad Ischl.

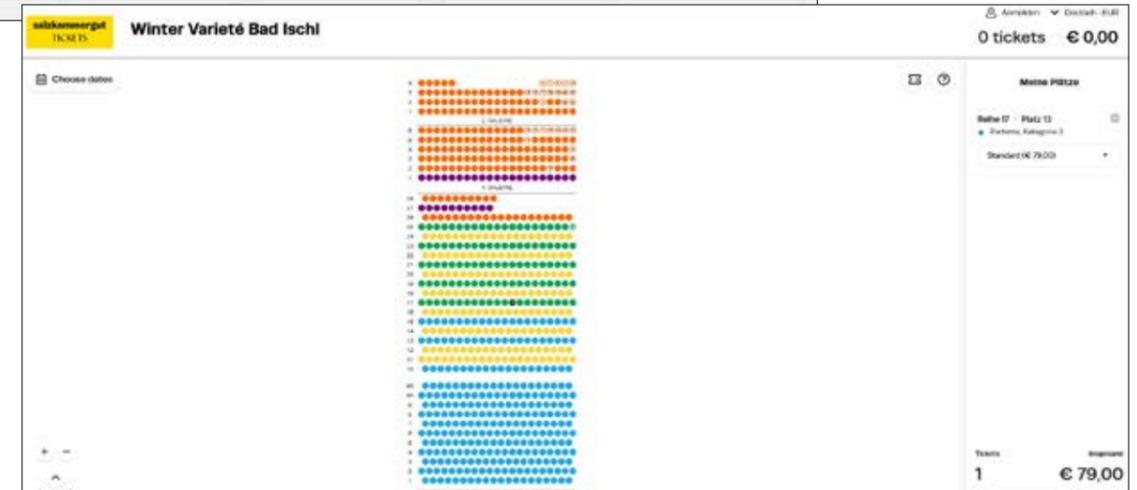
Gesamt wurden durch den TVB Bad Ischl von 1. Jänner bis 31. Dezember 2024 33.460 Tickets verkauft. Zählt man die Freikarten dazu, wurden 44.058 Tickets über das System abgewickelt.



tickets.salzkammergut.at



Homepage



Ticketbuchungen

6 Salzkammergut SommerCard 2024

Auch im Jahr 2024 wurde die beliebte Salzkammergut SommerCard produziert. Sie ist für Urlaubsgäste ab drei Übernachtungen in einer Region kostenlos – mit Ausnahme der Regionen Fuschlsee und Wolfgangsee.

Die Card, die im Zeitraum von 1. Mai bis 31. Oktober genutzt werden kann, bietet bis zu 25 % Ermäßigung auf Eintrittspreise, Führungen etc. für über 120 Attraktionen, Sehenswürdigkeiten und Freizeitangebote im Salzkammergut. Für Dauercamper*innen, Zweitwohnbesitzer*innen und Einheimische sowie Übernachtungsgäste unter drei Übernachtungen kostet die Card € 4,90. Die Card ist bei allen Tourismusbüros und Info-Stellen sowie in ausgewählten Hotels und bei einigen Partnerbetrieben im Salzkammergut erhältlich.

Broschüre Salzkammergut SommerCard

Inhalt: Darstellung aller Partnerbetriebe der Salzkammergut SommerCard auf jeweils 1/3 Seite

Format: 10,5 x 21 cm

Umfang: 64 Seiten

Auflage: Deutsch: 79.900 Stk.
Englisch: 31.100 Stk.
Tschechisch: 12.350 Stk.
Gesamt: 123.250 Stk.

Verteiler: Beherbergungs- und Tourismusbetriebe, Tourismusverbände, Messen, Anfragen, Versand

Salzkammergut SommerCard

Auflage: 92.500 Stk.

Verteiler: Beherbergungs- und Tourismusbetriebe, Tourismusverbände, Messen, Anfragen, Versand

Werbemaßnahmen

DIN-A1 und DIN-A3 Plakate sowie Aufkleber

Einen Überblick über alle Partnerbetriebe bietet die dazugehörige Broschüre, die eine Auflistung der einzelnen Betriebe samt Preisen, Öffnungszeiten und Kontaktdaten enthält.

DIN-A1-, DIN-A3-Plakate sowie Aufkleber werben für die Salzkammergut SommerCard, die in den letzten Jahren die Ausgabezahlen stetig steigern bzw. die hohe Ausgabezahl halten konnte.



7 Salzkammergut WinterCard 2024/25

Das Pendant zur Salzkammergut SommerCard ist die Salzkammergut WinterCard. Besitzer der beliebten Card genießen den Vorteil von bis zu 25% Ermäßigung bei Eintritten in Museen oder Bäder, ins Salzbergwerk, bei Pferdeschlittenfahrten, Skiverleihen, Skischulen oder beim Shopping und verschiedenen weiteren Sport- und Freizeitaktivitäten im Salzkammergut.

Gäste bekommen die WinterCard kostenlos ab einer Aufenthaltsdauer von drei Nächten in einem Betrieb in einer der acht Regionen des Salzkammerguts. Sie kann

bei allen Info- und Tourismusbüros abgeholt werden. Unter drei Übernachtungen, bzw. für Dauercamper*innen, Zweitwohnbesitzer*innen und Einheimische kostet die Wintercard € 4,90.

Die zugehörige WinterCard Broschüre enthält alle teilnehmenden Betriebe und listet Attraktionen und Ermäßigungen auf.

Plakate in DIN-A1 und DIN-A3, sowie Aufkleber werben für die Salzkammergut WinterCard.

Broschüre Salzkammergut WinterCard

Inhalt: Darstellung aller Partnerbetriebe der Salzkammergut WinterCard auf jeweils 1/3 Seite, sowie Präsentation der Top Skigebiete auf jeweils einer Seite

Format: 10,5 x 21 cm

Umfang: 40 Seiten

Auflage: Deutsch: 25.150 Stk.
Englisch: 8.900 Stk.
Tschechisch: 4.650 Stk.
Gesamt: 38.700 Stk.

Verteiler: Beherbergungs- und Tourismusbetriebe, Tourismusverbände, Messen, Anfragen, Versand

Salzkammergut WinterCard

Auflage: 25.900 Stk.

Verteiler: Beherbergungs- und Tourismusbetriebe, Tourismusverbände, Messen, Anfragen, Versand

Da die WinterCard bei Drucklegung des Jahresberichtes noch gültig ist, können die genauen Absatzzahlen voraussichtlich erst Ende Juni genannt werden.

Werbemaßnahmen

DIN-A1 und DIN-A3 Plakate sowie Aufkleber



8 Weitere Werbemittel-Produktionen

8.1 Broschüre Attraktionen und Highlights

- Inhalt:** Panoramakarte Salzkammergut, Auflistung zahlreicher Attraktionen im Salzkammergut mit Kontaktdaten und Öffnungszeiten
- Format:** DIN A4
- Umfang:** 19 Seiten
- Auflage:** gesamt 147.400 Stk.
in den Sprachen Deutsch (92.700 Stk.), Englisch (36.000 Stk.) und Tschechisch (18.700 Stk.)
Italienisch und Französisch sind zusätzlich als Web-Version verfügbar.
- Verteiler:** Beherbergungs- und Tourismusbetriebe, Tourismusverbände, Messen, Anfragen



8.2 Werbeartikel

Auch 2024 wurden verschiedene Werbeartikel produziert. Zusätzlich zu den beliebten Schirmen und Kugelschreibern gab es Schreibblöcke, Schalttücher, Schlüsselbänder, sowie kleine Salzstreuer mit Bad Ischler Salz.



9 E-Marketing 2024

Die Homepage salzkammergut.at dient als wichtige Informationsquelle für alle, die sich für das Salzkammergut interessieren und Informationen rund um Ausflugs- oder Urlaubsplanung sammeln wollen und richtet sich an Gäste und Einheimische gleichermaßen.

Der Salzkammergut-Online-Auftritt, sowie die Aktivitäten in den sozialen Medien (Facebook und Instagram) stehen, neben weiteren marketingorientierten Konzepten, im Fokus der Tätigkeitsbereiche der Mitarbeiter*innen der STMG.

9.1 Homepage

Die Homepage salzkammergut.at soll allen Urlaubern und potenziellen Gästen, aber auch allen Einheimischen als Orientierungshilfe dienen. Sie bietet aktuelle, standortbasierte und kontextbezogene Informationen, wie zum Beispiel Ausflugsstipps, Aktivitäten, Touren, Veranstaltungen und Infrastruktur. Man findet viele praktische Tipps und alle Infos zu den 8 Regionen des Salzkammerguts.

Das Salzkammergut Online Magazin bietet Interessierten allerlei Geschichten und Wissenswertes aus dem Salzkammergut, sowie Tipps für Ausflüge und Aktivitäten. Gemeinsam mit den 8 Tourismusverbänden werden Inhalte für das Magazin erstellt und für die Homepage aufbereitet.

Komplett neu gestaltet wurden im letzten Jahr die Seiten „Essen & Trinken“, sowie „Kultur & Brauchtum“, zudem wurde die Gestaltung der neuen Salzkammergut Advent-Seite von der STMG übernommen.

Seit 2024 präsentiert sich die gesamte salzkammergut.at in gendergerechter Sprache.

Beim Aufbau der Homepage werden sowohl die Desktop- als auch die Mobil- und Tablet-Ansicht berücksichtigt. Die meisten Nutzer greifen mittlerweile bevorzugt auf die Mobilversion der Seite zu. Es gilt die Devise „**Mobile First**“, das heißt, bei der Darstellung aller Inhalte muss das mobile Design im Vordergrund stehen.

Webarchitektur Rebrush 2024

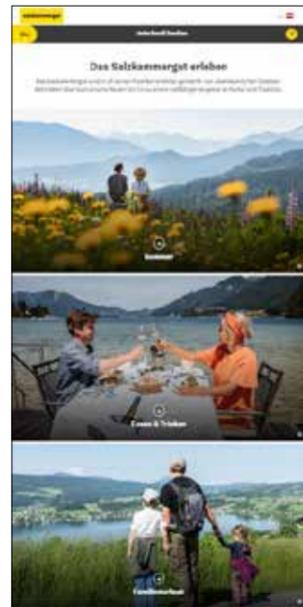
Seitens der TTG gab es im Sommer 2024 einen kompletten Rebrush der Webarchitektur in Oberösterreich. Die Seite salzkammergut.at zeigt sich seit August im komplett neuen Design! Im Zuge dessen wurde auch die Navigation der Seite bzw. das Hauptmenü von der STMG neu überdacht und gestaltet.

Alle Inhalte der Homepage gliedern sich nun in die Bereiche „**Erleben**“, „**Informieren**“ und „**Übernachten**“. Das Magazin ist unter dem Punkt „**Inspirieren lassen**“ zu finden, ebenso im Hauptmenü befinden sich noch die Kategorien „Tickets buchen“ und der „Salzkammergut Guide“.

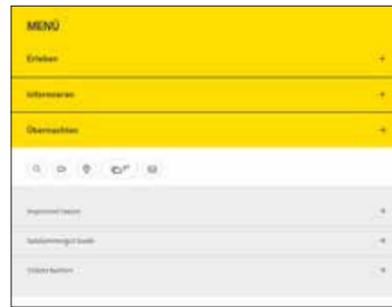
Statistik und Auswertung

Seit Mai 2023 nutzt die STMG das Analysetool Matomo. Das Tool analysiert alle Website-Aufrufe, inkl. derer, die die Cookies nicht akzeptieren.

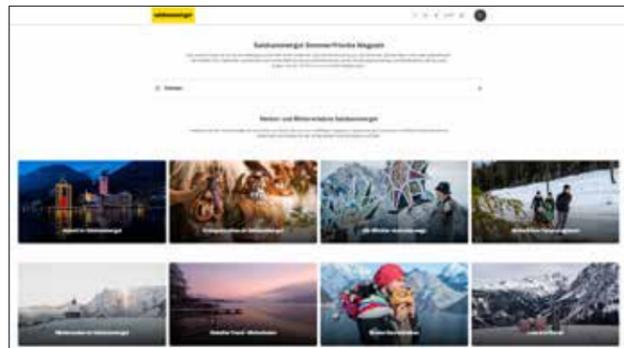
Wie in der Statistik zu lesen ist, verzeichnete die salzkammergut.at im Jahr 2024 **1.958.554 Besucher** und **4.537.608 Seitenansichten**, die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Website-Besucher liegt bei knapp 2 Minuten.



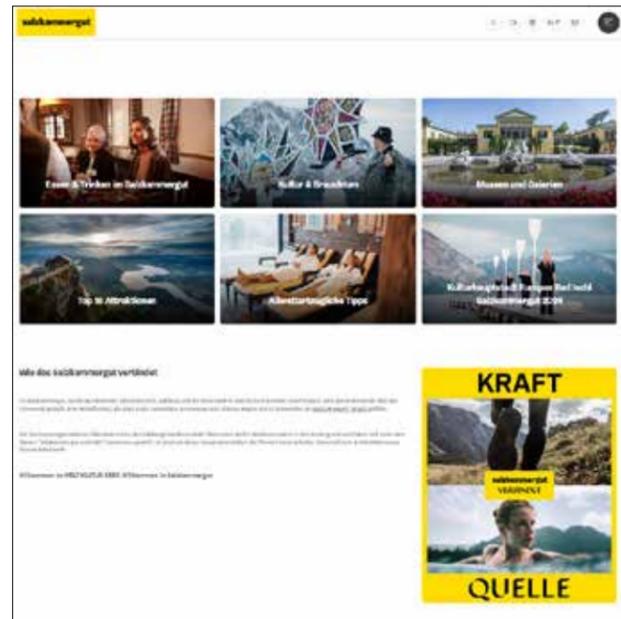
„Erleben“ - mobile Ansicht



Menü - mobile Ansicht

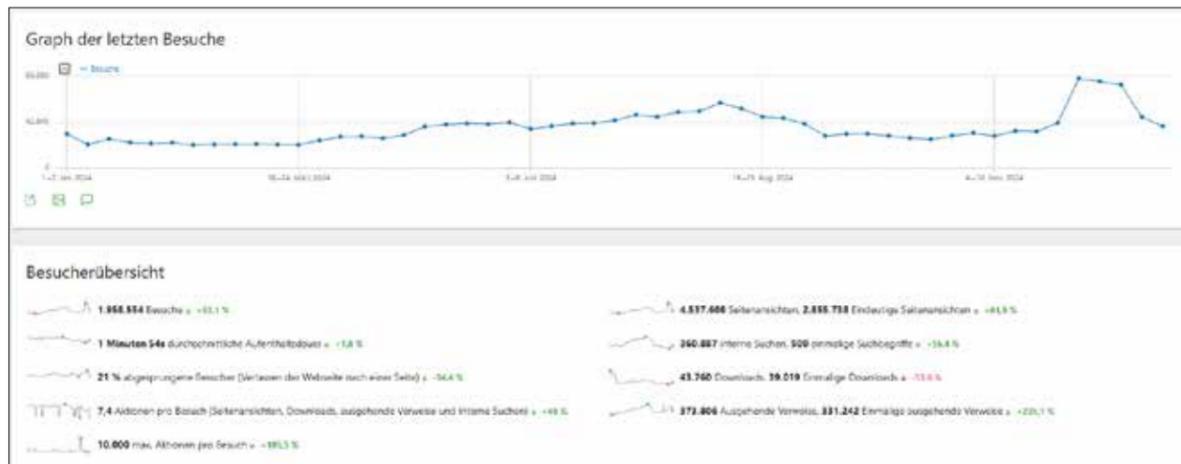


Magazin - Desktop Ansicht



Startseite - Desktop Ansicht

Statistik und Auswertung



Matomo Auswertung für die Homepage

9.2 TOURDATA, Typo 3, Guide und Canto

TOURDATA

In der Tourismus Datenbank TOURDATA werden alle Unterkünfte, Gastronomiebetriebe, Touren und Veranstaltungen gespeichert. Diese werden den Regionsseiten und der Seite salzkammergut.at zugeordnet und so dem Gast vorgestellt.



Da mittlerweile die meisten Nutzer mobil auf die Website zugreifen, wird auch das Responsive Design stets erneuert und an die Bedürfnisse der Gäste angepasst. Dabei wird darauf geachtet, dass bei Beibehaltung der Designlinie das Webdesign userfreundlich ist und auf aktuelle Entwicklungen reagiert. Um den Anforderungen und steigenden Bedürfnissen der User gerecht zu werden, werden im Bereich TOURDATA kontinuierlich neue Updates und Screens von der TTG eingepflegt, wie zum Beispiel:

- Video-Tutorials für die User
- Auslastungsanzeige (Bäder, Parkplätze)

2023 wurden von der TTG alle aktiven Veranstaltungen im Salzkammergut ins Englische übersetzt (188 Texte bei 133 Objekten). 2024 gab es seitens der TTG eine KI-Offensive für die TOURDATA Bildtexte. Durch das Pilotprojekt zur Erstellung von KI-unterstützten (Bild-) Beschreibungen für die Mediendaten wurden 18.000 Mediendaten um neue Textinhalte ergänzt. Dadurch ergab sich eine große Zeitersparnis für alle Content-Redakteure.



guide.salzkammergut.at

Auf der Seite guide.salzkammergut.at finden User Tipps und Sehenswertes in ihrer Nähe. Nach der Eingabe von Standort, Datum und Kategorie werden Betriebe, POIs oder Veranstaltungen angezeigt.



Typo3

Im Content-Management-System Typo3 werden ständig Neuerungen von der TTG implementiert, um eine optimale Userexperience zu garantieren. Vor allem die diversen NCE (Nested content elements) tragen dazu bei, dem Gast eine moderne Nutzeroberfläche zu bieten.

Bilddatenbank Canto

Zur Verwaltung von Fotos dient die Bilddatenbank Canto. Sowohl die STMG, als auch alle in Oberösterreich liegenden Regionen des Salzkammerguts arbeiten mit der Datenbank. Dort werden Fotos hochgeladen und können im weiteren Schritt von allen Usern für Marketingzwecke heruntergeladen und verwendet werden.

9.3 Social Media

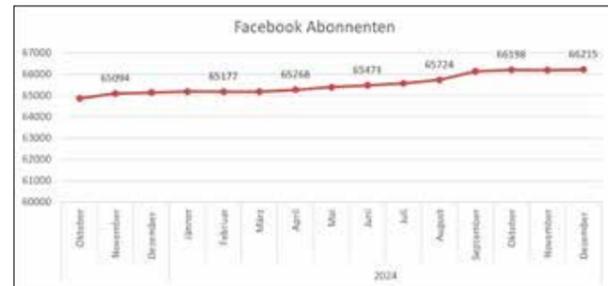
Mit der Bespielung der beiden Social Media Kanäle Instagram und Facebook hat es sich das Salzkammergut im Social Media Bereich zum Ziel gesetzt, Gäste und Interessenten zu zielgruppenrelevanten Themen anzusprechen und Interaktionen zu steigern. Die Follower von visitsalzkammergut sollen über Highlights und Events informiert und mit schönen Fotos aus dem Salzkammergut inspiriert werden.

Video-Content ist im Social Media Bereich so gefragt wie nie. Um darauf zu reagieren, werden von der STMG Reels aus dem Salzkammergut-Rohmaterial von Videofilmer Eduardo Gellner produziert. Um die generell sinkende organische Reichweite auf den Kanälen des Meta-Konzerns zu dämpfen, wurde 2024 verstärkt Augenmerk auf bezahlte Kampagnen und bezahlte Reichweite gesetzt. Ein Workshop zur Nutzung des Meta Werbeanzeigenmanagers für die Mitarbeiter*innen der STMG wurde organisiert und anschließend wurde eine bezahlte Winter-Werbekampagne selbst umgesetzt.

Diverse andere Content- und Marketing-Ideen sollen ebenfalls der sinkenden Reichweite entgegenwirken. Als besonders erfolgreich erweisen sich hier Kooperationen mit Influencern, Gewinnspiele, sowie der beliebte Salzkammergut Online Adventkalender.

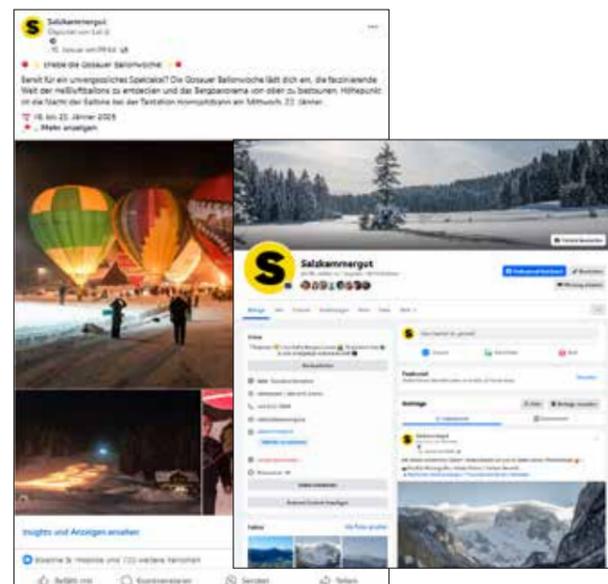
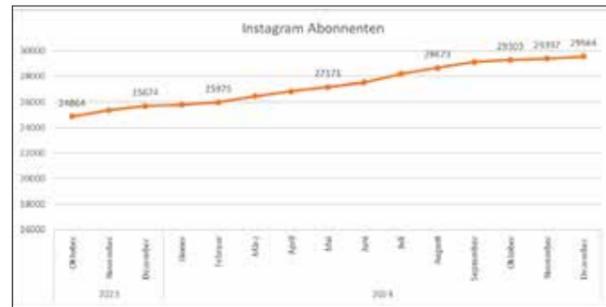
Facebook

66.215 Follower
(Vergleichswert 65.140 Ende 2023)

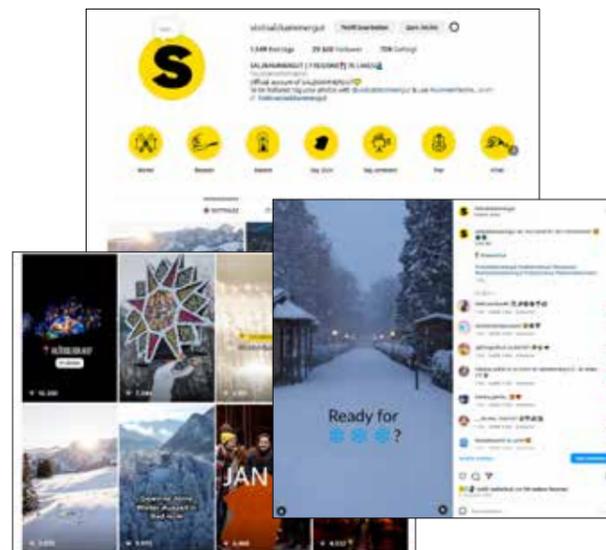


Instagram

29.564 Follower
(im Vergleich zu 25.674 Ende 2023)



Ansicht Facebook-Seite



Ansicht Instagram-Seite

9.3.1 Salzkammergut Online Adventkalender

Der Salzkammergut Online Adventkalender war im Jahr 2024 ein großer Erfolg. Das beliebte Adventgewinnspiel mit 24 hochwertigen Preisen aus dem Salzkammergut wurde erstmals mittels eines eigenen Content-Elements in Typo3 umgesetzt. 17 Partnerbetriebe aus allen 8 Regionen, sowie 7 TVBs stellten Preise im Wert von jeweils mindestens € 200,- zur Verfügung. Diese Gewinne wurden täglich unter den zahlreichen Teilnehmer*innen verlost. Der Hauptpreis war ein Kurzurlaub im Hotel & Gasthof Fürberg am Wolfgangsee.

Der Adventkalender wurde auf Facebook und Instagram, sowie im Salzkammergut Newsletter beworben.

Die Türchen (bzw. Gewinnspiel-Seiten) des Adventkalenders wurden insgesamt 320.507-mal aufgerufen und 108.872 Personen nahmen am Gewinnspiel teil (Vergleichszahl vom Vorjahr: 27.690 Teilnahmen). Über Facebook und Instagram konnten rund 200.000 Personen erreicht werden und insgesamt 2.342 Newsletter-Neuanmeldungen wurden generiert.



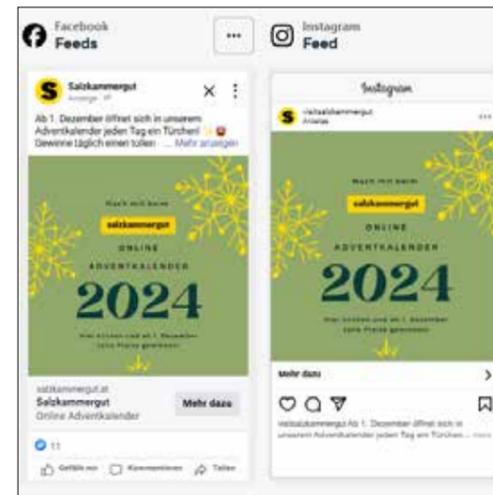
Instagram



Facebook



Homepage



9.3.2 Gewinnspiele

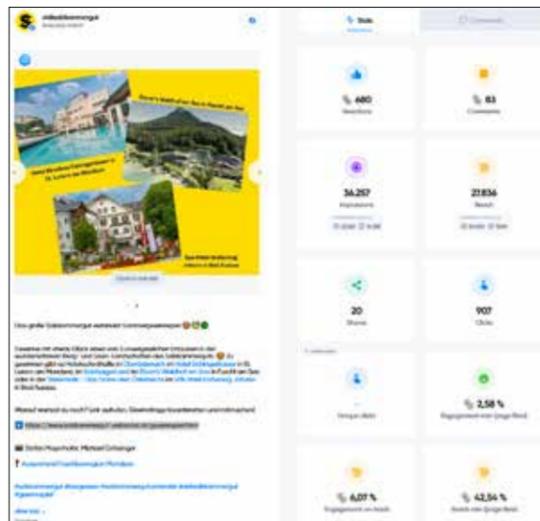
Im Jahr 2024 wurden diverse Gewinnspiele auf den Social Media Kanälen und auf der Website realisiert.

- Auf Facebook wurden in Kooperation mit der Segelschule SALT am Traunsee ein Segelkurs, zusammen mit der Flugschule Salzkammergut ein Paragleit-Abenteuer verlost.
- Beim Gewinnspiel „Bruckners Salz“ auf Facebook wurden Karten für das große Kulturhauptstadt-Event mit dem Bruckner Orchester in der Saline Austria verlost.
- Beim „Salzkammergut verbindet“ Sommer-Gewinnspiel gab es 3 Kurzurlaube in den 3 Bundesländern des Salzkammerguts zu gewinnen.
- Zum 500. Jubiläum des Namens „Salzkammergut“ verlost die STMG einen Kurzurlaub im Hotel Royal / Eurotherme Bad Ischl, einen Salzwelten-Eintritt, so-

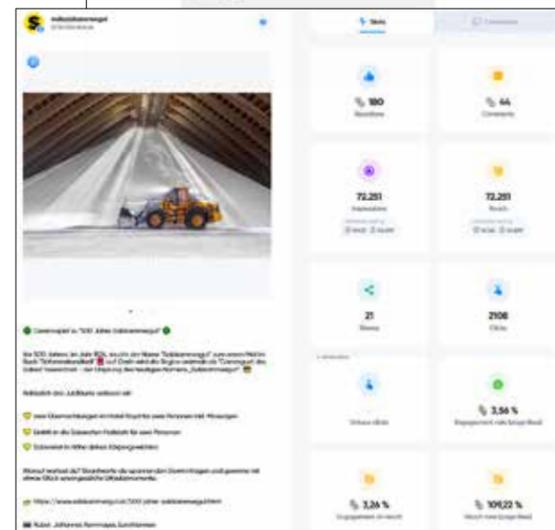
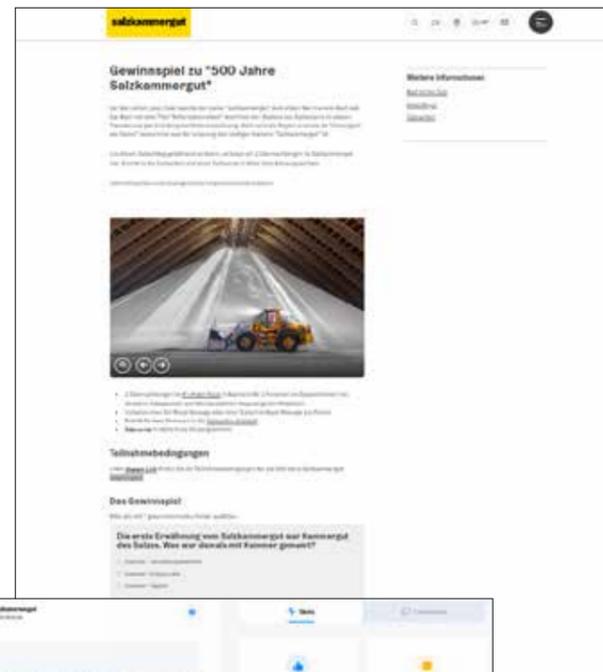
wie einen Salzvorrat in der Höhe des Körpergewichtes des Gewinners / der Gewinnerin.

- Gemeinsam mit dem Boutiquehotel Hubertushof wurde im Rahmen des Oberösterreich-Adventkalenders ein Gewinnspiel realisiert, zu gewinnen gab es einen winterlichen Kurzurlaub in Bad Ischl.

Insgesamt konnten die Gewinnspiele eine Reichweite von über 120.000 Personen erzielen.



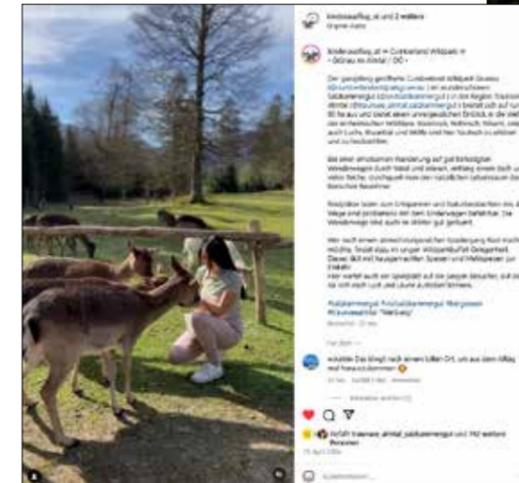
Gewinnspiel „Salzkammergut verbindet“



Gewinnspiel „500 Jahre Salzkammergut“

9.3.3 Kooperationen / Blogger

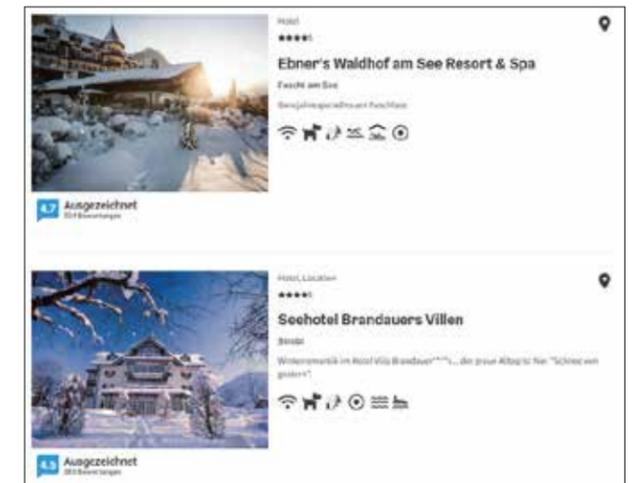
Mit **kinderausflug_at** konnte für das ganze Jahr 2024 ein Kooperationspartner gewonnen werden, welcher die Zielgruppe der Familien auf Instagram ansprechen soll. Isabella und ihre Familie waren für die STMG im gesamten Salzkammergut unterwegs und besuchten Familienausflugsziele in jeder der 8 Regionen. Pro Region wurde ein Reel mit einer ausführlichen Beschreibung des Ausflugsziels erstellt. Gesamt konnten damit auf Instagram über 300.000 Personen erreicht werden.



9.4 Bewertungsplattform TrustYou

Als Bewertungs-Tool für Unterkünfte im Salzkammergut dient die Plattform Trust You. Sie sammelt eine Vielzahl von Unterkunftsbewertungen diverser Portale und führt sie zusammen. Das Ergebnis wird den Gästen in Form von Punkten bei jeder teilnehmenden Unterkunft präsentiert. Dabei können nur Betriebe mit mindestens 10 Kundenbewertungen einen so genannten TrustYou-Score erhalten.

Die Daten aus Trust You können auch in einer Regionsübersicht ausgelesen werden. Die Performance der Betriebe kann für alle Regionen in einer Tabelle vergleichend dargestellt werden. Der Bericht wird den Tourismusverbänden monatlich per Mail zugestellt. Die Verbände können die Daten auch selbst über das Web-Portal auslesen.



Beispiel Bewertungsplattform TrustYou

9.5 Google Ads Kampagne / Markenbewerbung

Auch im Jahr 2024 wurden wieder Google Ads Kampagnen zu verschiedenen Themen gemeinsam mit der TTG umgesetzt. Beworben wurden dabei das Salzkammergut als Marke und zusätzlich Sommer-Themen, wie der BergeSeen Trail, das Thema Biken und der Winter.

Markenbewerbung Salzkammergut:

Budget gesamt: € 25.000,-
 Laufzeit: Jahr 2024
 Werbemittel: Search, Display, Discovery, & Performance Max

Gesamt konnten 1.506.491 Impressionen und 171.691 Interaktionen erreicht werden. Die Kampagne gliederte sich in folgende Themenbereiche:

Allgemein:

Laufzeit: ganzjährig
 696.627 Impressionen

Wandern:

Laufzeit: 4. April bis 1. Juli und 1. September bis 17. Oktober 2024
 255.459 Impressionen

Biken:

Laufzeit: 3. April bis 28. Juni und 1. September bis 14. Oktober 2024
 234.922 Impressionen

Sommer:

Laufzeit: 10. April bis 10. Juli 2024
 196.851 Impressionen

Winter:

Laufzeit: 1. November bis 31. Dezember 2024
 122.632 Impressionen

2024 wurde bei der Kampagnenausrichtung mehr Wert auf zielgerichtete Anzeigen gelegt, das bedeutet, es sollten mehr Zielaktionen generiert werden. Folgende Erfolge konnten damit im Vergleich zum Vorjahr erzielt werden:

- Durchschnittliche Aufenthaltsdauer: **2 m 21 s** zu 1 m 44 s (eine Steigerung von über 35%)
- Abgesprungene Besucher: **29%** zu 43% (Besserung um mehr als 30%)
- Aktionen: **1.821.529** zu 1.523.782 (ein Plus von fast 20%)
- Aktionen pro Besuch: **7,1** zu 4,2 (Steigerung um mehr als 2/3)

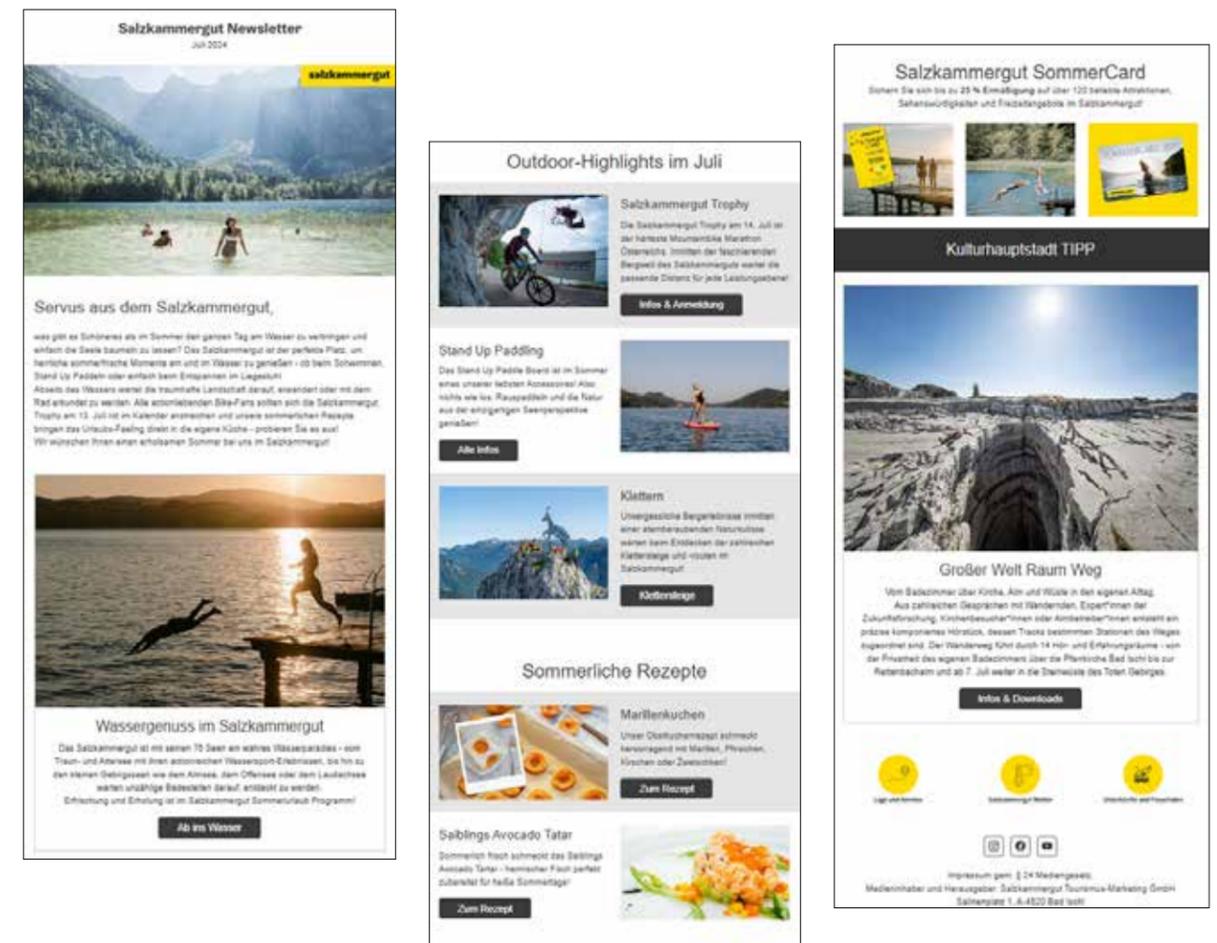
9.6 Newsletter

Seit Februar 2023 bekommen die Salzkammergut-Newsletter-Abonnent*innen monatlich Neuigkeiten aus dem Salzkammergut.

Die Newsletter-Inhalte bieten den Jahreszeiten und dem Kalender entsprechende Infos, Geschichten, Veranstaltungstipps und Urlaubsinformationen. Auch Rezepte und Gewinnspiele erfreuen sich im Newsletter großer Beliebtheit.

Als zusätzliches Angebot im Kulturhauptstadtjahr wurde der Salzkammergut-Newsletter während des gesamten Jahres 2024 wöchentlich mit einer KHS-Programminformation verschickt, um allen Interessierten einen Überblick über die zahlreichen Veranstaltungen der Kulturhauptstadt Bad Ischl Salzkammergut 2024 zu geben.

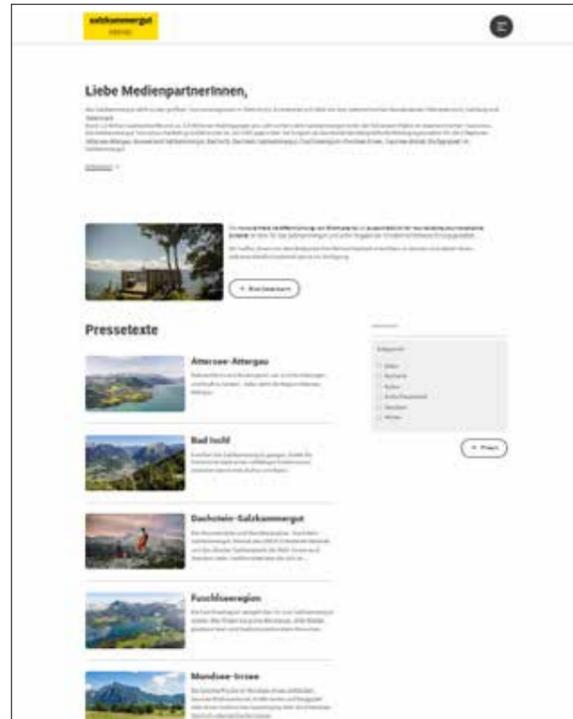
Im Jahr 2024 konnte die Abonnentenzahl des Newsletters von ~10.000 auf 13.150 gesteigert werden.



10 Presse

10.1 Presseservice Salzkammergut

2023 wurde der Online-Bereich Salzkammergut Presse neu gestaltet. Unter presseservice.salzkammergut.at finden Medienvertreter gesammelte Informationen, den Link zur Bild-Datenbank Canto, sowie Presstexte aus allen 8 Regionen des Salzkammerguts.



10.2 Pressereisen



Das mediale Interesse an der Kulturhauptstadt-Region war groß – insgesamt wurden im Jahr 2024 31 Pressereisen durchgeführt. In Zusammenarbeit mit der LTO Oberösterreich gab es im Zuge der Kulturhauptstadt eine große Pressereise mit internationalen Journalist*innen, außerdem zwei Pressereisen mit serbischen bzw. kroatischen Journalist*innen.

Rund um das Eröffnungswochenende der Kulturhauptstadt 2024 wurden Ausflüge für Journalist*innen in die verschiedenen Kulturhauptstadt-Gemeinden angeboten. Diese wurden von den jeweiligen TVBs begleitet und betreut.

Insgesamt besuchten mehrere Hundert nationale und internationale Journalist*innen im Kulturhauptstadt-Jahr 2024 das Salzkammergut.

10.3 Pressecenter

Im Kulturhauptstadtjahr 2024 wurde von der STMG und dem TVB Bad Ischl ein eigenes Pressecenter in der Trinkhalle Bad Ischl eingerichtet. Den Journalist*innen und Pressevertreter*innen standen dort das ganze Jahr über Sitzgelegenheiten und Arbeitsplätze, Internet-Anschluss, Getränke, sowie Presseinformationen zum Salzkammergut und der Kulturhauptstadt zur Verfügung.



10.4 Presseaussendungen

Gemeinsam mit der Agentur Egger & Partner wurde die Pressetätigkeit im Salzkammergut im Jahr 2024 umgesetzt. Zahlreiche Presseaussendungen wurden durch die Agentur und über das APA Tool ausgeschickt. Der Pressereport 2024 dokumentiert die Berichterstattung über das Salzkammergut im gesamten Jahr.



11 Messen und Events

11.1 ITB Berlin

Von 4. bis 6. März 2024 war das Salzkammergut im Bereich des ÖW-Standes auf der ITB Berlin vertreten. Diese gilt als die Leitmesse der weltweiten Tourismusbranche.



11.2 OÖ Sommerfrische Fest

Das oberösterreichische Genuss- & Erlebnisfestival fand von 8. bis 9. Juni 2024 am Heldenplatz in Wien statt. Bei freiem Eintritt konnten die Besucher*innen kulinarische Köstlichkeiten genießen, die versteckten Naturjuwelen des Landes entdecken und alles über die touristischen und kulturellen Highlights des Sommers in Oberösterreich (und im Salzkammergut) erfahren. Die 6 Regionen des oberösterreichischen Salzkammerguts waren mit diversen Highlights und Schmankerln in Wien vertreten.



11.3 Karriere Lounge 2024 in den Tourismusschulen Salzkammergut

3 TVBs des Salzkammerguts stellten bei der Karriere Lounge in den Tourismusschulen Bad Ischl am 22. November 2024 ihre Mitarbeiter Bonus Programme vor: Work the Lake (Wolfgangsee), Welterbejobs.at (Dachstein Salzkammergut), „Arbeiten, wo andere Urlaub machen“ (Attersee-Attergau). Die STMG organisierte außerdem ein Gewinnspiel für die Schüler*innen.



12 Salzkammergut Mitarbeiterfest

Im Oktober 2024 fand das zweite Salzkammergut Mitarbeiterfest statt. Die Gastgeber-Region war in diesem Jahr die Region Attersee-Attergau – alle acht Tourismusverbände und die STMG kamen am Attersee zusammen. Nach dem Empfang mit Getränken und Snacks im Grafengut in Nußdorf nahmen die Teilnehmer*innen entweder an einer Yoga-Session oder an einem geführten Atemworkshop mit anschließendem Winterbad im Attersee teil. Beim Essen und einem gemütlichen Beisammensein in der Zenz'n Stub'n in Schörföling fand der Mitarbeitertag einen netten Ausklang. Als Gastgeber fürs kommende Jahr 2025 wurde der Tourismusverband Dachstein Salzkammergut gezogen.



13 Salzkammergut Akademie und Qualitätsmanagement

Salzkammergut Akademie Kursprogramm 2024/25

Das Kursprogramm 2024/25 beinhaltet diverse Kurse, die für Mitarbeiter*innen und Führungskräfte in der Tourismusbranche von großem Interesse sein könnten und wurde auch dieses Jahr wieder an 2.500 touristische Betriebe im Salzkammergut ausgeschickt. Es handelt sich hierbei um eine enge Kooperation der STMG mit der WKO und dem WIFI Oberösterreich. Das Kursprogramm läuft noch bis Ende 2025 und wird in den verschiedenen Schulungszentren in Linz, Bad Ischl und Gmunden abgehalten.

salzkammergut TOURISMAKADEMIE
Vorsprung und Erfolg durch Weiterbildung

WIFI Oberösterreich in Kooperation mit der Tourismusregion Salzkammergut. Fördermöglichkeiten unter wifi.at/oe

8752P Informationsveranstaltung Wander- und Schneeführer*in

Preis: kostenlos - Anmeldung erforderlich!
Dauer: 2 Trainingseinheiten
ONLINE: * 8.2.2025, Di 9h bis 20.30 Uhr, Live Online Kurs

8752P Informationsveranstaltung Wander- und Schneeführer*in

Preis: € 1.245,- inkl. Teilprüfung, evtl. Unterkunft
Dauer: 90 Trainingseinheiten

WUNSCHBARSTEIN

* Kursort: Spital am Pyhrn/Windkogelzoo: 25.8. bis 29.8.2025 und 30.9. bis 30.10.2025
* gmeins. Sonderklausur unter wifi.at/oe

8752P Informationsveranstaltung Wander- und Schneeführer*in

Preis: € 1.100,- inkl. Prüfung inkl. Unterkunft
Dauer: 80 Trainingseinheiten

WINDSCHWARZEN

* Kursort: Spital am Pyhrn/Windkogelzoo: 5.12. bis 8.12.2024 und 3.1. bis 6.1.2025, gmeins. Sonderklausur unter wifi.at/oe
* Kursort: Spital am Pyhrn/Windkogelzoo: 6.12. bis 8.12.2025 und 3.1. bis 6.1.2026, gmeins. Sonderklausur mit ab 1.1.2025 jährlich

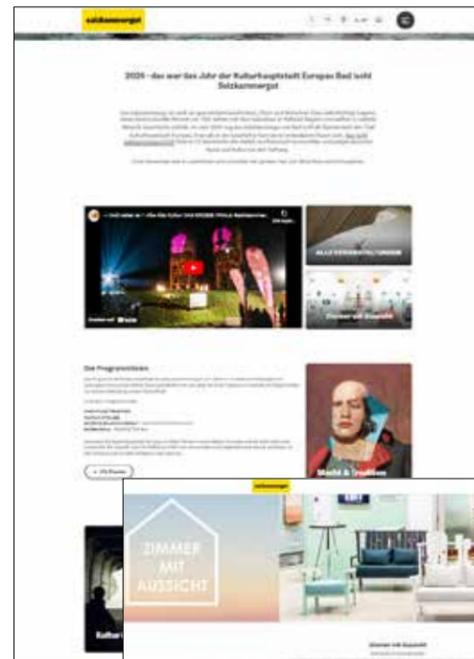
14 Kulturhauptstadt 2024

2024 stand im Salzkammergut ganz unter dem Zeichen Kultur! Das Super-Kulturjahr mit der Kulturhauptstadt Europas Bad Ischl Salzkammergut 2024 wurde seitens der STMG auf allen Kanälen begleitet, um den Gästen die Kultur-Themen touristisch aufbereitet näherzubringen.

Sowohl auf den Social Media Kanälen als auch per E-Mail und auf der Homepage wurde das gesamte Jahr auf verschiedene Veranstaltungen und Projekte aufmerksam gemacht.

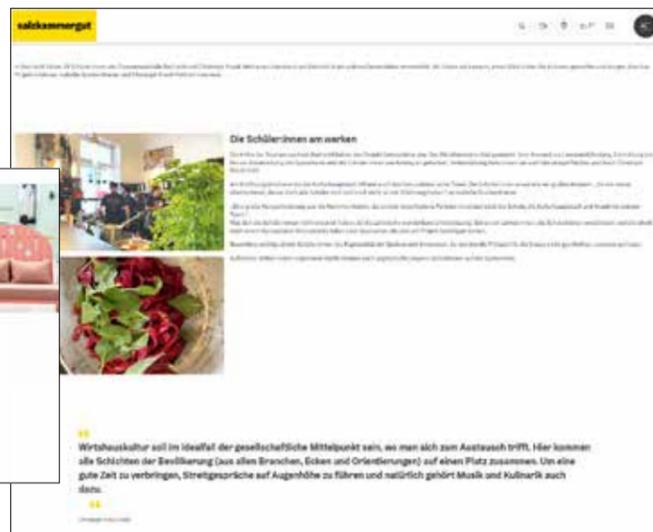
Kulturcard

Seit Ende 2023 stand die KulturCard zum Verkauf. Um € 49,- ist sie bei den Tourismusverbänden sowie online erhältlich. Die Besitzer*innen erhielten damit das ganze Jahr 2024 Ermäßigungen in Museen, bei Konzerten und Ausstellungen in der Region sowie bei den Kulturhauptstadtprogrammen. Die KulturCard beinhaltet auch die SalzkammergutCard – die, wie die SommerCard und WinterCard zahlreiche Ermäßigungen bei beliebten Attraktionen, Sehenswürdigkeiten und Freizeitaktivitäten im Salzkammergut bietet.



Homepage

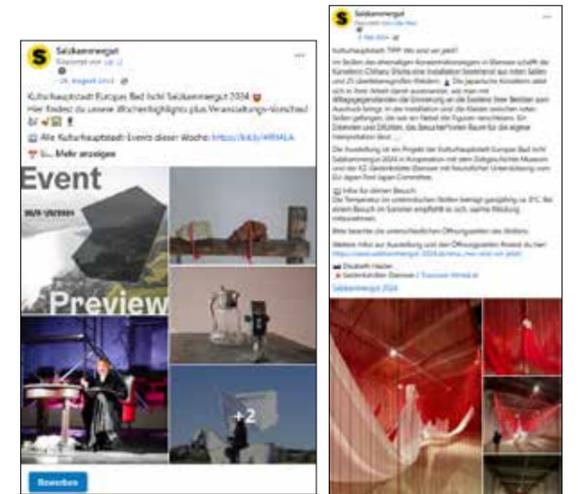
Die eigene Homepage salzkammergut.at/kulturhauptstadt-2024 bot praktische Informationen für Gäste und Infos zu allen Projekten und Programmpunkten. Zusätzlich wurden Magazinartikel und eigene Seiten zu den KHS-Projekten „Zimmer mit Aussicht“ und „Genusslabor“ realisiert.



Social Media

Das große Eröffnungswochenende der Kulturhauptstadt 2024 fand von 19. bis 21. Jänner 2024 in Bad Ischl statt. Die Follower*innen von [visitsalzkammergut](https://www.facebook.com/visitsalzkammergut) auf Facebook und Instagram wurden live durch das bunte Programm mitgenommen.

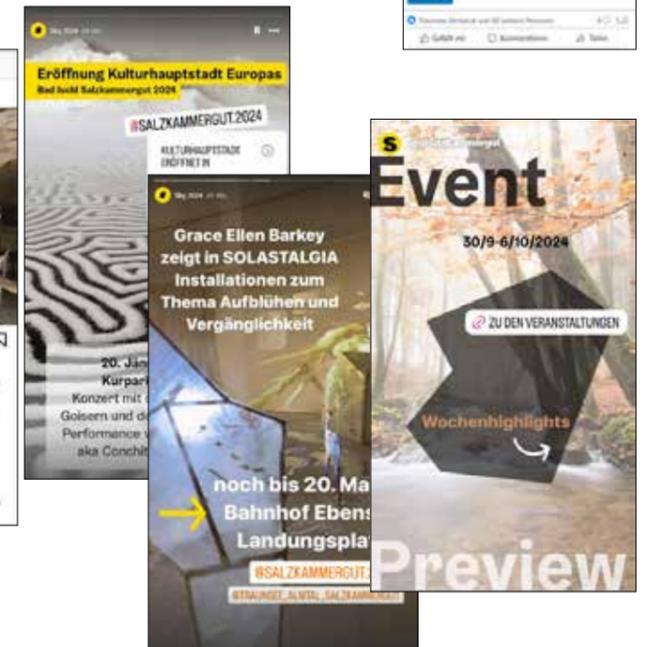
In enger Zusammenarbeit mit den Regionen und der Social Media Abteilung der Kulturhauptstadt wurden das ganze Jahr über Tipps zu Veranstaltungen geteilt und gepostet. Außerdem wurde eine wöchentliche Veranstaltungsinformation im Facebook Feed, sowie in den Instagram-Stories geteilt.



Facebook



Instagram



Pressereisen und Pressecenter

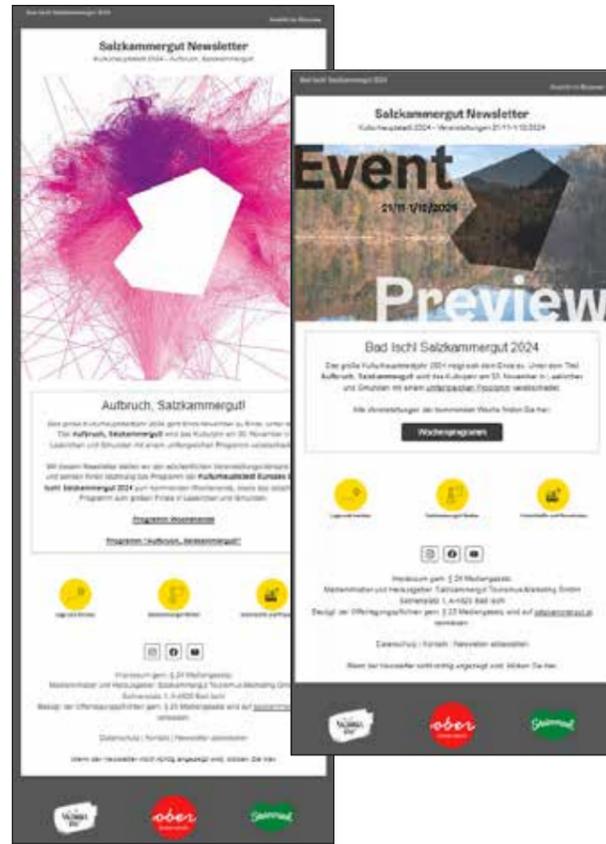
2024 fanden diverse Pressereisen anlässlich der Kulturhauptstadt statt, viele nationale und internationale Journalist*innen besuchten Bad Ischl und das Salzkammergut, um über das Programm zu berichten. Die Pressereisen wurden gemeinsam mit der LTO Oberösterreich und der Kulturhauptstadt, sowie teilweise der ÖW abgewickelt.

Anlässlich dessen wurde gemeinsam mit dem TVB Bad Ischl und der STMG ein eigenes Pressecenter in der Trinkhalle Bad Ischl eingerichtet und mit Hilfe aller TVB's finanziert.

Veranstaltungsinformation und Newsletter

Als Service für Betriebe im gesamten Salzkammergut bot die STMG eine Veranstaltungsinformation per Mailversand an. Alle Betriebe erhielten täglich eine E-Mail-Aussendung mit einer Veranstaltungsübersicht aller Kulturhauptstadt-Veranstaltungen zur Verteilung an die Gäste.

Außerdem wurde der Salzkammergut-Newsletter wöchentlich mit einer KHS-Programminformation verschickt, um allen Interessierten einen Überblick über die zahlreichen Veranstaltungen der Kulturhauptstadt zu geben.



15 Beispiele von diversen Einschaltungen



Presseempfang in Bad Ischl

Am 18. Jänner 2024 fand in der Kaiservilla Bad Ischl der große Presseempfang zur Kulturhauptstadt Europas Bad Ischl Salzkammergut 2024 statt, welcher vom Salzkammergut gemeinsam organisiert und finanziert wurde.

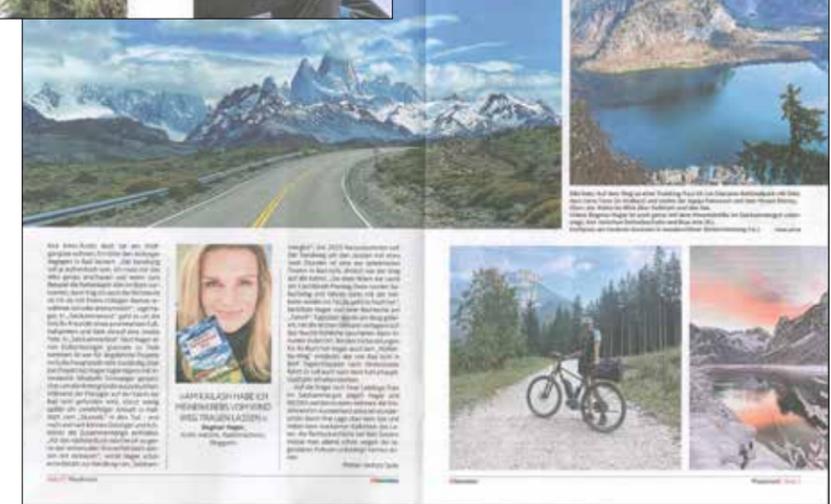




IDA Ausgabe 01 2024



ÖÖ-Nachrichten Wanderzeit 2024



Krone Bunte 07 / 2024





Durch die Gegend bummeln

Werde fester Freund der Berge, wenn du dich auf Schiffler und Schifflerinnen einlässt. In der Gegend um Salzburg sind die Berge nicht nur ein Ort der Erholung, sondern auch ein Ort der Entdeckung.



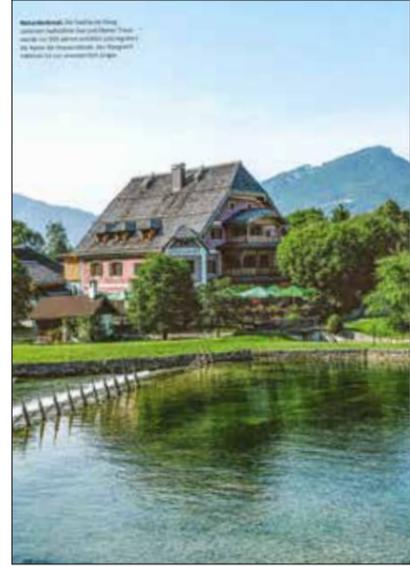
Der Schustermeister in Salzburg, der seine Kunst in der Tradition des Handwerks bewahrt.



Waldweg in Salzburg, der die Besucher in die Natur führt.

Nachdem wir uns auf den Weg gemacht haben, sind wir in eine wunderschöne Landschaft gekommen. Die Berge sind hier nicht nur ein Ort der Erholung, sondern auch ein Ort der Entdeckung. In der Gegend um Salzburg sind die Berge nicht nur ein Ort der Erholung, sondern auch ein Ort der Entdeckung.

Die Gegend um Salzburg ist ein Ort der Entdeckung. In der Gegend um Salzburg sind die Berge nicht nur ein Ort der Erholung, sondern auch ein Ort der Entdeckung.



Ein traditionelles Holzhaus in der Gegend um Salzburg.



Ein Koch in der Küche eines Restaurants in der Gegend um Salzburg.



Ein Musiker spielt ein Instrument in der Gegend um Salzburg.

Die Gegend um Salzburg ist ein Ort der Entdeckung. In der Gegend um Salzburg sind die Berge nicht nur ein Ort der Erholung, sondern auch ein Ort der Entdeckung.



Ein Boot auf dem See in der Gegend um Salzburg.

Die Gegend um Salzburg ist ein Ort der Entdeckung. In der Gegend um Salzburg sind die Berge nicht nur ein Ort der Erholung, sondern auch ein Ort der Entdeckung.



Small-town Austria

Take in the mountain air and a slower pace of life in Austria's little Alpine and spa towns.

Small-town Austria offers a unique experience of mountain life. The towns are built on steep slopes, offering panoramic views of the surrounding landscape. The architecture is a mix of traditional and modern styles, reflecting the region's rich history and cultural heritage.



Alpen Adria Trail: A scenic hike through the mountains of Austria.

Alpen Adria Trail: A scenic hike through the mountains of Austria. The trail offers breathtaking views of the Alps and the surrounding landscape. It is a great way to experience the beauty of the region and enjoy the fresh mountain air.



Hut-to-hut hiking in Salzburg region: A challenging hike through the mountains.

Hut-to-hut hiking in Salzburg region: A challenging hike through the mountains. The hike is a great way to experience the beauty of the region and enjoy the fresh mountain air. It is a great way to experience the beauty of the region and enjoy the fresh mountain air.



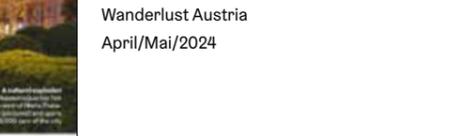
Die Gegend um Dachstein und Salzkammergut: A beautiful landscape in the region.

Die Gegend um Dachstein und Salzkammergut: A beautiful landscape in the region. The area is known for its stunning views of the mountains and the surrounding landscape. It is a great way to experience the beauty of the region and enjoy the fresh mountain air.



Ein Museum in der Gegend um Salzburg: A place of learning and discovery.

Ein Museum in der Gegend um Salzburg: A place of learning and discovery. The museum offers a unique insight into the region's history and culture. It is a great way to experience the beauty of the region and enjoy the fresh mountain air.



Wanderlust Austria April/Mai 2024: A beautiful scene from the region.

Wanderlust Austria April/Mai 2024: A beautiful scene from the region. The image captures the essence of the region's beauty and the joy of exploring its natural wonders.



Vinnas amazing museums: A place of learning and discovery.

Vinnas amazing museums: A place of learning and discovery. The museums offer a unique insight into the region's history and culture. It is a great way to experience the beauty of the region and enjoy the fresh mountain air.



See traditional indigo dyeing in Burgenland: A traditional craft in the region.

See traditional indigo dyeing in Burgenland: A traditional craft in the region. The craft is a unique part of the region's heritage and offers a glimpse into the past.

Take in the European Capital of Culture 2024: A celebration of art and culture in the region.

See traditional indigo dyeing in Burgenland: A traditional craft in the region. The craft is a unique part of the region's heritage and offers a glimpse into the past.



Falstaff
Sonderausgabe Kulturhauptstadt 2024



Insertat im GEO Österreich
07 / 2024



Kurier - Lust auf Österreich
01 / 2024

Impressum:

Herausgeber: Salzkammergut Tourismus-Marketing GmbH, A-4820 Bad Ischl; Grafik und Satz: vordenker.at,
Druck: print24.com, D-01445 Radebeul; Fotos: Katrin Kerschbaumer; Irrtümer, Satz- und Druckfehler vorbehalten.

salzkammergut



salzkammergut.at

  [visitsalzkammergut](#)



salz  kammer
gut 2024
European Capital of Culture
Bad Ischl Salzkammergut