

LEISTUNGS- BERICHT 2024

ERLEBNISREGION MURTAL



Überblick über Statistiken und
Leistungen des Tourismusverbandes
Murtal im Jahr 2024.



MURTAL

DIE MISCHUNG MACHT'S!



INHALTSVERZEICHNIS LEISTUNGSBERICHT

Das Murtal Team

Statistiken

- Nächtigungen/Ankünfte
- Gemeinden
- Gäste
- Mobilitätsdaten

Beherbergercoach

Marketing

- Überblick Allgemein
- Online Marketing
- Drucksorten Allgemein
- Motorentspannung
- Entdeckungsradln
- Zirbenrauschen
- Kulturaktion
- Niederlande
- Winter

4

5-10

11

12-25

- Merchandise
- Veranstaltungen
- Social Media Allgemein

Presse

26

Österreich Werbung

27

Steiermark Tourismus

28-33

- Überblick

- Sommer- und Winterkampagne
- Presse & Marketinggruppen
- Messen
- Contwise
- Website

Kooperationen

34

LEADER-Projekt

35-37

Ausblick 2025

38-39



Impressum: Herausgeber, für den Inhalt verantwortlich: Tourismusverband Murtal, Illustrationen und Karte: Andreas Posselt, Fotos: Anita Fössl, Karl Steinegger, Michael Königshofer, Susanne Einzenberger, Wolfgang Spekner, Tom Lamm, Druck: Gutenberghaus Druck GmbH, Knittelfeld, Für eventuelle Fehler kann keine Haftung übernommen werden. Der Bericht stellt einen Auszug über die wichtigsten Aktivitäten dar und ist somit nicht als vollständige Darstellung aller Detailtätigkeiten zu sehen. Zur besseren Lesbarkeit wird in diesem Bericht zum Teil das generische Maskulinum verwendet. Stand: Februar 2025

TOURISMUS 2024

IN DER ERLEBNISREGION MURTAL

Ein erfolgreiches Jahr mit Herausforderungen

Das Jahr 2024 war für die Erlebnisregion Murtal ein herausragendes Tourismusjahr. Mit **620.790 Nächtigungen** wurde ein Rekordhoch erzielt – ein eindrucksvoller Beleg für die Attraktivität unserer Region. Besonders erfreulich ist auch die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 3,4 Nächten, womit das Murtal steiermarkweit den vierten Platz belegt.

Unsere Erlebnisregion Murtal ist eine **Region der Kontraste** – zwischen Natur und Technik, Tradition und Innovation, Ruhe und Adrenalin. Genau diese Vielfalt macht das Murtal einzigartig und spiegelt sich in unserem Motto wider: „Die Mischung macht's.“ Besonders stolz sind wir darauf, dass wir im November mit dem **VICTOR24** als **Sportregion des Jahres** ausgezeichnet wurden – eine großartige Anerkennung für die zahlreichen Sport- und Freizeitmöglichkeiten, die unser Murtal bietet.

Die positive Entwicklung bringt jedoch auch Herausforderungen mit sich. Die Tourismusgesinnung innerhalb der Region spielt eine wesentliche Rolle für eine nachhaltige Entwicklung. Zudem bleibt die Auslastung abseits von Großveranstaltungen eine zentrale Aufgabe, um das touristische Angebot weiter zu stärken.

Mit diesen Erkenntnissen blicken wir optimistisch in das Jahr 2025. Unser gemeinsames Ziel ist es, die bestehenden Stärken weiter auszubauen und gezielt an den Bereichen zu arbeiten, die noch Potenzial bieten. Mit vereinten Kräften werden wir das Murtal als Erlebnisregion weiterentwickeln und seine Strahlkraft über die Grenzen hinaus stärken.

Auf den kommenden Seiten findet sich ein Überblick über die wichtigsten Tätigkeiten des Tourismusverbandes Murtal im Jahr 2024.

Murtal – die Mischung macht's!

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

TOURISMUSVERBAND MURTAL
Red Bull Ring Straße 1, 8724 Spielberg
Steiermark, Österreich

Telefon +43 3577 26600
E-Mail: info@murtal.at
murtal.at - [@visitmurtal](http://visitmurtal)



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



DAS MURTAL TEAM

SPIELBERG, JUDENBURG, HOHENTAUERN, PÖLSTAL & FOHNSDORF



DAS MURTAL TEAM

Unser Team besteht insgesamt aus Vorstand, Geschäftsführung sowie 12 Mitarbeiterinnen. Dabei kümmern sich natürlich alle um unsere Gäste in unseren 5 Tourismusbüros in Spielberg (Red Bull Ring), Judenburg, Fohnsdorf, Oberzeiring und Hohentauern. Alle Mitarbeiterinnen haben aber neben der Gästebetreuung noch weitere Aufgaben:

VORSTAND

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

ORGANISATION / BEHERBERGER

Mag. Patrizia Schreibmayer, Leitung Organisation
Beate Weigl
Elisabeth Plötz
Christine Schuster

MARKETING / PRODUKTE

Isabella Painhapp, MSc, Leitung Marketing
Selina Senft, BA
Anita Fössl
Tanja Beren

GESCHÄFTSFÜHRUNG

Hannes Herr, MBA (von 6-12/2024)

PRESSE / TOUREN / MESSEN

Claudia Bachler, Leitung Presse/Gästeservice
Marlene Zandl
Grete Pichler

FÖRDERPROJEKTE

Mag. (FH) Simone Doler



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



Isabella Painhapp & Hannes Herr bei der Verleihung des VICTOR24 als Sportregion des Jahres im November 2024.

STATISTIKEN

NÄCHTIGUNGEN, ANKÜNFTEN, GÄSTE, BETRIEBE ETC.



NÄCHTIGUNGEN

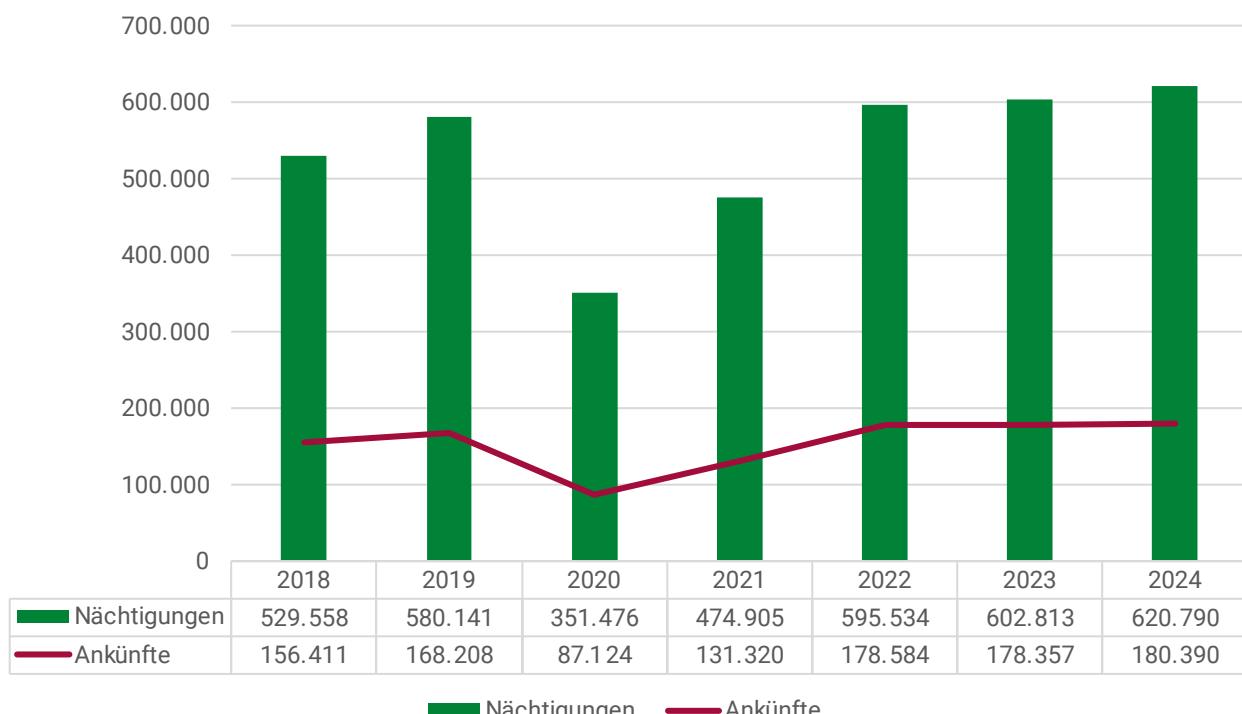
Die Statistik zeigt die Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen in den Jahren 2018 bis 2024.

Während die Anzahl der Übernachtungen (grüne Balken) von 2018 bis 2019 anstieg, war 2020 ein deutlicher Einbruch aufgrund der Corona-Pandemie zu verzeichnen. Ab 2021 setzte eine Erholung ein, die bis 2024 zu einem neuen Höchstwert von **620.790 Übernachtungen** führte.

Die Ankünfte (rote Linie) zeigen ein ähnliches Muster: Nach einem Rückgang im Jahr 2020 stiegen sie wieder an und erreichten 2024 einen Wert von **180.390 Ankünften**. Insgesamt lässt sich ein positiver Trend erkennen, mit einer vollständigen Erholung nach der Krise.

Besonders hervorzuheben gilt hier, dass die durchschnittliche Aufenthaltsdauer 2024 in der Region Murtal bei **3,4 Nächten** liegt, wodurch die Region steiermarkweit auf Platz 4 liegt.

Vergleich Ankünfte Nächtigungen



STATISTIKEN

NÄCHTIGUNGEN

NÄCHTIGUNGEN UND DIE BEDEUTUNG DES RED BULL RINGS IN SPIELBERG

Die Auswertung der Nächtigungszahlen zeigt, dass ein erheblicher Anteil der Übernachtungen weiterhin von den Großveranstaltungen am Red Bull Ring in Spielberg abhängt. Dies wird besonders deutlich, wenn man die Gesamtzahlen mit den Nächtigungen ohne Spielberg vergleicht.

Starke Saisonalität durch Großevents

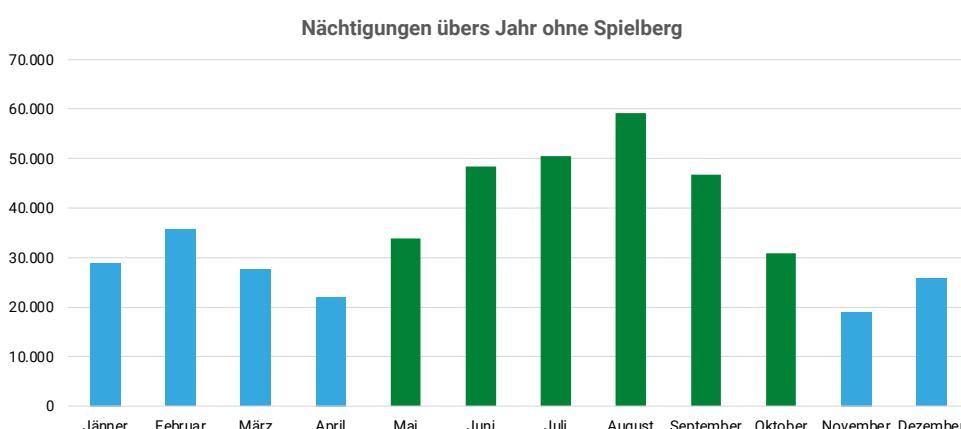
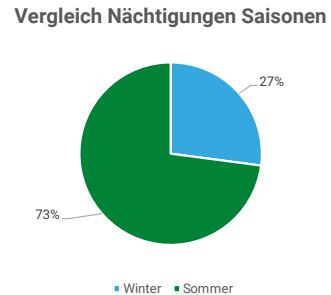
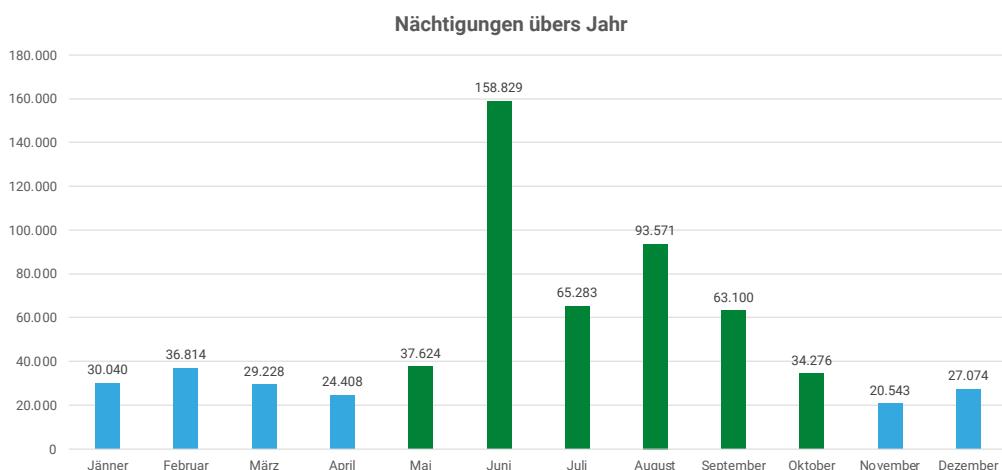
Wie aus der ersten Grafik ersichtlich ist, konzentrieren sich die meisten Übernachtungen auf die Sommermonate, insbesondere auf Juni, Juli und September. Der Juni ist mit über 150.000 Nächtigungen der absolute Spitzenmonat – ein Wert, der maßgeblich auf die Formel 1 in Spielberg zurückzuführen ist. Insgesamt entfallen 73 % der Übernachtungen auf die Sommermonate, was die enorme Abhängigkeit von Events in dieser Zeit verdeutlicht.

Vergleich ohne Spielberg – Nächtigungen gleichmäßiger verteilt

Wird Spielberg aus der Statistik herausgenommen, zeigt sich ein deutlich ausgeglicheneres Nächtigungsverhalten über das Jahr hinweg. Ohne die Großveranstaltungen in Spielberg reduzieren sich die Spitzenwerte in den Sommermonaten signifikant, und die Verteilung zwischen Sommer- und Wintersaison verschiebt sich auf 63 % zu 37 %. Dies zeigt, dass abseits von Großevents die Tourismuszahlen stabiler über das Jahr hinweg, aber insgesamt niedriger sind.

Herausforderung und Chancen

Diese Abhängigkeit von den Events in Spielberg stellt eine Herausforderung für eine nachhaltige Tourismusstrategie dar. Während die Veranstaltungen eine immense wirtschaftliche Bedeutung haben, zeigt die Analyse auch, dass die Region außerhalb dieser Spitzenzeiten an Attraktivität gewinnt. Ziel sollte es sein, durch gezielte Maßnahmen die Nächtigungen in der Nebensaison weiter zu steigern und das touristische Angebot breiter zu diversifizieren.



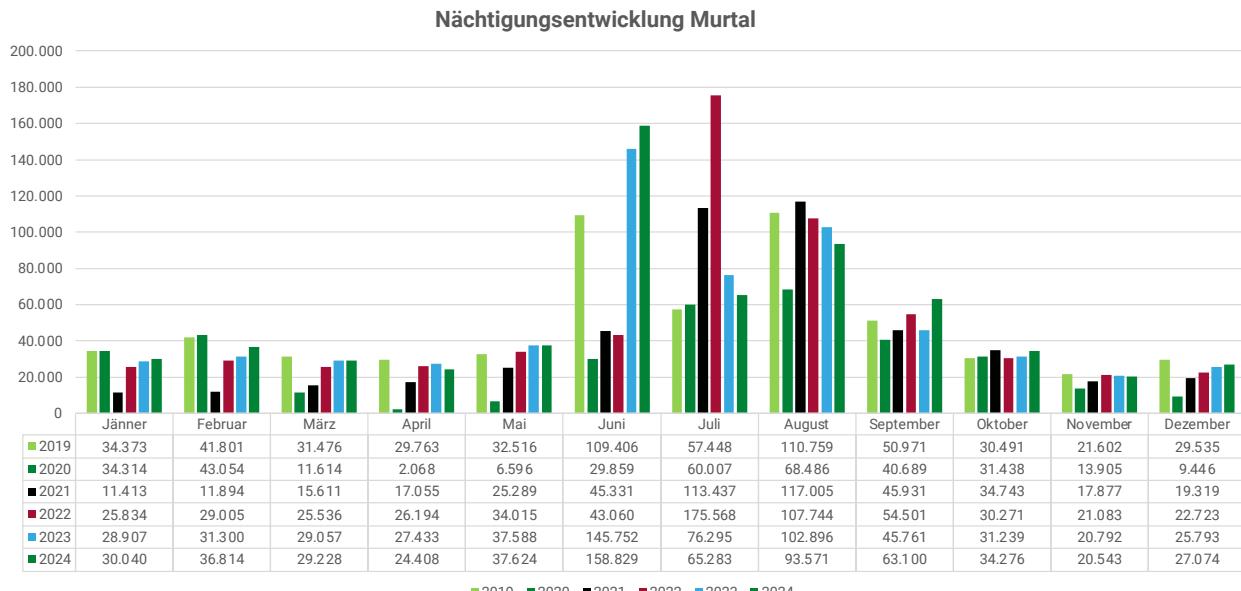
STATISTIKEN

NÄCHTIGUNGEN, GEMEINDEN

NÄCHTIGUNGSENTWICKLUNG

Folgende Grafik zeigt die Nächtigungszahlen pro Monat im Murtal von 2019 bis 2024. 2022 erreichte der Juli mit fast 180.000 Nächtigungen den Höchststand.

2024 zeigt eine stabile Entwicklung, jedoch bleibt die starke Saisonalität eine Herausforderung.



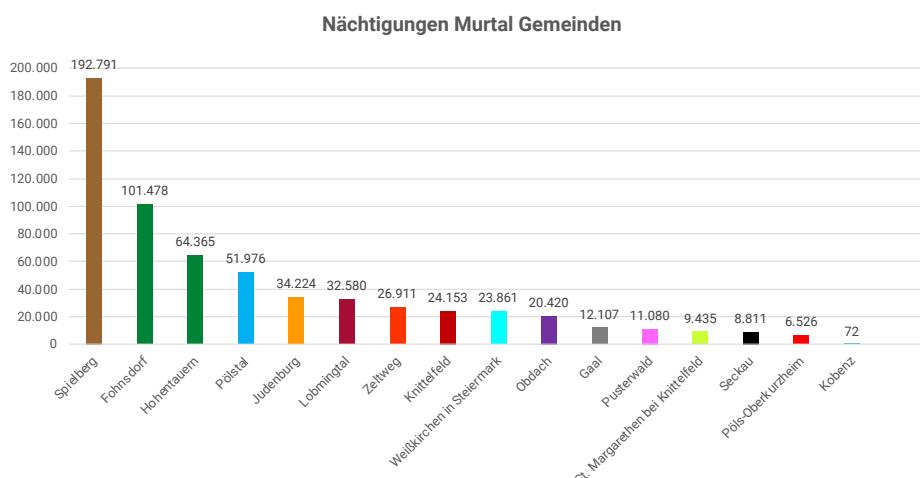
NÄCHTIGUNGEN IN DEN GEMEINDEN DER REGION MURTAL

CHANCEN FÜR EINE BREITERE TOURISMUSENTWICKLUNG

Die folgende Grafik verdeutlicht die Verteilung der Nächtigungen in den Gemeinden des Murtals. Spielberg führt mit über 190.000 Nächtigungen klar, gefolgt von Fohnsdorf (101.478). Diese hohen Werte sind stark durch Großveranstaltungen am Red Bull Ring beeinflusst.

Besonders bemerkenswert ist Hohentauern mit 64.365 Nächtigungen, da diese Destination weitgehend unabhängig von den Events in Spielberg ist. Dies unterstreicht die hohe touristische Relevanz der Gemeinde, die vor allem durch Natur- und Aktivtourismus punktet.

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



STATISTIKEN

GÄSTE

HERKUNFT DER GÄSTE

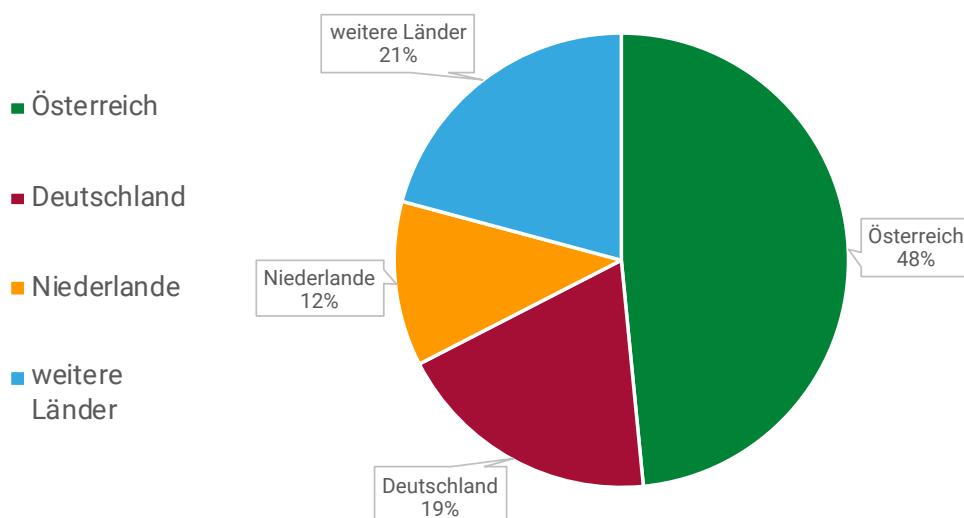
NÄCHTIGUNGEN NACH HERKUNFTSLÄNDERN – POSITIVE ENTWICKLUNG BEI IN- UND AUSLÄNDERN

Mit 48 % stellen inländische Gäste die größte Gruppe, gefolgt von Deutschland (19 %), den Niederlanden (12 %) und weiteren Ländern (21 %). Beachtlich ist, dass gesamt 52% unserer Gäste aus dem Ausland kommen.

Im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen wir einen Anstieg der Nächtigungen sowohl bei Inländern (+1,4 %) als auch bei ausländischen Gästen (+0,9 %). Dies bestätigt das weiterhin wachsende Interesse am Tourismus in der Region, sowohl von heimischen als auch internationalen Besuchern. Der positive Trend zeigt das Potenzial, die Attraktivität der Destination weiter auszubauen und gezielte Maßnahmen zur Internationalisierung des Tourismus zu setzen.

Bei den weiteren Ländern führen aktuell Polen (3%), Tschechien, Ungarn, Italien und Schweiz (jeweils 2%).

Nächtigungen Herkunftsländer



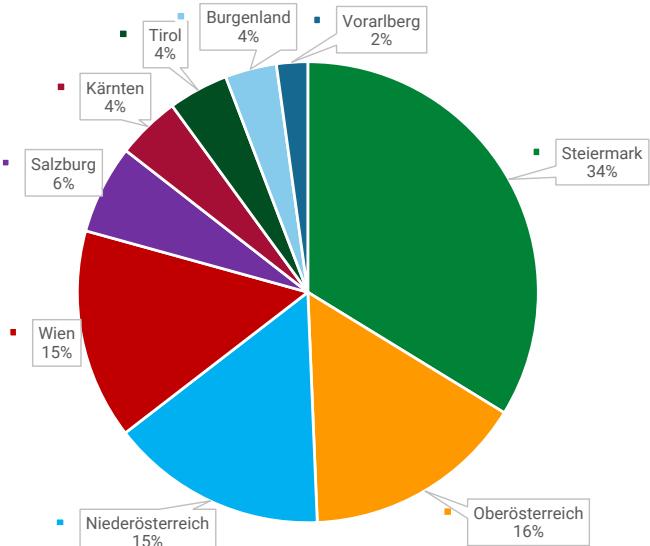
NÄCHTIGUNGEN AUS AT

Die Steiermark bleibt mit 34 % der Nächtigungen aus Österreich weiterhin das führende Bundesland im Tourismus.

Bei Oberösterreich, Wien und Niederösterreich gibt es marginale Unterschiede zum Vorjahr, die Verteilung bleibt aber nahezu gleich.

Salzburg, Kärnten, Tirol, Burgenland und Vorarlberg weisen die geringsten Anteile auf.

Nächtigungen Bundesländer



MOBILITÄTSDATEN VIA A1 INVENIUM

Die Analyse der Mobilitätsdaten mittels A1 Invenium liefert wertvolle Einblicke in das Besucheraufkommen an den wichtigsten Points of Interest (POI) in der Erlebnisregion Murtal. Die Daten zeigen eine detaillierte Verteilung zwischen Tagestouristen, Einheimischen sowie Ankommenden & Abreisenden und ermöglichen eine fundierte Bewertung der Besucherströme. Hinweis: alle Daten sind exkl. Großveranstaltungen, diese werden gesondert erfasst.

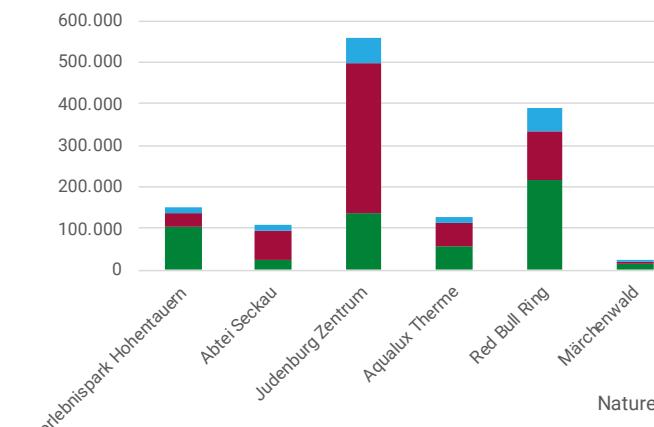
Haupterkenntnisse:

- **Judenburg Zentrum** ist mit 559.200 Besuchern der am stärksten frequentierte POI. Besonders hoch ist hier der Anteil der Einheimischen, was die Bedeutung der Stadt als regionales Zentrum unterstreicht.
- Die **Aqualux Therme** (127.220 Besucher) sowie der **Red Bull Ring** (389.580 Besucher, exklusive Großveranstaltungen wie Formel 1 und MotoGP) verzeichnen hohe Anteile an Tagestouristen und ankommenden Gästen, was auf ihre touristische Anziehungskraft hinweist.
- Der **Naturerlebnispark Hohentauern** (152.380 Besucher) zeigt einen klaren Fokus auf naturaffine Tagestouristen, mit vergleichsweise geringem Anteil an Einheimischen.
- Die **Abtei Seckau** (108.160 Besucher) sowie der **Märchenwald** (22.800 Besucher) verzeichnen ein stabiles, aber vergleichsweise geringeres Besucheraufkommen, was auf ein spezifisches Zielpublikum hindeutet.

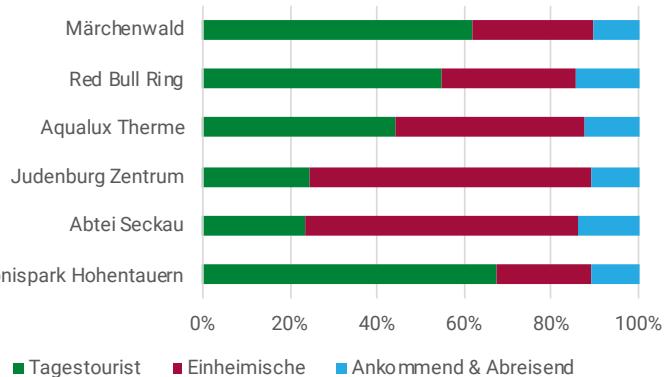
Die Erkenntnisse aus diesen Mobilitätsdaten sind essenziell für die Weiterentwicklung der touristischen Angebote und die gezielte Besucherlenkung. Sie zeigen, dass neben bekannten Tourismus-Hotspots auch kulturelle und naturnahe Erlebnisse eine bedeutende Rolle spielen. Besonders wichtig ist, dass der Red Bull Ring auch abseits der Großveranstaltungen eine starke Besucherfrequenz aufweist, was seine Relevanz als ganzjähriger Tourismusmagnet bestätigt.

POI	Gesamtbesucher
Naturerlebnispark Hohentauern	152.380
Abtei Seckau	108.160
Judenburg Zentrum	559.200
AQUALUX Therme	127.220
Red Bull Ring	389.580
Märchenwald	22.800

POI Besucher im Detail



Besucher in Prozent



■ Tagestourist ■ Einheimische ■ Ankommend & Abreisend ■ Tagestourist ■ Einheimische ■ Ankommend & Abreisend

STATISTIKEN

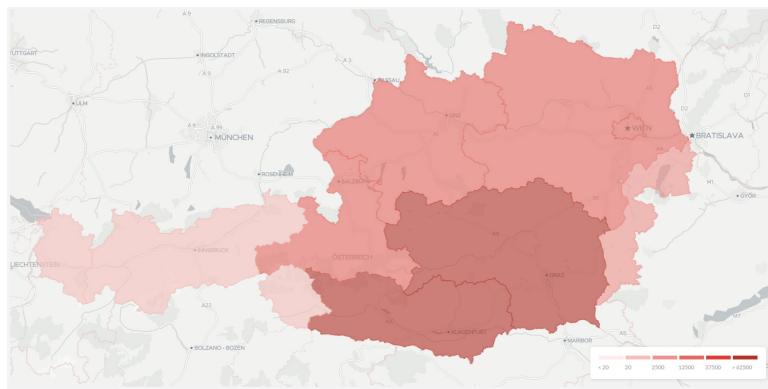
MOBILITÄTSDATEN

MOBILITÄTSDATEN VIA A1 INVENIUM

DEMOGRAFISCHE BESUCHERANALYSE

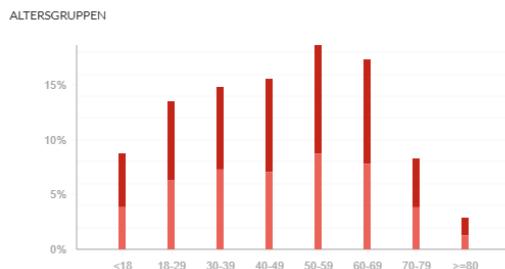
Die Mobilitätsdaten via A1 Invenium bieten wertvolle Einblicke in die demografische Zusammensetzung der Besucher der Erlebnisregion Murtal. Dabei wurden die Altersverteilung, Geschlechterverteilung, Herkunft und bevorzugten Aktivitäten analysiert.

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



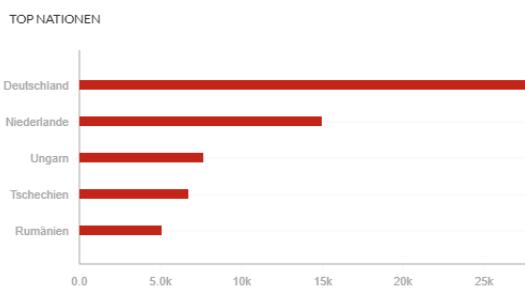
Altersgruppen

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



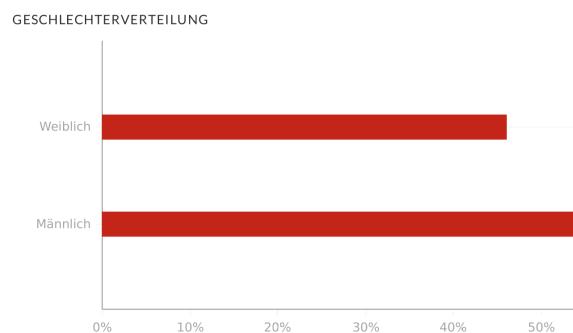
Herkunft der Besucher

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



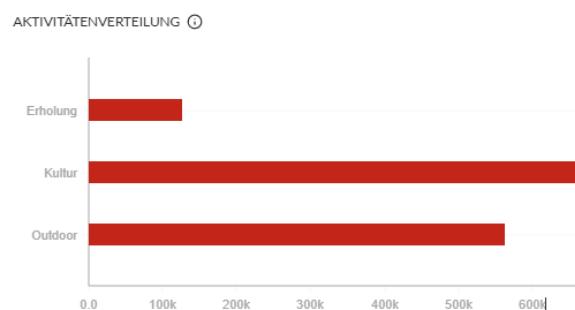
Geschlechterverteilung

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



Aktivitätenverteilung

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



BEHERBERGERCOACH

ENTWICKLUNG BETRIEBE, KOMMUNIKATION INTERN



BEHERBERGERCOACH

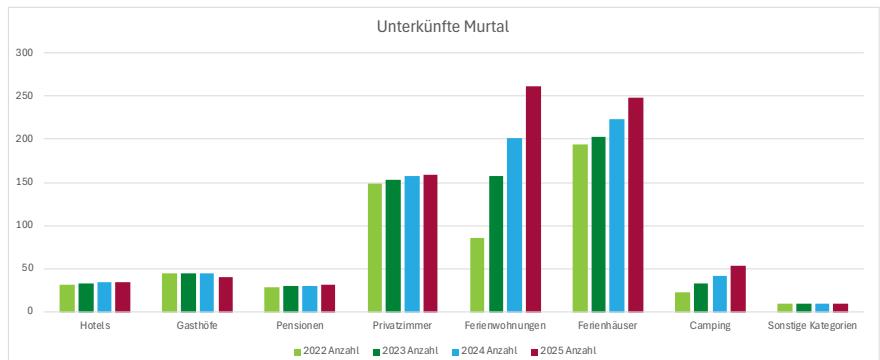
Der Beherbergercoach spielt eine zentrale Rolle in der Unterstützung und Weiterentwicklung der Beherbergungsbetriebe in der Region Murtal. 2024 wurden insgesamt **153 Anmeldungen und 59 Abmeldungen** von Beherbergungsbetrieben durchgeführt, wobei eine enge Abstimmung mit den 20 Gemeinden der Region erfolgte.

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

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

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

Ein zentraler Punkt ist auch die Informationsweitergabe zur **Murtal Gästecard**.



Unterkunftsart	2025 (Stand Februar)	Veränderung
Hotels	34	-
Gasthöfe	40	-5
Pensionen	32	+ 2
Privatzimmer	159	+ 2
Ferienwohnungen	262	+ 60
Ferienhäuser	248	+ 25
Camping	54	+ 12
Sonstige	10	+ 1
Gesamt	839	+ 97

Schulungen

Unsere Beherbergercoaches haben 2024/2025 (Stand Februar) 26 Schulungen durchgeführt mit gesamt 116 TeilnehmerInnen. Ziel ist es, den Betrieben Feratel näher zu bringen und die Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband allgemein zu verbessern.

Betten

Aktuell bietet die Erlebnisregion Murtal für ihre Gäste gesamt **40.698 Betten bei 12.902 Einheiten**. Davon sind:

- 31.949 Camping-Betten
- 3.158 Betten bei Hotels, Gasthöfen und Pensionen
- 4.998 Betten bei Privatzimmern, Ferienwohnungen und Ferienhäusern
- 593 Betten in sonstigen Kategorien

MARKETING

DIE MISCHUNG MACHT'S!



ÜBERBLICK MARKETINGMASSNAHMEN 2024

Unter dem Leitslogan „**Die Mischung macht's**“ standen die Marketingmaßnahmen 2024 ganz im Zeichen der Vielseitigkeit unserer Region. Ein zentrales Ziel war es, das Murtal noch stärker als **Region der Kontraste** zu positionieren – eine Destination, in der sich Action und Entspannung, Natur und Motorsport, Tradition und Moderne harmonisch vereinen.

Mit den Subthemen **Motorentspannung, Zirbenrauschen, Entdeckungsradln und Kulturaktion** wurde gezielt auf diese Vielfalt eingegangen. Die Kampagnen sprachen unterschiedliche Zielgruppen an und kombinierten dynamische Erlebnisse mit ruhigen Genussmomenten, um die Einzigartigkeit des Murtals authentisch zu vermitteln und sowohl neue als auch bestehende Gäste zu begeistern.

Im Design wird für die Darstellung der Kontraste nun verstärkt mit Foto + Illustration gearbeitet.

ZIELGRUPPE DER ERLEBNISREGION MURTAL

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

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

Märkte: AT, DE, NL

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



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



MARKETING

ZIELE, THEMEN, ÜBERBLICK KAMPAGNEN

ÜBERBLICK KAMPAGNEN 2024

2024 kann der Großteil der Marketingmaßnahmen der Hauptkampagne „Die Mischung macht's“ zugeordnet werden. Hierfür wurden einerseits allgemeine übergreifende Aktionen gesetzt (z.B. gemeinsame Drucksorten oder Online Kampagnen), aber auch spezifische Maßnahmen mit folgenden Themen:

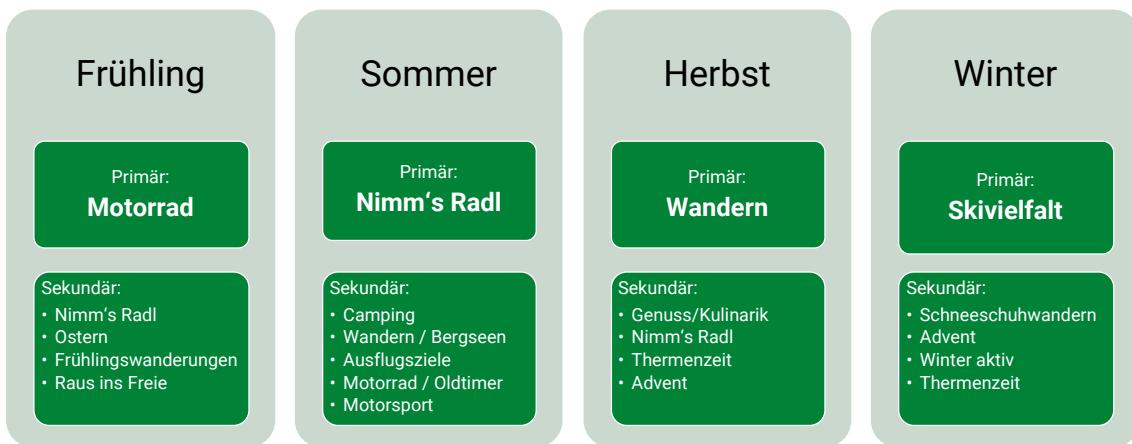
- Motorentspannung (siehe S. 18)
- Entdeckungsradln (siehe S. 19)
- Zirbenrauschen (siehe S. 20)
- Kulturaktion (siehe S. 21)

Wichtig war dabei, dass Beherbergungsbetriebe sowie Kulinistik stets als übergreifendes Thema inkludiert wurden. Im Herbst/Winter gab es dann Adaptionen, indem statt Entdeckungsradln und Zirbenrauschen die Themen Schneeschuhschlemmen und Skivielzahl zum Einsatz kamen (siehe S. 23).

Zusätzlich gab es eine Online-Kampagne in den Niederlanden, welche sich vor allem auf das Thema „Camp & Bike“ fokussierte. (siehe S. 22)

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

Einen detaillierten Überblick über die Themen liefert folgende Grafik:



ZIELE 2024

Das übergeordnete Ziel 2024 war es, das Murtal als Ganzjahresdestination zu etablieren. Mit dem Überthema „Die Mischung macht's“ wurde versucht ein gemeinsames Dach für alle Jahreszeiten zu schaffen.

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

- Steigerung der Sichtbarkeit der Möglichkeiten im Murtal
- Stärkung der regionalen Zuordenbarkeit zum Murtal
- Stärkung der emotionalen Zugehörigkeit zum Murtal
- Steigerung der Frequenz in den Ausflugszielen
- Steigerung der Nächtigungen
- Darstellung von Betrieben/Partnern in allen Gemeinden
- (Weiter-)Entwicklung von 1-2 Leitprodukten

MARKETING

DIE MISCHUNG MACHT'S MASSNAHMEN

ALLGEMEINE MASSNAHMEN ON- & OFFLINE

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

ONLINE IMAGEKAMPAGNE

Im Rahmen der Imagekampagne „**Die Mischung macht's**“ wurden von April bis Dezember 2024 gezielt Online-Marketingmaßnahmen umgesetzt, um die Erlebnisregion Murtal als vielseitige Region der Kontraste zu positionieren. Die Kampagne setzte auf eine abwechslungsreiche Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen und fokussierte sich auf die vier Kernthemen Motorentspannung, Zirbenrauschen, Entdeckungsradln und Kulturnaction (im Winter: Motorentspannung, Skivifalt, Schneeschuhschlemmen und Kulturnaction).

Die Kampagne wurde mit variierenden Creatives (Bild- und Videoformate) ausgespielt, um die unterschiedlichen Aspekte des Murtals authentisch darzustellen. Ein Test & Learn-Ansatz wurde gezielt eingesetzt, um durch verschiedene textliche Ansätze die wirkungsvollste Kommunikation für die jeweiligen Zielgruppen zu identifizieren. So konnten relevante Botschaften kontinuierlich optimiert und die Kampagneneffizienz maximiert werden.

Durch die breit gefächerte Online-Präsenz konnte das Murtal als abwechslungsreiche Ganzjahresdestination weiter gestärkt werden, die sowohl Adrenalin als auch Entspannung, Natur als auch Kultur perfekt vereint.

Hinweis: Diese Kampagne lief über unser LEADER-Projekt „Positionierung Region Murtal“ (siehe S. 37) und wurde in Zusammenarbeit mit valantic umgesetzt.

Eckdaten:

- Märkte: Österreich, Deutschland, Niederlande
- Laufzeit: April bis Dezember 2024
- Maßnahmen: Google Search Ads, Google PMax, Meta Ads, YouTube Ads & TikTok Ads
- Ziele: Awareness, qualitativ hochwertiger Website-Traffic und Buchungen

Ergebnisse

 über die gesamte Laufzeit:

- Über **29 Mio. Impressionen**
- Über **170k Klicks** mit einer durchschnittlichen Sitzungsdauer von 2:18 Minuten
- **Interaktionsrate 71%**
- Google: knapp **14k Verfügbarkeit prüfen** und **24 Direktbuchungen**

Top Creatives:



MARKETING

Themen-Analyse:

Folgende Analyse zeigt, welche Themenbereiche auf welcher Online-Plattform am besten funktionieren.

Google AT/DE:

1. Unterkünfte
 2. Region Murtal allgemein
 3. Familie
 4. Biken

Google NL:

1. Unterkünfte
 2. Campen
 3. Radfahren
 4. Motorsport

Meta AT/DE

1. Motorentspannung
 2. Entdeckungsräder
 3. Schneeschuhschleppen
 4. Wanderherbst

TikTok AT/DE:

1. Motorentspannung
 2. Entdeckungsräder
 3. Kulturaktion

Meta NL:

1. Campen
 2. Radfahren
 3. Motorsport

TikTok NL:

1. Motorentspannung
 2. Entdeckungsradln
 3. Kulturaktion



ALLGEMEINE PRINT MASSNAHMEN

Zusätzlich zur allgemeinen Online-Kampagnen wurden zum Teil auch allgemeine Print-Inserate geschalten (Beispiele siehe Fotos):

- 5Komma5Sinne
 - ACard Magazin
 - Dumont Graz Reiseführer
 - TauernWinter / TauernSommer
 - Tambiente
 - Weekend Urlaub-Freizeit
 - MeinBezirk

Weitere Print-Inserate waren auf konkrete Produkte bezogen (siehe Folgeseiten)



5K5S Sommer



MARKETING

DIE MISCHUNG MACHT'S MASSNAHMEN

DRUCKSORTEN ALLGEMEIN

Folgende Magazine/Drucksorten wurden für die Darstellung aller Produkte in diesem Jahr umgesetzt:

MURTAL MAGAZIN

Das größte Projekt war das eigene Murtal Magazin. Jenes wurde in Kooperation mit 5Komma5Sinne umgesetzt, welche in Abstimmung mit dem Tourismusverband die komplette Redaktion und grafische Gestaltung übernommen haben. Das Magazin umfasst nun gesamt 74+4 Seiten und wurde auf hochwertigem Papier in einer Auflage von 20.000 Stück gedruckt, um Langlebigkeit garantieren zu können.

Beim Steiermark Frühling 2024 in Wien konnte das Magazin bei einer Pressekonferenz präsentiert und weiterfolgend an Gäste verteilt werden.

Aufgrund des hochwertigen Charakters ist es jetzt schon eines der Lieblingsdrucksorten der Gäste (und Einheimischen).

Inhalte: Murtal mit allen Sinnen erleben:

- Fühlen: Wandern, Naturerlebnisse
- Sehen: Radln, Red Bull Ring, Ausflugsziele
- Hören: Ausflugsziele, Golf
- Schmecken: Produkte, Gastronomie
- Riechen: Zirbe, Handwerk
- Eventkalender (ohne genaues Datum)
- Die weiße Mischung: Schneeschuh, Skivielkalt

MURTAL

MIT ALLEN SINNEN ERLEBEN



5Komma5Sinne Steiermark MURTAL

RIDE

In der Steiermark-Kärnten Ausgabe, welche 2024 erschien, nahm das

Murtal eine zentrale Rolle ein. Die beigelegte Faltkarte beinhaltete dabei Touren ab dem Murtal.



DIE MISCHUNG MACHT'S FLYER

Um bei Großveranstaltungen, Presseevents o.ä. ein „kleines“ Produkt zur Verteilung über alle Themen hinweg zu haben, wurde ein Flyer für „Die Mischung macht's im Murtal“ gestaltet.

Auflage: 5.000 Stück



AUSFLUGSZIELE IM MURTAL (SOMMER/WINTER)

Unsere Broschüre mit Ausflugszielen der Region gab es auch 2024 in Kooperation mit der Region Murau als Wendebroschüre im Sommer. Im Winter beinhaltete die Broschüre rein das Murtal.

Sommer: 89 Ausflugsziele

Winter: 82 Ausflugsziele

Dazu passend gibt es jeweils einen Sommer- und einen Winterabreißblock mit einer Übersicht über alle Ausflugsziele der Region.

Auflage Sommer: 30.0000 Stück DE & 10.000 Stück EN
(gesamt inkl. Murau)

Auflage Winter: 10.000 Stück DE & 3.000 Stück EN



MARKETING

DIE MISCHUNG MACHT'S MASSNAHMEN



GASTGEBER VERZEICHNIS

Mit unserem neuen Gastgeber Verzeichnis haben wir ein Produkt geschaffen, indem wir alle Beherbergungskategorien gesammelt darstellen (anstatt einzelner Broschüren).

Inhalte:

- Hotels
- Gasthöfe
- Pensionen
- Privatzimmer
- Ferienwohnungen
- Ferienhäuser
- Bauernhöfe
- Hütten
- Überblick über Ausflugsziele, Aktivitäten, Kulinarik und Events

Auflage: 5.000 Stück

(Nachdruck mit aktualisierten Informationen geplant, allerdings vorerst kleinere Stückzahl, um Falschinformationen zu vermeiden)

KULINARISCHES MURTAL

Die Mischung macht's im Murtal gilt nicht nur für Aktivitäten und Ausflugsziele, sondern auch für Kulinarik, welche als Bindeglied über die gesamte Region hinweg gilt. Um die Besonderheiten und vielseitigen Möglichkeiten der Murtaler Kulinarik darstellen zu können, wurde ein Kulinarikverzeichnis intern umgesetzt.

Inhalte:

- Vorstellung regionsspezifischer Produkte
- Verzeichnis Kulinarikbetriebe (Restaurants, Gasthäuser bis hin zu Direktvermarktern)
- Rezepte von regionsspezifischen Gerichten/Produkten
- Überblick über Ausflugsziele, Aktivitäten, Traditionen und Unterkünfte

Auflage: 10.000 Stück

(Nachdruck mit aktualisierten Informationen geplant, allerdings vorerst kleinere Stückzahl, um Falschinformationen bei Schließungen o.ä. zu vermeiden)



Entdeckt die ausgezeichnete Genussmischung im Murtal.



CAMPING VERZEICHNIS

Um Campingurlauber gezielt anzusprechen, gibt es eine eigene Wendebroschüre.

Inhalte:

- Vorderseite: Campingurlaub (inkl. Imageteil)
- Rückseite: Eventcamping-Übersicht für Großveranstaltungen

Auflage: 4.000 Stück

(Nachdruck mit aktualisierten Informationen geplant)

MARKETING

DIE MISCHUNG MACHT'S MASSNAHMEN - MOTORENTSPANNUNG

MOTORENTSPANNUNG

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

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

Folgende Aktivitäten wurden umgesetzt:

- Hyper Local Targeting Kampagne (Display)
- Social Media (im Zuge der Online Imagekampagne)
- Streuartikel für Großveranstaltungen
- Plakate & Roll-Ups
- Außenwerbung (Plakatkampagne)



Zusätzlich dazu gab es noch weitere Aktionen, welche vor allem die Themen **Motorrad und Oldtimer** in den Vordergrund stellen. Hierzu zählen:

- Große Kooperation mit dem Ride Magazin bzgl. einer Steiermark-Kärnten Ausgabe, die das Murtal besonders in den Mittelpunkt rückt (siehe Drucksorten S. 16)
- Inserat zu Motorrad in der Obersterischen Rundschau

Hyper Local: Gäste, die rund um Spielberg und Zeltweg bei den Veranstaltungen vor Ort waren, bekamen diese Ads in Online-Portalen (vorwiegend Nachrichtenportal) zu sehen.

Ergebnis: über 200k Sichtkontakte & über 600 Klicks



Außenwerbung: Zusätzlich wurde mit epamedia rund um die Großveranstaltungen Formel 1, Moto GP und AirPower Plakatwerbung umgesetzt an jeweils 47-49 Standorten rund um die Veranstaltungsorte. Gesamtkontakte über 3 Mio.

Hinweis: Diese Kampagne lief über unser LEADER-Projekt „Positionierung Region Murtal“ (siehe S. 36) umgesetzt.



Streuartikel: Auch heuer gab es als Betthupferl wieder Lebkuchenherzen rund um die Großveranstaltungen. Zusätzlich wurden jene heuer auf Postkarten geklebt. An den Eventtagen wurde der Rest sowie Sticker mit Sammelcharakter verteilt.



MARKETING

DIE MISCHUNG MACHT'S MASSNAHMEN - ENTDECKUNGSRADLN

ENTDECKUNGSRADLN

Nimm's Radl im Murtal und entdeckt die Vielfalt der Region. Vom Radknotensystem bis hin zu MTB-Trails und Rennradtouren – im Murtal ist für jeden was dabei. Passend dazu konntet ihr euch 2024 wieder der STRAVA Challenge stellen und King/Queen of Murtal werden.

Die Erlebnisregion Murtal bietet für alle RadfahrerInnen (von GenussradfahrerInnen bis hin zu RennradfahrerInnen) das richtige Angebot. Von Frühjahr bis Herbst 2024 wurden dafür Maßnahmen gesetzt, um einerseits das Radknotensystem national sowie international bekannter zu machen und andererseits auch die Region unter MountainbikerInnen und RennradfahrerInnen als top Destination zu positionieren.

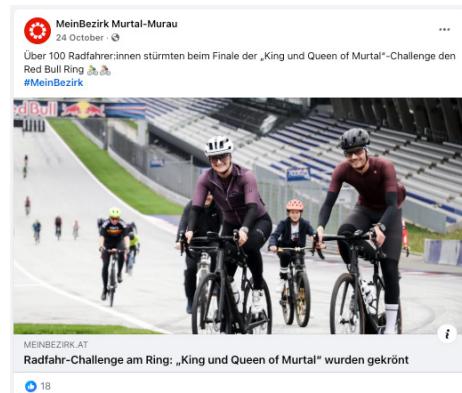
KOM/QOM – King & Queen of Murtal Challenge via STRAVA

Mittels einer Challenge über STRAVA, eine App für RennradfahrerInnen und MountainbikerInnen, konnte die Region auch in jener Community an Bekanntheit gewinnen. Hierzu wurden Rad-Segmente in der App angelegt und eine Challenge gestartet, damit RadfahrerInnen mind. 3 Touren innerhalb der Region absolvieren und zusätzlich inner- und außerhalb der Region über den ganzen Sommer Kilometer sammeln.

Der Murtal Club auf STRAVA hat mittlerweile über 400 Mitglieder. Als Abschluss gab es zusammen mit dem MTB-Cup am 19.10.2024 ein Event am Red Bull Ring, wo RadfahrerInnen freies Fahren (kein Rennen) auf der Rennstrecke ermöglicht wurde. Hierzu konnten über 100 TeilnehmerInnen gezählt werden. Um die Bekanntheit der Challenge zu steigern, wurden diverse Werbemaßnahmen gesetzt, wie z.B. eine Einschaltung on- und offline bei MeinBezirk (Auflage: 43.796 Stück). Für die Veranstaltung wurden Merchandise-Produkte in Startersackerln zur Verfügung gestellt.

Weitere Maßnahmen rund um das Thema Rad:

- Inserat Broschüre Tour de Mur
- Kooperation komoot (Details siehe S. 20)
- Neudruck Radkarte „Nimm's Radl“
 - Ergänzung von Bike & Hike Touren
 - Überarbeitung der MTB-Touren
 - Kartenpositionen optimiert
 - Überarbeitung der QR-Codes



MARKETING

DIE MISCHUNG MACHT'S MASSNAHMEN - ZIRBENRAUSCHEN

ZIRBENRAUSCHEN

Auf die Alm und zu den Zirben rauschen! 92 Gipfel über 2.000 Meter warten darauf, von Gipfelstürmern erobert zu werden. Genießt die Natur (z.B. während der Almrauschblüte) und die einzigartige Hütten-Kulinarik mit Murtaler Steirerkäse.

In der Erlebnisregion Murtal gibt es Wandertouren für alle Geschmäcker. Egal, ob es einfache Spaziergänge in den Tallagen oder anspruchsvolle Touren auf die 2.000er sind, hier ist für jeden etwas dabei. Genau diese „Mischung“ galt es im Sommer 2024 besser nach außen zu kommunizieren. Aus diesem Grund wurde folgender Mix an Maßnahmen gesetzt:

Online Plattformen:

komoot.com: 2 Collections wurden angelegt. Top 8 Wandertouren „Zirbenrauschen in der Erlebnisregion Murtal“ und Top 8 Radouten „Entdecke die Erlebnisregion Murtal mit dem Rad“. Diese Collections wurden in Österreich, Deutschland und den Niederlanden beworben und somit in 3 Sprachen angelegt (Deutsch, Englisch, Niederländisch). Folgende Ergebnisse konnten gesamt erzielt werden:

- Über 650.000 Aufrufe
- Über 7.500 Klicks
- Kosten pro Klick ca. € 1,30
- Meisten Klicks in NRW, Bayern, West-Österreich und Nord-Holland
- Zusätzlich konnten knapp 15.000 organische Aufrufe (ohne Bewerbung) erzielt werden

Zusätzliche Online-Kooperationen mit:

- **Die schönsten Wanderwege**
- **SummitLynx**
(& Gestaltung neuer Wanderpins)
2024: 4.801 Checkins in der Region
& 603 erreichte Nadeln



Wanderkarte neu:

Der größte Teil im Bereich „Zirbenrauschen“ war die Erstellung einer neuen Wanderkarte für die gesamte Region. Dafür wurde zuerst ein **gemeinsamer Workshop mit Weges** abgehalten, wo die Besonderheiten der Region, d.h. der Gebirgszüge und aller Touren festgehalten wurde. Im Zuge dessen wurden Kriterien definiert, anhand derer die **top 20 Touren** der Region über alle Gebirgszüge hinweg ausgewählt werden konnten. Jene Auswahl wurde außerdem im Zuge eines **Termins mit allen zuständigen alpinen Vereinen** besprochen, um sicherzustellen, dass nur gut gewartete Touren beworben werden. Diese Touren sowie die Besonderheiten der Gebirgszüge und Verweise auf Weitwandern, Bike & Hike, Ausflugsziele und Kulinarik finden sich nun auf der neuen Wanderkarte.

Auflage: 40.000 Stück



Sonstige Maßnahmen:

- Bewerbung Wanderherbst in MeinBezirk
- 6+1 Tipps in der Steirerkrone über Weges



MARKETING

DIE MISCHUNG MACHT'S MASSNAHMEN - KULTURACTION

KULTURACTION

Von Familiensh tzen bis hin zu Museen. Im Murtal geht's actiongeladen durch den Kultursommer mit viel Abwechslung für die ganze Familie.

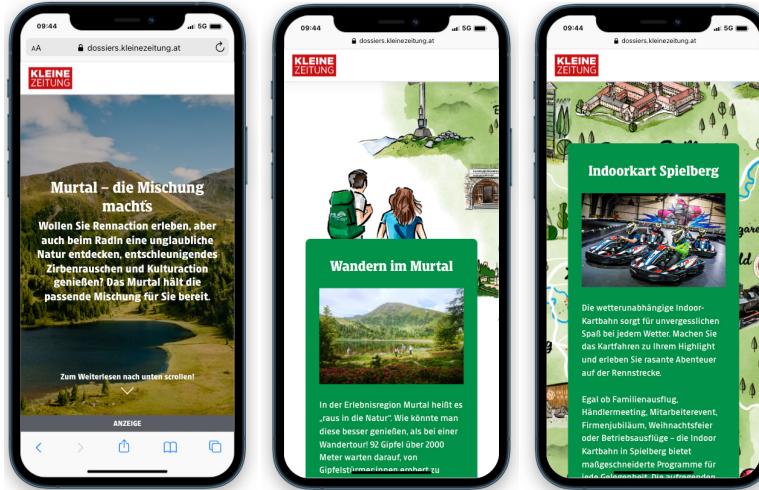
Um neben Wander-, Motorsport- und Radfans auch Familien für die Region Murtal zu begeistern, wurden weiterführend im Sommer 2024 diverse Maßnahmen zum Thema Kulturation gesetzt. Jene Aktivitäten betreffen vor allem Familien- und Kulturausflugsziele in der Region. Gerade bei diesen Aktivitäten ist es uns auch immer wichtig, dass ein Teil der Aktivitäten innerhalb der Region gesetzt wird, um auch die Einheimischen zu informieren. Folgende Maßnahmen wurden durchgeführt:

Gemeinsame Marketingaktivitäten mit Ausflugszielen:

Um die Ausflugsziele besser gesamt darstellen zu können, wurde einerseits wieder eine eigene Broschüre als Verzeichnis aller Möglichkeiten erstellt. Des Weiteren gab es gemeinsame Werbeaktivitäten:

- 3 Doppelseiten im **Murau-Murtal Erleben** (Auflage: 20.000 Stk, als Beilage per Post)
 - Inserat, Advertorial und Display-Werbung auf **MeinBezirk**
(Auflage: 43.796, sowie 150.000 Sichtkontakte online)
 - **Digital Styleboard Story** über die Kleine Zeitung:
<https://dossiers.kleinezeitung.at/murtal/index.html>

Alle diese Maßnahmen konnten die Reichweite und Bekanntheit der Ausflugsziele der Region stärken. Die Styleboard Story hat z.B. folgende Ziele erreicht: 4.088 Unique Clients mit einer Verweildauer von im Durchschnitt 2:15 min



MARKETING

NIEDERLANDE

INTERNATIONALE STÄRKUNG DURCH KOOPERATIONEN IN DEN NIEDERLANDEN

ACSI Freelite / CamperTV

Durch eine Kooperation mit ACSI Freelite bzw. CamperTV konnte die Region in den Niederlanden als top Destination für Camping & Rad in Kombination positioniert werden. Dafür gab es einerseits Advertorials/Newsletter und andererseits eine Video-Berichterstattung über CamperTV. Diese Kooperation fand gemeinsam mit Camping 50Plus und Camping Murinsel statt.

Über diese Videos konnten bisher gesammelt über 31.000 Videoaufrufe erreicht werden. Außerdem haben über 1.000 Personen jeweils bei beiden Gewinnspielen mitgemacht. Weiters wurden über die Kooperation Social Media Postings erstellt, die ebenfalls noch einmal die Reichweite in den Niederlanden steigern konnten.



Camp to Go:

Diese Kooperation wurde gemeinsam mit Camping Steiermark umgesetzt.

Camp to Go ist eine TV-Strecke in den Niederlanden, welche auf RTL 4 ausgestrahlt wird. Das Team war im Sommer 2024 bei uns vor Ort, um 3 Episoden zu je 3 Minuten zu drehen. Die Ausstrahlung findet 2025 statt. Erwartbare Werte: 650.000 bis 800.000 ZuseherInnen pro Episode

FietsActief:

Gemeinsam mit der Redaktion von FietsActief, ein bekanntes Magazin rund um das Thema Rad in den Niederlanden, wurde ein Beileger über das Murtal erstellt. Die Redaktion war 2024 im Sommer zur Recherche vor Ort (siehe S. 26) und hat direkt im Anschluss das Magazin erstellt. Zusätzlich umfasst die Kooperation einen Bericht im Magazin selbst, Newsletter-Integrationen und weitere Online-Inhalte.

Inhalt Magazin:

- Radknotensystem
- Camping
- Kulinarik
- Ausflugsziele

Auflage: 12.338 Stück an FietsActief Abonnenten & 10.000 Stück für uns zur Verteilung bei Messen etc.



RonReizen:

Der Dreh fand bereits 2023 statt, 2024 wurde das Murtal-Video weiterhin auf RTL4 in den Niederlanden ausgestrahlt und brachte uns bereits viele Gäste und Aufmerksamkeit auf den Messen.

Weitere Kooperationen:

Zusätzlich gab es weitere Kooperationen, wie z.B. Pressereisen und dazugehörige Berichterstattungen (siehe S. 26), Online Kampagnen (siehe S. 14-15) usw.

MARKETING

DIE MISCHUNG MACHT'S MASSNAHMEN - WINTER

DIE WEISSE MISCHUNG

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

Um auch die Wintersaison weiterführend zu stärken, wurden einerseits Online-Maßnahmen gesetzt (siehe Imagekampagne) und andererseits gemeinsame Maßnahmen in Kooperation mit Skiliften, Langlaufloipen und Ausflugszielen.

Gemeinsame Marketingaktivitäten:

Um die Skilifte, Loipen und Ausflugsziele besser gesamt darstellen zu können, wurde einerseits wieder eine eigene Broschüre als Verzeichnis aller Möglichkeiten erstellt.

Des Weiteren gab es gemeinsame Werbeaktivitäten:

- 3x 1 Seite im Grazer (an 3 Sonntagen im Dezember)
Auflage: 176.614 Stück
- 1 Seite im SportAktiv - Langlaufspecial
- 1 1/2 Seiten im 5Komma5Sinne Winterausgabe
- Radio Grün-Weiß
(Jänner 2024 - d.h. noch vorige Saison)

(weitere Aktionen noch Anfang 2025)

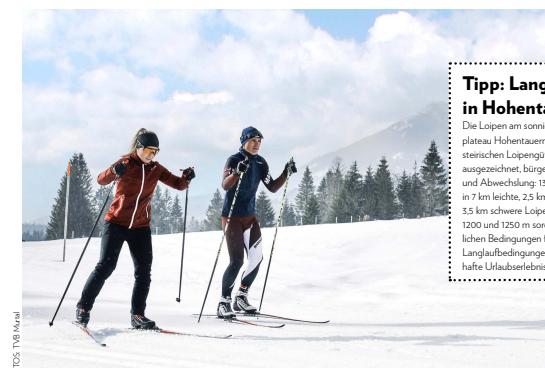


MURTAL

29. DEZEMBER 2024 www.grazer.at

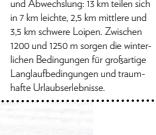
anzeige

deinGrazer 00



Tipp: Langlaufen in Hohentauern

Die Loipen am sonnigen Hochplateau Hohentauern, mit dem steirischen Loipengütesiegel ausgezeichnet, bünden für Qualität und Abwechslung: 13 km teilen sich in 7 km leichte, 2,5 km mittlere und 3,5 km schwere Loipen. Zwischen 1200 und 1250 m sorgen die winterlichen Bedingungen für großartige Langlaufbedingungen und traumhafte Urlaubslebnisse.



Die weiße Mischung

Winter im Murtal im Herzen der Steiermark bedeutet mehr als „nur“ Schneelandschaften.

Entdeckt beim Urlaub die perfekte Mischung aus Action und Entspannung.

Das Murtal begeistert im Winter mit einer bunten Mischung aus Skivergnügen, entspannender Thermauszeit, ausgezeichneter Kulinarik und faszinierenden Kulturfotos für die ganze Familie. Neben adrenalingetriebener Action bei Fahrerlebnissen am Red Bull Ring erleben Besucher im Murtal entspannende Naturmomente beim Schneeschuhwandern. Beschilderte Schneeschutouren und eigene Schnupperzonen ermöglichen dabei einen einfachen Einstieg. Familienfreundliche Skigebiete bieten Pisten für Groß und Klein, während Langläufer in den weitläufigen Loipen auf ihre Kosten kommen. Für alle, die das Abenteuer suchen, gibt



Besucht uns auf murtal.at



Im steirischen Murtal gibt es im Winter für Jung und Alt viel zu erleben und entdecken.

S

PORT

SPORT

SPORT

Was wäre ein Urlaub ohne kulinarische Erlebnisse? Das Murtal verwöhnt seine Gäste mit regionalen Spezialitäten wie Zirbenprodukten, dem Murtaler Steirerkäse und dem über die Grenzen hinaus bekannten Seckauer Lebkuchen. Egal, ob in gemütlichen Hütten oder in einem der vielen hervorragenden Restaurants – die regionale Küche steht immer im Mittelpunkt und bietet für jeden Geschmack das Richtige. Entdeckt die weiße Mischung im Murtal – ein Erlebnis für alle Sinne. Weitere Infos unter: murtal.at



Weitere Informationen unter: murtal.at

045

045

Die perfekte weiße Mischung

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

Das Murtal begeistert im Winter mit einer Mischung aus Skivergnügen, entspannender Thermenzeit, ausgezeichneter Kulinarik und faszinierenden Kulturfotos für die ganze Familie. Neben adrenalingetriebener Action bei Fahrerlebnissen am Red Bull Ring erleben Besucher im Murtal entspannende Naturmomente beim Schneeschuhwandern. Beschilderte Schneeschutouren und eigene Schnupperzonen ermöglichen dabei einen einfachen Einstieg. Familienfreundliche Skigebiete bieten Pisten für Groß und Klein, während Langläufer in den weitläufigen Loipen auf ihre Kosten kommen. Für alle, die das Abenteuer suchen, gibt



es zahlreiche Skitouren, bei denen die unberührte Natur erkunden kann. Das Murtal verwöhnt seine Gäste mit regionalen Spezialitäten wie Zirbenprodukten, dem Murtaler Steirerkäse und dem über die Grenzen hinaus bekannten Seckauer Lebkuchen. Egal, ob in gemütlichen Hütten oder in einem der vielen hervorragenden Restaurants – die regionale Küche steht immer im Mittelpunkt und bietet für jeden Geschmack das Richtige. Entdeckt die weiße Mischung im Murtal – ein Erlebnis für alle Sinne. Weitere Infos unter: murtal.at

angelaufen am Hochplateau
Die Loipen, die mit dem steirischen Loipengütesiegel ausgezeichnet sind, bünden für Qualität. 13 Loipenkilometer, 7 km als leicht, 2,5 km als mittel und 3,5 km als schwer sorgen für Abwechslung beim Langlaufen.

anzeige

Am sonnigen Hochplateau – zwischen 1.200 und 1.250 Meter Seehöhe gelegen – sorgen die winterlichen Bedingungen nicht nur für traumhafte Urlaubslebnisse, sondern auch für großartige Langlaufbedingungen. Pures Wintergefühl erleben!

anzeige

MICHAEL KONZESSOR

ROBERT MAYER



ANNA FLEISS

ROBERT MAYER

neu!
Gaaler Lifte **FUN**
TASTIC **SLP**

Dein Skigebiet im Murtal

Ski GaalaXie

Himmelwärts am Förderband mit Überdachung und entspannen im Wohnzimmer mitten auf der Piste

Nachtschifffahrt

Achtung! neue Betriebszeiten

Riesa **Him**

Gasthof + Familienobjekt

www.riesahim.at

03578 23 0215

0664 1417858

www.gaalerlifte.at

03578 23 0215

0664 1417858

www.riesahim.at

03578 23 0215

MARKETING

MERCHANDISE & VERANSTALTUNGEN

MERCHANDISE

Im Jahr 2024 wurden in der Region Murtal verschiedene **Merchandise-Produkte** umgesetzt, um die Markenidentität weiter zu stärken und die Region noch erlebbarer zu machen. Ein Teil der Produkte war zum Kauf erhältlich und bot den Besuchern die Möglichkeit, ein Stück Murtal als Souvenir mitzunehmen. Folgende Produkte gibt es ab sofort zum Verkauf:

- Murtal Isoflasche
- Murtal Tasse
- Kühlschrankmagnete (6 Varianten)
- Rad-Trinkflaschen
- Postkarten (freigemacht)

Ein weiterer Teil der Merchandise-Artikel wurde durch die **LEADER-Förderung** kostenlos zur Verfügung gestellt, um insbesondere lokale Initiativen und Projekte zu unterstützen. Diese Produkte trugen dazu bei, die Region nachhaltig zu fördern und Besucher sowie Einheimische gleichermaßen zu begeistern.

- Kugelschreiber
- Notizblöcke & Notizbücher
- Papiertragetaschen
- Luxus-Papiertragetaschen
- Buntstifte

Zusätzlich wurden **Produkte für eine qualitative Verteilung** ebenfalls kostenlos genutzt, beispielsweise bei Pressereisen oder regionalen Veranstaltungen, um die Sichtbarkeit der Region zu erhöhen und die Bekanntheit weiter zu steigern. Diese gezielte Verteilung stärkte das Image des Murtals als vielfältige und einladende Destination.

- Traubenzucker mit Murtal-Logo
- Lebkuchen
- Sonnencremen
- Sonnenbrillen
- Handy-Lanyards
- Radlichter
- Pressemappen
- Wanderpins



Datum	Veranstaltung	Ort
20.01.2024	ATSX Ice Cross Weltcup	Rodelzentrum Winterleiten
03.02.2024	3h Langlaufrennen	Sportzentrum Zeltweg
01.05.2024	Stadttriathlon Knittelfeld	Knittelfeld
05.05.2024	Wings for Life App Run	Red Bull Ring
09.05., 23. & 28.06., 27.07. & 12.10.2024	Murtaler MTB Cup	durch das Murtal
19.05.2024	Murtal Classic	durch das Murtal
24.05.2024	Murtal24	Judenburg
30.05.2024	Anradln	Hohentauern
30.05.2024	Tour de Mur	durch das Murtal
07.06.2024	Sommernachtlauf	St. Margarethen
14.-15.06.2024	Murtal Rallye	durch das Murtal
15.06.2024	Oldtimertreffen	Kobenz
28.-30.07.2024	Formel 1	Red Bull Ring
18.07.2024	Ennstal Classics	Weißkirchen
21.07.2024	Hubiman	durch das Murtal
10.08.2024	Winterleitenkirtag Mein Bezirk	Winterleitenhütte
11.08.2024	Steiraman	durch das Murtal
16.-18.08.2024	Moto GP	Red Bull Ring
31.08.2024	Waffenradtreffen	Kobenz
06.-07.09.2024	AirPower	Fliegerhorst Hinterstoisser
19.10.2024	KOM Abschlussevent	Red Bull Ring

VERANSTALTUNGEN

Folgende Veranstaltungen wurden mit Goodies wie Traubenzucker, Sackerl, Reiseführer, Murtalmagazin usw. unterstützt. Im Gegenzug war die Region Murtal mit Beachflags, Erwähnung bei der Veranstaltung, Bannern usw. vertreten:

MARKETING

SOCIAL MEDIA ALLGEMEIN

SOCIAL MEDIA - FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK & LINKEDIN

Unsere Social Media Präsenz im Jahr 2024 konzentrierte sich auf die Plattformen Facebook, Instagram und TikTok, um die Erlebnisregion Murtal einer breiten Zielgruppe näherzubringen. Der Fokus lag dabei auf authentischen und abwechslungsreichen Inhalten, die die Vielfalt der Region hervorhoben.

Content-Formate und Strategien

Im Mittelpunkt standen kreative Reels, die mit eigenen Inhalten aus Content-Tagen sowie Material von LEADER-Filmen produziert wurden. Die Content-Produktion erfolgte durch gezielte Kooperationen mit lokalen Betrieben, wobei wir auf Interessenbekundungen über Newsletter zurückgriffen oder Orte und Themen in enger Zusammenarbeit definierten. Besonders hervorzuheben ist die Kooperation mit Julian Faist von „Kraft das Murtal“, der innovative und ansprechende Reels erstellte, um das Murtal aus einer anderen Perspektive zu präsentieren.

Zudem wurden verschiedene Content-Formate wie „Murtal Tipps“, „Wusstet ihr, dass...“, „I bin a Murtaler/in“ sowie „Inspiration“ eingesetzt, um die Region auf unterhaltsame und informative Weise vorzustellen. Diese Formate erhielten sowohl auf Instagram als auch auf TikTok hohe Interaktionsraten.

Plattformübergreifende Präsenz

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

LinkedIn für B2B-Kommunikation

Auf LinkedIn konzentrierten sich unsere Aktivitäten auf B2B-relevante Inhalte, wie die Teilnahme an Messen und die Auszeichnung mit dem VICTOR24 Award. Hier wurden vor allem geschäftliche Partnerschaften, Kooperationen und Fachthemen in den Vordergrund gestellt.

KANÄLE

Facebook (organisch & bezahlt):

- 19k Follower (+6%)
- 2,8 Mio. Reichweite (+100%)
- Knapp 40k Interaktionen

Instagram (organisch & bezahlt):

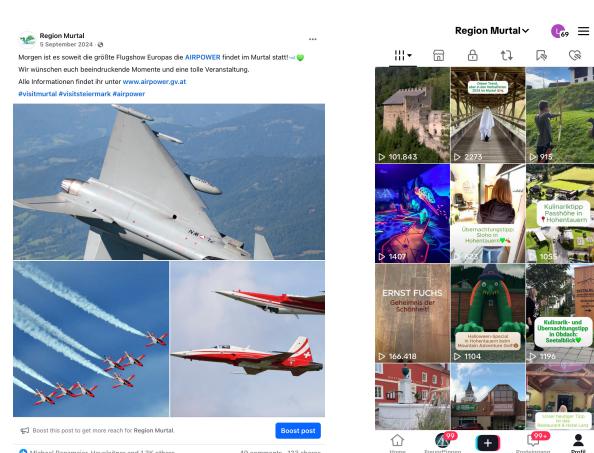
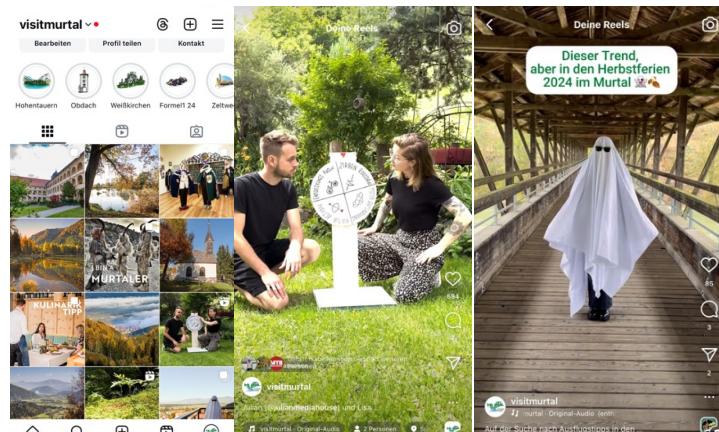
- 6.697 Follower (+20%)
- 1,2 Mio. Reichweite (+250%)
- Knapp 10k Interaktionen

TikTok (organisch & bezahlt):

- 1.782 Follower (+77%)
- 3,6 Mio. Reichweite (+>999%)

LinkedIn (organisch):

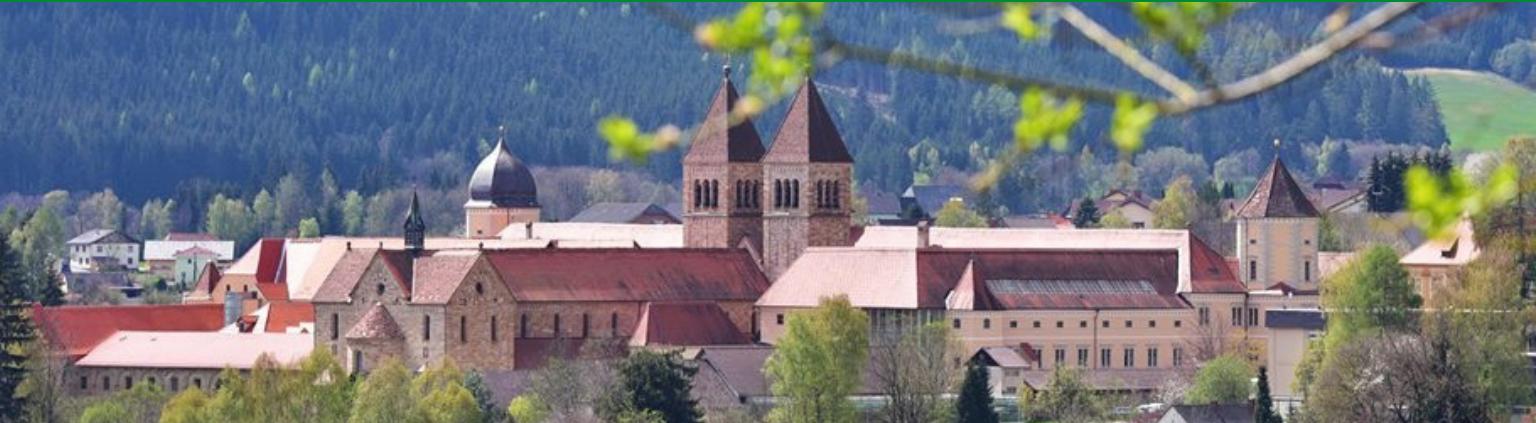
- Knapp 500 Follower



Michael Ranzmaier - Hausleitner und 8 weitere Personen

PRESSE

PRESSEREISEN, BERICHTE & AUSSENDUNGEN



BEDEUTUNG DER ZUSAMMENARBEIT MIT DER PRESSE

Die Zusammenarbeit mit der Presse spielt eine wesentliche Rolle in der Marketingstrategie der Erlebnisregion Murtal. Pressereisen und Presseaussendungen sind entscheidende Instrumente, um die Sichtbarkeit der Region zu erhöhen, neue Zielgruppen zu erreichen und das Interesse an den vielfältigen Angeboten nachhaltig zu steigern. Durch gezielte Pressereisen bieten wir Journalisten die Möglichkeit, die Region hautnah zu erleben und authentische Berichterstattung zu liefern. Dies führt zu einer höheren Medienpräsenz und sorgt für eine positive Wahrnehmung bei potenziellen Gästen.

Zudem tragen Presseaussendungen dazu bei, aktuelle Entwicklungen, Veranstaltungen und Angebote direkt an relevante Medien zu kommunizieren und die Region als attraktives Reiseziel kontinuierlich in den Fokus zu rücken. Die enge Zusammenarbeit mit Medienvertretern ermöglicht es uns, die Markenbotschaften professionell und zielgerichtet zu verbreiten, was einen langfristigen Einfluss auf die Bekanntheit und das Image der Region hat.

Ein Großteil der Pressereisen findet über Steiermark Tourismus statt (siehe S. 30). Nichtsdestotrotz arbeiten wir auch eigenständig mit der Presse zusammen.

PRESSEAUSSENDUNGEN

Zum Beispiel zu folgenden Themen:

- Vollversammlung
- Murtal Magazin (inkl. PK)
- Diverse Events
- King/Queen of Murtal
- Gaal Saisonstart



PRESSEREISEN

Moods-66 Monique

- Reiseblogger aus den Niederlanden, sehr agiles Ü 50 Pärchen
- 02.-06.06.2024

Fiets Actief

- Reisejournal aus den Niederlanden
- 17.-20.9.2024

Ellen Snuverink:

- Bloggerin aus den Niederlanden
- 05.-07.05.2024

Vakantie met Kinderen

- Familienblog aus den Niederlanden in Zusammenarbeit mit der Erlebnisregion Murau, Familie bestehend aus 2 Erwachsenen und 3 Kindern zwischen 4 und 7 Jahren
- 29.4.-01.5.2024

Javier Carrion

- Spanischer Journalist über ÖW
- 02.-04.06.2024

ÖSTERREICH WERBUNG

KOOPERATION DEUTSCHLAND SOMMER



ZUSAMMENARBEIT MIT ÖSTERREICH WERBUNG 2024

Im Jahr 2024 hat sich die Erlebnisregion Murtal erfolgreich an den **gemeinsamen Sommermaßnahmen mit Österreich Werbung in Deutschland** beteiligt. Ziel war es, die Region Murtal gezielt in einem breiten deutschen Publikum bekannt zu machen und die Bekanntheit als Urlaubsregion zu steigern.

Die **Display-Ads** erreichten über 40 Millionen Sichtkontakte und führten zu über 26.000 Klicks, was eine hohe Interaktivität und Interesse an der Region Murtal widerspiegelt. Der **Newsletter** von Österreich Werbung, mit einer Reichweite von 2,1 Millionen Empfängern, erzielte eine Öffnungsrate von ca. 30% und brachte etwa 14.000 Website-Klicks auf die Murtal-Informationsseiten. Zusätzlich wurden mit **DOOH (Digital-Out-of-Home)-Maßnahmen** fast 22 Millionen Kontakte erzielt, was zu einer enormen Bruttoreichweite beitrug.

Des weiteren gab es ein gemeinsames **Print-Magazin** mit einer Auflage von 1,3 Mio. Stück und diverse Community-Beiträge.

Ein weiterer wichtiger Baustein war das **Presseevent in München**, bei dem die Erlebnisregion Murtal über 25 Medienkontakte generieren konnte. Darüber hinaus wurde eine eigene **Seite auf austria.info** erstellt, die mit über 3,5 Millionen Aufrufen eine hohe Sichtbarkeit erzielte und potenzielle Gäste auf die Region aufmerksam machte.



Diese strategische Zusammenarbeit mit Österreich Werbung hat das Ziel unterstützt, die Region Murtal als Reiseziel für Abenteuer, Erholung und Kultur in der DACH-Region weiter zu etablieren und das Interesse an der Vielfalt des Murtals nachhaltig zu fördern.

Lebens-gefühl
[le:bnsge:fyl:]
Spürt den Sommer in all seinen Facetten!
Draußen glücklich mit Freunden auf Naturtour
Gipfelmomente Wandern, Bikern, Alpenspaziergangen

In Kooperation mit

ERLEBNISREGION MURTAL
Die Mischung macht's
Aktive Erlebnisse, gemütliche Ausspannen und Erholung für Motorsportfans. Das Murtal in der Steiermark bietet die perfekte Mischung für diesen Sommer. Entspannen Sie sich durch duftende Zirbenwälder oder ruhige Seitenstraßen, wo ihr mit Rennrädern beschleunigen könnt. Abends könnt ihr dann gemeinsam mit dem sich Tauen individuell planen lassen. Besondere Kraftorte und Entspannungslösungen für den Körper und Geist erwarten dich dafür bei Motorsportevents auf dem **Red Bull Ring** in Spielberg.

FAMILIENREGION MURAU
Zeit für die Berge, Zeit für euch
In den Regionen Murau und Mürzzuschlag acht ganz besondere Berglandschaften und mehr als 30 Themenwege. Coole Überraschung: Entspannen kann man hier ebenso wie auf dem Berg. Die Regionen liegen immer wieder Spielplätze, die sich der Natur widmen. So kann man etwa am Zirbenweg zwischen dem Hohenwörth und dem den bedeutendsten Ruhstoffs der Region. Auch hier kann man sich auf dem Berg mit Sicherheit auf Spiel und Spaß. Und im Naturpark Zirkelberg-Grebenzen findet ihr u. a. das längste Naturlehrpfad Österreichs. Und was nicht richtig Action? Ab auf die Turracher Höhe zur Alpen-Achterbahn **Nocky** Pfitzen.

Auf den Red Bull Ring Tour schenkt die Murtal Tourismus Marketing Agentur Formel-1-Experienzen, die Sie nicht verpassen sollten.

In den Städten und Gemeinden der Region Murau und Mürzzuschlag kann man die Regionen am besten erkunden.

Tipp: Genusswandern zu zauberhaften Bergseen

Die Mischung macht's



Ob gemütlich oder sportlich – Radbegeisterte sind im **Murtal in der Steiermark** daheim. Auf euch warten u. a. der malerische **Murradweg** im Tal, Mountainbiketrails durch duftende Zirbenwälder oder ruhige Seitenstraßen, wo ihr mit Rennrädern beschleunigen könnt. **Nimm's Rad!** heißt das Radnetzsystem, mit dem sich Touren individuell planen lassen. Zur perfekten Mischung für euren Sommer im Murtal gehören zudem **genusswandern zu zauberhaften Bergseen**.

Tipp: Genusswandern zu zauberhaften Bergseen

STEIERMARK TOURISMUS

KOOPERATIONEN & GEMEINSAMES MARKETING



ZUSAMMENARBEIT MIT STEIERMARK TOURISMUS

Die Zusammenarbeit mit Steiermark Tourismus (STG) hat uns 2024 neue Möglichkeiten eröffnet, bessere Konditionen bei verschiedenen Marketingaktivitäten zu erzielen. Durch die **Bündelung unserer Ressourcen** und das gemeinsame Einbuchen von Maßnahmen mit anderen Regionen und der STG konnten wir von wirtschaftlichen (und kreativen) Synergien profitieren und unser Marketingbudget effizient einsetzen.

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

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

Die gemeinsamen Maßnahmen 2024 umfassten eine Vielzahl von Bereichen, darunter:

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

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



STEIERMARK TOURISMUS

SOMMER- UND WINTERKAMPAGNE

SOMMERKAMPAGNE

Im Sommer 2024 haben wir zusammen mit Steiermark Tourismus (STG) eine umfassende Sommerkampagne durchgeführt, die auf mehrere Kanäle und Zielgruppen abzielte, um die Region Murtal als ganzjährig attraktive Urlaubsdestination zu positionieren. Zu den wichtigsten Maßnahmen gehörten:

Online-Kampagnen in AT/DE/NL

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

- 6,5 Millionen Sichtkontakte und etwa 28.000 Klicks in Österreich und Deutschland
- 1 Million Sichtkontakte und rund 12.000 Klicks in den Niederlanden
- Sitzungsdauer von durchschnittlich über 2 Minuten

Ö3 Sonderpromotion & Antenne Steiermark Quiz

Zusätzlich zu den Online-Aktivitäten wurden spannende Sonderaktionen wie das Ö3-Gewinnspiel für besondere Übernachtungen (inkl. Übernachtung in einer Box am Red Bull Ring) und das Antenne Steiermark Quiz umgesetzt.

Red Bull Media House Kooperation – „Herz drauf“ Kampagne

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

1000things Kooperation

Im Rahmen der 1000things Kooperation wurde ein Advertorial erstellt, das die Region als ideales Ziel für Outdoor- und Naturerlebnisse präsentierte. Zusätzlich gab es eine OnAir Produktion vor Ort.

Weitere Maßnahmen: Heimaleuchten, Radio Grün-Weiß Radlpass etc.

Pulverschnee und Zirbenbusserl im Murtal

Für viele Schafe auf den Steiermark-Bergwiesen ist nicht viel die typische Schafwollzeit, aber die kühlen Winternächte können auch für andere keine Überraschung sein. Ein wenig neige ich, vom Gipfel durch die Baumgrenze bricht, merkt man, was man geschafft hat. Auf 1998 Metern Höhe gegen diesen Strom kann das Pech nicht – ein Blick ins Goldbachtal zeigt durchgespülzt, geht es auch schwer an die Arbeit. Auf dem steilesten Abhang kommt man nicht einen kurzen Weitblick in den Raum. Tief unten im Tal sind die ersten Schneeflocken zu sehen und die Natur auf sich warten zu lassen, besser man sich nochmal in die verdiente Abfahrt stürzt.



Die 4 schönsten Aktivitäten euren Winter im Murtal

Winterliche Motorradtour, Alpiner Schneeschuhwanderungen, Adrenalin auf den Pisten und Skitouren.

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

Abbildung: Michael Körber

Quelle: Michael Körber

Autoren: Michael Körber

STEIERMARK TOURISMUS

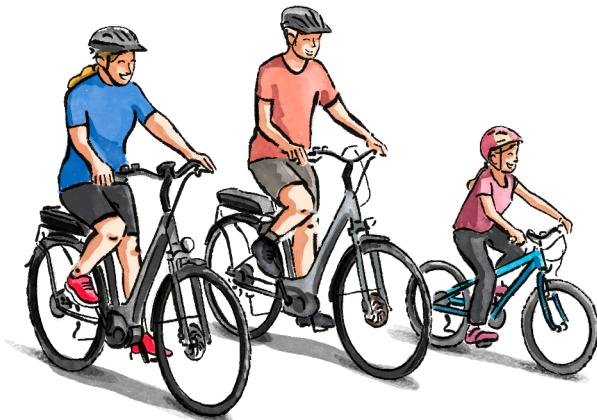
PRESSE & MARKETINGGRUPPEN

GEMEINSAME PRESSEARBEIT

Die gemeinsame Pressearbeit mit Steiermark Tourismus (STG) war auch 2024 ein wesentlicher Bestandteil unserer Marketingstrategie. Durch die enge Zusammenarbeit konnten wir die Sichtbarkeit der Erlebnisregion Murtal in den Medien deutlich erhöhen und die Region gezielt einer breiten Öffentlichkeit präsentieren.

Ein zentraler Bestandteil der Pressearbeit waren die **gemeinsamen Pressekonferenzen**, insbesondere die für die Sommermaßnahmen, die in diesem Jahr im Rahmen der Veranstaltung Steiermark Frühling 2024 stattfanden. Diese Pressekonferenz bot eine ausgezeichnete Plattform, um die Sommerkampagne und die vielfältigen Angebote der Region Murtal in den Fokus der Medien zu rücken.

Ein weiterer wichtiger Bestandteil unserer gemeinsamen Pressearbeit war die Organisation von **Pressereisen**, bei denen prominente Journalisten und Influencer die Region Murtal vor Ort erlebten. Unter anderem besuchten *Carlo Cornelissen* und *Maaike Kuil*, zwei Reporter aus den Niederlanden, die Region, was zu einer wertvollen Berichterstattung in niederländischen Medien führte. Ebenso war *Cornelia Poletto*, bekannt durch den „Ißs was Hase“-Podcast, Teil einer Pressereise, die das kulinarische Erbe und die genussvollen Aspekte des Murtals in den Mittelpunkt stellte.



MARKETINGGRUPPEN

Im Jahr 2024 haben wir erfolgreich mehrere Marketinggruppen umgesetzt, die auf die Förderung gemeinsamer touristischer Angebote und Regionen abzielen. Eine zentrale Maßnahme war die Marketingaktivität rund um den **Murradweg**, bei der eine gemeinsame Drucksorte erstellt wurde, um die gesamte Strecke und ihre Besonderheiten zu präsentieren.

Zusätzlich wurde die Initiative „**Vom Gletscher zum Wein**“ weiter ausgebaut, die das einzigartige Naturerlebnis und die kulinarische Vielfalt der Region miteinander verknüpft. Auch im Bereich des **Nordic Tourismus** haben wir gemeinsame Maßnahmen umgesetzt, um die Region als attraktive Destination für Wintersport und Outdoor-Aktivitäten zu positionieren.

Ein weiteres Highlight war die **Golfregion**, die wir in Zusammenarbeit mit Murau und Lungau stärker in den Fokus rückten, um das vielfältige Angebot an Golfplätzen und Freizeitmöglichkeiten zu bewerben. Diese gemeinsamen Marketingaktivitäten haben es ermöglicht, Synergien zu nutzen und die Region als ganzheitliches Reiseziel noch stärker zu präsentieren.

STEIERMARK TOURISMUS

MESSEN

GEMEINSAMER MESSEAUFTITT

Im Jahr 2024 nahm die Erlebnisregion Murtal an mehreren wichtigen Messen teil, die in enger Zusammenarbeit mit Steiermark Tourismus (STG) durchgeführt wurden. Diese gemeinsamen Auftritte ermöglichen es uns, die Region einem breiten internationalen Publikum vorzustellen und von Synergieeffekten in der Vermarktung zu profitieren.

Eine der ersten Messebeteiligungen war die **Vakantiebeurs in Utrecht** (10. bis 14. Januar 2024), bei der wir gemeinsam mit der Erlebnisregion Graz und in Kooperation mit Ron Reisen auftraten. Die Messe war mit etwa 80.000 Besuchern sehr gut besucht und bot eine hervorragende Gelegenheit, das Murtal als attraktives Urlaubsziel in den Niederlanden zu präsentieren.

Weiterhin nahmen wir an mehreren regionalen und nationalen Messen teil:

- **Ferienmesse Wien** (14. bis 17. März 2024): Hier präsentierten wir uns gemeinsam mit der STG und anderen steirischen Regionen. Die Messe verzeichnete eine sehr hohe Besucherzahl, und das Thema „Österreich als Fernreiseziel“ stieß auf großes Interesse, besonders bei den Besuchern, die auf der Suche nach naturnahen und aktiven Urlauberlebnissen sind.
- **Josefimarkt am Red Bull Ring** (23. bis 24. März 2024): Mit einer eigenen Murtal-Koje stellten wir unsere Region direkt vor Ort vor. Das große Interesse der Einheimischen zeigte die tiefe Verbundenheit zur Region.
- **Steiermark Frühling 2024** (4. bis 7. April 2024): Diese Messe zog über 200.000 Gäste an. Neben dem Hauptthema „Digitalisierung und Tradition“ präsentierten wir die Region mit den Schwerpunkten Kulinarik, Kultur und Outdoor-Aktivitäten. Es war eine hervorragende Gelegenheit, die Vielfalt des Murtals zu zeigen und direkt mit interessierten Besuchern in Kontakt zu treten.
- **Steiermark Hütten am Red Bull Ring während Formel 1** (28. bis 30. Juni 2024) sowie am Fliegerhorst Hinterstoisser während **AirPower** (6./7. September 2024), um den Veranstaltungsgästen auch touristische Informationen vermitteln zu können.

Durch diese gemeinsamen Messeauftritte konnten wir das Murtal als vielfältiges und attraktives Urlaubsziel weiter positionieren und den Austausch mit potentiellen Gästen sowie Partnern intensivieren.



STEIERMARK TOURISMUS

CONTWISE - TOURENPORTAL

UMSTELLUNG TOURENPORTAL AUF CONTWISE

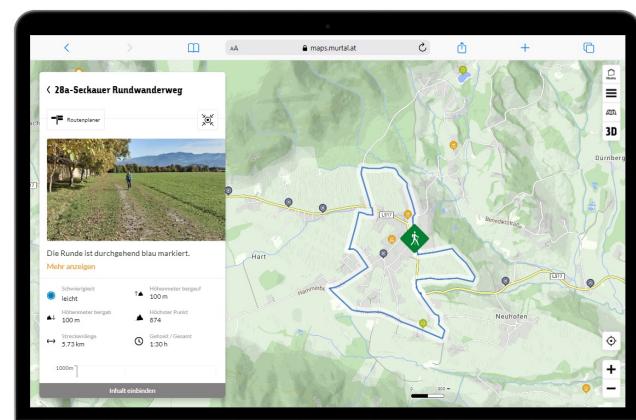
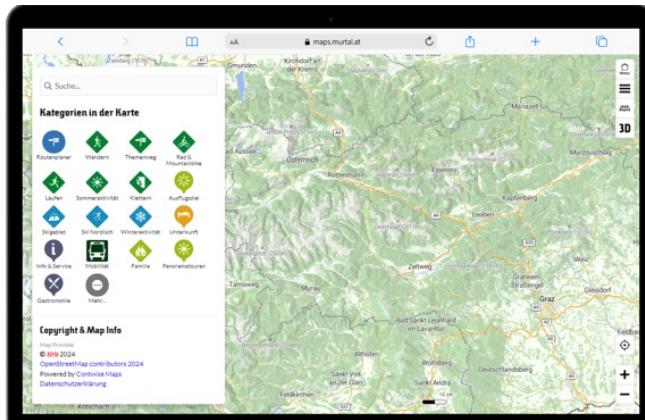
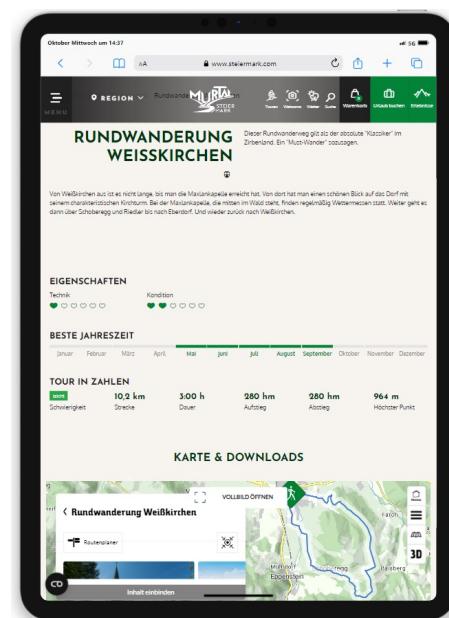
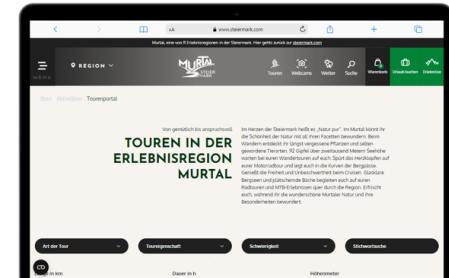
Im Jahr 2024 haben wir unser Tourenportal erfolgreich von Outdoortractive auf **Contwise** umgestellt. Diese Umstellung bringt zahlreiche Vorteile und ermöglicht eine optimierte Nutzung der Tourendaten sowie eine verbesserte Nutzererfahrung. Die Datengrundlage basiert nun auf **OpenStreetMap**, was uns eine präzisere und flexiblere Kartendarstellung ermöglicht.

Ein großer Vorteil der neuen Lösung ist die zentralisierte Veröffentlichung der Touren. Alle **über 350 Touren (Wander- und Radtouren)** im Murtal werden nun in Contwise gepflegt und sind online vollständig darstellbar. Für Drucksorten, wie etwa die Wanderkarte, fokussieren wir uns jedoch auf Top-Touren in enger Abstimmung mit alpinen Vereinen. Diese Vorgehensweise stellt sicher, dass nur die beliebtesten und am meisten frequentierten Touren in physischen Materialien abgebildet werden, während alle Touren digital zugänglich sind.

Darüber hinaus profitieren unsere **Betriebe** von der neuen Technologie, da wir ihnen ermöglichen können, Einzelinhalte von Touren auf ihren eigenen Webseiten einzubinden – sei es durch Links, iframes oder QR-Codes. Diese Funktion stärkt die lokale Sichtbarkeit und fördert die Integration des regionalen Angebots in die Webseiten der Beherbergungsbetriebe und anderen Partnern.

Ein weiterer großer Vorteil für uns als Tourismusverband ist die **zentralisierte Wartung der Touren**, einschließlich der Möglichkeit, Touren schnell zu sperren oder zu aktualisieren. Zudem können wir nun selbst Kartenkontakte erstellen und auf Schilderstandorte der Region zugreifen und diese aufzeichnen. Ein besonderes Highlight in 2024 war die **QR-Code-Anbringung auf allen MTB-Schildern** in der Region, über die Schäden gemeldet werden können, was zu einer schnellen und effektiven Instandhaltung beiträgt.

Mit dieser Umstellung auf Contwise haben wir nicht nur die Nutzererfahrung verbessert, sondern auch die Flexibilität und Effizienz in der Verwaltung und Pflege unserer Tourendaten erheblich gesteigert.



STEIERMARK TOURISMUS

WEBSITE

WEBSITE-UMSTELLUNG 2024

ERFOLGREICHER ÜBERGANG ZU STEIERMARK.COM/MURTAL

Im Februar/März 2024 ist die Erlebnisregion Murtal endgültig von der eigenen Website murtal.at auf die zentrale Plattform steiermark.com/murtal umgestiegen. Diese Umstellung ermöglicht uns eine bessere technische Infrastruktur, höhere Sichtbarkeit und bessere Rankings in den Suchmaschinen, da wir von den neuen technischen Erneuerungen und der zentralen Steiermark-Brand profitieren. Alle bisherigen Seiten von murtal.at verlinken nun direkt auf das neue Portal, was eine nahtlose Integration und einen zentralen Zugangspunkt für alle touristischen Informationen bietet.

Die ersten Ergebnisse dieser Umstellung sprechen für sich:

- **Aktive Nutzer:** Wir verzeichneten 275.235 aktive Nutzer und 252.292 neue Nutzer auf der neuen Plattform, was eine klare Steigerung im Vergleich zum Vorjahr zeigt, als wir auf murtal.at 170.000 Nutzer und auf steiermark.com 93.000 Nutzer hatten.
- **Durchschnittliche Interaktionsdauer:** Die Durchschnittliche Interaktionsdauer auf der Seite liegt bei 1 Minute und 11 Sekunden, was auf das hohe Interesse und die gute Nutzererfahrung hinweist.
- **Top-Seitenaufrufe:** Besonders gut besucht waren die Seiten wie „Unterkünfte suchen und buchen“ (145.660 Aufrufe) und „Motorentspannung“ (33.298 Aufrufe), was die Beliebtheit unserer Hauptangebote widerspiegelt. Weitere populäre Seiten waren „Veranstaltungen“, „Die Mischung macht's“, „Ausflugsziele“ und „Tourenportal“.

Die finale Migration auf steiermark.com hat uns geholfen, optimierte Inhalte und verbesserte Sichtbarkeit zu erzielen, was sich bereits positiv auf die Reichweite und die Interaktion mit der Website auswirkt. Mit dieser technischen und strategischen Weiterentwicklung sind wir in der Lage, die Region Murtal noch erfolgreicher als attraktive touristische Destination zu präsentieren.



Aufrufe nach Seitentitel und Bildschirmklasse

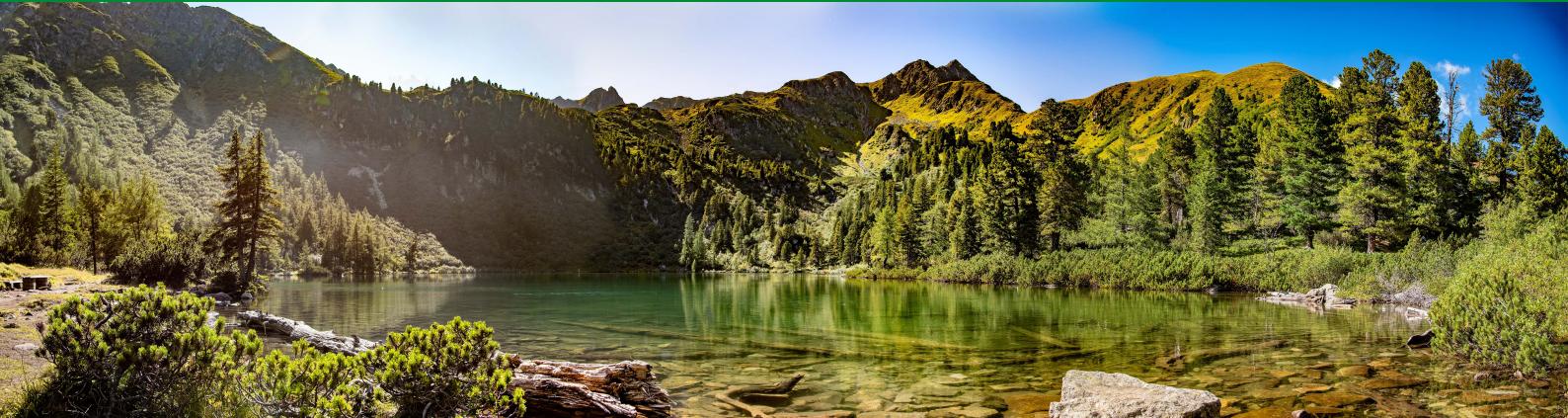
SEITENTITEL UND BILDSCHEIRMKLASSE	AUFRUFE
Unterkünfte suchen und buchen Erlebnisregion MURTAL	145.660
Motorentspannung Erlebnisregion MURTAL	33.298
Veranstaltungen Erlebnisregion MURTAL	23.288
Die Mischung macht's Erlebnisregion MURTAL	22.785
Ausflugsziele MURTAL Steiermark	20.529
Tourenportal Erlebnisregion MURTAL	17.859
Sommerentdecker Erlebnisregion MURTAL	16.825

Nutzeraktivitäten im Zeitverlauf



KOOPERATIONEN

REGIONAL



ÜBERBLICK ÜBER REGIONALE KOOPERATIONEN 2024

Im Jahr 2024 konnten wir durch zahlreiche regionale Kooperationen die Erlebnisregion Murtal weiter stärken und ein noch vielfältigeres Angebot für unsere Gäste schaffen. Zu den wichtigsten Partnerschaften gehörten:

Kraft das Murtal

Die Zusammenarbeit mit Kraft das Murtal war ein zentraler Baustein, um die Region als aktive Erlebnisdestination zu positionieren. Gemeinsam haben wir die authentischen Werte der Region in den Bereichen Natur- und Aktivtourismus hervorgehoben. Durch Content-Kooperationen und die Nutzung von digitalen Formaten wie Reels und Videos konnten wir die Reichweite und Sichtbarkeit unserer Region deutlich steigern.

Skiberge Mur-Mürz

Eine weitere wichtige Partnerschaft war die Zusammenarbeit mit den Skibergen Mur-Mürz. Diese Kooperation förderte den Wintersporttourismus in der Region und unterstützte die gemeinsame Vermarktung der Skigebiete und Winteraktivitäten. Durch koordinierte Marketingmaßnahmen und gemeinsame Aktionen konnten wir die Saisonverlängerung und die Wintersportangebote verstärken.

Hohentauern Gästeverein

Der Hohentauern Gästeverein spielte eine Schlüsselrolle bei der Förderung des Naturtourismus und der Erholung im Murtal. In enger Zusammenarbeit haben wir lokale Erlebnisse vermarktet und das Umfeld der Region als attraktive Alternative für Erholungssuchende und Naturfreunde weiter etabliert.

Beherbergungsbetriebe und Ausflugsziele

(z.B. Red Bull Ring)

Zusätzlich zu den vorgenannten Kooperationen haben wir eng mit Beherbergungsbetrieben und Ausflugszielen wie dem Red Bull Ring zusammengearbeitet. Diese Partnerschaften ermöglichen eine ganzheitliche Ansprache der Gäste, indem wir Unterkünfte, Freizeitangebote und Erlebnisse vernetzen. Die Red Bull Ring Events spielen dabei eine zentrale Rolle bei der Steigerung der Besucherzahlen und der Bekanntheit der Region.



LEADER-PROJEKT

POSITIONIERUNG REGION MURTAL



POSITIONIERUNG REGION MURTAL 2022-2024

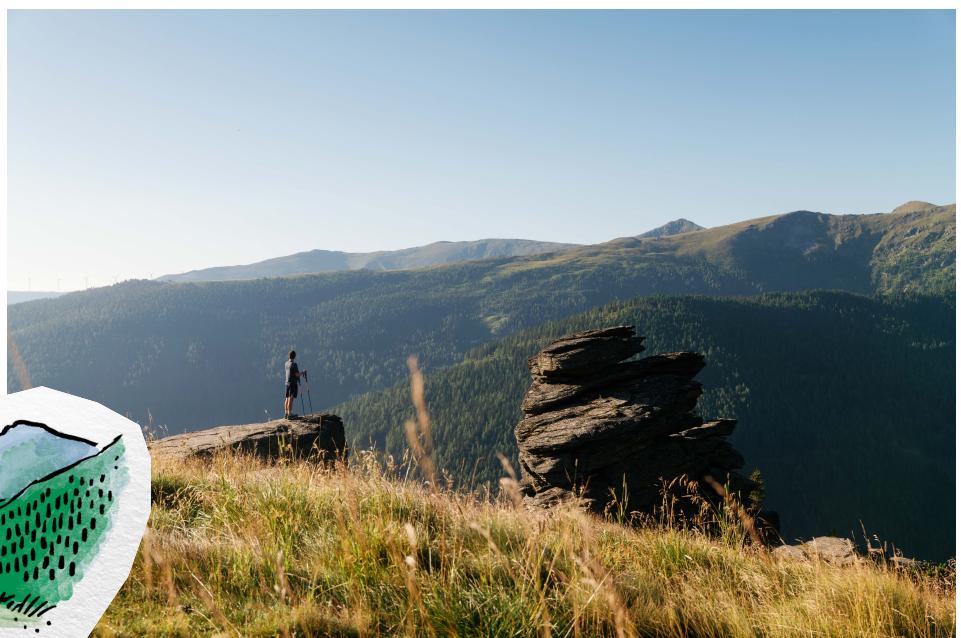
Im Rahmen des LEADER-Förderprojekts zur Positionierung der Erlebnisregion Murtal wurde das Ziel verfolgt, die Region als **eigenständige und emotional besetzte Marke** zu etablieren. Die Projektlaufzeit erstreckte sich vom **01. Juni 2022 bis 31. Dezember 2024**, mit einem **Gesamtprojektbudget von 600.000 Euro**.

Die Kernziele des Projekts waren, das Murtal geografisch klar zuzuordnen, eine emotionale Verbindung zu schaffen und den Stolz der Region zu stärken. Zudem sollte eine verstärkte Vernetzung und Kommunikation über Gemeinde- und Branchengrenzen hinweg ermöglicht werden, um die Region als einheitliche Marke zu positionieren.

Durch eine **Förderung von 360.000 Euro** und einem **Eigenanteil von 240.000 Euro** wurden insgesamt **9 Arbeitspakete** realisiert, die den Prozess der Markenbildung und Regionalentwicklung maßgeblich unterstützten. Dieses Projekt trägt dazu bei, das Murtal langfristig als touristisches und wirtschaftliches Ziel zu positionieren und die Region nachhaltig in der breiten Öffentlichkeit zu etablieren.

Folgende Arbeitspakete gab es dabei:

- AP1: Tafeln
(Landesstraßentafeln, Gemeindestraßentafeln)
- AP2: Panoramatafeln & Schilderbaum
- AP3: Fotopunkte
- AP4: Livecams
- AP5: Betriebspaket
wurde durch AP10 ersetzt
- AP6: Schnittstellen
- AP7: POI Tafeln
- AP8: Medien
- AP9: Foto & Film
- AP10: Marketingpaket



LEADER-PROJEKT

ARBEITSPAKETE 1-4

AP1: WILLKOMMENSTAFELN

Willkommenstafeln an den Bezirkseinfahren und in den Gemeinden: Willkommenstafeln sind ein optisches Zeichen, wo der Bezirk Murtal beginnt und welche Gemeinden Teil des Bezirkes Murtal sind. Die geografische Zuordnung ist damit gegeben und das erzeugte Gefühl „Wo bin ich gerade?“ wird positiv beantwortet und bewirkt eine positive Assoziation mit der Region Murtal.

5 Willkommenstafeln und 46 Gemeindetafeln.



AP3: FOTOPUNKTE

Mit der Umsetzung von drei unterschiedlichen Fotopunkten (Herz-Bett, Holz-Bett und Holz-Rahmen) an 16 Schaufenster-Standorten im Murtal wurden besonders schöne Plätze im Murtal noch weiter aufgewertet und es wird den Besuchern der Fotopunkte der Rahmen geschaffen innezuhalten und die Schönheit der Region bewusst zu sehen, zu spüren und zu erleben.



AP2: PANORAMATAFELN & SCHILDERBAUM

Panoramatafeln: 8 Panoramatafeln werden heuer im Frühjahr zur besseren Orientierung für Einheimische und Gäste sorgen. Mit 3D-illustrierten Panoramaansichten inkl. Gipfelnamen und Höhenangaben kann man die Region kennenlernen und entdecken. (Standorte: Loretokirche, Apfelberger Rundwanderweg, Gröndahlhaus, Steinplan, Schneeberger Kapelle, Edelraute Hütte, Zirbitzkogel)

Schilderbaum: 5 Schilderbäume an den Standorten Hohentauern, Fohnsdorf, Judenburg, Spielberg und St. Georgen/Judenburg bieten mit Hilfe von QR-Codes Informationen zum jeweiligen Standort und spiegeln die Vielfalt der Region wider, indem 8 weitere Schilder auf Ausflugsmöglichkeiten und Highlights in der gesamten Region hinweisen. Einheimische und Gäste sollen so auf +1 Erlebnisse im Murtal aufmerksam gemacht werden. Hierfür wurden auch weitere Illustrationen angefertigt.



AP4: LIVECAMS

16 Live-Kameras in unterschiedlichen Ausführungen und Darstellungswinkel (Panomax-Speicher-Kameras, Streaming-Kameras, 360 Grad, 180 Grad und 100 Grad) zeigen beinahe ein Gesamtbild über das Murtal. Zahlreiche Zusatzfeatures ergänzen das Live-Bild mit interessanten touristischen Informationen zu Hotspots, Gastronomie und Beherbergung, Wander- und Radwege oder Veranstaltungshinweisen. Im Laufe von 2025 werden die Zusatzfeatures online gehen. (Hohentauern, Schneeberger Kapelle, Unzmarkt, Allerheiligen, Judenburg Nord und Süd, Winterleiten, Ruine Eppenstein, Obdach, Kleinlobming, Gaal, Seckau, Tremmelberg, Gröndahlhaus, St. Marein). Vermarktungsplattformen von Live-Bildern erhöhen die Online-Präsenz des Murtals und betreiben Online-Marketing rund um den Erdball.

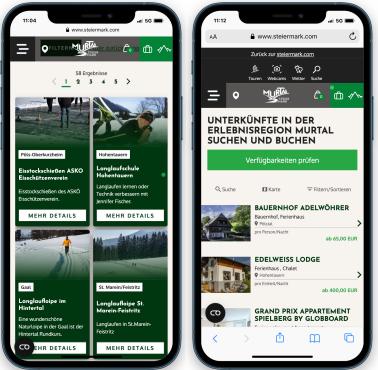


LEADER-PROJEKT

ARBEITSPAKETE 6-10

AP6: SCHNITTSTELLEN

Durch den endgültigen Umstieg von murtal.at auf steiermark.com/murtal konnte die Darstellung der Betriebe mittels zielgruppenspezifischer Suche und einer Verbesserung der Online-Sichtbarkeit bereits gefördert werden. Hierzu wurden auch diverse Schnittstellen überarbeitet und verbessert.



AP8: MEDIEN

2023 wurden hinsichtlich Medienarbeit einzelne Maßnahmen gesetzt (z.B. On- und Offline). Im Gegensatz dazu wurde 2024 beschlossen, die Medienarbeit als Gesamtmaßnahme mittels einer groß angelegten Imagekampagne umzusetzen.

Details siehe S. 14-15



AP10: MARKETINGPAKET

Um die Marke Murtal noch besser in den Köpfen der Gäste und Einheimischen positionieren zu können, haben wir anknüpfend an bereits bestehende Produkte auch 2024 weitere Merchandise-Produkte umgesetzt:

- Notizblöcke A4
- Notizbücher A5
- Papiertragetaschen Hochformat
- Luxuspapiertragetaschen quer
- Luftballone
- Buntstifte
- Kugelschreiber



AP7: POI-TAFELN

Mit dem Bezug des neuen Büros in Judenburg konnten nun POI-Regale zur Darstellung der Ausflugsziele und der Merchandise-Produkte angeschafft werden.

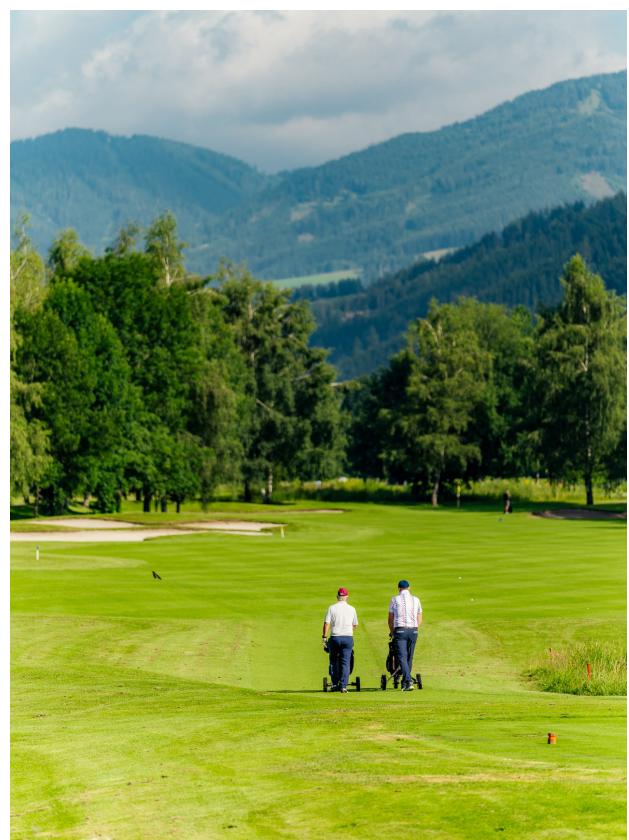


AP9: FOTO & FILM

2024 wurde an die bereits umgesetzten Fotoshootings und Videodrehs angeknüpft:

- 2 Imagevideos Frühling & Winter
- Kurzvarianten aller 4 Imagevideos
- 6 Fotoshootings
- 35 Kurzvideos

Zusätzlich wurde über diese Arbeitspaket die grafische Gestaltung für die Online-Imagekampagne umgesetzt, da hierfür auch das Bildmaterial dieser Shootings genutzt wurde.



AUSBLICK 2025

MARKETING, NETZWERK ETC.



AUSBLICK 2025

Im Jahr 2025 werden wir weiterhin auf die Stärken und Erfolge der vergangenen Jahre aufbauen und die Vielfalt der Erlebnisregion Murtal weiter ausbauen. Ein wichtiger Bestandteil unserer Strategie bleibt der Leitspruch „**Die Mischung macht's**“, mit dem wir die verschiedenen Facetten der Region, von Natur über Sport bis Kultur, hervorheben. Dabei möchten wir nicht nur die Sommermonate, sondern auch die Nebensaisonen verstärkt in den Fokus rücken.

Ein besonderer Schwerpunkt wird die **Saisonverlängerung im Herbst** sein. Wir planen die Entwicklung eines eigenen Herbstprodukts, das die Region als herbstliches Reiseziel positioniert. Mit herbstlichen Outdoor-Erlebnissen, kulinarischen Angeboten und besonderen Aktivitäten wollen wir die Region auch in der Übergangszeit attraktiv machen und die Auslastung über die Sommermonate hinaus steigern.

Ein weiteres zentrales Ziel für 2025 ist die weiterführende regionale Vernetzung. Wir möchten die Zusammenarbeit innerhalb der Region intensivieren, um die **Tourismusgesinnung** und das gemeinsame Engagement aller Akteure zu stärken. Eine stärkere Vernetzung zwischen den Beherbergungsbetrieben, Gastronomie, Ausflugszielen und kulturellen Institutionen wird nicht nur das touristische Erlebnis für unsere Gäste verbessern, sondern auch die Marketingmaßnahmen und die regionale Identität weiter stärken.

Wir setzen darauf, dass durch diese verstärkte Kooperation und Kommunikation innerhalb der Region ein noch nachhaltigerer Erfolg erzielt werden kann. Der Tourismus im Murtal wird so nicht nur wirtschaftlich gestärkt, sondern auch als gemeinschaftlich getragenes Projekt weiter wachsen.

Mit diesen zukunftsweisenden Maßnahmen und einem klaren Fokus auf die Herbstsaison, die regionale Zusammenarbeit und die fortgesetzte Markenbildung unter dem Motto „Die Mischung macht's“, sind wir zuversichtlich, dass das Jahr 2025 ein weiteres erfolgreiches Jahr für die Region Murtal wird.

Mit herzlichen Grüßen,
das Team des Tourismusverbandes Murtal



AUSBLICK 2025

WICHTIGE TERMINE

WICHTIGE TERMINE

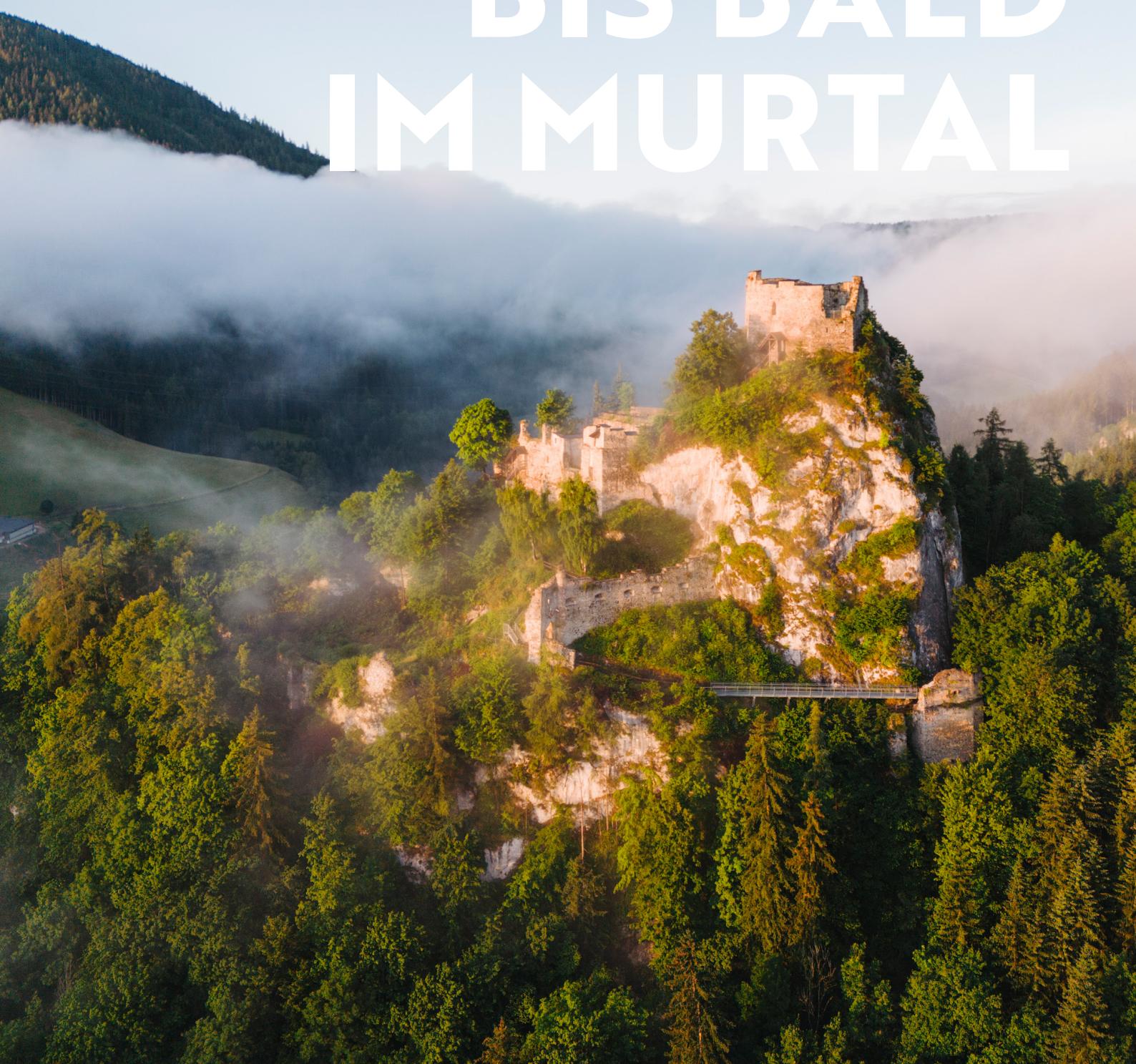
Zum Abschluss noch wichtige Termine im Sommer 2025 in der Erlebnisregion Murtal (Stand Februar 2025):

Datum	Veranstaltung	Ort
03.05.2025	Low Sct PS Arena & Race402	Red Bull Ring, Spielberg
04.05.2025	Wings for Life App Run	Red Bull Ring, Spielberg
09.-11.05.2025	AINOVA	Sportzentrum Zeltweg
23.05.2025	Murtal24	Sportzentrum Zeltweg
30.-31.05.2025	Murtal Rallye	durch das Murtal
05.06.2025	Sparkassen Businesslauf	Red Bull Ring, Spielberg
06.-08.06.2025	Murtal Classic	durch das Murtal
19.-16.06.2025	Tour de Mur	durch das Murtal
27.-29.06.2025	Formula 1 MSC Cruises Austrian Prix 2025	Red Bull Ring, Spielberg
10.08.2025	Steiraman X-treme Triathlon	Seetaler Alpen, Judenburg
15.08.2025	Puch Parade	Judenburg
15.-17.08.2025	Motorrad Grand Prix von Österreich 2025	Red Bull Ring, Spielberg
24.08.2025	Weisenblasen	Gaal
24.08.2025	Steirische Roas	Seckau
12.-14.09.2025	DTM 2025	Red Bull Ring, Spielberg

**DETAILS ZU ALLEN VERANSTALTUNGEN
MIT AKTUELLEN INFOS FINDET IHR UNTER
WWW.MURTAL.AT**



BIS BALD IM MURTAL



TOURISMUSVERBAND MURTAL

Red Bull Ring Straße 1 - 8724 Spielberg

Tel.: +43 (0)3577 26600

info@murtal.at - www.murtal.at

@visitmurtal - #visitmurtal

gedruckt von:

druckerei
GUTENBERGHAUS

