

PROTOKOLL
über die Kommissionssitzung des Tourismusverbandes Südsteiermark

Datum: Montag, 10. Februar 2025

Beginn: 17:13 Uhr

Ende: 20:12 Uhr

Ort: Gasthof Martinhof, Oberhart 53, 8543 St. Martin im Sulmtal

Besprechungsleitung:

Vorsitzender Herbert Germuth

interim. Geschäftsführerin Evelyn Schweinzger, MA

Protokollführung: Martina Schröttner

Teilnehmer: laut Teilnehmerliste

Tagesordnung:

1. Begrüßung und Feststellung der Beschlussfähigkeit durch den Vorsitzenden
2. Genehmigung und Beschluss des Protokolls der Kommissionssitzung vom 27. November 2024
3. Bericht des Vorsitzenden Herbert Germuth
4. Bericht des Finanzreferenten Ernst Kahr
5. Bericht der interim. Geschäftsführerin Evelyn Schweinzger, MA
6. Marketingplan 2025
 - Präsentation Marketingplan 2025
 - Beschluss Marketingplan 2025
 - Beschluss über finanzielle Beteiligung des Tourismusverbandes an (in Planung befindlichem) LEADER-Produktentwicklungsprojekt
7. Infrastrukturbeitrag
 - Beschluss über die Verteilung des Infrastrukturbeitrages
 - Beschluss über aktuell eingereichte touristische Gemeinde-Infrastrukturprojekte
8. Veranstaltungskooperationen
 - Abstimmung über Verteilungsschlüssel
 - Beschluss zur Verteilung
9. Beschluss der Mietverträge NEU für Ehrenhausen und Leibnitz

10. Anträge und Beschlüsse über Personalangelegenheiten

11. Allfälliges

Tagesordnungspunkt 1 Begrüßung und Feststellung der Beschlussfähigkeit durch den Vorsitzenden

Vorsitzender Herbert Germuth eröffnet und begrüßt um 17:13 Uhr alle Anwesenden zur Kommissionssitzung des Tourismusverbandes Südsteiermark.

Vorsitzender Herbert Germuth hält fest, dass 28 von den 30 Gemeindevertretern und 12 von 12 Wirtschaftsvertretern anwesend sind und die Kommission hiermit beschlussfähig ist.

Tagesordnungspunkt 2 Genehmigung des Protokolls der letzten Kommissionssitzung vom 27.11.2024

Der Vorsitzende befragt die Kommission, ob es Einwände zum Protokoll der letzten Kommissionssitzung vom 27.11.2024 gibt. Nachdem das nicht der Fall ist, stellt er den Antrag auf Genehmigung des Protokolls der letzten Kommissionssitzung.

Beschlussfassung: Die Genehmigung des Protokolls der letzten Kommissionssitzung wurde einstimmig angenommen.

Tagesordnungspunkt 3 Bericht des Vorsitzenden Herbert Germuth

Herr Vorsitzender Herbert Germuth berichtet über unterschiedliche Treffen und Besprechungen von Seiten des Tourismusverbandes Südsteiermark in den letzten Wochen:

- **Hearing der Vergabe zum Mobilitätskonzept (Neuvergabe von regioMOBIL und WEINmobil)**
Das Projekt läuft im Sommer 2025 aus und wurde daher im Herbst 2024 neu ausgeschrieben. Das eingelangte Angebot wurde gesichtet. Da es nicht zufriedenstellend ist muss es nachgebessert werden. Daher gibt es hier noch kein Ergebnis. Das Regionalmanagement wird sich mit den Gemeinden in Verbindung setzen, sobald weitere Schritte nötig sind. Es kann sein, dass das regioMOBIL nicht weitergeführt wird.
- **Bahnhof Weststeiermark: Diskussion mit dem Regionalmanagement zum Thema der künftigen Busanbindung**
Es braucht unbedingt übergeordnete Busanbindungen in die gesamte Region. Derzeit gibt es noch keine direkte Verbindung nach Stainz und in die Region der Südsteirischen Weinstraße ab dem Bahnhof Weststeiermark. Hier üben wir massiv Druck aus, dass in diesen Bereich investiert wird.
- **Guide Michelin zurück in Österreich**
6 von 12 steirischen Sternen wurden in der Erlebnisregion Südsteiermark vergeben.

Wortmeldungen:

Bernhard Schauer: Gibt es eine Information, ob die Kombination regioMOBIL mit Klimaticket weiterläuft?

Herbert Germuth: Derzeit muss erst beschlossen werden, ob das regioMOBIL weitergeführt wird.

Vizebgm. Harald Tomandl: Woran liegt es, dass das regioMOBIL ev. nicht verlängert wird?

Herbert Germuth: Es muss die Finanzierbarkeit des Systems mit den Gemeinden abgeklärt werden.

Bgm.in Maria Skazel: Das Budget, das in die Region geflossen ist, wurde über Bundesförderungen lukriert. Das jetzige Modell des regioMOBILS hat nichts mit den Landesfördermitteln zu tun. Das wurde von uns selbst finanziert. Bei der Neuausschreibung ist das Problem, dass sich die Gemeinden ev. die Kosten nicht leisten können. Die kleinsten Gemeinden haben den größten Bedarf aber die wenigsten finanziellen Mittel. Sollte sich das Land für eine Förderung entscheiden, könnten wir die Förderung dort abholen. Derzeit sind die Regelungen hier noch sehr starr.

Herbert Germuth: Ev. gibt es durch die politischen Veränderungen im Land nun mehr Möglichkeiten, in das öffentliche Verkehrsangebot zu kommen.

Tagesordnungspunkt 4 Bericht des Finanzreferenten Ernst Kahr

Finanzreferent Ernst Kahr gibt einen Überblick über die Projektabrechnungen im Jahr 2024 sowie über die finanziellen Mittel des Tourismusverbandes.

- **Überblick Projektabrechnungen**

- Projektvolumen 2024: € 614.500,- / 30-50% Förderquote

Rad Vision 2030 € 134 400	Beileger Frühling- & Rad € 123 817	Wander- karten relaunch € 74 158
Imagefilm € 125 353	Tourismus- gesinnung € 60 000	Familie "Traubi" € 38 750
		PIA € 34 000
		Akademie € 24 000

- **Abschluss LEADER Inwertsetzung Marke Schilcherland Projekt**
 Laufzeit: 04/2021 – 06/2024, Projektkosten: € 349.700,- / 60 % Förderquote

- **Terminaviso Jahreshauptversammlung & Jahresabschluss 2024**

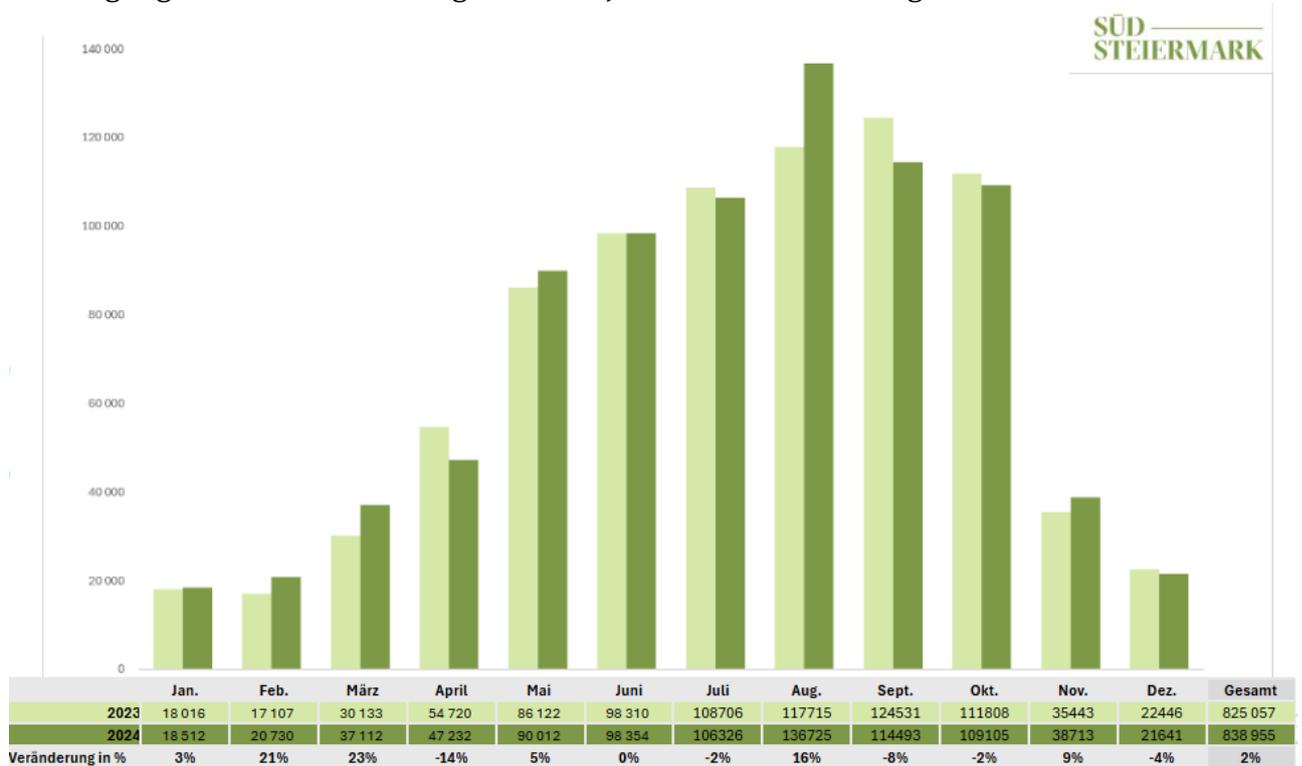
- Prüfungstermin mit den Rechnungsprüfern: Februar 2025
- Beschlussfassung bei der Vollversammlung am 11. März 2025

Tagesordnungspunkt 5 Bericht der interim. Geschäftsführerin Evelyn Schweinzger, MA

Geschäftsführerin Evelyn Schweinzger, berichtet über unterschiedliche Treffen und Besprechungen von Seiten des Tourismusverbandes Südsteiermark in den letzten Wochen und gibt einen Überblick über die aktuellen Themen im Tourismusverband.

Nächtigungszahlen

Die Nächtigungszahlen 2024 im Vergleich zum Jahr 2023 wurden vorgestellt.



Termine Vorsitzender und Geschäftsführung

- 03.12. Tourismusbeirat Sitzung, Graz
- 06.12. Ski-Opening Schladming
- 07.12. Winterfrische Trahütten und Adventmarkt Sankt Andrä-Höch
- 08.12. Kripperlroas Oberhaag
- 18.12. Qualitätsmarken Steuerungsgruppen-Sitzung
- 09.01. Neujahrsempfang Leibnitz
- 16.01. WKO Impulstag
- 16.01. Mitglieder-Versammlung TV Leutschach
- 20.01. Qualitätsmarken-Besprechung zur Landingpage
- 22.01. Steiermark Frühling – Ausstellertreffen in Mürzhofen
- 22.01. Abstimmung mit Weinbauverein Weststeiermark und Ölspur
- 24.01. Abstimmung mit Wein Steiermark
- 24.01. Neujahrsempfang Ehrenhausen
- 04.02. Abstimmung Steirische Roas in Leutschach
- 04.02. Abstimmungen zu geplanten Veranstaltungen Schillern und Welschlauf und Abstimmung mit Betrieben in Ratsch

Information zur Antragsbearbeitung (der Antrag wurde zur Kommissionssitzung am 27.11.2024 eingereicht) - **Antrag des Weinbauvereins Weststeiermark über Nutzung des Social Media Accounts Schilcherland in der Sitzung vom November 2024**

Trotz intensiver Recherche ist die Eigentümerschaft (Tourismusverband Südsteiermark oder Markenverein Schilcherland) nicht eindeutig nachvollziehbar

Lösung:

- Verein Marke Schilcherland und Tourismusverband Südsteiermark halten den aktuell bekannten Sachverhalt schriftlich fest.
- Es wird vereinbart, diese Social Media Accounts aufgrund der Behaltefrist (7 Jahre) und der Auflagen aus dem LEADER-Inwertsetzungsprojekt nicht aktiv zu bespielen.
- Administratoren-Zugang inkl. Vertretungsregelung liegt beim Tourismusverband Südsteiermark
- Vereinbarung: Der Weinbauverein Weststeiermark baut für seine Zwecke einen eigenen Social Media Account state of the art auf.

Nutzungsvereinbarung:

Mit dem Markenverein Schilcherland werden schriftlich folgende **Nutzungsvereinbarungen** festgehalten

- Nutzung der Regionsmarke Schilcherland in der Südsteiermark
- Nutzung der Qualitätsmarke Schilcherlandqualität
- **Ziel/Nutzen**: Klarheit in der Zugehörigkeit, Verwendung und etwaigen Weitergabe

Wortmeldungen:

Bgm. Friedrich Partl: Wie viele Gästebetten haben wir in der Region?

Herbert Germuth: Über 12.000 mit einer Belegung von ca. 70 Nächten pro Bett und Jahr.

Bgm. Friedrich Partl: Damit die Betriebe die 12.000 Betten positiv bewirtschaften können, benötigt es mind. 1,2 Mio. Nächtigungen pro Jahr. Es muss ein System geben, um den Anreiz zu geben, dass von den Betrieben richtig gemeldet wird. Hier muss gemeinsam geschaut werden, dass hier entgegengewirkt wird.

Herbert Germuth: Diese Aussage stimmt. Mit den Zahlen kommen wir auf ca. 70 Nächte pro Bett und Jahr. Mit 100 Nächten sollte man kostendeckend sein. Es gibt unterschiedliche Ursachen: Manche Betriebe sind auslaufend, sie haben keine Digitalen Einrichtungen (zB. Homepage, Mail, digitale Gästemeldung, usw.). Hier kann man sich keine Änderung mehr erwarten. Natürlich gibt es auch andere Betriebe. Wir haben die Gästemeldungen mittlerweile schon 2x über den Gemeindebund kontrollieren lassen, das wird auch 2025 wieder passieren. Das wird zwar vom Tourismusverband Südsteiermark finanziert, aber wenn die Kontrollen Mängel aufweisen, müssen die Gemeinden die Mängel an die BH melden. Solange das nicht passiert, sind die Kontrollen nicht effektiv. Es soll für alle gerecht sein. Alle Betriebe sollen die Abgaben korrekt abliefern. Die Fairness unter den Betrieben ist wichtig. Vor den nächsten Kontrollen wird mit dem Gemeindebund besprochen, wo es augenscheinlich Mängel gibt. Daher diese bitte unbedingt an die Kontrollore vom Gemeindebund melden, damit entsprechend kontrolliert wird.

Bgm. Friedrich Partl: Kontrollen sind das eine. Aber es braucht einen Anreiz für den Gast wie zB. eine Karte.

Herbert Germuth: Es gibt bereits eine Karte: Die GenussCard. Wir brauchen dafür mehr Unter-
 kunftsbetriebe, die hier mitziehen und die Karte den Gästen anbieten.

Bgm. Friedrich Partl: In unserer Gemeinde wurde beschlossen, einen Nächtigungseuro einzu-
 führen, damit der Tourismus im Ort gepusht werden kann.

Herbert Germuth: Die Gemeinden sollten dafür sorgen, die Infrastruktur vom Gast finanzieren
 zu lassen. Es gibt bereits Gemeinden, die freiwillig Gebühren dafür einheben. Den Gast stört das
 nicht. Was damit finanziert wird, entscheiden die Gemeinden selbst.

Vizebgm. Harald Tomandl: Es geht nicht um diese Beträge. Es gibt andere Gründe, warum die
 Betriebe nicht melden.

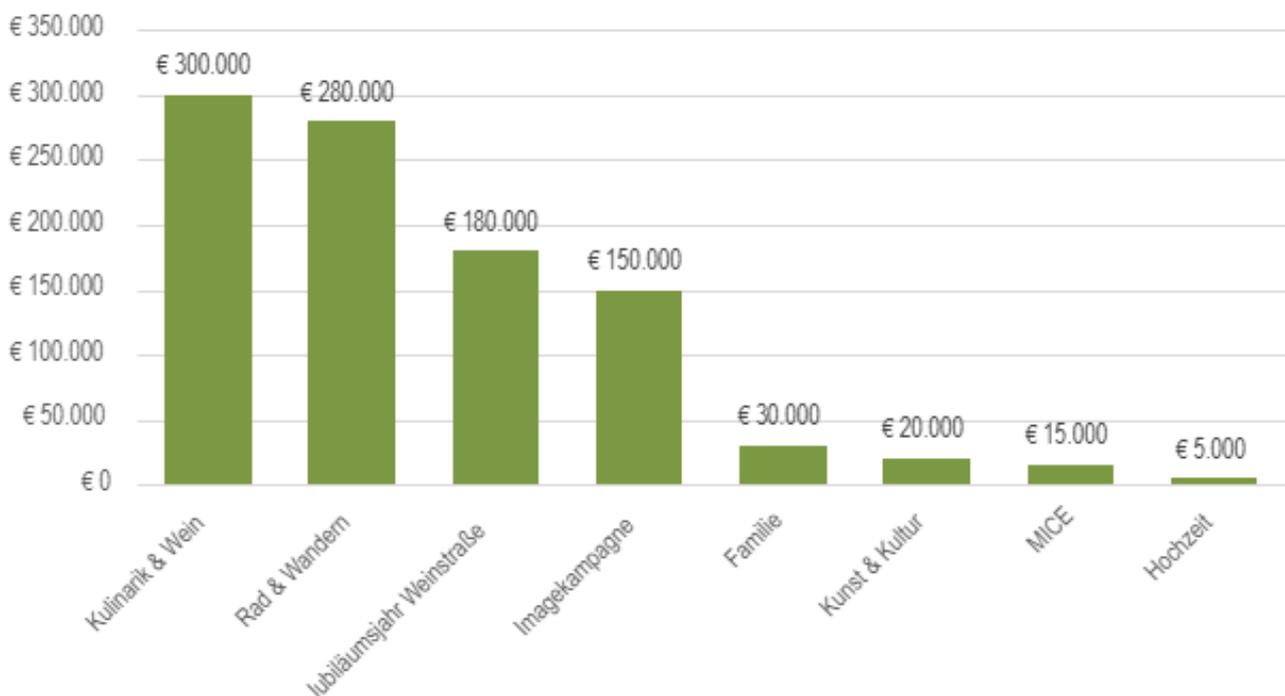
Herbert Germuth: Es sind immer wieder die gleichen Betriebe. Hier müssen die Gemeinden
 mehr entgewirken.

Tagesordnungspunkt 6 Marketingplan 2025

Struktur des Marketingplans

- **Image**
- **Kernthemen**
 - Kulinarik & Wein
 - Wandern & Radfahren
 - Jubiläumsjahr Weinstraße
 - Kunst & Kultur
- **Spezialthemen**
 - Familie
 - MICE
 - Hochzeit

Übersicht Kampagnen



Imagekampagne

• **Schwerpunkte**

- **Kulinarikschwerpunkt** kombiniert mit dem USP der Region, den drei Weinstraßen. Weitere „Images“: zB. Rosen und Weinblüten im Mai/Juni usw.
- **Länderfokus** => breit gefächertes Marketing-Mix über Beteiligung an ÖW- und STG-Kampagnen
- **Mobilität/Nachhaltigkeit** => zB. durch OOH (Out-of-home)-Marketing-Aktivitäten in Kooperation mit STG, Kärnten-Tourismus in Bezug auf Koralmbahn-Eröffnung im Dez. 2025
- **Wirkung**
 - Richtung Empfehlungsrate, Wiederbuchbarkeit, „muss man gesehen haben“, Südsteiermark ist en vogue
 - Richtung Besucherlenkung: Entlastung bekannter Hotspots hin zur Entdeckung von „secret places“

18:10 Uhr - Bgm. Christoph Zirngast verlässt die Sitzung

Online-Kampagne mit Steiermark Tourismus

Eine wesentliche Maßnahme in der Imagewerbung ist die Online Kampagne gemeinsam mit Steiermark Tourismus. In dieser Kampagne wird in mehreren Phasen Online Werbung in relevanten Kanälen wie soziale Medien oder Google geschaltet, mit dem Ziel, möglichst viele Benutzer auf unsere Website zu leiten. Die Nutzer kommen entweder direkt auf unsere Seite oder über eine Kampagnen-Seite von Steiermark Tourismus.

Zusätzlich sind wir selbst in sozialen Medien sehr aktiv und schalten Google Ads. Instagram ist unser emotionaler Türöffner, hier inspirieren wir Nutzer für Urlaubspläne. Facebook ist die Plattform für Interaktion und Traffic. Zusätzlich schalten wir Anzeigen auf beiden Plattformen. Mit GoogleAds können wir potenzielle Gäste abholen, die schon konkret nach Urlaubsthemen suchen. Wichtig ist uns, dass alle diese Aktivitäten abgestimmt sind und zusammenspielen.

Herzstück aller Online-Aktivitäten in der Image-Kampagne ist unsere Website. Diese dient zur Inspiration und Information zur Urlaubsplanung. Unsere Website ist nicht nur Buchungsportal, sondern auch eine Plattform für unsere Betriebe, um mehr Sichtbarkeit zu bekommen – viele Gäste informieren sich auf unserer Seite und buchen dann direkt bei Betrieben.

Unter anderem durch diese Maßnahmen haben wir im Jahr 2024 rund 50% mehr Zugriffe auf der Website verzeichnet als im Vorjahr.

Kulinarik & Wein

- **Kulinarik in allen Facetten** kombiniert mit dem USP der Region, den drei Weinstraßen
- **Spezialaktion:** Presseevent in Hamburg mit Tim Raue
 - Umsetzung gemeinsam mit anderen Erlebnisregionen in Hamburg und Berlin
 - zusätzlich OOH-Kampagne in Hamburg und Berlin (City-Lights und Fahrradwerbung)
 - begleitende Social-Media-Bewerbung
 - Influencer-Recruiting
 - Förderprojekt – Umsetzungszeitraum 03 – 10/2025
- **Wirkung:** Wir positionieren uns als „*Heimat des besten Geschmacks*“

Zusammenarbeit mit Influencern

Influencer sollen die Kulinarik der Region authentisch präsentieren und haben eine hohe Glaubwürdigkeit, vor allem bei den Jüngeren. Follower vertrauen Influencern und eine positive Bewertung der Südsteiermark durch Influencer wirkt wie eine Empfehlung von Freunden. Visuell ansprechender Content ist gut möglich - Kulinarik bietet großartige Motive für Bilder und Videos. Daher setzen wir in diesem Bereich an.

Sie haben eine gute Reichweite zB. bei kulinarik-affinen Gästen. Wir haben sehr klare Kriterien bei der Auswahl der Influencer. Sie müssen zB. unsere Markenwerte repräsentieren, die richtige Zielgruppe ansprechen, gute und echte Interaktionen haben.

Jubiläumsjahr Weinstraße

- **Motto:** Wir müssen nichts „Neues“ erfinden, sondern das Gute, das schon da ist, im Jubiläumsjahr noch mehr zum Strahlen bringen
- **Marketing-Maßnahmen:**
 - Sondermagazin: Südsteiermark-Falstaff (für alle Abonnenten AT und DE; 10.000 Eigenbedarf)
 - Schwerpunkt beim Steiermark-Frühling inkl. Presseevent mit Präsentation Falstaff und Highlight-Veranstaltungsfolder, Kulinarik, Premieren-Event am Mittwoch usw.
 - Steirische Roas am 25. Mai in Leutschach mit Festakt und Live-Frühschoppen
 - Bewerbung von Veranstaltungen entlang der Weinstraße und in der Region
 - ev. Klapotetz-Challenge
 - ORF-Landleben und Produktion Weltmeister-Weine
 - Kunstprojekt im öffentlichen Raum in Planung
 - Social-Media-Marketing, Pressearbeit usw.

Rad & Wandern

- **Qualität** der Wege als oberstes Ziel => **Gästeanspruch**
- **Länderfokus** =>
 - breit gefächertes Marketing-Mix über Beteiligung an ÖW- und STG-Kampagnen in DE und NL
 - Wanderbeileger in ausgewählten Special-Interest-Magazinen in AT und DE (März 2025); Refinanzierung über Förderung geplant
- **Produktentwicklung**
 - ev. (Weit-)Wander-/Radweg entlang der drei Weinstraßen; ev. neuer Wanderweg in Kooperation mit Kärnten
 - beschilderte Gravel-Strecke entwickeln
 - neue Veranstaltungsformate – Gravelei....
- **Wirkung**
 - Abwechslungsreiche Erlebnisse promoten, um Aufenthaltsdauer zu verlängern, Nächtigungsbetriebe mit einzubeziehen, Kulinarik mitzubewerben, neue Zielgruppen anzusprechen usw.
 - Ziel: Wer an Genusswandern oder -Radfahren denkt – denkt an die Südsteiermark!

Wir bitten um Unterstützung der Gemeinden, damit die Wege in einer guten Qualität präsentiert werden. Es sind unbedingt in jeder Gemeinde Wanderwegsbetreuer nötig.

Plattformübergreifende Positionierung im Digitalen Marketing

Die Südsteiermark soll auf unterschiedlichen Online-Plattformen als Outdoor-Destination positioniert werden. Die Kombination aus verschiedenen Content-Formaten (Blog-Beitrag, Listicles, Newsletter und Social Media Content, Touren-Empfehlungen) erreicht potenzielle Gäste über mehrere Kanäle, wodurch die Kampagne effektiver wird. Durch die Positionierung auf bekannten Plattformen steigt die Relevanz - wirkt sich positiv auf die Suchmaschinenoptimierung aus.

Content Creation und Bildsprache - wie stellen wir unseren Lebensraum dar?

Im Rahmen des Lebensraummanagement wird eine klare Bildsprache entwickelt und für neue Bilder und Videos umgesetzt. Für Fotografen wird es dann ein klares Briefing geben. Die zentrale Frage ist: Wie stellen wir den Lebensraum dar? Die Darstellung muss glaubwürdig sein. Es geht nicht nur um die Touristen, sondern auch um die Einheimischen. Diese müssen Ihre Heimat auf den Bildern wiederfinden. Die Bildsprache muss unsere Markenwerte widerspiegeln. Wir wollen **erwünschtes Verhalten betonen und unerwünschtes Verhalten NICHT zeigen**. Gezeigt werden sollten offizielle Wanderwege/Radwege, Keine Bilder von Gästen, die sensible Natur- oder Kulturräume unachtsam nutzen. Mit Darstellungen können wir gezielt Erwartungen steuern und nachhaltiges Verhalten fördern.

Kunst & Kultur

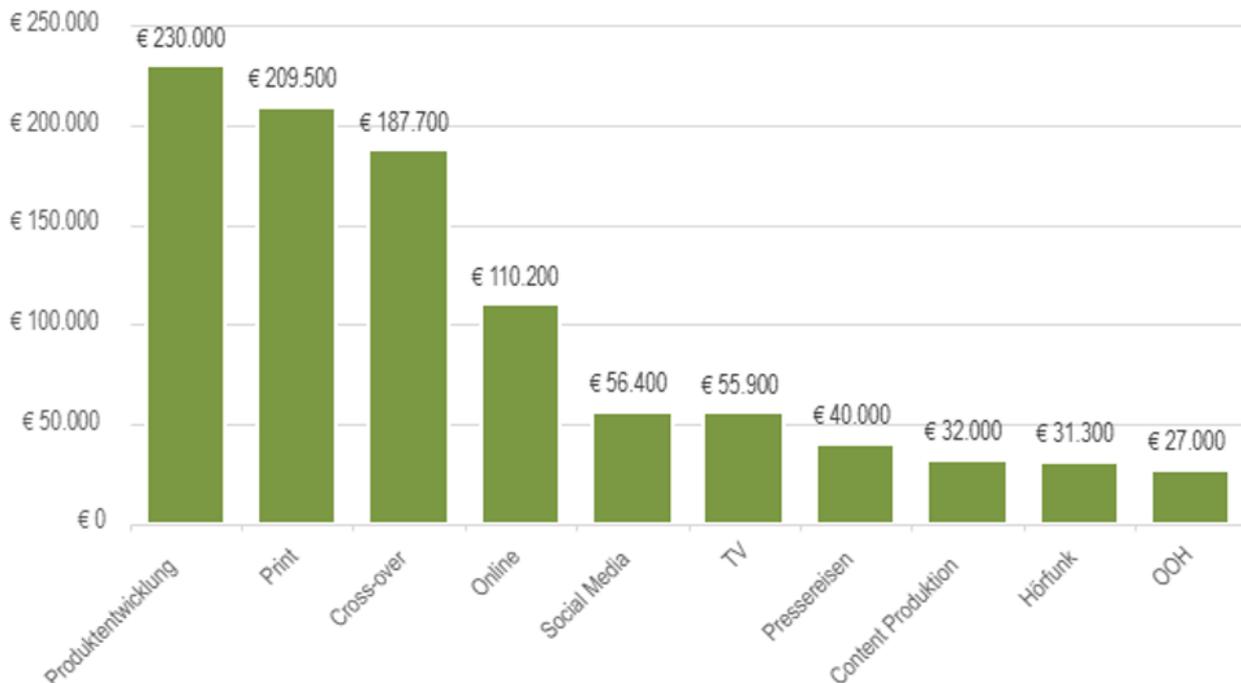
- als **Kernthema** definiert
- **Maßnahmen aktuell:** Kulturkalender, schillern und Kulturbotschaften Südsteiermark => LEADER Qualitätsmarken; Jazzfestival - VAKOOP
- Positionierung der Kunst- und Kulturszene der Erlebnisregion mit gemeinsamem Auftritt und bezirksübergreifenden Events notwendig – **Kulturstrategie** erarbeiten
- **Produktentwicklung**
 - Kulturkalender neu denken
 - Konzeptentwicklung für Kunst im öffentlichen Raum entlang der Weinstraßen (Themen:Terroirs) mit Künstlern aus der Region – langfristige Projekte
 - Kultur-Erlebnisse kreieren (zB. Führungen Ehrenhausen, Museen usw.)
 - Geschichte der Region „vermarkten“
- **Wirkung**

Die Südsteiermark als Bühne positionieren (langfristiges Ziel)

Weitere Budgetpositionen

- Marktforschung - *Ziel: Wissen generieren, um effektiver agieren zu können*
- ORF - *Ziel: Reichweite regional/national*
- VAKOOP (Veranstaltungskooperationen/TOP 8 (Hinweis: im Marketingplan Pos. I – Veranstaltungskooperationen regional)
- Messen (*Wien, Hamburg, München, Wels*)
- Steiermark-Frühling
- Drucksorten – *Ziel: Reduktion bei gleichbleibender/steigender Qualität*
- Agenturkosten – „*thinking outside the box*“
- Merchandise

Verteilung des Marketingbudgets auf div. Kanäle und Aktivitäten



Produktentwicklung

- Touristische Produktentwicklung ist **gesetzlicher Auftrag**
- **Definition:**
 - Die touristische Produktentwicklung der Erlebnisregion Südsteiermark wird als strategischer und kreativer Prozess definiert, bei dem bestehende und potenzielle Angebote innerhalb der Erlebnisregion so gestaltet, weiterentwickelt oder kombiniert werden, dass sie für Gäste und Einheimische attraktiv sind und deren Bedürfnisse erfüllen.
- **Ziel** touristischer Produktentwicklung ist es,
 - die **Wettbewerbsfähigkeit der Destination zu stärken** und
 - die **Wertschöpfung nachhaltig zu steigern**
- **Herausforderungen**
 - **gesetzliche Rahmenbedingungen** – welche Möglichkeiten hat der Tourismusverband Südsteiermark, PE voranzutreiben?
 - derzeit tlw. noch unkoordinierte PE, weil die **Gesamtstrategie noch klarer zu definieren** ist
 - **Finanzierung bzw. finanzieller Verteilungsschlüssel** noch nicht klar geregelt (=> müsste durch die Definition der Gesamtstrategie klar sein, weil es ein Teil der Strategie sein muss)
 - **Verantwortung für die nachhaltige, wirtschaftliche Bewirtschaftung** muss gegeben sein
- **Produktentwicklungsprojekte in vager Planung**
 - Erstgespräche im Raum Sausaler Weinstraße
 - Schaffen von Erlebnissen, Sichtbarkeit
 - Erstkontakt mit WBV Gamlitz über Wein Steiermark für Ende Feb./Anfang März avisiert
 - Ortswein

Wortmeldungen:

Vizebgm. Harald Tomandl: Zum Auftritt beim Südsteiermark Frühling: gibt es da Pressemitteilungen und ein Programm? Die Zeit bis dorthin ist schon sehr knapp. Der Auftritt soll jedenfalls gut durchdacht sein. An spezielle Ehrengäste denken, die zu dieser Pressekonferenz kommen.

Evelyn Schweinzger: Wir sind dabei, alles aufzusetzen. Für Mittwoch-Abend gab es Seiten der STG erst gestern eine Zusage.

Herbert Germuth: Wir arbeiten seit Monaten an dem Auftritt am Mittwoch, haben aber erst seit gestern die Info erhalten, dass wir uns präsentieren dürfen. Für uns ist der Pressetermin am Donnerstag wichtiger. Hierfür haben wir schon entsprechende Flächen reserviert. Das Programm für Donnerstag ist so gut wie fertiggestellt.

Vizebgm. Harald Tomandl: Der Auftritt muss unbedingt auch pressetechnisch gut vorbereitet sein.

Evelyn Schweinzger: Wir arbeiten intensiv an den Vorbereitungen. .

Vizebgm. Harald Tomandl: Da Wien und NÖ die Hauptbesucher des Steiermark Frühlings sind und zu unseren Haupt-Zielgruppen zählen, wurden die Betriebe auch angeschrieben, um in diesem Falstaff-Magazin Werbung zu schalten? Damit sie hier gut beworben werden?

Evelyn Schweinzger: Es gibt eine klare Vereinbarung mit Falstaff. Wir haben nicht die Kapazitäten, diese hochwertigen Anzeigen zu verkaufen. Daher liegt der Verkauf bei Falstaff. Wir haben aber unsere Betriebe über den Newsletter im Dezember vorab über die Möglichkeit der Beteiligung informiert.

Bgm.in Maria Skazel: Ergänzend zum Thema Steiermark Frühling: Es gibt am Freitag einen Programmpunkt mit der Spielgemeinschaft Bad Schwanberg / St. Peter i. S. Zum Fokus auf die Schweiz bzw. Deutschland: Kann man herausfinden, wie hoch zB. der Anteil an Alleinreisenden ist? Das Problem ist vor allem das alleine Sitzen am Abend. Hier sollte für Alleinreisende etwas überlegt werden zB. mit einem Abendessen mit anderen Alleinreisenden. Vielleicht kann man dieses Thema aufgreifen.

Evelyn Schweinzger: Das kann gerne abgefragt werden, auch über die Marktforschung.

18:57 Uhr - Bgm. Bernd Hermann verlässt die Sitzung.

Beschlussfassung: Herr Vorsitzender Herbert Germuth stellt den Antrag, dass die Kommission dem Marketingplan 2025 die Zustimmung erteilt. Der Antrag wurde einstimmig angenommen.

Beschluss über finanzielle Beteiligung des Tourismusverbandes an (in Planung befindlichem) LEADER-Produktentwicklungsprojekt

LEADER-Projekt: Kernöl und Schilcher

Projekträger:

- Weinbauverein Weststeiermark
- Ölspur

Projektmitwirkung/-steuerung: Mitarbeiterin des TVB

Projeklaufzeit: 2025-2027 (2 Jahre)

Projektkosten gesamt: EUR 250.000,00

Eigenmittelaufbringung von EUR 100.000,00 durch:

	2025	2026
Ölspur	EUR 20.000,00	EUR 20.000,00
Weinbauverein	EUR 15.000,00	EUR 15.000,00
TVB *	EUR 15.000,00	EUR 15.000,00

* Höhe der Eigenmittelbeteiligung TVB abhängig von jener des WBV!

Auflagen:

- Zwingende Einhaltung Südsteiermark CD/CI
- Tourismusverband Südsteiermark ist mit einer Mitarbeiterin in der Steuerungsgruppe vertreten
- Berücksichtigung eines Personalanteils des Tourismusverband Südsteiermark im Projekt
- Der eingebrachte Betrag des TVB ist gekoppelt an den Betrag des Weinbauvereins; Bedeutet: sollte der Weinbauverein weniger einbringen, wird der Beitrag vom TVB demensprechend auf denselben Betrag angeglichen!

Beschlussfassung: Herr Vorsitzender Herbert Germuth stellt den Antrag, dass die Kommission der finanziellen Beteiligung am LEADER-Produktentwicklungsprojekt die Zustimmung erteilt. Der Antrag wurde einstimmig angenommen.

Tagesordnungspunkt 7 Infrastrukturbeitrag

Abstimmung über die 3 Verteiloptionen

Option 1

Verteilung der Gesamtmittel von EUR 108.000,00 (=5% der IB-Beiträge) anteilig der I-Beiträge je Gemeinde

Option 2

Verteilung der Gesamtmittel von EUR 108.000,00 gleichmäßig auf alle 30 Gemeinden = EUR 3.600,00/ Gemeinde

Option 3

Gewichtete Option (Einwohner 40% | Nächtigungen 20% | Betten 20% | Interessentenbeiträge 20%)

Im ersten Abstimmungsvorgang wurde Variante 2 mehrheitlich ausgeschlossen.

Anschließend mehrheitlicher Beschluss für Variante 3.

Abwicklungsmodalitäten „Infrastrukturbeitrag“:

- ein **Leitfaden inkl. Vorlageformularen** (Projektantrag – Projektabrechnung – Projektbericht) wird vom TVB direkt an die Gemeinden und die Kommissionsmitglieder übermittelt.
**Ansprechperson für Fragen zu den Abrechnungsmodalitäten ist
Nicole Reiterer, M.A. (reiterer@suedsteiermark.com bzw. +43 664 96 16 092)**
- **Fristenhinweise:**
 - Jeder Projektantrag muss rechtzeitig vor einer Kommissionssitzung einlangen, da jeder einzelne Antrag in der Kommission beschlossen werden muss!
 - Abrechnungsmodalitäten: jährliche oder mehrjährige Projekte möglich; Abrechnung erfolgt immer jährlich mit November des laufenden Jahres! Jene Infrastrukturbeitragsanteile der jeweiligen Gemeinde, die nicht im laufenden Jahr abgerufen werden, verbleiben im Budget des TVB und werden für Marketingmittel eingesetzt!

Wortmeldungen:

Bgm. Michael Schumacher: Es ist Zynismus wenn ich eine Handvoll Gemeinden habe, die eine große Summe aufbringen und die Gemeinden, die wenig aufbringen, ob sie das Geld möchten. Meine Aufgabe ist es, meine Gemeinde und Bürger zu vertreten. Ich empfinde alles andere als Option 1 als Provokation. Vor allem wurde anfangs berichtet, wie ich mit dem regioMobil umgehen soll. Die beiden größten Städte sind die größten Zahler. Man sollte vorher mit den Gemeinden reden, die die größeren Beträge liefern, bevor die kleineren Gemeinden gefragt werden.

Gerd Jauk: Ich darf ergänzen, ja das ist Zynismus. Ich möchte aber wieder daran erinnern, wer die Gelder erwirtschaftet hat. Und das sind die Wirtschaftstreibenden. Die Gemeinden wollen nun die nächsten 5% der Infrastrukturgelder bekommen. Eigentlich sollten NUR die Wirtschaftstreibenden gefragt werden, was mit den Geldern passieren soll.

Herbert Germuth: Die Abstimmung über die Verteilung ist vom Tourismusgesetz festgelegt.

Kathrin Messner: Es wäre auch schön gewesen, wenn die Gemeinden mit den Betrieben sprechen würden, was mit den Geldern passieren soll, bevor sie Projekte einreichen.

Herbert Germuth: Es ist gesetzlich festgelegt, dass die Kommission die Anträge beschließt. Es haben noch immer die Gemeinden in der Hand, welche touristische Infrastruktur finanziert wird.

Vizebgm. Georg Pock: Es geht generell nicht um viel Geld für die einzelnen Gemeinden. Kann man, wenn es um Infrastruktureinrichtungen geht, das Geld sammeln und zB. in 1-2 Jahren die höhere Summe in Anspruch nehmen?

Herbert Germuth: Wir können nur den Budgetanteil für das laufende Wirtschaftsjahr beschließen und ausbezahlen. Es kann aber für die gleiche touristische Infrastruktur auch der Antrag für das nächste Jahr beantragt werden und somit im nächsten Budget mitberücksichtigt

werden. Oder es können sich auch mehrere Gemeinden zusammentun und eine gemeindeübergreifende Infrastruktur gemeinsam finanzieren.

Bernhard Schauer: Die Problematik ist, was uns das Land als Tourismusgesetz auferlegt.

Bgm. Friedrich Partl: Das heißt, wenn eine Gemeinde kein Projekt einreicht, entscheidet der Tourismusverband Südsteiermark, was damit passiert.

Herbert Germuth: Wenn eine Gemeinde für das laufende Wirtschaftsjahr keinen Antrag stellt, verbleibt das Geld im Budget des Tourismusverbandes.

Beschlussfassung: Herr Vorsitzender Herbert Germuth lässt die Kommission über Option 1 und Option 3 und dass der jeweilige Betrag bei Nicht-Inanspruchnahme durch die Gemeinden im Budget des Tourismusverbandes Südsteiermark verbleibt, abstimmen.

Die Kommission hat mehrheitlich für die Option 3 gestimmt.

Eingebrachte Infrastrukturprojekte der Gemeinden

Beschlussfassung: Herr Vorsitzender Herbert Germuth stellt den Antrag, dass die Kommission den eingegangenen Projekten die Zustimmung erteilt.

Folgende touristische Gemeinde-Infrastrukturprojekte wurden eingereicht:

- **Projekt der Marktgemeinde Lannach: BikeTrail-Park Lannach**
 - **Kurzbeschreibung:**
 - wurde 2021 errichtet;
 - regionale und überregionale Gäste;
 - durch Partnervereine auch regelmäßig Fahrer aus Slowenien und Italien;
 - tausende Fahrten;
 - sehr gute öffentliche Erreichbarkeit (Nähe Bahnhof);
 - Instandhaltungskosten von EUR 30.000,00/Jahr;
 - weitere Attraktionen sollen geschaffen werden
 - **Beantragte Projektlaufzeit: 2025 – 2027**

Der Antrag wurde einstimmig angenommen.

- **Projekt der Marktgemeinde Ehrenhausen: Herzbänke an ausgewählten Hotspots**
 - **Kurzbeschreibung:**
 - Montage von 3–5 Bänken (z. B. Tourismusbüro Ehrenhausen, Wanderweg Ratsch-Ottenberg, Wanderweg LOISIUM usw.)
 - eine Bank kostet etwa EUR 4.500 netto
 - Regionaler Produzent
 - dienen der Erholung, als Fotopunkte und tragen wesentlich zur Qualitätssteigerung der Wanderwege bei
 - Option: QR-Codes, um zB. Inhalte für Social Media zu generieren; Informationen zu geben usw.
 - **Beantragte Projektlaufzeit: 2025 - 2027**

Der Antrag wurde einstimmig angenommen.

- **Projekt der Gemeinde St. Johann i.S.:** Erneuerung der Begrüßungsschilder bei den Ortseinfahrten
 - **Kurzbeschreibung:**
 - an den Gemeindegrenzen entlang der Landesstraßen sind seit 2 Jahrzehnten Ortseinfahrtstafeln aufgestellt
 - Vorstellung aller Katastralgemeinde und Begrüßung der Gäste
 - Neues Konzept inkl. Erlebnisregion soll erstellt werden und die Tafel erneuert werden
 - **Beantragte Projektlaufzeit: 2025 – 2027**

Der Antrag wurde einstimmig angenommen.

- **Projekt der Marktgemeinde Straß:** Wanderwegs-Infotafeln Natur-Kultur-Archäologie-weg Spielfelder Weingärten in den Windischen Büheln
 - **Kurzbeschreibung:**
 - aufwändige und interessante Wandertafeln
 - Kostenpunkt rund EUR 4.500 netto
 - **Beantragte Projektlaufzeit: 1 Jahr 2025**

Der Antrag wurde einstimmig angenommen.

- **Projekt der Marktgemeinde Stainz:** Flascherzug
 - **Kurzbeschreibung:**
 - Jährlich tausende Besucher:innen
 - Projekt zur Instandhaltung und Erneuerung der Gleiskörper
 - **Beantragte Projektlaufzeit: 2025 - 2027**

Der Antrag wurde mehrheitlich angenommen – 1 Gegenstimme von Gerd Jauk

Gerd Jauk: Um welchen Betrag handelt es sich hier?

Herbert Germuth: Sie haben einen weit höheren Betrag zu stemmen, der zB. für die Gleisbauten anfällt. Sie nutzen den kompletten Betrag.

Ernst Kahr: Nach den 3 Jahren Laufzeit kann die Gemeinde wieder neu beantragen. Es handelt sich um € 5.840,00 für heuer.

Gerd Jauk: Es sollte angegeben werden, um welchen Betrag es sich handelt.

Bgm. Michael Schumacher: Wann wird der Betrag überwiesen?

Herbert Germuth: Sobald die Anträge beschlossen sind. Man kann weitere Projekte bei den nächsten Sitzungen beschließen lassen.

19:27 Uhr - Bgm. Franz Silly verlässt die Sitzung

- **Projekt der Gemeinde St. Nikolai im Sausal:** Fahrradladestation
 - **Kurzbeschreibung:**
 - Errichtung Generationenpark und neue öffentl. WC-Anlage im Ortszentrum – E-Bike-Ladestation geplant

- Aufwertung des Ortszentrums
 - Während der Ladezeit kann ua. das Winzer- und Naturparkhaus (Destillerie Aei-
jst) besucht werden => Chance Steigerung reg. Wertschöpfung
 - Investition rund EUR 4.000,00 inkl. Überdachung
- **Beantragte Projektlaufzeit: 1 Jahr 2025**
Der Antrag wurde einstimmig angenommen.

- **Projekt der Marktgemeinde Wildon: zwei Projekte geplant:** Modernisierung öffentl. Spielplatz (100-250' EUR) UND umweltpädagogisches Konzept/Schnitzeljagd – Hengistregion (LEADER – rund 50' EUR)
- **Kurzbeschreibung:**
 - Verwendung des Infrastrukturbeitrages für eines der beiden Projekte
- **Beantragte Projektlaufzeit: 1 Jahr 2025**

Der Antrag wurde einstimmig angenommen.

- **Projekt der Marktgemeinde Gamlitz: Gamlitzer Gast Service Taxi**
- **Kurzbeschreibung:**
 - Konzeptentwicklung zur besseren Sichtbarkeit und zur Qualitätssteigerung des Serviceangebots
 - Förderung des nachhaltigen Mobilitätsangebots im Tourismus
 - Kosten: rund EUR 9.800,00
- **Beantragte Projektlaufzeit: 2025 - 2026**

Der Antrag wurde einstimmig angenommen.

- **Projekt der Marktgemeinde Leutschach: Renovierung Schlossbergwarte**
- **Kurzbeschreibung:**
 - dringend Renovierungsbedürftig
 - beliebtes Ausflugsziel
 - Kosten: rund EUR 250.000
- **Beantragte Projektlaufzeit: 2025 - 2026**

Der Antrag wurde einstimmig angenommen.

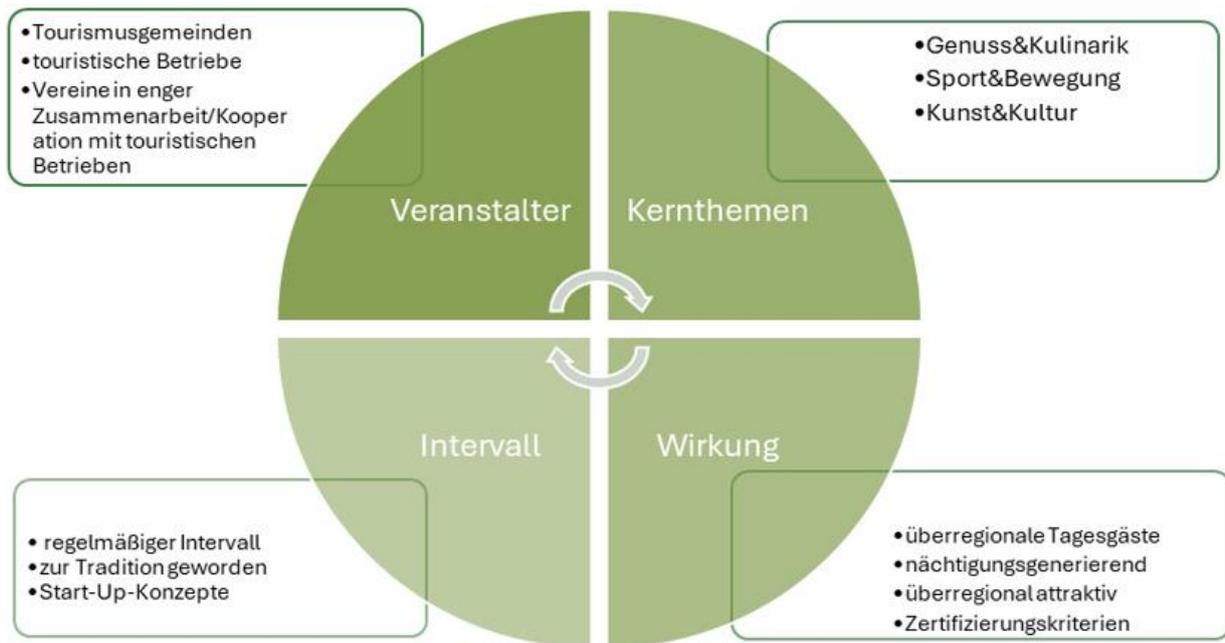
Weitere touristische Infrastrukturprojekte von Gemeinden können bis 4 Wochen vor den nächsten Kommissionssitzungen (Termine siehe unter TOP 11 Allfälliges) per Email an evelyn.schweinzger@suedsteiermark.com eingebracht werden.

19:32 Uhr - Bgm. Gerhard Hartinger verlässt die Sitzung

Tagesordnungspunkt 8 Veranstaltungskooperationen

Zielsetzung:

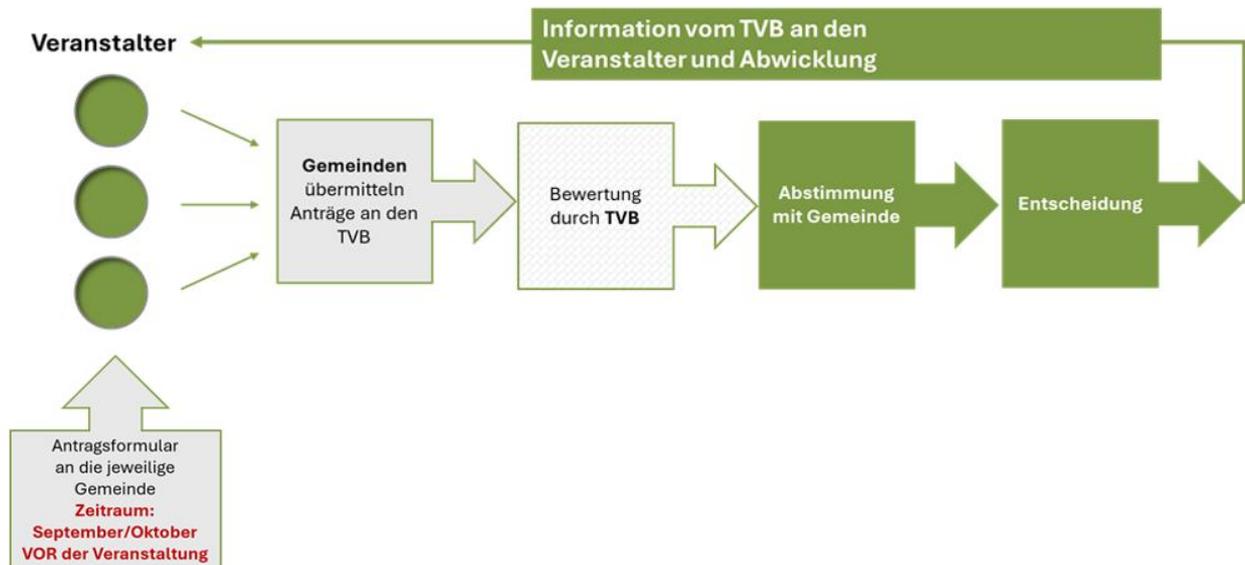
- effiziente und effektive Marketing-Unterstützung touristisch wirksamer Veranstaltungen (Definition siehe Punkt **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**)
- eine auf transparenten und objektiven Kriterien beruhende Verteilung
- Stärkung der Regionsmarke durch Widerspiegeln der Hauptkernthemen der Region im Veranstaltungskonzept und Bewerbung im CD der Region
- Mittragen der Destinationsmarke Steiermark



Veranstaltungsvariante	Betragliche Bandbreite der VAKOOP
Highlight-Veranstaltungen	EUR 1.000,00 bis EUR 5.000,00
Regionsveranstaltungen	EUR 250,00 bis EUR 500,00
Vertragliche Kooperationen/Sponsoring	individuell bewertet und vereinbart
Einmalige Veranstaltungen/Start-ups	individuell bewertet und vereinbart

Umfassender Kriterienkatalog

- Beurteilung nach Kriterienkatalog umfasst auch die LRM-Kriterien
- Transparente Beurteilung – in Abstimmung mit Gemeinde
- Kommunikation an Kommission
- TVB koordiniert wirksame, übergeordnete Marketing-Maßnahmen und berücksichtigt dies im VAKOOP



Antragsstellung und Abrechnung

- Information der (bisherigen) Veranstalter und der Gemeinden (Ansprechperson = Tourismusverantwortliche) durch den Tourismusverband Südsteiermark
- **Sonderlösung 2025:** Anträge sollten bis spätestens Ende März eingebracht werden
- NEU: Antragsstellung für VA 2026 => Anfang September bis Ende Oktober 2025 (!)
- Abrechnung der mit dem TVB freigegebene Sujets: jeweilige Rechnungen inkl. Clipping sowie Abschlussbericht

Wortmeldungen:

Michaela Perstling: Ist die Umsatzsteuer für den Tourismusverband Südsteiermark ein Kostenfaktor? Der Rechnungsempfänger ist nicht gleich der Veranstalter.

Nicole Reiterer: Nein, die Rechnung für die erbrachte Marketingleistung bzw. -aktivität ergeht direkt vom Produzenten/Dienstleister an den Tourismusverband Südsteiermark .

Beschlussfassung: Herr Vorsitzender Herbert Germuth stellt den Antrag, dass die Kommission dem vorgelegten Konzept zur Verteilung des Budgetpostens für Veranstaltungskooperationen zustimmt. Der Antrag wurde einstimmig angenommen.

19:46 Uhr Bgm. Karlheinz Schuster verlässt die Sitzung

Tagesordnungspunkt 9 Beschluss der Mietverträge NEU für Ehrenhausen und Leibnitz

Eckdaten (Mietverträge liegen zur Einsicht auf).

	Büro Leibnitz	Büro Ehrenhausen
Vermieter/Vertragspartner	s IM Immobilien Management GmbH	Marktgemeinde Ehrenhausen
Fläche Ausstattung	53,47 m ² 3 Arbeitsplätze inkl. 1 Kochnische, WC und Abstellraum im UG	68,25 m ² EG: 1 AP inkl. WC und Kochnische OG: Besprechungsraum f. 12 Personen
Mietpreis gesamt (netto)	EUR EUR 630,89 / [809,32 (inkl. <u>allgem.</u> BK, Strom- und Heizkosten)]	EUR 500,00 + ca. 35,00 (Stromkosten)
Mietpreis (netto)/m ²	EUR 11,80	EUR 7,32
Laufzeit	1.1.2025 – unbestimmte LZ	1.1.2025 – LZ 20 Jahre (<u>steuerl.</u> Gründe)
Kündigungsfrist	dreimonatige KF am Ende jeden Quartals	dreimonatige KF am Ende jeden Jahres
Betriebskosten (netto)	Reinigung 1x wöchentlich	Heizung/Nahwärme EUR folgt

Das Büro in Ehrenhausen wurde komplett von der Gemeinde eingerichtet – der TVB bedankt sich herzlich dafür bei der Marktgemeinde!

Beschlussfassung: Herr Vorsitzender Herbert Germuth stellt den Antrag, dass die Kommission dem Mietvertrag für den neuen Bürostandort in Leibnitz zustimmt.

Der Antrag wurde mehrheitlich angenommen.

1 Gegenstimme: Bgm. Michael Schumacher

Beschlussfassung: Herr Vorsitzender Herbert Germuth stellt den Antrag, dass die Kommission dem Mietvertrag für den neuen Bürostandort in Ehrenhausen zustimmt. Der Antrag wurde einstimmig angenommen

Tagesordnungspunkt 10 Personalangelegenheiten

Dieser Tagesordnungspunkt wird nicht öffentlich behandelt. Hierzu gibt es ein gesondertes Protokoll.

Tagesordnungspunkt 11 Allfälliges

Nächste Termine

- Vollversammlung, 11. März 2025, ab 17:00 Uhr in der Hofer-Mühle, Stainz
- Ausflug mit einem gemeinsamen Bus zum Steiermark Frühling am Do, 27. März 2025 - Anmeldung bei Martina Schröttner bis 14.02.2025

- Workshoptermine Lebensraummanagement – Kontakt Nicole Reiterer. Termine von April – Juli geplant – Detailinfos folgen!
- Kommissionssitzungen 2025
 - Dienstag, 29.04.2025
 - Mittwoch, 02.07.2025
 - Mittwoch, 27.08.2025
 - Mittwoch, 26.11.2025

20:07 Uhr - Michael Niggas verlässt die Sitzung

Wortmeldungen:

Vizebgm. Georg Pock: Beim Auffalten der neuen Wanderkarte ist das Papier gleich zerrissen. Es wäre außerdem schön, wenn die Gemeinden anders aufgeteilt würden. Teilweise sind sie nicht vollständig auf 1 Karte.

Herbert Germuth: Wir haben die Wanderkarten und Informationen mehrmals an die Gemeinden zur Überprüfung geschickt. Die Aufteilung kann gerne für die Zukunft nochmals besprochen werden.

Elektronische Gästemeldung

Die Umstellung des Meldewesens auf Feratel steht heuer bei einigen Gemeinden an. Bitte bei Fragen gerne an uns wenden. Die Umstellung ist wichtig, die Betriebe müssen unbedingt anfangen, digital zu melden.

Schlussworte des Vorsitzenden Herbert Germuth: Danksagung für die Zusammenarbeit der Kommission mit dem Tourismusverband Südsteiermark.



Herbert Germuth



Martina Schröttner, Schriftführerin