



# JAHRES- BERICHT 2025 Q1-Q3

TOURISMUSVERBAND  
ATTERSEE-ATTERGAU

## EINE ÜBERSICHT

- |   |          |
|---|----------|
| 1. VORWORT                                | SEITE 02 |
| 2. DER TOURISMUSVERBAND ATTERSEE-ATTERGAU | SEITE 06 |
| 3. DIGITALE KOMMUNIKATION                 | SEITE 14 |
| 4. MARKETING                              | SEITE 36 |
| 5. KAMPAGNEN UND KOOPERATIONEN            | SEITE 48 |
| 6. PACKAGES                               | SEITE 54 |
| 7. DRUCKSORTEN                            | SEITE 55 |
| 8. PRESSE UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT       | SEITE 59 |
| 9. INNENMARKETING UND KOMMUNIKATION       | SEITE 64 |
| 10. DIGITALISIERUNG UND CRM               | SEITE 67 |
| 11. EMPLOYER BRANDING                     | SEITE 70 |
| 12. BILANZ                                | SEITE 71 |

# 1. VORWORT

## „Sag beim Abschied leise Servus“

Liebe Damen und Herren,

jetzt ist es an der Zeit Abschied zu nehmen. Ich werde den Tourismusverband Attersee-Attergau ab 01. Jänner 2026 verlassen und der jetzige Aufsichtsrat der Region Attersee-Attergau wird durch das Destinationsforum Attersee-Attergau ersetzt werden.

Ab 01. Jänner 2026 wird der Tourismusverband als Destination Attersee-Attergau Teil des neuen und großen Tourismusverbands Salzkammergut sein. Ich möchte hiermit die Gelegenheit nutzen, mit Ihnen gemeinsam auf die letzten, fast sieben Jahre, zurückzublicken.

Gemeinsam mit meinem Team und natürlich auch mit Ihnen haben wir viel bewirkt, initiiert und vor allem, auch erfolgreich umgesetzt. Erinnern wir uns doch einen Moment gemeinsam mit einem von mir ausgewählten **Auszug**. Die Summe der gesamten Aktionen der letzten Jahre würde den Rahmen des Vorwortes „sprengen“.

- Das **gesamte Marketing** der Tourismusmarke Attersee-Attergau wurde **einem Relaunch unterzogen**, kein Stein ist auf dem anderen geblieben. **(2019 – 2025)**

- Neue Bildwelten wurden umgesetzt, Imagevideos für die gesamte Region erstellt, ein frischer und moderner Markenauftritt mit Wiedererkennungswert kreiert, und ein Marketing am Puls der Zeit erfolgreich umgesetzt.

- **Gustl & Perla als Maskottchen (2019)**

2019 starteten wir mit einem ganz besonderen Herzensprojekt, um den Zusammenhalt in der neuen und fusionierten Region zu stärken und um die lokale Bevölkerung in diesem Prozess zu involvieren. Seit 2020 begeistern Perlisch Perla, als lebensgroßes Maskottchen und Eule Gustl, als Aushängeschild des AbenteuerWander-Passes. Die beiden Maskottchen wurden in Folge eines Zeichenwettbewerbes von einheimischen Volksschüler:innen kreiert und symbolisieren den Zusammenhalt der Region Attersee (Fisch) und Attergau (Eule).

- **Seehnsuchtspäckchen (2020 – 2022) in Zeiten von Corona**

Jeder Beherbergungsbetrieb der Region Attersee-Attergau hatte die Möglichkeit, drei Stammgäste kostenlos mit einem Frühlingsgruß, bestehend aus regionalen Aufmerksamkeiten zu überraschen. Die Kosten dafür übernahm der TVB. Versendete Pakete: 2020: 289, 2021: 261, 2022: 192

Die Aktion ist während der Pandemie entstanden, um den Betrieben der Region durch diese für uns alle, nicht so einfache Zeit Beistand zu zeigen und um unseren Gästen aus Nah und Fern, auch in Zeiten der Ausgangssperren, ein Gefühl von „Attersee-Attergau Liebe“ zu geben.

- **Merchandise Produkte (2023)**

Um die Marke Attersee-Attergau weiter zu stärken, wurde 2023 die Idee einer eigenen Merchandise Linie geboren. Viele hochwertige und sinnvolle Geschenke, Reiseandenken, Mitbringsel und Souvenirs wurden produziert. Die Maskottchen Stofftiere „Perla“ oder „Gustl“, fesche T-Shirts, flauschige Badetücher, Wasserbälle, Kissen, Wasserflaschen, Kühlschränkmagnete, Postkarten und vieles mehr gibt es bis heute in unseren Informationsbüros Attersee-Attergau als Werbeprodukte zum Mitnehmen.

- **AtterCAMPUS (2024 und laufend)**

Aus den Jahresberichten für unsere Betriebe der Region (gestartet relativ zu Beginn meiner Tätigkeit) die eine individuelle Betriebsberatung unserer E-Coaches dargestellt hat – ist die Idee des AtterCAMPUS entstanden. Damit sollen unsere touristischen Betriebe mit für sie relevanten Weiterbildungen und Kursen, die Möglichkeit haben, sich in der Region und mit uns gemeinsam, professionell weiterzuentwickeln. Mein Herzensprojekt, ganz nah mit den touristischen Kooperationspartner:innen in den Tourismus 2.0 zu starten, hat sich zu einer preisprämierten Schulungsserie entwickelt. Der AtterCAMPUS ging im Frühjahr 2024 in die erste Runde und wurde im Herbst 2024 und Frühling 2025 fortgesetzt. Je nach Interesse und Bedarf konnte sich jede/r touristische Anbieter:in für die vom Tourismusverband initiierten und finanzierten Workshops zu den verschiedensten Themenbereichen anmelden und diese KOSTENFREI besuchen. Es wurden Themenwochen zu den Bereichen Nachhaltigkeit, Entwicklung des Tourismus in der Zukunft, Online Marketing, Kommunikation und Rhetorik, Beschwerdemanagement oder Preisstrategie angeboten.

- **Veranstaltungen & Highlights** (Großevents, kulturelle Höhepunkte, neue Formate)

Vom Tourismusverband initiierte und organisierte Veranstaltungsformate und Aktionen in der Vor- und Nachsaison entzieren die Saison und bringen zusätzliche Nächtigungsgäste in der touristisch ruhigeren Zeit. Auch hier nur ein kurzer Auszug: Der Autofreie Radtag, GenussHerbst, Emilie Flöge Geburtstag, Eisbade Events, Employer Branding Aktionen u. v. m. Auch die Kulturhauptstadt Europas Bad Ischl Salzkammergut 2024, gebildet aus 23 Gemeinden in Oberösterreich und der Steiermark, bei der wir mit zwei Orten der Region ebenfalls beteiligt waren, wird uns allen in Erinnerung bleiben.

Ich könnte noch endlos weitererzählen und habe dazu noch gar nicht alles erwähnt, was wir intern neu gestaltet, neu organisiert und/oder verändert haben. Alles in allen war es für mich eine aufregende, heraus- /fordernde und bewegende Zeit und ich möchte keine der zahlreichen Begegnungen mit Ihnen missen.

**Jetzt ist es Zeit auch DANKE zu sagen**, liebe touristische Partner:innen, für Ihr Vertrauen in mich, für Ihre Unterstützung und vor allem für Ihren Mut, meine manchmal auch etwas verrückten Aktionen mitzutragen.

**DANKE an den Aufsichtsrat, an meinen „Chefe“ Georg und all den Damen und Herren des Aufsichtsrats, die mir Rückhalt gegeben haben.**

**DANKE an mein Team, meine „Damen“, wie ich sie nenne, welche treu neben, hinter und manchmal auch vor mir gestanden sind.**

Ich werde die Region Attersee-Attergau immer im Herzen tragen und ich sage somit, wenn ich Kaiser Franz Joseph zitieren darf:

**„Es war sehr schön, es hat mich sehr gefreut!“**

Herzlichst,  
**Angelina Eggl**

Geschäftsführerin Tourismusverband Attersee-Attergau 2019-2025



Angelina Eggl, Geschäftsführerin

## Vorwort des Aufsichtsratsvorsitzenden

Geschätzte Partner:Innen und Freund:Innen  
des Tourismusverbands Attersee-Attergau,

es ist und war mir stets eine Ehre, als Aufsichtsratsvorsitzender des Tourismusverbandes Attersee-Attergau, den Weg unseres Verbandes von seinen holprigen Anfängen vor sechs Jahren, im Jahr 2019, bis zur Fusion zum TVB Salzkammergut ab 01. Jänner 2026, bei zahlreichen Anlässen vertreten zu dürfen. In vielen Belangen war ich erster Ansprechpartner einer äußerst engagierten Geschäftsführerin und eines jungen motivierten Teams, sowie Vertreter einer großen und einzigartigen Feriendestination mit mehr als 1700 Interessenten.

Diese Zeit war geprägt von lebendigen Diskussionen, kreativen Lösungen und dem festen Willen, unsere wunderschöne Region für Gäste und Einheimische gleichermaßen erlebbar zu machen.

Unter dem gemeinsamen Dach des TVB Attersee-Attergau konnte die Vielzahl an touristischen Angeboten harmonisiert, die Qualität der Gästebetreuung gesteigert, E-Coaching und Beratungskompetenz aufgebaut, erfolgreiche Marketing- und Social Media Kampagnen realisiert und eine Unzahl an Projekten umgesetzt werden, die unsere Region nachhaltig geprägt haben: von der professionellen Markenführung, exzellenten Bildwelten, dem ATTERCampus als Trainings- und Austauschraum bis hin zur Förderung regionaler Kultur- und Naturerlebnisse, um nur einige der herausragenden Projekte zu nennen.

Im Namen des Aufsichtsrates bedanke ich mich an dieser Stelle sehr herzlich bei der scheidenden Geschäftsführerin, Angelina Eggel für ihren jahrelangen unermüdlichen Einsatz und ihr Engagement für unsere Region und wünsche ihr für die berufliche und private Zukunft alles erdenklich Gute.

Ich bin überzeugt, dass die Damen nun um Simone Süss, als zukünftige Destinationsmanagerin Attersee-Attergau, unter dem Dach des TVB Salzkammergut und im Flow einer der stärksten touristischen Marken des Landes, die regionalen Besonderheiten und das vielfältige Angebot der Region Attersee-Attergau gut positionieren werden und dass uns die Vorteile des neuen Salzkammergutverbandes nachhaltig, zukunftsfähig und international noch erfolgreicher machen.

Mit besten Grüßen,  
**Mag. Georg Föttinger**  
Aufsichtsratsvorsitzender Tourismusverband Attersee-Attergau 2019–2025



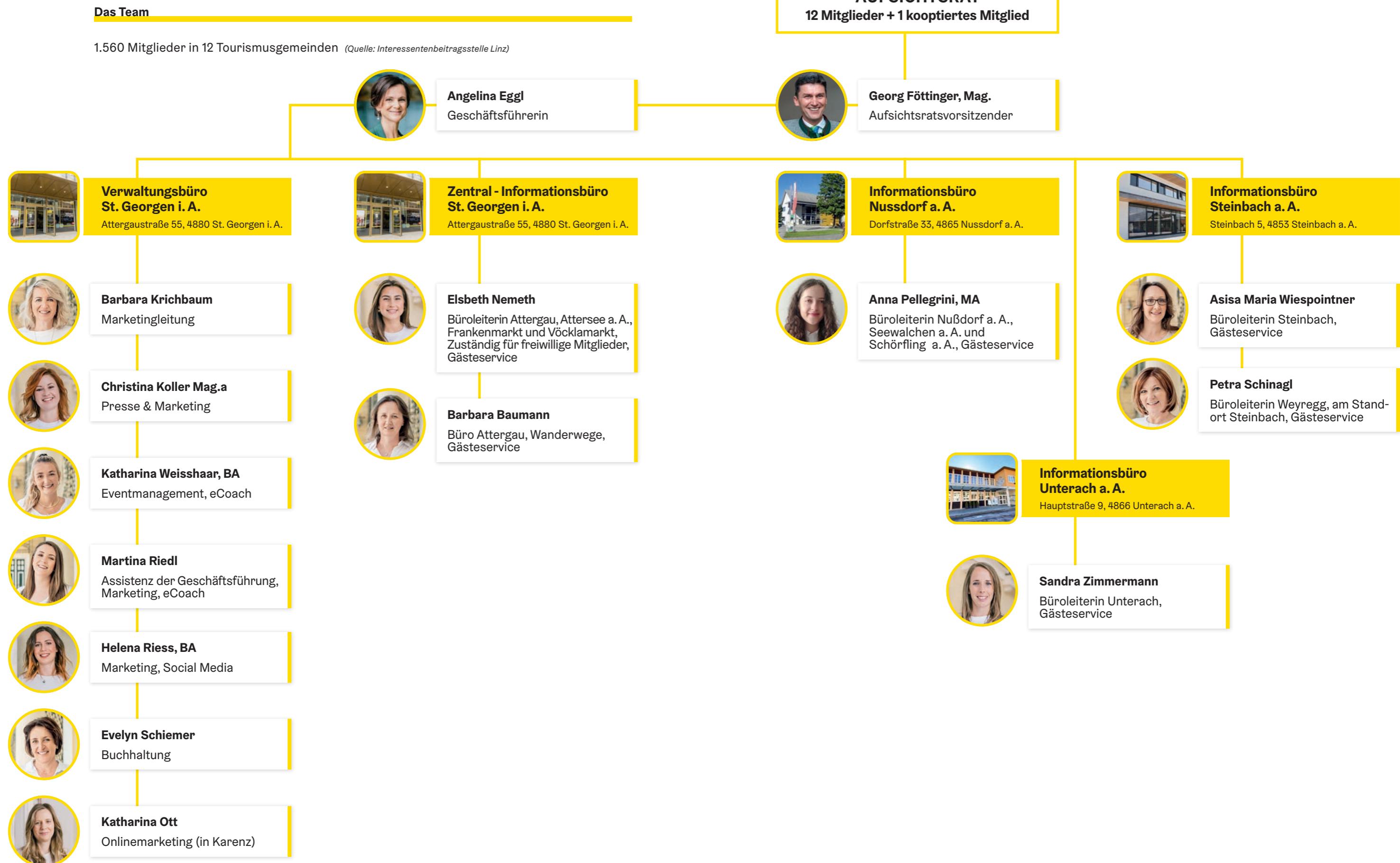
6. Vollversammlung TVB Attersee-Attergau

## Aufsichtsrat des Tourismusverbands Attersee-Attergau

v. l. n. r.: Herr Mag. Stefan Stadler,  
Frau Marlene Beer,  
Herr Markus Winzer,  
Frau Christine Schmoller,  
Herr Mag. Georg Föttinger,  
Frau Bgm. Nicole Eder,  
Herr Dietmar Bergmoser,  
Herr Anton Nussbaumer,  
Herr Bgm. Ernst Pachler,  
Herr Jürgen Schütz,  
Herr Christian Schilcher MBA,  
Frau Mag. Doris Cuturi-Stern,  
Frau Angelina Eggel

Nicht im Bild:  
Herr Andreas Eckerstorfer  
Herr Alfred Haberl

## 2. DER TOURISMUSVERBAND ATTERSEE-ATTERGAU 2025



## Themenfelder



## Leistungsbereiche des Tourismusverbandes Attersee-Attergau

Alle Marketing-Entscheidungen werden eng mit diesen 4 Leistungsbereichen in Abstimmung gebracht.



## ANKÜNFE UND NÄCHTIGUNGSZAHLEN TVB ATTERSEE-ATTERGAU

### Aufsichtsräte

Name:	Funktion:	vertritt:
<b>Mag. Georg Föttinger</b>	Aufsichtsratsvorsitzender	Region Attersee
<b>Christine Schmoller</b>	AR-Vorsitzender-Stv.	Region Attergau
<b>Mag. Stefan Stadler</b>		Region Attersee
<b>Jürgen Schütz</b>		Region Attersee
<b>KommR. Mag. Doris Cuturi-Stern</b>		Region Attersee
<b>Bgm. Nicole Eder</b>		Region Attersee
<b>Marlene Beer</b>		Region Attergau
<b>Andreas Eckerstorfer</b>		Region Attergau
<b>Bgm. Ernst Pachler</b>		Region Attergau
<b>Dietmar Bergmoser</b>		Region Frankenmarkt
<b>Anton Nussbaumer</b>		Region Vöcklamarkt
<b>Mag. Thomas Spitzbart</b>		Vertreter OÖ Tourismus (ohne Stimme)
<b>Markus Winzer</b>		kooptiertes Mitglied (ohne Stimme)

### Sitzungstermine 2024

<b>Aufsichtsratssitzungen:</b>	18. März 2025, 25. Juni 2025, 08. Oktober 2025
<b>Sonder-Aufsichtsratssitzung:</b>	27. Februar 2025
<b>7. Vollversammlung:</b>	26. November 2025

### Anteile STMG

Ab 01. Jänner 2025 besitzen wir 17,07% der Anteile der STMG (Austritt Ausseerland)

2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024 und 2025 – Mai bis September (Stichtag 03.11.2025)

#### Ankünfte Sommerhalbjahr:



#### Nächtigungen Sommerhalbjahr:



### Ankünfte und Nächtigungszahlen der Markendestinationen in OÖ 2025 – Mai bis September

Destinationen und Tourismusverbände	AK	Vgl.	Abw.	Abw.	NÄ	Vgl.	Abw.	Abw.	Dauer	Vgl.	Abw.
Attersee - Attergau	118.375	127.910	-9.535	-7,45 %	443.209	479.687	-36.478	-7,60 %	3,74	3,75	-0,01
Bad Ischl	68.517	56.131	12.386	22,07 %	238.537	216.791	21.746	10,03 %	3,48	3,86	-0,38
Donau Oberösterreich	185.629	179.199	6.430	3,59 %	384.977	378.396	6.581	1,74 %	2,07	2,11	-0,04
Inneres Salzkammergut	231.773	227.419	4.354	1,91 %	605.290	585.480	19.810	3,38 %	2,61	2,57	0,04
Linz	324.265	304.983	19.282	6,32 %	542.090	535.919	6.171	1,15 %	1,67	1,76	-0,09
MondSeeLand, Mondsee - Irrsee	90.751	90.788	-37	-0,04 %	299.403	301.958	-2.555	-0,85 %	3,30	3,33	-0,03
Mühlviertel	134.032	133.795	237	0,18 %	387.700	391.861	-4.161	-1,06 %	2,89	2,93	-0,04
Pyhrn-Priel - Bad Hall - Steyr und die Nationalpark Region	201.178	186.255	14.923	8,01 %	599.343	573.271	26.072	4,55 %	2,98	3,08	-0,10
Region Wels	76.328	72.970	3.358	4,60 %	131.571	131.159	412	0,31 %	1,72	1,80	-0,07
St. Wolfgang im Salzkammergut	96.704	96.600	104	0,11 %	305.105	305.400	-295	-0,10 %	3,16	3,16	-0,01
Traunsee - Almtal	110.711	110.670	41	0,04 %	322.965	320.529	2.436	0,76 %	2,92	2,90	0,02
Vitalwelt - Innviertel - Entdecker- viertel - Hausruckwald	185.569	182.415	3.154	1,73 %	541.587	546.853	-5.266	-0,96 %	2,92	3,00	-0,08
<b>Gesamt</b>	<b>1.823.832</b>	<b>1.769.135</b>	<b>54.697</b>	<b>3,09 %</b>	<b>4.801.777</b>	<b>4.767.304</b>	<b>34.473</b>	<b>0,72 %</b>	<b>2,63</b>	<b>2,69</b>	<b>-0,06</b>

Quelle: Statistik Austria

## Die Salzkammergut Tourismus-Marketing GmbH (STMG) – Das gemeinsame Salzkammergut-Dach

Ein außergewöhnliches Jahr liegt hinter uns – ein Jahr, in dem das Salzkammergut mit Bad Ischl als Kulturhauptstadt Europas 2024 internationale Aufmerksamkeit erlangte, und wir gemeinsam bewiesen haben, welche Kraft in dieser Region steckt. Die Destination Attersee-Attergau war dabei nicht nur stiller Teilhaber, sondern aktiver Mitgestalter dieses Erfolgs.

Mit 5,6 Millionen Übernachtungen wurde im vorigen Jahr im Salzkammergut ein historischer Rekord erreicht. Besonders stolz sind wir darauf, dass die Betriebe in der Region Attersee-Attergau maßgeblich dazu beigetragen haben, im Wissen, dass die Region mit erschwerten Bedingungen zu kämpfen hatte und voraussichtlich ein Minus bei den Gästenächtigungen im heurigen Jahr hinnehmen wird müssen. Gastgeberinnen und Gastgeber, Gastronomie, Freizeitbetriebe und engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben trotzdem gezeigt, was gelebte Gastfreundschaft bedeutet.

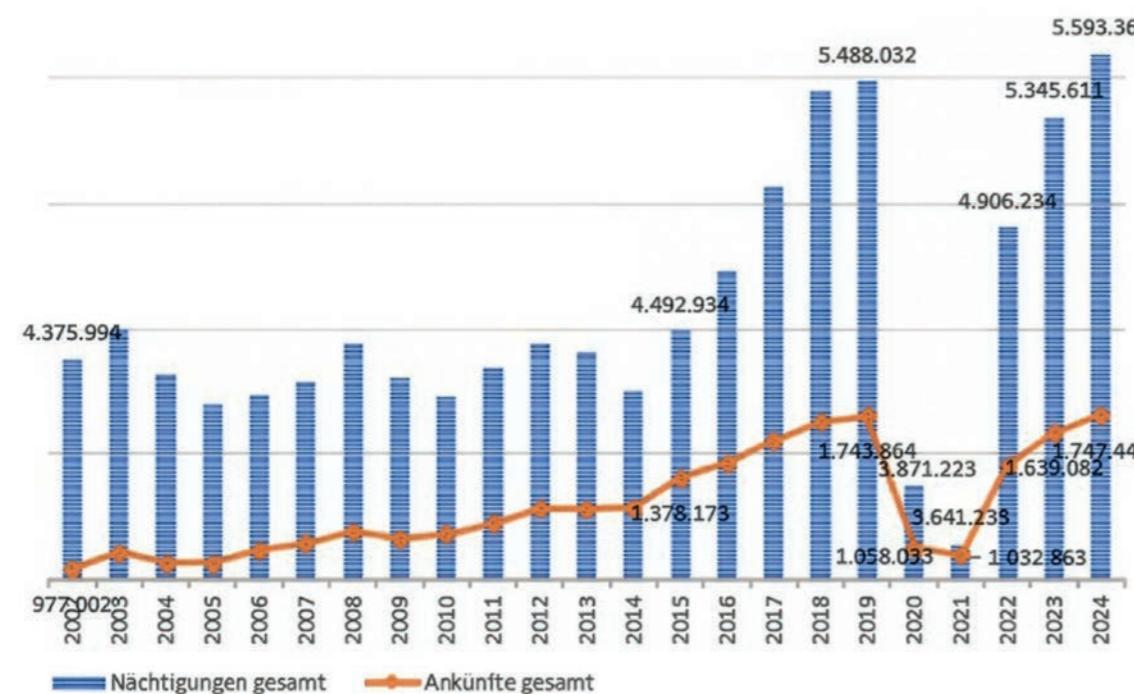


Abbildung: Übernachtungen und Ankünfte im Salzkammergut von 2002 bis 2024

Traditionell sinken die Nächtigungszahlen im Jahr nach einer Kulturhauptstadt um bis zu 10 Prozent. Doch nicht im Salzkammergut. Wir gehen davon aus, dass der Übernachtungsrekord des letzten Jahres gehalten werden kann. Statt Rückschritt erleben wir Aufbruch. Statt Stillstand sehen wir neue Kraft und Mut zur Entwicklung. Dieses Ergebnis ist kein Zufall, sondern das Resultat starker Partnerschaften, einer klaren Vision und einer vorbildlichen Zusammenarbeit zwischen dem Tourismusverband Attersee-Attergau, der Salzkammergut Tourismus-Marketing GmbH, den anderen Tourismusregionen des Salzkammerguts und den vielen engagierten Unternehmerinnen und Unternehmern.

Diese Kooperation ist unser Fundament für die Zukunft. Sie zeigt, dass regionales Denken und gemeinsames Handeln kein Widerspruch sind – sondern unser größtes Potenzial.

Ein besonderer Dank gilt dem gesamten Team des Tourismusverband Attersee-Attergau, das mit Professionalität, Kreativität und Herzblut diese Entwicklung möglich macht. Ebenso danken wir Geschäftsführerin Angelina Eggl, die den Verband mit großem Engagement geprägt hat und mit Ende des Jahres ihre Funktion übergibt. Ihr Einsatz und ihre Handschrift werden bleiben.

Und vor allem danken wir den Unternehmerinnen und Unternehmern der Region: Sie sind das Gesicht des Tourismus. Sie investieren Mut, Zeit und Leidenschaft – und machen unsere Region zu einem Ort, an dem Gäste sich willkommen fühlen und immer wieder zurückkehren.

Lassen Sie uns diesen Erfolg nicht als Abschluss betrachten, sondern als Beginn einer neuen Etappe. Das Salzkammergut hat bewiesen, wie viel möglich ist – jetzt liegt es an uns, diesen Weg weiterzugehen, mutig zu gestalten und gemeinsam Zukunft zu schaffen.

Apropos Beginn einer neuen Etappe: Ab dem 1. Januar 2026 fusionieren alle Tourismusverbände des oberösterreichischen Salzkammerguts zum neu geschaffenen Tourismusverband Salzkammergut. Fast alle Aufgaben und Mitarbeiter:innen sowie ein Großteil des Budgets werden in die STMG transferiert, die als operatives Tochterunternehmen des neuen Tourismusverbandes fungiert. Trotz anfänglicher Diskussionen rund um die Fusion ziehen alle Tourismusverbände, deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die Funktionäre an einem Strang und werden sicherlich eine erfolgreiche und innovative Netzwerk-Tourismusorganisation aufbauen. Im Rahmen dieser Reform verfolgen wir weiterhin das übergeordnete Ziel, durch Zusammenarbeit im Tourismus- und Freizeitsektor sowie in der gesamten Destination Salzkammergut eine maximale Wertschöpfung zu generieren. Dabei berücksichtigen wir ökologische, ökonomische und soziale Aspekte. Die neue, agile Netzwerkorganisation wird zukünftig eine noch effektivere Kooperation ermöglichen.

Wir werden Sie laufend über diesen Prozess informieren. Wir laden Sie aber auch ganz herzlich ein, mit uns in Kontakt zu treten, damit wir Sie aus erster Hand im Detail informieren können. Und notieren Sie sich gleich den 11. März 2026. An diesem Tag findet die erste Vollversammlung des Tourismusverbandes Salzkammerguts im Kongresshaus Bad Ischl statt. Wir freuen uns auf Ihr Kommen.

Auf ein inspirierendes Jahr 2026,  
**Mag. Michael Spechtenhauser**  
Geschäftsführer Salzkammergut Tourismus-Marketing GmbH

### 3. DIGITALE KOMMUNIKATION

#### Website [attersee-attergau.at](http://www.attersee-attergau.at)

Die Website **attersee-attergau.at** bildet das zentrale Fundament unseres digitalen Marketings. Eingebettet in die Webarchitektur der Oberösterreich Tourismus GmbH und verknüpft mit Schnittstellen wie **TOURDATA**, bietet sie einen umfassenden Informationspool zur Urlaubsregion.

##### Ein Mix aus Inspiration, Information und Service

Ob Ausflugsziele, Preise, Öffnungszeiten, Bilder oder Beschreibungen – die Plattform vereint Inspiration, Information und Service auf übersichtliche Weise. Gäste können sich so bereits vor der Reise ein authentisches Bild verschaffen und vor Ort mithilfe ihres Smartphones jederzeit Orientierung finden.

##### Qualität durch professionelles Datenmanagement

Zentrales Ziel des Datenmanagements auf **attersee-attergau.at** ist es, Inhalte stets **hochwertig, aktuell, vollständig und korrekt** bereitzustellen. Rund um die Kernversprechen und Themenwelten **Wasser, Nachhaltigkeit, Kulinarik, Aktivität & Gesundheit, Natur & Sterne, Kultur & Brauchtum sowie Berge & See** wird relevanter Content entwickelt und über alle digitalen Kanäle hinweg ausgespielt.

##### Digital Marketing

- Suchmaschinenmarketing (SEM)
- SEO / SEA
- Paid Kampagnen: META (Social Media), Google Ads, Display- und Bannerwerbung
- Content-Marketing
- Social-Media-Marketing
- Influencer-Marketing
- Reporting, Web-Analytics & Tracking
- Interaktive digitale Regionsdarstellung 360 Grad
- Infoterminals



(3)



(1)

(2)

(4)

#### INFORMATION:

##### TOURDATA als Herzstück der Website [attersee-attergau.at](http://www.attersee-attergau.at)

Die Website **attersee-attergau.at** basiert auf dem multimedialen Datenmanagementsystem **TOURDATA**, das sämtliche Inhalte zentral bündelt und aktuell hält. Dort werden Datensätze zu Unterkünften, Gastronomie, Points of Interest (POIs), Touren, Pauschalen, Veranstaltungen und Orten erfasst und gepflegt. Dadurch profitieren Gäste von einer klar strukturierten und stets aktuellen Informationsvielfalt:

- **Top-Events & Veranstaltungen** – Highlights, die man am Attersee und im Attergau im Salzkammergut nicht verpassen sollte.
- **Hotels & Unterkünfte** – eine gezielte Übersicht über alle Kategorien: Hotels, Gasthöfe, Ferienwohnungen, Pensionen, Bauernhöfe, Jugendherbergen, Campingplätze, Hütten und Rehazentren.
- **Gastronomie-Angebote** – von Restaurants und Gasthäusern über Heurige und Jausenstationen bis hin zu Cafés, Konditoreien, Bars und Vinotheken.
- **Angebote & Pauschalen** – maßgeschneiderte Urlaubs-pakete für unterschiedliche Zielgruppen.

Top Veranstaltungen  
in der Region Attersee-Attergau

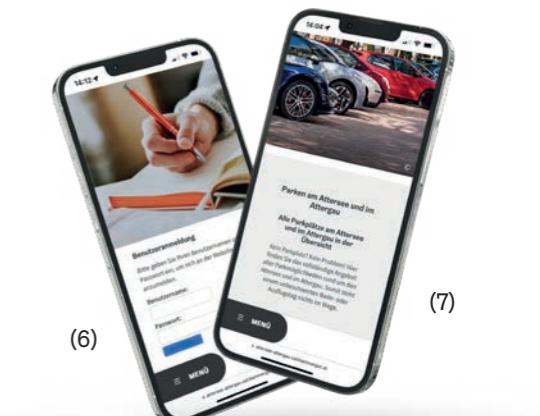


So wird **TOURDATA** zur zentralen Quelle für Inspiration, Planung und Service – und macht die Region digital erlebbar.

#### SERVICE:

- **Presse** – Zugriff auf aktuelle Presse-aussendungen sowie eine umfassende Bilddatenbank für Medienvertreter. <sup>(5)</sup>
- **Intranet** – exklusive Tipps, Trends und relevante Informationen für die touristischen Betriebe der Region. <sup>(6)</sup>
- **Infrastruktur** – praktische Hinweise für Gäste: Badeplätze am Attersee, Parkmöglichkeiten, barrierefreie Angebote sowie Badeplätze für Hunde. <sup>(7)</sup>

So vereint die Plattform Service für Gäste, Medien und Betriebe gleichermaßen – zentral, übersichtlich und jederzeit aktuell.



(6)

(7)



(5)

## Die wichtigsten KPIs (Jänner – September 2025)

Die wichtigsten KPIs messen Reichweite, Nutzerverhalten, Conversion und technische Performance.

### Profil des durchschnittlichen Website-Nutzers

Die Mehrheit der Website-Besucher ist **weiblich (55 %)** und gehört zur Altersgruppe **25–34 Jahre (21 %)**. Die Nutzerinnen und Nutzer sprechen überwiegend **Deutsch (87 %)** und leben zu **70 % in Österreich**, wobei **Wien mit 21,7 %** besonders stark vertreten ist. Die Website wird überwiegend **mobil über das Smartphone (72 %)** aufgerufen. Dabei verbringen die Nutzer:innen im Schnitt **2 Minuten und 28 Sekunden** auf der Seite und rufen **2,17 Seiten pro Sitzung** auf.

### TOP 15 DER MEISTBESUCHTEN SEITEN AUF ATTERSEE-ATTERGAU.AT 2025:

Urlaub in der Region Attersee-Attergau – Outdoormomente ...	53.907
Pauschalangebote in der Region Attersee-Attergau	36.820
Wie warm ist der Attersee? Hier finden Sie die aktuelle Wassertemperatur ...	30.440
Attersee-Attergau – Urlaub im Salzkammergut in Österreich	25.906
Nixenfall - Der Wasserfall in Weißenbach am Attersee	23.131
Unterkunftssuche	18.506
Autofreier Raderlebnistag 2025 am Attersee	18.334
Top-Ausflugsziele am Attersee und im Attergau	17.757
Veranstaltungen in der Region Attersee-Attergau	16.871
Öffentliche Badeplätze in der Region Attersee-Attergau ...	14.093
Webcam Attersee Attergau	12.739
Urlaub am See: Sommerfrische am Attersee ...	11.882
Erlebnisbad Attersee am Attersee	11.232
Regenprogramm in der Region Attersee-Attergau ...	11.092
Veranstaltungen in der Region Attersee-Attergau ...	10.630

Der Tag mit den meisten Besuchern war der **Samstag, 09. August 2025** mit **11.029 Usern**.

Quelle: Matomo

## Conclusio zur Website Performance 2025 (KPI-Analyse (Jan–Sept 2025 vs. Jan–Sept 2024))

### Traffic & Engagement

**873.859 Besuche**

(-6 %) leichter Rückgang

**2:30 min Aufenthaltsdauer**

(+1,4 %) Nutzer bleiben minimal länger

**18% Absprungrate**

(-10 %) positive Entwicklung, Nutzer verlassen die Seite seltener direkt

**9,4 Aktionen pro Besuch**

(+13,3 %) klare Verbesserung in der Interaktion

### Content-Nutzung

**2.065.552 Seitenansichten**

(-9,6 %) davon 1.368.827 eindeutig (-9,4 %) weniger konsumierte Inhalte trotz fast gleicher Aufenthaltsdauer

**72.501 interne Suchen**

(-21,2 %) aber einmalige Suchbegriffe (+36,1 %) weniger Suchen, aber breitere Vielfalt

**233.361 ausgehende Verweise**

(-4,1 %) eindeutige ausgehende Verweise **205.229 (-8,4 %)** Nutzer verlassen die Seite etwas weniger über Links

### Conclusio

- **Weniger Besucher:innen & Seitenaufrufe:** Die Reichweite ist leicht rückläufig (Traffic -6 %, Pageviews -10 %).
- **Qualität der Besuche steigt:** Die Nutzer:innen, die kommen, beschäftigen sich intensiver mit den Inhalten (längere Aufenthaltsdauer, weniger Absprünge, mehr Aktionen pro Besuch).

### Besucherübersicht



## Conclusio Besucherstruktur

Die Website wird stark **regional und national genutzt**:

- **Österreich** dominiert mit 184.786 Besuchen (v. a. aus Oberösterreich, Niederösterreich und Wien).
- **Deutschland** ist mit 57.820 Besuchen die wichtigste internationale Quelle, besonders aus Hessen und Bayern.
- Weitere Länder wie **Tschechien, Albanien und die USA** liefern zwar deutlich geringere, aber dennoch relevante Besucherzahlen.

Damit ist klar:

- Die Reichweite ist **primär deutschsprachig**, mit einer starken Fokussierung auf den **heimischen Markt und benachbarte Regionen**.
- Internationale Zugriffe (außerhalb DACH) sind noch gering und eher punktuell.

**Fazit:** Die Website erfüllt ihre Hauptfunktion als Informationsquelle für das Kernpublikum im deutschsprachigen Raum sehr gut. Um jedoch mehr internationale Gäste zu gewinnen, wäre eine **verstärkte fremdsprachige Content-Strategie (z. B. Englisch, Tschechisch)** sinnvoll.

## Conclusio Besucherakquisition

Die Mehrheit der Besucher:innen kommt weiterhin über **Suchmaschinen (65 %)** und **direkte Zugriffe (24 %)** – beide Kanäle zeigen allerdings **Rückgänge (-7,8 % bzw. -9,2 %)**. Auch **Referral-Traffic** von anderen Webseiten ist **deutlich rückläufig (-22,7 %)**, spielt aber mit 3 % ohnehin nur eine Nebenrolle.

Positiv hervorzuheben ist das **starke Wachstum bei Kampagnen (+72,6 %)**, die inzwischen 7 % aller Besuche generieren und damit stark an Bedeutung gewinnen. Auch **Social Media legt mit +16,6 % leicht zu**, bleibt aber mit 1 % Anteil noch unbedeutend.

**Fazit:** Die Abhängigkeit von Suchmaschinen ist hoch, bei gleichzeitigem Rückgang der organischen Zugriffe. Die Kampagnen-Performance entwickelt sich hingegen sehr dynamisch und kann künftig eine wichtige Stütze werden. Empfehlenswert ist, Suchmaschinen-Traffic durch SEO zu stabilisieren und parallel die positiven Entwicklungen bei Kampagnen & Social Media konsequent weiter auszubauen.

## Matomo – Datenschutzfreundliche Webanalyse

Matomo ist eine professionelle, Open-Source-Plattform für Web- und App-Analyse. Sie liefert uns präzise Einblicke in Besucherzahlen, Verhalten und Kampagnenerfolg – alles bei voller Datenkontrolle. Wir behalten die Hoheit über unsere Daten, erfüllen DSGVO & Co. und nutzen smarte Tools wie Echtzeit-Tracking oder Dashboards. Ideal, um Marketing zu optimieren, Nutzererfahrungen zu verbessern und dabei datenschutzkonform zu bleiben.

## Social Media

Social-Media-Kanäle sind wertvolle Plattformen, um Emotionen, Informationen und Veranstaltungen schnell und ohne hohen finanziellen Aufwand, einer breiten Masse und ausgewählten Zielgruppe, zur Verfügung zu stellen. „Awareness“ steht hier im Vordergrund. Für einen Wiedererkennungswert der Region Attersee-Attergau wird auf allen sozialen Plattformen auf einen einheitlichen Auftritt sowie eine attraktive Bildsprache Wert gelegt. Ein vielseitiges und geplantes Storytelling steht im Vordergrund.

Facebook und Instagram sind die erfolgreichsten und am intensivsten bespielten Kanäle. Auch die Communities auf den Plattformen Pinterest, LinkedIn und YouTube wachsen stetig.

Gerade im Bereich Social Media herrscht eine rasante und ständige Weiterentwicklung. Wir tauschen uns bei diversen „Social Media Hangouts“ mit Kolleg:Innen des OÖ-Tourismus und STMG aus und verfolgen aktuelle Trends. Wir lassen neue Tools wie KI generierte Posts mit einfließen.

Bis Februar 2025 unterstützte uns die Social Media Agentur „Plappermaul Digital- und Werbeagentur“ in einigen Bereichen der Content Erstellung, Planung und Veröffentlichung und in der Umsetzung von bezahlten Kampagnen. Seit März 2025 wurden Content Erstellung, Planung und Veröffentlichung zur Gänze auf In-House umgestellt, seither ziehen wir die Agentur nur mehr punktuell für größere Paid-Kampagnen hinzu.

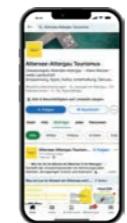
### UNSERE KANÄLE:



attersee-attergau  
Follower: 15.100  
Stand September 2025



Attersee-Attergau  
Gefällt mir: 16.700  
Stand September 2025



Attersee-Attergau  
Tourismus



Attersee-Attergau  
Urlaubsregion



atterseeattergau



attersee-attergau

Quelle: Social-Media-Kanäle Attersee-Attergau

## INSTAGRAM - META INSIGHTS:

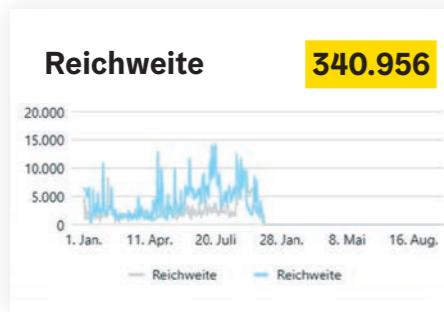
### Neue Follower und Reichweitenentwicklung 2025

(Jänner–September 2025)



#### Aufrufe: 2,9 Mio.

So oft wurden unsere Instagram-Inhalte insgesamt angezeigt oder abgespielt. Auch Mehrfachaufrufe durch dieselbe Person zählen dazu – ein Hinweis auf die starke Sichtbarkeit und das wiederholte Interesse an unseren Beiträgen.



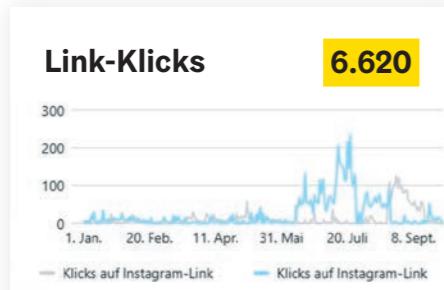
#### Reichweite: 340.956

So viele unterschiedliche Personen haben unsere Inhalte im ausgewählten Zeitraum gesehen. Das entspricht einem Wachstum von 127,4 % im Vergleich zum Vorjahr – ein deutliches Plus an Sichtbarkeit.



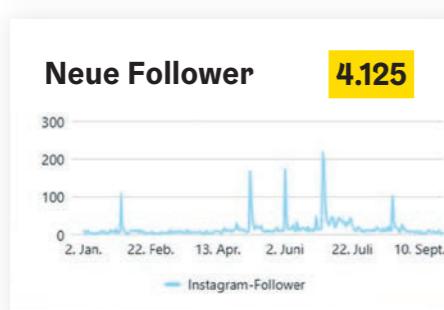
#### Content-Interaktionen: 18.130

So oft haben Nutzer:innen mit unseren Inhalten interagiert – etwa durch Likes, Kommentare, geteilte Beiträge oder das Speichern von Posts. Das sind 100 % mehr als im Vorjahr und zeigt eine stark wachsende Beteiligung unserer Community.



#### Link-Klicks: 6.620

So oft wurde in diesem Zeitraum auf den Link in unserem Instagram-Profil geklickt – ein Plus von 97,1 % gegenüber dem Vorjahr. Damit wird deutlich, dass unsere Inhalte nicht nur Aufmerksamkeit erzeugen, sondern auch erfolgreich auf weiterführende Angebote leiten.



#### Neue Follower: 4.125

So viele neue Personen haben unserem Instagram-Kanal in diesem Zeitraum gefolgt. Das sind 82,9 % mehr als im Vorjahr (2.254 neue Follower) und zeigt das starke Wachstum unserer Community.

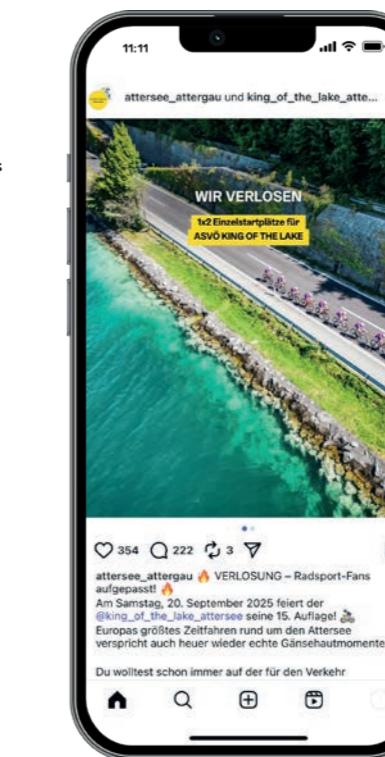
## Beispiele für besonders erfolgreiche Posts auf Instagram:



Reel  
„This is your sign to visit Unterach“  
**8.386 Aufrufe**

**8.277 Reichweite**  
**422 Interaktionen**  
**12h 57m Wiedergabedauer**

Zeigt, wie ästhetischer Bewegtbild-Content mit bildhaften Wegbeschreibungen unsere Community fesselt.



Posting  
„Gewinnspiel King of the Lake“

**33.721 Aufrufe**  
**16.268 Reichweite**  
**648 Interaktionen**

Zeigt, wie stark Gewinnspiele zu Veranstaltungen in der Region unsere Reichweite und Aktivität pushen.

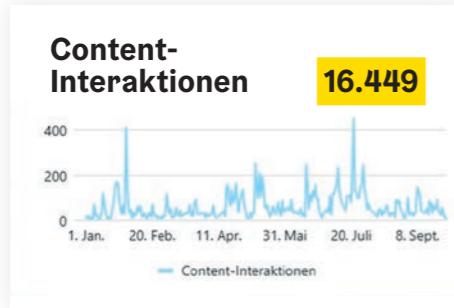
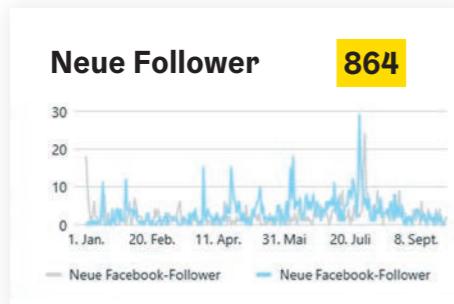
So machst du mit:  
1 Folge @attersee\_attergau  
2 Like diesen Beitrag  
3 Verrate uns in den Kommentaren, mit wieviel du die 47,2 km um den See

21. August

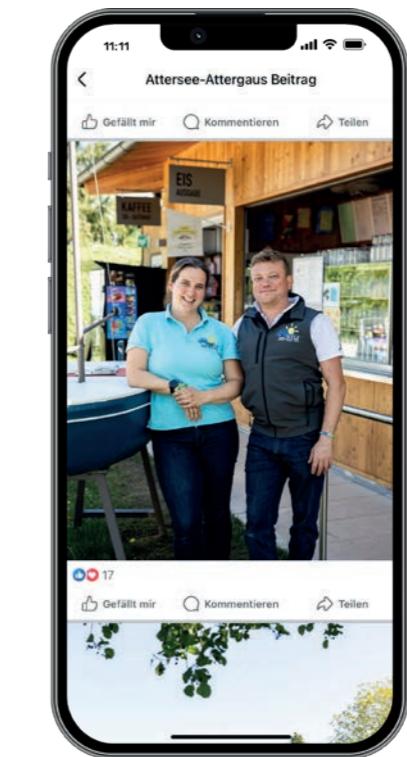
## FACEBOOK - META INSIGHTS:

### Neue Follower und Reichweitenentwicklung 2025

(Jänner–September 2025)



### Beispiele für besonders erfolgreiche Posts auf Facebook:



## Beispiele für eine besonders erfolgreiche Contentreihe auf Instagram & Facebook:



**attersee\_attergau** 26 Wo.  
Am 27. April 2025 gehört die Straße ganz euch – 48 km autofreie Seerunde nur für Radfahrer! 🚴  
Start: 09:30 Uhr Agerbrücke Kammer/Schörfling – Einstieg überall möglich  
Rahmenprogramm & Kulinarik rund um den See  
Bei jeder Witterung – wir lassen uns nicht aufhalten!  
B151 & B152 von 09:00 bis 16:30 gesperrt  
+ 30 Höhenmeter – perfekt für jede Kondition  
Achtung: Fahrplanänderungen bei den Buslinien 561, 562, 564 und 596!  
Schnapp dir dein Bike und erlebe den Attersee mal ganz anders! 🌟  
ist um 9:30 bei der Agerbrücke in Kammer

### Best Case Contentreihe „Raderlebnistag 2025“

Unsere In-house produzierten Video-Content-Inhalte zum autofreien Raderlebnistag 2025 erzielten eine

**Gesamt-Wiedergabezeit von 5 Tagen und 3 Stunden**

**sowie über 140.000 Aufrufe**



**kinderausflug\_at und 2 weitere**  
Original-Audio  
**kinderausflug\_at** Bearbeitet + 27 Wo.  
→ Das gläserne Tal ←  
• 4890 Weißenkirchen im Attergau / Salzkammergut •  
Im Gläsernen Tal bei Weißenkirchen im Attergau beginnt ein  
Themenweg Das gläserne Tal  
BETREUEN DES GLÄSEREN TALS AUF EIGENE GEFAHRT  
EINER HAFTEN FÜR IHRE SICHERHEIT  
VOM GLASMUSEUM AUS FÜHRT  
DIE EINZIGE STADT DAS PETRIESEN  
VERBREITEN !!!  
11. April  
783 Kommentieren ...

### Kooperation mit @kinderausflug\_at (43,8k Follower)

**Thema:** Gläsernes Tal bei Weißenkirchen via @visitsalzkammergut

### Kooperation mit @sport2000de (40,1k Follower)

**Thema:** Gewinnspiel via Linking Brands mit Voralpenhotel Schmoller

### Kooperation mit @matchesmusic (2k Follower)

**Thema:** Songwriting Camp am Attersee



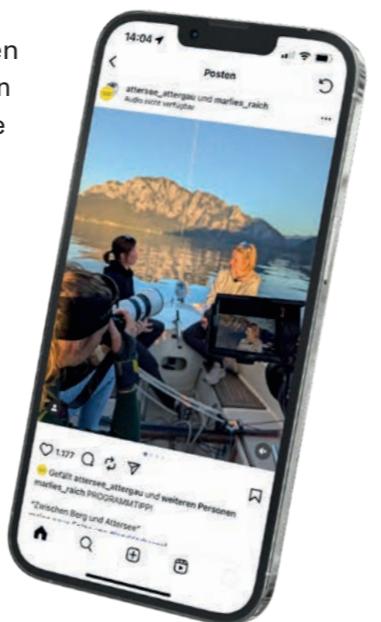
**pleasure\_berlin und 3 weitere**  
Original-Audio  
**pleasure\_berlin** 20 Wo.  
Marinierte Lachsforelle  
Anzeige | Chef @sebastianrumpf mit einem seiner Klassiker. Intensive Aromen und die Qualität der regionalen Fische lassen dieses Gericht in einem  
26. Mai  
267 Kommentieren ...

### Kooperation mit @pleasure\_berlin (9,1k Follower)

**Thema:** Kooperation via Österreich Werbung / Oberösterreich Tourismus zur Michelin-Küche in Österreich

### Kooperation mit @valbontus (5,7k Follower)

**Thema:** Meet & Greet bei den Nußdorfer Try Out Days mit Kite Olympiasieger



### SOCIAL MEDIA KOOPERATIONEN

Um unsere Reichweite zu erhöhen und neue Zielgruppen auf unsere Region aufmerksam zu machen, setzen wir verstärkt auf Kooperationen mit reichweitenstarken Accounts. Diese Partnerschaften sind sinnvoll, weil sie unsere Inhalte in authentischem Umfeld präsentieren und so Vertrauen schaffen.

Durch die Zusammenarbeit mit Influencer:innen, Marken und regionalen Partner:innen konnten wir 2025 gezielt Themen wie Naturerlebnisse, Kulinarik oder Veranstaltungen in die Communities der Kooperationspartner tragen – und damit zusätzliche Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit für die Region Attersee-Attergau gewinnen.

Im folgenden zeigen wir eine Auswahl unserer Social-Media-Kooperationen 2025:

#### Kooperation mit @marlies\_raich (85,8k Follower)

**Thema:** Bewerbung der Dokumentation Land der Berge



### Kooperation mit @pleasure\_berlin (9,1k Follower)

**Thema:** Kooperation via Österreich Werbung / Oberösterreich Tourismus zur Michelin-Küche in Österreich

### Kooperation mit @lovecanmovemountains (14,8k Follower)

**Thema:** Wanderung auf den Buchberg via @visitsalzkammergut



#### Kooperation mit

[@sigikid\\_official](#)  
(30,5k Follower)

**Thema:** Gewinnspiel  
via Linking Brands  
mit Weslhofer

#### Kooperation mit

[@pro\\_beach\\_battle](#)  
(6k Follower)

**Thema:** Gewinnspiel  
Urlaubsgutschein  
mit [@uppertaustria](#)



#### Kooperation mit

[@schwarzundrubey](#)  
(32,2k Follower)

**Thema:** Bewerbung  
des Podcasts Fahrt  
ins Blaue (Attersee)



**370.000  
Follower**

#### Kooperation mit

[@uppertaustria](#)  
(68,7k Follower)

**Thema:** regelmäßige  
Kooperationen zur  
Bewerbung der Region  
wie die „Liaba dahoam!“-  
Kampagne und viele mehr

#### Kooperation mit

[@visitsalzkammergut](#)  
(31,6k Follower)

**Thema:** regelmäßige  
Kooperationen zur  
Bewerbung der Region

#### CONTENT-CREATION PROJEKTE

##### Top Ausflugsziele Aktionswoche

Im Rahmen unserer Aktionswoche zu den „Top Ausflugszielen“ wurde unter anderem auch ein Reel mit der Erlebnisgärtnerie Bergmoser produziert.



Best Case Reel

**„Aktionswoche Top Ausflugsziele  
– Muttertagsgeschenktipp“**

**22.000 Aufrufe**

**15.000 Reichweite**

**310 Interaktionen**

**40+ Shares**

**mehr als 2 Tage  
Wiedergabedauer**  
(alle Werte gerundet)

Dieses Beispiel zeigt, wie nahbare, humorvolle Inhalte besonders gut performen: Sie sorgen nicht nur für hohe Reichweite, sondern werden auch aktiv geteilt und lange angesehen – ein klarer Beleg für die starke Bindung unserer Community.

Im Rahmen der Aktionswoche wurden die Top-Ausflugsziele einzeln kontaktiert und Möglichkeiten einer Unterstützung in der Social-Media-Bewerbung geprüft. Neben der Erlebnisgärtnerie Bergmoser entstanden auch bei der Bierschmiede und im Hochseilgarten Attersee Content-Inhalte.

**Ausblick:** Aufgrund der positiven Resonanz wird dieses Format 2026 fortgeführt und auf weitere Betriebe ausgeweitet.



#### Content Creation Day mit Plappermaul

Gemeinsam mit der Werbeagentur Plappermaul fand 2025 ein **Content Creation Day** für das gesamte Team des TVB Attersee-Attergau statt. Kolleg:innen aus allen Abteilungen erhielten dabei eine praxisnahe Schulung für die **Hands-on-Produktion von Social-Media-Content** – von Ideenfindung bis zur Umsetzung direkt mit dem Smartphone.

Ziel war es, die Kompetenzen im Team weiter zu stärken und kreative Inhalte noch effizienter intern produzieren zu können.

#### Fazit:

Einige der größten Kooperationspartner aus diesem Jahr vereinen in Summe **eine potenzielle Zielgruppe von über 370.000 Followern** – ein Wert, der das Potenzial unserer Social-Media-Kooperationen eindrucksvoll unterstreicht.

## Paid Kampagnen: META (Social Media), Google Ads, Display- und Bannerwerbung, DOOH

### Report – Marketingmaßnahmen zur Steigerung der Nächtigungen 2025

ZEITRAUM: Dezember 2024 – September 2025 (inkl. Planung bis Jahresende 2025)

#### Zielsetzung - die Marketingstrategie 2025 verfolgt drei zentrale Ziele:

- Steigerung der Nächtigungszahlen durch fokussierte, mehrkanalige Kommunikation.
- Optimierung der Auslastung in Neben- und Übergangssaisonen.
- Stärkung der Markenbekanntheit und Reichweite in den relevanten Zielgruppen.

#### Zeit- und Maßnahmenplan

##### PHASE 1: Dezember 2024 – Februar 2025

###### Kampagne:

„Dein Sommer am Attersee – Outdoor-Momente zwischen Berg & See im Salzkammergut“

###### Kanäle:

Google, META (Instagram & Facebook) nach Funnel-Prinzip (Top, Middle, Bottom Funnel).

###### Zielgruppe:

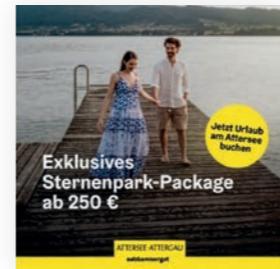
22–60 Jahre, urbane Märkte (Wien, Graz, Frankfurt, München-Umkreis).

###### Budget:

5.500 € (3.800 € META, 1.700 € Google/Youtube).

###### Ergänzung:

Print- & Pressearbeit (u.a. Kurier Juniorpage, Ferienmesse).



##### PHASE 2: Juni – Juli 2025

###### Fokus:

Frühsommer- und Familienurlaub.

###### Kampagne:

„Dein Sommer am Attersee“ mit Themenschwerpunkten wie Familienpakete, Sternenpark, Golf und Kulinarik.

###### Kanäle & Zielgruppe:

wie Phase 1.

###### Budget:

3.730 € (2.330 € META, 1.400 € Google/Youtube).

##### PHASE 3: August – September 2025

###### Fokus:

Spätsommer & Herbsturlaub („Sommerträume werden wahr – Zeit für dich, Zeit am See“).

###### Budget:

4.000 € (2.600 € META, 1.400 € Google/Youtube).

###### DOOH-Sonderbudget:

2.205 € für RailAd-Umsetzungen an 10 Standorten.

Präsenz in Ballungsräumen (U-Bahnstationen, Bahnhöfe in Wien, Graz, Innsbruck).



#### PHASE 4: September – Dezember 2025

##### Kampagne:

„Von sportlich bis romantisch – dein Herbst & Winter am Attersee“.

##### Ziele:

Positionierung der Region für Kurzurlaube in der Nebensaison (Wandern, Kulinarik, Radfahren, Familienangebote, Advent).

##### Budget:

noch offen (META + Google/Youtube).

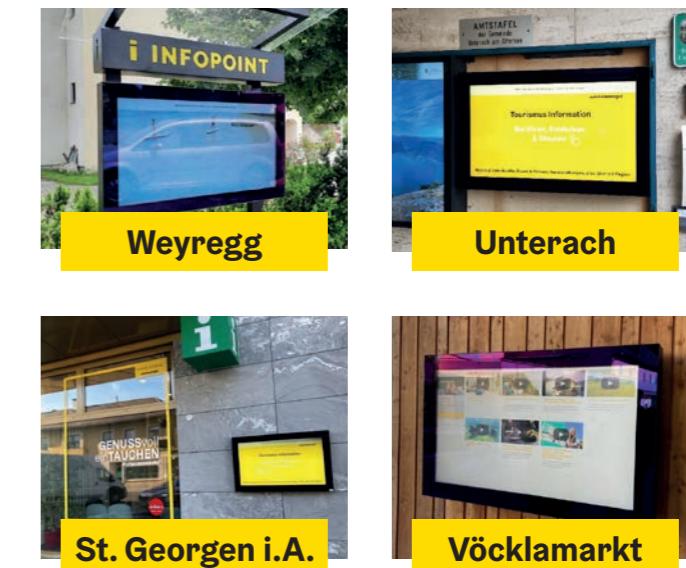
##### Zusatz:

Jahresabschlusskampagne & Ausblick 2026;  
Evaluierung der Maßnahmen anhand KPIs  
(Nächtigungszahlen, Reichweite, Conversion).



#### Infoterminale - Auswertung 2025 (bis Q3)

Digitale Infoterminale haben sich im Tourismus als wertvolle Ergänzung zu klassischen Informationsbüros etabliert. Sie verbinden ständige Verfügbarkeit mit aktuellen, interaktiven Inhalten und bieten Gästen wie Einheimischen rund um die Uhr Zugang zu relevanten Informationen. Neben unseren vier Informationsbüros mit persönlicher Betreuung stehen mittlerweile sieben Infoterminale in der Region Attersee-Attergau zur Verfügung – ein Service, der den steigenden Anforderungen nach digitaler und flexibler Gästeinformation gerecht wird.



Die Terminals ermöglichen es, die Region in 360-Grad-Darstellungen aus der Vogelperspektive zu erkunden und bieten Inhalte in drei Sprachen (Deutsch, Englisch, Tschechisch). Nutzerinnen und Nutzer können sich jederzeit über Aktivitäten, Veranstaltungen, Fahrpläne, die Bäderampel, Unterkunfts- und Gastronomieangebote informieren. Damit werden zentrale Informationen einfach und barrierefrei zugänglich gemacht – unabhängig von Öffnungszeiten oder persönlicher Beratung.

Die Nutzungszahlen 2025 unterstreichen die Relevanz: Bis zum dritten Quartal wurden an den sieben Terminals insgesamt rund 19.000 Seitenaufrufe registriert. Besonders beliebt waren dabei die Themen Top-Ausflugsziele, Wetter, Gastronomie, Sport & Gesundheit, Ausflugsziele Salzkammergut, sowie der Schiffahrtsplan 2025 und die Bäderampeln.

#### ERGÄNZENDE MASSNAHMEN

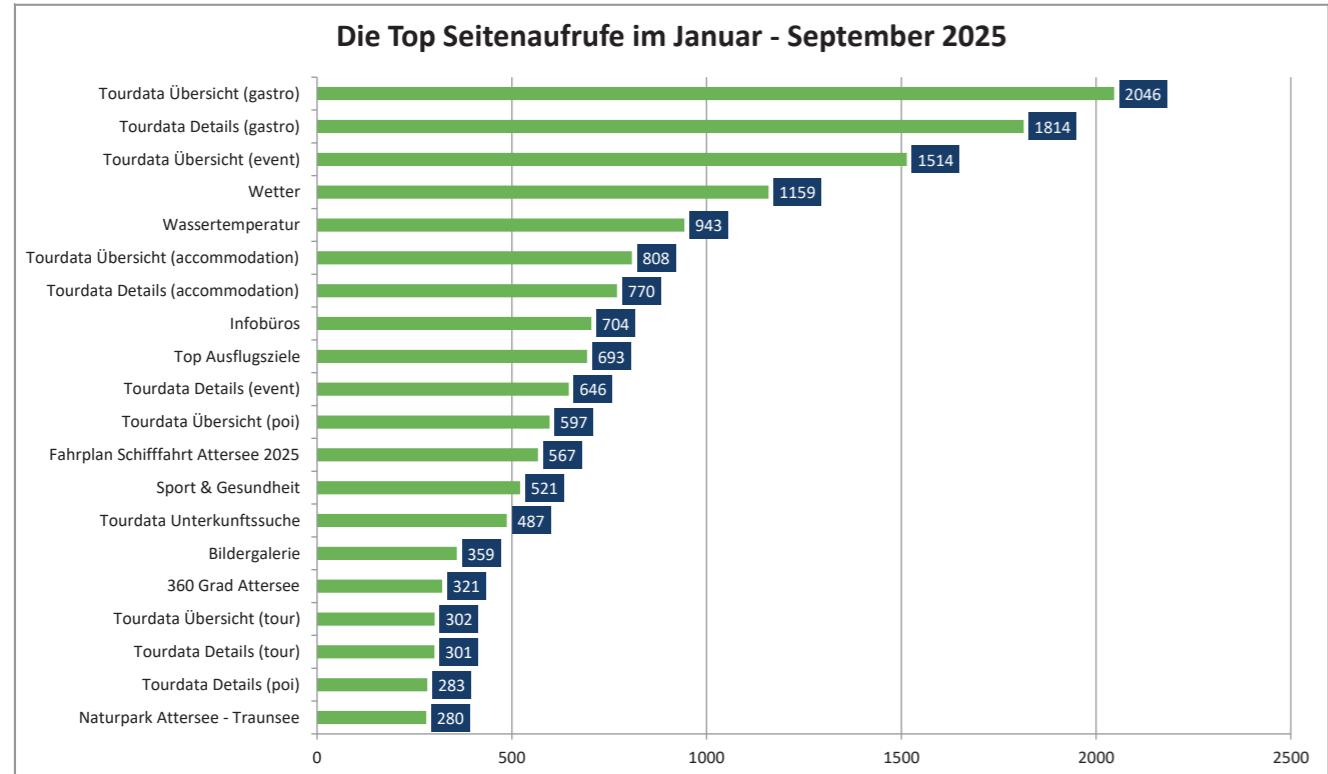
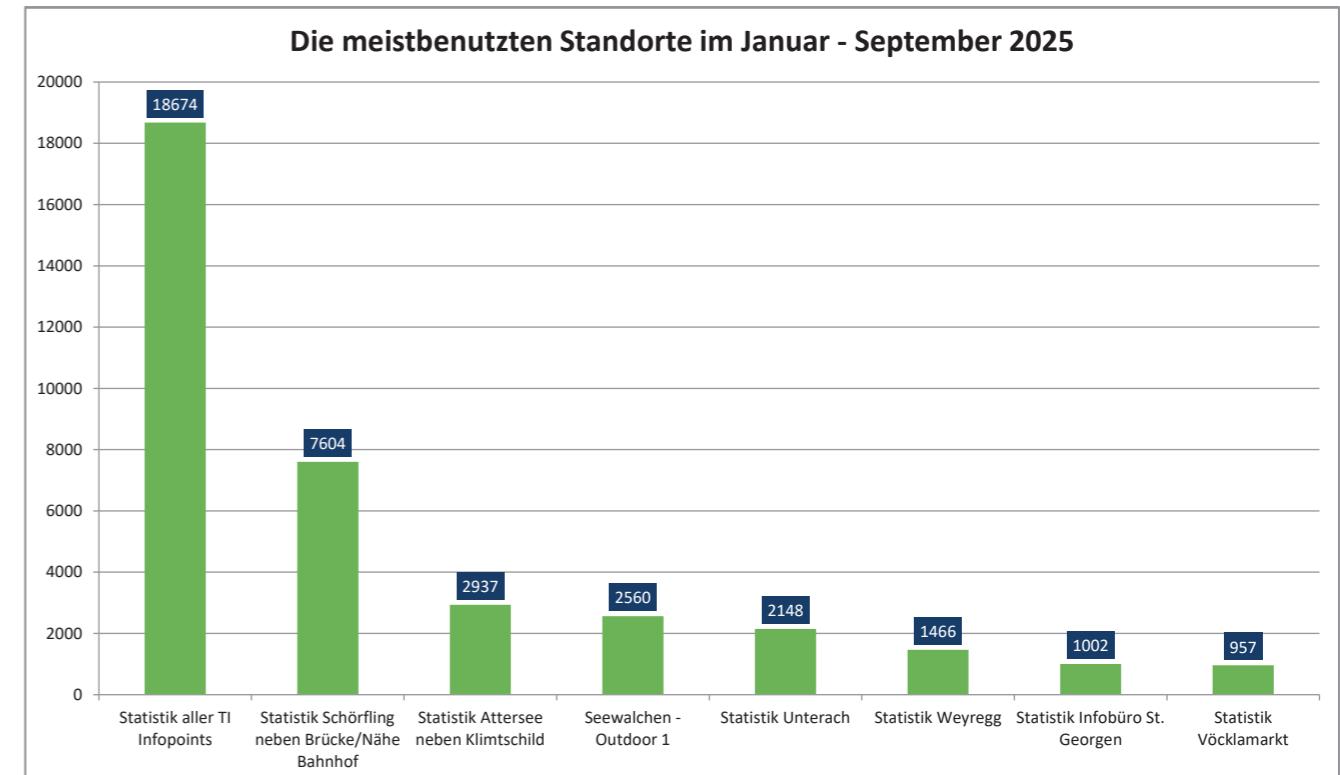
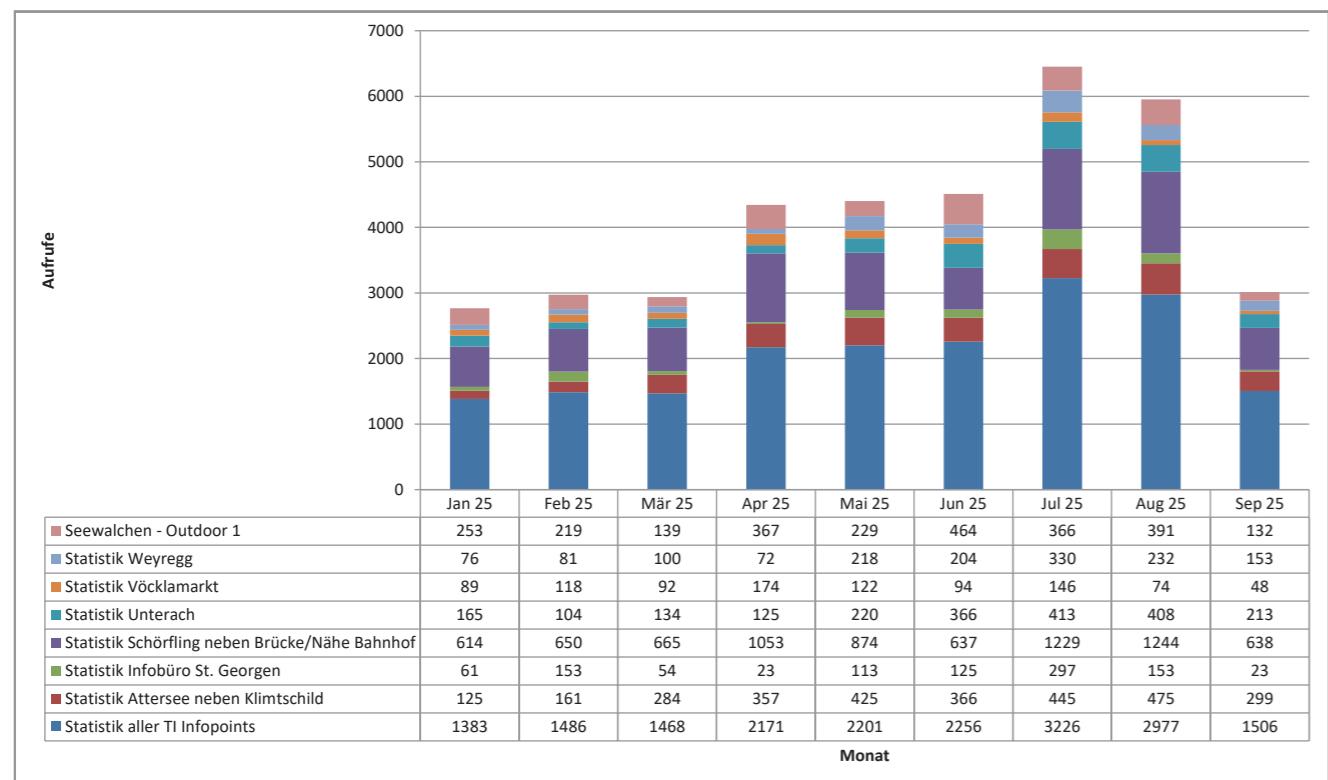
##### Thematische META-Kampagnen:

Einzelbeiträge zu Schwerpunktthemen mit Budget von 100–200 € pro Post.

**Retargeting & Reichweitenaufbau**  
in allen Phasen zur langfristigen  
Markenbindung.

##### Fazit

Mit der Kombination aus ganzjähriger, thematisch differenzierter Kommunikation und der gezielten Ansprache urbaner Zielgruppen wird ein klarer Beitrag zur Steigerung der Nächtigungszahlen 2025 erwartet. Die Maßnahmen stärken gleichzeitig die Markenbekanntheit der Destination Attersee-Attergau und legen die Basis für eine zukunftsorientierte Tourismusstrategie 2026.



Ein zusätzlicher Vorteil liegt in der Flexibilität des Contents: Je nach Nachfrage wird dieser durch das Digital-Team des Tourismusverbands Attersee-Attergau laufend aktualisiert und an aktuelle Trends oder saisonale Bedürfnisse angepasst. So bleibt das Angebot stets relevant und benutzerfreundlich.

Darüber hinaus besitzen die Infoterminals einen doppelten Nutzen: Neben der interaktiven Nutzung stehen sie im Passivmodus rund um die Uhr als Kommunikationsfläche für Botschaften an Gäste zur Verfügung. Damit verbinden wir Servicequalität und Marketingeffizienz in einem Gerät.

Mit diesem digitalen Serviceangebot gelingt es, Informationszugang, Gästezufriedenheit und touristische Wertschöpfung gleichermaßen zu steigern – und die Region als innovativen und zukunftsorientierten Tourismusstandort zu positionieren.

## Interaktive digitale Regionsdarstellung – 360 Grad Perspektiven



Neben der Regionsdarstellung wurde 2022 das Projekt um eine Herbsttour und 2023 um eine Wintertour mit Hotspots wie dem Buchberg, dem Attergauer Aussichtsturm, Schloss Kammer und Wachtberg erweitert.



## Auslastungsmessung und Besucherlenkung

Ein zentrales Handlungsfeld im nachhaltigen Tourismusmanagement ist die intelligente Lenkung von Besucherströmen sowie die Optimierung der Auslastung bestehender Infrastrukturen. Rund um den Attersee wurde dafür bereits 2020 ein wegweisendes Projekt initiiert: Die „**Bäderampel**“, ein gemeinsames Vorhaben der Interessengemeinschaft Bäderverbund Attersee. Mit Unterstützung des Tourismusverbands (TVB) konnte eine digitale Lösung geschaffen werden, die Einheimische wie auch Urlaubsgäste transparent über die aktuelle Auslastung der sieben Gemeindebäder informiert. Ziel war es, sowohl die Verkehrssituation rund um die Bäder zu beruhigen als auch Besucherinnen und Besucher gleichmäßig auf die vorhandenen Kapazitäten zu verteilen. Damit gelang es, einen wichtigen Schritt in Richtung smarter Besucherlenkung zu setzen.

Darauf aufbauend startete die **Tourismus Technologie GmbH (TTG)** im Jahr 2024 das Projekt „**IN UNSERER NATUR**“, das den nächsten Meilenstein in der datenbasierten Besucherlenkung markiert. Mithilfe der anonymisierten Ortung von Smartphones – in Kooperation mit dem Mobilfunkanbieter Drei – werden Besucherdaten an ausgewählten Points of Interest (POIs) der Region erfasst. Über ein zentrales Dashboard werden historische Bewegungs- und Frequenzdaten gebündelt, visualisiert und interpretiert. So entsteht eine fundierte Basis, um die touristisch relevantesten Orte in der Region nachhaltig zu steuern, Besucherströme vorausschauend zu lenken und gleichzeitig die Qualität des Gästerlebnisses zu steigern.

Mit der Kombination aus Echtzeit-Information (wie bei der Bäderampel) und langfristiger Datenanalyse (im Rahmen von „**IN UNSERER NATUR**“) wird die Region Attersee-Attergau zu einem Vorreiter im Bereich modernes **Auslastungs- und Besucherlenkungsmanagement**.



## Trendscouting

Aktives TRENDSCOUTING ist der Schlüssel zum Erfolg für das Digital Marketing Team. Es bedeutet, laufend neue Entwicklungen, Technologien und Nutzerverhalten im digitalen Raum zu beobachten, zu bewerten und frühzeitig in die eigene Strategie zu integrieren. Gerade im Online Marketing ist es wesentlich, Innovationen nicht nur zu identifizieren, sondern diese auch auf ihre Relevanz für die eigene Zielgruppe zu prüfen und praxisnah umzusetzen. Dabei geht es sowohl um technologische Fortschritte (z. B. AI, Automatisierung, AR/VR), als auch um Plattformtrends, Content-Formate und veränderte Nutzererwartungen. Trendscouting wird so zu einem kontinuierlichen Lern- und Anpassungsprozess, der die Wettbewerbsfähigkeit und Sichtbarkeit nachhaltig stärkt.

2025 waren es folgende Themen, die die Digital Customer Experience auf [attersee-attergau.at](http://attersee-attergau.at) und unseren Social-Media-Kanälen verbessert haben:

### KI (KÜNSTLICHE INTELLIGENZ):

Über OÖ. Tourismus wurde eine 6-monatige Testphase mit dem Unternehmen 506.ai vereinbart. CompanyGPT von 506.ai ist ein für Unternehmensaufgaben anpassbarer KI-Assistent, der Mitarbeitende bei der Erhöhung der Produktivität unterstützt und gleichzeitig absolute Datensicherheit gewährleistet. Es gibt Unterschiede zur Funktion von OpenAI GPT4.0+ wie z.B., dass alle Informationen in Europa verarbeitet werden, unterschiedliche Sprachmodelle zur Anwendung kommen (GPT4.0, Google Gemini, usw.), Prompts mit Vorlagen unterstützt werden und auch eine eigene Wissensdatenbank mit eigenen Dokumenten aufgebaut werden kann.



Bei regelmäßigen KI Hangouts erfolgt ein Erfahrungsaustausch mit allen Verantwortlichen aller Regionen in Oberösterreich.

### SOCIAL MEDIA HANGOUTS:

Quartalsweise treffen sich alle Social Media Verantwortlichen des OÖ. Tourismus zu den Social Media Hangouts. Dort werden aktuelle Trends und Themen besprochen und namhafte Speaker präsentieren Best-Practise-Beispiele.

Speaker beim letzten Hangout waren Kady & Michael, Co-Founder der Social Media Agentur **UNLEASHED STUDIO**.



## 4. MARKETING

### Marketing-Kooperationen und Arbeitsgemeinschaften

Die einzelnen Märkte werden themenspezifisch und zielgruppenorientiert bearbeitet. Arbeitsgemeinschaften, unter anderem in Kooperation mit dem OÖ. Tourismus und/oder dem Salzkammergut, bieten uns größere Möglichkeiten, mehr Reichweite und höhere Budgets für zielgerichtete Marketing-Maßnahmen.

#### KAMPAGEN UND ARBEITSGEEMEINSCHAFTEN:

**Oberösterreich Kampagne** Quelle: OÖ Tourismus

Beteiligte	Budget	
Salzkammergut	€ 146.500	<b>BUDGET GESAMT</b>
Oberösterreich Tourismus	€ 73.500	<b>€ 220.000</b>

#### Maßnahmen:

- Advertorial im Bergwelten Magazin, 180.000 Stk.
- Online Marketing Paket in Tschechien
- DooH + ooH Kampagne gemeinsam mit der ÖBB
- DooH Kampagne in Tschechien
- Kooperation mit Shimano Center
- Print-Produkt in NL, 80.000 Stk.
- Online Marketing Paket in NL
- TV-Show „24Kitchen“ für NL
- Influencer-Einladung NL

**Salzkammergut Kampagne** Quelle: Salzkammergut Tourismus

Maßnahmen:	BUDGET GESAMT
• Radio Bayern 1+3 Laufzeit 4 Wochen ab 03. April je 59 Spots inkl. 20 Sekunden O-Ton	<b>€ 298.491</b>

- Online Marketing Paket  
(60% Süddeutschland, 40 % Wien/OÖ/NÖ)  
Flight 1: 17. April - 08. Juni  
Flight 2: 04. September - 26. Oktober
- Starker Fokus auf Video-Ausspielungen

### Salzkammergut verbindet

Quelle: Salzkammergut Tourismus

Beteiligte	Budget	
Salzkammergut	€ 150.000	<b>BUDGET GESAMT</b>
Oberösterreich Tourismus	€ 50.000	<b>€ 250.000</b>
Salzburgland Tourismus	€ 25.000	
TVB Ausseerland	€ 25.000	

#### Fakten:

- Online Marketing Paket  
Flight 1: 03. April - 04. Mai  
Flight 2: 18. August - 17. September
- Erscheinung SALON Supplement 06. Juni  
200.000 Auflage  
(Beilage in SALON, ESSEN & TRINKEN, NG Traveller)



### ARGE Golf & Seen

Teilnehmer: TVB Mondsee-Irrsee, TVB Fuschlsee, TVB Attersee-Attergau und 20 Beherbergungsbetriebe, 9 Golfplätze

#### Marketingaktivitäten 2025:

- Relaunch neuer Website und kleine E-Marketing Kampagne
- Printbereich:  
DIMA Concept, Medienarbeit im deutschsprachigen Raum, DGV Golfführer, Einschaltung in einem CZ-Magazin, Zusammenarbeit mit der „die Zeit“ (Schweizer Wochenzeitung):  
6 Einschaltungen über das Jahr verteilt;  
die teilnehmenden Betriebe haben sich mit einem geringen Beitrag beteiligt (nur Betriebe, die wollten)
- Emotion Marketing Newsletter – Golfverband Österreich
- Drucksorten: Nachdruck der Broschüre: 3.000 Stk.
- Weitere: Voucher, Greenfee-Ermäßigungskarte

## **ARGE RENNRAD / „GRAVEL BIKE“**

Die Arbeitsgemeinschaft (ARGE) „Rennradregion SalzburgerLand – Salzkammergut“ bündelt die Rennradaktivitäten in der Region und stärkt die Position als attraktives Ziel für Rennradfahrer:innen. Aktuelle Entwicklungen und Initiativen umfassen:

### **1. Erweiterung der Rennrad-Destinationen**

Die Region umfasst mehrere Top-Rennrad-Destinationen: Mondseeland, Attersee-Attergau, Fuschlsee, Salzburger Seenland, Eugendorf und das Salzburger Land. Diese Erweiterung bietet Rennradfahrer:innen vielfältige Streckenoptionen und landschaftliche Vielfalt.

### **2. Neue Touren und GPX-Daten**

Es werden laufend neue Rennradtouren entwickelt, die unterschiedliche Schwierigkeitsgrade abdecken. Diese Touren sind mit GPS-Daten ausgestattet und bieten detaillierte Routenbeschreibungen, um den Fahrer:innen eine optimale Planung ihrer Ausfahrten zu ermöglichen.

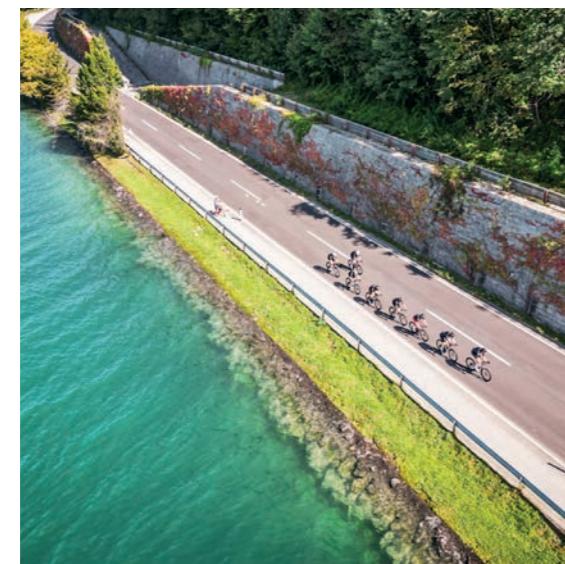
### **3. Verstärkung der Infrastruktur**

Die Region investiert in die Verbesserung der Infrastruktur für Rennradfahrer:innen, einschließlich der Bereitstellung von Service-Stationen, sicheren Abstellmöglichkeiten und Informationspunkten entlang der Strecken. Diese Maßnahmen erhöhen die Attraktivität und Sicherheit für Rennradfahrer:innen.

### **4. Veranstaltungen und Events**

Die Regionen richten regelmäßige Veranstaltungen aus, um das Engagement der ARGE, sowie das Salzkammergut als führendes Ziel für Rennradfahrer:innen zu etablieren.

Quelle: ARGE Rennrad



## **ARGE RÖMERRADWEG**

Die Arbeitsgemeinschaft (ARGE) „Römerradweg“ im Salzkammergut hat sich zum Ziel gesetzt, den gleichnamigen Radweg als familienfreundliche und kulturhistorische Attraktion weiter zu etablieren. Aktuelle Entwicklungen und Initiativen umfassen:

### **1. Erweiterung der Strecke**

Der Römerradweg erstreckt sich über insgesamt 242 km und verbindet Passau mit Enns. Die Route verläuft über das Innviertel, den Attersee und führt durch historische Städte wie Wels und Enns, die reich an römischer Geschichte sind.

### **2. Infrastrukturverbesserungen**

Entlang des Radwegs wurden neue Rastplätze eingerichtet und bestehende wurden renoviert, um den Komfort für Radfahrer:innen zu erhöhen. Diese Maßnahmen tragen dazu bei, das Fahrerlebnis angenehmer zu gestalten und die Region als attraktives Ziel für Radreisende zu positionieren.

### **3. Kulturelle Angebote**

An verschiedenen Punkten entlang des Radwegs wurden Informationstafeln und interaktive Stationen installiert, die über die römische Geschichte der Region informieren. Besonders hervorzuheben ist das Römermuseum in Altheim, das einen tiefen Einblick in das Leben zur Römerzeit bietet.

### **4. Kooperationen und Vernetzung**

Die ARGE arbeitet eng mit lokalen Gemeinden, Tourismusverbänden und Kulturinstitutionen zusammen, um den Römerradweg in bestehende touristische Angebote zu integrieren. Durch diese Kooperationen wird die Sichtbarkeit des Radwegs erhöht und die Attraktivität für nationale sowie internationale Gäste gesteigert.

Quelle: ARGE Römerradweg

## **Kooperation „Urlaub dahoam“ - TVB Attersee-Attergau mit Live Radio**

„Liaba dahoam“ ist eine Werbekampagne für Oberösterreich-Urlaub, die beim Radiosender Life Radio ausgespielt wurde.

### **Beinhaltet hat die Kooperation:**

- 30 Live Reader
- 30 Content Spots
- Tourismus Talk mit GF Angelina Eggel
- sowie die Einbindung im Web.

Zu gewinnen gab es eine Attersee Bädercard für die ganze Familie sowie einen Gutschein für eine Elektrobootfahrt am See.

## GESUNDHEITS ARGE 2025

Gemeinsam mit dem OÖ Tourismus, unserer Region und dem Gesundheitszentrum Am Kogl wurde im Jahr 2025 wieder ein umfassender Medienmix im Print und Hörfunk abgedeckt. Die Aktivitäten teilten sich auf die Vor- und Nachsaison (Frühling und Herbst) auf. Im Frühling bespielte man dabei die Themen Sommerfrische in der Region Attersee und Rückenfit im Printbereich. Im Herbst konzentrierte man sich auf das Thema Fit in den Winter sowohl im Print als auch mit kurzen Spots auf Ö3.

Quelle: OÖ Tourismus



Woman 27.03.  
1/1 Advertorial



Krone Bunt 30.03.  
1/1 Seite Advertorial



## Markt Tschechien

Der TVB Attersee-Attergau setzte gemeinsam mit der Österreich Werbung Prag einen Medienbeileger am tschechischen Markt um. Ein Recherche-team bestehend aus tschechischen Journalist:innen und Fotograf:innen besuchte die Region im Frühling vor Ort. Anschließend wurde ein 8-seitiger Beileger erstellt, der mit 17.000 Stück dem tschechischen Magazin „Lidé a zeme“ beigelegt wurde, auch in der Region allen tschechischen Gästen als Infomaterial übergeben wurde und den Betrieben für ihre tschechischen Gäste zur Verfügung stand.

## Leistungsaustausch

Der TVB Attersee-Attergau unterstützt sowohl im Berichtsjahr als auch in den Jahren 2019 bis 2025 zahlreiche Veranstaltungen in Form von Leistungsaustausch-Kooperationen. Darunter versteht man die finanzielle Unterstützung ausgewählter Events, bei denen im Gegenzug die Marke Attersee-Attergau in sämtlichen Kommunikationskanälen der Veranstalter sichtbar gemacht wird. Dadurch wird eine breite Reichweite und Markenpräsenz erzielt – sowohl in der Region als auch überregional. Diese Partnerschaften tragen wesentlich dazu bei, die touristische Attraktivität und Wahrnehmung unserer Destination nachhaltig zu stärken.

## Leistungsaustausch Sport

Im Bereich Sport konnten wir die Marke Attersee-Attergau unter anderem bei folgenden Events erfolgreich positionieren:

- **Pro Beach Battle** – ein sportliches Volleyball Highlight mit internationalem Flair
- **Atterun** – das Laufevent für alle Altersgruppen in der Region
- **ASVÖ King of the Lake** – das Einzel- und Mannschaftszeitfahren rund um den Attersee, das jährlich hunderte Teilnehmer:innen und Zuseher:innen anzieht
- **Florian Schnetzer – Beach Volleyball** – Kooperation mit dem Beachvolleyball-Profi aus Unterach



Pro Beach Battle



ASVÖ King of the lake



Filmfestival of Nations

## Leistungsaustausch Kultur:

Auch im Kulturbereich war der TVB Attersee-Attergau durch gezielte Leistungsaustausche stark vertreten:

- **Gustav-Klimt-Zentrum**
- **Philharmonische Wochen** – hochkarätige Konzert-erlebnisse in besonderem Ambiente.
- **Gustav Mahler Festival 2025** – Veranstaltungen, die das kulturelle Erbe der Region hervorheben.
- **Chorfestival** – mit Teilnehmer:innen aus unterschiedlichen Nationen.
- **Attergauer Kultursommer** – ein Fixpunkt im sommerlichen Kulturkalender
- **Festival of Nations / Sommerkino** – Veranstaltungen mit internationalem Publikum
- **Matches Music** – ein innovatives Musikformat
- **Perspektiven** – ein Festival für zeitgenössische Kunst und Kultur am Attersee

Durch diese Kooperationen konnte die Marke Attersee-Attergau bei einer Vielzahl von Zielgruppen – von Sportbegeisterten bis hin zu Kulturliebhaber:innen – wirkungsvoll platziert werden.

## Naturpark & Sternenpark Attersee-Traunsee

Der Naturpark Attersee-Traunsee wurde 2020 zum „Naturpark des Jahres“ ausgezeichnet und erhielt im April 2021 mit dem Sternenpark Attersee-Traunsee die Prämierung als erster Sternenpark Österreichs. Seither verzeichnet das Projekt großes internationales Interesse sowie hohe Buchungszahlen bei Natur- und Sternenparkführungen.

Betriebe und Interessierte wurden bei diversen Vorträgen über Potenziale, Maßnahmen gegen Lichtverschmutzung und mögliche touristische Nutzung informiert. Internationale Kooperationen, wie mit dem Naturpark Our in Luxemburg, stärken den Austausch.

Seit 2024 findet zudem die Sternenpark-Erlebnisnacht (Zauber der Nacht) während der jährlichen Earth Night statt und bietet ein vielfältiges Programm rund um die Nachtnatur.



## Wirtschaftskooperationen

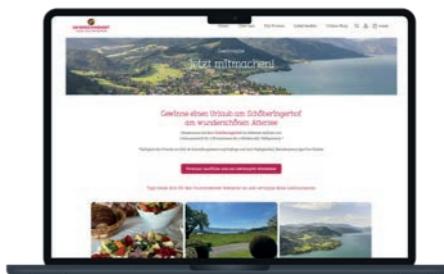
Unsere Zusammenarbeit mit dem Unternehmen LINKING BRANDS seit dem Jahr 2019 hat uns viele großartige Kooperationen ermöglicht, unter anderem mit internationalen Marken wie: Nivea Club, Gigasport, Frankenmarkter Mineralwasser, ÖAMTC, Löffler AT & DE, All4Golf Deutschland, Uvex AT & DE, PEZ, Billa Tschechien, My Postcard DE, Interport CZ, dm Tschechien, Alpine Pro Tschechien

Durch die Zusammenarbeit und der abgestimmten Marketingstrategien fördern diese Kooperationen sowohl die Markenentwicklung als auch die wirtschaftliche und touristische Attraktivität unserer Region.

## Zielmarkt Österreich:

### Unverschwendet AT x Gasthaus Schöberingerhof

Die Zusammenarbeit zwischen Unverschwendet AT, der Region Attersee-Attergau und dem Gasthof Schöberingerhof setzte erfolgreich den Fokus auf Genuss und Wohlbefinden. Im Rahmen einer Social-Media-Kampagne wurden gezielt die Region sowie insbesondere ihre kulinarischen Highlights an Genussreisende kommuniziert.



**Laufzeit:** 16.06. - 30.06.2025

**Kooperationskosten TVB:** € 1.650

**Gewinn:** 1 Genussurlaub für 2 Erwachsene für 2 Nächte inkl. Halbpension im Gasthof Schöberingerhof (gesponsert vom Tourismuspartner)

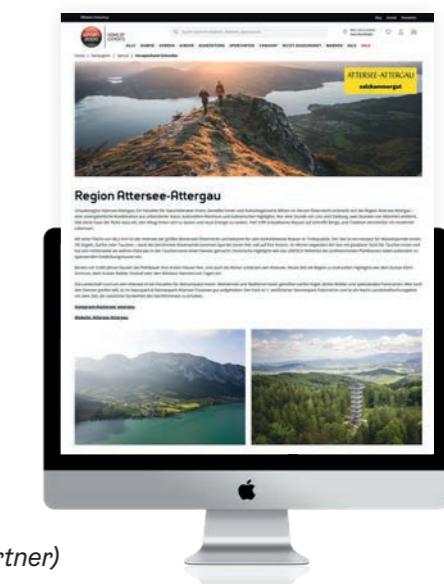
### McDonalds x TVB Attersee-Attergau

Nach dem Motto „Getting ready for Halloween“ wurden in allen McDonald's Österreich im Kooperationszeitraum die Herbstferien und Aktivitäten im Herbst in der Region Attersee-Attergau beworben.

**Laufzeit:** 22.08. - 26.09.2025

**Kooperationskosten TVB:** € 1.900

**Gewinn:** Urlaubsgutschein Region Attersee-Attergau im Wert von € 700 (gesponsert von LINKING BRANDS LIB GmbH)



## Zielmarkt Deutschland:

### Sport 2000 DE x Voralpenhotel Schmoller

Sport 2000 stärkt das Image der Region Attersee-Attergau als attraktiven Urlaubsort für sportlich aktive Gäste. Gleichzeitig profitiert die Region und das Voralpenhotel Schmoller von der hohen Reichweite und starken Präsenz der Marke Sport 2000 in der Sportcommunity.

**Laufzeit:** 08.07. - 22.07.2025

**Kooperationskosten TVB:** € 1.900

**Gewinn:** 2 Übernachtungen inkl. Halbpension für 2 Personen im Voralpenhotel Schmoller (gesponsert vom Tourismuspartner)

### Juwelier Krämer DE x Attersee7

Juwelier Krämer spricht eine einkommensstarke Zielgruppe an, die Wert auf hohe Qualität legt und bereit ist, für diese mehr Geld in die Hand zu nehmen. Im Rahmen der gemeinsamen Zusammenarbeit können die Synergien genutzt werden, um speziell in dieser hochwertigen Zielgruppe präsent zu sein und durch verschiedene Touchpoints online und offline einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen.

**Laufzeit:** Adventzeit 2025

**Kooperationskosten TVB:** € 3.500

**Gewinn:** Ein exklusives Wochenende in einem Attersee7 Hotel für 2 Erwachsene für vier Nächte inkl. Halbpension (gesponsert vom Tourismuspartner)

### SIGIKID DE x Weslhof

Die Kooperation zwischen der Region Attersee-Attergau und der Marke Sigikid richtete sich gezielt an Familien. Über Social-Media-Kanäle wie Instagram und Facebook, den Sigikid-Newsletter sowie eine Paketbeilage in 3.000 Bestellungen des Sigikid-Onlineshops wurde die Sichtbarkeit der Region und dem Bio-Bauernhof Weslhof gesteigert und das Interesse an einem familienfreundlichen Urlaub geweckt.

**Laufzeit:** 30.06. - 21.07.2025

**Kooperationskosten TVB:** € 2.800

**Gewinn:** Urlaub am Bio-Bauernhof für 2 Erwachsene und 2 Kinder für 3 Nächte inkl. Genussgutschein im Wert von € 50,00 für den Hofladen (gesponsert vom Tourismuspartner)



### Zielmarkt Polen:

#### REIMA PL x Landhotel Waldmühle

Die Marke Reima eignet sich perfekt, um die Region Attersee-Attergau als familienfreundliche Urlaubsregion zu positionieren. Das Landhotel Waldmühle und die Region werden dabei in die reichweitenstarke Bewerbung von Reima in Polen zum Thema Outdoor-Aktivitäten für Familien integriert.

**Laufzeit:** 25.08. - 07.09.2025

**Kooperationskosten TVB:** € 3.100

**Gewinn:** 1 Familienurlaubspaket im Landhotel Waldmühle inkl. 4 Nächte für 2 Erwachsene & 2 Kinder mit Halbpension und eine Alpakawanderung (gesponsert vom Tourismuspartner)

### Zielmarkt Tschechien:

#### Cross Café x Hotel Lohninger-Schober

Die Region Attersee-Attergau und Cross Café CZ, mit 25 Cafés in 11 tschechischen Städten, starten gemeinsam mit Hotel Lohninger-Schober eine Kooperation, um Genuss, Lifestyle und Wellness in den Fokus zu rücken. Gemeinsam wird ein qualitätsbewusstes Publikum angesprochen, das Wert auf besondere Erlebnisse legt.

**Laufzeit:** 01.09. - 29.09.2025

**Kooperationskosten TVB:** € 4.600

**Gewinn:** 3 Urlaubspakete mit je 3 Nächte für 2 Personen im 3\* Superior Hotel Lohninger-Schober inkl. Halbpension (gesponsert vom Tourismuspartner)



### Veranstaltungen des Tourismusverbandes 2019 - 2025



#### Genussherbst

Der Genussherbst des TVB Attersee-Attergau wurde in den Jahren 2021 bis 2023 erfolgreich durchgeführt. In dieser Zeit bot er Besucher:innen die Möglichkeit, die herbstliche Region kulinarisch und kulturell zu erleben sowie Betrieben eine attraktive Möglichkeit zur Saisonverlängerung. Vom festlich glanzvollen Gala-Dinner über den bäuerlichen Schmankerlmarkt und dem fröhlichen Bierfrühschoppen bis hin zu einer entspannten Genuss Schiffahrt auf dem Attersee und einer mitreißenden Lesung für Groß und Klein – der Genussherbst bot für jede Stimmung das passende Erlebnis.

#### AbenteuerWanderPass – Eröffnungsfest / Kinderdisco / Abschlussfest

Jedes Jahr startete die Saison der AbenteuerWanderPass-Wege mit einem fröhlichen Eröffnungsfest. Zum Abschluss lud ein stimmungsvolles Saisonfinale ein, das zeitgleich mit dem traditionellen Keltenbaumfest in St. Georgen im Attergau stattfand. Dazwischen sorgten das ganze Jahr über auch immer wieder kleinere Veranstaltungen mit Gustl & Perla, wie etwa eine bunte Kinderdisco in der Marina Kammer-Schörfling für viel Spaß für die kleinen Gäste.

#### Attersee-Attergau Merch Roadshows

In den Sommermonaten 2023 - 2025 machte die Attersee-Attergau Merch Roadshow wieder Station in der gesamten Region und brachte die beliebtesten Merchandising-Artikel direkt zu den Besucher:innen. Bei verschiedenen Veranstaltungen und in den Strandbädern konnten Fans ihre Lieblingsstücke wie T-Shirts, Caps und weitere Accessoires erwerben. Zusätzlich sorgte ein Glücksrad für jede Menge Spaß und Spannung bei Jung und Alt. So wurde die Roadshow zu einem besonderen Sommerhighlight, das die Verbundenheit mit der Region erlebbar machte.

#### Sommerkino am Attersee

Warne Sommernächte im Freien genießen und dabei trotzdem nicht auf den gemütlichen Fernseh-Feierabend verzichten – die Sommerkinos am Attersee machten es möglich. Im August 2024 und 2025 wurde ein Kino unter Sternen am Attersee und im Attergau veranstaltet. Gemeinsam mit dem Tourismusverband und Christian Gaigg vom Festival of Nations wurden zahlreiche Termine rund um den Attersee und im Attergau organisiert. Mit einem abwechslungsreichen Filmprogramm wurde für jeden Geschmack etwas geboten. Dieses Angebot steht und stand sowohl Gästen als auch Einheimischen kostenfrei zur Verfügung.



#### Premierenfeier – ServusTV / Land der Berge Produktionen

Ein besonderes Highlight in den letzten Jahren stellten die Premierenfeiern zu den ServusTV- bzw. ORF III Land der Berge Produktion dar. Der TVB Attersee-Attergau lud zu diesen feierlichen Anlässen ein und schuf damit einen stimmungsvollen Rahmen für die Präsentation der beeindruckenden Aufnahmen unserer Region. Zahlreiche Gäste aus Politik, Wirtschaft, Medien und Tourismus nahmen teil und nutzten die Gelegenheit, die Schönheit des Attersee-Attergaus auf der großen Leinwand zu erleben. Die Premierenfeiern boten nicht nur einen gelungenen Blick hinter die Kulissen der Filmproduktionen, sondern stärkten auch die Sichtbarkeit und Strahlkraft unserer Region weit über die Landesgrenzen hinaus.



#### Emilie's neue Kleider

Ein Abend zu Ehren der Modeschöpferin Emilie Flöge in der Villa Paulick. Der 150. Geburtstag von Emilie Flöge wurde in der Villa Paulick gebührend gefeiert: mit Champagner, Torte und einem Ständchen. Im Rahmen des von Tourismusverband und Klimt-Verein veranstalteten Events wurde ein Kleid versteigert, das eine Schülerin der HBLA Lentia ganz im Sinne von Emilie Flöge entworfen hatte. Der Erlös der Auktion in Höhe von 1.000 Euro geht an die Caritas OÖ für in Not geratene Frauen.



#### Autofreier Rad-Erlebnistag

Der autofreie Rad-Erlebnistag gilt als DIE Highlight Veranstaltung des TVBs. Bereits seit 28 Jahren findet der Radtag Ende April bzw. Anfang Mai in der Region statt. Rund 65.000 Sport- und Hobbyradfahrer:innen genießen die Radstrecke rund um den Attersee, auf der für den Straßenverkehr gesperrten Uferseestraße. Feierlich eröffnet wird der autofreie Rad-Erlebnistag traditionellerweise bei der Agerbrücke in Schörfling/Seewalchen am Attersee durch zahlreiche Ehrengäste. Entlang der rund 48 km Strecke laden jedes Jahr wieder zahlreiche Genussstationen zum Genießen und Verweilen ein. Erwähnenswert ist hierbei das vielfältige Angebot an regionalen Produkten und Schmankerln. Der Radiosender Life-Radio sorgt als fixer Partner immer wieder für ausgelassene Stimmung mit guter Musik und großartigen Gewinnmöglichkeiten. Musikalische Umrahmung des Geschehens erfolgt durch die örtlichen Musikvereine in vielen Gemeinden. Zahlreiche Stände der heimischen als auch auswärtigen Radsport Unternehmen (KTM, UVEX und Sport Streicher, Spusu E-bikes, Bikes and Wheels, u. v. m.) versorgen die Teilnehmer:innen mit neuen Trends bzw. leisten Erste Hilfe am Rad, falls nötig.



**NEUHEIT 2024 + 2025:** Die Firma SPUSU stellte E-Bikes kostenlos am Bahnhof Kammer-Schörfling für all jene, die sich vor Ort ein Rad ausborgen mochten, zur Verfügung.

Besonderer Dank gilt jedes Jahr wieder den freiwilligen Helfer:innen sowie den langjährigen Partner:innen: **OÖN, Life Radio, Raiffeisen Oberösterreich, ÖAMTC, Spusu, KTM u. v. m.**



#### Salzkammergut Mitarbeitertag am Attersee

Jedes Jahr wird das große Salzkammergut Tourismus MitarbeiterInnenfest in einer anderen Region abgehalten, 2024 war der Tourismusverband Attersee-Attergau Austragungsort und Organisator der Veranstaltung. Die Mitarbeiter:Innen konnten zwischen einem gemütlichen Yoga-, Kinoprogramm oder einem mutigeren Eisbade-Workshop wählen. Den Abend ließen alle bei einem gemeinsamen Abendessen ausklingen.



#### Maibaumsetzen in Linz am Hauptplatz

Gemeinsam mit der Gemeinde St. Georgen im Attergau präsentierte sich der TVB Attersee-Attergau 2025 beim traditionellen Maibaumaufstellen in Linz. Mit dem festlich geschmückten Maibaum wurde die Verbundenheit zur Region gezeigt und gleichzeitig ein starkes Zeichen für Brauchtum und Tradition gesetzt. Der Auftritt bot eine schöne Gelegenheit, die kulturelle Vielfalt und Gastfreundschaft des Attersee-Attergaus auch außerhalb der Region sichtbar zu machen.

## 5. KAMPAGNEN UND KOOPERATIONEN



### Maskottchen Perla

#### Eröffnung des AbenteuerWanderPasses

Am 12. April wurde in Unterach am Attersee der Startschuss für den AbenteuerWanderPass gefeiert. Bei bester Stimmung durften sich die Besucher:innen auf ein farbenfrohes und vielfältiges Programm freuen: Gemeinsam mit Beachvolleyballprofi Florian Schnetzer konnten die Kinder ihre sportlichen Talente unter Beweis stellen. Für kreative Köpfe gab es Bastel- und Malstationen, während die kleinen Abenteurer beim Kinderschminken in bunte Fantasiewelten eintauchen konnten. Eine große Hüpfburg, bereitgestellt vom Tourismusverein Unterach am Attersee, sorgte für ausgelassene Bewegung und fröhliches Lachen.



#### Stegeröffnung in Weyregg

Auch in Weyregg war gute Laune garantiert: Bei der feierlichen Stegeröffnung war nicht nur das Maskottchen der Atterseeschifffahrt vor Ort, sondern auch unsere fröhliche Perla. Gemeinsam verbreiteten sie Freude und überraschten die Kinder mit unserem beliebten Studentenfutter – ein gesunder Snack, der auch bei den kleinsten Gästen großen Anklang fand.



#### Weitere Auftritte von Perla

Unsere Perla war das ganze Jahr über fleißig unterwegs und sorgte bei zahlreichen Veranstaltungen für leuchtende Kinderaugen:

- beim Autofreien Radtag,
- beim Atterrun in Seewalchen,
- bei den Try Out Days in Nußdorf
- sowie beim Pro Beach Battle in Litzlberg.

Besonders beliebt war auch die Kooperation mit der Atterseebahn: Abwechselnd mit deren Maskottchen begeisterte Perla die jungen Fahrgäste und machte die Fahrt zu einem unvergesslichen Erlebnis.

### Unsere Give-Aways 2025

Damit die Abenteuer nicht nur in Erinnerung bleiben, gab es auch heuer wieder liebevoll gestaltete **Give-Aways**: Studentenfutter in fröhlichen Verpackungen mit **Eule Gustl** und **Fisch Perla**, dazu Springseile, Frisbees, Malkreiden und kreative Rucksäckchen zum Selbstgestalten. Ein besonderes Highlight: Wer seinen AbenteuerWanderPass vollständig gefüllt hatte, durfte sogar eines unserer Maskottchen als **kuscheliges Plüschtier** mit nach Hause nehmen.

Auch für das kommende Jahr tüfteln wir bereits an neuen, spannenden Präsenten – die Kinder dürfen gespannt sein!



### AbenteuerWanderPass – unsere Wege

Aktuell umfasst der AbenteuerWanderPass sieben abwechslungsreiche Wanderwege rund um den Attersee. Zwei Wege mussten wir auf unserer Reise seit 2019 leider verabschieden – dennoch sind wir stolz darauf, dass unsere bestehenden Strecken laufend erneuert und bereichert werden. So gibt es etwa in Weyregg bei der Wasserroas einen neuen Wasserspielplatz zu entdecken, während am Wildholzweg in Nußdorf ein moderner Spielplatz für zusätzliche Abenteuer sorgt.



### Kinderdisco in Schörfling

Am 23. Juli wurde die Marina Schörfling zur Tanzfläche für die Kleinsten: Bei unserer Kinderdisco wurde ausgelassen getanzt, gelacht und gefeiert. Dank toller Musik, süßen Leckereien und zahlreicher begeisterter Teilnehmer:innen war der Abend ein voller Erfolg – und für viele Kinder bestimmt ein unvergessliches Sommerhighlight.



### 3 Generationen - 25 Jahre Attersee

#### Wie ein Urlaubsort für die Familie Pufke zur zweiten Heimat wurde

Seit 2001 besuchen Gertraud und Arthur Pufke aus der Oberpfalz zwei Mal im Jahr die Pension Seeblick am Attersee. Immer vor Pfingsten und einmal im Herbst. Und mittlerweile ist auch schon die Enkeltochter mit dabei. 3 Generationen verbringen regelmäßig gemeinsam ihren Urlaub in der Region Attersee-Attergau bei der Gastgeberfamilie Brigitte & Stéphane Gsell-Lohninger.



In der Zeitung **WOMAN** wurde diese Geschichte im Oktober in einem einseitigen Advertorial veröffentlicht.

Immer wieder gerne präsentieren wir Gäste und GastgeberInnen der Region in verschiedensten Formaten. Der Erfolg dieser Beiträge spricht für sich.

## Gourmetreise durch die Region Attersee-Attergau

Genuss verbindet. Echt, ehrlich und direkt sprechen Köche und Köchinnen aus der Region Attersee-Attergau über ihre gemeinsame Leidenschaft: Das Kochen. Was macht für Sie das perfekte Gericht aus? Was bedeutet ihnen Qualität und wie sind sie überhaupt zur ihrer Leidenschaft gekommen. Acht Genussveredler haben sich unseren Fragen gestellt und uns gezeigt: **Kochen ist viel mehr als nur den Hunger zu stillen. Es ist ein Genusshandwerk.**



## Conny Haberl vom Hotel Haberl

Der unerwartete Weg in die Küche: Eine Geschichte von Mut und Tradition.



**Kochen macht mir voll Freude. Am schönsten ist es, wenn Gäste sagen, dass es wie immer ausgezeichnet war – oder sogar noch besser – und, dass sie gerne wiederkommen.**



*Komplettes Interview*



## Sebastian Rumpf vom Gastronomiebetrieb Das Bräu - Hotel Aichinger

Mit jungen Jahren auf dem Weg nach oben.



**Essen ist für mich Genuss pur, und Genuss möchte ich in meinem Leben haben!**



*Komplettes Interview*



## Martin Kinast vom Gastronomiebetrieb „Die Schmiede“

Regional, saisonal, kreativ: Die moderne Küche im Einklang mit der Tradition.



**Wir freuen uns riesig über jede Auszeichnung - sie ist eine große Anerkennung für die Arbeit des gesamten Teams. Unser Ziel bleibt: die beste Qualität mit regionalen Produkten auf den Teller zu bringen.**



*Komplettes Interview*



## Die Vielfalt der Region Attersee-Attergau entdecken

Die Ferienregion Attersee-Attergau im Salzkammergut bezaubert durch ihre traumhafte Natur, spannende Kulturangebote und genussreiche Erlebnisse. Ob Berge, See, uralte Geschichte oder moderne Abenteuer – für jeden Geschmack ist etwas dabei. Diese 14 Top-Ausflugsziele sorgen das ganze Jahr über für unvergessliche Momente: Natur pur, sportliche Herausforderungen, Kultur & Geschichte, Genuss und Familienzeit.



### 1. Attersee-Schifffahrt

Erlebe den Attersee vom Wasser aus! Die Schifffahrt verbindet verschiedene Orte rund um den See und bietet beeindruckende Panoramen. Ideal für entspannte Rundfahrten oder als Einstieg in weitere Ausflüge.

### 2. Atterseebahn

Mit der nostalgischen Atterseebahn von Vöcklamarkt nach Attersee reist du bequem und staufrei durch den Attergau. Perfekt kombiniert mit der Schifffahrt für einen abwechslungsreichen Ausflugstag.

### 3. Bienenhof Attersee

Tauche ein in die Welt der Bienen! Der Bienenhof bietet Einblicke in die Imkerei, einen Lehrpfad und einen Hofladen mit regionalen Produkten. Ein Erlebnis für die ganze Familie.

### 4. Abenteuer Pfahlbau

Entdecke die prähistorischen Pfahlbaudörfer, die zum UNESCO-Weltkulturerbe gehören. Interaktive Ausstellungen und ein faszinierender Einblick in die Geschichte der Region erwarten dich.

### 5. Bierschmiede Attersee

In der Bierschmiede erlebst du traditionelles Brauhandwerk hautnah. Bei einer Führung erfährst du alles über die Bierherstellung und kannst regionale Spezialitäten verkosten.

### 6. Attergauer Aussichtsturm

Wandere auf den Lichtenberg und genieße von oben einen atemberaubenden Blick auf den Attersee, das Höllengebirge und den Dachstein. Ein lohnenswertes Ziel für Wanderfreunde.

### 7. Kelten.Baum.Weg

Dieser Themenweg in St. Georgen im Attergau führt dich auf den Spuren der Kelten. An neun Erlebnisstationen erfährst du mehr über das Leben in der Eisenzeit. Ein Highlight ist das originalgetreue Keltenhaus.

### 8. Naturpark Attersee-Traunsee

Im Jahr 2012 wurde das 77 km<sup>2</sup> große Landschaftsschutzgebiet zwischen Attersee und Traunsee als Naturpark ausgewiesen. Erleben Sie die vielfältigen Natur- und Erlebnisräume des Naturparks bei einer geführten Erlebniswanderung oder gönnen Sie sich gleich Sternenglanz und Zweisamkeit: Dein magischer Moment am Attersee.

## 9. Gustav Klimt Zentrum

Erkunde das Leben und Werk von Gustav Klimt, der den Attersee liebevoll „sein österreichisches Meer“ nannte. Das Zentrum zeigt beeindruckende Einblicke in Klimts Schaffensphase am Attersee.

### 10. Hochseilgarten

Der Hochseilgarten Attersee steht für Herausforderung und Abenteuer, für Lust am Leben und Spaß, für Vertrauen gewinnen, Grenzen erleben und sprengen – und das gemeinsame Erleben verbindet! Der Hochseilgarten Attersee verfügt über zahlreiche Stationen: Von der Riesenschaukel bis hin zum Selbstsicherungsparcours.

### 11. Gläsernes Tal

Dieser Erlebnisweg in Weißenkirchen im Attergau führt dich durch ein Tal, das von Glasbläsern geprägt wurde. An verschiedenen Stationen erfährst du mehr über die Geschichte der Glasbläserei.

### 12. Nixenfall

Der Nixenfall ist ein malerischer Wasserfall in der Region. Umgeben von Mythen und Sagen, ist er ein beliebtes Ziel für Wanderer und Naturliebhaber.



## 13. Erlebnisgärtnerei Blumen Bergmoser

In der Erlebnisgärtnerei kannst du die Vielfalt der Pflanzenwelt entdecken. Neben einer großen Auswahl an Pflanzen gibt es auch Workshops und Veranstaltungen rund um das Thema Garten.

### 14. See Alpaka

„...DEM VLIES DER GÖTTER AUF DER SPUR“ Erlebe eine einzigartige Gehegeführung und lerne diese faszinierenden Tiere hautnah kennen. Ein unvergessliches Erlebnis für die ganze Familie! Im Anschluss besteht die Möglichkeit unsere exklusiven Alpakaprodukte und nachhaltige Bekleidung aus Hanffasern u. Bio- Pima- Baumwolle in unserem Shop kennen zu lernen.

### Aktionswoche Anfang Mai 2025:

#### Ein besonderer Anlass

Vom 1. bis 4. Mai 2025 fanden die Aktionswochen der TOP-Ausflugsziele statt. In diesem Zeitraum gab es viele besondere Aktionen und Angebote – dies war ein idealer Zeitpunkt, um die Region zu entdecken.

Unter anderem gab es Prozente bei Führungen, es gab einen Zwetschkenbaum zu gewinnen, oder Ermäßigungen bei den Eintrittspreisen.



## 6. PACKAGES

### Packages

Um den Urlaub möglichst stressfrei und gut organisiert zu gestalten, bietet der Tourismusverband Attersee-Attergau spezielle Urlaubspackages an. Diese vereinen komfortable Nächtigungen mit abwechslungsreichen Zusatzleistungen – ideal für alle, die ihren Aufenthalt mit bereits fix geplanten Programmpunkten bereichern möchten.

Ein Beispiel ist das Weitwander-Package: Neben der Unterkunft sind ein Wandertaxi sowie ein Wanderrucksack mit detaillierten Wanderunterlagen inkludiert. Die Gäste umrunden dabei den Attersee auf dem Weitwanderweg. Das Wandertaxi sorgt dafür, dass sie nach jeder Etappe bequem zurück zur Unterkunft gebracht werden.

Neu im Jahr 2025 ist das stimmungsvolle Adventzauber-Package, das eine romantische Adventschiffahrt sowie ein winterliches Willkommensgeschenk auf dem Zimmer beinhaltet.

#### Folgende Packages wurden 2025 angeboten:

- Weitwandern rund um den Attersee
- Romantik unter Sternen im Sternenpark
- Adventzauber am Attersee
- Familienzeit für Groß und Klein
- Radfahrurlaub am Attersee
- Wandern und Kulinarik
- Kultur und Kulinarik am Attersee

#### Bericht von 2019 bis 2025

In den letzten 6 Jahren wurden diverse unterschiedliche Packages von seiten des TVB angeboten. Die Themen waren neben Familien und Genuss auch sportliche Aktivitäten wie beispielsweise Radfahren oder Schneeschuhwandern.

Über den gesamten Zeitraum zeigt sich aber, dass vor allem das Weitwandern-Package und die Packages im Naturpark Attersee-Attergau sich großer Beliebtheit erfreuen.



## 7. DRUCKSORTEN UND WERBEMITTEL

### Drucksorten Attersee-Attergau

Drucksorten werden immer noch von den Gästen und Betrieben stark nachgefragt.



#### Neues Gastgeberverzeichnis 2025

Mit März 2025 wurde das neue Gastgeberverzeichnis fertiggestellt. Erstmals hatten **alle gelisteten Herbergungsbetriebe** die **Möglichkeit auf ein gleichwertiges Inserat** – kostenfrei, fair und modern gestaltet. Statt Preislisten setzt die Neuauflage auf eine **kompakte, intuitive und übersichtliche Darstellung** mit **klaren Piktogrammen** und **QR-Codes**, die Gäste direkt zu weiterführenden Online-Informationen führen.

Durch die innovative Lösung von **TOURIPRINT** konnten die Inserate zudem direkt mit den **Tourdata-Einträgen der Betriebe** verknüpft werden – ein weiterer Schritt zu mehr Aktualität und Benutzerfreundlichkeit.



#### Neues tschechisches Magazin 2025

Das im 2. Quartal des Jahres 2025 erschienene Magazin 'objevujte attersee' diente als eigene Drucksorte für den tschechischsprachigen Markt dazu, die Gäste in ihrer Muttersprache willkommen zu heißen und über die Region zu informieren.



#### Neue Herbst-Bucket-List 2025

Unsere „To-Do-Liste“ für die goldene Jahreszeit sorgt für unvergessliche Momente und besondere Erlebnisse in der Natur.

## Weitere Drucksorten, die im Jahr 2025 regelmäßig ausgegeben wurden

Wanderfolder, Ausflugszielefolder, Naturerlebniskarte und Abrissblock wurden als unsere beliebtesten Druckwerke auch im Jahr 2025 nachgedruckt.



„Sicheres Verhalten“-Folder

## Überarbeitete Drucksorten der STMG

Salzkammergut Karte + Attraktionen sowie die Salzkammergut Radkarte wurden 2025 überarbeitet und neu aufgelegt:



## Sommercard + Broschüre

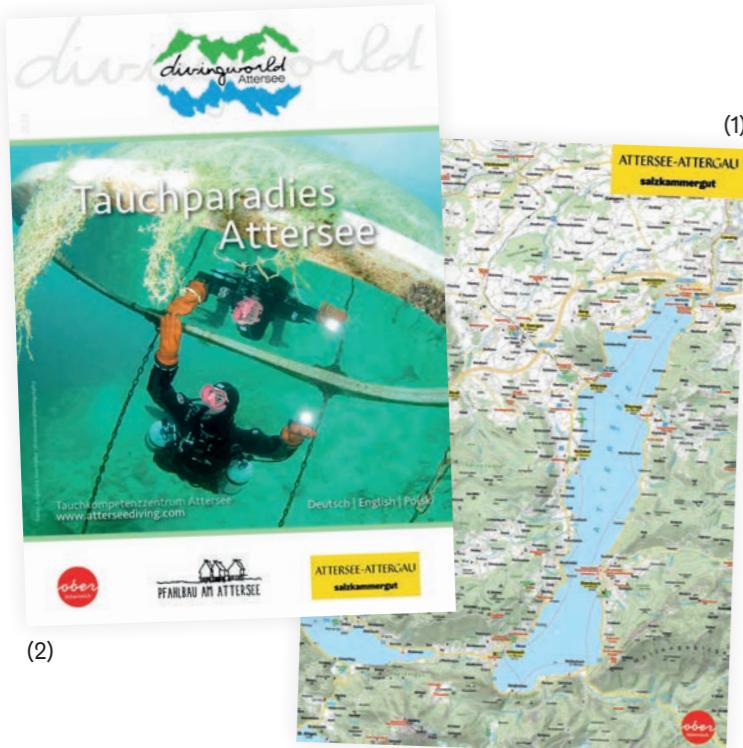
Salzkammergut Karte + Attraktionen sowie die Salzkammergut Radkarte wurden 2025 überarbeitet und neu aufgelegt:



## 8. PRESSE UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

### Weitere Drucksorten

Folgende „eigenen“ Drucksorten werden dauerhaft von uns aktualisiert und vertrieben:



- Naturerlebniskarte
- Rad- und Wanderkarte Attergau
- Wanderbroschüre
- Ausflugsziele & Freizeitangebote
- Gastgeberverzeichnis
- Abrissblock (1)
- Gastronomie-Guide
- Top Ausflugsziele
- Klettersteig Mahdlgupf
- Josefweg
- Segelguide
- Sicheres Verhalten
- Tauchen (2)
- Römerradweg

Zusätzlich zu diesen Broschüren führen wir auch diverse Prospekte von Oberösterreich Tourismus, Salzkammergut Tourismus sowie regionalen Partner:Innen und Anbieter:Innen.

### Ausblick

Aufgrund der tollen Resonanz unseres 2023 eingeführten Adventfolders wird es auch im 4. Quartal 2025 eine 3. Auflage des Adventfolders geben, der die Vielfalt der Adventveranstaltungen in der Region Attersee-Attergau nach außen trägt.



### Das Pressejahr 2025 in Zahlen:

- Anzahl bezahlte Inserate (inkl. Q3):  
**32 Inserate** wurden im Jahr 2025 geschalten

- Anzahl betreute Einzel- und Gruppen-Pressereisen (inkl. Q3):  
**7 Pressereisen** wurden von Jänner bis inkl. Oktober vom Pressteam des TVB Attersee-Attergau betreut

- Anzahl Presseaussendungen (inkl. Q3)  
**22 Presseaussendungen** wurden verschickt und den diversen Medien zur Veröffentlichung zur Verfügung gestellt

### Highlights 2025

#### Grandeseigneurs im Tourismus

Mit Leidenschaft, Weitblick und persönlichem Einsatz haben diese Gastgeberpersönlichkeiten den Tourismus in der Region Attersee-Attergau entscheidend geprägt. Die Fotostrecke der Grandeseigneurs holte sie in DIE OBERÖSTERREICHERIN in der Juni Ausgabe vor den Vorhang.

## Schaufenster DIE PRESSE

Dieses Jahr wurden einzelne Strandbad Buffets und Kioske rund um den See porträtiert. Im Rahmen der Sonderbeilage „Schaufenster“ für DIE PRESSE wurden der Steckerlfisch in Weißenbach, das Seebuffet in Weyregg, das Seeufer in Attersee und The BEACH BAR in Seefeld mit je einer ganzen Seite und eigenem Fotoshooting dargestellt.

## Highlights: Veröffentlichungen aufgrund von Presseaussendungen

### Travel 4 you



Der Attersee gilt das ganze Jahr als Eldorado für Taucherinnen. Dabei ist speziell aber der Winter seinen eigenen Reiz. Mit idealen Lichtverhältnissen und glasklarem Wasser, sind Sichtweiten bis zu 30 Meter üblich.

Die ausgeszeichnete Wasserqualität und eine intakte Natur machen den Attersee zur Heimat einer Reihe von Fischen wie Hechte, Aale, Barsche oder Perlfische, die man bei seinem Tauchgang beobachten kann. Hinkelsteine, prähistorische Pfahlbauten, Schiffswracks, ein imposanter Unterwasserwald, eine Un-

Foto: Katrin Kirchbauer

### Im Winter Tauchen im Attersee

terwassergruppe (jedes Jahr von 1. Advent bis 2. Februar), Autowracks oder Tauchen an schönen Steilwänden bieten sehr vielseitige und abwechslungsreiche Tauchziele. Je nach eigenen Können oder Erfahrungen fässt das Tauchrevier, das über insgesamt 21 Einheiten erstreckt, mit denen man seine Flaschen mit Luft oder Nitrox auffüllen kann. Nach einem beeindruckenden Tauchgang mit einem oder mehreren Tauchgängen, bietet die Region Attersee-Attergau auszahlige Angebote, um den Urlaub nach dem Tauchgang zu verlängern. Viele Restaurants und Unterkünfte rund um den See haben sich auf Tauchgäste aus aller Welt eingestellt. Manche Gastronomiebetriebe haben eigene Tauchzonen rund um den Attersee, stellen Kompressoren bereit, mit denen man seine Flaschen mit Luft oder Nitrox auffüllen kann. Nach einem beeindruckenden Tauchgang mit einem oder mehreren Tauchgängen, bietet die Region Attersee-Attergau auszahlige Angebote, um den Urlaub nach dem Tauchgang zu verlängern.

Höhepunkte, spektakuläre Aktivitäten und ein umfassendes kulturelles Angebot immiten der landschaftlichen Schönheit des Salzkammerguts machen die Region zu einem beliebten Urlaubsziel.

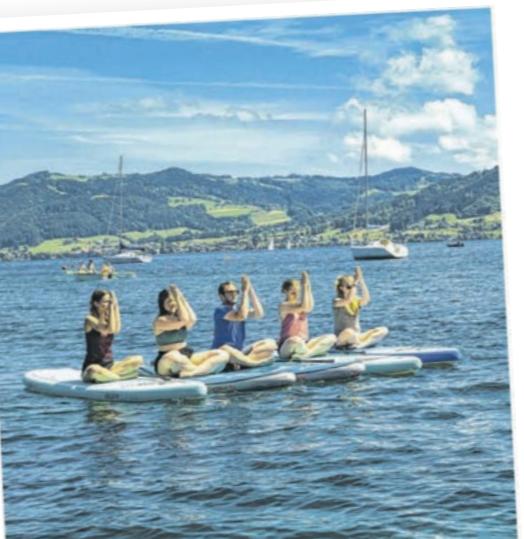


Schonmal geht es entlang einer vielseitigen Unterwasserwelt mit ihrem dichten Pflanzengürtel und ausgedehnten Unterwasserwiesen zu einem der vielen Tauchattraktionen, die der See bereithält. „Danach des idealen Lichtenfalls, wird bis zu einer Tiefe von 40 Metern keine Lampe benötigt“, so Günter Oberschmid - Tauch-Profi vom Attersee.

#### Rückfragehinweis

Tourismusverband Attersee-Attergau  
Angela Egg  
Geschäftsleiterin  
Tel. +43 7666 7719-0  
egg@attersee.at  
www.attersee-attergau.at  
salzkammergut.at

### Tips Vöcklabruck – 11.6.2026



### Wassersport Die Nußdorfer Try-Out Days laden zum Ausprobieren von verschiedenen Sportarten am Wasser ein. Für große und kleine Besucher gibt es ein buntes Programm und Olympiasieger Valentin Bontus ist vor Ort.

### Olympiasieger Valentin Bontus bei den vierten Nußdorfer Try-Out Days

Programm für die ganze Familie. Zahlreiche regionale Sportvereine und Anbieter präsentieren ihre Angebote rund um den Wassersport und bieten kostenlose Schnupperseinheiten an – unter dem Motto „Wassersport Action, Sommerfeeling“ – erwartet die Besucher ein buntes

zu Motorbootaufnahmen. Neu mit dabei: VR-Sailing – virtuelle Segelreisen für Groß und Klein. Auch an Land wird einiges geboten. Die Kinderfreunde Vöcklabruck sorgen mit Hüpfburg und Kinderschminken für strahlende Kinderäuglein, während Live-Musik von JustForFun am Sonntag ab 13 Uhr und eine Tanzshow der

### Reisewelt

#### Baden-Württemberg geht auch bei Nacht

#### Frühlingslosradeln an drei Orten

#### Namaste auf viele Arten am Attersee

**Oberösterreich.** Die Region Attersee-Attergau wirbt im Frühling mit zahlreichen Möglichkeiten, um den Stress abzubauen. Das reicht von Waldbaden (mit mehrstündigen Wanderreisen) über Genusswanderungen und Eisbäden (Workshop-Termin Anfang April) bis Yoga. Vor allem für Yoga-Freunde hat man sich recht kreative Varianten ausgedacht. Es gibt Wander-Yoga, Yoga am SUP-Board, therapeutisches Yoga, Yoga & Physiotherapie und sogar Kinderyoga. Und nachts kann man im ersten Sternenpark Österreichs Sterne schauen. *attersee-attergau.salzkammergut.at*

### Kurier – 9.3.2025

#### Perfekte Mischung aus Kulinarik und Unterhaltung

Steckerlfische, Köstliches vom Grill und Live-Musik am See erwartet die Gäste des Strandlokals „Seeufer“ in Attersee.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

#### Genuss am Ufer des Attersees

Das See-Buffet Weyregg ist eine perfekte Oase für Wanderer und Radfahrer.

<div data-bbox="273 240 395



Weekend Magazin – 30.6.2025

## Speisen am Attersee

**SOMMERLICH.** Rund um den wunderschönen Attersee müssen Sie bei den Strandbäder auf nichts verzichten – das gilt natürlich auch für das Kulinarische!

**Weyregg**  
Was wäre ein Tag am Strand ohne leckeres Essen? Dafür ist am Attersee gesorgt!

**Seewalchen**  
Weil so viel Wasserspaß hungrig macht: Contis Beach Club ist eine Bar und Restaurant mit höchsten kulinarischen Ansprüchen, das darüber hinaus stilvoll mehrere Lebenswelten auf gute italienische Art verbindet. Bei Pas-

**Attersee**  
ta, Fisch, Fleisch und weiteren mediterranen Köstlichkeiten fühlen sich hier alle Gäste wohl, die sich an der wahrscheinlich schönsten Strandbar am Attersee bei einem Glas Prosecco oder auch feinen Antipasti gut unterhalten wollen.

**Unterach**  
Kommen Sie in die Beach Boys Lounge und es erwarten Sie entspannte Musik, frische Cocktails und leckeres Essen bei sommerlich-mediterranem Ambiente.

**Steinbach**  
Kühle Getränke und sommerliche Gerichte können Sie in der Beach Boys Lounge tagsüber und am Abend genießen. \*



**Schörfling**  
Herrliches Restaurant mit Bedienung und sommerlichem Blick auf den Attersee: Das wartet auf Sie im Schönauer Bad.

TV



Im Jahr 2025 wurde Land der Berge mit Marlies Raich ausgestrahlt und mit einer großen Premierenfeier gebührend gefeiert.



2025 wurden aber auch wieder mehrere Filmdrehs organisiert:

Im August kam ORF III noch einmal zum Dreh für die Sendung „Seen im Salzkammergut“.

Im September drehte ARTE für die Sendung „Bitte zu Tisch“ mit dem Schwerpunkt Zwetschke. Ebenso im September fanden Dreharbeiten für die ORF Sendung „Österreich vom Feinsten“ statt – mit Schwerpunkt auf das Thema Klimt.

Die Sendung „Barbara Karlich unterwegs“, widmet sich unter anderem dem Thema Tauchen am Attersee. Die Ausstrahlung erfolgt am 29. Dezember 2025 um 17:35 Uhr auf ORF 2.

Sonntagsblatt – 29. März 2025

12

## SONNTAGSBLATT

### Namaste am Attersee - Entschleunigung erlernen

**REISE** Tipps für Achtsamkeit im Alltag in herausfordernden Zeiten

**ATTERSEE-ATTERGAU** – Mit achtsamen Übungen die man in den Alltag einbauen kann, lässt sich der eigene Körper entspannen und eine klare Sicht auf persönliche Probleme finden. Ein Urlaub in den idyllischen Attersee-Attergau bietet die besten Voraussetzungen, sich diesen Vorhaben zu widmen. Mit diesen folgenden Tipps in der Region Attersee-Attergau, lässt sich der Alltagsstress gekonnt wegzubringen.

**Rug in der Natur – Waldbäder**

Der Wald ist die Sommerferne der Psyche – der beste Luftkurstort unserer Seele. Der Frühling ist dabei die beste Natur Zuversicht und Hoffnung zu schaffen. In der Region Attersee-Attergau ist die Auswahl an Genusswanderungen in unberührter Natur vielfältig.

**Langsam und bewusst Genießen**

Nicht essen, sondern genießen. Sich bewusst entscheiden für regionale Lebensmittel aufzuhören. Die Gastronomiebetriebe der Region bieten dafür eine gro-



Sterneschauen im ersten Sternenpark Österreichs - dem Naturpark Attersee-Traunsee - ist ein besonderes Erlebnis.

BILD: PETER OBERHÄMPLER

#### Sternerschauen

Im ersten Sternenpark Österreichs - dem Naturpark Attersee-Traunsee - kann man unter Anleitung genaufen, gibt es am Abend mittlerweile laufend Grundlagen-Workshops mit zertifizierten Trainer:innen. Die Verbindung mit der Natur durch die Übung mit den kalten Wassers, ist ein einzigartiges Erlebnis.

Eisbäden

Die positiven Effekte des Eisbads auf Körper und Seele sind mittlerweile kein Geheimnis mehr. Für manche gilt das Eisbaden als Jungbrunnen, für andere als perfekte

Methode gegen den Winterblues. Da man aus gesundheitlichen Gründen die Abkühlung für den Geist am besten unter Anleitung genießen kann, gibt es am Abend mittlerweile laufend Grundlagen-Workshops mit zertifizierten Trainer:innen. Die Verbindung mit der Natur durch die Übung mit den kalten Was-

ters, ist ein einzigartiges Erlebnis.

**Mehr Tipps und Infos**  
rund um das Thema „Reisen“ finden Sie auf NWZonline unter

• [www.nwzonline.de/reisen/](http://www.nwzonline.de/reisen/)



Podcast

Im Frühjahr 2025 besuchten die Schauspieler Simon Schwarz und Manuel Rubey den Attersee für ihren Podcast „Fahrt ins Blaue“ und es wurden 2 Podcastfolgen aufgezeichnet.

Simon Schwarz war seine gesamte Kindheit im Sommer am Attersee und erzählte in der ersten Folge beim Minigolfspielen und bei einer Jause auf der Födinger Alm über seine Erinnerungen daran. Ein Treffen mit seiner Jugendfreundin Michaela Pflügl brachte lustige Geschichten aus der Zeit am See damals hervor. Ein Besuch bei der Bierschmiede, der Aufenthalt und die Kulinarik in der Pension Hanslmann rundeten die erste Folge ab. Bei der zweiten Folge sind die Themen Klimt Zentrum, Genussufer und Sicherheit am Berg bei einem Gespräch mit Werner Schnetzer im Fokus gestanden. Die erste Folge wurde im Mai ausgestrahlt, die zweite im September.

# 9. INNENMARKETING UND KOMMUNIKATION

## Gemeindezeitungen

Für die Gemeindezeitungen wurden inkl. Q3 14 Beiträge vom Pressteam des Tourismusverbandes erstellt und den Gemeinden für die Zeitung und ihren Leser:innen kostenfrei zur Verfügung gestellt.



## Infobrief & Infomail

Viermal im Jahr informiert die Geschäftsführung die Beitragszahler:innen über aktuelle touristische Themen per Post.

Ebenfalls viermal jährlich erhalten alle touristischen Betriebe eine Infomail über gegenwärtige und spannende touristische Themen. Diese bieten vor allem die Möglichkeiten der Beteiligung an interessanten Projekten.

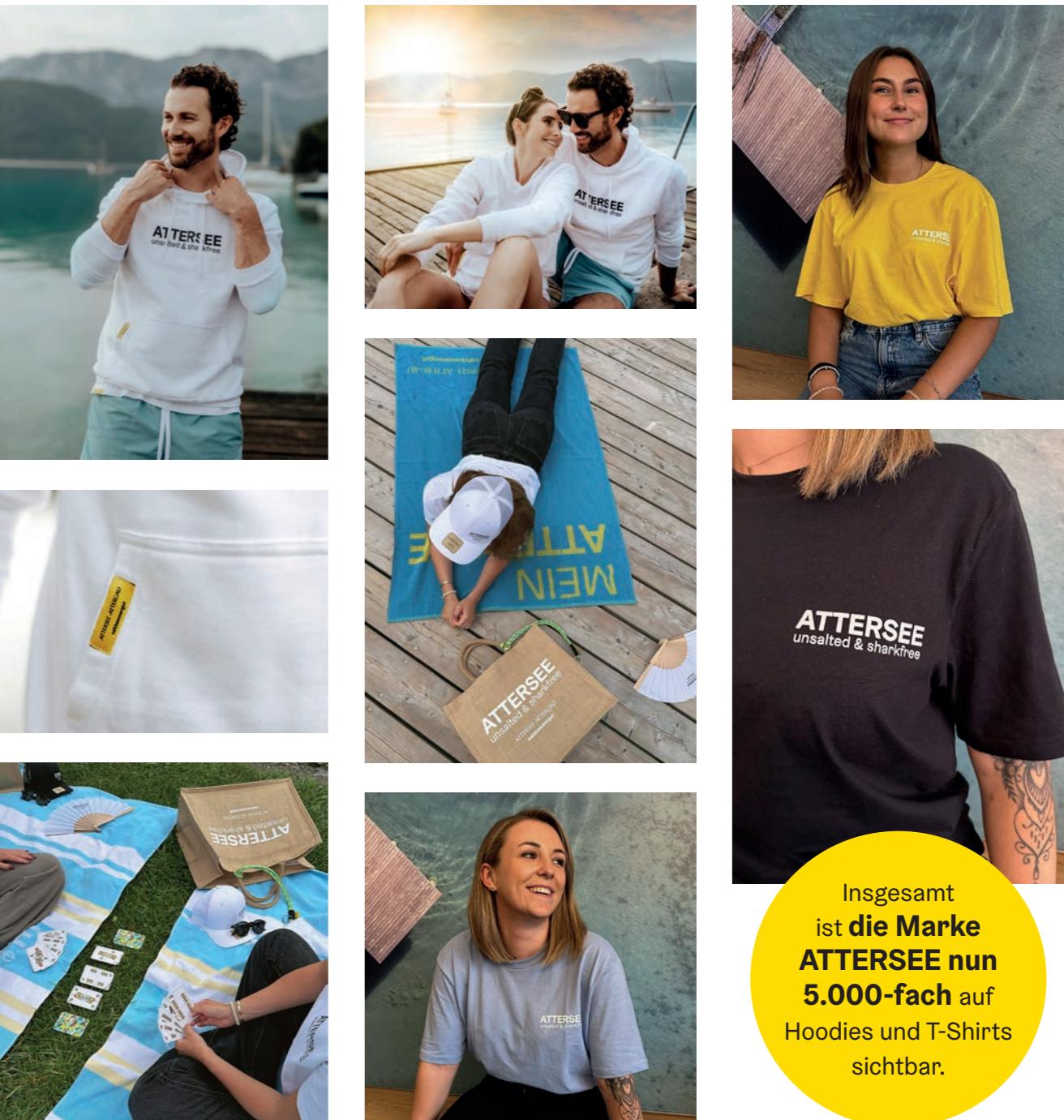
## Merchandise

Merchandise Produkte sind ein wirkungsvolles Instrument, um die Marke Attersee-Attergau zu stärken und das Image nachhaltig zu prägen. Unter dem Slogan „**ATTERSEE – unsalted & sharkfree**“ tragen sie die Besonderheiten der Region mit einem Augenzwinkern in die Welt hinaus. Ob T-Shirts, Hoodies, Badetücher oder Taschen – jedes Produkt wird zum Botschafter für den Attersee und den Attergau und macht die Marke im Alltag sichtbar und erlebbar.

Generell haben Merchandise Artikel einen hohen Wert für jede Marke: Sie schaffen emotionale Bindung, sorgen für Wiedererkennung und verlängern das Urlaubserlebnis über den Aufenthalt hinaus. Gleichzeitig wirken sie als mobile Werbeträger, die Aufmerksamkeit erzeugen und das positive Image der Destination Attersee-Attergau weiterverbreiten.

**Kurz gesagt:** Merchandise macht die Marke greifbar, stärkt Identität und sorgt dafür, dass die Botschaft „*unsalted & sharkfree*“ nicht nur gehört, sondern auch getragen und gesehen wird.

**NEW IN:** Limited Summer Edition T-Shirts „*unsalted and sharkfree*“ erhältlich in voller Farbenpracht: Gelb, Schwarz, Crushed Mint, Sky Blue, Cloud Pink, Verdigris, Navy Blue & Cream Yellow.



## 10. DIGITALISIERUNG UND CRM

### Salzkammergut Card

Die Salzkammergut Card ist eine Rabattkarte, mit der der Gast bei über 120 (Sommer-) Sehenswürdigkeiten und Ausflugszielen eine Preismäßigung von bis zu 30 % erhält. Seit dem Jahr 2014 bekommt jeder Gast bei mindestens 3 Übernachtungen diese Karte kostenfrei. Jährlich werden 13.000 Karten (vorwiegend Sommercards) vom Tourismusverband finanziert. Die Salzkammergut Card ist für € 4,90 auch käuflich in den Informationsbüros des TVB Attersee-Attergau erhältlich.



#### Ihre Vorteile im Sommer sowie im Winter!

Bis zu 25 % Ermäßigung auf über 120 beliebte Attraktionen, Sehenswürdigkeiten und Freizeitangebote im Salzkammergut.

#### Wo ist die SalzkammergutCard erhältlich?

Bei allen Tourismusbüros am Attersee und im Attergau sowie in vielen Hotels, Pensionen und Partnerbetrieben im Salzkammergut.

#### Gültigkeit:

- Die Salzkammergut Sommercard vom 01. Mai bis 31. Oktober für die gesamte Dauer Ihres Urlaubs.
- Die Salzkammergut Wintercard vom 1. November bis 31. April für die gesamte Dauer Ihres Urlaubs.
- Für Einheimische und ZweitwohnungsbesitzerInnen gilt sie 21 Tage ab Ausstellung.
- Die SalzkammergutCard ist gültig, sobald sie vollständig ausgefüllt ist und ist nicht übertragbar.

#### Wo kann ich die SalzkammergutCard einlösen?

Hier finden Sie alle Partnerbetriebe der Salzkammergut-Card, die verschiedenen Ermäßigungen für Karteninhaber anbieten. Profitieren Sie von den Vorteilen der Erlebnis-Card und nutzen Sie die Vergünstigungen bei attraktiven Ausflugszielen im Salzkammergut.



### Bericht E-Coach 2019-2025

Mit dem E-Coach-Programm unterstützt der Tourismusverband Attersee-Attergau seine Mitgliedsbetriebe praxisnah bei der Weiterentwicklung und Optimierung ihrer touristischen Angebote. Die zu E-Coach ausgebildeten Mitarbeiterinnen stehen den Betrieben dabei nicht nur in Workshops und Themenwochen zur Verfügung, sondern bieten auch persönliche Betriebscoachings direkt vor Ort an, um konkrete Fragestellungen individuell zu bearbeiten.

#### 6 Mitarbeiterinnen

Simone Süß, Martina Riedl, Katharina Weisshaar, Elsbeth Nemeth, Anna Pellegrini, Katharina Ott

Schwerpunkte der vergangenen Jahre lagen unter anderem auf Marketing und Digitalisierung, Gästekommunikation, Nachhaltigkeit, Tourismusentwicklung und Preisgestaltung. Mit der Einführung des AtterCAMPUS 2024 wurden die Fortbildungsangebote systematisiert und erweitert.

#### Schwerpunktthemen E-Coach 2025

Im Jahr 2025 liegt der Fokus des E-Coach-Programms auf der Optimierung von Preisstrategien, Saisonplanung, Stornobedingungen und dem professionellen Umgang mit Gästebewertungen.

#### Preise und Saisonzeiten

Da die Nachfrage in der Region Attersee-Attergau je nach Saison stark schwankt, ermöglicht eine gezielte Anpassung der Preise je Saison, Ferien oder Feiertage, das Potenzial der Betriebe optimal zu nutzen.

#### Stornobedingungen und Anzahlungen

Flexibilität ist ein entscheidender Buchungsfaktor für Gäste, gleichzeitig müssen die Gastgeber:Innen wirtschaftlich abgesichert sein. Ziel ist es, ein ausgewogenes Verhältnis zu schaffen, das sowohl die Zufriedenheit der Gäste als auch die Planbarkeit und Sicherheit der Betriebe gewährleistet.

#### Gästebewertungen

Kritische Rezensionen sollten freundlich und sachlich beantwortet werden, um Vertrauen bei zukünftigen Gästen zu schaffen. Auch positive Bewertungen verdienen eine kurze, wertschätzende Rückmeldung, um die Gästebindung zu stärken.

#### AtterCAMPUS – die Betriebsakademie der Region Attersee-Attergau

Mit dem AtterCAMPUS hat der Tourismusverband Attersee-Attergau 2024 eine eigene Betriebsakademie ins Leben gerufen, die Hoteliers und Gastronom:innen praxisnahe und hochwertige Fortbildungsangebote bereitstellt. Ziel ist es, die Betriebe der Region in ihrer Weiterentwicklung zu unterstützen, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken und sie frühzeitig mit aktuellen Trends und Strategien im Tourismus vertraut zu machen. 2024 wurde der AtterCAMPUS mit dem Regionalitätspreis Tourismus von Landeshauptmann Herrn Mag. Thomas Stelzer ausgezeichnet.



Die Workshops und Themenwochen des AtterCAMPUS werden vom TVB initiiert und finanziert, wodurch allen Mitgliedsbetrieben eine kostenfreie Teilnahme ermöglicht wird. Das Spektrum reicht von Nachhaltigkeit, Kommunikation und Rhetorik bis hin zu Zukunftsperspektiven im Tourismus und digitalen Entwicklungen.

Im Jahr 2025 wurde der Fokus gezielt auf das Thema Preisgestaltung gelegt. Unter der fachlichen Leitung von Stefan Brida (Kohl & Partner) erhielten die Betriebe individuelle Coachings direkt vor Ort. Ergänzend dazu wurde eine umfassende Preisstudie für die gesamte Region erstellt und präsentiert.

#### ZAHLEN – DATEN – FAKTEN / AtterCAMPUS 2024 /2025

##### 400+ TeilnehmerInnen / TouristikerInnen

aus der Region sowie Interessenten  
aus anderen Regionen und Bereichen

##### 23 angebotene Workshops

15 verschiedene Locations – in Betrieben der Region

26 ExpertInnen aus den jeweiligen Fachbereichen  
vor Ort dabei

420 verspeiste, eigens für den AtterCAMPUS  
kreierte Müsliriegel. DANKE an die Bäckerei Auinger!

19 individuelle Preiscoachings mit Experte Stefan Brida



Das Preiscoaching letzte Woche mit Stefan war äußerst hilfreich und interessant. Einige Punkte davon konnten wir schon umsetzen. Stefan hat eine sehr angenehme und sympathische Art und hat enormes Praxiswissen. Von daher freue ich mich auf eine Fortsetzung.

Hannelore Reichl, Haslbauer - Familie Resch

#### Buchungstool ImWeb / Destinations Solution

Die Online-Sichtbarkeit und vor allem auch Online-Buchbarkeit ist für Gastgeber:innen heute entscheidend. Der Tourismusverband unterstützt die Beherbergungsbetriebe mit dem Buchungstool ImWeb von Destinations Solution, welches eine breite Online-Verfügbarkeit über regionale und internationale Plattformen ermöglicht. Die Verfügbarkeiten, die über dieses Tool an den Tourismusverband ausgespielt werden, sind die Grundlage für die Angebote, die an Gäste verschickt werden. Auch auf der Website des Tourismusverband sind die Gastgeber:innen hier unter dem Namen Salzkammergut-Booking buchbar.

Mittlerweile gibt es zusätzlich optional eine Payment-Solution, über die die Zahlungsabwicklung automatisiert wird, sowie die Möglichkeit der Anbindung von Booking.com und Airbnb – jeweils mit Aufpreis. Die Mitarbeiter:innen in den Informationsbüros beraten hierzu gerne.

2019 nutzten rund 30 %, seit 2023 bereits etwa 40 % der Betriebe das System – Tendenz steigend. Mit niedriger Provision, ohne Systemgebühr und zusätzlichen Vertriebskanälen bietet das Tool eine attraktive Lösung zur Vermarktung der Unterkünfte.

#### E-Meldeschein

Bei den eCoach Terminen und im persönlichen Gespräch mit unseren Betrieben wird dieses Thema mitgetragen und die Betriebe ausführlich informiert und beraten. Wir konnten zum Vorjahr einen deutlichen Zuwachs verzeichnen. Viele Betriebe haben sich zum elektronischen Meldeschein entschlossen. Wir erkennen eine weiterhin steigende Umstellung auf diese einfache und weniger fehleranfällige Variante der Gästmeldung. Die Verwendung des elektronischen Meldescheines ist eine Vorgabe des Landes Oberösterreich und muss bis 1.1.2026 flächendeckend in allen Betrieben im Einsatz sein.

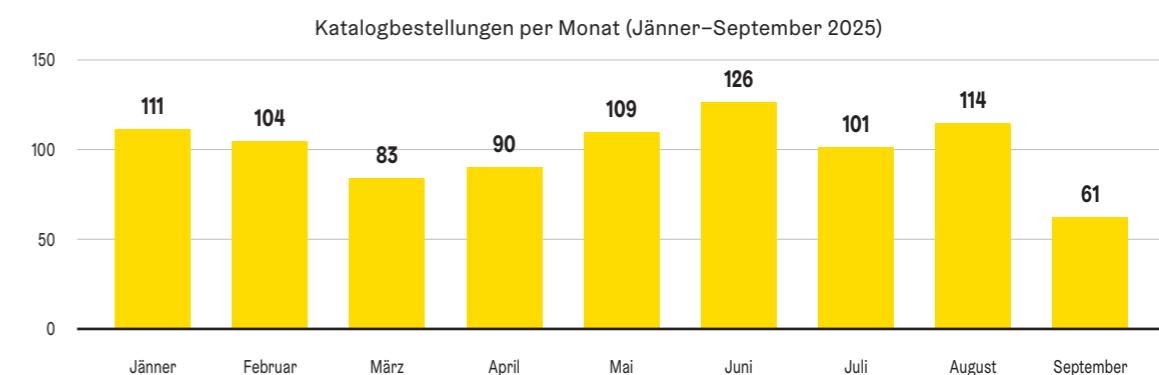
#### Hier eine aktuelle Übersicht, wie viele Betriebe den E-Meldeschein bereits benützen:

Orte	Anzahl Beherbergungsbetriebe*	Stand 03.10.2025	In %
Attersee	44	43	98%
Berg	15	13	87%
Frankenmarkt	7	7	100%
Seewalchen	30	18	60%
Straß	18	15	83%
Vöcklamarkt	14	10	71%
Lenzing	8	7	88%
Nußdorf	51	40	78%
St. Georgen	34	28	82%
Steinbach	46	47	102%
Unterach	48	44	92%
Weyregg	56	36	64%
Schörfling	22	26	118%
<b>SUMME</b>	<b>393</b>	<b>334</b>	<b>85%</b>

\*Anzahl der Unterkünfte in der Region Attersee-Attergau lt. Statistik Austria 2024

#### CRM

Seit 1. Jänner 2021 wird für den Katalogversand und die Angebotserstellung, die nicht über ImWeb abgewickelt werden können, ein Programm der TTG genutzt – SPICE CRM. Dieses Programm befindet sich in den Regionen des gesamten Salzkammerguts im Aufbau und wird laufend weiterentwickelt. Im Zeitraum Jänner bis September 2025 wurden über dieses System insgesamt 899 Prospektanfragen abgewickelt. Damit liegt das laufende Jahr bereits über dem Wert von 2023 (666 Anfragen), jedoch deutlich unter dem Ergebnis von 2024 (1.397 Anfragen). Sollte sich die Entwicklung in den kommenden Monaten stabilisieren, ist für 2025 mit einem Gesamtergebnis zwischen den beiden Vorjahren zu rechnen.



## 11. EMPLOYER BRANDING

### Employer Branding – Fachkräfte gewinnen und binden in der Region Attersee-Attergau

Der Tourismusverband Attersee-Attergau setzt gezielt auf Employer-Branding-Maßnahmen, um die Region als attraktiven Arbeitgeber im Tourismus zu positionieren und den Fachkräftemangel aktiv zu bekämpfen. Ziel ist es, die Betriebe vor Ort zu unterstützen, qualifizierte Mitarbeiter:innen zu gewinnen, langfristig zu binden und die Arbeitgebermarke der Region zu stärken.

Konkret bedeutet dies die regelmäßige Teilnahme an Job-Events in der Region, wie etwa dem GROW Jobfestival in der Varena, die Präsentation der Jobmöglichkeiten bei Karrieremessen der Tourismusschulen sowie an Schulen der Region und die Beteiligung an zahlreichen Informationsveranstaltungen.

Ein weiteres zentrales Instrument ist das Jobportal des TVB, auf das regelmäßig in Pressemeldungen, Online-Kampagnen und Bewerbungsaktionen hingewiesen wird. Es bietet Betrieben eine effektive Plattform zur Veröffentlichung offener Stellen und ermöglicht potenziellen Mitarbeiter:innen einen direkten Zugang zu den Angeboten der Region.

Durch diese Maßnahmen gelingt es dem TVB, die Sichtbarkeit der Region als Arbeitgeber zu erhöhen, Nachwuchskräfte und Fachpersonal gezielt anzusprechen und die Betriebe aktiv bei der Gewinnung und Bindung von Mitarbeiter:innen zu unterstützen.



**GROW – Jobfestival  
in der VARENA**



**Jobday  
Bad Ischl**



**Jobportal des  
Tourismusverbandes**

## 12. BILANZ 2024

### Bilanz zum 31. Dezember 2024

	31.12.2024 EUR	31.12.2023 EUR
<b>Aktiva</b>		
<b>A. Anlagevermögen</b>		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
1. Software		
120 Datenverarbeitungsprogramme	197,63	592,83
130 360 Grad Perspektiven	13.333,33	40.000,00
	13.530,96	40.592,83
II. Sachanlagen		
1. Bauten auf fremdem Grund		
101 Ingangsetzungs- u. Erweiterungsaufwan	0,01	0,01
250 Bauliche Investitionen in fr. Gebäud	58.441,47	63.116,79
280 Grundstückseinr. auf fremden Grund	41.577,41	50.911,42
350 Touristische Einrichtungen St. Georg	987,03	1.381,83
	101.005,92	115.410,05
2. Betriebs- und Geschäftsausstattung		
360 Infoterminals	66.749,45	88.692,55
580 Sonstige Betriebsausstattung	6.744,09	6.333,17
600 Büroeinrichtung	92.310,03	106.232,67
620 Büromaschinen, EDV-Anlagen	0,02	0,03
630 Loipengerät	3.126,05	6.252,12
640 Fuhrpark, Firmen KFZ	3.354,41	0,00
680 Geringw. WG Betriebs- u. Gesch. ausstat	0,00	0,00
	172.284,05	207.510,54
3. geleistete Anzahlungen		
700 Anzahlungen für Sachanlagen	0,00	1.360,00
	273.289,97	324.280,59
III. Finanzanlagen		
1. Beteiligungen		
841 Gesellschaftsanteil STMG	4.900,00	4.900,00
	291.720,93	369.773,42
<b>B. Umlaufvermögen</b>		
I. Vorräte		
1. Waren		
1600 Vorräte an Waren	43.483,26	47.626,01
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
2000 Ford. aus Lief. und Leist. Inland	3.108,62	6.411,50
2001 n. n. fakturierte Lieferungen und Leistungen	3.646,90	900,00
2002 Ausweiskorr. kreditorische Debitoren	60,00	0,00
	6.815,52	7.311,50
2. sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände		
860 Kautionen	90,00	90,00
2300 Sonstige Ford. und Vermögensgegenst	57.949,18	46.240,00
2301 Sonstige Forderungen Interessentenbeiträge	54.074,74	53.898,25
2302 Sonstige Forderungen Ortstaxe	90.877,47	82.398,24
2303 Sonstige Forderungen Freizeitwohnpauschale	188.341,19	218.928,72
2328 Ausweiskorr. debititorische Kreditoren	3.248,16	36,64
2520 Noch nicht verrechenbare Vorsteuer	2.042,85	118,53

<b>Aktiva</b>	31.12.2024 EUR	31.12.2023 EUR	<b>Passiva</b>	31.12.2024 EUR	31.12.2023 EUR
3503 noch nicht fällige Umsatzsteuer	-331,90	-150,00			
3520 Umsatzsteuer Zahllast Finanzamt	16.553,34	26.889,85			
3530 Verrechnung Finanzamt	17.835,00	61,26			
3561 Verbindlichkeiten Finanzamt Lohnabgaben	-7.792,86	-9.439,27			
3620 Verbindlichkeiten gegen Dienstnehme	0,00	34,35			
	<b>422.887,17</b>	<b>419.106,57</b>			
	<b>429.702,69</b>	<b>426.418,07</b>			
<b>III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten</b>					
2701 Kassa Nußdorf	629,33	305,90			
2702 Kassa Unterach	280,05	608,18			
2703 Kassa Steinbach	466,28	207,41			
2706 Kassa St. Georgen	2.262,00	1.166,97			
2811 Sparkasse Frankenmarkt Kto 42499	11.747,62	8.874,03			
2813 Girokto.Vöcklamarkt VB 306.0464.000	8.003,80	9.314,40			
2818 Konto B FrankenmarktAT6034363801012	32.411,45	49.815,90			
2819 Konto C V` markt AT07343638020121813	23.926,79	74.092,38			
3201 Raiba Attersee Süd	935.448,27	845.338,44			
3204 Raiba Attersee Süd neu	7.830,38	7.978,85			
	<b>1.023.005,97</b>	<b>997.702,46</b>			
	<b>1.496.191,92</b>	<b>1.471.746,54</b>			
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>					
2900 Aktive Rechnungsabgrenzg.	<b>13.562,44</b>	<b>13.259,50</b>			
<b>Summe Aktiva</b>	<b>1.801.475,29</b>	<b>1.854.779,46</b>			
<b>A. Eigenkapital</b>					
I. Kapital					
9100 Nennkapital				536.100,47	536.100,47
<b>B. Investitionszuschüsse</b>					
9550 Investitionszuschüsse				<b>50.427,35</b>	<b>83.875,76</b>
<b>C. Rückstellungen</b>					
1. Rückstellungen für Abfertigungen					
3000 Rückstellungen f. Abfert.				22.388,30	22.757,43
2. sonstige Rückstellungen					
3051 Rückstellungen für WT-Honorar				6.333,60	5.800,00
3060 Sonstige Rückstellungen				61.800,00	78.000,00
3070 Rückstellung f. Urlaube				30.438,41	18.709,45
				98.572,01	102.509,45
				<b>120.960,31</b>	<b>125.266,88</b>
<b>D. Verbindlichkeiten</b>					
1. erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen					
3290 Anzahlungen von Kunden				0,00	31.730,00
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen					
3300 Lieferantenverbind.				85.976,42	52.352,13
3301 Ausweiskorr. debitörische Kreditoren				3.248,16	36,64
3350 Abgrenzungen von Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen				25.197,78	1.024,93
				114.422,36	53.413,70
3. sonstige Verbindlichkeiten					
2250 VerrKTO Gutscheine Taste the lake				24.550,00	30.270,00
2251 VerrKTO Gutscheine KULINARIUM				7.900,00	9.950,00
2252 Verrechnungskonto Ticketverkäufe				0,00	469,20
2360 Hafrücklässe /Deckungsrücklass				1.098,65	1.098,65
3180 Verbindlichkeiten Kreditkarte				3.095,77	3.384,80
3600 Verbindlichkeiten Sozialversicherun				14.902,23	16.278,51
3620 Verbindlichkeiten gegen Dienstnehme				200,59	0,00
3640 Verrechnung Top Ausflugsziele				4.683,43	11.798,87
3650 Versch. Verbindlichkeiten				0,00	69,00
3654 Verbindlichkeiten ggü. Ortsauschuesse Refundierungen				152.331,28	81.274,85
3655 kreditorische Debitoren				60,00	0,00
				208.821,95	154.593,88

## Gewinn- und Verlustrechnung 2024

Passiva	31.12.2024 EUR	31.12.2023 EUR	2024 EUR	2023 EUR
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit				
3600 Verbindlichkeiten Sozialversicherun	14.902,23	16.278,51		
<b>Summe Passiva</b>	<b>323.244,31</b>	<b>239.737,58</b>		
	<b>1.801.475,29</b>	<b>1.854.779,46</b>		
<b>1. Umsatzerlöse</b>				
4011 Kooperationen 20 %	3.333,34	3.750,01		
4012 Kooperationen Marktgruppe CZ	14.000,00	0,00		
4013 SKGT DKT	0,00	116,84		
4040 div.Erlöse 20 %	10.706,10	10.974,25		
4041 div.Erlöse 10 %	1.454,83	735,82		
4042 Mieterlöse Aussichtsturm 20%	5.855,52	5.560,80		
4045 div. Erlöse 0%	12.975,79	12.510,91		
4050 Briefmarken Erlöse 0 %	81,20	300,24		
4051 Erlöse OA Frankenmarkt 20%	0,00	1.350,00		
4054 Erlöse OA Vöcklamarkt 20%	0,00	208,33		
4100 Handelswarenerlöse div.10 %	207,87	39,91		
4110 Handelswarenerlöse div.20%	63,33	1,00		
4120 Salzkammergutcard Erlöse 20%	166,77	184,34		
4130 Erlöse Merchandise 20%	18.144,89	14.055,82		
4131 Erlöse Merchandise 20% BETRIEBE	4.111,60	1.602,15		
4132 Schiffstickets Herbstschiffahrt	2.372,73	3.185,77		
4133 Erlöse Schiffstickets	3.315,00	0,00		
4147 Keltenbaumweg Führungen 0%	1.782,00	2.147,00		
4201 Erlös Raderlebnistag	5.767,75	5.761,22		
4203 Nettomarge Pauschalen	471,01	1.281,64		
4204 Erlös diverse Pauschalen	11.562,68	3.138,29		
4205 Erlös Pauschalen(Schulsport) 0%	0,00	16.152,00		
4218 Projekte 20%	31.000,00	0,00		
4250 div. Weiterverrechnungen	4.139,78	0,00		
	<b>131.512,19</b>	<b>83.056,34</b>		
<b>2. sonstige betriebliche Erträge</b>				
a) Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen				
4700 Erträge aus Auflösung von Rückstell	21.000,00	5.000,00		
b) Erträge aus Förderungen & Förderprojekten				
4214 Kulturhauptstadt 2024	9.376,00	9.376,00		
4610 Gemeindebeiträge/-zuschüsse	2.500,00	2.500,00		
4615 Projekt "Schreiben unter Sternen"	-450,00	750,00		
4640 Erträge aus Förderungen Förderprojekt	57.949,18	0,00		
	69.375,18	12.626,00		
c) Erträge aus Tourismusbeiträgen				
4660 Interessentenbeiträge	583.339,27	510.079,88		
d) Erträge aus Ortstaxen				
4650 Tourismusabgaben/Ortstaxen	1.329.386,31	1.207.269,21		
e) Erträge aus den Freizeitwohnungspauschalen				
4651 Freizeitwohnpauschalen	425.119,53	463.566,56		
f) übrige				
4440 Centausgleich	0,00	0,13		
4605 Üb.betrieb.Erträge 0%	779,17	2.662,03		
4831 sonstige betriebliche Erträge (nicht steuerbar)	59,04	1.566,19		
4995 Auflösung Investitionszuschüsse	28.923,27	28.834,81		
4996 Auflösung Investitionsprämie COVID-19	4.525,14	3.770,92		
	34.286,62	36.834,08		
	<b>2.462.506,91</b>	<b>2.235.375,73</b>		
<b>3. Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Herstellungsleistungen</b>				
a) Materialaufwand				
Material				
4500 Bestandsveränderungen	-4.142,75	43.210,89		
5200 Handelswaren	-33,57	-12.768,07		

	2024 EUR	2023 EUR		2024 EUR	2023 EUR
5300 Aufwand Wanderkarten,Bücher	-90,00	0,00	Wareneinsatz aus Reisebürotätigkeit		
5310 Aufwand Ermässigungskarte Szkgt. 20	-18.957,00	-17.743,50	760000 Pauschalen Schulsport	0,00	-16.152,00
5312 Aufwand Ansichtskarten 20%	-35,50	-43,00	760011 diverse Pauschalen	-15.005,04	-3.187,00
5313 Aufwand Verkaufsartikel 20%	-174,85	0,00		-15.005,04	-19.339,00
5314 Aufwand Verkaufsartikel 0%	0,00	-346,25		-1.460.452,16	-1.114.974,63
5800 Skontoertr.a.Mat.aufw.20%	451,53	684,85			
5805 Skontoertrag 0 %	0,00	124,00			
5905 Keltenbaumweg 20%	-1.491,00	-2.583,20			
7681 Merchandise	-49.213,73	-65.940,57			
	-73.686,87	-55.404,85			
<b>b) Aufwendungen für bezogene Leistungen</b>			<b>4. Personalaufwand</b>		
Aufwendungen für bezogene Leistungen			a) Löhne und Gehälter		
765808 Projekt Kulinarium Attersee	-155,00	-50,00	4991 Sachbezüge 0 %	5.524,20	3.682,80
765818 Kulturhauptstadt 2024	-18.752,00	-9.376,00	6100 Geringfügig Beschäftigte	-1.440,00	-760,00
	-18.907,00	-9.426,00	6130 Sachbezüge 0%	0,00	1.841,40
Marketing- & Serviceaufwand			6200 Gehälter	-353.957,02	-338.631,22
7656 Verkaufsförderung	-41.995,25	-29.659,02	6202 Geschäftsführerbezug	-82.800,00	-75.600,00
765404 Weitere Marketingaktivitäten	-28.927,38	-14.229,59	6203 Sachbezüge	-5.524,20	-5.524,20
765407 Mountainbike-Strecke	-6.397,63	-6.133,82	6204 Nichtleistungsgehälter	-539,35	0,00
	-77.320,26	-50.022,43	6300 Sonderzahlungen f. Angestellte	-80.978,87	-78.171,92
Markt & Kommunikation			6301 Überstunden	-9.335,04	-2.199,44
7651 PR Maßnahmen	-6.006,43	-4.477,55	6418 Veränderung Urlaubsrückstellungen (Angestellte)	-11.728,96	-7.494,45
7653 Salzkammergut Marketing GmbH	-72.791,08	-70.541,00	6710 Fahrspesenersatz - Mitarbeiter	0,00	-922,42
7657 Verkaufsförderung/Versand	-12.593,06	-12.106,89	6750 Entschädigung AUVA	767,72	0,00
7658 Verkaufsförderung/Gutscheine	-4.889,98	-1.004,00	6751 Entschädigung Altersteilzeit	0,00	4.895,08
7682 Gastgeschenke /Werbemittel	-1.127,00	0,00			
7685 Druck & Grafik Broschüren	-84.621,24	-58.654,16			
7686 TOP Ausflugsziele	0,00	-3.170,89			
7688 TV Werbung & Kooperation	-28.008,20	-35.768,89			
7690 Presse, Inserate, Medienkooperationen	-143.174,79	-90.098,17			
7691 SZKGT Markt. ARGENT 2020	-54.305,56	-39.951,75			
7692 ARGE GESUNDHEIT	-34.500,00	-34.500,00			
7695 Digitale Medien	-1.279,20	-1.175,20			
7699 Datenleitungskosten	-1.793,90	-1.520,84	<b>b) soziale Aufwendungen</b>		
7793 Presse Beratung und Service	-48.868,26	-44.192,75	6415 Veränderung Abfertigungsrückstellungen (Angestellte)	369,13	-5.728,43
7794 Photoshootings	-2.617,82	-29.703,84	6501 Beiträge Mitarbeitervorsorgekasse	-7.571,77	-6.956,02
7795 Presse KH24	-18.424,23	-1.607,31	6502 gesetzlicher Sozialaufwand	-103.219,08	-100.067,58
765201 Raderlebnistag Organisation	-27.191,26	-20.832,61	6503 freiwilliger Sozialaufwand	-8.146,62	-10.316,81
765203 Raderlebnistag Essensgutscheine	-807,45	-91,82	6600 Dienstgeberbeitrag	-19.779,26	-18.580,33
765400 div.Kooperationen,Projektunterstütz	-94.811,59	-62.779,76	6680 Centausgleich	2,00	-1,52
765501 Messen Dienstreisen	-6.625,12	-8.897,47	6900 Sonstiger Personalaufwand	-63,10	0,00
765811 Projekt "Schreiben unter Sternen"	0,00	-3.110,69			
765813 Infoterminal	-912,59	-391,22			
765814 Kulturmärsche OÖTourismus	-10.500,00	-10.500,00	<b>aa) Aufwendungen für Abfertigungen</b>		
765816 ARGE Niederlande	-4.500,00	-3.372,33	6415 Veränderung Abfertigungsrückstellungen (Angestellte)	369,13	-5.728,43
765817 Projekt "CZ" 2022	-27.998,07	-7.871,18	6501 Beiträge Mitarbeitervorsorgekasse	-7.571,77	-6.956,02
765819 Projekt E-marketing Kampagnen	-34.275,48	-8.584,02			
765821 Projekt Gustav Klimt Gärten	0,00	-1.200,00	<b>bb) Aufwendungen für gesetzlich vorgeschriebene Sozialabgaben</b>		
765826 ARGE Camping	-12.100,00	-12.500,00	so wie vom Entgelt abhängige Abgaben und Pflichtbeiträge		
765829 Projekt "digitale Zeitreise"	-94.718,86	-2.500,00	6502 gesetzlicher Sozialaufwand	-103.219,08	-100.067,58
765830 E-Coach Weiterentwicklung (Attercampus)	-49.852,69	0,00	6600 Dienstgeberbeitrag	-19.779,26	-18.580,33
	-879.293,86	-571.104,34			
örtliche touristische Belange					
7659 Refundierung örtliche Vereine	-325.898,37	-311.927,32	<b>5. Abschreibungen</b>		
7660 Aufwand OA Frankenmarkt	-18.819,21	-68.145,78	a) auf immaterielle Gegenstände des Anlagevermögens und		
7661 Aufwand OA Vöcklamarkt	-58.266,48	-35.958,43	Sachanlagen		
7662 Aufwand OA St.Georgen	-5.560,80	0,00	7000 Abschr. geringw. Wirtschaftsgüter	-3.579,73	-5.631,85
7689 Infrastruktur-Fond	-61.381,14	-49.051,33	7010 Abschreibungen auf immaterielles Anlagevermögen	-27.061,87	-27.061,87
	-469.926,00	-465.082,86	7020 Abschreibung Betriebs-u.Gesch.ausst	-57.382,18	-52.800,75
			<b>6. sonstige betriebliche Aufwendungen</b>		
			a) übrige		
			Aufwand für Instandhaltung und Betriebskosten		
			7222 Instandh.Betriebs-Geschäfts ausstatt	-336,11	-1.625,61
			7401 Betriebskosten f.Büro	-18.938,33	-12.775,78
			7403 Strom	-830,92	-3.119,20

	2024 EUR	2023 EUR		2024 EUR	2023 EUR
7814 sonst.Aufwand Büroreinigungen	-17.225,82	-15.027,39	diverse betriebliche Aufwendungen		
	-37.331,18	-32.547,98	5903 Aufwand Aussichtsturm 20%	-3.015,16	-869,08
Betriebskosten	0,00	0,00	6901 Reisespesen	-3.252,49	-2.138,60
Versicherungen			7215 Reinigungsmaterial	-456,94	-260,34
7255 sonstige Versicherungen	-9.614,65	-4.997,94	7230 Personalausschreibungen	-61,88	-4.530,99
KFZ-Aufwand			7256 Interessentenbeiträge	-138,00	-138,00
7261 KFZ Aufwand	-2.343,14	-4.135,69	7381 Internetaufwand	0,00	-151,28
7330 Kfz-Versicherungen	-2.420,73	0,00	7500 Kosten f. beigest. Pers.	-824,16	-824,16
7335 sonstiger Aufwand PKW	0,00	-30,00	7590 Aufwandsentschädigung Vorsitzender	0,00	-6.000,00
7441 Leasing KFZ	-1.564,63	-7.600,66	7740 Mitgliedsbeiträge	-1.148,15	-1.770,00
	-6.328,50	-11.766,35	7753 Repräsentationsaufwand	-401,29	-1.207,20
Reise- und Fahrtaufwand			7790 Spesen des Geldverkehrs	-481,31	-54,50
7355 Kilometergeld DN Inland	-5.945,41	-3.949,00	7810 Verzugszinsen	-6,50	0,00
Nachrichtenaufwand			7811 Sitzungen	-3.420,21	-1.456,33
7380 Telefongebühren	-5.731,94	-5.782,54	7812 sonstiger Aufwand	-14.377,44	-3.122,76
7390 Postgebühren	-156,90	-47,70	7813 Teammeeting	-632,96	-1.217,69
7402 Telefonanlagen	-4.127,79	-3.820,56	7840 sonstige betriebliche Aufwendungen	-580,07	-1.062,22
7404 Rundfunkgebühren	0,00	-59,10	8335 Mahnspesen, Gerichtskosten	0,00	-4,00
	-10.016,63	-9.709,90		-28.796,56	-24.807,15
Aufwand für Miete und Patente und Lizenzen			<b>7. Zwischensumme aus Z 1 bis 6 (Betriebsergebnis)</b>	<b>-392.100,75</b>	<b>-330.263,11</b>
7400 Miet- und Pachtaufwand	-22.699,88	-23.973,22	<b>8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen</b>	<b>-98.664,68</b>	<b>91.759,95</b>
7440 Leasinggebühren Kopier+div.	-3.037,46	-5.055,63	8060 Bankzinsen	0,64	0,40
7490 Patentgebühren	-280,00	-280,00	8349 Rahmen-/Haftungsprovision	-391,88	-379,47
7696 Hard&Software Wartung+Mietk. Digitale Medien	-56.821,00	-55.927,42		<b>-391,24</b>	<b>-379,07</b>
7698 Lizenzen,Domain	-20.061,54	-15.075,63	<b>9. Zwischensumme aus Z 8 bis 8 (Finanzergebnis)</b>	<b>-391,24</b>	<b>-379,07</b>
	-102.899,88	-100.311,90	<b>10. Jahresfehlbetrag/-überschuss</b>	<b>-99.055,92</b>	<b>91.380,88</b>
Lizenzgebühren	0,00	0,00	<b>11. Auflösung von Gewinnrücklagen</b>		
Büro- und Verwaltungsaufwand			8770 Auflösung andere (freie) Rücklage	<b>115.500,00</b>	<b>170.819,44</b>
7600 Büromaterial	-3.533,51	-1.834,22	<b>12. Zuweisung zu Gewinnrücklagen</b>		
7630 Fachliteratur und Zeitungen	0,00	-2,78	8900 Zuweisung gesetzliche Rücklagen	-15.692,94	-16.203,28
	-3.533,51	-1.837,00	8920 Zuweisung zu gebundenen Rücklagen	0,00	-245.000,00
				<b>-15.692,94</b>	<b>-261.203,28</b>
Spesen des Geldverkehrs			<b>13. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr</b>		
7760 Spesen des Geldverkehrs 0%	-2.816,70	-2.255,08	9381 Verlustvortrag aus Vorjahren	<b>10.068,33</b>	<b>9.071,29</b>
7762 Spesen Stripe, Taste the lake	-36,29	-96,30			
	-2.852,99	-2.351,38	<b>14. Bilanzgewinn</b>	<b>10.819,47</b>	<b>10.068,33</b>
Rechts- und Beratungsaufwand					
7700 Jahresabschluss	-12.414,40	-14.812,30			
7701 Aufwand für Wirtschaftsprüfung	-10.165,60	-6.412,00			
7702 Aufwand für sonstige Steuerberatungen	-34.896,07	-33.937,49			
7703 Steuerberatung "tägliches Geschäft"	-14.315,00	-15.959,35			
7704 Steuerberatung FUSION	-1.765,50	0,00			
7710 Lohnverrechnungskosten	-15.291,74	-14.041,30			
7711 Buchhaltung	-21.822,80	-18.443,56			
7750 Rechts-u. Beratungskosten	-39.319,12	-16.503,15			
	-149.990,23	-120.109,15			
Aufwand für betriebliche Spenden					
7780 Spenden und Trinkgelder	0,00	-264,00			
Buchwert abgegangener Anlagen					
7820 Buchwert abgeg.Anlagen o.Finanzanzl.	-0,05	0,00			
Aufwand für Aus- und Weiterbildung					
7720 Schulungen/Seminare	-34.791,16	-17.611,36			

## Liste Abkürzungen

KI	- Künstliche Intelligenz	Stk.	- Stück
AR	- Augmented Reality	NL	- Niederlande
VR	- Virtual Reality	CZ	- Tschechien
TVB	- Tourismusverband	TV	- Television
SKGT	- Salzkammergut	inkl.	- inklusive
TTG	- Tourismus Technologie GmbH	z. B.	- zum Beispiel
SEM	- Suchmaschinenmarketing	POIs	- Points of Interest
SEO	- Search Engine Optimization	IG	- Instagram
SEA	- Search Engine Advertising	FB	- Facebook
KPI	- Key Performance Indicator		
DSGVO	- Datenschutz-Grundverordnung		
DMO	- Destinations Management Organisation		
CRM	- Customer Relationship Management		
OÖ Tourismus	- Oberösterreich Tourismus		
STMG	- Salzkammergut Tourismus-Marketing GmbH		
ASVÖ	- Allgemeiner Sportverband Österreich		
DACH	- Länder Deutschland, Austria und CH (Confoederatio Helvetica, Schweiz)		

## Fotorechte

Die Fotorechte liegen bei AdobeStock, Oberösterreich Tourismus, Pro Beach Battle\_Nepel, Salzkammergut Tourismus, Angelika Neuhöfer, Mathea Film, Michael Maritsch, Naturpark & Sternenpark Attersee-Traunsee, Karin Hackl, Veronika Philipp, Matthias Klugsberger, Erwin Pils, Moritz Ablinger, mountaintekid.com - Ewelina Herz, King of the Lake / Sportograf, Arge Römerradweg Fotoloungeblende, Tomáš Binter und beim Tourismusverband Attersee-Attergau oder können dort erfragt werden.

## Impressum:

Medieninhaber, Herausgeber, Verleger und für den Inhalt verantwortlich:  
Tourismusverband Attersee-Attergau  
Geschäftsführerin: Angelina Eggl  
Attergastraße 55, 4880 St. Georgen im Attergau  
+43 7666 7719-0 info@attersee.at

Redaktion: Tourismusverband Attersee-Attergau

Layout: aufwind.co.at

Druck: Salzkammergut-Media Ges.m.b.H.

Attersee am Attersee

Berg im Attergau

Frankenmarkt

Nussdorf am Attersee

Schörfling am Attersee

Seewalchen am Attersee

St. Georgen im Attergau

Steinbach am Attersee

Strass im Attergau

Unterach am Attersee

Vöcklamarkt

Weyregg am Attersee



**Tourismusverband Attersee-Attergau**

A-4880 St. Georgen im Attergau, Attergaustraße 55

Tel.: +43 7666 7719-0, [info@attersee.at](mailto:info@attersee.at), [www.attersee-attergau.at](http://www.attersee-attergau.at)

UID-Nr.: ATU46820604