



SO WIE ICH WILL

GESCHÄFTSBERICHT

SAALFELDEN LEOGANG TOURISTIK GMBH

5

SAALFELDEN LEOGANG
TOURISTIK GMBH

10

PRESSE

12

MARKETING
ALLGEMEIN

16

BIKE

24

WANDERN &
KLETTERN

28

TRAILRUNNING

29

GOLF

30

WINTER

36

KULTUR

40

REGIONALITÄT

41

NACHHALTIGKEIT

42

MICE

43

SALE &
INCOMING

44

PARTNER &
SPONSOREN

46

ALLGEMEIN

48

STATISTIKEN &
FINANZEN



**Liebe Gastgeber, liebe Mitglieder der Urlaubsregion Saalfelden Leogang!
Sehr geehrte Damen und Herren!**

Wir ziehen Bilanz und freuen uns über ein erfolgreiches Tourismusjahr 2025. Über eine Million Nächtigungen und ein ausgewogenes Verhältnis von

52 % im Sommer und 48 % im Winter unterstreichen die starke Position unserer Region als führende Ganzjahresdestination im Alpenraum. Doch Erfolg zeigt sich für uns nicht allein in Zahlen. Unser Ziel ist es, gemeinsam einen attraktiven Lebens- und Erholungsraum für Gäste, Einheimische und Erwerbstätige zu gestalten. Denn Tourismus kann langfristig nur dann erfolgreich sein, wenn die Interessen aller Beteiligten berücksichtigt werden. Mit diesem umfassenden Blickwinkel wollen wir den Tourismus in Saalfelden Leogang ganzheitlich und nachhaltig weiterentwickeln, die Tourismusakzeptanz sichern und im Idealfall sogar noch steigern.

Besondere Höhepunkte dieses Jahres waren unsere Kultur- und Sportveranstaltungen, die Saalfelden Leogang international ins Rampenlicht rückten. Das 45. Jazzfestival Saalfelden erreichte nicht nur Rekordbesuchszahlen, sondern wurde auch mit dem renommierten E.J.N. Award for Adventurous Programming ausgezeichnet. Auch wirtschaftlich ist das Festival ein bedeutender Motor für die Region Saalfelden Leogang. Laut aktueller Wertschöpfungsstudie liegt die ökonomische Wirkung bei rund 5,3 Millionen Euro. Sportlich setzten wir mit der Austragung der WHOOP UCI Mountain Bike World Series neue Maßstäbe. Als einziger Austragungsort weltweit vereinten wir Downhill, Enduro und Cross-Country an einem Wochenende und zogen mehr als 22.000 Besucher sowie 800 Athleten aus 40 Nationen an. Mit Warner Bros. Discovery Sport, dem Rechteinhaber der WHOOP UCI Mountain Bike World Series, wurde der bis dato weltweit einzige Fünfjahresvertrag abgeschlossen. Damit bleibt die Region bis 2030 Austragungsort von Weltcup-Veranstaltungen – einschließlich der UCI Mountain Bike Weltmeisterschaften im Jahr 2028. In puncto Bike-Events radzten wir noch einmal einen drauf: Mit dem 16. Österreichischen Radgipfel, dem renommierten BIKE Festival und der Premiere des Rennrad-Community-Rides „RUSH300“ konnten wir unser Profil als Nr. 1 Bike Destination Europas weiter schärfen.

Doch auch abseits der großen Sport- und Kulturveranstaltungen zeigte sich die Vielfalt unserer Destination. Bei der Europameisterschaft der Bärte wurde Saalfelden Leogang erneut zur Bühne der internationalen Bartkultur. Nach der Bart-WM 2015 kehrte die Bart-Elite mit über 150 Teilnehmern aus mehr als zehn Nationen zurück in die Region. Die Veranstaltung sorgte für große mediale Aufmerksamkeit. Ebenso begeisterten die heuer neu inszenierten Sommerabende „Suma Hoagascht“ Gäste und Einheimische gleichermaßen.

Getreu unserem Motto „because we care“ lebt die Region Nachhaltigkeit in allen Bereichen. Von den Leoganger Bergbahnen über die Hotellerie bis hin zu unseren Veranstaltungen. Ökologische Verantwortung und touristische Entwicklung gehen in Saalfelden Leogang Hand in Hand. Mit der Auszeichnung durch das Österreichische Umweltzeichen für Destinationen setzen wir ein klares Zeichen für verantwortungsvolles Handeln.

All diese Erfolge sind nur durch enge Zusammenarbeit möglich. An dieser Stelle ein großes Dankeschön an alle, die gemeinsam mit uns an der touristischen Weiterentwicklung unserer Region arbeiten – insbesondere den Leoganger Bergbahnen, den zahlreichen Tourismusbetrieben, allen Wirtschaftstreibenden, unseren Grundstücksbesitzern, allen Helfern bei unseren Veranstaltungen sowie dem gesamten Team der Saalfelden Leogang Touristik GmbH.

In diesem Geschäftsbericht möchten wir einen Überblick über das vergangene Tourismusjahr geben und aufzeigen, was sowohl vor als auch hinter den Kulissen passiert, um unsere kontrastreiche Region bestmöglich zu präsentieren.

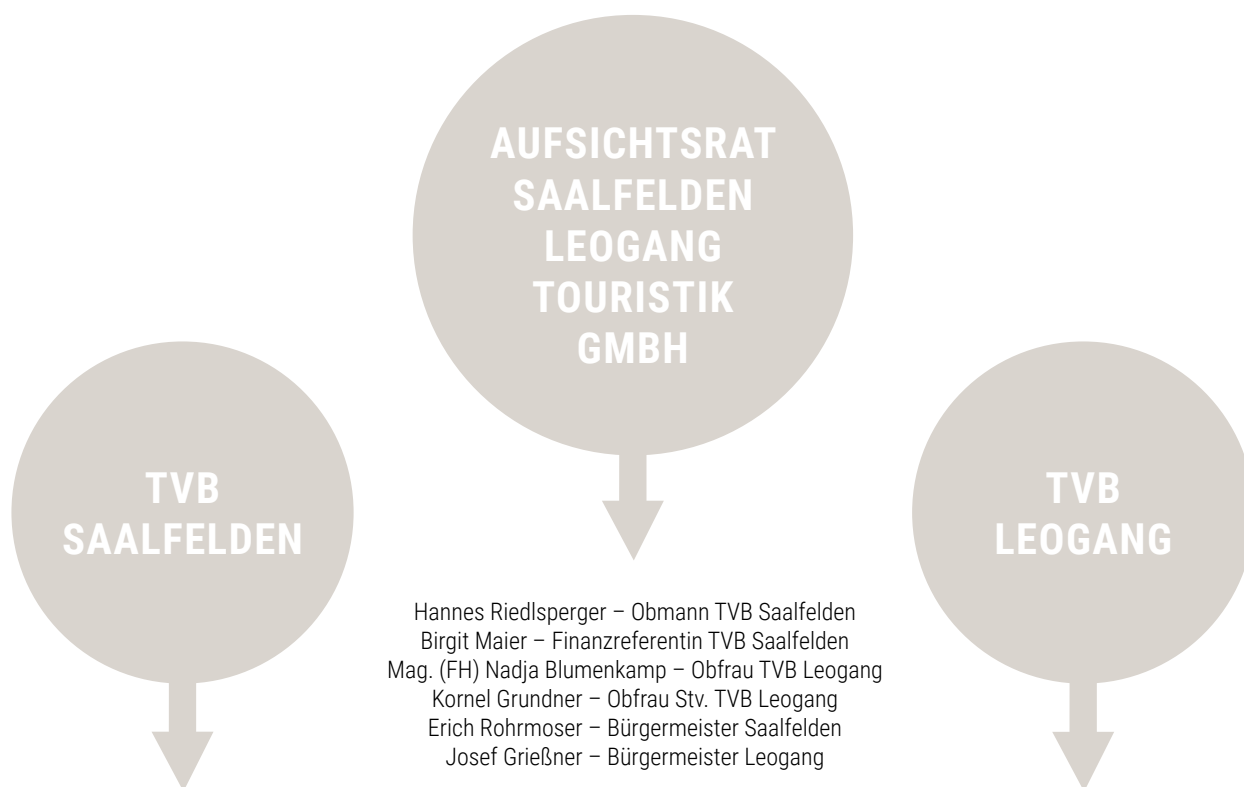
Ich wünsche allen eine erfolgreiche Wintersaison 2025/26.

Herzlichst

Marco Pointner, MBA
Geschäftsführer
Saalfelden Leogang Touristik GmbH

SAALFELDEN LEOGANG TOURISTIK GMBH

FUNKTIONÄRE & SITZUNGEN



Hannes Riedlsperger – Obmann
 Manfred Hirschbichler – Obmann Stellvertreter
 Birgit Maier – Finanzreferentin
 Bgm. Erich Rohrmoser – Vertreter Gemeinde
 Vzbgm. Thomas Haslinger – Vertreter Gemeinde
 Ingeborg Bernhard – Die Hindenburg
 Kurt Schneider – Wedl Handels GmbH
 Mag. Claus Candido – Candido Modehaus
 Andreas Dank – Hotel Schörhof
 Franz Oberschneider – Schiklub Saalfelden
 Erich Nill – Gasthof Zur Brücke
 Ferdinand Salzmann – beratende Funktion
 Anton Göllner – beratende Funktion
 Sigrid Auer – Vertretung der Landwirtschaft
 Andreas Salzmann – Vertretung der Landwirtschaft

Mag. (FH) Nadja Blumenkamp – Obfrau
 Kornel Grundner – Obfrau Stellvertreter
 Dir. Ing. Johann Riedlsperger – Finanzreferent
 Bgm. Josef Grießner – Vertreter Gemeinde
 Vzbgm. Elke Riedlsperger – Vertreter Gemeinde
 Philipp Altenberger – Hotel Krallerhof
 Mag. Christoph Schmuck – Hotel Forstthofgut
 Hubert Oberlader – Hotel Priesteregg und mama thresl
 Hannes Mitterer – Sport Mitterer
 Christoph Hörl – Hotel Salzburger Hof
 Elisabeth Madreiter – Hotel Der Löwe lebe frei
 Martina Untermoser – Lehenbrandthof in Leogang
 Rupert Perwein – Vertretung der Landwirtschaft
 Sebastian Herzog – Vertretung der Landwirtschaft

Ausschusssitzungen TVB Saalfelden und TVB Leogang	
1. AS	30.01.2025
2. AS	08.05.2025
3. AS	06.08.2025
4. AS Saalfelden	14.10.2025
4. AS Leogang	16.10.2025
JHV Saalfelden	13.11.2025
JHV Leogang	20.11.2025

Aufsichtsratssitzungen Saalfelden Leogang Touristik	
1. AR	27.01.2025
2. AR	05.05.2025
3. AR	05.08.2025
4. AR	16.12.2025

SAALFELDEN LEOGANG TOURISTIK GMBH

GESCHÄFTSFÜHRUNG



10-JÄHRIGES
JUBILÄUM

Marco Pointner, MBA
Geschäftsführung

MARKETING & EVENTS



Martina Ellmauer, BA
Prokuristin | Marketingleitung |
Themenbereich Bike & Ski Alpin



Daniela Neumayer
Prokuristin |
Produktionsleitung Jazzfestival Saalfelden



Selina Hörl
Presse | PR



Jana Langegger
Produktionsassistentin Jazzfestival Saalfelden



Elena Aberger, MA
Marketing Natur & Sport |
Social Media Marketing



Marco Schöppl
Eventmanagement & Marketing



Kristina Seer, MSc.
Online- & Contentmarketing



Thomas Wurzinger
Nachhaltigkeitsmanagement



Andrea Neumayr
Vermietercoach



Patrick Klettner, BSc.
Marketing & Assistenz der Geschäftsführung

GÄSTEINFORMATION & URLAUBSBERATUNG



Carmen Stöckl
Leitung Gästeinformation



Tina Baumgartner
Gästeinformation



Nathalie Riedelsperger
Gästeinformation



Karin Huber-Bonke
Gästeinformation



Stefanie Müllauer
Gästeinformation



Maria Haider
Gästeinformation

MANAGEMENT SERVICES



Sabine Hinterseer
Buchhaltung



Mag. (FH) Markus Unterweger
IT | eBusiness

INCOMING



Stefan Kaufmann
Leitung Incoming | Sales Management



Sabine Müllauer
Incoming Gruppen | MICE

10-JÄHRIGES
JUBILÄUM

SAALFELDEN LEOGANG TOURISTIK GMBH

UNSERE WERTE



UNSERE ZIELE

- Saalfelden Leogang zählt zu den führenden Ganzjahresdestinationen im Alpenraum.
- Saalfelden Leogang steht für hochwertig.
- Saalfelden Leogang ist die Nr. 1 Bike Destination Europas.
- Saalfelden Leogang ist die wertschöpfungsstärkste alpine Destination in Österreich.
- Saalfelden Leogang ist beispielgebend für einen attraktiven Lebensraum.

SAALFELDEN LEOGANG TOURISTIK GMBH

AUSZEICHNUNGEN & ERFOLGE

EJN AWARD FOR ADVENTUROUS PROGRAMMING 2025

Ein besonderer Meilenstein in diesem Jahr war die Verleihung des EJN Award for Adventurous Programming am Eröffnungstag des 45. Jazzfestivals, der die mutige und vielfältige Programmauswahl des Festivals auf europäischer Ebene würdigt. Die internationale Jury hob besonders hervor, dass das Jazzfestival Saalfelden durch seine außergewöhnliche, künstlerische Qualität und eine besonders innovative Einbindung der lokalen Gemeinschaft überzeugt habe. Zum 45-jährigen Bestehen zeige das Festival eindrucksvoll, wie urbane und alpine Räume kreativ genutzt und sinnvoll eingebunden werden könnten. Auch das konsequente Engagement für ökologische Nachhaltigkeit wurde besonders hervorgehoben.



v.l.: Daniela Neumayer (Produktionsleiterin), Mario Steidl (Künstlerischer Leiter)



WERTSCHÖPFUNGSSTUDIE JAZZFESTIVAL SAALFELDEN

Dass das Jazzfestival Saalfelden nicht nur musikalisch, sondern auch wirtschaftlich eine zentrale Rolle spielt, belegt die aktuelle Wertschöpfungsstudie der Wirtschaftskammer Salzburg (WKS). Demnach sorgt das Festival jährlich für signifikante wirtschaftliche Impulse in der Region. Die Studie dokumentiert Effekte auf Hotellerie, Gastronomie, Handel sowie eine positive Imagewirkung für den Kultur- und Tourismusstandort Saalfelden.

- 5,3 Mio. € Wertschöpfung in Österreich, davon 4,2 Mio. € in Salzburg
- 75 Vollzeitarbeitsplätze in Österreich, davon 69 in Salzburg
- 2 Mio. € an Steuern und Abgaben



v.l.: Marco Pointner (Veranstalter Jazzfestival Saalfelden), Daniela Neumayer (Produktionsleiterin Jazzfestival Saalfelden), Vanessa Kahn (WKS Studienautorin) und Dr. Christoph Fuchs (Stabstelle Wirtschafts- und Standortpolitik der WKS)

FÜNFJAHRESVERTRAG MIT WARNER BROS. DISCOVERY SPORTS

Seit mehr als zehn Jahren zählt der Epic Bikepark Leogang zum Fixpunkt im UCI Mountain Bike Weltcup und steht für herausragende Rennen und Momente. Auch in den kommenden Jahren sind Weltcups in Cross-Country, Downhill und Enduro gesichert. Mit Warner Bros. Discovery Sports, dem Rechteinhaber der WHOOP UCI Mountain Bike World Series, wurde der weltweit bislang einzige Fünfjahresvertrag abgeschlossen. Damit bleibt die Region bis 2030 Austragungsort von Weltcup-Veranstaltungen – einschließlich der UCI Mountain Bike Weltmeisterschaften 2028.



v.l.: Kornel Grundner (CEO Bikepark Leogang), Chris Ball (VP Warner Bros. Discovery Sports), Valentina Höll (Downhill-Mountainbikerin), Manuel Hirner (CEO BBSH), Marco Pointner (CEO Saalfelden Leogang Touristik)

SPORT LEADING REGION 2025

Auch 2025 trägt Saalfelden Leogang erneut das Qualitätssiegel „Sport Leading Region“. Die erfolgreiche Rezertifizierung unterstreicht die Rolle der Region als Vorreiter in den Bereichen Sport, Bewegung und nachhaltiger Tourismus. Gewürdigt wird damit das konsequente Engagement für moderne Infrastruktur, eine professionelle Angebotsentwicklung sowie die enge Zusammenarbeit von Tourismus, Gemeinden und Sportorganisationen.



v.l.: Anton Pichler (Gründer und Präsident Sport Leading Certification), Marco Pointner (Geschäftsführer Saalfelden Leogang Touristik), Prof. Dr. Florian Kainz (Direktor Internationales Fußball Institut & Geschäftsführer Privatuniversität Schloss Seeburg GmbH) und Dr. Holger Schwarzing (Interims-COO IT:U & Aufsichtsratsvorsitzender SPORT 2000)

PRESSE

PRESSEKONFERENZEN & TERMINE

Neben der klassischen Pressearbeit setzen wir auf Content Creator-Marketing & Relations. Eng zusammengearbeitet wurde 2025 wieder mit der SalzburgerLand Tourismus, den Außenstellen der Österreich Werbung und unseren Presseagenturen Genböck PR, Rasolution und SMPR.

EVENT-HIGHLIGHTS:

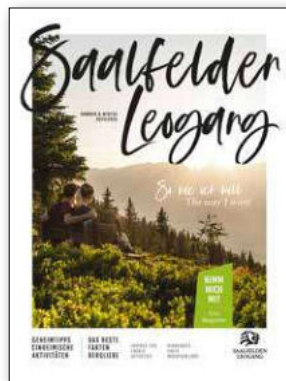
- UCI Mountain Bike World Series: rund 200 internationale Medienvertreter
- Jazzfestival Saalfelden: rund 200 Medienvertreter und Veranstalter



Redaktionstour Berlin & Hamburg 2025

PRESSEKONFERENZEN UND TERMINE:

- 18.03.2025 Summer-Kick-Off Presseevent ÖW CH in Zürich
- 03.04.2025 Summer-Kick-Off Presseevent SLTG UK in London
- 29.04.2025 Pressegespräch UCI MTB World Series in Salzburg
- 05.-07.05.2025 Redaktionstour mit Genböck PR in Berlin & Hamburg
- 04.06.2025 Kinder Pressekonferenz UCI MTB World Series in Leogang
- 04.06.2025 Kick-Off Pressekonferenz UCI MTB World Series in Leogang
- 12.06.2025 Pressegespräch Jazzfestival Saalfelden in Salzburg
- 28.-29.10.2025 Winter-Kick-Off Presseevent SLTG DK in Kopenhagen



SAALFELDEN LEOGANG MAGAZIN

Die 6. Ausgabe des Ganzjahresmagazins, welches gemeinsam mit der Berliner Kreativagentur Nectar & Pulse geschaffen wurde, gibt auf rund 160 Seiten einen Einblick in die besonderen Erlebnisse, die es das ganze Jahr über in Saalfelden Leogang zu entdecken gibt. Abgerundet wird der Lesestoff von authentischen Geschichten der Locals und Bildern, die Sehnsucht nach Bergen und Urlaub wecken und unsere Leitprodukte perfekt in Szene setzen.



SAALFELDEN LEOGANG IM TV

Am 1. Mai drehte der ORF für die ORF2-Reihe „G'sund in Österreich“ mit Dr. Christine Reiler in Saalfelden. Auf der Einsiedelei sprach die Historikerin Andrea Dillinger über die Geschichte des Ortes, während Dr. Bibiane Steinecker-Frohnwieser vom Ludwig-Boltzmann-Institut aktuelle Arthritis-Forschungen vorstellte. Die Sendung verband Geschichte und Gesundheit vor der alpinen Kulisse der Region Saalfelden Leogang und wurde am 10. Juli um 21:05 Uhr auf ORF2 ausgestrahlt. Ein weiteres TV-Highlight war die BERGWELTEN-Folge über die Leoganger und Loferer Steinberge, die am 29. September 2025 um 20:15 Uhr auf ServusTV gezeigt wurde – eine eindrucksvolle Hommage an die Schönheit dieser Gebirgslandschaft.



Borussia Dortmund (c) BVB

INTERNATIONALE FUSSBALLCAMPS

Saalfelden Leogang war auch in diesem Jahr wieder eine Top-Destination für Trainingscamps internationaler Spitzenklubs. Neben den Stars von Borussia Dortmund und dem FC Al-Nassr rund um Cristiano Ronaldo nutzten unter anderem Hannover 96, SC Braga, Al Ula FC, die DFB U19, Legia Warszawa und SV Waldhof Mannheim die hochklassige Infrastruktur in Saalfelden Leogang, um gezielt an Schnelligkeit, Dribbelstärke und Ballgefühl zu arbeiten. Die Trainingscamps sorgen nicht nur für einen enormen Werbewert durch umfangreiche TV-, Online- und Print-Berichterstattung, sondern leisten auch durch die Nächtigungen der Spieler-, Betreuer- und Trainerteams einen bedeutenden Beitrag zur regionalen Wirtschaft.

PRESSE PRESSE- & CONTENT CREATOR REISEN 2025

Zahlreiche nationale und internationale Medienvertreter waren 2025 in Saalfelden Leogang zu Gast, um darüber zu berichten:

HIGHLIGHTS WAREN UNTER ANDEREM:

FAZ (DE)

Cirque Gourmet (DE)

Lastsecrets.de

Gruppenpressereise CZ

Internationale SKI WM Gruppenpressereise

Country and Town House Magazine (UK)

Hln.be (BE)

Skiguide Austria (AT)

RED Magazine (UK)

Luxury Lifestyle Magazine (UK)

VITAL (DE)

Elevated & Upscale Magazine (USA)

Margriet Extra and Goed Gevoel (NL/BE)

ORF2-Dokumentationsreihe "G'sund in Österreich" mit Dr. Christine Reiler (AT)

easybiken (CH)

Reisewelt Alpen (DE)

Perfect Eagle (AT)

ALPIN Magazin (DE)

BERGSTEIGER Magazin (DE)

Stefanie Bisping (DE)

DPA (DE)

Metro (UK)

Bild der Frau (DE)

Anja Thimm (@reisenumdiewelt) (DE)

Jessica Wilbert (@jessicachristin_) (DACH)

MartaDTravels (UK)

Pamela Bartczak (@pamelaxbar) (DE)

Franzi Schmidke (@franzi.schmidke) (DE)

Verena-Katrien Gamlich (@verena_katrien) (AT)

Lisa Shelton (@kochmithert_lisa) (AT)

Paul Weindl (@365austria) (AT)

Fam. Tropper (@travel_baby_ | Nunu-Reist.at) (AT)

Bettina Brunauer (@bouncing_betti) (AT)

Alina Grossbointner (@sheandthemountains) (AT)

Daniel Kubera (@rauf_und_davon) (DE)

Marlene Fey (@marlenesleben) (GER)

und weitere...



MARKETING ALLGEMEIN

ONLINE MARKETING & SOCIAL MEDIA

Wir nutzen unsere Social-Media-Kanäle wie Facebook, Instagram und TikTok, um unsere Community laufend über aktuelle Angebote und Erlebnisse zu informieren. Unterschiedliche Inhalte entfalten dabei auf den einzelnen Plattformen ihre spezifische Wirkung: Auf Facebook erzielen insbesondere Event- und Tourenhinweise hohe Reichweiten, während auf Instagram stimmungsvolle Panoramaaufnahmen und Impressionen aus der Region unverzichtbar sind. Mit der Einführung der „Brand Faces“ setzen wir zudem verstärkt auf authentische, persönliche Einblicke. Auf TikTok sind kurze Videos von besonderer Bedeutung – darunter Tipps zu Pisten, Wanderwegen, Freizeitaktivitäten, Veranstaltungen oder dem herbstlichen Erlebnis am Asitz. Immer mehr Gäste lassen sich über soziale Netzwerke inspirieren und suchen gezielt nach Urlaubsideen und -empfehlungen.



SOCIAL MEDIA ZAHLEN

Stand 18.09.2025

SAALFELDEN LEOGANG

Facebook: 66.356 Follower
Instagram: 39.933 Follower
TikTok: 7.117 Follower
YouTube: 2.310 Abonnenten
Pinterest: 523 Follower, 1.6 Mio. monatliche Aufrufe
Hashtag: #saalfeldenleogang

JAZZFESTIVAL SAALFELDEN

Facebook: 8.175 Follower
Instagram: 6.837 Follower
Hashtag: #jazzsaalfelden

BIKEPARK LEOGANG

Facebook: 59.504 Follower
Instagram: 62.862 Follower
TikTok: 1.495 Follower
Hashtag: #bikeparkleogang

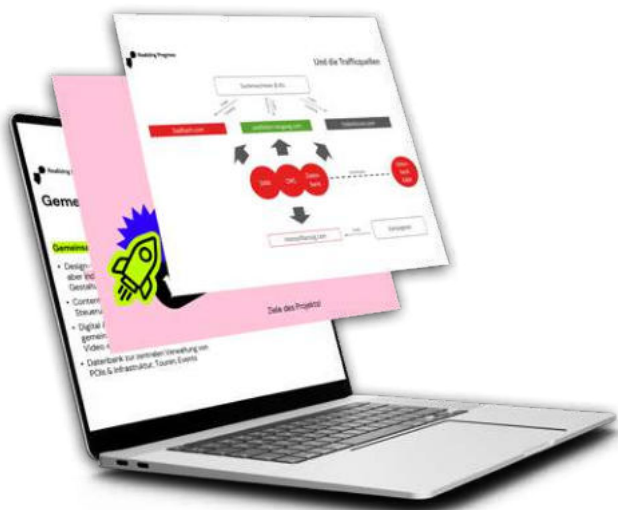
SAALBACH HINTERGLEMM LEOGANG FIEBERBRUNN

Facebook: 129.885 Follower
Instagram: 64.613 Follower
TikTok: 101.964 Follower
Hashtag: #homeoflässig



MARKETING ALLGEMEIN WEBSITE-RELAUNCH – GEMEINSAM IN DIE DIGITALE ZUKUNFT

Die Tourismusverbände und Bergbahnen aus Saalbach Hinterglemm, Saalfelden Leogang und Fieberbrunn haben gemeinsam mit Florian Bauhuber (Realizing Progress) eine zukunftsorientierte Webstrategie entwickelt. Ziel war es, Synergien zu nutzen und eine moderne, leistungsfähige Webarchitektur zu schaffen. In mehreren Workshops wurden zwei mögliche Wege erarbeitet. Nach eingehender Analyse fiel die einstimmige Entscheidung auf den Pfad der Spezialisten – eine Lösung, die die individuellen Systeme beibehält, sie jedoch über ein gemeinsames Design-Framework und ein zentrales Content-Management-System (CMS) verbindet. So entsteht eine gemeinsame Kampagnenseite, während die regionalen Webauftritte eigenständig bestehen bleiben. Die gemeinsame Ausschreibung bringt nicht nur Kostenvorteile, sondern stärkt auch die Zusammenarbeit durch ein einheitliches Key Account Management (KAM). Das Lastenheft wurde bereits fertiggestellt und an Agenturen versendet. Die finale Entscheidung über die Umsetzung wird bis Ende des Jahres erwartet.



ZEITPLAN UND RELEVANTE MILESTONES

BEZEICHNUNG	DATUM
Veröffentlichung der Ausschreibung	01.09.2025
Frist für Bewerberfragen	10.09.2025
Abgabefrist Teilnahmeanträge / Interessenbekundung	15.09.2025
Einladung zur Angebotslegung	25.09.2025
Frist für die Angebotsabgabe	15.10.2025
Sichtung der Angebote	27.10.2025
Einladung zum Pitch	28.10.2025
Pitch	27.11.2025
Bietergespräche / Nachverhandlungen / Bindefrist	23.12.2025
Auftragsvergabe	Dezember 2025
Kickoff-Workshop	Januar 2026
Start Inhaltsbefüllung	August 2026
Fertigstellung / Launch der neuen Websites	Februar 2027



Mehr Informationen zum Relaunch.

LEBENS(T)RAUM SAALFELDEN LEOGANG

Arbeiten im Tourismus wird oft mit Nachteilen wie unregelmäßigen Arbeitszeiten, Wochenenddiensten und Überstunden verbunden. Dieses Bild greift jedoch zu kurz und zeigt nur eine Seite. Mit dem Projekt Lebens(t)raum Saalfelden Leogang wird der Blick hinter die Kulissen geöffnet und es werden Menschen vorgestellt, die hier leben und arbeiten. Ihre Geschichten zeigen, dass Saalfelden Leogang mehr ist als eine touristische Destination: Es ist ein Lebensraum, in dem sich Beruf und Freizeit in einzigartiger Landschaft verbinden. Den Auftakt bildet ein Video mit Flo Köhler, Manager des mama thresl, der von seinem Alltag, seiner Arbeit und seiner Entscheidung für die Region berichtet.



Hier geht's zum Video.



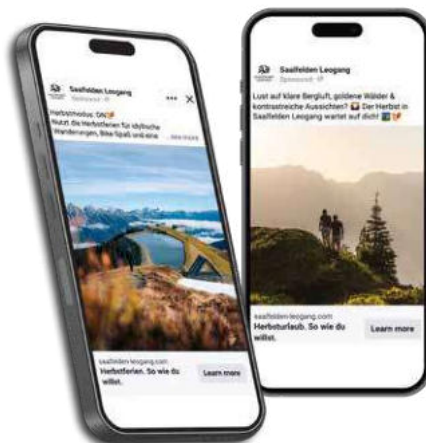
MARKETING ALLGEMEIN

SOMMER- & HERBSTKAMPAGNE IN ÖSTERREICH & BAYERN

Im Sommer und Herbst setzten wir auf eine breit angelegte, crossmediale Kampagne die sowohl Markenbekanntheit als auch messbare Ergebnisse erzielen sollte.

ONLINE (DACH + UK)

Über Social-Media-Plattformen wie Meta, TikTok und Pinterest stärkten wir die Awareness und Interaktion, während Google Search und Display gezielt für Traffic und Conversions eingesetzt wurden. Ergänzend sorgten Video-Ads auf YouTube sowie Native-Formate und Content-Seedung für zusätzliche Reichweite in relevanten Umfeldern. Mit Bergfex und weiteren Spezialplattformen konnten wir die Zielgruppe in ihrem Interessenskontext ansprechen und so die Kampagne wirkungsvoll verlängern.



PRINT/PRESSE

Im Sommer erfolgten Platzierungen u. a. in Die Zeit, Aktiv in den Alpen, Die Presse und Servus Magazin; zusätzlich oe24 NATURLUST (ET 29.04.), oe24 Newsletter (27.04.) sowie reiselust24 Banner (23.-30.04.). In der MSV Reisewelt ALPEN erschien ein 1-seitiges Advertorial „Sehnsucht nach den Bergen“ (EVT 27.06.). Die Servus-Ausflugstipps wurden mehrfach aufgegriffen (27.06., 24.07., 30.10.). Im Herbst folgten Schwerpunktstrecken in GEO Bayern (ET 22.08.), Der Standard – ReisenPlus (ET 22.08.) und Die Presse – Herbst in Österreich (ET 22.08.); zusätzlich eine Reisereportage in der Reisewelt ALPEN (ca. 6–8 Seiten, EVT 05.09.) sowie das MSV Outdoor-Special (ET 29.08.).

HÖRFUNK -KAMPAGNE BAYERN + WEBRADIO ÖSTERREICH

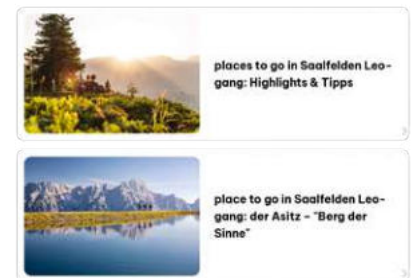
Gezielte, einprägsame Radiospots in Bayern (Bayern 1 und Bayern 3) sowie Webradio in Österreich.



MARKETING ALLGEMEIN SOMMER- & HERBSTKAMPAGNE IN ÖSTERREICH & BAYERN

PODCAST „PLACES TO GO“

Drei Podcast-Episoden zu Saalfelden Leogang: Basics, Jazzfestival Saalfelden und Asitz-Highlights (u. a. Waldbaden, verlängerter Herbst-Genuss). Veröffentlichung seit 18.07. auf Spotify und Apple Podcasts. Zusätzlich Teaser im ZEIT-REISEN-Newsletter am 20.07. (~90.000 Abos).



CROSSMEDIALE ÖW KAMPAGNE SCHWEIZ

Kooperation mit der Österreich Werbung für den CH-Markt: Landingpage mit Tipps & Infos, ergänzt durch Display/Social und Newsletter-Einbindungen. Ziel: Awareness Traffic Anfrage/Buchung entlang des Funnels – mit konsistenter Botschaft und messbarer Weiterleitung in die Saalfelden Leogang-Kanäle.

SECRET SEASON NOVEMBER

Auch heuer wurde wieder die Schwerpunktkampagne SECRET SEASON NOVEMBER umgesetzt – mit attraktiven Beteiligungsmöglichkeiten für Betriebe. Die Kampagne setzte auf eine abwechslungsreiche Kombination aus Print (Forbes, Alpstyle, Reiselust) und Online-Marketing, um sowohl Reichweite als auch gezielte Ansprache der Zielgruppen sicherzustellen.



BIKE INFRASTRUKTUR | PRODUKTENTWICKLUNG

VIER NEUE TRAILS IM EPIC BIKEPARK LEOGANG

Der Bau und Fertigstellung der T-Line, Gateway, Back to the Roots und Hangover wurden bei allen Marketingaktivitäten in den Vordergrund gerückt und durch Presseaussendungen mittransportiert.



SHOOTING

Gemeinsam mit dem Fotografen Andreas Putz und dem Filmer Luka Senica wurde ein Family Regionshooting für neues Video- und Bildmaterial umgesetzt. Die Aufnahmen fanden bei der Seealm in Leogang sowie in Ramseiden bei Saalfelden statt.



BIKE MARKETING BIKE



Bike Festival in Riva

MARKETINGMASSNAHMEN BIKE

Das Thema Biken wurde unter anderem mit On- und Offline-Kampagnen beworben. Es wurde auf eine ausgewogene Mischung aus Komoot Sponsored Collections, Lines Mag, Aktiv in den Alpen, Content-Produktionen, Influencer-Reisen und ähnlichen Maßnahmen geachtet. Zudem wurde heuer zum Start der Bikesaison in Linz ein Mural umgesetzt, welches durch KI unterstützte Videos auch auf den Social Plattformen für Aufmerksamkeit sorgte.



FEMALE EMPOWERMENT

Mountainbiken ist längst keine Männerdomäne mehr: Immer mehr Frauen erobern die Trails. Im Epic Bikepark Leogang boten Women only Camps & Workshops den idealen Rahmen um Fahrtechnik, Selbstvertrauen und den Spaß am gemeinsamen Fahren gezielt zu stärken. Qualifizierte Coachings und Community-Rides schafften sichere Lernräume für Einsteigerinnen ebenso wie für Fortgeschrittene. Begleitend machte eine umfassende Kommunikationskampagne – in Kooperation mit SalzburgerLand Tourismus sowie Partnern aus der Region – die Vielfalt weiblicher Bike-Stories sichtbar. In aktuellen Social-Clips und Reels rücken Protagonistinnen wie Sabine Enzinger und Denise Hartwig in den Fokus und zeigen, wie Skills, Mindset und Vorbilder zusammenwirken.

Hier geht's zum Video.



STUDIENREISE ALTA BADIA UND KRONPLATZ

Eine Delegation aus Saalfelden Leogang und Saalbach-Hinterglemm besuchte heuer die Gravity Card-Partner Alta Badia und Kronplatz.

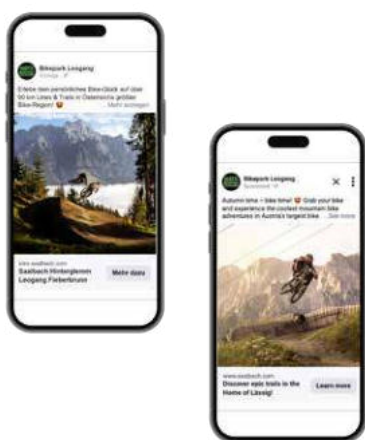


BIKE ÖSTERREICHS GRÖSSTE BIKE-REGION

Die 2020 gestartete Kooperation mit unseren Partnern in Saalbach Hinterglemm und Fieberbrunn wurde auch in diesem Sommer weitergeführt. Mit einem umfangreichen Marketingmix, der sowohl Kommunikationsmaßnahmen mit den Dachverbänden SalzburgerLand Tourismus und Österreich Werbung, aber auch Onlinekampagnen und Kooperationen im Core-Bikebereich beinhaltet, wird Österreichs größte Bike-Region v. a. in den Nahmärkten Deutschland und Österreich beworben. Aber auch Tschechien, UK, Niederlande/Belgien, Schweden sowie Polen werden mit Onlinekampagnen bespielt. Neue Fun Clips für nächstes Jahr wurden heuer umgesetzt. Zudem wurde mit den Wexl Trails, ein familienfreundliches Bikegebiet im Osten Österreichs, eine Kooperation erfolgreich weitergeführt.

MARKETINGAKTIVITÄTEN & KOOPERATIONEN

- Onlinebewerbung (Social & Google)
- Gemeinsame Bikekarte (wie in den letzten Jahren)
- ÖW Kampagne Bike (CZ und DEU)
- SLT Kampagne MTB & Gravel
- Komoot Collections (Frühsommer / Sommer / Herbst (D/Ö/UK))
- Lines Magazin – Inserate, Redaktioneller Bericht
- Kooperation Red Golden Ride, Woman, SLT Magazin Jederzeit
- Kooperation Mountain Bike Holidays
- Kooperation Wexl Trails – ÖGBR Event: 27. April bei den Wexl Trails
- Messe: BIKE Festival Riva del Garda
- FUN CLIPS unter anderem mit Vali Höll und Fabio Wibmer



ÖSTERREICHS GRÖSSTE BIKE-REGION MEETS WEXL TRAILS

„Vom leiwanden Ausflug zum lässigen Urlaub“ – unter diesem Claim steht die Kooperation zwischen Österreichs größter Bike-Region und den Wexl Trails. Ziel ist es, Tagesgäste der Wexl Trails zu einem längeren Aufenthalt in Österreichs größter Bike-Region zu motivieren. Entlang der Strecken weisen Hinweistafeln auf vergleichbare Trails in Österreichs größter Bike-Region hin. Zudem kann die bekannte „Challenge“ der Region in einer kompakteren Variante auf den Wexl Trails absolviert werden. Die Botschaft: „Schaffst du das, bist du bereit für deinen Urlaub in Österreichs größter Bike-Region.“



BIKE EVENTS

16. ÖSTERREICHISCHER RADGIPFEL | 03. - 04.06.2025

Saalfelden war Gastgeber des 16. Österreichischen Radgipfels unter dem Motto „Rad.Region.Bewegen.“. Über 300 Fachleute aus Österreich und Nachbarländern diskutierten praxisnahe Wege der Mobilitätstransformation; erstmals wirkten auch Schüler in Workshops mit. Als Auftakt wurde das Mobilitätslabor zukunftswege.at präsentiert und der Film „Cycling without age“ gezeigt – verbunden mit „10 Jahre Radeln ohne Alter“, einer Initiative, die Senioren mittels Fahrradruckschass gesellschaftliche Teilhabe ermöglicht.

In Keynotes und Statements wurde die strategische Bedeutung des Radverkehrs für nachhaltige, gesunde und moderne Mobilität betont. Positiv hervorgehoben wurden das gut ausgebaute regionale Radnetz, die kooperative Entwicklung über Gemeindegrenzen hinweg sowie das Potenzial des Alltagsradelns.

Zwischen den Vorträgen bot das Programm Workshops, Breakout Sessions, Lokalausgangsscheine und Formate wie Pecha Kucha. Inhaltliche Schwerpunkte: stressfreie Radwege, wirksame Kommunikation, gesundheitsfördernde Mobilität, Wirtschaftsnutzen („Rad & Rendite“), frühe Förderung und multimodale Lösungen für den Radalltag. Ergänzend fanden Fachexkursionen per Rad statt: Mehr als 80 Teilnehmer analysierten Stärken und Schwachstellen des Saalfeldener Netzes und informierten sich über digitale Ansätze für „Sichere Wege für alle“.

Ein lebendiges Rahmenprogramm mit AUVA-Kinderparcours vor dem Congress, einer abendlichen Radparade sowie einem Jazz-Konzert mit der Band „Shake Stew“ brachte Fachwelt und Bevölkerung zusammen. Im Zuge des Radgipfels wurden mehr als 60 klimaaktiv mobil Partner ausgezeichnet; ihre Maßnahmen sparen jährlich über 1.300 Tonnen CO₂ ein.



RUSH300 | 21.09.2025

Monatelang hat die Region für diesen Tag gemeinsam trainiert – beim Event am 21.09.2025 wurden Veranstalter und ambitionierte Sportler mit Traumbedingungen und einem Bilderbuch-Spätsommertag belohnt. Der Start für rund 80 Teilnehmer erfolgte bereits um 5:30 Uhr am Museumsplatz Schloss Ritzen in Saalfelden. Die 300-Kilometer-Strecke mit 2.500 Höhenmetern führte über Zell am See, den Pass Thurn und Kufstein in die Region Chiemsee und anschließend über Kössen und den Pillersee zurück nach Saalfelden Leogang; die „Light“-Variante umfasste 150 Kilometer und 1.500 Höhenmeter über Zell am See, den Pass Thurn, das Pillerseetal und retour zum Ritzensee. Das Besondere am RUSH300: Nicht die Zeitnahme, sondern das gemeinsame Erlebnis und der gelungene Start in die Herbstsaison standen im Vordergrund. Unterstützt wurden die Teilnehmer von bekannten Namen des Radsports – allen voran Simon Geschke (Tour de France-Etappensieger) und Philipp Kaider, Sieger des Race Across America 2025 und zweifacher 24-Stunden-Weltmeister. Mit Tipps und Tricks standen zudem Julian Eberhard sowie die heimischen Rad-Asse Franziska Ehrenreich, Nadja Prieling und Daniel Kapeller bereit.

BIKE BIKE FESTIVAL



BIKE FESTIVAL SAALFELDEN LEOGANG | 12. - 14.09.2025

Bereits zum sechsten Mal war Saalfelden Leogang heuer Station des renommierten BIKE Festivals. Mehr als 7.500 Besucher ließen sich das Spektakel im Epic Bikepark Leogang, Teil von Österreichs größter Bike-Region Saalbach Hinterglemm Leogang Fieberbrunn, nicht entgehen. Die neuesten Trends der Bike-Szene lockten nicht nur ambitionierte Sportler in den Pinzgau, sondern auch Pro-Rider wie Marlena Neißl, David Trummer, Elias Schwärzler und viele mehr. In über 20 Workshops vermittelten sie praxisnahe Tipps und sorgten bei über 250 Teilnehmern für spürbare Aufbruchstimmung in Richtung Bike-Herbst. Auch der Nachwuchs zeigte groß auf: Rund 150 Kinder sammelten beim, bis auf den letzten Startplatz ausgebuchten VPACE Kids Cup erste Rennenerfahrungen. Spannung bot am Sonntag zudem die Scott Junior Trophy Pumptrack, bei der sich 40 Nachwuchsfahrer am World Champs Pumptrack duellierten – mit spektakulären Jumps und actionreichen Lines. Abseits der Rennen nutzten viele Besucher die Gelegenheit, sich über neue Bikes und Parts zu informieren. Zahlreiche Topmarken präsentierten Material und stellten Testbikes bereit – ideale Bedingungen, um Set-ups direkt vor Ort auszuprobieren.

Das BIKE Festival Saalfelden Leogang hat erneut gezeigt, dass sich die Bike-Community hier rundum wohlfühlt. Es war der perfekte Auftakt in einen langen Bike-Herbst.



BIKE

WHOOPI UCI MOUNTAIN BIKE WORLD SERIES

Saalfelden Leogang wurde auch 2025 wieder zum Hotspot für Mountainbike-Fans, Familien und Festivalbegeisterte. Vom 5. bis 8. Juni machte die WHOOPI UCI Mountain Bike World Series im Salzburger Land Station – und brachte nicht nur die besten Mountainbiker der Welt in Österreichs größte Bike-Region Saalbach Hinterglemm Leogang Fieberbrunn, sondern auch ein Rahmenprogramm, das weit über den Sport hinaus begeisterte.

In der weitläufigen Expo-Area präsentierten führende Marken ihre neuesten Produkte, während die angrenzende Teams-Area exklusive Einblicke in die Arbeit der Profis während des UCI-Weltcups gewährte. Besonders publikumsnah war es bei zahlreichen Autogrammstunden; am Samstag fand eine exklusive Signing Session by FOX mit internationalen Top-Athleten wie Jackson Goldstone, Laurie Greenland, Nina Hoffmann, Tahnée Seagrave, Martin Maes und Manuel Lettenbichler statt.

Für zusätzliche Faszination sorgte am Samstag und Sonntag die Red Bull-Helikoptershow, wenn Stuntpilot Mirko Flaim mit seiner BO-105 spektakuläre Manöver an den Himmel zeichnete und damit die Action auf den Trails eindrucksvoll ergänzte.

Wer ganz auf öffentliche Verkehrsmittel setzte, erreichte Saalfelden Leogang komfortabel über die Bahnknotenpunkte Salzburg, Innsbruck, München und Klagenfurt; die kostenfreie Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel im Bundesland Salzburg war im Eventticket inkludiert. Vor Ort standen ein kostenloser, bewachter Radparkplatz sowie regelmäßig verkehrende Shuttlebusse zwischen Saalfelden und Hochfilzen zur Verfügung, um Gäste bequem zum Eventgelände zu bringen.

Abgerundet wurde das Wochenende durch ein klares Bekenntnis zur Nachhaltigkeit: Dosen und PET-Flaschen konnten auf dem gesamten Gelände, in gekennzeichneten Boxen, abgegeben werden; auf Wunsch ließ sich das Pfand zugunsten eines guten Zwecks spenden – 2025 kam der Erlös der Wings for Life Stiftung zugute.



Tatkräftig unterstützt wurden wir von unseren freiwilligen Helfern – Herzlichen Dank für euren Einsatz!



ZAHLN UND FAKTEN

22.000 Besucher

800 Athleten aus 40 Nationen

350 freiwillige Helfer

3 Formate an einem Wochenende



BIKE WHOOOP UCI MOUNTAIN BIKE WORLD SERIES



DOWNHILL

Am Samstag standen in Saalfelden Leogang die Downhill-Finals der WHOOP UCI Mountain Bike World Series auf dem Programm – und die Strecke „Speedster“ zeigte, warum sie als Prüfstein gilt. Oben steil und wurzelig im Wald, unten extrem schnell mit schräg abfallenden Off-Camber-Kurven: Wer hier die Linie verpasst, verliert sofort Schwung, den man auf den High-Speed-Passagen kaum zurückholt. Für rot-weiß-rote Jubelstimmung sorgte Rosa Zierl bei den Juniorinnen: Die Innsbruckerin (Cube Factory Racing) feierte ihren ersten Weltcupsieg. In der Elite der Männer setzte Jackson Goldstone ein deutliches Zeichen, stellte mit 2:57.229 Minuten Streckenrekord auf und verwies Loïc Bruni um nur 0,059 Sekunden auf Rang zwei; Henri Kiefer (GER) holte mit Platz drei sein erstes

Elite-Podium. Bei den Frauen siegte die Kanadierin Gracey Hemstreet mit einem technisch sauberen Lauf. Lokalmatadorin Valentina Höll verlor im Mittelteil Zeit, sicherte sich aber noch den Podiumsplatz. Mehr als zufrieden darf auch der Österreicher Andreas Kolb sein. In Leogang feierte er seinen vierten Top 10 Platz auf dieser Strecke sowie seine erste Top-10-Platzierung in dieser Saison (nur 1,681 Sekunden fehlten auf den Sieger) – und das nach seiner schweren Verletzung: Andreas Kolb landete beim Heimweltcup auf Rang acht und stellte dabei im berühmten Wald-Segment sogar die Bestzeit auf.



BIKE WHOO UCI MOUNTAIN BIKE WORLD SERIES



CROSS-COUNTRY OLYMPIC (XCO) UND SHORT TRACK (XCC)

Das Cross-Country feierte sein Comeback in Österreichs größter Bike-Region Saalbach Hinterglemm Leogang Fieberbrunn – mit der Rückkehr der olympischen Disziplin (XCO) sowie des Short Track (XCC). Regen machte den 3,6-km-XCO-Rundkurs im Epic Bikepark Leogang zur Rutschpartie – mit „Root-Section“ als Schlüsselstelle. Puck Pieterse (amtierende Weltmeisterin) krönte ein perfektes Wochenende mit dem XCO-Sieg und vollendete damit das Double nach dem XCC. Ondřej Cink feierte zugleich mit seinem ersten Weltcup-sieg ein emotionales Comeback – 16 Jahre nach seinem Weltcup-Debüt. Aus österreichischer Sicht stark: Tamara Wiedmann in den Top 5, Mona Mitterwallner, trotz Reifendefekt, in den Top 10.



ENDURO

Parallel dazu forderte das Enduro über sechs Stages in Leogang und Saalbach Hinterglemm und 66,8 km Material, Konzentration und Nerven. Wechselhaftes Wetter mit teils nassen Wurzeln und Felsplatten machte die Linie zur Lotterie – wer richtig dosierte, wurde belohnt. Ella Conolly setzte sich bei den Frauen mit einem souveränen Gesamtlauflauf durch, Jesse Melamed entschied die Männerwertung für sich. Durch die kompakten Transferwege und exponierten Zuschauerpunkte zeigte Österreichs größte Bike-Region, wie publikumsnah modernes Enduro inszeniert werden kann.



WANDERN & KLETTERN INFRASTRUKTUR

LANDWIRTSCHAFTLICHER THEMENWEG

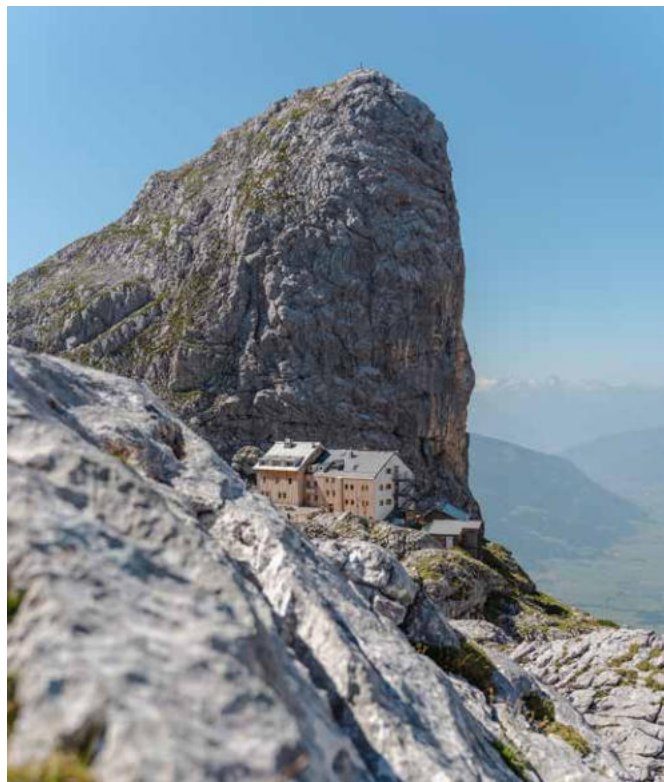
Ende 2024 wurde der neue Themenweg am Ritzensee in Saalfelden eröffnet. Der Weg vermittelt Besuchern wertvolle Einblicke in die regionale Landwirtschaft und verbindet Wissensvermittlung mit Naturerlebnis. Entlang des Ritzensees ergeben sich eindrucksvolle Ausblicke auf das Steinerne Meer, während zehn Schautafeln unterschiedliche Aspekte der Landwirtschaft thematisieren. Der Rundweg beginnt oberhalb des Rehabilitationszentrums beim Thorerdorf, führt entlang der großen Seerunde und endet beim Klampfererhof, wo die letzte Informationstafel den Themenweg abschließt.



v.l.: Andreas Salzmann (Ortsbauer), Maria Wimmer und Christoph Gögele (Initiatoren) sowie zwei dessen Kindern (Martin und Matthias im Bild rechts vorne), Sigrid Auer (Ortsbäuerin)

FOTOSHOOTING RIEMANNHAUS & SOMMERSTEIN

Das stabile Wetter Mitte August wurde genutzt, um das Media-Archiv mit hochwertigen Aufnahmen aus dem Hochgebirge zu erweitern. Entstanden sind eindrucksvolle Foto- und Videomaterialien vom neu renovierten Riemannhaus sowie von der Tour zum Sommerstein. Fotograf war Michael Geißler, die Videoproduktion übernahm Marco Lochner.



WANDERN & KLETTERN INFRASTRUKTUR

MARKETINGMASSNAHMEN WANDERN

Das Thema Wandern wurde unter anderem mit On- und Offline Kampagnen beworben. Es wurde auf eine ausgewogene Mischung aus Advertorials und Kooperationen mit gängigen Onlineplattformen geachtet. Ein Auszug davon Bergfex, Komoot, SPORTaktiv, AKTIV in den Alpen, Wanderlust, Servus Magazin..



BLOGGERREISEN ZUM THEMA WANDERN / BERGSTEIGEN

Bloggerreisen gewinnen auch im Themenbereich Wandern zunehmend an Bedeutung, da Gäste ihre Tourenplanung verstärkt online machen und authentische Eindrücke schätzen. Ende Mai war der Blog „Rauf und Davon“ bei uns zu Gast, mit Fokus auf Familienwanderungen und Alm-Kulinarik sowie dem „Berg der Sinne“. Anfang August folgte eine Kooperation mit SalzburgerLand Tourismus, bei der zwei Influencerinnen auf dem Riemannhaus übernachteten und die Schönfeldspitze bestiegen. Am dritten Tag rundeten sie ihren Aufenthalt mit einem Besuch der ALM:KULTUR auf der Steinalm ab. Im Spätsommer präsentierte Marlenesleben die Birnhornüberschreitung. Die entstandenen Beiträge vermitteln wertvolle Tourentipps und Emotionen und stärken so die Positionierung unserer Region als vielfältige Wander- und Erlebnisdestination.



DIGITALER WANDERPASS

Mit der Einführung des digitalen Wanderpasses „SummitLynx“ ist unsere beliebte Wanderpass Challenge nun auch digital verfügbar. Die App ermöglicht eine zeitgemäße Dokumentation der Touren per Smartphone und motiviert durch digitale Abzeichen zur aktiven Teilnahme. Gleichzeitig bleibt die traditionelle Form der Challenge mit dem Zwicker weiterhin bestehen, und selbstverständlich können die Wandernadeln nach wie vor im Tourismusbüro abgeholt werden. So wird das Angebot moderner gestaltet, ohne den bewährten Charakter der klassischen Variante zu verlieren und bleibt damit sowohl für Gäste als auch für Einheimische attraktiv.



WANDERN & KLETTERN MARKETING WANDERN

UNTERSTANDSHÜTTE ZUM BIRNBACHLOCH

Im Zuge der Instandhaltungsarbeiten entlang der Wanderwege wurde die Unterstandshütte am Weg zum Birnbachloch umfassend saniert. Dank der hervorragenden Zusammenarbeit mit dem Bauhof Leogang und der Zimmerei Scheiber präsentiert sich die Hütte nun in neuem Glanz und bietet Wandernden einen geschützten Platz für eine Rast auf dem Weg zu einem der schönsten Naturjuwelen der Region.



PINZGA HATSCHA

Die Regionen Salzburger Saalachtal, Hochkönig, Maishofen, Viehhofen, Saalbach Hinterglemm sowie Saalfelden Leogang haben sich zusammengeschlossen, um das Projekt des Weitwanderweges quer durch den Pinzgau – den Pinzga Hatscha – umzusetzen. Im Berichtsjahr lag der Schwerpunkt der Kooperation auf Onlinekampagnen über Bergfex sowie auf Maßnahmen in Zusammenarbeit mit den Social-Media-Kanälen von SalzburgerLand, ergänzt durch einen Newsletterversand auf dem Portal der Weitwanderwege. Darüber hinaus wurde im Wandermagazin ein Advertorial zum Pinzga Hatscha platziert.



RESPEKTIERE DEINE GRENZEN

Um das Thema umfassend sowohl Gästen als auch Einheimischen näherzubringen, wurden in allen relevanten Drucksorten sowie auf unserer Website ergänzende Informationen integriert. Zusätzlich liegt der offizielle Flyer „Sichere Almen“ des Bundesministeriums in unseren TVB-Büros auf.



WANDERN & KLETTERN MARKETING WANDERN

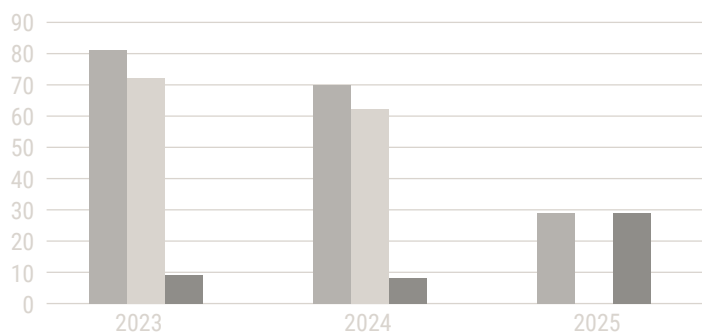
WANDERN OHNE GEPÄCK

Mehrere Tage zu Fuß unterwegs sein ist herrlich, bedeutet aber auch, dass der Rucksack etwas größer und schwerer ist. In Saalfelden Leogang gibt es für solche Touren einen praktischen Gepäcktransport: Während man selbst nur mit einem leichten Tagesrucksack in den Bergen unterwegs ist und die imposante Naturkulisse genießt, wird das größere Gepäckstück schon zum nächsten Etappenort transportiert.

Buchungen:

- Buchungen: 14
- Gesamt: 29 Pax.
- 0 Pax über Reisebüro
- 29 Pax privat gebucht
- Deutschland: 4 Buchungen
- Niederlande: 3 Buchungen
- Schweden: 6 Buchungen
- Spanien: 1 Buchung

■ Buchung gesamt
■ Buchungen Reisebüro
■ Buchungen Privat



WANDERN & KLETTERN MARKETING KLETTERN

Im Rahmen der Bergsportregion Steinberge, einer Marketingkooperation der Regionen Salzburger Saalachtal, Pillerseetal und Saalfelden Leogang, lag der Schwerpunkt auf der gezielten Bewerbung über etablierte Onlineplattformen im Klettersegment, darunter Climbers Paradise und Via Ferrata. Ergänzend dazu wurde im Zuge des Münchner Bouldermonats eine Out-of-Home-Kampagne mit Videoeinschaltungen und Plakaten umgesetzt. Ein weiterer Höhepunkt war das Ende August durchgeführte SAAC-Klettercamp, das erneut vollständig ausgebucht war und sich einmal mehr als großer Erfolg erwies.

steinberge



TRAILRUNNING MARKETING

NEUE TRAIL MAP UND INFORMATIONSTAFEL

In diesem Jahr wurde die Trail-Karte überarbeitet und in einem neuen, handlichen Format aufgelegt. Außerdem wurde am Standort Ritzensee die Informationstafel inhaltlich und grafisch aktualisiert.



EVENT



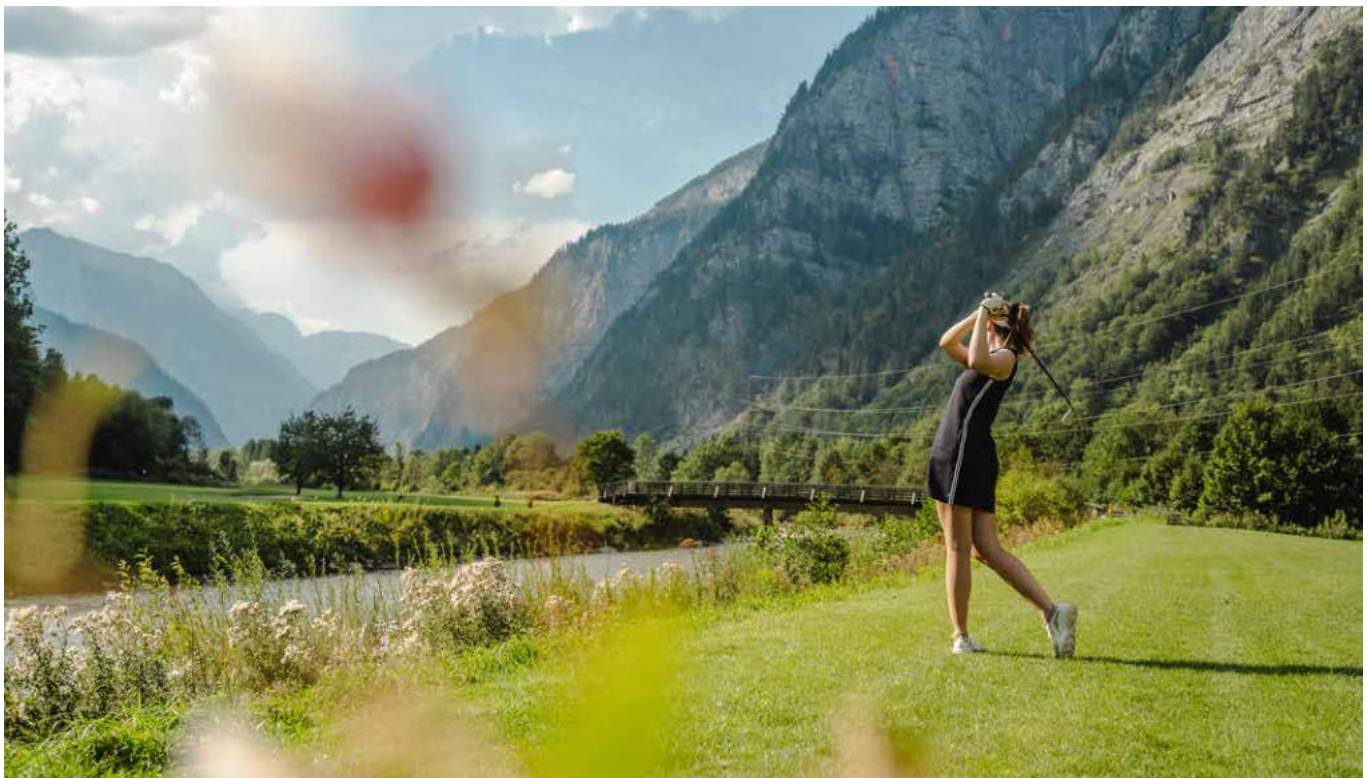
56. LEOGANGER SONNBERGLAUF | 03.08.2025

Der 56. Leoganger Sonnberglauf fand trotz Regen unter großer Beteiligung statt und verzeichnete einen neuen Teilnehmerrekord. Den Auftakt machten rund 120 Kinder im Leoganger Steinbergstadion. Im Hauptlauf über 11 Kilometer mit 210 Höhenmetern setzten sich die Favoriten des SC Leogang durch: Cornelia Stöckl-Moser gewann in 43:52 Minuten, bei den Herren siegte Andreas Stöckl in 40:28 Minuten. Neben dem Hauptbewerb sorgten auch Staffel, Genusslauf und die Wanderklasse für gut gefüllte Startfelder, sodass die Veranstaltung ein breites sportliches Spektrum abdeckte.

SAVE THE DATE: 02.08.2026



GOLF MARKETING GOLF



GOLF STUDIENREISE

13 Teilnehmer aus verschiedenen Golfclubs der DACH-Region nutzten die Gelegenheit, die Golfdestination Saalfelden Leogang kennenzulernen. Auf dem Programm standen die Golfanlagen Urslautal und Brandlhof sowie Besuche im Hotel Krallerhof und im Lebe Frei Hotel „Der Löwe“. Die Studienreise wurde von Emotion Marketing im Auftrag von Golf in Austria organisiert.



ADVERTORIALS

Im Berichtsjahr wurden gezielte Advertorials in renommierten Fachmedien wie Falstaff, Perfect Eagle sowie im Golf in Austria-Katalog platziert, um Saalfelden Leogang als vielfältige Destination zu positionieren. Im Falstaff Magazin, bekannt für Kulinarik- und Lifestyle-Expertise, lag der Fokus auf der hohen Qualität der regionalen Golfhotels – darunter Hotel Gut Brandlhof, Hotel Krallerhof, Ritzenhof – Hotel und Spa am See sowie das Lebe Frei Hotel „Der Löwe“. Über das Perfect Eagle und Starkes Land Österreich Magazin konnten golfaffine Reisende direkt angesprochen und sowohl das umfassende Freizeit- und Golfangebot als auch die Hotellerie der Region präsentiert werden. Im Golf in Austria-Katalog rundete ein allgemeiner Artikel zur Region mit Verweis auf das Golfangebot die Kommunikationsmaßnahmen ab. Ergänzend dazu wurden Golf-Newsletters über Golf in Austria sowie über SalzburgerLand Tourismus ausgesendet, um die Sichtbarkeit in den relevanten Zielgruppen zusätzlich zu erhöhen.

WINTER MARKETING – SKI ALPIN

WINTERKAMPAGNE 2024/2025 – SKICIRCUS SAALBACH HINTERGLEMM LEOGANG FIEBERBRUNN

Im Winter 2024/25 stand die Bewerbung des Skicircus Saalbach Hinterglemm Leogang Fieberbrunn ganz im Zeichen der bevorstehenden FIS Alpine Ski Weltmeisterschaften Saalbach 2025. Die Kampagne setzte gezielt auf die Positionierung des Skicircus als WM-Austragungsort und als eine der bestvernetzten Skiregion Österreichs.

Ein zentraler Schwerpunkt war die Anreise auf Skiern zur WM, die durch den Frühstart der Bergbahnen und den 100 % Skibetrieb eindrucksvoll unterstrichen wurde.

Diese Besonderheit wurde in sämtlichen Kommunikationskanälen hervorgehoben und als USP inszeniert.

AKTIVITÄTEN WINTER SKICIRCUS 24/25

Der generelle Marketingmix umfasste eine breite Palette an Maßnahmen:

CHANNEL	FORMAT
Salzburger Land Top Regionen	Newsletter
SportsMedien / freeskiers.net	Banner
YOC	Banner, Mystery Ads
Bergfex	BOX, TIPP, APP
Op-wintersport.nl	Banner, Advertorial, Social Ads
Warner Brothers	Banner, Video Ads, HPTO
Red Bull Media House	Print Platzierungen
Criteo	Adaptive Ads, Banner
Skiinfo / Mountainnews	Banner
Home of Travel	YouTube, TikTok, Social Ads, Advertorials
Standard.at	Banner
Sneewhogte.nl	Banner, Advertorials Social Ads,
Oostenrijk TV	Social Ads, Blog Post, Newsletter
Wintersport.nl	Blog Posts, Content Ads, Newsletter
Snow.cz	Artikel, Banner
Outbrain	Native Ads
Snow.cz	Artikel, Banner
und viele mehr.	



ZAHLEN ZU TV SPOTS EUROSPORT

- 200 Ausstrahlungen
- 100x 15-Sek.
- 100x 30-Sek.
- 80,0 Mio. Overall Generated Impacts
- 17,8 Mio. Netto-Reichweite
- 5,2 OTS/Frequency (durchschn. Kontaktfrequenz)
- Bester einzelner Spot: 06.01., 17:38 Uhr mit 2.048.000 Impacts

WINTER VERANSTALTUNGEN IM HOME OF SNOW



Im "Home of Snow", dem Hospitality- und Networking-Bereich der Ski-WM Saalbach 2025, waren wir mit zwei Veranstaltungen vertreten: Beim Skicircus Abend am 9. Februar feierten Vertreter der Regionen sowie geladene Gäste den erfolgreichen Auftakt der FIS Alpine Ski Weltmeisterschaften Saalbach 2025 und den zweiten Platz von Vincent Kriechmayr in der Herrenabfahrt. Zudem gab es Einblicke in das neue Musical „Ski-verliebt“.

Am 14. Februar fand der Partner- und Sponsorentag statt, bei dem die Vertragsfixierung mit Warner Bros. Discovery (WBD) zur Durchführung der UCI Mountain Bike World Series bis 2030 bekanntgegeben wurde. Sportlich wurde der Tag durch den Sieg von Raphael Haaser im Herren-Riesentorlauf abgerundet.



MARKETING SAISONVERLÄNGERUNG

Saalfelden Leogang setzte im Frühjahr auf eine gezielte Bewerbung des Sonnenskilafs und der langen Wintersaison mit der Aktion: „April April“. Der Kommunikationsschwerpunkt lag dabei auf dem Osterbonus und dem einzigartigen Ski- und Bikebetrieb während der zwei Osterwochen, der dank der Leoganger Bergbahnen ermöglicht wurde. Alle Maßnahmen wurden gezielt über digitale Kanäle, Social Media und PR beworben.



WINTER MARKETING – NORDISCH

MARKETINGMASSNAHMEN NORDISCH

Das Thema Nordisch wurde unter anderem mit On- und Offline Kampagnen beworben. Es wurde auf eine ausgewogene Mischung aus Advertorials und Kooperationen mit gängigen Onlineplattformen geachtet. Ein Auszug davon Komoot, AKTIV in den Alpen, Nordic Sports, Kampagnen auf unseren Social Media Kanälen:

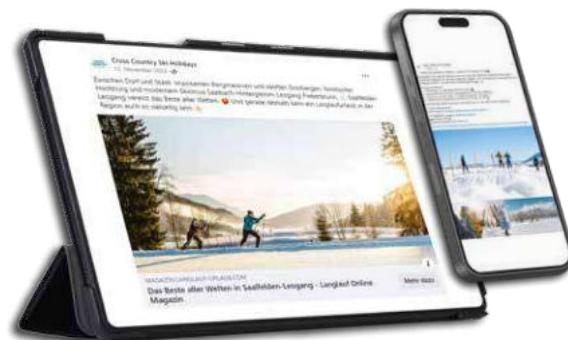


CROSS COUNTRY SKI HOLIDAYS

Saalfelden Leogang ist Partner der Cross Country Ski Holidays, welche Experten in der Vermarktung von Langlaufaufenthalten und zum Thema Nordic Sports sind.

Gemeinsame Marketingmassnahmen

- Produktion Hauptkatalog, Auflage 100.000 Stück
- Online (Promoboxen, Newsletter) und Social Kampagnen
- Cross Country Ski Holidays Flyer, Auflage 400.000 Stück
- Diverse redaktionelle Beiträge in verschiedenen Printmedien



ÖW TOP LANGLAUFDESTINATIONEN

In dieser Marketingkooperation haben sich fünf Langlaufdestinationen (Saalfelden Leogang, Seefeld, Achensee, Schladming-Dachstein, Paznaun-Ischgl) gemeinsam mit der Österreich Werbung zusammengeschlossen, um gezielt Marketingaktivitäten zum Thema Langlauf im Zielmarkt Deutschland und der Schweiz zu betreiben. Die Palette reicht von Online bis Print und beinhaltet unter anderem auch Out-of-Home-Kampagnen.

WINTER SHOOTINGS

Gemeinsam mit dem Fotografen Michael Geißler wurden die perfekten Bedingungen mit kalten Temperaturen im Jänner 2025 genutzt, um eine Content-Produktion zum Thema Eislaufen und Winterwandern am Ritzensee umzusetzen. Zusätzlich wurde im Winter das Media-Archiv um das Thema Kids on Ski erweitert



WINTER EVENTS

SPORTAKTIV LANGLAUF CAMP | 17. - 19.01.2025

Das Langlaufcamp richtete sich sowohl an Einsteiger, die erste Erfahrungen im Skating sammeln wollten, als auch an Fortgeschrittene, die ihre Technik weiterentwickeln möchten. Von 17. bis 19. Jänner 2025 wurde das Camp gemeinsam mit den erfahrenen Salomon-Athleten Markus Rothberger und Lisa Schartner durchgeführt, die den Teilnehmern nicht nur fundierte Techniks Schulungen in der Loipe, sondern auch praxisnahe Tipps zu Ausrüstung, Material und Skiwachs vermittelten. Aufgrund der großen Nachfrage war das Camp in kurzer Zeit ausgebucht. Angesichts des Erfolges wird es auch im kommenden Winter, von 16. bis 18. Jänner 2026, erneut in Zusammenarbeit mit dem Ritzenhof****S – Hotel und Spa am See stattfinden.



SKITOURENCAMP SAAC | 08. - 09.03.2025

Bei den kostenlosen, zweitägigen SAAC-Camps frischen Teilnehmer ihr Wissen zu Lawinen und alpinen Risiken auf. Mit staatlich geprüften Bergführern lernen sie, Lawinenlageberichte richtig zu interpretieren, Touren sicher zu planen und Entscheidungen im Gelände zu treffen – inklusive Ausrüstungskunde, LVS-Training, Wettercheck, Gefahrenmuster und richtigem Verhalten. Theorie und Praxis greifen ineinander, damit Wintertouren gut vorbereitet und möglichst sicher gelingen.

ASITZ SKITOUR RACE | 07.02.2025

Das Asitz Skitour Race in Leogang ist ein populäres Vertical-Skitourenrennen und richtet sich an Skibergsteiger sowie Bergläufer aller Leistungsstufen – vom ambitionierten Hobbyathleten bis zum Profi. Es bietet nicht nur sportliche Herausforderung, sondern auch ein einzigartiges alpines Erlebnis bei Nacht. Die Strecke führt über die verschneite Steinbergpiste am Asitz und endet mit einem atemberaubenden Blick ins nächtliche Tal.



STUDIENREISE ZUM BIATHLONZENTRUM ANTHOLZ

Im Rahmen der Studienreise der Sparte Nordisch Saalfelden Leogang erhielten die Teilnehmer exklusive Einblicke in die Umbauarbeiten für die Olympischen Spiele sowie in die organisatorischen Abläufe des Biathlonzentrums Antholz. Durch die fachkundige Führung von Georg Kircher und den offenen Austausch konnten wertvolle Erkenntnisse und Impulse für die Weiterentwicklung des nordischen Sports in der Region gewonnen werden.

WINTER EVENTS

KIDS ON SKI

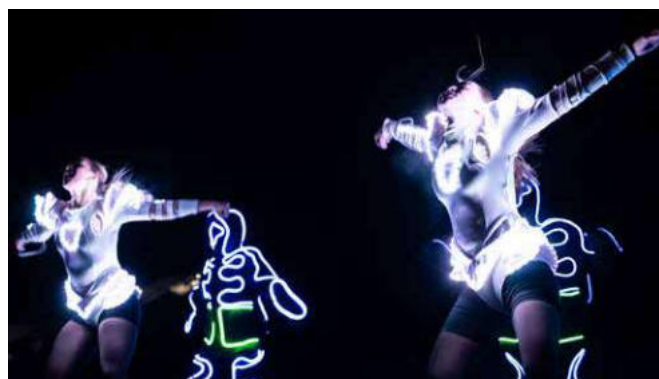
Skigebiete aus Österreich, Italien und der Schweiz haben das Projekt „KIDS ON SKI“ ins Leben gerufen, um Skianfänger im Alter von 3 bis 5 Jahren zu gewinnen. Kinder haben die Möglichkeit, außerhalb der Ferien, kostenlos Skikurse zu besuchen. Das Angebot umfasst nicht nur die Skikurse, sondern auch Unterkunft, Skitickets und Leihausrüstung. Ziel des Projektes ist es, die Skifahrer von morgen zu finden und für den Skisport zu gewinnen. Durch die Initiative soll die Nachwuchssituation im Skisport nachhaltig verbessert werden und Kleinkindern frühzeitig die Freude am Skifahren vermittelt werden. Das Projekt wird durch Cross Mediale Marketingkampagnen beworben.



ASITZ WINTER NIGHT 2025 | ENDE 12/2024 - ENDE 03/2025

Die neue Asitz Winter Night verwandelte den Asitz in Leogang dienstagsabends in ein magisches Wintererlebnis. Vom Abend bis in die Nacht erwartete die Besucher eine Kombination aus Lichtshow, kulinarischem Genuss, Live-Musik und einer atemberaubenden Atmosphäre hoch oben am Berg. Das musikalische Programm bestand aus verschiedenen Bands und Acts, die an unterschiedlichen Abenden auftraten. Neben den musikalischen Beiträgen gab es eine Lichtshow sowie Performance-Acts von international bekannten Künstlern (Dance-Industry, Fusion Showteam u. a.), die Teil der Abendgestaltung waren.

Termin 2026: 27.12.2025 - 31.03.2026



WHITE PEARL MOUNTAIN DAYS PRESENTED BY VISA IM SKI-CIRCUS SAALBACH HINTERGLEMM LEOGANG FIEBERBRUNN 21. - 30.03.2025

Sonne, Ski, Fitness, Sound und beste Kulinarik lockten wieder zahlreiche Besucher in das "Home of Lässig", um den Alpine Lifestyle so richtig zu genießen und gebührend zu feiern. Mit Performances von hochkarätigen DJs war das Event definitiv rundum gelungen.

Termin 2026: 20. - 29.03.2026



SKICIRCUS SKITESTTAGE LEOGANG JÄNNER 2025

An jedem Wochenende im Jänner 2025 konnten an der Bergstation am Asitz die neuesten Skimodelle im Skicircus Saalbach Hinterglemm Leogang Fieberbrunn getestet werden. Zudem hatten Besucher die Möglichkeit, Tipps und Tricks von Experten und erfahrenen Skilehrern einzuholen.

Termine 2026: 10.-11.01., 17.-18.01., 24.-25.01. & 31.01.-01.02.2026



KULTUR

45. JAZZFESTIVAL SAALFELDEN

Vier Tage lang wurde Saalfelden Leogang einmal mehr zur Bühne für zeitgenössischen Jazz und experimentelle Musikformen – und zum Treffpunkt für ein ebenso offenes wie enthusiastisches Publikum.

190 Künstler aus 26 Ländern, mehr als 28.500 Konzertbesuche, eine Auslastung von 98 % und ein Rekord beim Ticketverkauf: Das Festival 2025 hat sämtliche Erwartungen übertroffen. Es war ein Programm, das sich dem Schubladendenken konsequent entzog – stilistisch vielfältig, künstlerisch mutig und emotional berührend.

VIELFALT AUF DER MAINSTAGE

Nach dem Eröffnungskonzert der Mainstage im Congress Saalfelden durch den österreichischen Musiker Leonhard Skorupa, der für sein Auftragsprojekt „Sonic Feast“ aus Deutschland und Estland Mitstreiter an Saxophon, Klavier, Bass und Schlagwerk holte, gehörte die Bühne mit Laura Jurd, Tomoki Sanders, [Ahmed], Ancient to the Future und The Bad Plus w/ Chris Potter & Craig Taborn in diesem Jahr vor allem internationalen Formationen und auch der österreichische Schlagzeuger Alfred Vogel bringt mit seinem Bezaú Beatz Orchestra of Good Hope Argentinien und Portugal ins Spiel.

JAZZ IN DER NATUR – UND MITTEN IN DER STADT

Als einzigartige Erlebnisse erwiesen sich erneut die Mountain Tracks und musikalischen Flashmobs: Das Einsiedelei-Konzert mit Laura Jurd und Saxophonist Jon Irabagon ließ die Klanglandschaft der Berge in völlig neuem Licht erscheinen. Valentin Schuster und weitere Künstler setzten mit spontanen Mini-Konzerten an unerwarteten Orten kreative Akzente im Stadtbild – ein Markenzeichen des Festivals.

UNVERGESSLICHE MOMENTE UND KÜNSTLERISCHE HÖHEPUNKTE

Ob intime Improvisationen in der Buchbinderei, tanzbare Grooves im Stadtpark oder atemberaubende Klanglandschaften hoch oben in den Bergen – das 45. Jazzfestival Saalfelden war geprägt von Momenten, die berührten, überraschten und lange nachwirkten.



KULTUR LOCATIONS



**MAINSTAGE I
CONGRESS SAALFELDEN**
Kalle Kalima's Detour



STADTPARK SAALFELDEN
Lexsoul Dancemachine



OTTO-GRUBERHALLE
PHØNIX



NEXUS+
Misz Sputnik



BUCHBINDEREI FUCHS
Orte des Gedenkens



BRÜCKLWIRTSCHAUS
Amalie Dahl / Joel Grip & Antonin Gerbal



ALMKONZERT I STÖCKLALM
Schneeberger & Bakanic Quartett



WE HIKE JAZZ I NATURKINO
Jurd / Tsombanis / Kranzelbinder / Alves



WE HIKE JAZZ I STEINALM
Kranzelbinder / Irabagon / Andrzejewski / Widauer



RITZENSEE
Sonnenaufgangskonzert mit Yvonne Moriel und Anna Tsombanis



KOLLINGWALD
Laura Jurd invites Nicolas Leitrø



FLASHMOBS
von und mit Valentin Schuster & Guests



**SHORTCUTS I KUNSTHAUS
NEXUS**
Brennan / Terwijn / Lillinger



ALMKONZERT I ALTESCHMIEDE
Flüsterkneipe



EINSIEDELEI
Laura Jurd invites Jon Irabagon

KULTUR EVENTS

3 TAGE JAZZ SAALFELDEN LEOGANG

Das 3 Tage Jazz Festival in Saalfelden Leogang hat sich längst als ein Highlight in der Jazzszene etabliert. Vom 24. bis 26. Januar 2025 begeisterte das kompakte, aber kunstvoll kuratierte Festival erneut mit einem spannenden Mix aus nationalen und internationalen Musikern, außergewöhnlichen Locations und einer einzigartigen Atmosphäre. Das Festival war restlos ausverkauft und präsentierte sich als würdiger Auftakt ins Musikjahr 2025.

TERMIN 2026: 23. – 25.01.2026



ALM:KULTUR | 25.07. - 05.09.2025

Die Veranstaltungsreihe ALM:KULTUR hat 2025 erneut gezeigt, wie stimmungsvoll sich Kultur und Natur verbinden lassen. Auf ausgewählten Almen in Saalfelden Leogang fanden abwechslungsreiche Konzerte und Workshops statt, begleitet von regionaler Kulinarik und der einzigartigen Bergkulisse. Gäste wie Einheimische erlebten unvergessliche Momente, in denen Tradition und Moderne, Musik und Genuss auf besondere Weise verschmolzen. Aufgrund der wechselhaften Witterung in diesem Sommer mussten leider 2 Konzerte abgesagt werden. Diese werden im nächsten Sommer nachgeholt.

TERMIN 2026: 10.07. – 04.09.2026





EUROPAMEISTERSCHAFT DER BÄRTE 2025 | 20.09.2025

Die Turnhalle der Mittelschule Leogang wurde zum Schauplatz der Europameisterschaft der Bärte. 156 Teilnehmer aus mehr als zehn Nationen verwandelten die Halle in eine eindrucksvolle Bühne für Kreativität und Stil. Besonders erfreulich: Zwei Europameistertitel und zwei weitere Podestplätze gingen in den Pinzgau. Die Meisterschaft wurde dank Musik, regionaler Kulinarik und begeistertem Publikum zu einem unvergesslichen Erlebnis.



SUMA HOAGASCHT | 17.07., 09 & 28.08.2025

An drei Sommerabenden im Juli und August wurde der Schulhausplatz in Leogang zum lebendigen Treffpunkt. Beim „Suma Hoagascht“ erleben Einheimische und Gäste stimmungsvolle Stunden. Der Musikpavillon bot den passenden Rahmen für Live-Musik, regionale Kulinarik und gemütliches Beisammensein – ob entspannter After-Work oder gemütliches Get together, bei freiem Eintritt.



STAFF EXCHANGE

Vom 16. bis 21. März 2025 nahm Jana Langegger am 8th EJA Staff Exchange Programme teil und reiste nach Manchester, um dort das Team des Manchester Jazz Festival zu begleiten. Das Staff Exchange Programm des Europe Jazz Network (EJA) bietet Vertretern der Mitgliedsorganisationen die Möglichkeit, bei einem Partnerfestival oder einer Institution im europäischen Netzwerk mitzuarbeiten. Ziel ist es, voneinander zu lernen, Erfahrungen zu teilen, Einblicke in eine andere Arbeitskultur zu erhalten und so neue Ideen, Projekte und Kooperationen innerhalb der kreativen europäischen Musikszene anzustoßen. Während ihres Aufenthalts konnte Jana nicht nur wertvolle Einblicke in die Arbeitsweise und Organisation des Manchester Jazz Festival gewinnen, sondern auch viele inspirierende Eindrücke und neue Perspektiven für die eigene Arbeit in Saalfelden mitnehmen.



THEATERHERBST SAALFELDEN LEOGANG

Der Theaterherbst des Theater Ecce bot wieder ein vielfältiges Programm: Mit Shakespeares „König Lear“, dem Familienspiel „Die Bremer Stadtmusikanten“, dem inklusiven Improtheaterabend „Behinderte Liebe“ sowie den satirischen „Obszönen Fabeln“ wurden Klassiker, Familienstücke, gesellschaftlich relevante Themen und humorvolle Provokationen vereint. Das Festival begeisterte mit künstlerischer Qualität, Inklusion und einer breiten Publikumsansprache.

REGIONALITÄT REGIONALITÄTSMESSE 2025

Ein rundes Jubiläum, ein volles Haus und ein stimmungsvolles Miteinander: Bereits zum zehnten Mal wurde der Congress Saalfelden bei der Regionalitätmesse zum Schaufenster heimischer Vielfalt. Unter dem Motto „Regionale Produkte vor den Vorhang“ präsentierten rund 25 Aussteller aus Saalfelden Leogang und der umliegenden Region ihre Produkte – und zogen etwa 900 Besucher an. Die Bandbreite reichte von Naturkosmetik und handgefertigter Keramik über Textilwaren bis zu würzigem Käse, frischem Brot, Marmeladen, feinen Bränden und Säften.



REGIONALE PRODUKTE

Die Region Saalfelden Leogang legt großen Wert auf regionale Vermarktung und ressourcenschonende Maßnahmen. Um die regionalen Produzenten vor den Vorhang zu holen, wurden verschiedene Ideen umgesetzt:

REGIONALE PRODUKTE

Regionales Give-away für Medien, Sponsoren & Partner:

Dinkelprodukte mit QR-Code auf der Verpackung, der zu passenden, saisonalen Rezepten führt.

E-Bike-Genusstour:

Geführte Touren oder individuelle Routen zu regionalen Produzenten, Hofläden und Gastronomiebetrieben.

Hochwertige Gästeehrungsgeschenke:

Regionale Präsente mit heimischen Produkten als Erinnerung an den Aufenthalt in Saalfelden Leogang.

Genussboxen:

Unsere Genussboxen werden mit regionalen Produkten (z.B. mit Roten Gold aus Leogang) befüllt.



NACHHALTIGKEIT SHOOTING

Gemeinsam mit dem Fotografen Michael Geißler wurde das Mediaarchiv um neues Fotomaterial zu den Themen öffentliche Anreise und Guest Mobility Ticket erweitert.



VERANSTALTUNGEN



START NACHHALTIGKEITSPROJEKT FOKUSJAHRE 25-27

Mit November 2025 startete die Saalfelden Leogang Touristik GmbH das LEADER-geförderte Projekt „Fokusjahre“. Ziel des mehrjährigen Prozesses ist die erfolgreiche Re-Zertifizierung mit dem Österreichischen Umweltzeichen für Destinationen im Jahr 2027. In Workshops und Fachrunden werden die Themen Klimaschutz, Klimawandelanpassung und Lebensraum gemeinsam mit regionalen Partnern bearbeitet. Dabei sollen bestehende Muss-Kriterien gesichert und zusätzliche Soll-Kriterien erreicht werden. Mit diesem strukturierten Vorgehen stärkt Saalfelden Leogang seine Vorreiterrolle im nachhaltigen Tourismus und die Zukunftsfähigkeit der Region.

saalfelden-leogang.com/Fokusjahre



SUSTAINABLE EU TOURISM – SHAPING THE TOURISM OF TOMORROW

Saalfelden Leogang ist Teil des Projektes, "Sustainable EU Tourism - Shaping the Tourism of Tomorrow" der Europäischen Kommission (2023-2025). Das Projekt „Nachhaltiger EU-Tourismus“ fördert die Nachhaltigkeit und Widerstandsfähigkeit europäischer Tourismusdestinationen, indem es bewährte Praktiken identifiziert und den Austausch zwischen Destinationen erleichtert. Es zielt darauf ab, das wirtschaftliche, soziale und kulturelle Wohlergehen lokaler Gemeinschaften zu sichern und ihre natürliche Umwelt zu erhalten. Abschluss war im Februar 2025 wo Saalfelden Leogang als Best Practice Beispiel für Ganzjahrestourismus und Resilienz zu einem Workshop in Brüssel eingeladen wurde.

MICE JAZZAHEAD!

Vom 24. bis 26. April 2025 nahm das Jazzfestival Saalfelden an der jazzahead! in Bremen teil, der weltweit größten Fachmesse für Jazz. Als Teil des Gemeinschaftsstandes von Austrian Music Export war das Festival international sichtbar vertreten. Die Teilnahme ermöglichte den Austausch mit Fachkollegen aus aller Welt und bot wertvolle Einblicke in aktuelle Entwicklungen der Branche.



v.l.: Daniela Neumayer (Produktionsleiterin), Mario Steidl (Künstlerischer Leiter), Jana Langegger (Produktionsassistentin)

VERANSTALTUNGEN

VERANSTALTUNGEN		
Infektionskongress Österreich	Hotel Brandlhof	18.–21.03.2025
151. Österreichische Ärztekammertag	Congress Saalfelden	11.–13.06.2025
10. Fachveranstaltung der Dialogreihe Nachhaltigkeit im Tourismus	Congress Saalfelden	17.06.2025
ÖGH Jahrestagung	Congress Saalfelden	26.–27.06.2025
CAD+T Anwendertreffen DACH	Congress Saalfelden	24.–26.09.2025



SALES & INCOMING MESSEN



MESSEN	
Vakantiebeurs Utrecht	09.01. – 12.01.2025
Messe Wien	16.01. – 19.01.2025
Ferienmesse Hamburg	06.02. – 09.02.2025
ITB Berlin	04.03. – 06.03.2025
Skihalle Neuss	15.11. – 17.11.2025



GESCHÄFTSBERICHT INCOMING

PAUSCHAL- UND INDIVIDUALBUCHUNGEN	Sep. 2022 - Sep. 2023	Sep. 2023 - Sep. 2024	Sep. 2024 - Sep. 2025
Buchungen	865	1.458	1.541
Gesamtumsatz	708.000	815.000	890.000

CAMPING	Sep. 2023 - Sep. 2024	Sep. 2024 - Sep. 2025
Buchungen	543	4.120
Gesamtumsatz	28.000	195.000

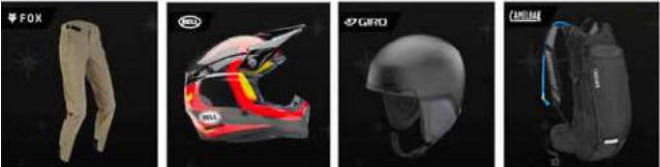
ANGEBOTSERSTELLUNG	Sep. 2022 - Sep. 2023	Sep. 2023 - Sep. 2024	Sep. 2024 - Sep. 2025
Optionsangebote	169	185	231
Unverbindliche Angebote OHNE Optionen	1.221	907	785
Prospektanfragen	1.087	1.031	847
Anfragen von Gästen in den Anfragepool	1.282	1.541	1.582

GRUPPENUMSATZ	Sep. 2022 - Sep. 2023	Sep. 2023 - Sep. 2024	Sep. 2024 - Sep. 2025
Gesamtumsatz	216.000	125.000	143.000
Gruppenangebote	220	188	192

PARTNER & SPONSOREN EVENTS

SALES CONFERENCE VON FOX/GIRO/CAMELBAK/BELL | 18. – 21. 05.2025

Im Mai holte unser Partner FOX gemeinsam mit den dazugehörigen Brands Bell, Giro und Camelbak ihre Sales Conference nach Saalfelden Leogang. Die verschiedenen Abendevents, 7 Showrooms und das internationale Publikum brachten über 1.000 Nächtigungen und einen super Saisonstart.



DER GOPRO CONTENT CREATOR SUMMIT | 22. – 26. 09.2025

Das wichtigste Jahresevent unseres Partners GoPro fand heuer bei uns in der Region statt: Fast 30 hochkarätige Content-Creator und Sportler – die meisten mit 100.000 bis 1 Million Followern – erlebten unsere Region bei zahlreichen Aktivitäten (Klettersteig, Bikepark, Flying Fox, Go-Kart-Race, Canyoning, ...) mit der neu gelaunchten MAX 2.



ÜBERSICHT DER CONTENT CREATOR

KATEGORIE	NAME	FOLLOWERS
Moto	Harvey King	1.700.000
Outdoor	Sam Pilgrim	1.100.000
Outdoor	Remy Metailler	913.000
Water	Molly Carlson	771.000
Water	Osama Ali	609.000
FPV	Parker Sheppard	499.000
Outdoor	Brendan Fairclough	473.000
Outdoor	Quin Gable	465.000
FPV	Danny McGee	221.000
Travel	Chris Rogers	192.000
Journalist	Willy Foxx	187.000
Outdoor	Tomomi Nishikubo	179.000
Outdoor	Isabella Janssen	174.000
Outdoor	Ana Paula	148.000
Outdoor	Angie Marino	141.000
Travel	Sam Evans	133.000
Outdoor	Antoni Villoni	118.000
Travel	Cirkeline Sille Sia	112.000
Travel	Annie Ford	100.000
Outdoor	Camille Armand	80.000
FPV	Gonzalo De Vega	76.900
Outdoor	Bicho Carrera	75.300
Outdoor	Ebba Forsgren	60.600
Outdoor	Grace Benvenuti	45.700
Outdoor	Rodrigo Vicente	43.400

PARTNER & SPONSOREN

GEMEINSAM SIND WIR STÄRKER

Getreu dem Motto „Gemeinsam sind wir stärker“ bemühen sich die Saalfelden Leogang Touristik GmbH und die Saalfelden Leogang Event GmbH nun schon seit mehreren Jahren um starke Kooperationen mit verschiedenen Unternehmen.

Wir danken unseren Partnern für die gute und langjährige Zusammenarbeit und freuen uns auf viele weitere erfolgreiche Projekte. In diesem Jahr konnten wir unter anderem die Sales Conference von FOX mit GIRO/CAMELBAK/BELL und den GoPro Content Creator Summit in unsere Region begrüßen.

OFFIZIELLER
BIKE PARTNER



OFFIZIELLER
PARTNER



OFFIZIELLER
KAMERA PARTNER



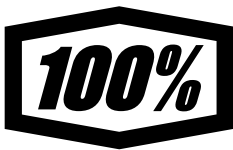
OFFIZIELLER
REIFEN PARTNER



OFFIZIELLER
PROTEKTOREN PARTNER



OFFIZIELLER
BRILLEN PARTNER



OFFIZIELLER
BEKLEIDUNGS PARTNER



OFFIZIELLER
BIKEWASH PARTNER



OFFIZIELLER
LAUFSPORT PARTNER



OFFIZIELLER
RUCKSACK PARTNER



OFFIZIELLER
BANK PARTNER



OFFIZIELLER
TOURISMUS PARTNER



OFFIZIELLER
GETRÄNKE PARTNER



OFFIZIELLER
NUTRITION PARTNER



OFFIZIELLER
NUTRITION PARTNER



OFFIZIELLER
GETRÄNKE PARTNER



OFFIZIELLER
SCHUHPARTNER



ALLGEMEIN

365 TAGE AKTIV & KREATIV

Saalfelden Leogang zeichnet sich durch seine Vielfalt und Kontraste aus und bietet das gesamte Jahr über eine beeindruckende Natur sowie spannende Freizeitaktivitäten. Unter dem Leitspruch "Weg vom traditionellen Saisondenken" haben wir uns in den vergangenen Jahren das Ziel gesetzt, zu einer Ganzjahresdestination zu werden. Dies wird durch das stetig wachsende Angebot und die Umsetzung eines 365 Tage Aktivprogramms deutlich. Der neue 365 TAGE AKTIV & KREATIV Folder bietet für jeden Geschmack etwas Passendes. Das wöchentliche Erlebnisprogramm begeistert Jung und Alt an 365 Tagen im Jahr. Ob aktiv in den Bergen oder lieber entspannt im Tal, ob geführte Wanderungen oder kulturelle Programme – in Saalfelden Leogang hat man jeden Tag aufs Neue die Wahl.



365 TAGE PROGRAMM ANMELDUNGEN MAI BIS OKTOBER

AKTIVITÄTEN	PERSONEN	DAVON KINDER
Natur & Klima im Wandel	29	9
Mystische Nachtwanderung (Fackeln)	150	51
Morgen-Genussrunde	38	5
Panorama Wanderung 4 Gipfel	62	6
Wildtier & Kaiserschmarren Tour	88	22
Sonnenaufgangs Wanderung	48	1
Sonnenuntergangs Wanderung	34	8
Heilpflanzen Wanderung	56	4
Abenteuer Stoissen	26	15
Klettersteig Erlebnis für Familien mit Kindern	80	80
Felsklettern im Klettergarten für Groß und Klein	10	10

MERCHANDISE

Unser Merchandise-Sortiment wächst kontinuierlich – von Leo-Stofftieren über Holzbecher bis zu Sitzkissen. Neu im Programm: neu gestaltete Leo-Löwen-Pullover und T-Shirts für Kinder. Geplant ist die Einrichtung einer Homepage für den Verkauf.



ALLGEMEIN SAALFELDEN LEOGANG CARD

AKTUELLER STAND SAALFELDEN LEOGANG CARD PARTNER- BETRIEBE: 332

Von den 522 Betrieben in der Region bieten 64 % unseren Gästen die Saalfelden Leogang Card mit allen Vorteilen an. Von 1. Jänner bis 13. Oktober 2025 nutzten rund 86.200 Gäste die umfassenden Angebote.



GANZJAHRES-CLIPS ZUR SAALFELDEN LEOGANG CARD

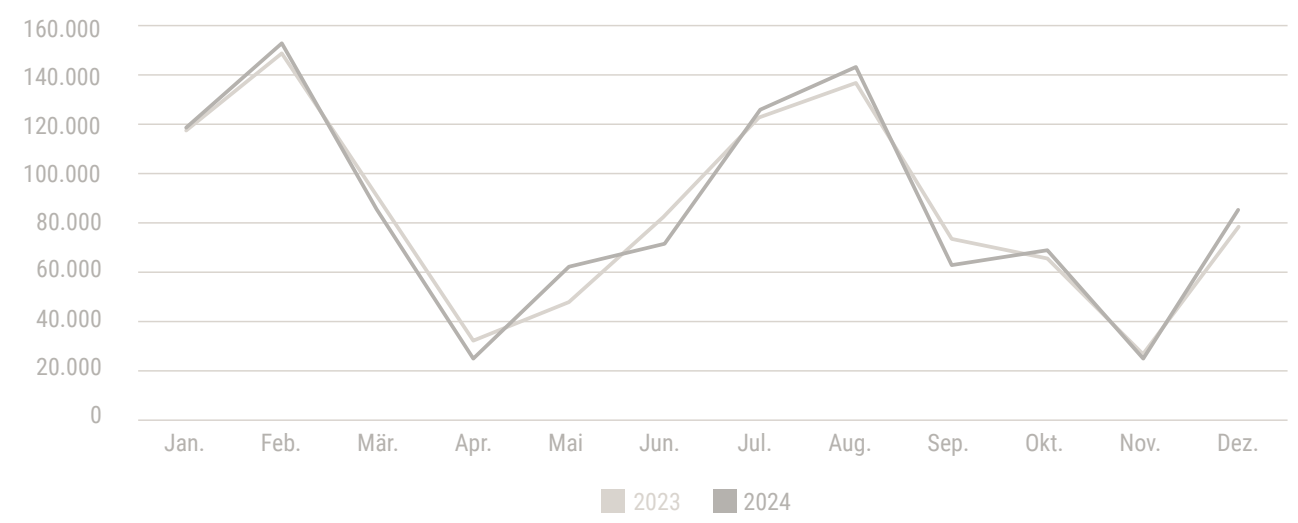
In Zusammenarbeit mit Alpine Vision entstand ein neues Video, das die Vorteile der Saalfelden Leogang Card präsentiert. Nach den Dreharbeiten zu den kostenlosen Sommerleistungen wurden in diesem Jahr auch die Winterangebote ins Bild gesetzt. Damit liegt nun ein ganzjähriger Clip vor, der die Vielfalt der Gästekarte eindrucksvoll in beiden Jahreszeiten zeigt.



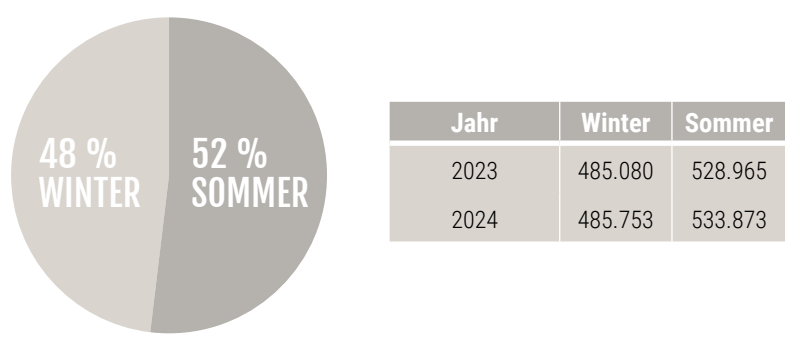
STATISTIKEN & FINANZEN

NÄCHTIGUNGSSTATISTIKEN

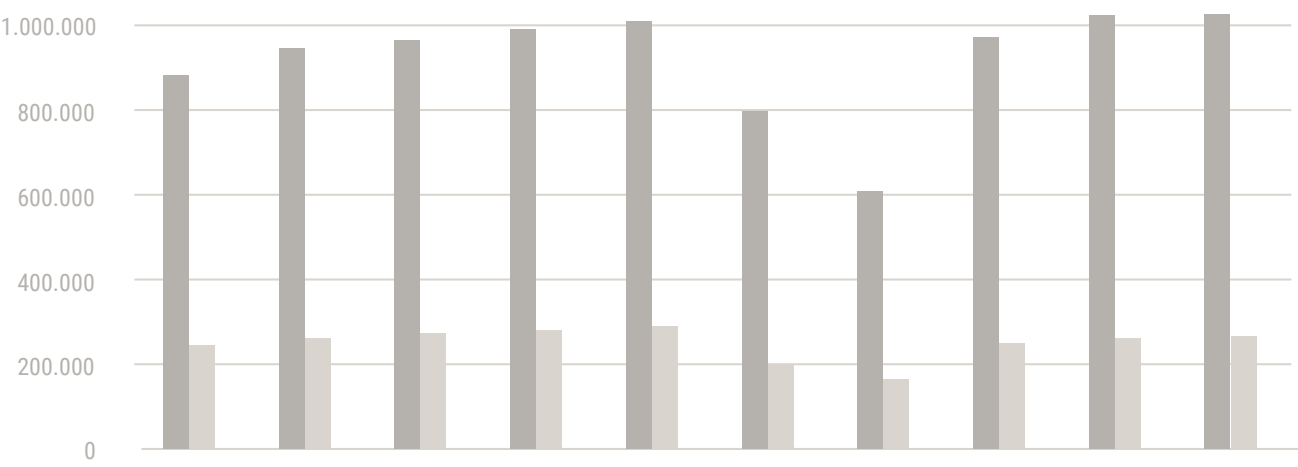
NÄCHTIGUNGSENTWICKLUNG MONATE REGION SAALFELDEN LEOGANG



SOMMER-WINTER-VERHÄLTNIS REGION SAALFELDEN LEOGANG



ZEHNJAHRESSTATISTIK REGION SAALFELDEN LEOGANG

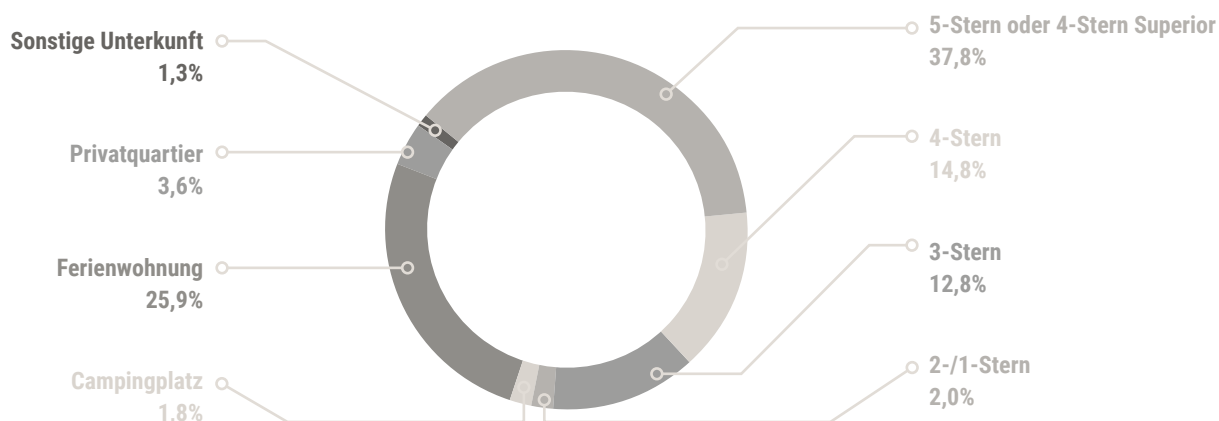


	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nächte	880.162	944.405	965.674	989.086	1.009.655	796.140	608.079	971.975	1.019.479	1.024.878
Ankünfte	244.472	260.327	271.884	278.907	287.578	198.079	164.061	249.915	259.076	264.236
Ø Aufenthaltsdauer	3,6	3,6	3,6	3,5	3,5	4,0	3,7	3,9	3,9	3,9

STATISTIKEN & FINANZEN

NÄCHTIGUNGSSTATISTIK KALENDERJAHR 2024

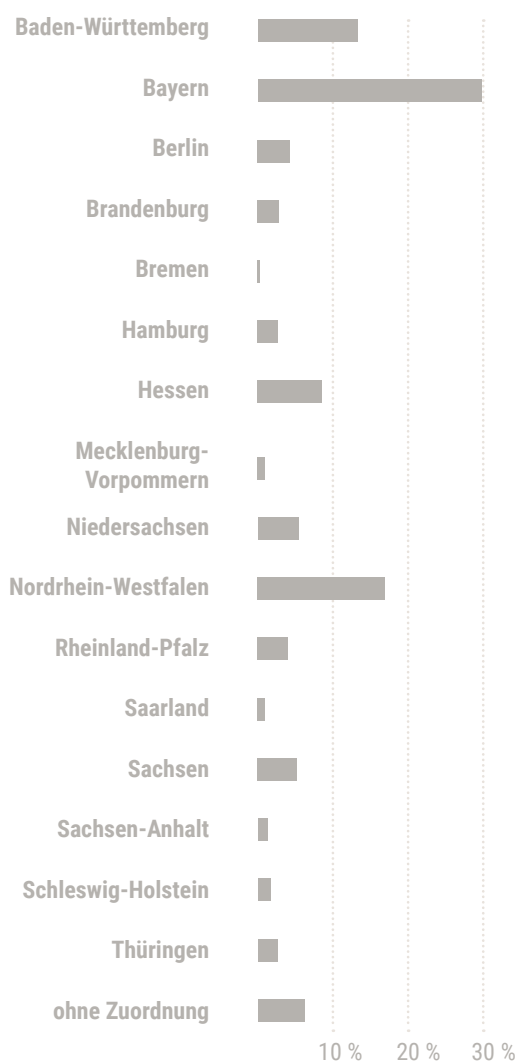
NÄCHTIGUNGEN NACH KATEGORIEN



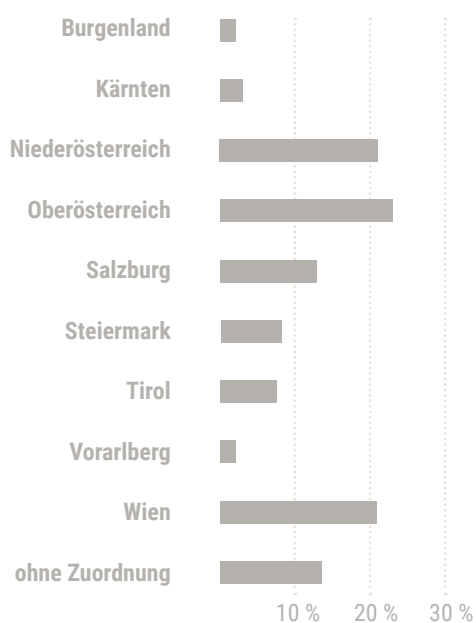
TOP-3-NATIONEN

1	56,5 %	DE
2	19,7 %	AT
3	6,7 %	NL

NÄCHTIGUNGEN INNERHALB DEUTSCHLANDS



NÄCHTIGUNGEN INNERHALB ÖSTERREICHS



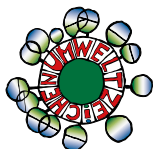
STATISTIKEN & FINANZEN

JAHRESABSCHLUSS

AKTIVA	2024		2023 in T	
A. Anlagevermögen				
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				
Homepage, Datenverarbeitungsprogramme	0,06		0,0	
II. Sachanlagen				
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten, einschließlich der Bauten auf fremdem Grund				
einschließlich der Bauten auf fremdem Grund				
a) Bauten auf fremdem Grund	1.378,70		1,9	
2. andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	223.084,41		66,9	
Anzahlungen für Anlagen	0,00		0,0	
	224.463,11		68,8	
III. Finanzanlagen	37.800,00	262.263,17	37,8	106,6
B. Umlaufvermögen				
I. Vorräte				
1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	315,45		0,5	
2. fertige Erzeugnisse und Waren	58.347,78		79,6	
3. noch nicht abrechenbare Leistungen	181.626,46		137,0	
	240.289,69		217,1	
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	29.728,64		62,3	
2. sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände	160.211,13		73,7	
	189.939,77		136,0	
III. Kassenbestand, Schecks, Guthaben bei Kreditinstituten	1.105.494,98	1.535.724,44	1.057,3	1.410,4
C. Rechnungsabgrenzungsposten	16.915,14	16.915,14	28,4	28,4
	1.814.902,75		1.545,4	

PASSIVA	2024		2023 in T	
A. Eigenkapital				
I. Nennkapital (Grund-, Stammkapital)				
Stammkapital	35.000,00		35,0	
Kapitalrücklage	35.000,00		35,0	
II. Bilanzgewinn (Bilanzverlust)				
	620.132,73	690.132,73	561,5	631,5
B. Rückstellungen	43.470,00		34,1	
sonstige Rückstellungen	4.000,00		4,3	
	47.470,00	47.470,00	38,4	38,4
C. Verbindlichkeiten				
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (Darlehen)	0,00		0,0	
2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (Kontokorrent)				
3. erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	421.850,00		363,7	
4. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	330.231,35		350,8	
5. sonstige Verbindlichkeiten	325.218,67		161,0	
	1.077.300,02	1.077.300,02	875,5	875,5
	1.814.902,75		1.545,4	

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG		2024		2023 in T	
1. Umsatzerlöse					
Leistungserlöse	5.113.272,87		4.652,7		
Erlösschmälerungen					
	5.113.272,87		4.652,7		
2. Veränderungen des Bestandes an fertigen und unfertigen Erzeugnissen sowie an noch nicht abrechenbaren Leistungen	181.626,46	5.294.899,33	137,00	4.789,7	
3. Haupterlöse		5.294.899,33		4.789,7	
4. sonstige betriebliche Erträge					
a) Erträge aus dem Abgang vom und der Zuschreibung zum Anlagevermögen mit Ausnahme der Finanzanlagen					
I. Erlöse aus abgegangenen Anlagen	0,00		0,0		
II. Buchwert abgegangener Anlagen					
übrige	59.390,69		4,5		
		59.390,69		4,5	
5. Gesamterlöse		5.354.290,02		4.794,2	
6. Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Herstellungsleistungen					
Bezogene Leistungen	-3.722.682,66		-3.260,50		
7. Personalaufwand					
a) Löhne					
b) Gehälter	-926.200,64		-869,4		
c) Aufwendungen für Abfertigungen	-9.340,00		-1,00		
d) Aufwendungen für gesetzlich vorgeschriebene Sozialabgaben sowie vom Entgelt abhängige Abgaben und Pflichtbeiträge	-250.434,80		-231,6		
Freiwilliger Sozialaufwand	-12.917,69		-13,5		
sonstiger Personalaufwand	-28.379,58		-27,5		
	-1.227.272,71	-4.949.955,37	-1.143,00	-4.403,5	
8. Bruttogewinn		404.334,65		390,7	
9. Abschreibungen	-69.185,04		-44,5		
10. sonstige betriebliche Aufwendungen					
a) Steuern, soweit sie nicht auf Steuern vom Einkommen und Ertrag fallen	-18.442,88		-14,8		
b) Instandhaltungen, Betriebskosten	-44.705,71		-21,0		
f) Miete, Pacht und Leasing	-60.249,24		-60,3		
g) Kraftfahrzeuge	-41.654,91		-42,0		
h) sonstige betriebliche Aufwendungen	-22.630,39		-22,5		
e) Porti, Mailing	-18.975,47		-20,4		
d) Verwaltungskosten	-55.314,76		-32,5		
	-261.973,36	-331.158,40	-213,5	-258,0	
11. Betriebsaufwand		73.176,25		132,7	
12. Betriebserfolg					
13. sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	0,00		0,0		
14. Aufwendungen aus Finanzanlagen und aus Wertpapieren des Umlaufvermögens					
15. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	0,00		-2,0		
16. Finanzerfolg		0,00		-2,0	
17. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		73.176,25		132,7	
18. Unternehmensergebnis		73.179,25		132,7	
19. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-14.567,00	-14.567,00	-32,1	-32,1	
20. Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag		58.609,25		100,6	
20. Erträge aus Auflös. freie Rücklage					
22. Jahresergebnis		58.609,25		100,6	
23. Gewinnvortrag/Verlustvortrag	561.523,48		461,0		
		561.523,48		461,0	
24. Bilanzgewinn/Bilanzverlust		620.132,73		561,6	



produziert gemäß Richtlinie
UZ24 des Österreichischen
Umweltzeichens
about-print GmbH, UW-Nr. 1362

Saalfelden Leogang Touristik GmbH
Mittergasse 21a, 5760 Saalfelden

T + 43 6582 70660
info@saalfelden-leogang.at

www.saalfelden-leogang.com