ZUKUNFT

GLEICHENBERGER BAHN

TOURISTISCHES KONZEPT 2022

AUFTRAGGEBER:
REGIONALMANAGEMENT SÜDOSTSTEIERMARK. STEIRISCHES VULKANLAND GMBH

UMSETZUNG:
FH JOANNEUM BAD GLEICHENBERG
INSTITUT GESUNDHEITS- UND TOURISMUSMANAGEMENT

INHALT

Zusammenfassung 3
Hintergrund und Methodik 5
Ergebnisse 6
Basis: Regelmäßiger Wochenendverkehr 6
Touristische Ergänzung: Themenzüge 8
Touristische Ergänzung: Sonderzüge 10
Touristische Ergänzung: Veranstaltungen 12
Touristisch relevante Kooperationen 13
Touristische Vermarktung Gleichenberger Bahn 15
Kostenschätzung Tourismusmarketing 23
Mittel- und langfristige Massnahmen 25

Das Land Steiermark
Regionen

Unterstützt aus Mitteln des Steiermärkischen Landes- und Regionalentwicklungsgesetzes

Dieses Bild kann leider aus rechtlichen Gründen nicht gezeigt werden.
Wir bitten um Verständnis.

Quelle: Laurenz KÜNZEL, 2021

ZUSAMMENFASSUNG

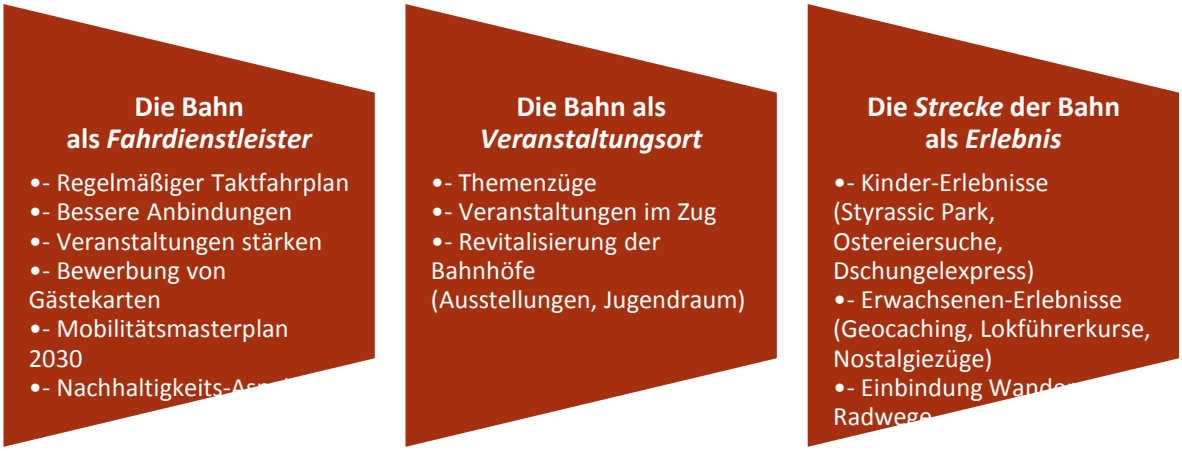
Die Gleichenberger Bahn mit ihrer rund 90-jährigen Geschichte wird als Bahnstrecke zwischen Feldbach und Bad Gleichenberg geführt. Aktuell werden starke Veränderungen hinsichtlich des Mobilitätsverhaltens und der Reisegewohnheiten von Bewohner:innen und Gästen in der Region erkannt. Darüber hinaus verlangt der regionale Mobilitätsplan, der einerseits die touristische Führung der Bahnstrecke ausweist und sich andererseits der verbesserten und erweiterten Angebote durch die Regiobusse verpflichtet, eine Neupositionierung der Gleichenberger Bahn. Die Region Südoststeiermark - Steirisches Vulkanland wurde beauftragt ein Tourismuskonzept zu erstellen, welches auf Basis eines regelmäßigen Wochenendbetriebes eine mögliche emotionale Aufwertung der Gleichenberger Bahn hin zu einer touristisch orientierten Lokalbahn und damit die Nachfrage zur touristischen Nutzung der Gleichenberger Bahn stärkt.

Das vorliegende Tourismuskonzept zielt als Zusammenschau möglicher touristischer Interventionsbereiche auf eine Attraktivierung der Gleichenberger Bahn ab und kann als solches die Führung der Gleichenberger Bahn unterstützen.

Als Prämisse muss hier ergänzend angeführt werden, dass involvierte Gemeinden oder die Region selbst die angeführten Aktivitäten aufgrund von Ressourcen, Finanzmittel und Zuständigkeiten nicht unterstützen können. Weiters müssen entsprechende Rahmenbedingungen bzw. strukturelle Fragen zur Umsetzung der nachfolgend angeführten Aktivitäten seitens der Tourismusorganisation einer Klärung zugeführt werden.

Für das vorliegende Dokument wurde zu einem Ideenwettbewerb (Bürger:innen-Beteiligungsprozess) im November 2021 eingeladen. Hier wurde die regionale Bevölkerung aufgerufen, Ideen und Sichtweisen zum Fortbestand der Gleichberger Bahn einzureichen. Ideen bzw. Konzepte wurden im Anschluss in einem Diskussionsprozess (Workshop) zu Beginn des Jahres 2022 bearbeitet und sind in vorliegendem Konzept zusammengeführt.

Abbildung 1: Gesammelte Ergebnisse Bürger:innen-Beteiligung



Der Bürger:innen-Beteiligungsprozess hat gezeigt, dass es seitens der Bevölkerung ein hohes Maß an Interesse für den Erhalt der Gleichenberger Bahn gibt. Das vorliegende Tourismuskonzept fokussiert auf Aktivitäten, die zur Attraktivierung der Gleichenberger Bahn beitragen können. Zur Umsetzung der Maßnahmen ist anzumerken, dass aus rechtlicher Sicht (z.B. Sicherheit, Technik, Organisation) nur die *Steiermarkbahn und Bus GmbH* (als Betreiberin der Bahn) für die Umsetzung touristischer Angebote, in Ergänzung zum reinen Fahrbetrieb am Wochenende, verantwortlich sein kann.

Zur koordinierten Umsetzung der touristischen Maßnahmen kann die *Steiermarkbahn und Bus GmbH* dazu auf Bürger:innen, touristische Anbieter:innen und Vereine in enger Abstimmung mit der Erlebnisregion Thermen- und Vulkanland Steiermark zurückgreifen und damit die aufgezeigten Potentiale nutzbar machen. Die Erlebnisregion Thermen- und Vulkanland Steiermark kann die Vermarktung bzw. Teile der Vermarktung der Angebote übernehmen. Dies ist noch gesondert mit den Vertreter:innen der Erlebnisregion zu vereinbaren.

Die Gleichenberger Bahn sieht einer positiven Zukunft dann entgegen, wenn es gelingt, den dauerhaften Erhalt der Infrastruktur und des Betriebes zu sichern. Das vorliegende Tourismuskonzept leistet dahingehend einen ergänzenden Beitrag und stärkt den Regelbetrieb durch die Vielfalt der Möglichkeiten und Beiträge der Akteur:innen, touristische Anreize umzusetzen. Es ist anzuführen, dass mit der Umsetzung der nachfolgend angeführten Maßnahmen die dauerhafte Bereitstellung von Ressourcen (Personal- und Sachkosten) in Ergänzung zu den Kosten für Infrastruktur verbunden ist.

Das gegenständliche Tourismuskonzept gliedert sich in folgende Bereiche:

- Basis: Regelmäßiger *Wochenendverkehr*
- Touristische Ergänzung: *Themenzüge*
- Touristische Ergänzung: *Sonderzüge*
- Touristische Ergänzung: *Veranstaltungen*
- Touristisch relevante *Kooperationen*
- *Touristische Vermarktung* Gleichenberger Bahn

HINTERGRUND UND METHODIK

Das Tourismuskonzept wird im Auftrag des Regionalmanagement Südoststeiermark. Steirisches Vulkanland GmbH von der FH JOANNEUM Institut Gesundheits- und Tourismusmanagement erstellt. Ziel ist die Darstellung der touristischen Nutzung der Gleichenberger Bahn. Die präsentierten touristischen Potentiale basieren auf Quellen, die im Zuge mehrerer Erhebungsprozesse erfasst und anschließend auf deren Realisierbarkeit überprüft wurden. Folgende wesentliche Ideengeber:innen und Quellen dienen als Grundlage der weiteren Analysen:

Quellengrundlage 1: *Touristisches Konzept Gleichenberger Bahn*, PLANUM Fallast Tischler und Partner GmbH, Graz, Jänner 2020

Quellengrundlage 2: Ideenwettbewerb *„Zukunft Gleichenberger Bahn“,*
Jänner 2022
Verwendete Konzepte von: Laurenz KÜNZEL u. Philipp HASSLER; Richard FUCHS; Rainer POLLACK; FAHRGAST Graz/Steiermark Markus PIRKER; Martin SCHÖNHERR; LANDJUGEND GNAS Anna GRIESBACHER; Martin FINK; Sandra PFEIFER

Quellengrundlage 3: Workshop Ideengeber:innen *„Zukunft Gleichenberger Bahn“,*
Februar 2022
Präsentationen: Martin FINK; Richard FUCHS; Laurenz KÜNZEL u. Philipp HASSLER; LANDJUGEND GNAS Anna GRIESBACHER; FAHRGAST Graz/Steiermark Markus PIRKER; Sandra PFEIFER; Martin SCHÖNHERR

Es ist wichtig zu betonen, dass die in den Konzepten genannten Maßnahmen unterschiedliche Detaillierungsgrade aufweisen. Überdies kann nicht auf alle Ideen im Lichte des erforderlichen Ressourceneinsatzes bzw. der meistens nicht geklärten Frage eines Betreibers zurückgegriffen werden. Nur zum Teil haben Bürger:innen und Vereine ihre Mitarbeit an der Umsetzung von verschiedenen Maßnahmen angeboten. Alle Unterlagen liegen beim Regionalmanagement Südoststeiermark. Steirisches Vulkanland GmbH auf und können somit jederzeit als Hintergrundinformation herangezogen werden.

Basierend auf den Ergebnissen zeigt das nun vorliegende Tourismuskonzept mögliche Wege auf, um die Gleichenberger Bahn attraktiver zu führen.

ERGEBNISSE

Die Gleichenberger Bahn erfüllt im touristischen Verkehr im Wesentlichen zwei Aufgaben:

Zum einen dient sie als *öffentlicher Zubringer* zu mehreren Attraktionen in der Region, wie beispielsweise dem Styrassic Park (Haltestelle Trautmannsdorf), dem Freilichtmuseum Trautmannsdorf (Haltestelle Hofstätten), mehreren Wanderwegen (Bahn-Wanderweg entlang der Gesamtstrecke, Kaskögerlweg bei Gnas, Herzspur-Wanderweg bei Bad Gleichenberg etc.), zahlreichen gastronomischen Einrichtungen und nicht zuletzt zum Kurhaus Bad Gleichenberg.

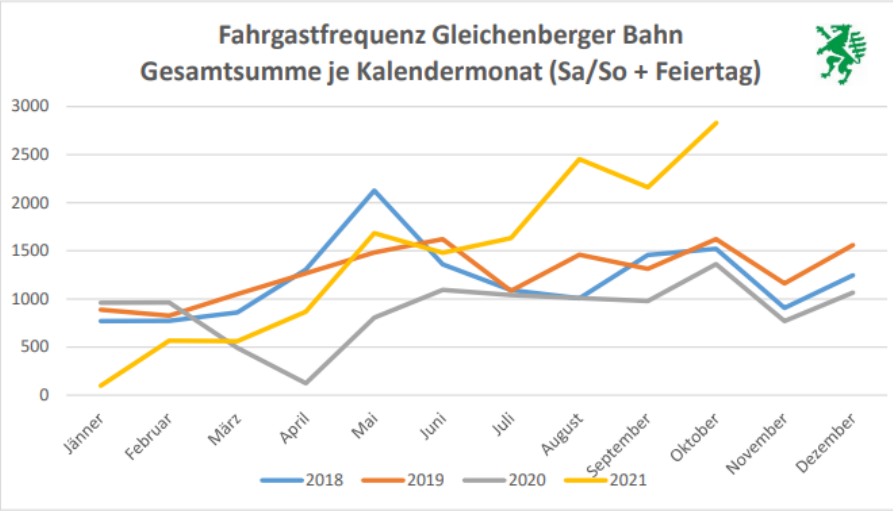
Zum anderen ist eine *Fahrt* mit der *Bahn* selbst eine *Attraktion*, bedingt durch ihre Streckenführung über Höhenrücken und durch Mischwälder, über starke Steigungen und Gefälleabschnitte, und dies alles bei einem moderaten Tempo von etwa 40 km/h.

Diesen Überlegungen folgend wird ein *regelmäßiger öffentlicher Wochenendverkehr* als Basisangebot vorgeschlagen. Darüber hinaus können *Sonderzüge* mit *Themenschwerpunkten* angeboten oder *Veranstaltungen* organisiert angeboten werden.

BASIS: REGELMÄßIGER WOCHENENDVERKEHR

Mit der Etablierung des regionalen Mobilitätsplanes wurde der regelmäßige Bahnverkehr auf der Gleichenberger Bahn eingestellt bzw. bis zu deren Schließung auf einen reinen Wochenendverkehr umgestellt. Trotz der Umstellung haben sich die Fahrgastzahlen gut entwickelt, wie folgende Abbildung zeigt.

Abbildung 2: Entwicklung Fahrgastzahlen



Quelle: Steiermarkbahn und Bus, Irene Kahr, Personenverkehr, 17.01.2022

Der Anstieg der Fahrgastzahlen 2021 lässt sich wohl durch das vermehrte mediale Interesse an der „Lokalbahn“ in regionalen Medien erklären. Immer wieder wurden in den Lokalzeitungen Aufrufe an die Bevölkerung zur Nutzung der Bahn „bevor sie eingestellt wird“ platziert. In der obigen Abbildung müssen selbstverständlich auch Auswirkungen der Corona-Pandemie berücksichtigt werden.

Insgesamt wurden rund 15.800 Fahrkarten im Zeitraum 01.01.21 – 09.01.22 verkauft[1]. Somit ließe sich rückschließen, dass rund 7.000 bis 8.000 Fahrgäste die Gleichenberger Bahn an den Wochenenden genutzt haben.

Im Zusammenhang mit dem regelmäßigen Wochenendverkehr lassen sich folgende Erfolgsfaktoren ableiten:

Einfach zu nutzendes, niederschwelliges Angebot

Für die regelmäßig verkehrenden Züge ist keine Voranmeldung oder Reservierung erforderlich; es ist also spontan möglich, einen Ausflug mit der Bahn zu unternehmen. Fahrkarten können u.a. direkt beim Lokführer gekauft werden.

An den Bedarf angepasster, leicht merkbarer Fahrplan

Mit einem Betriebsbeginn um 9.18 Uhr ab Feldbach (angepasst auf die aus Graz eintreffende S-Bahn) und weiteren Zügen um 12.18 Uhr, 15.18 Uhr und 18.18 Uhr, also alle drei Stunden, ist ein leicht merkbarer Taktfahrplan gegeben, der sowohl Halbtages- als auch Tagesausflüge ermöglicht. Die Rückfahrten ab Bad Gleichenberg um 10.07 Uhr, 13.07 Uhr, 16.07 Uhr und 19.07 Uhr sind ebenfalls in Feldbach auf die S-Bahn nach Graz abgestimmt. Evtl. könnte eine spätere Zugverbindung von Bad Gleichenberg nach Feldbach für den Freizeitverkehr angeboten werden.

Anwendung des Verbundtarifs

Mit der Anwendung des Verbundtarifs ist die Nutzung des Freizeittickets Steiermark[2] einfach möglich. Dadurch erschließt sich ein breites Publikum im Tagestourismus. Im Wettbewerb der Regionen ließe sich dadurch überdies ein Wettbewerbsnachteil verhindern. Darüber hinaus ist durch den Verbundtarif die Anbindung an das neue Klimaticket gewährleistet, was den Nutzerkreis weiter erhöht.

Aufgrund der positiven Erfahrungen im Jahre 2021 mit dem regelmäßigen Wochenendverkehr, sollte dieser auch in künftigen Überlegungen fest verankert sein. Sinnvoll ist dabei ein gleichbleibender und leicht merkbarer Wochenend-Fahrplan mit Fahrtmöglichkeiten vom Vormittag bis in den Abend über einen möglichst langen Zeitraum jeden Jahres. Dem Freizeitverhalten eines großen Teils der Bevölkerung folgend, wären zudem auch regelmäßige Züge bereits an Freitagen ab Mittag sinnvoll, da einerseits Ausflüge zu

[1] Quelle: Steiermarkbahn und Bus, Irene Kahr, Personenverkehr, 17.01.2022
[2] Quelle: https://www.oebb.at/de/regionale-angebote/steiermark/freizeit-ticket-steiermark

Buschenschänken und Wanderungen und dgl. oft an Freitagen erfolgen und andererseits die Anreise zum Wochenendausflug per Zug einfacher gelingt.

TOURISTISCHE ERGÄNZUNG: THEMENZÜGE

Aufbauend auf die Basis „Regelmäßiger Wochenendverkehr“ lassen sich Fahrten zu bestimmten Terminen und zu verschiedenen Themen ausbauen und gesondert bewerben. Je nach zu erwartender Teilnehmerzahl kann dabei auf verschiedene Zugbildungen zurückgegriffen werden:

Bis etwa 30 Teilnehmer: Reguläre Zugbildung
(durch einen Triebwagen, ET1 oder ET2)

Die Begrenzung auf 30 Personen ergibt sich dadurch, dass auch Fahrgäste Platz finden müssen, die den Zug nicht wegen des Themas nutzen, sondern unabhängig davon unterwegs sind.

Bis etwa 100 Teilnehmer: Zugbildung durch einen Triebwagen
(ET1 oder ET2) und den Waggon EB22

Die Begrenzung auf 100 Personen ergibt sich durch die Platzkapazität des Waggons EB 22 (ca. 70 Plätze) und anteilig des Triebwagens, in dem auch Plätze für Fahrgäste bleiben müssen, die den Zug nicht wegen des Themas nutzen, sondern unabhängig davon unterwegs sind. Der EB22 ist mit einer Bar ausgestattet, sodass er sich auch besonders für Themenfahrten mit kulinarischem Schwerpunkt eignet.

Bis etwa 200 Teilnehmer: Zugbildung durch beide Triebwagen
(ET1 und ET2) und den Waggon EB22.

Über 200 Teilnehmer: Zugbildung mit zusätzlichem Rollmaterial

Bei Themenfahrten mit über 200 Teilnehmern müssen zusätzliche Waggons von anderen (Landesbahn-)Stecken oder von anderen Eisenbahnverkehrsunternehmen vorab nach Feldbach überstellt werden. In diesem Fall fielen Mehrkosten an, die je nach Situation konkret ermittelt werden müssen.

Als Betreiber der Zugfahrten wird im Folgenden stets von der *Steiermarkbahn und Bahn GmbH* ausgegangen. Die angeführten Themenzüge sind Vorschläge, die inhaltlich und organisatorisch an die jeweilige Situation hinsichtlich personeller und finanzieller Ressourcen angepasst werden müssen.

OSTEREIERSUCHE MIT DER GLEICHENBERGER BAHN

Als Angebot, insbesondere für Familien mit kleinen Kindern, könnte an den Osterfeiertagen eine Ostereiersuche mit der Gleichenberger Bahn angeboten werden. Dazu bietet sich eine Fahrt zu einer Haltestelle an, in deren Nähe sich an einer übersichtlichen Stelle Osternester

(gefüllt mit Ostereiern) verstecken lassen – denkbar ist etwa das Gelände um den Bahnhof Maierdorf, wo zudem auch Sanitäranlagen vorhanden sind. Möglich wäre zusätzlich das Angebot einer Osterjause durch lokale Lebensmittelproduzenten.

GEFÜHRTE (E-BIKE)-WANDERUNGEN MIT DER GLEICHENBERGER BAHN

Dieses Angebot für Gruppen wurde bereits in den vergangenen Jahren fallweise angeboten. Ein Package umfasst eine Bahnfahrt auf der Gleichenberger Bahn und eine anschließende geführte Wanderung. Denkbar wäre hier auch ein zusätzlich zielgruppenorientiertes und -beworbenes Wanderangebot, z.B. Senior:innen-Wanderung (auf wenig anspruchsvollen Strecken) oder Single-Wandern (auf „romantischen" Strecken, z.B. Herzspur-Wanderweg).

Das Angebot lässt sich auch um die an der Bahnstrecke liegenden zahlreichen Bahnradwege erweitern. Ob per Fahrrad oder E-Bike, die Haltestellen können als Ausgangspunkt für ausgedehnte Radtouren dienen. Die bereits vorhandenen Printmedien (z.B. Folder[3]) ließen sich rasch und kostengünstig adaptieren. Hier wurde bereits viel Vorarbeit geleistet.

GENUSSZÜGE AUF DER GLEICHENBERGER BAHN

Das Steirische Vulkanland ist nicht nur Heimat der Gleichenberger Bahn, sondern auch zahlreicher kulinarischer Highlights. Bereits in den vergangenen Jahren war für Gruppen die Buchung des Angebots „*Steirische Landpartie*" möglich, ein Package aus Bahnfahrt, Verkostung regionaler Spezialitäten und Besuch der Produktionsstätten. Dieses Angebot könnte weiterentwickelt werden zu „Genusszügen", in denen die Spezialitäten während der Fahrt verköstigt werden können – ideal dazu geeignet ist der Waggon EB22, der im Inneren über eine Bar verfügt. Diese Bar könnte gemeinsam von verschiedenen Produzent:innen oder zu verschiedenen Terminen im Wechsel geführt werden.

Der Verkauf von Produkten im Zug könnte insbesondere durch die Entwicklung von exklusiven „Sonder-Editionen", wie etwa dem „Gleichenberger Bahn Kernöl", dem „Dschungelexpress-Wein" oder der „Zotter Bahn Schokolade" etc. gestärkt werden. Was nicht im Zug konsumiert wird, wird als Souvenir oder Geschenk für die Daheimgebliebenen mitgenommen.

HALLOWEENZÜGE

Der in der Vergangenheit immer weiter verbreitete Brauch, ab Einbruch der Dunkelheit am 31.10. Halloween zu feiern, könnte für Halloween-Themenzüge genützt werden. Hier bietet es sich an, an einem „gruseligen" Ort an der Strecke (beispielsweise am mitten im Wald gelegenen Bahnhof Gnas, ggf. auch in Maierdorf) ein passendes Programm für Kinder anzubieten (Stockbrot braten am offenen Feuer, Kinderschminken, Kürbisse aushöhlen und schnitzen, eventuell Fackelwanderung durch den angrenzenden Wald). Diese Aktionen lassen sich nur stationär umsetzen, die Bahn würde als Zubringer fungieren.

[3] Z.B. Das Bahn-Erlebnis: https://www.steiermarkbahn.at/wp-content/uploads/2021/05/folder-gleichenberger-bahn-2021.pdf

STERNDERLZÜGE AUF DER GLEICHENBERGER BAHN

In der Adventszeit locken nicht nur die Adventmärkte in Bad Gleichenberg und Gnas, auch das Angebot der „Sternderlzüge“ wurde bereits von Familien rege in Anspruch genommen, wenngleich es durch die Corona-Pandemie zuletzt entfallen musste. Dabei basteln Kinder während der Zugfahrt Sterne aus Stroh oder Papier und schmücken damit die Fenster und Innenwände des Triebwagens.

TOURISTISCHE ERGÄNZUNG: SONDERZÜGE

Über den regulären Wochenend-Fahrplan hinaus können zu bestimmten Anlässen auch Sonderzüge geführt werden. Dies ist bereits jetzt möglich und wurde in der Vergangenheit immer wieder nachgefragt, hauptsächlich als private Sonderzüge von Eisenbahnfreunden oder für Vereinsausflüge. Sonderzüge können je nach Bedarf unterwegs Halte einlegen (z.B. Fotohalt, Scheinanfahrt), bestimmte Streckenabschnitte mit schönem Ausblick langsamer durchfahren (z.B. Höhenrücken bei Burgfried) und somit kann generell besonders auf Wünsche verschiedener Zielgruppen eingegangen werden. Mittelfristig könnte für solche Züge auch ein „Panoramawagen“ (ohne Dach) aus einem offenen Güterwagen aufgebaut werden, um das Erlebnis der langsamen Fahrt durch die schöne Natur zu forcieren.

Abbildung 3: Offener Panoramawagen Pyrenäen, Südfrankreich

Quelle: Markus PIRKER, 2021

Die angeführten „Sonderzüge“ dienen als Beispiele und können mannigfaltig erweitert oder mit anderen Angeboten, Kooperationen etc. kombiniert werden. Welche Maßnahmen umgesetzt werden, bedarf einer genauen Ressourcenplanung und einer technischen und rechtlichen Evaluierung.

SONDERZÜGE MIT BESONDEREM WAGENMATERIAL

Insbesondere für Eisenbahnfreunde kommen Sonderzüge mit besonderem Wagenmaterial in Frage, welches sich von den regulären Fahrzeugen des Wochenendverkehrs (ET2 oder ET1) abhebt. Möglich wäre hierfür beispielsweise eine Garnitur aus E41 mit Waggon EB22 und Güterwagen (für etwaigen Fahrradtransport und als optische Abwechslung im Zugverband). Abgestimmt auf diese Zielgruppe sollten diese Fahrten unterwegs an schönen

Streckenabschnitten Fotohalte vorsehen und bei längerer Ausbleibezeit auch eine gastronomische Versorgung während der Fahrt einplanen (oder eine Einkehr unterwegs).

COWBOYÜBERFALL

Bei diesem für Familien mit Kindern gedachten Angebot wird der Zug während der Fahrt von Cowboys (Schauspieler:innen) „überfallen“: Dabei reiten Cowboys (oder -girls) neben dem langsam fahrenden Zug und zwingen ihn anzuhalten. Anschließend steigen sie ein und „berauben“ die Fahrgäste ihrer Habseligkeiten. Damit alles gut endet, können die Cowboys schließlich überredet werden, den Zug freizugeben. Gemeinsam fährt man zum friedlichen Ausklang zu einer Buschenschank und kehrt dort ein.

Abbildung 4: Gespielter Cowboyüberfall in der Schweiz

Quelle: Markus PIRKER, 2021

THEATER IM ZUG

Über mehrere Jahre wurde von der Gruppe „Straden aktiv“ zu ausgewählten Terminen ein Theater im Zug angeboten. Der Zug war dabei gleichzeitig Bühne und Ort für Zuschauer. Denkbar wäre auch, dafür Schüler:innen aus der Region etwa im Rahmen eines Theaterworkshops zu gewinnen. Die Programme erfreuten sich großer Beliebtheit und waren in der Vergangenheit erfahrungsgemäß ausverkauft.

HOBBYLOKFÜHRERKURSE

Das Angebot „Hobbylokführerkurs“ richtet sich speziell an Eisenbahnfreunde, die selbst einmal gerne einen Zug führen würden, dafür aber nicht ausgebildet sind. Unter Anleitung eines erfahrenen Lehrlokführers wird ihnen der Wunsch erfüllt, dazu gibt es eine Urkunde. Eisenbahnen, die ein derartiges Angebot offerieren, sind beispielsweise die Murtalbahn der Steiermarkbahn oder in Oberösterreich die Atterseebahn oder Traunseetram.

FOTOSONDERFAHRT

Damit ist ein Sonderzug gemeint, der ausschließlich für Eisenbahnbegeisterte (Hobby-) Fotograf:innen fährt. Dabei werden Zug und Strecke zum Motiv. Der Zug hält dort, wo

vielversprechende Schnappschüsse winken. Auch geführte Foto-Workshops und Fotografie-Kurse für Naturaufnahmen entlang der Bahn sind denkbar.

NATURERLEBNIS-FAHRTEN

Für Schulen interessant sind Ausflüge, bei der ein von z.B. einemR Förster:in begleiteter Zug an markanten Punkten hält, ein Stück gewandert wird und dann wieder weitergefahren wird. So kann die Natur entlang der Bahntrasse erlebt werden. Umweltschutz-Sensibilisierung inklusive.

TOURISTISCHE ERGÄNZUNG: VERANSTALTUNGEN

Neben regulären Fahrten an Wochenenden und *Sonderfahrten* zu besonderen Anlässen, können auch *Veranstaltungen* dazu beitragen, den Blick der Öffentlichkeit auf die Gleichenberger Bahn zu lenken und so weitere touristische Wertschöpfung zu erzielen. Auch hier gilt, dass die vorgeschlagenen Veranstaltungen realistisch durchführbar sind, jedoch einer Personal- und Kosteneinsatzprüfung zu unterziehen sind.

JUBILÄUMSFEIER, „TAG DER OFFENEN TÜR“

Am 15. Juni 2021 jährte sich die Inbetriebnahme der Gleichenberger Bahn zum 90. Mal. Abgesehen von Aufklebern auf dem Triebwagen ET2 („90 Jahre Gleichenberger Bahn“) wurde dieser Tag bzw. dieses Jahr nicht besonders gewürdigt. Doch es spricht nichts dagegen, 2022 ein „unrundes“ Jubiläum zu feiern: „*91 Jahre Gleichenberger Bahn*“.

Eine Jubiläumsfeier, die (entsprechend beworben) auch überregional für Interesse sorgen würde, könnte als „*Tag der Offenen Tür*“ im Betriebsbahnhof Feldbach Landesbahn gestaltet werden. Darüber hinaus könnten auch andere Bahnhöfe und Haltestellen miteinbezogen werden. Pendelfahrten transportieren Besucher:innen zwischen Feldbach und Bad Gleichenberg.

Eine Vielzahl von Angeboten ist denkbar: Führungen durch die Werkstatt, Führung durch die „Gleichrichteranlage Gnas“, Führung in der Fahrzeugremise und dem Bahnhofsgelände, kulinarisches Angebot, Hüpfburg für Kinder, Modelleisenbahnanlage, Gewinnspiel (mit regionalen Produkten als Preisen), eventuell auch Leistungsschauen anderer Anbieter (z.B. Freiwillige Feuerwehren, regionale Vereine).

FACHTAGUNG „TOURISMUS UND ELEKTROMOBILITÄT“

Eine Fachtagung im Zeichen der Klimaveränderungen könnte durch die in Bad Gleichenberg ortsansässige Fachhochschule unter Beteiligung der Landesberufsschule Bad Gleichenberg und den Tourismusschulen Bad Gleichenberg organisiert werden.

Zielgruppe wären Expert:innen und Verantwortliche aus den Bereichen Ökologie, Mobilität und Tourismus. Eine hochkarätig besetzte Konferenz mit Key-Notes von Vertreter:innen der Bundes- und Landesregierung schafft Aufmerksamkeit für wichtige Zukunftsthemen. Bad Gleichenberg, gelegen an einer der ältesten elektrischen Bahntrassen, eignet sich bestens als Veranstaltungsort, zu dem man klimafreundlich anreisen kann. Die Konferenz sollte als Green Event zertifiziert werden und dadurch Impulswirkung ausstrahlen.

RADIO STEIERMARK GENUSS-RADLTAG

Der *„Radio Steiermark Genuss-Radltag“* mit Austragungsort in Bad Gleichenberg oder Gnas positioniert die Gleichenberger Bahn als Zubringer oder Abholer für Radfahrer:innen. Die Führung mehrerer Sonderzüge mit Personen- und Fahrradtransportwaggons ist in diesem Fall erforderlich.

IM BRAUTWAGGON ZUR HOCHZEITSMESSE

Die Bahn kann als thematisch involvierte Zubringerin für Veranstaltungen entlang der Bahntrasse fungieren. Beispielsweise ließe sich ein Waggon als Brautwaggon schmücken, der Besucher:innen zur jährlich stattfindenden Hochzeitsmesse in Trautmannsdorf transportiert. Aussteller:innen könnten den Zug als Bühne nutzen, um Dienstleistungen und Produkte zu teasern. Somit werden Vorfreude und Stimmung bereits bei der Anfahrt erzeugt. Shuttle-Taxis bringen Fahrgäste von der Haltestelle zum Veranstaltungsort.

Ähnliche Szenarien sind für Fußballspiele, Wein- oder Kellergasslfeste, Konzerte und Kulturveranstaltungen oder das Biedermeierfest in Bad Gleichenberg denkbar. Damit beginnt das Erlebnis schon vor dem eigentlichen Event.

TOURISTISCH RELEVANTE KOOPERATIONEN

Wie schon die vorigen Abschnitte zeigen, lassen sich durch die Integration der Gleichenberger Bahn in bestehende Dienstleistungsketten Wertschöpfungspotentiale heben. Entlang der Bahn gibt es zahlreiche Betriebe, die zu den Kulinarik- und Ausflugs-Highlights der Erlebnisregion Thermen- und Vulkanland Steiermark zählen.

Wenn es gelingt, in der Vermarktung der Hauptattraktionen die Gleichenberger Bahn als integrierten Angebotsbestandteil einzubinden, ließe sich die Attraktivität der Bahn erheblich steigern. Gerade der Umweltschutzaspekt im Allgemeinen und bei Reisen im Besonderen wird in den kommenden Jahren einen immer höheren Stellenwert in der Destinationsauswahl haben. Aktuell wird ein *Umweltzeichen für Tourismusdestinationen* entwickelt[4]. Hieraus könnte ein entscheidender Wettbewerbsvorteil oder auch ein Nachteil entstehen, wenn

[4]Hintergrund: https://www.umweltzeichen.at/de/tourismus/destinationen/aus-der-richtlinienwertstatt-tourismusdestinationen-mit-umweltzeichen

Umweltthemen noch stärker in den Entscheidungsprozess von Konsument:innen und potenziellen Gästen einfließen.

Junge Zielgruppen in Städten haben vielfach kein eigenes Auto. In wenigen Jahren werden diese Zielgruppen selbst Familien haben und somit für den Familien-Reisemarkt interessant. Möchte man diese Gästeschicht ansprechen, muss man sie dort „abholen", wo sie sind – am Bahnhof und mit öffentlichen Verkehrsmitteln.

Aus oben genannten Gründen sind Kooperationen mit Betrieben in der touristischen Vermarktung der Gleichenberger Bahn anzustreben. Die genannten Beispiele sind rasch und kostengünstig umzusetzen und können individuell erweitert und untereinander auch mit Maßnahmen aus den Bereichen Sonder- / und Themenzügen sowie Veranstaltungen kombiniert werden.

„LO(C)KANGEBOTE" FÜR ÜBERNACHTUNGSGÄSTE

Gästen, die im näheren Umkreis der Gleichenberger Bahn nächtigen, können Packages für die Bahn-An- und Abreise angeboten werden. Durch Erwerb eines derartigen „Umwelt"-Packages erhält man Vergünstigungen im Hotelbetrieb oder bei anderen teilnehmenden Betrieben. Gästen, die per Auto anreisen, könnte man einen Gutschein für eine Bahnfahrt inkludieren. Auf entsprechende An- und Abreisezeitpunkte ist zu achten.

Gäste, die nicht in der Nähe der Gleichenberger Bahn, jedoch im Thermen- und Vulkanland nächtigen, werden durch vermehrte Medienpräsenz angesprochen. Ziel dabei ist es, eine Fahrt mit der Gleichenberger Bahn so attraktiv zu gestalten, dass die Fahrt selbst als Ausflugsziel erkannt wird und somit zum Highlight eines Urlaubs in der Region wird.

ANGEBOTE FÜR TAGES- UND AUSFLUGSGÄSTE DER REGION

Für Tagesgäste bieten sich Kooperationen mit Betrieben, die direkt oder fußläufig an der Gleichenberger Bahn liegen, an. Hier seien beispielhaft der Styrassic Park, das Kurhaus Bad Gleichenberg oder das Heimat.Museum im Tabor Feldbach genannt. Kombikarten für Eintritt und Bahn An- und Abreise könnten vorab online buchbar sein, oder an der jeweiligen Kasse zu Eintrittsrabatten bei Vorlage der Fahrkarte erworben werden.

Der Bewerbung dieser Erlebnisse sind kreativ kaum Grenzen gesetzt. Sei es eine lebensgroße Dinosaurierfigur an der Haltestelle Trautmannsdorf (Zugang Styrassic Park) bzw. mehrerer Figuren entlang der Bahntrasse oder die Errichtung eines überdimensionalen Wasserkruges am Bahnhof Bad Gleichenberg (Zugang Therme).

Für alle Packages mit Zielbahnhof Feldbach könnte zudem ein Acht-Städte-Gutschein für die Konsumation vor Ort vorhanden sein (gilt in fast allen Geschäften und Gaststätten in Feldbach).

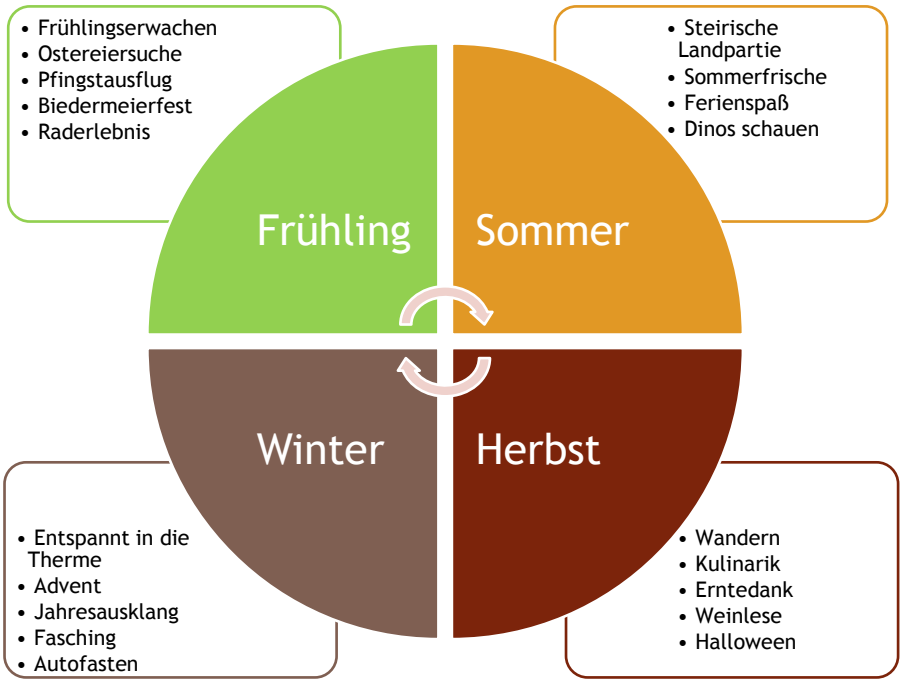
Die Wahl von Kommunikationsinstrumenten sollte sich an definierten Kommunikationszielen orientieren, die den Bedürfnissen von potenziellen Zielgruppen angepasst sind. Faktum ist, dass jede Form der Kommunikation entweder personelle oder finanzielle Ressourcen in Anspruch nimmt. Daher gilt es, einen begründbaren, ressourcenoptimierten und dennoch zielgerichteten Einsatz von Maßnahmen zu treffen.

Wie schon eingangs erwähnt, stellt ein regelmäßiger Wochenendverkehr die Basis touristischer Bemühungen dar. Die Verfügbarkeit der Bahnverbindung Feldbach – Bad Gleichenberg – Feldbach am Freitagnachmittag sowie eine spätabendliche Zugverbindung sollte angedacht werden. Dies bringt zusätzliche Potentiale, einerseits in der Stärkung des Freizeitverkehrs und andererseits durch die vermehrte Nutzung der Bahn durch Schüler:innen und Studierende zur An- und Abreise.

KOMMUNIKATIONSINSTRUMENTE

Im Tourismus etabliert hat sich die Kommunikation von Angeboten entlang des Jahreskreislaufes. Es gibt in jeder Jahreszeit besondere Höhepunkte, die auch für die Gleichenberger Bahn relevant sind. Der Einsatz der Kommunikationsinstrumente kann somit an das Thema und die entsprechenden variierenden Zielgruppen angepasst werden. Ein weiterer Vorteil dieser Herangehensweise ist eine gute Planbarkeit der einzelnen Maßnahmen sowie deren Evaluierung.

Abbildung 5: Themen im Jahreskreislauf (Beispiele)



Die weitere Darstellung von möglichen Maßnahmen zur verstärkten Kommunikation der Gleichenberger Bahn erfolgt anhand der üblichen Kommunikations-Instrumente:

- Werbung
- Verkaufsförderung
- Direct Marketing
- Öffentlichkeitsarbeit und die
- Persönliche Kommunikation.

1. WERBEMASSNAHMEN

Zur ressourcenschonenden Umsetzung von Werbemaßnahmen wird größtenteils auf bestehende Sujets und verfügbare Medien wie Folder, Fotos oder Videos zurückgegriffen. Da es schon in der Vergangenheit Printmedien und dgl. gegeben hat und deren Erscheinungsbild etabliert ist, muss es keinen Relaunch der Marke Gleichenberger Bahn geben.

Folgende Tabelle zeigt eine strukturierte Übersicht über mögliche Werbemaßnahmen und erste Kosteneinschätzungen.

Printmedien			
Werbemittel	**Verfügbarkeit**	**Verbreitung**	**Kostenschätzung[5]**
Broschüren	Wanderkarte: *„Wandern mit der Gleichenberger Bahn“* Übersichtsfolder: *„Bahnerlebnis“* Beide Broschüren bereits im Umlauf. Adaption notwendig. Wiederauflage Broschüre *„Radfahren mit der Gleichenberger Bahn“*	Auflage bei Hotel- und Beherbergungsbetrieben in der Region; bei Ausflugszielen; in öffentlichen Verkehrsmitteln; in Geschäften; bei Tourismusbüros, Gemeindeämtern. Versand an Vereine, Organisationen, Betriebsräte, Unternehmen, …	5.000 Stk. Wanderkarte 792 x 420 mm; Produktion inkl. Druck: **2.500 EUR** 10.000 Stk. „Bahnerlebnis“ Produktion inkl. Druck: **2.000 EUR** 10.000 Stk. „Radfahren …“ Produktion inkl. Druck: **2.000 EUR**

[5] Kostenschätzungen beruhen auf Standardpreisen bei möglichen Anbietern (Feb. 2022). Alle angegeben Kosten sind ohne Gewähr. Mögliche Irrtümer und Fehler vorbehalten.

Printmedien			
Werbemittel	**Verfügbarkeit**	**Verbreitung**	**Kostenschätzung[6]**
Außenwerbung Großplakate	Neugestaltung mit bestehenden Sujets	Anlassbezogen oder dem Jahreskreislauf entsprechend in Bezirkshauptstädten Feldbach, Fürstenfeld sowie in Graz. In Graz und den Bezirkshauptstädten gibt es vielfältige Möglichkeiten der Außenwerbung: City Lights, rollierende Boards, Infoscreens, LED-Walls, uvm.	Preisbeispiel: 16-Bogen Großplakat an 5 Standorten für 2 Monate inkl. Produktion rund **12.500 EUR** Entsprechend höhere Kosten bei längerer Dauer und mehreren Standorten.
Beilagen Regionalzeitungen oder Postwurfsendung	Neugestaltung mit bestehenden Sujets	Anlassbezogen oder dem Jahreskreislauf entsprechend.	Preisbeispiel: Postwurfsendung an rd. 18.000 Haushalte Region Gleisdorf – Feldbach inkl. Produktion rund: **3.000 EUR**
Anzeigen in Magazinen	Neugestaltung mit bestehenden Sujets	Anlassbezogen oder dem Jahreskreislauf entsprechend. Fokus: Freizeit-Tipps, Ausflugsziele, Steiermark, Familien, klimafreundliches Reisen	Hohe Angebotsvielfalt. Empfehlung Anzeigen-Budget von mind.: **10.000 EUR**
Diverse Print-Kooperationen	Neugestaltung mit bestehenden Sujets	Kooperation mit *„gutfinden Vulkanland“* Postkarten zur Verteilung Anzeigenbeteiligungen in Foldern von Thermen- und Vulkanland Steiermark, Steirisches Vulkanland, Steiermark Tourismus, uvm.	rd. **500 EUR / Jahr** 2.000 Stk.: **200 EUR** Budget rd.: **3.000 EUR**

[6] Kostenschätzungen beruhen auf Standardpreisen bei möglichen Anbietern (Feb. 2022). Alle angegeben Kosten sind ohne Gewähr. Mögliche Irrtümer und Fehler vorbehalten.

Digitale / elektronische Werbemaßnahmen			
Werbemittel	**Verfügbarkeit**	**Verbreitung**	**Kostenschätzung**
Verbund-Fahrpläne	Wiederaufnahme den Tarifzonenplan der Verbundlinie	Österreichweit, sehr hohe Sichtbarkeit	evtl. geringe Bearbeitungskosten
Screens in Öffentlichen Verkehrsmitteln	Neugestaltung mit bestehenden Sujets	Anlassbezogen oder dem Jahreskreislauf entsprechend in Graz. Weitere Kooperationen mit ÖBB oder Verbund möglich	Beispiel: Infoscreens in rd. 700 Bussen und Straßenbahnen in Graz; 30 Tage, Basic rotation; ohne Spot-Produktion rund: **8.000 EUR**
Radiospot	Neuproduktion	Mögliche Sender: ORF Steiermark, Antenne Steiermark, Soundportal für junge, urbane Zielgruppe	Auf Anfrage, da individuelle Pakete buchbar. Empfehlung Produktion, Schaltung: **5.000 EUR**
Fernsehen	Neuproduktion	ORF Steiermark Wetterwidmung. Empfehlung Pressearbeit ORF ST Wetter; Bericht über das 91jährige Jubiläum.	Auf Anfrage.
Webauftritt - Kooperationen	Bestehende Websites und Web-Kooperationen beibehalten, intensivieren, neue Kooperationen suchen. *Steiermarkbahn:* https://www.steiermarkbahn.at/reisen-freizeit/gleichenberger-bahn/ *Thermen- und Vulkanland Steiermark:* https://www.steiermark.com/de/Thermen-Vulkanland/Urlaub-planen/Tourenportal/Bahnwanderweg-Feldbach-Bad-Gleichenberg_tour_324852 *Steiermark Card*: https://www.steiermark-card.net/ausflugsziele/gleichenberger-bahn/ *GenussCard*: https://www.genusscard.at/de/Ausflugsziele/Zugerlebnis-Gleichenberger-Bahn_p267383	Essenziell ist, dass Webauftritte für Mobilgeräte entwickelt werden. Dadurch wird die Usability für Gäste gesteigert und Angebote werden besser wahrgenommen. Weitere Kooperationen mit Plattformen wie *outdooractive.at*, *bergfex*.at oä. sind denkbar und werden empfohlen.	Kosten fallen für die Fortführung von Werbekooperationen oder für technische Updates an. Kooperationen beschränken sich oft nicht auf Web-Auftritte und müssen somit individuell geprüft werden. Budgetvorschlag, auch um neue Kooperationen eingehen zu können: **3.000 EUR / Jahr**
Suchmaschinen-optimierung	Prüfung der bestehenden Webeinträge.	Wichtig, um als Attraktion wahrgenommen zu werden.	Agenturkosten: **1.000 EUR**

Suchmaschinen-marketing	Neue Kampagnen für YouTube und Google entwickeln. Vorhandenes Foto- und Videomaterial könnte bei Eignung verwendet werden.	Wesentlich, um bei Attraktionen gut gefunden zu werden.	**rd. 2.000 EUR / Jahr** Bei Produktion von Videospots wesentlich mehr.
Social Media Marketing	Sollen jüngere Zielgruppen und Familien angesprochen werden, können Facebook- und Instagram Kampagnen hilfreich sein. Vorhandenes Bild- und Videomaterial könnte adaptiert werden.	Der Vorteil von Social Marketing Kampagnen liegt in der Erreichbarkeit von exakt definierten Zielgruppen.	rund **4.000 EUR / Jahr**

Alternative Werbeformate			
Werbemittel	**Verfügbarkeit**	**Verbreitung**	**Kostenschätzung**
Cross-Branding Kooperationen / Event Sponsoring	Kooperationen mit Eventveranstaltern (Biedermeierfest, Hochzeitsmesse etc.) oder Betrieben (Therme Bad Gleichenberg, Styrassic Park, Kulinariker etc.) als Transportmittel oder als Werbeplattform für zukünftige Ausflüge.	Anlassbezogen oder dem Jahreskreislauf entsprechend.	Hauptsächlich In-Kind-Leistungen als Transportmittel, außer bei Anzeigen/Plakaten. Darüber hinaus Personalkosten für Organisation.
Testimonial	In der Öffentlichkeit positiv wahrgenommene Persönlichkeiten erleben oder präsentieren die Gleichenberger Bahn.	Mediale Aufmerksamkeit je nach Persönlichkeit, jüngere oder älteres Zielpublikum	Auf Anfrage, je nach Bekanntheit und Interesse der Person.
Social Media – Influencer Marketing	In jüngster Zeit starker Anstieg der Bedeutung von Social Media Influencern, die spezifische Zielgruppen ansprechen können. Könnte Teil einer Reise durch das Thermen- und Vulkanland sein.	Geeignet für sehr junges Zielpublikum, hauptsächlich auf Instagram. Idee: über Kinder / Jugendliche Familien erreichen.	Sehr individuell auf Zielgruppe abgestimmt.
Social Media Community Aufbau	Durch regelmäßiges Posten von relevanten Inhalten werden Zielgruppen animiert, sich mit der Bahn zu beschäftigen. Eine Fahrt mit der Bahn kann plötzlich cool sein. Die Bandbreite der Möglichkeiten ist nahezu unbegrenzt: Gewinnspiele, Challenges, Mitmachaktionen, Fotos, Videos uvm. sind möglich.	Durch Postings von Fahrgästen werden deren Netzwerke auf das Bahnerlebnis aufmerksam und wollen es selbst erleben. Die Community ist vielschichtig: Eisenbahnfreunde, Familien, Großeltern, Ausflügler, Freizeit-Interessierte uvm. Nicht nur junge Zielgruppen werden	Personal- oder Agenturkosten von ca. **5.000 EUR**

		erreicht. Auf Facebook sind User durchwegs älter und zählen zu den Zielgruppen der Bahn.	
Streumedien	Werbeartikel, die als Give Aways produziert werden. Beispiele: Miniaturwaggons, T-Shirts, Kugelschreiber, Getränkeflaschen, uvm.	Verkauf im Zug, auf Bahnhöfen, bei Tourismusbüros oder bei Veranstaltungen. Souvenirs als beliebtes Mitbringsel vom Ausflug	rd. **1.500 EUR**

2. VERKAUFSFÖRDERUNG

Unter Verkaufsförderung werden jene Maßnahmen verstanden, die auf eine kurzfristige Steigerung von Fahrgastzahlen abzielen. Durchwegs ungewöhnliche Maßnahmen erzeugen dabei Aufmerksamkeit. Pressemeldungen oder Berichte auf Social Media sind die Folge. Dadurch werden Zielgruppen neugierig. Beispiele für mögliche Aktionen:

- *Historisch verkleidete:r Schaffner:in* bewirbt Fahrt mit der Bahn bei Veranstaltungen in der Region; bei Hauptplätzen in Feldbach, Bad Radkersburg, Fürstenfeld oder in Graz; bei Thermenstandorten; bei großen Hotelbetrieben; an touristisch gut frequentierten Orten oder bei Ausflugszielen. Sonntags fährt dann diese:r Schaffner:in mit der Bahn mit und wird so zum Symbol mit Wiedererkennungswert – Selfie und Fotochallenge auf Social Media inklusive.
  Kosten entstehen einmalig für Kostüme und den laufenden Personaleinsatz. Die Aktion könnte sich auf die Ferienmonate beschränken, um so zum Highlight im Jahreskreislauf zu werden.
- Ein als *Dinosaurier* verkleideter Mensch wirbt am Grazer Hauptplatz für den Styrassic Park mit gleichzeitigem Anreise-Package mit dem Zug von Graz nach Bad Gleichenberg – wer mit dem Zug anreist, bekommt Vergünstigungen. Ähnliche Aktionen sind auch im Sinne des Klimaschutzes möglich.
- Wiederbelebung von ursprünglichen *Kooperationen* wie z.B. ORF III – Steirische Landpartie; Autofreie Kellerpartie; Bahngenuss etc.: siehe www.suedoststeiermark.at; Theater am Zug
- Vernetzung mit *Transportbetrieben* von und zur Bahn: z.B. Anruf-Taxi Bad Gleichenberg etc. Dies setzt eine optimale Beschilderung im Zug, den Haltestellen und den Webauftritten voraus.
- Einträge auf *regionalen*, *mobilen App-Anwendungen* (z.B. Heimat.at) gewährleisten Kontakt mit der Bevölkerung und sind kostengünstig realisierbar.

3. DIRECT MARKETING

Beim Direct Marketing steht die individuelle Kundenansprache mit einem speziellen Angebot im Vordergrund. Mögliche Maßnahmen könnten wie folgt aussehen:

- Für die Beschickung mit konkreten *Ausflugsangeboten* für Belegschaft oder Mitglieder eignen sich Betriebsräte, Unternehmer:innen, Vertreter:innen von Organisationen, Branchenvertreter:innen, Bürgermeister:innen, Gemeinderät:innen, Vereinsvorstände o.ä.
- Mit ausgewählten Vereinen, Unternehmen oder Betriebsräten könnten überdies *Vergünstigungen* bei der Buchung von Packages für deren Mitglieder oder deren Mitarbeiter:innen vereinbart werden.
- Als Zielgruppen für *Sonderfahrten* oder *Exkursionen* eignen sich Eisenbahnvereine (z.B. StEF - Steirische Eisenbahnfreunde, ÖGEG - Österreichische Gesellschaft für Eisenbahngeschichte), aber auch Schulen und Kindergärten. Gerade für *Umweltthemen* könnte man pädagogische Einrichtungen gewinnen. Für Schüler:innen und Studierende von Höheren Technischen Lehranstalten, Technischen Universitäten oder Fachhochschulen, aber auch für *Technik-Begeisterte* allgemein, bietet die elektrische Anlage der Gleichenberger Bahn ein interessantes Ausflugsziel – entsprechende Führung und Begleitung durch fachkundige Mitarbeiter:innen vorausgesetzt.

4. ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Mittelfristig sollte es gelingen, die Gleichenberger Bahn als integrierten Bestandteil der Erlebnisregion Thermen- und Vulkanland Steiermark zu positionieren.

Die Bahn ist dann nicht mehr nur *„Kuriosität“* (für Eisenbahnfreunde), sondern baut auf bestehende Wertschätzung auf. Themen in der öffentlichen Kommunikation können sein:

- Wir sind stolz auf unseren „Dschungelexpress“
- „Unsere Bahn - die traditionsreichste Elektrische der Steiermark“
- „Wir machen E-Mobility seit über 90 Jahren“
- „Die Gleichenberger Bahn – unser Beitrag zur Klimaneutralität“
- Dem Vorbild von internationalen Zügen folgend, werden Zuggarnituren umbenannt: „Seelenbaumler“ oder „Feinspitz“

Weitere Öffentlichkeitswirksame Maßnahmen:

- Moderation von ORF Steiermark Wetter aus dem Zug
- Kooperationen mit Radio Steiermark – Übertragungen aus dem Zug (wenn möglich) oder entlang der Bahn. Die Arbeit als Schaffner / Lokführer auf einer Regionalbahn als Thema.
- Regelmäßige Pressekonferenzen aus dem Zug
- Die Gleichenberger Bahn als integrierter Bestandteil von Pressereisen von Reisejournalist:innen im Thermen- und Vulkanland Steiermark

- Die Bahn als Beispiel für Elektromobilität
- Gewinnspiele unterstützt durch regionale Medien im Rahmen von Werbekooperationen

5. PERSÖNLICHE KOMMUNIKATION

Ein essenzieller Faktor der Unternehmenskommunikation sind die Mitarbeiter:innen, die täglich mit Gästen kommunizieren. Leider wird diesem Aspekt in der Praxis oftmals wenig Aufmerksamkeit geschenkt. *„Wer schon einmal mit der Gleichenberger Bahn mitgefahren ist, weiß, dass es für Kinder das größte Erlebnis ist, wenn sie ganz vorne neben dem Schaffner sitzen dürfen. Wenn dort dann aber ein grantiger Schaffner sitzt, ist das ganze Erlebnis dahin.“* [7]

Das obige Beispiel zeigt, wie wichtig die Kommunikation mit Gästen ist. Vor allem, wenn man durch die Gleichenberger Bahn ein angenehmes Lebensgefühl und Themen wie Genuss, Kulinarik, die „*Seele baumeln lassen*“, das „*Bilderbuffet genießen*“ vermitteln möchte, kommt dem Auftreten der Mitarbeiter:innen essenzielle Bedeutung zu.

Inwiefern diesen hohen Ansprüchen Genüge getan wird, lässt sich beispielsweise durch Mystery Guesting einfach und kostengünstig erheben. Darauf aufbauende Sensibilisierungsworkshops sind in der Hotellerie und im Tourismus gelebte Praxis und zeigen schnell, die entsprechende Motivation der Mitarbeiter:innen vorausgesetzt, langfristige Erfolge.

[7] Auszug Ideengeber:innen

KOSTENSCHÄTZUNG TOURISMUSMARKETING

Da zum Zeitpunkt der Ausarbeitung vorhandene Budgetgrößen nicht absehbar sind, beschränkt sich das vorliegende Dokument auf eine Kosteneinschätzung. Eine detailliertere Ausarbeitung in Form eines Business Plans erfordert die Erhebung eines umfassenden Zahlenmateriales sowie die abgestimmte Zielsetzung mit möglichen Auftraggeber:innen. Gerne kann dies bei Bedarf gesondert durchgeführt werden.

KOSTENFAKTOR 1: PERSONAL

Alle oben genannten Marketing-Maßnahmen (S. 15ff) bedürfen einer genauen Planung und vor allem einer internen Abstimmung mit der Steiermark Bahn. Die folgende Kosteneinschätzung setzt voraus, dass eine Person die Planung, Koordination, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit gemeinsam mit der Steiermark Bahn übernimmt. Diese Schnittstellenaufgaben können beispielsweise auf Werkvertrags-Basis oder einer Anstellung vergeben werden. Zur Herleitung der Kosteneinschätzung wird ein Arbeitsaufwand von 10 Stunden pro Woche als Teil einer Vollzeit-Anstellung kalkuliert.

Kostenschätzung:	
Annahme Bruttobezug pro Monat:	3.000 EUR (= 42.000 EUR Jahresbruttobezug)
Stundenausmaß:	10 h / Woche (= 25%)
Daraus ergibt sich ein fiktiver Anteil am Jahresbruttobezug von:	**10.500 EUR**

KOSTENFAKTOR 2: PRODUKTION MEDIEN

Alle jene Medien, die nicht In-House (bei der Steiermark Bahn) produziert werden können, müssen von externen Agenturen zugekauft werden. Dies könnte bei Videos, Fotostrecken oder Radio-Spots und Social Media relevantem Content der Fall sein. Die Kostenschätzung wird unter der Annahme getroffen, dass die vielen Medien von einerM Mitarbeiter:in der Steirischen Landesbahnen oder auf Werkvertragsbasis produziert werden können.

Für den Zukauf von Dienstleistungen externer Agenturen wird ein Anfangs-Budget zwischen:
7.000 EUR und **10.000 EUR**
vorgeschlagen.

Weiters wird für die technische Betreuung von Websites oder die Anpassung von Werbeeinschaltungen mit einem fortlaufenden Budget von rund

2.000 EUR – 4.000 EUR pro Jahr,
beginnend ab dem 2. Jahr, gerechnet.

KOSTENFAKTOR 3: WERBESCHALTUNGEN

Um von der Öffentlichkeit wahrgenommen zu werden, bedarf es neben adäquaten Inhalten auch einer aufeinander abgestimmten Mediaplanung, sprich den zielgruppengerechten Einsatz von Medien, um entsprechende Botschaften zu transportieren.

Wie im Kapitel „Werbemaßnahmen“ ersichtlich, sind die Kommunikationsinstrumente zur Erreichung von Zielgruppen vielfältig und müssen auf die jeweilige Zielsetzung abgestimmt sein. Gerade zu Beginn der Marketing-Aktivitäten ist es sinnvoll, von einer breiten Öffentlichkeit wahrgenommen zu werden. Im Laufe der Zeit verbreitet sich ein positives Gästeerlebnis schnell durch reale und digitale Mundpropaganda. Bis es jedoch so weit ist, muss mittels Werbung unterstützt werden.

Um einen langfristigen Erfolg der Gleichenberger Bahn zu sichern, wird ein anfängliches Mediabudget zwischen

25.000 EUR und 35.000 EUR

vorgeschlagen.

FAZIT KOSTENEINSCHÄTZUNG

Um eine abschließende Einordnung für die Umsetzung und die Bewerbung eines touristisch orientierten Marketing-Planes geben zu können, werden die im Abschnitt genannten Kostenangaben mit *Durchschnittswerten* kalkuliert. Dadurch ergibt sich folgende finale Kosteneinschätzung für das erste Jahr der Marktaktivitäten, um die Gleichenberger Bahn für Gäste als touristisches Highlight in der Region Thermen- und Vulkanland Steiermark zu bewerben:

Personalkosten	10.500 EUR
Erstellung Werbemittel:	8.500 EUR
Mediabudget:	30.000 EUR
Summe:	**49.000 EUR**

MITTEL- UND LANGFRISTIGE MASSNAHMEN

Die Erhebungsprozesse haben zahlreiche Potentiale, vorwiegend in der infrastrukturellen Weiterentwicklung der Gleichenberger Bahn, gezeigt. Da das vorliegende Dokument das Ziel verfolgt, realisierbare Kommunikationsmaßnahmen zu präsentieren, werden Vorschläge, die die Erweiterung von Infrastruktur betreffen, umfassender Investitionen bedürfen oder weitreichende Planung erfordern, lediglich genannt und nicht näher analysiert. Der folgende Abschnitt listet diese Beiträge auf. Diese Maßnahmen aus dem Erhebungsprozess bedürfen jeweils einer gesonderten Kosten-Nutzen Evaluierung:

- Mittel- bzw. langfristig wird eine *Direktverbindung* von *Wien* über *Graz* nach *Bad Gleichenberg* empfohlen. Dadurch können Gäste aus Wien zum Kuraufenthalt nach Bad Gleichenberg gelangen. Das Thermen- und Vulkanland Steiermark führt aktuell eine direkte Busverbindung von Wien in die Region – diese Maßnahme zeugt von der Wichtigkeit Wiens als Quellmarkt für die Destination. Sollte ein durchgehender Zug von Graz nach Bad Gleichenberg geführt werden, müsste dafür das Stromnetz der Gleichenberger Bahn an jenes der ÖBB angepasst werden.
- Als wichtiges Thema wird auch das Thema *Barrierefreiheit* der Gleichenberger Bahn sowohl der Zuggarnituren als auch der Bahnsteige / Haltestellen genannt.
- Für Gäste und auch Einheimische ist es besonders wichtig, sich orientieren zu können. Daher wird die lückenlose *Beschilderung* von Wander- und Radwegen, aber auch von nahe an den Haltestellen gelegenen Sehenswürdigkeiten empfohlen.
- In einer *Gleichenberger-Bahn-App* finden Anwender:innen nützliche Informationen (Fahrplan, aktuelle Neuigkeiten) und interessante historische Hintergrundgeschichten, vermittelt via Audio-Guide. Abrufbar könnten überdies Wandervorschläge, Ausflugsziele sein, immer auch abgestimmt auf den Standort des Nutzers in der Nähe der Bahnstrecke. Durch die Nutzung von Artificial Reality Anwendungen werden Waggons historisch erlebbar oder Landschaften, die man passiert, lebendig.
- Dauerhafte oder saisonale *Ausstellungen* rund um die Gleichenberger Bahn, z.B. im Bahnhof Gnas oder der Zentrale in Mühldorf bei Feldbach. In Kinsdorf gibt es beispielsweise eine Modelleisenbahn der Gleichenberger Bahn, die zwar nach Rücksprache zugänglich, jedoch wenig bekannt ist.
- Ausbau und Attraktivierung der *Haltestellen / Bahnhöfe*. Beispielsweise zeigt die Landjugend Gnas großes Interesse, den Bahnhof Gnas in Eigenregie zu renovieren und neben dem Betrieb als Haltestelle auch einen Jugendraum zu etablieren, Kunstausstellung und Kulturveranstaltungen inklusive. Durch die kreative Sanierung von Bahnhöfen (z.B. Gnas, Maierdorf) könnten überdies neue touristische Ausflugsziele entwickelt werden.