

# KOMMUNIKATIONSPLAN

Tourismusverein Partschins mit Rabland und Töll  
Lebensraum Partschins

## Unsere Zielgruppen:



### Lokale Bevölkerung:

Die Bevölkerung von Partschins, Rabland und Töll gestaltet und prägt den Lebensaum und die Entwicklung der Destination aktiv mit und ist ein wichtiger Teil des Gemeindelebens.

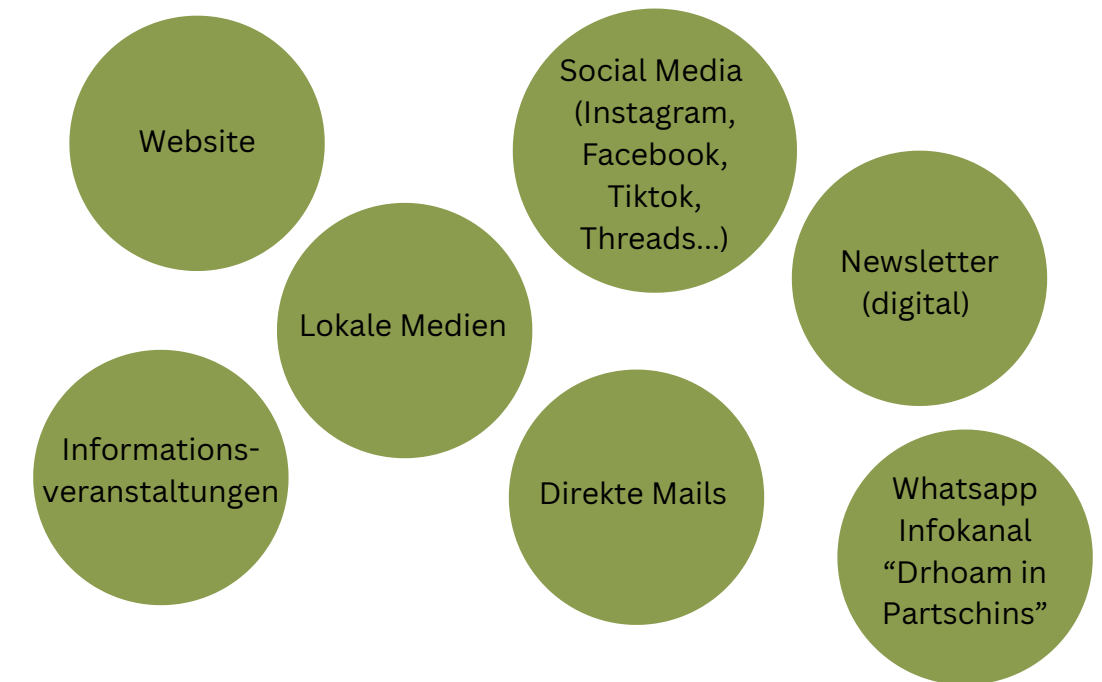
### Besucher/Gäste:

Gäste erleben die Destination unmittelbar und tragen durch ihr Verhalten und ihre Entscheidungen zu einem respektvollen Miteinander und einem positiven Urlaubserlebnis bei.

### Unternehmen/Partner/Mitglieder:

Betriebe, Vereine und Partner gestalten die touristische Entwicklung mit und leisten einen wichtigen Beitrag zur Lebens- und Erlebnisqualität in der Region.

## Kommunikationskanäle:



## Q1 - JANUAR BIS MÄRZ

### JANUAR

Jahresüberblick des Vorjahres (alle Zielgruppen)

### FEBRUAR

Zwischenbilanz (Unternehmen)

### MÄRZ

Frühjahrsvorschau und Nachhaltigkeitsprojekte (Bevölkerung)

## Q2 - APRIL BIS JUNI

### APRIL

Planungen (Unternehmen)

### MAI

Vorschau Sommerprogramm (alle Zielgruppen)

### JUNI

Nachhaltigkeitsbericht (Bevölkerung)

## Q3 - JULI BIS SEPTEMBER

### JULI

Update Sommerferien (alle Zielgruppen)

### AUGUST

Zwischenbilanz Sommersaison (Unternehmen)

### SEPTEMBER

Vorschau Herbst (alle Zielgruppen)

## Q4 - OKTOBER BIS DEZEMBER

### OKTOBER

Planungen (Unternehmen)

### NOVEMBER

Vorschau Winter (alle Zielgruppen)

### DEZEMBER

Jahresendkommunikation (alle Zielgruppen)

## Regelmäßige Kommunikation:

### Wöchentlich:

- Social Media Updates zu aktuellen Entwicklungen
- Website-Aktualisierungen
- digitaler Newsletter an Unternehmen

### Monatlich:

- Pressemitteilungen an lokale Medien
- Interner Austausch im Nachhaltigkeits-Team

### Quartalsweise:

- Öffentliche Informationsveranstaltungen
- Statusberichte an Stakeholder

### Jährlich:

- Nachhaltigkeitsbericht
- Tourismuskommission der Gemeindeverwaltung
- Leistungsbilanz in der Gruppe “Lebensraum Partschins”

Durch eine regelmäßige und zielgerichtete Kommunikation werden wichtige Informationen, Entwicklungen und Maßnahmen transparent vermittelt.

Die unterschiedlichen Kommunikationskanäle und Zeitintervalle ermöglichen einen kontinuierlichen Austausch mit der lokalen Bevölkerung, Gästen, Betrieben und weiteren Partnern.

Dadurch werden aktuelle Themen zeitnah kommuniziert, gemeinsame Entwicklungen begleitet und das Bewusstsein für die Zukunft der Destination Partschins, Rabland und Töll gestärkt.

## Erfolgsmessung:

### • Medienresonanzanalyse

Die Medienarbeit wird laufend dokumentiert und jährlich ausgewertet. Erfasst werden Beiträge im Print-, Online-, Radio-, TV- und Social-Media-Medien sowie Kooperationen und Kampagnen. Dadurch kann die Reichweite und Sichtbarkeit der Destination regelmäßig überprüft werden.

### • Feedback-Auswertungen

Rückmeldungen von Gästen, Betrieben und Partnern/Mitgliedern liefern wichtige Hinweise zur Wahrnehmung von Angeboten und Maßnahmen. Die Ereignisse werden regelmäßig ausgewertet und fließen in die weitere Entwicklung ein.

### • Teilnehmerzahlen bei Veranstaltungen

Die Teilnehmerzahlen der Veranstaltungen werden jährlich im Jahresbericht erfasst und ausgewertet. Diese werden dann in der Jahreshauptversammlung allen Mitgliedern vorgestellt. Sie dienen als wichtiger Indikator für die Nachfrage Interesse des Veranstaltungsprogramms und zeigen Entwicklungen sowie Trends auf. Die Veranstaltungen werden jährlich angepasst und überarbeitet.

### • Newsletter-Öffnungen

Die Öffnungs- und Klickraten des Betriebsnewsletters werden regelmäßig analysiert. Mit durchschnittlichen Öffnungsraten von rund 55-60% und Klickraten zwischen 20-30% zeigt sich ein hohes Interesse der Mitgliedsbetriebe an den bereitgestellten Informationen.

Über den Newsletter werden aktuelle Informationen wie gesperrte Wanderwege, Neuigkeiten aus Partschins, Veranstaltungen in der Region, Mobilitätsthemen sowie Weiterbildungsmöglichkeiten und Kurse zu unterschiedlichen Themenbereichen vermittelt. Dadurch dient der Newsletter als wichtiges Kommunikationsinstrument und gewährleistet einen regelmäßigen Informationsaustausch mit unseren Mitgliedern.

### • Social-Media-Engagement

Reichweiten, Interaktionen, Kommentare und Likes, geteilte Inhalte und gespeicherte Beiträge werden laufend (2-4x im Monat) beobachtet und ausgewertet. Die Kennzahlen geben Aufschluss über die Resonanz der Inhalte, die Interessen der unterschiedlichen Zielgruppen sowie die Sichtbarkeit der Destination. Besonders Beiträge zu Natur, Veranstaltungen, Brauchtum und regionalen Besonderheiten liefern wertvolle Erkenntnisse für die zukünftige Kommunikationsarbeit.

**Zielsetzung:**

- Bewusstsein für Klimarisiken und Chancen im Tourismus schärfen
- Transparente Information über laufende & geplante Maßnahmen
- Beteiligung & Akzeptanz bei Betrieben, Gästen und Bevölkerung stärken
- Partschins als verantwortungsvolle Tourismusdestination positionieren

**Kurzfristig (0-12 Monate)**

| Maßnahme                                                                                    | Zielgruppe                 | Kanal                          | Zeitraumen | Verantwortlich                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|--------------------------------|------------|-------------------------------------------|
| Veröffentlichung der Klimaanpassungsziele                                                   | Gäste, Einheimische        | Website, Facebook, Instagram   | 1. Quartal | Tourismusverein                           |
| Infobrief an alle Tourismusbetriebe zur Strategie 2030 und Anpassungen                      | Betriebe                   | E-Mail, Post                   | 1. Quartal | Tourismusverein                           |
| Einbau von Klimawandel und Anpassung in Mitarbeiterschulungen                               | Tourismusmitarbeiter:innen | Interne Workshops / Schulungen | Laufend    | Tourismusverein                           |
| Start der Kampagne „Wasser wertschätzen“                                                    | Gäste, Betriebe            | Flyer, Social Media, Website   | Sommer     | Tourismusverein und Lebensraum Partschins |
| Erstellung eines einfachen Informationsmaterials „Was bedeutet Klimawandel für Partschins?“ | Gäste, Einheimische        | Print & PDF                    | 2. Quartal | Grafik / Kommunikation<br>Tourismusverein |

### Mittelfristig (1-3 Jahre)

| Maßnahme                                                                        | Zielgruppe          | Kanal                                | Zeitraumen           | Verantwortlich                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------|--------------------------------------|----------------------|--------------------------------------------------------------|
| Jährliche Risikoanalyse mit Tourismusbetrieben und Ergebnis-Workshop            | Betriebe, Politik   | Online-Umfrage, Workshop             | Jährlich             | Tourismusverein mit Partnern (HGV, VPS)                      |
| Integration in Gastgeber- und Gästemappen                                       | Gäste, Gastgeber    | Print, PDF                           | Zum Saisonstart 2026 | Kommunikation                                                |
| Redaktionsplan für Social Media mit Schwerpunkt Klima, Wasser und Biodiversität | Gäste, Einheimische | Instagram, Facebook, YouTube, PeerTV | Laufend              | Social-Media-Team Tourismusverein                            |
| Zusammenarbeit mit Schulen: Projektwochen und Themenpfade (z. B. Bäume)         | Jugend, Bevölkerung | Schule, Events                       | 2026                 | Tourismusverein mit Schulsprengel, LTS und Bildungsdirektion |
| Gastbeiträge in lokalen Medien zu Klimathemen                                   | Einheimische        | Zeitungen, Newsletter                | Einmal pro Quartal   | Tourismusverein und Lebensraum Partschins                    |

### Langfristig (ab 3 Jahre)

| Maßnahme                                                                          | Zielgruppe                        | Kanal                          | Zeitraumen   | Verantwortlich                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| Bilanz- und Wirkungsbericht zur Klimaanpassung (alle 3 Jahre)                     | Betriebe, Politik, Öffentlichkeit | PDF, Veranstaltungen           | Alle 3 Jahre | Klima-Beirat / Tourismusverein                                                |
| Integration in die Tourismusstrategie 2035 (Nachfolge Strategie 2030)             | Betriebe, Politik                 | Strategietagung                | Ab 2028      | Vorstand & Beirat                                                             |
| Austausch und Netzwerke mit anderen Tourismusregionen                             | Fachöffentlichkeit                | Veranstaltungen, Kooperationen | Laufend      | Tourismusverein, LTS, Tourismuskollegium Südtirol, Nachhaltigkeitsbeauftragte |
| Etablierung eines „Klimakompasses“ für Gäste und Einheimische zur Selbstreflexion | Urlaubsgäste, Einheimische        | Web-App, Print, Kunstprojekte  | Ab 2027      | Marketing Tourismusverein & externe Partner                                   |



Medienarbeit 2025

Durch gezielte Werbeschaltungen, Kooperationen, Presse-Einladungen über IDM Südtirol, sowie eigene Initiativen des Tourismusvereins konnte auch 2025 eine breite journalistische Berichterstattung erzielt werden. Ergänzend dazu trugen engagierte Partschinser Persönlichkeiten und Testimonials wesentlich zur medialen Präsenz bei.

Die Beiträge erschienen sowohl mit Fokus auf Partschins als eigenständigen Ferienort als auch im Verbund mit Meran und Umgebung, dem Vinschgau und Südtirol. Dabei wurden regelmäßig besondere Angebote, Projekte und Alleinstellungsmerkmale der Gemeinde hervorgehoben. Im Zuge der Betreuung von Journalisten entstehen Repräsentationskosten, die als gezielte Investition in Image, Sichtbarkeit und langfristige Positionierung zu verstehen sind.

| Titel                                                    | Art                                          | Medium                                                                                          | Erscheinungs-termin | Kosten    |
|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------|
| Meran-Wo Meeresluft die Berge küsst                      | Print                                        | Lebensart - Das Magazin für nachhaltige Lebenskultur                                            | 13.02.25            | 0         |
| Lebensraum für alle                                      | online                                       | Tourismut IDM                                                                                   | 13.02.25            | 0         |
| MarketingKooperation mit SkyAlps - 9 Orte Meran&Umgebung | 10-Sekunden-Video (Schleife)                 | Werbetafeln Hamburg, Berlin + Düsseldorf (DOOH)                                                 | 04.02.-24.03.2025   | 30.000,00 |
|                                                          | 52 Radiospots á 25 Sek.                      | Radio FFN (D)                                                                                   | 03.02.-16.02.2025   |           |
|                                                          | Gewinnspiel Radio                            | Radio FFN (D)                                                                                   | 10.02.-23.02.2025   |           |
|                                                          | Print                                        | De Zondag (B)                                                                                   | 16.02.-23.03.2025   |           |
|                                                          | 224 Radiospots á 30 Sek.                     | Radio Nostalgie (B)                                                                             | 17.02.-23.03.2025   |           |
|                                                          | 180 Radiospots Ant- werpen/ Ostflandern/Gent | Radio 2 (B)                                                                                     | 10.02.-23.03.2025   |           |
|                                                          | Presserelse/ Journalisten                    | Wandel.be, Imago, Grande.be, Markant, Reiskrant (Wegwijzer), Check! Het Ni- euwsblad, Culinarit | 09.04.-12.04.2025   |           |
|                                                          | FamTrip                                      | 20 Reiseanbieter B/NL                                                                           | 11.05.-14.05.2025   |           |
|                                                          | Mailing Pressekontakte                       | verschiedene Medien B/NL                                                                        | 18.02.25            |           |
|                                                          | Newsletter Presseagentur                     | Reiseagenturen/Reiseveran- stalter                                                              | 13.03.25            |           |
| Partschins - Mit der Kraft der Natur                     | Print                                        | AlpStyle - Edition Eins                                                                         | 01.03.25            | 2.000,00  |
| Partschins - Mit der Kraft der Natur                     | Print                                        | wd wir dahoam                                                                                   | 01.03.25            | 990,00    |
| Il pane quotidiano (in Alto Adige)                       | Print                                        | Viaggiare con gusto sano                                                                        | 24.03.25            | 0,00      |
| Zur Apfelblüte nach Südtirol                             | online                                       | Food-Blog Foodistas                                                                             | 17.04.25            | 0,00      |
| Meraner Waalwege (Koop. Algund)                          | Print                                        | Falstaff Travel                                                                                 | April/Mai 2025      | 6.392,41  |
| So facettenreich ist der Frühling in Südtirol            | IDM Pressemittellung                         | Schweizer PR-Agentur                                                                            | 12.05.25            | 0,00      |
| Olls hondgmocht!                                         | Print                                        | FF Media                                                                                        | 15.05.25            | 1.110,20  |
| Olls hondgmocht!                                         | Print                                        | FF Media Schaufenster                                                                           | 22.05.25            | 0,00      |
| Castle beats!                                            | Print                                        | FF Media                                                                                        | 22.05.25            | 1.110,20  |
| Texelbahn & Ziel Klettersteig                            | Online                                       | Instagram - Matteo Rizzi                                                                        | 26.-29.05.2025      | 0,00      |
| Castle beats!                                            | Print                                        | FF Media Schaufenster                                                                           | 29.05.25            | 0,00      |
| Frühjahrskampagne mit IDM                                | Print + online                               | verschiedene Medien in D/A/CH/I                                                                 | Jänner-Mai 2025     | 10.052,84 |

|                                                                                                |                         |                                                                                                                                                        |                    |                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------------------------------|
| Apfel, Kräuter, Natur, Honig-Thema                                                             | TV z Sendungen + online | Rai/Raiplay - Linea Verde Illumina                                                                                                                     | 07.06.-12.07.2025  | 0,00                                      |
| 40 Jahre Meraner Höhenweg                                                                      | Print                   | Meraner Stadtanzeiger                                                                                                                                  | 19.06.2025         | 0                                         |
| Wandern, Einkehren und Genießen                                                                | Print                   | Falstaff Travel Südtirol Spezial                                                                                                                       | Frühjahr 2025      | 6.392,41                                  |
| Garden beats                                                                                   | Print                   | FF Media                                                                                                                                               | 03.07.2025         | 1.110,20                                  |
| Garden beats                                                                                   | Print                   | FF Media - Schaufenster                                                                                                                                | 10.07.2025         | 0                                         |
| Erfrischend anders.                                                                            | Print                   | Pustertaler Sommer                                                                                                                                     | Juli 2025          | 2.150,00                                  |
| 40 Jahre Meraner Höhenweg                                                                      | online                  | Instagram, Facebook                                                                                                                                    | Juli 2025          | 0                                         |
| Hoch über Meran, wo Freiheit greifbar wird                                                     | Print + online          | Front Row Society - The magazine                                                                                                                       | 27.07.2025         | Pressereise Or- ganisation und Begleitung |
| Landesalpinthour Meran 2025                                                                    | online                  | Vol.at                                                                                                                                                 | Juli 2025          | 0                                         |
| SommerWind                                                                                     | Print                   | SommerWind Vinschgau                                                                                                                                   | Juli 2025          | 2.100,00                                  |
| I sapori del bosco (Le ricette del territorio - Janett Platino & Juliane Oberrauch - Bad Egart | Print                   | La cucina italiana                                                                                                                                     | Juli 2025          | 0                                         |
| Von Frankfurt nach Partschins: warum sich der Weg ins kleine Dorf lohnt                        | online                  | Frankfurt-live.com                                                                                                                                     | 29.08.2025         | 0                                         |
| Wandern am Meraner Höhenweg                                                                    | online                  | wellspa-portal.de + Recherche Buchprojekte                                                                                                             | 15.-22.09.2025     | Organisation und Begleitung               |
| Sommerfrische in Südtirol: Outdoor-Erlebnisse rund um Meran                                    | Print + online          | Front Row Society - The magazine                                                                                                                       | 25.09.2025         | Pressereise Or- ganisation und Begleitung |
| Über 1000 Euro für Familien in Not                                                             | Print                   | Dolomiten                                                                                                                                              | September 2025     | 0                                         |
| Traumhafte Naturerlebnisse in Südtirol                                                         | online                  | infowire.pl, eska.pl, sklonline.pl, skimagazyn.pl, u. a.                                                                                               | 29.09.2025         | 0                                         |
| Parcines, il comune gourmet per Carnivori                                                      | Print                   | Week-end Eurocarni                                                                                                                                     | Oktober 2025       | 0                                         |
| Die perfekte Region für Radreisen mit Genuss                                                   | Print                   | RadtourenMagazin                                                                                                                                       | Oktober 2025       | 0                                         |
| Parcines, comune gourmet dell' Alto Adige                                                      | online                  | salepepe.it                                                                                                                                            | 08.10.25           | 0                                         |
| Experimentierfreude und Nachhaltigkeit - Interview Harry Thaler                                | online                  | Baunetz                                                                                                                                                | 17.10.25           | 0                                         |
| Pillule sudtirolesi                                                                            | online                  | Facebook, Instagram, Youtube, HP                                                                                                                       | 01.01.-15.11.2025  | 700,00                                    |
| Wanderfilm Partschinser Sagenweg                                                               | TV                      | Rai Südtirol                                                                                                                                           | Herbst 2025        | Organisation und Begleitung               |
| Herbstkampagne mit IDM                                                                         | Print + online          | verschiedene Medien in D/A/ CH/I/B/NL                                                                                                                  | 04.08.-31.10.2025  | 4.491,70                                  |
| Partschins - zwischen Wasserfall und Höhenweg                                                  | Print                   | Land & Berge                                                                                                                                           | Sept./Oktober 2025 | 1.528,00                                  |
| Raum für kreative Pausen                                                                       | online                  | Stylepark                                                                                                                                              | 25.11.25           | 0,00                                      |
| Der Partschinser Waalweg                                                                       | Print                   | WelcomeMagazin                                                                                                                                         | Winter 2025/26     | 0,00                                      |
| Winterkampagne mit IDM                                                                         | Print + online          | verschiedene Medien in D/I/B/NL/CZ/PL                                                                                                                  | Nov.2025-Feb.2026  | 778,92                                    |
| Jahres-Kampagne                                                                                | online                  | GoogleAds, MetaAds D/A/CH/I/B/NL                                                                                                                       | 01.02.-31.12.2025  | 70.000,00                                 |
| Jahres-Kampagne                                                                                | TV + online             | PeerTV, Filmproduktion 40 Jahre Meraner Höhenweg, Bettinas Kochgeschichten - Kaiserschmarrn, Schafabtrieb im Zieletal, Achtsam am Berg mit dem Fahrrad | ganzjährig         | 4.200,00                                  |

Ein herzliches Dankeschön an alle, die mit besonderen Aktionen, authentischen Begegnungen und persönlichem Engagement zur Sichtbarkeit von Partschins mit Rabland und Töll beitragen. Jede Initiative, jedes Angebot und jedes Produkt, das medial aufgegriffen wird, stärkt das Image unseres Ferienortes und wirkt weit über den einzelnen Betrieb hinaus. Diese Präsenz kommt der gesamten lokalen Wirtschaft zugute und erhöht die Attraktivität der Gemeinde insgesamt.

Ein aufrichtiges Vergelt's Gott gilt auch jenen Betrieben, die Journalistinnen und Journalisten auf eigene Kosten beherbergt und für Kost und Logis gesorgt haben. Der persönliche Einsatz, die investierte Zeit sowie die Leidenschaft, mit der Einblicke gewährt und Geschichten erzählt wurden, tragen wesentlich zur positiven Berichterstattung bei.

Dank gebührt ebenso allen, die durch ihre Angebote oder Produkte – oft unabhängig vom Tourismusverein – mediale Aufmerksamkeit für Partschins, Rabland und Töll erzeugen. Jede Veröffentlichung stärkt die Wahrnehmung des Ortes und unterstützt eine nachhaltige Positionierung im touristischen Umfeld.

Veranstaltungen Teilnehmerzahlen 2025:  
S. 11 im Jahresbericht 2025

Veranstaltungen 2025:

| -                                                                                            | 2021    | 2022    | 2023    | 2024     | 2025     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|----------|----------|
| Von den Rättern und Römern bis zur Erfindung der Schreibmaschine                             | 78      | 109     | 156     | 145      | 183      |
| Die Via Claudia Augusta und die außergewöhnliche Geschichte von Rabland und Töll             | 27      | 30      | 18      | 27       | 48       |
| Destillatverkostung „Von der Frucht zum Edelbrand“ in der Hofbrennerei Gaudenz               | 171     | 155     | 260     | 275      | 152      |
| „Kleines Weinseminar“ – Weinverkostung in der Stachlburg                                     | 304     | 343     | 429     | 389      | 408      |
| Partschinser Apfelführung – Die saftigste Seite Südtirols                                    | 317     | 423     | 544     | 560      | 484      |
| Lust auf Kaffee? Führung durch die Traditionsrösterei Schreyögg                              | 126     | 204     | 212     | 236      | 221      |
| Abseilen am Partschinser Wasserfall – Pures Adrenalin mit unseren Bergführern                | 47      | 144     | 147     | 111      | 113      |
| Kräuter- und Kneippwanderung                                                                 | 20      | 27      | 30      | 16       | 17       |
| Geführte Wanderung Spronser Seen                                                             | 29      | 38      | 40      | 40       | 38       |
| Kinderklettern-Schnupperkurs 7 – 14 Jahre                                                    | 73      | 121     | 77      | 133      | 106      |
| Daksys Aktionstage – unterwegs mit den Naturpark Rangern<br>(Kooperation Amt für Naturparke) | 56      | 52      | 43      | 29       | 37       |
| Wild- und Heilkräuterkunde mit Herstellung von Salbe, Likör und Salz                         | 40      | 30      | 41      | 46       | 90       |
| Meditation an besonderen Plätzen                                                             | 8       | 14      | 16      | 20       | 3        |
| Nachtwanderung zum Partschinser Wasserfall mit Klimatherapie                                 | 15      | 30      | 9       | 7        | 52       |
| Emsige Bienen und fleißige Imker                                                             | -       | 5       | 24      | 21       | 171      |
| Alpines Waldbaden                                                                            | 32      | 40      | 29      | 21       | 9        |
| Konzerte Stachlburg, Widumgarten und Kinderfest                                              | ca. 300 | ca. 200 | ca. 200 | ca. 500  | ca. 500  |
| Olls hondgmocht!                                                                             | ca. 800 | ca. 800 | ca. 800 | ca. 1000 | ca. 1000 |
| Speck, Wein & Oliven                                                                         | 69      | 40      | 105     | 147      | 99       |
| Alles Käse oder was? Käseverkostung                                                          | -       | 120     | 84      | 152      | 108      |
| Einatmen. Ausatmen. Die Kraft der Atmung.                                                    | -       | -       | -       | 16       | 22       |
| HoneyGourMet - Führung und Verkostung Honigschaumwein                                        | -       | -       | -       | -        | 8        |
| Yoga am Morgen                                                                               | -       | -       | -       | -        | 20       |

Das wöchentliche Veranstaltungsprogramm und die Highlights sind online abrufbar auf: [www.partschins.com](http://www.partschins.com).

Alle Veranstaltungen sind online buchbar. Dadurch ist es nicht nur einfacher, sich von außerhalb vorzumerken, wir erreichen dadurch auch eine höhere Sichtbarkeit unseres Angebotes bei Gästen und Einheimischen.

Kampagnen

Hier können Sie Ihre Newsletter simpel und effizient erstellen.

- Kampagnen
- Versendete Kampagnen

445 Einträge gefunden

Seite 1 / 12

|                                                                                                         |              |                    |         |   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------|---------|---|
| <div><div></div><div>NL_Gäste_Juni_2026</div><div>Adressbuch "Gästekartei" – Vers...</div></div>        | 5.991        | 47,12 %            | 5,98 %  | : |
| Empfänger                                                                                               | Öffnungsrate | Click-Through Rate |         |   |
| <div><div></div><div>NL Juni 3/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>            | 177          | 54,80 %            | 27,11 % | : |
| Empfänger                                                                                               | Öffnungsrate | Click-Through Rate |         |   |
| <div><div></div><div>NL Juni 2/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>            | 177          | 57,06 %            | 27,11 % | : |
| Empfänger                                                                                               | Öffnungsrate | Click-Through Rate |         |   |
| <div><div></div><div>NL Juni 1/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>            | 177          | 57,14 %            | 21,71 % | : |
| Empfänger                                                                                               | Öffnungsrate | Click-Through Rate |         |   |
| <div><div></div><div>NL Mai 4/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>             | 177          | 58,19 %            | 20,90 % | : |
| Empfänger                                                                                               | Öffnungsrate | Click-Through Rate |         |   |
| <div><div></div><div>NL Mai 3/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>             | 177          | 55,93 %            | 20,90 % | : |
| Empfänger                                                                                               | Öffnungsrate | Click-Through Rate |         |   |
| <div><div></div><div>NL Mai 2/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>             | 177          | 58,19 %            | 20,33 % | : |
| Empfänger                                                                                               | Öffnungsrate | Click-Through Rate |         |   |
| <div><div></div><div>NL Mai 1/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>             | 177          | 55,93 %            | 24,29 % | : |
| Empfänger                                                                                               | Öffnungsrate | Click-Through Rate |         |   |
| <div><div></div><div>NL April 5/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>           | 177          | 57,06 %            | 23,16 % | : |
| Empfänger                                                                                               | Öffnungsrate | Click-Through Rate |         |   |
| <div><div></div><div>NL_Ospiti_April-Juni 2026</div><div>Adressbuch "Gästekartei" – Vers...</div></div> | 1.144        | 18,96 %            | 1,84 %  | : |
| Empfänger                                                                                               | Öffnungsrate | Click-Through Rate |         |   |
| <div><div></div><div>NL April 4/2026</div><div></div></div>                                             | 177          | 59,88 %            | 25,42 % | : |
| Empfänger                                                                                               | Öffnungsrate | Click-Through Rate |         |   |

|                                                                                                               |           |              |                    |   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------|--------------------|---|
| <div><div></div><div>NL April 4/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>                 | 177       | 59,88 %      | 25,42 %            | : |
|                                                                                                               | Empfänger | Öffnungsrate | Click-Through Rate |   |
| <div><div></div><div>NL_Gäste_April_2026</div><div>Adressbuch "Gästekartei" – Vers...</div></div>             | 5.916     | 49,95 %      | 7,72 %             | : |
|                                                                                                               | Empfänger | Öffnungsrate | Click-Through Rate |   |
| <div><div></div><div>NL April 3/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>                 | 177       | 58,75 %      | 24,29 %            | : |
|                                                                                                               | Empfänger | Öffnungsrate | Click-Through Rate |   |
| <div><div></div><div>NL April 2/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>                 | 177       | 59,32 %      | 18,07 %            | : |
|                                                                                                               | Empfänger | Öffnungsrate | Click-Through Rate |   |
| <div><div></div><div>NL April 1/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>                 | 177       | 59,32 %      | 30,50 %            | : |
|                                                                                                               | Empfänger | Öffnungsrate | Click-Through Rate |   |
| <div><div></div><div>NL März 2/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>                  | 177       | 57,62 %      | 28,81 %            | : |
|                                                                                                               | Empfänger | Öffnungsrate | Click-Through Rate |   |
| <div><div></div><div>NL März 1/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>                  | 177       | 54,54 %      | 21,02 %            | : |
|                                                                                                               | Empfänger | Öffnungsrate | Click-Through Rate |   |
| <div><div></div><div>Frühling Ostern_Gäste_März_2026</div><div>Adressbuch "Gästekartei" – Vers...</div></div> | 5.885     | 52,39 %      | 9,37 %             | : |
|                                                                                                               | Empfänger | Öffnungsrate | Click-Through Rate |   |
| <div><div></div><div>NL Februar 2/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>               | 178       | 57,95 %      | 18,18 %            | : |
|                                                                                                               | Empfänger | Öffnungsrate | Click-Through Rate |   |
| <div><div></div><div>NL Februar 1/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>               | 178       | 55,05 %      | 22,47 %            | : |
|                                                                                                               | Empfänger | Öffnungsrate | Click-Through Rate |   |
| <div><div></div><div>NL Jänner 3/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>                | 177       | 52,90 %      | 13,95 %            | : |
|                                                                                                               | Empfänger | Öffnungsrate | Click-Through Rate |   |
| <div><div></div><div>NL Jänner 2/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>                | 177       | 52,54 %      | 16,38 %            | : |
|                                                                                                               | Empfänger | Öffnungsrate | Click-Through Rate |   |
| <div><div></div><div>NL Jänner 1/2026</div><div>Adressbuch "Betriebsnewsletter"...</div></div>                | 177       | 56,00 %      | 14,85 %            | : |
|                                                                                                               | Empfänger | Öffnungsrate | Click-Through Rate |   |