

**Reporting
Winterkampagnen 2025/26
Kooperationspartner
Mai 2026**



Ergebnisse auf den Punkt gebracht.

- **6,6 Mio. Sitzungen auf der badkleinkirchheim.com**
Ab Kampagnenstart bis 07.04.2025
Top Seiten: Webcam, geöffnete Anlagen/Pisten, Preise & Öffnungszeiten, Unterkünfte
- **1,6 Mio. Sitzungen**
auf den Produkt-Seiten der Bergbahnen-Website (Ski Opening, Ski-Wellness, 1€ Skipass, Sonnenskilauf)
- **433.000 erstmalige Wintersport-Interessenten**
für einen Wintersport-Urlaub in BKK über die Produkt-Seiten der Bergbahnen-Website
- **Jeder 4te (108.250) besucht im Schnitt 3 Beherbergungsbetriebe** (Unterkunfts-darstellung auf der Bergbahnen-Website)
- **109.134 Conversions*1** direkt bei Beherbergungsbetrieben
klick_buchen_button: 56.620, klick_website_button: 52.514
- **Potenzielle Nächtigungen durch die Kampagne: 226.480**
Jeder Vierte (Buchen-Button): 14.155 x 4 (Ø Aufenthaltsdauer) x 4 Ø Personen
Kosten pro NÄ: 226.480 NÄ (€ 1,18)
- **Potenzielle Wertschöpfung*2 durch die Kampagne: € 30,0 Mio.**
Jeder Vierte: 14.155 x Gesamt-Ausgaben lt. Bettenkategorien

*1: Conversion = Klick Anfragen/Buchen landingpage + mind. Klick auf 1 Beherbergungsbetrieb „Buchen oder Website“ = E-Commerce Tracking BKB

2: Gesamt-Ausgaben: 4-köpfige Familie: € 2.300 Apartment, € 3.900 4-5 Hotels; umgelegt auf die Betten- & Auslastungsverteilung in BKK

!!Anmerkung: es wird davon ausgegangen, dass es rund 13% mehr an Buchungen und vorgelagerten Aktivitäten waren (Stichwort: Cookie-Banner)!!



Detail.
Ergebnisse.



Budgetmittel

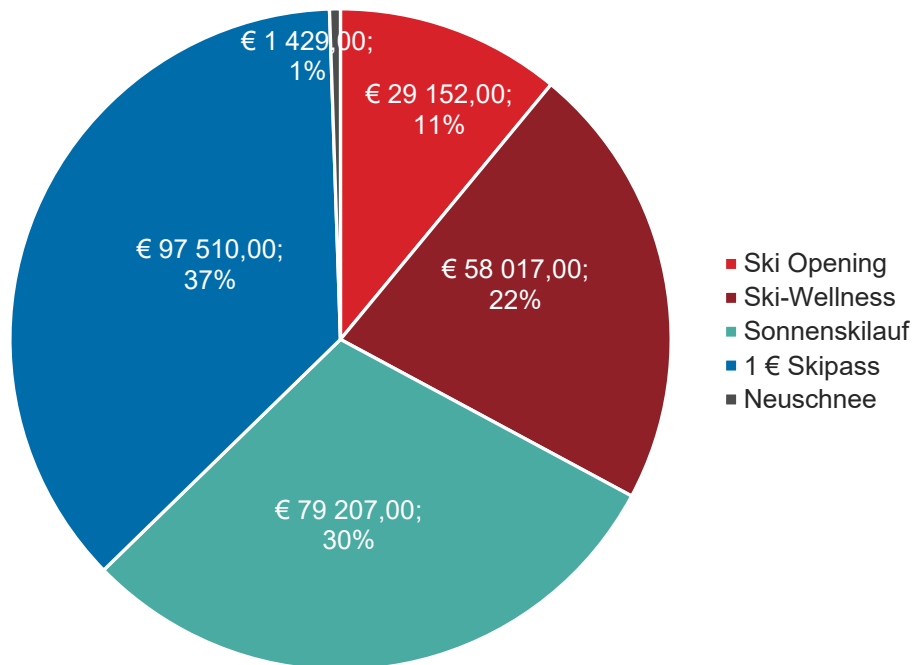
<u>Beiträge</u>	<u>netto in €</u>
Guthaben aus WI 24/25	2.469,00
Beiträge Beherbergungsbetriebe	
1. Teilzahlung (60%)	107.755,00
2. Teilzahlung (40%)	71.850,00
Beitrag TVB BKK	60.000,00
Beitrag BKB	40.000,00
<u>GESAMT</u>	<u>282.094,00</u>

<u>Ausgaben</u>	<u>netto in €</u>
Onlinekampagnen, Newsletter	265.315,00
Domains, Tracking, <u>Übersetzung</u>	<u>2.605,00</u>
<u>GESAMT</u>	<u>267.920,00</u>
Guthaben für Folgejahr	14.174,00

(Hohes Guthaben aus primär Währungsschwankung € zu \$, sowie Suchvolumen-Rückgang März)

Budgetmittel nach Mediengattung & Produkt.

Budgetmittel nach Produkt



Mediengattung	netto in €	%
Onlinemarketing (Social Media, Google, Newsletter)	189.619,00	72%
Special Interest Portale (bergfex, tourispo, iSki, wetter)	22.955,00	9%
Drittkosten Grafik, Übersetzungen, Bannererstellung, -adaptierung	52.741,00	19%
Gesamt	265.315,00	100%

Ski Opening.

- Eingesetztes Budget inkl. Agentur** **netto in €**
 Anteil am Gesamtbudget **€ 29.151,17 (11%)**
 Bergbahnen & Partnerbetriebe **€ 5.751,17 (20%)**
 TVB Bad Kleinkirchheim **€ 23.400,00 (80%)**
- Produkttrigger:** 3=2 bzw. 4=3
- Zielmärkte**
 AT (W, NÖ, Stmk), DE (Bayern), **IT, HUN**, CRO, **SLV**, SVK, SRB
 → rund 3-4 Stunden Anfahrt | [Best Performer Märkte](#)
- Kanäle**
 facebook, bergfex, wetter.at, iSki, newsletter

Das Wichtigste in Kürze.

facebook

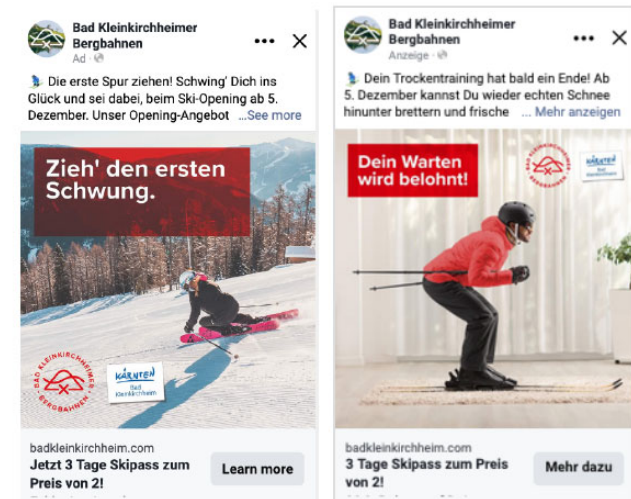
Impressions: 8.085.523
 Clicks: 240.645
 CTR: 2,98%
 Conv. Rate: 0,63%
 Conversions: 1.507

bergfex

Empfänger: 211.241 / Öffnungen: 49.249
 Clicks: 412
 CTR: 0,83%
 Conv. Rate: 12,14%
 Conversions: 50

Glossar

Impressions: Anzahl der Einblendung einer Werbeform, Clicks: Anzahl der getätigten Clicks, CPC (Cost per Click): Kosten pro Klick, CTR (Click Through Rate): Anzahl der Klicks auf eine Werbeanzeige, nachdem diese gesehen wurde (Verhältnis Clicks zu Impressions), Conversions: Abschlüsse für ein definiertes Zielvorhaben (click_anfrage_buchen_button landingpage)



Bad Kleinkirchheimer
 Bergbahnen

Ski Opening.

Das Wichtigste in Kürze.

wetter.at

Clicks: 32

iSki

Empfänger: 375.755 / Öffnungen: 109.092

Clicks: 1.993

CTR: 0,53%

Conv. Rate: 0%

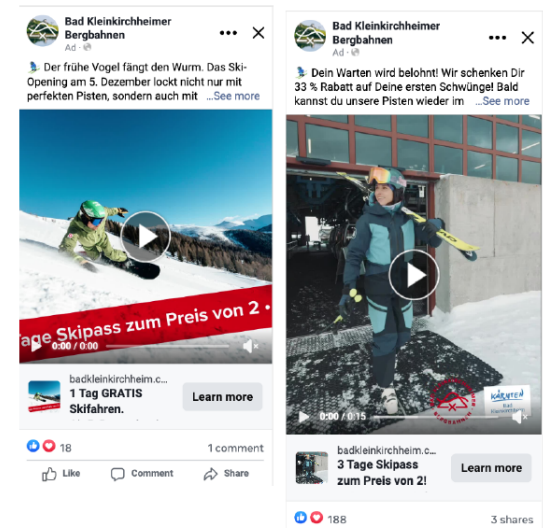
Conversions: 0

Clicks gesamt: 243.082

CPC über alle Werbeflächen gesamt: € 0,12

Glossar

Impressions: Anzahl der Einblendung einer Werbeform, Clicks: Anzahl der getätigten Clicks, CPC (Cost per Click): Kosten pro Klick, CTR (Click Through Rate): Anzahl der Klicks auf eine Werbeanzeige, nachdem diese gesehen wurde (Verhältnis Clicks zu Impressions), Conversions: Abschlüsse für ein definiertes Zielvorhaben (click_anfrage_buchen_button landingpage)



Ski-Wellness-Wochen.

- Eingesetztes Budget inkl. Agentur** **netto in €**
 Anteil am Gesamtbudget **€ 58.016,38 (22%)**
 Bergbahnen & Partnerbetriebe **€ 44.816,38 (77%)**
 TVB Bad Kleinkirchheim **€ 13.200,00 (23%)**
- Produkttrigger:** Skiticket + Thermen Eintritt kostenfrei
- Zielmärkte**
 AT, DE, IT, CRO, SER, CZ, HUN, SLV, SVK, POL, SRB | [Best Performer Märkte](#)
- Kanäle**
 facebook, google search, bergfex, iSki, newsletter

Das Wichtigste in Kürze.

facebook

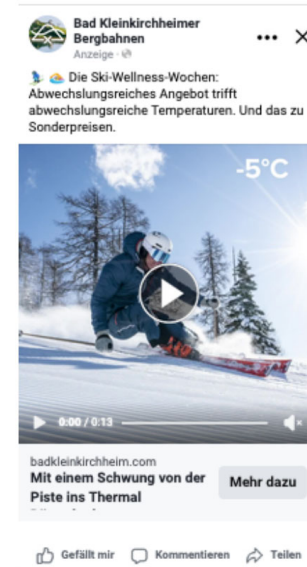
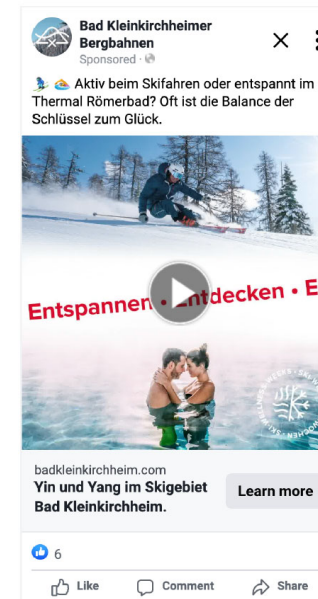
Impressions: 7.510.007
 Clicks: 275.406
 CTR: 3,67%
 Conv. Rate: 0,88%
 Conversions: 2.423

google search

Impressions: 387.707
 Clicks: 53.826
 CTR: 13,88%
 Conv. Rate: 7,86%
 Conversions: 4.229

Glossar

Impressions: Anzahl der Einblendung einer Werbeform, Clicks: Anzahl der getätigten Clicks, CPC (Cost per Click): Kosten pro Klick, CTR (Click Through Rate): Anzahl der Klicks auf eine Werbeanzeige, nachdem diese gesehen wurde (Verhältnis Clicks zu Impressions), Conversions: Abschlüsse für ein definiertes Zielvorhaben (click_anfrage_buchen_button landingpage)



Ski-Wellness-Wochen.

Das Wichtigste in Kürze.

bergfex

Impressions: 9.820.933
Clicks: 3.659
CTR: 0,04%
Conv. Rate: 2,16%
Conversions: 79

iSki (Newsletter)

Empfänger: 309.037 / Öffnungen: 60.880
Clicks: 1.021
CTR: 0,33%
Conv. Rate: 0,78%
Conversions: 8

Clicks gesamt: 333.912

CPC über alle Werbeflächen gesamt: € 0,18

Glossar

Impressions: Anzahl der Einblendung einer Werbeform, Clicks: Anzahl der getätigten Clicks, CPC (Cost per Click): Kosten pro Klick, CTR (Click Through Rate): Anzahl der Klicks auf eine Werbeanzeige, nachdem diese gesehen wurde (Verhältnis Clicks zu Impressions), Conversions: Abschlüsse für ein definiertes Zielvorhaben (click_anfrage_buchen_button landingpage)



Bad Kleinkirchheimer
Bergbahnen

Vorschau Ski-Wellness-Wochen

Vorschau aktualisiert sich nach dem Speichern

Startseite - Desktop



3 Tage Piste, 1x Therapie

Im Skigebiet Bad Kleinkirchheim genießt Du doppelt: Zu jedem 3-Tages-Skipass gib'ts einen Thermeneintritt gratis dazu.

Content Ad Unterseiten - Mobil



Apps



1€ Skipass.

- Eingesetztes Budget inkl. Agentur** **netto in €**
 Anteil am Gesamtbudget **€ 97.510,71 (37%)**
 Bergbahnen & Partnerbetriebe **€ 97.510,71 (100%)**
 TVB Bad Kleinkirchheim **€ 0**
- Produkttrigger:** 1 Euro Skipass - Elternfreundlich sparen
- Zielmärkte**
 AT, DE, IT, CRO, SER, CZ, SRB, HUN, SLV, SVK, POL, NL, I [Best Performer Märkte](#)
- Kanäle**
 facebook, google search, google display, bergfex, TuriSpo, iSki, newsletter

Das Wichtigste in Kürze.

facebook

Impressions: 11.338.147
 Clicks: 312.379
 CTR: 2,76%
 Conv. Rate: 1,62%
 Conversions: 5.049

google

Impressions: 11.990.556
 Clicks: 154.918
 CTR: 1,29%
 Conv. Rate: 5,97%
 Conversions: 9.249

bergfex

Impressions: 6.142.303
 Clicks: 1.975
 CTR: 0,03%
 Conv. Rate: 1,37%
 Conversions: 27

Glossar

Impressions: Anzahl der Einblendung einer Werbeform, Clicks: Anzahl der getätigten Clicks, CPC (Cost per Click): Kosten pro Klick, CTR (Click Through Rate): Anzahl der Klicks auf eine Werbeanzeige, nachdem diese gesehen wurde (Verhältnis Clicks zu Impressions), Conversions: Abschlüsse für ein definiertes Zielvorhaben (click_anfrage_buchen_button landingpage)



1€ Skipass.

Das Wichtigste in Kürze.

TuriSpo

Impressions: 641.684
Clicks: 1.765
CTR: 0,28%
Conv. Rate: 1,08%
Conversions: 19

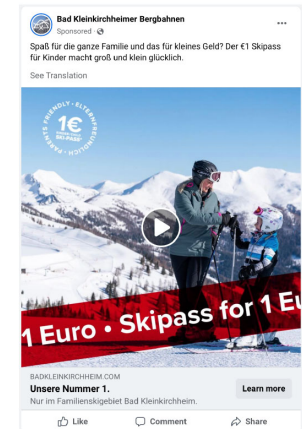
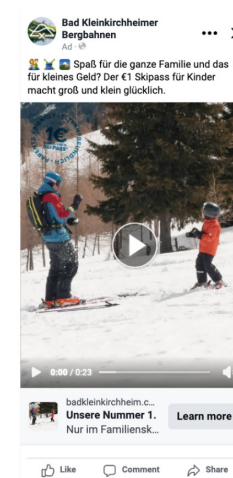
iSKI

Impressions: 355.417 / NL-Öffnungen: 82.976
Clicks: 2.342
CTR: 0,66%
Conv. Rate: 0,81%
Conversions: 19

Clicks gesamt: 473.379
CPC über alle Werbeflächen gesamt: € 0,21

Glossar

Impressions: Anzahl der Einblendung einer Werbeform, Clicks: Anzahl der getätigten Clicks, CPC (Cost per Click): Kosten pro Klick, CTR (Click Through Rate): Anzahl der Clicks auf eine Werbeanzeige, nachdem diese gesehen wurde (Verhältnis Clicks zu Impressions), Conversions: Abschlüsse für ein definiertes Zielvorhaben (click_anfrage_buchen_button landingpage)



Sonnenskilauf.

- Eingesetztes Budget inkl. Agentur** **netto in €**
 Anteil am Gesamtbudget **€ 79.207,97 (30%)**
 Bergbahnen & Partnerbetriebe **€ 55.807,97 (70%)**
 TVB Bad Kleinkirchheim **€ 23.400 (30%)**
- Produkttrigger:** Ab 3 Tagen Skipass: 30 % Vergünstigung+Eintritt Therme
- Zielmärkte**
 AT, DE, IT, CRO, CZ, HUN, SLV, SVK, POL, SER
 | Best Performer Märkte
- Kanäle**
 facebook, google search, bergfex, TuriSpo, iSki, newsletter, wetter.at

Das Wichtigste in Kürze.

facebook

Impressions: 21.621.253
 Clicks: 539.736
 CTR: 2,5%
 Conv. Rate: 0,61%
 Conversions: 3.305

google

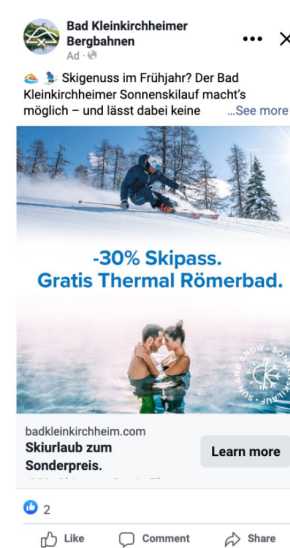
Impressions: 166.814
 Clicks: 23.743
 CTR: 14,23 %
 Conv. Rate: 4,12%
 Conversions: 979

Glossar

Impressions: Anzahl der Einblendung einer Werbeform, Clicks: Anzahl der getätigten Clicks, CPC (Cost per Click): Kosten pro Klick, CTR (Click Through Rate): Anzahl der Klicks auf eine Werbeanzeige, nachdem diese gesehen wurde (Verhältnis Clicks zu Impressions), Conversions: Abschlüsse für ein definiertes Zielvorhaben (click_anfrage_buchen_button landingpage)



Bad Kleinkirchheimer
 Bergbahnen



Sonnenskilauf.

Das Wichtigste in Kürze.

bergfex

Impressions: 5.962.451

Clicks: 1.861

CTR: 0,04 %

Conv. Rate: 0,75%

Conversions: 14

Tourispo

Impressions: 609.390

Clicks: 1.668

CTR: 0,27%

Conv. Rate: 0%

Conversions: 0

iSki

Empfänger: 314.537

NL-Öffnungen: 53.431

Clicks: 2.873

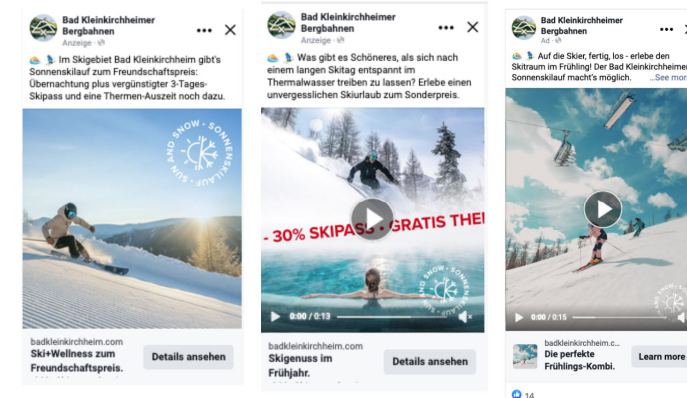
CTR: 0,91%

Conv. Rate: 1,64%

Conversions: 47

Clicks gesamt: 570.039

CPC über alle Werbeflächen gesamt: € 0,14



Glossar

Impressions: Anzahl der Einblendung einer Werbeform, Clicks: Anzahl der getätigten Clicks, CPC (Cost per Click):

Kosten pro Klick, CTR (Click Through Rate): Anzahl der Klicks auf eine Werbeanzeige, nachdem diese gesehen

wurde (Verhältnis Clicks zu Impressions) , Conversions: Abschlüsse für ein definiertes Zielvorhaben (click_anfrage_buchen_button landingpage)