

# PR

STIFT ADMONT  
2018 - 2019

 BENEDIKTINERSTIFT  
ADMONT

## KLOSTER

- Das Benediktinerstift Admont

## KOMMUNIKATION & PR

- Stift Admont ist europaweiter Vorreiter
- Social Media und Regionalentwicklung
- Wir wollen Menschen begeistern
- Onlinesorge und Öffentlichkeitsarbeit
- PR Panther Steiermark

## SOCIAL MEDIA, PR UND NEUE WEGE

- Impressionen und Clippings
- Auszug weiterer Berichte / Links
- Onlinekommunikation als Teil des Großen Ganzen
- Neues Corporate Design
- Die neue Bildsprache des Stiftes Admont
- Stift Admont als technologischer Vorreiter

Tradition trifft

# Innovation





# DAS BENEDIKTINER- STIFT ADMONT

UT IN OMNIBUS GLORIFICETUR DEUS!

**Ut in omnibus glorificetur Deus!  
Mit diesen Worten lässt sich die  
Ordensregel des hl. Benedikt von  
Nursia zusammenfassen. Der  
Mönchsvater schrieb sie um 529 in  
Montecassino in Italien für seine  
Gemeinschaft.**

Seit der Gründung ihrer Abtei leben und wirken die Admonter Benediktiner nunmehr seit über 900 Jahren nach dieser Ordnung. Die 24 Mönche stehen unter der Leitung des frei gewählten Vorstehers, derzeit Abt Gerhard Hafner. Mehrmals am Tag treffen sie sich, um das gemeinsame Chorgebet und die hl. Messe zu feiern. Stellvertretend für alle Christen tun sie dies in besonderer Weise in den Anliegen und Nöten der Zeit. Neben den Gottesdiensten ist der Dienst am Mitmenschen eine besondere Verpflichtung der Ordensleute. Ut in omnibus glorificetur Deus! – Damit in allem Gott verherrlicht werde! Das Stift Admont betreut derzeit 26 Pfarreien und das Stiftsgymnasium, ist in der Studentenseelsorge in Graz tätig und betreibt ein Seniorenheim in Frauenberg. In den stiftischen Wirtschaftsbetrieben sind etwa 500 Mitarbeiter beschäftigt. Das stete Engagement des Stiftes für Wissenschaft und Kunst spiegelt sich im Museum wieder. Über den vielfältigen Aufgabengebieten steht immer der Grundsatz des hl. Benedikt: „Ut in omnibus glorificetur Deus! – Damit in allem Gott verherrlicht werde!“



## DIE GESCHICHTE DES STIFTES ADMONT

### Geistliches und kulturelles Zentrum der Obersteiermark!

Die Gründung des Benediktinerstiftes Admont geht auf eine Stiftung der hl. Hemma von Gurk zurück. Sie erfolgte im Jahre 1074 durch Erzbischof Gebhard von Salzburg. Die ersten Mönche kamen aus der Benediktinerabtei St. Peter in Salzburg. Heute ist das Stift das älteste bestehende Kloster der Steiermark, in dem Vielfalt merkbar wirkt und gestaltet wird.

Nach den Wirren des Investiturstreites gewann Admont rasch an Bedeutung. Es wurde ein monastisches Zentrum für den gesamten süddeutsch-österreichischen Raum. Im Zuge der Hirsauer Reform wurden von Admont 25 Abteien reformiert. Admont wurde dank seiner im 12. Jahrhundert gegründeten Schreibschule ein spirituelles und kulturelles Zentrum. 1120 schloss man dem Stift ein bis zur Reformationszeit bestehendes Frauenkloster nach der Benediktus-Regel an. Dessen Nonnen erwarben sich durch ihre hohe Bildung und literarische Tätigkeit einen bedeutenden Ruf.

Abt Engelbert von Admont (reg. 1297-1327) war einer der vielseitigsten Gelehrten seiner Zeit. Er hinterließ mehr als 40 größere und kleinere wissenschaftliche Abhandlungen.

Türkenkriege und Reformation lösten eine Epoche des Niederganges aus. Die Gegenreformation brachte der Abtei neuen Aufschwung. 1644 wurde das Gymnasium gegründet. Im 17. und 18. Jahrhundert entstanden mit den Arbeiten des Kunststickers Frater Benno Haan (1631-1720) und des Stiftsbildhauers Josef Stammel (1695-1765) großartige Kunstwerke. Im Zuge der regen Bautätigkeit in der Barockzeit begann der Architekt Johann Gotthard Hayberger um 1735 mit einem großzügigen Umbau der Klosteranlage. Der Grazer Baumeister Josef Hueber führte ihn weiter. Er errichtete auch den künstlerisch von Josef Stammel und Bartolomeo Altomonte ausgestatteten weltberühmten Bibliothekssaal. Ein großer Brand zerstörte 1865 das gesamte Kloster mit Ausnahme der Bibliothek. In den Folgejahren wurden die Stiftsgebäude zum Großteil wiederaufgebaut. Die Admonter Stiftskirche wurde auf den alten Fundamenten wieder neu errichtet. Sie ist der erste große neugotische Sakralbau Österreichs. Während der Wirtschaftskrise in den 30er Jahren des 20. Jahrhunderts konnte sich das Kloster sein Überleben nur durch den Verkauf wertvoller Kunstschatze sichern. Nach der Enteignung durch das nationalsozialistische Regime im Jahr 1939 kehrten die Mönche 1945 wieder ins Kloster zurück.





Heute ist das Stift Admont ein geistliches, kulturelles und wirtschaftliches Zentrum von überregionaler Bedeutung. Der Abtei sind 26 Pfarren inkorporiert. Das Stift ist für die Bestellung des Pfarrers und die Erhaltung der Pfarrkirche und des Pfarrhofes zuständig. Außerdem führt das Kloster ein Pflegeheim in Frauenberg an der Enns und ein Gymnasium mit derzeit etwa 600 Schülerinnen und Schülern. In den stiftischen Wirtschaftsbetrieben sind rund 500 weltliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tätig. Die kulturelle Hauptattraktion des Klosters: die barocke Bibliothek und das 2003 eröffnete Großmuseum. Seit 17. März 2017 steht Abt Gerhard Hafner der Admonter Kloster-gemeinschaft von derzeit 24 Mitbrüdern vor. Sein Wahlspruch lautet: „Liebt einander, so wie ich euch geliebt habe!“ (Johannesevangelium)

#### **Ora et Labora et Lege Bete und arbeite und lies**

Mit diesen Worten lässt sich die Ordensregel des hl. Benedikt von Nursia zusammenfassen. Der Mönchsvater schrieb sie um 529 in Montecassino in Italien für seine Gemeinschaft.

#### **Ora – Bete**

Die erste und wichtigste Aufgabe der Mönche ist das Gebet. Der hl. Benedikt

schreibt in seiner Regel:  
Hört man das Zeichen zum Gottesdienst, lege man sofort alles aus der Hand und komme in größter Eile herbei. (Benediktsregel Kapitel 43,1)

Viermal am Tag treffen sich die Admonter Mönche zum gemeinsamen Stundengebet und um die Heilige Messe zu feiern. Sie tun das stellvertretend für alle Christen der Welt in den Anliegen unserer Zeit. Während der Woche findet das Chorgebet auf Deutsch statt. An hohen Feiertagen und Sonntagen beten die Mönche die feierliche Form in lateinischer Sprache.

#### **Labora – arbeite**

In den Zeiten zwischen den Gebeten verrichten die Mönche unterschiedliche Dienste. Müßiggang ist der Seele Feind. Deshalb sollen die Brüder zu bestimmten Zeiten mit Handarbeit (...) beschäftigt sein. (Benediktsregel Kapitel 48,1)

#### **Lege – Lies**

Deshalb sollen die Brüder zu bestimmten Stunden mit heiliger Lesung beschäftigt sein. (vgl. Benediktsregel Kapitel 48,1)  
Über den vielfältigen Aufgabengebieten steht immer der Grundsatz des hl. Benedikt: „Ut in omnibus glorificetur Deus! - Damit in allem Gott verherrlicht werde!“ (Benediktsregel Kapitel 57,9)

#### **Pfarre**

Eine wichtige Aufgabe ist die Betreuung der 26 Pfarren durch die Mönche.

#### **Aufgaben innerhalb der Klostermauern**

Die eine Größe von 12,65 Hektar umfassende Klosteranlage bietet eine Vielzahl an Aufgaben, die die Mönche gemeinsam mit 500 Beschäftigten erledigen. Über dem Ganzen steht der Abt, der als geistlicher Vater und wirtschaftliches Oberhaupt in allen Bereichen Verantwortung trägt. Der Prior vertritt in Abwesenheit den Abt und ist für organisatorische Abläufe innerhalb des Klosters verantwortlich.

Das Stift Admont ist als kulturelles Zentrum weit über die Grenzen Österreichs hinaus bekannt. Auch im Kulturbereich arbeiten Mitbrüder, beispielsweise am Aufbau der Sammlung Gegenwartskunst.

Neben der aktuellen Kunstschiene beherbergt das Stift die weltgrößte Klosterbibliothek mit rund 70.000 Bänden. Insgesamt umfasst der Bücherschatz rund 200.000 Werke. Dazu zählen auch die 1400 Handschriften und Frühdrucke, die im Archiv des Klosters in klimatisierten Magazinen aufbewahrt werden.

Gastfreundschaft ist auch in der Regel des hl. Benedikt ein wichtiges Thema. Der Gastmeister ist für die Aufnahme der Gäste und für ihr Wohl verantwortlich.

Weitere Dienste, die die Mönche verrichten, sind die Ämter des Küchenmeisters, des Novizenmeisters, des Magisters der Juniores, des Oblatenrektors, des Vestiars, der Kantoren und des Zeremoniärs. Jeder wird nach seinen Fähigkeiten und Talenten eingesetzt, um der Gemeinschaft und den Menschen zu dienen.

#### **Aufgaben außerhalb der Klostermauern**

Auch außerhalb der Klostermauern sind Mitbrüder in den verschiedensten seelsorgerischen Bereichen tätig. Das Kloster führt ein Haus der Begegnung sowie ein Studentenheim in Graz, um Kontakt mit Studenten und Absolventen des Stiftsgymnasiums zu halten. Auch die Studentenverbindungen werden umfassend durch Admonter Mönche betreut.

#### **Das Stift Admont als regionaler Motor - nicht nur in wirtschaftlichen Angelegenheiten.**

Das Engagement reicht in alle Lebensbereiche der Menschen vor Ort. Für den letzten Lebensabschnitt bietet das Kloster das Pflegeheim St. Benedikt am Frauenberg. Auch dort engagieren sich Mitbrüder in der seelsorgerischen Begleitung der Menschen.

Aufgrund der aktuellen Flüchtlingssituation hat sich das Kloster damals entschlossen, mehrere Asylheime zu errichten, in denen sich auch Mitbrüder engagierten. Das Erlernen der deutschen Sprache und das gemeinsame Verbringen der Freizeit standen auf der Tagesordnung.

#### **Stiftsgymnasium**

Das Stift führt ein Gymnasium mit rund 600 Schülern, in denen einige Mitbrüder als Lehrer in verschiedenen

Fächern und in der Schulorganisation tätig sind.

#### **Leben in Gemeinschaft**

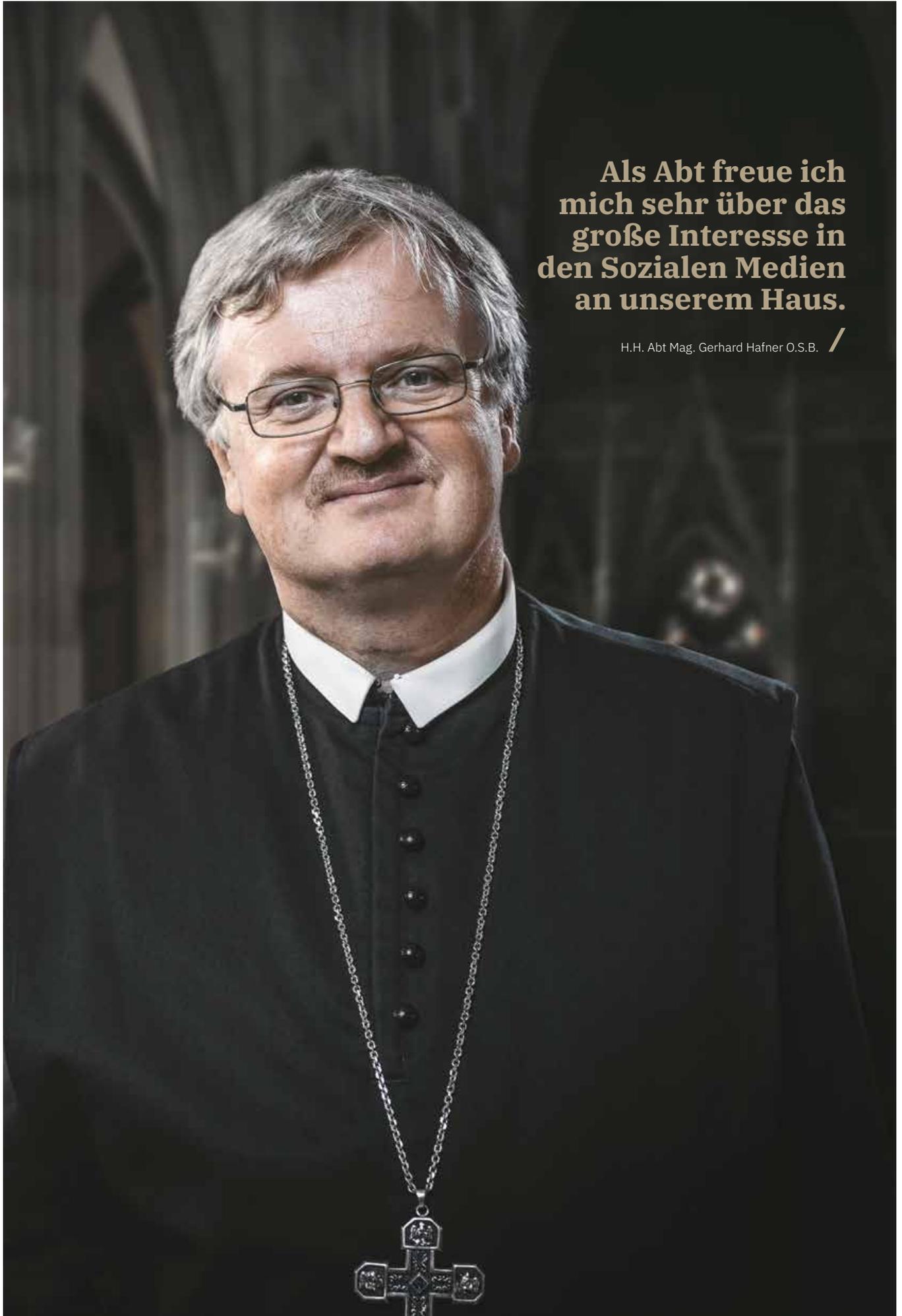
Unser Gemeinschaftsleben gestaltet sich nach den Vorgaben der Regel des Heiligen Benedikt, angepasst an unsere Zeit und die Aufgaben, die aus dem Stiftungsauftrag des Klosters erwachsen sind.

Gott zu suchen ist die erste und wichtigste Aufgabe jedes Mönches, jedoch müssen wir als Benediktiner das nicht als „Einzelkämpfer“ tun, sondern wissen uns von der Gemeinschaft der Brüder unterstützt. Diese wird besonders erfahrbar beim Chorgebet, der Feier der heiligen Messe, beim gemeinsamen Tisch, im Austausch, beim Feiern unserer Feste, bei Ausflügen, bei gegenseitigen Besuchen und bei der Sorge um unsere älteren und kranken Brüder, manchmal auch bei einer netten Runde und einem „Glaserl Wein“...



**Als Abt freue ich  
mich sehr über das  
große Interesse in  
den Sozialen Medien  
an unserem Haus.**

H.H. Abt Mag. Gerhard Hafner O.S.B. /





# KOMMUNIKATION UND PR

## EUROPAWEITER VORREITER IN SOCIAL MEDIA - KOMMUNIKATION

Posten, liken, teilen, kommentieren: Das Benediktinerstift Admont verfolgt eine ausgefeilte Marketing-Strategie, durch die das Kloster monatlich mehr als 500.000 Menschen erreicht. Tendenz stark steigend.

Seit das Stift Admont verstärkt auf soziale Netzwerke setzt, hagelt es nur so an Auszeichnungen und Abonnenten. Über Facebook verfolgen über 37.000 Menschen jede Neuigkeit, die von der Marketing-Abteilung des Stiftes Admont gepostet wird. Auf Flickr waren es allein in den vergangenen Wochen über 100.000. Und auch einen Instagram-Hit hat das Stift Admont schon gelandet: Auf 9GAG bekam ein Posting der Stiftsbibliothek ganze 565.000 „Gefällt mir“. Zahlen, die eine klare Sprache sprechen: Das Stift Admont ist im Bereich Online- und Social-Media-Marketing das erfolgreichste Kloster im deutschsprachigen Raum. Lorbeeren, auf denen man sich jedoch nicht ausruhen will, wie Wirtschaftsdirektor Franz Pichler betont: „Ein neuer Web-Auftritt soll den Online-Konsum unseres gesamten Angebots ermöglichen und neue Marktpotenziale erschließen. Dabei setzen wir verstärkt auf Social-Media-Kanäle, die unserer Meinung nach die Vertriebskanäle der Zukunft sind. Schon jetzt sehen wir, welche Umsätze im Online-Bereich möglich sind.“

Uns ist es wichtig, im direkten Austausch mit den Menschen zu sein. Diese Möglichkeit bieten weder Radio, Fernsehen, noch Zeitung. Ganz im Gegenteil zu sozialen Netzwerken. Hier haben wir den klaren Vorteil, auf jeden unserer Beiträge sofort Rückmeldungen zu erhalten. Das ermöglicht uns, Unterhaltungen zu führen und Anregungen sofort behandeln zu können, so Mario Brandmüller, Leiter der Abteilung für Kultur, Tourismus und PR.

### Soziale Kirche - Soziale Medien

Das passt doch. Als kirchliche Einrichtung möchte man nah am Menschen sein und wo ginge das besser als auf Facebook, einem der größten und wichtigsten Medien der öffentlichen Meinungsbildung. Hier kann man präsent sein, mit den Menschen in Kontakt treten, der Welt seine Ansichten zeigen und auch die Ansichten der Welt erfahren - und da kann es eben neben Zuspruch auch mal Kritik geben. Genau das macht die Sozialen Medien nämlich aus. Während Radio, Zeitungen und Fernsehen als „Sender“ dienen und eine Botschaft nach außen bringen, steht bei Facebook und Co. vor allem Interaktion und Gemeinschaft im Vordergrund.

Eine ideale Plattform also, um das Stift Admont und alles drum herum zu präsentieren – den Konvent, die vier Museen, wunderschöne Außenanlagen, regionale Betriebe und natürlich die weltgrößte Klosterbibliothek. Seit Anfang des Jahres wurde gemeinsam mit dem Tourismusverband eine Social-Media-Strategie für das Stift Admont aufgebaut und seither werden laufend interessante Neuigkeiten und Fotos, kirchliche Inhalte und auch Veranstaltungen aus dem Stift Admont auf Facebook gestellt. Und die Reaktionen darauf sind beeindruckend.

### Mönche kommunizieren über Facebook

Durchgestartet ist man vor rund einhalb Jahren. Seither wuchs die Zahl der Abonnenten und in weiterer Folge der erreichten Personen von 10.000 auf 500.000 pro Monat an. Weit mehr als eine halbe Million Menschen also, denen das Stift Admont insbesondere auch religiöse Botschaften übermittelt:

„Uns Benediktinern ist es ein Grundauftrag, die Botschaft Jesu in alle Welt hinaus zu tragen. Das Internet dafür nicht zu nützen, wäre eine vertane Chance“, spricht Frater Vinzenz Schager. Vor allem auf Facebook sind die Mönche aktiv und betreiben damit „online Seelsorge“. „Wenn man mit den Menschen in Kontakt bleiben will, reicht es nicht nur ihre Ängste und Sorgen zu kennen, sondern auch ihre technischen Möglichkeiten und Entwicklungen mit zu leben“, bestätigt auch Wirtschaftsdirektor Franz Pichler.

### Jede Nachricht wird beantwortet

Wie viele Menschen tatsächlich über soziale Netzwerke den Kontakt zu den Mönchen suchen, zeigt sich durch die nicht enden wollende Nachrichtenflut, die die Ordensmitglieder tagtäglich erreicht. Beantwortet wird jede Nachricht. Auch jene mit kritischem Inhalt. „Natürlich sind wir uns darüber im Klaren, dass wir mit einem offensiven Facebook-Auftritt auch eine Plattform für Kritik bieten. Da fällt es einem nicht immer leicht, Kritik anzunehmen und verständnisvoll zu reagieren“, sagt Pater Ulrich Diel und weist darauf hin, dass „wir uns jedoch bemühen, höflich und klar in der Sache darauf zu antworten. Meistens ist der Kritiker froh und vielleicht auch erstaunt, dass er eine Rückmeldung bekommt.“ Durch diese Vorgehensweise will man die Kirche und das Ordensleben als wichtigen und positiven Teil der Gesellschaft positionieren, Vorurteile abbauen und das Stift Admont in seiner ganzen Vielfalt präsentieren. Wie gut dieses Vorhaben gelungen ist, zeigt sich unter anderem auch durch die Auszeichnung der Social-Media-Kampagne, die zu den fünf besten PR-Projekten der Steiermark gekürt wurde.



# SOCIAL MEDIA UND REGIONALENTWICKLUNG

Bettina Gruber

## STATEMENT WIRTSCHAFTSDIREKTOR ING. MAG. FRANZ PICHLER L.L.M.

Durch die Schärfung der Marke Stift Admont wollen wir unsere Kulturbetriebe ganz bewusst in ein Bild rücken, das sie noch attraktiver macht. Hierbei setzen wir verstärkt auf neue Werbekanäle im Social Media-Bereich. Diese umfangreichen Marketing-Maßnahmen tragen wesentlich zur Regionalentwicklung bei, weil wir auf diesem Weg treffsicher jene Besucher erreichen wollen, die mehrere Tage bleiben und dadurch Wertschöpfung in den Raum Admont/Gesäuse bringen.

An der Digitalisierung sehe ich vieles positiv. Es gilt aber in manchen Lebensbereichen Maß zu halten, da diese Entwicklung doch zu einer Entmenschlichung der Gesellschaft beitragen kann. Doch virtuelle Welten überhaupt nicht zu kennen oder auszuklammern, würde bedeuten, sich von der Gesellschaft zu entkoppeln und unter einer Käseglocke zu leben. Klöster laufen hierbei besondere Gefahr. Das Stift Admont hat den Vorteil, durch den starken wirtschaftlichen Konnex

zwischen dem Kloster und seinen Wirtschaftsbetrieben und dem relativ hohen Anteil an jungen Mitgliedern im Konvent am Puls der Zeit zu sein, was sich auch in der Seelsorge zeigt und eine zwingende Notwendigkeit ist. Um Menschen zu erreichen, muss man nicht nur ihre Ängste und Sorgen, sondern auch ihre technischen Möglichkeiten kennen und diese Entwicklung mitleben. Ansonsten würde man den Kontakt zu ihnen verlieren.



und ein Audio-Guide bewerkstelligt haben, erledigt heute eine App. Sie ist einfach zu warten und kann tagesgenau aktualisiert werden, wodurch wir auf Feste und spezielle Ereignisse im Jahreskreis schnell reagieren können. Zudem ermöglicht uns diese App, digitale Museumsführungen anzubieten, da Bilder durch Augmented Reality zum Leben erweckt werden. Das soll den Gast motivieren, sich die Ausstellung vor Ort anzuschauen. Die Herausforderung liegt nach wie vor darin, unser Angebot barrierefrei erlebbar zu machen. Schließlich haben wir Museumsbesucher im Alter von 0 bis 100 Jahren, wobei der Anteil jener Generation, die kein Smartphone benutzt, relativ hoch ist. Die Lösung sehen wir im Erhalt des alten Besucherleitsystems, obwohl das neue bereits voll implementiert ist. So wollen wir alle Chancen des Marktes nutzen.

Es gibt viele neue Ideen und Ansätze. Manche Museen haben es geschafft, einen neuen Markt zu entwickeln, indem sie hochprofessionelle Fotos und Informationen über Historisches koppeln. Diese Wege müssen wir auch für das Stiftsmuseum analysieren, austesten und überlegen, ob wir sie in unser Angebot aufnehmen wollen.

Diese Innovationen aus dem Marketing hebeln uns in eine Dimension, in der wir aus diesen Erkenntnissen auch unsere Arbeitswelten durchgehend digitalisieren. Schließlich wollen wir im Wettbewerb um die besten Köpfe bestehen. Die meisten Fachkräfte leben in den Ballungszentren und sind nur bedingt bereit, ihren Lebensmittelpunkt in den

Betrieb in die Peripherie zu verlagern. Digitalisierte Arbeitswelten können hierbei ein guter Kompromiss sein. Der Mitarbeiter ist zwei, drei Tage vor Ort und arbeitet die restliche Zeit von zu Hause aus. Wir bringen nicht mehr nur die Mitarbeiter in die Betriebe, sondern die Betriebe zu den Mitarbeitern. Ich bin sicher, mit diesem Angebot an attraktiven Arbeitsplätzen werden wir es auch im ländlichen Bereich schaffen, die besten Mitarbeiter zu gewinnen.

Nicht nur in der Seelsorge, sondern vor allem im Bereich unserer Wirtschaftsbetriebe ist die Digitalisierung unumgänglich. Jeder Betrieb, der diese Entwicklung nicht mitmacht, ist existenziell bedroht. Wir haben im Bereich der Industrie hochdigitalisierte Prozesse im Unternehmen und bemühen uns sehr, innovativ zu sein. Trotzdem sehen wir da und dort noch Aufholbedarf. Derzeit sind wir dabei, unsere Corporate Identity und unser Corporate Design zu überarbeiten. Das sind aber nur Schlagwörter, die nicht die komplette Komplexität dieses Projektes erklären. Es ist ein sehr weitläufiges Projekt, das alle Betriebe des Stiftes betrifft. Wir wollen unsere Prozesse automatisieren und digitalisieren. Ein neuer Web-Auftritt soll den Online-Konsum unseres gesamten Angebots ermöglichen und neue Marktpotenziale erschließen. Dabei setzen wir verstärkt auf Social Media-Kanäle, die unserer Meinung nach die Vertriebskanäle der Zukunft sind. Schon jetzt sehen wir, welche Umsätze im Online-Bereich möglich sind.

Auch im Museumsbereich gehen wir neue Wege. Was früher eine Führung





IM GESPRÄCH MIT MARIO BRANDMÜLLER

# „WIR WOLLEN MENSCHEN BEGEISTERN“

Bettina Gruber

**DURCH MARIO BRANDMÜLLER HAT DAS STIFT ADMONT DIE SOZIALEN MEDIEN EROBERT. EINE AUSGEFEILTE STRATEGIE ERMÖGLICHT ES, MONATLICH MEHR ALS EINE HALBE MILLION MENSCHEN ZU ERREICHEN.**

Seit Mario Brandmüller im Juni 2017 die Abteilung für Kultur, Tourismus und PR übernommen hat, hat sich einiges verändert. Und das durchwegs zum Guten. Der heute 34-jährige hat die Weichen für den neuen Marketingauftritt des Benediktinerstifts Admont und die neue Kommunikationsschiene gestellt und dadurch einen Hochgeschwindigkeitszug ins Rennen geschickt. Vor rund einem Jahr ist seine ausgefeilte

Strategie, vermehrt Social-Media-Kanäle zu bedienen, gestartet. Seither haben sich die anfänglich 10.000 Follower in eine halbe Million verwandelt, die jeden Monat allein durch Facebook erreicht werden. Im Interview erzählt Brandmüller, wie er es, dank der Unterstützung der Mönche des Stiftes Admont, geschafft hat, das Stift Admont auf Platz eins der europaweit erfolgreichsten Klöster im Netz zu katapultieren.

**Im Marketing und der gesamten PR setzen Sie bevorzugt auf soziale Netzwerke. Wieso bedienen Sie gerade diese Kanäle?**

Uns ist es wichtig, im direkten Austausch mit den Menschen zu sein. Diese Möglichkeit bieten weder Radio, Fernsehen, noch Zeitung. Ganz im Gegenteil zu sozialen Netzwerken. Hier haben wir den klaren Vorteil, auf jeden unserer Beiträge sofort Rückmeldungen zu erhalten. Das ermöglicht uns, Unterhaltungen zu führen und Anregungen sofort behandeln zu können.

**Wirkt sich diese Marketing-Maßnahme direkt auf die Besucherzahlen aus?**

Ja, unbedingt. Das sieht man ganz deutlich anhand des Stiftsmuseums. Allein in der ersten Jahreshälfte konnten wir die Besucherzahl um 15 Prozent steigern. Von 2015 bis 2019 ist uns ein Besucherswachstum von 52 Prozent gelungen.

**Gibt es noch einen weiteren Nutzen, den das Stift Admont aus seinen Social-Media-Tätigkeiten ziehen kann?**

Nicht nur einen weiteren. Es sind sogar zwei. Durch den steigenden Bekanntheitsgrad erhalten wir laufend Anfragen von Fotografen, die bei uns Aufnahmen machen wollen. Das ist wunderbar, da damit die Schönheit und Vielfalt unseres Hauses und der Angebote noch breiter kommuniziert werden kann. Zum anderen haben wir von Anfang an intensiv mit einigen Ordensmitgliedern zusammengearbeitet. Und daraus hat sich etwas ganz Spannendes entwickelt. Zwei der



passiert hier spontan aus dem Bauch heraus. Meine Mitarbeiter und ich überlegen uns genau, wie wir welches Projekt kommunizieren. Dabei wird das verwendete Medium als auch die Sprache genau auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt.

**Welche Zielgruppe wollen Sie erreichen?**

Eine noch größere (lacht). Das Gesäuse wirbt mit wildem Wasser und steilem Fels, wodurch es vor allem den Individualtouristen anzieht. Unser Ziel ist es nun, neue Zielgruppen mit ins Boot zu holen. Wir arbeiten an einer Marketingstrategie für Russland, Polen und andere Länder. Ebenso möchten wir Menschen unsere Region und unser Kloster näher vorstellen und sie ermutigen zu uns zu kommen um sich vom Alltagsstress zu erholen, Besinnung zu suchen und dabei hoffentlich auch zu Gott zu finden. Für diese Zielgruppe werden wir ein neues attraktives Angebot schaffen.“

Admonter-Mönche (Pater Ulrich und fr Vinzenz) sind in den sozialen Netzwerken des Stiftes Admont sehr aktiv, um Online-Seelsorge zu betreiben. Sie beantworten unzählige Kommentare pro Tag. Somit entsprechen wir voll und ganz den Anforderungen der Zeit. Ohne diese enge Zusammenarbeit wäre diese gesamte Umsetzung nicht möglich.

**Sie haben das Stift Admont auf Social-Media zum erfolgreichsten europäischen Kloster gemacht. Ein Erfolg, der weite Kreise zog?**

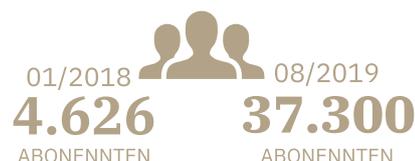
Ja, darüber hat – neben zahlreichen österreichischen und deutschen Medien - sogar Vatican News berichtet. Mit einigen Klöstern sind wir bereits im Austausch und auch die Diözese Graz-Seckau hat nach Graz eingeladen, um mehr über unsere Marketing-Strategie zu erfahren.

**Posten, klicken, liken und schon hat man eine viertel Million Menschen erreicht. Ist es wirklich so einfach, wie es klingt?**

Nein, definitiv nicht. Jeder Beitrag, den wir im Internet veröffentlichen, unterliegt einer ausgefeilten Strategie. Nichts

**Sprechen Sie von einer neuen Art, wie man seinen Urlaub hier in Admont verbringen kann?**

Ganz genau. Das Stift Admont befindet sich in einer ruhigen Region mit nahezu unberührter Natur. Gottes wunderbare Schöpfung ist hier ganz deutlich zu spüren, besonders in der Nähe von Kirchen. Die Gotteshäuser eignen sich besonders, eine Auszeit zu nehmen, Kraft zu sammeln und wieder zu Gott zu finden oder die Beziehung zu ihm zu intensivieren.



**700 %**   
ZUWACHS IM ONLINE BEREICH

## ONLINE SEELSORGE & ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

MAG. PATER ULRICH DIEL O.S.B.



Ein Benediktinerkloster kann und will kein Nischendasein führen; dies wird besonders deutlich am Reichtum der Admonter Stiftsbibliothek, am Gymnasium der Benediktiner oder an vielen verschiedenen Stiftsbetrieben.

Diese Mannigfaltigkeit muss sich auch in der Öffentlichkeitsarbeit niederschlagen. Ähnlich wie beim Museum und bei der Bibliothek erreichen wir über mediale Kanäle Menschen, die wir zum Beispiel in den sonntäglichen Gottesdiensten nicht mehr erreichen.

Natürlich sind wir uns darüber im Klaren, dass wir mit einem offensiveren Facebookauftritt auch eine Plattform für Kritik bieten. Da fällt es einem wie im alltäglichen Leben nicht immer leicht,

Kritik anzunehmen und verständnisvoll zu reagieren. Wir bemühen uns, höflich und klar in der Sache darauf zu antworten. Meistens ist der Kritiker froh und vielleicht auch erstaunt, dass er eine Antwort bekommt. Es geht dabei weniger um Überzeugungsarbeit oder Mission, sondern darum, dass Kirche und Ordensleben als positiver Teil der Gesellschaft wahrgenommen werden und wir gegenseitige Vorurteile abbauen. Auf der anderen Seite bieten der Hashtag und der „Gefällt mir“-Button dem Besucher die Möglichkeit, seine Freude am Stift Admont den eigenen Freunden und der ganzen Welt mitzuteilen; oft geschieht dies mehrmals täglich. Homepage, Facebookauftritt und Instagramauftritt des Stiftes müssen das Ganze

im Blick haben. Im Gegensatz zur Internetpräsenz anderer Klöster, die nur auf die Kultur oder nur auf die klösterliche Gemeinschaft schauen, vermitteln wir ein Gesamtbild.

Der Geschmack des Weines, ein besonderer Gast des Klosters, eine Bibelstelle aus dem Gottesdienst, die Jahreszeiten im Nationalpark Gesäuse, ein Exponat aus dem Museum, eine Veranstaltung in der Region, ein Blick in einen Stiftsbetrieb, Fotos einer Ordensprofess oder ein Blick in eine uralte Handschrift.

Das Benediktinerstift Admont begeistert deshalb, weil da für jeden etwas dabei ist.

## PR PANTHER STEIERMARK STIFT ADMONT IST VORREITER

Das passt doch. Als kirchliche Einrichtung möchte man nah am Menschen sein, und wo ginge das besser als auf Facebook, einem der größten und wichtigsten Medien der öffentlichen Meinungsbildung. Hier kann man präsent sein, mit den Menschen in Kontakt treten, der Welt seine Ansichten zeigen und auch die Ansichten der Welt erfahren – und da kann es eben neben Zuspruch auch mal Kritik geben. Genau das macht die Sozialen Medien nämlich aus. Während Radio, Zeitungen und Fernsehen als „Sender“ dienen und eine Botschaft nach außen bringen, stehen bei Facebook und Co. vor allem Interaktion und Gemeinschaft im Vordergrund.

Eine ideale Plattform also, um das Stift Admont und alles drum herum zu präsentieren – den Konvent, die vier Museen, wunderschöne Außenanlagen, regionale Betriebe und natürlich die weltgrößte Klosterbibliothek. Seit Anfang dieses Jahres wurde gemeinsam mit dem Tourismusverband eine Social-Media-Strategie für das Stift Admont aufgebaut und seither werden laufend interessante Neuigkeiten und Fotos, kirchliche Inhalte und auch Veranstaltungen aus dem Stift Admont auf Facebook gestellt. Und die Reaktionen darauf sind beeindruckend: Im Vergleich zum Beginn unserer Kampagne konnten wir unsere durchschnittliche Reichweite vervierfachen und auch die Abonnentenzahl hat sich bereits um viele hundert Prozent gesteigert. Und auch auf der Plattform Instagram sind wir seit wenigen Wochen aktiv. Der Auftritt in den Sozialen Medien hat das Interesse und die Aufmerksamkeit auf das Stift Admont wesentlich gesteigert und wir hoffen auch weiterhin darauf, dort große Erfolge feiern zu können.



FRATER VINZENZ SCHAGER O.S.B.  
ONLINE SEELSORGE & KOMMUNIKATION



# SOCIAL MEDIA & PR

## IMPRESSIONEN UND CLIPPINGS





Startseite • Steiermark • Ennstal Kleine Zeitung

# Halbe Million | Admonter Stiftsbibliothek wird zum Instagram-Hit

9GAG ist eine englischsprachige Online-Plattform, auf der Bilder, GIF-Animationen und Videos von Nutzern geteilt, kommentiert und bewertet werden. Jetzt sorgen Fotos der Bibliothek des Benediktinerstiftes Admont für Aufsehen

19:36 Uhr, 26. März 2019

9GAG ist eine englischsprachige **Online-Plattform**, auf der Bilder, GIF-Animationen und Videos von Nutzern geteilt, kommentiert und bewertet werden. Jetzt sorgen Fotos der Bibliothek des **Benediktinerstiftes Admont** für Aufsehen. Ein Posting vom Prunkraum der Bibliothek bekam



**Hermann Schützenhöfer**  
27. März

Die Bibliothek des Stifts Admont als Instagram-Star 🌟  
Über eine halbe Million Likes hat die weltberühmte Bibliothek auf der beliebten Plattform 9GAG erhalten. Ein tolles Aushängeschild für unsere Steiermark - Das Grüne Herz Österreichs!



Gefällt mir Kommentieren Teilen

A1 WiFi 11:48 63%

**Diözese Graz-Seckau** hat einen Beitrag geteilt. 6 Min.

Da können wir uns alle ein Scheibchen abschneiden: **Stift Admont** ist Vorreiter in Sachen Social Media! Herzliche Gratulation!

**Stift Admont**  
Dienstag um 11:45

Mehr zu lesen unter <https://www.kathpress.at/goto/meldung/1779398/stift-admont-ist-ordensvorreiter-in-den-sozialen-medien>



„Als Abt freue ich mich sehr über das große Interesse auf Facebook an unserem Haus. Vergelts Gott und Dankeschön dafür! Ihnen alles Gute und Gottes Segen“

– Abt Gerhard



16:44 69%

### Ordensgemeinschaften Österreich

Gerade eben ·

#### Stift Admont ist Europas erfolgreichstes Kloster in Sozialen Medien

Posten, liken, teilen, kommentieren: Das Benediktinerstift Admont verfolgt eine ausgefeilte Marketing-Strategie, durch die das Kloster monatlich bis zu einer viertel Million Menschen erreicht. Tendenz stark steigend. Durchgestartet ist man vor rund einem Jahr. Seither wuchs die Zahl der erreichten Personen von 10.000 auf 225.000 pro Monat an. Eine viertel Million Menschen also, denen das Stift Admont insbesondere auch religiöse Botschaften übermittelt: „Uns Benediktinern ist es ein Grundauftrag, die Botschaft Jesu in alle Welt hinaus zu tragen. Das Internet dafür nicht zu nützen, wäre eine vertane Chance“, spricht Frater Vinzenz Schager. Vor allem auf Facebook sind die Ordensmänner aktiv und betreiben damit „online Seelsorge“.



ORDENSGEMEINSCHAFTEN.AT  
**Stift Admont ist Europas erfolgreichstes Kloster in Sozialen Medien**

15:56 75%

### Vatican News

58 Min. ·

<https://www.facebook.com/stiftadmont/>  
Zwischen den schroffen Kalkgipfeln der Region Gesäuse im Herzen von Österreich steht das bereits 1074 gegründete Benediktinerkloster Stiftadmont mit der weltweit größten Klosterbibliothek. Hier wird gleichermaßen die Regel des heiligen Benedikt gelebt - „Ora et labora et lege.“ - und junger christlicher Zeitgeist versprüht. Seit Anfang 2018 tragen nämlich die hier lebenden Mönche die religiöse Botschaft via soziale Medien in die Welt und betreiben „online Seelsorge“. Eine dankbare Aufgabe, die täglich auf reges Interesse einer Vielzahl an Menschen stößt.  
Mehr zum Stift Admont unter: <https://www.stiftadmont.at>



Mehr dazu

15:56 75%

### Vatican News

tragen nämlich die hier lebenden Mönche die religiöse Botschaft via soziale Medien in die Welt und betreiben „online Seelsorge“. Eine dankbare Aufgabe, die täglich auf reges Interesse einer Vielzahl an Menschen stößt.  
Mehr zum Stift Admont unter: <https://www.stiftadmont.at>



Mehr dazu

➤ Das steirische Benediktinerkloster erreicht jedes Monat

# Das Stift Admont ist

Das Benediktinerstift Admont erreicht mit seiner ausgefeilten Marketing-Strategie monatlich bis zu 225.000 Menschen. Es wird verstärkt auf soziale Netzwerke wie Facebook und Instagram gesetzt. Mittlerweile ist es das erfolgreichste Kloster im deutschsprachigen Raum – auch der Vatikan hat schon darüber berichtet.

„Wir sind sehr erfolgreich im Bereich Online- und Social-Media-Marketing“, berichtet Mario Brandmüller,

der Leiter der PR-Abteilung des Stiftes Admont. Über 30.000 Menschen verfolgen regelmäßig die Neuigkeiten

des Klosters auf Facebook und Co. Ganze 565.000 „Gefällt mir“ erreichte ein Posting der Stiftsbibliothek auf der Plattform 9GAG.

Das Benediktinerstift möchte religiöse Botschaften übermitteln. „Das Internet dafür nicht zu nützen, wäre eine vertane Chance“, sagt Frater Vinzenz Schager. Die Ordensbrüder betreiben auf Facebook aktiv „Online-Seelsorge“. Alle Nachrichten werden beantwortet, auch kritische. Damit möchten die Mönche das Image der Kirche stärken und Vorurteile abbauen.

Das hat sich sogar schon bis zum Vatikan durchgesprochen. „Er hat über unseren Erfolg berichtet. Das ähnelt einem Ritterschlag“, freut sich der PR-Chef.

Foto: z V.B.



Das Stift Admont – auch in natura eine Sehenswürdigkeit

Melanie Tengg

Freitag, 23. August 2019

**STEIERMARK**

225.000 Menschen weltweit ➔ Auch der Vatikan berichtete

# ein Star im Internet

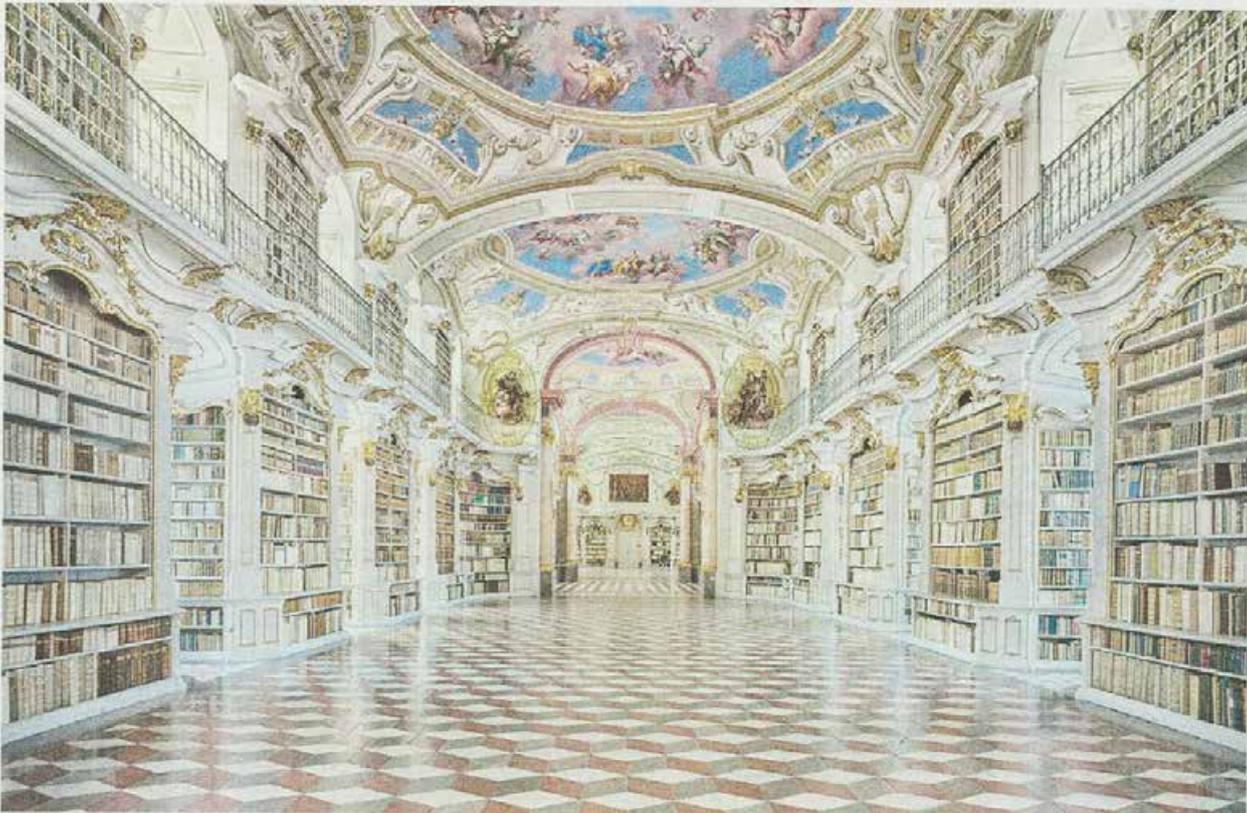


Foto: Marcel Peda

Das gefällt dem Netz: Die Stiftsbibliothek ist die größte Klosterbibliothek auf der ganzen Welt

## Stift Admont landet Marketing-Coup auf Social-Media

3. Juli 2019, 10:11 Uhr - 176 geliebt - 0 - 0



Die Mönche im Benediktinerstift Admont kommunizieren auch online – und das höchst erfreulich. • Foto: Marcel Peda • Hochgeladen von [GlobePress.com](#)

Quelle: Christoph Schwelbinger aus Linz

**Posten, liken, teilen, kommentieren:** Das Benediktinerstift Admont verfolgt eine ausgefeilte Marketing-Strategie, durch die das Kloster monatlich bis zu 250.000 Menschen erreicht. Tendenz stark steigend.

Seit das Stift Admont verstärkt auf soziale Netzwerke setzt, hagelt es an Auszeichnungen und Abonnenten. Über Facebook verfolgen mehr als 30.000 Menschen jede Neuigkeit, die von der Marketing-Abteilung gepostet wird. Auf Flickr waren es allein in den vergangenen Tagen über 31.000. Und auch einen Instagram-Hit hat das Stift Admont schon gelandet: Ein Posting der Stiftsbibliothek bekam über 580.000 „Gefällt mir“.

### 34 Leute



Die Mönche im Benediktinerstift Admont gehen mit der Zeit. Jede Nachricht wird von 30.000 Menschen verfolgt. Marcel Peda

## Im Stift Admont wird online kommuniziert

Seit das Stift Admont verstärkt auf soziale Netzwerke setzt, hagelt es an Auszeichnungen und Abonnenten. Über Facebook verfolgen mehr als 30.000 Menschen jede Neuigkeit, die von der Marketing-Abteilung gepostet wird. Auf Flickr waren es allein in den vergangenen Tagen über 31.000. Und auch einen Instagram-Hit hat das Stift Admont schon gelandet: Ein Posting

der Stiftsbibliothek bekam über 580.000 „Gefällt mir“.

### Das Kloster geht online

Zahlen, die eine klare Sprache sprechen: „Das Stift Admont ist im Bereich Online- und Social-Media-Marketing das erfolgreichste Kloster im deutschsprachigen Raum“, so der Leiter der Abteilung für Kultur, Tourismus und PR, **Mario Brandmüller**.

# Online-Seelsorge

## Stift Admont landet Marketing-Coup auf Social-Media.

Seit das Stift Admont verstärkt auf soziale Netzwerke setzt, hagelt es nur so an Auszeichnungen und Abonnenten. Über Facebook verfolgen fast 30.000 Menschen jede Neuigkeit, die von der Marketing-Abteilung des Stiftes Admont gepostet wird. Auf Flickr sind es in drei Tagen über 10.000. Und auch einen Instagram-Hit hat das Stift Admont schon gelandet: Auf 9GAG bekam ein Posting der Stiftsbibliothek ganze 565.000 „Gefällt mir“.

Zahlen, die eine klare Sprache sprechen: Das Stift Admont ist im Bereich Online- und Social-Media-Marketing das erfolgreichste Kloster im deutschsprachigen Raum. Lorbeeren, auf denen man sich jedoch nicht ausruhen will, wie Wirtschaftsdirektor Franz Pichler betont: „Ein neuer Web-Auftritt soll den Online-Konsum unseres gesamten Angebots ermöglichen und neue Marktpotenziale

erschließen. Dabei setzen wir verstärkt auf Social-Media-Kanäle, die unserer Meinung nach die Vertriebskanäle der Zukunft sind. Schon jetzt sehen wir, welche Umsätze im Online-Bereich möglich sind.“

Durchgestartet ist man vor rund einem Jahr. Seither wuchs die Zahl der erreichten Personen von 10.000 auf 225.000 pro Monat an. Eine viertel Million Menschen also, denen das Stift Admont insbesondere auch religiöse Botschaften übermittelt: „Uns Benediktinern ist es ein Grundauftrag, die Botschaft Jesu in alle Welt hinaus zu tragen. Das Internet dafür nicht zu nützen, wäre eine vertane Chance“, spricht Frater Vinzenz Schager. Vor allem auf Facebook sind die Mönche aktiv und betreiben damit „online Seelsorge“.

Wie viele Menschen tatsächlich über soziale Netzwerke den Kontakt zu den Mönchen suchen, zeigt sich durch die nicht enden wollende Nachrichtenflut, die die Ordensmitglieder tagtäglich erreicht. Beantwortet wird jede Nachricht. Auch jene mit kritischem Inhalt.



**Posten, liken, teilen, kommentieren.** Das Benediktinerstift Admont verfolgt eine ausgefeilte Marketing-Strategie, durch die das Kloster monatlich bis zu einer viertel Million Menschen erreicht. Im Bild: Fr. Vinzenz, einer der Hauptverantwortlichen für den Social-Media-Auftritt.

Foto: Settler

# Der Ennstaler

Unabhängiges Wochenblatt für das gesamte Enns-, Palten- und Liesingtal, das anchl. Salzkammergut u. Salzburg

Erscheint jeden Donnerstag mit Freitag-Datum.  
Druck und Verlag: WALLE, Einzel-Druckerei und Verlag GmbH  
A-9960 Gröbming, 3906, Telefon: 0468/22121-13 Fax: 22121  
e-mail: anstalt@benediktinerstift-admont.at www.benediktinerstift-admont.at

**BEZUGSPREISE:**  
Vierteljährlich € 11,50, halbjährlich € 23,-, jährlich € 46,-  
Aussendungsbeleg mit Porto Vierteljährlich € 25,-  
Ladung ist die Anzeigenpreisliste Nr. 27 - Postpartikular-Preis 76/76000

**VERLAGSPOSTAMT A 9960 GRÖBMING**  
Anzeigenannahme: WALLE, Gröbming 0 468/22121-13  
Adressen: Tel. 0468/22121-13, Fax: 0468/22121-13  
anzeigen@benediktinerstift-admont.at, Redaktion- u. Anzeigen@benediktinerstift-admont.at

Nr. 27

GRÖBMING, AM 5. JULI 2019

114. Jahrgang

## Stift Admont ist erfolgreichstes Kloster in sozialen Netzwerken

Ordenshaus ist Vorreiter im deutschsprachigen Raum

Das Benediktinerstift verfolgt eine ausgefeilte Marketing-Strategie, durch die das Kloster monatlich bis zu einer Viertelmillion Menschen erreicht. Selbst der Vatikan berichtete über diesen Erfolg.

Seit das Stift Admont verstärkt auf soziale Netzwerke setzt, hagelt es nur so an Auszeichnungen und Abonnenten. Über Facebook verfolgen fast 30.000 Menschen jede Neuigkeit, die von der Marketing-Abteilung des Stiftes Admont gepostet wird. Auf Flickr waren es allein in den vergangenen drei Tagen über 10.000. Und auch einen Instagram-Hit hat das Stift Admont schon gelandet: Auf 9GAG, einer Onlineplattform mit humo-

ristischen Inhalten, bekam ein Posting der Stiftsbibliothek ganze 565.000 „Gefällt mir“-Zahlen, die eine klare Sprache sprechen: Das Stift Admont ist im Bereich Online- und Social-Media-Marketing das erfolgreichste Kloster im deutschsprachigen Raum. Lorbeeren, auf denen man sich jedoch nicht ausruhen will, wie Wirtschaftsdirektor Franz Pichler betont: „Ein neuer Web-Auftritt

Fortsetzung Seite 2



Die Mid Europe ist eines der größten Blasmusik-Festivals in Europa und findet in der kommenden Woche vom 9. bis 14. Juli statt. Dem Verunstaltlern gelingt es alljährlich 35 Ensembles und Orchester aus rund 15 Nationen für eine Reise nach Schladming zu begeistern, um von dort die Klänge in die Welt hinauszutragen. (Bericht Seite 8)

Foto: Herbert Fuchs

e Polizei-  
die Auto-  
leben.  
In Stai-  
Bürger-  
ger und  
kuttierte  
mman-  
ch) und  
olfgang  
einsam  
Polizis-  
e The-  
wa die  
lichen  
t dem  
puris-

## Neue Marketinglinie trägt Früchte

Das Stift Admont erreicht online bis zu 500.000 Personen pro Monat.

Seitdem das Benediktinerstift Admont auf eine neue Marketingstrategie setzt, hagelt es nur so an Auszeichnungen und Abonnenten. Vor allem die sozialen Netzwerke werden verstärkt eingebunden und das macht sich bezahlt. Über Facebook verfolgen mehr als 30.000 Menschen jede Neuigkeit, die von der Marketing-Abteilung des Stiftes Admont gepostet

wird. Ein Posting der Stiftsbibliothek erhielt auf Instagram über 580.000 „Gefällt mir“.

### Vatikan ist begeistert

„Wir wollen Bewusstsein schaffen, was das Stift alles macht“, berichtet Mario Brandmüller, Leiter der Abteilung für Kultur, Tourismus und PR. Monatliche Reichweiten bis zu 500.000 Personen sprechen eine deut-

liche Sprache. Daher ist sogar der Vatikan darauf aufmerksam geworden und hat über die Online-Aktivitäten des Stiftes berichtet. Außerdem wird es auch einen Austausch mit dem Vatikan geben.

Die neue Marketingstrategie soll vor allem die Regionalentwicklung sowie das Gesamterlebnis aller Wirkungsbereiche im Stift vorantreiben.



Das Stift Admont ist im Bereich Online- und Social-Media-Marketing das erfolgreichste Kloster im deutschsprachigen Raum. Sogar der Vatikan ist auf diese beeindruckenden Zahlen aufmerksam geworden.

5/11

Fortsetzung von Seite 1:

## Stift Admont ist erfolgreichstes Kloster in sozialen Netzwerken

soll den Online-Konsum unseres gesamten Angebots ermöglichen und neue Marktpotenziale erschließen. Dabei setzen wir verstärkt auf Social-Media-Kanäle, die unserer Meinung nach die Vertriebskanäle der Zukunft sind. Schon jetzt sehen wir, welche Umsätze im Online-Bereich möglich sind.“



Wirtschaftsdirektor Franz Pichler: „Im Vertrieb setzen wir verstärkt auf Social-Media-Kanäle.“

### Priester kommunizieren über Facebook

Durchgestartet ist man vor rund einem Jahr. Seither wuchs die Zahl der erreichten Personen von 10.000 auf 225.000 pro Monat an. Eine Viertelmillion Menschen also, denen das Stift Admont auch religiöse Botschaften übermittelt: „Uns Benediktinern ist es ein Grundauftrag, die Botschaft Jesu in alle Welt hinaus zu tragen. Das Internet dafür nicht zu nutzen, wäre eine vertane Chance“, spricht Frater Vinzenz Schäger. Gemeinsam mit Pater Ulrich Diel und Subprior Pater Maximilian Schiefermüller hat er eine WhatsApp-Gruppe gegründet, um noch näher an den Menschen zu sein. Und auch auf Facebook sind die Mönche aktiv und betreiben online Seelsorge. „Wenn man mit den Menschen in Kontakt bleiben will, reicht es nicht, ihre Ängste und Sorgen zu kennen, sondern auch ihre

Pater Ulrich Diel ist am Puls der Zeit und aktiv in sozialen Netzwerken.



### ADMONT

#### Alpinunfall

Eine 24-jährige Frau aus Lienz erlitt bei einer Bergtour Abschu-

technischen Möglichkeiten und Entwicklungen mit zu leben“, bestätigt auch Wirtschaftsdirektor Franz Pichler.

### Jede Nachricht wird beantwortet

Wie viele Menschen tatsächlich über soziale Netzwerke den Kontakt zu den Mönchen suchen, zeigt sich durch die nicht enden wollende Nachrichtenflut, die die Ordensmitglieder tagtäglich erreicht. Beantwortet wird jede Nachricht. Auch jene mit kritischem Inhalt. „Natürlich sind wir uns darüber im Klaren, dass wir mit einem offensiven Facebook-

auftritt auch eine Plattform für Kritik bieten. Da fällt es einem nicht immer leicht, Kritik anzunehmen und verständnisvoll zu reagieren“, sagt Pater Ulrich Diel und weist darauf hin, dass „wir uns jedoch bemühen, höflich und klar in der Sache darauf zu antworten. Meistens ist der Kritiker froh und vielleicht auch erstaunt, dass er eine Rückmeldung bekommt.“ Durch diese Vorgehensweise will man die Kirche und das Ordensleben positiv positionieren, Vorurteile abbauen und das Stift Admont in seiner ganzen Vielfalt präsentieren.

Fortsetzung von Seite 1:

## Geht Liezens Einkaufserlebnis online?

kationsbeauftragte der Stadtgemeinde Liezen. Geboren wurde diese Idee im Zuge des Innstadtentwicklungsprojekts, das derzeit in der Bezirkshauptstadt in vollem Gange ist. „Es wurde bereits ein Antrag in die Steuerungsgruppe eingebracht. Nun gilt es, die politische Zustimmung zu finden“, so Aigner, die den gemeinsamen Webauftritt von Liezens Handelsbetrieben als optimale Kooperationsmöglichkeit zwischen Stadtmarketing und Stadtgemeinde sieht. „Wir haben bereits die Szenenbühne Hand in Hand umgesetzt. Das wäre ein weiteres Projekt, das wir gemeinsam verwirklichen könnten“, betont Aigner. Rund 30.000 Euro Budget sind nötig, um die Basisstruktur des gemeinsamen Webauftritts zu kreieren.

### Handel muss sich neu erfinden

Rückenwind bekommt Aigner von Rainer Will, dem Geschäftsführer des Handelsverbandes, der sich zu dem Vorhaben wie folgt ausspricht: „Es geht nicht um den Wettbewerb innerhalb einer Region, sondern um das gemeinsame Stärken. Der Handel muss sich neu erfinden, um ein Alleinstellungsmerkmal zu schaffen.“ Das könne mit einer solchen Plattform funktionieren, so Will, der auf Einladung von Stadtmarketing-Chef Hartwig Strobl vergangene Woche Donnerstag zu Gast im Liezenerhof war. Vor Ort sprach Will über die Entwicklung von stationärem und digitalem Handel

denen der Kunde und sein sich veränderndes Konsumverhalten im Mittelpunkt stünden. Das Einkaufserlebnis nehme dabei eine übergeordnete Rolle ein. „Wenn man Gastronomie, Freizeit und Handel miteinander verwebt, dann erreicht man vor allem die jüngere Zielgruppe“, weiß der Experte. Zudem würde die Standortfrage eine immer zentralere Rolle spielen. „Die guten Lagen werden zunehmend teurer“, weiß Will und spricht von Monatsmieten in Top-Lagen der Großstädte, die sich ab einem Preis von 10.000 und 12.000 Euro bewegen würden. Weniger gute Standorte würden immer mehr durch Webshops ersetzt: „Der Kunde ist nicht mehr bereit, weit zu gehen, sondern klickt sich lieber durch das Internet.“ Die Digitalisierung betrachtet Will trotzdem nicht als Feind, sondern als gute Möglichkeit für all jene, die über die Region hinaus tätig sein wollen. Wichtig seien jedoch faire Bedingungen. Doch gerade hier linke die Steuerregulierung hinterher, was dem stationären Handel einen Wettbewerbsnachteil gegenüber Online-Riesen verschaffe, so Will.



## Stift Admont ist Europas erfolgreichstes Kloster in Sozialen Medien

24. JUNI 2019

Posten, liken, teilen, kommentieren: Das **Benediktinerstift Admont** verfolgt eine ausgefeilte Marketing-Strategie, durch die das Kloster monatlich bis zu einer viertel Million Menschen erreicht. Tendenz stark steigend. Durchgestartet ist man vor rund einem Jahr. Seither wuchs die Zahl der erreichten Personen von 10.000 auf 225.000 pro Monat an. Eine viertel Million Menschen also, denen das Stift Admont insbesondere auch religiöse Botschaften übermittelt: „Uns Benediktinern ist es ein Grundauftrag, die Botschaft Jesu in alle Welt hinaus zu tragen. Das Internet dafür nicht zu nützen, wäre eine vertane Chance“, spricht Frater Vinzenz Schager. Vor allem auf **Facebook** sind die Ordensmänner aktiv und betreiben damit „online Seelsorge“.



Seit das Stift Admont verstärkt auf soziale Netzwerke setzt, "hagele es nur so an Auszeichnungen und Abonnenten" schreibt das Stift in einer Aussendung zu den neuen Erfolgen.. Über Facebook verfolgen fast 30.000 Menschen jede Neuigkeit, die von der Marketing-Abteilung des Stiftes Admont gepostet wird. Auf Flickr waren es in den vergangenen drei Tagen über 10.000. Und auch einen Instagram-Hit hat das Stift Admont schon gelandet: Auf 9GAG bekam ein Posting der Stiftsbibliothek ganze 565.000 „Gefällt mir“.

### Zahlen, die eine klare Sprache sprechen

Damit ist das Stift Admont im Bereich Online- und Social-Media-Marketing das erfolgreichste Kloster im deutschsprachigen Raum. Lorbeeren, auf denen man sich jedoch nicht ausruhen will, wie Wirtschaftsdirektor Franz Pichler betont: „Ein neuer Web-Auftritt soll den Online-Konsum unseres gesamten Angebots ermöglichen und neue Marktpotenziale erschließen. Dabei setzen wir verstärkt auf Social-Media-Kanäle, die unserer Meinung nach die Vertriebskanäle der Zukunft sind. Schon jetzt sehen wir, welche Umsätze im Online-Bereich möglich sind.“

### Ordensmänner kommunizieren über Facebook

Durchgestartet ist man vor rund einem Jahr. Seither wuchs die Zahl der erreichten Personen von 10.000 auf 225.000 pro Monat an. Eine viertel Million Menschen also, denen das Stift Admont insbesondere auch religiöse Botschaften übermittelt: „Uns Benediktinern ist es ein Grundauftrag, die Botschaft Jesu in alle Welt hinaus zu tragen. Das Internet dafür nicht zu nützen, wäre eine vertane Chance“, spricht Frater Vinzenz Schager. Vor allem auf Facebook sind die Ordensmänner aktiv und betreiben damit „online Seelsorge“. „Wenn man mit den Menschen in Kontakt bleiben will, reicht es nicht nur ihre Ängste und Sorgen zu kennen, sondern auch ihre technischen Möglichkeiten und Entwicklungen mit zu leben“, bestätigt auch Wirtschaftsdirektor Franz Pichler.

### Jede Nachricht wird beantwortet

Wie viele Menschen tatsächlich über soziale Netzwerke den Kontakt zu den Ordensmännern suchen, zeigt sich durch die nicht enden wollende Nachrichtenflut, die die Ordensmitglieder tagtäglich erreicht. Beantwortet wird jede Nachricht. Auch jene mit kritischem Inhalt. „Natürlich sind wir uns darüber im Klaren, dass wir mit einem offensiven Facebookauftritt auch eine Plattform für Kritik bieten. Da fällt es einem nicht immer leicht, Kritik anzunehmen und verständnisvoll zu reagieren“, sagt Pater Ulrich Diel und weist darauf hin, dass „wir uns jedoch bemühen, höflich und klar in der Sache darauf zu antworten. Meistens ist der Kritiker froh und vielleicht auch erstaunt, dass er eine Rückmeldung bekommt.“

Durch diese Vorgehensweise will man die Kirche und das Ordensleben als wichtigen und positiven Teil der Gesellschaft positionieren, Vorurteile abbauen und das Stift Admont in seiner ganzen Vielfalt präsentieren. Wie gut dieses Vorhaben gelungen ist, zeigt sich unter anderem auch durch die Auszeichnung der Social-Media-Kampagne, die zu den fünf besten PR-Projekten der Steiermark gekürt wurde.

[mschauer]

/// <https://www.ordensgemeinschaften.at/artikel/4961-stift-admont-ist-europas-erfolgreichstes-kloster-in-sozialen-medien>



SOCIAL MEDIA

## Stift Admont ist Ordensvorreiter in den sozialen Medien

Benediktinerstift verfolgt "ausgefeilte Marketing-Strategie", durch die das Kloster monatlich bis zu einer viertel Million Menschen erreicht

24.06.2019

d drucken

f teilen

G+ teilen

t tweet

Das obersteirische **Benediktinerstift Admont** spielt im Bereich der sozialen Medien eine Vorreiterrolle unter den deutschsprachigen Ordenshäusern. Über **Facebook** verfolgen fast 30.000 Menschen jede Neuigkeit, die von der Marketing-Abteilung des Stiftes gepostet wird, teilte der internetaffine Benediktinerfrater Vinzenz Schager am Montag mit. Auf Flickr seien es allein in den vergangenen drei Tagen mehr 10.000 Interessierte gewesen. Und auch einen **Instagram**-Hit habe Stift Admont schon gelandet: Auf "**9GAG**", einer Online-Plattform mit humoristischem Duktus, habe ein Posting der Stiftsbibliothek ganze 565.000 "Likes" bekommen. Das Fazit Schagers:

*„ Das Stift Admont ist im Bereich Online- und Social-Media-Marketing das erfolgreichste Kloster im deutschsprachigen Raum. „*

Seit das Stift Admont verstärkt auf soziale Netzwerke setzt, hagle es nur so an Auszeichnungen und Abonnenten. Auf diesen Lorbeeren wolle man sich jedoch nicht ausruhen, wie Wirtschaftsdirektor Franz Pichler betonte:

*„ Ein neuer Web-Auftritt soll den Online-Konsum unseres gesamten Angebots ermöglichen und neue Marktpotenziale erschließen. Dabei setzen wir verstärkt auf Social-Media-Kanäle, die unserer Meinung nach die Vertriebskanäle der Zukunft sind. „*

Schon jetzt sei klar ersichtlich, "welche Umsätze im Online-Bereich möglich sind".

Durchgestartet sei man vor rund einem Jahr. Seither wuchs die Zahl der erreichten Personen von 10.000 auf 225.000 pro Monat an. Eine Viertelmillion Menschen, denen das Stift Admont insbesondere auch religiöse Botschaften übermittle. Frater Vinzenz verwies auf den Grundauftrag der Benediktiner, die Botschaft Jesu in alle Welt hinauszutragen. "Das Internet dafür nicht zu nützen, wäre eine vertane Chance." Vor allem auf Facebook sind die Mönche aktiv und betreiben damit sogar "Online-Seelsorge", wie sie versichern. "Wenn man mit den Menschen in Kontakt bleiben will, reicht es nicht nur ihre Ängste und Sorgen zu kennen, sondern auch ihre technischen Möglichkeiten und Entwicklungen mit zu leben", bestätigte Wirtschaftsdirektor Pichler.

### Jede Nachricht wird beantwortet

Die Ordensmitglieder erreiche mittlerweile eine "nicht enden wollende Nachrichtenflut". Beantwortet werde jede Nachricht - auch jene mit kritischem Inhalt. "Natürlich sind wir uns darüber im Klaren, dass wir mit einem offensiven Facebook-Auftritt auch eine Plattform für Kritik bieten. Da fällt es einem nicht immer leicht, Kritik anzunehmen und verständnisvoll zu reagieren", gab P. Ulrich Diel zu. Man würde sich jedoch bemühen, höflich und klar in der Sache darauf zu antworten.

*„ Meistens ist der Kritiker froh und vielleicht auch erstaunt, dass er eine Rückmeldung bekommt. „*

Durch diese Vorgehensweise wollen die Admonter Benediktiner die Kirche und das Ordensleben als wichtigen und positiven Teil der Gesellschaft positionieren, Vorurteile abbauen und das Stift in seiner ganzen Vielfalt präsentieren. Wie gut dieses Vorhaben gelungen ist, zeigt sich u.a. auch durch die Auszeichnung der Social-Media-Kampagne, die jüngst zu den fünf besten PR-Projekten der Steiermark gekürt wurde.

/// <https://www.katholisch.at/aktuelles/126174/stift-admont-ist-ordensvorreiter-in-den-sozialen-medien>



Die Mönche im Benediktinerstift Admont kommunizieren auch online - und das höchst erfreulich. • Foto: Marcel Peda • hochgeladen von [Christoph Schmeisberger](#)

Autor: Christoph Schmeisberger aus Elixier

**Posten, liken, teilen, kommentieren: Das Benediktinerstift Admont verfolgt eine ausgefeilte Marketing-Strategie, durch die das Kloster monatlich bis zu 250.000 Menschen erreicht. Tendenz stark steigend.**

Seit das Stift Admont verstärkt auf soziale Netzwerke setzt, hagelt es an Auszeichnungen und Abonnenten. Über Facebook verfolgen mehr als 30.000 Menschen jede Neuigkeit, die von der Marketing-Abteilung gepostet wird. Auf Flickr waren es allein in den vergangenen Tagen über 31.000. Und auch einen Instagram-Hit hat das Stift Admont schon gelandet: Ein Posting der Stiftsbibliothek bekam über 380.000 „Gefällt mir“.



Dieser Inhalt wird von **Instagram** eingebettet. Sobald Du den Inhalt lädst, werden Daten zwischen Deinem Browser und Instagram ausgetauscht. Dabei gelten die **Datenschutzbestimmungen von Instagram**.

Instagram immer laden.

[Zustimmen & Inhalt laden](#)

THEMEN DER WOCHE

Bildergalerie	LiesingNews	
Zentralraum NO	Fußball	
Nationalratswahl 2019	Feuerwehr	
Polizeimeldung	Polizei	Unfall
Kinder	spö	Sport

### Das Kloster geht online

Zahlen, die eine klare Sprache sprechen: "Das Stift Admont ist im Bereich Online- und Social-Media-Marketing das erfolgreichste Kloster im deutschsprachigen Raum", so der Leiter der Abteilung für Kultur, Tourismus und PR des Stiftes Admont, Mario Brandmüller. Lorbeeren, auf denen man sich jedoch nicht ausruhen will, wie Wirtschaftsdirektor Franz Pichler betont: „Ein neuer Web-Auftritt soll den Online-Konsum unseres gesamten Angebots ermöglichen und neue Marktpotenziale erschließen. Dabei setzen wir verstärkt auf Social-Media-Kanäle, die unserer Meinung nach die Vertriebskanäle der Zukunft sind. Schon jetzt sehen wir, welche Umsätze im Online-Bereich möglich sind.“

### Mönche kommunizieren über Facebook

Durchgestartet ist man vor rund einem Jahr. Seither wuchs die Zahl der erreichten Personen von 10.000 auf 225.000 pro Monat an. Das sind fast eine Viertel Million Menschen, denen das Stift Admont insbesondere auch religiöse Botschaften übermitteln: „Uns Benediktinern ist es ein Grundauftrag, die Botschaft Jesu in alle Welt hinaus zu tragen. Das Internet dafür nicht zu nützen, wäre eine vertane Chance“, spricht Frater Vinzenz Schager.

MEISTGELESENE BEITRÄGE

**Sport**

**Mitterndorf und Schladming feiern ersten Saisonerfolg**

**Politik**

/// <https://www.blo24.at/klatsch/8574-diese-moenche-geben-ganz-schoen-stoff>

Salzburger Nachrichten

Salzburg Tourismus Leben GIP Politik Wirtschaft Kultur Sport Leser Video Karriere Immobilien Motor

139. JAHRE

## Stift Admont ist Ordensvorreiter in den sozialen Medien

Heute  
26. Juni 2018 17:28  
14

Facebook  
Twitter  
LinkedIn

Benediktinerwelt verfolgt 'ausgefeilte Marketing-Strategie', durch die das Kloster monatlich bis zu einer Viertel-Million Menschen erreicht.

Das österreichische Benediktinerstift Admont spielt im Bereich der sozialen Medien eine Vorreiterrolle unter den deutschsprachigen Ordenshäusern. Über Facebook verfügt das Kloster über 30.000 Menschen jede Woche, die von der Marketing-Abteilung des Stiftes gepostet werden, teilte der leitende Benediktinererzbischof Franz Schager am Montag mit. Auf Flickr seien es allein in den vergangenen drei Tagen mehr als 10.000 Interventionen gewesen. Und auch über Instagram-Mitglieder hat Stift Admont schon getipelt. Auf "9GAG", einer Online-Plattform mit karnevalistischem Duktus, habe die Follower der Stiftsbibliothek ganze 503.000 "Likes" bekommen. Das Fazit Schagers: "Das Stift Admont ist im Bereich Online- und Social-Media-Marketing das erfolgreichste Kloster im deutschsprachigen Raum."



Jung und pleite

Bei der Stift Admont ventiliert auf soziale Netzwerke setzt, bekommen es Anwohnerinnen und Anwohner. Auf einem Laptop will man sich jedoch nicht amucken, betont Wirtschaftsleiter Franz Pichler. "Ein neuer Web-Auftritt soll den Online-Kanälen unseren gesamten Angeboten ermöglichen und neue Marketingziele ermöglichen. Dabei setzen wir vorwiegend auf Social-Media-Kanäle, die unserer Meinung nach die Verbindlichkeit der Zukunft sind." Schon jetzt sei ersichtlich, "welche Umstände im Online-Bereich möglich sind".

Durchgesetzt sei man nur rund einem Jahr. Selbst wurde die Zahl der streikten Personen von 10.000 auf 125.000 pro Monat an, denen Stift Admont insbesondere religiöse Botschaften übermitteln. Franz Vassan verwies auf den Grundstein der Benediktiner, die Botschaft Jesu in alle Welt zu bringen. "Das können wir nicht so einfach, wäre eine enorme Chance." Vor allem auf Facebook sind die Mithras aktiv und betreiben (nach sagt "Online-SoSe") wie sie verstehen. "Wenn man mit den Menschen in Kontakt bleiben will, reicht es nicht aus, ihre Ängste und Sorgen zu kennen, sondern auch ihre technischen Möglichkeiten und Anforderungen mit zu leben", heißt es in der Wirtschaftsleiter Pichler.

### Jede Nachricht wird beantwortet

Die Ordensmitglieder versuchen mittlerweile eine "nicht-entzerrte vollkommene Nachrichten". Beantwortet werde jede Nachricht - auch jene mit Kritik am Inhalt. "Wichtig ist für uns darüber im Kloster, dass wir mit einem offenen Facebook-Auftritt auch eine Plattform für Kritik bieten. Da gibt es einen nicht immer leicht, Kritik anzunehmen und konstruktiv zu reagieren", gab P. Pichler an. Man bemühe sich jedoch, höflich und klar in der Sache zu antworten. "Meistens ist der Kritiker doch und vielleicht auch verwirrt, dass er eine Rückmeldung bekommt."

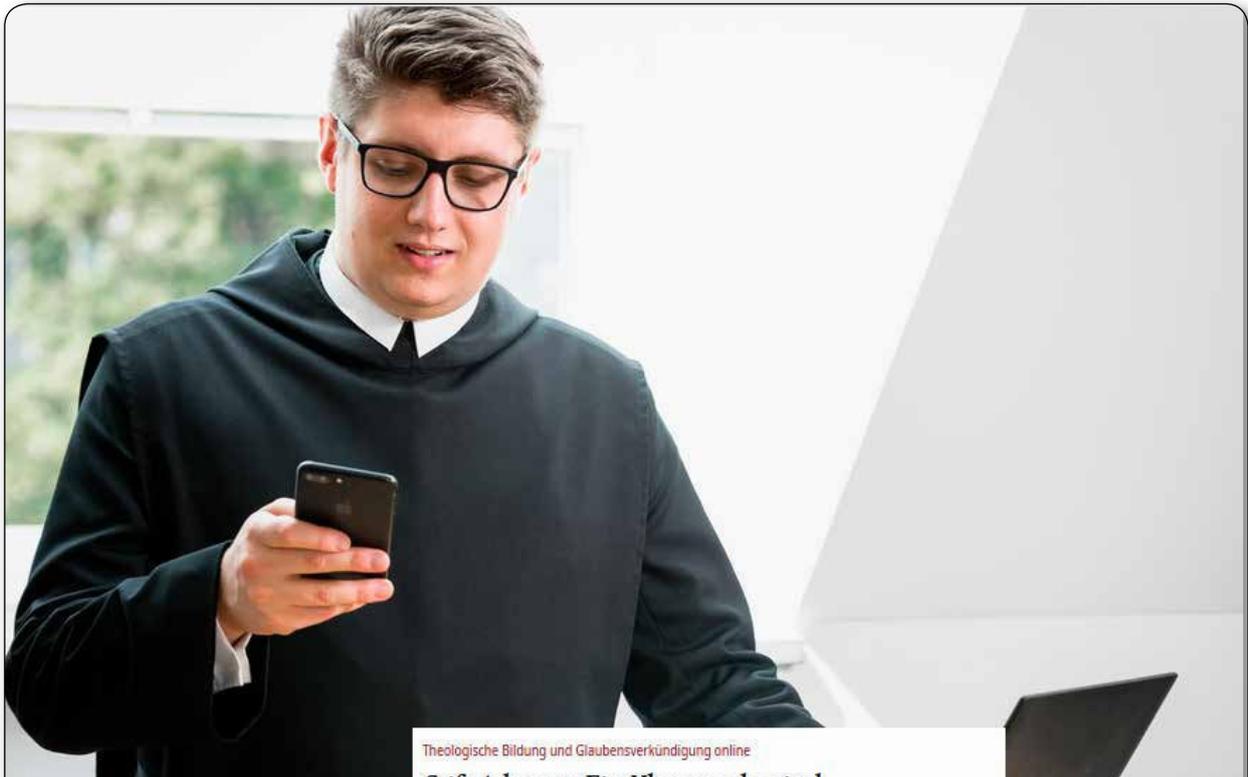
Durch diese Vorgehensweise wollen die Admontener Benediktiner die Kirche und das Ordensleben als wichtigen und guten Teil der Gesellschaft positionieren, Vertrauen abbauen und das Stift in seiner Vielfalt präsentieren.

Quelle: Kap.

DEUTSCHLAND KROCIEN ÖSTERREICH

Schreiben Kultur Allgemein

https://www.sn.at/kultur/allgemein/stift-admont-ist-ordensvorreiter-in-den-sozialen-medien-72445798



Theologische Bildung und Glaubensverkündigung online

### Stift Admont: Ein Kloster geht viral

Die Mönche des Benediktinerstifts Admont betreiben einen der erfolgreichsten Social-Media-Auftritte einer Ordensgemeinschaft im deutschsprachigen Raum. Fast 250.000 Menschen pro Monat schauen sich die Beiträge an. Dahinter steckt eine klare PR-Strategie, die auch wirtschaftliche Ziele verfolgt.

[Facebook](#) [Twitter](#) [E-Mail](#) [i](#)

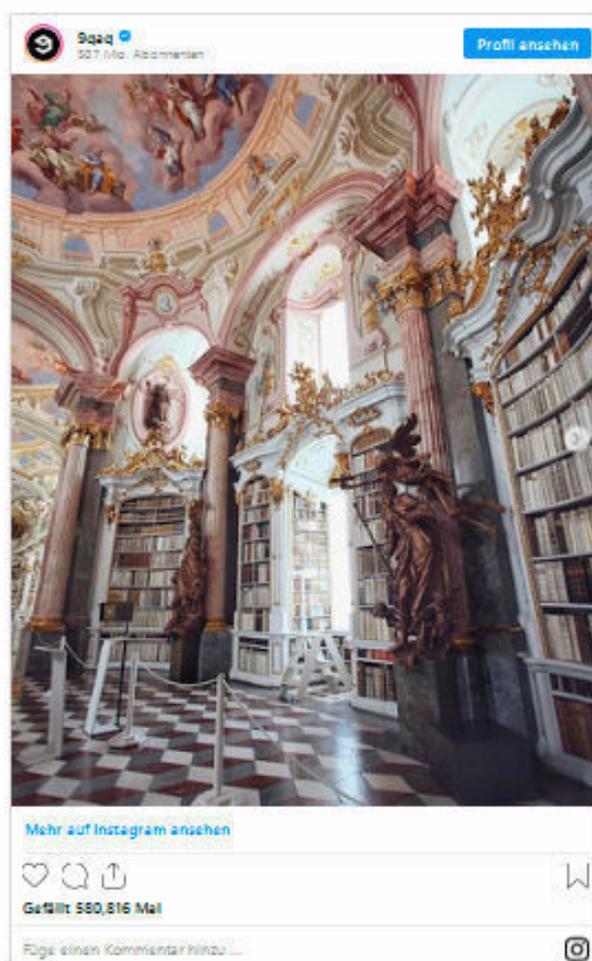
Von Tobias Schulte | Admont - 12.07.2019

[Vorlesen](#)

Ausgerechnet mit dem Beitrag einer Comedy-Seite ging es so richtig los für das Benediktinerstift Admont. Das englischsprachige Portal "9GAG" postet am 26. März Fotos auf Instagram sechs Fotos der [Stiftsbibliothek des Klosters](#) in der österreichischen Steiermark. Über 582.000 User geben dem Beitrag, der eigentlich als Werbung für eine Reisesite gedacht ist, ein "Gefällt mir". Ein Kloster geht viral – zumindest im Vergleich zu der üblichen Reichweite von Ordensgemeinschaften.

/// <https://www.katholisch.de/artikel/22154-stift-admont-ein-kloster-geht-viral>

Zur ganzen Wahrheit gehört zwar, dass eine halbe Millionen Likes für einen Beitrag von "9GAG" eher normal sind. Für das Stift Admont war es jedoch ein unerwarteter Aufmerksamkeitsschub – bei dem die Mitbrüder nun selbst dafür sorgen, dass die Aufmerksamkeit in den Sozialen Netzwerken hoch bleibt. Das Stift Admont postet auf Facebook, Instagram und Flickr - knapp eine Viertel Millionen User pro Monat bekommen die Beiträge auf Facebook angezeigt. Dazu wird die Internetseite des Stifts mehr als 60.000 Mal im Monat besucht. Es ist die größte Internet-Reichweite innerhalb der deutschsprachigen Klöster, hinter der eine klare Marketingstrategie steckt. Sowohl für die Produkte und Häuser des Klosters, als auch für die Botschaft Jesu Christi.



Frater Vinzenz, 25, Theologiestudent mit jungenhaftem Aussehen, bespielt die sozialen Kanäle des Benediktinerstifts gemeinsam mit Pater Ulrich (44). Wenn Frater Vinzenz eine Mail verschickt, schließt sie mit der Signatur: fr. Vinzenz Schager OSB. Benediktinerstift Admont. Zeremoniär. Social Media.







# MUSEUM DES STIFTES ADMONT MIT NEUEM BESUCHERREKORD

## ERFOLGSFAKTOR MARKETING & KOMMUNIKATION

### **Tradition. Innovation. Kommunikation.**

Das Museum des Stiftes Admont wurde im Jahre 2003 eröffnet. Inzwischen hat es sich als wichtiger Player in der österreichischen Museumslandschaft etabliert. Es erstreckt sich über drei Geschosse und zwei Trakte. Seine Ausstellungsfläche entspricht der Größe von etwa 36 Einfamilienhäusern.

### **Verbindung von Altem und Neuem**

Seine Besonderheit ist einerseits die spannende Verbindung von Altem und Neuem auf architektonischer und inhaltlicher Ebene, andererseits die Vielfalt des Angebotes. Unter einem Dach vereint finden sich Kunst vom Mittelalter bis

zur Gegenwart, Handschriften und Frühdrucke, ein Naturhistorisches Museum aus der Zeit von 1866-1906 (Museum im Museum), ein Kunsthistorisches Museum, Sonderausstellungen, die multimediale Stiftspräsentation, ein eigener Erlebnis-Raum des „Nationalpark Gesäuse“ und die Museumswerkstatt. Zudem bietet die neu gestaltete Säulenhalle seit 2017 ein GOTIK-Museum.

### **Weltgrößte Klosterbibliothek**

Atemberaubend ist für die meisten Gäste der Eindruck der spätbarocken Bibliothek. Sie ist der größte klösterliche Bibliothekssaal der Welt. Der lebendige Dialog von Tradition und Innovation wird

in den Ausstellungsinhalten, der Ausstellungsgestaltung und weit darüber hinaus erlebbar. Im Mittelpunkt der Sammlungstätigkeit steht die Gegenwartskunst. Einen Schwerpunkt bilden die Auftragskunstwerke der haus-eigenen MADE FOR ADMONT-Schiene. Einzigartig ist die Spezi-sammlung JENSEITS DES SEHENS – KUNST VERBINDET BLINDE UND SEHENDE.



	Gesamtwerte	Jänner	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August
<b>Gesamtwerte</b>	498805	7178	7720	12637	34613	83923	112235	109867	130632
<b>2008</b>	57557	466	344	2114	3167	8883	13235	12996	16352
<b>2009</b>	50098	667	283	1121	3206	10028	12130	10804	11859
<b>2010</b>	46696	199	935	1086	2779	8221	10332	9848	13296
<b>2011</b>	39336	293	376	783	3278	5666	9626	9750	9564
<b>2012</b>	35203	287	253	590	3207	6108	8174	8169	8415
<b>2013</b>	37781	462	1061	1108	2976	6563	7718	6687	11206
<b>2014</b>	35952	1270	446	833	2213	5893	8010	6766	10521
<b>2015</b>	32178	266	408	1038	2047	6390	6507	6609	8913
<b>2016</b>	35958	879	757	1065	1992	5959	6786	8253	10267
<b>2017</b>	40380	619	831	914	3005	6657	8076	9853	10425
<b>2018</b>	42719	1100	781	857	3335	6274	10019	9291	11062
<b>2019</b>	47631	670	1245	1128	3408	7281	11622	10841	11436

Prozentuelle Änderungen/Steigerungen (Gesamtwerte Jänner-August)

Vergleichsjahr	2010 / 2019	2011 / 2019	2012 / 2019	2013 / 2019	2014 / 2019	2015 / 2019	2016 / 2019	2017 / 2019	2018 / 2019
	<b>+2 %</b>	<b>+21,09 %</b>	<b>+35,3 %</b>	<b>+26,07 %</b>	<b>+32,48 %</b>	<b>+48,02 %</b>	<b>+32,46 %</b>	<b>+17,96 %</b>	<b>+11,5 %</b>



Beginn der Aktivitäten:  
**Januar 2018**

Page Likes  
01.01.2018  
**4.626**

Page Likes  
31.08.2019  
**37.300**

Paid Reach  
**929.222**

Kosten pro Post Engagement: € 0,06  
(sehr hohe Relevanz in der ausgewählten Zielgruppe)

#### HIGHLIGHT

**Fokus auf neue Märkte**

Allein im Juni zusätzlich **263.297 neue User erreicht**  
und **2.500 neue Page Likes** generiert

#### GENERELLE ERFOLGSFAKTOREN:

- Stringente Social Media Marketing Strategie** zum Markenaufbau und Community Building
- Klare Redaktionsplanung** mit hochwertiger Contentproduktion
- Hohe Kosten-Effizienz durch **granulare Aussteuerung zielgruppengerechter Inhalte**



Beginn der Aktivitäten:  
**August 2018**

Follower  
**2.503**

Reach  
**294.806** User

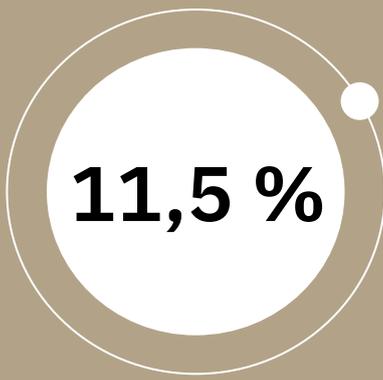
Impressionen  
**1.321.910**

Post Engagement  
90.278

Kosten per Post Engagement: € 0,05

#### HIGHLIGHT

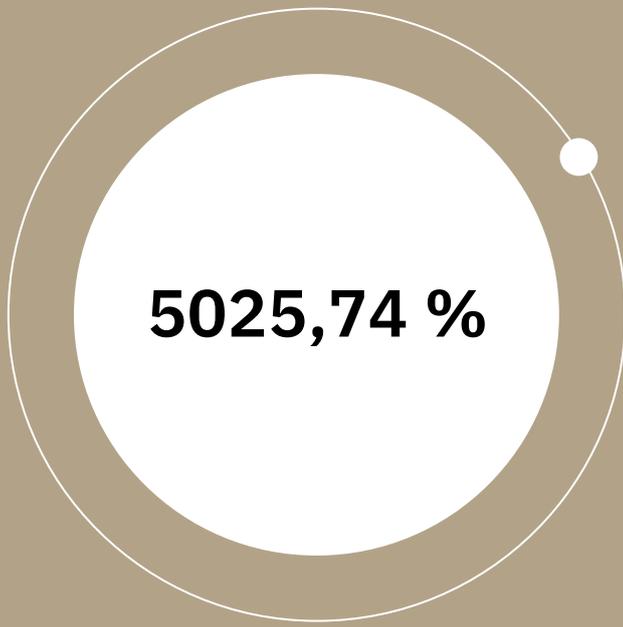
1x geteilt auf **9gag** (50 Millionen Follower),  
2x geteilt **Voyaged** (1.8 Millionen Follower)



**11,5 %**

---

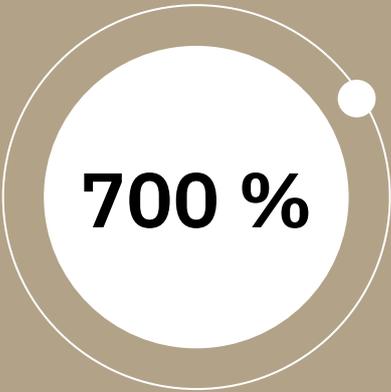
Steigerung der Museumsbesucher seit der neuen Marketingstrategie (trotz Rekordsommer)



**5025,74 %**

---

Steigerung der Reichweite auf Facebook seit 01/2018



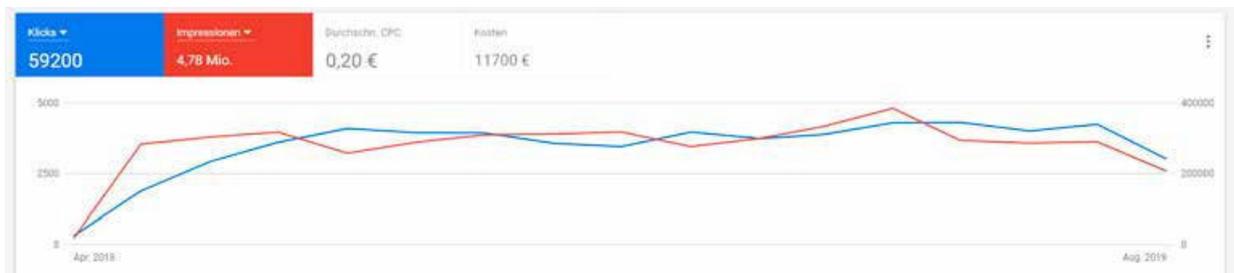
**700 %**

---

Prozentuelle Steigerung der Abonnennten-Anzahl; Facebook Account Stift Admont seit 01/2018



Total Page Likes as of Today: 35,225



**Benediktinerstift Admont**  
Written by Markus Peter [?] · August 2 at 10:37 AM · 🌐

Learn more about the extensive monastery complex in Austria! 🇦🇹 🇸🇮



**Discover our Benedictine Monastery**  
00:36

👍❤️👎 3.5K      160 Comments 711 Shares

👍 Like    💬 Comment    ➦ Share    ⚙️

### Performance for Your Post

**163,718** People Reached

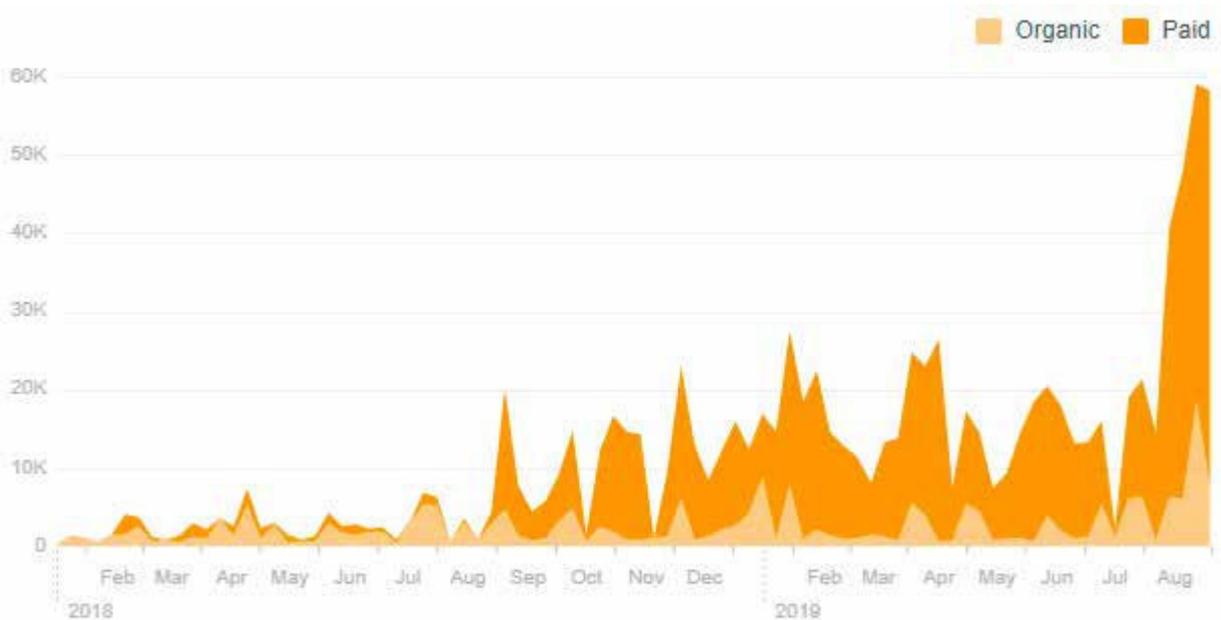
**102,742** 3-Second Video Views

**5,311** Reactions, Comments & Shares 📊

<b>3,554</b> 👍 Like	<b>3,143</b> On Post	<b>411</b> On Shares
<b>506</b> ❤️ Love	<b>408</b> On Post	<b>98</b> On Shares
<b>9</b> 😂 Haha	<b>7</b> On Post	<b>2</b> On Shares
<b>257</b> 😮 Wow	<b>206</b> On Post	<b>51</b> On Shares
<b>4</b> 😞 Sad	<b>4</b> On Post	<b>0</b> On Shares
<b>3</b> 😡 Angry	<b>3</b> On Post	<b>0</b> On Shares
<b>264</b> Comments	<b>165</b> On Post	<b>99</b> On Shares
<b>716</b> Shares	<b>711</b> On Post	<b>5</b> On Shares

**11,442** Post Clicks

<b>447</b> Clicks to Play 📺	<b>10,170</b> Link Clicks	<b>825</b> Other Clicks 📄
--------------------------------	------------------------------	------------------------------



# UNSERE ONLINE-KOMMUNIKATION ALS TEIL DES GROSSEN GANZEN

TRADITION TRIFFT AUF INNOVATION







Entdecke die

# Vielfalt

## NEUES CORPORATE DESIGN

### **Eindrucksvoller Auftritt durch Unverwechselbarkeit**

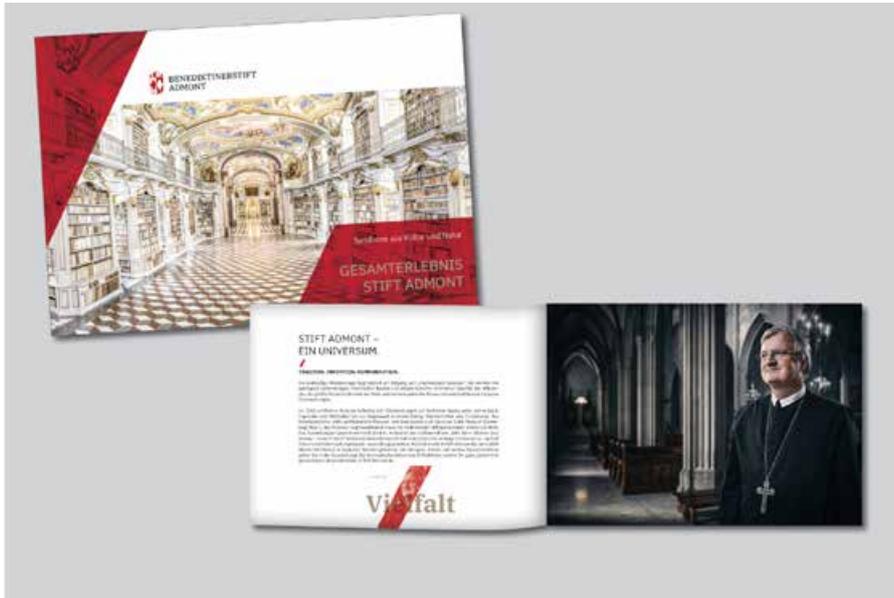
Das neue Corporate Design gibt dem Auftritt des Benediktinerstiftes Admont eine besondere Note und „Persönlichkeit“. Garantiert hinterlässt der neue Auftritt einen stimmigen, positiven und bleibenden Eindruck.

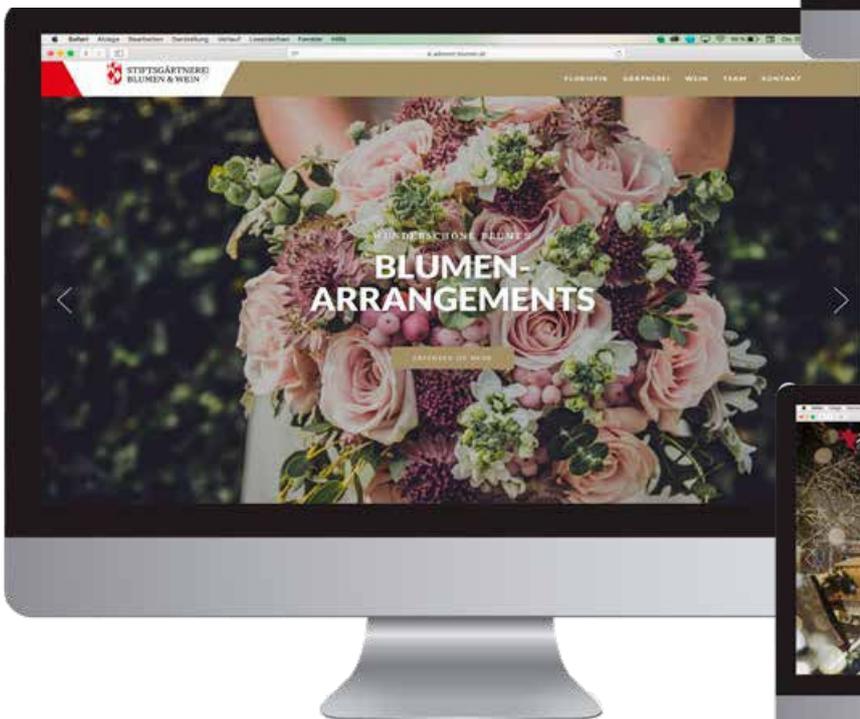
„Mit diesem adaptierten Corporate Design haben wir ein durchgängiges visuelles Erscheinungsbild des Benediktinerstiftes Admont geschaffen. Es ist nun die Basis für die Gestaltung aller Kommunikationsmittel des Stiftes Admont und zahlreicher stiftischer Bereiche

und Betriebe. Damit zieht sich die neue Linie wie ein roter Faden durch alle marketingtechnischen Anwendungen. Ganz speziell hat man auf die Verfeinerung des Logos, die Adaptierung sämtlicher Homepages, der Farbwelt, der Materialität, Typografie und zahlreicher grafischer Elemente geachtet“, so Mario Brandmüller, Leitung Tourismus und PR. Zur Sicherstellung eines einheitlichen Außenauftritts im Rahmen von Marketing- und PR-Aktivitäten wurden Schriftarten, die Logos, Gestaltungselemente und die Farbdefinitionen für das gesamte Stift Admont festgelegt, um sämtliche öffentliche Auftritte in einem Design erscheinen zu lassen.



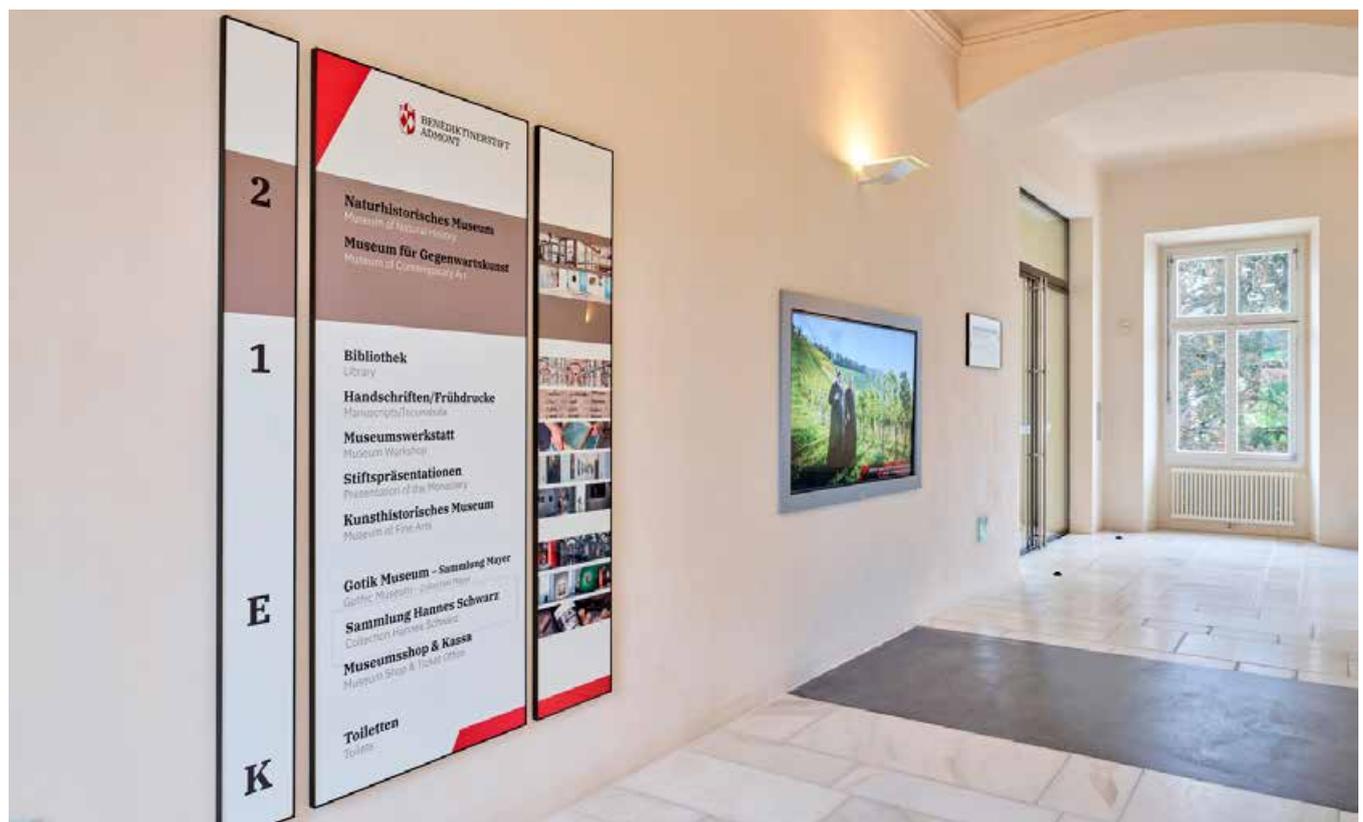
Das Brandbook von Stift Admont – hier sind alle neuen Designs gesammelt.





# NEUE BESCHILDERUNG IM MUSEUM

ANPASSUNG AN DAS NEUE CD



## **DIE NEUE BILDSPRACHE DES STIFTES ADMONT**

EIN BILD SAGT MEHR ALS  
TAUSEND WORTE...

### **Die Bildsprache des Benediktinerstiftes Admont**

Die Basis für ein erfolgreiches Marketing ist neben vielen Aspekten im Print- und Onlinemarketing eine gut strukturierte Werbestrategie und vor allem aber auch eine einheitliche, klare und authentische Sprache in Wort und Bild, welche bei Kommunikationsmaßnahmen angewendet wird. Dadurch sichert man sich, neben einem ausdrucksstarken Corporate Design, eine hohe Wiedererkennung. So soll kurz- bis mittelfristig ein eindrucksvoller Auftritt mit Unverwechselbarkeit gewährleistet werden. „Das adaptierte Corporate Design und die einheitliche Bildsprache stellen eine perfekte Symbiose dar“, so Mario Brandmüller.



STIFTSGÄRTNEREI Blumen & Wein



DVERI PAX Weingut



ENVESTA Energie- & Dienstleistungs GmbH



Advent im Stift Admont





**MUSEUMS** PICKNICK





**DVERI PAX** - WEINGUT







Zellkern











**FORSTVERWALTUNG** ADMONT





**PFLEGEHEIM ST. BENEDIKT**





**STIFTSKELLER** ADMONT



# GOTTES SCHÖPFUNG IM GESÄUSE ENTDECKEN

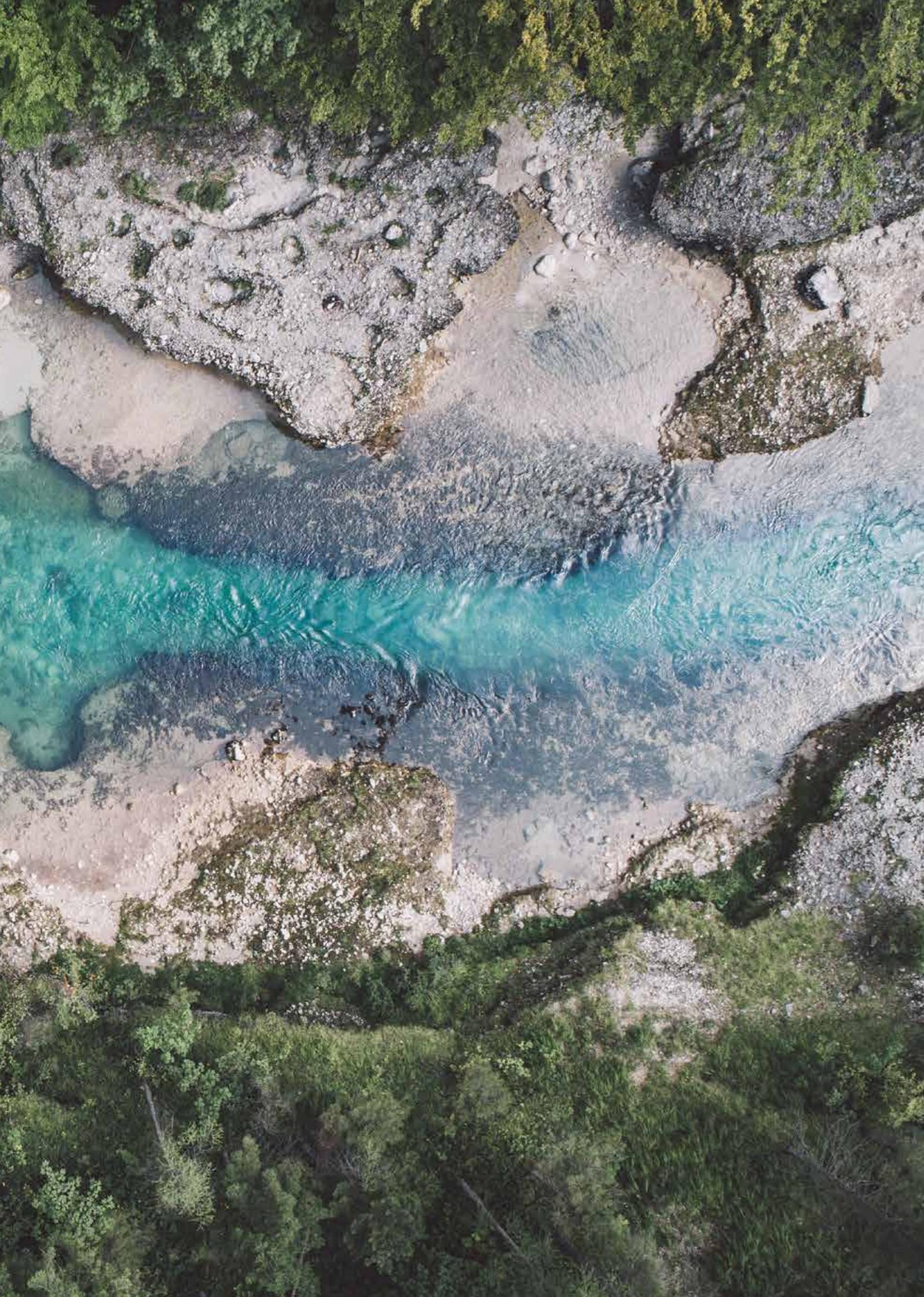
Eine der größten Trinkwasserquellen Europas sprudelt zwischen Mariazell und Wildalpen - die Kläfferquelle in Gußwerk. Täglich werden bis zu 217 Millionen Liter steirisches Wasser nach Wien befördert. Die Kläfferquelle ist Teil des UNESCO Global Geoparks Network.





# GOTTES SCHÖPFUNG IM GESÄUSE ENTDECKEN

Smaragdfarben und wunderschön schlängelt sich die das Naturjuwel Salza durch den Naturpark Steirische Eisenwurzten. Am schönsten erschließt sich ihr Charakter, wenn man ihr ganz nah ist.





# STIFT ADMONT

## ALS TECHNOLOGISCHER VORREITER

Thomas Fischbacher, CEO

**In Zusammenarbeit mit den jungen Entwicklern der Firma Vortech wird der Schritt in die „digitale Zukunft“ geebnet. Mittels der sogenannten „Augmented Reality“ wird es den BesucherInnen in naher Zukunft möglich sein, das Gesamterlebnis Stift Admont noch besser erfassen und visualisieren zu können.**

Augmented Reality, sprich „die erweiterte Realität“, umfasst die visuelle Darstellung von Informationen, also die Beschreibung von örtlichen Gebäuden, Angeboten, Exponaten, Bildern oder Videos mit computergenerierten Zusatzinformationen oder virtuellen Objekten.

„Man kann sich das so vorstellen, dass man mit seinem mobilen Gerät (Smartphone oder Tablet) zusätzliche Informationen vor Ort abrufen kann, das aber in Form der neuesten Technologie, die derzeit zur Verfügung steht. Der Gast wird begeistert sein, denn gemeinsam mit dem Entwicklerteam haben wir uns etwas Großartiges überlegt! Das Benediktinerstift Admont ist ab Fertigstellung des gesamten Projektes in Europa sicherlich Vorreiter“, so Mario Brandmüller, Leitung Tourismus und PR.

Im Entwicklungszeitraum Sommer 2018 bis Frühjahr 2020 wird durch die Firma Vortech Digital Pioneers eine mobile Applikation für das Benediktinerstift Admont realisiert.

Klares Ziel ist, mittels dieser innovativen mobilen App die museale Infrastruktur digital mit dem eigenen Smartphone zu erleben und somit einen klaren Mehrwert für den Besucher zu schaffen.

Sowohl ein spannend-multimedialer Zugang in die Geschichte für „kleine“ Museumsbesucher als auch eine umfassende Version für all jene Besucher, die ganz in die individuellen Tiefen der jeweiligen Historie eintauchen möchten.



Die Gäste des Museums werden an verschiedenen Stationen mit erweiterten Informationen in digitaler Form versorgt und so intuitiv durch die musealen Räume geführt.

„In all diesen Segmenten kommen aktuelle und zukunftssichere Technologien zum Einsatz. Die gute und innovative Zusammenarbeit mit dem Team des Stiftes Admont eröffnet uns die Möglichkeit, in gegenseitigem Austausch die Historie digital aufzubereiten und so völlig neue Zugänge zu erschaffen.

Es freut mich immer wieder, wenn ich mit meinen Mitarbeitern zur Umset-

zung des Projektes das einzigartige Stiftsgelände besuchen darf. Durch die hoch effiziente Zusammenarbeit mit dem Team des Stift Admont erlebe auch ich persönlich die eindrucksvollen Ereignisse der Geschichte neu. Der fortschrittliche Zeitgeist des Stiftes Admont ermöglicht es uns, Meisterwerke aus der Vergangenheit mit modernster Technik verschmelzen zu lassen. Mein Wunsch ist es, mit diesem großartigen Projekt für die Besucher des Museums Stift Admont, die außergewöhnliche Historie mit Hilfe der neuesten Technologien in ihrem ganzen Spektrum aufzutun“, so Thomas Fischbacher, Geschäftsführer der Firma Vortech Digital Pioneers.



**„Die gesamte Entwicklungs- und Projektzeit wird in etwa bis Frühjahr 2020 dauern. Ich freue mich, dass wir das Stift Admont nun auf innovative Weise erlebbar machen.“**

/ Pater Prior MMag. Maximilian Schiefermüller O.S.B.

### Zur Firma Vortech

Im jungen Team der Firma Vortech ([www.vortech.io](http://www.vortech.io)) hat das Stift Admont im Bereich Informatik, Kommunikation, Medien und Mobile Computing den richtigen Partner für innovative Entwicklungen gefunden.

Ausgebildet unter anderem in den Bereichen Mobile Computing und Webentwicklung an der FH Hagenberg, welche den Ruf als das Silicon Valley Österreichs genießt, dürfen die Entwickler auf ein breites und hochmodernes Wissen im Informatik- und Medienbereich zurückgreifen.



/ Mario Brandmüller vom Stift Admont mit dem Programmiererteam

© Foto Hälsz



**BENEDIKTINERSTIFT  
ADMONT**

**Benediktinerstift Admont**

**Abteilung für Kultur, Tourismus & PR  
8911 Admont 1**

**T: +43 (0) 3613 / 2312 - 601**

**presse@stiftadmont.at  
www.stiftadmont.at**