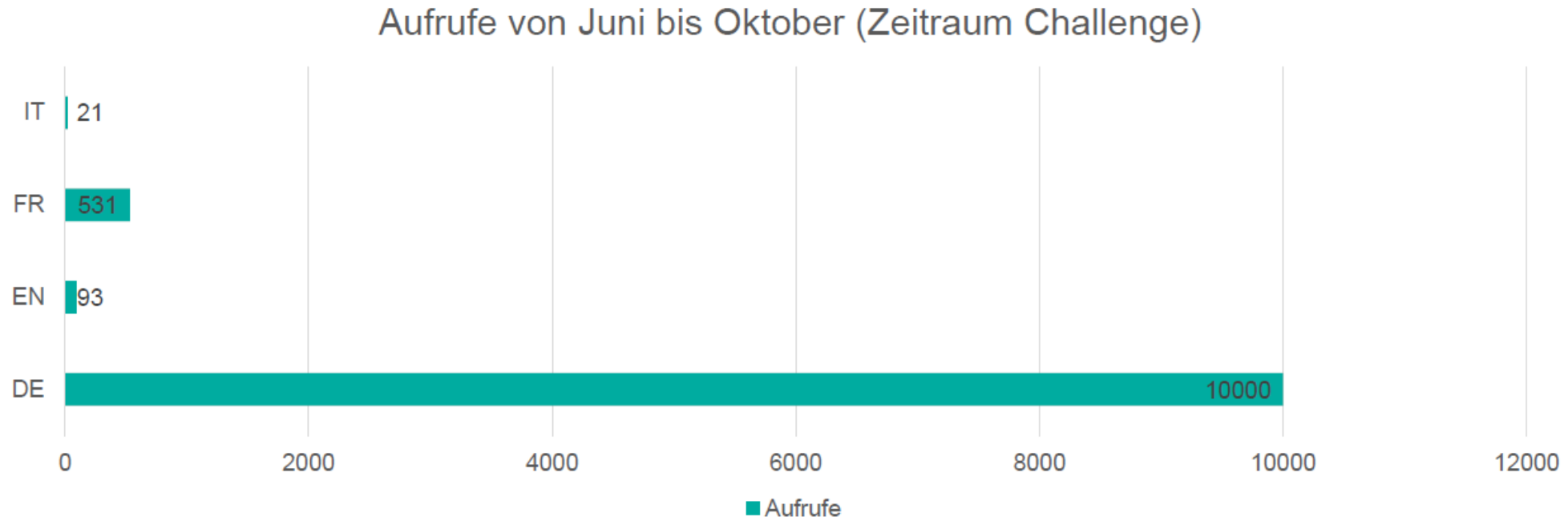


Reporting Sagenroute 2025

Gesammelte Rückmeldungen

Seitenaufrufe bern.com Highlight Routen



Diese Seite hat mehr Aufrufe, weil eine Google-Ads-Anzeige diese URL als Ziel hat.

Ein grosser Teil der Aufrufe kommt von der Kampagne.

Deshalb haben FR, EN und IT weniger Aufrufe, weil sie nicht direkt von einer Kampagne getargetet wurden.

Seitenaufrufe gantrisch.ch/sagenroute

- Juni: 1055
- Juli: 1108
- August: 4405
- September: 2344
- Oktober: 700
- **Total: 9612**

Im Vergleich mit Bern
Welcome gute
Seitenaufrufe.

Zeigt: Unsere Seite
scheint sehr gut besucht
zu werden.

Newsletter

• BEW 1 x Versand

- Verschickt: 2'973
- Unique Views: 2'011
- Öffnungsrate: 68.08%
- Clicks: 1'050 (Unique: 805)
- CTR: 40.03%
- Link Clicks Sagenroute Challenge: 596

• NPG 2 x Versand

Spezialnewsletter Sagenroute Juni

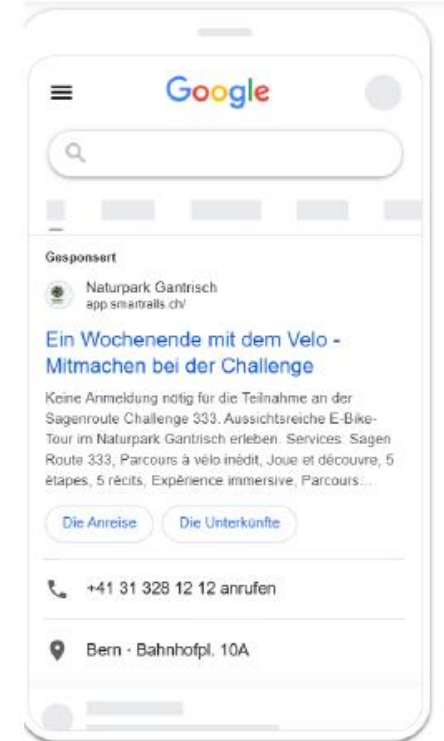
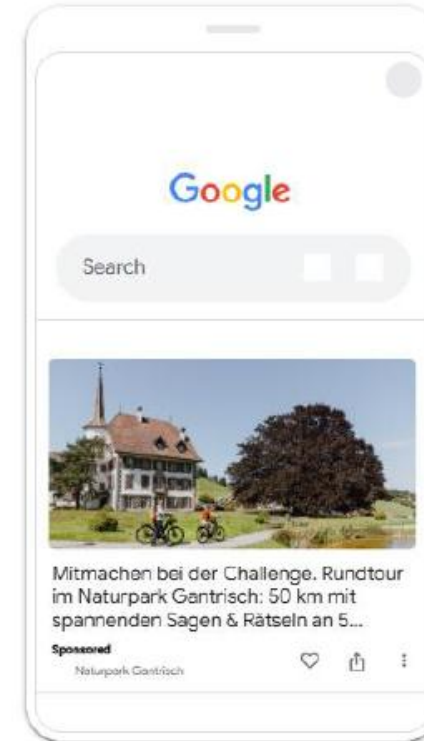
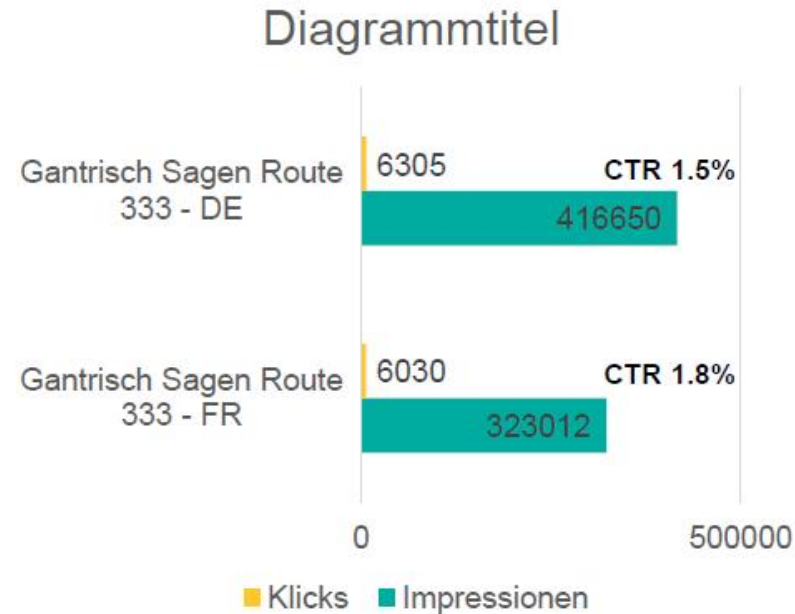
- Verschickt: 2'743
- Unique Views: 883
- Öffnungsrate: 41.99%
- Clicks: 525 (Unique: 298)
- CTR: 33.75%
- Link Clicks Sagenroute Challenge (smartrails: 187
- Link Clicks gantrisch.ch/sagenroute: 67

Im Newsletter vom NPG als Thema darin August

- Verschickt: 2'589
- Unique Views: 774
- Öffnungsrate: 39.41%
- Clicks: 399 (Unique: 201)
- CTR: 25.97%
- Link Clicks gantrisch.ch/sagenroute: 29

- Ähnliche Anzahl Kontakte
- Um einiges tiefere Öffnungsrate
- Spezialnewsletter bessere Öffnungsrate wie Normaler Newsletter

Performance Ads (Juli – September)



Mit der Kampagne haben wir 739'662 Impressionen und 12'335 Klicks erreicht. Mit einer CTR von 1.5 und 1.8% lief die Kampagne gut.

Kommunikation NPG

- SoMe Post:
 - Ausgaben Bewerbung: CHF 1'828
 - Total Impressionen: 613'973
 - Total Klicks: 1987
 - CRT: 0.9% (Awareness ohne Link nicht dabei)
 - Total Reichweite: 393'347
- Gemeindeblätter Juni
- LinkedIn
- Gantrisch Zeitung

- Impressionen nah an denen von BEW
- Total Investition hoch

Drittplatzierungen

- Online Advertorial Velojournal
- Outdooractive Online-Teaser Reiseführer
- Infobox Website von Made in Bern



VELOJOURNAL

Home > Reisen > E-Bike fahren im Emmental: Vier Herzschaufen durch die Landschaft

E-Bike fahren im Emmental: Vier Herzschaufen durch die Landschaft

Das Emmental auf zwei Rädern und mit viel frischer Landluft entdecken: Vier ausgeschilderte Herzschaufen-Touren schlängeln sich durch die Landschaft – auf kaum bekannten Pfaden vorbei an Bauernhöfen und grünen Wiesen.

VI Advertorial advertorial@velojournal.ch
Anzeige



Entlang der Routen übermachten Ausblicke und traditionelle Bauernhäuser. Foto: Bern (Wolfram)

BERN

Sagenhaftes Erleben auf der Sagenroute 333 und tolle Preise gewinnen

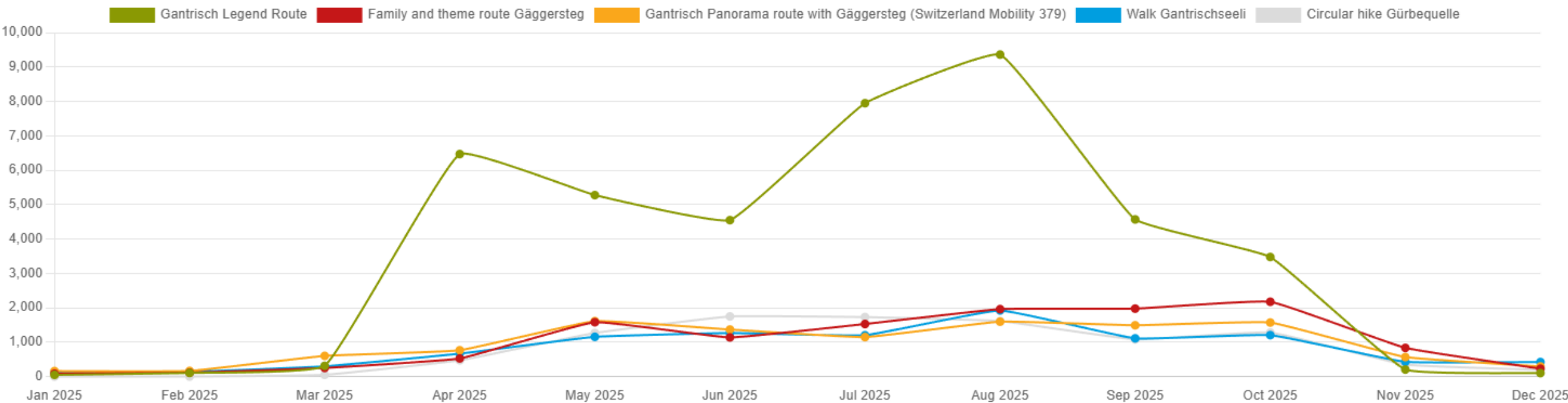
990 Höhenmeter, 30 Kilometer und fünf Erlebnisstationen – das ist die neue Sagenroute 333 im Naturpark Ganttrich. Ein echtes Highlight für Velofans. Die thematische Route überzeugt mit spektakulären Aussichten, spannenden Sagen und kulturellen Schätzen. Wer eine Herausforderung sucht, kann bis Ende Oktober an der Sagenroute Challenge 333 teilnehmen und unterwegs Rätsel lösen. Es gibt tolle Preise zu gewinnen – unter anderem eine Übernachtung im Naturpark Ganttrich!

<https://bern.com/de/erleben/bike/highlight/routes/sagenroute-ganttrich>

ZURÜCK ZUR ÜBERSICHT

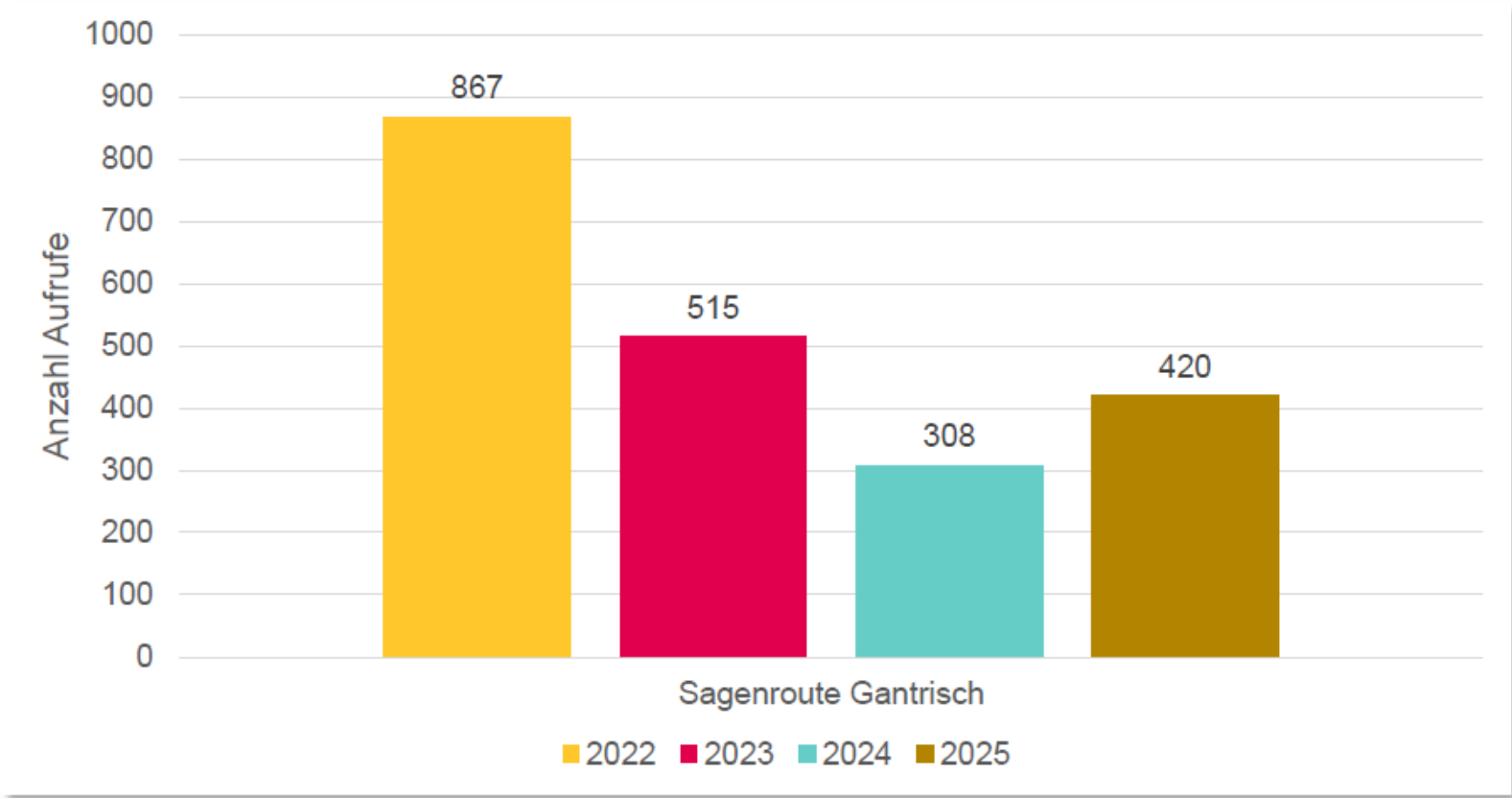
Outdooractive Zahlen

Auf OA ist sehr viel
gelaufen. Ist unsere Top-
Route 2025.



 Sagenroute 333	Einblendungen			Seitenaufrufe			Aktionen			Downloads		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
	39,472	54,676	35,108	3,505	3,676	42,413	1,928	1,364	3,066	427	1,337	2,763
	1.35%	1.04%	0.67%	2.93%	1.64%	14.62%	3.53%	1.52%	2.69%	14.27%	23.10%	23.65%

Sagenroute Stele (10.5 – 31.10)



Total Scans der Stelen konnten wieder angehoben werden.

Source	Medium	Clicks
Willkommenstafeln Sagenroute	qr	127
Sagenstation Riggisberg	qr	72
Sagenstation Rüscheegg	qr	69
Sagenstation Riffenmatt	qr	37
Sagenstation Hinterflutigen	qr	72
Sagenstation Rüeggisberg	qr	43

Auswertung Smart Trails

Sehr wenig Teilnehmer an
der Challenge

- Teilnahmen an Verlosung: 25
- Min. 40 Scans pro Stehle
- Annahme LR:
 - Max. 39 Menschen haben alle Stelen besucht
 - Wenn man davon ausgehen würde, dass jeder Scan von einer Person kam, dann wären 213 Personen auf der Route gewesen.
- Rückmeldung Teilnehmende
 - Es gab viel Lob über die Wegführung und unsere tolle Region. Die meisten Teilnehmende haben gesagt, sie werden definitiv wieder kommen.

Fazit Smartrails

- Unklar wie viele auf Trail.
- Mehr deutschsprachig

- Total Besucher SmarTrail (haben auf «Starten» geklickt) = 146 (alle Sprachen) vs. Total Scans der Audio QR-Codes an den Stationen = 144
- Es kann nicht mit Sicherheit gesagt werden, ob entsprechend insgesamt 290 Besucher auf der Sagenroute waren (146 davon via Challenge und 144 davon ohne SmarTrail) oder ob manche Besucher zusätzlich zur Challenge die Audios an den Sagenstationen angehört haben. Letzteres erscheint eher unwahrscheinlich, da die Audios über die SmarTrail Web App angehört werden können und ein zusätzliches Scannen des QR-Codes an der Station nicht nötig ist.
- Von den Besuchern des SmarTrails waren bisher 79% deutschsprachig und 21% französischsprachig.
- Über die grünen Kleber an den Stationen sind 27 Klicks auf den SmarTrail generiert worden und über die Social Media Kampagne 136 Klicks auf den SmarTrail (Startseite). Hinzu kommen wohl weitere Klicks über Newsletter, Webseite etc, die nicht ausgewertet wurden. Von allen Klicks auf die Startseite des SmarTrails haben 146 User die Challenge auch wirklich gestartet (auf den Button «Starten» geklickt).
- Die Posten über SmarTrail effektiv besucht haben 24 – 30 Personen (je nach Posten).
- Final die Challenge abgeschlossen und das Formular für den Wettbewerb abgeschickt haben 25 Personen.

Social Media Umfrage zur Sichtbarkeit der Kampagne

Kennst du die Sagenroute Challenge 333?

Ja, hab mitgemacht!	2 -1 (RZ)	1	12.5%
Schon mal davon gehört	2	2	25%
Nope, neu für mich	6 -1(ND)	5	62.5%

Hättest du nächstes Jahr Lust auf einen Wettbewerb?

• Bin wieder dabei!	1-1(RZ)	0	0%	
• Ja, habe es leider verpasst	3	3	75%	
• Vielleicht – wenn's nicht aufwändig ist	2-1(ND)	1	25%	
• Eher nicht		0	0	0%

Lieber nur velofahren ohne Rätsel?

• Ja, sonst wird's mir zu viel	1	1	17%
• Nein, ich brauche eine Challenge	2	2	33%
• Egal – Hauptsache Velofahren	5-2 (RZ/ND)	3	50%

Rückmeldung Partner

- Rückmeldung von Hannes zur Umfrage ausstehend

Zusammenfassung LR

- Social Media Kampagne kann allgemein als zufrieden erachtet werden.
- Gemäss Scans waren auch mehr Leute auf der Route unterwegs.
- Die Challenge selbst war weniger erfolgreich. Nur sehr wenige Teilnehmende.
- Die Sichtbarkeit der Challenge-Kampagne wurde als weniger gut eingestuft.
- Die Route wurde viel geplant mit 2'763 Downloads
- Viel Lob erhalten für die Routenführung und die Aussichten.
- **Fazit:** Leute schauen sich den Inhalt gerne an, fahren die Route auch ab, engagieren sich aber nicht bei Aktionen. Sobald sie aktiv etwas machen müssten, sinkt die Teilnahme. Auch wenn es super Preise zu gewinnen gibt. Grundsätzlich kann man aber sagen, dass sich deutlich mehr Menschen für die Route interessiert haben.