

# Im Steiermark-Sommer 2026 das Rad neu erfinden: auf bereits 10 Märkten.

Internationalisierung auf so vielen Märkten wie noch nie – Kulinarik top.

## Wofür schlägt dein Herz?

Im Sommer 26 schlägt das Herz im Marketing besonders laut online. Content-Produktionen von vor allem Videos und Fotos im vergangenen Sommer in allen Erlebnisregionen gingen dem heurigen Auftritt voraus, jetzt wird ausgespielt: auf allen verfügbaren Digitalkanälen wie beispielsweise digitaler Außenwerbung/DOOH, Werbung über Programmatic Audio & C-TV und damit die Möglichkeit zur personalisierten Werbung beim Radiohören und Fernsehen. Der Inhalt des ausgespielten Steiermark-Contents: Im Mittelpunkt stehen Einheimische, die den Urlaubsgast dazu anregen, über seine Sehnsüchte in Bezug auf die Steiermark nachzudenken – und die Kulinarik.

## Deutschland: Marketing- und Kommunikationsoffensive im wichtigsten Auslandsmarkt

Deutschland ist der wichtigste Auslandsmarkt für die Steiermark mit einem Anteil von 50 % an den internationalen Sommernächtigungen. Entsprechend breit ist der Marketing- und Kommunikationsmix: Von großflächiger Werbung über Medienkooperationen bis zu Events und Messeauftritten wird die Steiermark in zentralen deutschen Städten sichtbar gemacht.

- **Digitale Kampagne** „Wofür schlägt dein Herz“ gemeinsam mit Regionen und Betrieben
- **Digitale Außenwerbung** in München, Düsseldorf, Berlin und Hamburg
- **Gebrandete Steiermark-Straßenbahn** in Berlin
- **Radiokampagne** in Berlin und München
- **TV-Werbung** auf ZDF und in der PRO7-Gruppe
- **Kulinarikmagazin Steiermark** als Beilage in *Der Feinschmecker*, *MERIAN*, *Süddeutsche Zeitung* sowie *Servus in Stadt & Land Bayern*
- **Content-Partnerschaft und Social-Media-Offensive** zum Thema Kulinarik
- **Kooperationen mit reichweitenstarken Medienhäusern**, u. a. *SZ*, *Die ZEIT*
- **Außenwerbung in Restaurants und Lebensmittelmärkten** in Süddeutschland
- **Außenwerbung in Shoppingcentern** in Düsseldorf und Köln
- **Kooperationen mit digitalen Plattformen** wie komoot, Urlaubsguru DACH und dem Familienportal LUMAO
- **Airline-Online-Kooperationen** mit Lufthansa
- **Kulinarischer Presseevent in Hamburg** gemeinsam mit der ÖW am 17. Juni
- **Guerilla-Medienaktion mit dem Steiermark-Ballon** im Sommer in Bayern
- **Beteiligung am „Vollmund-Event“ der Region Graz** in Hamburg

## Italien

Eine Magazin-Kooperation mit dem Reisemagazin „Dove“ steht im Mittelpunkt der Sommeraktivitäten. In Mailand wird eine neue Straßenbahn zu sehen sein, es gibt Presseaktivitäten – und ganz neu: eine digitale Außenwerbung neben dem Dom beim berühmten Corso Vittorio Emanuele II.

## England

Seit 21. November 2025 fliegt die British Airways Tochter „BA Euroflyer“ 3 x pro Woche (Mo/Mi/Fr) direkt von London Gatwick nach Graz. Online-Werbe-Kampagnen und Social-Media-Aktivitäten am britischen Markt begleiteten den Start, jetzt wird mit Digital out of Home-Maßnahmen und einem Business-Event für Reise-Multiplikatoren in London nachgezogen.

## Ungarn / Tschechien

Auch in Budapest setzt die STG auf Sichtbarkeit im öffentlichen Raum mittels großflächiger Gebäudeverhüllung und eine Haltestellen-Branding.

In Prag wird eine steirische Straßenbahn gemeinsam mit der Erlebnisregion Murau umgesetzt.

- ➔ **Der Steiermark-Sommer 26 wird unter dem Titel „Wofür schlägt dein Herz“ gemeinsam mit Erlebnisregionen und Betrieben von April bis August kommuniziert und durch Maßnahmen aus der Internationalisierung verstärkt. Gesamtbudget: 2,3 Millionen €. Auf den Steiermark-Auftritt aufmerksam werden potenzielle Gäste über vorrangig digitale Maßnahmen in den zehn Märkten AT, DE, HU, CZ, PL, IT, SK, NL, CH und UK.**

## Das Herz schlägt für Züge, Loks und Straßenbahnen

### Kooperation mit ÖBB

Die Anbindung mittels Bahnreise hat sich mit der Koralmbahn verändert - und wird sich mit dem Semmeringbasistunnel ab 2030 weiter verändern. Gemeinsame Auftritte mit den ÖBB, wie heuer auf der ITB in Berlin, oder wie mit Brandings von Großflächen am Hauptbahnhof in Wien (1.-31. Mai) sowie im Stadtbild Wiens (in U-Bahn-Stationen und an stark frequentierten Plätzen) wecken die Lust auf die Anreise mit „Öffis“. So bringt auch ein Zug namens Steiermark seit Anfang März Gäste aus Deutschland in die Steiermark.

**Aviso:** Am **8. April** wird am Wiener Hauptbahnhof ein weiterer Meilenstein feierlich präsentiert.

### Steirische Bahnen

Seit Montag sind die Steirischen Bahnen mit neuer Vectron Dual Mode Güterlok nicht nur österreichweit, sondern auch deutschlandweit im Einsatz. Das Besondere daran: Grünes Herz und ein ebenso grüner Panter zieren diese Lok.



Somit sind aktuell folgende **Verkehrsmittel mit Steiermark-Branding** unterwegs: Autos | zwei Steiermark-Ballone | Busse | Güterlok und Personenzug | Straßenbahn ULF in Wien |

Straßenbahn in Berlin, Prag, Mailand. Dazu ein Haltestellen-Branding in Budapest.

## Kulinarik als Herzstück

Essen & Trinken hält nicht nur Leib und Seele zusammen, sondern ist wesentlicher Bestandteil jeglicher Kommunikation der STG mit den elf Erlebnisregionen und steht bei jeder Marketingaktivität auf allen Märkten im Mittelpunkt. Die aktuellen Bewertungen bestätigen diesen Fokus. Im z. B. Michelin Guide 2026 zählt die Steiermark mit dem einzigen neuen 2\*-Koch, dem Opening of the Year sowie den meisten Bib Gourmands österreichweit zu den großen Gewinnern im heurigen Jahr. Nun folgen die nächsten Kommunikationsmaßnahmen.

### Kulinarik-Magazin imagebildend

In vier Sprachen (dt/tschech/ungar/poln) wird das neue Magazin auf fünf Märkten beigelegt, um Gusto auf die Kulinarik-Destination Steiermark zu machen. Im Fokus stehen die bekannten Grundgenussmittel der Steiermark Wein, Apfel und Kürbiskernöl, aber vor allem auch Köche, Genusshandwerker und deren regionale Spezialitäten mit dem Ziel, Fülle und Vielfalt dieses wichtigen Angebots aufzuzeigen.



### Spitzenkulinarik-Event in den Niederlanden: Österreich & die Steiermark erstmals dabei.

Amsterdam steht drei Sommertage lang ganz im Zeichen der Kulinarik. Bei „Chefs in Het Bos“, einem kulinarischen Festival von 7.-9. August 2026, präsentieren Michelin-Sterne-Köche ihre Gerichte in einer offenen Festivalatmosphäre. Der Fokus liegt auf hochwertigen Produkten, kreativer Küche und nachhaltigen Konzepten. Die Veranstaltung verbindet Fine Dining mit Naturerlebnis: Gekocht und gegessen wird unter freiem Himmel. Ideal für einen Auftritt der Steiermark! Die Österreich Werbung in Amsterdam organisiert diesen kulinarischen Auftritt gemeinsam mit der STG und der Erlebnisregion Graz. Der Spitzenkoch aus der Steiermark ist dabei Sternekoch Florian Wörgötter aus Ligist. Für das Grüne Herz somit eine erstklassige Gelegenheit, sich im Großraum Amsterdam einem jungen, kulinarikaffinen, reiseerfahrenen Publikum als Kulinarikdestination bekannt zu machen.