

Das Grüne Herz pulsiert im Tourismus und Standortmarketing

Vom 25. Steiermark-Frühling in Wien bis zum neuen Standortfilm:
Urlaube, Leben, Wohnen und Arbeiten: Die STG zeigt, wie vielseitig attraktiv das Grüne Herz ist.



© Steiermark Tourismus | Jesse Streibl

Wie das
Grüne Herz schlägt

Seiten 4 – 5

Digital und
nachhaltig

Seiten 6 – 7

Tourismus &
Standortmarketing

Seiten 8 – 13

Zahlen,
bitte!

Seiten 14 – 15

steiermark.com/b2b
steiermark.com/marke

Tourismus als wichtiger Standortfaktor

Eine Steiermark-Befragung zum Tourismus- und Standort-Bewusstsein zeigt:
Die Steiermark als Urlaubsland wird nicht nur bei Gästen aus dem In- und Ausland geschätzt,
Steirerinnen und Steirer wiederum erkennen auch die hohe Bedeutung
des Tourismus für das Bundesland als wichtig an.

94 % sehen den Tourismus als
sehr bedeutend für die Steiermark
und deren wirtschaftliche Entwicklung an.

3/4 finden, dass die Steiermark als
Wirtschaftsstandort attraktiv für neue Betriebe (73 %),
aber auch für neue Arbeitskräfte (76 %) ist.

57 %
der Befragten sehen die Steiermark
im oberen Spitzenfeld bei Sport-Events.

9 von 10
... finden das Leben in der Steiermark attraktiv, da die
Steiermark alles bietet, was Bewohnerinnen
und Bewohner benötigen.
... schätzen die Vielfalt der Steiermark als Tourismusland.
... sind der Meinung, dass der Tourismus für die Entwicklung der
Regionen wichtig ist und zum Ruf und zur Absicherung des
Wirtschaftsstandortes beiträgt.

Für fast **2/3** der Befragten wurde
das Bundesland als internationaler Standort
in den letzten Jahren attraktiver.

Forschung und Technologie
werden von **86 %**
der Befragten als bedeutsam
für das Land angesehen.

Für **78 %** hat der Ausbau im
Schienen- und Straßenbereich positive
Auswirkungen auf den steirischen
Wirtschaftsstandort.

**Das Image des Landes wird primär als
erholsam, genussvoll, gemütlich und familienfreundlich beurteilt.**

Die Steiermark: Land zum (Er-)Forschen, Anpacken & Ausspannen



© STG | Bernhard Loder



Als Tourismuslandesrätin ist es mir ein zentrales Anliegen, dass sich unser Urlaubsland auch weiterhin positiv entwickelt. Die Etablierung der elf Erlebnisregionen und die Positionierung des Grünen Herzes als Dachmarke für den gesamten Standort Steiermark waren dabei ganz wichtige Meilensteine.

Zudem haben wir als erstes österreichisches Bundesland eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie erarbeitet. Der nächste Schritt ist eine neue Tourismusstrategie. Diese wird als weiterer Richtungsweiser für eine zukunftsorientierte und nachhaltige Tourismusentwicklung in der Steiermark dienen.



Barbara Eibinger-Miedl
Tourismuslandesrätin

Eine Befragung zum Tourismus- und Standort-Bewusstsein der Steirerinnen und Steirer zeigt, dass 94 % der Befragten* den Tourismus als sehr bedeutend für die Steiermark und deren wirtschaftliche Entwicklung ansehen. Für die Steiermark ist es daher wichtiger denn je, ihre nationale und internationale Sichtbarkeit – über den erfolgreichen Tourismus hinaus – gezielt weiterzuentwickeln und dafür alle Kräfte zu bündeln. So soll gezeigt werden, dass die Steiermark ein Land ist, das in vielerlei Hinsicht mehr möglich macht. Dieses Sichtbarmachen von Exzellenz in den Bereichen Tourismus, Wirtschaft, Technologie und Forschung bis hin zu Kulinarik und Freizeitangeboten wird ein vielfältigeres und attraktiveres Bild der Steiermark ermöglichen – unter einem Dach, der Dachmarke Steiermark.

Ziel der STG ist daher der beste Auftritt für das ganze Land. Die Steiermark soll als das vermarktet werden, was sie in seiner Gesamtheit ist: ein attraktives Tourismus-Ziel und eine der innovativsten und lebenswertesten Regionen Europas, eine Region zum (Er-)Forschen, Anpacken und Ausspannen.

Im ersten Halbjahr 2024 wird die neue Tourismusstrategie des Landes Steiermark präsentiert, die Nachhaltigkeitsstrategie wird seit 2023 gemeinsam mit den regionalen Beauftragten Schritt für Schritt mit Leben gefüllt, die neue Kulturstrategie 2030 bündelt fünf Themenfelder und die neue Kulinarikstrategie wird den kulinarischen Kern der Marke als gemeinsamen Nenner für viele Bereiche in den Mittelpunkt rücken.

Fünf Beispiele für konkrete Umsetzungen dieser Richtlinien und Leitfäden:

- Internationalisierungskampagne wird 2024 verdoppelt auf 2 Mio. €
- Neues kulinarisches Leitprodukt wird ab 2024 erarbeitet
- Standortmarketing: Vom neuen Standortfilm über die Welcome-Website bis zum Magazin zahlen viele Maßnahmen in den Standort Steiermark als Arbeits- und Lebensraum ein (Employer Branding)
- Nachhaltigkeitskampagne für Sommer 2024 in Planung
- Digitalisierung: weitere Integration und Erweiterung verschiedener Technologien von Buchungsplattformen über mobile Anwendungen bis hin zu KI-gesteuerten Dienstleistungen.

Viele Maßnahmen, die in den letzten Jahren auf vielen Ebenen und von vielen am Tourismus Beteiligten initiiert und umgesetzt wurden, haben der Steiermark dank der professionellen und engagierten Gastgeberinnen und Gastgeber große Erfolge beschert: Der steirische Tourismus erzielte neue Rekord-Ergebnisse für das Tourismusjahr 2023 mit 4,4 Millionen Ankünften und 13,6 Millionen Nächtigungen.

Das ist nicht selbstverständlich angesichts der Herausforderungen rund um Inflation, Personalmangel, internationaler Krisen und Verwerfungen. Es zeigt aber auch, dass die Marke Steiermark als Miteinander reüssiert. Alle neuen Maßnahmen zahlen in die Zukunft und den Erfolg der Steiermark ein.



© STG | Jesse Strebl

**Geschätzte Partnerinnen
und Partner, liebe
Kolleginnen und Kollegen,**

die Begeisterung der Einheimischen über die Steiermark und das Grüne Herz ist groß. Das ist ein immenser Vorteil, geht es doch darum, die Überzeugungskraft von 1,27 Millionen Steirerinnen und Steirer zu nutzen, um die Steiermark als attraktives Urlaubs- und Lebensland zu kommunizieren. Wir haben das nicht zuletzt bei unserer Aktion „Ein Grünes Herz geht um die Welt“ gesehen, als sie voller Freude allein bei uns tausende Herzsticker angefordert haben, um damit Fotos auf der ganzen Welt zu machen. Aktuell in diesem Winter wird dieser Fotoaufruf fortgeführt.

In diesem Magazin, das sich primär an Tourismuspartner richtet, machen wir einen kurzen Rückblick auf Aktionen aus jüngster Zeit, vor allem aber zeigen wir, woran wir 2024 arbeiten bzw. welche Projekte und Maßnahmen wir heuer umsetzen möchten.

Unsere Maßnahmen zahlen darauf ein, dass wir als Dachmarke Steiermark das Grüne Herz als die große Klammer für den Standort darstellen. Diese verbindet die charmanten Eigenarten seiner Bewohnerinnen und Bewohner mit der Fülle an Kultur, Traditionen, Natur, Freizeiteinrichtungen und Genuss und koppelt dies mit Innovation, Forschung und Wachstum zu einem Bild. Damit folgende Aussage aus unserer Befragung gültig bleibt: 9 von 10 Steirerinnen und Steirer* sind der Meinung, dass der Tourismus für die Entwicklung der Regionen wichtig ist und zum Ruf und zur Absicherung des Wirtschaftsstandortes beiträgt.

Ihr Michael Feiertag

**Geschäftsführer
Steirische Tourismus und
Standortmarketing GmbH**



Das Team der STG mit allen Kontaktdaten: steiermark.com/team



© STG | Jozef Konstantinov



* siehe S. 2

Das Grüne Herz im Winterzauber

Das Steiermark-Symbol genießt fotografisch den Winter

Groß war die Mitmachenergie beim sommerlichen Fotobewerb 2023 „Das Grüne Herz geht um die Welt“. 4.929 Fotos zwischen Taj Mahal/Agra und Leutschach zeigten das Grüne Herz – ab 1. Dezember machte das beliebte Steiermark-Symbol nun erstmals eine Winterreise.

Bis 29. Februar konnte es auf Pisten, Adventmärkten, in Thermen, beim Basteln oder kulinarisch eingesetzt, auf Fotos bewundert werden. In der Steiermark wie weltweit unter dem Titel „Das Grüne Herz im Winterzauber“.

Die besten Fotos auf steiermark.com/herz gewinnen. Die Jury zur Gewinnermittlung tagt im März 24.

So einfach funktioniert's auch weiterhin, da diese Seiten beibehalten werden, um Herzfotos auf der ganzen Welt bestaunen zu können: Herz-Sticker besorgen, Fotoidee aushecken, Fotos machen, auf steiermark.com/herz hochladen – und Herz-Fotos schauen.

Die Herz-Sticker werden weiter in allen steirischen Gemeinden, in allen Büros der Erlebnisregionen und in der Region Graz-Info in der Grazer Herrengasse aufliegen, aber auch bei ausgewählten Bergbahnen, Thermen und in der Hotellerie, damit Steirerinnen und Steirer wie Gäste leicht ihren Herz-Aufkleber bekommen können. Die STG verschickt natürlich weiterhin ebenso Herz-Aufkleber.



© Steiermark Tourismus | Ute Hödl



© Lena Gert



© Hans Hafellner



© Kerstin Puschnik



© Annemarie Loder

Das Siegerbild im Sommer 2023: „Das Grüne Herz vor dem Taj Mahal“ von Lena Gert. Auf dem 2. Platz landet Hans Hafellner mit dem Grünen Herz vor der Golden Gate Bridge. Den dritten Platz teilen sich Kerstin Puschnik mit dem Blick von der Rialto-Brücke in Venedig und Annemarie Loder aus Leutschach an der Weinstraße.

Herzhafte Zusammenarbeit mit Erlebnisregionen

Den **Tourismusbeirat**, in dem sich alle Geschäftsführerinnen und -er mit der Tourismusabteilung des Landes Steiermark und der STG abstimmen, gibt es schon lange. Dieser funktioniert hinsichtlich der Entscheidungen für strategische Entwicklungen und Maßnahmen von Digitalisierung bis Marketing ausgezeichnet.

2023 wurden von der STG **Arbeitsgruppen** ins Leben gerufen. 4 x pro Jahr geht's hier mit den Kolleginnen und Kollegen aus den Bereichen Digitales, Marketing und Content um operative Detailumsetzungen. Der Spirit bei beiden Gruppen: herzlich-hochprofessionell.

2024 geht auch der zusätzliche Fokus auf **Schwerpunktregionen** in die zweite Runde. Nach alphabetischer Reihenfolge steht dabei in der STG immer eine der 11 Erlebnisregionen für ein halbes Jahr im Fokus. Nach Abstimmung mit der jeweiligen Region werden Content-Produktionen (Bilder, Videos) für die Kommunikation, aber auch Marketingaktionen/Out-of-Home-Kampagnen miteinander umgesetzt. Im redaktionellen Umfeld der STG wird die Schwerpunktregion immer mitgetragen, sofern es zum aktuellen thematischen Schwerpunkt passt. Beispiele dafür sind: Lead Sujets bei Kampagnen (Print & Online), Startbild aus der Region auf der steiermark.com, Magazinartikel & Newsletterbeiträge sowie Social Media Postings.

Nach Content-Produktionen im Ausseerland Salzkammergut und Erzberg Leoben bzw. einer Ungarn-Kampagne 2023, sind 2024 das Gesäuse und die Region Graz die nächsten zwei Schwerpunktregionen.



© Steiermark Tourismus | Ute Hödl

60 Steiermark-Herz-Tafeln an Landesgrenzen werden erneuert

Seit dem Jahr 2005 kennzeichnen die bekannten grünen Herz-Tafeln die Grenzen des Bundeslandes an sieben Autobahn- sowie an 53 Landesstraßenübergängen. Nun werden diese 60 Steiermark-Herz-Tafeln sukzessive erneuert. In einem ersten Schritt werden die Tafeln an den Autobahn- und Schnellstraßenübergängen ausgetauscht. Im Laufe des Jahres folgen dann die restlichen Schilder. Durchgeführt werden die dafür erforderlichen Arbeiten vom Steirischen Straßenerhaltungsdienst.

herzlich – verwurzelt – ideenreich

Vielfältige Maßnahmen zahlen in die Dachmarke Steiermark ein

Markenarbeit ist ein entscheidender Aspekt im Auftritt eines Unternehmens – nach außen, wie nach innen. Es geht um Pflege und Kommunikation einer klaren Identität, es geht um die Wiedererkennbarkeit, die im Gedächtnis des Gegenübers verankert bleibt, und natürlich geht es um eine Differenzierung zum Wettbewerb. Konsistenz in Design, Botschaften, Verhalten sind Mittel, um ein klares Bild der Marke entstehen zu lassen. Das Ziel: eine langfristige, emotionale Bindung und Vertrauen aufbauen.

Die Dachmarke Steiermark bringt bewusst alle Steirerinnen und Steirer auf die Bühne und macht sie zu Markenbotschaftern einer gemeinsamen Haltung. Sie alle vereint das Grüne Herz, dessen Strahlkraft mit der Dachmarke auf die Bereiche Tourismus, Wirtschaft, Industrie, Wissenschaft und Kultur, Sport, Landwirtschaft, Bildung und viele weitere ausgeweitet wird. Sie alle vereint auch der Markenauftritt unter den drei Werten, herzlich verwurzelt ideenreich, denn:

Eine Marke ist nach außen nur so stark wie die Menschen, die nach innen dafür arbeiten.

- Alle Informationen zur Marke Steiermark: steiermark.com/marke und im CD-/Markenmanual
- Logoanforderungen für Webseiten, Werbemittel u.v.m: marke@steiermark.com



Botschafter mit Herz

„In der Steiermark herrscht ein guter Geist“, sagt Helmut List, AVL-CEO. „Nicht nur die Wiener, alle Österreicher mögen Steirer“, sagt Krimiautorin Claudia Rossbacher. „Die Steiermark ist das kulinarische Herz Österreichs“, sagt Koch-Aushängeschild Heinz Reitbauer.

Steirerinnen und Steirer sind Botschafter des Grünen Herzes. Besonders bekannte Persönlichkeiten stellt die STG gerne in den Mittelpunkt, um damit die Aufmerksamkeit auf Wesensmerkmale und Besonderheiten der Marke Steiermark zu lenken. Ob Andreas Gabalier oder Nici Schmidhofer, Simone Koppmaier oder Peter Kraus, Robert Holzmann oder Nadja Bernhard: Sie alle teilen ihre Begeisterung gern – und die STG kommuniziert diese gern.

Nachzulesen sind diese Einblicke auf vielen Kanälen: Seit März 2023 erscheinen Botschafter-mit-Herz-Interviews in Tages-, Wochen- und Monatszeitungen sowie Sonderdrucksorten (Magazin „Planai Classic“ etc.). Laut APA-Recherche beträgt die bisherige Reichweite dieser Publikationen mehr als 6 Millionen.

Auf Social Media gab es bis dato 71 Postings/Videos, auf YouTube mehr als 10.000 Aufrufe. Auf Facebook wurde eine Reichweite von rund 900.000 Seitenaufrufen erzielt (Stand: 1. Feb. 2024).

Die größte Resonanz auf YouTube erzielte eindeutig Kabarettist und Musiker Paul Pizzera, auf Facebook hat Motorsportlegende Helmut Marko klar die Nase vorn. steiermark.com/Botschafter-mit-Herz



„Die SteirerInnen sind vor allem offen und zufrieden. Sie wissen schon, was sie hier haben.“

Nava Ebrahimi
Schriftstellerin



„Vor allem Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur haben sich in der Steiermark sehr gut entwickelt.“

Claudia Reiterer
Journalistin



„Es gibt in der Steiermark ganz viele Schätze, schöne Architektur und schöne Landschaften.“

Aglia Szyszkowitz
Schauspielerin



„Die Steiermark war immer ein Quell von Kreativität und intellektuellem Potential.“

Georg Pölzl
Post AG



„Wir Steirer schauen über den Tellerrand hinaus.“

Gottfried Math
TUI



Bodenständigkeit, Umsetzungsstärke und visionäre Strategien zeichnen die Steiermark aus.

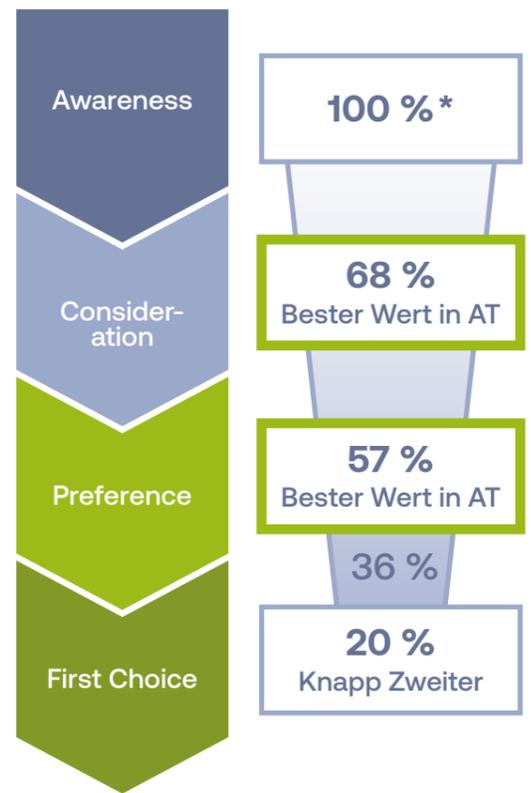
„Wenn ich im Auto an der Landesgrenze das ‚Steiermark‘-Schild sehe, beginne ich zu lächeln!“

Anita Frauwallner
Allergosan

Top-Ergebnisse für die Steiermark in Österreich

Für insgesamt 68 % (höchster Wert in AT) der urlaubsaffinen Österreicherinnen und Österreicher kommt die Steiermark als Reiseziel für einen Urlaub innerhalb von Österreich grundsätzlich in Frage. Für 57 % (höchster Präferenz-Wert in AT) ist die Steiermark zusätzlich eine attraktive Urlaubsdestination, und für 20 % (zweithöchster Wert in AT) ist die Steiermark die erste Wahl für den nächsten Urlaub in Österreich.

Quelle: Befragung zur Markenstärke für „Urlaub in Österreich“, Befragungszeitraum: Oktober 2023 | Fallzahl: 1.000 | Repräsentatives Sample der Bevölkerung am Markt Österreich im Alter von 18–70 Jahre. Methode: Computer Aided Web Interviews (CAWI) | Befragungsinstitut: marketmind
* Die Frage „Welche dieser Bundesländer kennen Sie zumindest dem Namen nach?“ wurde in Österreich nicht abgefragt.



„Digital first“

Digitalisierung ist Gegenwart und Zukunft. Jede einzelne Initiative zahlt daher in beide ein. Die Entwicklung schreitet rasant voran.

Modernisierung der Buchungsplattform auf steiermark.com

9 Mio. € Buchungsumsätze (+1 Mio. € gegenüber 2022) generierten die 11 Erlebnisregionen und die STG gemeinsam mit den Betrieben auf allen Sales Points aus dem Primärsystem Feratel im Jahr 2023. Allein auf der steiermark.com wurden davon 2 Mio. € umgesetzt. Ein Umsatz, der den jeweils gebuchten steirischen Betrieben erfreulicherweise ohne Provision zukommen kann.

Das Konzept einer mit allen Regionen gemeinsamen Website sowie Buchungsstrecke geht voll auf, sodass im kommenden Jahr mit allen 11 Erlebnisregionen in eine neue Schnittstelle zu Feratel investiert wird, um die Buchungsplattform weiter zu entwickeln.

Die Benutzeroberfläche wird nicht nur schöner, sondern auch funktionaler und userfreundlicher gestaltet. Eine verbesserte Darstellung der Unterkünfte, erweiterte Filtermöglichkeiten bei Ausflugszielen und Veranstaltungen sowie ein einfacherer, optimierter Checkout-Prozess stehen dabei im Fokus. Durch die Implementierung weiterer Daten, wie z. B. Informationen zu Gästekarten, gibt es einen Mehrwert für Besucher und Bucherinnen.



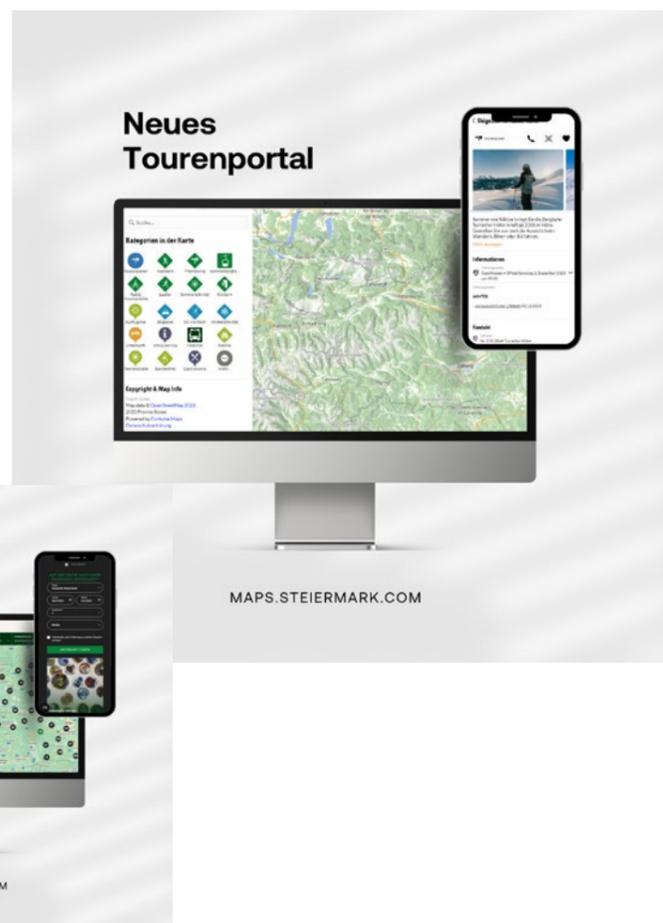
© Steiermark Tourismus | Punkt & Komma

Neues Tourenportal für die Steiermark

Die Entscheidung fiel nicht leicht, sie fiel nach Abwägung aller Vor- und Nachteile im engen Dialog mit den 11 Erlebnisregionen, um eine optimale Plattform für alle Beteiligten zu schaffen.

Die neue Zusammenarbeit mit General Solutions und deren Portal Contwise Maps garantiert neben der langfristigen Qualitätssicherung der Einträge und technologischen Expertise auch eine maßgeschneiderte Lösung, die die individuellen Bedürfnisse der Erlebnisregionen berücksichtigt. So fließen zukünftig auch Verkehrsinformationen vom Verkehrsverbund Steiermark und Wetterdaten der GeoSphere in die Plattform ein, sodass den Nutzerinnen und Nutzern nicht nur die schönsten Wander- und Radrouten präsentiert werden, sondern auch wichtige aktuelle Verkehrs- und Wetterbedingungen zur Verfügung stehen.

Weiters: benutzerfreundliche Oberfläche, kontinuierliche Aktualisierung, Unterstützung im Hintergrund für reibungslosen Datenimport und fortlaufender Support, zusätzlich vollständige Integration und Darstellung für mobile Endgeräte. Die Umsetzung des Projektes ist in vollem Gange und wird im Q2 2024 abgeschlossen sein.



© Steiermark Tourismus

Premiere bei Onlinekampagnen: Steiermark Data Hub bereitet Weg für innovatives Datenmanagement

Erstmals konnten bei der Winterkampagne 23/24 Onlinemaßnahmen über den STG-Adserver ausgespielt werden. Der STG-Adserver ist das modernste Tool, um digitale Kampagnen möglichst effizient auszuspielen. Es ist ein sog. Web-space, der digitale Anzeigen speichert und sie je nach Bedarf über alle Kanäle und Geräte hinweg bereitstellt.

Diese Art der Kampagnenführung ist besonders nachhaltig, da durch die Datenhoheit unzählige Möglichkeiten für Remarketing-Kampagnen entstehen. Mit einem Adserver kann man die Leistung und die Zielgruppe einer Kampagne in Echtzeit und über das gesamte Inventar (=Medien) hinweg messen.

Die Erkenntnisse und Ergebnisse fließen in alle weiteren STG-Aktivitäten und damit ins weitere Performance-Marketing ein.

Mit dem „Steiermark Data Hub“ setzt die Steiermark einen weiteren Schritt in Richtung Dateninnovation. Die Plattform ermöglicht die Sammlung, Bereitstellung und den Austausch von Daten wie Unterkünften, Points of Interest, Veranstaltungen und Touren/Routen, damit Dritte (z. B. Medienhäuser, App-Anbieter, Partner von Gemeinden bis Verkehrsverbund etc.) unkompliziert diese qualitativ hochwertigen Daten nutzen und verbreiten können. Wichtig: Diese Daten sind alle mit entsprechenden Nutzungsrechten hinterlegt.

Gleichzeitig wird die gesamte Tourismusbranche in Österreich durch die Einführung des „Österreich Data Hub“ weiterentwickelt. Die Landestourismusorganisationen arbeiten dabei eng mit der Österreich Werbung zusammen, um eine Plattform zu schaffen, die die Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Tourismusindustrie verbessert. Ein zentraler Fokus liegt auf der Umsetzung der Vorgaben des EU Data Act (2022), der den Zugang und die Nutzung von Daten innerhalb der EU regelt.

Von 360° zu Steiermark XR

Nach dem Erfolg des 360°-Adventkalenders, der der STG eine reichhaltige Auswahl an Winterinhalten aus allen Regionen der Steiermark beschert hat, steht nun die Erweiterung dieser Auswahl im Fokus. Das Ziel ist, Inhalte aus den verbleibenden Jahreszeiten zu generieren und im digitalen Archiv auf steiermark.com darzustellen, sodass dann neben dem bereits bestehenden Wintermaterial auch Frühling, Sommer und Herbst mit einer 360°-Perspektive betrachtet werden können.

Dieses Vorhaben soll es Partnern und Medienschaaffenden ermöglichen, die Vielfalt und Schönheit der Steiermark das ganze Jahr über zu entdecken und zu nutzen. Die STG sieht großes Potenzial in der Erweiterung dieser XR-Inhalte, um die einmaligen Aspekte jeder Saison hervorzuheben und zu teilen.

VR = Virtual Reality, XR = Extended Reality



© STG / Jessie Streibl

KI für die Steiermark

Fluch oder Segen? Die KI/Künstliche Intelligenz ist wohl von beidem etwas. Verschwinden wird sie jedenfalls nicht mehr. Ganz im Gegenteil. Sie betrifft schon jetzt viele Bereiche des Lebens und viele Branchen. Auch den Tourismus und das Tourismusmarketing.

Für die Steiermark bieten verschiedene KI-Programme viele Möglichkeiten zu effektivem Einsatz. Eine permanente Auseinandersetzung mit der Entwicklung auf diesem Sektor ist notwendig und spiegelt sich in der Planung von Schulungsangeboten für die Erlebnisregionen im heurigen Jahr wider. Sicherzustellen ist, dass die gesamte Tourismusbranche in der Steiermark von diesen innovativen Technologien profitieren kann.

Vier Beispiele:

- Maßgeschneiderte Reiseempfehlungen, die auf die individuellen Vorlieben der Gäste abgestimmt sind, ermöglichen Besuchern ein persönlicheres Erlebnis der Steiermark.
- Mit KI-gestützten Übersetzungstools können Marketingmaterialien leicht in verschiedene Sprachen übersetzt werden – und damit den Zugang zu einem internationalen Publikum erleichtern.
- Durch die Analyse von Kundenfeedback mittels KI-Technologien können tiefere Einblicke in die Bedürfnisse und Wünsche der Gäste gewonnen werden – und mit gezielteren Marketingstrategien beantwortet werden.
- ChatGPT und ähnliche Tools können bei der Generierung von kreativen und ansprechenden Marketingtexten, Produktbeschreibungen und Social-Media-Inhalten unterstützen, wobei die spezifische Markenstimme und Tonalität der Steiermark beibehalten wird.

Die Integration von KI und ChatGPT in das Marketing der Steiermark bedeutet also nicht nur eine Steigerung der Effizienz und Wirksamkeit der Marketingbemühungen, sie ermöglicht auch ein tieferes Wissen über den potenziellen Gast.



© DALL-3/OpenAI

Schulungsprogramm im Tourismus wird 2024 erweitert

Über 120 Teilnehmerinnen und Teilnehmer in den Regionen konnten sich 2023 in 30 Schulungsterminen u.a. in den Bereichen Social Media, Onlinemarketing und touristische Produktentwicklung weiterbilden. An der Fortsetzung dieses äußerst erfolgreichen gemeinsamen Projektes von Tourismusressort, Tourismusabteilung, WIFI und STG wird aufgrund des großen Interesses gearbeitet. Ab Herbst 2024 werden diese Schulungen auch für Unterkunftsbetriebe, Ausflugsziele und touristische Leistungsträger angeboten.

Nachhaltigkeit im Grünen Herz

Es ist ein Thema, das dringender und umfassender zugleich nicht sein könnte. Nachhaltigkeit ist mit ihren drei Dimensionen (ökologisch, ökonomisch, sozial) und den tausenden Facetten und Gesichtspunkten auf gut steirisch eine „Riesenkiste“ – und die Frage, welche Informationen wie aufbereitet werden sollen, erst in Ausarbeitung. So sind z. B. unabhängige Zertifizierungen erst relativ neu am Markt.

Bei der STG werden also Schritte in verschiedene Richtungen gesetzt, um an möglichst vielen Ecken zeitgleich ansetzen zu können. Nach der Veröffentlichung der touristischen Nachhaltigkeitsstrategie 2030+ des Landes Steiermark erfolgten weitere Schritte.

Ein Einblick:

- Ernennung von Nachhaltigkeitsbeauftragten bei der STG und in allen 11 Erlebnisregionen
- Monatliches Treffen der Beauftragten
- Nachhaltigkeits-Schulungsangebot für die Beauftragten in Form einer WIN-zertifizierten Impulsberatung
- Kommunikationsschwerpunkt u. a. auf nachhaltige Tourismusangebote
- Planung einer Nachhaltigkeitskampagne für den Sommer 2024
- Nachhaltigere Ausrichtung der Tourismusbüros und der STG-Räumlichkeiten
- Kompetenzzentrum durch Beobachtung nachhaltiger Entwicklungen auf wissenschaftlicher und gesetzlicher Ebene durch Nachhaltigkeitsbeauftragte der STG als zentraler Anlaufstelle für Fragen zur Nachhaltigkeit
- Zusammenschluss der STG mit den Nachhaltigkeitsbeauftragten der anderen LTOs in Österreich und der ÖW
- Erstellung und Veröffentlichung von Nachhaltigkeits-Webseiten auf der steiermark.com und den Seiten der 11 Regionen

International und reichweitenstark

Ein Steiermark-Flugzeug mit Herz, das Palmers-Hochhaus in Wien mit Steiermark-Sujets, Online-Kampagnen, Podcasts, DOOH und Magazine, um nur einige Beispiele zu nennen. Viele Initiativen drehten sich im vergangenen Jahr um die kulinarischen Seiten der Steiermark, viele Projekte im heurigen Jahr und darüber hinaus werden das Genussland #1 noch stärker kommunizieren, national wie international, in allen Formaten.

Winterkampagne und Internationalisierungsoffensive

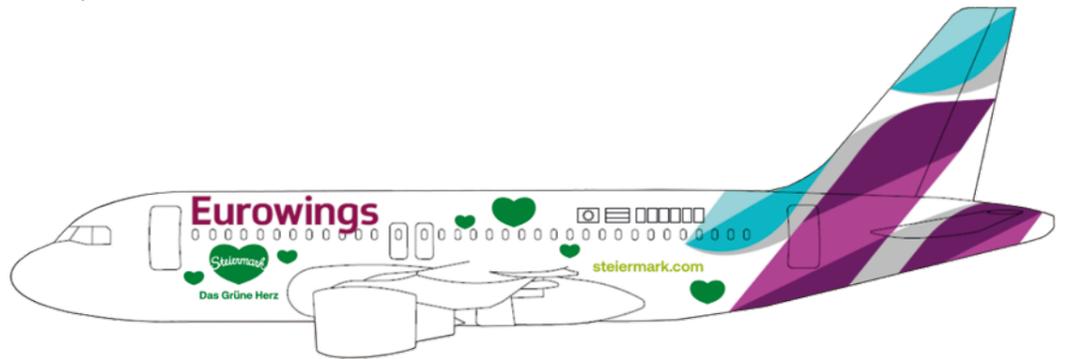
Mit der Winterkampagne 23/24 in Kombination mit der Internationalisierungsoffensive konnte ein so buntes Bündel an Maßnahmen umgesetzt werden, wie schon lange nicht.

Ziele der Offensive:

- Die Steiermark international und reichweitenstark bewerben.
- Sichtbarkeit für die Steiermark im digitalen und öffentlichen Raum schaffen.
- Awareness für die Steiermark als Urlaubsland und Lebensraum generieren.

Neben einer Onlinekampagne in allen definierten Märkten (Deutschland, Polen, Niederlande, Italien, Ungarn und Österreich) wurde vor allem auf digitale Außenwerbung gesetzt. So konnte beispielsweise in den deutschen Städten Hamburg, Berlin und München eine große Kampagne auf digitalen City Lights ausgespielt werden. Ebenso wurde erstmals das Palmers-Hochhaus an der A2 in Niederösterreich, die größte digitale Werbefläche Europas, vier Wochen lang mit steirischen Urlaubsbotschaften bespielt.

Ein Steiermark-gebrandetes Eurowings-Flugzeug (ab Q1 2024), Podcast-Aufnahmen von Conny Poletto in der Steiermark, Johann Lafer auf Content-Produktion in der Heimat, Influencer-Reisen aus Polen, Niederlande und Italien, und viele weitere Maßnahmen mehr konnten gemeinsam umgesetzt werden.



© Sebastian Kahlenberger

Print

- **MERIAN extra Steiermark:** Auf 140 Seiten bietet Deutschlands traditionsreichstes Kultur- und Reisemagazin einzigartige Einblicke (nicht nur) in die steirische Kulinarik.
- **Falstaff Spezial:** Mit 394 Seiten ist im Oktober 2023 die stärkste Falstaff Spezial-Ausgabe aller Zeiten erschienen. Und das nicht ohne Grund: Denn die Steiermark präsentiert sich darin als Genusstour in 11 Etappen.
- **Krone Reisemagazin:** Am 3. Mai 2024 erscheint die „Reisezeit Steiermark“ und macht die Steiermark auf 100 Seiten aktiv und kulinarisch erlebbar. Auflage: 35.000 Stück.
- **Gault Millau Hütten Guide:** Auf diesem 200 Seiten starken Wegbegleiter steht das kulinarische Angebot auf den Bergen im Mittelpunkt. Dabei nicht fehlen darf eine Auswahl an empfehlenswerten Buschenschänken.

TV

- **Heimatleuchten Spezial:** In Kooperation mit Kulinarium Steiermark präsentieren in der 90-minütigen Doku alle 11 Erlebnisregionen ihre Gastronomie-Aushängeschilder sowie zahlreiche Spezialitäten. 2024 ist eine Fortsetzung geplant.
- **Ron Reizen für Hollands RTL4:** Vier Erlebnisregionen stehen im Mittelpunkt der Beiträge für diese multimediale Plattform für Reisende. Ausstrahlung im Nov/Dez 2023, Wiederholungen im Frühling 24.



ET: Neuauflage Februar 2024



ET: Oktober 2023



ET: Mai 2024



ET: April 2024

Der Kern der Steiermark: die Kulinarik

Die Steiermark ist im Sommer- wie im Wintermarketing ein Genuss.

Sommerkampagne 2024

Die Sommerkampagne 2024 steht ganz im Zeichen der steirischen Kulinarik. Um die Vielfalt der heimischen Produkte, Produzenten, Köche und vielem mehr inhaltlich gerecht zu werden, wird die Bucketlist-Systematik gewählt. Ganz nach dem Motto „X Dinge, die du in der Steiermark probiert haben musst“. Die Listicle-Umsetzung hilft, die kulinarische Vielfalt regionsspezifisch bestens zu präsentieren.

Die Umsetzung dieser gemeinsamen Kampagne mit den 11 Erlebnisregionen erfolgt mit den beiden dynamischsten Medienhäuser Österreichs: 1000things und das Red Bull Media House. Mit diesen beiden Partnern wird im DACH-Raum die kulinarisch interessierte Zielgruppe passgenau und auf verschiedenen Ebenen erreicht. Während 1000things vor allem in Österreich und bei der jüngeren Zielgruppe sehr beliebt ist und quasi die Listicle-Systematik hier salonfähig gemacht hat, ist das Red Bull Media House mit seinen beiden Marken „Servus in Stadt und Land“ sowie „Bergwelten“ ein idealer Kommunikationspartner für die kulinarischen Botschaften



in der gemeinsamen Kampagne. Weitere wichtige Urlaubsthemen wie Radfahren, Wandern oder Gesundheit werden in individuell geschnürten Themenpaketen kommuniziert. Fokussiert wird hier vor allem auf die beiden Märkte Österreich und Deutschland. Die Themenpakete ermöglichen eine noch zielgerichtete Ansprache der potenziellen Steiermark-Gäste.

In den internationalen Nahmärkten Ungarn, Tschechien, Niederlande, Polen und Italien wird ebenfalls das Kulinarik-Thema in die Auslage gestellt. Bei den sportlichen Gästen, die vor allem aus Osteuropa anreisen, stehen aber weiterhin Botschaften aus dem Bereich Aktiv ganz oben in der Kommunikation. In den Nahmärkten sind umfangreiche Maßnahmen mit den Erlebnisregionen im Bereich Print, Out of Home, Radio und Online geplant.

25. Steiermark-Frühling in Wien

Man glaubt es kaum, aber der Steiermark-Frühling feiert 2024 seinen 25. Geburtstag und wird wieder vier Tage lang steirisches Lebensgefühl in Wien spürbar machen. Um das Jubiläum von 4.-7. April 2024 gebührend zu feiern, sind viele neue Maßnahmen zur Attraktivierung des Rathausplatzes und der Veranstaltung geplant.



- Bühnenkonzept neu mit LED-Wänden
- Zusätzliche Überdachungen, um die Steiermark in Wien wetterfest zu machen
- Steiermark-Expo und Steiermark-Lounge
- Erweiterter Marketing-Schwerpunkt in Wien als Auftakt zur Sommerkampagne 2024
- Schwerpunkt in den Regionen auf Jugend und Digitalisierung

steiermark.com/steiermark-fruehling

Kulturhauptstadt 2024 Salzkammergut

So viel Kultur bringt das neue Jahr: Gleich 23 Gemeinden sind als Salzkammergut Kulturhauptstadt 2024. Das Aushängeschild dafür bildet Bad Ischl, das Ausseerland ist mit den Gemeinden Altaussee, Bad Aussee, Bad Mitterndorf und Grundlsee dabei. 200 Projekte sind fixiert und machen erstmals eine inneralpine Region (und keinen urbanen Raum) zum Zentrum.

Kulturhauptstadtkampagne „Salzkammergut verbindet“

„Salzkammergut verbindet“ lautet der Titel der gemeinsamen Kommunikations- und Marketingaktivitäten mit organisatorischer und finanzieller Beteiligung der drei Landestourismusorganisationen aus der Steiermark, Oberösterreich und Salzburg. Inhaltlich verbindet die Kampagne das Kulturhauptstadtjahr 2024, das Salzkammergut und diese drei Säulen des touristischen Angebots der beteiligten Orte.

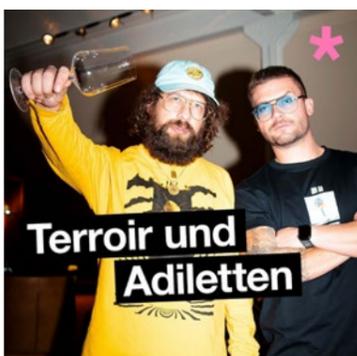
- Kultur und Kulturhauptstadt
- Genuss & Kulinarik
- Lebensraum Salzkammergut (Aktivitäten / Ausflüge)

salzkammergut-verbundet.at oder ausseerland.at



Reichweitenstarke Podcasts & Influencer zum Hören & Schauen

- **Terroir & Adiletten:** Top-Sommelier Willi Schlögl und Rapper Curly haben in ihrem Weinpodcast die Steiermark empfangen: Christoph Neumeister, Katharina Tinnacher und Weinhoheit Katrin Strohmaier stellten darin unter anderem die drei Weinbaugebiete der Steiermark vor. Abrufbar auf allen bekannten Kanälen.
- **Iss was, Hase?!**: Starköchin Cornelia Poletto begab sich für ihren Food-Podcast gemeinsam mit Moderator Dennis Wilms auf kulinarische Entdeckungsreise im Grünen Herz. 2024 soll es eine Fortsetzung geben.
- **Johann Lafer als Kulinarik-Influencer:** Gemeinsam mit Sandra Mühlberg, aufstrebende Food-Influencerin in Deutschland, besuchte der bekannte TV-Koch das Ausseerland und die Oststeiermark, um auf deren beiden Social Media-Kanälen darüber zu berichten.
- **Reisen beginnt im Kopf:** Zwei Podcast-Folgen begleiteten den MERIAN akustisch.





Steiermark Tourismus | Wolfgang Jault, Steiermark Tourismus | Pixelmaker, Graz Tourism | Harry Schiffer, AdobeStock | santinovphoto.com, eljaindustrie.at | Matthias Kneipels (2)

Standortmarketing

Leben, wohnen und arbeiten in der Steiermark

Das Grüne Herz ist nicht ohne Grund das beliebteste Urlaubsland der Österreicherinnen und Österreicher: Angefangen bei der malerischen Landschaft über das abwechslungsreiche Kulturprogramm bis hin zu den kulinarischen Highlights bietet die Steiermark alles, was du kennst. Nur besser!

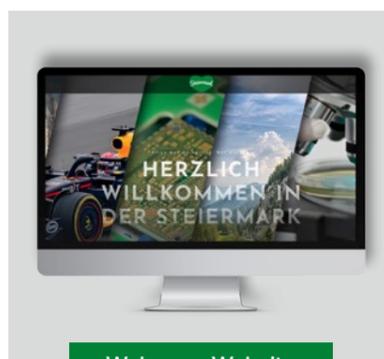
Dieser Slogan beschränkt sich allerdings nicht nur auf die Steiermark als Urlaubsdestination. Eine intakte Umwelt, soziale Sicherheit, moderate Wohn- und Lebenshaltungskosten, starke Unternehmen und eine gute Work-Life-Balance machen das grünste Bundesland Österreichs zu einem besonders lebenswerten Zuhause für Menschen aus aller Welt. Im Wettbewerb um die besten internationalen und nationalen Fach- und Arbeitskräfte ist dies ein großer Pluspunkt, denn Employer Branding ist nicht nur das Schlagwort der Stunde, sondern auch essenziell für die nachhaltige Stärkung des Wirtschaftsstandortes.

Um steirische Unternehmen bei der Mitarbeitersuche tatkräftig zu unterstützen, hat das Standortmarketing Steiermark in den vergangenen Monaten viele Maßnahmen geplant und umgesetzt, die den weiß-grünen Lebensraum als idealen Ort zum Wohnen, Leben und Arbeiten 2024 präsentieren werden. In zahlreichen Gesprächen mit Expertinnen und Experten sowie Stakeholdern wurden konkrete Projekte erstellt, die allesamt Hand in Hand gehen und sich gegenseitig unterstützen. Ziel all dieser Maßnahmen ist es, die Steiermark als innovative und gleichzeitig herzliche Region im Herzen Europas zu positionieren.

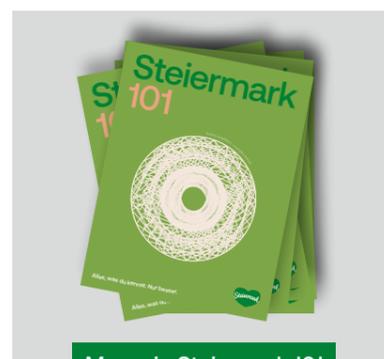
Darüber hinaus hat sich auch die Cinestyria in den vergangenen Monaten für die Bewerbung des Standortes eingesetzt. Durch die Förderung zahlreicher neuer Filmprojekte konnte das internationale Interesse an der Steiermark geweckt oder noch weiter ausgebaut werden.



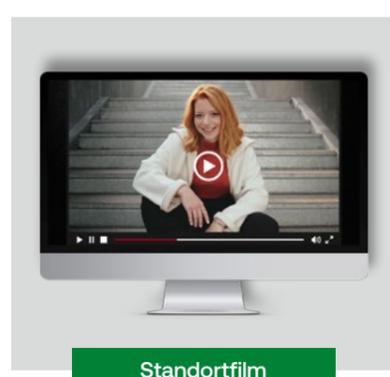
Standortpräsentation



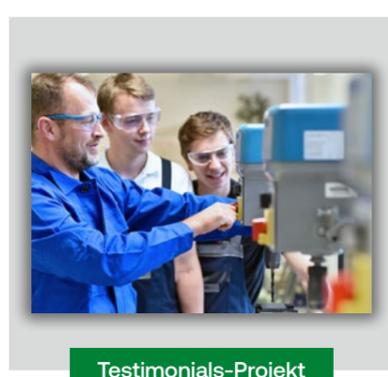
Welcome-Website



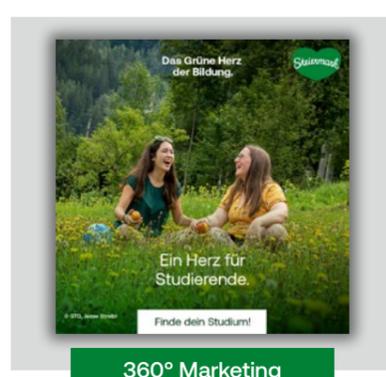
Magazin Steiermark 101



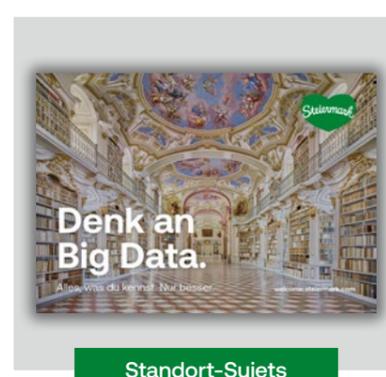
Standortfilm



Testimonials-Projekt



360° Marketing



Standort-Sujets

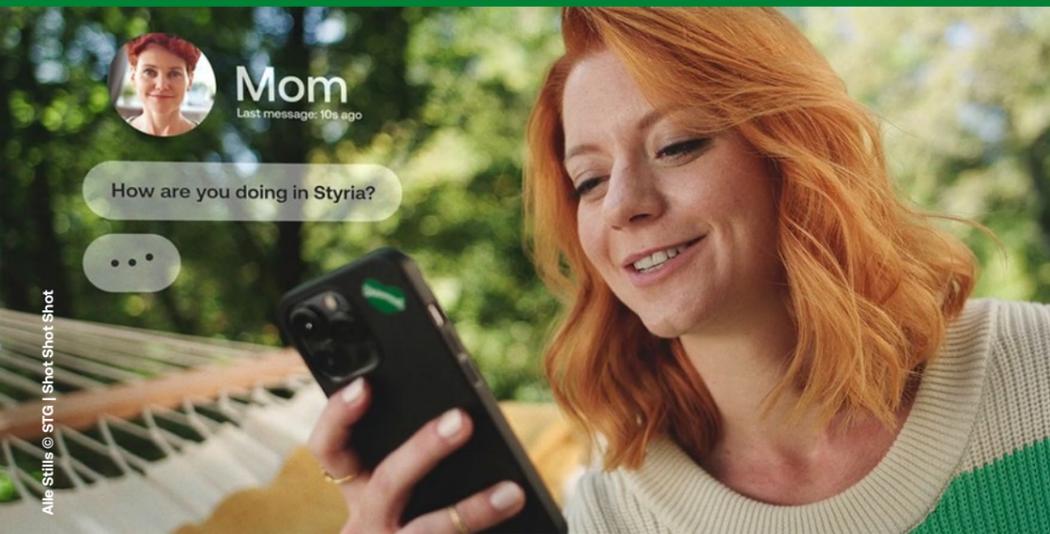
Standortpräsentation: STG|IRNPD, Welcome-Webseite: siehe oben, Magazin: STG|Red Bull Media House GmbH, Film: STG|Shot Shot, Testimonials: AdobeStock|Industrieblick, Green Heart Card: STG, 360° Marketing: STG|Jesse Streibl, Standortkampagne: Stif. Admont|Marcel J. Peda



Standortfilm Everything you know. Just better.

Die Steiermark in all ihrer Vielfalt abzubilden, ist eine Mammutaufgabe. Vor allem dann, wenn man dafür nur drei Minuten Zeit hat. Genau dieser Herausforderungen hat sich die STG gemeinsam mit der Grazer Filmagentur Shot Shot Shot gestellt. Entstanden ist dabei der neue Standortfilm für die Steiermark mit dem Titel „Steiermark - everything you know. Just better.“ Darin führt Hauptdarstellerin Simone durch das Grüne Herz und berichtet über ihren Umzug sowie das

Ankommen und Leben in ihrer neuen Heimat. Dabei besucht sie namhafte Unternehmen, genießt die Auszeit im Grünen oder tanzt durch das Grazer Nachtleben. Der Standortfilm ist auf Englisch und kann bei Bedarf mit Untertiteln in weiteren Sprachen adaptiert werden. Neben einer dreiminütigen Langversion werden auf Social Media auch Kurzversionen ausgespielt, die entsprechend der Zielgruppen unterschiedliche Themenbereiche in den Fokus rücken sollen.



Das Magazin Steiermark 101

Mit dem neuen „Steiermark 101“ Magazin will die STG potenziellen Arbeits- und Fachkräften einen kompakten Überblick verschaffen, was das Leben, Arbeiten und Wohnen im Grünen Herzen betrifft. Der Lebensraum Steiermark wird darin international verständlich und attraktiv vorgestellt. Zusätzlich zum Basiswerk in Deutsch und Englisch haben Betriebe die Möglichkeit, vier Zusatzseiten zu buchen und diese nach individuellen Bedürfnissen selbst zu gestalten.

16.399	62	286	300,6
591	2.995	944	25



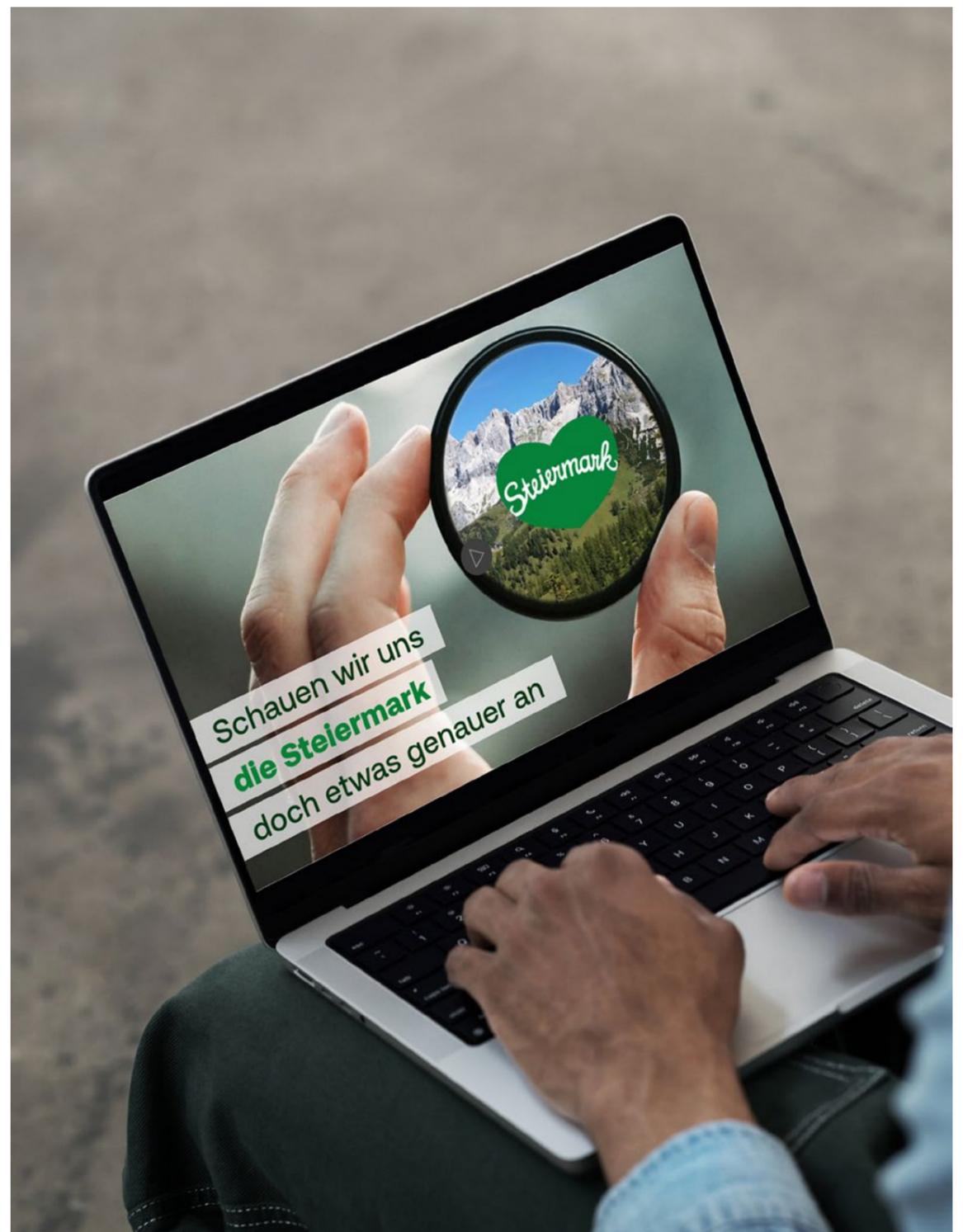
Website welcome.steiermark.com



Die neue Landingpage der Steiermark ist unter **welcome.steiermark.com** abrufbar. Interessierte Personen aus dem In- und Ausland können sich hier über die Vorzüge der Steiermark in Deutsch und Englisch informieren. Dank zahlreicher Verlinkungen können außerdem wichtige Zusatzinformationen eingesehen werden, auch die Weitervermittlung zu den inhaltlichen Spezialisten (z.B. Cint, SFG, IV etc.) wird auf diese Weise gewährleistet.

Standort- präsentation als Power Point

Überarbeitet, modernisiert und aktualisiert bietet die STG ihre Standort-Präsentation als PowerPoint zum Download an. Wie bereits in der Vorgänger-Version sollen dabei die Vorzüge und Facetten der Steiermark zur Schau gestellt werden. Durch ein spezielles Modul-System ist sie künftig noch wandelbarer und vielseitiger einsetzbar: Die Basisversion kann mit Zusatzfolien aus verschiedenen Themenbereichen, wie etwa Wissenschaft, Kultur, Sport, Bildung und Tourismus, erweitert werden.



360° Marketing

Die STG unterstützt nun auch heimische Unternehmen und Institutionen bei Marketing-Aktivitäten, wenn diese zusätzliche Kompetenzen benötigen. In Kooperation mit der FH Joanneum konnte so bereits eine erste gemeinsame Online-Kampagne zur Anwerbung von Studierenden erfolgreich umgesetzt werden.

Testimonials Project

Beim Testimonials-Projekt werden Wahl-Steirerinnen und -Steirer vor den Vorhang geholt, um über ihr Leben und ihren Berufsalltag in der Steiermark zu berichten.

Derzeit wird eine Produktion mit spanischen Jugendlichen umgesetzt: Sie fungieren als Werbebotschafterinnen und Werbebotschafter und sollen andere junge Spanierinnen und Spanier für das Grüne Herz begeistern.

Standort-Sujets

Unter dem Kampagnen-Claim „Alles, was du kennst. Nur besser.“ (bzw. in der englischen Variante „Everything you know. Just better.“) wird über eine raffinierte Text-Bild-Schere die Vielfalt und der Kontrastreichtum der Steiermark abgebildet.

Was haben Künstliche Intelligenz und der Grazer Uhrturm gemeinsam? Wo ist der gemeinsame Nenner bei Big Data und der Stiftsbibliothek Admont? Und was verbindet die Südsteiermark mit Cloud Computing? Genau: Den Standort Steiermark.



Cinestyria

Ob Film, TV-Serie oder Kinoproduktion – das Filmland Steiermark hat in den vergangenen Monaten abermals als beeindruckende Kulisse für viele verschiedene Produktionen gedient.

Die Film Commission Cinestyria war dabei als regionale Filmförderstelle in zahlreiche spannende Projekte involviert: Im vergangenen Herbst wurden beispielsweise wieder einige Krimis gedreht, angefangen bei „Soko Donau“ über „Trost & Rath“, die zwei neuen Steirerkrimis „Steirergraf“ und „Steirerlist“, der Altausseerkrimi „Letzter Jodler“ bis hin zu dem Spielfilm „No Way Out“, der von der Entführung und Befreiung der steirischen Triathletin Nathalie Birli handelt.



Tobias Moretti, Landesrätin Barbara Eibinger-Miedl, Anna Unterberger und Hary Prinz bei Dreharbeiten für den „Steirerkrimi“



Mit Produktionen wie diesen kann das Grüne Herz nachhaltig als attraktive Filmlocation vermarktet sowie die filmische Infrastruktur durch die Stärkung und den Aufbau eines internationalen Netzwerks unterstützt werden. Für das Jahr 2024 stehen ebenfalls bereits einige Produktionen am Drehplan: Passend zur Wiedereröffnung der Bärenschützklamm wird eine Dokumentation über das steirische Naturdenkmal gefilmt. Ebenfalls mit einer Doku feiert Österreichs erfolgreichste Mundartband „Die Seer“ ihren Abschied von der großen Show-Bühne.

Zahlen, bitte!

So tickt der Gast ...

... im Winter

42 % der Gäste buchen bis zu **4 Wochen vor Urlaubsbeginn**.

38 % verreisen als **Paar**, 26 % als **Familie**.

43 % sind durch **frühere Besuche** auf die Steiermark **aufmerksam** geworden, 24 % durchs Internet.

Für 34 % ist das **Wintersportangebot** **Hauptmotiv für den Steiermark-Winterurlaub**, für 30 % zählen die Attraktivität des Skigebietes und für 28 % die Berge.

72 % **buchen direkt** bei der Unterkunft, 16 % auf Internet-Reiseportalen oder Buchungsplattformen.

89 % **reisen mit dem Auto** an den Urlaubsort, 7 % mit der Bahn.

57 % **nächtigen in einem 4*/5*-Betrieb**.

Für 44 % ist **Skifahren** die Hauptaktivität, 21 % gehen **Wandern**.
15 % gehen **Schwimmen/Baden** und 11 % besuchen **Thermen**.

88 % empfehlen die Steiermark unbedingt weiter. Der Stammgast-Anteil liegt bei 69 %.

190 € gibt der Steiermark-Winterurlauber / Kopf / Tag (ohne Anreise, in entgeltl. Unterkünften) aus.

... im Sommer

39 % der Gäste buchen bis zu **4 Wochen vor Urlaubsbeginn**.

44 % verreisen als **Paar**, 26 % als **Familie**.

38 % sind durch das **Internet** auf die Steiermark **aufmerksam** geworden, 33 % **durch frühere Besuche** und **Empfehlung**.

Für 37 % sind **Berge** das **Hauptmotiv** für den Sommerurlaub in der Steiermark, auch Landschaft/Natur (35 %) und das Angebot an Wanderwegen zählen. Für 23 % zählen **regionale Speisen & Getränke**, für 15 % sind **Thermen/Erlebnisbäder** entscheidendes Motiv.

70 % **buchen direkt** bei der Unterkunft, 17 % auf Internet-Reiseportalen oder Buchungsplattformen.

89 % **reisen mit dem Auto** an den Urlaubsort, 6 % mit der Bahn.

57 % **nächtigen in einem 4*/5*-Betrieb**.

Für 48 % ist **Wandern** die Hauptaktivität, gefolgt von Schwimmen/Baden (22 %), aber auch Spazieren/Flanieren ex aequo mit Essen gehen (außerhalb der Unterkunft) (18 %). 11 % besuchen die **Thermen**.

90 % werden die Steiermark **unbedingt weiterempfehlen** (Werte 1+2 kumuliert, Skala: 1–10). Der Stammgast-Anteil liegt bei 59 %.

154 € gibt der Steiermark-Urlauber / Kopf / Tag (ohne Anreise, in entgeltl. Unterkünften) aus.



Neue Rekord-Ergebnisse für das Tourismusjahr und den Sommer 23

Mit **13,6 Millionen Nächtigungen** im Tourismusjahr 2023 wurde ein neuer Höchststand erreicht – der bisherige Rekord aus dem Jahr 2019 lag bei 13,2 Millionen Nächtigungen. Es gab in allen Bereichen laut Landestatistik (Ankünfte, Nächtigungen, Märkte und Unterkunfts-kategorien) Zuwächse. Auch die Sommersaison 2023 brachte das bisher beste Ergebnis.

Tourismusjahr 2023 (Nov. 22 – Okt. 23)* im Vergleich zum Tourismusjahr 2022 (Nov. 21 – Okt. 22)

Ankünfte	4.360.676 (+459.694, +11,8 %)
Nächtigungen	13.637.335 (+1.089.726, +8,7 %)
Aufenthaltsdauer	3,1 Nächte

Entwicklung internationale Märkte im Tourismusjahr 2023

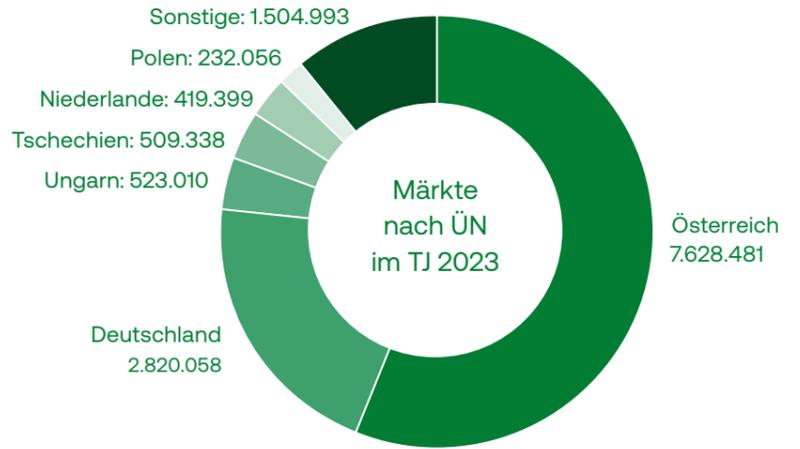
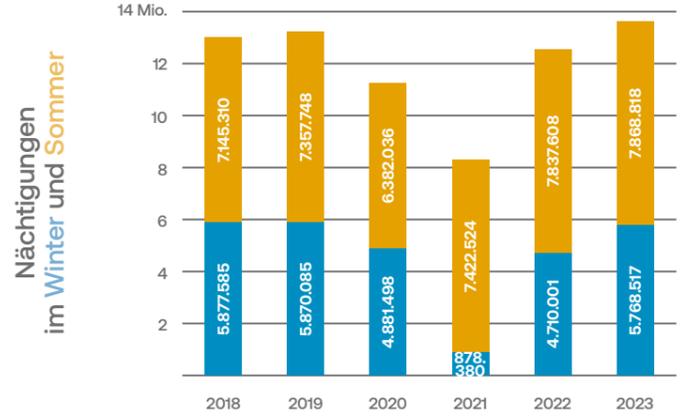
Erstmals wurden über **sechs Millionen internationale Nächtigungen** erzielt, das entspricht einem **Zuwachs von 906.230 Nächtigungen** bzw. +17,8 %. Auch bei den Gästeankünften wurde ein neuer Rekord erreicht: 1.676.280 (+312.178, +22,8 %).

Die größten Gewinner: Der wichtigste **Auslandsmarkt Deutschland** liegt aktuell bei 722.361 Ankünften und konnte knapp 100.000 Ankünfte dazugewinnen (+15,9 %), bei den Nächtigungen wurde mit **mehr als 2,8 Mio.** ein neues Level erreicht. Der Zuwachs liegt bei 290.345 Nächtigungen, sprich 11,5 %.

Ungarn liegt mit 523.010 Nächtigungen solide am 2. Platz und konnte seine Position um knapp 126.000 Nächtigungen (+31,7 %) ausbauen.

Tschechien hat das beste Ergebnis aller Zeiten erreicht und mit 509.338 Nächtigungen erstmals die halbe Million überschritten. Diese Entwicklung ergibt sich durch 110.958 zusätzliche Nächtigungen (+27,9 %) in den vergangenen 12 Monaten.

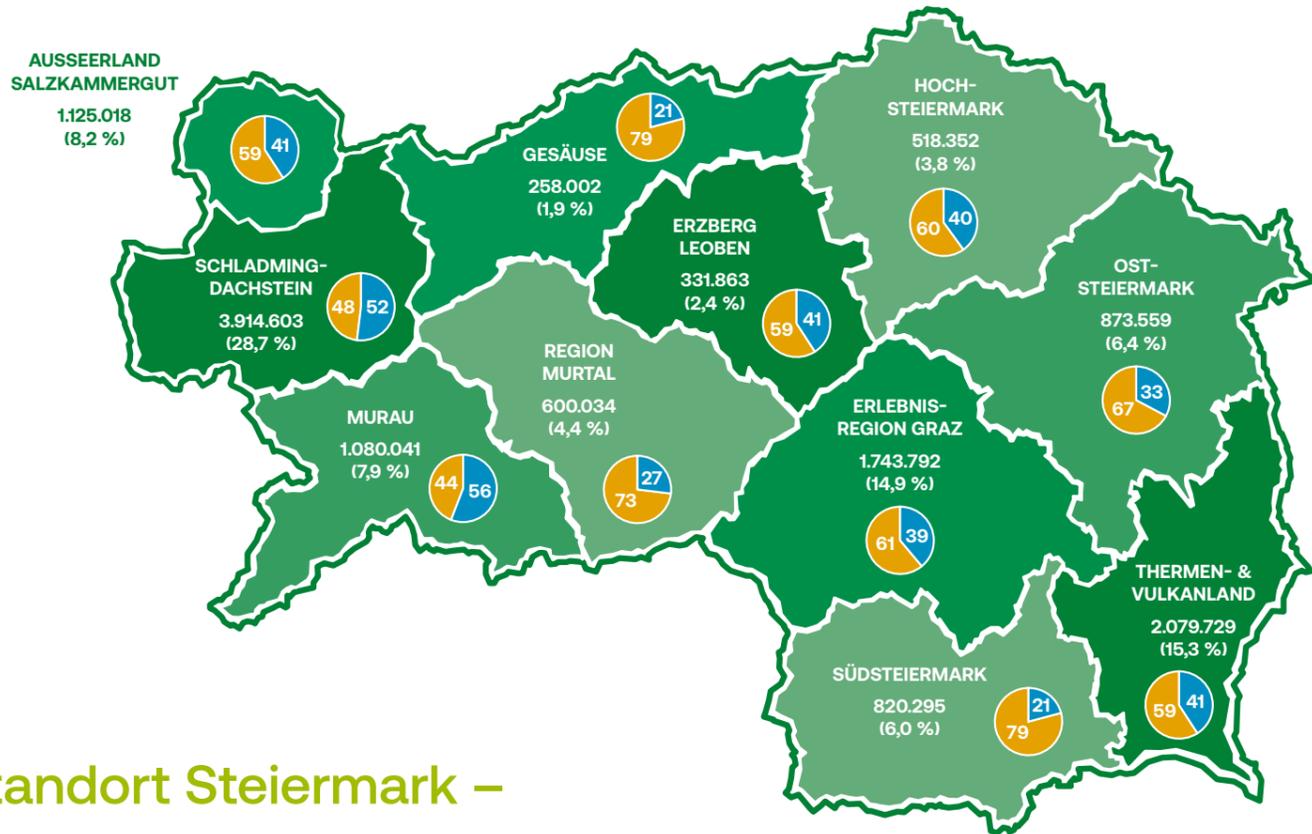
Niederlande liegt mit 419.399 Nächtigungen erstmals über 400.000. Der Zuwachs liegt bei +28.193 ÜN bzw. einem Plus von 7,2 %.



Die Regionen im Tourismusjahr 2023

Übernachtungen und Anteil in Prozent am Gesamtergebnis

Kreisdiagramm: Aufteilung Sommer / Winter in Prozent



Tourismus & Standort Steiermark – ein Überblick



1 Nationalpark
7 Naturparke
1 UNESCO-Biosphärenpark
1 UNESCO Global Geopark
mehr als 50 Natura 2000 Schutzgebiete



UNESCO Weltkulturerbestätte Graz
mit Schloss Eggenberg &
13 x immaterielles Kulturerbe |
1. Museum Österreichs: Universal-museum Joanneum in Graz (seit 1811)



9 Thermen | 3 Spas | unzählige Wellnesshotels



2.040 Kongresse, Tagungen & Seminare mit 121.626 Teilnehmern¹



7.638 Tourismusbetriebe mit rund **180.000 Gästebetten** (Anm.: inkl. Zusatzbetten)²



46.939 Gastgeber³



Mehr als 5 % des Bruttoregionalproduktes der Steiermark werden für **Forschung** ausgegeben. Damit liegt die Steiermark unter den Besten im europäischen Raum.⁴



63.000 Studierende besuchen die erstklassigen Hochschulen.⁴



Export als Wirtschaftsmotor:
2022 wurden Waren im Wert von 28,91 Milliarden Euro international exportiert, und damit ein neuer Rekordwert bei den Exporten erzielt.⁵



Viele helle Köpfe und große Ideen:
Im Jahr 2022 wurden in der Steiermark 5.907 Unternehmen gegründet. Österreichweit ist das der zweite Platz! Insgesamt entfällt jede 7. Neugründung in Österreich auf die Steiermark.⁴



Apfel: ca. 5.000 ha | durchschnittlich 110.000 – 150.000 t Äpfel pro Jahr (ca. 80 % von Österreich)

Kürbis: rd. 13.275 ha Anbaufläche für knapp 3,2 Mio. Liter ursteirisches Kürbiskernöl

Wein: ca. 4.800 ha mit durchschn. 220.000 – 250.000 hl Wein / Jahr⁶



Bestnote 1,49 bei Urlaubern (bester Wert österreichweit)⁷

* Daten: Landestatistik Steiermark. ¹ Mira Kongress-Statistik 2022. ² 2022. ³ 2022. ⁴ Land Steiermark ⁵ <https://www.ic-steiermark.at/2022-neuer-allzeit-rekord-fuer-den-steirischen-export> ⁶ Quelle: Statistik Austria ⁷ Quelle: T-Mona 2022/23, „1=äußerst begeistert“ bis „6=eher enttäuscht“

steiermark.com/shop

Das Grüne Herz schenken: Feine Auswahl an Steiermark-Artikeln

Im neuen Steiermark-Shop der STG können ab sofort rund 25 Herz-Artikel, von Rucksack und Laptop-Tasche über Trinkflasche bis zu herzerwärmenden Hauben, online gekauft werden.

Besonders beliebt sind die Steiermark-Gutscheine, die bei über 250 kulinarischen Partnern, Beherbergungsbetrieben und Ausflugszielen eingelöst werden können. Neu in digitaler Form: Die Gutscheine können ganz einfach ins Wallet des Mobiltelefons übertragen werden und sind somit immer zur Hand, wenn man sie einlösen möchte.

Die Auswahl an Produkten wird laufend erweitert. Ausgesuchte Artikel können auch stationär im Ölbaron-Kiosk am Eisernen Tor in Graz erstanden werden.

