



Landestourismusstrategie Steiermark



Das Land
Steiermark

→ Tourismus

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung.....	3
1.1 Vorwort.....	3
1.2 Grundlagen und Ziele der Tourismusstrategie.....	4
1.3 Strategie-Prozess.....	7
2 Ausgangssituation – Aktiv auf Dynamiken reagieren.....	8
2.1 Bisherige touristische Entwicklungsdynamik.....	8
2.2 Allgemeine und touristische Zukunfts-Dynamiken und Rahmenbedingungen.....	9
3 Strategie auf einen Blick.....	12
4 Touristisches Selbstverständnis in der Steiermark.....	13
4.1 Rolle und Dimension des Tourismus in der Steiermark.....	13
4.2 Die Herz-Werte der Steiermark.....	15
5 Strategisches Zielbild.....	17
5.1 Unsere Vision.....	17
5.2 Unser Auftrag.....	17
5.3 Touristische Ziele der Steiermark.....	19
6 Touristische Positionierung.....	22
6.1 Geschäftsfelder im Tourismus.....	22
6.2 Erlebnisfelder im Tourismus.....	23
6.3 Differenzierung & Kernkompetenz.....	29
6.4 Zusammenschau – Touristische Positionierung.....	29
7 Handlungs- & Entwicklungsfelder.....	30
7.1 Tourismus-Kernentwicklungsfelder.....	32
7.2 Kooperative Handlungsfelder mit dem Tourismus.....	43
Quellen.....	45

1 Einleitung

1.1 Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren!

Die Steiermark ist so vielfältig wie kaum ein anderes österreichisches Bundesland: Vom alpinen Norden über die dynamische Landeshauptstadt Graz bis hin zur Weingegend. Von ruhevollen Thermen, den vielfältigen Wanderwegen in einzigartigen Naturräumen bis zur Radroute entlang der Mur. Das sind nur einige Highlights, die in den elf Erlebnisregionen zu entdecken sind. In Kombination mit unserer typisch steirischen Gastfreundschaft und der herausragenden Kulinarik hat sich unser Bundesland zur erfolgreichen und beliebten Tourismusdestination entwickelt, die als das Grüne Herz Österreichs auch weit über unsere Landesgrenzen hinaus einen ausgezeichneten Ruf genießt.

Dieses gute Image verdanken wir vor allem unseren engagierten Touristikerinnen und Touristikern, die das Grüne Herz Österreichs in jeder Urlaubssaison kräftig schlagen lassen. Sie sorgen dafür, dass sich unsere Gäste wohlfühlen und machen jeden Aufenthalt zu einem Erlebnis, das lange in Erinnerung bleibt.

Als Tourismuslandesrätin ist es mir ein zentrales Anliegen, dass sich unser Urlaubsland auch weiterhin so positiv entwickelt. Die Etablierung der elf Erlebnis-



© STG/Streibl

regionen und die Positionierung des Grünen Herzens als Dachmarke für den gesamten Standort Steiermark waren dabei ganz wichtige Meilensteine. Zudem haben wir als erstes österreichisches Bundesland eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie erarbeitet.

Die vorliegende Tourismusstrategie soll als weiterer Richtungsweiser für eine zukunftsorientierte und nachhaltige Tourismusedwicklung in der Steiermark dienen. Gemeinsam mit relevanten Stakeholdern wurde anhand von Analysen, aktuellen Trends und relevanten Themen wie Demografie, Nachhaltigkeit und digitaler Transformation der weitere touristische Weg für die Steiermark definiert. Dabei stützen wir uns auf unsere Kernkompetenzen und Werte, haben aber gleichzeitig den Blick auf Zukunftsinnovationen gerichtet.

Ich bin davon überzeugt, dass wir damit unseren Erfolgskurs als attraktives Urlaubsland fortsetzen können und das Grüne Herz Österreichs auch in den nächsten Jahren kräftig schlagen wird.

Herzlichst

Barbara Eibinger-Miedl
Tourismuslandesrätin

1.2 Grundlagen und Ziele der Tourismusstrategie

Die Steiermark konnte in den letzten Jahren eine **dynamische Entwicklung im Tourismus** verzeichnen, sowohl im Sinne der Angebots- und Nachfrageentwicklung als auch bei der Marken-Positionierung als „Das Grüne Herz Österreichs“. Parallel dazu wurden auch die bislang vergleichsweise kleingliedrigen Tourismusstrukturen zu schlagkräftigen, wettbewerbsfähigen Einheiten verbunden.

Unabhängig davon stellt sich die Steiermark ihrer Verantwortung, die touristische Strategie an **aktuelle Trends, Entwicklungen und Rahmenbedingungen** anzupassen und weiterzuentwickeln. Veränderte Erwartungshaltungen der Gäste, neue Anforderungen an die Betriebe durch wirtschaftliche Veränderungen sowie durch die Themen Digitalisierung, Nachhaltigkeit oder die Zukunft des Arbeitskräfte- und Unternehmer-Nachwuchses sind nur einige der Faktoren, welche die Notwendigkeit einer strategischen Aktualisierung unterstreichen.

Vor diesem Hintergrund wurden gemeinsam mit den tourismusrelevanten Stakeholdern die **strategischen Weichenstellungen für das Tourismusland Steiermark** definiert, um den positiven touristischen Weg im Sinne einer qualitativen Weiterentwicklung fortzusetzen und zu vertiefen.

Grundsätzlich ist es dabei wichtig hervorzuheben, dass der **Begriff „Tourismus“** im zeitgemäßen strategischen Selbstverständnis der Steiermark weit mehr umfasst als

den reinen Nächtigungstourismus. Die „wertschöpfende Tourismuswirtschaft“ der Steiermark setzt sich aus dem Aufenthalts- und Nächtigungstourismus sowie der Tages- und Naherholung von Bevölkerung und externen Besuchern zusammen.

Auch in seiner Bedeutung für das Land Steiermark wirkt der Tourismus sowohl als wichtiger regionaler Wirtschaftsimpuls als auch als prägender Marken-, Image- und Identitätsfaktor für Bevölkerung und Besucher. Die Tourismus- & Freizeitwirtschaft der Steiermark ist somit ein zentrales Attraktivitäts- und Differenzierungs-Element des prosperierenden und wettbewerbsfähigen Lebens-, Arbeits- und Wirtschaftsstandortes Steiermark.

Grundlage der vorliegenden Strategie bildet eine **umfassende Analyse**, die sich auf unterschiedliche Datenquellen stützt. Dazu zählen Markt- und Trendanalysen (Megatrends, Twin Transition, Marktrelevanz der Steiermark etc.), Gästebefragungen, Befragungen zum Tourismus- & Standortbewusstsein der steirischen Bevölkerung, Beschäftigungsstatistiken und weitere relevante Informationen wie Frequenz- und Auslastungszahlen, die das touristische Bild der Steiermark vervollständigen und Ableitungen für die zukünftige touristische Entwicklung ermöglichen.

Weiters berücksichtigt die vorliegende Strategie selbstverständlich auch relevante thematische **Bundes- und Landesstrategien** wie den **Plan T – Masterplan für Tourismus** des Bundes. Auf Landesebene

werden insbesondere die Wirtschaftsstrategie 2030, die Klima- und Energiestrategie Steiermark 2030, die Naturschutzstrategie Steiermark 2025, die Strategie des Landes Steiermark zur Förderung von Wissenschaft und Forschung 2030 und die Kulturstrategie 2030 bei der Strategieentwicklung für den Tourismus berücksichtigt.

Die Landestourismusstrategie nimmt Bezug auf verschiedene **tourismusrelevante Themen dieser Landesstrategien**. Dazu gehören beispielsweise die Kernthemen Innovation, digitale und grüne Transformation sowie Demografie/Fachkräfte, die in der **Wirtschaftsstrategie 2030** behandelt werden und dort insbesondere mit den Kernzielen im Bereich Unternehmertum & Jungunternehmer, Qualifizierung & Humanpotenzial sowie Internationalisierung adressiert werden.

Darüber hinaus spielen klimafreundliche Maßnahmen wie die Förderung nachhaltigen Verhaltens, die bauliche Verdichtung in der Raumplanung, die Unterstützung der Kreislaufwirtschaft, die Förderung des Rad- und Fußgängerverkehrs sowie des öffentlichen Verkehrs eine wichtige Rolle in der **Klima- und Energiestrategie Steiermark 2030**. Diese Maßnahmen sind auch für den Tourismussektor von großer Bedeutung.

Die **Naturschutzstrategie Steiermark 2025** setzt hingegen auf Ziele wie Bewusstseinsbildung, Mitgestaltung von Veranstaltungen, Kooperation und Besucherlenkung im Tourismus, um die Natur zu schützen und nachhaltigen Tourismus zu fördern.

Zusätzlich sind die Inhalte der **touristischen Nachhaltigkeitsstrategie 2030** von zentraler Relevanz. Diese Strategie konzentriert sich spezifisch auf die künftigen Handlungsfelder des Tourismus in der Steiermark im Bereich der nachhaltigen Entwicklung.

Die vorliegende Landestourismusstrategie orientiert sich zudem nicht nur an internen Daten und Entwicklungen, sondern bezieht auch Mitbewerberentwicklungen mit ein. Im Sinne einer umfassenden Analyse wurden daher auch die **Strategien anderer (Bundes-) Länder** (wie Burgenland, Niederösterreich, Vorarlberg, Tirol, Salzburg, Oberösterreich und Südtirol) sorgfältig reflektiert, die in besonderer Weise zeigen, dass ein verantwortungsvoller, qualitätsvoller und nachhaltiger Tourismus, der den Lebensraum mitgestaltet, ein in allen Ländern zentrales Thema ist.

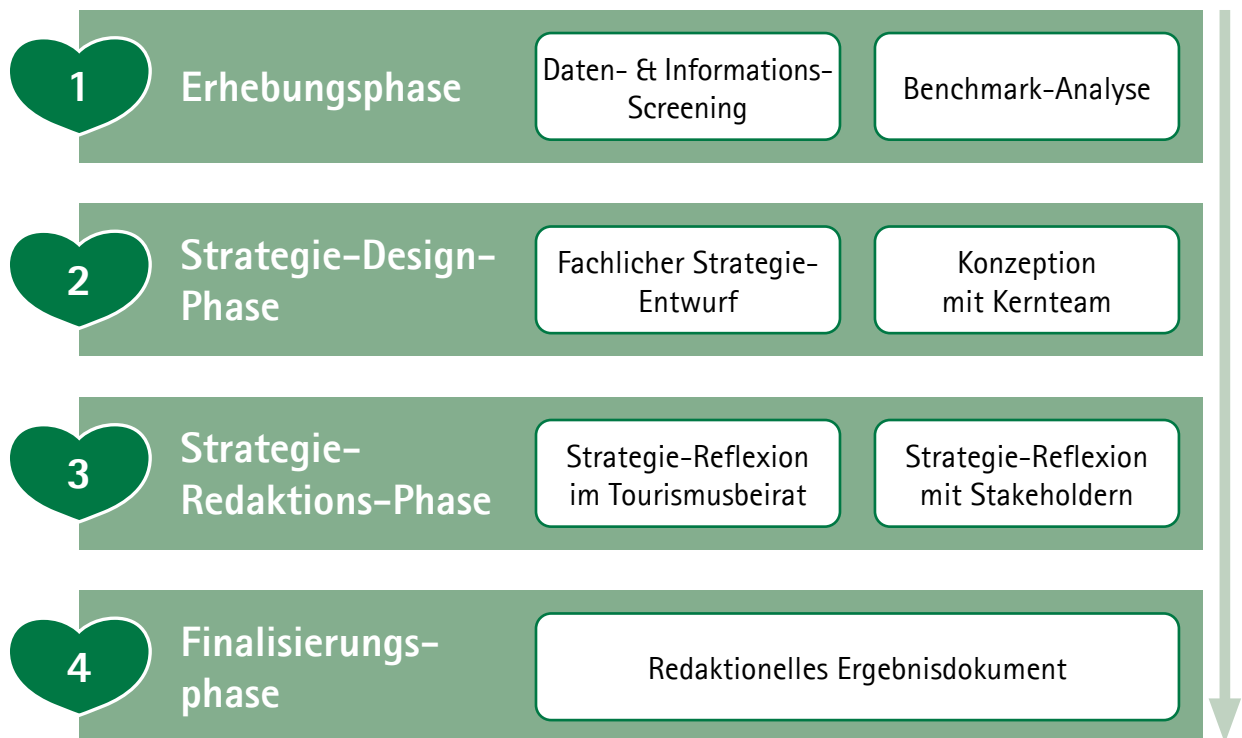
In der vorliegenden Landestourismusstrategie Steiermark werden die strategischen Leitlinien für die kommenden Jahre festgelegt, um den Tourismus in der Steiermark auf einen zukunftsfähigen Erfolgskurs zu halten. Die Strategie zeichnet das Bild vom **angestrebten Zukunftsbild**, in welche Richtung sich die Tourismuswirtschaft in der Steiermark entwickeln will. Neben der Festlegung von Vision, Zielen und der inhaltlichen Positionierung werden konkrete Schwerpunkte definiert, die dazu beitragen, das gewünschte touristische Zukunftsbild der Steiermark zu verwirklichen.

© Gettyimages/Kritchanut



1.3 Strategie-Prozess

Die Strategieentwicklung wurde in vier Phasen unter aktiver Einbindung verschiedener Stakeholder aus der Tourismuswirtschaft durchgeführt:



2 Ausgangssituation – Aktiv auf Dynamiken reagieren

2.1 Bisherige touristische Entwicklungsdynamik¹

Die Tourismuswirtschaft in der Steiermark steht für...

<p>Positives Image</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Positives und sympathisches Image, welches Gäste mit der Steiermark assoziieren: erholsam, (gast-)freundlich, gemütlich ■ 80% der Österreicher:innen kennen „Steiermark – das Grüne Herz Österreichs“ (+2% seit 2017) – Platz 1 unter allen touristischen Slogans in Österreich
<p>Hohe Bedeutung & Relevanz</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Die Tourismus- und Freizeitqualität prägt das Land ■ Laut der steirischen Bevölkerung... <ul style="list-style-type: none"> • ist Tourismus für die Entwicklung der Regionen wichtig (91%), • trägt zum Ruf & zur Absicherung des Wirtschaftsstandortes (90%) • und zur Sicherung von Arbeitsplätzen und Wohlstand bei (90%)
<p>Treue und nahe Kunden</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Steirischer Heimmarkt und ein hoher Stammgästeanteil prägen die touristischen Zielgruppen der Steiermark <ul style="list-style-type: none"> • 62% der 4,3 Mio. Gästeankünfte (TJ 2022/23) stammen vom Inland, 38% von ausländischen Märkten • Die Steiermark ist das beliebteste Urlaubs-Bundesland der Österreicher:innen: 19% aller inländischen Nächtigungen finden in der Steiermark statt (Gesamt – 39,7 Mio Inländer-Nächtigungen in AT, davon 7,6 Mio. Inländer-Nächtigungen in der Stmk. im TJ 2022/23) • 63% Stammgästeanteil
<p>Hoher wirtschaftlichen Stellenwert</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Beschäftigte: Zwischen 1980 & 2022 Anstieg von ca. 14.000 auf über 47.000 Beschäftigte (die tatsächliche Zahl ist voraussichtlich noch deutlich höher: nicht enthalten sind Seilbahnmitarbeiter:innen (mit rd. 1300 Arbeitsplätzen) und vom Tourismus indirekt betroffene Sparten) ■ Laut Tourismus-Satelliten-Konto beläuft sich die Brutto-Wertschöpfung in der Steiermark durch den Tourismus auf 2,74 Milliarden Euro pro Jahr
<p>Positive Nachfragedynamik</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ +26% mehr Nächtigungen zw. 2010 & 2023 (13,6 Mio. im TJ 2022/23) <ul style="list-style-type: none"> • Sommer 2023 mit über 7 Mio. Nächtigungen stärkster Sommer • TJ 2022/23: Neuer Spitzenwert von Steirer:innen als Urlauber im eigenen Land – 1,9 Mio. Nächtigungen ■ Steigerung der Sommer-Auslastung von 28% auf 33% zw. 2010 & 2022 (TJ 2022/23: 7.899 Betriebe mit 175.190 Betten)
<p>Zeitgemäße, professionelle touristische Strukturen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Die Zusammenführung der kleinteiligen Verbands- und Regionsstrukturen zu schlagkräftigen Einheiten war ein wichtiger Schritt für die Weiterentwicklung des Tourismus in der Steiermark. ■ Dies führte zu einer institutionalisierten und optimierten Zusammenarbeit zwischen Landesebene, STG und den Erlebnisregionen (u. a. durch den Tourismusbeirat). Diese Zusammenarbeit bildet die Grundlage, um das Potenzial, die Effizienz, die Effektivität und die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismuslandschaft deutlich zu steigern. Schlagkräftigere Einheiten können so flexibler auf aktuelle Entwicklungen reagieren und ihre Aufgaben, auch als Kommunikatoren in Richtung der Betriebe, noch besser erfüllen.

¹ Quellen siehe Anhang

2.2 Allgemeine und touristische Zukunfts-Dynamiken und Rahmenbedingungen

Für die Tourismuswirtschaft in der Steiermark sind in Zukunft u.a. folgende Rahmenbedingungen, Wandlungsprozesse und Erfolgsfaktoren von besonderer Bedeutung:

Chancen und Herausforderungen

Digitalisierung und Technologisierung

Obwohl der persönliche Kontakt und Service auf Kundenseite von zentraler Bedeutung sind, wird der Einsatz von Digitalisierung und Technologisierung zukünftig eine erfolgsentscheidende Rolle im Tourismus spielen. Dies gilt insbesondere für die **Optimierung von Prozessen** zur Steigerung des Gästelerlebnisses entlang der Customer Journey, die **Sammlung und Analyse von Daten** zur Gewinnung von Informationen über das Gästeverhalten und die darauf aufbauende **Entwicklung von personalisierten Dienstleistungen und Angeboten** zur effektiven Bindung der richtigen Gästegruppen.

Ganzheitliche Nachhaltigkeit

Über die Notwendigkeit nachhaltigen Handelns und Verhaltens besteht mittlerweile ein breiter gesellschaftlicher Konsens. Ein ganzheitliches (ökologisches, soziales & ökonomisches) Nachhaltigkeitsverständnis gewinnt auch im Tourismus verstärkt an Bedeutung. Zwar ist Nachhaltigkeit zumeist nicht das primäre Urlaubs- und Reisemotiv, die Integration nachhaltiger Qualitäten (Mobilität, Regionalität, Naturschutz, soziale Verträglichkeit, etc.) in touristische Angebote wird aber zunehmend **als Selbstverständnis** erwartet, insbesondere für ein Land, das sich erfolgreich als „Das Grüne Herz“ positioniert. Ein weiterer Aspekt ist die touristische Anpassung an die erwartbaren Effekte des Klimawandels, wo sich für die Steiermark angesichts ihrer topographischen und naturräumlichen Gegebenheiten sowohl Entwicklungs-Notwendigkeiten als auch Zukunfts-Potenziale ergeben.

(Standort- und Tourismus-)Identität, Stolz und Gesinnung

Dem Potenzial der Steiermark an hoher Identität und Stolz auf die Qualität und Attraktivität der Tourismus-, Freizeit- und Genusswirtschaft des Landes stehen auch tourismuskritische Tendenzen gegenüber, denen sachlich und lösungsorientiert begegnet werden muss.



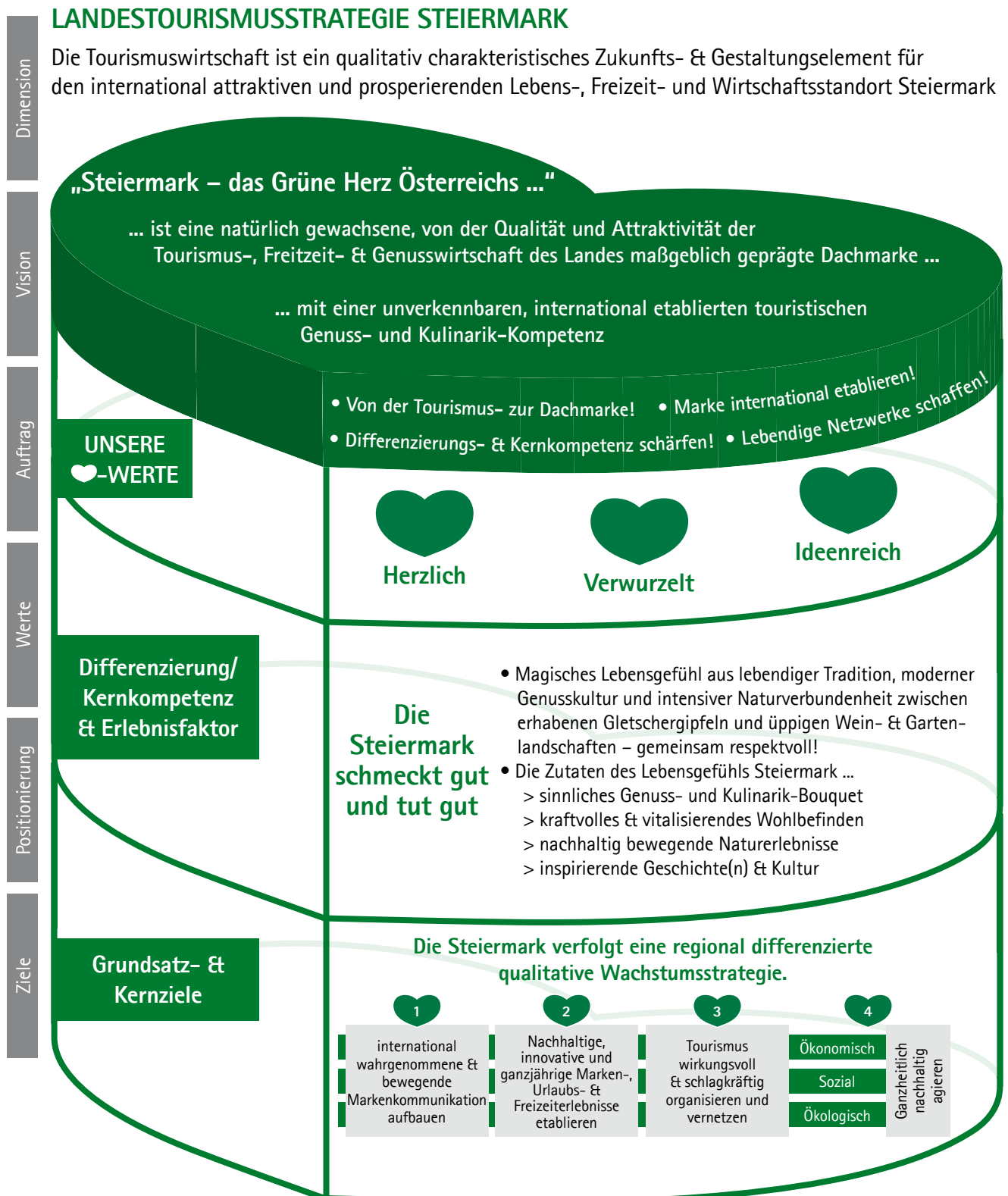


© John Lamm

Murau

Chancen		Herausforderungen	
Ganzheitlicher Lebensstil	Arbeits- und Unternehmermarkt	Authentische Genusskultur	Struktur und Ressourceneffizienz
Der verbindende Lebensstil von genussvoller und zugleich gesunder Ernährung, körperlicher Bewegung, mentaler und emotionaler Balance und sozialem Wohlfühlgefühl gewinnt weiter an Bedeutung und die Steiermark besitzt nicht nur in einzelnen Aspekten sondern in ihrer Kombination hohes Potenzial und Kompetenz.	Die sich aus den demographischen und gesellschaftlichen Entwicklungen ergebenden Konsequenzen für Mitarbeiter- und Unternehmer-Nachwuchs erfordern auch touristisch Impulse in den Bereichen Mitarbeiter-Recruiting, Employer-Branding, Next Generation oder Start-Up-Kultur.	Die steigende gesellschaftliche Bedeutung von Genusskultur, Nachhaltigkeit und Authentizität birgt für die Steiermark durch die erfolgreich überregional etablierten Assoziationen zu hochwertigem Genuss, entsprechenden Produkten, Produzenten und einer lebendigen Lebens- und Genusskultur und -tradition ein enormes Potenzial.	Knapper werdende Ressourcen auf vielen Ebenen erfordern auch vom Tourismus, Prozesse und Strukturen effizient zu gestalten und Synergien möglichst wirkungsvoll organisatorisch und/oder technologisch zu nutzen, um die Wettbewerbsstellung und ökonomische Bedeutung abzusichern und zu stärken.
Sanfte Mobilität	Betrieblicher Strukturwandel		
Insbesondere die technologische Entwicklung des Fahrrads in den letzten Jahren hat zu einem breitenwirksamen und vielseitigen Freizeit- und Mobilitäts-Angebot beigetragen, welches sein Potenzial in der Steiermark in nahezu all seinen Facetten touristisch entfalten kann.	Veränderte technische, organisatorische, demografische und administrative Rahmenbedingungen erhöhen vielfach die Anforderungen an kleinstrukturierte, persönliche touristische Anbieter und deren Nachwuchs. Im Interesse der Angebots- & Struktursicherung typischer steirischer Betriebsstrukturen sind für und mit den Betrieben zeitgemäße Möglichkeiten und Wege zu deren nachhaltigen (Weiter-)Entwicklung (z. B. moderne Organisations- & Betreibermodelle) zu erarbeiten.		

3 Strategie auf einen Blick



4 Touristisches Selbstverständnis in der Steiermark

4.1 Rolle und Dimension des Tourismus in der Steiermark

Die Bedeutung des Tourismus in der Steiermark reicht deutlich über jene, einer spezifischen volkswirtschaftlichen Branche hinaus:

Dimension

Inhaltlich umfasst der Begriff „Tourismus“ im strategischen Selbstverständnis der Steiermark die „wertschöpfende Tourismuswirtschaft“ bestehend aus

- dem Aufenthalts- und Nächtigungstourismus und
- der Tages- und Naherholung von externen Besuchern sowie der Bevölkerung durch welche (regional-)wirtschaftliche Impulse initiiert werden²

Rolle und Bedeutung

Die Qualität und Attraktivität dieser „wertschöpfenden steirischen Tourismuswirtschaft“ ist für das Land...

- prägender Marken-, Image- und Identitätsfaktor für Bevölkerung und Besucher,
- Anziehungs- und Differenzierungsargument als attraktives Tourismusland und eines prosperierenden, wettbewerbsfähigen Lebens-, Arbeits- & Wirtschaftsstandorts (für Unternehmen, Investoren, Arbeitnehmer, Kreative, Auszubildende etc.)

Touristisches Selbstverständnis der Steiermark

Die Tourismuswirtschaft ist ein qualitativ charakteristisches
Zukunfts- & Gestaltungs-Element für den international attraktiven
und prosperierenden Lebens-, Freizeit- und Wirtschaftsstandort Steiermark³



© Stefan Leitner

² Begrifflich nicht umfasst sind damit nicht (regional-)wirtschaftlich impulsgebende Naherholungs- & Freizeitaktivitäten

³ Die Tourismuswirtschaft als aktiver Mitgestalter aber keinesfalls alleiniger Verantwortlicher für den Lebensraum

Grafische Darstellung des Wirkungsfelds der Landestourismusstrategie:



Zur zukunftsorientierten Absicherung und Stärkung dieses marken- und qualitätsprägenden Beitrages der steirischen Tourismuswirtschaft werden die dafür erforderlichen (finanziellen) Ressourcen neben dem öffent-

lichen Mitteleinsatz im Schulterschluss von den direkt und indirekt profitierenden Akteuren der aufenthalts- und freizeittouristischen Nachfrage und Wertschöpfung (anteilig ihres Nutzens) verantwortet.



4.2 Die Herz-Werte der Steiermark

Die charakteristischen **Werte**⁴, die bei allen marken- und standortprägenden Aktivitäten und Projekten der Steiermark authentisch nach innen gelebt und nach außen getragen werden:

Herzlich



*Steiermark:
Wo die Herzlichkeit
zu Hause ist.*

Verwurzelt



*Steiermark:
Wo die Zukunft ihre
Wurzeln hat*

Ideenreich



*Steiermark:
Wo Fortschritt
Herzenssache ist*

Herzlich

Steiermark: Wo die Herzlichkeit zu Hause ist.

Was man gern macht, macht man gut. Dieses Wissen nutzen die Steirerinnen und Steirer, um einerseits Gäste willkommen zu heißen und andererseits die Liebe zu ihrem Land nach außen zu tragen. Die steirische Herzlichkeit ist großzügig, gelassen und unaufdringlich: Sie schafft Raum für Geselligkeit, in der vielfältige Erlebnisse und schöne Erinnerungen entstehen.

Was heißt das konkret für Auftritt, Kommunikation und Handeln?

- Wir laden andere ein, die Vielfalt unseres Landes zu erleben und teilen unsere Erfolgsgeschichten aus allen Bereichen von Tourismus bis Wirtschaft und Genuss bis Technologie voller Leidenschaft.



- Wir sind weltoffen und begegnen Menschen positiv – unabhängig davon, ob sie in der Steiermark aufgewachsen sind oder unser schönes Land als Gast oder Wahlsteirer:in für sich entdeckt haben.
- Wir sind mit Herzblut bei der Sache, wenn es darum geht, das steirische Lebensgefühl greifbar und erlebbar zu machen.

⁴ Quelle: Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH – STG (August 2023): CD- & Markenhandbuch der Dachmarke Steiermark

Verwurzelt⁵

Steiermark: Wo die Zukunft ihre Wurzeln hat.

Die Steirerinnen und Steirer stehen mit beiden Beinen im Leben und sind sich der eigenen Wurzeln bewusst. Sie bevorzugen den authentischen Alltag und persönliche Begegnungen. Das macht sie zu selbstbewussten Botschaftern für die bekannten regionalen Schätze des Landes und schult gleichzeitig den Blick auf das Unbekannte.

Was heißt das konkret für Auftritt, Kommunikation und Handeln?

- Wir zeigen die facettenreichen Vorzüge unseres Landes, bleiben dabei aber immer nahbar, bodenständig und faktenbasiert.
- Wir schöpfen Kraft aus unserer Heimat und spiegeln diese wider, indem wir der Natur ausreichend Platz



- in unserer Kommunikation einräumen und mit natürlichen Materialien möglichst nachhaltig umgehen.
- Wir schätzen Tradition und Brauchtum genauso wie Innovation und Vision – denn aus dieser Verbindung entsteht die Steiermark, die selbstbewusst in die Zukunft schaut.

Ideenreich

Steiermark: Wo Fortschritt Herzenssache ist.

Ein Herz, das schlägt, steht niemals still. Es will den Takt angeben, Neues probieren und sich kreativ ausleben. Die Steirerinnen und Steirer hören auf diesen Impuls und geben ihrem Land damit einen starken inneren Antrieb, der Innovation und Wachstum in Tourismus, Wirtschaft, Industrie und Forschung zur positiven Konstante macht.

Was heißt das konkret für Auftritt, Kommunikation und Handeln?

- Wir schätzen Anders-, Neu- und Um-die-Ecke-Denker und geben ihnen den Raum, sich in der Steiermark unternehmerisch entfalten zu können.
- Wir hinterfragen Bestehendes und behalten Dinge nicht, nur weil sie „schon immer so gemacht wurden“ – sondern fördern Talente und unterstützen in-



- novative Projekte, die unser Land als starken Standort attraktiv machen.
- Wir suchen aktiv nach Möglichkeiten und investieren in den Ideenreichtum unserer Einwohnerinnen und Einwohner, um uns fortwährend weiterzuentwickeln und zu wachsen.

⁵ Quelle: Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH – STG (August 2023): CD- & Markenhandbuch der Dachmarke Steiermark

5 Strategisches Zielbild

5.1 Unsere Vision

Die Vision für die Tourismuswirtschaft der Steiermark ist unser inspirierendes Bild davon, was wir in Zukunft gemeinsam erreichen wollen.

Die Steiermark – das Grüne Herz Österreichs ist ...

- eine natürlich gewachsene, von der **Qualität und Attraktivität der Tourismus-, Freizeit- & Genusswirtschaft** des Landes maßgeblich **geprägte Dachmarke...**
- mit einer unverkennbaren, international etablierten **touristischen Differenzierungs- & Kernkompetenz.**

5.2 Unser Auftrag

Folgende Aufträge leiten sich aus der oben skizzierten Vision ab:

1 Von der Tourismus- zur Dachmarke!

Die attraktive, authentische und nachhaltige Tourismusmarke soll zu einer pulsierenden, dynamischen und international anerkannten Dachmarke sowohl für die Tourismuswirtschaft als auch für die Standortmarke allgemein (Weinwirtschaft, Bildungseinrichtungen, Forschungsbetriebe, Industrie- und Gewerbebetriebe, Sportveranstaltungen etc.) entwickelt werden.

2 Differenzierungs- & Kernkompetenz schärfen!

Aufbauend auf der bereits erfolgreich etablierten und anerkannten Qualität sowie den vorhandenen Potenzialen des Landes in den Bereichen Genuss, Produktkompetenz & Produzenten und Kulinarik, gilt es diese Kompetenzen kraftvoll zu festigen, zu schärfen und als ein herausragendes Differenzierungsmerkmal für die anderen touristischen Motive und Angebote unverkennbar in der Markenidentität zu verankern.

3 Steiermark international etablieren!

Gestützt auf die bereits etablierten Marktabdeckungen, vor allem in enger Verknüpfung mit unserer Dachmarke, soll die internationale Sichtbarkeit und Attraktivität des Landes sukzessiv und selektiv gesteigert werden.

4 Mitwirkung in lebendigen Netzwerken!

Der Tourismus strebt nicht nur nach wirkungsvollen und effizienten brancheninternen Synergien, sondern versteht sich auch als Partner bei der Gestaltung von lebendigen branchen- und sektorenübergreifenden Netzwerken, um die unterschiedlichen Kompetenzen und Ressourcen bestmöglich miteinander in Einklang zu bringen. Dazu gehört z.B. der Austausch mit Regionalmanagement, LEADER, Landwirtschaft, alpinen Vereinen, Wirtschaftskammer, ÖHV etc.

© Katrin Kerschbaumer



Ausseerland – Salzkammergut

5.3 Touristische Ziele der Steiermark

Touristisches Grundsatz-Ziel

Die Steiermark verfolgt eine regional differenzierte qualitative Wachstumsstrategie.

1 Qualitative Wachstumsstrategie:

Eine qualitative, wertschöpfungssteigernde (= nicht primär nur nachfrage- und frequenzsteigernde) sowie sozial- und umweltverträgliche touristische Entwicklung ist unser künftiger Fokus (auch dort, wo durchaus auch noch quantitative Entwicklungspotenziale bestehen).

2 Regional differenziert:

Je nach touristischer Intensität und Exponiertheit sollen durchaus unterschiedliche Entwicklungsstrategien in (Teil-)Regionen bzw. Erlebnisregionen verfolgt werden.

Tourismus-Intensität und Exponiertheit	HOCH	NIEDRIG
Wirtschaftliche Prosperität, Stabilität und Monostrukturiertheit	Umsichtige und differenzierte Wachstumsstrategie mit Fokus auf qualitative Wertschöpfungssteigerung sowie soziale und ökologische Verträglichkeit	Auch ein quantitatives Wachstum bzw. eine Entwicklung möglich, unter Berücksichtigung der qualitativen Wertschöpfungssteigerung und der sozialen und ökologischen Verträglichkeit
Soziale (Tourismus-) Regional-Haltung und Identität		
(Touristisch geprägte) Beeinträchtigung von Landschaft und Ortsbildern		
(Ökologisch) wahrgenommene tourismus-induzierte Belastungen (Verkehr etc.)		

Touristische Kernziele

Das Grundsatz-Ziel wird durch vier Kernziele konkretisiert:



Kern-Ziel-Beschreibung und -Indikatoren

Hinweis: Die seitlich ergänzten Symbole weisen darauf hin, auf welche (touristischen) Nachhaltigkeits-Komponenten durch diese Zielsetzung eingezahlt wird:



Ökonomisch



Ökologisch



Sozial

1 International wahrgenommene & bewegende Markenkommunikation aufbauen



- Wir schaffen eine international wahrgenommene Kommunikation, die Neugierde, Begehrlichkeit und Sehnsucht nach der Steiermark weckt.



- Fokus auf:
 - **Markenassoziationen und Attribute** (aus Kunden-Befragungen)
 - **Entwicklung internationaler Ankünfte** (absolut und in Prozent)

2 Nachhaltige, innovative und ganzjährige Marken-, Urlaubs- und Freizeiterlebnisse etablieren



- Fokussierung einer marken- und themenorientierten Angebots- und Produktentwicklung, welche
 - die Differenzierungs- und Kernkompetenz sicht- und spürbar macht,
 - innovativ und aufmerksamkeitsgenerierend,
 - nachhaltig und ganzjährig sowie
 - wertschöpfend für die Betriebe ist.



- Fokus auf:
 - **Zahl der landesweit und regional etablierten (Marken-)Leitprodukte**
 - **Grad des Weiterempfehlungs-Index** (Net Promotor Scores – NPS)
 - **Saisonale Vollbelegstage bzw. Auslastung**



3 Tourismus wirkungsvoll & schlagkräftig organisieren und vernetzen



- Im Sinne größtmöglicher Wirksamkeit der verfügbaren (personellen und finanziellen) Ressourcen und Kompetenzen werden die Prozesse und Strukturen sowie potenzielle Synergien innerhalb des Tourismus, aber auch branchen- und sektorenübergreifend, organisatorisch und/oder technologisch so effizient wie möglich gestaltet und genutzt.



- Fokus auf:
 - **Synergetische Mittelverwendung und Projektentwicklung:** Durch gemeinsam synergetisch genutzte Mittel und durchgeführte Projekte (Marketing, Technologien und Systeme etc.)
 - **Marken- und Projektkooperationspartner**

4 Ganzheitlich nachhaltig agieren



- Die touristischen Aktivitäten und Entwicklungen erfolgen unter bestmöglicher Berücksichtigung eines ganzheitlichen (ökologischen, sozialen und ökonomischen) Nachhaltigkeitsverständnisses



- Fokus auf:
 - **Ökonomische Nachhaltigkeit:**
 - >> Direkte und indirekte Wertschöpfung
 - >> Entwicklung der durchschnittlichen Tagesausgaben der Ausflugs- und Urlaubsgäste



- **Ökologische Nachhaltigkeit:**
 - >> Nachhaltigkeitsbeauftragte sind in der STG und den Erlebnisregionen installiert
- **Soziale Nachhaltigkeit:**
 - >> Grad der Tourismusakzeptanz (Aufrechterhaltung des derzeitigen Niveaus der Tourismusakzeptanz – unter Top 3 im AT-Vergleich)



6 Touristische Positionierung

Die touristische Positionierung der Steiermark setzt sich aus folgenden Elementen zusammen:



6.1 Geschäftsfelder im Tourismus

Die Tourismuswirtschaft der Steiermark sieht sich in der Verantwortung, folgende Geschäftsfelder⁶ aktiv zu entwickeln. Im Fokus steht – nicht zuletzt aus einem ökonomischen Wertschöpfungs- & Nachhaltigkeits-Verständnis – dabei der **„Nächtigungstourismus“**

(Urlaubs-, Geschäfts- & Tagungstourismus), da davon auszugehen ist, dass nächtigungstouristische Impulse auch den Tages-, Ausflugs- und Veranstaltungstourismus positiv verstärken und prägen (was umgekehrt nicht automatisch der Fall sein muss).



⁶ Quelle: Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH – STG (2023): Geschäftsfeld Tourismus. <https://www.steiermark.com/de/B2B/Die-Marke-Steiermark/Geschaeftsfelder-im-Tourismus>

6.2 Erlebnisfelder im Tourismus

Die Erlebnisfelder definieren jene Motive, die Menschen dazu bewegen sollen, in die Steiermark zu reisen bzw. ihre Freizeit in der Steiermark zu verbringen. Sie sollen von der STG, den Erlebnisregionen sowie den touristischen Leistungsträgern entwickelt und bearbeitet werden. Ziel ist es, dass sich diese Inhalte in den jeweiligen Strategien wiederfinden.

Die Erlebnisfelder sind jeweils in unterschiedlichen Landschaftstypen verfügbar, woraus die unvergleichliche Steiermark-Urlaubs- & Freizeit-Qualität resultiert:

Unsere vier Landschaftstypen





Erzberg – Leoben

1 Genuss- und Kulinarik-Bouquet (Kern-Erlebnisfeld)

Genuss- und Kulinarik⁷ ...

- fungiert als **wesentliches & differenzierendes Markenthema** der Steiermark (bei anderen Themen wie Ski, Rad, Wellness, etc.)
- mit **ausgewählten Erlebnisregionen**, welche als Leuchttürme in dem Bereich fungieren
- und mit **Top-Betrieben & -Produzenten** (= Leistungsbeweis), welche das kulinarische Standort-Profil der Steiermark prägen und tragen.

Die Genuss- und Kulinarikkompetenz der Steiermark ist einerseits eines der zentralen Reismotive, vor

allem aber ein etabliertes Differenzierungsmerkmal im (inter-)nationalen Wettbewerb. Für die weiteren, untenstehend ausgeführten Erlebnisfelder bietet sich die Chance, durch die gezielte Kombination mit diesem Kern-Erlebnis- bzw. Kompetenzfeld ihrerseits eine einzigartige Positionierungs-Qualität mit klarer regionaler und emotionaler Zuordnung zu schaffen.

Die inhaltliche Botschaft dieses Erlebnisfelds fokussiert darauf, dass die Steiermark ein unvergleichbar umfassendes und facettenreiches **Genuss- und Kulinarik-bouquet** zu bieten hat:



Steirische Gastlichkeit & Gastronomie schafft unvergessliche Momente!

Neben den vielfältigen kulinarischen Produkten & Erlebnismöglichkeiten sind es vor allem die steirische Gastronomie, ihre Unternehmer sowie die Herzlichkeit

der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die das kulinarische Profil zu einem unvergesslichen Erlebnis machen. Auch das Preis-Leistungs-Verhältnis stellt ein besonderes Differenzierungsmerkmal dar. Die Weiterentwicklung dieser Kompetenz und Qualität wird daher weiter unterstützt und gefördert.

⁷ Quelle: conos gmbh / Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH – STG (Mai 2023): Protokoll Workshop „Kulinarik-Profil Steiermark“

2 Kraftvolles und vitalisierendes Wohlbefinden

Das Erlebnisfeld umfasst die **kraftvollen und vitalisierenden Angebote** für das körperliche und seelische Wohlbefinden.

Die Steiermark verwöhnt ihre Gäste mit einer Fülle von Thermalquellen, aus denen heilsames Thermal- und Quellwasser entspringt. Diese natürlichen Ressourcen sind von grundlegender Bedeutung für die Revitalisierung. In Kombination mit erstklassigen Anbietern aus den Bereichen Gesundheit, Erholung, Naturqualität und Kulinarik eröffnet die Steiermark außergewöhnliche Möglichkeiten, sich selbst Gutes zu tun.

Thermen-, Vital- und Wellnessbetriebe sind hier die prägende Qualität!

Die Thermen-, Vital- und Wellnessbetriebe des Landes sind nicht nur für das zeitgemäße Erleben von Vitalität und körperlichem und seelischem Wohlbefinden von zentraler Bedeutung, sondern auch als (regional-) wirtschaftlicher Faktor und Impulsgeber und stehen weiterhin im Interesse des Landes.

3 Nachhaltig bewegende Naturerlebnisse

Das Erlebnisfeld umfasst die **nachhaltig bewegenden Naturerlebnisse** in einer satt grünen Landschaft zwischen Bergen, Almen, Seen, Wäldern und Weinbergen.

In diesem einzigartigen Erlebnisfeld verschmelzen majestätische Berge, idyllische Almen, klare Seen, üppige Wälder und die charakteristischen Weinberge zu einem beeindruckenden Naturparadies, das durch vielfältige Aktivitäten wie Radfahren, Wandern, Skifahren, Langlaufen und vieles mehr ein eindrucksvolles Naturerlebnis ermöglicht.

Bekenntnis zu qualitativem Berg-, Ski- & Wintertourismus als wichtiges Zugpferd!

Es ist ein wichtiges Ziel, dass die Steiermark auch in Zukunft über qualitativ hochwertige und innovative alpine, nordische aber auch alternative Berg- & Winterangebote verfügt, um die hohe touristische Wertschöpfungsbedeutung für die entsprechenden Regionen

nachhaltig abzusichern. Dazu sind moderne technische Anlagen und Infrastrukturen, die natur- und ressourcenschonend geplant und umgesetzt werden, ebenso notwendig wie authentische und möglichst ganzjährige Berg- und Naturerlebnisse. Die Umsetzung solcher Konzepte liegt im ausdrücklichen Interesse des Landes.

Natur- & Nationalparks sowie alpine Vereine verstärken das Naturerlebnis Steiermark!

Die besondere Qualität und Charakteristik der Naturerlebnisse in der Steiermark wird vor allem auch durch das professionelle (und oft ehrenamtliche) Engagement der steirischen Nationalparks, Naturparke und alpinen Vereine gepflegt. Diese stellen damit ein prägendes Element des touristischen Angebotes des Landes dar.

4 Inspirierende Geschichte(n) und Kultur

Das Erlebnisfeld umfasst die **überraschend inspirierende Geschichte(n) und Kultur** des Landes.

Die Kultur der Steiermark beeindruckt durch eine facettenreiche Palette an traditionellem Handwerk (Kulinarik, Keramik, Holz, Glas), begleitet von authentischer Musik und lebendigem Brauchtum, majestätischen Burgen

und Schlössern, bezaubernden Städten und Dörfern, einprägsamen Kulturlandschaften (vom Hochgebirge über das Hügelland bis hin zu den Weinbergen), die gemeinsam eine reiche Kultur prägen.



Schladming –
Dachstein

© Philip Platzer



Urlaubsregion Murtal

6.3 Differenzierung & Kernkompetenz

Die touristische Differenzierung und Kernkompetenz der Steiermark wird geprägt von der Kombination aus spezifischen Themen-Qualitäten mit den charakteristischen Landschaftstypologien.

„Die Steiermark schmeckt gut und tut gut“

Magisches Lebensgefühl aus lebendiger Tradition, moderner Genussskultur und intensiver Naturverbundenheit zwischen erhabenen Gletschergipfeln und üppigen Wein- & Gartenlandschaften!

Zielmärkte⁸

- **Neue Potenziale heben! Forcierung der Internationalisierung**
 - anhand von situativ durch die STG festgelegten Marktbearbeitungsschwerpunkten
- **Stärken stärken! Weiterführung Marktbearbeitung Österreich**
 - um den wichtigsten Bestandsmarkt Österreich (mit Fokus auf den Steiermark-Markt) auch in Zukunft zu halten

6.4 Zusammenschau – Touristische Positionierung

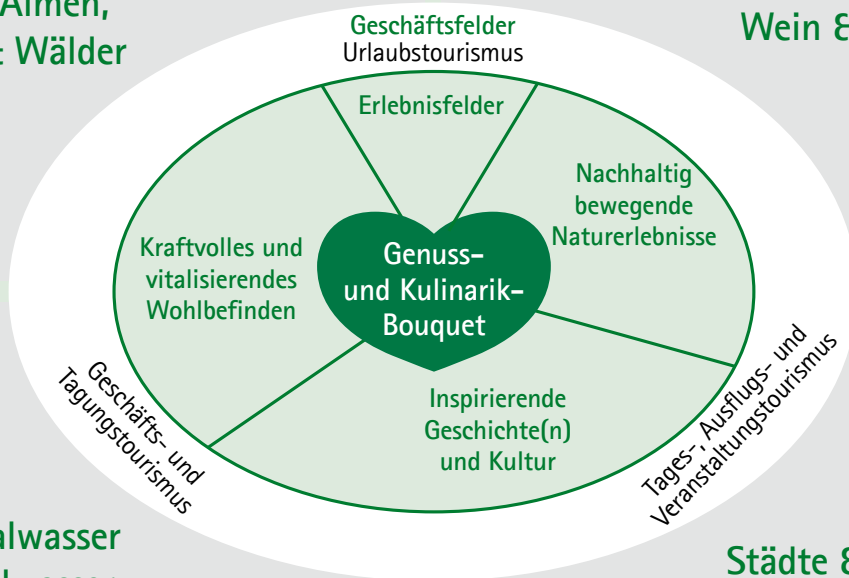
Die Steiermark schmeckt gut und tut gut

Magisches Lebensgefühl aus lebendiger Tradition, moderner Genussskultur und intensiver Naturverbundenheit zwischen Gletschergipfeln und üppigen Wein- und Gartenlandschaften!

Unsere vier Landschaftstypen

Berge, Almen,
Seen & Wälder

Wein & Gärten



Thermalwasser
& Quellwasser

Städte & Dörfer

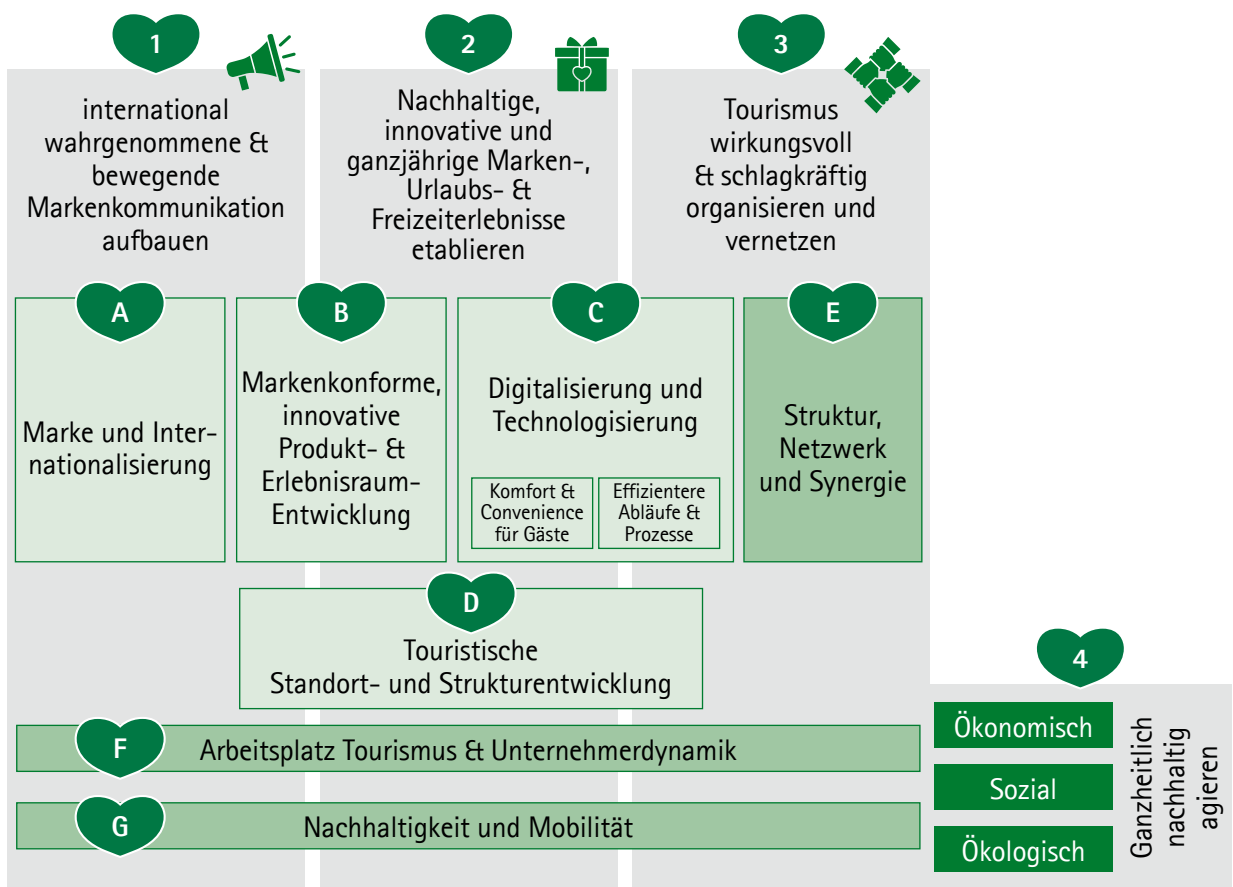
⁸ Quelle: Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH – STG (2023): Das Branchenmedium der Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH – Steiermarketing, Ausgabe Nr. 21.
<https://www.steiermark.com/de/B2B/Service-fuer-Tourismuspartner/Steiermarketing>

7 Handlungs- & Entwicklungsfelder

Zur Umsetzung der definierten Ziele wurden sechs Handlungs- und Entwicklungsfelder abgeleitet. Diese differenzieren sich in

- **touristische Kern-Entwicklungsbereiche**, für deren Umsetzung der Tourismus des Landes Steiermark sich federführend verantwortlich zeichnet, und
- **kooperative Handlungsfelder**, bei denen der Tourismus des Landes mitwirkt, die strategische Kern- bzw. Umsetzungsverantwortung aber bei anderen Partnern, wie z.B. bei anderen Landesressorts, Wirtschaftskammer etc. liegt.

Die Steiermark verfolgt eine regional differenzierte qualitative Wachstumsstrategie



Legende: Tourismus Kern-Entwicklungsfelder Kooperative Handlungsfelder mit dem Tourismus

Wer ist auf welcher Ebene verantwortlich?	
EBENEN (nach AIDA-Prinzip)	Verantwortung liegt bei ...
A Aufmerksamkeit erzeugen	STG & Land Steiermark
I Interesse wecken	STG & Erlebnisregionen
D Desire – Detailinfos für die Entscheidung liefern	Erlebnisregion & Betriebe
A Aktion – Buchungs- & Kaufprozess ermöglichen	Betriebe



© Fred Lindmoser

Hochsteiermark

7.1 Tourismus-Kernentwicklungsfelder

7.1.1 Marke und Internationalisierung

Im Rahmen dieses Handlungsfeldes geht es insbesondere darum, die mittlerweile **erfolgreich etablierte Tourismusmarke Steiermark**

- als **Dach- bzw. Standortmarke** mit weiteren Qualitäten und Kompetenzen des Landes breiter aufzulaufen
- und die **internationale Wahrnehmung und Bekanntheit** der Steiermark auf entfernteren Märkten zu intensivieren, was u. a. erreicht werden soll
 - durch die gezielte Gewinnung bzw. den Einsatz von **Filmprojekten und Filmförderungen** im Rahmen der im Tourismusressort angesiedelten

„CINESTYRIA Filmcommission und Fonds“, durch die es bisher gelungen ist, in Form von über 150 Projekten mehr als 300 Millionen Menschen die Schönheiten der Steiermark vor Augen zu führen, aber auch





- das stolze Bekenntnis und die aktive Nutzung der **Medienpräsenz von internationalen Großveranstaltungen** in der Steiermark, welche die Steiermark auf internationalen Märkten präsentieren, wie z. B. Nightrace, Skiflug WM am Kulm, Ski- und Snowboardcross am Kreischberg, Narzissenfest, Airpower, Erzberg Rodeo, Formel 1, Moto GP oder der Red Bull Erlebnispark.





© Michael Königstorfer

Thermen- &
Vulkanland

A Marke und Internationalisierung	Nachfolgend wird skizziert, auf welche Ziele die Handlungs- und Entwicklungsfelder einzahlen:			
	 1 Marken- kommunikation	 2 Urlaubs- und Freizeiterlebnisse	 3 Vernetzung	 4 Nachhaltigkeit
Forführung, Vertiefung und Umsetzung der definierten Dachmarken-Strategie Steiermark	X		X	
Kampagnen und Maßnahmen zur (touristisch und branchenübergreifend kooperativen) internationalen Dachmarken-Positionierung der Steiermark (Akkordierte Länderkampagnen etc.)	X		X	X
Unterstützung bzw. Forcierung der Zusammenarbeit im Hinblick auf die mediale Präsenz von internationalen Großveranstaltungen in der Steiermark	X		X	X
Gewinnung und Förderung von internationalen Film- und Fernsehproduktionen im Rahmen der „CINESTYRIA Filmcommission und Fonds“ unter besonderer Berücksichtigung der Kriterien Reichweite, Seherzahlen, Wertschöpfung und Image-Transfer	X			
Offensive im Digitalisierungs- & Data-based-Marketing (siehe auch Handlungsfeld C) <ul style="list-style-type: none"> • Auf- & Ausbau des touristischen Daten-Systems (Data-Hub, CRM, Loyalty, etc.) • Digitales, automatisiertes personalisiertes Content- & Omni-Channel-Management etablieren • Performance Marketing 	X		X	X



Oststeiermark





7.1.2 Marke und Internationalisierung





Im Rahmen dieses Handlungsfeldes geht es insbesondere darum, die **zentralen touristischen Kauf- & Besuchsmotive** des Landes nachhaltig auszubauen und zu festigen, was u.a. durch folgende Schwerpunkte erreicht werden soll:

- **Kulinarik als Differenzierungsmerkmal:** Die steirische Gastlichkeit und Gastronomie mit ihren Unternehmern und die Kulinarik allgemein als zentraler

unternehmerischer Erfolgsfaktor sollen weiter gestärkt werden.





- Weiterentwicklung von technisch, infrastrukturell und erlebnismäßig hochwertigen und innovativen **alpinen, nordischen aber auch alternativen Berg-, Ski- & Winterangeboten** im Einklang mit den natürlichen Qualitäten und Ressourcen.

B Innovative Produkt- & Erlebnisraum-Entwicklung	Nachfolgend wird skizziert, auf welche Ziele die Handlungs- und Entwicklungsfelder einzahlen:			
	 1 Marken- kommunikation	 2 Urlaubs- und Freizeiterlebnisse	 3 Vernetzung	 4 Nachhaltigkeit
B1 Genuss- und Kulinarik-Bouquet				
• Ausbau der Differenzierungs- & Kernkompetenz „Genuss- & Kulinarik-Bouquet Steiermark“	X	X	X	
• Angepasste Kommunikationslinie (Modern, Lifestylich etc.)	X	X	X	X
• Support eines international anerkannten touristisch relevanten Genuss-Zertifikats	X	X	X	
• Kulinarium Steiermark 2.0 – Weiterentwicklung der bestehenden Initiative	X	X	X	X

B Innovative Produkt- & Erlebnisraum-Entwicklung	Nachfolgend wird skizziert, auf welche Ziele die Handlungs- und Entwicklungsfelder einzahlen:			
	 1 Marken- kommunikation	 2 Urlaubs- und Freizeiterlebnisse	 3 Vernetzung	 4 Nachhaltigkeit
B2 Kraftvolles und vitalisierendes Wohlbefinden				
<ul style="list-style-type: none"> Schärfung und Vertiefung eines themenspezifischen Profils zum Thema „Kraftvolles und vitalisierendes Wohlbefinden“ 	X		X	X
<ul style="list-style-type: none"> (Weiter-)Entwicklung eines themen- und markenspezifischen Leitprodukts 	X	X	X	X
B3 Nachhaltig bewegende Naturerlebnisse				
Angebots- und Produktentwicklung rund um:				
<ul style="list-style-type: none"> Ganzjährige Alpin- und Natur-Erlebnisse: <ul style="list-style-type: none"> >> Fokus auf die ganzjährige Qualität der Berg- und Naturangebote in der Steiermark >> Profilstärkung des Ski- & Wintersport-Profiles der Steiermark in Bezug auf die Differenzierungsqualität „Genuss & Kulinarik“ >> Verstärkte Fusion klassischer Wintersport-Angebote (Ski, Nordisch) mit den immer wichtiger werdenden Angeboten im Umfeld („Vom Skier-Day zum Winter-Day“). 	X	X	X	X







Südsteiermark

B Innovative Produkt- & Erlebnisraum-Entwicklung	Nachfolgend wird skizziert, auf welche Ziele die Handlungs- und Entwicklungsfelder einzahlen:			
	 1 Marken- kommunikation	 2 Urlaubs- und Freizeiterlebnisse	 3 Vernetzung	 4 Nachhaltigkeit
B3 Nachhaltig bewegende Naturerlebnisse				
<ul style="list-style-type: none"> Rad- & Bikeland Steiermark >> Prüfung der Entwicklung eines eigenständigen Steiermark-Profiles, welches einerseits die differenzierte Palette des Radfahrens (von Downhill bis E-Genuss-Bike) in Kombination mit der Differenzierungsqualität „Genuss & Kulinarik“ zu einem markenprägenden Landes-Leitprodukt macht >> Intensivierung und Forcierung des Rads als nachhaltiges touristisches Mobiliäts-Angebot in den Erlebnisregionen (Ausflugsmobilität, etc.) 		X	X	X
<ul style="list-style-type: none"> Pure und intensive Natur >> Besondere Urlaubsformen, bei denen die Natururlaubsqualitäten besonders erlebt werden können. Dazu gehören authentische Naturerlebnisformen wie Camping, Glamping, Landurlaub, Urlaub am Bauernhof, Almhütten und sonstige Naturerlebnisse 	X	X	X	X
B4 Inspirierende Geschichte(n) und Kultur				
<ul style="list-style-type: none"> Prüfung der Entwicklung eines spezifischen markenprägenden steirischen kulturtouristischen Profils (möglicher Ansatz „Steiermark, ein bunter Strauss an lebendiger Kultur & verbundener Bodenständigkeit“, welche mit der Marken-Differenzierungsqualität „Genuss & Kulinarik“ kombiniert wird) 		X	X	
B5 Geschäfts- und Tagungstourismus				
<ul style="list-style-type: none"> Prüfung der Entwicklung eines spezifischen steirischen Leitprodukts (möglicher Produktansatz: Tagen, Treffen und Arbeiten im Grünen) 		X	X	
B6 Events und Veranstaltungen				
<ul style="list-style-type: none"> Forcierte Kommunikations- & Produkt-Integration der Genuss-, Natur- und Outdoor-Qualität der Steiermark bei bereits bestehenden internationalen medienwirksamen Veranstaltungsformaten des Landes (Sport, Kultur, Society, etc.) 		X	X	X

7.1.3 Digitalisierung und Technologisierung

Dieses Handlungsfeld umfasst die Notwendigkeiten, die sich aus den Anforderungen der Digitalisierung und Technologisierung im steirischen Tourismus ergeben. Auch wenn der persönliche Kontakt zum Gast nach wie vor von zentraler Bedeutung ist, wird der **Einsatz digitaler Technologien entscheidend** sein. Daher stehen in diesem Bereich Maßnahmen im Vordergrund, die dazu beitragen, das **Gästerlebnis zu optimieren**,

Daten zu sammeln, zu analysieren und zu verwalten und darauf aufbauend **personalisierte Services und interaktive Tools** zu entwickeln, die zur Bindung der anzusprechenden Gästegruppen beitragen. Die Nutzung von neuen digitalen Tools zur Besucherlenkung spielt dabei ebenfalls eine wichtige Rolle sowie die ständige Adaptierung der elektronischen Marktplätze (direkte online Buchbarkeit etc.).

C Digitalisierung und Technologisierung	Nachfolgend wird skizziert, auf welche Ziele die Handlungs- und Entwicklungsfelder einzahlen:			
	 1 Marken- kommunikation	 2 Urlaubs- und Freizeiterlebnisse	 3 Vernetzung	 4 Nachhaltigkeit
C1 Optimierung Komfort & Convenience für Gäste				
<ul style="list-style-type: none"> Auf- & Ausbau eines landesweit möglichst einheitlichen touristischen Daten-Systems als Grundlage für automatisiertes personalisiertes Content- & Omni-Channel-Marketing 			X	
C2 Effizientere Abläufe und Prozesse				
<ul style="list-style-type: none"> Forcierung der (steiermarkweiten) Harmonisierung von technologischen und digitalen Systemen, Services und Anwendungen >> im Tourismus >> und branchen- & sektorenvernetzend (z. B. Veranstaltungskalender, etc.) 			X	
<ul style="list-style-type: none"> Sensibilisierung und Kompetenzaufbau durch die Erlebnisregionen bei den touristischen Leistungsträgern für die kunden- und betriebsseitigen Möglichkeiten und Vorteile der touristischen Digitalisierung und Technologisierung 			X	



© Astrid Schwab

Region Graz

7.1.4 Touristische Standort- und Struktur-Entwicklung

Im Bereich der touristischen Standort- und Struktur-entwicklung werden gezielte Maßnahmen zur Stärkung der touristischen Leistungsträger gesetzt, die das Fundament der steirischen Tourismuslandschaft bilden.

- Besonderes Augenmerk wird auf die **steirische Gastlichkeit und Gastronomie** mit ihren Unternehmern gelegt. Diese schaffen durch die Vielfalt der kulinarischen Produkte und Erlebnismöglichkeiten sowie durch die Herzlichkeit der Menschen unvergessliche Erlebnisse und tragen damit wesentlich zum kulinari-

schen Profil der Steiermark bei, weshalb es ein klares Bekenntnis zur weiteren Unterstützung und Förderung gibt.

- Ebenso unverzichtbar ist eine **qualitativ hochwertige Beherbergung**, die ein wesentlicher Motor für den Tourismus in der Steiermark ist. Insbesondere die zahlreichen Familienbetriebe, die für ausgezeichnete Qualität und herzlichen Service stehen, sollen weiterhin bestmöglich unterstützt werden.

D Touristische Standort- und Struktur-Entwicklung	Nachfolgend wird skizziert, auf welche Ziele die Handlungs- und Entwicklungsfelder einzahlen:			
	1 Marken- kommunikation	2 Urlaubs- und Freizeiterlebnisse	3 Vernetzung	4 Nachhaltigkeit
D1 Förderung der Leistungsträger				
• Forcierung einer an die inhaltlichen Schwerpunkte der Strategie angepassten Förderpolitik			X	X
D2 Forcierung von Innovationsimpulsen				
• Entwicklung und Initiierung von Markimpulsen zur Forcierung von Innovationen bei den touristischen Leistungsträgern (Sensibilisierungsmaßnahmen, Schulungen etc.)		X	X	X
D3 Fokus auf Struktur- und Ressourceneffizienz				
Möglichst effiziente Abstimmung zwischen touristischen Leistungsträgern, Tourismusverbänden und der öffentlichen Hand			X	X

7.2 Kooperative Handlungsfelder mit dem Tourismus

7.2.1 Struktur, Netzwerk und Synergie

Die Teilnahme und Mitwirkung an sektorübergreifenden Netzwerken und Kooperationen ist entscheidend für die Steigerung der Wirksamkeit im Tourismus.

Der Tourismus versteht sich dabei als Partner im Austausch mit Regionalmanagement, LEADER, Landwirtschaft, alpinen Vereinen, Wirtschaftskammer, ÖHV etc. um eine bestmögliche Vernetzung von Kompetenzen und Ressourcen zu schaffen.

E Struktur, Netzwerk und Synergie	Nachfolgend wird skizziert, auf welche Ziele die Handlungs- und Entwicklungsfelder einzahlen:				
	Verantwortung/ Partner	1 Marken- kommunikation	2 Urlaubs- und Freizeiterlebnisse	3 Vernetzung	4 Nachhaltigkeit
Teilnahme und Mitwirkung in branchenübergreifenden Netzwerken und Kooperationen mit Fokus auf Fortführung bereits bestehender Netzwerke	Regionalmanagement, LEADER, Landwirtschaft, alpine Vereine, Wirtschaftskammer, ÖHV etc.			X	

7.2.2 Arbeitsplatz Tourismus & Unternehmerdynamik

Die Themen Mitarbeitergewinnung, Employer Branding bzw. Next Generation sind gerade im Tourismus von hoher Relevanz. Da die Branche gefordert ist, dem Fach- und Arbeitskräftemangel bzw. den Herausforderungen

im Bereich des Unternehmernachwuchses zu begegnen, sieht sich der Tourismus hier als wichtiger Partner bei der Entwicklung innovativer Lösungen.

F Arbeitsplatz Tourismus & Unternehmerdynamik	Nachfolgend wird skizziert, auf welche Ziele die Handlungs- und Entwicklungsfelder einzahlen:				
	Verantwortung/ Partner	1 Marken- kommunikation	2 Urlaubs- und Freizeiterlebnisse	3 Vernetzung	4 Nachhaltigkeit
Landesspezifische Projekte und Maßnahmen zur Stärkung der touristischen Arbeitsmarkt- und Nachwuchs-Attraktivität (Markt-Akquisitionstouren, Schulprojekte, Image-Kampagnen, etc.)	Hauptverantwortung: AMS, Bund, WK			X	X
Jungunternehmerinitiativen (Touristische Next Generation- und Start Up Kultur)	Tourismus fungiert als Partner			X	X

7.2.3 Nachhaltigkeit & Mobilität

Ein umfassendes Verständnis von Nachhaltigkeit (ökologisch, sozial und ökonomisch) gewinnt zunehmend an Bedeutung, wodurch auch im Tourismus aktiv Maß-

nahmen zur Bearbeitung der drei Komponenten gesetzt werden. Diese sind im Detail in der separaten Nachhaltigkeitsstrategie zusammengefasst.⁹

G Nachhaltigkeit & Mobilität	Nachfolgend wird skizziert, auf welche Ziele die Handlungs- und Entwicklungsfelder einzahlen:				
	Verantwortung/ Partner	1 Marken- kommunikation	2 Urlaubs- und Freizeiterlebnisse	3 Vernetzung	4 Nachhaltigkeit
Details siehe gesondert entwickelte touristische Nachhaltigkeitsstrategie ⁹	Siehe Strategie	X	X	X	X

⁹ www.verwaltung.steiermark.at/tourismus

Quellen

Gesichtete Strategien:

- Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Abteilung 9 Kultur, Europa, Sport (2023): Kulturstrategie 2030 Steiermark
- Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Abteilung 12, Wirtschaft, Tourismus, Wissenschaft und Forschung, Referat Tourismus (2022): Touristische Nachhaltigkeitsstrategie 2030+
- Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Abteilung 12 Wirtschaft, Tourismus, Wissenschaft und Forschung, Referat Wirtschaft und Innovation (2022): Wirtschaftsstrategie 2030 Steiermark
- Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus, Sektion VII – Tourismus und Regionalpolitik (März 2019): Plan T – Masterplan für Tourismus
- Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Abteilung 15 Energie, Wohnbau, Technik, Fachabteilung Energie und Wohnbau, Referat Energietechnik und Klimaschutz (November 2017): Klima- und Energiestrategie Steiermark 2030
- Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Abteilung 13 Umwelt und Raumordnung, Referat Naturschutz (April 2017): Naturschutzstrategie Steiermark 2025
- Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Abteilung 12 Wirtschaft, Tourismus, Wissenschaft und Forschung, Referat Wissenschaft und Forschung (Jänner 2013): Forschung in der Steiermark – Strategie des Landes Steiermark zur Förderung von Wissenschaft und Forschung 2030

Weitere Quellen:

- Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH – STG (August 2023): CD- und Markenhandbuch der Dachmarke Steiermark
- Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH – STG (2023): Geschäftsfeld Tourismus. <https://www.steiermark.com/de/B2B/Die-Marke-Steiermark/Geschaeftsfelder-im-Tourismus> [abgerufen am 24.10.2023]
- conos gmbh / Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH – STG (Mai 2023): Protokoll Workshop „Kulinarik-Profil Steiermark“
- Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH – STG (2023): Tourismus- und Standortbewusstsein der steirischen Bevölkerung (Studie in Abstimmung mit m(research – Befragungszeitraum 27. Februar bis 8. März 2023)
- Tourismus-Monitor Austria (2022): Der Steiermark-Urlauber TJ 2022–21 – Gästebefragung T-Mona TJ 2022 & 2021
- Amt der Steiermärkischen Landesregierung, A17 Landes- und Regionalentwicklung, Referat Statistik und Geoinformation (2023): TOURISMUS – Tourismusjahr 2021/22. <https://www.landesentwicklung.steiermark.at/cms/beitrag/12896362/141979459/> [abgerufen am 24.10.2023]
- STATISTIK AUSTRIA (2023): Beherbergungsstatistik 2022 – Ergebnisse der Beherbergungsstatistik. https://www.statistik.at/fileadmin/user_upload/Tourismus_2022_barr.pdf [abgerufen am 24.10.2023]
- WKO Steiermark (2022): Beschäftigungsstatistik 2022 – Arbeitgeber-Unternehmen und Beschäftigte in der gewerblichen Wirtschaft
- WKO Steiermark, Fachgruppe Seilbahnen (2022): Steirische Seilbahnen – Facts
- Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Abteilung 12 – Wirtschaft, Tourismus, Wissenschaft und Forschung (2023): Wirtschaftsbericht Steiermark 2022
- Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Abteilung 12, Wirtschaft, Tourismus, Wissenschaft und Forschung, Referat Tourismus (2023): Aufstellung Tourismusjahr 2022. https://www.verwaltung.steiermark.at/cms/dokumente/12208857_117401915/9b61ddaf/Kopie%20von%20Kurz%20C3%BCberblick%20Tourismusjahr%202021_2021.pdf [abgerufen am 24.10.2023]
- Amt der Steiermärkischen Landesregierung, A17 Landes- und Regionalentwicklung, Referat Statistik und Geoinformation (2023): TOURISMUS – Tourismusjahr 2021/22. <https://www.landesentwicklung.steiermark.at/cms/beitrag/12896362/141979459/> [abgerufen am 24.10.2023]
- Amt der Steiermärkischen Landesregierung, A17 Landes- und Regionalentwicklung, Referat Statistik und Geoinformation (2023): TOURISMUS – Analysen Tourismusjahr 2009/10. <https://www.landesentwicklung.steiermark.at/cms/beitrag/11684785/141979459/> [abgerufen am 24.10.2023]
- Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH – STG (2023): Das Branchenmedium der Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH – Steiermarketing, Ausgabe Nr. 21. <https://www.steiermark.com/de/B2B/Service-fuer-Tourismuspartner/Steiermarketing> [abgerufen am 24.10.2023]
- STATISTIK AUSTRIA (2023): Beherbergungsstatistik 2022 – Ergebnisse der Beherbergungsstatistik. https://www.statistik.at/fileadmin/user_upload/Tourismus_2022_barr.pdf [abgerufen am 24.10.2023]
- Amt der Steiermärkischen Landesregierung, A17 Landes- und Regionalentwicklung, Referat Statistik und Geoinformation (2023): TOURISMUS – Tourismusjahr 2022/23. <https://www.landesentwicklung.steiermark.at/cms/beitrag/12932395/141979459/> [abgerufen am 20.2.2024]
- Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Abteilung 12 – Wirtschaft, Tourismus, Wissenschaft und Forschung (2024): Aufstellung Tourismusjahr 2023



Gesäuse



© Stefan Letner



© Steiermark Tourismus/Region Graz/Mias Photoart



Impressum:

Herausgeber:

Land Steiermark, Abteilung 12, Wirtschaft, Tourismus, Wissenschaft und Forschung
Referat Tourismus
Radetzkystraße 3, A-8010 Graz
E-Mail: tourismus@stmk.gv.at

Fachliche Begleitung:

conos gmbh / Mag. Arnold Oberacher und Mira Kylander, MA
Hietzinger Hauptstraße 45, A-1130 Wien
www.conos.at

Titelfoto:

Stefan Leitner



Das Land
Steiermark

→ Tourismus