

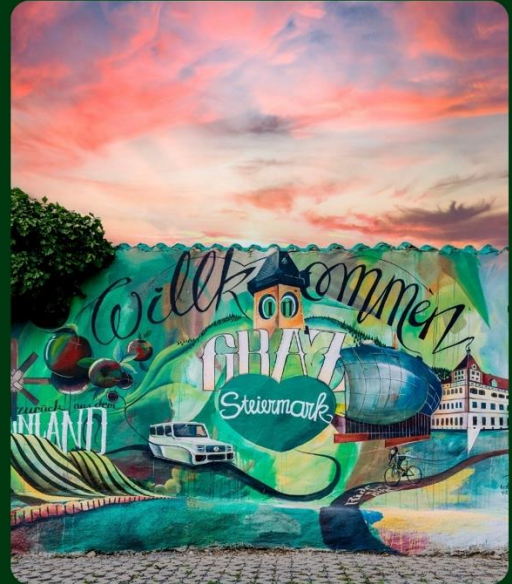


Das Grüne Herz pocht für seine Kooperationspartner

Das Grüne Herz ist allgegenwärtig: Ob im Tourismus, bei führenden steirischen Wirtschaftsunternehmen, auf Genussprodukten aus der Landwirtschaft oder bei über 50 Events – die Marke Steiermark ist tief verankert und zeigt ihre Strahlkraft weit über die Landesgrenzen hinaus.

Allein mindestens 23 Mio. Mal wird das Grüne Herz über Genusskooperationen bereits kommuniziert. Mit einer neuen Kampagne zu Markenkooperationen mit dem Grünen Herz wird gezielt auf die Chancen und Vorteile einer Zusammenarbeit aufmerksam gemacht. Diese Kooperation stärkt nicht nur die Marke selbst, sondern bietet auch den teilnehmenden Unternehmen klare Vorteile und eine hohe Sichtbarkeit.

Die Steiermark zählt laut der größten Markenstudie in Österreich bereits zu den Top 30 von über 1.000 Marken und wird von über 12.000 Befragten als besonders authentisch, charmant und einzigartig eingeschätzt.



Rednerinnen und Redner

Barbara Eibinger-Miedl
Tourismuslandesrätin

Michael Feiertag
Geschäftsführer STG

Kathryn List, AVL List
Florian Pachleitner, Michael Pachleitner Group
Manfred Hohensinner, futura GmbH
Andreas Cretnik, ALWERA Gruppe (Estyria)

Inhalte



Grünes Herz
im Mittelpunkt



So wird man
Kooperationspartner



Kooperationen
von AVL bis Zotter



Markenwert:
Steiermark top in AT

steiermark.com/markenkooperationen | steiermark.com/marke
steiermark.com/presse | steiermark.com/foto



Das Grüne Herz pocht für seine Kooperationspartner

Das Grüne Herz ist allgegenwärtig: Ob im Tourismus, bei führenden steirischen Wirtschaftsunternehmen, auf Genussprodukten aus der Landwirtschaft oder bei über 50 Events – die Marke Steiermark ist tief verankert und zeigt ihre Strahlkraft weit über die Landesgrenzen hinaus. Allein mindestens 23 Mio. Mal wird das Grüne Herz über Genusskooperationen bereits kommuniziert. Mit einer neuen Kampagne zu Markenkooperationen mit dem Grünen Herz wird gezielt auf die Chancen und Vorteile einer Zusammenarbeit aufmerksam gemacht. Diese Kooperation stärkt nicht nur die Marke selbst, sondern bietet auch den teilnehmenden Unternehmen klare Vorteile und eine hohe Sichtbarkeit.

Die Steiermark zählt laut der größten Markenstudie in Österreich bereits zu den Top 30 von über 1.000 Marken und wird von über 12.000 Befragten als besonders authentisch, charmant und einzigartig eingeschätzt.

„Das Grüne Herz ist seit über 50 Jahren untrennbar mit der Steiermark verbunden, zunächst als starke Tourismusmarke und seit zwei Jahren immer mehr als DIE Marke für den Standort Steiermark. Die stetig steigende Zahl an Kooperationspartnern aus den unterschiedlichen Bereichen ist der beste Beweis dafür und wird uns auch dabei helfen, das Grüne Herz künftig noch kräftiger schlagen zu lassen“, so **Tourismus-, Wirtschafts- und Forschungslandesrätin Barbara Eibinger-Miedl.**

Michael Feiertag, Geschäftsführer der Steirischen Tourismus und Standortmarketing GmbH:

„Die Steiermark firmiert in der größten österreichischen Markenstudie bereits unter den Top 30. Mit unseren vielfältigen Markenkooperationen wollen wir diesen Wert weiter steigern und diesen Wert auch anderen Unternehmen zugutekommen lassen. Die Steiermark ist die Marke der Herzen – charmant, echt und unverwechselbar.“

Kathryn List, AVL List: „Die Steiermark verbindet Tradition mit Innovation. AVL ist als forschungsgeleitetes Unternehmen mit dem Standort Steiermark stark verbunden. Dies tun wir mit dem Grünen Herz, um unsere Wurzeln zu zeigen und Qualität aus der Steiermark zu repräsentieren.“

Florian Pachleitner, Michael Pachleitner Group: „Das Grüne Herz vereint Tradition und Innovation im Tourismus. Wir begrüßen die Erweiterung zum Standortmarketing sehr und sind als internationaler Optikspezialist stolzer Partner der STG. So tragen wir gemeinsam unsere steirischen Wurzeln in die Welt hinaus und machen die Besonderheiten unserer Heimat international bekannter.“

Manfred Hohensinner, frutura: „Wir haben in den vergangenen Jahren bewiesen, dass mit dem Mut zur Veränderung und Ehrlichkeit eine klimafreundliche und wirtschaftlich erfolgreiche Produktion von Obst und Gemüse in der Steiermark möglich ist. Mit dem Grünen Herz in Verbindung wird unser regionales Obst und Gemüse zum Botschafter der Steiermark – bis an die Grenzen Österreichs.“

Andreas Cretnik, Vorstand ALWERA Gruppe: „Die Steiermark ohne das Grüne Gold von Steierkraft ist undenkbar. So undenkbar wie das Grüne Gold ohne Grünes Herz.“

Die Marke Steiermark vielfältig kommuniziert

Das Grüne Herz ist eine starke und vielfältige Marke. Seit über 50 Jahren wird sie als touristische Marke von Unterkünftenbetrieben, Seilbahnen, Thermen, Ausflugszielen und Regionen kommuniziert, seit vielen Jahren auch schon über Unternehmen aus der Wirtschaft, Landwirtschaft, der Kultur und über Veranstaltungen. Seit eineinhalb Jahren wird dieser Kreis bewusst auf alle Steirerinnen und Steirer ausgeweitet, um die Liebe zum Grünen Herz zu stärken und eine noch engere Identifikation zu schaffen. Seit eineinhalb Jahren sind auch Unternehmen aus Wirtschaft, Forschung, Technologie etc. verstärkt Zielgruppe für Kooperationen. Alle Maßnahmen zahlen darauf ein, die Marke von innen heraus lebendig zu erhalten.

Kooperationspartner des Grünen Herzes

Mindestens 23 millionenfach ist das Grüne Herz auf Produkten von 20 steirischen Unternehmen derzeit zu sehen. Dabei sind es primär kulinarische Produkte von Kürbiskernöl bis Käse, von Gemüse bis Garnelen, die das Herz zeigen. Der Start mit Unternehmen aus anderen Wirtschaftsbereichen wie AVL List, Michael Pachleitner Group/MPG, Andritz, Knapp, Montanuniversität Leoben, Pankl Racing u.v.m. ist seit März 2024 schon weit gediehen. 10 namhafte Unternehmen nützen das Steiermark Magazin 101 bereits für ihren Auftritt, mit 21 weiteren werden Gespräche geführt. Der StandortFILM und die Standortpräsentation werden ebenfalls rege eingesetzt, um Unternehmen und Standort Steiermark zu verbinden.

Marken-Kampagne: Werden Sie Herz-Kooperationspartner

Eine Markenkooperationen-Kampagne bis Weihnachten legt einen besonderen Schwerpunkt auf die Bedeutung und Möglichkeiten von Kooperationen zwischen Unternehmen und dem Grünen Herz, um dieses starke Symbol zu nützen.

Die STG/Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH bietet dabei ihren Markenpartnern über alle Branchen hinweg die Möglichkeit, die Dachmarke in ihre Marketingstrategien zu integrieren, um gegenseitige Vorteile zu erzielen. Dabei kann es sich um die Logopräsenz wie um gemeinsame Marktauftritte handeln, ganz individuell.

Es geht ganz einfach: Auf steiermark.com/markenkooperationen melden – und schon startet die Zusammenarbeit.

Steiermark: eine der Top Marken Österreichs

Die Steiermark überzeugt als Marke mit einem ausgeprägten Profil im Vergleich zu vielen anderen. Die BrandAsset® Valuator (BAV) Studie 2024, eine der umfangreichsten Markenanalysen weltweit, zeigt, dass die Steiermark im Bereich Sympathie, Authentizität, Vertrauen und Tradition besonders gut abschneidet. So belegt die Steiermark Platz 29 unter 1000 Marken in Österreich, was ihre starke Position im Wettbewerb unterstreicht – und von steirischen Partnern genutzt werden kann.

Werbewert um 28 % bzw. 241 % gesteigert

Eine aktuelle Medienanalyse der Austria Presse Agentur zeigt, dass der Werbewert des Grünen Herzes/von Steiermark Tourismus im Vergleich zu vor fünf Jahren um 28 Prozent gesteigert werden konnte. Dazu hat insbesondere die Erweiterung des Grünen Herzes zur Dachmarke vor eineinhalb Jahren und reichweitenstarke Markenkampagnen beigetragen. Der Werbewert für den Begriff „Das Grüne Herz“ konnte um beachtliche 2,5 Mio. Euro beziehungsweise 241 Prozent gesteigert werden. Damit ist Grüne Herz nochmals stärker ins öffentliche Bewusstsein gerückt.

Alle Infos: Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH

steiermark.com/markenkooperationen und steiermark.com/marke

steiermark.com/presse und steiermark.com/foto

Presseinfos: ute.hoedl@steiermark.com; T 0316 4003 221 | M 0664-423 23 49

Die Marke Steiermark vielfältig kommuniziert

Das Grüne Herz ist eine starke und vielfältige Marke. Seit über 50 Jahren wird sie als touristische Marke von Unterkünften, Seilbahnen, Thermen, Ausflugszielen und Regionen kommuniziert, seit vielen Jahren auch schon über Unternehmen aus der Wirtschaft, Landwirtschaft, der Kultur und über Veranstaltungen. Seit eineinhalb Jahren wird dieser Kreis bewusst auf alle Steirerinnen und Steirer ausgeweitet, um die Liebe zum Grünen Herz zu stärken und eine noch engere Identifikation zu schaffen. Seit eineinhalb Jahren sind auch Unternehmen aus Wirtschaft, Forschung, Technologie etc. verstärkt Zielgruppe für Kooperationen.

Alle Maßnahmen zahlen darauf ein, die Marke von innen heraus lebendig zu erhalten.

Das Grüne Herz für jede Steirerin, für jeden Steirer



„Das Grüne Herz geht um die Welt“ lautete schon drei Mal der Aufruf an alle Herzbegeisterten, den Herzsticker mit in den Urlaub zu nehmen und davon Fotos zu machen. Bis dato wurden 5.587 Fotos von der Steiermark bis Alaska hochgeladen.

steiermark.com/herz

Herzsticker liegen in den steirischen Gemeindeämtern und Erlebnisregionen auf. 1 Mio. Herzen waren zuletzt über eine Kooperation mit SPAR im Handel erhältlich inkl. Gewinnspiel. 23.000 Personen haben daran teilgenommen.

1,2 Mio. Steirerinnen und Steirer sind der Kern der Marke und wichtigste Herz-Multiplikatoren.

Herzprodukt-Pakete für jedes Unternehmen



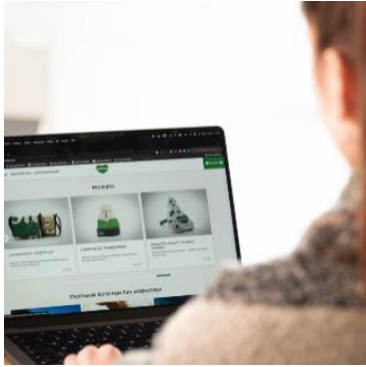
Wer als Unternehmen Herz zeigen möchte, ob bei Terminen oder wer Partnern Herzgeschenke machen möchte, kann dies vom Steiermark-Kugelschreiber, Herz-Pin, Lanyard bis zu kulinarischen Produkten tun. Die von Hand zusammengestellten **Pakete** umfassen sorgfältig ausgewählte Produkte rund um die Steiermark. Die Pakete sind speziell für Unternehmen, Organisationen und Hochschulen konzipiert und unterschiedlich in Umfang und Ausrichtung.

standort.steiermark.com/de/Produktpakete

Die **Steiermark Gutscheine** bieten eine Fülle an Möglichkeiten, um das Grüne Herz zu entdecken. Über 250 Partner (vor allem Hotels, aber auch Thermen und Ausflugsziele) in allen elf Erlebnisregionen laden zum Genießen, Verweilen und Entdecken ein.

steiermark.com/shop





Steiermark-Shop

Eine feine Auswahl zeichnet den Steiermark-Shop der STG aus. Rund 25 Herz-Artikel, vom Steiermark-Rucksack über Trinkflaschen bis zu herzerwärmenden Hauben oder Steiermark-Laptoptaschen und natürlich den Steiermark-Gutscheinen können online gekauft werden.

Wer also ein Stück Steiermark-Begeisterung verschenken möchte, ist hier genau richtig.

steiermark.com/shop

„Botschafter mit Herz“ und „Herz-Botschaften“ – Von Arnold bis Zotter

Knapp 60 bekannte Persönlichkeiten wurden zur Steiermark interviewt – Liebeserklärungen an die Steiermark waren das Ergebnis. Von Arnold Schwarzenegger bis Klaus Maria Brandauer, von Lena Hoschek bis Paul Pizzera, von Hans Knauß bis Claudia Rossbacher. Diese sind online auf steiermark.com/herzbotschafter nachzulesen wie auch im Buch „Herz-Botschaften“ auf 204 Seiten. Erhältlich im Buchhandel und auf steiermark.com/shop.



Steiermark-Frühling & Kooperationspartner

Vom 27. bis 30. März 2025 verwandelt die STG mit den Erlebnisregionen den Wiener Rathausplatz wieder in eine Steiermark-Genussinsel vom Vor-Urlauben bis zum Geschäftskontakte-Pflegen.

Kooperationspartner beim Steiermark-Frühling 2024, wie z. B. Raiffeisen-Landesbank Steiermark, Murauer, Gösser, Grawe und BeeWild, werden für den 25er-Auftritt laufend angesprochen.

Das Grüne Herz ist mobil

Ob Herz-Flieger, Herz-Racer, Herz-Straßenbahnen in sechs europäischen Städten oder Herz-Tafeln an den Autobahnen und Landstraßen – das Grüne Herz mag gesehen werden.



Kampagne: Jetzt Markenpartner werden!

Eine Markenkooperationen-Kampagne bis Weihnachten legt ein besonderes Augenmerk auf die Bedeutung und Möglichkeiten von Kooperationen zwischen Unternehmen und dem Grünen Herz, um dieses starke Symbol zu nützen.

Die STG/Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH bietet dabei ihren Markenpartnern über alle Branchen hinweg die Möglichkeit, die Dachmarke in ihre Marketingstrategien zu integrieren, um gegenseitige Vorteile zu erzielen.

Die Kriterien u.a.: Firmensitz in der Steiermark, Unternehmen muss zur Marke Steiermark passen und Herz-Werte leben, überregionale/internationale Marketingstrahlkraft besitzen und für tiefgehende Kooperationen bereit zu gemeinsamen Marketingaktivitäten sein.

Die Möglichkeiten:

- **Herz als Logo**
- **Herz für Produkte**
- **Herz bei Events**
- **Herz als Herkunftszeichen für Unternehmen: Ein Unternehmen aus der Steiermark.**

Die Kampagne wird u.a. im Print, Digital Out of Home wie im Online-Marketing in der Steiermark umgesetzt.



So wird man Kooperations-Partner



Es ist ganz einfach: Auf steiermark.com/markenkooperationen bzw. über den QRCode können steirische Unternehmen das Herz-Logo erhalten, wenn ausgewählte Kriterien zum Schutz der Marke erfüllt werden, bzw. Interesse an darüber hinaus gehenden Aktionen besteht.

steiermark.com/markenkooperationen

Kooperationspartner des Grünen Herzes

23 millionenfach ist das Grüne Herz auf Produkten von 20 steirischen Unternehmen derzeit zu sehen. Dabei sind es primär kulinarische Produkte von Kürbiskernöl bis Käse, von Gemüse bis Garnelen, die das Herz zeigen. Der Start mit Unternehmen aus anderen Wirtschaftsbereichen wie AVL List, Michael Pachleitner Group/MPG, Andritz, Knapp, Montanuniversität Leoben, Pankl Racing u.v.m. ist seit März 2024 schon weit gediehen. 10 namhafte Unternehmen nützen das Steiermark Magazin 101 bereits für ihren Auftritt, mit 21 weiteren werden Gespräche geführt. Der StandortFILM und die Standortpräsentation werden ebenfalls rege eingesetzt, um Unternehmen und Standort Steiermark zu verbinden.

Genuss

Frutura GmbH: von Paradeis über Paprika bis Pilze (Verkauf über Spar)

Estyria Naturprodukte GmbH: Kürbiskernöl bis Polenta

Feldbacher Fruit Partners: Kren

Lugitsch & B Söhne GmbH: Steirerhuhn

Obersteirische Molkerei: von Butter über Joghurt bis Käse

Peterquelle: Mineralwasser

Gemeinschaft St. Kürbiskernöl ggA: Kürbiskernöl

White Panther Produktion GmbH: Steirische Gebirgsgarnelen

Hofkäserei Aichstern: Camembert

WK Landesinnung Lebensmittel: Steiermark-Herztorte

Farmer Rabensteiner: von Kernöl bis Seife

Innovation: Steirerpilze

Eisbär: Steiermark-Hauben

A-Z Ballonfahrten Kindermann-Schön: Racerballon

Jugend am Werk: Umhängetasche aus alten Roll-ups

Weingut Krispel: Krispelino

Zotter Manufaktur: Steiermark-Schoko

Michael Pachleitner Group: Sonnenbrille
Steirerbitter: Likör

Messner Wurst: Wurst, Aufstrich für den Handel in AT und DE

Marry Ice Tea: Start-up für fünf Natureistees und Hard Iced Teas (Verkauf über Spar)

Farina: Mehl

Styrian Food Hub: einzelne Start-ups neu mit Herz



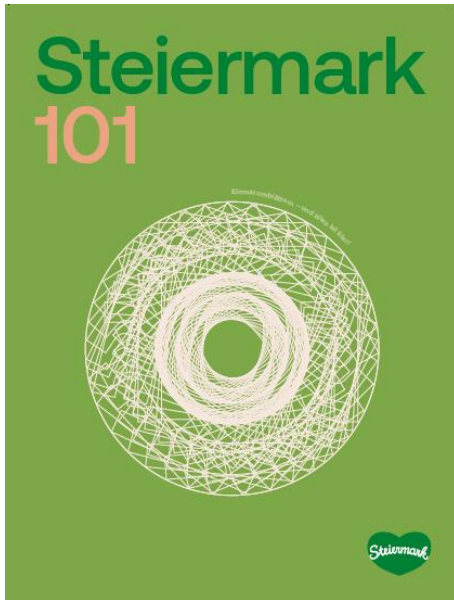
Eventbranding

vom Nightrace in Schladming bis zum Grand Prix der Formel 1, insgesamt über 50 Events.

Tourismus

Von Unterkunftsbetrieben über Erlebnisregionen bis hin zu touristischen Leistungsträgern, wie z. B. Seilbahnen und Thermen bis zu den Ausflugszielen

Standortmarketing: vom Steiermark-Magazin 101 bis zum Standortvideo



Das Magazin 101 wurde bereits mit auf das Unternehmen abgestimmten Seiten umgesetzt von z. B.:

AVL | Andritz | Knapp | Pankl Racing | Michael Pachleitner Group | Binder + Co | Merkur Versicherungen | FH Campus 02 | Montanuniversität Leoben | Holding Graz

Mit zahlreichen anderen Unternehmen laufen die Gespräche dazu.



StandortFILM (mit Untertiteln in 3 Sprachen):

Im März 24 wurde der Film vorgestellt und in Österreich auf Social Media (Meta, LinkedIn, YouTube, TikTok) sowie auf relevanten Newsportalen beworben: Mit knapp 4,7 Millionen Impressions konnte damit über alle Kanäle eine sehr hohe Reichweite innerhalb Österreichs erzielt werden.

Viele steirische Unternehmen nutzen dieses Video.

<https://standort.steiermark.com/de/Standortfilm>

Marke Steiermark unter den Top 30 Österreichs

Die Steiermark überzeugt als sympathische und bekannte Marke mit einem ausgeprägten Profil, auch im Vergleich zu anderen österreichischen Regionen. Die *BrandAsset® Valuator* (BAV) Studie 2024, eine der umfangreichsten Markenanalysen weltweit, zeigt, dass die Steiermark im Bereich Sympathie und Authentizität besonders gut abschneidet. Sehr erfreulich: Die Steiermark belegt **Platz 29 unter 1000 Marken in Österreich**, was ihre starke Position im Wettbewerb unterstreicht.

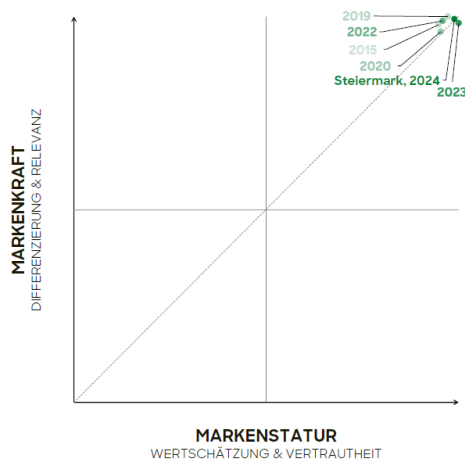
Markenstärke und Positionierung: Die Steiermark ist die Marke der Herzen – charmant, echt und unverwechselbar.

Die Marke Steiermark zeichnet sich durch ihre Differenzierung und ihre starke Verbindung zur Bevölkerung aus. Mit Blick auf die vier Säulen der Markenstärke – Differenzierung, Relevanz, Wertschätzung und Vertrautheit – hat die Steiermark insbesondere in den Bereichen Sympathie und Authentizität einen Vorsprung gegenüber anderen Marken.

- Die Steiermark rangiert auf Platz 29 unter 1000 Marken in Österreich.
- Besonders starke Werte in den Bereichen Sympathie und Authentizität
- Steirerinnen und Steirer schätzen die Natur und das Gemeinschaftsgefühl
- Potenzial liegt in den Bereichen Zukunftsorientierung und Innovation.

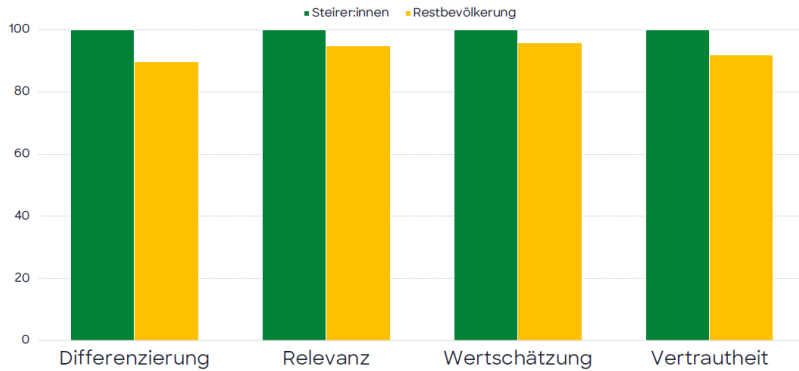
Markenkraft ist essenziell für den Erfolg

Steiermark – Markenstärke 2015 vs. 2019 vs. 2020 vs. 2022-2024



Die Steiermark liegt sowohl im Bereich der Markenkraft (Differenzierung und Relevanz) als auch im Bereich der Markenstatur (Wertschätzung und Vertrautheit) im Feld der „**Leader**“ bzw. hat sich vielmehr dort **etabliert**. Die Markenkraft ist sehr stabil, die Markenstatur konnte gesteigert werden.

Steiermark aus Sicht der Steierer:innen vs. Restbevölkerung* - 4 Säulen der Markenstärke 2024

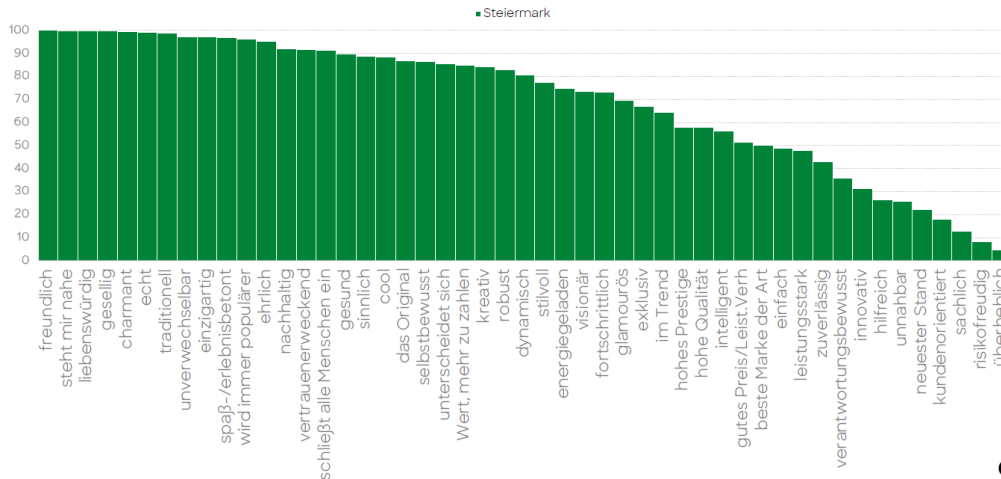


Die Steiermark ist für die Steiererinnen und Steierer (grüner Balken) in allen Bereichen – Differenzierung, Relevanz, Wertschätzung und Vertrautheit – top. Bei Rest-Österreich erzielt die Steiermark Werte von knapp unter 100 % und rangiert damit überall im Spitzenfeld.

Sympathie und Authentizität: Laut der BAV-Analyse 2024 werden die Menschen in der Steiermark als besonders freundlich, lebenswürdig und gesellig beschrieben. Attribute wie „steht mir nahe“ und „charismatisch“ dominieren das Imageprofil. Im Mitbewerber-Vergleich zeigt die Steiermark herausragende Werte in diesen Bereichen, was ihren Platz in den Top 30 der Markenliste bestätigt.

- **Stärken:**
 - Freundlichkeit und Charme
 - Tradition und Geselligkeit
 - Verlässlichkeit und Authentizität

Steiermark – Imageprofil 2024



BAV Österreich - Gesamtbevölkerung (16-69 Jahre) - 2024



Herausforderungen und Potenziale: Trotz ihrer vielen Stärken hat die Steiermark im Bereich Innovation und Zukunftsorientierung in der Wahrnehmung als Marke noch Potenzial. Attribute wie „dynamisch“, „visionär“ und „energiegeladen“ lassen noch Steigerungen zu.

Bei der jungen Zielgruppe müssen Marken dynamisch und durchaus mit dem Attribut „hohes Prestige“ versehen sein. Hier gibt es für die Steiermark noch Optimierungsspielraum: sprich mit potenziellen Marken, die eine junge Zielgruppe ansprechen, können Partnerschaften einen Spin bewirken.

Fazit und Ausblick

Die Steiermark ist starkes, stabiles Markenbild innerhalb Österreichs, insbesondere durch ihre Authentizität, Freundlichkeit, Qualität, Vertrauen und Lebensqualität. Ihre Platzierung auf Rang 29 unter 1000 Marken und die herausragenden Werte im Vergleich zu Mitbewerbern belegen ihren Erfolg. Die Neuausrichtung der Marke als ganzheitlicher Lebens-, Arbeits- und Wohnort inklusive dazugehöriger Kampagne "Ein Herz geht um die Welt" hat zur positiven Entwicklung und Etablierung der Dachmarke beigetragen, konnte die Steiermark doch 2023 deutlich an Bekanntheit dazu gewinnen. Um sich jedoch auch im Bereich Zukunftsorientierung und Innovation weiter in der Markenwahrnehmung zu positionieren, gilt es, gezielte Maßnahmen zu ergreifen, die diese Aspekte stärker in den Fokus rücken.

BrandAsset Valuator/BAV: In Österreich zeigt der BAV seit 2006, was Konsument:innen bewegt. 1.000 Marken aus 80 Branchen werden bei 12.500+ Respondent:innen mit 80+ Fragen zu Werthaltungen untersucht.

Werbewert um 28 % bzw. 241 % gesteigert

Die aktuelle Medienresonanzanalyse der APA hat die Begriffe „**Steiermark Tourismus**“ und „**Das Grüne Herz**“ in den Jahren 2018 und 2023 genau unter die Lupe genommen. Dabei wurden alle Beiträge aus dem **Print- wie auch Online-Bereich** den oben genannten Begriffen zugeordnet und folgend der jeweilige Werbewert berechnet.

Bei gemeinsamer Betrachtung der Begriffe „**Steiermark Tourismus**“ und „**Das Grüne Herz**“ konnte bei mehr als 1.200 Artikeln der Werbewert von rund 10 Mio. Euro im Jahr 2018 auf knapp 13 Mio. Euro im Jahr 2023, und damit um **28 % gesteigert** werden.

Dazu hat insbesondere die Präsentation der neuen Dachmarke beigetragen. Das Grüne Herz wurde von der Tourismusmarke zur Dachmarke. Diese Weiterentwicklung schlägt sich auch in großen Zahlen zu Buche: Der Begriff „**Das Grüne Herz**“ hat von circa 180 Presseartikeln im Jahr 2018 auf über 500 Artikel im Jahr 2023 eine beeindruckende Steigerung der Medienpräsenz (Anzahl Artikel) erlebt – das entspricht einem Plus von 189 %. Damit ist „Das Grüne Herz“ deutlich stärker ins öffentliche Bewusstsein gerückt. Der Werbewert für den Begriff „Das Grüne Herz“ konnte um beachtliche 2,5 Mio. Euro beziehungsweise **241 % gesteigert** werden. Die Zahlen belegen die erfolgreiche Positionierung des Grünen Herzes im öffentlichen Bewusstsein.

APA-Comm Medienresonanz-Analyse Print und Online

Steiermark Tourismus / Das Grüne Herz, 2018 versus 2023

Stand: September 2024



Willkommen

GRAY

Steiermark

aus dem
AND

Ride the Bike

feat
the