

Oststeiermark strahlt neu: "Einfach kOSTbar" für die Region!

Die Oststeiermark stellt am 9. Juli 2025 ihr neues Logo unter dem Motto „Einfach kOSTbar“ vor, um regionale Identität zu stärken.



Oststeiermark, Österreich - Die Oststeiermark hat einen umfassenden neuen Markenauftritt vorgestellt, der unter dem Leitsatz „Einfach kostbar“ steht. Die Präsentation fand unter Leitung von Stefan Schindler, Geschäftsführer des Tourismusverbands Oststeiermark, und Michael Feiertag, Geschäftsführer der Steirischen Tourismus und Standortmarketing GmbH, statt. Das moderne Logo, das die regionale Identität der Oststeiermark widerspiegelt, wurde in Zusammenarbeit mit der Kreativagentur saintstephens entwickelt und soll die Einzigartigkeit der Region erlebbar machen. Die Gastronomin Kathrin Großschedl, stellvertretende

Vorsitzende des Oststeiermark Tourismus, und Julia Fandler von der Ölmühle Fandler zeigten, wie das neue Logo bei verschiedenen Betrieben eingesetzt werden kann.

Mit dem neuen Claim „Einfach kOSTbar“ wird insbesondere der Fokus auf kulinarische Angebote, Gastfreundschaft und das hervorragende Preis-Leistungs-Verhältnis der Oststeiermark gelegt. Dieser neue Markenauftritt soll die Stärken der Region hervorheben und die einzigartigen Erlebnisse und Produkte der Oststeiermark in den Vordergrund rücken. Das „Grüne Herz“, das seit über 50 Jahren als Symbol für die Steiermark dient und 2023 zur Dachmarke für alle Bereiche der Region erhoben wurde, ist ein zentraler Bestandteil des neuen Designs, das verschiedene Anwendungen, darunter digitale Medien, optimal berücksichtigt.

Die Bedeutung der Markenidentität

Die Regionale Markenstrategien sind besonders relevant, um lokale Identität in einem globalen Markt zu fördern. Unternehmen, die sich auf ihre kulturellen Wurzeln besinnen und lokale Besonderheiten verstehen, erhalten einen Wettbewerbsvorteil. Authentizität und Vertrauen sind entscheidend: Verbraucher sind bereit, für Marken zu zahlen, die lokale Kultur respektieren, so die Erkenntnisse der **berger.team**.

Stefan Schindler hob hervor, dass die Umsetzung des neuen Markenauftritts durch starke Kooperationen mit lokalen Partnern aus der Wirtschaft unterstützt wird. Die gelungenen Beispiele erfolgreicher regionaler Markenstrategien, wie etwa die OPS Südtirol oder die Brauerei Forst, belegen, wie wichtig es ist, lokale Geschichten zu erzählen und regionale Ressourcen effizient zu nutzen.

Optimierung für die Zukunft

Das neue Logo wurde so entworfen, dass es auch für kleinere

Flächen und in digitalen Formaten ansprechend ist. Schindler betont, dass das Projekt nicht nur die Sichtbarkeit der Region verbessern, sondern auch die Kulinarik der Oststeiermark aufwerten soll. Dies wird durch die Einbeziehung regionaler Rohstoffe und die Zusammenarbeit mit lokalen Lieferanten weiter unterstützt. Kathrin Großschedl betont die Relevanz dieser Strategie, um die kulinarischen und kulturellen Stärken der Region zur Geltung zu bringen.

Die Oststeiermark positioniert sich also nicht einfach als touristisches Ziel, sondern als lebendige Marke, die Tradition und Moderne vereint. Das neue Branding soll sowohl lokale Bedürfnisse ansprechen als auch eine breitere Reichweite im globalen Markt ermöglichen. Die Entwicklung wird kontinuierlich durch Marktforschung optimiert, um sicherzustellen, dass die Vorstellungen und Wünsche der Zielgruppe bestmöglich erfüllt werden.

Insgesamt steht die Oststeiermark damit an der Schwelle zu einer neuen Ära des Tourismus und der regionalen Identität, die die Charakteristika und Lebensmittel der Region auf innovative Weise in den Fokus rückt.

Details	
Ort	Oststeiermark, Österreich
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.ots.at• www.steiermark.com• www.berger.team

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at