

STEIERMARK  
SCHAU.AT

Schloss Eggenberg:  
Inszenierung der Welt

Ausstellung vom  
26.04.–02.11.25

# Ambition & Illusion

Powered by



 **GRAWE**



Projektpartnerin

**GRAZ**  
HOLDING

Ein Projekt von



Das Land  
Steiermark

# BERICHT ZUR MEDIENTRANSPARENZ

Kampagne zur Bewerbung der **STEIERMARK SCHAU 2025** unter dem Titel:

## „Ambition & Illusion“

- „Schloss Eggenberg: Inszenierung der Welt“
- „Pavillons: History Repeating?“

Auf dieser Seite (<https://www.museum-joanneum.at/ueber-uns/unsere-geschichte/berichte>) kommen wir unserer Verpflichtung gemäß Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG) § 2 Abs. 1b. nach, Kampagnen mit einem Budgetrahmen von über € 150.000,- detailliert offenzulegen.

## Inhalt

Die Universalmuseum Joanneum GmbH wird 2025 bereits zum dritten Mal vom *Land Steiermark* mit der Umsetzung der STEIERMARK SCHAU beauftragt. Daher werden bereits bewährte Marketinginstrumente (wie auch in den Jahren 2021 und 2023) für eine breitenwirksame Bewerbung eingesetzt. Ergänzt wird die Kampagne mit neuen, zusätzlichen Maßnahmen, um die Reichweite sowohl im Printbereich (Außenwerbung, Drucksorten, Schaltungen in einschlägigen Zeitungen und Fachzeitschriften) als auch – und vor allem – in den digitalen Bereichen (Social Media, Banner-Schaltungen, Google Ads etc.) um ein Vielfaches zu erhöhen – nicht zuletzt, um die Sichtbarkeit bei neuen, jungen Zielgruppen zu steigern.

## Laufzeit der Kampagne

Jänner bis November 2025

## Laufzeit der STEIERMARK SCHAU

15. bis 30. März 2025 (Eröffnung der Pavillons in Wien)

26. April bis 02. November 2025

## Budget

Für die Bewerbung der STEIERMARK SCHAU 2025 wurde folgendes Werbebudget eingesetzt: € 860.000,- (Dieser Betrag beinhaltet Werbeleistungen inkl. Produktionskosten sowie externe Dienstleister\*innen.)

Davon fließen rd. **€ 369.000,-** in Medien und Out-of-Home-Werbung zur Bewerbung der STEIERMARK SCHAU 2025.

Das Marketing- und Kommunikationsbudget beträgt € 860.000,- inkl. Sachkosten, Werbemaßnahmen, Presse, Webseite, Social Media und Sales. (Die Kosten für das von KADADESIGN entwickelte Corporate Design sowie die Dienstleistungen der externen Grafikerin sind in diesem Betrag inbegriffen.)

## Ziele und Zielgruppen

Inhaltlicher Fokus der STEIERMARK SCHAU 2025 ist der Standort *Schloss Eggenberg*, weswegen es in erster Linie gilt, das regionale Publikum zum Besuch zu motivieren, worin zugleich das größte Potenzial dieses Projektes liegt. Demzufolge zielt ein großer Teil der Werbemaßnahmen darauf ab, die Bevölkerung der Landeshauptstadt Graz und der steirischen Regionen (Mariazell und Leoben) zu mobilisieren. Um diese Zielgruppen mit speziellen Werbemaßnahmen zu erreichen, werden Synergien

mit der Erlebnisregion Graz und dem Steiermark Tourismus angestrebt. Ebenfalls wird auch in den Regionen mit den einzelnen Gemeinden und Kulturvertreter\*innen eine Zusammenarbeit angestrebt.

Um die Beziehung zu unserem Nachbarland Slowenien zu vertiefen, wird der *Alpen-Adria-Pavillon* (12.06.–12.10.2025) im Museumsquartier *Metelkova* in Ljubljana aufgestellt.

Durch die erstmalige und einzige gemeinsame Präsentation der drei Pavillons am Wiener Heldenplatz (13.–30. März 2025) sowie eine Kooperation mit dem Steiermark Frühling (27.–30. März) am Wiener Rathausplatz ist das Publikum der Bundeshauptstadt – und deren Tourist\*innen – ebenfalls eine wichtige Zielgruppe für uns. Mittels einer Hand-to-Hand-Flyer-Verteilung und dem Affichieren von Postern in Cafés, Museumsshops und anderen kulturellen Einrichtungen wird die STEIERMARK SCHAU 2025 in Wien beworben.

### **Beitrag zur Deckung des Informationsbedürfnisses**

Die Ausstellung fungiert als moderner Wissensspeicher, der gesellschaftliche Themen aufgreift und zu einer öffentlichen Diskussion anregt. Durch den internationalen Ruf von Schloss Eggenberg als UNESCO-Weltkulturwebe und der Stadt Graz, nicht zuletzt als Kulturhauptstadt Europas 2003, erfährt die STEIERMARK SCHAU eine starke überregionale und internationale Aufmerksamkeit.

Zudem fördert sie die Zusammenarbeit mit Projektpartner\*innen und Leihgeber\*innen aus dem In- und Ausland und trägt damit aktiv zur kulturellen Vernetzung und zum Dialog auf europäischer Ebene bei. Die STEIERMARK SCHAU ist somit weit mehr als eine Ausstellung – sie ist ein Motor für Kultur, Innovation und Austausch.

### **Relevanz des Themas im Hinblick auf den Zeitpunkt und die Zielgruppe der Kampagne**

Die STEIERMARK SCHAU ist ein biennales Ausstellungsformat, das aktuelle und gesellschaftlich relevante Themen aus künstlerischer und wissenschaftlicher Perspektive beleuchtet. Sie präsentiert die Steiermark als Modellregion für zukunftsweisende Themen und verbindet die Steiermark mit einem positiven Image. (Die Schau ist ein Projekt des Landes Steiermark und wird von der Universalmuseum Joanneum GmbH umgesetzt.)

### **Durchführende Organisationseinheit und hinzugezogene externe Dienstleister\*innen**

#### **Interne Organisationseinheiten**

Auftraggeber: Land Steiermark

Träger: Universalmuseum Joanneum GmbH unter der Geschäftsführung Dr. Marko Mele und Mag. Josef Schrammel

Team: <https://www.museum-joanneum.at/steiermarkschau/ueber-uns/team>

#### **Hinzugezogene externe Dienstleister\*innen**

- Ankünder GmbH, City light GmbH (Druck und Beklebung der OoH-Kampagne)
- City light Ankünder GmbH
- Holding Graz (Beflaggung Grazer Innenstadt)
- Crediso (Social-Media-Agentur)
- Lucas Kundigraber (Social Media)
- Crediso (Google-Display-Werbung)
- MF Mediate Systems GmbH
- Wukonig & Partner OG (ist nicht direkt der STS zugeordnet)
- Flyern.com (Flyerverteilung Wien)
- Kreativna baza (Flyerverteilung Ljubljana)
- Freunde und Förderer des Mariazeller Heimathauses (Flyerverteilung Mariazell)

- Art & Fashion (Flyerverteilung)

### **Cooperate Design & Grafik:**

- KADADESIGN: Alexander Kada (CD-Wettbewerbssieger)
- Katharina Schwarz (externe Grafikerin)

### **Auswahl und Gewichtung bei den eingesetzten Medien**

Zur Erhöhung der notwendigen Sichtbarkeit wird für die STEIERMARK SCHAU über die Landesgrenzen hinaus mit nationalen sowie internationalen Partner\*innen zusammengearbeitet. Dies betrifft nicht nur Kanäle wie den Hörfunk, Printmedien und Außenwerbung, sondern vor allem zeitgemäße Plattformen wie Instagram und Facebook (Social Media).

Wie aus einer von uns beauftragten Marktforschungsstudie hervorgeht, ist vor allem das Plakat von unschätzbare Relevanz, um eine breitenwirksame Werbung zu gewährleisten.

Der Hörfunk holt weitere zukünftige Besucher\*innen ab, da man nicht nur im Auto, sondern auch auf der Arbeit eine weitere Zielgruppe ansprechen kann. Durch die Werbeeinschaltungen vor „*Bundesland heute*“ („Steiermark heute“, ORF, 18:58 Uhr) erreichen wir ebenfalls ein Publikum, das zusätzlich als Multiplikator für unsere Kampagne dient.

Durch die *Out-of-Home-Werbung* erreichen wir zudem Personen, die sich eventuell nicht direkt mit den kulturellen Angeboten beschäftigen, aber durch die Werbekampagne aktiviert werden. Diese Plakate sind nicht nur in den Stadteinfahrten zu sehen, sondern prägen vor allem das innerstädtische Stadtbild und erzielen höchste Sichtbarkeit im öffentlichen Raum. Ebenfalls haben wir die Busheckflächen der Holding Graz gebrandet.

Im Printbereich werden Marketingkooperationen mit den gängigsten steirischen Medien geschlossen.

Gestützt wird diese Kampagne zusätzlich durch Social-Media-Einschaltungen sowie eine flächendeckende Kampagne mit Google Ads, um eine größtmögliche Streuung zu erreichen.

### **Gewichtung**

Der größte Anteil des Budgets fließt in Out-of-Home-Werbung, da die Sichtbarkeit – auch für Menschen, die nicht regelmäßig Museen besuchen – im Außenraum eine breite Fläche abdeckt. Mit den Sujets aktivieren wir gezielt die Aufmerksamkeit und Blicke der Passant\*innen – selbst im flüchtigen Moment. Besonders an stark frequentierten Kreuzungen oder Ampeln entsteht wertvolle Verweildauer, die wir strategisch für wirkungsvolle Markenkommunikation nutzen.

Der zweitgrößte Anteil am Kampagnenbudget liegt auf den Printmedien, um möglichst viele Leser\*innen zu erreichen. Der drittgrößte Anteil fließt in den Hörfunk, ebenfalls mit dem Ziel, möglichst vielen Hörer\*innen unsere Botschaft zu vermitteln.

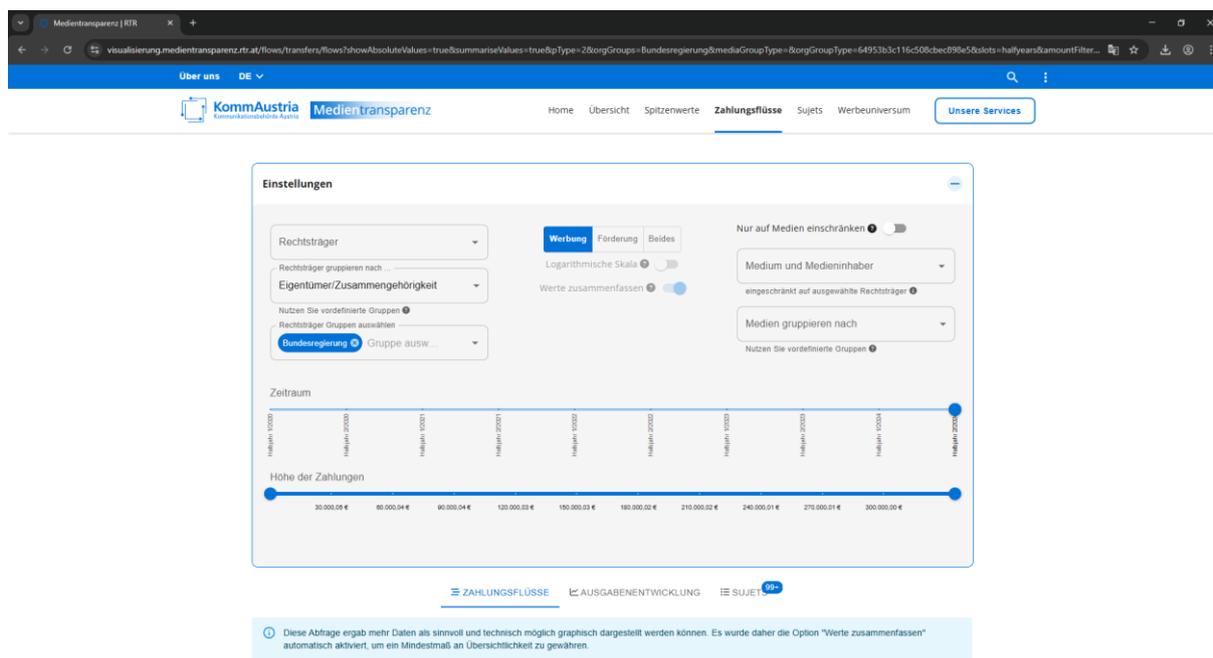
### **Gewichtung der eingesetzten Medien und deren Medieninhaber\*innen (Print-Medien)**

<b>Medieninhaber</b>	<b>Medium</b>
Kleine Zeitung GmbH & Co KG	Kleine Zeitung
Krone-Verlag GmbH & Co Vermögensverwaltungs KG	Kronen Zeitung
Media 21 GmbH	derGrazer
Falter Verlagsgesellschaft	FALTER
Die Steirerin Verlags GmbH & Co KG	STEIRERIN
STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H	Der Standard
Madison Werbeagentur Marketing- und Werbeberatungs-Gesellschaft m.b.H	4Oplus
Klepej & Tandl OG	FAZIT

ETTA Verlags GmbH  
 JOURNAL GRAZ PERTZL KG  
 Ablinger Garber Media GmbH  
 KURIER Zeitungsverlag und Druckerei GmbH  
 Wochenzeitung GmbH Steiermark  
 Parnass Verlag Gesellschaft m.b.H.  
 Salzburger Nachrichten Medien GmbH & Co. KG  
 Steiermark Card – Steiermark-Card GmbH  
 Steirische Kulturveranstaltungen GmbH  
 Weekend Magazin Steiermark GmbH  
 5,5 Sinne GmbH  
 Land Steiermark  
 Zavernik Pauker „Achtzig“ OG  
 Stiftung Radio Stephansdom  
 MONDIAL Gesellschaft m.b.H. & Co. KG  
 TECVIA GmbH  
 NÖs Senioren  
 Steirische Kulturveranstaltungen GmbH  
 CB-Verlagsges.m.b.H.  
 CB-Verlagsges.m.b.H.

GRAZETTA  
 JOURNAL GRAZ  
 KULTUR Plus  
 KURIER  
 MeinBezirk Steiermark  
 KUNSTMAGAZIN PARNASS  
 Kultursommer 2025  
 Steiermark Card  
 Jahresheft styriarte  
 weekend MAGAZIN  
 5komma5sinne  
 ZWEI&MEHR  
 Kulturzeitung80  
 magazin KLASSIK  
 Mondial  
 OMNIBUSREVUE  
 endlich FREI-ZEIT  
 Abendprogramme styriarte  
 BUS & HOTEL REPORT INTERNATIONAL  
 REISE aktuell

**WICHTIG:** Alle Einträge zur STEIERMARK SCHAU 2025 findet man in der RTR-Datenbank mit der Filtersuchfunktion unter: „ST525“ auf der Webseite: <https://visualisierung.medientransparenz.rtr.at>



### Gründe für die konkrete Auswahl aller für die Werbekampagne tatsächlich eingesetzten Medien und deren Medieninhaber (Online-Medien)

#### Medieninhaber

Soundportal Graz GmbH  
 Opinion Leaders Network GmbH  
 Google Ireland Limited  
 RMA – Regionalmedien

#### Medium

soundportal.at  
 leadersnet.at  
 facebook.at; Instagram.com  
 meinBezirk.at

Parnass  
 APA – Austria Presse Agentur eG  
 REBO Marketing & Webwerkstatt GmbH  
 Pelka Constantin  
 Google Ireland Limited  
 Wochenzeitungs GmbH Steiermark  
 Opinion Leaders Network GmbH  
 Soundportal Graz GmbH  
 Wochenzeitungs GmbH Steiermark  
 Wochenzeitungs GmbH Steiermark  
 Wochenzeitungs GmbH Steiermark  
 Wochenzeitungs GmbH Steiermark  
 Wochenzeitungs GmbH Steiermark

Newsletter-Aussendung  
 APA-OTS Originaltext-Service GmbH Newsletter  
 willkommen-oesterreich.at  
 instagram.com/baroqueblockbuster  
 google.com  
 instagram.com/meinbezirk.leoben  
 LEADERSNET ÖSTERREICH Newsletter  
 instagram.com/radiosoundportal  
 facebook.com/meinbezirk.leoben  
 instagram.com/meinbezirk.leoben  
 meinbezirk.at/steiermark  
 instagram.com/meinbezirk.steiermark  
 facebook.com/meinbezirk.steiermark

### **Gründe für die konkrete Auswahl aller für die Werbekampagne tatsächlich eingesetzten Medien und deren Medieninhaber (OoH)**

#### **Medieninhaber**

Ankünder

City Light Ankünder GmbH  
 Holding Graz – Kommunale Dienstleistungen  
 GmbH

#### **Medium**

Verkehrsmittel, 24-Bogen-Plakate, 8-Bogen-  
 Plakate, Poster Lights  
 City Lights  
 Beflaggung der Innenstadt

### **Gründe für die konkrete Auswahl aller für die Werbekampagne tatsächlich eingesetzten Medien und deren Medieninhaber (Hörfunk)**

#### **Medieninhaber**

Österreichischer Rundfunk  
 Antenne Steiermark Regionalradio GmbH&Co KG  
 Soundportal Graz GmbH  
 Stiftung Radio Stephansdom  
 (Körperschaft öffentlichen Rechts)  
 Radio Grün Weiß GmbH

#### **Medium**

Radio Steiermark  
 Antenne  
 Soundportal  
 Radio Klassik Stephansdom  
 Radio Grün-Weiß

### **Gründe für die konkrete Auswahl aller für die Werbekampagne tatsächlich eingesetzten Medien und deren Medieninhaber (TV)**

#### **Medieninhaber**

Österreichischer Rundfunk  
 Österreichischer Rundfunk

#### **Medium**

ORF 2  
 ORF III

### **Gründe für die konkrete Auswahl aller für die Werbekampagne tatsächlich eingesetzten Medien und deren Medieninhaber (Social Media)**

#### **Medieninhaber**

Meta Platforms Ireland Limited  
 Meta Platforms Ireland Limited  
 Google Ireland Limited

#### **Medium**

Facebook  
 Instagram  
 Google Ads

Medienkooperationen sind ein wesentlicher Bestandteil jeder erfolgreichen Kommunikationsstrategie. Berichte von Journalist\*innen wirken als „persönliche Empfehlungen“ und diese wiederum sind – nach der eigenen *Webseite* – der zweitwichtigste Faktor, um das Interesse an einer Ausstellung zu wecken.

Eine unserer vielen Marktforschungsstudien hat ergeben, dass z. B. Tageszeitungen wie die „Kleine Zeitung“ mit Abstand zu den wichtigsten Printmedien für den Kulturbereich im Raum Graz zählen, weshalb die „Kleine Zeitung“ eine wichtiger Medienpartnerin der STEIERMARK SCHAU ist. Vor allem in den steirischen Regionen ist darüber hinaus die „Kronen Zeitung“ eine beliebte Tageszeitung, weshalb mit diesem Medium eine umfangreiche Kooperation umgesetzt wird. Ergänzend ist es vor allem wichtig, mit regional verwurzelten Medien, z. B. „Der Grazer“, und den Regionalausgaben von „MeinBezirk“ sowie div. Bezirks- und Gemeindezeitungen Kooperationen zu schließen, um eine kontinuierliche Berichterstattung zu gewährleisten. Neben Medienkooperationen im Printbereich werden auch Kooperationen im TV und Hörfunk eingegangen. Im TV-Bereich ist vor allem der ORF bzw. dessen Format „Steiermark heute“ für die STEIERMARK SCHAU von großer Bedeutung. Zusätzlich wird geplant, Werbespots vor „Steiermark heute“-Sendungen zu schalten.

### **Out-of-Home-Werbung / Außenwerbung**

Bei allen Marktforschungsstudien der letzten Jahre wurde das Plakat als wichtiger Faktor für die Erzeugung von Aufmerksamkeit im öffentlichen Raum genannt. Daher nimmt das Plakat als Werbedrucksorte nach wie vor eine herausragende Stellung ein und erregt eine große Aufmerksamkeit in der Außenwerbung.

Mit der Firma Ankünder wird eine umfangreiche Plakatkampagne für die STEIERMARK SCHAU 2025 umgesetzt. Für den Stadtraum von Graz sind 24-Bogen-Plakate, Litfaßsäulen sowie City Lights und Poster Lights vorgesehen. Geplant sind drei Wellen: Eine große Welle zum Start der STEIERMARK SCHAU ab Ende April 2025, eine kleine Welle im Sommer und eine zweite größere im Spätsommer/Anfang Herbst.

### **Hörfunk**

Durch die Schaltung von klassischen Radiospots erreichen wir Hörer\*innen auf folgenden Frequenzen, um sie mit unserer Kampagne anzusprechen: *Radio Steiermark*, *Antenne Steiermark* und *Radio Soundportal*. Dies bietet zusätzlich zu den bereits geschalteten Medien einen Wiedererkennungswert, der uns zugutekommt.

### **Digital**

Um möglichst viele Menschen auch auf ihren digitalen Endgeräten (Smartphones, PC, Laptops, Tablets etc.) zu erreichen, haben wir uns zusätzlich für die Nutzung von *Google Ads* entschieden. Gemeinsam mit einer Agentur konnten wir – vor den jeweiligen Eröffnungen – unser Zielpublikum besser ansprechen und auf die Veranstaltungen hinweisen.

Wesentlich bei der Produktion des Contents (Text, Film, Fotos) ist eine für die jeweiligen Social-Media-Kanäle optimierte sowie leicht verständliche Gestaltung, um ein möglichst breites Publikum zu erreichen. Der verstärkte Einsatz von Video-Content hilft, auch ein jüngeres Publikum anzusprechen.

Die Zuständigkeiten aller inhaltlich Beteiligten wurden in einem im Vorfeld abgestimmten Social-Media-Strategiepapier festgehalten. Darin ist festgelegt, dass die Inhalte in Zusammenarbeit mit den beteiligten Partner\*innen entwickelt werden. Ein zentral erstellter und umgesetzter Posting-Plan sorgt für einen strukturierten Ablauf des Social-Media-Auftritts. In Zuge dessen sollen die Inhalte aller Beteiligten gleich- und regelmäßig abgebildet werden. Der organisch gestreute Content wird von Werbekampagnen begleitet. Diese werden durch ein Werbebudget gestützt und von einer Social-Media-Agentur optimiert, sodass ein breites Publikum angesprochen und neue Follower\*innen lukriert wird. Durch die Zusammenarbeit mit Influencer\*innen wird nicht nur die Reichweite erhöht, sondern es werden auch neue Zielgruppen angesprochen und Multiplikator\*innen generiert.

### **Print**

Wir schalten zusätzlich in einigen der gängigsten Magazine – nicht nur steiermarkweit, sondern auch

österreichweit – Anzeigen, um eine noch größere Sichtbarkeit zu erreichen und ebenfalls die Leser\*innenschaft anzusprechen.

Zur übersichtlichen Darstellung aller Angebote der STEIERMARK SCHAU wird ein Folder produziert, der sich im Format und Aufbau am Jahresprogramm des Universal museums Joanneum orientiert. Zusätzlich werden über die wichtigsten Medien die aktuellen Veranstaltungen rund um die STEIERMARK SCHAU kommuniziert (z. B. „Kleine Zeitung“: „Im Fokus“).

Für die Eröffnung wurden Einladungskarten gedruckt und versendet. Kleinplakate und Folder werden in Graz und Wien sowie in den Gemeinden der Regionen (Graz und Umgebung, Leoben, Mariazell, Ljubljana) in Umlauf gebracht. Neben der Plakatwerbung wird ein intensives Branding der Grazer Innenstadt durch Fahnen und Bus-Beklebung umgesetzt. Ergänzend dazu wird auch ein sog. „Störer“ auf Straßenbahnen der Erlebnisregion Graz angebracht.

### Sujets:

Hierbei handelt es sich um die Hauptsujets der STEIERMARK SCHAU 2025.

(Alle anderen Abwandlungen findet man in der RTR-Datenbank mit der Filtersuchfunktion unter: „STS25“.)

Hans Ulrich von Eggenberg:



Maria Elisabeth Dietrichstein:



Pavillons – History Repeating?:



