

# Mit Data-Science ins grüne Herz Österreichs

Ein Data-Projekt von elements.at, Content Garden und Steiermark Tourismus soll vielfältige Gästewünsche besser kennenlernen.

WIEN/GRAZ. Alpine Bergwelt im Norden, das Weinland im Süden und die urbane Landeshauptstadt Graz: In der Steiermark kommen die unterschiedlichsten Urlaubertypen auf ihre Kosten.

Diese Vielfalt auch in der Kommunikation unter einen Hut zu bringen, ist eine Herausforderung, denn die unzähligen Inhalte und die Vielzahl an Kommunikationskanälen kosten enorme Ressourcen, wenn sie nicht richtig miteinander verbunden sind. Um so zielgruppengenaue wie möglich kommunizieren zu können, braucht es die enge Verschränkung von Technologie und Marketing.

**Data-Science-Projekt gestartet**  
Um die Frage nach dem inhaltlichen Fokus in allen Kommunikationsbereichen zu beantworten, hat Steiermark Tourismus ein Data Science-Projekt ins Leben gerufen; Projektpartner sind dabei die Salzburger Full-Service Digital-Agentur elements.at und Content Garden, die Wiener Agentur, die sich auf Digital-Content-Distribution spezialisiert hat.

**Neue inhaltliche Ausrichtung**  
Ziel des Projekts ist die neue inhaltliche Ausrichtung des Portals Steiermark.com und darauf aufsetzend die Erstellung themenspezifischer Landingpages in Magazinform, die wiederum in österreichischen und deutschen Online-Tagesmedien nativ distribuiert werden sollten.

„Im Laufe der Zeit ist unser Portal Steiermark.com orga-



© Steiermark Tourismus/content garden technologies

## Präferenzen

Das Publisher-Netzwerk von Content Garden diente als Research-Setup, um Nutzer-Interessen zu identifizieren. Erich Neuhold ist Geschäftsführer von Steiermark Tourismus.



© Steiermark Tourismus/B. Loder

nisch gewachsen, und sehr viele Inhalte haben ihren Weg auf die Seite gefunden. Diese Entwicklung wollten wir im Rahmen des Projekts evaluieren, um zu erfahren, wie diese Inhalte beim Nutzer ankommen und wo wir noch Optimierungspotenzial haben“, sagt Erich Neuhold, Geschäftsführer von Steiermark Tourismus.

## Zweierlei Research-Ansätze

Von Beginn an wurden im Rahmen des Projekts zwei Research-Ansätze verfolgt: elements.at, die auch das CMS und die technische Infrastruktur für den Kunden Steiermark Tourismus zur Verfügung stellt, analysierte das User-Verhalten auf der Website, um dabei sogenannte Hero-Themen und häufige InSite-Suchabfragen zu identifizieren.

## Digitalerlebnis

Patrick Edelmayr ist CEO von elements.at, einer Salzburger Full-Service Digital-Agentur, die seit 2002 digitale Erlebnisse umsetzt.



© elements new media solutions

„Dank detaillierter Analysen konnten wir ein umfassendes Bild über die Nutzung des Portals zeichnen. Spannend war es für uns, typische Leserpfade nachzuzeichnen und klare Handlungsempfehlungen abzuleiten“, bringt elements.at-CEO Patrick Edelmayr die Ergebnisse auf den Punkt.

Parallel dazu entwickelte Content Garden gemeinsam mit Steiermark Tourismus zu den Schwerpunkt-Themen „Natur & Bewegung“, „Regeneration & Wellness“ und „Kultur“ ein Content Research-Setup. Dabei wurden neutrale Artikel im Premium-Publisher-Netzwerk von Content Garden in Deutschland und Österreich nativ distribuiert, um so Rückschlüsse auf die Interessen der Internetnutzer ziehen zu können.

**Ergänzung zu Nutzungsdaten**  
Content Garden-CEO Lucas Schärf erklärt: „Über die Distribution in unserem Netzwerk konnten wir eine zusätzliche, externe Perspektive in das Projekt einbringen, die die Nutzungsda-