

KÄRNTEN
It's my life!

JAHRES
BERICHT
2019

**KÄRNTEN WERBUNG
MARKETING & INNOVATIONSMANAGEMENT GMBH**

www.kaernten.at



INHALT

- 5** Vorworte
- 11** Marke Kärnten –
Erfolgsgeschichte im europäischen Raum
- 12** Leitthemen und Produkte
- 19** Partnerschaften mit geballter Kraft
- 21** Kern- und Wachstumsmärkte
- 22** Beispiele unserer Marketingkooperationen
- 26** Veranstaltungen mit internationaler Strahlkraft
- 28** Tourismusportal Kärnten
- 31** Auszug aus den Onlinekampagnen
- 32** Kärntens Tourismus in Zahlen
- 36** Gesamtvolumen Marketing
- 37** Die Kärnten Werbung GmbH





MAG. SEBASTIAN SCHUSCHNIG
Tourismuslandesrat

Sehr geehrte Touristikerinnen und Touristiker!

Wie erfolgreich eine entschlossene Tourismuspolitik sein kann, hat uns die Bewältigung der Corona-Krise verdeutlicht, von der die Tourismus- und Freizeitbranche besonders hart getroffen wurde. Kärnten zählte österreichweit zu den ersten Bundesländern, die die Wintersaison vorzeitig beendeten und zur Eindämmung von COVID-19 eine Vollbremsung der Tourismuswirtschaft hinlegten. Gemeinsam mit der Kärnten Werbung nutzten wir die Zeit bis zu den Lockerungen der Corona-Schutzmaßnahmen sehr intensiv dafür, die gesamte Branche – von den Betrieben über die örtlichen Tourismusverbände und die Tourismusregionen bis zu den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in der Gastronomie – auf die neue Situation vorzubereiten. Unsere gemeinsamen Ziele: ein rascher und sicherer Start der Sommersaison und Kärnten erfolgreich als den „Sicheren Süden“ zu positionieren. Beides ist uns gelungen, wofür ich mich bei der Kärnten Werbung herzlich bedanken darf! Ich bin davon überzeugt, dass wir die Corona-Krise mit allen ihren negativen Auswirkungen bewältigen und Kärntens Tourismus wieder auf Erfolgskurs bringen werden. Zusammenhalt wird uns den nötigen Rückenwind auf dem Weg aus der Krise geben. Wir werden mit ganzer Kraft an einem „Sicheren Süden“ arbeiten, in dem unsere Gäste gesund anreisen, das Urlaubserlebnis genießen und wieder gesund die Heimreise antreten. Damit sichern wir den Erfolg unserer Betriebe, denn Sicherheit ist die wichtigste Währung im Tourismus!

Lösungen für diese Herausforderungen im Sinne unserer Betriebe zu finden, ist für mich eine Herzensangelegenheit. Ich bin in einem kleinen touristischen Familienbetrieb am Ossiacher See aufgewachsen und weiß daher seit Kindheitstagen, welche herausragenden Leistungen die Tourismusunternehmer tagtäglich

für die Gäste erbringen. Mit ihrem Engagement und unermüdlichen Einsatz sorgen sie für Wertschöpfung im Land. Es ist daher klar, dass ich in meiner Verantwortung als Tourismuslandesrat die besten Rahmenbedingungen für die Betriebe und die gesamte Tourismusbranche schaffen will.

Dafür habe ich bereits in meinem ersten Amtsjahr 2019 Schritte gesetzt und den Fördercall für neue touristische Infrastruktur mit einer Million Euro ins Leben gerufen. Nur eine moderne und wetterunabhängige Infrastruktur kann den Ganzjahrestourismus in Kärnten nachhaltig stärken. Dazu haben wir weitere 1,5 Mio. Euro auch in die kommunale See-Berg-Rad-Offensive und 500.000 Euro in die Berginfrastruktur investiert. Über 26 Projekte konnten damit realisiert und neue Produkte für unsere Gäste geschaffen werden. Dass der eingeschlagene Weg stimmt, bestätigt uns der vorliegende Geschäftsbericht der Kärnten Werbung und die Zahlen aus dem Jahr 2019: So konnten auch 2019 über 3 Millionen Gästeankünfte und mehr als 13 Millionen Übernachtungen erreicht werden. Das ist der Erfolg von Ihnen, sehr geschätzte Unternehmerinnen und Unternehmer, zu dem ich Sie sehr herzlich beglückwünschen darf.

Neben den Kernaufgaben im Marketing ist es dem Geschäftsführer mit seinem erfolgreichen Team auch 2019 wieder hervorragend gelungen, Trends früh zu erkennen, die Touristiker Kärntens dafür zu sensibilisieren und Zukunftsprojekte zu initiieren. 2019 erfolgte von Slow Food International der Auftrag für die Entwicklung eines neuen, weltweiten Slow-Food-Leitprojektes, der Slow-Food-Dörfer. Aber auch das Thema „Rad“ ist ein Paradebeispiel dafür, wie eine enge Zusammenarbeit Früchte trägt. Diesen Weg möchte ich gemeinsam weitergehen und konsequent an einem erfolgreichen und sicheren Tourismusland Kärnten arbeiten.





MAG. MARTIN PAYER, MBA
Vorsitzender des Aufsichtsrates

*Sehr geehrte Damen und Herren,
geschätzte Unternehmerinnen und Unternehmer!*

Nicht nur der Rückblick auf ein erfolgreiches Jahr 2019 mit einem weiteren Gästerekord macht die Bedeutung der Tourismusbranche für die Dynamik des Wirtschafts- und Lebensstandortes Kärnten deutlich. Ganz besonders jetzt, in diesen bewegten Zeiten, zeigt sich einmal mehr, dass der Tourismus eine tragende Säule für Kärnten ist. Als einer der Sektoren, die am stärksten von der Pandemie betroffen waren und immer noch sind, musste sich die Branche schwierigsten Herausforderungen stellen. Geschlossene Betriebe, geschlossene Grenzen, massive Verluste und die bange Frage: Wird es heuer noch eine Sommersaison, einen Tourismus in Kärnten geben?

Mit hohen Prozentzahlen rangiert Kärnten bei vielen Umfragen nun auf Platz eins unter den Bundesländern als bevorzugtes Urlaubsziel für den Sommer 2020. Und auch Gäste aus den weiteren Kernmärkten wie Deutschland, den Niederlanden und den CEE-Märkten schätzen Kärnten als sicheres und attraktives Urlaubsland. Das ungebrochene Engagement der Kärntner Touristikerinnen und Touristiker, der Tourismusregionen und der Kärnten Werbung, die ich als Aufsichtsratsvorsitzender begleiten darf, war und ist maßgeblich dafür, dass auch im Ausnahmejahr 2020 der Tourismus in Kärnten weiterhin als wichtiger Motor die Wirtschaft dieses Landes ankurbelt und vielen Menschen in unserem Land Perspektiven bietet.

Ich bedanke mich im Namen des Aufsichtsrates der Kärnten Werbung für ihren Einsatz und die konstruktive Zusammenarbeit. Den Tourismusunternehmerinnen und -unternehmern wünsche ich viel Kraft und Erfolg für die Sommersaison sowie einen guten Start in den Herbst und Winter 2020.





CHRISTIAN KRESSE
*Geschäftsführer der
Kärnten Werbung*

Liebe Unternehmerinnen und Unternehmer, Liebe Partner der Kärnten Werbung,

2019 – ein Jahr, das im Hinblick auf die Ereignisse, die seit den ersten Monaten des heurigen Jahres die Welt veränderten, fast in Vergessenheit geraten ist. Daher möchte ich an dieser Stelle noch einmal jene Zahlen hervorheben, die das großartige Engagement der Kärntner Tourismusunternehmerinnen und -unternehmer und aller Partner der Kärntner Tourismuswirtschaft eindrucksvoll belegen: 3.245.972 Gästeankünfte und 13.363.528 Übernachtungen wurden 2019 verzeichnet. Das Ankunftsergebnis ist zum sechsten Mal in Folge der beste jemals erreichte Wert in Kärnten ... und dann kam Corona.

2020 – ein Jahr, geprägt von einer weltweiten Pandemie. Ein Jahr, das ganz besonders auch die Tourismusbranche in Atem hält und vor Herausforderungen stellt, wie wir sie bis dato nicht gekannt haben. Gemeinsam mit Unternehmerinnen und Unternehmern aller touristischen Bereiche, dem Land Kärnten und der Wirtschaftskammer Kärnten haben wir diese schwierige Zeit in Angriff genommen, die Ärmel aufgekrempt und einen Recovery Plan für den Kärntner Tourismus umgesetzt, der von anderen österreichischen Bundesländern als Vorbild genommen wurde. Wir haben als erstes Bundesland eine umfangreiche Restart-Kampagne gestartet, Anfang Mai in Österreich, Mitte Mai in Deutschland, danach je nach Grenzöffnungen in den weiteren Märkten. Diese Kampagne wurde auf dem Markt abgetestet, die Befragten bescheinigten der Kärnten-Kampagne beste Werte, in vielen Umfragen ist Kärnten seit Jahren wieder das Urlaubsbundesland Nr. 1. Die Menschen benötigen nach den Herausforderungen des Lockdowns Urlaub und Erholung. Die Zeit außerhalb der Zeit, sich mit Werten beschäftigen, die sie vom Alltag ablenken. Hier hat Kärnten mit seinen Natur-Aktiv-Angeboten, vor allem rund um die Themen Radfahren und Wandern, den sauberen Seen und der neuen Alpe-Adria-Küche die richtigen Antworten in den letzten Jahren gefunden und davon profitiert. Aber dennoch: Im heurigen Jahr geht es einfach nur um das Überleben vieler Betriebe.

Ich bedanke mich bei allen Tourismusunternehmerinnen und -unternehmern, den Gremien der Kärnten Werbung, dem Land Kärnten, den zahlreichen weiteren Partnern der Kärnten Werbung und ganz besonders meinem gesamten Team für das professionelle und gute Zusammenwirken im Sinne einer starken Allianz für den Kärntner Tourismus.





MARKE KÄRNTEN – ERFOLGSGESCHICHTE IM EUROPÄISCHEN RAUM

Die Markenarchitektur der Marke Kärnten stellt mit ihren mehr als 670 Markenlizenzen eine der stärksten und umfangreichsten Markenallianzen in Europa dar. Dieses einzigartige Modell der strategischen Markenführung ist mit großer Verantwortung und Leidenschaft verbunden und basiert auf einer konsequent gelebten Partnerschaft mit den Unternehmerinnen und Unternehmern. In Fachkreisen gilt die Marke Kärnten als Benchmark, wie erfolgreiche Destinationsmarken über Jahre hinweg erfolgreich geführt werden.

KÄRNTEN. IT'S MY LIFE! EINE GEMEINSAME MARKE FÜR DEN GESAMTEN WIRTSCHAFTSSTANDORT

Im Auftrag der Kärntner Landesregierung wurde die Standortmarke Kärnten 2030 erarbeitet, damit allen Branchen, wie Tourismus, Industrie, Forschung & Entwicklung sowie Bildung, ein gemeinsames Erscheinungsbild gegeben werden konnte. Mit einem einheitlichen Regierungsbeschluss erfolgte der Startschuss für die Standortmarke Kärnten 2030. Die Kärnten Werbung verantwortet nicht nur maßgeblich den inhaltlichen Aufbau, sondern trägt auch die Weiterentwicklung der Tourismusmarke hin zu einer gesamtheitlichen Marke mit.

Aufbauend auf der Standortmarke wurde gemeinsam mit allen Partnerinnen und Partnern die Position für den Tourismus erarbeitet. Der Tourismus stellt dadurch nicht nur eine starke Säule in der Markenarchitektur dar, sondern ist auch auf die Zukunft vorbereitet.

LEITTHEMEN UND PRODUKTE



36 % der Kärnten-Gäste geben an, einen reinen Wanderurlaub zu verbringen und 68 % der Kärnten-Gäste wandern in ihrem Urlaub. Ebenfalls unter den Top-Aktivitäten ist das Thema Rad, 32 % der Kärnten-Gäste fahren Rad/MTB/E-Bike, so die Ergebnisse der T-Mona Gästebefragung im Sommer 2019.

WANDERWEGE

942 offizielle Touren sind im Tourenportal Kärnten verzeichnet. Das Leitprodukt zum Thema Wandern, der Weitwanderweg Alpe-Adria-Trail, wurde unter dem Lead der Kärnten Werbung vor mittlerweile acht Jahren entwickelt. Die ständige Qualitätsverbesserung und weitere Optimierung von Produktentwicklung und Infrastruktur beim Alpe-Adria-Trail wird zudem durch ein Interreg-Projekt im Programm V-A Italien-Österreich 2014–2020 gefördert. Die Inszenierung der Infrastruktur laut Brainscript und Markenhandbuch wurde vervollständigt. Zusätzlich wurde das kulinarische Angebot entlang des Trails durch Initiativen in Richtung Slow Food aufgewertet.



ALPE-ADRIA-TRAIL BILANZ 2019

99.000 Übernachtungen (+ 9 % zu 2018), davon rund 42.000 Nächtigungen auf den Kärntner Abschnitten des Trails, 20.000 Wanderer (+ 7 % zu 2018), Gesamtwertschöpfung 5,2. Mio Euro. Davon entfielen auf Kärnten 2,9 Mio. Euro.

Eine immer wichtiger werdende Komponente des Bergsommers sind die qualitativ hochwertigen Bergbahnen. Insgesamt bieten 16 Bergbahnen auch im Sommerhalbjahr attraktive Angebote und Erlebnisse.





RADWEGE

- 10 offizielle überregionale Radwege, ausgestattet mit einem einheitlichen Beschilderungssystem (Vorreitrolle in Österreich).
- Die meisten relevanten Radwege führen entlang des Kärntner Bahnnetzes.
- 2 international bekannte überregionale Radwege: 5*-Drauradweg und Alpe-Adria-Radweg
- 413 offizielle, beschilderte und markierte Radtouren sind im Tourenportal Kärnten (touren.karnten.at) verzeichnet.
- Rund 3000 Mountainbike-Kilometer wurden auf Basis des Mountainbike Leitfadens „MTB Fair Play“ in Kärnten umgesetzt und legalisiert. Es wurden Dutzende Trails gebaut, um das Mountainbiken zu kanalisieren. Alle MTB-Touren und -Trails sind im regionsübergreifenden Tourenportal abrufbar.
- Neu beim Thema MTB ist das Angebot „Flow Trails Kärnten“. Hier haben sich sechs Sommerbergbahnen zusammengeschlossen und vermarkten gemeinsam mit der Kärnten Werbung das Trailangebot, Infos: www.flowtrails-kaernten.at.
- „Bike Card Kärnten“ (www.bikecard-kaernten.at): Mit dieser Karte kann man alle Kärntner Trails mittels Bergbahn ganzjährig nutzen.
- Genussradsektor: „Kärnten Seenschleife“ als neues Leitprodukt
- 3-Länder-Genusstour (Kärnten, Slowenien, Italien): Dieses Angebot wurde 2019 gemeinsam mit den ÖBB entwickelt. Der Radtransport von Jesenice bis Villach mittels S-Bahn ist in diesem Produkt garantiert.

SLOW FOOD KÄRNTEN



^ Die Auszeichnungen für die Slow Food Dörfer übergaben LHStv. Gaby Schaunig, LR Martin Gruber und LR Sebastian Schuschnig

BEREITS SIEBEN SLOW FOOD VILLAGES IN KÄRNTEN

Mit den innovativen „Slow Food Villages“ kommt aus Kärnten ein zukunftsweisendes Projekt, das dem Leben auf dem Land neue Perspektiven gibt und das Dorf als einen Ort des guten Lebens positioniert. Gemeinsam kümmert sich ein Zusammenschluss der Dorfbewohner um eine verantwortungsvolle Ernährungs- und Esskultur, sie machen regionalen Genuss sichtbar und erlebbar. Sieben Dörfer aus Kärnten – Arriach, Berg im Drautal, Millstatt, Irtschen, Nötsch im Gailtal, Obervellach und St. Daniel im Gailtal – wurden im November 2019 zu Slow Food Villages ausgezeichnet.



^ BM Elisabeth Köstinger und Christian Kresse freuen sich mit Hannes Müller, Genießhotel „Die Forelle“, über die höchste Bewertung im Slow Food Guide

ÜBER SLOW FOOD KÄRNTEN

2018 wurde Slow Food Kärnten gegründet, um die Vielfalt der heimischen Lebensmittel sowie die regionalen Küchen- und Esstraditionen zu erhalten. Partner von Slow Food Kärnten sind Kärnten Werbung, Genussland Kärnten, Wirtschaftskammer Kärnten, Landwirtschaftliche Fachschulen Kärnten, Slow Food Convivium Alpe Adria, Brothandwerker Kärnten und Obmann Gottfried Bachler. Unterstützt wird Slow Food Kärnten auch vom Land Kärnten. www.slowfood-kaernten.at

ERSTER SLOW FOOD KÄRNTEN GUIDE

Im Jahr 2019 wurde der erste Slow Food Kärnten Guide vorbereitet und erarbeitet. Eine Jury bestehend aus 35 Kulinarikspezialisten, Fachjournalisten und Lebensmittelproduzenten, besuchte die Gastronomiebetriebe und bewertete sie im Sinne von Slow Food Kärnten bewertet. Die Produkte und die Produzenten sind hier die Stars! Präsentiert wurde der Guide am 19. Februar 2020 in Klagenfurt und Wien.



ARGE WINTER

Die Zusammenarbeit mit der Kärntner Seilbahnwirtschaft und allen Angebotsträgern im Winter ist eine der wesentlichsten Säulen für die erfolgreiche Entwicklung der letzten Jahre. Die Kärnten Werbung setzt zur Winterbewerbung auf intensive Kooperationen mit den Kärntner Tourismusregionen, den Kärntner Skigebieten und den Kärntner Bergbahnen.

Nockberge-Trail: Österreichs erster online buchbarer Skitouren-Trail wurde erstmals als Full-Service-Convenience-Angebot in der Saison 2018/19 auf dem

Markt präsentiert. Mit Start der Saison 2019/20 wurde der Trail auch für Winterwanderer aufbereitet, serviert und vermarktet.

Advent als 5. Jahreszeit: Zu diesem Thema führte die Kärnten Werbung auch im Jahr 2019 die eigene Angebotsgruppe mit fünf Tourismusregionen und acht der attraktivsten Adventmärkte mit einem Vermarktungsschwerpunkt in Italien, Slowenien und Kroatien weiter.



◀ Dreharbeiten zum
ORF Landkrimi
„Waidmannsdank“
© Helga Rader

KÄRNTEN CONVENTION: DIE MICE DESTINATION IM ALPE-ADRIA RAUM

Seit Jänner 2019 ist dieses Segment in der Kärnten Werbung integriert. **CHANGE YOUR PERSPECTIVE!** Das ist nicht nur der Slogan von Kärnten Convention, sondern gelebtes Programm. Im Süden Österreichs tagt man in den ungewöhnlichsten Denkräumen und inszeniert Events auf außergewöhnlichen **Bühnen mit Weit- und Fernblick inklusive.**

Kärnten Convention konzentrierte sich 2019 auf verkaufsfördernde Maßnahmen wie Onlinekampagnen, Kooperationsstände auf Messen und Veranstaltungen, Workshops, Eigenveranstaltungen und Sales-Touren.

Tagungsdestination Kärnten in Zahlen

1.752
jährliche Sonnenstunden
1.004
jährliche Tagungen
60
Incentive-Programme
10.165
Seminarhotelbetten

FILMLAND KÄRNTEN

Produktionen, die in Kärnten 2019 umgesetzt wurden, sind u. a. Dokus: Heimatleuchten. Villach im Winter, Was wir morgen essen, Fremde Betten, Top of Europe, Habsburger Länder, Foodtrends und deren Folgen, UNIVERSUM Gartenvögel, Aufgetischt in Klagenfurt und Heimat Österreich. Zu den Spielfilmprojekten gehören der ORF-Landkrimi „Waidmannsdank“, „Das schaurige Haus“ und die internationale Koproduktion „Glasboy“. Insgesamt wurden seit Bestehen der CFC 162 Projekte eingereicht und umgesetzt, davon wurden 88 gefördert. Für 2020 stehen attraktive Produktionen wie der Kinospießfilm „Klammer“ und diverse Dokumentationen auf dem Programm.

Locationdevelopment Film: Die Carinthia Film Commission mit Sitz in der Kärnten Werbung ist dafür zuständig, das Filmland Kärnten als Drehort zu vermarkten, Dienstleister und Schauspieler zu vermitteln sowie die Filmförderanträge aufzubereiten. Neben der Koordination der Fördervergabe ist die Film Commission eine Anlaufstelle für Produzenten. Unterstützung wird bei der Einholung von Drehgenehmigungen sowie Abwicklung von PR-Aktivitäten angeboten. Ziel: Stärkung des Landes als Filmstandort und der positive Image- und Werbetransfer.

KERN- UND WACHSTUMSMÄRKTE



Bei der Marktbearbeitung segmentieren wir nach unseren Hauptmärkten Österreich, Deutschland, Niederlande und Italien, den starken Wachstumsmärkten Tschechien, Polen, Ungarn, saisonalen Schwerpunktmarkten wie Kroatien, Slowenien, Russland, Großbritannien und den neuen Hoffnungsmärkten China und Südkorea.

Durch die Corona-Pandemie haben sich im Jahr 2020 jedoch die Marktschwerpunkte kurzfristig verlagert.

A-MÄRKTE

(ganzjährige Marktbearbeitung)

- Deutschland (v. a. Bayern, Baden-Württemberg, NRW, Hamburg und Berlin)
- Österreich (v. a. Ost- und Nordösterreich)
- Italien (4 nördliche Provinzen)
- Niederlande, Belgien (urbane Zentren)

B-MÄRKTE

(saisonale Schwerpunkte in der Marktbearbeitung)

- Tschechien
- Polen
- Ungarn
- Großbritannien

C-MÄRKTE

(vorwiegend Kooperationen mit Regionen und weiteren Leistungsträgern)

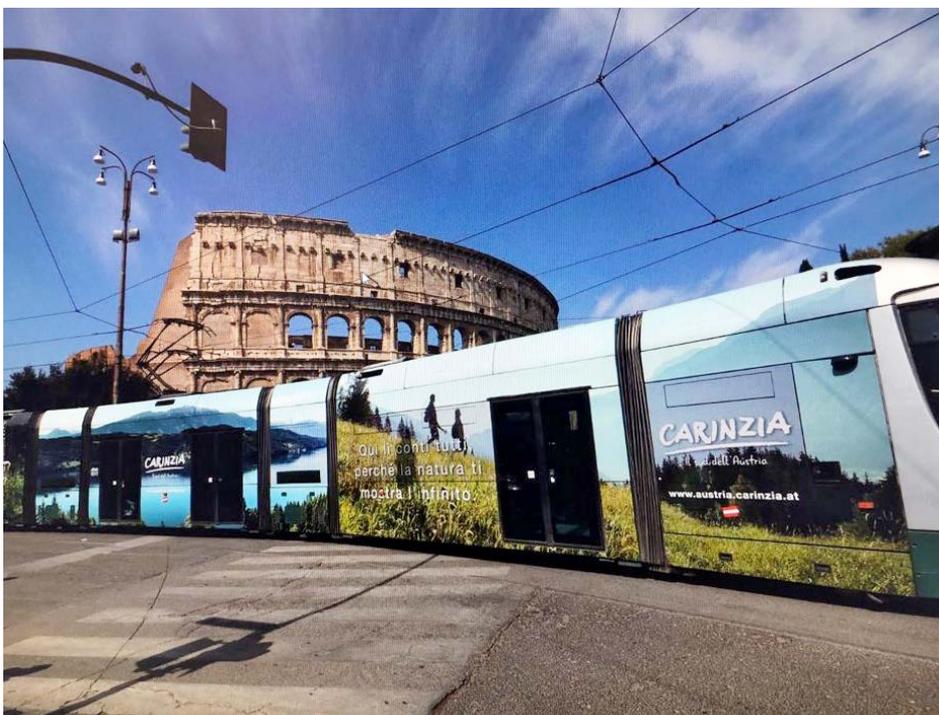
- Slowenien
- Kroatien
- Russland
- Schweiz
- Dänemark (Camping)

BEISPIELE UNSERER KOOPERATIONEN 2019

- ADAC-Reisemagazin Kärnten
- Falstaff Spezial Alpe Adria
- „Geschmack der Kindheit“-Kampagnen
- Rad-Offensive Deutschland, Niederlande, Tschechien
- Natur-Aktiv-Urlaub an den Kärntner Seen
- Natur-Aktiv-Urlaub in den Kärntner Bergregionen
- Onlinekampagne Natur-Aktiv-Familienurlaub
- Italien-Marktoffensive
- Verlagsbeileger Niederlande
- Saisonverlängerung – begleitende Kampagnen
- Kampagnen und Kooperationen „Alternative Mobilität“ mit ÖBB
- Gemeinsames Marketing in den Destinationen mit Fluganbindung



Mobilitätskampagne
in Kooperation mit den ÖBB
am Wiener Hauptbahnhof



Carinzia trifft Colosseo:
Straßenbahnen mit Kärnten-Branding
in der „ewigen Stadt“



28-seitiger Kärnten-Beileger
mit Regionsbeteiligung
im „Volkskrant Magazin“,
Auflage 400.000 Stück

Camping in Kärnten

Ein Urlaub zum Wohlfühlen auf der Südseite der Alpen

Die Natur hat es mit Kärnten gut gemeint. In Österreichs sonnigem Süden wartet ein Meer von sauberen, warmen Bädeseen inmitten der Alpen. Berge, die von mächtigen Dreitausendern bis hin zu sanften Hockern reichen. Und Campingplätze, die darauf warten, von Ihnen entdeckt zu werden!

Kärnten Landeshauptstadt ist ein geschütztes Naturdenkmal. Die Natur hat es mit Kärnten gut gemeint. In Österreichs sonnigem Süden wartet ein Meer von sauberen, warmen Bädeseen inmitten der Alpen. Berge, die von mächtigen Dreitausendern bis hin zu sanften Hockern reichen. Und Campingplätze, die darauf warten, von Ihnen entdeckt zu werden!

Magische Momente erleben
 Ruhe in der Natur. Die Sonne strahlt hell über dem See. Die Luft ist frisch und rein. Die Natur hat es mit Kärnten gut gemeint. In Österreichs sonnigem Süden wartet ein Meer von sauberen, warmen Bädeseen inmitten der Alpen. Berge, die von mächtigen Dreitausendern bis hin zu sanften Hockern reichen. Und Campingplätze, die darauf warten, von Ihnen entdeckt zu werden!

Auf die Plätze, fertig, los!
 Kärnten ist ein Campingland. Die Natur hat es mit Kärnten gut gemeint. In Österreichs sonnigem Süden wartet ein Meer von sauberen, warmen Bädeseen inmitten der Alpen. Berge, die von mächtigen Dreitausendern bis hin zu sanften Hockern reichen. Und Campingplätze, die darauf warten, von Ihnen entdeckt zu werden!

Tipps
 Für einen angenehmen Aufenthalt in Kärnten sind einige Kleinigkeiten zu beachten. Die Natur hat es mit Kärnten gut gemeint. In Österreichs sonnigem Süden wartet ein Meer von sauberen, warmen Bädeseen inmitten der Alpen. Berge, die von mächtigen Dreitausendern bis hin zu sanften Hockern reichen. Und Campingplätze, die darauf warten, von Ihnen entdeckt zu werden!

**Kärnten, Österreichs
 Campingland Nr. 1,**
 im deutschen Camping und
 Reise Magazin, Ausgabe:
 03/2019, ET: 06.08.2020,
 Auflage: 40.000 Stk.

Grenzenloser Bikespaß: Das sind Österreichs Top-Trails!

nock/bike: Berge, Baden & Biken in Kärnten

Auf 750 Kilometern gibt es Strecken für Anfänger und Pros. Einer der Trails ist Europas längster Flowcountry Trail.

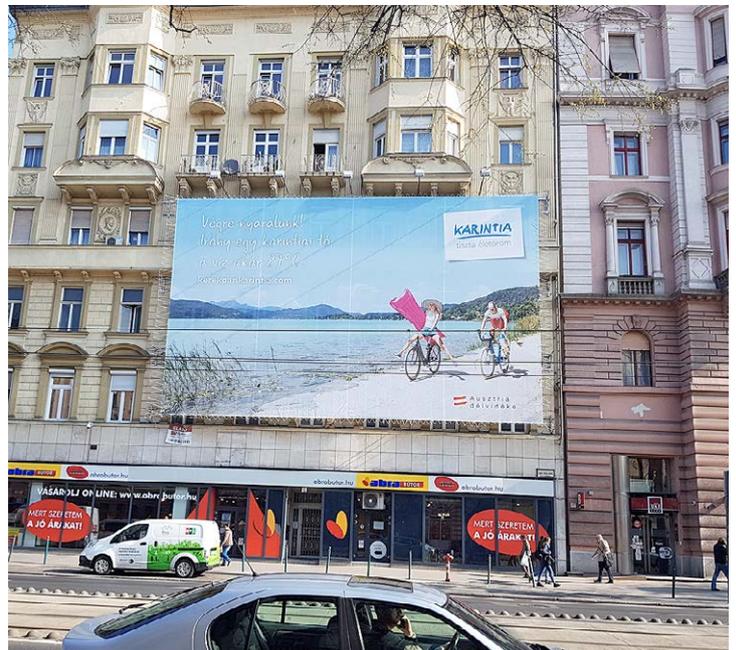
[nock/bike kennenlernen](#)

Mountainbiken in Österreich: Immer der richtige Weg

Thema Rad
 Beispiel der Onlinekampagne zum Thema Rad



Mercedes Cup
 Beim Mercedes Cup in Stuttgart warb Kärnten mit Franz Klammer für Natur Aktiv Urlaub auf der Südseite der Alpen. Im Fokus: tolle Angebote für Tennisurlauber

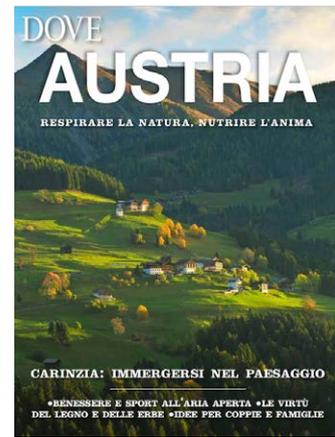


Groß im Bild
 Kärnten Megaboard in Budapest



„Unsere Visionen für einen nachhaltigen Tourismus“

lautete das Motto des größten Netzwerktreffens der Kärntner Tourismuswirtschaft, das im Jahr 2019 am 7. November im Casineum Velden stattgefunden hat. Die Chancen der nachhaltigen Ausrichtung des Lebensstandortes für den Tourismus zeigte der Volkswirt und Zukunftsforscher Fred Luks auf, während der Tourismus-Vordenker Jon Christoph Berndt den Erfolgsfaktor Mensch analysiert und darüber erzählte, wie Mitarbeiter als Markenbotschafter die Gästeherzen im Sturm erobern. Der Kärntner Tourismustag ist eine Kooperation der Kärnten Werbung, der Wirtschaftskammer Kärnten und des Tourismusreferates des Landes Kärnten.



Italien-Marktoffensive

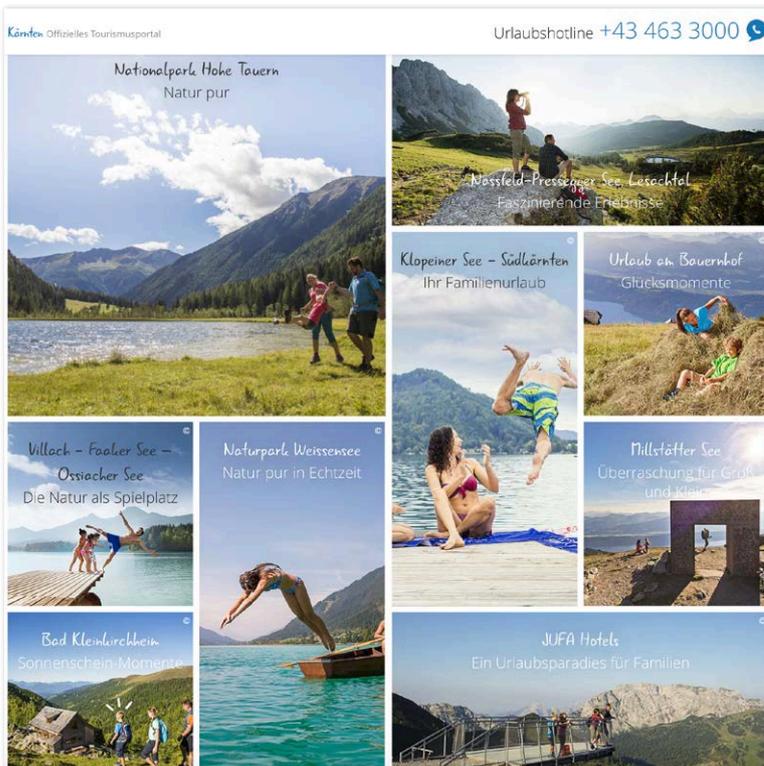
Teil der Italien-Marktoffensive mit der ÖW: Kärnten-Strecke im Magazin „DOVE“



© Martin Steinthaler/Kärnten Werbung

Kärntner Seen als TV-Portrait

Im dreiteiligen Sommer-Schwerpunkt „Seen-Sucht“ führten ZDF-Reporter die Zuschauer an Seen, die Sonne und Urlaubsglück versprechen: Autor Gert Anhalt erkundete den Wörthersee, den Millstätter See und den Faaker See.



Familienurlaub

Anfrageorientierte Online-Kampagne mit Partnerbeteiligung zum Thema Familienurlaub, Märkte Österreich und Deutschland

Der Süden ist so nah!

Wolitzental / Kärnten

Als Kinder haben wir oft protestiert wenn's auf Wandertour ging. Und waren am Ende doch immer begeistert vom großen Abenteuerspielplatz Natur. Schön, das alles wieder zu entdecken. Für uns. It's my life! Kärnten.

www.karnten.at

KÄRNTEN
It's my life!

◀ Der Süden ist so nah: Unter diesem Claim lief die Restart Kampagne der Kärnten Werbung in Österreich und Deutschland

AUSBLICK 2020

Die Auswirkungen der COVID-19-Entwicklung in ganz Europa verändern im Jahr 2020 auch sämtliche Planungen der Kärnten Werbung und ihrer Partner.

Sonderkampagne Österreich: Vorfreude auf Urlaub in Kärnten

Schwerpunktthemen: Natur, Radfahren, Wandern und Familie

- Rund 600 TV-Spots im ORF und auf den privaten TV-Sendern
- 1.200 Spots in allen Radiosendern sowie begleitende Kampagnen in reichweitenstarken Printmedien und online
- Ab Juni erfolgte die gemeinsame Inlandskampagne mit der Österreich Werbung und den weiteren Bundesländern.

Deutschland

- Radiokampagne in Bayern
- Printmedienkooperationen in Bayern, Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg sowie mit überregionalen Medien
- Ausweitung der Inlandskampagne der ÖW und der 9 Bundesländer auf Deutschland
- TV Kampagne in Kooperation mit wetter.com in der Pro7Sat1-Gruppe gemeinsam mit der Tirol Werbung und SalzburgerLand Tourismus + ergänzende Printkampagne, Auflage 4 Mio.

Tschechien, Ungarn, Slowakei

Kärnten ist als erstes österreichisches Bundesland mit der CEE-Kampagne bereits Ende Mai, rechtzeitig vor der Grenzöffnung am 05.06., gestartet:

- Onlinekampagnen (Bike, Natur Aktiv)
- Printkampagnen zum Thema Aktivurlaub inkl. Medienbeleger und Advertorials
- Wirtschaftskooperationen (z. B. Camping)
- Digital-out-of-Home-Kampagnen, Out-of-Home Kampagnen (City Lights)

In den **Niederlanden** wurden die umfangreichen Onlinekampagnen zu den Themen Camping und Natur-Aktiv-Urlaub verstärkt hochgefahren. Im Printbereich umgesetzt werden eigene Medienbeleger mit acht Kärntner Regionen und weiteren touristischen Partnern sowie Anzeigen und Advertorials in Tageszeitungen und Magazinen.

Magazin DAV Panorama „Alpe Adria“

Im März ist eine monothematische Ausgabe mit dem Titel „Alpe Adria“ des Magazins DAV Panorama des Deutschen Alpenvereins (DAV Panorama) „Alpe-Adria“ erschienen, die in Kooperation mit den Nachbarn Friaul-Julisch Venetien und Slowenien sowie Kärntner Regionen realisiert wurde. Auflage: über 400.000 Stück, Versand an Mitglieder des DAV

Servus-Magazin „Kärnten“

In Kooperation mit Kärntner Regionen wurde ein eigenes monothematisches Servus-Magazin zur Destination Kärnten publiziert. Auflage 110.000 Stück mit Vertrieb in Österreich und Deutschland.

VERANSTALTUNGEN MIT IM JAHR 2019 UND

EIN AUSZUG



^ 2021 wird Kärnten wieder zum IRONMAN Mekka.



^ Christian Kresse mit Bill und Karen Davidson



^ Der Weissensee begeistert jährlich 3.500 Eisschnellläufer aus den Niederlanden

IRONMAN AUSTRIA KÄRNTEN

Mit der Erfahrung von über 20 Jahren bei der Austragung des IRONMAN Austria in Klagenfurt zählt Kärnten weltweit bereits zu einem IRONMAN-Mekka. 3.800 Teilnehmer im Jahr 2019, rund 8 Millionen Euro an Wertschöpfung und rund 60.000 Übernachtungen. *Aufgrund der Corona-Pandemie wird der nächste IRONMAN Austria Kärnten am 4. Juli 2021 stattfinden.*

EUROPEAN BIKE WEEK

Die Harley Woche 2019 bedeutete für Kärnten 70.000 Bikes, über 100.000 Gäste, 200.000 Übernachtungen, rund 1900 zusätzliche Beschäftigte und über 20 Millionen Euro Wertschöpfung für den gesamten Wirtschaftsraum Kärnten. Die 22. European Bike Week nahmen auch Karen und Bill Davidson, die Urenkel eines der Firmengründer, zum Anlass, nach Kärnten zu kommen und die einzigartige Atmosphäre der größten Eigenveranstaltung von Harley Davidson zu genießen.

HOLLÄNDISCHE 11-STÄDTE-TOUR

Alternative holländische 11-Städte-Tour fand von 18. Jänner bis 1. Februar 2020 statt. Über 6.000 holländische Gäste, davon 3.500 aktive Teilnehmer, bringen der Region rund 35.000 Nächtigungen und eine Wertschöpfung von über 4 Millionen Euro. Die Veranstaltung ist das größte Eissportevent der Welt.

E-MOTIONS

Das E-Bike-Event „E-Motions“ fand 2019 von 31. Mai bis 2. Juni statt und lockte mehr als 9.000 Besucher nach Kärnten an den Millstätter See. *Die Veranstaltung 2020 wurde coronabedingt abgesagt. Das nächste „E-Motions“ findet 2021 statt.*

INTERNATIONALER STRAHLKRAFT AUSBLICK 2020



^ Über 10.000 Jugendliche aus der ganzen Welt traten 2019 in 15 Sportbewerben an

DIE UNITED WORLD GAMES

zählen zu den größten Jugendmulti-sportevents Europas und stehen unter der Patronanz der UNESCO. 2019 fanden die Spiele von 20. bis 23. Juni statt. Jugendliche aus über 35 Nationen nahmen teil. 2020: *Absage aufgrund der Corona-Pandemie.*



^ Jubiläen für zwei Top-Events: 2019 fand die Starnacht am Wörthersee zum 20. Mal statt, 2021 geht das Musi Sommer Openair zum 25. Mal über die Bühne

MUSI-SOMMER- OPEN-AIR UND STARNACHT

Das „Wenn die Musi spielt Sommer Openair“ wurde coronabedingt heuer als „Best of“ via TV in die Wohnzimmer gebracht (ORF, MDR). Das 25-Jahr Jubiläum findet 2021 statt. 2019 fand die „Starnacht am Wörthersee“ zum 20. Mal statt. 2020 wird die Fernsehproduktion „Stars am Wörthersee“ umgesetzt, in Abwandlung der „Starnacht am Wörthersee“, die bedingt durch die COVID-19-Krise auf 16. und 17. Juli verschoben wurde. Ebenfalls zu sehen auf ORF und MDR.

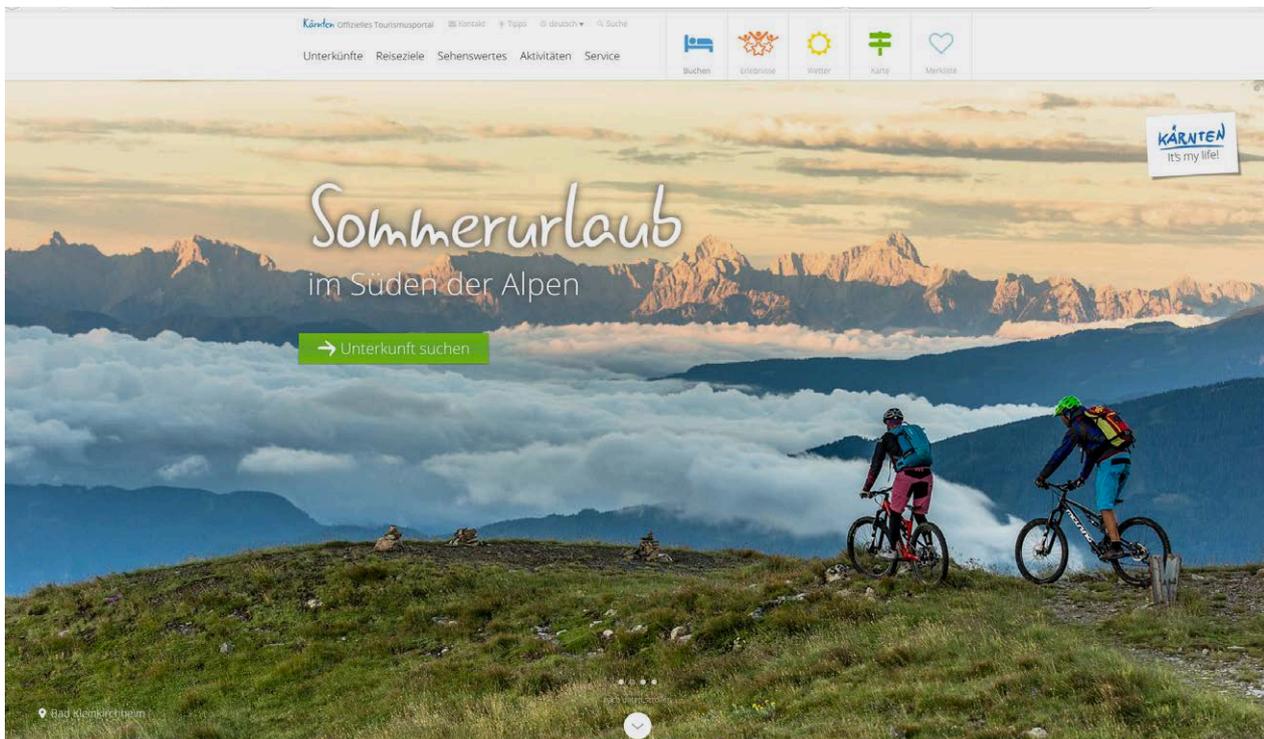


^ Pressekonferenz Kärnten Läufer 2020 mit LH Peter Kaiser und Michael Kummerer
Foto: Markus Traussnig

KÄRNTEN LÄUFT

7.000 aktive Teilnehmer waren 2019 bei Kärntens größter Laufveranstaltung dabei. 2020 ging „Kärnten läuft“ von 21. – 23. 08. über die Bühne. Corona bedingt gab es geänderte Rahmenbedingungen, Änderungen im Programm, im Startmodus u. v. m. Das Wörthersee Stadion in Klagenfurt diente erstmalig als Kärnten Läufer Running City. Alle Starts bei Kärnten Läufer erfolgten als Einzelstarts.

TOURISMUSPORTAL KÄRNTEN



6,1 MIO. ZUGRIFFE AUF WWW.KAERNTEN.AT IM JAHR 2019 (2018: 4,7 MIO.)

Die wichtigste B2C-Kommunikationsplattform des Kärntner Tourismus, www.kaernten.at, ist nach einem Relaunch in neuer Form online gegangen. Neben dem Tausch des technischen „Unterbaues“, des Content-Management-Systems, wurde die Website sowohl optisch als auch inhaltlich einem Redesignprozess unterzogen. Dem Trend zu mobilen Geräten (Smartphones, Tablets usw.) wird durch ein modulares, responsives Design Rechnung getragen. Dieses modulare Design wird 2020 auf die restlichen Kampagnenlandingpages sowie im Rahmen des Streamlinings der Technologien in den nächsten Jahren auch auf die Regionen ausgerollt.



**DIGITALE PLATTFORM -
WWW.KAERTEN.AT**

**6,1
Mio.**

Zugriffe 2019 auf
www.kaernten.at

9

Sprachen

14

Regionen

132

Gemeinden

3.800

Unter-
künfte

1.900

Ausflugs-
ziele

2.100

Touren

1.000

Veranstal-
tungen

210

ausgewählte
Gastronomie-
betriebe

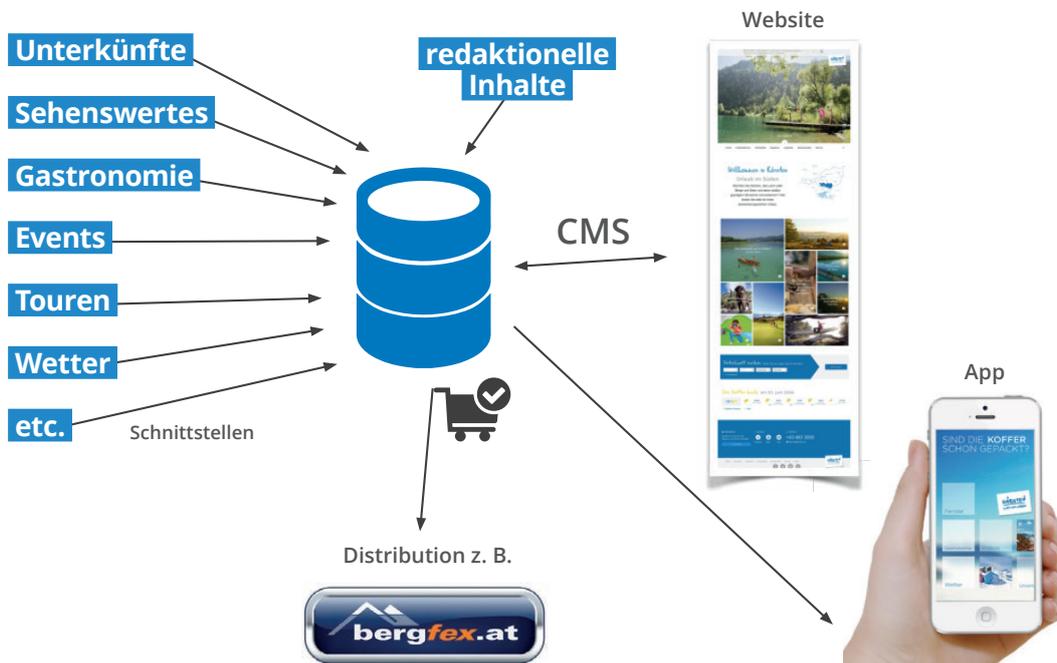
CONTENTDATENBANK

Daten stellen einen zunehmend strategischen Unternehmenswert dar. Aus diesem Grund wurde bereits 2018 eine zentrale Content-Datenbank namens dataCycle eingeführt. Ab 2020 wird diese Technologie inklusive Medienarchiv ebenfalls im Rahmen des Streamlinings auf die Tourismusregionen ausgerollt. Adserver und Programmatic Advertising sind wichtige technische Bausteine für ein effizientes Online-

marketing. Die Kärnten Werbung hat als erstes Bundesland in Österreich diese Technologie eingesetzt, die vermehrt auch von Kärntner Tourismusregionen in Anspruch genommen wird.

Das Thema Suchmaschinenoptimierung (SEO) hat eine gewichtige Rolle übernommen.

DATA CYCLE



DIGITALES MEDIENHAUS

- Effektive Nutzung der generierten Informationen und Daten durch die Online-Kampagnen-Ausspielung mittels der eigenen Adservertechnologie zur differenzierten Ansprache von potenziellen Gästen
- Verstärkter Einsatz programmatischer Technik im Onlinemarketing und dadurch Steigerung der Transparenz und Optimierbarkeit der eingesetzten Marketingmittel
- Customer Centering: Gestaltung der Werbemittel und Portale gemäß den Bedürfnissen der User und potenziellen Gäste

- Mehrstufige Ansprache (re-targeting) potenzieller Gäste gemäß den Phasen der Zielgruppe entlang der „customer journey“
- Suchmaschinenoptimierung (SEO) durch Analysen des Suchverhaltens und Aufbereitung und Verbreitung relevanter Inhalte

Diese technologischen Entwicklungen ermöglichen den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Kärnten Werbung, die Bewirtschaftung von Onlinekampagnen im Sinne eines digitalen Medienhauses nach modernsten Standards themenführend umzusetzen.

AUSZUG AUS DEN ONLINEKAMPAGNEN

ALPC ADRIA TRAIL

VERGOLDETER HERBST

ETAPPE FÜR ETAPPE
ZIEL FÜR ZIEL

MEINE ROUTE PLANEN

Fairway to Heaven!

KÄRNTEN

Das ist die wahre Lust am Leben!

MEHR ERFAHREN

KÄRNTEN Lust am Leben

Bergabenteuer für Familien

Jetzt Urlaub entdecken!

Habt ihr schon einmal mit einer Sense die Wiese gemäht?

... Ich fand das immer bewundernswert!

Kärnten - Lust am Leben
Gesponsert (Demo)

Skidurchquerung mit Wohlfühlfaktor! Einsame Touren in den Kärntner Nockbergen verbunden mit Wellness- und Genussangeboten

NOCCKBERG-TRAIL.COM
Nockberge-Trail

Jetzt online informieren! Mehr dazu

Gefällt mir Kommentieren Teilen

Kärnten - Lust am Leben
Gesponsert (Demo)

Wellnessurlaub in Kärnten: Genießen Sie den Herbst inmitten der abwechslungsreichen Berge-Seen-Landschaft.

WELLNESS.KAERNTEN.AT
Aktive Wellness

Einzigartige Wellness-Erlebnisse Kontaktiere uns

Gefällt mir Kommentieren Teilen

KARINTHIË Voor levensgenieters

Kamperen bij meer dan 200 meren met zandstrand

Naar de camping

KORUTANY Radost ze života

Kde je slunce doma i v zimě.

Rezervujte si rychle své místo na slunci!

Důh Rakouska

KARINTIA Ciesz się życiem

Gdzie słońce zimą nie odpuszcza

Zarezerwuj słoneczny urlop już teraz!

Południe Austrii

KÄRNTEN Lust am Leben

BIKEN IM SÜDEN

Mehr erfahren >>

WANDELTIP:

De turlooisblauwe meren van Karinthië

Het zuiden van Oostenrijk

Ontdek Karinthië Klik hier

ÖBB KÄRNTEN Lust am Leben

SÜDSEEFEELENG OHNE JETLAG. AUF ZUM WÖRTHERSEE.

Autofreien Urlaub in Kärnten gewinnen.

Mitmachen und gewinnen!

Il sapore dell'infanzia

7 notti per tutta la famiglia da € 534,-

TROVA LA TUA VACANZA QUI

CARINZIA Voglia di vivere

KÄRNTENS TOURISMUS IN ZAHLEN

KALENDERJAHR 2019

Das Kalenderjahr 2019 verzeichnete **3.245.972 Ankünfte (+ 1,9 %)** und **13.363.528 Übernachtungen (+ 0,02 %)**. Kärntens Tourismus- aufschwung hält an, das Ankunftsergebnis ist zum sechsten Mal in Folge der beste jemals erreichte Wert in Kärnten.

SOMMER 2019

Für das Sommerhalbjahr 2019 (Mai bis inkl. Oktober) wurden **2.310.343 Ankünfte (+ 3,7 %)** und **9.660.917 Übernachtungen (+ 0,8 %)** aufgezeichnet. Die Ankünfte sind das höchste jemals erzielte Ankunftsergebnis in einer Sommersaison! Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt **4,2 Tage**.

WINTERHALBJAHR 2019/2020

Corona-bedingt (Schließungen der Hotellerie ab Mitte März) gab es für die Wintersaison **Rückgänge** von **- 18 % bei den Ankünften** und **- 13,7 % bei den Übernachtungen**. Der einzig aussagekräftige Vergleichszeitraum kann bis inkl. Februar gezogen werden. Von November 2019 bis inkl. Februar 2020 entwickelten sich sowohl die **Ankünfte (+ 8,1 %)** als auch die **Übernachtungen (+ 8,8 %)** äußerst positiv.

Statistikquelle: Landesstelle für Statistik Kärnten

BRUTTOWERTSCHÖPFUNG

- Tourismus- und Freizeitwirtschaft **2,4 Mrd. Euro**
- **15 % Anteil** Bruttowertschöpfung in Kärnten
- Reisebilanzüberschuss rd. **700 Mio. Euro** (lt. OeNB)
- Entwicklung der Bruttowertschöpfung von Beherbergung und Gastronomie 2000–2019 beträgt über **95 %** (Hochrechnung)

(Quellen: Statistik Austria, Wirtschaftsstudie KIHS)

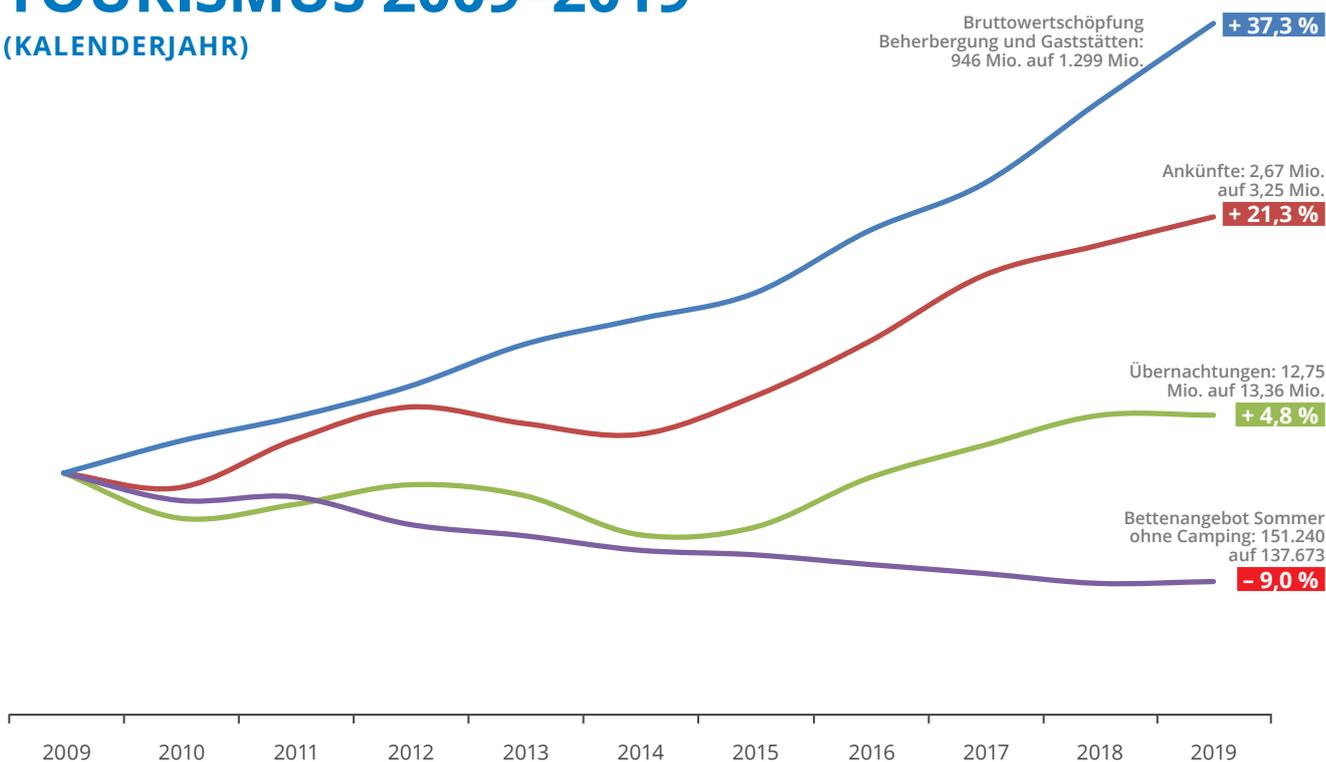
ARBEITSMARKT TOURISMUS

- Rd. **50.000 Arbeitsplätze**
- **Jeder 5. Arbeitsplatz** in Kärnten ist direkt oder indirekt von der Tourismus- und Freizeitwirtschaft abhängig.
- Im Oberkärntner Raum **jeder 3. Arbeitsplatz** (jeder 7. Arbeitsplatz im Zentralraum)
- Tourismuswirtschaft hat einen Anteil von **rd. 18 %** (Q: KIHS) an den **210.353 Gesamtbeschäftigten** in Kärnten (Q: HVSV, AMS).

Alle detaillierten Statistiken zur Tourismusbilanz:
touris.kaernten.at

10-JAHRES-VERGLEICH KÄRNTNER TOURISMUS 2009–2019

(KALENDERJAHR)



Entwicklung durchschnittliche Aufenthaltsdauer der letzten 10 Jahre (Kalenderjahr): von 4,8 auf 4,1 Tage. **- 13,6 %**

Auslastung 2009: 72 Vollbelegstage (ohne Camping)

Auslastung 2019: 80 Vollbelegstage (ohne Camping)

Quelle: www.tourmis.info, Landesstelle für Statistik Kärnten, Statistik Austria

Statistik Winterhalbjahr 2019/2020

Die Corona Virus Pandemie beeinträchtigte das Winterhalbjahres-Ergebnis 2019/20 sehr stark. Die Unterkünfte mussten Mitte März schließen, der April war fast ein Totalausfall, da nur einige wenige Betriebe für systemrelevante Übernachtungsgäste geöffnet hatten. Das Winterhalbjahr 2019/20 (November 2019 bis einschließlich April 2020) verzeichnete somit in Kärnten 760.564 Ankünfte (-18,0%) und 3.161.366 Übernachtungen (-14,2%). Der einzig aussagekräftige Vergleichszeitraum kann für die Wintersaison bis inkl. Februar gezogen werden. Von Nov 2019 bis inkl. Februar 2020 entwickelten sich sowohl die Ankünfte (+8,1%) als auch die Übernachtungen (+8,8 %) positiv.

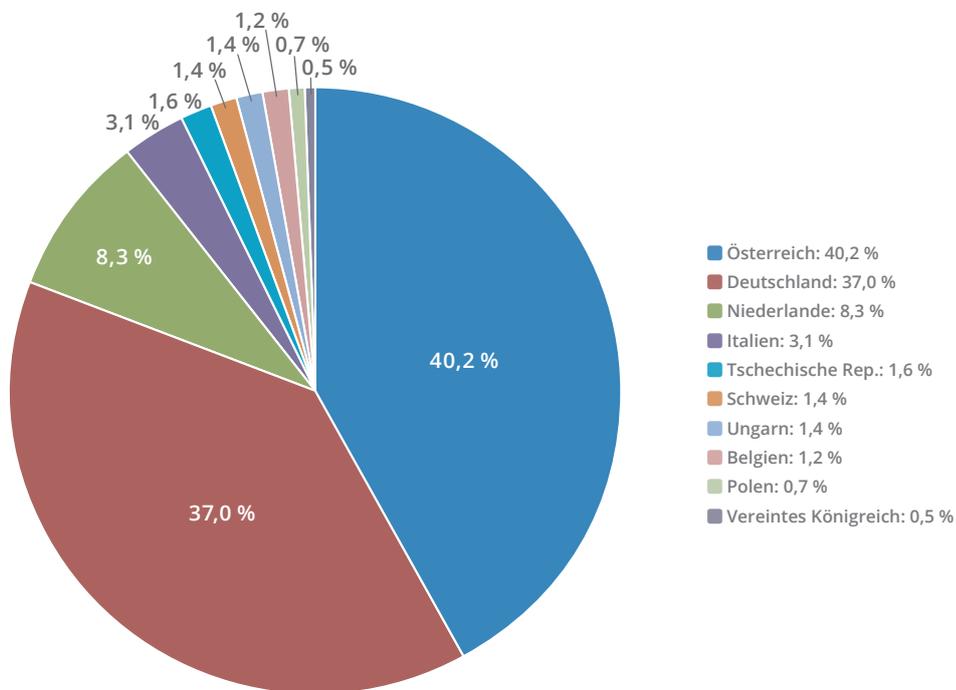
Statistik Sommerhalbjahr 2019

Für das Sommerhalbjahr 2019 (Mai bis inkl. Oktober) wurden 2.310.343 Ankünfte (+3,7%) und 9.660.917 Übernachtungen (+0,8%) aufgezeichnet. Die Ankünfte sind das höchste jemals erzielte Ankunftsergebnis in einer Sommersaison! Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 4,2 Tage.

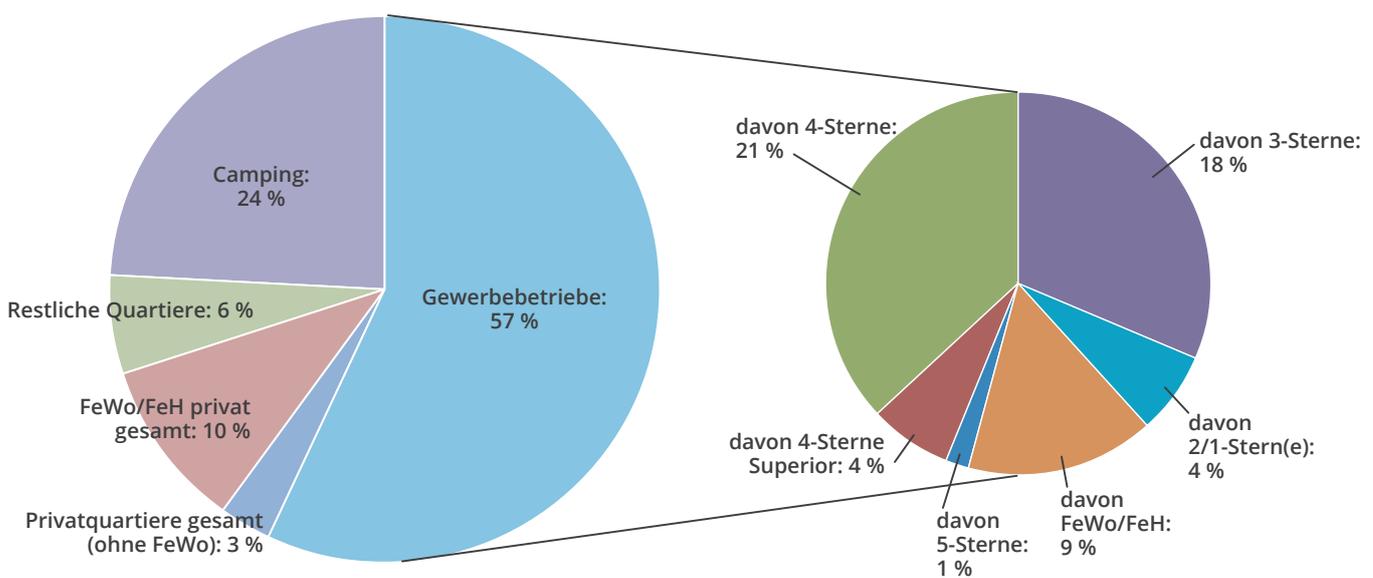
◀ Auf unserer B2B-Plattform touris.kaernten.at finden Sie alle aktuellen Tourismusstatistiken sowie die Bilanzen der letzten Jahre, unterteilt nach Monaten, Sommer- und Wintersaison sowie nach dem Kalenderjahr.

SOMMERHALBJAHR 2019

ÜBERNACHTUNGSANTEILE DER TOP-10-HERKUNFTSLÄNDER

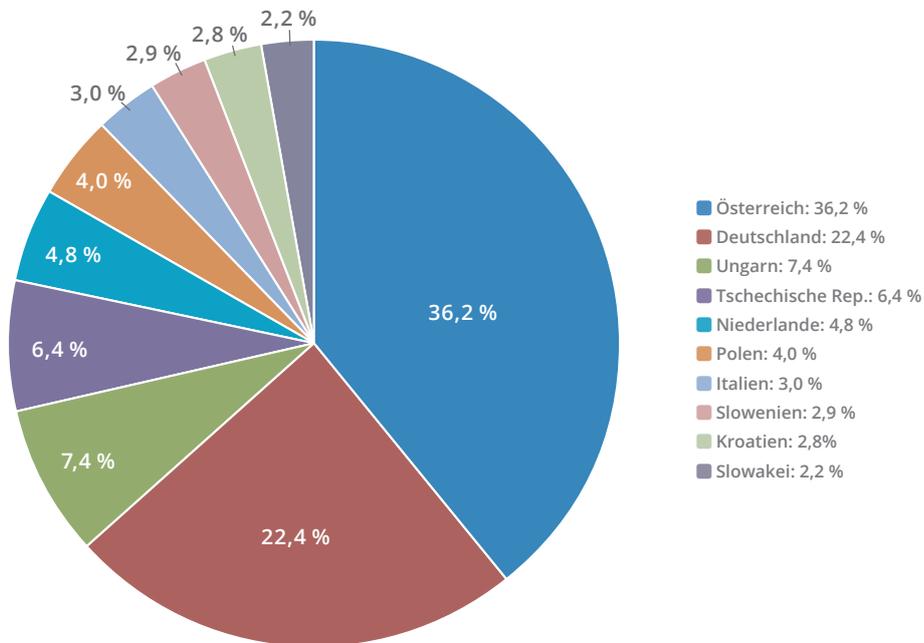


PROZENTUELLE ÜN-VERTEILUNG NACH UNTERKUNFTSARTEN

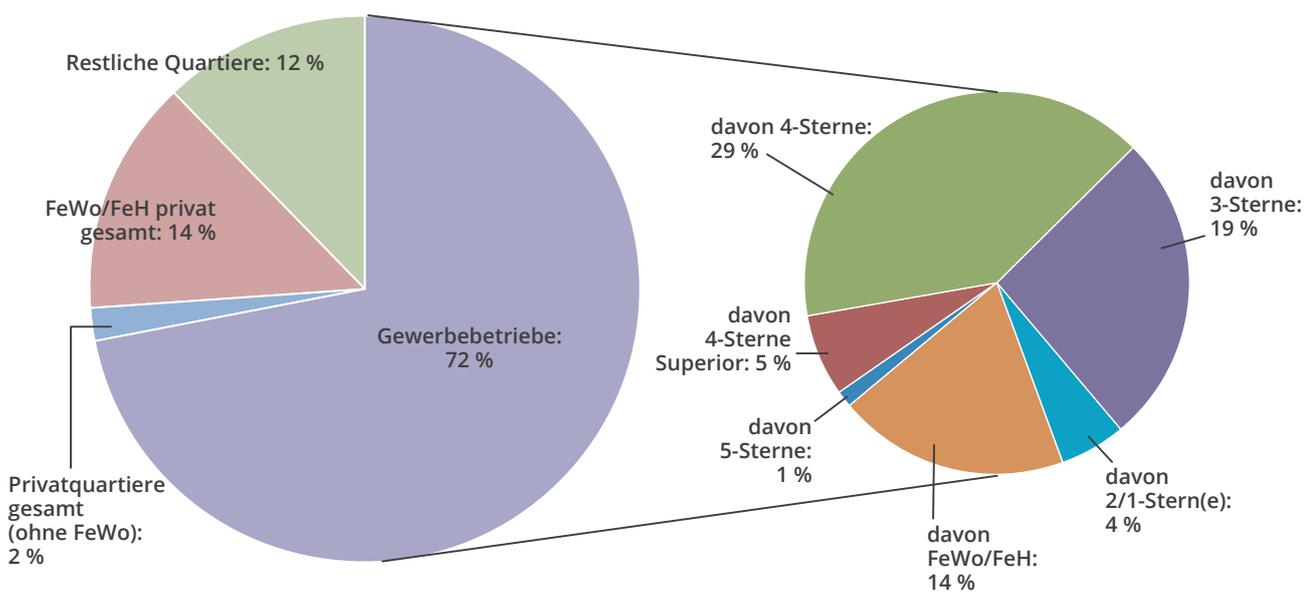


WINTERHALBJAHR 2019

ÜBERNACHTUNGSANTEILE DER TOP-10-HERKUNFTSLÄNDER



PROZENTUELLE ÜN-VERTEILUNG NACH UNTERKUNFTSARTEN



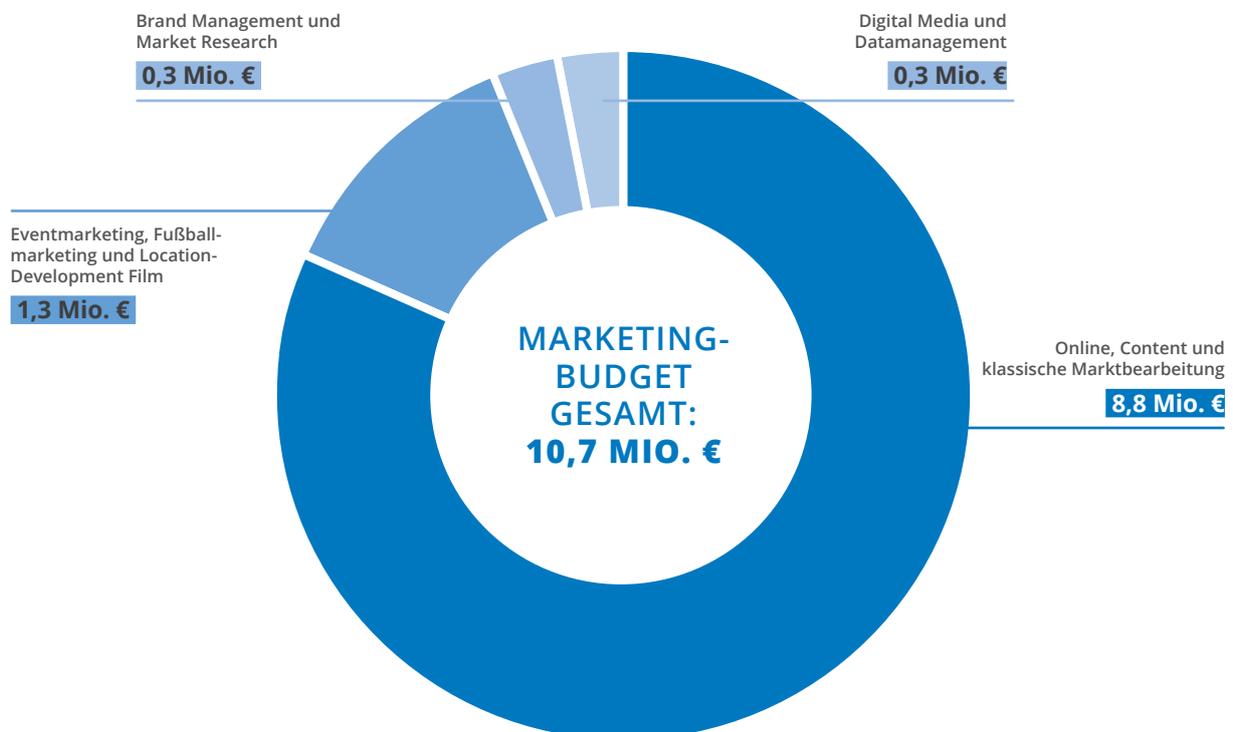
GESAMTVOLUMEN MARKETING

Die Aufteilung sämtlicher im Jahr 2019 der Kärnten Werbung GmbH zur Verfügung stehenden Marketingmittel erfolgte in enger Abstimmung mit den strategischen Zielsetzungen der Gesellschaft: Stärkung der Dachmarke Kärnten, Neukundenorientierung, Ganzjahreskompetenz und Internationalisierung.

Entsprechend dieser Zielsetzung wurden verstärkte Maßnahmen in den Bereichen Online, Content und klassische Marketingaktivitäten zur Bewerbung

des Urlaubslandes Kärnten in den relevanten Zielmärkten sowie Aktionen im Bereich der Angebots- und Tourismusedwicklung gesetzt. Die weitere Mittelverwendung betraf die Bereiche Eventmarketing, Locationdevelopment Film sowie Brand Management und Market Research, Digital Media und Data-management.

AUFTEILUNG MARKETINGMITTEL



DIE KÄRNTEN WERBUNG GMBH



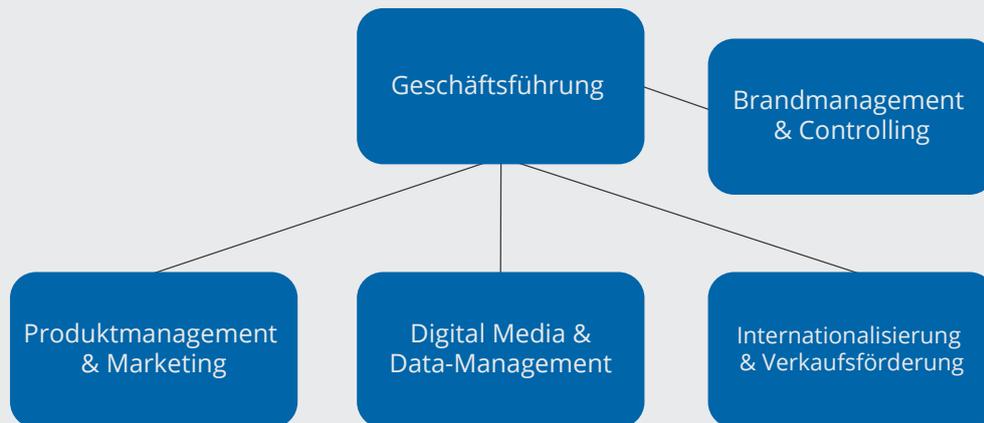
UNTERNEHMENS- GEGENSTAND UND AUFGABEN

Die Kärnten Werbung Marketing & Innovationsmanagement GmbH ist Marketing- und Informationsdrehscheibe sowie Koordinations- und Kooperationsplattform für touristische Belange des Landes Kärnten.

DIE AUFGABEN DER KÄRNTEN WERBUNG LT. KÄRNTNER TOURISMUSGESETZ

- Strategische Planung für den Tourismus
- Markenpolitik und Vermarktung
- Strategische Vorgaben bei der Produktentwicklung
- Planung und Umsetzung landesweiter Entwicklungskonzepte und -prozesse
- Beschaffung und Einsatz landesweiter Marketing- und Technologieinfrastruktur (IKT)
- Urlaubsinformation
- Marketingkooperationen im Rahmen von Events (u. a. European Bike Week, Ironman), Eventkriterien, Betreuung der Events vor Ort
- Vertretung Kärntens in der ÖW

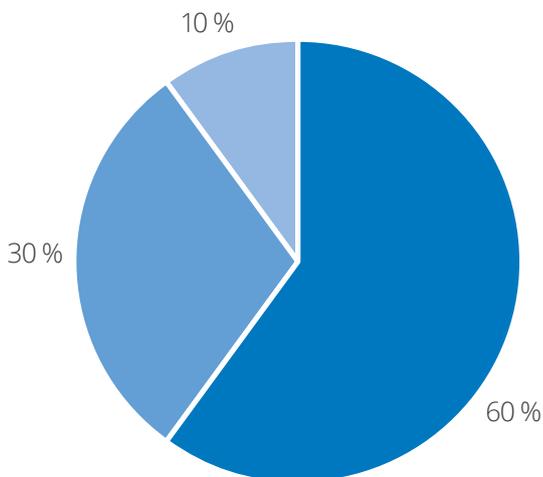
STRUKTUR DER KÄRNTEN WERBUNG



Die Finanzierung der Kärnten Werbung ist im Kärntner Tourismusgesetz geregelt. Die Kärnten Werbung hat Anspruch auf 35 % der Tourismusabgabe und 90 % der Nächtigungstaxe.

Gesellschafterstruktur

- Kärntner Beteiligungsverwaltung 60 %
- Wirtschaftskammer Kärnten 30 %
- Arbeiterkammer Kärnten 10 %



Der Aufsichtsrat:

Mag. Martin Payer, MBA
 Dr. Andrea Brennacher-Springer
 (Stellvertr. Vorsitzende)
 Mag. Josef Bramer
 KR Helmut Hinterleitner, bis 30.06.2020
 Sigismund Moerisch
 Martin Ramusch

Ing. Michael Umschaden-Neubauer
 Mag. Sabine Buchacher
 Nina Gosch

Sitz der Gesellschaft:

9020 Klagenfurt am Wörthersee,
 Völkermarkter Ring 21–23
 Tel.: +43 463 3000,
 info@kaernten.at,
 www.kaernten.at,
 www.touris.kaernten.at

IMPRESSUM

Herausgeber, Medieninhaber und Verleger: Kärnten Werbung GmbH, Völkermarkter Ring 21–23, 9020 Klagenfurt am Wörthersee, Österreich, Tel.: +43 463 3000, Fax: +43 463 3000-50, E-Mail: info@kaernten.at, www.kaernten.at. **Konzeption und Gestaltung:** Werk1 Werbegraphik GmbH, www.werk1.at **Redaktion:** Kärnten Werbung. **Lektorat:** Mag. Sigrid Strauß. **Druck:** Satz- & Druck-Team GesmbH, www.sdt.at **Bildmaterial:** Franz Gerdl, www.franzgerdl.com; Martin Steinhäler, www.tinefoto.com; Arnold Pöschl, www.arnoldpoeschl.com; Edward Gröger, www.artinaction.de; Daniel Zupanc, www.zupanc.at; Adrian Hipp, www.fotografiehipp.at; Studio Horst, www.studiohorst.at; Gert Steinhäler, g-flights.at; Andreas Posselt, www.buero8.at; Helge Bauer/Tourismus Region Klagenfurt; ViewCopter e.U., www.vcopter.net; Getty Images, www.gettyimages.at; Amt der Kärntner Landesregierung, www.ktn.gv.at; Helge Bauer, www.helgebauer.at; Gert Perauer, www.gertperauer.com; Dirk Michael Deckbar, www.deckbar.de; Lisa Maria Reiter; Marco Dullnig; Österreich Werbung, Shutterstock, www.austriatourism.com; Bildarchiv Wörthersee Tourismus GmbH, Archiv Kärnten Werbung und Tourismusverbände/Regionen. Dieser Geschäftsbericht stellt im Ganzen und auch in seinen Teilen ein urheberrechtlich geschütztes Werk dar. Eine Nutzung und/oder Bearbeitung im Ganzen und/oder in seinen Teilen auf eine, mehrere oder alle nach dem Urheberrechtsgesetz dem Urheber (bzw. dem Rechteinhaber) vorbehaltenen Arten ist ohne Zustimmung der/des Urheber(s) bzw. der/des Rechteinhaber(s) unzulässig. Für allfällige Rückfragen kontaktieren Sie bitte barbara.tschoescher@kaernten.at. Die Kärnten Werbung kann für allfällige Fehler keine Haftung übernehmen. Sämtliche Rechte und Änderungen vorbehalten. Alle Angaben Stand August 2020.

KÄRNTEN

It's my life!

Urlaubsinformation Kärnten

Völkermarkter Ring 21-23

9020 Klagenfurt am Wörthersee

T +43 463 3000

E info@kaernten.at

www.kaernten.at

KÄRNTEN

It's my life!

Urlaubsinformation Kärnten

Völkermarkter Ring 21-23
9020 Klagenfurt am Wörthersee

T +43 463 3000

E info@kaernten.at

www.kaernten.at

KÄRNTEN

It's my life!

JAHRES
BERICHT

2019

**KÄRNTEN WERBUNG
MARKETING & INNOVATIONSMANAGEMENT GMBH**

www.kaernten.at

