



Tourismusreform: Das sind die neuen Aufgaben der Kärnten Werbung

Klagenfurt, 29.04.2026 – Mit der Umsetzung der Tourismusreform erhält auch die Kärnten Werbung ab 1.1.2027 neue Aufgaben und übernimmt künftig eine noch zentralere Rolle in der Weiterentwicklung des Tourismusstandorts Kärnten. Im Fokus stehen unter anderem drei neue Schwerpunkte: eine landesweit koordinierte Verkaufsförderung, der Aufbau eines einheitlichen Gästeinformationssystems mit zentraler Website sowie der Ausbau von Services für Tourismusbetriebe. Ziel ist es, die Kräfte im Land besser zu bündeln, die internationale Sichtbarkeit zu erhöhen und die Betriebe konkret zu unterstützen.

„Wir bündeln unsere Kräfte dort, wo sie die größte Wirkung entfalten – in der Marktbearbeitung, in der digitalen Sichtbarkeit und in der Unterstützung der Betriebe. Dabei verstehen wir uns als zentrale Drehscheibe für das gemeinsame Wirken im Kärntner Tourismus: für die Vermarktung des Gesamterlebnisses Kärnten und als verlässlicher Partner für alle Akteure in der Branche“, sagt Klaus Ehrenbrandtner, Geschäftsführer der Kärnten Werbung.

Verkaufsförderung: Mehr Präsenz und neue Vertriebschancen

Mit der Verkaufsförderung stärkt die Kärnten Werbung die Zusammenarbeit zwischen Kärntner Tourismusbetrieben und internationalen Marktpartnern wie Reiseveranstaltern, Reisebüros, Airlines oder Buchungsplattformen und übernimmt dabei eine koordinierende Rolle.

Durch einen abgestimmten Marktauftritt und gezielte Vernetzung sollen neue Vertriebskanäle erschlossen, Buchungsprozesse vereinfacht und zusätzliche Gäste – insbesondere außerhalb der Sommer-Hauptsaison – gewonnen werden. Dabei setzt die Kärnten Werbung verstärkt auf internationale Marktbearbeitung: So werden etwa im Juni über 50 Vertreter internationaler Reiseveranstalter nach Kärnten eingeladen, um die Destination vor Ort erlebbar zu machen. Gemeinsam mit Tourismusverbänden und Betrieben werden zudem Angebote so entwickelt, dass sie optimal in die Programme internationaler Partner integriert werden können.

Zentrale Website: Ein gemeinsamer digitaler Auftritt

Ein weiterer Schwerpunkt ist der Aufbau eines landesweiten Gästeinformationssystems. Herzstück wird eine zentrale Website für ganz Kärnten sein, die die Inhalte der Regionen und Erlebnisräume ergänzt und bündelt.

Ziel ist es, Gästen eine klar strukturierte, leicht zugängliche Informationsplattform zu bieten und gleichzeitig die digitale Sichtbarkeit Kärntens insgesamt zu erhöhen. Inhalte bleiben weiterhin regional verankert, werden jedoch in einem gemeinsamen System zusammengeführt. Das verbessert nicht nur die Nutzerführung, sondern auch Auffindbarkeit, Reichweite und die Grundlage für zukünftige digitale Entwicklungen wie KI-basierte Suche.

Mehr Services für Betriebe: Unterstützung, Know-how und Vernetzung

Parallel dazu baut die Kärnten Werbung ihre Rolle als Servicepartner für Tourismusbetriebe deutlich aus. Geplant sind verstärkte Angebote in den Bereichen Weiterbildung, Sichtbarkeit und Vernetzung.

Über Angebote der Tourismusakademie, die bei der Kärnten Werbung angesiedelt ist, sollen Betriebe dabei unterstützt werden, ihre Angebote marktfähig weiterzuentwickeln und neue Vertriebsmöglichkeiten zu nutzen. Zudem gibt es erweiterte Kooperationsmöglichkeiten im Marketing, wie z.B. durch Beteiligung an Buchungskampagnen oder gestützte professionelle und Fotoshootings. Ergänzt wird dies zukünftig durch Beratungs-Angebote, Qualitätsinitiativen und neue Austausch- und Vernetzungsformate innerhalb der Branche. Die Servicierung der Betriebe geschieht in enger Zusammenarbeit mit den zukünftigen neun Tourismusverbänden.

„Unser Anspruch ist es, den Betrieben konkrete Werkzeuge und Unterstützung zu bieten – von der Markterschließung bis zur digitalen Sichtbarkeit. So schaffen wir gemeinsam die Grundlage für mehr Auslastung, bessere Qualität und langfristige Wettbewerbsfähigkeit“, so Ehrenbrandtner.

Klare Rollen, gemeinsame Stärke

Neben den neuen Schwerpunkten übernimmt die Kärnten Werbung weiterhin zentrale strategische und koordinierende Funktionen für den Tourismusstandort Kärnten. Dazu zählen insbesondere die Führung und Weiterentwicklung der Marke Kärnten, die internationale Vermarktung und Sicherung der Marktpräsenz, die Entwicklung innovativer Leitprodukte sowie die Bereitstellung von Marktforschung und Daten als Grundlage für fundierte Entscheidungen. Neu ist zudem die landesweite Koordination regionaler Tourismuskonzepte.

Mit der Reform werden die Zuständigkeiten klarer strukturiert und gleichzeitig die Zusammenarbeit im System gestärkt: Während die Kärnten Werbung landesweit koordiniert, vernetzt und die internationale Marktbearbeitung weiter ausbaut, gestalten die Tourismusverbände auf regionaler Ebene weiterhin maßgeblich die strategische Ausrichtung und verantworten die operative Umsetzung. Sie entwickeln regionale Leitprodukte, bringen ihre spezifischen Schwerpunkte ein und sichern die Nähe zu Gästen und Betrieben.

Gemeinsam entsteht so ein schlagkräftiges Zusammenspiel aller Ebenen – mit dem Ziel, den Tourismusstandort Kärnten nachhaltig zu stärken und einen spürbaren Mehrwert für Gäste, Betriebe und Regionen zu schaffen.

Rückfragehinweis:

Kärnten Werbung

Kathrin Schrammel

Unternehmens PR

T: [+43-463-3000-102](tel:+434633000102)

E: kathrin.schrammel@kaernten.at