Kärnten Werbung on Tour

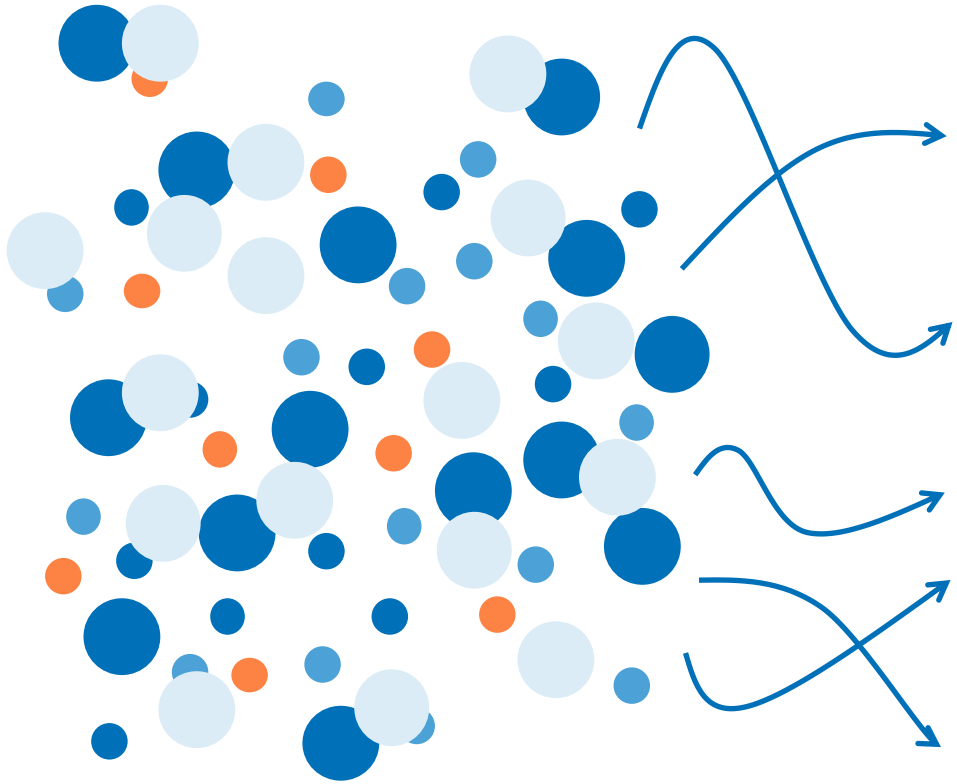



Veränderung

Strukturreform

125

Einheiten



9

Tourismusverbände

- Großglockner – Mölltal – Oberdrautal
- Hochosterwitz – Mittelkärnten
- Katschberg – Lieser- und Maltatal
- Klopeiner See – Südkärnten –Lavanttal
- Millstätter See – Bad Kleinkirchheim – Nockberge
- Nassfeld/Pressegger See – Lesachtal – Weissensee
- Region Klagenfurt am Wörthersee
- Villach – Faaker See – Ossiacher See
- Wörthersee – Rosental

+

Kärnten Werbung

Aufgaben der Kärnten Werbung ab 2027

Entwicklung innovativer Leitprodukte

Konzeption und Technologie für ein landesweites Gästeinfo-System

Landesweite Verkaufsförderung

Sicherstellung der Kooperation der Rechtsträger

Landesweite Koordination regionaler Tourismuskonzepte

Koordination der Servicierung der Tourismusbetriebe

Vermarktung

Landesweit einheitliche Marketing- und Technologieinfrastruktur

Marktforschung und Daten zu Marktentwicklungen

Stärkung der Markenpräsenz und internationaler Sichtbarkeit durch Events

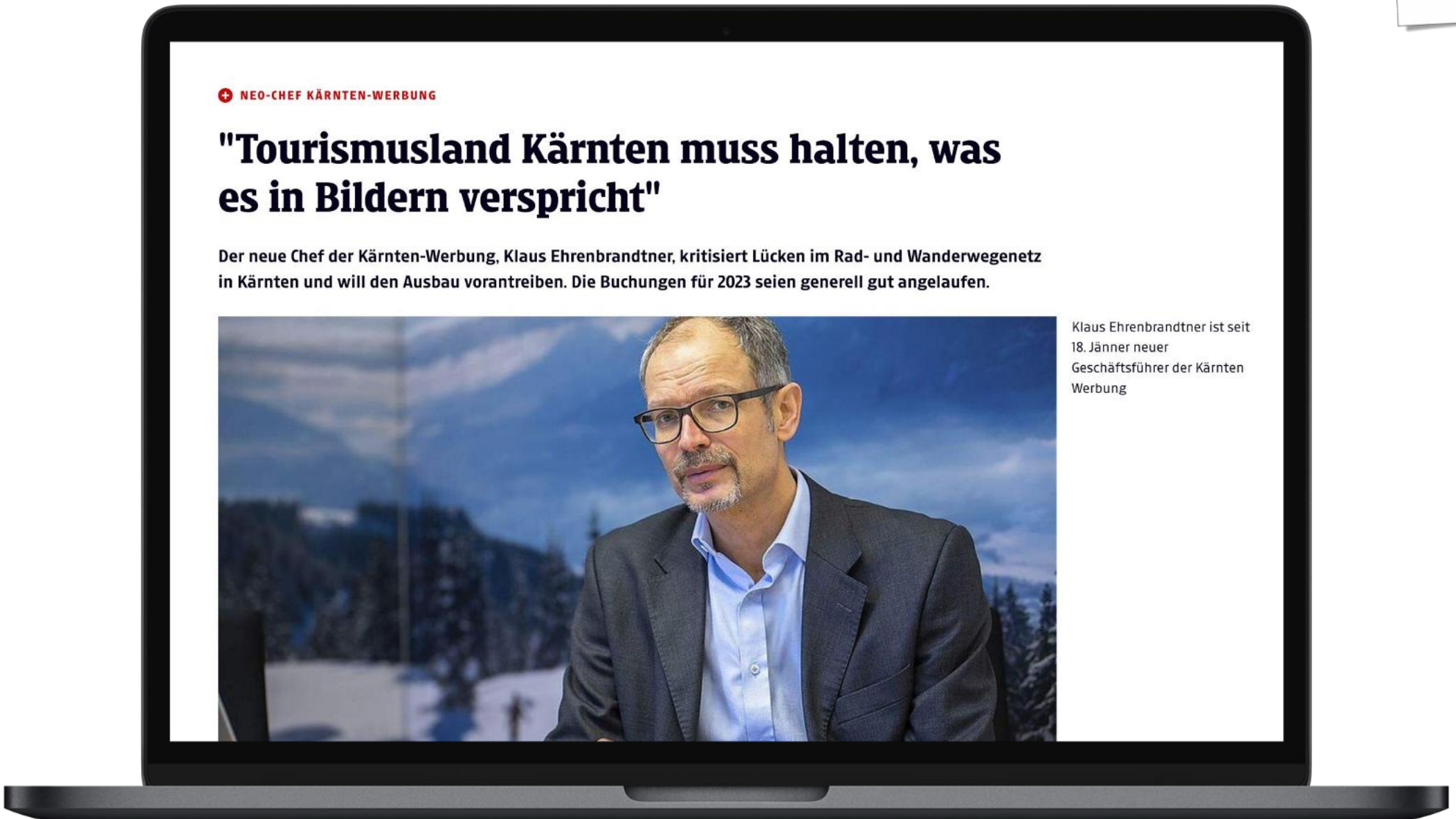
Strategische Markenpolitik



Kärnten Werbung näher bei euch


KÄRNTEN
It's my life!
Mehr Mittel für Infrastruktur

Zeitgemäßes, attraktives Angebot



NEO-CHEF KÄRNTEN-WERBUNG

"Tourismusland Kärnten muss halten, was es in Bildern verspricht"

Der neue Chef der Kärnten-Werbung, Klaus Ehrenbrandtner, kritisiert Lücken im Rad- und Wanderwegenetz in Kärnten und will den Ausbau vorantreiben. Die Buchungen für 2023 seien generell gut angelaufen.

Klaus Ehrenbrandtner ist seit 18. Jänner neuer Geschäftsführer der Kärnten Werbung

Kärnten als Vorreiter im Gravel Angebot

GRVL
CARINTHIA



24 Touren
7 Regionen
rund 1.700km Gesamtlänge

Berichterstattung Gravel Carinthia















Der Ottensheimer Florian Böker kennt in Kärnten viele Schotter-Meter.

Kooperation –
Tourismus ist ein Teamsport



Kooperationen rund um Bahnanreise

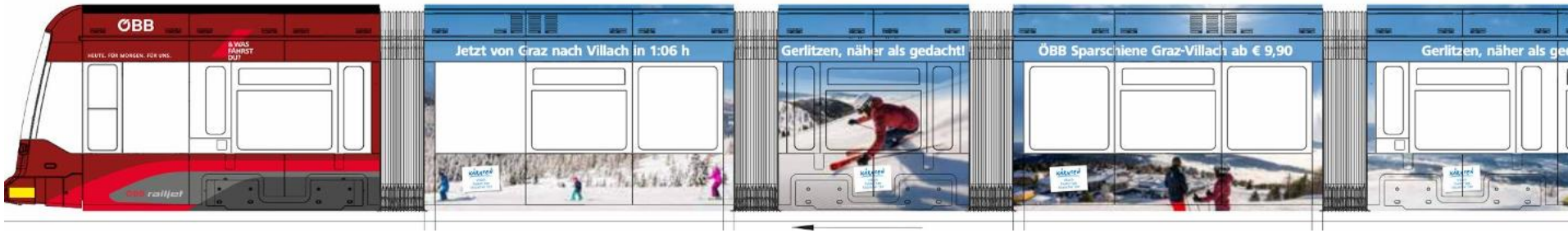












DB-Kooperation





Freie Fahrt mit Gästecard



Ab **1.11.2026** gilt die Gästekarte als Fahrschein für:

Regional- und Stadtbuslinien

ÖBB-Radsprinter
(exklusive Radmitnahme)

S-Bahn-Verbindungen zusätzlich bis Lienz

Nah- und Fernverkehrszüge in ganz Kärnten mit ÖBB und Westbahn

Mikro-ÖV-Angebote
(die über den Verkehrsverbund laufen) z.B. Postbus Shuttles, Nockmobil und Ruf:mi,, ggf. mit 2€ Komfortzuschlag

Roadtrip „Alps to Adriatic“

KÄRNTEN
It's my life!



2 Länder

6 Etappen

12 Schwerpunkte

Betriebskampagnen





Neu gestalten, Bewährtes stärken



Auszeit auf kärntnerisch: Ganzjahres-Angebot

Bewusstsein



Ganzjähriges Seenerlebnis
z.B.: Kaltbaden

Kulinarik



Kulinarische Erlebnisse
z.B.: Slow Food Travel

Bewegung



Achtsame Naturerlebnisse
mit Fokus auf Bewegung
z.B.: Heilsame Landschaft, Slow Trails

Auszeit auf kärntnerisch: Kunst der Balance 11.10.2026







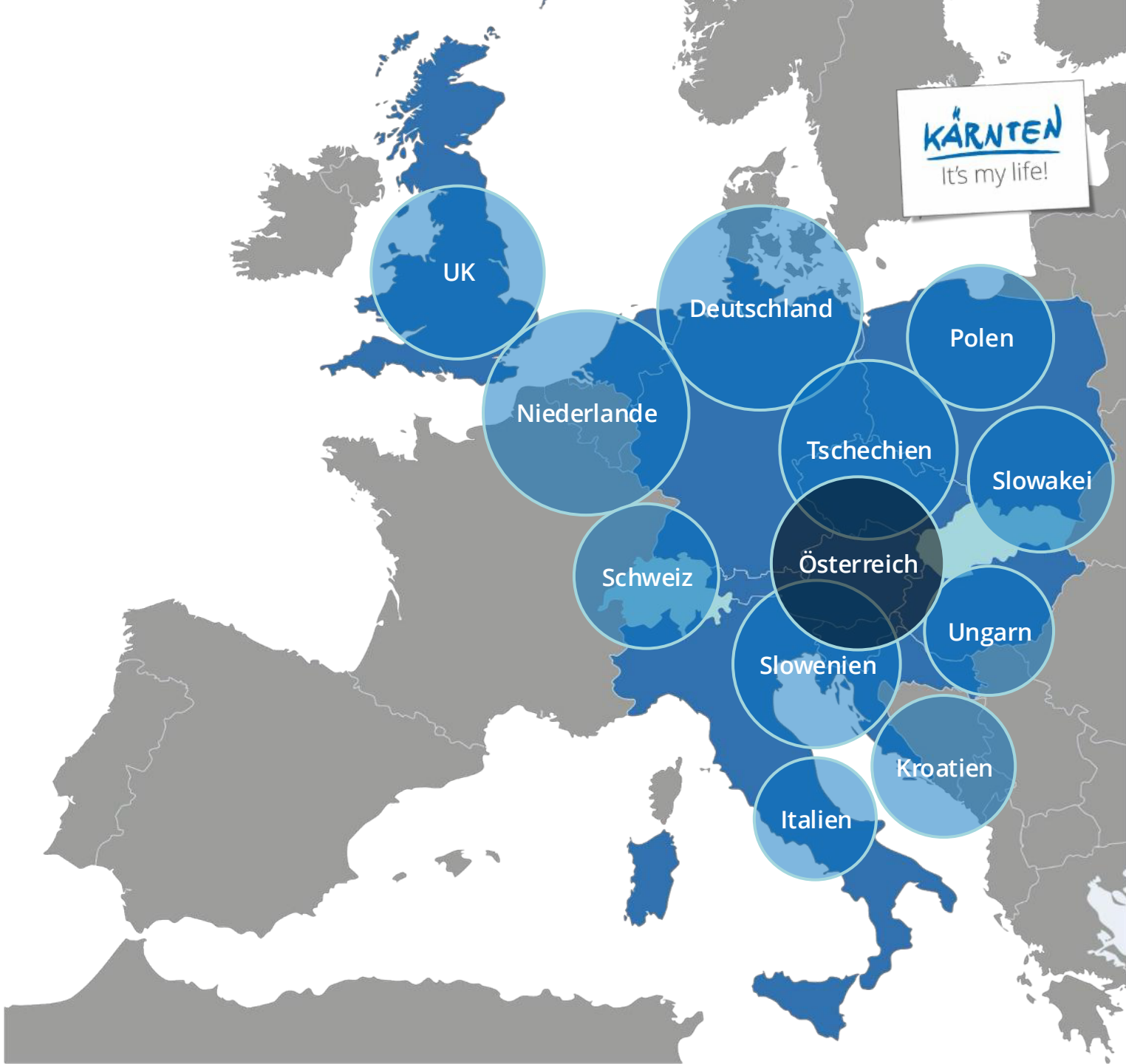
Internationalisierung



USA

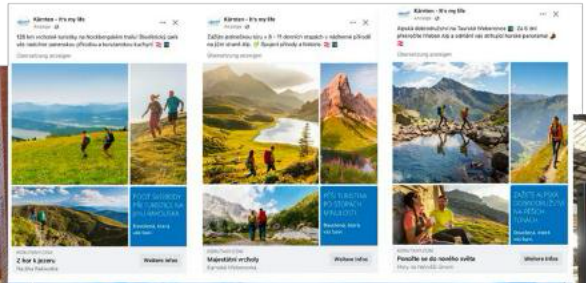


Arabische Golfstaaten



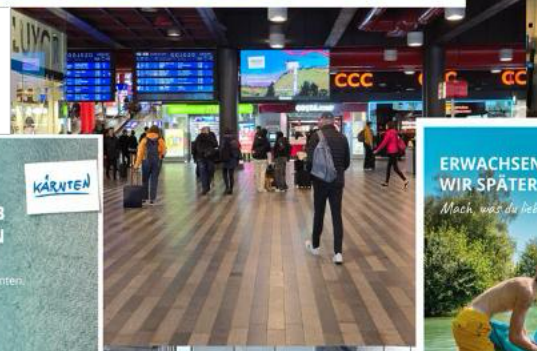

Wandelen aan de zuidzijde van de Alpen
MEER INFO


Alpejské léto v Korutanech






KÄRNTEN
It's my life!


CCC


SKINFIT


KÄRNTEN
MACH MAL URLAUB VON: ÜBERFÜLLTEN STRÄNDEN.
Mach mal Urlaub vom Urlaub. Kärnten.
Mach, was du liebst.


KÄRNTEN
ERWACHSEN WERDEN WIR SPÄTER.
Mach, was du liebst.


Dovolená, která vás baví.


KOT
DEPARTMENT STORE


Túry na jižní straně Alp

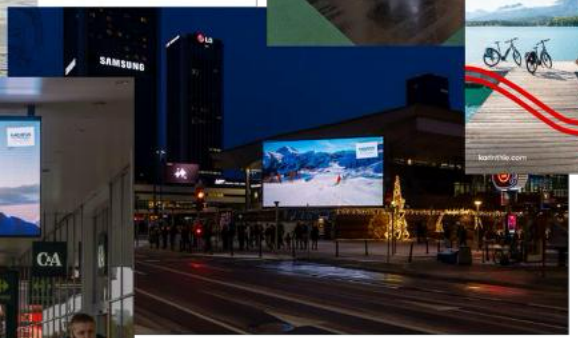

KÄRNTEN

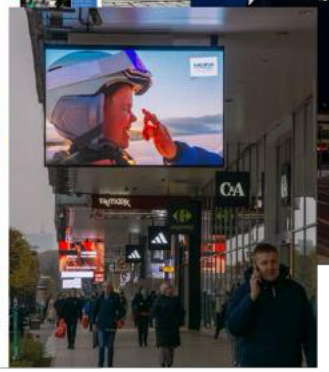

KÄRNTEN
It's my life!
Österreich


Slow Food Land Kärnten






SAMSUNG





Tourismusmarke Kärnten

… kompakt erzählt

KÄRNTEN
It's my life!

KOMMUNIKATION

ERLEBNISSE
Konkrete regionale Highlights, die die Region erlebbar machen

- Mit Harley auf Panorama-Straßen
- Gravel-Bike Wörthersee
- Ski vor 9 mit Franz Klammer
- Nockberge Trail für Paare
- Barrierefreie Wanderwege
- Vom Gletscher ans Meer
- Sonnenunter-gang am See
- Carinthischer Sommer
- Slow Food Brotbacken im Lesachtal
- Strandbad Feeling
- Katschberger Advent
- Sonnen-tankstellen
- Floß-Genusstour am Weissensee

STORIES
Die Geschichten, die wir erzählen wollen

- Bergerlebnis leicht gemacht
- Wasser in all seinen Facetten
- Mittelmeergefühl mitten in den Bergen
- Wo der Sommer früher beginnt & länger dauert
- Grenzenlos Alpe-Adria
- Ganzes Jahr
- Sonnenseite der Alpen
- Natur- und Panorama-Landschaft
- Zeit mit den wichtigen Menschen
- Ankommen war noch nie so leicht
- Auszeit auf kärntnerisch

MARKE

BASIS
Das macht Kärnten aus

Unser Land
Seen, Sonne und Berge



Unsere Kultur
Südliche Lebensfreude, Genuss und Gelassenheit



FUNDAMENT

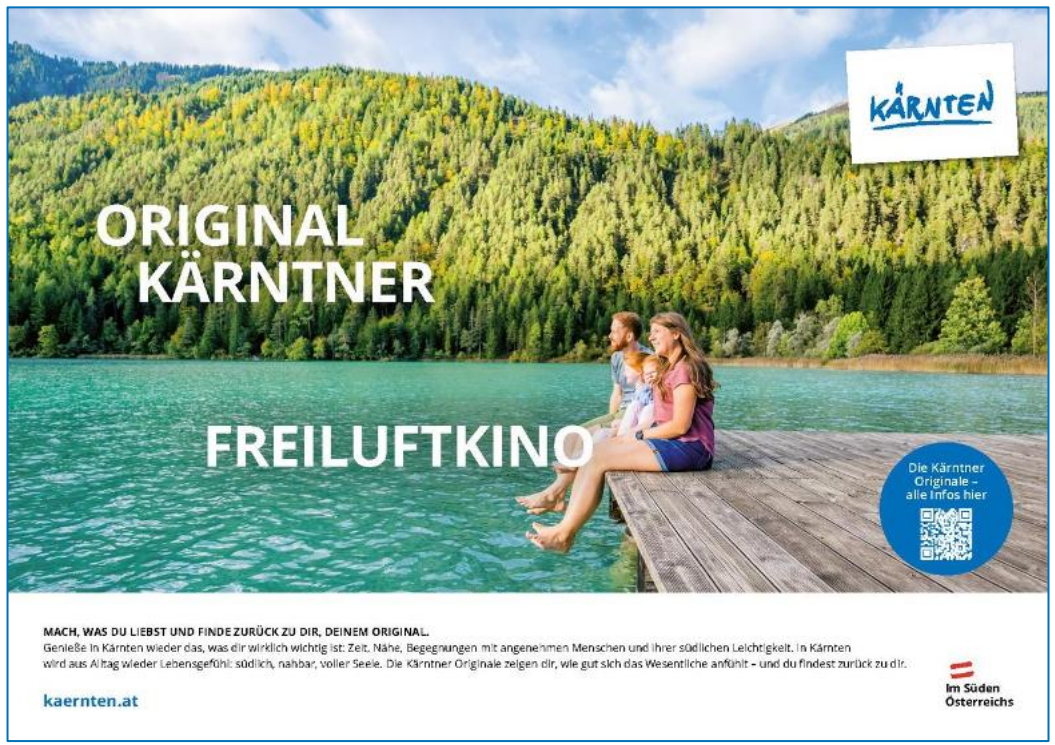
Kärnten ist Österreich von seiner südlichsten Seite


KÄRNTEN
It's my life!
Kärntner Originale:
Doppelt ausgezeichnete
crossmediale Kampagne
WERBE GRAND PRIX
Signum Laudis
Tourist Austria & International
WERBE GRAND PRIX
Signum Laudis
Tourist Austria & International

KÄRNTNER ORIGINAL

KÄRNTEN
It's my life!







Influencer-Aktion



lucio_now

102.000 Follower

1	1	10
Reel	Carousel	Stories
8.645 Reach	17.275 Reach	55.313 Reach
12.076 Views	37.170 Views	64.593 Views
314 Likes	709 Likes	238 Clicks
18 Comments	32 Comments	






Gemeinsam in die Zukunft

Christine Klösch

Partner- & Innovationsmanagement





Services



Vernetzung.



Wissenstransfer.


KÄRNTEN
URLAUB BEWEGT.
ECHT. VIELFÄLTIG. LEBENSWERT.
Mach, was du liebst.
NATUR
GENUSS
BEGEGNUNGEN
ZUKUNFT
KÄRNTEN
KÄRNTEN
Mach, was du liebst.
KÄRNTEN

1.041
Following
Partner

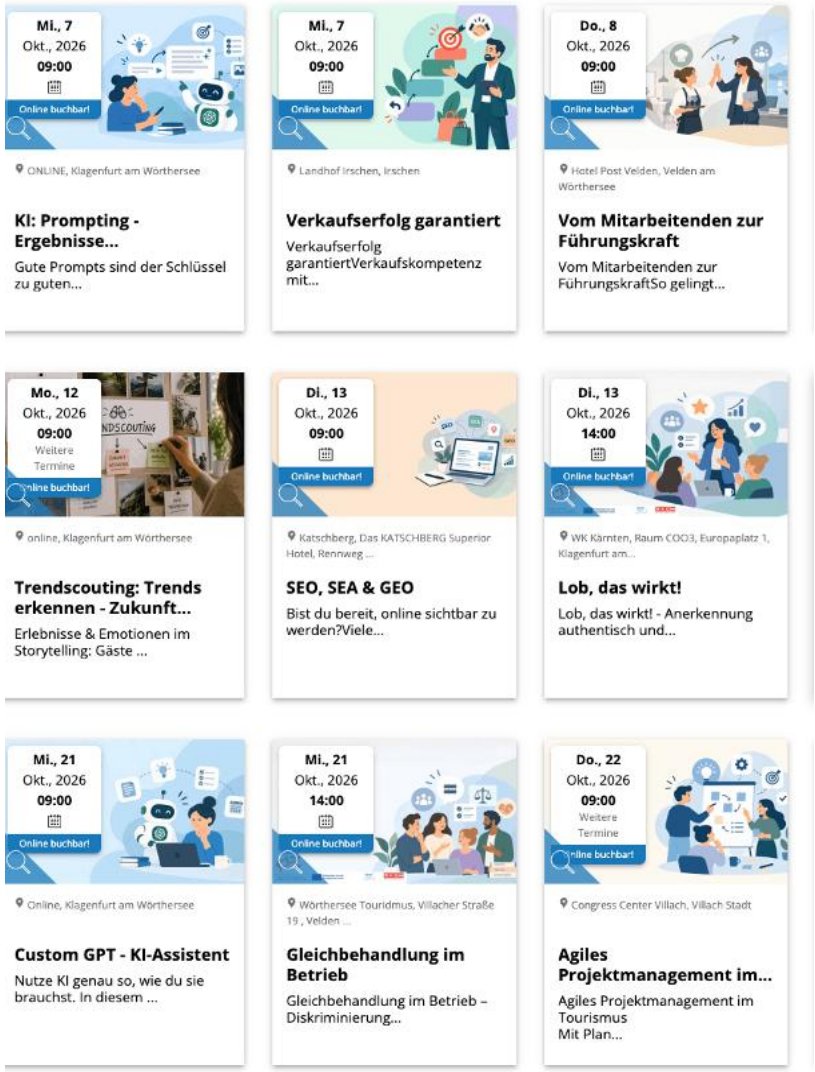

30

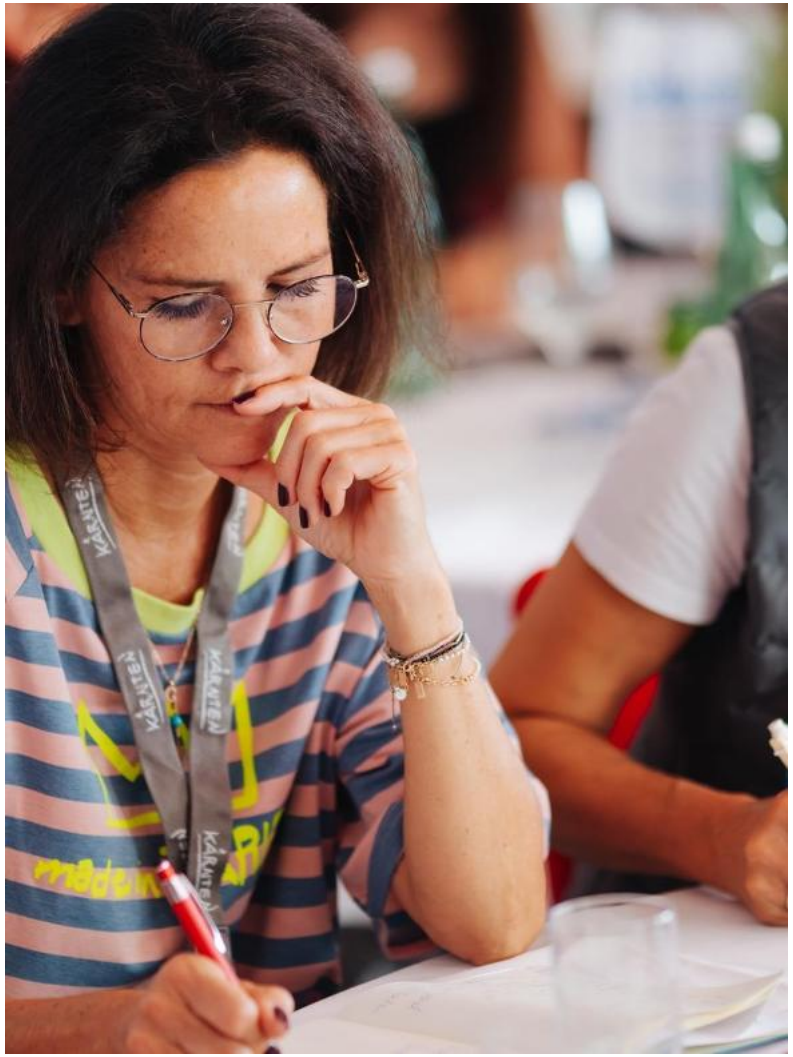
— Marketing.

EMPOWERMENT

TAK – Tourismusakademie Kärnten







TAK – Tourismusakademie Kärnten

2025

71	1397	94%
Kurse	Teilnehmende	Auslastung

KI im Tourismusalltag: **191 Teilnehmende**


FutureMakers
STÖCKLI
RENNSPORT
Stoll
Stoll
Stoll
Stoll



KÄRNTEN
It's my life!

32 FutureMakers

22 Betriebe

8 Regionen


Q+
KÄRNTEN



1:1 Coaching

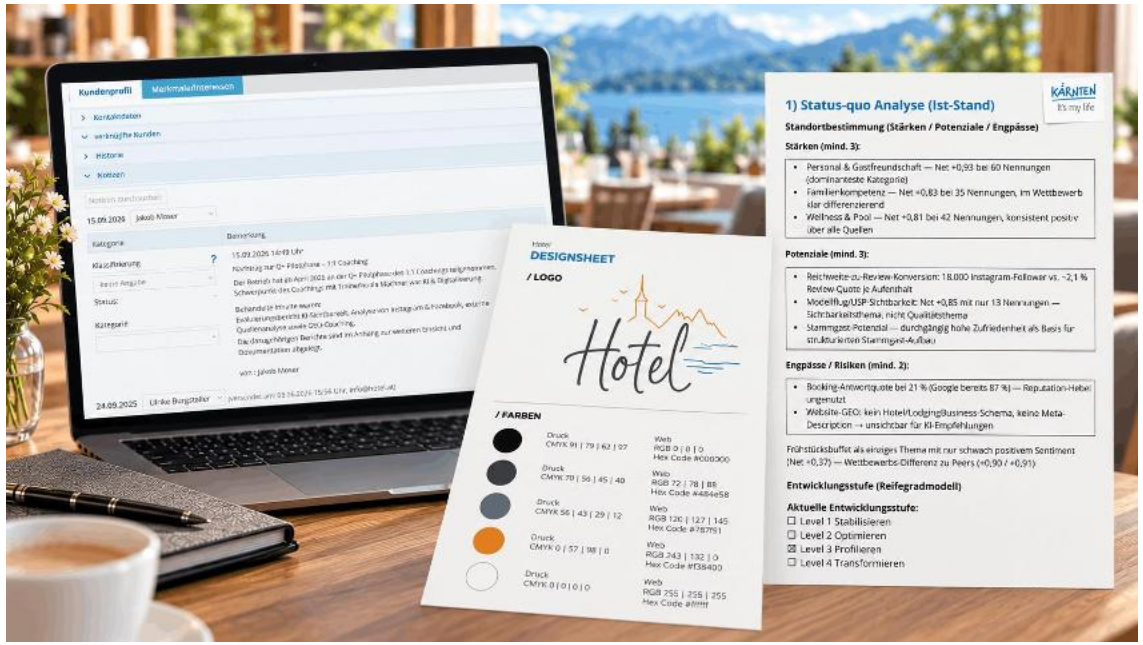
Marke & Positionierung

Digitalisierung & KI

Innovation

Mitarbeitendenmanagement

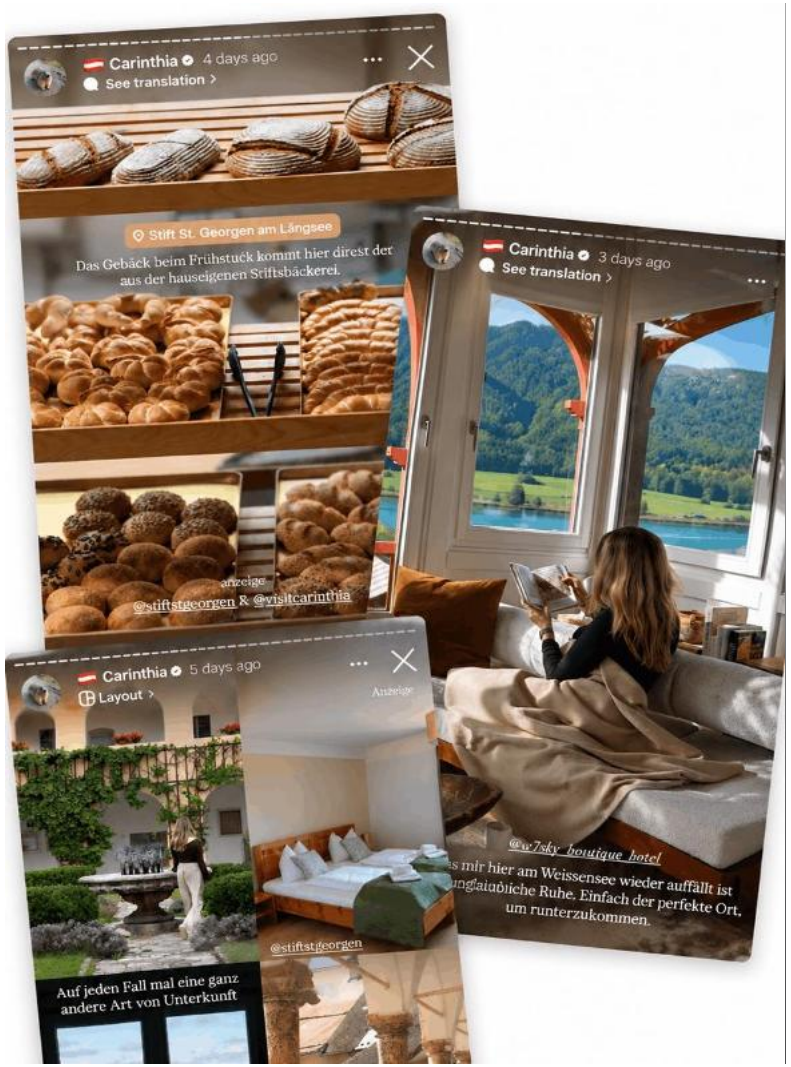
Nachhaltigkeit



Marketing


NOCH GUT ODER
SCHON AUSGEZEICHNET?
Für uns als Familienbetrieb ist es eine tolle Initiative, die uns weiterhilft!


Carinthia 5 days ago
See translation
Anzeige
Kärnten
@visitcarinthia Runde 2
Vor genau einem Jahr war ich zum ersten Mal überhaupt in Kärnten – jetzt bin ich zurück. Diesmal geht's wieder durch drei verschiedene Regionen: mit drei Unterkünften und allem, was man dort und drumherum erleben kann.
Unser erster Stopp?
Eine Unterkunft, in der ich so
auch noch nicht übernachtet habe


Carinthia 4 days ago
See translation
Stift St. Georgen am Längsee
Das Gebäck beim Frühstück kommt hier direkt der aus der hauseigenen Stiftsbäckerei.
Anzeige
@stiftstgeorgen & @visitcarinthia
Carinthia 3 days ago
See translation
@w7sky_boutique_hotel
Carinthia 5 days ago
Layout
Anzeige
@stiftstgeorgen
Auf jeden Fall mal eine ganz andere Art von Unterkunft



Dominik Leitner

Verkaufsförderung



Wann wurde die erste Pauschalreise gebucht?

A 1750

B 1841

C 1900

D 1955

Warum organisierte Thomas Cook 1841 seine erste Zugreise?

A Um eine Brauerei zu besuchen

B Weil er einen Zug vererbt bekommen hat

C Um seine Hochzeit zu finanzieren

D Um eine Anti-Alkohol-Kundgebung zu besuchen

5. Juli 1841:
Die erste Pauschalreise der Geschichte

540
Personen



1 Shilling
pro Ticket

Leicester → Loughborough
Zugfahrt, 12 km



Was war inklusive:

- Eine Blasmusik begleitete die Reisegruppe
- Tee & Schinkenbrot
- Spiele im Park

Wikipedia (Thomas Cook & Son); reisen-damals.de; Planet Wissen (WDR/BR)

Wandel: Was sich in den Jahren verändert hat

Früher







Heute

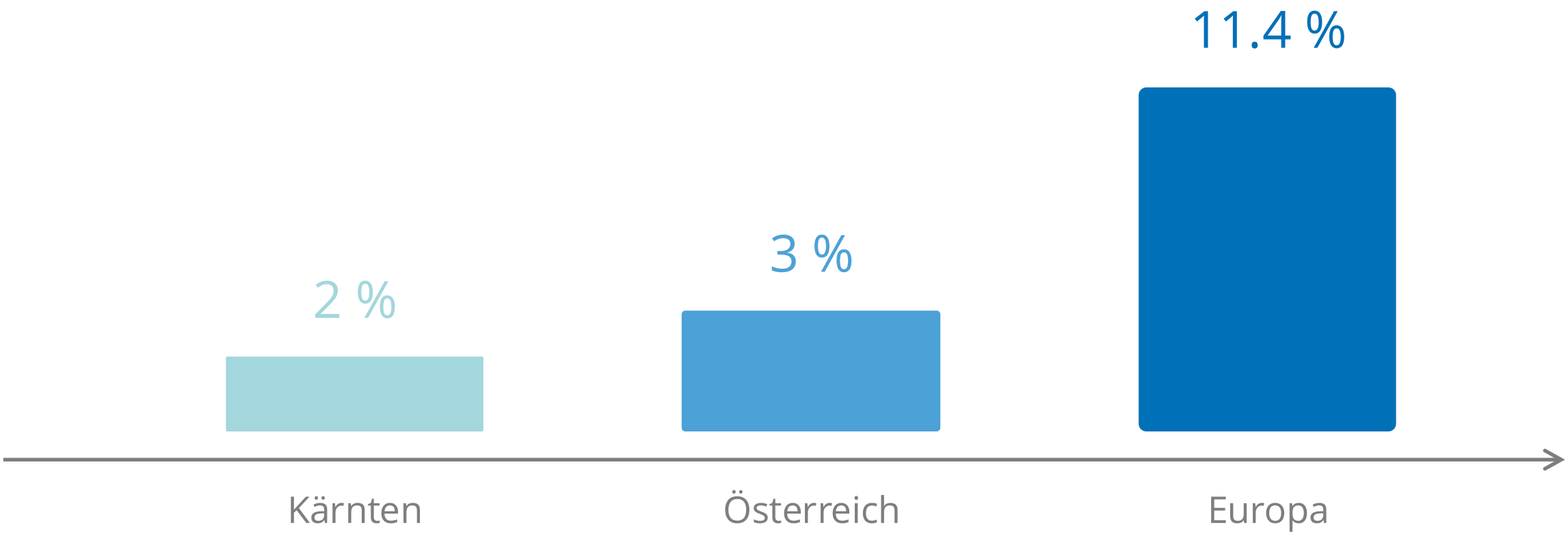






Der Reiseveranstalter von heute ist kein Massenabnehmer, der billige Betten sucht – er ist ein Spezialist mit Zugang zu genau den Kunden, die Sie wollen.

Die Chance...



Quelle: Buchungsstelle T-Mona

Nutzen: Warum Reiseveranstalter für Betriebe wichtig sind

Zugang zu Märkten

Ein Veranstalter in Warschau oder London erreicht Kunden, die der Betrieb allein nie erreicht.

Früh und verbindlich

Veranstaltergäste buchen mit Vorlauf. Das gibt dem Betrieb Planungssicherheit.

Längere Aufenthalte

Pauschal gebuchte Gäste bleiben im Schnitt länger und buchen mehr Leistungen dazu.

Nebensaison füllen

Genau dort, wo Kapazität frei ist, sind Veranstalter besonders interessiert.

Beratung im Quellmarkt

Der Veranstalter erklärt Kärnten – in der Landessprache, mit Vertrauen beim Kunden.

Neue Gästegruppen

Märkte, in denen Kärnten noch klein ist, wachsen fast nur über Partner vor Ort.

Mythen & Fakten

„Die nehmen uns nur Marge weg.“

Der Betrieb legt den Preis fest. Die Provision liegt meist unter dem, was er für denselben Gast in eigene Werbung stecken müsste.

„Online verkauft nur billig."

Es gibt Veranstalter, die nur 4- und 5-Stern, Wellness und Premium verkaufen.

„Ich bin zu klein dafür"

Gerade kleine Häuser mit klarem Profil sind immer wieder gefragt.
Viele Veranstalter suchen bewusst Zimmer / Betriebe mit "Charakter".

„Die wollen nur billige Zimmer in der Hochsaison.“

Gefragt ist aktuell mehr die Vor- und Nachsaison – nicht nur die Hochsaison.

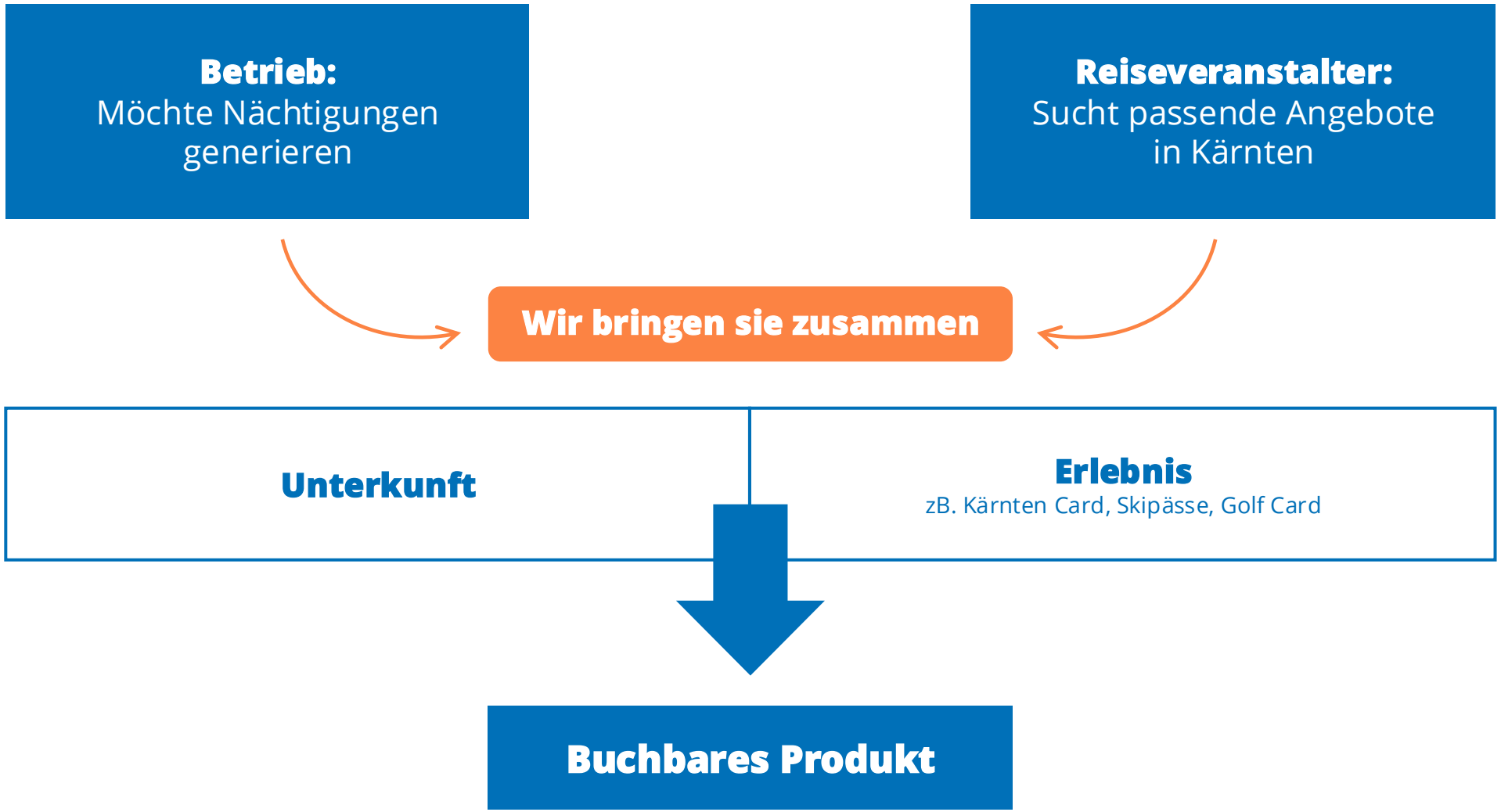
Was wird gesucht …

50–70 %

der potenziellen Österreich-Urlauber haben
Urlaubspläne im Mai, Juni oder Oktober.

Besonders stark in den Kernmärkten Niederlande, Schweiz und Großbritannien · Österreich Werbung, Marktforschung 2025/26

Was macht die Verkaufsförderung genau?



Schnelle Aktion oder strategische Partnerschaft

Kurzfristig

Das spannende Angebot

- Reagiert auf eine konkrete Anfrage oder eine offene Lücke
- Vorlauf: wenige Wochen bis Monate
- Klar begrenzt, gut messbar
- Ideal zum Ausprobieren – ohne große Verpflichtung

Langfristig

Die strategische Partnerschaft

- Ein Partner, ein Markt, mehrere Saisonen
- Vorlauf: ein Jahr und mehr, dafür planbar
- Gemeinsame Produktentwicklung statt Einzelaktion
- Bringt Volumen und Verlässlichkeit

Mit diesen Reiseveranstaltern arbeiten wir zusammen

























































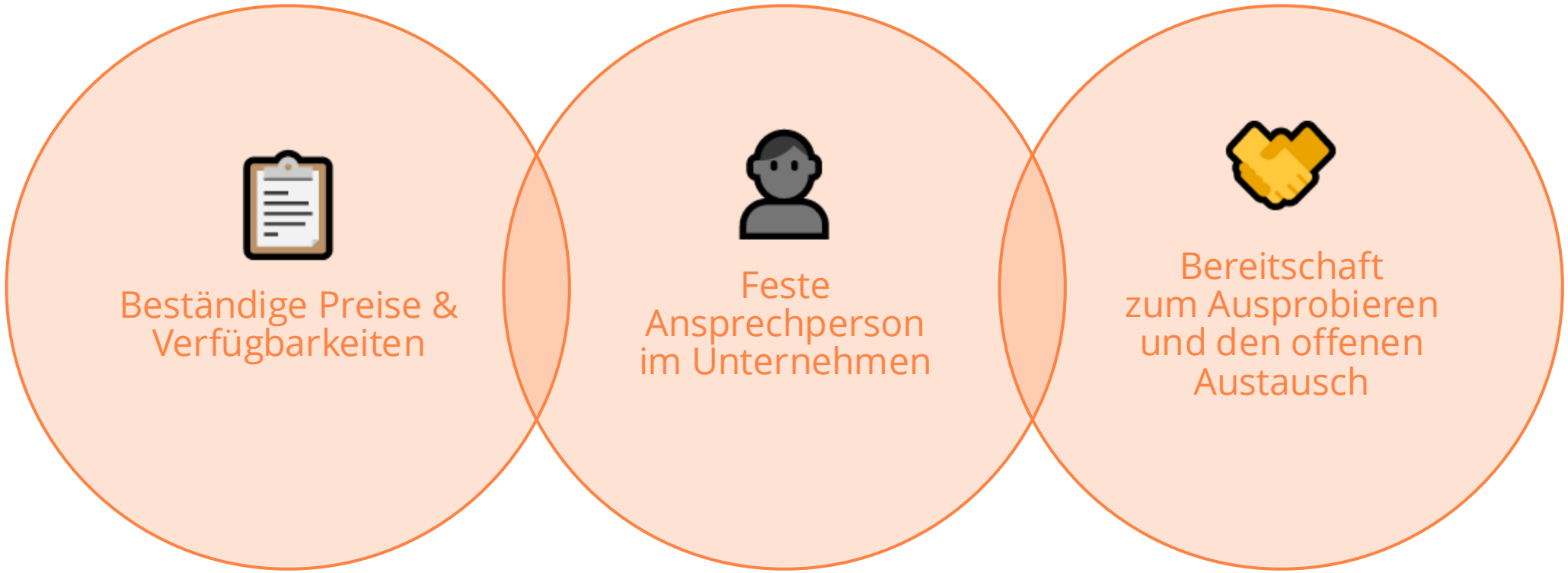






...und noch viele mehr!

Wie kann man mitmachen



Team Verkaufsförderung

KÄRNTEN
It's my life!




KÄRNTEN
It's my life!
Gemeinsam
Mehr Kontakte. Mehr Vertrieb. Mehr Buchungschancen

Michael Umschaden

Digitale Medien, Info- & Datenmanagement



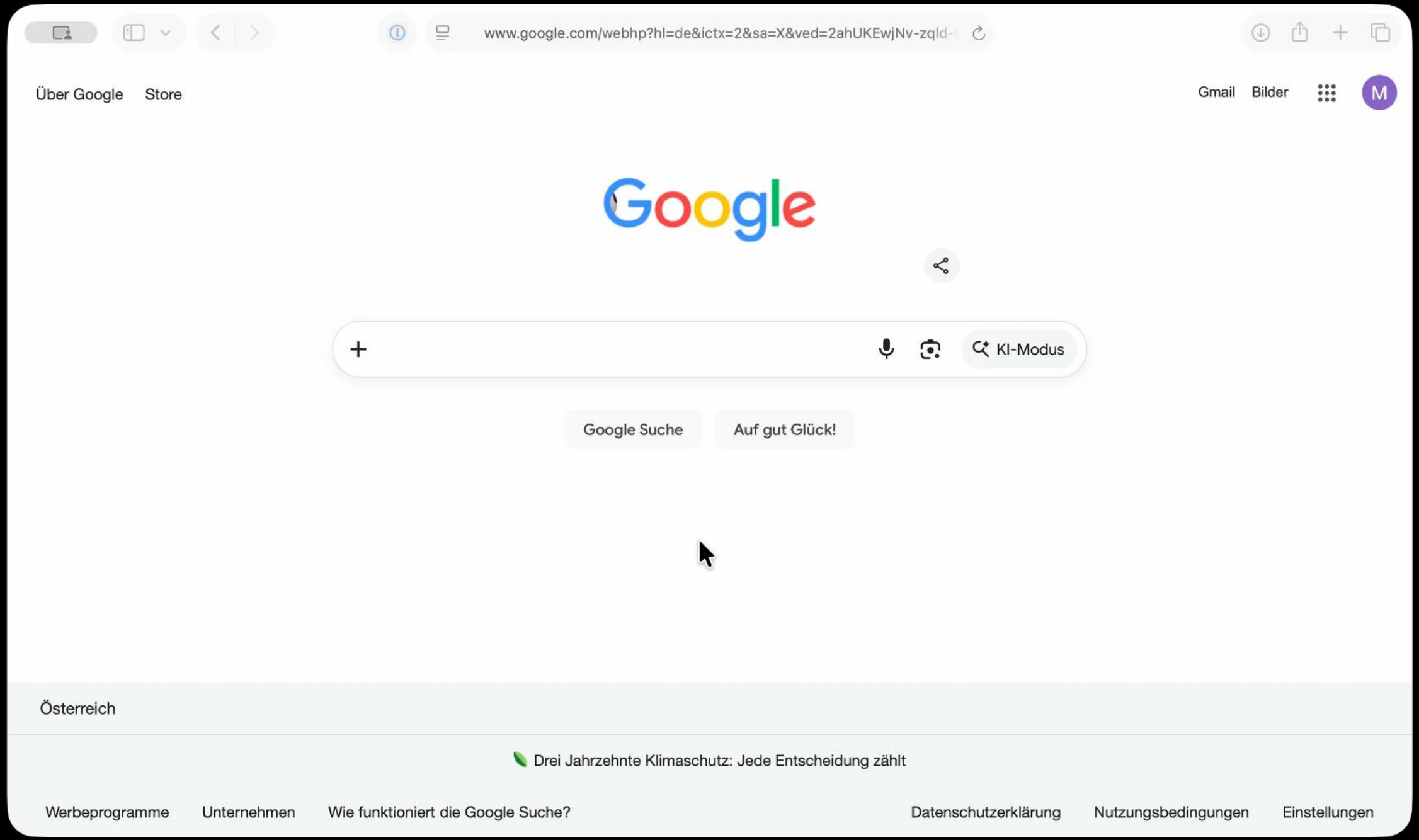
Sichtbar bleiben, wenn die KI antwortet.

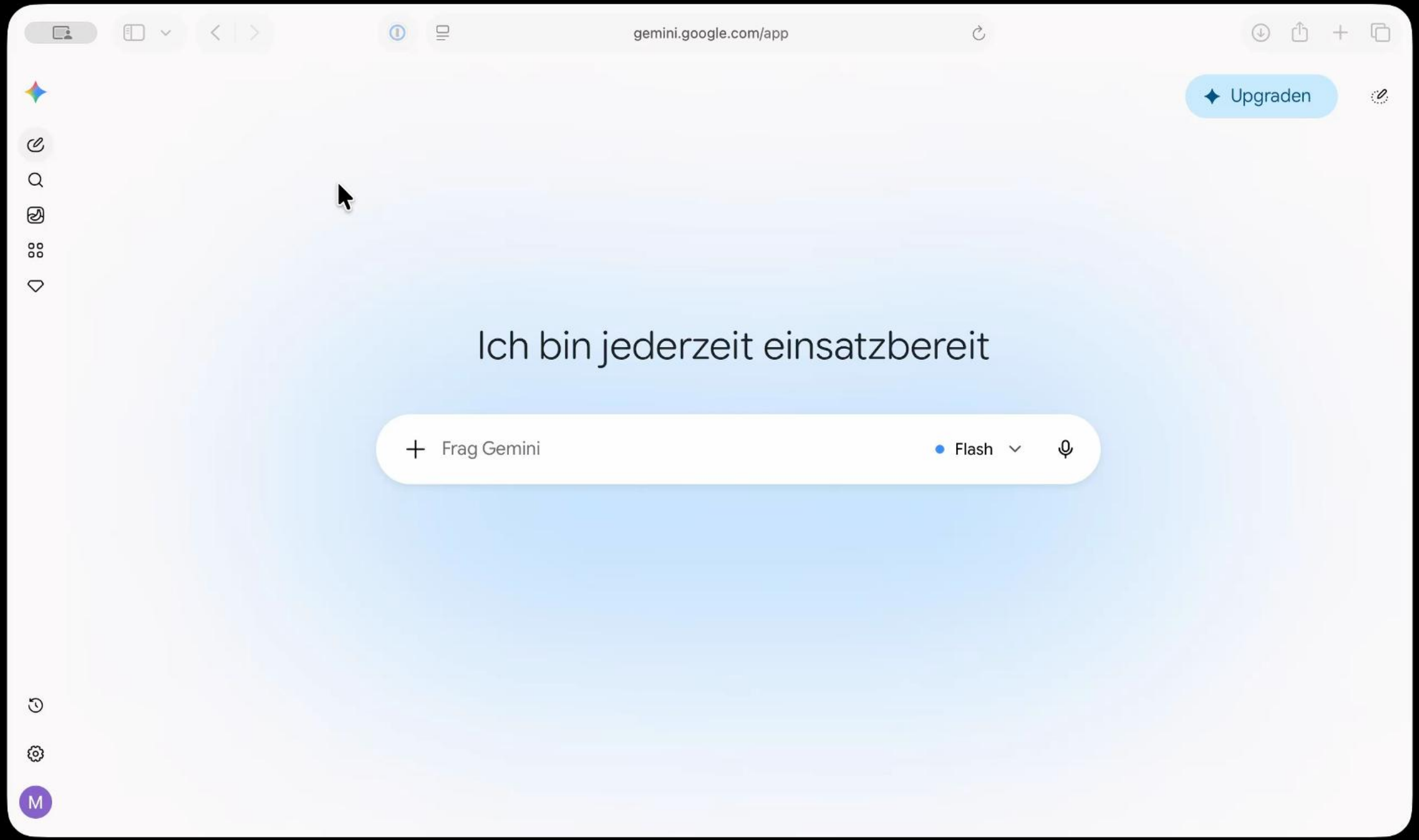
KÄRNTEN
It's my life!

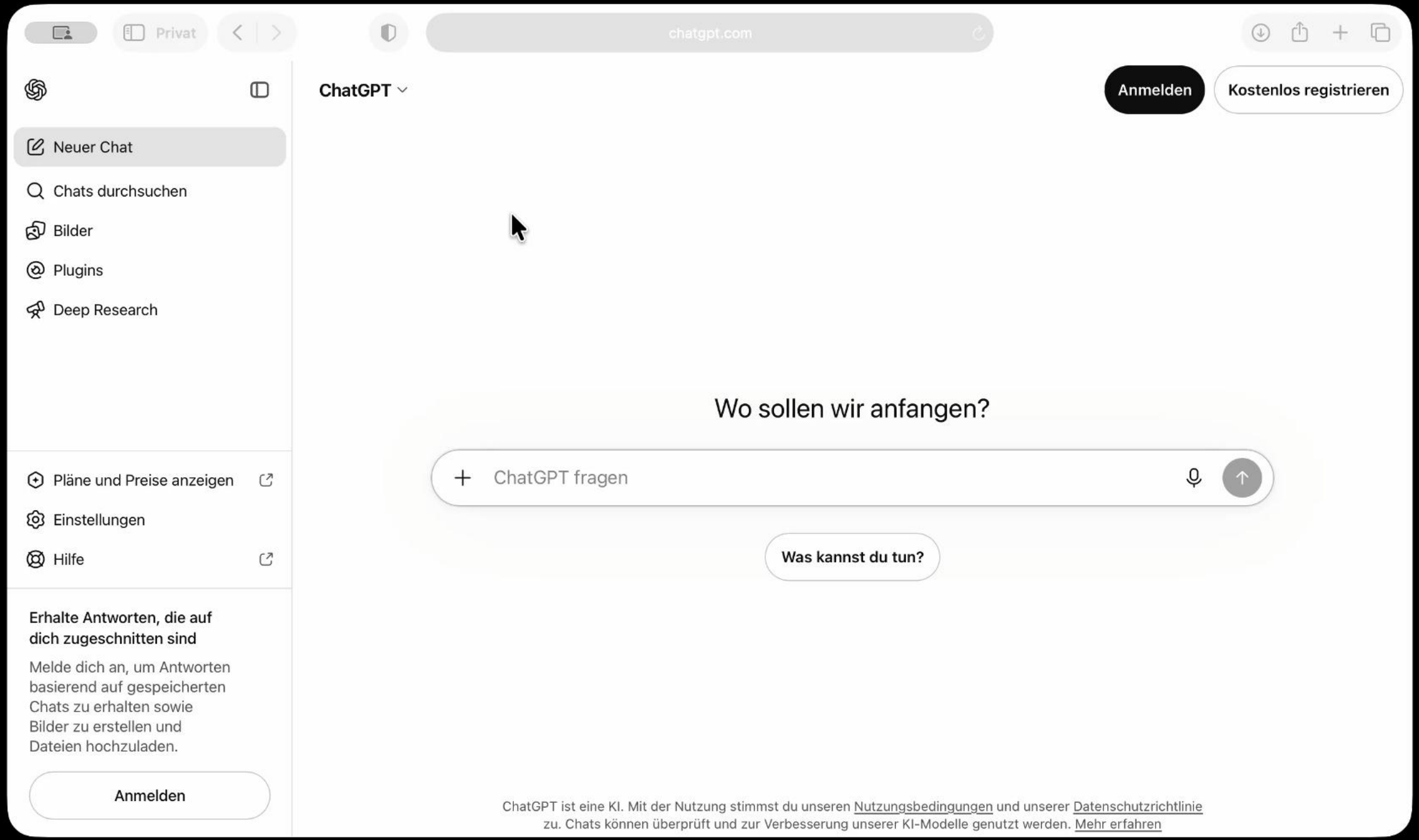
Was sich in der Suche gerade ändert —
und was der Betrieb davon hat.



kaernten.at


www.google.com/webhp?hl=de&ictx=2&sa=X&ved=2ahUKEwjNv-zqld-
Über Google
Store
Gmail
Bilder
M
Google
KI-Modus
Google Suche
Auf gut Glück!
Österreich
Drei Jahrzehnte Klimaschutz: Jede Entscheidung zählt
Werbeprogramme
Unternehmen
Wie funktioniert die Google Suche?
Datenschutzerklärung
Nutzungsbedingungen
Einstellungen


gemini.google.com/app
Upgraden
Ich bin jederzeit einsatzbereit
Frag Gemini
Flash
M


Privat
chatgpt.com
ChatGPT
Anmelden
Kostenlos registrieren
Neuer Chat
Chats durchsuchen
Bilder
Plugins
Deep Research
Pläne und Preise anzeigen
Einstellungen
Hilfe
Erhalte Antworten, die auf dich zugeschnitten sind
Melde dich an, um Antworten basierend auf gespeicherten Chats zu erhalten sowie Bilder zu erstellen und Dateien hochzuladen.
Anmelden
Wo sollen wir anfangen?
ChatGPT fragen
Was kannst du tun?
ChatGPT ist eine KI. Mit der Nutzung stimmst du unseren Nutzungsbedingungen und unserer Datenschutzrichtlinie zu. Chats können überprüft und zur Verbesserung unserer KI-Modelle genutzt werden. Mehr erfahren

„Seit 30 Jahren höre ich,
dass jetzt alles anders wird.
Diesmal stimmt es.“

Michael Umschaden, Kärnten Werbung



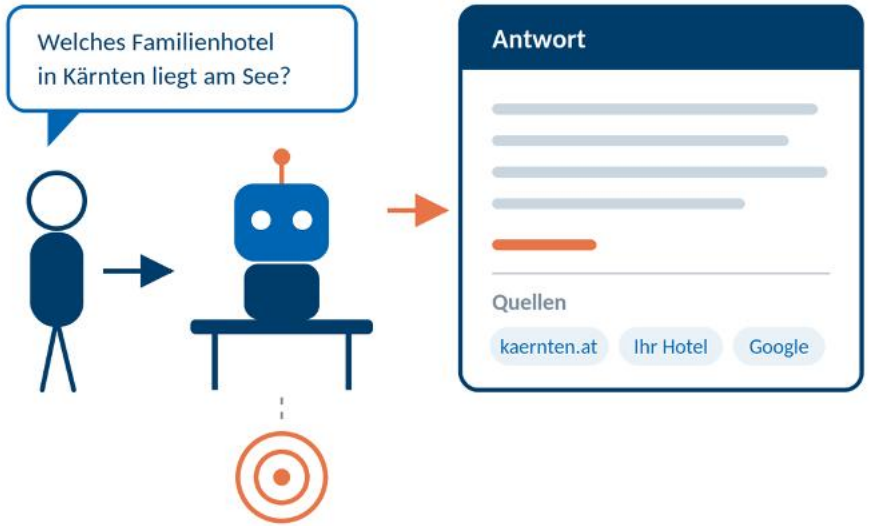
KÄRNTEN
It's my life!

Aus der Suchmaschine wird eine Antwortmaschine

Bisher Der Gast sucht und kombiniert selbst.



Heute Die KI liefert die fertige Antwort.



Viele Quellen, viele Klicks.

Der Gast stellt sich die Antwort selbst zusammen.

Eine Frage, eine Antwort.

Sichtbar ist nur noch, wer in der Antwort vorkommt.

Das ist keine Prognose. Das passiert jetzt.

KI-Nutzung im deutschsprachigen Reisemarkt, Stand 2026

53 %

der deutschsprachigen Reisenden

nutzen KI zur Inspiration für die Reise

40 %

der Reisenden

nutzen KI für Planung und Konkretisierung; 30 % auch für Buchung und Reservierung

> 40 %

der Google-Suchen

werden bereits mit einer KI-Zusammenfassung beantwortet

Der Gast kommt nicht mehr über eine Trefferliste zum Betrieb.
Er kommt über eine Empfehlung, die eine Maschine formuliert hat.

Quellen: netzvitamine INFOGRAFIK²⁶ (2026), VIR Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt 2026, Google 08.2025.

Drei Hebel

Zwei bauen wir für euch — den dritten habt ihr selbst in der Hand

1	**Die neue kaernten.at**	→	Eine gemeinsame Plattform mit der Reichweite, die einzelne Websites nicht erreichen. Das Angebot liegt auf der Quelle, die zitiert wird.
2	**360°-Erlebniswelten**	→	Seen, Berge und ab dem Winter auch die kalte Jahreszeit — kostenlos einzubinden auf der eigenen Website.
3	**Die eigenen Daten**	→	Google-Profil, konkrete Seiten, buchbare Angebote, konsistente Angaben. Das meiste davon könnt ihr selbst erledigen.

Warum wir das gemeinsam machen

Sichtbarkeit kaernten.at gegenüber einer einzelnen Regionsseite

18,5

Sichtbarkeit AT

kaernten.at heute

2,3

Sichtbarkeit AT

Typische Einzelregions-Seite

8 x

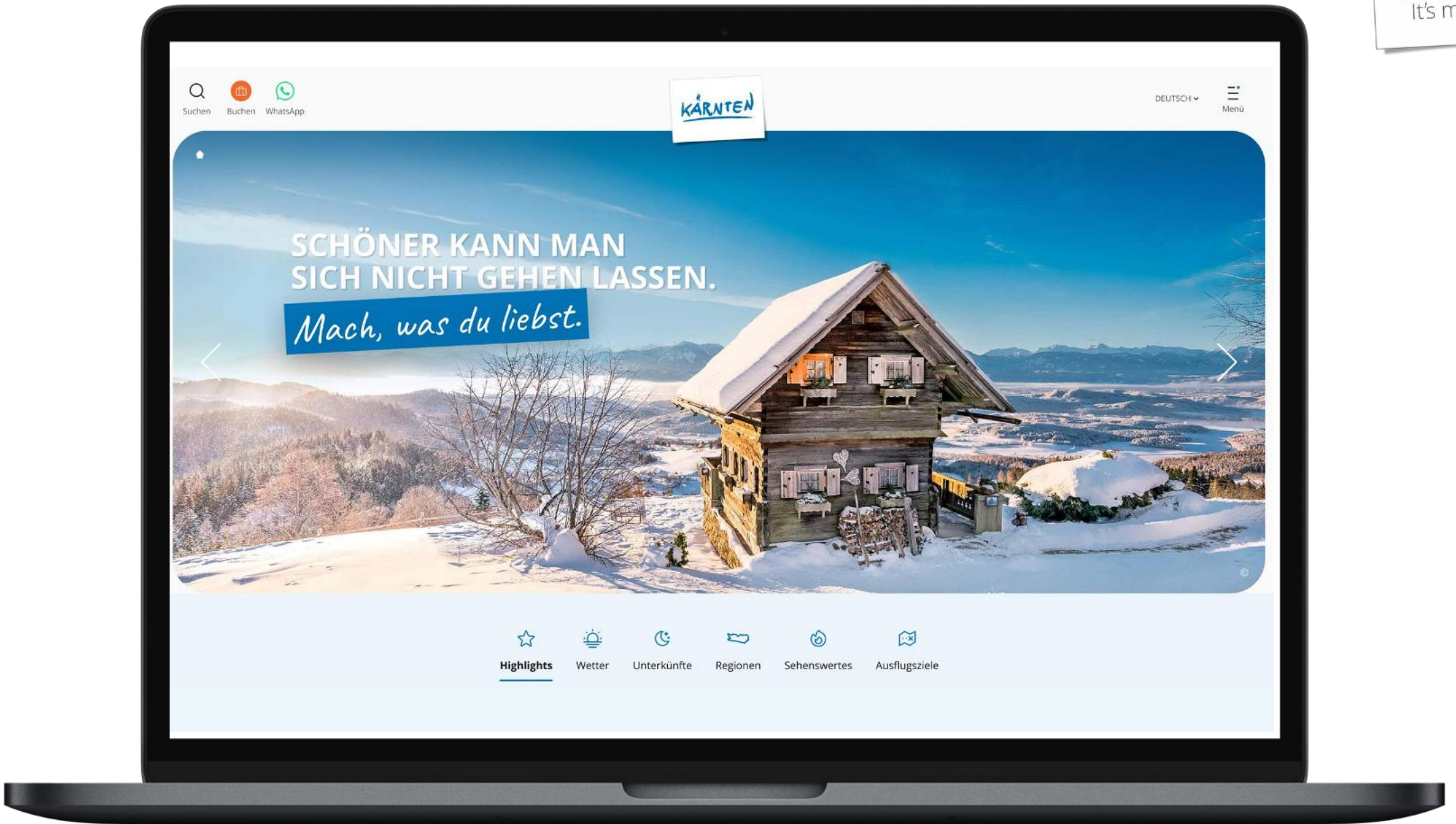
Faktor

Reichweitenunterschied – und die Schere geht wieder auf

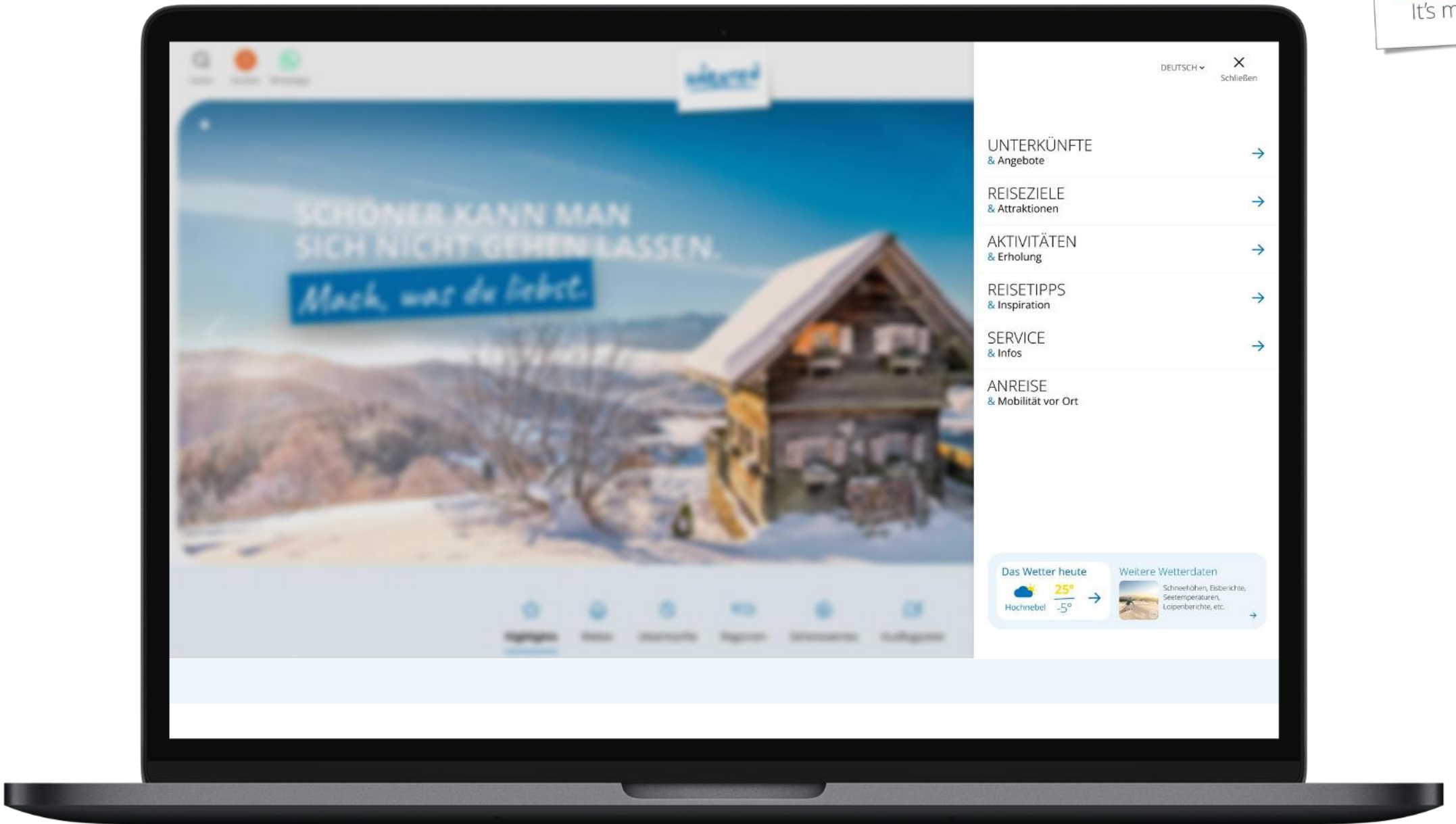
KI zitiert autoritative Quellen.
Je stärker die Plattform, auf der das Angebot liegt, desto eher wird es genannt.

Quelle: Sistrix Sichtbarkeitsindex AT, Stand Q1/2026. Vergleich Steiermark: gemeinsame Plattform ab 12/2021, Sichtbarkeit von 10 auf 42.

So sieht die neue kaernten.at aus



So sieht die neue kaernten.at aus




Suchen
Buchen
WhatsApp
KÄRNTEN
Deutsch
Menü
Startseite
194 - Vorlage See
TÜRKISES NATURJUWEL MIT HÖCHSTER REINHEIT
Urlaub am Faaker See

Die virtuellen Erlebniswelten

Voriges Jahr habe ich die Seen gezeigt und die Berge angekündigt. Beides steht.

Seen



16 Seen

Mehrere Blickpunkte je See —
seit 2025 online und im Einsatz

Berge



17 Berge

Mehrere Blickpunkte je Berg,
etwa Gerlitzen mit Bergstation,
Kanzelhöhe und Seeblick

Winter



in Arbeit

Inhalte der Regionen
bis Ende September

Alle Panoramen stehen den Kärntner Betrieben kostenlos zur Verfügung —
zum Einbauen auf der eigenen Website.


KÄRNTEN
It's my life!
DE
Hohe Gloriette
Wörthersee Pörtschach
Blumenpromenade
Promenadenbad
Detailkarte
Temperatur
25°C
Fläche
19.39 km²
Wasserqualität
sehr Gut
Tiefe
85.2 m
ems360 | digital


KÄRNTEN
It's my life!
Gerlitzen Bergstation
Mittagskogel
DE
Julische Alpen
Faaker See
Villach
Kanzelhöhe
Ossiacher See
Trailcenter Ossiacher See
Weg der Planeten und Sonnenobservatu
Ossiacher See
Erlebnisarena Kanzelhöhe
Pöllingerhütte
Paragleiten
Kompass
S
M
E
N
Traumbogen Höhenrundweg
08.09.
30°C 15°C
09.09.
26°C 15°C
10.09.
18°C 15°C
11.09.
21°C 13°C

KÄRNTEN
It's my life!

In Kürze …



So holt man sich das Panorama auf die eigene Website

Kostenlos, ohne Programmierung – einen fertigen Baustein kopieren

1

Seite aufrufen

QR-Code scannen oder kaernten.at/b2b öffnen: dort sind alle Motive gelistet.

2

Startpunkt wählen

Motiv und Kameraposition aussuchen — z. B. Gerlitzen Bergstation, Kanzelhöhe oder Blick auf den Ossiacher See.

3

Kopieren und einfügen

Auf „Kopieren" klicken, Baustein einsetzen — er erscheint als Button, der die Erlebniswelt öffnet.

Winter folgt, sobald die Erlebniswelt fertig ist.

Kärntner Seen

16 Seen zur Auswahl

kaernten.at/b2b

Kärntner Berge

17 Berge zur Auswahl

kaernten.at/b2b

Stefan Andres · Projektentwicklung
stefan.andres@kaernten.at · +43 463 3000 247

Was jeder selbst tun kann

Sechs Punkte mit dem größten Hebel
– die vollständige Liste bekommt man ausgedruckt am Stand

1 Google-Profil komplett

Jedes Feld ausfüllen, auch alle Attribute. Auch ein Nein ist eine Information: „nicht barrierefrei" ist besser als gar keine Angabe.

2 Text statt Bild

Preise, Speisekarte und Leistungen als Text auf die Seite. Ein Foto oder PDF davon ist für KI-Systeme praktisch nicht vorhanden.

3 Konkrete Seiten

Antworten auf echte Gästefragen: „Wo kann ich mit meinem Hund baden?" Ein FAQ-Bereich wirkt doppelt.

4 Bewertungen pflegen

Nicht nur der Schnitt zählt: Aus dem Text werden Eigenschaften abgeleitet — „ideal für Hochzeiten mit 80 Personen". Auf jede antworten.

5 Buchbar, und zwar früh

Mindestens 18 Monate für Unterkünfte, 12 für Erlebnisse. Wer nicht buchbar ist, wird auch nicht empfohlen.

6 Überall wortgleich

Name, Adresse und Telefonnummer buchstabengleich auf Website, Google und allen Portalen. Abweichungen kosten Vertrauen.

Der 5-Minuten-Selbsttest

Heute Abend selbst testen

Konkrete Frage an die KI stellen

„Was kostet die Halbpension bei [Name des Betriebes]?"

„Welche Hotels in Kärnten haben im November noch geöffnet?"

„Wo finde ich in Kärnten eine Unterkunft für eine Feier mit 40 Personen?"

Den eigenen Betriebsnamen einsetzen.

Vier Dinge an der Antwort prüfen

Komme ich überhaupt vor?

Oder werden nur Betriebe in meiner Nachbarschaft genannt?

Stimmt, was dort steht?

Preise, Öffnungszeiten und Leistungen richtig und aktuell?

Passt die Beschreibung?

Wird mein Haus so dargestellt, wie ich gefunden werden will?

Woher hat die KI das?

Meine Website, mein Google-Profil — oder ein Buchungsportal?

Wo die Antwort fehlt oder falsch ist, weiß man, wo man ansetzen muss.

Und dann die KI gleich selbst fragen:
„Das ist meine Website: … — was fehlt dort, damit du mein Haus empfehlen kannst?"


Die KI empfiehlt, was sie versteht.
Gebt ihr etwas zu verstehen.
KÄRNTEN
It's my life!

Teamleitungen der Kärnten Werbung

