

SERVICES DER KÄRNTEN WERBUNG

Auf einen Blick.

KÄRNTEN
It's my life!



VORWORT



Mag. Klaus Ehrenbrandtner,
Geschäftsführer Kärnten Werbung

*„Zusammenkommen ist ein Beginn,
Zusammenbleiben ist ein
Fortschritt, Zusammenarbeiten
ist ein Erfolg.“*

Henry Ford

Liebe Gastgeber:innen,

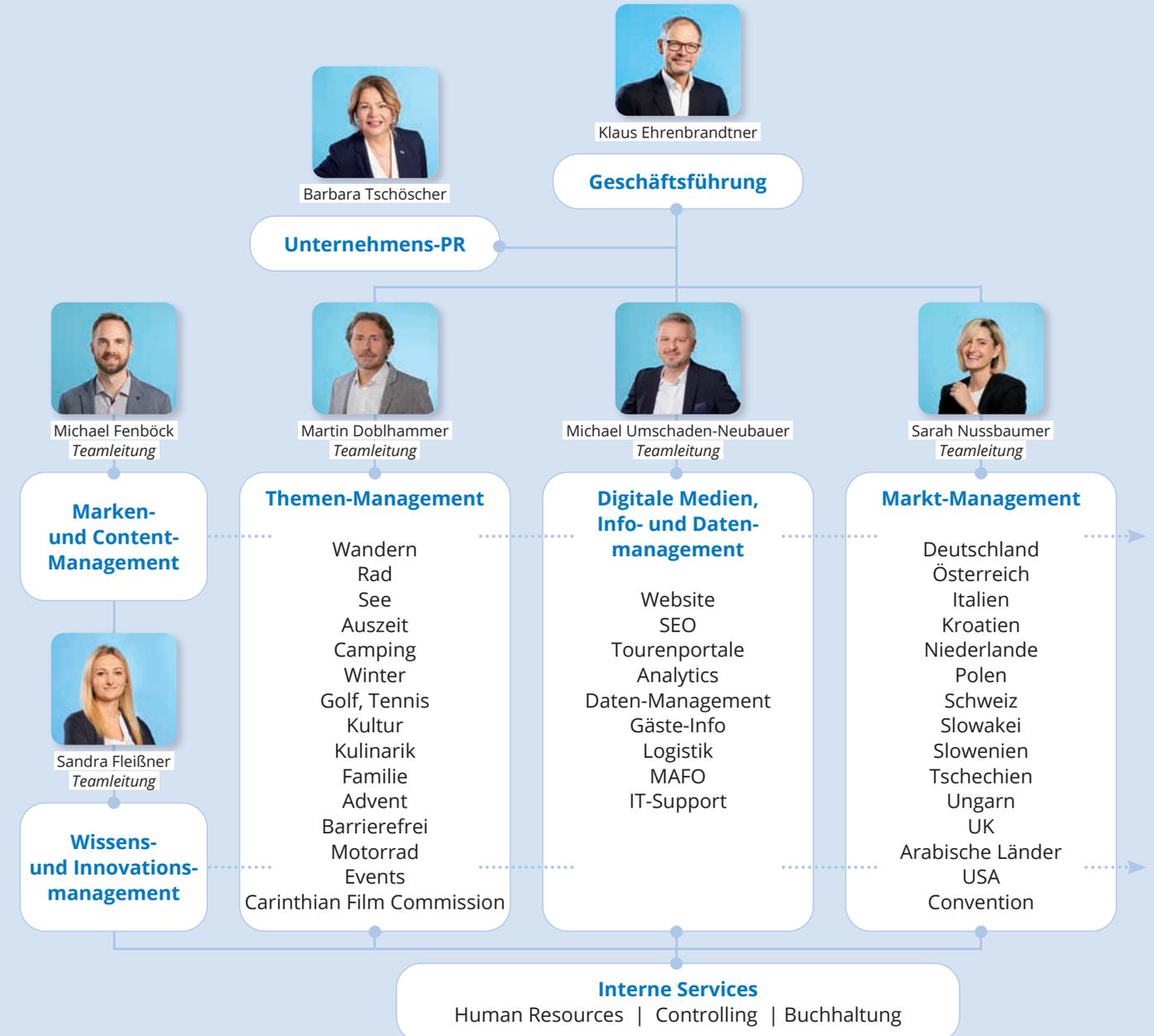
Kärnten als zukunftsorientiertes Tourismusland zu etablieren erfordert ein konsequentes Miteinander aller Partner. Die Kärnten Werbung ist für Sie da und bietet zahlreiche Service- und Informationsleistungen sowie Kooperationsmöglichkeiten an. In diesem Folder finden Sie eine Übersicht dazu.

Uns ist es besonders wichtig, die Zusammenarbeit mit Unternehmer:innen weiter zu stärken und in persönlichen Austausch mit Ihnen zu treten. Denn je mehr wir voneinander wissen, umso effizienter wird die Arbeit für einen erfolgreichen Kärntner Tourismus sein. Mit der Kärnten Werbung on tour und unseren diversen Branchen-Info-Formaten möchten wir zur Gestaltung einer gemeinsamen touristischen Gegenwart und Zukunft beitragen.

Wir freuen uns auf konstruktive Gespräche, viele Ideen, Anregungen und laden Sie ein, die Möglichkeiten einer Zusammenarbeit mit der Kärnten Werbung zu nutzen.

Herzlichst

UNSER TEAM AUF EINEN BLICK



STRATEGISCHE SCHWERPUNKTE DER KÄRNTEN WERBUNG

In folgenden Bereichen möchte die Kärnten Werbung in den kommenden Jahren Schwerpunkte setzen:

INTERNATIONALISIERUNG



Ausgangslage: Nahmärkte sehr wichtig
60 % der Kärnten-Urlauber stammen aus Österreich und Süddeutschland. Buchungen in diesen Märkten sind oft kurzfristig und wetterabhängig.



Gut zu wissen
»Das größte Wachstum zeigt sich aktuell in Zentral- und Osteuropa.
»Das Auslandsreisevolumen auf internationalen Märkten steigt, während es in Nahmärkten stagniert.
»Eine längere Anreise geht oft mit längerer Aufenthaltsdauer, längerfristiger Buchung und/oder höheren Reiseausgaben einher.



Chancen
»Die Koralmbahn verbindet Kärnten mit Nah- und auch Ostmärkten.
»Kärntens „Berge und Seen“ sowie länderübergreifende Produkte (Alpe-Adria) gelten in Fernmärkten als sehr attraktiv.
»Flugverbindungen schöpfen Potenziale im Norden Deutschlands ab.



Ziele
»Marktanteile in Auslandsmärkten (inklusive Deutschland) zurückgewinnen.
»Wachstumspotenziale in Zentral- und Osteuropa abschöpfen.

»Wettbewerbsvorteile von Kärntens Natur und der Lage im Alpen-Adria-Raum für Produktentwicklung und Vermarktung in Fernmärkten nutzen.

FOKUS AUF QUALITÄT



Ausgangslage: Die Gästezufriedenheit in Kärnten ist gut, liegt aber leicht unter dem Durchschnitt. Potenziale sehen die Gäste u. a. bei Mobilität, Radinfrastruktur und Schlechtwetterangebot.



Gut zu wissen
Die T-MONA-Ergebnisse zeigen, dass die Zufriedenheit der Gäste hohe Auswirkung auf die Weiterempfehlungs- und Wiederkehrer-Quote hat:
»29 % der Kärnten-Gäste wählen das Reiseziel auf Basis von Weiterempfehlung und
»35 % der Kärnten-Gäste wählen das Reiseziel auf Basis von vorhergehenden Besuchen
»Gäste sind bereit, Preiserhöhungen bei entsprechender Qualität des Angebots leichter zu akzeptieren.



Chancen
»Gute Datenbasis: Die Befragungen zeigen sehr genau, wo Kärnten Optimierungspotenzial hat, aber auch wo uns die Gäste überdurchschnittlich bewerten (z.B. Landschaft, Natur, Preis-Leistungs-Verhältnis im Winter).

»Nachhaltigkeit und Regionalität entwickeln sich immer mehr zu Entscheidungsfaktoren – hier kann Kärnten punkten.



Ziele
»Gäste-Zufriedenheit und Weiterempfehlungsquote über Österreich-Durchschnitt heben: Bewusstsein schaffen und Kräfte bündeln, um gemeinsam das Angebot weiterzuentwickeln (z. B. Radinfrastruktur und -erlebnis).
»Qualität zeigen: Fokus in der Vermarktung auf jene Angebote, in denen Kärnten bereits hohe Zufriedenheit und Glaubwürdigkeit hat.

KONTINUIERLICHE VERLÄNGERUNG DER SOMMERSAISON



Ausgangslage: Konzentration der Sommer-Nächtigungen auf Juli und August
Im Bundesländervergleich ist das stärker ausgeprägt. Die Betten werden zudem weniger stark ausgelastet.



Gut zu wissen
»Der Altweibersommer kann bis Anfang November, bedingt durch den Klimawandel, immer öfter touristisch genutzt werden.
»Zusätzlich zum Herbst startet das Land Kärnten gemeinsam mit der Kärnten Werbung eine mehrjährige Vorsaison-Offensive zum Thema Rad.



Chancen
»Der anhaltende Rad- und Wander-Trend sorgt – bei passendem Angebot – für stabile Nachfrage in den Schultersaisons.
»Erholung hat sich zum Urlaubsmotiv Nr. 1 entwickelt, steigende Nachfrage in dem Bereich.



Ziele
»Langfristig eine durchgehende Saison von Ostern bis Allerseelen (Ende Herbstferien) etablieren – möglichst flächendeckend in ganz Kärnten.

»Angebote und Veranstaltungen rund um Potenzial-Themen in der Vor- und Nachsaison weiter ausbauen und bewerben.

EFFIZIENTE UND ZIELGRUPPENGENAUE KOMMUNIKATION



Ausgangslage: Viele Stakeholder kommunizieren mit dem Gast – oft nicht wirklich aufeinander abgestimmt. Die Digitalisierung bietet laufend Möglichkeiten, um Gäste effizienter mit personalisierten Botschaften und Angeboten zu erreichen.



Gut zu wissen
»Um die Bilder und Botschaften für unsere Gäste noch besser abzustimmen, hat die Kärnten Werbung die Kernaussagen der Tourismusmarke Kärnten auf einen Blick zusammengefasst.
»Verhalten und Ansprüche der Gäste entwickeln sich rasant weiter, ein hoher Personalisierungs-Grad wird auch im Marketing erwartet.



Chancen
»Durch die Zusammenlegung von Marketingkanälen können wir die Gäste effizienter und mit einheitlicheren Botschaften erreichen, zum Beispiel durch eine gemeinsame Website für alle Regionen und Destinationen in Kärnten
»Gerade im Bereich Information und Dialog mit Gästen entwickeln sich durch KI Chancen, u. a. da sie beinahe alle Sprachen übersetzen kann.



Ziele
»Wir wollen Vorreiter im Einsatz von neuen Technologien im Marketing sein. Dazu gehört Kompetenzausbau durch Pilotprojekte und Vernetzung mit Experten.
»Weniger Streuverlust in der Vermarktung durch Zusammenlegung von Marketingkanälen (u. a. eine gemeinsame Website) sowie gemeinsame Entwicklung von Angeboten und Content mit relevanten Partnern.

ENTWICKLUNG BETRIEBE & MITARBEITER:INNEN

JUNG-UNTERNEHMER:INNEN

FUTURE-MAKERS

Die Community für junge Zukunftsgestalter:innen im Tourismus. Innovative Formate wie Speed-Dating mit Best Practice-Betrieben, Wine & Dine mit Visionär:innen, Zukunftsreisen und inspirierenden Brancheneinblicken schaffen Raum für Vernetzung, neue Ideen und persönliches Wachstum. Hier entsteht eine echte Community – offen, mutig und bereit, Tourismus neu zu denken.



QUALITÄT KÄRNTEN 25+

TQI KÄRNTEN 25+

Die Betriebs-Initiative Qualität Kärnten ist eine Kooperation aller Kärntner Tourismusorganisationen, der Wirtschaftskammer Kärnten und der Kärnten Card mit dem Ziel, die Dienstleistungsqualität touristischer Betriebe im Einklang mit der Marke Kärnten nachhaltig zu steigern.

TOURISMUS-AKADEMIE KÄRNTEN

AUS- UND WEITERBILDUNG

Wissen, das wirkt. Kompetenzen, die bleiben. Egal ob Einsteiger:in oder Profi: Unsere Weiterbildungen liefern genau das Know-how, das Sie weiterbringt. Von der Branche inspiriert, von Expert:innen kuratiert – und laufend weiterentwickelt.

KÄRNTEN:next

INNOVATIONSPLATTFORM

Sie haben eine spannende Idee, eine interessante Beobachtung oder eine Frage – dann sind Sie bei uns richtig. KÄRNTEN:next sammelt Impulse aus der Praxis und entwickelt daraus neue Ansätze, Produkte und Projekte für den Kärntner Tourismus.



IHRE VORTEILE

- BETRIEBSWIRTSCHAFTLICH MESSBARER NUTZEN**
Neue Impulse zur Vereinfachung Ihrer Abläufe und zur Stärkung Ihrer Wirtschaftlichkeit.
- PERSÖNLICHE BEGLEITUNG STATT STANDARDLÖSUNGEN**
Tourismuscoaches und Expert:innen unterstützen Sie individuell bei Ihren Herausforderungen.
- FRISCHE IDEEN AUS DER PRAXIS**
Lernreisen, Austauschformate und Blicke über den Tellerrand – umsetzbar und inspirierend.
- ORIENTIERUNG IN EINER KOMPLEXEN WELT**
Trends, Innovationen und Entwicklungen auf den Punkt gebracht – damit Sie heute die richtigen Entscheidungen für morgen treffen.



Link zum Kursprogramm

MARKETING-SERVICES

UNSERE LEISTUNGEN:

- » Agenturbetreuung
- » Werbemittelproduktion
- » Kampagnen-Management

Bei Marketingkooperationen übernehmen wir bis zu 50 % der Media-Kosten.

ANGEBOTSKOOPERATIONEN

Zusammen zu mehr Sichtbarkeit:

In Angebotsgruppen bündeln wir themengleiche Angebote. Passende Betriebe können zu bestimmten Bedingungen Teil einer der folgenden Angebotskooperationen werden:

Themenfeld	Ansprechpartner Kärnten Werbung
Alpe-Adria-Trail	Roland Oberdorfer
Auszeit in Kärnten	Michaela Reisner
Barrierefreier Urlaub	Elke Maidic
Bed & Bike Betriebe	Paco Wrolich
Camping	Sabine Buchacher
Convention	Maximilian Krainz
Drauradwegwirte	Paco Wrolich
Golf	Markus Polessnig
Motorrad	Roland Oberdorfer
Nockbergetrail/Skitouren	Roland Oberdorfer
Slow Food Kärnten	Gertrude Ortner
Tennis	Markus Polessnig

MARKETINGKOOPERATIONEN FÜR MÄRKTE & SAISONEN

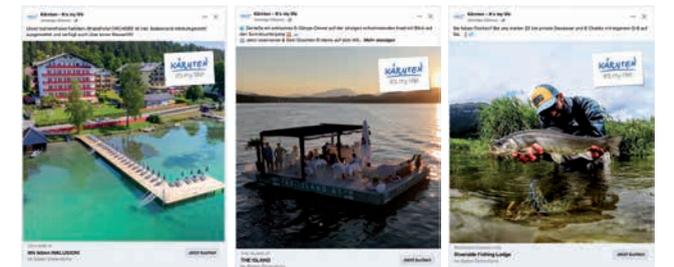
Sie können einzelnen Kampagnen beitreten. Hier entsteht der Hebel durch das gemeinsame Budget, gemeinsame Vermarktung, individuelle Werbemittel.

Saison	Land	Ansprechpartner Kärnten Werbung
Winter Online	AT / DE	Vanessa Schwarzbauer
Winter	CEE	Lada Pranter
Sommer Online	AT / DE	Vanessa Schwarzbauer
Sommer	VAE	Sabine Buchacher
Sommer	USA	Maximilian Krainz
Wellness-Herbst	AT / DE	Iris Kuchar

FOTO-SERVICE FÜR PARTNERBETRIEBE

Für die ersten 35 Betriebe, die bei Angebotsgruppen oder Zukaufskampagnen mitmachen, gibt es die Möglichkeit sich um ca. 500 € ein Foto-Shooting zuzukaufen.

Leistungen: 1/2 Tag Produktion, ca 20–30 Fotos



Link zum Team

SERVICES FÜR DIE WEBSEITE

WEBSEITEN-WIDGETS

SONNENSTUNDEN-ZÄHLER

Kärnten ist gesegnet mit mehr Sonnenstunden als andere Skigebiete. Die Gäste schätzen das. Mit dem Widget können Sie den Sonnenstundenzähler für das nächstgelegene Skigebiet einbauen.



SEETEMPERATUREN

Die Kärntner Seen und die Wassertemperaturen sind buchungsentscheidend. Mit dem Widget können Sie die Seetemperaturen auf Ihrer Webseite einbauen.



360° SEE-PANORAMEN

Die Kärntner Seen interaktiv ansehen. Damit wurde eine innovative und neue Visualisierung der Seen-Landschaft geschaffen. Ideal für Verortung und Inspiration.



KI-CONCIERGE

Nutzen Sie den KI-Concierge der Kärnten Werbung um Ihren Besuchern einen Mehrwert auf Ihrer Homepage zu bieten.



SERVICES FÜR DEN AUSSENAUFTRITT

MERCHANDISE

EINKAUFSGEMEINSCHAFT BEITRETEN

- » Zum Newsletter anmelden
- » Bestellliste 2 x im Jahr bekommen (Herbst & Frühjahr)
- » Kärnten-Merchandise zum Selbstkostenpreis kaufen



TOURISMUSMARKE

DIE MARKE AUF EINEN BLICK

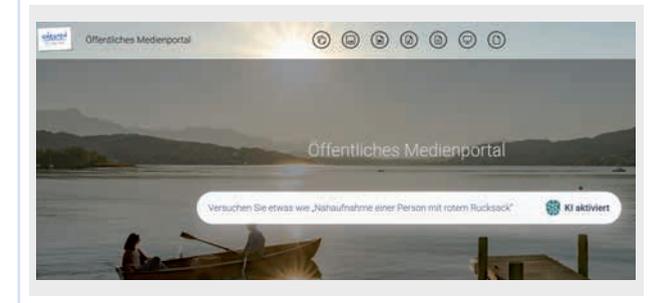
Eine Übersicht und praktische Anleitung für eine schlagkräftige Kommunikation.



BILDER & VIDEOS

MEDIENDATENBANK

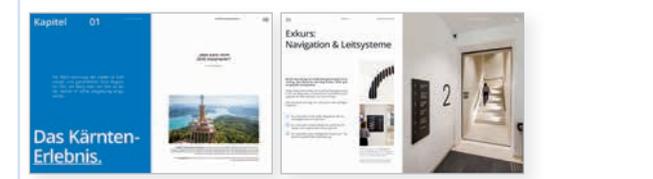
Fotos & Videos der Kärnten Werbung (inkl. Social Content) steht der Kärntner Tourismuswirtschaft hier zur Verfügung.



INSZENIERUNG & ERLEBNISSE

ERLEBNISLEITFADEN

Begeisterte Gäste buchen mehr – und immer wieder! Wer darüber nachdenkt, sein Hotel umzubauen, wer die Strahlkraft verstärken oder ein Ausflugsziel noch spektakulärer erscheinen lassen will, der wird zahlreiche praxisnahe Anregungen finden.



INFORMATIONEN ÜBER MÄRKTE UND GÄSTE

MARKTINFORMATIONEN



Auswertungen von Märkten, Trends und Zielgruppen – für fundierte Entscheidungen und strategische Ausrichtung im Betrieb.

T-MONA GÄSTEBEFragung



Die T-MONA Gästebefragung liefert umfangreiche Informationen über das Reiseverhalten der Kärnten Urlauber im Winter und Sommer.



STUDIENREISEN

Inspirierende Reisen in relevante Herkunftsmärkte, die aktiv bearbeitet werden, um Zielgruppen besser zu verstehen, Marktbesonderheiten kennenzulernen und konkrete Ideen für die eigene Angebotsentwicklung zu gewinnen.
Herbst 2025: Markt Slowakei

NEU: MARKTBRUNCH

Austausch in entspannter Atmosphäre mit unseren Markt-Expert:innen und Branchenkolleg:innen – ideal, um Insights zu gewinnen und neue Impulse für das eigene Unternehmen zu holen.
Erster Marktbrunch geplant im Herbst 2025

ÜBERNACHTUNGSSTATISTIKEN



Erhalten Sie hier eine kompakte Übersicht über Ankünfte, Nächtigungen und Aufenthaltsdauer im Kärntner Tourismus.

MARKT-DATEN

Bei uns bekommen Sie jederzeit aktuelle Marktdaten und -Analysen zu unseren Zielmärkten:

- Deutschland
- Österreich
- Italien
- Kroatien
- Niederlande
- Polen
- Schweiz
- Slowakei
- Slowenien
- Tschechien
- UK
- Ungarn

- Arabische Länder
- USA



AKTIVE MARKTBEARBEITUNG IN 14 LÄNDERN

Nächtigungen in Kärnten nach Märkten 2024:

AT: 41 %	Süd-DE: 13 %
Rest-DE 20 %	IT 2 %
NL 7 %	CEE 12 %
Rest 6 %	

Aufenthaltsdauer Beispiele:

AT 3,8 Tage	BaWü 4,4 Tage
NRW 5,7 Tage	NL 5,9 Tage

SO BLEIBEN SIE UP-TO-DATE

KÄRNTEN
It's my life!

ANMELDUNG NEWSLETTER



Möchten Sie regelmäßig Informationen über aktuelle Themen aus der Tourismus-Branche, interessante Veranstaltungen und Insiderinfos erhalten? Klingt gut? Dann tragen Sie bitte Ihre E-Mail-Adresse ein und klicken auf „Jetzt zum Newsletter anmelden!“

UNSERE SOCIAL MEDIA KANÄLE

Für unsere Gäste und Partner



Facebook



Pinterest



YouTube



Instagram



TikTok



LinkedIn