

A scenic landscape of a mountain valley. In the foreground, a person wearing a yellow shirt and a cap is looking through binoculars. The middle ground shows a lush green valley with a lake and rolling hills. The background features majestic mountains under a blue sky with light clouds.

KÄRNTEN
LUST AM LEBEN

Erlebnisraum Berg & Natur aus Sicht der Marke Kärnten

Christian Kresse, Kärnten Werbung

Trends und Herausforderungen im Tourismus



- Alpine Regionen zählen zu den Gewinnern im Sommertourismus (Steigerung bei Ankünften und ÜN im bisherigen SHJ 2012 z.B. BKK +4,7%, Gemeinde Weissensee: + 4,99%, Kötschach-Mauthen + 10,7%, Heiligenblut, Mallnitz, Obervellach: durchschnittlich 7% plus)
- Langfristig ist nicht mehr Adrenalin das primäre Markenversprechen der Berge, es geht stärker um Authentizität und Inspiration.
- „Entschleunigung im Urlaub“ – die Gegenbewegung zur Beschleunigung des alltäglichen Lebens
- Deutlicher gesellschaftlicher Wertewandel hin zu Ruhe und Stille, Zeit und Muse, Umwelt, Gesundheit und Nachhaltigkeit sichtbar: ökologische, ethische und soziale Werte beim Reisen werden wichtiger

Trends und Herausforderungen im Tourismus



- **Der „grüne Gast“:** 13 % der deutschen Bevölkerung gelten als bewusst nachhaltig Reisende. Nachhaltigkeit im Alltag und Urlaub wichtig. Touristische Umweltsiegel haben direkten Einfluss auf das Buchungsverhalten. Für nachhaltige Reiseangebote wird € 18-20 pro Tag mehr gezahlt.
- Für 40 % der deutschen Bevölkerung ist Nachhaltigkeit ein Anliegen. Umweltfreundliche Angebote werden wohlwollend wahrgenommen, Mehrpreisbereitschaft von rund € 15 pro Tag.



Trends und Herausforderungen im Tourismus

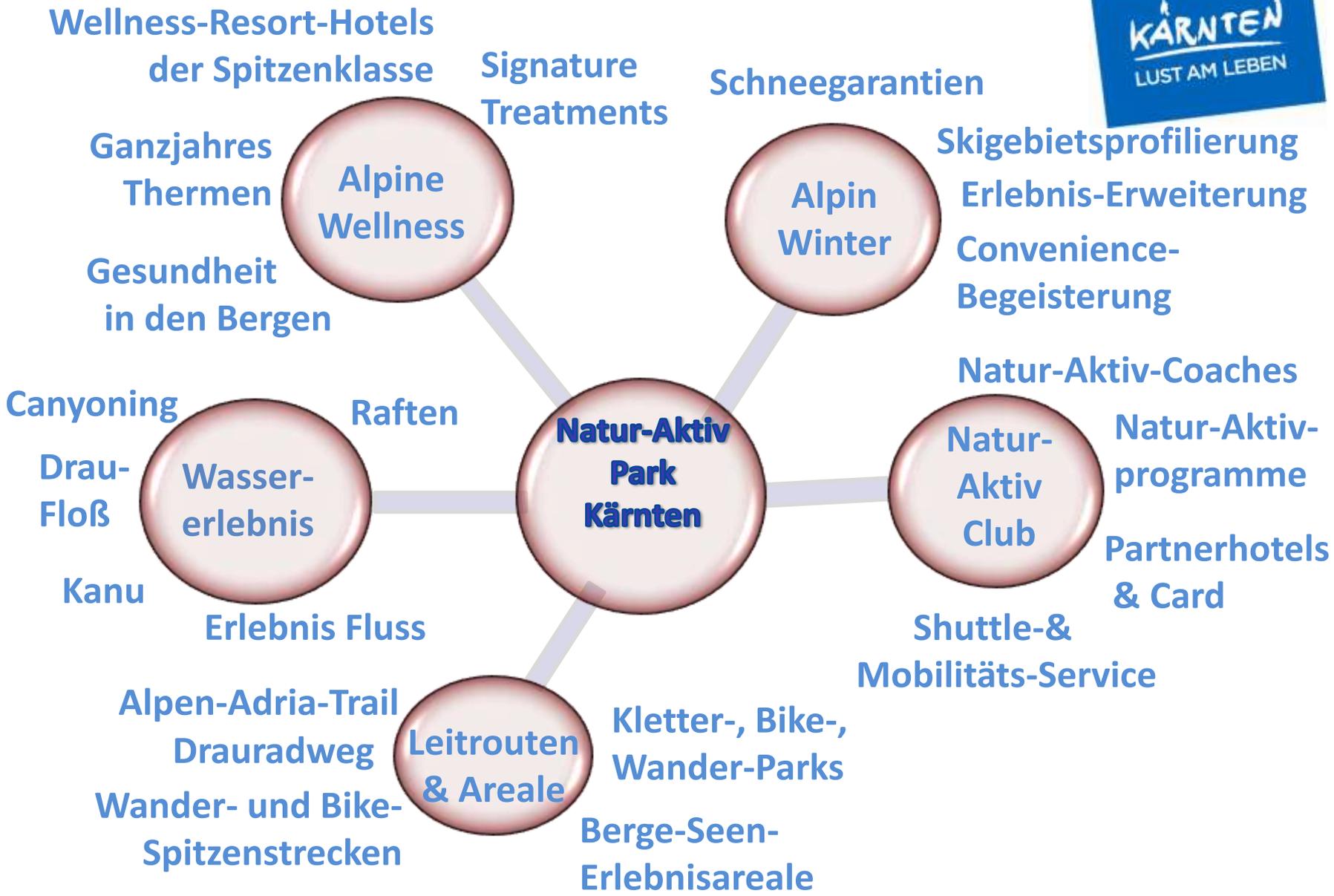


- Regionen und Alpen als Kulisse, nicht als primäres Urlaubsmotiv
- Urlaubsmotiv „Sich selbst begegnen“: der Gast will wieder zu sich finden, den eigenen Körper bewusst aktiv spüren, mit neuen Kräften aufladen, die Leichtigkeit des Seins (wieder)entdecken
- Gäste wollen: Kunst und Kultur des Urlaubslandes kennenlernen, Regionale Kulinarik genießen, Geheimtipps entdecken.
- Suche nach Echtem, Einzigartigem, Einheimischem: Angebote, die das Entdecken und Erleben der Eigenarten und Begegnungen mit den Menschen der Region ermöglichen, besitzen künftig gute Chancen auf dem Markt

A scenic landscape photograph showing a large lake in the middle ground, surrounded by rolling hills and mountains. The sun is setting behind a mountain peak, creating a bright glow and lens flare. In the foreground, there are lush green trees and foliage, with a branch of a tree hanging down from the top of the frame. The overall atmosphere is peaceful and natural.

**Kärntens Antwort auf die neuen
Herausforderungen und
Gästebedürfnisse:**







KÄRNTEN
LUST AM LEBEN

**Urlaub in der Natur mit Themen &
Produkten emotional gestalten**

Natur-Aktiv-Park Kärnten



Ein strategisches Geschäftsfeld....

9 Tourismusregionen (10 Regionen ab 2013) und die Kärnten Werbung bewirtschaften mit gemeinsamen, gebündelten Ressourcen ein Geschäftsfeld der Marke Kärnten (Produktentwicklung, Marketing, Qualitätssicherung, Buchungsmanagement, Verkauf)

..... mit den folgenden Produktgruppen....

Wandern mit dem Leitprodukt „Alpe-Adria-Trail“

Radfahren (Radfahren am Wasser, Mountainbike, Straßenradfahren) mit dem Leitprodukt „Drau-Radweg“

Naturerlebnis (hochwertige geführte Programme mit Nationalpark- oder Naturpark-Rangern, Bergführern etc.)) mit dem Leitprodukt „Magic Moments“

Outdooraktivitäten

.... und einem gemeinsamen Ziel:

Kärnten als führende Natur- und Outdoordestination zu positionieren!

Alpe-Adria-Trail: Wandern im Garten Eden



- 1. trilaterales Wanderprojekt der Dreiländerregion Kärnten, Friaul-Julisch Venetien, Slowenien
- 690 Kilometer, 38 Etappen á ca. 17 km
- Einheitliches Erscheinungsbild (Start- und Zielpunkte)
- Einheitliche Inszenierung von paradiesischen Ausblicken in den „Garten Eden“
- Alpen-Adria Kulinarik
- Packaging
- Zentrales Buchungsmanagement
- Mobilitätsservice und Gepäcktransport

www.alpe-adria-trail.com

Alpe-Adria-Trail Impressionen



Kärntner Alpen-Adria Kulinarium



- **BEGEGNUNG**

Die Kärntner Alpen-Adria Kulinarik ist Begegnung mit Genuss und Geselligkeit verbunden mit Tradition.

- **PRODUKTE**

In Kärnten genießt man regionale Produkte, die je nach Saison jederzeit frisch geerntet werden. Jedes Produkt hat in Kärnten seine Zeit und seinen Anlass. Speisen mit Alpen Adria Einfluss im Mittelpunkt.

- **ANLÄSSE**

In Kärnten stehen neben dem landwirtschaftlichen Jahreslauf besonders kirchliche Brauchtumsfeste im Mittelpunkt.

- **ORTE**

Die Kärntner Alpen-Adria-Kulinarik hat ihre ganz besonderen Schauplätze: Terrassen, Wirtshäuser, Sommerbühnen, ...



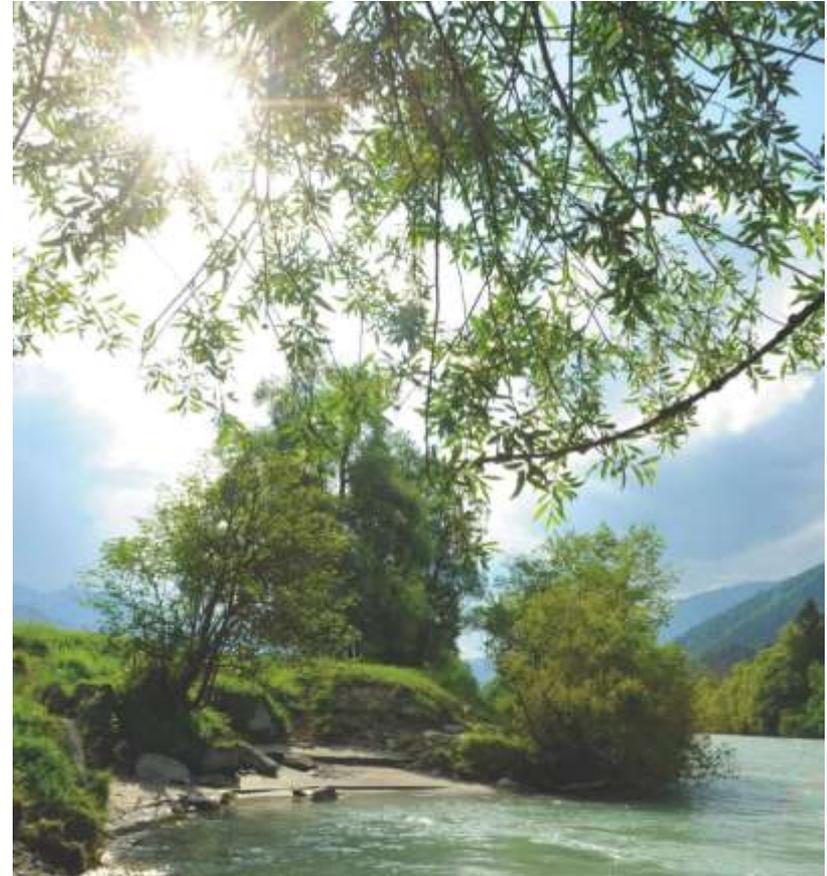
Ausblick 2013



atb_experience in Kärnten:
9. – 11. Juni 2013

Generalthema:
Die drei Säulen der Nachhaltigkeit im
Tourismus auf

- **ökonomischer**
- **ökologischer**
- **und sozialer Ebene**





KÄRNTEN
LUST AM LEBEN

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!