

Kärntens Tourismus 2024: Vorsaison-Offensive, Hochsommer-Kampagne und neue Märkte

Erfahren Sie mehr über den Tourismusstart in Kärnten im Sommer 2024 und die Vorsaison-Offensive, Hochsommer-Kampagne sowie die neuen Märkte im Fokus. Die Kärnten Werbung setzt starke Akzente in Deutschland und Österreich und fördert die Internationalisierung. Erfahren Sie mehr über die gezielten Maßnahmen, um die touristische Infrastruktur zu stärken und den Kärntner Radfrühling zu unterstützen. Entdecken Sie das vielfältige Urlaubsangebot in Kärnten, von Radfahren und Wandern bis hin zu Familienurlaub zwischen Seen und Bergen. Besuchen Sie www.karnten.at, um mehr über Kärnten zu erfahren.

Kärntens Tourismus startet in den Sommer 2024: Vorsaison-Offensive, Hochsommer-Kampagne und neue Märkte im Visier

Aktuelle Reisebarometer für den Sommer 2024 zeigen auf den relevanten Zielmärkten Österreichs eine hohe Reiselust. Auch im heurigen Jahr ist Urlaubs-Aufholbedarf nach den Covid geprägten Jahren gegeben. Das Ende der Pandemie birgt große Potenziale aber auch Effekte, wie das Ausbleiben der geborgten Gäste aus dem Inlandsmarkt. Umso wichtiger ist es daher, die Internationalisierung weiter voranzutreiben und gleichzeitig starke Akzente in den Märkten Deutschland und Österreich zu setzen. Neben der neuen Vorsaison-Offensive zum Thema Radfrühling und der Weiterführung des Herbstschwerpunktes setzt die Kärnten Werbung heuer auf diesen beiden Märkten zusätzlichen Werbefokus auf die Monate Juli und August.

Tourismuslandesrat Sebastian Schuschnig: Kärntens Tourismus startet nach einem erfolgreichen Winter mit Rückenwind in das Frühjahr und den Sommer. Erstmals setzen wir neben einer starken Hochsommer-Kampagne mit einer landesweiten Vorsaison-Offensive eine gezielte Maßnahme, um die Wertschöpfung in den Frühling zu bringen. Dabei setzen wir auf einen erlebnisreichen Radfrühling, denn immer mehr Gäste entdecken in der Vorsaison und im Herbst das Urlaubsland Kärnten mit dem Fahrrad für sich. Mit dem heute präsentierten neuen Tourismus-Aktionsplan stärken wir in den nächsten zwei Jahren die Investitionen in die Infrastruktur, die Digitalisierung und den Ganzjahrestourismus. Wir freuen uns gemeinsam mit den Tourismusunternehmer:innen, wieder viele Gäste bei uns in Kärnten, im Urlaubsland mit der höchsten Konzentration südlichen Lebensgefühls innerhalb Österreichs, willkommen zu heißen. Denn Urlaub in Kärnten hat viel zu bieten tolle Tourismusbetriebe, erlebnisreiche Urlaubsangebote, eingebettet in eine traumhaft schöne See- und Berglandschaft, die zum Wandern, Radfahren, Baden, zum Seele baumeln lassen oder zum Aktivsein in der Natur einlädt!

Josef Petritsch, Spartenobmann Tourismus und Freizeitwirtschaft, Wirtschaftskammer Kärnten: Damit Kärnten nicht den Anschluss verabsäumt braucht es gezielte Maßnahmen im Bereich der touristischen Infrastruktur. Gerade im Bereich der Schlechtwetter- und Radinfrastruktur sowie Leuchtturmprojekten braucht es beherrschte Investitionsmaßnahmen bzw. Rahmenbedingungen wie einen Tourismusinfrastuktur-Förderfonds.

Früher Start in die Saison mit dem Kärntner Radfrühling

Kärnten Werbung Geschäftsführer Klaus Ehrenbrandtner: Gemeinsam mit dem Tourismusreferat des Landes Kärnten setzen wir heuer zum ersten Mal eine eigene Vorsaison-Offensive für die Monate April bis Juni um, angelegt auf vier Jahre. In die werbliche Auslage gestellt wird hier das Angebot für Radgäste in den Bereichen Familie/Genuss, Mountainbike und

Gravelbike.

Das Marketingpaket zum Thema Radfrhling erøffnete eine groáangelegte Pressekonferenz im Rahmen der ITB in Berlin, mit einem Presseevent ging es weiter in Mpnchen. Am 10. April folgte der Presseabend in Wien und in der Bundeshauptstadt geht es gleich danach mit geballter Kærnten Præsenz beim Bike Festival von 13. bis 14. April weiter. Kærnten ist touristischer Hauptpartner des grøáten europæischen Radfestivals, zu dem wieder þber 100.000 Besucher:innen erwartet werden.

Thema Rad boomt: Den Anfang zu einer Reihe von attraktiven Radveranstaltungen in Kærnten machte am 7. April das ausverkaufte UCI Gravel World Series Race am Wørthersee. Gravelbiken hat sich zu einem wichtigen Trend entwickelt, und Kærnten ist mit dem Wørthersee Gravel Race ein Vorreiter fþr dieses Radsportsegment. Dass das Thema Radfahren generell boomt zeigt sich auch in der T-Mona Gæstebefragung vom Sommer 2023: In den Top-10 der beliebtesten Aktivitæten im Kærntner Sommerurlaub gab es vor allem beim Radfahren (alle Arten zusammengefasst) eine markante Steigerung von 32% in 2019 auf 41% in 2023.

Marketing mit viel Gefþhl:

Mach, was du liebst in TV, Radio, Kino, Online, Print und Out-of-Home

Mit neuen TV-Spots sowie der Weiterentwicklung der Werbelinie Mach, was du liebst soll der Kærntner Urlaubssommer mit viel Emotion in den Køpfen der potenziellen Gæste verankert werden. Im Kommunikationszentrum stehen die Wþnsche flexibel zu sein, einfach kurzfristig Plæne zu ændern, wieder mal Kind sein, (zu) sich selbst finden, Freiheit sppren, Zeit und Raum fþr sich und seine Lieben zu haben, die eigenen Grenzen þberwinden und etwas wieder mal zum ersten Mal machen. Die Partner der Kærnten Werbung sind auch heuer wieder die Kærntner Tourismusregionen, Urlaub am Bauernhof sowie die Østerreich

Werbung.

Als zentrale Themen für die Bewerbung des Kärntner Sommers stehen Familienurlaub, Rad & Wandern sowie Special Interest Themen wie Camping, Golf, Tennis etc. im Fokus. Sehnsucht nach Kärnten Urlaub machen eine starke Imagekampagne in TV, Radio, Multi-Screen-Kampagnen, Onlinemarketing und Social Media Aktivitäten, Print- und Medienkooperationen sowie Digital-out-of Home-Kampagnen.

Familienurlaub zwischen Seen und Bergen: Eigene Kampagne für Juli und August

Zusätzlich zu den Marketingkampagnen zur Stärkung der Nebensaisonen im Frühjahr und Herbst wird heuer eine eigene Hochsommer-Kampagne gestartet, die sich auf die Nahmärkte Österreich und Deutschland konzentriert. Hier stellen wir unser Familienprodukt am Berg und am See ins Schaufenster, sagt Ehrenbrandtner.

41% der Kärnten Sommergäste sind Familien (Rest Österreich 37%), so das Ergebnis der T-Mona Gästebefragung nach der Reisebegleitung. Die Marktanteile in Deutschland vor allem im Hochsommer zurückzugewinnen ist eine der zentralen Zielsetzungen der Kärnten Werbung. Neben den umfangreichen Marketingmaßnahmen in Bayern und Baden-Württemberg wird die Marktbearbeitung in Nordrhein-Westfalen und in urbanen Zentren in Mitteldeutschland verstärkt. Wie die Ergebnisse der Deutschen Reiseanalyse zeigen, ist auch im heurigen Jahr hoher Urlaubs-Aufholbedarf nach den Jahren der Pandemie gegeben.

Wanderlust hoch

Weiterhin stark nachgefragt bleibt das Thema Wandern. Im Ranking der Urlaubsaktivitäten im Kärntner Sommer erreichte Wandern bei der letzten Gästebefragung einen Höchststand von 71% (68% in 2019). Die Kärnten Werbung hat die Wanderlust der Kärnten Gäste zum Anlass genommen, um in Kooperation

mit dem Bergsteiger - Magazin des Bruckmann Verlags und Kärntner Tourismusregionen ein Kärnten-Sonderheft zum Thema Wandern/Bergsteigen im Sommer aufzulegen. Das Kärnten Special Magazin stellt auf 114 Seiten Kärntens Wanderparadiese zwischen Bergen und Seen vor. Bonus: Mit den best-of Inhalten aus dem Bergsteiger Kärnten-Special wurde eine 24-seitige Maxi-beilage für das NATIONAL GEOGRAPHIC Traveler Magazin gestaltet, das bei 30.000 Exemplaren beigelegt wird.

Internationale Marktbearbeitung

Neu aufgebaut wird der Markt Schweiz, wo eine kontinuierliche Bearbeitung gemeinsam mit der Österreich Werbung und Kärntner Regionen umgesetzt wird. Im Kalenderjahr 2023 wurden aus der Schweiz und Liechtenstein rund 142.000 Übernachtungen verzeichnet, ein Plus von 10 %.

Verstärkt werden die Aktivitäten der Kärnten Werbung im zentral- und osteuropäischen Raum, wo eine hohe Reisedynamik viel Potenzial für weiteres Wachstum bietet.

Auch in den Fernmärkten wie zum Beispiel den Arabischen Ländern setzt die Kärnten Werbung gemeinsam mit der Region Klagenfurt und am Markt interessierten Betrieben aus dem Zentralraum und darüber hinaus erste Aktivitäten um. Im Fokus wird neben unserer besonderen Kombination aus Bergen und Seen auch das grenzüberschreitende Angebot im Alpe-Adria Raum stehen, informiert Ehrenbrandter dazu.

Weitere zentrale Themen der Kärnten Werbung für das laufende Jahr liegen im Bereich der Digitalisierung, der Qualitätsoptimierung, der Produktentwicklung und Innovation sowie der Verlängerung des Sommers bis zum Ende der Herbstferien unter dem Thema Auszeit auf kärntnerisch. Die gemeinsame Entwicklung von Angeboten, Content und Kampagnen mit unseren Partnern ist Basis für eine erfolgreiche Vermarktung der Urlaubsdestination Kärnten, so Ehrenbrandtner.

Quelle: Kärnten Werbung / ots

Details

Besuchen Sie uns auf: mein-berlin.net