

Tourismus/Kärnten/Haider/Marketing

Kärnten startet 2006 Tourismus-Marketingoffensive in Deutschland und Italien

Utl.: LH Haider: 1,7 Mio. Euro-Kampagne soll direkt den heimischen Betrieben zugute kommen

Klagenfurt (LPD) - Neukunden und zusätzliche Nächtigungen für Kärnten soll die Tourismus-Marketingoffensive 2006 bringen, die heute, Montag, von Tourismusreferent Landeshauptmann Jörg Haider, Kärnten Werbung-Geschäftsführer Werner Bilgram und Wirtschaftskammer-Spartenobmann Gabriel Obernosterer in Klagenfurt präsentiert wurde. 1,7 Mio. Euro werden dafür aufgewendet und sollen direkt den heimischen Tourismusbetrieben zugute kommen. Die Offensive wird ergänzend zur Hauptkampagne durchgeführt und die Schwerpunkte auf dem italienischen und deutschen Markt setzen.

Laut dem Landeshauptmann wird Kärnten vor allem auf seinem touristischen Kernmarkt Deutschland "Flagge zeigen". Wegen seiner wirtschaftlichen Entwicklung werde Deutschland zwar noch "Sorgenkind" bleiben, doch man dürfe sich von diesem wichtigen Markt nicht zurückziehen. Großes Gästepotential gebe es aber auch im Nachbarland Italien. Als aktuelle Projekte nannte Haider den gemeinsamen Schipass Kärntens und Friaul-Julisch Venetiens sowie die Naßfeld-Seilbahn von Pontebba aus, deren Finanzierungsstruktur nun endgültig geklärt sei.

Zusätzliche Mittel für die Tourismuswerbung stehen auch durch das Finanzpaket für den ländlichen Raum zur Verfügung, erklärte der Landeshauptmann. Die Kärnten Werbung werde dadurch vier Mio. Euro pro Jahr mehr erhalten. Ihr Budget für 2006 werde daher 14 Mio. Euro betragen. Für die Neuerung bei den Tourismusabgaben spricht laut Haider, dass es seit 1986 keine Erhöhung der Fremdenverkehrsabgabe und seit 1988 keine Anpassung der Nächtigungstaxe gegeben habe. Zudem liege Kärnten bei den Tourismusabgaben österreichweit im Mittelfeld, was auch das **Institut für Höhere Studien (IHS)** bestätige. Die Einnahmen aus der Tourismusabgabe seien außerdem zweckgewidmet und die Erträge würden zu 90 Prozent direkt in die heimischen Betriebe fließen. Erstmals werde die Fremdenverkehrsabgabe für "mehr Gerechtigkeit" auch nach Branchen und Regionen gestaffelt, sagte Haider, der am Beispiel von 2003 die Aufwendungen des Landes für den Tourismus vorrechnete. Damals habe das Land 52,3 Mio. Euro aufgewendet, denen 4,45 Mio. Euro an Tourismuseinnahmen gegenüber gestanden seien.

Für den Landeshauptmann befindet sich Kärnten außerdem am besten Wege in Richtung Ganzjahrestourismus. Zwar habe es Verluste in der Hauptsaison gegeben, doch in den Nebensaisonen seien Zuwächse zu verzeichnen. Konkret nannte Haider plus fünf Prozent im Mai und plus sechs Prozent im Oktober. Noch mehr Kärntengäste könnte man über wirtschaftliche Kontakte gewinnen. So sollen gezielt Multiplikatoren in den deutschen Headquartern von Infineon oder Siemens angesprochen werden.

Zur Kärnten Werbung sagte Haider, dass diese derzeit evaluiert werde, um Einsparungsmöglichkeiten zu finden. Für Aktivitäten rund um die Fußball-EM 2008 würden 13 Mio. Euro aus Zinsen des Kärntner Zukunftsfonds zur Verfügung gestellt werden. Drei Mio. Euro davon sollen zur Modernisierung von Sportanlagen in den Regionen verwendet werden. Mittel für den Tourismus solle es nunmehr auch aus dem 160 Mio. Euro schweren Wachstums- und Beschäftigungspaket des Bundes und Landes geben.

Kärnten Werbung-Geschäftsführer Bilgram erklärte, dass die Schwerpunkte der Tourismus-Marketingoffensive 2006 in Print- und Onlinekampagnen, Publikumsveranstaltungen sowie Messen liegen würden. So werde man halbseitige Anzeigen in auflagenstarken deutschen Medien schalten, an denen sich auch

Kärntner Tourismusbetriebe direkt beteiligen könnten. Über 70 Prozent der Kosten für den einzelnen Betrieb werde die Kärnten Werbung übernehmen, so Bilgram. Kostengünstig sollen sich die heimischen Touristiker auch auf rund 16 internationalen Messen in u.a. Stuttgart, Hamburg, London, Budapest, Antwerpen präsentieren können. Die Kärnten Werbung werde für die Betriebe 50 Prozent der Standkosten übernehmen. Bilgram kündigte weiters zwei Kärnten Sommeropenings in Deutschland an. Das Land werde sich beispielsweise in Köln oder München mit Kulinarik, Kultur und Events vorstellen.

Einen besonderen Schwerpunkt werde man auf Italien setzen, so Bilgram. 2006 stünden für die Bewerbung Kärntens auf diesem Markt rund 600.000 Euro zur Verfügung, bisher seien es rund 250.000 Euro gewesen. Aufgelegt werden soll ein eigener Häuserkatalog, verstärken wolle man den Onlineauftritt auf italienisch und weiters sollen italienische Vereine direkt angesprochen werden. Seit Oktober sei das Kärntenbüro in Mailand aktiv, das in diese Richtung arbeite. Auch sollten die Italienischkenntnisse des Personals in Kärntens Betrieben verbessert werden.

Für Gabriel Obernosterer soll die Marke Kärnten gestärkt werden. Sie solle wieder ein Begriff für Tourismus werden und mit den Angeboten der Betriebe, gekoppelt sein. Obernosterer bewertete es als positiv, dass die Tourismus-Marketingoffensive 2006 in diese Richtung zielt.

(S E R V I C E: Zu dieser Presseaussendung stehen honorarfreie Fotos in Druckqualität auf www.ktn.gv.at zum Download zur Verfügung. Fotohinweis: LPD/Bodner)
(Schluss)

Rückfragehinweis:

Kärntner Landesregierung
Landespressediens
Tel.: 05- 0536-22 852
<http://www.ktn.gv.at/>

*** OTS-ORIGINALTEXT UNTER AUSSCHLISSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS ***

OTS0141 2005-11-21/12:46

211246 Nov 05

*© Copyright APA OTS GmbH und der jeweilige Aussender.
Die Inhalte dienen ausschließlich zur redaktionellen Verwendung und zur individuellen Information des Nutzers. Eine unveränderte Verwendung der Texte, Bilder, Grafiken, Audios und Videos auf einer nicht durch APA OTS autorisierten Homepage ist ebenso wie eine Speicherung in Datenbanken oder eine sonstige Weitergabe an Dritte nicht gestattet. Ebenso sind Direktlinks auf Meldungsaufrufe untersagt. Für den Fall, dass Sie die Inhalte weitergeben, speichern oder gewerblich nutzen möchten, wenden Sie sich bitte an: Tel.++43-1/36060-5300 oder an info@ots.at.*