

Wie kommunizieren wir die Marke nach außen?

”

Wir können der Wandel sein, den wir uns in Kärnten wünschen.

“

KÄRNTEN
It's my life!

Warum?

Kärnten It's my life heißt: für das eigene Leben in Verantwortung treten & den Tourismus in Kärnten innovativ und nachhaltig zu erneuern.

JOY

Freudentaumel, Lebendigkeit, Leichtigkeit, Natürlichkeit

CHILL

Entlastung, (Los-)lassen, Ausatmen, Sein dürfen (keine Trägheit)

ITENSITY

Verdichtung, Intensität, Schönheit, Fülle
schau wie schön (ohne Protz)

BRAVOUR

Raffinesse, Denklust, innovative Erneuerung
es auf den Punkt bringen / ganz richtig machen

Wie?

Die Hochgefühle legen die gewünschte emotionale Aufladung fest und werden für Dramaturgie und Szenografie eingesetzt. Dadurch werden Produkte, Dienstleistungen, Bilder und Videos für den Gast greifbarer und das führt zur Kaufentscheidungen.

ERLEBNISDREIKLANG:

Berge & Seen Aktiv-Erlebnis
Wintervergnügen auf der Südseite der Alpen
Alpe-Adria Genusskultur

Was?

Eigene Produkte

Eigene Dienstleistungen

Eigene Veranstaltungen

Das „Was“ sind bestehende und neue Produkte & Dienstleistungen entlang des Erlebnisdreiklanges

Die Haltung der Marke Kärnten nach Innen

”

Zukunft ist kein Geschenk,
sondern eine Errungenschaft

“

