

# 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)

**INTENSITY**

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

**BRAVOUR**

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

Wie?

„**Urlaub in Kärnten - das ist wie Urlaub im Paradies!**“ Ein Gefühl von Paradies wird erzeugt, wenn die oben genannten Hochgefühle ausgelöst werden. Die Hochgefühle werden in der Dramaturgie und Szenografie eingesetzt, damit die Marke spürbar wird. So erhöht sich die Wertschöpfung und die Zufriedenheit der Gäste.

**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

“

