

# KÄRNTNER SEELE



# GEKRÄNKT!

**GUTES IMAGE MIT FÜßEN GETRETEN!  
Touristische Gastgeber fühlen sich verraten.**

**TOURISMUS SLOGAN  
„URLAUB bei FREUNDEN“  
soll nicht zutreffen.**

Die von der Kärnten Werbung vor kurzem veröffentlichte Tourismusimage Studie bringt nicht nur die Inhaber von touristischen Betrieben auf die Barrikaden, besonders die Kärntner Bevölkerung findet es milde gesagt befremdend, dass es die über die Grenzen beliebte Freundlichkeit hierzulande nicht im ausreichenden Maße geben sollte.

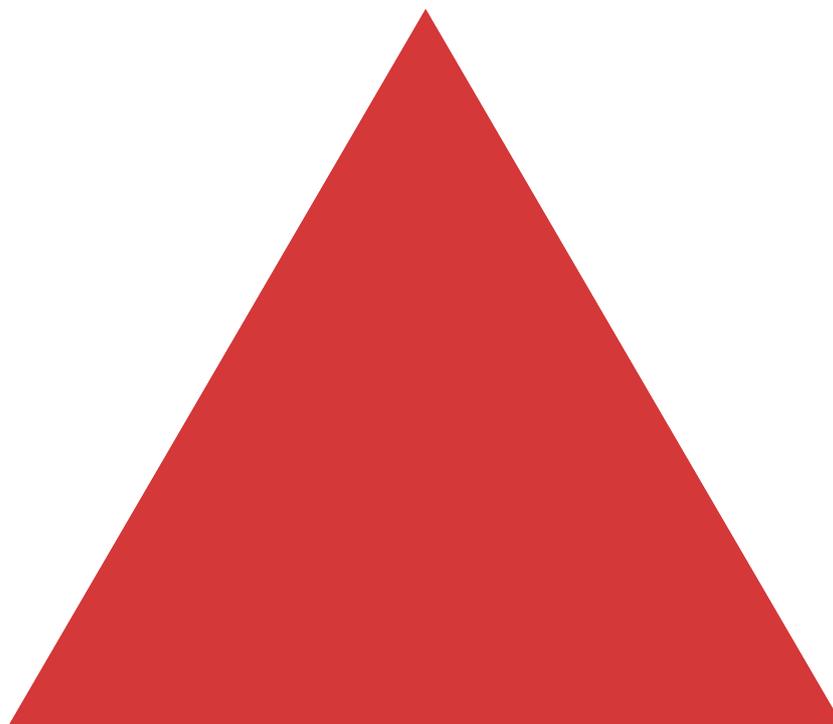
Just diejenige Institution, die mit den Slogan „Urlaub bei Freunden“ für das touristische Image werben sollte, lässt unwidersprochen die Ergebnisse einer Studie als Schuldzuweisung in Richtung heimischer Betriebe hinaus, ohne sich selbst bei der Nase zu nehmen. Endgültig wird durch ein weiteres zenitales Ergebnis dieser Studie, dass Kärnten mehr ein Bergland sei, als eine touristische Destination, wo die schönen Seen der Grund sind, Kärnten im Sommer als Urlaubsland zu wählen.

Die Unternehmerinnen und Unternehmer in den touristischen Betrieben, die sich in der Saison rund um die Uhr um das Wohl des Gastes bemühen, sind wie aus den Wolken gefallen, als sie die „Besserwisser- Botschaft“ mitten in der Hochsaison über die Medien erreichte. „Motivierend ist das nicht“, das ist nur eine der harmlosesten Repliken derjenigen betroffenen Unternehmer aus der touristischen Praxis, die sich von den Kärnten Werbern verraten fühlen.

Das **HUMANINSTITUT** als Kärntner Markt- und Motivforschungsinstitut hat das Stimmungsbild in den **touristischen Betrieben**, bei den **Kärnten Urlaubern** und bei der **Kärntner Bevölkerung** in Form einer Feldforschung erhoben.

## TOURISMUS DREIECK

URLAUBER



GASTGEBER

KÄRNTNER

**Untersuchungszeitraum: 16.08.2010 bis 20.08.2010**

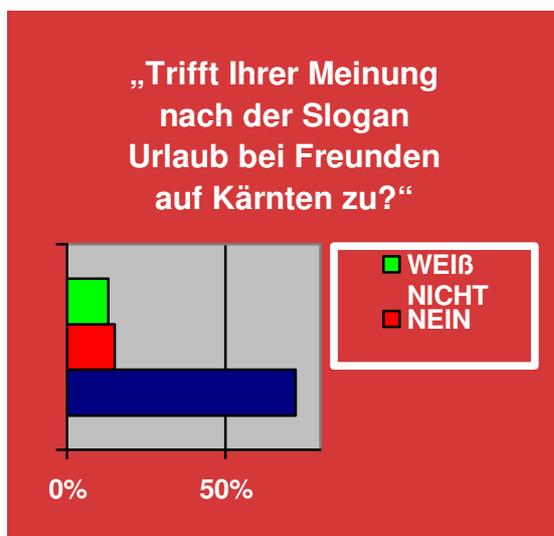
**Stichprobe:** Kärntenweit 750 Personen nach dem Quotaverfahren  
[Kärnten Urlauber, touristische Gastgeber, Kärntner]

**Verantwortlicher Ansprechpartner:** Dr. Franz Witzeling,  
Soziologe und Psychotherapeut, Leiter des Humaninstituts  
Link: [www.humaninstitut.at](http://www.humaninstitut.at) E-Mail: [office@humaninstitut.at](mailto:office@humaninstitut.at)

**FRAGEN - ANTWORTEN - ERGEBNISSE - ANALYSEN**
**Frage 1:**

„Trifft Ihrer Meinung nach der Slogan  
**Urlaub bei Freunden** auf Kärnten zu?“

<b>JA</b>	<b>72%</b>
<b>NEIN</b>	<b>15%</b>
<b>WEIß NICHT</b>	<b>13%</b>


**ERGEBNISSE IM DETAIL:  
 (SUB-CLUSTER Analyse)**

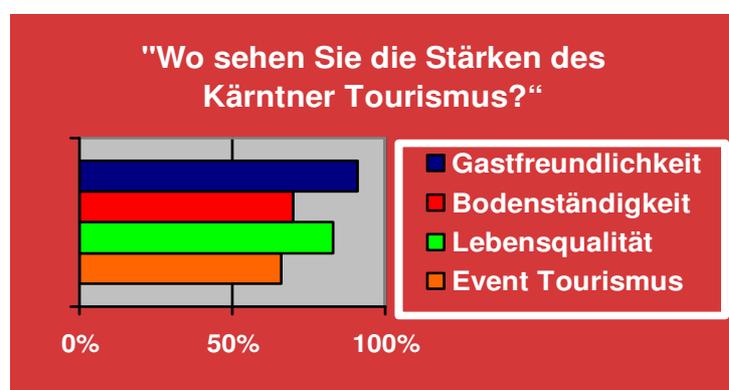
	Urlauber	Gastgeber	Kärntner
<b>JA</b>	<b>76%</b>	<b>68%</b>	<b>71%</b>
<b>NEIN</b>	<b>12%</b>	<b>18%</b>	<b>15%</b>
<b>WEIß NICHT</b>	<b>12%</b>	<b>14%</b>	<b>14%</b>

## FRAGEN AN DIE URLAUBER

### Frage 2a\*:

"Wo sehen Sie die Stärken des Kärntner Tourismus?"  
(Mehrfachnennung möglich!)

Event Tourismus	66%
Lebensqualität	83%
Bodenständigkeit	70%
Gastfreundlichkeit	91%

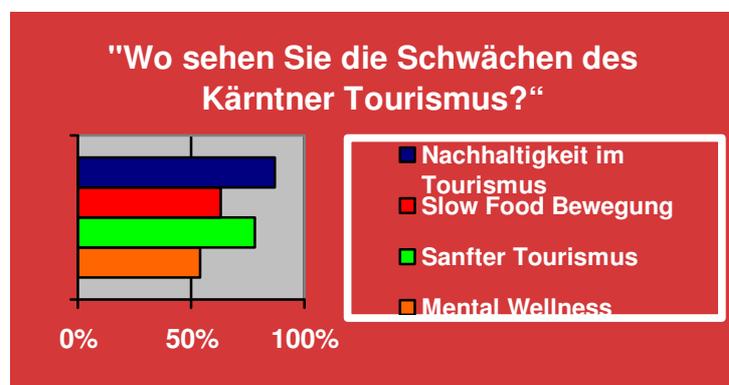


**\*Offene Fragestellung:**  
[Antworten wurden inhaltsanalysiert, kategorisiert und nach Mehrfachzuordnung %Wert-statistisch dargestellt.]

### Frage 2b\*:

"Wo sehen Sie die Schwächen des Kärntner Tourismus?"  
(Mehrfachnennung möglich!)

Mental Wellness	54%
Sanfter Tourismus	78%
Slow Food Bewegung	63%
Nachhaltigkeit im Tourismus	87%



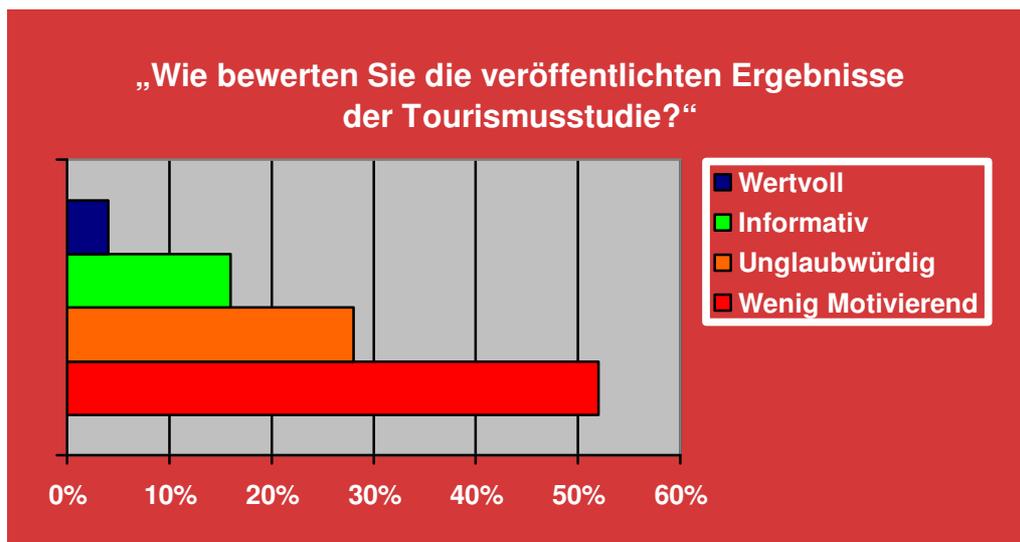
**\*Offene Fragestellung:**  
[Antworten wurden inhaltsanalysiert, kategorisiert und nach Mehrfachzuordnung %Wert-statistisch dargestellt.]

## FRAGEN AN DIE UNTERNEHMER

### Frage 3:

„Wie bewerten Sie die veröffentlichten Ergebnisse der Tourismusstudie?“

<b>Wenig Motivierend</b>	<b>52%</b>
<b>Unglaublich</b>	<b>28%</b>
<b>Informativ</b>	<b>16%</b>
<b>Wertvoll</b>	<b>4%</b>



**Frage 4: (offene Frage, inhaltsanalysiert und kategorisiert)**

„Wo sollen Ihrer Meinung nach Reformen in der Tourismuspolitik ansetzen?“  
**(Mehrfachnennung möglich!)**

<b>Parteilpolitische Interessen heraushalten</b>	<b>90%</b>
<b>Netzwerke von touristischen Kooperativen aufbauen</b>	<b>79%</b>
<b>Tourismusvorhaben und Unternehmen direkt fördern</b>	<b>74%</b>
<b>Tourismugesellschaften abschaffen (KTG, WTG ...)</b>	<b>85%</b>

**Frage 5:**

„Fühlen Sie sich durch Ihre Interessensvertretungen  
(Wirtschaftskammer, Tourismugesellschaften usw.)  
ausreichend unterstützt?“

<b>JA</b>	<b>19%</b>
<b>NEIN</b>	<b>77%</b>
<b>WEIß NICHT</b>	<b>4%</b>

