



**KLIMABERG.** Anreise mit der Bahn und Carsharing mit E-Autos im Urlaub. Mit solchen Konzepten ist der Katschberg unterwegs zur CO<sub>2</sub>-Neutralität.

## Wo der innovative Tourismus blüht

In Kärnten ist der Tourismus mehr als Seen, Berge und Kasnudeln: **SMARTE IDEEN** und Initiativen zu Nachhaltigkeit und Digitalisierung machen Kärnten auch als Standort für Freizeitunternehmen interessant.

**I**rgendwann ist Schluss mit lustig, sogar im Funimation-Club der Hotelgruppe Falkensteiner am Katschberg in Kärnten. Ernst wird es bei der Mülltrennung. Gemeinsam mit einem Tech-Start-up wurden die Müllbehälter mit Sensoren ausgestattet, die überprüfen, was und wie viel weggeworfen wird und ob sich eventuell Lebensmittel einsparen ließen. „Für uns ist das ein Baustein in unserem Nachhaltigkeitskonzept“, sagt Otmar Michaeler, Geschäftsführer der Falkensteiner Michaeler Tourism Group (FMTG).

Mit umweltfreundlichen Aktivitäten ist Michaeler am Katschberg kein Einzelgänger, im Gegenteil. Das Tourismusgebiet hat sich ganz der Nachhaltigkeit verschrieben. Das ehrgeizige Ziel: Bis 2030 soll der „Klimaberg Katschberg“ CO<sub>2</sub>-neutral sein. Eingekauft werden bevorzugt Lebensmittel aus der Region, auf den Speisekarten findet sich ein vegetarisches „Klimaessen“, die Anreise mit der Bahn wird gefördert, Urlaubern stehen leihweise E-Autos zur Verfügung. Hochbeete, Blumen- und Kräuterwiesen wurden angelegt, Bienenstöcke auf-

stellt. Für Bepflanzungen wird eine spezielle Erde verwendet, die mit Mikroorganismen angereicherten biogenen Kohlenstoff enthält. 22 Betriebe sind mittlerweile bei der Initiative dabei, die Hälfte davon mit dem Österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnet.

Das Beispiel zeigt: Tourismus in Kärnten ist mehr als Seen, Berge, Kasnudeln und saubere Betten. Gefragt sind Innovationen und die Bereitschaft, neue Wege zu gehen. Diese Kombination macht das Bundesland zu einem beliebten Tourismusziel. Mit über 13 Millionen Übernachtungen zählt Kärnten zu

VON ARNE JOHANNSEN



*„Kärnten ist ein Tourismusstandort mit Potenzial. Wir investieren dort 75 Millionen Euro.“*

**OTMAR MICHAELER**  
FALKENSTEINER MICHAELER TOURISM

den beliebtesten Urlaubsdestinationen Österreichs.

Und: Kärnten ist nicht nur für Touristiker ein interessanter Standort, sondern auch für innovative Technologiefirmen, die neue Ideen für Urlaub und Freizeit entwickeln. Beispiel Skidata, Spezialist für Zutrittssysteme – vom Skipass auf der Keycard bis zu Parkhäusern und Stadien. Das Salzburger Unternehmen hat bereits 2007 einen Forschungsstützpunkt im Lakeside Park eröffnet. „Unsere Strategie ist, disruptive Entwicklungen auch räumlich von unserer Forschungs- und Entwicklungsabteilung zu separieren“, erläutert Christoph Schwarzenberger, Vice President für Technology, „und durch die Nähe zur Universität und zu anderen innovativen Firmen gibt es in Klagenfurt einen großen Pool an gut qualifizierten Talenten.“

Skifahrer sind fast ständig mit Skidata in Kontakt – oder eben gerade nicht. Denn das Unternehmen ist mit seiner Keycard-Technologie in rund 200 österreichischen Skigebieten führend bei Entwicklung, Installation und Betrieb von kontaktlosen Zutrittssystemen.

**OHNE SCHRANKEN.** Der nächste Schritt in der Entwicklung, an dem auch die 38 Skidata-Tüftler in Klagenfurt arbeiten: „Die Schranken fallen“, formuliert Schwarzenberger die Vision. Was das heißt? „Nach dem bargeldlosen Bezahlen und dem kontaktlosen Zutritt sollen in Zukunft Drehkreuze und Schranken weitgehend wegfallen“, erläutert Schwarzenberger. In der Praxis bedeutet



*„Durch die Nähe zur Universität gibt es im Lakeside Park einen großen Pool an qualifizierten Talenten.“*

**CHRISTOPH SCHWARZENBERGER**  
SKIDATA

das: digitaler Skipass am Smartphone, gekauft im Webshop, Zutritt, ohne das Handy aus der Tasche nehmen zu müssen. Kein Stau an der Kasse oder beim Verlassen des Parkhauses, die Gebühr wird über das Erkennen des Kennzeichens automatisch abgebucht. „Komfort und Alles-aus-einer-Hand-Lösungen sind die Zukunft in der Freizeitwirtschaft“, ist Schwarzenberger überzeugt.

Innovativ ist auch ein neues Modell, das Tourismus und Industrie verbindet: Die neue Plattform *welcome2villach.at* bietet eine Vielzahl von Informationen zu „Living, Working, Playing, Learning, Enjoying in Villach“. Die Zielgruppe sind potenzielle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Unternehmen sowie Gäste, inhaltlich geht es um Themen wie Ausbildung, Gesundheitsversorgung, Umwelt, Sicherheit und Freizeitgestaltung. Die Idee hinter der Kampagne „Welcome2-Villach – Home of Work | Life Balance“: die große Attraktivität des Wirtschaftsstandorts und die hohe Lebensqualität der Region Villach zu betonen.

Auch Falkensteiner ist von Kärnten überzeugt. 75 Millionen Euro sollen in den nächsten drei bis vier Jahren investiert werden, unter anderem in „Glamping-Anlagen“, also gehobenen Outdoor-Tourismus. Am Hafnersee entsteht eine neue Anlage, auch für den Katschberg gibt es Ausbaupläne.

„Wir glauben an Kärnten, das Bundesland hat Potenzial“, sagt Michaeler, „allerdings muss es noch stärker gelingen, Kärnten in seiner Gesamtheit zu vermarkten.“

## Smarte Ideen für digitale Angebote

*Es tut sich was: Kärnten als innovativer Standort für den Tourismus von morgen.*

➔ **INNOVATIONEN** und Erlebnisse sind auch das große Thema von Alturos Destinations. Das Technologieunternehmen mit einem Standort im Lakeside-Technologiepark Klagenfurt hat unter anderem die Plattform „Skiline“ entwickelt, auf der über vier Millionen registrierte Skifans ihre Höhenmeter aufzeichnen lassen – die größte Ski-Community der Welt. Mit „EMMA“ hat die Tech-Schmiede eine digitale Assistentin geschaffen, die jederzeit mit Gästen kommuniziert. Stark im Trend: Fix installierte Kameras an besonderen Punkten, an denen Skifahrer oder Biker Fotos von sich in Action schießen lassen und diese an einem Photoprint-Terminal an der Liftstation abholen können. Alle Services vom digitalen Verkauf über die digitale Kommunikation mit Gästen bis hin zu Entertainment am Berg sowie Community-Analyse können in einem operativen System gebündelt werden. Alturos Destinations und seine rund 140 Mitarbeitenden sind damit ein gutes Beispiel für das Geschäftsfeld smarte Spezialisierung.

➔ **AUF DIGITALISIERUNG** setzt auch die Kärnten Werbung mit ihrem neuen „KI-Concierge“. Auf Basis künstlicher Intelligenz beantwortet dieser digitale Helfer rund um die Uhr Gästeanfragen in allen Sprachen.

➔ **MIT DEM FORUM ETOURISMUS** stellen die Studiengänge Digital Business Management, Hotelmanagement sowie Digital Transformation Management der FH Kärnten jährlich aktuelle Trends zur Digitalisierung des Tourismus vor. Themen heuer unter anderem: erfolgreiches Reputationsmanagement sowie die zielgerichtete Nutzung von Daten.

Mehr Interessantes zum Standort Kärnten unter: [www.carinthia.com](http://www.carinthia.com)

FOTOS: OTS/ROLAND HOLITZKY, OTS/FALKENSTEINER HOTELS & RESIDENCES, FOTOSTUDIO BARENDRECHT