



Standortmarke
Kärnten
2030



„Kärnten – ein Land, um Träume zu verwirklichen“

Kärnten als Region, als Standort für Wirtschaft und Industrie ebenso wie als attraktiver Arbeits- und Lebensmittelpunkt für Familien im Alpen-Adria-Raum, im Herzen Europas international sichtbar zu machen – das ist zusammengefasst die Intention, die Kärnten mit dem Standortmarketing verfolgt.

Kärnten muss und wird sich auf allen Ebenen, in allen Segmenten weiterentwickeln. Dazu hat Kärnten so viel zu bieten, hat viel mehr zu bieten, als seine unverkennbar wunderschöne Landschaft – Kärnten ist in vielen Bereichen einfach großartig! Und genau diese „Großartigkeit“, die unser Bundesland und unsere Bevölkerung mitten im Herzen Europas ausmacht, gilt es, sich selbst ins Bewusstsein zu rufen und auch international sichtbar zu machen!

Die Kärntner Landesregierung

Kärnten 2030 – Angekommen ...

... in einem Land, das zu sich gefunden hat, **ohne seine Wurzeln zu verleugnen, ein eigenständiges Erfolgsmuster erarbeitet** hat, das die Menschen **zukunftsoptimistisch** macht.

... in einem Land, das, sich seiner Stärken bewusst, **auf smarte Spezialisierung gesetzt** hat und in den Bereichen **Innovation & Forschung, Bildung und Nachhaltigkeit Zukunftsressourcen** aufgebaut hat.

... in einem Land, das als Wirtschaftsstandort **mit Industrie, Tourismus und Bioökonomie international erfolgreich ist**.

... in einem Land, das die Stadt-Land-Differenz in verbundener Diversität auflöst und regionale Knoten mit dem Zentralraum produktiv vernetzt.

... in einem Land, in dem eine hochentwickelte soziale Infrastruktur der Bevölkerung gleichberechtigten Zugang zu Gesundheit, Bildung und Kultur ermöglicht. in einem Land, in dem Leistungs- und Verantwortungsbereitschaft, Miteinander, Gleichberechtigung und Chancengerechtigkeit groß geschrieben werden.

... in einem Land, in dem Alt | Jung, Einheimische | Zugezogene sowie Stadt | Land wertschätzend zusammenleben.

Rahmenbedingungen des Standortes Kärnten

Entscheidend für eine starke Standortmarke Kärnten ist nicht die Beschönigung der Gegenwart oder die Verklärung der Vergangenheit, sondern die kritische Sicht auf Fakten sowie Zukunftspotenziale des Landes. Die Haltung der Marke braucht neben der Innensicht auch den Blick nach außen, denn die sozioökonomischen Dynamiken stellen neue Herausforderungen dar, die es ebenso zu berücksichtigen gilt.

Die Rahmenbedingungen sind Herausforderungen, die als neue Fragen neue Antworten erfordern, die im gesellschaftlichen Diskurs entwickelt werden.



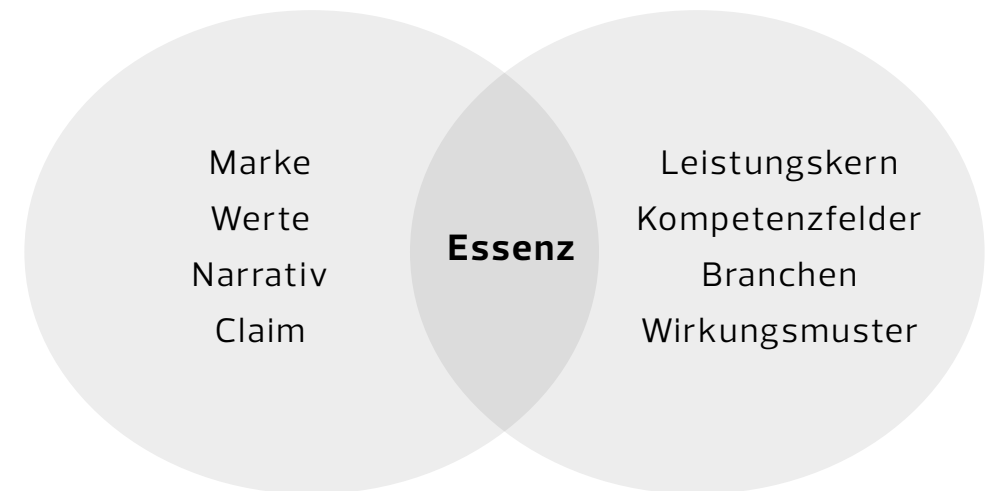
- 📍 **Kärnten steht im internationalen Standortwettbewerb – in der Wirtschaft sowie bei Fachkräften.**
- 📍 **Entscheidungen werden immer öfter auf internationaler Ebene getroffen.**
- 📍 **Bildung und Ausbildung bestätigen sich als zentrale Zukunftsressource der Gesellschaft.**
- 📍 **Digitalisierung und Künstliche Intelligenz werden das Leben nachhaltig prägen. Nur wenn die Menschen diese verstehen und zu aktiven Gestaltern werden, werden sie davon profitieren.**
- 📍 **Der Klimawandel fordert eine nachhaltige Ökonomie durch einen bewussten, ressourcenschonenden Umgang mit unserer Natur und eine neue Solidargesellschaft, die sich der Systemzusammenhänge und ihrer Verantwortung für nachfolgende Generationen bewusst ist.**
- 📍 **Kulturelle Vielseitigkeit prägt die Gesellschaft in Westeuropa. Integration Stadt | Land, Einheimisch | Zugezogen, Jung | Alt wird zu einem zentralen Erfolgsfaktor.**



Bausteine der Standortmarke

Marke und Strategie sind die zwei Seiten derselben Medaille. Das bedeutet erstens, dass die Marke mit Werten und dem Narrativ das Gewordensein und die Sehnsüchte der Menschen auf die Kultur des Handelns verdichtet.

Zweitens wird mit dem Leistungskern festgelegt, in welchen Bereichen sich der Standort Kärnten mit welchem Wirkungsmuster, also dem WIE des Zusammenwirkens, profiliert. Auf diese Weise erbringt der Standort die Wahrheitsbeweise und sorgt für Glaubwürdigkeit.



© inventschmidt.com



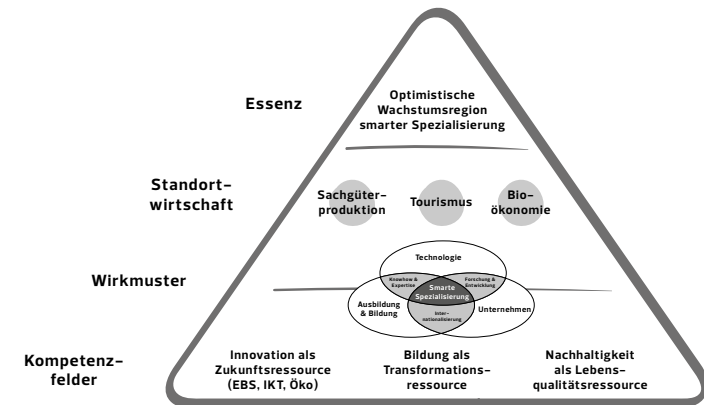
Optimistische Wachstumsregion smarter Spezialisierung

Wettbewerbsfähige Wirtschaftsstandorte zeichnen sich durch mehrere Qualitäten aus: Verfügen sie über eine Vielzahl international erfolgreich tätiger Unternehmen, spricht man von einer großen strukturellen Stärke. Tritt dies, wie beim Beispiel Kärnten, in den Hintergrund und ist heterogener, entscheidet das Zusammenwirken bezogen auf Kompetenzen, Technologien und Ressourcen über den Erfolg. Zu den herausragenden Kärntner Ressourcen zählen u.a. auch die hervorragende Gesundheits- und Pflegeversorgung, das sich weiterentwickelnde Angebot an zukunftsfähigen Bildungs- und Ausbildungsangeboten, die Möglichkeiten der Kinderbildung und -betreuung, leistungsfähige und innovative Betriebe – von der Wirtschaft und Industrie, über den Tourismus bis hin zur Land- und Forstwirtschaft – aber auch der Umgang mit Minderheiten, unterstützungsbedürftigen Menschen und Integrationsmaßnahmen. Der Weg zur markenfähigen Wachstumsregion führt in Kärnten über die Smarte Spezialisierung.



Leistungskern

© inventschmidt.com



- 📍 **Industrie und Sachgüterproduktion**
Wachstums- und Beschäftigungsmotor von heute
- 📍 **Bioökonomie, Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft**
sichern die Grundlage von Prosperität jenseits von fossilen Rohstoffen
- 📍 **Tourismus und Freizeit**
Sorgen für Work-Life-Balance und indirekten Export
- 📍 **Innovation und Forschung**
Eröffnen Wertschöpfungspotenzial von morgen
- 📍 **Bildung und Ausbildung**
Sind das zentrale Gestaltungspotenzial der Menschen im Land
- 📍 **Naturraum und Lebensqualität**
Sichern nachhaltig die Ressourcen für ein gelingendes Leben



Vier zentrale Werte prägen den Markencharakter

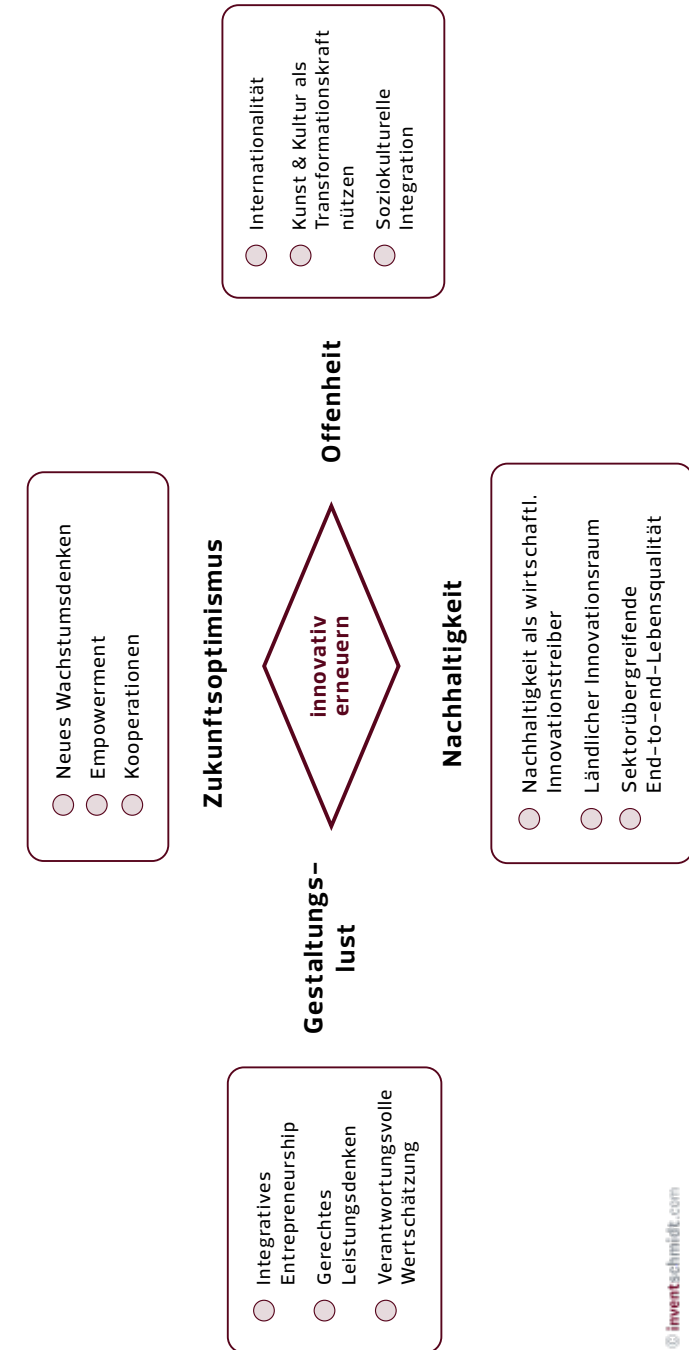
Werte sind Verhaltensressourcen. Sie helfen uns, unser Tun auf ein Ziel auszurichten. Kärnten kann zukunftsoptimistisch sein, weil es Raum für Wachstum gibt.

Nachhaltigkeit und ein ressourcenschonender Umgang mit Klima und Umwelt und die Vereinbarkeit mit der wirtschaftlichen Weiterentwicklung werden aus Verantwortung gegenüber nachkommenden Generationen in den Mittelpunkt politischen Handelns gestellt und werden als Chance für Innovationskraft verstanden. Die solidarische Gemeinschaft sorgt dafür, dass in Kärnten niemand alleine bleibt sowie gegenseitige Unterstützung, Offenheit, Respekt und Wertschätzung gegenüber Neuem gelebt werden.

Kreativität ist Intelligenz, die Spaß hat!

ALBERT EINSTEIN

Werte der Standortmarke



Wir alle gestalten Kärnten.

Es geht um die Menschen im Land, ihre Gestaltungslust, ihren Zukunftsoptimismus und ihre Offenheit, denn sie gestalten als Unternehmer/innen, Forscher/innen, Studierende, Mitarbeiter/innen oder Bürger/innen nachhaltig die Zukunft des Standortes!

Zukunft ist kein Geschenk, sie ist eine Errungenschaft!

ALBERT EINSTEIN

Dem Markencharakter entsprechend wird der Standort Kärnten seine Zukunft aktiv in die Hand nehmen und selbstwirksam den mutigen, fokussierten Weg eines aktiven Gestalters gehen. Mit dieser selbstbewussten Haltung identifizieren sich Unternehmer/innen, Forscher/innen, Studierende, Gäste und Bürger/innen. Jede Akteurin, jeder Akteur wird ein Teil der Marke – wir alle gestalten Kärnten!

Kärnten. Das Bild.

2030. Kärnten hat sich innerlich erneuert. Gestaltungslust, Kreativität und Zukunftsoptimismus sind wesentliche Ingredienzien des Mindsets, das diesen Wandel grundiert.

Kärnten präsentiert sich der Welt selbstbewusst und im Vollbesitz seiner ökonomischen, ökologischen und sozialen Kräfte – zugleich ausgestattet mit ausreichend Realitätssinn, um Herausforderungen zu identifizieren und anzugehen. Kärnten ist ein verantwortungsvoller und zuverlässiger Akteur in Österreich, der mit Innovation, Verlässlichkeit und Vertrauenswürdigkeit punktet und seine stillen Champions vor den Vorhang holt.

„Smarte Spezialisierung“ lautet die Lösung: Electronic Based Systems (EBS), Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT), nachhaltiger Qualitätstourismus und Bioökonomie sind in einem ebenso lebendigen wie befruchtenden Wertschöpfungsnetzwerk vereint. Da die wichtigste Ressource der Mensch ist, wird die Entfaltung der sozialen Infrastruktur mit derselben Leidenschaft betrieben wie der technische und infrastrukturelle Ausbau. Die ländlichen Regionen hinken dieser Entwicklung nicht nach, sondern stehen dank Vernetzung und Kooperation mit dem ebenfalls gestärkten Zentralraum in einem konstruktiven und kreativen Austausch.

Kärnten ist ein Land, in dem Innovation immer auch Bildungs- und Nachhaltigkeitskompetenz meint. Ein Land, in dem Digitalisierung „verstanden“ und die nächsten Phasen der digitalen Revolution als Chance willkommen geheißen werden. Ein Land, das smart und intelligent auf die Herausforderungen von Globalisierung und Klimawandel reagiert und seine herausragenden landschaftlichen Qualitäten durch Wendigkeit im Denken und Handeln, durch Leistungs- und Wachstumsdenken ergänzt. Die Welt ist in Kärnten zuhause – und Kärnten in der Welt.

Kärnten. Der Weg.



Bekenntnis zur Wahrheit. Ein luzider Blick auf die Geschichte des Landes, gepaart mit dem Mut, die Rolle als Nachzügler hinter sich zu lassen, waren die Basis eines neuen Kärntner Selbstverständnisses. Das Schicksal in die eigene Hand nehmen, selbstwirksam agieren und sich von der Erneuerungssehnsucht tragen lassen, in Resonanz mit Umwelt und Menschen: Ein Mindset, das Kärnten von alten Verhaltensmustern und Zuschreibungen befreite und den eigenständigen, innovativen Weg in eine selbstbestimmte Zukunft ebnete.

Bekenntnis zur Gestaltungshoheit. Zukunftswirksam agieren bedeutet: Die eigenen Stärken und Schwächen analysieren, um den demografischen Herausforderungen aktiv zu begegnen und den Standort authentisch und nachhaltig zu entwickeln. Basis der inneren Erneuerung Kärntens waren die Bereitschaft zu neuen Kooperationen im Bereich von Bildung und Ausbildung zwischen Industrie, Wirtschaft und Bildungseinrichtungen, Unterstützung und Ermutigung für Start Ups, integratives Entrepreneurship, Leistungs- und Verantwortungsbereitschaft, gegenseitige Wertschätzung und Unterstützung. Als zentrale Ressourcen kristallisierten sich Innovation, Bildung und Nachhaltigkeit heraus. Im Zuge der „Smarten Spezialisierung“, die auf gewachsene Spezialisierungen in den Bereichen Sachgüterproduktion, Tourismus und Bioökonomie gesetzt hatte, wurden Projektentwicklungsinitiativen (ähnlich dem „Holztechnologienetzwerk Kärnten“) gestartet, die die internationale Wettbewerbsfähigkeit deutlich steigern konnten.

Bekenntnis zur Nachhaltigkeit. Nachhaltigkeit ist in Kärnten sowohl Ressource für die hohe Lebensqualität (Regionalitäts-Charta, gesunde Ernährung, Slow Food-Dörfer, Radmasterplan, Klimaneutralität und Energieautarkie, ...) als auch Innovations-Trigger (bspw. Nutzung von grünem Wasserstoff als klimaneutrale Energieform). Entwicklungskerne im ländlichen Raum konnten sich zu lebenswerten und dynamischen Standorten entwickeln, die sich organisch mit dem Zentralraum verbanden und in einem höchst produktiven Austausch die Innovationskraft des Landes befruchteten.

Bekenntnis zur Offenheit. Offenheit ist ein Mindset, dessen Fundament durch Bildung gelegt wird. Merkmale sind Phantasie-reichtum, differenziert-kritisches Hinterfragen und eine positive Konnotation von Innovation und Veränderung – eine Haltung, die den Blick in die Welt öffnete und die Welt nach Kärnten holte. Wesentliche Pfeiler: Die Transformation des Landes mittels Kunst und Kultur – Kärnten wurde zum lebendigen Kultur-Hub im Alpen-Adria-Raum. Offenheit bedeutet auch soziokulturelle Integration im städtischen wie im ländlichen Raum: eine transdisziplinäre Regionalentwicklung auf Basis dezentraler Zentralisierung und verbundener Diversität.

Bekenntnis zur Gelassenheit. Kärnten förderte die Disposition zu einem kreativen, lustvoll-aktiven Lebensgefühl der Menschen, die sich als selbstwirksam und vernetzt wahrnehmen, die das Neue als Chance, als Bereicherung empfinden und eine ebenso fokussierte wie gelassene Haltung an den Tag legen. Dies war die Voraussetzung für jene Gestaltungslust, die den Weg für die innere Erneuerung ebnete und technische wie soziale Innovationen auf allen Ebenen vorantrieb.



Kärnten. Lob der Ganzheit.

Ein innovationsgetriebener Umgang mit Ressourcen und Prosperität im Einklang mit hoher Lebensqualität: Das sind die Grundlagen eines Standortes, der zu sich findet, ohne seine Wurzeln zu verleugnen. Der die Stadt-Land-Differenz produktiv auflöst, indem er gleichzeitig den Zentralraum („Wörthersee-Stadt“) und die regionalen Wirtschafts-Hubs in den ländlichen Gebieten stärkt und koppelt. Der die regionalen Leitbranchen der Vergangenheit in die Zukunft holt und mittels „Smarter Spezialisierung“ international öffnet. Ein Standort, der sich ein prägnantes, eigenständiges Erfolgsmuster erarbeitet – selbstbewusst und authentisch, innovativ und dynamisch. Wo sich landschaftliche Erhabenheit mit Zukunftsoptimismus und verantwortungsvoll gewachsener Infrastruktur verbindet, dort wird auch die Einzelne, der Einzelne „ganz“.

Kärnten ist „The place to be“ – jener Ort, an welchem ich meine Zukunft selbst in die Hand nehme und den Standort mitgestalten kann.

**Und nun?
Der Fahrplan steht.
Was ist Ihr Beitrag?**



STANDORTMARKE KÄRNTEN 2030 DANKSAGUNG:

Alpen-Adria-Universität Klagenfurt / Fachhochschule Kärnten /
Arbeiterkammer Kärnten / AMS Kärnten / Industriellenvereinigung
Kärnten / BABEG Kärntner Betriebsansiedlungs- und
Beteiligungsgesellschaft / KWF – Kärntner Wirtschaftsförderungs Fonds /
Wirtschaftskammer Kärnten / Wirtschaftsbund Kärnten /
Startups: ConTrade e.U., LOGMEDIA / build! Gründerzentrum Kärnten
GmbH / Silicon Alps / Silicon Austria Labs / Logistic Center Austria
Süd / Europlast / Verein Lavanttaler Wirtschaft / Joanneum Research
Policies / Kärntner Landesarchiv / CIC – Carinthian International Center /
Pädagogische Hochschule Kärnten / Bildungsdirektion Kärnten / Lakeside
Labs GmbH / WOOD K PLUS / Forschungs- und Technologiehaus TU Graz /
Infineon Technologies AG / Lakeside Science & Technology Park / CISC

Projektmanagement: Kärnten Werbung

Markenkonzeption: © inventschmidt

Kreation/Design: mehrWERT GmbH

Im Auftrag vom:

LAND  KÄRNTEN

IMPRESSUM:

Bild und Fotografie Copyright: Martin Steinhäler / Kärnten Werbung;

Shutterstock; Gert Steinhäler / BABEG

Text: © inventschmidt, Formulierung Markennarrativ Mag. Isabella Straub

Gestaltung: mehrWERT Werbe- und Marketing GmbH

© Copyright 2020 – Alle Inhalte, insbesondere Texte, Fotografien und Grafiken sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, einschließlich der Vervielfältigung, Veröffentlichung, Bearbeitung und Übersetzung, bleiben vorbehalten, Kärnten Werbung.

Das Markenkonzept für den Wirtschaftsstandort Kärnten wurde unter der fachlichen Leitung von inventschmidt.com erstellt.