

An:

Amt der Kärntner Landesregierung
Abt. 1 Landesamtsdirektion, Verfassungsdienst
Per Mail: abt1.verfassung@ktn.gv.at

BETREFF: Stellungnahme der KSL Tourismus Marketing GmbH zum Entwurf eines Gesetzes, mit dem das Kärntner Tourismusgesetz 2011 geändert wird

Datum: 11. November 2025

Sehr geehrte Damen und Herren,

die KSL Tourismus Marketing GmbH begrüßt grundsätzlich das Ziel der vorliegenden Gesetzesentwürfe, die Strukturen im Kärntner Tourismus zu vereinheitlichen, die Finanzierung transparent zu gestalten und eine klare Aufgabenverteilung zwischen Land, Tourismusverbänden und Gemeinden sicherzustellen.

Die gesetzliche Klarstellung der Landestourismusstrategie als verbindlicher Orientierungsrahmen sowie die Einführung eines Infrastruktur- und Mobilitätsbeitrags stellen sinnvolle Schritte dar, um Synergien im Tourismus zu heben und eine nachhaltige Entwicklung zu fördern.

Allerdings zeigen sich in den Entwürfen mehrere wesentliche Punkte, die einer Anpassung bedürfen, um Rechtssicherheit, Praktikabilität und finanzielle Planbarkeit für Tourismusverbände, regionale Organisationen und Gemeinden zu gewährleisten.

Aus operativer Sicht ist der Reformansatz nachvollziehbar:

Die Vereinheitlichung der Tourismusstrukturen, die neue Systematik der Abgaben und die strategische Verknüpfung von Landestourismusstrategie und regionalen Konzepten sind richtige und notwendige Schritte, um Kärnten als Tourismusland moderner, professioneller und planbarer aufzustellen.

Allerdings droht der Entwurf, die operative Schlagkraft der Regionen zu schwächen – genau dort, wo touristische Wertschöpfung tatsächlich entsteht. Die geplante Mittelverteilung und Zentralisierung von Entscheidungen im Land führen zu einer Entfernung von der touristischen Basis. Der Erfolg des Kärntner Tourismusmodells der letzten Jahre beruhte jedoch gerade auf der engen Verbindung von Regionalität, Nähe zu den Betrieben und eigenverantwortlicher Gestaltungskraft der Tourismusverbände und regionalen Tourismusorganisationen.

Die Reform kann eine Chance zur Neuausrichtung des Kärntner Tourismus sein – aber nur, wenn sie nicht zur Zentralisierung, sondern zur echten Partnerschaft zwischen Land, Regionen/TVB und Gemeinden führt. Der Erfolg des Kärntner Tourismus basiert auf regionaler Eigenständigkeit, operativer Nähe zum Gast und funktionierender Kooperation zwischen Gemeinden, Betrieben und Verbänden. Dieses Erfolgsprinzip darf nicht durch übermäßige Lenkung oder administrativen Aufwand verdrängt werden.

Reform der Landes-Tourismusorganisation / Kärnten Werbung

Das Gesetz überträgt der Kärnten Werbung Marketing & Innovationsmanagement GmbH zentrale Aufgaben und erhebliche Finanzanteile (§ 5 Abs. 4), ohne die bisherige Organisationsstruktur kritisch zu hinterfragen.

Forderung:

- Eine gleichzeitige strukturelle Reform der Kärnten Werbung ist unabdingbar.
- Es braucht Beteiligungsrechte und Mitspracherechte der TVBs (z. B. Anteilseigner-Modell oder Beiratsfunktion).
- Nur so kann die Verbindung zwischen landesweiter Markenführung und regionaler Umsetzung gewährleistet werden – eine rein top-down-Kommunikation in Form von Sitzungsteilnahmen der Kärnten Werbung in den Verbänden ist nicht zielführend.

Hoher administrativer Aufwand §2 (2)

Wir begrüßen den Grundsatz, dass die Tourismusstrategie laufend evaluiert wird. Aus unserer Sicht ist es jedoch wichtig, diesen Prozess klarer zu definieren – etwa durch die Festlegung konkreter Evaluierungszeiträume, Zuständigkeiten und Kriterien, um eine zielgerichtete Weiterentwicklung der Strategie sicherzustellen.

Hoher administrativer Aufwand (§ 3 Abs. 3)

Die regionalen Tourismuskonzepte sind jährlich zu evaluieren und gegebenenfalls anzupassen. Sie sind der Landesregierung zur Kenntnis zu bringen und im Internet auf der Homepage des jeweiligen Tourismusverbandes zu veröffentlichen.

Die Pflicht zu jährlichen Evaluierungen der regionalen Tourismuskonzepte bedeutet mehr Verwaltung als Umsetzung.

→ **Forderung:** Eine Zweijahresevaluierung, ergänzt durch eine verbindliche Standardisierung mit praxisorientierten Berichtsvorlagen, die von allen Tourismusverbänden einheitlich genutzt werden können.

§ 2 Abs. 3: IKT Gästeinformation, Marketing- und Technologieinfrastruktur

Der Terminus „Sicherstellung“ in den Unterabsätzen Ziffer 1, Ziffer 7 und Ziffer 9 ist unspezifisch. Die Intention des Gesetzes sieht vor Skaleneffekte durch eine zentrale Beschaffung von Technologieinfrastruktur zu erzielen. Daher sollte auch die Beschaffung in diesem Absatz ergänzt werden. Ansonsten droht die Situation, dass die Tourismusverbände zukünftig wieder selbst Verträge abschließen müssen und dadurch erzielbare Skaleneffekte verloren gehen. Zusätzlich hat die Kärnten Werbung eine bessere Verhandlungsposition, wenn sie für das ganze Bundesland verhandelt und auch der Besteller ist.

Zu Ziff. 1: Es fehlt eine klare Definition was unter „Marketing- und Technologieinfrastruktur“ zu verstehen ist. Wir verweisen auf den Anhang 1 „Anbieter IT & Digitale Systeme“, aus der die derzeitigen Anbieter und auch die erforderlichen Systeme hervorgehen.

Zu Ziff. 7: Festzuhalten ist, dass die Sicherstellung der Konzeption und Technologie für ein landesweites Gästeinformationssystem durchaus gewünscht ist.

Darüber hinaus geht es um die Frage des Prozesses. Eine Sicherstellung bedeutet auch Verhandlung mit den verschiedenen Anbietern von Systemen? Wer verhandelt im Detail? Preisverhandlungen und Verhandlungen über das Leistungsspektrum sollten von jenen geführt werden, die das Anwendungswissen haben und am Ende des Tages auch die Rechnung dafür bezahlen. Die Kärnten Werbung Marketing & Innovationsmanagement GmbH (Kärnten Werbung) wäre dafür geeignet.

→ **Forderung** nach eindeutig gesetzlich festgelegten Verantwortlichkeiten bei IKT-Systemen:

- **Land Kärnten / Kärnten Werbung:** Strategische Steuerung, technische Bereitstellung, und Finanzierung. Beschaffung, Vertragsverhandlung, Betrieb und vollständige Finanzierung der landesweit einheitlichen Gästeinformations- und Buchungssysteme.
- **Tourismusverbände:** Operative Umsetzung, Gästeinformation, Marketing. Inhaltliche Pflege, Datenqualität, Gästekommunikation und operative Nutzung.
- **Gemeinden und Betriebe;** Datenlieferung, Nutzung der Schnittstellen, keine finanzielle oder technische Verantwortung.

Die KSL Tourismus Marketing GmbH spricht sich nachdrücklich für dieses Modell aus. Dieses Modell wurde im Vorfeld so auch immer wieder kommuniziert und das sich durch die Übernahme der IKT-Zuständigkeiten und Beschaffung zur Kärnten Werbung auch budgetäre Entlastungen seitens der regionalen Tourismusorganisation ergeben!

§ 3 Abs. 5:

Ziffer 1: Unter dem Terminus „die Beschaffung und Verwendung von landesweit einheitlicher Marketing- und Technologieinfrastruktur mit Verweis auf § 2 Abs. 3 Ziffer 1“ versteht man die Anschaffung der einheitlichen Infrastruktur, aber nicht die Verhandlung mit den Marktteilnehmern und die Evaluierung von diversen Angeboten. Unter Umständen ist dadurch eine Umgehung der gesetzlichen Ausschreibungspflichten nach dem Vergaberecht zu sehen.

Ziel: Die Verhandlung mit den Marktteilnehmern, die Marketing- und Technologieinfrastruktur anbieten und die Beschaffung sollte in einer Hand liegen. Damit könnte man Synergien erreichen und hat ein Einsparungspotenzial. Der gesamte Verhandlungs- und Anschaffungsprozess sollte in die Zuständigkeit der Kärnten Werbung übertragen werden.

Meldewesen:

Gefordert sind die Anschaffung und Verwendung einer einheitlichen Software für das Meldewesen.

Ein Großteil der zugeordneten Aufgaben ist nur dann möglich, wenn die Tourismusverbände Einsicht in das Meldewesen haben, entsprechende Daten zur Verfügung gestellt bekommen, entsprechende Statistiken (im Idealfall pro Betrieb) ohne jedoch auf persönliche Daten im Sinne des Datenschutzgesetzes zugreifen zu wollen. Es geht um statistische Daten wie Herkunftsland, Aufenthaltsdauer, Größe der Familie, Altersstruktur, etc.

Die Aufgaben des Tourismusverbandes können nur dadurch viel besser organisiert und auch für die Zukunft geplant werden. Der Live-Zugriff in das Meldewesen ist entscheidend für die Angebotsgestaltung und die Ausrichtung des Tourismus in der Region. Eine entsprechende Klarstellung sollte im K-TG und in weiterer Folge auch in § 12 K-AAG aufgenommen werden.

Als Beispiel für diese Notwendigkeit wird etwa der Mobilitätsnachweis für Gäste angeführt.

- ➔ **Forderung:** Die Tourismusverbände müssen Zugriff auf die relevanten Live - Meldedaten erlangen, ohne dass dies zu einer Bittschuld degradiert wird.
- ➔ **Forderung:** Auch dafür sollte die Kärnten Werbung als zentrale Anschaffungsgesellschaft fungieren, die das dann auch verhandelt und bezahlt. (Anmerkung: Die stärkere Rolle der Kärnten Werbung ist im Übrigen auch auf www.tourismusreform.at vorgesehen!)
- ➔ **Forderung:** Damit die gesetzlich vorgeschriebene Einladung zur Vollversammlung ordnungsgemäß erfolgen kann, ist es notwendig, dass der*die Vorsitzende über die entsprechenden Kontaktdaten der Mitglieder verfügt. Diese Daten sind ausschließlich für diesen Zweck zu verwenden und unterliegen selbstverständlich den geltenden Datenschutzbestimmungen.

§ 5 Abs. 3 lit. 3: (Kostenübernahme des Meldewesen Systems durch Kärnten Werbung)

Die Zuteilung von Mitteln an die Gemeinde und im Gegenzug die Pflichten der Gemeinden sind zu überdenken. Es sollte ein einheitliches System gefunden werden, in dem die Kostentragung (Anschaffung und laufende Kosten) die Kärnten Werbung übernimmt, weil kleinere Gemeinden mit den zugewiesenen Anteilen der Aufenthaltsabgabe nicht das Auslangen finden werden. Damit läuft man Gefahr, dass kleiner Gemeinden die touristische Infrastruktur weder ausbauen noch ordentlich erhalten können.

Auch hier gilt, dass die derzeit zugewiesenen 5% nicht ausreichen werden.

§ 3 Abs. 4 (neu) – Erlebnisräume

Zur thematischen und strategischen Profilierung des Kärntner Tourismus können vom Land Kärnten Erlebnisräume festgelegt werden. Erlebnisräume dienen der überregionalen Zusammenarbeit mehrerer Tourismusverbände, Gemeinden und touristischer Organisationen zur gemeinsamen Produktentwicklung, Markenführung und Vermarktung. Die operative Umsetzung der Maßnahmen innerhalb eines Erlebnisraums obliegt den beteiligten Tourismusverbänden bzw. deren beauftragten Organisationen. Im derzeitigen Gesetzestextentwurf sind nur maximal 3 Erlebnisräume vorgesehen. In der KSL-Region sind 4 Erlebnisräume, die geographisch und thematisch Sinn ergeben. Die Erlebnisräume wurden auch ans Land gemeldet. Die KSL ist die flächenmäßig größte Tourismusregion mit rd. 1.800 km² (22 Gemeinden, 2 Bezirke)!

→ **Sollte die Strukturgröße der Tourismusverbände wie vorgesehen bestehen bleiben, werden 4 Erlebnisräume gefordert:**

- Erlebnisraum Seen (Gemeindegebiete St. Kanzian und Eberndorf)
- Erlebnisraum Geopark Karawanken (Gemeindegebiete: Neuhaus, Bleiburg, Feistritz ob Bleiburg, Globasnitz, Sittersdorf, Gallizien, Eisenkappel-Vellach)
- Erlebnisraum Drau/Saualpe (Gemeindegebiete: Völkermarkt, Diex, Griffen, Ruden)
- Erlebnisraum Lavanttal (Gemeindegebiete: Reichenfels, Preitenegg, Bad St. Leonhard, Frantschach-St. Gertraud, St. Andrä, Wolfsberg, St. Paul, St. Georgen, Lavamünd)

→ **Forderung:** 4 Erlebnisräume und für jeden Erlebnisraum ist ein Koordinationsgremium einzurichten, das aus Vertretern der beteiligten Tourismusverbände und der Gemeinden besteht. Dieses Gremium wirkt bei der Planung, Priorisierung und Abstimmung der Projekte mit. Entscheidungen über die Verwendung von Landesmitteln für Projekte in den Erlebnisräumen sind unter Berücksichtigung der Empfehlungen dieses Gremiums zu treffen.

Die Ergänzung dient der rechtlichen und organisatorischen Absicherung des neuen Instruments der Erlebnisräume, welches in der Entwurfsfassung bislang nur konzeptionell, aber nicht rechtsverbindlich definiert ist.

Ohne gesetzliche Definition besteht das Risiko:

- unklarer Zuständigkeiten,
- doppelter Verwaltungsstrukturen,
- und fehlender Mitwirkung der Tourismusverbände und Gemeinden.

Es muss sichergestellt werden, dass:

- Erlebnisräume klar als thematische Kooperationsräume definiert sind,
- keine neue Verwaltungsebene entsteht, sondern bestehende Organisationen die operative Umsetzung tragen,
- regionale Mitsprache und Kontrolle durch ein gemeinsames Gremium gewährleistet wird,
- und Mittelvergabe transparent und abgestimmt erfolgt (über Beirat + Koordinationsgremium).

Diese Lösung kombiniert rechtliche Klarheit, administrative Effizienz und partnerschaftliche Steuerung – im Sinne eines modernen, kooperativen Kärntner Tourismusmodells.

Struktur der Tourismusverbände (§ 9 Abs. 3)

Die auf der offiziellen Reformplattform kommunizierte Zielgröße von zehn Tourismusorganisationen für das gesamte Land Kärnten findet sich nicht explizit im Gesetzestext (§ 9). De facto werden die Strukturgrößen jedoch durch die im Gesetz vorgesehenen Mindestkriterien – mindestens fünf Gemeinden, 500.000 Nächtigungen und ein Jahreshaushalt von mindestens 1 Mio. Euro – verbindlich festgeschrieben. Diese Ausgangslage lässt für das Tourismusland Kärnten mehr als 10 Tourismusorganisationen zu, was ausdrücklich zu begrüßen ist. Darüber hinaus ist festzuhalten, dass eine verpflichtende Zusammenführung zu großflächigen Tourismusverbänden die lokale Identität schwächt, die Reaktionsfähigkeit auf Gästebedürfnisse deutlich verringert und die Zusammenarbeit mit Gemeinden, Betrieben und Vereinen wesentlich erschwert.

Die KSL ist die flächenmäßig größte Tourismusregion mit rd. 1.800 km² (22 Gemeinden, 2 Bezirke). Das Mindestkriterium von 500.000 Nächtigungen und 1 Mio. € Jahresbudget ist hoch angesetzt und benachteiligt kleinere, oder aber funktionierende Tourismusregionen. Die regionale Vielfalt Kärntens darf nicht durch Strukturvorgaben zerstört werden. Entscheidend sollte nicht die Größe, sondern die Leistungsfähigkeit und Qualität der Arbeit eines Verbandes sein. Mit der vorgesehenen Vergrößerung der Verbände sinkt die Zahl der ehrenamtlichen Funktionäre drastisch. Dies führt zu einem Verlust an Identifikation, lokaler Kompetenz und Betriebe.

→ **Forderung:** Absenkung der Mindestkriterien von mind. 5 Gemeinden, 300.000 Nächtigungen und 1 Mio. € Jahresbudget, um regional gewachsene Strukturen zu erhalten. Im Fall der KSL Tourismus Marketing GmbH hätte dies zur Folge, dass ein Tourismusverband Lavanttal und ein Tourismusverband Klopeiner See – Südkärnten gebildet werden kann und diese Tourismusverbände Gesellschafter der regionalen Tourismus-GmbH sind. Dies würde auch die lokale Identität stärken, die Reaktionsfähigkeit auf Gästebedürfnisse deutlich steigern und die Zusammenarbeit mit Gemeinden, Betrieben und Vereinen wesentlich erleichtern.

Aufgaben § 3 (2) Z5 und (§ 4)

Touristische Infrastruktur / Rad- und Wanderwege

§ 3 (2) Z5 und (§ 4) muss ergänzt und präzisiert werden um Klarheit zu schaffen. Zuständigkeiten zwischen TVB und Gemeinden muss eindeutig geregelt sein. Nicht unter die Pflege- und Erhaltungspflicht zu subsumieren ist die Mountainbike-Infrastruktur.

Sinngemäß wird auf die Zuständigkeiten der Gemeinden laut §1 der Kärntner Ortsbildpflegegesetz 1990 K-OBG verwiesen, um klarzustellen, welche Aufgaben in der Pflege jedenfalls von den Gemeinden zu besorgen sind.

Festgehalten wird, dass die derzeit zugewiesenen für die Erfüllung der Aufgaben durch die Gemeinden 5% für diese Aufgaben nicht ausreichen werden.

→ **Forderung:** Es ist ein verbindlicher Kriterien-, Maßnahmen- und Leistungskatalog zu verankern, in dem die Aufgaben und Zuständigkeiten der Tourismusverbände und Gemeinden im Bereich der touristischen Infrastruktur klar geregelt sind. Dieser Katalog soll insbesondere die Finanzierung, Haftung und Weiterentwicklung touristischer Infrastruktureinrichtungen nachvollziehbar festlegen. Nur durch eine eindeutige Aufgabenverteilung und transparente Verantwortlichkeiten kann eine nachhaltige, zukunftsorientierte Entwicklung der touristischen Infrastruktur gewährleistet werden.

Ertrag der Aufenthaltsabgabe - § 5

Der derzeitige Entwurf regelt nicht, dass die aus der Aufenthaltsabgabe erwirtschafteten Mittel im jeweiligen Erlebnisraum oder in der einhebenden Gemeinde eingesetzt werden müssen. Zwar werden die Abgaben weiterhin auf Gemeindeebene eingehoben, die daraus resultierenden Erträge fließen jedoch in das Gesamtbudget des jeweiligen großräumigen Tourismusverbandes. Die weitere Budgetierung und Mittelverwendung obliegt somit der Verbandsführung (Geschäftsführer und Vorstand).

Diese Regelung birgt die Gefahr, dass touristisch starke Gemeinden, die überproportional zur Mittelbildung beitragen, finanziell benachteiligt werden, wenn Mittel innerhalb des Verbandsgebietes zu ihrem Nachteil umverteilt werden. Damit wird das Prinzip der Leistungs- und Verantwortungsnähe aufgehoben und die finanzielle Planungssicherheit auf Gemeindeebene erheblich geschwächt.

Weiters ist ein Passus im Gesetz zu verankern, der festlegt, dass die Auszahlung der Aufenthaltsabgabe nach den vereinbarten Einnahmen und nicht nach den tatsächlich vereinnahmten Beträgen erfolgt. Dies schafft Budgetwahrheit und bessere Planbarkeit auf Ebene der Tourismusverbände und Erlebnisräume.

Finanzierungsaufteilung (§ 5 Abs. 3 Z 2 und 3)

Die Aufteilung der Aufenthaltsabgabe (32 % Kärnten Werbung, 50 % Tourismusverbände, 10 % Gemeinden, 8 % Infrastrukturfonds) führt zu einer deutlichen Mittelverschiebung zugunsten des Landes. Dadurch werden Marketingmaßnahmen, Veranstaltungsfinanzierungen und Produktentwicklung und Infrastrukturentwicklung massiv eingeschränkt. Die Verteilung der Aufenthaltsabgabe ist im Moment ebenfalls nicht ausgewogen, weil diese Tourismusverbände mit vielen Zweitwohnsitzen bevorzugt und somit die pauschalierte Aufenthaltsabgabe die einzige Mehreinnahmequelle für die Tourismusverbände darstellt. Dies ist sicher nicht im Sinne des Gesetzes und schon gar nicht im Sinne einer gesunden Tourismusentwicklung. Damit ergibt sich auch eine Verteilung der Mittel, die nicht gleiche oder zumindest ähnliche Entwicklungen in allen Tourismusverbände sicherstellt. Dies ist dem Umstand geschuldet, dass die Kärnten Werbung im alten Tourismusgesetz auch Mittel aus der pauschalierten Nächtigungstaxe erhalten hat. Im neuen Entwurf erhält die Kärnten Werbung nur Mittel aus der nächtigungsbezogenen Aufenthaltsabgabe. Was die Erträge pro Nacht für die TVBs auf ein Niveau sinken lässt, das unter dem alten Wert vor der Reform liegt (1,90 TVB und Region alt vs. 1,80 TVB neu).

→ Forderung: Anteil der Tourismusverbände deutlich erhöhen, um operative Marketing- und Produktentwicklungsaufgaben sowie Errichtung, Pflege und Instandhaltung touristisch relevanter Infrastruktur weiterhin gewährleisten zu können. Kärnten Werbung soll wieder Mittel aus der pauschalierten Aufenthaltsabgabe erhalten und dafür weniger nächtigungsbezogene Mittel. Die TVBs erhalten weniger aus der pauschalierten Aufenthaltsabgabe und mehr nächtigungsbezogene Mittel. Dies sorgt für eine homogenere Verteilung der Mittel unter den TVBs. Die Höhe der Mittel der Kärnten Werbung bleiben damit in etwa gleich.

→ Forderung: Der 8%-Anteil der Tourismusverbände soll nicht in den Infrastrukturfonds einbezogen werden, sondern beim jeweiligen Tourismusverband verbleiben und dort zweckgebunden für Maßnahmen der touristischen Infrastruktur oder Gästemobilität eingesetzt werden. Dies ermöglicht insbesondere zu Beginn der Einhebung einen raschen und zielgerichteten Mitteleinsatz für touristische und freizeitbezogene Infrastrukturprojekte vor Ort. Der Gast und die Unternehmen vor Ort sehen eine Veränderung.

Somit soll die Verteilung der Mittel wie folgt geregelt werden:

§5 (3) Das Land hat die ihm zukommenden Mittel gemäß Abs. 2 für die überregionalen Aufgaben des Tourismus sowie für die Aufgaben der Tourismusverbände und Gemeinden zu verwenden. Die Abgabenerträge sind wie folgt aufzuteilen:

1. Dem Land kommen zu:

- a) 35 % des Ertrags der Tourismusabgabe, soweit in einer Verordnung nach Abs. 4 nicht anders bestimmt;
- b) 5 % des Ertrags der Tourismusabgabe als Verwaltungskostenersatz für die Einhebung der Tourismusabgabe;
- c) 20 % des Ertrags der Aufenthaltsabgabe gemäß § 2 Abs. 1 K-AAG, soweit in einer Verordnung nach Abs. 4 nicht anders bestimmt;
- d) 25 % des Ertrags der Aufenthaltsabgabe gemäß § 2 Abs. 2 K-AAG, wobei der jeweilige Anteil des Landes nach dem an das Land im vorangegangenen Kalenderjahr übermittelten Aufenthaltsabgabe gemäß § 2 Abs. 2 K-AAG im Gebiet des Tourismusverbandes zu berechnen ist;
- e) der gesamte Ertrag des Infrastruktur- und Mobilitätsbeitrags gemäß § 1 Abs. 1 iVm § 4 Abs. 1 K-AAG, wobei 33 % dieser Mittel im Infrastrukturfonds gemäß § 6 und 67 % dieser Mittel im Gästemobilitätsfonds gemäß § 7 zu verwalten sind.

2. Den Tourismusverbänden kommen zu:

- a) 60 % des Ertrags der Tourismusabgabe, wobei der jeweilige Anteil eines Tourismusverbandes zu je 50 % nach dem Aufkommen an der Tourismusabgabe im Tourismusverband und der Anzahl der Nächtigungen im Gebiet des Tourismusverbandes, die sich aus der dem Land im vergangenen Jahr übermittelten Aufenthaltsabgabe nach dem Kärntner Aufenthaltsabgabegesetz ergibt, zu berechnen ist;
- b) 62 % des Ertrags der Aufenthaltsabgabe gemäß § 2 Abs. 1 K-AAG, wobei der jeweilige Anteil eines Tourismusverbandes nach dem Aufkommen an der Aufenthaltsabgabe gemäß § 2 Abs. 1 K-AAG im Gebiet des Tourismusverbandes zu berechnen ist;
- c) 8 % des Ertrags der Aufenthaltsabgabe gemäß § 2 Abs. 1 K-AAG, zweckgebunden für touristische Infrastruktur oder touristische Mobilität.
- d) 50 % des Ertrags der Aufenthaltsabgabe gemäß § 2 Abs. 2 K-AAG, wobei der jeweilige Anteil eines Tourismusverbandes nach dem an das Land im vorangegangenen Kalenderjahr übermittelten Aufenthaltsabgabe gemäß § 2 Abs. 2 K-AAG im Gebiet des Tourismusverbandes zu berechnen ist;

3. Den Gemeinden kommen zu:

- a) 5 % des Ertrags der Aufenthaltsabgabe gemäß § 2 Abs. 1 K-AAG, wobei die Mittel für die Infrastrukturerhaltung in der Gemeinde (§ 4) zu verwenden sind;
- b) 5 % des Ertrags der Aufenthaltsabgabe gemäß § 2 Abs. 1 K-AAG als Verwaltungskostenersatz für die Einhebung der Aufenthaltsabgabe;
- c) 25% des Ertrags der Aufenthaltsabgabe gemäß § 2 Abs. 2 K-AAG, wobei die Mittel für die Infrastrukturerhaltung in der Gemeinde (§ 4) zu verwenden sind.

Infrastrukturfonds (§ 6) und Gästemobilitätsfonds (§ 7)

Für beide Fonds ist derzeit vorgesehen, dass diese in Form eines Verwaltungsfonds beim Amt der Kärntner Landesregierung eingerichtet werden. Gemäß § 6 Abs. 4 und § 7 Abs. 4 wird der jeweilige Fond von der Landesregierung verwaltet und besitzt keine Rechtspersönlichkeit. Die geplante Verwaltung der Infrastruktur- und Mobilitätsfonds ausschließlich durch das Land nimmt den Regionen die Möglichkeit, rasch auf operative Bedürfnisse und Projekte zu reagieren. Es wurde in den öffentlichen Vorgesprächen immer wieder festgehalten, dass die „Unternehmer“ zu entscheiden haben und dass es ja „das Geld Eigenmittel der Tourismusverbände“ sei.

→ **Forderung:** In der Praxis braucht es regionale Entscheidungsspielräume, um Infrastrukturmaßnahmen rasch, zeitgerecht und so weit wie möglich unbürokratisch umzusetzen. Um eine zielgerichtete und aufgabenorientierte Zuweisung der Mittel nach den jeweiligen Fonds zu optimieren, wird die Einrichtung eines Gremiums (Aufsichtsrat) vorgeschlagen.

Das Gremium muss per Gesetz eingesetzt werden. Die Grundregeln der Organisation und Willensbildung müssen gesetzlich vorgegeben werden. Ein Katalog für Maßnahmen, die jedenfalls der Zustimmung des Gremiums bedürfen, ist ebenso gesetzlich vorzugeben.

→ **Vorschlag Zusammensetzung des Gremiums (Aufsichtsrat):** Das Gremium soll aus Abgesandten nachfolgender Institutionen besetzt werden: Verkehrsverbund, Kärnten Werbung, Gemeindebund, Abteilung 7 Land Kärnten, Zentrum für nachhaltige Destinationsentwicklung und den 9 Tourismusverbänden.

Zur Gästemobilität (§ 7):

Der Begriff der „Gästemobilität“ muss gesetzlich definiert werden. Unter Hinweis auf Tourismusreform Kärnten 2025 + muss das Gesetz daher Folgendes festlegen:

Unter Gästemobilität ist zu verstehen:

- Bahn: Nah-, Regional- und Fernverkehr (S-Bahn, Rex-Verbindungen, Railjet, IC) in ganz Kärnten bis Lienz
- Busse: Linienbusse, Stadtverkehr (Klagenfurt, Villach)
- Rufbusse: Anrufsammeltaxis wie Postbusshuttle, Nockmobil (exkl. eines etwaigen Komfortzuschlages)
- Touristischer Sonderverkehr: Ski-, Wander-, Rad Busse, Alm Taxis und Shuttles

Absatz 2 regelt, dass der Gästemobilitätsfonds finanzielle Mittel für die Gästefreifahrt bereitzustellen hat. **Gefordert wird eine präzisere Formulierung zur Verwendung und Aufteilung der Mittel.**

§17 Wahl des Vorstands

Dieser § ist nicht schlüssig, da auf Grund von §16 auf jeden Fall der BGM der nächststärksten Gemeinde im Vorstand vertreten sein muss. Somit gäbe es jedenfalls nur einen gültigen Wahlvorschlag, jenen mit dem BGM der nächststärksten Gemeinde. Nicht definiert ist, ob Personen auch auf mehreren Wahlvorschlägen sein können (was aus unserer Sicht wenig sinnvoll erscheint), oder ob die BGMs aus ihrer Mitte die Vertreter für den Vorstand wählen und somit gar nicht am Wahlvorschlag aufscheinen, somit könnte aber ein BGM keine Funktion in einem Vorstand übernehmen. Das Prozedere für einen gültigen Wahlvorschlag und wie die Gemeinden hier eingebunden werden muss auf jeden Fall präzisiert werden. Die Regelungen sind noch nicht ausgereift. Wie Wählergruppen A, B und C sind ohne nähere Definition angeführt (Anmerkung: Im Begutachtungsentwurf mit Gegenüberstellung wird jeweils auf § 10 Abs 1K-TG verwiesen!)

In der Wählergruppe A müssen verpflichtend aktive Unternehmer und aktive Führungskräfte definiert sein. § 6 Abs 1 Ziff. 1 im Zusammenwirken mit Ziff. 3 kann dazu führen, dass ein Bürgermeister in zwei Listen vertreten ist. Sucht sich das dann der Bürgermeister aus?

→ **Empfehlung:** Es wird vorgeschlagen, dass die Bürgermeister der betroffenen Gemeinden Vertreter:innen innerhalb des Kollegiums beschließen und in den Vorstand entsenden. Die Bürgermeister:innen sind nicht auf der Wahlliste.

Übergangsregelungen - Kärntner Tourismusgesetz (K-TG)

Die Übergangsphasen sind vergleichsweise knapp und unpräzise formuliert. Sie berücksichtigen teilweise nicht die komplexe Struktur der touristischen Organisationen (rechtlich selbständige Körperschaften öffentlichen Rechts, GmbHs, Gemeinden). Dadurch entstehen Unsicherheiten in der Vollziehung, bei der Mittelabrechnung und der Zuständigkeit während der Umstellungszeit. Die Übergangsregelungen sind nicht ausreichend ausgereift, um einen rechtssicheren und verwaltungspraktisch funktionierenden Systemwechsel zu gewährleisten. Es drohen Rechtsunsicherheit, Doppelzuständigkeiten und Abrechnungsprobleme, insbesondere in der Schnittstelle zwischen Gemeinden, Verbänden und Land.

Eine gestaffelte Umsetzung mit klarer Übergangsphase (mind. 24 Monate) ist zwingend erforderlich, um:

- die Verwaltungspraxis vorzubereiten,
- bestehende Projekte und Budgets rechtskonform abzuwickeln,
- Personal- und Vermögensübergänge abzusichern,
- und die elektronische Abgabenerhebung technisch sauber umzustellen.

Förderabwicklung und Budgetübertrag

Derzeit fehlen Übergangsregeln für laufende Förderanträge (Interreg, Leader, usw.), nicht abgerechnete Projekte nach dem alten Tourismusgesetz, und Budgetmittel, die 2026 vereinnahmt, aber erst 2027 verwendet werden.

→ **Empfehlung:**

Ein zusätzlicher Absatz sollte klarstellen, dass laufende Förderungen, Verpflichtungsermächtigungen und Projekte nach dem Kärntner Tourismusgesetz in der bis 2026 geltenden Fassung bis zu ihrem Abschluss nach altem Recht abgewickelt werden. Das ist notwendig, um Rückforderungsrisiken und Prüfungsunsicherheiten (Landesrechnungshof) zu vermeiden.

Artikel II § 5 Abs. 11 Ziffer 5:

Der skizzierte Weg über die Gesamtrechtsnachfolge ist rechtlich problematisch. Die betroffenen Tourismusverbände haben in der Regel Mitarbeiter, Vermögen, Beteiligungen, Verbindlichkeiten und Verträge. Eine gesetzlich verordnete Gesamtrechtsnachfolge führt dazu, dass:

- Mitarbeiter jeder bestehenden Tourismusorganisation auf den neu errichteten Tourismusverband übergehen und darauf auch einen Rechtsanspruch haben.
- Vermögen und Verbindlichkeiten übergehen, wobei diesbezüglich auch potenzielle Haftungen übergehen (die man kennt oder nicht kennt).
- In Beteiligungsgesellschaften durch die Ausübung von Aufgriffsrechten oder Vorkaufsrechten Strukturen entstehen, die nicht gewollt sind.
- Verträge rechtlich kritisch zu sehen sind, weil eine Gesamtrechtsnachfolge nicht zwingend auch den jeweiligen Vertragspartner binden, möglicherweise Ausstiegsklauseln vorhanden sind, etc., sodass die Beendigung von bestehenden Verträgen zumindest droht. Daraus können Schadenersatzansprüche entstehen. Wer trägt diese?
- Steuerliche Implikationen sind zu prüfen. Wenn eine Steuerlast entsteht, wer trägt diese Steuerlast?
- Mit der Überführung in das neue System, werden Transaktionskosten, möglicherweise Steuern, etc., anfallen.

Wer trägt diese Kosten von Begleitmaßnahmen bzw. Mehrkosten, die durch die Umstrukturierung anfallen?

→ **Forderung:** Die Übergangsregelungen sind teilweise neu zu gestalten, um zu verhindern, dass es in der kurzen Übergangszeit von einem Jahr zum touristischen Stillstand kommt, weil alle Beteiligten sich im Jahr 2026 mehr oder weniger auf die Neugestaltung ab 01.01.2027 konzentrieren (müssen). Um einen friktionsfreien Übergang zum Vorteil des Tourismus zu ermöglichen, ist der Übergangszeitraum jedenfalls auf 2 Jahre zu erstrecken.

Begründung:

- Rechtssicherheit bei der Übertragung von bestehenden Verträgen
 - Rechtssicherheit für die MitarbeiterInnen.
 - Verhinderung der Abwanderung von MitarbeiterInnen.
 - Rechtssicherheit für leitende Angestellte.
 - Verhinderung der Abwanderung von leitenden Angestellten.
 - Kein „Wahlkampfjahr 2026“
 - Vermeidung von insolventen Regionen GmbHs.
- **Forderung:** Es sollte eine klare rechtliche Frist für die Neuerrichtung nach Inkrafttreten vorgesehen werden. Zudem braucht es eine explizite Bestimmung über die Vermögensübernahme und Personalweiterbeschäftigung.

KSL Tourismus Marketing GmbH | Wegfall des gesetzlichen Auftrags ab 1.1.2027!

Der Entwurf des Kärntner Tourismusgesetzes 2025 sieht vor, dass das bisherige Kärntner Tourismusgesetz außer Kraft tritt und gleichzeitig eine neue Struktur der Tourismusverbände etabliert wird. Bisher stützen sich die regionalen Tourismusorganisationen (GmbHs) – wie die KSL Tourismus Marketing GmbH – auf zwei Säulen:

1. **Gesetzlicher Auftrag** gemäß Kärntner Tourismusgesetz 2013 (§ 5 Abs. 3 ff.)
2. **Gesellschaftervereinbarungen**, die auf diesen gesetzlichen Grundlagen basieren.

Mit dem neuen K-TG 2025 wird dieser gesetzliche Auftrag gestrichen. Ab 1.1.2027 hat eine GmbH wie die KSL keine gesetzliche Funktion mehr als regionale Tourismusorganisation.

Der Entwurf vernachlässigt vollständig die bestehenden GmbH-Strukturen, obwohl sie:

- eine funktionsfähige Organisationseinheit ist,
- operatives Know-how trägt,
- Personal und Infrastruktur bereitstellt,
- und vielfach aus öffentlichen Mitteln aufgebaut wurde.

→ **Forderung:** Der neue Tourismusverband muss die bestehende regionale Tourismusorganisation (GmbH) übernehmen. Im Kärntner Tourismusgesetz ist eine explizite Übergangsregelung für bestehende regionale Tourismusgesellschaften (GmbHs) aufzunehmen, wonach diese als beauftragte Organisationen weiterbestehen und

- öffentliche Mittel verwenden dürfen,
- bestehende Verträge erfüllen können,
- laufende Kredite (Beteiligung am Kärntner Badehaus) bedienen dürfen,
- und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unter Wahrung der bisherigen Rechte beschäftigt bleiben.

Aus rechtlicher Sicht ist eine Übergangsbestimmung von 24 Monaten zwingend notwendig.

„Bestehende regionale Tourismusgesellschaften (GmbHs), die im Zeitpunkt des Inkrafttretens dieses Gesetzes Aufgaben nach dem Kärntner Tourismusgesetz in der geltenden Fassung wahrnehmen, gelten durch den neu errichteten TVB als beauftragte Dienstleister im Sinne des § 5 Abs. 6.“

Fehlt eine solche Regelung, besteht ein **faktisches Vollzugsdefizit**, da am 1.1.2027 keine rechtskonformen operativen Strukturen vorhanden sind.

§ 5 Abs. 11 Ziffer 7: Geschäftsführer

Bestehende Tourismusorganisationen verfügen in der Regel über organmäßige Geschäftsführer.

§ 11 Absatz 2 des Gesetzesentwurfes sieht schlicht vor, dass der Tourismusverband nach den Bestimmungen des § 25 einen Geschäftsführer zu bestellen hat. § 25 des Gesetzesentwurfes sieht vor, dass ein Geschäftsführer für die Dauer von fünf Jahren zu bestellen ist. Der Bestellung hat eine öffentliche Ausschreibung voranzugehen.

Unberücksichtigt bleibt die Frage wie bestehende Geschäftsführungsmandate beendet werden, nachdem das Gesetz nicht vorsieht, dass jeder bestehende Geschäftsführer auch in Zukunft Geschäftsführer sein wird (Ausschreibung).

In der Regel haben bestehende Geschäftsführer entsprechende Verträge über eine gewisse Laufzeit. Die Beendigung der Organstellung als Geschäftsführer ist rechtlich einfach, die Beendigung des zugrunde liegenden Dienstverhältnisses, jedoch wieder komplex, mitunter auch mit Schadenersatzansprüchen verbunden.

Die Übergangslösung regelt der Gesetzesentwurf schlicht in Artikel II Absatz 11 lit 7. Dort wird geregelt, dass binnen einem Jahr nach Zeitpunkt des Inkrafttretens dieses Gesetzes die öffentliche Ausschreibung und Bestellung des Geschäftsführers zu erfolgen hat. Bis zu dieser Bestellung darf der Vorstand den Geschäftsführer, der nunmehrigen Verbandsgebiet bisher bestehenden regionales Tourismusorganisationen mit dessen Zustimmung vorläufig mit der Funktion des Geschäftsführers des Tourismusverbandes betrauen.

Die Absicht ist erkennbar. Die Durchführungsregelung ist rechtlich schwach. Das Wort „betrauen“ hat keine rechtliche Komponente. Heißt betrauen, Bestellung eines Organmandates verbunden mit einem darunterliegenden Dienstverhältnis?

Die Frage ist auch, ob bestehende Geschäftsführer aufgrund eines bestehenden Mandates und Vertrages sich in eine Position begeben werden, welche ein Zeitfenster von maximal einem Jahr aufweist, oder ob Alternativen gesucht werden.

→ **Forderung:** Die Übergangsregelungen sind rechtlich sauber zu lösen und bedürfen einer klaren rechtlichen Positionierung, um den bestehenden Geschäftsführern auch entsprechende Rechtsicherheit zu geben und um bestehende Tourismusorganisationen vor voraussichtlichen Schadenersatzansprüchen zu schützen. Die Übergangsregelung sollte auf 2 Jahre erstreckt werden, um den ganzen Übergang entsprechend vorbereiten und gestalten zu können. Wir sprechen uns dafür aus, dass der Vorstand die Möglichkeit hat, den Geschäftsführer direkt zu bestellen. Eine verpflichtende Ausschreibung soll nicht zwingend vorgesehen sein, sondern im Ermessen des Vorstands liegen. Dadurch bleibt ausreichend Flexibilität, um rasch und bedarfsgerecht auf personelle oder strukturelle Erfordernisse reagieren zu können.

Schlussfolgerung und Empfehlungen

Die KSL Tourismus Marketing GmbH empfiehlt:

1. **Finanzielle Stärkung der Tourismusverbände und Gemeinden** durch Anpassung der Mittelaufteilung (§ 5 K-TG, § 8 K-AAG).
2. **Mitspracherecht der Regionen bei der Vergabe von Infrastruktur- und Mobilitätsmitteln** (§§ 6–7 K-TG).
3. **Reduktion administrativer Verpflichtungen** für Tourismusverbände (Evaluierungen, Berichtspflichten).

Nur durch ein ausgewogenes Verhältnis von Landessteuerung und regionaler Eigenverantwortung kann der Kärntner Tourismus langfristig effizient, innovativ und wirtschaftlich tragfähig agieren. Die KSL Tourismus Marketing GmbH unterstützt den Reformprozess ausdrücklich, fordert aber eine Balance zwischen landesweiter Steuerung und regionaler Handlungskraft. Nur wenn die Regionen über ausreichende Mittel, Entscheidungsspielräume und eine einfache Vollziehung verfügen, kann der Kärntner Tourismus weiterhin innovativ, effizient und erfolgreich agieren.

Für die KSL Tourismus Marketing GmbH.



Mag.(FH) Robert Karlhofer, MAS
Geschäftsführung, KSL Tourismus Marketing GmbH

Die juristische Konsultation erfolgte über die Rechtsanwälte bucher & partner GmbH und dem Notariat Dr. Schönlieb.

Anhang 1: Anbieter IT & Digitale Systeme