Kitzbühel soll zum Sehnsuchtsort für alle werden

Der von Kitzbühel Tourismus initiierte Markenbildungsprozess wurde im März des letzten Jahres gestartet.

13.06.2022 / Am neuen Zukunftsbild von Kitzbühel arbeitet Kitzbühel Tourismus seit über einem Jahr gemeinsam mit Einheimischen aller Alters- und Berufsgruppen. Das Ziel: Jede_r soll es lieben, hier zu leben – Gäste, Mitarbeiter_innen und natürlich die Kitzbüheler_innen selbst.

Kitzbühel Tourismus hat die weltweite Krise als riesige Chance erkannt und ging auf der Suche nach seinem neuen Zukunftsbild einen völlig neuen und unkonventionellen Weg. Denn so stark die etablierte Marke Kitzbühel auch sei, „irgendwann ist der Zeitpunkt da, an dem man die Zukunft aktiv gestalten muss, weil man von der Vergangenheit nicht mehr leben kann“, erklärt Kitzbühel Tourismus Geschäftsführerin Dr. Viktoria Veider-Walser.

Das Zukunftsbild Kitzbühels

Wie sich ein Tourismusort am besten positionieren soll und wofür er steht, entscheiden oft (externe) Agenturen und Berater. Kitzbühel Tourismus hingegen lud alle Kitzbüheler_innen ein, sich an dem Prozess zu beteiligen: „Tourismus soll nicht mehr isoliert gesehen werden, sondern als unser aller Lebensraum. Wenn wir wollen, dass Tourismus von allen geschätzt wird, müssen wir alle miteinbinden“, beschreibt Dr. Viktoria Veider-Walser den Ansatz.

Das Interesse der Einheimischen, sich zu engagieren, war enorm: 70 Kitzbüheler_innen aus den unterschiedlichsten Bereichen und allen Altersgruppen nahmen die Einladung an, aktiv am neuen Zukunftsbild ihres Heimatortes mitzuarbeiten: „Plötzlich sind der 20-jährige Student, der 60-jährige Agrarreferent, die Malermeisterin und die Hotelière mit dem Vorstand der Bergbahn, dem Sportartikelhändler und Gemeinderäten an einem Tisch gesessen und haben sich lebhaft ausgetauscht“, erinnert sich Karina Toth an den 2021 begonnen Prozess. „Fast ein halbes Jahr hat es gedauert, bis sich jeder einmal alles von der Seele gesprochen hatte und seine Meinung zu Kitzbühel losgeworden ist. Dann wurde begonnen, konstruktiv an der Zukunft zu arbeiten.“

Fünf Erfolgsmuster und ein Leistungskern

Viele Gespräche, Treffen und Sitzungen später verständigte sich die Gruppe auf Kitzbühels fünf Kerngebiete, sogenannte Erfolgsmuster, und einen gemeinsamen Leistungskern, die miteinander den Rahmen für alle künftigen Maßnahmen und Aktivitäten bilden sollen. „Markenbildung ist kein Sprint, sondern Ausdauersport. Aufbauend auf einer ehrlichen Analyse wurden in vielen Monaten fünf Erfolgsmuster definiert, die sich dann rund um eine zentrale Aussage wiederfinden. Das große Engagement von so vielen Menschen ist wirklich besonders und zeigt, wie wichtig die zukünftige Entwicklung den Kitzbühelerinnen und Kitzbühelern ist“, so Vorstandsvorsitzender der Bergbahn AG Kitzbühel Mag. Anton Bodner.

Sport (Outdoor Active) und Kulinarik (Culinary Delights) bleiben weiterhin maßgebliche Eckpfeiler, flankiert von gelebter nachhaltiger Qualität (New Premium), dem Netzwerken (Inspiring Networks) und dem Etablieren

von Kitzbühel als Urlaubs- und Rückzugsort, an dem im Bedarfsfall überall in Ruhe gearbeitet werden kann (Best Workation Experience in the Alps). Viele der Punkte werden in Kitzbühel zwar schon seit Jahrzehnten gelebt, nun aber soll der Fokus auf die einzelnen Bereiche noch konsequenter gelegt werden. An der spür- und sichtbaren Umsetzung arbeiten derzeit fünf Fokusgruppen, die bereits im Juli jeweils bis zu drei Projekte vorstellen, die noch heuer ihrer Premiere erleben sollen. Erste Ideen konnte man bereits im Vorjahr in unserer Stadt erleben, so etwa „KITZ Kulinarik trifft auf Piemont“ im Herbst oder „PURA VIDA“ im, Juli und August. Das Gemeinschaftsprojekt zwischen jungen Gastronomen und dem Handel zur Belebung der Kitzbüheler Innenstadt wird auch in diesem Sommer wieder jeden Donnerstag stattfinden.

Alles, was aus diesem neuen Zukunftsbild von Kitzbühel Tourismus entsteht, dient einem Zweck: Kitzbühel als Lebensraum noch attraktiver zu machen (My preferred Place for Being) – für die Gäste ebenso wie für Einheimische, Zweitheimische und Mitarbeiter_innen.

Alle Informationen zur Destination Kitzbühel finden Sie unter www.kitzbuehel.com

Presserückfragen: Mag. (FH) Anna Lena Obermoser, MA
a.obermoser@kitzbuehel.com | presse.kitzbuehel.com | +43 5356 66660-16