

Kitzbühel Tourismus im Tik Tok-Trend

Die Plattform der Generation Z.

Der Digitalisierungsprozess bei Kitzbühel Tourismus beinhaltet im Rahmen der Adaptierung der Social-Media-Strategie auch einen Fokus auf den Trendkanal Tik Tok.

Seit 2021 sorgt diese Offensive für frischen Wind und begeistert damit täglich die kontinuierlich wachsende Fangemeinde. Mit Dezember 2022 wurde der Fokus verstärkt auf den Tik Tok-Kanal gesetzt - mit steigender Reichweite und Präsenz.

Von der Idee bis zum Erfolg

Tik Tok - eine schnell-lebige Plattform, die täglich ihre Trends wechselt und Milliarden von Videos weltweit postet. Im Durchschnitt verbringen User aus Österreich und Deutschland rund 90 Minuten pro Tag auf dieser App.

Im Vergleich zu Social Media Kanälen wie beispielsweise Instagram wird Tik Tok als Entertainment Channel im Vollbildmodus und mit Ton bewusster konsumiert. YouTube ist derzeit der größte Mitbewerber des derzeitigen Trendkanals. Sogenannte Creators nutzen diesen neuen Kommunikationsweg, um ausgefallene Ideen und Trends mit einem Augenzwinkern zu präsentieren und damit zu unterhalten.

Digitalisierung stellt für Kitzbühel Tourismus Geschäftsführerin Dr. Viktoria Veider-Walser einen wichtigen Schwerpunkt in der strategischen Ausrichtung der Destination dar: „Digitalisierung rückt immer mehr ins Zentrum touristischer Serviceleistungen. Digitale Formate und Kanäle erlauben uns eine weit professionellere und punktgenaue Ansprache unserer Zielgruppen. Mit der Ausweitung unserer Kommunikationsaktivitäten im digitalen Bereich, bespielen wir jeden Kanal individuell, um bestmöglich auf die jeweiligen Interessen der User einzugehen. Gleichzeitig nutzen wir die dabei generierten Daten, um unsere Aktivitäten stetig zu verbessern.“

Zielgruppe Gen Z

Zwei kreative Köpfe - eine Vision. Das einheimische Duo, Creator Tamara und Actor Elisabeth, repräsentieren Kitzbühel auf Tik Tok von einer anderen, humorvollen Seite und nehmen sich und auch die Region dabei nicht zu ernst. Das Ziel dabei ist, gängige Klischees zu widerlegen und die Gen Z mit sportlichen, innovativen Clips für sich zu gewinnen.

Zahlreiche Tik Toker sind laufend, vor allem bei den diesjährigen Hahnenkamm-Rennen, vor Ort. Deren reichweiten-starker Content wird von Kitzbühel Tourismus für sogenannte Stiches genutzt. Nach Ausspielung des ursprünglichen Videos, mit Drehort oder Thema Kitzbühel, folgt die Reaktion des Tik Tok-Teams, um noch mehr Reichweite auf dem eigenen Kanal zu generieren.

Die Zahlen der letzten Wochen sprechen für sich: steigende Reichweite, Engagementrate, Profilaufrufe und Follower. Neugierig geworden? Am besten gleich Tik Tok öffnen und dem Account von [kitzbuehel_official](#) folgen!

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