Markenbildungsprozess Kitzbühel geht in die zweite Runde

Kitzbühel Tourismus und Leistungsträger der Region arbeiten gemeinsam am Zukunftsbild.

02.05.2022 / Ziel des von Kitzbühel initiierten Markenbildungsprozesses #wirsindKITZBÜHEL ist die Entwicklung eines attraktiven und differenzierenden Zukunftsbildes für die Gamsstadt. In der zweiten Phase werden nun konkrete Projekte geplant und umgesetzt.

Die Region Kitzbühel blickt auf eine erfolgreiche Geschichte zurück und gilt weltweit als eine der renommiertesten Tourismus-Marken. Kitzbühel Tourismus sieht sich in der Verantwortung, diese bereits erarbeiteten Wettbewerbsvorteile für künftige Generationen sicherzustellen, um auch Zukunft zu begeistern. Dazu benötigt es eine zukunftsgerichtete Positionierung der Marke und darauf aufbauende Umsetzungsstrategien.

Ein neues Verständnis von Destinationsentwicklung
Das Besondere am 2021 gestarteten Prozess in Kitzbühel: Die strategische Richtung wird nicht wie üblich von oben nach unten vorgegeben, sondern kann von jedem Interessierten in Kitzbühel mitgestaltet werden. So lassen sich die unterschiedlichsten Erfahrungen und Expertisen in den Prozess miteinbinden. Neu ist auch das Verständnis einer ganzheitlichen DMO-Entwicklung, welche sich im Leistungskerns „My prefrred place for being“, widerspiegelt, die sowohl Gäste als auch Einheimische, Freizeitwohnungsbesitzer und Mitarbeiter inkludiert.

Vom strategischen Zukunftsbild zur operativen Umsetzung
In der vergangenen Woche gestarteten, zweiten Phase der Umsetzung, haben sich erneut über 50 Teilnehmer bereiterklärt, an konkreten Projekten mitzuarbeiten. Die Basis bilden die in Phase eins definierten fünf Handlungsfelder Workation, Culinary Delights, Inspiring Networks, Outdoor Active und Interne Verankerung und Kommunikation. Diese bestehen jeweils aus einem Arbeitsgruppenleiter und mehreren Teammitgliedern. Kitzbühel Tourismus Geschäftsführerin Dr. Viktoria Veider-Walser zeigt sich erfreut über das rege Interesse an der Destinationsentwicklung: „Die Zeit, welche jeder Teilnehmer des Markenbildungsprozesses freiwillig in die Zukunft Kitzbühels investiert, ist äußerst wertvoll. Daher sehen wir es als unsere große Verpflichtung, das gemeinsam erarbeitete Zukunftsbild für die kommenden Jahre in Stein zu meißeln. Dies erreichen wir nur über das volle Engagement unseres Aufsichtsrates, der politischen Player in Kitzbühel und unserer Leistungsträger. Auch ist es uns ein großes Anliegen, nun endlich ins Tun zu kommen und konkrete Projekte in die Umsetzung zu bringen."

Erfolgreicher Start der zweiten Umsetzungsphase
Seit der einstimmigen Freigabe des strategischen Zukunftsbildes durch den Aufsichtsrat von Kitzbühel Tourismus im Oktober 2021, trafen sich die die einzelnen Arbeitsgruppen in den vergangenen Wochen regelmäßig zum Austausch und Brainstormen. Am 27. April 2022 fand anschließend der gemeinsame

Kick-Off mit allen Beteiligten im Hotel Rasmushof zur Phase 2 statt. Ziel ist es, konkrete Projekte zu planen und auf Basis der gemeinsam erarbeiteten Rahmenbedingungen umzusetzen. Erste Erfolge konnten im vergangenen Jahr bereits mit der Veranstaltungsreihe PURA VIDA Kitzbühel, der Gründung eines Vereins Bike ARGE und der erfolgreichen Erstauflage der Veranstaltung KITZ Kulinarik x Piemont verbucht werden. Der Kick-Off-Termin diente außerdem dazu, die konkreten Ziele der einzelnen Arbeitsgruppen zu präsentieren und

etwaige Synergien zu nutzen. Da bereits diesen Sommer erste Projekte präsentiert und umgesetzt werden sollen, sind die kommenden Wochen erneut von individuellen Arbeitsgruppenmeetings geprägt.

Alle Informationen zum Thema Markenbildungsprozess finden Sie unter www.kitzbuehel.com.

Presserückfragen: Mag. (FH) Anna Lena Obermoser, MA

a.obermoser@kitzbuehel.com | presse.kitzbuehel.com | +43 5356 66660-16