

#wirsindKitzbüchel | Der Markenbildungsprozess startet in die Phase 3

Am Zukunftsbild Kitzbüchel wird eifrig weitergearbeitet.

28.03.2023 / Kitzbüchel Tourismus geht bei der strategischen Destinationsentwicklung seit 2021 einen co-kreativen Weg. Nach einer umfassenden Evaluation des Status Quo mit über 1.200 Befragten wurde unter Einbeziehung aller im Lebensraum Interessierten, sprich Einheimische, Zweitheimische, UnternehmerInnen und MitarbeiterInnen, ein gemeinsames Zukunftsbild erarbeitet. Dieses gibt den Rahmen für die Evaluation und Umsetzung neuer Projekte vor. Erstmals entscheidet somit die Bevölkerung direkt über die künftige touristische Entwicklung.

Über 70 KitzbüchelerInnen aller Alters- und Berufsgruppen engagieren sich seit Initiierung des Markenbildungsprozesses durch Kitzbüchel Tourismus ehrenamtlich auf Hochtouren, um konkrete Projekte im Rahmen des gemeinsam erarbeiteten Zukunftsbilds umzusetzen. Das Ziel ist: Alle sollen es lieben, hier zu leben, dazu gehören Gäste, MitarbeiterInnen und natürlich auch die KitzbüchelerInnen selbst.

Meilensteine

Mittels der erfolgten Befragung im Jahr 2021 konnte zunächst der Status Quo ermittelt werden. Gemeinsam galt es nun, ein für alle gültiges Zukunftsbild zu kreieren. Zahlreiche Gespräche, Treffen und Sitzungen später verständigte sich die Gruppe auf Kitzbüchels fünf Kerngebiete, sogenannte Erfolgsmuster, und einen gemeinsamen Leistungskern, die miteinander den Rahmen für alle künftigen Maßnahmen und Aktivitäten bilden sollen.

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 Kitzbüchel 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 Kitzbüchel 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 insgesamt fünf Fokusgruppen, die bereits einige Projekte erfolgreich umsetzen konnten. Erste Ideen erleben wir in diesem Jahr bereits zum dritten Mal in unserer Stadt, wie etwa „PURA VIDA“ im Juli und August und „KITZ Kulinarik x Piemont“ im Herbst.

Das Erfolgsmuster Outdoor Active mit Arbeitsgruppenleiter Christian Wörister arbeitet derzeit mit seinem Team verstärkt an einem KITZ Bike Masterplan, in den letzten Monaten gab es Qualitätsverbesserungen im Bereich Langlauf und die Orte Aurach und Jochberg traten den Wanderdörfern bei.

Die Kleingruppe Culinary Delights um Jürgen Kleinhappl beschäftigt sich intensiv mit der Kreation eines typischen Kitzbüchel Signature-Gerichtes, das Erfolgsmuster Workation mit Arbeitsgruppenleiter Thomas Hechenberger stellt die Vermarktung und Weiterentwicklung des KITZ Office im Gründerzentrum START.N in den Fokus. Für das Team von Inspiring Networks mit Johannes Lehberger hat die erfolgreiche Vernetzung der bereits seit einigen Jahren bestehenden Arbeitsgruppe MICE sowie der Aufbau von Influencer-Kooperationen oberste Priorität.

Der Großteil der Projektideen zählt auf mindestens drei der Erfolgsmuster ein und das soll auch in der Zukunft so fortgesetzt werden. New Premium ist dabei eine unabdingbare Voraussetzung, da es sich dabei nicht um ein Erfolgsmuster im klassischen Sinne, sondern um den definierten Anspruch handelt. Dies ist besonders am Beispiel der neuen Veranstaltungsreihe „Kitzbühel Klassik“, die heuer Anfang Juli zum zweiten Mal stattfindet, und in den zahlreichen Nachhaltigkeitsinitiativen am Golfplatz Kitzbühel-Schwarzsee-Reith, von Abfallvermeidung über Blumenwiesen bis hin zur Produktion eines eigenen Honigs, ersichtlich.

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 MitarbeiterInnen. Das Ziel für 2023 ist, für jedes Erfolgsmuster mindestens ein Leuchtturmprojekt zu kreieren und auch entsprechend zu kommunizieren.

Weitere Schritte

Bei einem gemeinsamen Austausch Ende März wurde gemeinsam die weitere Vorgehensweise besprochen. Dabei verständigte sich die Kerngruppe der Arbeitsgruppenleiter darauf, sich weiterhin regelmäßig zu treffen, Ideen und Ergebnisse zu diskutieren und wertvolle Impulse zu geben. Alle Interessenten sind dabei jederzeit herzlich willkommen.

Kitzbühel Tourismus Geschäftsführerin Dr. Viktoria Veider-Walser ist voller Tatendrang: „Wir haben seit Beginn 2021 in die strategische Ausrichtung investiert. #wirsindKitzbühel steht auf breiten Beinen, die Erfolgsmuster erfahren durchgängig Akzeptanz. Eine verstärkte Kommunikation nach außen und die Einbindung der Bevölkerung stehen in der Phase 3 des Markenbildungsprozesses noch mehr im Fokus.“

Alle im Lebensraum Kitzbühel, Reith, Aurach und Jochberg sind eingeladen, sich im Rahmen der Arbeitsgruppen an #wirsindKitzbühel zu beteiligen. Bei Interesse steht das Team rund um Projektleiterin Bettina Wiedmayr unter wirsind@kitzbuehel.com gerne für weitere Auskünfte zur Verfügung.

Alle Informationen zu dem von Kitzbühel Tourismus initiierten Markenbildungsprozess #wirsindKitzbühel finden Sie unter marke.kitzbuehel.com

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