#wirsindKitzbühel | Der Branding-Prozess trägt erste Früchte

Mehr als 70 Kitzbühelerinnen und Kitzbüheler arbeiten derzeit mit Hochdruck an konkreten Projektumsetzungen im Rahmen des gemeinsam entwickelten Zukunftsbildes.

13.07.2022 / Kitzbühel Tourismus geht bei der strategischen Destinationsentwicklung einen völlig neuen Weg. Nach einer umfassenden Evaluierung des Status Quo mit mehr als 1.200 Befragten wurde unter Einbindung aller am Lebensraum Interessierten, also Einheimischen, Zweiteinheimischen, Unternehmern und Mitarbeitern, eine gemeinsame Zukunftsvision entwickelt. Dieses bildet den Rahmen für die Bewertung und Umsetzung neuer Projekte. Zum ersten Mal entscheidet die Bevölkerung direkt über die zukünftige Entwicklung des Tourismus.

Wohin soll sich Kitzbühel als Tourismusdestination entwickeln? Diese Frage stellte sich Kitzbühel Tourismus gemeinsam mit 70 Kitzbühelerinnen und Kitzbühelern aus den unterschiedlichsten Interessensgebieten. Ein völlig neuer Ansatz, der auf viel Zuspruch stieß. Die Erfolgsmuster, die sich aus den zahlreichen Diskussionen und Workshops ergaben, dienen als konkreter Arbeitsauftrag, der nun in Kleingruppen weiterverfolgt wird.

Gemeinsames Projekt-Update

Bei einem gemeinsamen Austausch Anfang Juli stellten die Arbeitsgruppen die von ihnen entwickelten Projekte vor und tauschten sich über konkrete Umsetzungsmöglichkeiten aus. Die Arbeitsgruppenleiter der entstandenen Erfolgsmuster erläuterten auch noch einmal, worauf sie sich kurz- und mittelfristig konzentrieren möchten.

Die Projektideen reichten von großen Investitionsprojekten über mehrere Jahre bis hin zu Quick Wins, die bereits in den nächsten Wochen und Monaten umgesetzt werden können. Dies gilt auch für den Bereich Kulinarik. "Ziel ist es, Kitzbühel kulinarisch weiterzuentwickeln. Dabei geht es vor allem um den Zusammenhalt in der Region, mit den regionalen Produzenten, mit uns Gastronomen und Hoteliers", sagt Arbeitsgruppenleiter Jürgen Kleinhappl.

Outdoor Active - die Bewegung in freier Natur - hat sich mit Leiter Christian Wörister viel vorgenommen: "Im Arbeitskreis Outdoor Active ist es uns wichtig, die Infrastruktur weiter zu entwickeln und mit den Betrieben gemeinsame Angebote zu schaffen, die möglichst leicht und einfach zu buchen sind".

Ein neuer Weg soll bei der Bearbeitung des MICE-Segments beschritten werden, das gerade in der Nebensaison eine wichtige Rolle spielt. "Inspiring Networks soll zum Synonym für Kitzbühel werden - ein Ort, an dem sich Ideen und Macher finden, austauschen und die Zukunft mitgestalten können", ist Arbeitsgruppenleiter Johannes Lehberger von diesem Erfolgsmuster überzeugt.

Neben einer konsequenten Weiterentwicklung bestehender Angebote, die seit Jahren die Identität Kitzbühels prägen, hat sich das Zukunftsbild auch den Trends der Zukunft verschrieben. Mit Workation - das sind neue Formen der Arbeitsorganisation - soll Kitzbühel mittelfristig neue Zielgruppen erschließen. "Wenn man etwas Neues erreichen will, muss man unbekannte Wege beschreiten. Auf den Trend Workation zu setzen, ist sicher ein mutiger, unbekannter Weg, aber einer mit großen Chancen. Der Erfolg wird von der Qualität der

Umsetzung abhängen - es braucht Quick Wins, aber auch ein Leuchtturmprojekt mit Charisma und Nachwirkung", ist Thomas Hechenberger vom Potenzial dieses Erfolgsmusters überzeugt.

#wirsindKitzbühel kommt zur Umsetzung

Besonders erwähnenswert: Einige Teams konnten bereits mit ersten Ergebnissen aufwarten. So auch die Arbeitsgruppe "Interne Verankerung", die sich mit der Kommunikation des gesamten Branding-Prozesses beschäftigt. Mit der Gestaltung einer eigenen Website marke.kitzbuehel.com, einem Faltblatt im Taschenformat mit allen notwendigen Informationen für unterwegs und einem eigens erstellten Videoclip soll #wirsindKitzbühel allen Interessierten näher gebracht werden. "Es ist uns sehr wichtig, dass alle Interessierten an #wirsindKitzbühel teilnehmen und sich über unsere Fortschritte informieren können", sagt Projektleiterin Bettina Wiedmayr. Das interne Anchorage-Team steht über eine eigene Mailadresse wirsind@kitzbuehel.com für Fragen zur Verfügung, sammelt Ideen und regt zum Mitmachen an.

Outdoor Active startet in diesem Sommer auch bereits Initiativen im Bereich Laufen und Trailrunning. Außerdem wird ein Bewegungsdatensystem installiert, das Auskunft darüber gibt, in welchen Bereichen Handlungsbedarf besteht, um Wanderer und Biker zu lenken. Die engagierte kleine Gruppe der Kulinarischen Genüsse ist damit beschäftigt, ein typisches Kitzbüheler Gericht zu kreieren. Außerdem arbeiten sie bereits an der Erweiterung von KITZ Culinary Delights x Piedmont Mitte Oktober. Für Inspiring Networks steht die erfolgreiche Vernetzung der bereits seit mehreren Jahren bestehenden Arbeitsgruppe MICE im Vordergrund. Im bereits in Umsetzung befindlichen Projekt KIT x START.N wird am Erfolgsmodell Workation in Kooperation mit Kitzbühel Tourismus im neu eröffneten Gründerzentrum ein voll ausgestatteter Büroraum gestaltet, der von Gästen und Mitgliedern tageweise angemietet werden kann.

Kitzbühel Tourismus-Geschäftsführerin Dr. Viktoria Veider-Walser ist voller Tatendrang: "Wir haben über ein Jahr in die strategische Ausrichtung investiert. Die vielen Gespräche und Workshops zahlen sich nun aus. #wirsindKitzbühel steht auf breiten Beinen, die Erfolgsmuster erfahren allgemeine Akzeptanz. Jetzt beginnen wir, sie konkret zu gestalten. Das ist motivierend, ebenso wie das spürbare Engagement und Herzblut aller Beteiligten."

Wie geht es nun weiter?

Nach der Vorstellung möglicher Projekte geht es nun in die Umsetzungsphase. Zu diesem Zweck hat der Aufsichtsrat von Kitzbühel Tourismus ein eigenes Startbudget für die kommenden Jahre beschlossen. Die von den Arbeitsgruppen eigenständig erarbeiteten Investitionsprojekte werden dem Aufsichtsrat im September mit den notwendigen Parametern wie dem konkreten Geschäftsmodell, Finanzierungs- und Beteiligungsmöglichkeiten, Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten des Projekts sowie dem Zeitplan vorgestellt.

Aufsichtsratsvorsitzende Katrin Schlechter ist von #wirsindKitzbühel überzeugt: "Der Tourismus ist eine zentrale Säule der Wertschöpfung in unserer Region und prägt unseren Lebensraum. Dem Aufsichtsrat von Kitzbühel Tourismus war es daher wichtig, dass alle Interessierten im Lebensraum an der zukünftigen Entwicklung des Tourismus teilhaben können und diesen somit auch unterstützen. Als Zeichen der Wertschätzung für die zahlreichen ehrenamtlichen Stunden und die daraus entstandenen Ideen haben wir einstimmig beschlossen, ein Startbudget für die Umsetzung konkreter Projektideen zur Verfügung zu stellen."

Alle Menschen 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 für weitere Informationen zur Verfügung. Das weiß auch Franziska Reisch zu schätzen, die sich als Vertreterin der Next Generation insbesondere in der Arbeitsgruppe Kulinarik engagiert: "#wirsindKitzbühel bietet jedem die Chance, die Zukunft der Region Kitzbühel mitzugestalten."

Alle Informationen zum 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