

13.07.2022 – 09:13 Uhr

#wirsindKitzbühel | Der Markenbildungsprozess trägt erste Früchte



Kitzbühel (ots) -

Über 70 KitzbühelerInnen arbeiten derzeit auf Hochtouren an konkreten Projektumsetzungen im Rahmen des gemeinsam erarbeiteten Zukunftsbilds.

Kitzbühel Tourismus geht bei der strategischen Destinationsentwicklung ganz neue Wege. 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.

Wohin soll sich das touristische Kitzbühel entwickeln? Diese Frage stellte sich Kitzbühel Tourismus gemeinsam mit 70 KitzbühelerInnen aus den unterschiedlichsten Interessensbereichen. Ein ganz neuer Zugang, der viel Zuspruch erhielt. Die aus den zahlreichen Diskussionen und Workshops entstandenen Erfolgsmuster dienen als konkreter Arbeitsauftrag, dem nun in Kleingruppen nachgekommen wird.

Gemeinsames Projekt-Update

Bei einem gemeinsamen Austausch Anfang Juli präsentierten die Arbeitsgruppen die von ihnen erarbeiteten Projekte und tauschten sich dabei über die konkreten Umsetzungsmöglichkeiten aus. Die Arbeitsgruppenleiter der entstandenen Erfolgsmuster erklärten zudem nochmals, worauf sie sich kurz- und mittelfristig fokussieren möchten.

Die Projektideen reichten dabei von großen Investitionsprojekten über mehrere Jahre bis hin zu Quick Wins, die bereits in den kommenden Wochen und Monaten umgesetzt werden können. So auch im Bereich Culinary Delights. „Das Ziel ist es, Kitzbühel kulinarisch weiterzuentwickeln. Dabei steht vor allem der Zusammenhalt in der Region, mit regionalen Produzenten, mit uns Gastronomen und Hoteliers im Fokus“, so Arbeitsgruppenleiter Jürgen Kleinhappl.

Outdoor Active – die Bewegung in freier Natur – hat sich mit Leiter Christian Wörister viel vorgenommen: „In der Arbeitsgruppe Outdoor Active ist es uns wichtig, die Infrastruktur weiterzuentwickeln und gemeinsame Angebote mit den Betrieben zu schaffen, die möglichst leicht und einfach zu buchen sind“.

Einen neuen Weg will man in der Bearbeitung des MICE-Segments einschlagen, welches 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“, zeigt sich Arbeitsgruppenleiter Johannes Lehberger von diesem Erfolgsmuster überzeugt.

Neben einer logischen Weiterentwicklung vorhandener Leistungen, welche Kitzbühels Identität seit Jahren prägen, hat man sich im

Zukunftsbild auch künftigen Trends verschrieben. Mit Workation – das sind neue Formen der Arbeitsorganisation – sollen sich Kitzbühel mittelfristig neue Zielgruppen erschließen. „Wer Neues erreichen will, muss unbekannte Wege gehen. Auf den Workation-Trend zu setzen, ist sicher ein mutiger, unbekannter Weg, aber mit großen Chancen. Der Erfolg wird von der Qualität der Umsetzung abhängen – es braucht Quick Wins, aber auch ein Leuchtturmprojekt mit Strahlkraft und Folgewirkung“, ist Thomas Hechenberger vom Potenzial dieses Erfolgsmusters überzeugt.

#wirsindKitzbühel kommt in die Umsetzung

Besonders bemerkenswert: Einige Teams konnten bereits mit ersten Ergebnissen aufwarten. So auch die Arbeitsgruppe Interne Verankerung, die sich mit der Kommunikation des gesamten Markenbildungsprozesses beschäftigt. Mit der Gestaltung einer eigenen Website marke.kitzbuehel.com, einem Faltblatt im Taschenformat mit allen notwendigen Informationen für unterwegs und einem eigens kreierten Videoclip soll #wirsindKitzbühel allen Interessierten nähergebracht werden. „Uns ist es sehr wichtig, dass jeder Interessierte an #wirsindKitzbühel teilnehmen und sich über unsere Fortschritte informieren kann“, so Projektleiterin Bettina Wiedmayr. Das Team der Internen Verankerung unterstützt über die eigene Mailadresse wirsind@kitzbuehel.com bei Fragen, sammelt Ideen und ermutigt beim Mitmachen.

Auch Outdoor Active setzt bereits diesen Sommer Initiativen im Bereich Laufen und Trailrunning. Ein Bewegungsdaten-System wird ebenfalls installiert und soll Auskunft darüber geben, in welchen Bereichen Handlungsbedarf zur Lenkung von Wanderern und Bikern besteht. Mit der Kreation eines typischen Kitzbühel Signature Gerichtes beschäftigt sich die engagierte Kleingruppe von Culinary Delights. Auch arbeiten sie bereits an der Erweiterung von KITZ Kulinarik x Piemont Mitte Oktober. Für Inspiring Networks hat die erfolgreiche Vernetzung der bereits seit einigen Jahren bestehenden Arbeitsgruppe MICE oberste Priorität. Beim bereits in Umsetzung befindlichen Projekt KIT x START.N wird beim Erfolgsmuster Workation in Zusammenarbeit mit Kitzbühel Tourismus ein vollausgestattetes Office Space im neu eröffneten Gründerzentrum gestaltet, das 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 Diskussionen und Workshops zahlen sich nun aus. #wirsindKitzbühel steht auf breiten Beinen, die Erfolgsmuster erfahren durchgängig Akzeptanz. Jetzt starten wir in die konkrete Ausgestaltung. Das motiviert, genauso wie das spürbare Engagement und Herzblut aller TeilnehmerInnen.“

Wie geht es weiter?

Nach der Präsentation möglicher Projekte geht es nun in die Umsetzungsphase. Dafür hat der Aufsichtsrat von Kitzbühel Tourismus ein eigenes Startbudget für die kommenden Jahre verabschiedet. Die von den Arbeitsgruppen unabhängig ausgearbeiteten Investitionsprojekte werden dem Aufsichtsrat im September mit den notwendigen Parametern wie dem konkreten Geschäftsmodell, Finanzierungs- und Beteiligungsmöglichkeiten, Zuständigkeiten und Verantwortung des Projektes sowie Timing präsentiert.

Aufsichtsrats-Vorsitzende Katrin Schlechter zeigt sich überzeugt von #wirsindKitzbühel: „Tourismus ist ein zentraler Wertschöpfungspfeiler unserer Region und prägt unseren Lebensraum. Dem Aufsichtsrat von Kitzbühel Tourismus war es daher wichtig, dass sich alle Interessierten im Lebensraum bei der künftigen touristischen Entwicklung einbringen können und diese folglich auch mittragen. Als Zeichen der Wertschätzung der zahlreichen ehrenamtlichen Stunden und der daraus entstandenen Ideen haben wir uns einstimmig zur Bereitstellung eines Startbudgets für die Umsetzung konkreter Projektideen entschlossen.“

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. Dies weiß auch Franziska Reisch, die sich als Vertreterin der Next Generation besonders in der Arbeitsgruppe Culinary Delights engagiert, sehr zu schätzen: „#wirsindKitzbühel bietet jedem die Chance, die Zukunft der Region Kitzbühel mitzugestalten.“

#wirsindKitzbühel [Alle Informationen zum Markenbildungsprozess Kitzbühel](#)

Pressekontakt:

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

Medieninhalte



Die TeilnehmerInnen des Markenbildungsprozesses
#wirsindKitzbühel

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100017339/100892475> abgerufen werden.