

#wirsindKitzbüchel | Die fünf Erfolgsmuster des Zukunftsbildes

Die TeilnehmerInnen des Markenbildungsprozesses arbeiten auf Hochtouren am gemeinsam erarbeiteten Zukunftsbild. In einer 5-teiligen Strecke werden die einzelnen Erfolgsmuster präsentiert, dieses Mal „Workation“.

11.07.2022 / 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.

Das Besondere am Ergebnis ist, dass die Interessen aller berücksichtigt wurden und die touristische Entwicklung nicht mehr isoliert, sondern im Rahmen des gesamten Lebensraumes gesehen wird. Die daraus entstandenen fünf Erfolgsmuster – Outdoor Active, Culinary Delights, Inspiring Networks, Workation und New Premium – sind dabei keine klassische Marketingmaßnahme, sondern ein Arbeitsauftrag, dem nun in Kleingruppen mittels konkreten Projektumsetzungen nachgekommen wird.

Erfolgsmuster Workation

Die Nachfrage nach neuen Formen der Arbeitsorganisation steigt seit der Pandemie rasant und birgt ein enormes Potential für sogenanntes „Workation“, da die Bereiche Arbeit, Zuhause und Freizeit immer mehr verschmelzen. Doch was versteckt sich hinter diesem Trend? Viele Konzerne gehen im Recruiting neue Wege – dort ist es Usus, dass Mitarbeiter permanent oder für bestimmte Zeiträume ihren Arbeitsort selbst wählen können. Dies kann einerseits über die Firmen direkt organisiert oder individuell gebucht werden. Auch bei der Entwicklung des neuen Zukunftsbildes von Kitzbühel, an dem rund 70 KitzbühelerInnen seit dem Vorjahr gemeinsam und ehrenamtlich arbeiten, setzt die Gamsstadt auf den Workation-Trend – mit dem großen Ziel, hochwertige Bürostandorte für Meetings oder Arbeitsphasen bereitzustellen. Durch den Aufbau einer klaren, differenzierenden Positionierung sollen dabei neue Zielgruppen angesprochen und gleichzeitig die durchschnittliche Aufenthaltsdauer verlängert werden.

Zusätzlich zu hochwertiger Infrastruktur in leicht erreichbarer und doch besonderer Lage spielen vor allem die Serviceleistungen der Partner vor Ort eine entscheidende Rolle. Einfaches Handling eines Workation-Aufenthaltes sowie ein hochwertiges Rahmenprogramm mit sportlichen Aktivitäten sind dabei buchungsentscheidend.

Zielsetzungen Workation

In der Arbeitsgruppe Workation wird nun daran gearbeitet, das bestehende Potenzial zu eruieren und konkrete, buchbare Produkte zu schaffen.

Arbeitsgruppenleiter Thomas Hechenberger ist in diesem Bereich sehr engagiert: „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.“

Weitere Schritte

Bei einem gemeinsamen Termin Anfang Juli präsentierten sich die Teams gegenseitig die von ihnen erarbeiteten Projekte. In Schritt 3 geht es nun um die konkrete Umsetzung, wofür der Aufsichtsrat von Kitzbühel Tourismus ein eigenes Startbudget für die kommenden Jahre verabschiedet hat. Die von den Arbeitsgruppen unabhängig ausgearbeiteten Projekte werden dem Aufsichtsrat mit den notwendigen Parametern wie Geschäftsmodell und Finanzierung, Beteiligungsmöglichkeiten, Verantwortung und Timing präsentiert.

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