

## Kitzbühel feiert Relaunch: So erobert die Trend-Destination die Alpen!

Kitzbühel Tourismus präsentiert Erfolge des Rebrandings 2024: Neue Markenstrategie, positive Wirkung und internationaler Anerkennung.



**Kitzbühel, Österreich** - Kitzbühel Tourismus zieht nach einem Jahr des Rebrandings Bilanz und präsentiert beeindruckende Ergebnisse. Im Juni 2024 startete das Marketingteam um Dr. Viktoria Veider-Walser mit einer neuen strategischen Ausrichtung, die sich am Stil von Fashion Brands orientiert. Der Relaunch, Teil eines seit 2021 laufenden Markenbildungsprozesses, zielt darauf ab, Kitzbühel als moderne, zukunftsorientierte Destination zu positionieren, die auch jüngere und urbanere Zielgruppen anspricht. Laut **Top Tirol** floßen zentrale Ergebnisse aus Workshops und Umfragen in die neue Markenidentität ein.

Der Auftakt war ein wahrer Knaller: unter dem Motto „Something

NEW is coming“ begann die Einführung mit einer mehrstufigen Teaser-Kampagne. Am 20. Juni 2024, dem Tag der Sommersonnenwende, wurde das neue Design bei einem großen Event gefeiert, bei dem über 500 Gäste den Brand-Neustart in Kitzbühel begingen. Eine nächtliche Guerilla-Aktion verwandelte die Stadt über Nacht und verteilte dazu 6.000 Caps, Shirts und andere Werbemittel.

## **Reichweite und Nutzer-Feedback**

Das Ergebnis? Eine gigantische Reichweite: Über 54 Millionen Menschen wurden durch die Kampagne erreicht und die Pressemeldungen sorgten für eine Berichterstattung, die über 87 Millionen Kontakte generierte. Kitzbühel wird nun auch international beworben, etwa in Städten wie London und Berlin sowie am Flughafen Frankfurt. **Presseportal** hebt hervor, dass die Rückmeldungen äußerst positiv sind und insbesondere die jüngeren Zielgruppen stärker an die Marke gebunden wurden.

Dennoch gab es auch kritische Stimmen: Die rechtlichen Verhandlungen um die originale „Walde Gams“, ein historisches Symbol der Marke, zogen sich über drei Jahre, was nicht ohne Widerstand aus der Bevölkerung blieb. Eine Petition für den Erhalt der „alten Gams“ zeigte, dass nicht alle Kitzbüheler mit dem neuen Kurs einverstanden sind. Um dies zu klären, führte Kitzbühel Tourismus zwei Informationsschreiben und eine offene Fragerunde durch.

## **Erfolgstrends und Auszeichnungen**

Die ersten Werbewirksamkeitsmessungen Ende Juni 2024 hatten dennoch vielversprechende Ergebnisse: Die Bekanntheit der Marke stieg merklich an und die Markenbindung sowie Sympathiewerte konnten vor allem bei jüngeren Menschen gesteigert werden. Mit dieser positiven Entwicklung wird das Konzept auch auf internationalen Fachveranstaltungen vorgestellt, um die Reichweite weiter auszubauen.

Besonders beachtlich: Der Relaunch wurde im Februar 2025 mit dem „German Design Award“ ausgezeichnet und ist darüber hinaus für den „German Brand Award“ nominiert. Das Team um Dr. Veider-Walser macht also alles richtig, wenn es um innovative Ansätze im alpinen Destinationsmarketing geht – weit über die Grenzen Österreichs hinaus. Die erfolgreiche Umsetzung und positive Resonanz sind der Beweis dafür, dass Kitzbühel auf dem richtigen Weg ist.

Details	
<b>Ort</b>	Kitzbühel, Österreich
<b>Quellen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="http://www.top.tirol">www.top.tirol</a></li><li>• <a href="http://www.presseportal.de">www.presseportal.de</a></li><li>• <a href="http://www.intensivesenses.com">www.intensivesenses.com</a></li></ul>

**Besuchen Sie uns auf: [aktuelle-nachrichten.at](http://aktuelle-nachrichten.at)**