

Mario Weiss

## Positionierung einer Stadt



Graz ist eine Stadt im Süden Österreichs mit rund 250.000 Einwohnern. Graz Tourismus ist ein freier Zusammenschluss der städtischen Tourismusgesellschaft, des Verbandes der Tourismusbetriebe und des City Managements (Einkaufsstadt). Die Kernaufgabe von Graz Tourismus liegt in der touristischen Vermarktung der Stadt.

Einmal jährlich treffen sich Personen aus Politik, Hotellerie und Gastronomie, die Geschäftsführung von Messe, Casino und Flughafen, Grazer Unternehmerinnen und Unternehmer (rund 30 Personen) zum „Tourismus-Strategie-Forum“. Das Ziel dieses Forums ist die gemeinsame Abstimmung und Ausrichtung der touristischen Angebotsentwicklung und der Marketingmaßnahmen der Stadt.

Bei der Gestaltung eines solchen „Tourismus-Strategie-Forums“ müssen unterschiedliche Interessen und Anliegen aller teilnehmenden Personen integriert und verbunden werden. Das ist vor allem durch eine prägnante optische Darstellung gelungen. Das Bild von Basisqualitäten und Spitzenqualitäten ist eine einfache und wirksame Möglichkeit für die Positionierung und damit eine Grundlage für Strategiearbeit. Unter Basisqualitäten wurden alle Eigenschaften der Stadt zusammengefasst, die in vergleichbaren Städten ähnlich ausgeprägt sind, beispielsweise Shopping, Hotellerie, Erreichbarkeit. Spitzenqualitäten hingegen sind jene Eigenschaften der Stadt, bei denen sie sich zu den Top-Städten in ihrem Einzugsgebiet zählt, wie z. B. die mittelalterliche Altstadt oder die vier Universitäten.

Dadurch entstand eine einfache, schnell kommunizierbare und klare Positionierung für die Stadt. Alle Schlüsselpersonen tragen dieses Bild mit und es gibt Orientierung für ihre operative touristische Arbeit. Das „Tourismus-Strategie-Forum“ in Graz arbeitet seit mehreren Jahren mit dieser Vorgehensweise. Quantitativ zeigt sich, dass Graz im Vergleich zu allen anderen österreichischen Städten in den letzten Jahren die stärksten Zuwachsraten an touristischen Nächtigungen erreichte.