



NEWS !

- „JO“ zu St. Johann in Salzburg
- Bevölkerung durch Autokennzeichen zu Markenbotschaftern
- Familie künftig im Mittelpunkt der Tourismusaktivitäten

Tourismus: St. Johann startet mit neuer Marke durch

Aus Sankt Johann-Alpendorf wird „JO“, St. Johann in Salzburg. Im neuen Kleid nach außen aber vor allem auch nach innen erstrahlt die Urlaubsdestination nach einem einjährigen Markenprozess. Im Mittelpunkt aller Aktivitäten und Aktionen steht zukünftig klar das Thema „Familie“.

St. Johann, 27.11.2018. Nach einem intensiven Markenprozess, in den die wichtigen Vertreter der unterschiedlichen Branchen der Region integriert waren, steht nun die Positionierung der Urlaubsdestination St. Johann in Salzburg fest. „Bisher haben wir mit unseren Aktivitäten so gut wie alle Zielgruppen angesprochen. Jetzt legen wir den Fokus ganz klar auf das zukunftssträchtige Thema Familie, das genau zu uns passt. Denn wir sind aufgrund unserer Strukturen und unseres alpinen Umfelds die ideale Familien-Region. Damit wollen wir uns in Zukunft am Markt im In- und Ausland positionieren“, erläutert Tourismusgeschäftsführerin Stefanie Mayr. Begleitet wurde der Markenprozess von den beiden Tourismus-Consultant-Unternehmen Kohl & Partner (Villach) sowie Brandwork-Studios (BWS, Salzburg).

Auftritt modernisiert

Auch der Auftritt nach außen wurde modernisiert und zukunftsfit gemacht. Dabei wurde die Marke „JO“ ins Leben gerufen, die ab sofort als klares Erkennungsmerkmal der Destination gilt und gemeinsam mit der Agentur COCO Communication Company (Salzburg) kreiert wurde. „In der grafischen Ausrichtung war es uns sehr wichtig, die Abgrenzung zu den anderen Namensvetter-Orten zu schaffen, denn es gibt in Österreich noch acht weitere St. Johann. Mit der Marke JO ist dies sehr gut gelungen. Vor allem das Naheliegende der Idee hat uns überzeugt, denn das JO ziert nicht nur die Autokennzeichen des Bezirks, sondern bedeutet auch ein klares JA in unserem Dialekt. Mit der neuen Marke ist es uns zudem gelungen, die Kräfte der unterschiedlichen Institutionen in St. Johann zu bündeln. So treten die Handelsgemeinschaft EZ sowie das Kultur- und Kongresshaus am Dom ab Anfang des kommenden Jahres ebenfalls unter der Dachmarke JO auf“, so Mayr, die augenzwinkernd ergänzt: „Außerdem ist es schön, dass auch unsere Nachbarorte im Pongau durch die Autokennzeichen nun allesamt Markenbotschafter von JO sind.“

Familien- und Mitarbeiterfreundlichkeit im Fokus

St. Johann in Salzburg hat große Pläne. Die Vision für 2025 lautet: Wir wollen die familien- und mitarbeiterfreundlichste Region im Alpenraum werden. Dabei geht es vor allem um ein familiäres Gesamtkonzept, das Tourismus, Wirtschaft und natürlich auch den Lebensraum miteinbezieht.

Alle Kräfte bündeln

Den Akteuren ist bewusst, dass der Weg zu diesem Ziel länger werden wird. Deshalb gilt es alle Kräfte dafür zu bündeln. Robert Rettenwender, Obmann des Tourismusverbands: „Es liegen sehr arbeits- und zeitintensive Monate hinter aber auch noch vor uns. Es war für uns in der ersten Phase vor allem wichtig, St. Johann mit seinem Alpendorf in eine gemeinsame Richtung zu lenken, in der sich alle wiederfinden. Dabei ist klar rausgekommen, dass die Familie schon lange einen sehr hohen Stellenwert bei uns hat. Diesen möchten wir nun in allen Bereichen weiter ausbauen. In der zweiten Phase muss es jetzt gelingen, jedes noch so kleine Puzzleteil im Sinne eines stimmigen Gesamtbildes gezielt zu positionieren.“

Work-Life-Balance für Mitarbeiter in Hotellerie und Gastronomie ausbauen

Um die gesetzten Ziele zu erreichen, arbeiten der Tourismusverband, einige St. Johanner Tourismusbetriebe sowie Vertreter der Bergbahnen und der Handelsgemeinschaft EZ bereits eng zusammen. So wurde in Kooperation mit der Wirtschaftskammer Salzburg ein umfangreiches Projekt zum Thema „Employer Branding“ gestartet. Mittels gezielter Maßnahmen wie Gesundheitsbildung, spezielle Sozialleistungen und individuelle Arbeitszeitmodelle sollen die unterschiedlichen Berufsbilder der Hotellerie und des Gastgewerbes wieder an Attraktivität für Lehrlinge und Fachkräfte gewinnen. Das Projekt basiert auf den drei Säulen „Leben“, „Arbeiten“ und „Genießen“. „Wir sprechen derzeit von der Generation Y, der es wichtig ist, ein gutes Zusammenspiel zwischen Arbeiten und Leben zu finden. Es geht hier vor allem um flexible Arbeitszeiten, um Förderung der eigenen Gesundheit aber auch um den Stellenwert der Freizeit. Uns muss es gelingen, potentielle Arbeitskräfte davon zu überzeugen, dass dieses Zusammenspiel, also eine Work-Life-Balance auch in der Hotellerie und in der Gastronomie möglich ist und immer mehr Unternehmen ihren Mitarbeitern hier bereits einen echten Mehrwert bieten“, erläutert Regina Nussbaumer von der Wirtschaftskammer Salzburg (Bezirksstelle Pongau).

Familienfreundliche Digitalisierung

Das Tourismusangebot soll künftig auf einen Blick und mit einem Klick familienfreundlich ersichtlich sein. Dazu wird ein Digitalisierungsprojekt in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Salzburg ins Auge gefasst. Mit Hilfe eines maßgeschneiderten Tools sollen die St. Johanner Gäste künftig die für sie wichtigen Daten wie Check-In, Veranstaltungen, Wanderrouten u.v.m. jederzeit und überall abrufen können. „Die digitale Transformation ist schon seit langer Zeit auch im Tourismus ein großes Thema, aber noch nicht angekommen. Bei diesem Projekt, das gemeinsam mit der Fachhochschule Salzburg umgesetzt werden soll, liegt unser Hauptaugenmerk darauf, dem Gast den Urlaub mittels einer smarten Lösung zu vereinfachen und ihm viele wichtige Informationen und effektive Vorteile mit nur einem Tool bieten zu können“, so BWS-Geschäftsführer Thomas Stranig.

St. Johanner Kinderwoche mit Philharmonie Salzburg

Ein weiteres Projekt ist die JoKiWo, die St. Johanner Kinderwoche, die vom 13. - 20. Juli 2019 stattfindet. In dieser Woche wird ein umfangreiches Programm für Kinder und Familien mit Action, Spiel, Spaß und Unterhaltung angeboten. Highlight ist die Aufführung von „Peter und der Wolf“ der Philharmonie Salzburg.

Die Tourismusregion St. Johann

Mit jährlich rund 500.000 Nächtigungen und 4.000 Gästebetten zählt St. Johann inklusive Alpendorf zu den führenden Tourismusdestinationen im Bundesland Salzburg. Das zusammenhängende Skigebiet Snow Space Salzburg lockt mit 120 Kilometern bestens präparierter Pisten und 45 modernen Lifтанlagen.

www.josalzburg.com

Für Rückfragen:

Stefanie Mayr, Geschäftsführerin

TVB St. Johann in Salzburg

mayr@josalzburg.com

Tel. 0664 15 27 630

www.josalzburg.com