

## PRESSE NEWS

### **Allgäu Strategie 2030: Über 5.000 Gäste und Einheimische nahmen an Befragung der Allgäu GmbH teil Ergebnis zeugt von hoher Identifizierung und Kraft der Marke und Region**

Kempten (AG, 04. März 2019) – Die Destinationsstrategie Allgäu wird fortgeschrieben: Was die erfolgreiche Grundlage für Orte, Landkreise und Akteuren im Tourismus bis heute bildet, wird geprüft und überarbeitet um auch künftig das Allgäu als lebenswerten Raum zu erhalten.

Aus diesem Grund hat die Allgäu GmbH eine Umfrage unter Einheimischen und Gästen, Arbeitgebern und Arbeitnehmern aus der Tourismuswirtschaft gestartet. Über 5.000 Menschen haben sich mit den Fragen rund um die Kraft der Marke Allgäu und deren Werten auseinandergesetzt. Wie die Analysten von Brandwork-Studios mitteilten, dürfte eine Studie mit dieser hohen Beteiligung in Deutschland wohl einmalig sein. Das Ergebnis zeugt vom hohen Engagement und der Identifizierung mit dem Allgäu. Die 21.000 Einzelantworten der Befragten füllen 321 Seiten und geben wertvolle Rückschlüsse auf die Werte der Marke Allgäu und deren Wahrnehmung.

#### **Umfrage bestätigt die Kraft der Marke Allgäu**

Die Kraft einer Marke kann gemessen werden. Ein Instrument ist die internationale Auszeichnung von Superbrands Germany, welche seit 24 Jahren Marken bewertet und das Allgäu als einzige Regionen-Marke auszeichnete. Andere Systeme, wie von Brandwork-Studios verwendet, vergeben Punkte und hier reiht sich die Marke Allgäu ganz oben ein. Die wohl größte Aussagekraft zur Destinationenmarke Allgäu sind jedoch den über 5.000 Antworten zuzuordnen. Aus den darin enthaltenen 21.000 Einzelantworten ergab die semantische Inhaltsanalyse ein klares Bild der Marke Allgäu. Es zeigt, wofür die Allgäuer stehen, was sie einzigartig macht und wofür sie brennen.

#### **Ergebnisse zeugen vom Gestaltungswillen der Allgäuer**

Vier Markenkernwerte und die Markenessenz wurden freigelegt. Sie bilden nun das Grundgerüst für die Weiterentwicklung der Destinationsstrategie 2030. „Das große Engagement mit detaillierten Antworten spiegelt den Gestaltungswillen der Allgäuer wieder und dies werden wir berücksichtigen“, meint dazu Stefan Egenter, Marketingleiter der Allgäu GmbH. „Es haben sich klare und frische Botschaften herauskristallisiert, die der Orientierung aller dienen“. Nach der ersten Datenanalyse folgen nun Workshops und Konferenzen, um auch weiterhin das Allgäu als eine der beliebtesten Region in Deutschland für Urlaub, Leben und Arbeiten zu erhalten. „Wir werden alle Akteure der Tourismuswirtschaft einbinden. Nur wenn wir alle gemeinsam von der Richtigkeit unseres Tuns überzeugt sind, ziehen wir an einem Strang und sichern uns die Zukunft unserer Ressource im stärker werdenden Wettbewerb“, bekräftigt Bernhard Joachim, Geschäftsführer der Allgäu GmbH.

#### **Medienkontakt**

Simone Zehnpfennig  
Leitung Kommunikation Allgäu GmbH  
Tel. 0831/5753737, Fax 0831/5753733  
zehnpfennig@allgaeu.de; www.allgaeu.de

Bernhard Joachim  
Geschäftsführer Allgäu GmbH  
Tel. 0831/575 37 31  
joachim@allgaeu.de