

## **PRESSE NEWS**

### **Das Allgäu hat es vorgemacht: 25 Jahre Allgäu Initiative für eine starke Region – eine Erfolgsgeschichte aus Politik und Gesellschaft, seit 10 Jahren gebündelte Aktivitäten unter dem Dach der Allgäu GmbH**

Kempten (AG, 28.10.2020) - Was mit einer Vision und der Gründung der Allgäu Initiative vor 25 Jahren begann, ist heute das Erfolgsmodell einer Region: Die Zusammenarbeit von Politik, Wirtschaft und gesellschaftlichen Interessensvertretungen für ein starkes Allgäu wird durch die Allgäu GmbH, der Gesellschaft für Standort und Tourismus, abgebildet. Mit ihr wurde vor 10 Jahren eine strategisch und operativ arbeitende Einheit gegründet. Der Allgäu GmbH sprechen nicht nur Unternehmer, Landkreise und Kommunen im bayerischen, sondern auch im württembergischen Allgäu ihr Vertrauen aus. Zudem bestehen enge Beziehungen zu den österreichischen Nachbarn Tirol und Vorarlberg. Dieses grenzübergreifende Arbeiten trägt in erheblichem Maße zur Erfolgsgeschichte bei. Sie äußert sich beispielsweise nicht nur in gemeinsamen Tourismus-Projekten wie die Wandertrilogie Allgäu, sondern auch in der Attraktivierung der Regionalbahnen.

Doch was das Allgäu vor allem von anderen Regionen unterscheidet, ist die in einem langen Prozess erarbeitete Marken- und Destinationsstrategie. Mit ihr wurden die Markenwerte der Qualitätsmarke festgelegt. Sie bilden den Grundstein allen Handelns und führen das Allgäu in eine lebenswerte Zukunft, die das Wohlergehen aller berücksichtigt. „Mit der Marke Allgäu haben wir die Region für Gäste und Fachkräfte begehrenswert gemacht. Wir haben die Umsetzung vieler wichtiger Infrastrukturprojekte erreicht und werden in München und Berlin gehört. Unserer Vision, das Allgäu als zukunftsorientierten, leistungsstarken Gestaltungsraum für individuelles Leben, Arbeiten und Urlaub im ländlichen Raum in die Wahrnehmung der Menschen zu bringen, sind wir schon näher gekommen. Wir haben die Grundlagen gelegt, Prozesse für eine nachhaltige Entwicklung angestoßen und sind gerüstet für die Zukunft“, fasst Landrätin Rita Maria Zinnecker und Aufsichtsratsvorsitzende der Allgäu GmbH die vergangenen 25 Jahre zusammen.

### **Einigkeit macht stark: Die Allgäu-Erklärung vom 27.11.1995**

Schon in den 1950er Jahren beklagten sich Allgäuer, man werde in München weder politisch noch wirtschaftlich wahrgenommen. Allgäuer Politikern war durchaus bewusst, das oft zitierte Kirchturmdenken abzuschaffen. Bereits 1995 plädierte der damalige Bundestagsabgeordnete Dr. Gerd Müller für eine Allgäu GmbH, welche die Interessen der Region bearbeitet. Doch bis dahin vergingen noch 15 Jahre. Der Grundstein wurde aber schon früher gelegt: Am 27.11.1995 unterschrieben Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft eine Allgäuer Erklärung, die mit den Worten beginnt: „Im Allgäu ist neues, gemeinsames Denken und Handeln für eine positive Entwicklung des Wirtschaftsstandortes dringend erforderlich.“ Die Allgäu Initiative GbR war gegründet. Damit änderte sich die Schlagkraft. Beispielsweise flossen vier Jahre nach Gründung der Allgäu Initiative 36 Millionen DM der High Tech Offensive Bayern in die Region. Das entsprach 72 Prozent aller bayerischen Fördermittel. Gemeinsam verfolgte man weitere Großprojekte: Man sprach sich für eine gemeinsame Bewerbung für die Nordische SKI WM 2005 aus, gründete das Energie- und Umweltzentrum Allgäu gGmbH eza! und betrieb verstärkt Standortpolitik. 2002 setzte die Allgäu Initiative den Schwerpunkt auf die Wirtschaftsförderung und Standortwerbung unter der Geschäftsführung von Klaus Fischer. 2004 wurde die Allgäu Marketing GmbH gegründet, Geschäftsführer wurde

Bernhard Joachim. Durch sie gelang die Förderung des Destinationsmarketings Allgäu aus EU-Interreg-Mitteln. Das Allgäu-Logo wurde erstmals bei der Vierschanzentournee platziert und ist seit dieser Zeit bei allen TV-relevanten Sport-Events prominent sichtbar. Mit dem Skipass SUPERSCHNEE folgte das nächste EU-Projekt. Der Zusammenschluss der Lift- und Bergbahnen im Allgäu, Kleinwalsertal und Tannheimer Tal macht bis heute diese Kooperation zu Deutschlands größtem Bergbahnverbund.

2007 startete der Flugbetrieb auf dem Allgäu-Airport. Ein Kraftakt, der nur durch die gemeinsame Allianz ermöglicht wurde und bayernweit für Aufsehen sorgte: Noch nie hatte sich die regionale Wirtschaft zusammen mit der kommunalen Politik derart engagiert. Ein Ergebnis der „Allgäu Connection“, wie die Süddeutsche Zeitung formulierte.

### **2008 die Allgäu-Konferenz in Berlin**

Die Allgäu-Konferenz in Berlin war der Auslöser: Als ländliche Region zwischen den Metropolregionen München, Stuttgart und Zürich gelegen, werde das Allgäu nicht als Wirtschaftsraum wahrgenommen. Das sollte sich fortan ändern und die Stoßrichtung war klar: Die Themen Tourismus, Standort und Regionalentwicklung müssen gebündelt und die bisher in diesem Bereich tätigen Institutionen möglichst eng zusammengeführt werden. Im Tourismus startete 2009 ein Prozess, der die Grundlage aller nachfolgenden Handlungen schuf: Die Destinationsstrategie Allgäu veränderte den Auftrag der Allgäu Marketing GmbH. Sie wurde von der Marketinggesellschaft zur Destinations-Management-Gesellschaft. Zugleich startete der Markenbildungsprozess Allgäu für Tourismus und Wirtschaft.

### **2010: Gründung der Allgäu GmbH, Gesellschaft für Standort und Tourismus**

Zwei Jahre nach der Allgäu-Konferenz in Berlin und 15 Jahre nach der ersten Forderung von Dr. Gerd Müller zur Gründung einer Allgäu GmbH war es soweit: Die Allgäu GmbH Gesellschaft für Standort und Tourismus entstand durch die Fusion der Allgäu Marketing GmbH mit Allgäu Initiative GbR. Klaus Fischer und Bernhard Joachim wurden zu Geschäftsführern berufen. Landrat Gebhard Kaiser wurde Aufsichtsratsvorsitzender, er hatte den Gründungsprozess enorm vorangetrieben. Keiner anderen Region in Deutschland war es bis dahin gelungen, so viele verantwortliche Entscheidungsträger aus allen Bereichen der Gesellschaft zusammenzuführen. Der nunmehr abgeschlossene Markenbildungsprozess und Destinationsentwicklung erregte deutschlandweit Aufsehen und die Wort-Bild-Marke Allgäu wurde eine eingetragene europäische Marke.

### **Leitprodukte Wandertrilogie Allgäu, Radrunde Allgäu und Alpenwellness Allgäu**

2013 gelang es dem Allgäu mittels der Leitprodukte Wandertrilogie Allgäu, Radrunde Allgäu und der Alpenwellness Allgäu, sich deutlich von anderen Wettbewerbern zu unterscheiden. Zudem vereinten die Wandertrilogie und die Radrunde alle geografischen Räume des Allgäus. Die Allgäu GmbH schloss mit 33 Orten und Gastgebern dreijährige Kooperationsverträge. „Diese vertrauensvolle Zusammenarbeit sowie die Bündelung der Mittel, wie man es schon seit Gründung der Allgäu Marketing GmbH kennt, ermöglicht allen Beteiligten eine große Marktdurchdringung“, erklärt Bernhard Joachim, Geschäftsführer der Allgäu GmbH. Unter seiner Federführung wurden diese touristischen Meilensteine des deutschen Tourismus entwickelt und umgesetzt.

## **Kampagnen für den Wirtschaftsraum**

Nicht nur im Tourismus soll ein starkes Marketing organisiert. Auch der Wirtschaftsraum solle gezielt in Absprache mit den Unternehmern beworben werden: Mit der Freiraum-Kampagne und der mehrfach ausgezeichneten Jobchallenge erreicht das Allgäu junge Fachkräfte. 2017 wird das Allgäuer Gründerzentrum Allgäu Digital gegründet und ist heute europaweit vernetzt. Für das Forschungsprojekt Bayern-Cloud für digitale Dienste im Tourismus ist das Allgäu Modellregion. Ein Baustein, um das Mobilitätskonzept voranzutreiben.

## **Das Allgäu – gerüstet für die Zukunft**

Das Allgäu ist heute eine der erfolgreichsten, ländlichen Wirtschaftsregionen Deutschlands mit hoher Umwelt- und Lebensqualität. „Getragen von der mittelständischen Wirtschaft und ergänzt um international agierende Konzerne sowie Bildungs- und Forschungsstätten schafft das Allgäu ein anregendes Klima für erfinderische Menschen mit dem Willen zum Erfolg“, präzisiert Klaus Fischer, Geschäftsführer der Allgäu GmbH. Das zeigt sich auch im Tourismus, denn das Allgäu zählt zu den fünf erfolgreichsten Tourismusdestinationen in Deutschland und zu den wichtigen Playern im Alpenraum. Wie wichtig die gelebten Markenwerte sind, zeigt sich derzeit in der Corona-Pandemie: In der Krise zählen Familie, Gesundheit, Heimat und Natur. Das Allgäu bietet sie bereits in den Markenwerten ehrenwert, heilsam, friedlich und originell und schafft es, Verantwortung für ein gesichertes und nachhaltiges Leben künftiger Generationen zu übernehmen.

## **Künftige Aufgaben klar skizziert: Wohnraum, Flächennutzung, Mobilität und Pflege**

Wohnraum und Flächennutzung bestimmen sehr stark die Diskussion um die Lebensqualität im Allgäu. Hier werden derzeit neue Ansätze gestaltet. Auch arbeitet man einem intelligenten Mobilitätskonzept, ohne das keine nachhaltige Tourismusentwicklung möglich ist. Nicht zuletzt bleibt die Aufgabe, den Anspruch des Allgäus als Vorreiter beim Klimaschutz mit Leben zu erfüllen. Das Allgäu strebt, ausgehend von der CO<sub>2</sub>-Bilanz 2011 bis 2050 eine Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen um 95 Prozent an. „Wir haben noch einiges vor und brauchen dafür alle Partner in Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Tourismus, Wissenschaft und die Menschen im Allgäu, die das ganze mittragen“, appellieren Klaus Fischer und Bernhard Joachim, Geschäftsführer der Allgäu GmbH. Die Weichen für eine nachhaltige Entwicklung des Allgäus sind gestellt.