

PRESSE NEWS

Vier Kernwerte und die Essenz der Marke Allgäu bilden Leitplanken für die Fortschreibung der Marken- und Destinationsstrategie

2030

Allgäu GmbH stellt detailliertes Ergebnis der Markenbefragung vor

Kempten/Füssen (AG, 11. Mai 2019) – Große Bühne für die Ergebnispräsentation einer großen Analyse: Die Allgäu GmbH lud Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zur Allgäu-Strategie-Konferenz ins Festspielhaus nach Füssen ein. Ein würdiger Rahmen, um die Antworten von über 5.000 Menschen zu präsentieren, die sich mit den Fragen rund um die Kraft der Marke Allgäu und deren Werten auseinandergesetzt haben. Deren 21.000 Einzelantworten füllen 321 Seiten und geben wertvolle Rückschlüsse auf die Werte und Wahrnehmung der Marke Allgäu. In die Analyse einbezogen wurden zudem die Bürgerbefragung zur Marke Allgäu 2015, die Auswertung verschiedener Social Media Plattformen, Leader-Projekte, Experten-Interviews sowie die angewandte Destinationsstrategie mit mehreren Workshops. Vier Markenkernwerte - ehrenwert, heilsam, friedlich und originell haben sich dabei herauskristallisiert, aus denen sich wiederum die Markenessenz mit dem Oberbegriff frisch ableiten lässt. Diese Markenkernwerte bilden die Grundlage für die Fortschreibung der erfolgreichen Marken- und Destinationsstrategie Allgäu, um das Allgäu als lebenswerten Raum zu erhalten.

Markenversprechen Allgäu: heilsam, friedlich, ehrenwert, originell

Die vier freigelegten Markenkernwerte ehrenwert, heilsam, friedlich und originell sowie die Markenessenz bilden nun das Grundgerüst für die strategische Weiterentwicklung mit Blick auf 2030. Greifbarer werden die Markenkernwerte, wenn man deren Synonyme betrachtet:

Ehrenwert im Sinne von wahrhaftig, rechtschaffen, geradlinig, solide und sauber. Das Allgäu verfügt über tief verankerte Strukturen, bietet Stabilität und Sicherheit.

Heilsam im Sinne von gesund, aufbauend, nährend, kraftspendend und segensbringend. Gesundheit ist ein zentrales Thema im Allgäu, das spiegelt sich in vielen Angeboten der Orte wieder, von Kneipp- und Schrothkuren bis hin zu modernen Kliniken und alternativen und ergänzenden medizinischen Gesundheitsangeboten.

Friedlich im Sinne von idyllisch, umgänglich, zurückhaltend, achtsam und seelenruhig. Die idyllische Landschaft wirkt positiv und lässt die Menschen zur Ruhe kommen. Das überträgt sich auf die positive Grundeinstellung und auf ein gutes Miteinander.

Originell im Sinne von echt, pfiffig, erfinderisch, eigenwillig und schelmisch. Die Menschen sind zukunftsorientiert, voller Ideen und Tatendrang.

Markenessenz Allgäu – mit einem klaren Auftrag gerüstet für die Zukunft

Die Markenessenz aus allen vier Markenkernwerten ist frisch im Sinne von neu, sauber, luftig, knusprig, gesund, erneuert und innovativ. Das Allgäu lässt die Menschen durchatmen, im wörtlichen wie im übertragenen Sinn. Die heile Welt des Allgäus erstarrt nicht in Tradition, ein frischer Wind sorgt für neue Kräfte und Ideen. Mit dieser Markenessenz erhält die Marke Allgäu einen klaren Auftrag und Fahrplan für das kommende Jahrzehnt, den die Menschen in der Region unterstützen. Die starke Kraft der Marke Allgäu ist nicht nur im Tourismus spürbar, sondern auch in allen anderen Wirtschafts- und Lebensbereichen, wie die hohe Beteiligung an der Befragung, Konferenzen und Workshops zeigt. „Das große Engagement mit detaillierten Antworten spiegelt den Gestaltungswillen der Allgäuer wieder“, meint dazu Stefan Egenter, Marketingleiter der Allgäu GmbH. „Es haben sich klare und frische Botschaften herauskristallisiert, die der Orientierung aller dienen“. In weiteren Bernhard Joachim, Geschäftsführer der Allgäu GmbH, bekräftigt: „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“. Die Markenbefragung wurde von der

Agentur Brandwork-Studios aus Österreich durchgeführt. Wie deren Analysten mitteilten, dürfte eine Studie mit dieser hohen Beteiligung in Deutschland wohl einmalig sein. Die freigelegten Markenwerte bilden nun die Basis für die Fortschreibung der Allgäuer Destinationsstrategie 2030. Die aus der Allgäu-Strategie-Konferenz gewonnenen Aspekte fließen in das Endergebnis mit ein. Am 12. August 2019, dem Allgäu Tag, stellt die Allgäu GmbH die Marken- und Destinationsstrategie 2030 vor. Das Allgäu soll künftig Deutschlands attraktivste ländliche Region zum Leben und Arbeiten sein.

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