

PRESSE NEWS

Lebensräume neu denken. Vordenkende aus Deutschland bewerten ihre Destinationen neu.

Entscheiderinnen und Planer aus ganz Deutschland zum Fachaustausch im Allgäu.

Kempten (AG, 08.06.2022) – OpenWeek Allgäu – eine ganze Woche lang tauschten sich Vordenkende aus deutschen Tourismusregionen zum Thema „Lebensräume neu denken“ aus. Denn spätestens seit den Zeiten des Lockdowns zu Corona wurden partielle Probleme, die sich schon vorher abzeichneten, zu komplexen Problemen. Rund 50 Teilnehmenden aus ganz Deutschland, von Rostock bis zum Chiemsee, von Frankfurt bis zum aus dem Bayerischen Wald, diskutierten und bewerteten zukunftsfähige Tourismus- und Standortstrategien. Dass die Openweek, ein Tagungsformat das Urlaub mit Arbeit verbindet, im Allgäu stattfand, war kein Zufall. Denn das Allgäu als gastgebende Region setzt Impulse: Die Marken- und Destinationsstrategie Allgäu berücksichtigt die ganzheitliche Lebensraumgestaltung. So ist beispielsweise die Stelle Mobilitätsmanagement Allgäu neu geschaffen worden, um das Mobilitätskonzept Allgäu umzusetzen - ein Meilenstein, nicht nur im Bereich der Tourismusakzeptanz. Auch gezieltes Fachkräfte-Marketing oder Naturnaher Tourismus werden neu gedacht. Das bewies eindrucksvoll die Lernreise durchs Allgäu: Pioniere im Bereich der Hotellerie zeigten beispielsweise, wie sie sich auf Ortsebene einbringen: So wird der Kindergarten in Ofterschwang mit täglich frisch gekochtem Essen aus einem örtlichen Hotel beliefert. Im Hotel Oberstdorf ist Coworking selbstverständlich – genauso wie die Azubi-Offensive. Im Naturpark Nagelfluhkette wird naturschützendes Verhalten Kindern im Gelände gelehrt. Die Rangerinnen genießen bei den Kindern höchstes Ansehen und tragen den Naturschutzgedanken in die Familien.

"Die Openweek im Allgäu liefert für mich zwei zentrale Erkenntnisse: Mit der Gründung der Allgäu GmbH im Jahr 2011 als Gesellschaft für Standort und Tourismus unter einer starken Dachmarke Allgäu sind die Weichen richtig gestellt worden. In Lebensräumen wie dem Allgäu geht es in Zukunft noch stärker um das Ausbalancieren der Interessen von Einheimischen und Gästen und zwar immer mit Rücksicht auf die Natur", bilanziert Stefan Egenter, Marketingleiter der Allgäu GmbH, die Openweek.

Stephanie Fähnrich von Erlebnisplan Deutschland aus Köln bestätigte: „Eine Woche voller Austausch und Kreation zu der Gretchenfrage: Welche Rolle nimmt der Tourismus in der Gestaltung von Lebens- und Erlebnisräumen zukünftig ein und wie können wir Lust machen auf Nachhaltigkeit, Gemeinwohl und Transformation? Das Allgäu zeigt hier den Weg“. Für Anna Scheffold aus Frankfurt war es die Lernreise, welche für sie die meisten Anregungen für ihre Arbeit gab: die vielen Gespräche zeigten, dass man mit Pragmatismus Menschen überzeugt.

„Lebensräume stehen im Spannungsfeld von Wertschöpfung und Wertschätzung, von Ökologischem wie Sozialem“, erläutert Florian Bauhuber, Organisator der OpenWeek und Geschäftsführer des internationalen Beraternetzwerk Realizing Progress. „Genau diese Themen sind offen diskutiert worden.“

Pressekontakt:

Simone Zehnpfennig
Pressesprecherin 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