

# Alles unter einem Dach im Allgäu

**Außendarstellung** Marke für Region mit vielen Showelementen auf Festwoche präsentiert

VON DIRK AMBROSCH

**Kempten** Was wären einem denn für Worte eingefallen, hätte man diese Präsentation beschreiben müssen? Vielleicht wäre man auf „pfiifig, anregend, lebendig“ gekommen. Möglicherweise würde dem Ganzen auch eine gewisse „Bodenständigkeit“ eingeräumt, die Veranstaltung insgesamt dann aber doch: „leistungsstark“. Und hätte mit Erstaunen festgestellt: die Kernaussagen zur Marke Allgäu waren von den Machern des sogenannten Markentages auf der Allgäuer Festwoche bereits in das gut zweistündige Programm integriert worden.

Angefangen bei dem Comedian und Unternehmensberater Josef Bertl, der aufmerksam, mit viel (hintergründigem) Witz die Präsentation und Wortbeiträge moderierte. Einspielfilme (unter anderem mit typischen Allgäuer Impressionen) und die Darsteller des Improvisationstheaters „Steife Brise“ aus Hamburg lockerten immer wieder auf, banden das Publikum mit ein und sorgten für Lacher.

Gleichwohl war die Botschaft eindringlich: Ein Allgäu, eine Marke. „Wir wollen das Allgäu künftig gemeinsam positionieren und vermarkten zwischen den Metropolregionen München und Stuttgart“, sagte der Vorsitzende der Allgäu Initiative (AI), Gebhard Kaiser. Wie bereits ausführlich berichtet, verschmelzen AI und Allgäu Marketing

zur Allgäu GmbH, die am 1. Januar 2011 ihren Betrieb aufnehmen wird und das ganze Allgäu nach außen vertritt und bewirbt. Unter dem Dach der Marke Allgäu sollen dann die Kräfte von Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Kultur gebündelt werden.

Die Botschaft lautet: Hier verbinden sich Natur, Genuss und Leistung. „Mit einem gemeinsamen Auftritt wollen wir das positive Image, das die Marke Allgäu bereits im Tourismus erreicht hat, nun auf eine breite Basis der Unternehmen und Produkte im Allgäu übertragen können“, erklärte der Vorsitzende des Tourismusverbandes Allgäu/Bayerisch-Schwaben, Alfons Zeller, die erhoffte Wirkung des neuen Konstrukts.

## „Von innen gelebt werden“

Der Erfolg der neuen Marke sei jedoch abhängig von der Akzeptanz in der Region. Der Kemptener Oberbürgermeister Dr. Ulrich Netzer appellierte daher: „Die Marke Allgäu muss zuallererst von innen gelebt und dann mit Begeisterung nach außen getragen werden.“

Bis Anfang nächsten Jahres soll diese Botschaft in die Öffentlichkeit getragen werden. Mit verantwortlich dafür ist Stefan Nitschke (28) als neuer Regionalmanager. Er löst Andreas Querbach ab. „Wir müssen die Marke weiter entwickeln und den Menschen die Vorteile bewusst machen.“



Ein Allgäu, eine Marke: Beim Markentag im Kemptener Kornhaus präsentierten die Allgäuer Landräte und Oberbürgermeister das Allgäu-Logo (von links): Oberbürgermeister Stefan Bosse (Kaufbeuren), Landrat Gebhard Kaiser (Oberallgäu), Landrat Hans-Joachim Weirather (Unterallgäu), Oberbürgermeister Dr. Ulrich Netzer (Kempten), Landrat Johann Fleischhut (Ostallgäu) und Landrat Elmar Stegmann (Lindau). Auf dem Bild fehlt Oberbürgermeister Dr. Ivo Holzinger (Memmingen). Foto: Lienert