

„Allgäu voranbringen, mit einer Stimme sprechen“

Zukunftschance Marke für die Region entwickelt – Botschaft lautet: Hier verbinden sich Natur, Genuss und Leistung

VON DIRK AMBROSCH

Allgäu So etwas hat es in Bayern noch nicht gegeben: Erstmals wird eine ganze Region von einer einzigen Gesellschaft (GmbH) vertreten, beworben und nach außen dargestellt werden. Unter dem Dach der Marke Allgäu sollen die Kräfte von Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Kultur gebündelt werden. „Es ist die Chance, mit einer Stimme zu sprechen und das Allgäu gemeinschaftlich voran zu bringen“, sagt der Vorsitzende der Allgäu Initiative (AI), Gebhard Kaiser. Die neue Gesellschaft soll am 1. Januar 2011 ihren Betrieb aufnehmen. Um Herkunft und Visionen der Marke Allgäu geht es am kommenden Montag auf der Festwoche in Kempten beim „Markentag Allgäu“.

Wie und Wo soll sich das Allgäu im Wettbewerb der Regionen positionieren? Soll es beispielsweise Teil der Metropolregion München werden, sich aufspalten oder auf Eigenständigkeit pochen und diese ausbauen? Diese Fragen waren Ausgangspunkt für die vor Jahresfrist angestellten Überlegungen in den Gremien von

Allgäu Initiative und Allgäu Marketing. Und der Tenor lautete: Wir wollen ein starkes Allgäu. Hierzu war es notwendig, die Kräfte der vier Allgäuer Landkreise und drei kreisfreien Städte stärker zu vernet-

zen und zu konzentrieren. „Es geht um die Wahrnehmung von außen“, erläutert der Geschäftsführer der Allgäu Initiative, Klaus Fischer. „Wir wollen nach außen mit einer Stimme sprechen und mit und für die 620 000 Allgäuer Bürger auf uns aufmerksam machen.“

Diese Außendarstellung soll über die Marke Allgäu gelingen. Allgäu Initiative und Allgäu Marketing entwickelten gemeinsam mit der Agentur „invent“ Marken-Kernbotschaften, die für das Allgäu stehen. In unzähligen, auch deutschland-



„Das Allgäu kann selbstbewusst auftreten, hier wurde viel Innovatives erfunden.“

Bernhard Joachim, Allgäu Marketing



„Die Marke Allgäu muss auch von innen gelebt werden, damit sie authentisch ist.“

Andreas Querbach, Regionalmanager



„Wir können im Allgäu Besonderheiten bieten, die der städtische Raum nicht kennt.“

Klaus Fischer, Allgäu Initiative

weit geführten Interviews, Analysen und Diskussionen kristallisierten sich laut Regionalmanager Andreas Querbach vier wesentliche Werte heraus: **1. Zukunftsorientierte Verantwortung, Bodenständigkeit 2. zuverlässig, leistungsstark 3. anregend, lebendig 4. pfiffig, natürlich.**

Verdichtet werden diese Werte in der Kernbotschaft: Vom Mächler über den Macher zum zukunftsorientierten Gestalter. „Das ist das, was das Allgäu ausmacht“, so Querbach. Das Allgäu als Region, die Natur, Genuss und Leistung verbindet.

Bis Anfang nächsten Jahres soll diese Botschaft in die Öffentlichkeit getragen werden. Eine Agentur ist dazu mit dem Kommunikationsdesign beauftragt worden. „Wir müssen das Kirchenturmdenken aus den Köpfen der

Menschen bringen. Das ist die größte Herausforderung“, sagt AI-Chef Gebhard Kaiser. Was zum Beispiel konkret im Tourismus bedeutet: Weg mit den Unmengen an teuren Einzel-Messeauftritten oder Prospekten von jedem einzelnen Ort.

Um Fachkräfte werben

Wie kann nun aber neben Tourismus und Lebensmittelverarbeitung etwa der mittelständische Metallbauer von der neuen Marke profitieren?

„Indem das Allgäu auch als innovativer Wirtschaftsstandort bekannt wird“, so Klaus Fischer. Es müsse deutlich werden, dass das Allgäu eine Wirtschaftsregion mit hoher Umwelt- und Lebensqualität ist. „Arbeiten, wo andere Urlaub machen“ – mit dieser Botschaft böte sich auch kleineren Firmen die Chance, im sich verschärfenden Wettbewerb um Fachkräfte aus ganz Deutschland zu bestehen.

Doch zuvor gilt es in der Region

auch Ängste zu zerstreuen. Etwa vor dem Verlust lokaler Identitäten unter der Marke Allgäu.

„Nicht Gleichmacherei“

Der Geschäftsführer von Allgäu Marketing, Bernhard Joachim, beschwichtigt. „Es geht nicht um Gleichmacherei. Die Dachmarke Allgäu soll Orientierung bieten. Jeder soll sich auch weiterhin mit seinen eigenen Stärken positionieren dürfen.“



Kommentar

VON HERMANN KÖNIG

>> Koenig@azv.de
oder Fax (0831) 206 123

Gemeinsam

bewegten und somit zur jetzt guten Entwicklung beitragen.

Ob die neu zu gründende Gesellschaft künftig von einem (und einem Vize) oder zwei Geschäftsführern geführt wird und wer den Aufsichtsratsvorsitz übernimmt, soll endgültig erst Ende September entschieden werden. Eines scheint schon heute sicher zu sein. Das neue Amt des Aufsichtsratsvorsitzenden der Allgäu GmbH dürfte in bewährten Händen bleiben. Gebhard Kaiser, der zum zweiten Mal innerhalb der letzten Jahre die Funktion als Vorsitzender der bisherigen Allgäu Initiative (künftig Allgäu GmbH) in jüngere Hände legen wollte, wird nochmals antreten.

Er ist u. a. vom Memminger Oberbürgermeister Dr. Ivo Holzinger und von führenden Vertretern der Wirtschaft und des Tourismus dringend gebeten worden, weiter zu machen. Man brauche ihn mit seiner Erfahrung unbedingt.

Da Kaiser im Jahr 2014 aus Altersgründen in den politischen Ruhestand treten wird, muss spätestens bis zu diesem Zeitpunkt, sinnvollerweise aber schon früher, ein

Nachfolger für den „Chef der Allgäu GmbH“ gefunden werden. Im Gespräch ist der junge Lindauer Landrat Elmar Stegmann (38). Er könnte schon jetzt, so heißt es, Kaiser ein bisschen „entlasten und sich einarbeiten“.

Nach zähem Ringen ist also eine insgesamt gute Lösung für unsere Region gefunden worden. Nun darf man mit großer Vorfreude auf den Markentag Allgäu am kommenden Montag blicken.

Der bisherige Tourismus- und der Unternehmertag verschmelzen bei der Allgäuer Festwoche 2010 zum Markentag. Damit soll erlebbar werden, wie Tourismus- und Wirtschaftsstandort künftig miteinander für die neue Marke Allgäu arbeiten. Die gemeinsame Marke – so heißt es in der Einladung – „soll unsere Region stärken und Gäste, Unternehmer, Fachkräfte und alle Bürger mit einer klaren Botschaft nachhaltig für das Allgäu begeistern“.

Da ist es wieder, das Zauberwort gemeinsam. In der Tat: Nur gemeinsam kann man das Allgäu nach vorne bringen. Gemeinsamkeit ist nämlich etwas Einzigartiges.