

PRESSE NEWS

Neustart für den Allgäuer Tourismus: Konzentration auf die eigenen Stärken

Das Allgäu steht für Vertrauen in einen nachhaltig wirkenden Urlaub

Kempton (AG, 19. Mai 2020) – Nach zehn Wochen eines vollkommenen Stillstandes in der Tourismuswirtschaft beginnt mit der Wiedereröffnung im Allgäu eine neue Ära: Das Allgäu hat mit der Marken- und Destinationsstrategie bereits die Markenkernwerte gemeinsam mit allen Allgäuern definiert. Und genau diese sind es, die in der von gesellschaftlichen Umbrüchen gezeichneten Zeit gesucht werden. Heilsam, ehrenwert, originell, friedlich. Die Menschen sehnen sich nach einem gesunden, heilsamen Umfeld wie es die Allgäuer Natur bietet. Sie vertrauen dem Ehrenwort ihres Gastgebers, der alles für sie zur Eindämmung des Virus unternimmt. Sie genießen die authentische Atmosphäre während ihres Urlaubs. Und sie wissen um die wohltuende Wirkung, die das Allgäu ausstrahlt. Mit diesen Inhalten startet nun die Allgäu GmbH eine Kampagne, die das Allgäu als eine wertvolle Urlaubsregion positioniert.

Der Wiedereinstieg – Konzentration auf die eigenen Stärken

Die Pandemie verunsichert. Gerade jetzt suchen Urlauber verlässliche Ziele und Gastgeber denen sie vertrauen. Sie möchten einfach einen unbeschwerten Wohlfühlurlaub genießen können. Dafür steht das Allgäu. Hier setzt nun die Allgäu GmbH mit einer digitalen Wiedereinstiegskampagne an: „Schön, Dich bald wiederzusehen“ – so titelt der 20sekündige, emotionale Film, der entsprechend auf die besonderen Urlaubsangebote verweist. Verbreitet wird der Film ab dem 20. Mai auf Kanälen von Streaming Diensten, Youtube, Portalen wie die sueddeutsche.de und über Influencer. „Die Corona-Krise zeigt, dass wir mit unserer Marke Allgäu, die wir ja schon vor der Krise identifiziert und mit Leben gefüllt haben, das anbieten, was sich die Menschen gerade jetzt wünschen: Einen achtsamen Umgang mit der Natur als Lebensgrundlage, aus welchem sich ganz selbstverständliche gesunde Urlaubsangebote entwickelt haben, die man sorgsam und unbeschwert genießen kann“, sagt Stefan Egenter, Marketingleiter der Allgäu GmbH. „Unsere Markenwerte ehrenwert, heilsam, friedlich und originell in all ihren Facetten sind aktueller denn je. Sie werden wir selbstbewusst nach außen tragen. Wir sind uns sicher, dass die Stärke der Marke Allgäu eine Chance in der Krise ist. Denn all das, was nun gefragt ist, pflegt das Allgäu, unsere Gastgeber und all unsere Partner schon von jeher“, ergänzt Bernhard Joachim, Geschäftsführer der Allgäu GmbH.

Aus der Krise lernen - die nächsten Schritte

Die Corona-Krise hat bei vielen Menschen den Fokus verändert beziehungsweise verstärkt: Die Gesundheit und der achtsame Umgang mit den Ressourcen ist stärker in den Mittelpunkt gerückt. Heimat, Familie und Tradition hat in allen Gesellschaftsschichten wieder mehr Bedeutung erlangt. Weil viele Menschen nicht wie geplant ihren Auslandsurlaub durchführen können, sind sie auf der Suche nach heimischen Zielen. Wie eine Studie anlässlich des 1. Zukunftstages für Destinationen ergab, bietet die Corona-Krise nicht nur Chancen für neue Zielgruppen, sondern auch für Gebiete abseits der bekannten Zentren. Die weniger bekannten, aber umso überraschendere Ziele darzustellen, ist nun der

nächste Schritt. „Wir können hier auf einen reichen Fundus entlang der Radrunde Allgäu, der Wandertrilogie Allgäu, insbesondere aber der Achtsamkeit Allgäu zurückgreifen. Sie werden wir wie kleine Abenteurer vor der Haustüre verstärkt in den Mittelpunkt rücken – originell und doch überraschend anders“, beschreibt Egenter das Konzept. So könne man auch dem Wunsch vieler Gäste entsprechen, die sich abseits der großen Zentren sicherer fühlen.

Corona – Kommunikation Allgäu

Das Allgäu war die erste Tourismusdestination in Deutschland, die auf ihrer Webseite über Corona und mögliche Auswirkungen hinwies. Bereits am 2. März wurde auf der allgaeu.de eine eigene Unterseite, www.coronavirus.allgaeu.de, eingerichtet. Über Social Media wurde täglich Kontakt mit Gästen gehalten: „Jetzt träumen – später genießen“ waren Bilder betitelt, Live-Streams Allgäuer Unternehmen und Kulturschaffenden wurden geteilt, auch gab es Tipps für Zuhause. Von Kochrezepten über Bastel- bis zu Ostereiermaltipps und Gewinnspielen, bei denen das neue Allgäu-Kochbuch von Christian Henze oder aber Allgäu-Krimis von Kobr und Klüpfel sowie Förg sehr begehrt waren. Mit der neuen Kampagne zum Wiedereinstieg werden nun die Gäste erneut emotional fürs Allgäu begeistert.

Medienkontakt

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