**P R E S S E – N E W S**

**Studie „Image und Bekanntheit der Marke Allgäu“**

**Mehrheit der Bevölkerung kennt blaues Quadrat und Würfel**

Kempten (AG, 16. Dezember 2015) – Seit fünf Jahren verfolgt das Allgäu ein Ziel: Die Marke Allgäu von der Herkunfts- zu einer Qualitätsmarke zu entwickeln. Wo auch immer das blaue Quadrat mit weißem Schriftzug auftaucht soll signalisiert werden, dass hinter der Marke das Allgäu mit all seinen Werten steht: Aus der Region, traditionsbewusst und innovativ, verantwortungsvoll und zukunftsorierntiert.

Mit verschiedensten Branchen, von Lebensmittelpoduzenten über Handwerk und Industrie bis zu Dienstleistern in der Freizeitwirtschaft wurden Nachhaltigkeitskriterien erarbeitet. Ein unabhängiges Institut überprüft beim jeweiligen Markennutzer die Einhaltung der Kriterien. „Nur über die Qualistätssicherung stützen wir unsere Marke“, bestätigt Markenmanager Christian Gabler den Markenprozess.

Die Markenstrategie, welche im Rahmen der Destinationsstrategie Allgäu vor fünf Jahren verabschiedet wurde, ist eine Erfolgsgeschichte:

Über 250 Markenpartner füllen die Marke mit Leben und tragen das Logo bis über die Grenzen des Allgäus in die Welt hinaus. Des blaue Quadrat findet sich Bankkarten, Skilehrerausrüstungen, auf Produkten wie Getränkeflaschen oder Broschüren und ist damit millionenfach im Umlauf. Auch der blaue Würfel ist aus dem Allgäu nicht mehr wegzudenken, man trifft ihn an Ortseingängen und allen möglichen anderen Plätzen.

**Allgäuer sind stolz aufs Allgäu und ihre Marke**

Eine von der Allgäu GmbH in Auftrag gegebene Studie erfasste nun den Bekanntheitsgrad der Marke im Allgäu, ermittelt vom Mittelstandsinstitut der Hochschule Kempten bei der Allgäuer Bevölkerung. Die Studie ergab, dass die große Mehrheit der Allgäuer der Marke Allgäu auch das richtige Logo zuordnen kann. Dieser Wert war übrigens im baden-württembergischen Allgäu am höchsten. Hier wird also die Marke intensiver wahrgenommen, als im bayerischen Allgäu. „Bald die Hälfte aller Befragten bestätigen, dass die Marke in den letzten Jahren deutlich stärker wahrnehmbar ist. Und sie erkennen auch die Bedeutung der Marke für die Vermarktung der Region und regionaler Produkte, denn beides falle mit der Marke leichter“, freut sich Markenmanager Christian Gabler, Allgäu GmbH, über das Ergebnis. Die Studie ermittelte auch, dass 90% der Befragten stolz darauf sind, Allgäuer zu sein. Und das gilt nicht nur für die gebürtigen Allgäuer: 30% der Befragten sind Zugezogene und selbst 65% von denjenigen, die noch weniger als 10 Jahre im Allgäu leben, sind bereits stolz Allgäuer zu sein. Und auch hier sind es die Menschen aus dem baden-württembergischen Allgäu, die noch ein bisschen stolzer sind Allgäuer zu sein, als jene im bayerischen Teil des Allgäus. „Starke Marken erkennt man daran, dass man sie erkennt. Die Marke Allgäu ist bekannt, nicht nur im Allgäu, wie die Studie beweist. Bereits vor drei Jahren wurde die Marke zur Superbrand ausgezeichnet. Damit gelang es der Marke Allgäu als einzige Regionenmarke in die Riege der internationalen, großen Marken aufzusteigen“, bestätigte Klaus Fischer, Geschäftsführer der Allgäu GmbH.

Presseinformation

Simone Zehnpfennig Klaus Fischer

Allgäu GmbH Geschäftsführer

Allgäuer Straße 1, D-87435 Kempten Tel. 0831/575 37 13

Tel. 0831/575 3737, Fax 0831/5753733 fischer@allgaeu.de

zehnpfennig@allgaeu.de; www.allgaeu.de