

Das Kirchturmdenken überwinden

Allgäu GmbH Wo Allgäu draufsteht, soll künftig auch das Unterallgäu drin sein. Der Landkreis will dadurch im Wettbewerb der Regionen schlagkräftiger werden

VON SANDRA BAUMBERGER

Unterallgäu Es war gar nicht so einfach, bei der jüngsten Sitzung des Wirtschafts- und Tourismusausschusses den Überblick zu wahren: Erst gab die Unterallgäu Aktiv GmbH einen Sachstandsbericht, dann kam die stellvertretende Geschäftsführerin der Allgäu Marketing GmbH zu Wort und schließlich ein Vertreter der Allgäu-Initiative GbR. Etwas flapsig könnte man fragen: Alles Allgäu, oder was?

Im Grunde ja. Schließlich ging es in der Sitzung im Kern darum, als Region Allgäu künftig mit einer Stimme zu sprechen und entsprechend einheitlich aufzutreten. Im neuen Jahr schließen sich deshalb wie berichtet die Allgäu Initiative und die Allgäu Marketing GmbH zur Allgäu GmbH zusammen. Wie Landrat Hans-Joachim Weirather betonte, handele es sich dabei keineswegs um alten Wein in neuen Schläuchen. Während die Marke Allgäu früher dem Tourismus vorbehalten war, sollen unter diesem Dach künftig auch die Bereiche Wirtschaft, Kultur, Soziales und Wissenschaft gebündelt werden. Ziel ist es, sich mit der Allgäu GmbH im Wettbewerb der Regionen noch stärker zu positionieren.

Die GmbH finanzieren die Landkreise Ober-, Unter-, Ost- und Westallgäu sowie die kreisfreien Städte Kempten, Memmingen und Kaufbeuren mit 1,2 Millionen Euro. Knapp 167 000 Euro davon entfallen auf den Landkreis Unterallgäu. An der Finanzierung der Allgäu Marketing GmbH und der Allgäu Initiative hatte er sich bisher mit rund 136 000



Tourismus im Allgäu ist mehr als Skivergnügen und Kneipp-Kur. Die Region hat rund ums Jahr einiges zu bieten. Das will die neue Allgäu GmbH nicht nur Touristen, sondern auch Unternehmern vermitteln. Kreisrat Klaus Holetschek begrüßte das gemeinsame Marketing der vier allgäuer Landkreise und drei kreisfreien Städte. „Wir müssen das Kirchturmdenken überwinden“, sagte er in der Sitzung des Wirtschafts- und Kulturausschusses.

Archivfoto: Markus Heinrich

Euro beteiligt. Weirather verteidigte die Mehrkosten als lohnend: „Ich glaube, dass wir mit dem Mehr, das wir geben, überproportional mehr zurückbekommen.“

Dieser Sicht stimmten letztlich auch die Mitglieder des Ausschusses zu, die dem Kreistag einhellig empfahlen, den höheren Mitgliedsbeitrag ab 2011 bereitzustellen. „Wenn wir dadurch schlagkräftiger werden, gibt es keinerlei Einwände“, sagte Beppo Haller (Grüne).

Das Unterallgäu wird in dem 22-köpfigen Aufsichtsrat das gleiche Gewicht haben wie die übrigen Landkreise. Ihm gehören neben den

Landräten die Oberbürgermeister der kreisfreien Städte, je ein Bürgermeister der jeweiligen Landkreise – im Fall des Unterallgäus der Bad Wörishofer Bürgermeister Klaus Holetschek –, neun Vertreter aus den Bereichen Tourismus und Wirtschaft sowie zwei Vertreter des Tourismusverbandes Allgäu/Bayerisch-Schwaben an.

Die durchgängige Außendarstellung bedeute aber nicht, dass jegliches Eigenmarketing wie etwa das Sieben-Schwaben-Logo des Marktes Türkheim künftig „platt gemacht“ werden solle, erläuterte Weirather. Dies bestätigte auch Dr.

Anna-Maria Fäßler, die stellvertretende Geschäftsführerin der bisherigen Allgäu Marketing GmbH. „Wir möchten keinen Einheitsbrei“, sagte sie. Stattdessen solle die Marke „Allgäu“ künftig unterschiedlichen Produkten einen Rahmen geben.

Diskussionen, inwieweit das Unterallgäu überhaupt zum Allgäu gehört, wollte Landrat Hans-Joachim Weirather an dieser Stelle nicht führen. „Wo Allgäu draufsteht, ist Allgäu drin. Alles andere bringt uns nicht weiter“, sagte er. Ängste, das Unterallgäu könnte nicht recht dazugehören oder von den Werbemaßnahmen nicht im gewünschten

Maß profitieren, versuchte auch Fäßler zu zerstreuen. „Das Unterallgäu ist stark“, sagte sie und nannte Pfarrer Sebastian Kneipp einen Protagonisten der Marke Allgäu, um das Ober- und Ostallgäu das Unterallgäu beneideten.

Zuvor hatte Holetschek die Hoffnung geäußert, dass das Unterallgäu unter der neuen Marke als Gesundheitsregion weiter nach vorn komme. Dieser Aspekt könne für das ganze Allgäu von Vorteil sein. Das gemeinsame Marketing nannte der stellvertretende Landrat alternativlos: „Wir müssen das Kirchturmdenken überwinden.“