

„Gnadenlos unaufgeregtes Marketing“

Image-Broschüre Roßhaupten geht neue Wege: Weg vom „visuellen Lärm“, hin zum authentischen Dorfbild

VON ANDREA SCHUBERT

Roßhaupten Prospekt ist für das Büchlein, mit dem die Gemeinde Roßhaupten nun ihr Image präsentiert, der falsche Begriff. Selbst Broschüre passt nicht für die Publikation im Din A5-Format auf Recyclingpapier und nur in zwei Farben. Es ist ein Büchlein, das nicht schreit, sondern still und leise das zeigt, was ein Dorf wie Roßhaupten ausmacht – „eine gnadenlos unaufgeregte Art von Marketing“, wie es Designer Andreas Koop beschreibt.

Weit weg vom Üblichen

Weil es nicht unumstritten in der Planung war, dieses Heft, weil es so weit weg ist von der üblichen Werbung für Urlaub und Ferien, gingen jetzt Bürgermeister Thomas Pihusch, Touristik-Chef Alf Laumann und Designer Andreas Koop noch einmal auf die Philosophie ein, die hinter diesem neuen Produkt steckt. „Am Anfang stand die Idee, für Roßhaupten ein neues Logo zu schaffen, speziell für die touristische Schiene und weg vom Wappen mit dem Pferdekopf“, erinnert sich Pihusch. Weg wollte er auch vom Schloss Neuschwanstein, das als Logo den Prospekt des „Südlichen Allgäu“ ziert, in dem vier Gemeinden gemeinsam Werbung machen. „Doch Schloss Neuschwanstein – das konnte nicht

singebend für Roßhaupten sein“, so der Bürgermeister weiter.

Ein Logo-Wettbewerb fand statt. Doch dabei warfen die Teilnehmer alles das in die Waagschale, was andere Gemeinden auch haben: Berge, Seen, Kirchtürme. In der Jury damals saß auch Andreas Koop. Er erhielt schließlich den Auftrag und fand den Drachen wieder beim Blick hinauf auf den Maibaum, der für das Dorf im Zusammenhang mit dem heiligen Magnus „der Anfang von allem war“. Es kostete viel Überzeugungsarbeit, auch bei der Geistlichkeit, doch schließlich siegte das Argument, dass es auch gute Drachen gibt, aber nur einen einzigen im Allgäu, den von Roßhaupten.

Schweizer Dorf macht Mut

Dass dann unterm Dach des „südlichen Allgäu“ noch ein eigener Image-Prospekt entstehen sollte, war die Idee Alf Laumanns. Dem Gremium, das sich damit beschäftigte, lagen viele sehr bunte Entwürfe auf Hochglanzpapier vor. Dazwischen der aus Sils im Engadin, schlicht und einfach, 15 Jahre alt, aber immer noch aktuell. „Dass dieses Künstlerdorf in der Schweiz damit sein Image präsentiert, machte offensichtlich Mut“, erinnert sich Koop. Die Überzeugungsarbeit, in Roßhaupten etwas Ähnliches zu realisieren, „war unendlich anstrengend und mühsam, zeit- und nervraubend, aber immer total konstruktiv.

Nichts wurde auf Anhieb geglaubt, alles intensiv hinterfragt. Das war Klasse“, freut er sich über das Engagement und Selbstbewusstsein der Roßhauptener im Gremium.

Dorf will Dorf bleiben

Mit dem Heft bricht die Gemeinde mit den klassischen touristischen Strategien wie „Je mehr Übernachtungen, desto dicker muss der Prospekt sein“ oder „viel hilft viel“. „Visuellen Lärm“ nennt Andreas Koop diese klassischen Prospekte. Doch Roßhaupten sei halt nicht Hochglanz und schreiend bunt. „In meinen vielen Gesprächen habe ich festgestellt, dass die Leute das auch gar nicht sein wollen. Ihr Dorf ist halt einfach ein Dorf, das ein Dorf bleiben soll.“

Sicher werden die Gäste, die dem Dorf vergangenes Jahr 68.000 Übernachtungen bescheren, nicht wegen des neuen Image-Heftes in Roßhaupten Urlaub machen. „Doch das ist auch gar nicht unser Ziel. Dafür haben wir ja noch den reinen Urlaubs-Prospekt“, so Bürgermeister Pihusch. Zwar wird das Büchlein bei Anfragen dem Prospekt beigelegt. Doch vor allem soll es für die Gäste eine Erinnerung sein. Es muss nicht jedem gefallen in seiner schlichten Art, die bewusst an die frühen Bilderhefte von Roßhaupten erinnert. Aber, so die Hoffnung den Pihusch, Laumann und Koop, es könnte dazu anregen, über einen anderen Tourismus nachzudenken und der Anfang davon sein, dass es auch anders geht, „dass man Ruhe, Erholung und Entspannung auch anders verkaufen kann“, so Bürgermeister Pihusch.



Selbst am Dorfbrunnen prangt in Roßhaupten der Drache. Und ein Drachenlogo ziert auch das neue Image-Heft, das (von links) Alf Laumann (Tourismuschef), Andreas Koop (Designer) und Thomas Pihusch (Bürgermeister) vorstellten. Foto: Schubert

Geburtstagsspende: vom Bürgermeister

Schwangau 8100 Euro hat Schwangau Bürgermeister Reinhold Sontheimer für soziale Einrichtungen in der Gemeinde, darunter Kindergärten und Seniorenbetreuung, gesammelt. Anlässlich seines 60. Geburtstages hatte er anstelle von Geschenken um Spenden gebeten. 7310 Euro kamen zusammen. „Damit es besser teilbar ist, habe ich auf 8100 Euro aufgerundet“, sagte Sontheimer jetzt im Gemeinderat und dankte nochmals den Spendern. (jf)

RIEDEN AM FORGGENSEE

Karten für „Cantovivo“ und die Trapp-Familie

Der Chor „Cantovivo“ um Gisela Reichherzer präsentiert am Samstag, 25. September, ab 20 Uhr im Haus am Kalkofen in Rieden ein besonderes Programm unter dem Motto „Lieder, die die Liebe schreibt“. Im Mittelpunkt steht aber Musik aus „Sound of Music“, dem Musical rund um die Trapp-Familie, die von Salzburg auszug, um die Herzen nicht nur der Amerikaner zu erobern. Kartenvorverkauf im Tourismusbüro Rieden, bei allen Chormitgliedern sowie unter Telefon 08368/913687. (az)

LECHBRUCK

Gemeinderäte beraten über „Lechwiesenstraße“

Mit der Jahresrechnung 2009 beschäftigt sich der Gemeinderat Lechbruck am Dienstag, 21. September. Auch geht es um einen Antrag auf Änderung des Bebauungsplanes „Lechwiesenstraße“. Beginn: 20 Uhr im Rathaus. (az)

