



# Mit Gämse und Lebensraumkonzept ins neue Jahrzehnt: Bad Hindelang erhält neues Erscheinungsbild

**Bad Hindelang (dk).** Der Allgäuer Urlaubsort Bad Hindelang erhält ein neues Erscheinungsbild. Mit der Veränderung ihres Corporate Designs rückt die Gemeinde ihre Alleinstellungsmerkmale noch gezielter in den Fokus und stärkt zugleich ihre Position am deutschen und internationalen Reisemarkt. Die neue Corporate Identity und Kommunikationslinie basieren auf dem in diesem Jahr vorgelegten Lebensraumkonzept „Unser Bad Hindelang 2030“ sowie den daraus abgeleiteten Markenkernwerten und orientiert sich an der ausgearbeiteten Tourismusstrategie.

„Ein schlüssiges Corporate Design gewinnt im Destinationsmanagement eine immer größere Bedeutung und ist ein von Unternehmen häufig genutztes Mittel, um auf einen verschärften Wettbewerb zu reagieren und die Position am Markt zu stärken. Je klarer die Kommunikation und Identität des Reiseziels, umso schneller und leichter identifiziert sich der Gast damit. Die Entscheidung für oder gegen ein Ferienzziel ist längst nicht mehr nur eine Frage des Preises – der Gast möchte sich am Urlaubsort seines Vertrauens nachhaltig wohl und willkommen fühlen“, sagt Anke Birle, Marketingchefin bei Bad Hindelang Tourismus.

Das neue Design ist ein komplett abgestimmtes Design und basiert auf den Markenkernwerten Bad Hindelangs und der daraus abgeleiteten Tourismusstrategie 2030. Sowohl die Markenkernwerte als auch die Schwerpunkte der Tourismusstrategie wurden bereits 2019 in groß angelegten Prozessen unter Einbeziehung der Bevölkerung, dem Tourismusbeirat sowie zahlreichen Gemeindevertretern ausgearbeitet. Optimierte wurde in diesem Zuge das Logo. „Das überarbeitete Logo ist eine Weiterentwicklung des bereits bestehenden Logos mit springender Gämse. Es wurde farblich an die neue Farbwelt angeglichen, jedoch harmonischer und positiver gestaltet. Da es sich um eine Weiterentwicklung handelt, bleibt der Wiedererkennungswert erhalten“, sagt Anke Birle.

Insgesamt 28 Agenturen wurden seitens der Gemeinde Bad Hindelang analysiert. Den Zuschlag bekam eine Agentur für Marken- und Tourismuskommunikation aus München, der es am besten gelang, die Erkenntnisse aus dem Lebensraumkonzept „Unser Bad Hindelang 2030“ in die passenden Schriftarten und Farbwelten zu



kleiden und bestehende Grafiken so zu optimieren, dass sie sich nahtlos in das Hindelanger Lebensraumkonzept einfügen.

Das neue Design basiert auf den Markenkernwerten „beschaulich“, „ursprünglich“, „freischaffend“, „eigenwillig“, „offenherzig“, der daraus entstandenen Markenessenz „seelenruhig“ sowie der aus den Markenkernwerten abgeleiteten Tourismusstrategie 2030. Daraus wurde mit Mitgliedern des Gemeinderats und Tourismusbeirats sowie Vertretern verschiedener Hindelanger Gruppierungen in einem Workshop eine neue Tourismusstrategie erarbeitet.

„Unsere Tourismusstrategie basiert schwerpunktmäßig auf dem einzigartigen Ökomodell Hindelang mit seinen ökologisch hochwertigen Produkten, dem Immateriellen Kulturerbe der Hochalpinen Alpwirtschaft, unserem lebendigen, hochwertigen Handwerk mit oft international anerkannter Qualität und darauf, dass wir laut Weltgesundheitsorganisation WHO einer der Orte mit der besten Luft weltweit sind“, sagt der Bad Hindelanger Tourismusdirektor Maximilian Hillmeier.

In dem Lebensraumkonzept „Unser Bad Hindelang 2030“ geht es im Kern um die richtige Balance zwischen den Bedürfnissen der Einheimischen und den Gästen. Das Hauptaugenmerk liegt nicht auf der Steigerung der Gästezahlen, sondern auf der Belebung des Ortskerns, der Stärkung des Lebensraums, des lokalen Handwerks und Brauchtums. Hauptziel der Gemeinde für die kommenden Jahre ist es, die Lebensqualität noch mehr zu steigern und Besucherströme zu lenken.

Bei der Erstellung des Lebensraumkonzepts „Unser Bad Hindelang 2030“ hatte die Gemeinde stark auf die Meinung der Bürger gesetzt. „Wir haben unsere Arbeit kritisch hinterfragt und die Menschen beispielsweise zu Themen befragt wie Lebensqualität, Natur und Tourismus, der für Bad Hindelang der wichtigste Wirtschaftszweig ist“, so Marketingchefin Anke Birle.

Aus dem Tourismus resultieren direkt oder indirekt rund 80 Prozent der Wertschöpfung im Ort. Mehr als 1.500 Menschen der 5.200 Einwohner arbeiten in der Tourismus-Branche Bad Hindelang, die rund 6.200 Gästebetten anbietet.

### **Mediendownload (Presstext + Pressefotos)**

<https://denkinger-pr.de/blog-news/allgaeuer-ferienort-bad-hindelang-erhaelt-neues-erscheinungsbild>

\*Hinweis: Für eine aktuelle Berichterstattung in sozialen Netzwerken verwenden Sie bitte das Foto **corporate\_design\_hindelang\_2020\_socialmedia.jpg**



**Bildunterschriften:**

**corporate\_design\_hindelang\_2020\_01.jpg + 02.jpg:**

Das neue Bad Hindelanger Erscheinungsbild orientiert sich an der künftigen Tourismusstrategie, die unter anderem auf dem einzigartigen Ökomodell Hindelang mit seinen ökologisch hochwertigen Produkten und dem Immateriellen Kulturerbe der Hochalpinen Alpwirtschaft basiert. Unser Bild zeigt das weiterentwickelte Logo, das nach wie vor eine springende Gämse zeigt.

Foto: Bad Hindelang Tourismus

**corporate\_design\_hindelang\_2020\_03.jpg**

Das neue Bad Hindelanger Erscheinungsbild orientiert sich an der künftigen Tourismusstrategie, die unter anderem auf dem einzigartigen Ökomodell Hindelang mit seinen ökologisch hochwertigen Produkten und dem Immateriellen Kulturerbe der Hochalpinen Alpwirtschaft basiert. Unser Bild zeigt Kühe nahe der Alpe Engeratsgund, die im Obertal mitten im Naturschutzgebiet „Allgäuer Hochalpen“ liegt. Foto: Bad Hindelang Tourismus/Wolfgang B. Kleiner

**corporate\_design\_hindelang\_2020\_04.jpg**

Das neue Bad Hindelanger Erscheinungsbild orientiert sich an der künftigen Tourismusstrategie, die unter anderem auf dem einzigartigen Ökomodell Hindelang mit seinen ökologisch hochwertigen Produkten und dem Immateriellen Kulturerbe der Hochalpinen Alpwirtschaft basiert. Unser Bild zeigt die Alpe Plättle im Obertal in Hinterstein. Foto: Bad Hindelang Tourismus/Wolfgang B. Kleiner

**corporate\_design\_hindelang\_2020\_05.jpg**

Das neue Bad Hindelanger Erscheinungsbild orientiert sich an der künftigen Tourismusstrategie, die unter anderem auf dem einzigartigen Ökomodell Hindelang mit seinen ökologisch hochwertigen Produkten und dem Immateriellen Kulturerbe der Hochalpinen Alpwirtschaft basiert. Unser Bild zeigt einen Blick auf den Ortsteil Bad Oberdorf. Foto: Bad Hindelang Tourismus/Wolfgang B. Kleiner

**corporate\_design\_hindelang\_2020\_06.jpg**

Das neue Bad Hindelanger Erscheinungsbild orientiert sich an der künftigen Tourismusstrategie, die unter anderem auf dem einzigartigen Ökomodell Hindelang mit seinen ökologisch hochwertigen Produkten und dem Immateriellen Kulturerbe der Hochalpinen Alpwirtschaft basiert. Unser Bild entstand in der Alpe Kematsried. Foto: Bad Hindelang Tourismus/Wolfgang B. Kleiner



**Kontakte:**

**Bad Hindelang Tourismus**

Heilklimatischer Kurort - Kneipp-Heilbad  
Unterer Buigenweg 2, 87541 Bad Hindelang  
E-Mail: [info@badhindelang.de](mailto:info@badhindelang.de)  
Internet: [www.badhindelang.de](http://www.badhindelang.de)  
[www.facebook.com/badhindelang](http://www.facebook.com/badhindelang)

**Ansprechpartnerin für Presse und Marketing:**

Anke Birle  
Telefon: +49 8324 892 431  
[anke.birle@badhindelang.de](mailto:anke.birle@badhindelang.de)

**Für Medien:**

Denkinger Kommunikation  
Buchenstraße 2, 87766 Memmingerberg  
Telefon: +49 8331 96698-47, Telefax: +49 8331 96698-48  
E-Mail: [presse@denkinger-pr.de](mailto:presse@denkinger-pr.de)  
Internet: <https://denkinger-pr.de>  
Ansprechpartner: Michael Denkinger (Inhaber und Geschäftsführer)

**Bad Hindelang Tourismus**  
Heilklimatischer Kurort – Kneipp-Heilbad  
Unterer Buigenweg 2, 87541 Bad Hindelang  
Telefon +49 8324-892-0  
Fax +49 8324-892-10