



Strahlende Gesichter nach der Unterschrift (von rechts): Markenmanagerin Lena Hüttl, gwt-Geschäftsführer Christoph Winkelkötter sowie Magnus Kaindl und Beate Bentele vom Heimt- und Trachtenverein d' Ammertaler Dießen-St. Georgen. Foto: FKN

»Wir sind dabei!«

Dießens Trachtler und die Regionenmarke

Dießen – Freude beim Heimat- und Trachtenverein d' Ammertaler Dießen-St. Georgen: Der 250 Mitglieder starke Verein ist ab sofort Markenbotschafter der neu gegründeten Regionenmarke „StarnbergAmmersee“. Diese eingetragene deutsche Wort- und Bild-Marke signalisiert ab Herbst auf allen Werbemitteln, Veröffentlichungen und Aktivitäten des Trachtenvereins dessen Zugehörigkeit zur Regionenmarke.

Die Dießener Trachtler bestätigen damit ihre Verbundenheit zum Standort „als hochwertigen Lebens- und Wirtschaftsraum in direkter Nachbarschaft zu einer Weltstadt“. Und dokumentieren ihren Markenschwerpunkt in der Förderung von Kultur und Tradition. Vorsitzender Magnus Kaindl und die Referentin für Öffentlichkeitsarbeit, Beate Bentele, hatten dem Lizenzgeber, der Gesellschaft für Wirtschaft- und Tourismusentwicklung (gwt), den Trachtenverein vorgeschlagen, begleiteten danach das umfangreiche Zertifizierungsverfahren und überzeugten das Entscheidungsgremium. Den Markenlizenzvertrag haben die Parteien vor Kurzem unterschrieben. Damit ist der Trachtenverein bisher der 13. Lizenznehmer der Marke „StarnbergAmmersee“.

Lizenzgeber gwt wurde am 1. Januar 2017 neu geschaffen. Die Regionalagentur entstand aus dem Zusammenschluss von Tourismusverband Starnberger Fünf-Seen-Land und der Gesell-

schaft für Wirtschaftsförderung Starnberg. „Die neue Regionenmarke soll das Bewusstsein für unseren Lebens- und Wirtschaftsraum fördern“, so Geschäftsführer Christoph Winkelkötter. Weiter möge das Wir-Gefühl gesteigert werden unter all denen, die hier leben und arbeiten – und damit soll auch die regionale Wertschöpfung neuen Stellenwert bekommen. Der Begriff „FünfSeenLand“ sei durch die „Region Starnberg Ammersee“ ersetzt worden – im Sinne einer besseren Wahrnehmung des Tourismus.

Schon bei der Markeneinführung im vergangenen Jahr betonte Winkelkötter die Möglichkeit für Unternehmen, Vereine und Organisationen aus der Region, sich für das Tragen der Markenlizenz zu bewerben, wofür bestimmte Kriterien erfüllt werden müssen, die eine Jury bewertet. „Der Begriff ‚wert-schätzend‘, fährt Markenmanagerin Lena Hüttl fort, „ist schließlich keine leere Worthülse.“ Eine Bewertungskommission entscheidet, ob Antragsteller das Logo tragen dürfen. Der Fragenkatalog ist umfangreich, und von zwölf Themen müssen mindestens acht positiv das Gremium passieren. Für den Trachtenverein skizzierte Vorsitzender Kaindl den Verein in seiner Vielseitigkeit. Den anschließenden Fragenkatalog beantworteten er und Bentele mit vielen Details – garniert und gestützt mit Fotos vom Vereinsleben.