

PR Report Award 2011 für Oberstaufen

06.05.2011, 12:14 | Tourismus, Auto & Verkehr

Pressemitteilung von: *Oberstaufen Tourismus Marketing GmbH*



Tourismuschefin Bianca Keybach auf dem Google-Trike

Werbekampagne des Allgäuer Schroth-Heilbades mit und für Google Street View mit einem "PR-Oscar" ausgezeichnet – Oberstaufen ist Preisträger in der Kategorie "Corporate Media"

Mit seiner Offensive "pro Street View" gelang es Oberstaufen im November 2010, erster deutscher Ort in Google's Panoramadienst zu werden. Zigtausende verfolgten das Volksfest zur Freischaltung in den Medien, beglückwünschten die Verantwortlichen per Facebook und Twitter oder berichteten in Blog-Artikeln über das "kleine Allgäuer Dorf". Jetzt ist die Kommunikationskampagne von Branchenexperten mit dem "PR Award 2011" ausgezeichnet worden.

Der "Oscar der PR-Branche" wurde im Rahmen einer festlichen Gala am Donnerstagabend im Berliner Maritim Hotel verliehen. Bianca Keybach, Geschäftsführerin von Oberstaufen Tourismus und Bürgermeister Walter Grath nahmen den Preis sichtlich stolz entgegen. Keybach: "Wir freuen uns sehr über eine weitere Auszeichnung, die wir ins Allgäu holen und die uns in unserer Strategie als digitalster Kurort Deutschlands bestätigt."

Vergeben wird der "PR Award" seit 2007 für herausragende Kommunikationsleistungen vom Branchenmagazin "PR Report". 25 Juroren hatten in diesem Jahr die Preisträger in 20 Kategorien unter 81 Finalisten zu wählen.

Oberstaufen – gleich zweimal nominiert – wurde in der Kategorie "Corporate Media" ausgezeichnet. Der Preis würdigt den gezielten Einsatz verschiedener Medienformate auf der Grundlage einer schlüssigen PR-Strategie.

Als im Sommer 2010 Google's Panoramadienst "Street View" in die Schlagzeilen geriet und sich immer mehr Widerstand formierte, erkannte man in Oberstaufen schnell das Potenzial für die Tourismuswerbung und eine medienwirksame Positionierung des Allgäuer Wellness- und Lifestyle-Kurortes.

Frei nach dem Motto: "Wenn alle dagegen sind, sind wir dafür – sollen doch alle sehen wie schön es bei uns ist, wir haben nichts zu verbergen", umwarb das schmucke Schroth-Heilbad Google offensiv. In Facebook und Twitter, Website-Artikeln sowie Presseveröffentlichungen wurde der Dienst mit dem Abbild einer Zuckerguss-Torte willkommen geheißen und mit Übernachtungsgutscheinen für das Team gelockt. Die Folge: Statt der ursprünglich geplanten 20

größten deutschen Städte wurden am 2. November 2010 die Straßenansichten des kleinen Kurortes als erste im weltweiten Netz freigeschaltet.

Über die Aktion und das Kurparkfest zur Freischaltung gab es allein innerhalb der ersten zwei Tage nach „Go-Live“ mehr als 90 TV-Beiträge, rund 1200 Online-Artikel, 2800 Twitterkommentare, über 800 Erwähnungen in Facebook, fast 100 Clips bei Youtube und über 1100 Zeitungs- und Zeitschriftenartikel. Selbst in der New York Times, der Washington Post und dem Shanghai Daily erschienen Bildberichte über Oberstaufen.

Portrait

Wie kein anderer Ort steht Oberstaufen im Allgäu für die Kombination aus Natur-Erleben, Gesundheitsangeboten, Genuss und Lifestyle. Das Wohlfühl- und Wanderparadies zwischen Bodensee und Märchenschloss Neuschwanstein im Dreiländereck Deutschland-Österreich-Schweiz, zeichnet sich durch seine herausragende landschaftliche Lage und seine modernen Einkaufs- und Hotelangebote aus.

Oberstaufen ist das touristische Zentrum des Naturparks Nagelfluhkette. Er verbindet seit 2008 das Allgäu mit dem österreichischen Bregenzerwald.

In erster Linie ist Oberstaufen aber Deutschlands einziges Schroth-Heilbad. Seit über 60 Jahren bestimmt das Naturheilverfahren, das Johann Schroth schon vor 180 Jahren in Schlesien entwickelt hatte, das Gesundheitsangebot in der Gemeinde mit ihren 7220 Einwohnern am Alpenrand. Die Schrothkur hat neben allen medizinischen Indikationen einen besonders guten Ruf als natürliches Anti-Aging-Verfahren.

Zum berühmten "Jungbrunnen-Effekt" eines Oberstaufen-Urlaubs tragen auch die vielen Wellness-Angebote der Gastgeber bei. Mit 16 WellVital-Hotels ist der heilklimatische Kurort am Alpenrand das führende Wellnesszentrum Bayerns. Die nach hohen Qualitätskriterien ausgewählten Häuser bieten ihren Gästen (fast) unbegrenzte Wellness-Erlebnisse: Massagen und Bäder für die Entspannung, eine leichte Küche für die schlanke Linie, Gesprächsrunden für die geistige Frische sowie das Heilklima zu Regeneration und Vorbeugung. Hier kommen Körper, Geist und Seele fast schon allein in Einklang.

Wie sehr man sich in Oberstaufen Gedanken um das Wohlergehen der Gäste macht, belegt auch die 2008 ins Leben gerufene Service-Initiative "Oberstaufen Plus". Mehr als 300 Gastgeber beteiligen sich daran. Wer bei Ihnen Urlaub macht, hat mit seiner Gästekarte freie Fahrt mit allen Bergbahnen, dem Ortsbus, auf der Sommerrodelbahn und freien Eintritt nicht nur ins Heimatmuseum, sondern auch in die Sauna- und Badelandschaft des Aquaria. Im Winter wird die Gästekarte zum Skipass in allen vier Skigebieten, im Sommer können Gäste von 17 "Oberstaufen Plus Golf"-Hotels auf fünf Panoramaplätzen mit insgesamt 94 Loch ohne Greenfee spielen. Der "nebenkostenfreie Urlaub" ist ein in Deutschland einzigartiges Angebot.

Die anderenorts zwangsläufig anfallenden Nebenkosten im Urlaub sinken gegen Null, der Erlebniswert wächst schier unbegrenzt. Denn die Freifahrten gelten für die gesamte Dauer des Aufenthaltes. Ein Golfer spart gut 250 Euro die Woche, eine Familie leicht noch mehr.

Weitere Informationen: Oberstaufen Tourismus, Hugo-von-Königsegg-Str. 8, 87534 Oberstaufen, Tel. +49 8386 93000, www.oberstaufen.de

News-ID: 535178 • Views: 939 (Stand: 30.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/535178/PR-Report-Award-2011-fuer-Oberstaufen.html>