



2019: Zehn Jahre KÖNIGSCARD

Matthias Adam präsentiert neue Strategie auf Partnertreffen

Marktoberdorf/München, 11. Dezember 2018. 2019 feiert die KÖNIGSCARD ihr zehnjähriges Jubiläum. Hierzu stellt der neue Geschäftsführer Matthias Adam jetzt seine Strategie für das nächste Kapitel der Karte vor. An insgesamt vier verschiedenen Terminen kommen bis Mitte Dezember die Leistungspartner und Gastgeber der KÖNIGSCARD zu den jährlichen Partnertreffen zusammen und besprechen gemeinsam die Weiterentwicklung von Deutschlands größter Gästekarte. „Das Kartensystem funktioniert. Unsere Aufgabe ist es jetzt die KÖNIGSCARD auch für die nächsten zehn Jahre fit zu machen. Dafür unterziehen wir sie sozusagen einer Soft- und Hardware-Aktualisierung“, so Matthias Adam. Die zentralen Punkte sind die inhaltliche Profilschärfung der Karte – sowohl im Produktbereich als auch in der zielgerichteten Außenwirkung – sowie die Neugestaltung des kommunikativen Auftritts.

KÖNIGSCARD mit neuen Aufgaben

Die KÖNIGSCARD ist mehr als nur eine Gästekarte: Durch ihr klares & transparentes Profil wird sie langfristig dazu beitragen sowohl die Aufenthaltsdauer zu steigern als auch die Saison nach vorne und hinten zu verlängern. „Es muss unser gemeinsames Interesse sein, die Karte zielgenau für alle arbeiten zu lassen, um so vor allem auch Gäste in der Nebensaison anzusprechen“, erklärt Adam. Daher sind neben der bisherigen Orientierung in Richtung Familien vor allem auch die zeitlich flexiblen Zielgruppen wie „Best Ager“ und „Oma-Opa-Enkel Urlaub“ für die KÖNIGSCARD von höchstem Interesse. Darüber hinaus soll die Karte noch mehr als Impulsgeber zur Reiseentscheidung agieren und die gewünschten Zielgruppen zum Entdecken und Erleben des abwechslungsreichen KÖNIGSCARD Gebiets inspirieren. So kann sie nicht nur ihren Mehrwert voll ausspielen, sondern unterstützt eine nachhaltige Strukturentwicklung und -optimierung in der Region.

Neue Qualitätsstandards

„Wenn der Gast bei einem Königscard Gastgeber bucht, reist er mit einer klaren Erwartung an. Diese müssen wir jederzeit erfüllen können. Das heißt, wir dürfen keine Leistungen versprechen, die dann nicht oder nur eingeschränkt verfügbar sind“, macht Adam seine Herangehensweise verständlich. „Es muss eine echte Win-win-Situation für alle Beteiligten sein. Daher führen wir gerade individuelle Gespräche mit unseren Partnern und versuchen den praktischen Einsatz der Karte für jeden einzelnen zu optimieren.“ Adam sieht die KÖNIGSCARD in erster Linie als einen Zugangsschlüssel zur bestehenden und aufnahmefähigen touristischen Infrastruktur. So seien zum Beispiel die Nutzung des regionalen öffentlichen Personennahverkehrs oder der Zugang zu Museen, Eisstadien, Bädern, Bergbahnen etc. Leistungen die eine absolute „Schlüsselfunktion“ haben. Andere, die womöglich noch unnötig Kapazitäten bei den Partnern vor Ort binden, stellt er auf den Prüfstand. Auch die Gastgeber möchte er künftig intensiver ins Qualitätsmanagement einbinden um effektiv mit der Karte werben zu können. „Ein Beispiel wäre etwa qualitativ einheitliches Bildmaterial, das wir für unsere übergreifende Kommunikation benötigen, um weiter wettbewerbsfähig zu bleiben“, erklärt Adam. Hierzu bietet die KÖNIGSCARD künftig maßgeschneiderte Angebote zur Qualitätssteigerung für ihre Partner an um Kompetenzen und Services zu bündeln.

Zum Jubiläum mit neuem Auftritt

Nach zehn Jahren werden nicht nur die Inhalte der KÖNIGSCARD genau durchleuchtet: Anlässlich des Jubiläums steht auch ein Relaunch des Corporate Designs ins Haus. So tritt die KÖNIGSCARD 2019 sowohl mit einem neuen Logo als auch einer zeitgemäßen Markensprache auf. Parallel arbeitet das Team an einer neuen Website sowie eines zeitgemäßen Neuaufbaus des derzeitigen Erlebnisführers. „Wir wollen mit unserem Auftritt klarer werden und dem Gast schnell seine Möglichkeiten und Vorteile vermitteln. Dabei konzentrieren wir uns stark auf unsere drei Zielgruppen und werden zukünftig keine „Special Interest“ Adressaten wie etwa Berg- oder Wintersportler direkt ansprechen“, so Adam zur Positionierung der Karte.

Breite Zustimmung unter den Partnern

Die große Mehrheit der Partner reagierte positiv auf die angestrebten Veränderungen und sieht die Initiativen und Projekte als wichtigen Schritt in der Weiterentwicklung der Karte. Durch die klare Ausrichtung der KÖNIGSCARD werden gleichzeitig viele Kritikpunkte, die sich in den letzten Jahren hartnäckig gehalten hatten, glaubhaft und eindeutig widerlegt. Zudem begrüßten die Partner auch die verschiedenen Bestrebungen zur gemeinsamen Qualitätssteigerung in den einzelnen Bereichen und Betrieben. „Ich bin mir sicher, dass wir mit diesem Fahrplan die KÖNIGSCARD zu einem zukunfts- und leistungsfähigen Produkt formen und erfolgreich arbeiten können“, schloss Adam die Versammlung im Kletterzentrum Rieden.

Bei weiteren Rückfragen oder Interesse an einem persönlichen Interview melden sich Medienvertreter bitte direkt unter +49 89 55267890 oder th@piroth-kommunikation.com an Teresa Hofmann von piroth.kommunikation.

Nähere Informationen zur KÖNIGSCARD gibt es telefonisch unter +49-(0) 8342 911-331 sowie auf www.koenigscard.com.

Bilder zum Download, Hintergrundinformationen und zusätzliche Presstexte sind zukünftig im Online Media-Center unter www.piroth-kommunikation.com oder auf Anfrage an media@piroth-kommunikation.com zu finden.

KönigsCard Betriebs GmbH

Mit der KönigsCard erhalten Urlauber in den drei Regionen Allgäu, Tirol und Oberbayern über 250 Erlebnisse gratis zu ihrer Buchung dazu, wenn sie ihren Aufenthalt bei einem der rund 500 KönigsCard-Gastgeber verbringen. Hier haben Erholungssuchende die Wahl zwischen urigen Pensionen, gemütlichen Ferienwohnungen, luxuriösen Ferienhäusern und Hotels bis hin zur 4-Sterne-Kategorie sowie barrierefreien Unterkünften. Mit einem breiten Angebotsspektrum aus Bergbahnen, Liften, Bädern, Museen und vielfältigen Freizeitmöglichkeiten lädt das facettenreiche KönigsCard-Land Natur-, Kultur- und Sportbegeisterte zum aktiven Erkunden ein. Beim Check-In im Partnerbetrieb ausgehändigt, ist die All-Inclusive-Gästekarte für die gesamte Dauer des Aufenthalts sowie am An- und Abreisetag gültig. Die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel innerhalb der jeweiligen Region ist (mit Ausnahme von Tirol und dem Pfaffenwinkel) ebenfalls ohne Aufpreis enthalten. Darüber hinaus steht Reisenden an allen gekennzeichneten WLAN-Hotspots kostenloses Internet zur Verfügung. Die persönliche KönigsCard dient dabei als Zugangsschlüssel für die mobile Internetnutzung. Weitere Informationen unter www.koenigscard.com.

Kontakt

KönigsCard Betriebs GmbH
Theresa Jörg
Schwabenstraße 11
D-87616 Marktoberdorf
Tel +49-(0)8342-911 491
Fax +49-(0)8342-911 437
theresa.joerg@lra-oal.bayern.de

Pressekontakt

piroth.kommunikation GmbH
Teresa Hofmann
Gotthardstraße 42
D-80868 München
Tel +49-(0)89-55 26 78 90
media@piroth-kommunikation.com
