

SINCE

1523

BREGENZERWALD

KAPPEN-SERIE

GeschichteN
zum Mitnehmen

www.seit1523.at

Inhaltsverzeichnis

Kappen mit Geschichte	3
Die Icons als Geschichtenerzähler	5
Mehr Infos und Preis	8
Motive und Themen	9
Intro – Warum Bregenzerwald 1523?	10
Idee und Ziel	12
Status quo und Warum?	13
Zielgruppen	14
Team – Wer sind wir?	15

Kappen mit Geschichte

Zweite Produktlinie

Es ist soweit - wir können mit unserer zweiten Produktlinie in die Welt hinausgehen. Nach der Produktlinie „Postkarten“ präsentieren wir stolz unsere Kappen.

Bequeme Hauben für den Kopf in 10 verschiedenen modischen Farben und verschiedenen Motiven. Jede Kappenfarbe ist einem Motiv zugeordnet – ein Icon, das wir mit dem Bregenzerwald verbinden. Jedes Motiv transportiert eine Geschichte mit, sie transportiert Mehrwert für den Käufer.

Die Geschichten werden von uns textlich und fotografisch aufbereitet – an der Kappe ist beim Kauf eine Hangtag mit QR-Code befestigt, über den die Landingpage mit passender Geschichte aufrufbar ist.

Wie z.B <https://seit1523.at/geschichten/vom-gold-des-bregenzerwaldes/>





Die Icons als Geschichten- erzähler



ROSA
Herz –
Die Natur im Bregenzerwald



KARAMELL
Kuh –
Käse, Gold des Bregenzerwaldes



MOOSGRÜN
Tannenbaum –
Die Natur im Bregenzerwald



SCHOKI
Holzschindel –
Die Architektur und
der Bregenzerwald



SCHWARZ
Haus –
Die Arbeitsmoral und
der Bregenzerwald

Die 10 Farben





Mehr Infos und Preis:

EK-Preis (netto)
pro Kappe
12,50 Euro

UV-Preisempfehlung (brutto)
pro Kappe
25,00 Euro

Bestellung ab
20 Stück, bunt gemischt
oder sortiert, möglich.

Zur Kappe kommt mit:

1 x Kappe
mit Icon und Logo auf Gewebe-Label

1 x Hangtag mit Link zu dazuge-
hörender Bregenzerwald-Geschichte

1x Postkarte mit Infos über seit1523

1x Verpackungs-Säcke aus Papier

Cooooool – jetzt
gleich bestellen
beim seit1523-
Team.

Motive und Themen

1 Arbeitshände –
„schaffa, schaffo, hüsle buo“

2 Sagenmotiv –
Sage aus dem Bregenzerwald

3 Natur –
USP der Region

4 Käse –
Gold des Bregenzerwaldes

5 Architektur –
Der Bregenzerwald und seine Baukunst

Intro

Warum Bregenzerwald 1523?

Ein offizielles Gründungsjahr des Bregenzerwaldes gibt es nicht. Im 14. Jahrhundert wurde um die Vorherrschaft im späteren Vorarlberg gerungen. Die Habsburger erwarben nach und nach jene Herrschaften, die später als Vorarlberg bekannt wurden. Im Jahr 1523 ging das letzte Gebiet im Bregenzerwald an die Habsburger.

Der Startschuss für die Entwicklung der Region Bregenzerwald. Und der Startschuss für „seit 1523“ von Anita, Simone und Barbara.

Wir – Anita, Simone und Barbara –
bereiten gemeinsam unter dem Namen
„seit 1523“ GeschichteN zum Mitnehmen
in Form von innovativen und modernen
Souvenirs (mit Mehrwert) auf.

Für Touristen, die in den Bregenzerwald
kommen, als auch für coole Einheimische
mit Interesse an der Geschichte und dem
Wirken des Bregenzerwaldes.

Wichtig ist uns die Verbindung von
offline zu online – das ermöglicht es
uns, zu jedem Produkt die Geschichte
mitzutransportieren.

www.seit1523.at

Idee und Ziel

Wir bereiten für Touristen, die in den Bregenzerwald kommen, Geschichte zum Mitnehmen in Form von innovativen und modernen Souvenirs (mit Mehrwert) auf.

Der Status quo, was Auswahl und Modernität sowie Design der Bregenzerwald-Souvenirs anbelangt, ist für uns ausbaufähig. Daher entwickeln wir unter der Marke „seit 1523“ neue Souvenirs aus dem Bregenzerwald: Sie heben hervor, für was der Bregenzerwald steht, sie teilen Geschichte(n) mit, sie treten hie und da gesellschaftskritisch auf.

Via QR-Codes auf den Produkten schaffen wir die Verbindung offline zu online: Wer sich für die GeschichteN interessiert, kann sich auf unsere Website einlesen in Bregenzerwald-relevante Themen und deren Historie. Somit schaffen wir Mehrwert – für den Käufer und für die Region Bregenzerwald.

Wir entwickeln neue Produkte und bestehende, gut verkaufende Produktlinien weiter.

Aus unserer subjektiven Sicht ist die Kaufkraft der Touristen im Bregenzerwald groß – der Wunsch, den Lieben daheim was mitzubringen, ist da. Zudem richten wir unsere Produkte an „stolze“ Einheimische als auch an „Bregenzerwälder im Exil“ aus, die sich so ein Stück Heimat aneignen können.

Recherchen führten uns zu der Erkenntnis, dass folgende Souvenirs in hiesigen Hotelshops, Lebensmittelmärkten oder auch Touristeninformationen angeboten werden:

- Print: Postkarten
- Genuss: Käse, Schnaps, Wurstwaren
- Beauty: Molke-Produkte
- Handwerk/Kreatives: Tassen, Vasen

Darauf bauen wir auf bzw. das bauen wir um.

Status quo und warum?

Der Bregenzerwald ist eine
tourismusstärke Region.

- 2018/19 verzeichnete sie 1.800.000
Nächtigungen.
- Die nächtigungsstärksten Gemeinden
sind Au, Bezau, Damüls, Mellau,
Schopponau, Schröcken und Warth.
- 61 % der Touristen kommen aus
Deutschland, 15 % aus der Schweiz,
- 10 % aus Österreich und 7 % aus
Holland.¹

Aus unserer subjektiven Sicht ist die
Kaufkraft der Touristen im Bregenzer-
wald groß – der Wunsch, den Lieben
daheim etwas mitzubringen, ist da.

Recherchen führten uns zu der
Erkenntnis, dass veraltete und form-
unschöne Souvenirs in hiesigen Hotel-
shops, Lebensmittelmärkten oder auch
Touristeninformationen angeboten
werden: Ein Grund für uns, Neues
umzusetzen.

Zielgruppen

- „mitteljunge“ Familien mit 2-3 Kindern, Stadtbewohner, Mittelstand, suchen Nähe zu Natur, machen Sport, mögen den persönlichen Kontakt zu den Hotelbetreibern, Interesse an Nachhaltigkeit, Design, Kultur
- Paare, Hipster und Bobos, 25-40 Jahre alt, Stadtbewohner, Mittelstand, hohes Interesse an Lifestyle, Genuss, machen etwas Sport, gönnen sich gerne mal Hochpreisiges
- Im Bregenzerwald ansässige Familien, Paare oder Singles, die Interesse an der Geschichte als auch an der „Marke“ Bregenzerwald haben
- Personen mit Bregenzerwälder Wurzeln und mit Wohnsitz außerhalb der Region, die Interesse an einem Stückchen Heimat haben
- für dieses Projekt exkludiert: Understatement-Paare (Kinder schon außer Haus), Gutverdiener, Lifestyle, Genuss

Team – Wer sind wir?

Drei Bregenzerwälderinnen



Anita Lehner, 38
Mellau

Illustratorin und
Gestalterin

anita@seit1523.at



Simone Angerer, 34
Bizau

Grafik- und Produkt-
gestalterin

simone@seit1523.at



Barbara Natter, 35
Sulzberg

Strategin und
Marketerin

barbara@seit1523.at