

Regionales Entwicklungskonzept Oberallgäu

2. Treffen der Arbeitsgruppe 2 „Wertschöpfungsorientierte Ländliche Wirtschaft“



18. April 2007

Hotel Krone, Immenstadt-Stein

Einführung

Ziele des 2. Treffens

- Bearbeitung Themenfeld Tourismus
- Überprüfung der vier ausgewählten Produktlinien hinsichtlich Bedeutung für Profil und Wertschöpfung
- Stärken – Schwächen Analyse entlang der WSK-Ketten
- Vorschläge für Ziele und Maßnahmen sammeln

Ablauf

- Rückblick und Einführung
- Inputs zu den ausgewählten Produktlinien
- Stärken-Schwächen-Analysen (Arbeitsgruppe)
- Ziele und Handlungsvorschläge (Arbeitsgruppen u. Präsentation)
- Terminabstimmung

Einführung

Josef Bühler

Vier touristische Themenstellungen aus der Vorschlagsliste des letzten Treffens wurden nach diesen Kriterien geprüft und ausgewählt: Wandern, Radfahren, Jugendreisen, Urlaub auf dem Bauernhof. Das Thema Gesundheit wird beim nächsten Treffen im Rahmen von Landwirtschaft bearbeitet. Behindertengerechte Angebote wird nicht als Sonderlinie aufgegriffen, sondern als Standard in den einzelnen Produktlinien.

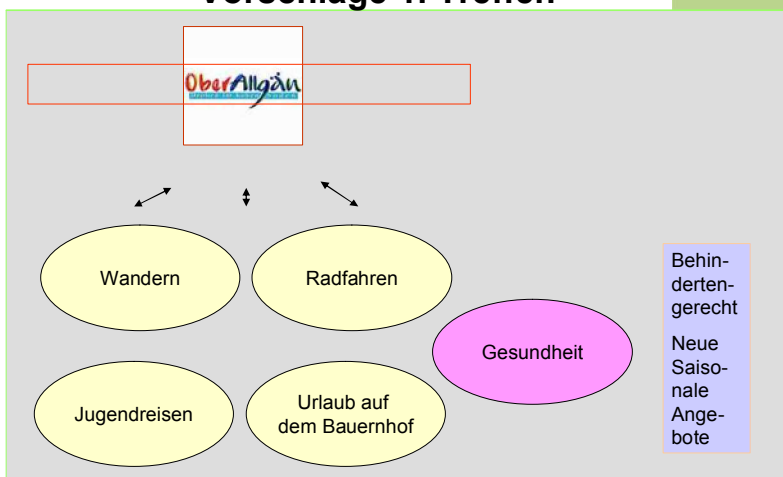
Zentralen Wertschöpfungsketten: Auswahlkriterien

neuland⁺

1. Kurz – bis mittelfristige Erfolgsaussichten der Umsetzung
2. Wachstumspotenzial (Beschäftigung, Einkommen, Wertschöpfung)
3. Vorhandene Vorarbeiten im Landkreis
4. Interesse der Unternehmen der WSK
5. Langfristiges Potenzial/Bedeutung für die Region

Produktlinien im Tourismus Vorschläge 1. Treffen

neuland⁺



Inputs zu den ausgewählten Produktlinien

Wandern/ Radfahren: Herr Joachim	<ul style="list-style-type: none">• Aktueller Stand mit Angebotspalette und Zielgruppen• Herausforderungen aufgrund nicht ausgeschöpfter Potenziale oder Marktveränderungen• Begründung für die Bedeutung als Schwerpunktthema
Jugendtourismus: Herr Pruss	
Urlaub auf dem Bauernhof: Herr Karg	

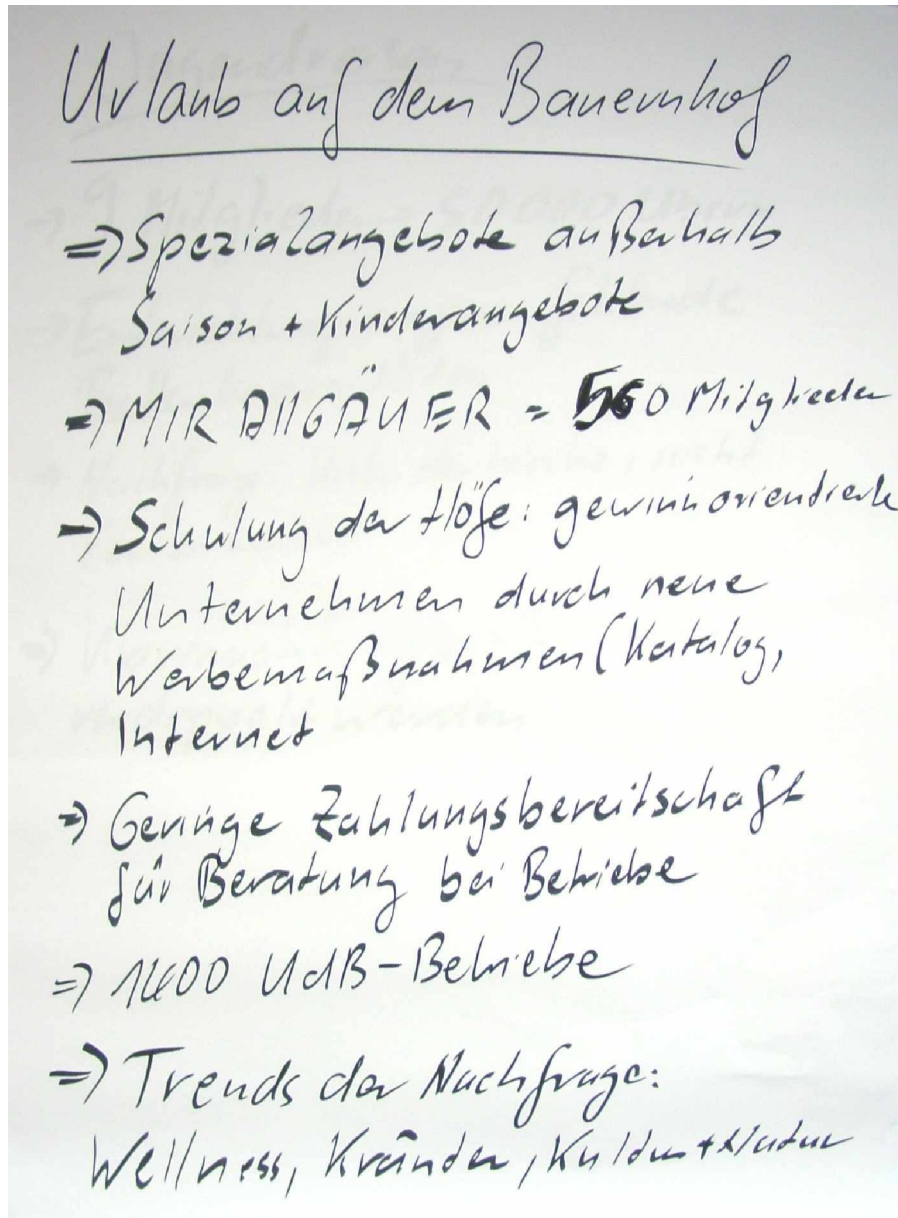
Input Jugendreisen:

Herr Pruss stellt das Schülerland Allgäu dar. Darüber werden aktuell etwa 50.000 Übernachtungen von 9 Anbietern generiert. Dieses Angebot ist ein „Nebensaisonangebot“, da die Schulen nicht in den Ferienzeiten kommen. Diese Nachfrage ist zu verdoppeln, wenn ein zentraler Engpass beseitigt werden kann: Jugendgerechte Übernachtungsangebote fehlen.

Input *Urlaub auf dem Bauernhof*

In Vertretung von Herrn Karg stellen Frau Hölzl und Frau Schwarz das aktuelle Marketingkonzept des Anbietersverbundes „Mir Allgäuer“ vor. Schwerpunkte

sind die Vermarktung der Spezialangebote, die Qualitätsentwicklung und die Ausweitung der Mitgliedschaft im Verein.



Input Radwandern und Wandern

Herr Joachim, Allgäu Marketing, bilanziert die Produktlinien „Wandern“ und „Radwandern“ über eine Stärken-Schwächen-Analyse und der Darstellung der aktuellen Wertschöpfungsketten (siehe Anlage).

1. Gruppenarbeit: Beurteilung der Ausgangssituation

- Bitte überprüfen Sie die Stimmigkeit der aufgeführten Produktkomponenten und ordnen Sie Ihre Ergebnisse den einzelnen Kärtchen zu.
- Wo sehen Sie vorhandene Stärken und entwicklungsfähige Potenziale der WSK?
- Wo sehen Sie aktuelle Schwächen bzw. Engpässe bei der Weiterentwicklung der Angebotslinie?

4 Gruppen

- Jugendreisen
- Urlaub auf dem Bauernhof
- Radfahren
- Wandern

Ergebnis Gruppe *Jugendreisen*



Ergebnisse Gruppe Urlaub auf dem Bauernhof

Produkte

- Gesundheitshöfe
- Kräuterlandhöfe
- Kunst- & Kulturhöfe
- Natur- & Aktivität
- Kinderhöfe

Stärken/Potenziale

- Katalog Internetauftritt Geschäftsstelle Maß
- Zusammenarbeit mit Allgäu Marketing
- Transferservice
- Von 560 Betrieben sind ca 300 klassifiziert
- persönliches "Kümmern"
- Sehr gute ÖPNV-Verbindungen

Marketing

- Marketingbeteiligungen der einzelnen Höfe (z.B. Messe, Roadshows etc.)
- Zusammenarbeit mit Allgäu-Firmen die überregional tätig sind
- fehlende Betreuung von aufgebenden Landwirten Betrieben bei weiterer Vermarktung (Primärland)

Abreise/Anreise

Unterkünfte

- hohe Qualitätsunterschiede
- Defizite sind:
 - nur teilweise Frühstückangebot
 - keine HP
- Entwicklung von Pauschalangeboten
- meist eigener PKW erforderlich

Essen + Trinken

- war 11% organisiert
- Angebot an regionalen Produkten
- Entwicklung von Wochenprogrammen

Service/Programmgestaltung

Mobilität in der Region

Schwächen/Engpässe

Ergebnisse Gruppe Radfahren



Ergebnisse Gruppe Wandern





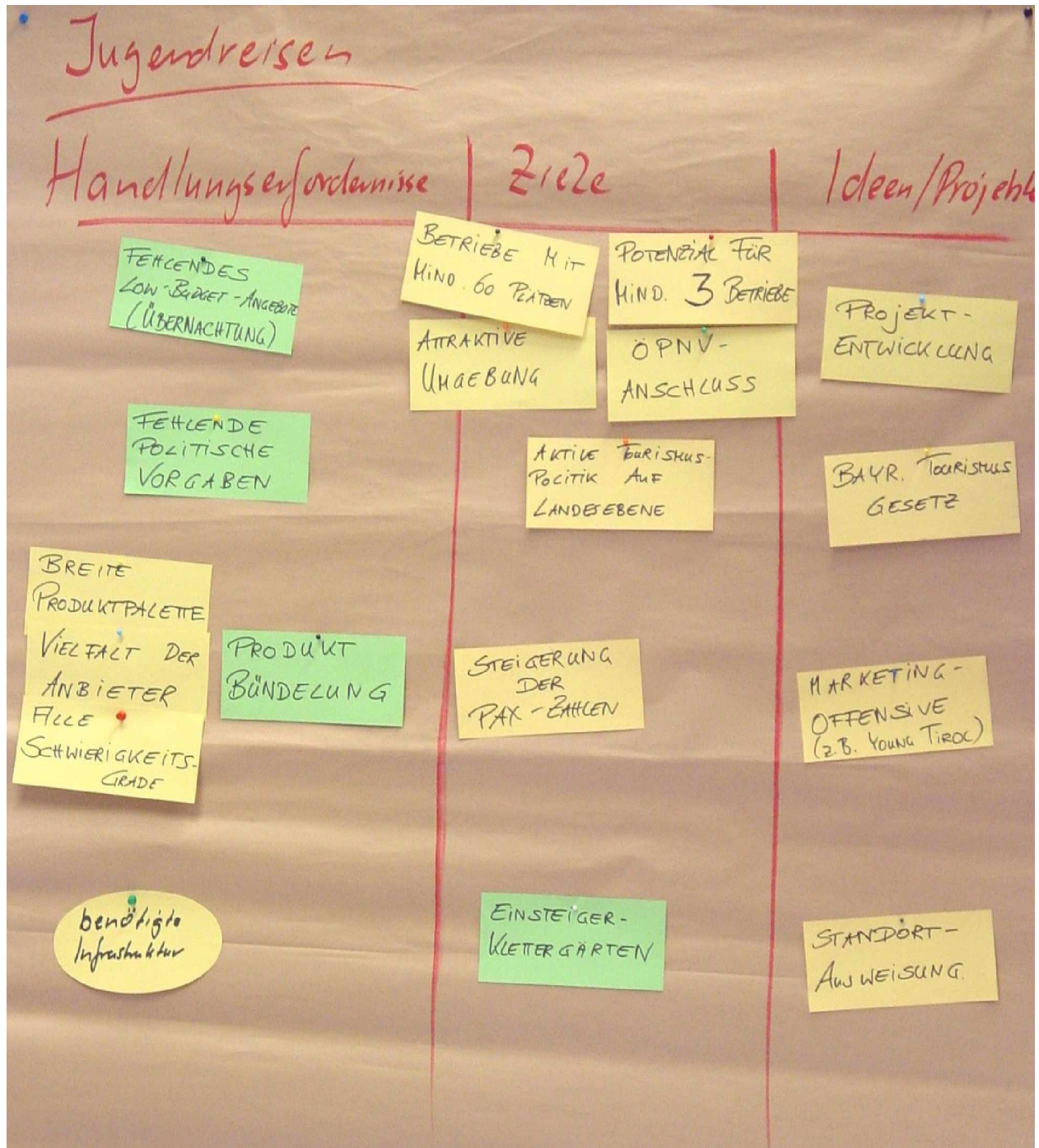
2. Gruppenarbeit: Handlungserfordernisse, Ziele und Ideen

- Wo sehen Sie Handlungsbedarf für die Weiterentwicklung des Angebotes?
- Welche Ziele lassen sich aus den Handlungserfordernissen ableiten?
- Welche Ideen und Projekt im Rahmen von LEADER sehen Sie?

4 Gruppen

- Jugendreisen
- Urlaub auf dem Bauernhof
- Radfahren
- Wandern

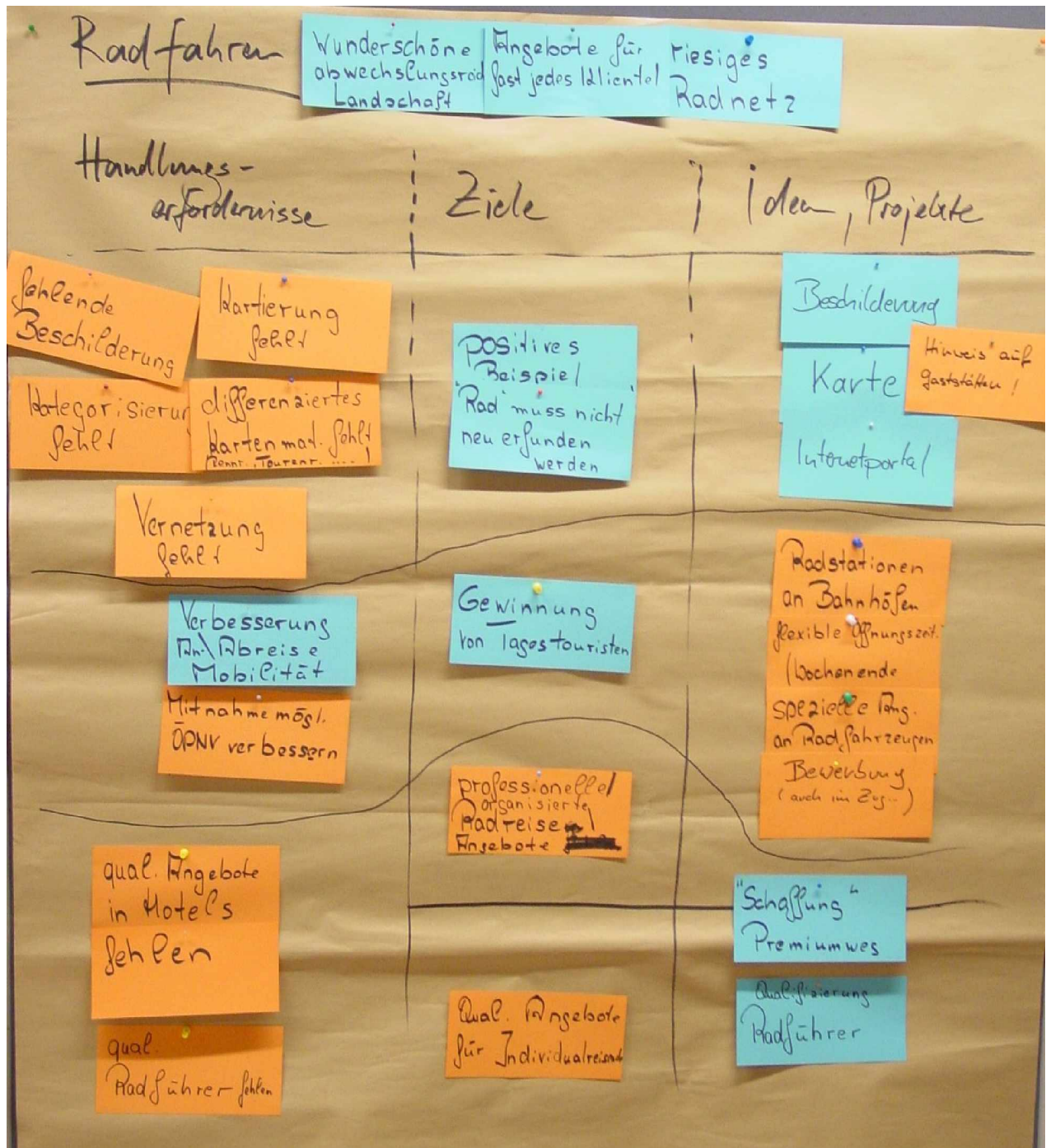
Ergebnis Gruppe *Jugendreisen*



Ergebnisse Gruppe *Urlaub auf dem Bauernhof*

Handlungserfordernisse	Ziele	Ideen/Proje
<p>fehlende Betreuung von aufgebundenen Einzelbetrieben bei weiterer Vermietung (Prinzipal)</p>	<p>Bündelung dieser Betriebe</p>	<p>Organisation für Privatvermieter und Pensionen</p>
<p>Zusammenarbeit mit Allgäu-Firmen die überregional tätig sind</p>	<p>Botschafter für Urlaub auf Bauernhof finden</p>	<p>Vielfältige Hinweise auf Vd&B im Allgäu (z.B. Produkte) → Kooperationen</p>
<p>war nicht organisiert</p>	<p>Organisationsgrad verdoppeln</p>	
<p>Entwicklung von Pauschalangeboten</p>	<p>1-2 Pauschalangebote pro Betrieb + Jahr</p>	<p>Seminare</p>
<p>Defizite sind: • nur teilweise Frühstückangebot • keine HP Angebot an regionalen Produkten</p>	<p>2/3 der Betriebe mit 2 und mehr Ferien → Frühstückangebot</p>	

Ergebnisse Gruppe Radfahren



Ergebnisse Gruppe Wandern

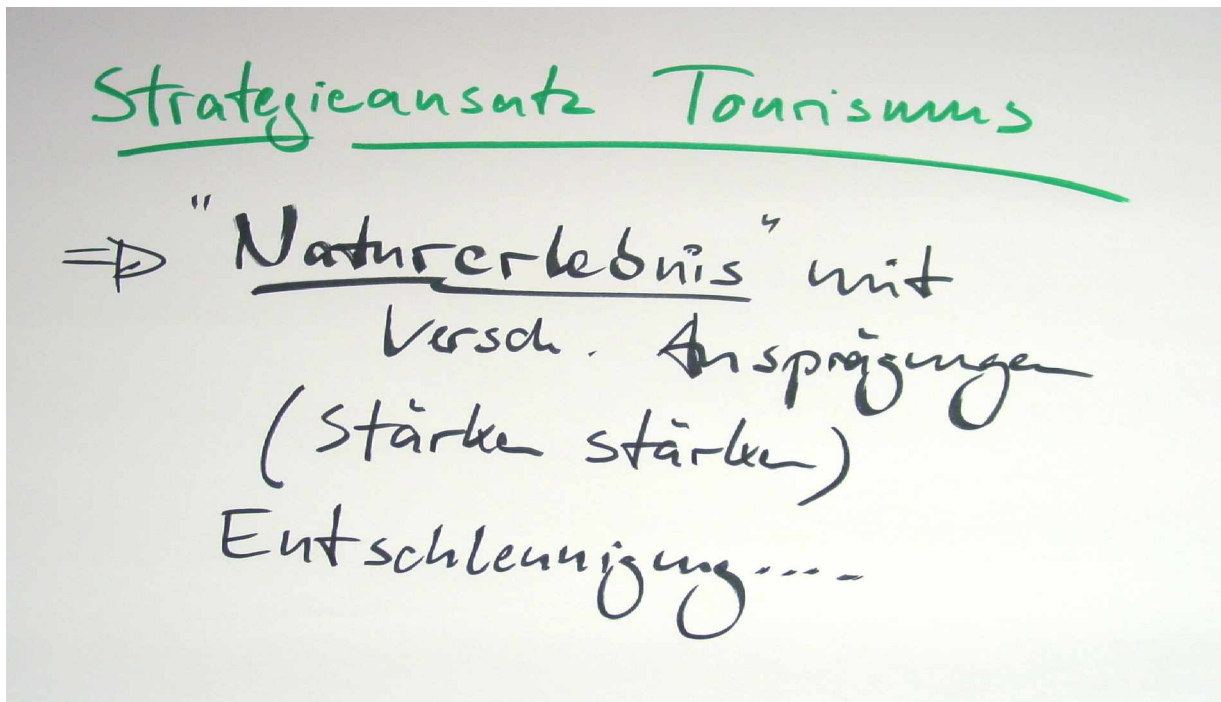
Wandern

Handlungs- erfordernisse	Ziele	Ideen, Projekte
Marketing f. ges. Region	Allgäu steht f. Nähe, Beschau- lichkeit	Sensibilisierung & Qualifizierung der Leistungsträger
gezielte Angebot f. ein Nicht-Alpines Wandern	Angebote in Verb. m. alpiner Atmosphäre	- Angebotsentwicklung - eigene Wanderkarte (allgäuweit)
reg. Produkte & reg. Atmosphäre	Authentizität & flächendeckende Vermarktung d. allg. Produkte	(z.B. „Pasta“ od. Aldi-Käse auf Alphütten?) „Alpsgenuß“
Premium weg fehlt (OA-Rundweg)	Wanderwege- und Erlebnisraum-Gestaltung	
Wandern mit Gepäcktransport	keine Qualitätsrichtlinie (vgl. Österreich)	



Strategischer Ansatz

Als Dach über diese o.g. vier Produktlinien wird für die LEADER-Konzeption der Name „Naturerlebnis Allgäu“ vorgeschlagen und für gut befunden.



Ausblick: Nächstes Treffen

Drei Themen stehen beim nächsten Treffen, das für den 21.05.07 geplant ist, im Mittelpunkt:

- Gesundheitsregion Allgäu: Welche Impulse aus diesem Konzept können wir für die Landwirtschaft übernehmen?
- Regionalvermarktung: Welche Maßnahmen können hier eine neue Wertschöpfungsstufe bringen?
- Milchverarbeitung: Gibt es Möglichkeiten durch Produktentwicklung neue Märkte zu erschließen?

Teilnehmer

Vorname	Nachname	Firma / Institution
Ethelbert	Babl	Amt für Landwirtschaft und Forsten Kempten
Nicole	Dietrich	Landratsamt Oberallgäu
Claude	Djodi	Regionalentwicklung Altusried-Oberallgäu e.V.
Daniel	Freuding	Tourist Information
Thomas	Frey	CIPRA Deutschland e.V.
Maximilian	Hillmeier	Marktgemeinde Bad Hindelang
Gerhard	Hock	Amt für Landwirtschaft und Forsten Kempten
Martina	Hölzl	Mir Allgäuer Urlaub auf dem Bauernhof e.V.
Bernhard	Joachim	Allgäu Marketing GmbH
Heribert	Kammel	Markt Altusried
Katja	Metzler	Diplomandin LMU München
Sigrid	Möbs	Schülerland Allgäu - Impulscompany
Michael	Pruss	Schülerland Allgäu - Spirits of Nature
Frank	Rainalter	Hanusel Hof Rainalter GmbH
Edgar	Rölz	VG Hörnergruppe Gemeinde Fischen
Sonja	Schwarz	Mir Allgäuer Urlaub auf dem Bauernhof e.V.
Werner	Strohmaier	MUVA Kempten
Birgit	Wegner	Landratsamt Oberallgäu;
Sabine	Weizenegger	Regionalentwicklung Altusried-Oberallgäu e.V.
Petra	Wilhelm	Stadt Sonthofen
Siegfried	Zengerle	Stadt Immenstadt

Moderation:

Josef Bühler
Andreas Raab