

Regionales Entwicklungskonzept Oberallgäu

3. Treffen der Arbeitsgruppe 2 „Wertschöpfungsorientierte Ländliche Wirtschaft – Schwerpunkt Landwirtschaft“



**11. Juni 2007
Gasthof Adler, Martinszell**

Ziele und Ablauf des 3. Treffens

- Information über das Konzept Gesundheitsregion Allgäu
- Klärung der Bedeutung des Konzeptansatzes Gesundheitsregion und möglicher Produktlinien
- Aktuelle Regionalvermarktungsansätze bilanzieren
- Strategische Ansätze für die Weiterentwicklung der Regionalvermarktung finden
- Vorschläge für Ziele und Maßnahmen sammeln

Ablauf

neuland+

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

Inputs zu den ausgewählten Produktlinien

Beim Wettbewerb „neue Ideen fürs Allgäu“ sind 15 Vorschläge im Bereich „Gesundheit“ eingereicht worden.

Neue Ideen fürs Allgäu Rubrik „Gesundheit“

neuland+

Lamatherapie
Soundpavillion:
therapeutischen Anwendung
Allgäuer Gesundheitsdorf
Ratholz (versch. Anwendungen)
Seminar- und Körperzentrum
Alternatives Gesundheits-
zentrum
Gesundheitsforum Scheidegg –
Region Vitale
Adipositas Schulung für Kinder
und Jugendliche
Sebastian Kneipp für Schüler

E-Net für Gesundheit und
Wohlbefinden im Allgäu

Vitalzunge – Großküchen
Anlage zur Behandlung von
Rohmilch für Heilzwecke

...

Gesundheitsregion Allgäu: Stephanie Wolfring, Sebastian Kneipp Institut GmbH



Zielsetzung - Oberziel -









Profilierung und Vermarktung der Region Allgäu mit ihren Teilräumen als qualitativ hochwertige Gesundheitsregion zur besseren Nutzung, Vernetzung und Qualifizierung der vorhandenen Potenziale in der Gesundheitswirtschaft durch

- Identifikation, Mobilisierung und Bündelung regionseigener Kräfte bzw. Institutionen
--> Synergiennutzung (voneinander wissen!)
(= Schaffung eines gesundheitsorientierten kreativen Milieus)
- Aufbau und Entwicklung von Qualitäts-Gesundheitsclustern in den Teilräumen (Landkreisen)
--> Gesundheitskompetenzzentren

→ Qualitätsbegriff bzw.
Marke „Allgäu – Die Gesundheitsregion“
mit definierten und kontrollierbaren Qualitätskriterien



Zielsetzung - Teilziele -









- Identifikation des medizinischen und gesundheitswirtschaftlichen Know-Hows
- Qualifizierung der Potenziale (Ansatzpunkt: Gesundheitsforum Allgäu)
- Vernetzung der vorhandenen Potenziale und Schaffung von „Public Private Partnership“ (PPP)-Projekten
- Bündelung von Vermarktungsmöglichkeiten
(Tourismus: Allgäu Marketing; Wirtschaft: Allgäu Initiative)
- Entwicklung neuer Geschäftsfelder und Steigerung der Kundenorientierung bei klassischen Gesundheitsanbietern sowie Anreicherung von Angeboten durch medizinische Kompetenz
(Stichwort: Medical Wellness)
→ Selbstzahlermarkt
- Mittelfristige Entwicklung eines Netzwerkes von „Zulieferbranchen“, wie Medizin- und Gerontotechnik sowie Ausbau des Clusters der Nahrungsmittelindustrie
- Allgemein: Entwicklung von Leuchtturmprojekten, die nach außen getragen werden und gleichzeitig Innenmarketing zur Entwicklung eines Selbstverständnisses als Gesundheitsregion



Einführung
- Gesundheitswirtschaft (3) -

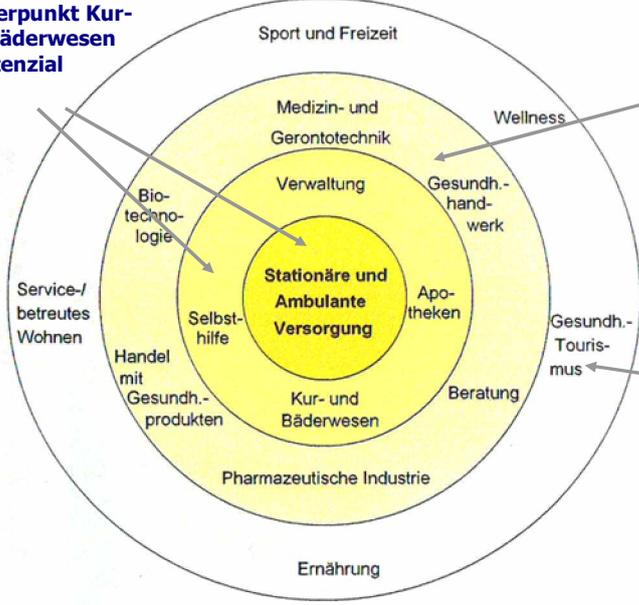








1. und 2. Kreis
Grundversorgung +
Schwerpunkt Kur- und Bäderwesen
→ **Potenzial**



3. Kreis
sonst. gesundheitsrelevante Wirtschaftszweige
→ **ausbaufähig**
→ **Standortmarketing**

4. Kreis:
Gesundheitstourismus
unter Einbindung benachbarter Bereiche
wie Ernährung, Sport
→ **Profilierung über „Medical Wellness“**

Struktur der Gesundheitswirtschaft
Quelle: Institut Arbeit und Technik, 2005



- Zwischenfazit 2 -




Stärken	Schwächen
    <ul style="list-style-type: none"> Hohe landschaftliche Attraktivität Vielfältige (gesundheits-)touristische Angebote (Fitness, Sport, Wandern, ...) Positives Image als Urlaubsregion (Assoziation: Natur, Berge, Landschaft) Hohe Qualität an Gesundheitsangeboten mit Schwerpunkt Kurorte (14) Regionale touristische Vermarktung (Allgäu Marketing) → Profilbildung Wachsende Kooperationskultur (z.B. Kliniken) Kompetenzcluster Nahrungsmittelgewerbe (Milch, Käse, Getränke, Naturkost) „Gesunde“ ländlich geprägte Strukturen mit Tradition Kulturelles Potenzial Mittelständisch geprägte Wirtschaftsstruktur (Gesundheits-)Bildungsinfrastruktur 	<ul style="list-style-type: none"> Geringe Internationalisierung der Gäste Hohes Durchschnittsalter der Gäste Wenig modernes Image Geringe Zahl an Unternehmen der Gesundheitstechnologie Niedrige Dienstleistungsquote Geringe Ansätze an querschnittsorientierter Vernetzung (z.B. Tourismus + Nahrungsmittel) Kaum allgäuweite Vernetzung der Gesundheitsakteure Fehlende Gesamtstrategie zur Entwicklung und Vermarktung der Potenziale in der Gesundheitswirtschaft



Strategiefelder - Übersicht -





Gesundheitsregion




Netzwerk- bildung	Innen- marketing	Außen- marketing	Qualifi- zierung
 Internetdatenbank als Plattform (Anbieter und Nachfrager inkl. Qualifizierung)	Veranstaltungen (z.B. Allgäuer Gesundheitstage, Allgäuer Gesundheitsläufe, ...)	Qualitätsgeprüfte Regionale Gesundheitspauschalen (Premiumanspruch)	Gesundheitsforum Allgäu (Bündelung der Qualifizierungsangebote)
 Gesundheitsdialog (Anbietwork)	Regionale Gesundheitsmessen	Touristische Produktlinie „Gesundheit erleben“	Qualifizierungsoffensive im Gesundheitstourismus (mit FH, VHS, SKI, ...)
 Vernetzung der Kliniken	Thementage mit Gesundheitstelefon (Kooperation mit AZ)	Marketingpartnerschaften mit Unternehmen („Gesundes Allgäu“ – Standortmarketing)	Studiengang Gesundheitsmanagement
Wertschöpfungskette Gesunde Ernährung (Nahrungsmittelgewerbe und Tourismus)	Bewusstseinsbildungsprojekte (z.B. mit Kigas, Schulen, Jugend, Senioren, ...)		

25



Gesundheitsregion Allgäu Umsetzung – Gesundheitsagentur





- Erhebung und Zusammenführen von Gesundheitsanbietern.
- Vernetzung der Akteure mit dem Aufbau einer Gesundheitsdatenbank (regionales Gesundheitsportal).
- Produktentwicklung im Bereich des Gesundheitstourismus.
- Bündelung von endverbraucherorientierten Angeboten.
- Konzeption und Steuerung zur Vernetzung und Spezialisierung der (Akut-) Kliniken im Allgäu unter Berücksichtigung des Themas Patiententourismus.
- Qualifizierung von Akteuren im Gesundheitswesen / Gesundheitswirtschaftsbereich in Kooperation mit den vorhandenen Fort- und Weiterbildungsträgern bzw. –angeboten.



26



Gesundheitsregion Allgäu

Umsetzung - Gesundheitsagentur




- Organisation und Durchführung von Veranstaltungen (z.B. regelmäßig stattfindende Gesundheitskongresse, regionale und evtl. gemeinsame Publikumsveranstaltungen (z.B. Sportevents)).
- Organisation und Durchführung von Bewusstseinsbildungsprojekten z.B. mit Schulen, Kindergärten und Unternehmen.
- Ggf. Vermarktung der Angebote in Kooperation mit den regionalen Tourismusverbänden / -einrichtungen (Allgäu Marketing).
- Zusammenarbeit mit angrenzenden Bereichen wie Landwirtschaft (gesunde Ernährung) oder Holzindustrie (authentisches Bauen, gesundes Wohnen).



27

Input Regionalvermarktung: Gerhard Hock, Amt für Landwirtschaft und Forsten

Allgäuer Alp-Genuss

- Äpler haben Vorbildfunktion, Gäste erwarten regionale Produkte
- Verein ist gegründet, Kriterien erarbeitet
- Mitglieder Äpler, Lieferanten und Privatpersonen als Förderer, Mitgliedsbeitrag 50-100 €
- Vernetzung mit Lieferanten durch gegenseitige Werbung

- Zusammenarbeit LandZunge und genehmigten Lieferanten
- Logistik kein zentrales Problem, da Älpler so oder so häufig einkaufen fahren müssen
- Von den 140 Alpen mit kleiner oder großer Konzession haben ca. 20-40 Interesse.
- Problem: Aktuell ist es noch offen, ob Älpler den letzten Schritt machen und sich unter diesem Label zusammenfinden.

Allgäuer Bauern- und Käsemärkte als Grundtyp für Tourismuswerbung/Roadshows etc.

- 20-30 Anbieter mit regionalen Produkten direkt vom Erzeuger, keine Händler
- Ganztägige Musikalische Unterhaltung, Angebote für Kinder, Sportaktionen wie „Nordic Walking“, Bewirtung
- Infos über Ausflugsziele und Urlaub im Allgäu
- Anregungen: Bisherige Roadshows des Tourismus mit regionalen Produkten ergänzen, Alpabtrieb oder –auftrieb in Quellgebieten, wie Olympiaberg München etc.

Regionalvermarktung: Von Hier/Feneberg Ernst Wirthensohn, Kulturlandbüro

- Generell nur Bioprodukte aus dem Umfeld von 100 km (inkl. Bodensee)
- 12 Mio. Umsatz/Jahr, Wachstumsrate bei 20 %
- Breite Produktpalette Von Donau-Allgäu-Bodensee,
- Käse: 20 Sorten, z.T. sehr hohe Qualität, wachsende Nachfrage kann über vorhandene Sennereien abgedeckt werden.
- Rind: ca. 800 Tiere pro Jahr, max. Potenzial 1.000 . Verbraucher kaufen hier nicht nur Edelteile, sondern sogar überdurchschnittlich viel Hackfleisch und andere ansonsten nicht so stark nachgefragte Teile.
- Potenziale werden in einem Markenprogramm „Färsen/Ochsen“ und in der „Heuvermarktung“ (1000 ha) gesehen

Zwischenbilanz und Vorschlag für Arbeitsgruppen

Regionalvermarktung

neuland⁺

- **Strategische Konzepte vorhanden und selbsttragend**
 - Von Hier : Einzelhandel
 - Landzunge: Gastronomie
- **Strategische Konzepte am Heranreifen**
 - Alpenguss: Alpen, Sennen (LEADER+ Projekt)
 - Vitalzunge: Großküchen (ggf. Leader 2008f)
- **Mögliche weitere Entwicklungsfelder (Arbeitsgruppen)**
 - Gesunde Ernährung/Gesundheit
 - Spezialitätenentwicklung – Bergkäse u.?
 - Events und regionale Produkte



Ergebnisse Gruppe Ernährung/Gesundheit

<p>Gesundheit / gesunde Ernährung</p> <p>Maßnahmensefordernis</p>	<p>Ziele</p>	<p>Projektidee</p>
<p>Sensibilisierung Landwirte u. Verbraucher</p> <p>Verpflichtung der Zulieferbetriebe</p> <p>Bewusstseinsbildung verbessern</p>	<p>Siegel: Gen. Tech. n. & freie Region Allgäu</p>	<p>"gentech. n. & freie Lawi"</p>
<p>Milch</p>	<p>Vernetzung "gesunde Ernährung / Kräuter"</p> <p>Ungesättigte Fettsäuren</p>	<p>Pausen verhöf. Schule</p>
<p>Vermittlung Basiswissen (Qualifizierung) Verwendung Kosmetika / Kräuter / Wellness</p> <p>Kräuter u. andere regionalen Prod.</p>	<p>Regionale Produkte in der Hot. / Gastronomie</p>	<p>Hygieneveranst. "gesunde Ernährung"</p> <p>differenzierte Einzelberatung</p>

Ergebnisse Gruppe *Spezialitäten*

Ziele	Projektidee
Bergkäse weiter als Spezialität propagieren	Vorhandene Instrumente nutzen
Molke unter Allgäu-Siegel vermarkten	Sennermolke als Spezialität positionieren (Drinks, Badezusatz, Wellnessanwendungen)
Rindfleisch – Vermarktungspotenziale für auslaufende Milchviehbetriebe erschließen (Große Nachfrage, Flächennutzung bei Rückgang der Alpbeweidung)	Neues Markenprogramm für Ochsen/Färsen vorbereiten (Studie über Märkte und Landschaftsauswirkungen)
Einstieg in großflächige Heu vermarktung (1000 ha, 2./ 3. Schnitt)	Machbarkeitsstudie bzw. Formierung interessierter Landwirte
Ziege/Schaf – Know – how für Produktion und Zucht verbessern, Nischennachfrage ist hier vorhanden (Milch, Käse)	Informationsmaßnahmen, Machbarkeitsstudie

Ergebnisse Gruppe Events mit regionalen Produkten

Ziel	Projektidee
Durchgängig regionale Produkte bei den Viehscheiden	Bestandsaufnahme / Erhebung und Erarbeitung von Ausschreibungsvorlagen/ Bewirtschaftungsmodellen
Events mit regionalen Produkten ausweiten	Datenerfassung interessierter Betriebe mit Motiven und möglichen Produkten

Ausblick: Nächstes Treffen

Am 12.07.07 (13.30 – 16.30) findet das 4. und letzte Treffen statt. Dort werden anhand einer Tischvorlage die Ziele diskutiert und die Projekte nach ihrer Bedeutung bewertet.

Teilnehmer

Name	Firma
Danks, Peter	Alpwirtschaftlicher Verein im Allgäu
Djodi, Claude	Regionalentwicklung Altusried-Oberallgäu e.V.
Frey, Thomas	CIPRA Deutschland e.V.
Hillmeier, Maximilian	Marktgemeinde Bad Hindelang
Hock, Gerhard	ALF
Hölzl, Martina	Mir allgäuer Urlaub auf dem Bauernhof e.V.
Kammel, Heribert	Markt Altusried
Metzler, Katja	Diplomandin Universität München
Müller, Ulrike	Kreisbäuerin
Rölz, Edgar	VG Hörnergruppe Gemeinde Fischen
Schwarz, Sonja	Mir allgäuer Urlaub auf dem Bauernhof e.V.
Strohmaier, Werner	MUVA Kempten
Wegner, Birgit	Landratsamt Oberallgäu;
Weizenegger, Sabine	Regionalentwicklung Altusried-Oberallgäu e.V.
Wilhelm, Petra	Stadt Sonthofen
Wirthensohn, Ernst	Kulturlandbüro Wirthensohn
Wolfring, Stephanie	Sebastian Kneipp Institut

Moderation: Josef Bühler