



Bilanz- und Perspektivenkonferenz

Dokumentation

Oberallgäu
29. März 2014

KlimaKom eG
Nina Hehn/ Dr. Götz Braun
Gottfried-Böhm-Ring 42
81369 München
Tel.: 089 710466 04
nina.hehn@klimakom.de
götz.braun@klimakom.de

INHALT

1. ABLAUF	3
2. IMPRESSIONEN	4
3. THEMENFELDER, TEILNEHMERINNEN UND TEILNEHMER.....	5
4. BEGRÜßUNG UND EINFÜHRUNG	8
5. EINSCHÄTZUNG DER IST-SITUATION UND POSITIONSBESTIMMUNG	9
6. VISIONENSPIELE: DIE REGION OBERALLGÄU 2020.....	22
7. FAZIT UND AUSBLICK	28

1. ABLAUF

Samstag, 29. März 2014			
9.00	-	9.15	<u>Begrüßung und Eröffnung</u>
9.15		9.45	<u>Einführung</u> Impulsvorträge zur Regionalen Entwicklungsstrategie: <ul style="list-style-type: none"> • Hintergrund & Zielsetzung • Ergebnisse der Analyse-Phase <i>Erste Arbeitsanleitung</i>
9.45	-	11.00	<u>An den Thementischen:</u> Gegenseitiges Kennenlernen Positionsbestimmung im Themenbereich: Was lief und läuft gut, und wo sind Engpässe auszumachen? Was kann optimiert werden?
10:45	-	11.00	<i>Kurze Pause mit Weißwürsten & Co.</i>
11.00	-	11:30	<u>Plenum:</u> Präsentation der Ergebnisse im Plenum <i>Zweite Arbeitsanleitung</i>
11.30	-	13.00	<u>An den Thementischen:</u> „Visionenspiel“ als spielerische Annäherung an die Regionalentwicklung
13:00	-	14:00	<u>Plenum:</u> Präsentation der Visionenspiele
		14.00	<u>Ausblick und Verabschiedung</u>

2. IMPRESSIONEN



3. THEMENFELDER, TEILNEHMERINNEN UND TEILNEHMER

Gruppe	Vorname	Name
1		
Land- und Forstwirtschaft	Konrad	Kienle
	Hugo	Wirthensohn
	Ignaz	Einsiedler
	Martina	Herz
	Monika	Mayer
	Nicole	Dietrich

Gruppe	Vorname	Name
2		
Siedlungsentwicklung und Grundversorgung	Franz	Schröck
	Theo	Haslach
	Uschi	Kempin
	Dieter	Fischer
	Toni	Barth
	Josef	Wölfle

Gruppe	Vorname	Name
3		
Bildung und Soziales	Stefan	Wanner
	Robert	Immler
	Tina	Hartmann
	Bernward	Lingemann
	Marcus	Kleebauer
	Armin	Ländle
	Miriam	Duran

Gruppe		Vorname	Name
4			
Ländlicher Tourismus		Bernhard	Joachim
		Marlies	Kuhn
		Christine	Ritter
		Siegfried	Zengerle
		Monika	Zeller
		Bernadette	Manz
		Katinka	Rittig
		Harald	Röker

Gruppe		Vorname	Name
5			
Energie und Klimaschutz		Heribert	Kammel
		Arno	Zengerle
		Peter	Ellgaß
		Augustin	Kröll
		Anton	Klotz
		Alfred	Bauer
		Berthold	Ziegler

Gruppe		Vorname	Name
6			
Natur und Kultur		Michael	Pruss
		Rolf	Eberhardt
		Gerhard	Hock
		Rainer	Lindermayr
		Henning	Werth
		Ethelbert	Babl
		Maximilian	Klaus
		Birgit	Wegner

Gruppe	Vorname	Name
7		
Regionalmanage- ment	Kerstin	Duchardt
	Klaus	Fischer
	Fritz	Weidlich
	Sabine	Weizenegger

4. Begrüßung und Einführung

Grußworte

Heribert Kammel, Vorsitzender der LAG Oberallgäu, begrüßte die ca. 50 Teilnehmerinnen und Teilnehmer und eröffnete die Bilanzkonferenz mit einem motivierendem Grußwort. Anschließend wünschte er allen eine spannende und produktive Veranstaltung.

Marlies Kuhn als Vertreterin der Gemeinde Waltenhofen betonte in Ihrem Grußwort die Bedeutung der LEADER-Förderung für die Region, die bereits in die Umsetzung wertvoller Projekte wie den Kräuter-Lehrpfad Falltobel, den Kinderwagenpfad oder einer Kräuterwerkstatt eingeflossen seien.

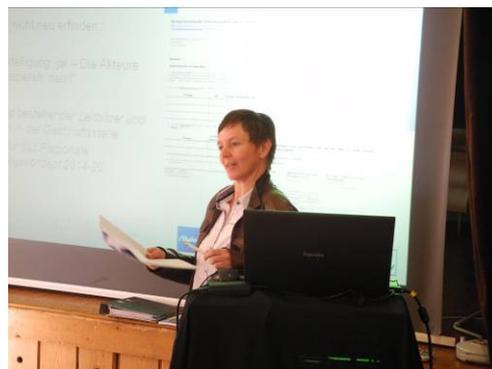
Herr stellvertretender Landrat Klotz hob die Bedeutung der neu zu entwickelnden Regionalen Entwicklungsstrategie hervor: „Mit der Weiterführung der erfolgreichen LEADER-Periode der letzten Jahre geht es um etwas sehr Wichtiges! Insbesondere die aktuellen gesellschaftlichen Veränderungen wie der demographische Wandel stellen die Region vor neue Herausforderungen und neue Aufgaben.“

Herr Ethelbert Babl vom Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten stellte die Besonderheiten der Region Oberallgäu im Zusammenhang mit dem LEADER-Programm heraus: „Das Oberallgäu ist nach zehn Jahren dort, wo andere Regionen hinwollen!“ Um diesen Spitzenplatz zu halten, müsse sich die Region aber weiterentwickeln. Die Voraussetzungen hierfür seien aber sehr gut, motivierte Herr Babl weiter. „Denn das größte Kapital der Region sind Sie alle!“



Einführung

Im Anschluss an die Grußworte gaben die Mitarbeiterinnen der Geschäftsstelle der LAG eine kurze Einführung über die Hintergründe der Regionalentwicklung der letzten Jahre. Auf dieser Basis möchte sich die LAG auf die Zukunft vorbereiten. Geschäftsführerin Dr. Sabine Weizenegger erläuterte den Zweck einer Regionalen Entwicklungsstrategie, den Ablauf des Strategieprozesses und welche Aktivitäten bereits durchgeführt wurden. Julia Empter-Heerwart stellte die wesentlichen Ergebnisse der Evaluierung vor, in der mit knapp 107 Projekten und 14,7 Mio. Euro Gesamtinvestitionen in den letzten zehn Jahren viel geschafft wurde und sich die Regionalentwicklung durchaus sehen lassen kann. Nicole Dietrich stellte bestehende Leitbilder aus der Region vor.



5. EINSCHÄTZUNG DER IST-SITUATION UND POSITIONSBESTIMMUNG

Die ModeratorInnen der Veranstaltung, Herr Dr. Götz Braun und Frau Nina Hehn von KlimaKom, riefen die TeilnehmerInnen anschließend zur aktiven Mitarbeit auf: „Den Schwung der letzten Jahre gilt es nun zu nutzen, um die Region mit einer neuen Entwicklungsstrategie auf die Zukunft vorzubereiten!“

Damit stiegen die TeilnehmerInnen in die Arbeit an den sieben verschiedenen Thementischen ein. Die Aufgabe in den Arbeitsgruppen bestand zunächst darin, in ihrem jeweiligen Themenfeld eine Situationsanalyse vorzunehmen. Welche Erfolge die Region in den letzten Jahren zu verbuchen hatte und welche Engpässe und Probleme zu identifizieren sind. Anschließend machten sich die TeilnehmerInnen darüber Gedanken, wie diese Erfolge noch weiter ausgebaut oder die Engpässe und Probleme in Zukunft überwunden werden könnten. Die TeilnehmerInnen der Thementische wurden zudem gebeten die Ausgangsposition in ihrem Bereich mit einer Schulnote zu bewerten. Jeder der sieben Thementische präsentierte eine Zusammenfassung seiner Ergebnisse im Plenum. Im Nachfolgenden finden Sie diese als Mitschriften.

5.1 Land- und Forstwirtschaft

Erfolge	Ausbaupotential
<ul style="list-style-type: none"> • Professionelle WBV • Vermarktung regionales Holz • Vermarktungsgenossenschaft • Regionalität landwirtschaftlicher Produkte • Gentechnikfreie Anbauregion • Urlaub auf dem Bauernhof 	<ul style="list-style-type: none"> • Herkunftsnachweis Regionalmarketing • Regionale Zusammenarbeit bei gleichzeitiger Erarbeitung/Erhaltung individueller Stärken • Realistische Darstellung der Wirtschaftskraft • Anerkennung der Wichtigkeit der Landwirtschaft • Betrachtungshinweise • Regionale Wildbret-Vermarktung • Regionale Kreislaufwirtschaft • Herkunftsquotierung • Soziale LW (therapeutische) • Vernetzung der Vernetzten

Probleme / Hindernisse	Lösungen
<ul style="list-style-type: none"> • Einzelkämpfertum • Wahrnehmung • Markenkriterien Marke Allgäu (keine verbindlichen Verpflichtungen) • Statistische Darstellung • Kommunikation 	<ul style="list-style-type: none"> • Verstärkte Netzwerkarbeit • Landwirtschaft im Tourismus erwähnen → Marketing • Anpassung der KO-Kriterien • Bewusstseinsbildung • Statistische Darstellung

Einschätzung der Ausgangsposition: 4-



5.2 Siedlungsentwicklung und Grundversorgung

Erfolge	Ausbaupotential
<ul style="list-style-type: none"> • Siedlungsstruktur • Teilweise Erhalt ortsbildprägender Gebäude • In den Ortskernen sind auch (noch) kleinen Läden/Praxisräume • Stundentakt DB i.V.m. ÖPNV 	<ul style="list-style-type: none"> • Innenbereichsentwicklung, Nachverdichtung • Bewusstsein schärfen + Anreize schaffen • Innerörtliche Betriebsanreize ←→ Großflächige Läden am Ortsrand • Anwerbung Ärzte, Apotheker, Läden

Probleme / Hindernisse	Lösungen
<ul style="list-style-type: none"> • Flächenverbrauch • Mobilität im ländlichen Bereich • Konkurrenzangebote Busunternehmen • Bauliche Umnutzungspotentiale erkennen 	<ul style="list-style-type: none"> • Förderungen Umbau im Altbestand • Komm. Mitfahrbörse • AST ausweiten • „Kultur-Taxi“ • Unterstützung durch Nachbarschaftshilfe „jung & alt“ • Exkursionen/Seminare • Beratungsbüros

Einschätzung der Ausgangsposition: 2-3

- Infrastruktur: Örtliches Angebot innerorts ist (noch) vorhanden
- Alte, dorfbildprägende Gebäude (Zukunft?)
- Innenentwicklung stärken (Grenzen?)
- Neue Mobilität ergänzen
- Entwicklungen müssen langfristig und vernetzt erfolgen



5.3 Bildung und Soziales

Erfolge	Ausbaupotential
<p><u>Seniorenbereich:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • sen.pol. GK • differenziertes Angebot pfleg. Angebote • Leaderprojekt Demenzhilfe • Alternative Wohnformen vor Ort 	<ul style="list-style-type: none"> • Hospizbereich • Pflegekräftemangel • Seit 2013 50% umgesetzt • Unterstützung + Beratung in Krankheitsfällen
<p><u>Menschen mit Behinderung</u></p>	<p>Ambulante Wohnformen</p>

<p><u>Jugendbereich:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Schulsozialarbeit • Gemeindliche Jugendpfleger in 6 Gemeinden • Streetworkerin in l´Stadt • Mittagsbetreuung • Soziale Gruppenarbeit an vier Schulen • Jugendhilfeplan/Jugendarbeit • 540 Vereine/Verbände der Jugendarbeit • Fortführung Kompetenzagentur 	<ul style="list-style-type: none"> • Grundschule in die Fläche • bei Bedarf ausbauen
<p><u>Familienbereich:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • KoKi, Familienpaten • Ausbau Tagespflege/Betreuung 	
<p><u>Migrationsbereich:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • komm. Integrationsplan OA • Integrationsfonds • Integrationslotsen • Außerschulische Lernförderung 	<p>Weitere ausbilden</p>

Probleme / Hindernisse	Lösungen
<p><u>Seniorenbereich:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Altersarmut zunehmend, Gewinnung Ehrenamtlicher • Seniorenzuzug ohne Familienanschluss 	<ul style="list-style-type: none"> • Inklusion • Freiwilligenagentur verstärken
<p><u>Menschen mit Behinderung:</u></p> <p>Zu starke Lobby</p>	<p>Inklusion</p>
<p><u>Jugendbereich:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Jugendliche Parallelwelten, geschlossene Systeme • Zuständigkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> • Klischeefreie Treffpunkte • Gesamtgesellschaftliche Öffnung

<p><u>Familienbereich:</u></p> <p>Betreuung</p>	
<p><u>Migrationsbereich:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Starker Zustrom z.B. UMF 	<ul style="list-style-type: none"> • Inklusion • Fortschreibung des Integrationsplanes

Einschätzung der Ausgangsposition: schwer zu benennen, da das Themenfeld in sich so divers ist!



5.4 Ländlicher Tourismus

Erfolge	Ausbaupotential
<p>Wer</p> <ul style="list-style-type: none"> • NP Nagelfluhkette <p>tsch</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allgäu GmbH <p>öpf</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imagewandel (attraktiv auch für jüngere Gäste) <p>ung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modernisierung findet statt <p>Be-</p> <ul style="list-style-type: none"> • AlpSeeHaus <p>sch</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marke Allgäu <p>äfti-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gesundheitsregion <p>gun</p> <p>g</p>	<p>Trendsportart Klettern usw. integrieren</p> <p>Kultur- land- sch- aft</p>

<p>Übe rnac htu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wanderrilogie • Radrunde Allgäu • Trendsport Klettern 	<p>Unterstützung der Destinationen bei der Detailarbeit der vorhandenen Themen</p>
Probleme / Hindernisse	Lösungen
<p>15%</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualifizierung der Betriebe • Gemeinsame Idee Allgäu • Zusammenarbeit • Hoher Umsetzungsgrad • Kräuterland • Bergbauernmuseum 	<ul style="list-style-type: none"> • Anreize schaffen/Belohnung • Fachlich aufklären • Erleichterung/Unterstützung der Anträge • Ausbau ÖPNV • Überzeugungsarbeit
<ul style="list-style-type: none"> • Professionalisierung • Spezialisierte Unterkünfte • Bürokratie/Vergabewesen • Verteuerung des Angebots (Parkplätze) • Noch nicht alle im Boot • Verkehrsbelastung durch z.B. Tagestourismus 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbildung stärken • Attraktivität steigern: <ul style="list-style-type: none"> - Anerkennung - Bezahlung



5.5 Energie und Klimaschutz

Erfolge	Ausbaupotential
<ul style="list-style-type: none"> • IZa! • Viele Klimaschutzkonzepte (Gemeinden) • Netzwerk Energieeffizienz (Gewerbe) • Forschungsprojekte, z.B. IRENE/Hochschule (Industrie z.B. Siemens) • E-Tour und E-Connect , E-Caddy • Wind/Wasser/Photovoltaik starker Ausbau • Dachphotovoltaik hinkt hinter her 	<p>→ Weiterentwicklung</p> <p>→ Finanzierungsmodelle, Partnerschaften (Benutzer)</p> <p>→ Energieverbrauch fördern</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Fracking • Dämmungs-Detail-Beratung • Energiemanagement • Moorallianz • Holzwirtschaft, Biomasse regional (Abwärmenutzung) 	<p>→ Analyse Verbesserungsbedarf (kleine Batterie) Netzwerke fördern</p> <p>→ Mehr Energiemanager (Produktion dezentral)</p> <p>→ Energieberatung Ausbildungsqualität verbessern</p> <p>→ Vernünftiger Weiterbau</p> <p>→ Großes Potential</p>

Probleme / Hindernisse	Lösungen
------------------------	----------

<ul style="list-style-type: none"> • Naturpark • Naturschutzgebiet Allg. Hochalpen → Gebietsbetreuung • Viele einzelne naturorientierte Projekte → die lokalen Besonderheiten hervorheben → touristische Inwertsetzung • beginnende Profilierung der Region über die hohen Werte in Natur- und Kulturlandschaft • Architekturforum Allgäu • Landschaftspflege durch Landwirte, speziell Bergwiesen 	<ul style="list-style-type: none"> • Intensiver Austausch der Einzelinitiativen • Erfahrungsaustausch • Aufbau von Netzwerken • Baukultur-Beratung vor Ort <p>→ weiterer Ausbau der Profilierung unter Berücksichtigung der Besucherfrequenz und der Anforderung zur Besucherlenkung</p>
--	--

Probleme / Hindernisse	Lösungen
<ul style="list-style-type: none"> • Sehr hoher Flächenverbrauch • viele neue Trends und Entwicklungen (demografischer Wandel) in der Freizeitnutzung → reagierende Lage → Individualisierung • teils noch unvollständige Einbindung der Interessengruppen • Zielkonflikt: <ul style="list-style-type: none"> - wirtschaftliche Konkurrenzfähigkeit - Schutzgut Natur und Landschaft • Nutzungsänderungen auf Basis von Intensivierung („Vermaisung“) 	<ul style="list-style-type: none"> • Besucherlenkung • Sensibilisierung • Kulturoffensive <p>→ Dialoge</p> <p>→ Umbruchverbot</p> <p>→ Umsatzmöglichkeiten verbessern</p>

Einschätzung der Ausgangsposition: 2-3

Viele nicht aufeinander abgestimmte Einzelprojekte, aber Kommunikation zwischen den Beteiligten.



5.7 Regionalmanagement

Erfolge	Ausbaupotential
<ul style="list-style-type: none"> • Siehe 10 Jahre erfolgreiche LAG • Allgäu GmbH • Lokale Initiationen Kooperation • Allgäu Strategie • Fokus auf „Wirtschaft“ stärker berücksichtigen • Arbeitskräfte, Flächenmanagement, Verkehr (Mobilität) 	<ul style="list-style-type: none"> • Themenfelder (Wie Verkehr, Arbeitskräfte) stärker regional bearbeiten (LK-übergreifend) • Geeignete Maßstabebenen • Kommunikation der Ziele + regionales Denken → übergeordnete Strategie lokal vorantreiben • lokale Umsetzung

Probleme / Hindernisse	Lösungen

<ul style="list-style-type: none"> • parallele Förderstruktur/- schie-ne • manche Initiativen müssen lokal sein • lokale Umsetzung Allgäu-Strategie 	<ul style="list-style-type: none"> • Verbindung herstellen • Kommunikation, Multiplikatoren, Verankerung in Gremien
<p>Prozess, der Zeit benötigt</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Koop Arbeitsteilung mit WiFö, Regionalmanagement Allgäu, Citymanagement <p>Was im OA <-> im Allgäu</p> <p>Abgrenzung?</p>	

Einschätzung der Ausgangsposition: 2-3



6 VISIONENSPIELE: DIE REGION OBERALLGÄU 2020

Im zweiten Teil der Veranstaltung hatten die TeilnehmerInnen die Aufgabe, ihren Entwurf einer idealen Zukunft der Region zu erarbeiten. Hierzu sollten sich die TeilnehmerInnen in das Jahr 2021 versetzen und in einem Rückblick darstellen, welche Erfolge und Errungenschaften seit dem Jahr der Konferenz 2014 verzeichnet werden konnten und welche Haupthindernisse dafür aus dem Weg geräumt werden mussten. Die Darstellung dieser Visionen wurde anschließend in Form eines Theaterstücks präsentiert. Nachfolgend sind die erarbeiteten Thementisch-Ergebnisse auf den Flipcharts und Mitschriften aus der Videoaufzeichnung dokumentiert.

6.1 Land- und Forstwirtschaft

1. Erfolge und Errungenschaften

- Nur noch eine Marke im Allgäu H+Q; „Marke Allgäu“ → + erfolgreiche Vermarktung
- funktionierende Netzwerkarbeit mit stabiler Finanzierung (Kümmerer)
- nach außen glänzende Natur- und Kulturregion/-landschaft
- Sensibilisierung für Land-/und Forstwirtschaft (Stellenwert anerkannt)
→ gegenseitiges Stützen in der Außenwahrnehmung der einzelnen Akteure/Ebenen → alle Synergieeffekte nutzen/ werden genutzt
→ Landnutzung als Garant
- stolze, junge Bauernfamilien/Nachwuchs

2. Haupthindernisse und wie sie aus dem Weg geräumt wurden

- Veränderte statistische Betrachtungsweise
- verbesserte Kommunikation
- Sicherstellung der Finanzierung aus eigenen Reihen ; langfristig + gemeinsam (Allgäu-Cent)

3. Grundsätzlich machbar weil,

- neue Leader-Förderung als Initialzündung
- gute Grundlagen da sind
- uns globale Zukunftsversionen entgegen spielen (Freihandelsabkommen)
- der „Wille“ + „Macher“ da sind

Visionenspiel:

„Bayerischer Rundfunk Sondermeldung: Preisverleihung UN World Award an das Allgäu“

- im Allgäu gibt es in allen Geschäften nur noch regionale Produkte unter der Marke „Allgäu“. Sie ist ein Garant für höchste Qualität und regionale Herkunft.
- Das Allgäu ist die boomende Tourismusregion Deutschlands mit jährlich steigenden Übernachtungszahlen.
- Das Allgäu ist energieautark und baut ausschließlich mit Holz.
- Auffällig und weltweit einmalig ist das Netzwerk über alle Bereiche hinweg. Die damalige Leader-Förderung 2014 hat das maßgeblich möglich gemacht.
- Der entscheidende Schritt zu dieser positiven, enkelfähigen Entwicklung war die Erkenntnis aller Akteure in der Region, dass die Landnutzung der Schlüssel für diesen Erfolg ist.

- Gratulation für den Preis! „Nutzen Sie alle Synergienmöglichkeiten, die sie hier haben. Pushen Sie sich gegenseitig. Stehen Sie zueinander. Seien Sie stolz auf sich!“

6.2 Siedlungsentwicklung und Grundversorgung

Das soll nicht sein: Grundversorgung ⇔ Lieferservice (z.B. Amazon, Drohnen)

Das soll sein:

- Dorfladen ist sozialer Treffpunkt
- Generationsübergreifendes Miteinander im Dorf: Barrierefreiheit, Jugendtreff
- Gesundheitsangebote im Ort
- Kurze Wege → lebendige Ortsmitte
- Kultur am Ort → Grundversorgung, soziale Verknüpfung
- Ort unterstützt Altbauprojekte/Umbau
- Junge Generation stärkt Innentwicklung (will den Charme des Ortskernes + kurze Wege)
- Soziale Verantwortung bei Eigentumswechsel wird praktiziert

Instrumente für die Vision 2020

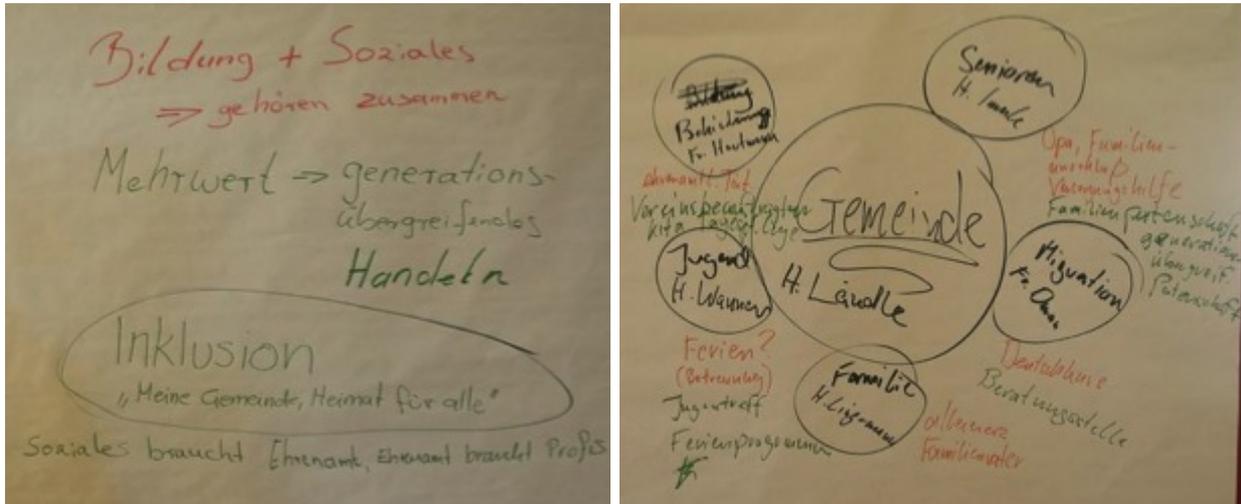
- Beratungsinstitut und Kreisbaumeister werden von der Bevölkerung gelobt (Zuschüsse unterstützen)
- Anerkennungskultur für gute Objekte
- Bewusstseinsbildung durch SEMINARE organisiert von der Regionalentwicklung
- Dörfliche Aufenthaltsqualität ziehen Ärzte u.a. an, sodass Kaufkraft für Grundversorgung vorhanden!
- Sozialstruktur funktioniert

Visionenspiel:

„Im Dorfladen“

- Dorfladen als sozialer Treffpunkt
- Regionalentwicklung hat dafür gesorgt, dass der Dorfladen sich so entwickelt hat
- 105 Jahre alter Dorfbewohner ist anwesend
- Barrierefreie Dörfer
- Bauersbursch - 22 Jahren alt - kauft Bauernhof auf
- Lebendige Ortsmitte
- Rentner tauschen sich mit Jugendtreff aus → Jung und Alt kommen zusammen
- Junge Leute kehren aus München zurück ins Oberallgäu und es gibt genügend Arbeitsplätze
- Im Ort wurde die Bauleitplanung geändert: „Keine Warzen am Dorfrand“; die Menschen wohnen im Dorfinnenen
- Gute Infrastruktur → Ärzte kommen zurück aufs Land
- Jung und Alt wohnen im Dorf zusammen; bunt durchmischt
- „Wir leben so gesund, dass die Ärzte bald keine Arbeit mehr haben.“

6.3 Bildung und Soziales



Erfolge und Errungenschaften:

- Gemeindliche Jugendpflege in allen Gemeinden
- Jugendverbandsarbeit arbeitet mit Schule zusammen
- Jugendliche finden Angebote in den Kommunen
- Ausreichende Kinderbetreuung
- Schulische Bildung vor Ort
- Herkunft ist egal
- Ganztagsklassen
- Generationspartnerschaften
- Inklusion ist möglich
- Kommune als Vernetzungsstelle
- Finanzierung
- Umdenken des Einzelnen
- (Erziehung zu) soziales Engagement

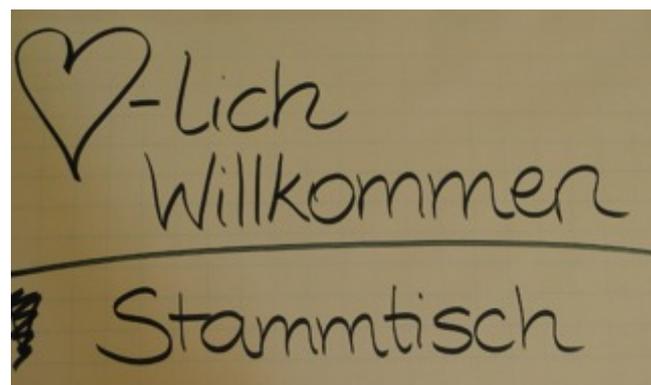
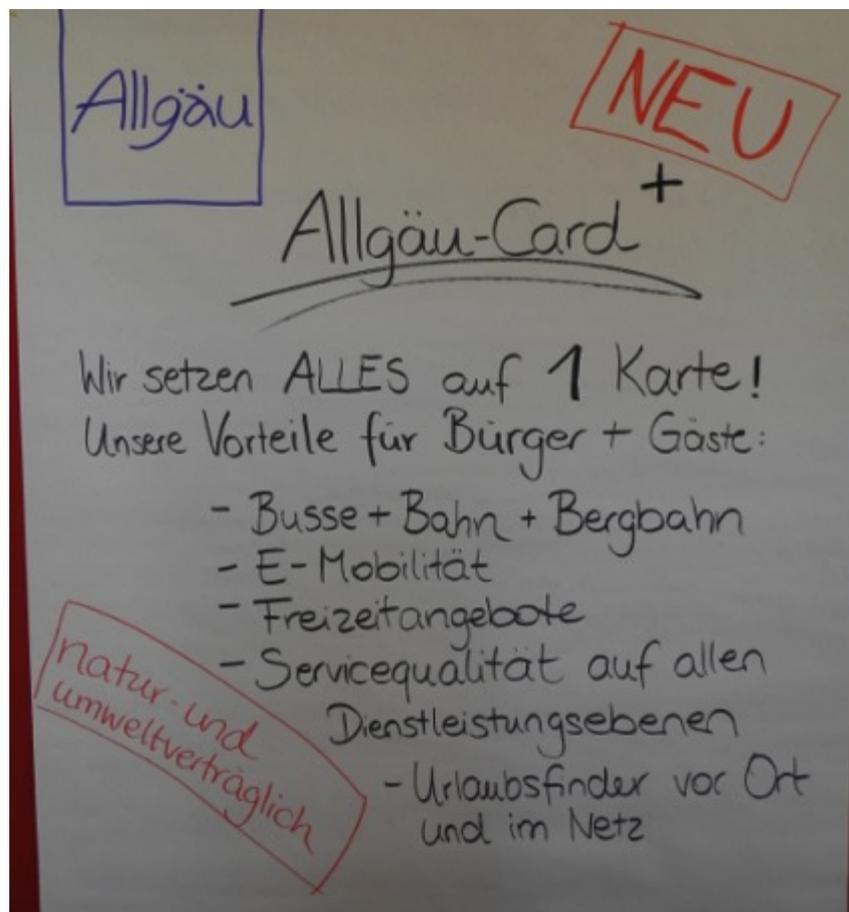
Visionenspiel:

„Bürgersprechstunde des neu gewählten Bürgermeisters von Utoperiarieden“

- Jugendliche: 6 Wochen Ferien; die Eltern fahren nicht in den Urlaub. Was sollen die Jugendlichen in der Region machen?
- Jugendtreff wurde eingerichtet mit Ferienprogramm
- Kinder: Alleinziehender Vater mit 4 Kindern; 3 davon noch Kleinkinder (3, 8 und 9 Jahre alt). Welche Möglichkeiten gibt es, diese zu beschäftigen? Vater muss bis abends arbeiten!
- Es gibt ausreichend Kitas, Kindergarten und in den Ferien gibt es Familienpaten
- Arbeitszeit teilweise bis 17-18 Uhr → Kindergarten ist vorhanden, aber kostet entsprechend
- Kinderbetreuung am Wochenende: Familienbeauftragter in der Gemeinde (Netzwerk) der Kinderbetreuung aus privatem Fundus vermittelt
- Schulen: Ganztagsklassen enden um 15:30. Danach Kinderhort bis 17 Uhr (mit Bezahlung)
- Ausländer: Spanierin, die im Altersheim arbeitet. Schwierigkeiten die Deutsch zu lernen.
- Volkshochschule bietet abends die Möglichkeit Sprachkurse zu machen (gegen Bezahlung)

- Alternative: Deutschkurs im Zentrum der Integration (kostenlos)
- Behinderte: eine Taubstumme will in der Gemeinde tätig werden.
- Möglichkeiten der Tätigkeit im Verein zum Austausch mit anderen Menschen. Weitergabe der Erfahrungen und Beibringen der Sprache als Lehrerin.
- Senior: Vorgezogener Ruhestand mit 68 ohne Abschläge. Senior ist im Ruhestand und hat Interesse Familien bei der Hausaufgabenhilfe zu unterstützen. Gleichzeitig braucht er Hilfe beim Einkaufen, Tragen oder in die Kirche fahren
- Möglichkeiten in der Gemeinde: Familien brauchen Unterstützung. Generationsübergreifende Patenschaften, bei denen die Familien nehmen und geben.

6.4 Ländlicher Tourismus



Visionenspiel:**„Am Stammtisch“**

- Hotelchefin: Allgäu Card ist eingeführt, läuft gut und kommt sehr gut bei den Hotelgästen an. Vereinfachtes Verfahren; Allgäu Card +. Gäste sind begeistert
- Mobilitätsexperte: Alles wird über LEADER gefördert
- Aber: alle Tickets sind ermäßigt, keiner zahlt den normalen Preis. Trotzdem genügend Gäste und noch zusätzliche Gäste
- Individueller Verkehr: Elektromobilität, E-Bikes, E-Caddies
- Freizeitsportler: Mit der Allgäu Card kann man anstatt mit dem Auto mit dem Bus in die Berge kommen. gute Anbindung → weniger Verkehr
- Vermieterin: Über LEADER ist qualifizierte Aufklärung, Beratung und Spezialisierung möglich. Die Wanderer können sich vor Ort E-Bikes und E-Caddies ausleihen.
- Einheimische: Öffentlicher Nahverkehr ist gut ausgebaut und günstig; gute Erreichbarkeit. Allgäu Card Basisvariante
- Gast: Allgäu Card ist ein Highlight. Bus, Bahn, Bergbahn, Freizeitangebote, alles ist dabei.
- Mobilitätsexperte: Busse fahren nun in alle Dörfer; eingekauft wird nur noch online. Busse liefern waren, nicht Hermes etc.

6.5 Energie und Klimaschutz

2021:

- Energieeinsparung 20%
- Mehr regenerativ erzeugt 20%
- 20% E-Fahrzeuge mehr im Zweitwagenbereich
- IRENE greift intelligente Verteilung verbessert
- Deutlicher Ausbau der Wasserkraft im Allgäu, auch kleinere Gewässer
- Allgäu als Energieforschungsregion + Entwicklung; Nr. 1 in Deutschland
- Holzbau und Holznutzung: Allgäu ist das Vorarlberg in Deutschland
- Akzeptanz der Windkraft bei Bevölkerung angekommen
- Energiesparen so selbstverständlich wie Müll trennen
- Neubau nur noch im Passivhaus-Standard
- Sensibilisierung der Bevölkerung zu 100% erreicht

Visionenspiel:**„Treffen im Seniorenwohnheim 2020“**

- Teilnehmer sind mit E-Rollator angereist im Jahr 2020
- 20% der Fahrzeuge im Oberallgäu sind E-Fahrzeugen
- Mit den E-Fahrzeugen hört man die Motoren nicht mehr, ist bisschen gefährlich, aber gut für die Umwelt
- 35 Jahre kein Unfall mit Fußgängern; in den letzten drei Wochen sind mir schon 10 zum Opfer gefallen
- 2021 ist das Wichtigste: unsere Energieeinsparung ist um 20% gestiegen und die regenerativ Energieerzeugung ist ebenfalls um 20% gestiegen.

- Das Oberallgäu ist die Energieregion Nr. 1 in Deutschland geworden und ist in der Forschung und Entwicklung soweit gekommen, dass es gar nicht mehr weiter geht.
- „Ich fahr jetzt wieder meinem Porsche, weil ich die Streiterei mit meinem Nachbar um die Steckdose nicht mehr haben will“
- Inzwischen gibt es viel mehr Windräder im Oberallgäu
- „Akzeptanz und Sensibilisierung der Bevölkerung für die neue E-Mobilität ist soweit gestiegen, dass die ich mit der Anzeige glatt die Allgäuer Anzeigeblatt überholt habe.“
- Das Thema Holz ist vorangegangen. Holz ist Werkstoff Nr. 1
- Selbstverständlich, dass man Energie spart ist stark gestiegen

6.6 Natur und Kultur

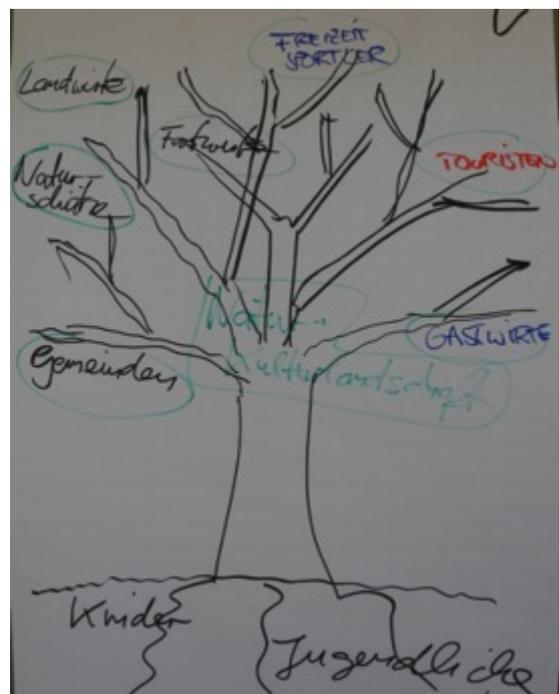
Vision Oberallgäu 2021:

- Ein Großteil der OA-Bevölkerung ist sensibilisiert für die Bereiche Natur/Kultur (Baukultur)
- Der Großteil der Bevölkerung ist draußen aktiv und wird von den Grundbesitzern willkommen geheißen
- Umgesetzte Maßnahmen:
 - Flächendeckende Betreuung und Beratung
 - Groß angelegte Ö-Arbeit

Visionenspiel:

„Der Oberallgäubaum“

- Großteil der Bevölkerung ist sensibilisiert für die Bereiche Natur, Kultur und Baukultur
- Viele Menschen sind in der Natur aktiv und sie sind von den Grundbesitzern akzeptiert
- Maßnahmen: kontinuierliche Beratung und Betreuung durch Moderatoren in diesen sensiblen Bereichen begleitet durch eine groß angelegte Öffentlichkeitsarbeit
- „Oberallgäubaum“ zum Thema Natur und Kulturlandschaft:
 - an dem Baum leben die Vertreter der Kommunen, die Forstwirte, die Landwirte, die Gastwirte, die Naturschützer, die Freizeitsportler, die Touristen, die Gastwirte. Alle leben an einem Baum und haben eine Grundlage und das sind die Kinder und die Jugendlichen und die in diese Struktur von Grund auf eingebunden sind.

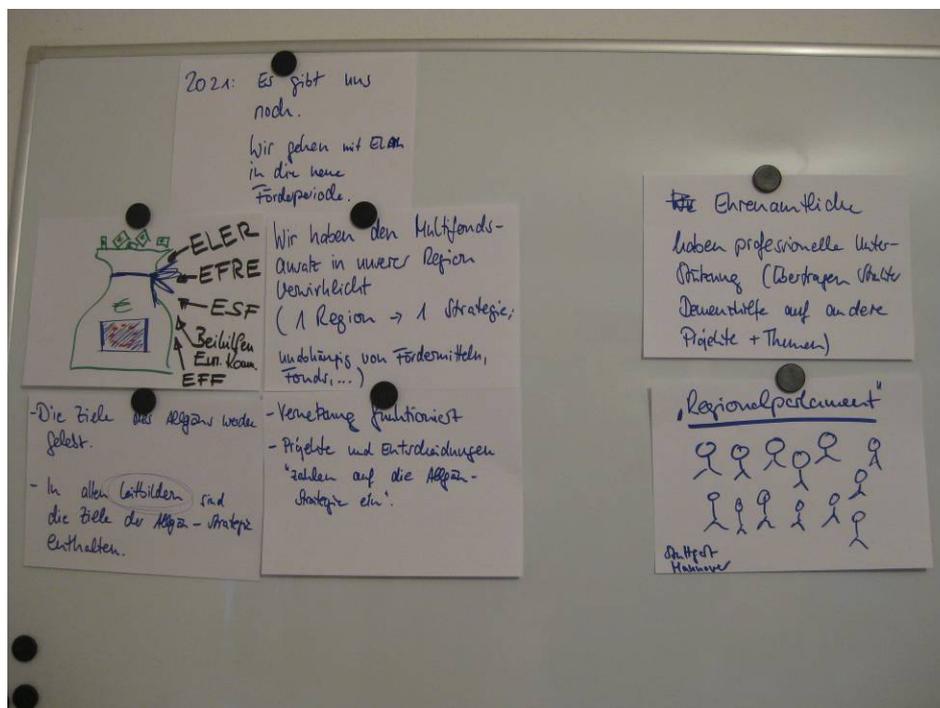


6.7 Regionalmanagement

Visionenspiel:

„TV Allgäu Lokalnachrichten 2021“

- Europäisches Förderprogramm Leader blickt auf langjährige Tradition im Allgäu zurück
- LAG Oberallgäu hat 17jähriges Bestehen
- Geschäftsführerin der Regionalentwicklung Oberallgäu: Freude ist groß, dass es die Regionalentwicklung nach 17 Jahren noch gibt → mit vollem Elan in die neue Förderperiode. Arbeit wird stärker anerkannt und legitimiert.
- Grundlegende Änderungen: In der Region wird der Multifonds-Ansatz gelebt. Das Geld, Fördermittel stehen der Region direkt zur Verfügung ohne komplizierte Fördermittelanträge. (Geld wurde in einer Tasche übertragen)
- Die große Entwicklungsstrategie: „Allgäustrategie“ wird gelebt. Entwicklungsstrategie 2021-2028: alle bisherigen Strategien sind in diese Strategie eingearbeitet. In die Leitbilder der Gemeinden sind umgekehrt die Ziele der Allgäu-Strategie eingeflossen → das hat durch gute Kommunikation funktioniert
- Projekte: viel aus Vergangenenem gelernt, z.B. Ehrenamtliche Demenzhilfe → Ehrenamtliche für Projekte gewinnen, Erfahrungen übertragen
- Strukturentwicklung Allgäu: Regionalparlament aus Teilnehmern der ehemaligen Bilanz- und Perspektivenkonferenz



7. FAZIT UND AUSBLICK

Am Ende der Veranstaltung bedankte sich Herr Bürgermeister Kammel bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern für die aktive Mitarbeit und zog ein positives Fazit: „Diese Veranstaltung hat auf ein Neues gezeigt, welch großes Potenzial in der Region vorhanden ist!“

Schließlich wurden die TeilnehmerInnen eingeladen, auch an der Folgeveranstaltung am 9. Mai 2014 teilzunehmen. In diesem sog. Ideenworkshop sollen konkrete Projektideen für die Region gesammelt und ausgearbeitet werden.

Die Präsentationen aus der Veranstaltung sind im Internet unter www.regionalentwicklung-oberallgaeu.de abrufbar.