

unterallgäu
aktiv gmbh



*Schule der Dorf-
und Landentwicklung
Thierhaupten*

Strategierunden Landkreis Unterallgäu

**- Freizeit und Tourismus -
am 21.11.2012**

Dokumentation



Gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER).

Einführung zu den Strategierunden

Strategierunden im Unterallgäu 2012/2013

- Welche Themen sind für uns im Unterallgäu besonders wichtig?
- Wie gehen wir diese Themen richtig an?
- Was brauchen wir für die Umsetzung?

- neue Rahmenbedingungen und Anforderungen beachten!
- dem „Allgäu-Prozess“ Rechnung tragen!
- auf vorhandenen Grundlagen aufbauen!

- Strategierunde Freizeit und Tourismus (21.11.2012)
- Strategierunde Wirtschaftsraum (20.02.2013)
- Strategierunde Demographie, Soziales, Nahversorgung (04/13)
- Strategierunde Energie, Umwelt, Landwirtschaft (05/13)
- Bilanz/Zusammenführung (07/13)

Einführung in das Programm

Ablauf: Vormittag

Beginn: 9.00 Uhr

- **Begrüßung und Einführung**
- **Inhaltlicher Input 1: Allgäu-Destinationsstrategie**
- **Inhaltlicher Input 2: Ausgangssituation im Unterallgäu**
- **Klärung der Themen**
- **Gruppenarbeit: Analyse der Ausgangssituation**

Mittagspause: 11.45 – 12.45

Ablauf: Nachmittag

Weiterarbeit: 12.45

- **Zusammenfassung vom Vormittag**
- **Inhaltlicher Input 3: Innenmarketing**
- **Gruppenarbeit: zukünftige Ausrichtung der Schlüsselthemen**
- **Präsentation und Zusammenfassung und**
- **Klärung der nächsten Schritte**

Ende: ca. 17.00 Uhr

Ziele

- Umsetzung der Allgäu-Destinationsstrategie im Unterallgäu in den Schlüsselthemen „Radeln, Wandern, Gesundheit“ und „Kultur“.
- Überblick über die Aktivitäten auf Allgäu-Ebene und im Unterallgäu.
- Aufarbeitung und Ausrichtung der Schlüsselthemen („Geschäftsfelder“): Analyse und Erarbeitung von Strategiegrundlagen.
- Gemeinsamen Rahmen und nächste Schritte abstecken.

Schlüsselthemen / „Geschäftsfelder“

- **Gesundheit**
- **Rad**
- **Wandern**
- **Kultur**
- **Freizeit und Erlebnis**

Bewertungsbereiche

- Infrastrukturausstattung: vorhandene „Hardware“
- Angebote/Produkte: Erlebnisqualität, Marktfähigkeit...
- Trägerpotenzial: Aktivität und Engagement der Anbieter/ Leistungsträger, Einbindung/Zusammenarbeit/Vernetzung...
- Kommunikation/Marketing: Aktivitäten, Bekanntheit, Image... nach innen und außen

Fachliche Einführung

Inhaltlicher Input 1: Allgäu-Destinationsstrategie

Inhaltlicher Input 2: Ausgangssituation im
Unterallgäu

→ *im Anhang zur Dokumentation*



Analyse und Bewertung der Ausgangssituation in den Schlüsselthemen

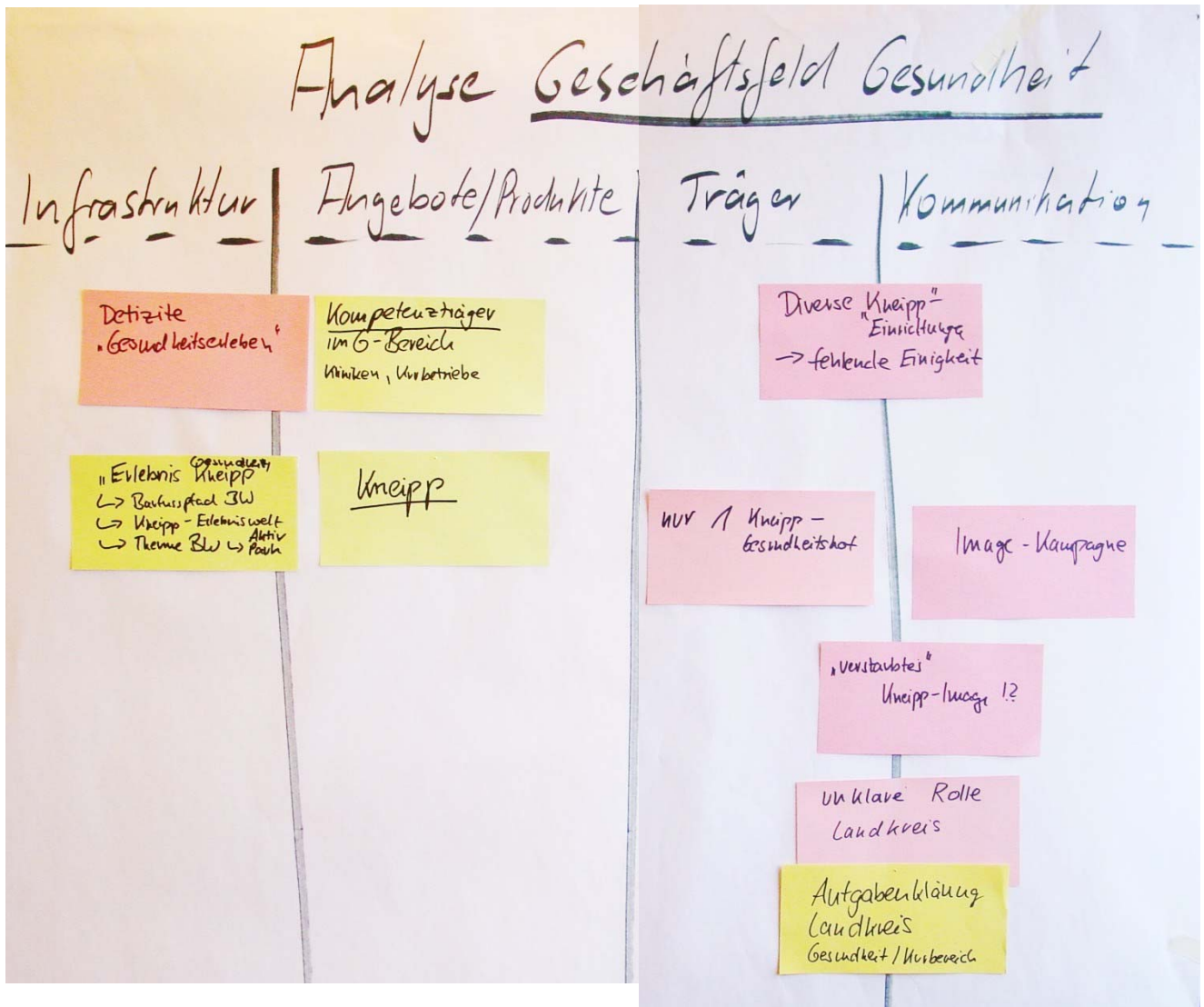
Wie stellt sich die Ausgangssituation in den Schlüsselthemen dar?

- a) *Wo ist der Landkreis Unterallgäu gut aufgestellt?
(→ Potenziale)*
- b) *Wo sind Lücken und Defizite erkennbar?
(→ Bedarfe)*

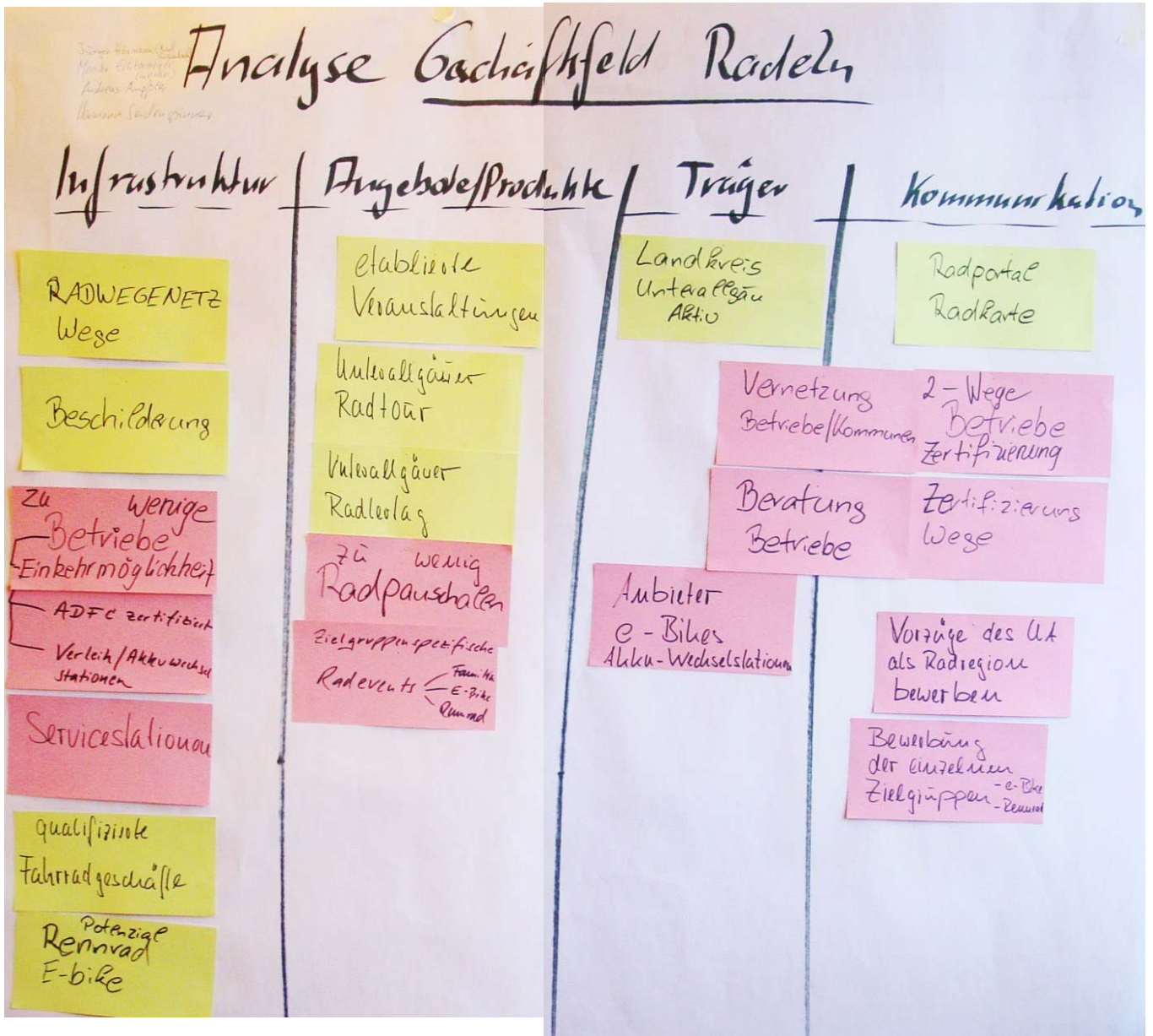
In folgenden Bewertungsbereichen:

- *Infrastrukturausstattung:* vorhandene „Hardware
- *Angebote/Produkte:* Erlebnisqualität, Marktfähigkeit...
- *Trägerpotenzial:* Aktivität/Engagement, Einbindung der Leistungsträger, Zusammenarbeit/Vernetzung...
- *Kommunikation/Marketing:* Aktivitäten, Bekanntheit, Image... nach innen und außen

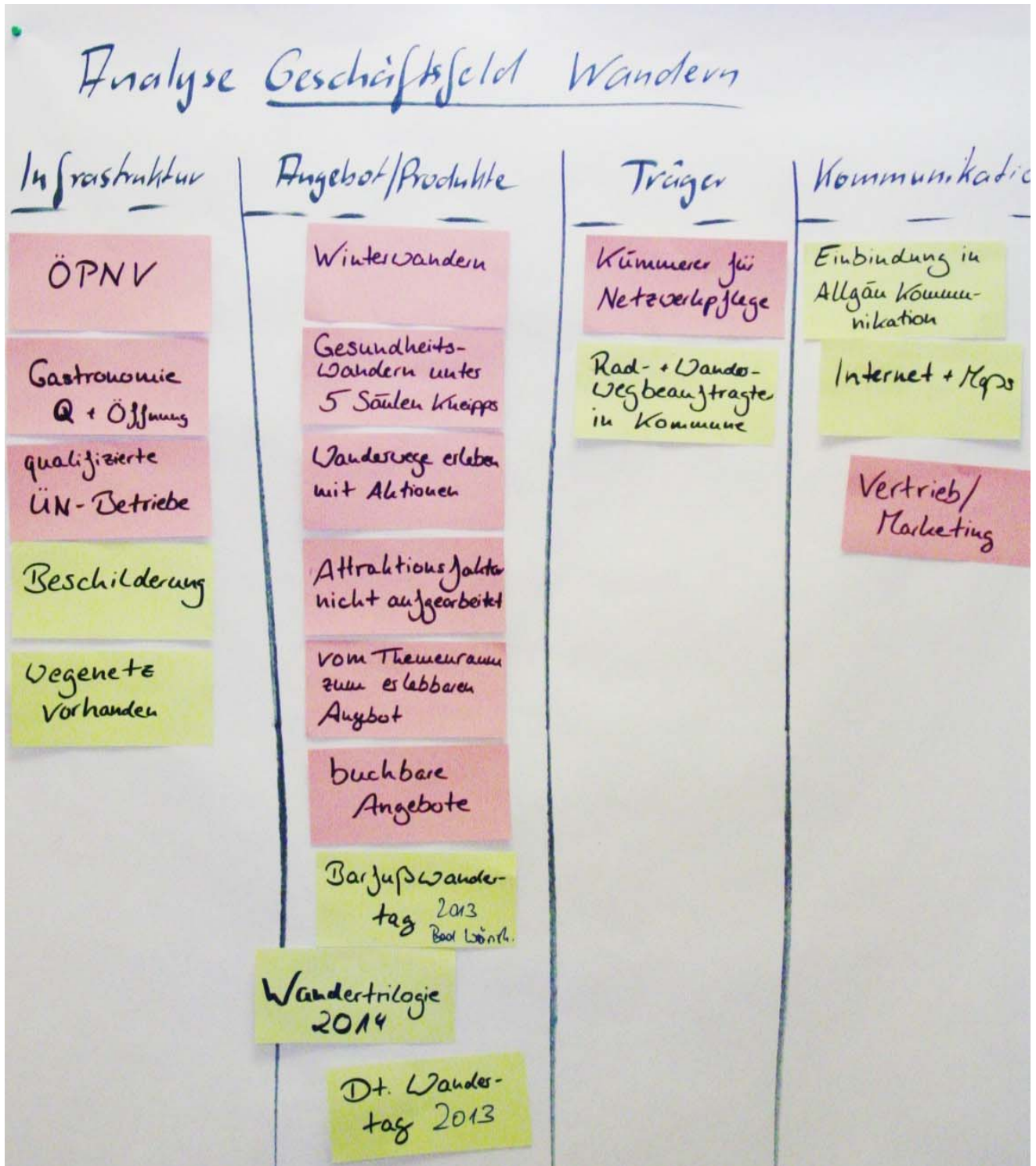
Gruppe Gesundheit



Gruppe Rad



Gruppe Wandern



Gruppe Kultur



Gruppe Freizeit und Erlebnis

Analyse Freizeit & Erlebnis

Infrastruktur	Angebote/Produkte	Träger	Kommunikation
skyline Park	Freizeitpak		⊖ Gammelle Kommunikation Sendet nicht statt
Therme BW	Südsee Urlaub + Gesundheitsbonus		⊖ Mehrsprachige Flugblätter
Flughafen MM	Erlebniswelt Flughafen		
Bayernd Museum	Bildungszeit		
Erlebnis Zentrum UA	Erlebnispädagogik		
Sporthaus Ottobrunn	Natur		
Golf	Kletter		
Kartbahn	Golfplätze		
↳ Rall + Wanderwege	Kart fahren		
Indoor Spielwelt MN	⇒ BW, MN, Ottobrunn, Bad Griesbach ↳ Produktentwicklung		
Jllert (Rettungsweg)	↳ Mehrwert ⊖		
Familienhotels	Gastronomie ⊖		
Langlauf	Kanu, Fischer See		
Museen	Jllernadweg		
Therme Badran	Erlebnisübernachtung		
	Stadtführungen (Themen + Erlebnis)		
	→ alle Altersgruppen ⊕		





Zukünftige Ausrichtung der Schlüsselthemen

Wie sollen die Schlüsselthemen zukünftig ausgerichtet werden?

- a) *Erarbeitung von 2 bis 3 zentralen Zielsetzungen (unter Berücksichtigung von Zielgruppen).*
- b) *Erarbeitung von Lösungsideen zur Behebung der Defizite/Lücken oder Weiterentwicklung von Potenzialen (siehe Analyse):*
- *Infrastrukturausstattung: Ergänzende Infrastrukturmaßnahmen.*
 - *Angebote/Produkte: Aufwertung bestehender oder Entwicklung neuer.*
 - *Trägereinbezug/Vernetzung: Einbindung der Leistungsträger, Zusammenarbeit, Qualifizierung...*
 - *Kommunikation/Marketing: Aktivitäten nach innen und außen.*

Gruppe Gesundheit

Ziele GF Gesundheit

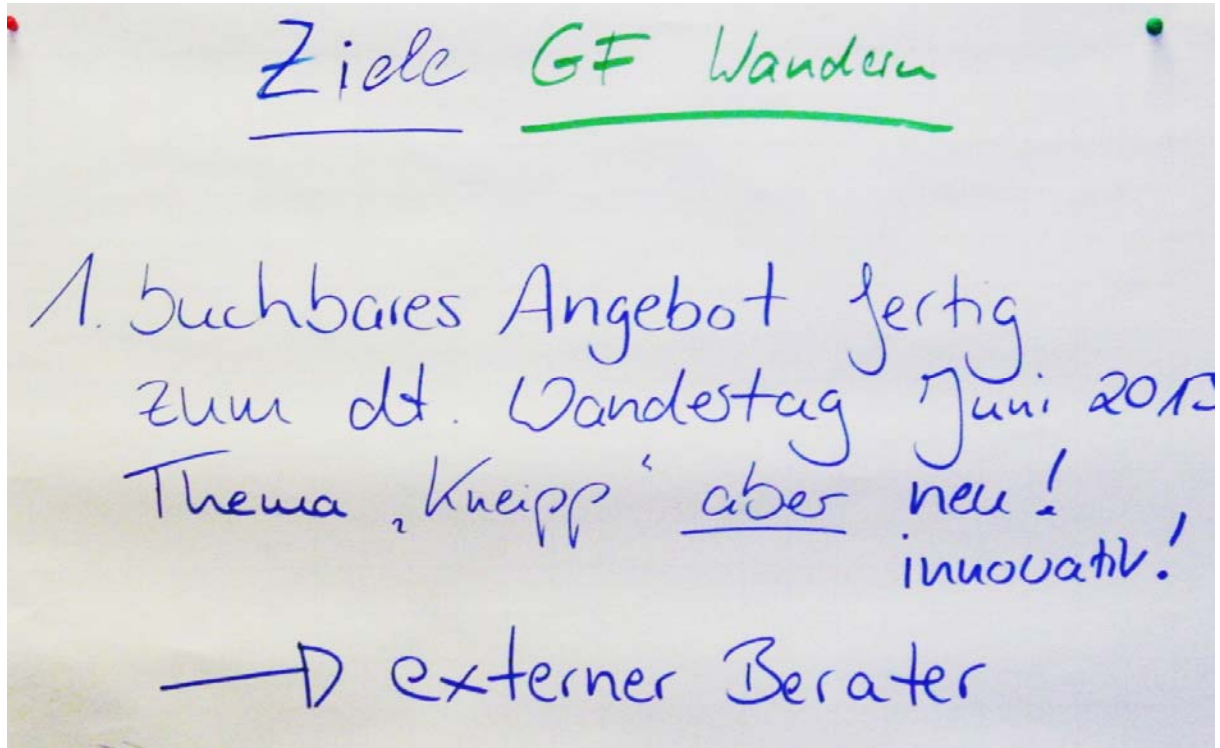
- „Verbesserung“ Kneipp - Image
- Erlebnis - Gesundheitsangebote (^{Was vorhanden} Besonderheiten?)
Schaffen u. kommunizieren
- Einrichtungen im VA bringen
sich in GF Gesundheit Allgäu ein
(→ Qualität?)
- Querschnittsthema Gesundheit/Kneipp
- USP - Kneipp auf regionaler
Ebene spielen (Vernetzung)

Gruppe Rad

Ziele GF Radeln

- 1) Aquise von potenziellen Anbietern
 - 2) Absicherung Qualitätskriterien
 - 3) Etablierung des Lkr. als Familienradregion
 - o E-Bike
 - o Barriere ~~frei~~ ^{frei} ~~...~~ ^{...} ~~...~~ ^{...}
 - o Flussradwege
 - o Großeltern + Enkel
- Schritt zur Lösung:
- 4) Einrichtung AK

Gruppe Wandern



Gruppe Kultur

Ziele GF Kultur

Definition der Besonderheiten der kulturellen Dinge (Baudenkmäler, Musik, Museen) im UA herausarbeiten

Einrichtungen von überörtlicher Bedeutung:

erlebbar machen
Fugger als Marke?

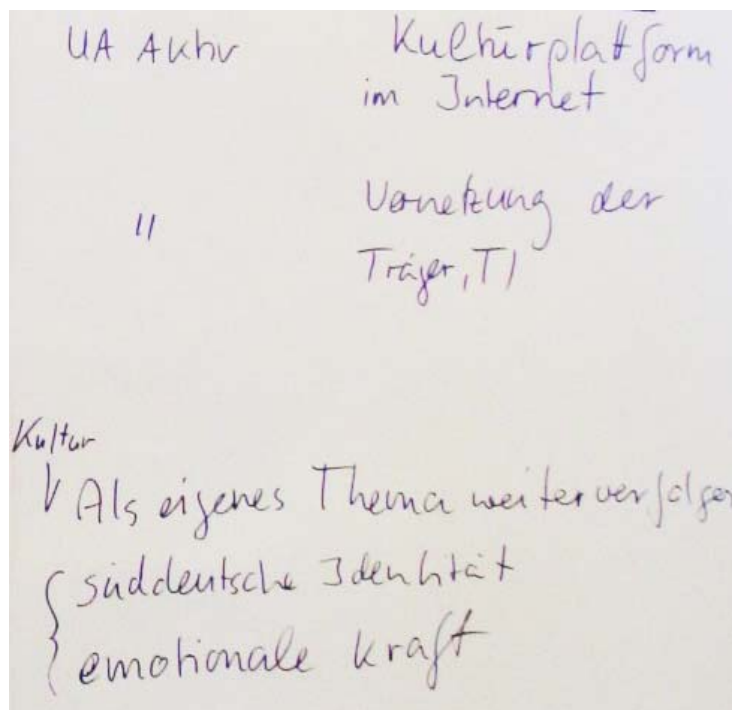
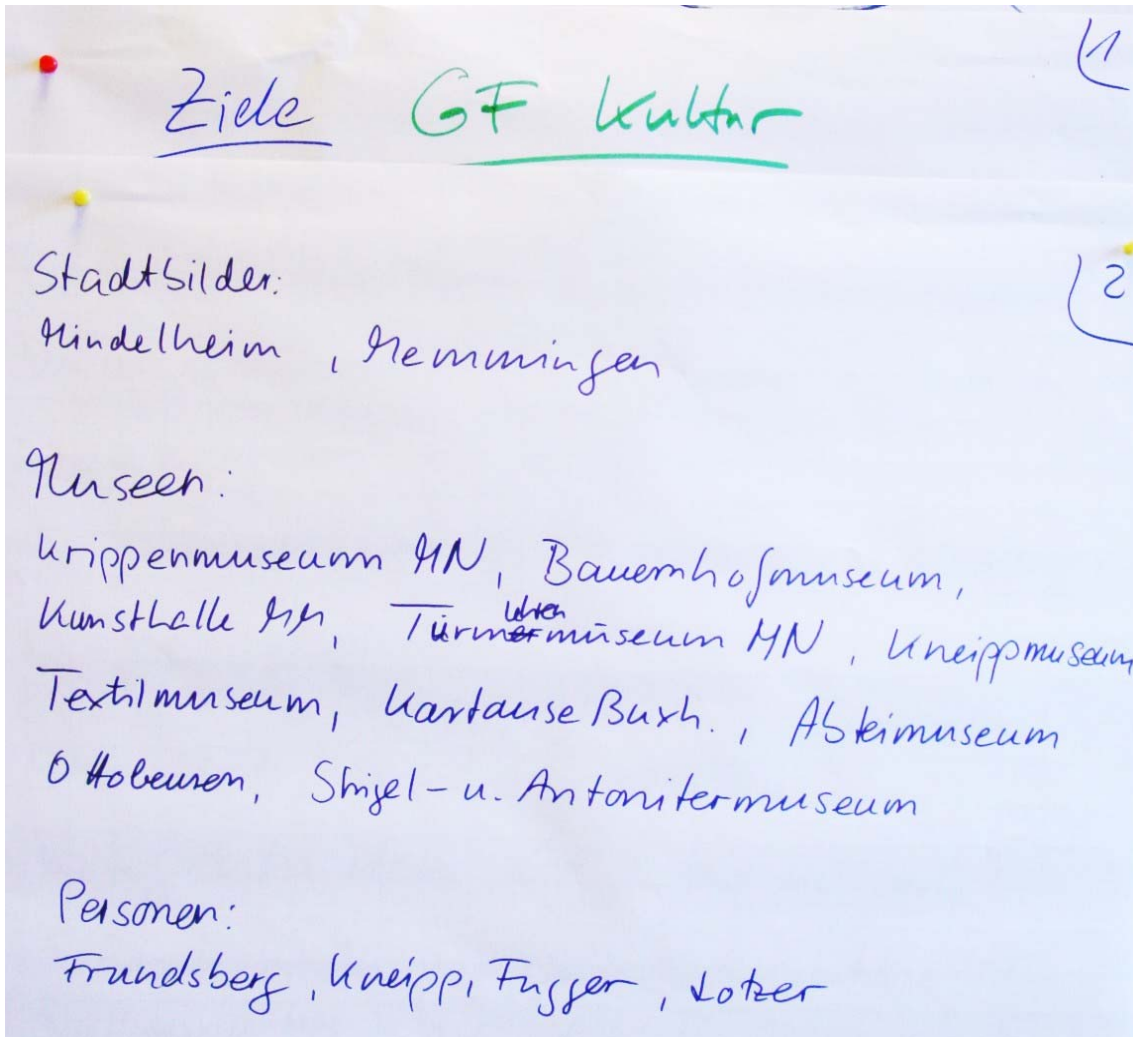
Events: Trudersbergfest, Wellensten, Handwerkertage
MHer Meil, Jazz isch, Festival de Nations
Jazz goes to Kuar, Otto Ceuner Konzerte

Sommerfrische Bad. Grö, Herbstzeitlose Oktob.
Orgelkonzerte 9M, Adventsmärkte u. Ausstellungen

Baudenkmäler / Kloster

Schloß Kronburg, ~~Schloß~~ Kirchheim, ^{Fuggerschloß} Fuggerschloß
Babenhausen, Hindelburg, Katzbrunnmühle

Basilika ~~Otobauern~~, Kartause Buxheim, St. Martin 9M?
Maria Steinbach, Jesuitenkirche 9M, Dominikanerkloster Bad
Worshofen, Antoniterkloster, Kreuzherrnkloster, Pfarrkirche
Pfaffenhausen, St. Marius Unterramminger, Maria Schnee
Wassenbeuren (Ihr Kinderlein kommet), Wallfahrtskirche Mussenhausen



Gruppe Freizeit und Erlebnis

Ziele GF Freizeit/Erlebnis

→ eigenes GF

↳ Erlebniswelt (Unter-) Allgäu

↳ Plattform für gemeinsame Produkte

↳ Unterallgäu - Erlebnis - Kombi ticket

↳ Zielgruppe: Einheimische + Urlauber

↳ Servicestrukturen
(Beförderungsmöglichkeiten,

↳ Arbeitsgruppe für Bündelung erforderlich

↳ Werbung bündeln → Geld sparen

Zusammenfassung

Ergebnisse in den einzelnen Geschäftsfeldern

- Gesundheit: Verbesserung des Kneipp-Images u.a. mit Erlebnisangeboten; Entwicklung besonderer Gesundheitsangebote; Querschnittsthema für die anderen Geschäftsfelder auf regionaler Ebene (Landkreis Unterallgäu).
- Rad: Akquise von potenziellen Anbietern (Übernachtungs-, Serviceangebote etc.); Entwicklung und Etablierung des Landkreises Unterallgäu als „Familienradregion“.
- Wandern: Entwicklung eines buchbaren Angebots „Kneipp erwandern“ zum deutschen Wandertag im Juni 2013 (über externe Beratung/Begleitung).
→ Dies entspricht der Zielstellung der Gruppe Gesundheit, das Thema Kneipp mit Erlebnisangeboten zu verbinden.
- Kultur: Filter (Kriterien) für regional bedeutsame Kulturangebote entwickeln (u.a. Erlebbarkeit, Zugänglichkeit); als erste Themen wurden Events (Mittelalterfestivals etc.), Museen (Spezialmuseen) und herausragende Gebäude (Fugger-schlösser und Klöster) heraus gearbeitet.
Schaffung einer Kulturplattform zur Vernetzung der Kulturschaffenden und Träger.
- Freizeit/Erlebnis: In Abhängigkeit von den Angeboten auf regionaler Ebene als eigenes Geschäftsfeld entwickeln; Aufbau einer (Werbe-) Plattform für eigene Produkte mit Schwerpunkt Aktiv- und Bewegungsangebote.

Weiteres Vorgehen

- In einigen Geschäftsfeldern (Rad, Kultur, Freizeit/Erlebnis) wurde der Wunsch nach einer Plattform bzw. Arbeitsgruppe mit Unterstützung der Unterallgäu aktiv GmbH geäußert.
- Um eine tragfähige Ressourcen- und Zeitplanung gewährleisten zu können, werden zunächst die Ergebnisse aller Strategierunden ausgewertet.
- Die Weiterbearbeitung von Themen hängt u.a. von einer Auftragsklärung hinsichtlich konkreter Projektansätze und Rahmenbedingungen ab. Ziel sind projektorientierte Arbeitsformen.
- Dahingehend wird nach den vier inhaltlichen Strategierunden ein Vorschlag zur Weiterarbeit in Bezug auf die einzelnen Themen sowie denkbaren Aufträge und Arbeitsformen erarbeitet.

Teilnehmer

	Name	Vorname	Adresse	Funktion	Unterschrift
1	Linkenbach	Renate	Bielefeld	Reflex	Linkenbach
2	Reichle	Udo			Reichle
3	Zander	Jatival	Bad Grönenbach	GF	Zander
4	Hörmann	Jürgen	Bad Grönenbach	KD	Jürgen Hörmann
5	Kesler	Gernhard	" "	Bgm.	Kesler
6	Fischer	Andrea	Hemmingen	Amtsleiterin	Fischer
7	Brandmiller	Brigitte	Apfel	GF	Brandmiller
8	Boge-Diecher	Margit	Arnsberg	F&E	M. Boge-Diecher
9	Hiller	Ulrich	Bad Wörishofen	Kneippbund	Hiller
10	C. Popp	Christiane	Bad Wörishofen	GL	C. Popp
11	Holebschek	Naus	"	Bgm.	Holebschek
12	Vogrin	Christine	Kirchheim	PL	Vogrin
13	EMST	Sigrid	Bad Wörishofen	Marketingleiterin	EMST
14	Freibinger	Harlem	O. Hauptstr. 11	Bgm.	Freibinger
15	KRAUS	PETER	OTOBENZEN	Touristik	KRAUS
16	Ample	Andreas	Robbent	Komm. Leiter	Ample
17	Sollner	Gerdhard	LRA Unterallgäu	ÖPNV	Sollner
18	Brandner	Karl	Reichenhau	ÖPNV	Brandner
19	Echtermeyer	Maria	Ofterschwang	TRAVEL	Echtermeyer
20	Vogel	Helmuth	Winterrieden	UR/LAG	Vogel
21	Zellweger-Wilb	Susanne	Urnberg	Wirtschafts. Ass.	Zellweger-Wilb
22	Scheider	Christian	Mindelheim	Wirt	Scheider
23	Kettenmann	Otto	Bärenhofstr.	Man-Teit	Otto Kettenmann
24	CZAJA	Jandra	- - -	ÖPNV	CZAJA
25	RECHTEIER	THOMAS	KEMPTEN	PL	RECHTEIER
26	Moller-Combes	Silke	B.W.	Market. Leber	Moller-Combes
27	Schütz	Mareel	MM'Seng	Business Development	Schütz
28	Graf	Horst	KV Bad Wörishofen	Kundirektor	Graf
29	Bochen	Cathrin	"	Marketing	Bochen
30	Seidenspinner	Hermann	Bad Wörishofen	GL	Seidenspinner
31	Weber	Ulrike	HLE Schwoben	Tourismus	Weber
32	Jochim	Reinhold	Wörishofen	GF	Jochim
33	MARSHALL	Erna	LRAUA	Tourismus	MARSHALL
34	Stabel	Michael	VA-Alwin Gubst	GF	Stabel
35	JACKEL	RUDOLF	DIRELWANG	GF	JACKEL

Moderation:

Josef Bühler

Andreas Raab