Auswertung bestehender Leitbilder und Entwicklungskonzepte im Landkreis Oberallgäu

Inhalt:

1 Hintergrund
2 Leitlinien Wirtschaftsförderung und Tourismusentwicklung Oberallgäu (2003)
2.1 Entstehungsprozess und Inhalt
2.2 Ziele und Leitlinien
2.3 Projektideen
3 Regionales Entwicklungskonzept für LEADER+ (2003-2006)
3.1 Entstehungsprozess
3.2 Schwerpunkte, Handlungsfelder und Projektideen
4 Kommunale Leitbilder
4.1 Übersicht über Leitbilder in den Oberallgäuer Kommunen
4.2 Wichtige Eckpunkte aus den kommunalen Leitbildern

Stand: Februar 2007

Dr. Sabine Weizenegger
LAG Regionalentwicklung Altusried-Oberallgäu
Rathausplatz 1
D-87452 Altusried

Tel. +49-8373-299 14
Fax: +49-8373-299 11
weizenegger@geva-altusried.de

1 Hintergrund

Ein Regionales Entwicklungskonzept (REK) zielt darauf ab, Handlungsleitlinien und Entwicklungsschwerpunkte für eine Region zu definieren. Dabei muss– im bildlichen Sinne gesprochen – das Rad nicht immer wieder aufs Neue erfunden werden.

Im Oberallgäu gibt es bereits eine ganze Reihe von Leitbildern unterschiedlicher Art: kommunale und übergreifende, breit angelegte und themenspezifische, ältere und aktuellere Leitbilder. Sie wurden in der Geschäftsstelle des Regionalentwicklung Altusried-Oberallgäu e.V. ausgewertet. Diese Zusammenfassung soll den LEADER-Akteuren und Mitgliedern der Arbeitsgruppen Grundlage und Hilfestellung für ihre Überlegungen zum neuen REK sein.

2 Leitlinien Wirtschaftsförderung und Tourismusentwicklung Oberallgäu (2003)

2.1 Entstehungsprozess und Inhalt

Im Jahr 2003 wurden im Auftrag des Landkreis Oberallgäu „Entwicklungsleitlinien Wirtschaftsförderung und Tourismus“ erstellt. Moderiert hatten den Prozess das Alpenforschungsinstitut Garmisch-Partenkirchen und das österreichische Beratungsunternehmen Kohl & Partner. Die Akteure waren Mitglieder des Kreistags, Partner aus der Wirtschaft oder von Institutionen sowie Vertreter aus Politik und Verwaltung. In vier Arbeitsgruppen wurden folgende Themen diskutiert.

- Bauland- und Ansiedlungspolitik
- Touristische Infrastruktur, Entwicklung Ausflugstourismus und Verkehr, touristisches Marketing
- Entwicklung Regionalmarke
- Wirtschaftsentwicklung, Arbeitsmarkt und Bildung

2.2 Ziele und Leitlinien

Für jeden der vier Themenbereiche waren zunächst Ziele und Leitlinien festgelegt worden.

Die wichtigsten Ziele für die **Bauland- und Ansiedlungspolitik** lauten: Flächen sparen, Kooperation zwischen Gemeinden und Landkreisen verstärken, günstige Bedingungen für Ansiedlungswillige schaffen, Flächen aktiv vermarkten, Unternehmen unterstützen, eine gute strukturelle Durchmischung fördern und Flächenbedarf für Wohnraum befriedigen. Laut Leitlinien ist Nachverdichtung und interkommunalen Gewerbegebieten der Vorzug zu geben und auf naturverträgliche Projektrealisierungen zu achten. Eine stärkere Vernetzung soll durch interkommunale Kooperationen gefördert werden, und ein zukunftsfähiger ÖPNV wird als wesentlicher Standortfaktor gesehen.

Im Bereich **Tourismus** liegen die Ziele in einer Verbesserung der Qualität des Angebots in allen Facetten und in der Ansiedlung neuer und größerer Betriebe, in der gezielten Nutzung der gesamten Wertschöpfungskette, in der Suche nach Investoren für die Infrastruktur sowie in der Bündelung von Infrastrukturmaßnahmen, in der Sicherung bzw. Verbesserung der Erreichbarkeit und in der Stärkung der regionalen Authentizität durch verstärkten Einsatz regionaler Qualitätsprodukte. Erreicht werden sollen die Ziele durch eine konsequente

Qualitätsorientierung und starke Identifikation mit dem Allgäu, professionelle regionale Kooperationen, ein positives Image der touristischen Berufsbilder, aktive Steuerung der Wertschöpfungsketten, Orientierung von Infrastrukturmaßnahmen an Angebots-schwerpunkten und durch die besondere Förderung von zukunftsorientierten Innovationen im touristischen Angebot.

Die **Regionalmarke Allgäu** soll, in Kooperation mit den anderen Allgäuer Landkreisen, weiter entwickelt werden, um ihre Wertschöpfung zu erhöhen. Eine Institution soll mit der Organisation, Kontrolle und Weiterentwicklung betraut werden. Eingebunden werden sollen qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen. Das positive Image des Allgäus soll für ein starkes, symbolhaftes Produkt genutzt und die Marke in einer professionellen Werbekampagne positioniert werden. Wichtig sind dabei die Identifikation mit dem Allgäu und das Einbinden aller Wirtschaftsbereiche, sodass ein „Wir-Gefühl“ entsteht.

Im Bereich **Wirtschaft, Arbeitsmarkt und Bildung** sind folgende Ziele genannt: die Ansiedlung von angepassten Unternehmen, eine differenzierte Tourismusförderung des gesamten Landkreises, ein Innen- und Außenmarketing für positive Standortfaktoren, die Stärkung der Verkehrsanbindung, die Revitalisierung der Ortskerne sowie eine bessere Vernetzung der Akteure, insbesondere auch mit dem Hochschulstandort Kempten. Die Entwicklung soll behutsam sein, (bürokratische) Entwicklungshemmnisse sollen gezielt abgebaut werden.

2.3 Projektideen

Den Zielen und Leitlinien hatten die Teilnehmer dann konkrete Projektideen zugeordnet und diese anschließend einem sog. Ranking unterzogen. Die im Ranking am höchsten bewerteten und weiter verfolgten Projekte sind in der folgenden Auflistung unterstrichen.

Bauland- und Ansiedlungspolitik

Bestands-Analyse (Größe, Anbindung,…)

Potenzial-Analyse (Eignungsprüfung unbeplanter Flächen, Nachverdichtung,…)

Vermarktung (Zweckverbände, Marke „Allgäu“, Kooperation…)

Einzelhandels-Agenda (Stadtkultur und Kulturlandschaft vs. Supermärkte auf grüner Wiese)

Information (Veranstaltungen für Flächenentwicklung, Fördermöglichkeiten)

Nachverdichtung (Pilotprojekte, Erhalt des ländlichen Charakters)

Umnutzung (von landwirtschaftlichen Gebäuden, Flächen)

Tourismusinfrastruktur, Verkehr, Tourismusmarketing

Infrastruktur-Investitionsfonds (Bürgerschaftsfonds, Ergänzungsfinanzierung)

Regionalbahn (Erreichbarkeit, Vernetzung,…)

Regionalflughafen (neue Märkte, Anbindung an bestehende Infrastruktur; siehe Wirtschaftsentwicklung)

Innen-Marketing (Bewusstseinsförderung, Tourismus-Erziehung)

Tourismus-Dienstleistung (Information, Qualität, Aufklärung,…)

Regionale Produkte (Verwendung, Verkauf, Präsentation, Vermarktung,…)

Allgäuweite Veranstaltungskoordination (Sport, Kultur,…; Terminabstimmung, Bündelung)

Abstimmung Infrastrukturmaßnahmen

Neue Hotels

Reitwege (Reitwegenetz, Stationen, neue Zielgruppe)

Theaterakademie Altusried (neue Zielgruppe)

Regionalmarke

Marke Allgäu (Schriftzug auf LKWs, Briefbögen, Regionalbahn, Briefmarken…)

Ideenbörse

Allgäu-Organisation

Professionelles Marketing-Konzept („Corporate Design“, Kommunikations-Strategie)

„Team“ Allgäu (Identifikation der Bevölkerung mit der Marke)

Allgäu-Shop auf Franchise-Basis

Wirtschaftsentwicklung, Arbeitsmarkt, Bildung

Käse des Jahres (Wettbewerb MUVA)

Generationendorf

Lehrplan „Allgäu“ (Lehrer-Fortbildung)

Regionalbahn Allgäu (siehe Tourismus!)

„Amtsschimmel raus!“ (Bürokratieabbau)

„Fly and drive“ ins Allgäu (Anbindung über Straße, Schiene und Flughafen)

Hochschule Wirtschaft (Kontakte)

Revitalisierung der Ortskerne (Stärkung der Ortsmitte, Handel, Dienstleistung)

Standort „Allgäu“ (Messen, Gewerbeansiedlungen, persönliches Engagement)

LEADER+ Zusatzprojekte

Dorfladen Allgäu

Regionales (Rad- und) Wanderwegenetz

Die erarbeiteten Leitlinien und Projektideen bildeten schließlich die Basis für das im Anschluss im Rahmen von LEADER entstandene Regionale Entwicklungskonzept (REK).

3 Regionales Entwicklungskonzept für LEADER+ (2003-2006)

3.1 Entstehungsprozess

Das Regionale Entwicklungskonzept (REK) für die 15 Gemeinden im nördlichen Teil des Landkreis Oberallgäu entstand im Jahr 2003 und basiert vornehmlich auf zwei Grundlagen:

- dem Regionalen Entwicklungskonzept des Markt Altusried mit seinem Gemeinde-Entwicklungsverein (GEVA) aus dem Jahr 2002, und
- den oben erwähnten Leitlinien Wirtschaftsförderung und Tourismus für das Oberallgäu aus dem Jahr 2003.

Dieses REK ist sehr eng auf das EU-Förderprogramm LEADER+ (Laufzeit 2000-2006) ausgerichtet, die Förderrichtlinien erlaubten seinerzeit keine breitere Anlage des Konzepts.

3.2 Schwerpunkte, Handlungsfelder und Projektideen

Das Motto der Lokalen Aktionsgruppe (LAG) Regionalentwicklung Altusried-Oberallgäu lautet „Wir vernetzen uns!“. Bei LEADER+ musste jede LAG ihren Schwerpunkt aus einem von vier vorgegebenen Bereichen auswählen. Im Fall der Regionalentwicklung Altusried-Oberallgäu wurden ausnahmsweise zwei Schwerpunkte gestattet: „Lokale Erzeugnisse und Dienstleistungen“ und „Inwertsetzung von Natur und Kultur“ (als Schwerpunkt der ehem. LAG Altusried). Handlungsfelder und Schlüsselprojekte sind der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen. Einige der genannten Projektideen sind seit 2004 umgesetzt worden, andere wurden wieder verworfen oder warten noch auf Realisierung.

Leitsatz	Schwerpunkt	Handlungsfelder	Schlüsselprojekte
„Wir vernetzen uns“	Lokale Erzeugnisse und Dienstleistungen	Regionale Vermarkt-ung	1. Vermarktung regionaler Produkte unter der Marke Allgäu 2. Allgäuer-Franchise-Laden (Allgäuer Lädele) 3. Produkt des Jahres 4. Innenmarketing für regionale Produkte und Dienstleistungen 5. Marketing für die Weißtanne 6. Dorfladen Allgäu 7. Erlebnisbrauerei Gaststätte Altusried 8. Regenerative Energien a.d. Landwirtschaft 9. Milchland Allgäu
		Regionale Kultur-angebote	10. Revitalisierung Kreuztal 11. Kulturwanderweg Betzigau 12. Machbarkeitsstudie Landschaftspark 13. Weiterentwicklung der Theatertradition Altusried 14. Altusrieder Freiluftkino 15. Musikschule Altusried 16. Regionale Veranstaltungskoordination
		Ländlicher Tourismsus	17. Erlebnis-Rad- und Wanderwegekonzept 18. Jakobus Pilgerwege 19. Anlass-Bahn 20. Weiterentwicklung und Professionalisierung Urlaub am Bauernhof 21. Umnutzung landwirtschaftlicher Objekte 22. Machbarkeitsstudie Seminar- und Tourismushotel Altusried 23. Tourismuskonzept 24. LAG Altusried-Oberallgäu 25. Allgäu-weites Qualitätsentwicklungskonzept für den Tourismus
		Regionale Wirtschaft	26. Einzelhandelsagenda 27. Infrastruktur-Investitionsfond 28. Unternehmer des Jahres 29. Gewerbeschau 30. Holzforum
		Regional-manage-ment	31. Regionalmanagement 32. LAG Geschäftsführung

4 Kommunale Leitbilder

4.1 Übersicht über Leitbilder in den Oberallgäuer Kommunen

Die folgende Tabelle bietet eine Übersicht über Vorhandensein, thematische Ausrichtung und Aktualität der Leitbilder in den Oberallgäuer Kommunen.

Kommune	Entwicklungskonzepte, Leitlinien etc.	Jahr
Altusried	Prozess läuft	2007
Bad Hindelang	„Tourismusleitbild“	2000/01
Balderschwang	kein Leitbild	
Betzigau	Städtebauliche Entwicklung Betzigau (im Entstehen)	2007
Blaichach	„Zukunft Blaichach“ (www.blaichach.de)	2004
Bolsterlang	kein Leitbild	
Buchenberg	neues Leitbild mittelfristig geplant	
Burgberg	„Tourismusleitbild“ / Dorfentwicklungsprozess	2006/07
Dietmannsried	kein Leitbild	
Durach	kein Leitbild i.e.S., Handlungsleitlinien für Gemeinderat	
Fischen	kein Leitbild	
Haldenwang	„Agenda 21“: Bestandsaufnahme, Ziele und Handlungsbedarf	1998
Immenstadt	kein Leitbild, Touristischer Entwicklungsplan	1997
Lauben	Gemeindeleitbild	2006
Missen-Wilhams	kein Leitbild i.e.S., Touristische Ziele festgelegt	
Obermaiselstein	kein Leitbild	
Oberstaufen	*Mitglied der LAG Impuls Westallgäu 10+*	
Oberstdorf	„Zukunftswerkstatt Oberstdorf“ (www.oberstdorf.de)	2004
Ofterschwang	kein Leitbild	
Oy-Mittelberg	Leitbilder für Faistenoy und Petersthal	1996, 1992
Rettenberg	„Tourismusleitbild“	1997
Sonthofen	„Zukunft Sonthofen. Leitbild. Schwerpunkte. Entwicklung.“	2006
Sulzberg	kein Leitbild	
Waltenhofen	Prozess läuft (Tourismus)	2007
Weitnau	„Tourismusleitbild“	2005
Wertach	Ideensammlung wird derzeit überarbeitet	2006/07
Wiggensbach	kein Leitbild	
Wildpoldsried	Prozess läuft	2007

4.2 Wichtige Eckpunkte aus den kommunalen Leitbildern

Der Überblick über die vorhandenen kommunalen Leitbilder zeigt zunächst, dass es etliche aktuelle oder gerade im Entstehen begriffene Leitbilder gibt. Einige Gemeinden ohne Leitbild haben auf Nachfrage angegeben, ganz bewusst kein Leitbild zu erstellen um weitere „Papiertiger“ zu vermeiden - um die Zukunft macht man sich aber auch dort Gedanken. Andere

wiederum wollen einen Leitbildprozess in den nächsten Jahren angehen. Das heißt, gezielte Überlegungen zur künftigen Entwicklung sind in vielen Gemeinden gerade ein Thema.

Bei den derzeit bestehenden Leitbildern liegt eindeutig ein thematischer Schwerpunkt im Bereich Tourismus. Die Inhalte dieser Tourismusleitbilder sind i.d.R. ähnlich, wenn auch unterschiedlich detailliert ausformuliert. Es geht darum:

- den Menschen in den Mittelpunkt des Handelns zu stellen,
- das touristische Profil zu sichern bzw. auszubauen,
- Wettbewerbsfähig zu bleiben,
- Entwicklungen ins Ortsbild zu integrieren,
- Natur-/Ressourcen-/Umweltorientierte / -schonende Entwicklungen zu fördern,
- regionale Wirtschaftskreisläufe zu stärken,
- Innenmarketing zu betreiben,
- Kooperationen zu verstärken,
- qualitativ hochwertige Angebote zu schaffen bzw. bestehende Angebote zu verbessern,
- sowohl Sommer- als auch Winterangebote zu schaffen,
- Angebote für Freizeit und Tourismus zu schaffen (d.h. für Einheimische und Gäste),
- klar abgegrenzte Zielgruppen anzusprechen,
- effizientes Außenmarketing zu betreiben.

Trotz der speziellen Ausrichtung auf den Tourismus – der Tourismus wird als wichtiger Wirtschaftsfaktor angesehen – wird in diesen Leitbildern erkannt, dass Tourismus eben nicht der einzige Wirtschaftsfaktor ist, sondern auch andere Sektoren gestärkt werden müssen (Stichwort: Diversifizierung) und die Lebensqualität der Einheimischen über dem Tourismus nicht vergessen werden darf.

Bei Leitlinien, die im Umfeld der Agenda-21-Bewegung entstanden sind, nehmen die Bereiche Natur- und Umweltschutz eine wichtige Rolle ein.

Die thematisch breiter angelegten Konzepte orientieren sich meist an den Zielen einer nachhaltigen Entwicklung. Diese Leitlinien beinhalten folgende Aspekte:

- Stärkung der Dorfgemeinschaften,
- Sicherung der Lebensqualität,
- Förderung einer harmonischen Wirtschaftsentwicklung im Einklang mit den Bedürfnissen des Tourismus („intakte Landschaft“),
- Stärkung des Tourismus (mit ähnlichen Inhalten wie den oben genannten),
- Minimierung des Ressourcenverbrauchs,
- Erhalt der finanziellen Handlungsfähigkeit der Kommunen,
- vermehrter Einsatz von Public-Private-Partnerships,
- Stärkung von Gewerbe & Wirtschaft,

- Betrachtung der demographischen Entwicklung und damit der Zielgruppen Jugend, Familie, Senioren,
- Einbeziehen der Themen Ortsgestaltung / Innerortsentwicklung,
- Förderung von Gewerbe und Handwerk in verträglichem Maß; Wirtschaftsförderung als Dienstleistung der Kommunen,
- Pflege von Traditionen, ohne sich dem Modernen zu verschließen,
- Verbesserung der Erreichbarkeit und Mobilität durch Verkehrskonzepte,
- Stärkung des bürgerschaftlichen Engagements.

Bisweilen finden spezielle Charakteristika der jeweiligen Kommunen Eingang in die Leitbilder (z.B. Oberstdorf: Sportinfrastruktur; Sonthofen: Rolle als Alpenstadt 2005). Nur vereinzelt werden die kommunalen Leitlinien anhand von Projekten konkret verankert und mit Aktionsplänen untermauert (z.B. Burgberg mit „Unsere Visionen"; Weitnau für Maßnahmen im Tourismus).

Eine wichtige Funktion ist allen Leitbildern gemein, auch wenn diese Funktion nicht überall so explizit formuliert ist. Die Leitbildprozesse, in denen von unterschiedlichsten Akteuren gemeinsam überlegt, diskutiert, geplant wird, sollen

Aufbruchstimmung erzeugen!

Möge diese Aufbruchstimmung auch bei der Erstellung des Regionalen Entwicklungskonzepts (REK) für das Oberallgäu entstehen!