

Allgäu®



Tourismusforum 2018

Strategie- & Zukunftswerkstatt für den Schlosspark



Dokumentation

Progressive Provinz

Eine (kleinere oder mittlere)
Stadt, Region
oder Landschaft,
die durch Weltoffenheit,
Neugier, Lebendigkeit,
Bürgersinn, Optimismus,
Bildung und
Kreativität
eine eigenständige
Zukunfts-Identität
entwickelt.

Tristan Horx
Trendforscher, Zukunftsinstitut
Keynote Speaker
beim Tourismusforum 2018

Wir danken den Sponsoren 2018



**Sparkasse
Allgäu**

Die Sparkasse Allgäu und die Kreis- und Stadtparkasse Kaufbeuren unterstützten das Tourismusforum finanziell.



**Kreis- und Stadtparkasse
Kaufbeuren**



Ludwigs Festspielhaus stellte sämtliche Räumlichkeiten und die Technik mit Personal zur Verfügung.



Genuss und Events im See sorgte für das Catering in den Tagungsräumen und übernahm die komplette Verpflegung für alle Teilnehmer.

und den Kooperationspartnern



Inhalt

	Seite
Sponsoren und Unterstützer	04
Rückblick	07
Die Veranstaltung	09
Die Werkstätten	17
Ergebnisse Online-Umfrage	18
Die Werkstattarbeiten	22
Werkstatt 1 – Image	23
Werkstatt 2 – Marketing & Vertrieb	26
Werkstatt 3 – Organisation & Netzwerke	29
Werkstatt 4 – Infrastruktur	32
Werkstatt 5 – Produkte & Erlebnisse	35
Werkstatt 6 – Mobilität & Digitalisierung	38
Wie geht's weiter?	42
Die Teilnehmer	43
Impressum	45



Rückblick



Liebe Leserinnen und Leser,

es freut mich sehr, dass Sie in unserer Dokumentation zum Tourismusforum 2018 schmökern und so die gelungene Veranstaltung noch einmal Revue passieren lassen. Auf den folgenden Seiten haben wir für Sie ausführlich und detailliert alle Inhalte, Schwerpunkte und Themen des Forums 2018 im Festspielhaus aufbereitet.

Ich möchte an dieser Stelle gleich einen Dank an Sie richten: Ich möchte mich herzlich bei allen Teilnehmer*innen, bei Project M und bei all unseren Sponsoren bedanken: Sparkasse Allgäu, Kreis- und Stadtparkasse Kaufbeuren, Ludwigs Festspielhaus sowie Lerch Genuss – Genuss und Events im See. Mein Dank geht auch an Tristan Horx vom Zukunftsinstitut für seinen interessanten Vortrag zum Thema „Progressive Provinz“.

Das zweite Tourismusforum hat ganz klar gezeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Alle Teilnehmer*innen haben sich aktiv und intensiv eingebracht und sehr zu einer zielgerichteten Veranstaltung beigetragen. Unser Forum steht dank der Teilnehmer*innen aus vielen verschiedenen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bereichen auf einer sehr breiten Basis.

Es kann so eine große Menge unterschiedlicher Aspekte und Ansichten berücksichtigen und beleuchten. Genau das war und ist das Ziel: Möglichst viele am Tourismus Beteiligte aus dem Ostallgäu zusammenbringen und mit ihnen Antworten auf die aktuellen und künftigen touristischen Fragen finden.

Das Forum 2018 ist für uns als Landkreis ein großer Ansporn, den gemeinsam angestoßenen Prozess weiter intensiv voranzutreiben und alle Partner weiter eng einzubinden. Aus den sechs Werkstätten beim zweiten Forum haben sich einige neue Schwerpunkte herauskristallisiert – beispielsweise ein regionales

Mobilitätskonzept. Dieses werden wir nun genau wie viele andere Vorschläge systematisch angehen.

Ein wichtiges Ergebnis ist außerdem: Der Tourismus wird als eigenes Teilkonzept in die große Zukunftsvision 2036 implementiert, die unser Wirtschaftsbeirat aufgestellt hat. Ziel dabei ist es, ein konkretes Maßnahmenpapier für die künftige touristische Weiterentwicklung des Landkreises festzulegen.

2017 haben wir den Zug mit dem ersten Tourismusforum auf die Gleise gestellt, beim zweiten Forum 2018 wurden Weichen gestellt und der Kessel unter Dampf gesetzt – dieser Prozess ist wichtig und richtig! Alle Details dazu finden Sie auf den folgenden Seiten. Ich würde mich sehr freuen, wenn Sie alle uns auch weiterhin als Partner zur Seite stehen und ganz aktiv Ihre Expertise und Erfahrung einbringen – zugunsten des Tourismus und zugunsten des Ostallgäus. Gemeinsam werden wir den Landkreis nachhaltig und zukunftsorientiert weiterentwickeln! Ich hoffe sehr, wir sehen uns beim Tourismusforum 2019.

Ihre Landrätin



Maria Rita Zinnecker



Die Veranstaltung



„Check-in“ und erstes Kennenlernen im Foyer des Festspielhauses.



Landrätin Maria Rita Zinnecker begrüßt den
Hauptredner Tristan Horx vom Zukunftsinstitut.

Unsere Ziele für das Tourismusforum

„Dauerhafte Plattform für
interdisziplinären Austausch.“

Starke Vernetzung und Einbindung
aller am Tourismus Beteiligten aus
der Region und darüber hinaus.

Erstellung eines
Maßnahmenpapiers mit
konkreten Umsetzungs- und
Projektideen für die gemeinsame
und nachhaltige Entwicklung
des Landkreises Ostallgäu.
Stichwort: Qualitätstourismus.“

*Maria Rita Zinnecker
Landrätin Ostallgäu*

Stellschraube 3:

Eines der modernsten Verkehrsinfrastrukturnetze
im ländlichen Raum,
das auch den Ansprüchen des Tourismus auf
Dauer gerecht wird

Regionales Gesamtkonzept

„Der Wirtschaftsbeirat hat
in seiner Vision fünf Stell-
schrauben identifiziert,
an denen wir drehen wollen,
um den Landkreis Ostallgäu
bis 2036 zu einem der
erfolgreichsten ländlichen
Wirtschaftsräume
Deutschlands zu machen.

Diese Stellschrauben
können auch für den
Tourismus angewandt
werden und die Vision
wird um die touristischen
Anforderungen ergänzt.
Der Wirtschaftsbeirat
soll um Touristiker
erweitert werden.“



Unser Weg

„Tourismus ist Teil
des Wirtschaftsraums
Ostallgäu und wird
als Teilkonzept in die
bereits vorhandene
Wirtschaftsvision 2036
des Landkreises Ostallgäu
eingebunden werden!“



Erfreulicher Prozess

„Das Forum 2017 war ein wirklich gelungener Auftakt. Es wurde ein starker und intensiver Prozess für die nachhaltige Entwicklung des Landkreises Ostallgäu in Gang gesetzt.

Vertreter der beiden Sparkassen haben auch an den Runden Tischen im Sommer teilgenommen und sich eingebracht. Wir begrüßen diese Entwicklung.“

Manfred Hegedüs, Sparkasse Allgäu, und Franz Endhardt, Kreis- und Stadtparkasse Kaufbeuren



Tourismusforum 2018
Strategie- und Zukunftswerkstatt für den Schlosspark

Die Moderatoren



Detlef Jarosch
Bereichsleiter
Infrastrukturentwicklung,
Standortleiter

Project^M München



Sebastian Gries
Senior Consultant

Project^M München



Robert Frei
Fachbereichsleiter
Tourismus im LRA

GF Tourismusverband
Ostallgäu e.V.



Tristan Horx
Keynote Speaker

Zukunftsinstitut Horx



Ingrid Yasha Rösner
Diplom-Germanistin
Journalistin

musenkuss & funkenflug



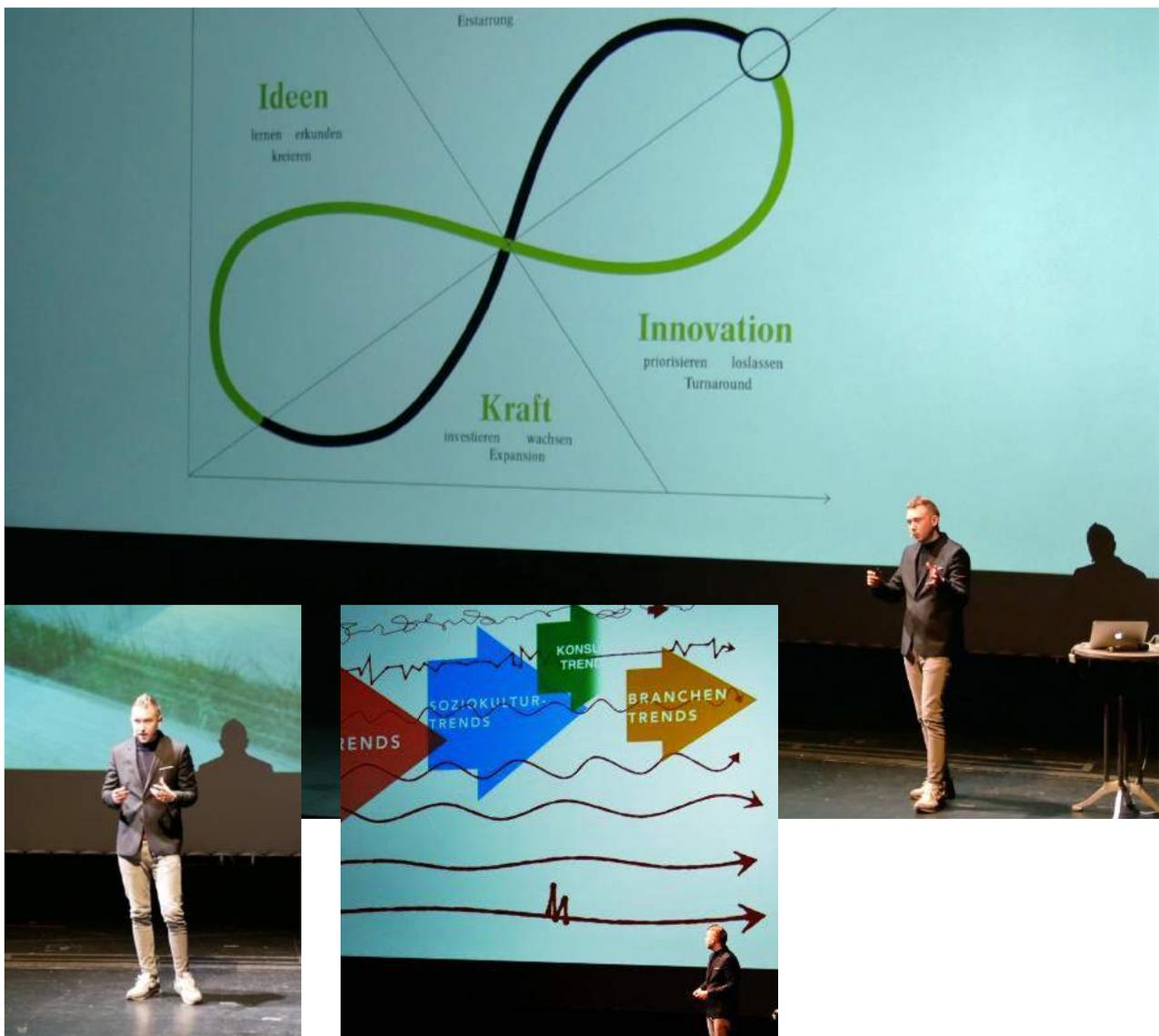
Stefan Egenter
Marketingleiter

Allgäu GmbH

Progressive Provinz

Tristan Horx

*Trendforscher
Zukunftsinstitut
Keynote Speaker*



Schlosspark Kommunikation

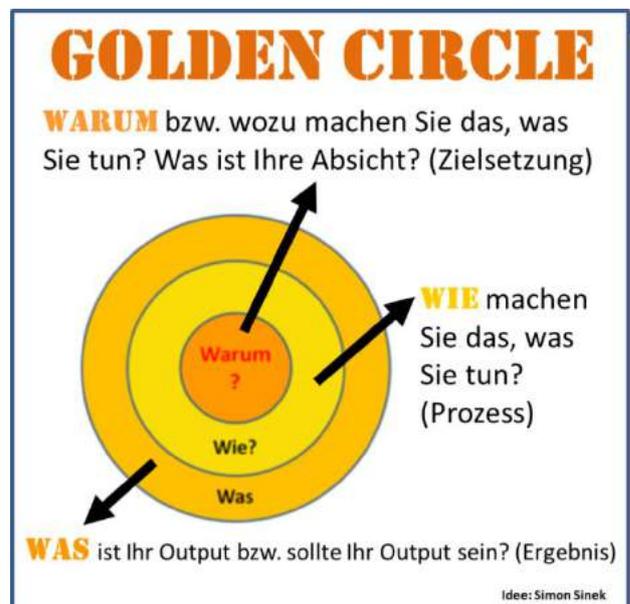


Ingrid Rösner, musenkuss & funkenflug, präsentiert die Grundzüge des neuen Kommunikationskonzeptes Schlosspark.

„People don't buy
what you do.
They buy why you do it.“

„Menschen kaufen nicht,
was man macht; sie kaufen,
warum man etwas macht.“

Simon Sinek



„Menschen werden vergessen, was Du sagst,
sie werden vergessen, was Du tust,
aber sie werden nie vergessen, was Du sie hast fühlen lassen.“

Maya Angelou



Erlebnissräume im Allgäu



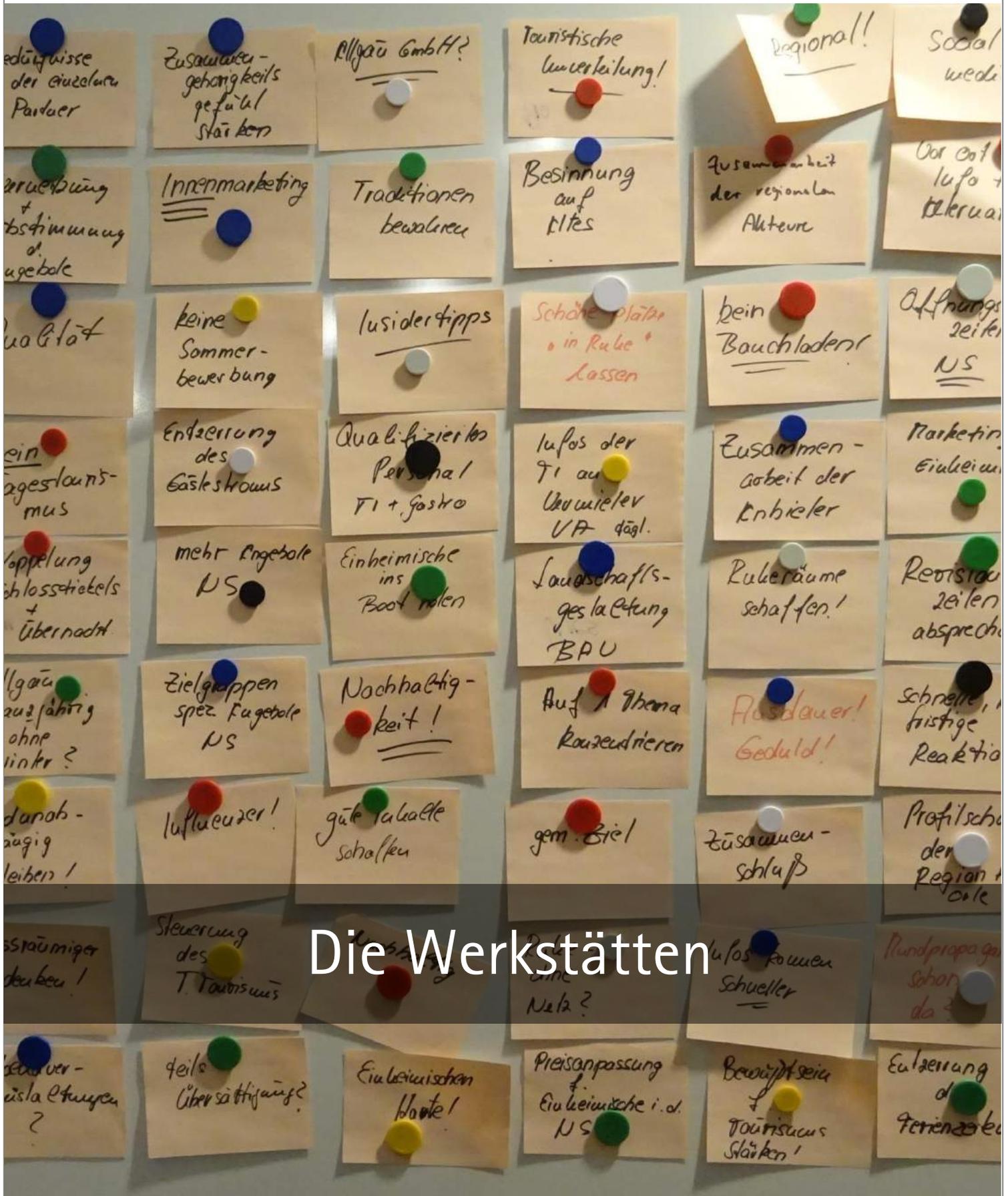
Stefan Egenter, Marketingchef der Allgäu GmbH, erklärte die Funktion der „Erlebnissräume“ in der Allgäu-Strategie.



Tourismusforum 2018
Strategie- und Zukunftswerkstatt für den Schlosspark

Landschaft erzählt Geschichte

- Jede Teil-Region hat einen eigenen Charakter und prägende Geschichten, die die Aufmerksamkeit des Besuchers wecken.
- Tradition, Sprache, Landschaft, Kultur, Persönlichkeiten sind identitätsstiftend
- Diese Unterschiede gilt es herauszuarbeiten – die Bedürfnisse des Gastes im Mittelpunkt
- Die gemeinsame Klammer ist das ALLGÄU



Ergebnisse Online-Umfrage

STÄRKEN

Berge Seen Authentizität
Natur Tradition
 Erholung Schlösser Verkehrsanbindung
Landschaft Marke Allgäu
 Lebensqualität Radinfrastruktur
 Angebotsvielfalt
 Expandierende Wirtschaft
 Freizeitmöglichkeiten

Schwächen

Verkehrsinfrastruktur ÖPNV
Straßenverkehr
 fehlende Investitionskraft bezahlbarer Wohnraum
Immobilienmarkt
 Einzelhandel fehlende Flächen
Fachkräftemangel
 Nord-Süd Gefälle Digitales Erlebnis OAL
 Egoismus **Overtourism**
 fehlendes Identitätsgefühl Parallelstrukturen
 „Kirchturmdenken“ Tourismus

Kernstärken aus Gutachtersicht auf Basis Runder Tische und Befragungen



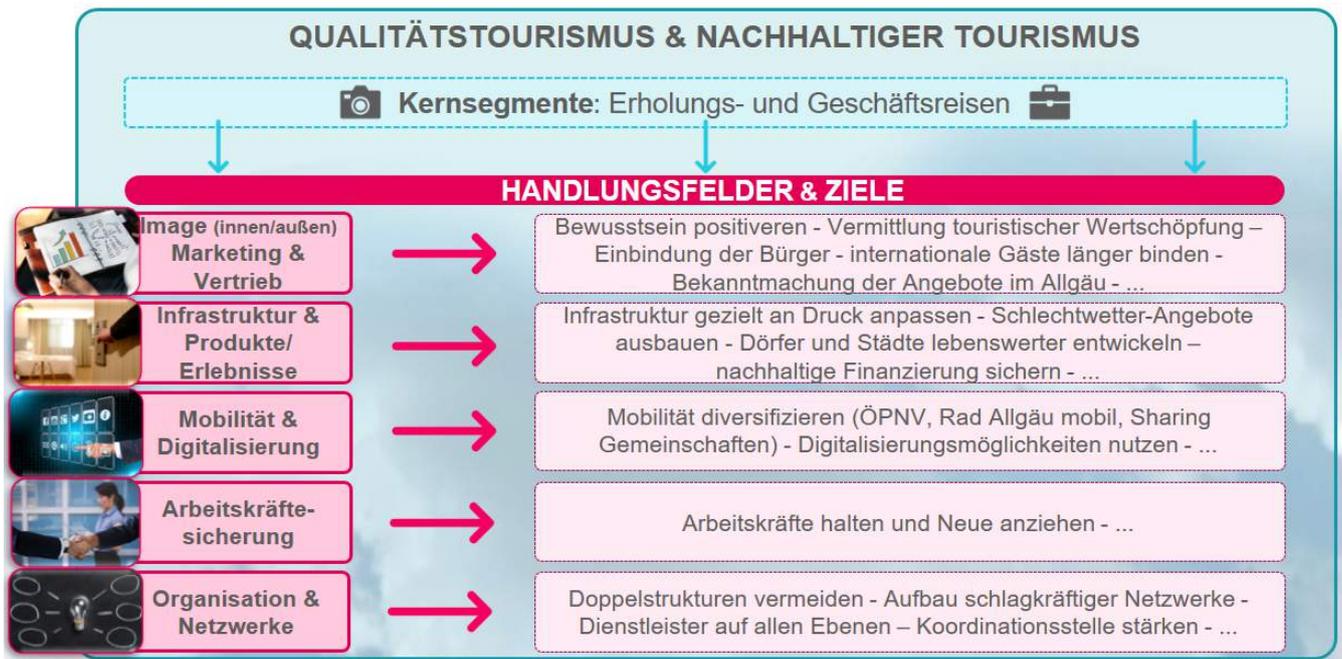
- Image und starke Dachmarke Allgäu
- Starker Wirtschaftsraum, Innovation und Handwerk
- Abwechslungsreiche Allgäuer Natur- und Kulturlandschaft (Berge, Seen, Wiesen ...)
- (Weltbekannte) Sehenswürdigkeiten: Schlösser, Burgen, Klöster, Ludwig II
- Gute touristische Infrastruktur (Wandern, Rad, Winter, Bäder + Therme, Gesundheit ...)
- Internationale Quellmärkte
- Gute Erreichbarkeit und Lagegunst
- Gute regionale Produkte
- Sicherheit und Klima

Kernschwächen aus Gutachtersicht auf Basis Runder Tische und Befragungen

- Inhomogene Tourismusstrukturen
- Schwache Markenbildung und Erlebnisraumentwicklung „Schlosspark“
- Ausgeprägte Saisonalität
- Hohe Verkehrsbelastung, Lücken im ÖPNV-Angebot
- Investitionsstau und Qualität in den Betrieben
- Preiswettbewerb im Gastgewerbe
- Kapazitätsengpässe in der touristischen Infrastruktur
- Geringe Vernetzung und Kooperation
- Belastung der Einheimischen
- Rückläufiges Tourismusbewusstsein



Die Handlungsfelder



Handlungsfelder für Werkstattarbeit

- 1 **Image - innen und außen**
- 2 **Marketing + Vertrieb**
- 3 **Organisation + Netzwerke**
- 4 **Infrastruktur**
- 5 **Produkte + Erlebnisse**
- 6 **Mobilität + Digitalisierung**



Die Werkstattarbeiten

Ziel der Werkstattarbeiten war es, mit Blick auf eine noch zu erarbeitende touristische Gesamtstrategie für das Ostallgäu, bereits heute konkrete Projekte, Initiativen und Maßnahmen in den festgestellten Handlungsfeldern mit bedeutender Wirkung für die Weiterentwicklung des Tourismus im Schlosspark, seine Bürger und Unternehmen zu identifizieren.

Hierfür diskutierten die Teilnehmer in den sechs Handlungsfeldern in zwei aufeinander aufbauenden Werkstattarbeiten.

- Werkstattarbeit 1 – Wie es ist? Wie es sein soll?
Identifikation und Ergänzung der Herausforderungen und Ziele des Erlebnisraums Schlosspark nach Handlungsfeldern. Grundlage der Werkstattarbeit bildeten die vorausgehenden qualitativen und quantitativen Analyseergebnisse sowie die Ergebnisse der Expertengespräche, Einheimischen- und Gästebefragung
- Werkstattarbeit 2 – Was wir dafür tun?
Entwicklung von Projekten, Maßnahmen, Ideen und Lösungsansätzen zur Bewältigung der Herausforderungen und Weiterentwicklung des Erlebnisraums Schlosspark nach Handlungsfeldern

Die Werkstätten wurden von den Sprechern der prozessbegleitenden runden Tische und den Tourismusverantwortlichen des Landratsamtes Ostallgäu angeleitet und dokumentiert.

Jeder Teilnehmer arbeitete in einer rotierenden Folge in jeweils drei Handlungsfeldern in beiden Werkstattarbeiten. Im Anschluss an jede Werkstattarbeit brachten die Teilnehmer ihre ergänzenden Ideen und Überlegungen sowie Schnittstellen in einer „Walking Gallery“ (Präsentation, Information und Ergänzung der Werkstattergebnisse der weiteren Gruppen) auch in die Ergebnisse der weiteren Arbeitsgruppen ein.



Werkstatt 1 – Image

Moderation: Pirmin Joas, Runder Tisch „Touristik“
Philipp Heidrich, Runder Tisch „Dienstleister & Handel“

Image (innen / außen)

Wie es ist

- gewachsenes Image
- starke Dachmarke Allgäu
- bisher schwache Markenbildung und Erlebnisraumentwicklung „Schlosspark“
- rückläufiges Tourismusbewusstsein und geringe Identifikation mit Erlebnisraum
- Überlastungserscheinungen im Süden des Erlebnisraums verändern positive Wahrnehmung des Tourismus nach Innen
- Bedeutung des Tourismus für alle Bereiche von Wirtschaft und Gesellschaft oftmals unklar und unterschätzt
- Wirtschaftliches Bedeutungs- und Wahrnehmungsgefälle von Süd nach Nord im Erlebnisraum

Wie es sein soll

Nach Außen

- Ostallgäu als konsistenter Erlebnisraum „Schlosspark“ wahrnehm- und erlebbar
- Imagewandel: Innovative Angebote und hohe Angebotsindividualisierung
- Erschließung neuer Zielgruppen (LOHAS, Sinnsucher, Sozial-Ökologische, ...)

Nach Innen

- Tourismus als wesentlichen Bestandteil der Wirtschaft begreifen
- Positive Effekte des Tourismus auf Gesellschaft, Wirtschaft und Region erkennen
- Positives Tourismusbewusstsein mit starkem Dienstleistungsgedanken leben
- Bürger mitnehmen



Konkrete Projektansätze

Projektidee	Träger/Kümmerner	Empfehlungen PROJECT M
Weiterentwicklung KönigsCard	KönigsCard Betriebs GmbH	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Impuls durch Landkreis Ostallgäu ➤ Nutzbarkeit für Innenmarketing herstellen (Heimatkarte) ➤ Incentive-Möglichkeit für Fachkräfte ➤ Stärkung der Card durch Verbreitung in der Fläche, Gewinnung neuer Mitgliedsbetriebe durch Attraktivierung des internen Systems
Kommunikationsstrategie mit gemeinsamen Standards	Tourismusverband Ostallgäu e. V.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Weiterentwicklung einer gemeinsamen Kommunikationsstrategie für den Schlosspark, inkl. Umsetzung ➤ Entwicklung gemeinsamer Standards, Vorlagen, Bildsprache, Textmodule ➤ Umsetzungsbegleitung für Kommunen und Partnerbetriebe



Werkstatt 2 – Marketing & Vertrieb

Moderation: Ursula Jörg, Runder Tisch „Touristik“
Alexander Mayerhofer, Runder Tisch „Dienstleister & Handel“

Marketing & Vertrieb

Wie es ist

- starke Dachmarke Allgäu
- internationale Quellmärkte
- trotzdem hohe Abhängigkeit vom nationalen Markt
- Informationsmangel über Vielfalt der Angebote
- neue Gäste und -struktur durch Center Parc
- ausgeprägte Saisonalität
- geringe Vernetzung und Kooperation der Angebote

Wie es sein soll

- Erschließung neuer Zielgruppen
- Entsaisonalisierung und Entzerrung der Gästeströme
- Längere Bindung internationaler Gäste
- Vermarktung des gesamten Erlebnisraums
- Bekanntheit der Angebot im Allgäu



Konkrete Projektansätze

Projektidee	Träger/Kümmerner	Empfehlungen PROJECT M
Innenmarketing-kampagne	Landkreis Ostallgäu Lokale Umsetzung durch Kommunen	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Zielgruppen: Leistungsanbieter, Bevölkerung ➤ Content-Plattform als Hintergrundsystem ➤ Einbindung regionaler Presse ➤ Social Media-Einbindung (Beteiligung z.B. Lieblingsort, Gewinnspiel, Fotowettbewerb Schlosspark ...) ➤ Vergünstigungen für Einheimische („Lerne den Schlosspark kennen“, „Gast für einen Tag“): Übernachtungsbetriebe einbinden, KönigsCard einbinden, Ortsangebote (Führungen etc.) ➤ Präsenz in den Orten (Aufsteller, Plakataktionen, Magazin, etc.)
Gemeinsamer Content für Informationsplattform	Tourismusverband Ostallgäu e. V.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bestandteil der Kommunikationsstrategie ➤ Zugang für Leistungsanbieter und Kommunen ➤ Redaktionelle Aufbereitung ➤ Coaching und Unterstützung für Nutzer, Kontakt ➤ Ideen und Angebote über Plattform generieren ➤ Funktion auch als Netzwerk und Austauschplattform ➤ Eine Plattform für den Schlosspark



Werkstatt 3 – Organisation & Netzwerke

Moderation: Ralph Söhnen, Runder Tisch „Vermieter & Camping“
Katrín Gansloser, Landratsamt Ostallgäu

Organisation & Netzwerke

Wie es ist

- Starker Wirtschaftsraum, innovativ und traditionell
- Inhomogene Tourismusstrukturen
- Einzelkämpfertum im öffentlichen und unternehmerischen Bereich
- Geringe Vernetzung und Kooperation
- Informationsmangel über Vielfalt der Angebote

Wie es sein soll

- Wirtschaftsförderung und Tourismusstellen in Gemeinden und Landratsamt als Partner, Kümmerer, Coach
- Individuelle Unterstützung – auch durch Experten-Pools
- Vernetzung der Leistungsträger
- Koordiniertes Daten-Management (Bündelung, Aufbereitung, Interpretation, Bereitstellung)
- Regelmäßige Befragungen der Leistungsträger (Lücken, Bedarfe)
- Unterstützung von Kleinvermietern
- Stärkung des mittleren und nördlichen Landkreises





Konkrete Projektansätze

Projektidee	Träger/Kümmerer	Empfehlungen PROJECT M
<p>Aufbau projektbezogener Netzwerke auf Unternehmens- und Kommunalebene</p>	<p>Impuls/Kontaktplattform: Landkreis Ostallgäu</p> <p>Netzwerkmanagement: Jeweilige Projektträger</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Landkreis bietet Kontaktplattform (Netzwerk, Veranstaltungen, Wissensträger, etc.) ➤ Digitales Netzwerk ➤ Trendmonitor ➤ Förderung, Fördermittelberatung ➤ Personalpool, Partnerpool, Beraterpool ➤ Netzwerkmanagement, Organisation durch Projektträger
<p>Fachkreis/Beratungsgremium auf Kreisebene</p>	<p>Landkreis Ostallgäu</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kommunal, Leistungsanbieter, Kammern, Verbände, Organisationen, Vereine, etc. ➤ Legitimiertes Gremium: Leistungsträger, Sprecher der runden Tische, Vertreter des Kreistags, ergänzende Experten (fallweise hinzuziehen) ➤ Dauerhaft mit verbindlichem Arbeitsprogramm ➤ Einberufung entsprechend konkreter Aufgaben und Fragestellungen ➤ Empfehlungen, Lobbying, Branchenwissen in politische Kanäle einspielen, Schnittstellenfunktion in Kommunen und Leistungsanbieter ➤ Inhaltliche Verzahnung zu Regionalentwicklung (Zukunftsstrategie 2036), keine personelle Verzahnung

Werkstatt 4 - Infrastruktur

Moderation: Carolin Klughammer, Runder Tisch „Kultur & Freizeit“
Wiebke Flaßhoff, Landratsamt Ostallgäu

Infrastruktur

Wie es ist

- Gute Touristische Infrastruktur (Wandern, Rad, Winter, Thermen, Gesundheit ...)
- Weltbekannte Sehenswürdigkeiten: Schlösser, Burgen, Klöster, Ludwig II
- Gute Erreichbarkeit und Lagegunst
- Verändertes Freizeitverhalten und zunehmender Freizeitdruck durch Tagesgäste / Übernachtungsgäste / Einheimische
- Ausgeprägte Saisonalität
- Kapazitätsengpässe in der touristischen Infrastruktur
- Hohe Verkehrsbelastung, Lücken im ÖPNV-Angebot
- Sensible Natur- und Kulturlandschaft
- Wahrgenommene Überbelastungserscheinungen im Süden

Wie es sein soll

- abgestimmte Raumplanung, gegenseitige Abstimmung und Information
- Entzerrung Gästeströme, Besucherlenkung
- Touristische Stärkung des Unterlands
- Hohe Erlebnisqualität und Markenerlebnis
- Markenkonforme, wirtschaftsrelevante, marktfähige Infrastrukturentwicklung
- Nachhaltigkeit, Baukultur, Regionsbewusstsein in der Infrastruktur
- Regional / interkommunal abgestimmte Tourismusplanung
- Stärkung des Bestandes vor Neuansiedlungen, Anpassung und Neuausrichtung
- Attraktive Schlechtwetterangebote
- Lebenswerte Dörfer und Städte
- Nachhaltige Finanzierungskonzepte für öffentliche Infrastruktureinrichtungen



Zusammenfassung

Die Aussagen zur Ist-Situation auf dem Plakat wurden durch die Teilnehmer der Werkstatt insgesamt bestätigt.

Als Kernherausforderung wurde hierbei die hohe Verkehrsbelastung speziell im Süden, mit dortiger Überlastung der touristischen Infrastruktur, gesehen.

Wesentliche Ziele im Handlungsfeld Infrastruktur sind in einer anzustrebenden hohen Qualität vorhandener und neuer Einrichtungen und mehr Regionsbezug bzw. Berücksichtigung regionaler Baukultur zu sehen. Dabei sollen durchaus „mutige“ und innovative Lösungen entwickelt werden.

Eine gezielte Lenkung der Besucherströme, mit einer Entlastung der hoch frequentierten Räume speziell im Süden und einer Stärkung der Inanspruchnahme der Angebote im Norden des Landkreises sollte ebenfalls erreicht werden.

Zur Stärkung des Bewusstseins für Regionalität wird auch das Thema Kultur und Kulinarik mit entsprechenden ergänzenden Einrichtungen von Seiten der Teilnehmer angesprochen, auch zur Förderung regionaler Wertschöpfungsketten.



Konkrete Projektansätze

Projektidee	Träger/Kümmerner	Empfehlungen PROJECT M
Allgäuer Architektur und Landschaft (Baukultur)	architekturforum allgäu e.V. (Vorschlag)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ausdehnung und Weiterentwicklung des LEADER-Projektes Netzwerk Baukultur Allgäu auf das Ostallgäu ➤ Mobile Gestaltungsbeiräte auf Kreis- und Kommunalebene ➤ Gestaltungsleitlinien und -leitfaden für Architekten, Bauherren und Kommunen ➤ Best Practices ➤ Ergänzende Themen: Lebendige Ortskerne, Innenstadtkonzepte mit Ziel der Aufwertung, Flächenverbrauch, Nachverdichtung, interkommunale Gewerbegebiete, etc.
Besucherlenkungs- und Leitsystem	Koordination: Landkreis Ostallgäu Umsetzungsbegleitung: Kommunen	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Grundkonzeption erstellen ➤ Zonierung von Bereichen mit Festlegung von Bereichen intensiver und eher extensiver Nutzung ➤ Ziel ist schonender Umgang mit Kultur- und Naturlandschaft ➤ Besucherlenkung durch interaktives Leitsystem, digitale Unterstützung ➤ Highlights und Veranstaltungen für Lenkung nutzen und einbinden ➤ Alternativvorschläge bei Überfüllungserscheinungen an Hotspots ➤ Modalsplit beachten, Schnittstellen zu Verkehrskonzept schaffen
Allgäuer Kochschule	Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Berufsfachschule und Technikerschule für Ernährung und Versorgung	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Förderung der Allgäuer Esskultur ➤ Regionale Produkte in den Fokus setzen ➤ Förderung regionaler Produkte und Wertschöpfungsketten ➤ Integration in Ausbildung an den Schulen ➤ Integration in die duale Berufsausbildung (Berufsschulen, Betriebe etc.) ➤ Akademie mit Kursen, Seminaren, Weiterbildungsangeboten ➤ Niederschwellige Angebote für Bevölkerung etc. (Kochkurse, Kochbuch, Einkaufstipps ...) ➤ Vernetzung mit regionaler Presse ➤ Testimonials, Starkoch

Werkstatt 5 – Produkte & Erlebnisse

Moderation: Wolfgang Sommer, Runder Tisch „Gastronomie & Hotellerie“
Karina Hager, Runder Tisch „Kultur & Freizeit“

Produkte & Erlebnisse

Wie es ist

- Schwache Markenbildung und Erlebnisraumentwicklung „Schlosspark“, starke Marke Allgäu
- Erlebnisraum in Produkten kaum wahrnehmbar
- Abwechslungsreiche Allgäuer Natur- und Kulturlandschaft (Berge, Seen, Wiesen ...)
- Weltbekannte Sehenswürdigkeiten: Schlösser, Burgen, Klöster, Ludwig II
- Gute Regionale Produkte
- Gute Sicherheitslage und angenehmes Klima
- Investitionsstau und Qualitätslücken in den Betrieben
- Preiswettbewerb im Gastgewerbe
- Kapazitätsengpässe in der touristischen Infrastruktur
- Ausgeprägte Saisonalität

Wie es sein soll

- Wahrnehmbarer und durchgängig erlebbarer Erlebnisraum Schlosspark
- Gästen und Einheimische sind Fans
- Klare Differenzierung vom Wettbewerb auch innerhalb des Allgäus
- Authentische, regionaltypische Produkte
- Preis-Leistung auf allen Ebenen
- Höchste Qualität in den touristischen Betrieben und Angeboten
- Touristische Stärkung des Unterlands
- Attraktive Schlechtwetterangebote



Zusammenfassung

Die Darstellung der Ist-Situation wurde von den Teilnehmern bestätigt, wobei speziell die noch zu schwache Markenbildung des Schlossparks innerhalb der Marke Allgäu betont wurde.

Bezüglich der Zielsetzungen wurde insbesondere die Information bzw. Ansprache der Bevölkerung und das Erreichen einer höheren Wertschätzung für den Tourismus als wichtig herausgearbeitet.

Vor allem soll die kulturelle und naturbezogene Identität und Identifikation bei den touristischen Produkten und Erlebnissen gestärkt werden. Es gilt auch mehr „Aha-Erlebnisse“ mit größerer Reichweite speziell im Segment Kultur zu entwickeln. Insgesamt müssen passende attraktive Erlebnisse für alle Wetterlagen und Zielgruppen vorgehalten bzw. (weiter)entwickelt werden und dabei gilt es eine noch bessere Vernetzung der Angebote und Leistungsträger zu erreichen.

Konkrete Projektansätze

Projektidee	Träger/Kümmerner	Empfehlungen PROJECT M
Veranstaltungskalender Schlosspark – weiter entwickeln	Tourismusverband Ostallgäu e. V. mit Vertriebspartner	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Top-Events zur Stützung von Marke und Profil Schlosspark ➤ Qualitäts- und profilbezogene Auswahl ➤ Unabhängig von Größe und Teilnehmerzahl ➤ zentrales Entscheidungskriterium ist Beitrag zu Marke und Profil ➤ Digitale Umsetzung, Koppelung an Ticketing ➤ Redaktionszugänge für Kommunen ➤ Saisonale Kommunikations- und Angebotskampagnen
Regionale Produktinitiative	Landkreis Ostallgäu mit Partner Allgäu GmbH, Bio-Ring Allgäu und weitere Fachorganisationen	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Basis sind Allgäu-Kriterien, Weiterentwicklung in neue Bereiche ➤ Sub-Brand zu Allgäu für den Schlosspark ➤ Umsetzung als Qualitätssiegel ➤ Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, Ergänzung Produkte und Dienstleistungen ➤ Kampagne nach Innen und Außen
Schlösser- und Geschichtstouren	Landkreis Ostallgäu	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Weiterentwicklung Bestand und neue Angebote ➤ Qualitätssicherung in bestehenden und neuen Angeboten ➤ Anbieterqualifizierung (Gästeführer etc.) ➤ Innovative Formate entwickeln ➤ Thematischer Fokus Schlösser und Kultur ➤ Authentische Angebote und Bezug zum Schlosspark herstellen ➤ Verknüpfung mit regionaler Produktinitiative und Veranstaltungskalender Schlosspark ➤ Einbindung in geeignete Vermarktungsplattformen (KönigsCard etc.) ➤ Ergänzende innengerichtete Angebote für Einheimische (Einzelpersonen, Vereine, Schulen etc.) zur Stärkung des Binnenmarketings und Tourismusbewusstsein ➤ Einbindung der regionalen Kultur- und Gästeführer

Werkstatt 6 – Mobilität & Digitalisierung

Moderation: Thomas Pihusch, Runder Tisch „Politik“
Robert Frei, Landratsamt Ostallgäu

Mobilität & Digitalisierung

Wie es ist

- Gute Erreichbarkeit und Lagegunst
- Verändertes Freizeitverhalten
- Zunehmender Druck durch Tagesgäste / Einheimische
- • Ausgeprägte Saisonalität
- Hohe Verkehrsbelastung insb. durch motorisierten Individualverkehr
- Lücken im ÖPNV-Angebot
- Überbelastungserscheinungen durch Verkehr besonders im Süden des Erlebnisraums
- Geringe Vernetzung und Kooperation
- Belastung der Einheimischen

Wie es sein soll

- Entzerrung der Gästeströme, Bessere Besucherlenkung und regionale Differenzierung
- Diversifizierung der Mobilität (ÖPNV, Rad Allgäu mobil, Sharing Gemeinschaften)
- Nutzung von Digitalisierungsmöglichkeiten
- Nachhaltigkeit im Mobilitätsangebot stärken
- Touristisches Mobilitätskonzept für Tages- und Übernachtungsgäste, Anreise, Aufenthalt, Abreise einbinden
- Intermodale Konzepte: E-Mobilität, Sharing-Konzepte, Ladestationen
- Optimale Schienenanbindung A, M, KE
- Touristische Leit- und Informationssysteme auf Basis Breitbandausstattung





Zusammenfassung

Die Bestandsaufnahme wurde wiederum bestätigt.

Im Handlungsfeld Digitalisierung wurde auf der Zielebene festgehalten, dass es keine Alternative gibt, jedoch der Aspekt der Konnektivität mehr im Vordergrund stehen soll, anstatt einer „Überdigitalisierung“. Zunächst soll der konkrete Bedarf ermittelt werden und dann ggf. landkreisweite Aktivitäten gestartet werden. Auf jeden Fall müssen die Gästebedürfnisse im Vordergrund stehen.

Im Handlungsfeld Mobilität ist das Kernthema die „Qualität des Ankommens und sich Bewegens“ sowie barrierefreie und auch grenzüberschreitende Lösungen mit einer regionalspezifischen Differenzierung stehen im Zentrum.

Konkrete Projektansätze

Projektidee	Träger/Kümmerer	Empfehlungen PROJECT M
Regionales Mobilitätskonzept	Landkreis Ostallgäu mit Partnern WTZ, Netzwerk allgäu <i>mobil</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Integriertes Gesamtkonzept statt Einzellösung ➤ Einbindung aller Mobilitätsformen, Modalsplit ➤ Schnittstelle zu Besucherlenkung- und Leitsystem entwickeln ➤ Intensive Einbindung der Kommunen, Verkehrsträger, sonstige Mobilitätsanbieter etc. ➤ Fokus Einheimische und Unternehmen vor Ort ➤ Schaffung verkehrsfreier Räume ➤ Shuttlelösungen, Parkraumbewirtschaftung etc. abgestimmt entwickeln ➤ Barrierefreiheit gewährleisten, insb. im ÖPNV ➤ Umsetzungsorientierte Fördermöglichkeiten von Anfang an beachten, Modellprojektentwicklung, frühzeitige Einbindung der relevanten Ministerien
Konnektivität & Digitalisierung	Landkreis Ostallgäu	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Digitale Strategie auch für den Tourismus und darüber hinaus ➤ Effizienzsteigerungen und Kooperationspotenziale durch Big Data nutzen ➤ Erfassung der digitalen Reife und Anforderungen der Region (Kommunen, Leistungsanbieter, TIs, etc.) ➤ Gästebedürfnisse stehen im Mittelpunkt, Digitalisierung als Mittel zum Zweck (nicht Selbstzweck) ➤ Digitale Kompetenz auf- und ausbauen (Qualifizierung, Schulungen, Veranstaltungen, Best Practices, Erfahrungsaustausch, etc.)





Die Moderatoren von Project M erläutern die Ergebnisse aus der Werkstattarbeit.





Landrätin Rita Maria Zinnecker bedankt sich bei den Teilnehmern.

Wie geht es weiter?

Die Ergebnisse der Werkstattarbeit des Tourismusforums 2018 dienen zur Erstellung eines Maßnahmenpapiers mit konkreten Umsetzungs- und Projektideen für die gemeinsame und nachhaltige Entwicklung des Landkreises Ostallgäu. Stichwort: Qualitätstourismus.

Ziel: Regionales Gesamtkonzept. Tourismus ist Teil des Wirtschaftsraums Ostallgäu und wird als Teilkonzept in die bereits vorhandene Wirtschaftsvision 2036 des Landkreises Ostallgäu eingebunden werden. Der Wirtschaftsbeirat hat in seiner Vision fünf Stellschrauben identifiziert, die im Forum vorgestellt wurden und an denen wir drehen wollen, um den Landkreis Ostallgäu bis 2036 zu einem der erfolgreichsten ländlichen Wirtschaftsräume Deutschlands zu machen. Diese Stellschrauben können auch für den Tourismus angewandt werden und die Vision wird um die touristischen Anforderungen ergänzt. Der Wirtschaftsbeirat soll mit Tourismusfachleuten erweitert werden.

2019 werden die Umsetzungs- und Projektideen vertieft, genauer definiert, strukturiert und gewichtet. Es wird geprüft, welche Themen bereits in anderen Projekten bearbeitet werden, wo sich Synergieeffekte ergeben können und was schnell, mittelfristig oder langfristig umsetzbar ist. Weitere Workshops oder Runde Tische werden die Themen weitertreiben. Die Teilnehmer der letzten Jahre werden wieder eingebunden. Beim Tourismusforum am 06. November 2019 werden erste Ergebnisse präsentiert, wo nötig, laufende Projekte vertieft oder neue Themen aufgegriffen. Schwerpunkte ergeben sich aus der laufenden Entwicklung.

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Name	Vorname	Ort / Institution
Adam	Matthias	KönigsCard Betriebs GmbH
Angl	Helmut	Bürgermeister Lechbruck am See
Babel	Herbert	Berghof Babel, Wald
Barnsteiner	Thea	Bürgermeisterin Görisried
Berktoold	Markus	Bürgermeister Seeg
Bez	Elena	Lerch Genuss
Böck	Tanja	Tourist Information Roßhaupten
Bode	Petra	Staatliche Berufsschule Ostallgäu
Brandl	Thomas	Landratsamt Ostallgäu – Büro der Landrätin
Burkart	Irmengard	Gästeinformation Halblech
Däubler	Peter	Landratsamt Ostallgäu – Kreisentwicklung
Dietz-Hofmann	Gudrun	Landschaftsarchitektin, Irsee
Dikkaya-Kaufmann	Bilgi	Citymanagerin Stadt Kaufbeuren
Dopfer	Angelika	Touristikbüro Eisenberg
Dopfer	Sandra	Tourist Information Seeg
Dopfer	Xaver	3. Bürgermeister Hopferau
Eberle	Irmgard	Bauern- und Ferienhof Hirsch, Rückholz
Egenter	Stefan	Allgäu GmbH
Eggensberger	Andreas	Biohotel Eggensberger, Hopfen am See
Endhardt	Franz	Vorstandsmitglied Kreis- und Stadtparkasse Kaufbeuren
Flaßhoff	Wiebke	Landratsamt Ostallgäu – Tourismus
Fredlmeier	Christa	CF Tourismus
Fredlmeier	Stefan	Füssen Tourismus und Marketing
Frei	Robert	Landratsamt Ostallgäu – Tourismus
Fröhle	Andrea	Füssen Tourismus und Marketing
Furuno	Agnes	Pro Allgäu GmbH & Co. KG
Gansloser	Heiko	bergaufland Ostallgäu e. V.
Gansloser	Katrin	Landratsamt Ostallgäu – Tourismus
Gayer-Lesti	Florian	architekturforum allgäu e. V.
Glowalla	Kerstin	Ludwigs Festspielhaus
Gries	Sebastian	PROJECT M
Häberlein	Sabine	AELF Kaufbeuren
Hager	Karina	Stadt Füssen – Kultur
Hannig	Wolfgang	Zweiter Bürgermeister Marktoberdorf
Häusserer	Gabi	Tourist Information Roßhaupten
Heck	Peter	Chalet Edelweiß, Pfronten
Hegedüs	Manfred	Vorstandsvorsitzender Sparkasse Allgäu
Heidrich	Philipp	Stadt Marktoberdorf
Hennemann	Thomas	Gebietsbetreuer Südliches Ostallgäu
Hiller	Anja	KönigsCard Betriebs GmbH
Hiltensperger	Anke	Füssen Tourismus und Marketing
Hofer	Herbert	Bürgermeister Pforzen
Holzmann	Angelika	Via Claudia Camping, Lechbruck am See
Holzmann	Gertrud	Tourismusbüro Rieden am Forggensee
Horx	Tristan	Zukunftsinstitut
Iacob	Paul	Bürgermeister Füssen
Jäkel	Ulf	Vorstand Kaufbeuren Tourismus- und Stadtmarketing e. V.
Jarosch	Detlef	PROJECT M
Jentsch	Christiane	Regionalverkehr Allgäu GmbH

Name	Vorname	Ort / Institution
Joa	Waltraud	Beauftragte des Landkreises Ostallgäu für Menschen mit Handicap
Joas	Pirmin	Nesselwang Marketing GmbH
Jörg	Ursula	Tourist Information Roßhaupten
Karle	Birgit	Ludwigs Festspielhaus
Kempter	Sabrina	Tourist Information Lechbruck am See
Klughammer	Carolin	Walderlebniszentrum Ziegelwies
Knacker	Julian	Pfronten Tourismus
Köpf	Petra	Tourist Information Schwangau
Kübler	Mona	Staatliche Berufsschule Ostallgäu
Lachmair	Belinda	Ludwigs Festspielhaus
Linder	Angelika	Gästeinformation Hopferau
Mayerhofer	Alexander	Werbegemeinschaft Füssen e. V.
Mayr	Bettina	Tourismusbüro Rieden am Förgensee
Mühlburger	Sonja	Förgensee-Schiffahrt Füssen
Pacholke	Jennifer	Touristikbüro Marktoberdorf
Picierro	Angelo	Kreis- und Stadtparkasse Kaufbeuren
Pihusch	Thomas	Bürgermeister Roßhaupten
Prudlo-Möblein	Marie Luise	BdS Ortsverband Füssen
Ridder	Verena	Kaufbeuren Tourismus- und Stadtmarketing e. V.
Rietzler	Manfred	Ludwigs Festspielhaus
Rinke	Stefan	Bürgermeister Schwangau
Rösner	Ingrid Yasha	musenkuss & funkenflug
Sambeth	Michael	Kreis- und Stadtparkasse Kaufbeuren
Schabel	Eva-Maria	Gästeinformation Hopferau
Schall	Michael	Sparkasse Allgäu
Scheidler	Ella	Hochtour-Reisen, Pfronten
Schneider	Thomas	Sparkasse Allgäu
Schranz	Dirk	Förgensee-Schiffahrt Füssen
Schröck	Franz G.	architekturforum allgäu e. V.
Schubert	Jan	Pfronten Tourismus
Schweikart	Carmen	Landratsamt Ostallgäu – Tourismus
Schweinberger	Josef	Bürgermeister Buchloe
Schweitzer	Lena	KönigsCard Betriebs GmbH
Seyfried	Frank	Tegelbergbahn GmbH & Co. KG
Söhnen	Ralph	Feriendörfer Reichenbach & Weißensee
Sommer	Wolfgang	Wellnesshotel Sommer, Füssen
Speck	Ralf	Alpspitzbahn Nesselwang GmbH & Co. KG
Stoiber	Michael	Unterallgäu Aktiv GmbH
Waldmann	Michaela	Bürgermeisterin Pfronten
Weber	Ulrike	IHK Schwaben – Tourismus
Weeber	Dr. Felicitas	Via Claudia Camping, Lechbruck am See
Wegenast	Ramona	Mod-Festivals, Marktoberdorf
Weiß	Inge	Bürgermeisterin Rieden
Windbühler	Sarah	Allgäu GmbH
Wölflle	Johanna	KönigsCard Betriebs GmbH
Zasche	Andreas	Landratsamt Ostallgäu – Naturschutz
Zehnpfennig	Simone	Allgäu GmbH
Zellhuber	Thomas	Ludwigs Festspielhaus
Zielke	Anna	Hotel Weitblick Allgäu, Marktoberdorf
Zinnecker	Maria Rita	Landrätin

Impressum

Tourismusforum 2018 – Dokumentation

Herausgeber:

Landkreis Ostallgäu

Schwabenstraße 11

87616 Marktoberdorf

www.tourismusforum-schlosspark.de

Fotos:

Veranstaltungsfotos / Workshops: Landkreis Ostallgäu, Tourismusverband Ostallgäu e. V., Marktoberdorf, Project^M München

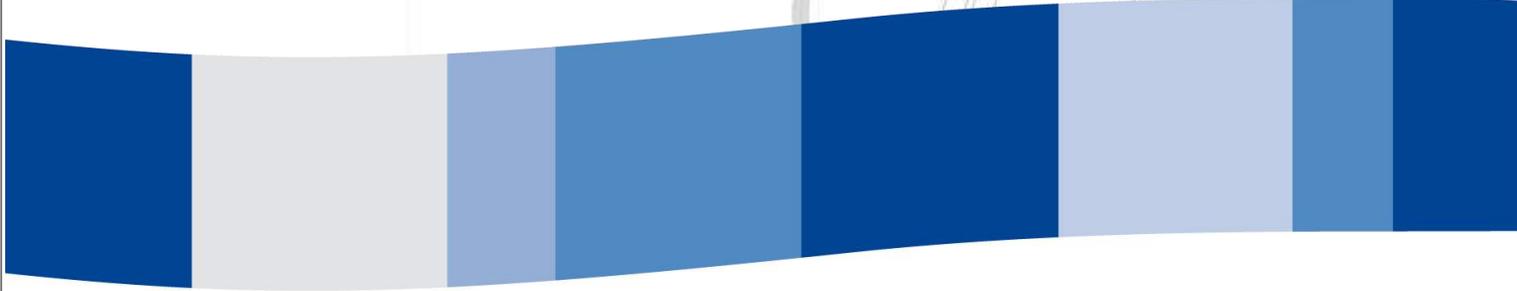
Titelseite: Tourismusverband Ostallgäu e.V. / Christian Greither

Seite 13: Tristan Horx, Zukunftsinstitut

Seite 15: shutterstock.com / Aunyaluck



Die Teilnehmer des Tourismusforums 2018 auf der Bühne des Festspielhauses.



Landkreis Ostallgäu
Schwabenstraße 11 • 87616 Marktoberdorf
Tel. 08342 911-506 • tourismus@ostallgaeu.de