

Allgäu®



Landkreis  
Ostallgäu



# TOURISMUS STRATEGIE

für den Landkreis Ostallgäu und  
den Erlebnisraum Schlosspark

## Auftraggeber



### Landkreis Ostallgäu

Landkreis Ostallgäu  
Landrätin Maria Rita Zinnecker  
Schwabenstraße 11  
87616 Marktoberdorf  
www.ostallgaeu.de

## Erstellt durch PROJECT<sup>M</sup>

PROJECT M GmbH  
Büro München  
Landsberger Straße 392  
81241 München  
Tel. 089 614 66 08 0  
Fax 089 614 66 08 5  
E-Mail: muenchen@projectm.de  
www.projectm.de

## Layout

2bex Design+Konzept,  
Kaufbeuren

### Lesehinweis „Gendergerechte Sprache“:

Aus Lesbarkeitsgründen wird im vorliegenden Bericht die männliche Sprachform verwendet. Hiermit ist keine Benachteiligung des weiblichen Geschlechts verbunden. Die sprachliche Vereinfachung ist als geschlechtsneutral zu verstehen.

# Impressum

# Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

die Corona-Pandemie stellt auch den Tourismus im Ostallgäu vor nie gekannte Herausforderungen. Seit Monaten sehen wir ein teils vollständiges Erliegen des Tourismus. Gleichzeitig gab es insbesondere im Sommer 2020 Nachfragesteigerungen, die Betriebe, Orte, touristische Akteure, aber auch unseren sensiblen Naturraum an die Grenzen der Belastbarkeit geführt haben.

Unsere Tourismusstrategie wurde durch die touristischen Akteure des Ostallgäus gemeinsam bereits vor der Corona-Pandemie erstellt und wir erkennen, dass wir mit dem Strategieprozess schon 2019 die richtigen Weichen gestellt haben. Denn was wir heute sehen, ist vor allem eine durch Corona ausgelöste deutliche Beschleunigung langfristiger Entwicklungen und Trends im Ostallgäuer Tourismus und weit darüber hinaus. Diese Beschleunigung legt die Verwundbarkeit der Tourismusbranche an vielen Stellen offen.



Daher ist diese gemeinsame Tourismusstrategie für den Landkreis Ostallgäu und den Erlebnisraum Schlosspark zukünftig wichtiger denn je. Das haben wir erkannt und uns auf den Weg gemacht. Mit einer klaren Strategie für den Erlebnisraum Schlosspark – dem Handlungsleitfaden Erlebnisraumdesign Ostallgäu und dem Kommunikationskonzept – sind wir beispielhaft im Allgäu. Einen weiteren wichtigen Schritt machen wir nun mit einer eigenen Tourismusstrategie mit Blick auf den Lebens-, Wirtschafts- und Urlaubsraum. Die Konzepte geben der Region ein ganz klares und starkes Profil, sie geben die Richtung vor und bieten Orientierung! Sie helfen, die weitreichenden Folgen der Corona-Pandemie zu überwinden und unser Ostallgäu und den Tourismus resilienter zu machen.

Die Tourismusstrategie berücksichtigt bereits vorhandene Strategien wie die Marken- und Destinationsstrategie Allgäu 2030, die Lokale Entwicklungsstrategie (LES) der Lokalen Aktionsgruppe bergaufland Ostallgäu e.V., die Zukunftsvision 2036 für den Wirtschaftsraum Ostallgäu, den Handlungsleitfaden Erlebnisraumdesign Ostallgäu und das Kommunikationskonzept Schlosspark. Neben der Antwort auf die Frage, weshalb wir Tourismus im Ostallgäu wollen und machen, haben wir für die Strategie auch eine starke und eindeutige Vision formuliert, die das höchste gemeinsame Ziel des Tourismus im Ostallgäu wiedergibt. Darüber hinaus wurde die bereits im Rahmen des Kommunikationskonzepts erarbeitete Mission übernommen und in den Mittelpunkt gerückt. Der Strategie wurden ganz klar formulierte Leitlinien zugrunde gelegt wie beispielsweise nachhaltiges und konsequentes Handeln, qualitative Entwicklung, Mut, das Stärken der Stärken und kooperatives Arbeiten. Wir verfolgen ganz klar das Ziel eines Qualitätstourismus: Qualität hat für uns immer Vorrang vor Quantität!

Ich bedanke mich bei allen Beteiligten für die äußerst konstruktive, aktive Mitarbeit und ihr großes Engagement zur gemeinsamen Entwicklung und Erarbeitung der Tourismusstrategie. Die große Aufgabe liegt jetzt vor uns. Wir alle müssen zusammenarbeiten und die Strategie konsequent umsetzen, evaluieren und fortschreiben. Erste Projekte und Projektideen, Maßnahmen und Initiativen wurden bereits herausgearbeitet und stehen auch mit Corona in den Startlöchern für die kommenden Jahre. Es gilt nun, gemeinsam an einem Strang in dieselbe Richtung zu ziehen, um den Landkreis Ostallgäu und den Erlebnisraum Schlosspark nachhaltig und zielgerichtet weiterzuentwickeln und voranzubringen.

Dabei sind alle von uns gefordert, um sowohl für Einheimische als auch für Gäste die Mission zu erfüllen: „Wir schaffen Momente, die das Herz berühren und das Leben bereichern.“

Ihre Landrätin

*Maria Rita Zinnecker*  
Maria Rita Zinnecker

# Mitwirkende und verantwortliche Akteure

Folgende Personen haben die Entwicklung der Tourismusstrategie Ostallgäu und Erlebnisraum Schlosspark tatkräftig unterstützt und verantwortlich begleitet. Die federführende Koordination oblag dem Landkreis Ostallgäu als Auftraggeber.

## Landkreis Ostallgäu

Fachbereich Z4 Tourismus /  
Tourismusverband Ostallgäu e.V.  
Robert Frei  
Katrin Gansloser  
Wiebke Flaßhoff

Fachliche Beratung und Begleitung sowie Moderation durch:

## PROJECT M GmbH

Sebastian Gries // Projektleiter, Senior Consultant  
Christian Heck // Projektteam, Junior Consultant

Darüber hinaus waren folgende Personengruppen am Erarbeitungsprozess der Tourismusstrategie für den Landkreis Ostallgäu und den Erlebnisraum Schlosspark beteiligt, denen an dieser Stelle nochmals besonderer Dank gilt:

## Steuerungsgruppe:

Die Steuerungsgruppe wurde im Rahmen der Auftaktwerkstatt und der Redaktionssitzung eingebunden. Sie war lenkendes Gremium und traf die richtungsweisenden strategischen Entscheidungen über Ausrichtung, Charakter und Gestaltung des Entwicklungsprozesses zur Tourismusstrategie.

## Touristische Akteure und Stakeholder:

Die touristischen Akteure und Stakeholder des Ostallgäus waren maßgeblich an der Erarbeitung der Inhalte der vorliegenden Strategie beteiligt. In einer gemeinsamen Strategiewerkstatt wurde mit dieser Personengruppe Antrieb, Vision, strategische und operative Ziele, Handlungsfelder sowie die dazugehörigen Maßnahmen und Projekte erarbeitet.

Eine detaillierte Übersicht der Experten finden Sie im Anhang.

<b>Vorwort .....</b>	<b>3</b>
<b>1. Ausgangssituation und Rahmenbedingungen.....</b>	<b>6</b>
1.1 Ausgangslage, Aufgabenstellung und Zielsetzung.....	7
1.2 Hintergrund und Einordnung der Tourismusstrategie .....	8
1.3 Entwicklungsprozess .....	10
<b>2. Statusbestimmung des Tourismus im Ostallgäu .....</b>	<b>12</b>
<b>3. Stärken und Schwächen .....</b>	<b>19</b>
<b>4. Tourismusstrategie .....</b>	<b>22</b>
4.1 Antrieb und Vision.....	24
4.2 Positionierung.....	25
4.3 Strategische Ziele .....	26
4.4 Handlungsfelder und operative Ziele .....	27
4.5 Gemeinsame Leitlinien.....	31
4.6 Tourismusstrategiekarte Ostallgäu und Erlebnisraum Schlosspark.....	32
<b>5. Umsetzungsplan .....</b>	<b>36</b>
5.1 Top-10-Projekte aus dem Strategieprozess.....	39
5.2 Freiraum für eigene Projekte und Ideen.....	45
5.3 Umsetzungsplan - konkrete nächste Schritte .....	46
<b>6. Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>48</b>
<b>7. Anhang .....</b>	<b>50</b>
7.1 Mitglieder der Steuerungsgruppe.....	50
7.2 Teilnehmer der Strategiewerkstatt .....	51

# 1. Ausgangs- situation und Rahmen- bedingungen

## 1.1 Ausgangslage, Aufgabenstellung und Zielsetzung

### Corona als Verstärker und Katalysator

Die vorliegende Tourismusstrategie wurde 2019 von den touristischen Akteuren des Ostallgäus als Zukunftsstrategie für den Landkreis und den Erlebnisraum Schlosspark erstellt.  
– 2019 – das war das Jahr vor Corona. –

Seither hat sich vieles schlagartig verändert. Reisen sind heute – Anfang 2021 – nur eingeschränkt möglich. Hotels, Restaurants, Ferienwohnungen, Hütten, Geschäfte, Bergbahnen und viele weitere Leistungen, die das Angebot des Ostallgäus für Gäste und Einheimische so sehr prägen und attraktiv machen, sind geschlossen. Übernachtungsgäste bleiben aus. Betriebe fürchten um ihre Existenz, Mitarbeiter um ihre Arbeitsplätze. Gleichzeitig stauen sich auf den Straßen des Ostallgäus die Autos der Tagesausflügler aus den nahen Ballungsräumen mehr denn je.

In dieser neuen und schwierigen Situation haben sich die Tourismusverantwortlichen des Landkreises und des Tourismusverbands Ostallgäu e.V. die Frage gestellt, ob die vorliegende Tourismusstrategie überhaupt noch richtig ist. Gibt die erarbeitete Tourismusstrategie vor der veränderten Ausgangslage heute noch die richtigen Antworten zur Zukunftsentwicklung des Tourismus und kann sie als gemeinsamer Handlungsrahmen zur Weiterentwicklung des Ostallgäus und des Erlebnisraums Schlosspark für alle touristischen Akteure dienen?

– Ja. Das tut sie. –

Denn „was wir sehen, ist die durch Corona ausgelöste deutliche Beschleunigung langfristiger Entwicklungen und Trends. Diese Beschleunigung legt Versäumnisse und die Verwundbarkeit der Tourismusbranche schonungslos offen. Wir werden uns noch lange Zeit damit beschäftigen müssen, welche Lehren zu ziehen sind und wie wir zu einem deutlich resilienteren Tourismus kommen und etwa den Massentourismus intelligenter und verträglicher steuern.“ (Andreas Reiter, Zukunftsforscher und Gründer des ZTB Zukunftsbüros Wien in „Wie Corona den Tourismus verändert – Ein Blick auf das Jahr 2021 und die Zeit danach.“; tourismusperspektive.com (2021))

Diese langfristigen Entwicklungen sowie die Schwachstellen im Tourismus im Ostallgäu haben die Beteiligten im Prozess zur vorliegenden Tourismusstrategie bereits 2019 erkannt und die richtigen Schlussfolgerungen gezogen. Deshalb haben sich die Verantwortlichen nach umfassender Prüfung und gerade wegen der aktuellen Corona-Pandemie dazu entschlossen, diese Tourismusstrategie als gemeinsamen Handlungsplan aller Tourismusakteure im Ostallgäu weiter zu verfolgen, zu veröffentlichen und kontinuierlich weiterzuentwickeln.

### Zielsetzung der Tourismusstrategie

Die Strategie setzt dabei die Leitplanken für zukünftige Entscheidungen und steuert unter anderem die Ausrichtung wichtiger Zusammenarbeits- und Organisationsprozesse, die Umsetzung touristischer Infrastrukturmaßnahmen, das Vorgehen bei Produktentwicklungsprozessen

sowie den nachhaltigen Umgang mit dem Natur- und Kulturerbe des Ostallgäus. Sie ist ein Entwicklungsrahmen des täglichen Handelns der touristischen Akteure im Landkreis Ostallgäu.

Des Weiteren werden mit der Strategie die vielen gemeinsamen und unterschiedlichen Interessen im Tourismus koordiniert, Schwerpunkte gesetzt und eine neue Qualität in allen Bereichen geschaffen. Ziel ist die Erzeugung einer positiven und gesteuerten Eigen- dynamik zur Weiterentwicklung des Tourismus im Ostallgäu durch touristische wie auch nicht touristische Akteure, Gäste wie auch Einheimische.

## 1.2 Hintergrund und Einordnung der Tourismusstrategie

### Tourismus als zentraler Faktor für Standort- und Lebensqualität

Der Tourismus liefert neben seinen positiven ökonomischen Effekten einen zentralen Beitrag zur Qualität des Lebensraums und Standorts Ostallgäu. So steigert er beispielsweise die Bekanntheit und verbessert das Image der Region Ostallgäu und trägt zur qualitativen Stärkung der Destination als attraktiven Arbeitsort bei. Ebenso generiert er Arbeitsplätze, fördert die Ansiedlung von Unternehmen und begünstigt die Gewinnung qualifizierter Fach- und Arbeitskräfte. Einheimische profitieren ebenso wie Gäste von den vorhandenen touristischen Infrastrukturen wie beispielsweise Rad- und Wanderwegen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Bergbahnen, Schwimmbädern, Sporteinrichtungen und Gastronomieangeboten, welche sich allesamt positiv auf den Freizeitwert und die Lebensqualität im Ostallgäu auswirken.

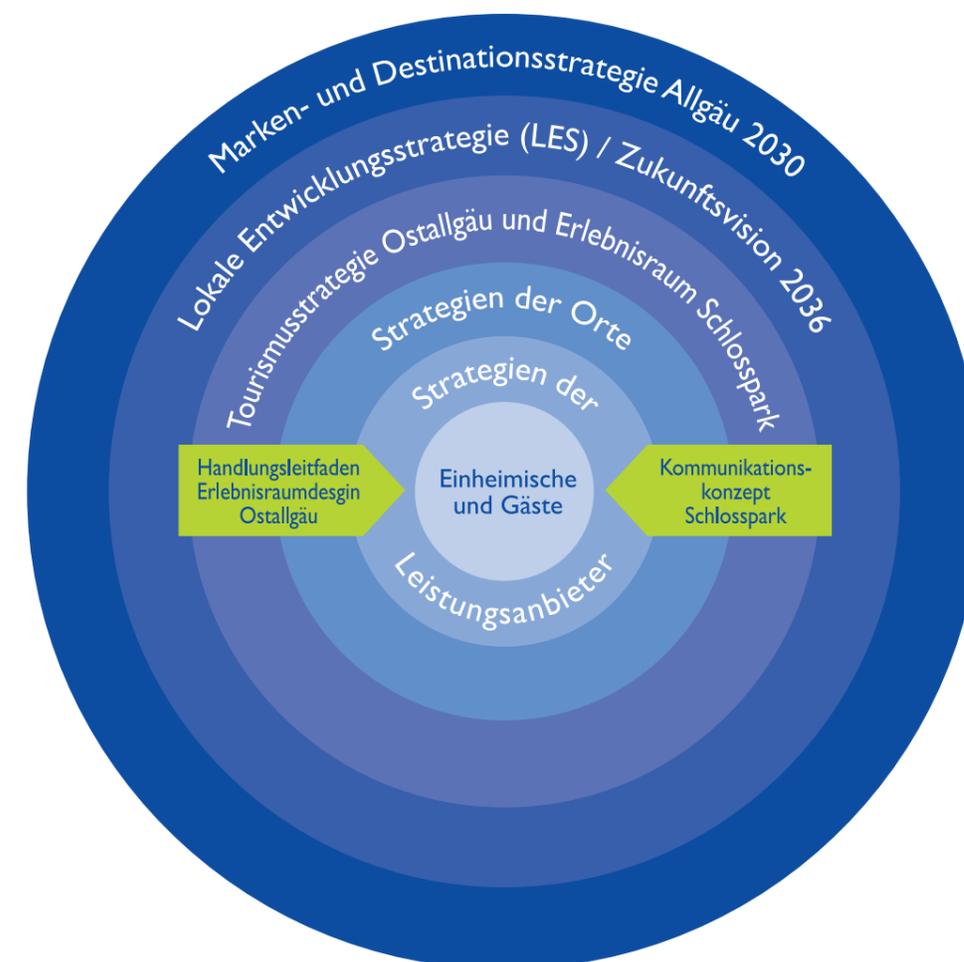
Durch die Ausschöpfung der positiven Effekte aus dem Tourismus soll sich auch die einheimische Bevölkerung in hohem Maße mit ihrem Lebensraum als Tourismusregion identifizieren. Ein spürbares positives Tourismusbewusstsein bei Einheimischen, touristischen Akteuren und politischen Entscheidern, welches wiederum Grundlage für eine vertrauensvolle, kooperative und transparente Zusammenarbeitskultur ist, stößt weitere Entwicklungen an. Die positive Grundeinstellung zum Tourismus wird damit zu einer wesentlichen Voraussetzung, um die Weiterentwicklung des Ostallgäus als attraktiven und qualitativ hochwertigen Lebens-, Arbeits- und Urlaubsraum für Einheimische und Gäste gleichermaßen gewährleisten und realisieren zu können.

### Einordnung der Tourismusstrategie Ostallgäu und des Erlebnisraums Schlosspark

Die Tourismusstrategie für das Ostallgäu und den Erlebnisraum Schlosspark wird damit zum Teil einer Kaskade der Lebensraum- und Standortentwicklung. Sie gibt die Leitlinien der Entwicklung des Tourismus im Ostallgäu und des Erlebnisraums Schlosspark vor und operationalisiert die „übergeordneten“ Strategien des Allgäus und der Zukunftsvision 2036 für den Wirtschaftsraum Ostallgäu. Diese geben bereits richtungweisende Grundlagen für die Weiterentwicklung des Landkreises Ostallgäu zu einem hochattraktiven Lebens-, Arbeits- und Urlaubsraum vor. An dieser Stelle sind insbesondere die Marken-

und Destinationsstrategie Allgäu 2030 der Allgäu GmbH, die Zukunftsvision 2036 für den Wirtschaftsraum Ostallgäu des Ostallgäuer Wirtschaftsbeirats sowie die Lokale Entwicklungsstrategie (LES) der LAG „bergaufland Ostallgäu e.V.“ hervorzuheben. Des Weiteren sind der Handlungsleitfaden Erlebnisraumdesign Ostallgäu und das Kommunikationskonzept für den Schlosspark zu nennen. Sie bilden die zentralen Anknüpfungspunkte für die weitere touristische Entwicklung im Ostallgäu und sind damit eng mit der angestrebten Steigerung der Standort- und Lebensqualität im gesamten Landkreis verbunden. Um die Synchronisation dieser Strategien mit der vorliegenden Tourismusstrategie sicherzustellen, wurden deren Inhalte im Rahmen des Entwicklungsprozesses eingeordnet und auf den Tourismus im Ostallgäu heruntergebrochen. In der Tourismusstrategie Ostallgäu und Erlebnisraum Schlosspark finden sich daher zahlreiche Themen und Inhalte aus den benannten Konzepten und Strategien wieder. Die Tourismusstrategien der Ostallgäuer Orte sollen in einem darauffolgenden Schritt, wo noch nicht erfolgt, mit den übergeordneten Strategien und Konzepten harmonisiert und auf die gleichen Zielsysteme ausgerichtet werden. Darüber hinaus bilden sie den Rahmen für die Weiterentwicklung der touristischen Leistungsanbieter.

Abbildung 1: >  
Einordnung der  
Tourismusstrategie  
Ostallgäu und  
Erlebnisraum  
Schlosspark in  
das strategische  
Rahmenwerk



Die Strategien bilden vom äußeren zum inneren Ring einen Rahmen. Sie bauen von außen nach innen aufeinander auf und bilden ein gemeinsames Zielsystem mit Fokus auf die Einheimischen und Gäste. Von innen nach außen sollen die Strategien der Leistungsträger und der Orte konkretisiert und mit den übergeordneten Strategien harmonisiert und operationalisiert werden.

## 1.3 Entwicklungsprozess

### Der Prozess zur Erarbeitung der Tourismusstrategie

Auf Basis von Aufgabenstellung, bisherigen Vorarbeiten (insbesondere im Rahmen des Tourismusforums 2018), Zielsetzung und Rahmenbedingungen haben sich eindeutige Anforderungen für den Erarbeitungsprozess der Tourismusstrategie Ostallgäu und Erlebnisraum Schlosspark ergeben.

Konkret wurden im Prozess folgende Schritte durchgeführt:

- Bestandsaufnahme und Status-Quo (qualitativ/quantitativ)**  
 Im Zuge der Bestandsaufnahme wurden vorliegende Strategien, Konzepte, Dokumente, Ergebnisdokumentationen und Tourismusstatistiken analysiert sowie Experteninterviews mit touristischen Akteuren des Ostallgäus durchgeführt und ausgewertet.
- Benchmarks und Best-Practices**  
 Die Analyse von Benchmarks und Best-Practices fokussierte sich auf die Identifikation von Lösungsansätzen in Bezug auf die identifizierten Herausforderungen des touristischen Status-Quo im Ostallgäu.
- Expertengespräche**  
 Um wichtige Hintergrundinformationen und Einschätzungen zur touristischen Ist-Situation im Ostallgäu zu erlangen, wurden im Sommer 2019 zusätzlich insgesamt 15 Interviews mit touristischen Akteuren und Stakeholdern des Ostallgäus durchgeführt. Diese Akteure und Stakeholder waren größtenteils nicht intensiv und kontinuierlich in den Prozess zur Strategieentwicklung eingebunden. Daher wurden die ausgewerteten Ergebnisse aus den Gesprächen mit ihnen im weiteren Strategieprozess berücksichtigt.
- Stärken-Schwächen-Profil des Tourismus im Schlosspark**  
 Das Stärken-Schwächen-Profil wurde auf Grundlage der Ergebnisse der Bestandsaufnahme und den Experteninterviews erstellt. Es stellt zusammenfassend die Stärken und Schwächen des Tourismus im Ostallgäu in übersichtlicher Art und Weise dar.
- Strategiewerkstatt**  
 Die Strategiewerkstatt diente der Erarbeitung der zentralen Inhalte der Tourismusstrategie. In der Strategiewerkstatt wurden unter Beteiligung zahlreicher Ostallgäuer Tourismusakteure Antrieb, Vision, strategische und operative Ziele, Handlungsfelder sowie Maßnahmen und Projektideen erarbeitet.

- Redaktionssitzung**

In der Redaktionssitzung wurde die erarbeitete Tourismusstrategie im Entwurf gemeinsam mit der Steuerungsgruppe diskutiert, überarbeitet und nachgeschärft.

- Abschlusspräsentation**

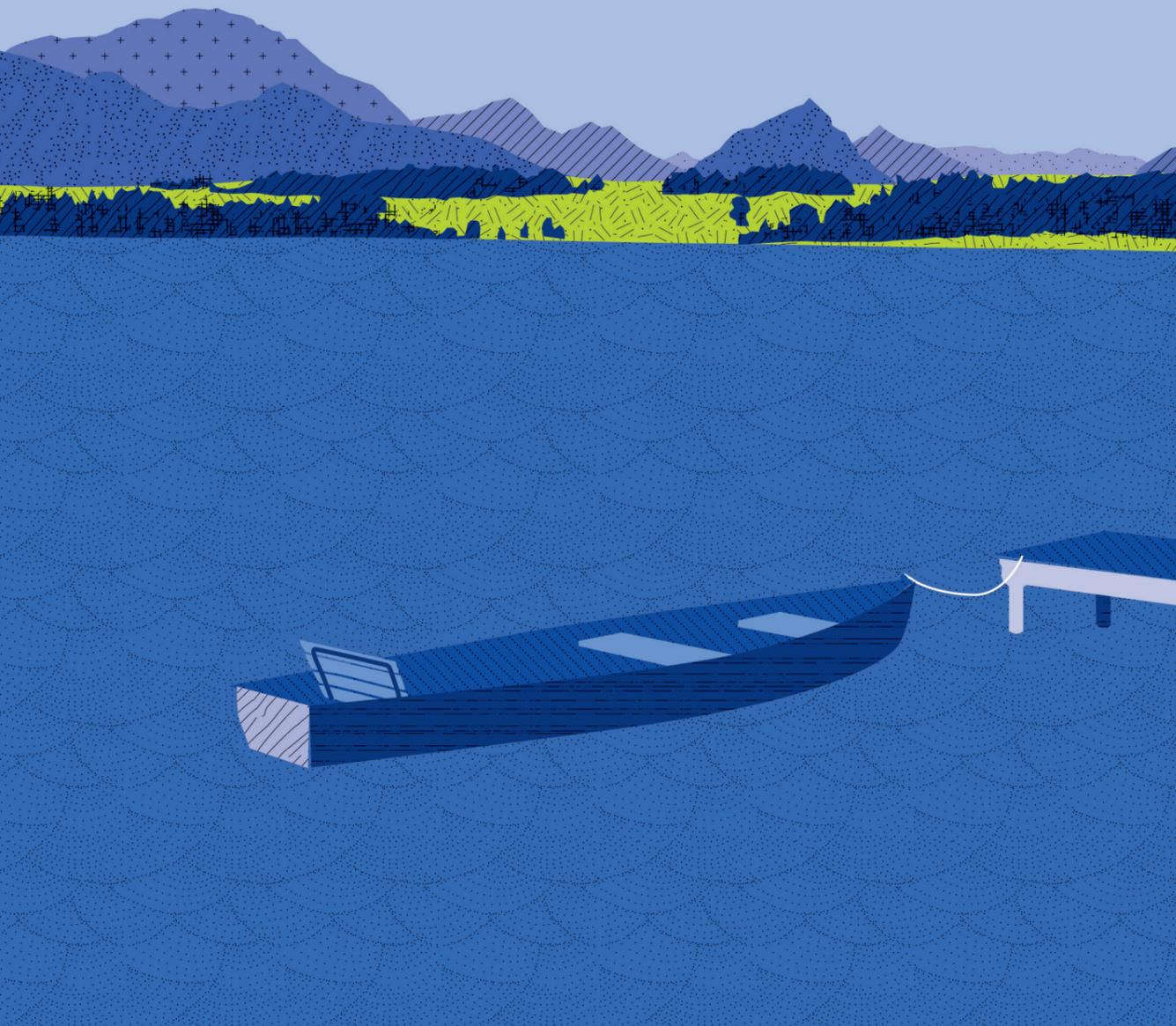
Die Präsentation der Tourismusstrategie erfolgte im Rahmen des Tourismusforums 2019.

Alle für die Strategie relevanten, im Prozess erarbeiteten Inhalte wurden schließlich in der Tourismusstrategiekarte zusammengeführt. Sie stellt die strategischen Grundlagen für die künftige Tourismusentwicklung in übersichtlicher Weise dar und soll touristischen Akteuren, Einheimischen und politischen Entscheidern einen klar definierten Rahmen für ihr zukünftiges Handeln bieten.

Abbildung 2: >  
Strategieprozess  
im Überblick

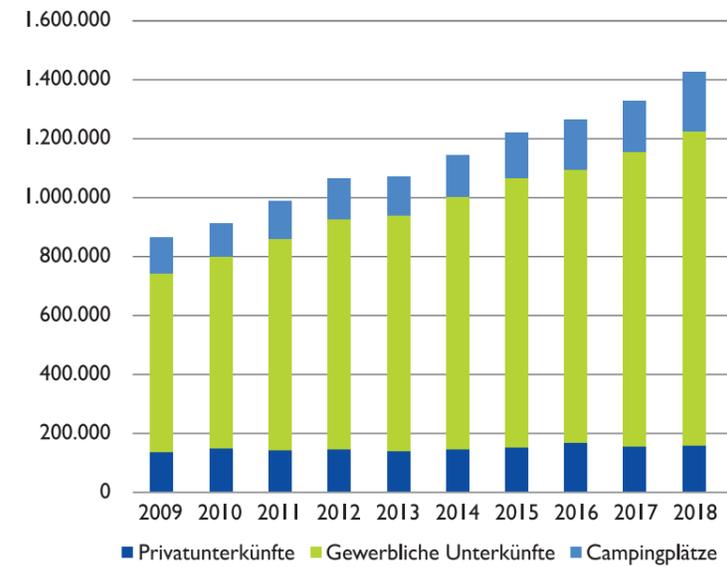


# 2. Statusbestimmung des Tourismus im Ostallgäu



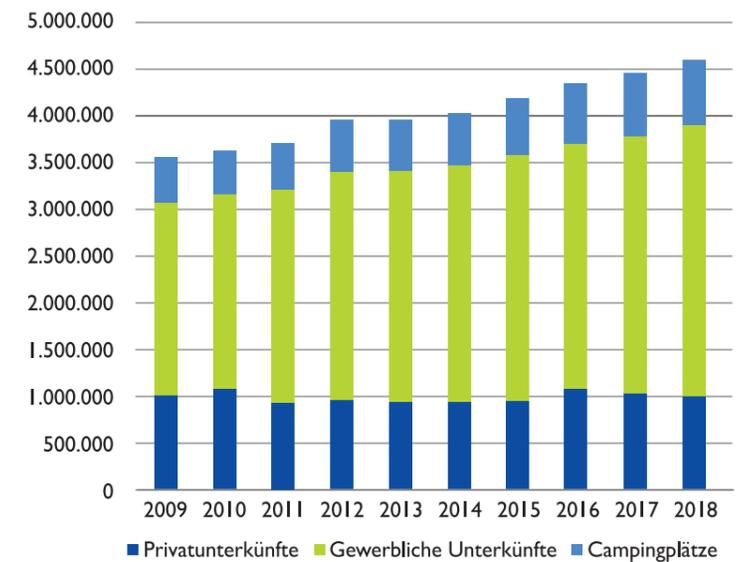
## Quantitative Entwicklung des Tourismus im Ostallgäu

Die statistischen Zahlen belegen eine deutlich positive touristische Entwicklung im Ostallgäu: Zwischen 2009 und 2018 haben sich die Ankünfte im Ostallgäu um ca. 65 Prozent, die Übernachtungen um ca. 25 Prozent erhöht. Der größte Zuwachs ereignete sich insbesondere in den gewerblichen Unterkünften.



< Abbildung 3 A: Entwicklung der Ankünfte in den Mitgliedsgemeinden des Tourismusverbands Ostallgäu e.V. im Zeitraum 2009 bis 2018 (Quelle: Tourismusverband Ostallgäu e.V.)

Abbildung 3 B: > Entwicklung der Übernachtungen in den Mitgliedsgemeinden des Tourismusverbands Ostallgäu e.V. im Zeitraum 2009 bis 2018 (Quelle: Tourismusverband Ostallgäu e.V.)



Auch im regionalen Vergleich weist das Ostallgäu eine überdurchschnittliche Entwicklung auf. Lediglich bei der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer der Gäste schneidet das Ostallgäu mit einer Aufenthaltsdauer von 2,9 Tagen im Destinationsvergleich etwas schlechter ab.

Destination	Entwicklung der Ankünfte	Entwicklung der Übernachtungen	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer
Landkreis Ostallgäu	+ 7,6 %	+ 6,7 %	+ 2,9 Tage
Landkreis Oberallgäu	+ 3,2 %	+ 3,3 %	+ 4,0 Tage
Landkreis Garmisch-Partenkirchen	+ 6,7 %	+ 6,3 %	+ 3,0 Tage
Destination Allgäu	+ 5,6 %	+ 5,2 %	+ 3,4 Tage

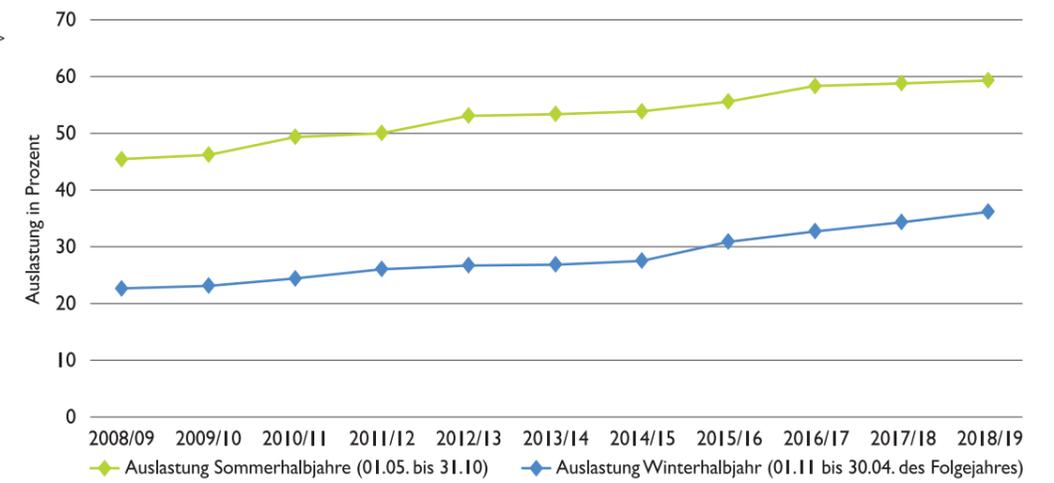
< Abbildung 4: Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen in Bezug auf das Vorjahr sowie durchschnittliche Aufenthaltsdauer im regionalen Vergleich (Quelle: PROJECT M - Destination Quality Basisreports 2018)

Die Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen auf kommunaler Ebene zeigt im Zeitraum 2009 bis 2018 eine starke Konzentration auf Gemeinden im südlichen Landkreis. Dabei machen die Ankünfte in den vier südlich liegenden Gemeinden Füssen, Schwangau, Pfronten und Nesselwang nahezu zwei Drittel der Ankünfte in der Tourismusregion Ostallgäu aus (Quelle: Tourismusverband Ostallgäu e.V.). Die heterogene Ausprägung der Tourismusstrukturen auf kommunaler Ebene wird auch von den Teilnehmern der Experteninterviews bestätigt.

Mit einer Tourismusintensität (Anzahl der Übernachtungen je 1.000 Einwohner) von 24.917 liegt das Ostallgäu im deutschlandweiten Vergleich aller 294 Landkreise auf Rang 13. Das Ostallgäu ist zudem durch einen hohen Anteil tagestouristischer Gäste gekennzeichnet. Nach Schätzungen des Landkreises finden jährlich ca. 4,6 Millionen Tagestouristen ihren Weg ins Ostallgäu (Quelle: Landkreis Ostallgäu 2019 – 2019 in Zahlen – Das Statistikheft zum Wirtschaftsstandort Ostallgäu). Schon die touristischen Attraktionen Schloss Neuschwanstein (ca. 1,5 Mio. Besucher/Jahr) und Schloss Hohenschwangau (ca. 0,35 Mio. Besucher/Jahr) verzeichnen gemeinsam knapp 2 Millionen Besucher pro Jahr. Diese Zahlen legen nahe, dass von einem noch deutlich höheren tagestouristischen Aufkommen im Landkreis auszugehen ist.

Die Auslastung der Beherbergungsbetriebe zeigt im Zeitraum 2008 bis 2019 bei einer durchschnittlichen jährlichen Auslastung von 47,2 Prozent eine deutliche Saisonalität im Sommerhalbjahr (vgl. Abbildung 5). Die ausgeprägte Saisonalität spiegelt sich auch in der Zahl der Übernachtungen in den Ostallgäuer Beherbergungsbetrieben wider. So kann für das Jahr 2018 ein Saisonalitätsfaktor (Verhältnis stärkster Monat zu schwächster Monat eines Kalenderjahres) von 3,8 festgestellt werden. Die Übernachtungszahlen in den Beherbergungsbetrieben sind somit im stärksten Monat (August) fast viermal so hoch wie im schwächsten Monat (November).

Abbildung 5: > Auslastung der Beherbergungsbetriebe in den Sommer- und Winterhalbjahren im Zeitraum 2008 bis 2019 (Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik<sup>1</sup>)



<sup>1</sup>Abgrenzung: Erfasst sind gewerbliche Betriebe inklusive Camping. 2008 bis einschließlich 2011: Betriebe mit neun oder mehr Betten sowie Campingplätze mit drei oder mehr Stellplätzen. Ab 2012: Betriebe mit zehn oder mehr Betten sowie Campingplätze mit zehn oder mehr Stellplätzen.

Eine repräsentative Auswertung der Onlinebewertungen für Betriebe des Ostallgäus (TrustYou) belegt eine überdurchschnittliche Zufriedenheit der Gäste mit dem vorhandenen Beherbergungsangebot. Mit einem TrustScore, der den Durchschnittswert der Gesamtzahl der TrustYou-Bewertungen wiedergibt, von 88,6 (von 100) befindet sich das Ostallgäu im deutschlandweiten Vergleich der 294 Landkreise auf Rang 5. Im Bereich „Service“ liegt das Ostallgäu trotz eines ServiceScore, der die TrustYou-Bewertungen für die Kategorie „Service“ abbildet, von 91,4 (von 100) im deutschlandweiten Vergleich der Landkreise nur knapp über dem Durchschnitt. Auch die befragten Experten merken eine ausbaufähige Qualität in den touristischen Betrieben an.

### Touristisches Angebot

Der Erlebnisraum Schlosspark verfügt insbesondere im südlichen Teil des Landkreises über zahlreiche touristische Angebote, Sehenswürdigkeiten und Aktivitätenangebote. Hervorzuheben sind an dieser Stelle die Königsschlösser und Artefakte um König Ludwig II., die zahlreichen Klöster und Kirchen, Brauereien, Museen, Schaubetriebe und auch Bergbahnen. Darüber hinaus ist das Ostallgäu im touristisch relevanten Angebotsfeld „Gesundheit“ mit verschiedenen Kurbetrieben und Klinken bestens aufgestellt und verfügt mit der Stadt Füssen über ein Heilbad und zertifizierten Kneippkurort. Als eine der wichtigsten touristischen Ressourcen ist die vorhandene Allgäuer Natur- und Kulturlandschaft mit ihren charakteristischen Bergen, Seen und Wiesen aufzuführen, die für Gäste das idealtypische Allgäuer Landschaftsbild verkörpert.

Ebenso kann das Ostallgäu eine gute und qualitativ hochwertige touristische Infrastruktur vorweisen. Der Schlosspark ist ADFC-RadReiseRegion mit vielzähligen zertifizierten Radwegen und der 5-Sterne-Qualitätsradroute "Schlossparkradrunde im Allgäu" mit einer Gesamtlänge von 219 Kilometern. Hinzu kommen im Bereich Wandern zahlreiche Wander-, Rund- und Themenwege. Das Ostallgäu profitiert ebenfalls vom Anschluss an Fernwander- und -radwege, wie der Wandertilogie Allgäu und der Radrunde Allgäu. Eine Herausforderung besteht allerdings, wie eingangs bereits aufgeführt, darin, dass

sich der Großteil der vorhandenen naturräumlichen touristischen Angebote in den südlichen Gemeinden des Landkreises wiederfindet. Dieser Umstand kann auch für ergänzende, touristisch nutzbare Angebote wie die KönigsCard, allgäomobil oder allgäuWLAN festgestellt werden, deren Nutzungsmöglichkeiten nahezu ausschließlich im südlichen Landkreis gegeben sind. Nach Einschätzung der im Prozess interviewten regionalen Tourismusexperten sind allerdings nur wenige touristische Angebote mit spürbarem Erlebnischarakter vorhanden. Ebenso werden die Potenziale der Thematik „Regionalität“ in der touristischen Angebotsgestaltung noch nicht hinreichend ausgeschöpft.

Die punktuelle Überlastung der Verkehrsinfrastrukturen durch den Tourismus, welche insbesondere im mittleren und südlichen Teil des Landkreises zu beobachten ist, stellt eine zentrale Herausforderung im Ostallgäu dar. Ebenso weist das ÖPNV-Angebot nach Angaben der befragten Experten eindeutige Lücken auf, wodurch die Verkehrsproblematik im Landkreis zusätzlich verstärkt wird. Die Verkehrsproblematik trägt auch zu einer stetig sinkenden Tourismusakzeptanz in der Ostallgäuer Bevölkerung bei. In diesem Zusammenhang sind auch die vergleichsweise hohen Besucherzahlen im Ostallgäu aufzuführen: So belegt eine Studie der Hochschule Kempten aus dem Jahr 2019, die sich mit der Tourismusakzeptanz der Einheimischen im Allgäu auseinandersetzt, einerseits, dass sich ca. 3/4 der Einheimischen noch nicht von den Touristen gestört fühlen. Andererseits äußerte die Hälfte der Befragten jedoch, dass noch höhere Gästezahlen eher nicht erwünscht seien. Aus diesen Ausführungen lässt sich für die weitere Tourismusentwicklung ein klarer Handlungsbedarf in den Bereichen Mobilität und Tourismusakzeptanz ableiten.

## Organisation und Aufgaben der Tourismusentwicklung im Landkreis Ostallgäu und Erlebnisraum Schlosspark

Die Aufgabenteilung zwischen der Allgäu GmbH und den einzelnen Regionen ist im Allgäukonzept klar definiert. Die Allgäu GmbH ist als destinationsübergreifende Tourismus-, Standort- und Markenmanagementorganisation die Klammer für die gesamte Region. Sie definiert in ihren Strategien die touristische Vision für das gesamte Allgäu und benennt darüber hinaus die Zielgruppen für die touristische Marktbearbeitung. Ebenso übernimmt sie das Kooperations- und Basismarketing für die einzelnen Destinationen.

Für ihre Arbeit erfährt die Allgäu GmbH in den Fachmedien nahezu ausschließlich positive Resonanz und konnte mit der Marke Allgäu deutschlandweite Bekanntheit erzeugen. Auf regionaler Ebene übernehmen der Tourismusverband Ostallgäu e.V. sowie der Landkreis Ostallgäu die Aufgaben der Tourismusentwicklung mit dem Schwerpunkt der Profilierung des Erlebnisraums Schlosspark durch Produkte, Erlebnisse und Geschichten. Der Erlebnisraum Schlosspark ist deckungsgleich mit dem Landkreis Ostallgäu und stellt die touristische Bezeichnung für den Landkreis dar. Der Tourismusverband koordiniert die nachhaltige und abgestimmte Tourismusentwicklung zwischen den vielzähligen touristischen Akteuren und Stakeholdern im Landkreis. Der Landkreis entwickelt die touristischen Infrastrukturen, koordiniert das Qualitätsmanagement, organisiert verschiedene Netzwerktreffen (z.B. die jährlichen Tourismusforen) sowie weitere tourismusrelevante Veranstaltungen. Der Tourismusverband Ostallgäu e.V. übernimmt dabei als regionale Destinationsmanagementorganisation die Schnittstellenfunktion zwischen den verschiedenen Organisationsebenen. Die Orte als Destinationseinheiten auf kommunaler Ebene

betreiben das touristische Ortsmarketing, setzen die Strategien der Allgäu GmbH und des Tourismusverbands Ostallgäu e.V. auf Ortsebene um und sind für die Angebots- und Produktentwicklung zuständig.

Die Aufgaben der einzelnen Organisationsebenen werden durch die Allgäu GmbH vorgegeben. Im Folgenden werden die Aufgaben der Ebenen nochmals stichpunktartig aufgeführt (Auszug aus der Präsentation der Mitgliederversammlung 2018 des Tourismusverbands Ostallgäu e.V.).

### Allgäu GmbH

- Destinationsübergreifendes Tourismus-, Standort- und Markenmanagement
- Geschäftsfeldentwicklung
- Kooperations- und Basismarketing für die Destinationen

### Tourismusverband Ostallgäu e.V.

- Erlebnisraumdesign und Umsetzung des Schlosspark-Profiles nach dem Kommunikationskonzept
- Konzeptionelle und strategische Ausrichtung des Tourismus
- Förderung und nachhaltige Entwicklung des Tourismus im Landkreis
- Destinationsmanagement: Koordination und Vernetzung der Angebote, Kooperationsmanagement, Qualifizierungsmaßnahmen
- Unterstützung der Orte bei der Produktentwicklung
- Zielgruppenspezifisches Marketing für die Erlebnisraum-Leitprodukte
- Schnittstellenfunktion zwischen den verschiedenen Ebenen (Allgäu, Landkreis OAL, Orte)

### Landkreis Ostallgäu

- Bereitstellung und Qualitätsmanagement touristischer Infrastrukturen
- Förderung und nachhaltige Entwicklung des Tourismus im Landkreis
- Koordination landkreisübergreifender Themen (z.B. Mobilität, Infrastruktur)
- Koordination der Funktionalpartner (IHKn, DEHOGA, Schutzgebiete ...)
- Netzwerktreffen (z.B. Tourismusforen)
- Veranstaltungen (z.B. ABK Allgäuer Radltour)

### Orte

- Touristisches Ortsmarketing
- Umsetzung Allgäu und Schlosspark auf Ortsebene
- Angebots- und Produktentwicklung
- Informationsservices, Gästeservice und Gästebetreuung
- Unterstützung beim Aufbau von Destinationsstrukturen

Es kann festgestellt werden, dass die unterschiedlichen Organisationsebenen ihre Aufgaben im Grundlegenden gemäß der vorangestellten Auflistung wahrnehmen. Auch die Rückmeldungen aus den Experteninterviews belegen eine insgesamt funktionale Organisation der Tourismusstrukturen im Ostallgäu. Häufig blockiert jedoch eine eher schwach ausgeprägte Zusammenarbeit der touristischen Akteure und Entscheider im Landkreis und außerhalb der Aktivitäten des Tourismusverbandes eine aufeinander abgestimmte Tourismusedwicklung. Aufgrund der Herausforderungen im Destinationsmanagement, wie beispielsweise einer sich stetig zuspitzenden personellen und finanziellen Ressourcenverfügbarkeit, ist eine stärkere interkommunale Zusammenarbeit für die Tourismusedwicklung jedoch als wichtige Rahmenbedingung anzusehen. Auch ergibt sich hieraus der Bedarf einer zunehmenden Professionalisierung der touristischen Organisationsebenen, eine klare Aufgabenverteilung sowie Verbindlichkeiten für die Umsetzung tourismusrelevanter Maßnahmen und Projekte.

Ebenso sieht sich das Ostallgäu mit der Problematik zunehmender Arbeits- und Fachkräfteknappheit im Tourismus gegenübergestellt, welche durch einen Mangel an bezahlbarem und attraktivem Wohnraum zusätzlich verstärkt wird. Dieser Umstand ist in zahlreichen weiteren ländlichen Destinationen zu beobachten und stellt eine große Herausforderung für den Tourismus, insbesondere das Gastgewerbe, dar.

Die Expertengespräche belegten auch, dass der touristische „Erlebnisraum Schlosspark“, welcher sich deckungsgleich mit dem Landkreis Ostallgäu zeigt, von Gästen und Einheimischen noch nicht wie erwünscht wahrgenommen wird. Zum einen fehlt es am Wissen über die Existenz des Erlebnisraums, zum anderen am Verständnis für die Bedeutung und Intention des Vorhabens. Um das Ostallgäu auch als erlebbaren Raum „Schlosspark“ für Gäste und Einheimische inszenieren und sichtbar machen zu können, sind weitere Anstrengungen in den Bereichen Kommunikation und Produktentwicklung empfehlenswert.

Diese und weitere Beispiele machen deutlich, dass den bedeutenden Aufgaben im Ostallgäu nur gemeinsam und in Abstimmung aller touristischer Akteure und Ebenen begegnet werden kann.

## 3. Stärken und Schwächen



Die nachfolgenden Stärken und Schwächen des Tourismus im Ostallgäu wurden im Prozess auf Basis der zuvor dargelegten Ergebnisse der touristischen Bestandsanalyse herausgearbeitet. Ebenso flossen bereits im Rahmen des Tourismusforums 2018 erarbeitete Inhalte mit in das Stärken-Schwächen-Profil ein. Sie beschreiben im Grundlegenden die touristische Ausgangssituation im Ostallgäu.

## Stärken

Der Landkreis Ostallgäu ist ein starker Lebens- und Wirtschaftsraum, in dem Innovationen vorangetrieben werden. Die vielfältige und einzigartige Natur- und Kulturlandschaft gilt als eine der wichtigsten touristischen Ressourcen des Ostallgäus und ist als Reisemotiv fest in den Köpfen vielzähliger (potenzieller) Gäste verankert. Gute regionale Produkte, weltbekannte Sehenswürdigkeiten wie das Schloss Neuschwanstein, der Mythos von König Ludwig II. sowie zahlreiche Kirchen und Klöster tragen ebenfalls zu einer beliebten Urlaubsregion Ostallgäu bei. Auch die touristische Infrastruktur in den Bereichen Wandern, Radfahren und Gesundheit ist hervorzuheben und wird von den angenehm vorherrschenden klimatischen Verhältnissen zusätzlich begünstigt. Das Ostallgäu profitiert auch von dem starken Image der Dachmarke Allgäu, welche die gesamte Destination Allgäu bereits erfolgreich als attraktiven Lebens-, Arbeits- und Urlaubsstandort auf dem Markt zu positionieren wusste. Auch ist eine klare Strategie zur Entwicklung und Positionierung des Erlebnisraums vorhanden, die dem Erlebnisraum als Raum einer modern gelebten Romantik ein starkes Profil gibt. Zusätzlich verfügt das Ostallgäu über eine akzeptierte und unter den touristischen Akteuren äußerst geschätzte touristische Organisationsstruktur.

## Schwächen

Dennoch zeigt der Tourismus im Ostallgäu auch einige Schwachstellen. Ein touristisch sehr starker südlicher Landkreis steht einem vergleichsweise schwachen Norden gegenüber. Der Tourismus überlastet punktuell die Verkehrsinfrastrukturen und sieht sich mit einer sinkenden Akzeptanz in der Bevölkerung konfrontiert. Engpässe in der touristischen Infrastruktur, Qualitätslücken in der Beherbergung und eine ausgeprägte Saisonalität im Sommer reihen sich in die Liste der Schwächen ein. Ebenso konnte der Erlebnisraum Schlosspark nach innen und außen noch nicht seine angestrebte Wirkung entfalten. Vor allem in der einheimischen Bevölkerung wird der Erlebnisraum Schlosspark sowie seine Bedeutung nahezu nicht wahrgenommen und verstanden. Ein weiteres Problem ist das touristische Einzelkämpfertum der Gemeinden, welches eine landkreisweite aufeinander abgestimmte Tourismusentwicklung stark einschränkt. Dies betrifft auch die Arbeit des Fachbereichs Tourismus bzw. Tourismusverbands Ostallgäu e.V., dessen Handlungsmöglichkeiten von diesem Umstand in besonderem Maße begrenzt werden.

Abbildung 6: >  
Stärken und  
Schwächen des  
Tourismus im  
Ostallgäu

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Klare Strategie und starkes Profil für den Erlebnisraum Schlosspark</li> <li>» Image und starke Dachmarke Allgäu</li> <li>» Engagierter und gut vernetzter Tourismusverband</li> <li>» Starker Lebens- und Wirtschaftsraum, innovativ und traditionell</li> <li>» Allgäuer Natur- und Kulturlandschaft (Berge, Seen, Wiesen, ...)</li> <li>» Weltbekannte Sehenswürdigkeiten, Schlösser und Burgen</li> <li>» Gute touristische Infrastruktur</li> <li>» Zufriedene Gäste</li> <li>» Sicherheit und Klima</li> <li>» Internationale Quellmärkte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Verkehrsbelastung</li> <li>» Nachfolgeproblematik, Fachkräfteknappheit</li> <li>» Saisonalität</li> <li>» Inhomogene Strukturen und Ressourcen innerhalb des Landkreises (Nord-Süd-Gefälle)</li> <li>» Geringe Akzeptanz „Schlosspark“</li> <li>» Abnehmende Tourismusakzeptanz bei den Einheimischen</li> <li>» Vernetzung und Kooperation</li> <li>» Qualität im Beherbergungsangebot</li> <li>» Kapazitätsengpässe in der touristischen Infrastruktur</li> </ul>

# 4. Tourismusstrategie



Der Tourismus im Ostallgäu wird von vielzähligen Akteuren, Betrieben und Organisationen mitgestaltet, welche nachvollziehbarerweise eigene Ziele und Interessen verfolgen. Die Tourismusstrategie für das Ostallgäu und den Erlebnisraum Schlosspark versucht diese zahlreichen Interessen zu koordinieren und eine ganzheitlich abgestimmte Tourismusentwicklung für alle Beteiligten zu ermöglichen. Als rahmengebendes Instrument wurde im Strategieprozess hierzu eine „Tourismusstrategiekarte“ für den Landkreis Ostallgäu entwickelt. Ihre einzelnen Bestandteile wurden im Beteiligungsprozess der Tourismusstrategie erarbeitet. Diese sind:

- **Antrieb**

Der Antrieb ist Antwort auf die grundsätzliche Frage: Warum machen und wollen wir überhaupt Tourismus im Ostallgäu?

- **Vision**

Die Vision formuliert das höchste gemeinsame Ziel des Tourismus im Ostallgäu, das (gerade noch so) erreicht werden kann („Wo wollen wir in 2036 stehen?“, „Wohin wollen wir uns entwickeln?“).

- **Positionierung**

Die Positionierung sorgt für eine eindeutige Differenzierung und Alleinstellung des Erlebnisraums Schlosspark im Wettbewerb mit anderen Destinationen und zahlt mit einem klaren Profil auf die Marke Allgäu ein.

- **Strategische Ziele**

Die strategischen Ziele sind die wichtigsten übergeordneten Meilensteine, die für das Verwirklichen der definierten Vision erreicht werden müssen. Sie richten sich zum einen nach innen (Betriebe und Organisation), zum anderen nach außen (Gäste und Einheimische).

- **Handlungsfelder und operative Ziele**

Handlungsfelder sind die zentralen Bereiche, in welchen das Ostallgäu für das Erreichen eines Ziels tätig werden muss. Die operativen Ziele geben an, was in den Handlungsfeldern konkret erreicht werden soll.

- **Gemeinsame Leitlinien**

Die im Prozess formulierten Leitlinien beschreiben die gemeinsamen Handlungsprinzipien für die Umsetzung der Tourismusstrategie Ostallgäu und Erlebnisraum Schlosspark.

- **Projekte und Maßnahmen**

Projekte und Maßnahmen operationalisieren die Strategie. Sie werden zur Erreichung der definierten Ziele von den regionalen Akteuren umgesetzt.

## 4.1 Antrieb und Vision

### Unser Antrieb

Der Erlebnisraum Schlosspark ist ein attraktives Reiseziel mit begeisternden und inspirierenden Erlebnissen und Momenten, authentischen und herzlichen Gastgeberinnen und Gastgebern, hoher Angebotsqualität und glaubwürdigen Produkten. Damit stärkt der Tourismus das Ostallgäu auch in vielen weiteren Lebensbereichen, denn er

- trägt durch seine Angebote in hohem Maße zur Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung bei.
- schafft und sichert die Attraktivität und trägt damit die Zukunft der ländlichen Räume im Ostallgäu.
- generiert regionale Wertschöpfung und sichert Arbeitsplätze vor Ort.
- trägt zur Sicherung der sensiblen und wertvollen Natur- und Kulturlandschaft sowie des kulturellen Erbes des Ostallgäus bei.
- stärkt die eigene Identität und den Stolz der Ostallgäuerinnen und Ostallgäuer auf ihre (Wahl)Heimat.
- prägt eine weltoffene und gastfreundliche Atmosphäre im Schlosspark und stärkt die Willkommenskultur in der Region.
- positioniert das Ostallgäu / den Schlosspark mit seinen hochwertigen Angeboten und Erlebnissen als einen Lebens- und Urlaubsraum mit höchsten Qualitätsansprüchen.

### Unsere Vision

Um die Entwicklung des Tourismus im Ostallgäu auch in Zukunft gemeinsam erfolgreich gestalten zu können, ist erforderlich, dass alle Beteiligten gemeinsam an einem Strang ziehen. Im gemeinsamen Entwicklungsprozess zur Tourismusstrategie wurde deshalb von den Beteiligten eine gemeinsame Vision entwickelt, die einerseits von den Akteuren im Tourismus getragen wird und gleichzeitig die übergeordneten Ziele der Allgäu-Strategie und der Zukunftsvision 2036 aufgreift. Hierdurch wird eine gemeinsame, verzahnte und stringente Entwicklung des Lebens-, Wirtschafts- und Urlaubsraums Ostallgäu über alle Lebensbereiche und Wirtschaftsbranchen hinweg sichergestellt. Die gemeinsame Vision für ein zukunftsfähiges Ostallgäu im und mit dem Tourismus ist:

**„Unser Ostallgäu ist 2036 führend als zukunftsorientierter und leistungsstarker Gestaltungsraum für individuelles Leben, Arbeiten und Urlaub im ländlichen Raum. Als Erlebnisraum Schlosspark im Allgäu ist das Ostallgäu der Raum einer modern gelebten Romantik.“**

## 4.2 Positionierung

Die Positionierung erzeugt ein klares Profil und ermöglicht eine deutliche Differenzierung und Alleinstellung des Ostallgäus im Wettbewerb mit anderen Destinationen. Sie zählt auf die Marke Allgäu ein und füllt sie mit Produkten, Erlebnissen und Geschichten. Die Grundlage für die Positionierung bilden die Inhalte des Kommunikationskonzepts für den Erlebnisraum Schlosspark. Sie übermitteln eine emotionale Botschaft und stehen unmittelbar mit den Motiven der „Romantik“ in Verbindung.

- **Positionierung/Emotionale Botschaft:**  
Wir schaffen Momente, die das Herz berühren und das Leben bereichern.
- **Differenzierung:**  
Schaffung und Erhalt eines Lebensraums mit besonderen Plätzen, in dem Menschen und Natur wertgeschätzt werden.
- **Alleinstellungsmerkmal:**  
Raum einer modern gelebten Romantik.

### Der Schlosspark in Kurzform

#### Der Schlosspark ist der Raum einer modern gelebten Romantik.

*Eine Atempause in einer digitalisierten, kontrollierten und hektischen Zeit. Die Einheimischen teilen ihr individuelles Lebensgefühl und ihre fantastischen, verzauberten Plätze in der einzigartigen Landschaft aus Bergen, Seen und idyllischen Rückzugsorten. Sie schützen und schätzen die Natur und die Menschen und schaffen damit den Zugang zu Momenten, die das Herz berühren und das Leben bereichern.*

Abbildung 7: >  
Positionierung  
und Mission aus  
dem Kommuni-  
kationskonzept  
Schlosspark

#### Unsere Mission:

**Wir schaffen Momente,  
die das Herz berühren  
und das Leben bereichern.**

## 4.3 Strategische Ziele

### Unsere strategischen Ziele

Die strategischen Ziele sind wichtige Eckpunkte und Meilensteine auf dem Weg zur Verwirklichung der gemeinsamen Vision. Sie erfüllen die gemeinsame Vision mit Leben. Die strategischen Ziele sind das gemeinsame und für alle verbindliche Ergebnis der umfassenden Stakeholderbeteiligung im Strategieprozess und es bedarf der Anstrengungen aller, diese zu erreichen. Dabei sind die Wirkungszusammenhänge des Tourismus im Ostallgäu in vier grundsätzliche Perspektiven gegliedert, um eine ganzheitliche Entwicklung in den nachfolgenden Handlungsfeldern zu gewährleisten.

### Unsere nach innengerichteten strategischen Ziele

#### Perspektive: Potenziale und Entwicklung

- Ein positives Tourismusbewusstsein wird im Schlosspark gelebt.
- Unsere Region hat Alleinstellung und ein klares Profil.
- Unsere Betriebe sind zukunftsfähig aufgestellt und gut ausgebildete Arbeitskräfte stehen ausreichend zur Verfügung.
- Unsere wertvollen und begrenzten natürlichen Ressourcen stehen auch zukünftigen Generationen im Ostallgäu zur Verfügung.

#### Perspektive: Prozesse und innovatives Denken

- Die touristischen Akteure im Schlosspark arbeiten eng zusammen und entwickeln die Region gemeinsam weiter.
- Tourismusrelevante Infrastrukturen sind optimal auf die Bedürfnisse von Einheimischen und Gästen ausgerichtet und tragen zur gleichmäßigen saisonalen und regionalen Verteilung von Gästeströmen bei.
- Unser wertvoller Ostallgäuer Natur- und Kulturraum wird behutsam, schützend und nachhaltig weiterentwickelt.

### Unsere nach außengerichteten strategischen Ziele

#### Perspektive: Nutzen für Einheimische und Gäste

- Höchste Qualität und profilierende, authentische Produkte begeistern Einheimische und Gäste.
- Alleinstellung und ein klares Profil als Raum einer modern gelebten Romantik.
- Unser Leistungsversprechen lösen wir jederzeit ein.

#### Perspektive: Wertschöpfung und Lebensqualität

- Qualitatives Wachstum und starke regionale Wertschöpfungsketten schaffen und sichern attraktive Lebens- und Arbeitsbedingungen im Ostallgäu.
- Einheimische und Gäste identifizieren sich mit unserer Region.

## 4.4 Handlungsfelder und operative Ziele

### Handlungsfeld 1: Image und Marketing

Das Handlungsfeld Image und Marketing ist für die durchgängige Erlebbarkeit des Erlebnisraums Schlosspark und die nach innen gerichtete Kommunikation, welche Bedeutung der Tourismus für das Ostallgäu hat, sehr wichtig. Ebenso bedeutend ist die damit verbundene Erzeugung von Akzeptanz bei der einheimischen Bevölkerung. Darüber hinaus spielen Nachhaltigkeit und Effizienz im Hinblick auf den Einsatz von Marketing- und Kommunikationsressourcen eine wichtige Rolle, um die vorhandenen Potenziale für ein positives und durchdringendes Verständnis des Erlebnisraums Schlosspark auszuschöpfen. Die Zielgruppen für das Ostallgäu werden durch die rahmengebende Marken- und Destinationsstrategie Allgäu 2030 festgelegt und durch die Zielgruppen des Kommunikationskonzepts Schlosspark ergänzt.

#### Operative Ziele im Handlungsfeld 1:

- Die gemeinsame Umsetzung des Erlebnisraums Schlosspark in Inhalten und Kommunikation wird durch die tourismusrelevanten Akteure des Ostallgäus getragen.
- Touristische Entwicklungs- und Vermarktungsressourcen werden gebündelt, effizient und abgestimmt eingesetzt.
- Einheimische und Gäste haben ein stimmiges Bild vom Schlosspark und erleben dieses vor Ort in „Momenten, die das Herz berühren und das Leben bereichern“.
- Das touristische Angebot und die Kommunikation fokussieren die qualitätsbewussten und potenzialreichen Zielgruppen entsprechend der Allgäu-Strategie und des Kommunikationskonzepts Schlosspark.
- Einheimische kennen und schätzen die durch den Tourismus geschaffene Infrastruktur und damit den Beitrag des Tourismus zur Lebensqualität und nutzen das touristische Angebot selbst gerne.

### Handlungsfeld 2: Erlebnisse und Produkte

Starke Produkte leisten einen wesentlichen Beitrag zur klaren Profildefinition des Erlebnisraums Schlosspark. Darüber hinaus ermöglichen destinationsweite, gemeinsam aufeinander abgestimmte Produktentwicklungsrichtlinien die konstante Erlebbarkeit des gesamten Erlebnisraums Schlosspark. Qualitativ hochwertige Produkte und Erlebnisse sorgen außerdem für eine hohe Akzeptanz bei Einheimischen und sind Bestandteil des an Gäste gerichteten Leistungsversprechens. Ostallgäutypische Erlebnisse und Produkte wirken authentisch, sind im Regelfall in regionale Wertschöpfungsketten eingebunden und sorgen somit auch für positive ökonomische Effekte.

### Operative Ziele im Handlungsfeld 2:

- Außergewöhnliche, qualitativ hochwertige sowie barrierefreie Erlebnisse, Produkte und Services machen den Schlosspark auch wetterunabhängig erlebbar und begeistern Einheimische und Gäste.
- Durch geeignete Produkte und Erlebnisse entsprechend der im Handlungsleitfaden Erlebnisraumdesign Ostallgäu definierten Profilierungsleistungen soll sich der Tourismus im nördlichen Schlosspark weiterentwickeln und zu einer Entzerrung beitragen.
- Einheimische teilen ihre Region gerne mit den Gästen. Sie zeigen ihnen besondere Plätze und schützen und schätzen die Natur und die Menschen.
- Regionaltypische Produkte stärken die Identifikation der Einheimischen mit dem Tourismus und garantieren Gästen ein hohes Maß an Authentizität.
- Die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Produkten und Angeboten soll stimuliert werden und dadurch zu einer Erhöhung der Wertschöpfung beitragen. Die Tourismusentwicklung ist im Einklang mit den Bedürfnissen der Einheimischen.
- Das abgeleitete touristische Angebot wird entsprechend der Ressourcen und regional-typischen Gegebenheiten über das Ostallgäu verteilt.
- Landkreisweite Produkte für den Schlosspark folgen gemeinsamen inhaltlichen Qualitätsstandards.
- Die touristischen Akteure verfügen über das erforderliche Wissen und die Kompetenzen, profilierende, wertschöpfende, marktgerechte und barrierefreie touristische Produkte zu entwickeln.
- Touristische Dienstleistungsketten sind perfekt für die Bedürfnisse von Einheimischen abgestimmt und durchgängig erlebbar.

### Handlungsfeld 3: Orts- und Landschaftsbilder

Das Ostallgäu verfügt über eine einzigartige Baukultur sowie Natur- und Kulturlandschaft. Diese zu erhalten, weiterzuentwickeln und zu inszenieren, kann zu weitreichend positiven Effekten bei Einheimischen und Gästen gleichermaßen führen. Authentizität sowie die Identifikation mit den vorhandenen allgäutypischen Natur- und Kulturgütern sind hier auf sozialer Ebene als ebenso wichtige Faktoren aufzuführen wie die Begünstigung regionaler Wertschöpfungsketten durch die Nutzung regionaler Baumaterialien auf ökonomischer Ebene.

### Operative Ziele im Handlungsfeld 3:

- Die Weiterentwicklung der Orte und des gemeinsamen Naturraums erfolgt landkreisweit und in Teilräumen abgestimmt und nachhaltig. Künftige Klimaveränderungen werden berücksichtigt und ihnen mithilfe geeigneter Anpassungsmaßnahmen begegnet.
- Attraktive, allgäutypische Ortsbilder und eine intakte Natur- und Kulturlandschaft begeistern Gäste, erzeugen ein authentisches Gesamtbild der Region und stärken die regionale Identität.
- Ein hochwertiger Naturraum und attraktive Ortsbilder im Ostallgäu leisten einen hohen Beitrag zur Lebensqualität in der Region.
- Die Weiterentwicklung des Tourismus erfolgt im Einklang mit der Bewahrung der natürlichen und kulturellen Ressourcen.
- Regionale Baukultur und Denkmäler sind wesentliche qualitative Angebotsfaktoren der Tourismusentwicklung und werden als solche gepflegt und entwickelt.
- Der Einsatz regionaler Unternehmen und Baumaterialien stärken die Wertschöpfung in der Region.

### Handlungsfeld 4: Infrastruktur, Mobilität und Konnektivität

Die tourismusrelevante Infrastruktur umfasst neben typischen touristischen Einrichtungen auch die Bereiche Mobilität und Konnektivität. Sie soll bedarfsgerecht an die Bedürfnisse von Einheimischen und Gästen angepasst werden. Dabei spielt die Entwicklung der Mobilität für die gesamte Region eine entscheidende Rolle. Somit liefert eine qualitativ hochwertige und erlebnisorientierte touristische Infrastruktur einen erheblichen Beitrag zur Lebens- und Freizeitqualität des Ostallgäus.

### Operative Ziele im Handlungsfeld 4:

- Touristische Infrastrukturen werden im Ostallgäu fokussiert und mit eindeutigen Prioritäten unter Einbindung zukunftsorientierter Technologien, Möglichkeiten der Barrierefreiheit und entsprechend der Stärken und des Profils des Schlossparks entwickelt.
- Tourismus leistet einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Mobilität.
- Die Weiterentwicklung der touristischen, Mobilitäts- und digitalen Infrastruktur erfolgt landkreisweit abgestimmt und mit klarem Fokus auf jene Maßnahmen, die insgesamt den größten Nutzen stiften.
- Umliegende Regionen und Partner werden nutzenstiftend für alle in die Entwicklungen mit einbezogen.
- Die Erreichbarkeit im ÖPNV ist flächendeckend und bedarfsgerecht sichergestellt und von hoher Attraktivität. Übernachtungs- wie Tagesgäste nutzen bevorzugt und gerne die öffentlichen Mobilitätsangebote.
- Optimierte Kapazitäten in der touristischen Infrastruktur und nachfragesteuernde und -gerechte Besucherlenkung unterstützen eine hohe Aufenthalts- und Erlebnisqualität für Einheimische und Gäste.
- Bedarfsgerechte Mobilität und Konnektivität sichern höchste Lebens- und Erlebnisqualität für Einheimische und Gäste.
- Zukunftsorientierte Mobilitäts- und digitale Infrastrukturen tragen zur Innovationsstärke der Region im Tourismus und darüber hinaus bei.
- Herausragende touristische Infrastrukturen ergänzen das natürliche touristische Angebot auch außerhalb der touristischen Hotspots und sorgen dort für einen Zuwachs qualitativer Nachfrage.

### Handlungsfeld 5: Organisation und Netzwerke

Die Organisation der Tourismusstrukturen sowie das Vorhandensein relevanter Netzwerke von Einheimischen, Tourismusakteuren und politischen Entscheidern ist unabdingbar für eine positive Tourismusentwicklung im Landkreis Ostallgäu. Mithilfe einer vertrauensvollen, transparenten und gemeinschaftlichen Kommunikations- und Kooperationskultur lassen sich der gesamte Erlebnisraum Schlosspark durchgängig weiterentwickeln, Akzeptanz in der Bevölkerung erzeugen und Ressourcen effizient miteinander verknüpfen.

### Operative Ziele im Handlungsfeld 5:

- Die Akteure im Ostallgäu leben eine vertrauensvolle und transparente Kooperationskultur. Es besteht ein klares „Ja“ zur Zusammenarbeit im Tourismus.
- Gemeinsam entwickelte und verbindlich abgestimmte Konzepte sind die Grundlage. Sie werden gemeinsam umgesetzt und regelmäßig evaluiert.

- Der Tourismusverband Ostallgäu e.V. ist als gemeinsame koordinierende und strategische Interessensorganisation die zentrale Steuerungsplattform der Tourismusentwicklung. Alle Gemeinden des Landkreises sind in ihm Mitglied.
- Die Aufgaben- und Ressourcenteilung und -planung ist interkommunal und zwischen den Tourismusakteuren schlank und effizient sichergestellt.
- Tourismus-, Regional- und Standortentwicklung sind optimal miteinander verzahnt und agieren als Einheit.
- Die Zusammenarbeit mit den übergeordneten Organisationen, insbesondere der Allgäu GmbH, ist strategisch und operativ aufeinander abgestimmt.
- Einheimische und Gäste erleben das Ostallgäu als klar profilierten Teil des Allgäus und als stimmigen Lebens- und Urlaubsraum.
- Einheimische erkennen den Tourismus als bedeutenden Faktor für Lebens- und Standortqualität im Ostallgäu und sind in dessen Weiterentwicklung auf unterschiedlichen Ebenen eingebunden.
- Die touristische Organisation im Ostallgäu stellt die dauerhafte zukunftsorientierte und marktgerechte Weiterentwicklung des Tourismus sicher.

## Handlungsfeld 6: Arbeitskräfte

Qualifizierte Arbeitskräfte bilden das Rückgrat für Qualität und Service der touristischen Angebote im Ostallgäu. Eine zielgerichtete touristische Entwicklung kann an dieser Stelle mit ihrem Beitrag zur Standort- und Lebensqualität beisteuern. Hierdurch entstehen Potenziale, das gesamte Ostallgäu zu einem Arbeitsort mit höchster Lebens-, Arbeits- und Freizeitqualität zu entwickeln, der es schafft, gut ausgebildete Arbeitskräfte anzuziehen und die Herausforderung von Fachkräftemangel und ausbleibender Betriebsnachfolgen zu bewältigen.

### Operative Ziele im Handlungsfeld 6:

- Die touristischen Unternehmen sind sich ihrer Verantwortung in der Fachkräftesicherung bewusst, nehmen diese aktiv wahr und engagieren sich einzeln und in Netzwerken.
- Arbeitnehmer finden gute und attraktive Arbeits- und Lebensbedingungen im Ostallgäu vor.
- Touristiker, Leistungsanbieter, Bildungsträger und weitere Organisationen arbeiten in der Gewinnung neuer Arbeits- und Fachkräfte eng zusammen und bündeln effizient und schlagkräftig ihre Initiativen.
- Einheimische und Gäste erleben im Ostallgäu perfekten authentischen Service und sind begeistert von der Gastgeberqualität in der Region.
- Unternehmen im Tourismus und darüber hinaus finden im Ostallgäu gut ausgebildete Mitarbeiter.
- Gut ausgebildete junge Menschen und Familien ziehen aufgrund guter Arbeits- und Lebensbedingungen dauerhaft ins Ostallgäu (zurück).
- Die Wirtschaftlichkeit und Existenzsicherung touristischer Unternehmen sind im Ostallgäu sehr gut aufgestellt.
- Die touristische und die Binnennachfrage im Ostallgäu nach Produkten und Dienstleistungen steigen.

## 4.5 Gemeinsame Leitlinien

### Nachhaltig handeln

Unsere Ostallgäuer Natur- und Kulturlandschaft ist unsere wertvollste Ressource für Tourismus und Lebensraum. Aus diesem Grund verpflichten wir uns derer bestmöglichem Schutz, Erhalt sowie einer sinnvollen, nachhaltigen Weiterentwicklung. Ein nachhaltiges und naturverträgliches Handeln besitzt für unsere gesamte künftige Tourismusentwicklung höchste Priorität, um das Ostallgäu als authentischen und qualitativ hochwertigen Erlebnisraum Schlosspark im Allgäu auf dem Markt zu positionieren. Regionale Wertschöpfung, Klimaanpassung, Ressourceneffizienz, umweltfreundliche Mobilität sowie der Einbezug der Bevölkerung gehören für uns neben sozialen und ökonomischen Aspekten der Nachhaltigkeit zu den zentralen Themen, um einem naturverträglichen Handeln gerecht zu werden.

### Qualitativ entwickeln

In unserem zukünftigen touristischen Handeln setzen wir Ostallgäuer auf einen qualitativ hochwertigen Tourismus. Qualität ist für uns ein unabdingbares Kriterium, um unseren Erlebnisraum Schlosspark durchgängig erlebbar zu machen sowie unser hoch formuliertes Leistungsversprechen bei den Gästen einlösen zu können. Dabei hat Qualität eindeutig Vorrang vor Quantität. Die Meinung der Gäste ist in diesem Zusammenhang unser Qualitätsspiegel, der uns stetig vorhält, in welchen Bereichen wir uns verbessern müssen. In diesem Bestreben ziehen Touristiker, touristische Akteure und Stakeholder sowie Leistungsanbieter an einem gemeinsamen Strang.

### Mutig sein

Die künftige Tourismusentwicklung im Ostallgäu soll gemeinsam mutig und innovativ gestaltet werden. Hierfür werden sich alle Mitarbeiter, Dienstleister, Unternehmer sowie weiteren Akteure im Ostallgäu stets mit größtmöglichem Engagement einsetzen. Innovativ zu sein erfordert Mut und motiviert uns Ostallgäuer auf dem Weg zum Ziel, der fortschrittlichste und zukunftsorientierteste ländliche Raum Deutschlands zu werden.

### Stärken stärken

Die Highlights unserer Region, wie die weltberühmten Schlösser, die allgäutypische Natur- und Kulturlandschaft mit ihren Bergen und Seen, die zahlreichen Rad- und Wanderwege, die beste Voraussetzungen für Aktivitäten im Freien bieten, das Klima, Gesundheitsangebote sowie Kultur & Tradition sind unsere touristisch stärksten Güter und Kompetenzen. Nach dem Prinzip „Stärken stärken“ wollen wir diese Ressourcen gezielt und nachhaltig weiterentwickeln. Unser Ziel ist es, Spitzenleistungen zu erbringen, erlebbare Qualitätsprodukte zu entwickeln und durch qualitatives Wachstum die Wertschöpfung aus dem Tourismus zu erhöhen. Hierzu arbeiten die Akteure des Ostallgäus eng und kooperativ miteinander und mit sämtlichen Partnern der Region zusammen.

### Kooperativ arbeiten

Eine kooperative, abgestimmte und respektvolle Zusammenarbeit ist für die Tourismusentwicklung im Ostallgäu ein zentraler Grundsatz, dem sich alle touristischen Akteure und politischen Entscheider des Landkreises anschließen. Unser Bestreben folgt der Durchgängigkeit der touristischen Erlebnisse im gesamten Erlebnisraum Schlosspark, von Buchloe bis nach Füssen, der Bündelung von Ressourcen sowie der Schaffung eines starken gemeinsamen Tourismusbewusstseins. Hierfür sind Offenheit und auch Mut, Neues durchzusetzen, von allen Beteiligten gefordert.

### Konsequent sein

Die konsequente Umsetzung der vereinbarten Projekte und Maßnahmen zur Erreichung unserer Ziele und Erfüllung unserer touristischen Vision ist für uns Ostallgäuer ein Selbstverständnis. Die touristischen Akteure und Entscheider des Ostallgäus agieren in der Umsetzung sachlich und logisch. Unser Handeln ist konsequent, zielorientiert und verfolgt in besonderem Maße die erfolgreiche Umsetzung unserer gemeinsamen Tourismusstrategie.

## 4.6 Tourismusstrategiekarte Ostallgäu und Erlebnisraum Schlosspark

### Wahl der Tourismusstrategiekarte

Der Tourismus im Ostallgäu ist auf allen Ebenen von einer Vielzahl an touristischen und nicht-touristischen Unternehmen, Organisationen und Institutionen, Dienstleistern, Kultur- und Freizeiteinrichtungen geprägt. Viele der Leistungsträger verfolgen ihre individuellen Ziele mit eigenen Strategien. Das Ziel der Entwicklung einer Tourismusstrategie für das Ostallgäu und den Erlebnisraum Schlosspark ist es darum nicht, Strategien von einzelnen Leistungsträgern zu ersetzen, sondern für die Gesamtentwicklung des Tourismus in der Region einen langfristigen, strategischen Rahmen zu bilden.

Die Tourismusstrategie für das Ostallgäu und den Erlebnisraum Schlosspark ist so angelegt, dass die jeweiligen eigenen Ziele mit diesem Rahmen überprüft oder an diesen Rahmen angepasst und orts-, organisations- und unternehmensspezifische Ziele abgeleitet oder ergänzt werden können. Außerdem kann jederzeit auf Veränderungen und Herausforderungen von innen und außen mit Anpassungen und Ergänzungen reagiert werden.

Dazu wurde die „Tourismusstrategiekarte“ als Koordinierungs- und Steuerungsinstrument gewählt. Inhaltlich ist sie das Ergebnis eines effizienten Analyse- und Beteiligungsprozesses und zeigt auf einen Blick, welcher Antrieb und welche Vision für den Tourismus abgeleitet wurden, welche strategischen Ziele und sechs Handlungsfelder daraus folgen und schließlich welche Einzelziele (operativen Ziele) dafür erreicht werden müssen.

Dabei beziehen sich alle strategischen Ziele, Handlungsfelder und operativen Ziele aufeinander. Durch dieses System ist es möglich, Zusammenhänge noch besser zu erkennen und Kooperationen untereinander zu leben. Die beste Strategie nutzt allerdings nichts, wenn sie nicht umgesetzt wird. Deshalb ist die Tourismusstrategiekarte gleichzeitig Einladung an alle, sich mit einzelnen Maßnahmen, Initiativen und Projekten zu beteiligen.

### Aufbau der Tourismusstrategiekarte

Die Tourismusstrategiekarte basiert auf den vorab erarbeiteten Grundlagen, dem Antrieb und der Vision für den Tourismus im Ostallgäu und im Schlosspark.

Sie enthält vier Perspektiven mit jeweils strategischen Zielen. Die strategischen Ziele erfüllen die gemeinsame Vision mit Leben. Jede Perspektive wird in den sechs selbstgewählten Handlungsfeldern aufgegriffen und es werden operative Ziele formuliert.

Dabei sind die Wirkungszusammenhänge in vier grundsätzliche Perspektiven unterteilt, um eine möglichst ganzheitliche Entwicklung in den einzelnen Handlungsfeldern zu gewährleisten. Jede Perspektive konzentriert sich dabei auf wichtige Aspekte zur Gestaltung eines zukunftsfähigen Tourismus. Gemeinsam tragen sie in der Wertschöpfungsperspektive zu einem qualitativen Wachstum der Tourismuswirtschaft sowie zu einer Verbesserung der Lebensqualität im Landkreis Ostallgäu bei.

Alle Perspektiven beziehen sich immer aufeinander. So müssen z.B. bestehende Potentiale genutzt und ausgeschöpft werden, um Prozesse effektiv gestalten zu können. Gute Prozesse sind wiederum erforderlich, um Gäste zu begeistern. Gästebegeisterung ist schließlich die Voraussetzung für eine höhere qualitative Wertschöpfung im Tourismus. Oder ganz einfach an einem Beispiel ausgedrückt: motivierte und qualifizierte Fachkräfte sind Voraussetzung für einen perfekten Service, der unsere Gäste überzeugt und damit zu höheren Umsätzen in der Region führt.

Antrieb		Lebensqualität   Zukunft ländlicher Raum   Regionale Wertschöpfung   Natur- und Kulturerbe Identität   Willkommenskultur   Qualität			
Vision		Unser Ostallgäu ist 2036 führend als zukunftsorientierter und leistungsstarker Gestaltungsraum für individuelles Leben, Arbeiten und Urlaub im ländlichen Raum. Als Erlebnisraum Schlosspark im Allgäu ist das Ostallgäu der Raum einer modern gelebten Romantik.			
Positionierung		Wir schaffen Momente, die das Herz berühren und das Leben bereichern.			
Perspektive		Potentiale und Entwicklung	Prozesse und innovatives Denken	Nutzen für Einheimische und Gäste	Wertschöpfung und Lebensqualität
Strategische Ziele		Ein positives Tourismusbewusstsein wird im Schlosspark gelebt. Unsere Region hat Alleinstellung und ein klares Profil. Unsere Betriebe sind zukunftsfähig aufgestellt und gut ausgebildete Arbeitskräfte stehen ausreichend zur Verfügung. Unsere wertvollen und begrenzten natürlichen Ressourcen stehen auch zukünftigen Generationen im Ostallgäu zur Verfügung.	Die touristischen Akteure im Schlosspark arbeiten eng zusammen und entwickeln die Region gemeinsam weiter. Tourismusrelevante Infrastrukturen sind optimal auf die Bedürfnisse von Einheimischen und Gästen ausgerichtet und tragen zur gleichmäßigen saisonalen und regionalen Verteilung von Gästeströmen bei. Unser wertvoller Ostallgäuer Natur- und Kulturraum wird behutsam, schützend und nachhaltig weiterentwickelt.	Höchste Qualität und profilierende, authentische Produkte begeistern Einheimische und Gäste. Der Schlosspark verfügt über Alleinstellung und ein klares Profil als Raum einer modern gelebten Romantik. Unser Leistungsversprechen lösen wir jederzeit ein.	Qualitatives Wachstum und starke regionale Wertschöpfungsketten schaffen und sichern attraktive Lebens- und Arbeitsbedingungen im Ostallgäu. Einheimische und Gäste identifizieren sich mit unserer Region.
1 Image und Marketing		<ul style="list-style-type: none"> <li>Die gemeinsame Umsetzung des Erlebnisraums Schlosspark in Inhalten und Kommunikation wird durch die tourismusrelevanten Akteure des Ostallgäus getragen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Touristische Entwicklungs- und Vermarktungsressourcen werden gebündelt, effizient und abgestimmt eingesetzt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einheimische und Gäste haben ein stimmiges Bild vom Schlosspark und erleben dieses vor Ort in „Momenten, die das Herz berühren und das Leben bereichern“.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Das touristische Angebot und die Kommunikation fokussieren die qualitätsbewussten und potenziellreichen Zielgruppen entsprechend der Allgäustrategie und des Kommunikationskonzepts Schlosspark.</li> <li>Einheimische kennen und schätzen die durch den Tourismus geschaffene Infrastruktur und damit den Beitrag des Tourismus zur Lebensqualität und nutzen das touristische Angebot selbst gerne.</li> </ul>
2 Erlebnisse und Produkte		<ul style="list-style-type: none"> <li>Das abgeleitete touristische Angebot wird entsprechend der Ressourcen und regional-typischen Gegebenheiten über das Ostallgäu verteilt.</li> <li>Durch geeignete Produkte und Erlebnisse entsprechend der im Handlungsleitfaden Erlebnisraumdesign Ostallgäu definierten Profilierungsleistungen soll sich der Tourismus im nördlichen Schlosspark weiterentwickeln und zu einer Entzerrung beitragen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Landkreisweite Produkte für den Schlosspark folgen gemeinsamen inhaltlichen Qualitätsstandards.</li> <li>Die touristischen Akteure verfügen über das erforderliche Wissen und die Kompetenzen, profilierende, wertschöpfende, marktgerechte und barrierefreie touristische Produkte zu entwickeln.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einheimische teilen ihre Region, gerne mit den Gästen. Sie zeigen ihnen besondere Plätze und schützen und schätzen die Natur und die Menschen.</li> <li>Außergewöhnliche, qualitativ hochwertige sowie barrierefreie Erlebnisse, Produkte und Services machen den Schlosspark auch wetterunabhängig erlebbar und begeistern Einheimische und Gäste.</li> <li>Regionaltypische Produkte stärken die Identifikation der Einheimischen mit dem Tourismus und garantieren Gästen ein hohes Maß an Authentizität.</li> <li>Touristische Dienstleistungsketten sind perfekt für die Bedürfnisse von Einheimischen abgestimmt und durchgängig erlebbar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Produkten und Angeboten soll stimuliert werden und dadurch zu einer Erhöhung der Wertschöpfung beitragen. Die Tourismusentwicklung ist im Einklang mit den Bedürfnissen der Einheimischen.</li> </ul>
3 Orts- und Landschaftsbilder		<ul style="list-style-type: none"> <li>Regionale Baukultur und Denkmäler sind wesentliche qualitative Angebotsfaktoren der Tourismusentwicklung und werden als solche gepflegt und entwickelt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Weiterentwicklung der Orte und des gemeinsamen Naturraums erfolgt landkreisweit und in Teilräumen abgestimmt und nachhaltig. Künftige Klimaveränderungen werden berücksichtigt und ihnen mithilfe geeigneter Anpassungsmaßnahmen begegnet.</li> <li>Die Weiterentwicklung des Tourismus erfolgt im Einklang mit der Bewahrung der natürlichen und kulturellen Ressourcen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Attraktive, allgäutypische Ortsbilder und eine intakte Natur- und Kulturlandschaft begeistern Gäste, erzeugen ein authentisches Gesamtbild der Region und stärken die regionale Identität.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Der Einsatz regionaler Unternehmen und Baumaterialien stärken die Wertschöpfung in der Region.</li> <li>Ein hochwertiger Naturraum und attraktive Ortsbilder im Ostallgäu leisten einen hohen Beitrag zur Lebensqualität in der Region.</li> </ul>
4 Infrastruktur, Mobilität und Konnektivität		<ul style="list-style-type: none"> <li>Touristische Infrastrukturen werden im Ostallgäu fokussiert und mit eindeutigen Prioritäten unter Einbindung zukunftsorientierter Technologien, Möglichkeiten der Barrierefreiheit und entsprechend der Stärken und des Profils des Schlossparks entwickelt.</li> <li>Tourismus leistet einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Mobilität.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Weiterentwicklung der touristischen Mobilitäts- und digitalen Infrastrukturen erfolgt landkreisweit abgestimmt und mit klarem Fokus auf jene Maßnahmen, die insgesamt den größten Nutzen stiften.</li> <li>Umliegende Regionen und Partner werden nutzenstiftend für alle in die Entwicklungen mit einbezogen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Erreichbarkeit im ÖPNV ist flächendeckend und bedarfsgerecht sichergestellt und von hoher Attraktivität. Übernachtungs- wie Tagesgäste nutzen bevorzugt und gerne die öffentlichen Mobilitätsangebote.</li> <li>Optimierte Kapazitäten in der touristischen Infrastruktur und nachfragegesteuerte und -gerechte Besucherlenkung unterstützen eine hohe Aufenthalts- und Erlebnisqualität für Einheimische und Gäste.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bedarfsgerechte Mobilität und Konnektivität sichern höchste Lebens- und Erlebnisqualität für Einheimische und Gäste.</li> <li>Zukunftsorientierte Mobilitäts- und digitale Infrastrukturen tragen zur Innovationsstärke der Region im Tourismus und darüber hinaus bei.</li> <li>Herausragende touristische Infrastrukturen ergänzen das natürliche touristische Angebot auch außerhalb der touristischen Hotspots und sorgen dort für einen Zuwachs qualitativer Nachfrage.</li> </ul>
5 Organisation und Netzwerke		<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Akteure im Ostallgäu leben eine vertrauensvolle und transparente Kooperationskultur. Es besteht ein klares „Ja“ zur Zusammenarbeit im Tourismus.</li> <li>Der Tourismusverband Ostallgäu e.V. ist als gemeinsame koordinierende und strategische Interessensorganisation die zentrale Steuerungsplattform der Tourismusentwicklung. Alle Gemeinden des Landkreises sind in ihm Mitglied.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gemeinsam entwickelte und verbindlich abgestimmte Konzepte sind die Grundlage. Sie werden gemeinsam umgesetzt und regelmäßig evaluiert.</li> <li>Die Aufgaben- und Ressourcenteilung und -planung ist interkommunal und zwischen den Tourismusakteuren schlank und effizient sichergestellt.</li> <li>Tourismus-, Regional- und Standortentwicklung sind optimal miteinander verzahnt und agieren als Einheit.</li> <li>Die Zusammenarbeit mit den übergeordneten Organisationen, insb. der Allgäu GmbH, ist strategisch und operativ aufeinander abgestimmt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einheimische und Gäste erleben das Ostallgäu als klar profilierten Teil des Allgäus und als stimmigen Lebens- und Urlaubsraum.</li> <li>Einheimische erkennen den Tourismus als bedeutenden Faktor für Lebens- und Standortqualität im Ostallgäu und sind in dessen Weiterentwicklung auf unterschiedlichen Ebenen eingebunden.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die touristische Organisation im Ostallgäu stellt die dauerhafte zukunftsorientierte und marktgerechte Weiterentwicklung des Tourismus sicher.</li> </ul>
6 Arbeitskräfte		<ul style="list-style-type: none"> <li>Die touristischen Unternehmen sind sich ihrer Verantwortung in der Fachkräftesicherung bewusst, nehmen diese aktiv wahr und engagieren sich einzeln und in Netzwerken.</li> <li>Arbeitnehmer finden gute und attraktive Arbeits- und Lebensbedingungen im Ostallgäu vor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Touristiker, Leistungsanbieter, Bildungsträger und weitere Organisationen arbeiten in der Gewinnung neuer Arbeits- und Fachkräfte eng zusammen und bündeln effizient und schlagkräftig ihre Initiativen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einheimische und Gäste erleben im Ostallgäu perfekten Service und sind begeistert von der Gastgeberqualität in der Region.</li> <li>Unternehmen im Tourismus und darüber hinaus finden im Ostallgäu gut ausgebildete Mitarbeiter.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gut ausgebildete junge Menschen und Familien ziehen aufgrund guter Arbeits- und Lebensbedingungen dauerhaft ins Ostallgäu (zurück).</li> <li>Die Wirtschaftlichkeit und Existenzsicherung touristischer Unternehmen sind im Ostallgäu sehr gut aufgestellt.</li> <li>Die touristische und die Binnennachfrage im Ostallgäu nach Produkten und Dienstleistungen steigen.</li> </ul>
Umsetzung		Projekte, Maßnahmen und Initiativen auf regionaler, lokaler und unternehmerischer Ebene			

Leitlinien: nachhaltig handeln | qualitativ entwickeln | mutig sein | Stärken stärken | kooperativ arbeiten | konsequent sein

Handlungsfelder und Ziele

Taktik

# 5. Umsetzungsplan



Die Tourismusstrategie ist die Strategie für den gesamten Landkreis Ostallgäu. Damit diese ihre volle Wirkung entfalten kann, muss sie von allen direkt oder indirekt mit dem Tourismus in Verbindung stehenden Akteuren auf sämtlichen Organisationsebenen umgesetzt werden. Mit der erfolgreichen Umsetzung der Tourismusstrategie tragen die Akteure nicht nur zur weiteren positiven Tourismusentwicklung im Ostallgäu bei, sondern treiben auch die Entwicklung ihrer eigenen Betriebe und Organisationen voran. Die Umsetzung erfolgt konkret mithilfe der im Beteiligungsprozess erarbeiteten Projekte und Maßnahmen.

## Projektentwicklung

Bereits im Tourismusforum 2018 wurden von den beteiligten touristischen Akteuren und Stakeholdern des Ostallgäus zahlreiche Projekte und Maßnahmen in damals sechs verschiedenen Handlungsfeldern erarbeitet. Die gesammelten Inhalte aus dem Tourismusforum werden an dieser Stelle zwar aufgeführt, allerdings besteht hinsichtlich ihrer konkreten Umsetzung in den Projekten keine Verbindlichkeit. Im Strategieprozess wurden die Handlungsfelder sowie die Projektideen im Rahmen der Strategiewerkstatt erneut aufgegriffen, kritisch hinterfragt und nachgeschärft. Darüber hinaus befanden sich zum Zeitpunkt des Strategieprozesses bereits einige Projekte in planerischer oder konkreter Umsetzung. Diese werden in der folgenden Projektliste aufgeführt und sind entsprechend gekennzeichnet. In der Redaktionssitzung wurden die Projekte nochmals mit der Steuerungsgruppe diskutiert und priorisiert.

Die Tourismusstrategie ist so konzipiert, dass auch künftige Projektideen entwickelt und umgesetzt werden können, sofern diese zu den definierten Handlungsfeldern und Zielen der Tourismusstrategie passen. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass jederzeit agil auf Veränderungen und neue Herausforderungen reagiert werden kann.

Den nachfolgenden Einzelprojekten wurde jeweils eine Projektdauer in Form von kurz-, mittel- oder langfristig zugeordnet. Kurzfristig steht dabei für eine Projektdauer von bis zu 3 Jahren, mittelfristig für eine Dauer von 3 bis 5 Jahren und langfristig für über 5 Jahre. Dauerhaft bedeutet in diesem Zusammenhang, dass eine stetige Weiterentwicklung auch nach Projektabschluss notwendig ist. Die Angabe der zu erwartenden Projektkosten erfolgt über die Angabe eines kleinen (bis zu 10.000 Euro), mittleren (bis zu 50.000 Euro) oder großen (über 50.000 Euro) Projektbudgets.

Projekt	Priorität	Handlungsfeld
Regionales Verkehrskonzept inkl. Umsetzung*	1	Handlungsfeld 4
Fach- und Arbeitskräfte im Tourismus	2	Handlungsfeld 6
Innenmarketingkampagne inkl. Umsetzung	3	Handlungsfeld 1
Regionale Produktinitiative (Schlossparkgenuss)	4	Handlungsfeld 2
Initiative „Attraktiver und ausreichender Wohnraum“	5	Handlungsfeld 6
Kommunikationskonzept erstellt in 2019/2020	6.1	Handlungsfeld 1
Weiterentwicklung KönigsCard	6.2	Handlungsfeld 2
Machbarkeitsuntersuchung Großschutzgebiet (Naturpark) im Ostallgäu	6.3	Handlungsfeld 3
Konzeptentwicklung und Umsetzung eines Besucherlenkungs- und Leitsystems	6.4	Handlungsfeld 4
Etablierung eines Kulturnetzwerks	7.1	Handlungsfeld 1, 2, 5
Entwicklung und Betrieb eines Kooperations- und Content-Netzwerks	7.2	Handlungsfeld 1, 5
Touristischer Infrastrukturmaterplan	8.1	Handlungsfeld 4
Baukulturinitiative „Allgäuer Architektur und Landschaft“	8.2	Handlungsfeld 3
Beratungs- und Projekt Netzwerk auf Kreisebene	9.1	Handlungsfeld 5
Schlösser- und Geschichtstouren	9.2	Handlungsfeld 2
Umsetzung eines dezentralen Qualitätsnetzwerks („Tourismusakademie“)	9.3	Handlungsfeld 5
Weiterentwicklung des Veranstaltungskalenders „Schlosspark“	9.4	Handlungsfeld 1

< Abbildung 9: Umsetzungsprojekte und Priorisierung durch die Prozessbeteiligten  
\*) in Umsetzung

# 01

## 5.1 Top-10-Projekte aus dem Strategieprozess

Regionales Mobilitätskonzept inkl. Umsetzung			
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Integriertes Gesamtkonzept statt Einzellösungen</li> <li>» Punktuelle und saisonale Verkehrsbelastung reduzieren</li> <li>» Sicherstellung bedarfsgerechter Mobilität</li> </ul>		
<b>Gesammelte Inhalte aus dem Tourismusforum</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Entwicklung eines Mobilitätskonzepts Süd mit möglichen Bausteinen</li> <li>» Kostenermittlung und Prüfung einer möglichen Finanzierung</li> <li>» Einbindung aller Mobilitätsformen, Modal Split, Verzahnung Verkehrsträger, Barrierefreiheit</li> <li>» Einbindung digitale Besucherlenkung, Maßnahmen abhängig von Platzierung touristischer Angebote im LK, Komplexität reduzieren</li> <li>» Innerstädtische Radverkehrsrouten, Radtransport in Bus und Bahn, dichteres Netz und bessere Taktung im ÖPNV, angemessene und transparente Tarife, barrierefreier ÖPNV, digitales Parken, digitales Parkleitsystem, Ortsbusse, Park &amp; Ride</li> <li>» Besucherlenkungs- und Leitsystem entwickeln, Schnittstellen einbeziehen</li> <li>» Intensive Einbindung der Kommunen, Verkehrsträger, sonstige Mobilitätsanbieter etc.</li> <li>» Fokus auf Einheimische und Unternehmen vor Ort</li> <li>» Schaffung verkehrsfreier Räume, Shuttlelösungen, Parkraumbewirtschaftung, Barrierefreiheit gewährleisten, insbesondere im ÖPNV</li> <li>» Umsetzungsorientierte Fördermöglichkeiten von Anfang an beachten, Modellprojektentwicklung</li> </ul>		
<b>Dauer</b>	Kurzfristig <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Dauerhaft	Mittelfristig <input checked="" type="checkbox"/>	Langfristig <input type="checkbox"/>
	Im Rahmen des Projektes darf es keinen blinden Aktionismus geben. Stattdessen ist ein nachhaltiges, konkretes, zielorientiertes und strategisch abgestimmtes Vorgehen notwendig. Die Inhalte des Projektes sind noch nicht final und werden sich entsprechend der laufenden Konzeptentwicklung ggf. noch verändern.		
<b>Projektkümmerner</b>	Landkreis Ostallgäu (Kreientwicklung und Tourismus)		
<b>Kosten</b>	Kleines Budget <input type="checkbox"/>	Mittleres Budget <input type="checkbox"/>	Großes Budget <input checked="" type="checkbox"/>
<b>Wichtige Partner</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Kommunen</li> <li>» Verkehrsunternehmen</li> <li>» (Landes-)Politik und Verwaltung</li> <li>» Partner aus Bildung und Wissenschaft</li> </ul>		

Im Folgenden werden die Top-10-Projekte aus dem Strategieprozess mit der höchsten Priorität näher beschrieben und dargestellt.

Fach- und Arbeitskräfte im Tourismus	
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Ausreichend Fach- und Arbeitskräfte zum Erhalt touristischer Betriebe</li> <li>» Sicherstellung von Qualität und Services</li> </ul>
<b>Gesammelte Inhalte aus dem Tourismusforum</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Vernetzung und Zusammenarbeit der vielen Akteure, effektive und effiziente Bündelung der Ressourcen</li> <li>» Moderierter Arbeitskreis der Leistungsanbieter</li> <li>» Erarbeitung und Umsetzung eines gemeinsamen Aktionsplans</li> <li>» Themen u. a.: Weiterbildungsangebote, Recruiting, Employer Branding, Arbeitsbedingungen und Bezahlung, Vereinfachung der Behördengänge für ausländische Mitarbeiter</li> <li>» Erfahrungsaustausch und gemeinsame Projektplattform</li> </ul>
<b>Dauer</b>	<p>Kurzfristig <input type="checkbox"/>      Mittelfristig <input checked="" type="checkbox"/>      Langfristig <input type="checkbox"/></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Dauerhaft</p>
<b>Projektkümmerner</b>	Landkreis Ostallgäu (Kreisentwicklung und Tourismus)
<b>Kosten</b>	<p>Kleines Budget <input type="checkbox"/>      Mittleres Budget <input type="checkbox"/>      Großes Budget <input checked="" type="checkbox"/></p>
<b>Wichtige Partner</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Allgäu GmbH</li> <li>» IHK und andere Wirtschaftsverbände</li> <li>» Bildungseinrichtungen</li> </ul>

02

04

Regionale Produktinitiative (Schlossparkgenuss)	
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Authentische und qualitativ hochwertige Allgäuer Produkte</li> <li>» Stärkung regionaler Wertschöpfungsketten</li> <li>» Akzeptanz bei Einheimischen und begeisterte Gäste</li> </ul>
<b>Gesammelte Inhalte aus dem Tourismusforum</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Schlosspark-Produkte, Veranstaltungen, Märkte, Gastronomieauszeichnung, Allgäuer Kochschule, Akademie, Allgäuer Kochbuch</li> <li>» Verzahnung mit „besser regional“</li> <li>» Ökomodellregion</li> <li>» Internetplattform, Verkaufsstellen</li> <li>» Netzwerkaufbau zwischen Bevölkerung, Betrieben und LRA</li> <li>» Konzept mit Ziel „regionale Wertschöpfung“</li> <li>» Basis sind Allgäu-Kriterien, Weiterentwicklung in neue Bereiche</li> <li>» Sub-Brand zu Allgäu für den Schlosspark</li> <li>» Umsetzung als Qualitätssiegel</li> <li>» Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, Ergänzung Produkte und Dienstleistungen</li> <li>» Kampagne nach Innen und Außen</li> <li>» Förderung der Allgäuer Esskultur</li> <li>» Regionale Produkte in den Fokus setzen, Förderung regionaler Produkte und Wertschöpfungsketten</li> <li>» Integration in Ausbildung an den Schulen und in die duale Berufsausbildung (Berufsschulen, Betriebe etc.)</li> <li>» Akademie mit Kursen, Seminaren, Weiterbildungsangeboten</li> <li>» Niederschwellige Angebote für Bevölkerung (Kochkurse, Kochbuch, Einkaufstipps ...)</li> <li>» Vernetzung mit regionaler Presse</li> <li>» Testimonials, Starkoch</li> </ul>
<b>Dauer</b>	<p>Kurzfristig <input type="checkbox"/>      Mittelfristig <input checked="" type="checkbox"/>      Langfristig <input type="checkbox"/></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Dauerhaft</p>
<b>Projektkümmerner</b>	Landkreis Ostallgäu (Tourismus in Zusammenarbeit mit Regionalmanagement)
<b>Kosten</b>	<p>Kleines Budget <input type="checkbox"/>      Mittleres Budget <input checked="" type="checkbox"/>      Großes Budget <input type="checkbox"/></p>
<b>Wichtige Partner</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Allgäu GmbH</li> <li>» Bio-Ring Allgäu</li> <li>» Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten</li> <li>» Berufsfachschule und Technikerschule für Ernährung und Versorgung</li> <li>» Weitere Fachorganisationen</li> <li>» Ökomodellregion Ostallgäu</li> <li>» bergaufland Ostallgäu e.V.</li> <li>» Produzenten</li> <li>» Verarbeiter</li> <li>» Gastronomie</li> </ul>

Innenmarketingkampagne inkl. Umsetzung	
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Stärkeres Tourismusbewusstsein in der Bevölkerung</li> <li>» Begeisterung und Akzeptanz für den Tourismus schaffen</li> </ul>
<b>Gesammelte Inhalte aus dem Tourismusforum</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Zielgruppen: Leistungsanbieter, Bevölkerung</li> <li>» Content-Plattform als Hintergrundsystem</li> <li>» Einbindung regionaler Presse</li> <li>» Social Media-Einbindung (Beteiligung z.B. Lieblingsort, Gewinnspiel, Fotowettbewerb Schlosspark ...)</li> <li>» Vergünstigungen für Einheimische („Lerne den Schlosspark kennen“, „Gast für einen Tag“): Übernachtungsbetriebe einbinden, KönigsCard einbinden, Ortsangebote (Führungen etc.)</li> <li>» Präsenz in den Orten (Aufsteller, Plakataktionen, Magazin, etc.)</li> </ul>
<b>Dauer</b>	<p>Kurzfristig <input checked="" type="checkbox"/>      Mittelfristig <input type="checkbox"/>      Langfristig <input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/> Dauerhaft</p>
<b>Projektkümmerner</b>	Landkreis Ostallgäu Tourismusverband Ostallgäu e.V.
<b>Kosten</b>	<p>Kleines Budget <input type="checkbox"/>      Mittleres Budget <input checked="" type="checkbox"/>      Großes Budget <input type="checkbox"/></p>
<b>Wichtige Partner</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Lokale Umsetzung durch Kommunen</li> </ul>

03

Initiative „Attraktiver und ausreichender Wohnraum für touristische Fach- und Arbeitskräfte“	
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Schaffung von attraktivem und bezahlbarem Wohnraum</li> <li>» Erhöhung der Standort- und Lebensqualität</li> <li>» Anziehung von Fach- und Arbeitskräften für den Tourismus</li> </ul>
<b>Gesammelte Inhalte aus dem Tourismusforum</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Leitfaden für Kommunen und Betriebe</li> <li>» Aktivierung kommunaler Steuerungsinstrumente (Zweitwohnsitzsteuer, Zweckentfremdungssatzung)</li> <li>» Stärkung kommunaler Wohnungsunternehmen</li> <li>» Strategische Baulandpolitik</li> <li>» Erleichterungen für private Investoren</li> <li>» Ressourcenschonender Umgang</li> <li>» Fördermittelberatung für Investoren zur Reaktivierung von Leerständen</li> </ul>
<b>Dauer</b>	<p>Kurzfristig <input type="checkbox"/>      Mittelfristig <input checked="" type="checkbox"/>      Langfristig <input type="checkbox"/></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Dauerhaft</p>
<b>Projektkümmerner</b>	Kommunen
<b>Kosten</b>	<p>Kleines Budget <input type="checkbox"/>      Mittleres Budget <input checked="" type="checkbox"/>      Großes Budget <input type="checkbox"/></p>
<b>Wichtige Partner</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Kreisentwicklung</li> <li>» Bauamt</li> <li>» Privatpersonen</li> </ul>

05

07

Weiterentwicklung KönigsCard	
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Landkreisweite Nutzung ÖPNV</li> <li>» Stärkere Einbindung der Orte im nördlichen und mittleren Landkreis</li> </ul>
<b>Gesammelte Inhalte aus dem Tourismusforum</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Nutzbarkeit für Innenmarketing herstellen</li> <li>» Heimatkarte</li> <li>» Incentive-Möglichkeit für Fachkräfte</li> <li>» Stärkung der Card durch Verbreitung in der Fläche</li> <li>» Gewinnung neuer Mitgliedsbetriebe durch Attraktivierung des internen Systems</li> </ul>
<b>Dauer</b>	<p>Kurzfristig <input checked="" type="checkbox"/>      Mittelfristig <input type="checkbox"/>      Langfristig <input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/> Dauerhaft</p>
<b>Projektkümmerner</b>	KÖNIGSCARD Gästekarten GmbH
<b>Kosten</b>	<p>Kleines Budget <input checked="" type="checkbox"/>      Mittleres Budget <input type="checkbox"/>      Großes Budget <input type="checkbox"/></p>
<b>Wichtige Partner</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Landkreise</li> <li>» Kommunen</li> <li>» Leistungsträger</li> <li>» Vermieter</li> <li>» Verkehrsunternehmen</li> </ul>

Kommunikationsstrategie inkl. Umsetzung	
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Landkreisweites und aufeinander abgestimmtes touristisches Profil des Ostallgäus</li> </ul>
<b>Gesammelte Inhalte aus dem Tourismusforum</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Weiterentwicklung einer gemeinsamen Kommunikationsstrategie für den Schlosspark</li> <li>» Entwicklung gemeinsamer Standards, Vorlagen, Bildsprache, Textmodule</li> <li>» Umsetzungsbegleitung für Kommunen und Partnerbetriebe</li> <li>» Konzept zur Nutzung nach innen und außen (emotionale Aufbereitung)</li> </ul>
<b>Dauer</b>	<p>Kurzfristig <input checked="" type="checkbox"/>      Mittelfristig <input type="checkbox"/>      Langfristig <input type="checkbox"/></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Dauerhaft</p>
<b>Projektkümmerner</b>	Tourismusverband Ostallgäu e.V.
<b>Kosten</b>	<p>Kleines Budget <input type="checkbox"/>      Mittleres Budget <input checked="" type="checkbox"/>      Großes Budget <input type="checkbox"/></p>
<b>Wichtige Partner</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Kommunen</li> <li>» Leistungsträger</li> </ul>

06

08

Machbarkeitsuntersuchung Großschutzgebiet (Naturpark) im Ostallgäu	
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Schutz der Allgäuer Natur- und Kulturlandschaft</li> <li>» Nutzung für Tourismusmarketing, Attraktionspunkt</li> </ul>
<b>Gesammelte Inhalte aus dem Tourismusforum</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Weiterentwicklung von Teilräumen des Ostallgäus zu Schutzgebiet (Naturpark, Biosphärenreservat)</li> <li>» Machbarkeitsstudie entsprechend Zieldefinition</li> <li>» Öffentliche Beteiligung und Binnenkommunikation</li> <li>» Stakeholdermanagement</li> </ul>
<b>Dauer</b>	<p>Kurzfristig <input checked="" type="checkbox"/>      Mittelfristig <input type="checkbox"/>      Langfristig <input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/> Dauerhaft</p>
<b>Projektkümmerner</b>	Landkreis Ostallgäu (Untere Naturschutzbehörde und Tourismus)
<b>Kosten</b>	<p>Kleines Budget <input type="checkbox"/>      Mittleres Budget <input checked="" type="checkbox"/>      Großes Budget <input type="checkbox"/></p>
<b>Wichtige Partner</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Kommunen</li> </ul>

### Konzeptentwicklung und Umsetzung eines Besucherlenkungs- und Leitsystems

<b>Ziele</b>	» Schonender Umgang mit Kultur- und Naturlandschaft
<b>Gesammelte Inhalte aus dem Tourismusforum</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Analyse der Problembereiche, Grundkonzept mit Definition der Einsatzbereiche/Schwerpunkte erstellen, Klärung von Schnittstellen zum Mobilitätskonzept</li> <li>» Zonierung von Bereichen mit Festlegung von Bereichen intensiver und eher extensiver Nutzung</li> <li>» Besucherlenkung durch interaktives Leitsystem, digitale Unterstützung, Barrierefreiheit</li> <li>» Highlights und Veranstaltungen für Lenkung nutzen und einbinden</li> <li>» Identifikation von Hotspots, Alternativen bei Überfüllungserscheinungen an Hotspots</li> </ul>
<b>Dauer</b>	Kurzfristig <input type="checkbox"/> Mittelfristig <input checked="" type="checkbox"/> Langfristig <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Dauerhaft
<b>Projektkümmerner</b>	Landkreis Ostallgäu, Tourismusverband Ostallgäu e.V.
<b>Kosten</b>	Kleines Budget <input type="checkbox"/> Mittleres Budget <input checked="" type="checkbox"/> Großes Budget <input type="checkbox"/>
<b>Wichtige Partner</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Kommunen</li> <li>» Leistungsträger</li> </ul>

09

### Etablierung eines Kulturnetzwerks

<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Bündelung kultureller Angebote und Sehenswürdigkeiten für das touristische Marketing</li> <li>» Förderung von Kooperationsangeboten sowie kultureller Events und Initiativen</li> </ul>
<b>Gesammelte Inhalte aus dem Tourismusforum</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Kreisweite, moderierte Plattform</li> <li>» Koordinierte Zusammenarbeit der Kulturschaffenden</li> <li>» Gemeinsame Projektentwicklung, Veranstaltungen, Jahresprogramme</li> <li>» Kreisweite Erlebnisentwicklung Schlosspark im Bereich Kultur</li> </ul>
<b>Dauer</b>	Kurzfristig <input type="checkbox"/> Mittelfristig <input checked="" type="checkbox"/> Langfristig <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Dauerhaft
<b>Projektkümmerner</b>	Landkreis Ostallgäu (Tourismus und Kreisentwicklung)
<b>Kosten</b>	Kleines Budget <input checked="" type="checkbox"/> Mittleres Budget <input type="checkbox"/> Großes Budget <input type="checkbox"/>
<b>Wichtige Partner</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Kulturinstitutionen und -schaffende des Ostallgäus</li> <li>» Kommunen</li> </ul>

10

## 5.2 Freiraum für eigene Projekte und Ideen

Die Tourismusstrategie ist die Strategie des gesamten Ostallgäus. Alle direkt und indirekt am Tourismus Beteiligten sollen sich in ihre Umsetzung mit Einbringen. Damit tragen sie nicht nur zur positiven Tourismusentwicklung im Ostallgäu bei, sondern treiben auch die Entwicklung ihrer eigenen Betriebe und Organisationen voran.

Hier ist Platz dafür, die eigenen Ziele und Ideen zu notieren und deren Beitrag zur gemeinsamen Tourismusstrategie für das Ostallgäu zu überprüfen.

Die gemeinsame Strategie

### Lebensqualität | Zukunft ländlicher Raum | Regionale Wertschöpfung | Natur- und Kulturerbe | Identität | Willkommenskultur | Qualität

Unser Ostallgäu ist 2036 führend als zukunftsorientierter und leistungsstarker Gestaltungsraum für individuelles Leben, Arbeiten und Urlaub im ländlichen Raum. Als Erlebnisraum Schlosspark im Allgäu ist das Ostallgäu der Raum einer modern gelebten Romantik.

Wir schaffen Momente, die das Herz berühren und das Leben bereichern.

Potentiale und Entwicklung	Prozesse und innovatives Denken	Nutzen für Einheimische und Gäste	Wertschöpfung und Lebensqualität
Ein positives Tourismusbewusstsein wird im Schlosspark gelebt. Unsere Region hat Alleinstellung und ein klares Profil. Unsere Betriebe sind zukunftsfähig aufgestellt und gut ausgebildete Arbeitskräfte stehen ausreichend zur Verfügung. Unsere wertvollen und begrenzten natürlichen Ressourcen stehen auch zukünftigen Generationen im Ostallgäu zur Verfügung.	Die touristischen Akteure im Schlosspark arbeiten eng zusammen und entwickeln die Region gemeinsam weiter. Tourismusrelevante Infrastrukturen sind optimal auf die Bedürfnisse von Einheimischen und Gästen ausgerichtet und tragen zur gleichmäßigen saisonalen und regionalen Verteilung von Gästeströmen bei. Unser wertvoller Ostallgäuer Natur- und Kulturräum wird behutsam, schützend und nachhaltig weiterentwickelt.	Höchste Qualität und profilierende, authentische Produkte begeistern Einheimische und Gäste. Der Schlosspark verfügt über Alleinstellung und ein klares Profil als Raum einer modern gelebten Romantik. Unser Leistungsversprechen lösen wir jederzeit ein.	Qualitatives Wachstum und starke regionale Wertschöpfungsketten schaffen und sichern attraktive Lebens- und Arbeitsbedingungen im Ostallgäu. Einheimische und Gäste identifizieren sich mit unserer Region.

#### Meine Ziele

.....

.....

#### Meine Projekte und Ideen

.....

.....

#### Ich ...

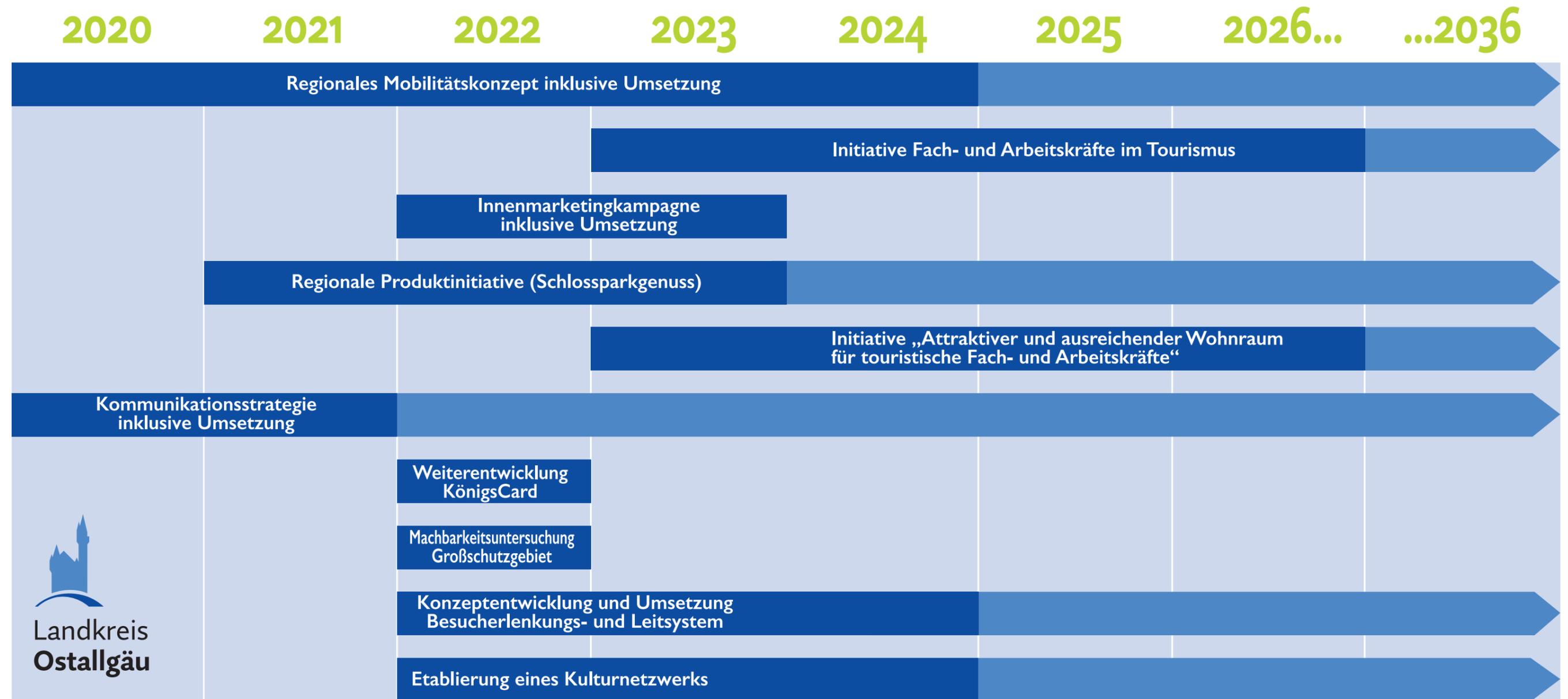
- handle nachhaltig       entwickle qualitativ       bin mutig  
 stärke Stärken       arbeite kooperativ       bin konsequent

#### Meine Projekte und Ideen unterstützen die Umsetzung der gemeinsamen Strategie, indem ...

.....

.....

### 5.3 Umsetzungsplan - konkrete nächste Schritte



■ dunkelblauer Balken = Projektdauer; ➡ hellblauer Pfeil = dauerhafte Weiterentwicklung



## 6. Zusammenfassung und Ausblick



Durch die umfangreichen Vorarbeiten, insbesondere in den zurückliegenden Tourismusforen, lagen zu Beginn des Strategieprozesses bereits zahlreiche Grundlagen sowie Maßnahmen und Projektideen für die weitere Tourismusentwicklung im Ostallgäu vor. Was bis dato fehlte, war ein strategischer Rahmen, welcher die bisherigen Bemühungen und Ansätze gezielt miteinander verzahnte und in Einklang zu bringen wusste.

Durch die breite Beteiligung der touristischen Akteure des Ostallgäus, sowohl in den Tourismusforen als auch im Strategieprozess selbst, konnten schließlich alle erarbeiteten Inhalte und Entwicklungsansätze geordnet, strukturiert und in einer gemeinsamen Strategie, die als Fahrplan für die zukünftige Entwicklung dienen soll, zusammengefasst werden. Das vorliegende Ergebnis des Strategieprozesses ist eine Tourismusstrategie für das Ostallgäu und den Erlebnisraum Schlosspark, die den künftigen Orientierungsrahmen bildet, nachdem sich alle tourismusrelevanten Akteure im Landkreis gemeinsam und aufeinander abgestimmt entwickeln können. Sie ist der Entwicklungsrahmen des täglichen Handelns der touristischen Akteure im Landkreis Ostallgäu.

Nun gilt es, die Tourismusstrategie auch in der Praxis umzusetzen. Hierfür sind Engagement, harte Arbeit und Motivation aller Tourismusakteure im Landkreis gefragt – denn die beste Strategie nützt nichts, wenn sie nicht auch von den Betrieben, Organisationseinheiten und Institutionen umgesetzt wird. Im Strategieprozess konnten die Stärken und Schwächen des Tourismus im Ostallgäu identifiziert werden. Diesen gilt es zukünftig gemäß der gemeinsam formulierten Leitlinien „nachhaltig handeln“, „qualitativ entwickeln“, „mutig sein“, „Stärken stärken“, „kooperativ arbeiten“ und „konsequent sein“ zu begegnen.

Hierfür wurden im Prozess geeignete Maßnahmen und Projekte entwickelt. Deren Umsetzung sollte fortan von allen tourismusrelevanten Akteuren mitgetragen werden, um das Ostallgäu zu einem Urlaubs-, Arbeits- und Lebensstandort mit höchster Aufenthaltsqualität für Einheimische und Gäste gleichermaßen weiterzuentwickeln. Das bedeutet konkret: Die Arbeit geht jetzt erst richtig los.

Bringen Sie sich ein und packen Sie mit an – der Tourismus treibt die wirtschaftliche Entwicklung und die Entwicklung der Lebensqualität für alle im Landkreis Ostallgäu maßgeblich an. Im Tourismus liegen große Chancen für die Zukunft des Ostallgäus. Gemeinsam ist es möglich, diese Chancen zu nutzen und das Ostallgäu bis 2036 zum „führenden zukunftsorientierten und leistungsstarken Gestaltungsraum für individuelles Leben, Arbeiten und Urlaub im ländlichen Raum und als Erlebnisraum Schlosspark im Allgäu zum Raum einer modern gelebten Romantik“ zu entwickeln.

# 7. Anhang

## 7.1 Mitglieder der Steuerungsgruppe

Däubler	Peter	Landkreis OAL – Fachbereich Kreisentwicklung
Flaßhoff	Wiebke	Landkreis OAL – Fachbereich Tourismus
Fredlmeier	Stefan	Füssen Tourismus und Marketing
Frei	Robert	Landkreis OAL – Fachbereich Tourismus
Gansloser	Heiko	Landkreis OAL – Fachbereich Kreisentwicklung, bergaufland Ostallgäu e.V.
Gansloser	Katrin	Landkreis OAL – Fachbereich Tourismus
Gries	Sebastian	PROJECT M
Hager	Karina	Kulturamt Füssen
Heck	Christian	PROJECT M
Heidrich	Philipp	Stadt Marktoberdorf – Stadtmarketing, Tourismus und Wirtschaftsförderung
Joas	Pirmin	Nesselwang Marketing GmbH
Jörg	Ursula	Tourist Info Roßhaupten
Katzlmayr	Anna	Hotel Weitblick Allgäu, Marktoberdorf
Klughammer	Carolin	Walderlebniszentrum Ziegelwies
Mayerhofer	Alexander	Werbegemeinschaft Füssen e.V.
Neukam	Andreas	Landkreis OAL – Fachbereich Kreisentwicklung
Ridder	Verena	Kaufbeuren Tourismus- und Stadtmarketing e.V.
Sambeth	Michael	Kreis- und Stadtparkasse Kaufbeuren
Sauer	Marcella	Pfronten Tourismus
Seyfried	Frank	Tegelbergbahn GmbH & Co. KG
Speck	Ralf	Alpspitzbahn Nesselwang GmbH & Co. KG
Sprinkart	Stefan	IHK Schwaben – Regionalgeschäftsstelle Allgäu
Zasche	Andreas	Landkreis OAL – Sachgebiet Naturschutz & Landespflege
Zettl	Wilhelm	Gastgeber mit Herz & Haus Bergblick, Rieden a. F.
Zinnecker	Maria Rita	Landrätin

## 7.2 Teilnehmer der Strategiewerkstatt

Adam	Matthias	KÖNIGSCARD Betriebs GmbH
Angl	Helmut	Bürgermeister Lechbruck am See
Burkart	Irmengard	Gästeinformation Halblech
Däubler	Peter	Landkreis OAL – Fachbereich Kreisentwicklung
Dopfer	Sandra	Tourist Information Seeg
Eberle	Irmgard	Bauern- und Ferienhof Hirsch, Rückholz
Flaßhoff	Wiebke	Landkreis OAL – Fachbereich Tourismus
Fredlmeier	Stefan	Füssen Tourismus und Marketing
Frei	Robert	Landkreis OAL – Fachbereich Tourismus
Gansloser	Heiko	Landkreis OAL – Fachbereich Kreisentwicklung, bergaufland Ostallgäu e.V.
Gansloser	Katrin	Landkreis OAL – Fachbereich Tourismus
Gries	Sebastian	PROJECT M
Haug	Andreas	Tourismusverein Rieden a. F.
Heberle	Manuel	Tourismusverein Görisried
Heck	Christian	PROJECT M
Heidrich	Philipp	Stadt Marktoberdorf – Stadtmarketing, Tourismus und Wirtschaftsförderung
Helmer	Andreas	DEHOGA Bayern, Kreisstelle OAL
Hennemann	Thomas	Gebietsbetreuer Südliches Ostallgäu
Holzmann	Gertrud	Tourismusbüro Rieden a. F.
Jentsch	Christiane	RVA Betriebsleitung Füssen
Joachim	Bernhard	Allgäu GmbH
Joas	Pirmin	Nesselwang Marketing GmbH
Katzlmayr	Anna	Hotel Weitblick Allgäu, Marktoberdorf
Kloyer	Maria	AELF Kaufbeuren
Klughammer	Carolin	Walderlebniszentrum Ziegelwies
Knacker	Julian	Pfronten Tourismus
Knüsli	Florian	Tourismusverein Görisried
Köpf	Petra	Tourist Info Schwangau
Lax	Ursula	Kreisrätin, Ausschuss für Kreisentwicklung und Umwelt
Martin	Kassandra	Hotel Weitblick Allgäu, Marktoberdorf
Mayerhofer	Alexander	Werbegemeinschaft Füssen e.V.
Pihusch	Thomas	Bürgermeister Roßhaupten
Propach	Ulrike	Sprecherin Wirtschaftsbeirat Ostallgäu
Ridder	Verena	Kaufbeuren Tourismus- und Stadtmarketing e.V.
Schall	Michael	Sparkasse Allgäu
Schaper	Janina	Landkreis OAL – Naturschutz & Landespflege
Schubert	Jan	Gemeinde Pfronten – Ortsentwicklung
Seyfried	Frank	Tegelbergbahn GmbH & Co. KG
Sprinkart	Stefan	IHK Schwaben – Regionalgeschäftsstelle Allgäu
Thiel	Sandra	Tourismugemeinschaft Südliches Allgäu
Wegenast	Ramona	MODfestivals
Zettl	Wilhelm	Gastgeber mit Herz & Haus Bergblick, Rieden a. F.
Zinnecker	Maria Rita	Landrätin

## **Landratsamt Ostallgäu**

Schwabenstraße 11  
87616 Marktoberdorf  
Tel. 08342 911-0  
Fax 08342 911-511  
[www.ostallgaeu.de](http://www.ostallgaeu.de)  
[poststelle@lra-oal.bayern.de](mailto:poststelle@lra-oal.bayern.de)



**Landkreis  
Ostallgäu**