



Württembergisches
Allgäu
HEIMATVERBUNDEN-
GRENZENLOS - AKTIV

- Aichstetten
- Aitrach
- Amtzell
- Argenbühl
- Bad Wurzach
- Bodnegg
- Isny
- Kißlegg
- Leutkirch
- Vogt
- Wangen
- Wolfegg
- Waldburg

Impressum

Lokale Aktionsgruppe Württembergisches Allgäu
Dieter Krattenmacher, Martin Bendel, Peter Müller

c/o Gemeinde Kißlegg
Schlossstraße 5
88353 Kißlegg

Erstellt von
neuland+ Tourismus-, Standort- und Regionalentwicklung GmbH & CoKG, Aulendorf
Bearbeitung: Julia Bär, Josef Bühler

Überarbeitete Fassung September 2015

**Bürger-, Freizeit-, Kultur-, Klima- und WirtschaftsLand
Württembergisches Allgäu –
heimatverbunden – grenzenlos – aktiv**

**Regionales Entwicklungskonzept
Württembergisches Allgäu**

Überarbeitete Fassung September 2015

Inhalt

1	Zusammenfassung	
2	Informationen zur regionalen Partnerschaft im LEADER-Gebiet.....	1
2.1	Abgrenzung und Lage des Württembergischen Allgäus.....	1
2.2	Aktionsgruppe und Organisationsstruktur der regionalen Partnerschaft.....	4
2.3	Einrichtung und Betrieb eines Regionalmanagements.....	7
2.4	Verfahren zur Erarbeitung des Regionalen Entwicklungskonzeptes.....	9
3	Inhalte der gebietsspezifischen LEADER-Strategie	13
3.1	Beschreibung der Ausgangslage - sozioökonomische Analyse.....	13
3.1.1	Bevölkerungsstruktur und -entwicklung	13
3.1.2	Kommunalentwicklung.....	14
3.1.3	Wirtschaft.....	15
3.1.4	Land- und Forstwirtschaft	17
3.1.5	Tourismus.....	19
3.1.6	Energie und Klima	21
3.1.7	Mobilität.....	22
3.1.8	Kulturlandschafts- und Gewässerentwicklung	23
3.1.9	Kultur und Kunst	25
3.1.10	SWOT-Analyse.....	27
3.1.11	Zusammenfassung und Ableitung des Handlungsbedarfs.....	31
3.2	Beschreibung der Entwicklungsziele und der Entwicklungsstrategien.....	33
3.2.1	Leitidee.....	33
3.2.2	Entwicklungsziele	34
3.2.3	Entwicklungsstrategie	36
3.3	Handlungsfelder und Aktionsplan	37
3.4	Gebietsübergreifende/ transnationale Kooperationen	50
4	Durchführung und Prozessgestaltung.....	51
4.1	Regularien, Aufgabenverteilung LAG und Geschäftsordnung	51
4.2	Projektauswahlverfahren.....	52
4.3	Indikativer Finanzplan	52
4.4	Prozessmonitoring und Evaluierung.....	56
4.5	Öffentlichkeitsarbeit.....	58
	Anlagen.....	589

LEADER kommt zur richtigen Zeit

Wer an das Württembergische Allgäu denkt, dem fallen meist zuerst die grünen Wiesen, grasende Kühe und der aus guter Milch gewonnene Käse ein. Zum pittoresken Bild gehören außerdem herausgeputzte Städte und Orte, blaue Seen und dunkle Moore zwischen vielen verstreut liegenden Höfen.

Eine ganz andere Geschichte erzählen nüchterne Zahlen: Die Zahl der die Landschaft bisher prägenden Milchviehbetriebe hat sich in den letzten 10 Jahren örtlich nahezu halbiert, die großen Käsereien sind aus dem „Käsedreieck“ fast verschwunden, die Nähe zu Bayern und Österreich bringt typische und nachteilige Begleiterscheinungen einer Grenzregion mit sich, ländliche Bereiche verlieren schleichend Einwohner, Kaufkraft und Perspektiven, Familienbetriebe spüren die zunehmende Konkurrenz größerer Einheiten.

Die Menschen im Württembergischen Allgäu wollten und wollen zusammen mit ihren Gemeinden diesen Entwicklungen nicht tatenlos zusehen und, wo nötig und möglich, gegensteuern.



In zahlreichen Aktionen wurden bereits in den vergangenen Jahren Formen der Bürgerbeteiligung gelebt. Was bisher aber noch fehlte, war in vielen Fällen das gemeinde- und regionsübergreifende, mit Blick auf Bayern sogar das länderübergreifende, Zusammenwirken auf verschiedenen Ebenen.

LEADER kommt gerade recht, um auf der gemeinsamen Erkenntnis und der gemeinsamen Bereitschaft zur Zusammenarbeit aufbauen zu können.

Schon die Vorbereitungen zur Bewerbung haben gezeigt, dass es den Menschen, den Kommunen, Unternehmen, Vereinen, Verbänden und Organisationen hier ernst ist mit ihrer Heimat. Für die unzähligen Stunden, die hier in den letzten Jahren ehrenamtlich geleistet worden sind, sei an dieser Stelle herzlich gedankt.

Wir alle hoffen nun, dass wir unsere gemeinsamen Ziele in der kommenden LEADER- Förderperiode verwirklichen können.

Dieter Krattenmacher

Martin Bendel

Peter Müller

1 Zusammenfassung

Die Region Württembergisches Allgäu bewirbt sich als neue LEADER-Region mit einem konsens-getragenen und interkommunal abgestimmten Regionalen Entwicklungskonzept für das LEADER-Programm 2014 bis 2020.

Die Region

- Die LEADER-Gebietskulisse Württembergisches Allgäu liegt im Südosten Baden Württembergs und grenzt im Osten an das Bayerische Allgäu an. Es umfasst 4 Städte und 9 Gemeinden und weist eine Gesamteinwohnerzahl von 114.251 auf. Alle beteiligten Kommunen sind der Raumkategorie Ländlicher Raum zugeordnet.
- Das Württembergische Allgäu versteht sich als Teil der Gesamtregion Allgäu, zu der auch die vier bayerischen Landkreise mit ihren LEADER-Aktionsgruppen gehören. Viele gemeinsame Aufgabenstellungen in der Kulturlandschafts-, Tourismus- und Standortentwicklung warten auf eine gemeinsame länderübergreifende Bearbeitung.

Das Organisations- und Steuerungsmodell

- Ein Verein „Regionalentwicklung Württembergisches Allgäu“ wird Träger der LEADER- Initiative, mit satzungsgemäßem Sitz in Leutkirch. Die Mitglieder sind die Kommunen sowie Vertreter/innen der WISO-Partner und der Zivilgesellschaft.
- Ergänzend zu den Vereinsgremien sichern vier Arbeitsgruppen und zwei Unternehmensnetzwerke (120 Betriebe) sowie eine weiter implementierte Bürgerbeteiligungs-Onlineplattform eine dauerhafte breite Beteiligung ab. Diese wird ergänzt durch 8 strategische Partnernetzwerke mit über 250 Akteuren.
- Die LEADER-Aktionsgruppe als Auswahlausschuss umfasst 26 Personen, die die Kompetenzen in allen Handlungsfeldern abdecken. Mit einem paritätischen Geschlechterverhältnis und einem Anteil von 73% an Vertreter/innen der WISO-Partner und der Zivilgesellschaft werden die Mindestanforderungen in hohem Maße überschritten.
- Das LEADER-Management wird mit zwei Stellen ausgestattet und wird anteilig vom Landkreis (30%) und den Kommunen (70%) bis einschließlich 2022 finanziert. Eine weitere Teilzeitstelle wird von Seiten des Landkreises zur Verfügung gestellt und finanziert.
- Die Geschäftsstelle wird aufgrund der sehr guten Erreichbarkeit und der vorhandenen Infrastruktur in Kißlegg, Wangen oder Leutkirch angesiedelt.

Das Beteiligungsverfahren

- Die Kommunen des Württembergischen Allgäus bewerben sich erstmals als LEADER-Region. Die kommunalen Gremien haben dem für die Bewerbung erforderlichen Beteiligungsverfahren zugestimmt.

- Eine breites Beteiligungsverfahren mit 11 Workshops, 16 Info- und Abstimmungsrunden, 5 Aktionsgruppensitzungen und einem Regionalforum führte zu einer Beteiligung von knapp 828 Bürgern und Bürgerinnen (ohne Online-Plattform).
- Die begleitende Öffentlichkeitsarbeit weist über 50 Veröffentlichungen (Print/Online/TV), 5.000 Flyer im Direktmailing sowie über 3.000 Nutzer der eigens eingerichteten Bürgerbeteiligungsplattform auf.

Die Ausgangslage mit SWOT-Analyse

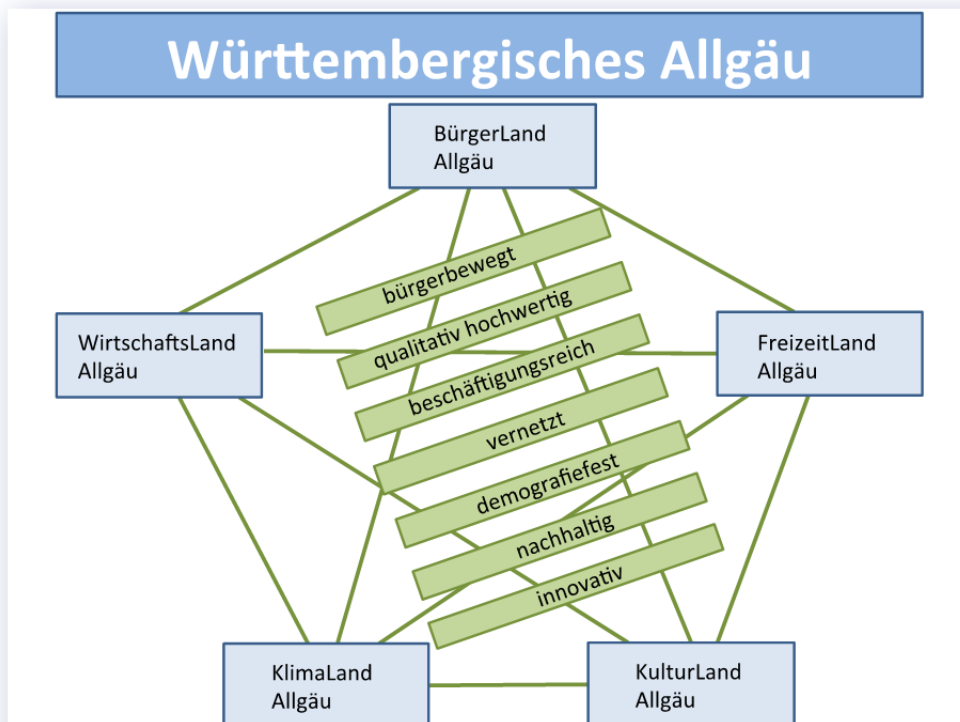
- Die Herausforderung des demografischen Wandels ist – bei annähernd gleichbleibender Bevölkerung – die Angebots- und Infrastrukturanpassung an eine älter werdende Bevölkerung. In der Bevölkerung ist eine Vorstellung zu entwickeln, dass in der Heimatkommune der Lebensabend verbracht werden kann. Dafür sind altersgerechte Wohnformen, bedarfsgerechte Dienstleistungen und alltagsbegleitende Dienste und Sozialstrukturen notwendig.
- Das große Potenzial in der Regionalkultur bietet viele Chancen zur weiteren Inwertsetzung. Neue Impulse zur Persönlichkeits- und Kreativitätsentwicklung im Bereich Kunst und Soziokultur werden als notwendig erachtet. Das große Bürgerengagement im Allgäu – jeder zweite ist aktiv – bietet große Chancen im sozialen, im Kulturellen wie nahversorgenden Bereich, jeweils gemeinsam mit unterstützenden Strukturen, Lösungen zu finden und auch finanzierbar zu halten. Das Allgäu versteht sich als ein BürgerLand.
- Im Tourismus sind in den letzten 10 Jahren die zentralen gebiets- und länderübergreifenden Produktlinien definiert und die passenden Vermarktungsstrukturen aufgebaut worden. Bei der Produktlinie Rad sind noch öffentliche Investitionen in die Schaffung einer qualitativ hochwertigen Infrastruktur notwendig, bei allen anderen Produktlinien ist die Konzentration auf die Qualitäts- und Innovationsentwicklung sowie auf barrierefreie Angebote bei den Leistungsträgern zu setzen. Kooperative Produktentwicklungen stehen in der nachhaltigen touristischen Erschließung der Moore und im Rahmen des Relaunchs der Oberschwäbischen Barockstraße an. Mit der Ausweitung der Allgäu-Walser-Card und einer neuen E-Gäste-Mobilitäts-card wird das Verbundmarketing gestärkt. Das Allgäu versteht sich als FreizeitLand.
- Der Beitrag der Landwirtschaft, der Ernährungswirtschaft und der Gastronomie ist im Allgäu eng mit dem Tourismus verknüpft. Die gut aufgestellten Regionalvermarktungsinitiativen mit ihren stabilen Logistik-Lösungen bieten die Grundlage, nicht nur die regionale Küche weiter zu entwickeln, sondern durch neue Servicelösungen auch zu neuem Kochvergnügen in der Gastronomie wie im Privathaushalt zu führen.
- Kulturlandschaft- und Gewässerentwicklung im KulturLand Allgäu: Der überdurchschnittlich hohe Anteil an Gewässer ist ein wichtiges Landschaftselement, das es unter den Vorgaben der EU-Wasserrahmenrichtlinie, genereller ökologischer und freizeit-orientierter Gesichtspunkten in neue Qualitäten zu führen gilt. Flächen-, Knowhow- und Koordinationsprobleme sind zu lösen. Der überdurchschnittlich hohe Anteil an Naturschutzflächen bedingt einen hohen Pflegeaufwand bzw. Landnutzungskonzepte z.B. der

Offenhaltung der Adelegg dienen. Viele kartierte Natur- und Bodendenkmäler sind für den Tourismus und das regionale Wahrnehmen aufzubereiten, die regionale Baukultur zusammen mit der Holzwirtschaft landschaftsgerecht – zumindest im Außenbereich – weiterzuentwickeln.

- Die Region verfügt mit gut 40% regenerativem Stromanteil über eine gute Ausgangslage. Die überdurchschnittlich hohe Zahl an Biogasanlagen ist perspektivisch gefährdet, wenn es nicht gelingt, sie durch zusätzliche Wärmeverwertung und Speicherslösungen vom Erneuerbaren Energiegesetz unabhängig zu machen. Die hohe Präsenz an European-Energy-Award Gemeinden bedingt die Notwendigkeit einer interkommunalen Kooperation im Energiemanagement. Zum KlimaLand Allgäu gehört auch der Aufbau einer E-Mobilität-Infrastruktur, ÖPNV-ergänzende Mobilitätslösungen wie Car-Sharing und Bürgerbusse sowie vereinheitlichte Tariflösungen bei den grenzüberschreitenden ÖPNV-Verkehren. Diese neuen Mobilitätsmuster müssen dem Paradigma der Nachhaltigkeit und der damit verbundenen CO₂-Emissionseinsparung folgen.

Das WirtschaftsLand Allgäu ist interkommunal weiter zu entwickeln und zu positionieren. Hier ist ein Formierungsprozess zu gestalten, der über die Schaffung interkommunaler Gewerbegebiete hinausgeht. Als zentraler Engpass haben sich Akzeptanzprobleme bei der Bevölkerung bei Ansiedlungs- und Erweiterungsmaßnahmen erwiesen. Neue Kommunikations- und Beteiligungsformen sind hier notwendig, um ein Verständnis für die regionalen Arbeitsplatzentwicklungsbedarfe zu schaffen. Neue regionale Wertschöpfung lässt sich durch neue Produkte und Angebote in der Holzwirtschaft, der Gesundheitswirtschaft und ggf. im Handel erschließen.

Zielsystem mit Handlungsfeldern



- Die Leitidee des regionalen Entwicklungskonzeptes lautet: Bürger-, Freizeit-, Kultur-, Klima- und WirtschaftsLand Württembergisches Allgäu - heimatverbunden – grenzenlos – aktiv. Es verdeutlicht die Handlungsfelder, die Lage im Ländlichen Raum, die Identifikation mit der Raumschaft Allgäu, die länderübergreifende Zusammenarbeit und den bürgerbewegten, unternehmerischen und interkommunalen Ansatz.
- Die Leitidee „Allgäu“ wird mit 10 strategischen Entwicklungszielen und Managementzielen sowie 7 Querschnittszielen konkretisiert. Die fünf Handlungsfelder BürgerLand, FreizeitLand, KulturLand, KlimaLand, WirtschaftsLand Allgäu sind mit 10 Handlungsfeldzielen und 30 operationalisierten Teilzielen untersetzt. Zusätzlich sind 8 operationalisierte Struktur-, Prozess- und Managementziele formuliert.
- Der Aktionsplan beinhaltet u.a. 20 Startprojekte sowie eine Anlage mit weiteren 12 Maßnahmen, so dass die Region und ihre Antragsteller startbereit für die anstehende Förderphase sind.
- Ausgeprägt ist die transnationale, die länderübergreifende Kooperation mit den LAGn des bayerischen Allgäus (5 Ziele) sowie die gebietsübergreifende mit der LAG Mittleres Oberschwaben (4 Ziele). Eine vernetzte Regionalentwicklung mit dem bayerischen Allgäu ist für die Grenzregion Württembergisches Allgäu ein Schlüssel für die Weiterentwicklung im Tourismus, der Regionalvermarktung, der Mobilität sowie der Kulturlandschaftsentwicklung. Eine Zusammenarbeit im Regionalentwicklungsnetzwerk Allgäu auf operativer Ebene ist vorgesehen (www.netzwerk-regionalentwicklung-allgaeu.de).

Die Umsetzung

- Der LEADER-Aktionsgruppe unterliegt die Steuerung, Evaluierung und Fortschreibung des REKs sowie die Bewertung und Priorisierung der Projekte. Sie sichert eine breite Beteiligung und regionale Vernetzung ab und schreibt jährlich mit dem Regionalmanagement den Aktionsplan fort.
- Das Regionalmanagement begleitet die Aktionsgruppe, führt Qualifizierungs- und Sensibilisierungsmaßnahmen für die LAG und weitere Akteure durch, berät Projektträger, unterstützt bei der Erschließung weiterer Fördermittel bzw. von privatem Kapital, übernimmt das Projektmanagement für übergreifende Maßnahmen und moderiert Unternehmensnetzwerke u.ä. Kooperationen. Für die Öffentlichkeitsarbeit (12 Wochenstunden) und das Monitoring (4 Wochenstunden) sind feste Zeitkontingente eingeplant.
- Die Projektauswahl erfolgt über ein dreistufiges Verfahren, das transparent, nicht diskriminierend und nachvollziehbar ist. Nach einer Prüfung der grundlegenden Standards durch das Regionalmanagement erfolgt eine Bewertung durch die Aktionsgruppe hinsichtlich des Beitrags zur Zielerreichung sowie der Erfüllung der Querschnittsziele.
- Die Region Württembergisches Allgäu nimmt keine Differenzierung zwischen strukturschwachen und anderen Gemeinden vor. Sie hat für die gewerblichen Projekte Fördersätze mit 20% und 30% für private und 30% bzw. 40% für kommunale Träger festgelegt.

- Die einzelnen Handlungsfelder sind im Indikativen Finanzplan priorisiert: Anteil der Privaten im Gesamten: 30%, BürgerLand, KlimaLand, WirtschaftsLand mit je 20% und Kulturland mit 10%.
- Ein zusätzliches finanzielles Engagement der LAG und ihrer Partner erfolgt durch die landkreisfinanzierte Teilzeitstelle, der Schaffung eines Kofinanzierungspools für das Modul 6 sowie dem Aufbau eines Kapitalstocks für die Ausweitung der Kinderstiftung Ravensburg im gesamten Allgäu. Damit verbunden sind jährlich Mittel von ca. 70.000 bis 90.000 Euro.
- Ein ausgearbeitetes Öffentlichkeitskonzept mit Zielen, Zielgruppen, Maßnahmen und Ressourcen liegt vor. Es wird als zentrales „Schmiermittel“ einer gelingenden kooperativen Regionalentwicklung und einer transparenten Form der Darstellung der LEADER- Arbeit betrachtet.
- Das Selbstevaluierungskonzept orientiert sich am Leitfaden der Deutschen Vernetzungsstelle und differenziert zwischen kontinuierlichen Maßnahmen sowie umfassenden Evaluierungen alle zweieinhalb Jahre. Eine Evaluierung des Prozesses und der Struktur erfolgt zusätzlich nach dem ersten Jahr nach dem Start.
- Die Operationalisierung von Zielen und die Dokumentation der Ergebnisse erfolgt im Rahmen des Monitorings. Zentrale Indikatoren sind: Zahl der Veröffentlichungen (Zielgröße: 144), Zahl der Online-Bürgerbeteiligungskontakte (6.000 jährlich), Zahl der Netzwerke (7), Zahl der darin eingebundenen Unternehmen (200), Zahl der eingebundenen Unternehmen insgesamt (324), Zahl der geschaffenen und gesicherten Arbeitsplätze (82), Zahl der Gründungen/ Diversifizierungen (37), Zahl der Informations-/Qualifizierungsmaßnahmen (42), Zahl der Teilnehmer (1.960), Zahl der bürgerschaftlich Engagierten (1.080), Zahl der neuen Finanzinstrumente (2), Zufriedenheitsquoten mit der Arbeit des Regionalmanagements (Note 2 und besser), Summe der erschlossenen ELER-Fördermittel (4.3 Mio.), der weiteren erschlossenen Fördermittel (0.8 Mio.) sowie des erschlossenen privaten Kapitals (0.3 Mio.).

2 Informationen zur regionalen Partnerschaft im LEADER-Gebiet

2.1 Abgrenzung und Lage des Württembergischen Allgäus

Württembergisches Allgäu: Das Allgäu ist ein Territorium, das sich durch seine naturlandschaftliche, sprachliche und kulturelle Vielfalt auszeichnet und als eine landschaftliche Besonderheit zu verstehen ist. Die Nähe zu den Alpen, die eiszeitlichen Relikte, wie die Moränenhügel, die Moore und der Wasserreichtum, machen die Landschaft zu einer biotop- und artenreichen Region. Anthropogen ist die Landschaft geprägt durch die spezialisierte Landwirtschaft und Streusiedlungen. Die Region erfüllt die Funktion als Lebens-, Wirtschafts- und Naherholungsraum.

Nach 1810 wurde unter Napoleons politischer Flurbereinigung das Territorium aufgeteilt. Der größte Teil fiel dem Königreich Bayern und der kleinere dem Königreich Württemberg zu. Seitdem gibt es die Bezeichnungen bayrisches und württembergisches Allgäu (vgl. Thierer 2014, Walter 1954). Das Württembergische Allgäu erstreckt sich weitestgehend über „dem ehemaligen Landkreis Wangen, der 1973 in dem vergrößerten Landkreis Ravensburg aufgegangen ist“ (Thierer 2014). Es grenzt an die Landkreise Oberallgäu, Unterallgäu und Lindau (Westallgäu) auf der bayrischen Seite.

Das Württembergische Allgäu umschließt die vier Städte Bad Wurzach, Leutkirch, Isny und Wangen sowie die neun Gemeinden Aichstetten, Aitrach, Amtzell, Argenbühl, Bodnegg, Kißlegg, Vogt, Wolfegg und Waldburg (Tabelle 1). Sie liegen alle im Landkreis Ravensburg. Insgesamt wohnen in den 13 Kommunen 114.251 Einwohner (StaLa BaWü 3/2013). Alle Kommunen zählen laut Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg zur Kategorie ländlicher Raum.



Abbildung 1: Gebietskulisse Württembergisches Allgäu

Name der Gemeinde	Einwohner nach Zensus (StaLa BaWü 3/2013)	Fläche Gemarkung in m ²	Einwohnerdichte ² Einwohner/km	Gemeindegemeinschaftsschlüssel
Aichstetten	2.698	33,75	80	08 4 36 003
Aitrach	2.491	30,20	82	08 4 36 004
Amtzell	4.041	30,57	132	08 4 36 006
Argenbühl	6.075	76,37	80	08 4 36 094
Bad Wurzach (Stadt)	14.262	182,26	78	08 4 36 010
Bodnegg	3.159	24,56	129	08 4 36 018
Isny i.A. (Stadt)	13.268	85,37	155	08 4 36 049
Kißlegg	8.659	92,40	94	08 4 36 052
Leutkirch i.A. (Stadt)	21.887	174,96	125	08 4 36 055
Vogt	4.458	22,31	200	08 4 36 078
Waldburg	3.103	22,70	137	08 4 36 079
Wangen i.A. (Stadt)	26.588	101,29	262	08 4 36 081
Wolfegg	3.562	39,49	90	084 36 085
Gesamt (13 Städte und Gemeinden)	114.251	916,23	125	

Tabelle 1: Einwohnerzahlen (StaLa BaWü 3. Quartal 2013), Gemarkungsflächen in Quadratkilometer (qkm), Einwohnerdichte und der Gemeindegemeinschaftsschlüssel der 13 Gemeinden einer LEADER-Region „Württembergisches- Allgäu“ (StaLa BaWü 2013).

Homogene Gebietskulisse: Die Bevölkerung des Allgäus identifiziert sich in hohem Maße mit diesem Kultur- und Naturraum. Die wichtigsten funktionsräumlichen Zusammenhänge lassen sich wie folgt beschreiben:

Naturräumliche Homogenität: Geologisch ist das Allgäu ein aus Moränenwällen bestehendes Berg- und Hügelland, das seine besondere Prägung über die Seen, Hochmoore und Bachtobel erhält. Ein Drittel aller Stillgewässer liegen im Landkreis Ravensburg und davon mehrheitlich im Allgäu. Auch weist die Region in Baden-Württemberg den höchsten Anteil an Mooren auf. Das Naturpotenzial ist durch diese landschaftliche Prägung mit 114 Naturschutz- und FFH-Gebieten sehr hoch einzuordnen. Mit dem Umfeld der Flüsse Obere und Untere Argen sind Teile des Gebietes zur „Flusslandschaft des Jahres 2014/2015“ gewählt worden. Ein Naturschutzgroßprojekt für den Bereich Argen ist in Vorbereitung.

Wirtschaftliche Homogenität: Grünland- und Milchviehwirtschaft prägen durchweg die Landwirtschaft mit angeschlossener Lebensmittelerzeugungen, einen ganzjährig funktionierender Natur- und Kulturtourismus sowie eine mittelständisch strukturierte holz- und metallverarbeitende Industrie bilden die gemeinsamen Schwerpunkte. Eine regionale Besonderheit sind die zahlreichen Einrichtungen für behinderte Menschen. Die Gemeinden der Region haben sehr ähnliche Problemlagen (vgl. IREUS-Studie): schwache-mittlere Wachstumsdynamik, überdurchschnittlicher Rückgang des produzierenden Gewerbes, verstärkter Strukturwandel in der Landwirtschaft, weitgehend unterdurchschnittliche Steuerquote (50 - 75%), unterdurchschnittliche bis

Länderübergreifendes Allgäu: Das Gebiet „Württembergisches Allgäu“ versteht sich - zusammen mit den vier bayerischen Landkreisen und LAGs (Abbildung 2) - als Teil einer länderübergreifenden Allgäu-Region. Es sieht die Zusammenarbeit im Rahmen einer länderübergreifenden Kooperation als strategischen Schlüssel für die künftige Entwicklung an. Eine gemeinsam abgestimmte Regionalentwicklung ist die Grundlage und sichert dem Württembergischen Allgäu eine Beteiligung auf Augenhöhe mit den bayerischen Nachbarn. Großräumiger werden Themen wie die Moor- und die Mobilitätsentwicklung sowie der am Barock festgemachte Kulturtourismus gesehen. Hier ist auch die LAG Mittleres Oberschwaben ein weiterer wichtiger Partner.

2.2 Aktionsgruppe und Organisationsstruktur der regionalen Partnerschaft

Organisationsstruktur: Das Württembergische Allgäu gründet einen Regionalentwicklungsverein „Württembergisches Allgäu“ mit voraussichtlichem Sitz in der Stadt Leutkirch, dem alle Kommunen und weitgehend die benannten Vertreter der WISO-Partner und der Zivilgesellschaft in der Startphase angehören (Anlage 1). Der Sitz der Geschäftsstelle wird in Kißlegg, Wangen oder Leutkirch sein. Alle haben Bahnanschluss und können die notwendige infrastrukturelle Ausstattung (Breitband, Räume etc.) zur Verfügung stellen. Der Verein ist für Alle offen und wirbt um eine breite Mitgliedschaft bei der Bürgerschaft und bei Unternehmen (Anlage 2).

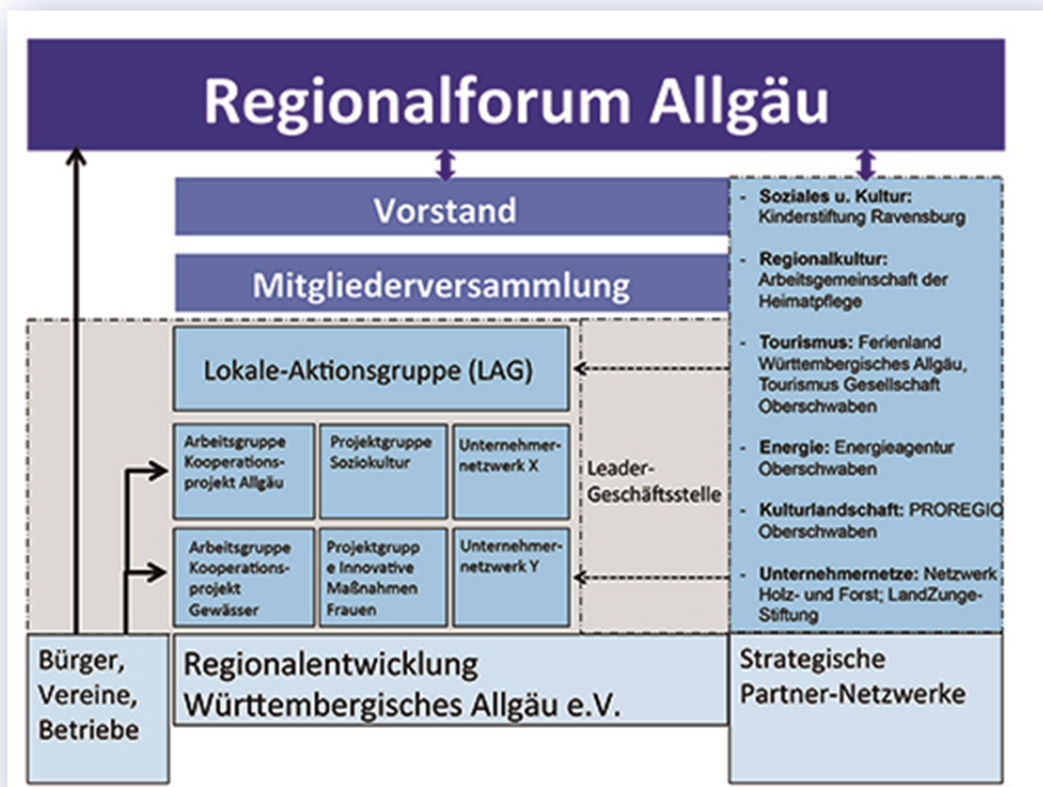


Abbildung 3: Organisationsstruktur Regionalentwicklung Württembergisches Allgäu mit strategischen Partnern.

Der Verein plant ergänzend zur steuernden Lokalen Aktionsgruppe (LAG) ein ausdifferenziertes und umfangreiches Beteiligungsmodell (Abbildung 3):

- Ein württembergisches Allgäu-Forum (Regionalforum mit ca. 150 - 180 TN) alle zwei Jahre zur Präsentation von Zwischenergebnissen, aber auch zum Einstieg in neue Themenfelder.
- Mindestens zwei zusätzliche Unternehmensnetze (ca. 60 Unternehmen), die an die LAG angegliedert sind und wichtige Produktentwicklungen in Form von Wertschöpfungspartnerschaften vorantreiben.
- In der Regel vier Arbeits- und Projektgruppen wie „Innovative Maßnahmen für Frauen“ und „Neue sozio-kulturelle Initiativen“ (ca. 90 regionale Akteure), die regionale oder regionsübergreifende Projekte vorbereiten und erfolgsorientiert diese in der Umsetzungsphase begleiten.
- Aktivierende LEADER-Projekte (mindestens fünf pro Jahr), die im Rahmen der Dorfentwicklung, dem Einbezug von Jugendlichen oder anderen spezifischen Zielgruppen sowie von Kulturprojekten eine starke Beteiligungskomponente beinhalten. Hierfür kann im Rahmen des LEADER-Prozesses auch Förderung beantragt werden.
- Aufrechterhaltung der in der Bewerberphase bereits eingerichteten und erprobten Online-Beteiligungsplattform.

Außerdem bindet der Verein mit aus acht strategischen Partnerschaften bestehende Netzwerke aus den unterschiedlichen Aktionsfeldern mit über 250 Akteuren mit ein.

Steuerungskreis: Der Steuerungskreis der Aktionsgruppe Württembergisches Allgäu führt den LEADER-Prozess. Er legt nicht nur die Ziele fest, sondern auch die Vorgehensweisen bei der Zielverfolgung und der Projektauswahl. Die LAG gibt sich eine Geschäftsordnung (Anlage 1a), sichert die Fortführung des bottom-up-Prozesses, begleitet die LEADER-Geschäftsstelle und sorgt für eine Evaluierung mit entsprechenden Konsequenzen.

Der LEADER-Steuerungskreis (LSK) setzt sich aus 26 Männern und Frauen zusammen (Tabelle 2). Den LAG-Sprecherkreis bilden bis zur Wahl der neuen Trägerstruktur die drei Bürgermeister: Dieter Krattenmacher, Martin Bendel und Peter Müller. Danach wird ein Vorstand mit weitgehend paritätischer Zusammensetzung entsprechend der Vorgaben der Satzung gewählt.

Im Steuerungskreis sind Vertreter/innen aller Handlungsfelder und der zentralen Kompetenzfelder abgebildet und damit schlüssig. Das Geschlechterverhältnis ist mit 50 : 50% ausgewogen. Mit einem Anteil von 77% ist der private Sektor (WISO-Partner und Zivilgesellschaft) sehr stark positioniert.



Abbildung 4: Württembergisches Allgäu Regionalforum mit Lokaler Aktionsgruppe LAG.

	Kompetenzbereich	Name	Institutionelle Herkunft	Status	Gender
--	------------------	------	--------------------------	--------	--------

Handlungsfeld: BürgerLand Allgäu

1	Kommunalentwicklung	Dieter Krattenmacher	Bürgermeister Gemeinde Kießlegg	Öffentl.	M
2	Kommunalentwicklung	Martin Bendel	Bürgermeister Stadt Leutkirch	Öffentl.	M
3	Kommunalentwicklung, Kultur	Peter Müller	Bürgermeister Gemeinde Wolfegg	Öffentl.	M
4	Regionalentwicklung	Christine Funk	Geschäftsführerin PRO REGIO Oberschwaben GmbH	Öffentl.	F
5	Senioren	Marianne Härle	Kreissenioresenbeirat	Privat	F
6	Integration/Soziales	Martin Diez	Jugendbeauftragter	Privat	M
7	Jugend/Kirche	Ralf Brennecke	Jugendpfarrer	Privat	M
8	Bildung	Evelyn Gomm-Doll	Grundschulrektorin	Privat	F
9	Soziales	Monika Grösser	LIGA der Wohlfahrtsverbände	Privat	F

Handlungsfeld: FreizeitLand Allgäu

10	Tourismus	Daniela Leipelt	Tourismus OTG Bad Schussenried	Öffentl.	F
11	Tourismus	Belinda Unger	Ferienregion Westallgäu	Öffentl.	M
12	Gastronomie	Stefan Karrer	Unternehmer	Privat	M
13	Kulinarik, Regionalvermarktung	Rudi Holzberger	Journalist LandZunge-Magazin	Privat	M
14	Frauen, Urlaub auf dem Bauernhof	Silvia Ulrich	Landfrauenvorsitzende Allgäu	Privat	F

Handlungsfeld: KulturLand Allgäu

15	Heimatspflege, Baukultur	Dr. Manfred Thierer	Arbeitsgemeinschaft Heimatspflege	Privat	M
16	Soziokultur	Dr. Thomas R. Huber	Theaterfestival Isny e.V.	Privat	M
17	Kunst, Kultur	Gisela Löchner	Art Anders	Privat	F
18	Kulturlandschaft	Susanne Eisele	Adelegg-Verein	Privat	F

Handlungsfeld: KlimaLand Allgäu					
19	Naturschutz	Cornelia Bauer	Bund Naturschutz Oberschwaben	Privat	F
20	Mobilität	Ulrich Bauer	VCD - der alternative Verkehrsclub	Privat	M
21	Energie	Hellen Maus	Bio-Energie Isny GmbH & Co.KG	Privat	F
Handlungsfeld: WirtschaftsLand Allgäu					
22	Ernährungswirtschaft Nachhaltigkeit	Gottfried Härle	Unternehmer	Privat	M
23	Gesundheitswirtschaft	Dr. Brigitte Schuler-Kuon	Ärztin	Privat	F
24	Handwerk	Joachim Krimmer	Kreishandwerkerschaft Ravensburg	Privat	M
25	Landwirtschaft, Forstwirtschaft	MdB Waldemar Westermayer	Kreisbauernverband Allgäu-	privat	M
26	Frauen und Beruf	Brigitte Ratt	WiR GmbH, Beratungsstelle Frau und Beruf	privat	F
Beratende Mitglieder					
	Nahverkehr, Tourismus, Wirtschaft	Peter Brecht	Landkreis Ravensburg	öffentlich	M
	Landwirtschaft, Diversifikation	Albrecht Siegel	Landkreis Ravensburg	öffentlich	M
	Regionalgeschichte Museen	Stefan Zimmermann	Bauernhofmuseum Wolfegg	öffentlich	M
	Wirtschaft, Strukturförderung	Dr. Wolfgang Heine	IHK Bodensee-Oberschwaben	privat	M
	Mobilität (ÖPNV, E-Mobilität)	Jürgen Löffler	bodo- Verkehrsverbund	privat	M
	Unternehmensnetzwerke	N.N:		Privat	F/M

Tabelle 2: Wahlvorschlag für die Zusammensetzung der Aktionsgruppe Württembergisches Allgäu nach Handlungsfeldern. Der gewählte Steuerungskreis wird auf der Homepage des gegründeten Vereins veröffentlicht.

2.3 Einrichtung und Betrieb eines Regionalmanagements

Standort: Die Geschäftsstelle des Regionalmanagements wird in der künftigen LEADER-Region eingerichtet. Der Standort dieser Geschäftsstelle soll zentral in der LEADER Gebietskulisse liegen, mit dem ÖPNV bestens erreichbar und eine gute Infrastruktur an Besprechungsräumen, Kommunikationslösungen etc. garantiert sein. In Diskussion sind nach diesen Kriterien die Kommunen Kißlegg, Leutkirch und Wangen.

Regionalmanagement: Das Regionalmanagement ist mit mindestens 2,0 Stellen ausgestattet (Tabelle 3). Es wird von einer geschäftsführenden Person geleitet, die auch die Vertretung im Vorstand, der Mitgliederversammlung und vor allem dem LEADER-Entscheidungsgremium, der Lokalen Aktionsgruppe, wahrnimmt. Von Seiten des Landkreises Ravensburg ist angedacht, eine Teilzeitstelle außerhalb der Regionalmanagement-Förderung dem Team zur Verfügung zu stellen.

Regionalmanagement: Ausstattung, Qualifikation, Aufgaben			
Stelle	Stelle	Qualifikation/Erfahrung	Aufgaben
Geschäftsführendes Regionalmanagement	1,0	Hochschulabschluss (Master Regionalmanagement, Geographie oder adäquater Abschluss) und Berufserfahrung, Vorerfahrungen in der Projekt- und Förderberatung sowie der Moderation	Geschäftsführung Projekt- und Förderberatung Begleitung Aktionsgruppe Netzwerkmoderation Evaluierung
Sachbearbeitung und Assistenz Regionalmanagement	1,0	Verwaltungsabschluss, Betriebswirtschaft oder Kommunikation/ Marketing	Sachbearbeitung mit Antragsbegleitung, Finanzabwicklung etc. Öffentlichkeitsarbeit interne Kommunikation, Homepagepflege Veranstaltungsorganisation mit Sensibilisierungs-, Qualifizierungsmaßnahmen Monitoring
Projektmanagement-Stelle	0,25 - 0,50	Kulturlandschaft und Gewässerentwicklung (zusätzlich zur Verfügung gestellt vom Landkreis Ravensburg)	Projektmanagement, - Unterstützung bei der Projektberatung
Praktikumsstelle		Hospitation Unterstützende Mitarbeit	Projekt- und anlassbezogen

Tabelle 3: Regionalmanagement, Anforderungen und Ausstattung.

Die Kosten für die Geschäftsstelle liegen bis zum Jahr 2022 bei insgesamt 1.117.490 Euro. Angelehnt an die Empfehlung des Landes Baden-Württemberg bei der tariflichen Einstufung entstehen Personalkosten in Höhe von 928.590 Euro. Weitere 31.400 Euro fallen für Fahrtkosten und Fortbildungen, 78.000 Euro für Öffentlichkeitsarbeit sowie für Sensibilisierungs- und kleinere Qualifizierungsmaßnahmen der LAG an. Für Sach-, Miet- und Kommunikationskosten werden 78.500 Euro kalkuliert.

Nach Abzug des Zuschusses für die förderfähigen Kosten der Geschäftsstelle sind 458.110 Euro Eigenmittel durch die Gebietskörperschaften der Region zu erbringen. Diese Kosten werden – so die Vorabsprachen - anteilig vom Landkreis Ravensburg mit 30% (Anlage 4) und von den beteiligten Kommunen im Rahmen eines Umlageschlüssels (50% Fläche/ 50% Einwohnerzahlen) für die gesamte Laufzeit finanziert. Eine Tarifanpassung von 2 Prozent pro Jahr ist im Bereich der Personalkosten in der Folgezeit eingeplant.

Im Rahmen der Haushaltsberatungen im Landkreis wurden diese Mittel vorangemeldet. Erfolgt keine Bezuschussung durch den Landkreis, dann übernehmen die beteiligten Kommunen den gesamten Eigenanteil der Region.

	2015/ 3/4 Jahr	2016	2017	2018	2019	2020	2021 - 2022	Gesamt
Personal 1 x E13, 1 x E10	96.000	130.560	133.370	136.030	138.750	141.520	152.360	928.590
Fahrtkosten/ Fort- bildung	3.400	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	3.000	31.400
Öffentlichkeits- arbeit	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	6.000	78.000
Miete	4.500	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	40.500
Anschaffung	5.000	2.000	2.000	2.000	2.000	1.000	0	14.000
Kommunikations-/ Sachkosten	2.400	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	24.000
Gesamtkosten	123.300	159.160	161.970	164.630	167.350	170.120	170.960	1.117.490
Mwst-Anteil	3.100	2.810	2.810	2.810	2.810	2.650	1.533	
Förderfähige Kosten	120.200	156.350	159.160	161.820	164.540	167.470	169.427	1.098.967
Zuschuss	72.120	93.810	95.496	97.092	98.724	100.482	101.656	659.380
Eigenanteil Gebietskörper- schaften	51.180	65.350	66.474	67.538	68.626	69.638	69.304	458.110
Davon Landkreis (30%)	15.354	19.605	19.942	20.261	20.588	20.891	20.791	137.432
Davon Kommunen (70%)	35.826	45.745	46.531	47.277	48.038	48.747	48.513	320.677

Tabelle 4: Kosten- und Finanzierungsaufstellung Württembergisches Allgäu. Anmerkung: Nicht eingerechnet ist eine zusätzliche Teilzeitstelle des Landkreises, die dem Regionalmanagement unterstützend beigestellt werden soll.

2.4 Verfahren zur Erarbeitung des Regionalen Entwicklungskonzeptes

Bürgerbeteiligung: Das Regionale Entwicklungskonzept des Württembergischen Allgäus erfolgte in Form eines breit angelegten Beteiligungsprozesses auf allen Ebenen (Tabelle 5). 46 Veranstaltungen mit 828 Personen waren durch LEADER geprägt, weitere 3.095 (Stand 15.09.2014) Personen informierten und engagierten sich über die Bürgerbeteiligungsplattform. Pressearbeit und Direktmailings ergänzten die Öffentlichkeitsarbeit:

- 5 Aktionsgruppensitzungen und 1 Regionalforum (189 TN)
- 11 Workshops zu regionalen und gebietsübergreifenden Themen (258 TN)
- 14 Ratssitzungen mit Stadt- und Gemeinderäten in allen Kommunen (ca. 180 TN)

- 16 Info- und Abstimmungsrunden mit Netzwerken und Arbeitsgemeinschaften (201)
- 50 und mehr Presseveröffentlichungen in Lokalpresse und Amtsblättern
- 2.229 Nutzer der eigens eingerichteten Bürgerbeteiligungsplattform
- 5.000 Flyer Einladung Regionalforum plus Direktmailings per E-Mail

Die Beteiligung startete bereits im Rahmen des Interessensbekundungsverfahrens und wurde im Rahmen der Konzeptentwicklung fortgeführt. Eine breite Öffentlichkeitsarbeit über Direktmailings, die Amtsblätter, die (einzige) Lokalpresse sowie über das Internet begleitete den Prozess.

Termin	Beteiligungsform	Gesamtzahl TN/ Kontakte
Eingeflossene lokale Bürgerbeteiligungsverfahren 2011 - 2014		
2011 - 2014	Umfassende integrierte Bürgerbeteiligungskonzepte mit Workshops: Isny, Leutkirch, Bodnegg, Immenried, Waltershofen, Arnach, Waldburg, Wolfegg Stadtmarketing: Bad Wurzach Senioren-genossenschaften/Befragungen: Amtzell, Aichstetten, Kißlegg Jugendbefragung: Amtzell	9 von 13 Kommunen mit über 800 TN
Der Weg zur Interessensbekundung		
14.12.2012/ 05.12.2013/ 09.10.2013/	Treffen der Bürgermeister von möglichen LEADER-Kommunen hinsichtlich eines interkommunalen Ansatzes und einer LEADER-Bewerbung	15 TN
15.02.2013	Workshop zur Herausarbeitung der Themenschwerpunkte, inkl. ca. 30 Einzelgespräche mit Multiplikatoren	16 TN
16.02.- 30.04.2013	Gesprächsrunden mit Vertreter/innen von Interessensgruppen- Jugend, Frauen, Soziales, Landwirtschaft, Kultur, etc.	30 TN
07.05.2013	Erste Aktionsgruppensitzung: Legitimierung Außenvertretung, Abstimmung der Interessensbekundung	47 TN
Summe Beteiligung Interessensbekundung		108 TN
Der Weg zur Konzepterstellung		
Informations- und Öffentlichkeitsarbeit		
2013 - 2014	34 Veröffentlichungen in den Amtsblättern – Info	13 Kommunen
2014	12 Presse- und Fernsehbeiträge	Schwäbische Zeitung, Kemptener Zeitung, Allgäu TV
2014	23 Verlinkungen mit Homepages bzw. Online-Zeitungen	13 Kommunen, regionale Plattformen
3 – 9/2014	Schaltung der Bürgerbeteiligungsplattform mit Informationen, Chat, Projekteingabe etc.	3.095 Nutzer
8/2014	Flyer Regionalforum	5.000 Ex.
Summe Beteiligung Interessensbekundung – direkte Kontakte		7.229

Beteiligung		
31.07.2013/ 18.09.2013	LEADER-Informationsrunden Kreisbauernverband, Tagung der ehrenamtlichen Naturschutzbeauftragten im Landkreis u.a.	37 TN
07.10.2013	Workshop Moorerlebnis-Region – fünfter und abschließen- der Workshop (Naturschutz, Tourismus, Kommunen)	19 TN
07.03.2014	Workshop Interkommunale Zusammenarbeit mit den Bürgermeistern der Region	13 TN
10.03.2014/ 05.06.2014	Information und Beschlussfassung in allen Gemeinderäten zur LEADER-Bewerbung	ca. 180 TN
27.05.2014	Aktionsgruppensitzung: Beteiligungsverfahren	16 TN
05.06.2014	Vorstellung des LEADER-Projektes bei Netzwerk Holz und Forst, Bestätigung der Projektidee „Radler- und Wandererunterkunft in Holzbauweise“, regionale Baukultur bezüglich Umnutzung alter Hofstellen und Gebäude auf dem Lande	17 TN
24.06.2014	Workshop Seniorengerechte Gemeindeentwicklung (Kißlegg)	31 TN
24.06.2014	Workshop Regionalvermarktung (Kißlegg)	15 TN
25.06.2014	Workshop Tourismus (Wolfegg)	19 TN
25.06.2014	Workshop Regional und Soziokultur (Wolfegg)	20 TN
27.06.2014	Workshop Gebietsübergreifende Zusammenarbeit im Westallgäu (Kißlegg)	17 TN
01.07.2014	Workshop Kulturlandschaft (Leutkirch)	21 TN
01.07.2014	Workshop Wirtschaft und Energie (Leutkirch)	25 TN
02.07.2014	Jahresversammlung des bayrischen Holzforums Allgäu: Vorstellung und Abstimmung LEADER-Projektidee von Netzwerk Forst und Holz Allgäu-Oberschwaben	25 TN
07.07.2014	Allgäuweiter Kooperationsworkshop – länderübergreifende Themen - in Kempten	63 TN (5 BW)
10.07.2014	Sitzung Beirat PRO REGIO GmbH – Sachstand LEADER Antrag Württembergisches Allgäu und Einbringung von Themen	15 TN
17.07.2014	Aktionsgruppensitzung: Ergebnispräsentation aus den Workshops – Grundzüge des Konzepts (Kißlegg)	19 TN
10.03., 15.04., 02.07., 10.08.2014	Vier Abstimmungsrunden zum Thema Energie, Tourismus, Mobilität, Kultur	12 TN
16.09.2014	Allgäu-Forum mit Aktionsgruppensitzung	97 TN
Summe Beteiligung Konzept		648 TN

Tabelle 5: Beteiligung während der Konzeptentwicklung



Foto: Screenshot – Bürgerbeteiligungsplattform Württembergisches Allgäu

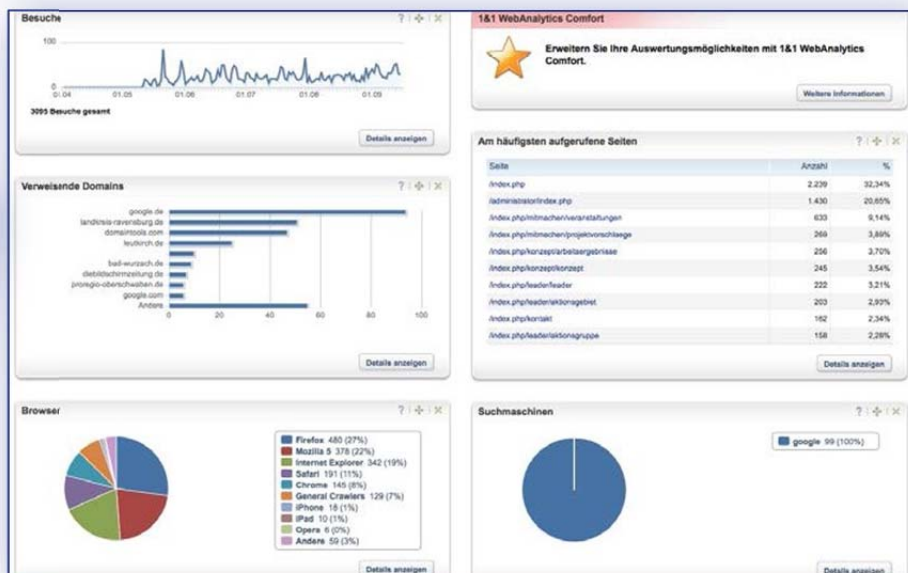


Foto: Resultate – Zugriffe Bürgerbeteiligungsplattform Württembergisches Allgäu (Quelle: Google Analytics)



3 Inhalte der gebietsspezifischen LEADER-Strategie

3.1 Beschreibung der Ausgangslage - sozioökonomische Analyse

3.1.1 Bevölkerungsstruktur und -entwicklung

In der Untersuchungsregion leben 114.251 (StaLa 2013) Personen. Dies entspricht einem Bevölkerungswachstum in den letzten 10 Jahren von 1,5%. Den Anteil an männlichen Personen machen 49,3% und den an weiblichen 50,7% aus. Der Ausländeranteil liegt in der Region bei 5%, die der Personen mit Migrationshintergrund bei 12%.

Die Bevölkerungsbilanz in den Jahren 2001 bis 2012 zeigt, dass der Geburtenüberschuss um 22% abgenommen hat. 2001 betrug der Geburtenüberschuss 301, im Jahr 2007 71. In den Jahren 2008 und 2010 wurden 103 bzw. 120 Geburtenüberschüsse verzeichnet. Im Jahr 2012 waren es 66 Geburtenüberschüsse. Die sinkende Zahl an Geburten konnte durch Zuzug kompensiert werden. Im Jahr 2012 lag der Wanderungssaldo bei 742 und erreichte den höchsten Wert innerhalb der Vergleichsjahre (2001 bis 2012).

Amtzell, Isny im Allgäu, Wangen im Allgäu, Waldburg und Wolfegg verzeichnen in den Vergleichsjahren 2001 bis 2012 einen positiven Wanderungssaldo. Die Gemeinden Aitrach, Kißlegg und Vogt sowie die Städte Bad Wurzach und Leutkirch weisen einen überwiegend negativen Wanderungssaldo in den Vergleichszeiten auf. In den Gemeinden Argenbühl und Bodnegg ist kein genereller Trend abzuleiten.

Jahr	Insgesamt	Davon im Alter von ... bis unter ... Jahren				
		Unter 20	20-40	40-60	60-85	85 und
2011	115.993	25.190	27.275	35.982	24.844	2.702
2020	114.619	21.113	28.514	33.147	28.722	3.123
% 2012-2020	-1,06	-14,30	4,54	-8,09	14,32	13,60
2030	112.402	20.555	25.787	26.682	35.245	4.133
% 2020-2030	-1,93	-2,64	-9,56	-19,50	22,71	32,34

Tabelle 6: Altersstrukturentwicklung im Württembergischen Allgäu im Vergleich 2011 mit 2020 und 2030 (absolut und prozentual). Quelle: StaLa BaWü 2012. In: Präsentation Klausurtagung Bürgermeister Allgäu 2014

Die demografische Herausforderung besteht in der Verschiebung der Anteile einzelner Altersgruppen (Tabelle 6). In allen 13 Gemeinden erhöhte sich im Vergleichszeitraum (2001 bis 2012) das Durchschnittsalter der Bevölkerung von 38,6 auf 42,2 Jahre (Männer 41,2, Frauen 43,1).

Die Bevölkerungsvorausrechnung ohne Wanderungsbewegungen ergibt, dass für die Jahre 2012 bis 2020 die Bevölkerung insgesamt um 1,06% abnehmen wird. Die größte Abnahme erfolgt bei der Personengruppe unter 20 Jahren mit -14,30%, gefolgt von der Abnahme der 40 bis 50jährigen um -8,09%. Die Gruppe der 20-40jährigen wächst um 4,54% und die der 60-85jährigen um 14,32 und die der Personen, die älter sind als 85 um 13,60%. Bis zum Jahr 2030 wird die Bevölkerungsabnahme auf -1,93% prognostiziert. Die IREUS-Studie geht hier bis zum Jahr 2030 für die Gesamtbevölkerung in ländlichen Räumen in Baden-Württemberg von einem Wert von minus 3,9% aus. Die stärkste Abnahme im Württembergischen Allgäu erfolgt bei der

Bevölkerung im Alter von 40 bis 60 Jahren mit -19,50%. Der stärkste prozentuale Anstieg erfolgt in den Altersgruppen 60 bis 85 Jahren um 22,71% und der älteren als 85 jährigen, um 32,34%. Nach der IREUS Studie wird die Zahl der über 64-jährigen um 35,5% ansteigen.

3.1.2 Kommunalentwicklung

Bürgerengagement: Das Allgäu zeichnet sich durch ein hohes soziales und kulturelles Bürgerengagement aus. Im Engagement-Atlas 2009 (Generali-Studien 2009, S. 19) liegt das Allgäu mit einem Anteil von 48% engagierter Bürger in der Bevölkerung auf Rang 4 (Rang 1: Osthessen mit 51%). Dies hat sehr positive Konsequenzen für das Dorfleben.

Nahversorgung: Aus dem Regionalen Einzelhandelskonzeptes für die Region Bodensee Oberschwaben (Stand 2010) wurde die Nahversorgungsichte für Nahrungs- und Genussmittel in Quadratmeter pro Einwohner (m²/Ew.) u.a. für die 13 Gemeinde im Württembergischen Allgäu erhoben (Regionalverband Bodensee Oberschwaben 2010, S. 31).

Die Nachversorgungsausstattung beträgt in den Gemeinden Aitrach, Bad Wurzach, Bodnegg, Leutkirch i.A., Vogt, Wangen i.A. > 40 bis < 50m²/EW (Stand 2010). Zwischen >30 bis < 40m²/EW liegt diese in Aichstetten, Kißlegg und Amtzell. Die höchste Nahversorgungsichte ist in Isny i.A. mit 0,58m²/EW gegeben. Die zwei am schwächsten ausgestatteten Gemeinden betreffend der Nahversorgung sind Wolfegg mit 0,02m²/EW und Waldburg mit 0,15m²/EW. Im Vergleich mit dem Landkreis Ravensburg ist die Nahversorgungsichte im Württembergischen Allgäu hoch. Von 39 Gemeinden des Landkreises Ravensburg beträgt in 18 Gemeinden die Nahversorgungsausstattung weniger als 20m²/EW und nur zwei dieser unteren Nahversorgungsichte liegen im Württembergischen Allgäu. Hingegen sind von 10 Gemeinden die eine Nahversorgungsichte von > 30 bis < 40m²/EW aufweisen 6 im Württembergischen Allgäu. Auch die Leerstandsquote lag mit 1% unter dem Durchschnitt des Landkreises Ravensburg (3,9%). Betriebsaufgaben werden für die nächsten 7 Jahre in Aichstetten, Kißlegg und im bereits schwach ausgestatteten Wolfegg erwartet. Punktuelle Versorgungslücken in einzelnen Ortteilen konnten durch bürgerschaftliches Engagement genossenschaftlich gelöst werden (z.B. Dorfläden Primisweiler und Haslach).

Die medizinische Versorgung wird bei einer Befragung im Rahmen der Konzepterarbeitung in den Gemeinden Argenbühl, Bad Wurzach, Isny i.A., Kißlegg und Waldburg als gut, Aichstetten, Aitrach, Amtzell, Bodnegg und Wolfegg als befriedigend eingestuft. Hier werden in den nächsten Jahren die Betriebsaufgabe von 4 - 5 Zahnarzt- und 8 Allgemeinmedizinpraxen erwartet. Diese konzentrieren sich auf sechs Orte und werden dort die Situation deutlich verschlechtern.

Flächendeckend bedarfsgerecht ist die ambulante und stationäre Altenhilfe in der Region aufgestellt. Auch die Nachbarschaftshilfen sind durchweg mit guten Ressourcen versehen. Mit den Beratungsstellen „Zuhause leben“ in Leutkirch und Wangen und den von der Friedrich-Schiedel-Stiftung finanzierten Anlaufstellen der Aktion „Herz & Gemüt“ in Wangen, Isny, Bad-Wurzach und Leutkirch gibt es Unterstützung für Einzelne und bei der Initiierung und Mitarbeit bei Projekten für Hilfsnetzwerke in den Sozialräumen. Befragungen (Amtzell, Kißlegg), Runde Tische „Jung & Alt“ (Vogt), „Netzwerk Senioren“ (Waldburg), „Alternative Wohnformen“ (Arnach), „Personalstelle für Sozialraumorientierte Seniorenarbeit“ (Grünkraut) sind positive Ansätze.

ze, den Weg zur senioren- und generationengerechten Gemeindeentwicklung erfolgreich zu gestalten. Generationengerechte barrierefreie räumliche Infrastruktur, bedarfsgerechte Wohnangebote und Dienstleistungen sowie Angebote, um möglichst lange Zuhause leben zu können, sind gewünscht. Potenzial wird in Ansätzen gesehen, die Hilfe für ältere Menschen mit dem Potenzial von (jüngeren) Älteren organisiert und die bereits Zuerwerbs- bzw. Verrechnungsansätze beinhaltet, wie auch der wachsenden Altersarmut perspektivisch entgegengewirkt werden kann (Vorbild Seniorengenossenschaft Riedlingen).

Generationengerechtigkeit heißt auch die Armut bei Familien mit Kindern nicht aus dem Blick zu verlieren. Auch hier lässt sich – trotz der guten Arbeitsmarktlage – ein beachtlicher Bedarf feststellen. Das zeigt die Arbeit der Kinderstiftung Ravensburg im Raum Schussental. Hier werden über Einzelfallhilfen, über Kreativitäts- und Sportförderung der Kinder, über ehrenamtliche Wegbegleiter und Kulturprojekte gezielt diese Familien unterstützt. Im Rahmen der Konzeptentwicklung wurde eine Ausweitung der Caritas-Kinderstiftung für die Region Württembergisches Allgäu angedacht. Ein spezifischer Finanzierungstopf soll aufgebaut und erste Projekte für Kinder (u.a. mit der Tafelbewegung) angegangen werden.

3.1.3 Wirtschaft

In den 13 Gemeinden waren 36.268 Personen im Jahr 2013 sozialversicherungspflichtig. Diese Zahl ist zwischen den Jahren 2000 und 2013 um 8,4% angestiegen (Landkreis Ravensburg 12,9%). In den Gemeinden Aitrach, Kißlegg, Vogt und Wolfegg nahm die Zahl der Sozialversicherungspflichtigen (SV) leicht ab. Ein deutliches Plus an SV-Personen wurde in Amtzell mit 812 Personen, in Leutkirch mit 675 Personen und in Isny mit 414 Personen verzeichnet. Die Arbeitslosigkeit, bezogen auf alle zivilen Erwerbspersonen, sank zwischen den Jahren 2005 und 2014 im Landkreis Ravensburg von 5,4% auf 3,3% (Baden-Württemberg 4,1%).

Im Landkreis Ravensburg arbeiten 3,2% der Beschäftigten in der Land- und Forstwirtschaft, 37,3% im produzierenden Gewerbe, 21,7% im Bereich öffentliche und private Dienstleistungen, 10,1 % bei den unternehmensnahen Dienstleistungen, 6,0% bei Verkehr und Nachrichtenübermittlung sowie 4,6% in der öffentlichen Verwaltung. Im Dienstleistungsbereich ist das Gesundheitswesen mit 10,7% Anteil die wichtigste Branche, stark sind auch die Bereiche Heime, Erziehung und Unterricht (4,7% und 3,5%). Der Einzelhandel steht – obwohl die Situation in den Innenstadtbereichen noch als gut bis befriedigend eingeschätzt wird – vor neuen Herausforderungen. Das veränderte Einkaufsverhalten, der wachsende Online-Handel und die Notwendigkeit sich auf neue Zielgruppen einzustellen, bestimmen diese.

Eine Sonderauszählung der IHK-Standortumfrage Bodensee-Oberschwaben 2012 für das Württembergische Allgäu ergab bei den Unternehmen eine überdurchschnittliche Zufriedenheit in den Bereichen Umweltqualität, Image der Region, Versorgungssicherheit Strom, Sport und Freizeit, allgemeine Sicherheit und Erreichbarkeit auf der Straße. Als Schwachpunkte werden die Höhe der Strompreise, der Facharbeitermangel, die Erreichbarkeit per Schiene und das Fehlen von Hochqualifizierten sowie die Breitbandinfrastruktur gesehen (Abbildung 5). Auch die vorhandenen Gewerbeflächen und die Kosten für Gewerbeimmobilien werden als Schwachpunkte definiert. Die Ausweisung neuer (interkommunaler) Gewerbegebiete ist schwierig, obwohl die Region mit 9,84% (IHK-Bezirk 11,0%) baden-württembergweit den geringsten Anteil an Sied-

lungs- und Verkehrsflächen hat. Weit auseinander klaffen die Erwartungen und die Ist-Situations-Einschätzung der Unternehmen im Bereich Breitband. Eine sehr gute Versorgung der Streusiedlungen und Einödhöfe gestaltet sich im Allgäu als schwierig.

Einzelne Kommunen haben sich dem Zweckverband Breitband im Landkreis Ravensburg angeschlossen und suchen im Verbund neue Lösungen.

Die IHK-Konjunkturumfrage 2013 ergab für die Region Bodensee-Oberschwaben, dass bei 29% der Befragten keine Probleme bei der Besetzung offener Stellen für die Gesamtwirtschaft bestehen. 40% gaben an, dass Probleme bei der Besetzung bestehen. Für 31% der Befragten gibt es keinen Personalbedarf. Zu den Strategien zur Fachkräftesicherung zählen auch die zur Verfügungsstellung von Betreuungsangeboten für Kleinkinder und Kinder und damit die bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Mit einem Anteil von 95,5% sind Kinder im Alter zwischen 3 bis 6 Jahren betreut. Unter dem Durchschnitt liegt mit 21,2% die Betreuungsquote der Kinder im Alter von unter 3 Jahren. Ab 6 bis unter 11 Jahre liegt der Anteil an betreuten Kindern bei 14,7% und ab 11 bis 14 Jahre bei 1,2%. Wachsender Bedarf an Betreuung besteht bei den Grundschulkindern sowie in der Anpassung der Öffnungszeiten in einzelnen Kindergärten.

Eine weitere Strategie wird im Ausbau des betrieblichen Gesundheitsmanagements, als Beitrag zur gesundheitlichen Vorsorge, zur Aufrechterhaltung der Leistungsfähigkeit, auch hinsichtlich älter werdender Fachkräfte, sowie als Beitrag zur Work-Life-Balance gesehen.

Zufriedenheit der Standortfaktoren in der Region Württembergisches Allgäu

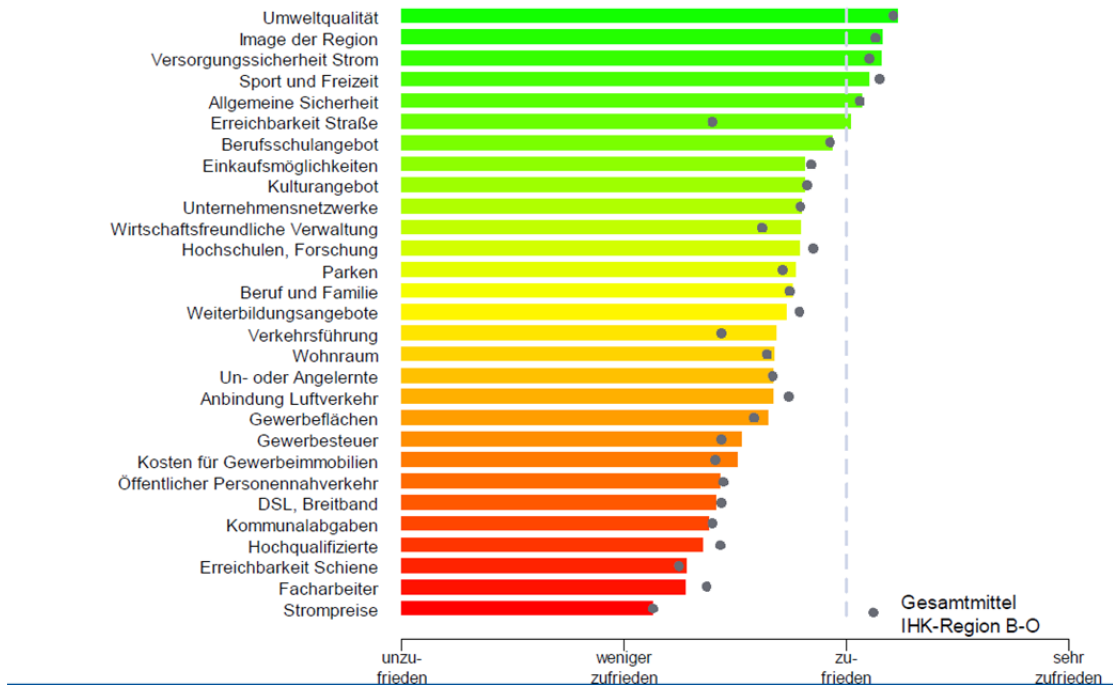


Abbildung 5: Sonderauszählung IHK- Standortattraktivität 2020 - Auswertung Industrie- und Gewerbebetriebe: IHK, Studie (Wolf 2012).

Die Hebesetze der Gewerbesteuer liegen im Jahr 2013 in einer der dreizehn Gemeinden bei 340%-Punkten und spiegeln den Durchschnitt in der IHK-Region für ländliche Räume wieder. In Bad Wurzach ist diese mit 330%-Punkten unter und in Waldburg mit 350%-Punkten über den Werten der 11 Gemeinden. Zwischen den Jahren 2000 und 2013 stieg in 11 der 13 Gemeinden die Gewerbesteuer um 10%-Punkte. In Aitrach stieg diese um 20%-Punkte und in Vogt um 30%-Punkte. Im Landkreis Ravensburg stieg die Gewerbesteuer in den Vergleichsjahren von 0%-Punkten (Achberg) bis maximal 50%-Punkten (Weingarten).

Auf der Gemeindeebene verfügen in Isny, Leutkirch, Waldburg, Wangen und Vogt >50 bis 75% der Haushalte über einen Breitbandanschluss von ≥ 50 Mbit/s. In den Haushalten der Gemeinden Aichstetten, Aitrach, Amtzell, Argenbühl, Bodnegg, Kißlegg und Wolfegg liegt die Breitbandverfügbarkeit von ≥ 50 Mbit/s zwischen >10 bis 50%. In Bad Wurzach ist die Breitbandverfügbarkeit in 0 bis 10% der Haushalte gegeben. In der Fläche gibt es keine hohe Breitbanddichte, die deutlich über 2 bzw. 6 Mbits liegt. Immer mehr Kommunen schließen sich dem Zweckverband Breitbandversorgung im Landkreis Ravensburg an, um deutliche Verbesserungen zu erzielen.

Die Region mit der höchsten Innovationskraft wies Baden-Württemberg innerhalb der Europäischen Union im Jahr 2012 mit dem Wert 72,1 auf. In Ravensburg betrug im Jahr 2012 der Wert der Innovationskraft 26,3% und lag damit in Baden-Württemberg an 32. Stelle (von 44), an erster Stelle stand Böblingen mit 65,6. An zweiter Stelle folgte der Bodenseekreis mit 60,2. Etwas besser, aber nicht gut, ist das Ranking beim Dynamikindex. Hier liegt der Landkreis mit 40,4 an 24. Stelle (Statistisches Landesamt 2012).

3.1.4 Land- und Forstwirtschaft

Von der gesamten Bodenfläche von 91.623 ha der 13 Kommunen sind 59,27% landwirtschaftlich genutzte Flächen (Tabelle 7). Die restliche Fläche teilt sich auf in Wald (28,93%), Siedlungen (9,84%), Wasser (1,48%) und sonstige Flächen (0,47%).

Einheit	Bodenfläche gesamt	Landwirt- schaftsfläche	Wald- fläche	Wasser- fläche	Siedlungs- und Ver- kehrsfläche	Sonstige Fläche
Flächennutzung nach Art der tatsächlichen Nutzung der 13 Kommunen						
Hektar	91.623	54.306	26.510	1.358	9.020	429
Prozent	100	59,27	28,93	1,48	9,84	0,47

Tabelle 7: Flächennutzung nach der tatsächlichen Nutzung der 13 Kommunen in der Flächenausdehnung und in %-Anteilen (StaLa BaWü 2014, Stand: 2012).

In den 13 Gemeinden gab es im Jahr 2010 1516 landwirtschaftliche Betriebe. Davon waren 976 Haupterwerbsbetriebe und 470 Nebenerwerbsbetriebe (StaLa BaWü 2010). Im Vergleich zum Jahr 1999 ist die Zahl der Betriebe von 2.026 auf 1.516 und damit um 25,7% zurückgegangen. Am stärksten erfolgte der Rückgang mit 35% (Landkreis Ravensburg -30,3%) bei den Haupterwerbsbetrieben (1995: 1.493, 2010: 971). Die Zahl der Nebenerwerbsbetriebe ist nahezu gleich geblieben (1999: 490, 2010: 470). Insgesamt nehmen Betriebe mit weniger als 50 ha deutlich ab und jene und jene darüber entsprechend zu. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei

33,7% und hat sich in den letzten 10 Jahren um 36,6% erhöht.

Die Zahl der Ökobetriebe (-23%) und der Flächen (-26,7%) im Zeitraum 2001-2011 ist rückläufig. Aktuell liegen in der Region knapp 200 Betriebe mit einer nahezu gleichbleibenden durchschnittlichen Betriebsgröße von 28 ha.

Der Strukturwandel in der im Allgäu dominierenden Milchwirtschaft ist ungebrochen. Die Zahl der Milchkühe sinkt (-10,1%), die Leistungsfähigkeit der Milchkühe steigt und ist mit 6.360 l pro Kuh in Baden-Württemberg (5.810 l) an vorderster Front. In der Summe nahm die Milchproduktion um 1,4% zu und entspricht in etwa 10% der baden-württembergischen Milchproduktion (2.2 Mio. Tonnen). Mit dem Dr. Oskar-Farny-Institut – Milchwirtschaftliche Lehr- und Forschungsanstalt – hat ein überregional bedeutsames Kompetenzzentrum der Ernährungswirtschaft seinen Sitz in der Region.

Diversifizierungsstrategien haben den Strukturwandel im Allgäu immer schon begleitet. Für viele Betriebe war und ist ein Zweiteinkommen von Bedeutung. Im touristischen Sektor bieten 63 Betriebe Unterkünfte im Rahmen Urlaub auf dem Bauernhof an, weitere agieren mit gastronomischen Angeboten bzw. als Reiterhöfe.

In der Regionalvermarktung gibt es sehr erfolgreiche – auf das ganze Allgäu ausgeweitete - Produktlinien: „LandZunge“ (Gastronomie), „VitalZunge“ (Großküche), „Allgäuer Käsestraße“. Das in der LandZunge eingesetzte „Prima Rind“ (Qualitätsfleisch Feneberg) und das „Land- Schwein (Metzgerei Buchmann) sind von der Nachfrage her überzeichnet und bieten Potenzial für einen Ausbau dieser Qualitätsfleischlinien an. Weitere Potenziale beinhaltet die Produktlinie Käse. Zunehmend setzen Kleinkäsereien auf Premiumprodukte (vorwiegend Bio) und fördern damit vor allem die Vermarktungsmöglichkeiten der Ökolandwirtschaft im Bereich Milch. Für den Käse wird Milch von Kühen benötigt, die auf Wiesen weiden und unter natürlichen Bedingungen leben. Vermarktungspotenzial wird auch noch in spezifisch kommunizierten Produkten aus der Landschaftspflege (Mutterkuhhaltung, Schaf, Ziege, Streuobst u.ä.) gesehen. Als Schwachpunkt wird eingeschätzt, dass die verschiedenen Regionalvermarktungsetiketten noch nicht unter dem Dach der Marke „Allgäu“ gemeinsam als Genussregion vermarktet werden können.

Gravierende Veränderungen sind im Rahmen der Energiewende erfolgt. Der Energie-Landwirt ist im Allgäu nicht nur über vielfältige Solaranlagen, sondern auch im Biogassektor Realität. In den 13 Kommunen stehen 76 der 102 Biogasanlagen im Landkreis Ravensburg und weisen damit die höchste Dichte an Biomasseverwertung im gesamten Bundesland Baden- Württemberg auf.

Im Aktionsraum ist ein Bedarf an Flurneuerungsverfahren festzustellen (u.a. Kißlegg). Neben einkommenswirksamen Verbesserungen für die Land- und Forstwirtschaft sollen hier- bei auch Leistungen für die Allgemeinheit bzw. für den Tourismus erbracht werden: Ausbau eines modernen landwirtschaftlichen Wegenetzes, das auch dem Rad- und Wandertourismus dient, Ausweisung von Lehrpfaden, Orientierungs- und Hinweistafeln, Flächenbereitstellung und Förderung von Rastplätzen, Schutzhütten, Wanderparkplätzen, dauerhafte Sicherung von denkmalgeschützten Bereichen durch Übertragung der Flächen in öffentliches Eigentum, Einteilung der Fluren, Erschließung und Bepflanzung.

Die Forstwirtschaft spielt mit 28,93% der Flächen eine wichtige, aber der Landwirtschaft nachgeordnete Rolle (Waldanteil Baden-Württemberg 38%). Zwei Drittel der Waldflächen sind Pri-

vatwald – mit einem hohen Anteil an Großwaldbesitzern. 23% sind Staatswald- und 10% Körperschaftswaldflächen. Eines der größten zusammenhängende Waldgebiet ist die Adelegg mit 2.000 Hektar (Kreisforstamt Landkreis Ravensburg 2008). Der jährliche Holzeinschlag liegt im Kreis Ravensburg bei 500.000 Festmetern Holz (Zahlen für den Teilraum Allgäu liegen nicht vor). Über das Kreisforstamt werden davon 300.000 Festmeter Holz vermarktet.

Mit der Gründung des Netzwerkes Forst und Holz Allgäu-Oberschwaben Anfang 2013 haben sich regionale Waldbesitzer, holzverarbeitende Betriebe, Fachhandel, Planer sowie das Kreisforstamt zusammengeschlossen und werden von PRO REGIO Allgäu-Oberschwaben begleitet. Das oberste Ziel des Netzwerkes ist es „Lust auf Holz“ zu machen. Folgende Leitziele werden hierfür berücksichtigt: Gemeinsam die nachwachsende Rohstoffquelle Holz aus den heimischen Wäldern durch nachhaltige Forstwirtschaft sichern und unterstützen, die stoffliche Verwendung von Holz in der Region Allgäu-Oberschwaben fördern und die Wertschöpfung entlang der Holz-kette zu steigern. Das Arbeitsprogramm des Netzwerkes beinhaltet bisher 7 Punkte, welche während der Förderphase bearbeitet werden. Sie reichen vom Aufbau interner und externer Kommunikation zwischen den Partnern und den Kunden, die Steigerung regionaler Wertschöpfung bis hin zu Logistikverbesserungen sowie die Sensibilisierung für die Nutzung von regionalen Hölzern in Bauvorhaben. Ein weiterer Punkt ist die Erweiterung der Vernetzung zu Branchen im Bereich Architektur und Planung, um innovative Ideen und Impulse im Bereich Holzbau zu gewinnen (u.a. landschaftsangepasste Radler- und Wanderunterkünfte).

Als Chance für eine der regionalen Baukultur entsprechenden stärkeren Nutzung von Holz als Baustoff wird eine Novellierung in der Landesbauordnung gesehen. Sie soll zukünftig dazu beitragen, dass der Rohstoff Holz im Gebäudebau wieder verstärkt Verwendung findet (§ 26 LBO) (Artikel 1 Nr. 12 des Gesetzentwurfs) (vgl. Ministerium für Verkehr und Infrastruktur 2013 S. 5).

3.1.5 Tourismus

Der Tourismus hat im Württembergischen Allgäu einen hohen Stellenwert. Themenbezogene touristische Angebote werden durch die Allgäu GmbH und die Ferienregion Allgäu-Bodensee (Wandertrilogie, Urlaub auf dem Bauernhof, Alpenwellness, Städte und Kultur, Winter, Radrund Allgäu) und die Oberschwaben-Tourismus-GmbH (OTG) (Kultur & Barock, Familien & Lernen, Natur & Rad, Gesundheit & Prävention) vermarktet.

Die Anzahl der geöffneten Betriebe nahm in den Jahren 2011 bis 2013 von 107 auf 99 Betriebe leicht ab. Die Gästeankünfte und die Übernachtungen sind in der Vergangenheit gestiegen und schwanken in den letzten drei Jahren zwischen 876.000 und 900.000 Übernachtungen (Tabelle 8). Auf das Motiv eines tatsächlichen Urlaubslands weist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer mit 4.8 - 5.1 Tagen hin.

Jahr	geöffnete Betriebe	angebotene Schlafgelegenheiten	Ankünfte		Übernachtungen		Aufenthaltsdauer Tage
			Insg.	Auslands- gäste	Insg.	Auslands- gäste	
			Anzahl				
2011	107	6.431	179.324	18.147	876.119	46.710	4.87
2012	100	6.329	185.092	20.205	900.480	41.947	4.86
2013	99	6.179	171.785	19.601	883.087	44.246	5.14

Tabelle 8: Beherbergungsangaben in den Jahren 2011, 2012 und 2013 in den 13 Kommunen (StaLa BaWü 2014).

Die Auslastung und damit die Rentabilitätswerte in den neun touristischen Kommunen des Württembergischen Allgäu reichen von gut bis an den Rand der Rentabilitätsgrenze. Die Städte Isny und Bad Wurzach, sowie die Gemeinde Argenbühl weisen eine gute bis befriedigende Rentabilität mit Werten von 42% bis 62% auf. Die Kommunen Kißlegg, Wolfegg, Wangen, Waldburg, Leutkirch und Aitrach liegen mit 27 - 32% unter oder an der Rentabilitätsgrenze. Von Amtzell, Aichstetten und Vogt liegen keine Angaben vor.

Zusätzlich bieten 407 Privatvermieter (unter 9 Betten) - davon 63 gewerbliche Ferienhöfe (davon 56 aktive Bauernhöfe) in der Ferienregion in den Kommunen Argenbühl, Bad Wurzach, Isny, Kißlegg, Leutkirch, Wangen, Wolfegg und Waldburg größtenteils gut ausgelastete Beherbergungsangebote an. Die Klassifizierung nach dem Deutschen Tourismusverband (DTV) reicht von Unterküften mit mittlerem Komfort (F**) bis überwiegend Unterküften mit gutem Komfort der Ferienhöfe (F***) und Unterküften mit gehobenem Komfort (F****) bis hin zu zwei Ferienhöfen mit Unterküften mit erstklassigem Komfort (F*****). Fünf Ferienhöfe bieten Privatzimmer (P) mit gutem bis hin zu gehobenem Komfort an. Barrierefrei sind fünf Ferienhöfe. Die Ausrichtung weist darauf hin, dass vor allem Familien als Zielgruppe angesprochen werden.

Mit dem in den letzten Jahren umgesetzten Konzept der Wandertrilogie Allgäu gibt es ein in diesem Jahr in den Markt eingeführtes Weitwanderwegnetz, das nicht nur durch alpines Gelände, sondern auch panoramareich durch die wellige Voralpenlandschaft und genussvoll durch Wiesenrouten führt. Nach der Qualitätsoffensive bei der Infrastruktur steht nun dieses Weitwanderwegnetz auf Seiten der Leistungsträger entlang der Strecken an. Die gute Nachfrage zeigt bereits, dass im Bereich der Beherbergung für Wanderer noch Bedarf besteht. Die aktuellen – meist Ferienwohnung orientierten Angebote – sind von den Kosten- und Betreiberstrukturen nicht auf diese Nachfrage vorbereitet. Die im nächsten Schritt anstehende Qualitätsoffensive im Bereich des Radfahrens als RadReiseRegion wird diese Nachfrage nach Einmalübernachtungen verschärfen.

Eine der ersten Themenstraßen in Deutschland, die Oberschwäbische Barockstraße, ist neu in Wert zu setzen. Ein Relaunch ist beschlossen und soll zu steigenden Besucherzahlen bei den Museen und Barockperlen (Kirchen, Schlösser, Klöster etc.) führen und grenzüberschreitend sowie internationaler aufgestellt werden. Die aktuellen kulturellen Aktivitäten müssen verzahnt und die gesamte Straße erlebnisorientierter aufbereitet werden, so der formulierte Anspruch in den Marketinggremien.

Im Naturtourismus entstand 2013 ein Konzept „Moor & Magie“, die touristisch relevante Moore im Landkreis Ravensburg sowie die Federseeregion mit neuen touristischen Produkten erlebbar machen soll. Ziel ist es, die drei Besucherzentren mit (45.000 Besucher/Jahr) langfristig zu positionieren und neue Leistungsträger in den Naturtourismus einzubinden.

Ein weiterer Schritt in der länderübergreifenden Vermarktung – so die Planungen - ist die Übernahme der Allgäu-Walser-Card auch für die württembergische Seite, ergänzt durch eine E-Gästekarte im regionalen Verkehrsverbund.

3.1.6 Energie und Klima

Der Landkreis Ravensburg hat 2012 bei der European-Energy-Award-Zertifizierung (eea) beim Energie- und Klimaschutz als bester Landkreis in Baden-Württemberg abgeschnitten. Im Württembergischen Allgäu sind 9 von 13 Kommunen als eea-Kommunen zertifiziert (= 85% der Bevölkerung): Amtzell, Bad Wurzach, Bodnegg, Isny, Kißlegg, Leutkirch, Vogt, Waldburg, Wangen im Allgäu. Mit eea werden CO₂-Einsparungspotenziale einer Kommune erkannt und die Fortschritte im Rahmen eines jährlichen Controllings geprüft.

Der Regionalverband Bodensee-Oberschwaben hat 2012 ein Energie- und Klimaschutzkonzept zur Umsetzung der Energiewende erstellt, das die Ziele für die regionale Strom- und Wärmeproduktion sowie für Energieeffizienzstrategien definiert. Entstanden ist dieses Konzept mit Hilfe der Energieagentur Ravensburg (Landkreise Ravensburg, Bodensee, Sigmaringen, Biberach), die Kommunen, Unternehmen und Privatpersonen hinsichtlich ihrer Möglichkeiten berät Energie effizient einzusetzen und diese beim Ausbau der erneuerbaren Energie unterstützt. Ein erstes Unternehmensnetzwerk „Energienstammtisch“ wurde 2014 in der Region eingeführt, weitere sollen folgen.

Im Rahmen des Landeswettbewerbes RegioWIN – regionale Wettbewerbsfähigkeit durch Innovation und Nachhaltigkeit – wurde 2013 ein Konzept eingereicht, das sich auf die Weiterentwicklung der Energiewirtschaft in der Region konzentrierte. Dieses Konzept wurde aufgrund des zu engen Fokus nicht in die zweite Runde übernommen. Soweit nicht bereits über Fachförderungen Lösungen für einzelne Projekte gefunden wurden, sind sie Teil des Regionalen Entwicklungskonzeptes.

Bei der Energieerzeugung setzen das Allgäu und der Landkreis Ravensburg auf erneuerbare Energie. Vom gesamten Stromverbrauch von 1.121 Mio. kWh, wurden 43% (482,59 Mio. kWh) aus regenerativen Stromquellen gedeckt (EnBW 2014). Der damit verbundene Energiemix besteht aus Solarenergie (47%), Biomasse (41%), Wasserkraft (8%), Wind (3%) und Klärgase (1%). Der Anteil der regenerativen Energie bei der Wärmedeckung liegt bei 7% (Energieagentur Ravensburg 2012).

Das Allgäu verfügt im deutschlandweiten Vergleich über sehr günstige Voraussetzungen zur Nutzung der Solarenergie. Die höchsten Werte mit bis zu 1.800 Stunden werden hier ermittelt (mittlere jährliche Sonnenscheindauer in Deutschland 1.528 Stunden). Neue Windenergiestandorte sind für das Allgäu nicht ausgewiesen. Potenzial steckt weiterhin in der Sonnenenergie und in der Energieeffizienz beim Biogas. Die höchsten Leistungen an Sonnenenergie kommen aus Bad Wurzach, Kißlegg, Leutkirch, Wangen, Wolfegg.

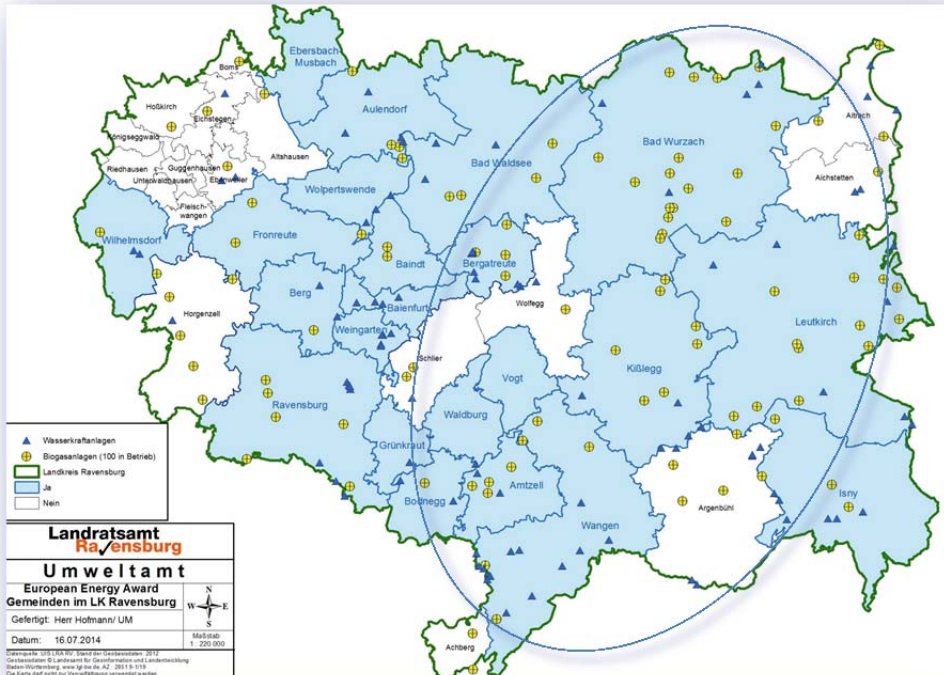


Abbildung 6: Biogas- und Wasserkraftanlagen sowie European Energy Award-Kommunen im Württembergischen Allgäu (Energieagentur Ravensburg 2014)

Den hohen Anteil an Energie aus Biomasse produzieren die 76 Biogasanlagen. Sie sind über das gesamte Gebiet verteilt, allerdings kommen die höchsten Leistungen aus Bad Wurzach, Leutkirch, Amtzell, Kißlegg und Wangen. Die Abwärme der Biogasanlagen wird zu 25 - 30% genutzt. Angesichts der Neugestaltung des Erneuerbaren-Energie-Gesetzes besteht die Notwendigkeit, dass sich diese Anlagen künftig über eine Loslösung vom subventionierten Strommarkt zukunftsfähig machen. Eine Optimierung der Abwärmenutzung, die Speicherung von Energie über Flüssiggas und die Direktvermarktung von Strom und Wärme bieten Ansätze hierfür.

Aus dem Bericht der Energieagentur Ravensburg (2012/2014) geht hervor, dass bis zum Jahr 2022 der Anteil an erneuerbaren Energien zur Stromgewinnung von bisher gut 40% auf 70% erhöht werden kann. Fotovoltaik mit 27% trägt neben Biogas mit 16% im Wesentlichen zu dieser möglichen Entwicklung bei. Der Anteil an erneuerbaren Energien für die Wärmegewinnung soll bis zum Jahr 2022 von 7% auf 14% erhöht werden.

Im Bereich Wärme wird die Zubaurate von Solarthermie als hoch eingestuft, Biogas, Kachelofen und Holz wird als gering bis sehr gering eingestuft.

Der Anteil der CO₂-Emissionen ist zwischen 1995 und 2010 im Bereich privater Haushalte und bei der Industrie gesunken, beim Verkehr in etwa auf einem Niveau stagniert. Als Potenziale werden im Bereich der Energieeffizienz und des Energiemanagements interkommunale Kooperationen (Personalpool etc.) gesehen.

3.1.7 Mobilität

Mobilitätsaufgaben stellen sich im Tourismus (schnelle Erreichbarkeit der Region, grenzüberschreitende öffentliche Verkehre, punktuelle Anbindungen von Ein- und Ausstiegsrouten für Wanderwege, Infrastrukturanpassung, E-Mobilität u.ä.) und in der Wirtschaft über die gute lo-

gistische Anbindung für Waren und Dienstleistungen sowie die Zubringerlösungen für die eigenen Mitarbeiter/innen.

Die dafür notwendige Verkehrsinfrastruktur ist im Bereich des Auto- und PKW-Verkehres durch die direkte Anbindung an die Autobahnen A96 und A7 und die Bundesstraßen B 12 und 32 als gut zu bezeichnen. Stuttgart, München, aber auch Vorarlberg und die Schweiz sind damit gut zu erreichen. Im Umkreis von 60 km liegen zudem die beiden Regionalflughäfen in Friedrichshafen und Memmingen.

Bahnanbindungen sind im Stunden- bzw. Zweistundentakt sowohl über die Strecke Lindau – Wangen – Kißlegg – Memmingen – München, als auch über die Ost-West-Verbindung Hergatz – Kißlegg – Aulendorf vorhanden. Zentraler Engpass für einen weiteren Ausbau und verbesserte Anbindungen ist die fehlende Elektrifizierung der Strecken. Überörtliche Buslinien des Bodensee-Oberschwaben-Verkehrsverbundes ergänzen das ÖPNV-Angebot. Um diesem Engpass entgegenzuwirken wird beständig aus der Region heraus Lobbyarbeit betrieben.

Potenziale werden durch die bessere Verschneidung der regionalen Mobilitätsbetreiber (bodo) mit dem touristischen Sektor in Form von Vermarktungsverbänden (Broschüre „Seitenblicke“ mit Ausflugszielen) sowie einer E-Gästekarte gesehen. Erste grenzüberschreitende Verbundlösungen sollen in Kürze mit dem Landkreis Lindau umgesetzt werden. Der weitere Ausbau dieser länderübergreifenden Verkehre sowie die barrierefreie Nutzung der Verkehrsangebote sind Herausforderungen für die Weiterentwicklung der Mobilitätsangebote.

Für die ergänzenden lokalen Verkehre im Bereich der Nahversorgung sind erste kommunale und bürgerschaftlich getragene Modelle im Gespräch. Es zeigt sich aber, dass ein großer Informations- und Qualifizierungsbedarf für eine gelingende konzeptionelle Aufstellung und einen nachhaltigen Betrieb besteht.

Ein weiterer wichtiger Trend wird die Elektromobilität insgesamt sein. Dieser Sektor erhält über Förderprogramme des Bundes- und des Landes neue Dynamik. Viele Beispiele zur Elektromobilität im ländlichen Raum (u.a. in Verbindung mit sharing-Konzepten) zeigen, wie wichtig strukturelle Planungen in diesem Bereich zukünftig sein werden. Bei diesem Segment kommt hinzu, dass lokal erzeugte Energie – beispielsweise aus einer der zahlreichen Fotovoltaikanlagen – in Mobilität umgesetzt werden kann, was wiederum die lokale Wertschöpfung steigert. Hier steht die Region weitgehend am Anfang und wartet u.a. Erfahrungen mit dem Modellvorhaben EM-MA im Bodenseekreis ab.

3.1.8 Kulturlandschafts- und Gewässerentwicklung

Naturräumlich ist das Württembergische Allgäu durch die Landschaft des Alpenvorlandes mit Moränen und Mooren geprägt. Die naturräumlichen Besonderheiten erstrecken sich über eiszeitlich überprägte Landschaften des Westallgäuer Hügellandes und die entstandenen Fließgewässer, Seen, Moore und weitere Feuchtbiotope. Das Allgäu weist die höchste Moordichte in Baden-Württemberg auf. Zu den größten dieser Art gehört das Wurzacher Ried, welches europazertifiziert ist. Zudem befinden sich 1/3 der Seen von Baden-Württemberg im Landkreis Ravensburg (mehrheitlich im Allgäu). Durch den Landkreis Ravensburg fließen ca. 2200 km Fließgewässer. In den 13 Kommunen des Landkreises Ravensburg sind insgesamt 114 FFH- und Natur-

schutzgebiete ausgewiesen sowie 1193 Pflege- und Extensivierungsverträge nach der Landschaftspflege-Richtlinie (LPR A1-A3) abgeschlossen. Von 8.425ha sind 1.519ha Vertragsflächen A2/ A3 nach LPR. Hinzu kommen flächenhafte und einzelne Naturdenkmäler. Insgesamt gibt es in den 13 Kommunen rund 92% Naturflächen (8% Siedlungs-/Verkehrsflächen), davon machen §30/32 Biotopflächen einen Anteil von 9,2% aus. Zu den Schutzgebietsflächen gehören insbesondere glazialüberprägte Landschaftsformen, wie Feuchtgebiete und Jungmoränen. Den höchsten Anteil an flächenhaften Naturdenkmälern weist Amtzell mit 7.831.4ha auf. Davon sind 5.176ha eine Jungmoränenlandschaft, die sich zwischen Amtzell und Vogt erstreckt. Der voralpine Ausläufer der Nagelfluhkette, die Adelegg, hat mit 640ha die höchste Dichte an FFH-Gebieten.

Im Württembergischen Allgäu besteht aufgrund vergangener Maßnahmen, wie Sohlenverschaltungen und direkte Angrenzung von landwirtschaftlichen Nutzflächen an die Gewässer und deren Uferbereiche ein Bedarf an Gewässerentwicklung. Um die EU-Wasserrahmenrichtlinie (WRRL) und deren für alle Gewässer verbindlichen Qualitätsziele zu erreichen, gilt es, die naturfernen Gewässer zu renaturieren. Damit können die Gewässer ihre Funktionen als Vernetzungskorridore, Lebensraum für zahlreiche seltene Pflanzen und Tiere sowie als Erholungsraum wieder gewährleisten und die Klimaschutzpotenziale der Gewässer erhalten. Zu diesen renaturierungsbedürftigen Fließgewässern gehören zum Beispiel die Wolfegger Ach (Kißlegg-Rötenbach über Flurbereinigung Furtmühle hinaus), Wurzacher Ach (Wurzach-Reichenhofen), Teile der Argen sowie einzelne Seen und Moore. Zur Sensibilisierung der Bevölkerung gegenüber der Notwendigkeit eines umfassenden Gewässerschutzes ist für den voralpinen Wildfluss „Argen“ ein Naturschutzgroßgebiet des Bundes geplant. Sie entspringt in Bayern aus den Quellflüssen Untere und Obere Argen (Flüsse 2. Grades) und fließt bei Langenargen als ein Nebenfluss des Rheins in den Bodensee.

An Entwicklungsbedarf wird die Forcierung der Gewässerentwicklung durch Moderations- und Knowhow-Transfer, Flächenmanagement und die Sensibilisierung der Bevölkerung für die Besonderheiten des Gewässer und Moore angestrebt. Das bereits im bayerischen Westallgäu umgesetzte Konzept der „Wasserwege“ kann in das Württembergische Allgäu übernommen und mit spezifisch aufbereiteten Wegen an den Seen erweitert werden.

Das Instrument der Flurneuordnung kann hier, über seinen Auftrag agrarstrukturelle Ordnungsmaßnahmen vorzunehmen, eine wichtige Rolle im LEADER-Konzept Allgäu übernehmen. Besonderer Bedarf besteht an Bodenordnungsmaßnahmen im Bereich der Gewässerentwicklung und Extensivierungsmaßnahmen in naturnahen Bereichen. Landnutzungskonflikte sind hier im Rahmen der Flurneuordnung aufzulösen, Flächen für Wasserrückhaltungen zur Verfügung zu stellen sowie Unterstützung bei der Erhaltung natürlicher Retentionsräume, der Renaturierung von Wasserläufen und der Anlage von Brücken und Stegen zu leisten.

Die Nutzungsansprüche an die die Landschaft verändern sich zukünftig weiter. Vorrangflächen sind für die Produktion von Nahrungsmitteln bzw. Energie stark umkämpft. Dabei stehen jeweils die Grenzertragsfluren im Fokus von Nutzungsschwankungen. Die Adelegg weist aufgrund bisheriger Bergweidewirtschaft zahlreiche Kleinbiotope mit einer vielfältigen Flora und Fauna auf, welche sich über 640ha FFH-Gebiete verteilen. Besonders schützenswert ist das Grüne Besenmoos. Das Vorkommen dieser Art in Baden-Württemberg zählt zu den Hauptvorkommen in

Europa. Den höchsten Anteil der FFH-Lebensraumtypen machen die Waldmeister- und Hainsim-sen-Buchenwälder aus. Das Vogelschutzgebiet Adelegg erstreckt sich über 2.858ha. Als besonders Erhaltenswert ist der Lebensraum für den Weißrückenspecht, dessen Brutvorkommen in der Adelegg als einziges in Baden-Württemberg bekannt ist (Regierungspräsidium Tübingen).

Die Flächenerhebung 2010 von 36 der 38 Betriebe in der Adelegg ergab, dass von 436ha landwirtschaftlicher Flächen lediglich 15% langfristig gesichert sind und damit Kleinbiotop sowie europaweit bedeutsamen Grünlandgesellschaften, wie Berg-Mähwiesen, Borstgras- und Kalk-Magerrasen verschwinden (Regierungspräsidium Tübingen). Zur Erhaltung oder Entwicklung extensiver Nutzung ausgewählter Grenzertragsfluren gibt es Bedarf an der Flächenförderung und an einer flankierenden (Aufpreis-)Vermarktung sowie stete Aktionen zur Bewusstseins-schärfung des Verbrauchers zu diesem Thema.

Die an den jeweiligen Standort angepasste Beweidung mit Schottischen Hochlandrindern, Wasserbüffeln, Hinterwälder, Aberdeen Angus oder Ziegen tragen zum Erhalt der Biotopqualität und zur Offenhaltung der Landschaft bei. Für die gemeinschaftliche Nutzung von Weiden bedarf es der Unterstützung bei der Schaffung von Unterständen, Zäunen, Tränken, Heulagern und ggf. Mähtechnik.

Die an den jeweiligen Standort angepasste Beweidung mit Schottischen Hochlandrindern, Wasserbüffeln, Hinterwäldlern, Aberdeen Angus oder Ziegen tragen zum Erhalt der Biotopqualität und zur Offenhaltung der Landschaft bei. Für die gemeinschaftliche Nutzung von Weiden bedarf es der Unterstützung bei der Schaffung von Unterständen, Zäunen, Tränken, Heulagern und ggf. Mähtechnik.

3.1.9 Kultur und Kunst

Ein breites – stark ehrenamtlich getragenes Kulturleben – ist im Allgäu zu finden und führt zu heimatpflegerischen, aber auch zu neuen soziokulturellen Aktivitäten.

Mit der Arbeitsgemeinschaft Heimatpflege und den ihr angeschlossenen lokalen Vereinen agiert ein Träger, der sich sehr stark für die Erhaltung des kulturellen Erbe im Württembergischen Allgäu einsetzt. Die Arbeitsgruppe Regional- und Baukultur erstellte in den letzten Jahren eine Kartierung von über 2000 kulturell relevanten Elementen (Gebäude, Kapellen, Kirchen, etc.). Hier wird ein Ansatz verfolgt, dieses aufbereitete Wissen mit den touristischen Produkten stärker zu vernetzen bzw. diesen zur Verfügung zu stellen. Darüber hinaus setzt sich die Arbeitsgemeinschaft für die Erhaltung der regionalen Bauweise ein und berät Kundinnen und Kunden bei der Umgestaltung alter Gebäude, damit moderne und alte Bauelemente in bester Weise miteinander verknüpft werden können. Der Heimatpflege Leutkirch e.V. hat das Glasmacherdorf Schmiedsfelden mit dem dortigen Glasmachermuseum wieder in Wert gesetzt. Der Heimatpflegeverein Eglofs betreibt ein regionales Musikarchiv und bereitet mit Theaterstücken regionale Geschichte auf. Der Kultur- und Heimatpflegeverein Wurzen aus Bad Wurzach hat den industriellen Torfabau erschlossen und eine Torfbahn ins Ried reaktiviert.

Das Bauernhausmuseum Wolfegg – Freilichtmuseum des Landkreises – lässt Vergangenheit hautnah erleben und präsentiert Gebäude sowie alltäglichen Lebens- und Arbeitsweisen in Oberschwaben und im Westallgäu. Ausstellungen und Veranstaltungen bereiten die regionale

Geschichte für die Besucher auf (z.B. Migrationsgeschichte, Schwabenkinder, Erinnerungen an den Weltkrieg, alte Handwerkstechniken).

Das hohe ehrenamtliche Engagement zeigt sich unter anderem in der Kulturarbeit. Im Rahmen des Theater-Zeltfestes in Isny werden von ehrenamtlichen Akteuren jährlich Veranstaltungen und Workshops mit ca. 5.000 Teilnehmern organisiert. Seit vier Jahren laden im Sommer die Theaterfestspiele in Wangen ein und Kleinkunstprogramme werden in Amtzell, Bad Wurzach, Leutkirch und Wangen kontinuierlich organisiert. Auch das Laientheater lebt in der Region in vielfältiger Weise.

Vermutlich die höchste Musikedichte in Deutschland gibt es in dieser Region, so dass der Begriff Musikland Allgäu seine Berechtigung hätte: In den 13 Kommunen agieren 55 Blaskapellen mit 4.050 Mitgliedern (Quelle: Blasmusikverband 2014). Ein knappes Drittel – nämlich 1.250 Musiker/innen – sind jünger als 18 Jahre. Im Zweckverband „Jugendmusikschule (JMS) Württembergisches Allgäu“ (www.jms-allgaeu.de) lernen jährlich ca. 2.100 Jugendliche, in der städtischen JMS Bad Wurzach ca. 350, ca. weitere 200 Schüler in der JMS Ravensburg. Das Stadtorchester Wangen und eine Handvoll Landkapellen gehören derzeit zu den erfolgreichsten Blasmusik-Laienorchestern Deutschlands. Mit Ernst Hutter (Egerländer Musikanten), Peter Schad (Oberschwäbische Dorfmusikanten), Michael Kuhn und anderen sind einige der derzeit weltweit erfolgreichsten Blasmusikinterpreten und -komponisten in der Region beheimatet. Stubenmusik, Althornbläsergruppen, Tanzbands und viele Chöre bereichern die Musikszene. Aber auch andere Musikrichtungen sind präsent. So ist der Jazz-Point Wangen mit seinen ca. 600 Mitgliedern der mitgliederstärkste Jazz-Club in Baden-Württemberg. Folk und Klassik in Form von Konzertreihen und Festivals sind ebenfalls zu benennen. Auf diesem guten Grundstock wird ein Potenzial für innovatives, stilrichtungsübergreifendes Musizieren gesehen. Formen, in denen diese Begegnungen stattfinden sind zu wenig ausgebaut.

Prägend für die Region sind auch die Zeugnisse aus der Barockzeit: Schlösser, Kirchen, Kleinode. Dazu zählen das neue Schloss in Kißlegg (mit Gemäldeausstellung) sowie das Schloss Bad Wurzach, die Barockkirchen in Bad Wurzach (3), Eintürnenberg, Eglofs, Isny, Rötenbach, Wangen, Wolfegg, sowie einzelne Kunstwerke barocker Art, wie die Madonna in Deuchelried. Zu diesem „Himmelsreich des Barocks“ gehören auch Barockmusik und -theater.

Eine Vielzahl von Kunstschaffenden findet sich im Allgäu. Dafür stehen zwischen 15 bis 20 Künstler die sich bei der jährlichen Aktion „Offene Ateliers“ mitwirken, aber auch der Maler und Filmemacher Friedrich Hechelmann mit seiner Kunsthalle Isny oder der ebenfalls über-regional bekannte Maler Manfred Scharpf (Leutkirch). Im nahegelegenen Schloss Achberg finden sich Kunstausstellungen und Konzerte. Einer der Väter der Soziokultur, Joseph Beuys, hat in der Raumschaft häufig agiert. Ein Beuys-Archiv sowie der Verein Soziale Skulpturen bieten Kompetenz und Netzwerke als Impulsgeber für neue soziokulturelle Formen.

3.1.10 SWOT-Analyse

Die aktuelle Situation lässt sich anhand überregionaler Vergleiche der Region (u.a. IREUS- Studie, Engagementatlas) und hinsichtlich der künftigen Herausforderungen, wie demografischer Wandel, soziale und kulturelle Disparitäten, Klimawandel, Umbrüche bei Energie und Ressourcen, neue Mobilitätsmuster, digitale Kultur und Globalisierung bewerten. Die nachfolgende Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analysen (SWOT) stellt die wichtigsten Ergebnisse aus dem Prozess der Erstellung des regionalen Entwicklungskonzeptes zusammen (Tabelle 9). Dort sind Engpässe, Potenziale und Bedarfe ausgewiesen, die die Grundlage für die strategische Ausrichtung der Region bilden.

TOURISMUS	
Stärken	Schwächen
<p>Natur- und Kulturlandschaft Allgäu – Hügel, Gewässer, großflächige Moorlandschaften von nationalem und internationalem Rang sowie Besucherzentrum Moor extrem</p> <p>Hochwertige Wanderinfrastruktur für unterschiedliche Zielgruppen</p> <p>Oberschwäbische Barockstraße als bekannte Produktmarke</p> <p>Übernachtungszahlen mit hoher Reisedauer aus Sommer- und teilweise Wintersaison</p> <p>Familienfreundliche Angebote</p>	<p>Ausschöpfung des Nachfragepotenzials im Kultur- und Naturtourismus</p> <p>Durchgängige Infrastruktur und touristische Produkte für Wohnmobilreisende</p> <p>Qualitätsmanagement einzelner Leistungsträger</p> <p>Beherbergungsangebote sind auf Mehrtagesgäste ausgerichtet</p> <p>Barrierefreie Infrastruktur/Angebote</p> <p>Erlebnisorientierung der Oberschwäbischen Barockstraße</p>
Chancen	Risiken
<p>Ausbau des Rad- und Wandertourismus mit Service- und Qualitätsanpassungen der Leistungsträger und neuen, vernetzten Mobilitätslösungen</p> <p>Anschluss an die Allgäu-Walser-Card als Verbundmarketing-Instrument</p> <p>Touristische Nutzung und Vermarktung der Moore in der Fläche – noch fehlende Konzeptumsetzung</p> <p>Relaunch der Oberschwäbischen Barockstraße Kraftquelle Allgäu (Gesundheit, Ernährung, Bewegung, Spiritualität, Wasser)</p> <p>Beherbergungsangebote für Wanderer und Radfahrer (ggf. in Holzbauweise)</p>	<p>Investitionsbereitschaft der privaten Leistungsträger</p> <p>Klimawandel gefährdet klassische Winterproduktlinien (Ski und Langlauf)</p> <p>Anpassung an Kundenwünsche, wie Barrierefreiheit, gelingt nicht</p>

WIRTSCHAFT	
Stärken	Schwächen
<p>Hohe Standortvorteile durch die Nähe zu Naherholungsgebieten, Autobahnanschlüsse</p> <p>Gewährleistung der Kinderbetreuung im Alter über 3 Jahren</p> <p>Ausbau des betrieblichen Gesundheitsmanagements</p> <p>Gute bis befriedigende Einzelhandelssituation im Innenstadtbereich</p> <p>Hochschulen im näheren Umfeld (Ravensburg, Kempten)</p>	<p>Breitbandausbau in der Fläche</p> <p>Unterdurchschnittliche Betreuungsquote der Betreuung von Kindern unter 3 Jahren</p> <p>Unterdurchschnittliche Dynamik beim Anstieg der Sozialversicherungspflichten</p> <p>Verknüpfung zwischen Ausbildungsangebot und tatsächlichem Bedarf an Arbeitskräften</p> <p>Akzeptanz für wirtschaftliche Belange und von neuen Gewerbegebieten</p> <p>(grenzüberschreitender) ÖPNV</p>
Chancen	Risiken
<p>Vermarktung des Württembergischen Allgäus als Standort mit seinen Vorteilen steigern</p> <p>Reaktionen auf verändertes Kaufverhalten der Kunden</p> <p>Informations- und Akzeptanzkampagnen für die Notwendigkeit von lokalen Arbeitsplätzen</p>	<p>Zukünftige Nahversorgungsveränderungen durch Schließungen</p> <p>Fachkräftemangel (Pflege, Technik, Handwerk)</p>

KOMMUNALENTWICKLUNG	
Stärken	Schwächen
<p>Nahversorgung Medizinische Versorgung</p> <p>Stationäre und ambulante Altenhilfe</p> <p>Niedriger Leerstand mit wenigen Ausnahmen</p> <p>Hohes bürgerschaftliches Engagement</p>	<p>Online- Vertrieb, neue Logistik-Lösungen</p> <p>Teilweiser Leerstand im Außenbereich</p> <p>Altersgerechte Wohnungen</p> <p>Grenzgebiet</p>
Chancen	Risiken
<p>Umbau zu senioren- und generationengerechten Kommunen (Ziel lebenslanges Wohnen)</p> <p>Ausbau und Stabilisierung des bürgerschaftlichen Engagements für soziale, kulturelle, nahversorgende Anliegen</p> <p>Mobilisierung der Potenziale der jungen Alten</p>	<p>Ärzteversorgung dünnt aus durch fehlende Nachfolgerlösungen</p> <p>Fehlende bezahlbare altersgerechte Wohnungen</p>

LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT	
Stärken	Schwächen
<p>Hochproduktive Milchwirtschaftsregion in BW mit Lehr- und Forschungsanstalt</p> <p>Leitprodukt Käse mit Kleinkäsereien, Käsemarkt, Käsestraße</p> <p>Gut aufgestellte und wachsende Regionalvermarktung in Gastronomie und Einzelhandel</p> <p>Energieproduktion Landwirtschaft (Biogas, Solar) Netzwerk in der Holzwirtschaft</p>	<p>Sinkende Zahl an Molkereien (Milch, Butter, ...)</p> <p>Zahl der Ungunstflächen und teilweise fehlende tragfähige Nutzungskonzepte</p>
Chancen	Risiken
<p>Erfolgreicher Strukturwandel entsprechend der agrarpolitischen Rahmenbedingungen</p> <p>Zusammenführung der Regionalvermarktungsinitiativen zu einem Genussland Allgäu unter der Marke Allgäu über Gruppenzertifizierungen der Initiativen</p> <p>Regionaler Markt für regional veredeltes Holz erschließen</p> <p>Vermarktung der klimastabilen Baumarten Buche und Weißtanne</p> <p>Eigenes Profil und Vertriebswege für Produkte und Dienstleistungen aus der Landschaftspflege</p>	<p>Verbuschung und Bewaldung von Ungunstflächen in Teilräumen</p> <p>Rückgang der Landwirtschaft aufgrund fehlender Hofnachfolge und fehlende Konkurrenzfähigkeit (Auflösung Milchkontingent etc.)</p> <p>Umbau des Waldes in klimastabile Baumarten gelingt nicht</p>

KUNST UND KULTUR	
Stärken	Schwächen
<p>Kulturelles Erbe, viele Natur- und Kulturdenkmäler verbunden mit Engagement für regionale Baukultur</p> <p>Heimatspflege professioneller Art (u.a. Bauernhofmuseum) und ehrenamtlich über starke Vereine</p> <p>Hohe Musikkapellen- und Musikerdichte</p> <p>Zahl und Vielfalt der Kunstschaffenden und Kulturveranstaltungen</p> <p>Barocke Schlösser und Kirchen</p>	<p>Mediale Aufbereitung des gesammelten und kartierten Wissens</p> <p>Verlust der Baukultur und wenig Impulse für neue Ansätze</p> <p>Moderne Blasmusik mit anderen Stilrichtungen zu wenig verbunden, im Sinne neuer Kreativität</p> <p>Anzahl und Unterstützungsformen der soziokulturellen Initiativen</p> <p>Koordination und Vernetzung der Kulturveranstalter</p>

Chancen	Risiken
<p>Gezielte Förderung der soziokulturellen und anderer kreativitätsfördernden Kulturformen für alle Bevölkerungsgruppen (u.a. integrative Ansätze)</p> <p>Vernetzung der Kulturveranstalter und gemeinsames Verbundmarketing</p> <p>Weitere Kultivierung als Musikland Allgäu, das für Einheimische wie Gäste in vielfältiger Form erlebbar ist und zum Mitmachen einlädt</p> <p>Forcierung der Beratung zur Baukultur und Wohnumfeldgestaltung durch die Förderung von innovativen Ansätzen (u.a. auch Nachnutzung von Ökonomiegebäuden bei den Einödhöfen im Außenbereich).</p>	<p>Weiterer Rückgang einer regionstypischen Bauweise im Außenbereich</p> <p>Hoher Ressourcenverbrauch durch fehlende Koordinierung bzw. Kommunikation</p>

NATUR- UND KULTURLANDSCHAFT	
Stärken	Schwächen
<p>Das Allgäu – typischer Voralpenraum mit einem dichten Gewässernetz und Mooren</p> <p>Seenprogramm, PRO REGIO</p> <p>Hoher Anteil an Naturschutzflächen mit Besonderheiten wie der Natur- und Kulturraum Adelegg</p>	<p>Mangelnde Vernetzungen der (Feucht-)Biotope</p> <p>Rückläufige Berglandwirtschaft</p> <p>nicht geschützte Kleinstbiotope verschwinden</p>
Chancen	Risiken
<p>Sensibilisierungsmaßnahmen zur Stärkung des Bewusstseins gegenüber dieser Landschaft und der Notwendigkeit diese zu erhalten</p> <p>Vernetzung der Flächen, insbesondere der Feuchtbiotopflächen</p> <p>Wiedervernässung von Mooren u.a. Renaturierungsmaßnahmen zur Förderung der typischen Flora und Fauna</p> <p>Überlegungen zur Vorbereitung eines Großschutzgebietes entlang der Argen</p> <p>Verbesserte Vermarktungsstrategien für regionale Produkte aus der Landschaftspflege sowie generelle betriebswirtschaftliche Optimierung der Landschaftspflege (u.a.</p> <p>Offenhaltung der Ungunstflächen)</p>	<p>Akzeptanzprobleme: Schutz und Erhaltung versus wirtschaftliche Rentabilität</p> <p>Offenhaltung gelingt nicht</p>

Tabelle 9: Stärken-Schwächen-Chancen- und Risiken-Analyse Allgäu.

3.1.11 Zusammenfassung und Ableitung des Handlungsbedarfs

Aus der SWOT-Analyse leiten sich folgende Handlungsbedarfe und Zielsetzungen ab, die sich in fünf Handlungsfelder bündeln lassen (vgl. Abbildung 7):

Kommunalentwicklung: Die Kommunalentwicklung der nächsten Jahre wird im Allgäu durch die neuen Herausforderungen des demografischen Wandels geprägt. Angesichts weitgehend stabiler Gesamtbevölkerungszahlen stehen nicht Rückbaumaßnahmen im Vordergrund, sondern die Bedarfsanpassung an eine älter werdende Bevölkerungsstruktur und die Idee, bei breiten Bevölkerungsschichten in den Heimatkommunen ihren Lebensabend verbringen zu können an. Dafür sind altersgerechte Wohnformen, bedarfsgerechte Dienstleistungen und alltagsbegleitende Dienste und Sozialstrukturen notwendig. Auch die Frage der Teilhabe am Gemeinschaftsleben stellt sich neu und muss auch auf andere Gruppen mit Handicaps ausgeweitet werden.

Das große Potenzial in der Regionalkultur bietet viele Chancen zur weiteren Inwertsetzung. Für die Persönlichkeits- und Kreativitätsentwicklung der Menschen sind neue Herausforderungen zu setzen, die die Auseinandersetzung mit Gestern, Heute und Morgen bieten. Soziokulturelle Ansätze sind zu stärken.

Das große Bürgerengagement im Allgäu – jeder zweite ist aktiv - bietet hierfür große Chancen im sozialen, aber auch im kulturellen wie nahversorgenden Bereich, jeweils gemeinsam mit unterstützenden Strukturen Lösungen zu finden und auch finanzierbar zu halten. Das Allgäu versteht sich als ein BürgerLand.

Tourismus: Hier sind in den letzten 10 Jahren die zentralen gebietsübergreifenden Produktlinien definiert und die passenden Vermarktungsstrukturen aufgebaut worden. Bei der Produktlinie Rad sind noch öffentliche Investitionen in die Schaffung einer qualitativ hochwertigen Infrastruktur notwendig, bei allen anderen Produktlinien ist die Konzentration auf die Qualitäts- und Innovationsentwicklung bei den Leistungsträgern zu setzen. Kooperative Produktentwicklungen stehen in der nachhaltigen touristischen Erschließung der Moore und im Rahmen des Relaunchs der Oberschwäbischen Barockstraße an. Von Seiten der Vermarktungs- und Mobilitätsstrukturen der Region sind zwei wichtige Verbundinstrumente zu schaffen, die für Einheimische wie Gäste die Angebote besser erschließen lassen: Allgäu-Walser-Card und E-Gäste-Mobilitäts-card.

Der Beitrag der Landwirtschaft, der Ernährungswirtschaft und der Gastronomie ist im Allgäu eng mit dem Tourismus verknüpft. Die gut aufgestellten Regionalvermarktungsinitiativen mit ihren stabilen Logistik-Lösungen bieten die Grundlage, nicht nur die regionale Küche weiter zu entwickeln, sondern durch neue Servicelösungen auch zu neuem Kochvergnügen in der Gastronomie wie im Privathaushalt zu führen.

Die barrierefreie Gestaltung der Infrastruktur und der Angebote ist in allen bereits genannten Bereichen, aber auch bei der gesundheitstouristischen Produktlinie (Kur, Reha etc.) zu verfolgen.

Fazit: „Dort Arbeiten, wo andere Urlaub machen“ ist ein bekannter Slogan, den man im Allgäu öfters hört. Er steht für ein vielfältiges Freizeit-, Naherholungs- und natürlich auch touristisches Angebot. Das Allgäu wird sich weiter als FreizeitLand profilieren.

Kulturlandschaft und Gewässerentwicklung: Drei zentrale Aufgabenstellungen begründen das Handlungsfeld „Kulturland“. Der überdurchschnittlich hohe Anteil an Gewässern ist ein wichtiges Landschaftselement, das es unter den Vorgaben der EU-Wasserrahmenrichtlinie und genereller ökologischer und freizeitorientierter Gesichtspunkte in neue Qualitäten zu führen gilt. Vorhandene Fachfördermittel für die Renaturierung der Gewässer können zu wenig erschlossen werden, da Flächen-, Knowhow- und Koordinationsprobleme zu lösen sind. Dies soll über LEADER-Maßnahmen und Maßnahmen der Flurneuordnung verbessert werden.

Landschaftspflege ist aufgrund des hohen Anteils an Schutz- und Feuchtgebieten ein wichtiges Betätigungsfeld der Landwirtschaft und weiterer landschaftsbezogener Akteure. Für nachhaltige Pflegelösungen durch Mahd und Beweidung sind Flächenarrondierungen und neue Vermarktungsstrategien notwendig. Ähnlich wie bei der Gewässerentwicklung sind hier Managementaufgaben zur Vorbereitung dieser Lösungen notwendig.

Das kulturelle Erbe ist vielfältig. Das zeigt die vorliegende Erfassung und Kartierung: Baukultur, Natur- und Bodendenkmäler, Wegkreuze etc.. Dieses Potenzial ist den Bewohnern und den Gästen über Informationssysteme zu erschließen („Man sieht nur, was man weiß“) und in der Baukultur sollte ein guter Weg zwischen Bewahren und regionalgerechter Modernisierung – möglichst mit Holz – gefunden werden.

Klima und Energie: Die Region verfügt über ein großes Maß an lokal verfügbaren Energieressourcen und gleichzeitig über ein Bewusstsein für die Priorität beim Thema Energieeffizienz. Wesentlich für die Nutzung dieser Potenziale wird es sein, die Energiewende gemeinsam mit den Bürgern voranzutreiben, vorhandene Wertschöpfungsketten zu verlängern, Abwärme inwertzusetzen, Kurzspeicherlösungen zu entwickeln und vor allem für die Biogasanlagen einen neue Märkte zu eröffnen. Interkommunale Kooperationen im kommunalen Energiemanagement sichern ausreichend Personal, sparen Kosten und erschließen weitere Synergien. Eine Schnittstellenfunktion aus dem Beziehungsrahmen Energie und Energieeffizienz ist die Elektromobilität. Hierzu gehören der Aufbau einer entsprechenden Infrastruktur, ÖPNV-ergänzende Mobilitätslösungen wie Car-Sharing und Bürgerbusse sowie vereinheitlichte Tariflösungen bei den grenzüberschreitenden ÖPNV-Verkehren. Diese neuen Mobilitätsmuster müssen dem Paradigma der Nachhaltigkeit und der damit verbundenen CO₂-Emissionseinsparung folgen. Die Sicherung der Moore und die Renaturierung der Gewässer tragen ebenfalls zu diesem Klimaschutzziel bei. Das Allgäu will sich klimaschutzgerecht verhalten und ein glaubwürdiges KlimaLand werden.

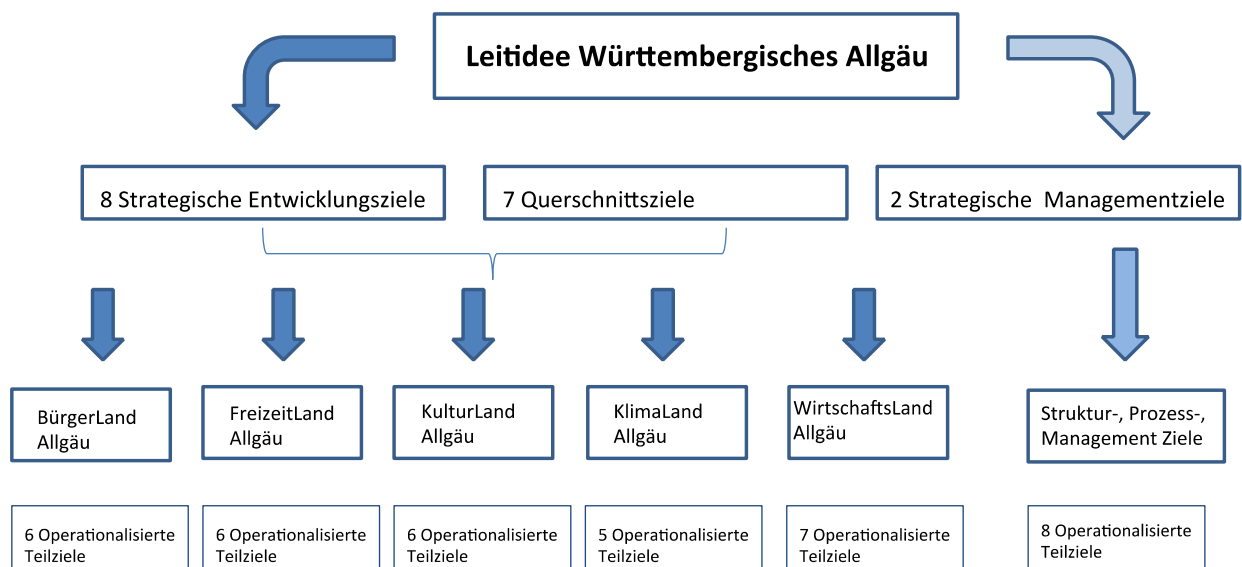
Wirtschaft: Der Wirtschaftsstandort Allgäu ist interkommunal weiter zu entwickeln und zu positionieren. Hier ist ein Formierungsprozess zu gestalten, der über die Schaffung interkommunaler Gewerbegebiete hinausgeht. Als zentraler Engpass haben sich Akzeptanzproblematiken bei der Bevölkerung bei Ansiedlungs- und Erweiterungsmaßnahmen erwiesen. Neue Kommunikations- und Beteiligungsformen sind hier notwendig, um ein Verständnis für die regionalen Arbeitsplatzentwicklungsbedarfe zu schaffen. Neue regionale Wertschöpfung lässt sich durch neue Produkte und Angebote in der Holzwirtschaft, der Gesundheitswirtschaft und ggf. im Handel erschließen. Deshalb konzentriert sich dieses Konzept auf diese Branchen. Wohnortnahe Arbeitsplätze sind charakteristisch für das WirtschaftsLand Allgäu.

3.2 Beschreibung der Entwicklungsziele und der Entwicklungsstrategien

Das Regionale Entwicklungskonzept Allgäu stellt sich dem Anspruch „Eine Region – eine Strategie“ und führt die vorliegenden Fach- und Marketingkonzepte sowie kommunalen Entwicklungsstrategien zusammen. Das Allgäu verfolgt auch einen in der Region koordinierten „Multifonds-Ansatz“, in dem es sich auf Ziele und Maßnahmen der ELER VO, EFRE VO und ESF VO bezieht. Das Konzept leistet Beiträge zu vielen der thematischen Ziele der EUROPA 2020-Strategie. Im Rahmen der ELER-VO sind dies vor allem die Ziele 1 (Wissenstransfer und Innovation), 2 (Lebenslanges und berufliches Lernen), 5 (Ressourceneffizienz) sowie 6 (Inklusion, wirtschaftliche Entwicklung). Teilweise werden auch die Ziele 3 und 4 berührt (Abbildung 7).

Das Zielsystem der Region Württembergisches Allgäu baut sich hierarchisch auf und umfasst:

- 1 Leitidee
- 10 strategische Entwicklungsziele (8 strategische Entwicklungsziele, 7 Querschnittsziele und 2 strategische Managementziele)



Bürger-, Freizeit-, Kultur-, Klima- und WirtschaftsLand

Württembergisches Allgäu – heimatverbunden – grenzenlos – aktiv

Die Leitidee orientiert sich an den fünf Handlungsfeldern „BürgerLand, FreizeitLand, KulturLand, KlimaLand, WirtschaftsLand“ und an zentralen Haltungen die weiter kultiviert werden sollen:

- **„...Land“**= die Positionierung der Handlungsfelder mit diesem Begriff signalisiert, dass das komplette Gebiet als „Ländlicher Raum“ eingestuft ist, eine ausgeprägte Stadt-Umland-Kooperation besteht und einen klar abgegrenzten Landstrich darstellt.
- **„heimatverbunden“**= die hohe Identifikation der Bevölkerung mit der Raumschaft Allgäu und die damit verbundenen Investitionen in die Wertschätzung der Kulturlandschaft, der Gewässer, der Moore, der (Bau-)Kultur.
- **„grenzenlos“** = die länderübergreifende Zusammenarbeit mit dem bayrischen Allgäu sowie mit dem transnationalen INTERREG-Gebiet Raum „Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein“.
- **„aktiv“**= zielorientierte Umsetzung der Entwicklungsziele im Sinne einer bürger- bewegten, unternehmerischen sowie einer kooperativen und interkommunal gestalteten Regionalentwicklung.

3.2.2 Entwicklungsziele

Mit der Leitidee sind 10 strategische Entwicklungsziele verbunden. Die ersten acht sind inhaltlich-strategischer Art, die zwei letzten greifen strukturelle und prozessbezogene Ziele auf:

1. **Ausbau und Intensivierung der inner- und überregionalen Vernetzung und Kooperation zur gemeinsamen Produktentwicklung und zum Knowhow-Aufbau:** Hierzu zählen insbesondere die länderübergreifende Marke Allgäu mit Bayern, die gebietsübergreifende im Landkreis mit der LAG Mittleres Oberschwaben und die transnationale Zusammenarbeit im INTERREG-Raum Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein. Unter dieses Ziel fallen aber auch regionsinternen Kooperationen mit den strategischen Partnern aus Wirtschaft, Tourismus, Soziales, Kultur sowie der Aufbau von neuen Netzwerken.
2. **Schaffung einer Mitwirkungs- und Teilhabekultur aller Bürger zur Gestaltung lebendiger kommunaler Gemeinschaften:** Die Unterstützung des bürgerschaftlichen Engagements in allen Bereichen sowie die integrative und inklusionsfördernde Gestaltung der Angebote stehen im Fokus des Agierens. Dieser Anspruch gilt über das Handlungsfeld „BürgerLand“ hinaus auch für die anderen Handlungsfelder.
3. **Klare Qualitätsanforderungen und eine kontinuierlich verbesserte Qualität im regionalen Handeln sowie bei regionalen Dienstleistungen und Produkten:** Es gibt in den einzelnen Handlungsfeldern in der Region getragene Qualitätsvorstellungen, die auch immer wieder überprüft bzw. deren Weiterentwicklung stimuliert werden. Qualität wird als ein ständiger Verbesserungsprozess gesehen.
4. **Erschließung von zusätzlicher Wertschöpfung durch Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit zur Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen vor Ort:** Die regionale Wertschöpfung wird durch den Ausbau der Wertschöpfungsketten, der Bildung neuer Wertschöpfungspartnerschaften, der Förderung einzelbetrieblicher Innovationen und die Ausweitung der Dienstleistungen in Handel und Pflege erhöht. Ein besonderes

Augenmerk gilt der Schaffung von Existenzgründungen bzw. Arbeitsplätzen für und von Frauen.

5. **Weiterentwicklung der Dörfer und Städte zu demografiefesten, generationengerechten Kommunen:** Durch bedarfsgerechte Nahversorgungs- und Einzelhandelslösungen, Umnutzungen von Gebäuden, der Schaffung von altersgerechten Wohnungen und eines barrierefreien Wohnumfeldes wird dieses Ziel verfolgt.
6. **Das KlimaLand Allgäu setzt ein energieeffizientes und ressourcenschonendes Verhalten und Produzieren als generellen Grundsatz für alle Aktivitäten voraus:** Das hohe Engagement im Bereich Biomasse, Solar und kommunalem Energiemanagement (eea-Prozesse) wird fortgeführt und auf alle Formen der Energieproduktion, der CO₂-Emissionseinsparungen in Wirtschaft und privaten Haushalten sowie einer nachhaltigen Mobilität ausgeweitet.
7. **Förderung des kreativen Potenzials und innovativer Ansätze** durch Qualifizierung, Vernetzung, Vernetzung mit der Forschung, Kulturarbeit etc.. Eine besondere Rolle wird hier neuen sozio-kulturellen Ansätzen zugesprochen. Kultur ist sinnstiftend, trägt zur Selbstartikulation bei, regt nachhaltigen Wandel an, ist ein regionales Bindeglied zwischen den Menschen, ein wesentlicher Anker- und Bezugspunkt für junge Menschen und die Grundlage für kreative Kommunen und Regionen.
8. **Erhalt und verstärkte Inwertsetzung des kulturellen Erbes und der Kulturlandschaft:** Die Akteure der Land- und Fortbewirtschaftung der Landschaftspflege, der Gewässerentwicklung sowie der Heimatpflege sind hier zu unterstützen und u.a. mit touristischen Belangen zu verzahnen.
9. **Aufbau und Betreibung einer handlungsfähigen Regionalentwicklungsstruktur im Allgäu:** Die Etablierung eines Regionalentwicklungsvereins mit breit aufgestellten und wahrgenommenen Beteiligungsoptionen erfolgt, die Ressourcenausstattung des Regionalmanagements ist aufgabengerecht.
10. **Intensivierte Kommunikation zur Regionalentwicklung des Württembergischen Allgäus nach Innen und Außen:** Kommunikation ist das Schmiermittel gelingender regionaler Prozesse. Die Kommunikationsarbeit zum regionalen Entwicklungsprozess und seinen Ergebnissen wird kontinuierlich geführt, das Regionalmarketing nach außen unterstützt und einheitlich gestaltet.

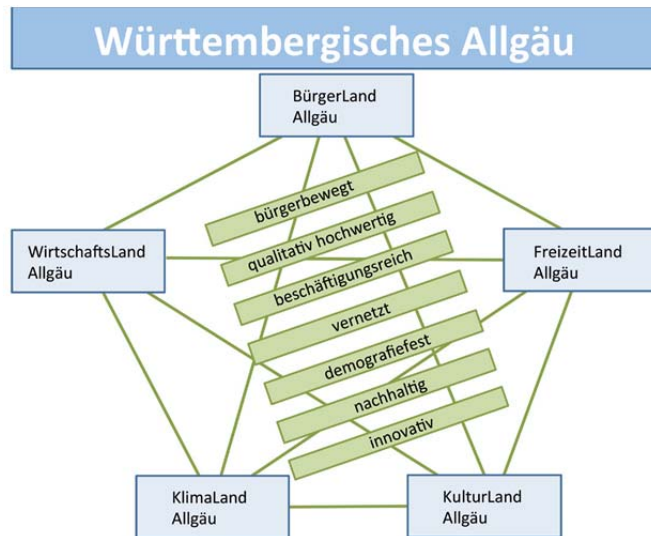
Diese strategischen Entwicklungsziele und die damit verbundenen operationalisierten Handlungsziele führen mit den definierten Indikatoren und Zielgrößen zu dem angestrebten Gesamtergebnis, das im Monitoring-Abschnitt dargestellt ist (Tabelle 23). Der jeweilige Grad der Zielerreichung wird im Rahmen des Monitorings kontinuierlich dokumentiert.

3.2.3 Entwicklungsstrategie

Alle Handlungsfelder des Allgäus sind den nachfolgenden Querschnittszielen unterworfen (Abbildung 8). Sie lassen sich aus den Entwicklungszielen herleiten und werden handlungsfeldübergreifend als Prüfkriterien in den Projektbewertungsbogen übernommen.

Damit ist eine stringente Verankerung der Zielebenen gewährleistet. Die EU-Querschnittsziele „Chancengleichheit, Nicht-Diskriminierung und Gleichstellung von Männern und Frauen“ hat jede Maßnahme als Grundvoraussetzung zu erfüllen.

Abbildung 8: Überblicksgrafik mit den 5 Handlungsfeldern und 7 Querschnittszielen.



- **Mitwirkungsstrategie (Prüfkriterium „bürgerbewegt“):** Die Beteiligung der Bürger bzw. privater Strukturen mit Zeit, Geld und Ideen ist in einer Mitwirkungsgesellschaft ein hohes Gut. Maßnahmen, die im Rahmen von Bürgerbeteiligungsprozessen bzw. in hohem Maße ein bürgerschaftliches bzw. privates Engagement von Unternehmen aufweisen, werden bevorzugt. Ein wichtiger Fokus dabei ist die Teilhabe von in der Regel eher gering einbezogenen Gruppen wie Jugendlichen, Migranten, Behinderten.
- **Qualitätsstrategie (Prüfkriterium „qualitativ hochwertig“):** Vorrang haben Projekte, die auf Bundes-, Landes- und Regionalebene definierten Zertifizierungen wie z.B. Wandern (Qualitätswanderregion Wanderbares Deutschland), Rad (ADFC-RadReise-Region) oder definierten Standards regionaler Produkte und Dienstleistungen (Marke Allgäu, Kriterien LandZunge etc.) bzw. sonstigen Qualitätsdefinitionen gerecht werden. Festlegungen für weitere Bereiche werden vorgenommen.
- **Beschäftigungsstrategie (Prüfkriterium „beschäftigungsreich“):** Bevorzugt werden Projekte, die nachweislich zur Sicherung vorhandener Arbeitsplätze über Wertschöpfungssteigerung, zu verbesserten Arbeitsbedingungen und zur Schaffung neuer Arbeitsplätze durch Erweiterungen, Diversifizierungen, Existenzgründungen, Qualifizierungen und berufliche Werbemaßnahmen führen. Ein besonderer Fokus gilt Frauenarbeitsplätzen.
- **Kooperationsstrategie (Prüfkriterium „vernetzt“):** In strukturschwachen Regionen ist eine gute kooperative Aufstellung ein Schlüsselthema. Dies kann über Netzwerke, verbindliche Kooperationen (z.B. Wertschöpfungspartnerschaften) bzw. abgestimmte Arbeitsteilung erfolgen. Projekte, die zu einem neuen Grad der regionalen Vernetzung beitragen, erfüllen diesen Standard.

- **Demografische Anpassungsstrategie (Prüfkriterium „demografiefest“):** Diese wird an einem Kriterienkatalog festgemacht, der sich u.a. auf die gewandelte Bedarfsgerechtigkeit, die Barrierefreiheit und die Einschätzung der Folgekosten beziehen. Das Regionalmanagement hat eine Gesamteinschätzung im Rahmen der Projektbewertung abzugeben.
- **Nachhaltigkeitsstrategie („Prüfkriterium „nachhaltig“):** Der Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen und Ressourcenschonung soll durch Sparsamkeit, Dauerhaftigkeit und Generationengerechtigkeit erreicht werden. Daher müssen alle Maßnahmen dem Aspekt der ökonomischen, ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit Beachtung schenken. Gleichzeitig fordert die Europäische Union, dass alle Projekte, die mit EU-Mitteln gefördert werden, einen Beitrag zum Querschnittsziel der ökologischen Nachhaltigkeit leisten. Damit verbunden sind Effekte von Projekten, die natürliche Ressourcen intelligenter und sparsamer nutzen bzw. zu CO₂-Einsparungen führen.
- **Innovationsstrategie (Prüfkriterium „innovativ“):** Innovation in ihrer ganzen Breite ist eine der wesentlichen Grundlagen eines sozialen und wirtschaftlichen Erfolges. In diesem Konzept wird daher ein umfassender Innovationsbegriff zugrunde gelegt. Innovation in diesem Sinne ist gegeben, wenn Projekte eine technologische, organisatorische, soziale, logistische, finanz- und personalwirtschaftliche, vermarktungsrelevante und/oder designorientierte Neuerungen darstellen.

3.3 Handlungsfelder und Aktionsplan

Handlungsfelder und Ziele

Der Handlungsbedarf des integrierten Regionalentwicklungskonzeptes wird in fünf Handlungsfelder mit jeweils zwei vertiefenden Handlungsfeldzielen aufgeteilt (Tabelle 10). Diese sind jeweils mit 5 bis 7 operationalisierten Teilzielen untersetzt.

Handlungsfeld 1: BürgerLand Allgäu	Handlungsfeld 2: FreizeitLand Allgäu	Handlungsfeld 3: KulturLand Allgäu	Handlungsfeld 4: KlimaLand Allgäu	Handlungsfeld 5: WirtschaftsLand Allgäu
HZ 1.1 Generationsgerechte und integrative Kommunalentwicklung	HZ 2.1 Grenzüberschreitende Tourismusentwicklung/-vermarktung	HZ 3.1 Kulturlandschaftliche Besonderheiten pflegen und in Wert setzen	HZ 4.1 Regenerative Energie/ Energieeffizienz/ - einsparung unterstützen	HZ 5.1 Bürgerakzeptierte und interkommunale Standortentwicklung
HZ 1.2 Anregung schaffende Regional- und Soziokultur	HZ 2.2 Mundgerecht auf - bereitete Regionalvermarktung	HZ 3.2 Baukultur landschaftsgerecht modernisieren	HZ 4.2 Nachhaltige und grenzüberschreitende Mobilität	HZ 5.2 Wettbewerbsfähige(r) Handel, Holz- und Gesundheitswirtschaft

Tabelle 10: Handlungsfelder mit Handlungszielen (HZ).

Handlungsfeld 1 - BürgerLand Allgäu

Das Ziel einer starken Mitwirkungs- und Teilhabekultur aller Bürger/innen bei der Gestaltung einer lebendigen kommunalen Gemeinschaft bedingt nicht nur neue Beteiligungsformen, sondern auch neue Verantwortlichkeiten der Bürger. Das breite Engagement bürgerschaftlichen Engagements (Zeit, Geld, Knowhow) soll für anstehende Herausforderungen stärker erschlossen werden. Der Fokus ist hier auf den demografischen Wandel und der Schaffung eines erweiterten Anregungsmilieus gerichtet. Mit der Ausweitung der Kinderstiftung in der Region entsteht eine neue strategische Plattform für eine nachhaltige Armutsbekämpfung.

Handlungsfeldziel 1.1: Generationsgerechte und integrative Kommunalentwicklung			
Ein attraktiver Lebens- und Wohnstandort für ältere Bürger wird geschaffen, damit sie sich lange in der Gemeinde engagieren und verwirklichen bzw. lange im sozialen Umfeld wohnen können. Dies ist eingebunden in ein solidarisches generationsübergreifendes Handeln mit integrativen bzw. die Inklusion fördernden Ansätzen.			
Teilziel	Indikatoren	Zielgröße	Termin
TZ 1.1.1 Die Gesundheits-, Bildungs-, Betreuungsdienste und die Nahversorgung haben sich an die neuen Herausforderungen aus dem demographischen Wandel angepasst.	Zahl der Projekte Zahl der neuen Angebote	12 10	2020
TZ 1.1.2 Mehr bürgerschaftlich organisierte Trägermodelle (Zeit, Geld) für unterstützende, nachbarschaftliche Hilfe sowie in der Nah- und Daseinsvorsorge sind entstanden.	Zahl der Projekte Zahl der engagierten Bürger Zahl der Finanzierungsinstrumente	12 300 1	2020
TZ 1.1.3 Alternative und bezahlbare Wohnformen für ältere Menschen durch Umnutzungen von Gebäuden oder Schaffung von generationsgerechten Quartierslösungen sind geschaffen worden.	Zahl der Projekte Zahl der Umnutzungen Zahl der Kommunen	8 8 8	2020
Handlungsfeldziel 1.2: Anregung schaffende Regional- und Soziokultur			
Teilhabende wissens-, kreativitäts- und kompetenzfördernde Kulturarbeit in Zusammenarbeit mit Kulturschaffenden, Historikern etc. lässt das Vergangene wie das Heute besser verstehen und schafft anregende Anker- und Bezugspunkte in der Region für Heute und Morgen.			
Teilziel	Indikatoren	Zielgröße	Termin
TZ 1.2.1 Neue Kulturprojekte, die aktive Teilhabe ermöglichen, kulturelle Kompetenzen weiterentwickeln und Jung und Alt zu eigenen Grenzüberschreitungen ermutigen sind zur Umsetzung gekommen.	Zahl der Projekte Zahl der Teilnehmer	13 500	2020
TZ 1.2.2 Ein Kulturfördersystems durch ein Netzwerk der Veranstalter sowie einem regionsübergreifenden Kulturfördertopf für einzelne kleinere soziokulturelle Aktivitäten sowie regionsübergreifenden Wettbewerben oder Gemeinschaftsaktionen (z.B. Allgäu Art Days) ist implementiert.	Zahl der Projekte Zahl der Netzwerke Zahl der Finanzierungsinstrumente	6 1 1	2020 2016 2016

TZ 1.2.3 Eine bedarfsgerechte neue kulturelle Infrastruktur ist entstanden und die Qualität vorhandener durch passende Baulichkeiten, Ausstattungen, Präsentationen weiterentwickelt.	Zahl der Projekte	8	2020
	Zahl der (gesicherten) Arbeitsplätze	12	
	Zahl der engagierten Bürger	120	

Tabelle 11: Die Handlungsfeldziele und Teilziele des Handlungsfeldes BürgerLand Allgäu mit den Indikatoren, Zielgrößen und Terminen.

Handlungsfeld 2 - FreizeitLand Allgäu

Ständige Qualitätsverbesserungen bei der Infrastruktur, aber auch den privaten wie öffentlichen Leistungsträgern und der weiteren Kultivierung kooperativ gestalteter Produktlinien - vor allem im gebietsübergreifenden Kontext - ist das zentrale Entwicklungsanliegen. Ein besonderes Anliegen ist es, die bereits gut aufgestellten Regionalvermarktungsinitiativen hinsichtlich der kulinarischen Positionierung und eines ausgebauten Serviceteils noch wettbewerbsfähiger zu machen.

Handlungsfeldziel 2.1: Grenzüberschreitende Tourismusentwicklung/-vermarktung			
Vorhandene länderübergreifende Produktlinien wie Rad, Wandern, Gesundheit werden weiter qualifiziert, marktgerecht ausgebaut und gebündelt vermarktet. Dazu gehören auch, dass die Wettbewerbsfähigkeit im Kultur- und Naturtourismus durch Relaunch und neue Angebote im Allgäu gestärkt werden.			
Teilziel	Indikatoren	Zielgröße	Termin
TZ 2.1.1 Eine Angebots- und Qualitätsentwicklung ist zusammen mit den Leistungsträgern im Bereich Rad (Radreiseregion) und Wandern (Wandertrilogie) durch Maßnahmen wie z.B. barrierefreie, wander- und radfreundliche Unterkünfte, Aufbau E-Bike-Infrastruktur, Winterangebote, Qualifizierungen, Zertifizierungen erfolgt.	Zahl der Projekte Zahl der Zertifizierungen Zahl der Qualifizierungen Zahl der Teilnehmer	25 30 10 250	2020
TZ 2.1.2 Neue Konzepte und neue Produkte im Bereich Kultur- (z.B. Oberschwäbische Barockstraße) und Naturtourismus (Moor & Magie, Kulturlandschafts-App, Zielgruppe Wohnmobile) sind marktfähig.	Zahl der Projekte Zahl der neuen Produkte	10 6	2020
TZ 2.1.3 Gemeinsame grenzüberschreitende Vermarktungsmaßnahmen (z.B. Allgäu-Walser-Card) und Tarifsysteme im Allgäu (z.B. E-Gäste-Card) sind aufgebaut.	Zahl der Projekte Zahl der neuen Angebote	4 2	2020 2016
Handlungsfeldziel 2.2: Mundgerecht aufbereitete Regionalvermarktung			
Vorhandene Initiativen werden weiter gestärkt, erlebnisorientierte Kulinarik für Gäste und Verbraucher werden zusammen mit Gastronomie, Ernährungshandwerk und Bildungsanbietern aufbereitet, Produkte aus der Landschaftspflege und der Kulturlandschaftsentwicklung werden aufgewertet und zusätzliche Wertschöpfung generiert.			

Teilziel	Indikatoren	Zielgröße	Termin
TZ 2.2.1 Unter dem Profil Küche/Genussland Allgäu (Marke Allgäu) werden die verschiedenen Regionalvermarktungsinitiativen (LandZunge, RegioSchmecker, Käsestraße etc.) gebündelt und deren Weiterentwicklung im Rahmen von Produktentwicklungen, Vertriebslösungen, Informationskampagnen etc. unterstützt.	Zahl der Projekte Zahl der (Gemeinschafts-) Zertifizierungen Zahl der neuen Produkte	6 3 3	2020
TZ 2.2.2 Verbraucher und Gäste wurden für das Kochen mit regionalen Produkten durch erlebnis- bzw. serviceorientierte Aktionen begeistert (z.B. Bildung, Aktionen Handel und Gewerbe, Kochhäuser, Genussakademie).	Zahl der Projekte Zahl der Teilnehmer	6 500	2020
TZ 2.2.3 Produkte aus der Landschaftspflege und Kulturlandschaftsentwicklung (z.B. Streuobst, Most, Honig) haben eine eigene Positionierung erhalten, geeignete Vermarktungswege sind aufgebaut und erprobt.	Zahl der Projekte Zahl der neuen Produkte	5 3	2020

Tabelle 12: Die Handlungsfeldziele und Teilziele des Handlungsfeldes FreizeitLand Allgäu mit den Indikatoren, Zielgrößen und Terminen.

Handlungsfeld 3 – KulturLand Allgäu

Zur nachhaltigen Erhaltung, Entwicklung und Inwertsetzung der Besonderheiten der Kulturlandschaft Württembergisches Allgäu (Wälder, Feuchtbiotope, Moore, Seen und Fließgewässer, Baukultur) ist es unabdingbar, dass die Bevölkerung diese naturräumliche Identifikationspunkte wertschätzt und angepasste Nutzungslösungen mitträgt. Die Erlebbarkeit dieser Elemente, verbunden mit einer Kommunikations- und Beratungsoffensive, werden zur weiteren Sensibilisierung und verändertem Verhalten führen. Die stärkere Inwertsetzung in der Naherholung, im Tourismus und in der Holzwirtschaft wird diese Entwicklung über die Nachfrage von Seiten des Marktes unterstützen.

Handlungsfeldziel 3.1: Kulturlandschaftliche Besonderheiten pflegen und in Wert setzen			
Die Kulturlandschaftselemente wie Wälder, Moore, Gewässer und Flüsse werden als zentrale Identifikationspunkte bei der Bevölkerung stärker verankert und Maßnahmen zum Schutz bzw. zur Inwertsetzung umgesetzt. Landschaftspflege sowie Produktvermarktung werden mit unternehmensbezogenen Betriebskonzepten verknüpft.			
Teilziel	Indikatoren	Zielgröße	Termin
TZ 3.1.1 Aufwertung von regionalen (Fließ)Gewässern wie z.B. Argen, Wolfegger Ach (Kiblegg-Rötenbach über Flurbereinigung Furtmühle hinaus), Wurzacher Ach durch Renaturierungs- und Naherholungsmaßnahmen, verbunden mit dem Ziel der Sicherung der Artenvielfalt und Sichtbarmachung der Biotopvernetzung.	Zahl der Projekte	5	2020

TZ 3.1.2 Wahrnehmung der Moore durch Kampagnen und Aktionen in der Bevölkerung ist gestärkt, verbunden mit dem Identifikationsaufbau in Verknüpfung mit touristischer Produktlinie.	Zahl der Projekte	4	2020
TZ 3.1.3 Schaffung eines Geoportals/Kulturlandschafts-App - Erfassung und Verortung bisher inventarisierter Objekte, Sicherung und Weiterführung der bisherigen Ergebnisse.	Zahl der Portale Zahl der erfassten Objekte im Geoportal Zahl der Veranstaltungen Zahl der Teilnehmer	1 2000 64 120	2018
TZ 3.1.4 Offenhaltung durch neue Pflege- sowie Landnutzungs- und Regionalvermarktungsprojekte, z.B. Adelegg oder andere Ungunstflächen, ist erfolgt. Lösungen sind gefunden zur Frage, wie zusammenhängende Flächen geschaffen werden können, Unternehmensmodelle und Konzepte mit Diversifikation in der Landschaftspflege entwickelt werden können.	Zahl der Projekte Zahl der Diversifizierungen	10 5	2020
Handlungsfeldziel 3.2: Landschaftsgerecht Baukultur modernisieren			
Impulse für die regionale Baukultur und die Wohnumfeldgestaltung werden gegeben, Verknüpfung alte Bausubstanz mit modernen Elementen und die Inwertsetzung des Natur- und Kulturerbes ist erfolgt.			
Teilziel	Indikatoren	Zielgröße	Termin
TZ 3.2.1 Die regionale Baukultur ist in enger Verknüpfung mit der regionalen Holzwirtschaft durch Beratung bei Sanierungs- und Baumaßnahmen, Best-Practice bei Umbau und Modernisierung sowie Entwicklung von Piloten (inkl. Wohnumfeldaufwertung) gefördert worden.	Zahl der Projekte	20	2020
TZ: 3.2.2 Die Bekannt- und Zugänglichmachung des vorhandenen Natur- und Kulturerbes und dessen Verzahnung mit touristischen Produktlinien ist erfolgt.	Zahl der Veranstaltungen Zahl der neuen Produkte	20 5	2020

Tabelle 13: Die Handlungsfeldziele und Teilziele des Handlungsfeldes KulturLand Allgäu mit den Indikatoren, Zielgrößen und Terminen.

Handlungsfeld 4 - KlimaLand Allgäu

Auf dem starken Engagement zur Energiewende und zum Klimaschutz (Erneuerbare Energie, European Energy Award etc.) wird aufgebaut. Neue technische Lösungen erhalten Unterstützung bei der vorbereitenden konzeptionellen Aufstellung, neue Netzwerke bei ihrer Formierung. Der Aufbau einer großräumig abgestimmten E-Mobilitätsinfrastruktur, neue flexible private und bürgerschaftliche Lösungen, aber auch die Verbesserung eines grenzüberschreitenden barrierefreien ÖPNV per Bus und Bahn führen zu neuem, umweltgerechtem Nutzerverhalten. Informationsmaßnahmen und Qualifizierungen sind wichtige flankierende Maßnahmen.

Handlungsfeldziel 4.1: Regenerative Energie, Energieeffizienz und -einsparung unterstützen			
<p>Die Verringerung der CO₂-Emissionen in Wirtschaft und Haushalten, die Steigerung der Energieeffizienz und Wertschöpfung in der Produktion sind wichtige Ziele, die durch konzeptionelle Unterstützung der Energiewende-Projekten, nachhaltige grenzübergreifende Mobilität sowie Information und Bildung unterstützt werden. Ein Querschnitt besteht zu den Handlungsfeldern 2 und 3 Erhalt der Moore und der Gewässer als Kohlenstoffspeicher.</p>			
Teilziel	Indikatoren	Zielgröße	Termin
TZ 4.1.1 Der hohe Stand an energiebewusstem Handeln der Kommunen wurde erhalten und ausgeweitet. Die Versorgung mit regenerativ erzeugter Wärme hat sich verdoppelt und die Kommunen haben ein interkommunales Energiemanagement aufgebaut.	Zahl der eea-Kommunen Steigerungsquote erzeugte Wärme Zahl der Netzwerke	11 14% 1	2020
TZ 4.1.2 Der Ausbau bestehender Wertschöpfungsketten im Kontext der Energiewende wurde durch die Förderung von Machbarkeitsstudien zur Implementierung von Projekten im Bereich Wärme, Strom, Biogas, Energieholz und deren besseren Energiegewinnung/-speicherung ausgebaut. Vermarktung/Vertrieb bzw. effizienteren Energiegewinnung/-speicherung ausgebaut.	Zahl der Studien Zahl der Folgeprojekte/ Folgeinvestitionen	8 15	2020
TZ 4.1.3 Die Sensibilisierung einzelner Bevölkerungsgruppen und die Qualifizierung wichtiger -Akteure im Energiemarkt ist erfolgt.	Zahl der Projekte Zahl der Veranstaltungen Zahl der Teilnehmer	6 18 360	2018
Handlungsfeldziel 4.2: Nachhaltige und grenzüberschreitende Mobilität			
<p>Der Aufbau eines grenzüberschreitenden Mobilitätsverbunds im ÖPNV, Aufbau von privat-/bürgerschaftlich getragenen Mobilitätslösungen für bedarfsorientierte Verkehre im Bereich Tourismus und Versorgung sowie deren Vernetzung untereinander bzw. mit dem ÖPNV.</p>			
Teilziel	Indikatoren	Zielgröße	Termin
TZ 4.2.1 Teilräumliche und grenzüberschreitende Mobilitätskonzepte und -lösungen sind in Verbindung mit dem ÖPNV und mit bürgerschaftlichen privatwirtschaftlichen Ansätzen entstanden und haben sich als tragfähig erwiesen.	Zahl der Studien Zahl der Projekte Zahl der engagierten Bürger	3 8 160	2020
TZ 4.2.2 Eine im gesamten Raum Allgäu-Bodensee abgestimmte, einheitliche E-Mobilitätsinfrastruktur ist weitgehend aufgebaut.	Zahl der Projekte Zahl der Kommunen	2 11	2020

Tabelle 14: Die Handlungsfeldziele und Teilziele des Handlungsfeldes EnergieLand Allgäu mit den Indikatoren, Zielgrößen und Terminen.

Handlungsfeld 5 – WirtschaftsLand Allgäu

Der Wirtschaftsstandort Allgäu ist interkommunal weiterzuentwickeln. Strategien und Maßnahmen einer gemeinsamen Standortentwicklung sind zusammen mit den Wirtschaftsförderungsgesellschaften oder im Rahmen der Regionalentwicklung aufzustellen. Handlungsbereiche für die Startphase sind der Wissens- und Verständnisaufbau bei der Bevölkerung für wirtschaftliche

Belange, Kommunikations- und Werbekonzepte in der Fachkräfteerschließung sowie die Konzentration auf Entwicklungen in ausgewählten Branchen.

Handlungsfeldziel 5.1: Bürgerakzeptierte und interkommunale Standortentwicklung			
Interkommunale Standortstrategien im Bereich Flächenmanagement, Fachkräftewerbung sowie Akzeptanzwerbung für notwendige An- und Umsiedlungen sind – verbunden mit der Förderung von zusätzlicher Wertschöpfung in ausgewählten Branchen – das Ziel.			
Teilziel	Indikatoren	Zielgröße	Termin
TZ 5.1.1 Standortmarketingstrategien (u.a. in Zusammenarbeit mit der Marke Allgäu, aber auch durch einzelbetriebliche Werbung in den sozialen Netzen) zur Gewinnung von jungen Leuten für die Bereiche Technik, Pflege und andere sich entwickelnde mit der umgesetzt Fachkräfteengpässe, in Verbindung Life-Balance-Qualität des Allgäus, sind umgesetzt.	Zahl der Projekte Zahl der Qualifizierungen Zahl der Teilnehmer	6 6 120	2020
TZ 5.1.2 Die An- und Umsiedlung von Betrieben bzw. die Ausweisung bedarfsgerechter, interkommunaler Gewerbeflächen gelingt durch neue Kooperations-, Kommunikations-, Bürgerbeteiligungsformen in der Region (Planwerkstätten,	Zahl der Projekte Zahl der Teilnehmer Zahl der Betriebe	12 480 24	2020
TZ 5.1.3 Verbesserte Planungsgrundlagen für künftige Flächenausweisungen bzw. eine Übersicht über die Nutzungspotenziale von Branchen sind erstellt.	Zahl der Projekte	4	2018
Handlungsfeldziel 5.2: Wettbewerbsfähige(r) Handel, Holz- und Gesundheitswirtschaft			
Nachhaltige Betriebskonzepte im Handel, die auf den technischen und den demografischen Wandel reagieren, sowie die Entwicklung neuer regionaler Produkte und Dienstleistungen in der Holz- und Gesundheitswirtschaft werden als Potenzial gesehen.			
Teilziel	Indikatoren	Zielgröße	Termin
TZ 5.2.1 Neue Vertriebs-, Vermarktungs-, Coaching- und Qualifizierungsstrategien bzw. Modellvorhaben für den Einzelhandel (senioren-gerechte Betriebskonzepte, Frauenförderprojekte) sind entstanden.	Zahl der Projekte Zahl der Unternehmen	6 120	2020
TZ 5.2.2 Neue technische Lösungen und innovative Dienstleistungen der Gesundheits- und Pflege-wirtschaft sind durch neue Unternehmenskooperationen und durch Forschungsprojekte (u.a. Hochschule Ravensburg) auf den Markt gebracht.	Zahl der Projekte Zahl der Produkte Zahl der Forschungsprojekte Zahl der Unternehmen	5 5 3 18	2020

TZ 5.2.3 Die Forst- und Holzwirtschaft kann durch vertiefte Weiterverarbeitung des Holzes der Region und der Förderung einer regionalen Baukultur ihre Wertschöpfungskette verlängern.	Zahl der Projekte Zahl der Wettbewerbe Zahl der neuen Produkte Zahl der Unternehmen	5 1 5 25	2018
TZ 5.2.4 Die Diversifizierung und Existenzgründung in Landwirtschaft, Tourismus und Dienstleistungen hat zu neuen Arbeitsplätzen bzw. zu einem arbeitsplatzsichernden Zuerwerb geführt.	Zahl der Gründungen Zahl der Diversifizierungen Zahl der Arbeitsplätze Zahl der neuen Beherbergungsangebote	12 12 36 20	2020

Tabelle 15: Die Handlungsfeldziele und Teilziele des Handlungsfeldes WirtschaftsLand Allgäu mit den Indikatoren, Zielgrößen und Terminen.

Struktur-, Prozess-, Managementziele

Struktur- und Prozessziel: Effektive und effiziente Arbeitsstrukturen der Regionalentwicklung sind im Württembergischen Allgäu aufgebaut und bewähren sich im Alltag.			
Teilziel 6.1 Organisationsstruktur	Indikatoren	Zielgröße	Termin
Der Regionalentwicklungsverein ist gegründet, die Gremien sind besetzt und das Regionalmanagement etabliert.	Juristische Person	1	2015
	Personen im Regionalmanagement	2	
Teilziel 6.2: Beteiligungsformen			
In der Region sind neue Beteiligungsoptionen in Form von Netzwerken, Projektgruppen und einer Online-Beteiligungsplattform geschaffen.	Zahl der Netzwerke	5	2018
	Zahl der Teilnehmer	200	2020
	Zahl der Nutzer	1000/Jahr	
Teilziel 6.3: Regionalentwicklungsnetz Allgäu			
Länderübergreifend wird regelmäßig mit den 4 LAGn im bayerischen Teil des Allgäus zusammengearbeitet und kollegialer Erfahrungsaustausch betrieben.	Zahl der Treffen	2/Jahr	2020
	Zahl der Projekte	15	
Teilziel 6.4: Gebietsübergreifende und transnationale Zusammenarbeit			
Eine darüber hinausgehende Zusammenarbeit ist gebietsübergreifend wie transnational umgesetzt.	Zahl der gebietsübergreifenden Projekte	5	2020

Regionale Entwicklungsprozesse haben nicht nur eine inhaltlich-strategische, sondern auch eine prozessorientierte und organisatorische Seite. Die Entwicklungsziele 9 und 10 (vgl. 3.2.2) werden über die nachfolgenden Handlungsziele operationalisiert. Eine handlungsfähige Aufbau- und eine zielorientierte Ablaufstruktur sowie eine ausreichende Beteiligung der Stakeholder und deren Zufriedenheit mit der Gestaltung der Beteiligungsformen sowie der Beratungsleistungen des Managements sind zu erreichen. Ein kontinuierlicher Reflexions- und Nachsteuerungsprozess ist garantiert. Mit der ersten umfassenden Selbstevaluierung 2017 wird ein möglicher Fortschreibungsbedarf geprüft.

Regionalmanagementziele: Das Regionalmanagement arbeitet kundenorientiert, aufgabengerecht und erhält eine hohe Zufriedenheitsquote.			
Teilziel 6.5: Qualifizierungskonzept	Indikatoren	Zielgröße	Termin
Das Regionalmanagement qualifiziert sich kontinuierlich weiter und setzt das mit dem Vorstand abgestimmte Qualifizierungskonzept um.	Zahl der Fortbildungstage pro Person	8/Jahr	2015 - 2020
Teilziel 6.6: Projektberatungsqualität			
Die Qualität der Projektberatung durch das Regionalmanagement wird konstant hoch gehalten. Die Projektträger sind mit der Beratung zufrieden.	Zufriedenheitsquote	Note 2 und besser	2016 -2020
Teilziel 6.7: Öffentlichkeitsarbeit			
Die Öffentlichkeitsarbeit für den regionalen Entwicklungsprozess und den zuständigen Träger ist kontinuierlich und zielgerichtet. Die LAG ist mit dieser zufrieden.	Zufriedenheitsquote	Note 2 und besser	2015 - 2020
	Zahl der Veröffentlichungen	18/Jahr	
Teilziel 6.8: Selbstevaluierung			
Eine Selbstevaluierung zur kontinuierlichen Verbesserung wird regelmäßig durchgeführt. Alle zwei Jahre erfolgt zusätzlich eine alle Bereiche umfassende Evaluierung.	Zahl der Selbstevaluierungen	6 3	Jährlich 2017 2019 2021

Tabelle 16: Operationalisierte Prozess-, Struktur- und Regionalmanagementziele.

Aktionsplan

Der Aktionsplan stellt den Managementplan jeweils für zwei Jahre dar. Er wird jährlich in Abstimmung mit der LAG fortgeschrieben und ist Grundlage des Arbeitsprogrammes des Regionalmanagements. Er umfasst Startprojekte, die Aktivitäten zur Strategieumsetzung sowie eine Meilensteinplanung.

Startprojekte

Über 60 Projektvorschläge wurden während des Erarbeitungsprozesses des Konzeptes eingereicht. Als startreife Projekte mit unersetzter Finanzierung und geklärteter Trägerstruktur wurden 20 identifiziert (Tabelle 17). Dahinter stehen 11 öffentliche und 10 private Projektträger. Weitere 12 Projekte mit einer gewissen Umsetzungsreife finden sich in der Anlage 3.

Handlungsfeld 1 BürgerLand Allgäu:						
Nr.	Ziel	Projektname	Inhalte/Ergebnisse	Träger	Kosten EUR	Termin
1	1.1	Wohnen im Alter in Arnach	Alternative Wohnformen und Pflegeangebot unterhalb eines Heimstandards, Moderation/ Umsetzungsbegleitung	Kommunal	50.000	2015

2	1.2	„Heimat und Fremde“	Museumspädagogisches Angebot zur Migrationsgeschichte der Region	Kommunal (Bauernhaus-Museum Wollegg)	40.000	2015
3	1.2	„Heimat – ab wann?“	Integrationsstudie mit zugezogenen jungen Menschen (10 Jahre) mit Handlungshilfe für Kommunen, Vereine	Kooperationsprojekt mit Hochschule Ravensburg-Weingarten	25.000	2015
4	1.3	Leprosenhaus Kunst & Kultur	Neue Nutzung für denkmalgeschütztes Leprosenhaus Ausstellung Jugend und Musik	privat (Heimatpflege Leutkirch e.V.)		
Handlungsfeld 2 FreizeitLand Allgäu						
Nr.	Ziel	Projektname	Inhalte/Ergebnisse	Träger	Kosten EUR	Termin
5	2.1	Kraftquelle Adelegg	Besucherlenkungskonzept, Weiterentwicklung Glasmacherweg, Qualifizierung Gästeführer, Internetauftritt, Marketingmaßnahmen	Privat (Allgäuer Glasregion Adelegg e.V.)	250.000	2015
6	2.2	Qualitätsentwicklung Landesradfernwege	Schaffung von Infrastruktur an den Radfernwegen	Kommunal (Oberschwäbische Tourismus Region)	15.000	2015
7	2.3	Allgäuer-Walser-Card	Projektmanagement zum Aufbau im Württembergischen Allgäu	Kommunal (Ferien Region Allgäu- Bodensee)	400.000	2015
8	2.4	RadReiseregion Württembergisches Allgäu – gebietsübergreifend	Qualitätsentwicklung und ADFC-Zertifizierung der Radregion Württembergisches Allgäu	Kommunal (Ferien Region Allgäu- Bodensee)	150.000	2015-2016
9	2.7	Moor & Magie - gebietsübergreifend	Anbieternetzwerk, Produktentwicklung, Medien für Information und Marketing	Kommunal (OTG)	18.000 50% von	2015-2016
10	2.8	Relaunch Oberschwäbische Barockstraße gebietsübergreifend	Konzeptentwicklung	Kommunal (OTG)	15.000 50% von 30.000	
11	2.9	Integratives Theater	Theaterfestival Isny Workshops und Aufführung mit körperlich beeinträchtigten Schauspieler/innen	Privat (Theaterfestival Isny e.V.)	10.000	2015

Handlungsfeld 3 KulturLand Allgäu						
Nr.	Ziel	Projektname	Inhalte/Ergebnisse	Träger	Kosten EUR	Termin
12	3.1	Regionales Geoportal Natur- und Kulturerbe	Aufbereitung der kartierten Objekte, Internetplattform vernetzt mit QR-Codes, Schulung der Ortsheimatpfleger Publikation	Privat (Arbeitsgemeinschaft Heimatpflege e.V.)	35.000	2015
13	3.3	Wasserwege Teil 1: Wasserkulturweg Wangen	Umweltbildung, Beschilderung, Schautafeln, Ruhebänke, Infobroschüre	Kommunal	10.000	2015
Handlungsfeld 4 KlimaLand Allgäu						
Nr.	Ziel	Projektname	Inhalte/Ergebnisse	Träger	Kosten EUR	Termin
14	4.1	Leutkirch nachhaltig mobil	Ganzheitliches und nachhaltiges Mobilitätskonzept Leutkirch u. Umland mit Bürgerbeteiligung/ Handlungsleitfaden	Kommunal	100.000	2015 -2016
15	4.2	E-Gästekarte Oberschwaben-Allgäu – gebietsübergreifend	Programmierung und Einführung E-Gästekarte	Privat (bodo GmbH)	50.000 50% von 100.000	2015
16	4.3	Bürgerbusse – Mobilität in die eigene Hand nehmen – gebietsübergreifend	Informationspaket, Schulung von Fahrern und Organisation, Integration ÖPNV-Systeme	Privat (bodo GmbH)	13.000 50% von 26.000	2015
17	4.1.2	Virtuelles Bioenergiekraftwerk Allgäu-Oberschwaben – gebietsübergreifend	Virtuelles regionales Bioenergiekraftwerk mit dezentralen regelbaren Biogasanlagen und Bio LNG-Speicher; Aufbau Stromdirektvermarktung der landw. Biogasanlagen	Privat, (Energieagentur)	230.000 50% von 460.000	2015 -2017
18	4.1.3	Bioenergie- Bildungsregion Allgäu	Mehrsprachigen Homepage und Seminare, Exkursionen in Verknüpfung Hochschulen, Tourismus, Landwirtschaft, Forst, Wirtschaftsverbände	Privat (Energieagentur)	120.000	2015 -2016
Handlungsfeld 5 WirtschaftsLand Allgäu						
Nr.		Projektname	Inhalte/Ergebnisse	Träger	Kosten EUR	Termin
19	5.1	Architekturwettbewerb Rad-Wander-Hütten	Landschaftsgerechte Einfachunterkünfte für Einmalübernachtungen	Kommunal (Stadt Wangen oder/ und Ferienland Allgäu-Bodensee)	10.200	2015
20	5.2	Modellprojekt Senioren und Handel	Seniorengerechter öffentlicher Raum, Beratung Sortimentswahl, IT-Showroom mit Logistik	Kommunal (Kißlegg) mit Handels- und Gewerbeverein	25.000	2015

Tabelle 17: Startprojekte im Allgäu.

Mit diesen Startprojekten, aber auch den insgesamt formulierten Zielen werden private Leistungsträger aus Land- und Holzwirtschaft, Tourismus und Gastronomie, Gesundheitswirtschaft und Handel angesprochen. Kommunen und Vereine sind wichtige Zielgruppen im Bereich Kommunalentwicklung, Kultur und Kulturlandschaft.

LAG-/Managementaktivitäten zur Strategieumsetzung

Neben dem notwendigen Aufbau der Struktur mit ihren Ablaufprozessen und der ebenfalls in der Anfangsphase in hohem Maße geforderten Informationsarbeit (Homepage, Flyer, Infoveranstaltungen) werden die einzelnen Zielfelder wie folgt angegangen:

- Strukturelle Handlungsfähigkeit des Vereins: Einrichtung und Qualifizierung des LEADER-Entscheidungsgremiums, verbundenen mit einer funktionsfähigen Geschäftsstelle und der schrittweisen Erweiterung der Mitgliedschaft im Verein.
- Schaffung der Grundlagen für die Kommunikationsarbeit (CI, Homepage, Flyer, Display – siehe Öffentlichkeitsarbeitskonzept).
- Informationsoffensive über die Schwerpunkte des LEADER-Konzeptes, der Fördermöglichkeiten sowie der Funktion des Regionalmanagements und seiner Erreichbarkeit.
- Auswahl, Beratung und Antragsbegleitung der Startprojekte mit dem Ziel möglichst viele im ersten Jahr in die Beantragung zu führen.
- Implementierung der gebietsübergreifenden Projekte mit dem bayrischen Allgäu und dem Mittleren Oberschwaben (Kooperationsvereinbarungen, Projektkonkretisierungen).
- Konzeptionelle Aufstellung einzelner Zielfelder in den Handlungsfeldern, um entsprechend Projektbündel für die folgenden Jahre mit Projekt-/Arbeitsgruppen vorzubereiten:
 - Gewässerentwicklung Allgäu-Oberschwaben
 - Innovative Maßnahmen zur Förderung von Frauenarbeitsplätzen in ausgewählten Branchen.
 - Standortmarketing-Strategien Allgäu - (u.a. 2 Fachkongressen zur Fachkräftesicherung Technik und Gesundheits-/Pflegerwirtschaft mit der Hochschule Ravensburg-Weingarten)
- Unterstützung bei der Formierung von Netzwerken in Verbund mit Produktentwicklungen. Hier wird als erstes die touristische Inwertsetzung der Moore (Moor & Magie) im Zusammenhang mit der Landesausstellung 2016 UNESCO-Weltkulturerbe Pfahlbauten umgesetzt.

Meilensteinplanung

Die strategische Aufstellung zeigt die nachfolgende Meilensteinplanung. Sie ist quartalsweise aufgegliedert.

Meilensteine	Jahr 2015				Jahr 2016				Verantwortlich
	1. Quartal	2. Quartal	3. Quartal	4. Quartal	1. Quartal	2. Quartal	3. Quartal	4. Quartal	
Prozessmanagement									
Handlungsfähigkeit Verein									Vorstand
Schaffung Grundlagen Kommunikation									RM, LAG
Innovations-, Öffentlichkeitsarbeitsoffensive LEADER									RM, LAG
Startprojekte:, Auswahl und Antragsbegleitung									RM
Kooperationsvereinbarungen									RM, Holz & Forst
HF BürgerLand									
Aufbau Projektgruppe Soziokultur									RM, LAG
Start Veranstaltungsreihe Bürgermodelle									RM, LAG
HF FerienLand									
Aufbau Netzwerk Moor & Magie									RM, OTG
Markteinführung Moor & Magie									OTG, RM
HF FerienLand									
Arbeitsgruppe Gewässer – Strategie									Kommunen, LK, RM
Antragsvorbereitung Gewässer- Projekte									
HF KlimaLand									
Zukunftswerkstatt Biogas-Speicherung, Abwärme									Energie-agentur, RM
HF WirtschaftsLand									
Projektgruppe Innovative Maßnahmen Frauen									RM, Landfrauen, Frau & Beruf

Tabelle 18: Meilensteinplanung 2015 - 2016 Württembergisches Allgäu.

3.4 Gebietsübergreifende/ transnationale Kooperationen

In der Vergangenheit konnte die Region über die seit 31.12.13 ausgelaufene PLENUMs- Initiative Allgäu-Oberschwaben auf der Basis der Landschaftspflegeleitlinie in ausgewählten Feldern länderübergreifende Projektkooperationen eingehen. Außerdem war im Bereich der Marke eine Zusammenarbeit mit einzelnen Produktlinien im Tourismus vereinbart. Die erlebte eingegrenzte Handlungsfähigkeit des Württembergischen Allgäus gegenüber den bayrischen Allgäu-LEADER-Regionen ist eines der zentralsten Motive der LEADER-Bewerbung. Das Württembergische Allgäu möchte für die bayrische Allgäu-Region ein Partner auf Augenhöhe sein.

Im Rahmen eines Workshops in Kißlegg mit den angrenzenden LEADER-Regionen aus dem Westallgäu und dem Oberallgäu und einem großen Workshop in Kempten wurden die zentralen Ziele definiert und im Rahmen eines Protokolls bzw. eines alle 5 LAGn übergreifenden Letter of Intent mit fünf Zielbereichen unterschrieben.

- Schutz und nachhaltige Nutzung der natürlichen Ressourcen verbunden mit regionaler Wertschöpfung: Weiterentwicklung der Regionalvermarktung Allgäu (Allgäuer Käsestraße, LandZunge, VitalZunge, neue Produktentwicklungen etc.) und stärkere Zusammenführung der Initiativen zur Positionierung des Genusslandes Allgäu, Verlängerung der Wertschöpfungskette Holzwirtschaft, Aufbau einer Produktlinie Moor & Magie, Offenhaltung und Entwicklung der Adelegg sowie die Inwertsetzung des Grenzflusses Argen und der gewässerbegleitenden Wasserwege.
- Nachhaltige Weiterentwicklung der touristischen Leitprodukte, insbesondere im Qualitätsmanagement Rad und Wandern, dem Sport sowie der gemeinsamen Vermarktung im Rahmen der Allgäu, Walsler-Card).
- Bedarfsgerechte Gestaltung des demographischen Wandels zum Erhalt der Lebensqualität für alle Generationen und gesellschaftlichen Gruppen, vor allem mit den Themen Gesundheit und regionale Baukultur.
- Steigerung der Energieeinsparung in allen Bereichen, Einsatz innovativer Technologien zur Energieerzeugung sowie Sicherung der Mobilität. Der Ausbau der länderübergreifenden Mobilität im Rahmen des ÖPNVs, weiterer privatgetragener bzw. bürgerschaftlicher Modelle sowie die Vorbereitung und Einführung neuer Mobilitätslösungen an der Schnittstelle ÖPNV und Individualverkehr ist ein besonderes Anliegen.
- Entwicklung des Allgäus zu einer der führenden Standorte Deutschlands für nachhaltiges Wirtschaften im ländlichen Raum – mit der Stärkung der Marke Allgäu und einem Fachkräftesicherungskonzept Allgäu.

Eine Zusammenarbeit im Regionalentwicklungsnetzwerk Allgäu ist vereinbart (www.netzwerk-regionalentwicklung-allgaeu.de).

Eine weitere Kooperationsvereinbarung wurde mit der Nachbar-LAG im Landkreis Ravensburg getroffen. Hier sind vier Themen vereinbart, die übergreifend zu lösen sind. Außerdem läuft die Anbahnung eines transnationalen Projektes mit dem Werkraum Vorarlberg (Tabelle 19).

Transnationale, gebiets- und länderübergreifende Vorhaben mit Letter of Intents		
Kooperationsziele	Partner-LAG	Vereinbarung
Alle Allgäu-übergreifenden Ziele (s.o.)	Regionalentwicklung Oberallgäu e.V. LAG Westallgäu-Bayerischer Bodensee LAG Kneipppland Unterallgäu LAG Ostallgäu	Anlage 6
Gewässerentwicklung Moor & Magie, Mobilität	LAG Mittleres Oberschwaben	Anlage 7
Holzwirtschaft und Handwerk (transnational)	Unternehmensnetz Werkraum Regionalentwicklung Vorarlberg	In Anbahnung (1. Treffen 5. Juni 14)

Tabelle 19: Kooperationsvereinbarungen.

4 Durchführung und Prozessgestaltung

4.1 Regularien, Aufgabenverteilung LAG und Geschäftsordnung

Der sich in Gründung befindende Verein „Regionalentwicklung Württembergisches Allgäu“ ist Träger einer künftigen LEADER-Region (Anlage 1: Satzungsentwurf). Der Verein umfasst neben dem Vorstand und der Mitgliederversammlung als weiteres Gremium die Lokale Aktionsgruppe (LAG). Die Satzung enthält alle wesentliche Festlegungen einer Geschäftsordnung.

Die LAG ist das Steuerungsgremium des LEADER-Prozesses und verfolgt die Zielerreichung des regionalen Entwicklungskonzeptes durch entsprechende Projektauswahl und -priorisierung, Evaluierung und Begleitung der Netzwerke und Arbeitsgruppen bzw. des Regionalmanagements.

Aufgaben Regionalmanagement Allgäu	
Aufgabe	Aktionsfelder
Umsetzung Regionales Entwicklungskonzept	Information, Sensibilisierung, Öffentlichkeitsarbeit Qualifizierung der Akteure Begleitung und Beratung des Steuerungsausschusses Evaluierung und Monitoring
Projektberatung und -unterstützung	Information, Beratung, Vernetzung regionaler Akteure Netzwerkarbeit (Moderation, Koordinierung, Organisation) Organisations- und Finanzierungsberatung Projektmanagement
Fördermittelakquisition	Programmbezogene Förderoptimierung Unterstützung bei Erschließung von Bürgerkapital Hinweise auf Wettbewerbe und Sonderausschreibungen
Vernetzung und Interessensvertretung	Gebietsübergreifende und transnationale Projektsteuerung Zusammenarbeit im LEADER-Netzwerk Baden-Württemberg Teilnahme an Veranstaltungen der Deutschen Vernetzungsstelle ländlicher Räume

Tabelle 20: Aufgaben Regionalmanagement Allgäu.

Das Qualifizierungsprofil des Regionalmanagementteams ist im Abschnitt 1.3 beschrieben. Da die personelle Besetzung erst mit der Ausschreibung der Regionalmanagementstellen klar ist, kann ein detaillierter Fortbildungsplan erst danach erstellt werden. Er wird jährlich im Rahmen eines Vorstandsgespräches, verbunden mit den Erkenntnissen aus der Selbstevaluierung, jeweils fortgeschrieben. Das Konzept beinhaltet mindestens 8 Fortbildungstage für das Gesamtteam, hinzu kommt der Erfahrungsaustausch im Rahmen der Netzwerke im Allgäu (u.a. kollegiale Beratungstage) bzw. auf Länderebene.

Mit der Gründung des Vereins wird ein langfristig angelegter Prozess begonnen, der in der Startphase als zentrale Aufgabe die Umsetzung des LEADER-Programmes zum Ziel hat. Der Verein wird aber auch als zentrale interkommunale Plattform für die Regionalentwicklung gesehen. Damit können in einer Phase der Weiterentwicklung auch neue interkommunale Aufgabstellungen auf dem Verein zu kommen. Diese Diskussion der Weiterführung und Verstetigung wird nach der zentralen Evaluierung 2018 begonnen.

4.2 Projektauswahlverfahren

Transparenz des Verfahrens

Vom Regionalmanagement und dem Steuerungskreis wird jedes Projekt transparent auf der Grundlage eines Projektbewertungsbogens bewertet (Anlage 4). Dieser ist in drei Bewertungsabschnitte aufgeteilt. Zunächst wird die Erfüllung grundlegender Voraussetzungen geprüft (Kriterien 1 - 6). Solange diese nicht erfüllt sind, kommt das Projekt nicht in die LAG (nicht Steuerungskreis) zur abschließenden Bewertung. Diese bewertet die Erfüllung der Querschnittsziele und die Zielerreichung der operationalisierten Handlungsziele (Kriterien 7 - 15). Die Gewichtung erfolgt über eine unterschiedlich erreichbare Punktzahl pro Kriterium. Auf der Basis der Punktzahl entscheidet der Steuerungskreis über die Förderwürdigkeit des Projektes.

Durch eine Dokumentation der Bewertung und der Entscheidung sowie durch die Veröffentlichung des Projektauswahlverfahrens mit seinen Kriterien ist das Verfahren transparent, nicht diskriminierend und auch im Nachhinein nachvollziehbar. Anonymisiert werden die förderwürdigen Projekte auf der eigenen Homepage ins Netz gestellt.

4.3 Indikativer Finanzplan

Der nachfolgend aufgeführte Finanzplan beinhaltet die in der LAG Württembergisches Allgäu festgelegte Prioritätensetzung der Handlungsfelder, die sich über die angestrebten Ziele und die damit verbundenen Projektgrößen begründen und einen hohen privaten Anteil ausweist:

- Handlungsfeld 1: BürgerLand - 20% (Anteil privat: 40%)
- Handlungsfeld 2: FreizeitLand - 30% (Anteil privat: 50%)
- Handlungsfeld 3: KulturLand - 10% (Anteil privat: 30%)
- Handlungsfeld 4: KlimaLand - 20% (Anteil privat: 70%)
- Handlungsfeld 5: WirtschaftsLand - 20% (Anteil privat: 80%)

Die Aufteilung der Kofinanzierung ist im Indikativen Finanzierungsplan dargestellt (Tabelle 21; Tabelle 22). Für das Modul 6 wird beabsichtigt modellhaft einen Kofinanzierungspool mit einer öffentlich-rechtlichen Bank, den Kommunen und weiteren der öffentlichen Hand gleichgestellten Trägern zu entwickeln. Orientierung dafür sollen die EU-geprüften Modelle in Rheinland-

Pfalz und in Sachsen-Anhalt geben.

Da alle Kommunen in der Region der Raumkategorie „Ländlicher Raum“ zugeordnet sind und eine weitere Differenzierung sich schwierig darstellt, wird die Region bei den Fördersätzen keine Differenzierung zwischen strukturschwachen und nicht strukturschwachen Regionen vornehmen. Die Differenzierung erfolgt im Rahmen der Förderbereiche (Anlage 5 Fördersatztabelle). Bei den Fördersätzen wurde zudem darauf geachtet, dass eine annähernde Gleichbehandlung von Kommunen und Privaten erfolgt. Hohe Sätze bei den Kommunen berücksichtigen die unterschiedlichen Bezugsgrößen bezüglich der Gesamtkosten (Stichpunkt MwSt.):

- 20% Förderung bei Privaten für Baulückenschluss (07c), Anderes (07d) sowie Existenzfestigung (10b).
- 30% Förderung für private Antragssteller in den Förderfeldern Tourismus (Ziffer 09), Existenzgründung (10a) und Umnutzung (07b) und Grundversorgung (08) sowie bei den öffentlichen Trägern bei Modernisierung (02a), Baulückenschluss (02c), Anderes (02d), Existenzgründung (05a), Existenzfestigung (05b).
- 40 % Förderung erhalten öffentliche Träger bei Dienstleistungen der Grundversorgung, touristischen Infrastrukturmaßnahmen sowie für weitere investive und nichtinvestive Projekte.

Diese Sätze werden als Maximalsätze angesehen und können nach unten weiter ausdifferenziert werden.

Als Startprojekte (Tabelle 17) wurden nur Maßnahmen definiert, bei denen im Vorfeld die Finanzierung dargestellt werden konnte. Der Umfang der möglichen Startprojekte sicher nicht nur einen raschen Start, sondern deckt auch die vorhandenen jahresbezogenen Finanzbudgets ab.

Die LAG und ihre Partner bringen zusätzliche finanzielle Ressourcen ein. Zum einen soll vom Landkreis Ravensburg eine Teilzeitstelle dem Geschäftsstellen-Team zur Verfügung gestellt werden, zum anderen im Rahmen von LEADER die Kinderstiftung Ravensburg (bis jetzt nur Schussental) auf das gesamte Allgäu ausgeweitet und mit einem eigenen Kapitalstock (50.000 EUR) und jährlich fließenden Fundraisingmaßnahmen handlungsfähig gemacht werden. Insgesamt fließen damit jährlich ca. 70.000 - 90.000 EUR in den LEADER-Prozess, die nicht aus dem Förderbudget kommen.

Das Regionalmanagement wird über das Jahr 2020 hinaus bis 2022 fortgeführt, allerdings um eine halbe Stelle reduziert. Damit sind die Nachhaltigkeit des LEADER-Programmes und die weitere Verankerung des Regionalentwicklungsvereins garantiert. Diese Mittel sind in der Kalkulation eingeplant, da die Bewilligung hierfür 2020 erfolgt.

Kooperationsmaßnahmen sind fester Bestandteil der Arbeit (siehe Tabelle 19) und laufen aufgrund der starken Achsen in Richtung bayrisches Allgäu und Oberschwaben kontinuierlich an. Hier werden 10% der Fördersumme eingeplant.

Die Mehrwertsteuer bleibt in beiden Finanztabellen unberücksichtigt, da diese nicht förderfähig ist.

Den Finanztabellen liegen die Zahlen des MLR, die im Rahmen der Informationsveranstaltungen gegeben wurden zu Grunde. Den Finanztabellen wurde die in Aussicht gestellte Summe von 2,8 Mio. Euro EU-Mitteln als Planungseinheit zu Grunde gelegt.

Verwendung der Fördermittel nach Maßnahmenbereichen

Angaben in EURO, gerundet		Förderung der Vorhaben im Rahmen der lokalen Strategien	Kooperationsmaßnahmen	Verwaltungskosten und Sensibilisierung	Gesamt
2015	Gesamtkosten	1.605.000	50.000	150.000	1.805.000
	EU-Mittel	415.000	20.000	90.000	525.000
	nat. öffentl. Mittel	276.667	13.333	60.000	350.000
2016	Gesamtkosten	1.182.000	100.000	150.000	1.432.000
	EU-Mittel	270.000	60.000	90.000	420.000
	nat. öffentl. Mittel	180.000	40.000	60.000	280.000
2017	Gesamtkosten	1.356.000	133.333	150.000	1.639.333
	EU-Mittel	300.000	80.000	90.000	470.000
	nat. öffentl. Mittel	200.000	53.333	60.000	313.333
2018	Gesamtkosten	1.456.333	100.000	150.000	1.706.333
	EU-Mittel	335.000	60.000	90.000	485.000
	nat. öffentl. Mittel	223.333	40.000	60.000	323.333
2019	Gesamtkosten	1.239.333	66.667	150.000	1.456.000
	EU-Mittel	290.000	40.000	90.000	420.000
	nat. öffentl. Mittel	193.333	26.667	60.000	280.000
2020	Gesamtkosten	1.021.600	50.000	350.000	1.421.600
	EU-Mittel	250.000	20.000	210.000	480.000
	nat. öffentl. Mittel	166.667	13.333	140.000	320.000
Gesamt	Gesamtkosten	7.860.267	500.000	1.100.000	9.460.267
	EU-Mittel	1.860.000	280.000	660.000	2.800.000
	nat. öffentl. Mittel	1.240.000	186.667	440.000	1.866.667
Gesamtkosten sind öffentliche Mittel, zuzüglich private Mittel. MwSt. bleibt unberücksichtigt, da nicht förderfähig					

Tabelle 21: Verwendung der Fördermittel nach Maßnahmebereichen

Verwendung der Fördermittel nach Handlungsfeldern

Angaben in EURO, gerundet		HF 1	HF 2	HF 3	HF 4	HF 5	Verwaltungskosten, Sensibilisierung	Gesamt
		20	30	10	20	20		
2015	Gesamtkosten	163.333	953.333	71.667	223.333	243.333	150.000	1.805.000
	EU-Mittel	50.000	260.000	25.000	50.000	50.000	90.000	525.000
	nat. öffentl. Mittel	33.333	173.333	16.667	33.333	33.333	60.000	350.000
2016	Gesamtkosten	196.000	440.000	86.000	268.000	292.000	150.000	1.432.000
	EU-Mittel	60.000	120.000	30.000	60.000	60.000	90.000	420.000
	nat. öffentl. Mittel	40.000	80.000	20.000	40.000	40.000	60.000	280.000
2017	Gesamtkosten	261.333	366.667	114.667	357.333	389.333	150.000	1.639.333
	EU-Mittel	80.000	100.000	40.000	80.000	80.000	90.000	470.000
	nat. öffentl. Mittel	53.333	66.667	26.667	53.333	53.333	60.000	313.333
2018	Gesamtkosten	294.000	293.333	129.000	402.000	438.000	150.000	1.706.333
	EU-Mittel	90.000	80.000	45.000	90.000	90.000	90.000	485.000
	nat. öffentl. Mittel	60.000	53.333	30.000	60.000	60.000	60.000	323.333
2019	Gesamtkosten	261.333	183.333	114.667	357.333	389.333	150.000	1.456.000
	EU-Mittel	80.000	50.000	40.000	80.000	80.000	90.000	420.000
	nat. öffentl. Mittel	53.333	33.333	26.667	53.333	53.333	60.000	280.000
2020	Gesamtkosten	222.133	117.333	97.467	303.733	330.933	350.000	1.421.600
	EU-Mittel	68.000	32.000	34.000	68.000	68.000	210.000	480.000
	nat. öffentl. Mittel	45.333	21.333	22.667	45.333	45.333	140.000	320.000
Gesamt	Gesamtkosten	1.398.133	2.354.000	613.467	1.911.733	2.082.933	1.100.000	9.460.267
	EU-Mittel	428.000	642.000	214.000	428.000	428.000	660.000	2.800.000
	nat. öffentl. Mittel	285.333	428.000	142.667	285.333	285.333	440.000	1.866.667
<p>nat. öffentliche Mittel = Kofinanzierungsmittel. Verhältnis EU-Mittel zu Kofinanzierung immer 60:40 MwSt. bleibt unberücksichtigt, da nicht förderfähig Gesamtkosten sind öffentliche Mittel zuzüglich private Mittel Bei ELR-Projekten wird ein durchschnittlicher Fördersatz von 35% unterstellt</p>								

Tabelle 22: Verwendung der Fördermittel nach Handlungsfeldern

4.4 Prozessmonitoring und Evaluierung

Monitoring

Das Prozessmonitoring ist eine laufende Aufgabe, die auch durch personelle Zeitressourcen untersetzt ist. Grundlage ist eine Indikatorensetzung das mit Zielgrößen untersetzt ist. Diese Zielgrößen sind terminiert. Eine Kennzeichnung in den Ampelfarben führt zu einer schnellen Erkennbarkeit des Zielfortschrittes: Grün = Zielgröße ist zu 100% und Gelb = Zielgröße ist zu 60 - 99% erfüllt. Rote Kennzeichnung bedeutet, dass das Ziel zum terminierten Zeitpunkt keine 60% Zielerfüllung erreicht hat (Tabelle 23). Mindestens zwei Mal pro Jahr ist der Zielfortschritt auf der Basis der Monitoringtabelle Tagesordnungspunkt im Steuerungskreis.

Monitoring: Indikatoren, Zielgröße, Zielerreichung			
Indikator	Zielgröße	Datenquelle	Zielerreichungsgrad
Zahl der gebietsübergreifenden Projekte	18	Eigene Erfassung	Rot-gelb-grün
Zahl der Forschungsprojekte	3	Eigene Erfassung	Rot-gelb-grün
Zahl der Presseartikel	144	Eigene Erfassung	Rot-gelb-grün
Zahl der Internetkontaktzahlen/Jahr	6000/Jahr	Google Analytics	Rot-gelb-grün
Zahl der engagierten Bürger	1080	Eigene Erfassung	Rot-gelb-grün
Zahl der Teilnehmer	1960	Teilnehmerlisten	Rot-gelb-grün
Zahl der einbezogenen Unternehmen	324	Eigene Erfassung	Rot-gelb-grün
Zahl der Info-/Qualifizierungsveranstaltungen	42	Eigene Erfassung	Rot-gelb-grün
Zahl der (Qualifizierungs-) Teilnehmer/innen	630	Teilnehmerlisten	Rot-gelb-grün
Zahl der Gründungen	12	Projektträger	Rot-gelb-grün
Zahl der Wettbewerbe	1	Projektträger	Rot-gelb-grün
Zahl der Diversifizierungen oder Betriebsweiterungen, inkl Umnutzungen	25	Projektträger	Rot-gelb-grün
Zahl der neuen Beherbergungsangebote	20	Projektträger	Rot-gelb-grün
Zahl der Zertifizierungen	33	Projektträger	Rot-gelb-grün
Zahl der Qualifizierungen	10	Projektträger	Rot-gelb-grün
Zahl der eea-Kommunen	11	eea-Dokumentation	Rot-gelb-grün
Steigerungsquote genutzte Wärme regenerativ erzeugt	14%	eea-Dokumentation	Rot-gelb-grün
Zahl der neugeschaffenen Arbeitsplätze	36	Projektträger	Rot-gelb-grün
Zahl der gesicherten Arbeitsplätze	46	Projektträger	Rot-gelb-grün
Zahl der neugeschaffenen Netzwerke	7	Eigene Erfassung	Rot-gelb-grün
Zahl der darin eingebundenen Akteure	200	Eigene Erfassung	Rot-gelb-grün
Zahl der neuen Angebote/Produkte	34	Eigene Erfassung	Rot-gelb-grün
Zahl der Studien	11	Eigene Erfassung	Rot-gelb-grün
Zahl der investiven Folgeprojekte der Studien	15	Projektträger	Rot-gelb-grün
Personen im Regionalmanagement	2	Eigene Erfassung	Rot-gelb-grün
Zahl der Fortbildungstage pro Person	6/Jahr	Eigene Erfassung	Rot-gelb-grün

Zufriedenheitsquote Projektberatungsqualität	Note 2 und besser	Eigene Erfassung	Rot-gelb-grün
Zufriedenheitsquote Öffentlichkeitsarbeit	Note 2 und besser	Eigene Erfassung	Rot-gelb-grün
Zahl der Selbstevaluierungen	2/Jahr	Eigene Erfassung	Rot-gelb-grün
Erschlossene Fördermittel ELER	4.3 Mio.	Bewilligungsbescheid	Rot-gelb-grün
Weitere erschlossene Fördermittel	0,8 Mio.	Bewilligungsbescheid	Rot-gelb-grün
Zahl der Finanzierungsinstrumente	2	Eigene Erfassung	Rot-gelb-grün

Tabelle 23: Monitoringtabelle Allgäu mit Gesamtübersicht über angestrebte Ziele.

Selbstevaluierung

Der Verein Regionalentwicklung Allgäu und sein Management orientieren sich bei der Selbstevaluierung am Leitfaden und der Methodenbox „Selbstevaluierung in der Regionalentwicklung“ der Deutschen Vernetzungsstelle Ländlicher Raum (DVS 2014). Die Evaluierung zielt auf die Bewertungsbereiche „Inhalte und Strategie“, „Prozess und Struktur“ sowie „Aufgaben des Regionalmanagements“. Geplant sind Methoden aus dem Basis-Check und dem Multi-Check (Tabelle 24). Ergeben sich im Rahmen dieses kontinuierlichen Evaluierungsprozesses spezifische Problemstellungen, dann werden auch Methoden des Fokus-Checks gewählt.

Die Evaluierung wird zeitlich differenziert umgesetzt. Es gibt kontinuierlich und in kurzen Zeitabständen stattfindende Evaluierungsschritte. Dazu zählen die halbjährlich durchgeführte Zielfortschrittsanalyse sowie die in den ersten drei Jahren jährliche Bewertung der Arbeit des Regionalmanagements. Mindestens drei umfassende Selbstevaluierungen mit einer umfassenden Berichtserstattung finden nach 2, 4, 6 Jahren statt. Am Ende des ersten Jahres steht eine Klausurtagung der LAG, in der die Startphase reflektiert und notwendige Anpassungen bezüglich Prozessgestaltung und Strukturen vorgenommen werden.

Selbstevaluierungskonzept Württembergisches Allgäu			
Bewertungsbereich	Methode/n	Zielgruppe	Terminierung
Inhalt und Strategie	Jahres-/Geschäftsbericht	Mitglieder Verein und Öffentlichkeit (Internet)	Jährlich
	Zielfortschrittsanalyse	Regionalmanagement und LEADER-Auswahlausschuss	Halbjährlich
Prozess und Struktur	Feedback-Abfragen bei Veranstaltungen	Teilnehmer Veranstaltungen	Bei allen Veranstaltungen
	Klausurtagung	Steuerungskreis	Erstes Quartal 2016
Inhalte und Strategie, Prozess und Struktur	Bewertungsfragebogen Bilanzworkshop	LEADER-Auswahlausschuss und Umfeld	Alle zwei Jahre (2017, 2019, 2021)
Aufgaben des Regionalmanagements	Fragebogen Kundenzufriedenheit/Service-/Beratungsqualität	Öffentliche wie private Projektträger	Jährlich oder nach Abschluss eines Beratungsprozesses

Tabelle 24: Selbstevaluierungskonzept Allgäu.

4.5 Öffentlichkeitsarbeit

Im Öffentlichkeitsarbeitskonzept des Allgäus sind die Ziele, Zielgruppen, Maßnahmen und personellen Ressourcen (Tabelle 25) definiert. Es stellt eine kontinuierliche Arbeit des Vorstandes und des Regionalmanagements dar und wird bei Bedarf fortgeschrieben. Kommunikation ist eine Schlüsselaufgabe einer kooperativen Regionalentwicklung und richtet sich an interne wie externe Stakeholder. Die Publizitätsvorschriften der EU werden beachtet.

Öffentlichkeitsarbeitskonzept Württembergisches Allgäu	
Ziele	Bekanntmachung der Ziele des Regionalen Entwicklungskonzeptes Württembergisches Allgäu mit seinen Schwerpunktsetzungen und Beteiligungsmöglichkeiten Sensibilisierung für Themen und Vermittlung notwendigen Knowhows Aktivierung der unten genannten Zielgruppen Bekanntmachung des neuen Trägers der Regionalentwicklung, seiner Dienstleistungen und der Erreichbarkeit (Ort, Öffnungszeiten etc.) Vermittlung von Maßnahmen und Erfolgen der regionalen Entwicklungsinitiative.
Zielgruppen:	Multiplikator/innen und potenzielle Projektträger aus dem Profit-Bereich (u.a. Tourismus, Landwirtschaft, Handel, Energie- und Gesundheitswirtschaft) und dem Non-Profit-Bereich (Vereine, Verbände, Kommunen) Mitglieder des Vereins, seiner Netzwerke und weiteren Arbeitsforen Entscheidungsträger auf Landesebene sowie anlassbezogen bundesweite Fachöffentlichkeit regionale Öffentlichkeit
Maßnahmen Startphase (2015)	Corporate Design (angelehnt an Allgäu-CI): Logoentwicklung, Typologie, Sitemap und Gestaltung Homepage, inkl. Integration der bestehenden Bürgerbeteiligungsplattform Vereinsflyer mit Inhalten Entwicklungskonzept Displaywand (2x) für Ausstellungen und regionale Präsentationen (Wanderung durch die Kommunen)
Maßnahmen 2016 ff.	Newsletter (Mail, Printfassung) – 4 x pro Jahr kontinuierliche Pressearbeit (mind. 18 Veröffentlichungen/Jahr) Kurzfilme zur Arbeitsweise entlang Projekten und Ergebnissen (5 x) Präsentation auf Veranstaltungen regionale Informationsveranstaltungen Regionalforum Württembergisches Allgäu und andere zentrale Foren zu spezifischen Themenstellungen
Ressourcen:	8 Std. pro Woche, in den ersten beiden Jahren 12 Std. pro Woche
Verantwortlichkeit:	Regionalmanagementteam in Zusammenarbeit mit dem Vorstand des Vereins

Tabelle 25: Öffentlichkeitsarbeitskonzept Allgäu.

Württembergisches
Allgäu
HEIMATVERBUNDEN –
GRENZENLOS – AKTIV

