

## Ist ein Naturpark Allgäu/Tannheimer Tal eine Chance für die Region?

17. Oktober 2006

Dieter POPP

[www.futour.com](http://www.futour.com)

A6531\_NP Allgäu\_61017

## □ Kulturlandschaften sind von Menschen geprägte, offene oder bewirtschaftete Wald-Landschaften

- Bedeutung harmonischer Kulturlandschaften
  - Produktionsfläche
  - Grundwasserbildung (Wasserhaushaltsfunktion)
  - Naturhaushalt (Boden/Wasser etc.)
  - Biodiversität/Ressourcenschutz
  - Erholungs- und Bildungsfunktion
  - Grundlage einer zukunftsfähigen Ökonomie

## □ Differenzierte Kulturlandschaftsformen in

- Räumen mit Landnutzungsschwerpunkt
- Räumen mit Tourismusschwerpunkt
- Räumen mit Siedlungsschwerpunkt
- Räumen mit Bevölkerungsabnahme

## □ Kulturlandschaftstypen

- Traditionell gewachsen
- Ökologisch wertvoll
- Land- und Forstwirtschaft, aktuelle Nutzung
- Steillagen
- Ausgeräumt/Strukturarm

## □ Touristische Destinationen in der Region

- Tannheimer Tal
- Lechtal
- Allgäu
- Kleines Walsertal
- Bregenzerwald

## □ Erhaltung der Kulturlandschaft über

- Schutzmaßnahmen  
(Naturschutz, Landschaftspflege,  
Umweltprogramme)
- Agrarpolitik  
(Stützungen, Agrarsubventionen)
- Preise für Produkte oder Dienstleistungen aus  
Kulturlandschaften (Inwertsetzung)

## □ Inwertsetzung der Kulturlandschaft

- Vermarktung von Produkten
  - Flächengröße, Raumabgrenzung
  - Sortimentsbreite
  - Vertriebs- und Logistikstruktur
- Dienstleistungen (überwiegend touristisch)
  - Angebote
  - Pauschalen
  - Produkte

## □ Stellgrößen beim Markenaufbau (Inwertsetzung)

- Flächengröße
- Markenname
- Vertriebsorganisation
- Bewusstseinskampagnen



## Bewusstseinsdefizite

90 % wollen bäuerliche Landwirtschaft	5 % kaufen Qualität und Preis einer bäuerlichen Landwirtschaft
85 % haben nur beim „Metzger ihres Vertrauens“ ein gutes Gefühl	20 % kaufen Fleisch noch beim selbst schlachtenden Metzger
75 % lehnen Strom aus Atomkraft ab	2 % haben ihre Stromversorgung auf Anbieter von Naturenergie umgestellt

## □ Großschutzgebiete der Region

- Biosphärenpark Großes Walsertal
- Naturpark i.G. Nagelfluhkette

□ Für kulturlandschaftsrelevanten Markenaufbau fehlt leider Größe der Fläche, aber kompensierbar über Kooperationsansätze (z.B. Naturparkverbund)

## □ Kulturlandschaftssicherung über Vermarktungsansätze

### Erfolgreiche Beispiele

- „ja natürlich“ (BILLA / A)
- Genuss-Region Österreich
- Unser Land (Raum München / D)
- Regionalmarke Eifel (D)
- „Von Hier“ / Feneberg (D)
- Culinarium-Regionalmarken-Codex (CH)

A6531\_NP Allgäu\_61017

## □ Kulturlandschaftsentwicklung über Inwertsetzung durch Konsumenten- bewusstsein beim Lebensmitteleinkauf

- „Geiz ist geil“ läuft aus, Preis ist nur noch ein Entscheidungskriterium unter mehreren
- Nähe/ Erreichbarkeit, Qualität und Sortiment werden wichtiger
- Bio und Qualität werden zunehmend auch bei Discountern angeboten

## □ Kulturlandschaftsentwicklung über Inwertsetzung durch Konsumenten- bewusstsein

### Zwei Beispielräume

- Rheintal (Kulturlandschaft in Siedlungsschwerpunkt)
- Südschwarzwald  
(Kulturlandschaft in Tourismusschwerpunkt)

## ☐ Kulturlandschaftsentwicklung über Inwertsetzung durch Konsumentenbewusstsein

### Einkommen- und Konsumentenstruktur

	Rheintal	Südschwarzwald
Durchschnittliche Konsumnachfrage EU/Jahr	22.800 EUR	18.075
Durchschnittsausgabe für Lebensmittel EW/Jahr	2.340 EUR	2.440
Anteil regionaler Produkte an Lebensmittelausgaben EW/Jahr	562 EUR	439
Anteil Bioprodukte an Lebensmittelausgaben EW/Jahr	327 EUR	171

A6531\_NP Allgäu\_61017

## ☐ Kulturlandschaftsentwicklung über Inwertsetzung durch Konsumentenbewusstsein

### Kaufentscheidungen für Lebensmittel

Kriterien	Rheintal (N=401)	Südschwarzwald (N=422)
Preis	31 %	30 %
Geschmack	23 %	14 %
Aussehen	15 %	16 %
Regionalität	10 %	13 %
Bioqualität	6 %	6 %
Unterstützung der Bauern	5 %	6 %
Info-Hinweise vor Ort	5 %	7 %
Position im Regal	3 %	5 %
Unterstützung von Landschaftsqualität	2 %	3 %

A6531\_NP Allgäu\_61017

## ☐ Kulturlandschaftsentwicklung über Inwertsetzung durch Konsumentenbewusstsein

### FUTOUR- Kulturlandschafts - Index

	Rheintal	Südschwarzwald
<b>Aktueller Privatkonsum je Tag / EW in EUR</b>	<b>0,61</b>	<b>0,36</b>
<b>Anteil regionaler Produkte am Küchenwareneinsatz pro Gast/Jahr in EUR</b>	<b>0,07</b>	<b>0,12</b>
<b>Beitrag Privatkonsum zur Kulturlandschaftsentwicklung in EUR je ha LF</b>	<b>1,320</b>	<b>32</b>
<b>Beitrag touristischer Konsumnachfrage zur Kulturlandschaftsentwicklung in EUR je ha LF</b>	<b>8</b>	<b>12</b>

A6531 NP Allgäu\_61017



## □ Kulturlandschaftsentwicklung über Inwertsetzung und Konsumenten- bewusstsein - Interpretation der Vergleichsräume

### ➤ Rheintal

- hoher Regionalanteil am Privatkonsum 24 %
- hohe Einwohnerzahl ergibt hohe Nachfrage
- Region könnte ihre Kulturlandschaft ohne Subvention erhalten

## □ Kulturlandschaftsentwicklung über Inwertsetzung und Konsumenten- bewusstsein - Interpretation der Vergleichsräume

### ➤ Südschwarzwald

- geringe Einwohnerdichte je ha landwirtschaftlicher Fläche
- hoher Selbstversorgergrad (Landwirtschaft / Garten)
- Region kann ihre Kulturlandschaft derzeit nicht aus eigener Konsumnachfrage erhalten!

## Was kann ein Naturpark bei der Weiterentwicklung der attraktiven Kulturlandschaft leisten?

- Landwirtschaft
- Tourismus
- Verbraucher

## □ Landwirtschaft und Naturpark

- Naturpark-Image für Qualitätslabel (Marke) nutzen
- Produkt-Innovation fördern
- Bewusstsein für Lebensmittelpreise als Ausdruck von Produkt- und Landschaftsqualität schärfen

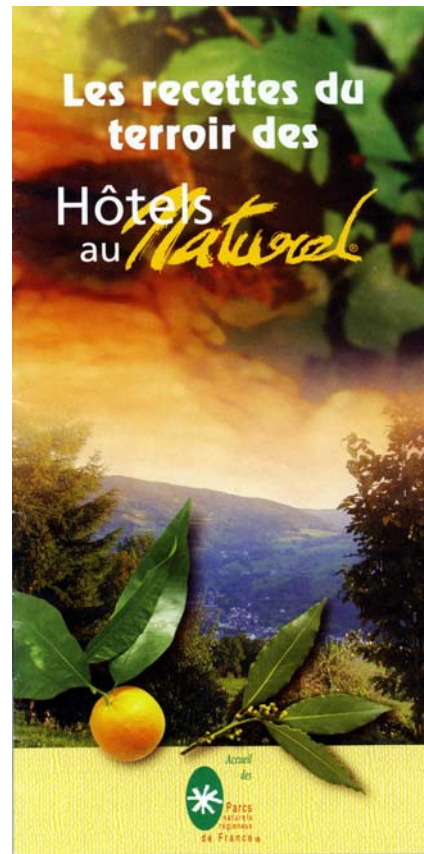
## □ Tourismus und Naturpark

- Besucherpotenzial für Bewusstseinsprozess nutzen
- Architektur der Region
- Natur als Erlebnis vermitteln

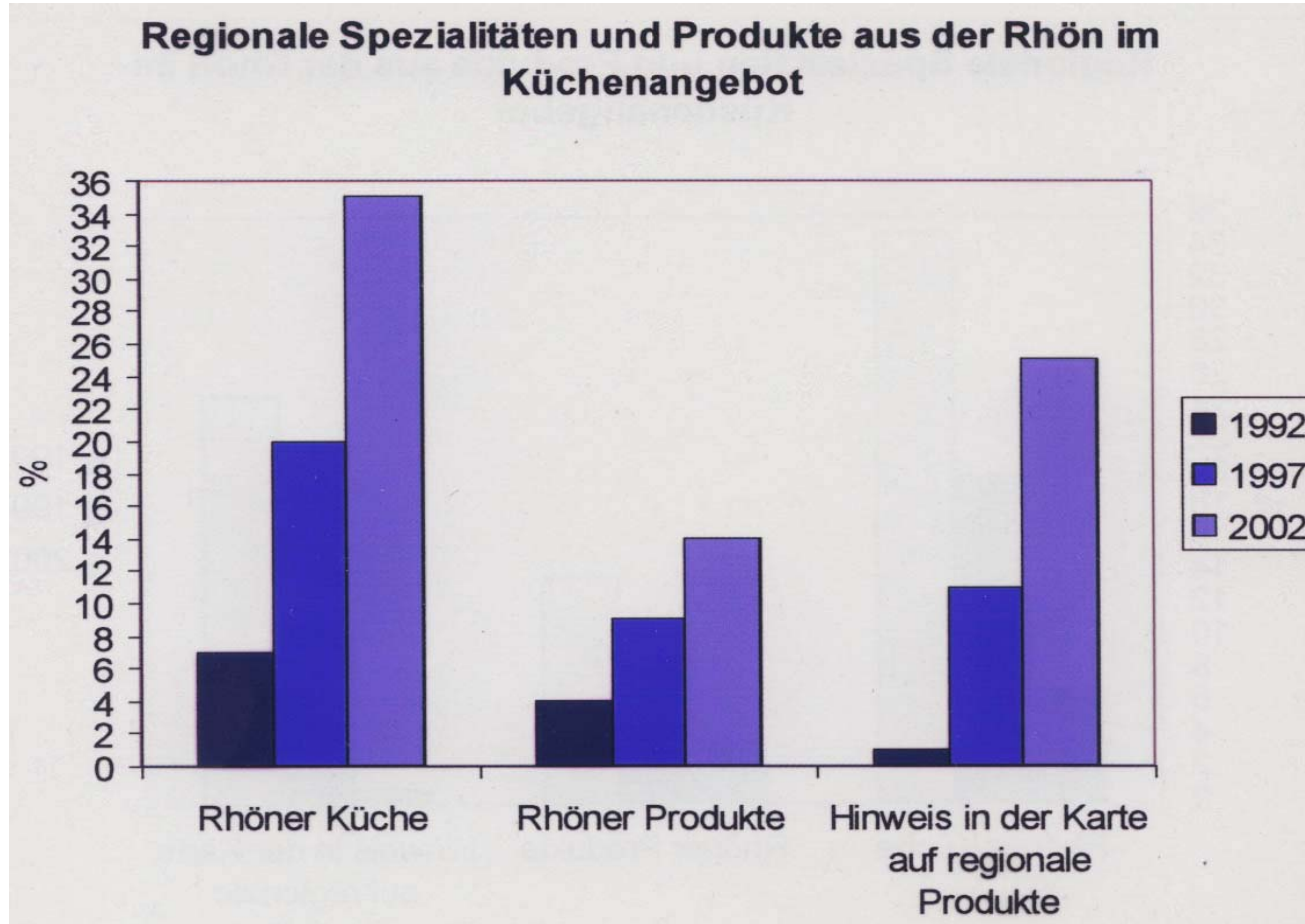


A6531\_NP Allgäu\_61017

## □ Naturparke für Angebotsgruppe nutzen



A6531\_NP Allgäu\_61017



A6531\_NP Allgäu\_61017

## □ Verbraucher und Naturpark

- Bewusstseinskampagne für Zusammenhang von Landschafts- zu Produktqualität
- Kooperation zwischen Tourismus, Handel und Naturpark



## □ Nahversorgung ist Lebensqualität

- Handwerkliche Lebensmittelverarbeitung
- Handel mit Lieferbeziehungen zu örtlichen Veredelungsbetrieben
- Sicherung des kulinarischen Erbes
- Ergänzender Baustein der Kulturlandschaftsentwicklung

## □ Diskussion in Kleingruppen –

**welche Vorteile bringt ein Naturpark  
in den Bereichen**

- **Landwirtschaft**
- **Tourismus**
- **Verbraucherbewusstsein**