

## **Stärken- / Schwächen Analyse**

### Erarbeitung der Stärken und Schwächen in den AGs

#### **Stärken:**

- gute Fachkräfte, hohe Qualität der Ausbildung
- Kleinbetriebe sind flexibel, persönlich und man kann sich mit ihnen identifizieren
- vielfältige Einzelhandelslandschaft (noch)
- Wochenmarkt
- regionale Vermarktung
- viel Grün, viel Wasser
- Kulturlandschaft, Alpwirtschaft
- Infrastruktur
- tolle Unterstützung für Vermieter
- sauber und gepflegter Ort mit Umgebung
- Tourismus ← Nutzen → Landwirtschaft

#### **Schwächen:**

- Strukturwandel bei Landwirtschaft, Einzelhandel, Handwerk (z.B. Internet), dieser führt zu Preisdruck und Verlust von Angeboten im Ort
- Internet, Generationenwechsel, Kaufverhalten
- Läden werden wenig geschützt, der Gedanke "ein Laden für Fischen" geht verloren
- Ladensterben, Leerstände, rückläufige Vielfalt
- Kein aktiver Gewerbeverband (gab es mal hat sich nicht bewährt),
- Ein Dorfmanager fehlt, die Erarbeitung der Attraktivität der Geschäfte ist nicht mehr nur Aufgabe der Gemeinde
- Entwicklungsmöglichkeiten Gewerbeflächen
- Verkehrsanbindung für Pendler schlecht, Wege sind zu weit: Gut ausgebildete Fachkräfte haben es zu weit!
- Alles ist sehr miteinander verzweigt, dadurch gibt es kein Ranking

Die Wirtschaft in Fischen i.A. ist dem Druck eines enormen Strukturwandels ausgesetzt. Das sich ändernde Kaufverhalten der Bevölkerung, die immer mehr, mit steigenden Käufen über das Internet, führt zu einem starker Preisdruck für das Gewerbe und den Einzelhandel, was zu einem Angebotsverlust der Läden im Dorf führt.

## Ideen und Anregungen aus dem Plenum

Alle Teilnehmer aus dem Plenum hatten die Möglichkeit Ihre Ideen und Anregungen zum Thema Tourismus aufzuschreiben und abzugeben. Die daraus entstandene Ideen-Sammlung dient dem Planungsbüro Steinert als Stimmungsbild aus dem Plenum. Hier die Zusammenfassung der abgegebenen Ideen/Anregungen:

- 
- Manager:** Es bedarf einer Koordination und Kommunikation zwischen Gewerbe und Tourismus - Dorfmanager
- Die Natur / das Landschaftsbild ist Existenzgrundlage für Tourismus und muss unbedingt erhalten und gefördert werden  
(Stärkung Landwirtschaft, charakteristisches Gewerbe)
- Handwerk:** Das Handwerk ist qualitativ sehr gut und muss erhalten, bzw. erweitert werden
- Strukturen von Gewerbe/ Geschäfte sollen erhalten und verbessert werden. Angebote für Gewerbeflächen sollen geschaffen, aber mit dem Charakter des Ortes in Einklang gebracht werden
- Industrie:** Industrie als 2. Standbein muss mit Landschaftsbild in Einklang stehen
- Vermarktung:** Ein Dorfladen zur Vermarktung regionaler Produkte wäre gut  
Bauern brauchen Unterstützung bei Direktvermarktung  
(z.B. Dorfmanager)
- Landwirtschaft:** Für Fischen sehr wichtig, da das Landschaftsbild durch die Landwirtschaft geprägt und erhalten wird
- Bauern die in Fischen Landwirtschaft betreiben, sollen auch in der Gemeinde leben
- Freiwilliger Flächentausch soll landwirtschaftliche Infrastruktur verbessern
- Fortswirtschaft:** Brauchen wir auch Forstwirtschaft? - Ja!

## Vision

### Visionen für den Ort Fischen für das Jahr 2030:

#### Mitschrift aus dem Plenum

Was passiert wenn sich der Tourismus verändert, bzw. komplett wegfällt? Gibt es in unserem Bereich Möglichkeiten der Alternativen?

- Es wurde festgestellt, dass die Gemeinde Fischen den Tourismus braucht. Die Landschaft ist die Basis für diesen Tourismus. Die Landwirtschaft erhält die Kulturlandschaft.
- Die hohe Produktqualität, die wir durch die Landwirtschaft in der Region haben, wird noch nicht ausreichend gewürdigt (zu wenig Wertschöpfung). Durch die Direktvermarktung könnte versucht werden die Attraktivität des Ortes zu steigern. Der Wunsch der Endverbraucher ist da, Produkte mit Herkunftsnachweis aus der Region zu kaufen. Deshalb wäre ein Geschäft das Produkte (Käse, Wurst, Spirituosen, Salben, Heubädern, Zirbelkieferspänen usw.) aus der Region vertreibt. Die bestehenden Selbstvermarkter-Geschäfte sind nicht so attraktiv. Ein attraktiver Laden in Fischen (Erlebniseinkaufen) wäre eine Bereicherung. Die Produkte sind „Botschafter“ für unsere Region, vor allem für unseren Ort. Touristen nehmen Produkte auch mit nach Hause.
- Stärkung „Naturdorf“  
Mit dem Verkauf von Regionalprodukten stärken wir auch unsere Identität. Auch der Produzierende wird in seiner Identität gestärkt: glückliche Kühe – guter Käse.  
Es sollte untern Strich eine größere Wertschöpfung entstehen. Außerdem wird der Landwirt flexibler.
- Wir sollten uns Unabhängigkeiten schaffen!  
Wir werden verglichen mit Betrieben in Bayern und Deutschland mit Ställen mit 400 Kühen.
- Solidarität  
Wir sollten die Produkte die wir regional herstellen natürlich auch selber verwenden. Das „Wir-Gefühl“ muss wieder stärker werden.
- Wertschöpfung  
In der Schweiz hat man sich darauf verständigt, dass man die einzelnen Kantone und ihre Besonderheiten besser würdigt, z. B. Holz aus Graubünden  
„Das ist Graubünden Holz: Entdecken Sie Holz. Gemeinsam im Netzwerk mit vielen Vertretern aus der Wald- und Holzwirtschaft, Forschung, Ausbildung und Politik arbeiten wir an der Forcierung einer international wettbewerbsfähigen Wirtschaftsstruktur, an der Verbesserung der Innovationsvoraussetzungen und am guten Ruf des Bau- und Rohstoffes Holz.“

Am Beispiel Joghurt könnten wir versuchen von der Milcherzeugung bis zur Verpackung alles in der Region zu machen.



## Aktivitäten / Projekte / Maßnahmen

### Sammlung zusätzliche Ideen und Anregungen aus dem Plenum

- Verbrauchermarkt im Ort als Treffpunkt für Bürger etablieren, um die Kommunikation im Ort zu stärken
- Kaffeemaschine am Wertstoffhof
- z.B. in Neumarkt werden Kräuter im großen Stil angebaut, vielleicht wäre das auch etwas für unsere Gemeinde! (im Zusammenhang mit Tourismusgedanke)
- "Mustermädels" Firma die Taschen herstellt, könnten in Fischen verkaufen.
- Herr Steinert: Themen die wir erkennen müssen angepackt werden, das muss nicht unbedingt mit einem teuren Bauvorhaben geschehen. Wir müssen die Gegenwart entwickeln, denn ein Wir-Gefühl kann nicht durch Geld gekauft werden! Die Vision liegt näher als man glaubt!

In der AG saßen 3 Landwirte und 7 nicht-Landwirte. Die Landwirte haben schlechte Erfahrung mit Direktvermarktung gemacht und streben sie nicht an. Alle anderen sehen eine große Chance in der Direktvermarktung! → Wir müssen also das Wir-Gefühl stärken!

Wir-Gefühl: Was kann ich zur Gemeinschaft beitragen? Wie viel kann ich geben? Wie kann ich das Wir-Gefühl leben?

- "Der Gast schult die Einheimischen": Touristen sind sehr sensibel, was das Angebot betrifft - wir müssen Lücken im Angebot schließen!
- Wir müssen einen Dorfladen als Chance sehen, alles im Dorf zu haben. Es gibt z.B. keinen Joghurt und keine Milch aus dem Allgäu im Hotel! Problem: Aldi-Butter in Hotels: Das Delta an Mitverdienern ist so groß, dass die Wertschöpfung nicht bei uns bleibt.
- Wir müssen eine gute Atmosphäre schaffen
- Herr Wintergerst: Beispiel aus anderer Region: Direktvermarktung von heimischem Emmentaler, der Direkt an die Gastronomie verkauft wird - Dadurch können auch Synergieeffekte entstehen!