

Vortrag Umwelt und Tourismus – Inhalt:

1. Welche Gäste kommen zu uns an den Chiemsee?
2. Umwelt und Tourismus – Konflikt oder Chance?
3. Welche touristischen Ziele sollten wir verfolgen, um Umweltkonflikte zu minimieren?
4. Anregungen für eine positive Entwicklung
5. Leitlinien für mehr Nachhaltigkeit

1. Welche Gästegruppen kommen zu uns an den Chiemsee?
 - Familien mit Kindern
 - Im Herbst: aktive Senioren 50+
 - Radfahrer, Wanderer, Nordic Walker
 - Wassersportler (Badegäste, Segler)
 - Urlaub auf dem Bauernhof und Tagungsgäste

Deutschlandmarkt und Bayernmarkt spielen wichtigste Rolle.

Vereinfacht gesagt:

gebildeter, natur- und familienverbundener Gast,
dem Qualität etwas wert ist!

Was suchen unsere Gäste am Chiemsee?

- „Lust auf Natur“ steht an erster Stelle!
 - sportliche Aktivitäten; gutes Beherbergungsangebot
 - Kultur; Gesundheit usw.
- Eindrücke vom Land, die in der Stadt nicht mehr erfahrbar sind
- auch einmal ruhige Aussichtspunkte abseits der Massen
- Ursprünglichkeit

...und eine freundliche gastliche Atmosphäre.

Suche nach Ursprünglichkeit, nach Entschleunigung, Natur und Kultur sind als künftige „Megatrends“ ausgemacht.

2. Umwelt und Tourismus – Konflikt oder Chance am Chiemsee?

Echter Qualitätstourismus kann Motor für Wirtschaft und Umweltschutz zugleich sein!

- Erhalt der Badequalität als Triebfeder für Ringkanalisation
- Erhalt der Luftqualität (Kurorte) zwingt zu Emissionsminderung
- Beherbergungsbetriebe: Einsatz energiesparender Maßnahmen, Nachfrage der Gäste nach biologischen Baustoffen, Handyfreien Zonen etc. steigt
- zu hohe Verkehrsbelastung und Lärm schreckt Gäste ab
- Gäste fragen Produkte aus biologischer Landwirtschaft nach
- Nachfrage nach intaktem Ortsbild und heimischen Fachgeschäften
- große Akzeptanz von Natur- und Landschaftsschutzgebieten

Einer der Konfliktpunkte:
Naturtourismus verursacht Störungen.

Ausbreitung von Trampelpfaden, Übernutzung idyllischer Plätze,
Ca. 6.000 Boote am Chiemsee registriert (an schönen Tagen bis zu 3000 unterwegs).

Lösungsansätze: Besucherlenkung!

- Schaffung von Ruhezeiten (bisher kleiner 2% der Seefläche)
- Schaffung von Aussichtspunkten und Beobachtungsstationen
- Aufbau des Vogelbeobachtungsangebotes v.a. für Nebensaison
- Geführte Touren vermitteln Kenntnisse und Naturerlebnisse

Stelle eines Vermittlers zwischen Naturschutz und Tourismus
sollte v.a. für die Hauptsaison geschaffen werden!

3. Welche touristischen Ziele sollten wir verfolgen, um Umweltkonflikte zu minimieren?

- auf Qualitätstourismus setzen, breit verankert
- Unverwechselbarkeit unserer Region gemeinsam mit der Bevölkerung herausarbeiten
- Regionale Vernetzung stärken und bewerben:
Nicht jeder Ort braucht alles!
Erlebnisparks in Marquartstein und Ruhpolding,
Wellnessangebot in Prien usw. (neue Website)
- Auslandsmärkte bringen Mehrbelastungen (Flugreisen)

4. Anregungen für eine positive Entwicklung

Beispiele: Chiemseenaturführungen seit 2002, z.B. 2006 ca. 2.000 Teilnehmer; einschl. Vogel- und Naturbeobachtungen, v.a. in der Nebensaison

Familien orientieren sich an ihren Kindern!

- Netz an einfachen Natur- Abenteuerspielplätzen rund um den See
kostenextensiv, fantasievoll,
mit hohem Erlebnis- und Gestaltungswert
- betreute Regenwetterangebote ausbauen
- Begegnungsstätten Alt – Jung schaffen
Landschaft mit Kunst verbinden
- Weitere Ideen: Marketingausschuss des Verbandes!

Moderne Museumspädagogik:

- Konzept für Naturerlebnishaus verbunden mit einem verstärkten Natur aktiv-Angebot in allen Orten ausarbeiten
- Jetzige Museen durch Außenangebote noch stärken

Naturangebot kann Bindungen schaffen:

- Baumpatenschaften für Gäste
- Idee einer Gästeallee
- mit Artenschutz positives Image aufbauen

Zusammenarbeit von Kommunen und Landwirten,
Schlösser- und Seenverwaltung und
Landschaftspflegeverband

in der Landschaftspflege ausbauen

(Artenschutz, „wilde Ecken“, Blickachsen, Bienenweiden usw.)

Über unsere Besonderheiten zeitgemäß informieren:

- Informationspfad um den gesamten Chiemsee ist geschaffen und kann vielseitig ausgebaut werden, ebenso die Stationen (Markenzeichen Bodenseepfad)
- Museen am Rundweg aktiver einbeziehen
- Lebensräume (Schilf, Moor, fließendes Wasser) punktuell erlebbar machen
- Moderne Technik nutzen
(Chiemsee-Guide als elektronischen GPS-gestützten Begleiter, der standortgerechte Informationen gibt)

Umweltfreundlicher touristischer Verkehr:

Ringbus als Verbindung aller Gemeinden ohne häufiges Umsteigen
mit professionellem Radanhänger

Attraktivität der Kurkarte durch Einbezug solcher Angebote steigern
(neues Beispiel Priener Kurkarte)

Mittelfristiges Ziel:

Gemeinsame Fahrkarte (Chiemseeticket) für Bahn, Bus und Schifffahrt
Oberbayern-Card bisher kaum erfolgreich

Fortbewegung für Gast ohne Auto verbessern (Leihauto zu teuer,
Ev. Carsharing auch für Gast ermöglichen, Beispiel Breisgau)

Chiemseerundweg fortlaufend verbessern:

Chiemseerundweg weiter ausbauen und Beschilderung fertigstellen
Wegetrennung wo möglich (Wanderer – Radfahrer)

Radgast ist einziger wetterfester Gast! (vgl. Zahlen 2004)!
Radinfrastruktur verbessern (Verleihservice bzw. Radldepots
in mehreren Orten verbinden, Gepäckservice aufbauen)

Radweg München – Chiemsee auf vier Routen als Chance
Initiative des LWAmtes Wasserburg gestartet

Anbindung an Via Julia nützen, Begleitangebote schaffen (Römer)

Touristischer Einfluss von Energie, Klimaschutz,
Landschafts- und Dorfbild?

Bautradition mit modernen Mitteln fortführen

Holzbau fördern; Solartourismus

Teilnahme am Klimaschutzprojekt der TUM

Bemühungen um CO₂-Minderung verstärken

Biomassennutzung naturverträglicher gestalten

hoher Einfluss auf Landschaftsbild und touristische Attraktivität

AZV nimmt an Projekt teil

Biologische Landwirtschaft fördern –

Besserer Wasserhaushalt, höherer Erosionsschutz, weniger CO₂-

Emissionen, höhere Artenvielfalt, stabileres Gleichgewicht

Dorfbild und bäuerliche Landwirtschaft prägen unseren Tourismus!

Unterstützung der regionalen Lebensmittelerzeugung
durch saisonales Kaufverhalten
Rio-Award für Chiemgauer Regionalwährung

Unterstützung des Handwerks und Mittelstandes
Förderung eines Qualitätsbewusstseins
Gewerbe und Wohnen weniger stark trennen

Ungewollte Entwicklung wird auch bei uns stellenweise sichtbar:

- Gesichtslosigkeit am Ortsrand
- Ausdünnung in Geschäftsstraßen, mehr Ketten und Discounter
- weniger attraktive Möglichkeiten für den „Einkaufsbummel“
- bleibt touristisch nicht unbemerkt!

5. Leitlinien für mehr Nachhaltigkeit

Mut zum regionalen Selbstbewusstsein (Hohe Tauern, Vulkanland, Auerbergland, Impulsregion Steinbach)

Mut zur Nachhaltigkeit als Markenzeichen (Zielgruppen)!

Bestehende Stärken weiter ausbauen

In sich schlüssige Darstellung der Region nach außen

Regionale Zusammenarbeit statt Einzelkampf der Gemeinden

Vorbereitung für das Leader-Projekt kann Zusammenarbeit stärken

Appell an Politiker und Fachleute:

der Bevölkerung Sachverstand zutrauen als

Grundlage für die aktive Bürgergesellschaft

kann vom Gegeneinander zum Miteinander führen

Vom Verwalten zum Gestalten! – Rollenwechsel beim AZV