

Konzept - Referat „Fremdenverkehrsperspektiven am Chiemsee“ anlässlich der 12. Chiemseekonferenz am 18.11.2004 in Übersee

Sehr geehrte Frau Staatssekretärin,
meine sehr verehrten Damen und Herren,

nach der Einladung zur 12. Chiemseekonferenz soll bzw. darf ich ein Referat mit dem Titel „Fremdenverkehrsperspektiven am Chiemsee“ halten.

Schon der Name „Fremdenverkehr“, der vom Vorsitzenden, Bürgermeister Hoffmann, bewusst so gewählt wurde, ich habe darüber mit ihm gesprochen, kann diskutiert werden. Der Gast soll sich bei uns ja nicht als „Fremder“ fühlen, deshalb nicht „Fremdenverkehr“, sondern „Tourismus“, wobei die Schweiz z.B. im Marketing vom „Tourismus“ wieder zum „Fremdenverkehr“ zurück gekommen ist. Diese Spielereien aber nur nebenbei.

Wenn man Perspektiven aufzeigen soll, ist vorher eine kurze Ist-Beschreibung unerlässlich.

Das Gebiet der Chiemsee KG umfasst 19 Gemeinden. Es kommen in dieses Gebiet jährlich 450.000 Gäste, das bedeutet wiederum rund 2,5 Mio. Übernachtungen. Die Übernachtungszahlen sind in den letzten Jahren leider rückläufig, zur Zeit ca. 5,5 % weniger Übernachtungen als im Vorjahr.

Wenn man die gesamttouristische Wertschöpfung in unserem Gebiet betrachtet, so kommt der Tourismus auf rund 220 Mio. € jährlich. Davon entfallen ca. 160 Mio. € auf den Übernachtungs-Tourismus und ca. 60 Mio. € auf Tagesbesucher.

Wenn man dazu weiß, dass, hoch gerechnet auf Vollzeitkräfte, 4.300 Personen direkt in Tourismusbetrieben beschäftigt sind, sagt dies schon einiges über die Wichtigkeit dieses Wirtschaftszweiges in unseren Gemeinden aus.

Was können wir am Tourismusgeschehen beobachten?

- Urlaube werden immer kürzer, der Trend zum Zweit- oder Dritturlaub wird immer größer
- Urlaubsentscheidungen fallen immer kurzfristiger
- Das Ausgabeverhalten im Urlaub fällt,
- das Anspruchsniveau hingegen steigt ständig an - der Gast ist König
- Schwache Konjunkturdaten wirken sich negativ auf die Übernachtungszahlen aus
- Die Sorge um Arbeitsplätze schlägt durch
- Der Tourismus wird mehr und mehr internationaler
- Die internationale Reisebranche führt zum Teil einen ruinösen Wettbewerb
- Die weltweiten politischen Spannungsfelder bringen dem Urlaub in Deutschland Rückenwind - nur nutzen wir dies noch viel zu wenig.
- Das Internet wird zunehmend das Informations- und künftig auch Reservierungsmedium unserer Zeit.

Was haben wir als Tourismusverantwortliche in den letzten Jahren unternommen, um touristisch auch in Zukunft konkurrenzfähig zu bleiben?

Aus Zeitgründen kann ich hier nur einige beispielhafte Maßnahmen nennen.

- Wir haben die privatrechtlich organisierte Chiemsee Tourismus KG gegründet
- Wir haben eine umfangreiche Bestandsaufnahme des Tourismus durch führen lassen und ein Tourismusedwicklungskonzept erstellt
- Eine neue Geschäftsstelle in Bernau wurde eröffnet
- Bewährt hat sich unser Chiemsee-Call-Center, auch als zentrale Anlaufstelle für alle Gemeinden außerhalb deren Öffnungszeiten
- Wir haben uns für ein einheitliches Erscheinungsbild für den werblichen Auftritt des Chiemsees und seiner Mitgliedsorte bemüht, haben einheitliche Beschilderungen durch geführt, haben bei unserer Tourismus KG nun 7 renommierte private Gesellschafter, die ausgezeichnet mitarbeiten
- Im Jahre 2003 hat sich mit Marquartstein eine weitere Gemeinde unserer Tourismusgemeinschaft angeschlossen
- Ein großes Augenmerk legten wir jeweils auf unsere Internetpräsentation. Wir wurden hierfür auch mehrfach bundesweit ausgezeichnet
- Wir geben ein gemeinsames Gastgeberverzeichnis - Ferienjournal Chiemsee – heraus
- Eine Image-Broschüre ist derzeit in Bearbeitung
- Weitere Veröffentlichungen wie beispielsweise einheitliche Veranstaltungskalender sind zwischenzeitlich eine Selbstverständlichkeit
- Wir führen einen zentralen Prospektversand durch - hier werden Mehrfachbestellungen vermieden - Einsparung von Portokosten
- Unser Informations- und Reservierungssystem, welches die gesamte Region 18 umfasst, geht derzeit in Betrieb. Wir haben das in die Wege geleitet. Es handelt sich um 80 Fremdenverkehrsorte mit 8,3 Mio. gewerblichen Übernachtungen
- Stark beteiligen wir uns am Rosenheimer Bauernherbst und in unserem Hatzhof ist das DSV Nordic-Walking-Ausbildungszentrum Bayern entstanden
- Sehr wichtig erscheint mir auch die Zusammenarbeit mit dem Chiemgau-Verband. Hier haben wir eine sehr enge Kooperation, vor allem mit den bekannten Orten wie Reit im Winkl, Ruhpolding und Inzell. Auch diese Orte wollen mit der Marke „Chiemsee“ werben und auch uns kommt die Bekanntheit dieser Wintersportorte sehr zu gute. Wir wollen mit der Marke „Chiemsee-Chiemgau“ werben.

Was haben wir nun für Fremdenverkehrsperspektiven?

Ich glaube, wir haben gute Chancen, auf dem nationalen und internationalen Tourismusmarkt bestehen zu können. Der Ausgangspunkt ist gut, nur wir müssen, und das wird sich wie ein roter Faden durch meine weiteren Ausführungen ziehen, die Gäste, die zu uns kommen, auch wollen. Ganz einfach ausgedrückt: Wir müssen den Gast mögen und das muss er auch merken. Unser manchmal barocker bayerischer Charme darf dabei kein Hindernis sein.

Meine Damen und Herren,
hier sind wir alle gefordert. Hierzu gehört die Freundlichkeit in den Tourismus- und Dienstleistungsbetrieben, die man einfach voraus setzen muss, hierzu gehört auch die Freundlichkeit unserer Bevölkerung. Hier können einzelne enorme Schäden anrichten. Freundlichkeit ist die beste Werbung und vor allem, sie kostet nichts. Wir müssen unserer Bevölkerung, die es gewohnt ist, viele touristische Infrastruktureinrichtungen zu nutzen, was wir natürlich auch gerne sehen, immer wieder vermitteln, dass wir uns viele Dinge einfach nur durch den Tourismus leisten können.

Den großen Teil unserer Bevölkerung als Befürworter und Förderer des Tourismus zu gewinnen, erscheint mir eine vordringliche Aufgabe.

Was ist für die Zukunft wichtig?

- Die Bündelung der touristischen Kräfte, wo immer es Sinn macht
- Die zum Teil noch bestehende Kirchturmpolitik noch mehr abbauen. Nicht jede Gemeinde kann ein Hallenbad betreiben, um nur einen Punkt zu nennen.
- Wir brauchen ein hochwertigeres Beherbergungsangebot, einige größere Hotels in unserem Bereich fehlen. Hier darf ich die Aussage von Herrn Professor Pietrusky, der unser Chiemsee-Entwicklungskonzept erstellt hat, zitieren: „Ein hochwertiges Beherbergungsangebot ist das beste Schlechtwetterprogramm“. Nachdem es bei uns auch manchmal regnet, ist dem wohl nichts hinzu zu fügen.
- Notwendig ist eine Stärkung und Qualitätssicherung im gastronomischen Bereich. Der Gast erwartet das bayerische Wirtshaus. Das Gasthaus Feldwies, wo wir uns heute befinden, ist ein sehr gutes Beispiel für ein gelungenes Angebot.
- Bemängelt wird oft, und das ist auch durch Umfrageergebnisse belegt, dass das Preis-Leistungsverhältnis in unserer Region manchmal nicht stimmt
- Die Destination des Chiemsees - Marke Chiemsee - muss im Marketing noch mehr in den Vordergrund gestellt werden
- Die herausragende Landschaft, die ideale Kombination zwischen Seen und Bergen muss als Grundlage des Tourismus erhalten bleiben.
- Eine hohe Umweltqualität spielt in der Entscheidung, ob ich mich für eine Urlaubsregion oder dagegen entscheide, eine immer größere Rolle
- Wir müssen Marketingschwerpunkte auf das Naturerlebnis setzen, z.B. Natur auf der Spur - Achendelta sind sehr erfolgreiche Angebote
- Kulturerlebnis, Familienurlaub - Urlaub auf dem Bauernhof, Sport, Wellness und Gesundheit sind wichtige Faktoren, die es noch auszubauen gilt. Der Gesundheitstourismus ist ein riesiger Markt. Es würde den Rahmen meiner Ausführungen sprengen, hierüber zu berichten. Das Thema wird uns jedoch in Zukunft intensiv beschäftigen.
- Auf dem Gebiet der Wellness und der Gesundheit ist das bestehende Angebot der Chiemsee-Region bisher noch nicht gebündelt und gemeinsam vermarktet. Hier gibt es viel zu tun.
- Auf dem Gebiet der Kultur sind erste, sehr erfolgreiche Schritte eingeleitet. Die Werbemittel „Chiemsee-News“ oder „Momente“ weisen auf die zahlreichen Veranstaltungen ausgezeichnet hin.
- Es wird wichtig, neue Angebote zur Saisonverlängerung auf zu bauen. Hier ist Kreativität einerseits und die Mitwirkung des Beherbergungsgewerbes mit attraktiven Preisen andererseits notwendig. Wir wollen jedoch dem Motto „Geiz ist geil“ nicht nach eifern.

- Das bayerische Brauchtum gehört ganz wesentlich zu einem Urlaub in Bayern und am Chiemsee. Die Pflege des Brauchtums in den Gemeinden und Vereinen ist deshalb von außerordentlicher Wichtigkeit.
- Sehr wichtig erscheint mir auch die Erkenntnis, dass die derzeitige Situation im Bayern-Tourismus zeigt, dass Zuwachsraten fast ausschließlich über den Auslandstourismus zu erzielen sind. Die dauerhafte Bearbeitung und Pflege der wichtigsten Auslandsmärkte sind deshalb auch für unsere Region wichtig.
- Eine Tourismusregion kommt ohne sogenannte „Highlights“ nicht aus. Schloss Herrenchiemsee, die Inseln, der See, die Berge sind solche natürlichen Highlights. Trotzdem soll und muss daran gearbeitet werden, weitere touristische Anziehungspunkte mit überregionaler Bedeutung zu etablieren. Die Seebühne ist ein ausgezeichnetes Beispiel hierfür. Auch die geplante Saunalandschaft in Prien wäre für unsere Region von größter touristischer Wichtigkeit.
- Der Chiemsee - Chiemgau steht im internationalen Tourismuswettbewerb; je professioneller wir agieren, desto besser können wir mit halten.

Die Grundvoraussetzungen von unserer Seite, glaube ich, sind geschaffen bzw. wir haben die Probleme erkannt, wir sind gut positioniert.

Eine Reihe von Punkten übersteigt aber die Möglichkeiten der Gemeinden in diesem Raum. Hier ist, und ich finde das auch legitim, der Ruf nach dem Staat gerechtfertigt. Auf die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus bin ich bereits eingegangen.

Wir brauchen

- gute Rahmenbedingungen
 - ein Steuerrecht, damit wir international einfach annähernd gleiche Bedingungen haben
 - Sicherheiten, dass z.B. die Seebühne auch weiterhin genehmigt wird
 - Wir brauchen Mittel für einen besseren öffentlichen Personennahverkehr und, und das ist für mich einer der wichtigsten Punkte, damit wir auch in Zukunft bestehen können, wir brauchen Mittel bzw. der Staat muss sie für seine Behörden zur Verfügung stellen, damit die Verkehrsprobleme, die in fast allen Mitgliedsgemeinden bestehen, bewältigt werden können. Staus und Verkehrslärm haben viele Gäste zuhause. Bei uns erwarten sie Ruhe. Wir haben, und das wird von vielen Gästen und zurecht von vielen Hoteliers beanstandet, zum Teil Straßen, die in der Baulast des Staates liegen, die, ich überziehe ein wenig, aber nur ein wenig, die Qualität von zentralafrikanischen Verkehrswegen haben. Die Bundesautobahn von Rosenheim bis Bernau gehört auch zu den Glanzstücken. Eine Wegebeschreibung von Hamburg zum Chiemsee: „Sie fahren immer in Richtung Süden. Im Bereich, wo die Autobahn am schlechtesten ist, suchen Sie Ihre Ausfahrt...“. Hiermit sollten wir nicht zufrieden sein. Unser Anspruch muss höher sein. Hier erwarten wir eine schnelle Abhilfe. Ein Straßenbauprogramm „Aufbau West“, in welchem auch neue Ortsumgehungen Platz finden, täte gut, auch der Bauwirtschaft.
- Ein ausgeglichener Bayerischer Staatshaushalt 2006 mag zwar manchen persönlichen Ehrgeiz befriedigen, wirtschaftlich bringt er uns jedoch weiter ins Hintertreffen. Es ist einfach der falsche Weg.

Zusammenfassend darf ich fest halten:

Wir haben gute Chancen, auch in Zukunft bestehen zu können, wenn wir gemeinsam den Gast haben wollen, und das auch zeigen, wenn wir unser Gebiet gemeinsam gut vermarkten und eigene Interessen manchmal etwas zurück stellen, wenn wir von Seiten des Staates ernst genommen werden – die Folge wäre, uns gute Rahmenbedingungen zu geben, wenn wir unser gutes Landschaftsbild, unser wichtigstes Gut, auch weiterhin erhalten.

Meine Damen und Herren,
viel Arbeit liegt vor uns. Mit Optimismus und Selbstvertrauen sollten wir an die bevorstehenden Aufgaben heran gehen. Fleiß, Ehrlichkeit, Ideenreichtum und Gemeinschaftssinn sollten dabei unsere Wegbegleiter sein.