



Chiemsee-Alpenland Tourismus: Verbandsausschuss diskutiert über Tourismus und Lösungen zur Besucherstromlenkung

Chiemsee-Alpenland (Januar 2021) – Konflikte zwischen Einheimischen und Tagesgästen führten bereits im Sommer zu Problemen in einigen Gemeinden der Urlaubsregion Chiemsee-Alpenland. Aus diesem Grund hat Verbandsausschussvorsitzender und Bad Feilnbachs Bürgermeister Anton Wallner nun mit seinen Bürgermeisterkollegen Vorschläge des Chiemsee-Alpenland Tourismusverbandes (CAT) diskutiert und den Bedürfnissen vor Ort angepasst. Mit Sensibilisierungsmaßnahmen, crossmedialen Kampagnen, Informationsangeboten und Apellen fördert der Tourismusverband Chiemsee-Alpenland bereits seit Sommer ein gutes Miteinander und gegenseitigen Respekt. „Dieser Ansatz wird nun weiter ausgebaut“, so Wallner.

Die Bedürfnisse von Einheimischen und Naturschutz werden sich stark auf die künftige touristische Entwicklung der Kommunen auswirken. Neben kurzfristigen und schnell wirksamen Maßnahmen vor Ort, kann die Digitalisierung gerade bei der Besucherstromlenkung entscheidende Ansätze liefern. Die Kommunen im Chiemsee-Alpenland arbeiten aktuell daher mit Hochdruck an Lösungen z.B. mit digitalen Diensten beim Parken oder Pilotprojekten mit dem Zweckverband Kommunales Dienstleistungszentrum Oberland. „Auch der Gesetzgeber muss in bestimmten Bereichen noch besser auf uns eingehen“, so Wallner. Grenzübergreifend werden zudem Mobilitätskonzepte ausgearbeitet. „Zusammen werden wir alle Möglichkeiten nutzen, um das respektvolle Miteinander in Lebens- und Freizeiträumen zu koordinieren und trotzdem als attraktive Urlaubsdestination zu werben“, so Wallner.

„Die durch fehlende Reisemöglichkeiten und dem Fokus auf Urlaub in Deutschland entstandene Situation versuchen wir bereits seit dem Sommer mit konkreten Maßnahmen zur Sensibilisierung, Aufklärung und Kommunikation zu entschärfen“, so CAT-Geschäftsführerin Christina Pfaffinger. Aktuell ergänzt CAT dies durch winterspezifische Plakate und Social Media Kampagnen zu Verhaltenstipps. Zudem wird die Werbung stark auf den Übernachtungsgast fokussiert und intensiv auf sensible Bereiche Rücksicht genommen. Mit den Planungen für den kommenden Sommer will der Verband den unterschiedlichen Anforderungen von Gästen und Einheimischen sowie Kommunen und Leistungsträger gerecht werden. Verbandsübergreifend werden zudem Schilder und Banner für voraussichtliche Hotspots vorbereitet.

Aktuell beschäftigt sich der Tourismusverband auch mit den Auswirkungen auf das Reiseverhalten während und nach der Pandemie sowie mit den entsprechenden Werbemaßnahmen und Kommunikationsstrategien. „Das Bedürfnis zu reisen, wird auch nach der Krise bestehen und sich noch verstärken“, da ist sich CAT- Geschäftsführerin Christina Pfaffinger sicher. Ändern werden sich aber Reisemotive und -bedürfnisse.

Nachhaltigkeit, Regionalität, Sicherheit, sinnhafte und naturnahe Erlebnisse stehen bereits hoch im Kurs und werden noch mehr in den Vordergrund rücken. Der Wunsch nach Unterbringung in kleineren Einheiten, längeren Aufenthaltszeiten und authentischen Angeboten ist seit der Pandemie um ein Vielfaches gestiegen.

„Urlauber wollen auch künftig mit gutem Gewissen und einem sicheren Gefühl reisen. Alles Themen mit denen die Region Chiemsee-Alpenland punkten kann und die somit auch im Zentrum unserer künftigen touristischen Ausrichtung stehen werden“, so Wallner abschließend.

Bild: Collage aus Verhaltenstipps-Titeln von CAT als Beispiel



Patrizia Scravaglieri
Marketing Presse / Öffentlichkeitsarbeit
Chiemsee-Alpenland Tourismus GmbH & Co. KG
Felden 10
83233 Bernau a. Chiemsee
Tel. 08051 96555-46
Fax 08051 96555-45
scravaglieri@chiemsee-alpenland.de
www.chiemsee-alpenland.de