

Quelle: Traunsteiner Tagblatt vom 28.01.2010

## »Weniger Kirchturm – mehr Region« für Bayerns Lächeln

**Erste Erfolge zeigt das neue Konzept des Vereins Chiemgau Tourismus. Die Region hat für ihre Werbung jetzt ein einheitliches Erscheinungsbild. Innovative Werbewege, etwa mit Kinowerbung, wurden besprochen. Das berichtete Geschäftsführer Michael Lücke in der jüngsten Sitzung des Kreisausschusses. Gleichzeitig gab das Gremium die Jahresmittel von einer Million Euro, im Oktober 2008 vom Kreistag einstimmig beschlossen, für 2010 frei. Der Zahlungsplan sieht 300 000 Euro im Januar, 400 000 Euro im April und 200 000 Euro im Juli vor. Den Rest – Zuschüsse, die der Landkreis direkt an bestimmte Empfänger wie die Organisation »Urlaub auf dem Bauernhof« auszahlt, sowie dem Landratsamt entstandene Unkosten werden von der Million abgezogen – erhält der Verein im November 2010.**

Lücke beleuchtete die Ausgangsbasis im Fremdenverkehr, das zwischenzeitlich Erreichte und die künftige Entwicklung. In der Vergangenheit gingen die Gästezahlen zurück. Bis 2008 gab es keine gemeinsame Marke, dazu eine »relativ geringe Wahrnehmung der Destination Chiemgau aus Gästesicht«. 2009 verlor Bayern weiter an Gästen. »Daraus ergibt sich Handlungsbedarf bei Produkt und Qualität«, so der Geschäftsführer. Ein wichtiger Schritt sei im September 2009 die Marke »Chiemgau – Bayerns Lächeln« gewesen. Sie präge jetzt sämtliche Kataloge im Chiemgau. Das bedeute: »Jeder wirbt für Jeden. Das ist auch ein Stück neues Denken.« Als Hauptzielgruppe nannte Lücke Familien und die »Generation 55 Plus«. Lückes Fazit: »Wir haben eine neue Wahrnehmung auf dem Touristikmarkt erzielt.« In den neuen Katalogen seien verschiedene Themen, Lebensfreude und Lifestyle im Chiemgau dargestellt. Man habe neben einem Hörfunkspot einen Imagefilm produziert. Eine Kurzfassung davon laufe aktuell in großen Kinos in Deutschland. Zusätzlich können Interessierte Infomaterial an der Kinokasse bekommen. Unter den weiteren Maßnahmen sei die Kooperation mit der Bayern Tourismus GmbH, eine große Mailingaktion, Werbung in Intercity-Zugbegleitheften und der neu gestaltete Internetauftritt. Bereits fertig sei die Konzeption für einen neuen Messestand.

Das personell erweiterte Team des Chiemgau-Tourismus-Vereins sei vom Landratsamt umgezogen in das Gebäude Leonrodstraße 7 in Traunstein. Das Budget betrage 1,6 Millionen Euro pro Jahr. Ein Drittel des Etats fließe in den Verwaltungsbereich, zwei Drittel direkt in Marketingmaßnahmen. Ziele seien eine nachhaltige Stärkung des Chiemgau-Tourismus und die Umkehrung der jahrelangen Minuszahlen. In seinem Ausblick meinte der Touristiker: »Wir sind auf einem sehr guten Weg, der aber noch lange nicht zu Ende ist. Wir brauchen weniger Kirchturm, mehr Region.«

Eine große Diskussion im Kreisausschuss folgte, ausgelöst durch Waltraud Wiesholer-Niederlöhner (SPD). Sie fragte den Geschäftsführer: »Machen Ihre Partner mit, etwa bei mehr Service in Gaststätten und mehr Freundlichkeit in Tourismusbüros?« Sie forderte einen Bericht zur Auswirkung der Mehrwertsteuersenkung für den Hotelbereich und setzte sich auch für »einfachere Unterkünfte für junge Leute mit weniger Geld« ein. Lücke verwies unter anderem auf laufende Seminare für mehr Servicequalität im Tourismus. Bei der Mehrwertsteuer werde man abwarten müssen: »Ich hoffe, es wird investiert.« Landrat Hermann Steinmaßl sprach von »Unfreundlichkeit als jahrzehntelanges Maß der Dinge«. Das werde man nicht sofort ändern können. Jedoch sei der Vorwurf keinesfalls zu verallgemeinern. Darauf bestanden mehrere Kreisräte quer durch alle Fraktionen. Wiesholer-Niederlöhner unterstrich: »Der Landkreis gibt viel Geld für die Tourismusbranche aus. Ich habe gebeten, dass auch andere ihre Hausaufgaben machen.«

Der Landrat brachte in der Debatte seine Vision von einer »eigenen Chiemgau-Zertifizierung« ein – für Lebensmittel bis hin zu Hotels. »Wir brauchen in allen Kategorien eine Qualitätsverbesserung.« Er denke auch daran, wieder ein Investitionsprogramm für Privatvermieter zu entwickeln.

Zuversichtlich in Sachen Mehrwertsteuer gab sich Sepp Hohlweger (Bündnis 90/Die Grünen). Die Mehrwertsteuersenkung gelte nicht nur für Hotels, sondern auch für andere Übernachtungsbetriebe: »Viele werden investieren. Das kommt dem regionalen Handwerk zugute.« Zahlreiche Wortmeldungen galten unterschiedlichsten Aspekten im Fremdenverkehr – von den Zuständen an Bahnhöfen bis zum Erhalt des typischen Landschaftscharakters. Alfons Baumgartner (Bayernpartei) erinnerte: das Zahlungsmittel »Chiemgauer« sei die erfolgreichste Regionalwährung in der Bundesrepublik, strahle damit sehr positiv nach außen – ebenso wie bekannte Musikbands »in Lederhosen«. (kd)