

Christina Indinger

Zukunftsperspektiven einer touristischen Teildestination*

Der Chiemgau jenseits von Alpen und Chiemsee

mit 1 Abbildung und 1 Tabelle

1 Einführung

Die Tourismusdestination Chiemgau verdankt ihre Bekanntheit vor allem den bayerischen Voralpen und dem Chiemsee. Allerdings beziehen sich diese natürlichen und überregional beliebten Attraktionen auf nur zwei von insgesamt vier naturräumlichen Einheiten der Tourismusregion. In der Folge ist die Wahrnehmung der Destination Chiemgau häufig auf ein Teilgebiet reduziert. Entsprechend nehmen diejenigen Regionen eine touristische Schattenstellung ein, die sich jenseits der Tourismusmagnete befinden. Sie stehen vor der großen Herausforderung, sich gegenüber den etablierten Teilregionen zu behaupten.

Aufgrund dieser Situation wurde für die Masterarbeit eine problemorientierte Vorgehensweise gewählt, die zum Ziel hatte, das touristische Potential der im Schatten stehenden Regionen zu bewerten.

Im Hinblick auf die aktuellen Umstrukturierungsprozesse auf tourismuspolitischer Ebene innerhalb der Destination Chiemgau gewinnen die Ergebnisse der durchgeführten Untersuchung zusätzlich an Brisanz.

2 Vorgehensweise

Die interdisziplinäre Vorgehensweise beschränkte sich nicht nur auf eine Analyse touristischer Komponenten, es wurde ein ganzheitlicher Ansatz verfolgt, der die drei Bereiche Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt miteinander verbindet. Dadurch grenzt sich die Untersuchung deutlich von einer reinen Tourismusanalyse ab. Die zentrale Frage der Arbeit lautet, wie die touristischen Probleme des Untersuchungs-

*) Zusammenfassung einer Masterarbeit, die am Institut für Geographie der Universität Erlangen-Nürnberg unter Betreuung von Prof. Dr. W. Bätzing im Jahr 2008 abgeschlossen wurde.

gebietes zu bewerten sind und wie die touristischen Perspektiven des Chiemgaus jenseits der Anziehungspunkte Alpen und Chiemsee gestärkt werden können.

Ein Methodenmix aus Primär- und Sekundärerhebungen bestimmte die empirische Vorgehensweise. Auf Basis von Daten des Statistischen Bundesamtes Deutschlands sowie des Bayerischen Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung wurde eine Analyse der sozioökonomischen Strukturen im Untersuchungsgebiet durchgeführt. Ausgewählte Reiseführer dienten dazu, das touristische Image des Untersuchungsgebietes zu charakterisieren. Bei der Erhebung von primären Daten wurden die Methoden der Beobachtung und Befragung angewandt. Die Beobachtung diente in erster Linie zu einer Beurteilung der Untersuchungsregion hinsichtlich des touristischen Potentials. Zusätzlich wurde eine Verkehrszählung durchgeführt, um den Umfang des Naherholungsverkehrs abzuschätzen. Die bedeutendste Komponente für die Bewertung der touristischen Situation bildeten die insgesamt vierzehn Expertengespräche. Es wurde mit Verantwortlichen nahezu jeder Gemeinde des Untersuchungsgebietes ein Gespräch geführt, mit dem Ziel, die verschiedenen Sichtweisen, Denkansätze und Handlungsvorschläge der Akteure zusammenzutragen und auf dieser Basis sinnvolle Handlungsempfehlungen entwickeln zu können.

3 Das Untersuchungsgebiet

3.1 Lage

Die Kulturlandschaft des Chiemgaus befindet sich im bayerischen Alpenvorland, in der Region Südostoberbayern zwischen den beiden Agglomerationsräumen München und Salzburg. Es verlaufen überregional bedeutsame Verkehrsachsen durch das Gebiet. Da die Entfernung zwischen München und Salzburg circa 150 Kilometer beträgt, ist das Untersuchungsgebiet aufgrund seiner zentrennahen Lage in die Kategorie „Ländliche Räume in der Nähe von Agglomerationen und großräumigen Verkehrsachsen“ einzuordnen (*Akademie für Raumforschung und Landesplanung* 2005: 575). Weite Teile der Landkreise Traunstein im Osten und Rosenheim im Westen umfassen die noch deutlich traditionell geprägte Kulturlandschaft.

Das Untersuchungsgebiet definiert sich in gewisser Weise im negativen Sinne. Es werden die Regionen des Chiemgaus untersucht, die sich nicht innerhalb der Chiemgauer Alpen sowie der Chiemseeregion befinden. Somit beschränkt sich das Gebiet auf den Norden und den Nordosten des Chiemgaus. Die nördliche Grenze des Untersuchungsgebietes fällt mit der nördlichen Grenze der Kulturlandschaft Chiemgau zusammen. Im Osten bilden, aufgrund der tourismuspolitischen Angliederung eines Teils des Rupertiwinkels an den Chiemgau, die Salzach sowie der Landkreis Berchtesgadener Land die Grenze. Im Westen begrenzt der Landkreis Rosenheim das Gebiet. Die südliche Grenze markieren die angrenzenden touri-

stischen Teilregionen „Chiemgauer Alpen“ und „Chiemsee“. Das Untersuchungsgebiet nimmt mit 647,57 km² etwas weniger als die Hälfte des gesamten Chiemgaus (1 779,03 km²) ein (*Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung*).

Landschaftlich gesehen prägt maßgeblich die durch Gletscher entstandene Moränenlandschaft das Untersuchungsgebiet. Im Gegensatz zum übrigen Chiemgau dominieren dementsprechend weiche Landschaftsformen.



Abb. 1: Die Lage des Untersuchungsgebietes (Eigene Darstellung)

Zahlreiche kleine Seen und Flüsse sowie weite landwirtschaftlich genutzte Flächen stellen darüber hinaus die zentralen landschaftlichen Elemente des Gebietes dar.

Trotz der kulturhistorischen Einheit des Chiemgaus erfolgt die Vermarktung als Tourismusdestination nicht ganzheitlich und unter einer Dachorganisation. Touristisch vermarktet wird das Untersuchungsgebiet durch den Chiemgau Tourismus e.V. als zwei von insgesamt vier entsprechend der naturräumlichen Einheiten definierten Teilregionen der Destination (*Chiemgau Tourismus e.V.*): als die Region „Chiemgauer StadtLandSeen“ im Norden sowie die Region „Waginger See/Salzachtal“ im Osten des Untersuchungsgebietes. Allerdings wird die touristische Vermarktung der Destination weiter gefasst, als die kulturhistorischen Grenzen reichen. So schließt die Region „Waginger See/Salzachtal“ noch einen Teil der angrenzenden Kulturlandschaft Rupertiwinkel mit ein, und zwar denjenigen, der sich im Landkreis Traunstein befindet.

Die Region „Waginger See/Salzachtal“ ist die touristisch bekannteste Region des Untersuchungsgebietes. Besonders der Waginger See hat sich früh einen Namen als beliebtes Urlaubsziel gemacht und bildet bis heute den touristischen Mittelpunkt der Region.

Die Region „Chiemgauer StadtLandSeen“ stellt den jüngsten Zusammenschluss der insgesamt vier Urlaubsregionen des Chiemgaus dar. Sie weist weitaus heterogenere Strukturen auf als die Region „Waginger See/Salzachtal“.

3.2 Sozioökonomische Daten des Untersuchungsgebietes

Das Untersuchungsgebiet umfasst sechzehn Gemeinden, die sich allesamt im Landkreis Traunstein befinden. Dabei handelt es sich überwiegend um ländliche Siedlungen, aber auch drei Städte und eine Marktgemeinde sind zu verzeichnen. Zum Jahresende 2007 lebten 81 878 Bewohner im Gebiet (*Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung*).

Die Bevölkerungsentwicklung hat in den letzten Jahrzehnten einen steten Aufwärtstrend zu verzeichnen, der auch noch für die kommenden Jahre bis 2020 zu erwarten ist. Da es sich bei einem großen Teil der Zuwanderungen um Rückwanderer, meist nach der Phase der Haupterwerbstätigkeit, handelt, ist die Gefahr einer zunehmenden Überalterung der Bevölkerung präsent, vor allem da überwiegend jüngere Bevölkerungsgruppen mangels beruflicher Perspektiven und Alternativen das Untersuchungsgebiet verlassen. Die Region hat insgesamt einen Auspendlerüberschuss zu verzeichnen, der vor allem durch die Nähe zu den beiden Agglomerationen München und Salzburg bedingt ist.

Die Wirtschaftsstruktur des Untersuchungsgebietes ist im Vergleich zum gesamten Chiemgau und zu Bayern überproportional stark vom industriellen Sektor geprägt. Das liegt insbesondere an den industriellen Zentren des Landkreises, wie Traunreut, Tacherting oder Fridolfing. Aus diesem Grund lässt sich das Untersuchungsgebiet als Wirtschaftsraum mit geringer Strukturpolitik bezeichnen.

Trotz der Dominanz der Industrie ist das Untersuchungsgebiet aber mit 91,4% Naturfläche (Landwirtschafts-, Wald, und Wasserfläche) ein sehr ländlich geprägter Raum und spricht für eine hohe naturräumliche Attraktivität mit dementsprechend vorhandenem touristischem Potential (*Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung*). Allerdings ist für die nächsten Jahre bis 2020 ein starker Anstieg der Siedlungs- und Verkehrsflächen zu erwarten.

Insgesamt weist das Untersuchungsgebiet drei zentrale Strukturschwächen auf: die Selektivität des Wanderungsverhaltens, die sich vor allem durch die Abwanderung junger Berufstätiger und Auszubildender sowie der Zuwanderung älterer Bevölkerungsgruppen auszeichnet, der deutliche Auspendlerüberschuss in Bezug auf das Pendlerverhalten, sowie die Dominanz des sekundären Sektors innerhalb der Wirtschaftsstruktur. Alle drei Strukturschwächen führen zu einer problematischen wirtschaftlichen Situation.

4 Die touristische Situation

Mit dem Einsetzen des Sommermassentourismus im Alpenraum ab 1955 (BÄTZING 2005: 145) ist auch in nahezu allen Gemeinden des Untersuchungsgebietes ein Ansteigen der Übernachtungszahlen zu verzeichnen.

Im gesamten Chiemgau waren es vor allem die Regionen nahe den Chiemgauer Alpen, die früh einen Massentourismus erfuhren. Im Untersuchungsgebiet setzte der Tourismus ansatzweise zwar ebenfalls zu dieser Zeit ein, allerdings noch nicht in einem vergleichbaren Ausmaß.

Die Blütephase des Tourismus in der Region fand laut Aussagen der befragten Akteure während der 1960er und 1970er Jahre statt. Generell wurde in den Expertengesprächen die aktuelle touristische Situation in den Städten besser bewertet als in den kleinen ländlich geprägten Gemeinden des Untersuchungsgebietes.

Die durchgeführte SWOT-Analyse bildete den Kern der empirischen Untersuchung und diente zur Evaluierung der touristischen Situation. Tabelle 1 stellt die wichtigsten Stärken und Schwächen des Untersuchungsgebietes einander gegenüber.

4.1 Die zentralen Stärken des Untersuchungsgebietes

Aus der geographischen Lage des Untersuchungsgebietes ergibt sich die erste klare Stärke, die eine zentrale Ausgangsbasis für eine erfolgreiche Tourismusdestination, deren Klientel sich aus Urlaubern, Tagesausflüglern und Naherholern zusammensetzt, bildet.

Mit der günstigen Verkehrslage bietet das Untersuchungsgebiet außerdem einen idealen Ausgangspunkt für touristische Unternehmungen in verschiedene

Tab. 1: Stärken und Schwächen des Untersuchungsgebietes

Stärken	Schwächen
<i>Lage und verkehrsgeographische Situation</i>	
+ Zentrale Lage zwischen den Agglomerationen München und Salzburg	- Randlage zu touristisch etablierten Destinationen, z. B. südlicher Chiemgau, Salzburger Seenland
<i>Naturräumliche und kulturräumliche Faktoren</i>	
+ Abwechslungsreiche eiszeitlich geformte Landschaft: Flüsse, Seen, weiche Hügellandschaft	- Fehlende markante naturräumliche Eigenschaften wie im südlichen Chiemgau
<i>Bevölkerung, Wirtschaftsstruktur, Regionalvermarktung</i>	
+ Hoher Stellenwert der Landwirtschaft + Durch große sowie mittelständische Betriebe geprägte Wirtschaftsstruktur + Einklang von Traditionsbewusstsein und Modernität	- Industriestandorte als Attraktivitätsdefizite - Wenig Berücksichtigung des Tourismus als Wirtschaftskraft - Überalterung und Abwanderung der Bevölkerung - Allgemein noch zu geringe Durchsetzungskraft der Regionalprodukte
<i>Das touristische Angebot</i>	
+ Schwerpunkt auf natürlichem Angebot + Sehr gut ausgebautes Fahrrad- und Wanderwegenetz durch die gesamte Region + Viele Badeseen im gesamten Gebiet	- Touristische Schattenstellung im Vergleich zum südlichen Chiemgau - Mangelnde Qualitätsstandards im Beherbergungswesen, vor allem im Privatvermietungssektor - Mangel an diversifizierten Angeboten in den Teilregionen
<i>Die touristische Nachfrage</i>	
+ Drei klassische Tourismusformen vorhanden: Tagestourismus, Naherholung, Urlaubstourismus	- Vor allem die Region „Chiemgauer StadtLandSeen“ ist eine touristische „Durchgangsstation“ - Wetterabhängigkeit und hohe Saisonalität
<i>Regionale Identität/Touristisches Image</i>	
+ Destination Chiemgau als Anziehungspunkt	- Kein klares Image der Teilregionen
<i>Touristische Organisation/Engagement/Umstrukturierung</i>	
+ Starkes Engagement seitens der Fremdenverkehrsvereine und Verkehrsbüros	- Mangelhafte Kooperation zwischen der Kommunalpolitik und den Tourismusverantwortlichen in den Gemeinden

Richtungen, z.B. in die südlichen Chiemgauregionen, nach München, Salzburg, in die Alpen oder nach Norden Richtung Altötting und Passau.

Wie auch der Chiemgau insgesamt, ist das Untersuchungsgebiet von der Geschichte stark geprägt und als authentischer Kulturraum mit einer attraktiven Landschaft präsent. Die Marktgemeinde Waging, häufig als „Wiege Oberbayerns“ bezeichnet, genießt den Status einer sehr geschichtsträchtigen Region. Eine weitere Stärke des Untersuchungsgebietes liegt darin, dass die Region von den großen Touristenströmen des Massentourismus weitgehend verschont geblieben ist und somit die Ursprünglichkeit in einem großen Maße erhalten blieb. So ist die Authentizität der Traditionen und der bäuerlichen Lebensweise noch weitgehend gewahrt. Die vorhandenen naturräumlichen Einheiten sind deutlich zum südlichen Chiemgau abgrenzbar. Das abwechslungsreiche und weiche Relief hat einen ganz eigenen landschaftlichen Reiz.

Aufgrund des ausgeprägten Industrie- und Dienstleistungssektors in der Region besteht keine essentielle Abhängigkeit vom Tourismus. Ökonomisch liegt das Untersuchungsgebiet deshalb auch ohne Einnahmen durch den Tourismus auf einem relativ hohen Niveau, was vor allem auf den sekundären Sektor zurückzuführen ist. Eine Tendenz zu einer wirtschaftlichen Monostruktur besteht nicht.

Ein weiterer positiver Aspekt liegt trotz des Strukturwandels im hohen Stellenwert der Landwirtschaft, sowie der damit verbundenen Vermarktung regionaler Produkte, der im Chiemgau allgemein eine große Bedeutung zukommt. Bayern wird häufig als Paradebeispiel für die Verbindung von Tradition und Moderne beschrieben. Diese Harmonie ist auch im Untersuchungsgebiet durch ein vorhandenes Regionalbewusstsein in Bezug auf die Kulturlandschaft des Chiemgaus in Verbindung mit einer florierenden und diversifizierten Wirtschaftsstruktur zu finden.

Hinsichtlich der Tourismusstruktur liegt die zentrale Stärke in der klaren Abgrenzung zu den stark touristisch überprägten Regionen im Süden des Chiemgaus. Durch die verzögerte touristische Entwicklung und die dadurch bedingte geringere touristische Professionalität herrscht im Untersuchungsgebiet, verglichen mit der Region des Chiemsees oder der Chiemgauer Alpen, eine abweichende Struktur vor. Der Tourismus im Untersuchungsgebiet zeichnet sich vor allem durch eine dezentrale, kleinbetriebliche und sehr persönliche Struktur aus. Der sanfte und weitgehend ursprüngliche Tourismus, der vor allem auf dem vorhandenen natürlichen Angebot aufbaut, bildet die vorherrschende Tourismusform. Wirkliche Erholung und Ruhe abseits des touristischen Trubels, verbunden mit echter bäuerlicher Kultur und Tradition, die noch nicht der Gefahr einer Folklorisierung und Musealisierung ausgesetzt sind, machen die zentralen Elemente aus. Der Urlaub auf dem Bauernhof sowie ein breit ausgebautes Fahrrad- und Wanderwegenetz fügen sich ideal in die sanfte Tourismusstruktur ein und erfreuen sich großer Beliebtheit. Aufgrund des weniger stark ausgeprägten Tourismus im Untersuchungsgebiet ist das Preisniveau niedriger als in den stark touristisch geprägten Zentren des südlichen Chiemgaus. Diese Tatsache stellt eine weitere Stärke dar und ist besonders für junge Familien ein großer Anreiz.

Neben den bereits genannten Stärken, spielt der Chiemgau als gesamte Tourismusdestination ebenfalls eine wichtige Rolle für das Untersuchungsgebiet. Die touristische Attraktivität und das Image des bekannten Chiemgaus übertragen sich auch auf die untersuchten Teilregionen. Des Weiteren ist in Bezug auf die touristische Organisation des Untersuchungsgebietes ein starkes Engagement seitens der Fremdenverkehrsbüros festzustellen, das sich auch in den Gedanken zu den anstehenden Umstrukturierungen niederschlägt.

4.2 Die zentralen Schwächen des Untersuchungsgebietes

Die günstige Verkehrslage des Untersuchungsgebietes bringt auch negative Auswirkungen mit sich. Der Verkehr stellt ein zentrales Problem für die Attraktivität dar. Vor allem in der Region „Chiemgauer StadtLandSeen“ sind die Straßen besonders an Wochenenden und zu Ferienzeiten stark befahren. Auch die bedeutenden Wirtschaftsstandorte der Region um Traunreut und Trostberg fördern eine starke Auslastung der Straßen. Vor allem kleineren Gemeinden droht die Gefahr, durch den Verkehr unattraktiv zu werden. Hinzu kommen der regionseigene touristisch bedingte Verkehr, sowie der allgemeine Straßenverkehr der Bevölkerung. In der Region „Waginger See/Salzachtal“ ist das Verkehrsproblem weniger gravierend.

Trotz der zentralen verkehrsgeographischen Lage befindet sich das Untersuchungsgebiet in einer touristischen Randlage zu den angrenzenden etablierten Tourismusdestinationen des südlichen Chiemgaus sowie des oberösterreichischen Seenlandes.

Bezüglich der natur- und kulturräumlichen Schwächen ist aufzuführen, dass im Untersuchungsgebiet keine vergleichbaren markanten naturräumlichen Eigenschaften vorhanden sind wie im südlichen Chiemgau. Das Landschaftsbild des Untersuchungsgebietes kann als ein ländlicher „Normalfall“ bezeichnet werden. Allerdings kann dieser Nachteil in einen relevanten Vorteil umgewandelt werden. Gerade die Tatsache fehlender markanter Anziehungspunkte in Form von landschaftlichen Attraktionen kann einer punktförmigen massentouristischen Konzentration entgegenwirken und somit eine räumlich dezentrale Tourismusstruktur schaffen.

Innerhalb der Wirtschaftsstruktur liegt die zentrale Schwäche in der unzureichenden Berücksichtigung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor. Womöglich steht diese Einstellung im Zusammenhang mit den Industriestandorten in der Region „Chiemgauer StadtLandSeen“, die sich auf den ersten Blick nicht leicht in das Konzept eines sanften und naturnahen Tourismus einfügen lassen. So lässt sich auch die fehlende Sensibilisierung der Bevölkerung im Hinblick auf den Tourismus erklären.

Hinsichtlich der Wirtschaftskraft der Landwirtschaft ist eine zu geringe Akzeptanz von Regionalprodukten bei der Bevölkerung zu beobachten.

In Bezug auf die touristische Infrastruktur gibt es grundsätzlich zwei große Defizite im Untersuchungsgebiet. Zum einen weist das Beherbergungswesen im

Privatzimmerbereich eine wesentliche Schwäche auf. Das liegt vor allem an der Entwicklung des Tourismus. Zu den Hoch-Zeiten des Tourismus im Rahmen der „Sommerfrische“ begnügten sich die Gäste mit einfachem Komfort. Dazu kommt, dass der Tourismus in Oberbayern sehr erfolgsverwöhnt war. Bis vor circa zwei Jahrzehnten kamen die Touristen von selbst und ohne große Anstrengungen seitens der touristischen Akteure in die Region. So bestand vermeintlich keine Notwendigkeit, die Beherbergungsstätten zeitgemäß zu modernisieren. Heute existieren im Untersuchungsgebiet noch viele Beherbergungsbetriebe, die sehr spartanisch und altmodisch eingerichtet sind und teilweise sogar noch über Etageduschen verfügen. Das Anspruchsniveau der Urlauber ist mit zunehmender Reiseerfahrung und in Folge besserer Vergleichsmöglichkeiten stark angestiegen.

Trotz bereits eingeleiteter Modernisierungs- und Qualitätsmaßnahmen wird weiterhin ein Großteil der Beherbergungsstätten den gestiegenen Qualitätsanforderungen nicht gerecht. Zum anderen kommt hinzu, dass sich ebenso wie das Anspruchsniveau auch das Reiseverhalten der Urlauber geändert hat. Insbesondere der Trend hin zu kurzen und spontanen Reisen führt in Verbindung mit der festgestellten mangelnden Flexibilität der Vermieter zu großen Schwierigkeiten hinsichtlich der Angebotsgestaltung.

Das gastronomische Angebot weist siedlungsstrukturell bedingt eine unregelmäßige Struktur auf. Generell ist die Tendenz zu beobachten, dass das Angebot insgesamt mäßig ist. Zwar existiert in Städten wie Traunreut, Trostberg oder Altenmarkt, sowie in den größeren touristischen Gemeinden wie Waging am See und Obing, ein breites Angebot. Im großen Rest der Gemeinden ist die Gastronomie allerdings sehr spärlich vorhanden.

Die unzureichende Prädikatisierung der Urlaubsorte ist eine der größten Schwächen der Region. Informiert sich der Gast im allgemeinen Urlaubsmagazin des Chiemgau e.V. über die touristischen Teilregionen, so stößt er auf ein großes Ungleichgewicht, was die Prädikatisierung betrifft.

Zu den staatlichen Prädikaten zählen in aufsteigender Güte der Erholungsort, der Luftkurort, der Kneippkurort sowie das Heilbad. In der Region „Waginger See/Salzachtal“ ist Waging am See als Luftkurort, die übrigen Orte bis auf die Gemeinde Wonneberg als Erholungsorte prädikatisiert. Innerhalb der Region „Chiemgauer StadtLandSeen“ existiert kein Urlaubsort mit Prädikat. Das liegt zum Teil möglicherweise daran, dass sich die Region „Chiemgauer StadtLandSeen“ als letzte Region im Chiemgau erst vor etwa zwei Jahren touristisch zusammengeschlossen hat. Die Prädikate der Urlaubsorte stellen für den Gast allerdings eine erste Orientierung dar. In der Folge wird die Region im direkten Vergleich mit den übrigen Chiemgaugemeinden, die nahezu alle prädikatisiert sind, in ein negatives Licht gerückt.

Die touristische Nachfrage im Untersuchungsgebiet weist eine überaus homogene Struktur auf. Vorwiegend Familien und Senioren bereisen das Untersuchungsgebiet. Andere Zielgruppen sind wenig zu verzeichnen. Im Vergleich zum übrigen Chiemgau ist der Anteil an internationalen Touristen gering. In der Region „Waginger

See/Salzachtal“ konzentriert sich der Tourismus vorwiegend auf die Gemeinde Waging, die dadurch in der Sommersaison an ihre Belastungsgrenzen stößt. Auf der anderen Seite dienen die Gemeinden der Region „Chiemgauer StadtLandSeen“ vielen Touristen lediglich als Durchgangsstation. Der kurzen Aufenthaltsdauer der Durchgangsreisenden entsprechend, ist die Wertschöpfung niedrig.

Hinzu kommt eine einseitige Blickrichtung der Bevölkerung Richtung Süden, sowohl in Bezug auf die Identifikation mit dem Chiemgau, als auch im Hinblick auf die Freizeitgestaltung Einheimischer (*Region aktiv Chiemgau-Inn-Salzach e. V. 2004: 4*). Die Bevölkerung im Norden identifiziert sich leichter mit dem südlichen Chiemgau als umgekehrt, genauso wie im Norden des Untersuchungsgebietes häufig mit Attraktionen des Südens geworben wird.

Auch hinsichtlich der Werbung, dem Image und der Marketingstrategie sind große Schwächen vorzufinden. Dabei bezieht sich die erste Schwäche auf die fehlende Präsenz hinsichtlich der Benennungen der touristischen Teilregionen. Insbesondere der Begriff „Chiemgauer StadtLandSeen“ ist überregional kaum bekannt. Im Fall der Region „Waginger See/Salzachtal“ gründet das Problem darin, dass ein Großteil der einheimischen Bevölkerung ihre Region als Teil der Kulturlandschaft Rupertiwinkel bezeichnet. In keinem der analysierten Reiseführer lassen sich die Namen der vom Chiemgau Tourismus e.V. definierten Teilregionen des Untersuchungsgebietes finden. Zudem wird das Gebiet selbst nur sporadisch beschrieben. Somit bietet sich für potentielle Touristen kaum eine Chance, die beiden Regionen als Teildestinationen wahrzunehmen.

Eine weitere große Schwäche liegt in der unzureichenden und ungenauen Bewerbung des Untersuchungsgebietes. Versuche, sich touristisch abzuheben, gehen teilweise so weit, dass die Werbung nicht den Tatsachen entspricht.

Die Markenbildung der Teilregionen war bisher vor allem aus zwei Gründen nicht erfolgreich. Zum einen fehlen im Untersuchungsgebiet gegenwärtige touristische Leitbilder, die wiederum das noch nicht eindeutige Image definieren würden. Zum anderen trägt eine nicht vorhandene Diversität der Angebote in den Teilregionen zum Fehlen eines Profils bei. Die Region „Chiemgauer StadtLandSeen“ ist aktuell touristisch noch zu wenig präsent und bildet das touristische Schlusslicht des Chiemgaus.

Auf die Tourismusdestination Chiemgau bezogen, liegt das Untersuchungsgebiet, wie eingangs erwähnt, im touristischen „Schatten“. Dies könnte als ein Grund für das allgemein beobachtete sehr geringe touristische Engagement auf politischer Ebene gewertet werden. Seitens der touristischen Akteure herrscht eine unzureichende Kooperationsarbeit, besonders zwischen Gemeinde und Fremdenverkehrsamt, aber auch zwischen den Vermietern einer Gemeinde. Des Weiteren überraschte stellenweise eine große Unkenntnis seitens politischer Akteure über die aktuelle touristische Lage und Struktur in der eigenen Gemeinde.

4.3 Welche Alleinstellungsmerkmale machen das Untersuchungsgebiet einzigartig?

Damit sich eine touristische Destination von anderen Tourismusegebieten abgrenzen und als wettbewerbsfähige Einheit positionieren kann, sind Alleinstellungsmerkmale eine wichtige Voraussetzung. Durch die intensive Beschäftigung mit dem Untersuchungsgebiet konnten drei zentrale Merkmale herausgearbeitet werden, die das Untersuchungsgebiet von den südlichen und bekannteren Teilregionen des Chiemgaus abheben. Alle drei Alleinstellungsmerkmale resultieren aus der Tatsache, dass das Untersuchungsgebiet insgesamt zwar einen ländlichen aber touristisch wenig geprägten Teilraum der Destination Chiemgau darstellt.

Das erste Alleinstellungsmerkmal bezieht sich auf die Landschaft des Untersuchungsgebietes. Die weiche und weitläufige Hügellandschaft stellt das Landschaftskriterium dar, das als Alleinstellungsmerkmal in Abgrenzung zu den landschaftlich attraktionsreichen südlichen Regionen gewertet werden kann. Wie in der Stärken-Schwächen-Analyse bereits herausgearbeitet, hebt sich das Untersuchungsgebiet gerade mit dem Fehlen einer naturräumlichen Besonderheit von den südlichen Regionen ab. Touristenströme, die durch markante landschaftliche Attraktionen angezogen werden, sind im Untersuchungsgebiet deshalb nicht vorzufinden.

Das zweite Alleinstellungsmerkmal ist die Lage des Untersuchungsgebietes und die damit verbundene kulturelle Vergangenheit, die sich von der der südlichen Regionen des Chiemgaus unterscheidet. Sehr früh entstanden hier bedeutende Städte. Die Inn-Salzach-Städte entwickelten sich als Folge regen Handelsverkehrs und prägten ein neues städtebauliches Erscheinungsbild, das innerhalb des Chiemgaus in dieser konzentrierten Form nur im Untersuchungsgebiet zu finden ist. Charakteristisch sind die weiten, lang gezogenen Plätze, an deren Seiten sich prachtvolle Häuser reihen. Die Wurzeln des Südens sind im Stil erkennbar. Zusätzlich zu den städtebaulichen Besonderheiten ist innerhalb der ländlichen Siedlungsweise eine große Anzahl eindrucksvoller Drei- und Viertkanthöfe für das Untersuchungsgebiet charakteristisch. Durch die Bewahrung vor massentouristischen Entwicklungen ist die bäuerliche Kultur und Lebensweise, sowie das Leben von Brauchtum und Tradition im Untersuchungsgebiet in deutlich geringerem Maße Tendenzen einer Inszenierung unterworfen, als im Süden des Chiemgaus, wo Scharen von Touristen z.B. einen Almatrieb begleiten oder Dorfprozessionen verfolgen.

Das niedrige Preisniveau, das besonders im Beherbergungswesen anzutreffen ist, stellt das dritte zentrale Alleinstellungsmerkmal des Untersuchungsgebietes dar. Dies ist ebenfalls ein Resultat der geringen touristischen Erschließung.

Mittels der aufgezählten Alleinstellungsmerkmale ergibt sich ein Bild des Untersuchungsgebietes, das sich wesentlich von den stark touristisch geprägten südlichen Regionen des Chiemgaus unterscheidet. Nun liegt es daran, die Alleinstellungsmerkmale wahrzunehmen und mit Ihnen zu arbeiten.

5 Zusammenfassende Bewertung

Die aktuelle touristische Situation im Untersuchungsgebiet kann nicht für beide Teilregionen gleich bewertet werden. Dennoch lässt sich aus den erhobenen Daten, sowie der Auswertung der geführten Gespräche, ein Profil für das Untersuchungsgebiet ableiten, anhand dessen Ansatzpunkte für die Bewertung der touristischen Zukunft gebildet werden können.

Der Tourismus im Untersuchungsgebiet wird vorwiegend von einem hohen Anteil von Privatvermietern getragen und ist in kleinbetrieblicher Struktur organisiert. Betrachtet man das touristische Angebot, sowie die natur- und kulturräumlichen Eigenschaften, stellt das Untersuchungsgebiet insgesamt eine Region mit einem reichhaltigen natürlichen Angebot dar. In Bezug auf das abgeleitete touristische Angebot ist die Situation, insbesondere im Hinblick auf die Beherbergungsstruktur, als verbesserungsbedürftig zu bewerten.

Das zentrale Problem des Untersuchungsgebietes liegt zum einen in der unzureichenden Bewerbung als wertvoller Komplementärraum innerhalb der Destination Chiemgau. Die Ausgangsthese, dass das Untersuchungsgebiet im Schatten der südlichen Regionen des Chiemgaus steht, kann daher bestätigt werden.

Zudem sind die touristische Nachfrage, das Engagement der Bevölkerung und der Tourismusakteure, sowie die Organisation des Tourismus im Untersuchungsgebiet als negativ zu bewerten.

In Bezug auf die touristische Organisation ist eine Professionalisierung des Tourismus, wie im südlichen Chiemgau, im Untersuchungsgebiet nicht zu beobachten. Dies liegt unter anderem darin begründet, dass das moderne Tourismusmarketing im Chiemgau insgesamt erst sehr spät, vor 20-25 Jahren, einsetzte und der touristische Schwerpunkt innerhalb der Destination von Beginn an auf den südlichen Teilregionen lag. Offen bleibt zunächst, welchen Effekt die aktuell anstehenden Umstrukturierungsmaßnahmen auf die Professionalisierung des Tourismus im Untersuchungsgebiet haben werden.

Das Untersuchungsgebiet wurde von den befragten Akteuren als Ergänzungsraum innerhalb der Destination Chiemgau bezeichnet. Allerdings hat sich in den Gesprächen der Eindruck aufgetan, dass sich diese Bezeichnung vielmehr unfreiwillig, aufgrund des Fehlens eines eigenen touristischen Profils, durchgesetzt hat. Diese Bezeichnung hebt jedoch nicht die Unterschiede und einzigartigen Merkmale des Untersuchungsgebietes hervor, sondern stellt eine Unterbewertung des Untersuchungsgebietes dar, die die Gefahr einer Lethargie bezüglich des Tourismus birgt.

Die bedeutendsten Schwächen liegen demzufolge in der touristischen Organisation und dem mangelnden Engagement der Bevölkerung. Es ist zu beobachten, dass sich der Gedanke einer sinnvollen und somit ertragreichen touristischen Zusammenarbeit innerhalb der Gemeinden und insbesondere auch innerhalb der Teilregion „Chiemgauer StadtLandSeen“ noch nicht in den Köpfen der Akteure und der Bürger festgesetzt hat. Eine kleine Anzahl touristisch stark engagierter

Akteure steht einer breiten Masse teilnahmsloser Akteure gegenüber. Das Gravierende an der Situation ist, dass tendenziell die einflussreicheren Akteure das geringere touristische Engagement aufweisen.

Die aktuelle touristische Situation ist in Anbetracht der Bedeutung eines Engagements aller beteiligten Akteure und einer aktiven Kooperationsbereitschaft insgesamt als negativ zu bewerten.

Dennoch weist das Untersuchungsgebiet ein enormes touristisches Potential auf. Die Zukunftsperspektiven des Untersuchungsgebietes hängen dementsprechend davon ab, inwieweit die vorhandenen Stärken und Schwächen erkannt, die Chancen genutzt und Risiken vermieden werden.

Daraus ergeben sich ein positives sowie ein negatives Szenario. Beiden Szenarien ist gemein, dass sie aus einer Verkettung voneinander abhängiger Entwicklungen bestehen.

Werden die Chancen genutzt, so kann sich das Untersuchungsgebiet als Komplementärraum zum stark touristisch geprägten Süden abheben und sich mit einem individuellen touristischen Angebot positionieren. Die Etablierung eines sanften und ganzheitlichen Tourismus vermag einen wesentlichen Beitrag zu einer umfassenden und endogen geprägten Regionalentwicklung leisten. Mit dieser Form des Tourismus kann die Bedeutung der Landwirtschaft erhalten bleiben, der eine wichtige Funktion für die Pflege und Erhaltung der Kulturlandschaft zukommt. Ein etablierter Tourismus im Untersuchungsgebiet kann zudem erheblich zu einer stabilen wirtschaftlichen Situation beitragen. Die wirtschaftliche Attraktivität des Raumes verringert wiederum Abwanderungstendenzen der Bevölkerung und kann eine Festigung der regionalen Identität fördern. Durch die Sensibilisierung der Bevölkerung im Hinblick auf ihre einzigartige Region entwickelt sich darüber hinaus ein gestärktes Umweltbewusstsein. All diese Komponenten tragen in ihrer Gesamtheit zu einer nachhaltigen Regionalentwicklung bei.

Die aktuelle touristische Situation kann jedoch bei Untätigkeit seitens der Verantwortlichen auch negative Entwicklungen nach sich ziehen. Wird die Bevölkerung nicht in das touristische Geschehen miteinbezogen, fühlt sie sich übergangen und zu Recht fremdbestimmt. In Konsequenz äußert sich dies in einer starken Abnahme der Bereitschaft, in den Tourismus zu investieren. Ohne aktive Maßnahmen wird sich der Tourismus langfristig nicht im Untersuchungsgebiet etablieren können. Unzureichend angepasste Tourismuskonzepte außenstehender Berater verstärken lediglich den Eindruck der Fremdbestimmung. Im Falle eines vollständigen Rückgangs des Tourismus ist dazu die Entwicklung des regionalen Bewusstseins der Bevölkerung stark gefährdet. Zu einem regionalen Bewusstsein zählt insbesondere auch die Erhaltung und Pflege der heimatlichen Kulturlandschaft. Die Pflege der heimatlichen Kulturlandschaft ist jedoch ein wesentliches Merkmal einer nachhaltigen Regionalentwicklung. Eine vernachlässigte Kulturlandschaftspflege zerstört den historisch gewachsenen und kulturellen Wert der Region und gefährdet die Biodiversität. Darüber hinaus verarmt eine nicht gepflegte Kulturlandschaft ästhetisch und schmälert das Naturerlebnis. In der Folge nehmen auch die Identi-

fikationsmöglichkeiten der Bevölkerung mit ihrer Region ab (SPINDLER 2007: 33). Wird dem Erhalt der Kulturlandschaft keine Bedeutung mehr beigemessen, läuft das Untersuchungsgebiet Gefahr, sich zu einem ausdruckslosen Raum ohne identitätsbildende Merkmale zu entwickeln.

Allerdings existieren unabhängig von diesen konträren Entwicklungsmöglichkeiten Rahmenbedingungen, die in jedem Fall brisant für das Untersuchungsgebiet sein werden. Innerhalb der Region Südostoberbayern gibt es drei zentrale und bekannte touristische Zentren: die Region um den Chiemsee, die Region der Chiemgauer Alpen sowie das Berchtesgadener Land. Das Untersuchungsgebiet gehört keinem dieser Zentren an und ist somit aktuell im touristischen Hintergrund anzusiedeln.

Im Zeitalter der Globalisierung ist die gesamte Welt für viele Menschen auch touristisch gesehen greifbarer und in gewisser Weise kleiner und überschaubarer geworden. Aus diesem Grund laufen die traditionellen deutschen Tourismusdestinationen, wie die Alpen oder die Nord- und Ostsee, Gefahr, ihre Faszination zu verlieren. Die Öffnung nationaler Grenzen, sowie die Konkurrenz pauschaler Billigreisen auf internationaler Ebene verschärfen den Wettbewerb und unterstützen dessen fortlaufende Liberalisierung (JACOBI 1996: 58).

In der durchgeführten SWOT-Analyse besitzen die Schwächen und Risiken ein großes Gewicht. In Bezug auf die zunehmende Konkurrenz und den verschärften Rahmenbedingungen führt dies zu dem Schluss, dass ein akuter Handlungsbedarf gegeben und eine schnellstmögliche Umsetzung geeigneter Gegenmaßnahmen einzuleiten ist.

6 Handlungsempfehlungen

Dass ein touristischer Strukturwandel erfolgen muss, ist eine eindeutige Konsequenz der Analyse. In Bezug auf die touristische Nachfrage schlägt sich die Pluralisierung der Lebensstile in der heutigen Konsumgesellschaft in einer „Individualisierung und Pluralisierung der Reiseformen und Reisetile nieder“ (KREISEL 2003: 78). Dies stellt touristische Akteure vor große Herausforderungen. Hinzu kommt die Tatsache, dass der Freizeitmarkt eine Wachstumsbranche in der heutigen Dienstleistungsgesellschaft darstellt. Aus diesem Grund ist es nicht ratsam, den Tourismus weiterhin zu vernachlässigen. Vielmehr muss er positiv genutzt werden, um dezentrale Arbeitsplätze zu schaffen und zu erhalten.

Aber weder eine sture Professionalisierung nach betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten, noch ein bloßes „weiter laufen lassen“ des Tourismus ist für das Untersuchungsgebiet empfehlenswert. Die Schwierigkeit der Handlungsempfehlungen besteht darin, einen vertretbaren Mittelweg zu finden. Eine gewisse Professionalisierung ist auf jeden Fall unentbehrlich. Dennoch dürfen die touristische Vergangenheit und die aktuelle touristische Struktur nicht außer Acht gelassen

werden. Ein schematischer und für beliebige Regionen anwendbarer Strategieplan ist unbedingt zu vermeiden. Denn gerade die seltene und für das Untersuchungsgebiet charakteristische Kleinstrukturiertheit hat sich im Laufe der Zeit aus dem Zusammenspiel des Handelns vieler einzelner Akteure entwickelt, die sowohl haupt- wie auch nebenerwerbstätig im Tourismus beschäftigt sind.

Mit einer allein betriebswirtschaftlich ausgerichteten Professionalisierung würden zuerst vor allem die Nebenerwerbsbetriebe sehr schnell von der touristischen Bildfläche verschwinden. Als langfristige Konsequenz würde der gesamte kleinstrukturelle und dezentral organisierte Tourismus einer zentralen und überwiegend exogen gesteuerten Tourismuspolitik weichen.

Die Herausforderung besteht darin, unter Beibehaltung der aktuellen Tourismusstruktur verstärkt horizontale und vertikale Wertschöpfungsketten zu schaffen, um der Region ein touristisches Gerüst zu bieten. Ein Konzept für dieses Gerüst muss in Zusammenarbeit mit der Bevölkerung und den ansässigen Gewerbetreibenden branchenübergreifend entwickelt werden, um die Interessen aus allen Bereichen der Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt zu berücksichtigen und in einem ganzheitlichen Ansatz zu verbinden.

Folgende Handlungsempfehlungen sind wichtige Schritte für eine nachhaltige und endogene touristische Entwicklung im Untersuchungsgebiet.

Die ersten drei Handlungsempfehlungen beziehen sich direkt auf die touristische Angebotsgestaltung. Um aus dem touristischen Schatten herauszutreten, ist eine klare Profilierung des Angebotes anzustreben. Nur so kann eine deutliche Abgrenzung innerhalb der Destination Chiemgau geschaffen, eine definierte Zielgruppe angesprochen und ein ausgeprägtes Image aufgebaut werden. Bei der Planung der touristischen Angebotsstruktur sollte der Schwerpunkt auf der Forcierung eines sanften Tourismus liegen, wie er in den südlichen Regionen des Chiemgaus kaum mehr möglich ist. So kann sich das Untersuchungsgebiet innerhalb der Destination Chiemgau klar von den starken Tourismusregionen abheben und den Vorteil einer touristisch weitgehend ursprünglichen Teilregion jenseits massentouristischer Anziehungspunkte nutzen. Eine Förderung des Tourismus ist unmittelbar mit einer erhöhten ökologischen Belastung verbunden. Im Falle einer gewissenhaften Pflege und eines rücksichtsvollen Umgangs mit den genutzten Flächen können die Schäden auf ein Minimum begrenzt werden. Zu den wichtigsten Zielen der ökologischen Schutzmaßnahmen zählen die Besucherlenkung sowie die Sensibilisierung der Touristen auf die vorhandene Natur.

In Bezug auf eine nachhaltige und endogene Gesamtentwicklung des Untersuchungsgebietes ist eine verstärkte Einbeziehung der Landwirtschaft ein wichtiger Schritt. Die Landwirte pflegen und erhalten die bäuerliche Kulturlandschaft und leisten somit einen wesentlichen Beitrag zum charakteristischen Landschaftsbild der Region. Aus Gründen der Rentabilität verschwindet die Landwirtschaft im Untersuchungsgebiet jedoch zunehmend. Um dem Verschwinden der landwirtschaftlichen Betriebe entgegen zu wirken, müssen weitere Maßnahmen ergriffen werden. Zentrale Punkte dabei sind die Spezialisierung auf hochwertige Regio-

nalprodukte, der Ausbau der lokalen Vermarktung, eine verstärkte Kooperation mit der Gastronomie, sowie eine Diversifizierung hinsichtlich des Urlaubs auf dem Bauernhof.

Das Fehlen von Prädikaten der Urlaubsorte ist darüber hinaus ein klares Defizit, das beseitigt werden muss, um innerhalb der Destination Chiemgau konkurrenzfähig zu sein. Dabei ist es innerhalb des Konzeptes eines sanften Tourismus vollkommen ausreichend, die grundlegenden touristischen Anforderungen zu erfüllen. Das Prädikat der niedrigsten Stufe, der Erholungsort, ist mit verhältnismäßig einfachen Mitteln zu erreichen. Dazu müssen einfache infrastrukturelle und serviceorientierte Maßnahmen geschaffen werden, wie ein extra ausgewiesenes Tourismusterminal, welches ganztags und auch am Wochenende besetzt ist, ein Haus des Gastes, sowie öffentliche Toiletten. Diese Einrichtungen tragen dazu bei, den potentiellen und auch tatsächlichen Touristen einen vereinfachten Zugang zum touristischen Angebot zu ermöglichen. Die Prädikatisierung einer Gemeinde trägt zudem dazu bei, dass sie als touristische Gemeinde wahrgenommen wird.

Die weiteren Handlungsempfehlungen beziehen sich auf die Basis einer ganzheitlich nachhaltigen Entwicklung im Untersuchungsgebiet.

Der wichtigste Ansatzpunkt liegt in der Bewusstseins- und Identitätsbildung. Allgemein hängen die Identifizierung der Bevölkerung mit der Region und das Image einer Region teilweise voneinander ab. Das Image kann als eine Art Resonanz der Identifizierung wirken und somit von dieser beeinflusst werden (SPIESS 1998: 65). Konkret bedeutet dies, dass sich die Identifizierung der einheimischen Bevölkerung mit ihrer Kulturlandschaft auf das Fremdimage der Region überträgt. Ist die Identifizierung der Bevölkerung mit der Region gegeben, wird die Region von innen wie von außen als attraktiver Raum wahrgenommen. Im nächsten Schritt können die Einheimischen hinsichtlich der Bedeutung des Tourismus sensibilisiert werden. Des Weiteren betrifft die für eine erfolgreiche und vor allem nachhaltige touristische Entwicklung unerlässliche Bewusstseins- und Identitätsbildung insbesondere die touristischen Akteure des Untersuchungsgebietes. Das mangelnde Engagement, das meines Erachtens die größte Schwäche darstellt, stellt die Weichen für einen Niedergang des Tourismus im Untersuchungsgebiet. Das Bewusstsein der Möglichkeit einer ganzheitlichen und vor allem wechselseitigen Aufwertung des Untersuchungsgebietes durch den Tourismus ist kaum vorhanden.

Das daran anschließende, übergeordnete Ziel ist es, ein ganzheitliches Leitbild für die Region zu formulieren. Innerhalb des Leitbildes nimmt der Tourismus eine wichtige Stellung ein. Im Leitbildungsprozess ist es entscheidend, Akteure aus allen Bereichen der Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt mit einzubeziehen, um zu gewährleisten, dass das Leitbild eine gemeinsam getragene Entwicklungsperspektive der Region repräsentiert (SPIESS 1998: 82). Im Hinblick auf die Regionalentwicklung

ist eine harmonische Verbindung der traditionellen Werte der Agrarwirtschaft mit den modernen Werten und Eigenschaften der Dienstleistungsgesellschaft ein wichtiger Schritt für eine erfolgreiche Zukunft (BÄTZING 2005: 261).

Ziel der Regionalvermarktung muss es sein, das Untersuchungsgebiet durch eine endogen geprägte Regionalentwicklung nachhaltig aufzuwerten. In Anbetracht des zunehmenden Konkurrenzdrucks zwischen Tourismusdestinationen weltweit, dem veränderten Freizeitverhalten und dem steigenden Informationsgrad der Nachfrager ist eine endogen starke Region die wichtigste Grundlage für eine erfolgreiche nachhaltige Tourismusentwicklung und einer damit verbundenen nachhaltigen Regionalentwicklung.

Das Untersuchungsgebiet hat seinerseits das Potential, sich zu einer innovativen Region mit einer einzigartigen Kombination aus einer starken Wirtschaft, einem sanften Tourismus, einer weitgehend unverfälschten Regionalkultur, einem weiterhin hohen Stellenwert der Landwirtschaft und einer etablierten Regionalvermarktung zu entwickeln.

Literatur

- Akademie für Raumforschung und Landesplanung* (Hg.). 2005: Handwörterbuch der Raumordnung. Hannover, 4. Aufl.
- BÄTZING, Werner. 2005: Die Alpen. Geschichte und Zukunft einer europäischen Kulturlandschaft. München, 3. Aufl.
- Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung*: Genesis Online Datenbank des Bayerischen Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung. <<http://www.statistikdaten.bayern.de>> 24.04.2009.
- Chiemgau Tourismus e.V.*: Regionen und Orte <<http://www.chiemgau-tourismus.de>> 24.04.2009.
- JACOBI, Friedrich. 1996: Ansatzpunkte zur Bewertung von Kooperationen im Tourismus am Beispiel ausgewählter Ferienorte des Alpenraumes. Dissertation an der Universität St. Gallen. Bamberg.
- KREISEL, Werner. 2003: Trends in der Entwicklung von Freizeit und Tourismus. In: BECKER, Christoph et al. (Hg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick. München: 74-85.
- Region aktiv Chiemgau-Inn-Salzach e.V.*: Halbzeitbericht der Modellregion „Region aktiv Chiemgau-Inn Salzach. „REGIONEN AKTIV – Land gestaltet Zukunft“. Januar 2004. <<http://www.region-aktiv-chiemgau-inn-salzach.de>> 24.04.2009.
- SPINDLER, Max. 2007: Handbuch der Bayerischen Geschichte. Das neue Bayern von 1800 bis zur Gegenwart. Zweiter Teilband. Die innere und kulturelle Entwicklung. München, 2. Aufl.
- SPIESS, Steffen. 1998: Marketing für Regionen. Anwendungsmöglichkeiten im Standortwettbewerb. Dissertation. Wiesbaden.

