

Entwicklungskonzept Region 18

November 2007

Regionaler Planungsverband Südostoberbayern



Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung	1
--------------------------	---

Teil A Entwicklungsstrategie, Projekte und Umsetzung

1	Anlass und Methodik	1
1.1	Planungsvorgaben.....	2
1.2	Untersuchungsraum	5
1.3	Methodik und Beteiligung.....	6
2	Umsetzungskonzept und Projekte	11
2.1	Projektentwicklung und -auswahl.....	11
2.2	Projektübersicht.....	13
2.3	Umsetzungsphase 1 (Initialprojekte).....	14
2.4	Umsetzungsphase 2 (langfristige Projekte).....	40
2.5	Management der Projektumsetzung	52
3	Entwicklungsstrategie für die Region 18.....	54
3.1	Strategische Folgerungen aus der Analyse	54
3.2	Strategische Handlungsfelder	55
3.3	Vision.....	57
3.4	Strategische Leitlinien.....	60
3.5	Ziele	62
3.1	Spezifische und quantifizierte Ziele.....	62

Teil B Bestandsaufnahme und Bewertung

1	Fachliche Bestandsaufnahme und Bewertung	2
1.1	Ländlicher Raum	3
1.1.1	Zusammenfassung	3
1.1.2	Ziele und Schwerpunkte des Fachbeitrages	5
1.1.3	Fachliche Planungsvorgaben.....	5
1.1.4	Trends	6
1.1.5	Strukturanalyse.....	8
1.1.6	Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken (SWOT).....	43
1.1.7	Handlungsbedarf Ländlicher Raum.....	49
1.1.8	Quellenverzeichnis	52
1.2	Wirtschaft	55
1.2.1	Zusammenfassung	55
1.2.2	Trends	56
1.2.3	Strukturanalyse.....	59
1.2.4	Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken (SWOT).....	74
1.2.5	Handlungsbedarf im Bereich Wirtschaft	89
1.2.6	Quellenverzeichnis	97
1.3	Tourismus.....	100
1.3.1	Zusammenfassung	100
1.3.2	Ziele und Schwerpunkte des Fachbeitrages	102
1.3.3	Fachliche Planungsvorgaben.....	102
1.3.4	Trends	104
1.3.5	Strukturanalyse.....	113
1.3.6	Stärken und Schwächen (SWOT)	124
1.3.7	Chancen und Risiken und Handlungsbedarf im Bereich Tourismus..	128
1.3.8	Quellenverzeichnis	130
1.4	Vorschau auf den integrierten Handlungsbedarf und Handlungs- ansätze	131

Anhang Teil A und B

Entwicklungskonzept Region 18

Kurzfassung

The background of the cover is a textured, abstract painting. In the lower half, a hand is depicted in shades of blue, green, and purple, with fingers spread. In the upper right, a face is sketched in light blue and white tones. The overall style is expressive and artistic.

Entwicklungskonzept Region 18

Kurzfassung

November 2007

Regionaler Planungsverband Südostoberbayern

Vorwort



Unsere voralpenländisch geprägte und landschaftlich äußerst reizvolle Region ist ein attraktiver und dynamischer Raum. Viele heimische Betriebe stehen mit ihren Produkten in der ersten Reihe in der Welt und sagen „Ja“ zu dieser südöstlichsten Region Bayerns und Deutschlands.

Im Zuge der globalen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Veränderungen konkurrieren Länder und Firmen miteinander, aber auch die Regionen, in denen diese Firmen arbeiten.

Auf die weltwirtschaftlichen Probleme haben wir nur sehr wenig Einfluss. Aber uns bleiben auch unter den veränderten Bedingungen viele

Möglichkeiten, unser Land zu gestalten und Einfluss auf unsere Zukunft zu nehmen.

Vor diesem Hintergrund hat der Regionale Planungsverband Südostoberbayern ein Entwicklungskonzept für die wesentlichen Handlungsfelder „Wirtschaft“, „Entwicklung des ländlichen Raums“ und „Tourismus“ erarbeitet. Bei der Erstellung der vorliegenden Strategien haben zahlreiche Akteure und Experten aus den einzelnen Handlungsfeldern mitgearbeitet.

Das Entwicklungskonzept soll insbesondere dazu beitragen, die vorhandenen Ressourcen und Kernkompetenzen zu identifizieren, Wachstumsfelder zu stärken und durch eine vernetzte Betrachtung der einzelnen Themen eine übergreifende Zusammenarbeit und Lösungsentwicklung zu ermöglichen.

Eine regionale Entwicklungsstrategie über mehrere Landkreise hinweg stellt für alle Beteiligten eine große Herausforderung dar.

Das Erkennen weiträumiger Zusammenhänge und Strukturen ist die Voraussetzung für ein gemeinsames Handeln in der Region. Dies ist uns mit vorliegender Arbeit trefflich gelungen.

Ich danke allen Beteiligten für ihr Engagement und wünsche der Region Südostoberbayern eine blühende Zukunft.

A handwritten signature in black ink, reading 'Hermann Steinmaß'. The signature is written in a cursive, flowing style.

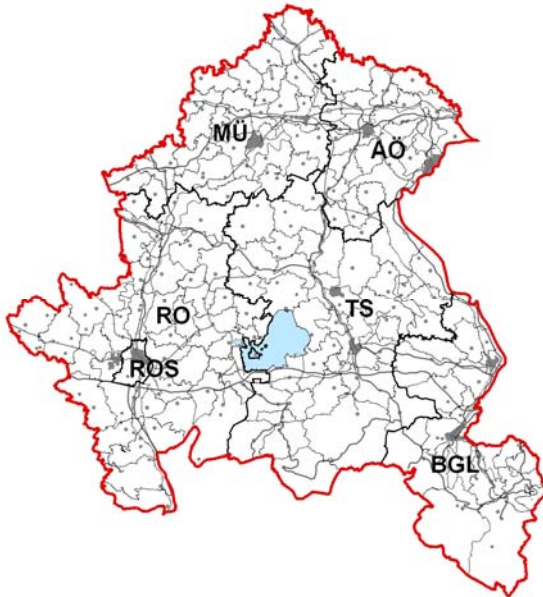
Hermann Steinmaß

Landrat und Verbandsvorsitzender

1 Ausgangslage

- Die Region Südostoberbayern steht angesichts einer beschleunigten Entwicklungsdynamik in Oberbayern aktuell **vor neuen Herausforderungen**.
- Ursachen dieser strukturellen Veränderungen sind vor allem das schnelle Wachstum des **Wirtschaftsraumes München** und andererseits die **Öffnung der Grenzen** in Richtung Österreich und frühere Ostblockstaaten.
- Damit entwickelt sich die Region 18 mehr und mehr zum Durchgangsgebiet für den **Güter- und Personenfernverkehr** Richtung Süd- und Südosteuropa. Gleichzeitig gewinnt die Region Südostoberbayern noch mehr an Bedeutung **als Naherholungsraum** für die städtische Bevölkerung Südbayerns; dennoch sind im Tourismussegment starke Rückgänge zu verzeichnen.
- So muss es der Region Südostoberbayern gelingen, eine zukunftsorientierte Strategie unter besonderer Berücksichtigung der Erfordernisse **einer leistungsfähigen Wirtschaft, des Ländlichen Raumes** sowie eines **nachhaltig tragfähigen Tourismus** zu entwickeln. Es gilt, durch gezielte Maßnahmen und Projekte **Chancen und Herausforderungen dieser Entwicklung erfolgreich zu nutzen** und zu bewältigen.
- Der **Regionale Planungsverband (RPV) Südostoberbayern** hat diese Notwendigkeiten erkannt und im April 2006 ein interdisziplinäres Gutachterteam mit der Erarbeitung eines **Entwicklungskonzeptes für die Region 18** beauftragt. Entsprechend der erkennbaren vorrangigen Themen- und Problemstellungen erfolgte die Bearbeitung in folgenden **drei Schwerpunktbereichen**:
 - **Ländlicher Raum**
 - **Wirtschaft**
 - **und Tourismus**
- Weitere raumbedeutsame Themen (z.B. Verkehr) finden im Konzept als Rahmenbedingungen Berücksichtigung, werden jedoch **nicht vertiefend** behandelt.
- Grundsätzlich werden die Themenbereiche nicht isoliert voneinander betrachtet, sondern in einem **vernetzten Untersuchungsansatz fachbereichsübergreifend** miteinander verknüpft.

- Das Untersuchungsgebiet umfasst die gesamte Planungsregion Südostoberbayern (18) mit einer **Fläche von 5.225 km²**.



- Ca. 800.000 Einwohner leben in den 156 Gemeinden der Landkreise Altötting, Berchtesgader Land, Mühldorf am Inn, Rosenheim, Traunstein und in der kreisfreien Stadt Rosenheim.**
- Oberzentrum ist die Stadt Rosenheim** mit gut 60.000 Einwohnern. Daneben nehmen **Traunstein** und im Norden der Region der **Städtebund Inn-Salzach** oberzentrale Funktionen wahr. Das Oberzentrum **Salzburg** grenzt im Osten unmittelbar an die Region an. Im Westen schließt sich der **Ballungsraum München** an.

2 Methodik und Beteiligung

- Der methodische Ansatz des Entwicklungskonzeptes sah vor, ein fachlich strategisches **Konzept in Rückkopplung mit den relevanten Personengruppen** zu erarbeiten.



- In der **Analyse- und Bewertungsphase** fanden zunächst **Gebietsbesuche** statt, um aufgrund der diskutierten Chancen und Probleme relevante Handlungsfelder herauszuarbeiten. Mit der **Lenkungsgruppe** wurden die abgestimmten Handlungsfelder thematisch untergliedert und parallel durch **ergänzende Analysen und Literaturrecherchen** verfeinert.
- Im Rahmen von **moderierten strategischen Expertengesprächen** wurde eine Auswahl an Einflussfaktoren rückgekoppelt und vervollständigt. Auf Grundlage von Gebietsbesuchen, Analyse, Literaturrecherchen und Expertengesprächen wurden eine **Stärken-Schwächen-Analyse** erstellt und vordringliche **Handlungsbedarfe** abgeleitet.
- In der nachfolgenden **Phase zur Erarbeitung der integrierten Entwicklungsstrategie** beteiligten sich Vertreter unterschiedlicher Fachrichtungen und Teilräume der Region 18 im Rahmen des **Werkstattgesprächs „Entwicklungsstrategie“** und des breiten öffentlichen **Forums Region 18**. Die Teilnehmer (u.a. Bürgermeister, Landräte, Experten der Region, Multiplikatoren) nutzten intensiv die Möglichkeit, die vorgestellten Ansätze zu kommentieren, zu ergänzen und nach Prioritäten zu gewichten.
- Mit dem **Interaktiven Dialog** wurde im Mai 2007 eine besonders innovative Beteiligungsform erfolgreich eingesetzt. Über das Internetportal **www.region-suedostoberbayern.bayern.de** wurden die Projektvorschläge auf der Homepage des Planungsverbandes Südostoberbayern vorgestellt und es bestand die Möglichkeit **für weitere Akteure der Region**, an der Meinungsbildung mittels interaktiven Dialogs per E-Mail teilzunehmen.
- Auf Grundlage von Ergebnissen des Forums und des Interaktiven Dialogs wählte die Lenkungsgruppe schließlich diejenigen **Initialprojekte aus, die in der Umsetzungsphase 1 vordringlich weiterentwickelt** und vorangebracht werden sollen. Für diese Initialprojekte fanden **vertiefende Gespräche** mit potentiellen Interessierten, Kooperationspartnern und Trägern statt, um Umsetzungsperspektiven auszuloten und abzustimmen. **Weitere Projekte sollen langfristig angegangen** werden und sind in **Projektblättern dokumentiert**.
- Am 18.10.2007 konnten im Rahmen der **großen öffentlichen Schlussveranstaltung** in der Fachhochschule Rosenheim zum **Abschluss des Entwicklungskonzeptes und zum Auftakt für die Umsetzung** bereits erste Umsetzungserfolge präsentiert werden. Projektpaten (Kooperationspartner, Träger bzw. regionale Akteure) ausgewählter Initialprojekte erläuterten aus ihrer Sicht einem interessierten Publikum die impulsgebende Bedeutung des jeweiligen Initialprojektes für die Entwicklung der Region und berichteten über **erste erfolgreich umgesetzte sowie zukünftig geplante Arbeitsschritte**.

3 Entwicklungsstrategie

- Der **feste, strategische Rahmen der Entwicklungsstrategie der Region 18** wird von **Vision, Strategischen Leitlinien, Handlungsfeldern und Zielen** gebildet. Auf **Projektebene können im Laufe der Umsetzung Aktualisierungen** vorgenommen werden und weitere Projekte hinzukommen.
- **Die Vision** dient der Vermittlung **wesentlicher Ziele und Inhalte** nach Innen und Außen und trägt zur **zielorientierten Projektentwicklung und -ausrichtung** bei.

Vision

Die Region 18 ist im Jahr 2020 mit ihrer **nachhaltig leistungsstarken Wirtschaftsstruktur** und ihrer hohen Lebensqualität **einer der führenden Wohn- und Arbeitsstandorte** unter allen **ländlichen Räumen Europas**.

- Nachfolgende **strategischen Leitlinien** sind wie „Leitplanken“ am Weg **zum Ziel bzw. zur Zukunftsvorstellung (Vision)** zu verstehen. Sie stellen grundlegende und **rahmengebende Grundsätze** dar, an welchen sich die **Umsetzer und Planer der Region laufend orientieren** sollten.

Strategische Leitlinien

1. **Wissen und Bildung** auf regionaler Ebene entwickeln und ausbauen.
2. **Internationale Wettbewerbsfähigkeit** der Region stärken.
3. Sicherstellung einer leistungsfähigen regionalen **Unternehmerkultur**.
4. Sicherstellung einer **gesunden Sozial- und Versorgungsstruktur**.
5. Erhalt und Inwertsetzung des **Natur- und Kulturerbes**.
6. **Qualität** als Maxime des wirtschaftlichen, sozialen und umweltbezogenen Handelns.
7. Förderung eines **innovationsfreundlichen** Klimas.

- Aufgrund der Ergebnisse der Stärken-Schwächen-Analyse wurden **vier strategische Handlungsfelder** herausgearbeitet.

Handlungsfelder

1. **Rahmenbedingungen und Grundlagen**
2. **Organisation**
3. **Kooperation**
4. **Bildung und Qualifizierung**

- Die Handlungsfelder sind durch Querbezüge miteinander vernetzt und tragen zur Umsetzung der **integrierten, sektorübergreifenden Entwicklungsstrategie** bei.

- Insgesamt wurden **sieben konkrete Ziele** mit Bezug auf die vier Handlungsfelder abgeleitet. Die Ziele wurden noch weiter differenziert und soweit möglich mit konkreten quantitativen Kriterien unterfüttert (siehe Langfassung).
- In Abstimmung mit den Akteuren und Vertretern der Region konnten insgesamt **24 Projekte** (13 Initialprojekte, 11 Projekte) entwickelt werden.

4 Projekte und Umsetzung

- Das **Operationalisierungskonzept** stellt den Kern zur Umsetzung der Entwicklungsstrategie dar. Dabei liegt der zentrale Inhalt in der Ausarbeitung **konkreter Projektansätze**, daneben in einer **Priorisierung** der einzelnen Projekte.
- Das Gutachterteam erarbeitete hierzu im Frühjahr 2007 insgesamt **52 Projektideen** (siehe Langfassung). Diese Projekte konnten im öffentlichen Forum zum Entwicklungskonzept am 18. April 2007 mit über 200 Vertretern aus der Region und im „interaktiven Dialog“ **ausführlich diskutiert** werden. Unter Berücksichtigung von Erkenntnissen und Anregungen aus der Diskussion wurden die Projektansätze überarbeitet. So ließen sich neue Projektideen aufnehmen, bestehende Projekte weiterentwickeln, mit anderen Ideen verbinden bzw. teilweise zurückstellen oder verwerfen.
- Durch die intensive Rückkopplung mit Schlüsselpersonen und Akteuren vor Ort wurden schließlich insgesamt **13 „Initialprojekte“** und **11 „Projekte“** identifiziert.
- Bei der Einteilung der **Projekte in Prioritätsstufen** (Initialprojekte, Projekte) orientierten sich die Vertreter des Raumes an den Kriterien **Priorität aus Sicht der regionalen Akteure, Bedeutung** des Projektes für die Region und **Umsetzbarkeit**.
- **13 Initialprojekte** wurden dabei von den Beteiligten als besonders relevant und dringlich eingestuft. Von diesen Projekten sollen **positive Impulse zur regionalen Zusammenarbeit** ausgehen. Sie befinden sich bereits in Umsetzung oder werden möglichst zeitnah angegangen.
- Den **11 weiteren Projekten** ist während Umsetzung der Initialprojekte ebenfalls hoher Stellenwert einzuräumen. In den Augen der Gutachter sollten sie im günstigen Fall noch während, spätestens jedoch nach Umsetzung der Initialprojekte zur Umsetzung aufgegriffen werden.
- Sowohl bei den Initialprojekten als auch bei den Projekten zielt jeweils eine Gruppe auf die **Ebene der gesamten Region 18** ab (z.B. Ortsmitten im Fokus, Bildungsoffensive, Qualifizierung im Tourismus). Eine andere Gruppe setzt zunächst **teilträumliche Impulse**, die in der mittleren Frist wieder der **Gesamtregion** zu Gute kommen (z.B. Entwicklungskonzept für den Wintertourismus).

- Eine **ausführliche Beschreibung der Projekte** mit Angaben zu Nutzen, Inhalten, Trägern/ Motoren, Zeitplan/ Meilensteinen, Kooperationspartnern, Umsetzungsverantwortung und Finanzierungsmöglichkeiten findet sich in der Langfassung des Entwicklungskonzepts.

Handlungsfeld: Rahmenbedingungen und Grundlagen	
Ziele	Z1 Hohe Standortattraktivität sichernde Infrastruktur Z2 Zukunftsfähige Regelungen und Vorgaben sowie finanzielle Rahmenbedingungen
Projekte	IP1 Verkehrsoffensive IP8 Offensive zur Steuerung der Siedlungsentwicklung im Außenbereich P1 Breitbandinitiative Region 18 P10 Tourismusgesetz → 2 Initialprojekte (IP), 2 Projekte (P)

Handlungsfeld: Organisation	
Ziele	Z3 Differenzierte Position der Region durch themenbezogenes Standortmarketing Z4 Zukunftsfähige Produkte und Organisationsstrukturen
Projekte	IP4 Regionalvermarktungsoffensive Region 18 IP9 Masterplan Hotelansiedlung und Hotelentwicklung in der Region IP10 Sektorübergreifende Angebots- und Vermarktungskoooperation im Tourismus a) Radtourismus b) Ausflugstourismus IP12 Winterentwicklungskonzept Region 18 mit a) Seilbahnentwicklungskonzept b) ARGE Alternativer Wintersport IP13 Restrukturierungskonzept Tourismusorganisationen P2 Aktionsplan für Gewerbeflächenmanagement P5 Arbeitskreis zur Integrationsförderung P7 Erhalt, Fortentwicklung und Neuorganisation der Landschaftspflege in der Region 18 P8 Klimaschutz mit der Landwirtschaft P9 Top-Attraktionen mit internationaler Strahlkraft P11 Die gesunde Region – Gesundheitscluster → 5 Initialprojekte (IP), 6 Projekte (P)

Handlungsfeld: Kooperation	
Ziele	Z5 Regional, überregional, interkommunal und international vernetzte Unternehmen und Organisationen sowie Städte, Gemeinden und Landkreise
Projekte	IP2 Beratungsstellen Fördermittel – Forschung – Branchenentwicklung P3 Innovations- und Gewerbemesse Region 18 P4 Info-Plattform zur Aktivierung von Bürgerschaftlichem Engagement → 1 Initialprojekt (IP), 2 Projekte (P)

Handlungsfeld: Bildung und Qualifizierung	
Ziele	Z6 Exponierte Position der Region am Forschungs- und Bildungsmarkt unter Berücksichtigung der regionalen Wirtschaftsstruktur Z7 Langfristige Wettbewerbsfähigkeit durch dauerhafte Innovations- und Lernfähigkeit der Unternehmen
Projekte	IP3 Bildungs- und Fachkräfteoffensive für die Wirtschaft IP5 Familien- und altersgerechte Dorfentwicklung IP6 Imagekampagne Ortsmittenbelebung IP7 Schulinitiative Ländlicher Raum IP11 Qualitätsoffensive im Tourismus mit a) Zertifizierungs- und Schulungsinitiative b) Optimierung Dienstleistungsketten P6 Regiothek Region 18 in Bibliotheken → 5 Initialprojekte (IP), 1 Projekt (P)

- Am 18.10.2007 fiel der **Startschuss für 13 Initialprojekte**, die im Rahmen des Entwicklungskonzeptes erarbeitet wurden. Nach Festlegung von **Zuständigkeiten** ist es bereits gelungen, **erfolgreich erste Umsetzungsschritte** einzuleiten. Über den weiteren Umsetzungsweg wird der Regionalverband Südostoberbayern mittels **Infobriefen** und **-veranstaltungen** berichten.

Entwicklungskonzept Region 18

Teil A

Entwicklungsstrategie, Projekte und Umsetzung

Inhaltsverzeichnis Teil A

Teil A Entwicklungsstrategie, Projekte und Umsetzung

1	Anlass und Methodik.....	1
1.1	Planungsvorgaben	2
1.2	Untersuchungsraum	5
1.3	Methodik und Beteiligung	6
2	Umsetzungskonzept und Projekte	11
2.1	Projektentwicklung und -auswahl	11
2.2	Projektübersicht.....	13
2.3	Umsetzungsphase 1 (Initialprojekte)	14
2.4	Umsetzungsphase 2 (langfristige Projekte).....	40
2.5	Management der Projektumsetzung	52
3	Entwicklungsstrategie für die Region 18	54
3.1	Strategische Folgerungen aus der Analyse	54
3.2	Strategische Handlungsfelder	55
3.3	Vision.....	57
3.4	Strategische Leitlinien	60
3.5	Ziele.....	62
3.1	Spezifische und quantifizierte Ziele	62

Vorwort



Unsere voralpenländisch geprägte und landschaftlich äußerst reizvolle Region ist ein attraktiver und dynamischer Raum. Viele heimische Betriebe stehen mit ihren Produkten in der ersten Reihe in der Welt und sagen „Ja“ zu dieser südöstlichsten Region Bayerns und Deutschlands.

Im Zuge der globalen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Veränderungen konkurrieren Länder und Firmen miteinander, aber auch die Regionen, in denen diese Firmen arbeiten.

Auf die weltwirtschaftlichen Probleme haben wir nur sehr wenig Einfluss. Aber uns bleiben auch unter den veränderten Bedingungen viele Möglichkeiten, unser Land zu gestalten und Einfluss

auf unsere Zukunft zu nehmen.

Vor diesem Hintergrund hat der Regionale Planungsverband Südostoberbayern ein Entwicklungskonzept für die wesentlichen Handlungsfelder „Wirtschaft“, „Entwicklung des ländlichen Raums“ und „Tourismus“ erarbeitet. Bei der Erstellung der vorliegenden Strategien haben zahlreiche Akteure und Experten aus den einzelnen Handlungsfeldern mitgearbeitet.

Das Entwicklungskonzept soll insbesondere dazu beitragen, die vorhandenen Ressourcen und Kernkompetenzen zu identifizieren, Wachstumsfelder zu stärken und durch eine vernetzte Betrachtung der einzelnen Themen eine übergreifende Zusammenarbeit und Lösungsentwicklung zu ermöglichen.

Eine regionale Entwicklungsstrategie über mehrere Landkreise hinweg stellt für alle Beteiligten eine große Herausforderung dar.

Das Erkennen weiträumiger Zusammenhänge und Strukturen ist die Voraussetzung für ein gemeinsames Handeln in der Region. Dies ist uns mit vorliegender Arbeit trefflich gelungen.

Ich danke allen Beteiligten für ihr Engagement und wünsche der Region Südostoberbayern eine blühende Zukunft.

A handwritten signature in black ink, reading 'Hermann Steinmaß'. The signature is written in a cursive, flowing style.

Hermann Steinmaß

Landrat und Verbandsvorsitzender

1 Anlass und Methodik

Die **Gliederung des folgenden Berichtes** ist entsprechend den Anforderungen der Praxis gestaltet, die in erster Linie an Ergebnissen in **Form von konkreten Projekten** interessiert ist.

Folglich gliedert sich der Bericht in **umgekehrter Reihenfolge zum zeitlichen Entstehungsprozess** des Entwicklungskonzeptes:

Teil A (Entwicklungsstrategie, Projekte, Umsetzung) beschreibt das **Umsetzungskonzept** und die **Projekte** (Kap. 2), erst **dann folgt die rahmengebende Entwicklungsstrategie** mit Vision, Leitlinien, Handlungsfeldern und Zielen (Kap. 3).

Teil B (Bestandsaufnahme) beschreibt die zu Beginn des Prozesses erstellte Focusanalyse zur Ausgangslage in der Region.

Im Anhang für Teil A und B sind wichtige Zwischenergebnisse, Bewertungsschritte sowie detaillierte Analysedaten aus der Bestandsaufnahme für speziell interessierte Leser enthalten.

Die Region Südostoberbayern steht angesichts einer beschleunigten Entwicklungsdynamik in Oberbayern aktuell vor **neuen Herausforderungen**. Ursachen dieser strukturellen Veränderungen sind vor allem das schnelle Wachstum des Wirtschaftsraumes München und sowie die Öffnung der Grenzen in Richtung Österreich und frühere Ostblockstaaten. Damit entwickelt sich die Region 18 mehr und mehr zum Durchgangsgebiet für den Güter- und Personenfernverkehr Richtung Süd- und Südosteuropa. Gleichzeitig gewinnt Südostoberbayern noch mehr an Bedeutung als Naherholungsraum für die städtische Bevölkerung Südbayerns; dennoch sind im Tourismussegment starke Rückgänge zu verzeichnen. So muss es der Region gelingen, eine zukunftsorientierte Strategie unter besonderer Berücksichtigung der **Erfordernisse einer leistungsfähigen Wirtschaft, des Ländlichen Raumes sowie eines nachhaltig tragfähigen Tourismus** zu entwickeln. Es gilt, durch gezielte Maßnahmen und Projekte **Chancen und Herausforderungen dieser Entwicklung** erfolgreich zu nutzen und zu bewältigen.

Der Regionale Planungsverband (RPV) Südostoberbayern hat diese Notwendigkeiten erkannt und im April 2006 ein interdisziplinäres Gutachterteam mit der Erarbeitung eines Entwicklungskonzeptes für die Region 18 beauftragt. Entsprechend der erkennbaren vorrangigen Themen- und Problemstellungen erfolgt die Bearbeitung in folgenden **drei Schwerpunktbereichen**:

- Ländlicher Raum
- Wirtschaft
- und Tourismus

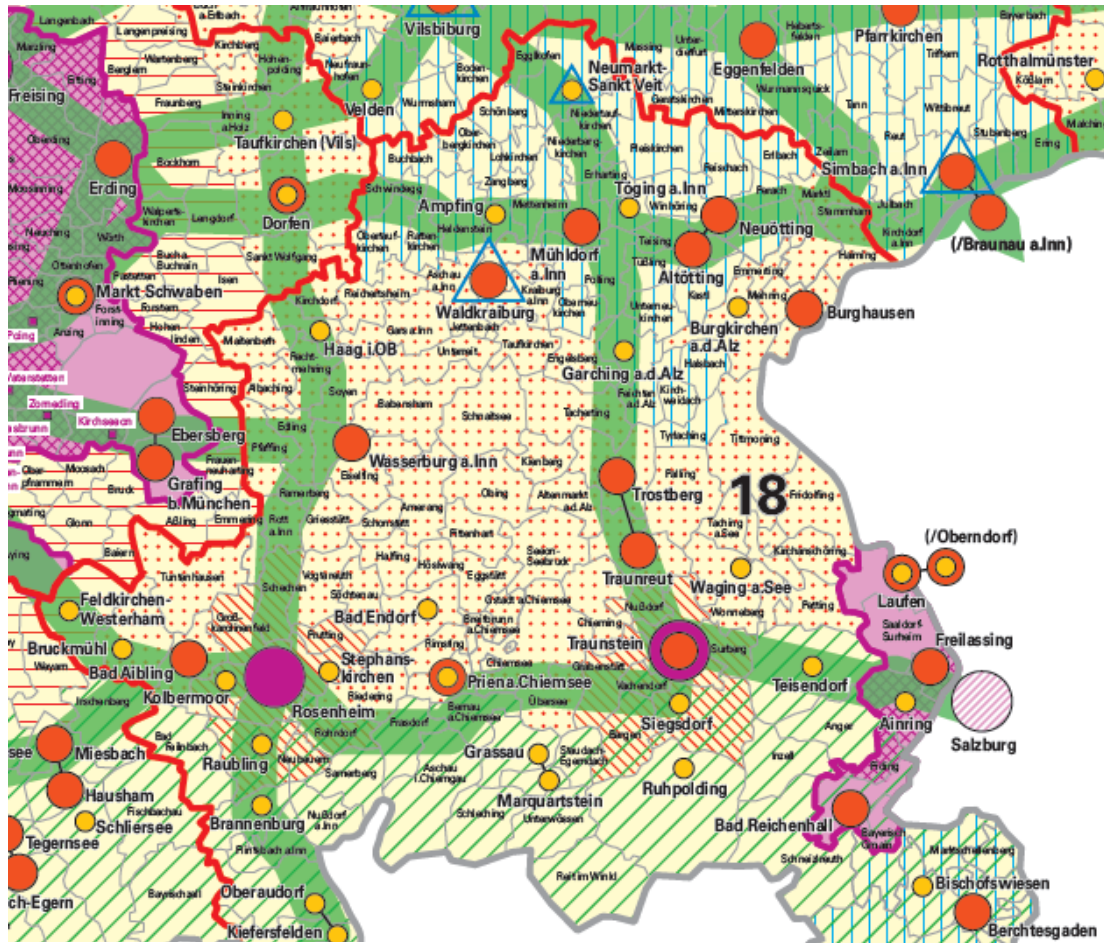
Weitere raumbedeutsame Themen (z.B. Verkehr) finden im Konzept als Rahmenbedingungen Berücksichtigung, werden jedoch nicht vertiefend behandelt.

Grundsätzlich werden die Themenbereiche nicht isoliert voneinander betrachtet, sondern in einem **vernetzten Untersuchungsansatz** fachbereichsübergreifend miteinander verknüpft.

1.1 Planungsvorgaben

Das Landesentwicklungsprogramm (LEP) stellt die Grundzüge der anzustrebenden räumlichen Ordnung und Entwicklung für das bayerische Staatsgebiet bzw. dessen Teilräume dar (Art. 17 BayLplG).

Am 01. September 2006 trat die neueste Fassung des LEP in Kraft. Das langjährig verfolgte und bewährte Leitziel, **gleichwertige und gesunde Lebens- und Arbeitsbedingungen in allen Landesteilen** zu schaffen und zu erhalten, wird in den neueren Fortschreibungen um das **Leitprinzip der Nachhaltigkeit** ergänzt. Auch in den Zielen des Entwicklungskonzeptes für die Region 18 werden diese inhaltlichen Vorgaben für eine nachhaltige, zukunftsverträgliche Entwicklung aufgegriffen (vgl. Kap 1.1). Von grundlegender Bedeutung sind die **Festlegung des Zentrale-Orte-Systems** sowie der **Entwicklungsachsen** und die Strukturierung Bayerns in Gebietskategorien, welche durch spezifisch festgelegte Entwicklungs- und Ordnungsziele zur Gewährleistung der räumlichen Funktionsfähigkeit im Inneren beitragen sollen (vgl. Abb. 1).



I. Ziele der Raumordnung

a) Zeichnerisch verbindliche Darstellungen



b) Zeichnerisch erläuternde Darstellungen verbaler Ziele



Abb. 1: Ziele der Raumordnung im Landesentwicklungsprogramm Bayern 2006 (Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie, 2006)

Im Regionalplan für die Region Südostoberbayern von 2002 (Regionaler Planungsverband Südostoberbayern, 2002) wird ein nachhaltiges Leitbild aufgestellt. Darüber hinaus sollen gleichwertige Lebens- und Arbeitsbedingungen erhalten und unter Wahrung der natürlichen Lebensgrundlagen die noch bestehenden Gefälle zwischen Teilräumen abgebaut werden. Dabei sollen die Gemeinden in ihrer kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Bedeutung weiterentwickelt und im Rahmen ihrer Planungshoheit gestärkt werden. Weiterhin soll eine organische Siedlungsentwicklung regelmäßig gewährleistet sein.

Für das Gebiet Südostoberbayern sind folgende Feststellungen hervorzuheben:

- Der Westen zählt zum Ländlichen Raum im Umfeld des großen **Verdichtungsraumes** München, dessen eigenständige Wirtschafts- und Siedlungsentwicklung bewahrt bleiben soll. Die Siedlungsentwicklung soll hier verstärkt auf die zentralen Orte an den Entwicklungsachsen sowie die Straßenverbindung im Zuge der B 12 konzentriert werden.
- Die Mittelbereiche Altötting/Neuötting, Berchtesgaden und Mühldorf a. Inn gehören zum Ländlichen Raum, dessen Entwicklung **nachhaltig gestärkt** werden soll, indem die Lebens- und Arbeitsbedingungen verbessert werden. Die Voraussetzungen für **Zuwanderung** sind vor allem in den nördlichen Mittelbereichen der Region zu verbessern. Der **Abwanderung** insbesondere im Berchtesgadener Land ist entgegenzuwirken. Bei Planungen und Maßnahmen zur Stärkung des Ländlichen Raumes soll dem nachhaltig zu stärendem Gebiet Vorrang eingeräumt werden.
- Im Allgemeinen ländlichen Raum in den Mittelbereichen Burghausen, Traunreut/Trostberg, Traunstein und Waldkraiburg sollen die Voraussetzungen für eine Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen geschaffen werden.
- Im Alpengebiet sollen Natur und Landschaft dauerhaft erhalten werden. **Naturverträgliche Erholungsformen** sollen im Vordergrund stehen. Die Einwohnerentwicklung soll sich in diesem Gebiet in einem eng gezogenen organischen Rahmen vollziehen, wobei dem Bauen für Einheimische Vorrang zukommt. Die Land- und Forstwirtschaft soll in ihren Funktionen besonders zur Bewahrung der Identität der Region leistungsfähig erhalten und gestärkt werden.

Wichtige Grundlage für das Konzept sind viele vorliegende Untersuchungen, Gutachten und Konzepte, die im Entwicklungskonzept berücksichtigt und zusammengeführt werden. In den einzelnen Fachkapiteln wird darauf Bezug genommen.

1.2 Untersuchungsraum

Das Untersuchungsgebiet umfasst die gesamte Planungsregion Südostoberbayern (18) mit einer Fläche von 5.225 km². Ca. 800.000 Einwohner leben in den **156 Gemeinden der Landkreise Altötting, Berchtesgadener Land, Mühldorf am Inn, Rosenheim, Traunstein und in der kreisfreien Stadt Rosenheim**. Oberzentrum ist die Stadt Rosenheim mit gut 60.000 Einwohnern. Daneben nehmen Traunstein und im Norden der Region der Städtebund Inn-Salzach oberzentrale Funktionen wahr. Das Oberzentrum Salzburg grenzt im Osten unmittelbar an die Region an. Im Westen schließt sich der Ballungsraum München an.

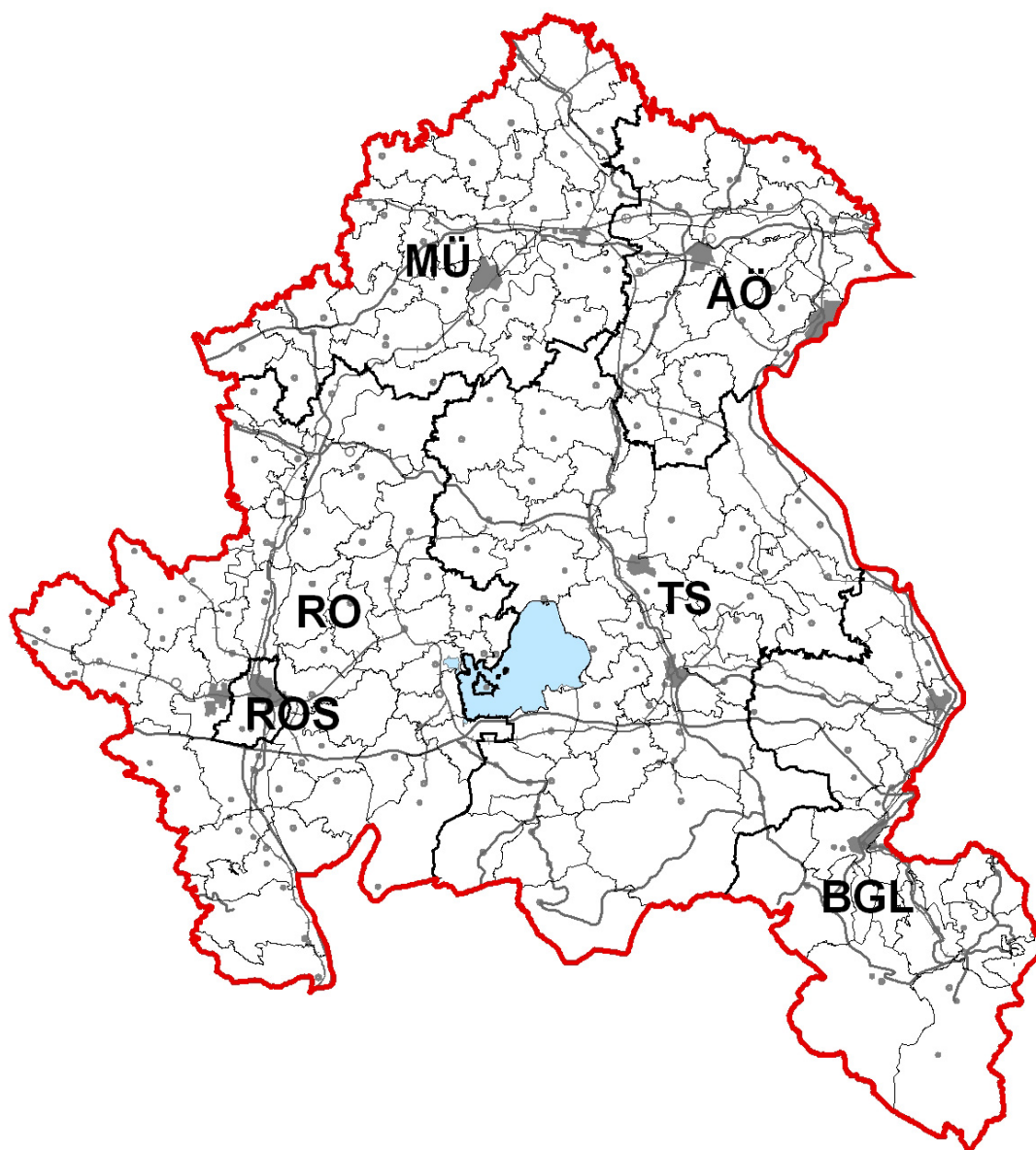


Abb. 2: Der Untersuchungsraum Region 18

1.3 Methodik und Beteiligung

Für das vorliegende Konzept entwickelt sich der Untersuchungsansatz zum einen aus dem festgesetzten Untersuchungsziel, also der Erstellung eines **fachlich strategischen Konzeptes** mit strukturpolitischer Ausrichtung. Darüber hinaus wurde die Größe bzw. Struktur des Raumes (800.000 Einwohner, 156 Städte u. Gemeinden) konzeptionell berücksichtigt.

Der methodische Ansatz des Entwicklungskonzeptes sieht vor, ein fachlich strategisches Konzept in Rückkopplung mit strategisch **relevanten Personengruppen** zu erarbeiten. Dabei handelt es sich von der Grundausrichtung nicht um ein reines Bottom-up-Konzept nach dem Prinzip der REK bzw. LEADER+-Konzepte, welche inhaltlich von den Beteiligten geprägt und von den Gutachtern gesteuert und moderiert werden. Hier geht es um ein gutes **inhaltliches Zusammenwirken** von Gutachtern und den relevanten repräsentativ ausgewählten Expertengruppen aus der Region.

Auf Basis dieser Rahmenbedingungen wurden folgende Arbeitsphasen mit den zugehörigen Beteiligungsschritten konzipiert:



Abb. 3: Arbeitsphasen und Beteiligungsformen

Grundsätzlich umfasst die Beteiligungskonzeption in der Entwicklungs- und Operationalisierungsphase Vertreter auf der **Ebene der Landkreise und kreisfreien Städte** und nicht auf Ebene der 156 Städte und Gemeinden. Diese Vorgehensweise orientiert sich an der vorgegebenen Zielebene eines Konzeptes mit deutlich regionaler Ausrichtung.

Die **Lenkungsgruppe** hat die Aufgabe, eine kontinuierliche Koordination, Kooperation und Information unter den Hauptbeteiligten sicherzustellen und die jeweils erforderlichen fachlichen und öffentlichkeitswirksamen Arbeitsschritte zu bestimmen. Sie umfasst folgende Mitglieder: Vertreter der Landkreise, der Stadt Rosenheim sowie aus jedem Landkreis einen Vertreter der Gemeinden, der Regierung von Oberbayern/Regionsbeauftragten, des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie (StMWIVT) sowie der Geschäftsstelle des Regionalen Planungsverbandes Südostoberbayern.

In der **Analyse- und Bewertungsphase** fanden zunächst **Gebietsbesuche** statt, um aufgrund der diskutierten Chancen und Probleme relevante Handlungsfelder herauszuarbeiten. Nach Rückkopplung mit der **Lenkungsgruppe** wurden die abgestimmten Handlungsfelder thematisch untergliedert und parallel durch ergänzende **Literaturrecherchen** verfeinert. In den Fachbereichen wurden über den finanziell abgedeckten Rahmen hinaus Datenermittlungen und Analysen durchgeführt, da teilweise mit dem vorgegebenen finanziellen Rahmen eine aussagekräftige Analyse nicht möglich war. Im nächsten Schritt wurden im Rahmen von moderierten **Expertengesprächen** eine Auswahl an Einflussfaktoren rückgekoppelt und vervollständigt.

Auf Grundlage von Gebietsbesuchen, Analyse, Literaturrecherchen und Expertengesprächen wurde eine **Stärken-Schwächen-Analyse** erstellt und **vordringliche Handlungsbedarfe** abgeleitet (vgl. Teil B).

In der Analysephase lag ein wichtiger Schwerpunkt in der Beteiligung von regionalen Fachstellen und Experten durch **moderierte Expertengespräche**. Mit Hilfe dieser Methodik bot sich die Möglichkeit, Bewertungen, Meinungen, Impulse und Ideen verschiedener Akteure zu bündeln. Einzelne Ansatzpunkte konnten dabei direkt wieder zur Diskussion gestellt werden (vgl. LAMNEK 2005, S. 69ff.). Im Fachbereich **Wirtschaft** wurden Workshops zu vertieften Themenstellungen mit einem regionsübergreifenden Teilnehmerfeld durchgeführt. Besondere Berücksichtigung fanden dabei unterschiedliche Erfahrungen und Meinungen der Vertreter einzelner Teilräume sowie die Entwicklungspotenziale auf regionaler Ebene. In den Fachbereichen mit engerem Raum- bzw. Verbandsbezug – **Ländlicher Raum und Tourismus** – wurden moderierte Expertengespräche in den einzelnen Teilräumen geführt. So konnten differenzierte Entwicklungspotenziale für die Teilräume und für die Gesamtregion abgeleitet werden.

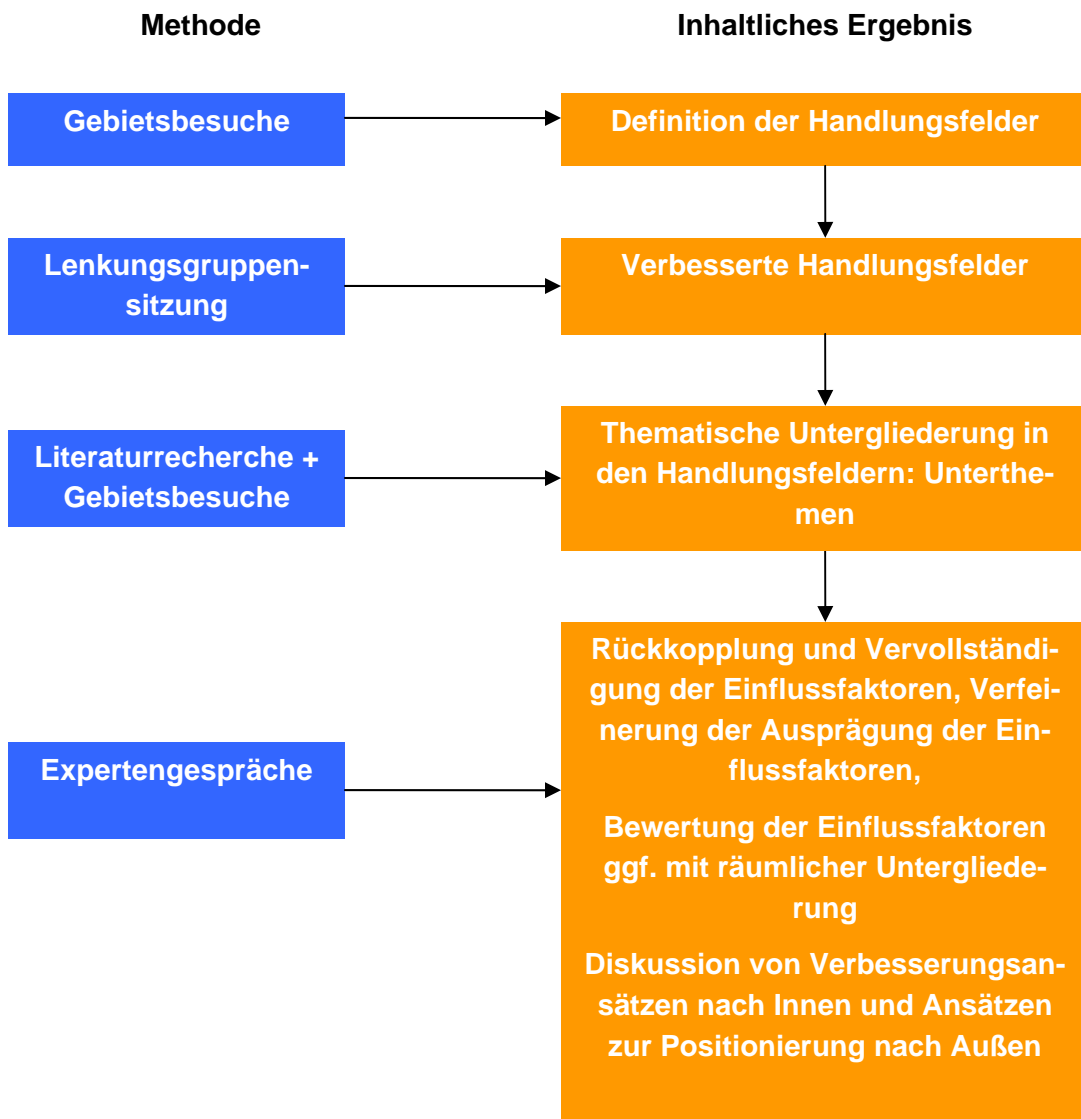


Abb. 4: Untersuchungsansatz in der Analyse- und Bewertungsphase

Zum Abschluss der Analyse- und Bewertungsphase wurde ein **Zwischenbericht** (vgl. Teil B des vorliegenden Endberichtes) an die Mitglieder der Lenkungsgruppe versandt. Diese Ergebnisse wurden rückgekoppelt und Anregungen der Beteiligten bei der Weiterentwicklung des Gutachtens nach Möglichkeit berücksichtigt.

In der nachfolgenden **Phase zur Erarbeitung der integrierten Entwicklungsstrategie** beteiligten sich Vertreter unterschiedlicher Fachrichtungen und Teilräume der Region 18 im Rahmen des **Werkstattgesprächs „Entwicklungsstrategie“**. Zum Einstieg wurde der vom Gutachterteam erstellte Entwurf zur Entwicklungsstrategie erläutert und übergreifend diskutiert, danach fand in drei thematischen Workshops eine Rückkopplung, Vertiefung und Weiterentwicklung von quantifizierten Zielen und konkreten Maßnahmenvorschlägen statt. Die Ergebnisse trugen wesentlich zur zielorientierten Weiterentwicklung der Entwicklungsstrategie bei, im Dialog mit den Ak-

teuren und Vertretern der Region wurden zahlreiche Vorschläge der Gutachter überprüft, aufgenommen, weiterentwickelt bzw. verworfen.

Nach Rückkopplung der Ergebnisse mit der Lenkungsgruppe wurden die Entwicklungsstrategie und weiterentwickelte Projektansätze in der Veranstaltung „**Forum Region 18**“ einem sehr breiten Teilnehmerkreis (Landräte, Bürgermeister, Experten der Region, Multiplikatoren) vorgestellt und mit diesem diskutiert, um den maßgerechten Zuschnitt der Projektansätze auf die Bedürfnisse der Region sicherzustellen. Die Teilnehmer nutzten intensiv die Möglichkeit, die vorgestellten Ansätze zu kommentieren, zu ergänzen und nach Prioritäten zu gewichten.

Mit dem **Interaktiven Dialog** wurde im Mai 2007 eine besonders innovative Beteiligungsform erfolgreich eingesetzt. Über das Internetportal **www.region-suedostoberbayern.bayern.de** wurden die Projektvorschläge auf der Homepage des Planungsverbandes Südostoberbayern vorgestellt und es bestand die Möglichkeit **für weitere Akteure der Region**, an der Meinungsbildung mittels interaktiven Dialogs per E-Mail teilzunehmen.

Auf Grundlage von Ergebnissen des Forums und des Interaktiven Dialogs wählte die Lenkungsgruppe schließlich diejenigen Initialprojekte aus, die in der **Umsetzungsphase 1 vordringlich weiterentwickelt** und vorangebracht werden sollen. Für diese **Initialprojekte** fanden **vertiefende Gespräche** mit potentiellen Interessierten, Kooperationspartnern und Trägern statt, um Umsetzungsperspektiven auszuloten und abzustimmen. **Weitere Projekte sollen langfristig angegangen** werden und sind in Projektblättern dokumentiert.

Am 18.10.2007 konnten im Rahmen der **großen öffentlichen Schlussveranstaltung** in der Fachhochschule Rosenheim zum **Abschluss des Entwicklungskonzeptes und zum Auftakt für die Umsetzung** bereits erste Umsetzungserfolge präsentiert werden. Projektpaten (Kooperationspartner, Träger bzw. regionale Akteure) ausgewählter Initialprojekte erläuterten aus ihrer Sicht einem interessierten Publikum die impulsgebende Bedeutung des jeweiligen Initialprojektes für die Entwicklung der Region und berichteten über **erste erfolgreich umgesetzte sowie zukünftig geplante Arbeitsschritte**.

Quellenverzeichnis:

BAYERISCHES LANDESPLANUNGSGESETZ (BAYLPLG) in der Fassung vom 27. Dezember 2004.

BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, INFRASTRUKTUR, VERKEHR UND TECHNOLOGIE (STMWIVT): Landesentwicklungsprogramm Bayern 2006, 2006.

LAMNEK, SIEGFRIED: Gruppendiskussion – Theorie und Praxis, 2. Auflage, Weinheim, 2005.

REGIONALER PLANUNGSVERBAND SÜDOSTOBERBAYERN (HRSG.): Regionalplan Südoberbayern (18), 2002.

2 Umsetzungskonzept und Projekte

Im folgenden **Kapitel 2 werden die Projekte**, also der umsetzungsorientierte, flexible Teil der Entwicklungsstrategie erläutert. Insgesamt 24 Projektbeschreibungen enthalten die wichtigsten Eckdaten zu den gemeinsam mit den Akteuren ausgewählten besten Projekten. Diese Projekte sind Teil der **rahmengebenden Entwicklungsstrategie (Kap. 3)**, die mit Vision, strategischen Leitlinien, konkreten Zielen und Handlungsfeldern die Begründung für Entwicklung und Ausrichtung der Projekte liefert.

2.1 Projektentwicklung und -auswahl

Das **Operationalisierungskonzept** stellt den Kern zur Umsetzung der Entwicklungsstrategie dar. Es wurde auf Grundlage der Erkenntnisse aus der Stärken-Schwächen-Analyse, der aufgezeigten Handlungsfelder sowie der erarbeiteten Entwicklungsstrategie (Vision, Strategische Leitlinien, Ziele) erstellt (vgl. Kap. 3 und Teil B). Der zentrale Inhalt liegt dabei in der Ausarbeitung **konkreter Projektansätze**, daneben in einer **Priorisierung** der einzelnen Projekte.

Das Gutachterteam erarbeitete hierzu im Frühjahr 2007 insgesamt **52 Projektideen** (s. Anhang A1). Diese Projektvorschläge konnten im öffentlichen Forum zum Entwicklungskonzept am 18. April 2007 mit über 200 Vertretern aus der Region und im „**interaktiven Dialog**“ (s. Kap. 1.3) ausführlich diskutiert werden. Anhang A2 zeigt eine transparente Bewertungsmatrix für die **Priorität der einzelnen Projekte** nach den beiden praxisorientierten **Kriterien Bedeutung bzw. Schwierigkeit** der Umsetzung. Die Priorisierung wurde gemeinsam mit den Akteuren vorgenommen und entsprechend der zu erwartenden **Wirkungen und Umsetzungshindernisse** auf die Möglichkeiten und Erfordernisse der Region zugeschnitten. Unter Berücksichtigung der Erkenntnisse der Diskussion wurden die Projektansätze zunächst im Gutachterteam, dann mit der Lenkungsgruppe reflektiert und inhaltlich weiterentwickelt. Dieser Prozess führte dazu, dass einige der **Projektideen neu zusammengefasst** bzw. **Module gebildet** wurden. So umfasst beispielsweise das Initialprojekt 2 (Beratungsstellen) die Module „Gründermanagement“, „Weiterentwicklung der Wirtschaftsförderung (Südost-Sextett“ und „F&E-Offensive“, die ursprünglich als Einzelprojekte aufgeführt waren. Auch konnten dabei neue Projektideen mit aufgenommen werden (z.B. im Hinblick auf den Fachkräftemangel, der in der Region erst nach der Erhebungsphase verstärkt in den Vordergrund rückte), in einigen Fällen wurden Projektbezeichnungen nochmals etwas präzisiert.

Durch die intensive Rückkopplung mit Schlüsselpersonen und Akteuren vor Ort gelang schließlich die Erarbeitung von insgesamt **13 „Initialprojekten“** und **11 „Projekten“**.

13 Initialprojekte wurden dabei von den Beteiligten als besonders relevant und dringlich eingestuft. Von diesen Projekten sollen positive Impulse zur regionalen Zusammenarbeit ausgehen. Sie befinden sich **bereits in der Umsetzung** oder werden möglichst zeitnah angegangen.

Den **11 weiteren Projekten** ist während Umsetzung der Initialprojekte ebenfalls hoher Stellenwert einzuräumen. In den Augen der Gutachter sollten sie im günstigen Fall noch während, spätestens jedoch nach Umsetzung der Initialprojekte zur Umsetzung aufgegriffen werden.

Sowohl bei den Initialprojekten als auch bei den Projekten zielt jeweils eine Gruppe auf die **Ebene der gesamten Region 18** ab (z.B. Ortsmitten im Fokus, Bildungsoffensive, Qualifizierung im Tourismus). Eine andere Gruppe setzt zunächst **teilräumliche Impulse**, die in der mittleren Frist wieder der Gesamtregion zu Gute kommen (z.B. Entwicklungskonzept für den Wintertourismus).

Während des Rückkopplungsprozesses mit den Akteuren aus der Region wurden die im **Fachbereich Wirtschaft** vorgeschlagenen Ideen besonders kontrovers diskutiert. Dies führte dazu, dass der Fachbereich seinen ursprünglich wesentlich umfassenderen Maßnahmenkatalog (33 Maßnahmen, Stand 13.2.07) stark verdichtet hat. Dabei wurde vor allem Wert darauf gelegt, mögliche Doppelstrukturen angesichts der hohen Dichte an schon bestehenden regionalwirtschaftlichen Initiativen (EuRegios, Interreg, Metropolregion etc.) zu vermeiden. Daneben war man bestrebt, sinnvoll gewachsene Kooperationsstrukturen – diese sind z.T. nicht gänzlich mit der Region 18 kongruent – nicht aufzubrechen (z.B. im dem nördlichen Teil der Region mit Niederbayern).

Vor diesem Hintergrund erarbeitete der Fachbereich Wirtschaft eine im Endergebnis maßgeschneiderte „schlanke“ Lösung. Die **Ansatzpunkte für regionale Maßnahmen und Projekte** wurden dabei v.a. dort erkannt,

- wo **nationale Institutionen** (z.B. Bildungsstandards, auch für Fachkräfte) eine zentrale Rolle spielen,
- wo leicht **Wissenstransfer** initiiert werden kann,
- bei Fragen der **kritischen Masse** bzw. wo **Absprache dringend erforderlich** ist.

Damit ergeben sich in den wirtschaftsbezogenen Projekten Schwerpunkte in den Themen Infrastruktur, Bildung und Fachkräfte, Koordination der Wirtschaftsförderung sowie Gründungsmanagement, Finanzierung und Branchenentwicklung. Hier kann an die Stärken der Region und vorhandene Initiativen angeknüpft werden, gleichzeitig wird bestehenden Herausforderungen begegnet. Unstrittig herrscht große Einigkeit im Gutachterteam, dass die Wirtschaft die tragende Säule der Leistungsfähigkeit der Region darstellt und ihr größtmöglicher Handlungsspielraum für ihre künftige Entwicklung eingeräumt werden muss. Insbesondere innovative Ideen und eine entsprechende Gründermentalität sind forciert zu unterstützen.

2.2 Projektübersicht

Folgende Tabelle gibt einen Überblick über die **Initialprojekte und Projekte in thematischer** Reihenfolge.

13 Initialprojekte (IP)		Seite
IP1	Verkehrsoffensive	15
IP2	Beratungsstellen Fördermittel – Forschung – Branchenentwicklung	18
IP3	Bildungs- und Fachkräfteoffensive für die Wirtschaft	22
IP4	Regionalvermarktungsoffensive Region 18.....	26
IP5	Familien- und altersgerechte Dorfentwicklung	28
IP6	Imagekampagne Ortsmittebelebung	30
IP7	Schulinitiative Ländlicher Raum	32
IP8	Offensive zur Steuerung der Siedlungsentwicklung im Außenbereich.....	33
IP9	Masterplan für die Hotelentwicklung bzw. Hotelansiedlung in der Region .	34
IP10	Sektorübergreifende Angebots- und Vermarktungskoooperation im a) Radtourismus b) Ausflugstourismus.....	35
IP11	Qualitätsoffensive im Tourismus mit a) Zertifizierungs- und Schulungs- initiative b) Optimierung Dienstleistungsketten.....	37
IP12	Winterentwicklungskonzept Region 18 mit a) Seilbahnentwicklungs- konzept b) ARGE Alternativer Wintersport	38
IP13	Restrukturierungskonzept Tourismusorganisationen	39
11 Projekte (P)		Seite
P1	Breitbandinitiative Region 18.....	40
P2	Aktionsplan für Gewerbeflächenmanagement.....	41
P3	Innovations- und Gewerbesmesse Region 18	42
P4	Info-Plattform zur Aktivierung von Bürgerschaftlichem Engagement	43
P5	Arbeitskreis zur Integrationsförderung	44
P6	Regiothek Region 18 in Bibliotheken.....	45
P7	Erhalt, Fortentwicklung und Neuorganisation der Landschaftspflege in der Region 18	46
P8	Klimaschutz mit der Landwirtschaft	47
P9	Top-Attraktion(en) mit internationaler Strahlkraft.....	49
P10	Tourismusgesetz	50
P11	Die gesunde Region – Gesundheitscluster	51

Abb. 5: Projektübersicht Initialprojekte und Projekte

2.3 Umsetzungsphase 1 (Initialprojekte)

Im folgenden Kapitel 2.3 werden **13 Initialprojekte** anhand von Projektbeschreibungen ausführlich erläutert. Die Initialprojekte wurden von den Beteiligten als besonders relevant und dringlich eingestuft. Von diesen Projekten sollen positive Impulse zur regionalen Zusammenarbeit ausgehen. Sie befinden sich **bereits in der Umsetzung** oder werden möglichst zeitnah angegangen.

Um den Bezug zur Gesamtstrategie herzustellen, verweist die Titelzeile auf die zugeordneten Ziele und Handlungsfelder. Wie bereits erwähnt, haben sich die Projektinhalte durch Rückkopplung mit den regionalen Akteuren mehrfach weiterentwickelt, ein Zwischenstand (präsentiert beim Forum in Bergen, April 2007) kann dem Anhang entnommen werden (vgl. Anhang A1).

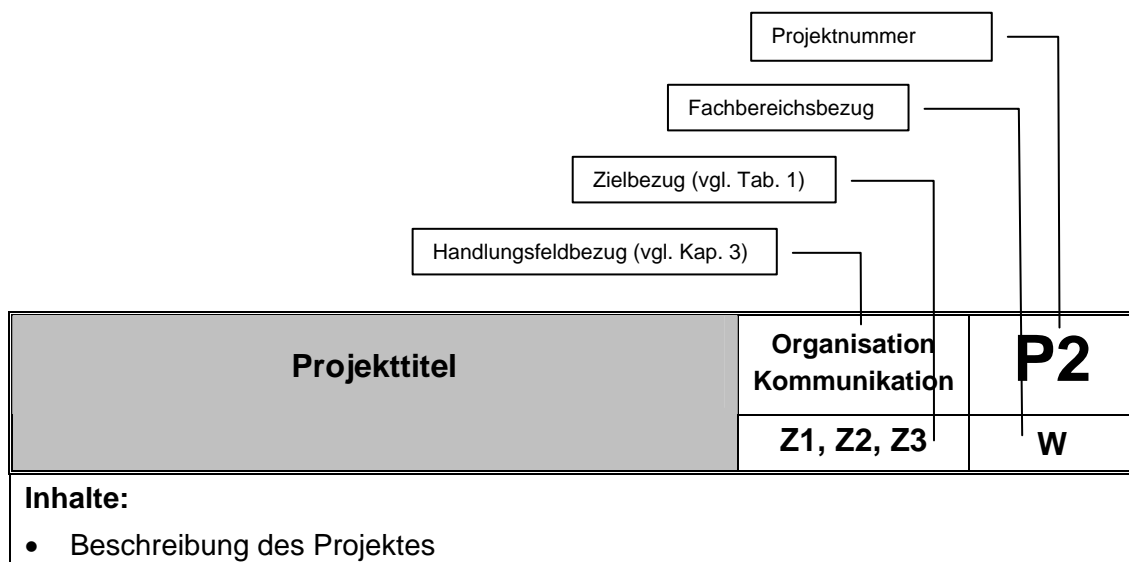


Abb. 6: Schematischer Aufbau der Projektbeschreibungen

In den Projektbeschreibungen werden folgende Abkürzungen verwendet:

- Projektnummer (IP = Initialprojekt, P = Projekt, M = Modul)
- Fachbereichsbezug (L = Ländlicher Raum, T = Tourismus, W = Wirtschaft)
- Zielbezug (Z1 = Ziel 1, vgl. Übersicht in Tab.1)

Verkehrsoffensive Modul: Jährliche Sitzung des Planungsausschusses zum Schwerpunktthema Verkehr	Rahmenbedingungen	IP1 M1
	Z1	W
Nutzen: Gesamtregionale Abstimmung bei Verkehrsmaßnahmen zur langfristigen Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der Region. Lobbyarbeit gegenüber übergeordneten Instanzen (Land, Bund). Aufwertung der Standortattraktivität der Region durch eine verbesserte Verkehrsanbindung		
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige (mind. einmal jährlich) Sitzungen des Regionalen Planungsausschusses zum Themenschwerpunkt Verkehr mit folgenden Zielen: <ol style="list-style-type: none"> I. Regelmäßige Dokumentation der Investitionserfordernisse in der Verkehrsinfrastruktur mit Schwerpunkt Straße und Schiene (dabei Berücksichtigung der Erkenntnisse / Anregungen aus dem interaktiven Dialog und des Gutachtens LKZ Prien). II. Priorisierung der Investitionserfordernisse nach regionaler Dringlichkeit unter Einbezug verschiedener externer Gutachter (z.B. LKZ Prien; daneben weitere, auch regionsexterne Fachvertreter sinnvoll) <p><i>Priorisierung laut LKZ Prien (Stand Sept. 2007):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Straße: <ul style="list-style-type: none"> - Beseitigung bzw. Reduzierung der Stauanfälligkeit der Autobahnen A 94, A 99, A 8, A 93 durch den Ausbau bzw. Neubau der Autobahnen - Schaffung eines durchgehenden Standstreifens - Anpassung der Verkehrsinfrastruktur auch wegen gesteigener Verkehrsaufkommen in der Nord-Süd-Richtung (z.B. B 15, B 20 und B 299) - Errichtung eines rechtzeitigen, zielgerichteten, mehrsprachigen Informationsmanagements an den Autobahnen bei Stausituationen - Einrichtung von Verkehrsleitsystemen zur rechtzeitigen Umleitung der Verkehrsströme auf den Autobahnen und bei Bedarf auch im nachgeordneten Straßennetz - Schaffung von bedarfsorientierten Umgehungsstraßen (z.B. Trostberg, Altenmarkt) • Schiene: <ul style="list-style-type: none"> - zweigleisiger Ausbau der Strecken: Markt Schwaben-Mühldorf-Salzburg im Zuge der Magistrale Paris-Budapest, Mitfinanzierungsmöglichkeiten durch europäische TEN-Mittel (auch als Ausweichstrecke bei in Zukunft notwendigen Generalsanierungsarbeiten auf der Strecke Rosenheim-Salzburg). - Elektrifizierung der Strecken Markt Schwaben-Mühldorf-Salzburg und der Strecke Tüßling-Burghausen - Bau der West-Anbindung an das Containerterminal Salzburg-Liefering - Neuorganisation der Halte der „Korridorzüge“ auf der Strecke Kufstein- 		

<p>Rosenheim-Salzburg</p> <ul style="list-style-type: none">- Bau der Truderinger Spange- Bau der Walpertskirchner Spange• Straße und Schiene:<ul style="list-style-type: none">- Anbindung der Region 18 an die Flughäfen München, Salzburg, Innsbruck- Großveranstaltungen in der Region und den angrenzenden Gebieten (z.B. Fußball-Europameisterschaft 2008 in Österreich)- Bau von Terminals für den Kombinierten Verkehr (z.B. Traunstein)- Aufbau von Containerverkehren mit den italienischen Häfen an der Adria und in Ligurien <p>III. Erstellung eines Gesamtverkehrsplans</p> <p>IV. Gemeinschaftliche Lobbyarbeit / Einforderung von Investitionsmitteln nach Priorität der Projekte</p>
<p>Träger/Motor: Mitglieder des Regionalen Planungsausschusses, Verbandsversammlung</p>
<p>Meilensteine: Beschluss 2. Hälfte 2007, 1. Sitzung Anfang 2008</p>
<p>Kooperationspartner: Auftragnehmer für Erstellung Gesamtverkehrsplan</p>

Verkehrsoffensive Modul: ÖPNV-Verbund / Verkehrsverbund S-BGL-TS	Rahmen- bedingungen	IP1 M2
	Z1	W
Nutzen: Stärkung der Verflechtung (des östlichen Teils) der Region 18 mit Salzburg. Aufwertung der Standortattraktivität der Region durch eine verbesserte Verkehrsanbindung an Salzburg. Neues Projekt der EuRegio Salzburg/Traunstein/BGL		
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Gründung einer Dachgesellschaft wie z.B. MVV, VRR • Ausbau der „Stammstrecke“: S-Bahn Traunstein - Freilassing - Salzburg, evtl. Verlängerung Garching a. d. Alz, Altötting, Mühldorf, Burghausen (aktuell keine direkte Bahnverbindung Traunstein - Altötting/Mühldorf) • Etablierung weiterer grenzüberschreitender Buslinien • Einführung eines Verbundtarifs 		
Träger/Motor: RPV, gemeinsam mit EuRegio S-BGL-TS		
Meilensteine: S-Bahn nach Traunstein bis 2012, Gründung der Dachgesellschaft bis 2009		

Beratungsstellen Fördermittel – Forschung – Branchenentwicklung Modul: Weiterentwicklung der landkreisbezogenen Basisberatung (Gründung, Finanzierung)	Organisation, Kooperation	IP2 M1
	Z4, Z5, Z7	W
Nutzen: Stärkung der Wirtschaftskraft, Aktionsfähigkeit und Wettbewerbsfähigkeit von KMU und Gründern. Verbesserte Gründungsdynamik und damit Diversifizierung und Stärkung der Innovationsfähigkeit der heimischen Wirtschaft Gesamtregionale Nutzung von Kompetenzen und Stärken der Teilräume und deren themenbezogene Vermarktung zur Positionierung der Region		
Inhalte (vgl. Abb. 7): <ul style="list-style-type: none"> • Regionsweite Vernetzung und Koordination der Wirtschaftsförderungsangebote (einschließlich Kammern), gleichzeitig aber Berücksichtigung der einzelnen regionalen Profile • Aufschlüsselung der bisherigen Aktivitäten zur Gründerförderung; Bündelung und Abstimmung der Angebote der Gründungsberatung in den drei Teilräumen (unter Einbezug von Kammern, WiFö, Aktiv-Senioren, Wirtschaftsunioren) • Initiierung eines Workshops mit Vertretern der regionalen Banken und Sparkassen, ausgewählten Unternehmen, Wirtschaftsförderern und Kammern sowie externer Finanzfachkräfte (Impulsreferate). Ziele: <ul style="list-style-type: none"> a) Ausweitung bestehender Angebote (z.B. Regionaldarlehen TS-BGL) prüfen b) Austausch bzgl. innovativer Finanzierungsinstrumente, z.B. Beteiligungs- / Mezzanine-Kapital (→ Erfahrungen der AUBG, Kooperation der Öffentlichen Hand mit Unternehmen und Banken etc.) c) Forcierung von Gründungsfinanzierung über „Business Angels“ (über Business-Angel-Netzwerke) • Implementierung regionsweiter Finanzierungsinstrumente auf Basis bestehender Angebote, insb. zur Förderung von KMU und Gründern 		
Träger/Motor: Landkreise und Stadt RO in Abstimmung mit RPV		
Meilensteine: Workshop Finanzierung im Sommer 2008, Implementierung eines regionales Finanzierungsinstruments bis 2009		
Kooperationspartner: Aktiv-Senioren, Wirtschaftsunioren, Kammern, Sparkassen, Regionalbanken		

Beratungsstellen Fördermittel – Forschung – Branchenentwicklung Modul: Bedarfsorientierte Weiterentwicklung der Wissensmanagementsysteme der Wirtschaftsför- derung (SISBY, WIN) in der Region	Organisation, Kooperation	IP2 M2
	Z4, Z5, Z7	W
Nutzen: Akkumulation, Transfer und effiziente Nutzung des endogenen Wirtschaftsför- derungs-Wissenspools, darüber Einsparen von Ressourcen, Verbesserte Beratung von KMU und Gründern und dadurch Steigerung ihrer Wettbewerbsfähigkeit. Koordination und Abstimmung von regionalen Wirtschaftsförderungsangeboten, Vermeidung von Redundanzen in der alltäglichen Arbeit, Kompetenzen der Akteure der Teilräume für die gesamte Region nutzen (verstärkter Wissenstransfer).		
Inhalte (vgl. Abb. 7): <ul style="list-style-type: none"> • Intelligente Pflege der bestehenden Wissensmanagementsysteme Wirtschaftsförderer im Netz Oberbayern (W.I.N.) und SISBY • Einmal jährliches Treffen der Wirtschaftsförderer zur regionsspezifischen Evaluierung der Systeme • Internetbasierte Kommunikationsplattform für die direkte Vernetzung von Gründern („Starternetz“) zur Thematisierung von <ul style="list-style-type: none"> - Gründungserfahrungen - Fragen der Gründungsfinanzierung - Rechtsberatungsanliegen - Herstellung von Kundenkontakten 		
Träger/Motor: Landkreise und Stadt RO, in Absprache mit RPV und Wirtschaftsförderern		
Meilensteine: Pflege ist als expliziter Inhalt im Tätigkeitsprofil der Wirtschaftsförderer festzuschreiben, Entlastung und administrative Unterstützung der Wirtschaftsförderer über neue Regionalmanagerstellen (mit entsprechender Ausstattung)		
Kooperationspartner: RPV, IHK München und Oberbayern (W.I.N.), Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie (SISBY)		

Beratungsstellen Fördermittel – Forschung – Branchenentwicklung Modul: Teilregionale Beratungsstellen für die Wirtschaft (z.B. je eine für AÖ-MÜ, TS-BGL) mit Aufgabenschwerpunkt Förderung, Forschungs- und Entwicklungsberatung sowie Branchenent- wicklung	Organisation, Kooperation	IP2 M3
	Z4, Z5, Z7	W
<p>Nutzen:</p> <p>Bündelung der Ressourcen und des Know-how bzgl. der Verfügbarkeit von Förderprogrammen für die ganze Region. Verbesserte Qualität der Information, umfassende und kompetente Förderungsberatung insb. über EU-Programme (Best Practice: Europainformation des Landes Tirol).</p> <p>Erhöhung der Forschungs- und Entwicklungs-Aktivitäten insb. von KMU (Indikator: Patentanmeldungen), dadurch gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit und Etablierung als „Wissensregion“.</p>		
<p>Inhalte (vgl. Abb. 7):</p> <ul style="list-style-type: none"> • (Nach Sicherstellung der Finanzierung) Einstellung von Regionalmanagern bzw. Fördermittel-Experten mit entsprechendem Hintergrund • Förderung bestehender Branchenkompetenzen und vorhandener Projektansätze in den Bereichen IuK, Chemie, Ernährung, Medien, Logistik/Verkehr, Forst und Holz, Gesundheit/Wellness und Sport sowie deren Ausdehnung auf die regionale Ebene • Weiterentwicklung der regionalspezifische Forschungs- und Entwicklungs-Initiativen (z.B. Förderanreize für Forschung und Entwicklung, Innovationswettbewerb; Vernetzung, Austausch, Kommunikation zwischen Unternehmen und Forschungseinrichtungen; regionale Innovationsmessen), Positivbeispiele (z.B. aus der FH Rosenheim in Kooperation mit der bayerischen Forschungsinitiative) in die Breite der Gesamtregion tragen • Öffentlichkeitsarbeit zur Positionierung der branchenspezifischen Kompetenzregionen (z.B. Chemie, Holz, IT-Wissenszentrum) im nationalen und internationalen Maßstab • regelmäßiger Austausch zwischen den Regionalmanagern unter Einbezug der sechs Wirtschaftsförderer sowie der entsprechenden Fachvertreter der Gemeinden („Südost-Sextett“) • Durchführung von Schulungen und Informationsveranstaltungen für Wirtschaftsförderungen und IHK/HWK (z.B. alle zwei Monate) durch die Fördermittel-Experten • regionspezifische und brachendifferenzierte Öffentlichkeitsarbeit über Förderprogramme für Wirtschaftsförderer, IHK/HWK und die regionalen Unternehmen 		

<p>Träger/Motor: Landkreise und Stadt RO in Zusammenarbeit mit RPV und den regionalen Wirtschaftsförderern und Kammern</p>
<p>Meilensteine: Ausschreibung und ggfs. Einstellung der Regionalmanager noch in 2007, erste zentrale Informationsveranstaltungen Anfang 2008,</p>
<p>Kooperationspartner: Landesprogramme (z.B. „Allianz Bayern Innovativ“)</p>
<p>Voraussichtliche Kosten: Teilfinanzierung der Regionalmanager, Kosten für Veranstaltungen und Workshops (z.B. in Landratsämtern)</p>
<p>Finanzierungsmöglichkeiten: Beteiligung der Landkreise bzw. Stadt Rosenheim</p>

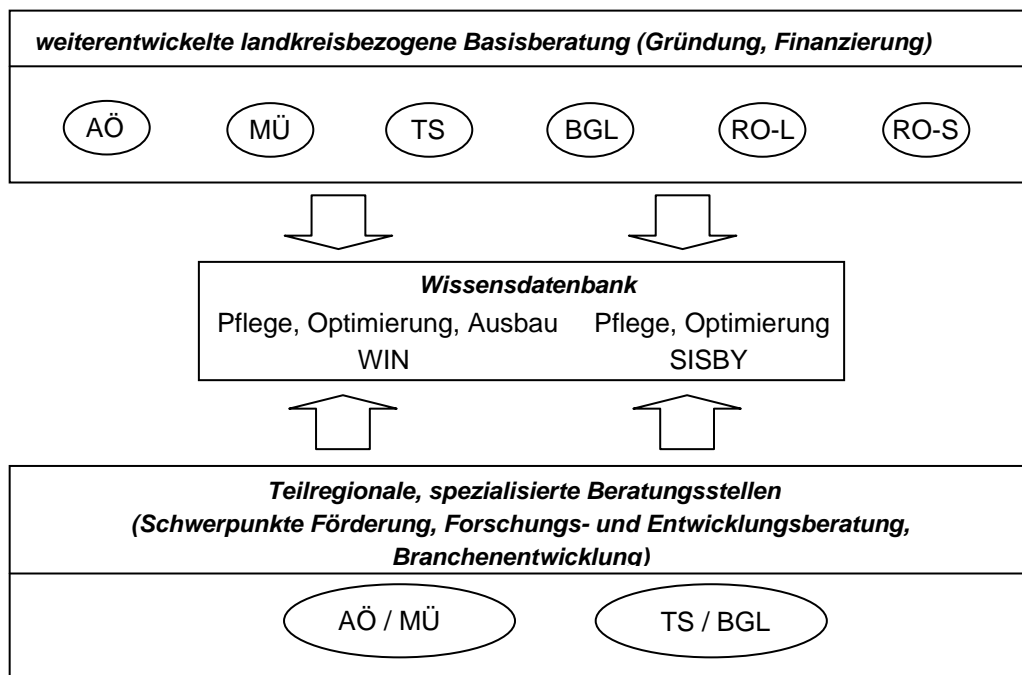


Abb. 7: Vernetzte Inhalte des Initialprojekts „Beratungsstellen Fördermittel – Forschung – Branchenentwicklung“

Bildungs- und Fachkräfteoffensive für die Wirtschaft Modul: Fachkräftekampagne	Qualifizierung	IP3 M1
	Z6, Z7	W
Nutzen: Kurz- und langfristige Sicherstellung eines ausreichenden Angebots an qualifizierten Arbeitskräften, Neuansiedlung / Zuzug von Fachkräften in die Region, dauerhaft nachfragedeckende Verfügbarkeit gut qualifizierter Arbeitskräfte (auch Facharbeiter) mit einer hohen Affinität zur Region		
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Überregionale Vermarktung der Attraktivität der Region mit ihrem hohen Kultur- und Freizeitwert (Imagebroschüre / Standort-Flyer / Web-Auftritt) und der (Kompetenz der) regionalen Handwerkerschaft • nationale und internationale Positionierung der Region in ihren einzelnen Kompetenzbereichen (z.B. Chemie, Holz, IT-Wissenszentrum) • gemeinsame Recruiting-Veranstaltungen (-Messen) der Unternehmen der Region • professionalisierte Auftritte und Präsentationen an den Hoch- und Fachhochschulen des erweiterten Einzugsgebietes (Gesamtbayern, Salzburg, Linz, Wien, Innsbruck, Kufstein) zur Rekrutierung von Absolventen unter besondere Berücksichtigung der regionalen Wirtschaftsstruktur (mit dem Ziel, mehr Interessenten für die Ausbildung in technischen Berufen zu gewinnen) • Steigerung des Aus- und Weiterbildungsengagements der Unternehmen (z.B. Nachqualifizierung älterer Ingenieure, Ingenieurberuf auch für Frauen attraktiver machen) und des Ausbildungsangebots bei Lehrberufen • Verbesserung der berufsbegleitenden Weiterbildungsangebote • Etablierung von Ausbildungsnetzwerken und Bildungskooperationen (unter Berücksichtigung der Bedarfsanalyse (Modul 2)) 		
Träger/Motor: Stadt Rosenheim in Zusammenarbeit mit der FH Rosenheim		
Meilensteine: „Kick-off“ 2008		
Kooperationspartner: regionale Bildungseinrichtungen, Wirtschaftsförderer, Kammern		
Finanzierungsmöglichkeiten: Sponsoring anstreben		

Bildungs- und Fachkräfteoffensive für die Wirtschaft Modul: Bildungsbedarfsanalyse Region 18	Qualifizierung	IP3 M2
	Z6, Z7	W
Nutzen: Branchenübergreifende Bestandsaufnahme der Anforderungen der regionalen Unternehmen hinsichtlich qualifizierter Arbeitskräfte. Ableitung des Handlungsbedarfs für regionale Akteure in Bezug auf das Bildungsangebot. Zukunftsweisendes Aus- und Weiterbildungsengagement der Unternehmen, Wettbewerbsvorteile und damit Wohlfahrtseffekte für die Region. Optimierung der Zusammenarbeit und Kommunikation zwischen Bildungs- und Forschungseinrichtungen sowie der Wirtschaft. Gesteigerte Innovationsfähigkeit der regionalen Unternehmen durch Zusammenarbeit mit Bildungs- und Forschungseinrichtungen. Erhöhung des Ausbildungsniveaus und Etablierung einer breiten „Wissensbasis“		
Inhalte: I. Beauftragung eines externen Gutachters oder Gutacherteams mit der Durchführung einer Bildungsbedarfsanalyse: <ul style="list-style-type: none"> • Dabei besondere Berücksichtigung der regionalen Wirtschaftsstruktur (also z.B. branchenbezogene Unternehmensbefragung (Mögliche Branchen: Chemie, Elektronik/Mechatronik, Maschinenbau, Handwerk, Ernährung, Gesundheit, Tourismus, IuK, ausgewählte sonst. Dienstleistungen)) • Direkte Zusammenarbeit und Unterstützung durch regionale Akteure II. Systematische Erfassung / Fortschreibung der Anforderung der regionalen Unternehmen hinsichtlich qualifizierter Arbeitskräfte, um den Handlungsbedarf für regionale Bildungseinrichtungen besser eingrenzen zu können III. Erstellung eines ganzheitlichen regionalen Bildungskonzepts („Wissensregion“) unter Berücksichtigung/Integration der Bildungsbedarfsanalyse, dabei auch Optimierung der Strukturen im Bereich berufliche Bildung und Weiterbildung		
Träger/Motor: Stadt Rosenheim in Zusammenarbeit mit der FH Rosenheim		
Meilensteine: Ausschreibung noch 2007, Auftragsvergabe Anf. 2008, Laufzeit max. 6 Monate		
Kooperationspartner: regionale Bildungseinrichtungen, Wirtschaftsförderer, (externe) Fachgutachter		
Voraussichtliche Kosten: Bildungsanalyse		
Finanzierungsmöglichkeiten: Verbandsumlage, evtl. Bezuschussung vom Land und regionalen (Groß-)Unternehmen		

Bildungs- und Fachkräfteoffensive für die Wirtschaft Modul: Absolventen-, Diplomanden- und Praktikantenbörse (im Hochschulverbund)	Kooperation, Qualifizierung	IP3 M3
	Z5, Z6, Z7	W
Nutzen: Sicherstellung der qualifizierten Arbeitskräfte aus der Region und Neuansiedlung von Fachkräften in die Region Verstärkte Kommunikation und Zusammenarbeit von Hochschulen untereinander und mit Unternehmen. Vorläufer für Forschungsk Kooperationen durch Austausch von Arbeitskräften und Wissenstransfer und somit Qualifizierung von KMU (Erhöhung der Innovationskraft).		
Inhalte: I. Bereitstellung einer Internetplattform für Absolventen-, Diplomierenden- und Praktikanten <ul style="list-style-type: none"> • Programmierung und Pflege durch externes (Start-Up-)Unternehmen • Plattform mit Angeboten und Gesuchen, Kommunikationsforum etc. • Keine regionale Einschränkung, internationaler Austausch möglich und erwünscht II. Späterer Ausbau der Internetseite für Forschungsk Kooperationen im Rahmen einer FuE-Offensive in der Region 18 möglich <ul style="list-style-type: none"> • Nachfolgend Einrichtung eines Hochschulverbunds mit möglichst allen regionnahen Hochschulen aus Ober- und Niederbayern sowie Tirol und Salzburg: • Auftaktveranstaltung, danach regelmäßiger Austausch (jährliche Treffen wechselnd bei gastgebenden Hochschulen) mit Themenschwerpunkten (z.B. Forschungsk Kooperationen mit Unternehmen, Erfahrungsaustausch bei innovativen Lehrkonzepten) • Definition gemeinsamer Bereiche in Lehre und Forschung und möglicher Kooperationsprojekte 		
Träger/Motor: FH Rosenheim als initiiierende Hochschule, Unterstützung durch Stadt RO und Landkreise sowie RPV		
Meilensteine: Ausschreibung und Auftragsvergabe der Internetplattform im spätestens Winter 2007/2008; Plattform online zum Frühjahr 2008; Auftaktveranstaltung Hochschulverbund bis spätestens Herbst 2008		

Kooperationspartner: Politische Unterstützung über RPV, Landkreise und Länder (auch Tirol, Salzburg), (FuE-intensive) Unternehmen
Voraussichtliche Kosten: Betrieb und Pflege der Internetplattform
Finanzierungsmöglichkeiten: Online-Werbung, evtl. auch Förderung durch öffentliche Hand

Regionalvermarktungsoffensive Region 18	Organisation Kooperation	IP4
	Z4	L, W, T
<p>Nutzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bewusstseinsbildung für regionale Produkte beim Kunden (Marketing) • Verbesserung der Vermarktungsstrukturen für regionale Produkte, Listung von regionalen Produkten im Lebensmitteleinzelhandel • Produktoptimierung durch Qualitätsmanagement • Verbesserung der innerörtlichen Versorgung und Einkaufsmöglichkeiten • Schaffung zusätzlicher Einkommensquellen für die lokale Landwirtschaft • Positive Unterstützung der Imagebildung und Bekanntheit touristischer Marken der Region 		
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gewinnung von regionalen Produktions- und Belieferungsbetrieben als Projektpartner (insbesondere größere Unternehmen einbeziehen) • Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungen in den Teilräumen (Landkreisen) • Einsatz von Landkreiskoordinatoren (Motoren) für operationelle Aufbauarbeit in den Teilräumen • Erstellung eines gezielten Marketingkonzeptes für regionale Produkte • Aufbau einer professionellen Geschäftsstelle • Aufstellung von Qualitätskriterien und Neugründung einer regionalen Dachmarke für regionale Produkte und Dienstleistungen • Angebotsbündelung und Aufbau eines Lieferservice /einer professionellen Logistikstruktur (Bestellsystem, Rechnungslegung, Warenabholung, Lagerung und Kundenbelieferung) • Erschließung neuer Zielgruppen, unter besonderer Berücksichtigung von Großabnehmern (Lebensmittelgroßhändler, Gastronomie, Kantinen), Befragung potentieller Großabnehmer, Ableitung von Handlungsbedarf und Maßnahmenvorschlägen 		
<p>Träger/Motor: Regionaler Planungsverband</p>		
<p>Kooperationspartner: Region aktiv, Landkreise, Gemeinden, BBV, Tourismusorganisationen, weitere Organisationen</p>		

Meilensteine:

Benennung der Landkreiskoordinatoren Ende 2007, Durchführung von Informationsveranstaltungen, Gründung der Dachmarke/ ggf. Gesellschaft bis Mitte 2008

Voraussichtliche Kosten:

Begleitung der Startphase, Aufbau Geschäftsstelle

Familienfreundliche und altersgerechte Dorfentwicklung	Qualifizierung Kooperation	IP5
	Z5, Z6	L
<p>Nutzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisierung für und Pro-aktives Gestalten des demographischen Wandels • Langfristig positive strategische Positionierung der Gemeinden im Wettbewerb um Bevölkerungsanteile • Konsequente Berücksichtigung von Familien- und Seniorenbelangen bei allen Planungen und Entscheidungen in der Gemeinde • Vereinbarkeit von Beruf und Familie 		
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auslobung eines regionalen Wettbewerbs zur familien- und altersgerechten Dorfentwicklung, Dokumentation und Veröffentlichung der besten Beiträge, Prämierung der besten Projekte. Zielgruppe: Orte und Ortsteile < 2000 EW bzw. Kooperationen von diesen • Gezielte Unterstützungs-, Beratungsangebote und Moderationsprozesse in den Kommunen mit Politikern, Verwaltung und Bürgern • Analyse der vorhandenen familienpolitischen Strukturen vor Ort (z.B. Arbeitsplatzangebot im Nahbereich, Kinderbetreuungsmöglichkeiten, Seniorenangebote) und Ableitung der Handlungsbedarfe • Gemeinsame Entwicklung familienrelevanter und altersgerechter Projekte • Soziale Dienstleistungsangebote als Mittel zum Außenmarketing nutzen; Imagekampagne entwickeln und aufbauen • Nutzung bestehender Service- und Coachingangebote bestehender Initiativen z.B. Aktion Demographischer Wandel – Bertelsmann Stiftung • Einbindung in überregionale Initiativen z.B. Lokale Bündnisse für Familien des Bundesministeriums für Familien, Senioren, Frauen und Jugendliche • Verstärkte Zusammenarbeit der lokalen Unternehmen in der Kinderbetreuung • Gemeinsame Angebote öffentlicher, sozialer und privatwirtschaftlicher Akteure (z.B. Kirchen und Unternehmen) 		
<p>Träger/ Motor: Für den Wettbewerb: Bayerische Verwaltung für Ländliche Entwicklung</p>		
<p>Kooperationspartner: für den Wettbewerb: RPV, Koordinationsstelle Wohnen zu Hause (Sozialministerium), Sponsoren, Bankinstitute, Bayerischer Gemeindetag, Aktivsenioren</p>		

Meilensteine: Frühjahr 2008 Infoveranstaltung und Wettbewerbsausschreibung, Ende 2008 Prämierung der Beiträge
Voraussichtliche Kosten: Unterstützung bei Vorbereitung und Durchführung des Wettbewerbs
Finanzierungsmöglichkeiten: Einbeziehung von Sponsoren

Imagekampagne Ortsmittebelebung	Qualifizierung Kooperation	IP6
	Z5, Z6	L, T
<p>Intention:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stärkung und Belebung der Ortsmitte, Vermeidung von Leerständen • Reduzierung des Flächenverbrauchs, Vermeidung von Zersiedlung im Außenbereich • Vermeidung von Fehlinvestitionen und Reduzierung der Infrastrukturunterhaltskosten • Einleitung eines Umdenkprozesses in Politik, Verwaltung, Immobilienbesitzern und -nachfragern zur konsequenten Ausnutzung freier Gebäude- und Flächenpotenziale im Innenbereich der Gemeinden • Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung für Innenentwicklung 		
<p>Inhalte:</p> <p>Modul I Symposium</p> <ul style="list-style-type: none"> • Symposium zur Ortsmittebelebung • Impulsreferate zu konkreten praxisbezogenen Themenstellungen • Good Practice Beispiele <p>Modul II Interreg-Projekt mit Oberösterreich</p> <ul style="list-style-type: none"> • Projektentwicklungsphase: Grenzübergreifender gemeinsamer Startworkshop (ca. 2 Tage) mit deutschen und österreichischen Gemeinden (Interreg-Projekt) • Klärung von relevanten Themen, Problemstellungen und Handlungsbedarfen gemeinsam mit den Workshopteilnehmern • Projektumsetzungsphase (Mögliche Projektinhalte): • Durchführung gezielter Beratungsangebote in den Kommunen (z.B. Impulsberatung mit Anleitung zum Innenentwicklungsscheck in den Kommunen) • Überarbeitung der Bauleitpläne, Erarbeiten von Innenentwicklungskonzepten • Leitbild- und Strategieentwicklung • Gemeinsame Entwicklung interkommunaler und interkommunal abgestimmter Projekte • Nutzung der Ortsmitte für modellhafte quartiersnahe und generationsübergreifende Wohn- und Dienstleistungskonzepte 		

- Imagekampagne Ortsmitten (z.B. Buchung der Wanderausstellung Starke Städte und Gemeinden; Erbe bewahren – Zukunft gestalten (Beispielgemeinden aus Region18 Burghausen und Rosenheim), Ausarbeitung von Begleitprogramm)
- Offensive Platzierung positiver Beispiele in regionalen und überregionalen Print- und Onlinemedien

Modul III Interreg-Projekt mit Tirol/Salzburg

Modellprojekte in Tourismusgebieten unter dem Schwerpunktthema „Nachhaltige Ortserneuerung durch Ausbau der touristischen Infrastruktur

Träger/ Motor: Modul I Symposium: Akademie Ländlicher Raum, RPV

Modul II Interreg-Projekt mit Oberösterreich: Projektentwicklungsphase: RPV, Regionalmanagement Oberösterreich, Umsetzungsphase: Gemeinden

Modul III Interreg-Projekt mit Tirol/Salzburg: RPV, EuRegio Salzburg

Meilensteine: Frühjahr 2008 Vorbereitung Modul I und II, Durchführung Modul I und II bis Ende 2008. Modul III Vorbereitung und Durchführung 2009.

Finanzierungsmöglichkeiten: Interreg IV für Konzepte, Umsetzungsphase: Gemeinden mit weiteren Partnern

Schulinitiative Ländlicher Raum	Qualifizierung Kooperation	IP7
	Z5, Z6	L W
<p>Nutzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erhalt von Grund- und Hauptschulen insbesondere in kleineren ländlichen Gemeinden durch innovative übergemeindliche Kooperationsformen • Aufbau eines flächendeckenden Angebots von Ganztagschulen • Nutzung von Infrastruktureinrichtungen in Schulen für Weiterbildungsangebote 		
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informationskampagne (Symposium) zur Sicherung der gemeindlichen primären Schulversorgung • Bestandsanalyse Probleme und Chancen in Grund- und Hauptschulen, unter besonderer Berücksichtigung von Ganztagschulen, und der Hauptschulreform - Ableitung von Handlungserfordernissen • Information über Gute Beispiele in der Region (z.B. Schulkooperation Salzachtal: Tittmoning, Kirchanschöring, Fridolfing) • Ausbau der Schulsozialarbeit • Förderung der Ganztagsbetreuung • Aufbau eines Patensystems zur Betreuung und Hilfestellung für jugendliche Ausbildungsplatzsuchende (Einbindung der Aktivsenioren) 		
<p>Träger/ Motor: Für das Symposium: Akademie Ländlicher Raum</p>		
<p>Kooperationspartner: Bayerischer Gemeindetag, RPV, Bayerisches Staatsministerium für Unterricht und Kultus, Aktivsenioren</p>		
<p>Meilensteine: Vorbereitung im Frühjahr 2008, Durchführung bis Ende 2008</p>		

Offensive zur Steuerung der Siedlungsentwicklung im Außenbereich	Rahmenbedingungen	IP8
	Z2	L W T
<p>Nutzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leerstandsmanagement im Außenbereich: Verbesserung der Umnutzungsmöglichkeiten leerfallender landwirtschaftlicher Gebäudesubstanz • Schaffung von Planungssicherheit für Immobilienbesitzer • Langfristiger Erhalt von Landschaftsbild und typischen Siedlungsstrukturen • Schaffung wohnortnaher Arbeitsplätze im ländlichen Raum 		
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Veranstaltungen des Planungsausschusses (Runder Tisch zum Thema Außenbereich) unter Einbeziehung von Experten mit Diskussion und Bestandsaufnahme Probleme und Chancen der Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäudesubstanz im Außenbereich (inhaltliche und Organisatorische Vor- und Nachbereitung, Protokollierung). • Erarbeitung von Positionspapier mit Handlungserfordernissen und Strategie • Lobbyarbeit • Entwicklung von Maßnahmen und Projekten (z.B. Entwicklung eines Zonenkonzeptes für Außenbereiche, Erarbeitung eines Kriterienkataloges „Beurteilung von Bauvorhaben im Außenbereich“ zur Bestimmung landwirtschaftlicher Gebäude mit erhöhten Änderungsmöglichkeiten, Ausarbeitung von Checklisten als Handreichung für die Gemeinden, Entwicklung von Marketingstrategien zur Steigerung der Nachfrage nach unter- und ungenutzten Gebäuden: „300 Höfe suchen neue Eltern“ zur Reaktivierung von Gebäuden und verstärkten Anziehung junger Familien, Offensive Platzierung positiver Beispiele in regionalen und überregionalen Print- und Onlinemedien) • Priorisierung nach regionaler und thematischer Dringlichkeit 		
<p>Träger/Motor: Regionaler Planungsausschuss des RPV</p>		
<p>Meilensteine: Beschluss Ende 2007, Vorbereitung im Frühjahr 2008, 1. Sitzung Mitte 2008</p>		
<p>Kooperationspartner: Vertreter der Obersten Baubehörde, Regierung von Obb. (Abteilung Städtebauförderung), Landratsämter (Kreisbaumeister), Kreisräte, Bürgermeister.</p>		
<p>Voraussichtliche Kosten: zunächst keine, ggf. Marketing</p>		

Masterplan für die Hotelentwicklung bzw. Hotelansiedlung in der Region	Organisation	IP9
	Z4	T
<p>Nutzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mehr Hotelbetriebe in der 4- und 5-Sterne Kategorie in der Region 18 • Professionelle investorengerechte Aufbereitung von Standort-Informationen und -unterlagen zur Erhöhung der Erfolgswahrscheinlichkeit bei der Investoren- und Betreibersuche • Regionsweite Erfassung aller potenziellen Standorte • Fachlich fundierte Lenkung des Investoren-Interesses 		
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausschreibung und Durchführung eines Entwicklungsplans (Masterplans) für die Hotelentwicklung in der Region oder einer Teilregion • Erhebung aller potenziellen Standorte für Hotelansiedlung • Bewertung, Reihung und Auswahl der geeignetsten Standorte • Erfassung von in Planung oder Diskussion befindlichen Projekten und Abgleich mit den Standorten • Grobskizze von angestrebten bzw. sinnvollen Betriebsformen bzw. Konzepten für die bestgereichten Standorte auf Basis der strategischen Leitlinien und touristischen Entwicklungsansätze des Tourismus in der Region • Professionelle Koordination und Begleitung Investoren und Betreibersuche (über Wirtschaftsförderung bzw. Regionalmanagement – vgl. Best Practice Beispiel TGM Oberösterreich) • Good Practice Beispiel: Masterplan für die Hotelentwicklung der Region Bodensee-Alpenrhein (Vorarlberg, Österreich) 		
<p>Träger/Motor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Landkreis und Stadt Rosenheim oder/und andere Landkreise wie z.B. Berchtesgadener Land, Traunstein, Mühldorf, Altötting 		
<p>Zeitplan/Meilensteine:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interesse des Landkreises Rosenheim und der Stadt Rosenheim besteht. Ein Projektdesign wurde im Juni 2007 erstellt. • Realisierung bis 2008, wenn Auftrag noch im Herbst erteilt wird 		

Sektorübergreifende Angebots- und Vermarktungskoooperation im a) Radtourismus b) Ausflugstourismus	Organisation	IP10
	Z3	T, L
<p>Nutzen Modul a) Rad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • In den Teilregionen (Berchtesgadener Land, Chiemgau/Chiemsee/Wendelstein, Inn-Salzach) Vernetzungen zu Radtourismus schaffen • Starke überregionale Angebotsgruppe Radtourismus in der Region 18 • Regionsweites Netz an Radwegen und Themen-Radwegen einheitlich und in guter Qualität beschildert sowie kartiert • Gut abgestimmte und funktionierende Dienstleistungskette um den Radurlaub bzw. -ausflug <p>Nutzen Modul b) Ausflug:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Positionierung als starke Ausflugsregion auch für den Raum München • Starker gemeinsamer Marktauftritt der Ausflugsziele • Vernünftige, geradlinige, gebündelte Kommunikation zum Thema Tagesausflug 		
<p>Inhalte Modul a) Rad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regionsweites Radtourismuskonzept mit Leitlinien und Zielen für den Radtourismus sowie Vorgaben für <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wegenetz (inkl. Themenwege, Fernradwege..) ▪ Beschilderung ▪ Qualitätskriterien für Anbieter ▪ Definition der Anbieter entlang der Dienstleistungskette Radtourismus ▪ Gemeinsame Kommunikationsarbeit nach innen und außen • ARGE RADregion 18 gründen zur Koordination und als Motor • Zusammenführung der Anbieter auf Teilregionsebene durch Tourismusorganisationen auf teilregionaler Ebene (Orte, Betriebe einbinden) <p>Koordinations- und Informationsveranstaltungen zur Einbindung und Bewusstseinsbildung sowie aktives Marketing nach innen und außen</p> <p>Inhalte Module b) Ausflug:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ARGE Ausflugsziele Region 18 gründen (auf Basis Erlebniswelt Chiemgau und 5 for Fun im Berchtesgadener Land) • Marktrecherche 		

<ul style="list-style-type: none">• Konzept Tagesausflugsmarketing mit<ul style="list-style-type: none">▪ Produktentwicklung (Themenrouten, Schlechtwetter-Tipps, Qualitätskriterien...)▪ Definition Zielmärkte/Zielgruppen▪ Vermarktung (Medien wie Broschüre, Karte, Internet...)▪ Finanzierung
<p>Zeitplan/Meilensteine Modul a) Rad:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ausschreibung Radkonzept 2007 bzw. Anfang 2008 durch Planungsverband bzw. ARGE RADregion18• Vergabe und Start Konzeptarbeit 2008 mit Einstellung Regionalmanager• Fertigstellung Konzept und Start Umsetzung Mitte 2008 <p>Zeitplan/Meilensteine Modul b) Ausflug:</p> <ul style="list-style-type: none">• Erstgespräch Erlebniswelt Chiemgau zur Bildung einer ARGE Herbst 2007• ARGE-Gründung bis Frühjahr 2008• Konzeptausschreibung Jahresbeginn 2008• Vergabe Frühjahr 2008• Umsetzung ab Herbst 2008
<p>Umsetzungsverantwortung Modul a) Rad:</p> <ul style="list-style-type: none">• Regionaler Planungsverband bzw. ARGE RADregion und Regionalmanager <p>Umsetzungsverantwortung Modul b) Ausflug:</p> <ul style="list-style-type: none">• Startphase Erlebniswelt Chiemgau mit Herrn Pehel• Später ARGE Ausflug Region 18

Qualitätsoffensive im Tourismus mit a) Zertifizierungs- und Schulungsinitiative b) Optimierung Dienstleistungsketten	Bildung Organisation	IP11
	Z3, Z6, Z7	T
Nutzen Modul a) Zertifizierungs- und Schulungsinitiative: <ul style="list-style-type: none"> • Mehr Professionalität bei den (Klein-)Vermietern • Mehr überprüfbare Qualität auf der Betriebsebene 		
Nutzen Modul b) Optimierung Dienstleistungsketten: <ul style="list-style-type: none"> • Mehr nachhaltiges Qualitätsbewußtsein auf allen Ebenen der Dienstleistungskette im Tourismus • Messbare Qualitätskriterien für Schlüsselbereiche des Dienstleistungsprozesses 		
Inhalte Modul a) Zertifizierungs- und Schulungsinitiative: <ul style="list-style-type: none"> • Regionsweite Initiative zur Weiterbildung und Schulung für die (Klein-)Vermieter auf Basis bestehender Programme (z.B. Alpine Gastgeber, Urlaub am Bauernhof) • Regionsweite Initiative zur Zertifizierung der Beherbergungsbetriebe (z.B. auf Basis der DTV-Kriterien) 		
Inhalte Modul b) Optimierung Dienstleistungsketten: <ul style="list-style-type: none"> • Bewusstsein bildende Maßnahmen in Richtung Dienstleistungsqualität • Teilprojekte zur Schaffung von messbaren Qualitätskriterien für Schlüsselprozesse in der Leistungserstellung (Qualitätszirkel, Schulungsmaßnahmen etc.) • Begleitende Öffentlichkeitsarbeit • Projektorganisation 		
Träger/Motor: <ul style="list-style-type: none"> • Modul a) Regionalmanagement bzw. Tourismusorganisationen und deren Landkreise • Modul b) interessierte Landkreise 		
Zeitplan/Meilensteine: <ul style="list-style-type: none"> • Modellprojekt Qualitätsoffensive Berchtesgadener Land läuft 		

Winterentwicklungskonzept Region 18 mit a) Seilbahnentwicklungskonzept b) ARGE Alternativer Wintersport	Organisation	IP12
	Z3	T
<p>Nutzen Modul a) Seilbahnentwicklungskonzept:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualitätsverbesserungen im Seilbahnangebot • Leitfaden für den Ausbau bzw. die Entwicklung des seilbahntechnischen Angebots in der Region (Was soll wo in welcher Qualität im Seilbahnbereich investiert und gefördert werden?) • Klare Vorgaben bzw. Grundlagen für die Förderrichtlinien bzw. Förderstellen <p>Nutzen Modul b) ARGE Alternativer Wintersport:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Image „Wintersport“ über Großereignisse bzw. -veranstaltungen sichern • Alternative Angebote zum alpinen Wintersport im Hinblick auf den Klimawandel diskutieren und entwickeln • Alternative Wintersport-Angebote bündeln und gemeinsam vermarkten 		
<p>Inhalte Modul a) Seilbahnentwicklungskonzept:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erhebung und Bewertung der Marktfähigkeit des Seilbahnangebots in der Region 18 (unter Umständen in Verbindung mit Gesamt-Oberbayern) • Festlegung von strategischen Entwicklungszielen und Leitlinien für die Bergbahnbereich der Region im Winter und im Sommer • Daraus abgeleitete strategische Schwerpunktsetzungen bzw. Entwicklungsschwerpunkte (wo sind welche Investitionen in welcher Qualität notwendig und sinnvoll?) <p>Inhalte Modul b) ARGE Alternativer Wintersport:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gründung einer überregionalen ARGE Alternativer Wintersport • Wintererlebniskarte des Chiemgaus erweitern unter Einbindung Winterwandern, Rodelerlebnis, Eiselerlebnis, Nordic Sports u.a.m. • Gemeinsame Saisonkarte für mehrere Gebiete 		
<p>Träger/Motor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bergbahnverband in Abstimmung mit Regionalmanagement; Stufe 1: RPV • ARGE Alternativer Wintersport (bestehend aus Anbietern und Tourismusorganisationen) 		
<p>Zeitplan/Meilensteine:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ARGE-Gründung bis zum Winter 2007/08 • Ausschreibung Seilbahnkonzept bis zum Januar/Februar 2008 • Fertigstellung Seilbahnkonzept Herbst 2008 		

Restrukturierungskonzept Tourismusorganisationen	Organisation	IP13
	Z4	T
<p>Nutzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klärung der idealen Organisationsform für regionale Tourismusorganisationen (Modellregion bzw. Anlassfall Chiemseeraum mit der Einbindung von TVB Chiemgau e.V., Chiemsee Tourismus e.V. & Co KG bzw. Kur- und Tourismusverband Rosenheimer Land (vormals Kur- und Tourismusverband Wendelstein). • Klare Aufgabenteilung zwischen Orten, Regionalen Organisationen, wettbewerbsfähige Größenordnungen bei Regionsgröße und Budgets. 		
<p>Inhalte:</p> <p>Phase 1 (Neuorganisation des Tourismusverbands Chiemgau Tourismus e.V.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau einer zeitgemäßen regionalen Tourismusorganisation unter Beteiligung der Tourismusorte des Verbandsgebietes und der touristischen Leistungsträger wie Hotellerie, Bergbahnen, Schifffahrt u.a.m. • Optimale Vernetzung, effiziente Aufgaben- und Kompetenzverteilung zwischen den verschiedenen organisatorischen Einheiten • Bündelung der Marketingmittel für den Tourismus der Mitglieder in der neuen Organisation • Erstellung eines Businessplans für die neue Tourismusorganisation <p>Phase 2 (Konkretisierung der Kooperation mit den beiden weiteren regionalen Tourismusorganisationen):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gründung einer Destination Chiemgau-Chiemsee-Wendelstein • Einbindung aller Tourismusorganisationen in der Region: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kur- und Tourismusverband Wendelstein e.V. ▪ Chiemsee Tourismus KG ▪ touristische Leistungsträger wie Seilbahnen, Hotellerie u.a.m. • Bündelung des Großteils der budgetären Mittel für den Tourismus der Anrainerorganisationen bzw. der Mitglieder der neuen Destination in der neuen Organisation • Erstellung eines Businessplans für die neue Organisation 		
<p>Zeitplan/Meilensteine:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Start Phase 1 Ende September 2007 • Grobmodell Phase 1 liegt zum Jahresende 2007 vor • Parallele Abstimmung mit bestehenden Organisationen Chiemsee Tourismus e.V. & Co KG bzw. Kur- und Tourismusverband Rosenheimer Land (vormals Kur- und Tourismusverband Wendelstein) ab Spätherbst 2007 bzw. Jahresbeginn 2008 		
<p>Umsetzungsverantwortung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chiemgau Tourismus e.V. 		

2.4 Umsetzungsphase 2 (langfristige Projekte)

Im folgenden Kapitel 2.4 werden **11 Projekte** anhand von Projektbeschreibungen ausführlich erläutert. Der Umsetzung der **Projekte** ist **ebenfalls hoher Stellenwert** einzuräumen. Sie sollten im günstigen Fall noch während, spätestens jedoch nach Umsetzung der Initialprojekte angeschoben werden.

Breitbandinitiative Region 18	Rahmenbedingungen	P1
	Z1	W
<p>Nutzen: Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der regionalen Unternehmen & Erhöhung der Attraktivität des Gewerbeflächenangebots (Breitbandanbindung als Voraussetzung für modernes wirtschaftliches Handeln).</p>		
<p>Inhalte/Module:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Politische Unterstützung des Regionalen Planungsverbands <ol style="list-style-type: none"> I. Gründung eines Arbeitskreises „Breitbandinitiative“ II. Verfassen einer Handlungsanleitung / Informationsbroschüre bzw. Organisation von Informationsveranstaltungen über Möglichkeiten der Breitbandversorgung für die regionalen Kommunen • Koordinierte Zusammenarbeit der Gemeinden mit IHK/HWK (Koordination über RPV): <ol style="list-style-type: none"> I. Bestimmung von regionalen und lokalen „Breitbandpaten“ II. Systematische Erhebung der lokalen Nachfrage III. Kontaktaufnahme mit Breitband-Anbietern • Förderung und Ausbau der Wimax-Technologie als Ergänzung zu DSL-Breitband: <ol style="list-style-type: none"> I. Unterstützung des (lizensierten) regionalen Anbieters Televersa (Töging am Inn) und ggf. von anderen Anbietern bei Ausweitung des Wimax-Netzes auf die gesamte Region 18 II. Politische Lobbyarbeit (Einfordern der Versorgung des Ländlichen Raums mit Wimax), bezugnehmend auf CSU-Fraktion im Landtag: „Schnelle Bereitstellung von Frequenzen (...) durch die Bundesnetzagentur“ 		
<p>Träger/Motor: RPV</p>		
<p>Meilensteine: Arbeitskreis formiert sich noch 2007, Nachfrageerhebung (in Zusammenarbeit mit der IHK/HWK) bis Sommer 2008 abgeschlossen.</p>		
<p>Kooperationspartner: IHK/HWK</p>		
<p>Voraussichtliche Kosten: lediglich Sachaufwand (Informationsbroschüren, Veranstaltungen)</p>		
<p>Finanzierungsmöglichkeiten: Beteiligung der aktuell unterversorgten Gemeinden</p>		

Aktionsplan für Gewerbeflächenmanagement	Organisation, Kooperation	P2
	Z4, Z5	W
<p>Nutzen: Durch die gemeinsame und bedarfsgerechte Ausweisung von Gewerbeflächen und der auf der regionalen Ebene abgestimmten Genehmigung von neuen Gewerbeobjekten werden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leerstandsquoten verringert • großflächige Investitionen ermöglicht • bestehende Flächenengpässe und -überhänge ausgeglichen • die Standortattraktivität und -qualität der Region erhöht • Redundanzen bei Aufgaben der öffentlichen Verwaltung (Genehmigungsverfahren etc.) beseitigt und Mehrkosten minimiert • Konkurrenzsituationen in der Flächennutzung, wie z.B. Industrieansiedlungen in touristischen Gebieten, vermieden und somit das Landschaftsbild geschützt. 		
<p>Inhalte/Module:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Systematische Identifikation und Dokumentation bedeutsamer und attraktiver Gewerbeflächen in der Region 18 II. Erschließung der attraktivsten Flächen durch einen gemeinsamen Gewerbeflächenverband, der in enger Abstimmung mit Kommunen arbeitet III. Etablierung eines Systems der Teilung der Gewerbesteuererinnahmen bzw. Erschließungskosten der Flächen über einen Finanzpool mit Kompensationsmechanismus: Gemeinden, die auf Flächenausweisungen verzichten, erhalten Ausgleichszahlungen (z.B. Region Neckar-Alb) IV. Identifikation und Schaffung von Gewerbeflächen überörtlicher Bedeutung (z.B. Technologieansiedlungen im Zuge von Galileo Gate im Berchtesgadener Land) V. Schaffung finanzieller Anreize bzw. Bezuschussung von interkommunalen Gewerbegebieten durch RPV (vgl. Good Practice-Beispiele z.B. in der Region Stuttgart) VI. Einrichtung einer regionsweiten Datenbank für Gewerbeflächen und -objekte (bzw. Zusammenführung der bestehenden Datenbanken) 		
<p>Träger/Motor: Kommunen, Koordination durch Landkreise und RPV</p>		

Innovations- und Gewerbemesse Region 18	Kooperation, Qualifizierung	P3
	Z5, Z7	W
Nutzen: Erhöhung der Wirtschaftskraft bzw. Stärkung innerregionaler Wertschöpfungssysteme durch Vernetzung und Austausch der regionalen Unternehmen.		
Inhalte/Module:		
<p>I. Etablierung regelmäßiger Messen mit Branchenschwerpunkten in der Region</p> <p>a.) Wechselnde Ausrichtung der Messen in den Kreisstädten (z.B. 2x im Jahr), Träger ist die jeweilige Wirtschaftsförderung</p> <p>b.) Etablierung einer regelmäßigen Messe (jährlich) auf dem (neuen) Messegelände in Rosenheim</p> <p>II. Öffnung der Messen für regionsexterne Unternehmen</p> <p>III. Gezielte Veranstaltungen zur Kontaktknüpfung auf den Messen (Diskussionsforen, Vorstellungen von regionalen Produkten etc.). dabei Schwerpunkt auf die Bildung von Netzwerken (bspw. zur Auslandsmarkterschließung zwischen Großunternehmen und KMU)</p>		
Träger/Motor: noch festzulegende Kommune(n) in Absprache mit RPV		
Meilensteine: erste Messe noch in 2008		

Info-Plattform zur Aktivierung von Bürgerschaftlichem Engagement	Qualifizierung Kooperation	P4
	Z6	L, W, T
<p>Nutzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schaffung positiver kommunaler Rahmenbedingungen für Bürgerschaftliches Engagement • Aktive Gestaltung und Übernahme von Verantwortung durch Bürger • Motivation und Identifikation der Bürger mit der Gemeinde und der Region • Verdichtung von sozialen Netzwerken • Verstärkung von regionalen und überregionalen Netzwerken als tragende Säulen der kommunalen ehrenamtlichen Arbeit • Schaffung von Transparenz über ehrenamtliche Betätigungsfelder 		
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schaffung einer (Online-)Serviceplattform, um Anbieter und Suchende von Ehrenämtern miteinander zu vernetzen und über ehrenamtliche Betätigungsfelder in der Region zu informieren. • Bestandsaufnahme von Organisationen und Vereinen, die bereits mit Ehrenamtlichen arbeiten • Ermittlung von Angebotslücken, Handlungsbedarf, Qualifizierungsbedarf • Leitbild- und Strategieentwicklung • Projektentwicklung und Umsetzung • Aufzeigen von Beteiligungsmöglichkeiten und -strukturen in den politischen und verwaltungsinternen Entscheidungsprozess • Sensibilisierung der Bevölkerung für neue Technologien: Trainings in Schulen, Unternehmen etc. • Verstärkter Austausch von Erfahrungen und Wissen innerhalb der Bevölkerung 		
<p>Träger/Motor: RPV, Landkreise, mit Unterstützung vom Landesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement, Aktivsenioren</p>		
<p>Meilensteine: Startveranstaltung 2008</p>		

Arbeitskreis zur Integrationsförderung	Organisation Qualifizierung	P5
	Z4, Z6	L, W
<p>Nutzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sprach- und Kulturförderung sowie Begegnung • Verbesserung des Zusammenlebens und Förderung des Zusammenwachsens • Identifizierung der Zielgruppen mit ihrem Umfeld, der Region (Regionsverständnis, Schaffung eines „Wir-Gefühls“) • Schaffung eines Ausgangspunktes für evtl. eigenständiges Bürgerschaftliches Engagement und Motivation • Stärkung der zentralen Bereiche in den Orten („Dort tut sich etwas“) 		
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schaffung von Treffpunkten für Menschen mit Migrationshintergrund, gesellschaftliche Randgruppen, offen auch für Senioren, Jugendliche, Arbeitslose, Behinderte (dezentrale Treffpunkte: Bibliotheken, Schulen, Pfarrheime, Caritas etc.) • Regionaler Arbeitskreis zur überörtlichen Führung der Regie, Koordination und rahmengebenden Ausgestaltung • Gedankenaustausch zu Schwerpunktthemen, bspw. zu Fragen des eigenen Lebensstils oder der Nachhaltigkeit • Betreuung durch geschulte Lehrkräfte, daneben Tutorienmodell, in dem z.B. Oberstufenschüler, Senioren, Ehrenamtliche mitwirken können. • Mögliche Kooperationspartner: Büchereien, Musikschulen, Schulen, Pfarreien, Sozialeinrichtungen 		
Träger/Motor: RPV, Landkreise		
Meilensteine: Erstes Treffen Anfang 2008		

Regiothek Region 18 in Bibliotheken	Organisation Qualifizierung	P6
	Z4, Z6	L, W, T
<p>Nutzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vernetzung und Zusammenarbeit von öffentlichen Bibliotheken in Südostoberbayern • Attraktivitätsgewinn für die Bibliotheken im Netzwerk Region 18 bei allen Bevölkerungsgruppen • Optimierung des Bibliotheks- und Informations- und Weiterbildungsangebotes in der Region 		
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Angebot eines jeweiligen Auskunftsbereichs über die Region mit aktuellen Materialien über Adress- und Telefonbücher bis hin zu Veranstaltungsprogrammen, Volkshochschul-Verzeichnissen, Ausflugskarten, Einkaufsführern etc. • Bildung eines Expertenausschusses „Regiothek Region 18“, der sich als Ideenschmiede, Impulsgeber und Vermittler für Kooperationen, Aktivitäten und Projekte zwischen Partnerbibliotheken des Netzwerkes versteht • Zweite Ausbaustufe: Nach Möglichkeit auch gesammelt und konzentriert abrufbar über eigene Homepage • Dritte Ausbaustufe: Einrichtung von typischen Regiocafés in oder zugeordnet zu Bibliotheken 		
<p>Träger/Motor: Beteiligte Bibliotheken, zu bildender Regionaler Expertenausschuss in Zusammenarbeit mit RPV und den Landkreisen</p>		
<p>Meilensteine: Erstes Treffen Anfang 2008, Eröffnung Regiothek Mitte 2009</p>		

Erhalt, Fortentwicklung und Neuorganisation der Landschaftspflege in der Region 18	Organisation	P7
	Z4	L, W, T
<p>Nutzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Langfristige Sicherung und Entwicklung des Landschaftsbildes mit regionaltypischen Kulturlandschaftsbiotopen unter besonderer Berücksichtigung der Almen • Sicherung und Entwicklung der Landschaftspflege als innovativen langfristig ökonomisch tragfähigen Erwerbszweig für die Landwirtschaft • Flächendeckendes Dienstleistungsangebot durch Landschaftspflegeorganisationen: Beratung, Fördermittlerschließung und -verwaltung durch Ausweitung des Einsatzgebietes der Landschaftspflegeorganisationen • Entwicklung langfristig ökonomisch tragfähiger Nutzungsformen nach dem Motto „Nutzung statt Pflege“ • Erschließung neuer Einnahmequellen bei sinkenden öffentlichen Fördermitteln 		
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bildung eines moderierten regionalen Landschaftspflegeforums (Organisation z.B. durch Grünes Zentrum Töging) mit Behördenvertretern, Politikern und Praktikern <ul style="list-style-type: none"> 1) zum Austausch von Erfahrungen und Know How unter Praktikern sowie 2) zum Aufbau einer regionalen Landschaftspflegestrategie und Einleitung der Optimierung der Organisationsstruktur für die Region 18 (Erweiterung der Mitgliedsgemeinden bzw. Gründung von Landschaftspflegeverbänden in bislang nicht abgedeckten Gebieten → Lkr. RO, MÜ, BGL, Ziel ist ein flächendeckendes Dienstleistungsangebot durch Landschaftspflegeorganisationen) • Innovationsoffensive Landschaftspflege „Nutzung statt Pflege“ Entwicklung und Erprobung innovativer Nutzungsformen, Produkt- und Marketingideen, insbesondere für Almen (z.B. Erschließung neuer Vertriebswege für Almwiesenheu, Hackschnitzelnutzung von Heckenschnitt, Streuobst, Beweidungsprojekte in Verbindung mit Tourismus...) • Bestandsaufnahme von Problemstellungen besonders rückgangsgefährdeten typischen Kulturlandschaftsbiotopen unter besonderer Berücksichtigung der Almen • Leitbild- und Strategieentwicklung (Ziel: langfristige ökonomische Tragfähigkeit) • Verbesserung der betrieblichen Bedingungen (z.B. Almwegebau) 		
Träger/Motor: Landräte, Grünes Zentrum Töging, Kommunen		
Meilensteine: Einladung 1. Landschaftspflegeforum Herbst 2008		

Klimaschutz mit der Landwirtschaft	Kooperation Organisation	P8
	Z4, Z5	L, W, T
<p>Nutzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berücksichtigung der Auswirkungen des Klimawandels auf Landwirtschaft, Tourismus, Wasserwirtschaft • Vorreiterposition der Region 18 für ganz Europa im Bereich Klimaschutz • langfristige Sicherung und Entwicklung des Landschaftsbildes mit regionaltypischen Kulturlandschaftsbiotopen unter besonderer Berücksichtigung der Almen • Sicherung und Entwicklung der Landschaftspflege als innovativen langfristig ökonomisch tragfähigen Erwerbszweig für die Landwirtschaft • Flächendeckendes Dienstleistungsangebot durch Landschaftspflegeorganisationen: Beratung, Fördermittlerschließung und -verwaltung durch Ausweitung des Einsatzgebietes der Landschaftspflegeorganisationen • Entwicklung langfristig ökonomisch tragfähiger Nutzungsformen nach dem Motto „Nutzung statt Pflege“ • Erschließung neuer Einnahmequellen bei sinkenden öffentlichen Fördermitteln 		
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gründung eines Siegels, um klimaschonend erzeugte Lebensmittel aus der Region zu kennzeichnen, die zu einem fairen Preis vermarktet werden können • Erarbeitung eines Vermarktungskonzeptes für klimaschonende Lebensmittel aus der Region unter Berücksichtigung und ggf. Zusammenarbeit mit der Regionalvermarktungsoffensive (IP4) • Erprobung von „Klimaschonender Landwirtschaft“ u.a. nach folgenden Kriterien: <ol style="list-style-type: none"> 1. Bodenfruchtbarkeit aufbauen und erhalten durch mehrgliedrige Fruchtfolgen, Mischfrucht und Gründüngung (→ hoher Humusgehalt wird erhalten und bindet damit CO₂, 2. Stickstoffversorgung der Pflanzen ausschließlich aus natürlicher regionaler Erzeugung durch Leguminosen, Gründüngung, Mist, Jauche, Gülle und Kompost (→ Verzicht auf künstlichen Stickstoffdünger, 1 t Stickstoffdünger benötigt die Energie von 1 t Rohöl), 3. Verwendung von regional erzeugten Futtermitteln (→ Vermeidung von Importsoja, führt zur Zerstörung von Regenwäldern, weite Transportwege), 4. Verwendung von Zweinutzungsrasen (Fleisch und Milch) oder Zucht auf Lebensleistung mit hoher Grundfutterleistung (→ Einsparung von 16% Methan, 32 % Stickstoff und 32 % Phosphor bei Verwendung von Zweinutzungsrasen gegenüber Hochleistungs-Milchkühen/ Fleischerzeugung mit Mutterkühen) 5. Erzeugung der gesamten auf dem Betrieb benötigten Energie auf dem Hof bzw. Bezug aus regionalen erneuerbaren Quellen und sparsamer effizienter Einsatz von Energie 		

Träger/Motor: Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft und TU München (Lehrstuhl Prof. Heißenhuber, Wirtschaftslehre des Landbaus) in Rahmen des Forschungsprojektes vom Bundesministerium für Bildung und Forschung zum Klimawandel

Meilensteine: Forschungsprojektstart 2007, Geplanter Abschluss 2010

Top-Attraktion(en) mit internationaler Strahlkraft	Organisation	P9
	Z3	T
<p>Nutzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Touristische Großattraktion mit internationaler Marketing-Strahlkraft hilft die Region insgesamt bekannter zu machen und Gäste in die Region zu bringen • Ergänzung und Stärkung des Tagesausflugsangebots der Region • Ergänzung und Stärkung des Hotelangebots der Region • den Ballungsraum München und das Einzugs Potenzial im 180-km Radius nützen 		
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorhandene Projektideen (z.B. Themenpark) im Landkreis Rosenheim aufgreifen und konkret prüfen 		
<p>Zeitplan/Meilensteine:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Start 2007 mit Standortsuche bzw. Ideenfindung starten • Konkrete Projektentwicklung und Machbarkeitsprüfung in den Jahren 2008 - 2009 		
<p>Umsetzungsverantwortung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regionale politische Vertreter Landkreis Rosenheim bzw. betroffene Gemeinden im Chiemseeraum 		

Tourismusgesetz	Rahmen- bedingungen	P10
	Z2	T
Nutzen: <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende gesetzliche Regelung für die Finanzmittelaufbringung für und aus dem Tourismus • Gesicherte längerfristige Finanzierung von Tourismusorganisationen • Internationale Wettbewerbsfähigkeit durch höhere Marketingmittel auf der Ebene der regionalen Tourismusorganisationen 		
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Bewusstseinsbildung bei den politisch Verantwortlichen auf Staatsebene und Regierungsbezirksebene • Koordiniertes Lobbying durch regionale Vertreter der Planungsregion 18 • Erhebung aktueller gesetzlicher Lösungen in europäischen Ländern (z.B. Österreich, Schweiz) • Auswertung der Ergebnisse und Ableitung eines grundlegenden Entwurfs für Bayern 		
Zeitplan/Meilensteine: <ul style="list-style-type: none"> • Start 2007 mit der Bewusstseinsbildung • Intensivere Bearbeitung des Themas nach den Kommunalwahlen 2008 		
Umsetzungsverantwortung: <ul style="list-style-type: none"> • Regionale politische Vertreter 		

Die gesunde Region – Gesundheitscluster	Organisation	P11
	Z4	T
<p>Nutzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das gesundheits(-touristische) Potenzial besser nützen • Eine gemeinsame Plattform/Koordination auf Produktebene (nicht auf Vertriebs-ebene) • Europaweit wahrgenommenes Kompetenzzentrum Gesundheit aufbauen • Orientierungshilfe und Information über die die vorhandenen Potenziale und Angebote in der Region 		
<p>Inhalte Teilmodule:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bestandsaufnahme Gesundheitswirtschaft (Beispiel: Potenzialanalyse für die Gesundheitsregion Chiemsee bzw. Definition It. Health Care Bayern e.V.) • Kernbereich: ambulante und stationäre Gesundheitsversorgung (z.B. Krankenhäuser, Vorsorge- und Rehabilitationseinrichtungen, Praxen nichtärztlicher medizinischer Berufe, Apotheken, Pflegeeinrichtungen) • Vorleistungs- und Zuliefererindustrie mit den so genannten Health Care Industries (Pharmazeutische Industrie, Medizintechnik, Bio- und Gentechnologie), Gesundheitshandwerk sowie der Groß- und Facheinzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Produkten • Randbereiche und Nachbarbranchen des Gesundheitswesens – 4. Schale der Gesundheitszwiebel (z.B. Gesundheitstourismus, Sport, Ernährung, Wellness) • Die früher rein sozialpolitische Betrachtung (=Gesundheitswesen) wird um die wirtschafts- und beschäftigungspolitische Betrachtung ergänzt (=Gesundheitswirtschaft) • Installation eines regionalen Netzwerkmanagements für die Gesundheitswirtschaft und Eingliederung in eine allfällige Bayern-weite Initiative (Regionalmanager) • Abstimmung mit Health Care Bayern e.V. • Aufbau einer Clusterorganisation für Forschung und Entwicklung in der Gesundheitswirtschaft und zur Erarbeitung und Abgrenzung von Schwerpunkten und / oder Produktbündelung 		
<p>Zeitplan/Meilensteine:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Start 2008 mit Einstellung Regionalmanager • Abstimmung mit Prozess Gesundheitsregion Bayern (Health Care Bayern e.V.) 		
<p>Umsetzungsverantwortung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regionaler Planungsverband bzw. Regionalmanager 		

2.5 Management der Projektumsetzung

Im folgenden Kapitel wird die Frage beantwortet, wie die **Projektumsetzung** in Kooperation mit den vorhandenen regionalen Kräften effizient organisiert werden sollte.

Im Hinblick auf die Umsetzung der Projekte und der Entwicklungsstrategie schlägt das Gutachterteam einen Managementansatz vor, der auf zwei Zugängen basiert.

1. Koordinierungsstelle für Projektmanagement

Der **erste Zugang** besteht in der Einrichtung einer zentralen, für die Gesamtregion zuständigen **Koordinierungsstelle für Projektmanagement**, welche vornehmlich für die **Umsetzung der Initialprojekte** sowie die Vorbereitung, Ausarbeitung und schließlich Abwicklung der **weiteren Projekte** zuständig ist (vgl. Abb. 8).

Projektkoordination und -steuerung

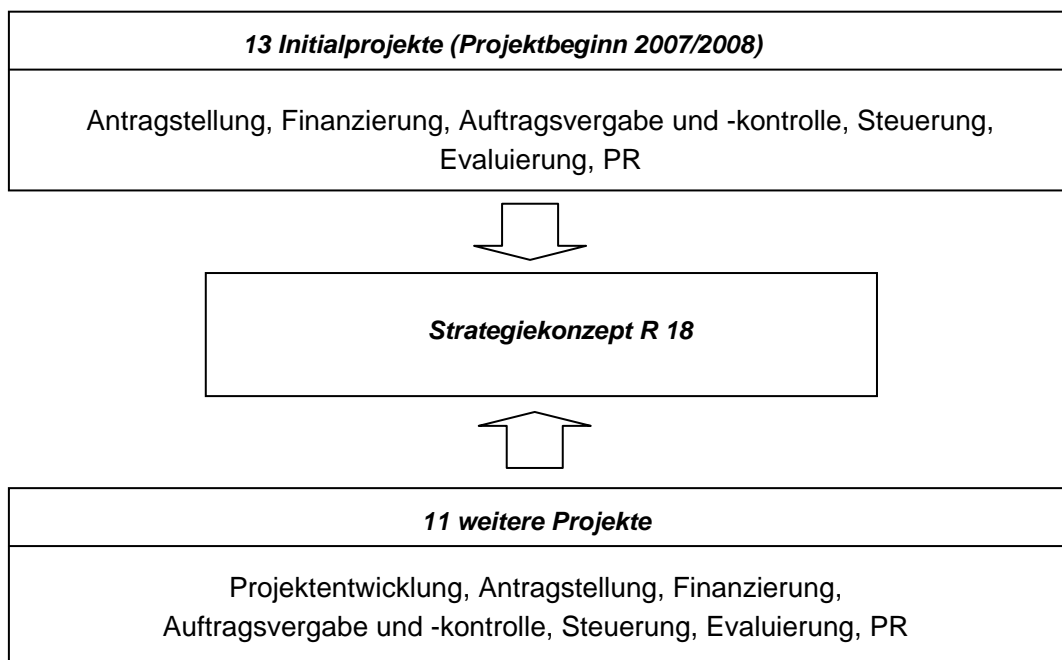


Abb. 8: Management der Projektumsetzung (Vorschlag der Gutachter)

Die Schaffung einer solchen Koordinierungsstelle verspricht die Sicherstellung der **gesamtregionalen Abstimmung**. So lassen sich auch Initiativen, die zunächst vornehmlich teilräumliche Impulse setzen (vgl. Kap. 2.1) zielorientiert koordinieren. Alternativ ist zu prüfen, inwiefern einzelne „**Projektpaten**“ oder „**Kümmerer**“ aus der Region eine zentrale Projektkoordination leisten können. In diesem Fall ist insbesondere darauf zu achten, dass die Paten **aus regionaler Perspektive** agieren und den gesamtregionalen Vorteil über (kommunale) Eigeninteressen stellen.

2. Teilregionale Beratungsstellen Fördermittel – Forschung – Branchenentwicklung

Als zweiter Zugang wird die Etablierung eines **teilregional ausdifferenzierten, jedoch gesamtträumlich koordinierten Regionalmanagements** empfohlen. Die Inhalte und Kompetenzen dieser jeweils landkreisübergreifenden Maßnahmen sollen dabei vor allem in den **Bereichen Fördermittel, Forschung sowie Branchenentwicklung** liegen. Dies wurde bereits in Initialprojekt 2 näher dargelegt (vgl. Abb 7).

Die Aufgaben der zu bestellenden Regionalmanager konzentrieren sich damit ebenfalls vor allem auf die Umsetzung der Projekte (es wird daher angeregt, die Bezeichnung „**Projektmanager**“ der des Regionalmanagers vorzuziehen, z.B. in der Stellenbezeichnung bzw. Beschreibung der Stelleninhalte).

Zur **(Ko-)Finanzierung der anfälligen Personalmittel** in beiden Zugängen, also sowohl im teilregionalen Regionalmanagement als auch bzgl. einer zentralen Koordinierungsstelle sollte die Region die Fördermöglichkeiten der **zweiten Säule des Programms „Allianz Bayern Innovativ“** der Bayerischen Staatsregierung nachfragen und nutzen.

Am 18.10.2007 fiel der **Startschuss für 13 Initialprojekte**, die im Rahmen des Entwicklungskonzeptes erarbeitet wurden. Nach Festlegung von **Zuständigkeiten** ist es bereits gelungen, **erfolgreich erste Umsetzungsschritte** einzuleiten. Über den weiteren Umsetzungsweg wird der Regionalverband Südostoberbayern mittels **Infobriefen** und **-veranstaltungen** berichten.

3 Entwicklungsstrategie für die Region 18

3.1 Strategische Folgerungen aus der Analyse

Im folgenden Abschnitt werden Rückschlüsse aus der Bestandsaufnahme (Teil B) auf die Ausrichtung des Lösungsansatzes für relevante Themenstellungen der Region vorgestellt.

Thematischer Ansatz der Entwicklungsstrategie

Die Region ist topografisch, wirtschaftlich und touristisch gesehen heterogen. Von den alpinen Regionen im Süden bis zu den relativ flachen Landschaften im Norden sind sowohl hinsichtlich Besiedelung, Infrastrukturen und Wirtschaftsstrukturen sehr **unterschiedliche Voraussetzungen und Problemstellungen** gegeben.

Auf Grund der **Inhomogenität** des Untersuchungsraums war es daher nicht zielführend, einen regionalen oder an Verwaltungsstrukturen orientierten Entwicklungsansatz zu wählen.

Dennoch konnten auf inhaltlicher/**thematischer Ebene gemeinde- bzw. landkreisübergreifende Interessenschwerpunkte** herausgearbeitet werden, in deren Bereichen gemeinsames regionales Handeln besonders Erfolg versprechend ist. **Dabei gilt der Grundsatz, soviel Kooperation wie möglich und soviel Differenzierung wie nötig.** Im Prozess zur Erarbeitung der Entwicklungsstrategie wurden jene Inhalte oder Themen tiefergehend bearbeitet, für die eine kritische Menge an betroffenen Akteuren in zumindest zwei Teilregionen oder Landkreisen vorhanden war.

Auf der Projektebene wurden im Sinne einer Doppelstrategie einerseits Projekte auf **Ebene der Planungsregion** bzw. andererseits Projekte mit **teilregionalem** Ansatz verstärkt bearbeitet.

3.2 Strategische Handlungsfelder

Aufgrund der Ergebnisse der Stärken-Schwächen-Analyse wurden **vier strategische Handlungsfelder** herausgearbeitet.

Strategische Handlungsfelder

1. Rahmenbedingungen und Grundlagen
2. Organisation
3. Kooperation
4. Bildung und Qualifizierung

Sie sind durch Querbezüge miteinander vernetzt und tragen zur Umsetzung der **integrierten, sektorübergreifenden Entwicklungsstrategie** bei.

Im Folgenden werden diese **vier Handlungsfelder** knapp erläutert und mit den ihnen zugeordneten Zielen und Projekten dargestellt. Die Projekte sollen zur **Erreichung der Ziele** beitragen. Dabei kann ein Projekt im Sinne einer integrierten sektorübergreifenden Entwicklungsstrategie jeweils mehreren Zielen dienen.

Das **Handlungsfeld Rahmenbedingungen und Grundlagen** bezieht sich auf grundlegende Ausstattungsmerkmale wie Infrastruktur, finanzielle Rahmenbedingungen sowie (gesetzliche) Regelungen und Vorgaben. Hierfür steht beispielsweise die gezielte Unterstützung eines „Bayerischen Tourismusgesetzes“ oder die Fokussierung des Themenbereichs Verkehr in jährlichen Sitzungen des Regionalen Planungsverbands.

Handlungsfeld: Rahmenbedingungen und Grundlagen

Ziele	Z1 Hohe Standortattraktivität sichernde Infrastruktur Z2 Zukunftsfähige Regelungen und Vorgaben sowie finanzielle Rahmenbedingungen
Projekte	IP1 Verkehrsinitiative IP8 Offensive zur Steuerung d. Siedlungsentwicklung im Außenbereich P1 Breitbandinitiative Region 18 P10 Tourismusgesetz → 2 Initialprojekte (IP), 2 Projekte (P)

Das **Handlungsfeld Organisation** zielt auf die institutionelle Neuordnung und -konfiguration von politisch-administrativen Kompetenzen auf gesamtheregionaler Ebene ab. Dies beinhaltet beispielsweise die Entwicklung innovativer, überkommener Tourismuskonzepte.

Handlungsfeld: Organisation	
Ziele	Z3 Differenzierte Position der Region durch themenbezogenes Standortmarketing Z4 Zukunftsfähige Produkte und Organisationsstrukturen
Projekte	IP4 Regionalvermarktungsoffensive Region 18 IP9 Masterplan Hotelentwicklung und Hotelansiedlung in der Region IP10 Sektorübergreifende Angebots- und Vermarktungskoooperation im a) Radtourismus b) Ausflugstourismus IP12 Winterentwicklungskonzept Region 18 mit a) Seilbahn- entwicklungskonzept b) ARGE Alternativer Wintersport IP13 Restrukturierungskonzept Tourismusorganisationen P2 Aktionsplan für Gewerbeflächenmanagement P5 Arbeitskreis zur Integrationsförderung P7 Erhalt, Fortentwicklung und Neuorganisation der Landschaftspflege in der Region 18 P8 Klimaschutz mit der Landwirtschaft P9 Top-Attraktionen mit internationaler Strahlkraft P11 Die gesunde Region – Gesundheitscluster → 5 Initialprojekte (IP), 6 Projekte (P)

Die Maßnahmen und Projekte des **Handlungsfelds Kooperation** sollen durch die Vernetzung und Zusammenarbeit politischer, wirtschaftlicher und sonstiger Akteure maßgebliche Impulse für die Regionalentwicklung setzen. Dabei steht die übergreifende Gestaltung der regionalen Entwicklung in Südostoberbayern im Vordergrund.

Handlungsfeld: Kooperation	
Ziele	Z5 Regional, überregional, interkommunal und international vernetzte Unternehmen und Organisationen sowie Städte, Gemeinden und Landkreise
Projekte	IP2 Beratungsstellen Fördermittel – Forschung – Branchenentwicklung P3 Innovations- und Gewerbemesse Region 18 P4 Info-Plattform zur Aktivierung von Bürgerschaftlichem Engagement → 1 Initialprojekt (IP), 2 Projekte (P)

Das vierte **Handlungsfeld Bildung und Qualifizierung** greift zum einen unmittelbar Themen wie die gesteigerte Anforderung an Bildungseinrichtungen und das Bildungsniveau der Bevölkerung auf, das mittels konkreter Maßnahmen verbessert bzw. gestärkt werden soll. Zum anderen wird hier durch die gezielte Qualifizierung von z.B. Gründern oder Kleinvermietern im touristischen Bereich – eng verzahnt mit der strategischen Leitlinie „Qualität als Maxime des wirtschaftlichen, sozialen und umweltbezogenen Handelns“ (vgl. Abschnitt 3.3) – eine weitere Grundlage für die nachhaltige Prosperität der Region gelegt.

Handlungsfeld: Bildung und Qualifizierung	
Ziele	<p>Z6 Exponierte Position der Region am Forschungs- und Bildungsmarkt unter Berücksichtigung der regionalen Wirtschaftsstruktur</p> <p>Z7 Langfristige Wettbewerbsfähigkeit durch dauerhafte Innovations- und Lernfähigkeit der Unternehmen</p>
Projekte	<p>IP3 Bildungs- und Fachkräfteoffensive für die Wirtschaft</p> <p>IP5 Familien- und altersgerechte Dorfentwicklung</p> <p>IP6 Imagekampagne Ortsmittenbelebung</p> <p>IP7 Schulinitiative Ländlicher Raum</p> <p>IP11 Qualitätsoffensive im Tourismus mit a) Zertifizierungs- und Schulungsinitiative b) Optimierung Dienstleistungsketten</p> <p>P6 Regiothek Region 18 in Bibliotheken</p> <p>→ 5 Initialprojekte (IP), 1 Projekt (P)</p>

Abb. 9: Projekte und Ziele in den vier Handlungsfeldern

3.3 Vision

Der feste, strategische Rahmen der Entwicklungsstrategie der Region 18 wird von **Vision, Strategischen Leitlinien, Handlungsfeldern und Zielen** gebildet. Auf **Projektebene können im Laufe der Umsetzung Aktualisierungen** vorgenommen werden und weitere Projekte hinzukommen.

In der folgenden **Tabelle 1 ist die gesamte Entwicklungsstrategie** übersichtlich dargestellt (Vision, 7 Strategische Leitlinien, 4 Handlungsfelder, 7 Ziele, 66 spezifische bzw. quantifizierte Ziele mit 24 Projekten).

Tab. 1: Entwicklungsstrategie Region 18

1. Vision			
Die Region 18 ist im Jahr 2020 mit ihrer nachhaltig leistungsstarken Wirtschaftsstruktur und ihrer hohen Lebensqualität einer der führenden Wohn- und Arbeitsstandorte unter allen ländlichen Räumen Europas.			
2. Strategische Leitlinien			
1. Wissen und Bildung auf regionaler Ebene entwickeln und ausbauen. 2. Internationale Wettbewerbsfähigkeit der Region stärken. 3. Sicherstellung einer leistungsfähigen regionalen Unternehmerkultur. 4. Sicherstellung einer gesunden Sozial- und Versorgungsstruktur 5. Erhalt und Inwertsetzung des Natur- und Kulturerbes 6. Qualität als Maxime des wirtschaftlichen, sozialen und umweltbezogenen Handelns. 7. Förderung eines innovationsfreundlichen Klimas.			
3. Ziele			
Handlungsfeld	Ziele	Spezifische bzw. quantifizierte Ziele (kurzfristig bis 2010/mittelfristig bis 2015/langfristig bis 2020)	Zugeordnete Projekte
Rahmenbedingungen und Grundlagen	Z1 Hohe Standortattraktivität sichernde Infrastruktur	Im Verkehrswesen: 1) Bis 2015 ist im Straßennetz eine zweckdienliche verkehrliche Infrastruktur vorhanden, die eine Erreichbarkeit Münchens und/oder Salzburgs binnen 1 Fahrstunde von jeder Gemeinde der Region 18 aus erlaubt (insbesondere Ausbau der A8 sowie der A94 und der Bundesstraßen B15, B20, B299 und B304 bis 2015) 2) Im Jahr 2015 wurde eine Schienenverkehrsinfrastruktur zur nachhaltigen Stabilisierung der Versorgungssicherheit realisiert. Dies umfasst den Bau eines Containerterminals (nach Abschluss des laufenden Standortbewertungsverfahrens) sowie den Ausbau der Bahnachse München – Mühldorf – Salzburg (Walpertskirchner Spange, 4-gleisiger Ausbau bis Markt Schwaben, zweigleisiger Ausbau durchgehend von Markt Schwaben bis Salzburg bis 2015, Elektrifizierung bis Freilassing inkl. Abzweig über Tüßling nach Burghausen, 3-gleisiger Ausbau Freilassing-Salzburg) und Rosenheim – Inntal (Anschluss Brennerbasistunnel). In der Telekommunikation: 1) Steigerung der Breitbandverfügbarkeit bis 2010 auf 100% der Fläche der Region, dabei nimmt die R18 eine Vorreiterrolle für alle ländlichen Regionen in der Breitbandinitiative Bayern ein; gleichzeitig flächendeckende Einführung von Wimax (funkbasierte Breitband-Internetverbindungen) in 2008	IP1 Verkehrsoffensive P1 Breitbandinitiative Region 18
	Z2 Zukunftsfähige Regelungen und Vorgaben sowie finanzielle Rahmenbedingungen	Im Tourismus: 1) Bis 2015 eine (gesetzliche?) Grundlage schaffen, dass in der Region (in Bayern) die Tourismusorganisationen über Ressourcen verfügen, die sie international wettbewerbsfähig machen. In der Bauleitplanung: 1) Im Jahr 2010 wurde eine regionale Reformkommission „Zukunft Außenbereich“ gegründet (Politik und Verwaltung). 2) Im Jahr 2015 liegt in allen Gemeinden ein Leerstands- und Bauflächenkataster vor. 3) Im Jahr 2020 haben 50% der Städte und Gemeinden eine Gesamtfortschreibung des Flächennutzungsplans (FNP) auf Grundlage eines kommunalen Flächenmanagements durchgeführt. In der Finanzierung: 1) Im Jahr 2010 ist der Kapitalmarktzugang für Gründer und KMU – auch international gemessen (vgl. Kreditvergabegrundsätze in Österreich) – besonders wettbewerbsfähig (Good Practice: Sparkasse Rosenheim) 2) Bis 2015 erfolgt ein signifikanter Anstieg der Nutzung innovativer Finanzierungsmodelle (Business Angels, Venture und Beteiligungskapital, Fremdwährungsfinanzierung; vgl.: Eigenkapitalquote derzeit D 18%, A 28%, NL 35%) 3) Im Jahr 2010 werden schon bestehende teilräumliche Finanzierungsinstrumente (Good Practice: AUBG, investitionsgebundene VR-Regionaldarlehen in TS und BGL) in der gesamten Region 18 vernetzt angeboten und genutzt	IP8 Offensive zur Steuerung der Siedlungsentwicklung im Außenbereich P10 Tourismusgesetz
Organisation	Z3 Differenzierte Position der Region durch themenbezogenes Standortmarketing	Im Tourismus: 1) Touristische Positionierung als Gesundheits-, Rad- und Tagesausflugsdestination sowie als Destination für alternativen Wintersport und Familien 2) Die Region bzw. eine Teilregion nimmt 2020 alpenweit eine führende Position im Gesundheitstourismus ein (zu den drei besten alpinen Gesundheitsdestinationen zählen) 3) Die Region ist 2015 international als beste Destination für Rad- und Wanderurlaub im (Vor)Alpenraum bekannt 4) Die Region ist 2015 in Bayern bekannt für die größte Dichte an attraktiven Ausflugszielen 5) Die Region verfügt 2020 weiterhin über zumindest 3 Top-Angebote im alternativen Wintersport (z.B. Bob- u. Rodelbahn Königsee, Schnelleislaufstadion Inzell, Biathlonzentrum Ruhpolding) und deren Bestand wurde gesichert. Dazu wurde zumindest eine am touristischen Markt bemerkte Neuheit im alternativen Wintersport eingeführt 6) Die Region nimmt beim Familientourismus in Bayern die führende Position ein 7) Die Region ist bekannt für ihre Ausrichtung auf nachhaltigen qualitativ hochwertigen Tourismus Wirtschaftsräumliche Positionierung: 1) Bis 2015 sind die bestehenden funktionalen Verflechtungen mit Salzburg und München intensiviert worden. In der Schnittstellenfunktion zwischen Ländlichem Raum und Metropolregionen kommen dem Oberzentrum 2) Die Funktion Rosenheims als Messe- und Kongressstadt der Region 18 wurde bis 2015 durch die Etablierung weiterer Fachmessen und -tagungen gestärkt. 3) Im Jahr 2015 sind bestehende Rigiditäten (bspw. festgefahrenes Gruppendenken oder unflexible Vorschriften und Regelungen) durch eine gezielte teilräumliche Standortentwicklung und themenbezogene Vermarktung (bspw. in den Bereichen Gesundheit & Wellness, Sportwirtschaft, Forst- und Holzwirtschaft, Feinmechanik, IuK oder regenerative Energien) überwunden 4) Bis 2015 ist der Bekanntheitsgrad der Region 18 als attraktiver Wohn- und Arbeitsstandort im gesamten deutschsprachigen Raum weiter angestiegen, und zwar sowohl in der Außenwahrnehmung (langfristige Sicherstellung des positiven Wanderungssaldos, insbes. durch den Zuzug jüngerer Bevölkerungsschichten und Familien) als auch im Selbstverständnis (aktuell sind 79% der Bewohner der R18 mit Kultur- und Freizeitangebot zufrieden, Bayern: 82%)	IP10 Sektorübergreifende Angebots- und Vermarktungskoooperation im Tourismus im a) Radtourismus, b) Ausflugstourismus IP12 Winterentwicklungskonzept Region 18 mit a) Seilbahnentwicklungskonzept, b) ARGE Alternativer Wintersport P11 Die gesunde Region - Gesundheitscluster

	<p>Z4 Zukunftsfähige Produkte und Organisationsstrukturen</p>	<p>In der Regionalvermarktung: 1) Bis zum Jahr 2010 wurde eine gemeinsame Dachmarke für regionale Produkte gegründet. 2) Im Jahr 2010 werden regionale Produkte der Dachmarke von mind. 2 Supermarktketten angeboten. 3) Im Jahr 2015 sind 50% der regionalen Anbieter zertifiziertes Mitglied der gemeinsamen Dachmarke für regionale Produkte. 4) Im Jahr 2020 kommen 40% des aus regional verfügbaren Waren zusammengesetzten durchschnittlichen Lebensmittel-Warenkorbs aus der Region. 5) Bis zum Jahr 2010 wird eine regionale Zukunftsinitiative "Leben und Arbeiten in Südostoberbayern" gegründet (Beispiel: Zukunftsradar 2030 in Rheinland-Pfalz)</p> <p>Im Tourismus: 1) Der Anteil der Betten in der 4- und 5-Sterne-Kategorie umfasst 2020 20 % der Gesamtbettenzahl, was etwa 20.000 Gästebetten entspricht. Es sollen 5 "Leuchtturm-Projekte" in der Hotellerie in dieser Kategorie bestehen. 2) Bei Rückgang der Bettenzahl im Privatzimmerbereich auf 30 % der Gesamtbettenzahl, gleichzeitige Qualitätssteigerung der verbleibenden Betriebe durch Zertifizierung/Kategorisierung (50 % der Betriebe sind 2020 kategorisiert) 3) 2020: 1 bis 2 Top-Skigebiete (grenzüberschreitend wenn erforderlich) mit wettbewerbsfähigen Standard bei Komfort und Beschneigung 4) 2015: 3 bis 4 "Anfänger oder Starter(Breeder)"- Gebiete (=Anfängerparks) mit hohem Standard (Good-Practice: Serfaus, Tirol) 5) Es ist bis 2015 gelungen, 75 % der Tourismusorganisationen auf regionaler Ebene von Vereins-ähnlichen Verbandsstrukturen zu produkt- und marktorientierten, international wettbewerbsfähigen Unternehmen umzuwandeln und dabei den hierarchischen Aufbau der regionalen und über regionalen Tourismusorganisation um eine Ebene (auf nur noch drei Ebenen: Ort oder kleinregionale Destination, Region, Bayern) zu reduzieren. Dabei gibt es klare Aufgabenteilungen zwischen den organisatorischen Ebenen. 6) Festigung des Wanderschemas durch Absicherung des hohen Standards der Wege-Infrastruktur. 7) Die Region 18 ist ein führendes Zentrum im Alpensport mit angemessenen In- und Outdoorangeboten.</p> <p>In der Landschaftspflege: 1) Bis zum Jahr 2015 wurden in der Almnutzung neue Produkte und Vermarktungswege erprobt und entwickelt, dadurch hat sich der Bedarf an öffentlichen Fördermitteln um 50% verringert. 2) Im Jahr 2015 sind landschaftspflegerische Dienstleistungen durch Landschaftspflegeverbände und -organisationen in der ganzen Region verfügbar. 3) Bis zum Jahr 2020 sind alle Gemeinden der Region 18 Mitglied in einem Landschaftspflegeverein. 4) Im Jahr 2020 liegt der Flächenanteil von Almen und sonstigen Kulturlandschaftselementen mindestens auf dem Niveau des Jahres 2007 (langfristige Almerhaltung). 5) Bis zum Jahr 2015 hat der Almbestock um 20% zugenommen.</p>	<p>IP4 Regionalvermarktungsoffensive Region 18 IP9 Masterplan Hotelansiedlung und Hotelentwicklung in der Region 18 IP13 Restrukturierungskonzept Tourismusorganisationen P2 Aktionsplan für Gewerbeflächenmanagement P5 Arbeitskreis zur Integrationsförderung P7 Erhalt, Fortentwicklung und Neuorganisation der Landschaftspflege in der Region 18 P8 Klimaschutz mit der Landwirtschaft P9 Top-Attraktionen mit internationaler Strahlkraft</p>
<p>Kooperation</p>	<p>Z5 Regional, überregional, interkommunal und international vernetzte Unternehmen und Organisationen sowie Städte, Gemeinden und Landkreise</p>	<p>Bei Unternehmen: 1) Bis 2015 sind die regionalen Unternehmen noch stärker in globale Wertschöpfungsprozesse eingebunden (dadurch steigt der Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz auf > 45%); gleichzeitig werden innerregionale Wertschöpfungspotenziale möglichst vollumfänglich ausgeschöpft (Steigerung der innerregionale Bruttowertschöpfungsquote um 10%).</p> <p>In der Wirtschaftsförderung: 1) Im Jahr 2010 ist ein regelmäßig tagendes Gremium zum Austausch von Informationen und gemeinsamer Entscheidungsfindung der Wirtschaftsförderer („Südost-Sextett“) institutionalisiert 2) Bis 2010 ist eine zentrale Beratungsstelle eingerichtet, die Unternehmen und Gründer der R18 über verfügbare Fördermittel und -programme der Europäischen Union und weiterer überregional tätiger Institutionen informiert. 3) Bis 2015 werden 50% des Energiebedarfes der Region 18 aus regenerativer Energie erwirtschaftet.</p> <p>Bei Organisationen: 1) Bis 2010 ist ein gemeinsamer Skipass- und Marketingverbund der Region 18-Skigebiete realisiert (Good-Practice: Ski-Amadé, Super-Ski Dolomiti, Ortler Skiarena u.a.) 2) Die Vermarktungsplattform UaB hält ihre Mitgliederzahl und die Vermarktungsplattform Alpine Gastgeber steigert ihre Mitgliederzahlen bis 2015 stark (Alpine Gastgeber von 188 dzt. auf 500) 3) Im Radtourismus ist 2015 eine gut funktionierende, sektorübergreifende Angebotsgruppe im Sinne der Dienstleistungskette für den Radurlaub oder Tagesradausflug installiert und am Markt überregional als Good-Practice 4) Eine Vermarktungsplattform der Top-Ausflugsziele ist 2015 gegründet und verfügt über kontrollierbare Qualitätsstandards im Besucher- und Attraktionsmanagement 5) 2015 sind 10 % aller Beherbergungsbetriebe der Region in Angebotsgruppen wie beispielsweise Kinderland Bayern, WellVital, Alpine Gastgeber, UaB, Seminar- u. Tagungsspezialisten, Radspezialisten, u.a. organisiert</p> <p>Bei Städten, Gemeinden und Landkreisen: 1) Im Jahr 2015 haben 10 % der Gemeinden interkommunale Ländliche Entwicklungskonzepte (ILEK) oder ähnliche integrierte Strategien (REK, LEADER...) erarbeitet. 2) Im Jahr 2020 wurden in 50% der Gemeinden interkommunale Projekte umgesetzt und überregionale/grenzüberschreitende Projekte initiiert 3) Im Jahr 2020 wurde für die gesamte Region Südostoberbayern eine (Online-) Serviceplattform geschaffen, die alle sozialen Dienstleistungsangebote bis auf Ebene der einzelnen Gemeinden enthält. 4) Bis zum Jahr 2020 wurde ein (Online-) Serviceplattform geschaffen, das Anbieter und Suchende von Ehrenämtern miteinander vernetzt und über ehrenamtliche Betätigungsfelder in der Region 18 informiert 5) Bis 2015 wurden in der Region 18 mind. 5 weitere Projekte zum interkommunalen Gewerbeflächenmanagement (z.T. auch Kreisgrenzen übergreifend) initiiert</p>	<p>IP2 Beratungsstellen Fördermittel - Forschung - Branchenentwicklung P3 Innovations- und Gewerbeszene Region 18 P4 Info-Plattform zur Aktivierung von Bürgerschaftlichem Engagement</p>
<p>Bildung und Qualifizierung</p>	<p>Z6 Exponierte Position der Region am Forschungs- und Bildungsmarkt unter Berücksichtigung der regionalen Wirtschaftsstruktur</p>	<p>In der regionalen Bildungsstruktur: 1) Bis 2015 nehmen mind. 75% der Erwerbsbevölkerung an allgemeiner oder beruflicher Weiterbildung teil 2) Im Jahr 2015 sind mind. 5 weitere regelmäßige Studienangebote in den Kreisstädten der Region eingerichtet (z.B. berufsbegleitendes Abendstudium). Diese werden von der FH Rosenheim, den regionsnahen Hochschulen sowie möglichst einer weiteren Fachakademie gemeinschaftlich entwickelt und getragen 3) Bis 2015 gibt es in der FH Rosenheim neue zukunftsorientierte Studiengänge mit Bedeutung für die regionale Wirtschaft und Beschäftigung (u.a. Holzwirtschaft, Gesundheitsmanagement...) 4) Die Kooperation mit regionsexternen Hochschulen (insb. TU München, Uni Innsbruck, Uni Salzburg, regionsnahe Fachhochschulen) ist auszubauen.</p> <p>In den Gemeinden: 1) Bis zum Jahr 2020 ist in allen Gemeinden eine Schule mit Ganztagsbetreuungsangebot in zumutbarer Nähe erreichbar. 2) Bis zum Jahr 2015 konnte in 50% der Gemeinden positive Aufbruchstimmung erzeugt und die aktive Beteiligung der Bürger und die Übernahme von Aufgaben und Verantwortung in den Zukunftsthemen der Region deutlich gesteigert werden. 3) Bis zum Jahr 2020 steuern und handeln in 50% der Gemeinden Politiker und Verwaltung nach Good-Governance-Prinzipien. Hier hat sich das Rollenverständnis von der Verwaltung zum Management gewandelt, 4) Bis zum Jahr 2020 hat sich der Flächenverbrauch in der Region um 50% verringert.</p> <p>In den Unternehmen: 1) Im Jahr 2010 ist eine gesamtregionale Diplomanden- und Praktikantenbörse eingerichtet (zugunsten eines verstärkten Austauschs der FH Rosenheim bzw. angrenzender, regionsexterner Hochschulen mit den regionalen Unternehmen) 2) Bis 2015 hat sich der Anteil der Auszubildender im Mittelstand (insb. kleine Unternehmen) gegenüber 2007 um nochmals 10% erhöht (Sicherstellung einer nachfragedeckenden Verfügbarkeit gut qualifizierter Facharbeiter, Zuzug von auswärtigen Azubis notwendig)</p>	<p>IP3 Bildungs- und Fachkräfteoffensive für die Wirtschaft IP5 Familien- und altersgerechte Dorfentwicklung IP6 Imagekampagne Ortsmittenbelebung IP7 Schulinitiative Ländlicher Raum IP11 Qualitätsoffensive im Tourismus mit a) Zertifizierungs- und Schulungsinitiative, b) Optimierung Dienstleistungsketten P6 Regiothek Region 18 in Bibliotheken</p>
	<p>Z7 Langfristige Wettbewerbsfähigkeit durch dauerhafte Innovations- und Lernfähigkeit der Unternehmen</p>	<p>In den Unternehmen: 1) Im Jahr 2015 ist die Zahl der Patentanmeldungen in der Region (auch im Mittelstand) auf >100 je 100.000 Einwohner (derzeit in Bayern 110) gestiegen 2) Bis 2015 erhöht sich die Marktreife als Qualitätsindikator der regionalen Produktinnovationen auf 20% (derzeit deutschlandweit 13%)</p> <p>In der Wirtschaftsstruktur: 1) Bis 2015 steigt die Selbständigenquote auf >12% (ohne Landwirtschaft, derzeit in Deutschland 10,7%, ausgenommen Scheinselbständigkeit als Ausweg aus Arbeitslosigkeit) 2) Die Region ist bis 2020 in zwei zusätzlichen Branchen (insb. Informations- und Kommunikationstechnik, Ernährung, Medien, Logistik, Holz/Papier, Gesundheit/Wellness und Satellitennavigation) als herausragender Standort bekannt (ähnlich Chemie-Dreieck heute). Dazu konnte bis 2015 mindestens ein weiterer, mittelgroßer Top-Spieler in den bestehenden Wachstumsbranchen angesiedelt werden</p>	<p>IP3 Bildungs- und Fachkräfteoffensive für die Wirtschaft</p>

Die **Vision** dient der Vermittlung **wesentlicher Ziele und Inhalte** nach Innen und Außen und trägt zur **zielorientierten Projektentwicklung und -ausrichtung** bei.

Vision

Die Region 18 ist im Jahr 2020 mit ihrer **nachhaltig leistungsstarken Wirtschaftsstruktur** und ihrer hohen Lebensqualität **einer der führenden Wohn- und Arbeitsstandorte** unter allen **ländlichen Räumen Europas**.

Die Region Südostoberbayern zeichnet sich gegenwärtig vor allem durch ihre hohe Wirtschaftskraft, ihre landschaftlichen Reize und ihre ausgeprägte Vielfalt aus. Diese Charakteristika zu wahren kann nur gelingen, wenn sie sich den ökonomischen, sozialen und ökologischen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts stellt. Mit geschärftem, an den bestehenden Stärken anknüpfendem Profil gilt es, sich eine herausragende Stellung im Europa der Regionen zu erarbeiten.

3.4 Strategische Leitlinien

Die nachfolgend kurz erläuterten strategischen Leitlinien sind wie „Leitplanken“ am Weg zum Ziel bzw. zur Zukunftsvorstellung (Vision) zu verstehen. Sie stellen grundlegende und rahmengebende **Grundsätze** dar, an welchen sich die Umsetzer und **Planer der Region laufend orientieren** sollten.

Strategische Leitlinien

1. **Wissen und Bildung** auf regionaler Ebene entwickeln und ausbauen.
2. **Internationale Wettbewerbsfähigkeit** der Region stärken.
3. Sicherstellung einer leistungsfähigen regionalen **Unternehmerkultur**.
4. Sicherstellung einer **gesunden Sozial- und Versorgungsstruktur**.
5. Erhalt und Inwertsetzung des **Natur- und Kulturerbes**.
6. **Qualität** als Maxime des wirtschaftlichen, sozialen und umweltbezogenen Handelns.
7. Förderung eines **innovationsfreundlichen** Klimas.

Leitlinie 1: **Wissen und Bildung auf regionaler Ebene entwickeln und ausbauen**

Wissen und Bildung sind als echter Entwicklungsschwerpunkt und Positionierungsansatz der Region einerseits und als notwendige Basisressource der Region im internationalen Wettbewerb andererseits zu verstehen. Diese Leitlinie ist sowohl Wirtschaftsorientiert als auch Bevölkerungsorientiert umzusetzen.

Leitlinie 2: **Internationale Wettbewerbsfähigkeit der Region stärken**

Die Ausrichtung der Region ist nicht zuletzt auf grund der geografischen Lage, vor allem aber wegen der schon gegebenen Wirtschaftsstruktur der Region international anzulegen. Im Tourismus gibt es hier noch großen Nachholbedarf, während viele

Gewerbe- und Industriebetriebe eindeutig internationale „Spieler“ sind. Rahmeninfrastruktur, Bildungswesen und Verwaltung müssen diesem Standard ebenso angepasst sein.

Leitlinie 3: Sicherstellung einer leistungsfähigen regionalen Unternehmerkultur

In manchen Branchen wie beispielsweise dem Tourismus und dem Handel ist seit Jahren ein Strukturwandel feststellbar. Die traditionellen Kleinbetriebe können angesichts Konzentrationstendenzen, Standortveränderungen und Nachfolgeproblemen immer schwerer bestehen. Bürokratische Hemmnisse erschweren Neugründungen und Weiterentwicklungen von Unternehmen. Es gilt unter Berücksichtigung der aktuellen Marktentwicklungen eine leistungsfähige, regionale Unternehmerkultur als zentrales Standbein der regionalen Wirtschaft zu erhalten und weiterzuentwickeln.

Leitlinie 4: Sicherstellung einer gesunden Sozial- und Versorgungsstruktur
Eine gesunde Sozial- und Versorgungsstruktur ist Grundvoraussetzung für eine attraktive Lebensregion und einen positiven Wanderungssaldo.

Leitlinie 5: Erhalt und Inwertsetzung des Natur- und Kulturerbes
Sowohl für die einheimische Bevölkerung als auch für den Tourismus stellen Natur und Umwelt, aber auch attraktive Ortsbilder, gelebtes Brauchtum und Kulturerbe ein wertvolles Gut dar. Die damit verbundene hohe Lebensqualität ist ein nicht zu unterschätzender Anreiz, sich in der Region niederzulassen und stärkt so auch die allgemeine Standortattraktivität für die Wirtschaft.

Leitlinie 6: Qualität als Maxime des wirtschaftlichen, sozialen und umweltbezogenen Handelns
Messbare Qualitätsstandards sind in vielen Betrieben der Industrie und des Gewerbes längst Erfolgsvoraussetzung. In den Dienstleistungsbranchen wie beispielsweise dem Tourismus, aber auch in den Bereichen des sozialen und umweltbezogenen Handelns sind sehr oft weiche Faktoren maßgeblich. Entsprechendes Qualitätsbewußtsein ist in diesen Bereichen Grundlage für notwendige Qualitätssicherungsmaßnahmen. Hier sollten regionsweite, branchenübergreifende Maßnahmen ansetzen.

Leitlinie 7: Förderung eines innovationsfreundlichen Klimas
Wirtschaftsförderung und Bildungspolitik sind unter anderen zwei mögliche Hebel, um Forschung und die Entwicklung innovativer Produkte zu unterstützen. Zudem gilt es, die langfristige Wettbewerbsfähigkeit durch dauerhafte Innovations- und Lernfähigkeit der Unternehmen zu sichern.

3.5 Ziele

Insgesamt konnten **sieben konkrete Ziele** mit Bezug auf die vier Handlungsfelder abgeleitet werden. Soweit möglich wurden die Ziele noch weiter differenziert und mit konkreten quantitativen Kriterien unterfüttert (vgl. Tab 1, Kap. 3.6).

Die in der zusammenfassenden Übersicht (vgl. Tab. 1, Spalte 2 und Spalte 3) dargestellten Ziele sind in zwei Ebenen definiert:

- a) übergeordnete und fachbereichsübergreifende **Ziele (Z1 - Z7)**
- b) (fach-)spezifische bzw. **quantifizierte Ziele.**

In beiden Fällen handelt es sich um **angestrebte Ergebnisse** in den vier Handlungsfeldern. Unabhängig **von Branchen oder Fachgebieten** geben sie wichtige Orientierungen für den Untersuchungsraum vor.

Ziele

Z1 Hohe Standortattraktivität sichernde **Infrastruktur**

Z2 Zukunftsfähige **Regelungen und Vorgaben** sowie **finanzielle Rahmenbedingungen**

Z3 Differenzierte Position der Region durch **themenbezogenes Standortmarketing**

Z4 Zukunftsfähige **Produkte** und **Organisationsstrukturen**

Z5 Regional, überregional, interkommunal und international **vernetzte Unternehmen** und **Organisationen** sowie **Städte, Gemeinden und Landkreise**

Z6 **Exponierte Position** der Region am Forschungs- und Bildungsmarkt unter Berücksichtigung der regionalen Wirtschaftsstruktur

Z7 Langfristige **Wettbewerbsfähigkeit** durch dauerhafte **Innovations- und Lernfähigkeit der Unternehmen**

3.1 Spezifische und quantifizierte Ziele

Die Ziele konnten durch Definition von **spezifischen bzw. quantifizierten Zielen** (siehe auch **Tab. 1, Spalte 3**) konkretisiert werden. Nach Möglichkeit geschieht die Verfeinerung **der Zielvorgabe durch messbare Kriterien** (*Fragestellung: Was? Wann? Wieviel?*). Auch im Hinblick auf eine mögliche **zukünftige Evaluierung** der Zielerreichung in den Handlungsfeldern ist die Definition von konkreten Soll-Zielen sinnvoll.

In einigen Themenstellungen sind **schnell Erfolge** zu erreichen, in anderen bedarf es einer **langfristigen Herangehensweise**. Daher wurden in den spezifischen bzw. **quantifizierten Zielen drei Zeithorizonte** unterschieden:

- **Kurzfristige Zielerreichung bis 2010,**
- **mittelfristige Zielerreichung bis 2015,**
- **langfristige Zielerreichung bis 2020.**

Nachfolgend werden **66 spezifische bzw. quantifizierte Ziele** in der Reihenfolge der zugeordneten Ziele genannt:

Z1 Hohe Standortattraktivität sichernde **Infrastruktur**

Im Verkehrswesen:

1) Bis 2015 ist im Straßennetz eine zweckdienliche verkehrliche Infrastruktur vorhanden, die eine Erreichbarkeit Münchens und/oder Salzburgs binnen 1 Fahrstunde von jeder Gemeinde der Region 18 aus erlaubt (insbesondere Ausbau der A8 sowie der A94 und der Bundesstraßen B15, B20, B299 und B304 bis 2015).

2) Im Jahr 2015 wurde eine Schienenverkehrsinfrastruktur zur nachhaltigen Stabilisierung der Versorgungssicherheit realisiert. Dies umfasst den Bau eines Containerterminals (nach Abschluss des laufenden Standortbewertungsverfahrens) sowie den Ausbau der Bahnachse München - Mühldorf - Salzburg (Walpertskirchner Spange, 4-gleisiger Ausbau bis Markt Schwaben, zweigleisiger Ausbau durchgehend von Markt Schwaben bis Salzburg bis 2015, Elektrifizierung bis Freilassing inkl. Abzweig über Tüßling nach Burghausen, 3-gleisiger Ausbau Freilassing - Salzburg) und Rosenheim - Inntal (Anschluss Brennerbasistunnel).

In der Telekommunikation:

1) Steigerung der Breitbandverfügbarkeit bis 2010 auf 100% der Fläche der Region, dabei nimmt die R18 eine Vorreiterrolle für alle ländlichen Regionen in der Breitbandinitiative Bayern ein; gleichzeitig flächendeckende Einführung von Wimax (funkbasierte Breitband-Internetverbindungen) in 2008.

Z2 Zukunftsfähige **Regelungen und Vorgaben** sowie **finanzielle Rahmenbedingungen**

Im Tourismus:

1) Bis 2015 eine (gesetzliche?) Grundlage schaffen, dass in der Region (in Bayern) die Tourismusorganisationen über Ressourcen verfügen, die sie international wettbewerbsfähig machen.

In der Bauleitplanung:

1) Im Jahr 2010 wurde eine regionale Reformkommission „Zukunft Außenbereich“ gegründet (Politik und Verwaltung).

2) Im Jahr 2015 liegt in allen Gemeinden ein Leerstands- und Bauflächenkataster vor.

3) Im Jahr 2020 haben 50% der Städte und Gemeinden eine Gesamtfortschreibung des Flächennutzungsplans (FNP) auf Grundlage eines kommunalen Flächenmanagements durchgeführt.

In der Finanzierung:

1) Im Jahr 2010 ist der Kapitalmarktzugang für Gründer und KMU – auch international gemessen (vgl. Kreditvergabegrundsätze in Österreich) – besonders wettbewerbsfähig (Good Practice: Sparkasse Rosenheim).

2) Bis 2015 erfolgt ein signifikanter Anstieg der Nutzung innovativer Finanzierungsmodelle (Business Angels, Venture und Beteiligungskapital, Fremdwährungsfinanzierung; vgl.: Eigenkapitalquote derzeit D 18%, A 28%, NL 35%).

3) Im Jahr 2010 werden schon bestehende teilräumliche Finanzierungsinstrumente (Good Practice: AUBG, investitionsgebundene VR-Regionaldarlehen in TS und BGL) in der gesamten Region 18 vernetzt angeboten und genutzt.

Z3 Differenzierte Position der Region durch **themenbezogenes Standortmarketing**

Im Tourismus:

1) Touristische Positionierung als Gesundheits-, Rad- und Tagesausflugsdestination sowie als Destination für alternativen Wintersport und Familien.

2) Die Region bzw. eine Teilregion nimmt 2020 alpenweit eine führende Position im Gesundheitstourismus ein (zu den drei besten alpinen Gesundheitsdestinationen zählen).

3) Die Region ist 2015 international als beste Destination für Rad- und Wanderurlaub im (Vor)Alpenraum bekannt.

4) Die Region ist 2015 in Bayern bekannt für die größte Dichte an attraktiven Ausflugszielen.

5) Die Region verfügt 2020 weiterhin über zumindest 3 Top-Angebote im alternativen Wintersport (z.B. Bob- u. Rodelbahn Königsee, Schnelleislaufstadion Inzell, Biathlonzentrum Ruhpolding) und deren Bestand wurde gesichert. Dazu wurde zumindest eine am touristischen Markt bemerkte Neuheit im alternativen Wintersport eingeführt.

6) Die Region nimmt beim Familientourismus in Bayern die führende Position ein.

7) Die Region ist bekannt für ihre Ausrichtung auf nachhaltigen qualitativ hochwertigen Tourismus.

Wirtschaftsräumliche Positionierung:

1) Bis 2015 sind die bestehenden funktionalen Verflechtungen mit Salzburg und München intensiviert worden. In der Schnittstellenfunktion zwischen Ländlichem

Raum und Metropolregionen kommen dem Oberzentrum Rosenheim, dem möglichen Oberzentrum Traunstein und dem oberzentralen Kooperationsraum Inn-Salzach dabei besondere Bedeutung zu.

2) Die Funktion Rosenheims als Messe- und Kongressstadt der Region 18 wurde bis 2015 durch die Etablierung weiterer Fachmessen und -tagungen gestärkt.

3) Im Jahr 2015 sind bestehende Rigiditäten (bspw. festgefahrener Gruppendenken oder unflexible Vorschriften und Regelungen) durch eine gezielte teilräumliche Standortentwicklung und themenbezogene Vermarktung (bspw. in den Bereichen Gesundheit & Wellness, Sportwirtschaft, Forst- und Holzwirtschaft, Feinmechanik, IuK oder regenerative Energien) überwunden

4) Bis 2015 ist der Bekanntheitsgrad der Region 18 als attraktiver Wohn- und Arbeitsstandort im gesamten deutschsprachigen Raum weiter angestiegen, und zwar sowohl in der Außenwahrnehmung (langfristige Sicherstellung des positiven Wanderungssaldos, insbes. durch den Zuzug jüngerer Bevölkerungsschichten und Familien) als auch im Selbstverständnis (aktuell sind 79% der Bewohner der R18 mit Kultur- und Freizeitangebot zufrieden, Bayern: 82%).

Z4 Zukunftsfähige **Produkte** und **Organisationsstrukturen**

In der Regionalvermarktung:

1) Bis zum Jahr 2010 wurde eine gemeinsame Dachmarke für regionale Produkte gegründet.

2) Im Jahr 2010 werden regionale Produkte der Dachmarke von mind. 2 Supermarktketten angeboten.

3) Im Jahr 2015 sind 50% der regionalen Anbieter zertifiziertes Mitglied der gemeinsamen Dachmarke für regionale Produkte.

4) Im Jahr 2020 kommen 40% des aus regional verfügbaren Waren zusammengesetzten durchschnittlichen Lebensmittel-Warenkorbs aus der Region.

5) Bis zum Jahr 2010 wird eine regionale Zukunftsinitiative "Leben und Arbeiten in Südostoberbayern" gegründet (Beispiel: Zukunftsradar 2030 in Rheinland-Pfalz)

Im Tourismus:

1) Der Anteil der Betten in der 4- und 5-Sterne-Kategorie umfasst 2020 20 % der Gesamtbettenzahl, was etwa 20.000 Gästebetten entspricht. Es sollen 5 "Leuchtturm-Projekte" in der Hotellerie in dieser Kategorie bestehen.

2) Bei Rückgang der Bettenzahl im Privatzimmerbereich auf 30 % der Gesamtbettenzahl, gleichzeitige Qualitätssteigerung der verbleibenden Betriebe durch Zertifizierung/Kategorisierung (50 % der Betriebe sind 2020 kategorisiert)

3) 2020: 1 bis 2 Top-Skigebiete (grenzüberschreitend wenn erforderlich) mit wettbewerbsfähigen Standard bei Komfort und Beschneidung

4) 2015: 3 bis 4 "Anfänger oder Starter(Breeder)"-Gebiete (=Anfängerparks) mit hohem Standard (Good-Practice: Serfaus, Tirol)

5) Es ist bis 2015 gelungen, 75 % der Tourismusorganisationen auf regionaler Ebene von Vereins-ähnlichen Verbandsstrukturen zu produkt- und marktorientierten, international wettbewerbsfähigen Unternehmen umzuwandeln und dabei den hierarchischen Aufbau der regionalen und über regionalen Tourismusorganisation um eine Ebene (auf nur noch drei Ebenen: Ort oder kleinregionale Destination, Region, Bayern) zu reduzieren. Dabei gibt es klare Aufgabenteilungen zwischen den organisatorischen Ebenen.

6) Festigung des Wanderschemas durch Absicherung des hohen Standards der Wege-Infrastruktur.

7) Die Region 18 ist ein führendes Zentrum im Alpinsport mit angemessenen In- und Outdoorangeboten.

In der Landschaftspflege:

1) Bis zum Jahr 2015 wurden in der Almnutzung neue Produkte und Vermarktungswege erprobt und entwickelt, dadurch hat sich der Bedarf an öffentlichen Fördermitteln um 50% verringert.

2) Im Jahr 2015 sind landschaftspflegerische Dienstleistungen durch Landschaftspflegeverbände und -organisationen in der ganzen Region verfügbar.

3) Bis zum Jahr 2020 sind alle Gemeinden der Region 18 Mitglied in einem Landschaftspflegeverein.

4) Im Jahr 2020 liegt der Flächenanteil von Almen und sonstigen Kulturlandschaftselementen mindestens auf dem Niveau des Jahres 2007 (langfristige Almerhaltung).

5) Bis zum Jahr 2015 hat der Almbestock um 20% zugenommen.

Z5 Regional, überregional, interkommunal und international vernetzte Unternehmen und Organisationen sowie Städte, Gemeinden und Landkreise

Bei Unternehmen:

1) Bis 2015 sind die regionalen Unternehmen noch stärker in globale Wertschöpfungsprozesse eingebunden (dadurch steigt der Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz auf > 45%); gleichzeitig werden innerregionale Wertschöpfungspotenziale möglichst vollumfänglich ausgeschöpft (Steigerung der innerregionale Bruttowertschöpfungsquote um 10%).

In der Wirtschaftsförderung:

1) Im Jahr 2010 ist ein regelmäßig tagendes Gremium zum Austausch von Informationen und gemeinsamer Entscheidungsfindung der Wirtschaftsförderer („Südost-Sextett“) institutionalisiert.

2) Bis 2010 ist eine zentrale Beratungsstelle eingerichtet, die Unternehmen und Gründer der R18 über verfügbare Fördermittel und -programme der Europäischen Union und weiterer überregional tätiger Institutionen informiert.

3) Bis 2015 werden 50% des Energiebedarfes der Region 18 aus regenerativer Energie erwirtschaftet.

Bei Organisationen:

1) Bis 2010 ist ein gemeinsamer Skipass- und Marketingverbund der Region 18-Skigebiete realisiert (Good-Practice: Ski-Amadé, Super-Ski Dolomiti, Ortler Skiarena u.a.).

2) Die Vermarktungsplattform Urlaub auf dem Bauernhof hält ihre Mitgliederzahl und die Vermarktungsplattform Alpine Gastgeber steigert ihre Mitgliederzahlen bis 2015 stark (Alpine Gastgeber von 188 dzt. auf 500).

3) Im Radtourismus ist 2015 eine gut funktionierende, sektorübergreifende Angebotsgruppe im Sinne der Dienstleistungskette für den Radurlaub oder Tagesradausflug installiert und am Markt überregional als Good-Practice-Beispiel bekannt. Es sind regionsweit Qualitätsstandards eingeführt und überprüft.

4) Eine Vermarktungsplattform der Top-Ausflugsziele ist 2015 gegründet und verfügt über kontrollierbare Qualitätsstandards im Besucher- und Attraktionsmanagement.

5) 2015 sind 10 % aller Beherbergungsbetriebe der Region in Angebotsgruppen wie beispielsweise Kinderland Bayern, WellVital, Alpine Gastgeber, UaB, Seminar- u. Tagungsspezialisten, Radspezialisten, u.a. organisiert.

Bei Städten, Gemeinden und Landkreisen:

1) Im Jahr 2015 haben 10 % der Gemeinden interkommunale Ländliche Entwicklungskonzepte (ILEK) oder ähnliche integrierte Strategien (REK, LEADER...) erarbeitet.

2) Im Jahr 2020 wurden in 50% der Gemeinden interkommunale Projekte umgesetzt und überregionale/grenzüberschreitende Projekte initiiert.

3) Im Jahr 2020 wurde für die gesamte Region Südostoberbayern eine (Online-) Serviceplattform geschaffen, die alle sozialen Dienstleistungsangebote bis auf Ebene der einzelnen Gemeinden enthält.

4) Bis zum Jahr 2020 wurde ein (Online-) Serviceplattform geschaffen, das Anbieter und Suchende von Ehrenämtern miteinander vernetzt und über ehrenamtliche Betätigungsfelder in der Region 18 informiert.

5) Bis 2015 wurden in der Region 18 mind. 5 weitere Projekte zum interkommunalen Gewerbeflächenmanagement (z.T. auch Kreisgrenzen übergreifend) initiiert.

Z6 Exponierte Position der Region am Forschungs- und Bildungsmarkt unter Berücksichtigung der regionalen Wirtschaftsstruktur

In der regionalen Bildungsstruktur:

- 1) Bis 2015 nehmen mind. 75% der Erwerbsbevölkerung an allgemeiner oder beruflicher Weiterbildung teil.
- 2) Im Jahr 2015 sind mind. 5 weitere regelmäßige Studienangebote in den Kreisstädten der Region eingerichtet (z.B. berufsbegleitendes Abendstudium). Diese werden von der FH Rosenheim, den regionsnahen Hochschulen sowie möglichst einer weiteren Fachakademie gemeinschaftlich entwickelt und getragen.
- 3) Bis 2015 gibt es in der FH Rosenheim neue zukunftsorientierte Studiengänge mit Bedeutung für die regionale Wirtschaft und Beschäftigung (u.a. Holzwirtschaft, Gesundheitsmanagement...).
- 4) Die Kooperation mit regionsexternen Hochschulen (insb. TU München, Uni Innsbruck, Uni Salzburg, regionsnahe Fachhochschulen) ist auszubauen.

In den Gemeinden:

- 1) Bis zum Jahr 2020 ist in allen Gemeinden eine Schule mit Ganztagsbetreuungsangebot in zumutbarer Nähe erreichbar.
- 2) Bis zum Jahr 2015 konnte in 50% der Gemeinden positive Aufbruchstimmung erzeugt und die aktive Beteiligung der Bürger und die Übernahme von Aufgaben und Verantwortung in den Zukunftsthemen der Region deutlich gesteigert werden.
- 3) Bis zum Jahr 2020 steuern und handeln in 50% der Gemeinden Politiker und Verwaltung nach Good-Governance-Prinzipien. Hier hat sich das Rollenverständnis von der Verwaltung zum Management gewandelt, Bürger werden aktiv in Entscheidungen eingebunden und übernehmen Verantwortung.
- 4) Bis zum Jahr 2020 hat sich der Flächenverbrauch in der Region um 50% verringert.

In den Unternehmen:

- 1) Im Jahr 2010 ist eine gesamtregionale Diplomanden- und Praktikantenbörse eingerichtet (zugunsten eines verstärkten Austauschs der FH Rosenheim bzw. angrenzender, regionsexterner Unternehmen).

Hochschulen mit den regionalen Unternehmen)

- 2) Bis 2015 hat sich der Anteil der Auszubildender im Mittelstand (insb. kleine Unternehmen) gegenüber 2007 um nochmals 10% erhöht (Sicherstellung einer nachfragedeckenden Verfügbarkeit gut qualifizierter Facharbeiter, Zuzug von auswärtigen Azubis notwendig).

Z7 Langfristige Wettbewerbsfähigkeit durch dauerhafte Innovations- und Lernfähigkeit der Unternehmen
--

In den Unternehmen:

- 1) Im Jahr 2015 ist die Zahl der Patentanmeldungen in der Region (auch im Mittelstand) auf >100 je 100.000 Einwohner (derzeit in Bayern 110) gestiegen.
- 2) Bis 2015 erhöht sich die Marktreife als Qualitätsindikator der regionalen Produktinnovationen auf 20% (derzeit deutschlandweit 13%).

In der Wirtschaftsstruktur:

- 1) Bis 2015 steigt die Selbständigenquote auf >12% (ohne Landwirtschaft, derzeit in Deutschland 10,7%, ausgenommen Scheinselbständigkeit als Ausweg aus Arbeitslosigkeit).
- 2) Die Region ist bis 2020 in zwei zusätzlichen Branchen (insb. Informations- und Kommunikationstechnik, Ernährung, Medien, Logistik, Holz/Papier, Gesundheit/Wellness und Satellitennavigation) als herausragender Standort bekannt (ähnlich Chemie-Dreieck heute). Dazu konnte bis 2015 mindestens ein weiterer, mittelgroßer Top-Spieler in den bestehenden Wachstumsbranchen angesiedelt werden.

Entwicklungskonzept Region 18

Teil B

Bestandsaufnahme

Inhaltsverzeichnis Teil B

Teil B Bestandsaufnahme und Bewertung

1	Fachliche Bestandsaufnahme und Bewertung	2
1.1	Ländlicher Raum	3
1.1.1	Zusammenfassung	3
1.1.2	Ziele und Schwerpunkte des Fachbeitrages	5
1.1.3	Fachliche Planungsvorgaben	5
1.1.4	Trends	6
1.1.5	Strukturanalyse.....	8
1.1.6	Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken (SWOT)	43
1.1.7	Handlungsbedarf Ländlicher Raum	49
1.1.8	Quellenverzeichnis	52
1.2	Wirtschaft	55
1.2.1	Zusammenfassung.....	55
1.2.2	Trends	56
1.2.3	Strukturanalyse.....	59
1.2.4	Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken (SWOT)	74
1.2.5	Handlungsbedarf im Bereich Wirtschaft	89
1.2.6	Quellenverzeichnis	97
1.3	Tourismus.....	100
1.3.1	Zusammenfassung.....	100
1.3.2	Ziele und Schwerpunkte des Fachbeitrages	102
1.3.3	Fachliche Planungsvorgaben	102
1.3.4	Trends	104
1.3.5	Strukturanalyse.....	113
1.3.6	Stärken und Schwächen (SWOT)	124
1.3.7	Chancen und Risiken und Handlungsbedarf im Bereich Tourismus ..	128
1.3.8	Quellenverzeichnis	130
1.4	Vorschau auf den integrierten Handlungsbedarf und Handlungs- ansätze	131

1 Fachliche Bestandsaufnahme und Bewertung

In diesem Kapitel werden zunächst die sektoralen Analysen und Bewertungen der drei Fachbereiche Ländlicher Raum (Kap. 1.1), Wirtschaft (Kap. 1.2) und Tourismus (Kap. 1.3) vorgestellt. Jedes sektorale Unterkapitel enthält ausgewählte relevante regionale Strukturdaten sowie eine Bewertung des Status Quo mittels Stärken / Schwächen- sowie Chancen / Risiken-Analyse (SWOT). Aus den SWOT-Analysen werden am Ende eines jeden Unterkapitels die vordringlichen Handlungsbedarfe aus Sicht der Fachbereiche abgeleitet. Einzelne Ergebnisse der Expertengespräche sowie ergänzende Daten wurden in den jeweiligen Anhang gestellt, um die Übersicht zu erleichtern. Zusammengeführt und miteinander vernetzt werden diese sektoralen Handlungserfordernisse schließlich im integrierten Handlungsbedarf in Kapitel 1.4, das strategische fachbereichsübergreifende Steuerungsmöglichkeiten aufzeigt.

1.1 Ländlicher Raum

Vitale ländliche Räume sind lebenswichtig für die Bewohner einer Region, da sie Leistungen erbringen, die von den Städten nicht erbracht werden können. In jüngerer Zeit steht der Ländliche Raum vor neuen Herausforderungen und es gilt, auf diese aktiv zu reagieren. Wichtige **Herausforderungen** im Ländlichen Raum sind unter anderem der demografische Wandel, der Strukturwandel in der Landwirtschaft, die Wandlung von der Industrie- zur Wissensgesellschaft sowie die Globalisierung der Märkte. Um diesen Herausforderungen aktiv zu begegnen ist es von entscheidender Bedeutung, frühzeitig vorausschauende Konzepte und Leitlinien zu entwickeln und umzusetzen. In diesem Sinne sollen mit dem **Entwicklungskonzept Region 18** Impulse für eine nachhaltige Entwicklung des Ländlichen Raumes gegeben werden.

1.1.1 Zusammenfassung

Der Ländliche Raum in der Region Südostoberbayern zeigt hinsichtlich der Bevölkerungsentwicklung ein Nebeneinander von Wachstum und Stagnation. Allerdings prognostiziert die 10. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung einen deutlichen Rückgang des Bevölkerungszuwachses. Ursachen der veränderten demografischen Entwicklung liegen in den prognostizierten verminderten Wanderungsgewinnen der Gemeinden sowie im Wandel von Geburtenüberschüssen zu Sterbefallüberschüssen. Für Ländliche Gemeinden in der Region 18 wird der zukunftsorientierte strategische Umgang mit der demografischen Herausforderung in allen Aufgabenbereichen von entscheidender Bedeutung sein.

Vorrangiger Handlungsbedarf zeichnet sich im Themenfeld Siedlungsentwicklung ab. Handlungsbedarf für die Entwicklung des Innenbereichs entsteht in Teilräumen mit geringerer Immobiliennachfrage bei gleichzeitig fortschreitendem Strukturwandel. Im Außenbereich besteht Bedarf zur Veränderung der baurechtlichen Regelungen für Umnutzungen leerfallender Gebäude. Dabei ist das Problembewusstsein zu Innenentwicklung, familiengerechter Bauleitplanung, Außenbereichsentwicklung und Umnutzungserfordernissen leerstehender Gebäude regional unterschiedlich ausgeprägt. Dies zeigt einen hohen Bedarf an Bewusstseinsbildung und Sensibilisierung bei den Gemeinde- und Ortsverantwortlichen zu diesem Thema.

Vor dem Hintergrund des Wandels von der Industrie- zur Wissensgesellschaft wird die herausragende Bedeutung des Themas Bildung im Ländlichen Raum deutlich. Es gilt, eine querschnittsorientierte Bildungsstrategie zu entwickeln, in deren Fokus eine regionale Ausrichtung der arbeitsmarktnahen beruflichen und höheren Bildung steht. In diesem Zusammenhang ist auch die Verbesserung der Anbindung an

schnelle Informationszugänge über DSL-Verbindungen im Ländlichen Raum von besonderer Bedeutung.

Für kleinere Gemeinden ist das positive soziale Umfeld ein wichtiger Standortvorteil gegenüber den sozial weniger ausgeglichenen Städten. Daher liegen wichtige Zukunftsperspektiven in einer konsequenten familienfreundlichen Ausrichtung der Gemeinden, in der Verbesserung der Kinderbetreuung, im Ausbau günstiger Wohnmöglichkeiten für Familien oder im Aufbau von Nachbarschaftshilfen. Im Hinblick auf den bevorstehenden demografischen Wandel sollten die Gemeinden hierfür gerüstet sein und in interkommunaler Zusammenarbeit Konzepte für die Versorgung zunehmend älterer Bevölkerungsgruppen erarbeiten und umsetzen.

Im Bereich der Regionalvermarktung konnte ein Bedarf zur Steigerung der Nachfrage bei gutem Angebot regionaler Produkte festgestellt werden. Deutlicher Handlungsbedarf besteht in der Optimierung der Organisationsstrukturen und in der Ausweitung und Professionalisierung des Marketings.

In Teilbereichen besteht Bedarf zu Diversifizierung landwirtschaftlicher Tätigkeiten durch Produktion von Biomasse bzw. nachwachsenden Rohstoffen. Dabei bestehen Bedenken aus Sicht von Milchviehwirtschaft, Naturschutz, Naherholung und Tourismus. Mit einem regional abgestimmten Landnutzungskonzept können Nutzungskonflikte strategisch gelöst werden.

Eine besondere Stärke liegt in der bemerkenswerten (kultur)landschaftlichen Vielfalt der Region. Handlungsbedarf besteht in der Entwicklung neuer Nutzungs- und Pflegeformen unter besonderer Berücksichtigung der Almpflege und -nutzung sowie in organisatorischen Verbesserungen im Bereich der Landschaftspflege (z. B. durch Erweiterung der durch Landschaftspflegeverbände abgedeckten Gebiete).

1.1.2 Ziele und Schwerpunkte des Fachbeitrages

Ziel des Fachbeitrages ist, gezielte Impulse für eine nachhaltige Entwicklung im Ländlichen Raum der Region Südostoberbayern zu setzen.

In der Analysephase werden zunächst aufgrund der erfassten Chancen und Problemlagen **fachliche Schwerpunkte** festgelegt. Ein wichtiger Schwerpunkt liegt in der Analyse der **demografischen Entwicklung der Region**, da sich aufgrund von Veränderungen der Geburtenzahlen und Wanderungsbewegungen massive Veränderungen abzeichnen. Weitere Schwerpunkte liegen in der Siedlungsentwicklung im Spannungsfeld von **Innen- und Außenentwicklung**, im **landwirtschaftlichen Strukturwandel** und den Auswirkungen auf Landschafts- und Siedlungsentwicklung, sowie in der **Infrastruktursicherung** und **Nahversorgung** in den Gemeinden.

1.1.3 Fachliche Planungsvorgaben

Das **Landesentwicklungsprogramm Bayern 2006 (LEP)** nennt unter anderem Zielsetzungen und Grundsätze einer nachhaltigen Entwicklung, die in besonderem Maße für den Ländlichen Raum in der Region Südostoberbayern relevant sind (STMWIVT, 2006).

- Nachhaltige Entwicklung der Landwirtschaft: Ausbau der Bedeutung als Rohstoff- und Energielieferant, Pflege und Offenhaltung der Kulturlandschaft, (B IV 1.1). Aufrechterhaltung der Berglandwirtschaft, Erhalt und Nutzung der Almen (B IV 2.5)
- Ausbau der integrierten ländlichen Entwicklung auf Grundlage ganzheitlicher Konzepte (B IV 3.1)
- Flächensparende bestandsorientierte Siedlungsentwicklung (B VI 1.1)
- Erhaltung, Erneuerung und Weiterentwicklung der Ortszentren, Unterstützung durch Dorferneuerung (B VI 3)

Auch der **Regionalplan Südostoberbayern 2002** betont das Gebot einer nachhaltigen Entwicklung der Region (Regionaler Planungsverband Südostoberbayern, 2002). Im Folgenden sind die für die Entwicklung des Ländlichen Raumes besonders relevanten Zielsetzungen und Grundsätze des Regionalplanes zusammengefasst.

- Entwicklung des Stadt- und Umlandbereiches Rosenheim in einem ausgewogenen Verhältnis zwischen Kernstadt und Umland (A II 2.2)
- Verbesserung der Zuwanderungsvoraussetzungen in den nördlichen Mittelbereichen, Verhinderung der Abwanderung im Berchtesgadener Land (A II 4.3)
- Leitbild der Siedlungsentwicklung: Sparsame Flächeninanspruchnahme, Förderung der Innenentwicklung, Orientierung an Infrastruktureinrichtungen (B II 1)
- Erhaltung der Leistungsfähigkeit von Land- und Forstwirtschaft zur Versorgung der Region mit hochwertigen Nahrungsmitteln und Rohstoffen (B III 1)
- Erhalt der landwirtschaftlichen Nutzung der Almen unter besonderer Berücksichtigung von Belangen von Natur und Landschaft (B III 2.4)
- Erhalt und Verbesserung der Bildungs- und Sozialeinrichtungen (B VIII 1). Ausbau von Netzwerken in der Erwachsenenbildung (B VIII 3.1.7). Einrichtung von Fachhochschulen in Burghausen, Traunstein, Freilassing und im Berchtesgadener Land. Einrichtung einer Akademie und Ausbau der FH in Rosenheim (B VIII 3.4)
- Bedarfsgerechter Ausbau des Netzes der Altenhilfe, Gewährleistung der Erreichbarkeit stationärer Einrichtungen und flächendeckender ambulanter Versorgung (B VIII 4).

1.1.4 Trends

Für die regionale Entwicklung des Ländlichen Raumes spielen neben den lokalen Rahmenbedingungen und Einflüssen insbesondere überregionale aktuelle Trends eine wesentliche Rolle. Die folgenden Trends wurden aus der Veröffentlichung „Future Landscapes - Perspektiven der Kulturlandschaft“ des Bundesministeriums für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (2005) abgeleitet.

1. Regionalisierung

Unter dem Stichwort "Europa der Regionen" werden optimale Problemlösungen in der Region selbst gefunden. Entscheidungen verlagern sich auf jene Ebene, die eine angemessene Problemlösung ermöglicht. Mit dem regionalen Ansatz wird der Entfremdung der Bürger von der Politik sowie dem Akzeptanzproblem von Entscheidungen „von oben“ entgegen gewirkt. Eigenständigkeit und Eigenverantwortlichkeit der Regionen werden in Zukunft gestärkt.

2. Nachhaltigkeit

Regional geschlossene Stoff- und Wirtschaftskreisläufe, die räumliche Nähe von Arbeiten und Wohnen ermöglichen eine nachhaltige Entwicklung. Die regionale Herkunft von Produkten, insbesondere aus der Landwirtschaft, gilt als ein neues Qualitätskriterium und als Aushängeschild - für die einheimische Bevölkerung und für den Tourismus in ländlichen Regionen.

3. Energieproduktionslandschaft

"Energiewirte" und Abnehmer ihrer Produkte werden durch den stark gestiegenen Energiepreis wettbewerbsfähiger und damit erfolgreicher. Gleichzeitig können bundesweit bis zu einer viertel Mio. zusätzlicher Arbeitsplätze geschaffen werden, wovon gut ein Drittel im Ländlichen Raum selbst bleiben wird. Die Dezentralisierung der Energiesysteme kann in Zukunft die Versorgung auch entlegener Gebiete ermöglichen und kurze Transportwege schaffen. Die Produktion erneuerbarer Energien regt regionale Wirtschaftskreisläufe an und führt zunehmend zu einer regionalen Unabhängigkeit bei der Energieversorgung.

4. Zukunftsorientierte Servicestrukturen

Es entstehen neue, regional- und ortsspezifische Lösungen für flexible und mobile Servicestrukturen. Digitale Rathäuser und mobile Bürgerbüros können die Verfügbarkeit der angebotenen Dienstleistungen erhöhen. In Zukunft kommt das Angebot zur Nachfrage. Fahrende Bibliotheken und andere Kultureinrichtungen „besuchen“ die Bürgerinnen und Bürger vor Ort. Neben örtlich konzentrierten Einrichtungen der Gesundheitsversorgung besteht ein breites Angebot ambulanter medizinischer Versorgung und Pflegeleistungen. Vor allem **Bürgerschaftliches Engagement** gewinnt an Bedeutung. Privat organisierte Initiativen können Aufgaben in den Bereichen der Altenpflege, der Kinderbetreuung und der schulischen Ausbildung übernehmen. Angesichts der noch steigenden Bedeutung von Mobilität im Ländlichen Raum entstehen neue Modelle wie z.B. selbstorganisierte Fahrgemeinschaften und flexible Serviceformen wie ehrenamtliche Bürger- und Bedarfsbusse, Anrufsammeltaxis und spontane Mitnahmesysteme, die mehrere Ortschaften bedienen.

1.1.5 Strukturanalyse

Entsprechend der in der Analyse- und Bewertungsphase herausgearbeiteten Schwerpunkte im Bereich Ländlicher Raum (vgl. Kap. 1.1.2) werden nachfolgend **ausgewählte Strukturdaten** auf Ebene der Landkreise und der kreisfreien Stadt Rosenheim vorgestellt. Zusammen mit Erkenntnissen aus vorliegenden Gutachten und mit den im folgenden Kapitel und im Anhang (Kap. 1.1.5, Anhang) dokumentierten Ergebnissen aus den Expertengesprächen stellen sie die Grundlage für die SWOT-Analyse dar.

Die Bevölkerung in der Region 18

Aspekte der Bevölkerungsentwicklung auf Landkreis- und Gemeindeebene

Der demografische Wandel ist eine bedeutende Herausforderung für Regionen, Landkreise und Gemeinden. Die Bevölkerung ist nicht länger eine feste Rahmenbedingung für die räumliche Planung - heute gilt es, auf die Bevölkerungsentwicklung Einfluss zu nehmen. Zurückgehende Geburtenzahlen, veränderte Altersstrukturen und das Wanderungsverhalten führen zu sozioökonomischen und raumstrukturellen Veränderungen. Die räumlichen Besonderheiten der Bevölkerungsentwicklung in den Landkreisen und deren Gemeinden führen zu verschiedenen Problemstellungen, die unterschiedlichen Handlungsbedarf hervorbringen.

Zur Vorbereitung planerischer Empfehlungen für den Untersuchungsraum wurden demografische Daten erfasst und analysiert, welche den Prozess des demografischen Wandels in den einzelnen Landkreisen und Gemeinden aufzeigen. Die hohe Eigendynamik und Kontinuität des langfristigen Prozesses wird dargestellt und Strategien zur Anpassung an die kalkulierbaren Veränderungen können abgeleitet werden.

Demografische Veränderungen wirken sich lokal sehr unterschiedlich aus. Je kleiner die zu betrachtende räumliche Einheit wird, umso schlechter werden Datenverfügbarkeit und die Aussagefähigkeit von z.B. Bevölkerungsprognosen.

Auf Basis folgender demografierelevanten Daten

- Bevölkerungsentwicklung 1991 bis 2004
- Beiträge der natürlichen und der räumlichen Bewegungen an der Bevölkerungsentwicklung 1999 bis 2004
- Wanderungssaldo nach Altersgruppen von 1991 bis 2004
- Altersstruktur 2004
- Bevölkerungsvorausberechnung bis 2020

konnten charakteristische demografische Entwicklungen in den jeweiligen Kreisen, Städten und Gemeinden des Untersuchungsraumes identifiziert werden.

Die verwendeten Daten stammen von dem Bayerischen Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung (Statistik kommunal 2005, Gemeindedaten) und dem Statistischen Informationssystem Bayern (GENESIS online).

Die Daten zur Bevölkerungsvorausberechnung basieren auf der 10. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung für Bayern des Bayerischen Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung.

Charakteristische demografische Entwicklungen in Stadt und Landkreis Rosenheim

- **Starkes Bevölkerungswachstum**

Von allen Landkreisen des Untersuchungsraumes verzeichnet der Landkreis Rosenheim von 1991 bis 2004 mit ca.16% die höchste prozentuale Zunahme. Der Abb. 1.1-1 (Bevölkerungsentwicklung 1991 – 2004) kann entnommen werden, dass in 18 Gemeinden der insgesamt 46 Gemeinden des Landkreises die Bevölkerung um 20% und mehr gewachsen ist. Nur neun Gemeinden verzeichnen eine Bevölkerungszunahme bis unter 10%.

Die kreisfreie Stadt Rosenheim, Oberzentrum und wirtschaftliches Zentrum der Region Südostoberbayern, hat in diesem Zeitraum einen Bevölkerungszuwachs von ca. 6% zu verzeichnen.

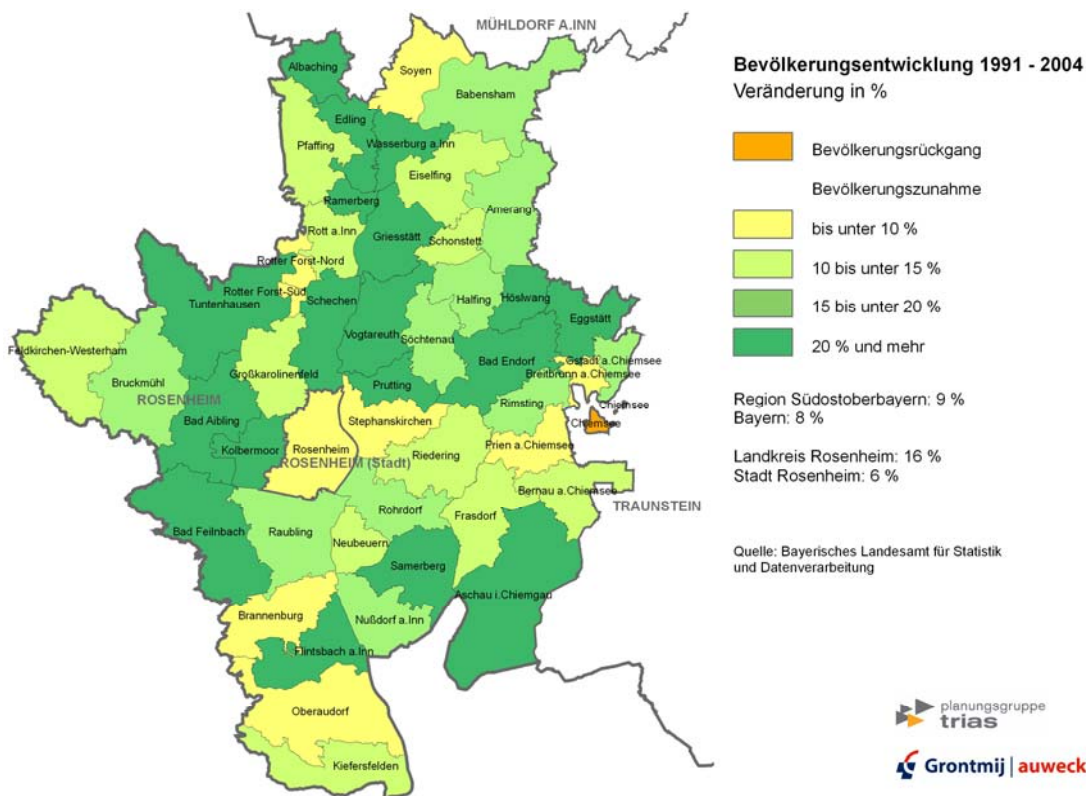


Abb. 1.1 - 1: Bevölkerungsentwicklung 1991 bis 2004 Landkreis Rosenheim und Rosenheim Stadt (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – Statistik Kommunal)

- **Hohe Bedeutung der Wanderungsgewinne**

Die unterschiedliche Ausprägung des natürlichen Saldos und der Nettowanderungen in der Stadt und den Landkreisgemeinden von 1999 bis 2004 ergibt verschiedene Konstellationen der Bevölkerungsbewegung und zeigt die Richtung der zukünftigen Entwicklung auf (vgl. Abb. 1.1-2 - Bevölkerungsentwicklung 1999 - 2004)

In 10 Gemeinden wird die Bevölkerungszunahme maßgeblich durch Geburtenüberschüsse getragen. Das heißt, der natürliche Saldo übersteigt den Wanderungssaldo. In allen anderen Gemeinden bestimmen Zuwanderungen die Bevölkerungszunahme. In 17 Gemeinden sind Sterbeüberschüsse und Wanderungsgewinne zu verzeichnen, wobei die Wanderungsgewinne in fast allen Gemeinden den negativen Saldo bisher ausgleichen können.

In der Stadt Rosenheim ist von 1999 bis 2004 der Bevölkerungszuwachs von ca. 1.700 Personen zu 97% auf Zuwanderungen zurückzuführen.

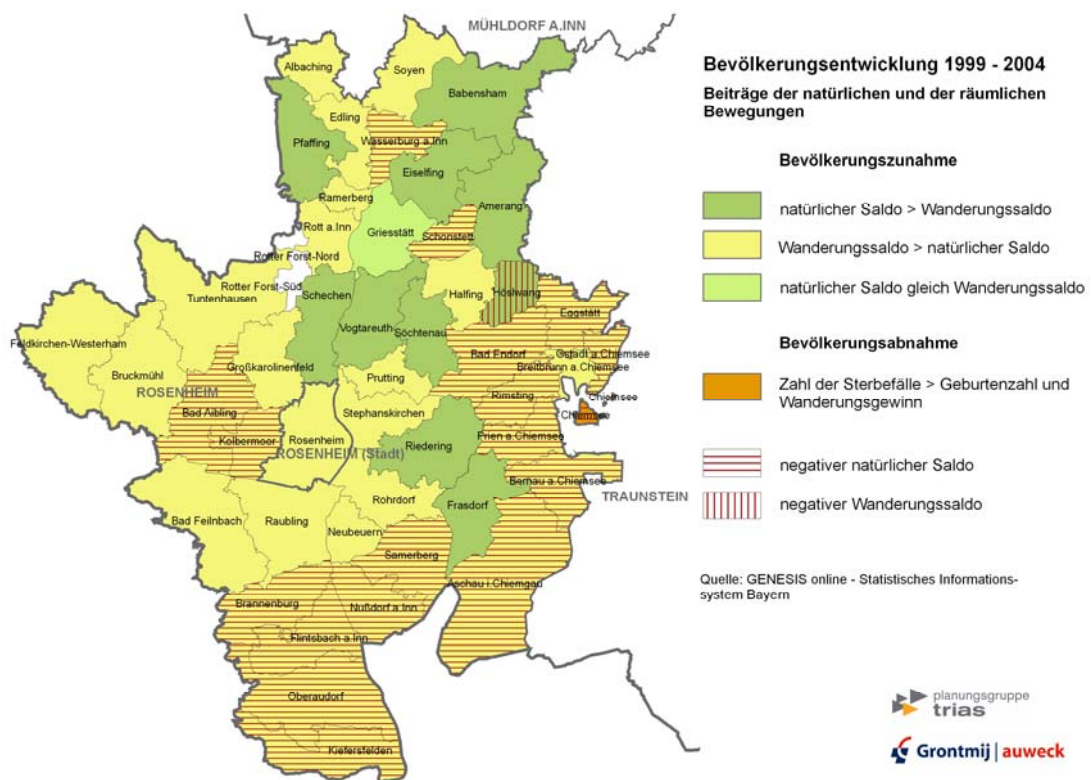


Abb. 1.1 – 2: Bevölkerungsentwicklung 1999 bis 2004 Landkreis Rosenheim und Rosenheim Stadt (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – GENESIS online)

• Familien wandern in den Landkreis und Bildungswanderer in die Stadt

Insgesamt verzeichnet der Landkreis Rosenheim von 1991 bis 2004 einen positiven Wanderungssaldo von ca. 35.530 Personen. Mehr als die Hälfte dieser Zuwanderungen ist auf Familienwanderer¹ zurückzuführen (ca. 19.610 Personen). Die Zuwanderung von Familien entspricht einem Anteil von 55 Prozentpunkten. (vgl. Abb. 1.1-3 - Wanderungssaldo nach Altersgruppen 1991 bis 2004 – Landkreis Rosenheim). Der Anteil der 50jährigen und Älteren² am Wanderungsgewinn beträgt ca. 8.700 Personen und liegt bei 25%. Der restliche Wanderungsgewinn verteilt sich mit ca. 11% und ca. 9% auf die Gruppen der 18 bis 24jährigen und 25 bis unter 30jährigen.

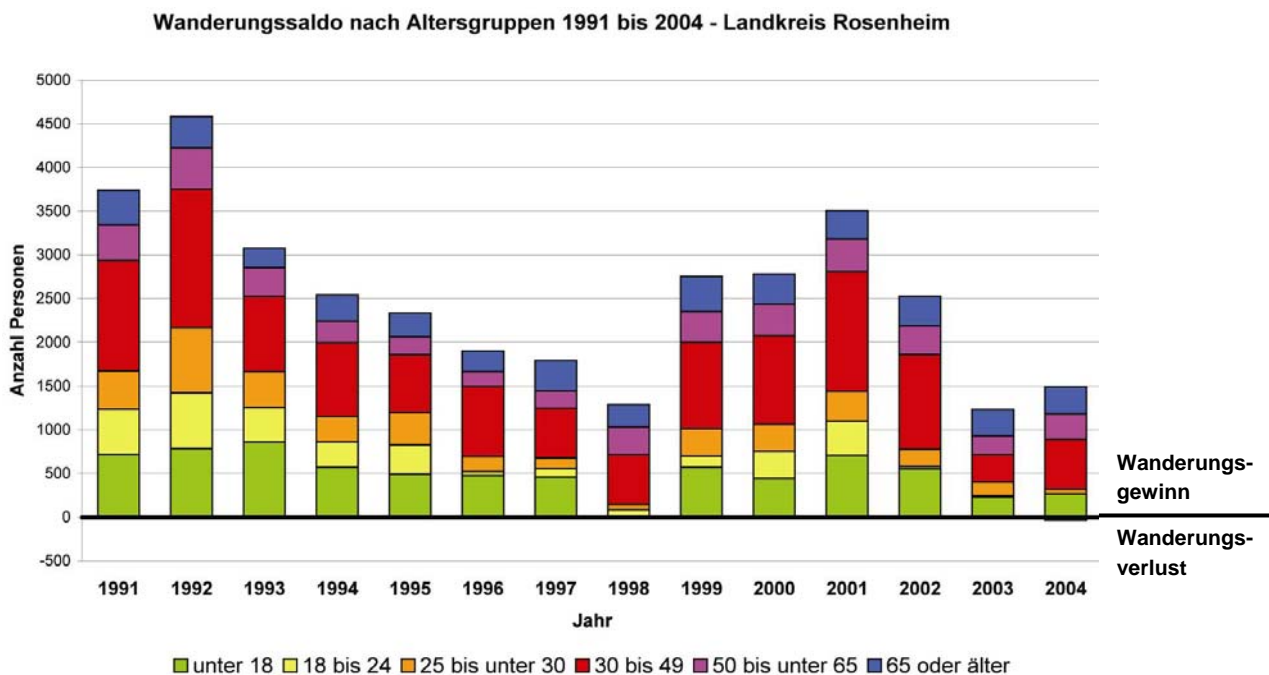


Abb. 1.1 - 3: Wanderungssaldo nach Altergruppen 1991 bis 2004 Landkreis Rosenheim (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – Statistik Kommunal)

1

2

Der Abb. 1.1-4 ist zu entnehmen, dass der Wanderungsgewinn der Stadt Rosenheim von 1991 bis 2004 (ca. 3.570 Personen) nahezu ausschließlich von der Zuwanderung jüngerer Bildungswanderer³ getragen wird. Bei der Gruppe der Familienwanderer verzeichnet die Stadt seit 1994, mit Ausnahme der Jahre 2003 und 2004, Bevölkerungsverluste. Insgesamt beträgt der Bevölkerungsverlust in dieser Gruppe ca. 840 Personen. Ebenso trägt die Gruppe der über 65-jährigen insgesamt nicht zum Bevölkerungswachstum bei, sondern schrumpft von 1991 bis 2004 um ca. 530 Personen.

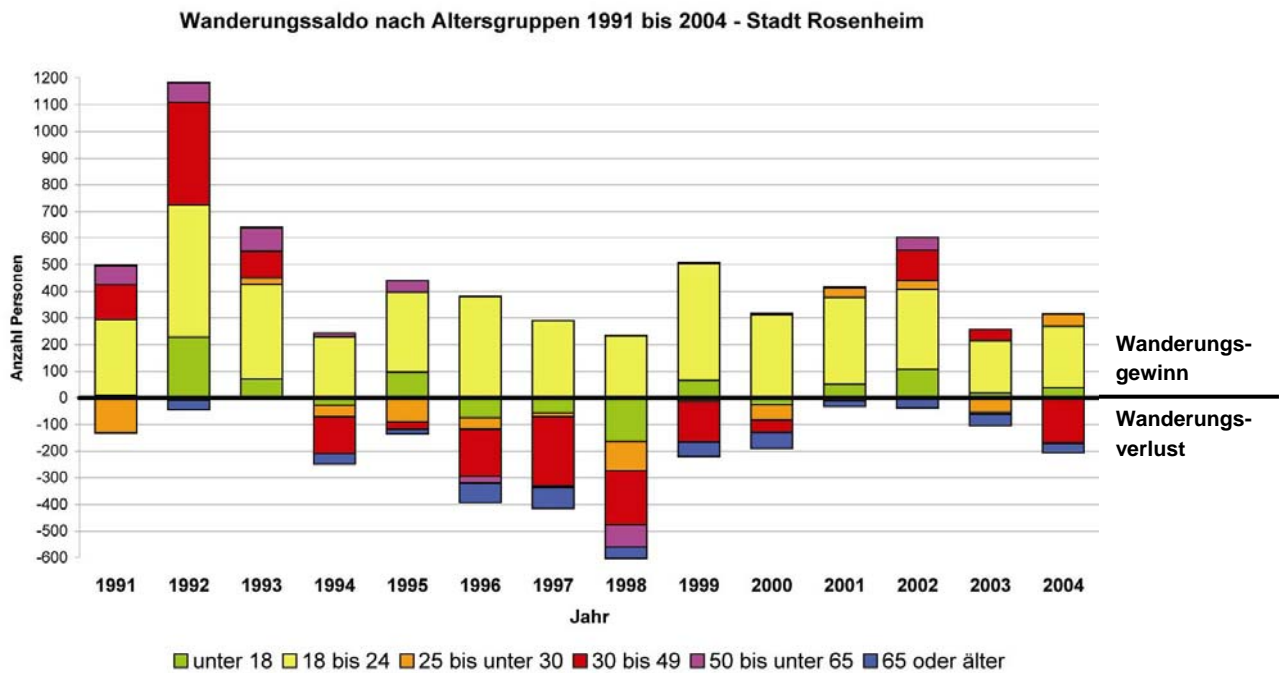


Abb. 1.1 - 4: Wanderungssaldo nach Altersgruppen 1991 bis 2004 Stadt Rosenheim (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – Statistik Kommunal)

³ Bildungswanderung: Wanderungssaldo der 18-24jährigen, ein positiver Wert weist auf eine Attraktivität für Studierende und Auszubildende hin

• **Bis 2020 moderater Alterungsprozess**

Der Landkreis Rosenheim ist ein junger Landkreis. In ca. 60% aller Gemeinden ist die Bevölkerung jünger bzw. viel jünger als der Durchschnitt der Altersstruktur aller Landkreise in der Region Südostoberbayern (vgl. Abb. 1.1-5 - Altersstruktur 2004). Vor allem im Norden des Landkreises führt der positive natürliche Saldo zu einer derzeit viel jüngeren bzw. jüngeren Altersstruktur. Im Süden des Landkreises hingegen ist die Bevölkerung älter. In der Stadt Rosenheim liegt der Anteil der Einwohner 50 Jahre und älter unter 40%, so dass die Altersstruktur 2004 dem Durchschnitt der Altersstruktur aller Kreise in der Region Südostoberbayern entspricht.

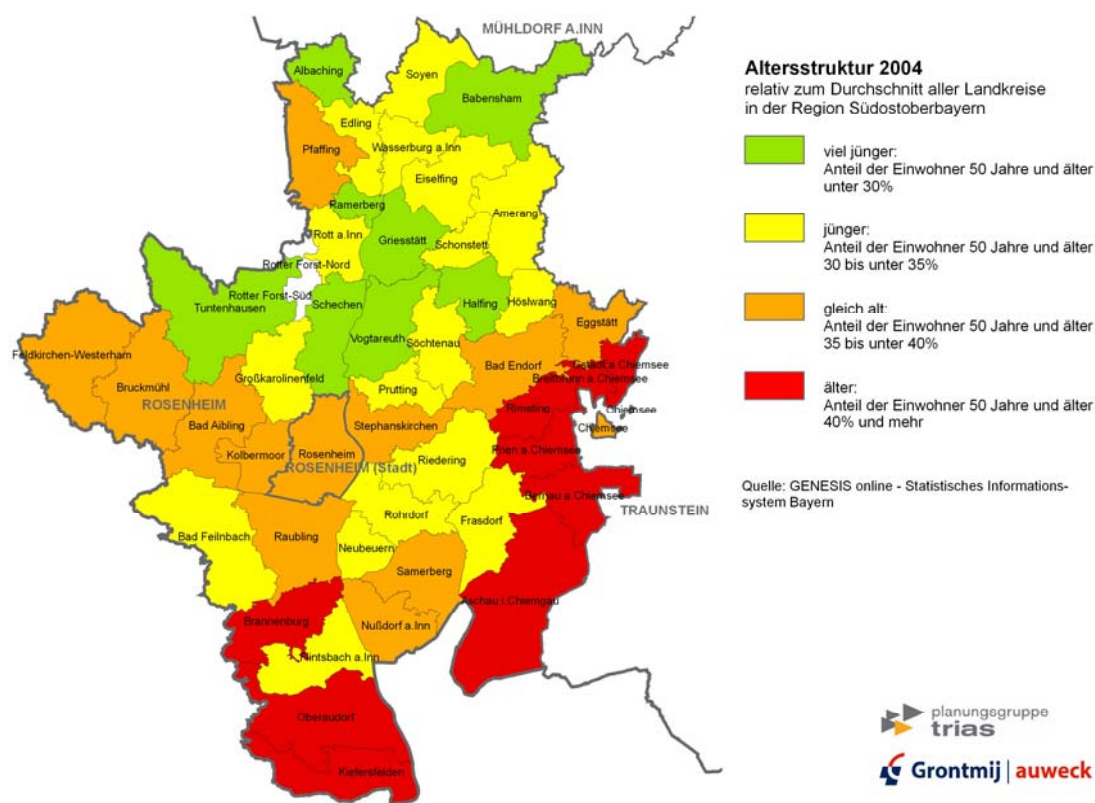


Abb. 1.1 - 5: Altersstruktur 2004 Landkreis Rosenheim und Rosenheim Stadt (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – GENESIS online)

Die 10. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung bis 2020 geht vom Bevölkerungsstand 2002 aus und trifft Aussagen zur zukünftigen Entwicklung der Stadt mit ihrem Landkreis.

Die prognostizierte Entwicklung für die Stadt Rosenheim und den Landkreis Rosenheim wurde der bisherigen Entwicklung von 1991 bis 2002 gegenübergestellt und in Abb. 1.1-6 - Wanderungssaldo und natürlicher Saldo Stadt und Landkreis Rosenheim 1991 bis 2002 und 2002 bis 2020 visualisiert. Der Abbildung ist zu entnehmen, dass die Bevölkerung bis 2020 in Stadt und Landkreis nur noch um ca. 16.000 Personen wachsen wird. (Von 1991 bis 2004 waren es insgesamt ca. 40.000 Personen).

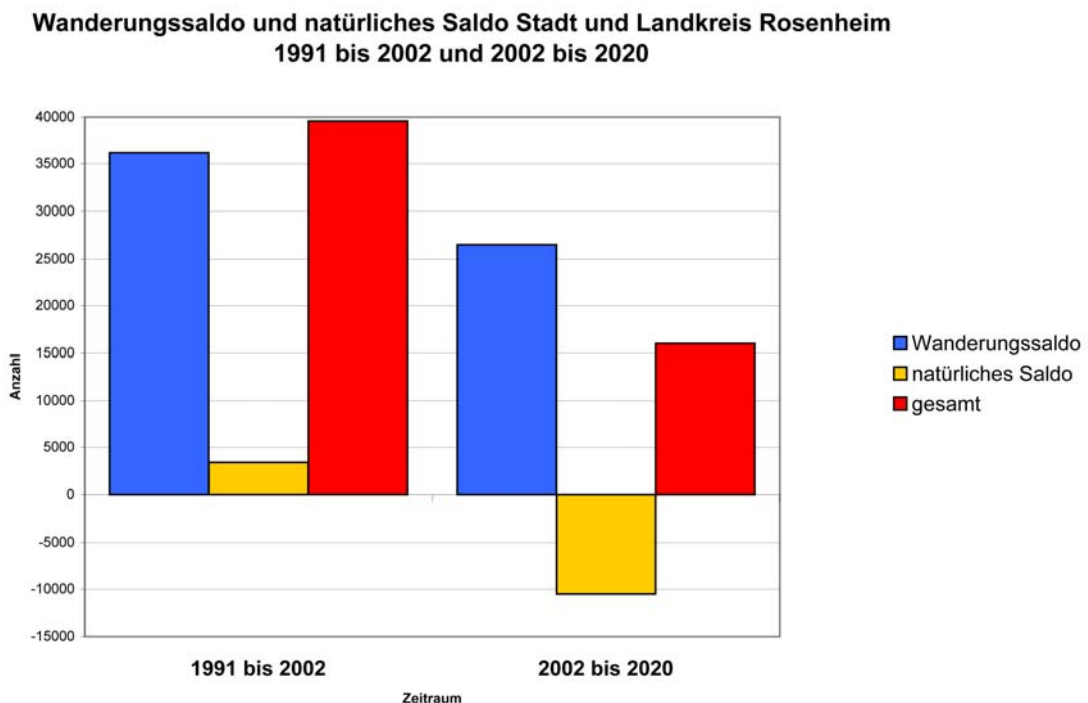


Abb. 1.1 - 6: Wanderungssaldo und natürliches Saldo 1991 bis 2002 und 2002 bis 2020 – Landkreis Rosenheim und Rosenheim Stadt (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – Statistik Kommunal)

Auslöser für diese schwächere Bevölkerungsentwicklung sind eine zu erwartende geringere Zuwanderung und der Wechsel von Geburtenüberschüssen zu Sterbeüberschüssen. Es wird davon ausgegangen, dass bis 2020 in die Stadt Rosenheim und in den Landkreis Rosenheim insgesamt weitere 26.500 Personen zuwandern und der Anstieg der Sterbeüberschüsse zu einem negativen natürlichen Saldo von –10.500 Personen führen wird.

Charakteristische demografische Entwicklungen in den Landkreisen Mühldorf und Altötting

- **Insgesamt positive Bevölkerungsentwicklung**

Die Landkreise Mühldorf und Altötting haben von 1991 bis 2004 einen relativ hohen Einwohnerzuwachs zu verzeichnen. Der Zuwachs des Landkreises Mühldorf liegt mit 10% einen Prozentpunkt über dem Bevölkerungszuwachs der Region Südostoberbayern. Der Zuwachs des Landkreises Altötting liegt ein Prozentpunkt über der bayernweiten Bevölkerungszunahme von 8%.

Die Landkreise profitieren von ihrer relativen Nähe zu einem der stärksten Wachstumsräume Deutschlands und einer relativ guten verkehrlichen Erschließung durch Straße und Schiene. Städte und Gemeinden mit einer vergleichsweise höheren prozentualen Bevölkerungszunahme erstrecken sich von Osten nach Westen entlang der B 12 und der raumgeordneten A 94 und von Norden nach Süden entlang der B 299 (vgl. Abb. 1.1-7 - Bevölkerungsentwicklung 1991-2004).

Von den insgesamt 31 Gemeinden im Landkreis Mühldorf sind 13 Gemeinden um über 15% gewachsen. In der Stadt Mühldorf a. Inn ist die Bevölkerung um 12% und in der Stadt Neumarkt-Sankt Veit um 9% gestiegen. Die Bevölkerung der Stadt Waldkraiburg ist um 2% zurückgegangen.

Bevölkerungsentwicklung 1991 - 2004

Veränderung in %



Region Südostoberbayern: 9 %
Bayern: 8 %

Landkreis Mühldorf: 10 %
Landkreis Altötting: 9 %

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

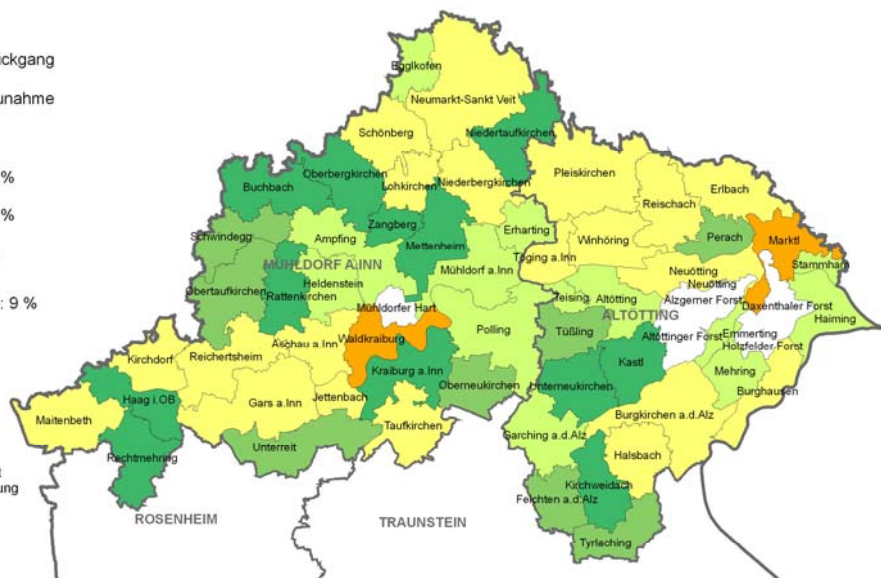


Abb. 1.1 - 7: Bevölkerungsentwicklung 1991 bis 2004 Landkreis Mühldorf und Landkreis Altötting (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – Statistik Kommunal)

Im Landkreis Altötting liegt der Bevölkerungszuwachs in den Städten Töging a. Inn und Burghausen bei 8% und 5%. Altötting profitiert von einem Bevölkerungszuwachs von 12%, wohingegen Neuötting einen geringen Zuwachs von 3% verzeichnet. In der im Osten des Landkreises liegenden Marktgemeinde Markt I hat die Bevölkerung um 8% abgenommen.

- **Gemeinden mit Geburtenüberschüssen neben solchen mit Sterbefallüberschüssen**

Die nähere Betrachtung der Bevölkerungsentwicklung 1999 bis 2004 nach den Beiträgen der natürlichen und der räumlichen Bewegung ergibt eine räumliche Differenzierung bezüglich der Trends der Bevölkerungsdynamik (vgl. Abb. 1.1-8 - Bevölkerungsentwicklung 1999-2004).

In erster Linie ist der Bevölkerungszuwachs auf Wanderungsgewinne zurückzuführen. In insgesamt 20 Gemeinden übersteigt der Wanderungssaldo den positiven natürlichen Saldo.

15 Städte und Gemeinden zeigen einen negativen natürlichen Saldo auf. Alle Städte der Landkreise sind von einem negativen natürlichen Saldo geprägt, was in den Städten Waldkraiburg und Töging a. Inn bereits zu einer Bevölkerungsabnahme führte. Alle weiteren 7 Gemeinden können, bis auf Garching a.d.Alz, den negativen Saldo mit Zuwanderungen kompensieren.

In insgesamt 15 Gemeinden wird die Bevölkerungszunahme noch von einem positiven natürlichen Saldo getragen.

In sechs Gemeinden ist von 1999 bis 2004 Bevölkerung abgewandert. In vier dieser Gemeinden hat die Abwanderung zu einem Bevölkerungsrückgang geführt.

Bevölkerungsentwicklung 1999 - 2004

Beiträge der natürlichen und der räumlichen Bewegungen

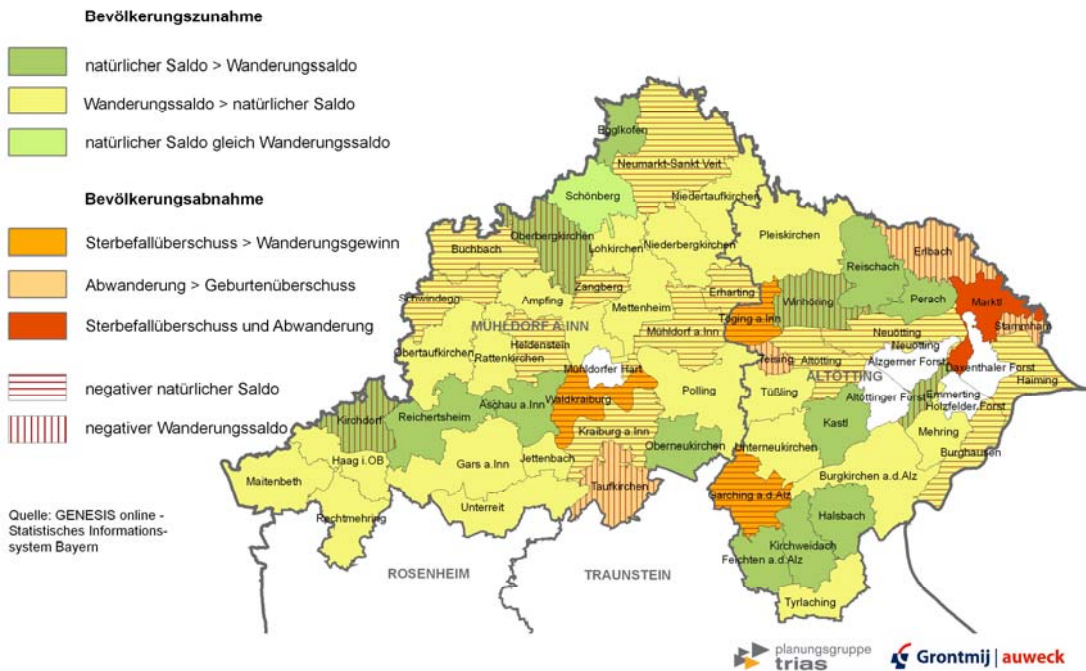


Abb. 1.1 - 8: Bevölkerungsentwicklung 1999 bis 2004 Landkreis Mühldorf und Landkreis Altötting (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – GENESIS online)

- Bevölkerungszuwachs in erster Linie Ergebnis von Familienzuzug**

Seit 1991 wird in den Landkreisen Mühldorf und Altötting die Zuwanderung in erster Linie von den Familienwanderern getragen. Im Landkreis Mühldorf liegt dieser Anteil bei 60%, im Landkreis Altötting bei 62%. Den zweitgrößten Anteil der Zuwanderer verkörpert, mit ca. 25%, die Gruppe der über 50jährigen (vgl. Abb. 1.1-9 und 1.1-10 - Wanderungssaldo nach Altersgruppen 1991 bis 2004)

Die im Landkreis Altötting teilweise festgestellten Abwanderungen erfolgen seit dem Jahr 1997 durch die Gruppen der 18 bis unter 25jährigen und der 25 bis unter 30jährigen. Der Landkreis Mühldorf musste vor allem im Jahr 2004 eine Abwanderung dieser Altersgruppe verzeichnen.

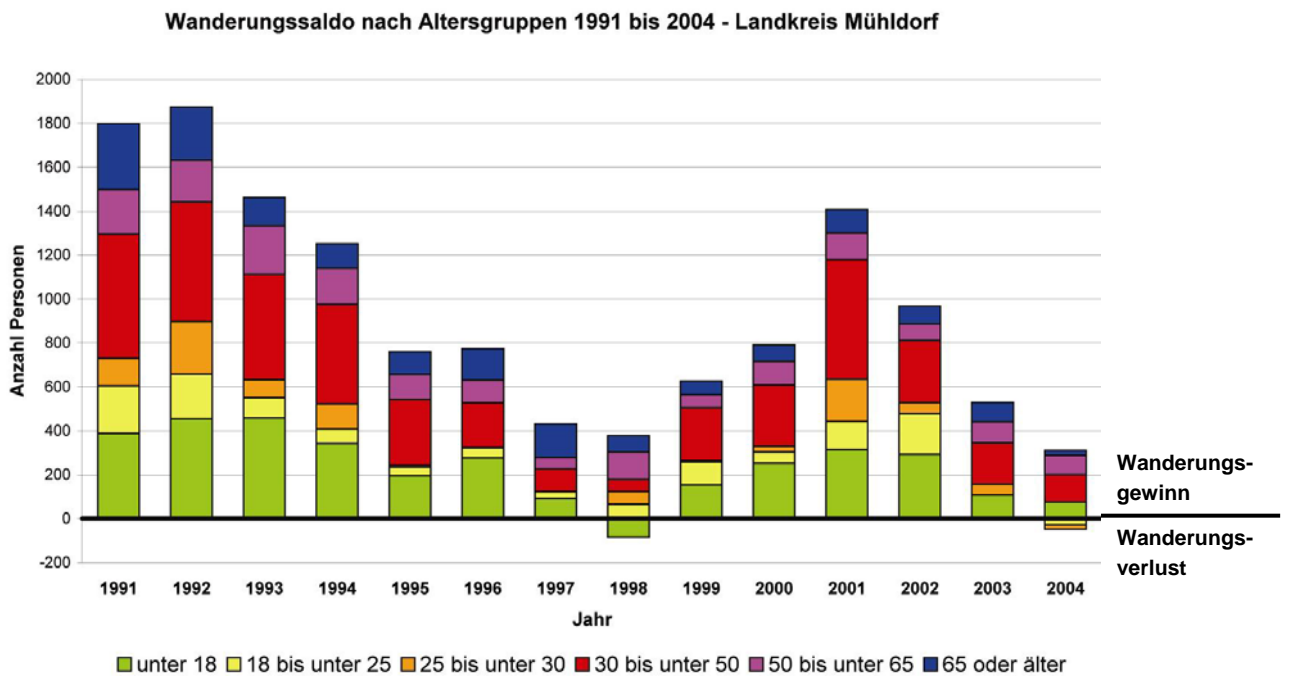


Abb. 1.1 - 9: Wanderungssaldo nach Altersgruppen 1991 bis 2004 Landkreis Mühldorf (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – Statistik Kommunal)

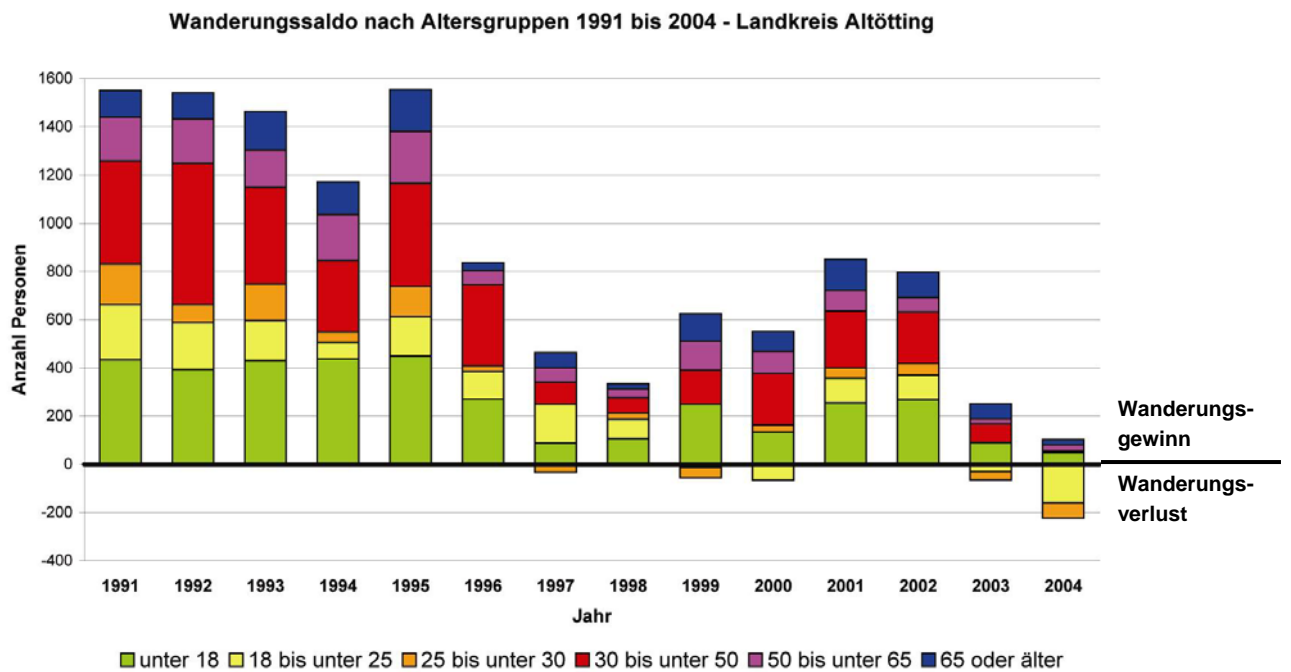
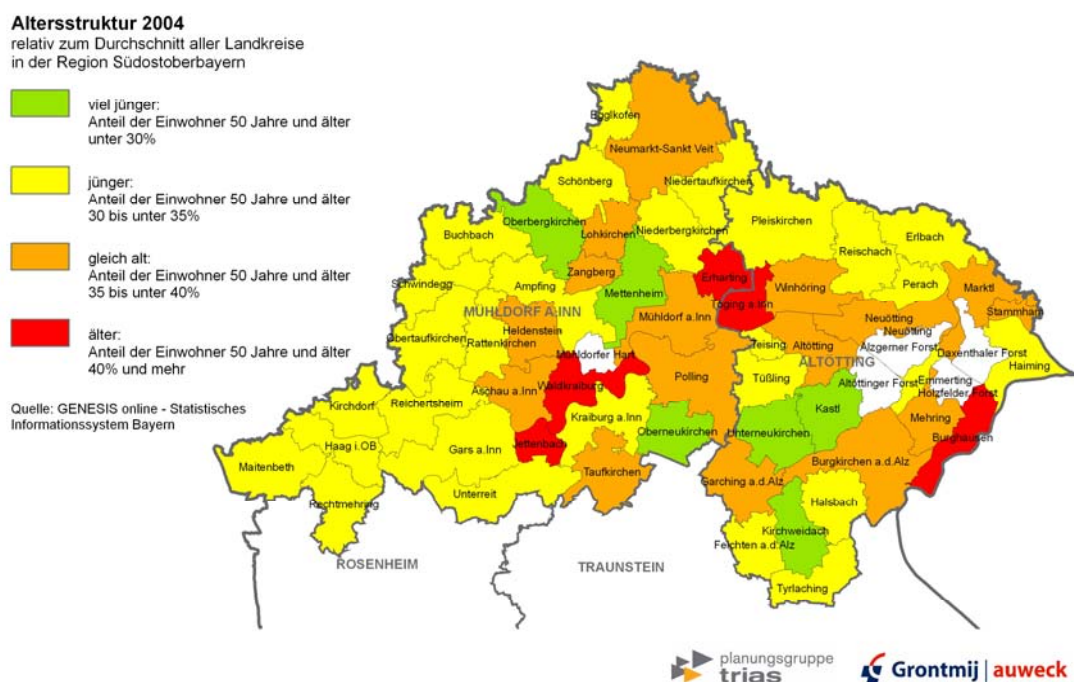


Abb. 1.1 - 10: Wanderungssaldo nach Altersgruppen 1991 bis 2004 Landkreis Altötting (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – Statistik Kommunal)

- **Bis 2020 deutlicher Anstieg der Sterbefallüberschüsse**

Die oben beschriebenen Bevölkerungsbewegungen spiegeln sich in der Altersstruktur wider. Die Landkreise weisen heute im Vergleich zum Durchschnitt aller Landkreise in der Region Südostoberbayern eine in weiten Teilen jüngere Bevölkerung auf. In 34 der insgesamt 55 Gemeinden liegt der Anteil der Einwohner 50 Jahre und älter unter 35% (vgl. Abb. 1.1-11 - Altersstruktur 2004). Der starke Zuzug von Familienwanderern führt dazu, dass hier eine relativ homogene Bevölkerung ihren Familienzyklus durchläuft.



**Abb. 1.1 - 11: Altersstruktur 2004 Landkreis Mühldorf und Landkreis Altötting
(Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 –
Statistik Kommunal)**

Bis zum Jahr 2020 wird die Gesamtbevölkerung im Landkreis Mühldorf um weitere ca. 4.700 Personen zunehmen. Von 1991 bis 2002 konnte der Landkreis einen Bevölkerungszuwachs von insgesamt ca. 12.300 Personen verzeichnen (vgl. Abb 1.1-12 - Wanderungssaldo und natürliches Saldo Landkreis Mühldorf 1991 bis 2002 und 2002 bis 2020).

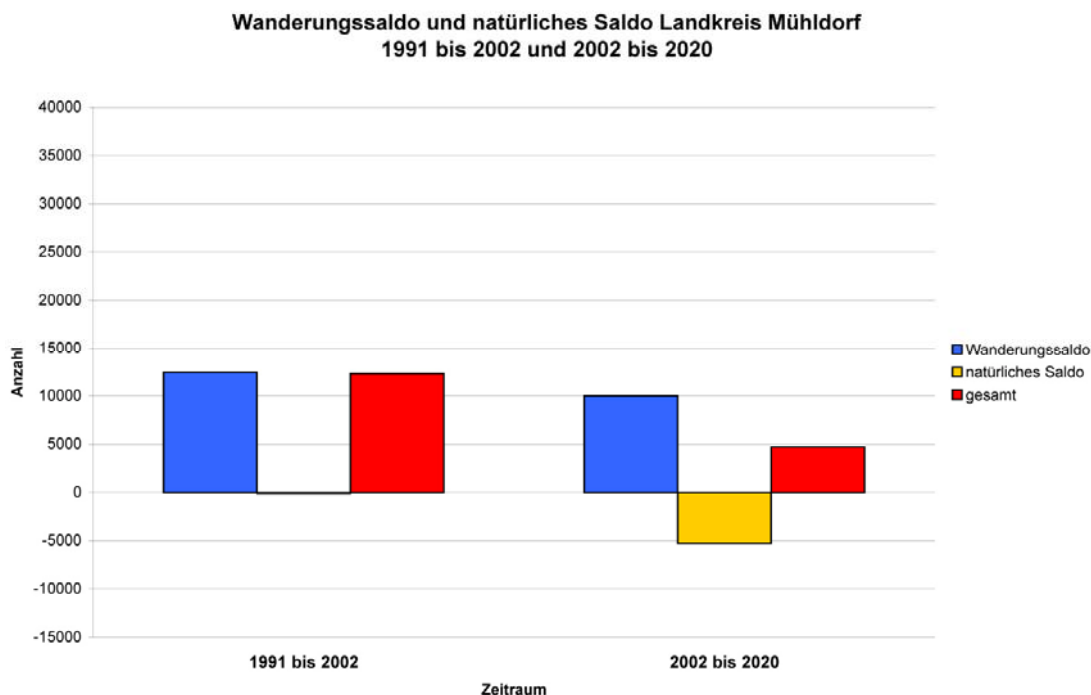


Abb. 1.1 - 12: Wanderungssaldo und natürliches Saldo 1991 bis 2002 und 2002 bis 2020 Landkreis Mühldorf (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – Statistik Kommunal)

Auslöser für diesen geringeren Zuwachs bis 2020 ist neben einer geringeren Zuwanderung (10.000 Personen) der deutliche Anstieg der Sterbefallüberschüsse auf ca. 5.300 Personen.

Im Landkreis Altötting ist bis 2020 nur noch mit einem Bevölkerungszuwachs von 300 Personen zu rechnen. Zwar ist mit einer Zuwanderung von weiteren 6.500 Personen zu rechnen, der negative natürliche Saldo wird jedoch auf ca. 6.200 Personen ansteigen (vgl. Abb 1.1-13 - Wanderungssaldo und natürliches Saldo Landkreis Altötting 1991 bis 2002 und 2002 bis 2020).

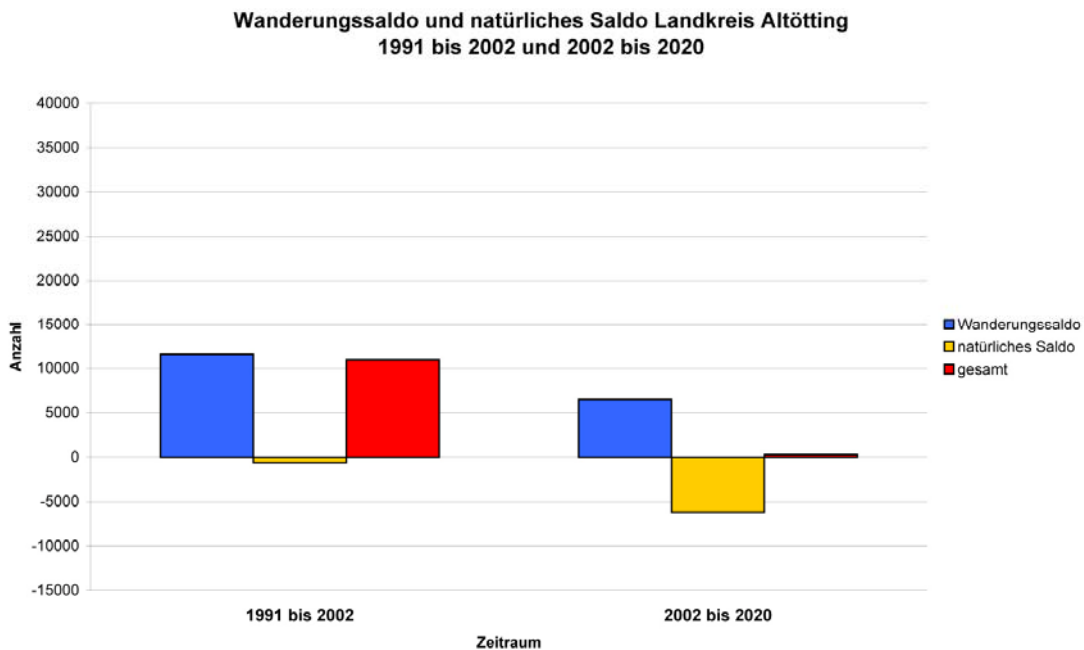


Abb. 1.1 - 13: Wanderungssaldo und natürliches Saldo 1991 bis 2002 und 2002 bis 2020 Landkreis Altötting (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – Statistik Kommunal)

Charakteristische demografische Entwicklungen in den Landkreisen Traunstein und Berchtesgadener Land

• Nord/Süd-Gefälle in der Bevölkerungsentwicklung

Im Landkreis Traunstein liegt die Bevölkerungszunahme ein Prozentpunkt über dem bayernweiten Durchschnitt von 8%. Die Entwicklung des Landkreises Berchtesgadener Land liegt bei 6%.

Die Bevölkerungsentwicklung 1991 bis 2004 zeigt in beiden Landkreisen ein deutliches von Norden nach Süden reichendes Gefälle auf. Im Landkreis Traunstein verzeichnet das im Norden gelegene Altenmarkt a.d. Alz mit 26% den höchsten Zuwachs und das im Süden gelegene Reit im Winkl den stärksten Bevölkerungsrückgang mit 10%. Im Landkreis Berchtesgadener Land ist die Bevölkerung in dem im Norden liegenden Saaldorf-Surheim um 20% gestiegen und das im Süden gelegene Schönau a. Königssee hat 4% seiner Bevölkerung verloren (vgl. Abb. 1.1-14 - Bevölkerungsentwicklung 1991 – 2004).

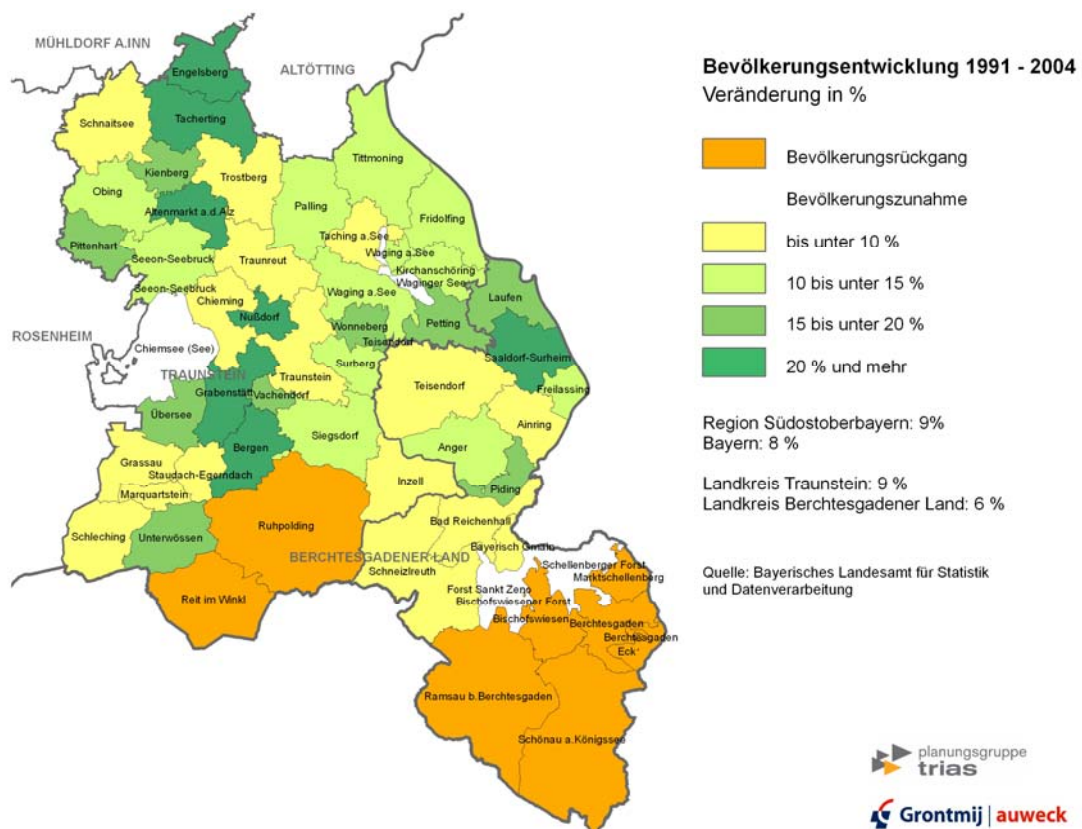


Abb. 1.1 - 14: Bevölkerungsentwicklung 1991 bis 2004 Landkreis Traunstein und Landkreis Berchtesgadener Land (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – Statistik Kommunal)

• **Die natürlichen Bewegungen bestimmen die zukünftige Dynamik**

Das Ergebnis der näheren Untersuchung der Beiträge der natürlichen und der räumlichen Bewegungen zur Bevölkerungsentwicklung 1999 – 2004 ist ein differenziertes Bild der Bevölkerungsdynamik, welches in Abb. 1.1-15 Bevölkerungsentwicklung 1999 – 2004 dargestellt ist.

Insgesamt wird die Bevölkerungsentwicklung von 1999 bis 2004, in 50% aller in den Landkreisen liegenden Städte und Gemeinden, von einem negativen natürlichen Saldo geprägt, wobei der positive Wanderungssaldo in den meisten Gemeinden den Sterbefallüberschuss kompensieren kann.

In der Stadt Traunreut zeigt sich zusätzlich ein negativer Wanderungssaldo. Insgesamt sind sieben Gemeinden von Abwanderung betroffen, wobei vier dieser Gemeinden die Abwanderung durch Geburtenüberschüsse kompensieren können.

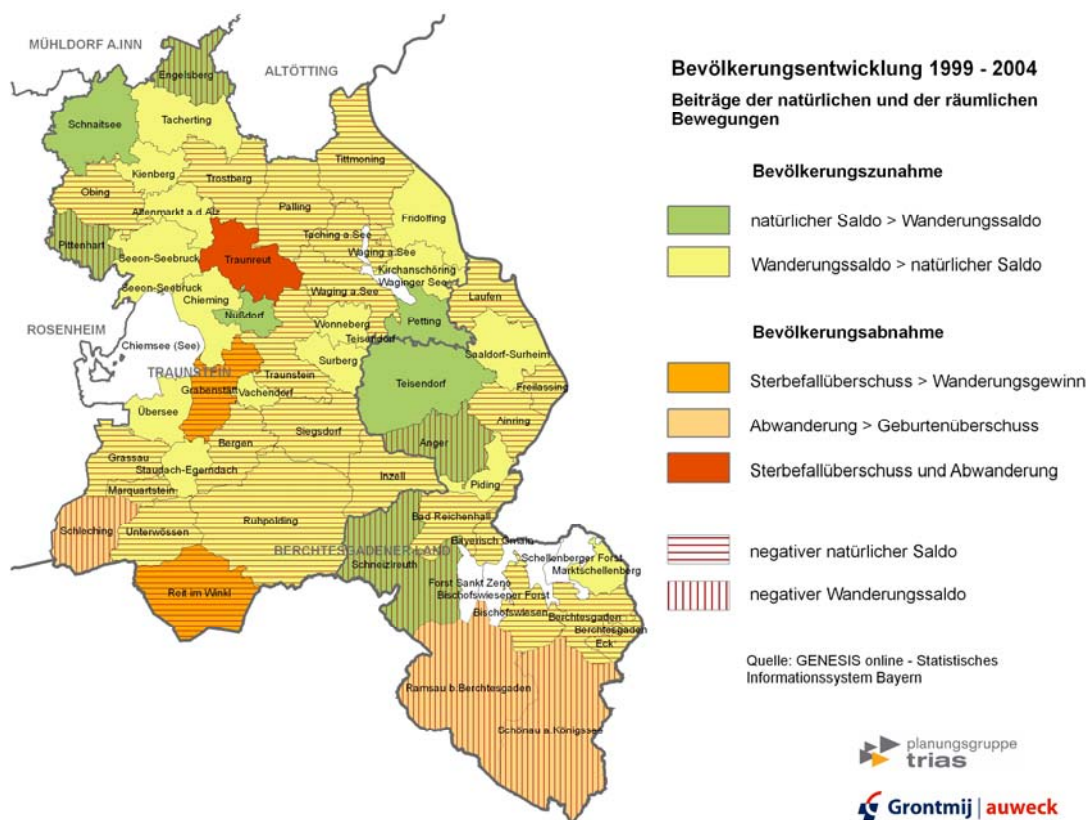


Abb. 1.1 - 15: Bevölkerungsentwicklung 1999 bis 2004 Landkreis Traunstein und Landkreis Berchtesgadener Land (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – GENESIS online)

- **Familien und Ältere wandern zu**

Im Landkreis Traunstein liegt der Anteil der Familienwanderer an den Zuwanderern bei ca. 65%. Der Anteil der 50jährigen an den Gesamtwanderern liegt bei ca. 30%. Die in vereinzelt Gemeinden stattfindende Abwanderung wird von der Gruppe der 18 bis unter 25jährigen getragen (vgl. Abb 1.1-16 - Wanderungssaldo nach Altersgruppen – Landkreis Traunstein).

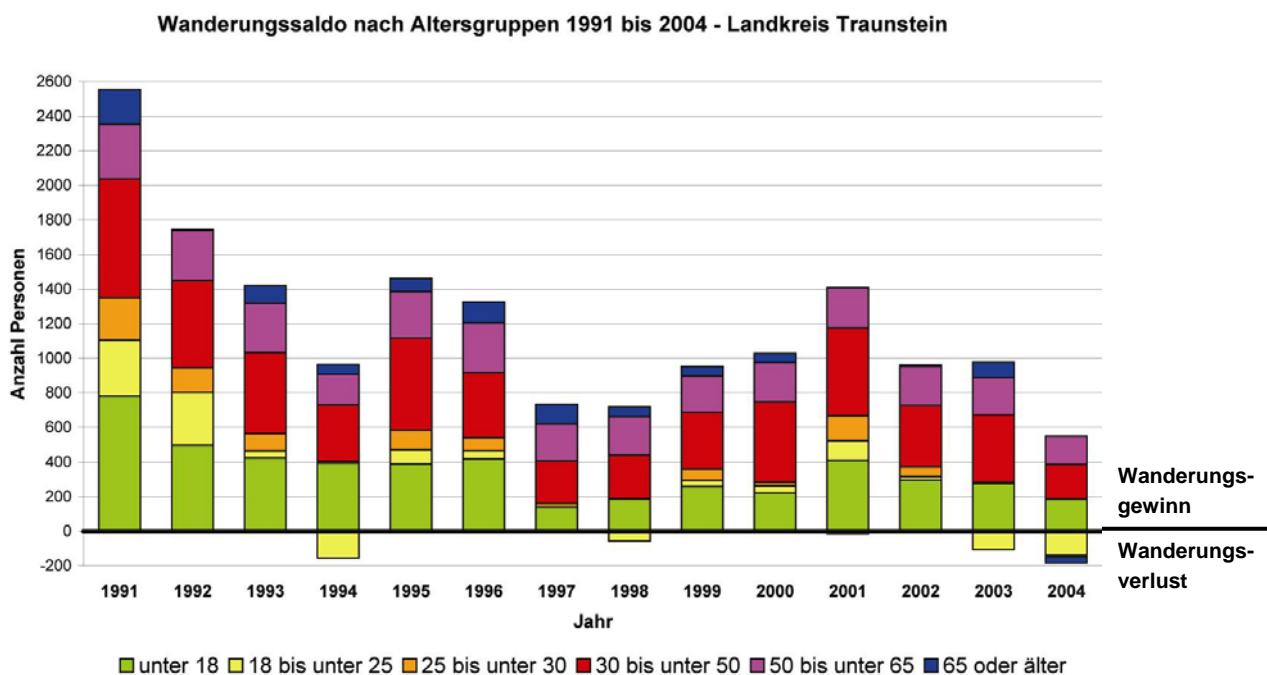


Abb. 1.1 - 16: Wanderungssaldo nach Altersgruppen 1991 bis 2004 Landkreis Traunstein (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – Statistik Kommunal)

Der Anteil der zuwandernden Familien liegt im Nachbarlandkreis Berchtesgadener Land bei 45%. Der Anteil der Gruppe der über 50jährigen liegt auch hier bei ca. 30%. Der Zuzug von Bildungswanderern macht im Landkreis Berchtesgadener Land ca. 23% aller Wanderungen aus. In den Jahren 1996 bis 1999 wanderten in erster Linie Personen der Altersgruppen der 25 bis unter 30jährigen und 30 bis unter 50jährigen ab (vgl. Abb 1.1-17 - Wanderungssaldo nach Altersgruppen – Landkreis Berchtesgadener Land).

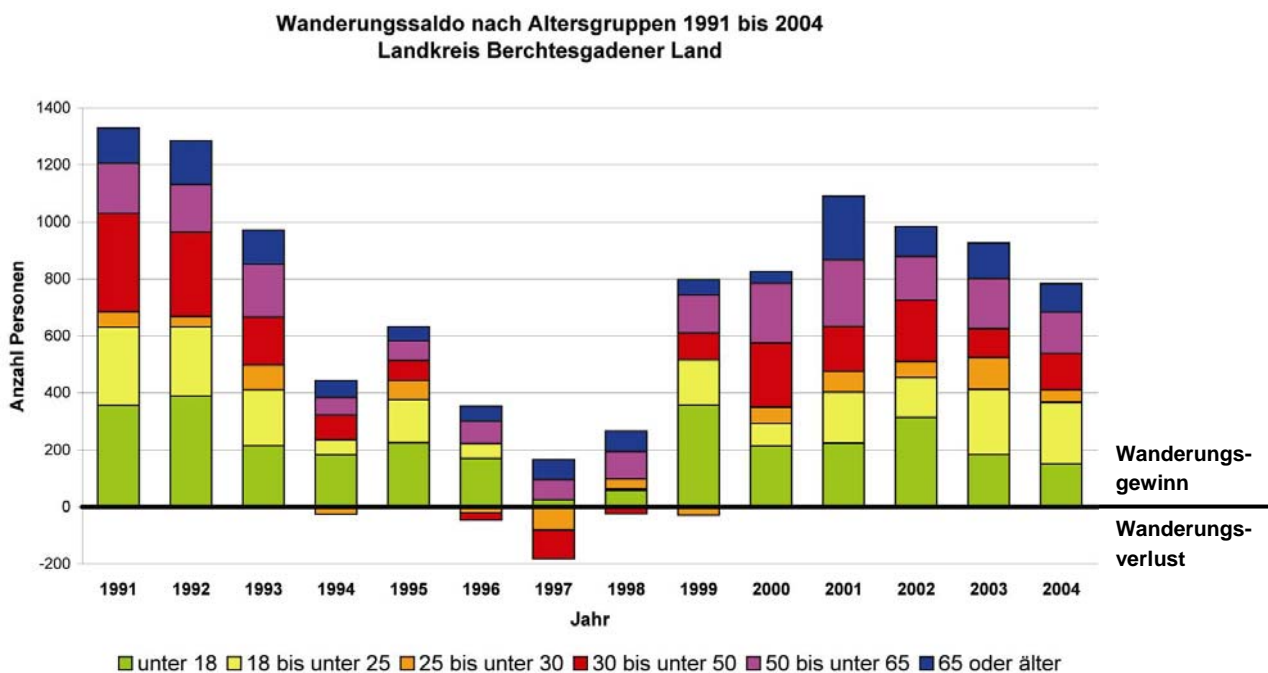


Abb. 1.1 - 17: Wanderungssaldo nach Altersgruppen 1991 bis 2004 Landkreis Berchtesgadener Land (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – Statistik Kommunal)

- **Bis 2020 Stagnation und Rückgang der Bevölkerung**

Die Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land sind, relativ zum Durchschnitt aller Landkreise in der Region Südostoberbayern, die ältesten Landkreise. In den Städten Traunstein und Traunreut und weiteren acht Gemeinden des südlichen Landkreises Traunstein liegt der Anteil der 50jährigen und älter bei über 40% (Stand 2004). Im Landkreis Berchtesgadener Land gibt es keine Gemeinde, in welcher der Anteil an Einwohnern der Gruppe 50 Jahre und älter bei unter 30% liegt. In 13 Gemeinden des Landkreises ist jeder Dritte der Einwohner 50 Jahre alt bzw. älter (vgl. Abb. 1.1-18 - Altersstruktur 2004).

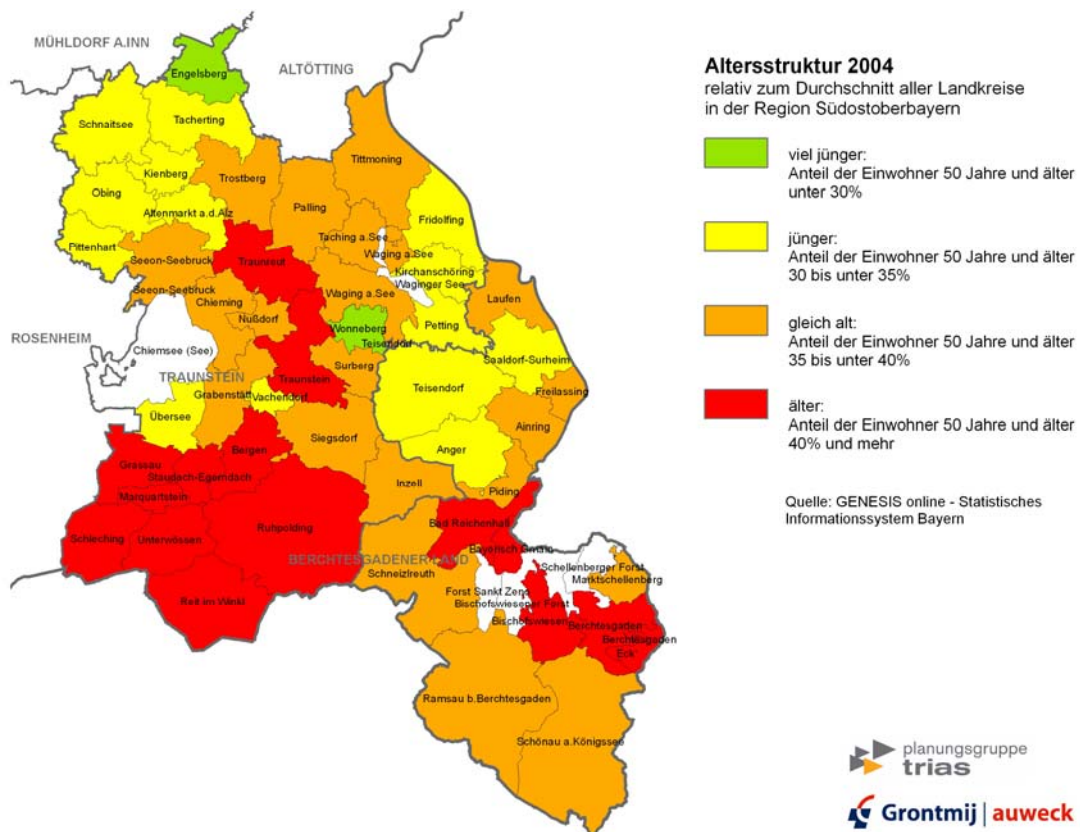


Abb. 1.1 - 18: Altersstruktur 2004 Landkreis Traunstein und Landkreis Berchtesgadener Land (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – GENESIS online)

Die zukünftig prognostizierte Entwicklung bis 2020 wurde der bisherigen Entwicklung von 1991 bis 2002 gegenübergestellt und für beide Landkreise in Abb. 1.1-19 und Abb. 1.1-20 visualisiert.

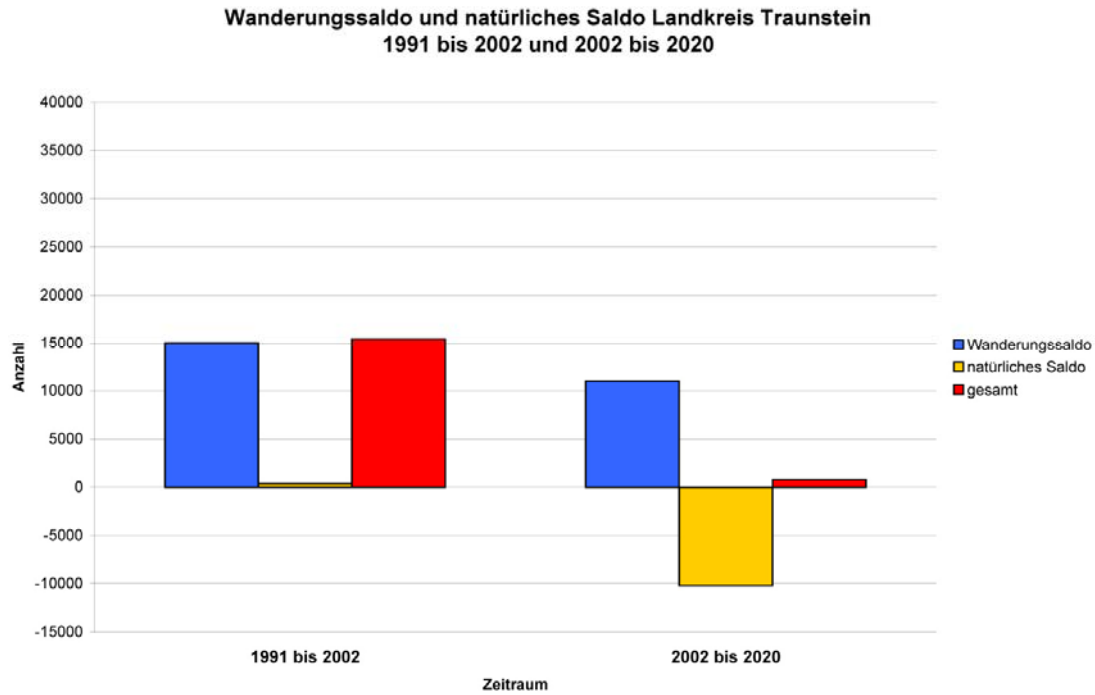


Abb. 1.1 - 19: Wanderungssaldo und natürliches Saldo 1991 bis 2002 und 2002 bis 2020 Landkreis Traunstein (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – Statistik Kommunal)

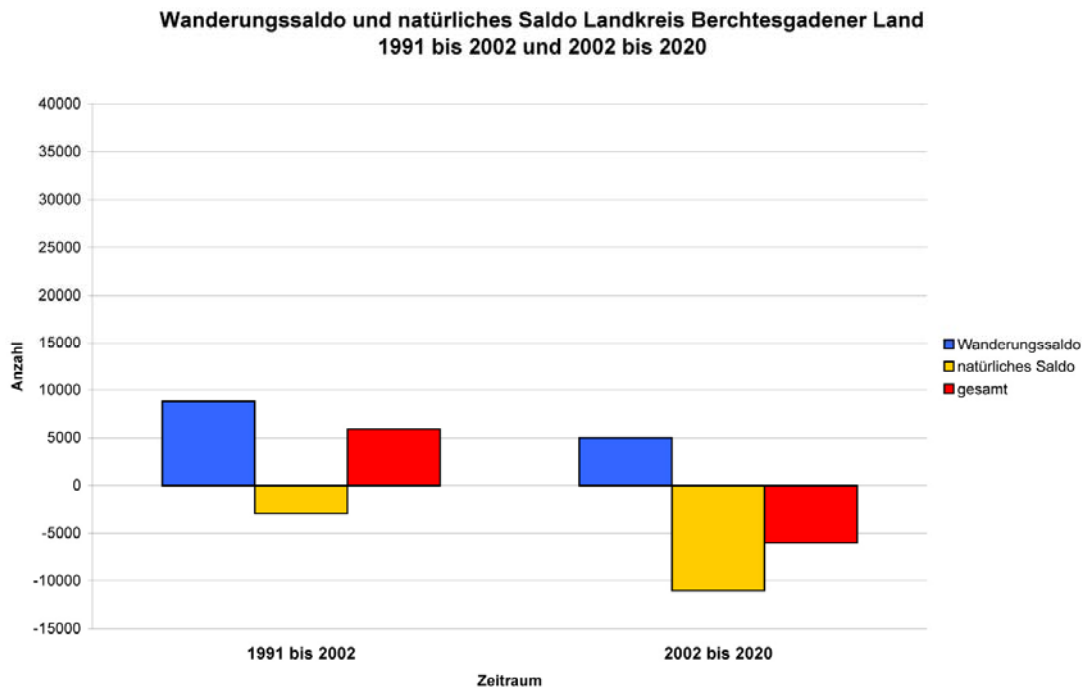


Abb. 1.1 - 20: Wanderungssaldo und natürliches Saldo 1991 bis 2002 und 2002 bis 2020 Landkreis Berchtesgadener Land (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006 – Statistik Kommunal)

Für den Landkreis Traunstein wird bis 2020 nur noch ein Bevölkerungszuwachs von 800 Personen prognostiziert. Zwar wird mit einer Zuwanderung von weiteren ca. 11.000 Einwohnern gerechnet, es findet jedoch ein deutlicher Wechsel von Geburtenüberschüssen (1991 bis 2002: ca. 400 Personen) zu Sterbeüberschüssen (2002 bis 2020: -10.200 Personen) statt.

Dem Landkreis Berchtesgadener Land wird ein Bevölkerungsrückgang von ca. 6.000 Einwohnern prognostiziert. Der negative natürliche Saldo von ca. 3.000 Personen im Zeitraum 1991 bis 2020 wird sich bis 2020 fast vervierfachen und die geringer werdende Zuwanderung (ca. 5.000 Personen) wird den Sterbefallüberschuss nicht ausgleichen können.

Herausforderungen der Bevölkerungsentwicklung und des demografischen Wandels für die Raumentwicklung in der Region Südostoberbayern

Die Bevölkerungsanalyse hat ein Nebeneinander von Wachstum und Stagnation gezeigt. Nach der 10. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung öffnet sich bis zum Jahr 2020 eine Schere zwischen Geburten- und Sterbefällen. Die Sterbeüberschüsse werden künftig deutlich anwachsen. Zudem werden die Wanderungsgewinne ebenfalls deutlich zurückgehen.

Aus dieser Projektion lässt sich ableiten, dass die zukünftigen Aufgaben der Raum- und Siedlungsentwicklung schwerpunktmäßig in einem gestaltenden Umbau liegen werden. Dies bedeutet, dass die Städte und Gemeinden ihre siedlungsstrukturelle Entwicklung weniger auf die Ausweisung neuer Baugebiete ausrichten, sondern mit dem Bestand an Gebäuden in verantwortungsvoller Art und Weise umgehen sollten. Die **bestandsorientierte Siedlungsentwicklung** und die daraus resultierenden Handlungsmöglichkeiten sind dabei sowohl auf den **Innen- als auch den Außenbereich** der Städte und Gemeinden zu lenken.

In engem Zusammenhang mit der **Gestaltungsaufgabe** steht auch die Notwendigkeit, innovative Konzepte für die **Gebäudenutzungen** zu entwickeln. Diese Konzepte müssen sowohl rechtlich als auch wirtschaftlich umsetzbar sein und sollten im Idealfall neue Potenziale von außen anziehen können.

Die Zuwanderung in der Region Südostoberbayern ist in der Mehrzahl durch Familienwanderungen geprägt. Der Anteil der älteren Menschen nimmt in Stadt und Landkreis Rosenheim moderat zu. In den Landkreisen Traunstein und Berchtesgadener Land ist der Anteil älterer Menschen hoch einzustufen. Diese Situation ist ein Indikator dafür, dass die **Ausstattung mit sozialen Einrichtungen für unterschiedliche Bevölkerungsgruppen** – Kinder, Jugendliche, Familien und Senioren - als gut bewertet werden kann und über weitere Verbesserungsmaßnahmen als Attraktivitätsfaktor in der Außendarstellung weiter ausbaufähig ist. Hier sind insbesondere Konzepte zu entwickeln, um die Wohn- und Lebensqualität

für Kinder und Familien zu verbessern sowie ein Generationen übergreifendes Wohnen zu ermöglichen.

Das Verhalten der Bildungswanderer zeigt ein differenziertes Bild in der Region Südostoberbayern. Während die Stadt Rosenheim einen Zuwachs an Bildungswanderern zu verzeichnen hat, geht der Anteil dieser Bevölkerungsgruppe in allen Landkreisen zurück. Diese Situation weist auf ein Ungleichgewicht im **Bereich der Bildungslandschaft**. Die zukünftigen Gestaltungsspielräume sind im Hinblick auf die weitere Ausbaufähigkeit, die Möglichkeiten der Strukturanpassung und der Vernetzung zu überprüfen.

Handlungsfeld Siedlungswesen im Ländlichen Raum

Es werden ausgewählte Aspekte im Thema Siedlungswesen dargestellt. Die wesentlichen Analyseergebnisse sind aus den Expertengesprächen abgeleitet und in der SWOT-Analyse enthalten. Die Strukturanalyse hat ergänzenden Charakter.

1. Aspekte des Flächenverbrauchs

Der Anteil der Siedlungs- und Verkehrsflächen hat zwischen 1980 und 2000 im Durchschnitt aller Landkreise (Rosenheim Stadt ausgenommen) um 2 % zugenommen. Die Verkehrsfläche hat dabei einen Anteil von 0,6 %. Alle Landkreise weisen in diesem Zeitraum ein Bevölkerungswachstum auf. Bei der Landwirtschaftsfläche ist ein Rückgang um 2,5 % zu verzeichnen, was einerseits durch die Zunahme des Flächenverbrauchs für Siedlungszwecke und in geringerem Maße auch durch Aufforstung (+0,3 %) von Landwirtschaftsflächen verursacht wird. Täglich werden in Bayern 15,2 ha Freifläche zu Siedlungs- und Verkehrsfläche umgewandelt (Bayerisches Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz, Internet, Stand: 31.12.2004). Die Flächeninanspruchnahme in Bayern ist in den letzten Jahren rückläufig. Insbesondere durch nachhaltige engpassorientierte Bauleitplanung auf kommunaler Ebene sollte diese Entwicklung unterstützt und verstetigt werden.

Tab. 1.1 - 1: Flächennutzung - Veränderung 1980 bis 2000 (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006: Statistik kommunal 2005)

		Lkr. Berchtesgadener Land	Lkr. Traunstein	Lkr. Altötting	Lkr. Mühldorf	Lkr. Rosenheim	Landkreise	Kreisfr. Stadt Rosenheim	Region 18
Gebäude- und Freifläche	ha	2.699	5.871	3.622	3.663	7.018	22.873	949	23.822
	%	3,2	3,8	6,4	4,5	4,9	4,6	25,5	8,0
		(+0,7%)	(+1,4%)	(+1,6%)	(+1,5%)	(+1,8%)	(+1,4%)	(+5,7%)	(+2,1)
Verkehrsfläche	ha	1.890	3.782	2.269	2.688	4.705	15.334	317	15.651
	%	2,3	2,5	4,0	3,3	3,3	3,1	8,5	23,9
		(+0,3%)	(+0,3%)	(+0,6%)	(+1,3%)	(+0,4%)	(+0,6%)	(+0,5%)	(+0,6)
Landwirtschaftsfläche	ha	20.910	72.607	32.774	54.752	76.899	257.942	1.654	259.596
	%	24,9	47,3	57,6	68,0	53,4	50,2	44,4	49,3
		(-1,5%)	(-2,6%)	(-2,8%)	(-2,2%)	(-3,2%)	(-2,5%)	(-7,7%)	(-3,3)
Waldfläche	ha	40.705	56.573	16.098	17.373	48.189	178.938	573	179.511
	%	48,5	36,9	28,3	21,6	33,5	33,8	15,4	30,7
		(+0,1%)	(+0,5%)	(+0,1%)	(+0,2%)	(+0,8%)	(+0,3%)	(+0,9%)	(+0,4)
übrige Fläche	ha	17.790	14.560	2.175	2.051	7.138	43.714	229	43.943
	%	21,2	9,5	3,9	2,6	4,9	8,4	6,2	8,0
		(+0,5%)	(+0,2)	(+0,7)	(+0,3)	(+0,1)	(+0,4)	(+0,6)	(+0,4)
Gebietsfläche	ha	83.993	153.393	56.939	80.527	143.949	518.801	3.722	522.523
dar. Siedlungs- und Verkehrsfläche	ha	4.882	10.347	6.262	6.608	12.407	40.506	1.350	41.856
	%	5,8	6,7	11	8,2	8,6	8,06	36,3	12,7
		(+1,2%)	(+1,8%)	(+2,7%)	(+2,0%)	(+2,4%)	(+2,0%)	(+6,7%)	(+2,8)

2. Aspekte der Umnutzung im Außenbereich am Beispiel Traunstein

Wie in andere Regionen auch verändert Südostoberbayern durch den landwirtschaftlichen Strukturwandel (s. u. landwirtschaftliche Betriebstypen) sein kulturlandschaftliches Gesicht. Zur Kulturlandschaft gehören neben den typischen Landnutzungsformen auch die charakteristischen Gebäudetypen in Weilern und Einzelhoflagen. Strukturbedingt sind deshalb Bauvorhaben im Außenbereich – insbesondere auch Nutzungsänderungen – ein aktuelles Thema in der Region 18. Es entsteht ein Spannungsfeld zwischen dem Bauwunsch im Außenbereich und dem Erhalt des Außenbereichs für die landwirtschaftliche Bodennutzung und als Erholungslandschaft für den Menschen. Im Landkreis Traunstein wurden diese

Probleme erkannt und eine exemplarische Studie zu Umnutzungspotenzialen im Außenbereich in Auftrag gegeben (BMVEL, 2005). Im Ergebnis wurde bezüglich der Handlungserfordernisse im Landkreis eine Nord-Süd-Differenzierung festgestellt. Im südlichen Bereich gibt es kaum Leerstände, ausgelöst vor allem durch die hohe Nachfrage im Tourismus. Im Norden nimmt die Leerstandsproblematik bei großen Vierseithöfen im Außenbereich aufgrund der fehlenden Nachfrage zu. Insgesamt ist der Landkreis durch ein positives Umnutzungsklima geprägt, da eine hohe Sensibilisierung und Bindung an Landschaft und Höfe als Eigenartsträger der Kulturlandschaft gegeben ist. Perspektiven ergeben sich in der Landwirtschaft selbst wie auch durch Bemühungen zur Einbindung des Themas in die touristische Entwicklung. Hemmnisse werden vor allem in den geltenden baurechtlichen Regelungen, der fehlende Kanalisationsanbindung, der rückläufigen finanziellen Förderung im Denkmalschutz sowie in der fehlenden Nachfrage im nördlichen Kreisgebiet gesehen. Regional übertragbare Ergebnisse sind vor allem die Umnutzungsperspektiven für neue Gebäudenutzungen aber auch die Hemmnisse sowie die Handlungserfordernisse.

Beurteilungen der aktuellen Lage in den einzelnen Landkreisen zur Siedlungsentwicklung im Außenbereich können den Experteneinschätzungen im Anhang dieses Kapitels entnommen werden.

3. Aspekte der Dorferneuerung

Eine wesentliche Grundlage zur Erhaltung und Entwicklung des Ländlichen Raumes liegt in der Erhaltung und Gestaltung lebensfähiger attraktiver Dörfer. Ziel der Dorferneuerung ist die Weiterentwicklung von Struktur und Vielfalt der Dörfer sowie die Sicherung ihrer wirtschaftlichen Grundlagen und hohen Lebensqualität. In der Region laufen 11 Dorferneuerungsverfahren (Amt für Ländliche Entwicklung Oberbayern, Stand Januar 2006). Davon liegen 2 Verfahren im Landkreis Rosenheim, 3 Verfahren im Landkreis Mühldorf a. Inn, 2 Verfahren im Landkreis Berchtesgadener Land und 4 Verfahren im Landkreis Traunstein. Im Landkreis Altötting läuft aktuell kein Dorferneuerungsverfahren. Die Lage der Dorferneuerungsverfahren ist in den Abb. 1.1-21 bis 1.1-24 dargestellt.

Beurteilungen der aktuellen Lage in den einzelnen Landkreisen zum Einsatz von Dorferneuerungen können den Experteneinschätzungen im Anhang dieses Kapitels entnommen werden.

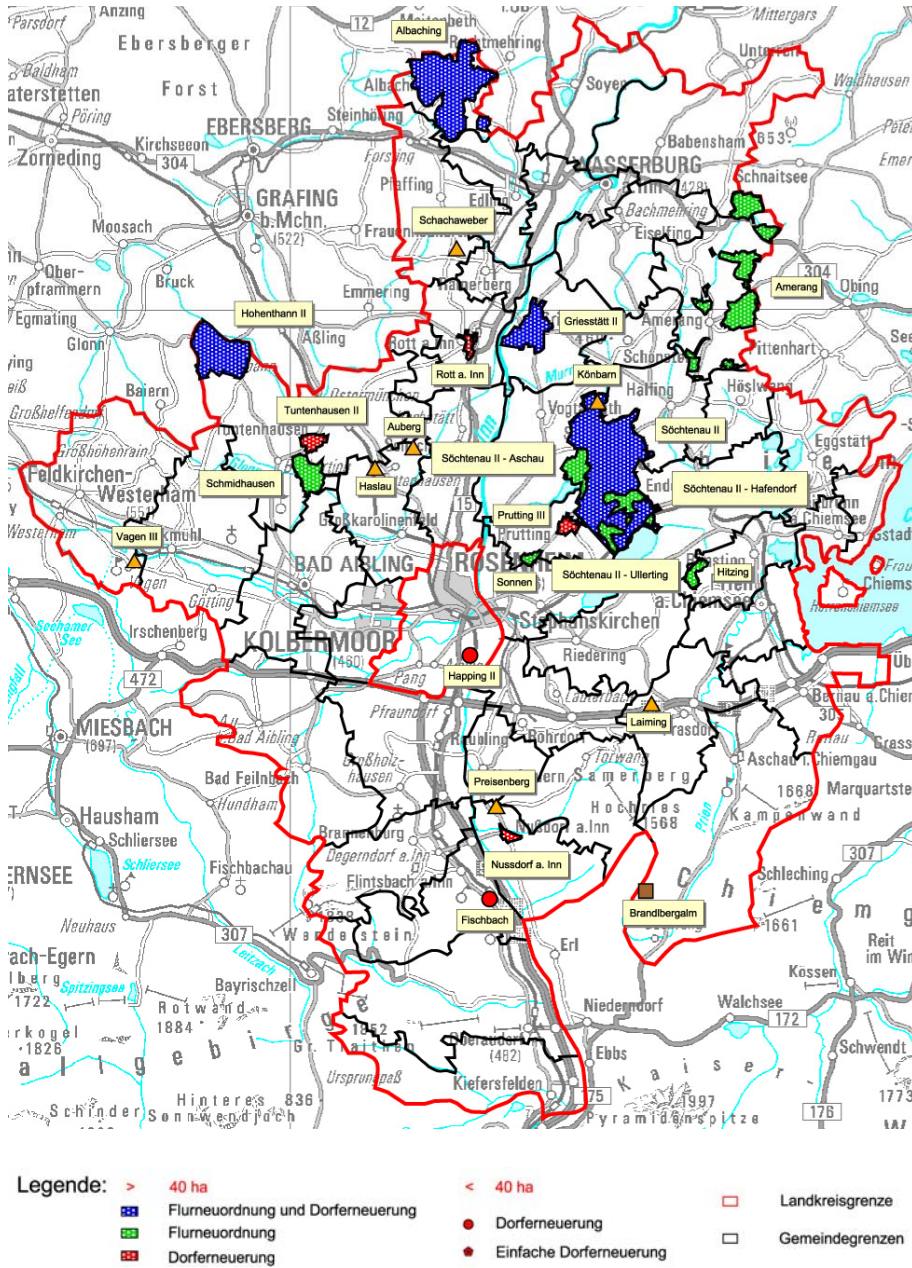


Abb. 1.1 - 21: Verfahrensübersicht Landkreis Rosenheim Stand 01.01.2006 (Amt für Ländliche Entwicklung Oberbayern)

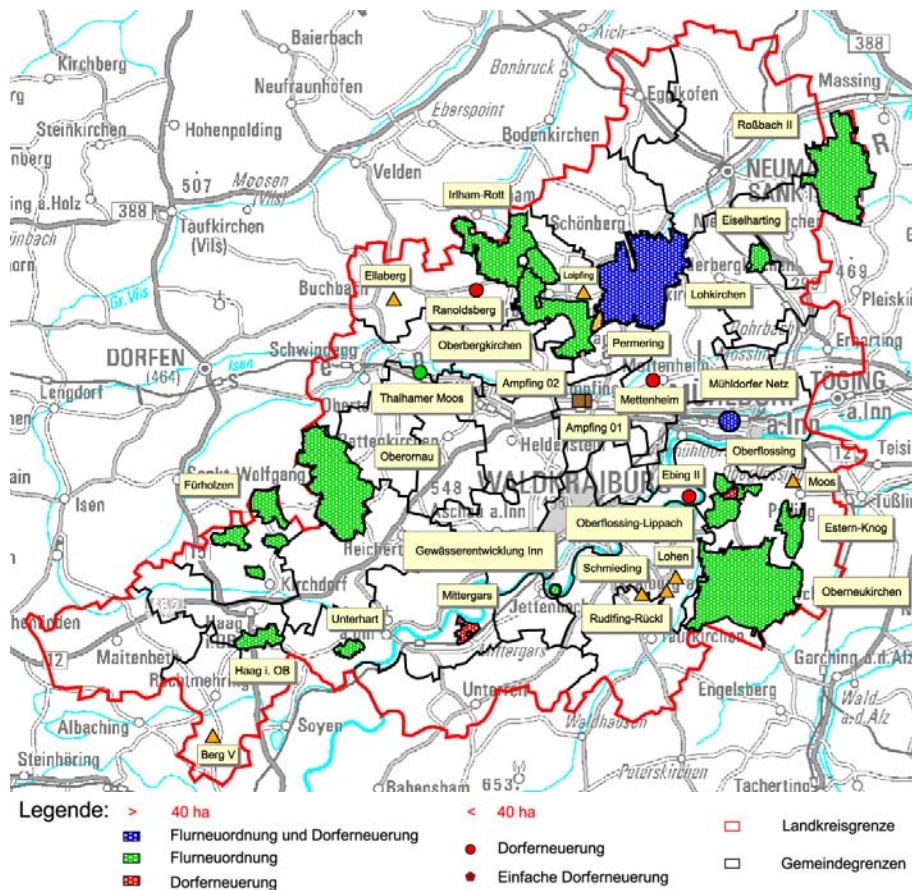


Abb. 1.1 - 22: Verfahrensübersicht Landkreis Mühldorf Stand 01.01.2006 (Amt für Ländliche Entwicklung Oberbayern)

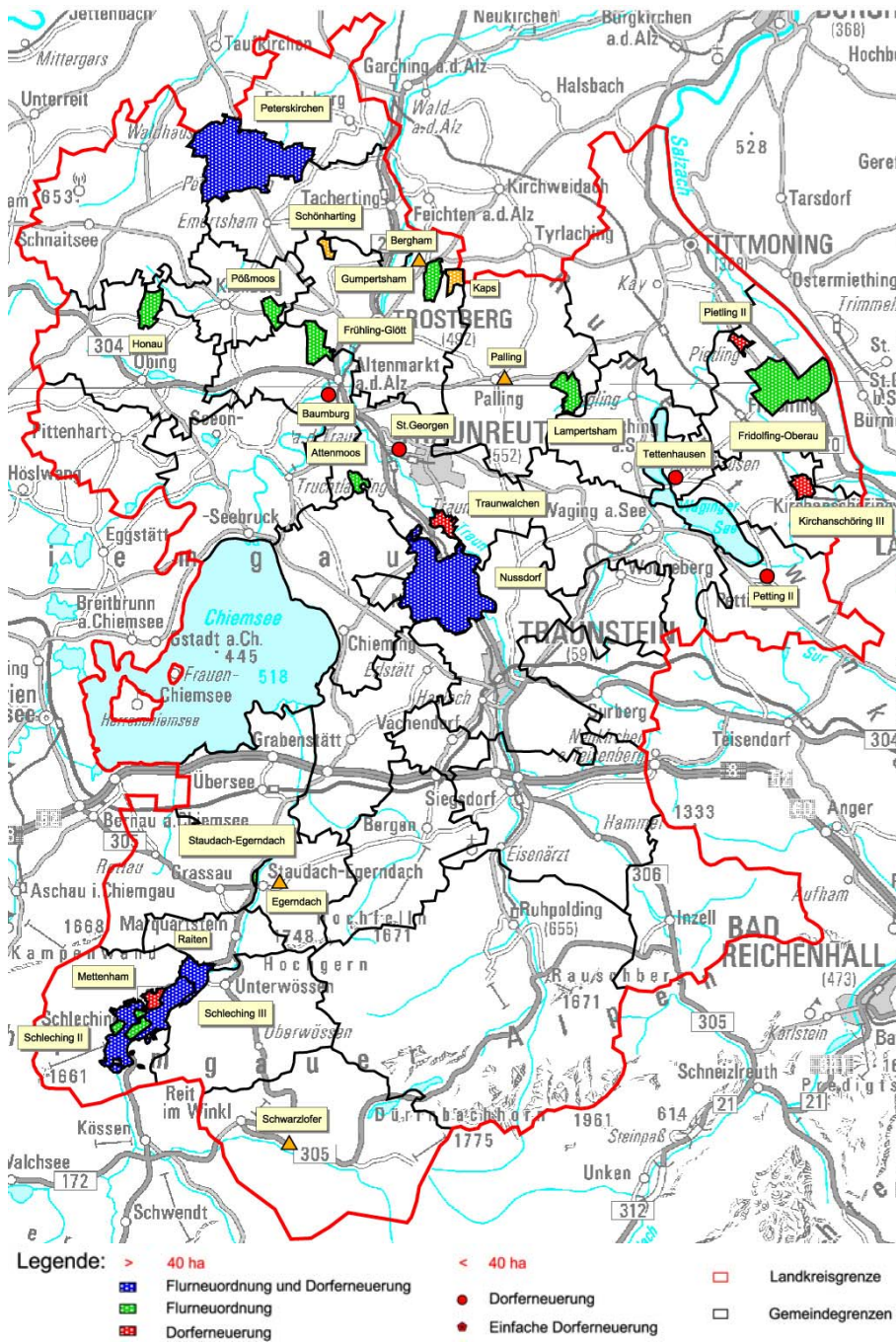


Abb. 1.1 - 23: Verfahrensübersicht Landkreis Traunstein Stand 01.01.2006 (Amt für Ländliche Entwicklung Oberbayern)

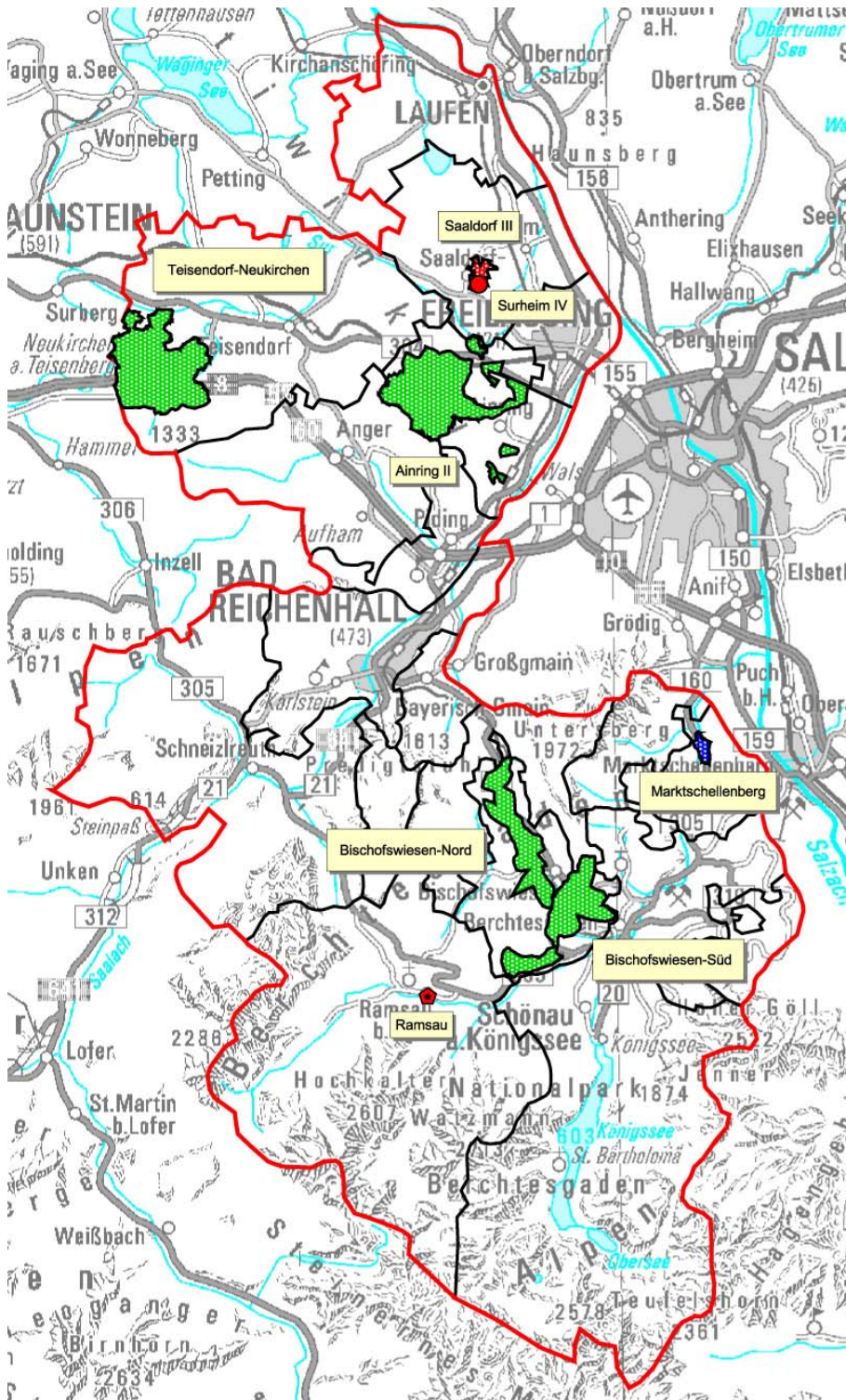


Abb. 1.1 - 24: Verfahrensübersicht Landkreis Berchtesgadener Land Stand 01.01.2006 (Amt für Ländliche Entwicklung Oberbayern)

Handlungsfeld Soziales

Es werden ausgewählte Aspekte im Thema Soziales dargestellt. Die wesentlichen Analyseergebnisse sind aus den Expertengesprächen abgeleitet und in der SWOT-Analyse enthalten. Die Strukturanalyse hat ergänzenden Charakter.

1. Ortsnahe Versorgung mit mobilen Pflegediensten im Ländlichen Raum am Beispiel des Landkreises Traunstein

Nach einer Analyse im 2006 fortgeschriebenen Altenhilfeplan des Landkreises Traunstein ist die Versorgung im ambulanten und im stationären Pflegebereich ausreichend gesichert (Biro mdl., 2006). Bedarf wird in der Kurzzeitpflege und in der Tagespflege gesehen, allerdings sei in diesen Bereichen die Investitionsbereitschaft gering, da die Wirtschaftlichkeit nicht gegeben sei. In den beiden Landkreisen Traunstein und Berchtesgadener Land sind ca. 25 mobile Pflegedienste aktiv (Verzeichnis der AOK-Pflegekasse, Stand 01.01.2006). Im Ländlichen Raum herrsche zum jetzigen Zeitpunkt kein Mangel an ortsnaher Versorgung durch mobile Pflegedienste.

Vorrangiger Handlungsbedarf besteht vor allem in der Vernetzung der Anbieter und in der Förderung von ehrenamtlichen Helfern in der Seniorenbetreuung und –pflege (Landkreis Traunstein 2006: Altenhilfeplanung). Daher wurde eine „Pflegekonferenz“ zur Vernetzung der Seniorenpflegeangebote und –organisationen im Landkreis initiiert. Bereits ab 2007 soll diese Konferenz zweimal jährlich stattfinden, um damit eine bessere Abstimmung der Angebote zu erzielen.

Beurteilungen der aktuellen Situation in den einzelnen Landkreisen zur häuslichen Versorgung von Senioren können den Experteneinschätzungen im Anhang dieses Kapitels entnommen werden.

2. Kinderbetreuung

Mit der Verabschiedung des Bayerischen Kinderbildungs- und -betreuungsgesetzes (BayKiBiG) vom 15. Juli 2005 hat sich eine starke Dynamik ergeben; insbesondere die Betreuungsangebote für Kleinkinder und die Nachmittagsbetreuung befinden sich im grundlegenden Umbruch.

Daher verweisen wir an dieser Stelle auf die Einschätzungen der Experten zur momentanen Lage mit dem Hinweis, dass eine fundierte Einschätzung der Situation erst möglich ist, wenn die Erprobungsphase des Gesetzes abgeschlossen ist.

Handlungsfeld Landwirtschaft

1. Landwirtschaftliche Betriebsstruktur

In der Tabelle zeigt sich deutlich der landwirtschaftliche Strukturwandel in der Region. Aus den Strukturdaten ist ein starker Rückgang der kleineren Betriebe zwischen 2 und 10 ha zugunsten der großen Betriebe mit über 30 ha Betriebsfläche abzulesen. Im Durchschnitt der Region nimmt die Anzahl der Betriebe (>2 ha) insgesamt um ca. 22 % ab, während die Anzahl der großen Betriebe (> 30 ha) um ca. 92 % zunimmt. Besonders deutlich ist die Zunahme der großen Betriebe im Landkreis Berchtesgadener Land, dennoch liegt deren Anteil an den Gesamtbetrieben bei nur ca. 5 %.

Tab. 1.1 - 2: Landwirtschaftliche Betriebe nach Betriebsgrößen 2003
Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006:
Statistik kommunal 2005

	Lkr. Berchtesgadener Land	Lkr. Traunstein	Lkr. Altötting	Lkr. Mühldorf	Lkr. Rosenheim	Landkreise	Kreisfr. Stadt Rosenheim	Region 18
Gesamt Betriebe ab 2 ha (Vergleich 1991)	1443 (1653) -12,7%	3095 (3867) -20%	1343 (1850) -27,4%	2181 (2977) -26,7%	3399 (4350) -21,9%	11.401 (14.697) -21,7%	101 (128) -21,1%	11.502 (14.825) -21,6%
Kleinere Betriebe 2 bis 10 ha (Vergleich 1991)	712 (898) -20,7%	908 (1182) -23,2%	411 (658) -37,5%	580 (1017) -43%	1010 (1475) -31,5%	3.621 (5.230) -31,8	36 (47) -23,4%	3.657 (5.277) -29,9%
Größere Betriebe > 30 ha (Vergleich 1991)	119 (38) +239,5 %	720 (491) +46,6%	363 (251) +44,6%	616 (441) +39,6%	704 (368) +91,3%	2.522 (1.589) +92,3	15 (12) +25%	2.537 (1.601) +81,1%

2. Landwirtschaftliche Nutzfläche

Die Verteilung der Anteile von Acker, Grünland und Almen über die Landkreise ist durch die naturräumlichen Gegebenheiten bestimmt. Die in der Region gelegenen Almen erstrecken sich auf Höhenlagen zwischen 700 und 1.750 m ü. NN und werden von ca. 490 Almbauern bewirtschaftet (ALF Traunstein und Rosenheim, Internet). Auf etwa der Hälfte der Almen wird der Viehbestand (Rinder, Pferde, Schafe) durch saisonal ständig anwesende Sennerinnen / Senner betreut (ALF Traunstein, Internet).

Tab. 1.1 - 3: Landwirtschaftlich genutzte Fläche (LF) (Anteil Acker /Grünland /Almen) (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2006: Statistik kommunal 2005, ALF Rosenheim (Maurer, mdl. 2006), ALF Traunstein (Internet))

		Lkr. Berchtesgadener Land	Lkr. Traunstein	Lkr. Altötting	Lkr. Mühldorf	Lkr. Rosenheim	Landkreise	Kreisfr. Stadt Rosenheim	Region 18
Gesamt Landwirtschaftlich genutzte Fläche (LF)	ha	19.219	67.072	31.975	51.599	68.381	47.649	1.724	49.373
Dauergrünland	ha	15.947	38.123	9.323	15.603	52.536	26.306	1.091	27.397
Wiesen und Mähweiden	ha	13.125	32.331	9.045	15.156	47.395	23.410	1.059	24.469
Almen*	ha	4.600		-	-	4.218	8.818	-	8.818
Acker	ha	3.262	28.849	22.629	35.927	15.675	21.268	627	21.895

3. Aspekte der Regionalvermarktung: Anbieterstruktur

In den Landkreisen Altötting und Mühldorf gibt es ca. 120 Direktvermarkter (ALF Töging, Popp, mdl. 2006), die in den Vereinen „Bauernmarkt Altötting“, Mühldorfer Bauernmärkte“, „Bauernmarkt Haag“ und „Interessengemeinschaft der Direktvermarkter des Landkreises Mühldorf“ organisiert sind (ALF Töging, Eicher, mdl. 2006). Neben den Bauernmärkten bestehen als feste Einrichtungen 2 Dorfläden und 3 Hofcafes, die regionale bzw. hofeigene Produkte vermarkten (ALF Töging, Internet). Die „Interessengemeinschaft der Direktvermarkter des Landkreises Mühldorf“ hat im Rahmen von LEADER+ einen Internetauftritt sowie eine Broschüre

* Lichtweidefläche (ohne Waldweide)

entwickelt. Darüber hinausgehende Marketingmaßnahmen gibt es bisher nicht. Auch im Landkreis Rosenheim liegt der Schwerpunkt der Direktvermarktung bei den Bauernmärkten. Weitere Zusammenschlüsse von Direktvermarktern gibt es kaum, frühere Versuche waren wenig erfolgreich (ALF Rosenheim, Brandl, mdl. 2006). Es gibt ca. 150 Direktvermarkter in den Landkreisen Traunstein und Berchtesgadener Land, die sich in vier größeren Zusammenschlüssen organisiert haben (ALF Traunstein, Hofstetter-Hack, mdl. 2006). Zwischen den bestehenden Zusammenschlüssen gibt es teilweise Überschneidungen unter den Anbietern. Was fehlt, ist eine übergreifende Dachmarke und Organisation zur Regionalvermarktung, die unter anderem die Positionierung der Anbieter nach Innen und Außen professionell voranbringt (bspw. Erschließung neuer Zielgruppen, Akquise von Großabnehmern, Erstellung eines Marketingkonzeptes etc.).

Beurteilungen der aktuellen Situation in den einzelnen Landkreisen zu Regionalvermarktungsinitiativen können den Experteneinschätzungen im Anhang dieses Kapitels entnommen werden.

Tab. 1.1 - 4: Zusammenschlüsse von Anbietern im Landkreis Traunstein und Landkreis Berchtesgadener Land

Name	Anzahl der Anbieter	Internet	Gebiet (Schwerpunkt der Anbieter)
Direktvermarkter zwischen Watzmann und Waginger See	ca. 30	http://www.direkt-ab-hof.de	Lkr. Traunstein und Berchtesgadener Land, Schwerpunkt nördlich v. Bad Reichenhall
Interessengemeinschaft Direktvermarkter Traunstein e.V.	ca. 60	http://www.direktvermarkter-traunstein.de	Landkreis Traunstein
Verein zur Erhaltung der bäuerlichen Strukturen im BGL e.V.			Zwischen Bad Reichenhall und Berchtesgaden
Verein zur Erhaltung und Förderung der Berglandwirtschaft e.V.			Berchtesgadener Talkessel

Eine besondere Stärke der Direktvermarktung in der Region stellt das Angebot regionaler Produkte über den Absatzweg der **Bauernmärkte** dar. Landwirte bieten auf zahlreichen dezentralen Märkten überwiegend eigenerzeugte Produkte an. In den fünf Landkreisen und der kreisfreien Stadt Rosenheim finden nach einer Zusammenstellung des Bauernverbandes (Internet) ca. 30 Bauernmärkte statt. Jeder fünfte Bauernmarkt in Bayern liegt somit in der Region 18. Dies ist eine

beachtliche Zahl vor dem Hintergrund der Zählung von insgesamt 160 solcher Märkte in Bayern im Jahr 2003 (Bayerisches Staatsministerium für Landwirtschaft und Forsten, 2003).

Tab. 1.1 - 5: Bauernmärkte (Bayerischer Bauernverband, Internet, Stand 2006)

Landkreis	Anzahl	Ort
Landkreis Altötting	5	Altötting Burghausen-Bürgerhaus Burghausen-Robert-Koch-Straße Neuötting Niederholz b. Mehring
Landkreis Berchtesgadener Land	4	Bad Reichenhall-Marzoll Berchtesgaden Freilassing Marktschellenberg
Landkreis Mühldorf	3	Haag i. Obb. Mühldorf Waldkraiburg
Landkreis Rosenheim mit Stadt	11	Aschau im Chiemgau Bad Aibling Bad Endorf Baierbach Bruckmühl Feldkirchen-Westerham Rosenheim Rott a. Inn Schechen Schlossberg Wasserburg
Landkreis Traunstein	7	Grassau Obing Tittmoning Traunreut Traunstein Übersee Waging am See

4. Aspekte der Regionalvermarktung: Regionalisierte Informationsmöglichkeiten über Direktvermarkter und ihre Produkte

Im Folgenden werden die Informationsmöglichkeiten für Endverbraucher zu Regionalen Produkten genannt. Aus der Zusammenstellung wird deutlich, dass es für den Verbraucher (z.B. Urlauber, (Neu)bürger) schwierig erscheint, sich schnell und komfortabel über Regionale Produkte und Bezugsmöglichkeiten zu informieren. Es ist keine zentrale Gesamtliste zu Anbietern und Produkten verfügbar (bspw. im Internet). Geeignete Informationsmöglichkeiten und Marketingmaßnahmen sind eine wichtige Voraussetzung für eine erfolgreiche Steigerung der Nachfrage.

Informationsmöglichkeiten über Direktvermarkter und ihre Produkte in der Region

- Internet (unvollständig, keine Gesamtliste vorhanden, auch die Vereine sind z.T. nicht im Internet vertreten)
- Infoblätter /Flyer (Bsp. Bauernmarkt Traunstein)
- Tageszeitungen
- Veranstaltungen (Hoffeste, z.B. Direktvermarkter zwischen Watzmann und Waginger See)
- Bauernmärkte
- Persönliche Empfehlungen.

5. Bioenergieerzeugung: Biogasanlagen

In der Region 18 werden ca. 185 Biogasanlagen betrieben. Dabei entfallen ca. 60 Anlagen auf den Landkreis Rosenheim (ALF Rosenheim, Endres, mdl. 2006), ca. 60 Anlagen auf die Landkreise Mühldorf und Altötting (ALF Töging, Popp, mdl. 2006) und ca. 65 Anlagen auf die Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land (ALF Traunstein, Internet).

Bei den bestehenden Anlagen ist laut Einschätzung der Ämter für Landwirtschaft und Forsten Traunstein und Töging von weiterem Wachstum auszugehen, so dass der Flächenbedarf wächst. Informationsveranstaltungen zum Thema Biomasse-nutzung finden großes Interesse. Im Landkreis Rosenheim wird aufgrund der hohen Flächenkosten und der dadurch eingeschränkten Rentabilität kein weiteres Wachstum im Bereich der Bioenergieerzeugung erwartet (ALF Rosenheim).

In Zukunft werden sich die Bedingungen für den Neubau von Biogasanlagen wegen Einstellung der Anlagenförderung bei den derzeit hohen Anlagenkosten verschlechtern, so dass nur noch vereinzelt mit Neuanlagenbau zu rechnen ist. Durch die zunehmende Flächenverknappung steigen die Pachtpreise stark an, mit der Folge, dass in Konkurrenz mit den bestehenden Biogaserzeugern die

Lebensmittelerzeuger meist die hohen Pachtpreise nicht mehr zahlen (ALF Traunstein, Internet). Es stellt sich die Frage, inwieweit aufgrund des bereits hohen Biogasanlagenbestandes im Vergleich zum verfügbaren Flächenpotenzial und der veränderten Fördersituation ein weiterer Ausbau dieses Erwerbszweiges empfohlen werden kann. Der Bau von Biogasanlagen wird deshalb von den Ämtern für Landwirtschaft und Forsten nicht durch entsprechende Werbung unterstützt. Interessierte Landwirte werden durch die ämterübergreifende Fachberatung Landtechnik, Energie, Umwelttechnik beraten.

Aufgrund der hohen Viehdichte herrscht im Landkreis Traunstein Flächenknappheit. Viehhalter werden aufgrund neuer EU-Richtlinien (z.B. Düngeverordnung) mehr Fläche benötigen, um den bestehenden Viehbestand halten zu können. Auch für die Biogasanlagen wird mehr Fläche benötigt (pro Anlage zwischen 20-50 ha) zum Anbau von Gärmaterial. Diese Aussage wurde für den gesamten Chiemgau in einem Gespräch im Rahmen des Forschungsprojektes der TU München zur naturverträglichen Biomassebereitstellung bestätigt.

Beurteilungen der aktuellen Situation in den einzelnen Landkreisen zur Bioenergieerzeugung können den Experteneinschätzungen im Anhang dieses Kapitels entnommen werden.

6. Landschaftspflegeverbände

Landschaftspflegeverbände sind freiwillige Zusammenschlüsse von Naturschutzverbänden, Landwirten und Kommunen, mit dem Ziel, gemeinsam naturnahe Landschaftsräume zu erhalten und neu zu schaffen. In der Region 18 wurden bislang zwei Landschaftspflegeverbände gegründet (Landkreis Altötting, Landkreis Traunstein). In den übrigen Landkreisen der Region 18 besteht Bedarf zur Ausdehnung des Wirkungskreises von organisierten Anbietern landschaftspflegerischer Leistungen, um den Erhalt der Landschaft nachhaltig zu sichern. Im Verband Altötting sind alle 24 Landkreisgemeinden, der Landkreis selbst, 11 Verbände sowie 45 Einzelmitglieder organisiert.

Beurteilungen der aktuellen Situation in den einzelnen Landkreisen bezüglich des Potenzials für Landschaftspflege sowie zu Aktivitäten der Landschaftspflegeverbände können den Experteneinschätzungen im Anhang dieses Kapitels entnommen werden.

1.1.6 Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken (SWOT)

Gegliedert nach den ausgewählten Handlungsfeldern werden im folgenden Kapitel Erkenntnisse aus der Strukturanalyse (Kap. 1.1.4) mit den Ergebnissen der

Expertengespräche zusammengeführt. Die Expertengespräche fanden im September und Oktober 2006 statt. Im Fachbereich Ländlicher Raum wurden drei moderierte Gespräche (in folgenden Teilräumen: Landkreis Rosenheim mit Kreisfreier Stadt Rosenheim, Landkreis Mühldorf mit Landkreis Altötting, Landkreis Traunstein mit Landkreis Berchtesgadener Land) mit je ca. 20 bis 35 Teilnehmern durchgeführt. Dieses Kapitel enthält die regional **zusammengefasste Analyse** von Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken (SWOT) im Ländlichen Raum der Region 18. **Einzelergebnisse der Expertengespräche** aus Teilgebieten können dem Anhang dieses Kapitels entnommen werden.

1. Handlungsfeld Siedlung

Vorrangiger Handlungsbedarf zeichnet sich im Handlungsfeld Siedlungsentwicklung ab. Das Problembewusstsein zu Innen- und Außenentwicklung, familiengerechter Bauleitplanung oder Umnutzungserfordernissen leerstehender Gebäude ist regional unterschiedlich ausgeprägt (geringer im Norden, im Süden höher). Handlungsbedarf für die Entwicklung des Innenbereichs entsteht in Teilräumen mit geringerer Immobiliennachfrage bei gleichzeitig fortschreitendem Strukturwandel (z.B. Norden und Süden Lkr. MÜ, AÖ, Norden Lkr. TS). Es besteht im Zusammenhang mit der Innenentwicklung ein hoher Bedarf an Bewusstseinsbildung und Sensibilisierung bei den Gemeinde- und Ortsverantwortlichen (vgl. Bayerische Verwaltung f. Ländliche Entwicklung, 2005). Vorrangiger Handlungsbedarf zeichnet sich hinsichtlich der Veränderung der baurechtlichen Regelungen für Umnutzungen leerfallender Gebäude im Außenbereich ab. Hinsichtlich der Umsetzungsebene, die in den folgenden Arbeitsphase des Projektes bearbeitet wird, ist bei diesem Thema zu beachten, dass aufgrund der Planungshoheit der Gemeinden lediglich weiche Handlungsempfehlungen gegeben werden können.

Ländlicher Raum	
Handlungsfeld Siedlung	
Stärken	Schwächen
<p>Innenbereich</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Hohe Bauland- und Immobiliennachfrage im Einflussgebiet des Verdichtungsraumes München in RO/Lkr. RO. Bzw. an den regionalen Achsen (Lkr. MÜ/AÖ) Traunreut/Trostberg TS ▪ Überwiegend geringer Leerstand von Wohn- u. landw. Gebäuden in den Altorten (Lkr. MÜ, AÖ, Alpengebiet im Lkr. BGL/TS) <p>Außenbereich</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Außenbereich: Hohe Nachfrage nach Wohngebäuden in Weilern und Einzelhoflagen, hohe Nachfrage nach landw. Nebengebäuden für Gewerbenutzung RO/Lkr. RO, Süden von Lkr. TS, BGL ▪ Geringe Leerstände von Wohngebäuden und landw. Gebäuden im Außenbereich bei mittlerer Nachfrage (Lkr. MÜ, AÖ. Im Alpengebiet Lkr. TS, BGL) 	<p>Innenbereich</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teils hoher Leerstand von landw. Gebäuden im Altort (Lkr. TS Norden) ▪ Hoher Leerstand von Gewerbeobjekten/ Läden im Altort (Lkr. MÜ, AÖ, BGL, TS) ▪ Geringe Nachfrage nach Bauland und Immobilien in den ländlichen Gebieten (Lkr. MÜ/AÖ: Norden und Süden) ▪ Angebotsschwerpunkt von Bauflächen liegt in den neuen Siedlungsgebieten → Flächenverbrauch. (Lkr. MÜ, AÖ, BGL, TS). Mangelnde Flächenverfügbarkeit in den Altorten durch nicht verkaufsbereite Privateigentümer (Lkr. MÜ, AÖ). ▪ Deutlich einseitige Funktionstrennung (Lkr. TS, BGL) ▪ Mangelhafter Einsatz strategischer bzw. weicher Planungsinstrumente (Lkr. MÜ, AÖ, TS, BGL) <p>Außenbereich</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Hoher Leerstand von landwirts. Gebäuden im Außenbereich bei gleichzeitig hoher Nachfrage nach Wohnraum und gewerblich nutzbaren Räumen. Mögliche Ursache: Genehmigungsprobleme bei Umnutzungsvorhaben. Vorbehalte, ob neue Nutzer Verständnis für angrenzende landwirtschaftliche Nutzung haben (RO/Lkr. RO) ▪ Hoher Leerstand von Wohn- und Nebengebäuden im Außenbereich bei geringer Nachfrage (Norden Lkr. TS, BGL)
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Potenziale für flächensparende Siedlungsentwicklung vorhanden ▪ Teilweise hohe Sensibilisierung und Bindung an Landschaft und Gebäude als Eigenartsträger der Kulturlandschaft bei den Akteuren. ▪ Steigerung der Nachfrage nach Umnutzungen im Außenbereich durch Einbindung in Tourismuskonzept 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umnutzungshemmnisse aufgrund gesetzlicher Auflagen führen zum Verfall der Bausubstanz. ▪ Zersiedelung nimmt zu, Flächenverbrauch steigt ▪ Verödung der Dorfkerne führt zu einer negativen Wirkungskette, deren einzelne Faktoren sich gegenseitig verstärken

2. Handlungsfeld Bevölkerung, Soziales und Infrastruktur

Vor dem Hintergrund der zunehmenden gesellschaftlichen Entwicklung in Richtung Wissensgesellschaft zeichnet sich im Themenfeld Infrastruktur die herausragende Bedeutung des Themas Bildung ab. Es gilt, eine querschnittsorientierte Strategie zu entwickeln, die Erfordernisse der Wirtschaft, des Tourismus und des ländlichen Raumes miteinander verknüpft. Im Fokus steht dabei vor allem eine regionale Ausrichtung der arbeitsmarktnahen beruflichen und höheren Bildung. Handlungs-

bedarf besteht bezüglich des Ausbaus schneller Informationszugänge (DSL-Netze) und der Einrichtung neuer Bildungsinstitutionen.

Für den Ländlichen Raum sind soziale Themen von besonderer Bedeutung, schließlich ist das positive soziale Umfeld in den kleineren Gemeinden ein wichtiger Standortvorteil gegenüber den sozial weniger ausgeglichenen Städten. Wichtige Zukunftsperspektiven liegen in der konsequenten familienfreundlichen Ausrichtung der Gemeinden, in der Verbesserung der Kinderbetreuungsmöglichkeiten, im Ausbau der günstigen Wohnmöglichkeiten für Familien, der Nachbarschaftshilfen etc. Wie im vorhergehenden Kapitel gezeigt werden konnte, steht auch in der Region 18 ein demografischer Wandel bevor, die Gemeinden sollten hierfür gerüstet sein und in interkommunaler Zusammenarbeit Konzepte für die Versorgung der zunehmend älteren Bevölkerungsgruppen erarbeiten und umsetzen.

Ländlicher Raum	
Handlungsfeld Bevölkerung, Soziales und Infrastruktur	
Stärken	Schwächen
<p>Familienfreundliche Gemeinde</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausreichende Betreuungsangebote für Kinder (RO, Lkr. RO, MÜ, AÖ). ▪ Gutes Freizeitangebot der Gemeinden für Kinder u. Jugendliche (RO, Lkr. RO, MÜ, AÖ). 	<p>Familienfreundliche Gemeinde</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Defizite in der Betreuung für Kinder <4 Jahren (Lkr. BGL, TS) ▪ Mangelhaftes Angebot an Nachmittagsbetreuung für Kinder (RO, Lkr. RO, BGL, TS) ▪ Mangelhafte Information über Kinderbetreuungsangebote (RO, Lkr. RO) ▪ Mangelhaftes Freizeitangebot freier Träger für Kinder / Jugendliche (Lkr. BGL, TS)
<p>Altersgerechte Ausrichtung der Gemeinden</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gutes Angebot für Senioren (häusliche Versorgung, Betreuung, Organisationen, Freizeiteinrichtungen) (RO, Lkr. RO). Sehr gutes Angebot im Inntal (Lkr. MÜ, AÖ) 	<p>Altersgerechte Ausrichtung der Gemeinden</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mangelhafte Information über Seniorenangebote (RO, Lkr. RO) ▪ Mangelhaftes Angebot für Senioren im Norden Lkr. TS
<p>Funktionierende Dorfgemeinschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Hoher Anteil der Vereine am Dorfleben (RO, Lkr. RO, MÜ, AÖ, BGL, TS) ▪ Hohes bürgerschaftliches Engagement (RO, Lkr. RO, MÜ, AÖ) 	<p>Funktionierende Dorfgemeinschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teils mangelhaftes Bürgerschaftliches Engagement im Alpengebiet (Lkr. TS, BGL)
<p>Arbeitsplätze</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gutes Arbeitsplatzangebot in Wohnortnähe im Inntal (Lkr. MÜ, AÖ, im nördlichen Lkr. TS) 	<p>Arbeitsplätze</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teils mangelhaftes Arbeitsplatzangebot in Wohnortnähe (RO, Lkr. RO, Norden und Süden Lkr. MÜ, AÖ). Mangelhaft im Alpengebiet BGL, TS.

Ländlicher Raum	
Handlungsfeld Bevölkerung, Soziales und Infrastruktur	
Stärken	Schwächen
<p>Angebot Berufsbildung, Hochschulbildung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gutes Angebot an Fachhochschulen (RO, Lkr. RO) ▪ Ausreichendes Angebot an Berufsoberschulen im Norden / Mitte Lkr. TS, BGL <p>Nahversorgung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gutes Angebot an Grund- und Nahversorgung in der Stadt RO, im Inntal (Lkr. MÜ, AÖ), Mitte BGL; TS 	<p>Angebot Berufsbildung, Hochschulbildung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mangelhaftes Angebot an Berufsoberschulen, Fachakademien, Fachhochschulen, Universitäten im Lkr. MÜ, AÖ, BGL, TS <p>Nahversorgung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mangelhafte Verfügbarkeit von Datenübertragungsnetzen im ländlichen Raum (Lkr. RO, MÜ, AÖ, Alpengebiet BGL. Gute Verfügbarkeit in der Stadt RO und im Raum TS/Traunreut ▪ Mangelhaftes u. abnehmendes Angebot an Grund- und Nahversorgung im nördlichen Landkreis RO, im Nördlichen und Südlichen Lkr. MÜ, AÖ, Nord u. Süd BGL, TS
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Profilbildung der ländlichen Gemeinden durch konsequente strategische Ausrichtung auf bestimmte Zielgruppen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demografischer Wandel (teilweise Bevölkerungsrückgang, Zunahme von älteren Menschen, Rückgang der jüngeren Altersgruppen, weniger Zuwanderung) verursacht Anpassungsbedarf der gemeindlichen Angebote und Infrastruktur. Wettbewerb um junge Familien verstärkt sich und führt zu „Bevölkerungskannibalismus“ zwischen Gemeinden.

3. Handlungsfeld Landwirtschaft

Im Handlungsfeld Landwirtschaft besteht besonderer Bedarf zur Unterstützung von Regionalvermarktungsinitiativen (Süd: weniger Direktvermarkter, Nord: höhere Bedeutung des Themas). Deutlicher Handlungsbedarf liegt in der Optimierung der Organisationsstrukturen von derzeit vielen kleinen Zusammenschlüssen. Durch ein gutes Angebot an regionalen Produkten bestehen hohe Chancen für die erfolgreiche Ausweitung und Professionalisierung des Marketings.

In Teilbereichen besteht Bedarf zur Förderung von landwirtschaftlicher Diversifizierung durch Produktion von Biomasse bzw. nachwachsenden Rohstoffen. Dabei ist zu bedenken, dass im Landkreis Traunstein bereits aktuell ca. 20 % der verfügbaren Ackerflächen für die Produktion von Biomasse genutzt werden. In diesem Gebiet bestehen bezüglich der Ausweitung der Biomasseproduktion Bedenken aus Sicht von Milchviehwirtschaft, Naturschutz, Naherholung bzw. Tourismus. Nutzungskonflikte zwischen Biomasseproduktion, Nahrungsmittelproduktion, Naherholung, Tourismus und Naturschutz sollten durch ein regionales Landnutzungskonzept strategisch gelöst werden.

In der neuen europäischen Programmperiode 2007-2013 werden weniger Mittel für Kulturlandschaftspflege zur Verfügung stehen und vordringlich in FFH-Gebiete fließen. Um ein Brachfallen der übrigen schützenswerten Kulturlandschaftsflächen zu verhindern, sollten neue Nutzungs- und Pflegeformen (z.B. in der Almenpflege und –nutzung) sowie organisatorische Verbesserungen im Bereich der Landschaftspflege (z.B. Erweiterung der durch Landschaftspflegeverbände abgedeckten Gebiete) entwickelt werden.

Ländlicher Raum	
Handlungsfeld Landwirtschaft	
Stärken	Schwächen
<p>Regionalvermarktung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorwiegend gutes Angebot an regionalen Produkten (RO, Lkr. RO, Südl. Lkr. MÜ, AÖ). Verbesserungschancen im Lkr. TS, BGL. <p>Kulturlandschaftspflege</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Guter Zustand der Almen u. sonst. Kulturlandschaftselemente aus Naturschutzsicht (Lkr. RO, TS, BGL) ▪ Vorwiegend gutes Angebot landschaftspfl. Dienstleistungen d. Landwirte (Lkr. RO, MÜ, AÖ). Teils nur ausreichendes Angebot im Lkr. BGL, TS ▪ Aktive Landschaftspflegeverbände (Lkr. AÖ, TS) <p>Bioenergieerzeugung/Erzeugung Nachwachsener Rohstoffe</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausreichender Bestand an Betrieben m. überbetrieblich nutzbarer Bioenergieerzeugung/ Erzeugung nachw. Rohstoffe (Lkr. RO, MÜ, AÖ, im Norden Lkr. BGL,TS). ▪ Regional hohes Potenzial für die Erzeugung von Bioenergie / Nachwachsenen Rohstoffen (Lkr. RO, MÜ, AÖ). Ausnahme: geringes Potenzial für die Erzeugung von Bioenergie im Alpengebiet (Lkr. BGL, TS) ▪ Ausreichende /Gute Beratung durch Behörden und Unternehmen f. Bioenergieerzeugung (Lkr. RO, MÜ, AÖ) 	<p>Regionalvermarktung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Deutlich verbesserungsfähige Verkaufsinfrastruktur f. regionale Produkte (Lkr. MÜ, AÖ, TS, BGL) ▪ Optimierungsfähige Aktivität von Regionalvermarktungsinitiativen (Lkr. BGL, TS, RO) ▪ Verbesserungsfähige Erschließung neuer Zielgruppen (RO, Lkr. RO, MÜ, AÖ, BGL, TS) <p>Kulturlandschaftspflege</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Geringe Wirtschaftlichkeit der Almen und daher unter den momentanen Bedingungen nur geringe langfristig Erhaltungschancen (Lkr. RO, BGL, TS). ▪ Vorwiegend mangelhafte Wirtschaftlichkeit d. sonst. Landschaftspflege (Lkr. BGL, TS) Teils ausreichende Wirtschaftlichkeit der sonst. Landschaftspflege (Lkr. RO, MÜ, AÖ) ▪ Verbesserungsfähige Aktivität von Landschaftspflegeverbänden in den Gemeinden (Lkr. RO, MÜ, BGL) <p>Bioenergieerzeugung/Erzeugung Nachwachsener Rohstoffe</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teils nicht ausreichende Beratungsangebote zur Erzeugung Nachwachsener Rohstoffe (Lkr. BGL, TS)
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Professionalisierung der Regionalvermarktung, Markenbildung, Erschließung von Großabnehmern ▪ Erschließung neuer Fördertöpfe für Kulturlandschaftspflege ▪ Ausbau der Beratungsangebote für Bioenergie 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Viele kleine nicht professionalisierte Vermarktungsinitiativen mit geringer Außenwirkung ▪ Knapper werdende Fördermittel für Landschaftspflegemaßnahmen ▪ Konfliktpotenzial Biomasseerzeugung u. Verlust d. typ. Kulturlandschaftselemente

1.1.7 Handlungsbedarf Ländlicher Raum

Auf Grundlage der vorangestellten Einschätzungen zu Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken in den einzelnen Handlungsfeldern werden nun **strategische Handlungsfelder** für die Entwicklung des Ländlichen Raumes in der Region 18 benannt. Entsprechend der Einteilung in Kapitel 2.4 sind die Ausführungen nach vier zentralen Steuerungsmöglichkeiten gegliedert:

- Organisation
- Kooperation
- Qualifizierung
- Rahmenbedingungen.

Optimierung von Organisationsstrukturen

Im strategischen Handlungsfeld Organisation bestehen Handlungsbedarfe in der Veränderung bestehender Organisationen sowie im Aufbau von neuen Organisationsformen. In der **Regionalvermarktung** zeichnet sich bei gutem vielfältigem Angebot regionaler Produkte ein Defizit im Marketing und in der Erschließung neuer Zielgruppen ab. Eine gezielte Professionalisierung und Erweiterung des Bezugsraumes bestehender Regionalvermarktungsinitiativen kann dazu beitragen, die Probleme im Spannungsfeld zwischen fehlender Nachfrage und gutem Produktangebot in der Region zu lösen.

Insgesamt ist die Region von einer bemerkenswerten landschaftlichen Vielfalt geprägt und weist in vielen Bereichen ein hohes landschaftliches Potenzial auf, das unter anderem als Grundlage für den Tourismus und die Naherholung langfristig entwickelt und erhalten werden sollte. Die vorhandenen **zwei Landschaftspflegeverbände** können den Bedarf an landschaftspflegerischen Dienstleistungen in großen Teilen der Region nicht abdecken. Mit der Erweiterung des Einsatzraumes bestehender Verbände bzw. mit der Neugründung entsprechender Zusammenschlüsse könnten bestehende Defizite in diesem Bereich abgedeckt werden. Zukunftsaufgaben in diesem Bereich liegen auch in der Almpflege, da sich hier aufgrund des landwirtschaftlichen Strukturwandels massive Veränderungen abzeichnen.

Kooperation

Im strategischen Handlungsfeld Kooperation liegen wichtige Chancen in der strategischen Netzwerkbildung zwischen Akteuren unterschiedlicher Ebenen und Bereiche. Angesichts der demografischen Herausforderung mit langfristig sinkenden Einwohnerzahlen liegen in der **interkommunalen Zusammenarbeit** zentrale Zukunftschancen für ländliche Gemeinden in der Region 18. Interkommunale Netzwerke versprechen Vorteile zur gemeinsamen Lösung von Aufgaben und Problemstellungen und zur Aufrechterhaltung der öffentlichen Daseinsvorsorge oder zur strategischen Förderung der Innenentwicklung (Bodenmanagement). Dabei kann die Kooperationstiefe variieren: vom einfachen gemeinsamen fachlichen Austausch auf Verwaltungsebene bis hin zur effizienten interkommunalen Reorganisation gemeindlicher Pflichtaufgaben z.B. durch Personalsharing im Bereich der Klärwerke oder Aufbau eines interkommunalen Maschinenrings.

Qualifizierung

Wesentliche Chancen für ländliche Gemeinden liegen in der Sensibilisierung und Qualifikation von Bürgern, Verwaltungsangestellten und Politikern im Hinblick auf wichtige Zukunftsthemen. Für ländliche Gemeinden, die sich für eine nachhaltige Strategie zur Förderung der Innenentwicklung entscheiden, ergibt sich gesteigerter Beratungs- und Qualifikationsbedarf, um in diesem komplexen Themenfeld einen breiten **Sensibilisierungs- und Bewusstseinsbildungsprozess** auf Bürger- und Verwaltungsebene erfolgreich anzustoßen. In Ableitung von Erkenntnissen aus den Expertengesprächen wird insgesamt ein hohes Potenzial für Qualifikation von Bürgern und Kommunalvertretern im erfolgreichen Umgang mit folgenden Bereichen gesehen: Demografischer Wandel, Innen- und Außenentwicklung, familienfreundliche und altersgerechte Gemeindeentwicklung sowie Aktivierung von Bürgerschaftlichem Engagement. Für die Sicherung der Zukunft Ländlicher Räume liegt der entscheidende Schlüssel in der Entwicklung vorausschauender Strategien und in der Mobilisierung von Bürgerengagement. Nach Magel (2006) können die Ländlichen Räume unter dieser Voraussetzung eine wichtige Rolle als Pioniere für die Gesellschaft von morgen, die aktive Bürgergesellschaft übernehmen und die Ausgestaltung der „Neuen Verantwortungsgemeinschaft von Staat, Kommunen, Wirtschaft und Bürgern“ voranbringen. In den Expertengesprächen zeigten sich deutliche Unterschiede im Problembewusstsein gegenüber zukünftigen Herausforderungen, was einerseits auf die unterschiedlichen Ausgangslagen aber auch auf einen unterschiedlichen Informations- und Sensibilisierungsstand hinweist.

Rahmenbedingungen

Neben den vorgenannten lokal beeinflussbaren Handlungsfeldern ergeben sich in den staatlichen Vorgaben und Rahmenbedingungen aus Sicht des Ländlichen Raumes wichtige Steuerungsmöglichkeiten für eine zukunftsfähige regionale Entwicklung. Finanzielle Anreize und Vorgaben sollten konsequent auf regionale Ziele und Erfordernisse ausgerichtet werden. Vor dem Hintergrund des fortschreitenden landwirtschaftlichen Strukturwandels in Kombination mit teilweise geringer lokaler Nachfrage nach leerstehenden **Gebäuden im Außenbereich** (bspw. Nördlicher Landkreis TS, BGL) besteht ein vordringlicher Bedarf zur **Änderung der baugesetzlichen Vorgaben** und Regelungen. Dabei sollte die gezielte Schaffung von Anreizen zur landschafts- und ortsbildverträglichen Umnutzung leerfallender Gebäudesubstanz Berücksichtigung finden. Darüber hinaus ist es erforderlich, die **Förderung der Kulturlandschaftspflege** in der Region 18 weiter auszubauen, um die vielfältige typische Kulturlandschaft nachhaltig als Lebensgrundlage für den Menschen, den landschaftsbasierten Tourismus und als weichen wirtschaftlichen Standortfaktor zu sichern.

1.1.8 Quellenverzeichnis

AMT FÜR LÄNDLICHE ENTWICKLUNG OBERBAYERN: Verfahrensdatei, Stand Januar 2006.

BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG: GENESIS-Online - Statistisches Informationssystem Bayern, 2006.

BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG: Statistik Kommunal 2005, 2006.

BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR LANDWIRTSCHAFT UND FORSTEN: Bestandsaufnahme mit Projektbeschreibungen zur regionalen Vermarktung, 2003.

BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR UMWELT, GESUNDHEIT UND VERBRAUCHERSCHUTZ: Daten zum Flächenverbrauch, Stand: 31.12.2004,
URL: <http://www.stmugv.bayern.de/de/boden/flaech/flv7.htm>.

BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, INFRASTRUKTUR VERKEHR UND TECHNOLOGIE (STMWIVT): Landesentwicklungsprogramm Bayern 2006, 2006.

BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, INFRASTRUKTUR, VERKEHR UND TECHNOLOGIE: Stadt-Umland-Management: Demographischer Wandel am Beispiel Südostoberbayern, Dokumentation der 3. Rosenheimer Stadt-Umland-Gespräche, 2004.

BAYERISCHE VERWALTUNG FÜR LÄNDLICHE ENTWICKLUNG: Forschungs- und Entwicklungsvorhaben. Innenentwicklung in ländlichen Gemeinden im Rahmen der Dorferneuerung. Bearbeitung: auweck GmbH München, 2005.

BERTELSMANN STIFTUNG (HRSG.): Wegweiser Demographischer Wandel 2020. Analysen und Handlungskonzepte für Städte und Gemeinden, 2006.

BUNDESMINISTERIUM FÜR VERBRAUCHERSCHUTZ, ERNÄHRUNG UND LANDWIRTSCHAFT (BMVEL): Umnutzungspotentiale landwirtschaftlicher Bausubstanz und ihre Bedeutung für die zukünftige Entwicklung ländlicher Räume – Landkreis Traunstein, 2005.

BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR, BAU- UND WOHNUNGSWESEN & BUNDESAMT FÜR BAUWESEN UND RAUMORDNUNG (HRSG.): Future Landscapes. Perspektiven der Kulturlandschaft, Bonn, Berlin, 2005.

EUREGIO SALZBURG-BERCHTESGADENER LAND-TRAUNSTEIN: Entwicklungskonzept für die EuRegio Salzburg-Berchtesgadener Land-Traunstein, Teil 1: Strukturuntersuchung und Problemanalyse; Teil 2: Ziele, Maßnahmen, **PROJEKTE**, Salzburg, 2000.

INSTITUT FÜR LÄNDLICHE STRUKTURFORSCHUNG (IFLS): Wissenschaftliche Begleitforschung des Pilotprojektes „Region Aktiv – Land gestaltet Zukunft“, Ergebnisse der Begleitforschung 2002-2003, 2004.

LANDKREIS MÜHLendorf: Regionales Entwicklungskonzept, 2002.

LANDKREIS TRAUNSTEIN: Altenhilfeplanung 2006, 2006.

MAGEL, HOLGER: Ländlicher Raum – Von traditioneller Heimat zum gedanklichen Kunstprojekt?. Vortrag beim Bundeskongress Ländliche Räume am 05.10.2006 in Berlin, 2006.

MÜHLendorfer NETZ LEBEN AN INN, ISEN UND ROTT E. V.: Regionales Entwicklungskonzept Landkreis Mühldorf am Inn, O.J..

PLANUNGSBÜRO WOLF STEINERT UND ECOCONZEPT: Integriertes Regionales Entwicklungskonzept für Region aktiv Chiemgau-Inn-Salzach e.V., 2002.

PROGNOS AG: Zukunftsatlas 2004. URL:www.prognos.com/zukunftsatlas

REGIONALER PLANUNGSVERBAND SÜDOSTOBERBAYERN: Regionalplan Südostoberbayern 2002, 2002.

Mündliche Quellen:

BIRO, 2006: Telefon. Gespräch am 26.10.06 mit Frau Biro, Seniorenbeauftragte des Landkreises Traunstein.

BRANDL, 2006: Telefon. Gespräch am 17.11.06 mit Frau Brandl, Amt für Landwirtschaft und Forsten, Rosenheim.

EICHER, 2006: Telefon. Gespräch am 17.11.06 mit Frau Eicher, Amt für Landwirtschaft und Forsten Töging.

ENDRES, 2006: Telefon. Gespräch am 20.12.06 mit Herrn Endres, Amt für Landwirtschaft und Forsten Rosenheim.

HOFSTETTER-HACK, 2006: Telefon. Gespräch am 25.10.06 mit Frau Hofstetter-Hack, Amt für Landwirtschaft und Forsten Traunstein.

POPP, 2006: Telefon. Gespräch am 16.11.06 mit Herrn Popp, Amt für Landwirtschaft und Forsten Töging.

MAURER, 2006: Telefon. Gespräch am 17.11.06 mit Herrn Maurer, Amt für Landwirtschaft und Forsten, Rosenheim.

1.2 Wirtschaft

Diesem Kapitel ist in Abschnitt 1.2.1 zunächst eine kurze Zusammenfassung der wesentlichen Aussagen des Beitrags vorangestellt. Ausführlicher untermauert wird der hier vorgeschlagene Katalog an Handlungsfeldern mit einer kurzen Reflexion gegenwärtiger Trends der regionalen Wirtschaftsentwicklung (Kap. 1.2.2), den Ergebnissen der durchgeführten sekundärstatistischen Auswertungen (Kap. 1.2.3) und der darauf aufbauenden und um qualitative Erkenntnisse ergänzten SWOT-Analyse der Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken der Region (Kap. 1.2.4). Diese Ausführungen zusammenführend legt Kapitel 1.2.5 schließlich die im Bereich Wirtschaft abgeleiteten Handlungsfelder nochmals ausführlicher offen.

1.2.1 Zusammenfassung

Die Region Südostoberbayern weist eine verhältnismäßig gute Wirtschaftsstruktur auf. So ist die Arbeitslosigkeit, verglichen mit dem restlichen Bayern, recht niedrig und die Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts in den letzten 15 Jahren insgesamt positiv. Außerdem sind zahlreiche hoch spezialisierte und produktive Unternehmen in der Region angesiedelt, die das wirtschaftliche Umfeld am Alpenrand sehr schätzen.

Trotz dieser ausgeprägten Stärken der Region werden einige grundsätzliche Problem- bzw. Risikofelder für die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung erkannt. Zentrale Verbesserungsansätze sind dabei in folgenden Themenbereichen zu sehen, die sich insbesondere an der regionalen Ausrichtung des vorliegenden Gutachtens orientieren:

- Entwicklung des endogenen Humankapitals (Nachwuchsförderung)
- Ansiedlung qualifizierter Arbeitskräfte
- Standortvermarktung
- Gemeinsames Immobilien- und Gewerbeflächenmanagement
- Unternehmensnetzwerke
- Standortspezialisierung
- Wirtschaftsförderung für kleine und mittlere Unternehmen (Bestandspflege)
- Unternehmensgründung / Gründungsdynamik
- Kooperationen im Bildungsbereich
- Grenzüberschreitende Zusammenarbeit
- Verkehrsinfrastruktur
- Unternehmensfinanzierung und ihre Rahmenbedingungen.

Eine wesentliche Fragestellung ist dabei, inwiefern die einzelnen Teilräume Südostoberbayerns von gemeinsamen Strategien profitieren können. Obwohl die

gesamte Region sehr heterogen strukturiert ist, ergeben sich ausdrückliche Potentiale einer gemeinschaftlich gestaltbaren Regionalpolitik.

1.2.2 Trends

Jüngere regionalpolitische Strategien zielen verstärkt auf eine endogene Regionalentwicklung ab, die „regionale Probleme durch die Nutzung der regional vorhandenen Potenziale und unter Beachtung der regionalen Eigenheiten“ (Maier/Tödting 2002, S. 193) lösen soll. Die divergierende Entwicklung einzelner Regionen wird dabei auf die unterschiedliche Ausstattung bzw. Nutzung von endogenen Potenzialen zurückgeführt. Endogene Potenziale sind dabei solche Eigenschaften von Regionen und ihren Akteuren, die in ihrer Ausprägung nicht von exogenen Faktoren beeinflusst wurden oder werden (vgl. Krieger-Boden 1995, S. 43).

Von besonderer Bedeutung sind dabei zum einen das derzeit viel beachtete Clusterkonzept, zum anderen die Fokussierung kleiner und mittelständischer Unternehmen.

Clusterpolitik

Porter (1998) definiert Cluster als räumliche Konzentrationen von miteinander verbundenen Unternehmen und deren Zulieferern sowie Dienstleistern in bestimmten Branchen, die gleichzeitig im Wettbewerb miteinander stehen und kooperieren. Die Vorteile, die durch vertikale Kooperationen der Akteure (Innovationsnetzwerke, Handelsbeziehungen etc.) entstehen, werden allgemein durch sinkende Transaktionskosten und positive externe Effekte abgebildet. Unternehmen innerhalb eines Clusters erzielen eine höhere Produktivität und Innovationsfähigkeit durch engeren Informationsaustausch, sinkende Beschaffungskosten sowie eine höhere Wettbewerbsfähigkeit durch intensive Konkurrenz (vgl. Sternberg 2004: 164 ff.).

Positive Impulse für die Wirtschaftsentwicklung einer Region durch ein Cluster ergeben sich dann, wenn das Cluster konkrete betriebswirtschaftliche Vorteile für Unternehmen generiert. In diesem Fall werden sich andere Unternehmen einer Branche auch am Standort des Clusters niederlassen, so dass eine räumliche Ballung entsteht, die die positiven Effekte noch verstärkt.

Im Mittelpunkt einer clusterorientierten Wirtschaftspolitik steht das Prinzip der „Stärken stärken“, indem Entwicklungsschwerpunkte in bestimmten Branchen gelegt werden, die als Alleinstellungsmerkmal überregional oder möglichst international bekannt sind. Dabei sollen Akteure aus Unternehmen, Politik und Verwaltung sowie Gewerkschaften und Verbände so miteinander vernetzt werden, dass ein hohes Maß an Austausch von Wissen und Erfahrungen erreicht wird. Darüber hinaus hofft man durch die Einbindung und Verknüpfung von Forschungseinrichtungen und

Hochschulen auf eine verstärkte, im überregionalen Vergleich überdurchschnittliche Generierung von Innovationen (vgl. Rehfeld 2004, S. 233f.).

Um die Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft eines Clusters sicherzustellen, ist gleichzeitig aber auch ein Wissenszufluss von Außen notwendig (vgl. Bathelt 2004, S. 99ff.). Dieses kann zum einen über die Anwerbung von exogenem Humankapital geschehen, also die Ansiedlung von qualifizierten Arbeitskräften in einer Region. Zum anderen bietet sich aber auch die Möglichkeit, durch den gezielten Aufbau von trans-lokalen Beziehungen zu Akteuren außerhalb des regionalen Clusters („Pipelines“) Zugang zu neuem Wissen zu erhalten. Der Aufbau dieser clusterexternen Kontakte erfordert dabei ein hohes Maß an Zeit und Kosten.

Ein Beispiel für die Anwendung einer clusterorientierten Strukturpolitik stellt die Cluster-Offensive der bayerischen Staatsregierung dar, bei der 19 „Schlüsselbranchen und Technologiefelder“ für den gesamten Freistaat definiert wurden (vgl. StMWiVT 2006, S. 16ff.).

Auch der Regionalplan für die Region Südostoberbayern greift, beispielsweise mit der Forderung nach der „besseren Vernetzung von Verarbeitendem Gewerbe mit produktionsorientierten Dienstleistungen“ und dem „Ausbau von Kompetenzzentren“, Ansatzpunkte einer Clusterpolitik auf (vgl. Regionaler Planungsverband 2005, Abschnitt V2). Die Gutachten von Genosko (1996; 2000) für den Wirtschaftsraum Rosenheim benennen - hauptsächlich aufgezeigt an Vernetzungen in der Holzwirtschaft und IuK-Branchen - ebenfalls Ansatzpunkte einer Clusterpolitik. Des Weiteren strebt der Bayerische Industrie- und Handelskammertag (BIHK) mit einem Gutachten zur *Identifizierung und Bewertung Regionaler Cluster und Regionaler Innovations- und Produktionssysteme (RIPS) in Bayern* an, das Entwicklungspotenzial von 29 Wirtschaftsbereichen⁴ in allen bayerischen Landkreisen darzustellen (vgl. BIHK 2006 und Anhang II)

KMU und Gründer

Eine Fokussierung der Regionalpolitik auf *kleine und mittlere Unternehmen* (KMU) wird häufig damit begründet, dass neu geschaffene Arbeitsplätze vornehmlich auf KMU zurückgehen und sie im Vergleich zu Großunternehmen eine größere positive Beschäftigungsdynamik aufweisen (vgl. Hahne 1985, S. 194ff.; Bömer 2000, S. 156).

Eine Strukturpolitik zur Steigerung der Innovationsfähigkeit von KMU sowie der Förderung neuer Technologien basiert auf der Annahme, dass die wirtschaftliche Entwicklung einer Region entscheidend von Innovationen bzw. dem Faktor des technischen Fortschrittes beeinflusst wird (vgl. Sternberg 2004: 167). KMU haben eine höhere Innovationskraft (vgl. Maier/Tödting 2002, S. 198); sie bedürfen betriebsgrößenbedingt aber größerer öffentlicher Beihilfen zu Innovationen, da sie

⁴ Die 19 Felder der bayerischen Clusteroffensive wurden um 10 „Innovations- und Produktionssysteme“ ergänzt.

im Normalfall keine eigene Abteilung für Forschung und Entwicklung betreiben. Häufig wird ein struktureller Nachteil in der Finanzkraft und dem Kapitalmarktzugang gegenüber größeren Unternehmen angenommen, der zu Marktverzerrungen führt.⁵

Der Fokus der innovations- und technologieorientierten Strukturpolitik liegt in der Schaffung bestmöglicher Standortvoraussetzungen für ein innovatives, wissensbasiertes Wirtschaftsumfeld. Darunter fallen beispielsweise das System der Aus- und Weiterbildung, die Ausstattung mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen, die staatliche Regulierung (z.B. bei Patenten) oder die Informations- und Kommunikationsinfrastruktur. Die Innovationsfähigkeit eines Einzelunternehmens setzt ein hohes Bildungsniveau der Arbeitnehmer voraus.

Zentrale Inhalte einer gezielten Regionalpolitik zur *Gründerförderung* sind die Erhöhung der Anzahl der erfolgreichen Existenzgründungen („höhere Gründungsqualität“) sowie die Verbesserung des Gründungsklimas, vorrangig zur Schaffung von Arbeitsplätzen. Neben der Einrichtung von Gründer-, Innovations- und Technologiezentren stehen dabei die finanzielle Unterstützung sowie ein breites Angebot an Beratungs- und Informationsdienstleistungen im Vordergrund (vgl. Sternberg 2006, S. 2ff.).

In diesem Zusammenhang verweist der Regionalplan für Südostoberbayern auf die unterdurchschnittliche Erwerbsquote in der Region (vgl. Kap. 1.2.3) und sieht hier ein „gewisses, noch nicht genutztes Potenzial“ (vgl. Regionaler Planungsverband 2005, V4). Darüber hinaus wird eine Fokussierung der Regionalpolitik auf dem Dienstleistungssektor angeregt, der vor allem durch KMU geprägt ist (vgl. Regionaler Planungsverband 2005, V4). Durch die Ausweisung von Traunstein als mögliches Oberzentrum kommt die Stadt als neuer Ansiedlungsschwerpunkt von Dienstleistungsunternehmen in Frage.

Weitere Studien über Teilräume der Region geben Impulse im Sinne einer Förderung des Dienstleistungssektors: Im Gutachten *Wirtschaftsraum Inn-Salzach* (Haas et al. 2002) wird von Defiziten und Verbesserungsbedarf im Dienstleistungsangebot (S. 83) gesprochen. Außerdem sieht die *Strukturanalyse für den Landkreis Traunstein* Chancen der wirtschaftlichen Entwicklung des Landkreises in einer verstärkten Fokussierung auf kleine Unternehmen des tertiären Sektors in Anlehnung an das „IT-Cluster Rosenheim“ (vgl. GEFAK 2005, S. 28). Diese Empfehlung gibt auch das Gutachten über das *Innovationsklima im Raum Südostoberbayern / Grenzregion Österreich* für Rosenheim, Salzburg und Kufstein (vgl. Haas / Oechsle 2002, S. 112ff.).

⁵ Des Weiteren fehlen häufig notwendige Informationen, um Entwicklungen am Markt frühzeitig zu erkennen oder technologische Neuerungen wahrzunehmen. Dieser strukturelle Nachteil soll von der Regionalpolitik durch die gezielte Bereitstellung von Beratungs- und Informationsdienstleistungen ausgeglichen werden (vgl. Hoppe 2001, S. 269).

1.2.3 Strukturanalyse

Die sich anschließenden Ausführungen geben die Ergebnisse einer Strukturanalyse der Region 18 mittels statistischen Datenmaterials wieder. Als Betrachtungsebene stehen dabei die Landkreise (Lkr.) und die kreisfreie Stadt Rosenheim im Vordergrund. Zur vergleichenden Einordnung und als Orientierungshilfe dienen die Merkmale des Regierungsbezirks Oberbayern sowie des Freistaats Bayern.

Diese Ergebnisse stellen gemeinsam mit den im folgenden Kapitel dokumentierten Erkenntnissen der Expertenworkshops die Grundlage der SWOT-Analyse dar.

Konjunktur und Wirtschaftsdaten

Bruttoinlandsprodukt

Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) zu Marktpreisen für die Region Südostoberbayern beträgt 2004 rund 22,0 Mrd. €, das entspricht 59.200 € je Erwerbstätigen und einer Steigerung von ca. 45% seit 1991. Dabei verzeichnen die einzelnen Teilräume jedoch recht unterschiedliche Werte: So ist der Lkr. Altötting mit 70.200 € je Erwerbstätigen der alleinige Spitzenreiter, dahinter folgen die Landkreise Mühldorf (64.300 €) und Rosenheim (60.900 €). Mit 56.800 € bzw. 52.900 € BIP je Erwerbstätigen weisen die Lkr. Traunstein und Berchtesgadener Land wesentlich geringere Werte auf als die benachbarten Landkreise.

Auch die Stadt Rosenheim zeigt mit rund 50.100 € ein unterdurchschnittliches BIP je Erwerbstätigen, insbesondere im Vergleich mit den beiden anderen oberbayerischen Großstädten München: (71.800 €) und Ingolstadt: (72.000 €). Der gesamte Regierungsbezirk Oberbayern besitzt demnach mit 71.500 € BIP je Erwerbstätigen einen deutlich höheren Durchschnittswert als die Region Südostoberbayern (vgl. Abb. 1.2 - 1).⁶

Auch bei der Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts pro Erwerbstätigen zwischen 1991 und 2004 offenbaren die Teilräume Südostoberbayerns vernehmliche Unterschiede: Während der Lkr. Altötting das BIP je Erwerbstätigen in diesem Zeitraum um mehr als drei Viertel steigern konnte (82%) und der Lkr. Rosenheim eine deutliche Steigerung von 55% verzeichnet, ist das BIP insbesondere in der Stadt Rosenheim (10%), aber auch in den anderen Landkreisen, weniger stark angestiegen. Das BIP je Erwerbstätigen der gesamten Region wächst im oberbayerischen Vergleich unterdurchschnittlich und gegenüber Gesamtbayern auf ähnlichem Niveau. (Datenquelle: Genesis online).

⁶ Auch bei den Kaufkraftkennziffern, dem verfügbaren Einkommen sowie den Realsteuereinnahmen weist die Region 18 im oberbayerischen Vergleich unterdurchschnittliche Werte aus (vgl. hierzu die weiteren, in Anhang I wiedergegebenen statistischen Auswertungen).

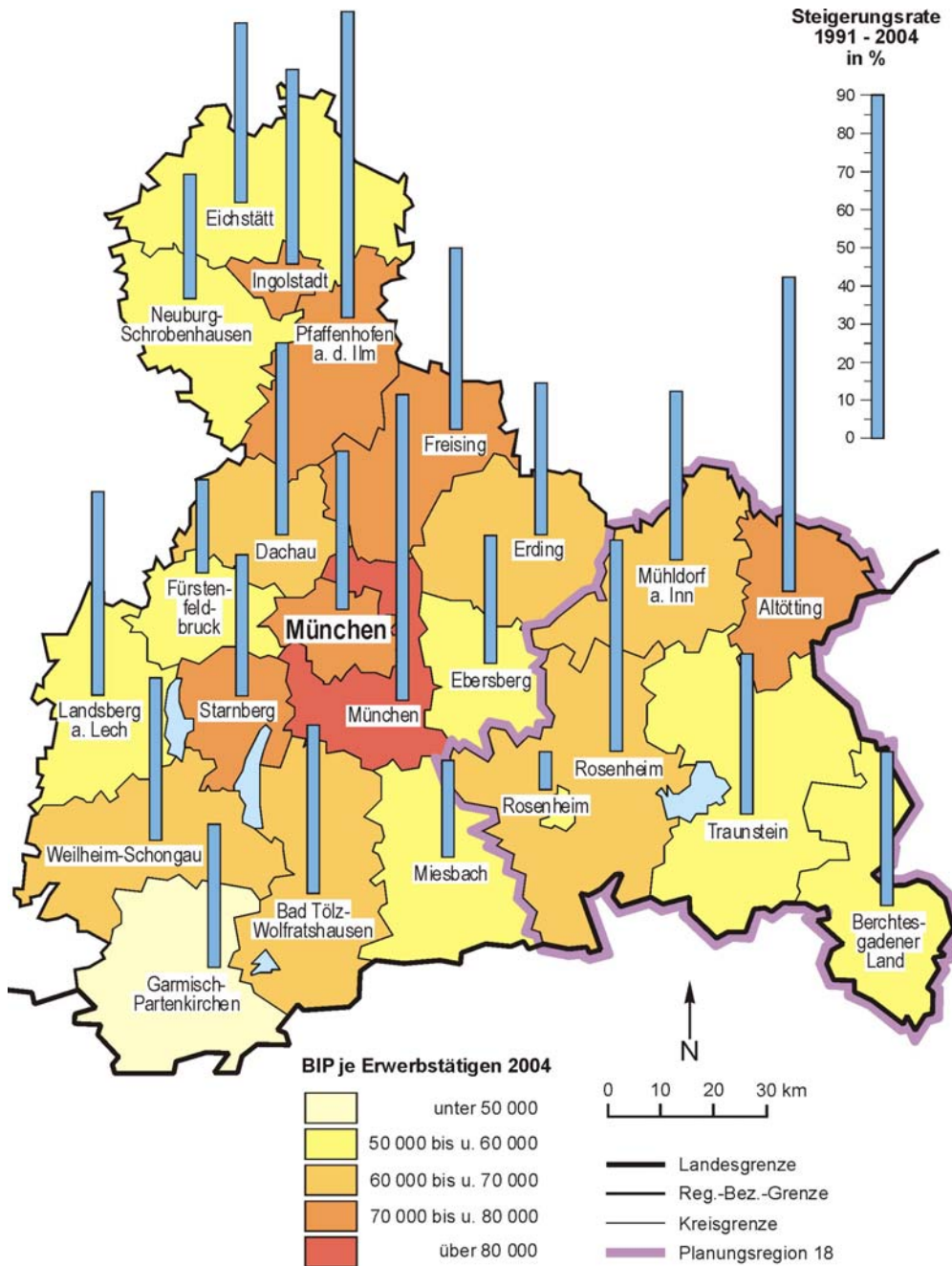


Abb. 1.2 - 1: BIP und BIP-Wachstum in Oberbayern

Bruttowertschöpfung nach Sektoren

In Südostoberbayern entfallen 1,7% der Bruttowertschöpfung auf den Bereich Land- und Forstwirtschaft (und Fischerei), 34,0% auf das Produzierende Gewerbe⁷ sowie 64,3% auf Dienstleistungsbereiche (2003).

⁷ Das Produzierende Gewerbe umfasst dabei das Verarbeitende Gewerbe mit der Energie- und Bauwirtschaft.

Tab. 1.2 - 1: Bruttowertschöpfung nach Sektoren

Landkreis/Stadt	Land- und Forstwirtschaft, Fischerei			Produzierendes Gewerbe			Dienstleistungen		
	Mio. €	in %	€je Einw.	Mio. €	in %	€je Einw.	Mio. €	in %	€je Einw.
Altötting	41	1,2	376	1.898	55,4	17.354	1.490	43,5	13.627
Berchtesgadener Land	28	1,3	274	456	21,2	4.465	1.668	77,5	16.323
Mühldorf a. Inn	50	2,6	453	712	36,8	6.415	1.172	60,6	10.564
Rosenheim (Stadt)	2	0,1	33	470	23,9	7.813	1.491	75,9	24.813
Rosenheim (Lkr.)	93	1,9	381	1.299	26,4	5.299	3.528	71,7	14.391
Traunstein	86	2,2	503	1.376	35,3	8.073	2.436	62,5	14.293
PR 18 gesamt	311	1,7	390	6.220	34,0	7.793	11.764	64,3	14.738
Oberbayern	1.017	0,7	241	35.581	24,5	8.449	108.631	74,8	25.796
Bayern	4.195	1,2	337	104.167	29,8	8.371	241.193	69,0	19.382

Laut Tab. 1.2 - 1 sind die Anteile des Produzierenden Gewerbes an der Bruttowertschöpfung in den Landkreisen mit einem überdurchschnittlichen Bruttoinlandsprodukt pro Erwerbstätigen deutlich höher, wie beispielsweise im Lkr. Altötting mit 55,4%. Altötting ist der einzige Landkreis in Oberbayern, dessen Anteil des Produzierenden Gewerbes an der Bruttowertschöpfung über 50 Prozent liegt und somit einen höheren Beitrag zur Bruttowertschöpfung liefert als der Dienstleistungssektor. Dementsprechend verzeichnet der Lkr. Altötting eine im oberbayerischen Vergleich deutlich überdurchschnittliche Bruttowertschöpfung pro Einwohner im sekundären Sektor.

Alle anderen Teilräume der Region 18 sind wesentlich stärker auf den Dienstleistungsbereich fokussiert, auch wenn die Landkreise Traunstein und Mühldorf ebenfalls hohe Anteile des Produzierenden Gewerbes aufweisen. Die größten Dienstleistungsanteile verzeichnen der Lkr. Berchtesgadener Land und die Stadt Rosenheim. Während die Stadt Rosenheim dabei einen erwartungsgemäß hohe Bruttowertschöpfung pro Einwohner im tertiären Sektor (ca. 24.800 €) offenbart, ist diese im Berchtesgadener Land trotz des hohen Anteils des Dienstleistungssektors (77,5%) nur unwesentlich höher als bspw. im Lkr. Traunstein. Auffällig sind zudem die in Abgleich mit der gesamten Region 18 deutlich höheren Werte Oberbayerns und Bayerns der Bruttowertschöpfung pro Einwohner im tertiären Wirtschaftsbereich.

Insgesamt ist in der Region Südostoberbayern eine im ober- und gesamt-bayerischen Vergleich zugunsten des Produzierenden Gewerbes abweichende Bruttowertschöpfung festzustellen: Im Regierungsbezirk Oberbayern beträgt der Anteil des zweiten Sektors lediglich 24,5% und im Freistaat 29,8%, während die Dienstleistungen bei 74,8% (Oberbayern) bzw. 69,0% (Gesamtbayern) liegen (Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik 2005b).

In der Gesamtbetrachtung ist in der Region eine große Bedeutung des sekundären Sektors zu konstatieren. Im bayernweiten Vergleich überdurchschnittliche Dienstleistungsanteile weisen nur die Stadt Rosenheim und der Lkr. Berchtesgadener Land (zurückzuführen auf den Tourismus) aus.

Das BIP je Erwerbstätigen ist mit der Ausnahme des Lkr. Altötting vergleichsweise gering. Beachtenswert ist dabei, dass die höchsten Wachstumsraten des BIP nicht in den stärker dienstleistungsorientierten Teilgebieten, sondern wiederum im Lkr. Altötting sowie im Lkr. Rosenheim liegen.

Unternehmen

Gemäß Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern sind insgesamt ca. 48.100 Unternehmen aus der Region Südostoberbayern bei der IHK bzw. HWK gemeldet.⁸ Davon sind 1,5 % dem land- und forstwirtschaftlichen Bereich, 7,7% dem Produzierenden Gewerbe sowie 90,8% dem Dienstleistungssektor zuzuordnen (vgl. Tab. 1.2 - 2).

Damit liegt der Anteil der IHK-Unternehmen des Produzierenden Gewerbes im Untersuchungsraum trotz des geringen Wertes noch oberhalb des Anteils im gesamten IHK-Bezirk Oberbayern: Hier sind nur 6,0% der Unternehmen diesen Wirtschaftsbereich zuzuordnen (Quelle: IHK 2005).

Tab. 1.2 - 2: IHK-Mitglieder nach Sektoren

IHK-Mitgliedsunternehmen nach Sektoren (2005)

Landkreis/Stadt	Land- und Forstwirtschaft, Fischerei	Produzierendes Gewerbe (mit Bauwirtsch.)	Dienstleistungen	Gesamt
Altötting	70	422	4.574	5.066
Berchtesgadener Land	69	378	6.179	6.626
Mühldorf a. Inn	104	606	5.371	6.081
Rosenheim (Stadt)	38	206	3.857	4.101
Rosenheim (Lkr.)	244	1.174	14.805	16.223
Traunstein	184	938	8.906	10.028
PR 18 gesamt	709	3.724	43.692	48.125
Oberbayern	3.052	17.173	267.544	287.769

⁸ Auf Arbeitsstättenzahlen und Betriebsgrößenklassen wird hier nicht eingegangen, da diesbezüglich nur für 1987, dem Jahr der letzten Volkszählung in der BRD, Daten verfügbar sind.

Gewerbeanmeldungen und Gewerbeabmeldungen

Im Jahr 2004 registriert die Region Südostoberbayern rund 11.200 Gewerbeanmeldungen, davon 9.100 Neugründungen (vgl. Tab. 1.2 - 3). In relativen Zahlen verbucht die Stadt Rosenheim mit 19,1 Gewerbeanmeldungen je 1.000 Einwohnern ebenso wie der Landkreis Rosenheim (15,1) überdurchschnittliche Werte, während die restlichen Landkreise niedrigere Gewerbeabmeldezahlen aufweisen (Gesamtdurchschnitt der Region 18: 14,1 Gewerbeabmeldungen je 1.000 Einwohner).

In der gesamten Region wurden im Berichtsjahr 2004 rund 7.600 Gewerbe abgemeldet, davon 5.500 wegen Geschäftsaufgabe und 1.200 wegen Fortzugs. Alle Teilräume der Planungsregion 18 verzeichnen einen deutlichen Anmeldeüberschuss gegenüber den Abmeldungen, auffällig ist nur der vergleichsweise geringe Überschuss im Berchtesgadener Land. Mit Stadt und Landkreis Rosenheim besitzen die Teilräume mit überdurchschnittlich vielen Gewerbeanmeldungen auch entsprechend viele Gewerbeabmeldungen. Umgekehrt verzeichnen die Landkreise Altötting, Mühldorf und Traunstein mit weniger Gewerbeanmeldungen auch bei den Gewerbeabmeldungen einen geringeren Wert.

Tab. 1.2 - 3: Gewerbeanmeldungen und Gewerbeabmeldungen

Landkreis/ Stadt	Gewerbe- anmeld- ungen (2004)	Gewerbe- abmeld- ungen (2004)	Differenz An-zu Ab-meld. (2004)	Gewerbe- anmeld- ungen je 1.000 Einw.	Gewerbe- abmeld- ungen je 1.000 Einw.
Altötting	1.220	870	+350	11,2	7,9
Berchtesgadener Land	1.400	1060	+340	13,7	10,4
Mühldorf a. Inn	1.490	910	+560	13,4	8,2
Rosenheim (Stadt)	1.150	770	+380	19,1	12,7
Rosenheim (Lkr.)	3.700	2.500	+1.200	15,1	10,2
Traunstein	2.270	1.500	+770	13,3	8,8
PR 18 gesamt	11.200	7.600	+3.600	14,1	9,5
Oberbayern	62.600	14.400	+48.200	14,9	10,1
Bayern	158.400	107.000	+51.400	12,8	8,6

Im Ganzen weist die Region Südostoberbayern im Jahr 2004 rund 9,5 Gewerbeabmeldungen je 1.000 Einwohner auf und liegt damit unterhalb des oberbayerischen Durchschnittswerts (10,1), aber oberhalb der gesamtbayerischen Quote von 8,6 (Quelle: Genesis online, Bezugsjahr: 2004).

Gesamtumsatz/Auslandsumsatz im Verarbeitenden Gewerbe

Verglichen mit Bayern und Oberbayern offenbart Südostoberbayern deutlich unterdurchschnittliche Umsatzzahlen im Verarbeitenden Gewerbe. So liegt der Gesamtumsatz mit rund 18 Mrd. € im Jahr 2005 bei nur 15,5% des Gesamtumsatzes in Oberbayern, obwohl 18,9% der Bevölkerung des Regierungsbezirks in der Region 18 wohnen. Der Anteil am Auslandsumsatz beträgt 12,2% (vgl. Tab. 1.2 - 4).

Tab. 1.2 - 4: Auslandsumsätze im Verarbeitenden Gewerbe

Landkreis/Stadt	Gesamtumsatz 2005 in T€	Auslands-umsatz 2005 in T€	Anteil Auslandsumsatz / Gesamtumsatz in %
Altötting	8.024.300	2.924.700	36,5
Berchtesgadener Land	760.800	242.400	31,9
Mühldorf a. Inn	1.918.600	804.000	41,9
Rosenheim (Stadt)	1.185.700	658.900	55,6
Rosenheim (Lkr.)	2.815.100	1.107.800	39,4
Traunstein	3.188.000	1.473.300	46,2
PR 18 gesamt	17.892.500	7.211.100	40,3
Oberbayern	115.668.400	58.958.000	51,0
Bayern	290.252.200	131.798.900	45,4

Auch der Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz des Verarbeitenden Gewerbes liegt in Südostoberbayern mit 40,3% unterhalb der oberbayerischen (51,0%) und gesamt-bayerischen Zahlen (45,4%). Der Landkreis Altötting besitzt dabei mit seinen hohen absoluten Umsatzzahlen (40,6% des gesamten Auslandsumsatzes bei nur 13,7% der Bevölkerung der Region 18), die auf die vorhandene Großindustrie zurückzuführen sind, einen Sonderstatus.

Innerhalb der Region 18 weist die Stadt Rosenheim mit über 55% den höchsten Anteil des Auslandsumsatzes auf, während im Berchtesgadener Land mit rund 32% ein deutlich geringerer Wert festzustellen ist (Quelle: IHK 2006).

Die im Landesvergleich relativ geringen Auslandsumsätze des Verarbeitenden Gewerbes (mit Ausnahme der Stadt Rosenheim) sind zunächst auf die Struktur der heimischen Wirtschaft (überdurchschnittliche Anzahl von kleinen Unternehmen aus traditionellen Branchen) zurückzuführen. So betrachtet und auch vor dem Hintergrund der hohen absoluten Umsatzzahlen im Lkr. Altötting ist der Region eine bereits vergleichsweise gut entwickelte internationale Orientierung zu bescheinigen.

Gemessen am hohen Anteil des sekundären Sektors an der Bruttowertschöpfung der Region sind jedoch – gerade bei kleinen und mittleren Unternehmen – noch weitere Verbesserungspotenziale zu erkennen.

Außerdem lässt der im Vergleich zu Oberbayern geringere Anteil der Dienstleistungsbranchen auf Entwicklungspotenziale im tertiären Bereich schließen, insbesondere für KMU und Gründer (vgl. Kap. 1.2.2). Allerdings ist dabei die geringere Wachstumsdynamik des BIP in den stärker dienstleistungsorientierten Teilgebieten (s.o.) zu bedenken.

Erwerbstätigkeit, Beschäftigung und Pendler

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

Rund 234.500 Personen sind in der Planungsregion 18 als sozialversicherungspflichtig beschäftigt gemeldet (Stichtag 30.06.2005), das entspricht 14,9% der Gesamtbeschäftigten in Oberbayern und 5,5% Bayerns.

Tab. 1.2 - 5: Beschäftigung nach Sektoren⁹

Landkreis/Stadt	Sektorale Aufteilung der Beschäftigten in % – 30.06.2005			
	Landwirtschaft	Verarbeiten-des Gewerbe	Handel, Verkehr, Gastronomie	Sonstige Dienstleistungen
Altötting	0,5	53,5	15,5	30,5
Berchtesgadener Land	0,9	30,0	30,3	38,9
Mühldorf a. Inn	0,9	47,0	21,2	30,9
Rosenheim (Stadt)	0,4	29,9	24,5	45,3
Rosenheim (Lkr.)	1,4	36,5	26,0	36,2
Traunstein	1,2	43,8	24,1	30,9
PR 18 gesamt	1,0	40,5	23,6	34,9
Oberbayern	0,7	30,3	24,0	45,0
Bayern	0,8	37,4	22,9	39,0

Die Beschäftigtenzahlen der Landwirtschaft sind aufgrund des hohen Anteils selbständiger Landwirte leider wenig aussagekräftig. Legt man demgegenüber die zuletzt verfügbare Erwerbstätigenrechnung (also inklusive der selbständigen Landwirte) des Jahrs 2001 zugrunde, so zeigt sich erwartungsgemäß, dass die

⁹ Ohne Selbständige, Beamte und mithelfende Familienangehörige.

Land- und Forstwirtschaft der Region 18 mit 5,5% einen deutlich höheren Wert als in Oberbayern (2,3%) und Bayern (3,3%) aufweist (Quelle: Genesis online).

Aufgrund der gegenüber der Erwerbstätigenrechnung deutlich größeren Aktualität greift die folgende Analyse des sekundären und tertiären Sektors auf die Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zurück.

Die Beschäftigten in Südostoberbayern sind zum Stichtag 30.06.2005 zu 41,5% im Produzierenden Gewerbe, 23,5% in Handel, Verkehr und Gastronomie sowie 34,0% in sonstigen Dienstleistungsberufen tätig. Im Vergleich hiermit sind im gesamten Regierungsbezirk Oberbayern rund 31,2% im Produzierenden Gewerbe, 23,8% in Handel, Verkehr und Gastronomie sowie 44,4% in sonstigen Dienstleistungsberufen angestellt (vgl. Tab. 1.2 - 5). Die bereits in Abschnitt 1.3.1 festgestellte deutlich stärkere Ausrichtung des Untersuchungsraums auf den sekundären Bereich wird hiermit nochmals untermauert.

In den Teilräumen der Region 18 ergibt sich ein differenzierteres Bild: So sind in der Stadt Rosenheim 29,9% im Produzierenden Gewerbe tätig, während 69,8% im Dienstleistungsbereich arbeiten.¹⁰ Ähnlich strukturiert, aber mit deutlichem Schwerpunkt auf dem Bereich Handel, Gastronomie und Verkehr (rund 30,3% der Beschäftigten) erscheint der Lkr. Berchtesgadener Land. Hier ist weniger als ein Drittel der Beschäftigten im Verarbeitenden Gewerbe tätig. Die Landkreise Altötting (53,5%), Mühldorf (47,0%) und Traunstein (43,5%) sind hingegen stärker auf den sekundären Sektor fokussiert.

Nur der Lkr. Rosenheim weist Werte auf, die den Durchschnittswerten für ganz Bayern ähneln: Hier 36,5% im Verarbeitenden Gewerbe (Bayern: 37,4%) sowie 26,0% in Handel, Gastronomie und Verkehr (Bayern: 22,9%) und 36,2% in sonstigen Dienstleistungsberufen tätig (Bayern: 39,0%, Stichtag: 30.06.2005; vgl. Genesis online 2006).

Somit spiegeln die Beschäftigtenzahlen das bereits durch die Daten zur Unternehmenslandschaft gezeichnete, vielfältige Bild der Region wieder.

Erwerbstätige und Selbständige

In der Region Südostoberbayern werden 2001 rund 368.000 Erwerbstätige erfasst, das entspricht einer Erwerbstätigenquote von 46,1%. Deutlich überdurchschnittliche Erwerbstätigenquoten sind in der Stadt Rosenheim (74,9%) und dem Lkr. Altötting (50,9%) zu erkennen, unterdurchschnittliche Werte weisen hingegen die Landkreise Rosenheim (38,5%) und Mühldorf (41,7%) auf (vgl. Tab. 1.2 - 6).

Von den Erwerbstätigen im Untersuchungsraum sind 58.300 Personen nicht abhängig beschäftigt.¹¹ Mit der Stadt Rosenheim (9,8%) und dem Lkr. Altötting

¹⁰ Gemessen an der Landeshauptstadt München mit annähernd 76% der Beschäftigten im Dienstleistungsbereich ist der Dienstleistungsanteil Rosenheims jedoch nach wie vor vergleichsweise niedrig.

¹¹ Z.B. Selbständige, Beamte oder mithelfende Familienangehörige

(12,2%) verzeichnen diejenigen Teilräume mit einer überdurchschnittlichen Erwerbstätigenquote einen unterdurchschnittlichen Anteil nicht abhängig Beschäftigter. Die anderen Landkreise weisen mit Werten zwischen 17 und 18 Prozent relativ hohe Anteile in diesem Bereich auf (Quelle: Genesis online, Berichtsjahr 2001). Für die gesamte Region ergibt sich somit im Vergleich mit Oberbayern und Gesamtbayern eine überdurchschnittliche Quote nicht abhängig Beschäftigter von 15,8%, die auf einen hohen Anteil Selbständiger schließen lässt.

Tab. 1.2 - 6: Erwerbstätige und Selbständige

Landkreis/Stadt	Erwerbstätigenquote (2001, %)	Nicht abhängig Beschäftigte (2001, %)
Altötting	50,9	12,2
Berchtesgadener Land	46,3	17,7
Mühldorf a. Inn	41,7	17,3
Rosenheim (Stadt)	74,9	9,8
Rosenheim (Lkr.)	38,5	18,1
Traunstein	46,3	17,1
PR 18 gesamt	46,1	15,8
Oberbayern	54,6	12,6
Bayern	50,6	12,8

Der große Anteil Selbständiger weist auf ein hohes Maß unternehmerischen Bewusstseins und damit auch eine gewisse Gründungstradition hin, die bei entsprechender Vernetzung/Weitergabe von Wissen Potenzial für künftige Unternehmer (Nachfolgeproblem) und Gründer erkennen lassen.

Beschäftigte in Verarbeitenden Betrieben

Die Beschäftigtenstruktur im Verarbeitenden Gewerbe zeigt sich in den einzelnen Teilräumen der Region 18 recht unterschiedlich. Tab. 1.2 - 7 stellt die jeweils drei Branchen mit den meisten Beschäftigten der Landkreise im Untersuchungsgebiet sowie der Stadt Rosenheim dar (Quelle: Genesis online, Bezugsjahr 2004; bei einer Gesamtbeschäftigtenzahl weniger 100 Beschäftigten je Branche wird diese nicht mehr ausgewiesen, um Rückschlüsse auf einzelne Unternehmen zu vermeiden).

Im Lkr. Altötting stellt die Chemische Industrie den größten Anteil der Beschäftigten (12.300 von insgesamt 15.400). Die geringen Beschäftigtenzahlen der sonstigen Branchen im Lkr. Altötting bestätigen die dortige Fokussierung auf die Chemische Industrie. Hingegen sind in den Landkreisen Berchtesgaden, Mühldorf, Rosenheim und Traunstein die Ernährungswirtschaft und der Maschinenbau stärker vertreten als die Chemie.

Nur im Lkr. Traunstein ist die Chemische Industrie mit rund 2.000 Beschäftigten ebenfalls beachtlich. Die Stadt Rosenheim ist trotz einer Beschäftigtenzahl von 5.600 durch keine dominierende Branche des Verarbeitenden Gewerbes gekennzeichnet. Mit 735 Beschäftigten wird hier nur die Ernährungswirtschaft in der Statistik aufgeführt.

Tab. 1.2 - 7: Beschäftigte im Verarbeitenden Gewerbe

Lkr./Stadt	Beschäftigte im Verarb. Gew. gesamt	Branche 1	Branche 2	Branche 3
Altötting	15.400	Chem. Industrie: 12.278	Gummi- und Kunststoffw.: 532	Maschinenbau: 531
Berchtesgadener Land	4.400	Maschinenbau: 1.398	Ernährung: 1.086	Verlag & Druck: 196
Mühldorf a. Inn	9.328	Maschinenbau: 2.027	Ernährung: 1.566	Gummi- und Kunststoffwaren: 1.486
Rosenheim (Stadt)	5.600	Ernährung: 735	k.A.	k.A.
Rosenheim (Lkr.)	14.400	Ernährung: 3.143	Maschinenbau: 1.681	Holzgewerbe: 1.614
Traunstein	15.800	Maschinenbau: 4.610	Chemische Industrie: 2.021	Ernährung: 1.590
PR 18 gesamt	65.000	Chemie: 16.868 ¹²	Maschinenbau: 10.247 ¹³	Ernährung: 8.216
Oberbayern	337.300	Kraftwagen u. -teile: 77.567	Maschinenbau: 41.295	Chemische Industrie: 35.046
Bayern	1.164.500	Maschinenbau: 192.207	Kraftwagen u. -teile: 182.641	Geräte zur Elektrizitätserz. u. verteilung: 104.541

Aufgrund der hohen Beschäftigtenzahl der Chemischen Industrie im Lkr. Altötting ist diese auch in der gesamten Region 18 der größte Arbeitgeber des Verarbeitenden Gewerbes (16.900 Beschäftigte). Dahinter folgen Maschinenbau und Ernährungswirtschaft mit 10.200 bzw. 8.200 Beschäftigten. Abgesehen von der Stadt Rosenheim und dem Lkr. Altötting sind letztere Branchen in den Teilregionen der Region 18 – gemessen an der Gesamtbeschäftigtenzahl im Verarbeitenden Gewerbe – relativ gleichmäßig vertreten.

In Gesamtoberbayern dominiert mit dem Bereich Kraftwagen und Kraftwagenteile (77.600 Beschäftigte) eine Branche, die in Südostoberbayern praktisch nicht vertreten ist. Auch die im bayernweiten Vergleich an dritter Stelle liegende Branche der Geräte zur Elektrizitätserzeugung und -verteilung ist in der Region lediglich im Lkr. Mühldorf in größerem Umfang existent.

¹² Keine Daten für den Landkreis Berchtesgadener Land verfügbar (2 Betriebe).

¹³ Keine Daten für die Stadt Rosenheim verfügbar (2 Betriebe).

Pendler¹⁴

Für die gesamte Region Südostoberbayern ergibt sich zum Stichtag 30.06.2003 ein Pendlersaldo von -15.200 Beschäftigten; es wohnen also über 15.000 Beschäftigte mehr in der Region als dort arbeiten. Die kreisfreie Stadt Rosenheim weist dabei einen Einpendlerüberschuss von rund 8.400 Beschäftigten auf, als einziger Landkreis hat Altötting (+1.200) ebenfalls einen positiven Wert.¹⁵ Die anderen Landkreise der Region zeigen teilweise deutlich negative Pendlersalden auf (vgl. Tab. 1.2 - 8).

Tab. 1.2 - 8: Pendlersalden

Landkreis/Stadt	Pendlersaldo 2003
Altötting	1.200
Berchtesgadener Land	-100
Mühldorf a. Inn	-6.700
Rosenheim (Stadt)	8.400
Rosenheim (Lkr.)	-16.100
Traunstein	-1.900
PR 18 gesamt	-15.200

Die Pendler- und Beschäftigtenzahlen lassen zunächst eine große Bedeutung des Landkreises Altötting und der Stadt Rosenheim als Arbeitsplatzzentren der Region 18 vermuten. Jedoch haben nur rund 1.700 Einpendler des Landkreises Altötting ihren Wohnsitz im Lkr. Mühldorf und 1.100 im Lkr. Traunstein, während über 4.700 Einpendler im Lkr. Rottal-Inn und ca. 2.800 Beschäftigte im angrenzenden Ausland (Österreich) wohnen. Dem stehen 3.400 Personen entgegen, die ihren Wohnsitz im Lkr. Altötting haben, jedoch im Lkr. Mühldorf arbeiten. Aufgrund der Pendlerzahlen ist somit keine herausragende Rolle des Chemiedreiecks als Arbeitgeber für die an den Lkr. Altötting angrenzenden Teilräume der Region Südostoberbayern auszumachen. Eine stärkere Bedeutung hat es vielmehr für die Planungsregion 13 (Landshut) und die grenznahen Regionen Österreichs.

¹⁴ Befindet sich der Arbeitsplatz einer in einer Gemeinde wohnhaften Person nicht innerhalb dieser Gemeinde und werden somit eine oder mehrere Gemeindegrenzen überschritten, um an den Arbeitsort zu gelangen, gilt die Person als „Pendler“. Absolute Pendlerzahlen sind nur aussagekräftig, wenn sie ausschließlich auf Kommunen bezogen werden oder übergeordnet summiert werden, da ein Auspendler einer Gemeinde nicht zwangsläufig auch aus dem Landkreis oder der Region auspendelt. Demnach ist nur der aggregierte Pendlersaldo, der zusammenfasst, wie viele sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in einer Region wohnen und wie viele dort arbeiten, für die überkommunale Analyseebene sinnvoll.

¹⁵ In diesem Fall sticht die Stadt Burghausen als Produktionsstandort der Fa. Wacker mit einem Pendlersaldo von +10.200 aus den Daten heraus.

Hingegen wird die Bedeutung der Stadt Rosenheim als Arbeitsplatzzentrum des Untersuchungsraumes sehr deutlich: Nur rund 10.300 der 28.000 in Rosenheim Beschäftigten wohnen auch dort. 13.500 der in Rosenheim arbeitenden Personen stammen aus dem angrenzenden Lkr. Rosenheim, weitere 800 aus dem Lkr. Traunstein.

Die Pendlerzahlen belegen darüber hinaus die Ausbreitungseffekte Münchens in das Untersuchungsgebiet, das mit einem Einpendlerüberschuss von 194.000 Beschäftigten den mit Abstand höchsten Wert in Bayern aufweist. Rund 7.200 dieser Einpendler stammen aus dem Lkr. Rosenheim und 4.200 aus dem Lkr. Mühldorf. Weiterhin pendeln aus der Stadt Rosenheim knapp 2.000 Beschäftigte in die Landeshauptstadt, aus den Landkreisen Traunstein und Altötting noch 1.800 bzw. 1.300 Personen (vgl. Bayerisches Landesamt für Statistik 2003, Stichtag: 30.06.2003).

Anhand der Analyse der Erwerbstätigkeit und Beschäftigung lässt sich die Heterogenität Südostoberbayerns ablesen. So weist der Lkr. Altötting mit seinem hohen Industrieanteil eine deutlich andere Beschäftigungsstruktur auf als der Landkreis Berchtesgadener Land, wo knapp 70 Prozent der Beschäftigten im Dienstleistungssektor (v.a. im Tourismus) arbeiten. Die Sonderstellung der Chemischen Industrie des Landkreises Altötting wird anhand der Beschäftigtenzahlen im Verarbeitenden Gewerbe deutlich. Während sich die Chemietechnik hier konzentriert, sind die Ernährungswirtschaft und der Maschinenbau in der gesamten Region präsent. Andere, im restlichen Bayern wichtige Branchen des Verarbeitenden Gewerbes, sind in Südostoberbayern nur in geringem Umfang vertreten.

Die Pendlerzahlen belegen, dass der Lkr. Altötting trotz seiner Vielzahl an Arbeitsplätzen keine herausragende Rolle als Arbeitsplatzzentrale für die Bevölkerung der Region 18 spielt, dies sind vielmehr Rosenheim und München.

Arbeitslosigkeit und Ausbildungsplätze

Der Lkr. Traunstein besitzt im Berichtsmonat Juli 2006 mit 4,0% bezogen auf alle zivilen Erwerbspersonen die niedrigste Arbeitslosenquote der Region Südostoberbayern, damit verzeichnet er eine deutlich niedrigere Quote als noch im Juli 2005 (5,3%). Die höchste Arbeitslosigkeit weist die Stadt Rosenheim mit 8,1% auf, jedoch sind die Arbeitslosenzahlen auch hier seit Juli 2005 (9,4%) stark gesunken.

Die gesamte Planungsregion 18 zeigt eine im bayerischen Vergleich unterdurchschnittliche Arbeitslosenquote von rund 5,3%, hier waren es im Vorjahresmonat noch 6,5% (vgl. Tab. 1.2 - 9, Quelle: Statistikdatenbank der Bundesagentur für Arbeit 2006).

Tab. 1.2 - 9: Arbeitslosigkeit

Landkreis/Stadt	Arbeitslosenquote Juli 2005, in %	Arbeitslosenquote Juli 2006, in %	Veränderung in %
Altötting	7,8	6,5	-1,3
Berchtesgadener Land	5,8	4,6	-1,2
Mühldorf a. Inn	7,6	6,7	-0,9
Rosenheim (Stadt)	9,4	8,1	-1,3
Rosenheim (Lkr.)	5,8	4,8	-1,0
Traunstein	5,3	4,0	-1,3
PR 18 gesamt	6,5	5,3	-1,2
Bayern	7,3	6,3	-1,0

Der bundesweit positive Trend auf dem Arbeitsmarkt ist somit auch im Untersuchungsgebiet zu erkennen, er scheint hier sogar besonders ausgeprägt zu sein. Bei Arbeitslosenquoten von nur 4,0% (Lkr. Traunstein) oder 4,6% (Lkr. Berchtesgadener Land) spielt die Bekämpfung der Arbeitslosigkeit als Aufgabe der Strukturpolitik eine vergleichsweise geringe Rolle. Im Gegensatz dazu steht die für die Region ungewöhnlich hohe Arbeitslosigkeit der Stadt Rosenheim.

Die Ausbildungsplatzsituation in den drei betreffenden Arbeitsagenturbezirken¹⁶ ist sehr gut. Im Jahr 2005 meldet der Agenturbezirk Traunstein 2.056 Ausbildungsstellen für 2.023 Bewerber. Im selben Jahr werden im Agenturbezirk Rosenheim 3.763 Stellen an 3.739 Bewerber vergeben und im Agenturbezirk Pfarrkirchen 2.563 Stellen auf 2.613 angehende Auszubildende aufgeteilt. Dies entspricht einer Angebots-Nachfrage-Relation von 98,1% (Pfarrkirchen), 100,6% (Rosenheim) und 101,6% (Traunstein). Bundesweit verzeichnen nur 28 der 174 Arbeitsagenturbezirke eine Angebots-Nachfrage-Relation von über 100 Prozent (Quelle: Statistikdatenbank der Bundesagentur für Arbeit, 2006).

Die verglichen mit dem Bundesdurchschnitt sehr niedrige Arbeitslosenquote der Region wirft wenig Handlungsbedarf in diesem Bereich auf. Dies wird durch die gute Angebots-Nachfrage-Relation bei der Vermittlung von Ausbildungsplätzen bestätigt.

¹⁶ Die Abgrenzung des Untersuchungsgebietes wird nicht durch die Abgrenzung der Arbeitsagenturbezirke in Südbayern wiedergegeben. So gehören der Landkreis und die Stadt Rosenheim zum Agenturbezirk Rosenheim, die Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land zum Agenturbezirk Traunstein und die Landkreise Mühldorf und Altötting zum Agenturbezirk Pfarrkirchen. Nur der Agenturbezirk Traunstein bezieht sich jedoch ausschließlich auf einen Teilraum der Planungsregion 18, während der Bezirk Rosenheim beispielsweise auch Teile des Lkr. Miesbach umfasst oder der Bezirk Pfarrkirchen Teile des Lkr. Rottal-Inn.

Bildung und Humankapital

Schülerzahlen und Schulabschlüsse

Insgesamt besuchen rund 96.800 Schüler die 269 allgemein bildende Schulen Südostoberbayerns und werden von knapp 6.000 Lehrern unterrichtet (Stichtag 1.10.2004). Davon besuchen rund 34.400 Schüler die Grund-, 22.000 Schüler die Haupt- und 15.200 Schüler die Realschule; ca. 21.100 Schüler gehen auf das Gymnasium. Bei den weiterführenden Schulen entspricht das einem Anteil von 37,8% Hauptschülern, 26,1% Realschülern und 36,1% Gymnasiasten. Der Anteil der Hauptschüler an der gesamten Schülerschaft an weiterführenden Schulen liegt im Regierungsbezirk Oberbayern mit 30,4% auf vernehmlich geringerem Niveau als in Südostoberbayern, während der Anteil der Gymnasiasten mit 44,7% deutlich höher ist.¹⁷

Tab. 1.2 - 10: Abschlüsse an allgemein bildenden Schulen in % (Schuljahr 2003/04)

Landkreis/Stadt	Ohne Schulabschluss	Hauptschulabschluss	Mittlerer Abschluss	Allgem. Hochschulreife
Altötting	8,8	34,8	41,5	15,0
Berchtesgadener Land	9,0	36,1	37,4	17,6
Mühldorf a. Inn	12,7	40,1	28,4	18,8
Rosenheim (Stadt)	8,1	27,4	34,8	29,7
Rosenheim (Lkr.)	7,8	38,5	40,0	13,7
Traunstein	8,4	35,0	39,2	17,5
PR 18 gesamt	8,9	36,0	37,7	17,4
Oberbayern	8,5	32,2	36,0	23,3
Bayern	9,0	34,7	36,1	20,1

Ein ähnliches Bild ergibt sich bei Betrachtung der Schulabschlüsse der Absolventen allgemein bildender Schulen. Zum Ende des Schuljahres 2003/2004 haben 8.781 Absolventen und Abgänger eine allgemein bildende Schulen in der Region 18 verlassen, davon 8,9% ohne Abschluss, 36,0% mit Hauptschulabschluss, 37,7% mit mittlerem Abschluss und 17,4% mit allgemeiner Hochschulreife. Im oberbayerischen

¹⁷ Generell weisen die größeren Städte Bayerns deutlich höhere Anteile an Gymnasiasten aus. So besuchen 55,0% der Münchner Schüler an weiterführenden Schulen das Gymnasium, in Augsburg sind es 49,0%. Auch in Rosenheim besuchen 53,2% der Schüler an weiterführenden Schulen das Gymnasium.

Vergleich ist somit auch hier ein überdurchschnittlicher Anteil an Hauptschulabsolventen und unterdurchschnittlicher Anteil an Gymnasiasten zu erkennen (vgl. Tab. 1.2 - 10). Zum Vergleich: In der Landeshauptstadt München verlassen nur 27,9% der insgesamt 9.676 Abgänger die Schule mit einem Hauptschulabschluss, 33,6% hingegen mit der allgemeinen Hochschulreife (vgl. Bayerisches Landesamt für Statistik 2005b).¹⁸

Bezüglich des akademischen Nachwuchses ist zu konstatieren, dass die Fachhochschule Rosenheim, einzige Hochschule der Region, im Sommersemester 2006 von lediglich 3.173 Studierenden besucht wird. Zum Vergleich: Im mit ca. 50.500 Einwohnern kleineren Passau waren im selben Semester über 8.500 Studenten an der dortigen Universität eingeschrieben (vgl. Universität Passau 2006).

Der Region 18 sind derzeit im Vergleich zu Bayern und Oberbayern gewisse Verbesserungspotenziale im Bereich Bildung zu bescheinigen. Hierin liegt, insbesondere vor dem Hintergrund immer größer werdender Anforderungen an die Qualifikation von Arbeitnehmern, ein zentrales Handlungsfeld (vgl. auch Haas/Oechsle 2002, S. 99, 125 & Haas et al. 2002, S.133, 159).

¹⁸ Im Lkr. München absolvieren 2003/2004 sogar nur 21,9% der Schulabgänger die Schule mit dem Hauptschulabschluss, demgegenüber stehen 36,8% mit allgemeiner Hochschulreife.

1.2.4 Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken (SWOT)

Im Folgenden werden die Fakten der statistischen Strukturanalyse um Erkenntnisse aus den durchgeführten qualitativen Erhebungsarbeiten ergänzt. Gemäß der thematischen Ausrichtung der Expertenworkshops, die im Oktober 2006 im Rahmen des Gutachtens stattfanden, ist die Analyse nach sieben Themenfeldern (und nicht nach den einzelnen Teilräumen der Region 18) unterteilt. Alle Themenbereiche gliedern sich nach der Systematik Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken und schließen mit einer entsprechenden SWOT-Übersicht ab. Die Expertenmeinungen stehen dabei im Vordergrund.

Zur Bewertung der Rahmenbedingungen der Region 18 wurde im Vorfeld der Expertenworkshops eine Kurzbefragung mittels standardisiertem Fragebogen durchgeführt (vgl. Anhang III). Dabei sollte einzelnen Standortfaktoren der Region ein Punktwert von 1 (sehr schlecht) bis 10 (sehr gut) zugeordnet werden.

Abb. 1.2 - 2 und 1.2 - 3 stellen die Ergebnisse der Kurzbefragung zusammenfassend dar. Unterteilt nach den drei Bereichen Industrie, Handwerk/Mittelstand sowie kleine Dienstleistungsunternehmen gibt Anhang III hier ein nochmals differenzierteres Bild.¹⁹ Im Einzelnen kommentiert werden die Bewertungen in den sich anschließenden SWOT-Analysen.

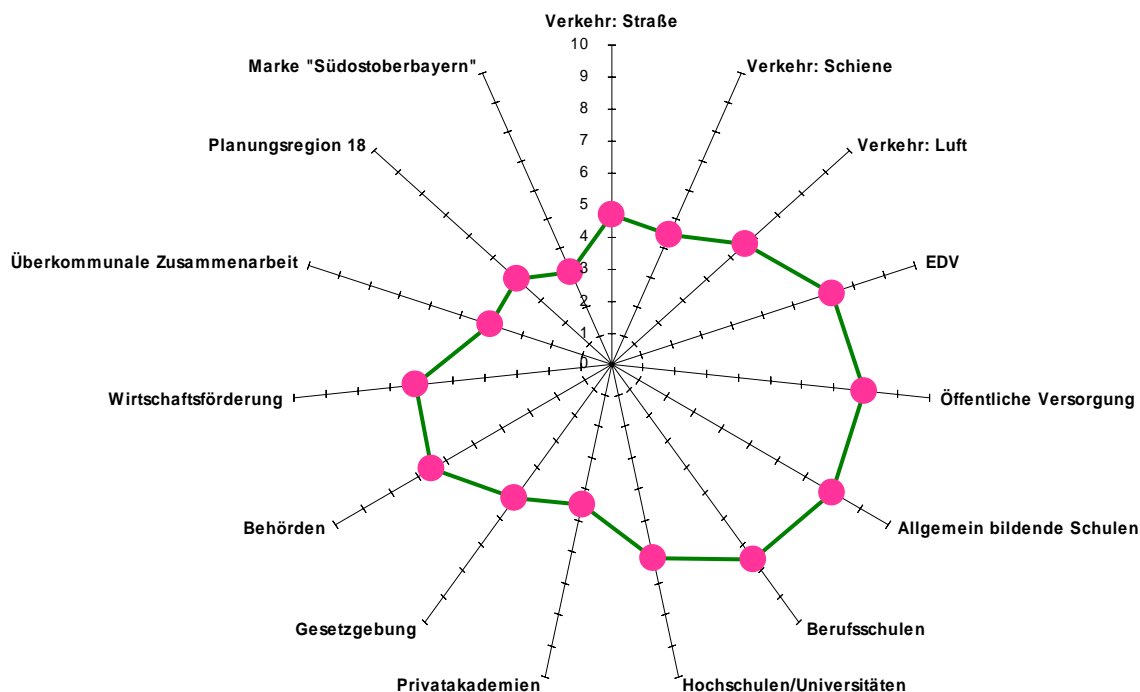


Abb. 1.2 - 2: Bewertung der allgemeinen Rahmenbedingungen in der Region 18

¹⁹ Auffällig ist dabei die schlechtere Bewertung der unternehmensbezogenen Rahmenbedingungen durch kleine Unternehmen, insb. in den Bereichen Qualifizierte Arbeitskräfte und Finanzierung.

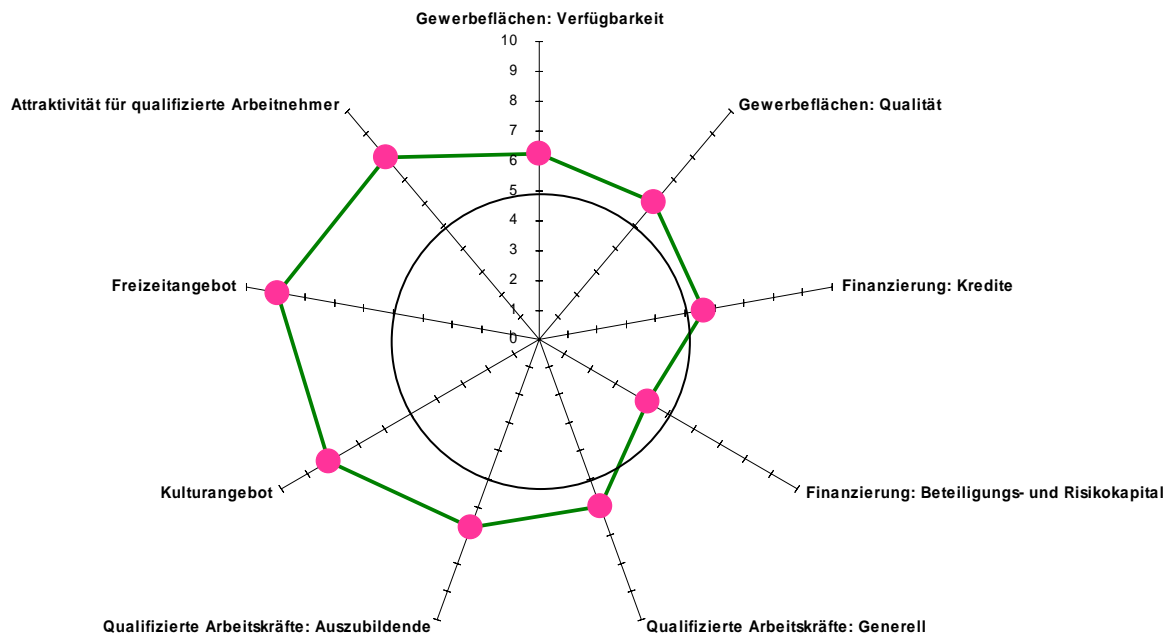


Abb. 1.2 - 3: Bewertung der unternehmensbezogenen Rahmenbedingungen in der Region 18

Verkehrsinfrastruktur und sonstige Infrastruktur

Stärken und Schwächen

Die Verbesserung der *Straßeninfrastruktur* ist als vordringlichstes Investitionsanfordernis zu sehen. Zentral sind hierbei der Ausbau der Autobahnen A8 (höhere Kapazitäten) und A94 (Neubau), aber auch der Ausbau der Bundesstraßen in der Region, auf denen ein hoher Schwerlastverkehr zu beklagen ist. In diesem Zusammenhang ist auch die mangelhafte Straßenanbindung in Nord-Süd-Richtung zu nennen. Die schlechte Verkehrsanbindung trifft neben der Großindustrie insbesondere auch kleine und mittlere Unternehmen (z.B. Handwerker).²⁰ Vertreter von Stadt und Landkreis Rosenheim sind deutlich zufriedener mit der Straßenanbindung als die restlichen Experten und betonen die gute Verbindung nach München und Innsbruck.

Im Falle der *Schienanbindung* ist ebenfalls Rosenheim das am besten erschlossene Teilgebiet der Region 18. Im Bereich Mühldorf/Altötting besteht hingegen ein deutlicher Investitionsbedarf (zweigleisiger Ausbau der Strecke München-Mühldorf-

²⁰ Auch im Gutachten *Wirtschaftsraum Inn-Salzach* wird die Verkehrsanbindung als der am schlechtesten bewertete Standortfaktor bei gleichzeitig hoher Bedeutung deutlich herausgestellt (vgl. Haas et al. 2002, S. 128ff.).

Salzburg), u.a. um der Chemischen Industrie den vermehrten Gütertransport mit der Bahn zu ermöglichen. In diesem Zusammenhang erscheint auch der Neubau eines Containerterminals für den kombinierten Verkehr Schiene/Straße in Burghausen und/oder Traunstein/Nußdorf als sinnvoll. Des Weiteren ist der Ausbau der Bahnstrecken in Richtung Inntal im Zuge des Baus des Brennerbasistunnels vordringlich, um den Alpenraum von LKW-Transitverkehr zu entlasten.

Die Bedeutung des *Luftverkehrs* nimmt für viele Unternehmen der Region zu. Dabei spielt nicht nur der Flughafen München, sondern auch der Flughafen Salzburg, der aus weiten Teilen Südostoberbayerns schnell zu erreichen ist, eine große Rolle.

Die *sonstigen infrastrukturellen Rahmenbedingungen* sind vergleichsweise gut. An dieser Stelle sind lediglich die teilweise lückenhafte Versorgung mit technischen Einrichtungen im ländlichen Raum (Breitband-Internetverbindungen) sowie einzelne Sorgen bezüglich der Energieversorgung zu nennen.

Im Rahmen der durchgeführten Fragebogenerhebung erhielt die Verkehrsanbindung der Region entsprechend schlechte Werte, im Mittelwert 5,3 und 4,1 bei der Straßen- (Individualverkehr/Güterverkehr) sowie 4,9 und 4,0 bei der Schienenanbindung. Jedoch ist in beiden Fällen die Standardabweichung mit über 2,3 Punkten sehr hoch, was die unterschiedliche Qualität der Verkehrsanbindung innerhalb der Region bestätigt.

Chancen und Risiken

In Bezug auf die Verkehrsinfrastruktur überwiegen Befürchtungen einer Behinderung der wirtschaftlichen Entwicklung, insbesondere bei kleinen und mittleren Unternehmen. Risiken sind z.B. in Standortverlagerungen der Industrie, der Gefahr eines „Verkehrskollapses“ oder der mangelnden Attraktivität der Region als Wohn- und Arbeitsstandort für Hochqualifizierte zu sehen.

Chancen in der aktuell vorhandenen Verkehrsinfrastruktur bieten lediglich der Flughafen Salzburg und die verbesserte Bahnanbindung („S-Bahn“) zwischen Berchtesgadener und Salzburger Land. Hier ist eine Ausweitung der aktuellen Baustufe nach Freilassing in Richtung Traunstein denkbar.

SWOT Verkehrsanbindung und sonstige Infrastruktur	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Anschluss des Raums Rosenheim (Straße und Schiene) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fehlende Autobahn A94, schlechter Ausbau A8 ▪ Ungenügender Ausbau der Bundesstraßen, hoher Anteil Schwerlastverkehr ▪ Ungenügende Anbindung an Flughäfen ▪ Nord-Süd-Verkehrsachsen mangelhaft ausgebaut ▪ Schlechte Schienenanbindung im Personen- und Güterverkehr, insb. in Lkr. Mühldorf und Altötting
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verstärkte Nutzung des Flughafens Salzburg ▪ S-Bahn im Berchtesgadener Land ▪ Verlagerung von Straße auf Schiene mit Bau des Brennerbasistunnels und Bau eines Container-Terminals in den Lkr. Altötting und Traunstein 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wettbewerbsnachteile für die gewerblichen Wirtschaft: Abwanderungen der Großindustrie, Behinderung der wirtschaftlichen Entwicklung bei KMU ▪ Abgeschwächte Attraktivität für Hochqualifizierte ▪ Keine Ausstrahlungseffekte von München

Gewerbeflächen und Immobilien

Stärken und Schwächen

Das Angebot der *Gewerbeflächen* wird von den Teilnehmern der Kurzbefragung mit einem durchschnittlichen Wert von 6,2 als befriedigend bezeichnet, bei einer recht hohen Standardabweichung von 2,3. Die Qualität der Gewerbeflächen wird mit 6,0 Punkten leicht schlechter bewertet (Standardabweichung: 2,1).

Als positiver Erfahrungswert in der Betreuung von investierenden Unternehmen durch die Behörden ist eine verbesserte Geschwindigkeit und Flexibilität bei Genehmigungsverfahren zu nennen. Jedoch besteht ein deutlicher Angebotsüberhang an Gewerbeflächen, insbesondere in östlichen Teilen der Region 18. Hierbei ist aber zu differenzieren: Bei besonderer Lagegunst durch eine gute Verkehrsanbindung (Autobahnnähe) sind die Flächen sehr begehrt und die Bodenpreise entsprechend hoch (vgl. auch GEFAK 2005, S. 32).

Die Vergabe von Gewerbeflächen wird nicht mit der Nachfrage der Wirtschaft abgestimmt und die Qualität der Flächen ist teilweise mangelhaft. Außerdem erscheinen viele ausgewiesene Gewerbeflächen in den Expertenworkshops als unattraktiv oder zu teuer, insbesondere für den Mittelstand. Hier fehlt es an einem systematischen und nachhaltigen Flächenmanagement.

Attraktive *Bürostandorte* finden sich insbesondere in Rosenheim, die dort ansässigen Unternehmen zeigen sich sehr zufrieden. In anderen, ländlicher geprägten Teilräumen der Region 18 wird hingegen von Problemen bei der Suche nach dem geeigneten Bürostandort berichtet. Vielfach sind die Räumlichkeiten zu klein (unter 50 m²) oder äußerlich unattraktiv bzw. nicht repräsentativ.

Chancen und Risiken

Chancen sind bei der Entwicklung von Gewerbeflächen insbesondere in der überkommunalen Zusammenarbeit zu sehen. Im Rahmen einer solchen Kooperation könnten auch größere Flächenwünsche erfüllt werden und erweiterte Auswirkungen von Gewerbeansiedlung gemeinsam gelöst werden, wie die Ausweisung von Bauland oder der Bau von Infrastruktureinrichtungen, Schulen und Kindergärten (vgl. auch Regionalplan für Südostoberbayern 2005, V3). Denkbar ist dabei, Entwicklungsschwerpunkte zu definieren, die sich an bestehenden wirtschaftlichen Strukturen orientieren, und dort ein Gewerbeflächenmanagement auf Landkreisebene zu etablieren.²¹ ²² Ein Risiko einer solchen überkommunalen Zusammenarbeit ist hingegen die mangelnde Kooperationsbereitschaft einzelner Kommunen, die opportunistisch agieren und eigene Flächen ausweisen. Des Weiteren herrscht eine stark unterschiedliche Angebots- und Nachfragesituation bei Gewerbeflächen in der Region: Die Konkurrenzsituation zum Salzburger Raum im Lkr. Berchtesgadener Land macht sich stark bemerkbar, so dass hier ein Angebotsüberhang herrscht, während es in der Stadt Rosenheim eine rege Nachfrage gibt.

Im Bereich der *Privatimmobilien* gibt es teilweise größere Problemstellungen, vor allem bei der Wohnungs- und Haussuche für Hochqualifizierte. Sehr hohe Preise (insbesondere im Berchtesgadener Land), aber auch die zu geringe Ausweisung von Bauflächen sowie Probleme mit Einheimischenmodellen²³ und kommunalen Bausatzungen sind Ursachen hierfür und könnten Arbeitnehmer und Familien davon abhalten, in die Region zu ziehen (vgl. nachfolgender Abschnitt)

SWOT Gewerbeflächen und Immobilien	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schnelle Genehmigungsverfahren ▪ Guter Kontakt zu Behörden 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Angebotsüberhang in Teilräumen ▪ Fehlendes ganzheitliches Flächenmanagement ▪ Hohe Preise ▪ Engpässe bei Wohnimmobilien ▪ Geringe Attraktivität einiger Bürostandorte
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Überkommunales / Landkreisweites Gewerbeflächenmanagement ▪ Etablierung attraktiver Bürostandorte 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zunehmende Beeinträchtigung des Landschaftsbilds ▪ Ansiedelung von Discountern, Autohäusern etc. ▪ Sich abschwächende Attraktivität für zuziehende Arbeitnehmer

²¹ Z.B. könnten Investoren aus der chemischen Industrie an das „Chemiedreieck“ im Nordosten der Region verwiesen werden (Teile der Lkr. Altötting und Traunstein).

²² Im Sinne von „Best practice“-Beispielen aus der Region kann auf den neu gegründeten Zweckverband Gewerbeflächenmanagement im Berchtesgadener Land, auf die Ausweisung von Gewerbeflächen durch den Lkr. Rosenheim oder auf die „Kunstmühle“ in Rosenheim verwiesen werden. In letzterem Fall wurde eine alte Mühle aufwändig zu einem attraktiven Bürostandort umgestaltet.

²³ wie beispielsweise die Auflage, dass beide Ehepartner mind. 12 Jahre ortsansässig sein müssen

Humankapital und Bildungseinrichtungen

Stärken und Schwächen

Die Verfügbarkeit von *qualifizierten Arbeitskräften* wird im Rahmen der Kurzbefragung mit einem Durchschnittswert von 6,0 als befriedigend bewertet, wobei eine hohe Varianz der Aussagen besteht (Standardabweichung 2,3).

Deutliche Stärken werden bei der betriebseigenen Ausbildung gesehen, insbesondere Handwerker und der Mittelstand betonen ihre hohe Zufriedenheit mit den Auszubildenden und der Anzahl der Bewerbungen in ihren Betrieben. Der hohe Kultur- und Freizeitwert der Region steigert die Attraktivität für qualifiziertes Personal. Außerdem ist die bundesweite Bekanntheit des Chemiedreiecks bei der Akquisition von Arbeitnehmern hilfreich.

Trotzdem ist ein zu geringer Anteil an Hochqualifizierten in der Region zu erkennen, insbesondere bei Ingenieuren, so dass überregional Personal angeworben werden muss (vgl. auch Haas/Oechsle 2002, S. 99, 125). Aber auch bei Facharbeitern herrscht teilweise ein akuter Arbeitskräftemangel. Erklärungen hierfür sind u.a. die hohen Lebenshaltungskosten und die z.T. schlechte Verkehrsanbindung, aber auch die Anziehungskraft der Ballungsräume für Hochqualifizierte. Somit werden die in der Strukturanalyse festgestellten Defizite im Bildungsbereich bestätigt.

Des Weiteren wird bemängelt, dass die Unternehmen häufig nicht bereit seien, entsprechende Akquisitionsmaßnahmen wie z.B. die Teilnahme an einer Berufsinformationsmesse für Schüler zu ergreifen. Darüber hinaus ist auch ein gering ausgeprägtes Bildungsbewusstsein in Teilen der Bevölkerung festzustellen. Demnach ist eine zu geringe Sensibilisierung der Bevölkerung und Unternehmen in Bezug auf Engpässe bei der Verfügbarkeit von Arbeitskräften zu vermuten.

Bei den *Bildungseinrichtungen* ergeben die Ergebnisse der Kurzbefragung ein gemischtes Bild: Während allgemein bildende Schulen und Berufsschulen in der Befragung mit durchschnittlich 8,0 bzw. 7,6 Punkten vergleichsweise gute Werte erhalten, fällt die Bewertung der Hochschulen und Privatakademien mit 6,2 bzw. 4,5 Punkten schlechter aus. Dabei werden die Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Rosenheim als einziger Hochschule der Region und die Qualifikation der Absolventen in den Workshops als sehr gut bezeichnet. Vertreter der Handwerksbranche und des produzierenden Mittelstands loben insbesondere die Hauptschulen der Region. Kritik wird hingegen an den Berufsschulen laut, deren Schulzeiten ungünstig für die Unternehmen festgelegt würden.

Vor dem Hintergrund des o.g. Defizits an hochqualifizierten Arbeitnehmern sind Verbesserungspotenziale bei den Bildungseinrichtungen, die entsprechende Qualifikationsmöglichkeiten anbieten, zu sehen (z.B. Hochschulen, Akademien). Dabei ist zu konstatieren, dass die FH Rosenheim allein den Mangel an Fachkräften

durch ihre geringe Absolventenzahl und das eingeschränkte Fächerangebot²⁴ nicht abdecken kann.

Chancen und Risiken

Die Verbesserung des Bildungsangebots innerhalb der Region, insbesondere im Bereich der akademischen Ausbildung, aber auch bei Facharbeitern, stellt ein zentrales Themenfeld der Regionalpolitik dar. Die Unternehmen sollten sich dabei stärker engagieren, beispielsweise in der betrieblichen Aus- und Weiterbildung oder durch die Kooperation mit Bildungseinrichtungen. Denkbar sind hierbei neben dem notwendigen Ausbau der FH Rosenheim (neue Forschungsinstitute und besseres Studienangebot) die Einrichtung von (weiteren) Akademien oder sogar einer Privatuniversität. Nicht realistisch hingegen scheint die Ansiedelung einer weiteren staatlichen Hochschule in der Region. Als Lösungsvorschlag wird die Etablierung von fachbezogenen Veranstaltungen der FH Rosenheim („Satelliten“) in den Kreisstädten der Region 18 angeregt.

Eine verstärkte Kooperation der Wirtschaft mit den Hochschulen außerhalb der Region, insbesondere auf österreichischer Seite (Uni Salzburg, Uni Innsbruck, FH Kufstein), wird angestrebt und schon in Teilen praktiziert. Außerdem besteht Handlungsbedarf in der überregionalen Kommunikation des Kultur- und Freizeitangebots in Südostoberbayern, um hochqualifizierte Arbeitskräfte in die Region zu locken (vgl. auch Haas et al. 2002, S. 57).

In den Engpässen bei Hochqualifizierten und Facharbeitern ist ein deutliches Risiko für die wirtschaftliche Entwicklung der Region zu sehen. Im Bereich der Facharbeiter verursacht das von der Gesellschaft suggerierte schlechte Image der Hauptschule und der handwerklichen Berufe Nachwuchssorgen, darüber hinaus werden verstärkt Akademiker benötigt. Außerdem stellen eine mögliche Ausdünnung des Bildungsangebots für Geringqualifizierte und die demografische Entwicklung Hemmnisse dar: Durch die nun ins Ausbildungsalter kommenden geburtenschwachen Jahrgänge muss ein Mangel an Auszubildenden ab 2010 erwartet werden.

²⁴ Die FH Rosenheim beschränkt ihr Lehrangebot auf die sechs Fachbereiche Betriebswirtschaft, Holztechnik, Informatik, Innenarchitektur, Ingenieurwissenschaften KPE (Kunststofftechnik, Produktionstechnik, Elektro- und Informationstechnik) sowie Wirtschaftsingenieurwesen (vgl. <http://www.fh-rosenheim.de>).

SWOT Humankapital und Bildungseinrichtungen	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hohe Zufriedenheit mit Auszubildenden (insb. Handwerk, Mittelstand) ▪ Bundesweite Bekanntheit des Chemiedreiecks ▪ Hohe Qualität bei Bildungseinrichtungen (FH, Hauptschulen) ▪ Bestehende Kooperationen zwischen Wirtschaft und Bildungseinrichtungen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Defizite bei Hochqualifizierten und Facharbeitern ▪ Unzureichende Sensibilisierung der Bevölkerung und Unternehmen ▪ Fehlende Flexibilität bei Berufsschulen
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Weitere Verbesserung der betrieblichen Aus- und Weiterbildung ▪ Verstärkte Kooperation der Wirtschaft mit Bildungseinrichtungen in und außerhalb der Region ▪ Einrichtung von Satelliten der FH Rosenheim ▪ Einrichtung von Privatakademien ▪ Verstärkte Kommunikation des Kultur- und Freizeitangebots der Region 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Absehbare Engpässe bei Arbeitskräften ▪ Mögliche Ausdünnung des Bildungsangebots für Geringqualifizierte ▪ Demografischer Wandel

Institutionelle Rahmenbedingungen und Finanzierung

Stärken und Schwächen

Vertreter der Industrie und größere Unternehmen aus dem Mittelstand sind der Ansicht, die Unterstützung der *Wirtschaftsförderung* nicht zu benötigen. Häufig würden beispielsweise Netzwerke und Kooperationen nicht von der Wirtschaftsförderung, sondern von den Unternehmen selbst organisiert. Des Weiteren wird die ungenügende Kompetenz und Handlungsbefugnis mancher Wirtschaftsförderungseinrichtung, die schlechte finanzielle und personelle Ausstattung sowie die fehlende Kommunikation der Angebote der Wirtschaftsförderung bemängelt. Zuletzt würden Trends und absehbare Entwicklungen in der Wirtschaft nicht rechtzeitig erkannt.

Kleinere Unternehmen, insbesondere aus dem Dienstleistungsbereich, berichten hingegen von sehr positiven Erfahrungen mit Wirtschaftsförderern, z.B. bei der Suche nach einem geeigneten Unternehmensstandort, der Beantragung von Fördermitteln oder der Kontaktaufnahme mit anderen Unternehmen.

Insgesamt werden die Wirtschaftsförderungseinrichtungen der Region 18 in der Kurzbefragung mit 6,2 Punkten bewertet.²⁵

Die Qualität der Dienstleistungen der *IHK* wird regional stark unterschiedlich wahrgenommen; während Vertreter aus Rosenheim und Traunstein Positives berichten, werden in Mühldorf und Altötting Klagen laut, die darin begründet liegen,

²⁵ Die Standardabweichung beträgt 1,9 Punkte.

dass die nächste IHK-Außenstelle in Rosenheim angesiedelt und damit zu weit entfernt von den nordöstlichen Teilen der Region 18 sei.

Im Hinblick auf weitere *politische Institutionen* beläuft sich die Bewertung der kommunalen Behörden in der Kurzbefragung auf 6,6 Punkte, die der regionalen Einrichtungen auf 6,5 Punkte²⁶ und damit wenig eindeutig: Einige Wirtschaftsvertreter berichten von sehr positiven Erfahrungen, andere sind der Meinung, die Unterstützung der öffentlichen Hand für das eigene Unternehmen sei stark personenabhängig und die Politik würde sich teilweise an parteipolitischen Streitereien aufreiben.

Chancen und Risiken

In den Workshops wird ein großer Bedarf bei der Abstimmung der Dienstleistungen der Wirtschaftsförderung zwischen den Landkreisen und bei der Kommunikation der Angebote nach außen gesehen. Eine Bündelung und bessere Kooperation der Wirtschaftsförderungen kann einen großen Nutzen für die regionalen Unternehmen bieten.

Als übergeordnete Ideen sind hier – neben üblichen Beratungsleistungen – die Etablierung sog. „Regionalmanager“ für die gesamte Region, die sich branchenbezogen um die Bedürfnisse und Belange der ansässigen Unternehmen kümmern, sowie eine verstärkte Funktion als Mediator in Unternehmensnetzwerken vorstellbar (vgl. hierzu auch StMWiVT 2006).^{27 28}

Eine gesteigerte *gemeinsame Interessenslage* vergrößert das politische Gewicht der Region. Durch ein ganzheitliches Auftreten der gesamten Region 18 mit ihren 800.000 Einwohnern lassen sich gemeinsame Interessen überregional besser artikulieren und durchsetzen.

In der Verlagerung von Kompetenzen auf die übergeordnete Ebene sind jedoch auch Risiken zu sehen. So kann dies dafür sorgen, dass die „Bodenhaftung“, also der Kontakt zu den lokalen Akteuren verloren geht. Außerdem besteht auch hier die Gefahr eines politischen Opportunismus einzelner Gebietskörperschaften. Zuletzt ist die Änderung der politischen Organisationsstrukturen immer mit zusätzlichen Kosten verbunden (vgl. auch Genosko 2000, S.26f.).

²⁶ Standardabweichung jeweils 1,8 Punkte.

²⁷ Dass hier ein erhebliches Entwicklungspotenzial zu erkennen ist, zeigen auch die Ergebnisse der Kurzbefragung, bei der die überkommunale Zusammenarbeit und die Bedeutung der Planungsregion 18 mit Durchschnittswerten von 4,0 als schlecht bzw. gering bewertet werden.

²⁸ Konkret ausgestaltet könnte dies so aussehen, dass z.B. der Landkreis Altötting den Regionalmanager im Bereich Chemie, die Stadt Rosenheim einen Beauftragten für den Bereich Informations- und Kommunikationstechnologien und das Berchtesgadener Land den Regionalmanager für den Tourismus stellt.

Finanzierung

Fragen der *Unternehmensfinanzierung* werden in den Gruppengesprächen unterschiedlich bewertet: Während insbesondere Vertreter der Industrie und größerer Unternehmen der Meinung sind, bei entsprechend sinnvollen und ausgereiften Konzepten sei die Vergabe von Eigen- und Fremdkapital durch Banken, Sparkassen und sonstige Kapitalgeber unproblematisch, beklagen kleinere Unternehmen die schlechte Verfügbarkeit insbesondere von Fremdkapital für ihre Firmen sowie Neugründer. Gelobt werden Sparkassen und Genossenschaftsbanken als „Stütze des Mittelstands“ sowie als Finanzier erfolgreicher Gründungen. Kritik gibt es hingegen an einer teilweise schlechten Informationspolitik der Banken, besonders in Bezug auf öffentliche Fördermittel.

Die Ergebnisse der Kurzbefragung spiegeln diese Haltung nur bedingt wieder: Hier wird die Verfügbarkeit von Krediten (Fremdkapital) mit 5,8 Punkte eher mittelmäßig und die Vergabe von Beteiligungs- und Risikokapital mit 4,6 bzw. 3,8 Punkten tendenziell schlecht bewertet.²⁹

SWOT Institutionelle Rahmenbedingungen und Finanzierung	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterstützung von kleinen Unternehmen (insb. Dienstleistungsbranchen) ▪ Initiativen für Unternehmensnetzwerke 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kritik an Wirtschaftsförderungseinrichtungen (personelle und finanzielle Ausstattung, Trends werden nicht erkannt) ▪ Kommunikation der Angebote der Wirtschaftsförderung verbesserungsbedürftig ▪ Regionale Geschäftsstelle der IHK nur in Rosenheim ▪ Parteipolitische Uneinigkeit ▪ Unzureichende Verfügbarkeit von (Fremd)Kapital
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abstimmung und bessere Nutzung der Wirtschaftsförderung ▪ Initiatoren und Mediatoren in Unternehmensnetzwerken ▪ Etablierung von „Regionalmanagern“ ▪ Verstärkung des politischen Gewichts auf überregionaler Ebene 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verlust der „Bodenhaftung“ zu lokalen Akteuren ▪ Politischer Opportunismus ▪ Zusätzliche Kosten

²⁹ Die Standardabweichung liegt in allen Fällen bei 2,1.

Standortvermarktung

Stärken und Schwächen

Eine Stärke der Region 18 ist seine Vielfältigkeit und Heterogenität, die sich nicht nur auf den wirtschaftlichen Bereich, sondern auch auf einen hohen Kultur- und Freizeitwert bezieht. Die Ergebnisse der Kurzbefragung zeigen eine äußerst positive Bewertung des Kulturangebots (mit einem Durchschnittswert von 8,2), des Freizeitangebots (8,9) sowie der Attraktivität für qualifizierte Arbeitnehmer (8,0)³⁰. Die Lebensqualität der Region ist damit in der Eigenwahrnehmung sehr hoch. Als weitere Stärken der Region sind u.a. die Nähe zu den Städten München und Salzburg sowie der hohe Bekanntheitsgrad als touristische Destination zu nennen (vgl. auch AbL 2002, S. 5; GEFAK 2005, S. 33).

In Bezug auf die *regionale Identität* muss die Heterogenität der Region aus nahe liegenden Gründen auch als Schwäche angesehen werden. So haben nach Experteneinschätzung beispielsweise die Bewohner des südlichen Landkreises Rosenheim wenig mit jenen des Landkreises Altötting gemeinsam und somit keine geeignete Grundlage für die Herausbildung einer südostoberbayerischen Identität.

Im Hinblick auf eine mögliche Rolle der Stadt Rosenheim als Kernstadt für die gesamte Region scheint es schwierig, dass die Stadt sowohl innerhalb als auch außerhalb der Region als Oberzentrum und „Leuchtturm“ wahrgenommen wird, wenn auch die oberzentrale Bedeutung der Stadt für die westlichen Landkreise der Region 18 (Rosenheim, Mühldorf, Traunstein) unbestritten bleibt. Als überregionale Zentren können jedoch – auch in den Augen der Mehrheit der befragten Regionalvertreter – nur München und Salzburg angesehen werden. Entsprechende Hinweise geben auch die Daten zu Erwerbstätigkeit und Beschäftigung in der Region (vgl. Kap. 1.2.3).

Chancen und Risiken

Die Schwächen in der regionalen Identität wirken sich auf die Fragestellung eines *gemeinsamen Standortmarketings* aus. Durch einen vereinten Auftritt der Region 18 könnten Investoren und Unternehmen angelockt werden und Stärken von Teilregionen zusammen genutzt werden, beispielsweise der hohe Bekanntheitsgrad des Chemiedreiecks oder der touristischen Destinationen am Alpenrand. Auch intraregional kann eine stärkere regionale Identität dazu beitragen, dass Verflechtungen entstehen (z.B. Tagestourismus im Berchtesgadener Land aus der gesamten Region).

Die „willkürliche Zusammensetzung“ der Planungsregion 18 im Jahre 1973 ist hingegen insbesondere im wirtschaftlichen Bereich deutlich erkennbar (vgl. Kap.

1.2.3).³¹ Gerade der weit reichende Einfluss der Ballungsräume München und Salzburg stellt hierbei ein großes Hindernis dar (vgl. hierzu auch Haas/Oechsle 2002, S. 75ff., GEFAK 2005, S. 34, CIMA 2005, S. 130).

Aufgrund dessen gilt es, Südostoberbayern explizit als Wirtschaftsstandort mit hoher Lebensqualität zu vermarkten. Dabei kann die Bekanntheit einzelner Teilräume einen gemeinsamen Nutzen stiften. Dies bietet auch große Potenziale in der Vermarktung regionaler Produkte, insbesondere der Ernährungswirtschaft.

SWOT Standortvermarktung	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kultur- und Freizeitangebot, hohe Lebensqualität ▪ Vielfalt der Region ▪ Bekanntheitsgrad der touristischen Destinationen ▪ Nähe zu München und Salzburg 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Heterogenität der Region: Wenig Gemeinsamkeiten ▪ „Willkürliche“ Zusammensetzung der Planungsregion ▪ Rosenheim international zu klein und unbekannt
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Anziehung von Investoren und Unternehmen ▪ Bekanntheit einzelner Teilräume gemeinsam nutzen ▪ Stärkere innerregionale Verflechtungen ▪ Vermarktung regionaler Produkte 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Homogenisierung der heterogenen Struktur ▪ Einfluss Münchens und Salzburg zu stark ▪ Politischer Opportunismus

Internationalität der Unternehmen / Auslandsmarkterschließung

Stärken und Schwächen

Die befragten Wirtschaftsvertreter bescheinigen den Unternehmen der Region ein hohes, mit Unternehmensgröße wachsendes Maß grenzüberschreitender Geschäftstätigkeiten. Bei vielen kleineren Unternehmen wie z.B. Handwerkern sei eine verstärkt internationale Ausrichtung hingegen nicht zwingend notwendig. Somit werden die Großindustrie als auch kleine und mittlere Unternehmen hinsichtlich ihrer internationalen Wettbewerbsfähigkeit und -orientierung als angemessen positioniert erachtet.

Produktionsverlagerungen ins Ausland erfolgen bislang nur in geringem Ausmaß. Auch ein größerer Konkurrenzdruck von im Ausland preisgünstiger hergestellten Produkten wird nicht wahrgenommen.

Allerdings üben die Fachvertreter z.T. auch dahingehend Kritik an der Haltung der Unternehmen, sie seien zu wenig international und auf ausländische Absatzmärkte

³⁰ Standardabweichung zwischen 1,1 und 1,6.

ausgerichtet und zu sehr auf das Inland bzw. nur die Region konzentriert. Dem entspricht die Erfahrung von Wirtschaftsförderungen, dass Beratungsangebote zur Auslandsmarkterschließung auf äußerst geringes Interesse stoßen. Diese Tatsache ist überraschend, da als weiteres Problemfeld mangelnde Informationen über kulturelle Unterschiede, Steuersysteme oder die räumlichen Gegebenheiten vor Ort angeführt werden.

Die Auswertung der statistischen Daten entspricht eher letztgenannter Argumentation. Hier wird eine unterdurchschnittliche Auslandsmarkterschließung in der Region deutlich, jedoch muss der große Anteil kleiner Unternehmen aus traditionellen Branchen (Handwerker etc.) sowie die hohen absoluten Umsatzzahlen des Lkr. Altötting beachtet werden (vgl. Kap. 1.3.2).

Chancen und Risiken

Ein sinnvoller Ansatz zur Verstärkung der Internationalisierung der regionalen Firmen zeichnet sich in der Kooperation von großen, schon auf Auslandsmärkten aktiven Unternehmen und kleinen Partnern, wie z.B. derzeit noch nicht international tätigen Zulieferern, ab. Gerade für qualitativ hochwertige Waren sind große Absatzpotenziale auf ausländischen Märkten zu finden. Das grenznahe Ausland sollte dabei zunächst im Vordergrund stehen. Der Raum Salzburg prosperiert aktuell sehr, so dass die Region 18 hiervon stark profitieren kann. Gerade in den Landkreisen Berchtesgaden und Traunstein sollte die Nähe zu Salzburg nicht als Bedrohung, sondern als Chance für die wirtschaftliche Entwicklung aufgefasst werden.

Viele Unternehmen scheinen nur mangelnd für das Thema Auslandsmarkterschließung sensibilisiert. Diese sehr vorsichtige und ablehnende Mentalität gilt es vorrangig zu ändern. Dabei sollten schlechte Erfahrungen anderer Unternehmen bei der Auslandsmarkterschließung keinen Hinderungsgrund darstellen.

Überstaatliche Kooperationen sind häufig trotz Bemühen der Unternehmen sehr schwer zu etablieren. Insbesondere österreichischen Partnern werden in diesem Zusammenhang eine mangelnde Kooperationsbereitschaft und „Marktschutzmechanismen“ vorgeworfen (vgl. auch Haas/Oechsle 2002, S.105).

³¹ So können die Teilnehmer nur wenige Gemeinsamkeiten der Gesamtregion nennen, die sich zumeist wiederum auf die weichen Standortfaktoren Kultur und Freizeit („schöne Landschaft“, „kulturelles Angebot“, „Lebensart“, „Attraktivität für den Tourismus“) beziehen.

SWOT Internationalität / Auslandsmarkterschließung	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Herstellung von qualitativ hochwertigen Produkten ▪ Bestehende grenznahe Unternehmenskooperationen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teilweise zu geringe Ausrichtung auf internationale Märkte ▪ Geringe Information bei Unternehmen über Kultur, Sprache, Steuersystem auf ausländischen Märkten ▪ Beratungsangebote zur Auslandsmarkterschließung finden schwache Resonanz
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kooperation zwischen großen und kleinen Unternehmen ▪ Hohe Qualität der regionalen Produkte ▪ Nutzen von Prosperität des Salzburger Raumes 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unzureichende Sensibilisierung der Unternehmen ▪ Negative Erfahrungen auf ausländischen Märkten ▪ Geringe Kooperationsbereitschaft in Österreich

Unternehmensgründungen

Stärken und Schwächen

Bezüglich der *gründungsbezogenen Rahmenbedingungen* können der Region einige Stärken konstatiert werden. So bieten verschiedene Institutionen wie Regionalbanken und Sparkassen, die IHK oder Wirtschaftsförderungseinrichtungen Gründerseminare und Qualifizierungsmaßnahmen an, die eine gute Resonanz erfahren. Die Fachhochschule Rosenheim bietet gezielte Existenzgründerseminare für ihre Hochschulabsolventen an und verzeichnet bei den bisherigen Jungunternehmern vergleichsweise wenige Insolvenzen.

Das Gründerzentrum („Dienstleistungszentrum“) in Rosenheim ist derzeit sehr erfolgreich und wird voraussichtlich in wenigen Jahren finanziell eigenständig agieren, also ohne städtischen Zuschuss auskommen. Die dort angebotenen Dienstleistungen und Kontakte für Gründer werden als wichtig und sehr hilfreich angesehen. Im Gegensatz dazu ist das Gründerzentrum Freilassing im Berchtesgadener Land aufgrund zu geringer Nachfrage mittlerweile insolvent.

Generell zeigt sich im Gründerverhalten der Stadt Rosenheim gegenüber den anderen Teilräumen eine unterschiedliche Situation: So finden hier mehr innovative Gründungen in Dienstleistungsbereichen (z.B. Information und Kommunikation) statt, während im Ländlichen Raum verstärkt Gründer aus traditionellen Wirtschaftssektoren (Handwerk) zu finden sind. Die Vertreter der Stadt Rosenheim verweisen in diesem Zusammenhang auf die Attraktivität ihrer Stadt für Dienstleistungsunternehmen.

Ferner wird festgestellt, dass Gründer aus traditionellen Wirtschaftsbereichen häufiger mit ihrer Geschäftsidee nicht überzeugen könnten, was das Risiko der Insolvenz erhöhe. Gerade Gründungen aus der Arbeitslosigkeit seien häufig nicht erfolgreich. In diesem Zusammenhang wird auch die staatliche Förderung für Gründungen aus der Arbeitslosigkeit kritisiert. Auch fehle Neugründern häufig die

geeignete Finanzgrundlage, da viele Banken nicht bereit seien, Gründerkredite zu gewähren.

Darüber hinaus spielt auch die Gründermentalität und -motivation eine Rolle. Hier sind insbesondere fehlende Gründungsanreize für Ingenieure, Führungspersonal und sonstige Hochqualifizierte als Schwäche zu erwähnen.

Chancen und Risiken

In zunehmenden Gründungsaktivitäten in der Region ist ein gewisses Entwicklungspotenzial zu sehen, wobei aber differenziert werden muss: Gründungen aus der Hochschule und von Hochqualifizierten werden bevorzugt. Gegenüber Gründungen aus traditionellen Bereichen wie dem Handwerk oder dem Einzelhandel wurde seitens der Fachvertreter größere Skepsis laut.

Einrichtungen der öffentlichen Hand wie Gründerzentren oder eines „Gründerservice“ mit umfassenden Beratungsleistungen werden nur dann begrüßt, wenn der Eingriff in die Marktmechanismen nicht zu groß ist und ein effizientes Management der Zentren sichergestellt werden kann. Entsprechend sind in einer unzureichenden Beratung von Gründern und der Förderung von nicht zukunftsfähigen Gründungen Hemmnisse in der regionalen Wirtschaftsentwicklung zu sehen.

Dabei wird auch die Forderung laut, dass die Gründerberatung nicht von öffentlichen Institutionen wie der Wirtschaftsförderung vorgenommen werden sollte, sondern von IHK und HWK. Die Professionalität der Gründerberatung steht damit im Vordergrund, dies zeige sich auch, wenn unprofessionell geführte Gründerzentren erfolglos blieben.

SWOT Unternehmensgründungen	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gründerseminare und Qualifizierungsangebote von Banken, Sparkassen, IHK und Wirtschaftsförderung ▪ Existenzgründerseminare der FH Rosenheim ▪ Dienstleistungszentrum Rosenheim 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Insolvenz des Gründerzentrums Freilassing ▪ Unzureichende Verfügbarkeit von Gründungskapital ▪ Fehlende Gründungsanreize für Hochqualifizierte
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entwicklung einer Gründungsdynamik ▪ Weiterentwicklung der Gründerförderung (Gründerzentren, Gründerberatung) ▪ Innovative Gründungen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unzureichende Gründungsvorbereitung und Gründungsberatung ▪ Unprofessionalität in Gründungsberatung und Management von Gründerzentren ▪ Skepsis gegenüber Gründungen aus traditionellen Bereichen

1.2.5 Handlungsbedarf im Bereich Wirtschaft

Auf Grundlage der Ausführungen in den drei vorangegangenen Abschnitten werden nun strategische Handlungsfelder für die wirtschaftliche Entwicklung der Region 18 benannt. Dies erfolgt anhand folgender Steuerungsmöglichkeiten

- Gestaltung von Rahmenbedingungen
- Kooperation und Organisation sowie
- Qualifikation und Bildung.

Gestaltung von Rahmenbedingungen

Die Rahmenbedingungen für Unternehmen sind für die Regionalpolitik am unmittelbarsten beeinflussbar und somit gut geeignet, der Wirtschaftsstruktur gezielte Impulse zu geben.

Verkehrsinfrastruktur

Als Handlungsfeld ist hier neben den (schon bekannten) Ausbauerfordernissen der Autobahnen (A8/A94) und Bundesstraßen (beispielsweise B15, B304) im Speziellen der *Schienerverkehr* zu sehen. Gerade die Verlagerung von Gütertransporten auf die Schiene und die dadurch entstehende Entlastung des Straßenverkehrs sollte in diesem Zusammenhang stärker forciert werden, da der Straßenverkehr in der Region 18 die Belastungsobergrenze erreicht hat sowie der Zeitpunkt des Neubaus der A94 zwischen Forstinning und Ampfing aus juristischen Gründen weiterhin ungewiss ist (vgl. Sebald 2006).³²

Darüber hinaus wird für eine steigende Zahl von Unternehmen der Region die *Anbindung an die Flughäfen* München und Salzburg wichtiger. Hier sind entsprechende Ausbaumaßnahmen zur Anbindung der Region an die Flughäfen (z.B. „Walpertskirchner Spange“) erforderlich und mit Nachdruck einzufordern. Bezüglich des Flughafens Salzburg wäre es wünschenswert, dass mehr deutsche Destinationen bzw. häufigere Anbindungen dieser in den Flugplan aufgenommen werden.

Wirtschaftsförderung

Die Unterstützung der Wirtschaft durch die öffentliche Hand ist abhängig von der Unternehmensgröße zu sehen. Größere Unternehmen, vorrangig aus der Industrie, zeigen sich gegenüber eines verstärkten Beratungs- und Serviceangebots der

³² Im September 2006 hat der Europäische Gerichtshof (EuGH) entschieden, dass der Naturschutz in Regionen, die der EU-Kommission als besonders schützenswerte Biotop gemeldet sind, Vorrang hat. Dies ist im Isental bei Dorfen, wo die neue Autobahn laut aktuellem Planungsstand verlaufen soll, der Fall.

Wirtschaftsförderung skeptisch und sind größtenteils der Meinung, eine derartige Unterstützung nicht zu benötigen.

Kleine Unternehmen hingegen befürworten die Angebote der Wirtschaftsförderung sehr und sehen einen hohen Nutzen darin. In Bezug auf diese Unternehmensgrößen und insbesondere im Dienstleistungsbereich ist ein gutes Potenzial für Wirtschaftsförderungseinrichtungen vorhanden, neben des üblichen Dienstleistungsangebots als *Initiator und Mediator von Unternehmenswerken* zu fungieren. Wichtig ist dabei ein professionelles Management, wie das Beispiel des ROSIK e.V. zeigt.³³ Des Weiteren kommt der Wirtschaftsförderung eine entscheidende Rolle bei der *Auslandsmarkterschließung* und *Gründerförderung* von Unternehmen zu (vgl. nachfolgende Abschnitte).

Die in Kap. 1.2.2 dargestellte Fokussierung der Regionalpolitik auf kleine und mittlere Unternehmen ist somit für die Region 18 als sinnvolle Entwicklungsstrategie anzusehen. Dabei ist zu beachten, dass eine konsequente Wirtschaftsförderung zugunsten von kleinen Unternehmen erst seit wenigen Jahren in der Region betrieben wird und bei den Unternehmen wenig bekannt ist. Es ist aber abzusehen, dass sich die Angebote etablieren und entsprechend wahrgenommen werden.

Gründerförderung

Im Bereich Unternehmensgründungen ist trotz einer Reihe von Hindernissen und Risiken ein gewisses Entwicklungspotenzial für die Region zu sehen. Insbesondere Neugründungen im Dienstleistungsbereich erhöhen dessen Anteil an der Bruttowertschöpfung und helfen somit, die Wirtschaftsstruktur Südostoberbayerns zu diversifizieren.

Eine umfassende *Beratung von Neugründern* ist für deren wirtschaftlichen Erfolg unabdingbar und sollte deswegen im Vordergrund stehen. Weiterhin müssen hinreichende Möglichkeiten der *Gründungsfinanzierung* gegeben sein (vgl. nachfolgenden Abschnitt). Insgesamt ist eine gemeinsame Unterstützung von Neugründern sinnvoll, bei der eine genaue Abstimmung der Angebote der jeweiligen Institution wichtig ist.³⁴

Des Weiteren ist die Einrichtung von *Gründer- und Technologiezentren* eine zentrale Hilfestellung für Neugründer und ein probates Mittel, wie das Beispiel des Dienstleistungszentrum Rosenheim zeigt. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass Existenzgründerzentren kein Alleinstellungsmerkmal einer Stadt darstellen, das Gründer dazu veranlasst, sich in einer bestimmten Stadt niederzulassen (vgl. Genosko 2000, S.16). In der Region 18 sollte vor der Etablierung neuer Gründer-

³³ Der ROSIK e.V. beschäftigt einen hauptamtlichen Geschäftsführer. Finanziert wird der Verein von Mitgliedsbeiträgen und Spenden sowie von Stadt, Stadtwerken und Sparkasse Rosenheim (vgl. <http://www.rosik.com>).

³⁴ So bietet beispielsweise die Wirtschaftsförderung des Lkr. Mühldorf und das IHK-Gremium Rosenheim gemeinsame Veranstaltungen zur Gründerberatung an. Weiterhin gibt es z.B. in der Landeshauptstadt ein von der Stadt München und der IHK gemeinsam unterhaltenes „Gründerbüro“.

und Technologiezentren zunächst die Entwicklung der bestehenden Zentren (Rosenheim, Töging a. Inn, Prien, Freilassing) beobachtet werden.

Rahmenbedingungen der Finanzierung

Neugründer und investierende KMU sind auf entsprechende finanzielle Rahmenbedingungen angewiesen. Eine grundsätzliche Verfügbarkeit von Kapital ist für die positive wirtschaftliche Entwicklung einer Region unabdingbar.

Aufgrund dessen ist bei der Vergabe von *Fremdkapital* eine verstärkte Risikobereitschaft der Banken und Sparkassen anzuregen. Häufig haben gerade kleine und mittlere Unternehmen aufgrund mangelnder Liquiditätsnachweise wenig Möglichkeiten, Kredite zu erhalten.

Darüber hinaus ist bei den Unternehmen auf die verstärkte Nutzung von *Beteiligungskapital* (Eigenkapital) als Finanzierungsquelle hinzuwirken. Mögliche Hemmnisse („Inhaberprinzip“) müssen an dieser Stelle konsequent abgebaut werden. Die Etablierung von Beteiligungskapitalgesellschaften als Kooperation zwischen Banken, Sparkassen, Unternehmen und der öffentlichen Hand (wie im Falle der Altöttinger Unternehmens Beteiligungsgesellschaft AUBG) empfiehlt sich dabei als sinnvolle Maßnahme, um KMU einen vertrauenswürdigen Rahmen der Eigenkapitalfinanzierung zu bieten.

Attraktivität für Arbeitskräfte

Angesichts des Mangels an Fachkräften, insbesondere bei Hochqualifizierten, kann die Region Südostoberbayern ihren Bedarf an Arbeitskräften nicht alleine durch das vorhandene Humankapital decken. *Exogenes Humankapital*, also der Zuzug von Fachkräften in die Region und damit der bereits thematisierte Wissenszufluss von Außen, ist für die wirtschaftliche Entwicklung von großer Bedeutung.

Hierbei besteht für die Attraktivität der Region insbesondere bei der Verfügbarkeit von hochwertigen Wohnimmobilien in angemessener Preislage oder eine gute Verkehrsanbindung Handlungsbedarf. Darüber hinaus ist die Sicherstellung einer guten sozialen und Bildungsinfrastruktur (Kindergärten, Schulen, Daseinsvorsorge etc.) ein wichtiger Faktor.

Aufgrund der sehr positiven Einschätzung des Kultur- und Freizeitangebots in Südostoberbayern (vgl. Kap. 1.2.3) scheint hier kein oder nur wenig Verbesserungspotenzial gegeben. Vielmehr sollte die verbesserte Kommunikation der hohen Lebensqualität der Region auf überregionaler Ebene im Vordergrund stehen, um die Region im Wettbewerb um hochqualifizierte Arbeitskräfte besser zu positionieren.

Organisation und Kooperation

Das Handlungsfeld Organisation und Kooperation bietet die Möglichkeiten, zum einen durch Veränderung oder Erschaffung von Organisationsformen und zum anderen durch die Etablierung von Netzwerken gezielte Entwicklungsimpulse in der Wirtschaft zu setzen.

Über die Aktivitäten des regionalen Planungsverbands hinaus kann die Konstituierung einer „Europäischen Metropolregion München“ insbesondere für die westlichen Landkreise der Region 18 und die Stadt Rosenheim eine große Rolle spielen, zumal die räumliche Abgrenzung einer solchen Metropolregion z.T. noch offen ist (vgl. IHK 2003, S. 6; Thierstein et. al. 2006; S. 59ff.).³⁵ Aufgrund dessen stellt die Zusammenarbeit mit und Zugehörigkeit zur Metropolregion München für die gesamte Region 18 ein wichtiges Handlungsfeld dar, auf das explizit in den weiteren Arbeitsschritten des Gutachtens (Entwicklung von Strategien und Maßnahmen) eingegangen werden soll.

Gemeinsames Immobilien- und Gewerbeflächenmanagement

Ein überkommunal organisiertes Immobilien- und Gewerbeflächenmanagement kann die Problemfelder des Angebotsüberhangs, der Versorgung von KMU mit Gewerbeflächen und der schlechten Verfügbarkeit von großen Gewerbeflächen lösen. Des Weiteren könnten auch Engpässe bei Wohnimmobilien beseitigt werden, die aktuell die Attraktivität für qualifizierte Arbeitnehmer beeinträchtigen. Voraussetzung hierfür ist ein finanzieller Mechanismus, der die Gewerbesteuer ausfälle ausgleicht und somit Verlustsituationen bei den Gemeinden vermeidet, da ansonsten keine ausreichende Kooperationsbereitschaft bei Kommunen und Gebietskörperschaften zu erwarten ist.

Darüber hinaus setzt ein gemeinsames Immobilienmanagement gezielte Schwerpunkte der wirtschaftlichen Entwicklung von Teilräumen. So könnten bspw. unerwünschte Ansiedelung von Industriebetrieben in den touristischen Räumen sowie großflächige Einzelhandelsansiedelungen in Rosenheimer Umlandgemeinden oder im Berchtesgadener Land vermieden werden. Möglichkeiten, diese Ansiedelungen zu verhindern, sind im Aufkaufen einzelner Gewerbeflächen durch Gebietskörperschaften sowie der Aufstellung restriktiver Flächennutzungspläne zu sehen.

³⁵ So wird die Metropolregion von der IHK für München und Oberbayern mit der Planungsregion 14 (Kernstadt München mit Lkr. München, Ebersberg, Erding, Freising, Dachau, Fürstenfeldbruck, Starnberg und Landsberg am Lech) gleichgesetzt (vgl. IHK 2003, S. 6), in dem erst kürzlich veröffentlichten Gutachten von Thierstein et. al. (2006) jedoch weiter gefasst: „Wir verstehen [...] unter der Europäischen Metropolregion München einen Raum, der sich in einer Annäherung durch die Eckpunkte Augsburg, Ingolstadt, Landshut, Rosenheim, Bad Tölz, Weilheim, Landsberg am Lech, jeweils samt ihren funktionalen Einzugsbereichen, definieren lässt“ (S. 59).

Standortvermarktung

Die angeregte Einführung sog. *Regionalmanager* stellt ein wichtiges Handlungsfeld für eine institutionelle Neuorganisation dar (vgl. Kap. 1.2.4). Darüber hinaus ist die *Vermarktung von Produkten* (beispielsweise der Ernährungswirtschaft) in einem regionalen Kontext („Produkte aus Südostoberbayern“) vorstellbar.

Die Vermittlung eines gemeinsamen Images der Region 18, um Unternehmen und Investoren, aber auch Fachkräfte aus anderen Regionen für Südostoberbayern zu gewinnen, erscheint angesichts der Heterogenität und der wenigen Gemeinsamkeiten der Region als problematisch. Als hauptsächlicher Hinderungsgrund wurde in den Expertenrunden häufig der *politische Opportunismus* genannt, also das Ausnutzen einer Situation zu den eigenen Gunsten, gegebenenfalls zu Lasten anderer. Diesen gilt es zunächst auszuschließen.

Unternehmensnetzwerke und Standortspezialisierung

Der zentrale Vorteil von *Unternehmensnetzwerken* liegt in Einspareffekten wie z.B. durch die gemeinsame Nutzung von Infrastruktur. Aber auch die Nutzung gemeinschaftlicher FuE-Einrichtungen ist von zentraler Bedeutung und kann dazu beitragen, die Innovationsfähigkeit der Unternehmen in der Region 18 zu fördern. Außerdem bietet die Zusammenarbeit großer und kleiner Unternehmen große Chancen der Auslandsmarkterschließung für KMU. *Branchenübergreifende Netzwerke* sind dabei seitens der Regionalvertreter noch wenig gefragt. Jedoch ergeben sich auch hier Potenziale beispielsweise durch einen verstärkten Informations- und Erfahrungsaustausch. In diesem Fall kann durch die Vernetzung eine Interessensbündelung entstehen, die gerade für kleinere Unternehmen große Potenziale birgt. Zusammenfassend sind demnach verstärkte Aktivitäten der Regionalpolitik und Wirtschaftsförderung zur Etablierung von Unternehmensnetzwerken sehr wünschenswert.

Außerdem sind in Südostoberbayern *Wertschöpfungssysteme*³⁶ in verschiedenen Branchen zu erkennen, am stärksten ausgeprägt sicherlich in der Chemiebranche, aber auch im Bereich der Ernährungswirtschaft oder Holzwirtschaft. Bei kleinen und mittelständischen Unternehmen sind hier im Speziellen der Handwerksbereich und IuK-Dienstleister zu nennen, die beispielsweise über die Rosenheimer Initiative zur Förderung der Informations- und Kommunikationstechnik (ROSIK) miteinander verflochten sind. Die Wertschöpfungssysteme zeigen Tendenzen einer Standortspezialisierung im Sinne des *Clusteransatz*' auf (vgl. auch Kap. 1.2.3, Anhang II). Hierbei bietet es sich an, Standortvorteile von räumlichen Ballungen durch Synergieeffekte, die gemeinsame Nutzung von Infrastruktureinrichtungen

³⁶ Im Gegensatz zum weiter gefassten Begriff der Netzwerke spricht man von einem Wertschöpfungssystem, wenn ein direkter Beitrag eines Unternehmens zu einer Wertschöpfungskette erfolgt (vgl. Wildemann 2000).

oder Wissens- und Informationsaustausch in der Region zu realisieren.³⁷ Dabei sollten die in Kap. 1.2.2 erwähnten Beziehungen zu Akteuren außerhalb des Clusters beachtet und gefördert werden, um sog. „lock-in“-Effekte zu vermeiden.

Alle Teilregionen weisen gewisse Spezialisierungspotenziale auf. In oben erwähnter BIHK-Studie werden diesbezüglich neben der Chemie in Altötting nur in Rosenheim (in den Wirtschaftszweigen Information und Kommunikation, Medien, Logistik, Holz und Papier) sowie im Bereich Gesundheit/Wellness/Tourismus „ausgeprägte Cluster“ festgestellt.³⁸ Jedoch ist in einer gezielten „Clusterpolitik“ auch die Gefahr einer zu weit reichenden Einflussnahme in die Wirtschaftsstruktur (insbesondere im ländlichen Raum) zu sehen, die die wirtschaftliche Entwicklung nachhaltig behindern kann. Aufgrund dessen ist die Sinnhaftigkeit einer verstärkten *Standortspezialisierung* einzelner Wirtschaftsbranchen in der gesamten Region genau zu überprüfen (vgl. auch Genosko 1996, 2000).

Kooperationen im Bildungsbereich

In der Region existieren einige vorbildliche Beispiele für die direkte Zusammenarbeit von Unternehmen mit allgemein bildenden Schulen sowie den Hochschulen. Die FH Rosenheim wiederum bemüht sich um eine intensive Zusammenarbeit mit anderen Hochschulen, aber auch im direkten Kontakt zu Unternehmen. Beide Seiten – Unternehmen wie FH – betonen dabei die Nützlichkeit des Austauschs von Studenten, Diplomanden oder Praktikanten. Diesbezüglich sind Ausweitungen der Kooperation wünschenswert und vor dem Hintergrund der sich zukünftig weiter verstärkenden Probleme bei Verfügbarkeit und Akquisition von Arbeitnehmern sicherlich von großer Bedeutung (vgl. nachfolgender Abschnitt).

Grenzüberschreitende Kooperationen

Die Nähe zum momentan wirtschaftlich stark prosperierenden Salzburg sollte als Chance für die gesamte Region 18 angesehen werden. Die Wirtschaft kann dabei beispielsweise von einer besseren Anbindung des Salzburger Flughafens profitieren. Des Weiteren sind bei Teilen der südostoberbayerischen Unternehmen Potenziale in der Auslandsmarkterschließung zu sehen (vgl. Kap. 1.2.3). Hierbei ist im ersten Schritt sicherlich der österreichische Markt auf Salzburger oder Tiroler Seite attraktiv.

Darüber hinaus sind verstärkte Kooperationen mit österreichischen *Bildungseinrichtungen* wie den Universitäten Salzburg und Innsbruck für die in der Region 18 ansässigen Unternehmen, aber auch für Bildungsstätten wie der FH Rosenheim in Anbetracht der Arbeitnehmerproblematik wünschenswert.

³⁷ Als Beispiele für solche räumlichen Ballungen bieten sich das Chemiedreieck im Osten der Region, Unternehmen der Ernährungswirtschaft in der Region Traunstein oder die IuK-Branche im Raum Rosenheim an (vgl. GEFAK 2005, S.30; Haas/Oechsle 2002, S. 39ff.)

³⁸ Somit liegen lediglich die Chemie und der Bereich Gesundheit/Wellness/Tourismus außerhalb Rosenheims (vgl. Anhang II).

Die *EuRegio-Initiativen* (Salzburg/Traunstein/Berchtesgaden, Inn-Salzach, Inntal-Chiemsee-Kaisergebirge-Mangfalltal) bieten eine geeignete Plattform für die öffentliche Verwaltung, bspw. stärker mit der Region Salzburg oder Tirol zu kooperieren. So ist eine koordinierte Ausweisung von Gewerbeflächen oder Bauflächen für Wohnimmobilien denkbar.

Qualifikation und Bildung

Handlungsbedarf im Bereich Qualifikation und Bildung ergibt sich insbesondere in Bezug auf das verfügbare Humankapital. Die statistische Auswertung konnte eine vergleichsweise schlechte Ausstattung der Region mit qualifizierten Arbeitskräften nachweisen (vgl. Kap. 1.2.3). Auch viele Unternehmen beklagen einen Mangel an Fachkräften, etwa bei hochqualifizierten Arbeitnehmern wie auch bei Facharbeitern.

Entwicklung des endogenen Humankapitals (Nachwuchsförderung)

Im Rahmen der Nachwuchsförderung ist eine *aktive Rolle der Unternehmen* aller Größenordnungen und Branchen durch eine ausgeprägte Aus- und Weiterbildung entscheidend. Dabei ist nicht zuletzt der demografische Wandel zu berücksichtigen. Schon in etwa fünf Jahren werden sich aufgrund des fehlenden Nachwuchses und der zunehmenden Überalterung der Gesellschaft diverse Probleme ergeben, auf die die Unternehmen der Region vorbereitet sein sollten.

Im Hinblick auf den Ausbau der vorhandenen Bildungseinrichtungen sind in der *Etablierung von Privatakademien* oder in der *Einrichtung von Satelliten der FH Rosenheim* in den einzelnen Landkreisen Potenziale zu sehen. Gerade Akademien können als Schnittstelle zwischen schulischer und universitärer Ausbildung praxisorientiertes Wissen vermitteln, das den Qualifikationsanforderungen der Wirtschaft entspricht.

Neben dem Ausbau der FH Rosenheim, die als einzige Hochschule der Region eine Schlüsselfunktion bei der Entwicklung des Humankapitals besitzt, ist darüber hinaus die verstärkte *Zusammenarbeit mit regionsexternen Hochschulen* wie den Universitäten in Salzburg, Innsbruck, Passau oder München sowie den Fachhochschulen in Kufstein, Landshut oder Deggendorf anzustreben, um dem steigenden Bedarf an hochqualifizierten Arbeitskräften decken zu können.

Sensibilisierung der Unternehmen und Bevölkerung

Aufgrund der dargelegten Schwächen der Region bezüglich der Verfügbarkeit und Akquisition von Humankapital muss auf eine verstärkte Sensibilisierung der regionalen Akteure hinsichtlich dieses Themas hingearbeitet werden.

Zum einen muss dabei innerhalb der *Bevölkerung*, sowohl bei Kindern und Jugendlichen als auch bei älteren Personen der Wille zur Bildung und Weiterqualifikation gefördert werden, um über eine breite Basis an qualifizierten

Arbeitnehmern als endogenes Potenzial für die weitere wirtschaftliche Entwicklung zu besitzen.

Zum anderen sollten auch die *Unternehmen* sensibilisiert werden, stärker in die Bildung und Qualifikation der Bevölkerung zu investieren, um die Bildungseinrichtungen der öffentlichen Hand zu unterstützen. Dies kann mittels innerbetrieblicher Weiterbildung, aber auch durch Kooperation, Unterstützung oder Gründung von unternehmensexternen Bildungseinrichtungen geschehen.

1.2.6 Quellenverzeichnis

ARBEITSGEMEINSCHAFT BÄUERLICHE LANDWIRTSCHAFT E.V. (ABL) (Hrsg.):
Modellvorhaben Chiemgau/Inn/Salzach, Burgkirchen/Alz, 2002.

BATHELT, HARALD: Vom „Rauschen“ und „Pfeifen“ in Clustern: Reflexive Informations- und Kommunikationsstrukturen im Unternehmensumfeld, in: Geographica Helvetica Jg. 59, Heft 2, S. 93-105, 2004.

BAYERISCHER INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMERTAG (BIHK): Identifizierung und Bewertung Regionaler Cluster und Regionaler Innovations- und Produktionssysteme (RIPS) in Bayern, URL: http://www.muenchen.ihk.de/internet/mike/ihk_geschaetsfelder/standortpolitik, München, 2006.

BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG: Pendlerstatistik, München, 2003.

BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG: Gemeindedaten 2005, München, 2005a.

BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG: Statistisches Jahrbuch für Bayern 2005, München, 2005b.

BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, INFRASTRUKTUR, VERKEHR UND TECHNOLOGIE (STMWIVT): Allianz Bayern-Innovativ: Eckpunkte bayerischer Clusterpolitik, URL: <http://www.stmwivt.bayern.de/AllianzBayernInnovativ/>, München, 2006.

BÖMER, HERMANN: Ruhrgebietspolitik in der Krise, Dortmund, 2000.

CIMA (Hrsg.): Salzburg-Bayerische Strukturuntersuchung des Einzelhandelsverflechtungsbereichs, Salzburg, 2005.

GESELLSCHAFT FÜR ANGEWANDTE KOMMUNALFORSCHUNG (GEFAK) (Hrsg.): Strukturanalyse für den Landkreis Traunstein (unveröff. Gutachten), Marburg, 2005.

GENOSKO, JOACHIM: Wirtschaftsraum Rosenheim (unveröff. Gutachten), Ingolstadt, 1996.

GENOSKO, JOACHIM: Wirtschaftsraum Rosenheim 2000 (unveröff. Gutachten), Ingolstadt, 2000.

- HAAS, HANS-DIETER & OECHSLE, MICHAEL:** Innovationsklima im Raum Südostoberbayern / Grenzregion Österreich. Die Bedeutung der IuK-Branche für den Raum Rosenheim, Salzburg und Kufstein Gutachten des Instituts für Wirtschaftsgeographie der LMU München, München, 2002.
- HAAS, HANS-DIETER; HEINRITZ, GÜNTER; OECHSLE, MICHAEL; POPIEN, RALF:** Wirtschaftsraum Inn-Salzach: Strukturen, Potentiale und Entwicklungsstrategien, Gutachten im Auftrag des Städtebundes Inn-Salzach, München, 2002.
- HAHNE, ULF:** Regionalentwicklung durch Aktivierung intraregionaler Potenziale, München, 1985.
- HOPPE, ANDREA:** Europäische Regionalpolitik und ihre nationale Implementation, Opladen, 2001.
- INDUSTRIE UND HANDELSKAMMER (IHK) FÜR MÜNCHEN UND OBERBAYERN:** Metropolregion München – das Kraftzentrum Deutschlands. http://www.ihk-muenchen.de/internet/mike/ihk_geschaeftsfelder/standortpolitik/Anhaenge/metropolregion_muenchen.pdf, München, 2003.
- INDUSTRIE UND HANDELSKAMMER (IHK) FÜR MÜNCHEN UND OBERBAYERN:** IHK-Unternehmen in Oberbayern. URL: http://www.ihk-muenchen.de/internet/mike/ihk_geschaeftsfelder/standortpolitik/Anhaenge/ihk_unternehmen_lkr.pdf, München, 2005.
- INDUSTRIE UND HANDELSKAMMER (IHK) FÜR MÜNCHEN UND OBERBAYERN:** Strukturdaten für die Region Südostoberbayern. URL: http://www.ihk-muenchen.de/internet/mike/ihk_geschaeftsfelder/standortpolitik/Anhaenge/Region_S_dostobb_06.pdf, München, 2006.
- LESER, HARTMUT, HAAS, HANS-DIETER, MOSIMANN, THOMAS, PAESLER, REINHARD:** Diercke-Wörterbuch Allgemeine Geographie, München, 2005.
- KRIEGER-BODEN, CHRISTIANE:** Die räumliche Dimension in der Wirtschaftstheorie, Kiel, 1995.
- MAIER, GUNTHER & TÖDTLING, FRANZ:** Regional- und Stadtökonomik 2 – Regionalentwicklung und Regionalpolitik, Zweite Auflage, Wien, 2002.
- PORTER, MICHAEL:** Clusters and competitions, in: Porter, Michael: On competition, S. 197-287, Boston, 1998.

REHFELD, DIETER: Know-how vor Ort: Regionalisierung der Strukturpolitik seit den 1980er Jahren, in: Goch, Stefan (Hrsg.): Strukturwandel und Strukturpolitik, S.217-241, Münster, 2004.

REGIONALER PLANUNGSVERBAND SÜDOSTOBERBAYERN: Regionalplan für Südostoberbayern, Stand: 25.10.2005, URL: <http://www.region-suedostoberbayern.bayern.de/regplan>, Traunstein, 2005.

SEBALD, CHRISTIAN: Europarichter stärken Naturschutz im Isental, in: Süddeutsche Zeitung Nr. 213 vom 15. September 2006, S.45.

STERNBERG, ROLF: Von Gründungsaktivitäten in deutschen Regionen zu deutschen Gründungsregionen, in: Sternberg, Rolf (Hrsg.): Deutsche Gründungsregionen, S. 1-24, Berlin, 2006.

STERNBERG, ROLF: Clusteransätze in der regionalen Wirtschaftsförderung, in: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie Jg. 48, Heft 3-4, S. 164-181, 2004

STERNBERG, ROLF (Hrsg.): Deutsche Gründungsregionen, Berlin, 2006.

THIERSTEIN, ALAIN, GOEBEL, VIKTOR, FÖRSTER, AGNES: Das Feuer in der Europäischen Metropolregion München entfachen, Expertise zum Aufbau eines Initiativkreises Europäische Metropolregion München im Auftrag der Landeshauptstadt München, URL: http://www.raumentwicklung-tum.de/upload/Publikation/pdf/147_2_1165426144.pdf, München, 2006.

UNIVERSITÄT PASSAU: Zahlen, Daten, Fakten. URL: <http://www.uni-passau.de>, Passau, 2006.

WILDEMANN, HORST (Hrsg.): Supply Chain Management, München, 2000.

Datenbanken:

BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG: Genesis online, URL: <https://www.statistikdaten.bayern.de/genesis/online/logon>. Stand: Sept. 2006.

BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT: Statistikdatenbank der Arbeitsagentur, URL: <http://statistik.arbeitsagentur.de>. Stand: Sept. 2006.

1.3 Tourismus

1.3.1 Zusammenfassung

Der Tourismus im Untersuchungsgebiet weist eine grundsätzliche Zweiteilung auf. Zum einen finden sich in den westlichen alpinen Regionen und am Chiemsee tourismusintensivere Orte bzw. Teilgebiete, während im östlicher gelegenen Teilraum dieser Wirtschaftszweig deutlich schwächer entwickelt ist.

Grundsätzliche Problem- bzw. Risikofelder aus der Perspektive des Entwicklungskonzepts ergeben sich im Tourismus des gesamten Untersuchungsraums unter anderem durch

- einen klar feststellbaren Strukturwandel gepaart mit wirtschaftlichen Problemen auf der Betriebsebene (viele Privatvermieter beenden ihre Vermietertätigkeit, ebenso kämpfen viele kleine und mittlere Gewerbebetriebe der Branche mit Investitionslücken, gleichzeitig sind neue leistungsstarke Leitbetriebe nur sehr vereinzelt in Sicht)
- zunehmende Qualitätsmängel bei Ausstattung und Dienstleistung
- Investitionsstau bedingt durch Eigenkapitalmangel und restriktiverer Kreditvergaberichtlinien der Banken (BASEL II) im Bereich der Beherbergungsbetriebe und der Bergbahnen
- deutlich geringeren Anteil von gehobenen 4-Sterne und 5-Sterne-Betrieben in Relation zu den Mitbewerbern
- hohe Abhängigkeit vom Hauptmarkt Deutschland (zumeist mehr als 90 % der Gäste kommen aus diesem Markt)
- einen Reorganisationsbedarf auf der Orts- und Regionsebene (sinnvolle Bündelung von Kräften im touristischen Orts- und Regionsmarketing bzw. bei der Entwicklung neuer touristischer Angebote)
- finanzielle Nachteile gegenüber den Mitbewerbern im Alpenraum auf Ebene der touristischen Basisorganisationen bzw. Marketingorganisationen im internationalen Wettbewerb

Erste strategische Gegenmaßnahmen wurden ergriffen. Als Beispiele seien die Reorganisation des Tourismus im Berchtesgadener Land, die Aktion „Alpine Gastgeber“, erste Qualitätsoffensiven im Dienstleistungsbereich und die beginnende Restrukturierung in mehreren Kurorten der Region (unter anderem auch in Verbindung mit neuen infrastrukturellen Einrichtungen wie z.B. Thermalbädern) genannt.

Daraus ergeben sich folgende strategische Handlungsfelder:

Beherbergung

Vordringlich erscheinen im Bereich der Beherbergung Initiativen und Maßnahmen zur Verbesserung der Ausstattungs- und Dienstleistungsqualität in Verbindung mit regionalen und staatlichen Investitionsanreizen, eine Qualifizierungsoffensive zur Professionalisierung der Kleinstvermieter und Maßnahmen zur gezielten Ansiedelung von 4- und 5-Sterne-Betrieben an ausgewählten Standorten.

Touristische Sport- und Freizeitinfrastruktur

Eine Qualitätsoffensive im Bereich Ausstattung und Dienstleistung in Verbindung mit regionalen und staatlichen Investitionsanreizen auf Basis einer Bedarfsanalyse für Bergbahnen stellt für den alpinen Raum ein zentrales Handlungsfeld dar.

Die Restrukturierung der touristischen Organisationen auf Orts- und Regionsebene zur Schaffung zeitgemäßer Strukturen und besserer Bündelung der Mittel und Ressourcen gepaart mit einer Reduktion der organisatorischen Ebenen ist für das gesamte Untersuchungsgebiet in Angriff zu nehmen.

Qualitätsorientierte Optimierung der touristischen Dienstleistungskette im Sommer und im Winter bzw. in den Produktsparten.

Kooperationen, Netzwerke

Die Einbindung der Leistungsträger in verbindliche horizontale und vertikale Kooperationen und Netzwerke (z.B. Angebotsgruppen und produktorientierte Dienstleistungsketten) sollte eine Verbesserung der Angebotsqualität und effizientere Aktivitäten am Markt auslösen.

Gesetzliche Rahmenbedingungen

Die nachhaltige Regelung der Finanzierung der touristischen Basisorganisationen und des kooperativen örtlichen und regionalen Marketings stellt einen entscheidenden Faktor für die internationale Wettbewerbsfähigkeit dar.

1.3.2 Ziele und Schwerpunkte des Fachbeitrages

Für den Fachbeitrag Tourismus sind folgende Ziele und Schwerpunkte definiert worden:

- Strukturanalyse des Tourismus der Entwicklungsregion 18 auf Basis der touristischen Daten und Fakten
- Angebotsanalyse des Tourismus der Entwicklungsregion 18 auf Basis einer mit Tourismusexperten erstellten SWOT-Analyse
- Herausarbeiten von strategischen Handlungsfeldern für die Tourismuspolitik und von konkreten Handlungsempfehlungen für Politik und Wirtschaftstreibende im Tourismus der Region im Sinne des Entwicklungskonzepts für die Region. Insbesondere wurden dabei genannt: Maßnahmen zur Stärkung der Kooperation und der Qualität im Allgemeinen, aber auch die Möglichkeit der Nutzung weiterer strategischer Entwicklungsfelder wie Gesundheit/Wellness, Kultur u.a.m.

1.3.3 Fachliche Planungsvorgaben

Landesentwicklungsprogramm

Der Landesentwicklungsplan 2006 für Bayern beinhaltet in Bezug auf den Tourismus grundsätzliche Leitlinien und rahmengebende Aussagen. Er definiert die Schwerpunkte aus entwicklungspolitischer Sicht. Von besonderer Bedeutung ist die Verbesserung der Qualität der Tourismusangebote, die auch überregionale Vernetzung der Angebote (z.B. bei Wegenetzen) und die Rücksichtnahme bei raumbedeutsamen Maßnahmen. Er definiert für 5 Teilgebiete mit erheblichem Urlaubstourismus, wo nachfragegerechte qualitative Verbesserungen der Angebote den Tourismus nachhaltig sichern und weiterentwickeln sollen:

- (1) Berchtesgadener und Reichenhaller Land
- (2) Waginger See und Rupertiwinkel
- (3) Chiemgauer Alpen
- (4) Chiemsee mit Umgebung
- (5) Rosenheim/Oberinntal.

In zwei weiteren Gebieten mit in Ansatzpunkten vorhandenem und entwicklungs-fähigem Urlaubstourismus sollen Maßnahmen zur Erschließung für den Tourismus und zur Weiterentwicklung bestehender Ansätze gesetzt werden:

(33) Wasserburg a. Inn mit Umgebung

(34) Inn-Salzach-Gebiet.

Auch außerhalb der Tourismusgebiete kann vereinzelt die Entwicklung eines Urlaubstourismus in Betracht kommen.

Der weitere Ausbau des Urlaubstourismus in den Tourismusgebieten soll unter besonderer Berücksichtigung des Landschaftscharakters und der ländlichen Siedlungsstruktur sowie des Naturhaushalts erfolgen.

Das Heilbäderwesen soll als wichtiger Teilbereich des Tourismus marktgerecht fortentwickelt werden, der Weiterentwicklung des Urlaubs auf dem Bauernhof kommt besondere Bedeutung zu.

Große Beherbergungsanlagen sollen nur dann realisiert werden, wenn sie zu einer allgemeinen Verbesserung des Angebots an touristischen Einrichtungen im jeweiligen Gebiet beitragen.

Im Detail wird zudem noch auf Freizeitparks und deren Einbindung eingegangen.

Regionalplan Südostoberbayern 2002

Im Regionalplan Südostoberbayern 2002 sind für den Tourismus grundsätzliche Aussagen und Leitlinien zur Entwicklung des Tourismus in der Region insgesamt und in Teilgebieten enthalten. Es gibt ein Bekenntnis zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus insgesamt. Der Regionale Planungsverband legt besonderen Wert auf ökologische Belange und die umweltverträgliche Gestaltung des Tourismus.

Eingegangen wird insbesondere auf die Verbesserung der Zusammenarbeit in der Region, aber auch grenzüberschreitend mit Oberösterreich, Salzburg und Tirol.

Hinsichtlich der Angebotsentwicklung ist die Erhaltung und der Ausbau der Heilbäder ebenso explizit erwähnt, wie die Erweiterung des kulturellen Angebots, der Erhaltung und Entwicklung des Städtetourismus in den Inn-Salzachstädten, die Ergänzung und der Ausbau des Rad- und Wanderwegenetzes (auch mit Verbindungen nach Österreich), die Weiterentwicklung von Urlaub auf dem Bauernhof, die Schaffung eines Reitwegenetzes in Verbindung mit neuen Reiterhöfen und die Anlage von Golfplätzen als landschaftliche Golfplätze.

In den nördlichen Teilräumen der Region soll die Erholungs- und Tourismusfunktion ausgebaut und im Süden der Region qualitativ verbessert und saisonal verlängert werden.

Zusätzliche Bergbahnen, Skilifte und Skiabfahrten sollen nur zur Abrundung bestehender Anlagen zugelassen werden.

Es wurden 9 touristische Teilgebiete ausgewiesen und benannt und für diese Gebiete Planungsvorgaben definiert. Nach den bisherigen Erkenntnissen entsprechen die ausgewiesenen Teilgebiete nur bedingt der gelebten Praxis in den touristischen Organisationen. Die inhaltlichen Planungsvorgaben können jedoch überwiegend als relevant angesehen werden.

1.3.4 Trends

Die folgenden 10 Trends wurden von der ETC (European Travel Commission) im Jahr 2005 unter dem Titel „Megatrends of Tourism in Europe to the Year 2005 and Beyond“ veröffentlicht. Sie stellen aus Sicht des Gutachterteams für den Tourismusteil die für die Region bedeutsamsten Entwicklungen im Tourismus dar.

1. Demografische Veränderungen

Die Anzahl an älteren Personen wird stark ansteigen. Ihr gesundheitlicher Zustand wird besser sein als in der Vergangenheit und ihnen werden mehr finanzielle Mittel zur Verfügung stehen. Im Hauptherkunftsmarkt Deutschland wird die Bevölkerungszahl bis 2050 auf 69 Mio. bis max. 72 Mio.³⁹ sinken.

Aufgrund dieser Entwicklung wird die Anzahl an erfahrenen älteren Reisenden schneller steigen als die allgemeine touristische Nachfrage. Negativ auf dieses Segment könnten sich allerdings die sinkenden staatlichen Pensionen sowie das Anheben des Pensionsantrittsalters auswirken.

Auswirkungen auf den Tourismussektor

- Steigende Nachfrage nach Qualität, Komfort und Sicherheit
- Steigende Nachfrage nach einfachen Transportmöglichkeiten
- Steigende Nachfrage nach entspannenderen Beschäftigungs- und Unterhaltungsmöglichkeiten (z.B. Golfspielen)
- Steigende Nachfrage nach touristischen Angeboten für Alleinreisende
- Stärkere Nachfrage in der Vor- und Nachsaison

³⁹ Bundesamt für Statistik

- Im Marketing sollte weniger das Alter im Vordergrund stehen, sondern der Komfort.
- Die durchschnittliche Anzahl an Personen pro Haushalt wird weiterhin sinken, welches zu einem Anstieg der zur Verfügung stehenden Geldmittel führen wird. Für den Tourismus bedeutet dies eine steigende Nachfrage im Allgemeinen und besonders für Fernreisen und Kurzurlaube
- Steigende Nachfrage nach Luxus
- Steigende Nachfrage nach Spezialangeboten und –produkten
- Steigende Nachfrage nach Städtereisen und anderen Kurzurlaube – vor allem zu Zeiten, die normalerweise nicht besonders reiseintensiv waren
- Steigendes Interesse an Sommerdestinationen im Winter.

2. Gesundheit

Gesundheitsvorsorge wird weiterhin ein Top-Trend bleiben. Obwohl das steigende Bewusstsein für eine aktive Gesundheitsvorsorge nicht unbedingt das Nachfragevolumen generell steigern wird, so wird es mit Sicherheit die Entscheidung, in welcher Destination man seinen Urlaub verbringt und das Verhalten am Urlaubsort stark beeinflussen.

Auswirkungen auf den Tourismussektor

- Destinationen, die ein negatives Image im Hinblick auf Gesundheit haben (z.B. bedingt durch Umweltverschmutzung) werden in Zukunft stärker gemieden werden.
- Die Nachfrage nach reinen „Sommer-Strand-Sonne“-Angeboten wird weiter zurückgehen.
- Der Aktivurlaub wird an Popularität gewinnen und die Nachfrage an Einrichtungen bzw. Unterkünften, die diesem Urlaubstyp entsprechen, wird massiv steigen.
- Die Nachfrage nach Wellness-Angeboten und Produkten wird steigen.

3. Sinnsuche und Weiterbildung im Urlaub

Das durchschnittliche Ausbildungsniveau wird auch in den nächsten Jahren steigen. Das wird zu einer steigenden Nachfrage nach Kunst, Kultur und Geschichte führen. Immer mehr Urlauber werden auch nach spirituellen Erlebnissen und Sinnsuche im Urlaub verlangen.

Auswirkungen auf den Tourismussektor

- Steigender Bedarf an Spezialangeboten (z.B. Kreativurlaube, Pilgerreisen am Jakobsweg...)
- Stärkere Einbindung von Kunst-, Kultur- und Geschichtelementen bei Package Tours und selbst organisierten Urlaub
- Es wird eine kreativere Art der Kommunikation der Informationen notwendig.
- Die Nachfrage nach neuen Destinationen in Zentral- und Osteuropa wird steigen.
- Immer mehr Urlauber suchen nach emotionaler Befriedigung im Urlaub.

4. Immer weniger Freizeit

Die moderne Gesellschaft bringt es mit sich, dass immer mehr Leute weniger Freizeit zur Verfügung haben. Auf der anderen Seite besteht bei vielen verstärkt der Wunsch nach mehr Freizeit und Entspannung. Wird diesem Wunsch entsprochen wirkt sich dies allerdings negativ auf die zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel aus.

Auswirkungen auf den Tourismussektor

- Verstärkte Nachfrage nach Niedrigpreis-Produkten
- Steigender Bedarf an Entspannungsangeboten
- Kürzerer Haupturlaub – dafür zusätzlich mehrere Kurzurlaube

5. Steigende Reise-Erfahrung

Die Anzahl an urlaubserfahreneren Reisenden wird in den nächsten Jahren stetig ansteigen. Dies hat zur Konsequenz, dass die Urlauber vermehrt eine kritischere Einstellung gegenüber der gebotenen Qualität bzw. des Preis-/Leistungsverhältnisses haben.

Auswirkungen auf den Tourismussektor

- Immer härterer Wettbewerb zwischen den Destinationen
- Der Urlaub an sich wird verstärkt in direkter Konkurrenz mit alternativen Methoden des Geldausgebens stehen.
- Destinationen die nicht die notwendigen Standards erfüllen werden in Zukunft noch stärker und vor allem noch länger darunter leiden.

- Es entsteht ein Mix-Verhalten der Urlauber: dieser Urlaub einfach – der nächste luxuriös, dieser Urlaub Fernreise – der nächster Urlaub beim Privatvermieter in Niederbayern.
- Die Destinationstreue wird sich in den nächsten Jahren weiter reduzieren.
- Authentizität der Destination wird in den Vordergrund rücken – künstliche, austauschbare Destinationen in den Hintergrund.
- Höhere Individualität bzw. Personalisierung des Angebots (z.B. durch maßgeschneiderte Urlaubspakete statt Standardangeboten)
- Befriedigt eine Destination die Wünsche und Bedürfnisse des Urlaubers, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass dieser im Laufe der Zeit wieder dort Urlaub macht.
- Der Wunsch nach Mobilität im Urlaub wird steigen und daher die Autovermietung zusätzlich stimulieren.
- Gute Tourismusdestinationen brauchen ein professionelles Destinationsmanagement.

6. Veränderter Lifestyle

In der westlichen Gesellschaft verändert sich der Lifestyle sukzessive. Für den Tourismus bedeutet dies, dass dieser Wandel die Auffassung der Touristen hinsichtlich ihrer Anforderungen und ihres Verhaltens beeinflusst.

Auswirkungen auf den Tourismussektor

- Das Freizeitverhalten wird stärker individualisiert – dies führt zu einer steigenden Nachfrage an kleinen Beherbergungseinheiten und/oder personalisierten und maßgeschneiderten Angeboten.
- Sinkende Nachfrage nach komplett durchorganisierten Urlauben bzw. Touren.
- Anbieter werden eher erfolgreich sein, wenn sie vollständig neue und innovative Produkte, Konzepte und Dienstleistungen schaffen.
- Verstärkte Spezialisierung von Anbietern in Bezug auf spezielle Hobbys und Interessen der Reisenden
- In einer als immer unsicherer wahrgenommenen Welt wird der Wunsch nach einem „zweiten Zuhause“ in einer Feriendestination immer stärker.
- Der Trend „Zurück zum Ursprung“ wird die Nachfrage nach einfacheren Urlaubsformen verstärken.

7. Informationstechnologien

Die Internet-Verbreitung wird auch in Zukunft stark anwachsen. Ganz besonders für den Tourismus wird die bestmögliche Nutzung des Mediums Internet und anderer Informationstechnologien zu einer wichtigen Grundvoraussetzung, um in der Fülle an Tourismusdestinationen bestehen zu können.

Auswirkungen auf den Tourismussektor

- Die Informationsvielfalt und –dichte im Internet wird es den Kunden immer leichter machen, Destinationen miteinander zu vergleichen – nur wer hier am neuesten Stand ist, wird erfolgreich sein.
- Erfahrene Urlauber werden ihren Urlaub vermehrt aus einzelnen Modulen zusammensetzen und diese individuelle Kombination buchen.
- Die Bedeutung der Reisebüros wird weiter abnehmen.
- Das Internet wird die klassische Rolle der Tourismusorganisationen transformieren (e-marketing, CRM, Destination Marketing)
- Destinationsmarketing wird an Bedeutung gewinnen.
- Die Verfügbarkeit von Detailinformationen über eine Destination bzw. einen Anbieter wird zum Erfolgsfaktor für jede Homepage.
- Sichere, übersichtliche und schnelle Online-Reservierbarkeit muss gegeben sein.

8. Neue Transportmöglichkeiten

Den Urlaubsgästen stehen immer mehr Anreisemöglichkeiten zur Verfügung – von Hochgeschwindigkeitszügen bis hin zu den so genannten Billigfluglinien – um an die gewünschte Destination zu gelangen.

Auch die Situation auf den Straßen wird sich in Zukunft ändern, da es durch das ständige Steigen der Fahrzeuganmeldungen öfters zu Überlastungen bzw. Staus kommen wird.

Auswirkungen auf den Tourismussektor

- Destinationen, die schnell und kostengünstig erreichbar sind, werden, vor allem im Bereich Kurzurlaub, stark profitieren, besonders wenn zusätzlich große Veranstaltungen und Events in der Vor- und Nachsaison organisiert werden.
- Die schnelle Erreichbarkeit mittels Hochgeschwindigkeitszügen bzw. Fluglinien werden den Städten und ihrem Umland einen Vorteil gegenüber den ländlichen Gebieten in Bezug auf Kurzurlaube verschaffen.
- Hochgeschwindigkeitszüge werden auf mittleren Entfernungen eine Alternative zu bestehenden Flugverbindungen.
- In der Hochsaison wird es vermehrt zu Überlastungen auf den Straßen kommen, und das wird sich negativ auf die Anreise per Auto auswirken.
- Fahrten mit der normalen Bahn werden weiter an Bedeutung verlieren.
- Die Vernetzung aller Transportmittel, die der Gast während seiner Anreise bzw. seines Urlaubs braucht oder benutzt, wird stattfinden.
- Kreuzfahrten – nicht nur im teuren Segment – werden wieder verstärkt nachgefragt.

9. Nachhaltigkeit

Das Umweltbewusstsein der Urlaubsgäste wird weiter ansteigen. Für den Tourismus bedeutet dies, dass nachhaltige Tourismusdestinationen – also solche wo sowohl die Natur als auch die Bevölkerung als Gastgeber, mit ihren Traditionen und ihrer Lebensqualität eine wichtige Rolle spielen – verstärkt nachgefragt werden.

Auswirkungen auf den Tourismussektor

- Der regionale Aspekt in einer Destination wird an Wichtigkeit gewinnen.
- Das Management der Destination muss durch konsequent nachhaltiges und schlüssiges, strategisches und operatives Planen verbessert werden.
- Destinationen in denen die lokale Bevölkerung hinter der touristischen Entwicklung steht, werden in Zukunft bevorzugt besucht.
- Destinationen, in denen es zu einer massiven Be- und Verbauung infolge der touristischen Entwicklung gekommen ist, werden vermehrt abgelehnt werden.
- „Öko-Tourismus“ oder „sanfter Tourismus“ darf nicht mit nachhaltigem Tourismus verwechselt werden.

10. Sicherheit

Berichte über Terrorismus, regionale Kriege und Konflikte, Umweltverschmutzung und andere Krisen (z.B. Vogelgrippe, SARS, etc.) sind leider zu einer Tatsache unseres täglichen Lebens geworden. Daraus resultierend bleibt die Sehnsucht nach Sicherheit und Geborgenheit.

Im internationalen Tourismus wird sich dies vor allem auf Destinationen auswirken, die als unsicher gelten.

Auswirkungen auf den Tourismussektor

- Der Wasserqualität wird eine größere Bedeutung zukommen (in Seen, Pools, Meer – aber auch der des Trinkwassers).
- Touristen werden schneller reklamieren, wenn das Angebot nicht den erwarteten Standards entspricht.
- Die Kosten, um größtmögliche Sicherheit garantieren zu können, werden rapide steigen.
- Die Tourismuswirtschaft wird sich besser auf eventuelle Krisensituationen vorbereiten müssen (z.B. Krisenmanagement bei Naturkatastrophen).

Welche gesellschaftlichen Trends sind darüber hinaus von Bedeutung?

Globalisierung

Im Zuge der Globalisierung wächst die ganze Welt zu einem großen Markt zusammen. Grenzen verschwinden – Kapital, Arbeitskräfte und Know-how wird dorthin verlagert, wo die Marktchancen am besten geeignet erscheinen. Für den Tourismus heißt es zu begreifen, dass die Welt ein großes Ganzes ist und es für viele Gäste keinen Unterschied mehr macht, ob man auf die Malediven oder in die Alpen fährt.

Trotz Internet und sonstiger IT-Entwicklungen wird die physische Mobilität zunehmen. Globalisierung heißt, in der ganzen Welt zu Hause sein zu können, unterwegs zu sein mit leichtem Gepäck, sich dem jeweiligen Ziel anzupassen. Doch braucht man, um global agieren zu können, immer wieder eine „heile, überschaubare Welt“ als Anker, um das Sein und seine Wurzeln noch ein wenig begreifen zu können.

Der weltweite Wettbewerb zwingt zu Zusammenarbeit oder größeren, weil stärkeren und schlagkräftigeren Unternehmen. Die Folge sind in der internationalen Wirtschaft

und auch im Tourismus Fusionen, die Bildung von Dienstleistungsketten (Reisebüro – Fluggesellschaft – Hotelkette) oder Kooperationen (von Orten, Betrieben oder Regionen).

Jahrzehnt der Frauen

Immer mehr Frauen sind berufstätig, verfügen über ein eigenes Einkommen und sind als eigene Zielgruppe für touristische Angebote ansprechbar. Sie bestimmen zudem maßgeblich die Urlaubsentscheidungen im Familienverbund.

Freizeitgesellschaft

Nachfolgende Bedürfnistrends definieren weitere Anforderungen an Produkte und Dienstleistungen aus Sicht der modernen Freizeitgesellschaft:⁴⁰

„More Quality for less money“

Der Gast arbeitet heute mehr für sein Geld als noch vor einigen Jahren – er verlangt deshalb dafür auch mehr. Insgesamt nehmen seine Anforderungen an professionelle Qualität und Bequemlichkeit zu, bei gleichzeitigem Druck auf die Preise.

Zeitsparende Angebote

Dass wir in einer Gesellschaft leben, in der immer mehr Freizeit verfügbar ist, ist ein Irrglaube der 80er Jahre – dies gilt vor allem für zahlungskräftige Urlauber, die de facto immer weniger Zeit haben. Daraus lässt sich eine extreme Zeitsensibilisierung des Gastes ableiten. Die Zeit wird zum Wettbewerbsfaktor. Zeit als wichtigstes Gut wird streng „kalkuliert“. Die Ansprüche an die Geschwindigkeit steigen (Reaktionszeiten, Aktualisierung etc.). Die Herausforderung liegt in der raschen, kompetenten und einer punktgenauen Kundenbetreuung (vom Erstkontakt, dem Aufenthalt bis hin zur Abreise und der Nachbearbeitung). Das per Internet einfach zugänglich gemachte Marktportal ermöglicht den Kunden einen einfachen und kritischen Preis-/Leistungsvergleich. Kürzer aber öfter urlaube ist gefragt.

⁴⁰ Abgeleitet von Prof. Dr. Thomas Bieger, Institut für Tourismus, St. Gallen

Emotionale Erlebnisse und Suche nach Authentizität

In einer rauen und entmenschlichten Arbeitswelt sucht der Gast wieder Bindungen, Ursprüngliches und Echtes. Dabei wird die perfekte Kopie eines heimeligen Originals dem mit schwankender unberechenbarer Qualität gekennzeichneten Original vorgezogen.

Lust auf die positive Überraschung in der Traumwelt

Der moderne Zeitgenosse hat sich an standardisierte Situationen in praktisch allen Lebensbereichen gewöhnt, erlebt werden höchstens noch negative Überraschungen. Er projiziert seine innersten Träume einer heilen Gegenwelt in Feriensituationen, in die perfekte Traumwelt, in der man sich positiv überraschen lassen kann.

1.3.5 Strukturanalyse

Überblick über das Bettenangebot und die Übernachtungen in der Region 18⁴¹

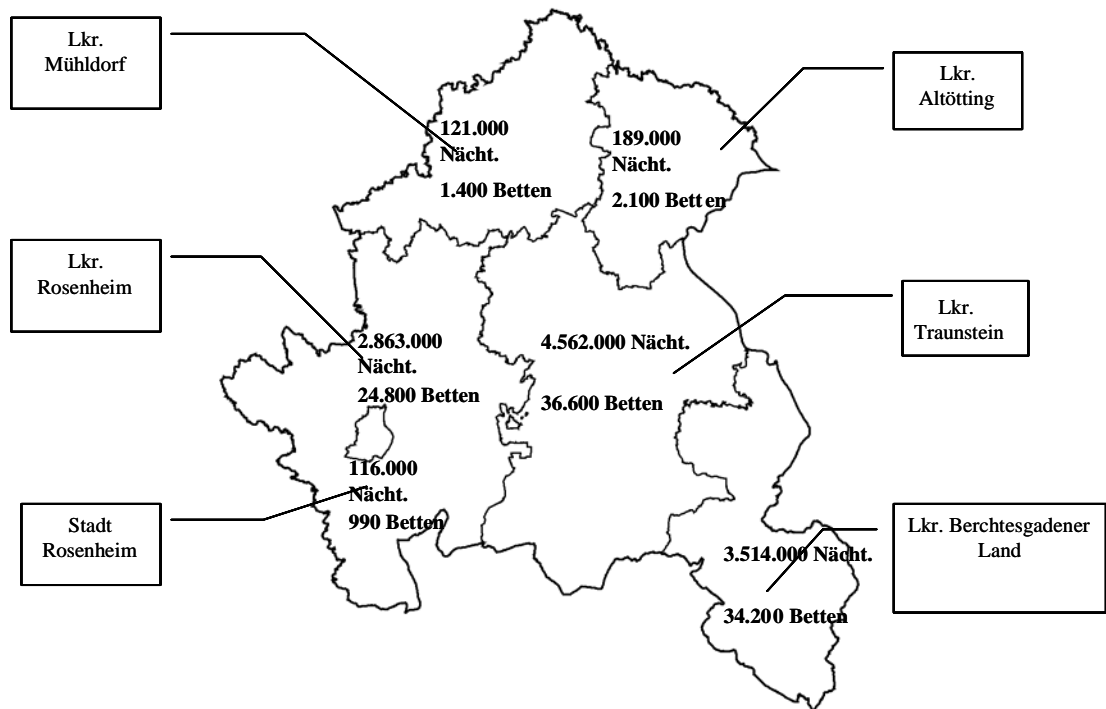


Abb. 1.3. - 1: Überblick Bettenangebot und Übernachtungen in der Region 18

Anmerkung: Aufgrund der nicht einheitlich vorhandenen und zur Verfügung gestellten Daten basieren die Zahlen auf zum Teil unterschiedlichen Berechnungsgrundlagen und können daher nur bedingt miteinander verglichen werden.

Dennoch geben sie einen groben Überblick über die touristische Dimension der Region und sind die Summe der recherchierten Daten. Ein Überblick mit einheitlicher Basis wird auf der nachfolgenden Seite dargestellt.

⁴¹ **Quellen:**

Grafik: Büro Auweck (ergänzt), Lkr. Rosenheim: Landkreis Rosenheim; Stadt Rosenheim: Stadt Rosenheim; Landkreis Altötting und Lkr. Mühldorf am Inn: Bayerisches Landesamt für Statistik (Daten nur von Betrieben über 9 Betten); Chiemgau: TVB Chiemgau (kleine Überschneidungen mit Landkreis Rosenheim); Berchtesgadener Land: Übernachtungen: Bayerisches Landesamt für Statistik (inkl. Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben mit unter 9 Gästebetten und modifiziert um Regionswerte aus Bayerisch Gmain und Bad Reichenhall); Betten: Bayerisches Landesamt für Statistik (nur Beherbergungsbetriebe mit über 9 Betten)

Touristischer Überblick auf Basis Bayerisches Landesamt für Statistik⁴²

Nachstehende Seiten geben einen Überblick über den Tourismus in der Region 18 auf Basis der offiziellen Statistiken des Bayerischen Landesamtes für Statistik. Aus strukturellen Gründen sind die von den Teilregionen ermittelten touristischen Daten nicht einheitlich und nicht in gleicher Qualität in den einzelnen Regionen vorhanden. Daher ist Vergleich auf Basis eigener Daten nicht möglich bzw. zielführend.

Um fachlich einen tieferen Einblick zu erlangen, wurden einzelne statistische Daten der Landkreise separat erhoben und gesichtet. Diese werden im Anhang detailliert dargestellt.

Tab. 1.3. - 1: Touristischer Überblick Entwicklungsregion 18

Berichtszeitraum: Jahr 2005						
	im Monat Juni		Jahr 2005			
	geöffnete Betriebe	angebotene Betten	Ankünfte	Übernachtungen	Auslastung der angebotenen Betten	durchschnittliche Aufenthaltsdauer
	Anzahl				in %	in Tagen
Landkreis Berchtesgadener Land	672	19.717	480.008	2.598.103	38	5,4
Landkreis Mühldorf am Inn	41	1.363	58.222	121.987	25	2,1
Landkreis Altötting	52	2.086	99.999	189.370	26	1,9
Landkreis Traunstein	752	22.035	475.164	2.501.493	32	5,3
Landkreis Rosenheim	408	16.137	479.472	2.002.357	35	4,2
Stadt Rosenheim	22	1.011	77.886	116.120	32	1,5
Region 18 gesamt	1.947	62.349	1.670.751	7.529.430	33	4,5
Bayern	13.755	554.583	23.760.390	70.458.928	35	3,0
Deutschland	52.877	2.521.989	120.573.874	343.981.015	37	2,9

Obige Tabelle zeigt den groben Überblick über die touristische Suprastruktur in der Region 18.

Insgesamt werden im Untersuchungsgebiet knapp 1.947 Beherbergungsbetriebe mit mehr als 9 Betten gezählt. In diesen Quartieren wurden 2005 in Summe 62.331 Gästebetten angeboten. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt somit bei den „professionell“ geführten Betrieben bei 32,0 Betten. Mit diesen Betten werden ca. 7,5 Mio. Übernachtungen erzielt, was einer durchschnittlichen Auslastung von 121 Vollbelegtagen oder 33,1 % entspricht.

Der Landkreis Traunstein verfügt mit insgesamt 22 tsd. Betten über die größte Beherbergungskapazität, gefolgt vom Berchtesgadener Land und dem Landkreis Rosenheim. Betrachtet man nur die Übernachtungszahlen in den Landkreisen, so ist der Landkreis Berchtesgadener Land mit knapp 2,6 Millionen Übernachtungen in gewerblichen Betrieben die touristisch gesehen stärkste Teilregion. Die Beherbergungsbetriebe mit mehr als 9 Betten sind im Durchschnitt zu 37,5% ausgelastet. Die Landkreise Traunstein und Rosenheim weisen Übernachtungen

⁴² Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (Betriebe unter 9 Betten sind nicht enthalten)

von 2,5 bzw. 2 Millionen Übernachtungen auf. Die Betriebe in diesen Landkreisen sind im Durchschnitt deutlich weniger gut ausgelastet.

Die Landkreise Altötting und Mühldorf am Inn sind ferientouristisch weniger stark erschlossen. In diesen beiden Landkreisen werden jährlich ca. 300 tsd. Übernachtungen verzeichnet. Die relativ hohe Bedeutung des Geschäftstourismus in diesen beiden Landkreisen sowie in der Stadt Rosenheim wird auch aus der deutlich kürzeren Aufenthaltsdauer ersichtlich (zwischen 1,5 Tagen (Rosenheim) und 2,1 Tagen (Mühldorf am Inn); dazu im Vergleich Berchtesgadenerland 5,4 Tage).

Tab. 1.3. - 2: Internationaler Vergleich Betriebsgröße, Auslastung und Aufenthaltsdauer 2005

	Tirol	Salzburg	Ober- österreich	Kärnten	Österreich	Südtirol	Region 18	Bayern	Deutschland
Betriebe	5.874	2.825	1.284	2.639	17.492	4.389	1.947	13.949	52.877
Betten	205.741	112.330	41.958	82.376	639.369	148.043	62.331	572.002	2.522.000
durchschn. Betriebsgröße	35	40	33	31	37	34	32	41	48
Nächtigungen	32.441.847	18.523.502	5.710.254	10.599.216	97.030.589	20.971.828	7.529.430	73.609.569	337.834.510
Ankünfte	6.945.576	4.491.578	1.925.974	2.187.744	25.555.868	4.041.994	1.670.751	23.851.888	116.411.000
Aufenthaltsdauer	4,7	4,1	3,0	4,8	3,8	5,2	4,5	3,1	2,9
Auslastung in %	43%	45%	37%	35%	42%	39%	33%	35%	37%

Quelle: Österreich: Statistik Austria; Schweiz: Bundesamt für Statistik "Tourismus in Zahlen"; Bayern: Bayerisches Landesamt für Statistik, "Fremdenverkehr in Bayern" (Summe der Gemeindegruppen); Südtirol: ASTAT, Fremdenverkehr in Südtirol 2004/05; Deutschland: Statistisches Landesamt Baden Württemberg (Daten von Betrieben unter 9 Betten nicht enthalten)

Berechnungen: Kohl & Partner

Der internationale Vergleich zeigt, dass die Betriebe der Untersuchungsregion im Durchschnitt kleiner und weniger gut bis zum Teil gleich ausgelastet sind, als jene der Vergleichsregionen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt im Bereich der ferientouristischen Destinationen.

Tab. 1.3. - 3: Zahl der Beherbergungsbetriebe in den Landkreisen der Region 18

	Anzahl Betriebe						
	Stadt Rosenheim	Landkreis Altötting	Landkreis Berchtes- gadener Land	Landkreis Mühldorf am Inn	Landkreis Rosenheim	Landkreis Traunstein	Region 18 gesamt
Hotels.....	6	9	45	6	35	46	147
Gasthöfe.....	10	25	69	13	111	107	335
Pensionen.....	2	7	80	6	37	84	216
Hotel garni.....	3	4	245	6	91	235	584
Zusammen...	21	45	439	31	274	472	1.282
Erholungs- und Ferienheime, Schulungsheime	-	2	22	7	26	23	80
Ferienhäuser, -wohnungen.....	-	2	192	2	86	250	532
Hütten, Jugendherbergen.....	1	3	7	1	9	4	25
Vorsorge- und Rehaklinken.....	-	-	12	-	13	3	28
Zusammen...	1	7	233	10	134	280	665
Insgesamt...	22	52	672	41	408	752	1.947
Campingplätze.....	1	1	9	1	14	23	49

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (Betriebe unter 9 Betten sind nicht enthalten)

Der obige Vergleich der Beherbergungsbetriebe zeigt das Angebot an Unterkünften mit mehr als 9 Betten laut Bayerischen Landesamt für Statistik. Nachstehend folgt eine Gegenüberstellung der zertifizierten Betriebe laut Angaben der Tourismusorganisationen.

Tab. 1.3. - 4: Zahl der zertifizierten gewerblichen Beherbergungsbetriebe in den Landkreisen der Region 18

Zertifizierte Betriebe						
Kategorie	LKr AÖ	LKr Mü	LKr Ro	Stadt Ro	LKr Bgl	LKr TS
5-Sterne	-	-	-	-	2	-
4-Sterne	4	-	11	1	15	12
3-Sterne	8	8	48	3	80	49
2-Sterne	-	2	11	1	15	18
1-Stern	-	-	-	-	-	-
gesamt	12	10	70	5	112	79
Betriebe im Lkr insgesamt	45	31	274	21	439	472
Anteil zertifizierte Betriebe in %	26,7	32,3	25,5	23,8	25,5	16,7

Quelle: Tourismusorganisationen

In den ferientouristisch entwickelteren Gebieten (Berchtesgadener Land, Traunstein und Rosenheim) stehen jeweils zwischen 70 und 112 zertifizierte Betriebe zur Verfügung. In den industrielastigen Landkreisen Altötting und Mühldorf am Inn sind es in Summe 22 zertifizierte Betriebe, wovon lediglich 4 im 4*-Bereich angesiedelt sind. Die Stadt Rosenheim nimmt als Vergleichsgröße eine Sonderstellung ein.

Auf Basis der offiziellen Statistik lässt sich feststellen, dass es im gesamten Untersuchungsgebiet im Jahr 2005 43 4-Sterne-Hotels und „nur“ 2 5-Sterne-Hotels gibt. Im Regelfall sind ca. ¼ der Betriebe offiziell zertifiziert. Nur im Lkr. Traunstein sind es mit knapp 17 % deutlich weniger.

Hotelstruktur

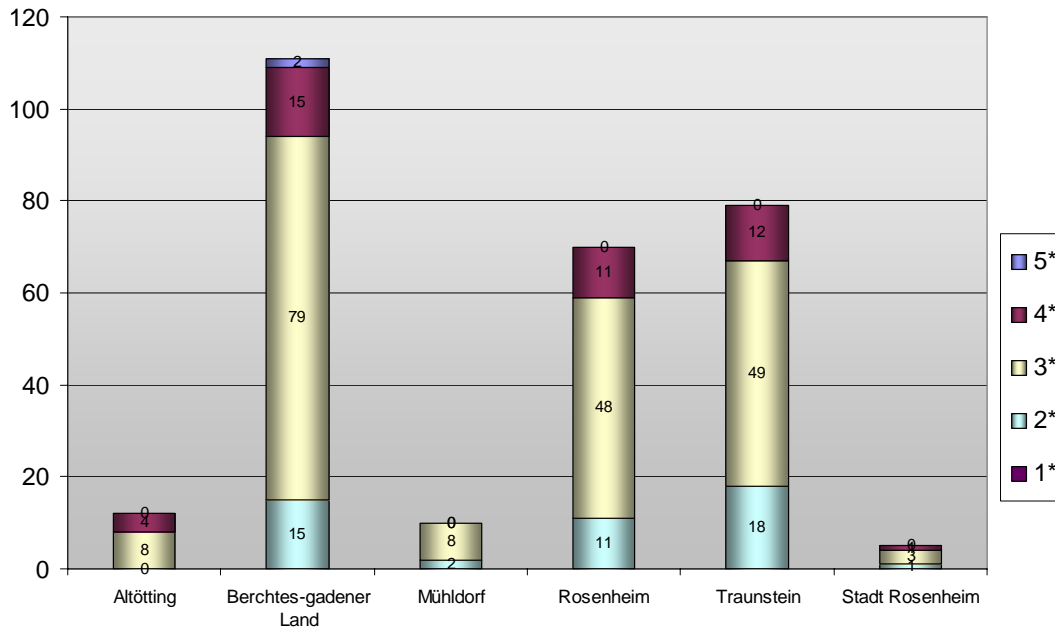


Abb. 1.3. - 2: Zertifizierte Beherbergungsbetriebe mit mehr als 9 Betten

Quelle: Tourismusorganisationen bzw. DEHOGA

Grundsätzlich ist festzustellen, dass beim Anteil der zertifizierten 4- und 5-Sternebetriebe in Relation zur Gesamtzahl der Betriebe kein gravierender Unterschied zwischen dem Untersuchungsgebiet und den benachbarten österreichischen Regionen Salzburg und Tirol festzustellen ist. Allerdings ist die Zahl der 5-Sternebetriebe in Salzburg und Tirol in Relation deutlich höher (hier nicht gesondert ausgewiesen).

Im unten stehenden grafischen Strukturvergleich erkennt man den überwiegenden Anteil an 3*-Betrieben in der Region 18. Im Vergleich ist der Anteil an 2-Sterne-Häusern (das sind in der Regel schwächer ausgestattete Pensionen und Gasthöfe) in den Nachbarregionen deutlich höher.

Hotelstruktur - Anteile im Vergleich

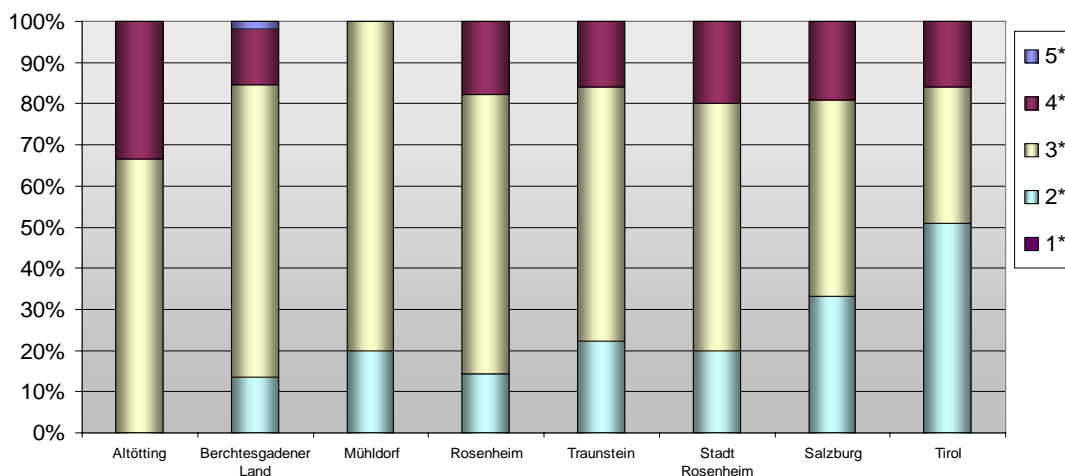


Abb. 1.3. - 3: Beherbergungsbetriebe nach Kategorien im internationalen Vergleich

Quelle: Statistik Austria; DEHOGA (Abstimmung TVB's)

Anmerkung: In der Grafik sind die 5-und 4-Sterne-Betriebe Salzburgs und Tirols als Gesamtzahl ausgewiesen.

Tab. 1.3. - 5: Zahl Gästebetten in Beherbergungsbetriebe mit mehr als 9 Betten in den Landkreisen der Region 18 im Jahr 2005

	Anzahl Betten						Region 18 gesamt
	Stadt Rosenheim	Landkreis Altötting	Landkreis Berchtes- gadener Land	Landkreis Mühldorf am Inn	Landkreis Rosenheim	Landkreis Traunstein	
Hotels.....	359	624	3.973	221	2.999	3.676	11.852
Gasthöfe.....	316	807	1.891	255	3.073	2.939	9.281
Pensionen.....		194	2.523	175	932	1.884	5.708
Hotel garni.....	221	120	4.185	305	2.024	4.435	11.290
Zusammen...		1.745	12.572	956	9.028	12.934	37.235
Erholungs- und Ferienheime, Schulungsheime			1.649	328	1.679	2.100	5.756
Ferienhäuser, -wohnungen.....			3.340		2.076	6.426	11.842
Hütten, Jugendherbergen.....		230	585		566	121	1.492
Vorsorge- und Rehaklinken.....			1.571		2.798	454	4.823
Zusammen...		341	7.145	407	7.109	9.101	24.103
Insgesamt...	1.011	2.086	19.717	1.363	16.137	22.035	62.349
Campingplätze.....							

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik

Bettenzahl nach Beherbergungskategorien Salzburg und Tirol 2005

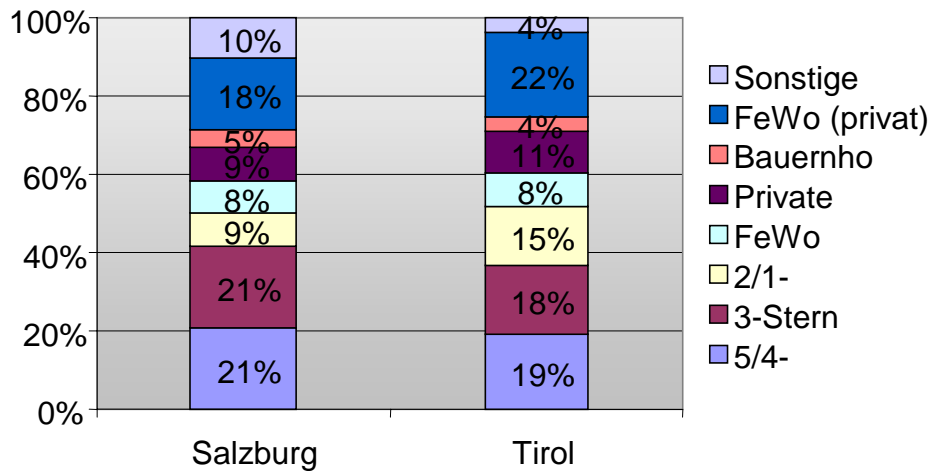


Abb. 1.3. - 4: Bettenzahl nach Beherbergungskategorien in Salzburg und Tirol

Quelle: Statistik Austria

Der Anteil der Betten im 4/5*-Bereich beträgt in den angrenzenden österreichischen Bundesländern Tirol und Salzburg jeweils ca. 1/5 der Gesamtbettenzahl aller Kategorien von Unterkünften. Insgesamt sind in diesen beiden österreichischen Bundesländern ca. 60% der Gästebetten im gewerblichen Bereich angesiedelt.

Tendenziell wird in Österreich in den letzten Jahren ein Anstieg an Ferienwohnungen und ein kontinuierlicher Rückgang an Privatzimmervermietern festgestellt.

Ein direkter Vergleich mit Österreich ist nur bedingt möglich. In Österreich erfolgt eine Unterscheidung nach gewerblichen und privaten Beherbergungsbetrieben (maximal 10 Gästebetten). Eine Feingliederung der Kategorien nach den Zertifizierungskategorien erfolgt in der öffentlichen Statistik des Bayerischen Landesamtes für Statistik nicht. Ebenso wenig werden die Daten der Betriebe mit weniger als 9 Betten von amtlicher Seite erfasst. Aufgrund genauerer Aufzeichnungen der Tourismusorganisationen in den Landkreisen Traunstein, Berchtesgadener Land und Rosenheim ist aber folgender Grobvergleich möglich:

Tab. 1.3. - 6: Vergleich Gästebetten nach Kategorien in %

Vergleich Anteil Gästebetten nach Kategorien in %												
Kategorie	Lkr TS		Lkr RO		Lkr BGL		Salzburg		Tirol		Kärnten	
Gewerbliche Betriebe	56%	20.475	68%	16.890	55%	18.796	68%	140.700	64%	242.944	64%	102.747
Privatvermieter bzw. Betriebe mit < 9 Betten	44%	16.087	32%	7.948	45%	15.378	32%	67.407	36%	136.648	36%	58.338
Sonstige												
Gesamtbettenzahl	100%	36.562	100%	24.838	100%	34.174	100%	208.107	100%	379.592	100%	161.085

Quelle: Eigene Auswertung auf Basis von Daten der Tourismusorganisationen der Landkreise und der Statistik Austria

Während der Bettenanteil der Privatvermieter insgesamt in Salzburg und Tirol bei 32 bzw. 37 % liegt, weisen die Tourismus intensiveren Gebieten der Region 18 mit 44 bis 52 % einen deutlich höheren Anteil auf.

Damit ist ein eindeutiger Qualitätsnachteil beim Beherbergungsangebot der Region gegenüber den österreichischen Nachbarregionen gegeben. Vergleiche zu anderen Bayerischen Regionen sind nicht möglich, weil kaum vergleichbare Daten auf einer ähnlichen Datengrundlage basierend zur Verfügung stehen.

Tab. 1.3. - 7: Übernachtungen nach Kategorien

	Anzahl Übernachtungen							Region 18 gesamt
	Stadt Rosenheim	Landkreis Altötting	Landkreis Berchtesgadener Land	Landkreis Mühldorf am Inn	Landkreis Rosenheim	Landkreis Traunstein		
Hotels.....	44.530	67.936	631.874	28.204	366.391	538.342	1.677.277	
Gasthöfe.....	40.235	46.519	166.844	21.736	238.428	253.139	766.901	
Pensionen.....		16.114	331.325	16.569	80.297	169.058	613.363	
Hotel garni.....	25.235	13.430	386.615	21.638	174.155	435.843	1.056.916	
Zusammen...		143.999	1.516.658	88.147	859.271	1.396.382	4.004.457	
Erholungs- und Ferienheime, Schulungsheime			323.408	25.232	211.815	323.554	884.009	
Ferienhäuser, -wohnungen.....			301.326		173.839	660.841	1.136.006	
Hütten, Jugendherbergen.....		28.398	44.621		28.381	5.226	106.626	
Vorsorge- und Rehaklinken.....			412.090		729.051	115.490	1.256.631	
Zusammen...		45.371	1.081.445	33.840	1.143.086	1.105.111	3.408.853	
Insgesamt...	116.120	189.370	2.598.103	121.987	2.002.357	2.501.493	7.529.430	
Campingplätze.....			104.092		136.657	380.195	620.944	

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (Betriebe unter 9 Betten sind nicht enthalten)

Anteil der Nächtigungen in Betrieben mit weniger als 9 Betten

Auffällig ist der relativ hohe Anteil an Übernachtungen in Kleinstbetrieben im Landkreis Traunstein. Während in den Landkreisen Rosenheim und Berchtesgadener Land die Übernachtungen in Betrieben mit weniger als 9 Betten 22 bis 24 % ausmachen und damit ähnliche Werte wie in Tirol verzeichnet werden, werden im Landkreise Traunstein 37 % gezählt.

Tab. 1.3. - 8: Vergleich Übernachtungen nach Kategorien in %

Vergleich Anteil Übernachtungen nach Kategorien in %						
Kategorie	Lkr TS		Lkr RO		Lkr BGL	
Gewerbliche Betriebe	63%	2.873.759	78%	2.233.514	76%	2.671.098
Privatvermieter bzw. Betriebe mit < 9 Betten	37%	1.687.763	22%	629.965	24%	843.504
Gesamtübernachtungen	100%	4.561.522	100%	2.863.479	100%	3.514.602

Vergleich Anteil Übernachtungen nach Kategorien in %						
Kategorie	Salzburg		Tirol		Kärnten	
Gewerbliche Betriebe	81%	18.523.502	77%	32.441.847	83%	10.599.216
Privatvermieter bzw. Betriebe mit < 9 Betten	19%	4.304.123	23%	9.919.844	17%	2.131.416
Gesamtübernachtungen	100%	22.827.625	100%	42.361.691	100%	12.730.632

Quelle: Eigene Auswertung auf Basis von Daten der Tourismusorganisationen der Landkreise und der Statistik Austria

Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen im gesamten Gebiet Oberbayern⁴³

Nachstehend wird die Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen im Verbandsgebiet München-Oberbayern in den letzten 20 Jahren dargestellt. Dabei wird ersichtlich, dass die Übernachtungszahlen seit 1984 nur um ca. 8 % gestiegen sind, während die Zahl der Gäste bzw. der Ankünfte um fast 60 % zugenommen hat. Diese Entwicklung entspricht durchaus jener im gesamten Alpenraum bzw. dem generellen Trend zu kürzerer Aufenthaltsdauer. Im dargestellten Verbandsgebiet des TVB München-Oberbayern ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer somit von ca. 4,7 Tagen im Jahr 1984 auf 2,7 Tage im Jahr 2005 gesunken (1995: noch 3,5 Tage).

⁴³ Quelle: Tourismusverband Oberbayern

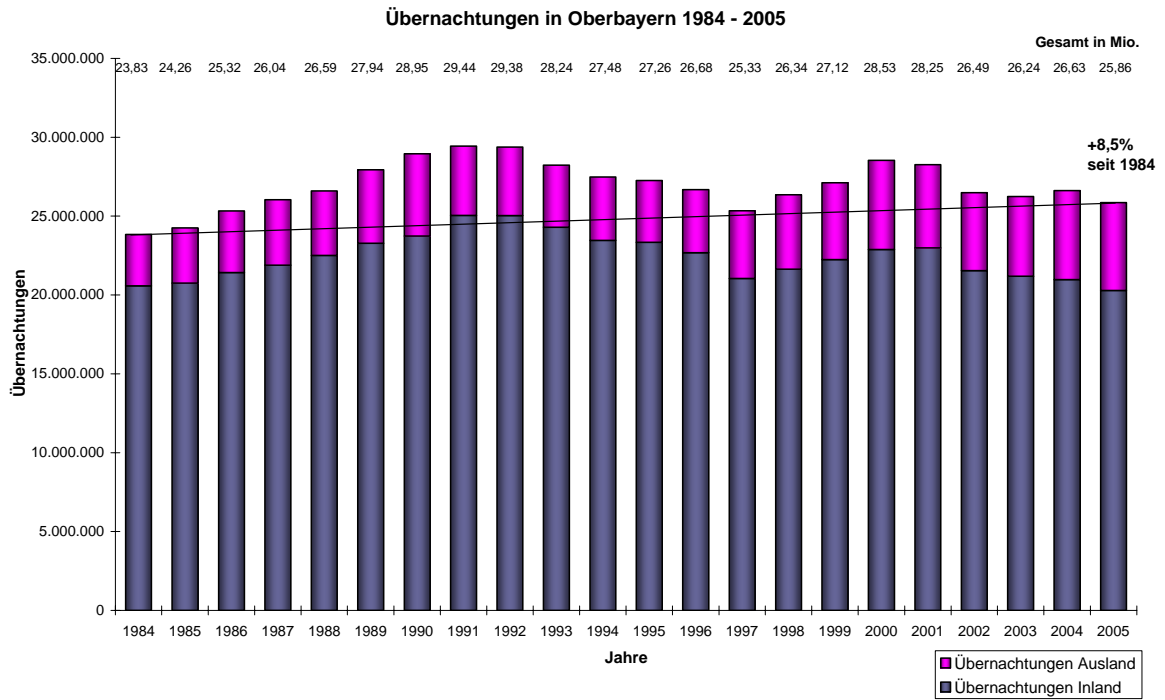


Abb. 1.3. - 5: Entwicklung der Übernachtungen in Oberbayern 1984 – 2005

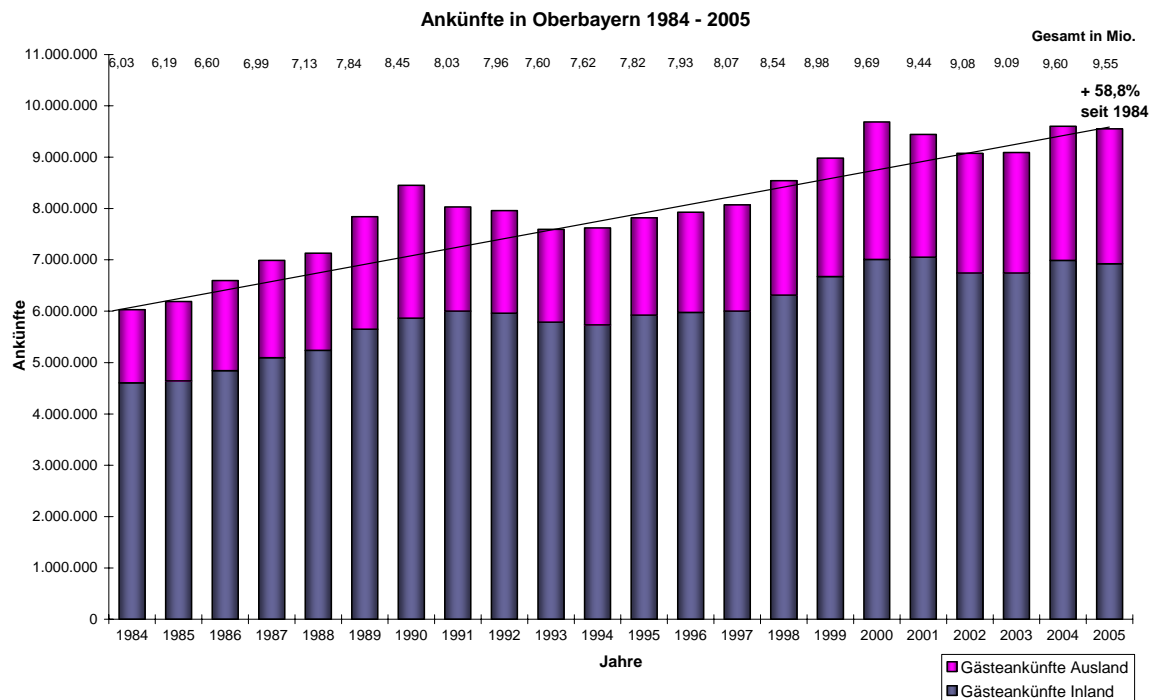


Abb. 1.3. - 6: Ankünfte in Oberbayern 1984 – 2005

Quelle: TVB München - Oberbayern

Nächtigungsveränderung der letzten 5 Jahre in den Landkreisen⁴⁴ und der kreisfreien Stadt Rosenheim im Vergleich zu Oberbayern

Aus der Darstellung der Abbildung 1.1. - 4 ist ablesbar, dass es in den Jahren 2001 – 2005 in der Entwicklungsregion 18 relativ starke Nächtigungsrückgänge gab. Ausnahmen stellen die kreisfreie Stadt Rosenheim – welche nur 1% an Übernachtungen verlor – und der Landkreis Mühldorf am Inn dar. Letzterer konnte in den letzten 5 Jahren einen Zuwachs von 7% an Übernachtungen erreichen.

Nächtigungsrückgang Jahr 2005 zu 2001

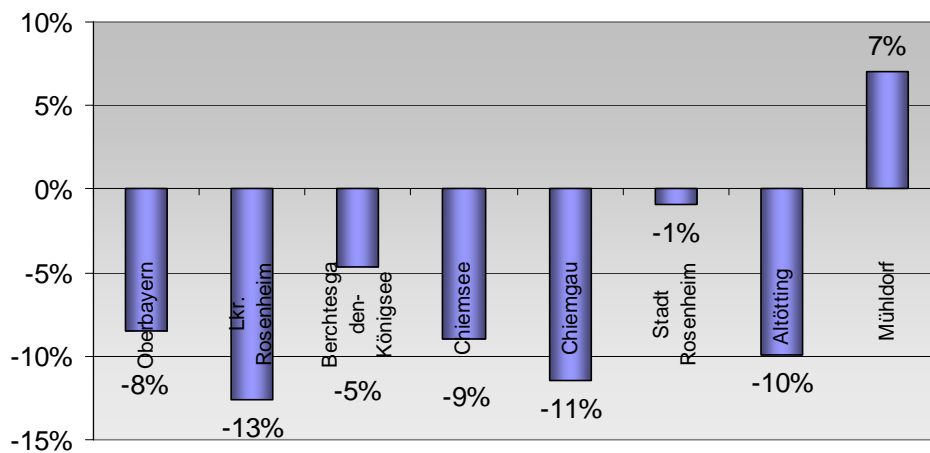


Abb. 1.3. - 7: Nächtigungsrückgang im Vergleich im Zeitraum 2001 - 2005

Quellen: Oberbayern: TVB Oberbayern; Rosenheim: Landratsamt Rosenheim; Berchtesgaden-König: Zweckverband Berchtesgaden-Königsee; Chiemsee: TVB Chiemsee; Chiemgau: TVB Chiemgau; Stadt Rosenheim: Bayerisches Landesamt für Statistik via Stadt Rosenheim; Altötting: Bayerisches Landesamt für Statistik – genesis Datenbank online (Jahr 2005: Bayerisches Landesamt für Statistik – „Fremdenverkehr in Bayern“); Mühldorf am Inn: Bayerisches Landesamt für Statistik – genesis Datenbank (Jahr 2005: Bayerisches Landesamt für Statistik – „Fremdenverkehr in Bayern“)

⁴⁴ Die Daten aus Berchtesgaden sind nicht vollständig vergleichbar übermittelt, weshalb hier als Ersatz die Region Berchtesgaden-Königsee dargestellt wurde.

1.3.6 Stärken und Schwächen (SWOT)

Bereich Touristische Betriebe (Beherbergung, Gastronomie)

Die Region 18 weist im Vergleich einen relativ hohen Anteil an Betten im Segment der Kleinstbetriebe mit weniger als 9 Betten auf (knapp unter der Hälfte des gesamten Bettenangebots in den stärkeren Tourismus-Landkreisen). Gleichzeitig ist aber gerade in diesem Segment ein starker Rückgang der Gästebetten feststellbar. An sich entspricht diese Entwicklung dem alpenweiten Strukturwandel in den traditionellen Tourismusregionen und einer deutlichen Qualitätsorientierung der Nachfrage.

Da aber gleichzeitig laut lokalen Experten das Angebot der mittleren und kleineren gewerblichen Betriebe in einem hohen Maße nicht mehr zeitgemäß ist, tut sich mittelfristig ein ernstzunehmender Wettbewerbsnachteil auf. Es fehlen sowohl generell Betriebe in den gehobeneren Kategorien (4- und 5-Sterne-Segment), die in anderen Alpenregionen laufend noch Zuwächse verzeichnen können, als auch profilierte und auf Themen oder Zielgruppen spezialisierte Betriebe.

Die Ausstattungsmängel bestehen zu einem wesentlichen Teil auch aufgrund von Finanzierungsproblemen. Einerseits wurde in „den guten Zeiten“ zuwenig Eigenkapital gebildet bzw. zeitgerecht investiert, andererseits wirkt sich die restriktive Kreditvergabe der Banken im Tourismus nachteilig aus.

Bereich Betriebe – Region 18	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teils Preisvorteile (im Vergleich zu den Ballungszentren – München) ▪ Urlaub am Bauernhof – dieses Angebotssegment verzeichnet in der gesamten Region 18 eine sehr positive Entwicklung (quantitativ und qualitativ) ▪ Einzelne Leitbetriebe ▪ Gesundheitsbetriebe insbesondere in den Landkreisen Rosenheim und Berchtesgadener Land ▪ Gewachsene Struktur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Im internationalen Vergleich zu wenige Betten im 4- und 5-Sterne-Bereich ▪ Kaum internationale Hotelketten als Betreiber ▪ Investitionsstau (Qualität der Hardware in vielen Fällen nicht mehr zeitgemäß, häufig fehlen Zusatzeinrichtungen wie z.B. Wellnessangebote) ▪ Tourismusgesinnung und Gästeorientierung (Dienstleistungsqualität verbesserungsfähig) ▪ Stetiger Bettenrückgang insbesondere im Privatzimmersegment (Nachfolgeproblematik) ▪ Wenig ausgeprägte Kooperationsbereitschaft, Einzelkämpfertum auf der Betriebsebene ▪ In vielen Betrieben fehlt es an Marketing Know how und Zeit für die strategische Weiterentwicklung durch starke zeitliche Einschränkung der Unternehmerfamilien durch operative Tätigkeit ▪ zu wenige Leitbetriebe bzw. Vorbildbetriebe (Leuchttürme) mit überregionaler Bekanntheit ▪ eine große Zahl der Betriebe geht zu wenig mit den Marktveränderungen mit (fehlende Profilierung, Anpassung des Angebots)

Bereich Touristische Sport- und Freizeit- Infrastruktur (Bäder, Bergbahnen, Wegenetz, Ausflugsziele, Golf,....)

Zu den ausgeprägten Vorteilen der Region gegenüber Mitbewerbern zählen beim infrastrukturellen Angebot das Radwegenetz, die Gesundheitsangebote in den betreffenden Teilgebieten und die hohe Dichte an guten bis sehr guten Ausflugszielen. Insbesondere im Bereich der Thermen bzw. Heilbäder und Kurorte hat die Erneuerung und Restrukturierung bereits begonnen.

Das Niveau der Ausflugsziele bzw. tagestouristischen Attraktionen ist sehr unterschiedlich. In vielen Fällen fehlt es an Professionalität bei Präsentation, Marketing und Besuchermanagement.

Ein Hoffungssegment ist Golf, da auch hier bereits ein relativ gutes Angebot vorhanden ist.

Deutliche Nachteile gibt es beim alpinen Winterangebot und generell durch ein überaltertes Bergbahnangebot. Ähnlich wie bei den Beherbergungsbetrieben sind ein wesentlicher Grund Finanzierungsprobleme. Zum Teil sind es aber auch Natur- und Umweltschutzaufgaben, die eine offensivere Entwicklung erschwert haben (künstliche Beschneigung).

Bereich Infrastruktur – Region 18	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nähe zu Salzburg und München (erlaubt die Nutzung der Angebote der Städte durch Gäste bzw. der beiden Flughäfen) ▪ Starke entwickeltes und qualitativ hochstehendes Rad- und Wanderwegeangebot ▪ In einigen Teilgebieten gut erhaltene, stilvolle Ortskerne ▪ Hohe Dichte an sehr guten Ausflugszielen bzw. touristischen Attraktionen mittlerer und kleiner Größe ▪ Zum Teil sehr gutes Angebot und hohe Kompetenz im Gesundheitstourismus (Lkr. Rosenheim, Lkr. Berchtesgadener Land) ▪ funktionierende Almwirtschaft in den alpinen Regionen ▪ Golfplatzangebot in drei Landkreisen ▪ Überregional bekannte sportliche Leistungszentren in (Königsee, Inzell) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veraltetes Bergbahnangebot (Investitionsstau) ▪ Unterschiedliches Niveau der Ausflugsziele bzw. tages touristischen Attraktionen (in vielen Fällen fehlt es an Professionalität bei Präsentation, Marketing und Besuchermanagement) ▪ Verbesserungsfähiges Familienangebot ▪ Teils Verkehrstechnische Probleme (Überlastung des Straßennetzes) ▪ Deutlichen Schwächen beim alpinen Wintersportangebot im internationalen Vergleich ▪ Verkehr – häufige Stausituationen (insbesondere zu Spitzenzeiten auf der A 8 und der B 12, Verkehrsanbindung von Wasserburg...) ▪ Einheitliche Beschilderung ▪ Strukturprobleme der traditionellen Tourismusorte (geschlossene Handelsgeschäfte, „sterbende“ Ortskerne)

Bereich Touristische Organisationen (Veranstaltungen, Marketing,...)

Auffallend ist in der Region 18 ähnlich wie auch in anderen bayerischen Tourismusregionen, dass die relativ geringen finanziellen Mittel auf Orts- und Regionsebene durch die Verteilung auf (zu) viele lokale und regionale Tourismusorganisationen wenig effizient eingesetzt werden. Um im internationalen Wettbewerb besser reüssieren zu können, ist eine strukturelle Neuordnung in einigen Bereichen der Region nötig. Insbesondere ist eine Reduktion der organisatorischen Ebenen (Ort, Teilregion, Region, überregionaler Verband, Bayern) zu empfehlen.

In den letzten Jahren ist es nicht zuletzt auch durch einzelne teilregionale Initiativen, aber auch durch die BayTM (Kinderland Bayern, WellVital u.a.) gelungen, Vermarktungsk Kooperationen zu bilden. Auch die EuRegio-Aktivitäten waren hilfreich (z.B. Alpine Gastgeber, Radwege...). Trotzdem ist der bisherige Vernetzungsgrad aufgrund der kleinbetrieblichen Struktur und der festgestellten Qualitätsmängel auch im Dienstleistungsbereich noch nicht ausreichend. Anzustreben ist auch eine bessere Zusammenarbeit der Leistungsträger entlang der Dienstleistungs- und Wertschöpfungskette (beispielsweise im Gesundheitsbereich – Therme, Partnerhotels, Therapieanbieter, etc. oder im Bereich Wanderurlaub – Beherberger, Wanderführer, Taxiunternehmer, Hütten, Ausflugsziele...).

Bereich Touristische Organisationen – Region 18	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einzelne gute Kooperationen und Organisationen ▪ IRS ▪ Einzelne hochkarätige Veranstaltungen mit Strahlkraft ▪ Advent- bzw. Weihnachtsmärkte 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausgeprägtes Einzelkämpfertum (Kirchturmdenken) ▪ Zu wenig monetäre Mittel auf Verbandsebene bzw. Zersplitterung der Mittel auf zu viele Organisationen (Ortsebene, Teilregionale Ebene, Regionale Ebene, TVB München Oberbayern, Bayern Tourisms GmbH) ▪ Zum Teil verbesserungsfähige Koordination der Veranstaltungen ▪ Zu wenig intensive und professionelle Kooperation der Leistungsträger entlang der Dienstleistungskette bzw. untereinander ▪ Marketing nach Innen in vielen Fällen verbesserungsfähig

Bereich Natürliche Voraussetzungen (natürliche Ressourcen, kulturelle Besonderheiten, lokale Bevölkerung...)

Die Region weist sehr gute Startvoraussetzungen im Bereich der natürlichen Ressourcen auf. Attraktive Seen und Bergwelten, Flusslandschaften, eine hohe Dichte an Kulturstätten, natürliche Heilmittel gepaart mit einer relative hohen Umweltqualität in weiten Teilen der Region stellen eine gute Basis für den Tourismus dar.

Bei weiten Teilen der Bevölkerung genießt der Tourismus nicht die Wertschätzung und Anerkennung, die für eine touristische Destination erforderlich wäre. Dies wirkt sich auf gästeorientiertes Verhalten, Gastfreundlichkeit und die Beurteilung touristischer Projekte in Gemeindestuben und auf Landkreisebene aus.

Langfristig könnte sich die relativ geringe Höhenlage der alpinen Wintersportgebiete aufgrund des sich abzeichnenden Klimawandels nachteilig auswirken.

Problematisch wirken sich restriktivere Bedingungen in der Kreditvergabe bei Banken und Sparkassen auf die Angebotsentwicklung aus.

Bereich Natürliche Voraussetzungen – Region 18	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Landschaftliche Schönheit in vielen Teilbereichen (Alpine Gebiete, Seengebiete, Flusslandschaften..) ▪ Reizvolle Kombination von Bergen, Seen, ebenen Landschaftsteilen (unterschiedliche Landschaftstypen auf engstem Raum) ▪ Natürliche Heilmittel (Thermalwasser, Moor, Sole) ▪ Nationalparks ▪ Gelebtes Brauchtum ▪ Natur und Kulturangebote 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tourismusgesinnung der Bevölkerung (Akzeptanz des Tourismus, Gästeorientierung) ▪ Stellenwert des Tourismus (auf politischer Ebene) ▪ Wenig schneesichere Gebiete (Höhenlage) ▪ Veränderungen im Sparkassen und Bankbereich – Kreditvergabe (Basel II)

1.3.7 Chancen und Risiken und Handlungsbedarf im Bereich Tourismus

Wo Stärken der Region auf Entwicklungstendenzen am Markt treffen, sind gute Entwicklungschancen gegeben. Mit den Experten wurden die für die Region wesentlichen Chancen und Risiken definiert und diskutiert.

Mehr und stärkere Kooperationen auf der Leistungsträgerebene (sowohl horizontal als auch vertikal – d.h. Betriebe gleicher Branche untereinander wie auch branchenübergreifend entlang der Wertschöpfungskette) können sowohl zur qualitativen Weiterentwicklung als auch zu einem effizienteren und stärkeren Marktauftritt beitragen. Hier sind auch die begonnenen Initiativen der BayTM bzw. Regionen hilfreich. Chancen ergeben sich auch durch eine Professionalisierung der Kleinvermieterebene beispielsweise durch die Initiativen Urlaub am Bauernhof und Alpine Gastgeber.

Die Region hat insbesondere im Bereich des Kurzurlaubs- und Ausflugstourismus starke Entwicklungsmöglichkeiten, dies auch in Kombination mit Gesundheitsangeboten, Kulturangeboten und Radreisen. Als Hoffnungsnische ist der Golftourismus zu nennen.

Die Basissäulen vieler touristischer Regionen – Familienurlaub und Wanderurlaub – sind durch eine qualitative Verbesserung des Angebots noch weiter ausbaufähig.

Eine Neuordnung der Strukturen auf der Orts- und Regionsebene kann mehr Effizienz im Marktauftritt und im Mitteleinsatz bringen.

Gefährlich für eine positive zukünftige Entwicklung sind die Finanzierungsprobleme gepaart mit dem Investitionsstau auf der Betriebs- und Bergbahnebene. Ein Risiko stellen auch die Nachfolgeprobleme der Branche dar – sie könnten zu einem weiteren Verlust an Betrieben am Markt führen. Generell aber auch in diesem Zusammenhang ist der Druck auf die Umwidmung von Beherbergungskapazitäten zu Wohnbauflächen in immer mehr Tourismusgemeinden problematisch. Wenn hier nachgegeben wird, drohen viele Orte zu Schlafstätten mit hoher Lebensqualität zu

degenerieren. Meist gehen gleichzeitig Steuereinnahmen verloren. Mittelfristig ist das Manko an 4- und 5-Sterne Betrieben in der Region bedrohlich für den touristischen Erfolg. In diesem Zusammenhang wirken sich hohe Immobilien- und Grundstückspreise nachteilig aus.

Gefährlich ist überdies die abnehmende Motivation der Unternehmer und Vermieter.

Chancen und Risiken der Region 18	
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ mehr und stärkere Kooperationen (sowohl auf Betriebsebene als auch auf Verbandsebene zwischen den Orten um Kräfte zu bündeln und Mittel effizienter einzusetzen) ▪ Inszenierung und Aufbereitung naturnaher Angebote weiterentwickeln ▪ Urlaub auf dem Bauernhof und alpine Gastgeber als professionell organisierte Plattformen für Kleinvermieter entwickeln ▪ Neuordnung der Strukturen bei den Tourismusorganisationen - weniger, aber mit professionellere Organisationen mit mehr Ressourcen, klare Aufgabenabgrenzung ▪ Einbindung der Wirtschaft in den Tourismus ▪ Thema Gesundheit (Prävention und Kur, mit Sport und Bewegung) ▪ Thema Kultur (Sehenswürdigkeiten noch besser aufbereiten und inszenieren, aufsetzen auf die hervorragenden Potenziale – Ausstellungen, Brauchtum, Festivals, ...) ▪ Achse Salzburg – München ▪ Radtourismus ▪ Golftourismus als Nische ▪ Überregionale und grenzüberschreitende Kooperationen und Netzwerke 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ungelöste Finanzierungsprobleme (Betriebs- und Verbandsebene → Investitionsstau und zu wenig Marketingmittel) ▪ Bürokratie (Hemmnisse für engagierte Unternehmer) ▪ Kirchturmdenken und Einzelkämpfertum auf Betriebsebene ▪ Keine Verbesserung des Stellenwerts des Tourismus (in kommunalen Gremien und in der Bevölkerung) ▪ Ungelöste Betriebsnachfolge, abnehmende Motivation von Vermietern und Unternehmern ▪ Tourismusorte entwickeln sich zu Schlaf- und Wohnstätten; Hotels werden zu Wohnungen umgewandelt ▪ Zu wenige größere Beherbergungsbetriebe im gehobenen Segment (4- und 5- Sterne) – mangelndes Investoren- und Betreiber-Interesse ▪ Kein Ausbau der Verkehrsachsen

1.3.8 Quellenverzeichnis

BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK: „Fremdenverkehr in Bayern“, 2005.

BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK: Datenübermittlung laut Anfrage.

DEHOGA: online

GENESIS DATENBANK ONLINE: Zugriff Okt. 2006.

HAIMAYER: Neuorientierung des Fremdenverkehrsverbandes des Berchtesgadener Landes. Projektbericht, 2002.

LANDKREIS ROSENHEIM: Datenübermittlung laut Anfrage.

LANDRATSAMT ROSENHEIM: Datenübermittlung laut Anfrage.

PIETRUSKY: Tourismuskonzeption für die Chiemsee Tourismus e.V. & Co KG , 2002.

PROF. THOMAS BIEGER, INSTITUT FÜR TOURISMUS, ST. GALLEN.

STADT ROSENHEIM: Datenübermittlung laut Anfrage.

STATISTIK AUSTRIA: Statistisches Jahrbuch 2005, „Tourismus in Österreich“.

TOURISMUSVERBAND CHIEMGAU: Datenübermittlung laut Anfrage.

TOURISMUSVERBAND CHIEMSEE: Datenübermittlung laut Anfrage.

TOURISMUSVERBAND OBERBAYERN: Datenübermittlung laut Anfrage.

ZWECKVERBAND BERCHTESGADEN-KÖNIGSEE: Datenübermittlung laut Anfrage.

1.4 Vorschau auf den integrierten Handlungsbedarf und Handlungsansätze

Dieses Kapitel erläutert den zusammengeführten integrierten Handlungsbedarf aus den Bereichen Ländlicher Raum, Tourismus und Wirtschaft, um einen schnellen Überblick über die Schlussfolgerungen der Analysephase zu geben. In den vorhergehenden drei Unterkapiteln (Kap. 1.1, 1.2, 1.3) wurden die einzelnen Handlungsbedarfe systematisch aus der problemorientierten Bestandsaufnahme und Stärken-Schwächen-Analyse (SWOT) der Fachbereiche hergeleitet.

Zu Beginn der Analyse wurden aufgrund der raumspezifischen Problemlagen thematische Schwerpunktsetzungen in den Fachbereichen vorgenommen und folgende drei zentrale **übergreifende Handlungsansätze** für die Region 18 herausgearbeitet:

- Lebensqualität,
- Regionale Identität und
- Marktpositionierung / Profilbildung.

Aufbauend auf einer sekundärquellengestützten Strukturanalyse wurde unter Beteiligung von Experten relevanter Fachbehörden, Organisationen und Institutionen eine Stärken/Schwächen sowie Chancen/Risiken-Analyse (SWOT) erarbeitet. Ergebnis dieser Analyse sind die in diesem Kapitel zusammenfassend dargestellten integrierten Handlungsbedarfe.

Sie sind den vier **strategischen Handlungsfeldern**



- Organisation
- Kooperation
- Qualifikation und
- Rahmenbedingungen

zugeordnet.

In diesen vier strategischen Handlungsfeldern liegen konkrete Steuerungsmöglichkeiten einer nachhaltigen regionalen Entwicklung. Dabei zählen die Felder Kooperation und Qualifizierung zu den „weicheren“ akteursbezogenen Steuerungsansätzen, schwieriger zu bewegen sind Organisations(strukturen) und Rahmenbedingungen. Insbesondere in den beiden letzten Feldern ist auch die Verwaltung und Politik gefordert, durch strategische Schwerpunktsetzungen und Vorgaben, sowie durch die Anpassung von Richtlinien und Gesetzen, die Voraussetzungen für eine zukunftsfähige regionale Entwicklung zu ermöglichen. Bestmögliche Erfolge in

den Zukunftsthemen lassen sich durch strategisch geschickte Kombination der Handlungsfelder und Akteursebenen erzielen.

Tab. 1.4. – 1:Strategische Handlungsfelder und Integrierter Handlungsbedarf
(T=Tourismus, W=Wirtschaft, L=Ländlicher Raum,)

Übergreifende Handlungsansätze: Lebensqualität / Regionale Identität / Marktpositionierung	Strategisches Handlungsfeld Organisation	Strategisches Handlungsfeld Kooperation	Strategisches Handlungsfeld Qualifizierung	Strategisches Handlungsfeld Rahmenbedingungen
	Handlungsbedarf Optimierung von Organisationsstrukturen	Handlungsbedarf Schaffung von Netzwerken	Handlungsbedarf Entwicklung von Bildungsangeboten und Aktivierung von Motivation	Handlungsbedarf Optimierung finanzieller Anreize sowie staatlicher strategischer Vorgaben
	Standortspezialisierung W	Immobilienmanagement W, L, T	Nachwuchsförderung W, L, T	Verkehrsinfrastruktur W, L, T
	Standortmarketing W, T	Unternehmensnetzwerke W, L, T	Bildungsangebote W, L, T (Berufliche Bildung, höhere Bildung)	Gründerförderung W, L
	Reorganisation/ Privatisierung Tourismusorganisation T	Bildungseinrichtungen W, L, T	Qualifizierungsoffensive für Kleinvermieter T	Wirtschaftsförderung W, L
	Regionalvermarktung L, W, T	Behördenkooperation (grenzüberschreitend) W, L, T	Motivations- und bewusstseinssteigernde Maßnahmen im Tourismus T	Förderanreize für Investitionen im Tourismus T
	Neuorganisation der Landschaftspflege L	Horizontale/vertikale Kooperation im Tourismus (Dienstleistungskette) T	Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung Innenentwicklung L	Schwerpunktsetzungen im Tourismus T
	 Sektoraler Handlungsbedarf	Interkommunale Zusammenarbeit L, W, T	Familienfreundliche und altersgerechte Gemeindeentwicklung L	Neuregelung Bauleitplanung im Außenbereich L, W, T
	 Integrierter Handlungsbedarf		Motivation und Aktivierung von bürgerschaftlichem Engagement L, W	Anreize zur Kulturlandschaftspflege L, T

In Tabelle 1.1. – 4 ist sehr deutlich erkennbar, dass sowohl fachbereichsübergreifende (**integrierte**) Handlungsbedarfe als auch **sektorale Handlungsbedarfe** definiert werden können.

Im Handlungsfeld Kooperation überwiegen integrierte Bedarfe. Die Ableitung aus der SWOT und den ergänzenden Strukturanalysen zeigt deutlich auf, dass bei **zahlreichen Aspekten integriertes Handeln** erforderlich ist.

Im **strategischen Handlungsfeld Organisation** geht es in erster Linie um die Optimierung bzw. Schaffung neuer Organisationsstrukturen, um mit effizienten Strukturen gezielt die interne Entwicklung und Positionierung nach Außen voranzubringen. So besteht der Bedarf zur institutionellen Bündelung der Kräfte im Segment Standortspezialisierung und -vermarktung. Im Tourismus zeichnet sich die Notwendigkeit zur Reduktion der bestehenden organisatorischen Ebenen und Verbünde ab, um im steigenden Wettbewerb mit anderen Regionen eine bessere Positionierung zu erreichen. Im Ländlichen Raum besteht aktueller Bedarf, durch den professionellen Ausbau bestehender Regionalvermarktungsstrukturen die Nachfrage nach regionalen Produkten zu steigern. Darüber hinaus gilt es, durch Neugründung von Landschaftspflegeorganisationen in bislang nicht abgedeckten Räumen das hohe landschaftliche Potenzial langfristig zu erhalten. Insgesamt erscheint aufgrund dessen eine gemeinsame Standortpolitik und Regionalvermarktung – im Sinne des Querschnittsthemas Marktpositionierung und Profilbildung – als geeignetes Themenfeld, das Handlungserfordernisse aus den drei Teilen des Entwicklungskonzepts integriert.

Im **strategischen Handlungsfeld Kooperation** liegen wichtige Chancen in der strategischen Netzwerkbildung zwischen verschiedenen Akteuren verschiedener Ebenen. Für die Wirtschaft und den Tourismus stellen Unternehmensnetzwerke und Wertschöpfungssysteme dabei ein zentrales Handlungsfeld dar. Darüber hinaus bieten sich durch interkommunale Zusammenarbeit Perspektiven in allen drei Fachbereichen. Vordringlicher Bedarf besteht in der Wirtschaft/ Ländlichen Raum im Aufbau eines interkommunal organisierten Flächen- und Immobilienmanagements (ganzheitliches Landmanagement), der Förderung von Unternehmensnetzwerken und der internationalen Geschäftstätigkeit sowie bei Kooperationen im Bildungsbereich (zwischen Unternehmen, Bildungseinrichtungen). Im Tourismus besteht besonderer Handlungsbedarf für vertikale betriebliche Kooperationen zur Verbesserung der Dienstleistungsketten und für horizontale Unternehmenskooperationen zur Schaffung gemeinsamer Angebotsgruppen. Die Förderung und Aufrechterhaltung einer flächendeckenden nachhaltigen Landbewirtschaftung stellt hierbei eine wichtige touristische Grundlage dar. Im Ländlichen Raum ergeben sich insbesondere für den Großteil der ländlichen Flächengemeinden mit langfristig sinkenden oder stagnierenden Einwohnerzahlen dringende Handlungsbedarfe zur interkommunalen Zusammenarbeit im Bereich der öffentlichen Daseinsvorsorge.

Strategisches Handlungsfeld Qualifizierung

Unbedingte Voraussetzung für die Freisetzung regionaler endogener Potenziale ist eine ausreichende Qualifizierung der Akteure auf unterschiedlichen Ebenen. Vor dem Hintergrund der zunehmenden Anforderungen an die Arbeitnehmer sind für eine zukunftsorientierte wirtschaftliche Entwicklung der Region 18 verstärkte Anstrengungen zur im Bereich der beruflichen und höheren Bildung notwendig. Dies

bedeutet eine regionale Strategie zur Positionierung im Bildungsmarkt mit dem Aus- bzw. Aufbau von Bildungseinrichtungen, Modellen zum Betrieb und zur Vernetzung mit den führenden Betrieben und Hochschulstandorten. Potenziale liegen hier in der Einrichtung von Kompetenzzentren aber auch in einem steigenden Bewusstsein von Bevölkerung und Unternehmen für die Notwendigkeit einer fachgerechten Ausbildung sowie dem Zuzug von Hochqualifizierten. Angesichts der rückläufigen Tourismusbilanzen in der Region zeichnet sich vordringlicher Handlungsbedarf für eine ebenenübergreifende Qualitätsoffensive im Tourismus ab. Es gilt, durch motivations- und bewusstssteigernde Maßnahmen das Qualitätsbewusstsein auf Anbieterseite nachhaltig zu stärken. Vordringlicher Fortbildungsbedarf besteht im Bereich der Kleinvermieter. Im Ländlichen Raum wird ein hohes Potenzial in der Qualifizierung und Bewusstseinsbildung von Kommunalvertretern zu den Themenbereichen Innenentwicklung, familienfreundliche und altersgerechte Gemeindeentwicklung sowie Aktivierung von Bürgerschaftlichem Engagement gesehen. Abgesehen von den angesprochenen Engpässen in der Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitnehmern ist demnach die umfassende Sensibilisierung der Bevölkerung im Hinblick auf Qualifikation, Motivation und Engagement als themenübergreifendes Handlungsfeld zu sehen.

Strategisches Handlungsfeld Rahmenbedingungen

Neben den weichen Steuerungsmöglichkeiten ergeben sich insbesondere in den staatlichen Vorgaben und Rahmenbedingungen wichtige Stellschrauben für eine zukunftsfähige regionale Entwicklung. So gilt es, finanzielle Anreize und sonstige staatliche Vorgaben konsequent auf regionale Ziele auszurichten. In der Region Südostoberbayern ist es entscheidend, Entwicklungshemmnisse zu beseitigen und die Verkehrsinfrastruktur (Autobahnen, Bundesstraßen, Schiene) auszubauen. Regionalpolitischer Handlungsbedarf besteht vor allem in der gezielten Wirtschafts- und Gründerförderung, so fehlen beispielsweise im Tourismus deutliche staatliche Förderanreize für Investitionen. Darüber hinaus sind im Sinne eines „Masterplans Tourismus“ gezielte staatliche und regionale räumliche und inhaltliche Schwerpunktsetzungen für die zukünftige Tourismusedwicklung wünschenswert. Vor dem Hintergrund des fortschreitenden Strukturwandels in der Landwirtschaft besteht in der Region vordringlicher Bedarf für eine Überarbeitung der gesetzlichen Vorgaben und Regelungen für die Bauleitplanung im Außenbereich zur gezielten Schaffung von Anreizen zur landschafts- und ortsbildverträglichen Umnutzung leerfallender Gebäudesubstanz. Darüber hinaus ist es erforderlich, die Förderung für Kulturlandschaftspflege auszubauen, um das typische vielfältige Landschaftspotenzial der Region langfristig als Lebensgrundlage für die Bewohner, den landschaftsorientierten Tourismus und als wirtschaftlichen Standortfaktor zu sichern.

Entwicklungskonzept Region 18

Anhang

Teil A Entwicklungsstrategie, Projekte und Umsetzung

- A 1 52 Projektideen und Bewertung durch die Akteure (Forum in Bergen am 18.04.2007)
- A 2 Bewertung der Projektideen aus Sicht der Akteure und aus Sicht der Gutachter
Arbeitsstand vom 13.06.2007 (Lenkungsgruppensitzung in Traunstein)

Teil B Bestandsaufnahme

- B 1 Bestandsaufnahme und Bewertung – Ländlicher Raum
- B 2 Bestandsaufnahme und Bewertung – Wirtschaft
- B 3 Bestandsaufnahme und Bewertung – Tourismus

**52 Projektideen und Bewertung durch die Akteure:
Arbeitsstand vom 18.04.2007 (öffentliches Forum in Bergen)**

Meinungsbild zur
Projektbedeutung bewertet
durch d. Teilnehmer d.
Forums z. Entwicklungs-
konzept Region 18

Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur

1

Anzahl Punkte: 86

Bewertungsstufe
innerhalb des
Handlungsfeldes: **1.**

Projekt 1

- Installation eines **Verkehrsausschusses** im Regionalen Planungsverband (Regelmäßige Sitzung, Dokumentation der Investitionserfordernisse in der Verkehrsinfrastruktur der Region 18 und Erstellung einer Dringlichkeitsliste der Umsetzung der Projekte, Einforderung von Bundes-/bzw. Landesmitteln für Verkehrsprojekte mit „einer Stimme“)

Anzahl Punkte: 39

Bewertungsstufe
innerhalb des
Handlungsfeldes: **6.**

Projekt 2

- Einrichtung eines **ÖPNV-Verbunds in der Euregio S-BGL-TS** (Ausdehnung des S-Bahn-Netzes Salzburg, Gründung einer Dachgesellschaft, Ausbau grenzüberschreitender Verbindungen, Einführung eines Verbundtarifs)

Effekte

- Schnelle Erreichbarkeit aller Orte der Region zur **Stärkung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit** der regionalen Wirtschaft
- Verbesserte **Anbindung an die Ballungsräume** München und Salzburg
- **Erleichterung des Geschäftsreiseverkehrs** zur noch intensiveren Knüpfung regionaler, überregionaler und internationaler Geschäftsbeziehungen

Meinungsbild zur Projektbedeutung bewertet durch d. Teilnehmer d. Forums z. Entwicklungskonzept Region 18

Sicherstellung einer konkurrenzfähigen technischen Infrastruktur

2

Anzahl Punkte: 42

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **5.**

Projekt 3

- **Breitbandinitiative Region 18** (Politische Unterstützung beim RPV für betroffene Kommunen durch Gründung eines Arbeitskreises „Breitbandinitiative“ in Abgleich mit den Aktivitäten der IHK, Systematische Erhebung der lokalen Nachfrage und Benennung von „Breitbandpaten“, Ausweitung des Wimax-Angebots, gemeinsame Lobbyarbeit auf Landesebene)

Effekte

- Sicherstellung der Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität der Region durch die **Gewährleistung zukunftsfähiger Rahmenbedingungen** der Ver- und Entsorgung (Energie, Wasser, Abfallwirtschaft) für Bevölkerung und Unternehmen
- Erhöhung der **Qualität und Attraktivität der Gewerbestandorte** in der Region durch flächendeckende Versorgung mit modernen IuK-Technologien

Meinungsbild zur
Projektbedeutung bewertet
durch d. Teilnehmer d.
Forums z. Entwick-
lungskonzept Region 18

**Grundlegende gesetzliche Regelung für die
Finanzmittelaufbringung für und aus dem Tourismus
(Tourismusgesetz)**

3

Anzahl Punkte: 71

Bewertungsstufe
innerhalb des
Handlungsfeldes: **3.**

Projekt 4

- **Bayerisches Tourismusgesetz** (Grobkonzept erarbeiten, Strategisches Lobbying-Konzept für die Lokalpolitiker erstellen und umsetzen)

Effekte

- **Mehr Mittel und Ressourcen für Tourismusorganisationen** auf allen Ebenen
- **International wettbewerbsfähiger werden** im Marktauftritt (insbesondere Tourismusorganisationen auf Orts-, Regions- und Bayern-Ebene)

Meinungsbild zur
Projektbedeutung bewertet
durch d. Teilnehmer d.
Forums z. Entwicklungs-
konzept Region 18

**Erhöhung der Finanzierungsmöglichkeiten und -chancen
für Gründer und KMU bei Regionalbanken und
Sparkassen**

4

Anzahl Punkte: 48

Bewertungsstufe
innerhalb des
Handlungsfeldes: **4.**

Projekt 5

- Einrichtung eines **Arbeitskreis Finanzierung** im RPV und langfristig Etablierung eines **regionalen Finanzierungsinstruments** (Prüfung bisheriger Angebote hinsichtlich der Ausweitung auf die regionale Ebene und Implementierung regionsweiter Finanzierungsinstrumente, insb. zur Förderung von KMU und Gründern)

Effekte

- Erhöhung der **Investitions- und Gründungsaktivitäten** bei KMU
- Erhöhung der **Attraktivität der Region** für (externe) Investoren
- **Förderung von Ideen und Innovationen** bei kleinen Unternehmen und Gründern

Meinungsbild zur Projektbedeutung bewertet durch d. Teilnehmer d. Forums z. Entwicklungskonzept Region 18

Neuausrichtung von Regelungen und Vorgaben zur Bauleitplanung im Außenbereich

5

Anzahl Punkte: 74

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **2.**

Projekt 6

- **Regionaler Ausschuss Bauleitplanung im Außenbereich** (unter Beteiligung von Vertretern der Obersten Baubehörde, Regierung von Obb. (Abteilung Städtebauförderung), Landratsämter (Kreisbaumeister), Kreisräte, Bürgermeister. Regionaler Ausschuss stellt Checklisten und Kriterienkataloge zur Beurteilung von Bauvorhaben im Außenbereich auf. Hierdurch werden Beurteilungskriterien für die Zulässigkeit von Bauvorhaben transparent gemacht und eine Orientierungshilfe für Entscheider und Antragsteller geboten)

Anzahl Punkte: 32

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **7.**

Projekt 7

- **Marketingkonzept für unter- und ungenutzte Gebäude** (z.B. „300 Höfe suchen neue Eltern“, touristische Themenroute, Artikelreihe „Neues Leben in alten Mauern“. Das Marketingkonzept soll sich auf konkrete Räume mit einem bereits bestehenden Problemdruck bezüglich Leerstand im Außenbereich beziehen.)

Effekte

- Vermeidung von Zersiedlung im Außenbereich
- Langfristiger Erhalt von **Landschaftsbild** und typischen **Siedlungsstrukturen**
- Schaffung von Anreizen zur **Umnutzung leerfallender Gebäudesubstanz**
Schaffung wohnortnaher **Arbeitsplätze** im ländlichen Raum
- Schaffung von **Planungssicherheit** für Immobilienbesitzer

Meinungsbild zur Projektbedeutung bewertet durch d. Teilnehmer d. Forums z. Entwicklungskonzept Region 18

Optimierung des Angebots bei Gesundheitstourismus, Familienurlaub, Radurlaub, Tagesausflug, alternativer Wintersport, Wandern

6

<p>Anzahl Punkte: 11</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 12.</p>	<p>Projekt 8</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Masterplan Gesundheitstourismus (Ausschreibung, Analyse bestehendes Angebot, regionale Positionierung, Erhebung angedachter Projekte, Ermittlung und Festlegung von Schwerpunktmaßnahmen bzw. –projekten)
<p>Anzahl Punkte: 76</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 1.</p>	<p>Projekt 9</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sektor-übergreifende Angebotsgruppen zu den Leitthemen gründen (Radurlaub und Radausflug, Top-Ausflugsziele, Bäder- und Thermen bzw. Gesundheitsurlaub, Kinderland Bayern (mit der höchsten Mitgliederzahl in Bayern); Zielsetzung: Optimierung Dienstleistungskette und Qualitätssteigerung)
<p>Anzahl Punkte: 12</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 11.</p>	<p>Projekt 10</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Top-Attraktion mit internationaler Strahlkraft für den Tagestourismus (ihnen Diskussionsfindliche Ideen erheben, geeignete Standorte ermitteln und sichern, professionelle Investoren- und Betreibersuche)
<p>Anzahl Punkte: 0</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 17.</p>	<p>Projekt 11</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ (Regionale) Service- und Dienstleistungsqualitätsoffensiven (Good Practice Beispiele Berchtesgadener Land, Kleinwalsertal (Österreich), Q-Swiss und ähnliche Projekte in Deutschland)
<p>Anzahl Punkte: 15</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 10.</p>	<p>Projekt 12</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Arbeitsgruppe alternativer Wintersport
	<p>Effekte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das starke gesundheitstouristische Angebot als überregionale, internationale Profilierungschance nützen • strategische Weiterentwicklung Ausbau des Gesundheitstourismus • Überregional (international) als beste Radregion des Alpenraums bekannt werden und wettbewerbsfähiger werden • Überregional als beste Ausflugsregion Bayerns bekannt und wettbewerbsfähiger werden • Führende Familienurlaubsdestination in Bayern • Generell Qualitätsverbesserung im Angebot und in der Dienstleistung

Meinungsbild zur Projektbedeutung bewertet durch d. Teilnehmer d. Forums z. Entwicklungskonzept Region 18

Themenbezogene gemeinsame Vermarktung der Attraktivität der Region

7

<p>Anzahl Punkte: 4 Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 15.</p>	<p>Projekt 13</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gemeinsamer Karten- und Marketingverbund der Skigebiete bzw. Bergbahnen
<p>Anzahl Punkte: 72 Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 2.</p>	<p>Projekt 14</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Regionale Vermarktungskoperationen (Top-Ausflugsziele, Radurlaub und Radausflug, Bäder- und Thermen bzw. Gesundheitsurlaub gründen, organisatorisch mit den regionalen oder überregionalen Tourismusorganisationen verknüpfen (z.B. München Oberbayern oder byTM))
<p>Anzahl Punkte: 9 Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 14.</p>	<p>Projekt 15</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Förderung bestehender Branchenkompetenzen und vorhandener Projektansätze in den Bereichen IuK, Chemie, Ernährung, Medien, Logistik/Verkehr, Forst und Holz, Gesundheit / Wellness und Sport sowie deren Ausdehnung auf die regionale Ebene
<p>Anzahl Punkte: 16 Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 9.</p>	<p>Projekt 16</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Überregionale Vermarktung der hohen Kompetenz der regionalen Handwerkerschaft
<p>Anzahl Punkte: 4 Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 15.</p>	<p>Projekt 17</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erstellung eines Vermarktungskonzepts als attraktiver Wohn- und Erholungsstandort am Alpenrand
	<p>Effekte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Im (Winter-)Tourismus international wettbewerbsfähiger werden Bündelung der Kräfte und Mittel im Marketing der Region Qualitätsverbesserung im Angebot und in der Dienstleistung • Gezielte Standortentwicklung und Überprüfung von Clusterstrategien • Zuzug von qualifizierten Arbeitskräften aufgrund absehbarer Engpässe bei Facharbeitern und Akademikern notwendig

Meinungsbild zur Projektbedeutung bewertet durch d. Teilnehmer d. Forums z. Entwicklungskonzept Region 18

Regionalvermarktungsoffensive Region 18

8

Anzahl Punkte: 36

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **5.**

Projekt 18

- **Dachmarke für regionale Produkte** (Gründung einer Dachmarke für regionale Produkte, Integration vorhandener Regionalinitiativen, Abstimmung der Qualitätskriterien, Qualitätsmanagement, gezieltes Marketing und Positionierung)

Anzahl Punkte: 38

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **4.**

Projekt 19

- **Marketingkonzept für regionale Produkte** (Strategische Ausrichtung der Vermarktungsaktivitäten, Einbindung der Produzenten/ Landwirte und Kunden, Werbung, Sortiments- und Preispolitik, Distributions- und Absatzpolitik, Verkaufsförderung, Public Relations, Absatz- und Umsatzplanung, Kooperation mit Tourismusmarketing wo sinnvoll)

Anzahl Punkte: 2

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **16.**

Projekt 20

- **Vermarktungsoffensive zur Erschließung neuer Zielgruppen** (insb. im Lebensmitteleinzelhandel, Befragung potentieller Großabnehmer, Ableitung von Handlungsbedarf und Maßnahmenvorschlägen)

Anzahl Punkte: 12

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **11.**

Projekt 21

- **Regionale Logistikstruktur** (Aufbau einer professionellen regionalen Logistikstruktur für regionale Produkte: Bestellsystem, Rechnungslegung, Warenabholung, Lagerung und Kundenbelieferung)

Effekte

- Förderung der **Nachfrage** nach regionalen Produkten
- Verbesserung der **Vermarktungsstrukturen**
- Förderung der Bewusstseinsbildung für regionale Produkte beim **Kunden** (Marketing)
- **Produktop Optimierung** durch Qualitätsmanagement
- Verbesserung der **innerörtlichen Versorgung** und Einkaufsmöglichkeiten
- Schaffung zusätzlicher **Einkommensquellen** für die Landwirtschaft
- Stärkung der lokalen Landwirtschaft (Direktvermarktung)
- **Positive Unterstützung der Imagebildung und Bekanntheit touristischer Marken** der Region

Meinungsbild zur Projektbedeutung bewertet durch d. Teilnehmer d. Forums z. Entwicklungskonzept Region 18

Restrukturierung Beherbergung, Bergbahnen und Tourismusorganisationen

9

Anzahl Punkte: 52

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **3.**

Projekt 22

- **Masterplan für die Hotelansiedelung und Hotelentwicklung** (Erhebung und Darstellung von möglichen geeigneten und verfügbaren Standorten für Hotelprojekte, professionelle Investoren- und Betreibersuche (Good Practise Beispiel Masterplan für die Hotelentwicklung in der Region Bodensee / Alpenrhein, Vorarlberg, Österreich))

Anzahl Punkte: 19

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **7.**

Projekt 23

- **Regionsweites Restrukturierungskonzept für die Tourismusorganisationen** (Modellregion für Bayern, unternehmerische Organisationsformen, klare Aufgabenteilung zwischen den Organisationsebenen, wettbewerbsfähige Budgets durch Konzentration und Bündelung der Kräfte)

Anzahl Punkte: 17

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **8.**

Projekt 24

- **Winterentwicklungskonzept bzw. Seilbahnentwicklungskonzept Region 18** in Abstimmung mit den Nachbarregionen in den Bayerischen Alpen (klären welche Skigebiete als Schwerpunkt-Skigebiete gut entwicklungsfähig sind, marktorientierte Ansätze für Positionierung und zukünftige Entwicklung, Investitionsbedarf ermitteln, Fördermaßnahmen skizzieren)

Effekte

- **Verbesserung der Beherbergungsstruktur** in der Region
- **Mehr international wettbewerbsfähige Betriebe im Hotelbereich**
- **Qualitätsverbesserung** im Angebot und in der Dienstleistung im Beherbergungsbereich
- **International wettbewerbsfähig werden** Reduktion um eine organisatorische Ebene und Reduktion der Zahl der **Tourismusorganisationen auf regionaler Ebene** **Unternehmerische, produktorientierte Organisationsformen** statt politisch dominierter, an Verwaltungsstrukturen orientierter Vereinsstrukturen

Meinungsbild zur Projektbedeutung bewertet durch d. Teilnehmer d. Forums z. Entwicklungskonzept Region 18

Erhalt, Fortentwicklung und Neuorganisation der Landschaftspflege in der Region 18

10

Anzahl Punkte: 9

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **14.**

Projekt 25

- **Regionales Landschaftspflegeforum** (mit Behördenvertretern, Politikern und Praktikern)
 - 1) zum Austausch von Erfahrungen und **Know How** unter Praktikern sowie
 - 2) zum Aufbau einer **regionalen Landschaftspflegestrategie** und Einleitung der Optimierung der Organisationsstruktur für die Region 18 (Erweiterung der Mitgliedsgemeinden bzw. Gründung von Landschaftspflegeverbänden in „Weißen Flecken“)

Anzahl Punkte: 23

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **6.**

Projekt 26

- **Restrukturierungskonzept zur flächendeckenden Organisation der Landschaftspflege** in der Region (Ausweitung der Tätigkeit von Landschaftspflegeorganisationen auf das Gebiet der Lkr. RO, MÜ, BGL, RO, Ziel ist ein flächendeckendes Dienstleistungsangebot durch Landschaftspflegeorganisationen)

Anzahl Punkte: 10

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **13.**

Projekt 27

- **Innovationsoffensive Landschaftspflege „Nutzung statt Pflege“** (Strategische Schwerpunktsetzung im Rahmen der regionalen Landschaftspflegestrategie, Klärung des Handlungsbedarfs in den versch. Biotoptypen, Bildung von Arbeitskreisen zu prioritären Biotoptypen Almen, Hecken etc.)

Effekte

- Langfristige Sicherung und Entwicklung des **Landschaftsbildes** unter besonderer Berücksichtigung von **Kulturlandschaftsbiotopen** unter besonderer Berücksichtigung der **Almen**
- Sicherung und Entwicklung der **Landschaftspflege** als innovativen langfristig **ökonomisch tragfähigen Erwerbszweig** für die Landwirtschaft
- **Flächendeckendes** Dienstleistungsangebot durch Landschaftspflegeorganisationen: Beratung, Fördermittelerschließung und -verwaltung durch **Ausweitung des Einsatzgebietes** der Landschaftspflegeorganisationen
- Entwicklung **langfristig ökonomisch tragfähiger Nutzungsformen** nach dem Motto „Nutzung statt Pflege“
- Kompensation von **sinkenden** öffentlichen Fördermitteln

Meinungsbild zur
Projektbedeutung bewertet
durch d. Teilnehmer d.
Forums z. Entwicklungs-
konzept Region 18

Interkommunale und grenzüberschreitende Zusammenarbeit Region 18

11

<p>Anzahl Punkte: 11</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 8.</p>	<p>Projekt 28</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerb Interkommunale Kooperation Region 18 (Auslobung eines regionalen Wettbewerbs zur Interkommunalen Kooperation, Dokumentation der besten Beiträge über die Online-Serviceplattform, Prämierung der besten Projekte)
<p>Anzahl Punkte: 24</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 6.</p>	<p>Projekt 29</p> <ul style="list-style-type: none"> • Online-Serviceplattform, die gute Beispiel-Projekte aus der Region zu interkommunaler Kooperation enthält (Gliederung nach Themenfeldern, enthält z.B. Ansprechpartner, die für den Aufbau ähnlicher Projekte Tipps geben können)
<p>Anzahl Punkte: 28</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 5.</p>	<p>Projekt 30</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beratungsinitiative für Gemeinden der Region 18 zur Nutzung integrierter Entwicklungsinstrumente und Fördermöglichkeiten (Einbindung der Leader-Manager (LEADER), und Beratern des ALE (ILEK), Grünes Zentrum Töging in eine Beratungsinitiative)
<p>Anzahl Punkte: 55</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 2.</p>	<p>Projekt 31</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung der Region bei der Weiterentwicklung bestehender interkommunaler Kooperationsinitiativen (Dokumentation und Stärkung der EuRegio-Projekte, Etablierung eines Regionalmanagements für den Stadt-Umland-Bereich Rosenheim (SUR), Evaluierung und mögliche Weiterentwicklung des Städtebunds Inn-Salzach)
	<p>Effekte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung der Zusammenarbeit bei Planungen und Entscheidungen • Aufrechterhaltung der kommunalen öffentlichen Daseinsvorsorge im Sinne einer familien- und altersgerechten Kommunalentwicklung durch Aufbau von Netzwerken mit den Nachbargemeinden • Ökonomischer Einsatz öffentlicher Mittel bei langfristig sinkenden Einnahmen und steigenden Unterhaltskosten • Vorausschauende und pro-aktive Auseinandersetzung mit veränderten kommunalen Rahmenbedingungen und neuen Herausforderungen (Demografische Entwicklung, sinkender Bedarf an Infrastruktur, etc.) • Verstärkung des politischen Gewichts durch gemeinschaftliches Auftreten

Meinungsbild zur Projektbedeutung bewertet durch d. Teilnehmer d. Forums z. Entwicklungskonzept Region 18

Vernetzung und Koordination der Wirtschaftsförderungsangebote

12

<p>Anzahl Punkte: 13</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 7.</p>	<p>Projekt 32</p> <ul style="list-style-type: none"> Etablierung des „Südost-Sextetts“ (Regelmäßiges Treffen (monatlich) zwischen den sechs Lkr.-Wirtschaftsförderern unter Einbeziehung von kommunalen Wirtschaftsförderungen und IHK/HWK, Abstimmung der angebotenen Dienstleistungen, Nutzung von Wissen und Know-how der Partner, Vermeidung von Redundanzen in der alltäglichen Arbeit)
<p>Anzahl Punkte: 83</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 1.</p>	<p>Projekt 33</p> <ul style="list-style-type: none"> Einrichtung einer regionalen Beratungsstelle für Fördermittel und –programme (Bündelung von Know-how und Ressourcen, Ernennung bzw. Beauftragung eines Fördermittel-Experten, Durchführung von Schulungen und Informationsveranstaltungen, Informationsweitergabe)
<p>Anzahl Punkte: 35</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 4.</p>	<p>Projekt 34</p> <ul style="list-style-type: none"> Erstellung eines Aktionsplans für ein vorausschauendes Gewerbeflächenmanagement (Systematische Identifikation und Erschließung attraktiver Gewerbeflächen in der Region durch gemeinsamen Gewerbeflächenverband, Teilung der Gewerbesteuererinnahmen und Erschließungskosten über Finanzpool mit Kompensationsmechanismus, Schaffung finanzieller Anreize bzw. Bezuschussung von interkommunalen Gewerbegebieten, Einrichtung einer regionalen Gewerbeflächendatenbank)
<p>Anzahl Punkte: 47</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 3.</p>	<p>Projekt 35</p> <ul style="list-style-type: none"> Gemeinsames Gründermanagement zur Erhöhung der erfolgreichen Unternehmensgründungen (Bestandsaufnahme der bisherigen Aktivitäten, gemeinsame Informationsveranstaltungen, Bündelung der Informationen zu Fördermöglichkeiten, umfassende Finanzierungsberatung unter Einbindung der regionalen Banken und Sparkassen, Einrichtung von Gründerstammtischen und/oder einer internetbasierten Kommunikationsplattform („Starternetz“) z. Erfahrungsaustausch f. Gründer)
	<p>Effekte</p> <ul style="list-style-type: none"> Nutzung von Angeboten der kommunalen und landkreisbezogenen Wirtschaftsförderungen auf regionaler bzw. teilräumlicher Ebene Gemeinsames Erkennen und Nutzen von wirtschaftlichen Trends, Problemstellungen der regionalen Unternehmerschaft und branchenspezifischen Verflechtungen Gezielte teilräumliche Standortentwicklung und themenbezogene Vermarktung Steigerung der innerregionalen Wertschöpfung durch eine verstärkte Kooperation von regionalen Unternehmen (auch über Region 18 hinaus) Förderung des Wissensflusses zwischen regionalen Akteuren der Wirtschaftsförderung, aber auch zwischen Unternehmen Erhöhung der erfolgreichen Existenzgründungen in der Region 18

Meinungsbild zur Projektbedeutung bewertet durch d. Teilnehmer d. Forums z. Entwicklungskonzept Region 18

Familienfreundliche und altersgerechte Gemeindeentwicklung

13

<p>Anzahl Punkte: 2</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 11.</p>	<p>Projekt 36</p> <ul style="list-style-type: none"> • Projektkoordination durch Einrichtung einer Koordinierungsstelle für ein regionales Projektmanagement beim RPV (z.B. Teilaufgabe eines Regionalmanagers)
<p>Anzahl Punkte: 4</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 10.</p>	<p>Projekt 37</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regionale Profilierung bestehender Initiativen, Vereine, Akteuren durch Einbindung in überregionale Initiativen (Nutzung bestehender Service- und Coaching-Angebote bestehender Initiativen z.B. Aktion Demografischer Wandel – Bertelsmann-Stiftung, Gründung lokaler Bündnisse für Familie – Bundesministerium für Familien, Senioren, Frauen und Jugendliche)
<p>Anzahl Punkte: 47</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 2.</p>	<p>Projekt 38</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imagekampagne Familien- und altersgerechte Gemeindeentwicklung (Gezielte Moderation und Beratung in den Kommunen, gemeinsame Projektentwicklung, Nutzung sozialer Dienstleistungsangebote als Mittel zum Außenmarketing, Verstärkte Zusammenarbeit von öffentlichen, sozialen und privatwirtschaftlichen Akteuren in der Kinderbetreuung, vgl. Projekt 51 Wanderausstellung Oberste Baubehörde)
<p>Anzahl Punkte: 8</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 8.</p>	<p>Projekt 39</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gründung einer Agentur zum Thema „Wohnen und Leben in Südostoberbayern – selbstbestimmt und vernetzt für alle Generationen“ (Moderation, Analyse der Ist-Situation, Beratung, Auswahl und Bereitstellung zielgruppenorientierter Informationsmaterialien)
<p>Anzahl Punkte: 60</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 1.</p>	<p>Projekt 40</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schulinitiative Ländlicher Raum unter besonderer Berücksichtigung der Ganztagsbetreuungsangebote (Gemeinsame Schulstandortsplanung und -erhalt, Aufbau eines flächendeckenden Angebotes von Ganztageseschulen, Förderung von Jugendlichen aus sozialen Problemlagen durch Ganztagesbetreuung, Paten zur Unterstützung bei Ausbildungsplatzsuche)
	<p>Effekte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pro-aktives Gestalten des demographischen Wandels • Langfristig positive strategische Positionierung der Gemeinden im Wettbewerb um Bevölkerungsanteile • Konsequente Berücksichtigung von Familienbelangen bei allen Planungen und Entscheidungen der Gemeinde • Ausbau, Weiterentwicklung und Vernetzung der kommunalen Familienpolitik • Verstärkte Einbindung in bundesweiten Good Practice - Dialog • Vereinbarkeit von Beruf und Familie (insb. für junge Frauen, Einbindung von Männern intensivieren)

Meinungsbild zur
Projektbedeutung bewertet
durch d. Teilnehmer d.
Forums z. Entwicklungs-
konzept Region 18

Aktivierung von Bürgerschaftlichem Engagement

14

<p>Anzahl Punkte: 15</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 7.</p>	<p>Projekt 41</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schaffung einer (Online-)Serviceplattform zum Bürgerschaftlichen Engagement in der Region 18, um Anbieter und Suchende von Ehrenämtern miteinander zu vernetzen und über ehrenamtliche Betätigungsfelder in der Region zu informieren.
<p>Anzahl Punkte: 1</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 12.</p>	<p>Projekt 42</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutzung von Erfahrungswissen bestehender Angebote im Raum z.B. Haus der Begegnung in Mühldorf (Träger AWO); Haushaltswirtschaftlicher Fachservice HWF (organisiert auf Bezirksebene www.hwf-bayern.de).
<p>Anzahl Punkte: 0</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 13.</p>	<p>Projekt 43</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufbereitung und Strukturierung der bestehenden und sich entwickelnden Angebote innerhalb der Region 18 über eine öffentlichkeitswirksame Darstellung z.B. Tatendrang München, Haus der Begegnung in Mühldorf
<p>Anzahl Punkte: 2</p> <p>Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: 11.</p>	<p>Projekt 44</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutzung bestehender Service- und Coachingangebote bestehender Dachorganisationen wie BBE (Bundesverband Bürgerschaftliches Engagement) und LBE (Landesverband Bürgerschaftliches Engagement); Stiftung „Bürger für Bürger“ als Innen- und Außenmarketing für die Region 18 (z.B. Buchung der Fotowanderausstellung „Impulse für die Bürgergesellschaft“; Ausstellung in allen Landratsämtern und der Stadt Rosenheim (freie Termine 2007 möglich))
	<p>Effekte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schaffung positiver kommunaler Rahmenbedingungen für Bürgerschaftliches Engagement • Aktive Gestaltung und Übernahme von Verantwortung durch Bürger • Motivation und Identifikation der Bürger mit der Gemeinde und der Region • Verdichtung von sozialen Netzwerken • Schaffung von Transparenz über ehrenamtliche Betätigungsfelder

Meinungsbild zur Projektbedeutung bewertet durch d. Teilnehmer d. Forums z. Entwicklungskonzept Region 18

Positionierung der Region 18 im Bildungsmarkt in der beruflichen Bildung, der Hochschulbildung und der Weiterbildung

15

Anzahl Punkte: 37

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **5.**

Projekt 45

- Einrichtung einer **Diplomanden- und Praktikantenbörse** durch einen **Verbund regionsnaher Hochschulen** in und um die Region 18 (aus Nieder- und Oberbayern, Salzburg und Tirol, regelmäßiger Austausch der Hochschulen, gemeinsame Internetplattform mit Angeboten und Gesuchen für Praktika und Diplomarbeiten, dadurch direkte Kontaktherstellung und Austausch von Wissen und Personal zwischen Hochschulen und Unternehmen als Grundlage für mögliche Forschungs Kooperationen)

Anzahl Punkte: 21

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **6.**

Projekt 46

- Erstellung einer **Bildungsbedarfsanalyse** der regionalen Wirtschaft (als Teil eines regionalen Bildungskonzepts, Beauftragung eines Gutachters/Gutachtertteam bei Vorgabe einer klaren Struktur (z.B. branchenbezogene Unternehmensbefragung), systematische Analyse der Anforderungen der regionalen Unternehmen hinsichtlich qualifizierter Arbeitskräfte, Grundlage für Erstellung eines ganzheitlichen Bildungskonzepts)

Anzahl Punkte: 0

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **13.**

Projekt 47

- Regionale **Vernetzung der Volkshochschulen** (Abstimmung des Programms der regionalen VHS hinsichtlich Dopplungen und fachlicher Ausrichtung, Schaffung einer erhöhten Vielfalt der Angebote für die Bevölkerung, Aufsetzen eines gemeinsamen Programmhefts der VHS bzw. einer Internetplattform, institutionelle Zusammenlegung der VHS zum Verbund in Südostoberbayern)

Effekte

- **Optimierung des beruflichen Bildungsangebots** in der Region im Bereich der Fachschulen und Fachakademien
- **Ausbau der Hochschulbildungsangebote** im Bereich der Fachhochschulen und Universitäten insbesondere durch Kooperationen
- Ausbau des **Weiterbildungsangebotes** im Bereich von Bildungszentren und e-learning
- **Vernetzung von Bildungseinrichtungen**, führenden Betrieben, Hochschulstandorten: Optimierte Kommunikation und Abstimmung der Bedürfnisse der Wirtschaft ggü. den Bildungseinrichtungen und vice versa
- **Steigerung der Innovationsfähigkeit** regionaler Unternehmen durch Zusammenarbeit mit Bildungs- und Forschungseinrichtungen (neue Technologien, Prozessinnovationen, ...)
- **Erhöhung des Ausbildungsniveaus** und Etablierung einer breiten „Wissensbasis“ in der Region vor dem Hintergrund steigender Qualifikationserfordernisse an Facharbeiter und Akademiker

Meinungsbild zur Projektbedeutung bewertet durch d. Teilnehmer d. Forums z. Entwicklungskonzept Region 18

Ortsmitte im Fokus, Stärkung der Innenentwicklung

16

Anzahl Punkte: 45

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **3.**

Projekt 48

- **Modellprojekte zur Innenentwicklung in Tourismusebenen** unter dem Schwerpunktthema Nachhaltige Ortserneuerung durch Ausbau der touristischen Infrastruktur (Durchführung gezielter Beratungsangebote in den Kommunen, z.B. Anleitung zum Innenentwicklungsscheck, Überarbeitung der Bauleitpläne, unter Beteiligung der Obersten Baubehörde, Regierung v. Obb.)

Anzahl Punkte: 45

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **3.**

Projekt 49

- **Imagekampagne Ortsmitten** (über die Buchung der **Wanderausstellung Starke Städte und Gemeinden; Erbe bewahren – Zukunft gestalten** (Beispielgemeinden aus Region18 Burghausen und Rosenheim) und Ausarbeitung eines **Begleitprogrammes** für einzelne Stationen in der Region z.B. Stärkung der Ortsmitten durch generationsübergreifende Wohnmodelle, offensive Platzierung positiver Beispiele in den regionalen und überregionalen Print- und Online-Medien, Entwicklung finanzieller Anreize für die Nutzung der Ortsmitten für modellhafte generationsübergreifende gemeinschaftliche Wohn- und Dienstleistungskonzepte)

Effekte

- Stärkung und **Belebung der Ortsmitte**, Vermeidung von Leerständen
- **Reduzierung des Flächenverbrauchs**, Vermeidung von Zersiedlung im Außenbereich
- Vermeidung von **Fehlinvestitionen und Reduzierung der Infrastrukturunterhaltskosten**
- Einleitung eines **Umdenkprozesses** in Politik, Verwaltung, Immobilienbesitzern und -nachfragern zur konsequenten Ausnutzung freier Gebäude- und Flächenpotenziale im Innenbereich der Gemeinden
- Sensibilisierung und **Bewusstseinsbildung** für Innenentwicklung

Meinungsbild zur Projektbedeutung bewertet durch d. Teilnehmer d. Forums z. Entwicklungskonzept Region 18

Professionalisierung und Qualifizierung von kleinen und mittleren Unternehmen

17

Anzahl Punkte: 41

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **4.**

Projekt 50

- **Zertifizierungs- und Schulungsoffensive** für Kleinbetriebe im **Tourismus** (Schulungsangebote bzw. Unterstützung von Schulungsangeboten für Kleinvermietern u.a. auch zur Profilierung in Richtung der definierten Schwerpunktthemen, Förderanreize für zertifizierte Betriebe)

Anzahl Punkte: 45

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **3.**

Projekt 51

- Regionale **FuE-Offensive** (Erhöhung der FuE-Aktivitäten von KMU durch die Vernetzung von Unternehmen und Hochschulen über Diplomanden- und Praktikantenbörse, Etablierung von dauerhaften Forschungsk Kooperationen, Förderung der FuE-Aktivitäten in traditionellen Wirtschaftsbereichen wie Maschinenbau, Forst und Holz oder Elektronik durch Anreizschaffung (Fördermittel, Forschungspreise) und Sensibilisierung (Kampagne zur Nutzung von FuE-Potenzialen), Etablierung von weiteren Forschungseinrichtungen in der Region 18 (z.B. Aktivitäten der TU München im Chemiedreieck, Brandprüfzentrum Rosenheim)

Anzahl Punkte: 7

Bewertungsstufe innerhalb des Handlungsfeldes: **9.**

Projekt 52

- Einrichtung einer regelmäßigen **Gewerbemesse Region 18** (mit Branchenschwerpunkten, entweder dauerhaft auf dem angedachten Rosenheimer Messegelände oder wechselnde Ausrichtung in Kreisstädten der Region, gezielte Veranstaltungen zur Kontaktknüpfung und Netzwerkbildung, z.B. Kooperationen zur Auslandsmarkterschließung von kleinen Unternehmen)

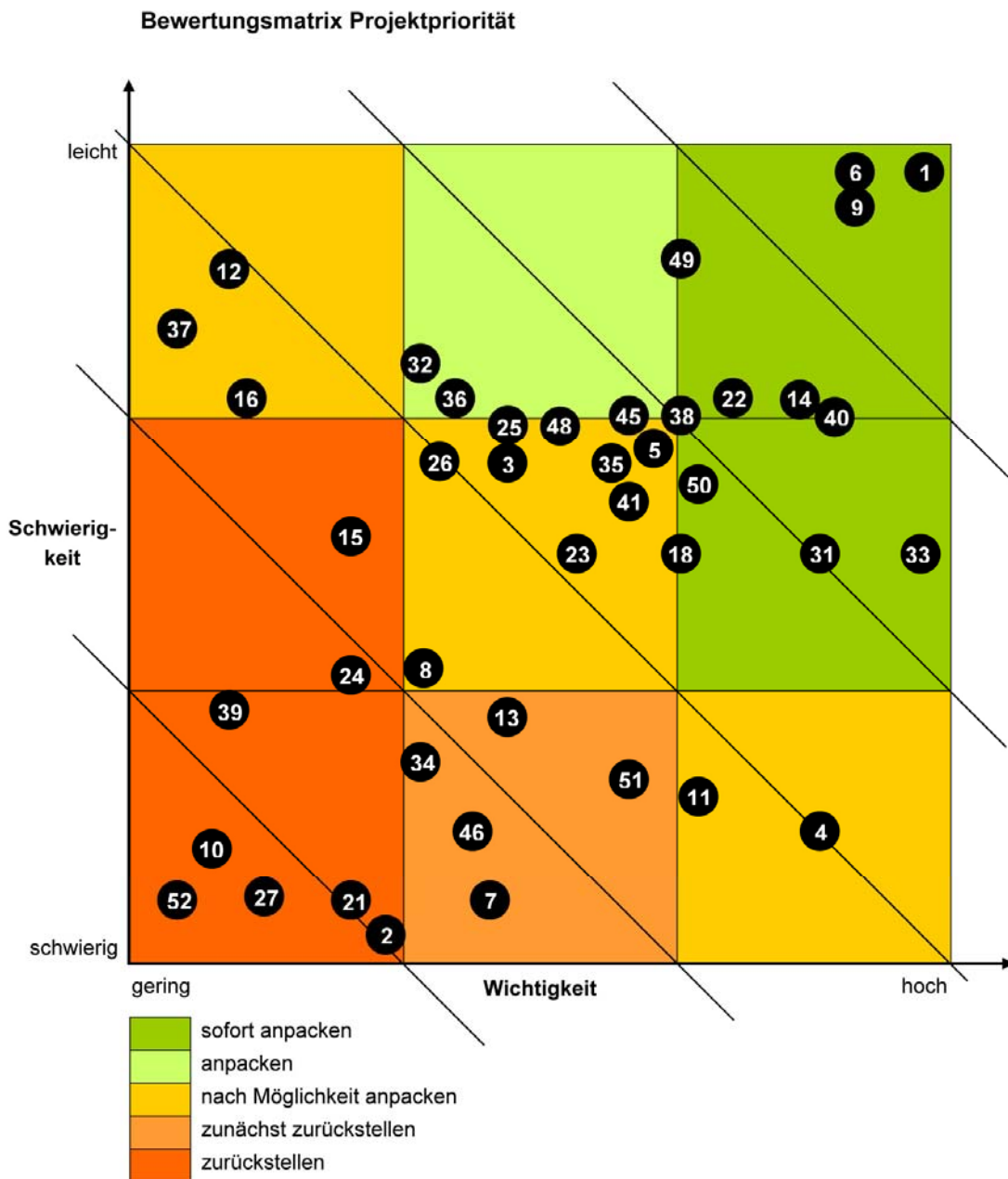
Effekte

- Nachhaltige Stärkung der **internationalen Wettbewerbsfähigkeit von KMU**
- Schaffung von bestmöglichen Voraussetzungen für **langfristig erfolgreich operierende KMU und Neugründern** aus traditionellen sowie innovativen Wirtschaftsbereichen als Arbeitsplatzgaranten
- **Mehr Professionalität in der Führung von KMUs im Tourismus**
- **Reduktion der Bettenzahl im Privatvermieterbereich bei gleichzeitiger Qualitätssteigerung der verbleibenden Betriebe**
- **Mehr Qualität im Beherbergungsbereich generell**
- **Stärkung von Angebotsplattformen** für Kleinvermieter (z.B. Alpine Gastgeber, Urlaub am Bauernhof)

Bewertung der Projektideen aus Sicht der Akteure und aus Sicht der Gutachter Arbeitsstand vom 13.06.2007 (Lenkungsgruppensitzung in Traunstein)

Die Nummern beziehen sich auf die 52 in Bergen präsentierte Projektansätze (abzurufen unter <http://www.region-suedostoberbayern.bayern.de>)

Abb.1: Zusammenfassende Bewertung der Projektpriorität nach Wichtigkeit und Schwierigkeit der Umsetzung aus Sicht von Akteuren und Gutachtern



Nicht bewertet (da zusammengefasst/ gestrichen): 17, 19, 20, 28, 29, 30, 42, 43, 44, 47

Bewertung der Projektprioritäten aus Sicht der Akteure (Forum vom 18.04.2007 in Bergen) und aus Sicht der Gutachter

– nach Reihenfolge der Projektpriorität –

Bewertung der Projektprioritäten
nach Projektpriorität

***=**Weiterentwicklung durch Gutachterteam zur Umsetzungsvorbereitung

Projekt

Nr. Um. Inhalt

1 = hoch > 50
2 = mittel 30-50
3 = gering > 30

1 = hoch
2 = mittel
3 = gering

1 = leicht
2 = mittel
3 = schwierig

**Akteure
Bedeutung**

**Gutachter
Bedeutung**

**Gutachter
Umsetzung**

Nr.	Um.	Inhalt	Akteure Bedeutung	Gutachter Bedeutung	Gutachter Umsetzung	
1		Verkehrsausschuss RPV	1	1	1	
6		Regionaler Ausschuß zur Bauleitplanung im Außenbereich	1	1	1	
9		Sektor-übergreifende Angebotsgruppen im Tourismus	1	1	1-2	
14	(*)	Regionale Vermarktungskoooperation Tourismus	1	1	1-2	verknüpft mit 23
18		Regionalvermarktungsoffensive (Dachmarke, Marketingkonzept, Zielgruppen)	2	1	2	zus. 18-20
22	*	Masterplan Hotelansiedlung und Hotelentwicklung	1	1	1-2	
31	*	Interkommunale Zusammenarbeit (Wettbewerb, Online-Serviceplattform, Beratungsinitiative, Weiterentwicklung best. Initiativen)	1	1	2	zus. 28-31
33	*	Regionale Beratungsstelle für Fördermittel	1	1	2	
38	*	Imagekampagne für familien- und altersgerechte Gemeindeentwicklung	2	1-2	1-2	
40	*	Schulinitiative Ländlicher Raum	1	1	1-2	
49	*	Imagekampagne Ortsmitten	2	1-2	1	
50	*	Zertifizierungs- und Schulungsoffensive für Kleinbetriebe im Tourismus	2	1	2	
25		Regionales Landschaftspflegeforum	3	1	1-2	
32		Südost-Sextett Wirtschaftsförderung	3	1-2	1	
36		Koordinierungsstelle für Projektmanagement	3	1	1-2	
45	*	Diplomanden- und Praktikantenbörse	2	1-2	1-2	
48		Modellprojekte zur Innenentwicklung in Tourismusgebieten	2	1-2	2-3	
3		Breitbandinitiative Region 18	2	2	1-2	
4		Bayerisches Tourismusgesetz	1	1	3	
5	(*)	Arbeitskreis Finanzierung im RPV	2	1	1-2	evt. mit 33 zusammen
8		Masterplan Gesundheitstourismus	3	1	2	
11		(Regionale) Service- und Dienstleistungsoffensiven	3	1	3	
12		Arbeitsgruppe Alternativer Wintersport	3	3	1	
16		Überregionale Vermarktung der reg. Handwerkerschaft	3	3	1-2	
23	*	Restrukturierungskonzept für die Tourismusorganisationen	3	1	2	verknüpft mit 14
26		Restrukturierungskonzept Landschaftspflege	3	1-2	2	
35		Gründermanagement	2	1-2	1-2	
37		Einbindung in überregionale Initiativen zur familienorientierten Gemeindeentwicklung	3	3	1	
41		Info-Plattform zur Aktivierung von Bürgerschaftlichem Engagement	3	1	2	zus. 41-44
7		Marketingkonzept für unter- und ungenutzte Gebäude	2	2-3	3	
13		Karten- und Marketingverbund der Skigebiete	3	1	2-3	
34		Aktionsplan für Gewerbeflächenmanagement	2	2-3	3	
46		Bildungsbedarfsanalyse	3	1-2	3	
51		FuE-Offensive	2	2	3	
2		ÖPNV-Verbund in der Euregio S-BGL-TS	2	2-3	3	
10		Top-Attraktionen internationaler Strahlkraft	3	3	3	
15		Förderung bestehender Branchenkompetenzen	3	2	2	
21		Regionale Logistikstruktur	3	2	3	
24		Seilbahnentwicklungskonzept	3	2	1-2	
27		Innovationsoffensive Landschaftspflege "Nutzung statt Pflege"	3	2	3	
39		Agentur "Wohnen und leben in Südostoberbayern"	3	3	3	
52		Gewerbemesse R 18	3	3	3	
19		Marketingkonzept für regionale Produkte				zus. 18-20
20		Vermarktungsoffensive zur Erschließung neuer Zielgruppen				zus. 18-20
28		Wettbewerb interkommunale Kooperation				zus. 28-31
29		Online-Serviceplattform				zus. 28-31
30		Beratungsinitiative für Gemeinden der Region 18				zus. 28-31
42		Transfer von Erfahrungswissen bestehender Angebote				zus. 41-44
43		Aufbereitung und Strukturierung bestehender Angebote				zus. 41-44
44		Nutzung von Service- und Coachingangeboten				zus. 41-44
17		Vermarktung als Wohnort am Alpenrand				gestrichen
47		Vernetzung der Volkshochschulen				gestrichen

Entwicklungskonzept Region 18

Anhang

Teil A Entwicklungsstrategie, Projekte und Umsetzung

- A 1 52 Projektideen und Bewertung durch die Akteure (Forum in Bergen am 18.04.2007)
- A 2 Bewertung der Projektideen aus Sicht der Akteure und aus Sicht der Gutachter
Arbeitsstand vom 13.06.2007 (Lenkungsgruppensitzung in Traunstein)

Teil B Bestandsaufnahme

- B 1 Bestandsaufnahme und Bewertung – Ländlicher Raum
- B 2 Bestandsaufnahme und Bewertung – Wirtschaft
- B 3 Bestandsaufnahme und Bewertung – Tourismus

Anhang B 1

Bestandsaufnahme und Bewertung Ländlicher Raum

Im Folgenden werden die Einzelergebnisse der Expertengespräche in den Teilräumen zu Stärken und Schwächen des Ländlichen Raumes abgebildet.

Tab. Anhang B1 – 1: Expertengespräche Ländlicher Raum

Teilraum	Datum	Anzahl Teilnehmer
Kreisfreie Stadt Rosenheim mit Landkreis Rosenheim	27.09.2006	25
Landkreis Altötting mit Landkreis Mühldorf	17.10.2006	20
Landkreis Traunstein mit Landkreis Berchtesgadener Land	17.10.2006	31

Im Unterschied zum Kapitel 2.1 „Ländlicher Raum“ gliedert sich der Anhang nicht nach den Themenfeldern, sondern nach den Teilräumen, um die Einschätzungen und Bewertungen aus deren Sichtweise wiederzugeben. Regionale Zusammenfassungen der wichtigsten Ergebnisse in den Handlungsfeldern können dem Hauptkapitel 2.1 entnommen werden.

Zu Beginn der Gesprächsrunden wurden die Gebiete gemeinsam mit den Experten in landschaftlich und siedlungsstrukturell homogene Teilräume untergliedert, um teilräumliche Ausprägungen in den einzelnen Themenfeldern berücksichtigen zu können. In den Landkreisen Mühldorf/Altötting sowie in den Landkreisen Berchtesgadener Land/Traunstein wurden je 3 Teilräume unterschieden (siehe Abb. Anhang B1 – 1, Abb. Anhang B1 – 2) Im Landkreis Rosenheim/ Kreisfreie Stadt Rosenheim wurde zunächst keine Unterteilung vorgenommen, im Rahmen der Diskussion konnten teilweise Unterschiede in der Einschätzung von Stadtgebiet und Landkreis ergänzt werden.

Stärken-/Schwächen-Profile

In den Gesprächsrunden wurden die Experten gebeten, ihre persönliche Einschätzungen und Bewertungen zu den diskutierten Fragestellungen auf einer Skala von 0 (Schwäche) bis 10 (Chance) einzuordnen. Dabei gelten alle Werte größer bzw. gleich 5 als Stärke, die Werte unter 5 gelten als Schwäche. Damit stellt der Grenzwert 5 die Schwelle zwischen Stärke und Schwäche dar. In den Grafiken auf den folgenden Seiten sind die Erkenntnisse aus den Gesprächen dargestellt. Um eine gute Aussagequalität zu erreichen, wurden die Experten gebeten, nur die Fragen ihres eigenen gesicherten Kompetenzbereiches zu beantworten und die übrigen gegebenenfalls zu überspringen.

Nachdem die Experten ihre Wertung auf vorbereiteten Plakaten eingetragen hatten, wurden die Ergebnisse in der Runde diskutiert. In der Nachbereitung wurden aus den Bewertungen Mittelwerte gebildet und die untenstehenden Grafiken erstellt. Für jeden Teilraum wurden zu 5 zusammengefassten Themen Stärken-/Schwächen Profile gebildet:

Tab. Anhang B1 – 2: Gliederungsübersicht Anhang: Grafiken und Handlungsfelder

Handlungsfeld	Grafik Stärken-/Schwächen Profil Thema
1. Handlungsfeld Siedlung	Siedlung
2. Handlungsfeld Bevölkerung, Soziales und Infrastruktur	Soziales und Bevölkerung
	Infrastruktur
3. Handlungsfeld Landwirtschaft	Landwirtschaft: Regionalvermarktung/ Landschaftspflege
	Landwirtschaft: Bioenergie/ Nachwachsende Rohstoffe

Zwei wichtige Begriffe, die in den folgenden Grafiken verwendet werden, sollen näher erläutert werden:

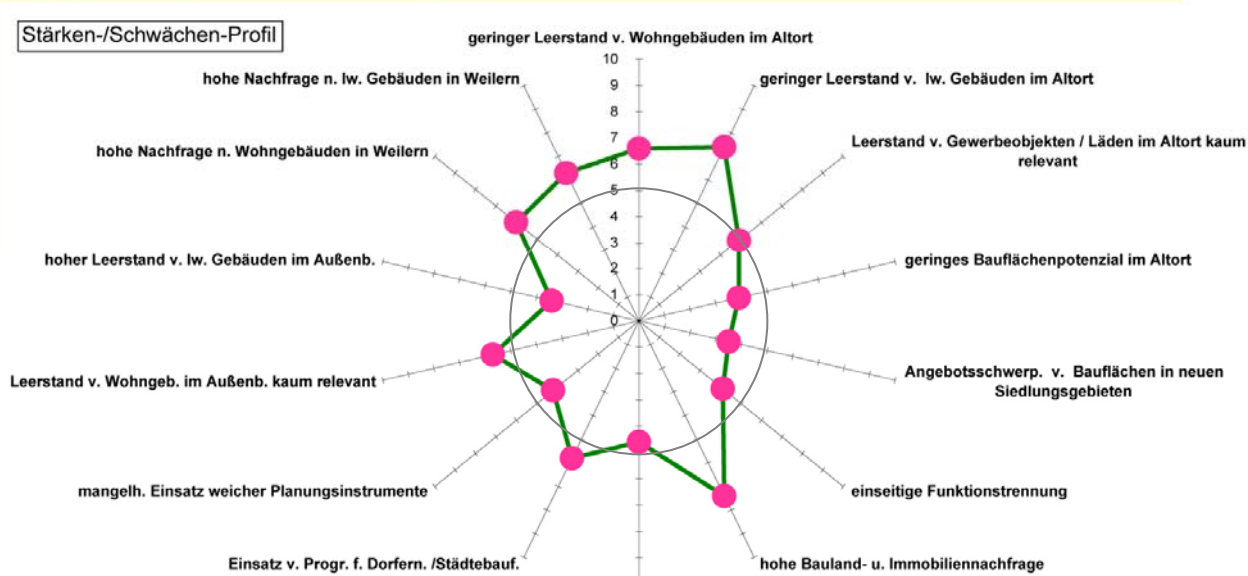
„Überwiegend“: Die Wertungen der Experten streuen stark zwischen Schwäche und Stärke. Die überwiegende Anzahl der Wertungen liegt im genannten Wertungsbereich.

„Teils“: Ein Großteil der Wertungen liegt im mittleren Bereich. Einzelne Extremwertungen verursachen einen Ausschlag als Stärke bzw. Schwäche.

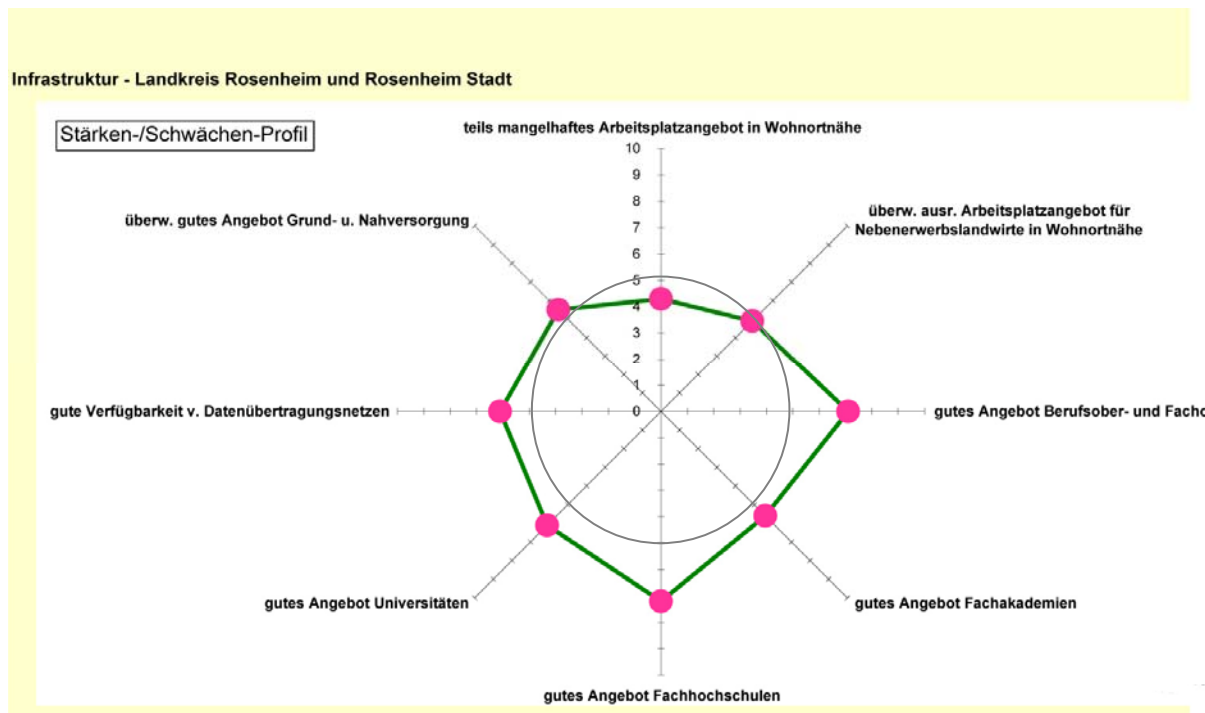
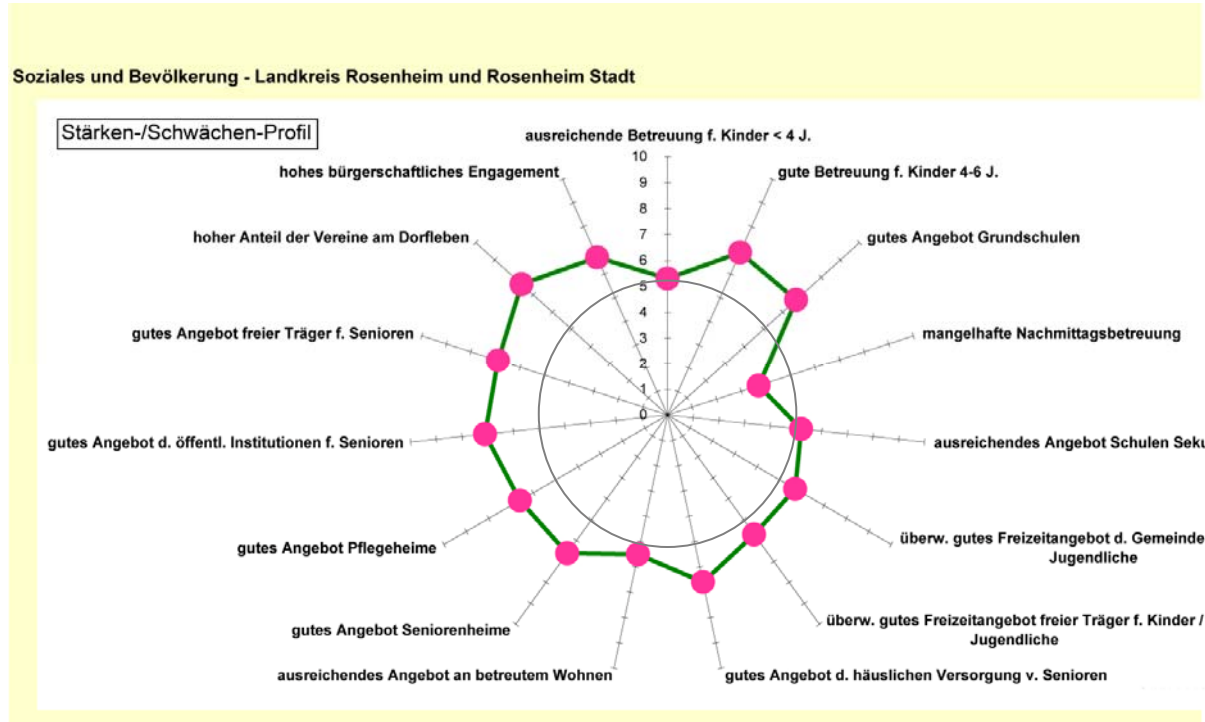
Landkreis Rosenheim und kreisfreie Stadt Rosenheim

1. Handlungsfeld Siedlung

Siedlung - Landkreis Rosenheim und Rosenheim - Stadt

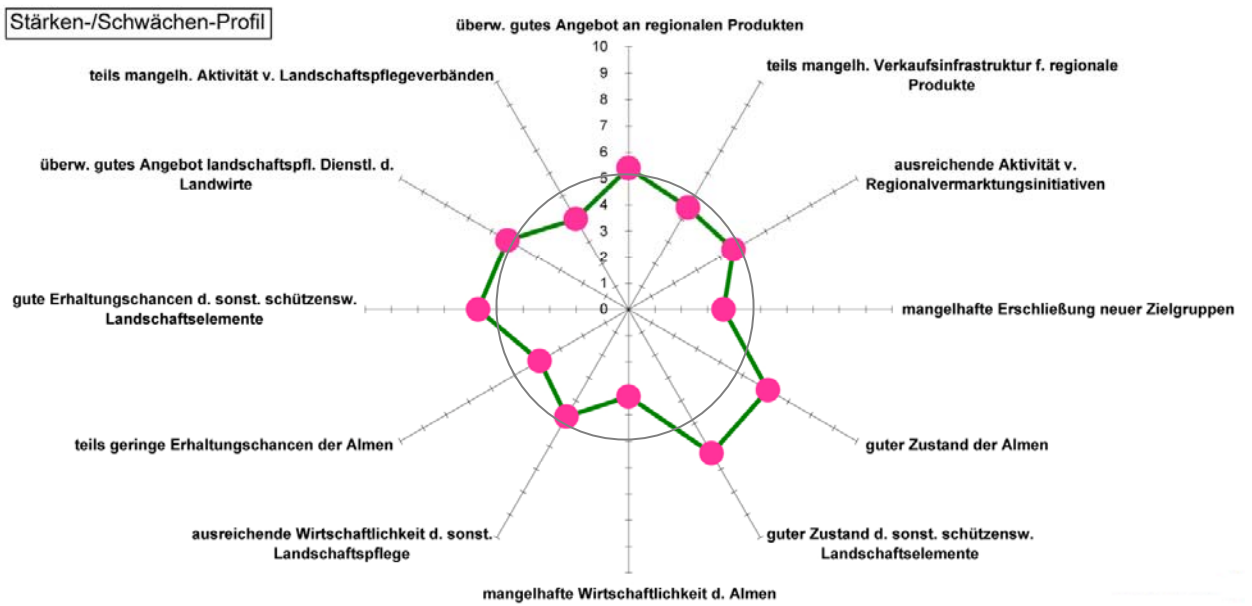


2. Handlungsfeld Bevölkerung, Soziales und Infrastruktur

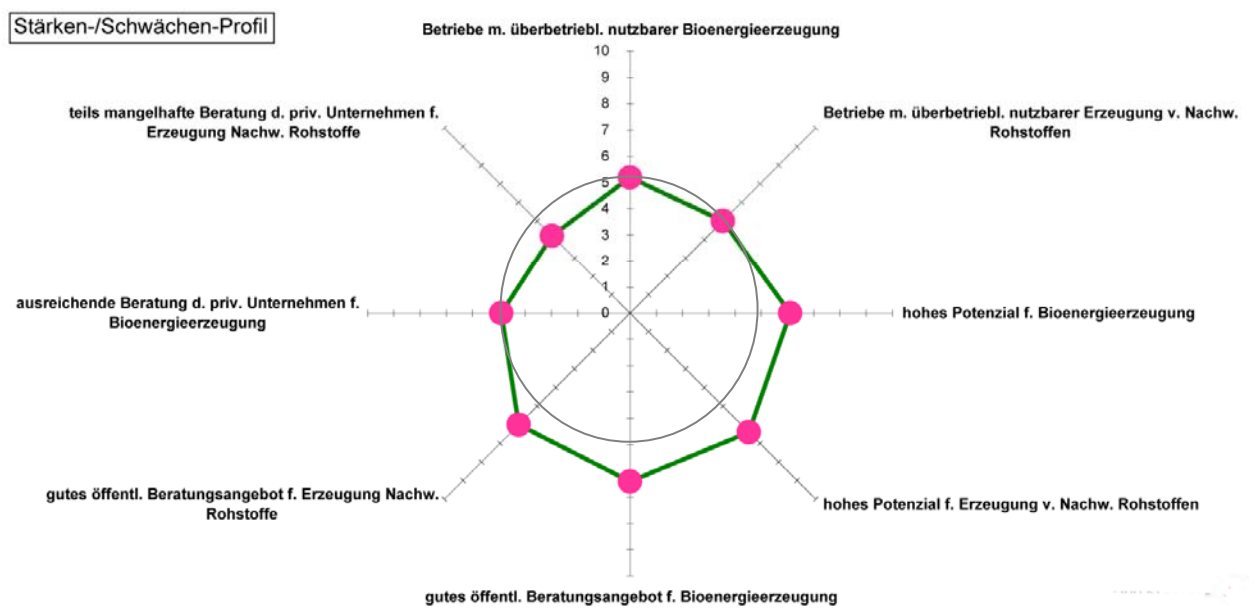


3. Handlungsfeld Landwirtschaft

Landwirtschaft: Regionalvermarktung / Landschaftspflege - Landkreis Rosenheim und Rosenheim Stadt



Landwirtschaft: Bioenergie / Nachwachsende Rohstoffe - Landkreis Rosenheim und Rosenheim Stadt



Landkreis Mühldorf und Landkreis Altötting

Ableitung der Teilräume

Für die Landkreise Mühldorf und Altötting wurden gemeinsam mit den Experten zu Beginn der Gesprächsrunden die Gebiete in **drei** landschaftlich und siedlungsstrukturell homogene **Teilräume** (siehe Abb.) untergliedert, um teilräumliche Ausprägungen in den einzelnen Themenfeldern berücksichtigen zu können.

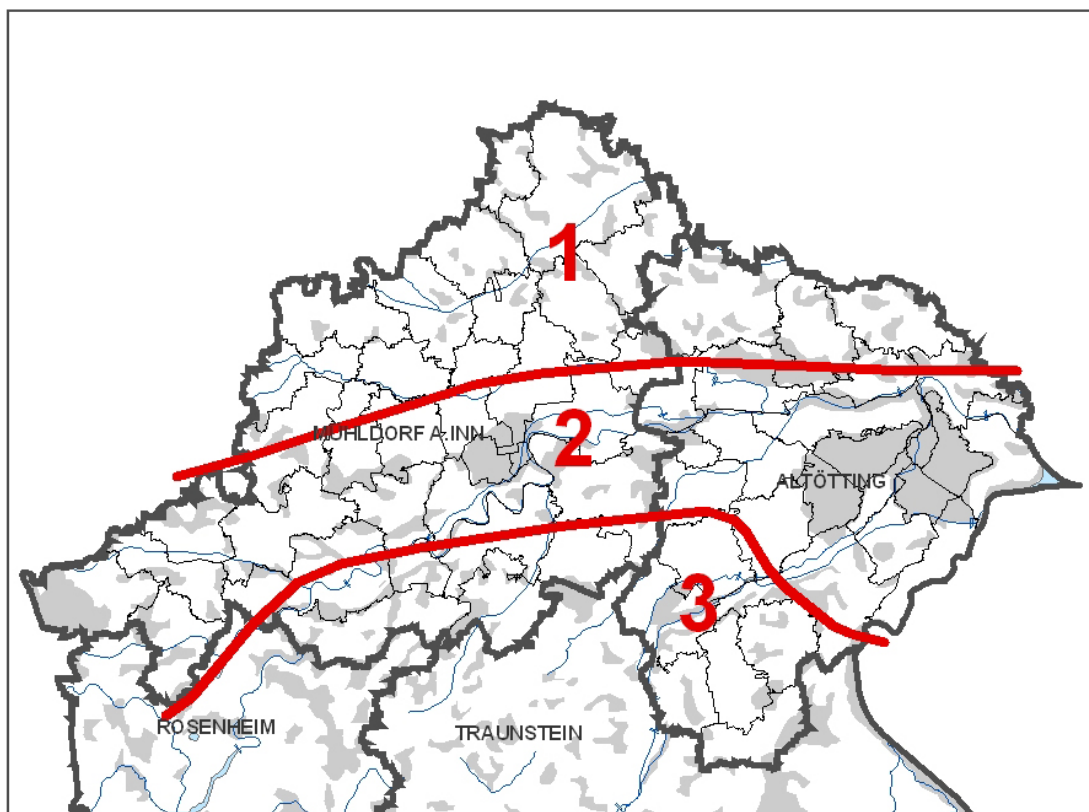
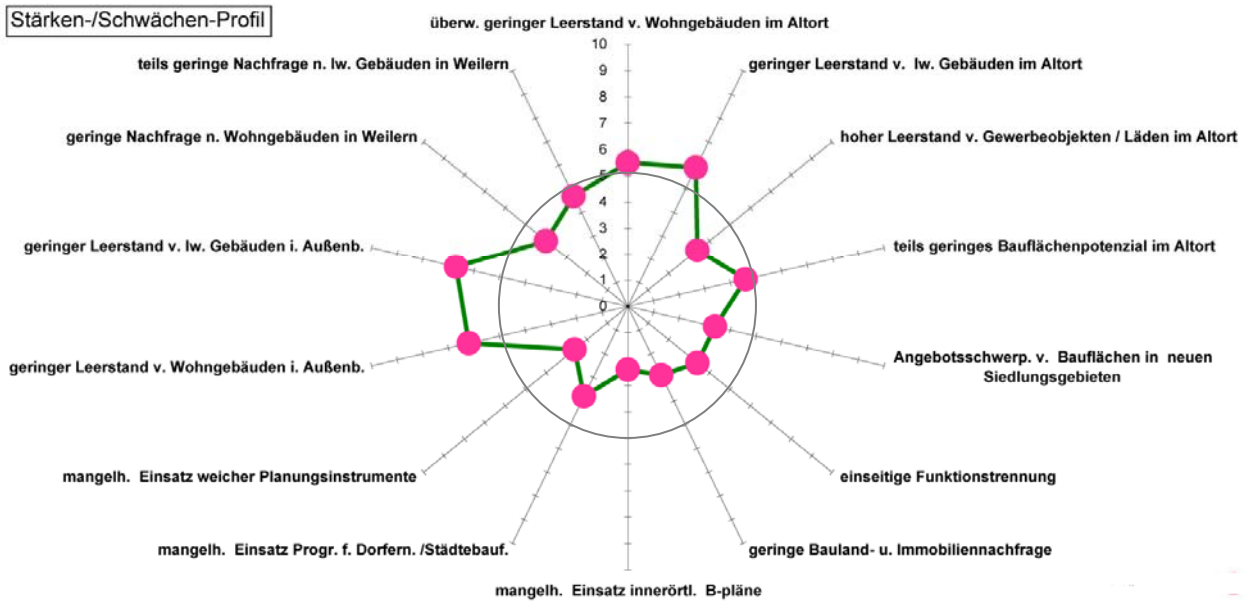


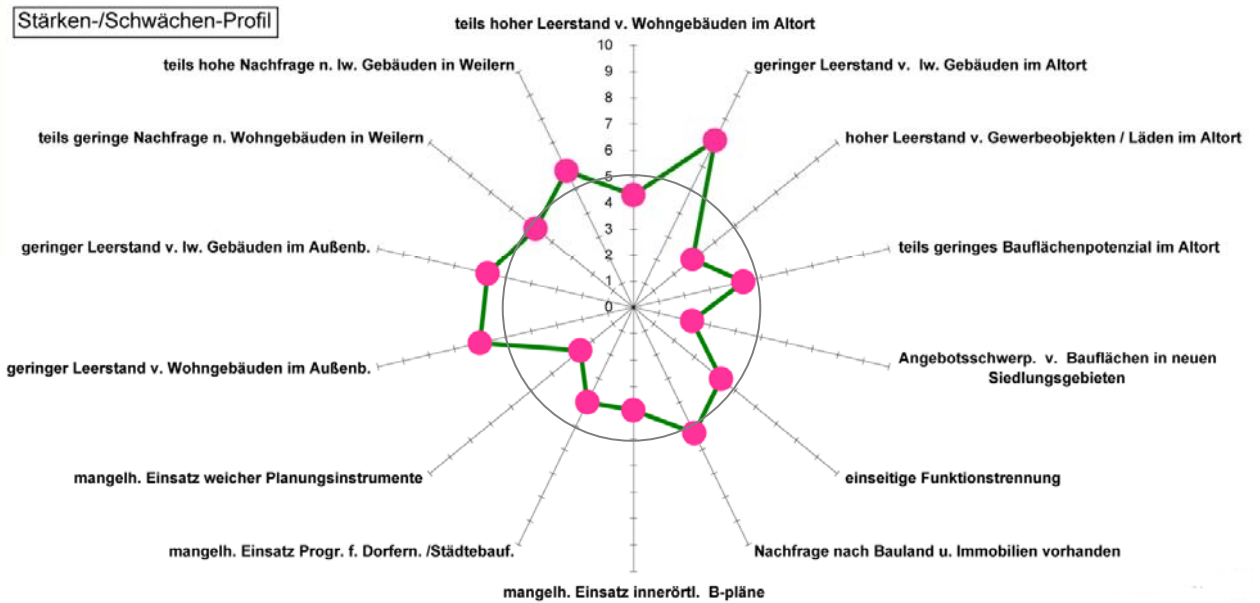
Abb. Anhang B1 - 1: Teilräume Lkr. Mühldorf und Altötting

1. Handlungsfeld Siedlung

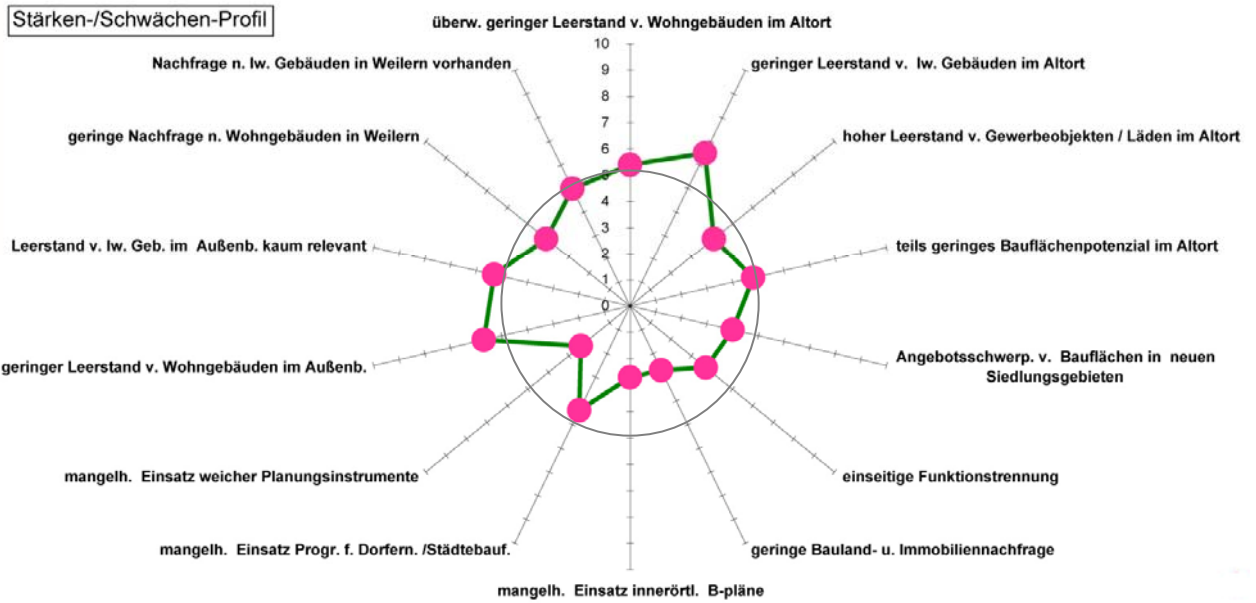
Siedlung - Landkreise Mühldorf und Altötting, Teilraum 1



Siedlung - Landkreise Mühldorf und Altötting, Teilraum 2

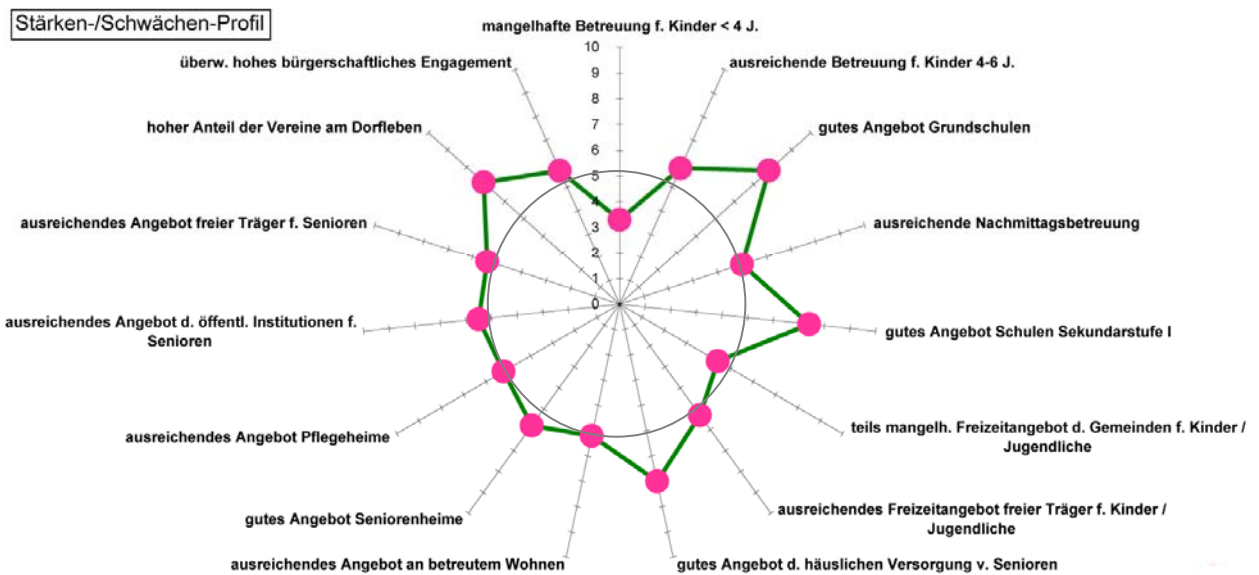


Siedlung - Landkreise Mühldorf und Altötting, Teilraum 3



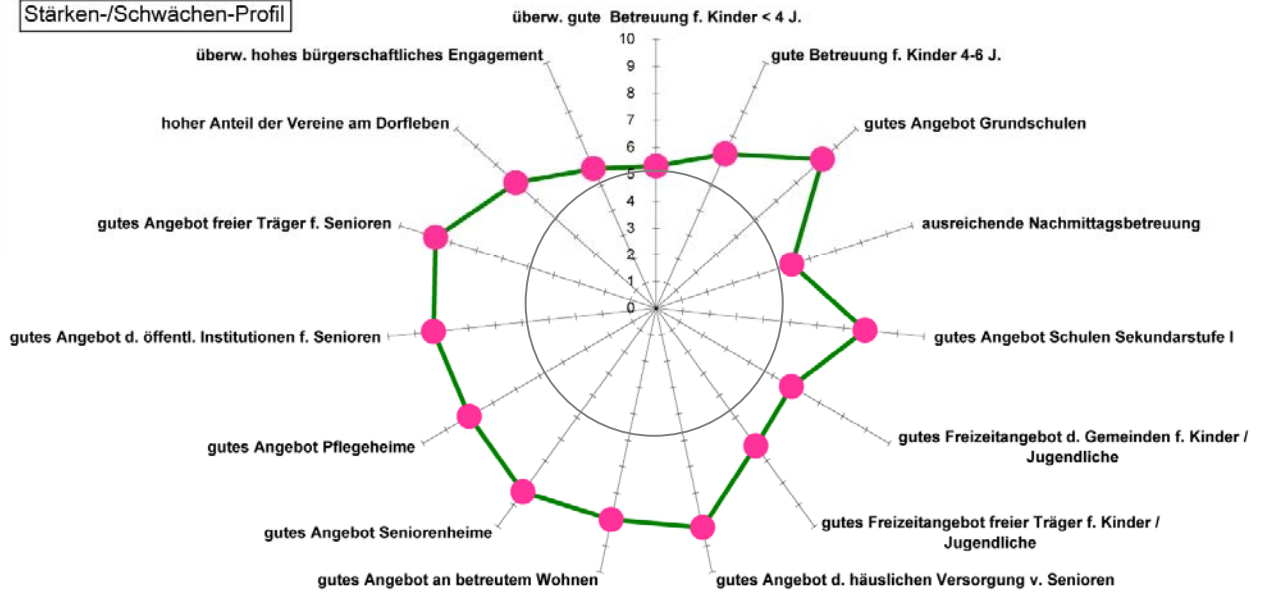
2. Handlungsfeld Bevölkerung, Soziales und Infrastruktur

Soziales und Bevölkerung - Landkreise Mühldorf und Altötting, Teilraum 1



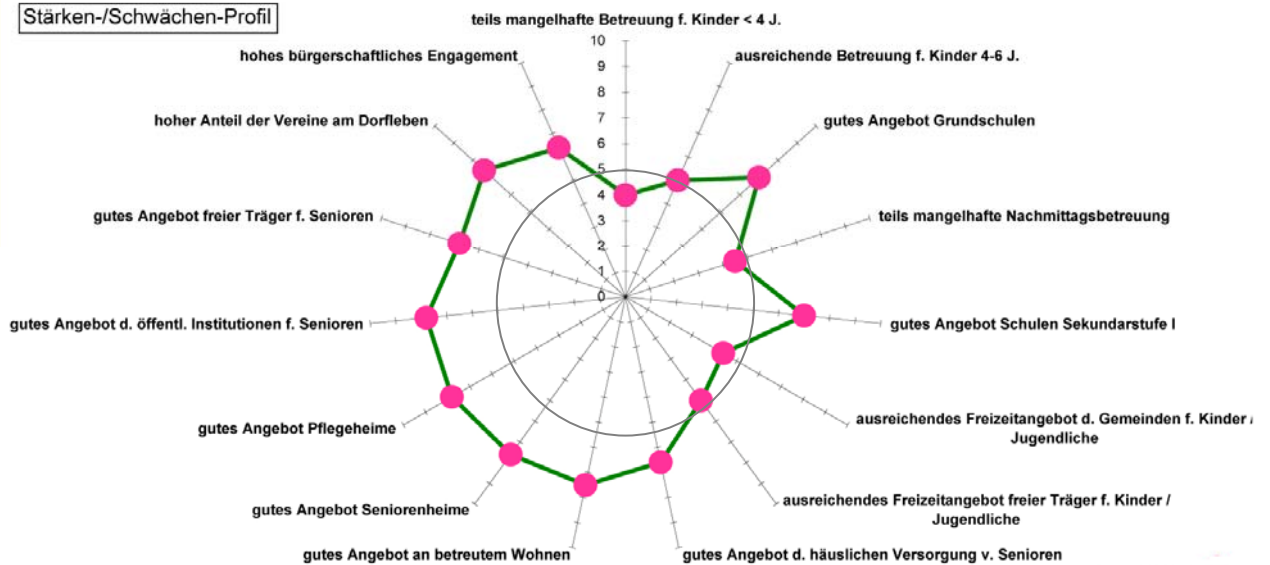
Soziales und Bevölkerung - Landkreise Mühldorf und Altötting, Teilraum 2

Stärken-/Schwächen-Profil



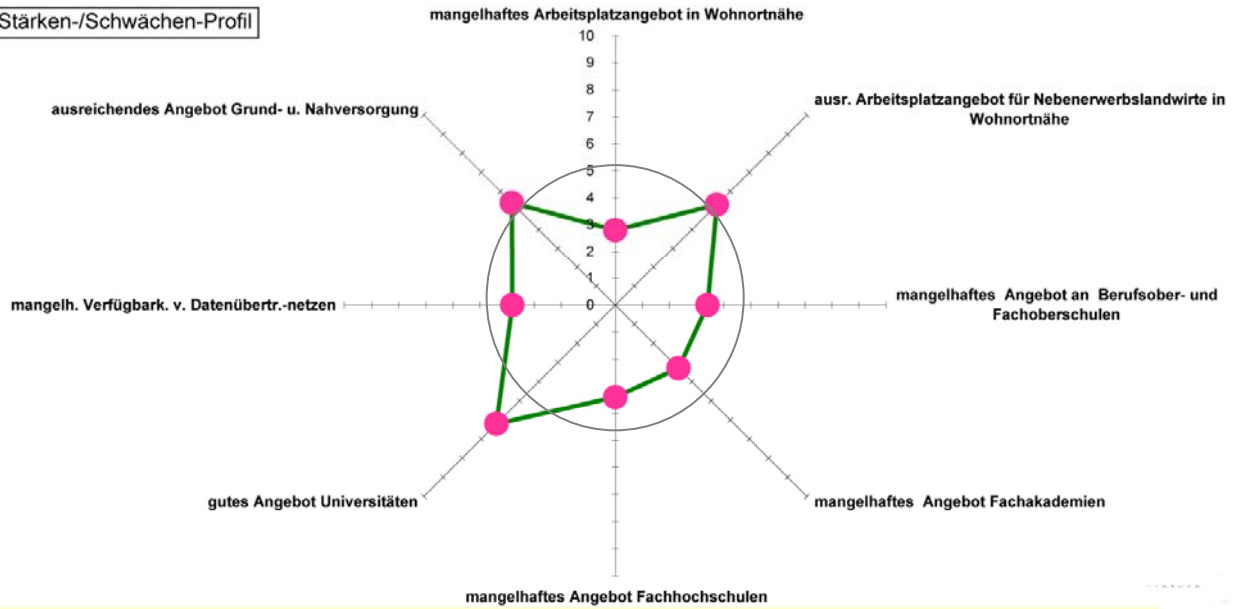
Soziales und Bevölkerung - Landkreise Mühldorf und Altötting, Teilraum 3

Stärken-/Schwächen-Profil



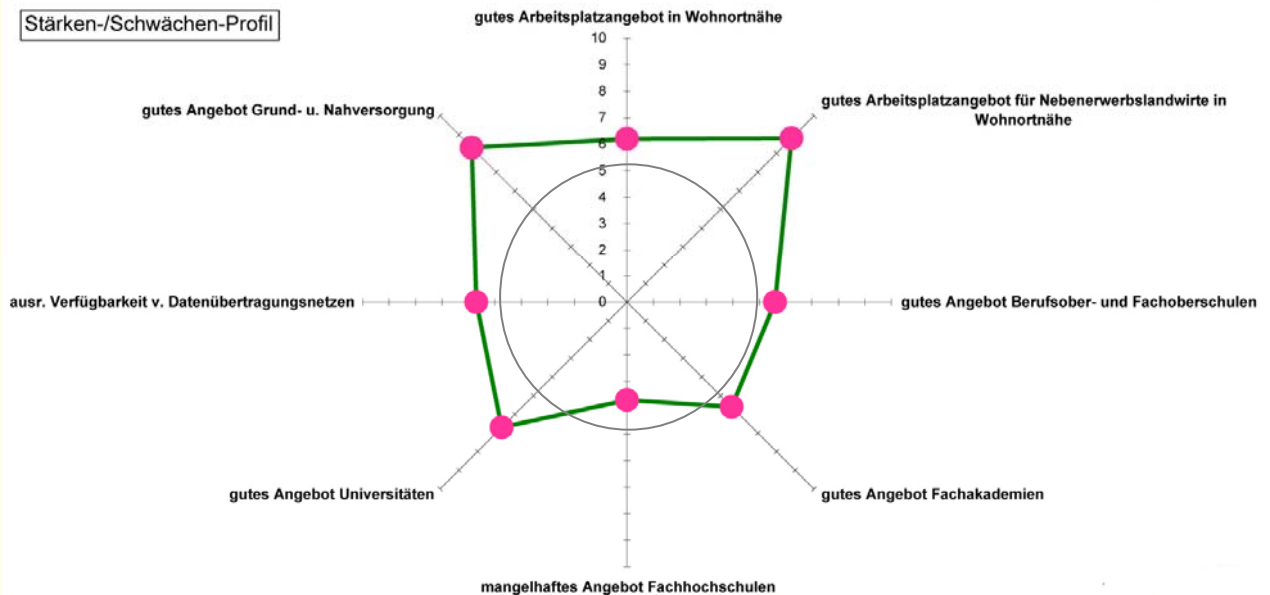
Infrastruktur - Landkreise Mühldorf und Altötting, Teilraum 1

Stärken-/Schwächen-Profil

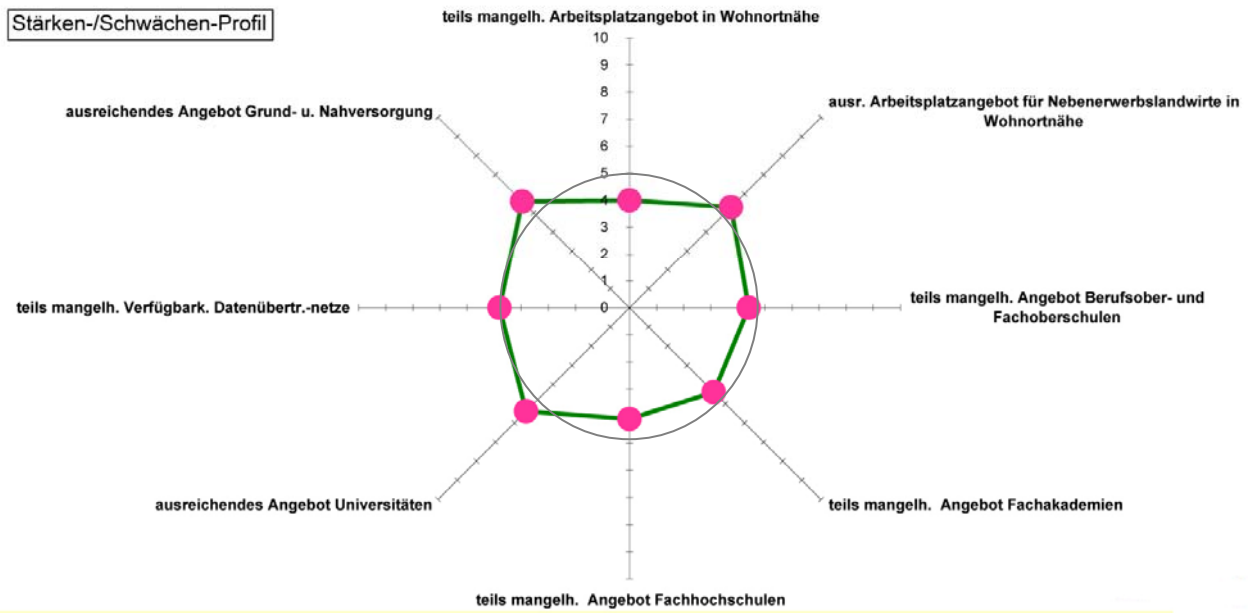


Infrastruktur - Landkreise Mühldorf und Altötting, Teilraum 2

Stärken-/Schwächen-Profil

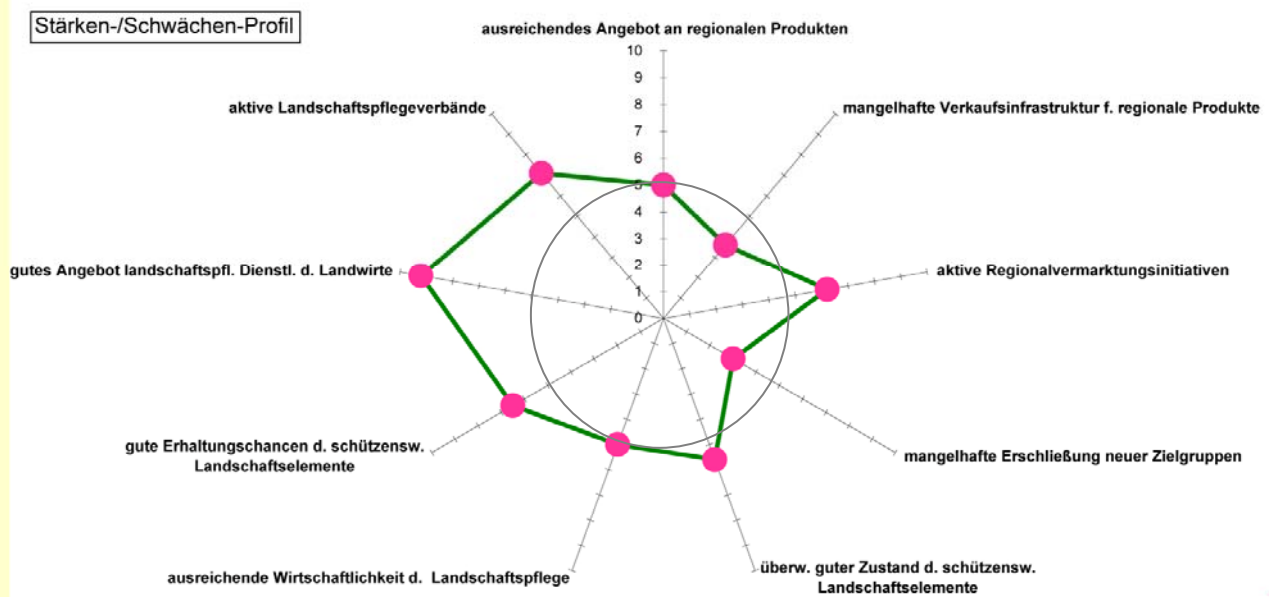


Infrastruktur - Landkreise Mühldorf und Altötting, Teilraum 3



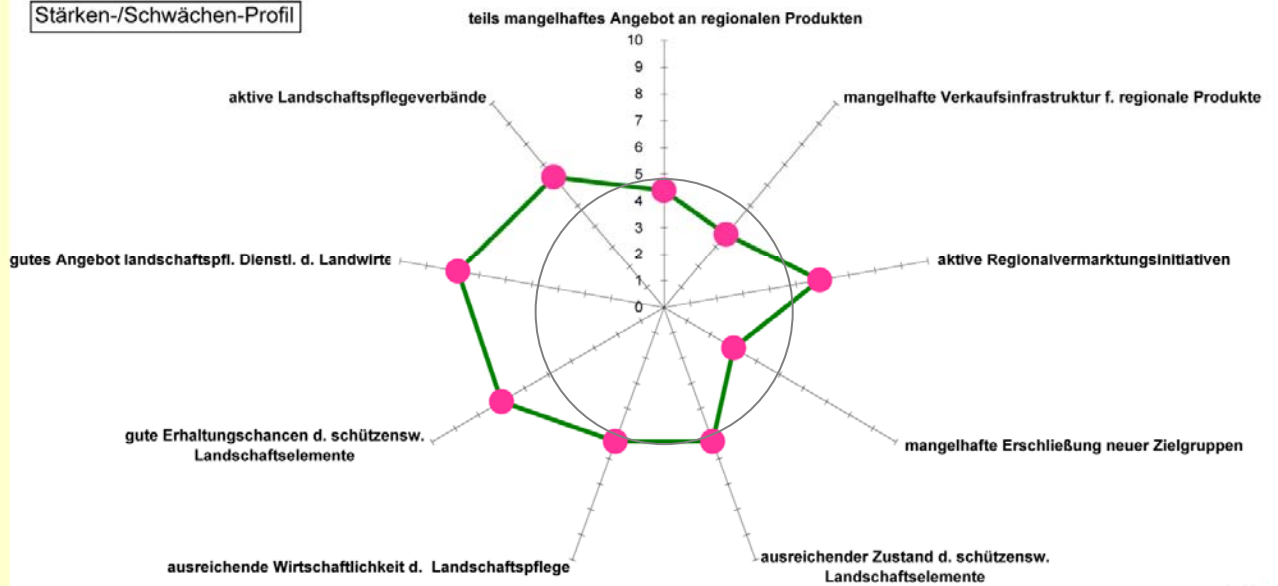
3. Handlungsfeld Landwirtschaft

Landwirtschaft: Regionalvermarktung / Landschaftspflege - Landkreise Mühldorf und Altötting, Teilraum 1



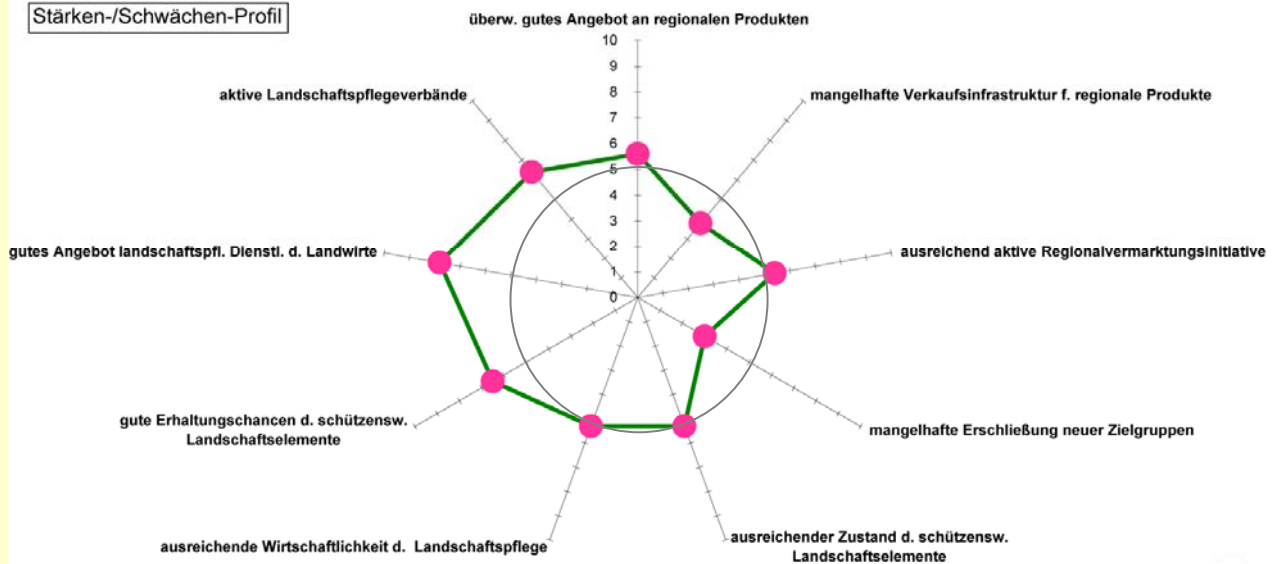
Landwirtschaft: Regionalvermarktung / Landschaftspflege - Landkreise Mühldorf und Altötting, Teilraum 2

Stärken-/Schwächen-Profil



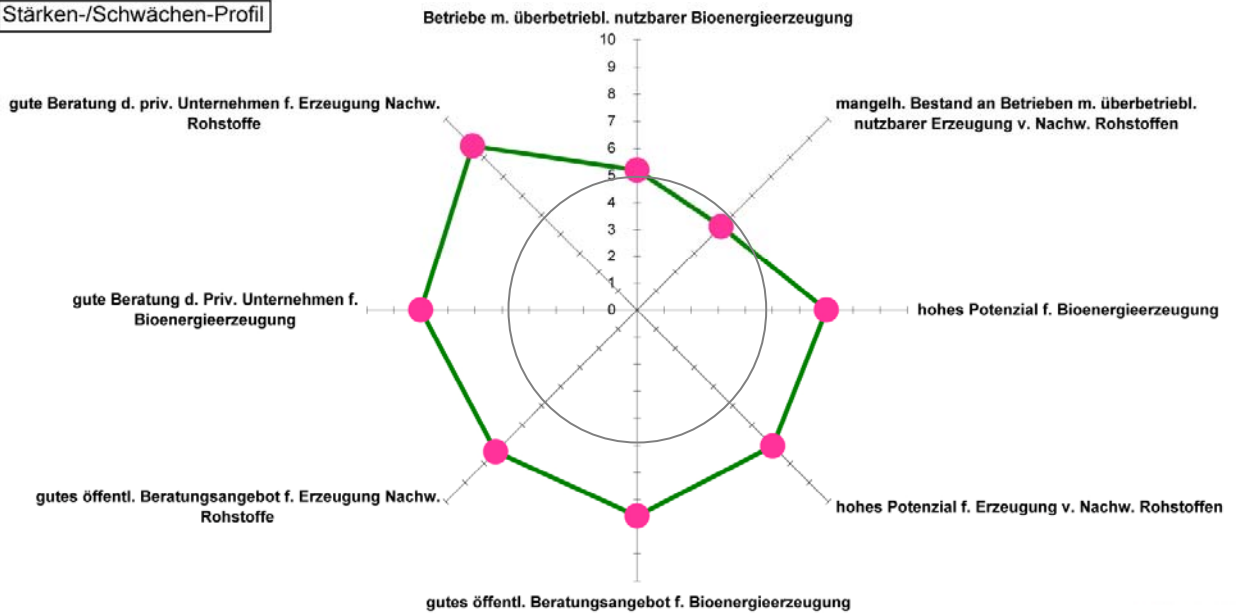
Landwirtschaft: Regionalvermarktung / Landschaftspflege - Landkreise Mühldorf und Altötting, Teilraum 3

Stärken-/Schwächen-Profil



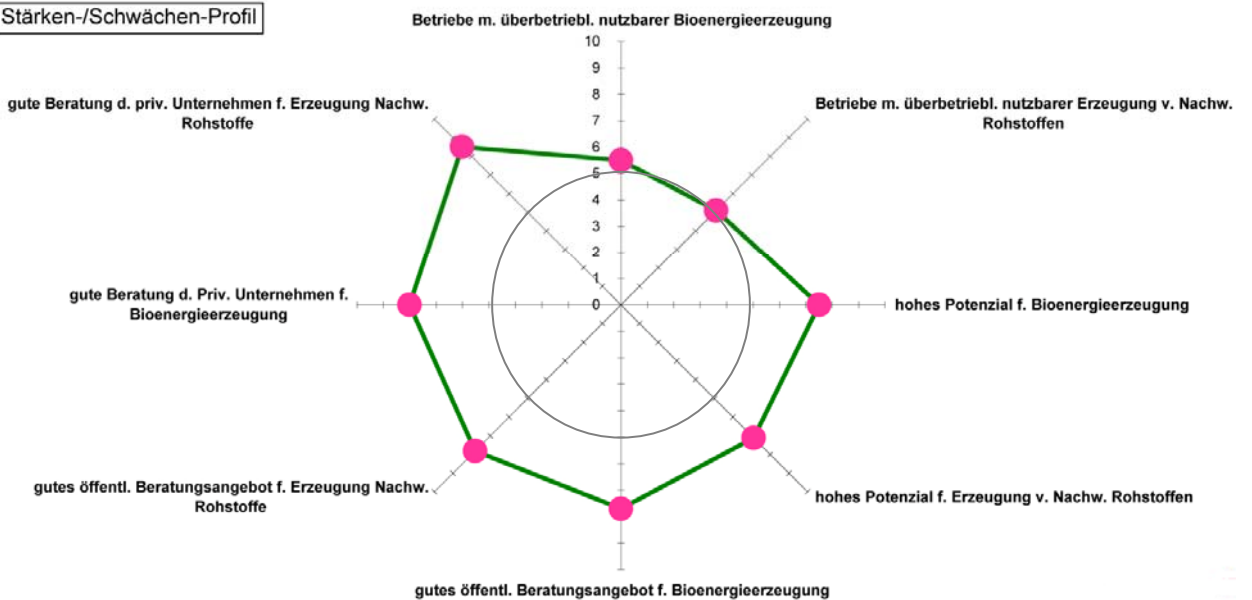
Landwirtschaft: Bioenergie / Nachwachsende Rohstoffe - Landkreise Mühldorf und Altötting, Teilraum 1

Stärken-/Schwächen-Profil



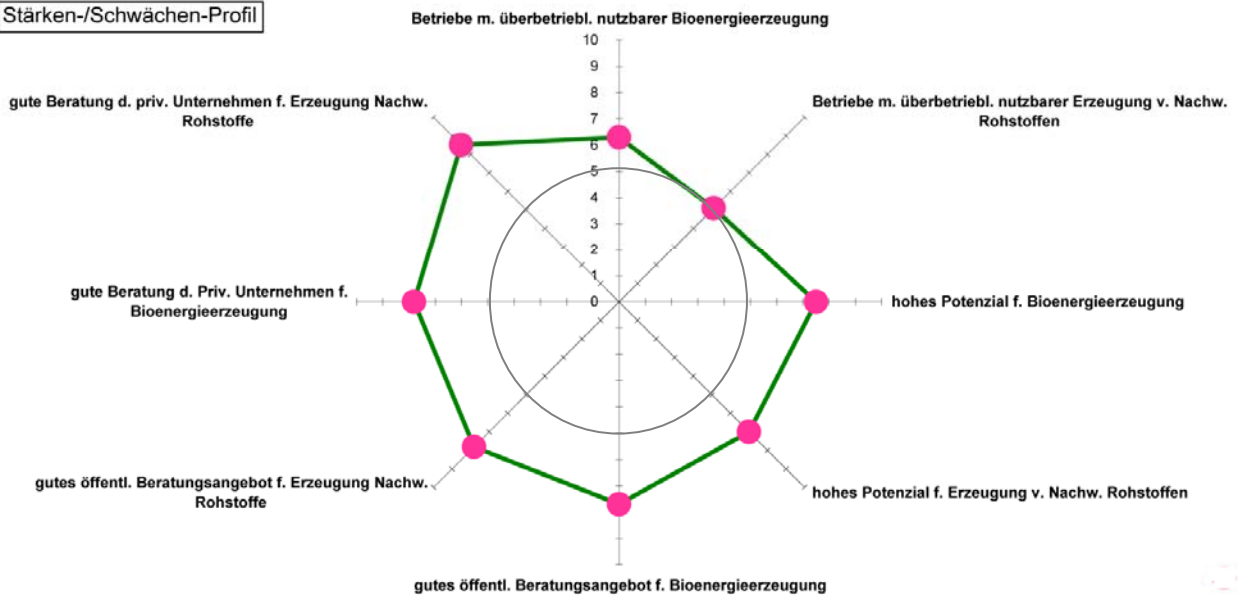
Landwirtschaft: Bioenergie / Nachwachsende Rohstoffe - Landkreise Mühldorf und Altötting, Teilraum 2

Stärken-/Schwächen-Profil



Landwirtschaft: Bioenergie / Nachwachsende Rohstoffe - Landkreise Mühldorf und Altötting, Teilraum 3

Stärken-/Schwächen-Profil



Landkreis Traunstein und Landkreis Berchtesgadener Land

Ableitung der Teilräume

Für die Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land wurden gemeinsam mit den Experten zu Beginn der Gesprächsrunden die Gebiete in **drei** landschaftlich und siedlungsstrukturell homogene **Teilräume** (siehe Abb.) untergliedert, um teilräumliche Ausprägungen in den einzelnen Themenfeldern berücksichtigen zu können.

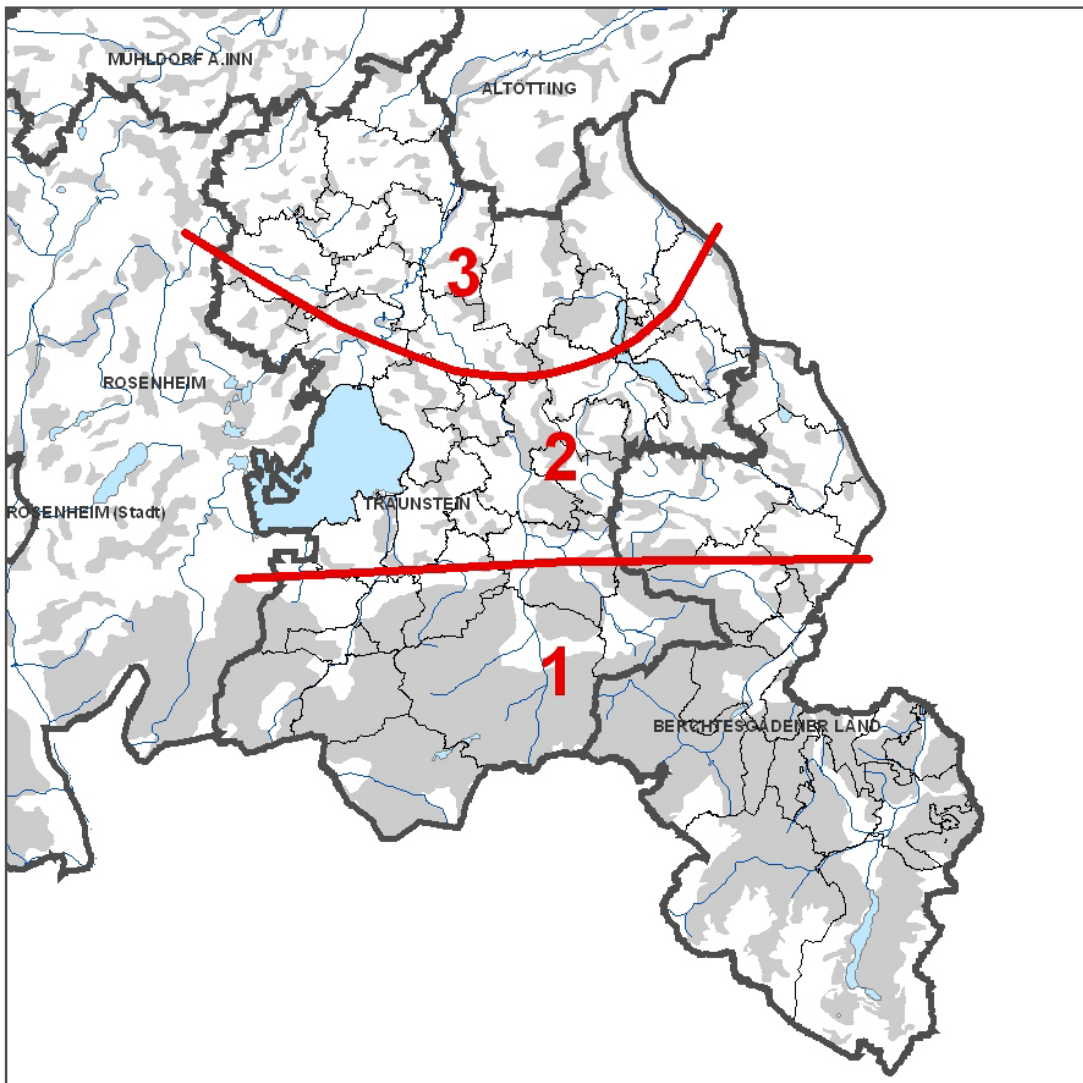
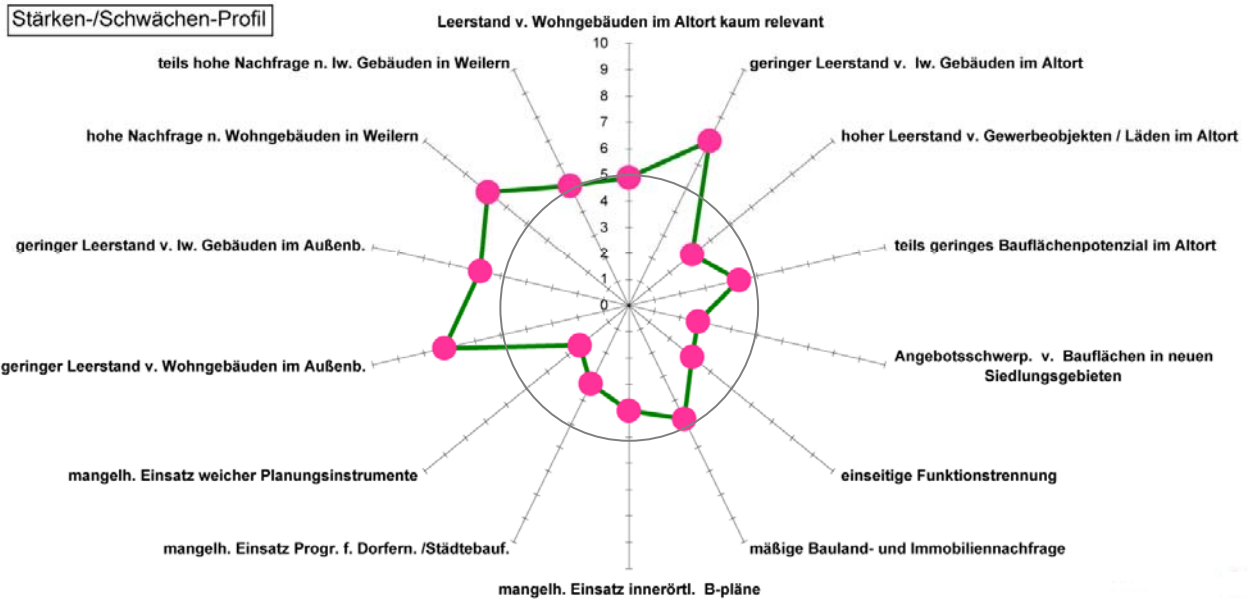


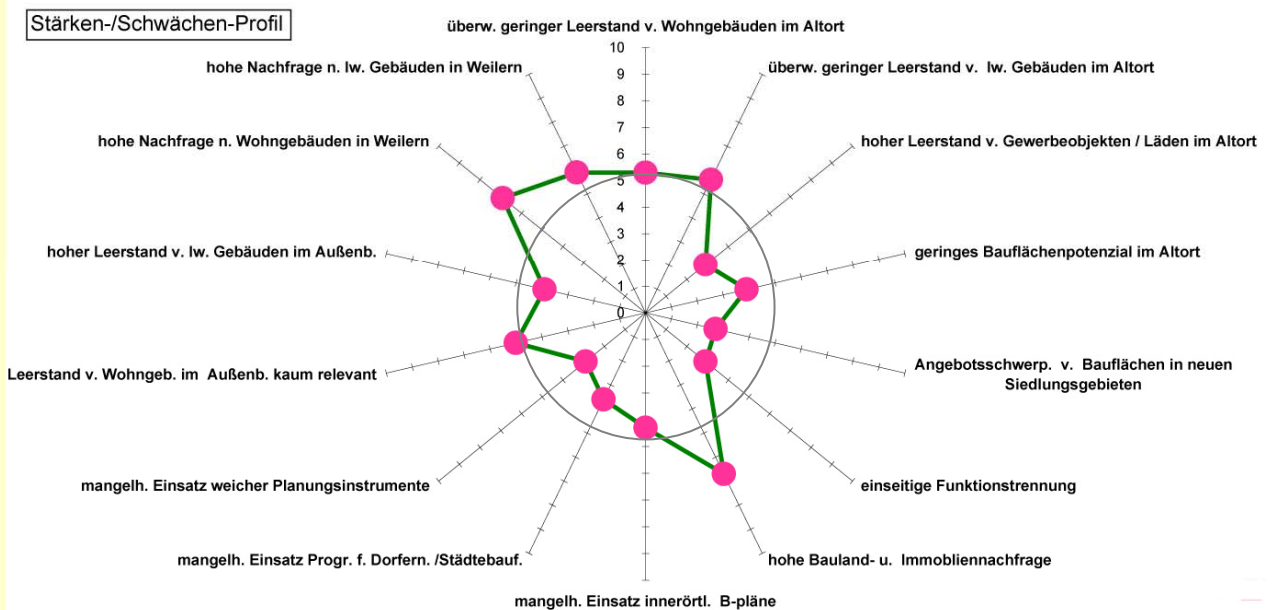
Abb. Anhang B1 - 2: Teilräume Lkr. Traunstein und Berchtesgadener Land

1. Handlungsfeld Siedlung

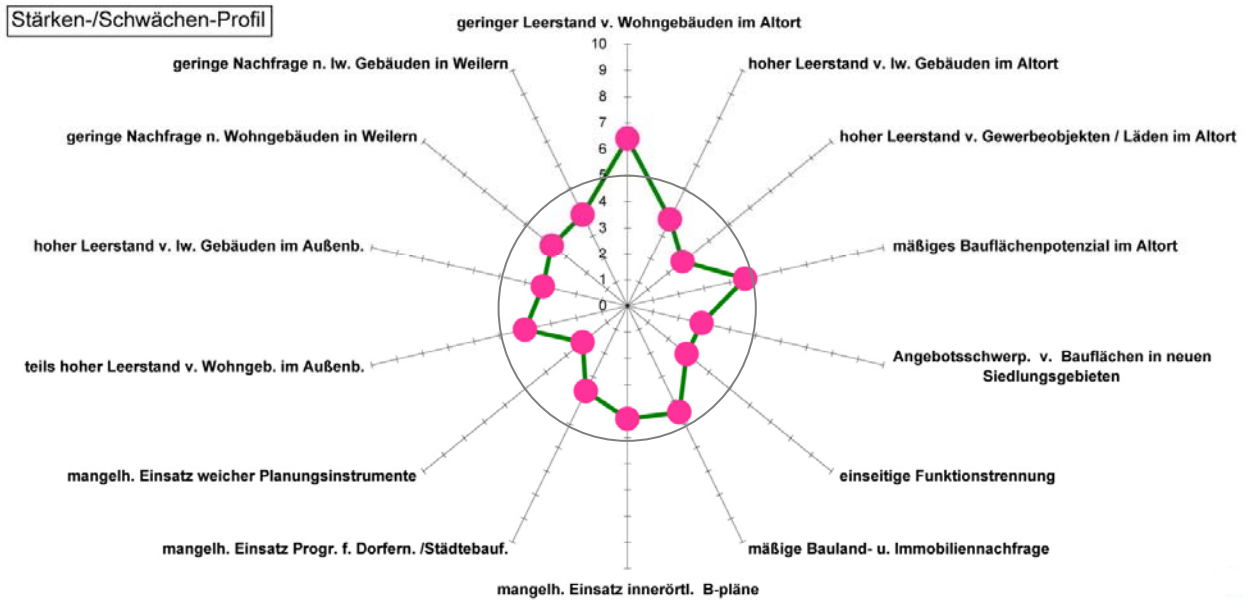
Siedlung - Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land, Teilraum 1



Siedlung - Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land, Teilraum 2

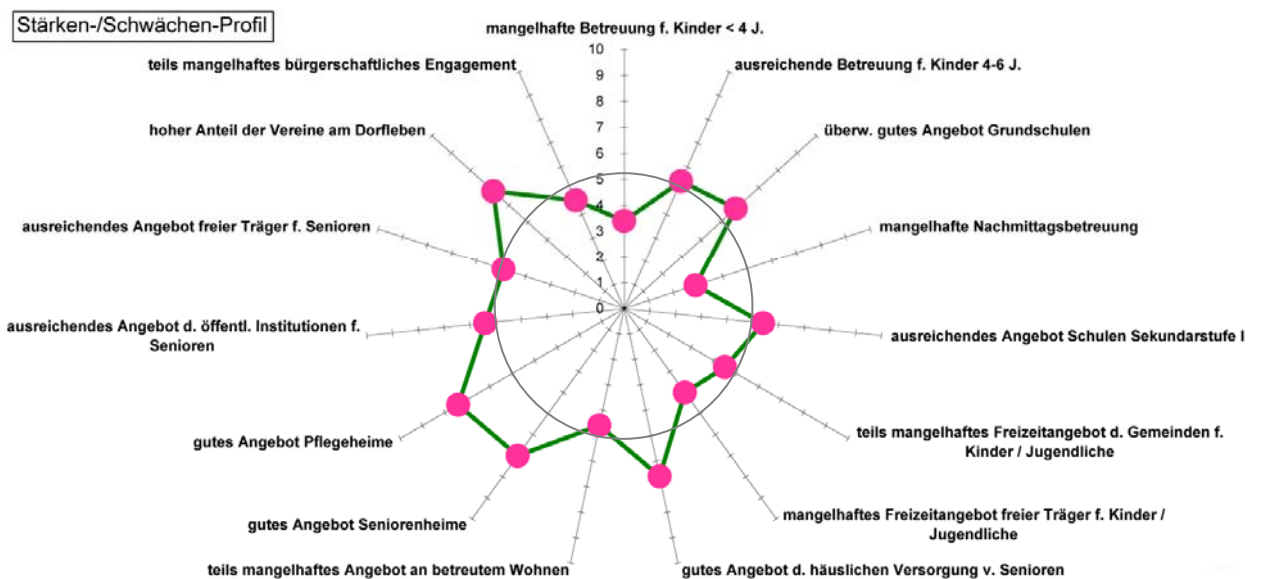


Siedlung - Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land, Teilraum 3



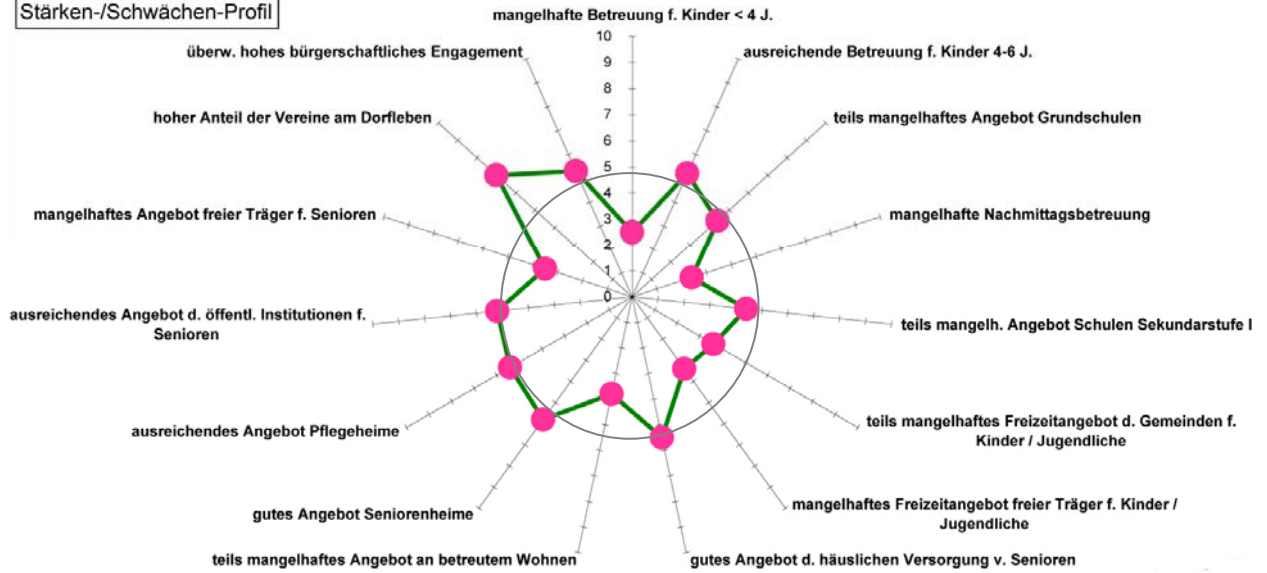
2. Handlungsfeld Bevölkerung, Soziales und Infrastruktur

Soziales und Bevölkerung - Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land, Teilraum 1



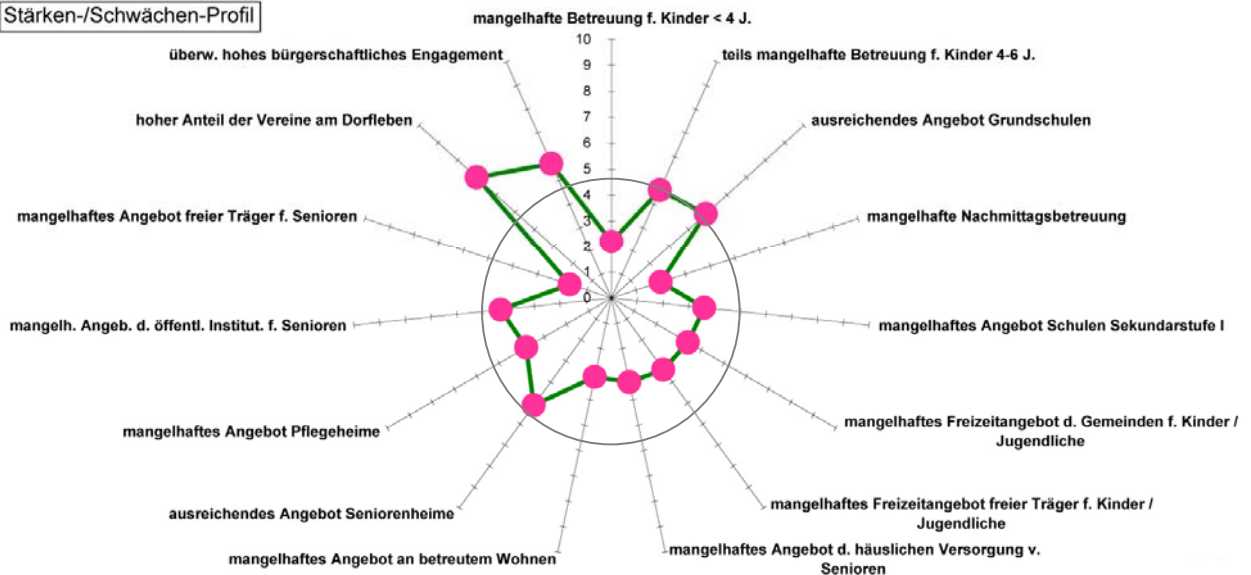
Soziales und Bevölkerung - Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land, Teilraum 2

Stärken-/Schwächen-Profil



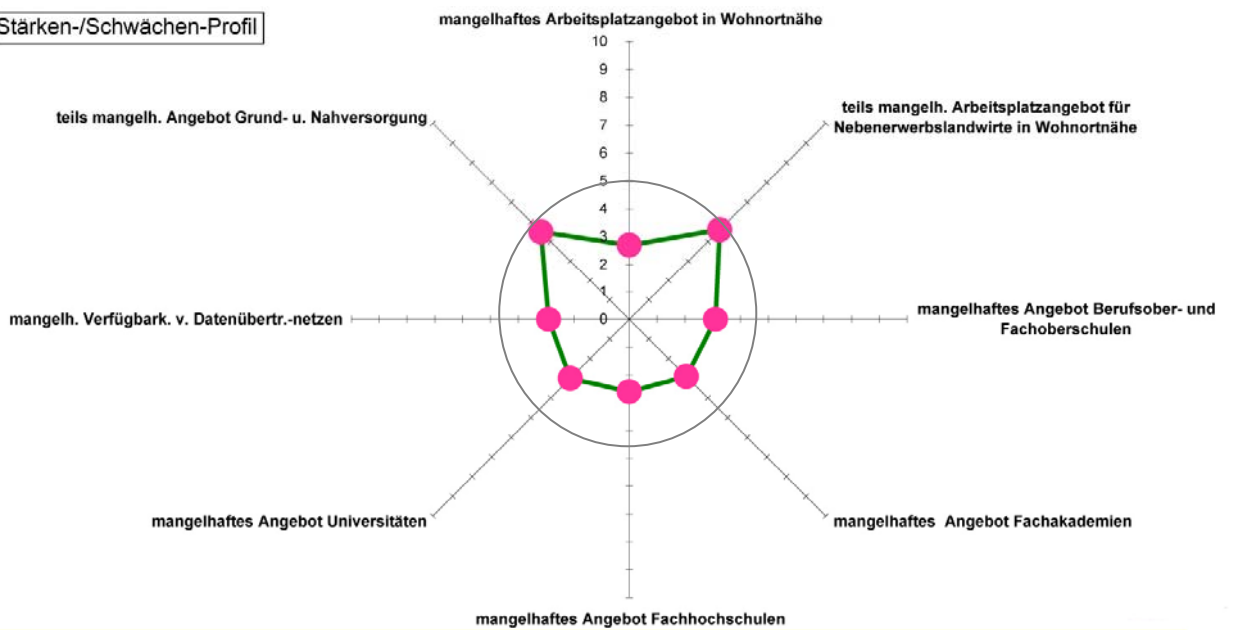
Soziales und Bevölkerung - Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land, Teilraum 3

Stärken-/Schwächen-Profil



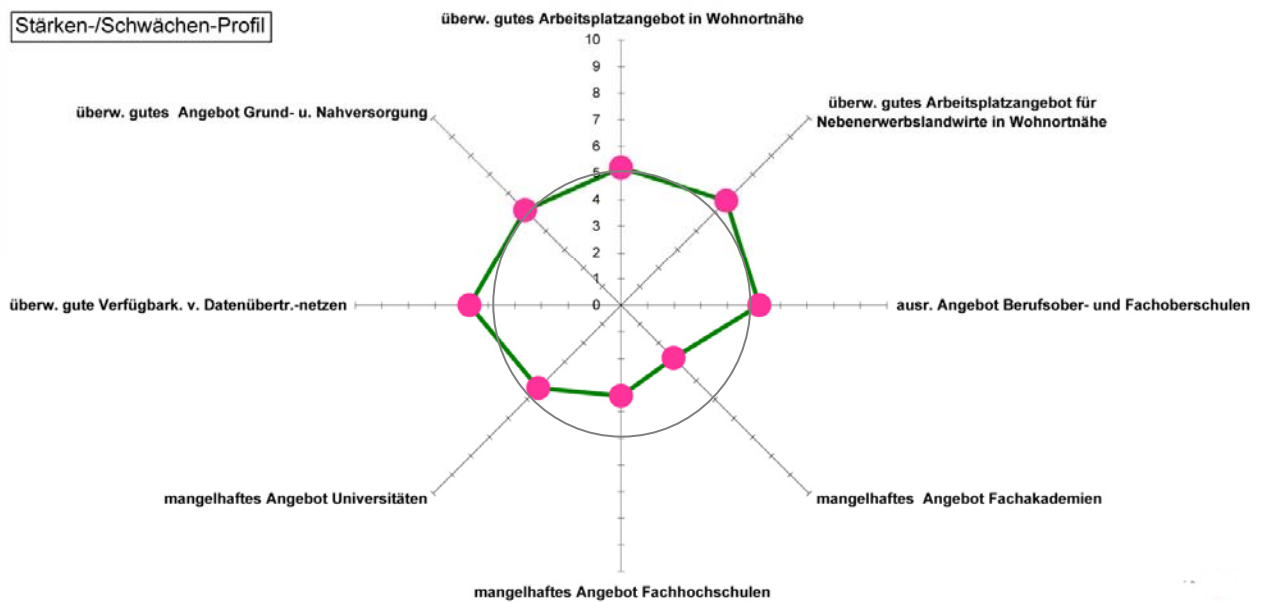
Infrastruktur - Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land, Teilraum 1

Stärken-/Schwächen-Profil

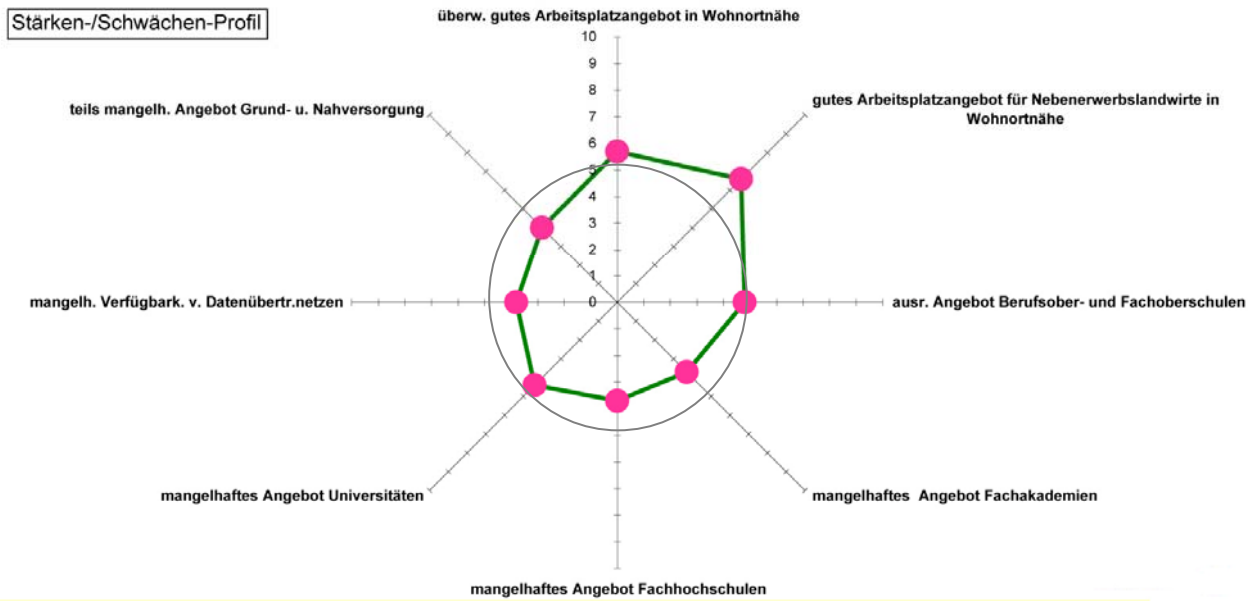


Infrastruktur - Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land, Teilraum 2

Stärken-/Schwächen-Profil

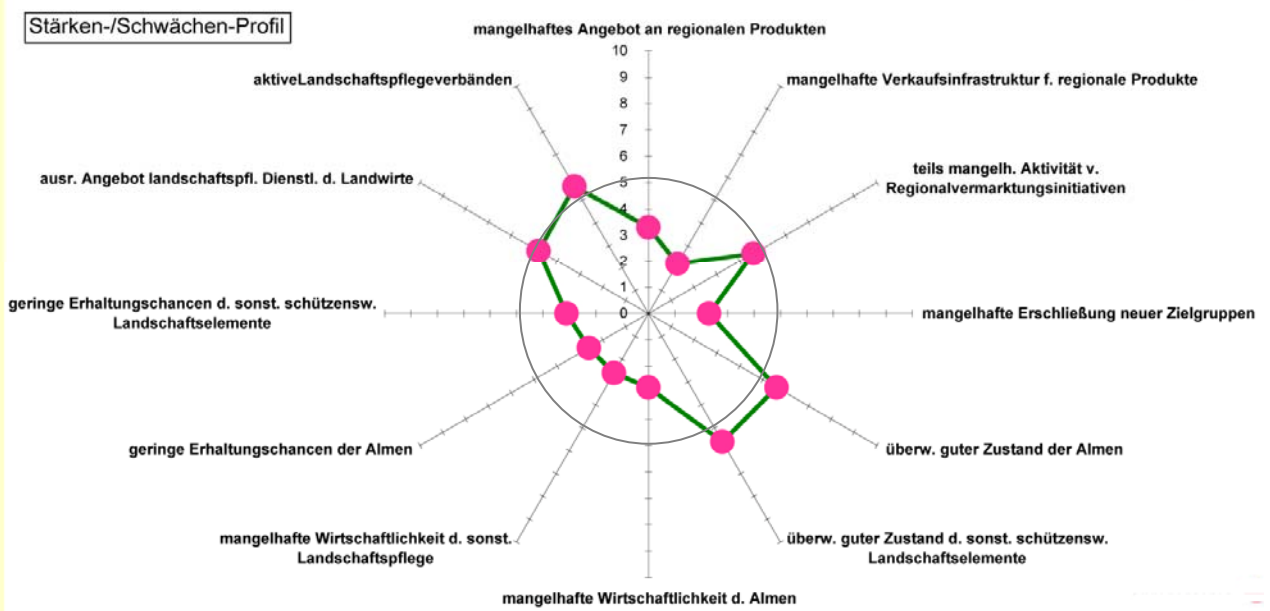


Infrastruktur - Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land, Teilraum 3



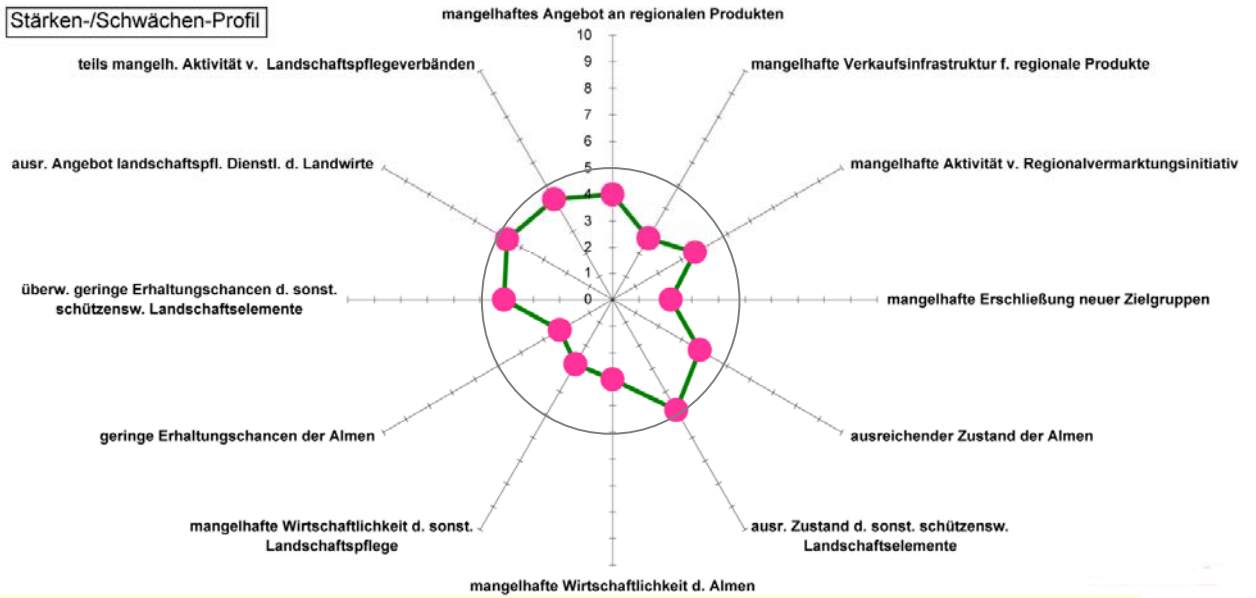
3. Handlungsfeld Landwirtschaft

Landwirtschaft: Regionalvermarktung / Landschaftspflege - Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land, Teilraum 1



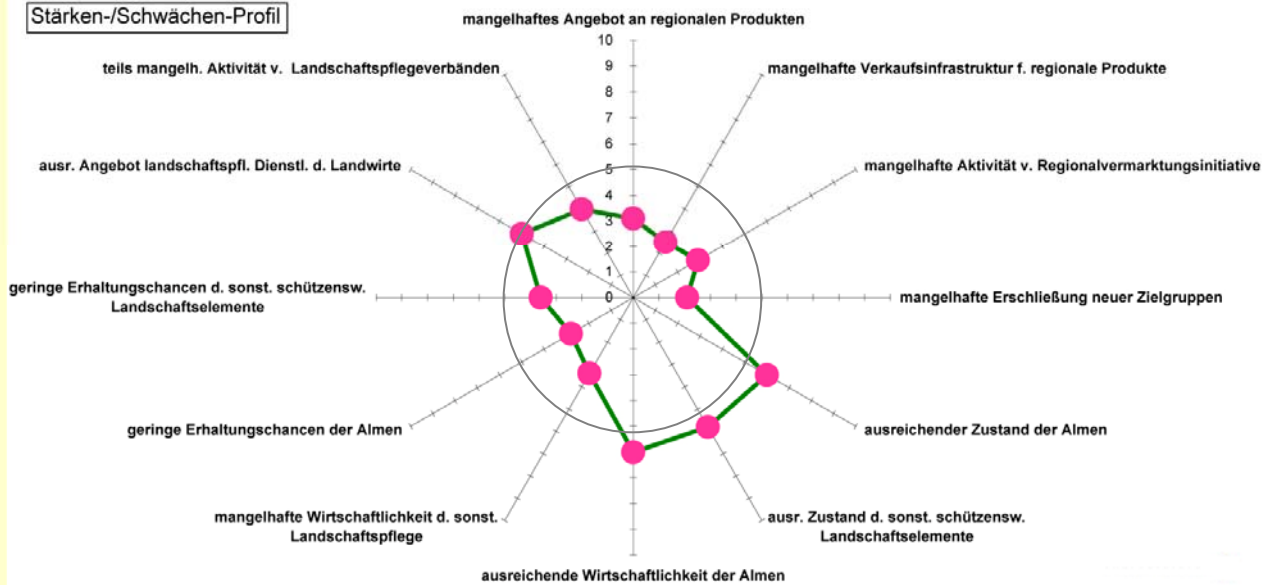
Landwirtschaft: Regionalvermarktung / Landschaftspflege - Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land, Teilraum 2

Stärken-/Schwächen-Profil



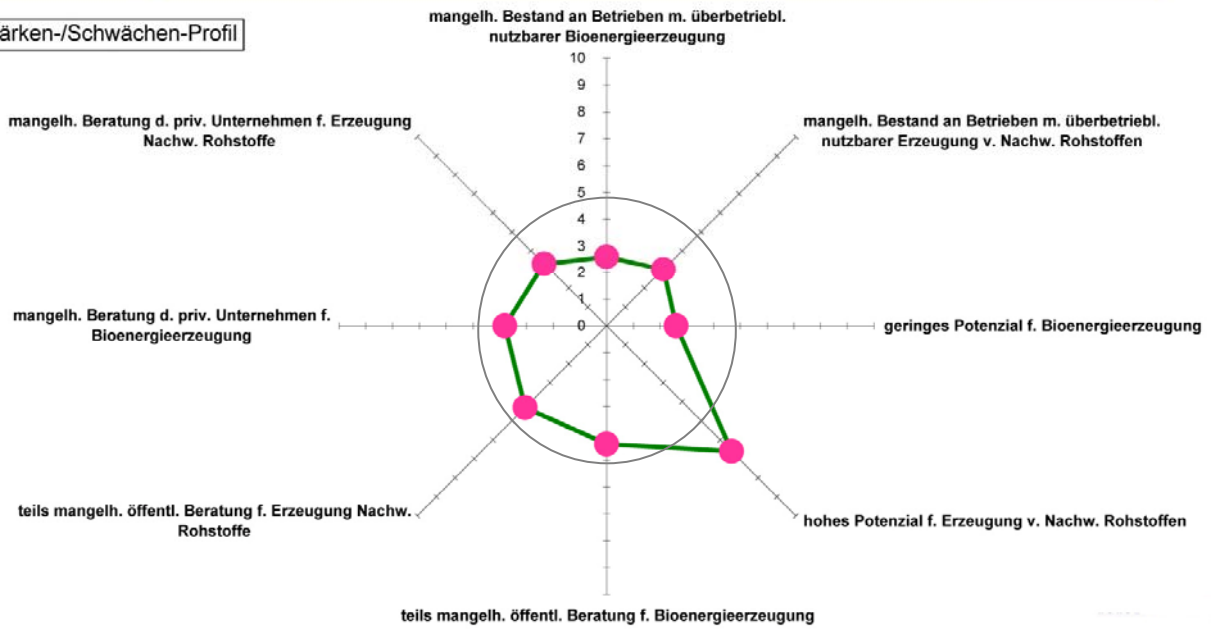
Landwirtschaft: Regionalvermarktung / Landschaftspflege - Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land, Teilraum 3

Stärken-/Schwächen-Profil



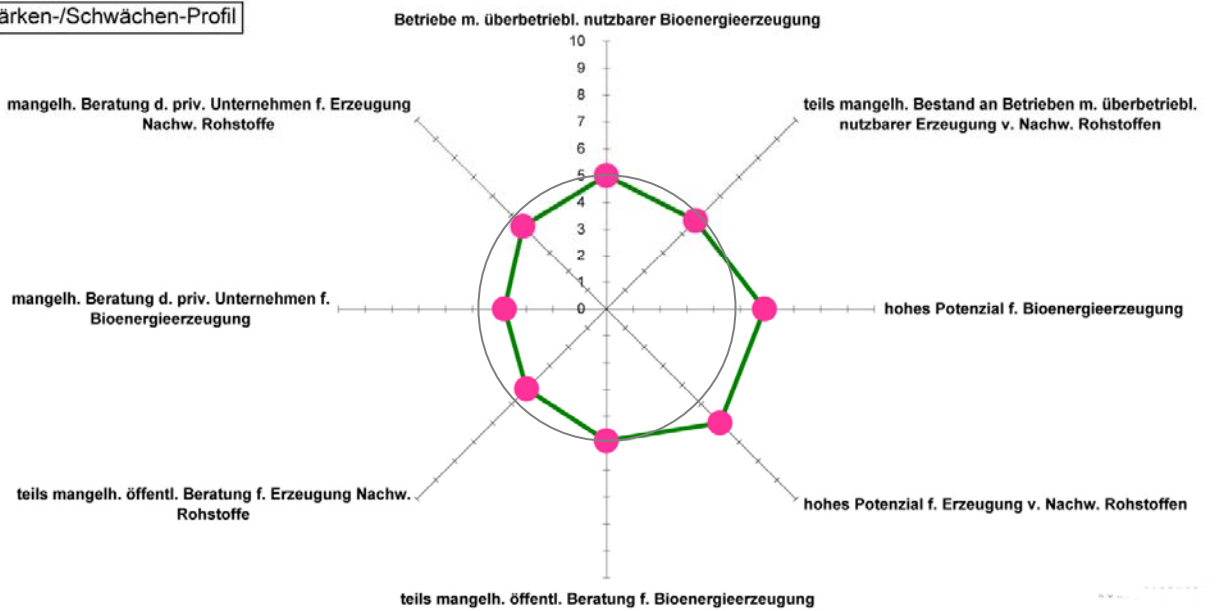
Landwirtschaft: Bioenergie / Nachwachsende Rohstoffe - Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land, Teilraum 1

Stärken-/Schwächen-Profil



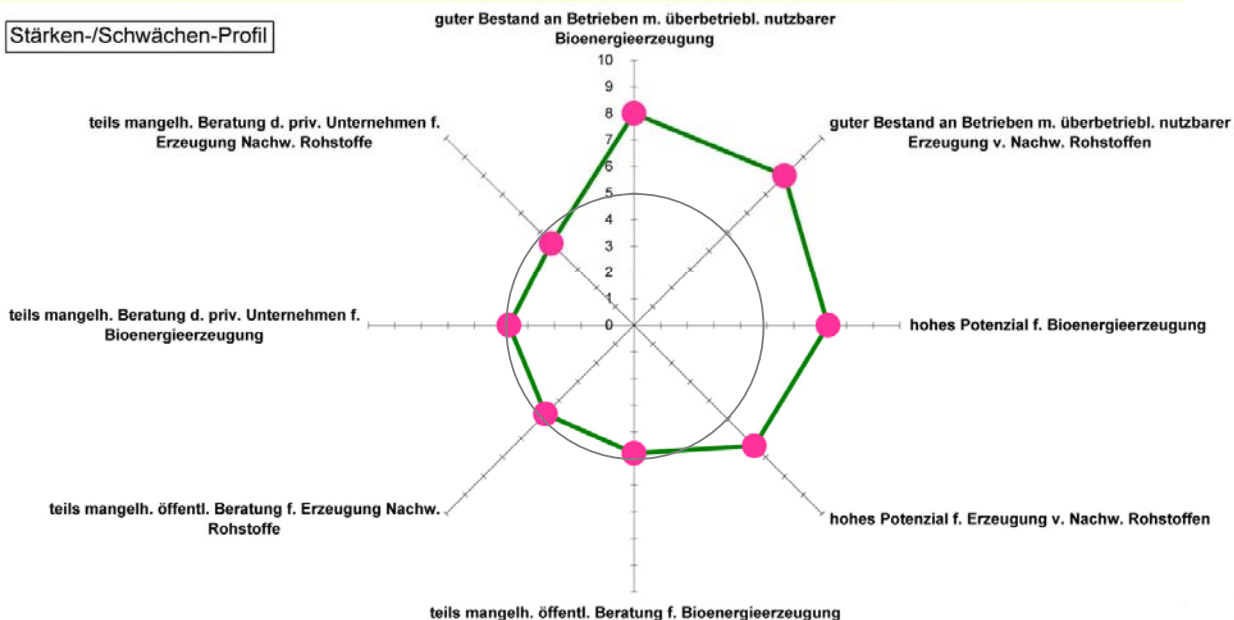
Landwirtschaft: Bioenergie / Nachwachsende Rohstoffe - Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land, Teilraum 2

Stärken-/Schwächen-Profil



Landwirtschaft: Bioenergie / Nachwachsende Rohstoffe - Landkreise Traunstein und Berchtesgadener Land, Teilraum 3

Stärken-/Schwächen-Profil



Anhang B 2

Bestandsaufnahme und Bewertung Wirtschaft

I. Strukturdaten zum Wohlstand der Bevölkerung

Gemessen an der durchschnittlichen Kaufkraft je Einwohner ist die Bevölkerung Südostoberbayerns weniger wohlhabend als die des restlichen Oberbayerns und Gesamtbayerns.

Tab. Anhang B2 - 1: Kaufkraft

Landkreis/Stadt	Kaufkraft in €(2005)	Kaufkraft je Einwohner (2005 – Bundesdurchschnitt = 100)
Altötting	1.936.300	100,4
Berchtesgadener Land	1.738.000	96,5
Mühldorf a. Inn	1.941.400	99,3
Rosenheim (Stadt)	1.129.000	106,5
Rosenheim (Lkr.)	4.408.000	102,0
Traunstein	3.022.100	100,6
PR 18 gesamt	14.174.800	100,9
Oberbayern	88.751.000	119,5
Bayern	234.483.000	106,9

Auf dem Kaufkraftindex auf Bundesebene erreicht die Region 2005 einen Wert von 100,9, während der gesamte Freistaat einen Wert von 106,9 und der Regierungsbezirk Oberbayern sogar eine um rund 20% Prozent höhere Kaufkraft seiner Einwohner aufweist. Der Lkr. Berchtesgadener Land besitzt mit einer Kaufkraft je Einwohner von 96,5% sogar einen Wert unter dem Bundesdurchschnitt, während die Stadt Rosenheim mit 106,5 einen Wert verzeichnet, der verglichen mit anderen bayerischen Städten wie München (134,5) oder Ingolstadt (109,0) ebenfalls gering erscheint (vgl. Tab. Anhang B2 - 1; Quelle: IHK 2006).

Verfügbares Einkommen je Haushalt

Als vornehmlich ländlich geprägter Raum schneidet die Region Südostoberbayern beim Indikator des verfügbaren Einkommens der privaten Haushalte mit 16.700 € pro Einwohner erwartungsgemäß unterdurchschnittlich ab. Der Regierungsbezirk Oberbayern mit der kaufkraftstarken Region München weist mit einem Durchschnitt von 19.500 € einen deutlich höheren Wert auf (Bezugsjahr: 2003).¹ In den einzelnen Teilräumen der Region gibt es in dieser Hinsicht kaum Unterschiede, überraschenderweise verzeichnet der Lkr. Altötting trotz des hohen BIP je Erwerbstätigen

¹ So beläuft sich das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte je Einwohner beispielsweise im Lkr. Starnberg auf durchschnittlich 26.200 €, im Lkr. München auf 22.500 €.

(68.000 €) mit 15.900 € je Einwohner das geringste verfügbare Einkommen der privaten Haushalte, die Stadt und der Lkr. Rosenheim besitzen mit 17.200 € pro Kopf die höchsten Werte (vgl. Tab. Anhang B2 - 2).

In der Entwicklung über die Zeit zeigt die Region Südostoberbayern hier eine ähnliche Tendenz wie der Regierungsbezirk Oberbayern und Gesamtbayern, da das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte je Einwohner seit 1991 um rund 45% angestiegen ist. Innerhalb der Region offenbart dabei der Lkr. Rosenheim mit 56% den höchsten Anstieg, während in der Stadt Rosenheim (26%) eine auch im Vergleich mit anderen Städten unterdurchschnittliche Wachstumsrate festzustellen ist (z.B. München: 32%, Ingolstadt: 42%; Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik 2005b).

Tab. Anhang B2 - 2: Verfügbares Einkommen

Landkreis/Stadt	Verfügbares Einkommen der Privaten Haushalte je Einwohner in €(2003)	1991 = 100
Altötting	15.900	141
Berchtesgadener Land	16.200	136
Mühldorf a. Inn	16.400	145
Rosenheim (Stadt)	17.200	126
Rosenheim (Lkr.)	17.200	156
Traunstein	17.000	148
PR 18 gesamt	16.700	145
Oberbayern	19.500	144
Bayern	17.500	143

Sozialhilfeempfänger

Bei Betrachtung der Anzahl der Sozialhilfeempfänger in der Region Südostoberbayern (vgl. Tab. Anhang B2 - 3) ist eine deutliche Diskrepanz zwischen der Stadt Rosenheim, die mit 27,1 Betroffenen je 1000 Einwohner den regional höchsten Anteil von Sozialhilfeempfängern aufweist, und den Landkreisen zu erkennen.

Tab. Anhang B2 - 3: Sozialhilfeempfänger

Landkreis/Stadt	Empfänger laufender Sozialhilfe (2003)	Sozialhilfeempfänger pro 1000 Einwohner
Altötting	2.230	20,4
Berchtesgadener Land	1.480	14,5
Mühldorf a. Inn	1.680	15,1
Rosenheim (Stadt)	1.630	27,1
Rosenheim (Lkr.)	2.470	10,1
Traunstein	2.900	17,0
PR 18 gesamt	12.390	15,5
Oberbayern	76.380	18,1
Bayern	223.190	17,9

Die Landkreise verzeichnen mit Werten zwischen 10,1 (Rosenheim) und 20,4 (Altötting) geringere Quoten. Verglichen mit anderen bayerischen Städten ist der Rosenheimer Wert aber keineswegs überdurchschnittlich (München: 34,5; Ingolstadt: 27,5 Sozialhilfeempfänger je 1.000 Einwohner).

Insgesamt liegt die Region Südostoberbayern mit 15,5 Empfängern von Sozialhilfe pro 1.000 Einwohnern unterhalb den Werten von Oberbayern (18,1) und Bayern (17,9; vgl. Bayerisches Landesamt für Statistik 2005a).

Realsteuereinnahmen²

Die Daten der Realsteuereinnahmekraft zeigen, dass die Region Südostoberbayern mit rund 433 € je Einwohner deutlich unter dem Wert des Regierungsbezirks Oberbayern (651 € je Einwohner), aber auch unterhalb des gesamt-bayerischen Durchschnitts (502 € je Einwohner) liegt.

² Die Realsteuerkraft drückt das Einkommen an Grund- und Gewerbesteuern der Gemeinden, auf die Einwohnerzahl bezogen, aus. Nicht berücksichtigt werden die unterschiedlichen Hebesätze (vgl. Leser et al. 2005, S. 741).

Tab. Anhang B2 - 4: Realsteuereinnahmen

Landkreis/Stadt	Realsteuereinnahmekraft in € je Einwohner (2004)
Altötting	640
Berchtesgadener Land	340
Mühldorf a. Inn	435
Rosenheim (Stadt)	542
Rosenheim (Lkr.)	413
Traunstein	346
PR 18 gesamt	433
Oberbayern	651
Bayern	502

Dabei sind augenfällige Unterschiede zwischen den Teilräumen sowie Stadt und Land auszumachen: Während der Lkr. Berchtesgadener Land nur über eine reale Steuerkraft von 340 € je Einwohner verfügt, sind es in der Stadt Rosenheim 542 €. Der Lkr. Altötting sticht mit seiner vom Verarbeitenden Gewerbe geprägten Wirtschaftsstruktur mit einer Realsteuereinnahmekraft von 640 € je Einwohner heraus (vgl. Tab. Anhang B2 - 4; Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik 2005a).

II. Ergebnisse einer Clusterstudie der BIHK

Der Bayerische Industrie- und Handelskammertag (BIHK) macht mit einem Gutachten zur *Identifizierung und Bewertung Regionaler Cluster und Regionaler Innovations- und Produktionssysteme (RIPS) in Bayern* den Versuch, das Potenzial von 29 Wirtschaftsbereichen³ in allen bayerischen Landkreisen darzustellen. Dabei wird in die Kategorien „Potenzial vorhanden“, „Clusteransätze vorhanden“ sowie „ausgeprägtes Cluster“ unterschieden (vgl. BIHK 2006). Nachfolgende Tabelle listet die Nennungen des Untersuchungsraumes in dieser Studie auf.

³ Die 19 Felder der bayerischen Clusteroffensive wurden um 10 „Innovations- und Produktionssysteme“ ergänzt.

Tab. Anhang B2 - 5: Nennung des Untersuchungsraumes in BIHK-Clusterstudie⁴

Cluster/Regionales Innovationssystem (mit Nr.)	Nennungen
2 Luft- und Raumfahrt	Potenzial: Lkr. Rosenheim
3 Satellitennavigation	Potenzial: Lkr. und Stadt Rosenheim
4 Informations- und Kommunikationstechnik	Ausgeprägtes Cluster: Stadt Rosenheim; Clusteransatz: Lkr. Rosenheim Potenzial: Lkr. Altötting, Berchtesgadener Land, Traunstein
5 Umwelttechnologie	Potenzial: Lkr. Berchtesgadener Land
6 Medizintechnik	Potenzial: Lkr. und Stadt Rosenheim, Lkr. Berchtesgadener Land
7 Automobilindustrie	Potenzial: Gesamte Region 18
8 Chemie	Ausgeprägtes Cluster: Lkr. Altötting, Traunstein Potenzial: Lkr. und Stadt Rosenheim, Lkr. Mühldorf, Berchtesgadener Land
9 Elektrotechnik	Potenzial: Stadt und Lkr. Rosenheim, Lkr. Traunstein, Berchtesgadener Land
10 Ernährung	Clusteransatz: Lkr. Berchtesgadener Land, Mühldorf, Traunstein, Stadt und Lkr. Rosenheim; Potenzial: Lkr. Altötting
11 Finanzdienstleistungen	Potenzial: Stadt Rosenheim
12 Medien	Ausgeprägtes Cluster: Stadt Rosenheim; Clusteransatz: Lkr. Rosenheim
13 Energietechnik	Clusteransatz: Stadt Rosenheim Potenzial: Lkr. Berchtesgadener Land, Traunstein, Rosenheim
15 Logistik einschl. Verkehr	Ausgeprägtes Cluster: Stadt und Lkr. Rosenheim
16 Nanotechnologie	Potenzial: Stadt Rosenheim, Lkr. Altötting
17 Mechatronik	Potenzial: Gesamte Region 18
18 Neue Werkstoffe	Clusteransatz: Stadt Rosenheim; Potenzial: Lkr. Altötting, Rosenheim
19 Holz/Papier	Ausgeprägtes Cluster: Stadt und Lkr. Rosenheim Clusteransatz: Lkr. Traunstein
20 Maschinen- und Anlagenbau	Clusteransatz: Stadt und Lkr. Rosenheim, Lkr. Traunstein Potenzial: Lkr. Mühldorf
25 Laser/Optik/Phonotik	Clusteransatz: Stadt Rosenheim; Potenzial: Alle Lkr.
27 Design	Potenzial: Stadt Rosenheim
29 Gesundheit/Wellness/ Tourismus	Ausgeprägtes Cluster Lkr. Berchtesgadener Land, Traunstein, Mühldorf, Rosenheim; Clusteransatz: Lkr. Altötting, Stadt Rosenheim

⁴ Bei nicht aufgeführten Clustern wird kein Potenzial gesehen (Nr. 1 Biotechnologie; 14 Bahntechnik; 21 Möbelindustrie; 22 Glas/Keramik/Porzellan; 23 Textil/Bekleidung; 24 Spielzeugherstellung; 26 Unternehmensberatung, Wirtschafts-, Buchführungs-, Steuerberatung, Marktforschung; 28 Sport).

III. Bewertung der Rahmenbedingungen

Abb. Anhang B2 - 1: Bewertung der allgemeinen Rahmenbedingungen (Industrievertreter)

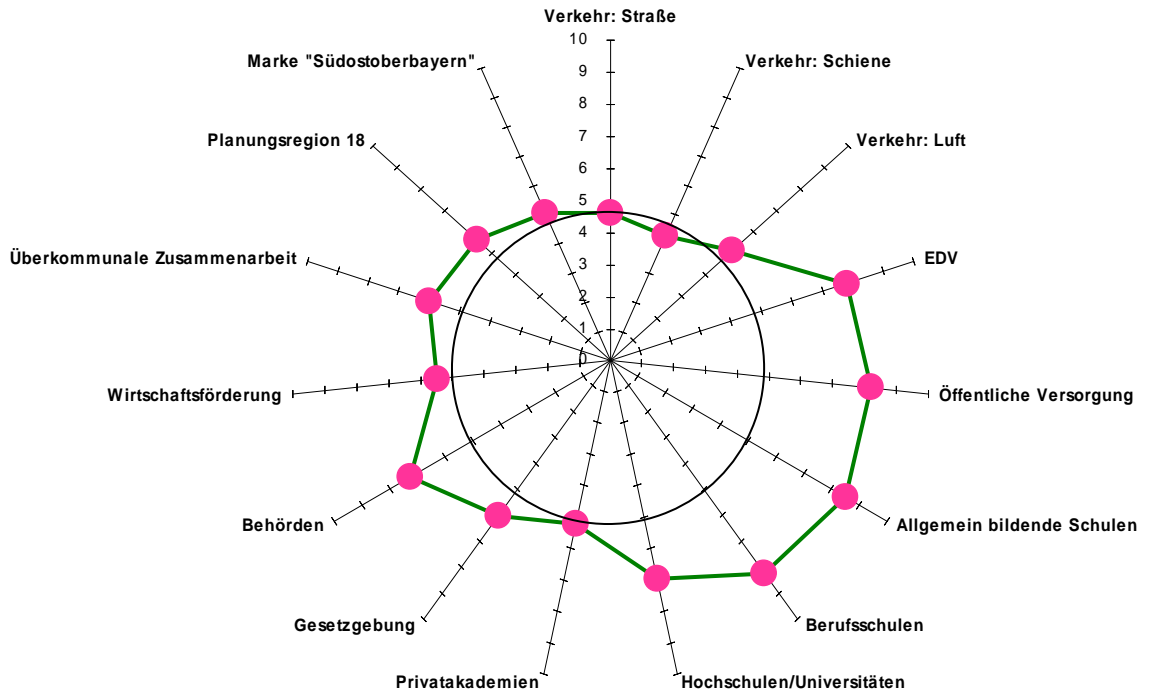


Abb. Anhang B2 - 2: Bewertung der unternehmensbezogenen Rahmenbedingungen aus Sicht der Industrievertreter

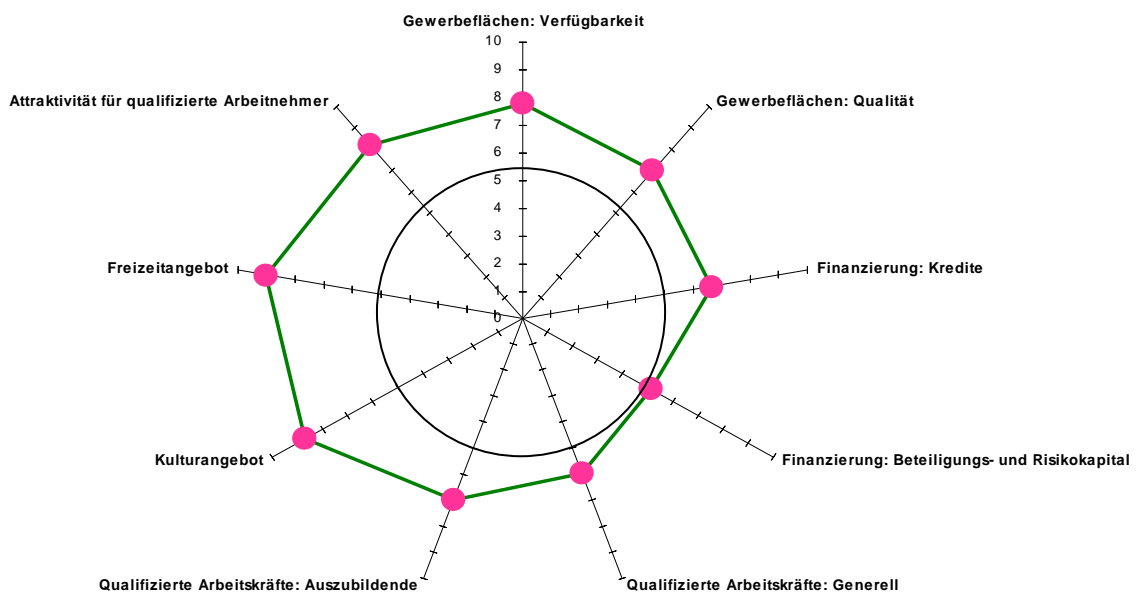


Abb. Anhang B2 - 3: Bewertung der allgemeinen Rahmenbedingungen aus Sicht der Vertreter des Mittelstands und Handwerks

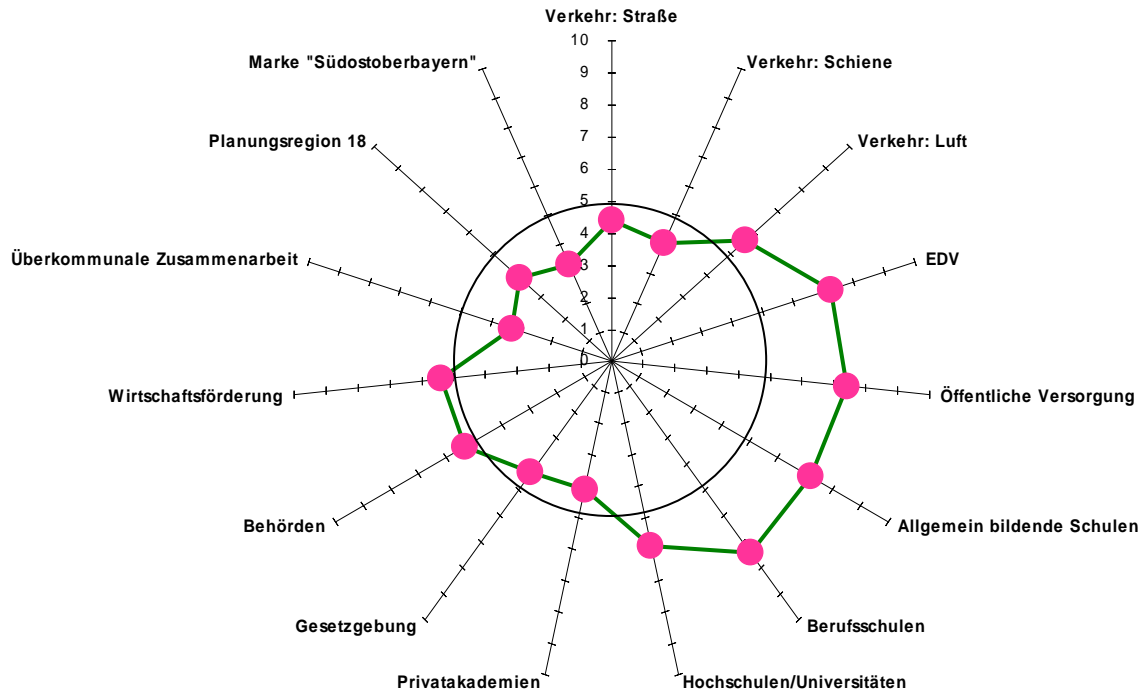


Abb. Anhang B2 - 4: Bewertung der unternehmensbezogenen Rahmenbedingungen aus Sicht der Vertreter des Mittelstands und Handwerks

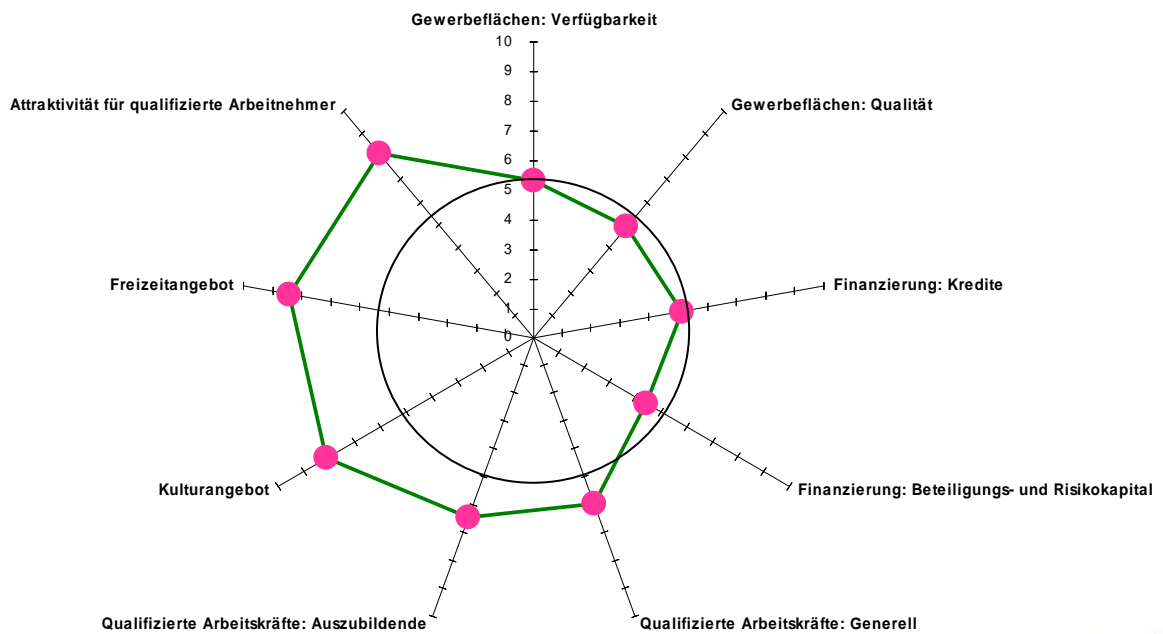


Abb. Anhang B2 - 5: Bewertung der allgemeinen Rahmenbedingungen aus Sicht der Vertreter von kleinen Dienstleistungsunternehmen

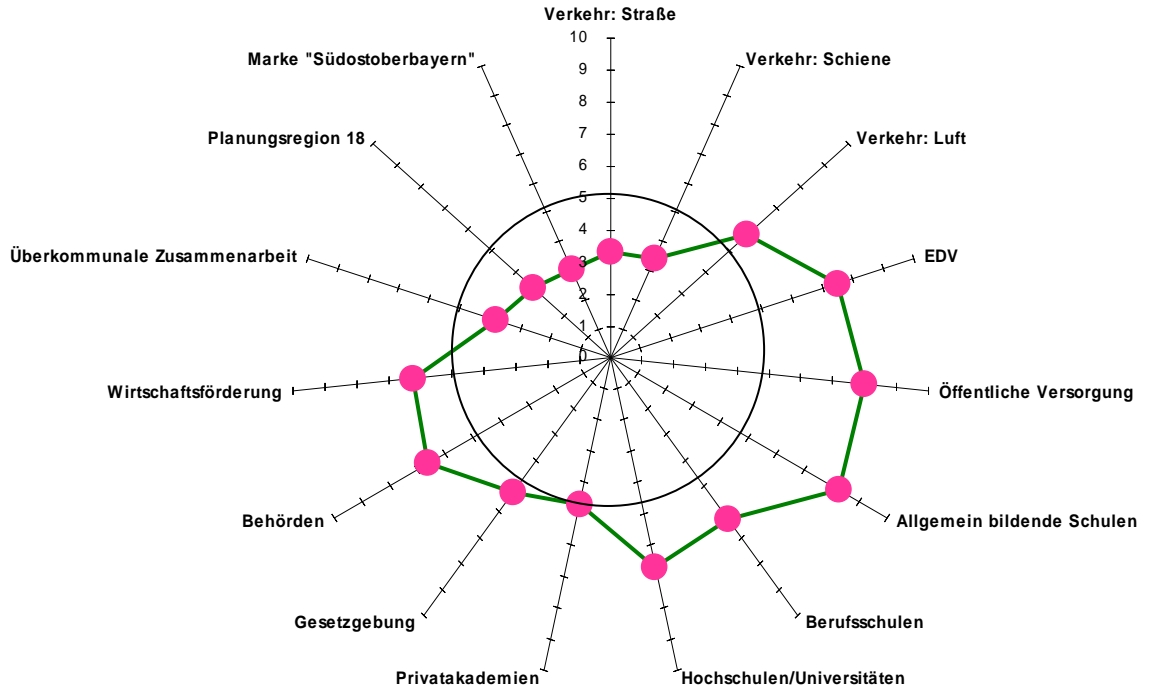
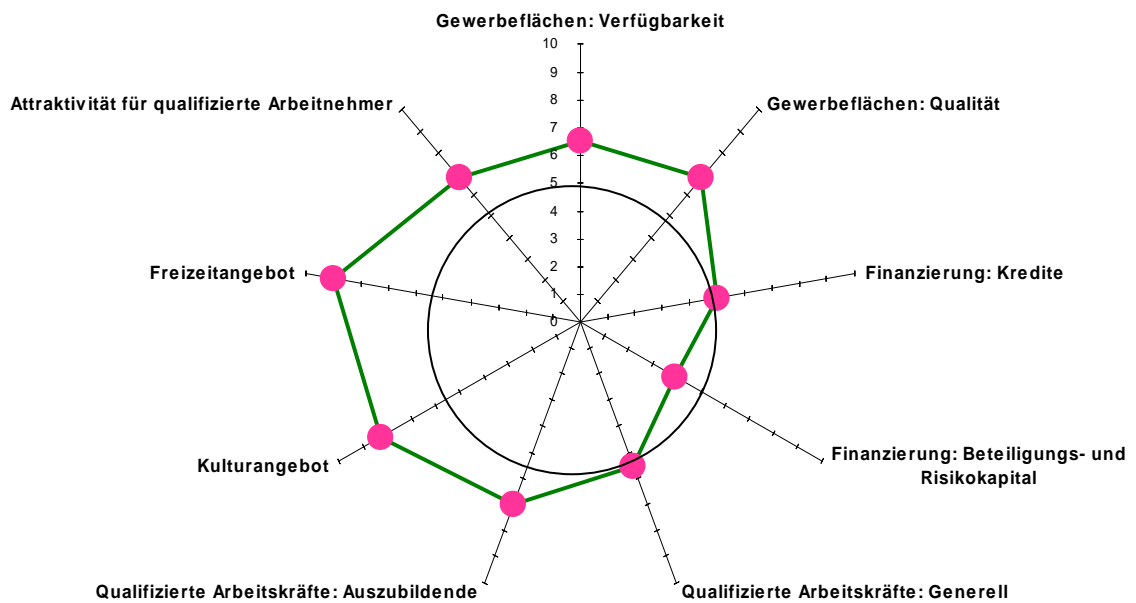


Abb. Anhang B2 - 6: Bewertung der unternehmensbezogenen Rahmenbedingungen aus Sicht der Vertreter von kleinen Dienstleistungsunternehmen



IV. Leitthemen und Steuerungsmöglichkeiten im Fachbereich Wirtschaft (Matrixkonzeption)

Leitthemen	Wachstumssegmente und Kompetenzfelder						Rahmenbedingungen und Ressourcen			
	KMU, Dienstleister (Handwerk, KIBS)	Produzierende (Groß-) Betriebe (regionale Schwerpunkte, z.B. Chemie)	Forschung und Entwicklung	Standortspezialisierung (Alleinstellungsmerkmale, Diversifizierung?)	Unternehmensgründung u -ansiedlung (Gründungsfinanzierung, -unterstützung)	Wertschöpfungs-systeme (z.B. Kreative Milieus, informelle Institutionen)	Naturressourcen und Agrarrohstoffe	Infrastruktur (z.B. Verkehr, EDV)	Human-kapital (Bildungsniveau, Ausbildungsplätze) Bildungs-einrichtungen (Hochschulen, Ausbildungsstätten)	Regional-vermarktung
Steuerungsmöglichkeiten										
Gestaltung von Rahmenbedingungen										
Organisation und Kooperation										
Qualifikation und Bildung										

Querschnittsthemen: (themenübergreifend)

- 1) Regionale Identität
- 2) Lebensqualität
- 3) Marktpositionierung / Profilbildung

Anhang B 3

Bestandsaufnahme und Bewertung Tourismus

Landkreis Traunstein (Tourismusverband Chiemgau)

Betriebs- und Nächtigungsstatistik Landkreis Traunstein

Tab. Anhang B3 – 1: Betriebs- und Nächtigungsstatistik Landkreis Traunstein

Berichtszeitraum:		Jahr 2005				
	im Monat Juni		Jahr 2005			
	geöffnete Betriebe	angebotene Betten	Ankünfte	Übernachtungen	Auslastung der angebotenen Betten	durchschnittliche Aufenthaltsdauer
	Anzahl			in %	in Tagen	
Landkreis Traunstein						
Hotels.....	46	3 676	154 191	538 342	39,8	3,5
Gasthöfe.....	107	2 939	76 148	253 139	24,4	3,3
Pensionen.....	84	1 884	31 748	169 058	25,9	5,3
Hotel garni.....	235	4 435	67 406	435 843	28,9	6,5
Zusammen...	472	12 934	329 493	1 396 382	30,7	4,2
Erholungs- und Ferienheime, Schulungsheime	23	2 100	63 358	323 554	43,5	5,1
Ferienhäuser, -wohnungen.....	250	6 426	75 462	660 841	29,1	8,8
Hütten, Jugendherbergen.....	4	121	1 687	5 226	14,0	3,1
Vorsorge- und Rehaklinken.....	3	454	5 164	115 490	70,2	22,4
Zusammen...	280	9 101	145 671	1 105 111	34,4	7,6
Insgesamt...	752	22 035	475 164	2 501 493	32,2	5,3
Campingplätze.....	23	-	57 430	380 195	-	6,6

Quelle:

Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung – Fremdenverkehr in Bayern 2005; Stichtag 01.01.2005 bis 31.12.2005

Anmerkung:

Betriebe (und Nächtigungen) in Betrieben unter 9 Betten sind nicht enthalten

Entwicklung der Übernachtungen Landkreis Traunstein getrennt nach Sommer- und Wintersaison¹

**Tab. Anhang B3 – 2: Entwicklung Übernachtungen Landkreis Traunstein
1996 - 2005**

Jahr	Übernachtungen Winter	Anteil Winter	Übernachtungen Sommer	Anteil Sommer	Übernachtungen Gesamt
1996	1.554.791	29%	3.849.477	71%	5.404.268
1997	1.396.277	27%	3.708.432	73%	5.104.709
1998	1.371.818	27%	3.696.478	73%	5.068.296
1999	1.424.287	28%	3.688.967	72%	5.113.254
2000	1.457.015	29%	3.631.921	71%	5.088.936
2001	1.521.664	30%	3.631.259	70%	5.152.903
2002	1.462.828	30%	3.427.028	70%	4.889.856
2003	1.420.244	30%	3.332.009	70%	4.752.253
2004	1.433.873	31%	3.176.643	69%	4.610.516
2005	1.398.084	31%	3.163.355	69%	4.561.439
Gesamtübernachtungszahlen im Landkreis Traunstein einschließlich Camping					

Die Übernachtungen verteilen sich im Landkreis Traunstein zu rund 70% auf die Sommersaison und zu rund 30% auf den Winter. Insgesamt ist in den letzten 10 Jahren ein Rückgang an Nächtigung von rd. 843 tsd. festzustellen. Dies entspricht ca. 15,5%. Der Rückgang der Sommernächtigungen ist mit -18% im Vergleich zu den Winternächtigungen (-10,6%) stärker ausgefallen. Die Orte am und um den Chiemsee sind überwiegend durch einsaisonalen Tourismus geprägt. Die Tourismusgemeinden in den alpinen Regionen der Teilregion sind stärker zweisaisonal ausgerichtet.

Hoher Anteil an Betrieben in Kleinstbetrieben

Wie die nachstehende Tabelle Anhang B3 – 3 zeigt, liegt der Anteil der Übernachtungen in Kleinstbetrieben bei ca. 37 % (wenn der Anteil der Campingplätze abgezogen wird – siehe dazu nachfolgende Anmerkung). Dieser Wert gibt Aufschluss über den überdurchschnittlich hohen Anteil an Kleinstbetrieben, die durchwegs nicht dem Haupterwerb aus dem Tourismus dienen, sondern dem Zuerwerb. Damit ist auch die Annahme zulässig, dass der Grad der Professionalität in der Führung der Betriebe eingeschränkt ist.

Bedenklich ist dieser hohe Wert auch deshalb, weil in allen Vergleichsregionen Bayerns und anderer Alpenländer Rückgänge beim Bettenangebot und in der Auslastung in dieser Kategorie am stärksten sind.

¹ Quelle: Tourismusverband Chiemgau

Anmerkung:

In den Zahlen vom Bayerischen Landesamt für Statistik sind manche Zahlenwerte unbekannt oder geheim zu halten, weshalb die „Gesamt“-Nächtigungen nicht exakt der Summe der in der Spalte angeführten Zahlen entspricht.

Aufgrund der statistischen Zuordnung der Nächtigungen auf Campingplätze zu den Betrieben unter 9 Betten ist obige Tabelle teilweise verfälscht. Da eine Darstellung der Nächtigungen auf Campingplätzen (oder eine Subtraktion dieser) Rückschlüsse auf einzelne Campingplätze zulassen würde, dürfen diese aus Datenschutzgründen nicht dargestellt werden.

Auf Basis von Daten, die den Gutachtern zur Einsichtnahme vorgelegt wurden, kann folgende grobe Korrektur vorgenommen werden: Die Bandbreite des Anteils an Übernachtungen auf Campingplätzen bei der Kategorie „Betriebe mit weniger als 9 Betten“ liegt in den Orten wo es Campingplätze gibt, zwischen 1 und 25 %. Im gesamten Landkreis liegt der Anteil bei ca. 5 %. Damit liegt der Nächtigungsanteil der Kleinstbetriebe anstatt bei 45% nur bei ca. 37%, aber damit noch immer deutlich über der Zahl der Landkreise Rosenheim und Berchtesgadenerland, die ca. 19 % Nächtigungsanteil in Betrieben mit weniger als 9 Betten aufweisen.

Aufgrund unterschiedlicher Meldezeiten weisen die Gesamtnächtigungen einzelner Orte im Geschäftsbericht des Chiemsee Tourismus unterschiedliche Werte auf: Chieming: 245.935; Grabenstätt: 36.554; Grassau: 190.778; Marquartstein: 105.806; Seeon-Seebruck: 187.506; Übersee 165.005)

Tab. Anhang B3 – 3: Verteilung der Übernachtungen zwischen Betrieben mit mehr als 9 Betten und Betrieben mit weniger als 9 Betten

Lkr Traunstein	Nachtigungen in Betrieben über 9 Betten	Nachtigungen in Betrieben unter 9 Betten und auf Campingplätzen	Gesamtnachtigungen	Anteil Nachtigungen in Betrieben unter 9 Betten und auf Campingplätzen in %
Altenmarkt				
Bergen	46.165	69.235	115.400	60
Chieming	158.163	81.622	239.785	34
Fridolfing	6.527	6.114	12.641	48
Grabenstätt	10.125	26.815	36.940	73
Grassau	123.945	67.235	191.180	35
Inzell	516.995	131.740	648.735	20
Kienberg		83	83	100
Kirchenanschöring	6.045	33.651	39.696	85
Marquartstein	71.018	14.863	85.881	17
Nußdorf		1.178	1.178	100
Obing	42.748	883	43.631	2
Palling		14.496	14.496	100
Petting	7.768	18.481	26.249	70
Pittenhart		4.025	4.025	100
Reit im Winkl	451.441	187.172	638.613	29
Ruhpolding	474.911	320.292	795.203	40
Schleching	24.038	57.701	81.739	71
Schnaitsee		3.153	3.153	100
Seeon-Seebruck	132.035	57.295	189.330	30
Siegersdorf	156.865	182.830	339.695	54
Staudach-Egerndach		24.413	24.413	100
Surberg	3.959	2.041	6.000	34
Tacherting		2.500	2.500	100
Taching		35.677	35.677	100
Tittmoning		16.243	16.243	100
Traunreut	10.892	32.732	43.624	75
Traunstein	32.605	93.744	126.349	74
Trostberg	16.230	15.896	32.126	49
Übersee	20.124	133.044	153.168	87
Unterwössen	76.015	110.736	186.751	59
Vachendorf		2.055	2.055	100
Waging	59.613	344.050	403.663	85
Wonneberg	8.092	6.508	14.600	45
Gesamt	2.501.493	2.053.329	4.554.822	45

Quellen:

„Nachtigungen in Betrieben über 9 Betten“: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung – Fremdenverkehr in Bayern 2005; Stichtag 01.01.2005 bis 31.12.2005 „Gesamt“: Tourismusverband Chiemgau – Geschäftsbericht; Stichtag 01.11.2004 bis 31.10.2005

Zertifizierte Beherbergungsbetriebe laut DEHOGA in der Region Chiemgau

Tab. Anhang B3 – 4: Zertifizierte Beherbergungsbetriebe in der Region Chiemgau laut DEHOGA

Kategorie	Anzahl zertifizierter Betriebe
5*	-
4*	12
3*	49
2*	18
1*	-
gesamt	79
Gesamtzahl Betriebe	472

Quelle:

Dehoga online, Zugriff September 2006 (adaptiert um zusätzliche zwei 3*Betriebe (Seeon-Seebruck) und ein 2*Betrieb (Chieming) laut TVB Chiemsee.

Die Zahl der zertifizierten Betriebe der Region ist in Relation zur Gesamtzahl sehr gering, es sind lediglich 79 von 472 gewerblichen Betrieben (16,7 %) offiziell nach DEHOGA-Kriterien zertifiziert.

Entwicklung der Gästebetten Landkreis Traunstein²

Tab. Anhang B3 – 5: Bettenbestand im Landkreis Traunstein 1994 – 2005

Angaben aus GF-Bericht Chiemgau-Tourismus Jahrgang	Gemeldete Gästebetten gesamt	Differenz zum VJ	davon Privat	davon Gewerblich
1994	43.888		20.536	23.352
1995	43.158	-730	20.169	22.989
1996	42.478	-680	19.935	22.543
1997	41.742	-736	18.805	22.937
1998	41.494	-248	19.374	22.120
1999	41.406	-88	19.038	22.368
2000	40.283	-1.123	18.605	21.678
2001	39.290	-993	17.595	21.695
2002	38.268	-1.022	17.156	21.112
2003	37.814	-454	16.583	21.231
2004	36.443	-1.371	16.120	20.323
2005	36.562	119	16.046	20.516

Erfasst ist der Bettenbestand in den 35 Gemeinden des Landkreises Traunstein

² Quelle: Tourismusverband Chiemgau

In den Jahren von 1994 bis 2005 ist die Bettenkapazität um insgesamt 7.326 Betten (-16,7 %) zurückgegangen, wovon 4.490 (-21,9 %) auf den privaten und 2.836 (-12,1 %) auf den gewerblichen Teil fallen. Damit ist das Verhältnis beim Bettenangebot in den letzten 10 Jahren von 47 % Bettenanteil in den Betrieben mit weniger als 9 Betten auf 44 % gesunken, aber noch immer auch im Vergleich mit den anderen Landkreisen der Region 18 überdurchschnittlich hoch (genaue Zahlen liegen leider nicht überall vor)

Top Ausflugsziele in der Region Chiemgau bzw. des Landkreises Traunstein³

Die nachfolgend aufgelisteten Ausflugsziele geben Zeugnis von der hohen Dichte von tagestouristischen Zielen der Region. Touristische Attraktionen von überregionaler Strahl- oder Zugkraft sind jedoch nur vereinzelt vorhanden (z.B. Chiemseeschiffahrt). Fast alle Ziele haben lokale bzw. regionale Bedeutung und sind nicht als überregional wirksame Frequenzbringer einzustufen.

Ausflugsziel	Besucherfrequenz pro Jahr geschätzt
Chiemsee-Schiffahrt	Keine Angaben
Hochfölln-Seilbahn Bergen (Winter nur mehr Wochenendbetrieb)	50.000
Rauschbergbahn Ruhpolding (keine Skipisten)	k.A.
Vita Alpina Ruhpolding	k.A.
Inzeller Badepark m. Naturbadeseen	k.A.
Hallen-/ Freibad Reit im Winkl	k.A.
Hallenbad Unterwössen	k.A.
Märchen-Erlebnispark Ruhpolding	k.A.
Märchen-Erlebnispark Marquartstein	k.A.
Beliebteste Wanderziele Almen und Berggasthöfe	k.A.
Großes Wanderwegenetz , im Süden geräumte Winterwanderwege, Themenwanderungen	k.A.
Benediktinerweg (Papst Benedikt XVI)	k.A.
Mozart-Radweg	k.A.
Bajuwaren-Radrundweg	k.A.
Königssee-Bodensee-Radweg	k.A.
Systematisch beschildertes Netz Themenradwege u. Mountainbikestrecken	k.A.

³ Quelle: Tourismusverband Chiemgau

Ausflugsziel	Besuchersfrequenz pro Jahr geschätzt
Golfplätze in Chieming:	Zwischen 2.500 und 5.000 Greenfee-Spieler
Kloster Seeon Kultur- und Bildungszentrum	k.A.
Holz knechtmuseum Ruhpolding	k.A.
Mammut- und Naturkundemuseum Siegsdorf	k.A.
Museum Maxhütte Bergen	k.A.
Römermuseum Seebruck	k.A.
Bajuwarenmuseum Waging am See	k.A.
Schloss Pertenstein	k.A.
Burg Tittmoning	k.A.
Naturbäder Waginger See, Chieming, Seebruck, ...	k.A.
Deutsche Alpensegelflugschule Unterwössen / Ballonfahren / Gleitschirmfliegen	k.A.
Chiemgau-Marathon-Loipe (Inzell - Ruhpolding – Reit im Winkl)	k.A.
Sonstiges Loipennetz Chiemgauer Alpen	k.A.
Eislaufhalle Ruhpolding	k.A.
Eisstadion Inzell	k.A.
Skigebiet Winklmoosalm-Steinplatte	k.A.
Unternbergbahn mit Skiabfahrt	k.A.
Sonstiges Netz von Lifтанlagen Chiemgauer Alpen	k.A.
Hochplatten-Sessellift mit Rodelbahn Marquartstein	k.A.
Rodelbahnen (z. B. Hindenburghütte Reit im Winkl)	k.A.
Hochplatten-Sessellift mit Rodelbahn Marquartstein	k.A.
Rodelbahnen (z B Hindenburghütte Reit im Winkl)	k.A.

Weitere Ausflugsziele der Region Chiemgau⁴

Ausflugsziel	Besucherfrequenz pro Jahr geschätzt
Chieming	
Golfplatz Chieming/Hart u. Golfplatz Gut Ising	k.A.
Reitsport, Reitturniere, Poloturniere auf Gut Ising	k.A.
Strandbad Chieming	k.A.
Heimathaus Chieming mit hist. Dorfführungen u. Kulturabenden	k.A.
4 Campingplätze, 1 Jugendzeltplatz, 1 Tipidorf	k.A.
Landungssteg für Chiemseeschifffahrt	k.A.
Naturbeobachtungsstation u.a. mit geführten Vogelbeobachtungen	k.A.
Minigolfanlage	k.A.
Bootsverleih	k.A.
Nordic Walking-Strecken (4 Routen ab Herbst 2006 neu beschildert)	k.A.
Kneippanlagen	k.A.
Tennisplatz beim Goriwirt u. auf Gut Ising	k.A.
Saunalandschaft, Solarium, Fitnessraum u. Massagen auf Gut Ising	k.A.
Asphaltstockbahn	k.A.
Volleyballplätze bei der Mutter-Kind-Klinik	k.A.
Landhaus Jahncke: Ökologisch-landwirtschaftliche Kurse für Kinder	k.A.
Bertl-Hof: Erlebnis Bauernhof u. Reitmöglichkeit	k.A.

⁴ Quelle: TVB Chiemsee

Ausflugsziel	Besuchersfrequenz pro Jahr geschätzt
Grassau	
Museum Klaushäusl	5.000
Torfbahnhof	5.000
Marquartstein	
Hochplatten – Sesselbahn Marquartstein	k.A.
Märchen – Erlebnispark Marquartstein	k.A.
Seeon – Seebruck	
Kloster Seeon – Kirche, Klosteranlagen, Walburgis	ca. 15.000
Römermuseum Bedaium Seebruck	10.000
Strandbäder in Seeon – Seebruck - Truchtlaching	k.A.
Übersee	
Exter Kunsthaus	9.000
Naturpavillon im Zeller Park	3.500
Strandbad Feldwies	35.000

Veranstaltungen mit touristischer Bedeutung im Landkreis Traunstein bzw. in der Region Chiemgau⁵

Auch im Veranstaltungsbereich ist das Gros der Ereignisse von lokaler Bedeutung. Einige Orte haben über Jahre Veranstaltungen mit einer gewissen überregionalen Bedeutung, mit entsprechender Öffentlichkeitswirksamkeit und/oder Nächtigungswirksamkeit entwickelt bzw. durchgeführt. Dazu zählen beispielsweise der Biathlon Weltcup Ruhpolding, der Weltcup Nordische Kombination Ruhpolding, die Eisspeedway-Veranstaltungen in Inzell oder Eisschnelllauf-Wettbewerbe in Inzell oder aber auch die Reggae-Veranstaltung in Übersee.

Die Winter-Veranstaltungen sind gut geeignet, die Ort auf dem Heimmarkt in Erinnerung zu halten und haben auch eine Image-prägende Wirkung.

⁵ Quelle: Tourismusverband Chiemgau

Veranstaltung	Besuchersfrequenz pro Jahr geschätzt
Biathlon-Weltcup Ruhpolding	k.A.
Internationaler Hochfelln-Berglauf Grandprix	220 Teilnehmer, 2.000 Zuschauer
Waterslide am Hochfelln	1.500
Weltcup Nordische Kombination Ruhpolding	k.A.
ISU Eisschnelllauf Rennen ‚Goldener Schlittschuh‘ Inzell	k.A.
Eisspeedway WM Halbfinale Inzell	k.A.
Reggae-Festival Übersee	25.000
Musiksommer zwischen Inn und Salzach	k.A.
Chiemgauer Wanderherbst	k.A.
Inzeller Bergherbst	k.A.
Fest der Berge Ruhpolding	k.A.
Georgi- und Leonhardirite	k.A.
Jährliches Gautrachtenfest	k.A.
Stadtfest Traunstein	k.A.
MusikKulturNacht Traunstein	k.A.
Days of Bike Ruhpolding	k.A.
IVV Wandertag Wagin am See	k.A.
Segelregatten	k.A.

Weitere touristische Veranstaltungen der Region Chiemgau⁶

Veranstaltung	Besucher/ Zuseher geschätzt
<u>Chieming</u>	
Dorf- und Seefest	7.500
Faschingsveranstaltungen (Umzüge) der Faschingsfreunde Chieming	k.A.
Drei Adventsmärkte (Haus des Gastes, Unterwirt u. Seehäusl)	k.A.
Chieminger Festtage mit Festzelt	k.A.
Reitturniere auf Gut Ising	k.A.
Golfturniere in Ising und in Hart	k.A.
Bayernrundfahrt der Radprofis	k.A.
Theateraufführungen (historische und Heimatbühne)	k.A.
Gemäldeausstellungen	k.A.
Schießen für Gäste im Schützenheim	k.A.
Segelwettbewerbe	k.A.
Chiemgauer Wanderherbst- u. Rosenheimer Bauernherbst-Veranstaltungen	k.A.
<u>Grabenstät</u>	
Luftgewehrschießen für Gäste	25
Standkonzert mit Schlossbeleuchtung	70
Bayerischer Abend	85
Schloss Serenade	110
Al Dente – A-capella-Matinee mit Biss	120
<u>Grassau</u>	
Michaeli Markt	15.000
Georgi Markt	6.000

⁶ Quelle: TVB Chiemsee

Veranstaltung	Besucher/ Zuseher geschätzt
<u>Marquartstein</u>	
Dorffest des TSV Im August	1.000
Waldfest des GTEV im August	1.000
Seeon - Seebruck	
Konzerte im Kloster Seeon	6.000
Klösterlicher Markt mit Tag der Volksmusik	7.000
Lichterfest	2.500 – 3.000
Dorffest in Truchtlaching mit Boadwandl – Rennen auf der Alz	1.500 – 2.000
Bruck´n - Fest in Truchtlaching	1.500
Seehafenfest	1.000

Touristische Angebotsgruppen der Region Chiemgau

Die Beteiligung in Angebotsgruppen gibt Aufschluss über den Grad der Zusammenarbeit bzw. der betrieblichen Vernetzung einerseits und andererseits einen Hinweis auf die qualitative und quantitative Tiefe von touristischen Schwerpunktangeboten oder Produkten in der Region.

Auf Grund der kleinbetrieblichen Struktur der Region ist die Bildung von Marketinggemeinschaften von besonderer Bedeutung für das Marketing: es stellt eine zusätzliche Chance für einen effektiveren und kraftvolleren Marktauftritt dar.

Die Themen bzw. Produktlinien „Familienurlaub“, „Wanderurlaub“, „Radurlaub“ und „Golf“ werden auch durch Angebotsgruppen verstärkt.

Kooperationsgruppe
Familienradeln/Radhotels (Region/EuRegio)
Grenzenloses Wandervergnügen (EuRegio)
Wandern im Chiemgau/Wanderfreundliche Betriebe
Kinderland-Bayern-Betriebe (BayTM)
Urlaub auf dem Bauernhof (Anbietergemeinschaften)
Gruppenreiseangebote für Italienischen Markt (Region)
Aktionsanbieter Nebensaison (7 Tage zum Preis von 5Tagen , 3 Tage zum Preis von 2 Tagen auf Internetplattform Chiemgau/Chiemsee)
Pauschalanbieter (Chiemgau Internet und Prospekt; (Gastgeberverzeichnisse sind örtliche Aufgabe)
Euregio-Zusammenschluss von 10 Golfplätzen (8 Bayerische und 2 Österreichische mit gemeinsamen Marketing und gemeinsamer Zeitung)
Ökomodell Achental (mit 6 bayerischen und 2 österreichischen Orten)

Formen der Zusammenarbeit mit benachbarten touristischen Organisationen in horizontaler Ebene laut TVB Chiemgau

Verbindlich geregelte Form der Kooperation:

- EuRegio Salzburg – Berchtesgadener Land – Traunstein;
- Facharbeitsgruppe Tourismus mit Projektgruppe Rad/Wandern als Untergruppe
- Gemeinsame Entwicklung und Betrieb eines regionalen IRS mit Online-Buchbarkeit und Veranstaltungskalender

Anmerkungen zur touristischen Angebotsstruktur laut TVB Chiemgau:⁷

- Jährlicher Bettenverlust im Privatvermieterbereich lässt Gesamtkapazität sinken
- Strukturmangel: kaum größere gewerbliche Einheiten im 4 Bereich. Kein 5 Haus.
- Kleinteilige Betriebsstruktur braucht mehr Themenorientierung und Flexibilität (Stichwort Kurzurlaub, Erlebnisorientierung)
- Wenig Destinationsbewusstsein und CI bei Angebotsgestaltung der Orte
- Geringe Beteiligung der kleinen Orte am IRS (Halbtagsbüros)
- Regionale Angebote waren in der Vergangenheit besonders erfolgreich (z.B. Mozart-Radweg, Benediktweg, Chiemgauer Wanderherbst etc.)

- Gute seenahe Campingplätze (Waging 5*)

Stärken- / Schwächenprofil des Landkreises Traunstein aus touristischer Sicht⁸

Die nachfolgende Analyse der Stärken und Schwächen des touristischen Angebots bzw. der touristischen Strukturen erfolgte gemeinsam mit einer Gruppe von regionalen Tourismusfachleuten. Sie wird nachfolgend ergänzt und vervollständigt durch Kommentare der Gutachter, die sich vor allem auf die Expertengespräche und die Analyse der Strukturdaten stützen, aber auch den überregionalen Marktüberblick des Gutachterteams einschließt.

Bereich Touristische Betriebe (Beherbergung, Gastronomie)

Auf der betrieblichen Ebene ist in den letzten 10 Jahren ein starker Bettenrückgang feststellbar. Dieser betrifft nicht nur den Bereich der Vermieterbetriebe mit weniger als 9 Betten, sondern auch, wenn auch in geringerem Maße, die gewerblichen Unternehmen. Auffällig ist der vergleichsweise außergewöhnlich hohe Anteil an Betten in Kleinstbetrieben (44 %). Da die Qualität in diesen Betrieben erfahrungsgemäß noch schwächer ist, als in den von den Experten der Region auch nicht sehr hoch eingestuften gewerblichen Betrieben, kann ein nachhaltiger Wettbewerbsnachteil abgeleitet werden. Zudem ist feststellbar, dass es kaum größere Hotelbetriebe (mit 100 oder mehr Zimmern) in der 4-Sterne-Kategorie gibt. Ein 5-Sterne-Haus fehlt überhaupt.

Die durchschnittliche Auslastung von 121 Vollbelegtagen oder 33,2 % im gewerblichen Bereich zeugt gemeinsam mit dem Anteil von 70 % an Übernachtungen im Sommerhalbjahr von der hohen einsaisonalen Ausrichtung eines großen Teils der Region.

Ein möglicher Ausweg in dieser Situation ist nach den Erfahrungen aus vielen Regionen im Alpenraum eine klare Profilierung bzw. Spezialisierung und die Zusammenarbeit in Form von Angebotsgruppen bzw. Marketingplattformen. Beides ist leider in der Region noch nicht sehr stark ausgeprägt.

⁷ Tourismusverband Chiemgau

⁸ Ergebnis Expertenworkshop vom 27.09.2006

Bereich Touristische Betriebe – Landkreis Traunstein	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gewachsene Struktur (Beherbergungsbereich) ▪ Urlaub am Bauernhof mit einheitlichen Qualitätsstandards ▪ Immer mehr zertifizierte Betriebe mit einheitlichen Qualitätsstandards ▪ Preisvorteile gegenüber Mitbewerberregionen ▪ Hoher Stammgastanteil durch guten Gästekontakt in den Kleinbetrieben ▪ Vielfältiges Angebot ▪ Gastronomie-Mix ▪ Akzeptanz von Kurzurlaubern in Gästehäusern ▪ Gute seenahe Campingplätze (Waging 5*) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zuwenig Betten in der 4- und 5-Sterne Kategorie ▪ Verhältnismäßig hohe Zahl an nicht mehr zeitgemäßen Betrieben bzw. Investitionsstau in vielen Beherbergungsbetrieben (Qualitätsmängel, fehlende Nebeneinrichtungen) ▪ Starker Bettenrückgang in den letzten 10 Jahren ▪ Steuernachteile gegenüber den Mitbewerbern im Alpenraum nach Mehrwertsteuererhöhung ▪ Immer weniger Betriebe mit bayerischem Gastronomieangebot ▪ Häufig ungelöste Betriebsnachfolge ▪ Mangelnde Motivation und Bereitschaft zu Mitarbeit in Kooperationen ▪ Wenig Betriebe mit überregionaler Strahlkraft bzw. internationaler Qualität (kaum „Leuchttürme“ mit Vorbildwirkung bzw. Leitbetriebe) ▪ Abwanderung von Handelsbetrieben in den Tourismusorten

Bereich Touristische Sport- und Freizeit-Infrastruktur (Bäder, Bergbahnen, Wegenetz, Ausflugsziele, Golf,...)

Das Angebot an touristischen Sport- und Freizeitanlagen ist in der Region grundsätzlich qualitativ und quantitativ als gut zu bewerten. Einzelne Angebote wie das Eisstadion Inzell oder die Chiemgau-Arena Ruhpolding sind in gewisser Weise einzigartig. Gerade diese sprechen aber vorwiegend Nischen-Zielgruppen an und sind nur bedingt für ein breites Publikum buchungsrelevant. Einige regionale Angebote waren in der Vergangenheit erfolgreich (z.B. Mozart-Radweg, Benediktweg, Chiemgauer Wanderherbst etc.). Das Radangebot ist neben dem nordischen Winterangebot eine außergewöhnliche Stärke der Region. Die gute Erreichbarkeit über die A 8 unterstützt die Stärke als Ausflugsregion mit einer hohen Dichte an Ausflugszielen mit einigen (regionsübergreifenden) Highlights.

Leider ist in den alpinen Gebieten das für die meisten Zielgruppen der Region wichtige Bergbahnangebot nicht mehr auf einem zeitgemäßen Standard. Dies hemmt neben einem funktionierendem Kartenverbund eine positivere Entwicklung in der Wintersaison wie in anderen Alpendestinationen.

Bereich Touristische Sport- und Freizeit-Infrastruktur – Landkreis Traunstein	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundsätzlich gut erreichbar ▪ Sportanlagen (Chiemgau Arena Ruhpolding, Eistadion Inzell) ▪ Reihe guter Ausflugsziele (Chiemsee-Schiffahrt, Rad- Wanderwegenetz, ...) ▪ Golfplatzdichte ▪ (Winter)-Wanderwege-Netz ▪ Angebot Ski-Nordisch, Biathlon 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Investitionsstau bei vielen kommunalen Einrichtungen sowie Bergbahnen ▪ Kein Kartenverbund und zuwenig Kooperation bei Bergbahnen ▪ Lücken im Radwegenetz (Arlaching und Ising) ▪ Bewirtschaftete Almen (Spätherbst) ▪ Alpiner Wintersport ▪ Beschilderung (Landkreis übergreifend) ▪ Stausituation auf der A 8 zu Spitzen-Reisezeiten

Bereich Touristische Organisationen (Veranstaltungen, Marketing,...)

Die regionale Tourismusorganisation Chiemgau Tourismus wird nicht uneingeschränkt positiv beurteilt. Unter anderem ist der Regionsname ein umstrittener Kompromiss – die alpinen Gebiete fühlen sich bei einer ausschließlich auf den Chiemsee fokussierten Namensgebung zu wenig repräsentiert. Wie auch in anderen Teilregionen des Untersuchungsgebiets gibt es noch zu viele Überschneidungen der Aufgabenfelder der örtlichen und regionalen Organisationen. Zudem wird die Tourismusorganisation bis dato noch sehr stark an Verwaltungseinheiten (Landkreisen) orientiert und ist noch zuwenig produktorientiert. Die durch den Chiemsee verlaufende Landkreisgrenze ist aus touristischer Sicht ein Nachteil, da sie die aus Sicht des Gastes klar eingrenzbar Destination Chiemsee in zwei Organisationseinheiten teilt. Eine Folge der geringen regionalen Identität ist die Bildung von regionalen Kleingruppen (z.B. die alpinen Orte, die Seeorte).

Das ohnehin geringe Budget für touristische Organisation und Marketing zersplittert auf zu viele Organisationsebenen (ByTM, München Oberbayern, Chiemgau, Ortsorganisationen). Andererseits ist die überregionale Zusammenarbeit auf Ebene der Euregio ein durch die Chance auf Eu-Fördermittel begünstigtes positives Beispiel.

Bereich Touristische Organisationen – Landkreis Traunstein	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marke Chiemsee ist stark, aber repräsentiert nicht alle Partner zufriedenstellend ▪ Aufgabenteilung (Verband / Ort) ▪ Gemeinsames Marketingbudget Chiemsee & Chiemgau ▪ Euregio Projekte ▪ Aushängeschilder im Sport ▪ Papst ▪ Gemeinsame Reservierungssystem IRS 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einzelkämpfertum und Kleingruppen-denken ▪ Bürokratie ▪ Zu wenig optimierte Dienstleistungsketten ▪ Zu wenig Kooperation zwischen Gewerbe und Tourismus ▪ Zu viele Ebenen in der Tourismusorganisation (Geld zersplittet...) ▪ Marke der Destination nicht ausreichend umgesetzt ▪ Unter Marke Chiemsee finden sich nicht alle wieder ▪ Medienarbeit ▪ Interne Kommunikation ▪ Vermarktung des Angebotes (Schlechtwetter)

Bereich Natürliche Voraussetzungen (natürliche Ressourcen, kulturelle Besonderheiten, lokale Bevölkerung)

Der Tourismus genießt in der Bevölkerung und bei den übrigen Wirtschaftszweigen nicht die Wertschätzung und Anerkennung, die für eine touristische Destination erforderlich wäre. Dies wirkt sich auf Gästeorientiertes Verhalten, Gastfreundlichkeit und Beurteilung touristischer Projekte in Gemeindestuben und auf Landkreisebene aus. Landschaftliche Schönheit, natürliche Attraktionen, Lebensart und kulturelle Besonderheiten stellen hingegen eine wichtige und starke Basis für den Tourismus auch in Zukunft dar.

Bereich Natürliche Voraussetzungen – Landkreis Traunstein	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Almgebiete ▪ Seenlandschaft Chiemsee und kleinere Seen ▪ Natur- und Kulturangebote ▪ Kulturlandschaft ▪ Naturschutzgebiete (1/4 der Landschaft) ▪ Chiemgauer Alpen ▪ Herrenchiemsee ▪ Bayerische Lebensart, natürliche Brauchtum ▪ Angebote für alle 4 Jahreszeiten und jedes Wetter 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wertschätzung des Tourismus (in allen Bereichen) ▪ Veränderungen im Sparkassen und Bankenbereich – restriktive Kreditvergabe (Basel II) ▪ Teils fehlende Akzeptanz des Tourismus in Wirtschaft und Bevölkerung ▪ In vielen Bereichen schwache Tourismusgesinnung (zu wenig Freundlichkeit)

Für die Teilregion wichtige Trends und Entwicklungen

Aus Sicht der an der Analyse mitwirkenden Experten sind die nachfolgend aufgelisteten Trends und Entwicklungen für die Teilregion Chiemgau von besonderer Bedeutung:

- Pauschalen und organisierte Reiseangebote, All-Inclusive Angebote
- Kurzurlaube (öfter, kürzer und intensiver)
- Spezialisierung und Profilierung des Angebots
- Zunehmendes Qualitätsbewusstsein bei den Gästen
- Demografische Veränderung (mehr ältere und aktivere Menschen)
- Geänderte Familienstrukturen (Kleinere Familien sowie Patchwork-Familien)
- Kurzfristigere Urlaubsentscheidungen
- Stark wachsender Golftourismus
- Gesundheit als Megatrend
- Authentizität
- Sicherheit
- Zunehmender Flugverkehr (Billigfluglinien)
- Renaissance der Natur
- Individualität / maßgeschneiderte Produkte für die Kunden
- Städte- und Kulturtourismus
- Better Aging (zu diesem Thema läuft derzeit ein Euregio-Projekt)

Chancen und Risiken für die Region / den Landkreis

Wo Stärken der Region auf Entwicklungstendenzen am Markt treffen, sind gute Entwicklungschancen gegeben. Mit den Experten wurden die für die Region wesentlichen Chancen und Risiken definiert und diskutiert.

Als entscheidend wird eine klare Positionierung der (Teil-)region und die zeitgemäße Entwicklung und Inszenierung naturnaher Angebote angesehen. Die kleinbetriebliche Struktur bietet gute Chancen, verstärkt die Zielgruppe „Familien“ anzusprechen (insbesondere für Ferienwohnungen und Urlaub am Bauernhof).

Chancen und Risiken für den Landkreis Traunstein	
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gebündelte Marktkommunikation ▪ Entwicklung naturnaher Angebote (rund ums Rad, bekannten Themen neue / mehr Inhalte geben, mehr Inszenierung – Themenwege etc.) ▪ Klare Positionierung - Natur (Landwirtschaft als Landschaftspfleger) - Kultur - Gesundheit (Ernährung, Bewegung,...) ▪ Kernzielgruppe Familie (durch den klein strukturierten Betriebsbereich) ▪ Ausbau des Aussichtsbereiches Hochfelln ▪ Schaffung einer schlagkräftigen Marke ▪ Einbindung der Wirtschaft in den Tourismus ▪ Klare Aufgabenteilung (Verbände/Orte) ▪ Urlaub am Bauernhof ▪ Vernetzung und Kooperation (z.B. Alpine Gastgeber) ▪ Verbund für Privatvermieter 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ungelöste Finanzierungsprobleme (Investitionsstau in Betrieben, mangelnde finanzielle Ressourcen der Tourismusorganisationen (Marketingmittel)) ▪ Bürokratische Hemmnisse (für engagierte Unternehmer) ▪ Fehlendes Lobbying für den Tourismus (keine Aufgabe der ByTM) ▪ Doppelgleisigkeiten (keine klare Aufgabenverteilung) in den unterschiedlichen Verbandsebenen führt zu Energie- und finanziellen Verlusten ▪ Konkurrenz in den neuen EU-Ländern (neue Destinationen) ▪ „Weniger Nabel- mehr Marktschau“ ▪ Mangelnde Bereitschaft neue Wege zu gehen (Kommunen, Bevölkerung,...) ▪ Kirchturm-Denken

Landkreis und kreisfreie Stadt Rosenheim - (Tourismusverbände Wendelstein und Chiemsee)

Betriebs- und Nächtigungsstatistik für den Landkreis und die Stadt Rosenheim:

Tab. Anhang B3 - 6

Berichtszeitraum: Jahr 2005						
	im Monat Juni		Jahr 2005			
	geöffnete Betriebe	angebotene Betten	Ankünfte	Übernachtungen	Auslastung der angebotenen Betten	durchschnittliche Aufenthaltsdauer
	Anzahl			in %	in Tagen	
Rosenheim, Stadt						
Hotels.....	6	359	32 606	44 530	34,6	1,4
Gasthöfe.....	10	316	26 872	40 235	36,6	1,5
Pensionen.....	2	-	-	-	-	-
Hotel garni.....	3	221	14 195	25 235	31,2	1,8
Zusammen...	21	-	-	-	-	-
Erholungs- und Ferienheime, Schulungsheime	-	-	-	-	-	-
Ferienhäuser, -wohnungen.....	-	-	-	-	-	-
Hütten, Jugendherbergen.....	1	-	-	-	-	-
Vorsorge- und Rehaklinken.....	-	-	-	-	-	-
Zusammen...	1	-	-	-	-	-
Insgesamt...	22	1 011	77 886	116 120	32,2	1,5
Campingplätze.....	1	-	-	-	-	-
Landkreis Rosenheim						
Hotels.....	35	2 999	167 273	366 391	33,6	2,2
Gasthöfe.....	111	3 073	109 139	238 428	22,1	2,2
Pensionen.....	37	932	29 845	80 297	25,5	2,7
Hotel garni.....	91	2 024	49 897	174 155	24,5	3,5
Zusammen...	274	9 028	356 154	859 271	26,9	2,4
Erholungs- und Ferienheime, Schulungsheime	26	1 679	49 131	211 815	35,7	4,3
Ferienhäuser, -wohnungen.....	86	2 076	21 076	173 839	23,2	8,2
Hütten, Jugendherbergen.....	9	556	16 977	28 381	14,3	1,7
Vorsorge- und Rehaklinken.....	13	2 798	36 134	729 051	71,4	20,2
Zusammen...	134	7 109	123 318	1 143 086	44,6	9,3
Insgesamt...	408	16 137	479 472	2 002 357	34,8	4,2
Campingplätze.....	14	-	48 502	136 657	-	2,8

Quelle:

Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung – Fremdenverkehr in Bayern 2005; Stichtag 01.01.2005 bis 31.12.2005

Anmerkung:

Betriebe (und Nächtigungen) in Betrieben unter 9 Betten sind nicht enthalten.

**Tab. Anhang B3 – 7: Übernachtungen nach Gemeinden im Landkreis Rosenheim
getrennt nach Betrieben mit mehr als 9 Betten und Betrieben
mit weniger als 9 Betten**

Lkr Rosenheim	über 9 Betten	unter 9 Betten	Gesamt	Anteil Nachtigungen in Betrieben unter 9 Betten
Amerang	22.442	739	23.181	3%
Aschau	159.905	90.020	249.925	36%
Babenshan			0	
Bad Aibling	286.637	7.649	294.286	3%
Bad Endorf	172.994	28.210	201.204	14%
Bad Feilnbach	247.320	38.438	285.758	13%
Bernau	123.589	31.959	155.548	21%
Brannenburg	42.395	15.698	58.093	27%
Breitbrunn	9.304	16.820	26.124	64%
Bruckmühl	16.909			
Chiemsee	25.720			
Edling				
Eggstätt	16.038	11.928	27.966	43%
Eiselfing	6.036			
Feldkirchen-Wester	30.548			
Flintsbach	16.680	3.978	20.658	19%
Frasdorf	24.339	6.621	30.960	21%
Griesstätt			0	
Gstadt	43.808	13.004	56.812	23%
Halfing	15.786			
Höslwang	8.153			
Kiefersfelden	34.333	14.174	48.507	29%
Kolbermoor	17.744			
Neubeuern	5.454	8.459	13.913	61%
Nußdorf	7.415	5.009	12.424	40%
Oberaudorf	117.460	27.929	145.389	19%
Pfaffing	7.353			
Prien	370.558	49.902	420.460	12%
Prutting				
Ramerberg				
Raubling	7.724		9.427	
Riedering	7.324			
Rimsting	27.625	18.216	45.841	40%
Rohrdorf	55.075			
Rott				
Samerberg	13.164	17.031	30.195	56%
Schechen	17.955			
Söchtenau				
Soyen	3.857			
Stephanskirchen	6.992			
Vogtareuth				
Wasserburg	20.049			
	2.002.357			

Quelle:

Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung – Fremdenverkehr in Bayern 2005; Stichtag 01.01.2005 bis 31.12.2005

In den Zahlen vom Bayerischen Landesamt für Statistik sind manche Zahlenwerte unbekannt oder geheim zu halten, weshalb die „Gesamt“-Nachtigungen nicht exakt der Summe der in der Spalte angeführten Zahlen entspricht. Aufgrund unterschiedlicher Meldezeiten (Abfragedatum der Daten) bei den Touristischen Informationsstellen weisen die Gesamtnachtigungen der Orte im Geschäftsbericht des Chiemsee Tourismus folgende unterschiedliche Werte auf: Amerang: 23.770; Aschau/Sachrang: 332.238; Bad Endorf: 229.486; Bernau: 208.282; Breitbrunn: 32.937; Chiemsee: 28.831; Eggstätt: 38.967; Frasdorf: 30.128; Gstadt/ Gollenshausen: 77.919; Halfing: 14.846; Prien: 406.024; Riedering: 14.962; Rimsting: 54.594)

Statistische Tourismusdaten des Landkreises Rosenheim:**Tab. Anhang B3 – 8: Statistische Tourismusdaten des Landkreises Rosenheim**

Betten	2001	2002	2003	2004	2005
Privatvermieter	9.475	8.846	8.177	7.871	8.109
gewerbl. Vermieter	13.135	12.709	12.968	13.801	13.006
Jugendherbergen / Heime	1.481	1.529	1.461	1.226	1.123
Kurkliniken	3.248	3.250	2.851	2.614	2.600
Gesamt	27.339	26.334	25.457	25.512	24.838
Ankünfte	2001	2002	2003	2004	2005
Privatvermieter	74.196	74.341	62.231	72.840	72.265
gewerbl. Vermieter	428.242	419.071	416.600	447.643	445.153
Jugendherbergen / Heime	34.660	33.311	34.377	30.071	28.041
Kurkliniken	39.591	38.258	33.938	34.472	34.863
Campingplätze	31.129	29.881	37.022	46.388	31.998
Gesamt	607.818	594.862	584.168	631.414	612.320
Nachtigungen	2001	2002	2003	2004	2005
Privatvermieter	742.007	704.762	632.292	664.401	621.302
gewerbl. Vermieter	1.400.866	1.313.477	1.292.304	1.276.241	1.328.756
Jugendherbergen / Heime	188.385	172.025	168.240	136.310	112.370
Kurkliniken	801.511	751.466	659.542	659.300	659.070
Campingplätze	142.089	138.986	162.216	179.498	141.981
Gesamt	3.274.858	3.080.716	2.914.594	2.915.750	2.863.479
Auslastung in VBT	2001	2002	2003	2004	2005
Privatvermieter	78,3	79,7	77,3	84,4	76,6
gewerbl. Vermieter	106,7	103,4	99,7	92,5	102,2
Jugendherbergen / Heime	127,2	112,5	115,2	111,2	100,1
Kurkliniken	246,8	231,2	231,3	252,2	253,5
Gesamt	114,6	111,7	108,1	107,3	109,6

VBT= Vollbelegstage

Quelle:

Landratsamt Rosenheim und eigene Berechnung (Auslastung)

Der Anteil der Nächtigungen im Privatvermieterbereich (entspricht im Wesentlichen der Nächtigungen in Betrieben mit unter 9 Betten) beträgt mit rund 621 tsd. Nächtigungen einen Anteil von rund 20%.

In Summe ist im Landkreis Rosenheim ein Rückgang der Nächtigungen in den letzten 5 Jahren von insgesamt 12,6% feststellbar. Die Privatvermieter haben mit insgesamt 120 tsd. Nächtigungen um rund 50 tsd. Nächtigungen mehr verloren als die der gewerblichen Vermieter. In absoluten Zahlen ist der stärkste Rückgang bei den Kurkliniken (-142 tsd. Nächtigungen) festzustellen. Die Jugendherbergen haben mit einem minus von 76 tsd. Nächtigungen der letzten 5 Jahre einen Verlust von rund 40% erfahren. Der Rückgang ist nicht nur durch den Wegfall von ca. 2.500 Gästebetten zu erklären. Auch die Auslastung im Landkreis ist von 114,6 auf 109,6 Vollbelegstage bzw. von 31,4 % auf 30,0 % gefallen. Der stärkste Rückgang bei der Auslastung ist bei den Jugendherbergen festzustellen.

Die Zahl der Ankünfte bzw. Gäste hat, wie auch in anderen Regionen im gleichen Zeitraum aber sogar um 0,7 % oder 4.500 Ankünfte zugenommen. Durch die sinkende Aufenthaltsdauer (von 5,4 auf 4,7 Tage) ist aber bei den Übernachtungen der angesprochene Rückgang zu verzeichnen.

Statistische Daten der kreisfreien Stadt Rosenheim⁹

Tab. Anhang B3 – 9: Statistische Tourismusdaten der Stadt Rosenheim

Tourismusdaten der Stadt Rosenheim 2001 - 2005					
Kategorien	2001	2002	2003	2004	2005
Gästekünfte	75.748	68.489	62.978	68.536	77.283
Gästeübernachtungen	117.186	102.743	96.590	98.853	116.120
Geöffnete Betriebe	19	20	19	19	21
Angebotene Betten	917	926	k.A.	873	992
Auslastung in %	34,8	30,8	27,4	30,1	32,2
Durchschn. Aufenthaltsdauer	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung (Hrsg.): Statistische Berichte, Fremdenverkehr in Bayern 2001-2005. Zusammengestellt: Wirtschaftsförderung der Stadt Rosenheim, Oktober 2006.					

Die Übernachtungen in der kreisfreien Stadt Rosenheim liegen nach einem Rückgang in den Jahren 2002 und 2003 im Jahr 2005 wieder fast auf dem Niveau vom Jahr 2001. Durch zwei zusätzliche Betriebe stehen 2005 wieder insgesamt knapp 1.000 Betten zur Verfügung. Auch in der Stadt Rosenheim ist die Auslastung in den letzten 5 Jahren von 34,8 % auf 32,2 % gefallen.

⁹ Übermittlung der Stadt Rosenheim

Zertifizierte Betriebe im Landkreis und in der Stadt Rosenheim

Tab. Anhang B3 – 10: Zertifizierte Betriebe in Landkreis und Stadt Rosenheim laut DEHOGA

Kategorie	Anzahl der Betriebe im Landkreis	Anzahl der Betriebe in der Stadt Rosenheim
5*		
4*	11	1
3*	48	3
2*	11	1
1*		
Gesamt	70	5
Gesamtzahl Betriebe	274	21

Quelle:

Dehoga online, Zugriff September 2006 (adaptiert um Korrekturen des TVB Chiemsee)

Die Zahl der zertifizierten Betriebe im Landkreis Rosenheim ist in Relation zur Gesamtzahl noch gering, es sind lediglich 70 von 274 (25,5 %) gewerblichen Betrieben offiziell nach DEHOGA-Kriterien zertifiziert. In der Stadt Rosenheim sind es 5 von 21 Betrieben, was knapp 24 % entspricht.

Touristische Entwicklung Tourismusverbandsgebiet Chiemsee

Nächtigungs- und Bettenentwicklung TVB Chiemsee

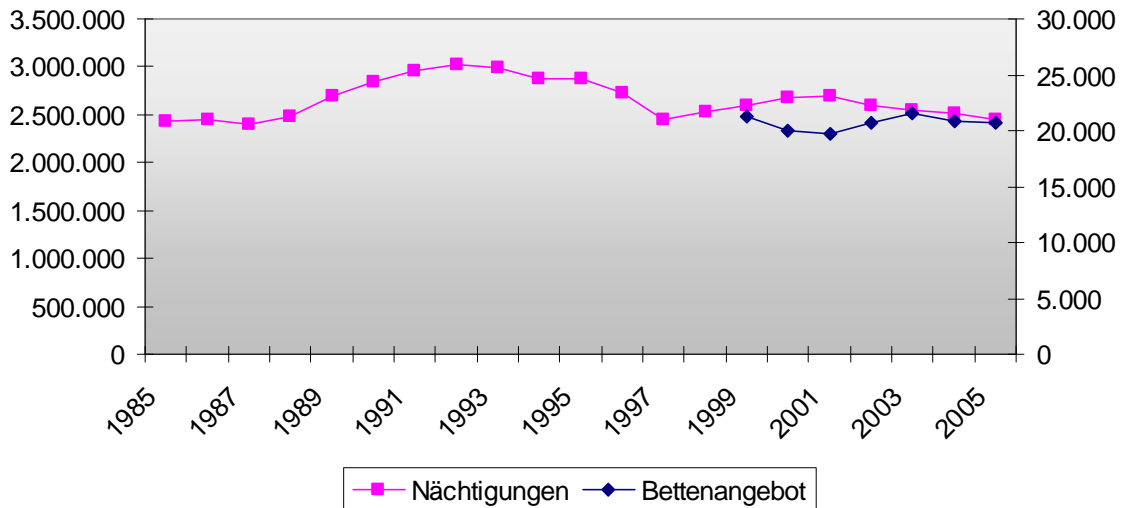


Abb. Anhang B3 – 1: Entwicklung der Übernachtungen und Betten im Tourismusverbandsgebiet Chiemsee 1985 – 2005

Die Nächtigungs- und Bettenentwicklung im Verbandsgebiet des TVB Chiemsee zeigt die Entwicklung der Teilregion im Landkreis Rosenheim. Die Übernachtungen liegen nach dem niedrigsten Wert im Jahr 1987 im Jahr 2005 wieder in etwa gleich hoch wie 20 Jahre zuvor. Im Vergleich zum Höchststand der Nchtigungen im Jahr 1992 verlor die Region rd. 570 tsd. Nchtigungen.

Top-Ausflugsziele, Freizeitbetriebe und Veranstaltungen im Landkreis und in der Stadt Rosenheim ¹⁰

Die nachfolgenden Tabellen dokumentieren die große Zahl an Ausflugszielen mit unterschiedlicher Attraktivität und die Fülle an lokalen und regionalen Veranstaltungen mit teils touristischer Bedeutung in Stadt und Landkreis Rosenheim.

Von überregionaler Bedeutung sind insbesondere die über die Regionsgrenzen hinaus bekannten Ausflugsziele am Chiemsee (z.B. Herrenchiemsee), der Chiemseepark Felden, die Chiemgau Thermen, der Loksuppen Rosenheim und die Badria/Altstadt Wasserburg.

Unter den Veranstaltungen ragt das Herbstfest in Rosenheim mit 1,2 Mio. Besuchern heraus. Die Ausstellungen im Loksuppen Rosenheim, der Christkindlmarkt und Rosenheim im Advent sind mit mehreren 100.000 Besuchern ebenfalls von außerordentlicher Bedeutung. Sie werden gefolgt von einer Reihe

erfolgreicher Märkte (Adventmärkte, Apfelmarkt Bad Feilnbach, Aschauer Markt etc.) und lokaler Feste mit hohem Zuspruch.

Die Dichte an Ausflugszielen und die gute Frequenz vieler Veranstaltungen dokumentiert die Bedeutung der Teil-Region als Tagestouristisches Ziel, darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass viele Ziele und Veranstaltungen vorwiegend lokale und örtliche Bedeutung haben.

Die Stadt Rosenheim ist als regionales Zentrum auch für die touristischen Orte der Region als Tagesziel für ihre Gäste ein nicht zu unterschätzendes „Schlechtwetterprogramm“.

Ausflugsziele	Besucherzahl (geschätzt)
<u>Amerang</u>	
EFA Museum für Deutsche Automobilgeschichte	45.000
Bauernhausmuseum des Bezirks Oberbayern	30.000
Schloss Amerang (nur Museumsbesucher bis 31.8.2006)	2.060
<u>Aschau</u>	
Schloss Hohenaschau	4.200
Müllner – Peter – Museum Sachrang	2.451
Kampenwandseilbahn	
<u>Bad Endorf</u>	
Chiemgau Thermen	280.000 inkl. Sauna
Bad Endorfer Schwimmbad (Moorbad)	5.000
<u>Bernau</u>	
Chiemseepark Felden mit Dampferangelgestelle	100.000
Aussichtspunkt Seiseralm	10.000
<u>Breitbrunn</u>	
Strandbad Breitbrunn – Stadl (bei schönem Sommer)	4.000 - 5.000
Kath. Kirche St. Johannes, Breitbrunn (auf Kirchenhügel ü. d. Dorfweiher)	500 - 800

¹⁰Quelle: TVB Chiemsee

Ausflugsziele	Besucherzahl (geschätzt)
<u>Chiemsee</u>	
Münsterkirche Fraueninsel	450.000
Königsschloss Ludwig II Herrenchiemsee	75.000
Museum im alten Augustiner Chorherren – Stift	16.000
Ludwig II – Museum Herrenchiemsee	
Chiemsee – Maler – Galerie im Alten Schloss Herrenchiemsee	
Julius – Exter – Galerie im Alten Schloss Herrenchiemsee	
<u>Eggstätt</u>	
Eggstätter Seenplatte Freizeitgelände + Naturschutzgebiet	6.000
Via Julia + Mozartradwege	200
Benediktradweg	100
<u>Gstadt</u>	
Fraueninsel	
<u>Halfing</u>	
Wallfahrtskirche Mariä Himmelfahrt	1.343
Landschaftsschutzgebiet Freimoos	859
<u>Prien</u>	
Königsschloss	
König Ludwig II – Museum + Augustiner Chorherrenstift	
Prienavera	
St. Jakobus Kapelle Urschalling	
Kirche Prien	
Frauenchiemsee	
Herrenchiemsee	
Klosterkirche St. Irmingard	
<u>Riedering</u>	
Golfplatz Patting	2.000 Greenfees
<u>Rimsting</u>	
Ratzinger Höhe	
Strandanlage	8.000 - 10.000

Top-Veranstaltungen Landkreis Rosenheim und Stadt Rosenheim und deren Besucherzahlen¹¹

Veranstaltungen	Besucherzahl (geschätzt)
<u>Bad Aibling</u>	
Parkfest	6.000
Bürgerfest	10.000
Oldie-Night	6.000
Bavaria Historic	27.000
Fohlenmarkt	5.000
Umsonst&Draußen	5.000
Weihnachtsmarkt	40.000
Gitarrenfestival Saitensprünge	2.400
<u>Bad Freibach</u>	
Frühlingsfest	5.000
Weibamarkt	Je 3.000
Almkirta	3.000
Nachtflohmarkt mit Straßenfest	5.000
Hobby-Künstlermarkt	10.000
Wendelstein Radrundfahrt	3.000
Apfelmarkt	30.000
Leonharderitt	5.000
<u>Kiefersfelden</u>	
Ritterschauspiel	4.000
Kieferer Dorffest	6.000

¹¹ Quelle: Tourismusverband Wendelstein (Darstellungen soweit vorhanden = Auswahl aus der Region!!)

Veranstaltungen	Besucherzahl (geschätzt)
<u>Neubeuern</u>	
Marktbeleuchtung	6.000
Warenmärkte 2x im Jahr	2.000
Christkindlmarkt	3.000
Faschingszug jedes zweite Jahr	5.000
Bauernmarkt (bis Besucher)	1.000
Flohmarkt (Besucher)	5.000
Beach Open Air	Bis 3.000
<u>Oberaudorf</u>	
Musiktage	2.000
Audorfer Markt	20.000
Klosterfest 2x	jeweils 1.800
Fußballwoche	gesamt 12.000
Christkindlmarkt	1.500
Leonardiritt	1.000
Bergmessen	gesamt 2.000
Skifasching Hocheck	1.000
Reisach Künstlermarkt	700
<u>Rosenheim</u>	
Kongresse im Kultur- und Kongresszentrum z.B. Internationale Fenstertage, Bayern Innovativ (4 Meisterkonzerte mit jeweils 1000 Personen; 2 Klassik Plus mit jeweils 500 Teilnehmern, 3 Musiktheater mit jeweils 650 Personen, 2 Schauspiel sowie 2 Fremdsprachentheater mit jeweils 500 Personen)	500 - 1000
Bibliotheksveranstaltungen	
Theaterlandschaft Rosenheim	
Opernfestival - Max-Josefs-Platz	
Lokschuppenvorplatz	
Rosenfestival	

Veranstaltungen in Rosenheim mit mehr als 500 Besuchern

Veranstaltungen	Besucherzahl (geschätzt)
Fasching	
Rosenball	800
Stadt-Land-Ball	1.000
Kinderball	700
Faschingstreiben	10.000
Rosenheim in Bewegung	30.000 – 40.000
Stadtfest	40.000 – 50.000
Lange Nacht in Rosenheim	15.000
Rosige Zeiten in Rosenheim	30.000 – 40.000
Sommer in Rosenheim	15.000 – 20.000
Herbstfest	1.200.000
Südostmesse	50.000
Rosenheim im Advent	300.000 – 400.000
Kleinkunsttage	3.000
Erntedankfest	4.000
Holzspektakulum	2.500
Lokschuppen	
Ausstellungen	120.000
Biomasse	7.000
Brauchtum, Handwerk, Tracht	4.500
Kunst und Handwerk	4.000
Landesausstellung „Die Wüste“ Jahr 2006	136.000

Veranstaltungen	Besucherzahl (geschätzt)
Kultur und Kongresszentrum	
Neujahrskonzert	1.000
Bal pare	1.100
Baby-Messe	3.500
Rosenheimer Fenstertage	750
Rosenheimer Diabetikertag	750
Hochzeitsmesse	3.000
Holz Innovativ	800
Einrichtungen	
Stadtbibliothek	700.000
Städtische Galerie	20.000
Städtisches Museum	10.000
Holztechnisches Museum	10.000

Quelle: Stadt Rosenheim, Wirtschaftsförderung, 2006

Ausflugsziel	Besuchersfrequenz pro Jahr (geschätzt)
<u>Samerberg</u>	
Almsingen	1.500
Ententreffen	400
Almkirta	600
Bergmesse Hochries	300
Leonhardiritt	400
Dorfweihnacht	700

Weitere¹²

Ausflugsziel	Besuchersfrequenz pro Jahr (geschätzt)
<u>Amerang</u>	
Schloss Amerang Konzerte (bis 31.8.2006) und Ritterfest	23.076
Bauernhausmuseum des Bezirks Obb. 1. Mai – „Maifest“	500 - 700
Bauernhausmuseum des Bezirks Obb 21. Mai – „Internationaler Museumstag“	500 - 700
Bauernhausmuseum des Bezirks Obb „Herbstliches Singen und Musizieren“	500 - 700
Bauernhausmuseum des Bezirks Obb „Dreschtag im Bauernhausmuseum“	500 - 700
Bauernhausmuseum des Bezirks Obb „Kirchweihmontag“ Die Besucherzahlen sind an diesen Tagen recht unterschiedlich und auch vom Wetter abhängig. Die genauen Zahlen werden erst seit kurzem tagesgenau erhoben.	500 - 700
2. Ameranger Wirtschaftswunder	4.000
Kindergartefestival in der Gemeindehalle Amerang	800

¹² TVB Chiemsee

Ausflugsziel	Besucherfrequenz pro Jahr (geschätzt)
<u>Aschau</u>	
Ziachschlittenrennen	400
Ostereiersuchen auf der Kampenwand	250
„Grenzenlos“ Bauern – und Handwerkermarkt	2.500
„Der bayerische Jedermann“ im Schloss Hohenaschau (Innenhof)	Keine Angabe
Aschauer Markt	5.000 – 10.000
Ölberg Wallfahrt in Sachrang	3.000 – 5.000
Gemeinsamer Heimatabend	400
Alpenländisches Singen und Musizieren	400
<u>Bad Endorf</u>	
30 Jahrfeier Chiemgau Thermen	10.000
Dorffest Bad Endorf	6.000
Volkstheater Bad Endorf -, Religiöses und Lustspiel	8.000
Internationales Musikfestival Gut Immling	10.000
Faschingszug	10.000
<u>Bernau</u>	
Kurkonzerte	1.300
Theater	1.000
Heimatabende	350
Laurenzmarkt	10.000
Badewannenrennen	1.000
Countryfest	10.000
Dorffeste	2.000
<u>Breitbrunn</u>	
Leonhardi – Ritt	700 - 800
See – und Strandfest	600 - 700
Faschingszug (alle 2 Jahre)	1.000 – 1.500

Ausflugsziel	Besuchersfrequenz pro Jahr (geschätzt)
<u>Chiemsee</u>	
Seefest des Wassersportvereins jedes Jahr im Juli	
Schlosskonzerte auf Herrenchiemsee	
Open – Air – Veranstaltungen im Ehrenhof des Neuen Schlosses	
<u>Eggstätt</u>	
Weihnachtsmarkt + Dorfweihnacht	2.000
Musiksommer zwischen Inn und Salzach Konzert	200 - 300
Dorffest	1.500
Oldtimertreffen der Sägschützen	500
Motorradtreffen, Eggstätter MC	500
<u>Halfing</u>	
Dorffest im Juli	1.000
Burschenfest (16.06.-25.06.07)	1.400
Musikfestival (Gut Immling, verschiedene Veranstaltungen)	je 700
Stephaniekonzert	300
<u>Gstadt</u>	
Faszination Musik + Natur	1.040
<u>Prien</u>	
Seebühne	Keine Angabe
Festival unter Sternen	Keine Angabe
Steinbruch Rohrdorf	Keine Angabe
Chiemgau Volkstheater	Keine Angabe
Perlen der Klassik	Keine Angabe

Ausflugsziel	Besucherfrequenz pro Jahr (geschätzt)
<u>Riedering</u>	
Theaterabend	2.000
Dorffest Söllhuben	2.500
Dorffest Göcking	2.000
<u>Rimsting</u>	
Seefest, je nach Witterung	2.500 – 5.500
Theater Laienbühne Rimsting	500 - 800
Dorfabend, Dorffest Rimsting/Greimharting	ca. 400 – 600
Nachtflohmarkt, je nach Witterung	ab 2.000 – 5.000
Flohmarkt Feuerwehr, je nach Witterung	ab 1.000 - 4.000

Top-Veranstaltungen und Ausflugsziele am Inn¹³

<u>Feste</u>
UDO, Unsinniger Donnerstag (3.000 Besucher)
Faschingszug (Edling, Wasserburg im jährlichen Wechsel) (5.000 Besucher)
Wasserburger Frühlingsfest (80.000 Besucher)
Tour de Badria (500 Besucher)
Nationenfest (5.000 Besucher)
Attler Lauf (500 Besucher)
Stadtjugendfest (1.000 Besucher)
Wasserburger Weinfest (5.000 - 10.000 Besucher)
Inndammfest (5.000 – 10.000 Besucher)
Herbstfest Attel (4 Tage Festzelt) Disco, Flohmarkt (5.000 Besucher)
Wasserburg leuchtet (10.000 – 15.000 Besucher)
Nacht der blauen Wunder (3.000 Besucher)
<u>Märkte</u>
Wasserburger Taubenmarkt (ehemals „Größter der Welt“) (5.000 Besucher)
Mittfastenmarkt (verkaufsoffen) (5.000 Besucher)
Georgimarkt (verkaufsoffen) (5.000 Besucher)
Bennomarkt (2.000 Besucher)
Michaelimarkt (verkaufsoffen) (5.000 Besucher)
Kathreinsmarkt (verkaufsoffen) (über 5.000 Besucher)
Töpfermarkt (über 2 Tage) (3.000 Besucher)
Obstmarkt (1.500 Besucher)
Wasserburger Bauernmarkt (Donnerstags von April bis Oktober) (á 500 Besucher)
Grüner Markt (Jeden Samstag) (á 300 – 500 Besucher)
Wasserburger Nachtflohmarkt (10.000 – 15.000 Besucher)
Wasserburger Weihnachtstraum (Christkindlmarkt, Winterbasarzelt Krippenweg Altstadt, Sonderausstellung Städt. Museum) (über 15.000)

¹³ Erhebungen der Stadt Wasserburg

Regionalmesse „Präsenta“ (rd. 15.000 Besucher) (alle zwei Jahre, nach SOM größte Messe im Landkreis RO)
<u>Kultur:</u>
10 – 15 Konzerte im historischen Rathaussaal (á 500 Besucher)
Wasserburger Volksmusiktage (über eine Woche) (über 1.000 Besucher)
Utopia Open-Air-Kinosommer am Stoa (täglich im August)
Kino Utopia
Gabersee live
Theater Belacqua
Theater Das Narrenschiff
Theater-Veranstaltungen in der Regel mehrmals pro Woche, Kino mehrmals täglich

	Besucherfrequenz (geschätzt)
<u>Badria-Halle:</u>	
Ca. 5 Faschingsbälle	á 800
Ca. 25 Spiele Erste Basketball-Bundesliga	á 1.000
Ca. 5 Märkte oder Tauschbörsen (Hobby-Künstler, Briefmarken, Modellbau etc.)	á 1.000 – 2.000
3 - 5 „kleinere“ Messen (Antiksommer, Haus & Umwelt, Bauer, Meggle)	á 1.000 – 2.000
Ca. 5 Konzerte (Stadtkapelle, Konzertagenturen)	á 1.000

Top Ausflugsziele	Besucherfrequenz (geschätzt)
Badria	250.000
Altstadt Wasserburg Die Altstadt als Gesamtheit wird als Tagesausflugsziel für alle angrenzenden Tourismusregionen gesehen. Besucherzahlen können allerdings nicht genannt werden, da hierzu kein statistisches Zahlenmaterial vorliegt. Nach subjektiven Einschätzungen ist die Anzahl der Besucher in den vergangenen 15 Jahren kontinuierlich angewachsen.	

Stärken- / Schwächenprofil des Landkreises und der kreisfreien Stadt Rosenheim¹⁴

Bereich Touristische Betriebe (Hotel, Gastronomie, Privatvermieter,...)

Die Region Chiemsee-Wendelstein verfügt über mehrere traditionelle Kurorte mit der entsprechenden Hotellerie bzw. Kurkliniken. Die meisten dieser Orte befinden sich gerade in einem Restrukturierungsprozess, der nicht nur die Erneuerung der zum Teil veralteten Kuranstalten, den Neubau von Thermalbädern sondern auch Erneuerungen der Hotellerie umfasst. Neben Renovierungen, Einbauten von Wellnesseinrichtungen in bestehenden Betrieben ist die Errichtung von neuen Hotels ein Ziel.

Die bestehende Hotellerie in den Ferienorten am Chiemsee bzw. in den alpinen Regionen kann auf grund fehlender Eigenmittel bzw. restriktiver Kreditvergabe der Sparkassen und Banken den Modernisierungserfordernissen nicht ausreichend nachkommen. Insbesondere fehlen nach Einschätzung der lokalen Tourismusfachleute zeitgemäße Zusatzeinrichtungen wie z.B. Wellnessanlagen.

In Rosenheim fehlt ein Kongresshotel. Es wurde über mehrere Jahre versucht, einen Investor für ein derartiges Projekt zu finden. Bisherige Versuche scheiterten in erster Linie an wirtschaftlichen Gründen auf grund der relativ hohen Immobilien- bzw. Grundstückspreise.

¹⁴ Ergebnis Expertenworkshop vom 26.09.2006

Bereich Betriebe - Lkr. und Stadt Rosenheim	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dichte an Gastronomie (Vielfalt, Angebot, ...) ▪ Urlaub am Bauernhof, teilweise gute Privatvermieter ▪ Einzelne Vorreiterbetriebe ▪ Gesundheitsbetriebe bzw. einige Kurhotels in den Kurorten der Region 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es fehlen Leitbetriebe / „Leuchttürme“ im Hotelbereich ▪ Preis-/ Leistungsverhältnis ▪ Die Gastronomie ist zu wenig regionaltypisch ▪ Zu wenig moderne „Erlebnis- Gastronomie“ , die Angebote sind häufig zu klassisch ▪ Koordination der Öffnungszeiten in der Gastronomie ▪ Investitionsstau im Beherbergungsgewerbe (Grundstückspreise, Basel II) ▪ In den mittleren und kleineren Hotel- und Gastronomiebetrieben sind die Führungskräfte stark in der operative Arbeit „gefangen“, es bleibt zuwenig Zeit für strategische Weiterentwicklung ▪ Zu wenige Hotelbetriebe mit Wellness-Einrichtungen ▪ Kongresshotel fehlt in Rosenheim ▪ Tourismus ist noch sehr auf die Kommunen fixiert; die regionale Abstimmung und Zusammenarbeit könnte noch besser sein („Kirchturmdenken“) ▪ Mehrwertsteuererhöhung wird sich auf die Preisgestaltung negativ auswirken ▪ Qualitätsstandard bei Privatvermietern ▪ Dienstleistungsqualität generell

Bereich Touristische Sport- und Freizeit-Infrastruktur (Bäder, Bergbahnen, Wegenetz, Ausflugsziele, Golf,...)

Die wesentlichen Potenziale für die zukünftige Entwicklung sind im Bereich der infrastrukturellen Voraussetzungen die Gesundheitseinrichtungen (verbunden mit der Kompetenz in diesem Segment, den neu errichteten Thermen und den in Planung befindlichen Erneuerungsprojekten), die Stadt Rosenheim mit ihrem Einkaufs- und Kulturangebot, sowie der Chiemsee mit seinen attraktiven touristischen Zielen und Einrichtungen. Ein Hoffungsgebiet ist überdies das Golfsegment.

Problematisch scheinen aus heutiger Sicht die veralteten Bergbahnen.

Bereich Touristische Sport und Freizeit-Infrastruktur – Lkr. und Stadt Rosenheim	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 16 Golfplätze (50 km Umkreis) ▪ Gute Verkehrsanbindung (Fluganbindung) ▪ Seenschiffahrt ▪ 2 Thermen ▪ Nähe zu Städten München und Salzburg ▪ Kliniken (Gesundheitskompetenz) ▪ Wegesystem (Rad- und Wanderwege) ▪ Seebühne, Lokschuppen, ... ▪ (Messe München) ▪ Einkaufsstadt Rosenheim 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fehlende Dachmarke ▪ Kaum Netzwerke („Kirchturmdenken“) ▪ Sommer-Lastigkeit (hauptsächlich Sommerorientierte Einrichtungen) ▪ veraltete Bergbahnen (20 Jahre Investitionsrückstau sowie fehlende Beschneiungsanlagen) ▪ Beschilderung ▪ Keine Messen in der Region ▪ Bahnhof Rosenheim – ungelöstes Nutzungskonzept; hohe Immobilienpreise als Entwicklungshemmer ▪ Hohes Verkehrsaufkommen ▪ Einkaufsmöglichkeiten (Ausnahme Rosenheim, Wasserburg) ▪ Verkehrsanbindung (Wasserburg)

Bereich Touristische Organisationen (Veranstaltungen, Marketing, ...)

Die bestehenden Kooperationen in der Region sind auch im Vergleich zu den Nachbarregionen positive Beispiele. Wie auch in anderen Teilregionen des Untersuchungsgebiets gibt es noch zu viele Überschneidungen der Aufgabenfelder der örtlichen und regionalen Organisationen. Zudem wird die Tourismusorganisation bis dato noch sehr stark an Verwaltungseinheiten (Landkreisen) orientiert und ist noch zuwenig produktorientiert. Die durch den Chiemsee verlaufende Landkreisgrenze ist aus touristischer Sicht ein Nachteil, da sie die aus Sicht des Gastes klar eingrenzbar Destination Chiemsee in zwei Organisationseinheiten teilt. Eine Folge der geringen regionalen Identität ist die Bildung von regionalen und produktorientierten Kleingruppen (z.B. Kurquartett, Gipfeltrio, Golfregion...).

Die Fülle an regionalen und lokalen Veranstaltungen, zum Teil mit deutlich überregionaler Strahlkraft (Herbstfest, Advent-/Weihnachtsmärkte, Ausstellungen Lokschuppen...) sind nicht nur tagestouristisch von Interesse, sondern auch für Kurzaufenthalte in der Region und als Zusatzattraktionen für Urlauber. Hier ist aus Sicht der regionalen Experten eine bessere Koordination wünschenswert.

Die Stärke im Gesundheitsbereich wird aus Sicht der Betroffenen noch zuwenig konzentriert bzw. konsequent vermarktet.

Bereich Touristische Organisationen – Lkr. und Stadt Rosenheim	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einzelne erfolgreiche Kooperationen (z.B. Kurquartett, Golfregion Chiemsee, kulinarischer Herbst, Wirte11, Gipfeltrio, Kurquartett, Bauernherbst,) ▪ Herbstfest Rosenheim ▪ Vielfältiges Kulturangebot ▪ Christkindlmärkte 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fehlendes vernetztes Angebot ▪ 2 regionale Tourismusorganisationen (fehlende Bündelung der Kräfte) ▪ Fehlende Dachmarke ▪ Finanzielle Schwächen ▪ Unzureichende Koordination der Veranstaltungen ▪ Vermarktung des Gesundheitsbereiches (Dachmarke Gesundheitswelt) ▪ Regionale Inhomogenität

Bereich Natürliche Voraussetzungen (natürliche Ressourcen, kulturelle Überlieferungen, lokale Bevölkerung)

Die Region weist außergewöhnlich gute Startvoraussetzungen im Bereich der natürlichen Ressourcen auf. Attraktive Seen und Bergwelten, natürliche Heilmittel und eine hohe Dichte an Kulturstätten stellen eine vergleichsweise sehr gute Basis für den Tourismus dar.

Problematisch kann langfristig eine nicht uneingeschränkt gelebte Gastfreundschaft werden.

Bereich Natürliche Voraussetzungen – Lkr. und Stadt Rosenheim	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Chiemsee, Wendelstein, Kampenwand, Inn, Seen (mit guter Wasserqualität) ▪ Unverbaute Seeufer ▪ Moor ▪ Thermalwasser ▪ Kombination See und Berg ▪ Hohe Dichte an historischen Kulturstädten ▪ Gepflegte Landschaft (Vielzahl Almen, Hütten, Wanderwegen) ▪ Gelebtes Brauchtum ▪ Identität der Einheimischen mit der Region ▪ Natürliche Gastfreundschaft (vor allem Urlaub am Bauernhof) ▪ Hohe Qualität in Sauberkeit ▪ Sicherheit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesellschaftliche Akzeptanz des Tourismus ▪ Lücken in der professionellen Gastfreundschaft ▪ Wenig schneesichere Gebiete (Höhenlage)

Für die Region wesentliche Trends und Marktentwicklungen

Für den Landkreis wurden aus Sicht der Experten folgende Trends und Marktentwicklungen als besonders wichtig angesehen:

- Demografische Veränderung (Überalterung der Bevölkerung, immer mehr Singles sowie teilweise Vereinsamung der Menschen)
- Gesundheit
- Selfness
- „Schere“ im Haushaltseinkommen (mehr wohlhabende und mehr arme Menschen)
- Individualität
- Sehnsucht nach intakter Natur
- Wasser als Leitthema

Chancen und Risiken für die Region / den Landkreis und die kreisfreie Stadt Rosenheim

Wo Stärken der Region auf Entwicklungstendenzen am Markt treffen, sind gute Entwicklungschancen gegeben. Mit den lokalen und regionalen Experten wurden die für die Region wesentlichen Chancen und Risiken definiert und diskutiert.

Als entscheidend wird eine klare Positionierung der (Teil-)region im Gesundheitsbereich und die zeitgemäße Entwicklung und Inszenierung naturnaher Angebote angesehen. Das Kulturangebot der Region und der Stadt Rosenheim ist eine weitere Chance für ein attraktives Gesamtangebot, kann aber auch für ein ergänzendes Profil angesehen werden. Die Landesgartenschau in Rosenheim stellt eine Chance für die gesamte Region dar.

Für das touristische Marketing wird aus Sicht der Region eine starke Dachmarke „Chiemsee“ als förderlich eingeschätzt. Dies setzt eine Bündelung der Kräfte der touristischen Organisationen voraus. Aus Sicht der Verantwortlichen der Tourismusorganisation Chiemsee würde die Schaffung eines starken Besuchermagneten (Erlebnispark) einen wichtigen Entwicklungsimpuls darstellen.

Als besonderes wesentlich für die Beherbergungsbetriebe und die Bergbahnen sind neue Finanzierungsmodelle bzw. –hilfen, um den Investitionsstau zu bewältigen.

Als strategischer Entwicklungsansatz ist „Mut zur Lücke“ formuliert worden: das bedeutet, dass bewusst auf starke, willige und aktive Leistungsträger gesetzt wird und diese bei Ihren Aktivitäten unterstützt und gefördert werden sollen. Eine Politik des kleinsten gemeinsamen Nenners bzw. der „Versorgung“ der Schwachen soll nicht im Vordergrund stehen.

Chancen und Risiken für den Lkr. und Stadt Rosenheim	
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none">▪ Thema Gesundheit (Prävention und Kur, mit Sport und Bewegung)▪ Natur (Seen, Berge, Ebene (zum Radeln) auf engstem Raum)▪ Kultur<ul style="list-style-type: none">- Ausstellungen Lokschuppen- Brauchtum- Festivals- Events- Kulinarik▪ Nischen bewusster nutzen▪ Einkaufsstadt Rosenheim▪ Landesgartenschau – Kooperation Rosenheim / Umland	<ul style="list-style-type: none">▪ Investitionsstau wird nicht aufgelöst▪ Kirchturm-Denken▪ Stellenwert des Tourismus (in Kommunalen Gremien und in der Bevölkerung)▪ Verschlafen von Trends

Landkreis Altötting und Mühldorf am Inn (Tourismusverband Inn – Salzach)

Betriebs- und Nächtigungsstatistik für die Landkreise Mühldorf a. Inn und Altötting

Tab. Anhang B3 – 11: Betriebe, Ankünfte und Übernachtungen nach Kategorien in den Landkreisen Mühldorf a. Inn und Altötting

Berichtszeitraum: Jahr 2005						
	im Monat Juni		Jahr 2005			
	geöffnete Betriebe	angebotene Betten	Ankünfte	Übernachtungen	Auslastung der angebotenen Betten	durchschnittliche Aufenthaltsdauer
	Anzahl			in %	in Tagen	
Landkreis Altötting						
Hotels.....	9	624	43 880	67 936	29,8	1,5
Gasthöfe.....	25	807	25 538	46 519	17,2	1,8
Pensionen.....	7	194	5 446	16 114	20,4	3,0
Hotel garni.....	4	120	6 771	13 430	31,2	2,0
Zusammen...	45	1 745	81 635	143 999	23,2	1,8
Erholungs- und Ferienheime, Schulungsheime	2
Ferienhäuser, -wohnungen.....	2
Hütten, Jugendherbergen.....	3	230	12 368	28 398	35,3	2,3
Vorsorge- und Rehaklinken.....
Zusammen...	7	341	18 364	45 371	37,5	2,5
Insgesamt...	52	2 086	99 999	189 370	25,6	1,9
Campingplätze.....	1
Landkreis Mühldorf a.Inn						
Hotels.....	6	221	17 507	28 204	30,9	1,6
Gasthöfe.....	13	255	11 311	21 736	24,2	1,9
Pensionen.....	6	175	4 719	16 569	25,2	3,5
Hotel garni.....	6	305	12 284	21 638	20,9	1,8
Zusammen...	31	956	45 821	88 147	25,2	1,9
Erholungs- und Ferienheime, Schulungsheime	7	328	9 695	25 232	22,9	2,6
Ferienhäuser, -wohnungen.....	2
Hütten, Jugendherbergen.....	1
Vorsorge- und Rehaklinken.....
Zusammen...	10	407	12 401	33 840	23,9	2,7
Insgesamt...	41	1 363	58 222	121 987	24,8	2,1
Campingplätze.....	1

Quelle:

Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung – Fremdenverkehr in Bayern 2005; Stichtag 01.01.2005 bis 31.12.2005

Anmerkung:

Betriebe (und Nächtigungen) in Betrieben unter 9 Betten sind nicht enthalten

Laut Angaben des Tourismusverbands Inn-Salzach bestehen keine Aufzeichnungen über die Nächtigungen in Betrieben unter 9 Betten, weshalb in diesen beiden Landkreisen nur auf die Statistik des Landesamts für Statistik und Datenverarbeitung ohne diese Betriebskategorie zurückgegriffen werden kann.

Der Anteil der Nächtigungen in Betrieben mit weniger als 9 Betten wird laut Expertenrunde (Teilnehmer des Workshops vom 26.09.2006) auf rund 10 bis 20% der Gesamtnächtigungen eingeschätzt.

Tendenziell ist auch in dieser Region ein Rückgang der Privatzimmer sowie ein Anstieg der Betten in Ferienwohnungen festzustellen. Letzterer ist vor allem dem Zuwachs an Betten im Bereich Urlaub am Bauernhof zurückzuführen¹⁵.

Die Auslastung der gewerblichen Betriebe ist mit ca. 23 % äußerst schwach. Nach Einschätzung der befragten Tourismusexperten der Region sind ca. 300 Betten in Betrieben mit schlechter Ausstattungsqualität und werden nur zu Zeiten absoluter Spitzennachfrage vermietet.

Der Hauptanteil der Bettenbelegung resultiert im gewerblich Bereich aus dem Wirtschaftstourismus. Nach Einschätzung der Tourismusverantwortlichen wird eine bedeutende Zahl an Übernachtungen nicht offiziell gemeldet. Die Dunkelziffer wird auf ca. 80.000 bis 100.000 zusätzliche Übernachtungen bzw. 35 – 40 % der offiziellen Zahl geschätzt.

Zertifizierte Betriebe in den Landkreisen Mühldorf am Inn und Altötting

Tab. Anhang B3 – 12: Zertifizierte Betriebe in den Landkreisen Mühldorf am Inn und Altötting

Kategorie	Anzahl der Betriebe
5*	
4*	4
3*	16
2*	2
1*	
gesamt	22
Gesamtzahl Betriebe in beiden Landkreisen	76

Quelle:

Tourismusverband Inn-Salzach

Gemäß der vom TVB Inn-Salzach übermittelten Statistik sind in den beiden Landkreisen per 2005 22 gewerbliche Vermieterbetriebe kategorisiert. Das entspricht einem Anteil von knapp 30 % - etwas mehr als in den anderen Landkreisen des Untersuchungsgebiets.

¹⁵ Expertengruppe 26.09.2006 Mühldorf am Inn

Tab. Anhang B3 – 13: Betriebe nach Kategorien einschließlich Ferienwohnungen und Privatvermietung im TVB-Gebiet Inn-Salzach

Betriebe im TVB Inn-Salzach			
Kategorie	Hotels Gasthöfe	Anzahl FEWO	Privat- vermieter
5*		1	
4*	5	9	4
3*	12	39	10
2*	3	8	3
1*		1	
Gesamt	20	58	17

Quelle:

Tourismusverband Inn-Salzach

Die Zahl der angebotenen Privatquartiere bzw. privat vermieteten Ferienwohnungen ist relativ gering. Das Gros des touristischen Angebots und ca. 80 – 90 % der Nachfrage bezieht sich auf die gewerblichen Vermieter.

Top Ausflugsziele in der Region Inn-Salzach¹⁶

Als Ziele mit überregionaler Bedeutung sind das Geburtshaus des Papstes in Markt mit ca. 240.000 Besuchern seit der Papstwahl und die Pilgerziele in Altötting (Schwarze Madonna) sowie mit Einschränkungen der Wildpark Oberreith und die Burghauser Burg zu nennen. Die hohe Besucherzahl der Kartbahn in Ampfing wird von der Expertenrunde angezweifelt.

Alle übrigen Ziele haben lokalen bzw. kleinregionalen Charakter.

¹⁶ Quelle: Tourismusverband Inn-Salzach

Ausflugsziel	Besuchersfrequenz (geschätzt)
7 Bäder: (Wacker-Freibad Burghausen)	64.000 -115.000
Keltenhalle Burgkirchen	24.500 Schlittschuhläufer pro Jahr (ohne Eishockey)
Plättenfahrt auf Salzach (Floßfahrt)	12.000
Fallschirmclub Colibri (Ampfing)	rd. 1.000 Tandemsprünge
Kartbahn (Ampfing)	500.000
Golf (4 Clubs):	1.800 – 2.500 Greenfee-Spieler
4 Klöster: im Kloster Raitenhaslach wird derzeit ein Nutzungskonzept für eine inszenierte Besucherwelt erstellt)	700 - 1.000 Besucher im Kloster Raitenhaslach (am stärksten frequentiert)
Museum Panorama (Altötting)	27.000
Geburtshaus Papst	rd. 150.000 (240.000 seit der Papstwahl)
Burghauser Burg:	rd 43.000
2 Seen:	100.000 (Marktler- See), 120.000 (Peracher See)
Pilgertourismus Basilika in Altötting	
Schwarze Madonna (Altötting)	
Wildpark Oberreith	rd. 120.000
Tagungshotels (Fam. Mitterer)	

Top Events und Veranstaltungen in der Region Inn-Salzach

Das Volksfest in Mühldorf ragt mit 200.000 Besuchern heraus und hat gemeinsam mit den Gartentagen im Schloss Tüßling überregionale Strahlkraft. Trotzdem ist davon auszugehen, dass die angeführten Veranstaltungen überwiegend von Tagesbesuchern frequentiert werden und kaum Übernachtungen generieren.

Ausflugsziel	Besuchersfrequenz (geschätzt)
Volksfest in Mühldorf	rd. 200.000
Stadtfest in Mühldorf (Einzugsbereich bis ca. 60 km)	rd. 30.000 Besucher
Jazzwoche in Burghausen	rd. 6. 000
Weihnachtsmarkt (z.B. in Halsbach/Lkr. Altötting mit überregionaler Strahlkraft)	
Gewerbeschau / Messe (alle 2 Jahre)	rd. 18.000 – 20.000
Kulturstätten (Haberkasten, Stadtsäle)	
Gartentage im Schloss Tüßling	rd. 75. 000
Historisches Burgfest	20.000 – 30.000

Stärken- / Schwächenprofil der Landkreise Mühldorf am Inn und Altötting¹⁷

Bereich Touristische Betriebe (Hotel, Gastronomie, Privatvermieter,...)

Die guten gewerblichen Betriebe der Region haben eine gute Basisfrequenz durch den Wirtschaftstourismus. Durch die Neuerrichtung von mehreren Hotels im Bereich der Messe München haben die lokalen Beherberger Nachfrage aus dem Bereich der Messeaussteller und –besucher im Raum München verloren.

Viele Beherbergungsbetriebe in der Region Inn-Salzach weisen aber auch ein Qualitätsmanko auf. Etliche davon haben nach Einschätzung der Tourismusexperten der Region in „den guten Zeiten“ zu wenige Rücklagen gebildet und können jetzt nicht die notwendigen Modernisierungsmaßnahmen setzen.

Positive Impulse gehen von den Urlaub am Bauernhof-Vermietern aus.

¹⁷ Ergebnis Expertenworkshop vom 26.09.2006

Bereich Betriebe - Lkr. Altötting und Mühldorf	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Preisvorteil („wir sind günstig“) ▪ Urlaub am Bauernhof ▪ Der Wirtschaftstourismus bringt eine gute Basisfrequenz ▪ Angebotsgruppe Partnerhotels für Golfplätze mit eigener Broschüre 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zu wenig wirklich gute Hotels; es fehlen Hotels mit Wellnesseinrichtungen ▪ Zu wenig Hotels mit Buskapazität ▪ Geringe Bereitschaft nur für 1 Nacht zu vermieten (nicht in Altötting) ▪ Lokalszene (zu wenig Angebot zum Ausgehen) ▪ Investitionsstau - Investitionsanreize fehlen speziell für mittelgroße Betriebe

Bereich Touristische Sport- und Freizeit-Infrastruktur (Bäder, Bergbahnen, Wegenetz, Ausflugsziele, Golf,...)

Neben dem außerordentlich stark frequentierten Pilgerzentrum Altötting ist das Radwegenetz von besonderer Qualität und Bedeutung. Der Radtourismus wurde in den letzten Jahren mit Priorität ausgebaut. Zuletzt wurde beispielsweise der Benediktradweg (durch die Papstwahl initiiert) sehr gut angenommen.

Bereich Touristische Sport- und Freizeit-Infrastruktur – Lkr. Altötting und Mühldorf	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zentrale Lage – guter Ausgangspunkt für Ausflüge (Chiemsee, Sbg,...) ▪ Relativ gute Bahnanbindung bis Mühldorf ▪ Radwegenetz generell ▪ Längste Burg Europas (Burghausen) ▪ Altötting – schwarze Madonna (bedeutendstes Pilgerzentrum im deutschsprachigen Raum) ▪ Landwirtschaftliche strukturierte Bevölkerung (Pflege der Natur,...) ▪ Dichte an schönen Ortskernen (attraktiver Inn-Salzach-Baustil) ▪ Golf 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entfernung zu touristischen Highlights (Salzburg, München,...) ▪ B12 – schlechte Erreichbarkeit mit dem PKW ▪ Einzelne vernachlässigte Radteilstrecken ▪ Keine Familienattraktionen (fehlen an Kinderangeboten)

Bereich Touristische Organisationen (Veranstaltungen, Marketing, ...)

Die Tourismusorganisation Inn-Salzach besteht seit 1990 und vereint 23 Gemeinden und Städte. Sie konzentriert ihre Entwicklungs- und Marketingaktivitäten auf die drei Hauptsäulen Rad, Kultur und Urlaub am Bauernhof. Es gibt nach Aussage des Geschäftsführers eine gute überregionale Zusammenarbeit mit den Nachbarregionen im In- und Ausland (Insbesondere mit Chiemsee- und Chiemgau-Region). Die budgetäre Ausstattung mit ca. Euro 120.000 pro Jahr ist allerdings im nationalen und internationalen Wettbewerb für professionelles Marketing zu gering.

Der Ausstieg der beiden Landkreise aus der Organisation schwächt sie zusätzlich. Eine gewisse Rivalität zwischen den Landkreisen macht sich auch auf dieser Ebene

bemerkbar. Es ist eine verstärkte Einzelkämpfer-Mentalität der Orte feststellbar. Sowohl die Landkreise als auch Altötting und Orte wie Burghausen beginnen (wieder) verstärkt am eigenen touristischen Profil zu arbeiten.

Positiv ist die Beteiligung einzelner Orte an überregionalen Kooperationen (z.B. Best of Bavaria, Wallfahrtsorte Europas).

Bereich Touristische Organisationen – Lkr. Altötting und Mühldorf	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Touristische Basisorganisation Inn-Salzach ▪ Bekanntheitsgrad der Inn-Salzach-Region in Deutschland ▪ Initiative „Inn-HügelLand“ (Kooperation von 6 Gemeinden rund um Gars a. Inn) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kommunikation (Positive Argumente für den Standort) ▪ „Einzelkämpfertum“ und ausgeprägtes Kirchturmdenken (zu wenig Zusammenarbeit) ▪ Zu wenig budgetäre Mittel auf Verbandsebene

Bereich Natürliche Voraussetzungen (natürliche Ressourcen, kulturelle Besonderheiten, lokale Bevölkerung)

Die Landschaft der Region ist aus touristischer Sicht wenig spektakulär. Wohl aber ist das spirituelle und kulturelle Erbe der Region von außergewöhnlicher Bedeutung und Attraktivität.

Bereich Natürliche Voraussetzungen – Lkr. Altötting und Mühldorf	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pilgerzentrum Altötting ▪ Ortsbilder/Baustil (z.B. Burghausen) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bevölkerung ist sparsam („geizig“) ▪ Unspektakuläre Landschaft (mit durchschnittlichen Sehenswürdigkeiten)

Stärken / Schwächen im Überblick

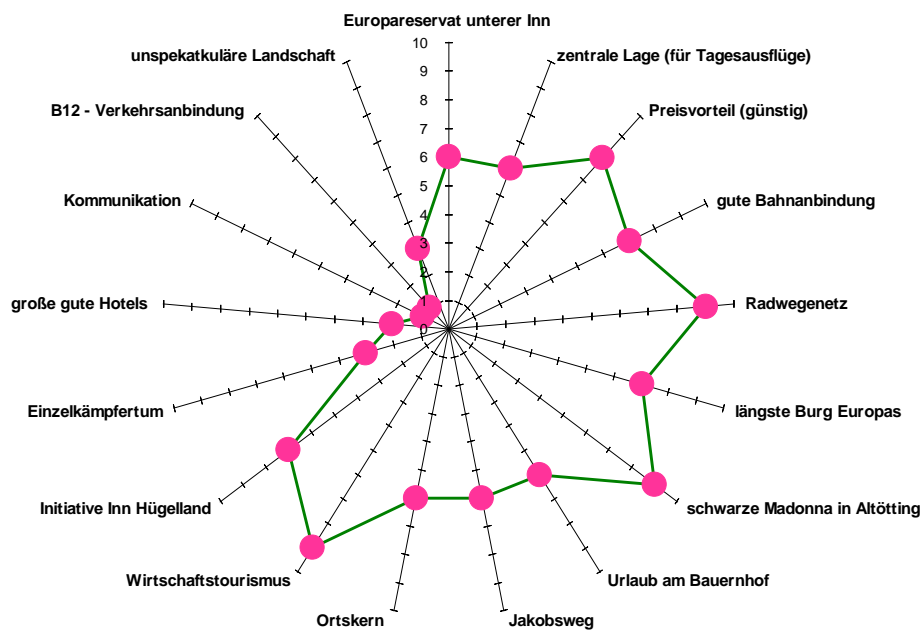


Abb. Anhang B3 – 2: Bewertung Stärken und Schwächen des Tourismus im Raum Inn-Salzach

Für die Region Inn-Salzach wichtige Marktentwicklungen und Trends

Von der Expertenrunde wurden folgende Trends und Entwicklungstendenzen als besonders wichtig für die Landkreise angesehen:

- Soziodemografische Veränderungen
- Kürzer aber intensiverer Urlaub (mehr Qualität die mehr kosten darf)
- Low Budget - Bereich nimmt zu
- „wohl fühlen“ – Selfness

Chancen und Risiken für die Region / die Landkreise Mühldorf am Inn und Altötting im Tourismus

Wo Stärken der Region auf Entwicklungstendenzen am Markt treffen, sind gute Entwicklungschancen gegeben. Mit den lokalen und regionalen Experten wurden die für die Region wesentlichen Chancen und Risiken definiert und diskutiert. Als zentrale Chancen für die touristische Zukunft wurden der Ausflugstourismus mit spirituellen Touch bzw. als das spirituelle Zentrum Bayerns mit professionellem Besuchermanagement, der Wirtschaftstourismus und der Radtourismus gesehen.

Begünstigt wird dies unter anderem durch die Nähe zum Raum München. In allen Bereichen ist eine Optimierung der Dienstleistungskette erforderlich (z.B. im Radtourismus: Radweg-Transport per Bahn/Bus und Schiff-Übernachtungsmöglichkeiten-Verpflegung-Servicestationen-Infostellen).

Von besonderer Bedeutung für die qualitative Entwicklung der Region im Tourismus sind finanzielle Anreize für Investitionen auf der Betriebsebene und der Ausbau der B12 in Richtung München.

Chancen und Risiken den Lkr. Altötting und Mühldorf	
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kombination Altötting, Papst, Klöster, Jakobsweg ▪ Jakobsweg im großen Kontext als überregionales Angebot im Verbund mit anderen Regionen beworben ▪ Kreatives Potenzial der Bevölkerung ▪ Brauereien (Brennereien zum Besichtigen) als Rahmenprogramm ▪ Radtourismus ▪ Ausflugsregion (mit professionellen Besuchermanagement) ▪ Urlaub am Bauernhof ▪ Europareservat unterer Inn (noch nicht aufbereitet) ▪ Tages- und Naherholungsziel (München) ▪ Nische Golftourismus 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zu wenig Geld für touristische Kommunikation (Basisorganisationen im Tourismus) ▪ Kein Ausbau der Verkehrsachse ▪ Kein wirtschaftlicher Druck im Tourismus ▪ Fehlende Motivation (z.B. zu Brauereibesichtigungen) ▪ Fehlende finanziell Anreize (und Unterstützungen) ▪ Mittelflüsse im Tourismus (zu klein strukturierte Systeme) ▪ Zurück zum Kirchturm-Denken ▪ Allgemeiner das Unternehmertum behindernder Bürokratismus (kein lokalspezifisches Problem)

Chancen / Risiken im Überblick

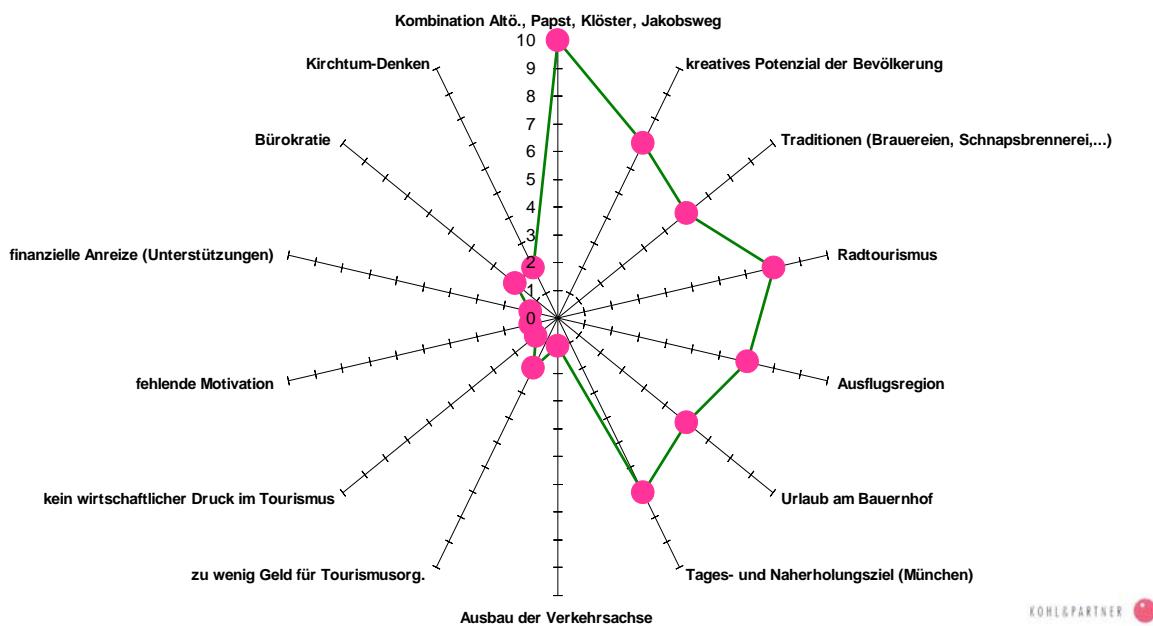


Abb. Anhang B3 – 3: Bewertung Chancen und Risiken des Tourismus im Raum Inn-Salzach

Tourismusverband Berchtesgadener Land

Betriebs- und Nächtigungsstatistik Landkreis Berchtesgadener Land

Tab. Anhang B3 – 14: Betriebs- und Nächtigungsstatistik Landkreis Berchtesgadener Land

Berichtszeitraum: Jahr 2005						
	im Monat Juni		Jahr 2005			
	geöffnete Betriebe	angebotene Betten	Ankünfte	Über-nachtungen	Auslastung der angebotenen Betten	durchschnittliche Aufenthaltsdauer
	Anzahl			in %	in Tagen	
Landkreis Berchtesgadener Land						
Hotels.....	45	3 973	159 322	631 874	45,0	4,0
Gasthöfe.....	69	1 891	50 324	166 844	25,5	3,3
Pensionen.....	80	2 523	66 765	331 325	37,8	5,0
Hotel garni.....	245	4 185	79 380	386 615	26,6	4,9
Zusammen...	439	12 572	355 791	1 516 658	34,6	4,3
Erholungs- und Ferienheime, Schulungsheime	22	1 649	52 898	323 408	55,0	6,1
Ferienhäuser, -wohnungen.....	192	3 340	37 616	301 326	24,6	8,0
Hütten, Jugendherbergen.....	7	585	13 764	44 621	24,7	3,2
Vorsorge- und Rehaklinken.....	12	1 571	19 939	412 090	73,9	20,7
Zusammen...	233	7 145	124 217	1 081 445	42,4	8,7
Insgesamt...	672	19 717	480 008	2 598 103	37,5	5,4
Campingplätze.....	9	-	26 392	104 092	-	3,9

Quelle:

Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung – Fremdenverkehr in Bayern 2005; Stichtag 01.01.2005 bis 31.12.2005

Anmerkung:

Betriebe (und Nächtigungen) in Betrieben unter 9 Betten sind nicht enthalten

Die Auslastung der gewerblichen Betriebe des Berchtesgadener Lands liegt laut Statistik des Bayerischen Landesamts für Statistik und Datenverarbeitung bei 126 Vollbelegtagen bzw. 34,6 %. Dies Auslastung liegt etwas über jener der gewerblichen Betriebe der anderen Landkreise der Untersuchungsregion.

Wie die nachfolgende Tabelle zeigt, beträgt der Anteil der Übernachtungen in Privatquartieren bzw. Betrieben mit weniger als 9 Betten im Jahr 2005 ca. ¼ der Gesamtzahl an Übernachtungen der Region.

Um die mehrjährige Entwicklung aller Beherbergungskategorien im Detail zu verfolgen, wurden mangels Landkreis-weiter Statistiken die Aufzeichnungen des Zweckverbands Berchtesgaden-Königsee herangezogen.

Tab. Anhang B3 – 15: Verteilung der Übernachtungen auf Betriebe mit mehr als 9 Betten und Betriebe mit weniger als 9 Betten.

Lkr Berchtesgadener Land	Nächtigungen in Betrieben über 9 Betten	Nächtigungen in Betrieben unter 9 Betten	Gesamt	Anteil der Nächtigungen in Betrieben unter 9 Betten	Anteil über 9 Betten
Ainring	52.096	11.155	63.251	18%	82%
Anger	16.149	46.397	62.546	74%	26%
Bad Reichenhall	904.573	65.551	970.124	7%	93%
Bayerisch Gmain					
Berchtesgaden	449.257	157.089	606.346	26%	74%
Bischofswiesen	176.512	97.264	273.776	36%	64%
Freilassing	35.071	23.986	59.057	41%	59%
Laufen	10.724	3.622	14.346	25%	75%
Marktschellenberg	45.862	36.077	81.939	44%	56%
Piding	41.791	32.054	73.845	43%	57%
Ramsau bei B.	233.217	105.199	338.416	31%	69%
Saaldorf-Surheim	7.866				
Schneizlreuth	21.316	21.503	42.819	50%	50%
Schönau am Königs	641.520	219.401	860.921	25%	75%
Teisendorf	43.191	24.025	67.216	36%	64%
Gesamt	2.679.145	843.323	3.514.602	24%	76%

Quelle:

Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung – Fremdenverkehr in Bayern 2005; Stichtag 01.01.2005 bis 31.12.2005

Anmerkung:

In den ausgewiesenen Gesamt-Nächtigungen der Betrieben mit weniger als 9 Betten berücksichtigen nicht die Zahlen aus Saaldorf-Surheim. Die Daten aus Bad Reichenhall und Bayerisch Gmain wurden in der detaillierten Tabelle auf die Werte der Kur GmbH Bad Reichenhall angepasst, weshalb die Daten der Tabelle divergieren.

Detailzahlen aus dem Zweckverband Berchtesgaden-Königsee¹⁸:

Die nachstehenden Übersichten zeigen die Detailentwicklung der Region Berchtesgaden-Königsee. Bemerkenswert ist der Anstieg der Nächtigungen in der Hotellerie um über 100 tsd. in den letzten 3 Jahren, währenddessen vor allem die Fremdenheime stark verloren. Die Nachfrage nach Ferienwohnungen ist leicht zurückgegangen (minus 12 tsd. bzw. 1,8 %), während die Privatvermieter mit 25 tsd. Nächtigungen ca. 10,5 % verloren. Die Kurkliniken verzeichneten einen Zuwachs von rund 20% (27,5 tsd. Nächtigungen).

¹⁸ Quelle: Zweckverband Tourismusregion Berchtesgaden-Königsee

Tab. Anhang B3 – 16: Entwicklung der Übernachtungen nach Beherbergungskategorien im Zweckverband Berchtesgaden-Königsee 2003 – 2005

Übernachtungen	2003	2004	2005
Hotel	396.600	408.463	499.697
Hotel garni	35.830	28.960	28.599
Gasthöfe	91.182	92.935	103.416
Fremdenheime	378.022	351.696	315.652
Erholungsheime	187.936	186.772	182.539
Kurkliniken	135.471	137.748	163.011
Ferienwohnungen	679.328	645.739	667.350
Privatvermieter	235.855	210.117	210.678
Summe	2.140.224	2.062.430	2.170.942
Camping	101.422	90.486	82.007
Gesamt	2.241.646	2.152.916	2.252.949

Nächtigungsentwicklung Zweckverband Berchtesgaden - Königsee

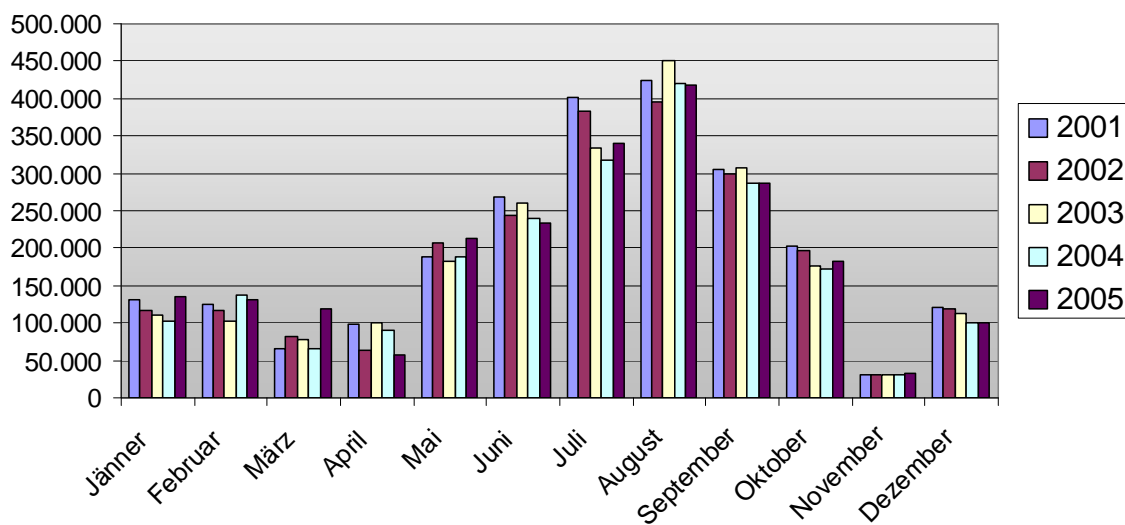


Abb. Anhang B3 – 4: Saisonale Entwicklung der Übernachtungen im Zweckverband Berchtesgaden – Königsee 2001 – 2005

Der Saisonale Verlauf zeigt die Sommerlastigkeit der Region. Im Monat Juli wurden aber in diesem Zeitraum die stärksten Rückgänge verzeichnet.

Zertifizierte Betriebe im Berchtesgadener Land

Tab. Anhang B3 – 17: Zertifizierte Betriebe im Berchtesgadener Land in Hotellerie und Gastgewerbe

Kategorie	Hotels und Pensionen	Gastgewerbe	Gewerbliche Beherberger gesamt
5*	2	keine Kategorie	2
4*	14	1	15
3*	47	32	79
2*	5	10	15
1*	0	0	0
gesamt	68	43	111
Betriebe gesamt	370	69	439

Quelle:

Bayern Tourist GmbH

Der Anteil der nach DEHOGA bzw. Hotel- und Gaststättenverband zertifizierten Betriebe ist im Berchtesgadener Land mit 25,5 % ähnlich hoch wie in den anderen tourismusintensiveren Landkreisen der Region 18.

Top Ausflugsziele in der Region¹⁹

Das Berchtesgadener Land weist eine vergleichsweise große Zahl an sehr stark frequentierten und über die Regionsgrenzen hinaus bekannten tagestouristischen Zielen auf. Dazu zählen insbesondere der Königsee, der Obersalzberg, der Nationalpark und das Salzbergwerk. Aber auch die Thermen und die Bergbahnen zählen Spitzenfrequenzen.

Ausflugsziel	Besuchersfrequenz (geschätzt)
Nationalpark Berchtesgaden (Besucherzahlen sind von Jahr zu Jahr unterschiedlich ist wetterabhängig)	1,1 bis 1,3 Mio.
Königssee mit Wallfahrtskirche St. Bartholomä	492.000
Kehlsteinhaus (1.834m): (geöffnet: Mitte Mai bis Mitte Oktober)	262.000
Dokumentation Obersalzberg	170.000
Erlebnisberg Jenner (1.874m) mit Bergbahn	420. 000

¹⁹ Quelle: Tourismusverband Berchtesgadener Land

Ausflugsziel	Besuchersfrequenz (geschätzt)
Lokwelt Freilassing: Eröffnung Sept. 2006	
Watzmann Therme	335.500
RupertusTherme, Eröffnung März 2005	
Salzbergwerk mit Rutschen und unterirdischem Salzsee	360.000
Alte Saline mit Quellenbau und Salzmuseum	
Berchtesgadener Bergbahnen AG	200.900 Fahrgäste
Schiffahrt Königssee	rd. 492.000 Fahrgäste
Enzianbrennerei Graßl	rd. 90.000 Besucher
Predigtstuhlbahn	69.000 Fahrgäste

Top-Veranstaltungen²⁰

Folgende Veranstaltungen wurden von der Berchtesgadener Land Tourismus GmbH als touristisch bedeutend genannt:

	Besuchersfrequenz (geschätzt)
Berchtesgadener Land Radmarathon	rd. 1.800 Teilnehmer
Sommerfestival AlpenKLASSIK	4.662 Besucher

Kooperationen

- five for fun (Zusammenschluss von 5 Ausflugszielen)
- Wirtvereinigung
- RVO (Regionalverkehr Oberbayern) & Nationalpark (mit den Österreichischen Postbus)
- Kooperationen der Almen (Almerlebnis)
- Rupertustherme mit Loferer Bahnen
- Rupertustherme mit Partnerhotels

²⁰ Quelle: Tourismusverband Berchtesgadener Land

- Salzhotels (Verein)
- Werbegemeinschaft mit den 5 größeren Hotels im südlichen Landkreis
- Angebot von geführten Wanderungen in der Region
- Bay TM – Kinderland
- Urlaub am Bauernhof
- Heilfasten - Kooperation
- Gemeinsamer Kartenverbund von Skibetrieben (5 Bayerische und 1 Österreichischer)
- Golfpartner (Clubs und Partnerhotels)
- Camping-Kooperation
- Regionales Radwegenetz
- „Tagungen und Kongresse“ in Bad Reichenhall (gemeinsames Prospekt der Kur GmbH und 5 Bad Reichenhaller Hotels über Tagungsmöglichkeiten)
- AlpenKLASSIK (Kooperation im Rahmen des Sommerfestivals)
- ??? „Kilimandscharo-Feeling“ (Mailing des gemeinsamen Flyers)
- Kurmittelhäuser, Therme und Kur GmbH
- Südsalz und Kur GmbH (gemeinsame Marketingaktionen)

Stärken- / Schwächenprofil des Landkreises²¹

Bereich Touristische Betriebe (Hotel, Gastronomie, Privatvermieter,...)

Trotz des im Vergleich zu den anderen Landkreisen des Untersuchungsgebiets höheren Anteils an guten Betrieben in allen Kategorien und der beiden 5-Sterne-Betriebe ist nach Einschätzung der lokalen Tourismusexperten die Qualität auf der Betriebsebene stark verbesserungsfähig. Es fehlt an marktkonformen Zusatzangeboten, der Investitionsstau in vielen mittelständischen Beherbergungsbetrieben ist augenscheinlich. Es würden noch mehr spezialisierte, profilierte Hotelbetriebe mit guter Qualität benötigt.

Trotz einem vergleichsweise großen Angebot an Kooperationsmöglichkeiten ist die Bereitschaft zur Beteiligung an Angebotsgruppen oder überbetrieblicher Zusammenarbeit nicht sehr ausgeprägt.

Der Rückgang bei den Privatvermietern geht zunehmend an die Substanz – der Verlust an Betten schlägt sich auch in einem spürbaren Verlust an Gästen in der

²¹ Ergebnis Expertenworkshop vom 27.09.2006

Region nieder. Erfreulich ist das Interesse an Zertifizierungen. Die Urlaub am Bauernhof-Betriebe sind mit Ihrer qualitätsorientierten Strategie erfolgreich.

Bereich Betriebe – Lkr. Berchtesgadener Land	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ großer Anteil an Privatvermieter ▪ Gute Qualität bei Urlaub am Bauernhof (nur zertifizierte Betriebe) ▪ Einzelne sehr gute Betriebe in allen Kategorien (ca. 10% Anteil der Spitze) ▪ Neues 5-Sterne-Hotel Intercontinental 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rückgang an Privatvermietern ▪ Zu wenig Interesse externer Investoren (mehrere Betriebe mit internationalen Hotelketten als Betreiber wären vorteilhaft) ▪ Zu wenig Kooperation (bei mittelständischen Betrieben) ▪ Geringe Beteiligung (Bewusstsein) für und an Qualifizierungen (zu wenig Spezialisierung & Profilierung) ▪ Zu geringe Marktorientierung auf der Betriebsebene (Veränderungen werden nicht wahrgenommen) ▪ Software in der Gastronomie (Ausbildung,...) ▪ Zusatz-Angebot in größeren Betrieben nicht mehr ausreichend ▪ Zu wenige größere Hotels ▪ Fehlende finanzielle Ressourcen (Investitionsstau) ▪ Marketing Know-how verbesserungsfähig

Bereich Touristische Sport- und Freizeit-Infrastruktur (Bäder, Bergbahnen, Wegenetz, Ausflugsziele, Golf,...)

Die Region verfügt über eine auch im internationalen Vergleich sehr hohe Dichte attraktiver Ausflugsziele. Die Nähe zu Salzburg ist ein zusätzlicher Vorteil, da neben den touristischen Attraktionen der Stadt auch der Flughafen in nächster Nähe ist.

Herausragend ist das Angebot an gesundheitstouristischen Einrichtungen – hier hat in den letzten Jahren eine Restrukturierung begonnen, die die Anbieter wieder gut wettbewerbsfähig macht.

Die Bergbahnen sind – ähnlich wie in den bayerischen Nachbarregionen – veraltet. Es fehlt an einem Top-Winterangebot.

Bereich Touristische Sport- und Freizeit-Infrastruktur – Lkr. Berchtesgadener Land	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hohe Dichte an einzigartigen Ausflugszielen (internationale Frequenzbringer) ▪ starkes Angebot im Gesundheits-/ Thermenbereich (Hardware) ▪ Medizinische Kompetenz und Gesundheitstouristische Kompetenz (Ärzte, ...) ▪ Sehr gutes Rad- und Wanderwegenetz ▪ Hohe Bandbreite an touristischer Infrastruktur und Angeboten Sport- und Freizeiteinrichtungen ▪ Teils sehr guter öffentlicher Nahverkehr ▪ Vielfältiges Winterangebot ▪ Sportliche Leistungszentren (zB Bob- und Rodelbahn Königsee) ▪ Vielzahl an attraktiven historischen Sälen und Bauten ▪ Funktionierende Almwirtschaft 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterschiedliches Niveau der tages touristischen Attraktionen (Besuchermanagement) ▪ Zielgruppenkonformität in der Preispolitik (in Summe zu „teure“ Angebote; d.h. Familien können in einem Urlaub nur beschränkt das vielfältige Angebot nutzen) ▪ Zu wenige passende Beherbergungsbetriebe zur Infrastruktur (z.B. Gesundheitshotels zur Thermo,...) ▪ Fehlender 18-Loch Golfplatz (bzw. nicht als 18-Loch-Anlage ausgeführter 9-Loch-Golfplatz) ▪ Vernetzung des Nahverkehrs (Card; Zubringer zu Ausflugszielen) ▪ Veraltetes Bergbahnangebot ▪ Fehlendes Infrastruktur-Highlight im Winter (wie z.B. Top-Skigebiet)

Bereich Touristische Organisationen (Veranstaltungen, Marketing, ...)

Das Berchtesgadener Land ist im Tourismus organisatorisch gut aufgestellt. Nicht nur die gemeinsame Marketing GmbH sondern auch die professionelle Führung der Spitzeneinrichtungen und –betriebe verspricht eine zukünftig gute Präsenz auf den nationalen und internationalen Märkten. Die hohe Bekanntheit einzelner Topattraktionen (z.B. Königsee) unterstützt dies.

Generell verbesserungsfähig ist die Zusammenarbeit zwischen den Leistungsträgern entlang der touristischen Dienstleistungskette (z.B. im Gesundheitsbereich, im Sportbereich aber auch beim klassischen Wander- und Familienurlaub).

Bereich Touristische Organisationen – Lkr. Berchtesgadener Land	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eurotours,... (Frequenzbringer) ▪ IRS (Übernachtungen und Veranstaltungen) ▪ Gemeinsame Marketing GmbH ▪ RCI (Veranstaltungsplattform) ▪ Sport-Organisationskomitee ▪ Radmarathon ▪ Internationale Bob- und Rodelveranstaltungen ▪ Kulturveranstaltungen (Konzerte, Festivals, Kleinkunst, ...) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eurotours,... (zu wenig Wertschöpfung) ▪ Geringer Reiseveranstalteranteil ▪ IRS zu wenig angenommen ▪ Fehlende Kooperationen (Marketing) ▪ Mangelnde Produktentwicklung ▪ Zu wenig intensive und professionelle Kooperation entlang der Dienstleistungskette (Gesundheit, Sport,...) ▪ Interne Kommunikationsbarrieren (Veranstaltungen)

Bereich Natürliche Voraussetzungen (natürliche Ressourcen, kulturelle Überlieferungen, lokale Bevölkerung)

Auch im Bereich der natürlichen Voraussetzungen ist diese Teilregion mit Superlativen gesegnet. Neben dem Königsee befindet sich hier der einzige Alpennationalpark Deutschlands, gibt es hervorragende natürliche Heilmittel (Sole, Moor) und eine attraktive Landschaft mit Bergen und Seen.

Die Einstellung zum Tourismus scheint sowohl bei der Bevölkerung als auch der Politik aus Sicht der lokalen Experten verbesserungsfähig.

Bereich Natürliche Voraussetzungen – Lkr. Berchtesgadener Land	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kulturlandschaft ▪ Einziger Alpennationalpark Deutschlands ▪ Naturschätze / Heilmittel (Sole,...) ▪ Tiefster See Deutschlands (Königssee) ▪ Watzmann ▪ Ainringer Moor ▪ Viele Landschaftstypen (Berge – Ebenen) auf relativ engem Raum ▪ Trinkwasserqualität ▪ Warme Badeseen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teils fehlende Tourismusgesinnung ▪ Stellenwert des Tourismus (politische Ebene) ▪ Wertschätzung und Chancen des alpinen Tourismus in Bayern werden zu wenig erkannt

Für die Region Berchtesgadener Land wichtige Marktentwicklungen und Trends

Von der Expertenrunde wurden folgende Trends und Entwicklungstendenzen als besonders wichtig für den Landkreis angesehen:

- Steigendes Qualitätsbewusstsein
- Low Budget (und trotzdem „hochwertig“)
- Authentizität
- Mehrfachnutzen von Erlebnissen
- Selfness (Spiritualität – „zur Ruhe kommen“)
- Naturerlebnis (wieder im Kommen)
- „Spiel-Macher“ Deutschland (als Gastgeberland nach der Weltmeisterschaft)
- Sicherheit
- Gesundheit

Chancen und Risiken für die Region / den Landkreis

Wo Stärken der Region auf Entwicklungstendenzen am Markt treffen, sind gute Entwicklungschancen gegeben. Mit den lokalen und regionalen Experten wurden die für die Region wesentlichen Chancen und Risiken definiert und diskutiert.

Bei folgende Bereichen und Themen ist im Hinblick auf die künftige touristische Entwicklung besonderer Handlungsbedarf gegeben:

- Finanzielle Anreize für Profilierung und Spezialisierung
- Fortbildung / Qualifizierung → Modifizierung des Ausbildungssystems
- Medizintourismus
- Leistungssport / Olympiaregion
- Verstärkte Dienstleistungsorientierung
- Setzen von Jahreshighlights über alle Jahreszeiten im Veranstaltungsbereich
- Steigerung der Qualität auf allen Ebenen

Laut Angaben der Experten wird seitens der CSU die Region als die „Gesundheitsregion Bayerns“ postuliert. Eine deutliche Schwerpunktsetzung in diesem Bereich wird neben der gezielten Inszenierung und Vermarktung der Natur-Besonderheiten der Region auch von den eingebunden Fachleuten postuliert.

Chancen und Risiken für den Lkr. Berchtesgadener Land	
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesundheit - Prävention - Rehabilitation - Sport ▪ Natur - Vom tiefsten See bis zum Berg - Nationalpark - Alpine Landschaft - Unterschiedliche Landschaftstypen auf engem Raum ▪ (Wetter-unabhängiges)Ganzjahresangebot ▪ Nähe zu Salzburg - Olympische Winterspiele 2014 - Kultur - Flughafen ▪ Wintererlebnis (in Verbindung mit Gesundheit, Sport → vielfältiger „Winterurlaub“ - nicht nur Alpin Ski) ▪ Dienstleistungs- und Qualifizierungsoffensive ▪ Innenmarketing ▪ Gästebindung („ich gehöre dazu“; authentische Produkte; CRM) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klimawandel (langfristige Planungen – strategische Weichenstellungen) ▪ Fehlende hochwertige Hotelbetten ▪ Finanzen – zu wenig Mittel für Marketing und Investitionen (durch Veränderungen im Banken- und Sparkassensektor (Basel II); Rückzug des Staates (z.B. Staatsbad) ▪ Bürokratie-Dschungel (inkl. „überstrenger“ Naturschutz); zu akribische Auslegung der EU-Richtlinien (z.B. Alpenkonvention) ▪ Betriebsnachfolge (Abnehmende Bereitschaft zu vermieten) ▪ Mangelnde Dienstleistungsbereitschaft ▪ Mögliche Veränderungen der Landschaft (Rückgang der Landwirtschaft) ▪ Internationaler Wettbewerb (Mitbewerber haben größere finanzielle Mittel) ▪ Fehlende Umsetzung von Studien und Plänen

Chancen / Risiken im Überblick

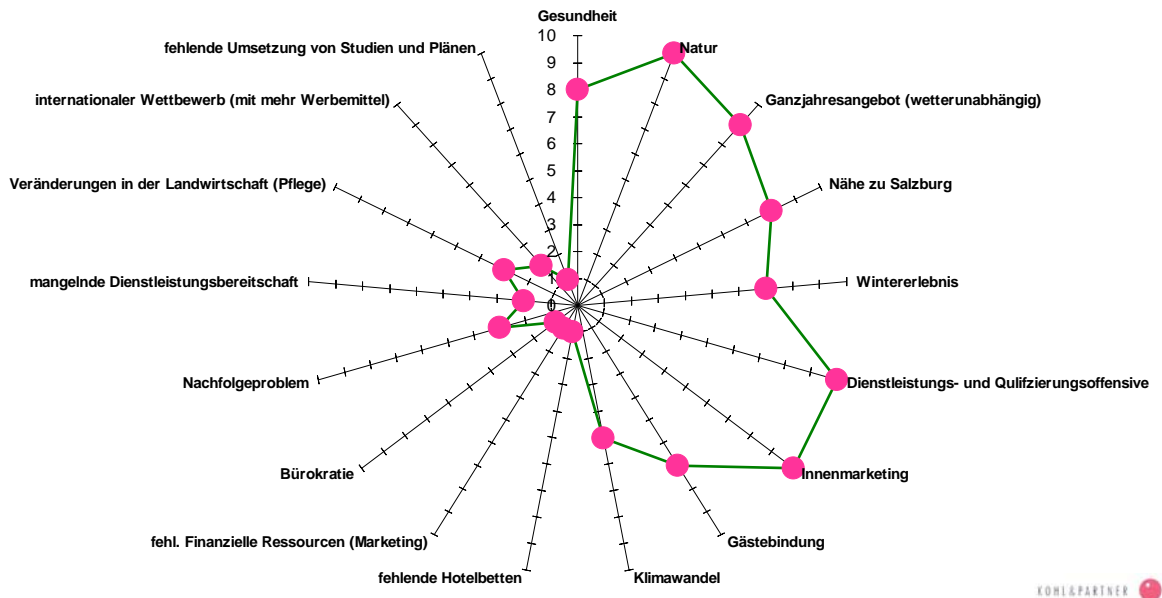


Abb. Anhang B3 – 5: Bewertung der Chancen und Risiken Berchtesgadener Land