

Fachtagung

Entwicklung der Altmühlseeregion

17. Januar 2025

Auswirkungen der Wasserqualität und Gänseproblematik am Altmühlsee auf Tourismus und Naherholung

Karl-Heinz Fitz

- Vorsitzender des Zweckverbandes Altmühlsee
- Erster Bürgermeister der Stadt Gunzenhausen
- 3. Vorsitzender des Tourismusverbandes Fränkisches Seenland

Hans-Dieter Niederprüm

- Geschäftsführer des Tourismusverbandes Fränkisches Seenland

Die aktuelle Situation bezüglich des Tourismus und insbesondere die Auswirkungen auf Gastronomie, Beherbergungsbetriebe und Handel, wird durch folgendes Schreiben sehr deutlich.

Auszug aus dem Einladungsgesuch der Pächtergemeinschaft Altmühlsee zur Verbandsversammlung am 04.09.2024:

„Mit Sorge betrachten wir als Pächter der Gastronomie- und Freizeiteinrichtungen, die Entwicklungen, besonders in diesem Jahr, rund um den Altmühlsee“.

„Die derzeitigen Maßnahmen zur Verbesserung der Wasserqualität am Altmühlsee sind offensichtlich nicht oder noch nicht ausreichend, um das Problem der immer früheren Blaualgenbelastung unter Kontrolle zu bringen.“

Perspektiven am Altmühlsee und in der Region.

Probleme mit der Wasserqualität, die öffentliche Abkehr vom Altmühlsee als Badesee und die gesamte, negativ geprägte Darstellung des Altmühlsees in der Presse sorgen nachweislich für einen immensen wirtschaftlichen Schaden.

Dies betrifft in erster Instanz, die direkt am See ansässigen Betriebe.

Des Weiteren wird allerdings auch die gesamte Region, insbesondere Beherbergungsbetriebe, die Gastronomie und der Einzelhandel nachhaltig geschwächt.

Wir bitten um eine ausführliche Erläuterung der Strategie bezüglich der Ausrichtung des Altmühlsees und der darauf resultierenden Konsequenzen für uns als Gastronomen und Dienstleister“.

Kernaussagen:

- Probleme mit der Wasserqualität
- Öffentliche Abkehr vom Altmühlsee als Badesee !??
- Negativ geprägte Darstellung des Altmühlsees in der Presse

Folgen:

Immenser wirtschaftlicher Schaden

- vorrangig für die direkt am See ansässigen Betriebe
- für die gesamte Region insbesondere
 - Beherbergungsbetriebe
 - Gastronomie
 - Einzelhandel

Blick auf das
Tourismus Leitbild
des
Fränkischen.Seen.Landes
(2022 bis 2032)

TOURISMUS LEITBILD

2022 – 2032

Online-Bürgerbefragung zum Leitbild 2022-2032

- ⊙ *Wissenschaftliche Begleitung FHAM Treuchtlingen*
- ⊙ *Bewerbung:*
 - ⊙ *Website, Presse, Social Media, Newsletter*
 - ⊙ *In Gemeindeblättern etc.*
- ⊙ *Stand: 22.11.21 711 Fragebögen*



Verstärkung eines **nachhaltigen** Fränkischen Seenlands im Einklang mit der Natur

Wir stärken den naturbetonten, verantwortungsvollen und ökonomisch sinnvollen Tourismus im Fränkischen Seenland. Geleitet von unseren Kernwerten, unter anderem fränkisch, echt und zugänglich, werden wir Räume und Formate für den Austausch von Wissen und Ideen anbieten.



Förderung des Bewusstseins und der Wertschätzung für unsere kontrastreichen Naturräume

Wir werden interessierte Persönlichkeiten aus Land-, Wasser- und Forstwirtschaft, der Natur- und Landschaftspflege und dem Tourismus einladen, um gemeinsam Slow-Travel-, Feel-Good- und andere Sinnangebote mit der Natur im Kern auszuarbeiten. Dabei soll es um mehr als nur um oberflächliche Erlebnisse gehen. Vielmehr wollen wir die Naturräume als multisensorisches Medium für die Steigerung des Wohlbefindens und der mentalen und physischen Gesundheit unserer Gäste ressourcenschonend einsetzen.

4

Umfassende Sicherung der Wasserqualität an den Seen



Aus den Seen schöpft die Destination Wirtschaftskraft, Versorgungssicherheit, Lebens- und Urlaubsqualität. Mit der Wasserqualität steht und fällt die Attraktivität als Reise- und Ausflugsziel. Wir möchten mit den Verantwortlichen der Seen und den Anrainern weiter intensiv nach Lösungen für einen verminderten Nährstoffeintrag und verbesserten Gewässerschutz suchen, um uns langfristig nicht unserer Lebensgrundlage zu berauben. Denn neben den Aspekten von Hauptreisemotiv und Differenzierungsmerkmal im fränkischen Tourismus sind die Seen Botschafter für eine intakte und gesunde Naturlandschaft. Eine hohe Wasserqualität ist daher alternativlos.

5

Übertragung des zentralen Wertes „Zugänglichkeit“ auf alle relevanten Bereiche im Fränkischen Seenland



Das eine Wort „zugänglich“ ist das zentrale Versprechen unserer Marke Fränkisches Seenland und deshalb der Bezugspunkt aller unserer Aktivitäten und Angebote. Je stärker es gelingt, diesen zentralen Wert zu leben, desto differenzierter und durchsetzungsstärker wird die Destination wahrgenommen. Wir werden bei jeder Gelegenheit dieses Versprechen einlösen und unser Umfeld motivieren, diesen zentralen Wert als roten Faden für eigene Angebote aufzugreifen.

Verdichtung der Ergebnisse zu Erkenntnissen und Zielen für das Leitbild 2030

Ergebnisse der SWOT-Analyse

Stärken		Schwächen	
<i>Wahrnehmbare kontrastreiche Kulturlandschaften</i>	<i>Umfassende Zugänglichkeit zu den Seeufern mit Natur-Sandstränden</i>	<i>Zu geringe Übernachtungskapazitäten und zu wenig hochwertige Privatzimmer</i>	<i>Fehlende Ganzjahresangebote im Freizeit- und Gastronomiebereich</i>
<i>Hohe Dichte an Freizeitqualität für Gäste und Einheimische</i>	<i>Hochwertige Naturräume (Wiesmet, Altmühlauen, Vogelinsel, Buchenwälder)</i>	<i>Investitionsstau vor allem im Bereich der Privatquartiere und Teilen der Gastronomie</i>	<i>Eingeschränktes Tourismusbewusstsein und fehlendes Gastgeberverhalten</i>
<i>Erlebbares UNESCO-Weltkulturerbe Raetischer Limes</i>	<i>Fränkisch authentische Kulinarik offensiv und kreativ vermitteln</i>	<i>Fehlende größere Hotels und familien- freundliche Ganzjahres-Badelandschaften</i>	<i>Fehlende Finanzkraft der Kommunen und vieler Leistungsträger</i>
<i>Gut erhaltene dörfliche Baukultur und geschlossene hist. Stadtbilder</i>	<i>Breites und hochwertiges Kulturangebot und authentische Festkultur</i>	<i>Fränkische Mentalität behindert selbstbewusstes Auftreten im Markt</i>	<i>Ungeklärte Markenbeziehungen verhindern Synergieeffekte bei Regionalprodukten</i>
Chancen		Risiken	
<i>Lebensraum-Konzept: Tourismus dient in allen Bereichen auch der Bevölkerung</i>	<i>Entschleunigung als wertschätzende Aufenthaltsqualität in Wert setzen</i>	<i>Ablehnende Haltung von Teilen der Bevölkerung gegenüber Tourismus</i>	<i>Tagestourismus kann Seenland-Destination auf Naherholungsregion reduzieren</i>
<i>Dauerhafte Dialogplattform Bevölkerung und Touristiker*innen aufbauen</i>	<i>Nachhaltigkeit für Wertschätzung in allen Angebotssegmenten verinnerlichen</i>	<i>Wasserqualität und punktuelle Probleme mit Gänsepopulation</i>	<i>Zu starke Reduzierung der touristischen Aufmerksamkeit auf die Seen</i>
<i>Internationale Sport-Highlights für Seenland-Profilierung nutzen</i>	<i>Vermarktungs- und Vertriebsplattform für Ferienwohnungen/-häuser entwickeln</i>	<i>Weiterer Wegfall von Bettenkapazitäten und Gastronomieangeboten</i>	<i>Gewinnung und Halten von qualifizierten Fachkräften</i>
<i>Umfassende Nutzung der Digitalisierung bei Buchung, Besucherlenkung etc</i>	<i>Fränkische Mentalität selbstbewusst mit Charme kommunizieren</i>	<i>Ungeklärte Frage der Betriebsnachfolge in Tourismus, Gastronomie und Handwerk</i>	<i>„Ausbluten“ attraktiver Ortskerne und damit Identitätsverlust</i>

Blick auf die Saisonverläufe 2023/2024

Saisonverlauf 2024 (bis Oktober)

Übernachtungen (gewerblich ≥ 10 Betten)

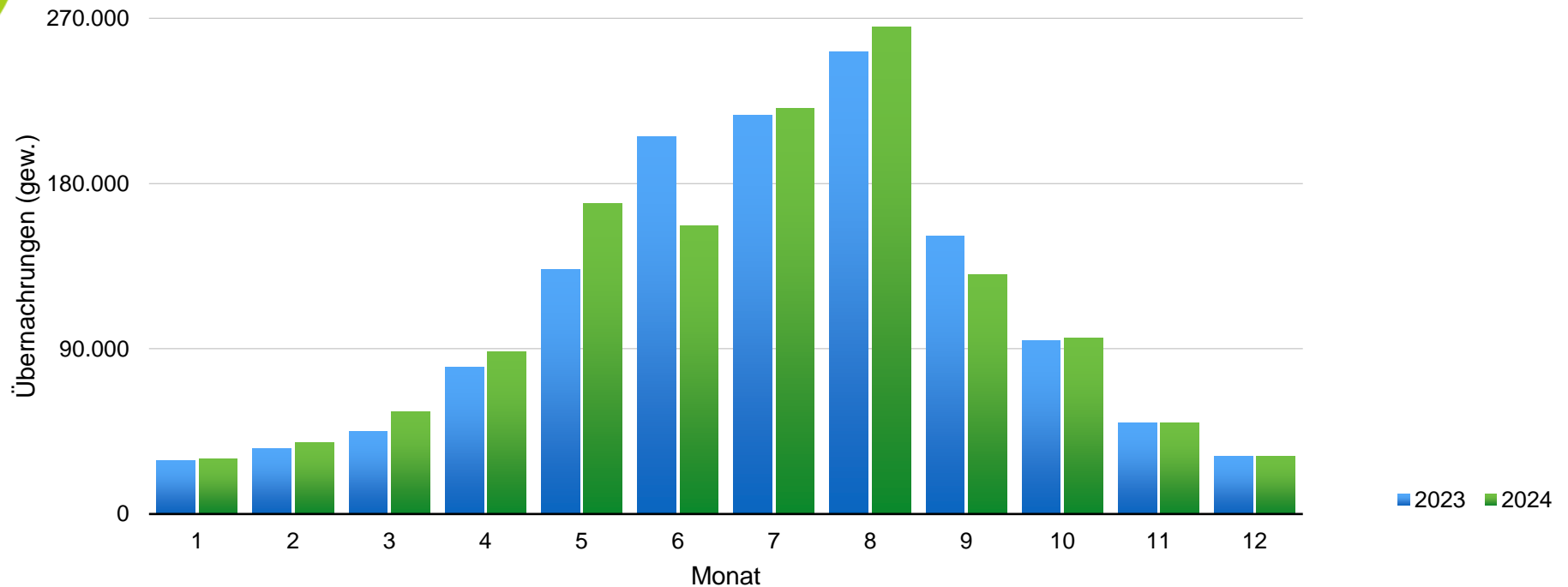
Auslastung

Aufenthaltsdauer

	2023	2024	Veränd. in %	Auslastung	Aufenth.	Bis lfd. Monat
Januar	29.281	29.882	2,1	17,6	2,5	2,1
Februar	35.799	38.860	8,6	20,7	2,5	5,3
März	44.958	55.905	24,3	25,8	2,6	12,8
April	80.025	88.388	10,5	28,0	3,3	12,6
Mai	133.426	168.985	26,7	39,5	3,4	18,1
Juni	205.373	156.803	-23,6	43,9	3,1	1,5
Juli	216.999	221.015	1,9	51,3	3,1	1,6
August	251.615	265.077	5,4	56,3	3,5	2,3
September	151.213	130.573	-13,6	40,3	3,2	1,2
Oktober	94.110	96.040	2,1	33,1	3,2	1,4
November	49.541	49.541	0,0	23,0	3,3	
Dezember	31.198	31.198	0,0	18,0	2,7	
Gesamt TVFS	1.323.538	1.332.267	0,7	33,1	3,0	

Saisonverlauf 2024 (bis Oktober)

Übernachtungen Fränkisches Seenland



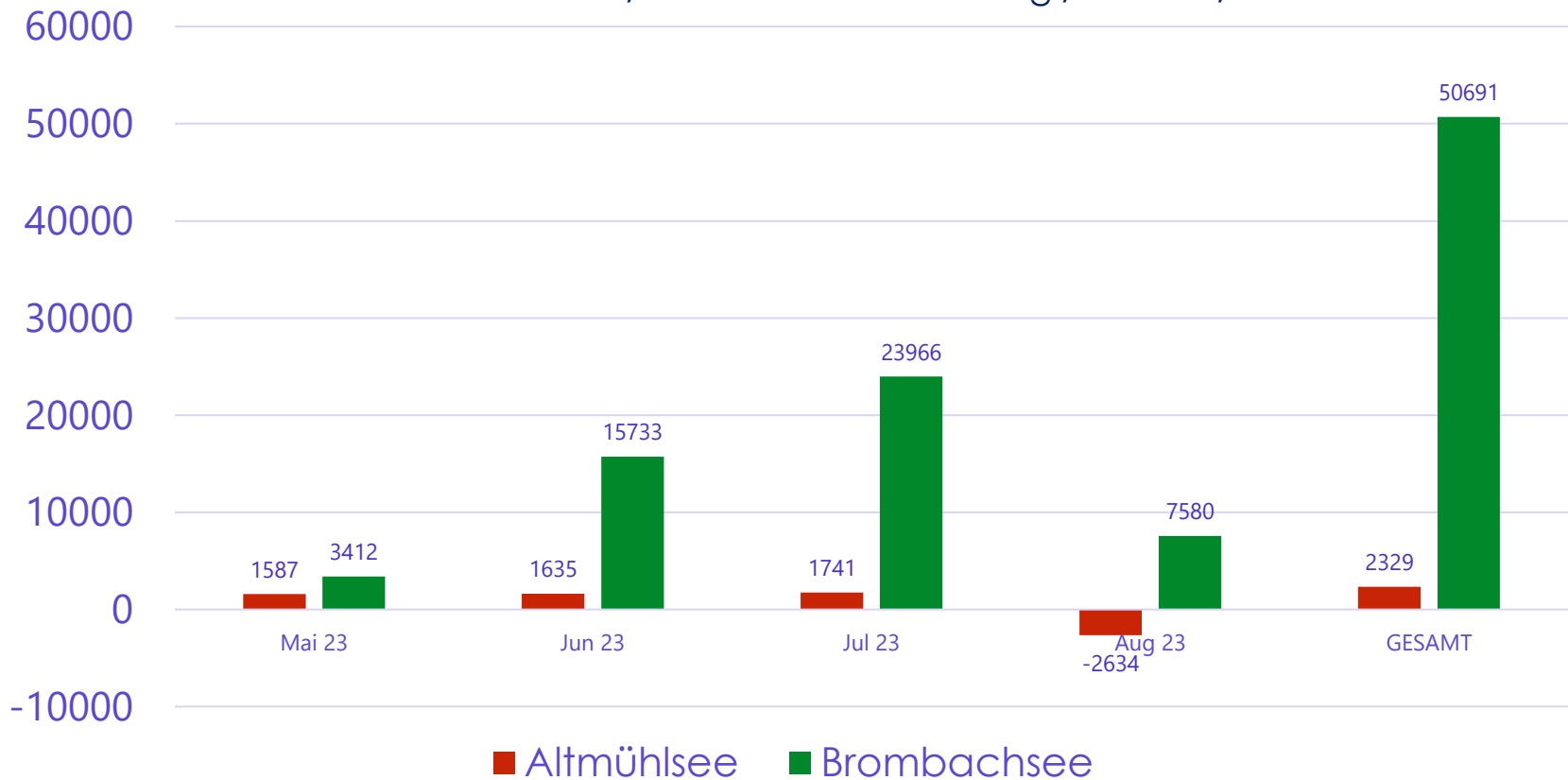
Saisonverlauf 2024 (bis September)

Halbjahre Ankünfte/Übernachtungen (gewerblich ≥ 10 Betten)

	Übernachtungen			Ankünfte		
	2022/ 2023	2023/ 2024	+/- in %	2022/ 2023	2023/ 2024	+/- in %
Oktober-März Winterhalbjahr	268.901	299.730	11,5	94.001	104.291	10,9
April-September Sommerhalbjahr	1.038.65 1	1.030.84 1	-0,8	312.380	315.947	1,1

Entwicklung der Übernachtungen Sommer 2023 im Vergleich zum Vorjahr

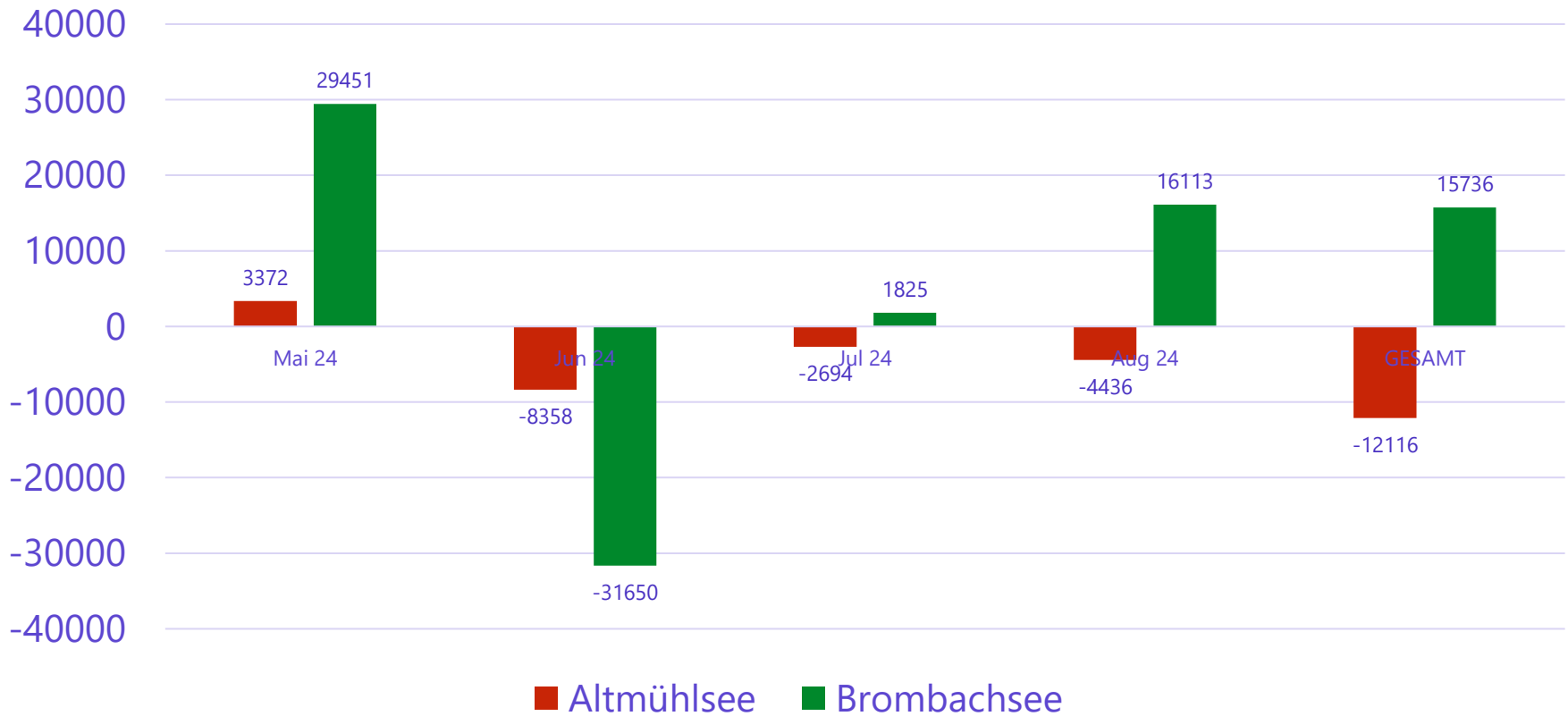
Gunzenhausen / Muhr am See : Absberg / Pfeld / Pleinfeld



Entwicklung der Übernachtungen Sommer 2024

im Vergleich zum Vorjahr

Gunzenhausen / Muhr am See : Absberg / Pfofeld / Pleinfeld



Folgerungen daraus:

- Übernachtungszahlen gegenüber dem Vorjahr im Fränkischen Seenland stagnierend
- Übernachtungszahlen am Altmühlsee gehen zurück
- absoluter Schwerpunkt im Sommerhalbjahr April bis September

Ergänzend:

Das Feedback aus den Beherbergungsbetrieben, insbesondere den Privatvermietern, zeigt auf, dass Gäste wegen der eingeschränkten beziehungsweise nicht bestehenden Bademöglichkeit gänzlich den Altmühlsee meiden.

Hierbei handelt es sich vielfach um Familien, welche in den vergangenen Jahrzehnten zur Hauptnutzergruppe gehörten.

Blick
auf den Tagestourismus
und
dessen Bedeutung

Bedeutung des Tagestourismus

Touristische Umsätze nach Marktsegmenten 2023¹

MARKTSEGMENT	AUFENTHALTSTAGE	X	Ø-TAGES-AUSGABEN	=	BRUTTO-UMSATZ
 Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobiltourismus ²	0,804 Mio.	x	51, ¹⁰ €	=	41,1 Mio. €
 Privatquartiere (< 10 Betten) ³	0,502 Mio.	x	88, ³⁰ €	=	44,3 Mio. €
 Gewerbliche Betriebe (≥ 10 Betten; ohne Camping) ⁴	0,727 Mio.	x	123, ⁸⁰ €	=	90,1 Mio. €
 Tagesreisen	5,3 Mio.	x	24, ¹⁰ €	=	127,7 Mio. €
GESAMT	7,333 Mio.				303,2 Mio. €

¹ Alle nicht mit einer Fußnote gekennzeichneten Daten basieren auf eigenen Berechnungen bzw. Sonderauswertungen des dwif. Alle Werte verstehen sich als gerundete Werte.

² Angaben des Tourismusverbandes Fränkisches Seenland, Gunzenhausen 2024; dwif (Hrsg.): Der Campingplatz- und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor, München 2018, 2019, 2020, 2021, 2022 und 2023; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2024.

³ Auskünfte und Statistiken des Tourismusverbandes Fränkisches Seenland, Gunzenhausen 2024; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2024.

⁴ Bayerisches Landesamt für Statistik, Fürth 2024.

Bedeutung des Tagestourismus

Bedeutung der touristischen Marktsegmente

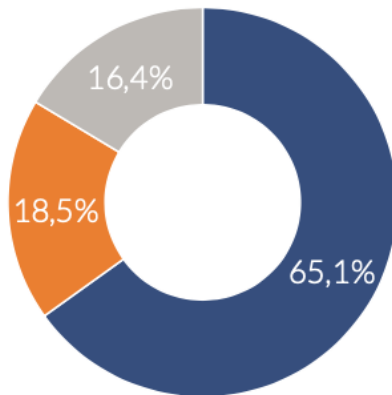
AUFENTHALTSTAGE: 7,333 Mio.

UMSÄTZE: 303,2 Mio. €



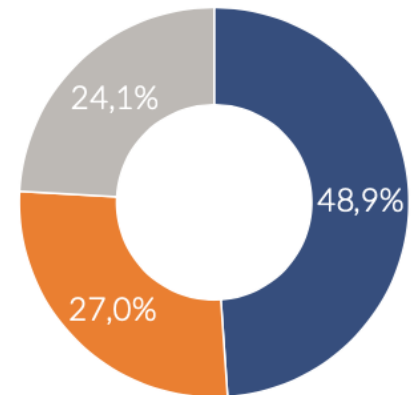
Bedeutung des Tagestourismus

Direkte Profiteure des Tourismus

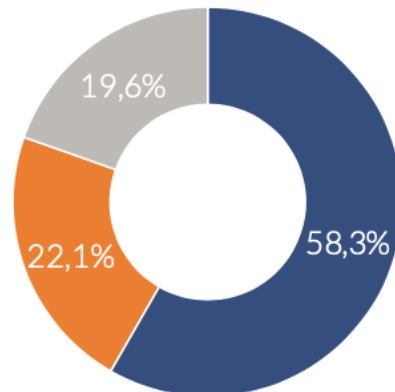


Übernachtungsgäste
175,5 Mio. €

Tagesgäste
127,7 Mio. €



GESAMT 303,2 Mio. €



Gastgewerbe 176,7 Mio. €



Einzelhandel 67,0 Mio. €



Dienstleistungen 59,5 Mio. €

Bedeutung des Tagestourismus

Kennziffern für die Region Fränkisches Seenland im Zeitvergleich

	2017	2019	2023	Entwicklung 2023 ggü. 2017	Entwicklung 2023 ggü. 2019
Übernachtungen in Betrieben	1,895 Mio.	1,92 Mio.	2,033 Mio.	+ 7,3%	+ 5,9%
Tagesreisen	5,6 Mio.	5,4 Mio.	5,3 Mio.	- 5,4%	- 1,9%
Bruttoumsätze Gesamt	255,3 Mio. €	261,9 Mio. €	303,2 Mio. €	+ 18,8%	+ 15,8%
Bruttoumsätze Übernachtungen in Betrieben	145,5 Mio. €	152,8 Mio. €	175,5 Mio. €	+ 20,6%	+ 14,9%
Bruttoumsätze Tagestourismus	109,8 Mio. €	109,1 Mio. €	127,7 Mio. €	+ 16,3%	+ 17,0%
Bruttoumsätze Gastgewerbe	140,7 Mio. €	151,4 Mio. €	176,7 Mio. €	+ 25,6%	+ 16,7%
Bruttoumsätze Einzelhandel	59,6 Mio. €	56,5 Mio. €	67,0 Mio. €	+ 12,4%	+ 18,6%
Bruttoumsätze Dienstleistungen	55,0 Mio. €	54,0 Mio. €	59,5 Mio. €	+ 8,2%	+ 10,2%
Touristischer Einkommensbeitrag	123,7 Mio. €	128,3 Mio. €	147,6 Mio. €	+ 19,3%	+ 15,0%
Relativer Beitrag zum Primäreinkommen	2,3 %	2,2 %	2,4 %	+ 0,1%-Punkte	+ 0,2%-Punkte
Einkommensäquivalent (in Personen)	4.450	4.360	4.800	+ 7,9%	+ 10,1%

Bedeutung des Tagestourismus

Kennziffern für die Region Fränkisches Seenland im Zeitvergleich

	2017	2019	2023	Entwicklung 2023 ggü. 2017	Entwicklung 2023 ggü. 2019
Übernachtungen in Betrieben	1,895 Mio.	1,92 Mio.	2,033 Mio.	+ 7,3%	+ 5,9%
Tagesreisen	1,6 Mio.	540.000	5,0 Mio.	- 5,0%	- 1,9%
Bruttoumsätze Gesamt	255,3 Mio. €	261,9 Mio. €	303,2 Mio. €	+ 18,8%	+ 15,8%
Bruttoumsätze Übernachtungen in Betrieben	145,5 Mio. €	142,8 Mio. €	175,5 Mio. €	+ 20,6%	+ 14,9%
Bruttoumsätze Tagestourismus	109,8 Mio. €	109,1 Mio. €	127,7 Mio. €	+ 16,3%	+ 17,0%
Bruttoumsätze Gastgewerbe	140,7 Mio. €	131,4 Mio. €	176,7 Mio. €	+ 25,4%	+ 16,7%
Bruttoumsätze Einzelhandel	59,6 Mio. €	56,5 Mio. €	67,0 Mio. €	+ 12,4%	+ 18,6%
Bruttoumsätze Dienstleistungen	55,0 Mio. €	54,0 Mio. €	59,5 Mio. €	+ 8,2%	+ 10,2%
Touristischer Einkommensbeitrag	123,7 Mio. €	128,3 Mio. €	147,6 Mio. €	+ 19,3%	+ 15,0%
Relativer Beitrag zum Primäreinkommen	2,3 %	2,2 %	2,4 %	+ 0,1%-Punkte	+ 0,2%-Punkte
Einkommensäquivalent (in Personen)	4.450	4.360	4.800	+ 7,9%	+ 10,1%

300.000 Tagesgäste weniger
= - 7,2 Mio. € Umsatz
= - 260 Vollzeitarbeitsplätze weniger

Folgerungen daraus:

- Bei 5,3 Millionen Aufenthaltstage im Jahr 2023
Brutto-Umsatz 127,7 Millionen Euro
- dies entspricht 42,1% des Gesamtumsatzes
- vom Tagestourismus profitiert der Einzelhandel sowie die
Dienstleistungen überproportional
- Der Tagestourismus geht seit 2017 kontinuierlich zurück
- 300.000 Tagesgäste weniger
Bedeutet einen Umsatzrückgang um 7,2 Millionen Euro.
Dies entspricht 260 Vollarbeitsplätzen.

Fazit

- Die Probleme mit der Wasserqualität und den Gänsen hat inzwischen immense Auswirkungen, auch auf den Tourismus
- Tourismus ist keine Spielerei, sondern ein bedeutender Wirtschaftsfaktor
- Die Auswirkungen und Probleme verlagern sich bereits vom Altmühlsee in Richtung Brombachsee
- Die Nutzung von Altmühlsee und Brombachsee als Badeseen sind sehr wichtig für die Gesamtregion
- Grundlage für Investitionsentscheidungen sind die Badeseen
- Es bedarf dringend konkreter Lösungsansätze
- Bürger und Gäste müssen sehen, dass etwas getan wird