

# So viel Geld spült das Festival in die Region

chiemgau24.de 17.03. chiemgau24.de

## Studie zur Wertschöpfung des "Chiemsee Summer"



© Fotomontage xe/pa



Peter Schmidt von der Hochschule Bremen präsentierte am Mittwoch in Übersee die nackten Zahlen zum Chiemsee Summer. © xe

### Übersee - Was bringt das Chiemsee Summer-Festival wirklich für die Region? Wie viel Geld lassen die Besucher da? Eine Wertschöpfungsstudie gibt nun Auskunft darüber.

Eins musste der Geschäftsführer vom "Chiemgau Tourismus", Stephan Semmelmayr, zugeben: "Beim Chiemgau denkt man an Ruhe, Natur und Almen. Der Chiemsee Summer passt da nicht so ganz rein. Er ist weder Markenkern noch Seele des Chiemgaus." Trotzdem war sich Semmelmayr sowie Bürgermeister Nitschke mit den Organisatoren des Festivals am Mittwoch in Übersee einig: Der Chiemsee Summer gehört dazu. Wo anders würde er nicht so gut funktionieren.

Eine nun präsentierte Wertschöpfungsstudie von der Hochschule Bremen sollte Auskunft darüber geben, was das Festival für die Region wirklich bringt. Es waren aufschlussreiche Zahlen, die Studienleiter Peter Schmidt präsentierte. 1211 Gäste hat das Bremer Team am Rande des vergangenen "Chiemsee Summer" befragt. Außerdem wurde untersucht, wohin das investierte Geld des Veranstalters fließt.

### Die wichtigsten Zahlen im Überblick:

Die Besucherstruktur des Chiemsee-Summer:

- 50 Prozent der Besucher sind 20 Jahre alt oder jünger.
- 80 Prozent der Besucher haben Abitur (oder waren gerade dabei).
- 54 Prozent der Besucher kommen aus Bayern, elf Prozent sind direkt aus der Region (Landkreise Rosenheim und Traunstein). Sieben Prozent kommen aus dem Ausland nach Übersee.
- Im Schnitt blieben die Besucher 2015 bei insgesamt fünf Tagen 3,9 Tage auf dem Festival. 43 Prozent nahmen das ganze Festival mit, 30 Prozent kamen nur für einen Tag.

So viel Geld lassen die Festival-Fans da:

- Im Schnitt gibt ein Festival-Besucher 109 Euro aus - das Ticket und eine mögliche Unterkunft nicht einberechnet.
- Der größte Teil davon (71 Euro) wird auf dem Festivalgelände selbst ausgegeben. 33 Euro davon gehen an Unternehmen aus der Region, 38 Euro an überregionale Unternehmen.
- 83 Prozent der Besucher übernachteten direkt auf dem Festivalgelände, der Rest in Pensionen.
- 290.000 Euro gaben die Besucher für Übernachtungen in der Region während des Festivals aus.

### Die gesamte Wertschöpfung

- Hochgerechnet gaben die auswärtigen Festival-Besucher 3,14 Millionen Euro während ihres Aufenthalts im Chiemgau aus.
- 2,14 Millionen Euro davon fließen in die regionale Wirtschaft (Landkreise Traunstein und Rosenheim): In Unterkünfte, Ausgaben für regionale Anbieter auf dem Festivalgelände, Aktivitäten außerhalb des Festivals, An- und Abreise.
- Eine Million Euro fließt an Unternehmen außerhalb der Region.

- Auch 700.000 Euro an Ausgaben des Veranstalters selbst verbleiben in den heimischen Landkreisen.

Darüber hinaus verweist die Studie auch auf positive Effekte für die Region, die nicht messbar sind. Das Festival ist ein Werbeträger für den Chiemgau, auch weil der Chiemsee im Namen vorkommt. Der Chiemgau würde sich so vor allem einem jüngeren Zielpublikum präsentieren. "Viele machen hier den Erstkontakt mit der Region, was viele positive Folgeerscheinungen hat", so Chiemgaus Cheftouristiker Semmelmayr. Für den heimischen Tourismus wirkt das Festival außerdem saisonverlängernd. Auch deshalb wird es heuer an das letzte August-Wochenende gelegt.

Auch die negativen Seiten wurden erkannt, vor allem die Belastung der Region durch Müll und Verkehr. Doch durch neue Konzepte wie dem "Komfort-Camping" oder der Kooperation mit öffentlichen Verkehrsunternehmen wird dem entgegen gewirkt - ein Drittel der Besucher kommt inzwischen mit Bahn und Shuttle-Bus zum Festivalgelände.

Touristiker und die Studienleiter der Hochschule Bremen waren sich einig: Durch das Festival wird das Image der Region um einen Aspekt ergänzt. Stephan Semmelmayr: "So zeigen wir den jungen Leuten, dass sich bei uns was rührt. Schließlich mag niemand in einer Region Urlaub machen, wo man nicht tot überm Zaun hängen will."