

Aquaseilpark



Vorbemerkung

(aus „Präsentation 21.10.2011: AQUASEILPARK und BEHEIZTES BECKEN“)

Der Tourismusverband Seeham untersucht schon seit einiger Zeit verschiedene Möglichkeiten, eine Angebotserweiterung, eine weitere Attraktivitätssteigerung und somit auch eine Saisonverlängerung und Erhöhung der Tages- und Nächtigungsgäste zu erreichen. Abgeschlossen wurde heuer die Adaptierung des Areal auf Barrierefreiheit.

Eine wirksame Anpassung an die Folgen des Klimawandels muss mit den Unsicherheiten der Wetterszenarien umgehen. Daher ist eine entsprechende Angebotsgestaltung gerade im Strandbadbereich für den örtlichen aber auch den regionalen Tourismus ebenso wie auch für die einheimische Bevölkerung notwendig. 2011 erlebten wir fast keinen Badetag im Juli, dafür aber einen schönen August und den September mit den häufigsten warmen Tagen – eigentlich ein ideales Badewetter.



Zitat aus der „Österreichwerbung“ 2011

„Auf den ersten Blick zeigt das Imagemodul der Deutschen Reiseanalyse 2011 nichts Neues: Österreich ist für die Deutschen ein Urlaubsland mit schöner Landschaft, das sich hervorragend zum Wandern eignet und sich durch gute Anreisemöglichkeiten auszeichnet.

[Schwächen ortet man beim Wetter und den Bade-/Wassersportmöglichkeiten.“](#)

Sommertrends 2013

Weltweit entwickelte sich der Tourismus letztes Jahr ausgesprochen gut. Es wurde erstmals durch eine 4 %ige Steigerung mit 1,035 Milliarden **internationalen Ankünften die Milliardenschwelle überschritten**. Laut UNWTO sollte sich der Wachstumskurs auch 2013 fortsetzen. Der europäische Tourismus konnte mit einem Wachstum von 4 Prozent im Jahr 2012 seine Linie halten und überstieg damit die Erwartungen aus dem Vorjahr.

Die Entwicklungen im Tourismus sind sowohl von der Wirtschaftslage abhängig als auch von den gesellschaftlichen Veränderungen und Präferenzen. So können wir feststellen, dass **Regeneration für Körper und Geist** nach wie vor von Bedeutung ist, oft unterstützt durch **Aktivitäten in der Natur**, die allerdings auch für sich alleine stehen können. Denn Natur bleibt eines der wichtigsten Elemente in unserem Leben. Und auch **kulinarische Streifzüge** sind ein Zeichen der Zeit und bei so einem kulinarischen Erlebnis kann man gut über eben betrachtete **Architektur und Design** philosophieren.

In welchen Ländern welche Trends Anklang finden und wie die jeweilige Bevölkerung auf wirtschaftliche Unwegbarkeiten reagiert, lesen Sie hier in den Sommertrends 2013, die die Experten der ÖW Market Offices für Sie zusammengestellt haben.

Nachhaltigkeit

Nicht erst seit der UN-Klimakonferenz in Kopenhagen Ende 2009 ist das Thema aktuell, aber doch wieder verstärkt in den Köpfen der Menschen. Sicher hat diese Veranstaltung auch dazu beigetragen, dass Menschen wieder verstärkt über Umweltschutz, Nachhaltigkeit, Verschmutzung, über ihre eigenen Handlungen nachzudenken.

Jedoch ist eindeutig feststellbar, dass "Grün" schon seit längerer Zeit wieder sehr en vogue ist. Wir sprechen nunmehr von der **Green Economy**, den **Green Jobs**, vom **Ethical Shopping**, in der CSR wird es stärker gewichtet, **Green Energy** soll der Standard werden.

Und es gibt schon Websites, die **Greenwashing** verschiedener Unternehmen aufdecken. Die Konsumenten lassen sich nicht mit Lippenbekenntnissen zufriedenstellen. Sie wollen Taten, Fakten und echte Erfolge, keine Marketinggags, denn diese werden entlarvt.

Die Zukunftsprognosen malen eine düstere Zukunft, so diese Maßnahmen nicht greifen sollten. Definitiv weiß es allerdings niemand.

Die Tourismusindustrie selbst beschäftigt sich seit Jahrzehnten mit Nachhaltigkeit. Und auch wenn man nur den Ausschnitt des Tourismus aus dem großen Thema der Nachhaltigkeit herausgreift, gibt es hier schon einen extrem breiten Fächer an Ausprägungen und auch an Definitionen. In zwei Sätzen: "Was ist für Sie Nachhaltigkeit im Tourismus?" Gar nicht so leicht, denn da ist ja auch noch

Erwartungen deutscher Gäste an Sommerurlaub in Österreich

„Österreich ist eine andere Art von Tourismus, denn man tut was für seine Seele!“Fazit der Untersuchung: Sommerurlaub in Österreich wird von der deutschen Oberschicht nicht als Urlaub wie jeder andere empfunden. Hier geht es nicht darum, dem erschöpfenden Alltag mit 14-Tage-Strandliegen zu begegnen oder sich mit Reisen in ferne Länder und zu fremden Kulturen von den Alltagsorgen abzulenken. In Österreich will man wieder mit sich selbst in Berührung kommen. Man will sich und seine Bedürfnisse wieder spüren. Hier hat man die Muse und das Umfeld, die eigenen Lebensmodelle und Lebensziele zu überprüfen und zu hinterfragen.

Beim Österreich-Urlaub reichen also nicht nur ein sauberes Zimmer, gutes Essen und schönes Wetter. Hier sind auch die psychologischen Qualitäten der Gastgeber gefragt. Hier geht es um das Erkennen und Erfüllen emotionaler Bedürfnisse. Ein gutes Gespräch, ein hilfreicher Tipp, ein anfeuerndes Ermuntern, ein diplomatisch verpacktes Abraten, all das sind die Dinge, mit denen die österreichischen Gastgeber bei den deutschen Gästen punkten und ihnen ein unvergleiches Urlaubsglück verschaffen können.

Alle Zitate aus:

<http://www.austriatourism.com/tourismusforschung/spezialstudien/sommerurlaub-in-osterreich/>

Fazit HZ: Bei allen Gästeehrungen 2013 brachte ich das Projekt AQUASEILPARK zur Sprache und erntete durchwegs breite Zustimmung.

Freizeitgestaltung im Spannungsfeld von Landschaftszerstörung und -bewahrung:

Beispiel Alpentourismus

Mit über fünf Millionen Ferienbetten, jährlich 150 Mio. Hotelgästen und 500 Mio. Übernachtungen sind die Alpen eine der größten Tourismusregionen der Welt. Woher rührt diese Anziehungskraft?

Der Naturraum mit seinem für Wanderer, Kletterer und Skifahrer gleichsam interessanten Relief und die traditionelle Kulturlandschaft in Verbindung mit attraktiven charakteristischen Ortsbildern reichen heute als Angebotsfaktoren nicht mehr aus. Viele Touristenorte haben auf die aktuellen Wünsche der Urlauber reagiert und technische Infrastrukturen für Aktivsportarten sowie eine breite Palette von Unterhaltungsmöglichkeiten in den Ortszentren bereitgestellt.

Die skitouristische Wachstumsmaschine

„Schneegarantie durch Beschneiungsanlagen, immer schnellere und komfortablere Aufstiegshilfen, der Trend zum Angebot weitläufiger Großraumschigebiete, der erbarmungslose Verdrängungswettbewerb, die Flucht in weitere Aufstiegshilfen zur vermeintlichen betrieblichen Besserstellung usw. sind die dynamischen Triebfedern für die seit einem halben Jahrhundert immer weiter voranschreitende Erschließung der Alpen. Dabei ist eine politisch kaum mehr zu bändigende Eigendynamik entstanden, die sich spiralenartig immer höher schraubt. Der „Betten-Pisten-Kreisel“ wird zudem vom „Kapital-Event-Kreisel“

Quelle: 978-3-623-29050-8 TERRA Erdkunde Räume und Strukturen, Schülerbuch, Oberstufe, S. 102 - 109

Was bedeutet das für Seeham?

- Ist Seehams Tourismus wirklich Wirtschaftszweig Nummer 1?
- Ist das Strandbad in erster Linie Erholungsort für Seehamerinnen und Seehamer?

2 Fragen, die gestellt werden müssen.

Offenkundig ist der Wunsch nach mehr Sportmöglichkeiten, Aktivitäten, Bewegung und Belebung. Zumindest bei der Jugend.

Der See wurde lange Zeit „versteckt“, das Tourismusbüro am See, die Erweiterung der freien Flächen des Parkplatzes vor dem Büro, das Entasten der Bäume und die Anlage einer Blumenwiese an Stelle der Hecke vor dem Parkeingang machen den See auch für die Durchreisenden sichtbar.

Verfolgt man den intensiven Ausbau im Wintertourismus, unterstützt vom Land Salzburg, so wird für den Sommertourismus wenig unternommen. Im Projekt Aquaseilpark sehe ich ein Beispiel für ein klares Bekenntnis zum Aufbau einer konkurrenzfähigen Destination.

Ökonomische Aspekte, Schlussfolgerungen:

Der ökonomische Nutzen ist vielfältig. Er reicht von der Angebots- und Imageverbesserung bis hin zur Belebung der touristischen Szene. Ein stimmiger Auftritt wird einen spürbaren Rückenwind vom Markt erhalten. Da sind wir uns alle einig.

Die Stellungnahmen (SLT, Salzburger Seenland, WKS) beweisen dies.



Verkehr:

Das Strandbad Seeham wurde zu einem der beliebtesten im ganzen Land, was zur Folge hat, dass in Stoßzeiten das Bad überfüllt ist, die Qualität für den Einzelnen leidet. Eine Lösung kann nur die Begrenzung der Besucherzahl sein. Und das sind wir allen unseren Gästen schuldig, in erster Linie unseren Saisonkartenbesitzerinnen und -besitzern.

Lösungen müssen gesucht und umgesetzt werden:

- Die Beschränkung auf eine bestimmte Zahl in Zusammenarbeit mit dem Bademeister, der ÖWR... und darauf ein gut sichtbarer Hinweis an den Ortseingängen.
- Der öffentliche Verkehr (Bäderbus) muss reagieren.
- Änderung des Mobilitätverhaltens
- ... (alle Punkte unvollständig, nur als Anregung gedacht)

Schlussbemerkung

Zitat aus „Ausgabe 2011/2, Österreich Werbung, Trendforschung“, Seite 3 www.austriatourism.com

15 Minutes of Fame. News aus der Welt der Szene für Sie. TRENDS 2012

Wasser ist ein faszinierendes Element. Das Rauschen des Meeres, das Plätschern des Gebirgsbachs oder das Eintauchen in einen klaren See – all das ist mit Emotionen verbunden.

Was liegt also näher, als das Wasser verstärkt in unser Leben zu integrieren. Nicht jeder ist so privilegiert am Wasser zu wohnen. Doch mit Hilfe der Technik kann sich so manches bewerkstelligen lassen. So geschehen bei einem Pavillon, dessen Wände aus Wasser sind. Nähert man sich dem Wasservorhang, so öffnet sich eine „Tür“ in der Wasserwand, die sich nach dem Eintreten der Person auch wieder schließt. Und Wasser lässt sich auch abseits der riesigen Wasserrutschen wunderbar inszenieren. So können dank modernster Technik bei jedem Fest Wasserspiele der feinsten Art oder auch Präsentationen auf einer Wasserleinwand gezeigt werden. Und wenn gerade der Sommer in Höchstform ist und die Sonne lacht, dann lassen Sie Ihre Gäste – so Sie über einen Zugang zu Wasser verfügen - über das Wasser laufen und zwar mit Hilfe einer mannshohen aufblasbaren Kugel, genannt Water Buoyz. Oder Sie schaffen sich einen Aqua Skipper an, um Ihre Gäste zu unterhalten. Für Spaß ist dann auf jeden Fall gesorgt. Die ersten Versuche mit diesem Wassersportgerät sind weit entfernt von der eigentlichen Funktion, nämlich damit unter Einsatz des ganzen Körpers über das Wasser zu gleiten.

Seeham, die Biowelt am See, wird die o. a. Geräte durch den 1. Aquaseilpark ersetzen.

Sicher spektakulärer, umweltfreundlicher und unterhaltsamer.

p. S.: Dem Thema Wasser hat sich der TVB Seeham seit 2004 gewidmet. Das “Wasserparadies von den Toren der Festspielstadt“ umfasst alle Facetten, von der Seebühne, über das Öko- Kulturprojekt TEUFELSGRABEN bis hin zur Trinkwasserqualität. Für alles steht als Symbol der SEEHAMER WASSERKRUG.

www.wasserparadies.at