

## **Mehr erleben, besser verteilen: Wie Oberbayern Tourismus zukunftsfähig gestaltet**

**Mit intelligenter Besucherlenkung, digitalen Lösungen, nachhaltiger Mobilität und Tourismuswertschätzung schafft der Tourismus Oberbayern München e.V. Mehrwert für Gäste, Einheimische und Natur.**

München / Oberbayern, 01. Juli 2026 – Immer mehr Menschen möchten die Vielfalt Oberbayerns erleben – von den Alpen über die Seenlandschaften bis hin zu kulturellen Highlights und authentischen Erlebnissen abseits bekannter Wege. Gleichzeitig gewinnt die Frage an Bedeutung, wie Gästelerlebnisse, Naturschutz, Mobilität und Lebensqualität langfristig miteinander in Einklang gebracht werden können.

Der Tourismus Oberbayern München e.V. (TOM e.V.) zeigt, wie moderne Besucherlenkung dazu beiträgt, Tourismus zukunftsfähig zu gestalten und Mehrwert für Gäste, Einheimische und Natur zu schaffen. Mit den GeHEIMATorten macht der Verein besondere Plätze und weniger bekannte Ausflugsziele sichtbar, die Wasser-Radlwege lenken Gäste durch die gesamte Region und schaffen neue Reiseanlässe, während digitale Echtzeitinformationen, nachhaltige Mobilitätsangebote und persönliche Beratung vor Ort dazu beitragen, Gästen besondere Erlebnisse zu ermöglichen und die Attraktivität Oberbayerns langfristig zu sichern.

Mehr als 120 Tourist-Informationen und Infopoints unterstützen Besucherinnen und Besucher bei der Orientierung vor Ort. Bereits während der Coronajahre hat sich der TOM e.V. intensiv mit dem Thema Besucherlenkung beschäftigt und wurde für den Ausflugssticker Oberbayern mit dem ADAC-Tourismuspreis ausgezeichnet. Heute ist Besucherlenkung fest in den Aktivitäten des Verbandes verankert und zieht sich als Querschnittsthema durch zahlreiche Projekte. So profitieren Gäste von neuen Entdeckungen, während gleichzeitig die touristische Wertschöpfung breiter in der Region verteilt wird.

Das Thema Besucherlenkung steht auch im Mittelpunkt der aktuellen Ausgabe der Wertschätzungskampagne des TOM e.V.. Mit Videos, Praxisbeispielen und einem Faktenkompass zeigt die Kampagne, wie moderne Besucherlenkung dazu beiträgt, Gästen besondere Erlebnisse zu ermöglichen, Natur zu schützen und die touristische Wertschöpfung in der Region zu stärken. [Weiterführende Informationen sowie das Kampagnenvideo stehen online zur Verfügung.](#)

„Besucherlenkung bedeutet für uns nicht Einschränkung, sondern Service. Unser Ziel ist es, Gästen die besten Erlebnisse zu ermöglichen und gleichzeitig Lebensqualität, Natur und Infrastruktur zu schützen“, sagt Oswald Pehel, Geschäftsführer des Tourismus Oberbayern München e.V.

Wie das in der Praxis funktioniert und welche Rolle Digitalisierung, Mobilität, Naturschutz und Tourismuswertschätzung dabei spielen, erläutert er im Interview.

### **Herr Pehel, viele Menschen verbinden Besucherlenkung zunächst mit Einschränkungen. Warum greift dieses Bild heute zu kurz?**

Besucherlenkung bedeutet heute vor allem Orientierung und Inspiration. Unser Ziel ist es nicht, Gäste von bestimmten Orten fernzuhalten, sondern ihnen die bestmöglichen Erlebnisse zu ermöglichen. Wenn stark nachgefragte Ausflugsziele durch attraktive Alternativen ergänzt werden, profitieren Gäste, Einheimische und die gesamte Region gleichermaßen. So wird Besucherlenkung zu einem echten Mehrwert für alle Beteiligten.

### **Welche Rolle spielen dabei die Tourist-Informationen in Oberbayern?**

Sie spielen eine äußerst wichtige Rolle. Oberbayern verfügt über ein flächendeckendes Netzwerk von mehr als 120 Tourist-Informationen und Infopoints. Sie sind längst nicht mehr nur Anlaufstellen für Prospekte, sondern wichtige Ansprechpartner für Gäste und ein zentraler Baustein moderner Besucherlenkung. Gerade die persönliche Beratung spielt nach wie vor eine große Rolle, wenn es darum geht, individuelle Empfehlungen zu geben und neue Orte erlebbar zu machen.

### **Digitalisierung wird häufig als Schlüssel für die Besucherlenkung der Zukunft genannt. Welche Bedeutung hat sie bereits heute?**

Eine sehr große. Digitale Anwendungen ermöglichen es Gästen, sich bereits vor einem Ausflug oder während ihres Aufenthalts über aktuelle Gegebenheiten zu informieren. Der Ausflugsticker Bayern ist dafür ein gutes Beispiel. Die Zukunft liegt aus unserer Sicht in der intelligenten Nutzung von Echtzeitdaten und perspektivisch auch in datenbasierten Prognosen, die Entwicklungen frühzeitig sichtbar machen und Gästen noch bessere Entscheidungen ermöglichen.

### **Wie gelingt es Oberbayern, Besucherinnen und Besucher für weniger bekannte Regionen zu begeistern?**

Indem wir die enorme Vielfalt der Region sichtbar machen. Mit den GeHEIMATorten stellt der TOM e.V. bewusst besondere Plätze und Erlebnisse abseits der bekannten Hotspots vor. Gleichzeitig schaffen Angebote wie die Wasser-Radlwege attraktive Anlässe, Regionen neu zu

entdecken. So entstehen neue Reiseanlässe und zusätzliche Wertschöpfung für viele Orte in Oberbayern.

### **Welche Rolle spielt nachhaltige Mobilität dabei?**

Eine zentrale. Wer Gästen attraktive Alternativen zum Auto bietet, schafft gleichzeitig mehr Möglichkeiten für eine nachhaltige Fortbewegung vor Ort. Auch die Verlagerung des Freizeitverkehrs weg vom Auto und hin zum ÖPNV ist eine Form der Besucherlenkung. Viele Regionen in Oberbayern integrieren den öffentlichen Nahverkehr bereits in ihre Gästekarten oder entwickeln entsprechende Angebote weiter. Die Verknüpfung von Tourismus und Mobilität wird künftig ein noch wichtigerer Erfolgsfaktor sein.

### **Tourismus und Naturschutz werden oft getrennt betrachtet. Wie sehen Sie das?**

Für uns gehören beide untrennbar zusammen. Die Natur ist eine der wichtigsten Grundlagen für den Tourismus in Oberbayern. Besucherlenkung trägt dazu bei, sensible Naturräume zu schützen und gleichzeitig hochwertige Naturerlebnisse zu ermöglichen. Erfolgreich ist das vor allem dann, wenn Tourismus, Naturschutz, Kommunen und Mobilitätsanbieter gemeinsam an Lösungen arbeiten.

### **Warum spielt die Akzeptanz des Tourismus für die Zukunft Oberbayerns eine so wichtige Rolle?**

Tourismus lebt vom Miteinander. Deshalb ist es wichtig, die positiven Auswirkungen des Tourismus sichtbar zu machen. Mit unserer Wertschätzungskampagne zeigen wir seit letztem Jahr, welchen Beitrag der Tourismus für Arbeitsplätze, regionale Wertschöpfung, kulturelle Angebote und die Lebensqualität in Oberbayern leistet. Die aktuelle Kampagnenausgabe widmet sich dem Thema Besucherlenkung und zeigt anhand konkreter Beispiele, wie moderne Tourismussteuerung Mehrwert für Gäste, Einheimische und Natur schaffen kann. Unser Ziel ist ein Tourismus, von dem Gäste, Betriebe und die Menschen vor Ort gleichermaßen profitieren. Eine gezielte Besucherlenkung steigert auch die Tourismus-Wertschätzung in der Bevölkerung und zeigt, dass der TOM e.V. seine Managementaufgabe für Besucherströme ernst nimmt.

### **Wo sehen Sie Oberbayern beim Thema Besucherlenkung in fünf Jahren?**

Wir werden noch stärker datenbasiert arbeiten und Gästen individuelle Informationen in Echtzeit zur Verfügung stellen können. Gleichzeitig werden nachhaltige Mobilität, regionale Wertschöpfung und die Akzeptanz des Tourismus weiter an Bedeutung gewinnen. Gerade das Wertschöpfungs-Management ist wichtig, dass auch dezentrale Ziele viel Erlebnisqualität bieten können und dadurch Wertschöpfung in die Region ziehen. Technologie wird dabei ein wichtiger Enabler sein – entscheidend bleibt jedoch die enge Zusammenarbeit von

Tourismus, Kommunen, Mobilitätsanbietern, Naturschutz und den Menschen vor Ort. Oberbayern hat beste Voraussetzungen, um zu zeigen, wie Tourismus der Zukunft erfolgreich gestaltet werden kann.

[Zahlen & Hintergründe zum Thema finden Sie im „Faktenkompass Besucherlenkung“](#)

## **Best Practice aus Oberbayern**

### **GeHEIMATorte**

Mit den GeHEIMATorten macht der TOM e.V. besondere Plätze, authentische Erlebnisse und weniger bekannte Ausflugsziele sichtbar. Das schafft neue Reiseanlässe, stärkt die touristische Wertschöpfung in der Fläche und eröffnet Gästen neue Perspektiven auf Oberbayern.

### **Wasser-Radlwege**

Die Wasser-Radlwege verbinden Naturerlebnis, nachhaltige Mobilität und regionale Wertschöpfung. Die drei Schleifen führen durch zahlreiche Orte und Regionen Oberbayerns und schaffen attraktive Alternativen zu stark frequentierten Ausflugszielen.

### **Tourismuswertschätzung**

Mit der Wertschätzungskampagne macht der TOM e.V. die Bedeutung des Tourismus für Arbeitsplätze, regionale Wertschöpfung, kulturelle Angebote und Lebensqualität sichtbar und stärkt damit den Dialog zwischen Tourismus und Bevölkerung.

### Über Tourismus Oberbayern München e.V.

Von den imposanten Alpen im Süden bis hin zur tiefblauen Donau im Norden, von malerischen Orten, weltberühmten Schlössern und der bayerischen Bierkultur bis hin zu aufstrebenden Wirtschaftsstandorten und der Weltstadt München: Mit seiner Vielfalt zählt Oberbayern zu den bedeutendsten Urlaubsdestinationen Europas. Der Tourismus Oberbayern München e.V. mit Sitz in München ist die touristische Dachorganisation für Oberbayern und vertritt die Interessen seiner rund 70 Mitglieder – mit der gemeinsamen Mission: die Wertschöpfung, ebenso wie die Wertschätzung gegenüber der Tourismusregion Oberbayern nachhaltig zu stärken.

**[www.oberbayern.de](http://www.oberbayern.de)**

Gefördert durch  
Bayerisches Staatsministerium für  
Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus 

**Weitere Presseinformationen und Bildmaterial bei:**

**Jutta Tempel**

Director Communications

COMEO GmbH Branding & Communications

Hofmannstr. 7A, 81379 München

Tel: +49 (089) 74 888 2- 36

E-Mail: [tempel@comeo.de](mailto:tempel@comeo.de)

[www.comeo.de](http://www.comeo.de)