



LEUPHANA
UNIVERSITÄT LÜNEBURG

KLIFF Gästebefragung Harz - Sonderauswertung URLAUBERTYPEN

VORWORT

Eine umfangreiche Analyse der Besucher des Harzes ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur Identifikation strategischer Anpassungsmaßnahmen für die Destination. Aus diesem Grund hat sich das KLIFF-Team zu einer Auswertung ausgesuchter Urlaubertypen entschieden.

Bei der Befragung konnten die Urlauber sich folgenden Urlaubertypologien zuordnen:

- Erholungsurlauber
- Entspannungsurlauber
- Wellnessurlauber
- Aktivurlauber
- Wanderurlauber
- Radurlauber
- Natururlauber
- Kultur – und Besichtigungsurlauber
- Verwandten-/Bekanntebesucher

Auf Grundlage unseres Kenntnisstandes und unseren bisherigen Ergebnissen, sowie der deskriptiven Auswertung der Gästebefragung, konnten wir folgende Urlaubertypen als Hauptzielgruppen identifizieren:

A) Erholungs- und Entspannungsurlauber

B) Natururlauber

C) Aktivurlauber (inkl. Rad- und Wanderurlauber)

Von den insgesamt 519 befragten Urlaubern im Harz konnten 451 den ausgewählten Urlaubertypen zugeordnet werden. Sie bilden die Grundlage der folgenden Auswertung.

Auswertung der Gästebefragung im Harz

1. Allgemeine Angaben zu den Urlaubertypen
2. Faktoren der Reiseentscheidung
3. Art des Waldes und Auswirkungen des Klimawandels

Team & Impressum

ALLGEMEINE ANGABEN ZU DEN URLAUBERTYPEN

In einem ersten Schritt möchten wir diese Urlaubertypen beschreiben. Handelt es sich um Stammgäste oder vorrangig um Erstbesucher? Unternehmen sie einen Tagesausflug oder verweilen die Befragten mehrere Tage in der Lüneburger Heide? Was sind ihre Besuchsmotive? Und wo kommen die Besucher her?

Bezüglich der hier untersuchten Zielgruppen, sind 31,9% den Erholungs- und Entspannungsurlaubern, 11,8% den Natururlaubern und weitere 56,3 % den Aktivurlaubern zuzuordnen. In der Zielgruppe der Aktivurlauber werden die Angaben der Aktiv-, Rad- und Wanderurlauber kumuliert. In der Zielgruppe der Erholungs- und Entspannungsurlauber ist das Verhältnis von Frauen zu Männern ausgeglichen. In der Gruppe der Natururlauber überwiegt der Anteil an Frauen, bei den Aktivurlaubern wurden mehr Männer befragt.

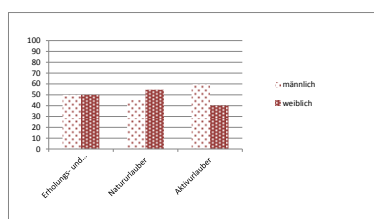


Abb. 1: Als was für einen Urlaubertyp würden Sie sich am ehesten bezeichnen?

Bei der Analyse der Altersstruktur wird deutlich, dass keine Altersgruppe eindeutig dominiert. Stark vertreten sind die Altersgruppe 50 – 59 Jahre, sowie 60 Jahre und älter. Über alle Altersklassen hinweg ergibt sich folgendes Bild:

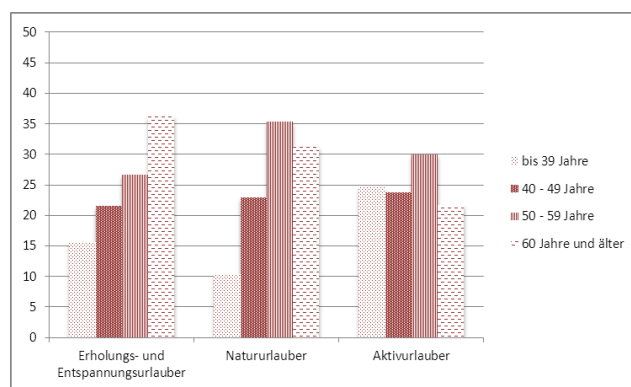


Abb. 2: Urlaubertyp in Altersklassen

Der überwiegende Teil der befragten Personen kommt aus Niedersachsen (Erholungs- und Entspannungsurlauber (33,2%), Natururlauber (41,5%), Aktivurlauber (40,6%)). Ein geringer Teil kommt aus Sachsen-Anhalt, Nordrhein-Westfalen, Mecklenburg Vorpommern, Berlin oder Bayern. Im Durchschnitt gaben 4,5% der befragten Personen an im Ausland zu leben. Das Ergebnis wird gestützt durch die Angaben zur zurückgelegten Entfernung der befragten Gäste im Rahmen der ersten deskriptiven Auswertung.

Auf die Frage nach der Besuchshäufigkeit, gab ein Großteil der befragten Personen an, den Harz in der Vergangenheit bereits besucht zu haben. Für nur 16,7% der Erholungs- und Entspannungsurlauber, 15,1% der Natururlauber und 10,6% der Aktivurlauber ist es der erste Besuch. Gut 1/3 der befragten Urlauber haben an, den Harz bereits 2 – 5 Mal besucht zu haben. Dieses Ergebnis ist sehr erfreulich. Es spricht dafür, dass der Harz ein gern besuchtes Urlaubs- und Tagesausflugsziel ist.

ALLGEMEINE ANGABEN ZU DEN URLAUBERTYPEN

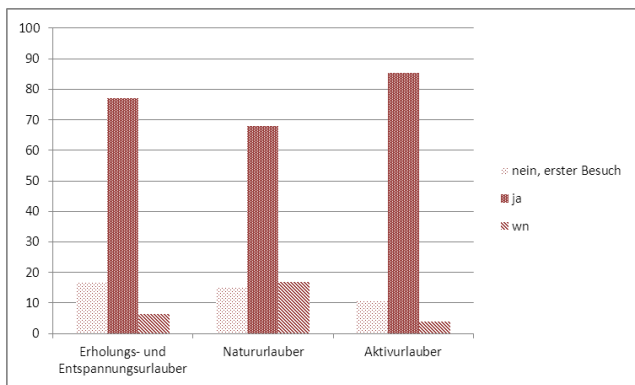


Abb. 3: Haben Sie die Lüneburger Heide schon einmal besucht...?

Dieses Ergebnis ist sehr erfreulich. Es spricht dafür, dass der Harz ein gern besuchtes Urlaubs- und Tagesausflugsziel ist.

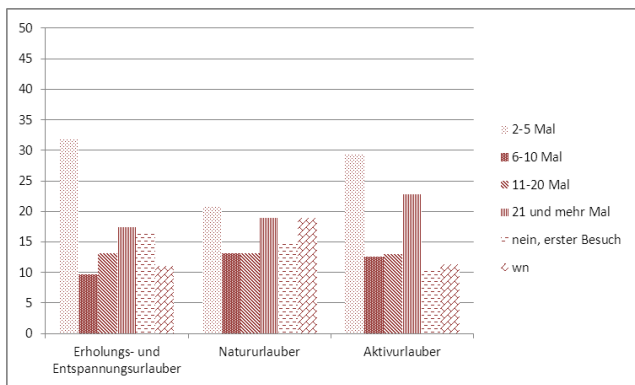


Abb. 4: ... und wenn ja, wie oft?

Der Anteil der befragten Personen, die mit *wn* (weiß nicht) geantwortet haben, ist keineswegs negativ zu beurteilen. Es ist davon auszugehen, dass es sich auch hierbei um Besucher handelt, die die Region bereits in der Vergangenheit bereist haben, jedoch keine genaue Angabe zur Häufigkeit machen können.

Die Frage nach der Art des Aufenthalts zeigt deutlich, dass die Urlauber den Harz nach wie vor für einen mehrtägigen Aufenthalt buchen. Der Anteil an Tagesausflügen ist dennoch hoch. Dies liegt da-

rin begründet, dass der Harz von ca. 10 Mio. Menschen innerhalb von 2 Stunden Fahrtzeit erreicht werden kann und gern für einen Spontanausflug besucht wird. Bereits in der ersten deskriptiven Auswertung sind wir zu diesem Schluss gekommen.

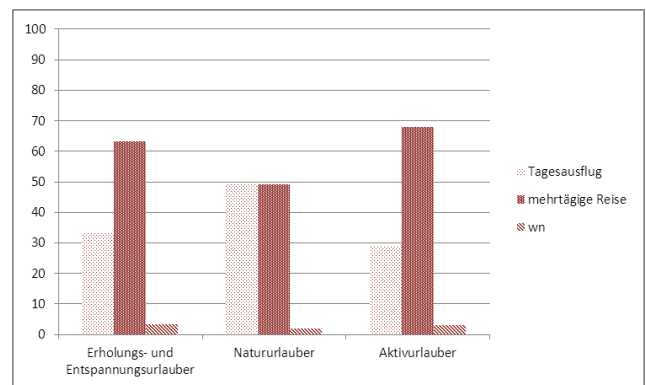


Abb. 5: Art des Aufenthalts

So gaben 33,3% der Erholungs- und Entspannungsurtauber, 49,1% der Natururlauber und 28,7% der Aktivurlauber an, einen Tagesausflug zu unternehmen. Einen mehrtägigen Aufenthalt unternehmen hingegen 63,2% der Erholungs- und Entspannungsurtauber, 49,1% der Aktivurlauber und 68,1% der Natururlauber. Die Ergebnisse zeigen einen deutlichen Trend zu einem mehrtägigen Besuch. Dieses Ergebnis ist vor allem für Hoteliers, sowie weitere Anbieter von Unterkünften wichtig. Auch zukünftig sollte hier auf eine entsprechende Qualität der Unterkünfte geachtet werden.

Bezüglich der Besuchsmotive ergeben sich deutliche Unterschiede unter den drei Zielgruppen, wobei der *Natur- und Landschafts-genuss* für alle an oberster Stelle rangiert. Die häufigsten Nennungen erhielten die Besuchsmotive *Natur- und Landschafts-genuss*, *Zeit mit Familie und Freunden verbringen*, *Ausgleich zum Alltag schaffen*, *Gesundheit fördern*, *Skifahren oder Rodeln hat für mich Tradition*, sowie *Interesse an Tieren und Pflanzen*. Bei der Beantwortung der Frage konnten die befragten Personen mehrere Antwortmöglichkeiten auswählen. Insgesamt ergibt sich für die drei Zielgruppen folgendes Bild:

ALLGEMEINE ANGABEN ZU DEN URLAUBERTYPEN

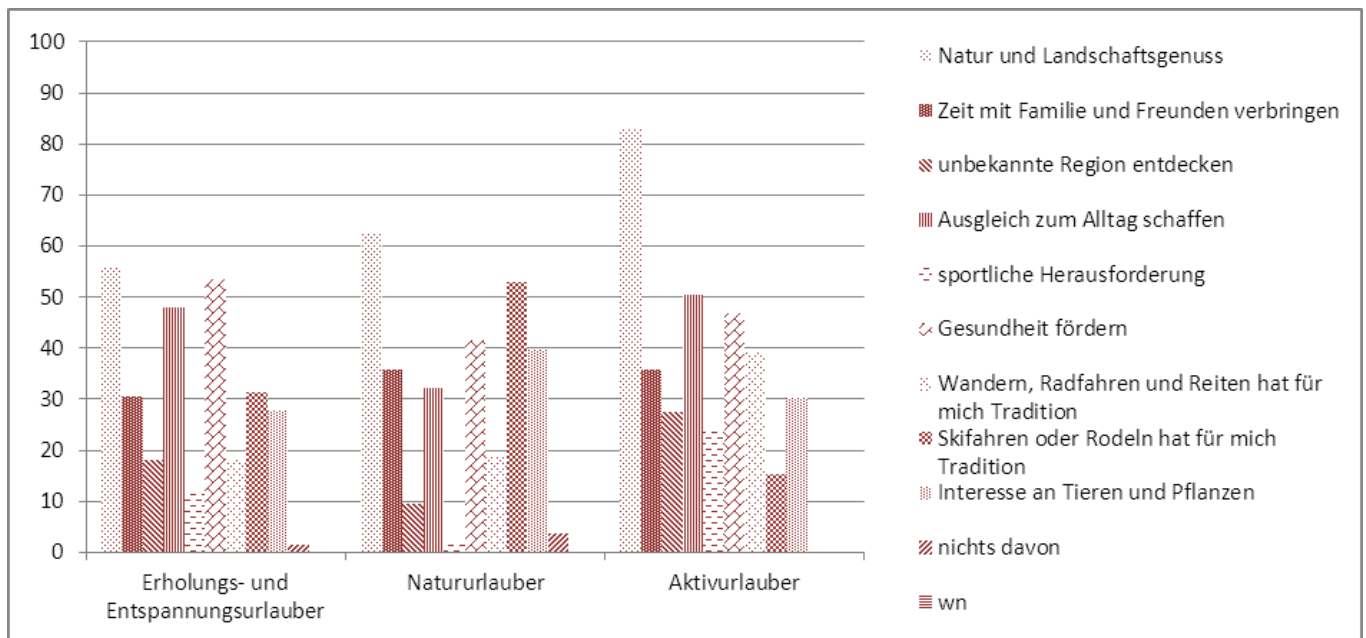


Abb. 6: Welche der folgenden Gründe sind für Sie bei ihrem heutigen Besuch wichtig?

ZUSAMMENFASSUNG

Unter den **Erholungs- und Entspannungsurlaubern** wurden 50% Männer und 50% Frauen befragt. 36,3% der befragten Urlauber sind *60 Jahre oder älter*, weitere 26,7% gehören der Altersgruppe *50 – 59 Jahre* an. Die restlichen 37,1% verteilen sich auf die Altersgruppen *bis 39 Jahre* und *40 – 49 Jahre*. Der Erholungs- und Entspannungsurlauber kommt zumeist aus Niedersachsen (33,2%), Sachsen-Anhalt (13,2%), Nordrhein-Westfalen (7,6%) oder Bayern (5,6%). 77,1% der Erholungs- und Entspannungsurlauber gaben an, die Region zum wiederholten Male zu bereisen. 31,9% waren bereits 2 – 5 Mal im Harz. 17,4% der befragten Erholungs- und Entspannungsurlauber gab an bereits mehr als 21 Mal Urlaub in der Region gemacht zu haben. 1/3 der Erholungs- und Entspannungsurlauber gaben an, einen Tagesausflug zu unternehmen, ca. 2/3 der Befragten sind für einen mehrtägigen Aufenthalt angereist. Das Besuchsmotiv mit den meisten Nennungen ist der *Natur- und Landschaftsgenuss* (55,6%), gefolgt von *Gesundheit fördern* (53,5%), *Ausgleich zum Alltag schaffen* (47,9%) und *Skifahren oder Rodeln hat für mich Tradition* (31,4%).

Unter den **Natururlaubern** wurden 45,3% Männer und 54,7% Frauen befragt. Am stärksten vertreten ist die Altersgruppe der *50 – 59 Jährigen*, gefolgt von der Altersgruppe *60 Jahre und älter* (35,4%). Der Natururlauber kommt größtenteils aus Niedersachsen (41,5%), Sachsen-Anhalt (13,2%), Mecklenburg Vorpommern (9,4%) oder Berlin (7,5%). Für 15,1% der befragten Natururlauber ist es der erste Besuch in der Region, 67,9% gaben hingegen an, den Harz bereits schon einmal bereist zu haben. Unter ihnen gaben 20,8% an, bereits 2 – 5 Mal den Harz besucht zu haben. Weitere 18,9% waren bereits mehr als 21 Mal im Harz. Das Verhältnis von Tagesausflug zu mehrtägigem Aufenthalt ist unter den Natururlaubern gleich. Beide Antwortmöglichkeiten wurden von jeweils 49,1% der befragten Personen gewählt. Mit 62,3% ist auch in dieser Zielgruppe der *Natur- und Landschaftsgenuss* das Besuchsmotiv Nummer eins, gefolgt von *Skifahren oder Rodeln hat für mich Tradition* (52,9%), *Gesundheit fördern* (41,5%), *Interesse an Tieren und Pflanzen* (39,6%) und *Zeit mit Familie und Freunden verbringen* (35,8%).

Die Gruppe der **Aktivurlauber** setzte sich aus 59,8% Männern und 40,2% Frauen zusammen. Auch unter den Aktivurlaubern ist die Altersgruppe der *50 – 59 Jährigen* am stärksten vertreten. Tendenziell ist der Aktivurlauber jünger als der Natururlauber und der Erholungs- und Entspannungsurlauber: 48,4% entfallen auf die Zielgruppe *bis 39 Jahre* und *40 – 49 Jahre*. Er reist überwiegend aus Niedersachsen (40,6%), Nordrhein-Westfalen (15,4%), Sachsen-Anhalt (12,6%) oder Berlin (5,1%) an. Für nur 10,6% ist es der erste Besuch in der Region. 85,4% gaben an, bereits mehrfach den Harz bereist zu haben; 29,5% waren bereits 2 – 5 Mal zum Urlaub in der Region. 28,7% unternehmen einen Tagesausflug, 68,1% sind für einen mehrtägigen Aufenthalt angereist. In der Zielgruppe der Aktivurlauber stellt der *Natur- und Landschaftsgenuss* mit 83,1% das deutlich wichtigste Besuchsmotiv dar. Es hebt sich in diesem Punkt von den anderen beiden Zielgruppen ab. Weitere Besuchsmotiv sind *Ausgleich zum Alltag schaffen* (50,4%), *Gesundheit fördern* (46,9%), *Wandern, Radfahren und Reiten hat für mich Tradition* (39%), sowie *Zeit mit Familie und Freunden verbringen* (35,8%).

FAKTOREN DER REISEENTSCHEIDUNG

In einem weiteren Schritt soll nun analysiert werden, welchen Stellenwert die Natur und der Wald für die Zielgruppen im Harz haben. Würden die Urlauber auch ohne das Naturerlebnis die Region besuchen? Welchen Freizeitaktivitäten gehen sie während ihres Aufenthalts nach? Und welche Rolle spielt das Wetter bei ihrer Reiseentscheidung und während ihrer Reise?

Ein weiterer Schwerpunkt unserer Befragung war das Thema Klimawandel. In dieser Auswertung wollen wir daher herausstellen, ob die jeweiligen Urlaubertypen ihren Reisezeitraum im Fall klimatischer Veränderungen ändern würden.

Ziel des Forschungsprojekts KLIF ist es zusammen mit den Akteuren des Harzes Anpassungsstrategien an den Klimawandel zu entwickeln. Dabei liegt der Fokus insbesondere auf dem naturräumlichen Potenzial der Region und den damit möglichen touristischen Angeboten. Bereits in der ersten deskriptiven Auswertung konnte eine hohe Zufriedenheit der Besucher mit dem vorhandenen Angebot im Harz prognostiziert werden. In diesem Schritt soll nun insbesondere die Bedeutung der Natur für die drei wichtigsten Zielgruppen herausgestellt werden.

Die Frage, welche Rolle die Natur für die Reiseentscheidung spielt, spiegelt die hohe Bedeutung der Natur als Entscheidungskriterium für einen Urlaub im Harz wider. Vor allem in den Zielgruppen Natururlauber und Aktivurlauber wählten über 70% der befragten Personen die Antwortkategorie „sehr große Rolle“. Unter den Erholungs- und Entspannungsurlaubern spielt die Natur auch eine wichtige Rolle: für 44,4% spielt sie als Reiseentscheidungskriterium eine sehr große Rolle, für weitere 51,4% eine große Rolle.

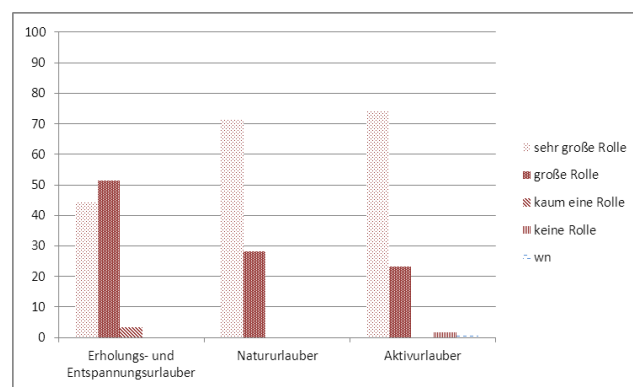


Abb. 7: Welche Rolle spielte die Natur bei ihrer Reiseentscheidung?

Für die weitere Arbeit ist diese Ergebnis sehr zufriedenstellend. Es zeigt, dass die Region mit ihren naturverbundenen Angeboten, die Bedürfnisse ihrer Urlauber anspricht und befriedigt.

Bei der Bedeutung der Wälder zeigt sich ein ähnliches Bild: Für den Natururlauber und den Aktivurlauber spielt der Wald bei der Reiseentscheidung eine *sehr große Rolle*, für den Erholungs- und Entspannungsurlauber überwiegend eine *große Rolle*. Die Bedeutung wird zudem durch die Frage gestützt, ob die Urlauber im Harz auch Urlaub machen würden, wenn es den Wald nicht gäbe. 2/3 der Natururlauber und der Aktivurlauber würden unter diesen Voraussetzungen den Harz *eher nicht* oder *sicher nicht* mehr besuchen. Nur ein 1/3 käme dennoch. Bei den Erholungs- und Entspannungsurlaubern würden dennoch ca. 50% *sicher* oder *vielleicht* den Harz besuchen und 50% *sicher nicht* oder *eher nicht*.

FAKTOREN DER REISEENTSCHEIDUNG

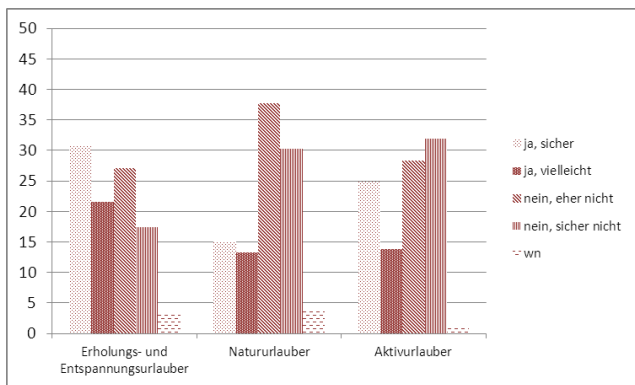


Abb. 8: Welche Rolle spielte der Wald bei ihrer Reiseentscheidung?

Diese Annahme wird durch die Frage gestützt, ob die Urlauber in der Lüneburger Heide Urlaub machen würden, wenn es den Wald nicht gäbe. 32% der Erholungs- und Entspannungsurlauber und 36% der Aktivurlauber antworteten auf die Frage mit *ja, sicher*. Nur 4% der Erholungs- und Entspannungsurlauber und 8% der Aktivurlauber antworteten *nein, sicher nicht*. Ein anderes Bild ergibt sich bei dem Natururlauber. Für ihn stellt das Naturerlebnis einen besonders wichtigen Faktor da. Hier lassen die Antworten einige Unsicherheiten erkennen. Obwohl 21% die Frage mit *ja, sicher* beantworteten, gaben ebenso 17% *nein, sicher nicht* an.

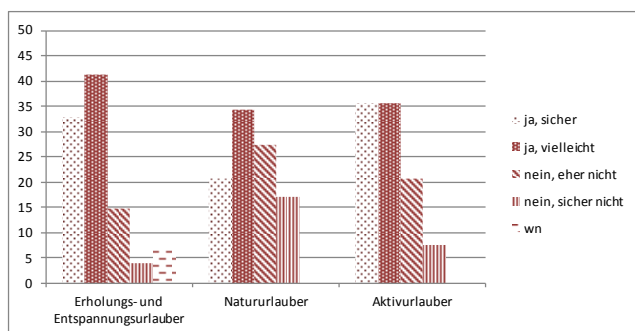


Abb. 9: Wären Sie heute auch hier, wenn es den Wald nicht gäbe?

Im Folgenden sollen die Gefallensmerkmale genauer betrachtet werden. Die Urlauber wurden gebeten zu jedem Merkmal eine Einschätzung abzugeben. Aus der Addition der Antworten „sehr wichtig“ und „eher wichtig“ ergibt sich folgendes Bild: Für den Erholungs- und Entspannungsurlauber sind eine *saubere Natur* (97,2%), *eine gute Beschilderung* (96,5%) und *Wälder* (94,5%) die wichtigsten Kriterien. Die hohe Bedeutung der Wälder in dieser Frage steht im Widerspruch zu den Ergebnissen der Bedeutung der Natur und den Wäldern als Reiseentscheidungskriterien.

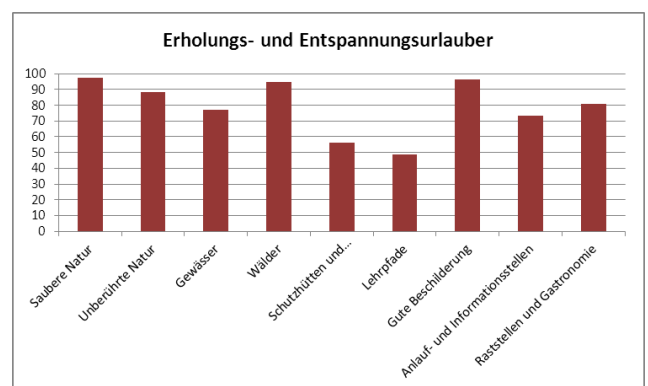


Abb. 10: Gefallensmerkmale Erholungs- und Entspannungsurlauber

Für den Natururlauber sind eine *saubere Natur* (94,4%), *Wälder* (94,4%), *unberührte Natur* (90,6%) und *eine gute Beschilderung* (89,7%) die wichtigsten Gefallensmerkmale.

FAKTOREN DER REISEENTSCHEIDUNG

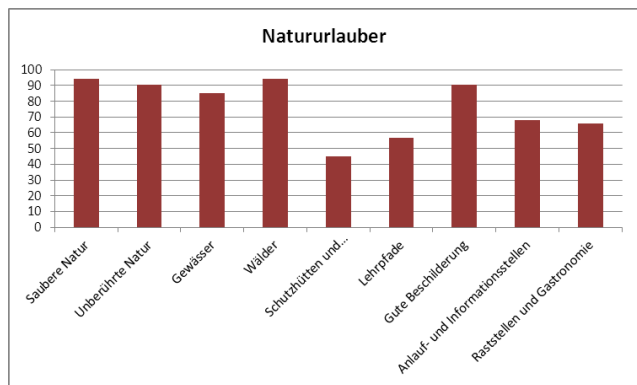


Abb. 11: Gefallensmerkmale Natururlauber

Für den Aktivurlauber ergibt sich das gleich Bild wie für den Natururlauber. Die meistgenannten Gefallensmerkmale sind die *saubere Natur* (98,4%), *Wälder* (94,9%), eine *gute Beschilderung* (93,7%) und *unberührte Natur* (88,9%).

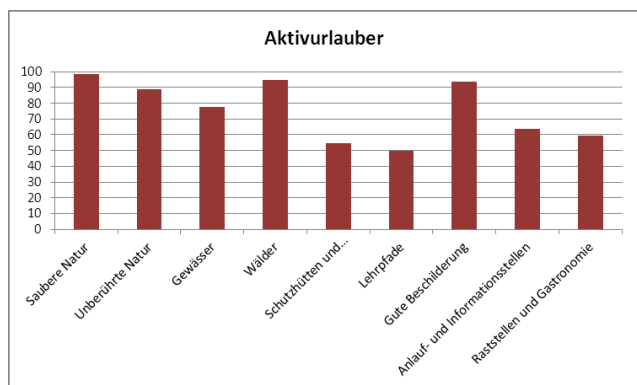


Abb. 12: Gefallensmerkmale Aktivurlauber

Bezüglich der ausgeübten Freizeitaktivitäten sind vereinzelt Übereinstimmungen feststellbar. Den befragten Personen standen folgende Aktivitäten zur Auswahl:

- Spazierengehen / Wandern
- Nordic Walking
- Joggen oder Laufen
- Radfahren
- Mountainbike oder Rennradfahren
- Reiten
- Baden in Seen
- Baden in Hallenbädern, Freibädern oder Thermen
- Wellness- oder Schönheitsangebote nutzen
- Wassersport
- Golf spielen
- Klettern
- Abenteuersportarten
- Freizeit- oder Themenparks besuchen
- Tierparks, Zoo oder Wildgehege besuchen
- Shopping
- Skilanglauf
- Skiabfahrt oder Snowboarden
- Rodeln
- Eislaufen

Es waren mehrere Nennungen möglich. So nehmen *Spazierengehen* oder *Wandern* über alle drei Zielgruppen hinweg einen hohen Stel-

FAKTOREN DER REISEENTSCHEIDUNG

lenwert ein. Die folgenden Übersichten geben die bis zu 10 meist genannten Aktivitäten der Zielgruppen wieder.



Abb. 13: Freizeitaktivitäten Erholungs- und Entspannungsurlauber

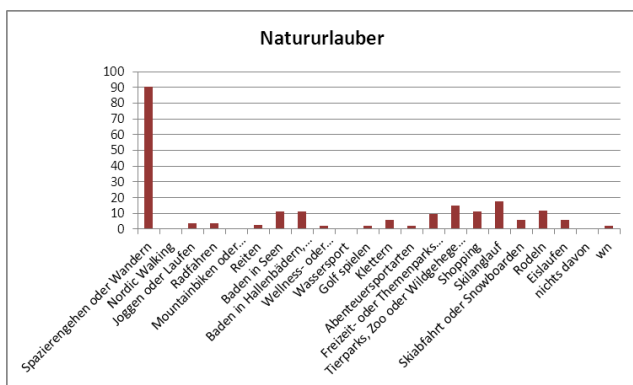


Abb. 14: Freizeitaktivitäten Natururlauber

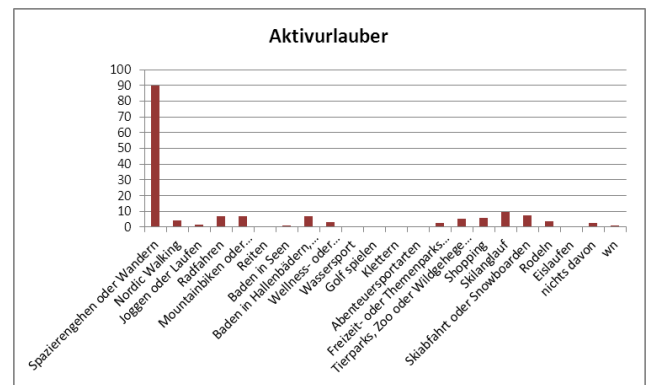


Abb. 15: Freizeitaktivitäten Aktivurlauber

Die Ergebnisse machen deutlich, dass vor allen Aktivitäten in der Natur/ im Freien nachgegangen wird. Für die weitere Arbeit mit den touristischen Leistungsträgern im Harz ist das ein wichtiger Anhaltspunkt, um auch zukünftig verstärkt auf naturgebundene Angebote zu setzen.

Im Anschluss wurden die Urlauber nach der Bedeutung des Wetters auf einer Reise befragt. Hier wird deutlich, dass Wetter und Klima bei der Reiseentscheidung eine wesentliche Rolle spielen. Dies bestätigen auch eine Vielzahl anderer Studien¹. Für 66% der Erholungs- und Entspannungsurlauber spielt das Wetter eine *sehr wichtige* oder *eher wichtige* Rolle. 69,8% der Natururlauber gaben dieselbe Antwort, sowie 62,6% der Aktivurlauber. Die Frage bezog sich dabei auf den Zeitraum vor Reisebeginn.

¹ siehe Reiseanalyse der F.U.R. Kiel

FAKTOREN DER REISEENTSCHEIDUNG

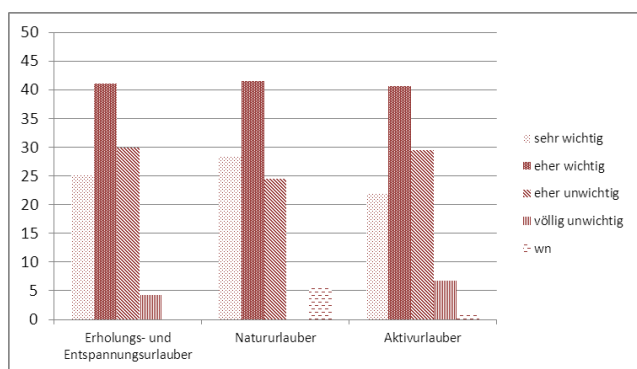


Abb. 16: Wie wichtig ist Ihnen das Wetter bei der Auswahl ihres Urlaubsortes?

Um auch der Bedeutung des Wetters auf Reisen und während des Aufenthalts nachzugehen, wurden mehrere Aussagen formuliert, die die befragten Personen mit ja oder nein beantworten sollten. Hieraus ließ sich die Bedeutung des Wetters für einige Aktivitäten, so

wie die allgemeine Bedeutung des Wetters ableiten. Der Erholungs- und Entspannungsurlauber zeigt sich hierbei am meisten indifferent: obwohl die Antworten vermuten lassen, dass er sich sonniges Wetter wünscht, sticht keine Antwortmöglichkeit auffällig hervor. Ein ähnliches Bild zeigt sich auch für den Natururlauber und den Aktivurlauber. So empfindet ein Großteil der Befragten ein paar Tage Regen im Urlaub als nicht störend. Bei allen Zielgruppen ist der Wert in der Kategorie *nichts davon* relativ hoch. Das lässt vermuten, dass die Aktivitäten der Urlauber weniger durch das Wetter beeinflussbar sind als angenommen. Die Ergebnisse zeigen dennoch, dass der Gast nicht jedem Wetter gegenüber indifferent ist: Die Kategorien *starke Winde empfinde ich als sehr unangenehm* und *schwüles Wetter schränkt mich in meinen Urlaubsaktivitäten ein* erzielen bei allen Zielgruppen hohe Werte. Hierbei spielt auch das Alter der Zielgruppe eine wesentliche Rolle. Vor allem ältere Menschen empfinden schwüles Wetter als unangenehm. *Sonniges Wetter* wird eindeutig von den befragten Personen präferiert.

FAKTOREN DER REISEENTSCHEIDUNG

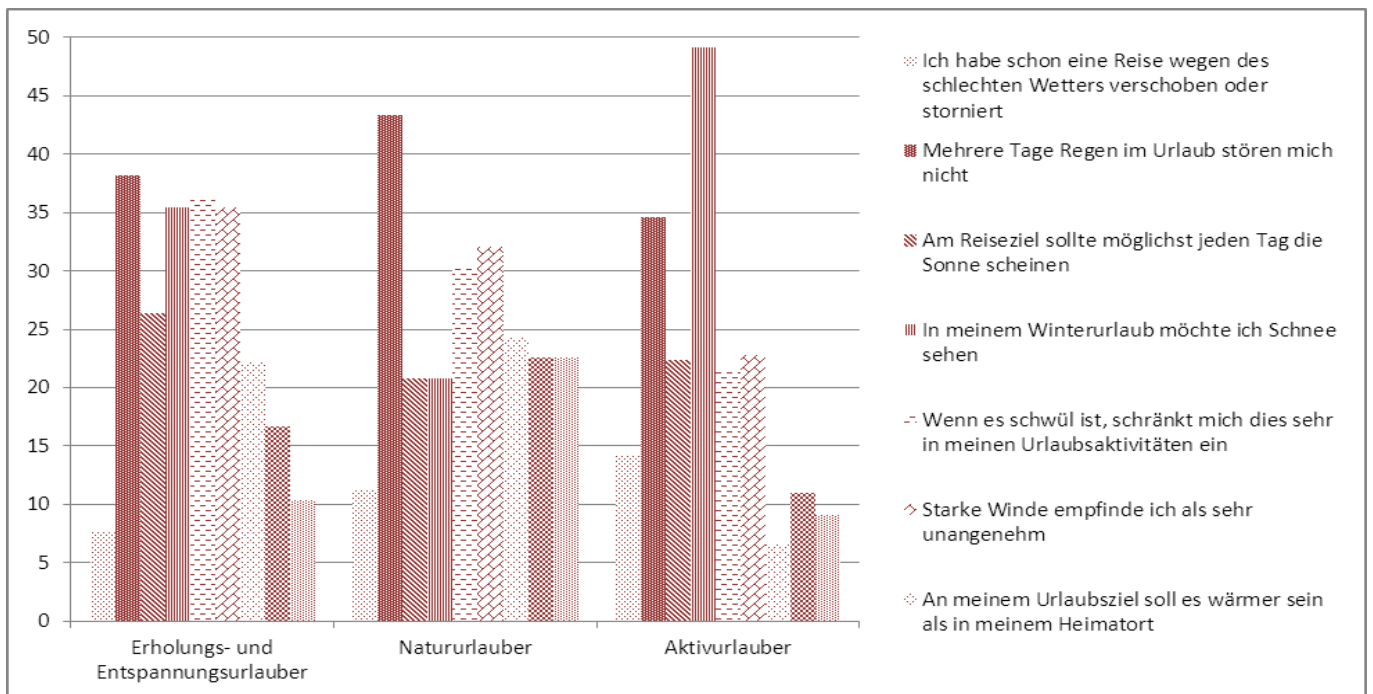


Abb. 17: Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

Hervorzuheben ist hierbei die hohe Zustimmung bzgl. der Aussagen zu den Bedingungen im Wintersport: 35,4% der Erholungs- und Entspannungsurlauber und 49,2% der Aktivurlauber *möchten in ihrem Winterurlaub Schnee sehen*. Die Ergebnisse sind in der Abb. 11 inkludiert.

Es wird deutlich, dass der Gast nicht als wettersensible eingestuft werden kann. Gleichzeitig ist er jedoch nicht jedem Wetter gegenüber indifferent: Die Kategorien *starke Winde empfinde ich als sehr unangenehm* und *schwüles Wetter schränkt mich in meinen Urlaubsaktivitäten ein* erzielen bei den Natururlaubern und den Aktivurlaubern hohe Werte. Hierbei spielt auch das Alter der Zielgruppe eine wesentliche Rolle. Vor allem ältere Menschen empfinden schwüles Wetter als unangenehm.

Im Anschluss sollten die befragten Personen angeben, in welchem Zeitraum sie ihre Reise zukünftig antreten würden, wenn die klimatischen Veränderungen und die dadurch bedingten Wetterveränderungen sie dazu zwingen würden. In diesem Fall würden die befragten Personen aller Zielgruppen den Sommer bevorzugen. Die großen Unsicherheiten, die mit der Prognose zukünftiger Wetter- und Klimaentwicklungen zusammenhängen, spiegeln sich auch in den Antworten wieder. So bleiben der Herbst und das Frühjahr voraussichtlich ebenso beliebte Reisezeiträume.

FAKTOREN DER REISEENTSCHEIDUNG

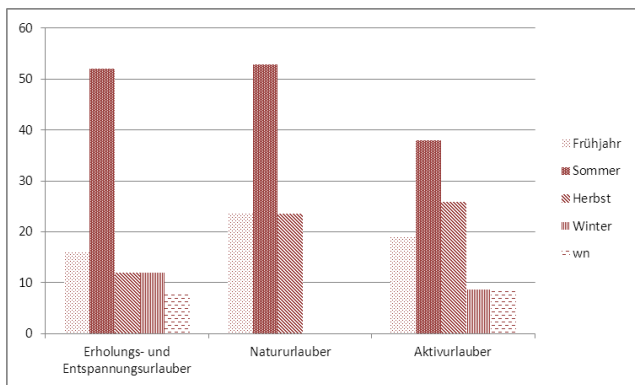


Abb. 18: gewählte Jahreszeit bei Klimawandel

Die Beantwortung wird durch den rein hypothetischen Charakter der Frage bedingt.

ZUSAMMENFASSUNG

Für den **Erholungs- und Entspannungsurlauber** spielen die Natur und der Wald eine vergleichbar wichtige Rolle bei der Entscheidung die Region zu besuchen. 95,8% weisen der Natur eine sehr große Rolle bis große Rolle zu, für den Wald sind es in der gleichen Antwortkategorie 88,9%. Auch ohne den Wald in der Nähe würden immerhin 52,1% der befragten Personen die Lüneburger Heide sicher bzw. vielleicht besuchen, für 44,5% wäre das ein Grund nicht mehr in den Harz zu reisen. Zu den wichtigsten Gefallensmerkmalen bei einem Aufenthalt im Harz zählen für den Erholungs- und Entspannungsurlauber die *saubere Natur*, sowie eine *gute Beschilderung* und die *Wälder. Spaziergehen oder Wandern, Shopping* und Entspannung, in Form von *Baden in Hallenbädern, Freibädern oder Thermen* zählen zu den beliebtesten Freizeitaktivitäten in dieser Zielgruppe. Aufgrund der erst genannten Aktivitäten, bestätigen sich die Angaben zu den Gefallensmerkmalen. Für 2/3 der befragten Personen in der Zielgruppe spielt das Wetter eine wichtige Rolle im Reiseentscheidungsprozess. Mehrere Tage Regen während des Urlaubs stören den Erholungs- und Entspannungsurlauber weniger, schwüles Wetter oder starke Winde hingegen schon. Zudem wird der Wunsch nach sonnigen Wetter häufiger geäußert.

Für den **Natururlauber** spielt die Natur eine sehr große Rolle bei der Entscheidung die Region zu besuchen. 100% der befragten Personen gaben die Antwort *sehr große Rolle* oder *große Rolle*. Eine ähnlich hohe Zustimmung erhält die Bedeutung des Waldes in der Region. Hier wählten 96,2% die Antwort *sehr große Rolle* oder *große Rolle*. Im Gegensatz zur Erholungs- und Entspannungsurlauber spielt für den Natururlauber auch das Vorhandensein des Waldes eine sehr große Rolle. Dementsprechend gaben bei der Frage, ob sie die Region auch ohne den Wald in der Nähe besuchen würden 67,9% *nein, eher nicht* oder *nein, sicher nicht* als Antwort. Der Stellenwert des Waldes ist somit höher als beim Erholungs- und Entspannungsurlauber. Für den Natururlauber stellen eine *saubere und unberührte Natur*, sowie *Wälder* und eine *gute Beschilderung* die wichtigsten Gefallensmerkmale dar. Zu den Freizeitaktivitäten des Natururlaubers zählen *Spaziergehen oder Wandern*, genauso wie *Tierparks, Zoo oder Wildgehege besuchen, Baden in Seen und Baden in Hallenbädern, Freibädern oder Thermen*. Zudem übt er im Winter gern *Skilanglauf, Skiabfahrt oder Snowboarden, Rodeln und Eis laufen* aus. Für 69,8% der befragten Personen in der Zielgruppe

der Natururlauber spielt das Wetter eine sehr wichtige bis eher wichtige Rolle. Dies lässt sich ebenso in den Aussagen zur Bedeutung des Wetters erkennen: so gaben 43,4% an, dass sie mehrere Tage Regen während des Aufenthalts nicht stören würden. Schwüles Wetter und starke Winde würden den Natururlauber hingegen mehr einschränken.

Für den **Aktivurlauber** hat die Natur einen ähnlich hohen Stellenwert wie für den Natururlauber: 97,6% gaben an, dass die Natur bei ihrer Reiseentscheidung eine *sehr große Rolle* oder *große Rolle* spielt. Für 96,2% spielt auch der Wald eine sehr große Rolle oder große Rolle bei der Reiseentscheidung. Die hohe Bedeutung des Waldes wird allerdings nicht durch die Frage gestützt, ob der Aktivurlauber auch in den Harz reisen würde, wenn es den Wald nicht gäbe. Darauf antworteten 60,2% mit eher nicht bzw. sicher nicht. Immerhin 38,6% würden dennoch sicher oder vielleicht in den Harz reisen. Für den Aktivurlauber stellen eine *saubere und unberührte Natur*, sowie *Wälder* und eine *gute Beschilderung* die wichtigsten Gefallensmerkmale dar. Während seines Aufenthalts geht der Aktivurlauber vor allem Aktivitäten im Freien nach. Hierzu zählen *Spaziergehen oder Wandern, Radfahren*, sowie *Mountainbiken*. Im Winter übt er zudem Wintersport in Form von *Skilanglauf und Skiabfahrt oder Snowboarden* aus. Unter den Aktivurlaubern ist außerdem das *Baden in Hallenbädern, Freibädern oder Thermen* eine gern gesehene Freizeitaktivität. Auch für den Aktivurlauber spielt das Wetter eine sehr wichtige bzw. eher wichtige Rolle (62,6%). Bei der Ausübung seiner Aktivitäten im Urlaub stört ihn regnerisches Wetter im Urlaub weniger (34,6%), schwüles oder stürmische Wetter hingegen schon. Aufgrund seiner Wintersportaffinität möchte er Schnee während seines Winterurlaubs haben (49,2%).

ART DES WALDES UND AUSWIRKUNGEN DES KLIMAWANDELS

In einem letzten Analyseschritt sollen nun die Angaben der drei Zielgruppen zu ihrer bevorzugten Waldart untersucht werden. Zudem wurden den befragten Personen einige Einflüsse aufgezählt, denen der Wald ausgesetzt ist, mit der Bitte die Faktoren zu nennen, die sie am meisten stören.

In allen Zielgruppen ist der Mischwald am beliebtesten, gefolgt von naturbelassenem Wald und Nadelwald. Die befragten Personen konnten unter den aufgeführten Waldarten mehrere Antworten auswählen. Eine Aufstellung der Nordwestdeutschen Forstlichen Versuchsanstalt zeigt die momentane Baumartenverteilung des Landeswaldes Harz. Demnach dominiert mit 70% die Fichte, gefolgt der Buche (21%). Laut LÖWE Waldbauprogramm bleibt der Harz auch zukünftig ein sicheres Fichteangebietet. Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass die Ist-Situation nicht mit den bevorzugten Waldarten der Befragten übereinstimmen.

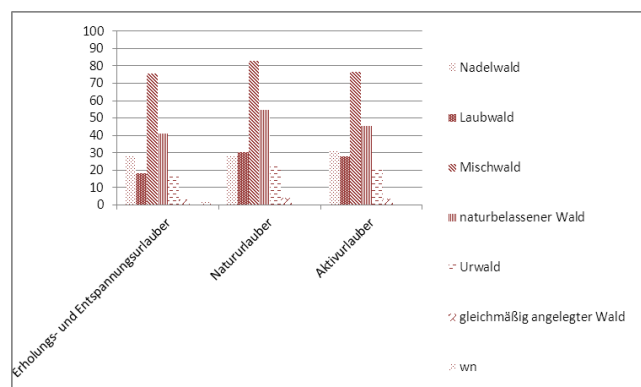


Abb. 19: bevorzugte Waldart

Unter den Missfallensmerkmalen in Wäldern werden am häufigsten Schäden durch Borkenkäfer und abgeholzte Flächen genannt. Der Borkenkäfer stellt aufgrund der Fichte Monokulturen in Gebieten des Harzes ein großes Problem dar. Die Forstwirtschaft geht diesem Problem schon seit geraumer Zeit nach. Der Tourismus hat reagiert und bietet geführte Touren entlang besonders betroffener Gebiete

durch, um auf die Folgen durch den Befall von Parasiten aufmerksam zu machen. Aufgrund klimatischer Veränderungen ist zukünftig mit vermehrt auftretenden Schäden durch Parasiten und Insekten zu rechnen.

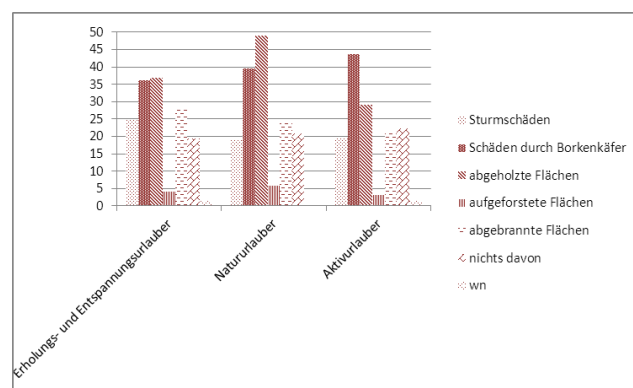


Abb. 20: störende Faktoren im Wald

ZUSAMMENFASSUNG

Der 75,7% der **Erholungs- und Entspannungsurlauber** bevorzugen einen *Mischwald*, weitere 41% den *naturbelassenen Wald*. Die Waldarten *Nadelwald* (28,5%), *Urwald* (16,7%), *Laubwald* (18,1%) und *gleichmäßig angelegter Wald* (2,8%) bekommen deutlich weniger Zuspruch. Während seines Aufenthalts im Wald empfinden 36,8% der Erholungs- und Entspannungsurlauber *abgeholzte Flächen* als störend, weitere 36,1% *die Schäden durch Borkenkäfer*.

Für 83% der **Natururlauber** ist der *Mischwald* die bevorzugte Waldart. 54,7% der befragten Personen nannten auch den *naturbelassenen Wald* und je ca. 30% den *Nadelwald* und den *Laubwald*. Weniger Ansehen genießen der *Urwald* (22,6%), sowie der *gleichmäßig angelegter Wald* (3,8%). Auch der Natururlauber empfindet *abgeholzte Flächen* (49,1%), sowie die *Schäden durch Borkenkäfer* (39,6%) als störend.

Der **Aktivurlauber** bevorzugt den *Mischwald* (76,4%), gefolgt von *naturbelassener Wald* (45,3%) und *Nadelwald* (30,7%). Deutlich weniger Nennungen erzielen die restlichen Waldarten. Auch er empfindet *abgeholzte Flächen* (29,1%) und *Schäden durch Borkenkäfer* (43,7%) als störend.

TEAM & IMPRESSUM

Weitere Informationen zum Projekt KLIFF finden Sie auf unserer Homepage
<http://www.leuphana.de/professuren/tourismusmanagement/forschung-projekte/kliff.html>

Das KLIFF Team bedankt sich bei Hopp&Partner, Berlin, für die Unterstützung bei der Durchführung der Befragung.

Bei Fragen stehen wir Ihnen sehr gern zur Verfügung!

Prof. Dr. Edgar Kreilkamp
Larissa Kirmair, M.A.
Dipl.-Kffr. Anne Kotzur

Fon +49.4131.677-2171
Fax +49.4131.677-2179
tourismus@leuphana.de
www.leuphana.de/tour

Lüneburg, Juni 2012