



**LEUPHANA**  
UNIVERSITÄT LÜNEBURG

KLIFF Gästebefragung Harz – Deskriptive Gesamtauswertung



Sehr geehrte Damen und Herren,

der Lehrstuhl für Tourismusmanagement der Leuphana Universität Lüneburg hat im Rahmen des Forschungsprojekts KLIFF (Klimafolgenforschung in Niedersachsen) zwischen Juli 2010 und Juni 2011 eine umfangreiche Gästebefragung im Harz und in der Lüneburger Heide durchgeführt.

Insgesamt wurden 500 face-to-face Interviews zu allen vier Jahreszeiten im Harz durchgeführt. Die Schwerpunkte unserer Befragung waren die Reiseentscheidung und die Klimawahrnehmung der Gäste. Der Fragebogen war in die 5 Kategorien:

- Besuch und Besuchsmotive
- Zufriedenheit mit Natur und Wald
- Freizeitaktivitäten
- Wetter
- Klima

unterteilt. Unterstützt wurden wir in der Ausführung von dem Marktforschungsinstitut Hopp & Partner, Berlin.

Unser Ziel war es, wichtige Informationen über die Urlaubswünsche der Gäste und über Ihre Meinung zur Naturlandschaft zu erhalten. Die Ergebnisse der Befragung sind grundlegend für die regionale Tourismusentwicklung. Sie führen zu einem besseren Verständnis der Gäste und liefern zugleich Aufschluss über die Akzeptanz von Klimaschutzmaßnahmen in den Tourismusregionen.

Unsere Befragung stellte den naturaffinen Urlauber in den Mittelpunkt. Die Wahl der Befragungsstandorte wurde dementsprechend ausgewählt. Die Kontaktierung der Urlauber erfolgte mit Hilfe eines Interviewers, der an den Befragungsstandorten die Gäste direkt angesprochen hat. Die Auswahl der befragten Personen erfolgte nach dem Zufallsprinzip. Von der Befragung ausgeschlossen waren Bewohner der Untersuchungsregion.

Gästebefragung Harz 2010/2011

Nach einer Besichtigung wurden folgende Standorte ausgewählt:

- St. Andreasberg (Parkplatz am Mathias-Schmidt-Berg)
- Thale (Hexentanzplatz)
- Schierke (nahe Brockenbahn)
- Drei-Ahnen-Hohne (Parkplatz und Bahnhof der Brockenbahn)
- Braunlage (Parkplatz Wurmbergseilbahn)
- Molkenhaus (nahe Wildtierfütterung)
- Rübeland (Tropfsteinhöhle)
- Torfhaus

An jedem Standort sollten Interviews durchgeführt werden. Aufgrund der Standortänderungen im Laufe der Befragung wurde auf eine exakte Gleichverteilung der Interviews verzichtet.

Wir konnten mit Hilfe unserer Befragung viele interessante Ergebnisse erzielen und haben diese für Sie in dieser Broschüre aufbereitet.

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.

Viel Spaß beim Lesen wünschen

Prof. Dr. Edgar Kreilkamp, Larissa Kirmair und Anne Kotzur

Lehrstuhl für Tourismusmanagement  
Leuphana Universität Lüneburg

## **Auswertung der Gästebefragung im Harz**

1. Modul A: Besuch und Besuchsmotive
2. Modul B: Zufriedenheit mit Natur und Wald
3. Modul C: Freizeitaktivitäten
4. Modul D: Wetter
5. Modul E: Klima

## **Team & Impressum**

# BESUCH UND BESUCHSMOTIVE

Der Harz wurde von der Mehrheit der befragten Personen schon einmal bereist. 29% gaben an, die Region bereits 2 – 5 Mal besucht zu haben. Weitere 24% waren sogar zwischen 6 – 20 Mal in der Region. Bei den Befragten, die bereits 2 – 5 Mal den Harz besucht haben, ist die Altersgruppe *50 – 59 Jahre* am stärksten (33%) vertreten. Unter den 24% die bereits 6 – 20 Mal im Harz waren, sind die Altersgruppen ab 40 Jahren am häufigsten vertreten. Die befragten Personen, die angaben, den Harz mehr als 21 Mal besucht zu haben, sind vorrangig der Altersgruppe ab 60 Jahre zuzuordnen (24%). Für immerhin 14% handelte es sich um den ersten Aufenthalt. Hierin ist die Altersgruppe *30 - 39 Jahre* am stärksten vertreten (19%). Die Gruppengröße beläuft sich auf 2 Personen (33%) oder 3 Personen (41%). Die Ergebnisse geben die hohe Bedeutung der Stammurlauber wieder.

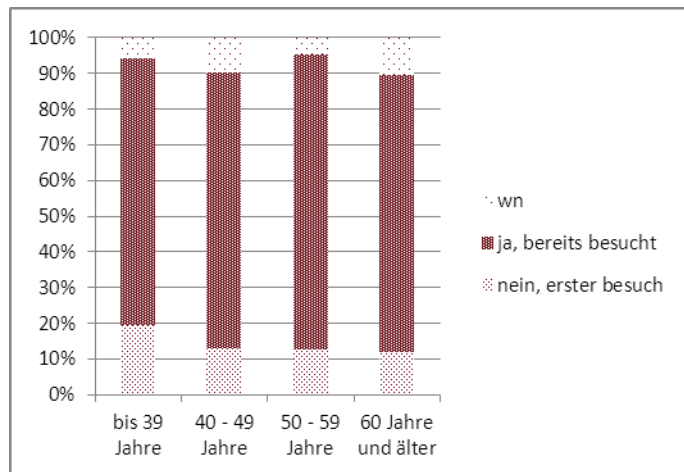


Abbildung 1: Anzahl der Besuche in Altersgruppen

96% der befragten Personen bereisen die Region privat, nur 3% der Reisenden sind geschäftlich unterwegs. Eine Kur spielt bei den Besuchern eine untergeordnete Rolle. Nur 3% gaben an, für einen Kuraufenthalt die Region zu bereisen.

Für die Anreise legen die Befragten im Mittel 222,1 km zurück. 48% sind bereit bis zu 200 km von ihrem Wohnort zu ihrem Zielort zurückzulegen. Weitere 23% haben sogar eine Anreise bis zu 300 km Entfernung. Hier ist die Altersgruppe *50 – 59 Jahre* am stärksten vertreten.

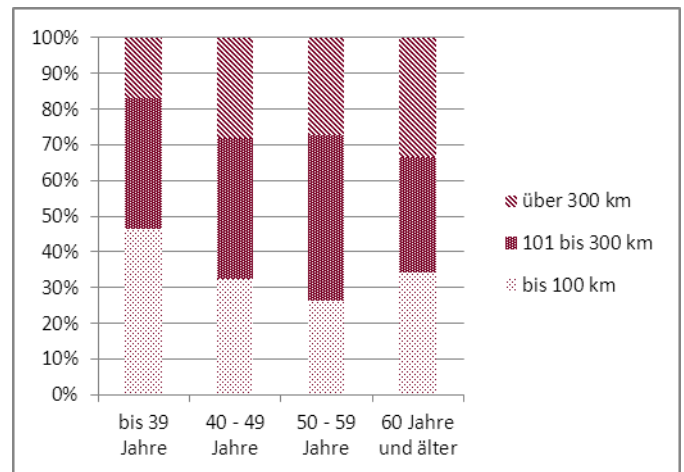


Abbildung 2: zurückgelegte Entfernung in Altersgruppen

63% der befragten Personen sind auf einer mehrtägigen Urlaubsreise, bei 34% handelt es sich um einen Tagesausflug. Für einen Tagesausflug nehmen 76% bis zu 100 km Entfernung in Kauf. Bei den mehrtägigen Aufenthalten gaben 94% der befragten Personen an, eine Anreise von über 300 km zu haben.

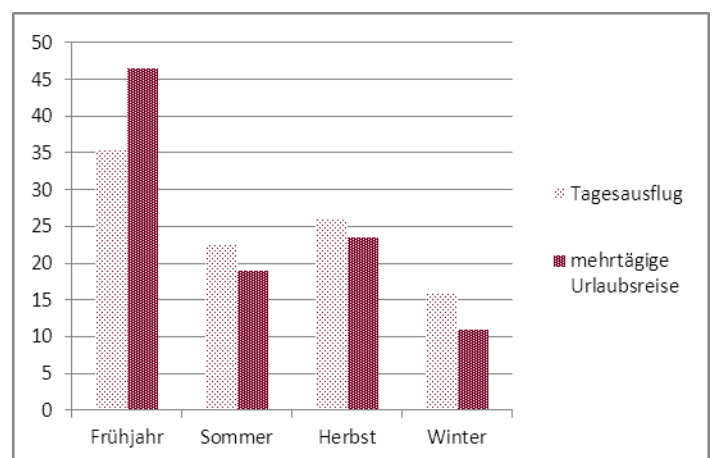


Abbildung 3: Machen Sie gerade einen Tagesausflug oder eine mehrtägige Urlaubsreise? (in %)

# BESUCH UND BESUCHSMOTIVE

29% bleiben 5 Nächte oder länger. Am stärksten vertreten sind darin die Altersgruppen *50 – 59 Jahre* (35%), sowie *60 Jahre und älter* (39%).

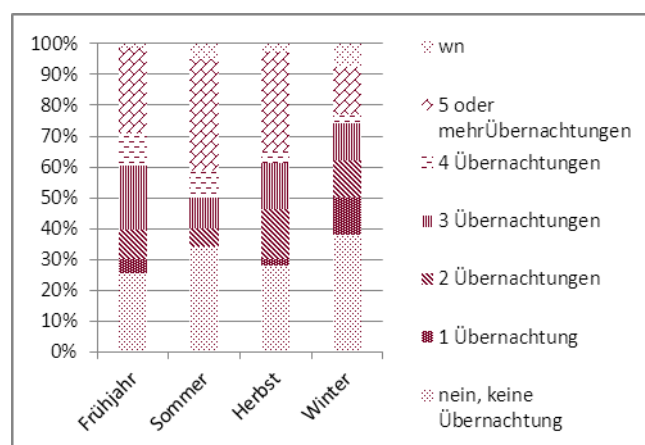


Abbildung 4: Übernachtungen nach Jahreszeiten (in %)

Schwierig gestaltet sich eine eindeutige Aussage zu den Übernachtungsorten. Es wird vermutet, dass dies auf die Größe der Untersuchungsregion und die Vielfalt des Übernachtungsangebots zurückzuführen ist. Zudem spielt der Befragungsstandort, an dem das Interview stattfand, bei den Angaben eine entscheidende Rolle. Als Antwortkategorien standen die größten Ortschaften im Harz zur Auswahl. Am häufigsten genannt wurden die Städte Bad Harzburg (13%), Braunlage (12%), Schierke (10%), Wernigerode (10%), und Altenau (9%).

Auf die Frage, als was für einen Urlaubertyp sich die befragten Personen bezeichnen, gaben 28% den *Wanderurlauber* an. Auch die Typologien *Aktivurlauber* (20%), *Erholungsurlauber* (19%) und *Natururlauber* (10%) erfreuten sich großer Beliebtheit. Es muss darauf hingewiesen werden, dass die Befragungsstandorte naturnah gewählt wurden und die Rangfolge somit die gewünschte Zielgruppe widerspiegelt. Dennoch sind im Harz neben den Aktivurlaubern, die gern Wandern und in der Natur unterwegs sind, sowie den Gesundheitsurlaubern, auch Kultururlauber stark vertreten. Die The-

men Natur, Spaß und Kultur stellen die zentralen Themen des Harzer Tourismusverbands dar.<sup>1</sup>

Unter den *Wanderurlaubern* sticht die Altersgruppe *50 – 59 Jahre* mit 34% hervor, bei den *Aktivurlaubern* ist es mit 36% die Altersgruppe bis 39 Jahre. Die Verteilung der Urlaubertypen innerhalb der Altersgruppe ist ansonsten nahezu gleich.

<sup>1</sup> vgl. Homepage des Harzer Tourismusverband e.V. ([www.harzinfo.de](http://www.harzinfo.de))

# BESUCH UND BESUCHSMOTIVE

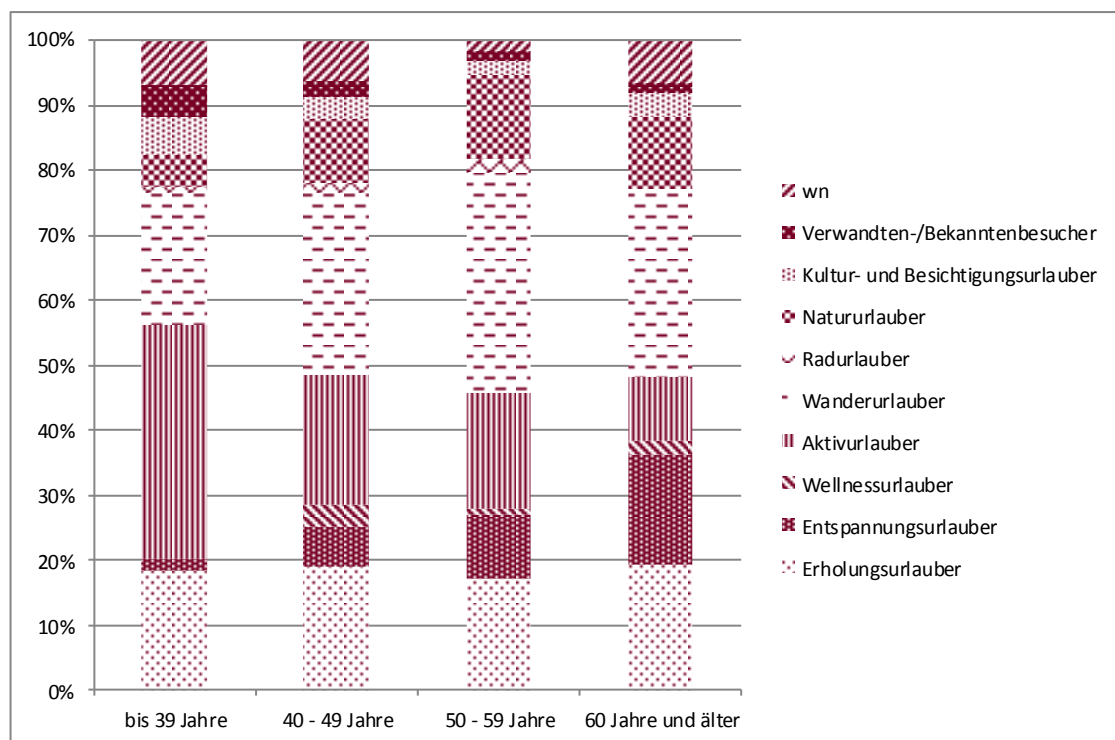


Abbildung 5: Urlaubertypen in Altersklassen

Der *Erholungs-* und *Entspannungsurlauber* ist in allen Altersgruppen stark vertreten. Unterschiede fallen bei dem Urlaubertyp *Aktivurlauber* auf. Dieser ist nur in den Altersgruppen *bis 39 Jahre*, sowie *40- 49 Jahre* und *60 Jahre und älter* häufig vertreten. Der *Wanderurlauber* wurde vor allem in der Altersgruppe *40 – 49 Jahre* angegeben. Auffällig ist zudem die häufige Nennung der *Verwandten- und Bekanntenbesucher*, der in allen Altersgruppen häufig genannt wurde und in der Reihenfolge vor den restlichen Urlaubertypen rangiert.

Auch die Betrachtung der Jahreszeiten gibt kein anderes Bild.

# BESUCH UND BESUCHSMOTIVE

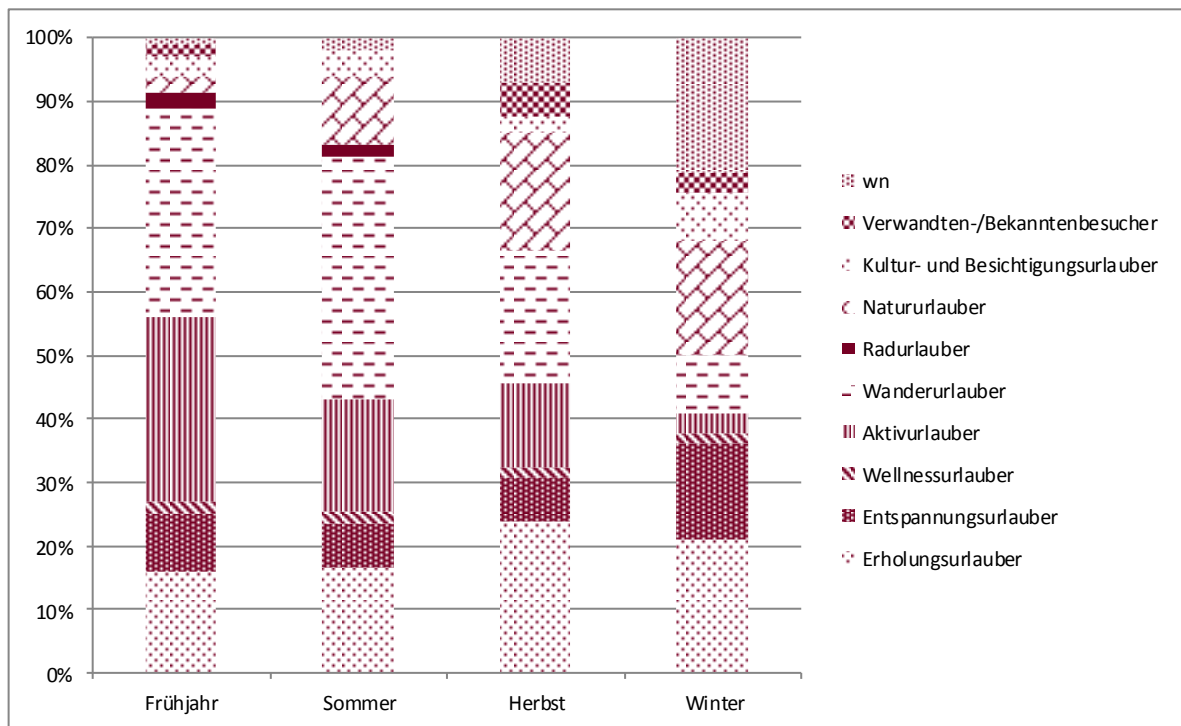


Abbildung 6: Urlaubertypen nach Jahreszeiten

Die Natur ist ein wichtiger Entscheidungsfaktor bei der Reise in den Harz. Für 60% spielt die Natur eine *sehr große* Rolle, für weitere 35% eine *große* Rolle. Die hohe Bedeutung gilt für alle Altersgruppen. Bei der Entscheidung den Harz zu besuchen spielt ebenso der Wald für 52% eine *sehr große* Rolle und bei 38% eine *große* Rolle. Auch hier ist die Bedeutung über alle Altersgruppen hinweg hoch bzw. sehr hoch. *Saubere Natur, Wälder, gute Beschilderung, unberührte Natur* und *Gewässer*<sup>2</sup> wurden als die wichtigsten Aspekte für den Aufenthalt im Harz benannt.

<sup>2</sup> Rangfolge ergibt sich aus den Mittelwerten der befragten Personen



# BESUCH UND BESUCHSMOTIVE

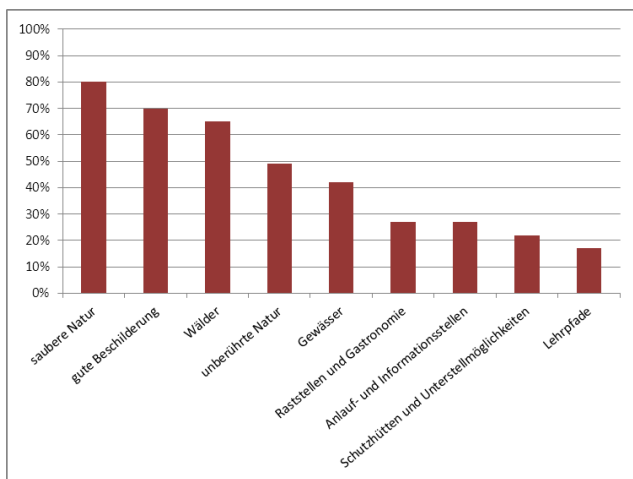


Abbildung 7: Bedeutende Aspekte für den Aufenthalt im Harz (Antwortmöglichkeit: sehr wichtig)

# ZUFRIEDENHEIT MIT NATUR UND WALD

Auf die Frage, was den befragten Personen im Harz in Zusammenhang mit Urlaub zum Thema Wald einfällt, war die meist genannte Antwort *Wandern, Radfahren, Spazieren*. Die Antwort stimmt mit den Erkenntnissen zu den Urlaubertypologien aus dem Modul A überein. Passend zu den weiteren Urlaubertypologien verzeichneten die Antworten *Natur, Landschaft, Grün, sowie Erholung, Entspannung, Alltag entfliehen, Energie aufftanken* vermehrt Zustimmung. Bei den einzelnen Antwortmöglichkeiten sind keine signifikanten Unterschiede in den Altersklassen feststellbar. Die Frage war offen formuliert und die Antworten nicht vorgegeben. 24% der befragten Personen verbinden keine Assoziation zum Thema Wald.

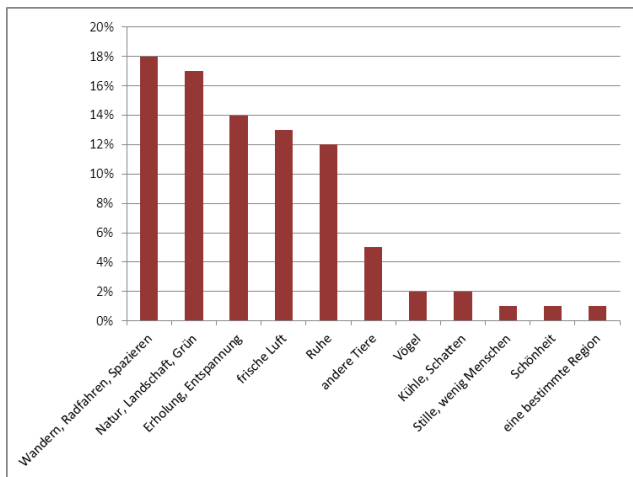


Abbildung 8: Assoziationen zum Wald<sup>3</sup>

Unter den Waldarten fanden vor allem der *Mischwald* und der *naturbelassene Wald* den größten Gefallen. Die vorgegebenen Waldarten wurden nicht erläutert. Es ist daher davon auszugehen, dass der Wald romantisiert wird und die Vorstellungen der befragten Personen mit dem tatsächlichen Eigenschaften der von ihnen bevorzugten Waldarten nicht übereinstimmen oder sie keine konkreten Angaben zu den Charakteristika der bevorzugten Waldart machen können. Nur 1% der befragten Personen gab keine Präferenz zu der

bevorzugten Waldart ab. Die Gesamtangabe entspricht den Nennungen über alle Altersklassen hinweg.

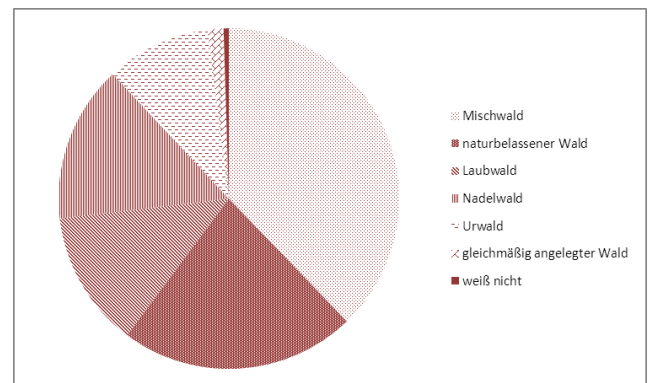


Abbildung 9: Bevorzugte Waldart (in %)

Anschließend sollten die befragten Personen die Schönheit des Waldes einschätzen in dem sie gerade unterwegs waren. 44% schätzten ihn als *sehr schön* ein, weitere 43% als *schön*. 7% der befragten Personen gaben an, dass sie während ihres Aufenthalts noch keinen Wald besucht hätten. Keine Nennungen hatte die Kategorie *gar nicht schön*. Die Verteilung über die Altersgruppen ist bei allen Antwortmöglichkeiten nahezu gleich. Die Antworten lassen auf eine hohe Zufriedenheit der befragten Personen mit dem besuchten Wald schließen.

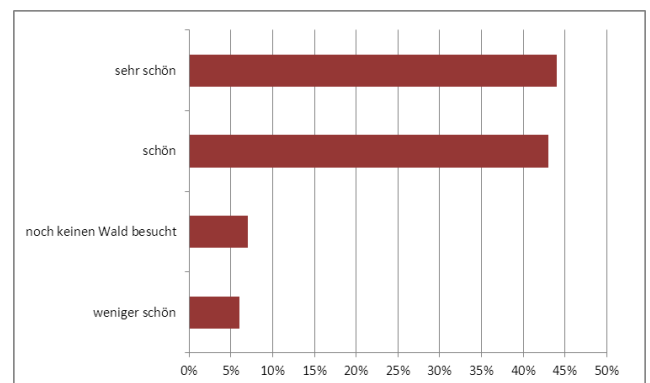


Abbildung 10: Beurteilung des besuchten Waldes

<sup>3</sup> keine Berücksichtigung findet die Antwortmöglichkeit *Sonstiges*

# ZUFRIEDENHEIT MIT NATUR UND WALD

Mit der Frage, ob die Urlauber den Harz auch besuchen würden, wenn es den Wald nicht gäbe, konnte die hohe Bedeutung des Waldes bei der Entscheidung den Harz zu besuchen bestätigt werden. 26% der befragten Personen würden den Harz dennoch *sicher* besuchen; 28% würden den Harz *eher nicht*, 26% sogar *sicher nicht* besuchen. Bei den Antworten sind keine signifikanten Unterschiede in den Altersklassen feststellbar. Das Ergebnis verdeutlicht erneut die hohe Bedeutung des Waldes für die Urlaubsregion Harz. Der Wald als Erholungsspende gewinnt an Bedeutung und dient den Urlaubern aus gesundheitlichen Gründen und zum Zweck der Naherholung, zur sportlichen Betätigung oder aus Erlebnis- und Abenteueranliegen. Daher muss dem Schutz und der Untersuchung des Waldes unter veränderten klimatischen Bedingungen auch aus touristischer Sicht eine hohe Bedeutung beigemessen werden.

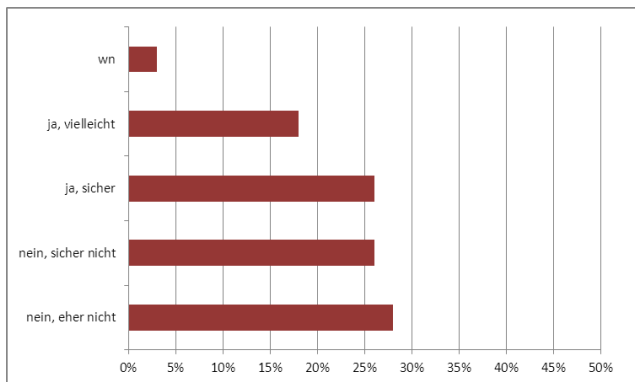


Abbildung 11: Besuch der Region ohne Wald

Bei der Frage nach den **Gefallensmerkmalen** bzgl. Natur und Wald gaben 42% der befragten Personen keine eindeutige Antwort. Mit jeweils 12% wurden *Natur*, *Landschaft*, *Grün* und *Ruhe* am häufigsten genannt. Auch *Sauberkeit*, *wenig Müll Grün*, *(Rad-)Wege*, *Boden*, *Beschilderung* und *Naturbelassenheit* wurden mehrfach genannt. Die Antworten stimmen mit den Besuchsmotiven, sowie der Urlaubertypologie überein. Hinsichtlich der **Missfallensmerkmale** gaben 56% *weiß nicht* an, allerdings wurde *Müll* häufiger negativ angemerkt. Die Fragen wurden offen formuliert. Aus den Ergebnissen lässt sich ebenfalls eine hohe Zufriedenheit ableiten. Weiterhin wurden die Urlauber nach den für sie **störenden Faktoren im Wald** gefragt. Besonders auffällig sind für die Besucher demnach *Schä-*

*den durch Borkenkäfer*, sowie *abgeholzte Flächen*. *Sturmschäden* wurde von 21% der befragten Personen und *aufgeforstete Flächen* von immerhin 4% der befragten Personen genannt. 22% der befragten Personen gaben an, dass sie keinen der genannten Faktoren als störend empfinden. Weitere 3% beantworteten die Frage mit *weiß nicht*. Bei der Frage nach den störenden Faktoren war eine Mehrfachnennung der vorgegebenen Antwortmöglichkeiten möglich.

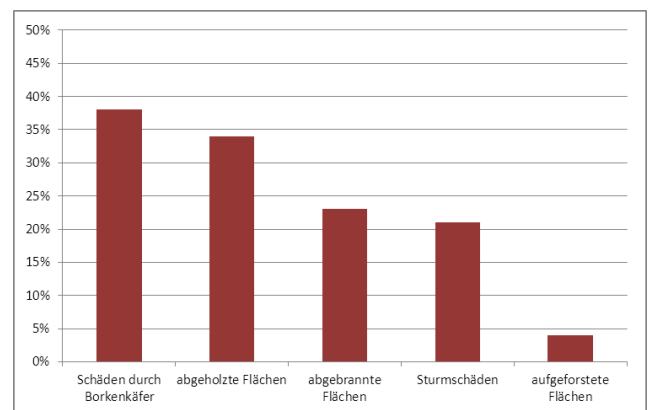


Abbildung 12: störende Faktoren im Wald (Mehrfachnennungen möglich) (in %)

Abschließend sollten die befragten Personen die Anzahl der Angebote im Wald beurteilen. Die Antwortkategorien waren vorgegeben. Jede Kategorie wurde einzeln beurteilt. Das Angebot an *Lehrpfaden*, *Sitzgruppen*, *Ruhebänken*, *Informationsstellen* oder *Walderlebniszentren*, *Infotafeln*, *Beschilderungen* und *Parkplätzen* wurde überwiegend als *genau richtig* beurteilt<sup>4</sup>. Verbesserungsbedarf<sup>5</sup> besteht hinsichtlich *Schutzhütten*, *Ruhebänken*, *Beschilderung* und *Mülleimern*. Wenig Nachfrage<sup>6</sup> erfahren die Angebote an *Trimm-Dich-Einrichtungen*, *Kinderspielplätzen*, *Reitwegen* und *Radwegen*. Keine eindeutige Antwort konnte bzgl. des Angebots *Feuerstellen* und *Grillplätzen* erzielt werden. Die Anzahl der Befragten, die mit *weiß nicht* antworteten, ist in vielen Antwortkategorien hoch. Bei dieser

<sup>4</sup> über 45% der befragten Personen wählten die Antwort *genau richtig*

<sup>5</sup> über 20% der befragten Personen wählten die Antwort *solte mehr geben*

<sup>6</sup> über 50% der befragten Personen wählten die Antwort *weiß nicht*

# ZUFRIEDENHEIT MIT NATUR UND WALD

Frage muss bedacht werden, dass der überwiegende Teil der befragten Personen älter als 50 Jahre ist (52%) und ohne Kinder reist. Bei Familien mit Kindern oder Einzelpersonen mit Kindern würde die Frage mit hoher Wahrscheinlichkeit anders beantwortet werden.

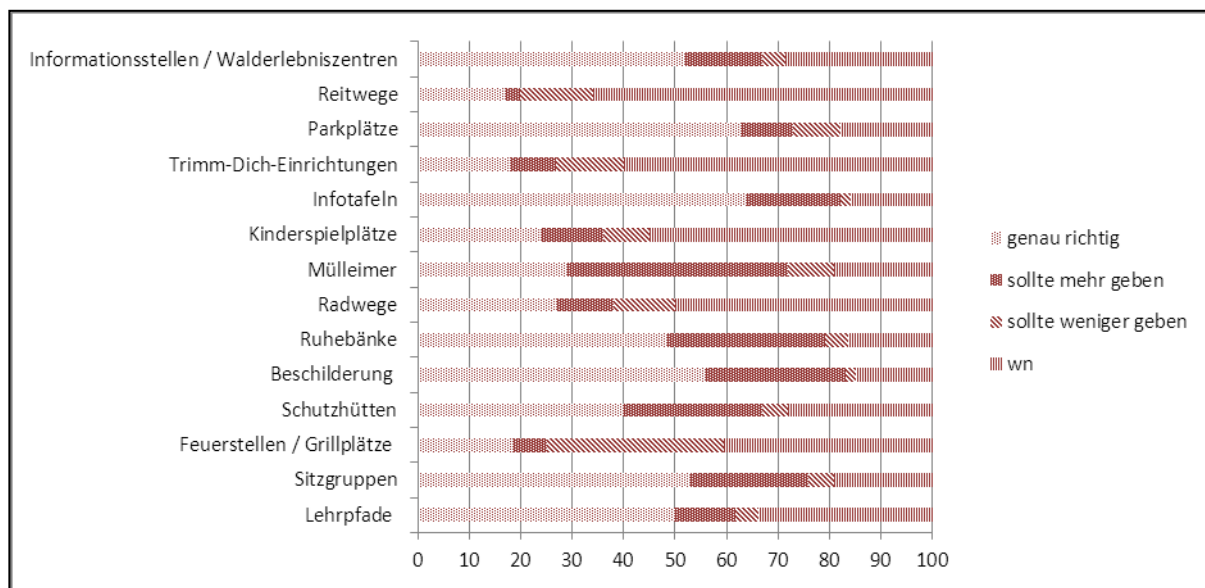


Abbildung 13: Beurteilung der Anzahl der Angebote im Wald

# FREIZEITAKTIVITÄTEN

Bei der Frage nach den ausgeübten Freizeitaktivitäten waren die Antwortmöglichkeiten vorgegeben und Mehrfachnennungen möglich. Im Harz sind die Top 5-Aktivitäten: Spaziergehen oder Wandern, Shopping, Baden in Hallenbad, Freibädern oder Thermen, Tierparks, Zoos oder Wildgehege besuchen und Freizeit- und Themenparks besuchen. Spazieren gehen oder Wandern ist über alle Altersklassen hinweg die mit Abstand beliebteste Aktivität. Die anderen Aktivitäten weisen je nach Altersklasse Unterschiede auf. Die Antworten variieren zudem je nach Jahreszeit.

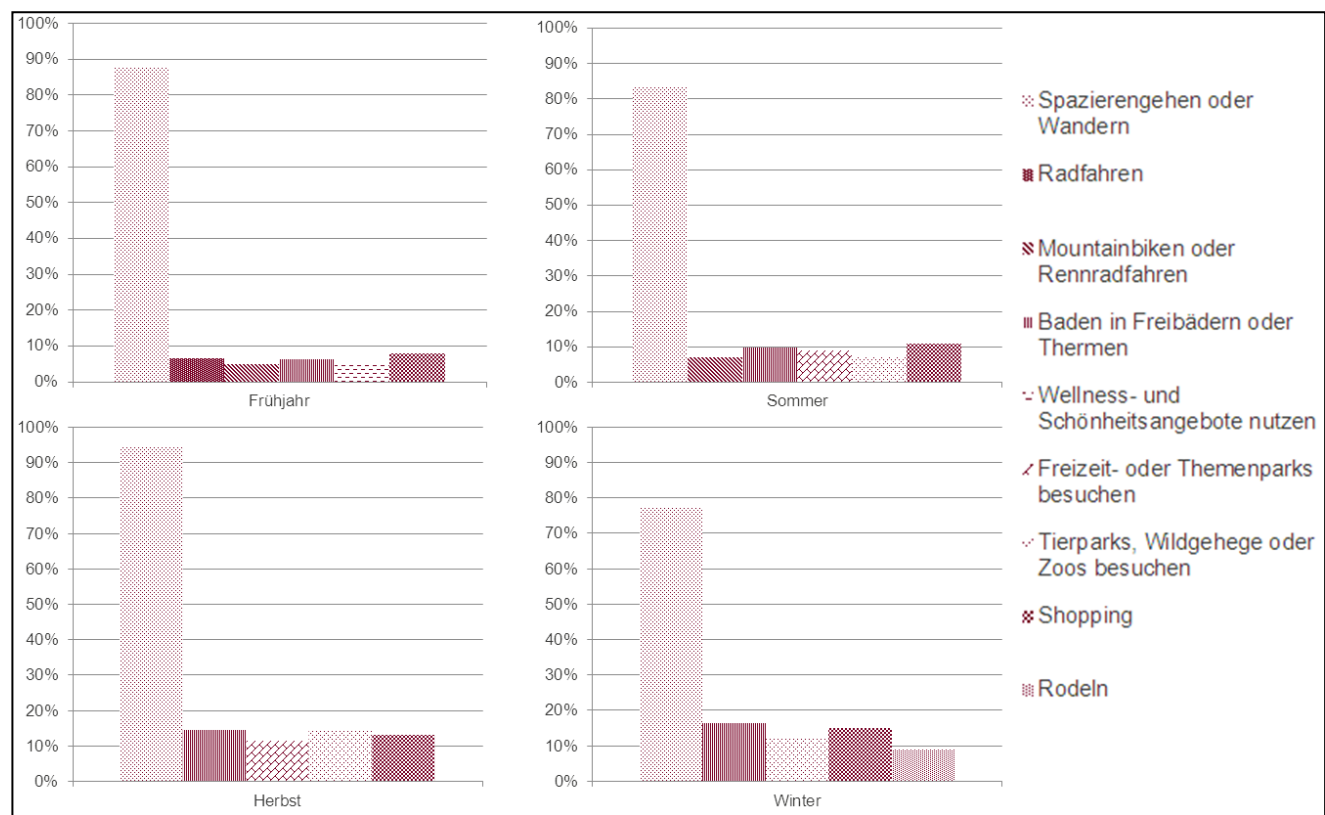


Abbildung 14: Freizeitaktivitäten nach Jahreszeit

# FREIZEITAKTIVITÄTEN

Die befragten Personen sollten anschließend die **Gefallensmerkmale** bei Wander- und Radwegen benennen. Bei den Wander- und Radwegen erfreuen sich die Urlauber besonders an der *Natur*, der *Aussicht* und der *Ruhe*.

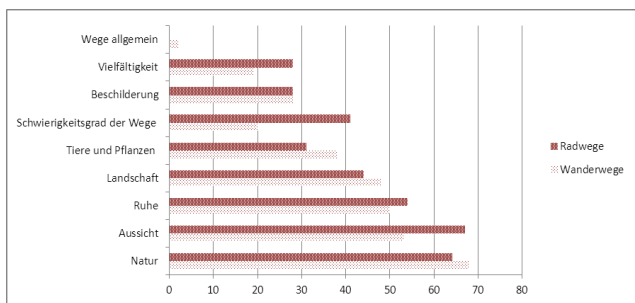


Abbildung 15: Gefallensmerkmale Wander- und Radwege<sup>7</sup> (in %)

Weiterhin wurden die Urlauber nach ihrer bevorzugten Art der Rad-, Wander- bzw. Lauftouren gefragt. *Selbst geplante Touren* führen die Präferenzliste an, gefolgt von *ausgeschilderte Rundwege*. Nur 8% der befragten Personen gaben keine Präferenz an. Das Gesamtergebnis spiegelt die Nennungen in den Altersklassen wider.

In Verbindung mit den Freizeitaktivitäten wurden die Besuchsmotive konkreter als im Modul A abgefragt. Auf die Frage, welche Gründe für den derzeitigen Besuch wichtig sind, wurden die Antwortmöglichkeiten vorgegeben und Mehrfachnennungen waren möglich. Demnach sind die wichtigsten Gründe für einen Aufenthalt im Harz *Natur und Landschaftsgenuss*, *Gesundheit fördern* und *Ausgleich zum Alltag schaffen*. Nur 1% gab keine genauen Gründe, die zur Entscheidung geführt haben, an.

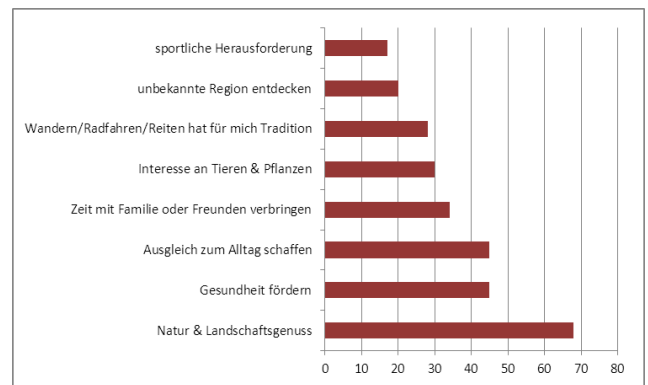


Abbildung 16: Besuchsmotive (in %)

Die Weiterempfehlungsbereitschaft der befragten Personen kann als hoch eingestuft werden. 65% würden einen Rad- oder Wanderurlaub in der Region *sicher* weiterempfehlen. Weitere 10% würden einen Rad- oder Wanderurlaub *vielleicht* weiterempfehlen. Keine der befragten Personen lehnte eine Weiterempfehlung gänzlich ab.

Im Harz wurden zudem einige Fragen zum **Wintersport** gestellt. Hierbei fanden nur befragte Personen Berücksichtigung, die Wintersport im Harz betreiben. Dabei sind vor allem die Altersgruppen *40 – 49 Jahre* und *50 – 59 Jahre* vertreten. **Gefallensmerkmale** beim Wintersport im Harz sind der *Schwierigkeitsgrad der Pisten*, die *Natur* und die *Qualität der Pisten*.

<sup>7</sup> keine Berücksichtigung der Antwort *Sonstiges*, bei den Radwegen war die Antwort *Wege allgemein* nicht vorgegeben

# FREIZEITAKTIVITÄTEN

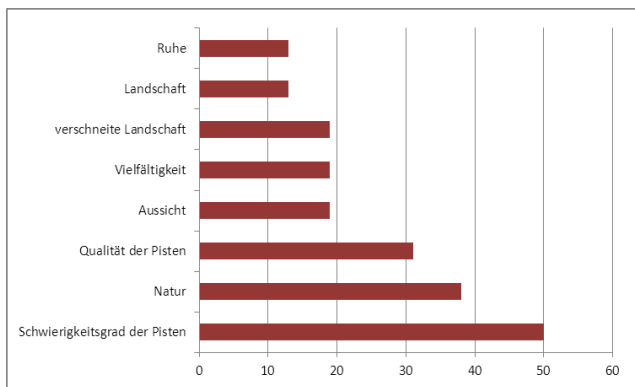


Abbildung 17: Gefallensmerkmale Wintersport<sup>8</sup>

Die Winterurlauber wurden zudem nach der bevorzugten Art von Langlauftouren befragt. 25% sprachen sich für *selbst geplante Touren* aus, weitere 13% für *ausgeschilderte Rundwege*. 63% der befragten Wintersportler antwortete mit *weiß nicht*, sodass davon ausgegangen werden kann, dass die befragten Personen keinen Langlauf im Harz betreiben. Mit 41% ist die Weiterempfehlungsrate für einen Winterurlaub im Harz in Ordnung. Nur 3% würden einen Winterurlaub *sicher nicht* weiterempfehlen. Die Frage zur Beurteilung der Schneesituation wurde von 39% der befragten Personen mit *Eine Winterlandschaft ist mir sehr wichtig*. Diese Antwort bestätigt die ablehnende Haltung der befragten Personen gegenüber Schneekanonen. 38% der befragten Personen gaben an, dass auf künstliche Beschneieung verzichtet werden sollte, nur 7% der befragten Personen würde es ausreichen, wenn die Skipiste oder Langlaufloipe genügend Schnee hätte. Bei den 7% kann davon ausgegangen werden, dass sie einer künstlichen Beschneieung indifferent gegenüber stehen. 30% der befragten Personen gaben keine Beurteilung ab. Dies kann auf die geringe Anzahl an Antwortmöglichkeiten zurückgeführt werden. Zudem wird der Harz häufig spontan und für ein Wochenende besucht, wenn die Schneesituation erfüllt ist. Um den Besuchern auch zukünftig ein abwechslungsreiches und attraktives Wintervergnügen zu bereiten, ist die Schaffung alternativer Angebote wichtig, z.B. in Form von ganzjährig nutzbaren wetterunabhängigen Ferienanlagen. Durch den Weg-

fall der Schneesicherheit ist mittel- bis langfristig in den Aufbau einer neuen und qualitativ hochwertigen touristischen Infrastruktur zu investieren. Voraussetzung hierfür ist die Erstellung eines Klimaanpassungskonzeptes als Ersatz für den Wintersport.

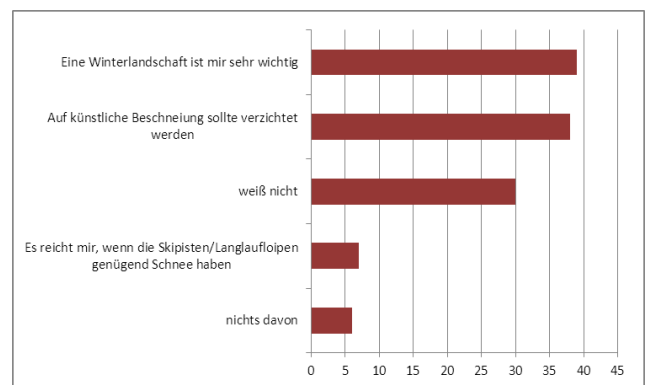


Abbildung 18: Welchen folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

Abschließend sollten die befragten Personen die alternativen Aktivitäten bei schlechten Schneeverhältnissen beurteilen. Zu den präferierten Aktivitäten zählen: *Spaziergehen, Wandern, Nordic Walking, Joggen, Laufen* und *Wellness- und Schönheitsangebote nutzen*.

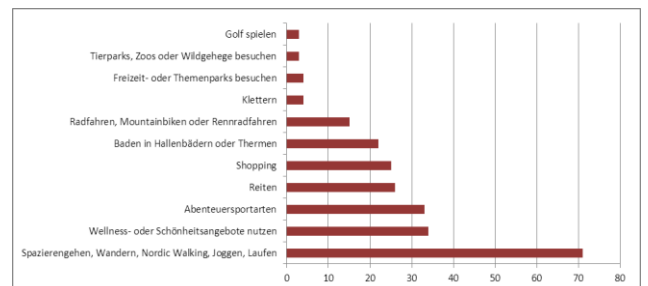


Abbildung 19: Alternative Aktivitäten bei schlechten Schneeverhältnissen

<sup>8</sup> keine Berücksichtigung der Antworten *Sonstiges* und *weiß nicht*

# WETTER

Um die Rolle des Wetters bei der Reiseentscheidung zu analysieren, wurden die Gäste direkt nach der Relevanz des Wetters befragt. Nur 23% der befragten Personen gaben an, dass ihnen das Wetter *sehr wichtig* sei. Für weitere 40% ist das Wetter *eher wichtig*. 30% der befragten Personen gaben an, dass ihnen das Wetter *eher unwichtig* sei. Dies gilt vor allem in den Altersklassen 50 – 59 Jahre und 60 Jahre und älter. Die Relevanz des Wetters war dennoch in allen Altersklassen hoch. Die Ergebnisse belegen, dass die Wettersensibilität der Urlauber stark subjektiv ist. Zudem muss hier berücksichtigt werden, ob unter den vorhandenen Wetterbedingungen die angestrebten Aktivitäten ausgeübt werden können. In Modul C wurde *Wandern und Spaziergehen* als die Top-Aktivität unter den Urlaubern im Harz genannt. Diese Aktivität kann in einem weiten Wetterspektrum ausgeübt werden. Den Wanderurlaubern ist es möglich sich durch entsprechende Kleidung und Schuhwerk an die Witterungsbedingungen anzupassen. Sie gelten als weniger wettersensibel.

Weiterhin sollte das Informationsverhalten bzgl. des Wetters untersucht werden. 76% der befragten Personen gaben an, sich *vor ihrer Abreise über das Wetter an ihrem Urlaubsort zu informieren*. Zudem konnte hinsichtlich des Informationsverhaltens erneut festgestellt werden, dass die meisten befragten Personen (63%) einen mehrtägigen Aufenthalt im Harz verbringen: 65% der befragten Personen *buchen den Aufenthalt vor*, während 24% die *Wetterlage abwarten*. Je weiter die Entfernung vom Wohnort zum Zielort, umso eher buchen die befragten Personen vor. Die Betrachtung der einzelnen Altersgruppen kommt zu dem gleichen Ergebnis.

Bei der nächsten Frage sollten die Urlauber die Relevanz des Wetters anhand einiger Aussagen einschätzen. Es waren Mehrfachnennungen möglich. 37% der befragten Personen empfinden *Regen im Urlaub als nicht störend*. Knapp 30% der befragten Personen gaben an, dass sie *schwüles Wetter und starke Winde im Urlaub einschränken*. Dies gilt vorrangig für die Altersgruppe 60 Jahre und älter. Zudem wurde im Harz nach einer Einschätzung im Winterurlaub gefragt. 39% der befragten Personen *bevorzugen eine Winterlandschaft*. Hierbei ist jedoch ungeklärt, ob alle Befragten auch tatsächlich einen Winterurlaub im Harz verbringen würden.

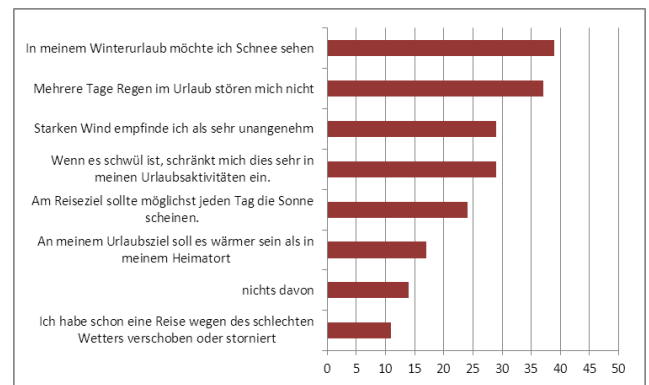


Abbildung 20: Relevanz des Wetters bei einer Reise<sup>9</sup> (in %)

Im Anschluss wurden die Urlauber nach Alternativen bei schlechtem Wetter befragt. Die Antwortmöglichkeiten waren vorgegeben. Es waren Mehrfachnennungen zulässig. 51% der befragten Personen würden demnach *kulturelle Angebote* stärker nachfragen. 39% der befragten Personen benötigen nach eigener Angabe *keine Alternative*. Hier bestätigt sich die Annahme, dass die befragten Urlauber weniger wettersensibel sind.

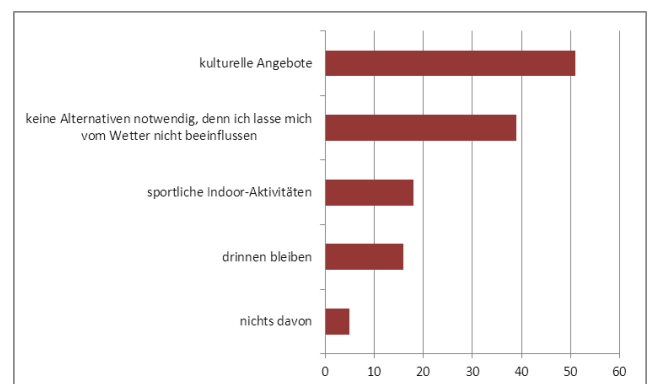


Abbildung 21: alternative Aktivitäten bei schlechtem Wetter (in %)

<sup>9</sup> keine Berücksichtigung finden die Antworten *wn* und *In meinem Winterurlaub möchte ich Schnee sehen*.



# WETTER

Zum Befragungszeitpunkt ergab sich bzgl. der alternativen Aktivitäten folgendes Bild nach Jahreszeiten:

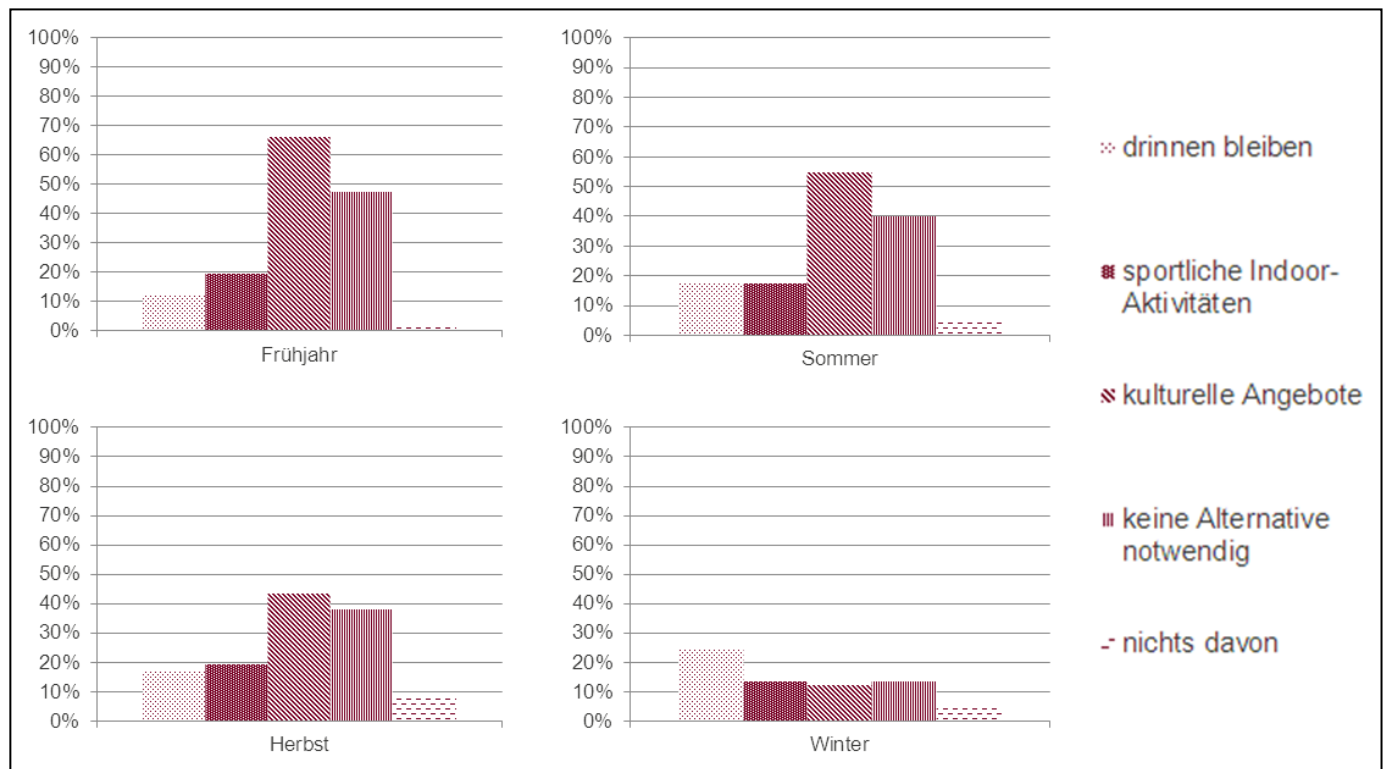


Abbildung 22: alternative Aktivitäten nach Jahreszeiten

Abschließend sollten die befragten Personen eine Aussage dazu treffen, welche Angebote sie sich wünschen, um auch bei schlechtem Wetter in den Harz zu reisen. 89% der befragten Personen wählten die Antwort *weiß nicht (wn)*. Dies lässt die Schlussfolgerung zu, dass der Harz über eine gute Freizeitinfrastruktur und weitere Freizeitangebote verfügt, die von den befragten Personen genutzt werden.

Im letzten Befragungsmodul wurden die Urlauber zu ihrem Wissensstand bzgl. des Klimawandels befragt, sowie um die Einschätzung der möglichen Folgen gebeten. Nur 12% der befragten Personen gaben an, *sehr gut* zum Thema Klimawandel informiert zu sein. Weitere 40% fühlen sich *gut* informiert. Immerhin 29% der befragten Personen fühlen sich *mittel* gut informiert. 4% gaben an, *schlecht* bzw. *sehr schlecht* informiert zu sein. Es konnten Unterscheide zwischen den Altersklassen festgestellt werden, nicht jedoch in Bezug auf die Bildung der befragten Personen.

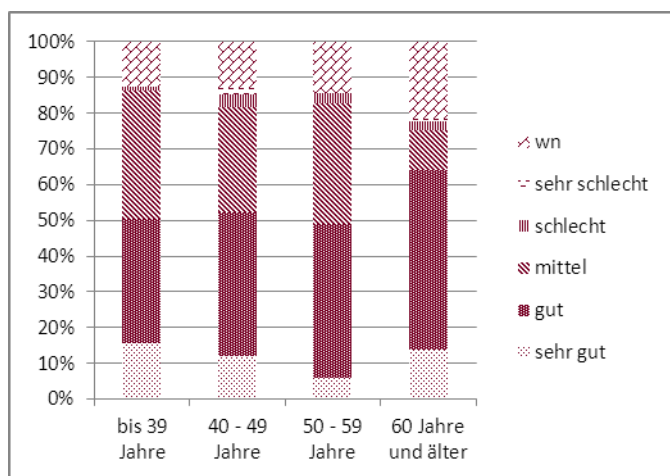


Abbildung 23: Informationsgrad Klimawandel nach Altersklassen

Es kann ausgeschlossen werden, dass die befragten Personen der gleichen Definition des Klimawandels folgen. Aufgrund des unterschiedlichen Bildungsstands ist daraus zu schließen, dass die befragten Personen unterschiedliche Grundlage und Interpretationen zur Beantwortung heranzogen.

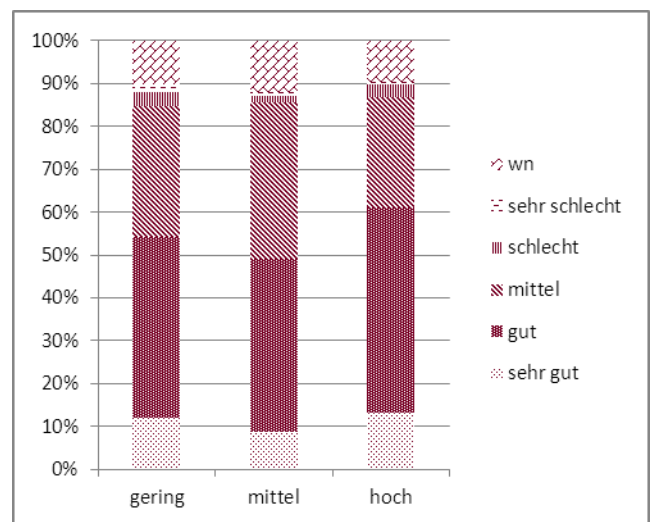


Abbildung 24: Informationsgrad Klimawandel nach Bildung

Bereits in der 2. Frage wurden die Urlauber gebeten einzuschätzen, ob sie der Meinung sind, dass auch im Harz eine Klimaänderung eintreten wird. 65% der befragten Personen bejahten die Frage. 26% konnten keine Einschätzung abgeben und antworteten mit *weiß nicht*.

Die Auswertung der beiden Fragen macht deutlich, dass Handlungsbedarf bzgl. des Wissensstands zum Thema Klimawandel besteht.

Bei einer Zustimmung zur 2. Frage, wurden die Urlauber nach den erwarteten Klimaänderungen im Harz gefragt. Die Antworten wurden nicht vorgelesen, sodass die befragten Personen offen antworten konnten. So gehen 48% von einer allgemeinen Erwärmung, 22% von stärkeren Stürmen und 17% von wärmeren Wintern aus. Diese Einschätzung deckt sich mit den Angaben des Norddeutschen Klimaatlas, dessen Zahlen auch in der Szenarientwicklung berücksichtigt wurden. Nur 3% der befragten Personen gehen von zukünftig mehr *extremen Wetterlagen* aus. Nach Kenntnisstand der Meteorologen wird sich die Anzahl der Starkregenfälle und Stürme in Zukunft jedoch erhöhen.

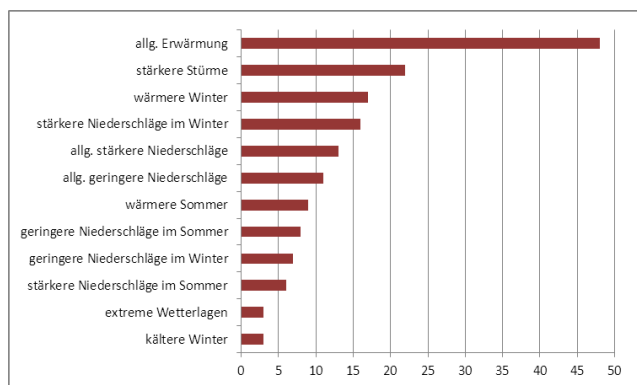


Abbildung 25: erwartete Klimaänderungen<sup>10</sup> (in %)

Weiterhin wurden die Urlauber gefragt, ob sie glauben, dass eine Klimaänderung Auswirkungen auf den Tourismus haben wird. Aus den Antworten lässt sich kein eindeutiger Trend erkennen: 44% der befragten Personen bejahen die Frage, 30% verneinen sie und immerhin 26% geben keine eindeutige Antwort. Die Urlauber, die von Auswirkungen auf den Tourismus ausgehen, wurden anschließend gebeten, diese zu benennen. Die Mehrheit geht davon aus, dass weniger Besucher den Harz bereisen werden und Wintersport nicht mehr möglich sein wird.

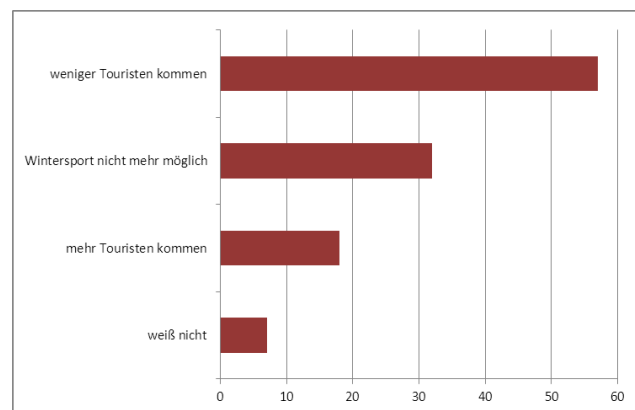


Abbildung 26: Auswirkungen des Klimawandels (in %)

Bei der nächsten Frage wurde den befragten Personen einleitend eine paar Prognosen vorgetragen. So gehen Klimaforscher davon aus, dass es im Sommer wärmer und trockener, im Herbst unverändert mit evtl. mehr Stürmen, im Winter feuchter und wärmer mit weniger Schnee und im Frühjahr feuchter werden wird. Unter diesen Bedingungen gaben 22% der befragten Personen an, dass sie ihren Reisezeitraum für eine Reise in den Harz ändern würden. 64% würden ihren jetzigen Reisezeitraum beibehalten. Dieses Ergebnis zeigt sich in allen Altersklassen. Diejenigen, die ihren Reisezeitraum ändern würden, kämen dann vorwiegend im Sommer (41%) bzw. Frühjahr (22%) oder Herbst (20%). In der umfassenden Analyse konnten das Frühjahr und der Herbst bereits heute als die beliebtesten Reisezeiträume bestimmt werden.

Anschließend wurden die Urlauber zum Klima im Harz befragt. Die Antworten waren vorgegeben und es waren Mehrfachnennungen möglich. 55% der befragten Personen empfinden das Klima im Harz als *wechselhaft*. Aufgrund seiner Höhenunterschiede ist es tatsächlich möglich, dass sich die klimatischen Gegebenheiten vor Ort rasch ändern. Auch die Antworten *kühl* und *angenehmes Klima* konnten viele Nennungen verzeichnen. Dies ist besonders für den Gesundheitstourismus erträglich. Interessanterweise schätzen immerhin 26% der befragten Personen den Harz als *im Winter schneereich* ein. Insgesamt ergibt sich folgendes Bild:

<sup>10</sup> keine Berücksichtigung der Antworten *wn* und *Sonstiges*.

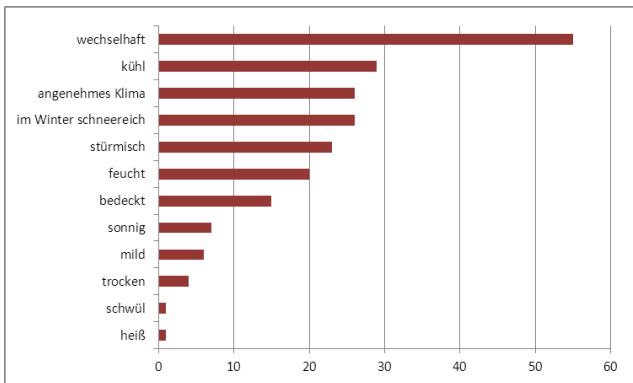


Abbildung 27: Klima im Harz (gesamt) (in %)

Auf die Frage, wie die Tourismusanbieter mit dem Thema Klimawandel umgehen sollten, wurden den befragten Personen einige Aussagen vorgelesen, denen sie voll zustimmen, eher zu stimmen, eher nicht zustimmen oder gar nicht zustimmen konnten. 67% der befragten Personen stimmen der Aussage voll zu, dass die Tourismusanbieter durch Energiesparmaßnahmen oder die Verwendung regionaler Produkte dazu beitragen sollten, dass der Klimawandel vermindert wird. Keine der anderen Aussagen erhält so einen hohen Zuspruch. Eindeutig abgelehnt wird der Einsatz von Schneekanonen. 54% der befragten Personen antworteten auf diese Alternative mit *stimme gar nicht zu*.

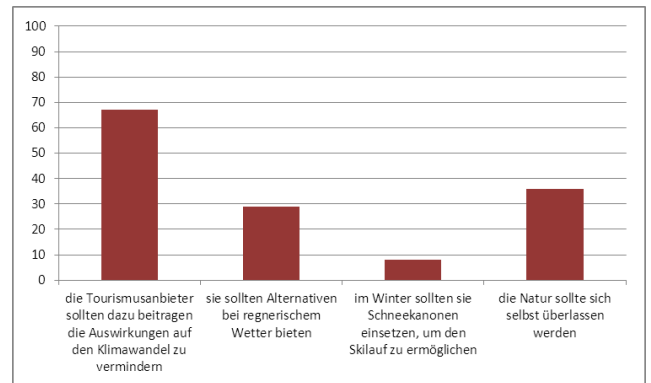


Abbildung 28: Aktivitäten der Tourismusanbieter<sup>11</sup> (in %)

Im Harz wurden der Befragung einige Fragen zum Wintersport hinzugefügt. Die Frage nach den Auswirkungen des Klimawandels auf den Wintersport ergab, dass 47% der befragten Personen davon ausgehen, dass der Klimawandel *sicher* Auswirkungen auf den Wintersport haben wird. Die Frage zur Relevanz von Angeboten in schneearmen Wintern ergab, dass dennoch die Schneesicherheit (42%) der wichtigste Faktor ist. Es ist daher davon auszugehen, dass bei dem Verlust der Wintersportmöglichkeiten einige der befragten Personen auf ein anderes Skigebiet ausweichen werden. Neben der Schneesicherheit spielen Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen und schneeunabhängige Angebote in der Region eine große Bedeutung bei der Wahl des Wintersportortes.

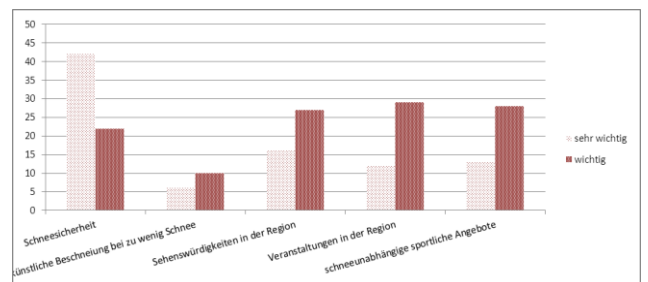


Abbildung 29: Relevanz von Angeboten in schneearmen Wintern<sup>12</sup>

<sup>11</sup> befragte Personen, die mit *stimme voll und ganz* zu geantwortet haben

<sup>12</sup> befragte Personen, die mit *sehr wichtig* und *wichtig* geantwortet haben

# 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](mailto:tourismus@leuphana.de)  
[www.leuphana.de/tour](http://www.leuphana.de/tour)

Lünebur, Juni 2012