



LEUPHANA
UNIVERSITÄT LÜNEBURG

KLIFF Gästebefragung Lüneburger Heide – 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 in der Lüneburger Heide durchgeführt. Die Schwerpunkte unserer Befragung waren die Reiseentscheidung und die Klimawahrnehmung der Gäste. Der Fragebogen war in die 5 Kategorien unterteilt:

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

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.

Nach einer Besichtigung wurden folgende Standorte ausgewählt:

- das Heideerlebniszentrum Undeloh
- Döhle, nahe des Abfahrtsort für Kutschfahrten und Ausgangspunkt zahlreicher Wanderungen
- Barfußpark Egestorf
- Wietzer Berg (nahe des Lönssteins)
- Touristinfo Faßberg, sowie Seminaris Hotel Hermannsburg
- Walsrode (nahe Hermann Löns Grab)
- Amelinghausen (Touristinfo und Parkplatz Kronsbergheide/ Lopausee)

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

Edgar Kreilkamp, Larissa Kirmair und Anne Kotzur

Lehrstuhl für Tourismusmanagement
Leuphana Universität Lüneburg

Auswertung der Gästebefragung in der Lüneburger Heide

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

Die Lüneburger Heide wurde von 22% der befragten Personen bereits 2 – 5 Mal besucht. Weitere 14% waren bereits zwischen 6 – 20 Mal in der Region. Immerhin 9% der befragten Personen gaben an, die Lüneburger Heide mehr als 21 Mal besucht zu haben. Für 23 % handelte es sich um den ersten Aufenthalt. Bei den befragten Personen, die bereits 2 – 5 Mal die Region bereist haben, ist die Altersgruppe 60 Jahre und mehr (28%) am stärksten vertreten, gefolgt von der Altersgruppe 40 – 49 Jahre (25%). Die Verteilung über die übrigen Altersgruppen ist nahezu gleich. Bei den Erstbesuchern ist die Altersgruppe 50 - 59 Jahre am stärksten vertreten (34%). Die Gruppengröße beläuft sich auf 2 Personen oder 3 Personen (22%).

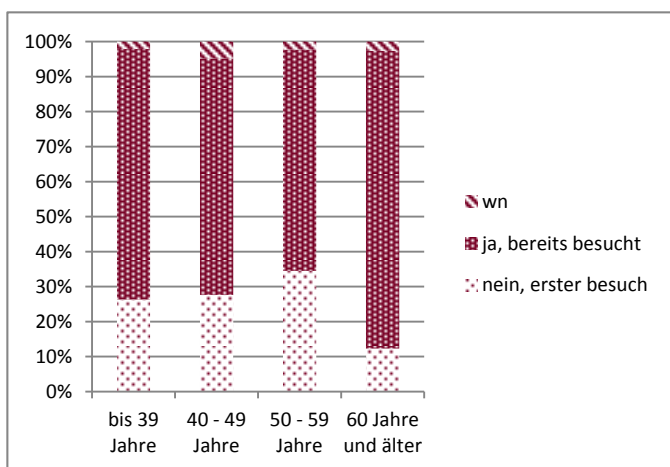


Abbildung 1: Anzahl der Besuche in Altersgruppen

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 2% gaben an, für einen Kuraufenthalt die Region zu bereisen.

Für die Anreise legen die Befragten im Mittel 131,4 km zurück. Ein Großteil der Befragten (41%) ist bereit bis zu 50 km von ihrem Wohnort zu ihrem Zielort zurückzulegen. Weitere 35% würden eine Anreise bis zu 200 km Entfernung zurücklegen. Auch hier ist die Verteilung über die Altersgruppe nahezu gleich. Die Angaben zu der

zurückgelegten Entfernung sprechen dafür, dass es sich bei der Lüneburger Heide um ein klassisches Tagesreiseziel handelt.

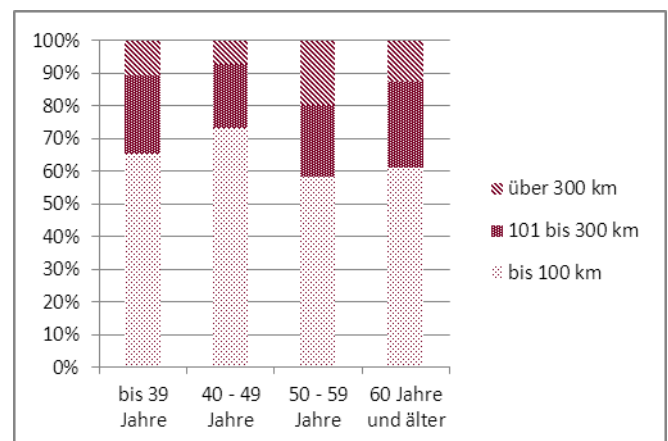


Abbildung 2: zurückgelegte Entfernung in Altersgruppen

65% der befragten Personen gaben an für einen Tagesausflug die Region zu bereisen, bei 31% handelt es sich um eine mehrtägige Reise. Für einen Tagesausflug nehmen 90% bis zu 100 km Entfernung in Kauf. Bei den mehrtägigen Aufenthalten gaben 86% der befragten Personen an, eine Anreise von über 300 km zu haben.

BESUCH UND BESUCHSMOTIVE

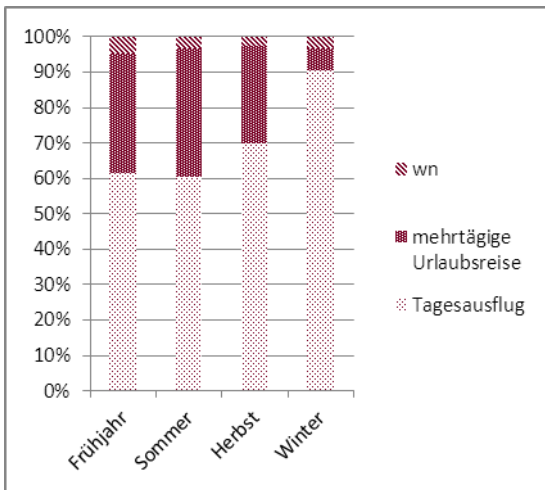


Abbildung 3: Machen Sie gerade einen Tagesausflug oder eine mehrtägige Urlaubsreise?

Aufgrund der hohen Anzahl an Tagesreisenden fallen die Angaben zu den Übernachtungen entsprechend gering aus: 6% bleiben für 2 Übernachtungen, 8% für 3 Übernachtungen, 2% für 4 Übernachtungen und weitere 11% für 5 oder mehr Übernachtungen. Demnach entspricht die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Lüneburger Heide 2,1 Nächten.

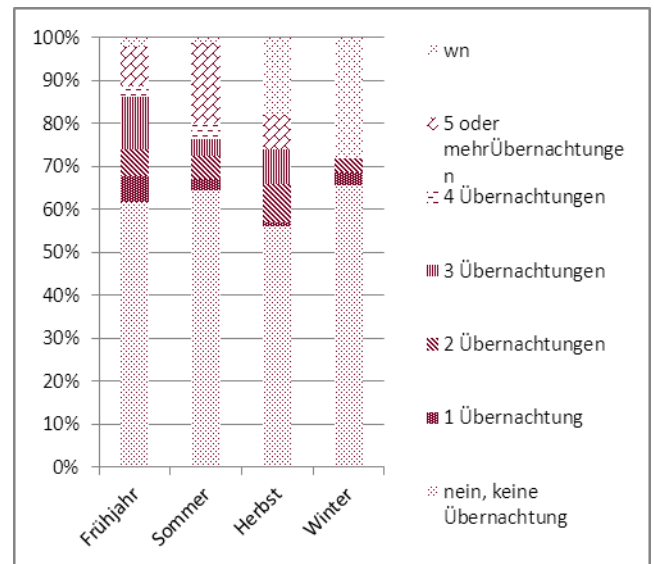


Abbildung 4: Übernachtungen nach Jahreszeiten

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. Am häufigsten genannt wurden die Städte Bad Fallingb. (15%), Egestorf (12%), Schneverdingen (8%), Amelinghausen (6%) und Munster (5%). Die Stadt Lüneburg als größte Stadt in der Lüneburger Heide wurde bei der Befragung nicht berücksichtigt. Es wird davon ausgegangen, dass die Antwortmöglichkeit *Sonstiges* (19%) den Übernachtungen in den Städten (Lüneburg, Celle, Uelzen) zu zuordnen sind.

Auf die Frage als was für einen Urlaubstyp sich die Urlauber bezeichnen, gaben 26% der befragten Personen den Erholungsurlauber an. Auch die Typologien Entspannungsurlauber (23%), Verwandten-/Bekanntesbesucher (12%) und Aktivurlauber (12%) erfreuten sich großer Beliebtheit. Auf den Rängen 5 und 6 folgen der Wanderurlauber (10%) und der Natururlauber (6%). Die Verteilung der Urlaubertypen innerhalb der Altersgruppe ist nahezu gleich.

BESUCH UND BESUCHSMOTIVE

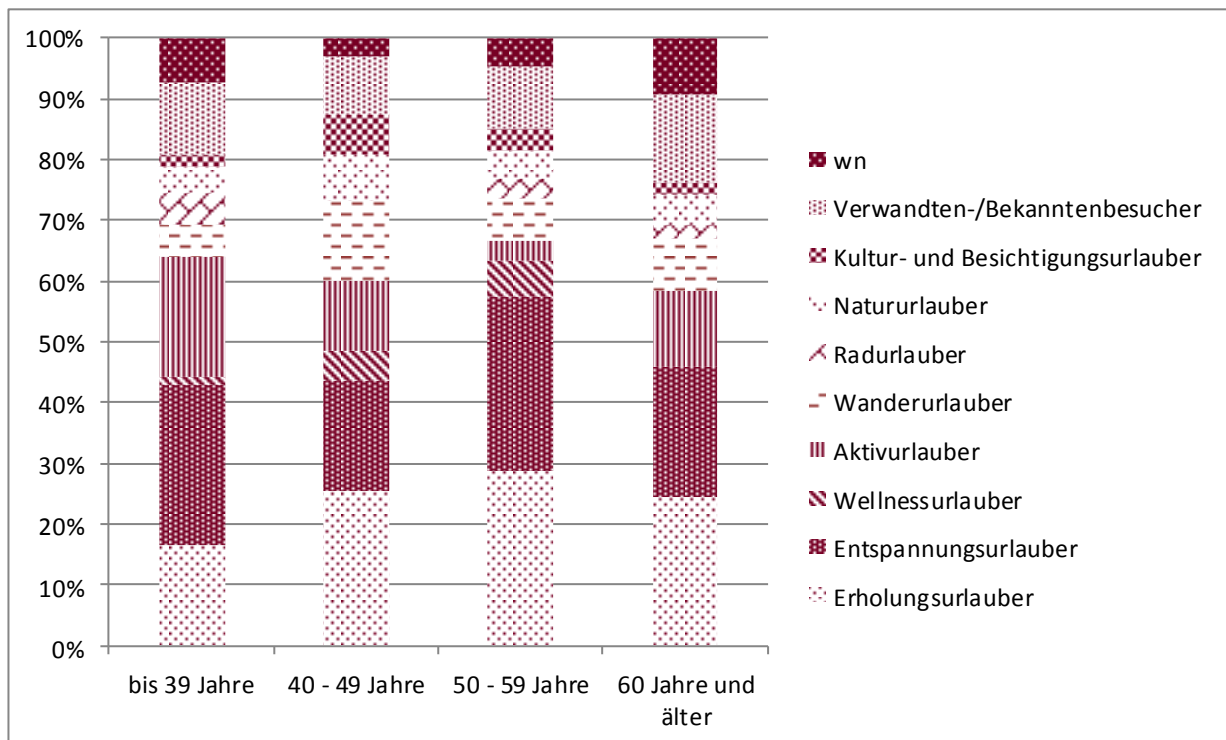


Abbildung 5: Urlaubertypen in Altersklassen

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

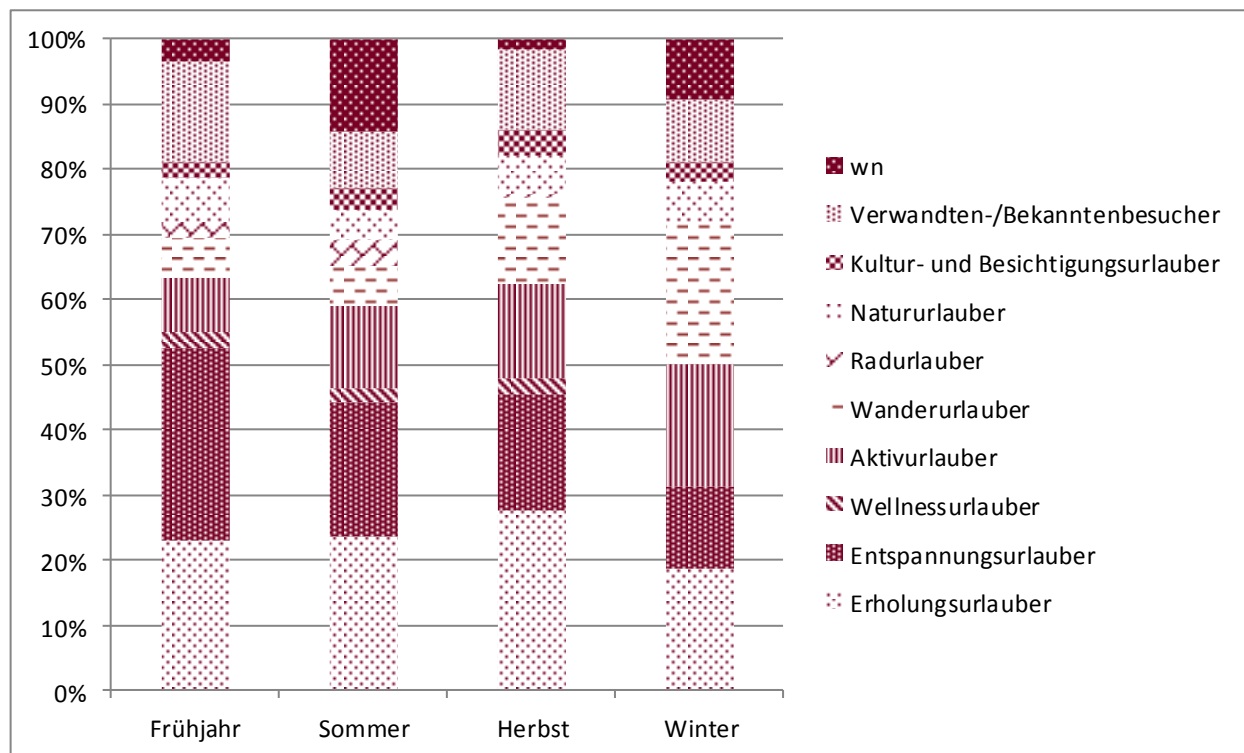


Abbildung 6: Urlaubertypen nach Jahreszeiten

Bei der Frage nach den bedeutenden Aspekten für einen Aufenthalt in der Lüneburger Heide wurde deutlich, dass die Natur ein wichtiger Entscheidungsfaktor bei der Reise ist. Für 71% spielt die Natur eine *sehr große Rolle*, für weitere 20% eine *große Rolle*. Die hohe Bedeutung gilt über alle Altersgruppen hinweg. Bei der Entscheidung die Lüneburger Heide zu besuchen spielt ebenso der Wald für 39% eine *sehr große Rolle* und bei 33% eine *große Rolle*. Auch hier ist die Bedeutung über alle Altersgruppen hinweg hoch bzw. sehr hoch. *Saubere Natur, unberührte Natur, gute Beschilderung, Wälder*

und *Gewässer*¹ wurden als die wichtigsten Aspekte für den Aufenthalt im Harz benannt.

¹ Rangfolge ergibt sich aus den Mittelwerten der befragten Personen

BESUCH UND BESUCHSMOTIVE

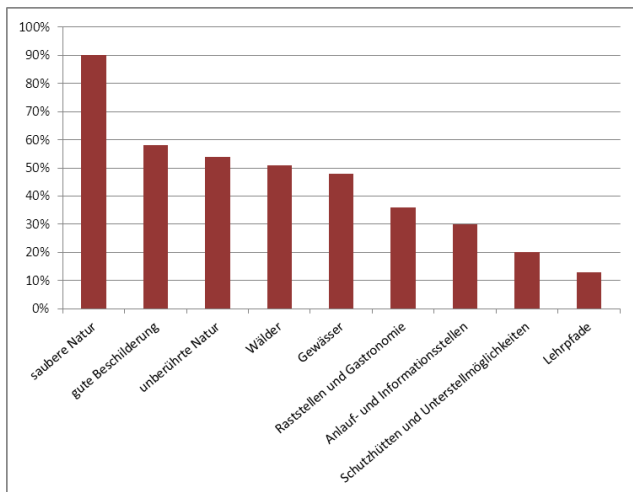


Abbildung 7: Bedeutende Aspekte für den Aufenthalt in der Lüneburger Heide (Antwortmöglichkeit: sehr wichtig)

ZUFRIEDENHEIT MIT NATUR UND WALD

Auf die Frage, was den befragten Personen in der Lüneburger Heide in Zusammenhang mit Urlaub zum Thema Wald einfällt, war die meist genannte Antwort *Erholung, Entspannung, Alltag entfliehen, Energie auftanken*. Die Antwort stimmt mit den Erkenntnissen zu den Urlaubertypologien aus dem Modul A überein. Passend zu den weiteren Urlaubertypologien verzeichneten die Antworten *Wandern, Radfahren, Spazieren*, sowie *Ruhe* und *frische Luft* vermehrt Zustimmung. Dabei handelte es sich um eine offen formulierte Frage, bei der die Antworten nicht vorgegeben waren. 25% der befragten Personen verbinden keine Assoziation zum Thema Wald.

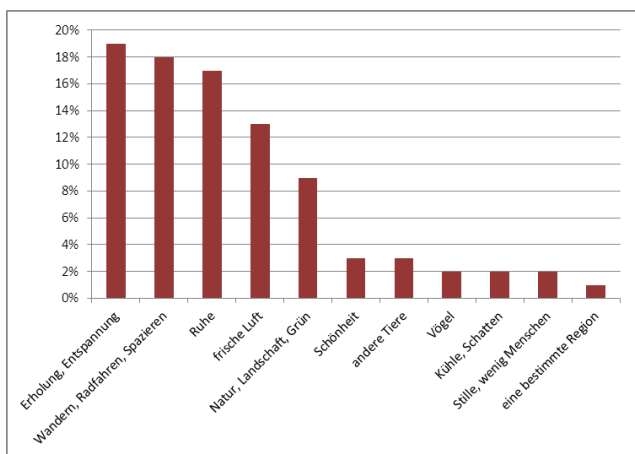


Abbildung 8: Assoziationen zum Wald²

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 den tatsächlichen Eigenschaften der von ihnen bevorzugten Waldarten nicht übereinstimmen oder sie keine konkreten Angaben zu den Charakteristika der bevorzugten Waldart machen können. Nur 2% der befragten Personen gaben keine Präferenz zu der bevorzugten Waldart ab.

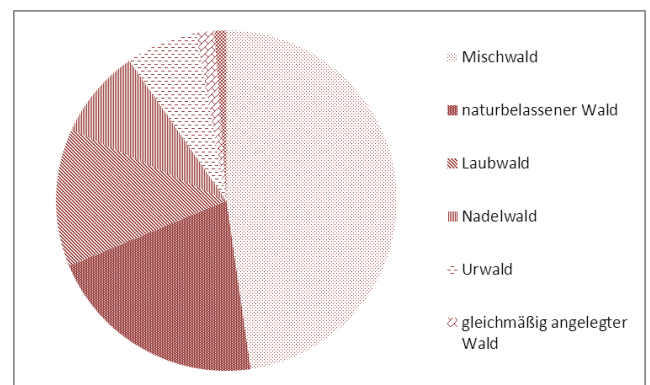


Abbildung 9: Bevorzugte Waldart (in %)

Anschließend sollten die befragten Personen die Schönheit des Waldes einschätzen in dem sie gerade unterwegs waren. 36% schätzten ihn als *sehr schön* ein, weitere 46% als *schön*. 12% der befragten Personen gaben an, dass sie während ihres Aufenthalts *noch keinen Wald besucht* hätten. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Lüneburger Heide weniger als Waldgebiet wahrgenommen wird und die Besucher in der Natur, jedoch nicht explizit im Wald unterwegs sind. Die Verteilung über die Altersgruppen ist bei allen Antwortmöglichkeiten nahezu gleich. Dennoch ist von einer hohen Zufriedenheit unter den befragten Personen bzgl. des besuchten Waldes auszugehen.

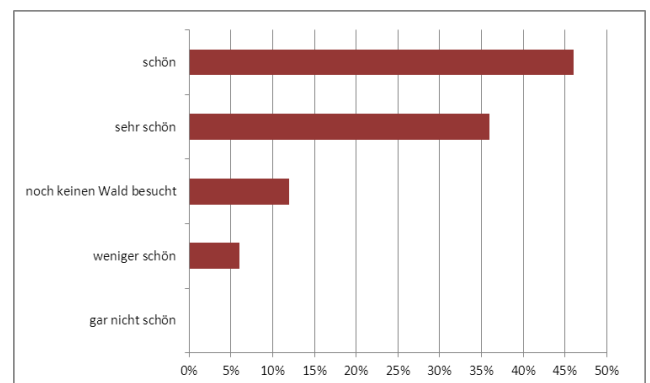


Abbildung 10: Beurteilung des besuchten Waldes

² keine Berücksichtigung findet die Antwortmöglichkeit *Sonstiges*

ZUFRIEDENHEIT MIT NATUR UND WALD

Die Annahme, dass die Lüneburger Heide nicht als Waldgebiet wahrgenommen wird, kann durch die Frage, ob die Befragten die Region auch besucht hätten, wenn es den Wald nicht gäbe, bestätigt werden. 38% würden die Lüneburger Heide dennoch *sicher* besuchen. Nur 6% würden die Region dann *nicht besuchen*. Bei den Antworten sind keine signifikanten Unterschiede in den Altersklassen feststellbar.

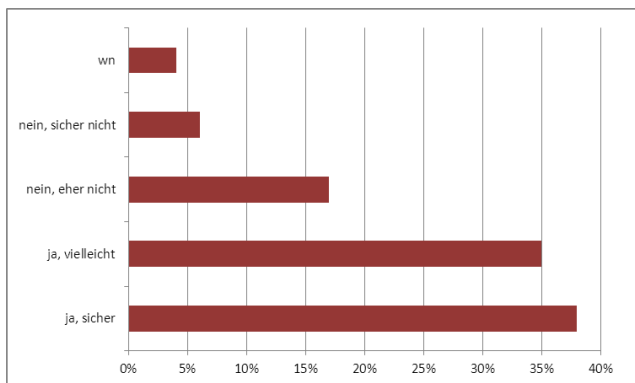


Abbildung 11: Besuch der Region ohne Wald

Bei der Frage nach den **Gefallensmerkmalen** bzgl. Natur und Wald gaben 62% der befragten Personen keine eindeutige Antwort. Mit 11% wurde *Sauberkeit und wenig Müll* am häufigsten genannt. Auch *Natur, Landschaft, Grün, (Rad-)Wege, Boden, Beschilderung* und *Ruhe* wurden genannt. Die Antworten stimmen mit den Besuchsmotiven, sowie der Urlaubertypologie überein. Hinsichtlich der **Missfallensmerkmale** gaben 84% *weiß nicht* an. 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. *Abgeholzte und abgebrannte Flächen* werden von der Mehrheit der Befragten als störend empfunden. *Schäden durch Borkenkäfer* werden von 23%, aufgeforstete Flächen von 18% und Sturmschäden von 15% der befragten Personen als störend empfunden. 19% der befragten Personen gaben an, dass sie keinen der genannten Faktoren als störend empfinden. Weitere 4% beantworteten die Frage mit *weiß nicht*. Bei der Frage nach den störenden Faktoren war eine Mehrfachnennung der vorgegebenen Antwortmöglichkeiten möglich.

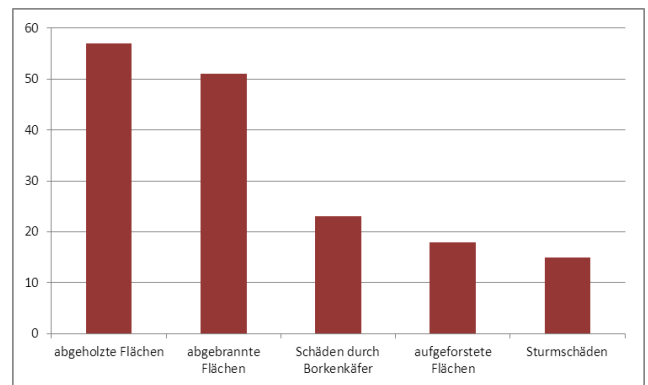


Abbildung 12: störende Faktoren im Wald (Mehrfachnennungen möglich) (in %)

Abschließend sollten die befragten Personen die Anzahl der Angebote im Wald bzw. in der Heide beurteilen. Die Antwortkategorien waren vorgegeben. Jede Kategorie wurde einzeln beurteilt. Das Angebot an *Lehrpfaden, Sitzgruppen, Ruhebänken, Informationsstellen oder Walderlebniszentren, Beschilderungen, Radwegen, Mülleimern* und *Parkplätzen* wurde überwiegend als *genau richtig* beurteilt³. Verbesserungsbedarf⁴ besteht hinsichtlich *Sitzgruppen, Ruhebänken* und *Schutzhütten*. Keine eindeutigen Antworten konnten bzgl. des Angebots an *Reitwegen, Trimm-Dich-Einrichtungen, Kinderspielplätzen* sowie *Infotafeln*, erzielt werden⁵. Die Anzahl der Befragten, die mit *weiß nicht* antworteten, ist in vielen Antwortkategorien hoch. Bei dieser Frage muss bedacht werden, dass der überwiegende Teil der befragten Personen älter als 50 Jahre ist (56%) und ohne Kinder reist. Bei Familien mit Kindern oder Einzelpersonen mit Kindern würde die Frage mit hoher Wahrscheinlichkeit anders beantwortet werden.

³ über 40% der befragten Personen wählten die Antwort *genau richtig*

⁴ über 20% der befragten Personen wählten die Antwort *solte mehr geben*

⁵ über 40% der befragten Personen wählten die Antwort *weiß nicht*

ZUFRIEDENHEIT MIT NATUR UND WALD

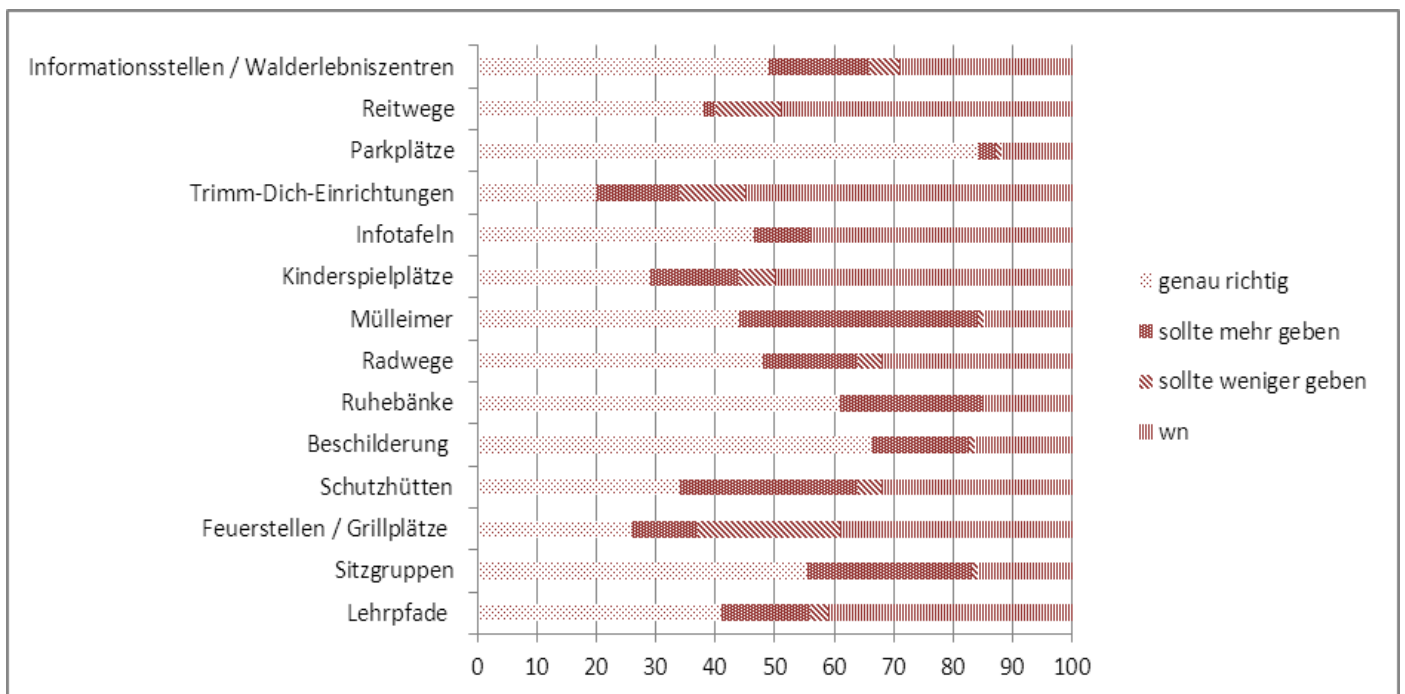


Abbildung 13: Beurteilung der Anzahl der Angebote im Wald bzw. in der Heide

Bei der Frage nach den ausgeübten Freizeitaktivitäten waren die Antwortmöglichkeiten vorgegeben und Mehrfachnennungen möglich. In der Lüneburger Heide sind die Top 5-Aktivitäten: Spazieren gehen oder Wandern, Radfahren, Baden in Hallenbädern, Freibädern oder Thermen, Joggen oder Laufen, Shopping. Spazieren gehen oder Wandern ist über alle Altersklassen hinweg die mit Abstand beliebteste Aktivität. Die Antworten variieren je nach Jahreszeit.

FREIZEITAKTIVITÄTEN

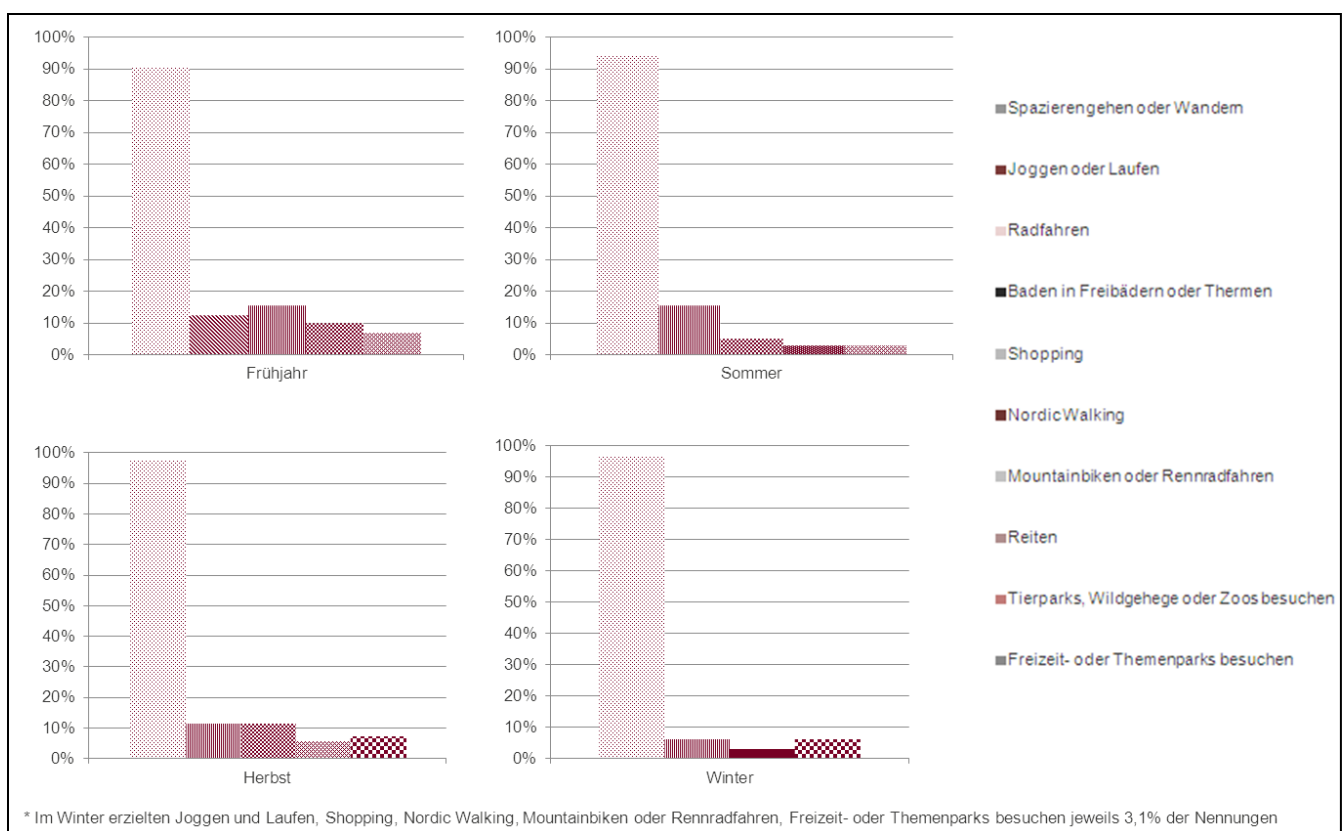


Abbildung 14: Freizeitaktivitäten nach Jahreszeit

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 *Landschaft* und der *Ruhe*.

FREIZEITAKTIVITÄTEN

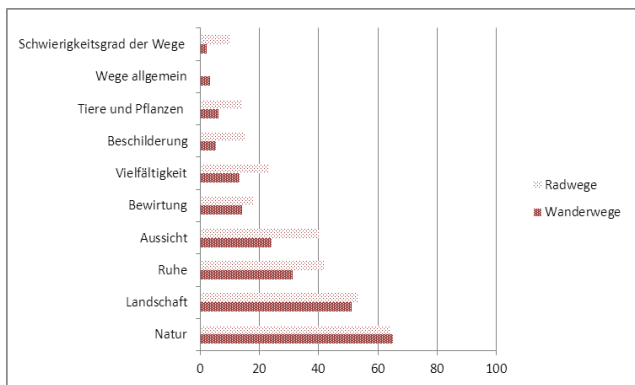


Abbildung 15: Gefallensmerkmale Wander- und Radwege⁶ (in %)

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*. 26% 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 in der Lüneburger Heide *Natur und Landschaftsgenuss*, *Ausgleich zum Alltag schaffen* und *Zeit mit Familie oder Freunden verbringen*. Nur 3% gaben keine genauen Gründe, die zur Entscheidung geführt haben, an.

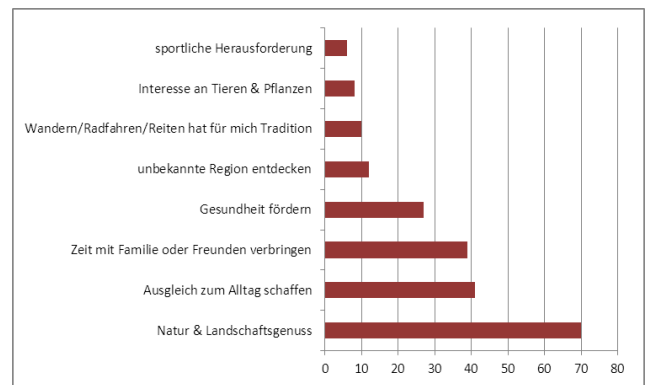


Abbildung 16: Besuchsmotive (in %)

Die Weiterempfehlungsbereitschaft der befragten Personen kann als hoch eingestuft werden. 68% würden einen Rad- oder Wanderurlaub in der Region *sicher* weiterempfehlen. Weitere 17% würden einen Rad- oder Wanderurlaub *vielleicht* weiterempfehlen. Keine der befragten Personen lehnte eine Weiterempfehlung gänzlich ab.

⁶ keine Berücksichtigung der Antwort *Sonstiges*, bei den Radwegen war die Antwort *Wege allgemein* nicht vorgegeben

WETTER

Um die Rolle des Wetters bei der Reiseentscheidung zu analysieren, wurden die Gäste direkt nach der Relevanz des Wetters befragt. Es konnte festgestellt werden, dass für 36% der befragten Personen das Wetter *sehr wichtig*, für weitere 44% *eher wichtig* ist. Die Relevanz war über alle Altersgruppen 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 in der Lüneburger Heide 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. 74% 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 Lüneburger Heide ein Ziel für Tagesausflüge ist: 53% der befragten Personen warten die Wetterlage ab, bevor sie einen Aufenthalt buchen würden. 37% würden einen Aufenthalt unabhängig von der Wetterlage vorbuchen. Je weiter die Entfernung vom Wohnort zum Zielort, umso eher buchen die befragten Personen vor. Die befragten Personen, die eine Anreise bis zu 100 km angaben, warten die Wetterlage ab, bei der Anreise bis zu 300 km erfolgt eine Buchung im Voraus. 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. Auf 26% der befragten Personen war keine der Antwortmöglichkeiten zutreffend. Auch hier sind die Ergebnisse in den Altersklassen nahezu gleich.

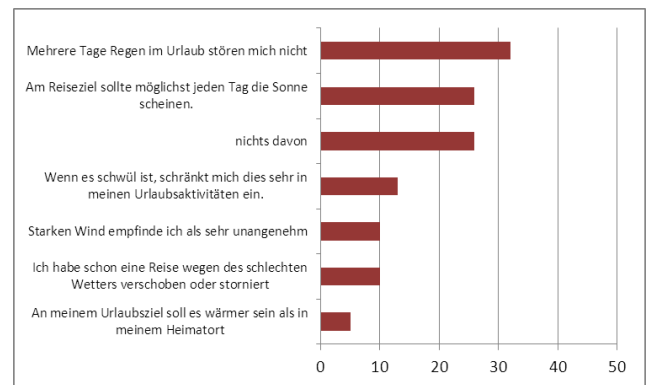


Abbildung 17: Relevanz des Wetters bei einer Reise⁷ (in %)

Im Anschluss wurden die Urlauber nach Alternativen bei schlechtem Wetter befragt. Die Antwortmöglichkeiten waren vorgegeben. Es waren Mehrfachnennungen zulässig. 56% der befragten Personen würden demnach *kulturelle Angebote* stärker nachfragen, weitere 35% würden sich Aktivitäten *drinnen* suchen. 34% benötigen nach eigener Angabe keine Alternative. Hier bestätigt sich die Annahme, dass die befragten Urlauber weniger wettersensibel sind.

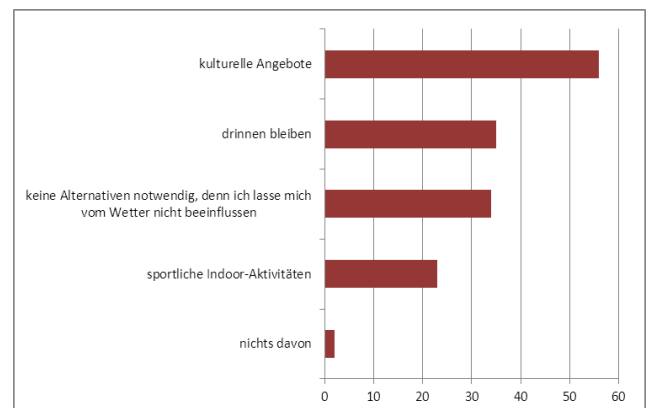


Abbildung 18: alternative Aktivitäten bei schlechtem Wetter (in %)

⁷ keine Berücksichtigung finden die Antworten *wn* und *In meinem Winterurlaub möchte ich Schnee sehen.*

WETTER

Bei der Betrachtung der alternativen Aktivitäten bei schlechtem Wetter nach Jahreszeiten ergibt sich folgendes Bild:

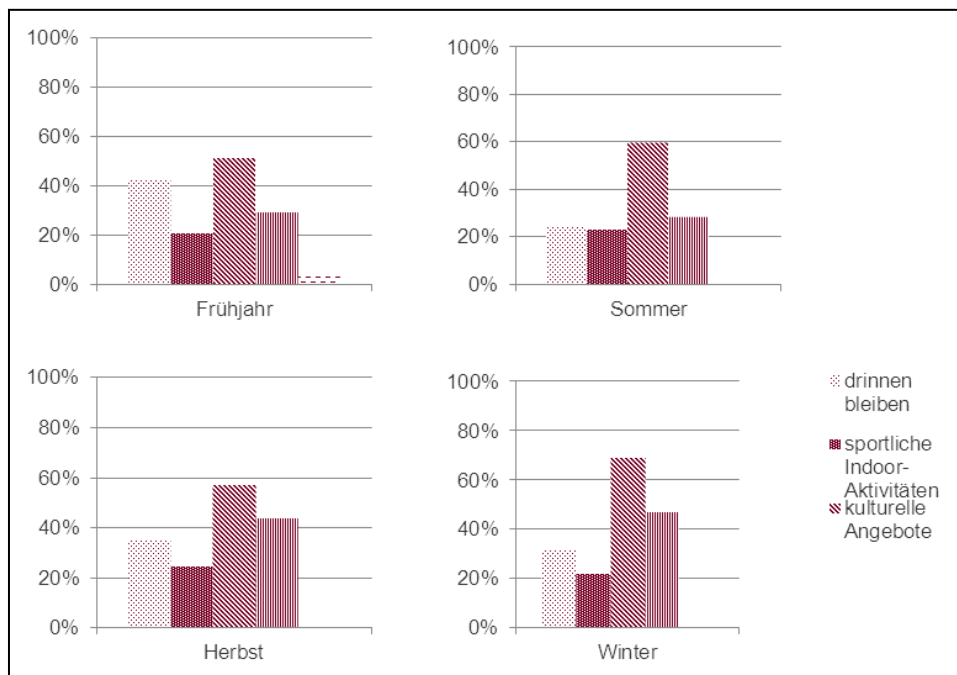


Abbildung 19: alternative Aktivitäten nach Jahreszeiten

Abschließend sollten die befragten Personen eine Aussage dazu treffen, welche Angebote sie sich wünschen, um auch bei schlechtem Wetter die Lüneburger Heide zu bereisen. 96% der befragten Personen wählten die Antwort *weiß nicht (wn)*. Die Lüneburger Heide verfügt über eine gute Freizeitinfrastruktur und vielfältige Freizeitangebote, so dass vermutet wird, dass diese von den befragten Personen (unbewusst) genutzt werden.

Im letzten Befragungsmodul wurden die Urlauber zu ihrem Wissensstand bzgl. des Klimawandels befragt, sowie um die Einschätzung der möglichen Folgen gebeten. Nur 8% der befragten Personen gaben an, *sehr gut* zum Thema Klimawandel informiert zu sein. Weitere 42% fühlen sich *gut* informiert und 41% der befragten Personen fühlen sich *mittel* gut informiert. 7% gaben an, *schlecht* bzw. *sehr schlecht* informiert zu sein, die restlichen 2% gaben keine Einschätzung ihres Kenntnisstands ab. Es konnten Unterschiede zwischen den Altersklassen festgestellt werden, sowie in Bezug auf die Bildung der befragten Personen.

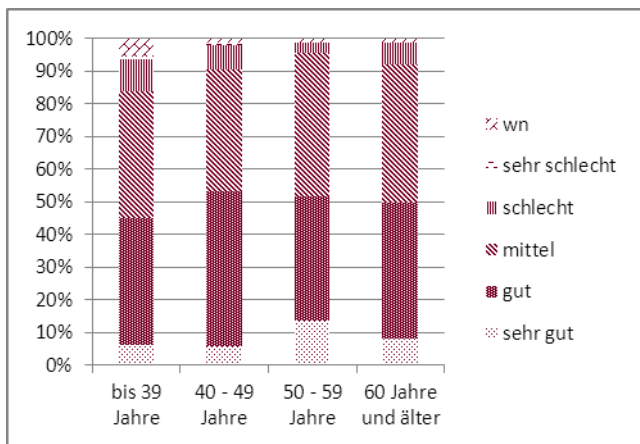


Abbildung 20: Informationsgrad Klimawandel nach Altersklassen

Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass die befragten Personen der gleichen Definition des Klimawandels folgen und daher unterschiedliche Grundlage und Interpretationen zur Beantwortung heranzogen.

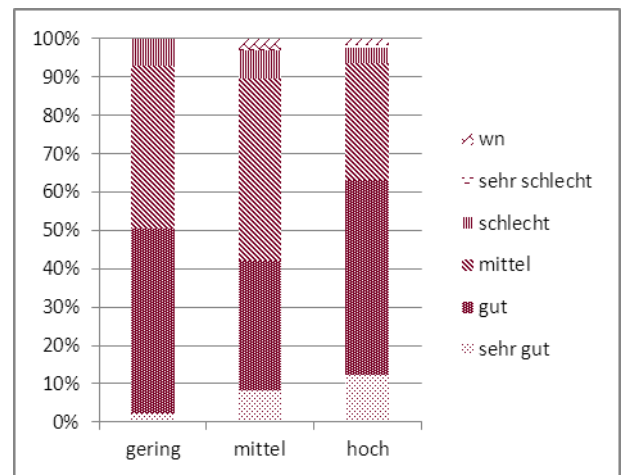


Abbildung 21: Informationsgrad Klimawandel nach Bildung

Bereits in der 2. Frage wurden die Urlauber gebeten einzuschätzen, ob auch in der Lüneburger Heide eine Klimaänderung eintreten wird. 55% der befragten Personen bejahten die Frage. 32% 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 in der Lüneburger Heide gefragt. Die Antworten wurden nicht vorgelesen, sodass die befragten Personen, offen antworten konnten. So gehen 55% von einer allgemeinen Erwärmung, 14% von wärmeren Sommern und 12% von wärmeren Wintern aus. 15% wollten keine Einschätzung abgeben. Diese Einschätzungen decken sich mit den Angaben des Norddeutschen Klimaatlas, dessen Zahlen auch in der Szenarienentwicklung berücksichtigt wurden.

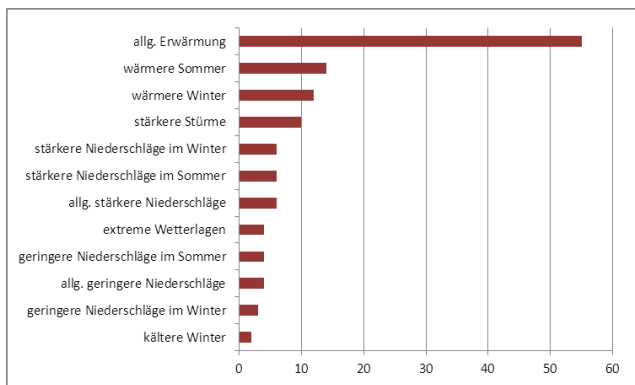


Abbildung 22: erwartete Klimaänderungen⁸ (in %)

Weiterhin wurden die Urlauber gefragt, ob sie glauben, dass eine Klimaänderung Auswirkungen auf den Tourismus haben wird. Die Antwort weist einen Trend auf: 53% der befragten Personen bejahen die Frage, 25% verneinen sie und 22% geben keine eindeutige Antwort. Die Urlauber, die von Auswirkungen auf den Tourismus ausgehen, wurden anschließend gebeten, diese zu benennen. Die Mehrheit der befragten Personen konnte keine Einschätzung abgeben. Weitere 36% gehen davon aus, dass weniger Besucher die Lüneburger Heide bereisen werden.

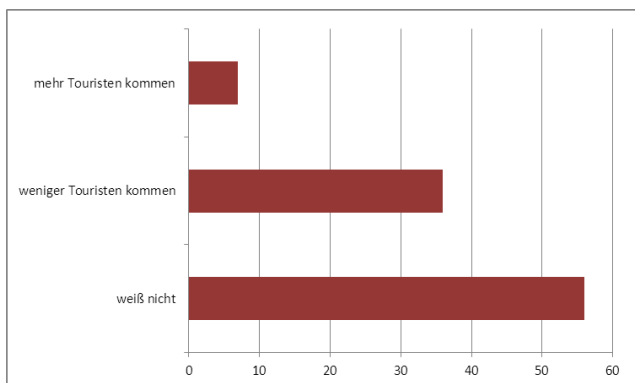


Abbildung 23: Auswirkungen des Klimawandels (in %)

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 6% der befragten Personen an, dass sie ihren Reisezeitraum für eine Reise in die Lüneburger Heide ändern würden. 53% würden ihren jetzigen Reisezeitraum beibehalten. 40% beantworteten die Frage mit *weiß nicht*. Das ist darauf zurückzuführen, dass die Lüneburger Heide über einen hohen Anteil an Tagesbesuchern verfügt, die ihren Aufenthalt stark vom Wetter abhängig planen. Es treten Unterschiede bei der Beantwortung dieser Frage in den Altersklassen auf. Diejenigen, die ihren Reisezeitraum ändern würden, kämen dann vorwiegend im Sommer (42%). 39% wissen nicht, wann sie unter diesen Umständen die Region bereisen würden. In der Altersklasse 50 – 59 Jahre, sowie 60 Jahre und älter wurde ebenfalls der Herbst häufiger benannt.

Anschließend wurden die Urlauber zum Klima in der Lüneburger Heide befragt. Die Antworten waren vorgegeben und es waren Mehrfachnennungen möglich. Insgesamt ergibt sich folgendes Bild:

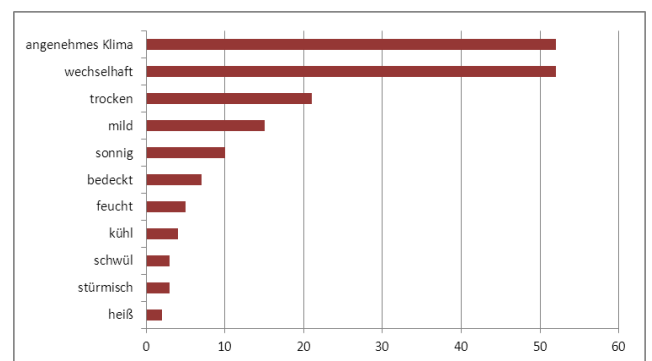


Abbildung 24: Klima in der Lüneburger Heide (gesamt) (in %)

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. 74% der befragten Personen stimmen der Aussage voll zu, dass die Tourismusanbieter durch Energiesparmaßnahmen oder die Verwendung

⁸ keine Berücksichtigung der Antworten *wn* und *Sonstiges*.

KLIMA

regionaler Produkte dazu beitragen sollten, dass der Klimawandel vermindert wird. Auch die Aussage, dass bei regnerischen Wetter Alternativen geschaffen werden sollten fand hohen Zuspruch.

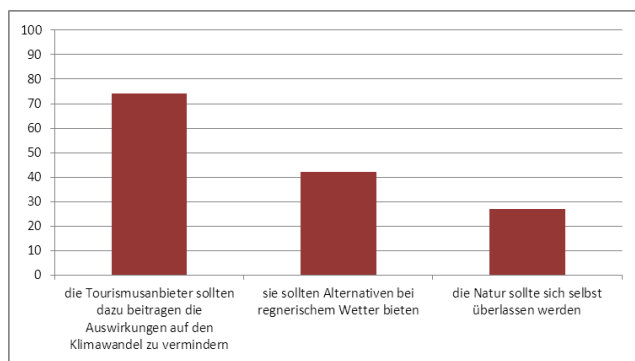


Abbildung 26: Aktivitäten der Tourismusanbieter⁹ (in %)

⁹ befragte Personen, die mit *stimme voll und ganz* zu 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
www.leuphana.de/tour

Lüneburg, Juni 2012