



➔ Klimawandel & Tourismus:

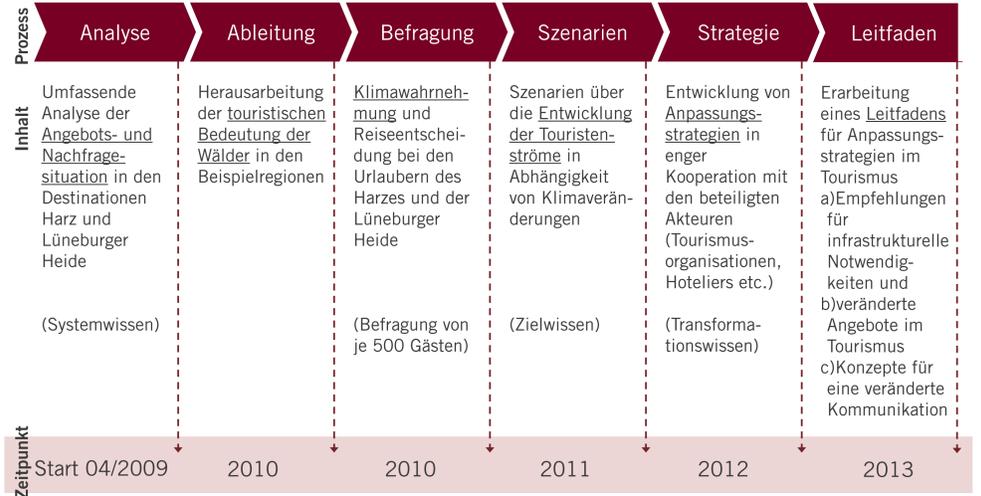
- der Wirtschaftszweig Tourismus gilt als besonders klima- und wettersensibel
- betroffen ist jede Tourismusform, die in hohem Maße von klimatischen Bedingungen abhängig ist
- Klimawandel führt zu einer Verschiebung der Touristenströme weltweit
- Neues Reiseverhalten und Zunahme im Inlandtourismus
- steigendes Bewusstsein der Touristen für das Thema Klimawandel stellt neue Herausforderungen an touristische Akteure
- Klimawandel schafft Gewinner und Verlierer – auch bei der Tourismusindustrie
- Auswirkungen: Temperaturerhöhung, Veränderung der Niederschläge, Zunahme Extremwetterereignisse
- Indirekte Auswirkungen auf den Tourismus durch veränderte Land- und Forstwirtschaft

Bedrohen zunehmende Niederschläge, Stürme, Schneemangel und Hochwasser Deutschland oder erhöht sich sogar die Wettbewerbsfähigkeit aufgrund klimatischer Veränderungen?

➔ Übergeordnete Forschungsfragen:

- Welche Auswirkungen wird der Klimawandel auf die touristische Entwicklung der Regionen Harz und Lüneburger Heide, die Nachfrage der Touristen und die touristischen Produkte haben?
- Wie können sich diese Destinationen und Leistungsträger langfristig auf den Klimawandel einstellen?
- Was bedeuten Klimatrends und Klimawandel für die operative Arbeit in den Regionen Harz und Lüneburger Heide, wie ist die Zusammenarbeit zwischen Naturschutz und Tourismus zu gestalten und welche gemeinsamen Strategien werden verfolgt?
- Wie kann die Kommunikation nach innen (Information in der Region) und nach außen (gegenüber den Touristen) gestaltet werden, um sowohl ein hohes Bewusstsein für dieses Thema bei den Anbietern in der Region zu schaffen als auch gegenüber dem Kunden die eigenen Aktivitäten zu kommunizieren?

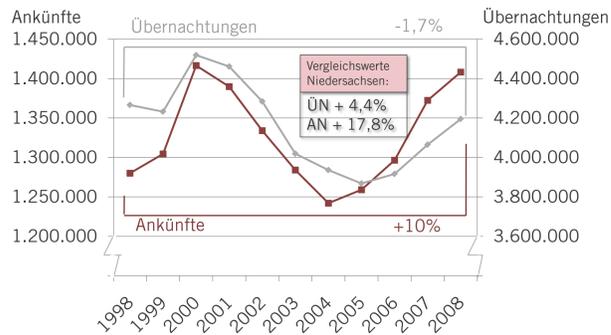
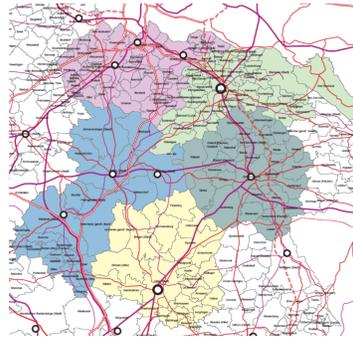
➔ Zeit- und Ablaufplanung:



➔ Untersuchungsgebiet Lüneburger Heide:



Naturschutzgebiet Lüneburger Heide, Meißendorfer Moor, Heideflächen mittleres Lüßplateau
Städte: Lüneburg, Celle, Uelzen, Soltau
Naturpark Lüneburger Heide, Naturpark Harburger Berge, Naturpark Südheide



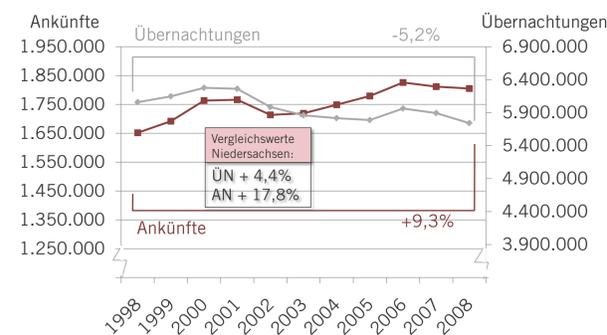
- Zielgruppen:**
- Individualreisende, Gruppen
- Reisezeit:**
- Heideblüte: im August/ September, Städte: ganzjährig, Outdoor: Frühjahr, Herbst
- Reisethemen:**
- Natur: Naturparks, Naturschutzgebiete, Heideblüte
 - Erlebnisregion Europas mit 10 Erlebnisparks
 - Aktiv-Urlaub: Wandern, Fahrradfahren, Reiten, 16 Golfplätze
 - Städte: Kultur & Shopping



➔ Untersuchungsgebiet Harz:



Wintersport: Altenau-Torfhaus, Benneckenstein, Goslar-Hahnenklee, Hasselfelde, Sankt Andreasberg, Schierke, Braunlage, Clausthal-Zellerfeld, Hohegeiß u.a.
Kultur Harz: Welterbestädte Goslar, Quedlinburg und die Lutherstadt Eisleben, die Straße der Romanik, Mythenweg in Thale u.a.
(länderübergreifender) Nationalpark Harz mit Brocken, Grünes Band, Harzer -Hexen -Stieg



- Zielgruppen:**
- Tagesausflügler, Kurzurlaub
 - 60% Paare, 15% Familien
- Reisezeit:**
- ganzjährig
 - Winter: Jan. – Feb.
 - Wandern: Mai und Oktober
- Reisethemen:**
- Wandern, Naturerlebnis, Winter, Romantik, Bergbau
 - bei den unter 40jährigen: Märchen & Mythen
 - bei den über 50jährigen: Gesundheit

	2008	98- 08
Geöffnete Beherbergungsbetriebe	949	-16,7%
Angebotene Betten	47.398	-6,8%
Angebotene Bettentage*	8.809.415	-23,6%
Ø Aufenthaltsdauer*	3,7	-20,6%
Ø Bettenauslastung*	33,6	-6,3%

* Werte beziehen sich ausschließlich auf den niedersächsischen Teil des Harzes



Kernaussagen der Angebots- und Nachfrageanalyse:

- Untersuchungsgebiete sind Tourismusregionen mit hoher Bekanntheit, aber nicht mehr zeitgemäßem Image
- Touristische Einrichtungen unterstützen natürliches Angebot der Regionen
- umfangreiche touristische Infrastruktur vorhanden, aber Investitionsbedarf
- das naturräumliche Potential bedingt den Stellenwert von Natur und Wald in den Regionen
- Spazieren gehen, Wandern und Natur erleben sind Top-Reisemotive
- touristische Bedeutung der Wälder in unseren Untersuchungsgebieten sehr hoch
- Kooperationen zwischen Forstwirtschaft und Tourismus verstärken
- Kernthema „Natur“ vermehrt für moderne, authentische und nachhaltige Angebotsentwicklung nutzen
- neue und jüngere Zielgruppen sind anzusprechen

