



GÄSTEBEFRAGUNG 2021

Qualitätstourismus Alpenraum



JKU Linz / MBA Tourismusmanagement am Institut für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte

Dr. Herta Neiß

Dr. Andreas Praher



I. ALLGEMEINE INFORMATIONEN UND ERGEBNISSE

Stichprobe

Wolfgangsee: 259 Teilnehmer*innen
 Berchtesgaden: 560 Teilnehmer*innen
 Wagrain-Kleinarl: 732 Teilnehmer*innen
 Insgesamt: 1.551 Teilnehmer*innen

Durchführungszeitraum

o Mai 15 – Juli 15, 2021

Aufbau des Fragebogens

- o Insgesamt 26 Fragen
 - Fragen zum Aufenthalt in der Region
 - Fragen zur Nachhaltigkeit in der Region
 - Spezifische Fragen zur subjektiven Wichtigkeit und Beurteilung der Region in punkto Nachhaltigkeit
 - Fragen zur Zukunftsperspektive
 - Sozialstatistische Merkmale

Methodik

- Umfragetool "LimeSurvey"
- Hauptsächlich geschlossene Fragen, teilweise offene Fragen

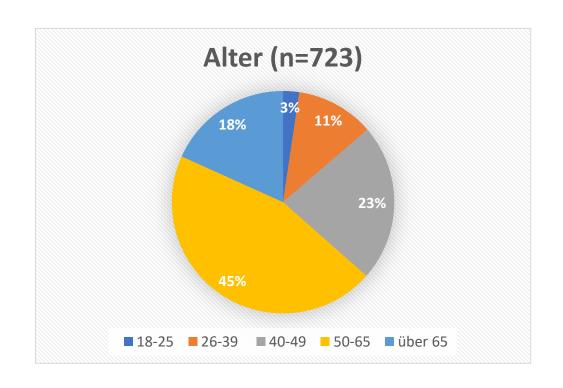


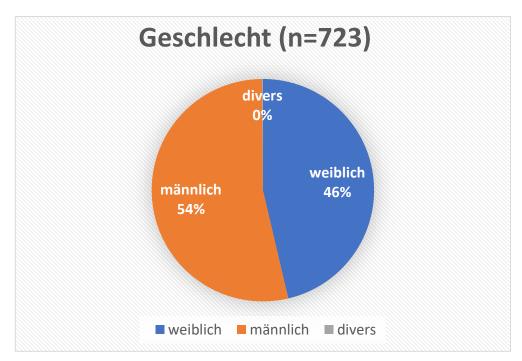
CHARAKTERISTIKA DER STICHPROBE

- Ältere Gästeschicht
 - knapp zwei Drittel der befragten Gäste (63%) in den drei Regionen Wolfgangsee,
 Berchtesgaden und Wagrain-Kleinarl sind 50+
- Ausgeglichenes Geschlechterverhältnis
 - Das Geschlechterverhältnis ist mit 54% männlichen und 46% weiblichen Teilnehmer*innen nahezu ausgeglichen
- Hoher Anteil an Stammgästen
 - o alle drei Regionen weisen einen hohen Anteil an Stammgästen auf
 - o in Wolfgangsee und Wagrain-Kleinarl liegt dieser bei 52% bzw. 55%, in Berchtesgaden sogar bei 83%
- Vorwiegend Gäste aus Deutschland und Österreich
 - in Berchtesgaden kommt der überwiegende Teil der befragten Gäste (97%) aus Deutschland
 - in Wagrain-Kleinarl kommen über zwei Drittel (68%) der befragten Gäste aus Deutschland und knapp ein Viertel (24%) aus Österreich
 - in der Region Wolfgangsee kommt die Hälfte (51%) der befragten Gäste aus Österreich und 44% aus Deutschland



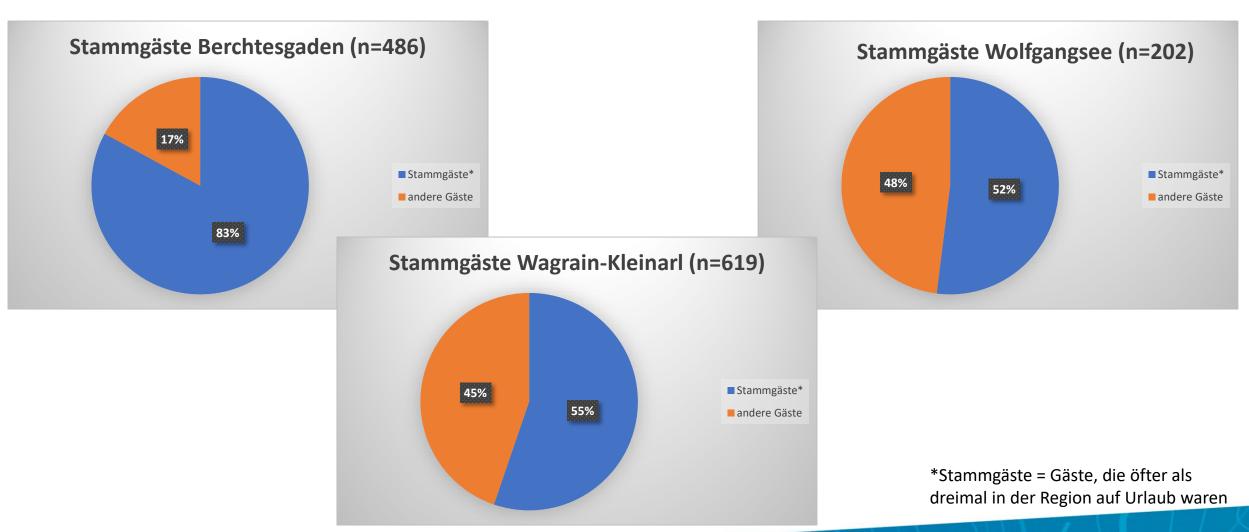
CHARAKTERISTIKA DER STICHPROBE NACH ALTER UND GESCHLECHT







CHARAKTERISTIKA DER STICHPROBE NACH STAMMGÄSTEN

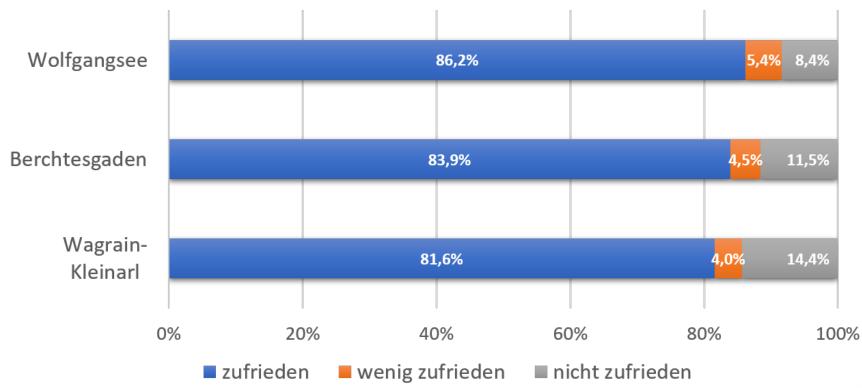




GESAMTERLEBNIS DER REGION

Frage: Wie zufrieden waren Sie mit dem Gesamterlebnis in der Region?



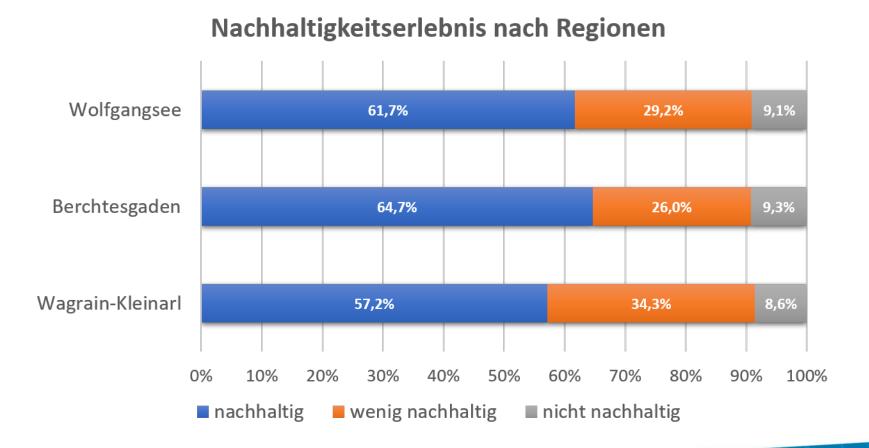


Über **80**% der Gäste in den befragten drei Regionen Wolfgangsee, Berchtesgaden und Wagrain-Kleinarl sind mit dem Gesamterlebnis zufrieden.



NACHHALTIGKEITSERLEBNIS DER REGION

Frage: Wie nachhaltig (ökologisch, wirtschaftlich und sozial) beurteilen Sie die Tourismusregion insgesamt?

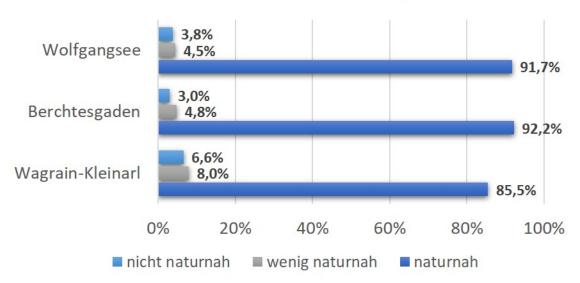


Knapp zwei Drittel der Gäste in Wolfgangsee (62%) und Berchtesgaden (65%) beurteilen die Region als nachhaltig. Mehr als die Hälfte der Gäste (57%) nimmt Wagrain-Kleinarl als nachhaltig wahr, ein Drittel empfindet die Region als wenig nachhaltig.



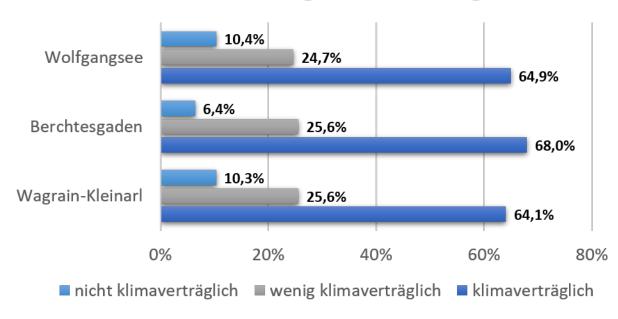
NÄHE ZUR NATUR UND KLIMAVERTRÄGLICHKEIT

Wie naturnah ist die Region?



Mehr als **90**% empfinden die Regionen Wolfgangsee und Berchtesgaden als **naturnah** und über **80**% attestieren Wagrain-Kleinarl eine Nähe zur Natur.

Wie klimaverträglich ist die Region?

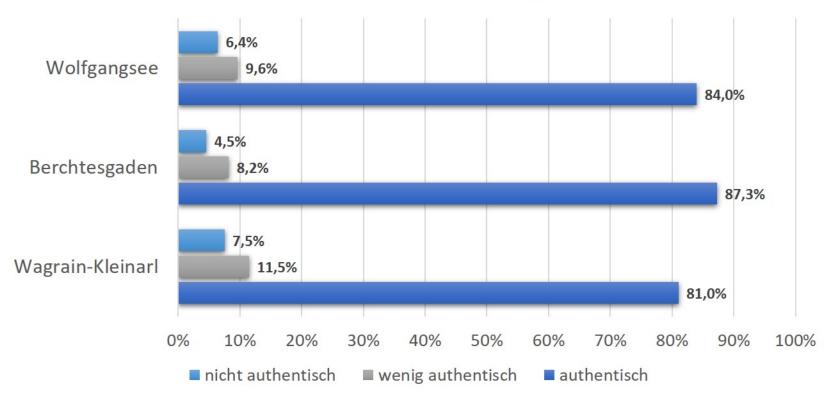


Die drei Regionen Wolfgangsee, Berchtesgaden und Wagrain-Kleinarl werden von rund **zwei Drittel** der Gäste als **klimaverträglich** beschrieben.



AUTHENTIZITÄT

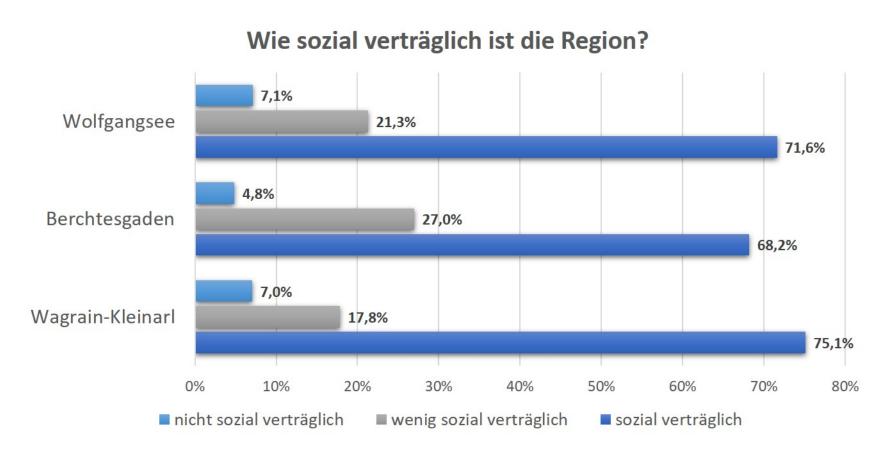
Wie authentisch ist die Region?



Über 80% der Gäste empfinden die Regionen als authentisch.



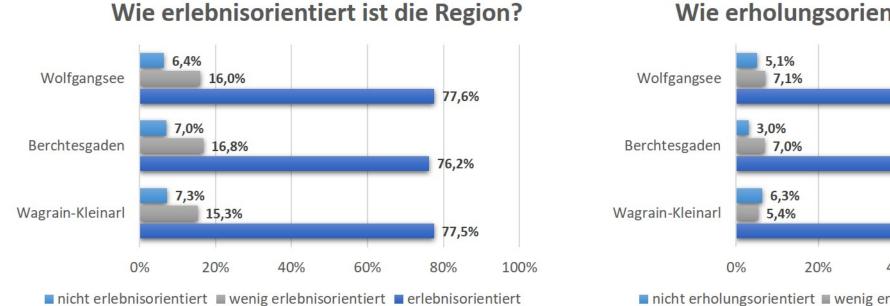
SOZIALE VERTRÄGLICHKEIT



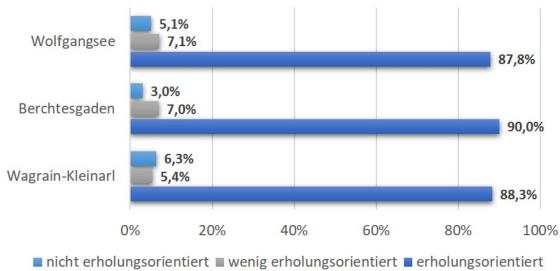
Zwei Drittel bis drei Viertel beschreiben den Tourismus in den drei Regionen als sozial verträglich.



ERLEBNISORIENTIERT UND ERHOLUNGSORIENTIERT



Wie erholungsorientiert ist die Region?



Drei Viertel der Gäste nehmen die drei Regionen als erlebnisorientiert wahr, eine überwiegende Mehrheit (knapp 90%) empfindet diese gleichzeitig als erholungsorientiert.



II. BEURTEILUNG DER REGIONEN IN PUNKTO NACHHALTIGKEIT

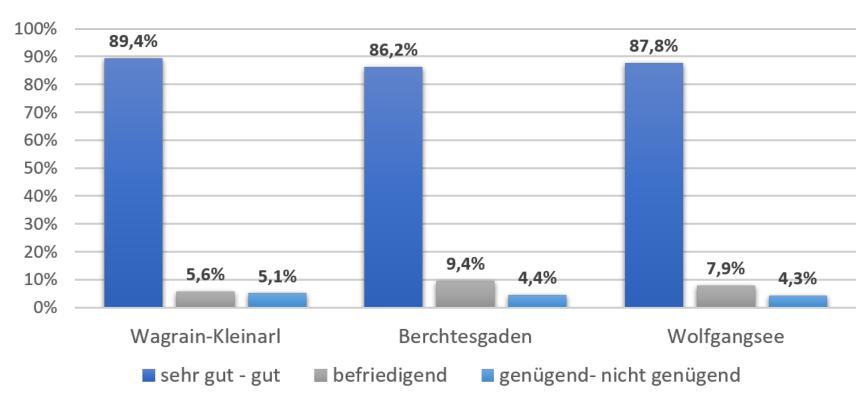


Foto: Wagrain-Kleinarl Tourismus/Lorenz Masser



TOURISTISCHE QUALITÄT

Hohe Qualität im Service und Gastlichkeit in touristischen Betrieben

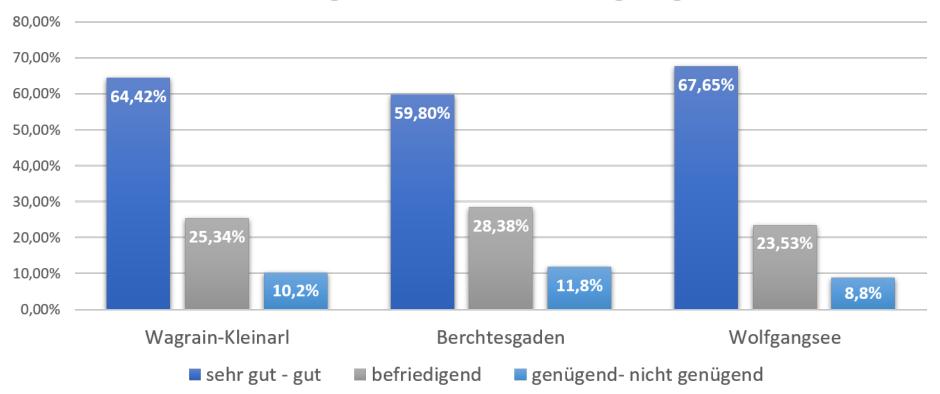


Knapp 90%
beurteilen die
Qualität im Service
und die Gastlichkeit
in touristischen
Betrieben in den
drei Regionen als
"sehr gut" bis "gut".



TOURISTISCHES WACHSTUM

Angemessenes touristisches Wachstum unter Berücksichtigung der ökologischen und sozialen Tragfähigkeit

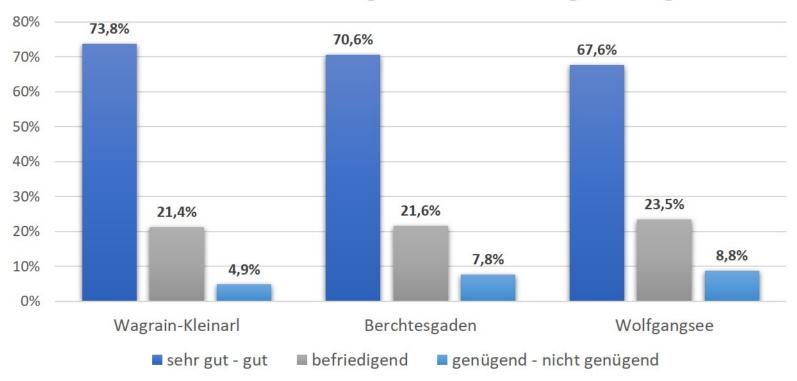


Zwei Drittel der Gäste empfindet das touristische Wachstum als angemessen.



AUSGEWOGENHEIT ZWISCHEN INTERESSENSGRUPPEN

Ausgewogenheit aller Interssensgruppen in der touristischen Gestaltung und Entwicklung der Region

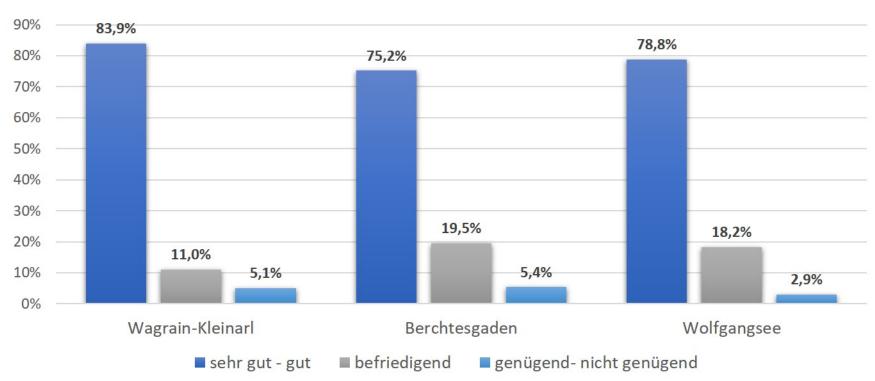


Die Ausgewogenheit zwischen den Interessensgruppen wird von **über zwei Drittel** der befragten Gäste mit "sehr gut" bis "gut" bewertet.



ARBEITSBEDINGUNGEN

Arbeitsbedingungen für Mitarbeiter*innen in touristischen Betrieben

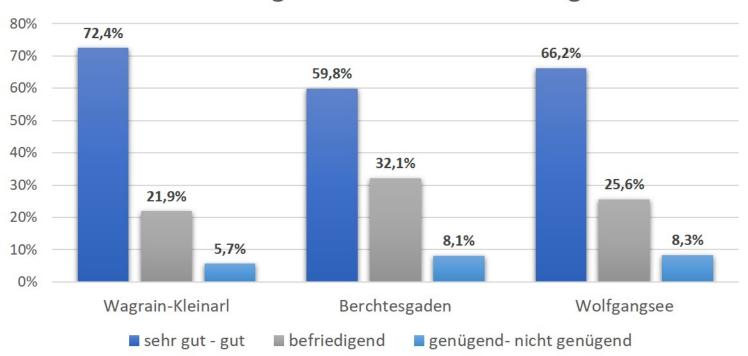


Die überwiegende Mehrheit der befragten Gäste stuft die Arbeitsbedingungen in touristischen Betrieben als "sehr gut" bis "gut" ein.



ENERGIE- UND RESSOURCENSCHONENDE AUSSTATTUNG

Moderne, energie- und ressourcenschonende Ausstattung bei Gebäuden und Anlagen

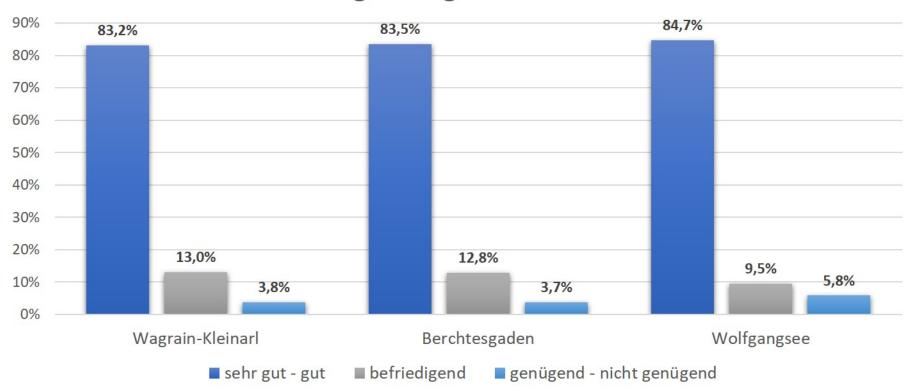


60 bis 70% beurteilen die moderne, energie- und ressourcenschonende Ausstattung bei Gebäuden und Anlagen als "sehr gut" bis "gut". Ein Viertel bis ein Drittel empfindet dieses als befriedigend.



EINSATZ VON REGIONALEN PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

Einsatz von regionalen Produkten und Dienstleistungen zur Förderung der regionalen Wirtschaft

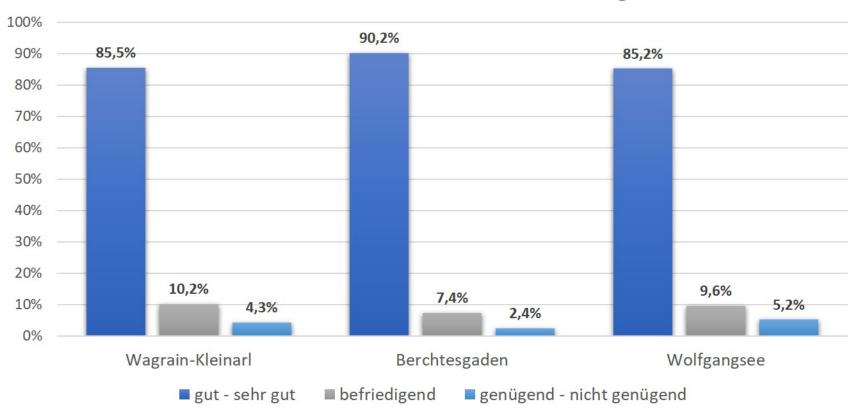


Der Einsatz von regionalen Produkten und Dienstleistungen wird mit **über 80%** äußerst positiv bewertet



BESUCHERINFORMATION

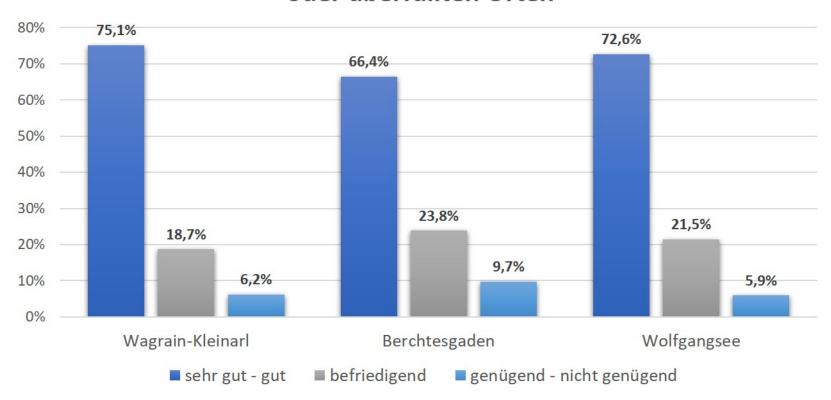
Gute Besucherinformation in der Region





BESUCHERMANAGEMENT

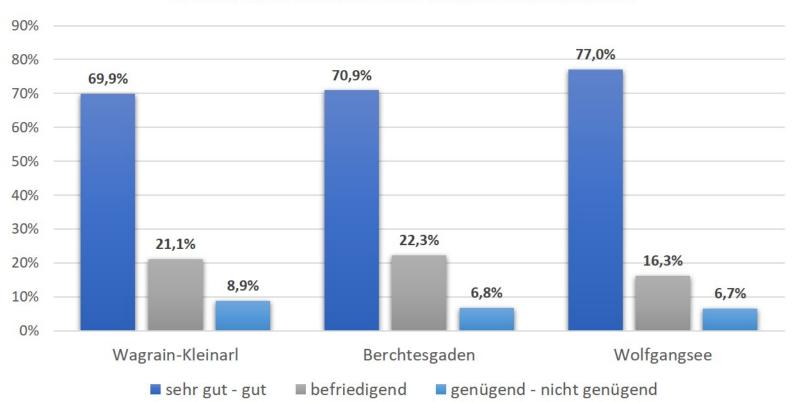
Funktionierendes Besuchermanagement an beliebten oder überfüllten Orten





LANDSCHAFTSBILD

Erhalt und Schutz des Landschaftsbildes

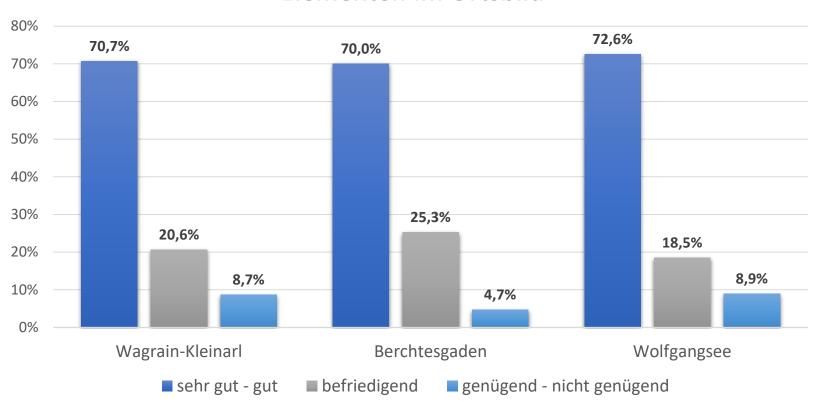


Der Erhalt und Schutz des Landschaftsbildes wird von **70%** und mehr der befragten Gäste als sehr gut bis gut beurteilt.



ORTSBILD

Ausgeglichenes Verhältnis von alten und neuen Elementen im Ortsbild

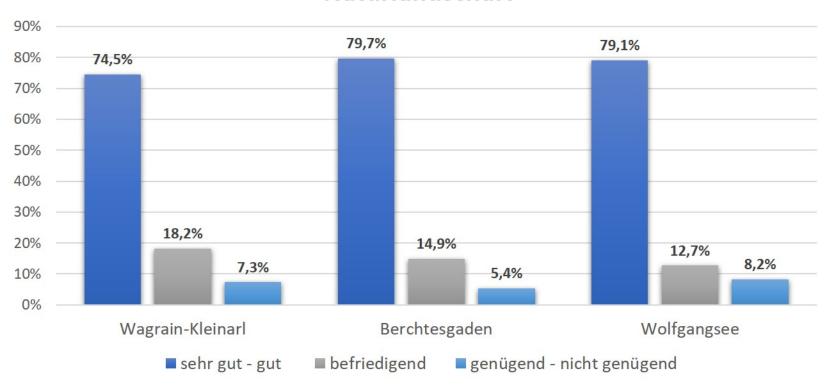


70% der befragten Gäste empfindet das Verhältnis von alten und neuen Elementen im Ortsbild als ausgeglichen und beurteilt dieses als "sehr gut" bis "gut".



SCHUTZ DER NATURLANDSCHAFT

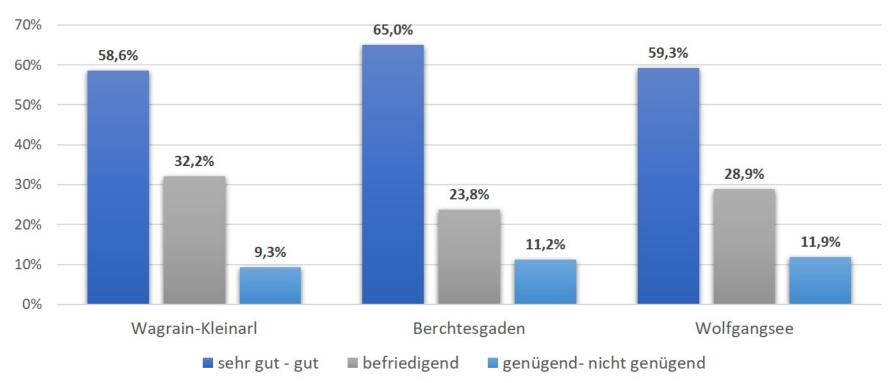
Ausreichender Schutz und schonender Umgang mit der Naturlandschaft





ANBINDUNG AN ÖFFENTLICHEN VERKEHR

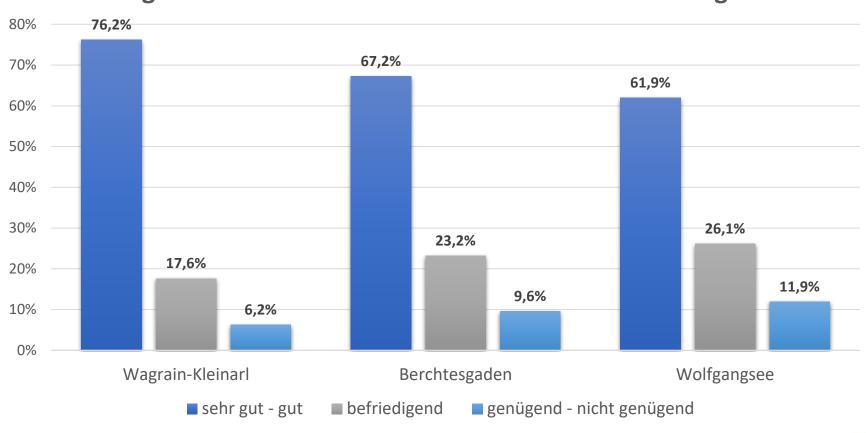
Erreichbarkeit der Urlaubsregion mit öffentlichen Verkehrsmitteln





ÖFFENTLICHES VERKEHRSANGEBOT IN DER REGION

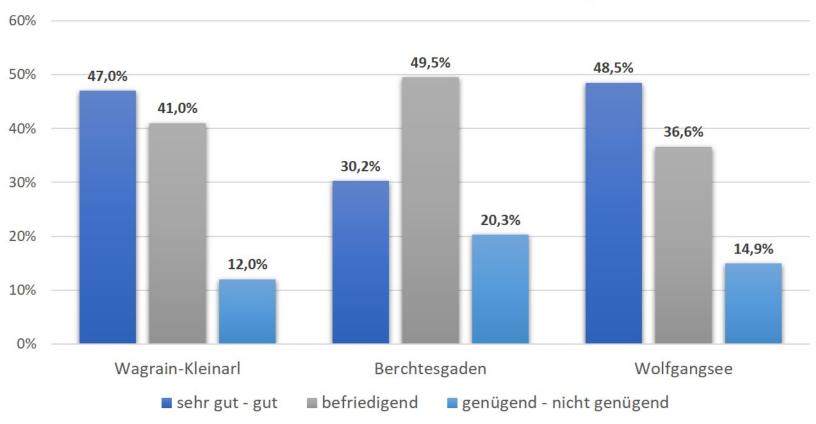
Angebot von öffentlichen Verkehrsmitteln in der Region





ALTERNATIVE MOBILITÄTSANGEBOTE

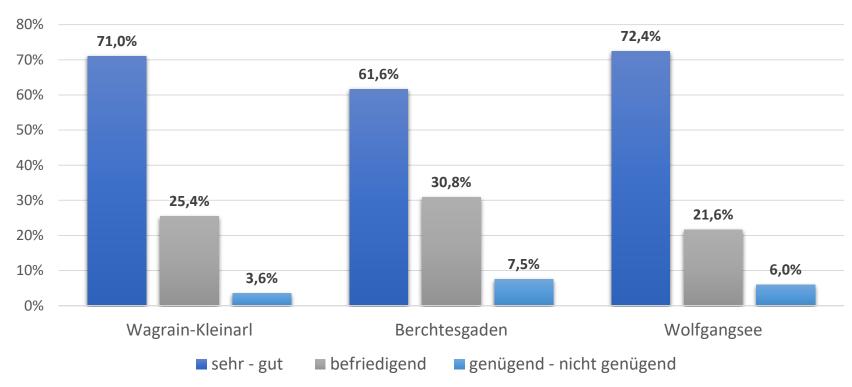
Zusätzliche alternative Mobilitätsangebote





ENERGIESPARENDE MAßNAHMEN

Maßnahmen zur Reduktion des Energie-, Müll- und Wasseraufkommens in Betrieben und Unterkünften





ZUSAMMENFASSUNG

- Alle drei Regionen schneiden beim Gesamterlebnis sehr gut ab. Über 80% der Gäste sind mit dem touristischen Angebot zufrieden bis sehr zufrieden. D. h. die drei Tourismusdestinationen verfügen über eine hohe Akzeptanz und werden in vielen Fällen öfter besucht bzw. haben ein hohes Stammgästepotenzial.
- Bei der Frage nach dem generellen Nachhaltigkeitserleben werden die drei Regionen mit über 50% bis zu zwei Drittel äußerst positiv bewertet. Vor allem die Nähe zur Natur und die Authentizität erzielen mit über 80 und 90% sehr hohe Werte, wohingegen die Klimaverträglichkeit und soziale Verträglichkeit mit Werten um die 65% etwas schlechter abschneiden.
- Eine klare Mehrheit der Gäste (87,8 bis 90%) nimmt die Regionen als erholungsorientiert wahr. Das hat unmittelbar mit den Naturräumen zu tun, die vielfach als intakt empfunden werden.
- Die Qualität im Service und die Gastlichkeit werden mit Werten um die 90% als sehr hoch eingestuft.
- Geschätzt wird vor allem der Einsatz von regionalen Produkten und Dienstleistungen. Dieser wird mit über 80% äußerst positiv bewertet.



ZUSAMMENFASSUNG

- Der Schutz und Umgang mit den Naturlandschaften wird von 75 bis 80% der Gäste als ausreichend und schonend empfunden.
- Zwei Drittel der Gäste empfindet das touristische Wachstum als angemessen. Ein Drittel beurteilt dieses mit "befriedigend" bis "nicht genügend".
- Das Besuchermanagement an beliebten und überfüllten Orten funktioniert für zwei Drittel bis drei Viertel der Gäste "sehr gut" bis "gut".
- Nachholbedarf gibt es bei der Erreichbarkeit der Urlaubsregionen mit öffentlichen Verkehrsmitteln.
 35 bis 40% der Gäste erachtet die Öffi-Anbindung als "befriedigend" bis "nicht genügend".
- Während das Angebot von öffentlichen Verkehrsmitteln von zwei Drittel bis drei Viertel der Gäste mit "sehr gut" bis "gut" bewertet wird, vermissen über die Hälfte der Gäste zusätzliche alternative Mobilitätsangebote.