

Inhaltsverzeichnis

TEIL D	EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG DER WAHRNEHMUNG DER KLIMAÄNDERUNG DURCH DAS TOURISTISCHE ANGEBOT UND DIE TOURISTISCHE NACHFRAGE IM FICHELGEBIRGE	111
1.	Untersuchungsmethodik.....	111
2.	Gruppe der Bürgermeister und Fremdenverkehrsämter	111
2.1	Bisherige Beschäftigung mit der Thematik „Klimaveränderung – Tourismus“	111
2.2	Auswirkungen der Klimaveränderung auf den Tourismus im Fichtelgebirge.....	112
2.3	Anpassungsprozesse im Wintertourismus	114
2.3.1	Einsatz künstlicher Beschneigung	114
2.3.2	Konzentration auf das Loipennetz und Ski Langlauf.....	115
2.3.3	Vermehrte schneeunabhängige Angebote im Winter	116
2.3.4	Vermehrte Attraktionen im Winter	117
2.3.5	Verlagerung touristischer Umsätze vom Winter auf das restliche Jahr	117
2.4	Derzeitige touristische Attraktivität des Fichtelgebirges im Winter und mögliche Veränderungen durch die Klimaänderung	118
2.5	Perzeption verschiedener Klimatrends und möglicher Auswirkungen	118
2.5.1	Perzeption des Trends für das Frühjahr (April/Mai).....	119
2.5.2	Perzeption des Trends für den Herbst (September/Oktober).....	119
2.5.3	Genereller Erwärmungstrend – Abschwächung der „Sommerfrische“.....	120
2.6	Zukünftige touristische Entwicklung des Fichtelgebirges.....	120
2.7	Wirtschaftliche Bedeutung und jahreszeitliche Verteilung des Tourismus.....	122
2.7.1	Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für die Gemeinden.....	122
2.7.2	Jahreszeitliche Verteilung des Tourismus in den Gemeinden.....	122
3.	Die Beherbergungsbetriebe im Fichtelgebirge	123
3.1	Statistische Angaben zu den befragten Betrieben	123
3.2	Beschäftigung mit der Thematik „Klimaveränderung – Tourismus“.....	125
3.3	Auswirkungen der Klimaänderung auf den Tourismus im Fichtelgebirge.....	125
3.4	Anpassungsprozesse im Wintertourismus	127
3.4.1	Einsatz künstlicher Beschneigung	128
3.4.2	Konzentration auf das Loipennetz und Ski Langlauf.....	128
3.4.3	Vermehrte schneeunabhängige Angebote im Winter	129
3.4.4	Vermehrte Attraktionen im Winter	129
3.4.5	Verlagerung touristischer Umsätze vom Winter auf das restliche Jahr	129
3.4.6	Strategien für den eigenen Betrieb in bezug auf zunehmende Schneearmut .	130

3.5	Perzeption verschiedener Klimatrends und möglicher Auswirkungen	130
3.5.1	Perzeption des Trends für das Frühjahr (April/Mai).....	130
3.5.2	Perzeption des Trends für den Herbst (September/Okttober).....	131
3.5.3	Genereller Erwärmungstrend – Abschwächung der „Sommerfrische“	131
3.6	Zukünftige touristische Entwicklung des Fichtelgebirges.....	132
4.	Gruppe der Liftbetreiber	134
4.1	Bisherige Beschäftigung mit der Thematik	134
4.2	Auswirkungen der Klimaveränderung auf den (Winter-)Tourismus	134
4.3	Derzeitige touristische Attraktivität des Fichtelgebirges im Winter und mögliche Veränderungen durch die Klimaänderung	135
4.4	Entwicklung des Liftbetriebs – geplante Investitionen	136
4.5	Bedeutung und Existenz von Sommernutzungen für den Liftbetrieb	137
4.6	Folgen mehrerer schneearmer Winter für den Liftbetrieb	137
4.7	Bewertung von Anpassungsprozessen im Wintertourismus.....	138
4.8	Zukünftige touristische Entwicklung des Fichtelgebirges.....	139
5.	Gruppe der Skischulen.....	140
5.1	Wahrnehmung der Klimaänderung – Relevanz für die Planung.....	140
5.2	Entwicklung der Skikursteilnehmer	140
5.3	Einsatz technischer Beschneigung	141
5.4	Auswirkungen einer Abfolge schneearmer Winter	141
5.5	Touristische Sommeraktivitäten der Skischulen	142
5.6	Zukünftige Aussichten der Skischule	142
6.	Befragung der Sommergäste.....	143
6.1	(Sozial-)Statistische Angaben und Allgemeines zum Urlaubsverhalten.....	143
6.2	Klimaveränderung und Sommertourismus im Fichtelgebirge	147
6.3	Klimaveränderung und Wintertourismus im Fichtelgebirge	150
6.4	Anpassungsprozesse im Wintertourismus	153
6.4.1	Einsatz künstlicher Beschneigung	154
6.4.2	Konzentration auf das Loipennetz	154
6.4.3	Vermehrte schneeunabhängige Angebote im Winter	155
6.4.4	Vermehrte Attraktionen im Winter	155
6.4.5	Verlagerung touristischer Umsätze vom Winter auf das restliche Jahr	155
7.	Befragung der Wintergäste	156
7.1	(Sozial-)Statistische Angaben und Allgemeines zum Urlaubsverhalten.....	156
7.2	Buchungsverhalten und Bedeutung des Faktors „Gute Schneebedingungen“ bei der Reiseentscheidung	159
7.3	Klimaveränderung und Wintertourismus im Fichtelgebirge	162

7.4 Anpassungsprozesse im Wintertourismus	165
7.4.1 Einsatz künstlicher Beschneigung	165
7.4.2 Konzentration auf das Loipennetz	166
7.4.3 Vermehrte schneeunabhängige Angebote im Winter	167
7.4.4 Vermehrte Attraktionen im Winter	167
7.4.5 Verlagerung touristischer Umsätze vom Winter auf das restliche Jahr	168
7.5 Klimaveränderung und Sommertourismus im Fichtelgebirge	169

Teil D Empirische Untersuchung der Wahrnehmung der Klimaänderung durch das touristische Angebot und die touristische Nachfrage im Fichtelgebirge

1. Untersuchungsmethodik

Die Untersuchung umfasst empirische Erhebungen bei verschiedenen Gruppen des touristischen Angebots sowie der touristischen Nachfrage. Auf der Seite des touristischen Angebots wurden Bürgermeister und Fremdenverkehrsamtsleiter, Beherbergungsbetriebe sowie Liftbetreiber und Skischulen befragt. Die Erhebungen auf der Nachfrageseite schließen eine Analyse von Sommer- als auch von Wintergästen ein. Die verwendeten standardisierten Fragebögen und Interviewerleitfäden finden sich im Anhang.

2. Gruppe der Bürgermeister und Fremdenverkehrsämter

Bei der Gruppe der Bürgermeister und Fremdenverkehrsamtsleiter wurden neun Gemeinden des Hohen Fichtelgebirges bzw. des direkt angrenzenden Gebiets ausgewählt. Es handelt sich hierbei um die Gemeinden Bad Alexandersbad, Bischofsgrün, Brand, Fichtelberg, Mehlmeisel, Nagel, Tröstau, Warmensteinach und Weißenstadt. Von allen neun genannten Gemeinden wurden die Bürgermeister befragt, von fünf Gemeinden die Fremdenverkehrsamtsleiter. In den Gemeinden Brand, Nagel, Bad Alexandersbad und Mehlmeisel werden touristische Belange überwiegend oder ausschließlich von den Bürgermeistern wahrgenommen, weitere Gespräche waren somit nicht notwendig. Insgesamt erfolgten 14 leitfadengestützte Interviews.

2.1 Bisherige Beschäftigung mit der Thematik „Klimaveränderung – Tourismus“

Alle befragten Personen geben an, sich bereits mit dieser Thematik beschäftigt zu haben, wenn auch Art und Ausmaß sehr unterschiedlich sind. Insgesamt zeigt sich, dass sich die Befragten aus dem Hohen Fichtelgebirge am intensivsten damit auseinandergesetzt haben. Dies lässt sich damit begründen, dass dort die Abhängigkeit vom Klima und hier wiederum hauptsächlich von den klimatischen Rahmenbedingungen im Winter (Schneeverhältnissen) am größten ist. Einige Befragte, auch zumeist aus dem Hohen Fichtelgebirge, sind bereits persönlich mit Herrn Prof. FOKEN oder Herrn Dr. LÜERS in Kontakt gekommen oder kennen zumindest ihre klimatischen Studien zum Untersuchungsgebiet. Diese Studien (FOKEN 2003a, FOKEN/LÜERS 2003) sind auch eine wichtige Grundlage bei der klimatischen Charakterisierung des Fichtelgebirges in der vorliegenden Arbeit. Schon bei der Einstiegsfrage wird von vielen Befragten ein Bezug zur Veränderung der klimatischen Bedingungen im Winter hergestellt, wo sich der Klimawandel für die Befragten wohl am deutlichsten zu zeigen scheint. Daneben gehen einige Befragte, hier v.a. Befragte von Gemeinden außerhalb des Hohen Fichtelgebir-

ges, auch auf mögliche Veränderungen beim Sommertourismus ein, insbesondere die Situation der Freibäder und Seen wird thematisiert.

2.2 Auswirkungen der Klimaveränderung auf den Tourismus im Fichtelgebirge

Bis auf zwei Befragte außerhalb des Hohen Fichtelgebirges, die sich nicht ganz sicher sind bzw. mögliche Auswirkungen in Frage stellen, sind alle anderen Befragten fest davon überzeugt, dass eine Klimaveränderung Auswirkungen auf den Tourismus im Fichtelgebirge haben wird oder bereits hat, wobei diese allgemeinen Feststellungen noch nicht nach Winter oder Sommer differenzierten. Auf die Frage, wann mit *starken* Auswirkungen zu rechnen ist, zeigt sich ein interessantes Bild. Derzeit sehen nur drei Befragte bereits starke Auswirkungen auf den Tourismus. Fünf weitere erwarten zwar *starke* Auswirkungen auf den Tourismus, ihre zeitliche Einschätzung geht jedoch stark auseinander. Als möglicher Zeitraum werden 10-50 Jahre genannt. Die restlichen Befragten erwarten zwar ebenfalls in der Zukunft Auswirkungen auf den Tourismus, als *stark* bezeichnen sie diese jedoch nicht. Die anschließende Frage sollte genauer ermitteln, wie die Befragten die Auswirkungen getrennt für die beiden Bereiche Winter- und Sommertourismus sehen.

Für den Winter decken sich die Ansichten und Erwartungen der Befragten weitgehend. Viele Befragte nehmen bei ihren Aussagen Bezug auf die Entwicklung, die sich in den letzten Jahren und Jahrzehnten vollzogen hat. Dabei stellen sie nahezu einhellig fest, dass die Qualität der Winter stark zurückgegangen ist. Zum einen haben sich nach Ansicht der Interviewpartner die Winter in diesem Zeitraum deutlich verkürzt. Waren früher oft noch zwei bis drei Monate mit ausreichenden Schneesverhältnissen vorhanden, so hat sich diese Periode bereits spürbar verkürzt. Neben dieser Verkürzung haben im Vergleich zu früher aber auch die Schneemengen abgenommen. Dies führt dazu, dass man sich immer weniger auf länger anhaltende gute Schneesverhältnisse verlassen kann, da bei Warmlufteinbrüchen oder Regenfällen die vorhandene Schneedecke oft schnell nicht mehr für Wintersport ausreicht. In diesem Zusammenhang wird von vielen Befragten auch der Aspekt „Schneesicherheit“ angesprochen. War diese vor wenigen Jahrzehnten nach Ansicht vieler für das Fichtelgebirge, insbesondere für das Hohe Fichtelgebirge noch gegeben, so ist diese jetzt bereits mehr oder weniger verschwunden. Dies hat dazu geführt, dass es in der Region in vielen vergangenen Wintern bereits zu Schwierigkeiten bei der Ausübung von Wintersport und damit beim Wintertourismus generell gekommen ist. Diese Entwicklung wird sich nach Einschätzung fast aller Befragten auch zukünftig fortsetzen und zu einer weiteren Verschlechterung der Schneesverhältnisse in der Region führen. Die Grenze der Schneesicherheit wird sich weiter nach oben verschieben, maximal den Hochlagen wird von einigen noch zugetraut, in den kommenden Jahrzehnten eine Art von Schneesicherheit besitzen zu können. V.a. von Vertretern aus den Gemeinden des Hohen Fichtelgebirges wird in diesem Zusammenhang immer wieder auf die Ergebnisse der Studie von Prof. FOKEN verwiesen, die genau diese Entwicklungen prognostiziert. Insgesamt erwar-

tet der überwiegende Teil der Befragten das Eintreffen dieser Entwicklung jedoch erst langfristig und man hofft, in den nächsten Jahren noch viele gute Winter zu haben und vor starken Auswirkungen (noch) verschont zu bleiben. Nur ein sehr kleiner Teil versucht, die Entwicklung hin zu schneeärmeren Wintern noch herunterzuspielen. Es wird damit argumentiert, dass es auch früher bereits gute und schlechte Winter gegeben hat und auch zukünftig sowohl schneereiche als auch schneearme Winter auftreten werden. Die Meinung eines Befragten weicht deutlich von den anderen ab, dieser zeigt sich äußerst (zweck-)optimistisch und ist der Ansicht, dass es „der Herrgott mit dem Schnee in der Vergangenheit gerichtet hat und dass er es auch in Zukunft so tun wird“. Die Meinungen zu den Auswirkungen auf den Wintertourismus können insgesamt so zusammengefasst werden, dass trotz der generellen Ansicht, dass sich die Schneeverhältnisse zukünftig weiter verschlechtern werden, die Interviewpartner dennoch glauben oder hoffen, dass diese Verschlechterung zwar dazu führen wird, dass die schneegebundenen Aktivitäten (Ski Alpin/Ski Langlauf) weiter eingeschränkt, jedoch nicht gänzlich in ihrer Existenz bedroht sein werden. Das können oder wollen sich die meisten Befragten nicht vorstellen. Nur wenige sind der Meinung, dass man sich bereits jetzt darüber Gedanken machen muss, wie ein Wintertourismus im Fichtelgebirge ohne (natürlichen) Schnee aussehen könnte. Dies hat aber natürlich auch mit der Tatsache etwas zu tun, dass nur ein Teil der befragten Gemeinden in größerem Maß vom schneegebundenen Wintertourismus abhängig ist. Wenn der Aspekt Wintertourismus ohne Schnee angesprochen wurde, dann fast ausschließlich von Befragten aus dem Bereich des Hohen Fichtelgebirges. Für den Sommertourismus sind die Einschätzungen der Interviewpartner relativ homogen, wobei nicht unerwähnt bleiben darf, dass der aktuelle „Jahrhundertsommer 2003“ natürlich deutliche Spuren bei der Wahrnehmung hinterlassen hat. Wird der generelle Erwärmungstrend für den Winter als negativ eingeschätzt, so erwarten fast alle Befragten für den Sommer positive Auswirkungen. Man hofft, ähnlich dem Sommer 2003, auf längere Phasen mit stabiler Witterung und relativ wenigen Niederschlägen. Dies hätte in jedem Fall positive Auswirkungen auf den Sommertourismus in der Region, zum einen könnte man die Sommersaison strecken, zum anderen könnten auch viel mehr Aktivitäten mit einer gewissen Wettersicherheit im Freien stattfinden. Allerdings äußerte ein großer Teil der Interviewpartner die leichte Befürchtung zu heißer Temperaturen. Sicherlich war das Wetter in diesem Sommer aus touristischer Sicht als sehr positiv zu bezeichnen, dennoch war es an vielen Tagen fast zu heiß. Mehrmals wird die Chance genannt, mit Witterungen wie in diesem Sommer die Seen (Weißenstädter See, Fichtelsee, Nagler See) und Freibäder besser nutzen zu können. Zudem schreiben viele Befragte der Region - auch bei einem zunehmenden Erwärmungstrend - die Chance zu, den hohen Waldanteil des Fichtelgebirges in Verbindung mit Wandern noch besser touristisch in Wert setzen zu können. Bei steigenden Temperaturen hätte das Fichtelgebirge mit angenehmen Temperaturen immer noch einen deutlichen Vorteil gegenüber vielen anderen (touristischen) Regionen. Nur ein Befragter weicht etwas von der Meinung der anderen ab und deutet die Möglichkeit an, dass es mit steigenden Sommertemperaturen über höhere Verdunstung auch zu steigenden Niederschlägen und negativen Effekten auf den Sommertourismus kommen

könnte. Viele Befragte machen auch darauf aufmerksam, dass man ausgehend von diesem Sommer nicht unbedingt darauf schließen sollte, dass zukünftig vermehrt solche Sommer mit extremer Trockenheit und teils tropischen Temperaturen auftreten werden. Es wird mehrmals auf den vorherigen Sommer verwiesen, der wiederum überwiegend verregnet war. Insgesamt sind die Einschätzungen der Befragten für den Sommer aber sehr positiv und im Gegensatz zum Wintertourismus zeigten sich keine Unterschiede zwischen den Einschätzungen der Befragten des Hohen Fichtelgebirges und dem restlichen Gebiet.

2.3 Anpassungsprozesse im Wintertourismus

In diesem Abschnitt geht es darum, herauszufinden wie wichtig oder sinnvoll die Befragten die nachfolgenden Maßnahmen bzw. Strategien erachten, um in touristischer Hinsicht zukünftig gut auf zunehmende Schneearmut vorbereitet und eingestellt zu sein.

2.3.1 Einsatz künstlicher Beschneigung

Beim Einsatz von Schneekanonen zur Verbesserung der Schneesicherheit für alpinen Skilauf gehen die Meinungen der Befragten auseinander. Die Befragten aus dem Hohen Fichtelgebirge sind grundsätzlich für den Einsatz künstlicher Beschneigung. Allerdings erachten sie auch nur einen gezielten Einsatz von Schneekanonen als sinnvoll, eine flächendeckende Beschneigung sämtlicher Pisten macht aus verschiedensten Gründen keinen Sinn. Überwiegend wird die Meinung geäußert, den Einsatz künstlicher Schneeerzeugung am besten auf die Hochlagen und damit den Ochsenkopf zu konzentrieren. Allerdings kann dies eine Gemeinde nicht im Alleingang finanzieren. Es bedarf entweder der Unterstützung etwa durch den Landkreis oder einer Finanzierungsgemeinschaft aller Gemeinden im Bereich des Hohen Fichtelgebirges. Dies macht schon allein deswegen Sinn, weil die positiven Effekte und damit auch die Einnahmen schließlich allen Gemeinden wieder zu Gute kommen und nicht nur der Gemeinde, die über die künstliche Schneeerzeugung verfügen würde. Der finanzielle Aspekt ist auch der Aspekt, der am häufigsten als mögliches Hindernis genannt wird. Daneben werden aber auch Gründe wie Lärm, Energieaufwand, Wasserbedarf oder allgemeine naturschutzrechtliche Belange erwähnt. Insgesamt kann aber ein konzentrierter Einsatz von Schneekanonen dazu beitragen, das nach Meinung einiger Befragter immer noch existierende Winterimage der Region vorerst zu bewahren und den Wintertourismus im Fichtelgebirge aufrecht zu erhalten.

Bei den Befragten der Gemeinden außerhalb des Hohen Fichtelgebirges zeigt sich ein völlig anderes Bild. Nur einer von sechs Befragten erachtet den „Kunstgriff mit Schneekanonen“ zumindest an ausgewählten Stellen noch als sinnvoll. Alle anderen glauben, dass künstliche Beschneigung zu aufwendig und für das Fichtelgebirge übertrieben wäre. Zudem ist man der Auffassung, dass dies schon allein aus finanzieller Sicht keinen Sinn machen und eine Kosten-Nutzen-Relation negativ ausfallen würde. Ein Befragter drückt es so aus: „Wenn man als Region klimatisch so liegt, dass man solche noch relativ geringen Schwankungen nicht verkraftet und Schneekanonen einsetzen muss, dann erachte ich das aus meiner nicht betroffenen

Sicht als nicht sinnvoll“. Zudem wird das Argument hervorgebracht, dass ein Einsatz technischer Beschneigung nur kurzfristigen Charakter hat bzw. maximal zum Reparieren von Pisten geeignet ist, nicht jedoch für eine durchgängige Beschneigung.

2.3.2 Konzentration auf das Loipennetz und Ski Langlauf

Auch bei der Strategie, sich verstärkt auf das Loipennetz und den Ski Langlauf zu konzentrieren, fallen die Einschätzungen der Befragten sehr unterschiedlich aus. Man ist sich zwar einig darin, dass Ski Langlauf derzeit ein wichtiger Bestandteil des Angebotsspektrums im Winter ist und auch in Zukunft noch ausgebaut bzw. in seiner Qualität gesteigert werden sollte. Von den Befragten aus dem Hohen Fichtelgebirge ist allerdings die Mehrheit der Auffassung, dass Ski Langlauf hinter Ski Alpin aber nur der zweite Schwerpunkt sein kann. Der Ski Langlauf und das Loipennetz können in ihrer Qualität noch gesteigert werden, man rechnet ihm jedoch nicht das Potenzial zu - auch unter dem Gesichtspunkt zurückgehender Schneemengen - touristische Schwerpunktsportart im Winter werden zu können. Zum einen ist die Zielgruppe nur bedingt auszuweiten, zum zweiten die wirtschaftliche Wertschöpfung von Ski Langlauf geringer als bei Ski Alpin, weswegen Ski Langlauf der Region weniger einbringen würde. Und schließlich wird von einigen noch angemerkt, dass auch Ski Langlauf unter evtl. zurückgehenden Schneemengen leiden wird und nicht unbedingt länger und öfter betrieben werden kann als Ski Alpin. Nur ein Interviewpartner aus dem Hohen Fichtelgebirge ist der Ansicht, dass Ski Alpin derzeit schon eine Leitfunktion im Wintertourismus habe und in dieser Hinsicht unbedingt weiter gestärkt werden müsse. Die Befragten aus dem weiteren Gebiet stehen einer Konzentration auf Ski Langlauf deutlich positiver gegenüber. Bei dieser Gruppe ist die knappe Mehrheit der Meinung, dass diese Strategie sinnvoll und gut für die Region ist, mehrmals wird auch der Aspekt besserer Umweltverträglichkeit im Vergleich zu Ski Alpin genannt. Der andere Teil dieser Gruppe steht dem Ski Langlauf auch positiv gegenüber, allerdings haben sie ebenso wie die Vertreter aus dem Hohen Fichtelgebirge Zweifel daran, ob Langlauf angesichts abnehmender Schneemengen und begrenzter Zielgruppe zum alleinigen Schwerpunkt des Wintertourismus im Fichtelgebirge werden kann.

Beim Punkt Ski Langlauf kommt in mehreren Gesprächen heraus, dass es beim Loipennetz bereits einige Maßnahmen gegeben hat, die bewusst oder unbewusst der Klimaveränderung Rechnung tragen. So haben mehrere Gemeinden bereits ihr Loipennetz hinsichtlich der „Schneesicherheit“ überdacht und niedrig gelegene Strecken aus dem Netz genommen oder aber in höhere Waldbereiche nach oben verlegt, wo die Schneeverhältnisse noch deutlich mehr Loipentage zulassen als in den tieferen Lagen. Auch das Loipenkonzept des Landkreises Bayreuth beschränkt sich auf die höheren Lagen im Fichtelgebirge und berücksichtigt damit ebenfalls die Entwicklung der Schneeverhältnisse in den letzten Jahren. Aus der Aussage mehrerer Befragter, dass Strecken, die früher häufig gespurt werden konnten in den letzten Jahren immer weniger begangen werden konnten, ist die Vermutung abzuleiten, dass auch in

den kommenden Jahren mit einer weiteren Ausdünnung der Strecken, insbesondere in den tieferen und mittleren Lagen zu rechnen sein wird.

2.3.3 Vermehrte schneeunabhängige Angebote im Winter

Einig sind sich alle Befragten darin, dass schneeunabhängige Angebote und deren weiterer Ausbau wichtig sind. Uneinig sind sich die Befragten jedoch darin, welchen Stellenwert solche schneeunabhängigen Angebote besitzen können. Einige der Befragten können sich vorstellen, dass schneeunabhängige Angebote zu einem echten Standbein im Wintertourismus werden. Ein Teil dieser Gruppe ist der Ansicht, dass dafür auch bereits geeignete Einrichtungen und Angebote vorhanden sind und diese noch besser vernetzt und beworben werden müssten. Der andere Teil ist dagegen der Auffassung, dass für den Fall, dass schneeunabhängige Angebote zu einem echten Standbein werden sollen, noch einige Investitionen notwendig sind, da in vielen Bereichen noch Defizite vorhanden sind. Die Bereiche, die den Befragten am geeignetsten scheinen, sind an erster Stelle Wellness sowie Winterwandern, Radfahren/Mountainbiken sowie verschiedene kulturelle Angebote. Ein Befragter zeigt eine sehr zukunftsorientierte Sichtweise und deutet die Notwendigkeit an, bereits jetzt neben einer kurz- bis mittelfristigen Hilfe durch künstliche Schneeerzeugung auf eine Ausweitung der schneeunabhängigen Angebote hinzuwirken, um in einigen Jahrzehnten evtl. auch einen tragfähigen Wintertourismus ohne Schnee betreiben zu können. Neben diesen Befragten, die sich schneeunabhängige Angebote durchaus als Standbein vorstellen können, sehen das einige doch ganz anders. Sie sind der Auffassung, schneeunabhängige Angebote können maximal eine Ergänzung oder Beiwerk im Wintertourismus sein. Man rechnet ihnen die wichtige Eigenschaft zu, Gäste im Falle schlechter Schnee- oder Wetterverhältnisse in der Region zu halten und nicht zu riskieren, dass diese ihren Urlaub bereits vorzeitig abbrechen. Dennoch sieht diese Gruppe die Zukunft des Wintertourismus im Fichtelgebirge weiter in schneegebundenen Tourismusformen. Dabei kommt auch von dieser Gruppe der Einwurf, dass es im Fichtelgebirge zwar bereits einige schneeunabhängige Angebote im Winter gibt, für eine Konzentration auf diese Angebote weist das derzeitige Angebot und die derzeitige Infrastruktur aber noch Defizite auf und bedarf einiger Erweiterungen. Zusammengefasst haben schneeunabhängige Angebote in den Augen aller Befragten einen wichtigen Stellenwert, nur ein Teil sieht in ihnen aber eine echte Möglichkeit, schlechter werdende Schneeverhältnisse kompensieren zu können.

2.3.4 Vermehrte Attraktionen im Winter

Nach Ansicht aller Befragten kann sich ein tragfähiger Wintertourismus nicht zu einem großen Teil auf Attraktionen im Sinne von Events oder Großveranstaltungen stützen. Es ist nicht möglich, auf der Basis einer Vielzahl von Attraktionen im o.g. Sinn in bedeutendem Maß (übernachtenden) Fremdenverkehr in die Region zu holen. V.a. die Befragten aus dem weiteren Fichtelgebirge stehen ihnen eher skeptisch gegenüber und finden sie nicht unbedingt zur Region Fichtelgebirge passend, auch weil damit eher jüngere Zielgruppen angesprochen werden, während die (Übernachtungs-)Gäste im Fichtelgebirge überwiegend mittleren oder höheren Alters sind. Sie sehen „Events“ oder Veranstaltungen im kleinen oder mittleren Maßstab als sinnvoller und angemessener an. Der Großteil der Befragten aus dem Hohen Fichtelgebirge fasst Events oder Großveranstaltungen als einen begrenzt einsetzbaren und in seiner Wirkung eingeschränkten, aber durchaus wichtigen Teil des Marketing- bzw. Angebotsspektrums auf. In den Gemeinden des Hohen Fichtelgebirges finden bereits Großveranstaltungen statt, mit denen man bisher überwiegend gute Erfahrungen gemacht hat, diese sollen auch in Zukunft weiter stattfinden und in Teilen ausgebaut werden. Mehrmals wird betont, dass es aber nicht unbedingt auf den Ort ankommt, in dem eine Großveranstaltung stattfindet, es würde durch die Bewerbung und die Veranstaltung selbst in jedem Fall die ganze Region davon profitieren. Insbesondere Bekanntheitsgrad und Image hofft man auf diesem Weg steigern zu können. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass nach Ansicht der Befragten vermehrte Events oder Großveranstaltungen in keinem Fall zunehmenden Schneemangel ausgleichen können. In Maßen und sinnvoll eingesetzt, beurteilt jedoch ein Teil diesen Bereich des touristischen Konzepts als geeignete Möglichkeit, das Image der einzelnen Orte aber auch der gesamten Region verbessern und den Bekanntheitsgrad steigern zu können.

2.3.5 Verlagerung touristischer Umsätze vom Winter auf das restliche Jahr

Von den Interviewpartnern aus dem Hohen Fichtelgebirge wird zwar die grundsätzliche Möglichkeit gesehen, gewisse Umsätze, die im Winter wegfallen könnten, auf das restliche Jahr umzuschichten. Das wird aber aus verschiedensten Gründen sehr schwierig. Zum einen sind in diesem Zeitraum die Kapazitäten oft schon ausgelastet und zusätzliche Belegungen gar nicht möglich. Zum anderen unterscheiden sich Sommer- und Wintergäste nach Einschätzung vieler Befragter voneinander. So ist es nicht ohne weiteres möglich, Gäste die das Fichtelgebirge im Winter wegen unzureichender Schneeverhältnisse nicht mehr aufsuchen, einfach im Zeitraum Frühjahr bis Herbst in die Region zu locken. Und die Aktivierung anderer Gästepotenziale gestaltet sich sehr schwierig, weil das Fichtelgebirge als Mittelgebirgsregion im Sommerhalbjahr im Wettstreit mit vielen Mittelgebirgen aber auch zahlreichen anderen Destinationen im In- und Ausland steht, wobei sich dieser Konkurrenzkampf für das Fichtelgebirge als immer härter erweist.

Für die Befragten aus dem weiteren Fichtelgebirge stellt sich die Frage nach einer Verlagerung touristischer Umsätze nicht in dem Maß wie für das Hohe Fichtelgebirge. Der Anteil und Stellenwert des Wintertourismus ist dort geringer und somit hat der Zeitraum Frühjahr bis Herbst bereits eine größere Bedeutung innegehabt. Ob es allerdings gelingen kann, evtl. doch gewisse Rückgänge im Winter im restlichen Jahr wettzumachen, lassen die Befragten offen. Wie es sich für das Hohe Fichtelgebirge verhält, können sie nur schwer einschätzen. Zusammenfassend ist diese Strategie überwiegend nur für die Gemeinden des Hohen Fichtelgebirges relevant. Dort wird der Nutzen dieser Strategie zwar anerkannt, eine tatsächliche Umsetzung gestaltet sich aber sehr schwierig und ist - wenn überhaupt - nur sehr langfristig realisierbar.

2.4 Derzeitige touristische Attraktivität des Fichtelgebirges im Winter und mögliche Veränderungen durch die Klimaänderung

Die derzeitige Attraktivität wird von den Befragten als hoch bis sehr hoch eingeschätzt, wenn auch beschränkt auf gewisse Gruppen. So sehen sie das Fichtelgebirge als attraktives Ziel für Naherholer und Tagesgäste sowie für Familien mit Kindern und Wintersportler im Anfängerbereich. Das Fichtelgebirge kann jedoch nicht mit alpinen Wintertourismusgemeinden konkurrieren und eignet sich kaum für einen längerfristigen Aufenthalt für ambitionierte Wintersportler. Für die oben genannten Zielgruppen besitzt das Fichtelgebirge bei guter Schneelage derzeit aber in jedem Fall (noch) große Anziehungskraft. Alle Befragten sehen diese Attraktivität durch die Klimaveränderung gefährdet und viele befürchten, dass das Fichtelgebirge durch zunehmenden Schneemangel infolge steigender Temperaturen diesen Stellenwert verliert. Von Vertretern aus dem Hohen Fichtelgebirge wird in diesem Zusammenhang immer wieder auf die Notwendigkeit künstlicher Schneeerzeugung hingewiesen. Zum einen konnte bereits festgestellt werden, dass Tagesgäste an jene benachbarte Mittelgebirgsräume verloren wurden, die künstliche Beschneigung und damit in den Augen der Skifahrer größere Schneesicherheit bieten können. Zum anderen besitzt das Fichtelgebirge ganz einfach (noch) ein Winterimage. Dieses muss touristisch weiter in Wert gesetzt werden, derzeit leidet das Winterimage aber darunter, dass man im Vergleich zu anderen Regionen nicht mit künstlicher Beschneigung werben und dies anbieten kann.

2.5 Perzeption verschiedener Klimatrends und möglicher Auswirkungen

Bei diesem Fragenkomplex soll analysiert werden, wie die Befragten verschiedene von FOKEN (2003a) bzw. FOKEN/LÜERS (2003) festgestellten Klimatrends wahrnehmen und ob sich infolge dieser klimatischen Trends Chancen oder auch Probleme für den Tourismus im Fichtelgebirge ergeben können.

2.5.1 Perzeption des Trends für das Frühjahr (April/Mai)

Wie aus der klimatischen Beschreibung des Untersuchungsgebiets hervorgeht, ist das Frühjahr mit den Monaten April und Mai signifikant trockener geworden. Selbst bestätigen wollen diesen Trend nur zwei Befragte, alle anderen können es aus eigener Erfahrung bzw. Wahrnehmung nicht einschätzen. Durchaus unterschiedlich fallen die Bewertungen hinsichtlich möglicher Chancen aus, die sich infolge dieses klimatischen Trends zukünftig ergeben könnten. Mehr als die Hälfte aller Befragten sieht die Möglichkeit - sollte sich dieser klimatische Trend fortsetzen - daraus Nutzen für den Tourismus zu ziehen. Davon auszuklammern ist jedoch der Ferienzeitraum an und um Ostern. In diesem Zeitraum ist das Gebiet bisher bereits gut ausgelastet. Wenn auch außerhalb der Osterferien die touristische Frequentierung der Region insgesamt eher schwach ist, so kann nach Meinung einiger Befragter festgestellt werden, dass auch außerhalb der Ferienzeit vermehrt Wanderer bzw. Wandergruppen das Fichtelgebirge aufsuchen. Dies ließe sich bei guten Wetterverhältnissen im April in jedem Fall noch ausbauen, der Mai ist sowieso schon ein Monat, der touristisch relativ gut genutzt wird. Die andere Hälfte der Befragten zweifelt, ob aus dem genannten klimatischen Trend für die Monate April und Mai touristischer Nutzen gezogen werden kann. Einige Befragte sind dahingehend unschlüssig, andere führen konkrete Gründe an, die einer besseren touristischen Nutzung dieses Zeitraums allein auf der Basis dieses klimatischen Trends entgegenstehen. Zum einen zweifelt man an, ob die touristische Nachfrage diesen Trend überhaupt wahrnehmen wird bzw. ob der klimatische Trend einen hinreichenden Grund dafür darstellen kann, einen Urlaub im Fichtelgebirge zu verbringen. Zum anderen wird angeführt, dass der April abgesehen von Ostern kein typischer Urlaubsmonat ist und deswegen auch bei gutem Wetter nicht mehr Gäste zu erwarten sein werden. Zusammenfassend wollen den festgestellten Trend nur wenige selbst bestätigen und bei der Frage, ob sich das Frühjahr wegen des klimatischen Trends touristisch besser nutzen lässt, sind die Befragten geteilter Meinung. Etwa die Hälfte sieht angesichts der Fortdauer des klimatischen Trends hin zu einem niederschlagsärmeren Frühjahr touristisches Entwicklungspotenzial, die andere Hälfte zweifelt dies an.

2.5.2 Perzeption des Trends für den Herbst (September/Oktober)

Den Trend hin zu einem nasserem bzw. niederschlagsreicheren Herbst mit den Monaten September und Oktober wollen auf Anhieb (nur) drei Befragte direkt aus eigener Wahrnehmung und Erfahrung bestätigen, der Rest ist sich entweder nicht sicher oder zweifelt dies an, weil dieser Zeitraum, insbesondere der Monat Oktober von der Witterung her bisher idealer (Wander-) Zeitraum war. Kein Befragter ist der Meinung, dass sich dieser Trend bisher bereits in irgendeiner Art und Weise niedergeschlagen hat und nur drei Befragte glauben, dass ein Fortbestand dieses Trends negative Auswirkungen auf den Tourismus im Fichtelgebirge haben könnte. Oft wird damit argumentiert, dass Wanderer sich kaum von „etwas unbeständigerem Wetter“ beeindruckt lassen würden und gerade den Kontakt mit der Natur suchen. Inge-

samt wird dem Trend für den Herbst von den Interviewpartnern deutlich weniger Bedeutung beigemessen als dem Trend für das Frühjahr, Auswirkungen auf den Tourismus sind nach überwiegender Meinung nicht zu erwarten.

2.5.3 Genereller Erwärmungstrend – Abschwächung der „Sommerfrische“

Durch die Berichterstattung in den Medien ist den Befragten bewusst, dass in den letzten Jahrzehnten bereits eine Erwärmung stattgefunden hat und dass sich diese in den kommenden Jahrzehnten auch fortsetzen wird. In diesem Abschnitt geht es nun darum, zu hinterfragen, ob nach Ansicht der Interviewpartner die Erwärmung speziell in den Sommermonaten positive oder in Verbindung mit der Abschwächung der „Sommerfrische“ negative Auswirkungen auf den Tourismus in der Region haben könnte. Die Hälfte der Befragten schätzt eine Erwärmung in den Sommermonaten als touristisch absolut positiv ein. Wärmere Temperaturen, v.a. in Verbindung mit stabiler Witterung wie im Sommer 2003 können dazu führen, dass mehr Menschen ins Fichtelgebirge kommen, auch deswegen, weil das Fichtelgebirge trotz insgesamt wärmerer Temperaturen durch seine Höhenlage und den großen Waldanteil immer noch ein paar Grad kühler ist als die meisten anderen Regionen Deutschlands. Dagegen erwähnt nur ein Befragter explizit, dass zu heiße Temperaturen negative Folgen haben könnten. Die restlichen Vertreter schätzen wärmere Temperaturen und eine evtl. Abschwächung der „Sommerfrische“ zwar nicht als problematisch ein, sind sich aber trotzdem unsicher, ob steigende Sommertemperaturen tatsächlich auch mehr Gäste für das Fichtelgebirge bedeuten. Was jedoch von einigen Befragten genannt wird, ist der Aspekt der Wasserversorgung. Extreme Trockenheit wie während des Sommers 2003 kann zu Problemen bei der Wasserversorgung und damit zu Problemen im Tourismus führen. Im Sommer 2003 hatte man noch das Glück, dass durch den sehr niederschlagsreichen Sommer bzw. Herbst 2002 der Grundwasserspiegel relativ hoch und die Wasserreservoirs ausreichend waren.

2.6 Zukünftige touristische Entwicklung des Fichtelgebirges

Der überwiegende Teil der Befragten sieht den Tourismus als einen wichtigen Wirtschaftszweig und Arbeitsmarkt für die zukünftige Entwicklung der Region. Trotz der Rückgänge in den letzten Jahren hofft man, sich nun auf einem gewissen Niveau stabilisieren und zukünftig wieder Zuwächse verzeichnen zu können. Als Schwerpunkt „Nummer Eins“ sollte die Region (weiterhin) auf das Wandern in allen Facetten setzen. Dabei sind noch längst nicht alle Potenziale ausgereizt und zudem ist Wandern und Bewegung in der Natur ein Trend im Freizeit- und Tourismussektor. Die Natur ist nach Meinung vieler auch das mit Abstand wichtigste touristische Potenzial des Fichtelgebirges. Sehr aussichtsreich wird von vielen Befragten der Bereich Wellness eingeschätzt, gleichwohl wird auch erkannt, dass das Fichtelgebirge derzeit nur bedingt über ein Angebot verfügt, das es ermöglicht, auf diesen Zug aufzuspringen. Um ein umfangreiches Angebot an Wellness-Einrichtungen zur Verfügung stellen zu können, müssten noch einige Investitionen erfolgen. Ein weiterer Bereich, der zukünftig noch profes-

sioneller ausgebaut werden sollte, ist das Radfahren, im speziellen hier Mountainbiken. Hierin liegt noch einiges an Gästepotenzialen verborgen. Als sehr positiv werden von einigen Befragten auch die Entwicklungen in bezug auf den Bärenpark bei Tröstau gesehen, da es eine Attraktion wäre, die zur Region passt. Kommen Stimmen zu der Vision des ins Auge gefassten Monumentalparks im Fichtelgebirge, so sind diese eher skeptisch. Ein möglicher Monumentalpark wird als Fremdkörper gesehen und wäre durch die Gemeinden wohl nicht zu finanzieren. Deutlich positiver sind die Meinungen wiederum zum im Rahmen des LEADER+-Programms geplanten Nordic-Parc Fichtelgebirge. Dort vorgesehene Maßnahmen und Konzepte stoßen überwiegend auf Zustimmung, wenn auch zum Zeitpunkt der Interviews noch nicht feststeht, in welchem Umfang dieser Ansatz realisiert werden wird. Weitere Chancen werden von den Befragten in einem günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis sowie im Bereich Kultur- und Bildungsurlaub gesehen, wofür im Fichtelgebirge aber eine noch bessere Vernetzung der Angebote notwendig ist. Der Punkt besserer Vernetzung und Kooperation wird von mehreren Befragten aber auch als generell verbesserungswürdiger Aspekt erwähnt. Der Gast bleibt nicht in einem Ort, sondern hält sich in der ganzen Region auf. Von daher sollte die Region deutlich mehr als Ganzes auftreten und nicht als eine Vielzahl von „Einzelkämpfern“. In diesem Zusammenhang wird von mehreren Befragten auch angemerkt, dass das Fichtelgebirge unbedingt seine Außendarstellung verbessern und seinen Bekanntheitsgrad steigern muss, da dort noch deutliche Defizite herrschen. Ein weiteres Potenzial könnte in der EU-Osterweiterung, speziell der Nähe zu Tschechien liegen. Eine Gemeinde greift diese Chance schon im kommenden Jahr 2004 auf und gestaltet einen Bereich seiner touristischen Infrastruktur zweisprachig. Als Problem sehen mehrere Vertreter die Situation im Beherbergungsgewerbe. In vielen Betrieben herrscht ein Investitionsstau und in Kürze stellt sich wegen der Altersstruktur der Vermieter in etlichen Betrieben die Nachfolgefrage. Es wird befürchtet, dass in den kommenden Jahren viele Kapazitäten bei den Beherbergungsbetrieben wegbrechen werden. Viele Betriebe würden heute schon nicht mehr den gestiegenen Ansprüchen der Gäste genügen, ganz abgesehen davon, dass mehrere Befragte auch die Mentalität und das Servicebewusstsein einiger Vermieter bemängeln. Weitere Probleme für den Tourismus allgemein, aber damit auch für den Tourismus im Fichtelgebirge, sind die schwierige Wirtschaftslage und Kaufkraftrückgänge. Zusammenfassend ist die Stimmung bei den Befragten verhalten positiv. Es werden sowohl einige Chancen und Bereiche mit Wachstumspotenzialen gesehen als auch auf der anderen Seite etliche Problemfelder des Tourismus in der Region erkannt, in denen unbedingt Verbesserungen notwendig sind, um den Tourismus im Fichtelgebirge zukünftig positiv gestalten zu können.

2.7 Wirtschaftliche Bedeutung und jahreszeitliche Verteilung des Tourismus

Bei diesen beiden Fragen sollte herausgefunden werden, wie groß die Befragten zum einen die wirtschaftliche Bedeutung des Wirtschaftszweiges Tourismus für ihre eigene Gemeinde einschätzen und wie sich zum anderen der Tourismus auf Sommer und Winter verteilt.

2.7.1 Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für die Gemeinden

Bis auf die Gemeinde Mehlmeisel wird für die restlichen drei Gemeinden des Hohen Fichtelgebirges die Bedeutung des Tourismus als groß bis sehr groß eingeschätzt. Er ist Haupterwerbszweig, fast alle profitieren direkt oder indirekt vom Tourismus. Große Bedeutung besitzt er auch für den Bereich kommunaler Infrastruktur. Nur durch den Tourismus ist es den Gemeinden im Hohen Fichtelgebirge trotz niedriger Einwohnerzahlen möglich, über eine gute infrastrukturelle Ausstattung zu verfügen. Die Aufrechterhaltung des Tourismus ist für die Gemeinden im Hohen Fichtelgebirge von enormer Bedeutung. Er ist ein stabilisierendes wirtschaftliches Element und ein Garant von Arbeitsplätzen. Würde der Tourismus wegbrechen, hätte das aus den beschriebenen Gründen gravierende Konsequenzen für die Wirtschaft und das Leben in den Gemeinden des Hohen Fichtelgebirges.

Die wirtschaftliche Struktur der Gemeinden im weiteren Gebiet des Fichtelgebirges ist sehr unterschiedlich, dementsprechend variiert auch die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für die jeweiligen Gemeinden stark. In manchen Gemeinden ist der Fremdenverkehr nur eine Art Zubrot, in anderen wird seine wirtschaftliche Bedeutung als mittelmäßig eingestuft, in wieder anderen wird er als wichtiger Wirtschaftsbereich angesehen.

2.7.2 Jahreszeitliche Verteilung des Tourismus in den Gemeinden

Die leicht größere Bedeutung in bezug auf Umsätze und Übernachtungen kommt in den Gemeinden des Hohen Fichtelgebirges nach Einschätzung der Interviewpartner dem Sommerhalbjahr zu. Dennoch besitzt der Wintertourismus, etwas ausgeklammert wiederum die Gemeinde Mehlmeisel, eine große wirtschaftliche Bedeutung. In guten Jahren könne der Zeitraum Dezember bis März je nach Gemeinde bis zur Hälfte des touristischen Aufkommens ausmachen. Im weiteren Gebiet des Fichtelgebirges ist die Relation deutlich zu Gunsten des Sommers verschoben. Im Sommerhalbjahr wird der Großteil des touristischen Aufkommens verzeichnet, die meisten Befragten geben an, dass 75-80% auf diesen Zeitraum entfallen.

3. Die Beherbergungsbetriebe im Fichtelgebirge

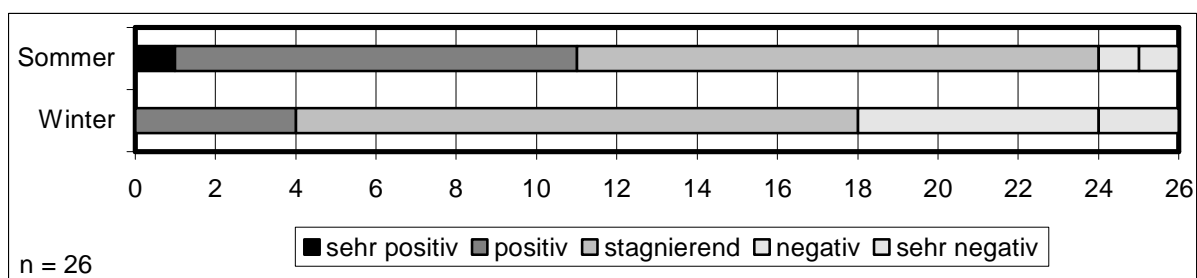
Die Betriebe wurden aus dem Unterkunftsverzeichnis der TIF (2003b:25-109) nach dem Kriterium „ ≥ 10 Betten“ ausgewählt, womit ausschließlich gewerbliche Betriebe erfasst wurden. Eine Ausnahme wurde in der Gemeinde Mehlmeisel gemacht, wo ein Betrieb mit lediglich 8 Gästebetten mit in die Untersuchung aufgenommen wurde, weil sonst aus Mehlmeisel nur ein weiterer Betrieb relevant ist. Insgesamt stammen die Betriebe aus den acht Gemeinden Bischofsgrün, Fichtelberg, Mehlmeisel und Warmensteinach aus dem Hohen Fichtelgebirge sowie Bad Alexandersbad, Brand, Nagel und Weißenstadt aus dem weiteren Fichtelgebirge. Von den insgesamt ca. 75 ausgewählten und persönlich aufgesuchten Betrieben haben letztlich 33 einen Fragebogen ausgefüllt und an der Untersuchung teilgenommen, was einer Quote von ca. 44% entspricht. Diese relativ hohe Quote konnte insbesondere deswegen erreicht werden, weil die Fragebögen nicht per Post verschickt, sondern sowohl persönlich ausgetragen als auch – abgesehen von vereinzelt Ausnahmen - wieder persönlich abgeholt wurden und es durch diesen persönlichen Kontakt mit den Vermietern leichter war, sie zur Teilnahme an der Befragung zu motivieren.

3.1 Statistische Angaben zu den befragten Betrieben

Die befragten Betriebe können zu einem großen Teil der Kategorie Hotel/Pension/Gasthof zugerechnet werden. Während zwei Vermieter bei dieser Frage keine Angaben zur Unterkunftsform machten, geben 24 an, zur oben genannten Kategorie zu gehören. In anderen Ferienregionen findet man eine noch feinere Untergliederung in bezug auf die Unterkunftsform, da jedoch auch im Unterkunftsverzeichnis der TIF (2003b) die zusammenfassende Einteilung in Hotel/Pension/Gasthof vorgenommen wird, soll diese auch im Rahmen der vorliegenden Arbeit so übernommen werden. Die restlichen 6 Betriebe sind den Ferienwohnungen bzw. Ferienhäusern zuzuordnen, einer Unterkunftsform, der nach Meinung vieler Befragter eine immer größere Rolle im Fichtelgebirge zukommt. Bis auf die eine geschilderte Ausnahme verfügen alle Betriebe über mindestens 10 Betten, der Durchschnitt der Bettenkapazität aller befragten Betriebe liegt bei etwas mehr als 36 Betten. Auf die Gemeinden teilen sich die befragten Betriebe (Anzahl der Betriebe in Klammern) wie folgt auf: Hohes Fichtelgebirge mit den Gemeinden Warmensteinach (10), Fichtelberg (5), Bischofsgrün (5) und Mehlmeisel (2) sowie weiteres Fichtelgebirge mit den Gemeinden Bad Alexandersbad (5), Brand (3), Nagel (1) und Weißenstadt (1). Eine Frage bezieht sich auf die umsatzmäßige Entwicklung im Hinblick auf Sommer- und Wintersaisons in den letzten 10 Jahren in den Betrieben sowie die Erwartung der Vermieter für die kommenden 10 Jahre getrennt für beide Zeiträume. Für die vergangenen Jahre gibt es einen deutlichen Unterschied zwischen den Entwicklungen in den Sommer- und den Wintermonaten. Für den Sommer waren die Entwicklungen nach Einschätzung der Befragten spürbar besser als für den Winter (→ Abb. 1).

Abb. 1: Umsatzentwicklung der letzten 10 Jahre nach Saisons

Quelle: eigene Erhebungen

Abb. 2: Erwartete Umsatzentwicklung in den nächsten 10 Jahren nach Saisons

Quelle: eigene Erhebungen

Für den Winter gibt kein einziger Vermieter an, eine sehr positive Entwicklung verzeichnet zu haben und nur etwa die Hälfte der Betriebe liegt im Bereich von positiver bis stagnierender Entwicklung. Für die restliche Hälfte verlief die Entwicklung negativ, für einen kleinen Teil sogar sehr negativ. Für den Sommer war die Entwicklung insgesamt deutlich besser. 21 der befragten Vermieter schätzen die Entwicklung als sehr positiv, positiv oder zumindest stagnierend ein, lediglich ein Fünftel spricht von negativer oder sehr negativer Entwicklung. Diese deutlichen Unterschiede spiegeln sich wie bei der Einschätzung der touristischen Attraktivität auch in einem Vergleich der Mittelwerte wider. Beträgt dieser für den Winter auf der Skala von 1 (sehr positiv) bis 5 (sehr negativ) lediglich 3,35, so liegt er für den Sommer mit 2,69 deutlich höher, was nochmals die insgesamt positive Gesamtentwicklung in den Sommer- bzw. die insgesamt negative Entwicklung in den Wintermonaten verdeutlicht. Und auch die zukünftige Entwicklung wird für den Sommer optimistischer gesehen. Die Einschätzungen für die zukünftig erwartete Umsatzentwicklung sind vergleichbar den vergangenen Umsatzentwicklungen (→ Abb. 2). Ein Mittelwert von 3,33 für den Winter drückt aus, dass auch die zukünftige Entwicklung eher pessimistisch gesehen wird, während sich im Gegensatz dazu für den Sommer ein spürbar optimistischerer Wert von 2,76 ergibt.

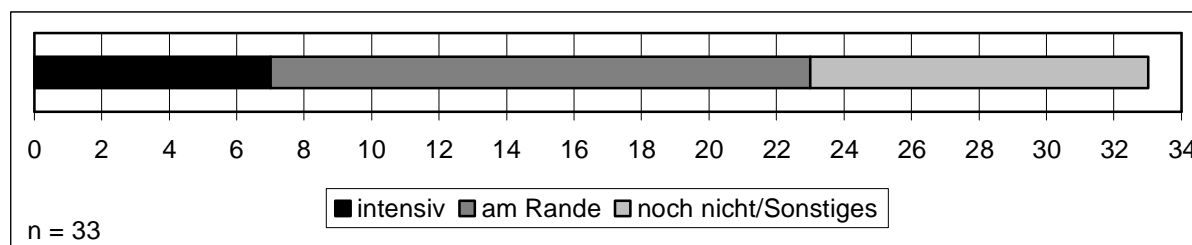
Die Spanne bei der Frage, wie viel Prozent des Gesamtumsatzes auf die Wintermonate entfallen, reichte von 10% bis 30%. Über alle Befragten gemittelt liegt die wirtschaftliche Bedeutung des Winters bei 18,5%. Einen Anteil von 25 % bis 30% erreicht der Winter fast ausschließlich bei Betrieben aus dem Hohen Fichtelgebirge. V.a. für die Betriebe im Hohen Fichtelgebirge macht der Wintertourismus damit einen nicht zu vernachlässigenden Teil des Um-

satzes aus. Würde dieser Anteil in größerem Maß wegfallen, so wäre das angesichts der so- wieso oft schon schwierigen Situation und der zuletzt negativen Entwicklung dramatisch und würde einige Betriebe wohl vor die Existenzfrage stellen. Für die Betriebe im weiteren Fichtelgebirge ist die Bedeutung der Wintersaison nicht ganz so groß, für einige wenige liegt sie nach Einschätzung der Vermieter aber dennoch zwischen 15% und 25%.

3.2 Beschäftigung mit der Thematik „Klimaveränderung – Tourismus“

Mit 23 der 33 befragten Vermieter haben sich bisher etwa zwei Drittel mit dieser Thematik bereits beschäftigt, davon allerdings nur 7 Vermieter intensiv und 16 lediglich am Rande (→ Abb. 3). Die restlichen 10 Befragten geben an, sich noch nicht damit beschäftigt zu haben, wobei nur von einem einzigen Vermieter explizit das häufig genannte Argument angeführt wurde, dass es jetzt noch zu früh ist, sich damit auseinander zu setzen. Insgesamt wird deutlich - auch durch mehrere Gespräche mit Vermietern - dass zwar eine gewisse Sensibilisierung für die Thematik „Klimaveränderung - Tourismus“ vorhanden ist, wirklich intensiv hat sich damit aber bisher nur jeder fünfte Vermieter beschäftigt.

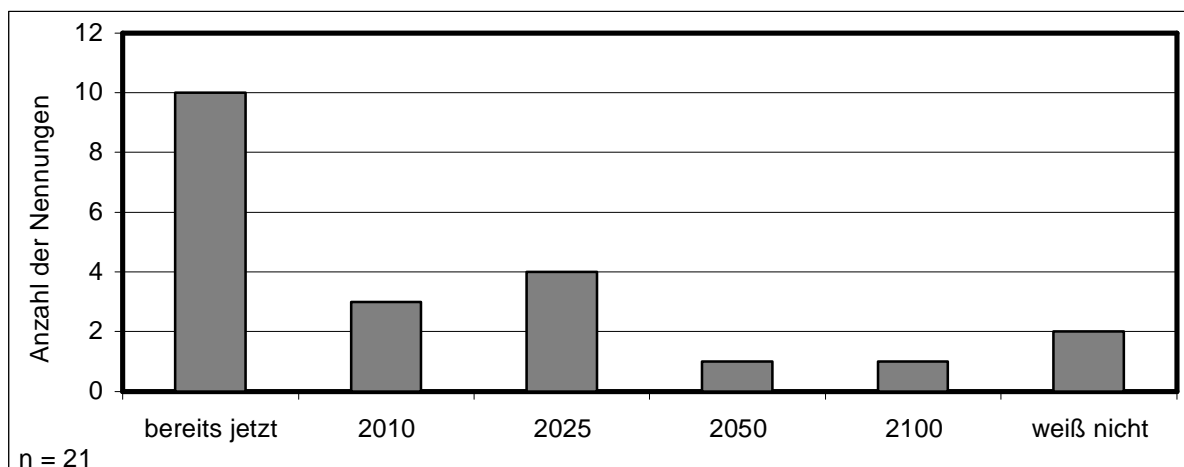
Abb. 3: Bisherige Beschäftigung mit der Thematik Klimaänderung – Tourismus



Quelle: eigene Erhebungen

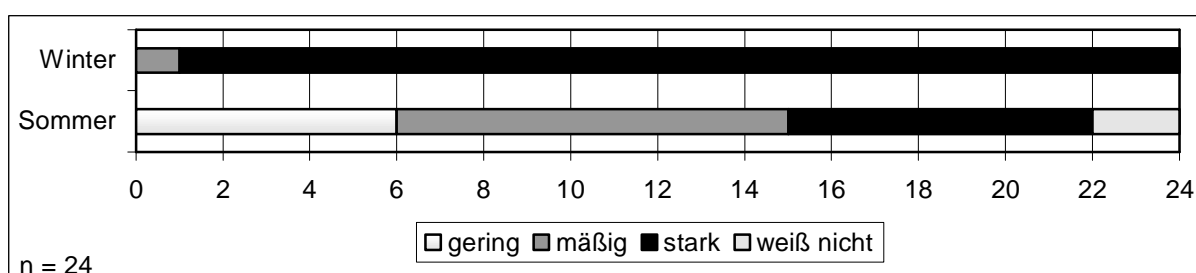
3.3 Auswirkungen der Klimaänderung auf den Tourismus im Fichtelgebirge

22 der 33 befragten Vermieter und damit eine deutliche Mehrheit glauben, dass von der Klimaänderung Auswirkungen auf den Tourismus zu erwarten sind. Relativ eindeutig ist bei ihnen die Einschätzung darüber, wann *starke* Auswirkungen auf den Tourismus auftreten werden (→ Abb. 39). Etwa die Hälfte dieser Gruppe (10 Vermieter) sehen nämlich bereits jetzt starke Auswirkungen, 3 Vermieter erwarten diese bis 2010, 4 bis 2025 und lediglich zwei erst bis 2050 bzw. 2100. Damit wird deutlich, dass die Klimaänderung einschließlich ihrer Folgen für den Fremdenverkehr keine Dinge sind, die nach Meinung der Befragten in weiter Zukunft stattfinden werden. Ein beachtlicher Teil erkennt bereits jetzt starke Auswirkungen auf den Tourismus im Fichtelgebirge oder erwartet dies in wenigen Jahren. Dagegen denken 9 Befragte, dass von einem (möglichen) Klimawandel keine Auswirkungen auf den Tourismus ausgehen werden, 2 Vermieter können die Situation nicht einschätzen oder machen keine Angabe.

Abb. 4: Einschätzung, wann *starke* Auswirkungen auf den Tourismus auftreten

Quelle: eigene Erhebungen

Aber auch bei dieser Gruppe, die keine Auswirkungen auf den Tourismus erwartet, geht ein großer Teil von der Existenz einer Klimaänderung aus. Denn von diesen 9 Befragten geben nur 3 an, dass sie allgemein nicht an eine Klimaänderung glauben, während die restlichen 6 der Auffassung sind, dass es zwar einen Klimawandel gibt, dieser aber keine Auswirkungen auf den Tourismus haben wird. Interessante Aufschlüsse ergeben sich aus den Antworten auf die Frage, in welchem Ausmaß die Auswirkungen der Klimaänderung auf Sommer- bzw. Wintertourismus sein werden (→ Abb. 5). Für den Sommer gehen die Einschätzungen auseinander, es entfallen jeweils etwa gleichviele Nennungen auf die Antwortmöglichkeiten „von geringem“, „von mäßigem“ bzw. „von starkem“ Ausmaß. Für den Winter stimmen die Einschätzungen fast aller Befragten überein. So denken 22 der 23 für diese Frage relevanten Vermieter, dass die Auswirkungen auf den Wintertourismus „von starkem Ausmaß“ sein werden, nur einer gibt an, Auswirkungen „von mäßigem Ausmaß“ zu erwarten.

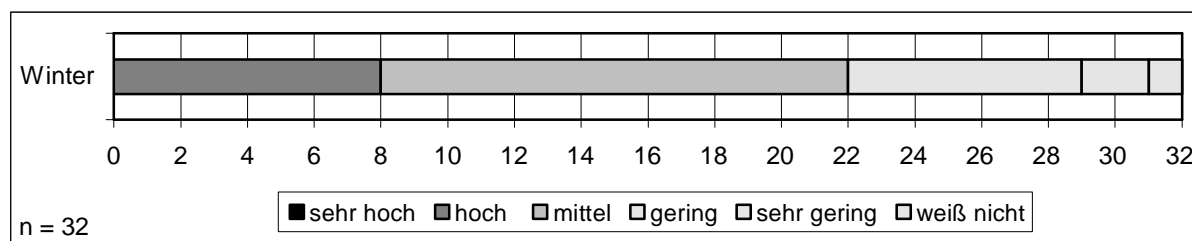
Abb. 5: Erwartetes Ausmaß der Auswirkungen der Klimaänderung nach Saisons

Quelle: eigene Erhebungen

In diesem Kontext wurde noch die Frage gestellt, wie hoch die Vermieter die derzeitige Attraktivität des Fichtelgebirges für den Wintertourismus einschätzen und ob sich im Zuge des Klimawandels Veränderungen ergeben werden (→ Abb. 6). Knapp die Hälfte der Vermieter schätzt die derzeitige Attraktivität als mittel ein, etwa ein Viertel erachtet sie als hoch, der Rest beurteilt sie als gering oder sogar sehr gering. Insgesamt kommt damit der Wintertou-

rismus in der Einschätzung der Vermieter nicht besonders gut weg. Auf einer Skala von 1 (sehr hoch) bis 5 (sehr gering) führen die Einschätzungen aller Vermieter zu einem Mittelwert von 3,13 – auch insgesamt liegt damit ihre Einschätzung im leicht negativen Bereich.

Abb. 6: Einschätzung der touristischen Attraktivität des Fichtelgebirges im Winter



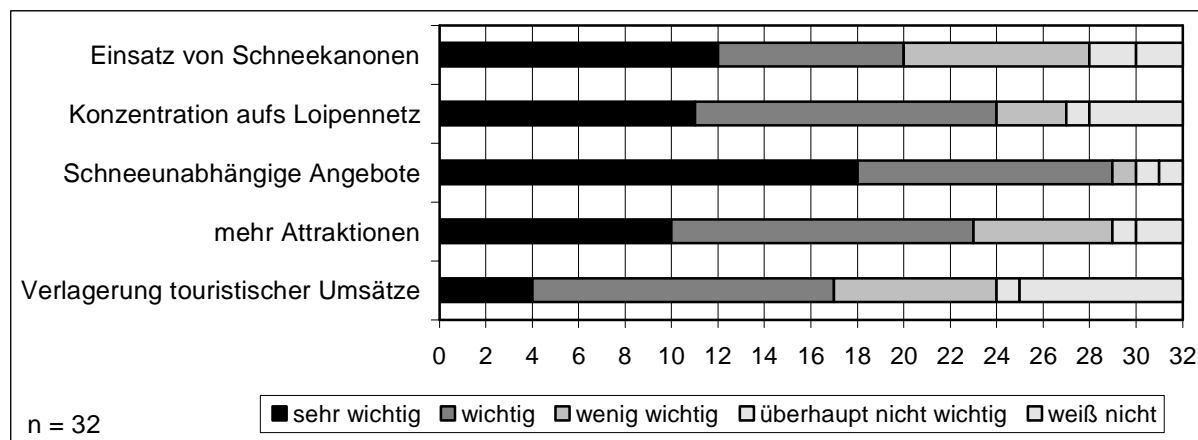
Quelle: eigene Erhebungen

Und auch die Erwartungen für die Zukunft sind nicht sehr positiv. Während ein Vermieter die Situation nicht einschätzen kann, erwarten nur 3 Befragte, dass sich die Attraktivität unter Berücksichtigung des Klimawandels zukünftig verbessern wird. 8 Vermieter glauben, dass die Attraktivität gleich bleiben wird, der überwiegende Teil der Vermieter denkt jedoch, dass sich die Attraktivität in der Zukunft verschlechtern wird.

3.4 Anpassungsprozesse im Wintertourismus

In diesem Abschnitt soll wie bei den Bürgermeistern und Fremdenverkehrsamtsleitern untersucht werden, wie wichtig für die Befragten bestimmte Maßnahmen bzw. Strategien sind, um sich in der Region an zunehmende Schneearmut anzupassen. Nachfolgende Abbildung (→ Abb. 7) fasst die Einschätzung der Vermieter zu den möglichen Anpassungsprozessen zusammen und gibt einen Überblick über die Wichtigkeit, die den Maßnahmen bzw. Strategien zugeschrieben werden.

Abb. 7: Einschätzung der Wichtigkeit von Anpassungsprozessen im Winter



Quelle: eigene Erhebungen

3.4.1 Einsatz künstlicher Beschneigung

Bei den Einschätzungen zur Wichtigkeit technischer Beschneigung wird eine deutliche Abhängigkeit von der Gemeinde der Betriebe deutlich. Von den 20 Betrieben, die Schneekanonen als sehr wichtig (12 Befragte) oder wichtig (8 Befragte) erachten, stammen 18 Betriebe aus dem Hohen Fichtelgebirge. Damit bewerten die insgesamt 22 Betriebe aus dem Hohen Fichtelgebirge den Einsatz von Schneekanonen überwiegend als wichtige bis sehr wichtige Maßnahme. Die 10 Vermieter aus dem weiteren Gebiet des Fichtelgebirges schätzen den Einsatz von Schneekanonen größtenteils als wenig wichtig oder sogar überhaupt nicht wichtig ein, nur 3 Vermieter erachten sie als eine wichtige oder sehr wichtige Anpassungsstrategie. Insgesamt überwiegt dennoch die Zahl der Vermieter, die diese Strategie als (sehr) wichtig einschätzen, wobei zwischen den Gemeinden wie aufgezeigt sehr unterschiedliche Standpunkte vorherrschen, was sich aus der stark unterschiedlichen Abhängigkeit vom Wintertourismus bzw. Schnee ergibt. Viele Betriebe im Hohen Fichtelgebirge verbinden mit Schneekanonen die Erwartung, mehr Schneesicherheit bieten zu können und dadurch für Gäste attraktiver zu werden. Ein Vermieter bringt dies in einem ausführlichen Kommentar zu dieser Frage deutlich zum Ausdruck, in dem er schreibt, dass das Fichtelgebirge so schnell wie möglich technische Beschneigung brauche. Andere Mittelgebirgsregionen mit ähnlichen Charakteristika, wie etwa der Thüringer Wald oder das Erzgebirge, hätten in dieser Hinsicht wesentlich schneller reagiert und dem Fichtelgebirge damit einiges an Gästen abgerungen. Dies gelte sowohl für die Übernachtungs- als auch für die Tagesgäste. Doch selbst mit Schneekanonen werde es schwierig, das Winterimage wieder zu verbessern und Gäste zurück zu gewinnen.

3.4.2 Konzentration auf das Loipennetz und Ski Langlauf

Bei den Antworten auf diese Frage lässt sich keine Abhängigkeit von der Gemeinde der Betriebe feststellen. Es ist unter den Vermietern insgesamt eine große Übereinstimmung bei der Einschätzung zur Wichtigkeit dieser Strategie vorhanden. Während 3 Befragte mit „Weiß nicht“ antworteten sind 24 Befragte der Auffassung, dass eine verstärkte Konzentration auf das Loipennetz sehr wichtig (11 Befragte) oder wichtig (13 Befragte) ist. Lediglich 4 Befragte antworten mit wenig wichtig (3 Befragte) oder überhaupt nicht wichtig (ein Befragter). Allerdings kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Frage von den Vermietern etwas abweichend von der eigentlichen Intention aufgefasst wurde, nämlich dahingehend, dass sie unter diesem Punkt allgemeine Qualitätssteigerungen im Bereich Ski Langlauf verstanden haben, nicht aber die gemeinte tatsächliche Konzentration und Fokussierung im Wintertourismus auf Ski Langlauf.

3.4.3 Vermehrte schneeunabhängige Angebote im Winter

Diese Strategie ist von allen aufgeführten - wiederum unabhängig vom Standort des Betriebes - diejenige mit der größten Zustimmung. 29 Befragte beurteilen vermehrte schneeunabhängige Angebote im Winter als sehr wichtig (18 Befragte) oder wichtig (11 Befragte), nur jeweils einer als wenig bzw. überhaupt nicht wichtig. Damit bringen die Vermieter deutlich zum Ausdruck, dass sie sich jetzt schon mehr schneeunabhängige Angebote im Fichtelgebirge wünschen, nicht nur unter dem Gesichtspunkt zunehmender Schneearmut. Viele äußern aber dennoch Zweifel daran, ob der klassische Skifahrer, der v.a. im Zeitraum Mitte Januar bis Ende Februar/Anfang März kommt „nur“ mit vermehrten schneeunabhängigen Angeboten gehalten werden kann. Zur (kurzfristigen) Überbrückung schlechter Schneeverhältnisse sind sie in jedem Fall notwendig und zukünftig auszubauen, einem weiteren Verlust der „klassischen Wintersportler“ bzw. „Schneurlauber“ können sie aber nicht entgegenwirken.

3.4.4 Vermehrte Attraktionen im Winter

Die Einschätzung der Befragten bezüglich mehr Attraktionen (Events, Großveranstaltungen) im Winter ähnelt jener bei der Frage nach künstlicher Beschneigung. Wenn sich die Antworten auch etwas anders auf die einzelnen Antwortkategorien verteilen, so deckt sich die Gesamteinschätzung nahezu. 10 Vermieter denken, dass mehr Attraktionen sehr wichtig sind, 13 halten dies noch für wichtig, 6 für wenig wichtig und ein Befragter für überhaupt nicht wichtig. Die Vermieter fassen somit vermehrte Attraktionen im Winter positiv auf und würden Verbesserungen in diesem Bereich begrüßen, die Zustimmung fällt aber deutlich zurückhaltender aus als bei anderen Strategien wie etwa dem Ausbau der schneeunabhängigen Angebote.

3.4.5 Verlagerung touristischer Umsätze vom Winter auf das restliche Jahr

Die Einschätzungen zu dieser Strategie fallen unterschiedlich aus. Ein gewisser Teil der Vermieter erkennt den positiven Effekt einer erfolgreichen Verlagerung touristischer Umsätze, v.a. Befragte aus dem Hohen Fichtelgebirge stehen dieser Anpassungsstrategie aber skeptisch gegenüber. Zum einen will man die vorhandenen Anteile des Wintertourismus aufrecht erhalten, zum anderen wird auch von vielen angezweifelt, ob es überhaupt möglich ist, mehr Umsätze in den Übergangs- und Sommermonaten zu erzielen. So gibt es neben 16 Befragten, die eine solche Umschichtung als sehr wichtig oder wichtig einstufen, mit 13 Befragten einen fast ebenso großen Teil, der dies als wenig wichtig oder überhaupt nicht wichtig einstuft oder nicht weiß, wie die Wichtigkeit dieser Strategie zu beurteilen ist. Dennoch bringt ein beachtlicher Teil der Vermieter zumindest die Erkenntnis zum Ausdruck, dass es durch eine bevorstehende Veränderung der klimatischen Rahmenbedingungen in jedem Fall wichtig wäre, touristische Umsätze vom Winter auf das restliche Jahr umzuschichten.

3.4.6 Strategien für den eigenen Betrieb in bezug auf zunehmende Schneearmut

Hierbei kommen nur wenige brauchbare Erkenntnisse heraus. Für einige Betriebe stellt sich wegen der eher geringen Abhängigkeit vom Wintertourismus und dem Faktor Schnee die Frage nicht in dem Maß, über Alternativen auf der Ebene des eigenen Betriebs nachdenken zu müssen. Aber auch die Betriebe im Hohen Fichtelgebirge wissen auf betrieblicher Ebene nur bedingt Rat auf zunehmende Schneearmut. Am häufigsten wird noch genannt, v.a. durch Wellness-Angebote die Gäste an das Haus zu binden und damit wetter- und schneeunabhängig zu unterhalten, über Pauschalangebote trotz schlechter Schneeverhältnisse Gäste in die Region zu holen oder aber das eigene Haus möglichst komfortabel und angenehm zu gestalten, „dass es die Gäste dort so gut wie nur möglich haben“. Insgesamt scheinen bei den Beherbergungsbetrieben die Möglichkeiten auf betrieblicher Ebene jedoch stark begrenzt. Dies gilt wegen des geringen finanziellen Spielraums v.a. für die kleinen und mittleren Betriebe.

3.5 Perzeption verschiedener Klimatrends und möglicher Auswirkungen

Wie bei der Gruppe der Bürgermeister und Touristiker sollte im nachfolgenden Fragenkomplex überprüft werden, wie die Wahrnehmung der Vermieter in bezug auf die festgestellten klimatischen Trends ist und ob sie Chancen oder Probleme sehen, die sich dadurch für den Tourismus im Fichtelgebirge ergeben könnten.

3.5.1 Perzeption des Trends für das Frühjahr (April/Mai)

Von den 33 Befragten Vermietern machten 7 bei dieser Frage keine Angabe, von den verbleibenden 26 Befragten sind 15 der Meinung, dass diese Entwicklung durchaus touristisch genutzt werden kann, 4 Vermieter wollen dabei den klimatischen Trend für das Frühjahr sogar selbst bestätigen können. Ein Frühjahr mit stabilerem Wetter könnte - so die Ansicht einiger Vermieter - insbesondere in die Bewerbung des Fichtelgebirges für Wanderer und Radfahrer einfließen. Auch Vereine, die in dieser Zeit Ausflüge planen, könnten so bereits im April in die Region gelockt werden. Aber auch individuell Reisenden sollten mit Wanderpauschalen attraktive Angebote gemacht werden. Einige Vermieter geben an, dass bereits in den letzten Jahren Wanderer vermehrt schon im April das Fichtelgebirge aufgesucht hätten. Auf der anderen Seite stehen 7 Befragte, die aus dem klimatischen Trend keine Chancen für eine Belebung des Tourismus in der Region sehen. Als Gründe werden zum einen angeführt, dass das Fichtelgebirge einfach kein Urlaubsziel v.a. für den April ist oder das die touristische Nachfrage in diesem Zeitraum mehr von der Ferienregelung (Ostern) und weniger vom Wetter bestimmt wird. Die restlichen 4 Befragten sind unschlüssig, ob sich aus dem klimatischen Trend Chancen für den Tourismus bieten werden oder nicht. Ausgehend von der Beantwortung dieser Frage ist insgesamt etwa die Hälfte Vermieter der Meinung, dass sich eine Fortsetzung dieses klimatischen Trends positiv auf den Tourismus in diesem Zeitraum auswirken kann. Insbesondere der April, der noch in einem Übergangszeitraum liegt, könnte hierbei besser in

Wert gesetzt werden. Neben der Gruppe der Wanderer, in der das größte Potenzial gesehen wird, sollten aber auch Werbeanstrengungen im Hinblick auf Radfahrer und speziell Mountainbiker unternommen werden.

3.5.2 Perzeption des Trends für den Herbst (September/Oktober)

Nur ein kleiner Teil der Vermieter ist der Meinung, dass der beobachtete klimatische Trend - „sollte er auch tatsächlich richtig sein“ - negative Auswirkungen für den Tourismus im Herbst hat. Dies glauben lediglich 4 Befragte, 2 davon geben an, die Zunahmen der Niederschläge im Herbst selbst wahrgenommen zu haben. Die größten Gefahren werden v.a. in der Verschlechterung der Bedingungen für Wanderer gesehen, zudem werden Einbußen im Freiluftbetrieb der Gastronomiebetriebe befürchtet. Mit 14 Befragten glaubt der Großteil der Vermieter (zudem 7 Mal keine Angabe) nicht an negative Auswirkungen auf den Tourismus. 5 Befragte wollten dem genannten klimatischen Trend sogar explizit widersprechen und sind der Ansicht, gerade in den letzten Jahren mehrmals von einem „Goldenen Oktober“ profitiert zu haben. Und selbst wenn es etwas niederschlagsreicher werden sollte, wird das keine Konsequenzen für den Tourismus haben, da sich gerade Wanderer, die in diesem Zeitraum in die Region kommen, nicht daran stören würden. Während also für das Frühjahr durchaus Chancen in einer Verbesserung der klimatischen Rahmenbedingungen gesehen werden, werden im Gegenzug für den Herbst allein wegen des festgestellten klimatischen Trends nur von wenigen Befragten Probleme gesehen.

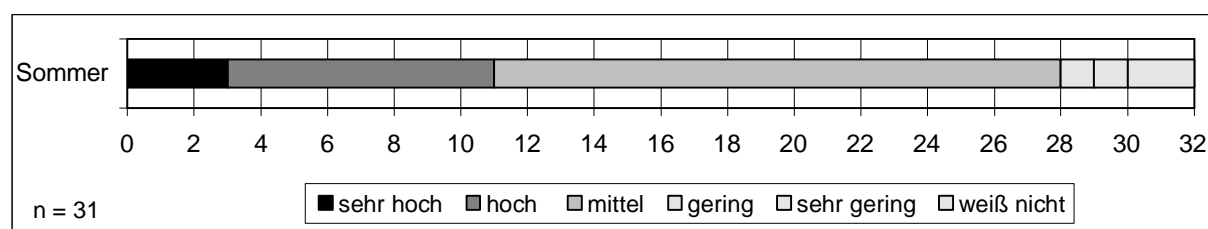
3.5.3 Genereller Erwärmungstrend – Abschwächung der „Sommerfrische“

Die Beantwortung dieser Frage lässt erkennen, dass die Vermieter der bevorstehenden Temperaturerwärmung in den Sommermonaten zu einem sehr großen Teil keinesfalls negativ entgegensehen. Von den 25 antwortenden Befragten (8 Mal keine Angabe) sind 18 davon überzeugt, dass eine Erwärmung in den Sommermonaten unproblematisch für den Tourismus ist, viele der Befragten glauben explizit an positive Auswirkungen. Man hofft, mehr kurz entschlossene Urlauber für die Region gewinnen zu können und dass sich mehr Gäste für einen Urlaub im eigenen Land entscheiden und nicht ausschließlich die Flugreise in den Süden buchen. Während 4 Befragte nicht wissen, wie sie eine Erwärmung der Sommertemperaturen beurteilen sollen, sind lediglich 3 Vermieter der Ansicht, dass höhere Temperaturen schlecht für den Tourismus im Fichtelgebirge sind. In Verbindung mit Trockenheit wie im Sommer 2003 könnte das zu Problemen speziell bei den älteren Gästen und zu Schwierigkeiten bei der Wasserversorgung führen.

3.6 Zukünftige touristische Entwicklung des Fichtelgebirges

Der erste Teil dieser Frage zielt darauf ab, wie bereits zuvor für den Winter festzustellen, wie die Vermieter die Attraktivität des Fichtelgebirge für den Sommertourismus einschätzen und ob sich für diese Attraktivität - insbesondere unter dem Einfluss des Klimawandels - zukünftig Veränderungen ergeben werden. Der zweite Teil soll aufzeigen, welche Entwicklungen die Vermieter für den Tourismus insgesamt in den kommenden Jahren erwarten und welche Trends sich sowohl für den Sommer- als auch für den Wintertourismus in der Region abzeichnen könnten. Die Beurteilung der touristischen Attraktivität des Fichtelgebirges im Sommer wird von den Vermietern deutlich höher beurteilt als diejenige des Winters (→ Abb. 6; 43). Gibt es die Antwort „sehr hoch“ für den Winter gar nicht, so schätzen immerhin 3 Befragte die Attraktivität im Sommer als sehr hoch ein. 8 weitere Vermieter erachten sie als hoch und 17 Vermieter - etwa die Hälfte dieser Gruppe - beurteilen sie als mittel. Lediglich jeweils ein Vermieter stuft sie als gering bzw. sehr gering ein, was der deutlichste Unterschied im Vergleich zum Winter ist, wo 7 Befragte mit „gering“ und zwei Befragte mit „sehr gering“ urteilen.

Abb. 8: Einschätzung der touristischen Attraktivität des Fichtelgebirges im Sommer



Quelle: eigene Erhebungen

Den beschriebenen Unterschied bei den Einschätzungen zum Winter- und Sommertourismus verdeutlichen auch die zwei Mittelwerte der Antworten. Fasst man die Antworten als vergebene Schulnoten auf einer Skala von 1 (sehr hoch) bis 5 (sehr gering) auf, so liegt der Durchschnitt im Winter bei nur 3,13 - insgesamt also etwas schlechter als „mittel“ - während der Durchschnitt für den Sommer bei 2,63 liegt. Und auch die Einschätzung der zukünftigen Entwicklung ist spürbar positiver als für den Winter. Glaubt die große Mehrheit für den Winter an eine Verschlechterung der Attraktivität (18 Befragte), so sind es für den Sommer nur 2 Befragte. 9 Vermieter glauben an eine Verbesserung der zukünftigen Attraktivität, 13 Befragte denken, dass sich die derzeitige Attraktivität nicht verändern wird.

Bei der offenen Frage zur zukünftigen touristischen Entwicklung kristallisieren sich einige Aspekte heraus, denen nach Meinung der Vermieter zukünftig besonderes Gewicht zukommen sollte. An erster Stelle ist dies ganz klar das Wandern in der Natur, dem größten Potenzial des Fichtelgebirges. An zweiter Stelle folgen gleichauf der Bereich Wellness, der nach

Meinung einiger Vermieter noch forciert werden muss sowie das Radfahren bzw. Mountainbiken und eine bessere individuelle Gästebetreuung. Als weiteres positives Element, von dem auch zukünftig weiter profitiert werden sollte, ist die Nähe zu verschiedenen „Ballungsgebieten“. Allerdings wird man sich verstärkt auf Kurzurlaub konzentrieren müssen, dieser Trend zeichnet sich zunehmend für das Fichtelgebirge ab. Ein Befragter ist der Meinung, dass Urlaub im Fichtelgebirge auch zukünftig preiswert sein muss und eine Chance in einem günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis besteht. Es werden von den Befragten aber auch Probleme und negative Aspekte thematisiert. Zum einen stellt die allgemein schwierige Wirtschaftslage ein Problem für den Tourismus im Fichtelgebirge dar, der in den letzten Jahren sowieso schon stetige Rückgänge zu verzeichnen hatte. Sollte sich diese schlechte konjunkturelle Lage in den kommenden Jahren fortsetzen, so wird sich dies wohl auch in der touristischen Entwicklung des Fichtelgebirges negativ niederschlagen.

4. Gruppe der Liftbetreiber

Bei dieser Gruppe wurden 4 Liftbetreiber befragt, wobei insgesamt 9 aller aufgeführten Liftanlagen (→ C 3.1.1; Anhang) erfasst wurden, da auf drei Betreiber jeweils zwei Liftanlagen entfallen und die Klausenlifte in Mehlmeisel drei Liftanlagen umfassen. Bei den befragten Betreibern handelt es sich um zwei private (Schlepp-)Liftbetreiber, den Zweckverband für die Seilbahnen am Ochsenkopf sowie die Klausenlifte in Mehlmeisel, die sich in kommunalem Besitz befinden.

4.1 Bisherige Beschäftigung mit der Thematik

Bis auf einen befragten Liftbetreiber sind alle anderen mit der Thematik vertraut – überwiegend sogar vertieft - ein Betreiber beschäftigt sich zudem beruflich mit der Thematik „Klima“. Eine intensive Beschäftigung mit der Thematik ist aber für die Befragten auch unabdingbar bzw. aufgrund der Besitzstrukturen der Lifte unumgänglich. Für die privaten Liftbetreiber ergibt sich dies wegen der eigenen wirtschaftlichen Situation und bei dem Zweckverband als Besitzer der Ochsenkopflifte bzw. der Gemeinde Mehlmeisel als Besitzer der Klausenlifte liegt ob ihrer Organisationsform eine gewisse Rechenschaftspflicht und Verantwortung gegenüber den Bürgern und der Öffentlichkeit vor. Daher ist es für sie wichtig, die (wirtschaftliche) Entwicklung und Rentabilität der Anlagen genau zu beobachten und ggf. solche Anzeichen im Sinne der Früherkennung auszumachen, die eine negative Entwicklung des Liftbetriebs und damit finanzielle Verluste nach sich ziehen könnten. Daher muss die Thematik Klimaänderung eine wichtige Rolle in der Planung zur Zukunft der Anlagen spielen. Die Mehrzahl der Befragten weiß somit auch über die klimatischen Studien und Prognosen bescheid, die in letzter Zeit über das Fichtelgebirge veröffentlicht wurden, zwei Befragte waren zudem auf Veranstaltungen von Herrn Prof. Foken oder Herrn Dr. Lüers bzw. haben Gespräche mit ihnen geführt. Nur ein Befragter hat sich noch nicht mit der Thematik beschäftigt - er hat zwar schon davon gehört, glaubt aber nicht an eine Klimaänderung und hält deswegen eine derzeitige Auseinandersetzung damit für verfrüht und überflüssig.

4.2 Auswirkungen der Klimaveränderung auf den (Winter-)Tourismus

Mit einer Ausnahme gehen die Befragten davon aus, dass sich die Klimaänderung auf den Wintertourismus im Fichtelgebirge auswirken wird. Die (natürliche) Schneesicherheit wird in den kommenden Jahren weiter zurückgehen und die Perioden durchgängigen Liftbetriebs sowie die absolute Anzahl der Lifttage im Winter weiter abnehmen. Genau diese Entwicklung haben einige Befragte auch schon in den zurückliegenden Jahren festgestellt - insbesondere in dem für die Region so wichtigen Zeitraum um die Weihnachtsferien herrschten oft unzureichende Schneeverhältnisse vor. Generell sehen die Befragten den Horizont, bis starke Auswirkungen auf den Wintertourismus auftreten werden, bereits in den kommenden Dekaden,

spätestens aber bis 2050. Bis dorthin rechnet man nur noch den absoluten Hochlagen um den Ochsenkopf zu, nennenswerte Schneevorkommen zu besitzen. Die Hälfte der Befragten nimmt hierbei direkten Bezug zu der Arbeit bzw. den Vorträgen von Prof. Foken, der genau das in seinen Studien prognostiziert. Aufgrund dieser sich verschlechternden klimatischen Rahmenbedingungen für Ski Alpin und Trends bei der touristischen Nachfrage, nämlich dass zum einen viel kurzfristiger gebucht und damit viel stärker auf die aktuellen Schneebedingungen reagiert wird sowie zum anderen, dass sich die Gäste stärker an dem Konstrukt Schneesicherheit orientieren, rechnet man auch in den kommenden Jahren mit maximal konstanten bis zurückgehenden Skifahrerzahlen und Wintertouristen. Man befürchtet, dass sich der Trend fortsetzt, dass das Gebiet wie in den letzten Jahren Kundenpotenzial an konkurrierende Regionen - darunter zu einem Großteil andere deutsche Mittelgebirge - abgeben muss, die im Gegensatz zum Fichtelgebirge mit Schneekanonen und damit größerer Schneesicherheit werben können.

4.3 Derzeitige touristische Attraktivität des Fichtelgebirges im Winter und mögliche Veränderungen durch die Klimaänderung

Derzeit wird die touristische Attraktivität des Fichtelgebirges im Winter als hoch bis sehr hoch eingeschätzt, wenn auch mit Einschränkungen. Diese beziehen sich zum einen auf den Einzugsbereich, zum anderen auf bestimmte Zielgruppen. Der Einzugsbereich, für den das Fichtelgebirge im Winter eine interessante Zielregion darstellt, umfasst ausschließlich das nahe Umfeld sowie einige nahegelegene größere Städte. Genannt wird ein Gebiet zwischen Nürnberg, Bamberg, Kulmbach, Coburg, Kronach, Kemnath und Bayreuth. Dank der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit wird das Fichtelgebirge auch zukünftig bei guten Schneebedingungen von diesem Einzugsbereich stark nachgefragt werden. Damit wird das Fichtelgebirge als eine ausgeprägte Zielregion des Naherholungsverkehrs herausgestellt. Für den längerfristigen übernachtenden Fremdenverkehr hat das Fichtelgebirge aber durchaus auch noch eine Anziehungskraft, wenn auch nur für ausgewählte Zielgruppen. Das sind Anfänger, Personen die speziell die angebotenen Skikurse nach der Methode der ansteigenden Skilängen der Ski Schule Nordbayern nutzen wollen oder Familien mit Kindern. Bei vielen anderen Zielgruppen kann man aus verschiedenen Gründen einfach nicht mit alpinen Wintersportgemeinden konkurrieren. Abgesehen von einem Liftbetreiber wird diese Attraktivität nach Ansicht aller anderen Befragten zukünftig zurückgehen. Die abnehmende Schneesicherheit und die gleichzeitige Konkurrenz durch nahegelegene Mittelgebirge, die technische Schneeerzeugung inzwischen anbieten, werden v.a. bei den Tagesgästen langfristig Rückgänge auftreten. Wie angedeutet rechnet man bei guten Schneebedingungen jedoch auch zukünftig mit einer hohen Frequentierung der Region durch Naherholer.

4.4 Entwicklung des Liftbetriebs – geplante Investitionen

Der Liftbetrieb aller befragter Betreiber hat sich in den letzten ca. 10 Jahren leicht bis stark negativ entwickelt, tw. trotz Verbesserungsmaßnahmen in den Bereichen Liftqualität, Liftbedienkomfort, Pistenpflege und Pistenpräparierung. Ein Befragter spricht sogar von drastisch rückläufigen Zahlen, die sich insbesondere beim Flutlichtbetrieb niederschlagen. Die zukünftige Entwicklung der Lifttage wird dagegen von allen Befragten mit *neutral* eingeschätzt. Man hofft, sich auf dem derzeitigen Niveau, das im Vergleich zu früheren Jahren sowieso schon relativ niedrig liegt, einpendeln zu können. Allerdings wird man mit Ski Alpin wohl kaum etwas verdienen können. Ein Befragter sagt explizit, dass es wohl nur so eine Art Hobby oder Zubrot sein kann. Die Frage nach geplanten Investitionen wird sehr unterschiedlich beantwortet. Während aufgrund des finanziellen Aufwands die beiden Betreiber der privaten Schlepplifтанlagen das derzeitige Niveau halten wollen, denken die Betreiber der zwei Liftanlagen in mehr oder weniger öffentlichem Besitz derzeit über eine Neuinstallation bzw. Modernisierung einer bestehenden Beschneiungsanlage nach. Derzeit werden hierbei Überlegungen zum Kosten-Nutzen-Verhältnis angestellt und rechtliche Fragen geklärt, insbesondere für die Anlagen am Ochsenkopf besteht wegen der neu zu errichtenden Infrastruktur hierfür Handlungsbedarf. Man erhofft sich von technischer Schneeerzeugung verbesserte Schneesicherheit und das in zweierlei Hinsicht. Der erste Aspekt bezieht sich auf eine faktische Verbesserung der Schneeverhältnisse, indem durch eine Grund- sowie Nachbeschneigung der Liftbetrieb gesichert und evtl. verlängert und damit insbesondere für die Seilschwebbahn am Ochsenkopf die Auslastung der Anlagen wieder gesteigert werden kann. Wegen der erst vor wenigen Jahren erfolgten Modernisierung der Liftanlagen gibt die rezente Entwicklung der Fahrgastzahlen Anlass, darüber nachzudenken, wie man diesem negativen Trend entgegenwirken kann. Für die beiden Besitzer der Schlepplifтанlagen scheint eine Festinstallation von Schneekanonen eher fraglich. Über Kosten und notwendige Maßnahmen hat man sich bereits informiert oder man kennt sich damit aus, der hohe finanzielle Aufwand ohne derzeitige Unterstützung von öffentlicher Seite wie es etwa in Nordrhein-Westfalen der Fall ist, steht einer eigenen Realisierung technischer Beschneigung jedoch entgegen. Ein Befragter nennt aber die Möglichkeit, Firmen anmieten zu können, die gegen Entgelt mit Schneekanonen anrücken und beschneien, evtl. soll diese Möglichkeit in Kürze getestet werden. Insgesamt lässt sich aber festhalten, dass das Thema Schneekanonen derzeit in jedem Fall in der Region diskutiert wird. Der zweite Aspekt bezieht sich auf die Wahrnehmung der „Winterurlaubsregion Fichtelgebirge“ in den Köpfen der Urlauber. Man erhofft sich durch künstliche Beschneigung, die wahrgenommene Schneesicherheit und das Winterimage der Region wieder zu verbessern und damit den negativen Trend im Bereich Ski Alpin bzw. Wintertourismus allgemein umkehren zu können. Da die Zeit drängt, werden wohl bereits in Kürze Entscheidungen in diesem Bereich zu erwarten sein.

4.5 Bedeutung und Existenz von Sommernutzungen für den Liftbetrieb

Die Sommerrodelbahn am Ochsenkopf verfügt bereits seit knapp 25 Jahren, die DevalKart Bahn am Geiersberg seit kurzem über eine Sommernutzung, beide spielen eine durchaus gewichtige Rolle bezogen auf den wirtschaftlichen Betrieb der Anlagen über das Gesamtjahr. Die Sommerrodelbahn am Ochsenkopf - wenn sich auch die Situation hier durch den fast durchgängigen Betrieb etwas anders darstellt - zieht nach Auskunft des Zweckverbandes etwa 20% der gesamten Jahreseinnahmen auf sich, für die DevalKart Bahn wird zwar keine verbindliche Zahl genannt, sie wird aber nach durchwachsenem Start inzwischen als wichtiges zweites Standbein bezeichnet. Ein weiterer Befragter gibt zu erkennen, dass man schon seit längerem ebenfalls über eine Sommernutzung nachdenkt, noch hat man aber die „zündende Idee“ nicht gehabt, die zu einer Stabilisierung des Liftbetriebs beitragen könnte. Ein weiterer Befragter hatte bereits Grasskillaufen als Sommernutzung angeboten, wegen zu geringer Nachfrage wurde dies aber wieder eingestellt und es ist momentan auch keine weitere Sommernutzung geplant.

4.6 Folgen mehrerer schneearmer Winter für den Liftbetrieb

Ein Betreiber gibt an, nach drei schneearmen Wintern in Folge den Liftbetrieb einzustellen, da es sowieso mehr oder weniger nur eine Art Hobby ist. Die laufenden Kosten wie TÜV, Versicherungen, Pacht oder Strom, die auch dann anfallen wenn kein Schnee liegt oder nur unzureichende Schneeverhältnisse während eines Winters gegeben sind, sind einfach zu hoch, als dass man den Betrieb dann fortführen würde. Ein anderer Befragter, der die Existenz einer Klimaänderung anzweifelt, zweifelt ebenso daran, dass es drei schneearme Winter hintereinander geben kann und selbst wenn, dann hätte das keine Auswirkungen auf den Liftbetrieb. Die beiden öffentlich getragenen Anlagen müssten im Falle einer Abfolge schneearmer Winter natürlich auch mit finanziellen Einbußen rechnen, eine Schließung der Anlagen stünde aber nicht zur Diskussion. Die Situation im Vergleich zu den privaten Liftbetreibern ist für sie dahingehend „komfortabler“, dass sich finanzielle Einbußen nämlich entweder „nur“ im Gemeindehaushalt belastend niederschlagen oder aber durch die Mitglieder des Zweckverbands, also überwiegend den Landkreis Bayreuth, getragen werden müssen.

4.7 Bewertung von Anpassungsprozessen im Wintertourismus

Einsatz künstlicher Beschneigung:

Grundsätzlich wird künstliche Beschneigung als positiv eingeschätzt. Allerdings sollte sie nicht als Allheilmittel gesehen werden, zudem ist sie nur an ausgewählten Stellen in der Region sinnvoll. Es sind auch einige Restriktionen mit künstlicher Beschneigung verbunden. So sind Wasserreservoirs für ihren Einsatz erforderlich und weitere Infrastruktur wie Leitungen und evtl. Pumpstationen oder Kühlvorrichtungen zu errichten. Hierbei könnte es Probleme mit dem Naturschutz oder Forst geben. Zudem müssen auch klimatische Voraussetzungen für eine Beschneigung gegeben sein. So werden ausreichende Minusgrade benötigt und Wärmeeinbrüche könnten in kurzer Zeit den hohen finanziellen Aufwand zu Nichte machen. Dennoch würde ein gezielter Einsatz von Schneekanonen der Region weiterhelfen, kurz- bis mittelfristig die Schneesicherheit zu verbessern und das Winterimage des Fichtelgebirges wieder aufzuwerten. Ein Betreiber stellt jedoch den Nutzen für den Tourismus in der ganzen Region in Frage. Er hält positive Auswirkungen mehr oder weniger auf den jeweiligen Lift und die daran angrenzende Gastronomie beschränkt.

Konzentration auf Ski Langlauf:

Ski Langlauf stellt sicher einen wichtigen Bestandteil im Wintertourismus des Fichtelgebirges dar. Und durch das Loipenkonzept des Landkreises Bayreuth wurde bereits eine Qualitätssteigerung realisiert, insbesondere im Bereich der Loipenpräparierung sind aber noch weitere Verbesserungen notwendig. Allerdings hält es kein Befragter für sinnvoll, sich allein auf Ski Langlauf zu verlassen.

Vermehrte schneeunabhängige Angebote im Winter:

Einige gute schneeunabhängige Angebote gibt es nach Einschätzung der Befragten bereits und diese werden angesichts der klimatischen Prognosen zukünftig auch noch wichtiger werden. Die Frage stellt sich nur nach Art und Charakter der Angebote. Der Bereich Wellness ist in jedem Fall ein aussichtsreiches Segment. Derzeit besitzt das Fichtelgebirge aber nur ein unzureichend ausgeprägtes Angebot in diesem Bereich und es ist fraglich, ob man mit Gebieten, die sich speziell darauf konzentrieren, wird konkurrieren können. Es ist zwar für Wintertouristen möglich, schneearme Phasen mit schneeunabhängigen Angeboten einigermaßen zu überbrücken, aber Gäste nur aufgrund dieser Angebote in die Region locken zu können, scheint für einige Befragte momentan (noch) unrealistisch. Ein Betreiber merkt an, dass solche Angebote für die Region durchaus positiv sein können, positive Auswirkungen für die Liftbetreiber würden sich daraus sicher nicht ergeben.

Vermehrte Attraktionen im Winter:

Bei diesem Punkt gehen die Meinungen auseinander. Ein Befragter, in dessen Gemeinde bereits ein großes Event stattfindet, beurteilt dies als positiv und sinnvoll, wenn auch die Wirkungen begrenzt sind. Ein Befragter äußert sich nicht, die beiden anderen sehen keinen Sinn in derartigen großen Attraktionen bzw. Events. Sie würden keine positiven Wirkungen entfalten und wenn überhaupt, dann nur in kleinem Umfang Sinn machen, bei dem das finanzielle Risiko überschaubar bleibt, da bei schlechtem Wetter ein Event leicht „ins Wasser fallen kann“.

Verlagerung touristischer Umsätze auf das restliche Jahr:

Diese Strategie betrifft die Liftbetreiber nur sehr untergeordnet, in bezug auf das gesamte Fichtelgebirge wird es als sehr schwieriger und langwieriger Prozess eingeschätzt, da der Winter seit je her ein wichtiger touristischer Bestandteil war. Lediglich ein Befragter, der in seiner Funktion als Bürgermeister gleichzeitig für eine ganze Gemeinde spricht, bestätigt den Versuch, die Attraktivität seiner Gemeinde für den Sommertourismus zu erhöhen und evtl. sich verringernde Einnahmen im Winter-Tagesgeschäft durch mehr Einnahmen im übernachtenden Fremdenverkehr im Sommer zu kompensieren.

4.8 Zukünftige touristische Entwicklung des Fichtelgebirges

Die zukünftige Entwicklung wird von den Befragten relativ kritisch betrachtet. Der Großteil ist skeptisch und nennt einige Mängel, die einer positiven touristischen Entwicklung im Wege stehen. Zum einen wurden bereits in der Vergangenheit Fehler gemacht, indem man versäumt hat, rechtzeitig zu reinvestieren und up-to-date zu bleiben. Ein nicht zu vernachlässigender Teil der touristischen Infrastruktur ist inzwischen veraltet und müsste modernisiert werden. Dafür fehlt v.a. notwendiges Kapital, manchmal scheidet es aber auch schon an der Mentalität in der Region. Die Notwendigkeit zur Modernisierung bezieht sich auch auf den Beherbergungssektor. Zum anderen wird der noch zu geringe Bekanntheitsgrad des Fichtelgebirges bemängelt, daher sind verstärkte Anstrengungen im Bereich der Vermarktung der Region zu unternehmen. Zu möglichen Trends, die sich für die Region abzeichnen könnten, wird kaum etwas Verwertbares genannt, die einzige Bemerkung in diesem Zusammenhang bezieht sich auf den im Rahmen von LEADER+ projektierten „Nordic Parc Fichtelgebirge“. Dies könne ein Weg sein, um sich evtl. auch an veränderte klimatische Bedingungen in touristischer Hinsicht anzupassen.

5. Gruppe der Skischulen

Im Untersuchungsgebiet befinden sich zwei Skischulen, zum einen die als GmbH organisierte Ski Schule Nordbayern mit zahlreichen Sektionen in und auch außerhalb des Fichtelgebirges sowie der private Betrieb der Skischule Hottenroth mit Sitz in Warmensteinach. Beide Skischulen wurden im Rahmen der vorliegenden Arbeit befragt.

5.1 Wahrnehmung der Klimaänderung – Relevanz für die Planung

Beide Skischulen nehmen den Klimawandel wahr, als eine Gefahr würden sie diese jedoch (noch) nicht bezeichnen. Sicherlich, so drückt ein Befragter es aus, gibt es heute weniger Schnee als vor 50 Jahren, dennoch wird das Geschäft in den kommenden Jahren auf einem vergleichbaren Niveau wie in den letzten Jahren weitergehen. Kurz- oder mittelfristig wird sich keine Gefahr für den Betrieb der Skischule ergeben. In 50 Jahren wird sich die Situation ganz anders darstellen, arbeiten muss man aber in der momentanen Zeit und daher ist ein Blick darauf, was in 50 Jahren sein wird, wenig zielführend. Somit findet die Klimaänderung in den aktuellen Planungen der beiden Skischulen kaum Berücksichtigung. Sie wird zwar wahrgenommen, starke Auswirkungen werden jedoch erst langfristig erwartet.

5.2 Entwicklung der Skikursteilnehmer

Beide Skischulen hatten nach Aussage der Befragten in den letzten Jahren eine durchaus zufriedenstellende Entwicklung der Kursteilnehmer zu verzeichnen, wenn sich auch in bezug auf Zeitpunkt und Dauer der Kurse sowie Struktur der Kursteilnehmer einiges verändert hat. So gab es „früher“ mehr Kurse auch unter der Woche, die Kurse dauerten mehrere Tage an und unter den Gästen gab es einen größeren Anteil an Übernachtungsgästen. Inzwischen hat sich der Schwerpunkt deutlich auf die Wochenenden verlagert, tw. buchen die Kursteilnehmer nur mehr für einen einzigen Tag. Damit verbunden ist der Anteil der Tagesgäste und Kurzurlauber aus dem näheren Umfeld deutlich angestiegen. Diese drückt sich bspw. auch in der Bewerbung der Skischule NB aus, die derzeit ihre Aktivitäten stärker auf „die Region“ konzentriert. Man musste und muss sich an die sich verändernden Gegebenheiten anpassen, was bei der Skischule Hottenroth derzeit u.a. dazu geführt hat, dass man verstärkt mit Schulen zusammenarbeitet.

5.3 Einsatz technischer Beschneigung

Beide Befragte erachten den Einsatz künstlicher Beschneigung im Fichtelgebirge grundsätzlich als sinnvoll und notwendig. Damit könnten die Schneesicherheit der Region wieder verbessert und positive Effekte für den Wintertourismus erzeugt werden. Ein Befragter betont explizit die Bedeutung des Wintertourismus für den Arbeitsmarkt speziell im Hohen Fichtelgebirge und die Möglichkeit, über technische Beschneigung Einnahmen und damit Arbeitsplätze zu sichern. Allerdings sollte sich die Beschneigung aus mehreren Gründen auf ausgewählte Lifte und Pisten beschränken, flächendeckend auf allen Anlagen im Fichtelgebirge macht es keinen Sinn und dies wäre auch von vielen Betreibern gar nicht zu finanzieren. Schneekanonen sollten nur dort installiert werden, wo es sich lohnt und eine Amortisation möglich erscheint. Auf die Frage, an welchen Liften nach Ansicht der Befragten technische Beschneigung am sinnvollsten und effektivsten wäre, werden allerdings verschiedene Anlagen genannt. Einigkeit besteht aber zumindest darin, dass in jedem Fall eine Seite des Ochsenkopfes mit Schneekanonen ausgestattet werden sollte.

5.4 Auswirkungen einer Abfolge schneearmer Winter

Eine mögliche Abfolge mehrerer schneearmer Winter hätte nach Auskunft der Befragten unterschiedliche Auswirkungen auf den Betrieb der Skischulen. Ein Befragter gibt an, dass einerseits mit der Skischule kaum Fixkosten verbunden sind und damit zumindest der Betrieb der Skischule relativ flexibel gestaltet werden kann, möglicherweise müsste man den Betrieb auf eine gewisse Art und Weise im Hinblick auf eine derartige Situation umstrukturieren. Allerdings sind bei Schneearmut in jedem Fall negative Auswirkungen auf die Auslastung des angeschlossenen Beherbergungsbetriebs sowie fehlende Einnahmen beim vorhandenen Ski- und Snowboardverleih zu erwarten. Insgesamt würde es zu spürbaren Einnahmeausfällen kommen. Zudem entstehen auch dadurch Kosten, dass bei schlechten Schneeverhältnissen die Leihgeräte deutlich schneller kaputt gehen und eher wieder durch neue Geräte ersetzt werden müssen. Der zweite Befragte sieht die Situation etwas anders. Für ihn stellt der Betrieb der Skischule eher eine Art Hobby dar, mit dem durchaus Fixkosten verbunden sind, die auch dann anfallen, wenn wegen schlechter Schneeverhältnisse keine Kurse stattfinden können. Nach mehreren sehr schlechten Wintern müsste man sich schon Gedanken darüber machen, ob eine Aufrechterhaltung des Betriebs der Skischule noch Sinn macht.

5.5 Touristische Sommeraktivitäten der Skischulen

Eine der beiden Skischulen bietet im Sommer keine touristischen Leistungen an, es kommt nur zu gelegentlichen Veranstaltungen innerhalb der Skischule. Das Angebot der zweiten Skischule ist dagegen nicht nur auf den Winter beschränkt. Zum einen verfügt man über einen Fahrrad- bzw. Mountainbike-Verleih, zum anderen bietet man Nordic-Walking Kurse an, derzeit gilt dieses Angebot jedoch nur für Hausgäste des angeschlossenen Beherbergungsbetriebs, der in diesem Zusammenhang nochmals als weiteres Ganzjahreselement neben dem Betrieb der Skischule zu nennen ist. Wie im vorherigen Abschnitt angedeutet, gibt es im Winter aber starke Zusammenhänge zwischen dem Betrieb der Skischule und dem Betrieb des Beherbergungsbetriebs.

5.6 Zukünftige Aussichten der Skischule

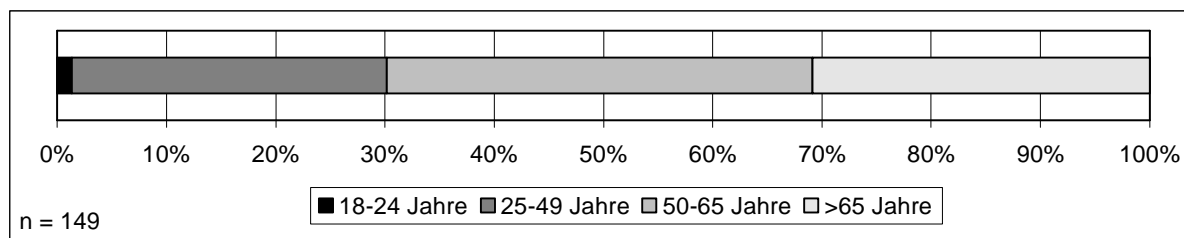
Derzeit ergeben sich durch die Klimaänderung für die zwei Skischulen nach Ansicht der beiden Befragten noch keine Einbußen. Aufgrund der Entwicklung in den letzten Jahren sehen beide Befragte auch durchaus optimistisch in die Zukunft. Mit gewissen Anpassungen bzw. weiteren Neuorientierungen hofft man auch in kommenden Jahren, die zuletzt positiven Entwicklungen fortsetzen zu können. Ein Befragter betont in diesem Zusammenhang ein weiteres Mal, dass der Betrieb der Skischule mehr eine Art Hobby ist. Der zweite Befragte, dessen Haupterwerbsquelle im Tourismus liegt, stellt dagegen heraus, dass die Skischule für dessen gesamtes touristisches Angebot einen nicht zu vernachlässigenden Stellenwert hat und eine gut gehende Skischule damit auch zukünftig ein wichtiger Faktor für das touristische Angebot insgesamt sein wird. Kurz- bis mittelfristig erwartet abschließend jedoch kein Befragter, dass dem Betrieb der Skischule wegen den klimatischen Veränderungen ernsthaft die Schließung droht. Allerdings beendete ein Befragter das Interview mit dem treffenden Ausspruch „Am Schnee hängt aber eben doch alles“.

6. Befragung der Sommergäste

Für die standardisierte schriftliche Befragung der Sommergäste wurden in den Beherbergungsbetrieben in Absprache mit den Vermietern entsprechende Fragebögen ausgelegt. Diese wurden gleichzeitig mit den Fragebögen der Beherbergungsbetriebe wieder persönlich abgeholt. Da bei Abholung einige Vermieter einräumten, das ganze vergessen oder wenig Zeit gehabt zu haben oder dass in Kürze noch (weitere) Gäste kommen, wurde entweder ein weiterer Termin zur Abholung ausgemacht oder vereinbart, dass die Bögen per Post zurückgeschickt werden. Der Erhebungszeitraum umfasste die beiden Monate August und September 2003, insgesamt wurden in den ca. 75 Betrieben 450 Fragebögen verteilt und letztendlich ein Rücklauf von 151 verwertbaren Fragebögen erreicht. Dies entspricht einer vergleichsweise sehr hohen Rücklaufquote von ca. 33%. Wie schon bei der Gruppe der Vermieter angemerkt, konnte dies durch den persönlichen Kontakt mit den Vermietern aber auch durch den eigenen Einsatz erreicht werden.

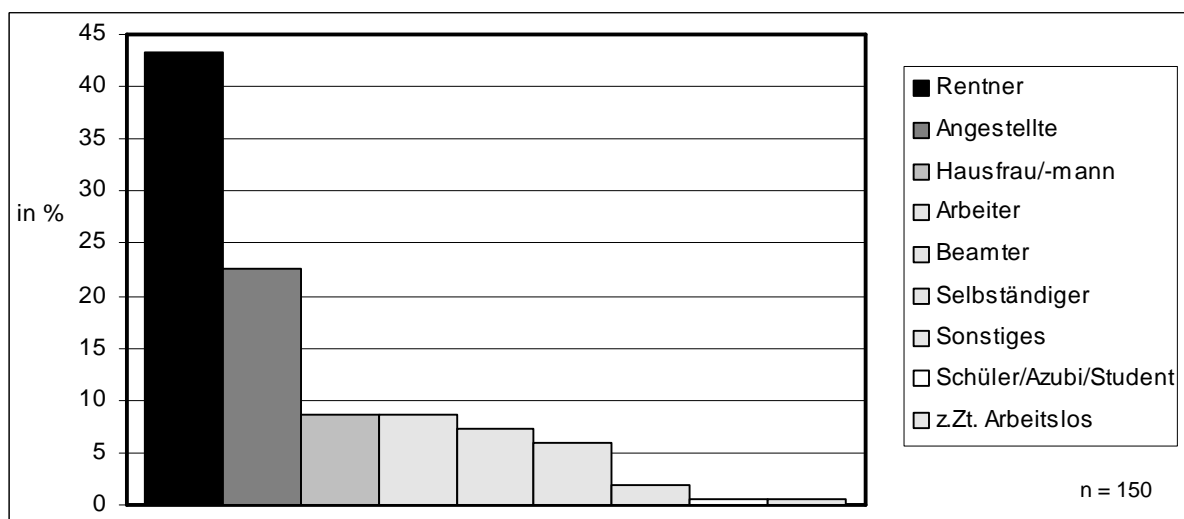
6.1 (Sozial-)Statistische Angaben und Allgemeines zum Urlaubsverhalten

Dieser Abschnitt soll so kurz wie möglich gehalten werden. Grund dafür sind eine Mehrzahl von Arbeiten, die sich z.T. sehr ausführlich mit der Gästestruktur und allgemeinen Fragen zum Urlauberverhalten im Fichtelgebirge auseinandersetzen (→ u.a. MÜLLER 1995:66-113; BERNREUTHER/MAIER 2003:106-122). In bezug auf das Geschlecht überwiegt bei den Befragten der Anteil der Männer (59%) gegenüber dem der Frauen (41%). Beim Alter der befragten Gäste (→ Abb. 9) erreicht die Gruppe zwischen 50 und 65 Jahren mit ca. 38% den größten Anteil, die Altersbereiche 25-49 Jahre bzw. >65 Jahre kommen jeweils auf einen Anteil von knapp 30%. Die Altersgruppe 18-24 Jahre erreicht nur einen verschwindend kleinen Anteil von etwa 1%. Wenn auch MÜLLER in ihrer Arbeit etwas andere Altersgruppen verwendet, so kommen ihre Ergebnisse der festgestellten Altersstruktur doch recht nahe (1996:68). Damit bestätigt sich die Tatsache, dass bei den Gästen eine Überalterung nicht von der Hand zu weisen ist, mehr als 70% sind 50 Jahre oder älter, knapp ein Drittel der Gäste ist sogar 65 Jahre oder älter. In bezug auf den Familienstatus dominiert die Kategorie „verheiratet“. Mehr als drei Viertel der Befragten sind verheiratet, etwa 8% ledig und jeweils ca. 6% verwitwet oder geschieden.

Abb. 9: Altersstruktur der Sommergäste

Quelle: eigene Erhebungen

Die Altersstruktur der Befragten schlägt sich auch beim Beruf nieder (→ Abb. 10). Die Gruppe der Rentner besitzt mit mehr als 40% den weitaus größten Anteil, danach folgen die Angestellten mit ca. 25%, jeweils etwas weniger als 10% entfallen auf Arbeiter, Hausfrauen/Hausmänner sowie Beamte, die Selbständigen weisen noch einen Anteil von 4% auf.

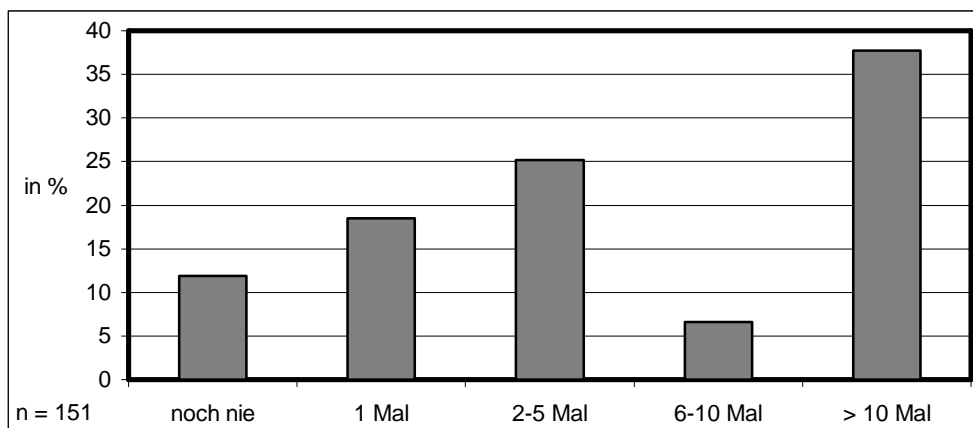
Abb. 10: Erwerbsstruktur der Sommergäste

Quelle: eigene Erhebungen

Im Vergleich zu der Befragung von MÜLLER (1996:69) ist bei der Berufsstruktur bei der vorliegenden Arbeit die Gruppe der Rentner wohl überrepräsentiert. Wenn auch aufgrund des hohen Stammgästeanteils und der zeitlichen Differenz von etwa 7 Jahren mit dem Effekt, dass einige der älteren Gäste von damals inzwischen im Ruhestand sind, ist der Anteil der Rentner zu hoch. Die Gruppe der Angestellten, die bei MÜLLER noch an der Spitze steht, liegt hier wie beschrieben an zweiter Stelle. Die weiteren Berufsgruppen folgen dann auch dort mit vergleichbaren Anteilen. Auf eine ausführliche Beschreibung der Herkunft der Befragten soll verzichtet werden. Die bedeutendsten Herkunftsgebiete sind nach Größe des Anteils gestaffelt die Bundesländer Berlin, Sachsen, Bayern, Hessen und Baden-Württemberg. Ausländische Gäste, die an der Befragung teilgenommen haben, kommen aus den Niederlanden bzw. Spanien. Für eine genauere Darstellung sei insbesondere an MÜLLER verwiesen (1996:70f.). Neben den reinen soziodemographischen Charakteristika sollten noch einige allgemeine Aspekte erfasst werden, die in den Bereich „Urlaubsverhalten“ fallen. Dazu zählen zum einen die An-

zahl der bisherigen Urlaube im Fichtelgebirge, zum anderen die Gründe, weswegen die Gäste das Fichtelgebirge aufgesucht haben sowie zum dritten die hauptsächlichen Aktivitäten, die sie während des Urlaubs ausgeübt haben.

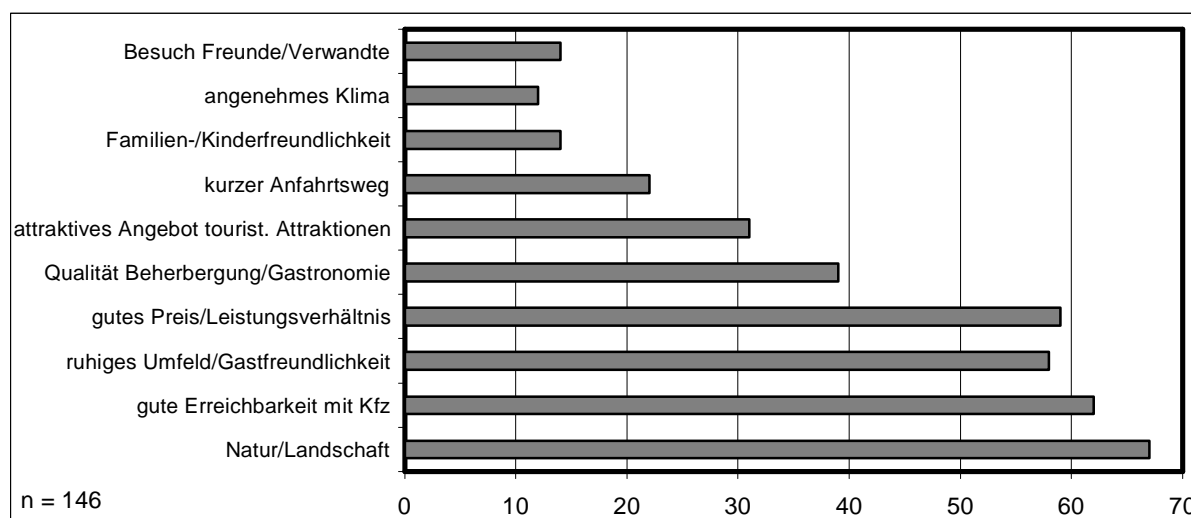
Abb. 11: Zahl der bisherigen Urlaube im Fichtelgebirge



Quelle: eigene Erhebungen

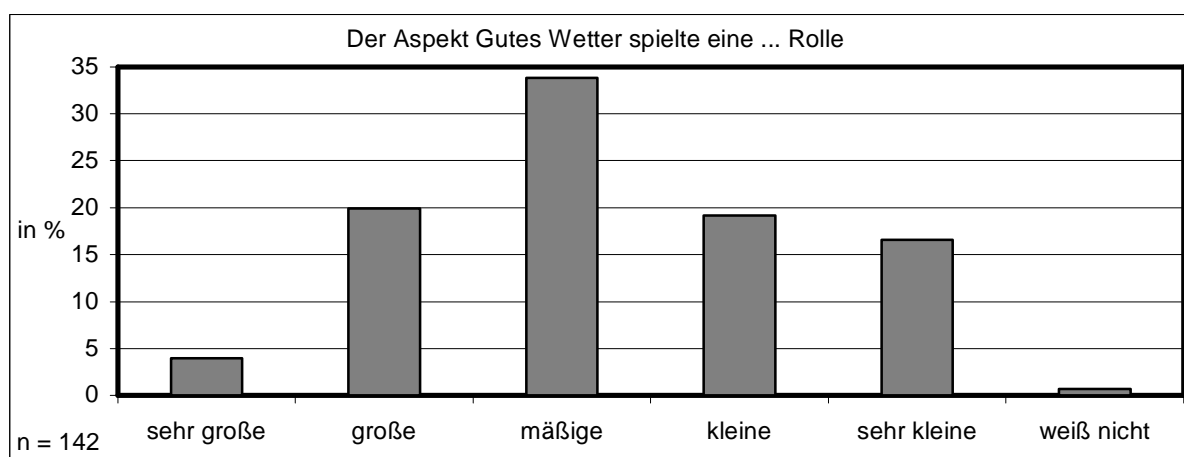
Bei der Anzahl der bisherigen Urlaube (→ Abb. 11) zeigt sich wie u.a. auch bei MÜLLER (1996:74) der hohe Anteil an Stammgästen, bei MAIER/BERNREUTHER (2003:107) wird die Anzahl der Reisen ins Fichtelgebirge durch den hohen Anteil an (Winter-)Tagesgästen stark verzerrt. Bei der eigenen Erhebung geben etwa 42% der Befragten an, bereits 6-10 Mal oder sogar häufiger als 10 Mal im Fichtelgebirge gewesen zu sein. Während weitere 25% 2-5 Mal in der Region Urlaub gemacht haben, verbleibt noch knapp ein Drittel der Sommergäste, die vorher nur ein Mal oder noch überhaupt nicht zum Urlaub im Fichtelgebirge gewesen sind. Bei den Gründen, die für den Urlaub im Fichtelgebirge ausschlaggebend waren (→ Abb. 12), bilden sich einige „Cluster“ in bezug auf die Anzahl der Nennungen (nachfolgend in Klammern aufgeführt). Die vier wichtigsten Gründe sind mit großem Abstand die Natur/Landschaft (67), die gute Erreichbarkeit mit dem Kfz (62), das gute Preis-/Leistungsverhältnis (58) sowie das ruhige Umfeld/Gastfreundlichkeit (58). Danach folgen die beiden Punkte der guten Qualität der Beherbergungs-/Gastronomiebetriebe (39) sowie das attraktive Angebot touristischer Attraktionen (31). Nach dem Grund kurzer Anfahrtsweg (22) folgen schließlich noch die drei Aspekte Familien-/Kinderfreundlichkeit (14), Besuch von Freunden/Verwandten (14) sowie das angenehme Klima („Sommerfrische“) (12).

Die Antworten im Hinblick auf die hauptsächlichen Aktivitäten während des Urlaubs fallen eindeutig aus. An der Spitze stehen ganz klar die beiden Aktivitäten Wandern/Spazieren (129) und Ausflüge in umliegendes Gebiet (106). Mit deutlichem Anstand folgen dann Schwimmbad/Sauna (28), Besuch von Freunden/Verwandten (20), Museum/Theater/Konzerte (20), Baden/Wassersport (19) sowie als letzte in zweistelligem Umfang genannte Aktivität Sommerrodeln/DevalKart (12). Nur wenige Nennungen entfallen auf Kur/Wellness (8), Joggen (6), Kutschfahrten (4), Golf (2) und Inlineskating (1).

Abb. 12: Gründe für die Wahl des Fichtelgebirges als Urlaubsziel

Quelle: eigene Erhebungen

Als letzten Aspekt soll dieser Abschnitt noch das Buchungsverhalten der befragten Sommergäste etwas genauer darstellen sowie die Bedeutung des Faktors „Gutes Wetter“ im Verlauf des Buchungsprozesses beleuchten. In bezug auf die Buchung gibt mit knapp 72% der überwiegende Teil der Gäste an, dass die Reise bereits Wochen oder Monate vor der Reise gebucht wurde, nur etwa ein Viertel hat die Reise spontan gebucht. Diese Resultate decken sich mit den Ergebnissen von MÜLLER, die zudem eine Korrelation von Aufenthaltsdauer und Buchungsverhalten entdeckt hat - je kürzer die Aufenthaltsdauer, desto kurzfristiger das Buchungsverhalten (1996:79f.). Zudem sei noch erwähnt, dass der große Anteil der Gäste, die ihre Reise bereits relativ lange vorher buchen, auch durch den vorher beschriebenen hohen Anteil an Stammgästen bedingt ist. Im Hinblick auf die Bedeutung des Faktors „Gutes Wetter“ ist das Ergebnis etwas überraschend (→ Abb. 13).

Abb. 13: Bedeutung des Faktors „Gutes Wetter“ bei der Buchungsentscheidung

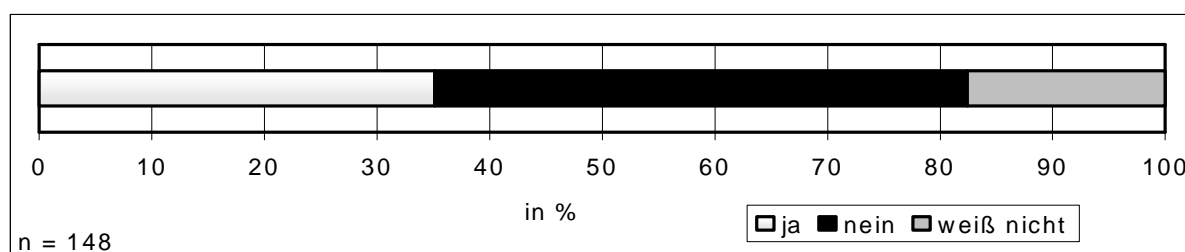
Quelle: eigene Erhebungen

Lediglich bei einem Viertel der Gäste hat nach eigener Angabe „Gutes Wetter“ eine große oder sehr große Rolle bei der Buchung gespielt. Während bei ca. einem Drittel der Befragten diesem Faktor noch eine mäßige Rolle zukommt, spielt er für mehr als das restliche Drittel lediglich eine kleine oder sehr kleine Rolle. Damit kommt wohl zum einen ein weiteres Mal der hohe Anteil an Stammgästen zum Ausdruck, zum anderen aber auch eine gewisse Eigenschaft von Wandern. Diese Gruppe legt relativ wenig Wert auf gutes Wetter, man will sich in der freien Natur bewegen und nimmt dabei auch etwas unbeständigeres Wetter in Kauf. Bei einer näheren Untersuchung zeigt sich für die Bedeutung des Faktors „Gutes Wetter“ auch kein auffälliger Zusammenhang zwischen dem Buchungsverhalten und den bisherigen Reisen ins Fichtelgebirge. So wäre es gut möglich gewesen, dass gerade die kurz Entschlossenen oder aber solche, die noch nicht oder nur ein Mal in der Region Urlaub gemacht haben, diesem Faktor größere Bedeutung beigemessen haben.

6.2 Klimaveränderung und Sommertourismus im Fichtelgebirge

Etwa ein Drittel (35%) der Befragten ist der Auffassung, dass sich die Klimaänderung auf den Sommertourismus im Fichtelgebirge auswirken wird (→ Abb. 14), knapp die Hälfte der Befragten rechnet (47%) mit keinen Auswirkungen. Diese deutliche Mehrheit überrascht zumindest etwas angesichts des Jahrhundertssummers 2003, während dessen die Befragung durchgeführt wurde. Aus der Tatsache, dass jedoch auch von der Gruppe, die keine Auswirkungen erwarten, etwa drei Viertel grundsätzlich mit einem Klimawandel rechnen, ist zu folgern, dass die Gäste davon ausgehen, dass der Sommertourismus nicht so sensibel auf die Klimaänderung reagiert bzw. reagieren wird wie der Wintertourismus.

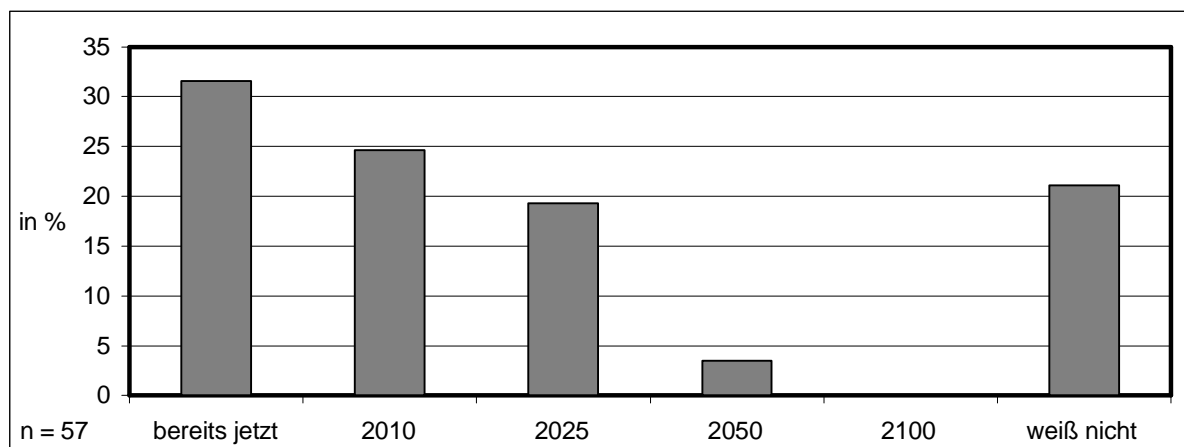
Abb. 14: Wird die Klimaänderung Auswirkungen auf den Sommertourismus haben?



Quelle: eigene Erhebungen

Bei der Gruppe, die an Auswirkungen glaubt, wird der Eintritt *starker* Auswirkungen von den Antwortenden überwiegend bereits jetzt oder in den kommenden etwa zwei Jahrzehnten bis 2025 erwartet (→ Abb. 15). Wenn auch viele der für diese Frage relevanten Befragten mit „Weiß nicht“ antworten oder gar keine Angabe machen, so wird dennoch aus der Antwortstruktur der restlichen Sommergäste eindeutig ersichtlich, dass der Eintritt *starker* Auswirkungen bereits jetzt oder in unmittelbarer Zukunft gesehen wird.

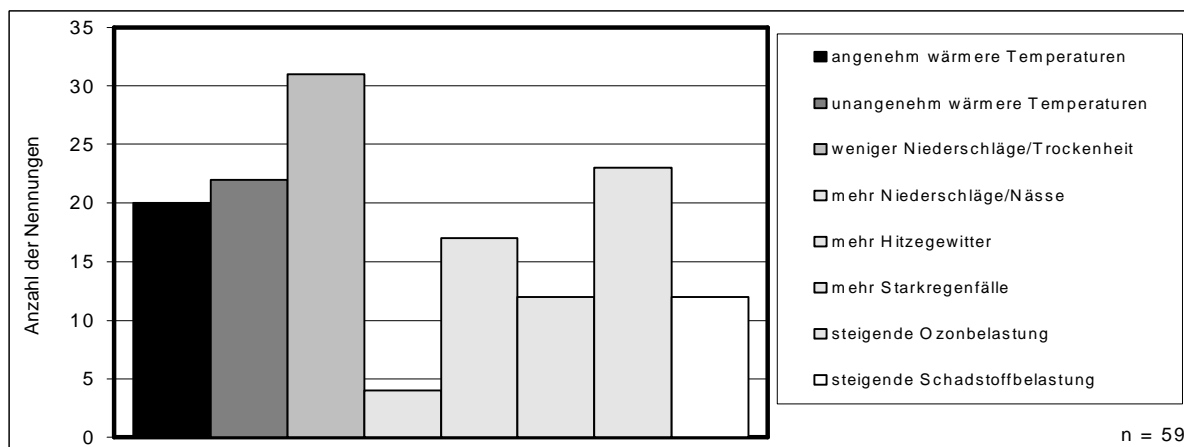
Abb. 15: Einschätzung, wann *starke* Auswirkungen auf den Sommertourismus auftreten



Quelle: eigene Erhebungen

In einer weiteren Frage sollte ermittelt werden, mit welchen Auswirkungen die Befragten rechnen, also in welcher Art und Weise sich die Klimaänderung nach ihrer Vorstellung darstellen wird (→ Abb. 16). Dabei sollte keine sachliche Analyse der tatsächlichen, objektiv prognostizierten Folgen im Vordergrund stehen, sondern vielmehr wie sich die Klimaänderung der Sommermonate in den Köpfen der Befragten konstruiert, ob sie dieser positiv oder negativ entgegensehen.

Abb. 16: Mögliche Auswirkungen der Klimaänderung im Sommer



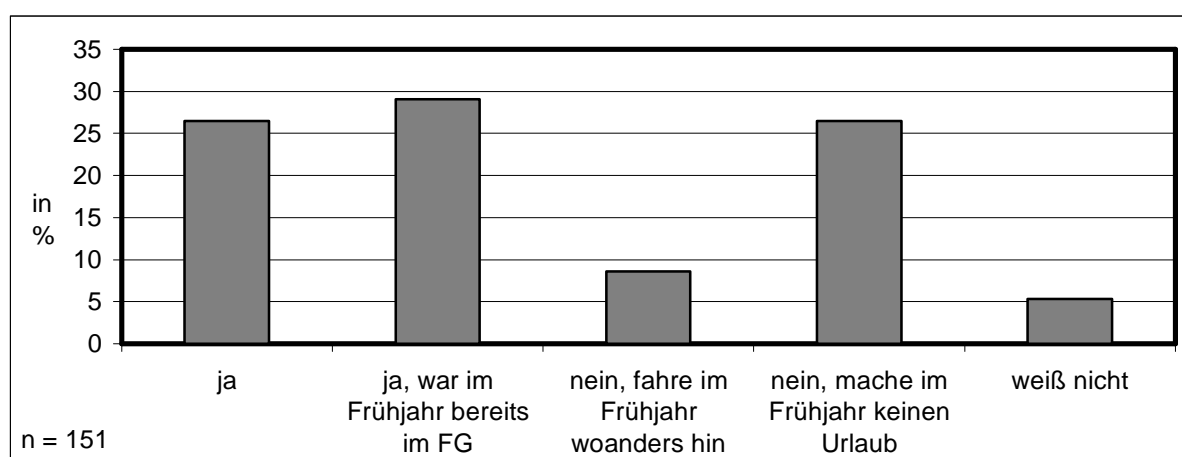
Quelle: eigene Erhebungen

Hinsichtlich des Klimaelements Temperatur sind die Einschätzungen der Befragten relativ ausgeglichen. Es entfallen 22 Nennungen auf unangenehm wärmere Temperaturen, 20 auf angenehm wärmere Temperaturen. Deutlich ist das Bild dagegen beim Niederschlag. So entfallen 31 Nennungen – auch insgesamt die meisten – auf die Einschätzung, dass es zukünftig weniger Niederschlag und mehr Trockenheit in den Sommermonaten geben wird. Lediglich vier Mal wird genannt, dass es im Zuge der Klimaänderung zu mehr Niederschlag und Nässe kommen wird. Daneben entfallen 17 Nennungen auf mehr Hitzegewitter sowie 12 auf ver-

mehrte Starkregenfälle. Zudem wurden noch zwei Antwortmöglichkeiten zur Auswahl gestellt, die eigentlich nicht direkt zur Klimaänderung gehören bzw. z.T. mehr Auslöser als Folge sind. So entfallen 23 Nennungen - insgesamt die zweitmeisten - auf steigende Ozonbelastung. Da die Ozonproblematik vor einigen Jahren in den Medien bereits intensiver diskutiert worden ist, haben einige Befragte dies noch im Kopf und stellen eine direkte Verbindung zwischen Klimaänderung und Ozonproblematik her. Weitere 12 Nennungen entfallen schließlich noch auf steigende Schadstoffbelastung, wobei dies eher Ursache als Folge ist. Daraus wird schon ein wenig offensichtlich, dass der Kenntnisstand in bezug auf die Klimaänderung bisweilen etwas diffus ist.

Die folgende Frage greift den klimatischen Trend für das Frühjahr auf und soll untersuchen, ob sich die Sommergäste vorstellen können, bei trockenerem und stabilerem Wetter bereits im April oder Mai ins Fichtelgebirge zu kommen (→ Abb. 17). Mehr als die Hälfte der Befragten (55%) gibt an, dass das Fichtelgebirge für sie unter diesen klimatischen Rahmenbedingungen im Frühjahr für einen Urlaub in Frage kommen würde, wenn auch wiederum die Hälfte dieser Gruppe (26,5%) in diesem Zeitraum früher schon im Fichtelgebirge Urlaub gemacht hat. Dagegen äußern lediglich knapp 9% der Befragten, dass das Fichtelgebirge im Frühjahr nicht für einen Urlaub in Frage kommt und sie in diesem Zeitraum lieber in andere Regionen fahren. Etwas mehr als ein Viertel (27%) der Befragten macht nach eigener Angabe im Frühjahr überhaupt keinen Urlaub.

Abb. 17: Mögliche Reaktionen auf klimatischen Trend fürs Frühjahr



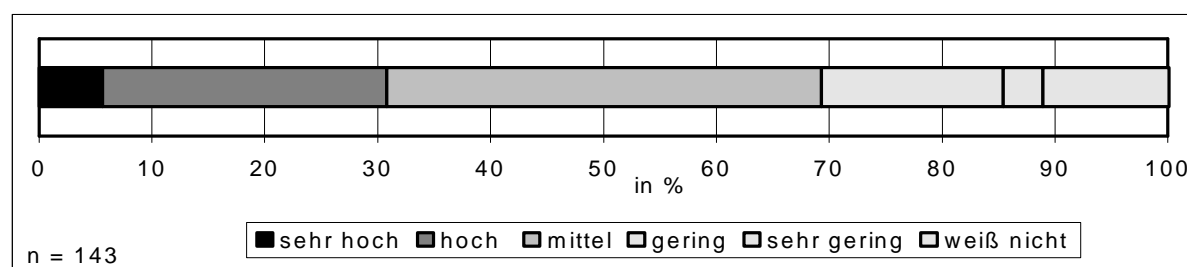
Quelle: eigene Erhebungen

Damit kommt insgesamt eine sehr positive Einstellung gegenüber dem genannten klimatischen Trend zum Ausdruck. Rechnet man den Teil derer heraus, die in diesem Zeitraum generell keinen Urlaub machen, so kann sich die überwiegende Mehrheit vorstellen, bereits im Frühjahr in die Region zu kommen. Wenn auch ein Teil dieser "positiv Gestimmten" bereits in diesem Zeitraum im Fichtelgebirge Urlaub gemacht hat, so ist die Beantwortung doch ein gewisser Fingerzeig darauf, dass in jedem Fall der Versuch unternommen werden sollte, das Frühjahr, insbesondere den Monat April, touristisch stärker zu bewerben und besser in Wert

zu setzen. Somit bestätigt die Antwortstruktur auf diese Frage durchaus auch die Meinung mehrerer Befragter aus den Gruppen der Bürgermeister/Fremdenverkehrsamtsleiter sowie der Vermieter, wo mehrfach die Ansicht geäußert wird, aus dem Frühjahr, das tw. eine Art Übergangszeitraum ist, angesichts des klimatischen Trends mehr zu machen.

Die letzten beiden Fragen in diesem Abschnitt sollten ermitteln, wie groß die Sommergäste die derzeitige touristische Attraktivität des Fichtelgebirges im Sommer einschätzen und ob sich diese durch den Klimawandel zukünftig verändern wird (→ Abb. 53). Diese Einschätzung fällt schlechter aus als bei den Vermietern (→ Abb. 43), was sich auch im Mittelwert ihrer Einschätzung niederschlägt. Beträgt er bei den Vermietern 2,62, so liegt er bei den Sommergästen nur bei 2,85.

Abb. 18: Einschätzung der touristischen Attraktivität des Fichtelgebirges im Sommer



Quelle: eigene Erhebungen

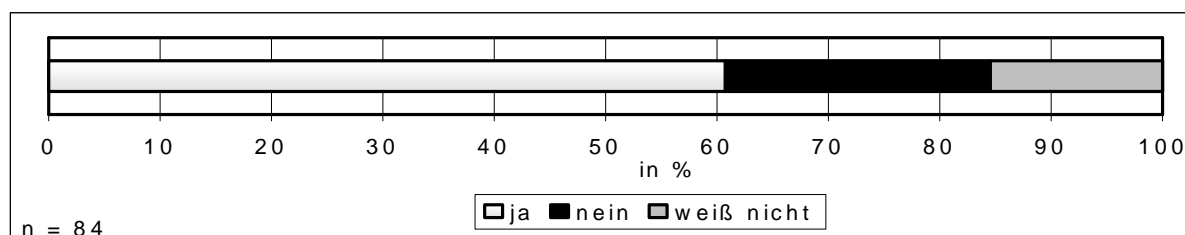
Bei der Frage, ob sich an der Attraktivität zukünftig etwas verändern wird, zeigt sich keine auffällige Tendenz. Mehr als die Hälfte der Befragten (54%) glaubt, dass sich an der derzeitigen Attraktivität nichts ändern wird. Während ca. 20% nicht wissen, ob sich etwas verändern wird, glaubt eine jeweils eher kleine Gruppe an eine Verbesserung (15%) bzw. Verschlechterung (12%) der touristischen Attraktivität. Damit ist die Gruppe derer, die Verbesserungen erwartet, deutlich kleiner als bei den Vermietern. Dies überrascht angesichts der Tatsache des sehr warmen und trockenen Sommers 2003, während dessen die Erhebung stattgefunden hat.

6.3 Klimaveränderung und Wintertourismus im Fichtelgebirge

Vorab sei darauf hingewiesen, dass für diesen Fragenteil eine Selektion der Befragten erfolgt ist. Am Ende des Abschnitts "Klimaänderung und Sommertourismus im Fichtelgebirge" steht die Frage "Würde das Fichtelgebirge für Sie auch als Urlaubsregion für den Winterurlaub in Frage kommen?". Die 69 Sommergäste, die diese Filterfrage mit „Nein“ beantwortet haben, sind für den kompletten Abschnitt "Klimaveränderung und Wintertourismus im Fichtelgebirge" nicht relevant und fallen aus der Betrachtung heraus. Bei den Gründen, *warum* diese Befragten im Winter nicht ins Fichtelgebirge fahren würden, zeigte sich folgendes Bild. Ca. 15% führen dafür gesundheitliche Gründe bzw. ein zu hohes Alter oder die beschwerliche Reise im Winter an. Weitere ca. 15% argumentieren mit fehlenden Voraussetzungen im Fichtelgebirge. Es gäbe zu wenig Lifte und Pisten, keine Schneekanonen und damit auch keine Schneesicher-

heit in der Region und deswegen fährt diese Gruppe lieber in attraktivere Skigebiete in die Alpen. Mehr als die Hälfte (55%) gibt an, im Winter generell keinen Urlaub in den Bergen zu machen bzw. keine Wintersportler zu sein, ca. 15% machen zu den Gründen keine Angabe. Von den verbleibenden 82 für diesen Abschnitt relevanten Befragten geht eine deutliche Mehrheit (61%) davon aus, dass die Klimaänderung Auswirkungen auf den Wintertourismus in der Region haben wird (→ Abb. 54).

Abb. 19: Wird die Klimaänderung Auswirkungen auf den Wintertourismus haben?

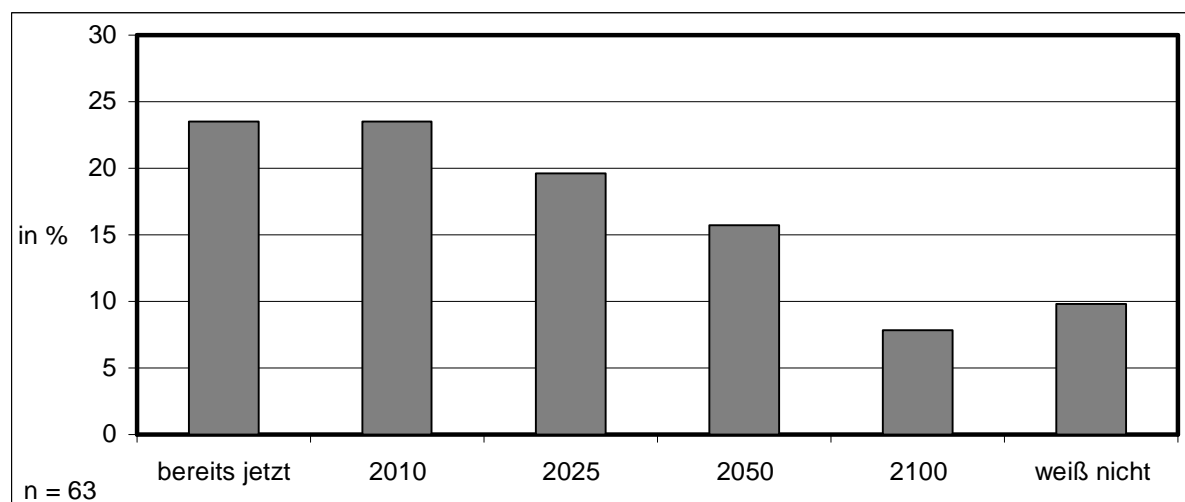


Quelle: eigene Erhebungen

Neben der Gruppe “Weiß nicht” (15%) bleibt nur ziemlich genau ein Viertel der Befragten übrig, das Auswirkungen auf den Wintertourismus ausschließt, wobei auch von dieser Gruppe ein Großteil an die Existenz der Klimaänderung glaubt. Damit ist der Anteil der Sommergäste, der an Auswirkungen glaubt, für den Winter deutlich größer als für den Sommer. Sind es für den Sommer nur 34% (→ Abb. 49), so sind es Winter fast doppelt so viel. Damit wird offensichtlich, dass der Tourismus im Winter in den Augen der Befragten deutlich stärker vom Klimawandel betroffen sein wird als der Sommer.

Überraschend sind jedoch die Resultate bezüglich der Einschätzung, wann *starke* Auswirkungen auf den Wintertourismus zu erwarten sind. Insgesamt verteilen sich die Antworten relativ ausgeglichen auf den Zeitraum von jetzt bis 2050 (→ Abb. 20).

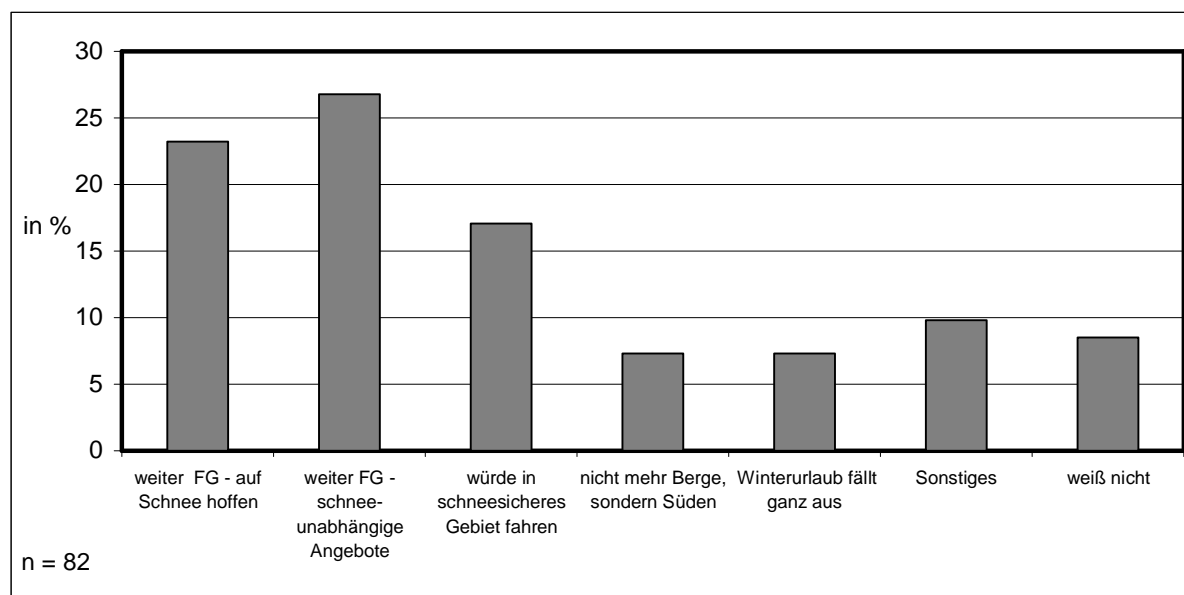
Abb. 20: Einschätzung, wann starke Auswirkungen auf den Wintertourismus auftreten



Quelle: eigene Erhebungen

Damit ist der Anteil derer, die bereits jetzt oder bis 2010 *starke* Auswirkungen sehen, spürbar kleiner als für den Sommer. Überraschend ist es aus zwei Gründen. Zum einen ist wie erwähnt für den Winter der Anteil der Befragten größer, der allgemein Auswirkungen erwartet. Zum anderen sollte man denken, dass den Befragten die Klimaveränderung im Winter mit der Folge zurückgehender Schneemengen offensichtlicher wird als im Sommer. Vielleicht hat der Zeitpunkt der Befragung im Sommer in diesem Punkt die Antworten in die vorliegende Richtung beeinflusst. Die nächste Frage bezieht sich auf das Reise- bzw. Urlaubsverhalten der Befragten und soll herausfinden, wie die Befragten ihren Winterurlaub gestalten würden, wenn die kommenden Winter in den deutschen Bergregionen schneearm ausfallen (→ Abb. 21). Dabei gibt genau die Hälfte der Befragten an, dass sie trotz Schneearmut weiterhin tiefer gelegene Bergregionen wie das Fichtelgebirge aufsuchen würden. Der leicht kleinere Teil dieser Gruppe (23%) würde kommen und darauf hoffen, dennoch ausreichende Schneeverhältnisse vorzufinden, der größere Teil (27%) würde stattdessen mehr schneeunabhängige Angebote wahrnehmen.

Abb. 21: Reaktionen auf Schneearmut in den kommenden Wintern

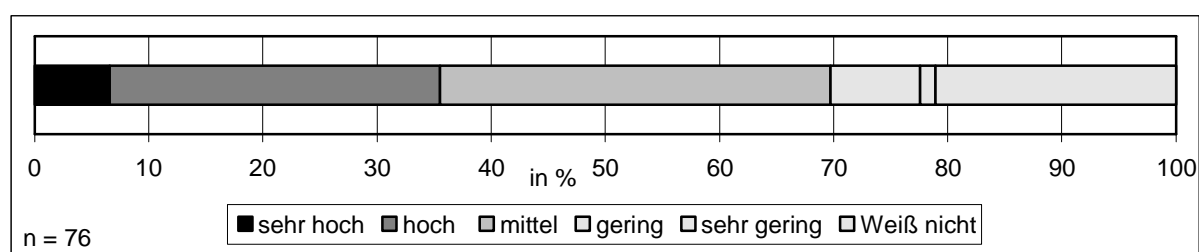


Quelle: eigene Berechnungen

Dagegen würden etwa 17% der Befragten in höher gelegene und schneesichere Gebiete der Alpen reisen und dort Ski Alpin, Ski Langlauf oder andere schneegebundene Aktivitäten ausüben. Jeweils ca. 7% geben an, dass sie bei Schneearmut in den deutschen Bergregionen entweder lieber in den Süden fliegen, den Winterurlaub ganz ausfallen lassen würden oder "Sonstiges" machen. Aus diesen Antworten lässt sich einiges folgern. Ein gewisser Teil würde Regionen wie dem Fichtelgebirge aller Voraussicht nach auch bei Schneearmut vorerst treu bleiben. Dieser Teil macht bei den Antworten der Sommergäste aber (nur) etwa knapp die Hälfte der Befragten aus. Es ist aber wahrscheinlich, dass die "Gruppe der Treuen", sollte sie bei Winterurlaube ins Fichtelgebirge mehrmals durch schlechte Schneeverhältnisse ent-

täuscht werden, weiter abnimmt. Die andere Hälfte der Befragten gibt jetzt schon an, dass sie bei unzureichenden Schneeverhältnissen definitiv nicht (mehr) ins Fichtelgebirge kommen werden. Die Palette der Reaktionen reicht wie beschrieben von Reisen ins Hochgebirge bis dahin, dass man lieber in den Süden fliegt oder den Winterurlaub ganz ausfallen lässt. Die Antwortstruktur auf diese Frage unterstreicht die große Abhängigkeit des Buchungsverhaltens vom Faktor Schnee bzw. der Schneesicherheit eines Ortes oder einer Region. Abschließend zu diesem Fragenbereich sollten von den Gästen die touristische Attraktivität des Fichtelgebirges im Winter sowie mögliche Veränderungen dieser Attraktivität durch den Klimawandel eingeschätzt werden. Im Hinblick auf die touristische Attraktivität zeigt sich ein interessantes Bild (→ Abb. 22).

Abb. 22: Einschätzung der touristischen Attraktivität des Fichtelgebirges im Winter

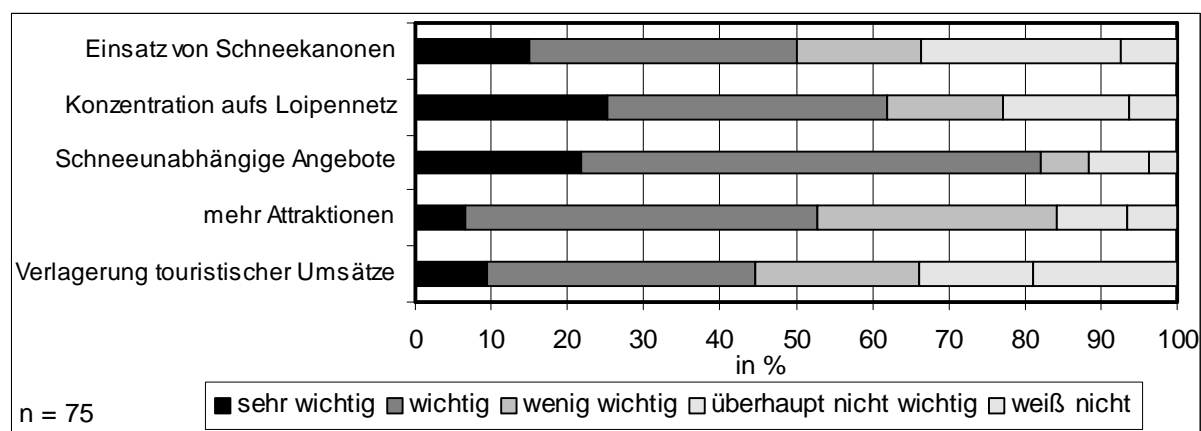


Quelle: eigene Erhebungen

Diese wird nämlich insgesamt höher eingeschätzt als für den Sommer. Etwas mehr als ein Drittel (36%) der Befragten beurteilt sie als hoch (29%) oder sehr hoch (7%), ein weiteres Drittel (34%) stuft sie als mittel ein, auf gering entfallen lediglich 8%, auf sehr gering nur ca. 1%, was zu einem Mittelwert von 2,60 führt. Wird jedoch für den Sommer überwiegend erwartet, dass die Attraktivität zukünftig gleich bleiben oder sich verbessern wird, ist das Bild für den Winter schlechter. Die meisten Antworten entfallen hier nämlich auf eine Verschlechterung der Attraktivität durch die Klimaänderung (33%), eine Verbesserung erwarten im Gegensatz dazu nur 7%.

6.4 Anpassungsprozesse im Wintertourismus

Wie schon bei den vorherigen Gruppen soll auch bei denjenigen Sommergästen, für die das Fichtelgebirge als Urlaubsregion für den Winter in Frage kommt analysiert werden, welche Bedeutung diese verschiedenen Maßnahmen und Strategien beimessen, um sich in der Region auf eine zukünftige Verschlechterung der Schneeverhältnisse vorzubereiten (→ Abb. 58).

Abb. 23: Einschätzung der Wichtigkeit von Anpassungsprozessen im Winter

Quelle: eigene Erhebungen

6.4.1 Einsatz künstlicher Beschneigung

Wie bei den Vermietern polarisiert das Thema Schneekanonen auch bei den Sommergästen. Genau die Hälfte der Befragten findet einen Einsatz von Schneekanonen im Fichtelgebirge wichtig (35%) oder sehr wichtig (15%). Bis auf die Gruppe „Weiß nicht“ (8%) ist der Rest (42%) der Meinung, dass künstliche Schneeerzeugung im Fichtelgebirge im Winter wenig wichtig (16%) oder überhaupt nicht wichtig (26%) und kein geeignetes Mittel ist, um dem Thema Schneearmut zu begegnen. Wie sich auch später bei den Wintergästen noch herausstellen wird, ist die Einstellung zu technischer Beschneigung von den Motiven und Aktivitäten abhängig, wegen denen ein Gast im Winter ins Fichtelgebirge kommt (→ D 7.4.1). Somit ist davon auszugehen, dass auch bei den Sommergästen die Beurteilung dieser Strategie sehr stark davon abhängt, ob die Befragten im Winter eher zur Erholung und zum Winterwandern ins Fichtelgebirge kommen und überwiegend schneeunabhängige Angebote wahrnehmen würden oder ob sie (schneegebundenen) Wintersport betreiben wollen. Denn Urlauber, die überwiegend schneeunabhängige Angebote wahrnehmen, profitieren kaum von einem Einsatz technischer Beschneigung, weswegen ihre Meinung zu Schneekanonen und Kunstschnee deutlich skeptischer ausfällt als bei „Schneeurlaubern“. Dennoch bleibt festzuhalten, dass knapp die Hälfte der Sommergäste künstliche Schneeerzeugung als wichtig oder sehr wichtig erachtet, um damit die Bedingungen für Ski Alpin in der Region angesichts zunehmender Schneearmut zu sichern und die Schneesicherheit erhöhen zu können.

6.4.2 Konzentration auf das Loipennetz

Die Zustimmung zu dieser Strategie ist verglichen mit dem Einsatz technischer Beschneigung insgesamt etwas größer. 62% der Befragten finden diese Strategie wichtig (37%) oder sehr wichtig (25%). Die „Gegengruppe“ macht ein Drittel der Befragten aus - sie finden eine Konzentration im Wintertourismus auf Ski Langlauf das Loipennetz wenig wichtig (15%) oder überhaupt nicht wichtig (17%). Dieses Ergebnis zeigt – vorausgesetzt die Frage wurde richtig

verstanden - dass es sich knapp zwei Drittel der Befragten vorstellen können, dass man sich in der Region verstärkt auf den Ski Langlauf und das Loipennetz konzentriert. Das restliche Drittel der Befragten erachtet diese Maßnahme als nicht wichtig, wahrscheinlich verbergen sich hinter dieser Gruppe zu einem Großteil Skifahrer, die am Bestehen der aktuellen Strukturen festhalten wollen und es unnötig finden, Ski Alpin im Fichtelgebirge derzeit zu Gunsten von Ski Langlauf mehr oder weniger abzuschreiben.

6.4.3 Vermehrte schneeunabhängige Angebote im Winter

Wie bei der Gruppe der Vermieter wird dieser Strategie auch von den Sommergästen die größte Wichtigkeit zugesprochen. Insgesamt halten 82% vermehrte schneeunabhängige Angebote für den Fall zunehmender Schneearmut für wichtig (60%) oder sogar sehr wichtig (22%). Damit steht diese Strategie auch bei den Sommergästen ganz klar an erster Stelle. Es kann aber vermutet werden, dass sich die Gäste mehr schneeunabhängige Angebote nicht nur für den Fall unzureichender Schneeverhältnisse im Winter wünschen. Eine Verbesserung in diesem Segment würde das Fichtelgebirge insgesamt aufwerten und seine Attraktivität steigern, was sowohl den Winter- als auch den Sommertourismus betreffen würde.

6.4.4 Vermehrte Attraktionen im Winter

Bei diesem Punkt fallen jeweils relativ wenige Prozente auf eine starke Befürwortung (sehr wichtig) oder starke Ablehnung (überhaupt nicht wichtig), auf beide Antworten kommen jeweils knapp 7%. Dagegen erreichen die anderen beiden Einschätzungen mehr als 75%, wobei die Einschätzung wichtig (46%) gegenüber weniger wichtig (32%) überwiegt. Die Antwortstruktur zeigt auf, dass es wenige Befragte gibt, die durch diese Strategie für den Fall zunehmender Schneearmut eine große Verbesserung der Situation erwarten, aber auch nur wenige, die dies für überhaupt nicht wichtig halten. Es wird weder große Zustimmung noch große Ablehnung geäußert, insgesamt kann eine leicht positive Einstellung konstatiert werden.

6.4.5 Verlagerung touristischer Umsätze vom Winter auf das restliche Jahr

Diese Strategie schneidet bei den Befragten am schlechtesten ab. Zum einen ist der Anteil der Gäste mit der Antwort „Weiß nicht“ mit knapp 20% mit Abstand am größten. Viele wissen anscheinend nicht, was sie von dieser Strategie halten sollen. Zum anderen ist aber der Anteil derer, die dies wichtig (35%) bzw. sehr wichtig (9%) finden mit zusammen 44% am geringsten. Damit drückt die Mehrheit der Befragten aus, dass sie entweder unschlüssig sind („weiß nicht“) oder es (noch) nicht wichtig finden, touristische Umsätze in größerem Maß vom Winter auf den Sommer zu verlagern. Ein Verlust bedeutender Teile des Wintertourismus scheint in unmittelbarer Zukunft im Fichtelgebirge demzufolge nicht erwartet zu werden.

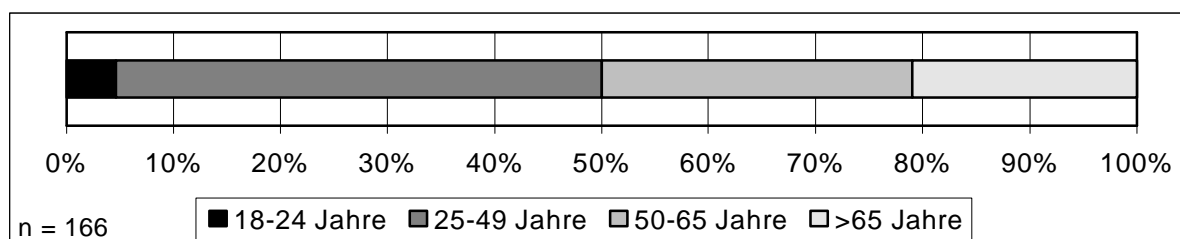
7. Befragung der Wintergäste

Für die standardisierte schriftliche Befragung der Wintergäste wurde Mitte Dezember 2003 telefonischer Kontakt mit den Vermietern aufgenommen und angekündigt, dass in der darauf folgenden Woche die Fragebögen per Post zugestellt und persönlich bei ihnen wieder abgeholt werden. Aufgrund der Erfahrungen im Hinblick auf die Beteiligung der Betriebe bei der Befragung der Sommergäste wurden nicht mehr alle, sondern nur noch etwa 35 Betriebe in die Erhebung einbezogen. Bis Anfang März wurden die Fragebögen bei den Vermietern dann wieder eingesammelt. Jene Vermieter, die am Abholtermin nicht anzutreffen waren, bekamen nochmals ein Schreiben mit der Bitte die restlichen Bögen per Post zurück zu schicken. Insgesamt reicht der Erhebungszeitraum von Weihnachten 2003 bis Anfang März 2004, womit eine möglichst breite und repräsentative Abdeckung des gesamten Spektrums an Wintergästen erreicht werden sollte. Für die Erhebung wurden 500 Fragebögen verteilt, von denen bis Mitte März 168 verwertbare Fragebögen zurück erhalten wurden, was einer wiederum sehr hohen Rücklaufquote von knapp 34% entspricht.

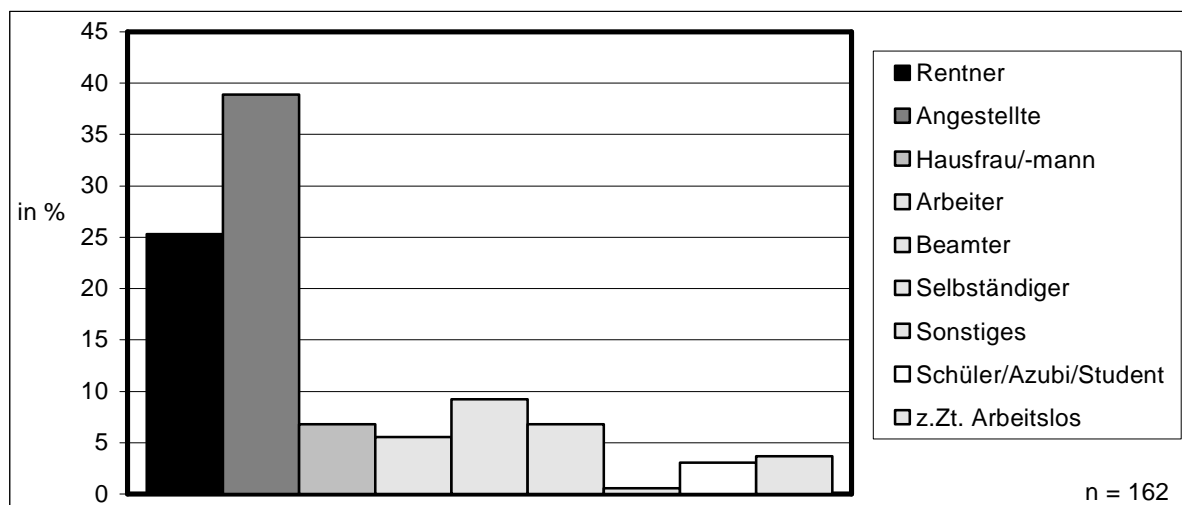
7.1 (Sozial-)Statistische Angaben und Allgemeines zum Urlaubsverhalten

Beim Geschlecht der Befragten überwiegen wie auch bereits bei den Sommergästen (→ D 6.1) die Männer (53%), wenn auch nur mit sehr geringem Vorsprung gegenüber den Frauen (47%). Beim Alter ist dagegen ein deutlicher Unterschied zwischen beiden Befragungen festzustellen. Erreichte im Sommer die Altersgruppe zwischen 50 und 65 den größten Anteil, so entfällt im Winter der größte Wert auf den Bereich zwischen 25 und 49 Jahren (43%), gefolgt von den 50 bis 65-Jährigen (35%), der Altersgruppe > 65 Jahre (18%) und den 18 bis 24-Jährigen (4%) (→ Abb. 24). Beim Familienstand dominieren wiederum eindeutig die Verheirateten (76%), erwähnenswert im Vergleich zur Sommererhebung ist der fast doppelt so große Anteil an ledigen Gästen (14%). Am deutlichsten weichen die Ergebnisse beider Befragungen im Hinblick auf die Erwerbstätigkeit voneinander ab (→ Abb. 60). Während Rentner im Sommer die mit Abstand stärkste Gruppe sind (43%), liegen sie im Winter mit ca. 25% hinter den Angestellten (39%) an zweiter Stelle, was auch dem Ergebnis der Untersuchung von MÜLLER entspricht (1996:69).

Abb. 24: Altersstruktur der Wintergäste

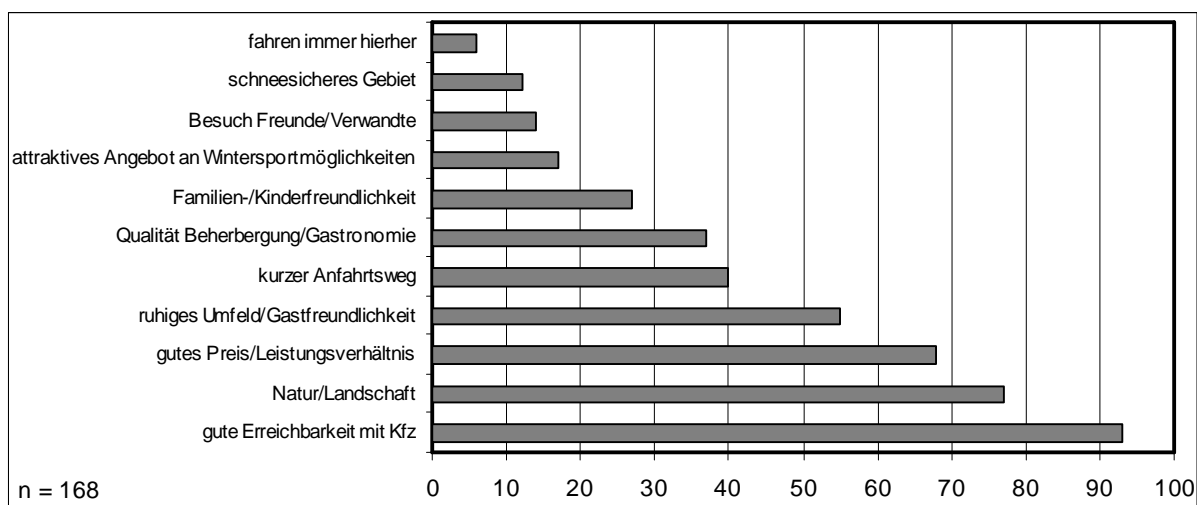


Quelle: eigene Erhebungen

Abb. 25: Erwerbsstruktur der Wintergäste

Quelle: eigene Erhebungen

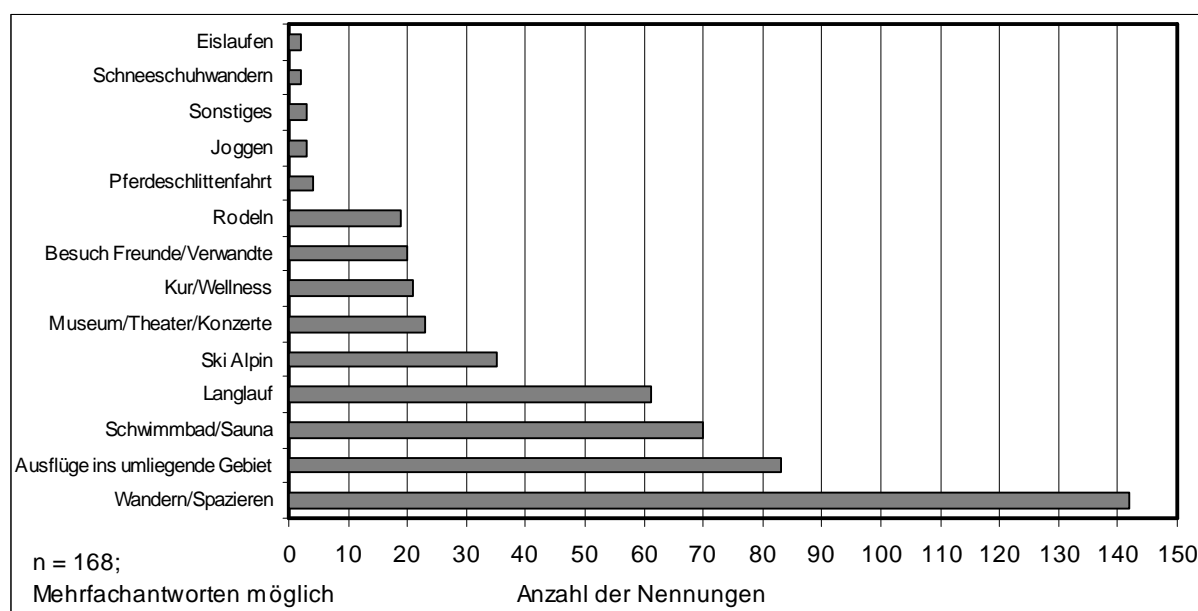
Insgesamt lassen sich die Unterschiede zwischen den beiden eigenen Erhebungen dahingehend zusammenfassen, dass die Wintergäste im Fichtelgebirge deutlich jünger sind als die Sommergäste, damit verbunden die Gruppe der Angestellten gegenüber den Rentnern dominiert und auch die anderen Berufstätigkeiten höhere Anteile aufweisen sowie der Anteil der ledigen Gäste im Winter höher ist als im Sommer. Vergleichbar der Sommererhebung sollten einige allgemeine Merkmale des Buchungs- bzw. Urlaubsverhaltens analysiert werden. Zum einen sind das die Gründe, die für die Wahl des Fichtelgebirges als Urlaubsziel ausschlaggebend waren (→ Abb. 26). Während im Sommer Natur/Landschaft meist genannter Urlaubsgrund ist, entfallen darauf im Winter hinter der guten Erreichbarkeit mit dem Kfz (93) die zweitmeisten Nennungen (77). Mehr als 50 Nennungen erhalten noch das gute Preis-/Leistungsverhältnis sowie ruhiges Umfeld/Gastfreundlichkeit, beides zählt auch bei den Sommergästen zu den wichtigsten Gründen.

Abb. 26: Gründe für die Wahl des Fichtelgebirges als Urlaubsziel

Quelle: eigene Erhebungen

Mit Abstand folgen dann die weiteren Aspekte (→ Abb. 26), wobei im Hinblick auf den Wintertourismus noch zu erwähnen ist, dass auf ein attraktives Angebot an Wintersportmöglichkeiten nur relativ wenige Nennungen entfallen (17), noch schwächer fällt das Ergebnis für den Grund schneesicheres Gebiet aus (12). Dass sich das Fichtelgebirge nach Ansicht der Nachfrager nicht (mehr) durch eine große Schneesicherheit auszeichnet, wird auch von der Umfrage von BERNREUTHER/MAIER bestätigt, bei der die Schneesicherheit der Region überwiegend als schlecht bis mittel bewertet und mit Abstand als die größte Schwäche der Wintersportregion Fichtelgebirge genannt wird (2003:113f.). Bei den Aktivitäten der Wintergäste zeigt sich ein etwas überraschendes Bild, da die schneegebundenen Aktivitäten nicht unter den drei am häufigsten genannten Aktivitäten zu finden sind (→ Abb. 27).

Abb. 27: Aktivitäten der Winterurlauber



Quelle: eigene Erhebungen

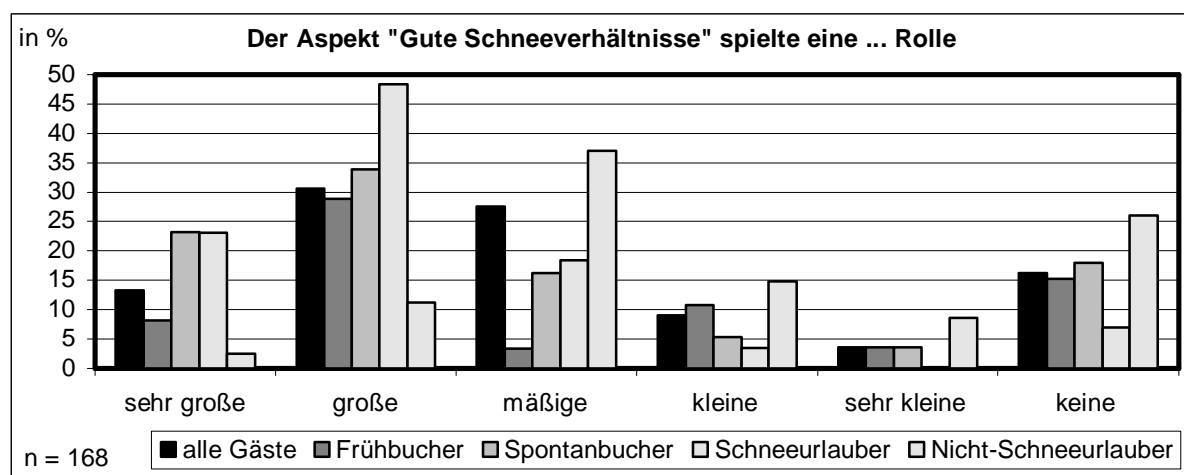
Hinter Wandern/Spazieren (142), Ausflügen ins umliegende Gebiet (83) und dem Besuch von Schwimmbad bzw. Sauna (70) folgen Langlauf (61) und Ski Alpin (35) erst auf den Rängen vier und fünf, Rodeln (19) liegt an neunter Stelle, nur sehr wenige Nennungen entfallen auf Pferdeschlittenfahrten (4) und Schneeschuhwandern (2). Damit spielen schneegebundene Aktivitäten für den übernachtenden Fremdenverkehr zwar eine wichtige, allerdings nicht die dominierende Rolle wie für die Tagesgäste, von denen etwa drei Viertel hauptsächlich wegen der Ausübung von Wintersport ins Fichtelgebirge kommen und nur ein kleiner Teil Spaziergänge/Wandern als Hauptgrund für einen Aufenthalt im Fichtelgebirge angibt (BERNREUTHER/MAIER 2003:109). Vielmehr wird letzt genannte Aktivität sowie der Besuch eines Schwimmbads bzw. einer Sauna dort als „sonstige Aktivität“ genannt, die man neben dem Wintersport in der Region ausübt (BERNREUTHER/MAIER 2003:108). Allerdings muss die Bedeutung der schneegebundenen Aktivitäten für den übernachtenden Fremdenverkehr differenzierter betrachtet werden. Denn bei Gesprächen mit Vermietern berichten viele, dass die Gäs-

testruktur im Laufe des Winters v.a. im Hohen Fichtelgebirge starke Unterschiede aufweist. Nach ihren Angaben würden in den Weihnachtsferien jene Gästegruppe überwiegen, die mehr oder weniger unabhängig vom Schnee und Wintersport kommen und in der Region wandern und sich erholen. Dies ändert sich nach Ende der Weihnachtsferien bis Ende März, dann wären solche Gäste in der Mehrzahl, für die hauptsächlich das Angebot an Wintersportmöglichkeiten von Interesse ist.

7.2 Buchungsverhalten und Bedeutung des Faktors „Gute Schnee- hältnisse“ bei der Reiseentscheidung

Beim Buchungsverhalten geben exakt zwei Drittel der Befragten an, dass sie bereits Wochen bzw. Monate vor der Reise gebucht haben, ein Drittel hat spontan unmittelbar vor der Reise gebucht. Damit zeigt sich bei den Wintergästen ein etwas spontaneres Buchungsverhalten als bei den Sommergästen, von denen knapp drei Viertel langfristig gebucht haben (→ D 6.1). Sehr interessant ist die Beantwortung der Frage, wie wichtig den Wintergästen bei der Buchung der Aspekt war, „Gute Schnee-
hältnisse“ im Fichtelgebirge vorzufinden. Um es vorweg zu nehmen, dieser Aspekt spielt bei der Buchungsentscheidung eine bedeutende Rolle. Für die Gesamtheit der Wintergäste erweist sich die Bedeutung zwar nicht so groß wie man es hätte erwarten können, bei einer differenzierteren Betrachtung der Gästestruktur ergeben sich allerdings deutliche Unterschiede in Wahrnehmung und Bedeutung (→ Abb. 28).

Abb. 28: Bedeutung von „Guten Schnee-
hältnisse“ für die Reiseentscheidung

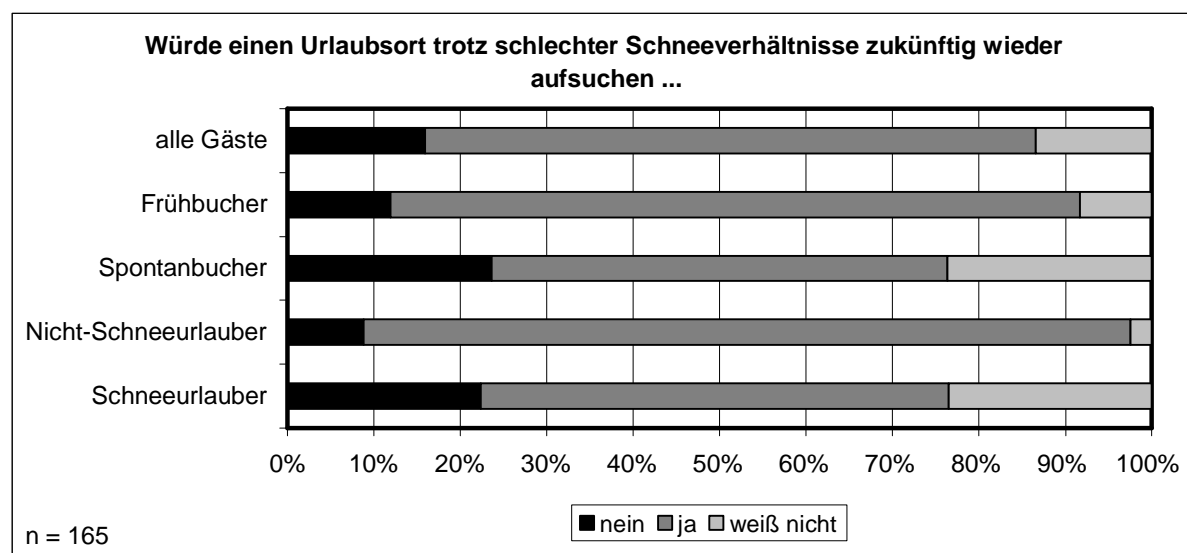


Quelle: eigene Erhebungen

Alle Wintergäste aggregiert, spielen für 44% gute Schnee-
hältnisse eine wichtige oder sehr wichtige Rolle, für weitere 27% eine mäßige Rolle. Die restlichen 29% messen guten Schnee-
verhältnissen nur eine kleine (9%), sehr kleine (4%) oder gar keine Bedeutung (16%) bei. Untersucht man den Zusammenhang zwischen der Beurteilung der Wichtigkeit guter Schnee-
verhältnisse und dem Buchungsverhalten, so lassen sich die Einschätzungen von „Frühbuchern“ und „Spontanbuchern“ gegenüberstellen. Dabei zeigen sich bei der Beurtei-

lung große Unterschiede, denn für 57% der Spontanbucher spielen gute Schneeverhältnisse eine sehr wichtige (23%) oder wichtige Rolle (34%) und für weitere 16% noch eine mäßige Rolle. Bei den Frühbuchern messen dagegen nur 37% guten Schneeverhältnissen eine sehr wichtige (8%) oder wichtige Bedeutung (29%) zu, für den größten Teil dieser Gruppe besitzt dieser Aspekt nur mäßige Bedeutung (33%) (→ Abb. 63). Noch deutlicher gehen die Einschätzungen auseinander, wenn man die Gesamtheit der Winterurlauber nach den ausgeübten Aktivitäten in Gruppen unterteilt. Zu dieser Analyse werden ausgehend von den Antworten zu den Urlaubsaktivitäten zwei Gruppen gebildet, wobei die eine Gruppe mindestens eine der drei schneegebundenen Aktivitäten Ski Alpin, Langlauf oder Rodeln als Hauptaktivitäten angegeben hat, während von der anderen Gruppe keine dieser schneegebundenen Aktivitäten als Hauptaktivität genannt wurde. Dabei zeigt sich, dass die „Schneurlauber“ großen Wert auf die Schneeverhältnisse legen. Etwa 71% geben an, dass dieser Aspekt für sie sehr wichtig (23%) oder wichtig ist (48%), für weitere 18% ist er immerhin noch mäßig wichtig. Völlig anders stellt sich dagegen die Situation bei den Nicht-Schneurlaubern dar. Bei ihr erachten lediglich 14% gute Schneeverhältnisse als sehr wichtig (3%) oder wichtig (11%) und 37% als mäßig wichtig. Mehr als ein Viertel der Nicht-Schneurlauber gibt sogar an, dass gute Schneeverhältnisse für sie überhaupt keine Rolle spielen (→ Abb. 63). Dieses Ergebnis stützt auch die zuvor erwähnten Anmerkungen der Vermieter zu der Gästegruppe, die während der Weihnachtsferien relativ unabhängig von den vorherrschenden Schneeverhältnissen ins Fichtelgebirge kommt. Eine weitere Frage sollte herausfinden, welche Auswirkungen schlechte Schneeverhältnisse während eines Urlaubs auf das zukünftige Reiseverhalten haben. Da sich auch hier bei differenzierter Betrachtung der Wintergäste deutliche Unterschiede zeigen, sollen sowohl die Ergebnisse für alle Befragten dargestellt werden als auch erneut eine Unterteilung nach dem Buchungsverhalten bzw. den ausgeübten Aktivitäten erfolgen (→ Abb. 29).

Abb. 29: Zukünftiges Urlaubsverhalten nach schlechten Schneeverhältnissen



Quelle: eigene Erhebungen

Bei den nachfolgenden Darstellungen werden jeweils nur die Prozentwerte für die Befragten genannt, die sich für „ja“ oder „nein“ entschieden haben. Der Prozentwert für die Antwortkategorie „Weiß nicht“ wird nicht extra erwähnt.

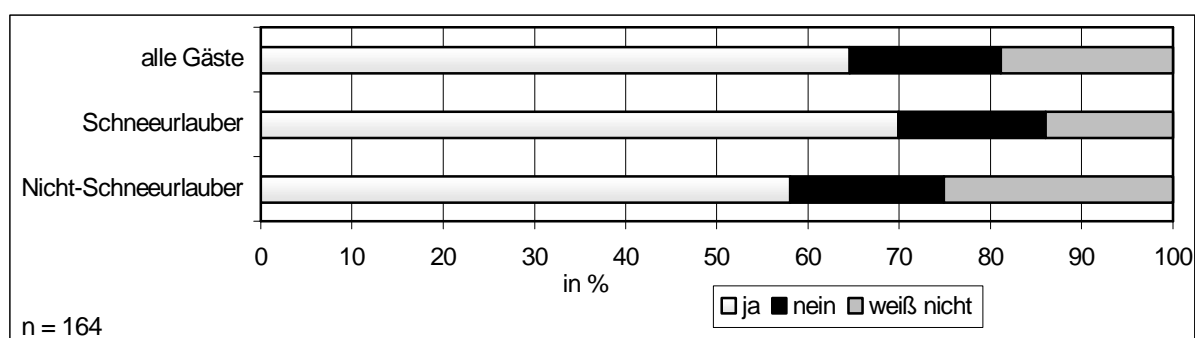
Die deutliche Mehrheit aller Befragten (71%) würde trotz schlechter Schneeverhältnisse während eines Aufenthaltes diesen Urlaubsort wieder aufsuchen, lediglich 13% würden wegen einem solchen Erlebnis diesen Urlaubsort zukünftig meiden. Von der Gruppe der Frühbucher würde im Vergleich zu allen Befragten ein geringerer Teil Konsequenzen aus einer Enttäuschung durch schlechte Schneeverhältnisse ziehen. 80% würden den Ort ein weiteres Mal aufsuchen, zukünftig meiden würden ihn nur 12%. Diese Werte sind dahingehend zu interpretieren, dass die Frühbucher, wie bei der Frage nach der Wichtigkeit guter Schneeverhältnisse aufgezeigt, diesem Aspekt nicht die entscheidende Bedeutung für einen gelungenen Urlaub beimessen und deswegen zu einem Großteil durch ihre frühe Buchung auch in Kauf nehmen, während ihres Urlaubs evtl. keine guten Schneeverhältnisse vorzufinden. Die Antwortstruktur der Spontanbucher weicht von jener der Frühbucher stark ab, sie stellen die „untreueste“ aller Gruppen dar. Von ihnen würden lediglich 53% in dem Ort, in dem sie von der Schneelage enttäuscht wurden, nochmals einen Winterurlaub buchen, während mit 24% fast jeder Vierte diesem Ort zukünftig fern bleiben würde. Auch das Ergebnis bei den Spontanbuchern stützt die vorherigen Resultate bei der Frage nach der Wichtigkeit guter Schneeverhältnisse. Durch ihre spontane Buchung wollen sie ja gerade sicherstellen, dass sie im Urlaub entsprechend gute Schneeverhältnisse vorfinden und die gewünschten schneegebundenen Aktivitäten ausüben können. Werden die Spontanbucher dann im Urlaub doch mit schlechten Schneeverhältnissen konfrontiert, sei es durch plötzliches Tauwetter, Regen oder aber falsche Informationen vor Reiseantritt, dann würde ein deutlich größerer Teil als bei den anderen Gruppen nicht mehr in diesen Ort fahren. Noch gegensätzlicher als bei den Früh- und Spontanbuchern fallen die Antworten bei Schnee- und Nicht-Schneeurlaubern aus. Dabei stellen die Nicht-Schneeurlauber die „treueste“ aller Gruppe dar, 89% würden dem Ort eine weitere Chance geben und nur 2% geben an, dass sie in diesem Ort zukünftig keinen Winterurlaub mehr machen würden. Deutlich anders antworten die Schneeurlauber. Nur 54% würden trotz schlechter Schneeverhältnisse dem Urlaubsort treu bleiben und ebenso wie bei den Spontanbuchern würde fast jeder Vierte (24%) dort keinen Winterurlaub mehr machen. Zusammenfassend ergeben die Beantwortung dieser sowie der Frage nach der Wichtigkeit guter Schneeverhältnisse ein schlüssiges Gesamtbild. Für Nicht-Schneeurlauber und Frühbucher sind gute Schneeverhältnisse mehr so etwas wie eine willkommene Zugabe, aber keine zwingende Voraussetzung für einen gelungenen Winterurlaub. Die Gruppen der Schneeurlauber und Spontanbucher wollen dagegen in ihrem Urlaub gute Schneeverhältnisse antreffen und v.a. im Fall der Schneeurlauber auch Wintersport betreiben. Deshalb würde bei diesen beiden Gruppen ein weitaus größerer Teil von ihnen bei einer Enttäuschung dieser Erwartungen Konsequenzen ziehen und zukünftig in diesem Ort keinen Winterurlaub mehr verbringen.

7.3 Klimaveränderung und Wintertourismus im Fichtelgebirge

In diesem Abschnitt soll aufgezeigt werden, wie die Wintergäste die Klimaänderung und deren Auswirkungen auf den Wintertourismus im Fichtelgebirge wahrnehmen. Dabei sollen immer wieder Vergleiche zu den Ergebnissen der Sommerbefragung einfließen, um Gemeinsamkeiten oder mögliche Unterschiede zwischen den Einschätzungen herauszuarbeiten.

Knapp zwei Drittel der Befragten (65%) sind der Ansicht, dass sich die Klimaänderung auf den Wintertourismus in der Region auswirken wird (→ Abb. 54). Von den 16%, die nicht an Auswirkungen glauben, gibt genau die Hälfte an, dass sie dennoch von einer Klimaänderung ausgeht, der Rest der Befragten (19%) weiß nicht, ob Auswirkungen zu erwarten sind. Damit ist im Vergleich zu den Sommergästen ein deutlich größerer Teil der Ansicht, dass aus der Klimaänderung Konsequenzen für den Tourismus resultieren werden. Auf die Antwortkategorie „Ja“ entfallen im Winter ca. 5% mehr, auf „Nein“ ca. 8% weniger. Wie im vorherigen Abschnitt soll auch untersucht werden, ob bei einer Differenzierung der Gesamtheit der Wintergäste in Schnee- und Nicht-Schneeurlauber zwischen beiden Gruppen unterschiedliche Einschätzungen vorherrschen. Und es zeigen sich wiederum signifikante Unterschiede zwischen beiden Gruppen. Während sowohl bei den Schnee- als auch bei den Nicht-Schneeurlaubern 16% auf „Nein“ entfallen, teilen sich die restlichen Prozent zwischen „Ja“ und „Weiß nicht“ sehr unterschiedlich auf. Bei den Schneeurlaubern gehen nämlich 70% von Auswirkungen aus, während 14% „Weiß nicht“ angeben. Bei den Nicht-Schneeurlaubern glauben dagegen nur 58%, dass der Klimawandel Folgen für den Wintertourismus mit sich bringt und 25% antworten mit „Weiß nicht“ (→ Abb. 30).

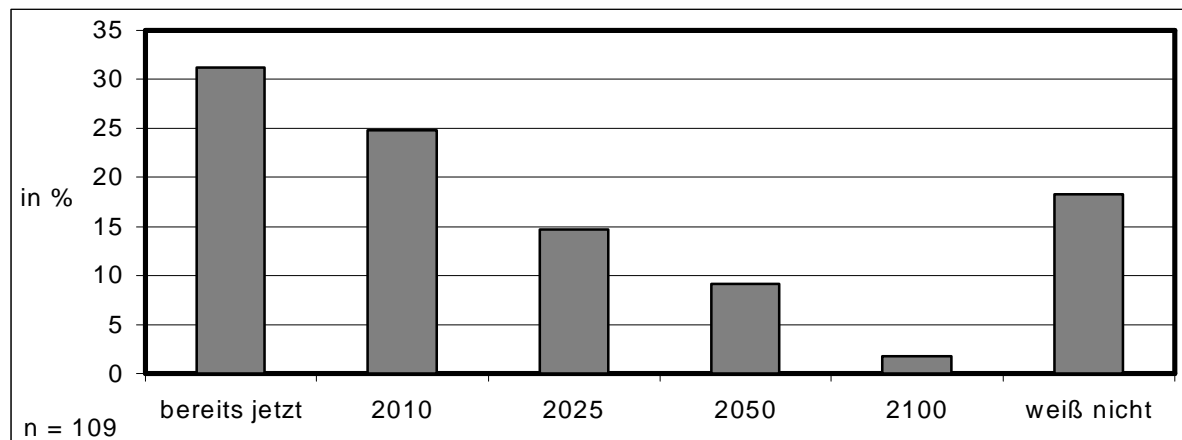
Abb. 30: Wird die Klimaänderung Auswirkungen auf den Wintertourismus haben?



Quelle: eigene Erhebungen

Der aufgezeigte Unterschied zwischen den Urteilen der Sommer- und Wintergäste wird durch die Frage nach dem Eintrittszeitpunkt starker Auswirkungen bestätigt (→ Abb. 66). Verteilen sich bei den Sommergästen die Antworten relativ gleichmäßig v.a. auf die Antwortkategorien bis 2050, so rückt der Zeitpunkt im Winter deutlich nach vorn. Hier gehen 31% bereits jetzt von starken Auswirkungen aus, im Sommer sind es nur ca. 23%. Die Ergebnisse für Schnee- und Nicht-Schneeurlaubern weichen bei dieser Frage nicht auffällig voneinander ab.

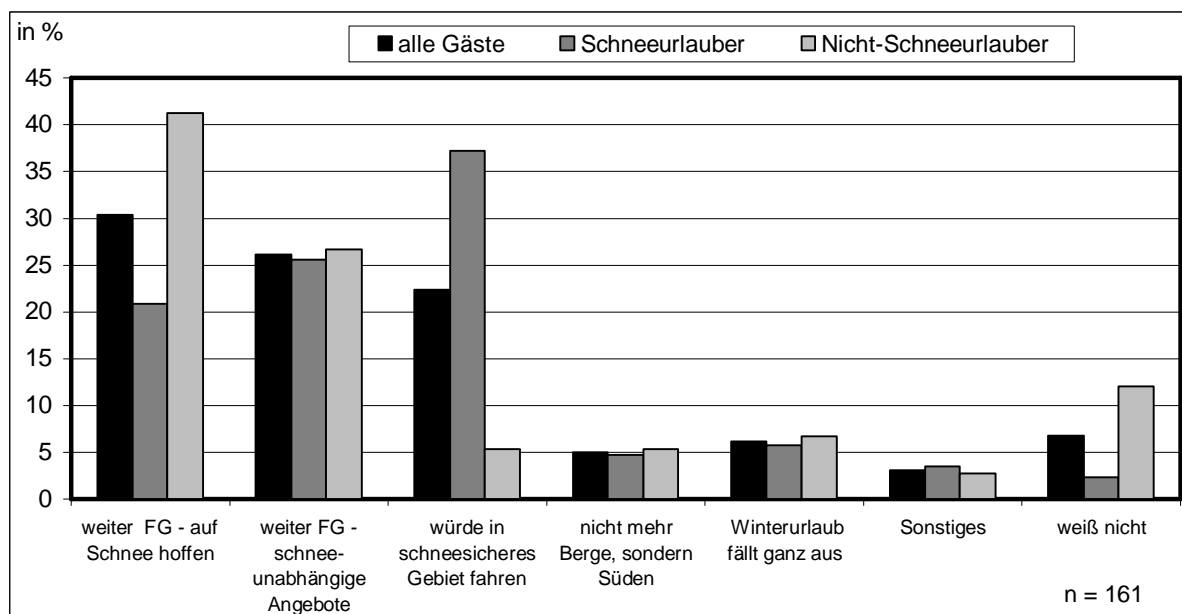
Abb. 31: Einschätzung, wann *starke* Auswirkungen auf den Wintertourismus auftreten



Quelle: eigene Erhebungen

Eine weitere Frage bezieht sich wie auch bereits bei den Sommergästen darauf, wie das Reiseverhalten der Befragten aussehen würde, wenn die kommenden Winter in den deutschen Bergregionen schneearm ausfallen. Vergleicht man die Antwortstruktur aller Wintergäste mit denen der Sommergäste (→ Abb. 21), so ergeben sich nur geringe Unterschiede. So entfällt bei den Wintergästen ein größerer Prozentsatz auf die beiden Antwortkategorien „Würde weiter ins Fichtelgebirge fahren und auf Schnee hoffen“ sowie „Würde in schneesichereres Gebiet fahren“, während die anderen Antwortmöglichkeiten jeweils leicht niedrigere Anteile aufweisen. Eine viel stärkere Polarisierung der Antworten zeigt sich jedoch wieder bei einer getrennten Auswertung der Ergebnisse für Schnee- und Nicht-Schneurlauber (→ Abb. 32).

Abb. 32: Reaktion auf Schneearmut in den kommenden Wintern

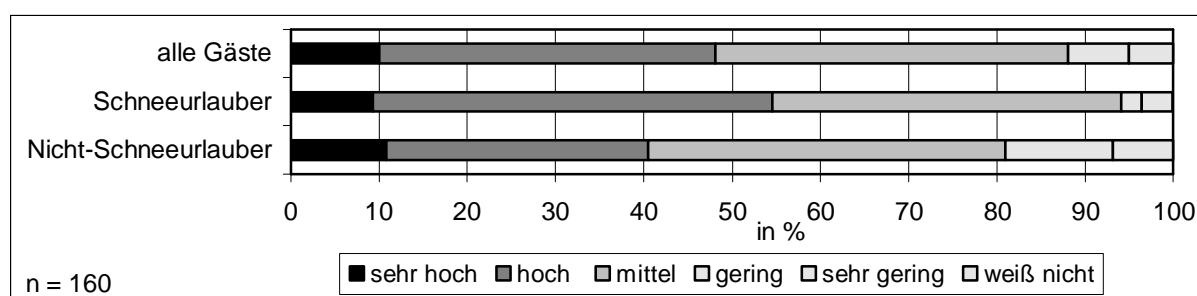


Quelle: eigene Erhebungen

Mehr als zwei Drittel der Nicht-Schneurlauber (68%) geben an, sich auch bei Schneearmut für einen Winterurlaub im Fichtelgebirge zu entscheiden. Der größere Teil von ihnen (37%) würde hoffen, dass es evtl. kurzfristig schneit und sich die Schneeverhältnisse bessern, der Rest (31%) würde vermehrt schneeunabhängige Angebote wahrnehmen. Lediglich 5% würden bei Schneearmut ihren Winterurlaub in schneesichereren Gebieten buchen. Bei den Schneurlaubern zeigt sich ein komplett anderes Bild. Nur etwa 45% würden trotz Schneearmut ins Fichtelgebirge kommen und ganze 37% geben an, unter diesen Bedingungen ihren Winterurlaub in einem schneesichereren Gebiet zu planen. Eine ähnlich starke Polarisierung zeigt sich auch bei den Ergebnissen für die Gruppen der Früh- und Spontanbucher, auf eine detaillierte Darstellung soll aber wegen der Ähnlichkeit der Ergebnisse an dieser Stelle verzichtet werden.

Der letzte Punkt dieses Abschnitts umfasst die Bewertung der touristischen Attraktivität des Fichtelgebirges im Winter. Diese wird von den Wintergästen um einiges höher eingeschätzt als von den Sommergästen. Knapp die Hälfte der Befragten (48%) bewertet diese als hoch (10%) bis sehr hoch (38%), im Sommer ist es nur etwas mehr als ein Drittel der Befragten (36%). Zudem wird im Gegensatz zur Sommerbefragung im Winter von keinem einzigen Befragten das Urteil sehr gering vergeben. Als Mittelwert für die Einschätzung der touristischen Attraktivität ergibt sich 2,46, der Wert der Sommerbefragung beträgt 2,60. Betrachtet man die Beurteilung differenziert nach Schnee- und Nicht-Schneurlaubern stellt sich nach Ansicht des Verfassers ein etwas überraschendes Bild dar (→ Abb. 33).

Abb. 33: Einschätzung der touristischen Attraktivität des Fichtelgebirges im Winter



Quelle: eigene Erhebungen

Es zeigt sich nämlich, dass die Attraktivität von den Schneurlaubern (Mittelwert 2,36) besser eingeschätzt wird als von den Nicht-Schneurlaubern (2,58). Etwas überraschend ist dieses Ergebnis deswegen, weil das Fichtelgebirge als Mittelgebirgsregion eben nicht diese Schneesicherheit und Garantie zur Ausübung von Wintersport bieten kann. Genau darauf legen aber die Schneurlauber an sich großen Wert. Und da diese Gruppe zudem bei den Fragen nach der Klimaänderung und möglichen Auswirkungen auf den Wintertourismus der Region kritischer geantwortet hat als die Nicht-Schneurlauber liegen zwei Schlüsse nahe. Der eine ist, dass bei den Schneurlaubern bei der Frage nach der derzeitigen touristischen Attraktivität der Klima-

wandel noch nicht negativ eingeflossen ist. Der zweite Schluss ist, dass aufgrund der unterschiedlichen Aktivitäten beider Gruppen andere Angebotselemente bewertet werden und die Schneurlauber das Angebot an Wintersportmöglichkeiten besser bewerten als die Nicht-Schneurlauber die schneeunabhängigen Angebotselemente. Letzteres scheint auch deswegen wahrscheinlich, da der Mittelwert der Bewertung von den Nicht-Schneurlauern nahezu identisch ist mit dem Wert der Sommergäste (2,60) und beide Gästegruppen wohl vergleichbare Infrastrukturen und Angebote wahrgenommen haben.

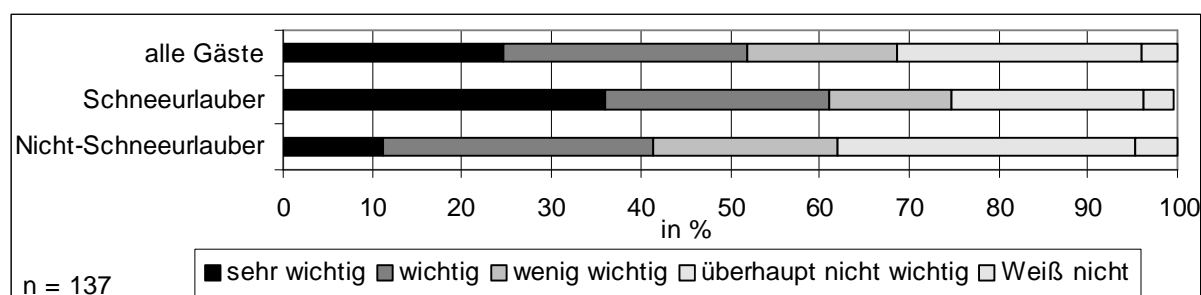
7.4 Anpassungsprozesse im Wintertourismus

Dieser Abschnitt stellt dar, wie die Wintergäste im Hinblick auf den Klimawandel mögliche Anpassungsprozesse für den Wintertourismus in der Region bewerten. Dabei werden zum einen die Ergebnisse aller Wintergäste wieder in Bezug zur Sommerbefragung gesetzt und zum anderen innerhalb der Wintergäste eventuelle Unterschiede zwischen den Antworten der Schnee- und Nicht-Schneurlauber herausgearbeitet.

7.4.1 Einsatz künstlicher Beschneigung

Vergleicht man die Bewertung aller Wintergäste mit jener der Sommergäste (→ Abb. 58), so zeigt sich, dass der Einsatz künstlicher Beschneigung von den Wintergästen leicht wichtiger eingestuft wird (→ Abb. 34), was auch ein Vergleich der beiden Mittelwerte - 2,47 im Winter gegenüber 2,59 im Sommer - widerspiegelt. Wie zu vermuten ist, gehen dabei aber die Beurteilungen innerhalb der Wintergäste wiederum stark auseinander, was durch die sehr unterschiedlichen Ergebnisse für die Gruppen der Schnee- bzw. Nicht-Schneurlauber ersichtlich wird. Die deutliche Mehrheit der Schneurlauber (61%), unter denen sich viele Skifahrer befinden, erachtet es als sehr wichtig (36%) oder wichtig (25%), Möglichkeiten zur technischen Beschneigung im Fichtelgebirge zu schaffen. Der hohe Wert von 36%, der bei dieser Frage auf die Antwortkategorie „sehr wichtig“ entfällt, findet sich bei den Schneurlauern bei keinem anderen Anpassungsprozess mehr, besitzt also in dieser Hinsicht von allen Strategien bzw. Maßnahmen für diese Gruppe die höchste Priorität.

Abb. 34: Einschätzung der Wichtigkeit künstlicher Beschneigung



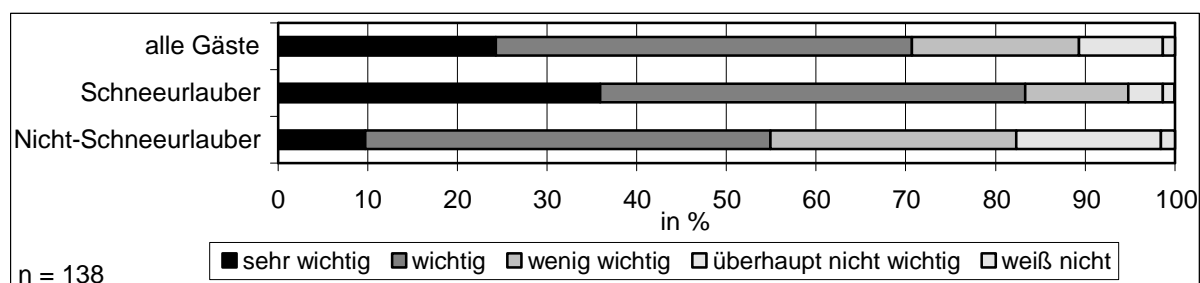
Quelle: eigene Erhebungen

Die Nicht-Schneurlauber sind spürbar zurückhaltender gegenüber einem Einsatz von Schneekanonen. Im Gegensatz zu den 36% der anderen Gruppe finden hier nur 11% technische Beschneigung sehr wichtig, immerhin 30% erachten sie zumindest als wichtig. Mehr als die Hälfte (54%) steht dieser Maßnahme skeptisch gegenüber und beurteilt sie als wenig wichtig (21%) oder sogar überhaupt nicht wichtig (33%). Der Mittelwert von 2,82 bei den Nicht-Schneurlauern ist zudem der schlechteste aller Mittelwerte sowohl in dieser Gruppe selbst als auch für alle Gruppen und bewerteten Anpassungsstrategien insgesamt. Für die Schneurlauber erreicht der Mittelwert für die Beurteilung künstlicher Beschneigung zum Vergleich den Wert 2,19.

7.4.2 Konzentration auf das Loipennetz

Auch die Wichtigkeit dieser Strategie wird von den Wintergästen höher beurteilt als von den Sommergästen (→ D 6.4.2). Sind die Anteile der Antwortkategorien „sehr wichtig“ und „wenig wichtig“ nahezu identisch, so verschieben sich bei den Wintergästen im Vergleich zum Sommer Anteile von „überhaupt nicht wichtig“ und „Weiß nicht“ nach „wichtig“, was auch das meist genannte Urteil der Befragten darstellt (46%). Legt man das Kriterium Mittelwert an, so stellt für alle Wintergäste (2,13) diese Strategie hinter den schneeunabhängigen Angeboten die zweit wichtigste dar. Für die Gruppe der Schneurlauber ist sie mit einem Mittelwert von 1,83 und einem Anteil von 83%, der eine Konzentration auf das Loipennetz als sehr wichtig (37%) oder wichtig (46%) einschätzt (→ Abb. 35) sogar die deutlich wichtigste Strategie. Bei den Nicht-Schneurlauern schneidet sie mit Abstand schlechter ab. Dort wird die Einschätzung sehr wichtig (10%) bzw. wichtig (45%) nur von etwas mehr als der Hälfte (55%) vertreten. Es soll an dieser Stelle nochmals herausgestellt werden, dass die Befragten diese Frage möglicherweise missverstanden haben. Gefragt ist nicht, wie wichtig von den Befragten Qualitätssteigerungen im Bereich der Loipeninfrastruktur eingeschätzt werden, sondern wie wichtig es angesichts der klimatischen Veränderungen ist, den Schwerpunkt im Wintertourismus von Ski Alpin auf Ski Langlauf zu verlagern. Der Schluss, dass dies von den Befragten nicht so verstanden wurde, drängt sich auch deswegen auf, weil der Gruppe der Schneurlauber viele Skifahrer angehören und es erscheint fraglich, ob für sie eine Umstellung von Ski Alpin auf Ski Langlauf eine Wichtigkeit dieser Größenordnung besitzt.

Abb. 35: Einschätzung der Wichtigkeit einer Konzentration auf das Loipennetz

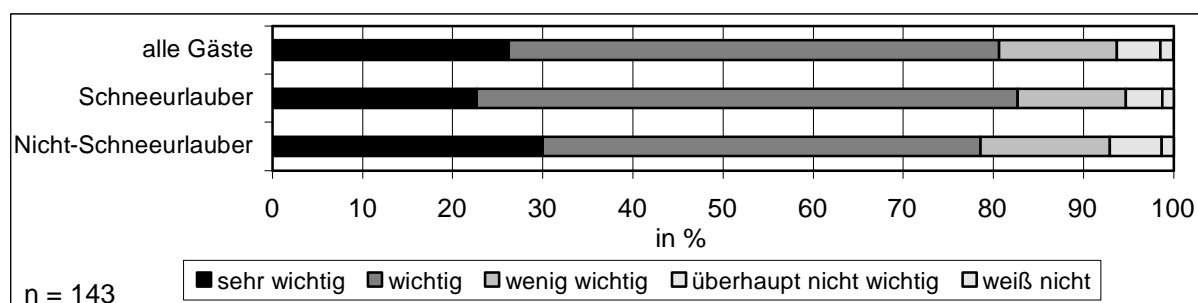


Quelle: eigene Erhebungen

7.4.3 Vermehrte schneeunabhängige Angebote im Winter

Wie für die Sommergäste stellt ein Ausbau der schneeunabhängigen Angebote auch für die Gesamtheit der Wintergäste die wichtigste Strategie oder Maßnahme im Rahmen der Anpassungsprozesse dar. Dabei ist der Mittelwert (1,99) der Einzige, der wenn auch sehr knapp, besser ausfällt als 2,0 (Sommerwert 1,96). Etwa 80% der Gäste beurteilen eine Ausweitung der schneeunabhängigen Angebote als sehr wichtig (26%) oder wichtig (54%), lediglich für 5% ist dies überhaupt nicht wichtig (→ Abb. 36). Die in den beiden vorherigen Abschnitten aufgezeigten Unterschiede zwischen den Einschätzungen der Schnee- und Nicht-Schneeurlauber sind hier nur sehr geringfügig. Die sehr große Übereinstimmung drücken auch die beiden Mittelwerte aus – 1,97 bei den Schneeurlaubern und 2,01 bei den Nicht-Schneeurlaubern. Es ist aber doch ein interessantes Detail, dass die Schneeurlauber diese Strategie etwas wichtiger einschätzen als die andere Gruppe. Dieser kleine Unterschied, der sich auch durch die Anteile derer ausdrückt, die sich bei beiden Gruppen jeweils für die Antwortmöglichkeiten „sehr wichtig“ und „wichtig“ entscheiden (→ Abb. 36) überrascht deswegen, weil die Nicht-Schneeurlauber ausschließlich schneeunabhängige Angebote wahrnehmen und Erweiterungen dieses Segments für sie eigentlich größeren Stellenwert besitzen sollte.

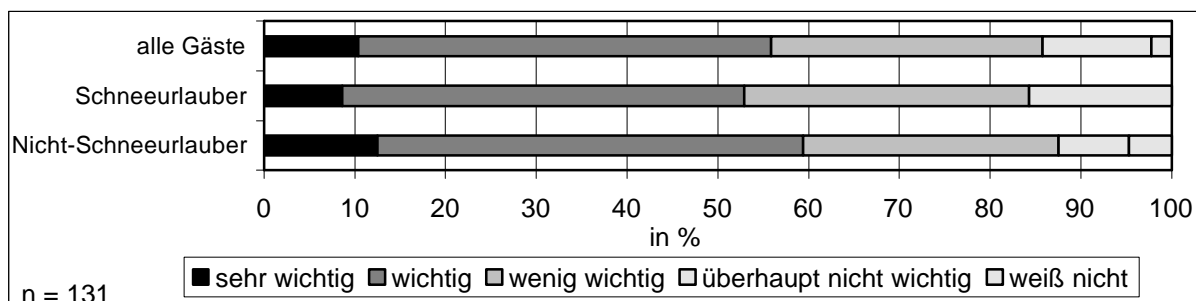
Abb. 36: Einschätzung der Wichtigkeit des Ausbaus schneeunabhängiger Angebote



Quelle: eigene Erhebungen

7.4.4 Vermehrte Attraktionen im Winter

Die Antwortstruktur aller Wintergäste zeigt ein ähnliches Bild wie in der Sommererhebung. Nur jeweils ca. 10% schätzen einen Ausbau der Attraktionen als sehr wichtig oder überhaupt nicht wichtig ein, um damit einer Erweiterung im Event- bzw. Veranstaltungsbereich entweder eine sehr große oder sehr kleine Bedeutung im Rahmen der Anpassungsprozesse zuzuschreiben. Der überwiegende Teil der Antworten (75%) entfällt auf die beiden Mittelkategorien „wichtig“ (45) und „wenig wichtig“ (30) (→ Abb. 37). Im Gegensatz zu dieser Verteilung der Antworten werden u.a. bei dem Aspekt künstlicher Beschneieung deutlich mehr die beiden Antwortmöglichkeiten großer Zustimmung bzw. Ablehnung gewählt, die Meinungen der Befragten weisen dort aufgrund der beschriebenen Gründe eine größere Polarisierung auf.

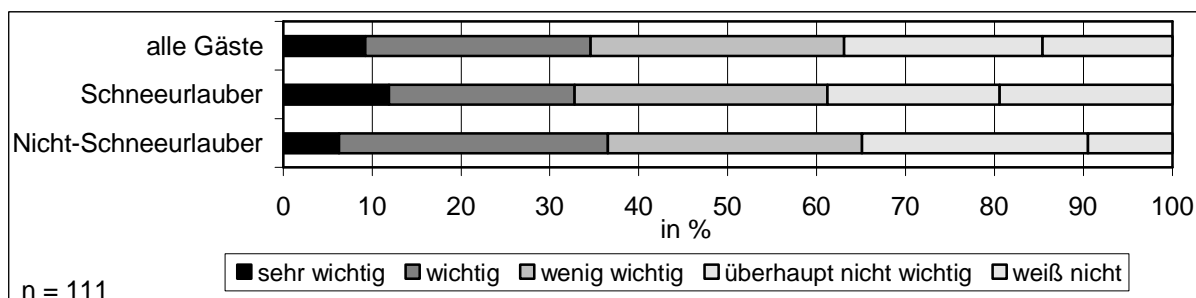
Abb. 37: Einschätzung der Wichtigkeit vermehrter Attraktionen im Winter

Quelle: eigene Erhebungen

Bei den Mittelwerten schlägt sich dieser Sachverhalt kaum nieder, mit 2,44 für mehr Attraktionen (Sommer 2,46) und 2,49 für den Einsatz künstlicher Beschneigung sind diese fast identisch. Wie schon bei der Zusammenfassung der Resultate für die Sommerbefragung könnte man die Feststellung treffen, dass es ein großer Teil der Wintergäste zwar begrüßen würde, mehr Attraktionen in der Region geboten zu bekommen, eine Lösung der durch den Klimawandel auftretenden Probleme traut man dieser Strategie aber nicht zu. Differenziert man bei den Wintergästen zwischen Schnee- und Nicht-Schneurlaubern, so zeigen sich bei diesem Punkt nur mäßige Unterschiede (→ Abb. 37). Diese bestehen darin, dass vermehrten Attraktionen von den Nicht-Schneurlaubern eine etwas größere Wichtigkeit zugeschrieben wird als von der anderen Gruppe, die Mittelwerte der Gruppen betragen 2,33 bzw. 2,55.

7.4.5 Verlagerung touristischer Umsätze vom Winter auf das restliche Jahr

Diese Strategie schneidet von allen am schlechtesten ab. Die Wintergäste finden es (noch) kaum wichtig, touristische Umsätze des Winters umzuschichten. Zudem wird bei einem Vergleich deutlich, dass die Wintergäste (MW 2,75) diese Strategie deutlich schlechter bewerten als die Sommergäste (MW 2,54) (→ Abb. 58). Weniger als 10% der Wintergäste bewerten eine Umsatzverlagerung als sehr wichtig, wobei interessanterweise bei den Schneurlaubern jener Anteil (12%) doppelt so groß ist wie bei den Nicht-Schneurlaubern (6%) (→ Abb. 38). Insgesamt sind die Befragten sehr skeptisch, ob diese Strategie für die Region relevant ist.

Abb. 38: Einschätzung der Wichtigkeit, touristische Umsätze vom Winter auf das restliche Jahr zu verlagern

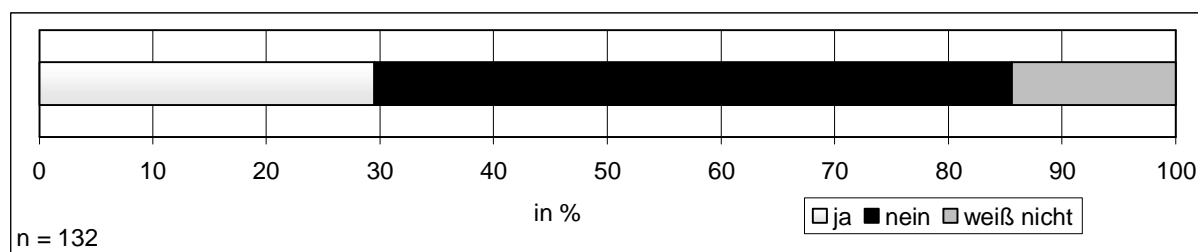
Quelle: eigene Erhebungen

7.5 Klimaveränderung und Sommertourismus im Fichtelgebirge

Für diesen Abschnitt hat wie bei der Sommerbefragung eine Selektion stattgefunden. Es sind nur die Antworten derjenigen Gäste relevant, die auf die Frage, ob das Fichtelgebirge für sie auch für einen Sommerurlaub in Frage kommt, nicht mit „Nein“ geantwortet haben. Damit werden für diesen Abschnitt nur die Antworten von 135 der 168 befragten Wintergäste ausgewertet und nachfolgend dargestellt.

Wie bereits bei der Sommererhebung fallen die Bewertungen der Befragten im Hinblick auf die Folgen des Klimawandels für den Sommertourismus völlig anders aus als für den Wintertourismus. Nur knapp 30% der Wintergäste glauben, dass sich die Klimaveränderung auf den Sommertourismus im Fichtelgebirge auswirkt, mehr als die Hälfte der Befragten (56%) schließt derartige Konsequenzen aus (→ Abb. 39), wobei der überwiegende Teil dieser Befragten den Klimawandel an sich wiederum nicht in Abrede stellt. Im Vergleich zur Sommererhebung rechnet ein kleinerer Teil der Gäste mit Folgen für den Sommertourismus (→ D 6.2). Es ist zu vermuten, dass dieses Ergebnis dem „Jahrhundertsommer 2003“ zuzuschreiben ist, der sicher die Antwortstruktur der Sommergäste bei einigen Fragen beeinflusst hat.

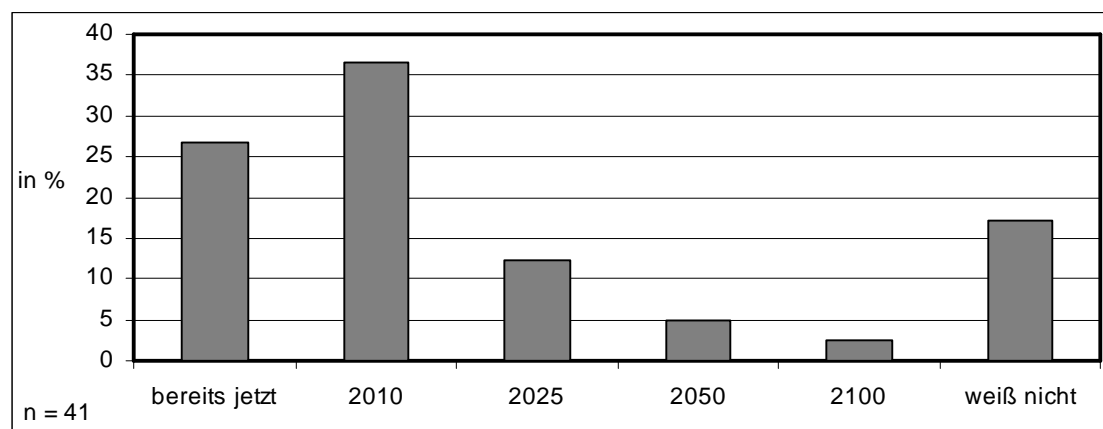
Abb. 39: Wird die Klimaänderung Auswirkungen auf den Sommertourismus haben?



Quelle: eigene Erhebungen

Auch bei den Antworten auf die Frage nach dem Eintritt starker Auswirkungen zeigen sich Unterschiede zu den Ergebnissen der Sommerbefragung, die sich auf den extremen Sommer 2003 zurückführen lassen. So ist im Sommer ein größerer Teil derer, die von starken Auswirkungen ausgehen der Ansicht, dass diese bereits jetzt spürbar sind (32%), während im Winter nur 27% der Gäste davon ausgehen (→ Abb. 40). Ähnlich wie bei der Sommererhebung zeigt sich die Antwortstruktur der Wintergäste in bezug auf den Eintritt starker Auswirkungen jeweils bezogen auf Sommer- bzw. Wintertourismus. Dieser Zeitpunkt wird für den Sommertourismus insgesamt klar später erwartet als für den Winter (→ D 7.2). In beiden Befragungen zeigt sich somit die Einschätzung, dass der Wintertourismus sensibler auf den Klimawandel reagiert bzw. reagieren wird als der Sommertourismus.

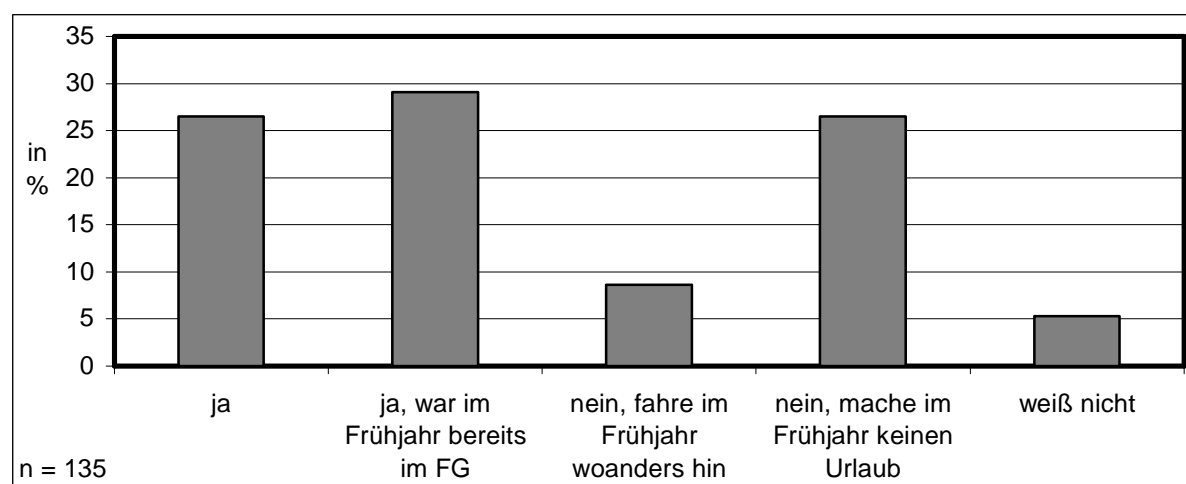
Abb. 40: Einschätzung, wann starke Auswirkungen auf den Sommertourismus auftreten



Quelle: eigene Erhebungen

Einen sehr positiven Aufschluss für den Tourismus bringen die Antworten auf die Frage nach dem Klimatrend für das Frühjahr (→ Abb. 41). Ca. 40% der Gäste würden bei einem trockeneren und stabileren Frühjahr in diesem Zeitraum im Fichtelgebirge Urlaub machen, weitere knapp 18% geben an, die Region bereits im Frühjahr aufgesucht zu haben. Die Beantwortung dieser Frage sollte Anlass dazu sein, diesen Sachverhalt in der Bewerbung der Region entsprechend zu berücksichtigen.

Abb. 41: Mögliche Reaktionen auf den klimatischen Trend für das Frühjahr



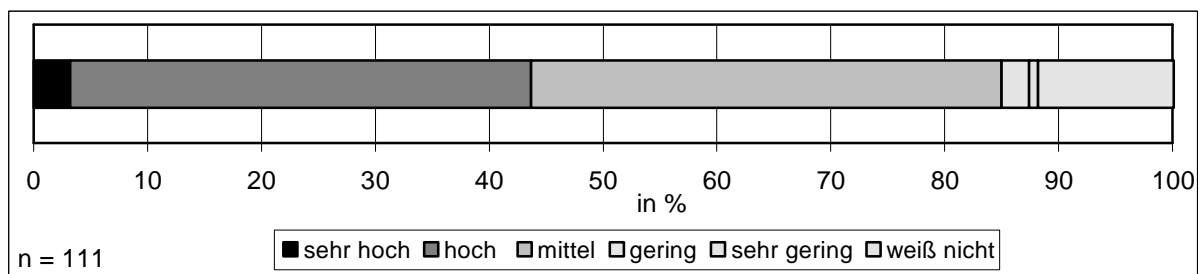
Quelle: eigene Erhebungen

Abschließend sollen noch die Ergebnisse zur Einschätzungen der touristischen Attraktivität des Fichtelgebirges im Sommer dargestellt werden. Dabei zeigt sich, dass diese von den Wintergästen deutlich besser beurteilt wird als von den Sommergästen. 44% der Befragten bewerteten sie als sehr hoch (3%) oder hoch (41%) und weitere 41% immerhin noch als mittel, als gering oder sehr gering wird sie lediglich von etwa 3% bezeichnet (→ Abb. 77). Die Bewertungen aller Wintergäste ergeben einen Mittelwert von 2,51, bei der Sommererhebung hat die

touristische Attraktivität mit einem Wert von 2,85 deutlich schlechter abgeschnitten. Als Ursache für diese doch sehr unterschiedlichen Mittelwerte kann evtl. angeführt werden, dass ein größerer Teil der Wintergäste im Sommer noch keinen Urlaub im Fichtelgebirge verbracht hat und sie die Situation deshalb anders einschätzen als die Sommergäste. Oder es hat die zeitliche Distanz zum Sommer dazu geführt, dass die Einschätzungen anders ausgefallen sind als zum Zeitpunkt der Befragung der Sommergäste.

Bei der Frage, ob sich die touristische Attraktivität im Sommer unter Berücksichtigung des Klimawandels zukünftig ändern wird, stimmen die Ergebnisse von Winter- und Sommergästen nahezu überein (→ D 6.2). Mehr als die Hälfte der Wintergäste (57%) erwartet keine Veränderungen, etwa gleich viele gehen von einer Verbesserung (12%) bzw. Verschlechterung (13%) im Vergleich zur derzeitigen Situation aus. Damit wird nach Ansicht sowohl der Winter- als auch der Sommergäste allein die Klimaänderung kaum zu einer Veränderung der touristischen Attraktivität im Sommer führen.

Abb. 42: Einschätzung der touristischen Attraktivität des Fichtelgebirges im Sommer



Quelle: eigene Erhebungen