



## **Ergebnisbericht zum Seminar für angewandte Geographie:**

### **GÄSTEBEFragung IN BAD GANDERSHEIM**

**Sommersemester 2004**

**- Dezember 2004 -**

## **TEILNEHMER UND TEILNEHMERINNEN:**

Judith Rebecca Bauer

Yvonne Blume

Nadine Boubaker

Sebastian Buttkus

Kathi Emer

Anne-Katrin Ewers

Marianela Fader

Andy Glawe

Julia Gommola

Andreas Gravert

Wibke Hein

Daniel Heinrich

Julia Herzberger

Tristan Insinger

Sebastian Koch

Christopher Krug

Maria Liwerski

Andre Metzsig

Axel Molinero

Nicolai Requardt

Axel Richter

Nico Sattler

Marietta Schax

Birthe Scheffel

Ulf Schmidt

Desireé Schwiebert

Thorsten Steinfadt

Annette Stüber

Thomas Wieland

Kathrin Wingert

## **Vorwort**

Die folgende Arbeit ist das Ergebnis einer Untersuchung, die das Geographische Institut der Universität Göttingen in Zusammenarbeit mit der Stadt Bad Gandersheim im Sommersemester 2004 durchführte. Dieser Studie ging bereits eine Untersuchung im Wintersemester 2003/2004 unter der Leitung von Dr. M. Waibel voraus, bei der Kurgäste das touristische Potenzial der Stadt bewerten sollten. Die vorliegende Arbeit wurde von Studenten im Grundstudium der Geographie im Sommersemester 2004 durchgeführt, der Befragungszeitraum liegt von Mai bis Juni 2005. Das Projekt wurde von Prof. Dr. Ströhlein vom Zentrum für Landschaftsinterpretation und Tourismus e.V. (ZELT) begleitet, die Stadt Bad Gandersheim unterstützte die Durchführung der Untersuchung finanziell, dafür sei an dieser Stelle besonders gedankt.

Göttingen, Januar 2005

Heiko Faust

## INHALTSVERZEICHNIS

Auswertung der Befragung von Tagesbesuchern.....	1
Einleitung.....	2
1. Die Befragung.....	3
2. Analyse und Interpretation.....	5
3. Fazit.....	14
Auswertung der Befragung von Besuchern der Domfestspiele.....	16
1. Einführung.....	17
2. Ergebnisse.....	18
3. Analyse und Interpretation.....	27
Auswertung der Befragung von Bus- und Gruppenreisenden.....	29
1. Ausgangssituation und Zielsetzung.....	30
2. Annahmen.....	30
3. Methoden und Vorgehensweise.....	31
4. Ergebnisse der Befragung.....	32
5. Analyse und Interpretation.....	36
6. Zusammenfassung.....	38
Auswertung der Befragung von Campingplatzbesuchern.....	39
1. Aufgabenstellung.....	40
2. Hypothesen.....	40
3. Vorgehensweise.....	41
4. Ergebnisse.....	42
5. Analyse und Interpretation der Ergebnisse.....	47
6. Reflektion.....	49
Übernachtungsgäste .....	52
1. Annahmen und Hypothesen.....	53
2. Methoden und Vorgehensweise.....	53
3. Deskriptive Ergebnisse.....	54
4. Analyse und Interpretation der Ergebnisse.....	55
5. Reflektion.....	56

Anhang: Fragebogen

# **Auswertung der Befragung von Tagesbesuchern**

*Marianela Fader, Andreas Gravert, Wibke Hein, Sebastian Koch, Birthe Scheffel,  
Desireé Schwiebert*

## INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung

1. Die Befragung

2. Analyse und Interpretation

3. Fazit

## Einleitung

Unsere Aufgabe bestand darin, die Stärken und Schwächen des Tourismusstandortes Bad Gandersheim zu ermitteln. Aufgrund der Beobachtung, dass der Tourismus in Bad Gandersheim in den letzten Jahren zurückgegangen ist, sollte diese Untersuchung als eine Grundlage für eventuelle Verbesserungen bzw. Stärkungen bestimmter Faktoren dienen, die für den Tourismus der Stadt wichtig sind. Außerdem sollte die Untersuchung eine Prioritätensetzung für die Arbeit der Stadt im Tourismussektor ermöglichen.

Durch die Ergebnisse der vorangegangenen Umfrage der Kurgäste erhielten wir bereits einen Einblick in das touristische Angebot Bad Gandersheims. Durch Broschüren der Touristen-Information, die Informationsmappe der Stadt und einen Besuch hatten wir einen kleinen Eindruck von Bad Gandersheim.

Bevor wir uns für bestimmte Methoden und Vorgehensweisen entschieden, stellten wir einige Hypothesen und Annahmen in Bezug auf das touristische Potential auf, die wir später auf ihre Richtigkeit überprüfen wollten.

1. Unter anderem, weil die Stadt Bad Gandersheim der Universität Göttingen diesen Auftrag zur Untersuchung des touristischen Potenzials erteilt hat, vermuteten wir, dass der Tourismus wichtig für die Wirtschaft der Stadt ist. Das heißt, wir nahmen an, dass die Tagesbesucher vor allem in der Gastronomie und im Einzelhandel Geld in Bad Gandersheim ausgeben, und dass dieses Geld einen wichtigen Anteil am Umsatz der Stadt hat.
2. Weil wir davon ausgingen, dass die Tagesbesucher ein bestimmtes Bild von Bad Gandersheim bekommen, nahmen wir an, dass die Besucher positive und negative Eindrücke von der Stadt haben. Wir nahmen daraus folgernd an, dass die Stadt bestimmte Stärken und bestimmte Schwächen hat. Außerdem wollten wir wissen welche Sehenswürdigkeiten besonders interessant für die Besucher sind.
3. Da Bad Gandersheim eine relativ kleine Stadt ist und es hier keine überregional bekannten Sehenswürdigkeiten gibt, bestand eine weitere Hypothese für uns darin, dass ein Großteil der Touristen aus dem Umkreis von Bad Gandersheim kommen und die Stadt

für einen kurzen Tagesausflug nutzen. Außerdem nahmen wir an, dass die Besucher in erster Linie durch „Mundpropaganda“ auf die Stadt aufmerksam geworden sind.

4. Aufgrund der Tatsache, dass Bad Gandersheim ein staatlich anerkanntes Heilbad ist und der Kurbetrieb sehr wichtig für die Stadt ist, vermuteten wir, dass die Bekanntheit Bad Gandersheims zu einem großen Teil durch die Kurgäste geprägt ist. Da es außerdem nur wenig attraktive Angebote für Kinder und Jugendliche gibt, vermuteten wir, dass der Altersdurchschnitt der Besucher der Stadt relativ hoch ist. Wir stellten also die Hypothese auf, dass ältere Menschen eine sehr wichtige Besuchergruppe in Bezug auf die Wirtschaftskraft der Stadt sind, weil sie während ihres Aufenthalts das gastronomische Angebot und die Einkaufsmöglichkeiten wahrnehmen. Außerdem nahmen wir an, dass Bad Gandersheim nicht so häufig von Familien mit Kindern besucht wird.

## **1. Die Befragung**

Nachdem wir die Hypothesen aufgestellt hatten, legten wir Methoden und Vorgehensweisen fest. Wir entschieden uns eine standardisierte Besucherbefragung durch einen Fragebogen durchzuführen. Den Fragebogen erstellten wir in Anlehnung an den Fragebogen der im letzten Semester durchgeführten Befragung der Kurgäste. Bei den Fragen handelt es sich hauptsächlich um standardisierte, nicht offene Fragen, d.h. die Antwortmöglichkeiten waren von uns im Vorfeld bereits ausgewählt und somit vorgegeben worden. Wir strukturierten den Fragebogen und brachten die Fragekomplexe in eine geeignete Reihenfolge.

So fragten wir zunächst nach allgemeinen Angaben (z.B. Länge des Aufenthalts, Zahl der Mitreisenden, Nutzung von Informationsmöglichkeiten über die Stadt) und dem Freizeitverhalten (z.B. Hauptmotive des Besuchs, Nutzung des gastronomischen Angebots).

Als nächstes baten wir die Touristen die Qualität verschiedener Aspekte Bad Gandersheims nach dem Schulnotensystem zu bewerten, um präzise Angaben über die Attraktivität einzelner Faktoren zu erhalten (z.B. Einkaufsmöglichkeiten, Gastronomie, Preis-Leistungs-Verhältnis). Bei den letzten beiden Fragen handelt es sich um so genannte offene Fragen, in denen wir wissen wollten, was die Befragten besonders gut und was ihnen gar nicht an der Stadt gefallen hat. Als letztes nahmen wir noch einige persönliche Angaben auf, die uns für die Auswertung der Ergebnisse wichtig erschienen (Heimatort, Alter, Geschlecht, Haushaltseinkommen, Ausgaben in Bad Gandersheim).

Nachdem wir uns nach einigen Diskussionen und Überarbeitungen auf die Fragen geeinigt hatten, führte eine Arbeitsgruppe von vier Studenten einen Pretest durch, d.h. sie fuhren nach Bad Gandersheim und probierten aus, ob der Fragebogen noch modifiziert werden musste oder ob er sich bewährte. Da sich keine Probleme ergaben, begannen wir mit der eigentlichen Umfrage.

Wir wollten bei der Untersuchung auf verschiedene Touristengruppen eingehen. Als wichtigste Gruppe stellten wir die Tagesbesucher heraus. Außerdem teilten wir die Besucher noch in Busreisende (Reisegruppen), Campingplatzbesucher und Übernachtungsgäste auf. Besucher der Domfestspiele befragten wir mit einem ergänzten Fragebogen, um speziell auf das Programm und die Organisation der Domfestspiele eingehen zu können. Nachdem wir diese Einteilung vorgenommen hatten, bildeten wir Arbeitsgruppen für jede Touristengruppe. Bad Gandersheim besitzt einen 5-Sterne-Campingplatz und ist außerdem bekannt für die jährlich durchgeführten Domfestspiele. Um diesem Sachbestand gerecht zu werden und ein besonders differenziertes Ergebnis zu erhalten, teilten wir die Touristen neben Tages- und Übernachtungsgästen noch in die Untergruppen Domfestspielbesucher, Campingplatzgäste und Busreisende auf. Diese einzelnen Untergruppen erhielten von uns jeweils zusätzliche Fragen (siehe Fragebogen).

Die Befragung wurde durchgeführt, indem Gruppen von je drei bis vier Studenten nach Bad Gandersheim fuhren und dort in der Stadt Touristen befragten. Wir befragten die Tagesgäste in der Innenstadt, zumeist vor dem Dom, dem Rathaus und in den Einkaufsstraßen. Auch der Parkplatz vor dem Dom bot eine geeignete Standortmöglichkeit für unsere Befragung, denn er wurde von den Reisenden stark genutzt und verschaffte uns einen Überblick über die Herkunft der Ankommenden. Ein Blick auf das Autokennzeichen ließ uns oftmals Einheimische von Besuchern unterscheiden.

Die Campinggäste wurden direkt auf dem Campingplatz und die Busreisenden mit Einwilligung der Reiseleitung in der Innenstadt befragt. Die Übernachtungsgäste sollten erfasst werden, indem wir einige Fragebögen in Hotels auslegten und die Hotelleitung um Zusammenarbeit baten. Mit Beginn der Domfestspiele am 17.06. befragten wir noch die Besucher dieses jährlichen Events. Wir informierten uns bei der Touristeninformation über das allabendliche Programm und konnten somit gleich nach den Vorstellungen am Dom die Befragung durchführen.

Wir stießen während der Untersuchung auf unterschiedliche Probleme. Die größte Schwierigkeit bestand darin, genug ausgefüllte Fragebögen zu bekommen, damit die Studie möglichst reprä-

sentativ ist. Dies lag nicht an der mangelnden Bereitschaft der Touristen unsere Fragen zu beantworten, sondern eher an der Tatsache, dass nur wenig Besucher anzutreffen waren. Besonders unter der Woche hielten sich in der Stadt kaum Reisende auf. Aber auch an Wochenenden, besonders bei schlechtem Wetter, trafen wir nur wenige Touristen.

Die Befragung der Übernachtungsgäste gestaltete sich am schwierigsten, was sich zum einen mit der geringen Auslastung der Hotels und zum anderen mit der mangelnden Unterstützung der Gastwirte und Hotelleitung erklären lässt. Von den vielen in Hotels ausgelegten Fragebögen erhielten wir nur neun ausgefüllt zurück. Aufgrund dessen fallen die Übernachtungsgäste aus unserer Umfrage heraus.

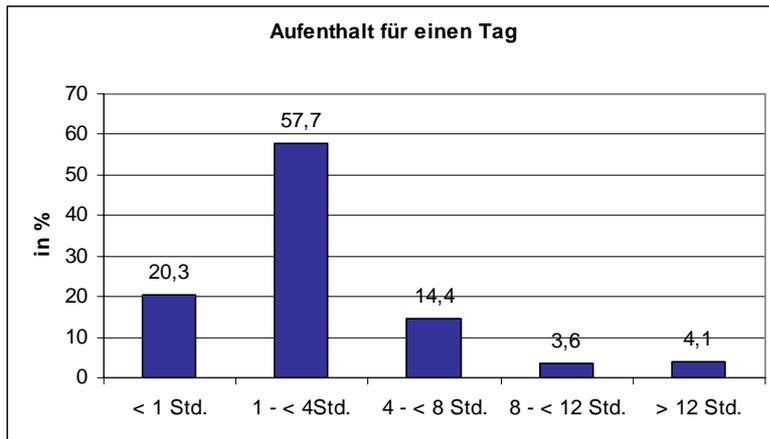
Auch die Mitarbeit der Angestellten der Touristeninformation war enttäuschend gering, so dass wir viel Zeit mit den organisatorischen Dingen verbringen mussten. Vielleicht war die Information über unsere Befragung nicht groß genug, was das skeptische und abwehrende Verhalten einiger Menschen erklären würde.

Trotz dieser widrigen Umstände haben wir letztendlich 220 Tagesgäste, 50 Domfestspielbesucher und 67 Campingplatzgäste befragt. Durch die relativ geringen Zahlen ist unsere Studie nicht repräsentativ, bietet aber eine Einschätzung des touristischen Potentials Bad Gandersheims. Die Auswertung der Untersuchung erfolgte computergestützt mit dem Programm SPSS.

## **2. Analyse und Interpretation**

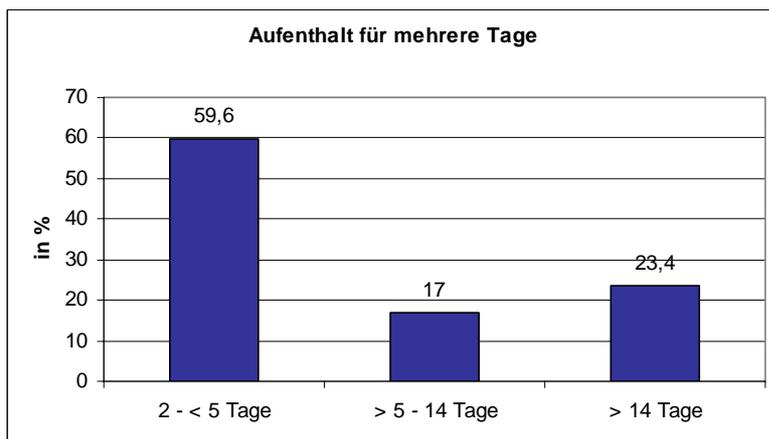
In diesem Teil soll nun genau auf die Ergebnisse unserer Befragung eingegangen werden. Wir stellen dabei Informationen, die uns wichtig erscheinen, in den Vordergrund, um dem Leser eine einfache Interpretation zu ermöglichen. Wir versuchen aber dabei durch die angeführten Abbildungen einen möglichst vollständigen Überblick über unsere Ergebnisse zu geben. Die im Folgenden angeführten Ergebnisse enthalten keinerlei Wertung.

**Abb. 1:**



Bei der Herausarbeitung der Aufenthaltsdauer der Touristen Bad Gandersheims ergab sich zunächst eine Unterscheidung in Tagestouristen sowie Übernachtungsgäste. Hinsichtlich der Tagestouristen stach eine Aufenthaltsdauer von ein bis vier Stunden mit einem Anteil von 57,7 % stark heraus. Des Weiteren ergab sich eher eine Tendenz des kürzeren Aufenthaltes mit einem Anteil von 20,3 % der Besucher, welche sich weniger als eine Stunde in Bad Gandersheim aufhalten. Somit bleiben in etwa 80 % der Gäste weniger als einen halben Tag.

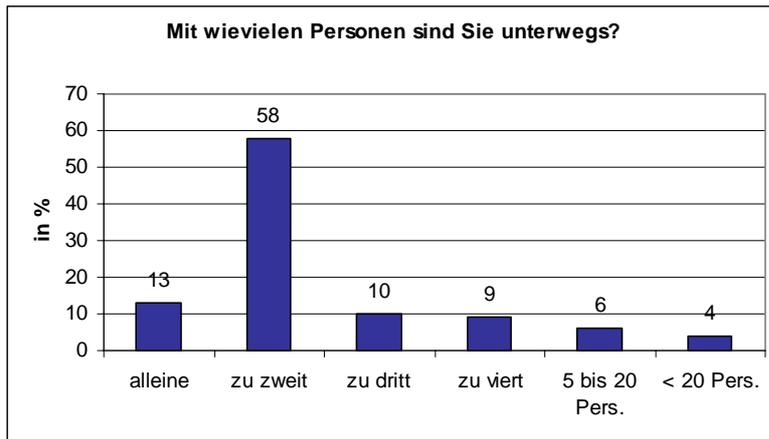
**Abb. 2:**



Bezüglich der Übernachtungsgäste lässt sich herausstellen, dass sich etwa 60 % der Befragten nur zwei bis fünf Tage in der Stadt aufhalten. Hierbei muss jedoch angeführt werden, dass bewusst darauf geachtet wurde die Befragung von Kurgästen zu vermeiden. In der unten angeführten Abbildung treten jedoch deutliche Anzeichen für eine Miteinbeziehung der Kurgäste auf, da sich 17 % länger als 14 Tage in der Stadt aufhalten. Dieser Aspekt ist bei weiteren Analysen zu beachten. Eine separate Befragung der Kurgäste wurde bereits von einer Seminargruppe im Winter 2003/2004 durchgeführt.

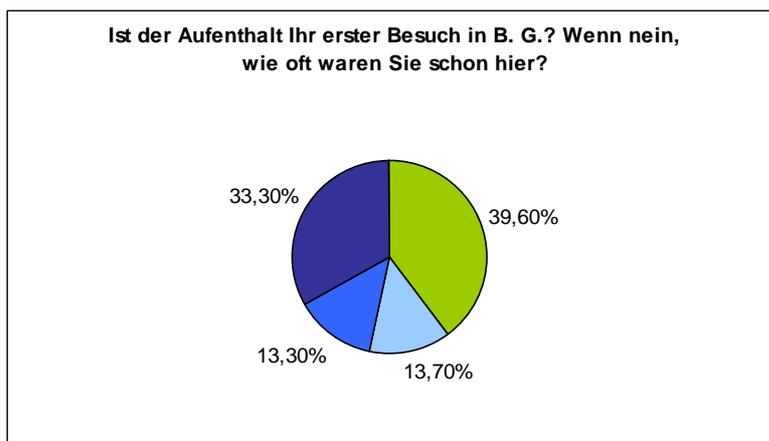
Um ein detailliertes Bild von den Tagestouristen zu bekommen, fragten wir sie, mit wie vielen Personen sie unterwegs seien. Dabei fiel auf, dass mehr als die Hälfte der Befragten, zu zweit nach Bad Gandersheim gekommen sind. Aus den Erfahrungen während der Befragung lässt sich ergänzen, dass es sich dabei überwiegend um Paare handelt. Oft sind die Touristen auch alleine unterwegs (13 %).

**Abb. 3:**



Nur 14,5 Prozent der Befragten waren mit Kindern unterwegs. Davon hatten mehr als 4/5 ein bis zwei Kinder dabei und ca. 1/5 mehr als zwei Kinder.

**Abb. 4:**



Hinsichtlich der Häufigkeit der Besuche der Stadt Bad Gandersheim lässt sich feststellen, dass ca. 40 % der Befragten zum ersten Mal in der Stadt sind. 60 % der Besucher kennen Bad Gandersheim also bereits, wobei die Tatsache auffällig ist, dass 1/3 der Besucher schon öfter als fünf

Mal dort waren.

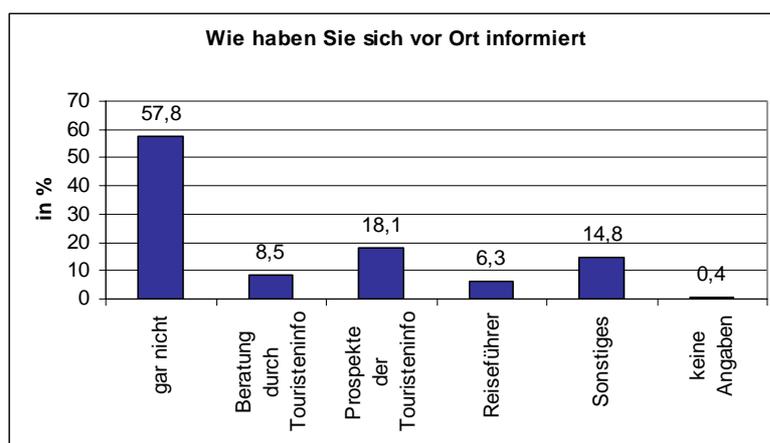
**Tabelle 2:**

Wie haben Sie sich vor Ort informiert?	absolut	% von 270 Befragten
Prospekte d. Tourismusinformatio	15	5,6
Reiseführer	18	6,7
Internet	9	3,3
Bekannte/Verwandte	92	34,1
Wohnung in der Nähe	35	13,0
Domfestspiele	21	7,8
Kur	13	4,8
Medien (Zeitung, Radio, Fernsehen)	21	7,8
Sonstiges	65	24,1
weiß nicht	8	3,0

Um eine detaillierte Informationsgrundlage für das Stadtmarketing zu bekommen war für uns von besonderem Interesse, wie die Touristen auf die Stadt aufmerksam geworden sind. Zur Erklärung der Abbildung 6 sei angeführt, dass bei der Frage Mehrfachnennungen möglich waren und sich somit 297 statt 270 Nennungen ergaben. Somit liegt die kumulierte Prozentzahl bei 110 anstatt 100. Wie aus Abb. 6 ersichtlich wird, sind knapp 1/3 der Befragten durch Mund zu MundPropaganda, d.h. über Bekannte oder Verwandte, auf Bad Gandersheim aufmerksam geworden. 13 % der Befragten kommen aus der näheren Umgebung. Über Prospekte der Touristeninformation sowie Reiseführer und das neue Medium „Internet“ haben sich zusammengenommen lediglich ca.15 % informiert, wobei das Internet mit nur 3,3 % den geringsten Anteil ausmacht. Grund hierfür ist mit Sicherheit der im Folgenden noch zu Erläuternde Punkt der Altersstruktur mit einem Durchschnittsalter der Befragten von 51 Jahren.

Bei der nächsten Frage wollten wir wissen, wie sich die Besucher der Stadt vor Ort informierten. Dabei wollten wir Informationen über die touristische Infrastruktur und deren Nutzung erlangen.

**Abb. 5:**

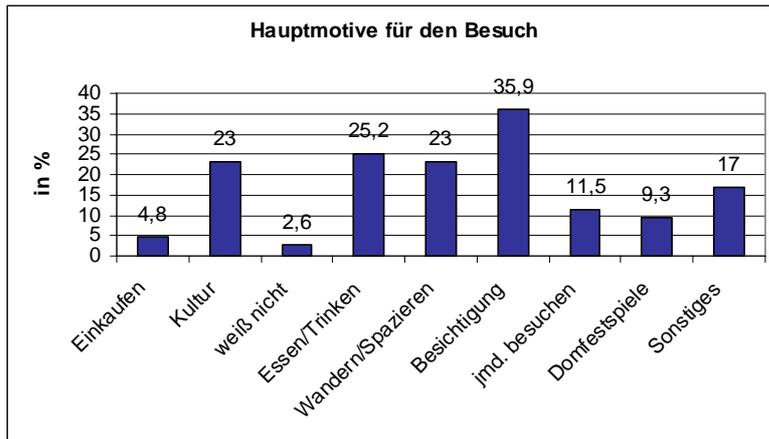


Hier ist an erster Stelle zu nennen, dass sich fast 60 % der Besucher gar nicht vor Ort informiert haben. 18 % nutzten die Prospekte der Touristeninformation und lediglich 8,5 % nahmen die Beratung der Touristeninformation in Anspruch. Aus eigenen Erfahrungen der Gespräche mit den Befragten stellte sich heraus,

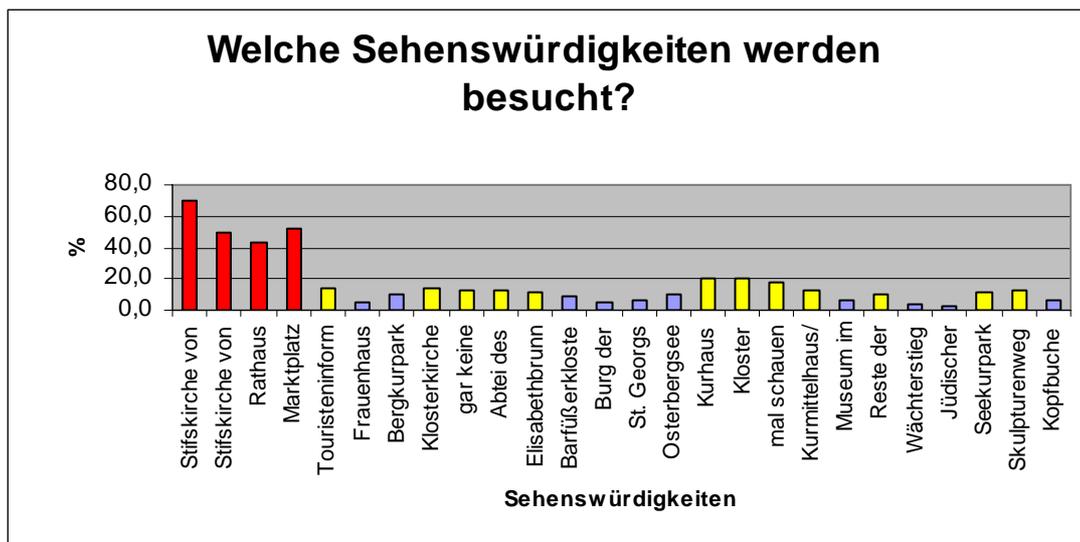
dass bei vielen schon Interesse an der Beratung durch die Touristeninformation vorhanden ist, viele dies jedoch bedingt durch die Öffnungszeiten nicht in Anspruch nehmen könnten. Der relativ hohe Anteil an Touristen die sich gar nicht vor Ort informieren hängt sicherlich auch mit den knapp 60 % derer zusammen, die nicht zum ersten Mal in der Stadt sind.

Bei den Hauptmotiven für einen Besuch der Stadt Bad Gandersheim haben wir die Auswertung in zwei Möglichkeiten unterteilt, einmal mit Domfestspielen als Antwort und einmal ohne, da der Zeitraum der Befragung vor den Aufführungen lag. Es fällt auf, dass bei beiden Auswertungen die Besichtigungen mit 35,9 % im Vordergrund liegen, gefolgt von Essen/ Trinken mit 25,2 % und Kultur sowie Wandern/Spazieren mit 23 %. Die Domfestspiele haben einen Anteil von 9,3 %. Einkaufen wurde kaum als Motiv angegeben, was man auf das Angebot vor Ort zurückführen könnte.

**Abb. 6:**

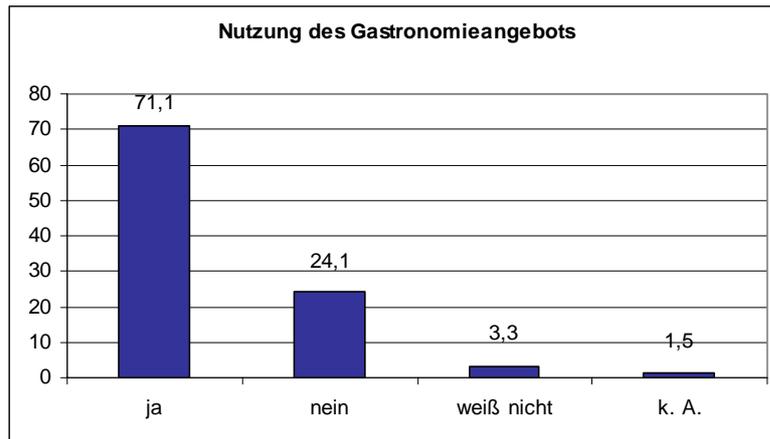


Wie wir auch schon bei den Hauptmotiven ablesen konnten, sind die Sehenswürdigkeiten eines der Hauptattraktivitäten der Stadt Bad Gandersheim. Am meisten werden die Stiftskirche von **Abb. 7**



außen mit 70 % und innen 50 %, das Rathaus 43 % und der Marktplatz 52 % besucht. Das liegt höchst wahrscheinlich an ihrer Zentralität und Erreichbarkeit. Das Kloster Brunshausen oder der Vitalpark um die 20 % sind weiter weg und müssen zusätzlich angefahren werden, sind jedoch auch gut besucht. Alle anderen Sehenswürdigkeiten wie der Bergkurpark, die Klosterkirche Clus oder der Seekurpark liegen um 10 % und darunter. Es ist aber wichtig anzumerken, dass sich die Besucher nicht immer genau an die Namen der Sehenswürdigkeiten erinnern und sie somit auch nicht exakt nennen konnten. Die Touristeninformation wurde nicht so häufig von innen besucht, da die Öffnungszeiten nicht mit den Hauptbesuchszeiten übereinstimmen.

**Abb. 8:**

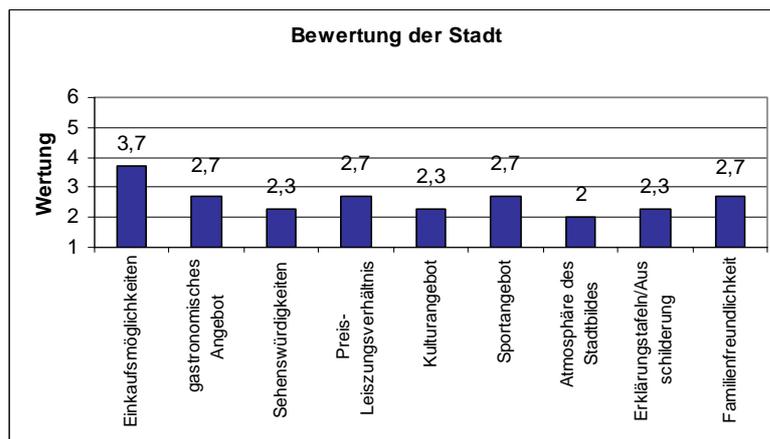


Bei der Frage, ob die Gastronomie genutzt wurde oder die Besucher beabsichtigen dieses zu tun, kam ein erfreuliches Ergebnis mit 71,1 % heraus. Das zeigt, dass es sich anbietet nach einem Spaziergang durch die Stadt noch etwas Essen oder Trinken zu gehen und auch daran zu arbeiten dieses zu

unterstützen.

Bei der Bewertung der Stadt driften die neun Antwortmöglichkeiten nicht sehr weit auseinander. Es sticht die schlechte Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten mit einer Note von 3,7 heraus,

**Abb. 9:**

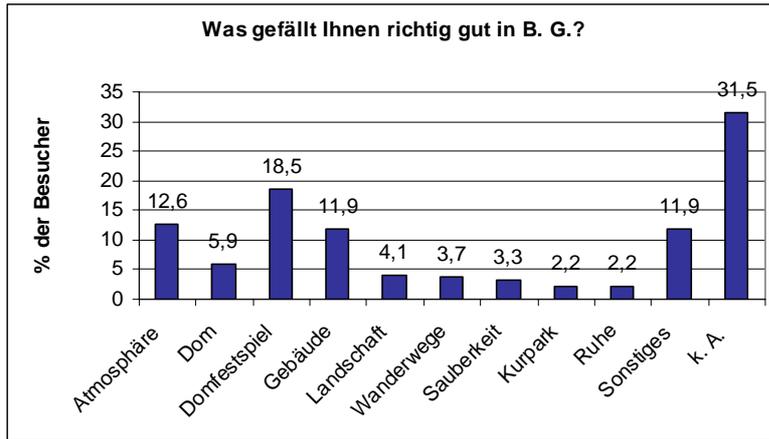


sowie die bestbenotete Antwort „Atmosphäre des Stadtbildes“ mit einer 2. Danach folgen mit einer 2,3 die Sehenswürdigkeiten, das Freizeitangebot (Kultur), die Ausschilderung und mit einer 2,7 das gastronomische Angebot, das Preis-Leistungsverhältnis, das Freizeitangebot (Sport) und die Familienfreundlichkeit.

Die beiden folgenden Abbildungen beinhalten die Auswertungen von offenen Fragen, d.h. es gab keinerlei Vorgaben bezüglich der Antworten. Es wurden Kategorien gebildet und versucht die Antworten bestmöglich zuzuordnen. Auf die Frage, was die Besucher richtig gut an der Stadt finden, stach die Atmosphäre des Stadtbildes mit 12,6 %, die Gebäude bzw. die alten Fachwerkhäuser mit 11,9 % und die Domfestspiele wurden von 18,5 % der Befragten genannt.

Grund für die häufige Nennung der Domfestspiele war die Miteinbeziehung der Domfestspielbesucher als Tagestouristen. Es hat jedoch den Anschein als würden die Domfestspiele gut bei den Besuchern ankommen. Begründet auf der offenen Fragestellung darf jedoch nicht darüber hinweggesehen werden, dass fast 1/3 keinerlei Angaben machten.

**Abb. 10:**



**Abb. 11**



Bei der Frage, was den Besuchern überhaupt nicht gefällt gab es eine sehr geringe Beteiligung: 70 % ließen diese Frage aus. An der Spitze der genannten Antworten stehen die schlechte Verkehrsführung, geringe Parkmöglichkeiten sowie der Verkehr in der Innenstadt und die Öffnungszeiten der Geschäfte. Nennens-

wert wären auch noch die Angaben „tote Stadt“ oder „leer stehende Geschäfte“.

Um einen Gesamtüberblick über die Demographie der Touristen zu bekommen befasste sich der vierte Abschnitt der Befragung mit persönlichen Angaben wie die Herkunft, das Alter, das Geschlecht, sowie abschließend eine ungefähre Einschätzung der täglichen Ausgaben und eine Kategorisierung des verfügbaren monatlichen Haushaltseinkommens.

**Tabelle 3:**

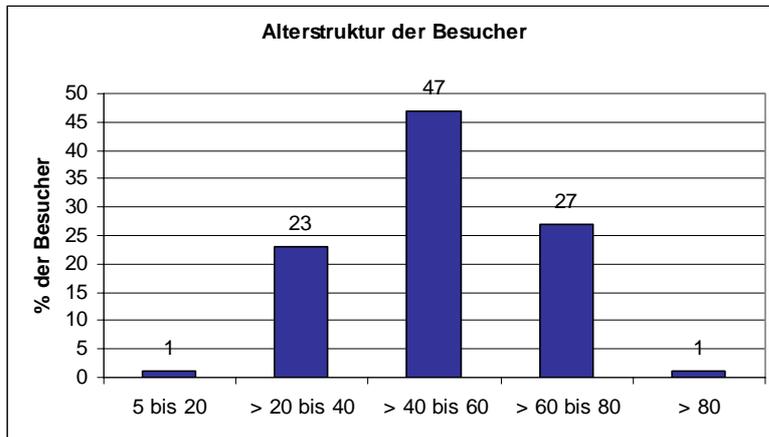
PLZ	absolut	% von 270
38	63	23,3
37	52	19,3
31	43	15,9
30	15	5,6
34	10	3,7

Hinsichtlich der Herkunft der Touristen lässt sich eine deutliche Tendenz zu der näheren Umgebung feststellen. Etwa 70 % der Befragten kommen aus der Bad Gandersheimer Umgebung und den angrenzenden Landkreisen angereist. Die Abbildung 8 zeigt einen Anteil

von nahezu  $\frac{1}{4}$  aus dem Postleitzahlenbereich mit den Anfangskennziffern 38, und fast 20 % aus den Landkreisen Göttingen und Holzminden.

Bezüglich der Alterstruktur der Tagestouristen fällt zunächst ein hoher Altersdurchschnitt von 51 Jahren auf. Knapp die Hälfte der Befragten ist zwischen 40 und 60 Jahre alt. 28 Prozent sind

**Abb. 12**

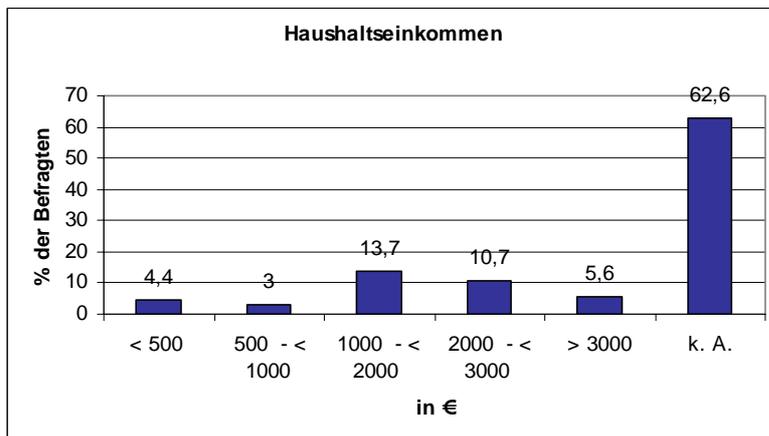


älter als 60 und 24 Prozent sind jünger als 40 Jahre. Auf Grund dieses hohen Durchschnittsalters . bzw. der Tatsache, dass  $\frac{3}{4}$  der Gäste über 40 Jahre alt ist, lässt sich die oben angeführte minimale Nutzung des Internets zu Informationszwecken von nur 3,3 % belegen. Ziel muss es sein sich hinsichtlich der Informati-

onsbereitstellung auf die Altersstruktur der Besucher einzugehen.

Aufschluss über die Wirtschaftskraft der Besucher sollte die Frage nach dem verfügbaren monatlichen Haushaltseinkommen liefern. Hierbei ist aber zunächst anzumerken, dass über 60 % der

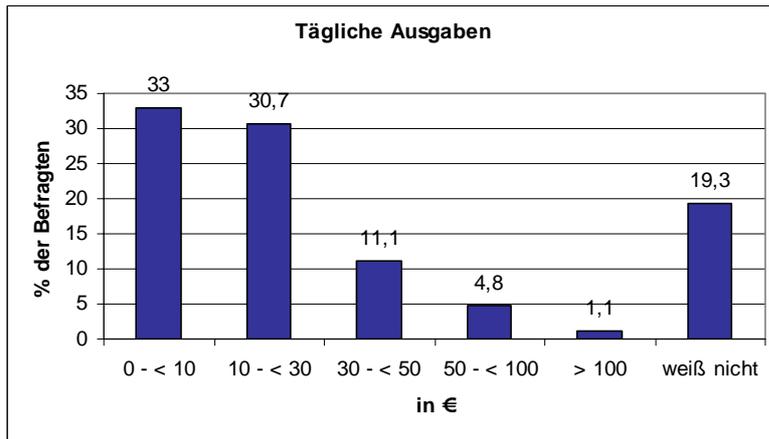
**Abb. 13**



Besucher hierüber keine Auskunft geben wollten. Die Angaben, die wir erhalten haben, sind also nicht unbedingt repräsentativ. Etwa  $\frac{1}{4}$  derer die Auskunft über ihr Haushaltseinkommen gaben, ordneten dies in den Bereich 1000€-3000€ ein. Es erscheint jedoch schwierig aus diesen Angaben brauchbare Interpretatio-

nen abzuleiten, da neben der geringen Anzahl noch der Punkt mit hineinspielt, dass bei direkten Fragen dem nach Haushaltseinkommen die Befragten dazu tendieren ihr Gehalt grundsätzlich höher einzustufen.

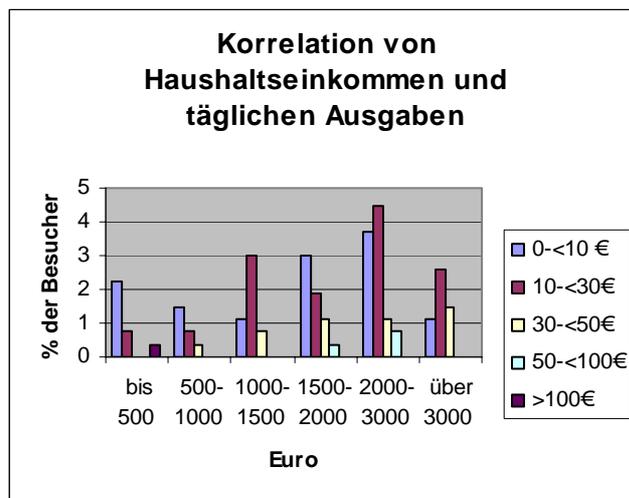
**Abb. 14**



der. 1/3 der Touristen gab an zwischen 0 und 10 € in der Stadt auszugeben. Etwa 30 % schätzen ihre Ausgaben lägen zwischen 10 und 30 €

Im Folgenden wird nun Versucht den Zusammenhang zwischen Haushaltseinkommen und den täglichen Ausgaben, sowie der Gastronomienutzung mittels einer Korrelationsanalyse herauszu-

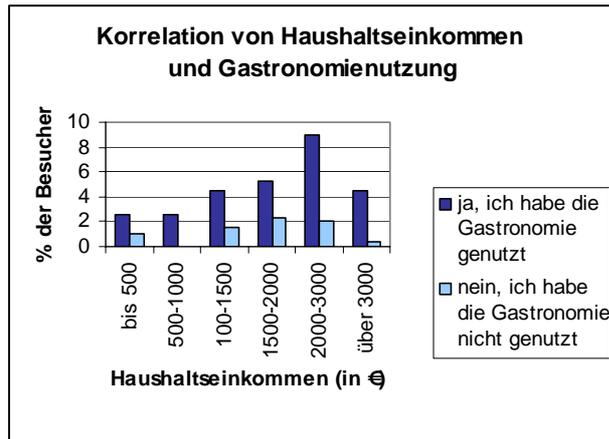
**Abb. 15**



arbeiten. Bezüglich der Hypothese, dass ein Zusammenhang zwischen Einkommen und täglichen Ausgaben besteht, so kann diese zum Teil schon verifiziert werden. Wie aus der angeführten Abbildung ersichtlich wird überwiegt bei einem Einkommen von weniger als 500€ bis 1000€ der prozentual höchste Anteil bei täglichen Ausgaben von 0 bis 10€ Bei einem Gehalt von 1000-1500€ gibt die prozentuale Mehrheit zwischen 10 und 30€ aus. Es ist ebenfalls eine stetige Steigerung der täglichen Ausgaben im Bereich 30- 50€ mit steigenden Gehältern verbunden. Etwas auffällig ist allerdings die Tatsache, dass die einzige in der Abbildung auftretende Säule mit Ausgaben von mehr als 100€ bei der niedrigsten Einkommenskategorie auftritt. Dies kann jedoch seinen Grund in der Falschverstehung der Frage haben, was durch einen geringen Anteil der absoluten Zahlen noch verstärkt wird.

Eine weitere Bedeutung hinsichtlich der Wirtschaftskraft der Touristen liegt in der Höhe ihrer täglichen Ausgaben. Im Gegensatz zu dem Haushaltseinkommen liegt der Anteil derer, die ihre Ausgaben nicht einschätzen könnten bei ungefähr 20 %. Es spiegelt sich jedoch eine Tendenz zu eher geringen Ausgaben wieder.

**Abb. 16**



Bezüglich des Zusammenwirkens von Haushaltseinkommen und Gastronomienutzung ergibt sich aus der unten angeführten Abbildung eine stetige Steigerung derer Personen, die die Gastronomie nutzen, beginnend von einem Einkommen von weniger als 500€ bis zu einem Einkommen von 2000-3000€. Bei einem Einkommen von mehr als 3000€ zeigt die Abbildung jedoch einen Rückgang der prozentualen Gastronomienutzung. Die

Ausprägung derer, die nicht das Gastronomische Angebot nutzen, lässt jedoch keine konkreten Schlüsse auf einen Zusammenhang zum jeweiligen monatlichen Einkommen zu.

### 3. Fazit

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass es einige Punkte gibt, an der die Stadt Bad Gandersheim arbeiten bzw. einige Bereiche unterstützen kann. Es wurden bestimmte Schwächen und Stärken ersichtlich.

Zu den Schwächen zählen mit Sicherheit die leeren Geschäfte, die unregelmäßigen und kurzen Öffnungszeiten und das nicht ausreichende Freizeitangebot. Besonders die jüngeren Gäste bis 40 Jahre wiesen uns auf ein zu beschränktes Angebot hin. Es wäre eine Disko/Tanzhalle erwünscht oder als Beispiel ein Spaßbad. Die älteren Menschen sind eine sehr wichtige Besuchergruppe in Bezug auf die Wirtschaftskraft der Stadt, weil sie während ihres Aufenthalts das gastronomische Angebot und die Einkaufsmöglichkeiten wahrnehmen. Leider wird die Stadt nicht so häufig von Familien mit Kindern besucht. Es wäre also wichtig zu entscheiden, ob man das festgestellte hohe Durchschnittsalter unterstützt und diesen Gästen noch mehr entgegen kommt, oder ob man versucht auch jüngere Gäste und Familien zu werben.

Positiv ist auf jeden Fall die Nachfrage nach dem gastronomischen Angebot, was jedoch nicht die einzige Hauptgeldquelle bleiben darf. Außerdem werden die Sehenswürdigkeiten besonders in der Innenstadt gerne besucht und die Domfestspiele sind eine weitere sehr wichtige Einnahmequelle.

Die Hypothese, dass Tagesbesucher vor allem in der Gastronomie und im Einzelhandel Geld in Bad Gandersheim ausgeben können wir also so weit bestätigen.

Außerdem können wir feststellen, dass ein Großteil der Touristen aus dem Umkreis von Bad Gandersheim kommt, die Stadt für einen kurzen Tagesausflug nutzt, und die Besucher in erster Linie durch „Mundpropaganda“ auf die Stadt aufmerksam geworden sind.

# **Auswertung der Befragung von Besuchern der Domfestspiele**

*Yvonne Blume, Julia Gomolla, Niko Sattler, Ulf Schmidt*

## **INHALTSVERZEICHNIS**

1. Einleitung
2. Ergebnisse
3. Analyse und Interpretation

## 1. Einführung

Die Stadt Bad Gandersheim hat den Auftrag erteilt, zur Nutzung und Bewertung der touristischen Angebote in Bad Gandersheim eine Untersuchung durchzuführen. Der Hintergrund dieser Befragung war, dass die Besucherzahlen der Stadt rückläufig sind, die Einwohnerzahlen immer mehr abnehmen, viele Läden leer stehen und somit auch das touristische Potential stark eingeschränkt ist. Der einzige bedeutende Wirtschaftsfaktor der Stadt beschränkt sich auf den Gesundheitsbereich, vor allem durch Kurkliniken.

Ziel des Seminars war es, das Verhalten von Tagesbesuchern, speziell der Domfestspielbesucher zu untersuchen und anschließend auszuwerten. Die Befragung wurde in standardisierter quantitativer Form durchgeführt, welche jedoch nicht als repräsentativ anzusehen ist.

Auf Grundlage der im folgenden genannten Thesen wurde die Untersuchung durchgeführt:

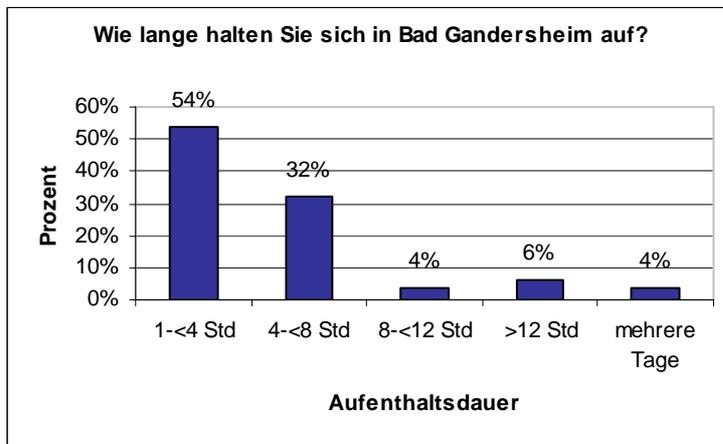
1. Die Besucher kommen nur wegen den Domfestspielen nach Bad Gandersheim und ihr Aktionsradius ist sehr beschränkt. Somit geben die Festspielbesucher kaum Geld in der Stadt für die Besichtigung von Sehenswürdigkeiten und das leibliche Wohl, wie den Besuch in Cafés oder Restaurants aus.
2. Die Mehrzahl der Besucher reist ausschließlich für den Besuch der Theateraufführungen an und verbringt darüber hinaus wenig Zeit in Bad Gandersheim.
3. Das Alter der Besucher liegt über 50 Jahre.
4. Die Tagesbesucher kommen nur aus der näheren Umgebung.
5. Die Besucher kommen an einem Tag zu den Festspielen.

Die Untersuchung wurde nur an den Besuchern der Domfestspiele und im Zeitraum vom 16. Juni bis 4. Juli 2004 durchgeführt. Die Befragung der Festspielbesucher wurde vor und nach den Stücken Parzival, Zauberflöte und Robin Hood durchgeführt. Es wurde auch auf die derzeitige Umstrukturierung der Domfestspiele eingegangen, da in diesem Jahr erstmals einer neuer Intendant die Festspiele leitet. Die Fragen sollen Aufschluss darüber geben, ob das diesjährige Programm im Vergleich zu früheren Inszenierungen als besser oder schlechter empfunden wurde. Insgesamt konnten 50 Domfestspielbesucher befragt werden.

Die Daten wurden anschließend EDV- gestützt mit Hilfe des Statistikprogramms SPSS ausgewertet. Im weiteren Verlauf wird nun deskriptiv auf die Ergebnisse eingegangen und anschließend Analyse und Interpretation durchgeführt.

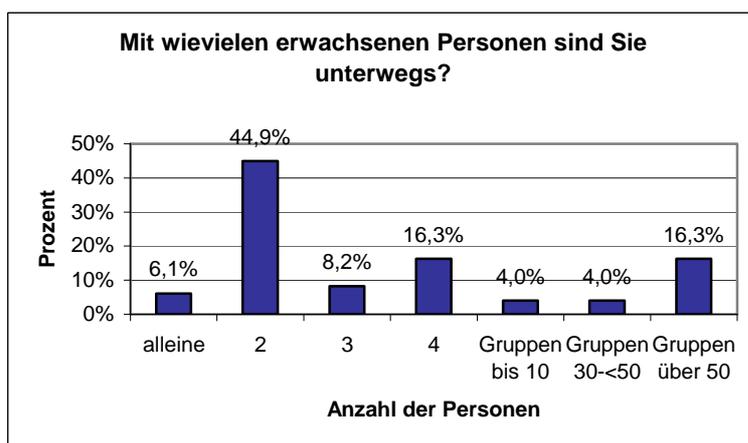
## 2. Ergebnisse

Abb. 1



86 % der Befragten bleiben unter 8 Stunden in Bad Gandersheim. Diese Besucher sind wahrscheinlich ausschließlich für die Aufführung nach Bad Gandersheim gereist.

Abb. 2



75,5 % sind alleine oder mit bis zu vier Personen unterwegs. Die Gruppen mit über 50 Personen sind Busreisen.

Abb. 3



Da die meisten Befragungen abends stattfanden, sind 86 % der Besucher ohne Kinder unterwegs. Die Besucher, die mit Kindern unterwegs sind, haben sich die Aufführung von Robin Hood angesehen.

Abb. 4

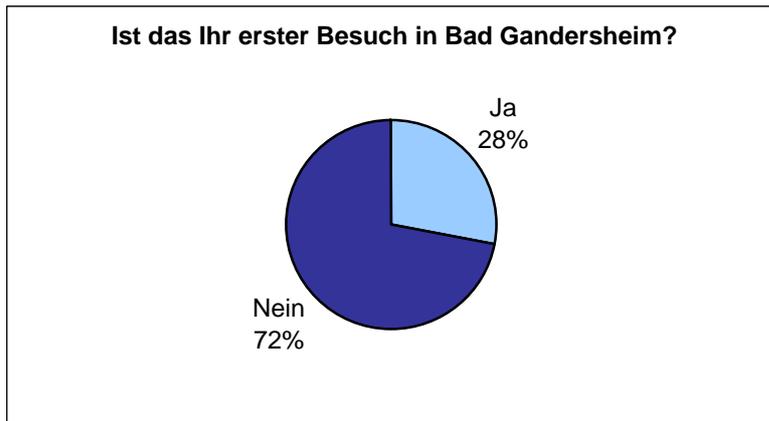
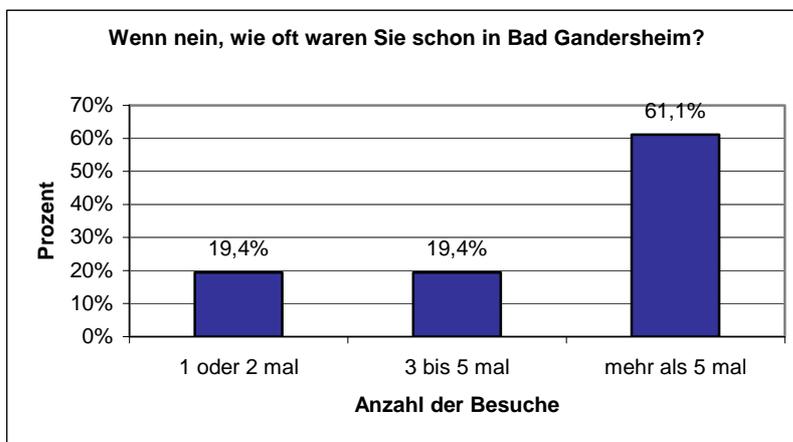
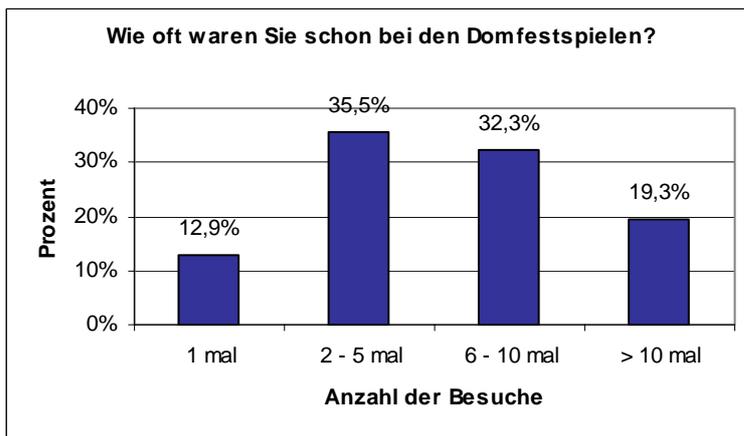


Abb. 5

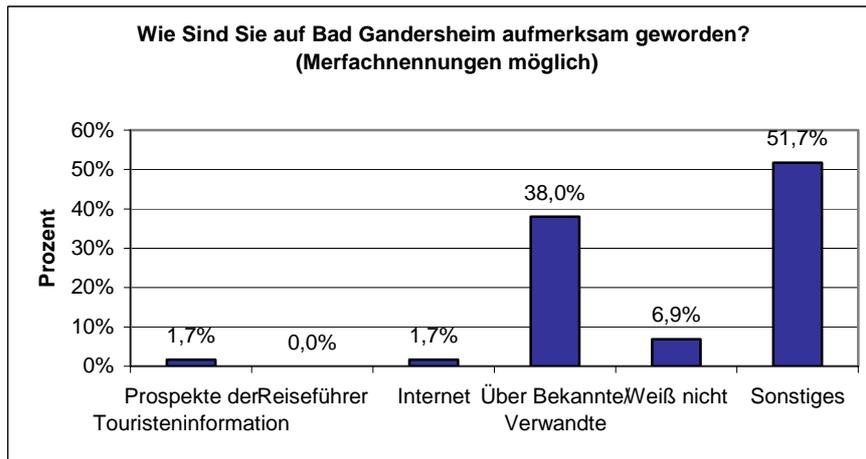


Von den Befragten waren 72 % schon vorher in Bad Gandersheim zu Besuch gewesen. Und davon waren bereits 61,1 % mehr als 5-mal in Bad Gandersheim.

Abb. 6

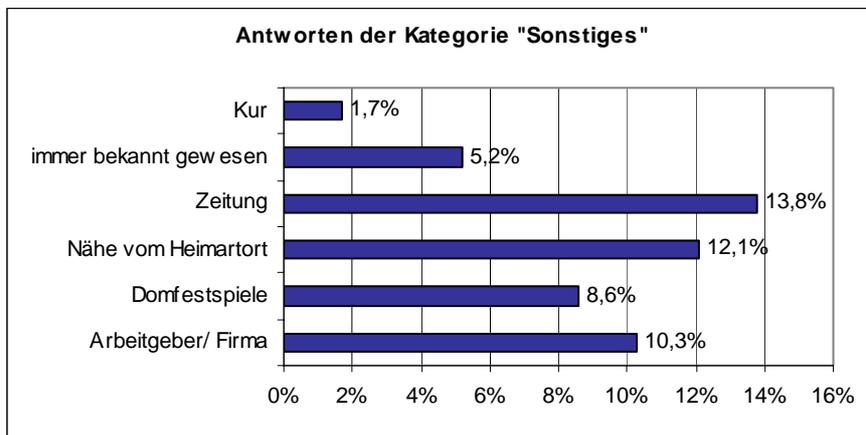


**Abb. 7**



Von den vorgegebenen Antworten wurde vor allem die Kategorie „Über Bekannte/ Verwandte“ gewählt (38 %). Über die Hälfte der Befragten nutzte allerdings die Möglichkeit unter der Kategorie „Sonstiges“ eine Antwort zu geben.

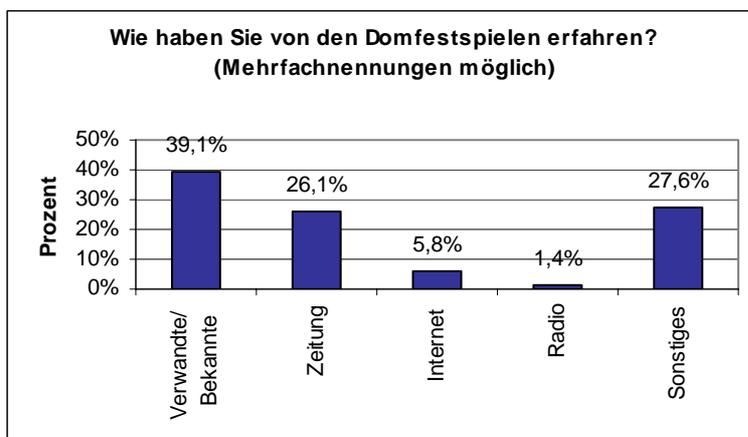
**Abb. 8**



Zu der Nennung „Arbeitgeber/ Firma“ ist zu sagen, dass sich unter den Befragten eine Reisegruppe der „Öffentliche Versicherung Braunschweig“ befand, die den Besuch der Domfestspiele als Betriebsausflug

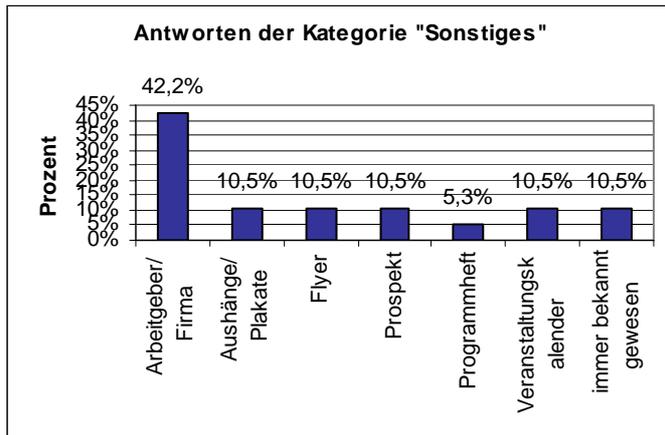
organisiert hatten.

**Abb. 9**



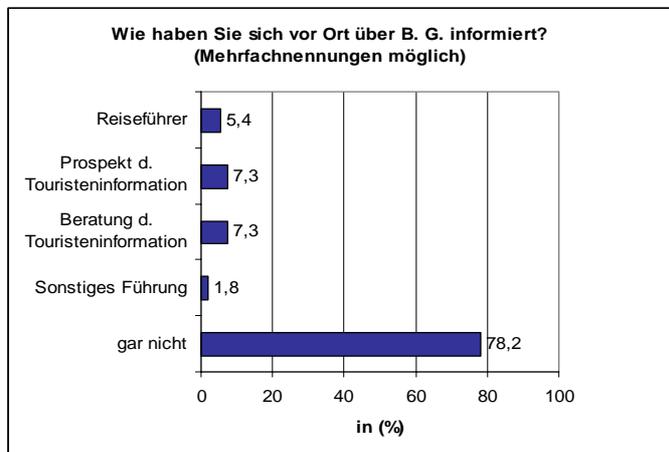
Unter den Vorgegebenen Antworten wurde die Kategorie „Verwante/ Bekannte“ Am häufigsten genannt (39,1 %), gefolgt von der Antwort „Zeitung“ (26,1 %). Weitere Antworten wurden unter „Sonstiges“ genannt.

**Abb. 10**



Auch in diesem Punkt ist die Ausprägung des Punktes „Arbeitgeber/ Firma“ auf die Reisegruppe der „Öffentlichen Versicherung Braunschweig“ zurückzuführen. Zudem sind die Antworten Aushänge, Flyer und Prospekte zu gleichen Anteilen genannt worden

**Abb. 11**

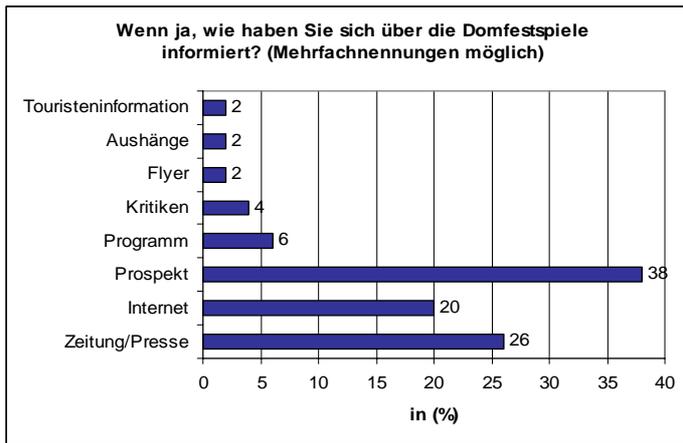


Auffallend ist, dass sich 78,2 % nicht über Bad Gandersheim informiert haben. Dies lässt sich darauf zurückführen, dass die meisten Befragten ausschließlich für die Domfestspiele angereist sind.

**Abb. 12**



**Abb. 13**

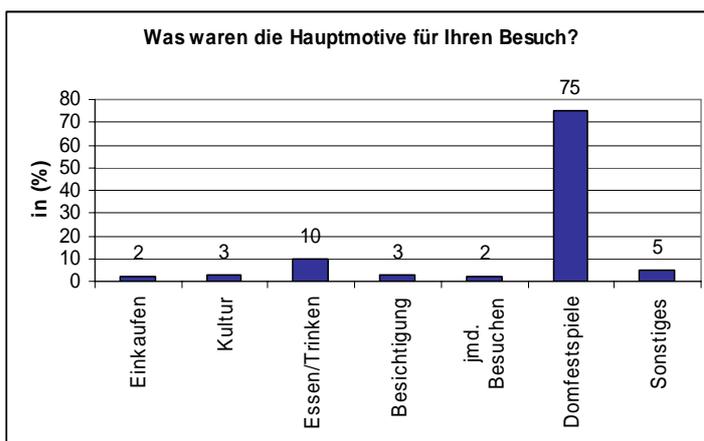


Es haben sich 70 % der Besucher über die Domfestspiele informiert. Hierfür wurden hauptsächlich Prospekte (38 %), Zeitung/Presse (26 %) und das Internet (20 %) genutzt.

**Abb. 14**



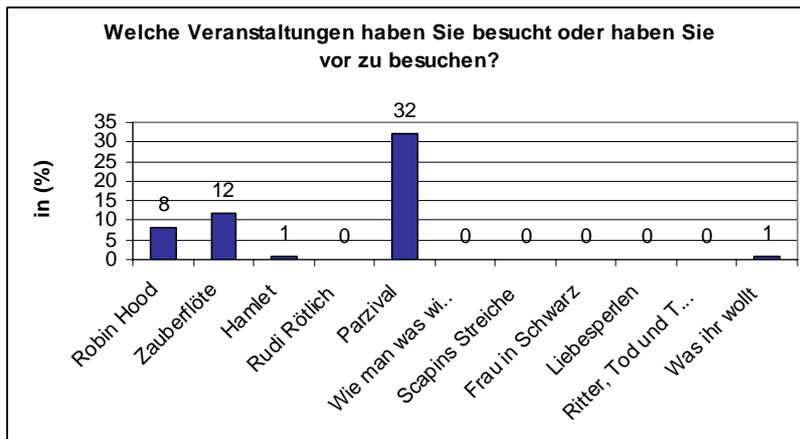
**Abb. 15**



Insgesamt wurden 50 Domfestspielbesucher befragt. Da Mehrfachantwortenvorgesehen waren, übertrifft die Gesamtzahl der Antworten diesen Wert.

Erwartungsgemäß entfiel der Großteil auf die Antwortmöglichkeit „Domfestspiele“ (75,5 % aller Antworten, 46 von 50 Befragten), die übrigen Antwortmöglichkeiten wurden nur in geringem Maße genutzt, wobei man den Punkt „Essen/Trinken“ mit fast 10 % der Antworten herausstellen muss.

Abb. 16

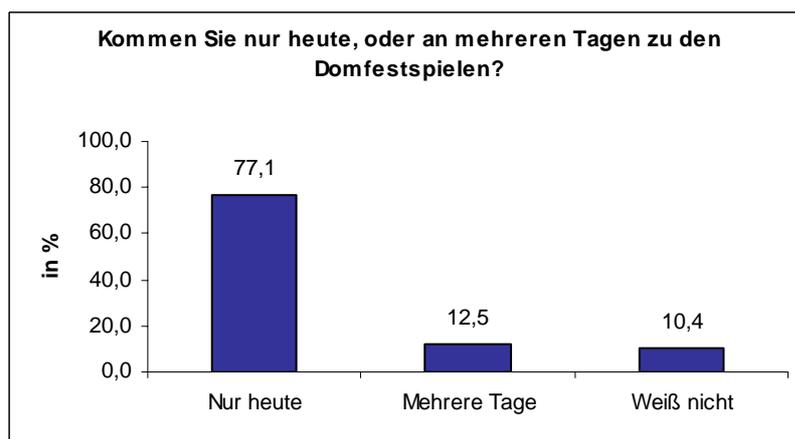


Bei der Auswertung der Daten ist zu beachten, dass nur Besucher vor und nach den Veranstaltungen Zauberflöte, Parzival und Robin Hood befragt wurden. Folglich auch das Ergebnis, dass die Mehrheit der Befragten eben diese drei Stücke frequentierte. Dabei ent-

spricht die Verteilung in etwa der Verteilung der Besucher auf die Veranstaltungen.

Aussagekräftiger deshalb auch die Frage:

Abb. 17



Bei dieser Frage wird deutlich, dass die Mehrheit der Besucher (77 %) nur an einem Tag zu den Domfestspielen kommt, was auch das Ergebnis aus der vorigen Frage erklärt.

**Kommen Sie nur heute, oder an mehreren Tagen zu den Domfestspielen? Wie viele Tage?**

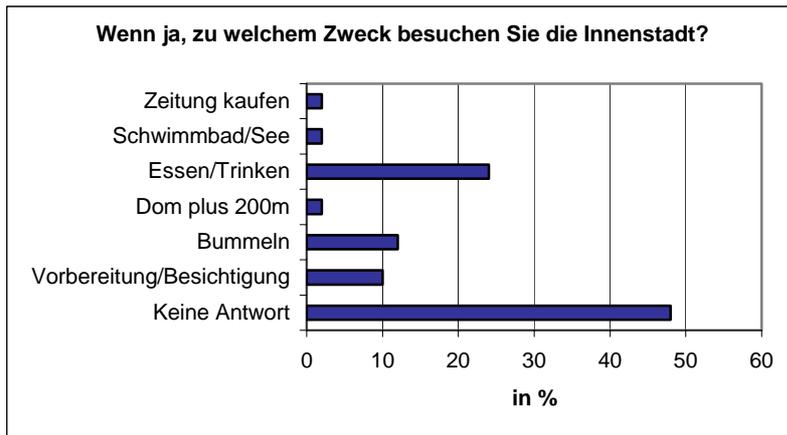
Diese Frage wurde nur von 7 Personen beantwortet, davon besuchten sechs die Festspiele an zwei und eine an vier Tagen.

**Besuchen Sie während Ihres Aufenthaltes auch die Innenstadt von Bad Gandersheim?**

(n=48)

Die Frage wurde 48-mal beantwortet, wobei 28 Personen mit „ja“ und 20 Personen mit „nein“ antworteten.

Abb. 18



Der Zweck des Besuchs der Innenstadt war in den meisten Fällen (24 %) „Essen/Trinken“. Außerdem wollten viele der Besucher die Gelegenheit zum Bummeln durch die Stadt nutzen oder die Stadt Besichtigen um sich auf das Stück vorzubereiten.

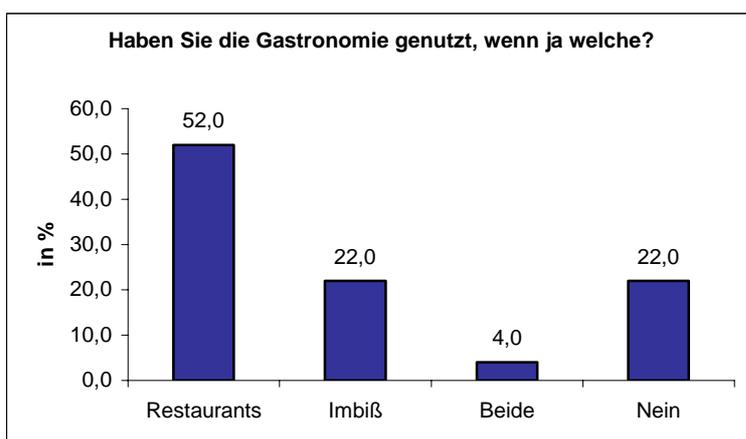
Abb. 19



Es bleibt festzuhalten, dass die meisten Besucher ausschließlich am Besuch des Doms interessiert waren und auch sonst die zentralen Sehenswürdigkeiten der Stadt eher besucht

wurden, als die weiter weg gelegenen.

Abb. 20



Bei der Nutzung der Gastronomie ist zu bemerken, dass nur ca. 20 % keine Gastronomie nutzten, während etwa 50 % der Befragten in den Gandersheimer Restaurants verköstigt werden wollte.

### Was gefällt ihnen überhaupt nicht?

Hier gab es 35-mal keine Angaben bei 50 Befragten. Die anderen Personen gaben jeweils verschiedene Antworten, bei dieser offenen Frage.

### Wie lautet der Name ihres Heimatortes?

Viele der Befragten stammt aus der näheren Umgebung (12 Braunschweig, 4 Göttingen, 4 Adelshausen). Von 50 Befragten gab es lediglich eine Nichtbeantwortung.

### Welche PLZ hat ihr Wohnort?

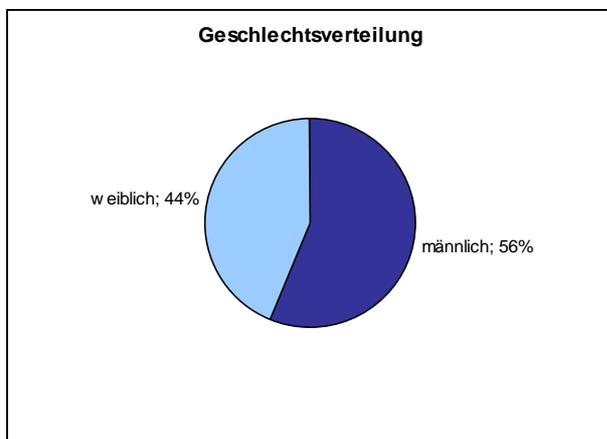
49 Personen gaben ihre PLZ an und bei einem Fragebogen fehlte die Angabe. 13 Personen stammen aus dem PLZ-Bereich, der mit 37 beginnt 22 Befragte sind aus dem 38 PLZ-Bereich. (Interpretation eventuell mit einer Karte darstellen)

### Wie alt sind sie?

Die Altersangaben erstrecken sich von 20 Jahre bis 74 Jahre. 21 Personen sind älter als 50 Jahre.

### Frage nach dem Geschlecht.

Abb. 21.



Von 50 Befragten waren 28 männlich und 22 weiblichen Geschlechts

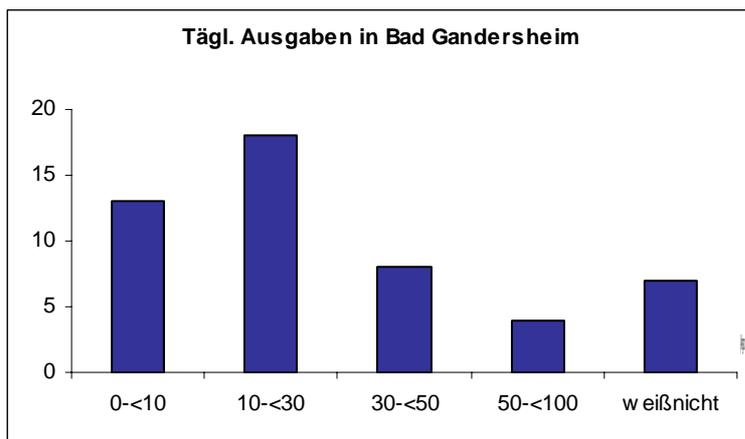
### Verfügbares monatliches Haushaltseinkommen?

44 Personen machten keine Angaben bzw. die Angabe fehlte auf dem Fragebogen.

Der Rest der Personen hat ein Einkommen im Bereich von 500 bis 3000 Euro monatlich.

## Tägliche Ausgaben in Bad Gandersheim?

Abb. 22



Bei 50 Befragten gab es 7-mal die Antwort „weiß nicht“. 4 Personen gaben 50-100 Euro aus. Der Rest bewegt sich im Bereich 0-50 Euro.

## Wie hat ihnen das neue Programm gefallen?

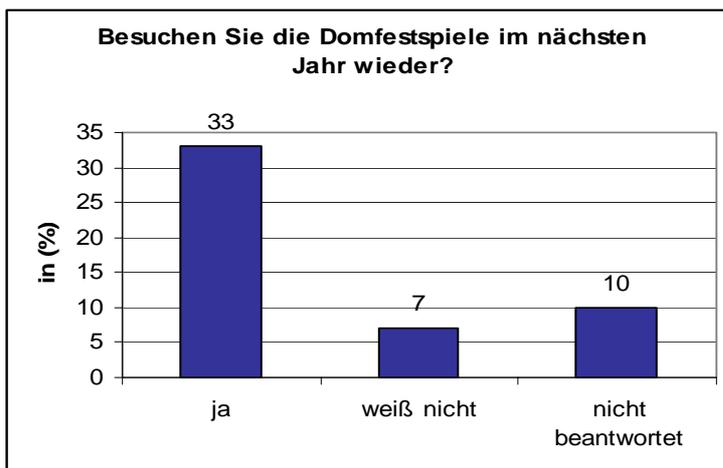
Hier hat die Hälfte der Befragten (gesamt 50 Personen) geantwortet. 8 mit „gut“ und 17 mit „weiß nicht“.

## Wie hat ihnen das Programm im Vergleich zu ihrem letzten Besuch gefallen?

Von 50 Fragebögen kamen 23 zurück, die diese Frage beantwortet hatten. 13 antworteten mit „weiß nicht“, 6 mit „bin zum ersten Mal da“, 2 mit „gleich“ und 2 mit „schlechter“.

## Haben sie vor die Domfestspiele im nächsten Jahr wieder zu besuchen?

Abb. 23



Ja antworteten 33 Personen, „weiß nicht“ sagten 7 Personen. 10 der Befragten beantworteten die Frage nicht.

### 3. Analyse und Interpretation.

Festzuhalten bleibt, dass sich in Bestätigung der Annahmen über 50 % der Besucher weniger als vier und über 80 % der Besucher weniger als acht Stunden in Bad Gandersheim aufhielten, d.h. sie planten ausschließlich Zeit für den Besuch der Domfestspiele ein. Die Besucher waren meist zu zweit (ca. 45 %) oder zu viert (16,3 %) und ohne Kinder (86 %) unterwegs, Gruppenreisen hatten in der Mehrzahl eine Größe von über 50 Teilnehmern. Darüber hinaus kamen fast  $\frac{3}{4}$  der Befragten zum wiederholten male nach Bad Gandersheim und davon waren wiederum ca. 60 % schon mehr als fünf Mal zu Besuch. Außerdem kamen fast 90 % schon häufiger zu den Festspielen. Aufmerksam wurden sie vermehrt durch Bekannte oder Verwandte oder durch den Veranstalter einer organisierten Gruppenreise. Die Antworten auf diese Frage können als Bestätigung der These gesehen werden, dass die meisten Besucher aus der Nähe von Bad Gandersheim kommen.

Zu der Gruppenreise ist zu sagen, dass nur eine Reisegruppe der „Öffentlichen Versicherung Braunschweig“ befragt wurde und somit die Aussagen nicht allgemein auf Gruppenreisen angewandt werden dürfen. Ein weiteres Indiz für die räumliche Nähe der Besucher zu Bad Gandersheim, ist dass  $\frac{1}{4}$  der Befragten aus der Zeitung oder aus lokal zugänglichen Quellen wie Flyern oder Plakaten von den Festspielen erfahren haben und sogar 40 % einen persönlichen Bezugspunkt durch Bekannte oder Verwandte in Bad Gandersheim haben. Auffällig ist auch, dass sowohl Radio als auch Internet kaum zum Bekanntheitsgrad der Festspiele beitrugen.

Ebenfalls deutlich ist, dass fast 80 % sich nicht vor Ort über Bad Gandersheim informierten, was allerdings auch daran liegt, dass die Mehrzahl der Befragten nicht zum ersten Mal in der Stadt war und dass sie nur für die Domfestspiele anreisen. Über die Domfestspiele haben sich 70 % der Besucher informiert, wofür sie hauptsächlich das Prospekt, Presse und Internet nutzten.

Die Befragten reisten, so nicht Mitglied einer Reisegruppe in deutlicher Mehrheit mit dem Privatwagen an. Der Zweck des Besuchs war auf Grund der befragten Gruppe von Festspielbesuchern erwartungsgemäß meistens „Domfestspiele“. Damit lässt sich auch erklären, dass die am zweit häufigsten gewählte Antwort „Essen/Trinken“ war. Auch die Verteilung der gesehenen Stücke lässt sich auf die Auswahl der Befragten zurückführen, wobei allerdings zu beachten ist, dass ca.  $\frac{3}{4}$  der Besucher nur an einem Tag zu den Domfestspielen kommen, was eine Bestätigung von These fünf darstellt.

Die Innenstadt wurde von ca. 60 % der Befragten besucht und meistens mit der Begründung „Essen/Trinken“ oder „Bummeln“. An Sehenswürdigkeiten wurde weitaus am meisten der Dom frequentiert und auch sonst wurden eher diejenigen Attraktionen besichtigt, die in der Nähe der Bühnen liegen, die Besucher besichtigen also nur zum Zeitvertreib kurz vor oder nach dem jeweiligen Theaterstück (These 1).

Bei der Nutzung der Gastronomie ist auffällig, dass nur ca. 20 % keinerlei Verköstigung in Bad Gandersheim in Anspruch nehmen und fast 50 % Restaurants den Imbissbuden vorziehen.

In Bestätigung von These vier kamen die meisten Besucher aus der Nähe von B.G., nämlich aus den Postleitzahlen-Bereichen 37 und 38.

Einzig These drei, die das Alter der Besucher betrifft, wurde nicht bestätigt, das nur etwa 40 % der Befragten älter als 50 Jahre war.

Die Verteilung nach Geschlecht ist ungefähr ausgeglichen.

Es wurden kaum Angaben zum verfügbaren Monatseinkommen gemacht und ca. 80 % gaben nur 0-50 € in Bad Gandersheim aus.

Die Resonanz auf die Frage der Qualität der Aufführungen hielt sich in Grenzen, beachtenswert ist einzig, dass 2/3 der Befragten vorhaben, die Domfestspiele in Zukunft wieder zu besuchen.

# **Auswertung der Befragung von Bus- und Gruppenreisenden**

*Judith Rebecca Bauer, Nadine Boubaker, Andy Glawe, Andre Metzsig,  
Thorsten Steinfadt, Thomas Wieland*

## **INHALTSVERZEICHNIS**

1. Ausgangssituation und Zielsetzung
2. Annahmen
3. Methoden und Vorgehensweise
4. Ergebnisse der Befragung
5. Analyse und Interpretation
6. Zusammenfassung

## 1. Ausgangssituation und Zielsetzung

In Zusammenarbeit mit dem Verein ZELT (Zentrum für Landschaftsinterpretation und Tourismus e.V.) haben sich die Teilnehmer des Seminars für Angewandte Geographie an der Georg-August-Universität Göttingen während des Sommersemesters 2004 mit einer empirischen Untersuchung über das touristische Potenzial der Stadt Bad Gandersheim befasst.

Da die Stadt Bad Gandersheim ein größerer Anziehungspunkt für Tagestouristen werden möchte, trat sie mit Zelt in Verbindung, der seinerseits diese empirische Untersuchung in Auftrag gab. Nachdem im Wintersemester 2003/2004 die Teilnehmer eines anderen Seminars schon eine empirische Untersuchung durchführten, die sich mit den Kurgästen hinsichtlich ihrer Nutzung der Innenstadt beschäftigte, lag der Untersuchungsschwerpunkt im Sommersemester auf der Erhebung der Meinung von Tagestouristen.

## 2. Annahmen

Trotz der Menge der möglichen erhobenen Fragebögen war den Seminarteilnehmern bei ihren Vorüberlegungen bewusst, dass diese Erhebung nur das Meinungsbild einzelner Besucher wiedergibt und keine allgemeine Repräsentativität darstellt.

Bei den Vorüberlegungen nahm man an, dass es neben möglichen Tagestouristen auch andere Gruppen geben würde, die Bad Gandersheim besuchen. Deshalb wurden die Untersuchungsgebiete in folgende Gruppen untergliedert:

- Besucher der Domfestspiele
- Campingplatzbesucher/-nutzer
- Gruppen-/ Busreisen
- Übernachtungsgäste

Jeder Besuchergruppe wurde im Seminar eine Untersuchungsgruppe zugeordnet, die sich hauptsächlich mit einer der oben genannten Gruppen befassten. Unsere Gruppe beschäftigte sich mit den Gruppen-/ Bustouristen, die im Folgenden nur noch als Bustouristen bezeichnet werden. Zunächst nahmen wir an, dass diese Bustouristen einer höheren Altersgruppe angehören und nur eine kurze Aufenthaltsdauer haben würden. Weitere Ergebnisse sollte die Befragung ergeben.

### 3. Methoden und Vorgehensweise

Zur Datenerhebung führten wir eine quantitative empirische Untersuchung durch. Dieses bedeutet, dass ein standardisierter Fragebogen entworfen wurde, der in einem Gespräch mit den Tages-touristen von diesen beantwortet wurde.

Zur besseren Vergleichbarkeit mit den anderen Untersuchungsgruppen, verwendete jede Gruppe diesen standardisierten Fragebogen, fügte aber noch gesondert gruppenspezifische Fragestellungen hinzu.

Der Fragebogen lässt sich in folgende Themenblöcke gliedern:

- Aufenthaltsdauer
- Information über die Stadt (vor / während des Besuchs)
- Motive für den Besuch
- (Beabsichtigte) / Besichtigte Sehenswürdigkeiten
- Bewertung verschiedener Aspekte der Stadt (Einkaufsmöglichkeiten / Kultur / gastronomisches Angebot / Sehenswürdigkeiten / Freizeitangebot / Beschilderung / Familienfreundlichkeit)
- Freie positive / negative Meinungsäußerung
- Demographische Angaben

Hinsichtlich der Bustouristen erweiterten wir den Fragebogen um folgende Fragen:

- Wer organisierte die Gruppen- / Busreise?
- Wodurch ist man auf die Reise aufmerksam geworden?
- War das Angebot des Reiseveranstalters umfassend?
- Bestand freie verfügbare Zeit unabhängig von der Gruppe?
- Hat die Stadt persönliche Erwartungen erfüllt?
- Wurde an einer Stadtführung teilgenommen?
- Wurden Programmpunkte vermisst?
- Ist das Programm empfehlenswert / Wurde es in angemessener Zeit durchgeführt?
- Wird ein erneuter Besuch Bad Gandersheims in Erwägung gezogen?

Um möglichst viele Gruppen an der Befragung teilnehmen zu lassen, erfolgte zunächst eine Kontaktaufnahme mit der Touristinformation. Zum einen erhielten wir dort eine Liste mit angemeldeten Gruppen, die eine Stadtführung gebucht hatten. Zum anderen haben wir nach vorheriger Rücksprache mit den zuständigen Personen der Touristeninformation

hundert Fragebögen ausgelegt, die den Stadtführer/innen mitgegeben werden sollten.

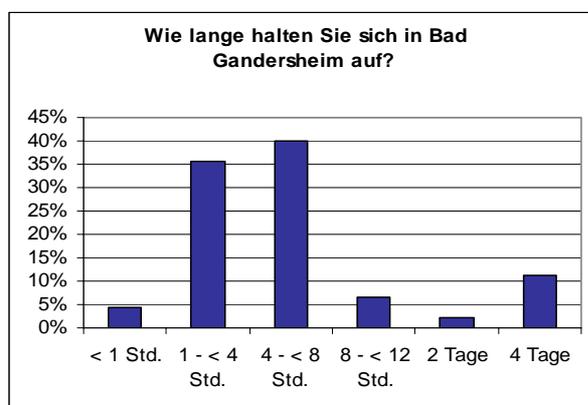
Die Kontaktaufnahme mit den einzelnen Stadtführerinnen verlief erfreulich, da diese zum Teil großes Engagement hinsichtlich der Befragung zeigten.

Die Befragung der einzelnen Besuchergruppen sollte immer im Anschluss an die Stadtführung erfolgen. Jedoch erwiesen sich die befragten Gruppen als recht unterschiedlich. Obwohl wir über ein Potential von ca. 200 ausfüllbaren Bogen verfügten, war es uns nur möglich 41 Fragebogen direkt zu erheben und sechs Fragebogen aus der Touristeninformation zurückzuerhalten. Dieses lag vor allem daran, dass sich einige Reiseleiter wenig kooperativ bei der Befragung zeigten, da sie sich in ihrem Programmablauf gestört fühlten. Zudem wurde von zwei weiteren Gruppen zugesichert, an der Befragung teilzunehmen. Sie konnten diese allerdings aus Zeitgründen nicht wahrnehmen. Des Weiteren sind die 100 ausgelegten Bögen in der Touristeninformation nicht weitergeleitet worden.

Die von uns erhobenen Fragebogen wurden lediglich von drei Gruppen, zum einen von Mitgliedern eines Geschichtsvereins, Teilnehmern eines 25-jährigen Abiturnachtreffens und einer Besuchergruppe des Klosters Brunshausen beantwortet.

#### 4. Ergebnisse der Befragung

**Abb. 1: Aufenthaltsdauer der Besucher in**



**Bad Gandersheim**

**Abb. 2: Anzahl der Besuche**

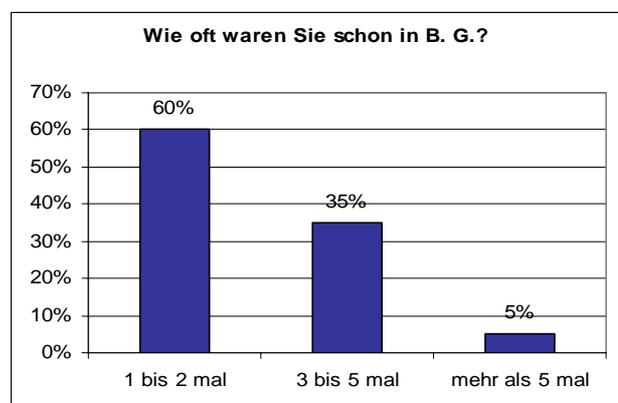


Abb. 3:

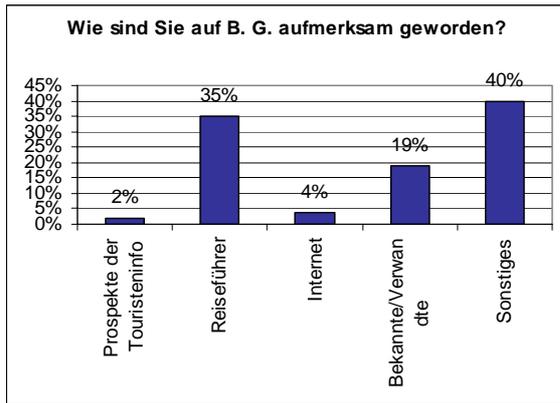


Abb. 4:

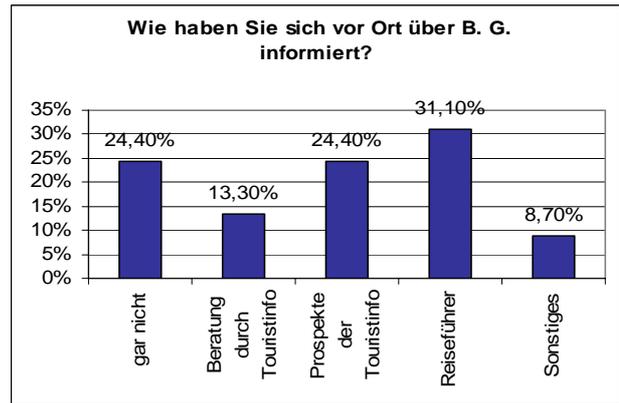


Abb. 5: Motive für den Besuch

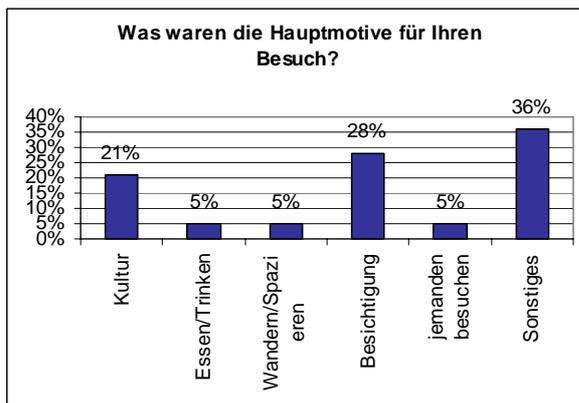


Abb. 6: Nutzung des Gastronomieangebots

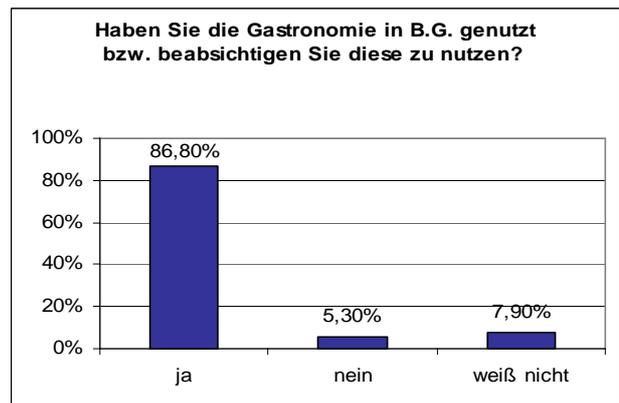


Abb. 7: Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten

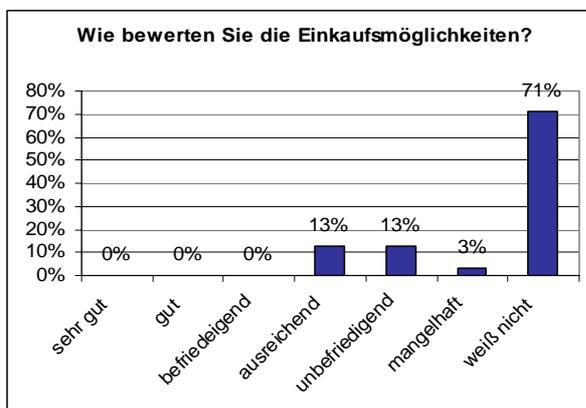
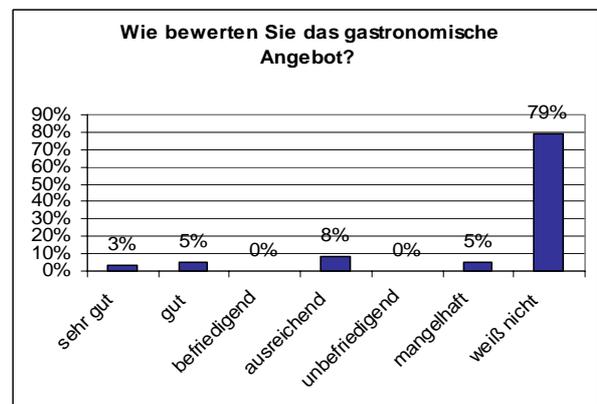
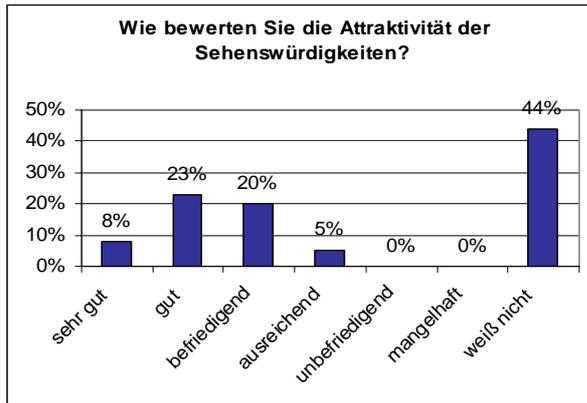


Abb. 8: Bewertung der Gastronomie



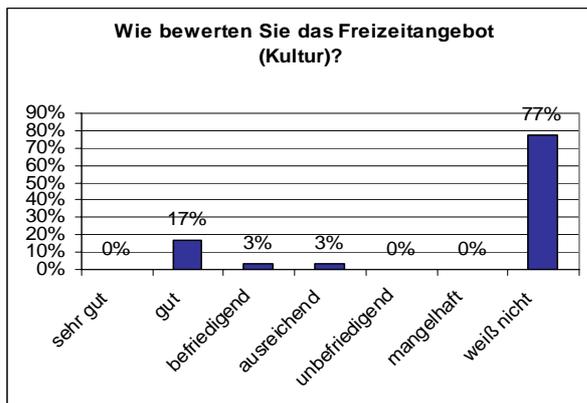
**Abb. 9: Attraktivität der Sehenswürdigkeiten**



**Abb. 10: Preis-Leistungs-Verhältnis**



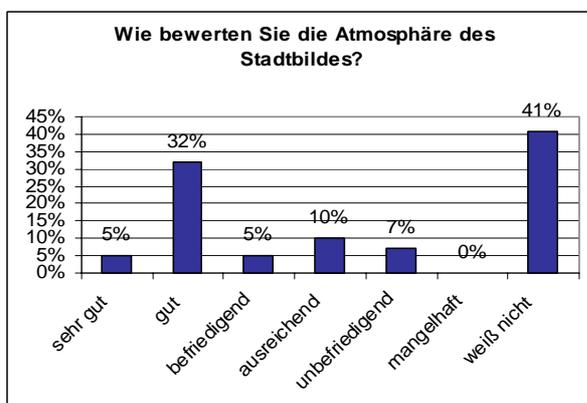
**Abb. 11: Bewertung des Kulturangebots**



**Abb. 12: Bewertung des Freizeitangebots**



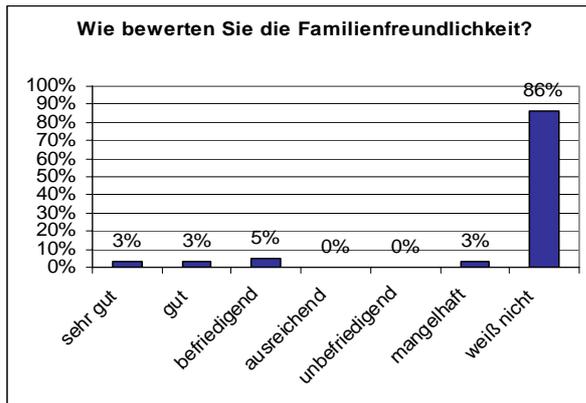
**Abb. 13: Bewertung des Stadtbildes**



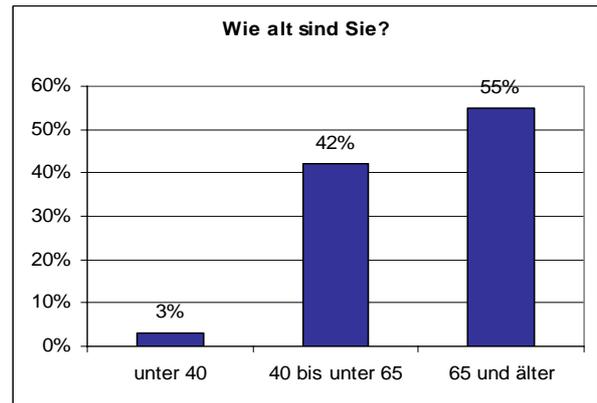
**Abb. 14: Bewertung der Ausschilderungen**



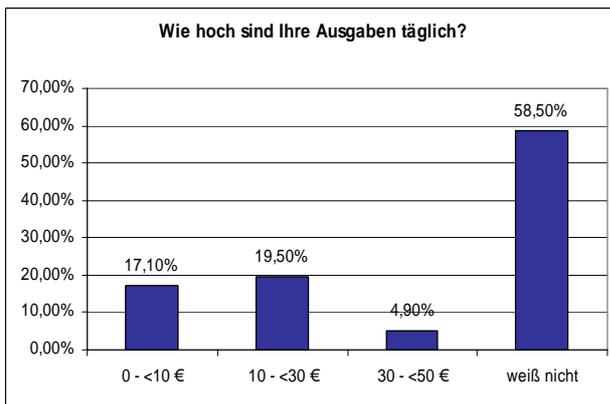
**Abb. 15: Bewertung der Familienfreundlichkeit**



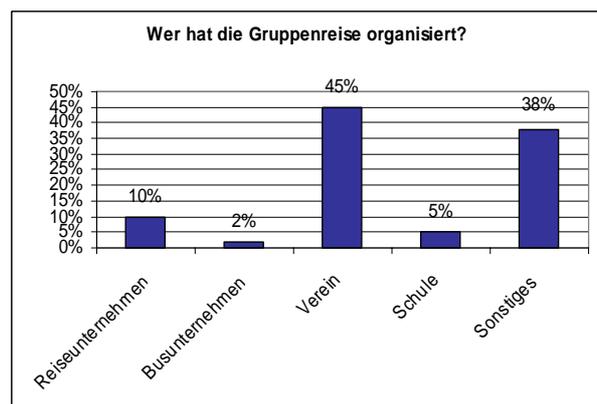
**Abb. 16: Alter der Befragten**



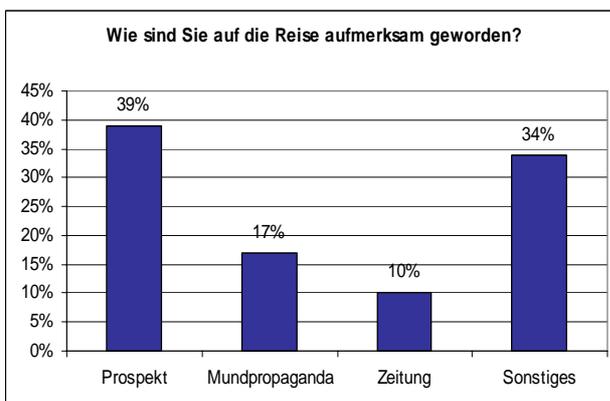
**Abb. 17: Tägliche Ausgaben**



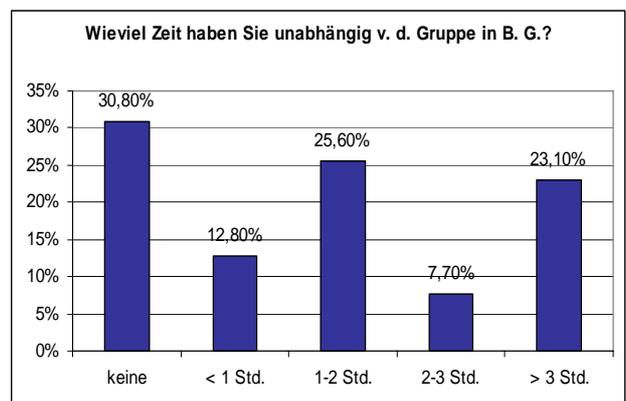
**Abb. 18: Organisation der Reise**



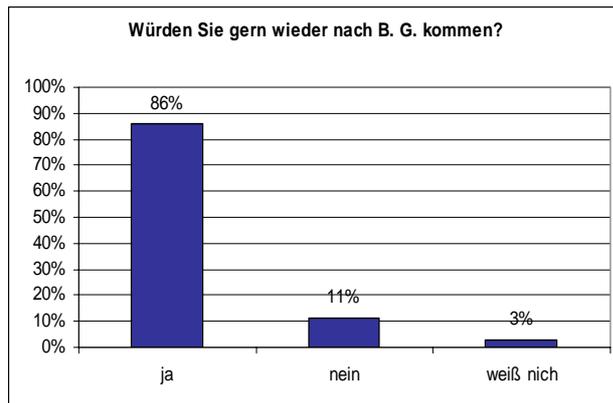
**Abb. 19:**



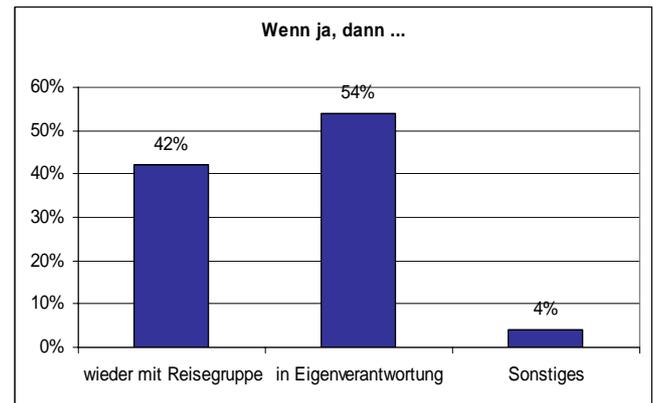
**Abb. 20:**



**Abb. 21:**



**Abb. 22**



## 5. Analyse und Interpretation

Im Folgenden wird versucht die wichtigsten Aussagen, wie sie sich aus den Ergebnissen der Umfrage ergeben, gebündelt zusammenzufassen. Dabei sollen einzelne Ergebnisse interpretiert und analysiert werden.

Der Großteil der Bustouristen hält sich in einem Zeitraum von ein bis acht Stunden in Bad Gandersheim auf (über 70 %). Aufenthaltslängen von mehr als acht Stunden oder geringer als eine Stunde spielen keine große Rolle. Es handelt sich bei den Befragten meist um geführte Reisegruppen mit Stadtführung, wodurch die Gruppen einen beschränkten Besuchszeitrahmen besitzen, indem sie sich in Bad Gandersheim aufhalten. Die Bustouristen geben an, zu 78,3 % an einer Stadtführung teilgenommen zu haben, es handelt sich somit um ein festgelegtes, organisiertes Programm, wodurch sich die Aufenthaltslängen erklären.

Für die meisten Bustouristen ist dieser Aufenthalt in Bad Gandersheim das erste Aufenthalt (63 %), allerdings haben auch 37 % Bad Gandersheim schon vorher besucht, wovon ein Großteil schon mehr als nur einmal vorher in Bad Gandersheim war. Dies hat wohl mit der Heimatnähe der Besucher zu tun, die zumeist aus Nordhessen und Niedersachsen stammen. Die Bustouristen werden nicht durch Werbung oder Marketingbemühungen der Stadt auf Bad Gandersheim aufmerksam, wie zum Beispiel durch die Touristinformation, das Internet oder Werbeprospekte, sondern eher durch den Reiseführer (37 % gaben an, durch den Reiseführer auf Bad Gandersheim aufmerksam geworden zu sein). Die meisten der Gruppenreisen wurden durch einen Verein organisiert, somit ist davon auszugehen, dass der einzelne Besucher meist durch ein Vereinsmitglied, welches die Organisation übernahm auf Bad Gandersheim aufmerksam wurde. Die geringe Selbstinformation und Selbstorganisation im Vorfeld des Besuchs, wie es sich in der geringen Nutzung der Touristeninformation und anderer Informationsquellen wie Internet oder Prospekten ausdrückt, ist charakteristisch für eine Gruppenreise mit einem Reiseführer und Stadtführung.

Für die geringe Nutzung des Internets als Informationsquelle könnte das Alter der Bustouristen und die damit wohl geringere Vertrautheit und Nutzung neuer Medien (der Großteil ist über 60 Jahre) als Erklärung angeführt werden.

„Vor Ort“ geben jedoch 70 % der Besucher an, sich über Bad Gandersheim informiert zu haben. Den größten Anteil der möglichen Informationsträger mit 30 % der Befragten haben hier die Reiseführer. Die anderen Informationsmöglichkeiten werden geringer genutzt. Aus eigener Erfahrung während der praktischen Erhebung und dem Ergebnis, dass 78,3 % der Besucher an einer Stadtführung teilgenommen haben, ist davon auszugehen, dass auch der/die Stadtführer/in zur Informationsbeschaffung beigetragen haben. Nur 2,2 % der Besucher gaben jedoch an, von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht zu haben. Dies liegt wohl daran, dass diese Informationsmöglichkeit nicht explizit als Angabemöglichkeit auf dem Fragebogen dargestellt wurde, sondern als eine offene Frage als Antwortmöglichkeit bestand. Bei der Analyse des Fragebogens ist zu bemerken, dass die offenen Antwortmöglichkeiten von den Befragten nur sehr gering genutzt wurden, wovon jedoch im Vorfeld auszugehen war.

Die Hauptmotive für die Bustouristen nach Bad Gandersheim zu reisen, sind Stadtbesichtigung und Kultur. Motive wie Wandern, Essen und Trinken oder Einkaufen sind nicht wichtig. Diese Ergebnisse lassen sich wiederum auf die Art und Weise der Reise beziehen. Die Besucher haben ein festes Programm und keine Möglichkeit und Zeit, Aspekten wie Einkaufen und Essen und Trinken nachzugehen, da sich der Aufenthalt oft nur auf eine Führung beschränkt. Außerdem ist die Motivation der Selbstorganisation außerhalb der Gruppe wohl nur sehr beschränkt. Auffällig ist hierbei auch, dass sich die Busreisen zu Großteilen auf das Stadtzentrum um die Stiftskirche beschränken. So werden Stiftskirche (über 90 %), Rathaus (63 %) und Marktplatz (58,7 %) als besuchte Sehenswürdigkeiten genannt. Andere Sehenswürdigkeiten und Einrichtungen werden nur sehr gering besucht.

Die Annahmen, dass die Aufenthaltsdauer der Bustouristen in Bad Gandersheim relativ kurz ist und ein relativ hohes Durchschnittsalter innerhalb der Bustouristengruppen besteht, haben sich durch die Ergebnisse der Umfrage bestätigt. Es handelt sich zudem auch um Gruppen die sich aus Erwachsenen zusammensetzen. Insgesamt waren nur drei Kinder in der Gruppe der Bustouristen vertreten.

Die gastronomischen Angebote wurden von der Mehrheit der Befragten genutzt und gern in Anspruch genommen. Nur etwa jede zwanzigste Person beabsichtigte dies nicht zu tun. Demzufolge erschließt sich daraus, dass das reichhaltige Angebot des gastronomischen Bedarfs den Ansprüchen der Tagestouristen gerecht wird. Unklar scheint jedoch, weshalb knapp 80 % der befragten Besucher keine gastronomische Beurteilung abgaben. Eventuell war der Mangel an direkten Vergleichsmöglichkeiten zu anderen Städten, oder schlichte Unsicherheit ein ausschlaggebender

Grund. Diese Haltung wird auch bei den Fragen nach dem Preis-Leistungsverhältnis der Stadt, der Freizeitgestaltung und dem Maß an Familienfreundlichkeit sehr deutlich. Jedoch wurden die Fragen über die Atmosphäre des Stadtbildes und die Attraktivität der Sehenswürdigkeiten von der Mehrheit als gut bis befriedigend eingeschätzt. Sicher konnte bei der Beantwortung der Fragen auf einen Vergleich mit anderen Städten verzichtet werden, vielmehr spielten hier emotionale Eindrücke und intuitive Wahrnehmungen bei der Benotung eine entscheidende Rolle.

## 6. Zusammenfassung

Die empirische Untersuchung der Verhaltensweisen und Meinungen von Bus- und Gruppenreisenden in Bad Gandersheim liefert zusammengefasst folgende Ergebnisse:

- Die Besucher waren nicht länger als acht Stunden in der Stadt.
- Der größte Teil von ihnen ist über 60 Jahre alt.
- Die Gäste nahmen an einem Programm teil, welches meistens von Stadtführern geleitet wurde.
- Das Internet, die Touristinformation oder Prospekte vor Ort wurden von Gruppenreisenden kaum genutzt. Die Reise wurde durch einen Veranstalter im Vorfeld organisiert. Die einzelnen Teilnehmer waren während der Tagesgestaltung daher eher passiv.
- Das Hauptmotiv für den Besuch war die Stadtbesichtigung.
- Besichtigt wurde hauptsächlich der Bereich um die Stiftskirche.
- Das gastronomische Angebot nahmen fast alle Reisenden in Anspruch, bewerteten es aber nicht.
- Fast alle Besucher würden gerne wieder kommen, dann aber selbst organisiert.
- Von einem Busunternehmen organisierte Reisen lassen den Teilnehmern wenig Zeit, sich unabhängig von der Gruppe im Ort zu bewegen.
- Bei vielen Fragen waren die Gäste unsicher und antworteten mit „weiß nicht“. Offene Fragen wurden selten beantwortet.
- Die Touristinformation und die Reiseleiter einiger Gruppen haben unsere Untersuchung nicht unterstützt.

Abschließend ist noch einmal zu betonen, dass diese ermittelten Ergebnisse nicht repräsentativ sind, da der Untersuchung nur 47 erhobene Fragebogen aus drei Gruppen zu Grunde lagen.

# **Auswertung der Befragung von Campingplatzbesuchern**

*Kathi Emer, Anne-Katrin Ewers, Julia Herzberger, Christopher Krug, Marietta Schax,  
Kathrin Wingert*

## **INHALTSVERZEICHNIS**

1. Aufgabenstellung
2. Hypothesen
3. Vorgehensweise
4. Ergebnisse
5. Analyse und Interpretation der Ergebnisse
6. Reflektion

## 1. Aufgabenstellung

Die Stadt Bad Gandersheim verzeichnete in den letzten Jahren einen Besucherrückgang, was dem Einzelhandel und der Gastronomie Bad Gandersheims schadete. Um diesem Trend entgegen zu treten sowie die Ursachen zu erforschen, beauftragte die Stadt Bad Gandersheim den Verein ZELT e.V (Zentrum für Landschaftsinterpretation und Tourismus), der sich an das Geographische Institut der Georg-August-Universität Göttingen wandte.

Die Aufgabe bestand darin, das „Touristische Potenzial Bad Gandersheims“ bezüglich unterschiedlicher Zielgruppen zu untersuchen. Es sollte die Wirkung Bad Gandersheims auf die Gäste herausgefunden werden, wobei ein besonderes Augenmerk darauf gelegt wurde, was als positiv oder negativ empfunden wird. Die daraus entstehenden Ergebnisse können als Ansatzpunkte für die Verbesserung der touristischen und wirtschaftlichen Situation der Stadt dienen.

Nachdem im Wintersemester 2003/2004 im Rahmen eines ähnlichen Projektes die Kurgäste befragt wurden, sind die Zielgruppen nun Tagesbesucher, Busreisegruppen, Übernachtungsgäste, Domfestspiel- und Campingplatzbesucher.

Im folgenden Bericht beziehen sich alle Arbeitsschritte und Ergebnisse auf die Campingplatzbesucher.

## 2. Hypothesen

Unser erster Arbeitsschritt war, Hypothesen über das Verhalten der Campinggäste aufzustellen um diese später anhand der Ergebnisse zu verifizieren oder zu falsifizieren. Dabei entstanden folgende Hypothesen:

- *Ein Großteil der Campingplatzbesucher sind Dauercamper.*
- *Die Besucherzahlen sind in den letzten Jahren zurückgegangen.*
- *Die Besucher nutzen die Gastronomie und die Einkaufsmöglichkeiten der Stadt wenig.*
- *Bei den Besuchern handelt es sich vorwiegend um ältere Personen.*
- *Die Campingplatz ist am Wochenende stärker frequentiert.*
- *Der Grund für einen Besuch in Bad Gandersheim ist der Campingplatz und nicht die Stadt.*

Hieraus entwickelte sich die für unseren Forschungsbereich wesentliche Fragestellung:

*Inwieweit nutzen die Campinggäste die Angebote der Stadt?*

### 3. Vorgehensweise

Um einen Einblick in die Problematik der Stadt Bad Gandersheim zu bekommen, nahmen wir an der Präsentation der Ergebnisse der Gruppe des letzten Semesters unter der Leitung von Dr. M. Waibel teil. Im Anschluss an diese Veranstaltung besuchten wir unser zukünftiges Untersuchungsfeld und führten ein erstes Gespräch mit der Campingplatzbetreiberin.

In Anlehnung an das Seminar im vorigen Semester wählten wir eine quantitative Untersuchungsmethode, den standardisierten Fragebogen, da uns diese am sinnvollsten erschien. Der Kurs entwickelte vorerst einen für alle Zielgruppen einheitlichen Fragebogen, der dann von den jeweiligen Gruppen mit spezifischen Fragen erweitert wurde. So gingen einige Fragen an unsere Zielgruppe auf die Bewertung des Campingplatzes ein. Des Weiteren entwarfen wir Fragen für ein Intensivinterview mit der Betreiberin, das wenige Tage später vor Ort stattfand. Bei dieser Gelegenheit führten wir einen Pretest des Fragebogens durch, wobei sich dieser als geeignet erwies.

In den folgenden Wochen fanden sechs Feldaufenthalte statt, bei denen wir die Campinggäste persönlich anhand des Fragebogens befragten, so dass wir insgesamt 77 ausgefüllte Fragebögen auswerten konnten. Während unserer Aufenthalte bekamen wir selbst durch teilnehmende Beobachtung einen Eindruck des Campingplatzes, ebenso erhielten wir durch mitteilungsfreudige Campingplatzbesucher viele weitere Randinformationen über den Kurort Bad Gandersheim. Die Auswertung der Daten erfolgte EDV-gestützt mit SPSS (Statistical Package for Social Scientist). Im Anschluss wurden die Ergebnisse für jede Zielgruppe separat ausgegeben.

Bei der Durchführung der Befragung stellten wir fest, dass die Gespräche mit den Campinggästen zeitlich sehr stark variierten. Außerdem war die Möglichkeit, Besucher zu befragen eingeschränkt, da nicht genügend Campingplatzbesucher anzutreffen waren bzw. einige nicht bereit waren uns zu antworten. Aus diesem Grund konnten wir nicht die geplante Zahl von einhundert Fragebögen erreichen.

## 4. Ergebnisse

Abb. 1

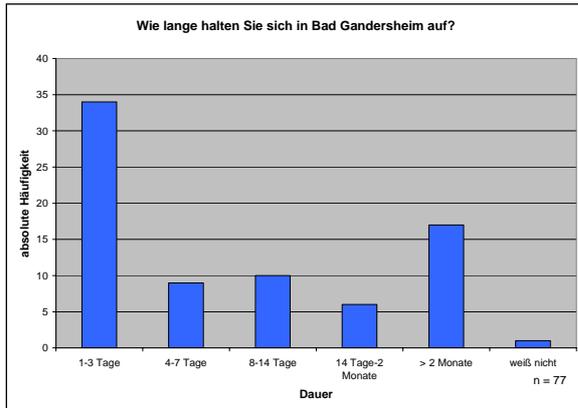


Abb. 2.1

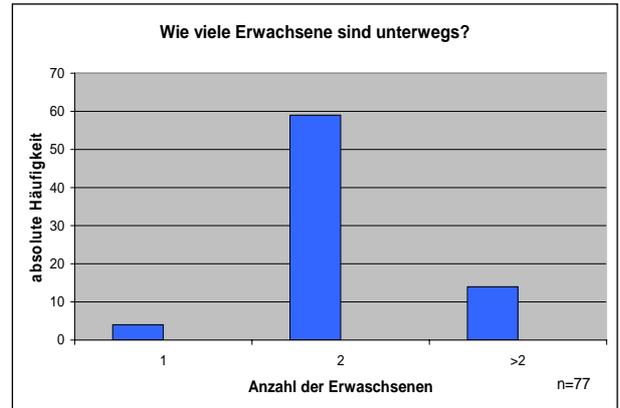


Abb. 2.2

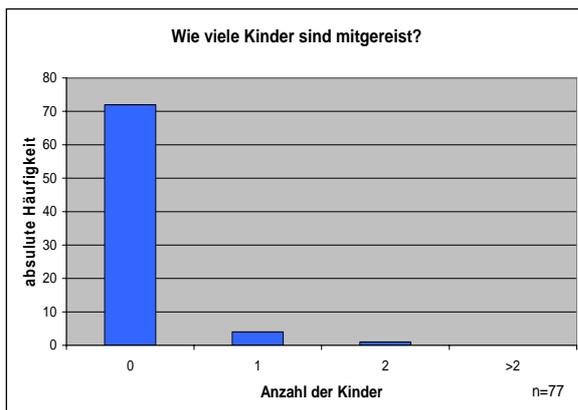


Abb. 3.1

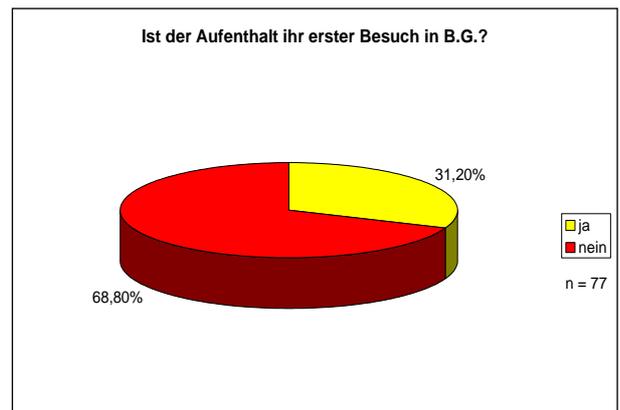


Abb. 3.2

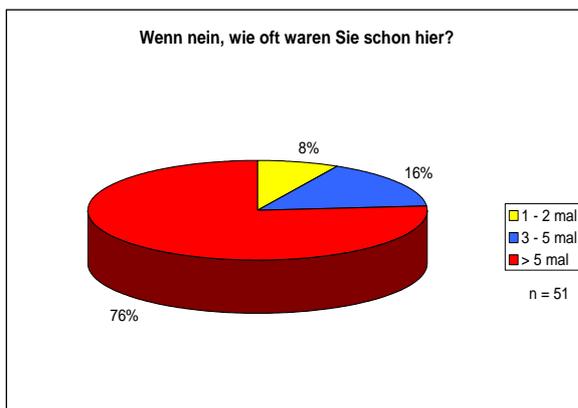
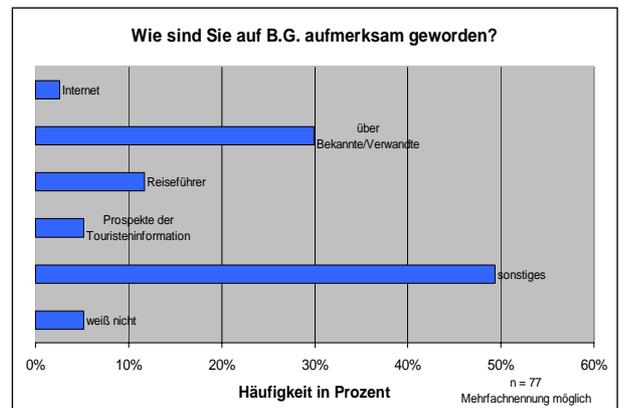
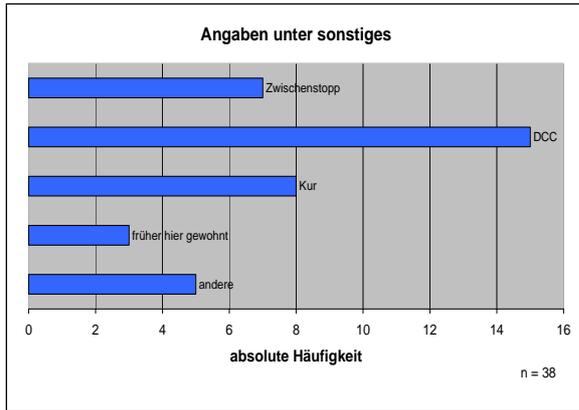


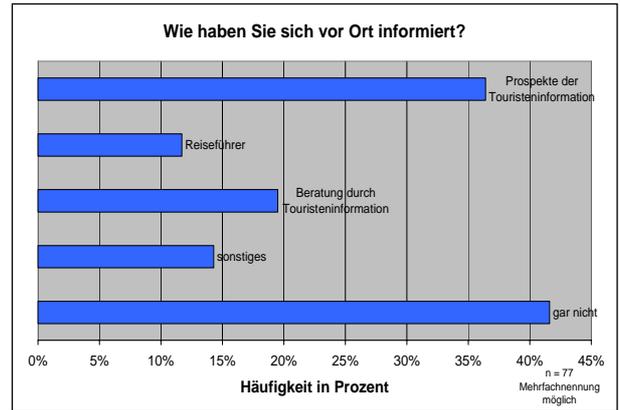
Abb. 4.1



**Abb. 4.2**



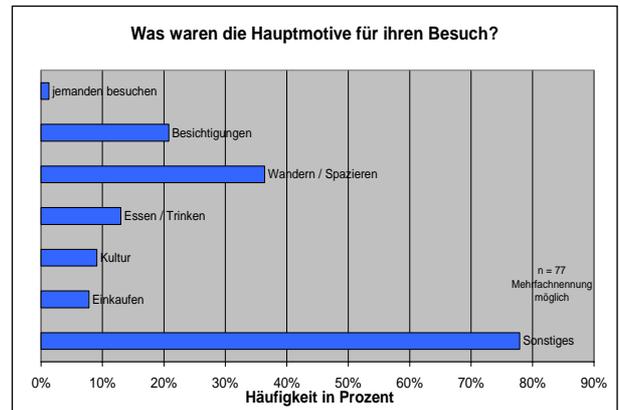
**Abb. 5**



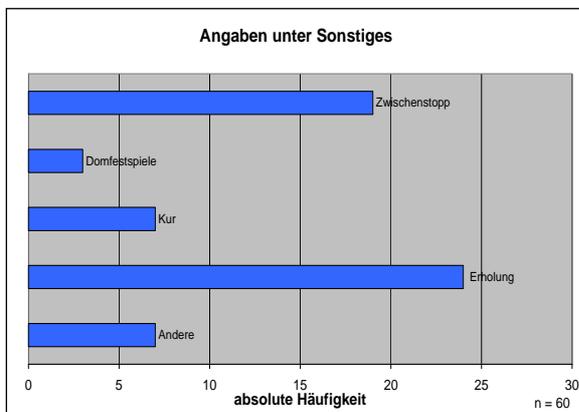
**Abb. 6**



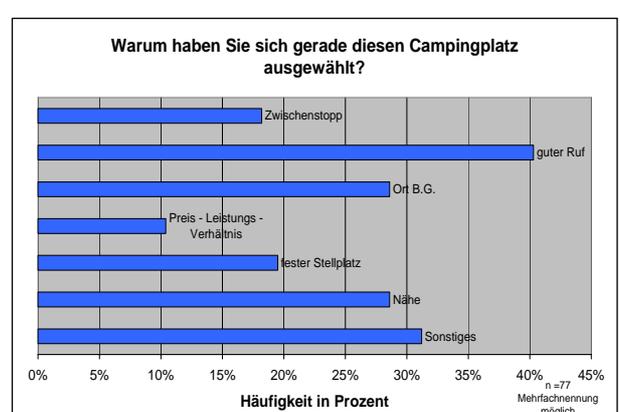
**Abb. 7.1**



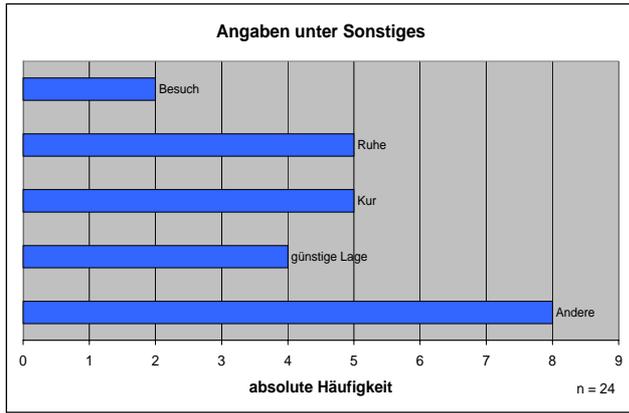
**Abb. 7.2**



**Abb. 8.1**

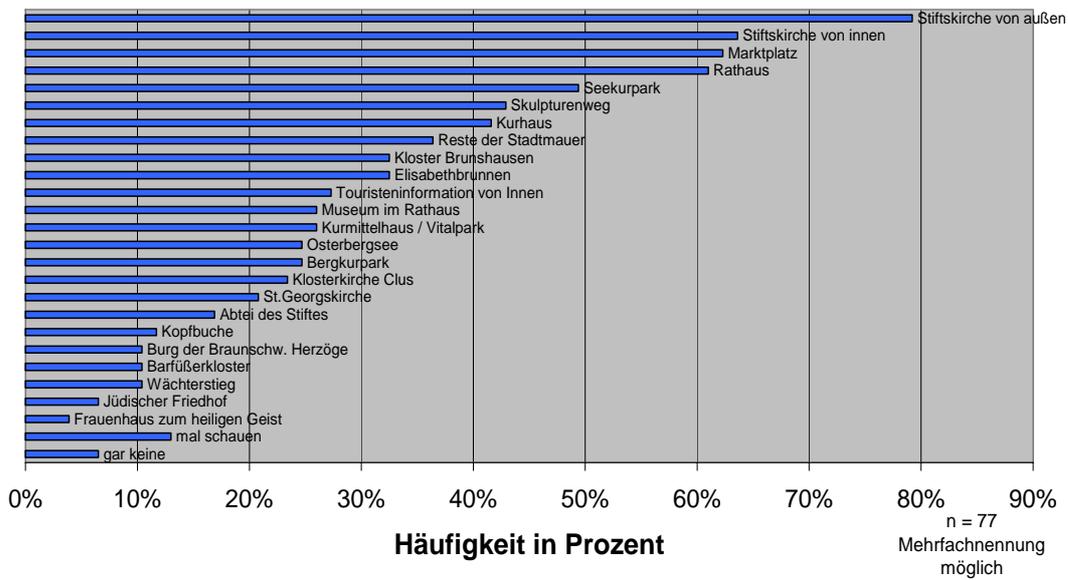


**Abb. 8.2**

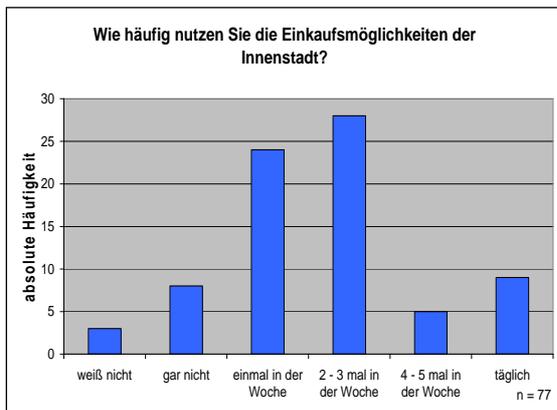


**Abb. 9**

**Welche Sehenswürdigkeiten haben Sie sich angesehen bzw. wollen sie sich ansehen?**



**Abb. 10**



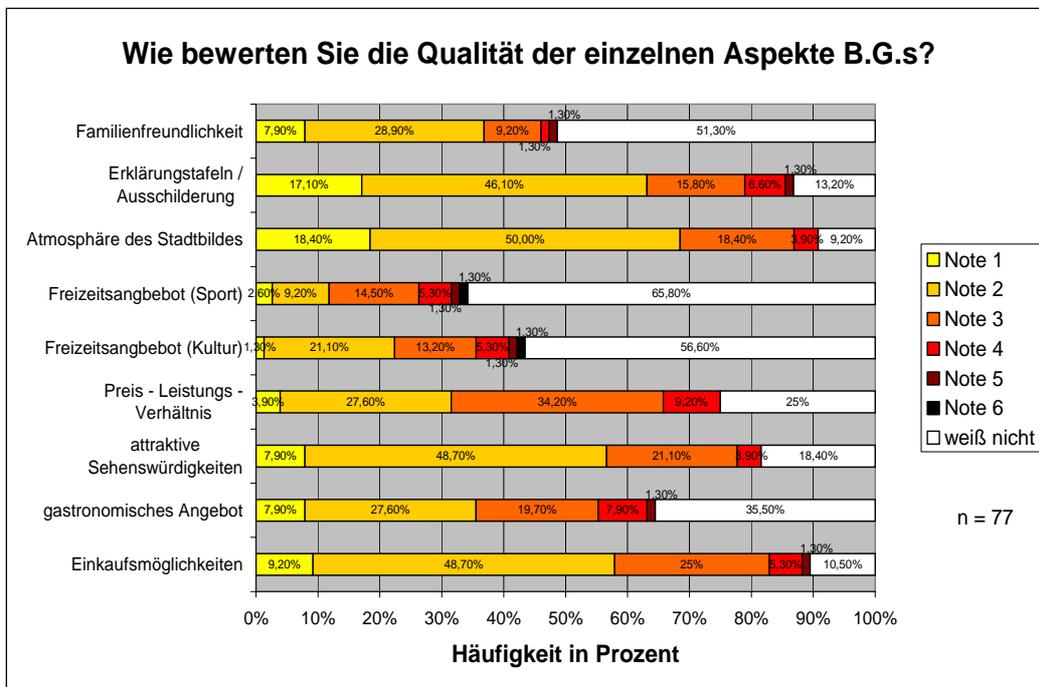
**Abb. 11**



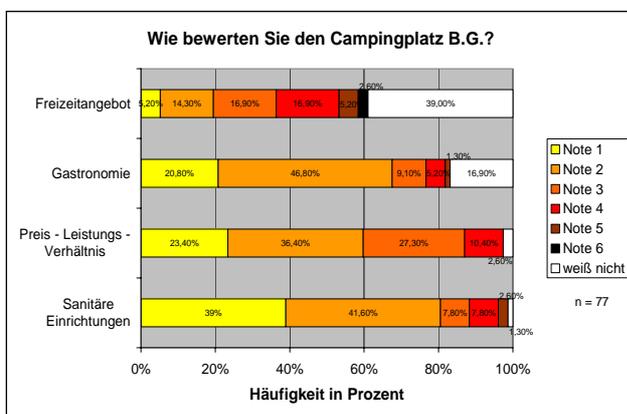
**Abb. 12**



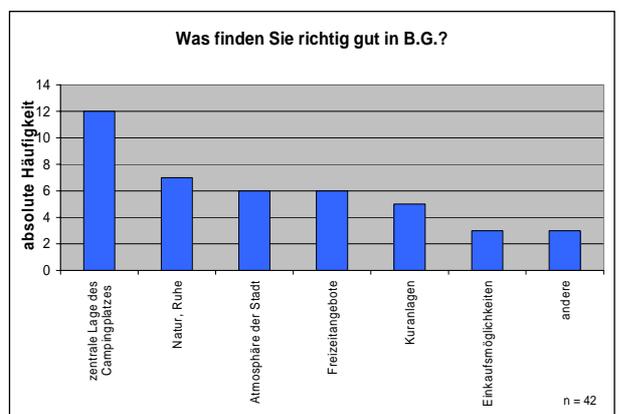
**Abb. 13**



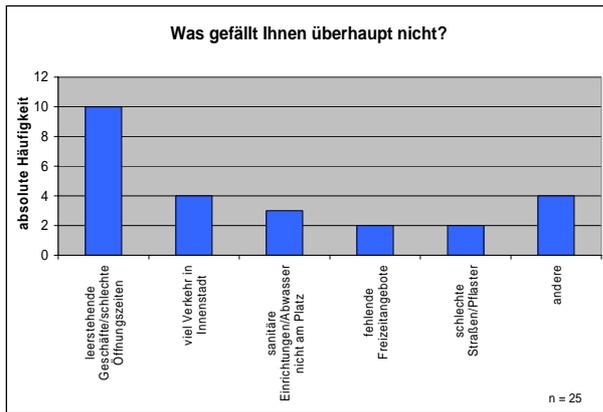
**Abb. 14**



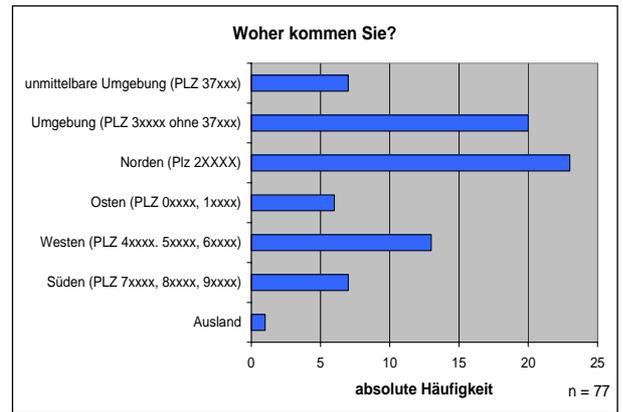
**Abb. 15**



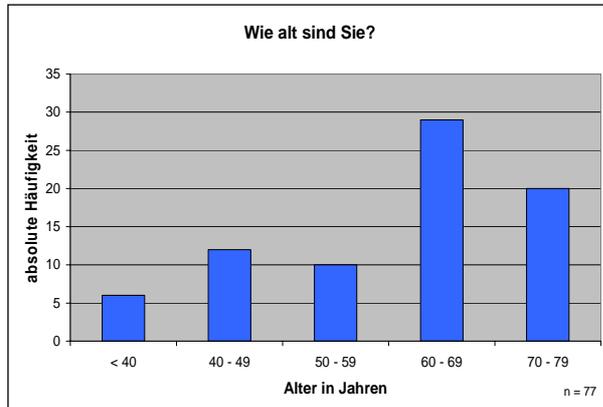
**Abb. 16**



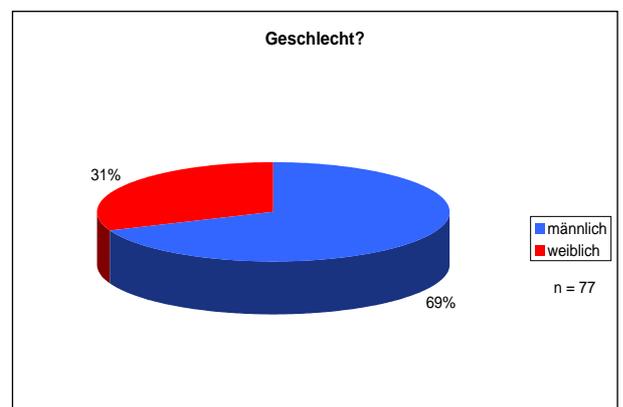
**Abb. 17**



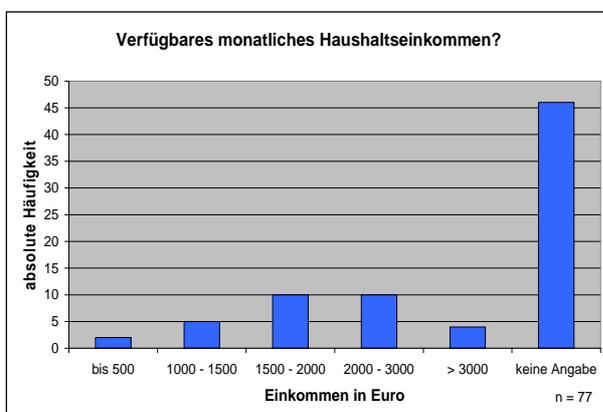
**Abb. 18**



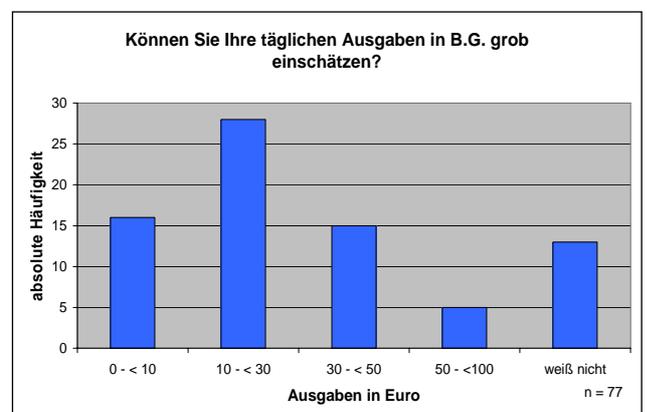
**Abb. 19**



**Abb. 20**



**Abb. 21**



## 5. Analyse und Interpretation der Ergebnisse

Bei der Auswertung der Ergebnisse fällt zunächst auf, dass die Gäste hauptsächlich zwei bis drei Tage oder mehrere Wochen in Bad Gandersheim verweilen (vgl. Abb.1). Vermutlich handelt es sich um Wochenendbesucher oder um Gäste, die sich auf der Durchreise befinden. Es ist anzunehmen, dass der andere Teil hauptsächlich Dauercamper sind, die einen festen Stellplatz in Bad Gandersheim haben (knapp 40 % aller Befragten). Auffällig ist, dass knapp 80 % der Befragten zu zweit reisen. Zieht man das Alter mit in Betracht, handelt es sich nach unserer Auffassung um Paare im Rentenalter, was sich mit unseren Beobachtungen vor Ort deckt. Neben diesen Paaren besuchen Gruppen verschiedener Größe den Campingplatz, die hauptsächlich mittleren Alters sind. Mitreisende Kinder oder junge Familien sind kaum anzutreffen (vgl. Abb.18, Abb.2).

Zwei Drittel der Besucher sind nicht zum ersten Mal in Bad Gandersheim. Von diesen sind viele mit mehr als fünf Besuchen Stammgäste. Somit ist davon auszugehen, dass sich der Großteil der Besucher auf dem Campingplatz wohlfühlt (vgl. Abb.3.1, Abb.3.2).

Bei der Frage nach dem Aufmerksamwerden auf die Stadt Bad Gandersheim gehen die Antworten in sehr unterschiedliche Richtungen. Als Anstoß für einen Besuch werden hauptsächlich der Deutsche Camping Club sowie Bekannte und Verwandte genannt. Dies zeigt, dass bereits vorhandene Informationsquellen zu diesem Kurort zu wenig wahrgenommen werden oder es an solchen mangelt (vgl. Abb.4.1, Abb.4.2).

Direkt vor Ort informieren sich circa 40 % der Campinggäste gar nicht. Diejenigen, die sich informieren, nehmen Touristeninformation und Prospekte zu Hilfe (vgl. Abb.5).

Bei der Frage nach den Hauptmotiven für den Besuch in Bad Gandersheim sind bei den vorgegebenen Antworten „Wandern und Spazieren“ gewählt worden. Ebenso wichtig ist vielen Besuchern das Bedürfnis nach Erholung und Ruhe. Im Gegensatz dazu spielen die Besichtigungen und kulturellen Aspekte der Stadt eine untergeordnete Rolle. Als Grund für den Aufenthalt in Bad Gandersheim wird von einem Teil der Gäste aber auch ein Zwischenstopp genannt (vgl. Abb.7.1, Abb.7.2). Dieser Aspekt wird auch von Vielen bei der Frage nach dem Grund für die Wahl des Campingplatzes genannt, da dieser für Durchreisende gut erreichbar ist. Außerdem ist der gute Ruf des Campingplatzes bei der Auswahl des Reiseziels von Gewicht. 40 % der Befragten nennen dies als Beweggrund. Aber nahezu 30 % geben den Ort selbst und dessen Umgebung als Anreiz an. Ebenso oft wird der Campingplatz aufgrund der Nähe zum Heimatort aufgesucht. Trotz der Möglichkeit eines Kuraufenthalts wird dies selten als Grund aufgeführt (vgl. Abb.8.1,

Abb.8.2). Dies veranschaulicht den Rückgang der Besucherzahlen im Kurbereich. Gestützt werden diese Schlüsse von den Aussagen der Campingplatzbetreiberin.

Bei der Betrachtung der besichtigten Sehenswürdigkeiten fällt auf, dass die Stiftskirche von 80 % der Befragten besucht wird. Weitere stark frequentierte Orte sind das Rathaus, der Marktplatz und der Seekurpark. Mehr als die Hälfte der von uns befragten Campinggäste geben zum Zeitpunkt der Befragung an, diese bereits besichtigt zu haben bzw. sie später noch besichtigen zu wollen. Weniger reizvoll oder bekannt scheinen die Kopfbuche, die Burg der Braunschweiger Herzöge, das Barfüßerkloster und der Wächterstieg zu sein. Am Seltensten werden der Jüdische Friedhof und das Frauenhaus „Zum Heiligen Geist“ in der Befragung genannt. Grund hierfür ist vermutlich die große Distanz dieser Anlaufstellen zum Campingplatz (vgl. Abb.9).

Das gastronomische Angebot des Kurortes wird von den Campinggästen gut angenommen. Zwei Drittel nutzen die Gastronomie, die somit erwünscht ist und genutzt wird (vgl. Abb.12).

Die Einkaufsmöglichkeiten der Innenstadt werden von fast allen Campingplatzbesuchern genutzt. So gehen 67 % ein- bis dreimal pro Woche zum Einkaufen, 18 % finden noch häufiger den Weg in die Innenstadt. Lediglich jeder Zehnte macht keinen Gebrauch von den hiesigen Einkaufsangeboten. Letztere befinden sich vermutlich auf der Durchreise (vgl. Abb.10).

Im Gegensatz zur Nutzung der Einkaufsmöglichkeiten wird das Kultur- und Freizeitangebot sehr viel seltener in Anspruch genommen. Über die Hälfte aller Campinggäste machen keinen Gebrauch von derlei Möglichkeiten. Jeder Vierte gibt an, einmal in der Woche diese Angebote der Stadt wahrzunehmen. Bei den Feldaufenthalten wurde deutlich, dass es sich hierbei meistens um Schwimmbadgänger handelt (vgl. Abb.11).

Obwohl das Hauptmotiv des Aufenthalts der Gäste nicht im Ort selbst begründet liegt, fällt die Bewertung der Stadt durchaus positiv aus. Belegt wird dies durch die durchschnittlich guten bis befriedigenden Bewertungen der Einkaufsmöglichkeiten, der Sehenswürdigkeiten und des gastronomischen Angebots. Unwesentlich schlechter urteilen die Campingtouristen über das Preis-Leistungsverhältnis der Stadt. Besonders zufrieden sind die Befragten mit der Atmosphäre des Stadtbildes und den Erklärungstafeln bzw. Ausschilderungen des Kurorts. Über die Hälfte gibt keine Bewertung über das Kultur- und Sportangebot Bad Gandersheims ab. Dies kann damit begründet werden, dass diese Angebote nur wenig genutzt werden. Ebenso fiel es den Befragten schwer, die Familienfreundlichkeit der Stadt einzuschätzen, da das Durchschnittsalter der Cam-

pingurlauber relativ hoch ist und kaum mitreisende Kinder vor Ort sind, weshalb wenig Augenmerk auf diesen Aspekt gelegt wird (vgl. Abb.13).

Noch besser als die einzelnen Aspekte der Innenstadt wird der Campingplatz bewertet. Besonders die sanitären Einrichtungen entsprechen den Vorstellungen unserer Zielgruppe, so empfinden 80 % diese als gut oder sehr gut. Auch das Preis- Leistungsverhältnis und die Gastronomie schneiden gut ab. Diese guten Noten erklären die wiederkehrenden Aufenthalte vieler Gäste auf dem Campingplatz Bad Gandersheim und dessen guten Ruf. Lediglich das Freizeitangebot lässt in den Augen der Befragten zu Wünschen übrig (vgl. Abb.14).

Bei der offenen Frage „Was finden Sie richtig gut in Bad Gandersheim?“ sind die herausragenden Antworten die zentrale Lage des Campingplatzes zu Autobahn und Innenstadt, die Natur und Ruhe sowie die Kleinstadtatmosphäre. Einzelnennungen sind neben anderen die Sauberkeit der Stadt, das Schwimmbad, die Kuranlagen, die Domfestspiele und die Fußgängerzone (vgl. Abb.15).

Als auffallend störend empfunden werden dagegen die „tote“ Innenstadt mit ihren leer stehenden Geschäften und ungünstigen Öffnungszeiten. Des Weiteren äußern sich die Gäste negativ über das hohe Verkehrsaufkommen in der Innenstadt (vgl. Abb.16).

Bei der Betrachtung der statistischen Angaben ergibt sich folgendes Bild: knapp 30 Prozent der Urlauber reisen aus der Umgebung an (PLZ-Bereich 3xxxx), der nächstgrößere Teil an Besuchern stammt aus Nord- und Westdeutschland. Aus den übrigen Regionen Deutschlands reisen verhältnismäßig weniger Gäste, aus dem Ausland lediglich eine Person an (vgl. Abb.17). Dieser große Anteil an Besuchern aus der Region kann mit einem der Hauptmotive für einen Aufenthalt in Bad Gandersheim, nämlich der Nähe zum Heimatort, in Verbindung gebracht werden. Es ist anzunehmen, dass es sich bei dieser Gruppe überwiegend um Dauercamper handelt.

Die Abbildung 19 erweckt den Eindruck, dass das Verhältnis zwischen Frauen und Männern unausgewogen ist, was an den auskunftsfreudigeren Männern liegt, deren Partnerinnen nicht extra befragt wurden.

Bei der Frage nach dem verfügbaren monatlichen Haushaltseinkommen (vgl. Abb.20) bekamen wir wenig Resonanz, sodass hier keine großen Schlüsse gezogen werden können.

Unsere Zielgruppe gibt in der Mehrheit zehn bis dreißig Euro pro Person und Tag in Bad Gandersheim aus. Die Tendenz zeigt hierbei nach oben. Allerdings lässt sich vermuten, dass von vielen Befragten die Gebühren für den Campingplatz mit eingerechnet werden (vgl. Abb.21).

## 6. Reflektion

Im Zusammenhang mit der von uns eingangs formulierten zentralen Fragestellung über das Ausmaß der Nutzung städtischer Angebote durch unsere Zielgruppe werden im Folgenden die einzelnen Hypothesen überprüft, um zu einem abschließenden Fazit und somit zur Beantwortung der Fragestellung zu gelangen.

Bei den Campingtouristen handelt es sich entgegen unseren Annahmen nur zu einem Drittel um Dauercamper. Andererseits ist zu bedenken, dass die Dauercamper nur einmal befragt wurden, bei jedem Feldaufenthalt aber jeweils neu angereiste Gäste für ein Interview zur Verfügung standen. Aus diesem Grund entsprechen unsere Ergebnisse nicht dem durchschnittlichen Verhältnis von Dauercampern und Kurzurlaubern. Insgesamt befinden sich unter den vierhundert vorhandenen Plätzen neunzig langfristig vermietete Stellplätze.

Ob die Besucherzahlen in den letzten Jahren zurückgegangen sind, war uns nicht möglich mit Hilfe der Befragung herauszufinden, jedoch wurde durch das Gespräch mit der Campingplatzbetreiberin unsere Vermutung in der Hinsicht bestätigt, dass die Besucherzahlen in den vergangenen Jahren in Folge der Einsparungen im Gesundheitswesen zurückgegangen sind. Um diesem Trend entgegen zu wirken, wird auf dem Campingplatz seit diesem Jahr mit verschiedenen Zusatzangeboten geworben. Dabei handelt es sich beispielsweise um Kurzkuren, die über fünf bis zehn Tage dauern und verschiedene Wellnessangebote und Massagen beinhalten.

Unsere Annahme, dass die Besucher die Gastronomie in Bad Gandersheim wenig nutzen, bestätigte sich nicht. Wie in Abbildung 12 ersichtlich schließt nur ein Drittel der Befragten den Besuch der städtischen Gastronomie aus. Ebenso wurden die Einkaufsmöglichkeiten etwas häufiger in Anspruch genommen als von uns im Vorfeld vermutet. Zusammenfassend lässt sich in diesem Punkt sagen, dass es sich bei den Campingurlaubern nicht ausschließlich um Selbstverpfleger handelt, vielmehr werden auch die Angebote der Stadt genutzt.

Unsere Hypothese „Bei den Besuchern handelt es sich vorwiegend um ältere Personen“ können wir nach Abschluss der Befragung verifizieren. Das Durchschnittsalter unserer Zielgruppe liegt bei 62 Jahren.

Über die Unterschiede der Auslastung des Campingplatzes werktags und am Wochenende ist anhand der Befragung keine Aussage zu treffen. Unter unseren Feldaufenthalten befanden sich

lediglich zwei innerhalb der Woche, bei denen wir, wie vorher angenommen, tatsächlich weniger Interviewpartner antrafen, was jedoch nur unserem subjektiven Empfinden entspricht.

Die letzte Hypothese „Der Grund für einen Besuch in Bad Gandersheim ist der Campingplatz und nicht die Stadt“ kann nahezu verifiziert werden. Denn wie schon oben ausgeführt, sind das Bedürfnis nach Ruhe und Erholung sowie die gute Reputation des Campingplatzes die Hauptbeweggründe für einen Besuch.

Abschließend kann hervorgehoben werden, dass nicht die Stadt Bad Gandersheim an sich für unsere Zielgruppe den eigentlichen Anreiz für einen Aufenthalt darstellt. Jedoch werden das gastronomische Angebot sowie die Einkaufsmöglichkeiten verhältnismäßig gut angenommen, während Kultur- und Freizeitangebote auffallend wenig in Anspruch genommen werden.

# Übernachtungsgäste

*Sebastian Buttkus, Daniel Heinrich, Tristan Insinger, Axel Molinero, Nicolai Requardt,  
Axel Richter*

## INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung

1. Annahmen und Hypothesen
2. Methoden und Vorgehensweise
3. Deskriptive Ergebnisse
4. Analyse und Interpretation der Ergebnisse
5. Reflektion

## **Einleitung**

Unsere Untersuchungsgruppe war speziell für den Bereich Übernachtungsgäste, die keine Kurgäste sind, zuständig. Der Auftrag beinhaltete hauptsächlich, die touristischen Stärken und Schwächen Bad Gandersheims aufzuzeigen.

### **1. Annahmen und Hypothesen**

Unsere erste Annahme war, es sind Tagesgäste vorhanden und ein Teil von ihnen sind Übernachtungsgäste. Des Weiteren war davon auszugehen, dass die Übernachtungen in den Hotels und Landgaststätten von Bad Gandersheim stattfinden. Obwohl der größte Anteil der Touristen in Bad Gandersheim aus Tagesbesuchern besteht, untersuchte unser Team die Übernachtungsgäste, da wir annahmen, dass diese ein wichtiges Standbein für den Tourismus Bad Gandersheims sind. Aus diesem Grund lautete unsere Hypothese: Die Übernachtungsgäste stellen einen wichtigen Anteil an den Gesamttouristen dar.

### **2. Methoden und Vorgehensweise**

Die von unserer Arbeitsgruppe ausgewählte Methode war die empirische quantitative Untersuchung, die mit Hilfe eines standardisierten Fragebogens durchgeführt wurde.

Unsere Untersuchungsgruppe ist folgenderweise vorgegangen. Als erstes haben wir Fragen zur Art der Unterkunft gestellt. Als nächstes wollten wir wissen, ob schon einmal eine Übernachtung in Bad Gandersheim stattgefunden hat. Des Weiteren interessierte uns die Zufriedenheit der Gäste nach Schulnoten, und ob die Angebote der Hotels genutzt werden. Als letztes stellten wir die wichtigste Frage, ob die Gäste wiederkommen würden. Diese übernachtungsgästespezifischen Schwerpunkte waren in den standardisierten Fragebogen integriert.

Folgende Tabelle soll einen Überblick über die Zahl der ausgeteilten Fragebögen und deren Rücklauf geben.

**Tabelle 1: In die Befragung aufgenommene Hotels in und um Bad Gandersheim**

<b>Name des Hotels</b>	<b>Ausgeteilte Fragebögen</b>	<b>Rücklauf</b>
Hotel Seeblick	30	0
Kurhotel Bartels	30	0
Hotel Waldschlösschen	15	2
Hotel Gerichtsschänke	20	1
Seminar- und Gesundheits- haus Alte Mühle	20	6
Köhlers Landgasthaus	10	0
Beurncafé Sprengel	10	0
<b>Summe</b>	<b>135</b>	<b>9 (7)</b>

Lediglich bei sieben der neun zurückgegebenen Fragebögen waren die übernachtungsgästespezifischen Fragen ausgefüllt.

Im Folgenden eine Zusammenfassung des chronologischen Ablaufs der in Bad Gandersheim stattgefundenen Aktionen:

- 23.05.2004: Besuch bei Herrn Giser zwecks Vorbereitung des Fragebogens und Zusammenarbeit mit der Stadt und den Hoteliers
- 02.06.2004: Zweite Fahrt nach Bad Gandersheim, um die Fragebögen zu verteilen. Das Kohlers Landgasthaus (in Alt Gandersheim) war geschlossen.
- 13.06.2004: Dritte Fahrt nach Bad Gandersheim. Austeilung von 10 zusätzlichen Fragebögen (Seminar- und Gesundheitshaus Alte Mühle und Landgasthaus Bauerncafé Sprengel)
- 29.06.2004: Abholen der Fragebögen.

### **3. Deskriptive Ergebnisse**

Die Ergebnisse sind nicht repräsentativ, da wir von 135 ausgeteilten Fragebögen nur 9 zurückbekamen (siehe Tabelle 1), von denen wiederum bei nur 4 die übernachtungsgästespezifischen Fragen ausgefüllt worden waren.

#### 4. Analyse und Interpretation der Ergebnisse

Eine Interpretation der Daten ist auf Grund der geringen Anzahl an auswertbaren Fragebögen schwierig und dürfte kaum allgemeingültigen Charakter haben. Trotzdem soll nun eine kurze Analyse der Auswertung folgen.

Die Motive für den Besuch der Stadt waren unterschiedlich. Es existierte kein generalisierter Grund für die Übernachtung. Einkaufen spielte bei der Wahl allerdings keine Rolle (genau wie bei den Tagesbesuchern).

Das Alter der Übernachtungsgäste war breit gestreut, lag allerdings nicht unter 35 Jahren (35 bis 76 Jahre). Dieser Wert ist wieder mit dem der Tagesbesucher vergleichbar, bei denen weniger als 14 % 35 oder jünger waren. Daher bleibt die Frage offen, ob Bad Gandersheim für jüngere Leute nicht interessant genug ist.

Die Anzahl an besuchten Sehenswürdigkeiten stand nicht im Verhältnis zur Aufenthaltsdauer. Eine längere Aufenthaltsdauer bedeutete nicht, mehr Sehenswürdigkeiten gesehen zu haben.

Im Folgenden soll eine Bewertung einzelner Aspekte erfolgen. Die Einkaufsmöglichkeiten wurden mit der Durchschnittsnote 3,0 bewertet. Das gastronomische Angebot mit 2,4. Die Sehenswürdigkeiten schnitten mit 2,0 besser ab. Hingegen wurde das Preis-Leistungs-Verhältnis mit 3,0 bewertet, wobei die Noten zwischen 1 und 5 schwankten. Hinsichtlich des Freizeitangebots wurde die Kultur besser bewertet (2,25) als das Sportangebot (3,25). Was die Atmosphäre der Stadt betrifft, wurde diese mit 2,67 (überwiegend mit 2) beurteilt. Sie bekam jedoch eine 5 von einem Übernachtungsgast, der beruflich in der Stadt war und keine Sehenswürdigkeiten gesehen hatte bzw. nicht vorhatte, diese zu besuchen. Daher gibt diese Bewertung keine allgemeingültige Aussage wider (Durchschnittsnote: 2,2). Schließlich wurden sowohl die Erklärungstafeln und Ausschilderung (3,25) als auch die Familienfreundlichkeit (2,75) in den mittleren Benotungsbereich eingestuft.

Nach diesen Ergebnissen sind keine großen Unterschiede zu den Tagesbesuchern festzustellen. Allerdings wurden prozentual mehr Angaben zum kulturellen und sportlichen Angebot gemacht als bei den Tagesbesuchern (diese Angebote werden eher von Übernachtungsgästen als von Tagesbesuchern genutzt).

In Bezug auf die Wahl der Unterkunft war diese bei denjenigen, welche die Fragebögen ausgefüllt hatten bzw. bei den Befragten vom Komfort der Unterkunft unabhängig. Als häufigster Grund für die Wahl wurde eine Empfehlung durch dritte (3 Angaben) angegeben. Auch die Lage der Unterkunft war wichtig (2 Angaben). Weitere Gründe waren der Preis der Unterkunft und

eine Freundschaft mit dem Leiter der Unterkunft (je eine Angabe). Alle Übernachtungsgäste, die ihre Wahl auf Grund der Empfehlung dritter getroffen hatten, übernachteten das erste Mal in Bad Gandersheim. Es besteht deshalb die Frage, ob diese Gäste in Bad Gandersheim wieder übernachten würden. Da die Unterkünfte insgesamt mit der Note 1,7 bewertet wurden und einerseits alle Gäste vorhatten, nach Bad Gandersheim wieder zu kommen (allerdings nicht alle „freiwillig“, da sich einer beruflich und ein anderer mit dem evangelischen Seniorenfrauenkreis aufhielten) und andererseits alle für einen weiteren Aufenthalt die gleiche Unterkunft wählen würden, ist diese Frage positiv zu beantworten.

## **5. Reflektion**

Eine Untersuchung über den Anteil und die Bedeutung der Übernachtungsgäste am Tourismus in Bad Gandersheim konnte zwar in kleinem Maßstab durchgeführt jedoch nicht generalisiert werden.

Die Tatsache, dass wir nur 9 ausgefüllte Fragebögen aus 7 Bad Gandersheimer Hotels und Landgaststätten wiederbekamen, bestätigt unseren Eindruck, den wir vor Ort bekamen: Es sind, eventuell saisonal bedingt, sehr wenige Touristen in den Hotels und Landgaststätten.

Dies widerlegt unsere Hypothese, dass die Übernachtungsgäste einen wichtigen Anteil am Gesamttourismus der Stadt bilden.

Die Befragung hätte möglicherweise Sinn gemacht, wenn wir dazu täglich vor Ort gewesen wären und wir selbst die Übernachtungsgäste befragt hätten, da die Zusammenarbeit der Hoteliers eher gering war.

**Datum:** \_\_\_\_\_ **Name:** \_\_\_\_\_ **Stand-**  
**ort:** \_\_\_\_\_

### **Touristisches Potenzial Bad Gandersheims**

Die Stadt Bad Gandersheim möchte für Sie noch attraktiver werden und führt deshalb in Zusammenarbeit mit dem Geographischen Institut der Universität Göttingen in Bad Gandersheim eine Untersuchung zur **Nutzung und Bewertung touristischer Angebote Bad Gandersheims** durch. Ihre Meinung ist uns sehr wichtig.

Selbstverständlich werden Ihre Angaben **streng vertraulich** behandelt und **anonym** ausgewertet.

allgemeine angaben

#### **1.1 Wie lange halten sie sich in Bad Gandersheim auf?**

##### **1 Tag:**

<1Std    1-<4    4-<8    8-<12    >12    weiß nicht

##### **mehrere Tage:**

wie viel Tage \_\_\_\_\_    weiß nicht

##### **1.1.1 Mit wie vielen Personen sind sie unterwegs?**

Erwachsene: \_\_\_\_\_

Kinder: \_\_\_\_\_

#### **1.2 Ist der Aufenthalt Ihr erster Besuch in Bad Gandersheim?**

ja    nein

##### **1.2.1 Wenn nein, wie oft waren Sie schon hier?**

1 oder 2mal    zwischen 3 und 5mal    mehr als 5mal

#### **1.3 Wie sind Sie auf Bad Gandersheim aufmerksam geworden?**

- Prospekte der Touristeninformation
- Reiseführer

- über Bekannte/Verwandte
- Internet
- weiß nicht       Sonsti-

ges\_\_\_\_\_

**1.4 Wie haben Sie sich vor Ort über Bad Gandersheim informiert?**

- gar nicht
- Beratung durch Touristeninformation
- Reiseführer
- Prospekte der Touristeninformation
- Sonstiges\_\_\_\_\_

**1.5 Haben Sie einen festen Stellplatz auf dem Campingplatz Bad Gandersheim?**

- ja                       nein

**ANGABEN zum freizeitverhalten**

**2.1 Was waren die Hauptmotive für Ihren Besuch?** (Mehrfachantworten möglich)

- Einkaufen
- Essen/Trinken
- Besichtigung
- Kultur
- Wandern, Spazieren
- jemanden besuchen
- weiß nicht
- sonstiges\_\_\_\_\_

**2.1.1 Warum haben Sie sich gerade diesen Campingplatz ausgewählt?** (Mehrfachantworten möglich)

- Nähe zum Heimatort
  - Preis-Leistungs-Verhältnis
  - guter Ruf
  - 
  - Zwischenstopp
  - fester Stellplatz
  - Ort Bad Gandersheim/Umgebung
  - sonsti-
- ges\_\_\_\_\_

**2.2 Welche der folgenden Sehenswürdigkeiten und Einrichtungen haben Sie sich angesehen bzw. wollen Sie sich ansehen? (Mehrfachantworten möglich)**

- |   |  |  |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Stiftskirche (Dom) von außen     | <input type="checkbox"/> Abtei des Stiftes               | <input type="checkbox"/> Kurmittelhaus/<br>Vitalpark |
| <input type="checkbox"/> Stiftskirche (Dom) von innen     | <input type="checkbox"/> Elisabethbrunnen                | <input type="checkbox"/> Museum im Rathaus           |
| <input type="checkbox"/> Rathaus                          | <input type="checkbox"/> Barfüßerkloster                 | <input type="checkbox"/> Reste der Stadtmauer        |
| <input type="checkbox"/> Marktplatz                       | <input type="checkbox"/> Burg der Braunschweiger Herzöge | <input type="checkbox"/> Wächterstieg                |
| <input type="checkbox"/> Touristeninformation (von innen) | <input type="checkbox"/> St. Georgs Kirche               | <input type="checkbox"/> Jüdischer Friedhof          |
| <input type="checkbox"/> Frauenhaus „zum heiligen Geist“  | <input type="checkbox"/> Osterbergsee                    | <input type="checkbox"/> Seekurpark                  |
| <input type="checkbox"/> Bergkurpark                      | <input type="checkbox"/> Kurhaus                         | <input type="checkbox"/> Skulpturenweg               |
| <input type="checkbox"/> Klosterkirche Clus               | <input type="checkbox"/> Kloster Brunshausen             | <input type="checkbox"/> Kopfbuche                   |
| <input type="checkbox"/> gar keine                        | <input type="checkbox"/> mal schauen                     |  |

**2.4 Wie häufig nutzen Sie die Einkaufsmöglichkeiten der Innenstadt?**

- täglich       4 - 5 mal in der Woche       2 – 3 mal in der Woche       einmal  
in der Woche
- gar nicht       weiß nicht

**2.5 Wie häufig nutzen Sie Kultur- und Freizeitangebot wie z.B. Kino oder Sportangebot der Stadt?**

- täglich       4 - 5 mal in der Woche       2 – 3 mal in der Woche       einmal  
in der Woche
- gar nicht       weiß nicht

**2.2 Haben Sie die Gastronomie in Bad Gandersheim genutzt bzw. beabsichtigen Sie diese zu nutzen?**

ja       nein       weiß nicht

**ANGABEN zur angebotsbewertung**

**3.1 Wie bewerten Sie die Qualität der einzelnen Aspekte Bad Gandersheims?**

(nach dem Schulnotensystem 1-6)

Aspekt	1	2	3	4	5	6	Weiß nicht
Einkaufsmöglichkeiten							
Gastronomisches Angebot							
Attraktive Sehenswürdigkeiten							
Preis-Leistungs-Verhältnis							
Freizeitangebot (Kultur)							
Freizeitangebot (Sport)							
Atmosphäre des Stadtbildes							
Erklärungstafeln/Ausschilderung							
Familienfreundlichkeit							

**3.1.1 Wie bewerten Sie den Campingplatz Bad Gandersheim? (nach dem Schulnotensystem 1 – 6)**

Aspekt	1	2	3	4	5	6	Weiß nicht
Sanitäre Einrichtungen							
Preis - Leistungs - Verhältnis							
Gastronomie							
Freizeitangebote							

**3.2 Was finden Sie richtig gut in Bad Gandersheim?**

---

---

**Was gefällt ihnen überhaupt nicht?**

---

---

#### STATISTISCHE ANGABEN

**4.1 Wie lautet der Name Ihres Heimatortes? \_\_\_\_\_ PLZ: \_\_\_\_\_**

**4.2 Wie alt sind Sie** (bitte Alter genau angeben) \_\_\_\_\_ Jahre

**4.3 Geschlecht**

männlich       weiblich

**4.4 Verfügbares monatl. Haushaltseinkommen (netto)**

bis 500 Euro       500-1.000 Euro       1.000-1.500 Euro       1.500-2.000 E  
 2.000-3.000 Euro       über 3.000 Euro       keine Angabe

**4.5 Können Sie Ihre täglichen Ausgaben in Bad Gandersheim grob einschätzen? (pro Person)**

0-<10€       10-<30€       30-<50€       50-<100€       >100€  
 weiß nicht