

Touristische Nachfragedaten

... leider sehr uneinheitlich, begrenzt und eingeschränkt vergleichbar

Entsprechend ist es nur sehr eingeschränkt möglich, datenbasierte Aussagen zur Betroffenheit der touristischen Nachfrage durch die Folgen des Klimawandels zu treffen.

Gerade für Tagesreisen wären zudem tagesscharfe Nachfragedaten wünschenswert, um kurzfristige Reaktionen auf Wetterereignisse erkennen zu können. Solche Daten gibt es aber nur lokal in einzelnen Orten und nicht bundesweit

Ergebnis:

Datensatz mit Nachfragedaten (Ankunft, Übernachtung für die meisten deutschen Reisegebiete auf Monatsbasis von 01/2006 bis 12/2017)

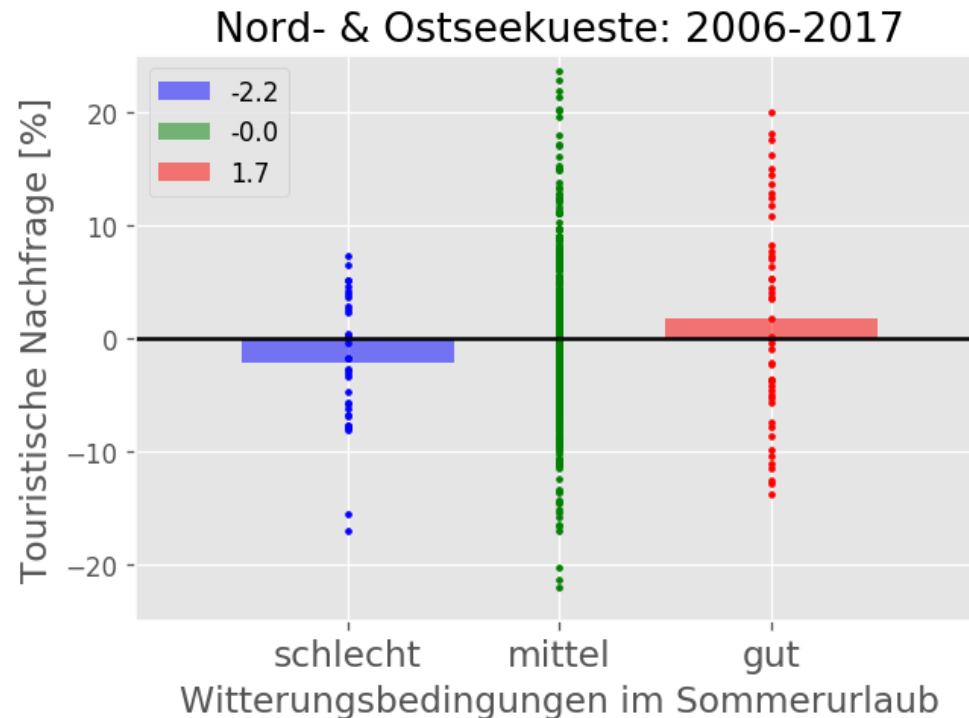


Deutsche Reisegebiete in der amtlichen Statistik

Ex post Analyse: Nachfragedaten und Klimadaten

Vergleich klimatologischer Parameter mit Nachfragedaten

? Welche Nachfrageschwankungen könnten sich auf die Witterungsbedingungen zurückführen lassen?



Gut/schlecht =
mind. 0.5°C wärmer/kälter,
20% weniger/mehr Regen und
20% mehr/weniger Sonnenstunden
Gegenüber dem Mittel

Beispiel: Einfluss von über durchschnittlichen, durchschnittlichen und unterdurchschnittlichen Witterungsbedingungen auf die touristische Nachfrage in den Reisegebieten der Nord- und Ostseeküste in den Sommermonaten (Juni-August)

Viele Mega-Trends beeinflussen Verbraucher

1. Demographischer Wandel
2. Soziale Ungleichheit
3. Unterschiedliche Lebenswelten
4. Digitale Transformation
5. Biotechnische Transformation
6. Wechselhafte Wirtschaftslage
7. Neue Unternehmensverbünde
8. Umweltzerstörung (incl. Klimawandel)
9. Veränderte Arbeitswelten
10. Neue politische Welt(un)ordnung
11. Globale Machtverschiebung
12. Verstädterung



Quelle: Megatrends Update – understanding the dynamics of global change; Z-Punkt; <http://www.z-punkt.de/de/themen/artikel/megatrends>

Betroffenheit der Nachfrageseite

Erkennbare Zusammenhänge: Klimawandel ist nur ein Faktor unter sehr vielen

Langfristige Treiber
(Mega-Trends)

- Demographischer Wandel
- Soziale Ungleichheit
- Unterschiedliche Lebenswelten
- Digitale Transformation
- Biotechnische Transformation
- Wechselhafte Wirtschaftslage
- Neue Unternehmensverbünde
- Umweltzerstörung (incl. **Klimawandel**)
- Veränderte Arbeitswelten
- Neue politische Welt(un)ordnung
- Globale Machtverschiebung
- Verstädterung

...

Kurz- bis mittelfristige
Faktoren

- Konjunktur
- Lokale / regionale Krisen
- **Extremes Wetter**
- **Naturkatastrophen**
- Modeerscheinungen
- Innovationen
- ...



Touristische
Nachfrage

Die touristische Nachfrage wird von so vielen Faktoren bestimmt.

Die Zuordnung von Ursache und Wirkung für einzelne Faktoren außerordentlich schwierig und mit großen Unsicherheiten behaftet ist.

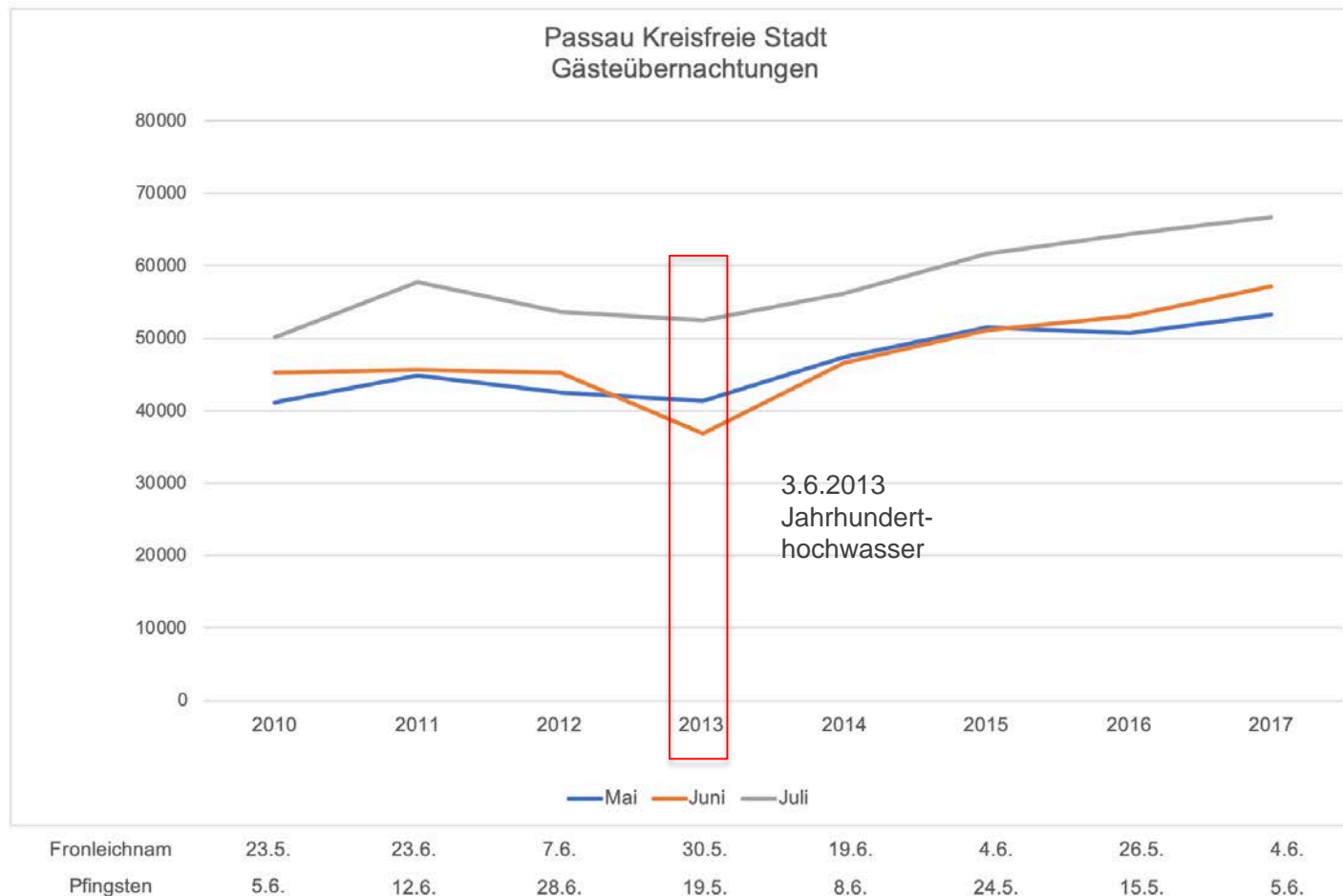
Betroffenheit der Nachfrageseite

Erkennbare Zusammenhänge: Extremereignisse haben messbare Auswirkungen



Betroffenheit der Nachfrageseite

Erkennbare Zusammenhänge: Extremereignisse haben messbare Auswirkungen



Betroffenheit der Nachfrageseite

Erkennbare Zusammenhänge: Extremereignisse haben messbare Auswirkungen

Kreuzfahrt-Tourismus

Warum Straubing noch nicht Teil der Viking-Route ist

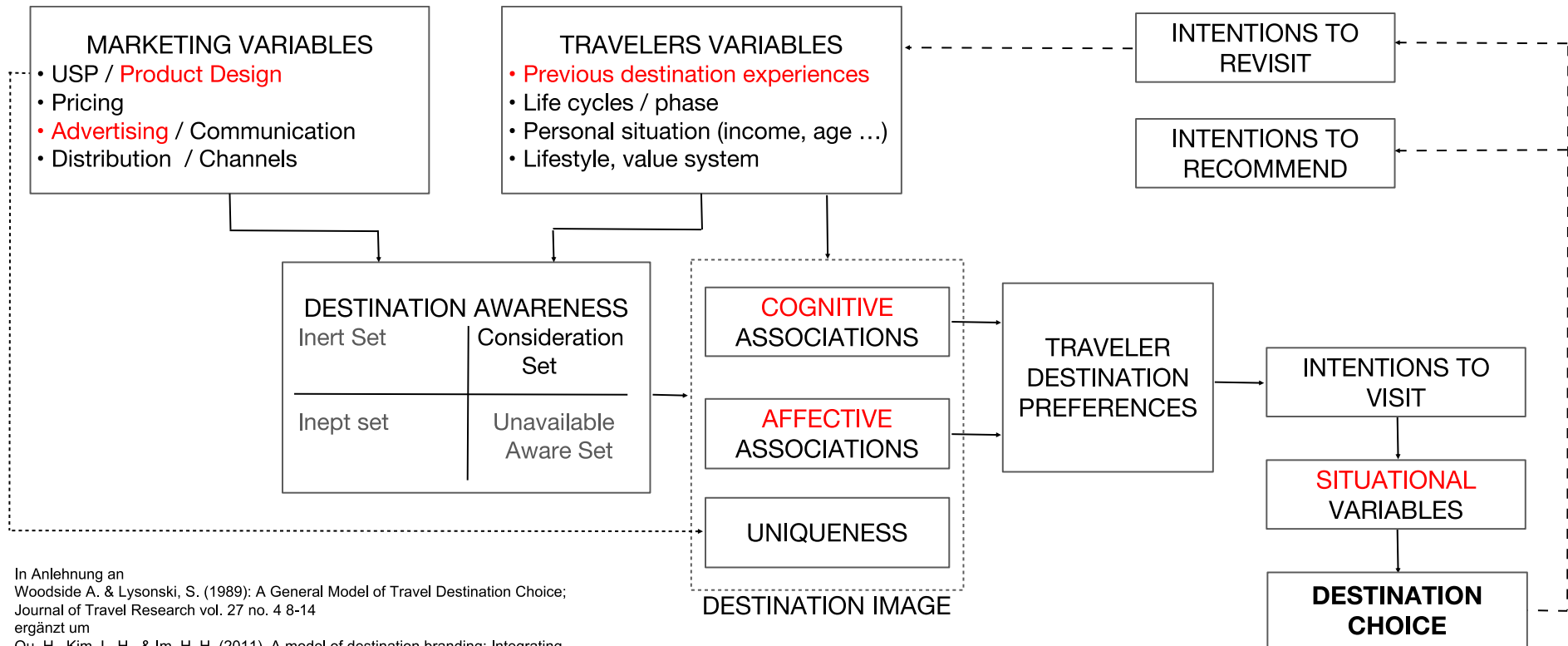
Sophie Schattenkirchner, 03.09.2019 - 17:03 Uhr



Aufgrund des Niedrigwassers der Donau blieben im vergangenen Jahr zahlreiche Flusskreuzfahrtschiffe an der Anlegestelle der Reederei Viking westlich der Schleuse stehen. Foto: Sophie Schattenkirchner

Betroffenheit der Nachfrageseite

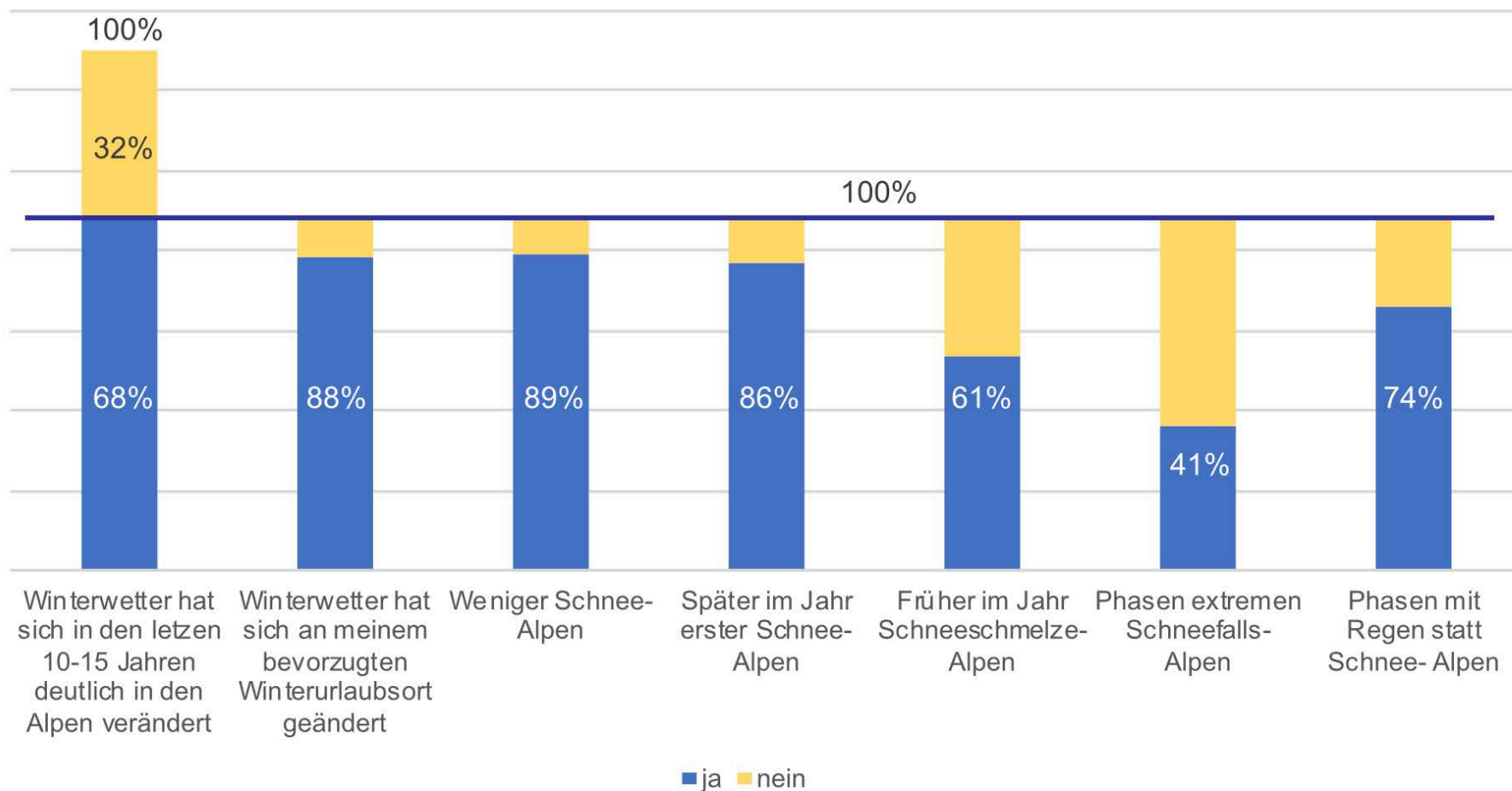
Möglicher Einfluss von Klimawandel auf die Destinationswahl



In Anlehnung an
 Woodside A. & Lysonski, S. (1989): A General Model of Travel Destination Choice;
 Journal of Travel Research vol. 27 no. 4 8-14
 ergänzt um
 Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). A model of destination branding: Integrating
 the concepts of the branding and destination image, Tourism Management, 32(3),
 465–476. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.014>

Klimawandel wird vom Verbraucher wahrgenommen

Wahrnehmung Änderung Wetter in den Alpen



Wahrnehmung des Klimawandels nicht in erster Linie das Ergebnis der Berichterstattung der Medien

	Ja, ich habe bereits wieder einen Winterurlaub in den Alpen fest geplant bzw. gebucht	Ja, ich habe bereits einen Urlaub, jedoch nicht in den Alpen sondern mit einem anderen Ziel	Nein, ich bin noch unschlüssig, ob ich diesen Winter eine Urlaubsreise mache bzw. ich verzichte diesen Winter sicher
aus den Nachrichten / Zeitung / andere Medien	44,1%	44,0%	44,3%
über Internet / social media	26,5%	31,7%	28,4%
durch Berichte von Freunden / Bekannten	41,6%	45,9%	43,8%
eigene Beobachtungen während Reisen in die Alpen	55,9%	60,6%	62,9%
eigene Beobachtungen in meinem Winterurlaubsort	52,9%	50,5%	62,4%

Betroffenheit der Nachfrageseite

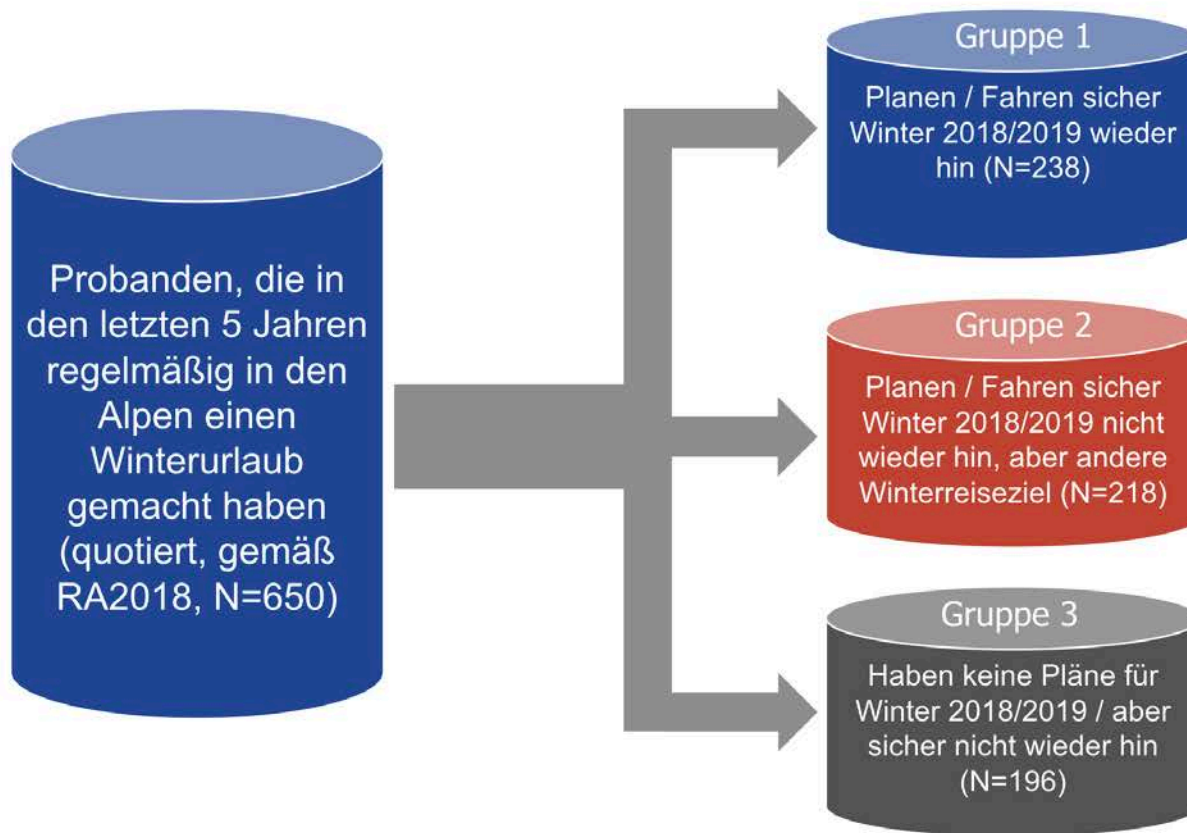
Zu beachten

Touristische Nachfrage ist robust

- Schnelle **und** dauerhafte Reaktionen aufgrund von Einzelfaktoren sind unwahrscheinlich.
- Sie werden mit den übrigen Entscheidungsfaktoren „verrechnet“, so dass die Reaktion „verdünnt“ oder „gepuffert“ ausfällt.
- Konsumentenverhalten im Tourismus ist eine Reaktion auf die Gesamtheit der auf die Nachfrage wirkenden Faktoren.
- Einzelereignisse werden schnell vergessen.
- Eigene Beobachtungen und Einschätzungen vermengen sich mit denen Dritter (generic content / induced content)



Klimawandel als Faktor der Änderung des Reiseziels



Suche nach signifikanten Einflussgrößen für Zielgebiets-Treue oder Wechsel

Gruppe 1: Ja, ich habe bereits wieder einen Winterurlaub in den Alpen fest geplant bzw. gebucht

Gruppe 2: Ja, ich habe bereits einen Urlaub, jedoch nicht in den Alpen sondern mit einem anderen Ziel (z.B. in Deutschland, Europa, Mittelmeer mit Kanaren oder eine Fernreise)

Gruppe 3: Nein, ich bin noch unschlüssig, ob ich diesen Winter eine Urlaubsreise mache bzw. ich verzichte diesen Winter sicher auf diese.

Die Analysen betrachten, wie die Treue / der Wechsel durch Variablen gemäß des gewählten Destinationswahlmodells zu erklärt werden können.

Klimawandel hat nur auf Teiles des Produkts Einfluss

Basisqualität für alle Gäste

Erreichbarkeit
Erholungsatmosphäre am Urlaubsort
Typisch alpines Ortsbild
Gutes Essen / Verpflegung
Freundlichkeit der Gastgeber
Freundlichkeit am Urlaubsort
Winterliche Natur genießen
Spaziergänge, Wanderungen
In die kalte, klare Winterluft rauskommen
Verschneite Winterlandschaft / Wald
Schneefall erleben
Unverbaute, ursprüngliche Landschaft
Bergpanorama
Ruhebereiche ohne Lärm / Verkehr
Zugefrorene Seen und Bäche, Eiszapfen

Wintersport / Skigebiet

Attraktives Skigebiet bzw. Loipenangebot
Leistungsfähige Bergbahnen
Schneesicherheit / Beschneigung
Angebote Ski- Snowboardschule, -verleih
Preise Ski- Snowboardschule, -verleih
Rücksichtnahme auf der Piste
Ausreichend Platz auf der Piste
Wintersport (alpin oder nordisch)

Naturerlebnis und Ruhe

Skitouren / Schneeschuhwandern
Schlittschuhfahren
Tiere im Winter beobachten
Einsame Plätze / Routen / Touren
Geschützte Naturräume (z.B. Nationalpark)

Gemeinschaft & Einkaufen

Einkaufen Lebensmittel / täglicher Bedarf
Shopping, Bummeln und Flanieren
Schlittenfahren / Rodeln
Zusammen im Schnee spielen / toben

Geborgenheit & Heimat

Gemütliche, ursprüngliche Unterkunft
Ursprünglichkeit der Gastgeber
Besuch Berghütten / Berggasthöfen
Typische alpine Speisen / Getränke
Begegnungen mit Einheimischen

Preise

Preis der Unterkunft
Preise für Verpflegung
Preise der Bergbahnen

Wellness & SPA

SPA- / Thermenbesuche
Wellness / sich verwöhnen lassen

Sonne & Party

Après-Ski / Unterhaltung / Disco
Sonnenbaden

Abnehmende Bedeutung im Gesamtprodukt

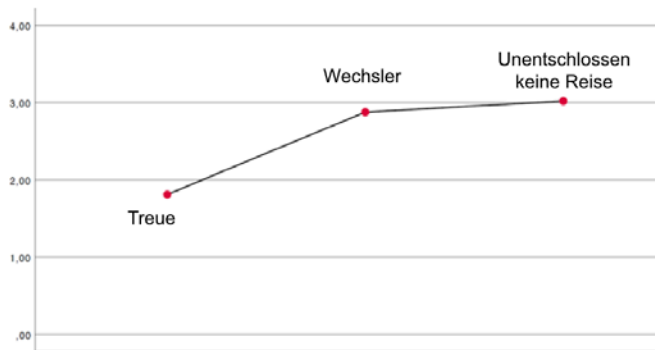
Klimawandel schlägt sich bereits in Zufriedenheit nieder

Element des Winterurlaubsproduktes	unzufrieden in % aller	sehr unzufrieden in % aller	gesamt unzufrieden	Kategorie sehr wichtig für % der Gäste	gesamt unzufrieden sehr wichtig in Kategorie
Tiere im Winter beobachten	12,2%	2,2%	14,3%	66,00%	21,7%
Rücksichtnahme auf der Piste	13,7%	1,5%	15,2%	75,30%	20,3%
Schneefall erleben	12,0%	2,5%	14,5%	77,60%	18,7%
Preise der Bergbahnen	9,7%	0,8%	10,5%	66,00%	15,9%
Zugefrorene Seen und Bäche, Eiszapfen	10,2%	0,9%	11,1%	74,80%	14,8%
Ausreichend Platz auf der Piste	9,2%	0,8%	10,0%	73,50%	13,7%
Einsame Plätze / Routen / Touren	7,4%	1,1%	8,5%	66,20%	12,8%
Preise Ski-, Snowboardschule, -verleih	5,5%	0,8%	6,3%	51,50%	12,3%
Ruhebereiche ohne Lärm / Verkehr	9,5%	0,6%	10,2%	84,90%	12,0%
Geschützte Naturräume (z.B. Nationalpark)	7,2%	1,2%	8,5%	71,60%	11,9%
Schneesicherheit / Beschneigung	8,6%	0,3%	8,9%	75,60%	11,8%
Unverbaute, ursprüngliche Landschaft	9,1%	1,1%	10,2%	86,10%	11,8%
Schlittschuhfahren	3,1%	1,1%	4,2%	36,00%	11,6%
Verschneite Winterlandschaft / Wald	8,6%	0,8%	9,4%	88,40%	10,6%
Zusammen im Schnee spielen / tolen	5,8%	1,1%	6,9%	65,40%	10,6%
SPA- / Thermenbesuche	5,2%	0,9%	6,2%	59,00%	10,5%
Apres-Ski / Unterhaltung / Disco	3,2%	1,2%	4,5%	42,90%	10,4%
Preise für Verpflegung	7,1%	0,9%	8,0%	79,20%	10,1%
Schlittenfahren / Rodeln	4,9%	0,6%	5,5%	57,40%	9,7%

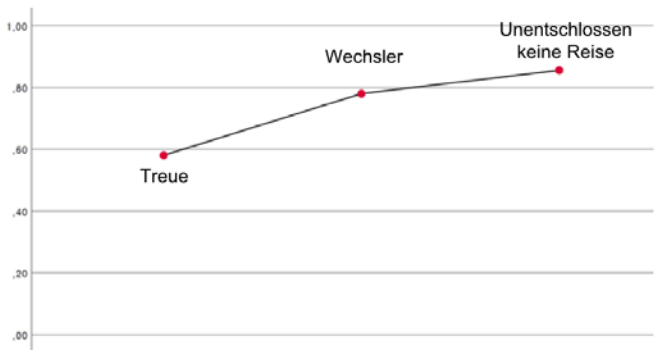
Aber auch Angebotskomponenten, die mit Natur und Landschaft zusammenhängen (grün) wirken sich aus

Klimawandel ist statistisch signifikant Auslöser für Wechsel

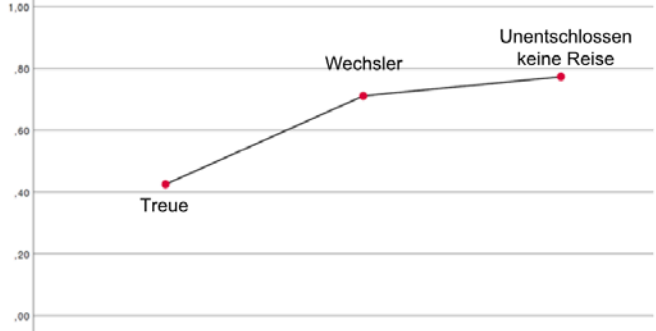
Mittlere Anzahl Elemente etwas unzufrieden



Mittlere Anzahl Winterelemente unzufrieden



Mittlere Anzahl Wintersporelemente unzufrieden

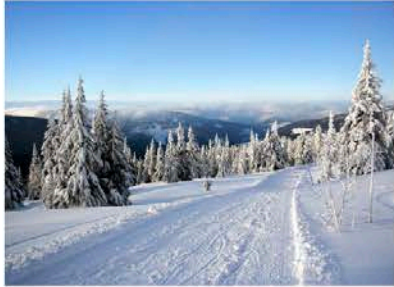


Wenig überraschend und statistisch signifikant: eine höhere Unzufriedenheit löst Wechsel oder Unentschlossenheit aus

Schon wenige Defizite in der touristischen Prozesskette führen zu einer Steigerung der Wechselwahrscheinlichkeit. Bei unzufriedenen Wintersportlern ist der Schwellenwert zum Wechsel sehr niedrig.

Einfaktorielle ANOVA				
		Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Anzahl Kategorien mit geringfügig unzufrieden	Zwischen den Gruppen	97,940	8,082	,000
	Innerhalb der Gruppen	12,118		
Anzahl Kategorien Unzufriedenheit mit Winter	Zwischen den Gruppen	4,486	2,825	,060
	Innerhalb der Gruppen	1,588		
Unzufriedenheit Skifahren / Wintersport	Zwischen den Gruppen	7,727	6,896	,001
	Innerhalb der Gruppen	1,120		
Korrelationen				
Unzufriedenheit Skifahren / Wintersport	Anzahl Kategorien Unzufriedenheit mit Winter			
	Korrelation nach Pearson			,406
	Signifikanz (2-seitig)			,000

Klimawandelanpassungsmaßnahmen vertreiben auch Gäste



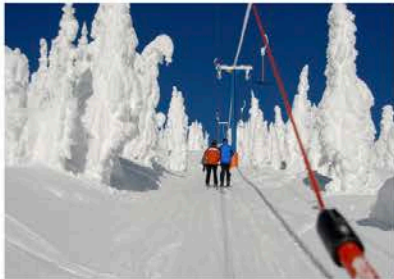
Winterwanderweg 93%



Auerhahn 92%



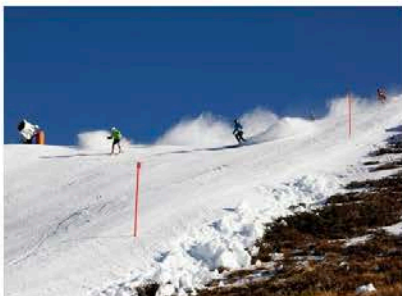
Bergdorf 91%



Schlepplift 75%



Bergrestaurant 55%



Skipiste Kunstschnee 39%

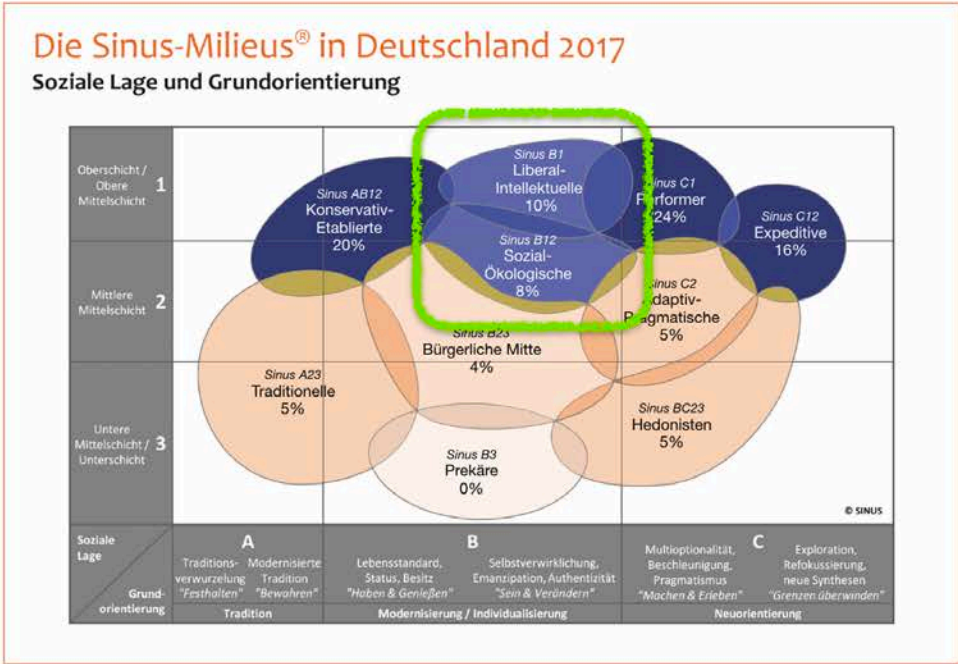


Schneebar 38%

Die Gäste reflektieren durchaus, dass die stetige technische Entwicklung einen negativen Einfluss auf Umwelt und Natur hat.

Gerade in den gehobenen sozialen Schichten, die über die finanziellen Mittel für Winterreisen verfügen, nehmen die Zweifel auf Grund des medialen Drucks zu.

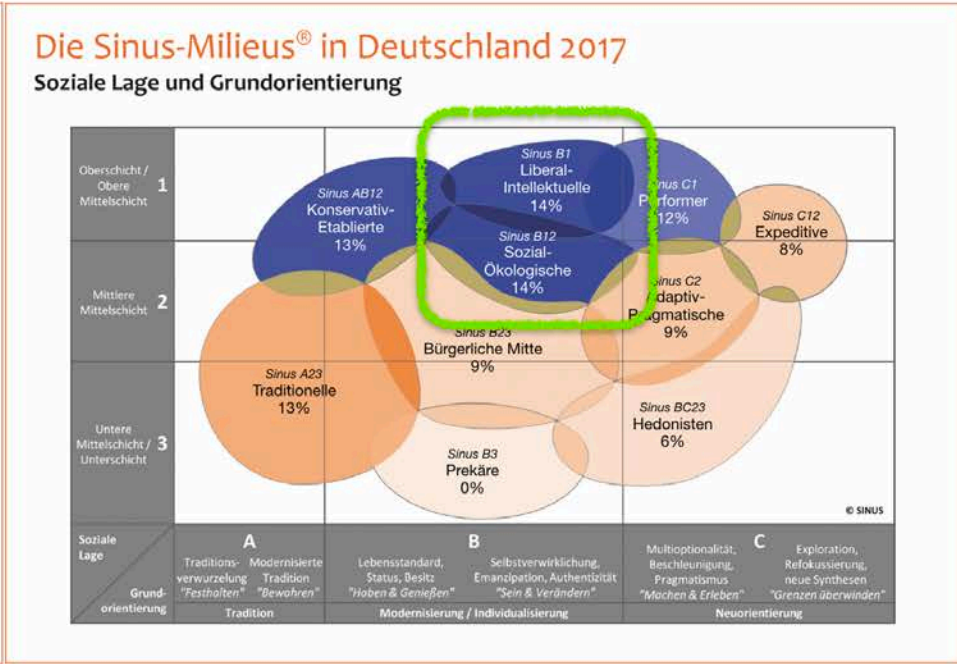
Klimawandelanpassungsmaßnahmen vertreiben auch Gäste



Alpenurlaub Winter Skifahrer



Milieus mit hoher Öko-Sensibilität



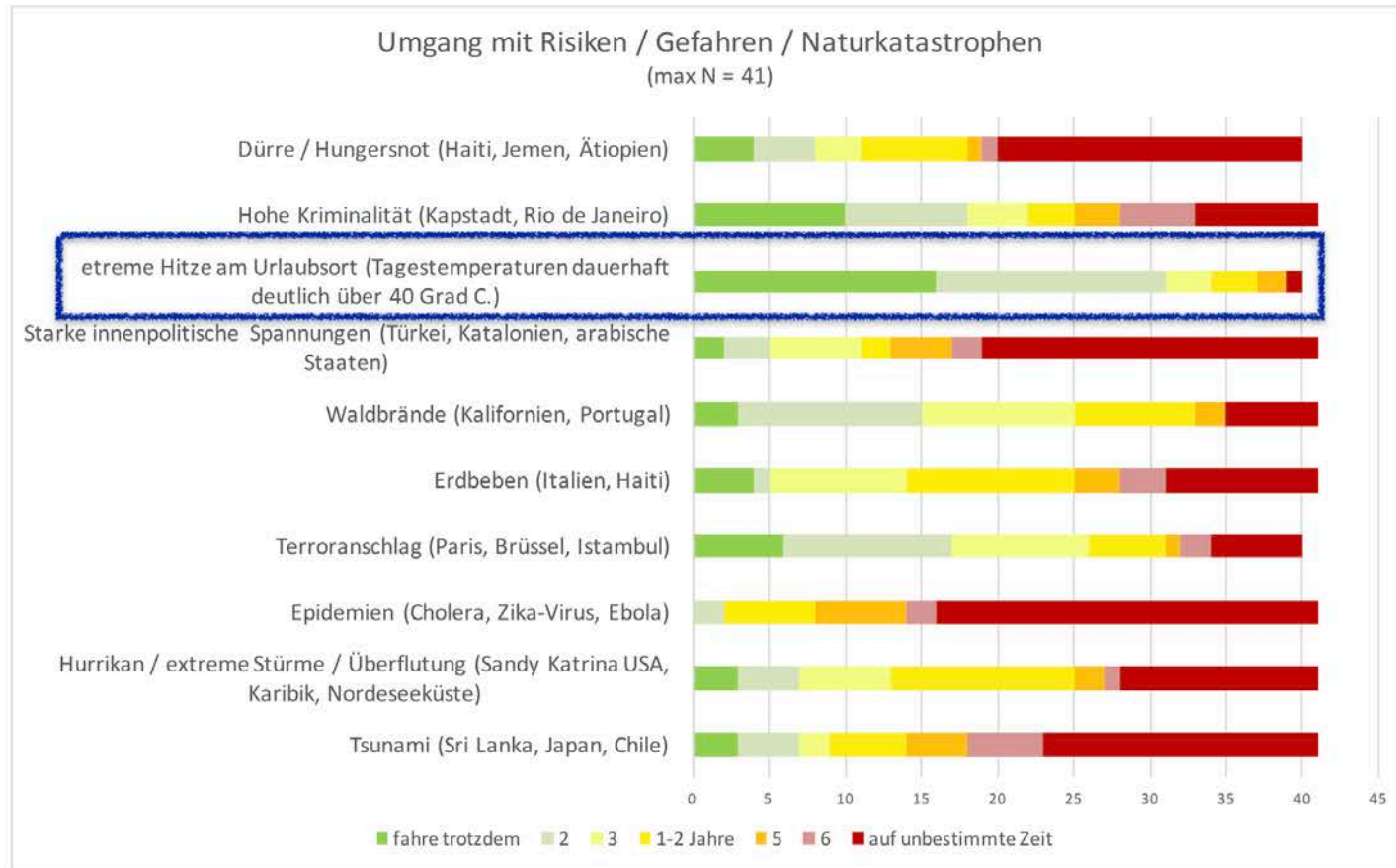
Alpenurlaub Winter Nicht-Skifahrer

Sommer: Hitze und Umgang mit Extremsituationen

Items/Targets	n	geht gar nicht	damit kann ich umgehen
Kein WiFi / Mobilfunk verfügbar 	18	3	15
Schlechtes Essen / Verpflegung 	21	17	4
Unfreundliches Personal 	10	5	5
Ärger mit Mitreisenden 	3	2	1
Schlechtes Wetter 	15	4	11
Hitze / sehr warme Nächte 	22	1	21
Unwetter / Sturm 	10	5	5
Alles ist viel zu teuer 	8	3	5

Items/Targets	n	geht gar nicht	damit kann ich umgehen
Etwas Wichtiges zu Hause vergessen 	12	0	12
Überfüllter Strand 	17	13	4
Müll am Strand 	17	17	0
Schlechte Betten in Unterkunft 	14	8	6
Lärmbelästigung in Unterkunft 	13	13	0
Unsaubere Unterkunft 	29	29	0
Verspätung bei Anreise 	18	1	17
Attraktion geschlossen 	17	2	15

Sommer: Hitze und Umgang mit Extremsituationen



extreme Hitze ist für die Mehrheit ein „beherrschbares“ Thema und wird nicht als Bedrohung / Gefahr / Risiko angesehen

Druck auf Politik steigt, Akzeptanz Verbraucher da

		Haben Sie schon für diesen Winter, also die Periode November bis Ostern Urlaubspläne? Wie sehen diese aus?			Gesamt
		Ja, ich habe bereits wieder einen Winterurlaub in den Alpen fest geplant bzw. gebucht	Ja, ich habe bereits einen Urlaub, jedoch nicht in den Alpen sondern mit einem anderen Ziel (z.B. in Deutschland, Europa	Nein, ich bin noch unschlüssig, ob ich diesen Winter eine Urlaubsreise mache bzw. ich verzichte diesen Winter sicher au	
Wie stehen Sie persönlich dazu, dass auch beim Reisen Maßnahmen des Klimaschutzes ergriffen werden?	finde ich gut	89,9%	89,9%	93,3%	90,9%
	finde ich nicht gut	10,1%	10,1%	6,7%	9,1%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Anstrengungen beim Klimaschutz. Wer?	Gesamt				
	Staat	47,9%	46,3%	46,9%	47,1%
	Industrie und Landwirtschaft	35,7%	39,4%	33,0%	36,2%
	Verbraucher	16,4%	14,2%	20,1%	16,8%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Abschätzung der Auswirkungen des Klimawandels auf die touristische Nachfrage bis 2035

- Quantitative Abschätzung unmöglich
- Tendenz klar: Sommer eher nein / Winter erheblich
- Frühling und Herbst: Chancen auf stärkere Nebensaisons
 - früherer Start in warme Jahreszeit
 - längere Outdooraktivitäten im Herbst
- Große Unbekannte:
 - Handeln der Politik im Feld Klimaschutz
 - Beschränkung / Verteuerung Flugreisen
 - stärkere Eigenverantwortung der Verbrauchers

