

MARKTFORSCHUNG ZUM ENTWICKLUNGSPOTENTIAL TOURISTISCHER THEMENFELDER FÜR DIE DESTINATION RHÖN

Ergebnisse der Erhebungen

Leonie Scherer (dwif) und Nadine Laufer (Sinus)

Rhön, 05. Oktober 2023

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2023 dwif
Dieses Dokument ist Teil der Präsentation und ohne die mündliche Erläuterung unvollständig.

BEFRAGUNG DER POSTMATERIELLEN

Gästabefragung Destination Rhön

Ergebnispräsentation einer Repräsentativ-
Befragung unter Postmateriellen



sinus:

Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe

Studiensteckbrief



Hintergrund

- Im Rahmen der Marktforschung zum Entwicklungspotential touristischer Themenfelder für die Destination Rhön soll eine Gästebefragung durchgeführt werden. Die Zielgruppe der Rhön ist das Sinus-Milieu der Postmateriellen.
- Befragt wurden 660 Personen, die dem Postmateriellen Milieu angehören. Im Fokus der Befragung standen folgende Themenfelder:
 - Bekanntheit und Assoziationen mit der Region Rhön
 - Aktivitäten in der freien Natur und das Grüne Band
 - Radfahren
 - Camping und außergewöhnliches Übernachten
 - Astrotourismus und Sternenpark
 - Flugsport
 - Bewertung der Themenfelder und attraktive Kombinationsangebote



Methode

Onlineinterviews (CAWI) mit Postmateriellen mit unserem Panelpartner Bilendi in der Altersgruppe 16 bis 74 Jahre

Quotiert nach Geschlecht, Alter und Bildung



Sample

n=660 Postmaterielle

davon n=107 aus dem Einzugsgebiet (Personen aus Hessen, Thüringen oder Bayern (Ober-, Mittel-, Unterfranken))



Feldarbeit

August 2023

Stichprobe

Quotiert nach Geschlecht, Alter und Bildung

Geschlecht



Bildungsabschluss

Hauptschule	15
Mittlere Reife	20
Fachschule, Handelsschule	5
Abitur	21
Fachhochschule	8
Universität, Promotion	31

Alter

16 bis 29 Jahre	16
30 bis 39 Jahre	19
40 bis 49 Jahre	16
50 bis 59 Jahre	25
60 bis 69 Jahre	24

Berufstätigkeit

In Ausbildung	4
Voll berufstätig	49
Teilweise berufstätig	18
Rentner, Pensionär	20
(Zurzeit) nicht berufstätig	9

Bundesland

Baden-Württemberg	7
Bayern	17
Berlin	6
Brandenburg	3
Bremen	2
Hamburg	3
Hessen	8
Mecklenburg-Vorpommern	2
Niedersachsen	9
Nordrhein-Westfalen	24
Rheinland-Pfalz	5
Saarland	1
Sachsen	4
Sachsen-Anhalt	2
Schleswig-Holstein	4
Thüringen	2

Basis: 660 Fälle, Postmaterielle; Angaben in %



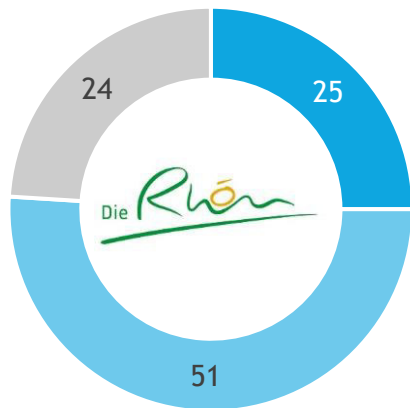
Region Rhön: Bekanntheit und Assoziationen

Bekanntheit Region Rhön

Soziodemografische Unterschiede

Bekanntheit

Kennen Sie die Region Rhön?



- Ja, ich kenne die Region Rhön und war auch schon dort
- Ja, ich kenne die Region Rhön, jedoch nur dem Namen nach
- Nein, die Region Rhön ist mir unbekannt

Basis: 660 Fälle, Postmaterielle; Angaben in %

Gesamt	25	51	76
Männer	29	48	78
Frauen	21	54	75
16-39 Jahre	21	47	68
40-59 Jahre	27	51	78
60-74 Jahre	27	59	87
Personen aus dem Einzugsgebiet	56	38	94

Assoziationen mit der Region Rhön

Spontane Wortnennungen

Welche Assoziationen haben Sie, wenn Sie an die Region Rhön denken? Nennen Sie uns drei Begriffe oder Stichwörter, die Ihnen spontan in den Sinn kommen.

Berge, Mittelgebirge, Wasserkuppe weniger häufig: Felsen, Vulkan	47
Landschaft und Natur auch schön, idyllisch	42
Urlaub, Erholung, Ruhe, Entspannung, Freiheit	23
Wandern	18
Geographische Verortung (Hessen, Bayern, Thüringen, Fulda); vereinzelt: Frankreich	16
Wald	15
Fluss, See	11
Mineralwasser Auch Getränke aus der Region (Bier, Bionade)	10
Wein	6
Flugsport (insb. Segelflug)	4
Sehenswürdigkeiten, Fachwerk, Kulturerbe, Klöster	4
ländlich, dörflich	4

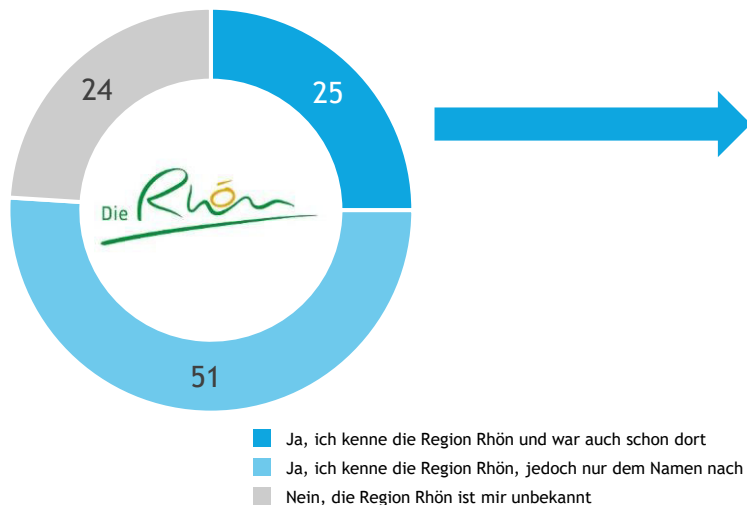
Kälte, Wind, Regen, Schnee	3
Gutes Essen, Kulinarik	3
Luft/Klima/Kurort	3
Rhönrad	3
Wintersport	3
Schafe	2
nette Menschen/freundlich/familiär	2
Heimat/Jugend/persönliche Erinnerungen	2
Fahrrad	2
Moor/Hochmoor	1
Nichts für mich, interessiert mich nicht, langweilig, spießig, alt	2
Kann mir darunter nichts vorstellen, keine Assoziation	11

Basis: 505 Fälle, Postmaterielle, die die Region Rhön zumindest dem Namen nach kennen; Angaben in %

Urlaub in der Region Rhön

Bekanntheit

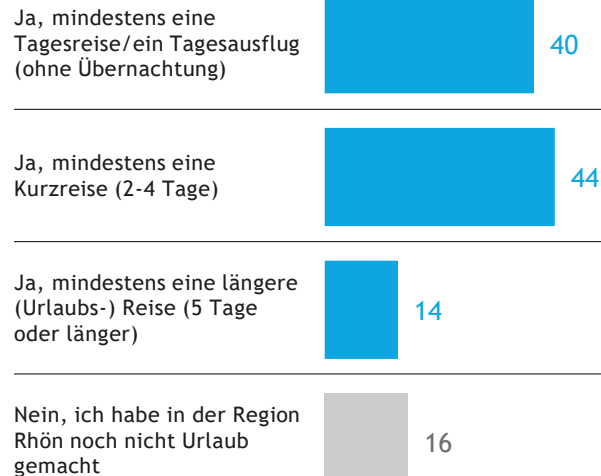
Kennen Sie die Region Rhön?



Basis: 660 Fälle, Postmaterielle; Angaben in %

Urlaub in der Region Rhön

Haben Sie in der Region Rhön bereits Urlaub gemacht?



Basis: 165 Fälle, Postmaterielle, die die Region Rhön kennen und auch schon dort waren; Angaben in %

Übliche Reisegruppe

Soziodemografische Unterschiede

Mit wem reisen Sie üblicherweise? Sie können auch mehrere Optionen ankreuzen.		Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)			Einzugsgebiet n=107	Rhön Urlauber n=146
			Männer n=304	Frauen n=356	16-39 n=231	40-59 n=271	60-74 n=158		
Allein	 22	22	25	19	22	23	20	17	19
Ehepartner*in, Lebensgefährt*in (zu zweit)	 56	56	55	56	52	57	60	62	59
Familie/Freunde (mit Kindern unter 18 Jahren)	 20	20	20	19	26	20	10	17	22
Familie/Freunde (ohne Kinder unter 18 Jahren)	 26	26	22	29	36	22	18	30	18
Organisierte Reisegruppe	 3	3	1	5	2	2	7	4	4
Sonstige	 3	3	2	4	1	5	5	6	4

Basis: 660 Fälle, Postmaterielle; Angaben in %

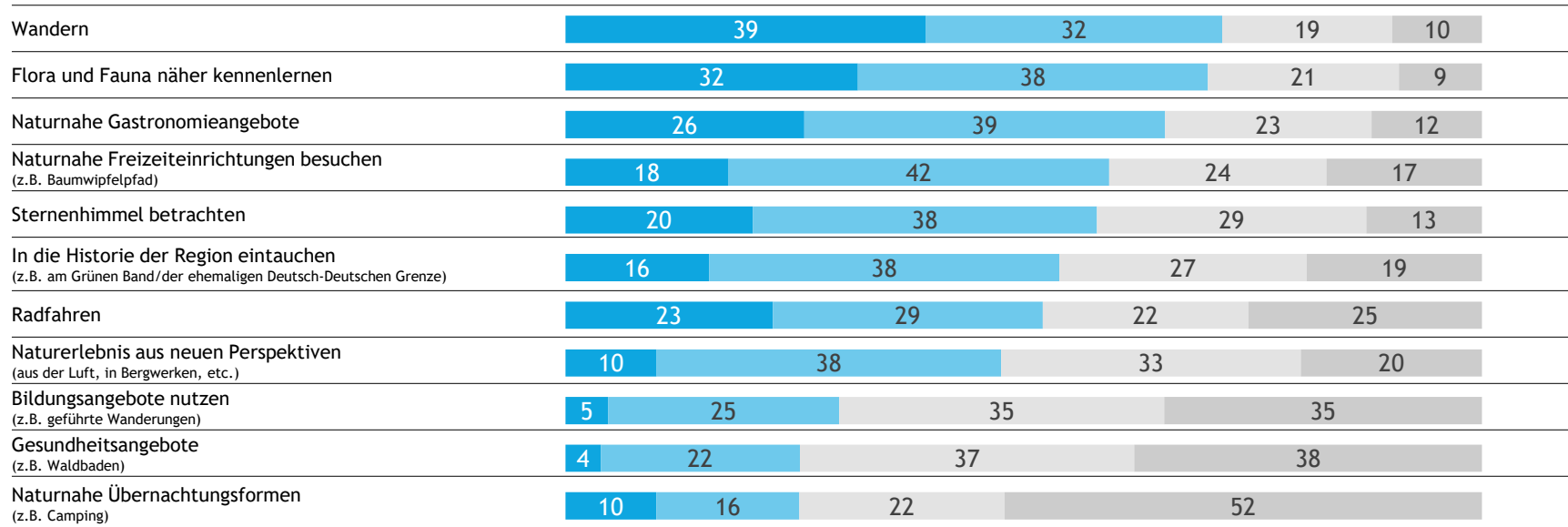
 stark überrepräsentiert stark unterrepräsentiert



Aktivitäten in der freien Natur & Das Grüne Band

Aktivitäten in der freien Natur

Wenn Sie im Urlaub sind, wie häufig machen Sie dann folgende Aktivitäten/nutzen die folgenden Angebote in der freien Natur?



Basis: 660 Fälle, Postmaterielle; Angaben in %

■ Häufig
■ Gelegentlich

■ Selten
■ Nie

Aktivitäten in der freien Natur

Soziodemografische Unterschiede

Häufig/gelegentlich		Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)			Einzugsgebiet n=107	Rhön Urlauber n=146
			Männer n=304	Frauen n=356	16-39 n=231	40-59 n=271	60-74 n=158		
Wandern	72	72	73	71	76	70	69	78	87
Flora und Fauna näher kennenlernen	70	70	67	73	62	72	78	74	85
Naturnahe Gastronomieangebote	65	65	66	65	60	66	74	72	81
Naturnahe Freizeiteinrichtungen besuchen (z.B. Baumwipfelpfad)	59	59	58	61	67	59	49	67	78
Sternenhimmel betrachten	58	58	52	63	54	62	57	60	66
In die Historie der Region eintauchen (z.B. am Grünen Band/der ehemaligen Deutsch-Deutschen Grenze)	54	54	55	53	51	56	54	62	78
Radfahren	52	52	52	52	54	55	44	42	61
Naturerlebnis aus neuen Perspektiven (aus der Luft, in Bergwerken, etc.)	48	48	48	47	49	50	41	54	60
Bildungsangebote nutzen (z.B. geführte Wanderungen)	30	30	30	30	32	28	31	29	42
Gesundheitsangebote (z.B. Waldbaden)	26	26	23	28	24	25	29	29	37
Naturnahe Übernachtungsformen (z.B. Camping)	26	26	27	24	36	23	15	22	31

Basis: 660 Fälle, Postmaterielle; Angaben in %

stark überrepräsentiert

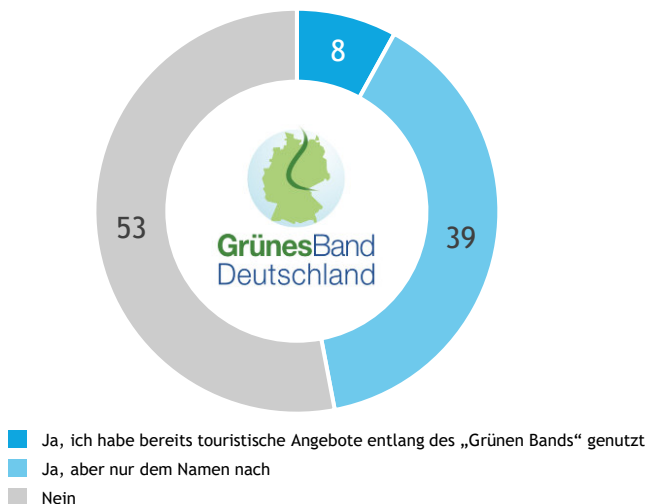
stark unterrepräsentiert

Das Grüne Band

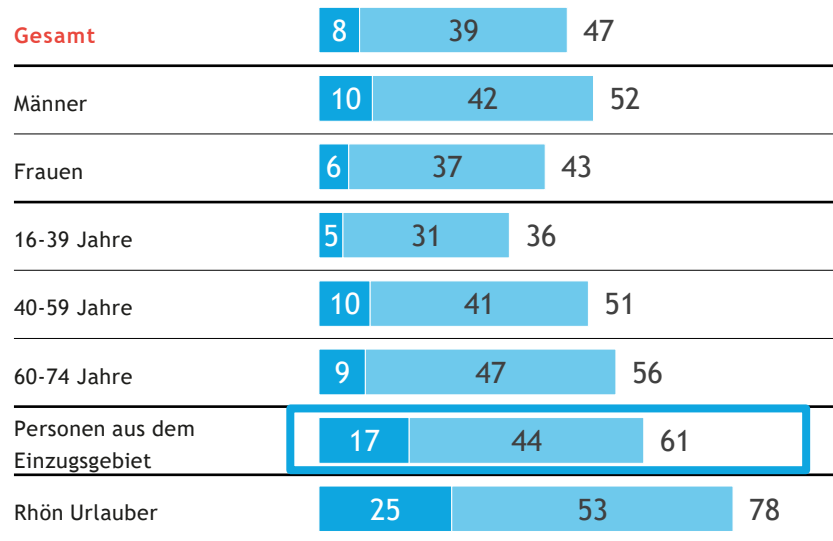
Soziodemografische Unterschiede

Bekanntheit

Das sogenannte „Grüne Band“ verläuft entlang der ehemaligen innerdeutschen Grenze und ist mit einer Länge von ca. 1.400 Kilometern der längste Naturraumverbund Deutschlands. Es verläuft unter anderem durch die Region Rhön. Kennen Sie das „Grüne Band“?



Basis: 660 Fälle, Postmaterielle; Angaben in %

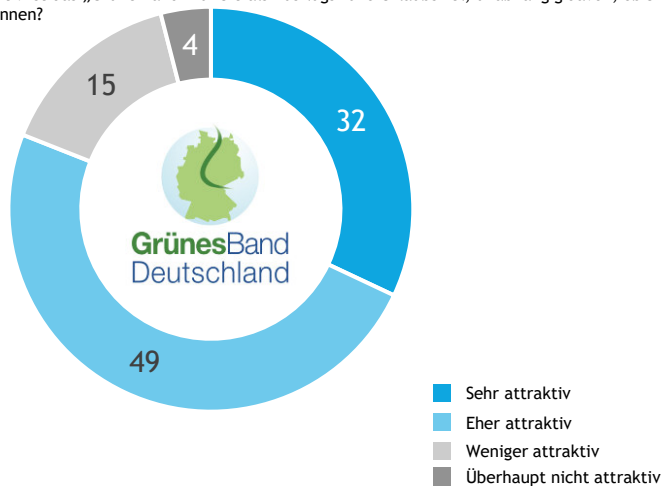


Das Grüne Band

Soziodemografische Unterschiede

Attraktivität

Das „Grüne Band“ gilt als nationales Naturerbe und steht symbolisch für Völkerverbindung, Frieden und die Wiedervereinigung. Es stellt einen wichtigen Lebensraum für bedrohte Tier- und Pflanzenarten dar, da die Natur sich ungestört entwickeln konnte und ist gleichermaßen ein Gebiet für Erholung und Tourismus. Wie attraktiv ist das „Grüne Band“ für Sie als Ausflugs- und Urlaubsziel, unabhängig davon, ob Sie dieses bereits kennen?



Gesamt	32	49	81
Männer	35	44	79
Frauen	30	53	83
16-39 Jahre	27	53	80
40-59 Jahre	36	46	82
60-74 Jahre	33	50	83
Personen aus dem Einzugsgebiet	38	48	85
Rhön Urlauber	51	42	93

Basis: 660 Fälle, Postmaterielle; Angaben in %

Erlebnisangebote am “Grünen Band”

Soziodemografische Unterschiede

Sie haben soeben angegeben, dass das „Grüne Band“ für Sie als Ausflugsziel attraktiv ist.
Welche Erlebnisangebote würden Sie wahrnehmen?

		Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)			Einzugsgebiet n=92	Rhön Urlauber n=135
			Männer n=240	Frauen n=296	16-39 n=184	40-59 n=221	60-74 n=131		
Wanderung am Grünen Band	89	89	87	90	91	91	81	89	91
Grenzturmbesichtigung	63	63	70	58	67	63	58	76	72
Thematische Führung	51	51	55	47	45	51	58	56	62
Museum	49	49	51	48	47	52	47	54	56
Vorträge von Zeitzeugen erleben	29	29	32	27	25	31	33	39	41
Kunsausstellung	24	24	21	28	23	25	25	29	26

Basis: 536 Fälle, Postmaterielle, die das „Grüne Band“ als
Ausflugsziel sehr/eher attraktiv finden; Angaben in %

stark überrepräsentiert

stark unterrepräsentiert

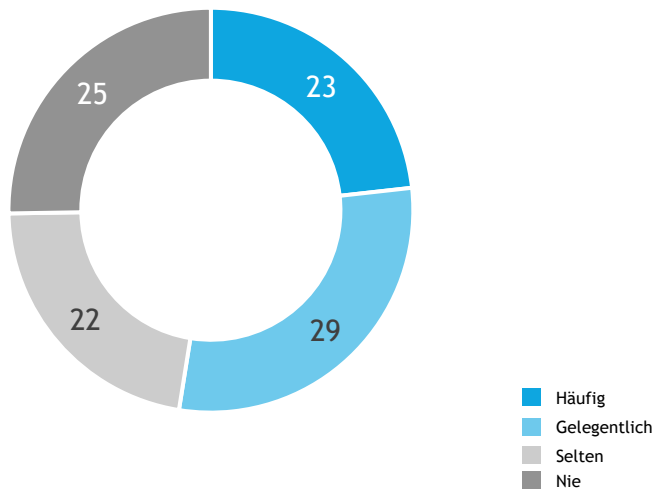


Radfahren

Radfahren

Radfahren

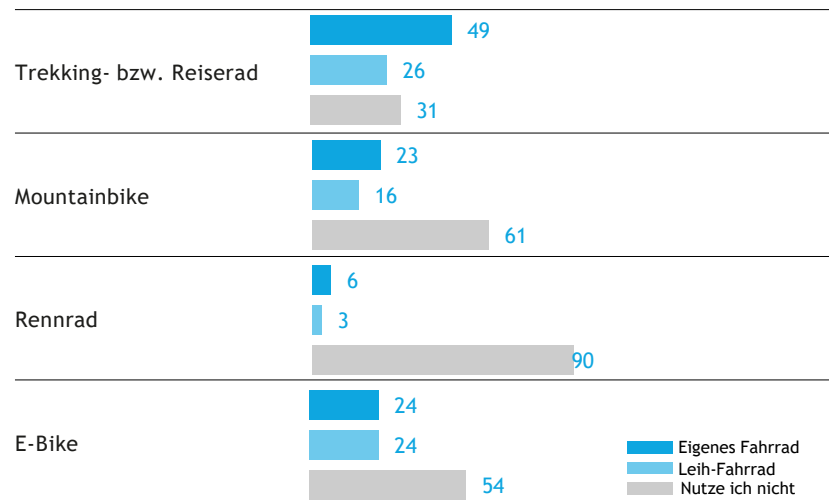
Wenn Sie im Urlaub sind, wie häufig machen Sie dann folgende Aktivitäten/nutzen die folgenden Angebote in der freien Natur?



Basis: 660 Fälle, Postmaterielle; Angaben in %

Fahrradtyp

Sie haben angegeben, dass Sie im Urlaub mindestens gelegentlich Radfahren. Welchen Fahrradtyp nutzen Sie in der Regel?



Basis: 344 Fälle, Postmaterielle, die häufig/gelegentlich Radfahren; Angaben in %

Radfahren

Soziodemografische Unterschiede

Wenn Sie im Urlaub sind, wie häufig machen Sie dann folgende Aktivitäten/nutzen die folgenden Angebote in der freien Natur?		Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)			Einzugsgebiet n=107	Rhön Urlauber n=146
			Männer n=304	Frauen n=356	16-39 n=231	40-59 n=271	60-74 n=158		
Häufig	 23	23	23	22	16	25	28	16	30
Gelegentlich	 29	29	30	29	37	31	16	26	32
Top-2-Box: Häufig/gelegentlich	 52	52	52	52	54	55	44	42	61

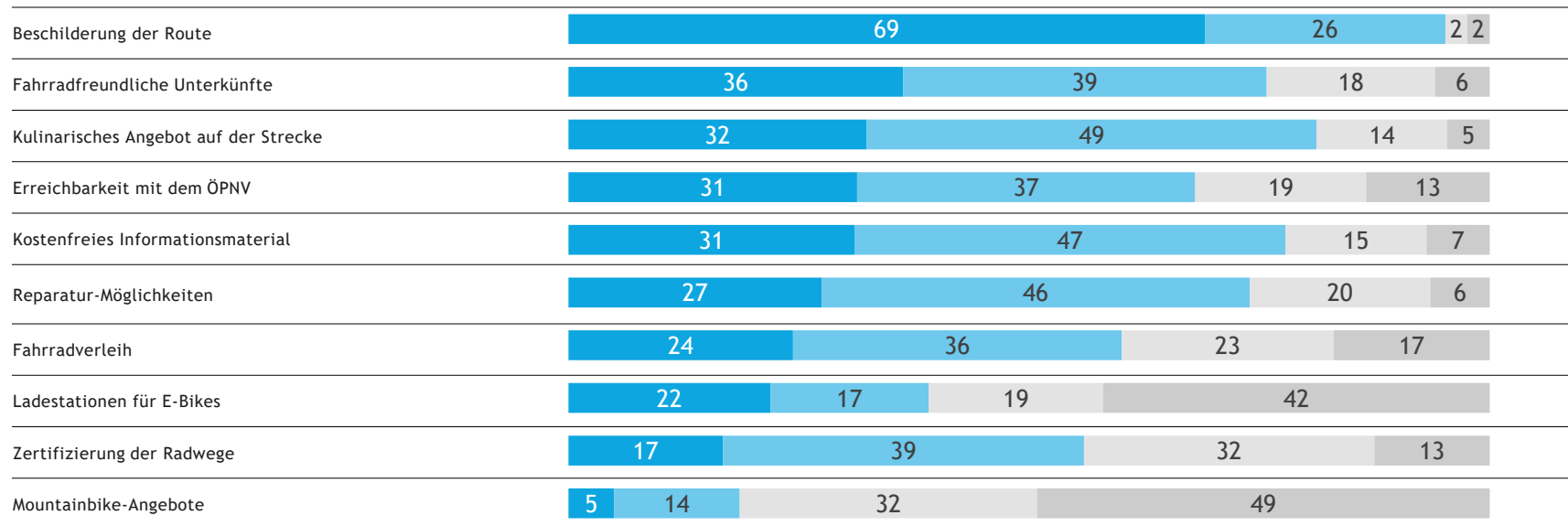
E-Bike-Nutzung	Gesamt	Alter (Jahre)		
		16-39 n=124	40-59 n=150	60-74 n=70
Eigenes E-Bike	24	12	28	35
Leih-E-Bike	24	26	23	22
Nutze ich nicht	54	62	51	47

Basis: 660 Fälle, Postmaterielle; Angaben in %

 stark überrepräsentiert
  stark unterrepräsentiert

Wichtige Aspekte beim Radfahren im Urlaub

Was ist Ihnen beim Radfahren in Ihrem Urlaub besonders wichtig?



Basis: 344 Fälle, Postmaterielle, die häufig/gelegentlich Radfahren; Angaben in %

Sehr wichtig
Eher wichtig

Weniger wichtig
Gar nicht wichtig

Wichtige Aspekte beim Radfahren im Urlaub

Soziodemografische Unterschiede

Was ist Ihnen beim Radfahren in Ihrem Urlaub besonders wichtig?			Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)			Einzugsgebiet n=45	Rhön Urlauber n=89
				Männer n=159	Frauen n=184	16-39 n=124	40-59 n=150	60-74 n=70		
Beschilderung der Route	69	69	67	71	60	73	76	84	76	
Fahrradfreundliche Unterkünfte	36	36	41	32	26	38	52	35	42	
Kulinarisches Angebot auf der Strecke	32	32	36	29	28	35	36	29	42	
Erreichbarkeit mit dem ÖPNV	31	31	31	31	31	31	33	41	42	
Kostenfreies Informationsmaterial	31	31	38	25	26	31	40	32	38	
Reparatur-Möglichkeiten	27	27	26	29	17	30	41	32	29	
Fahrradverleih	24	24	23	25	18	27	30	29	26	
Ladestationen für E-Bikes	22	22	25	19	14	23	32	22	28	
Zertifizierung der Radwege	17	17	15	18	9	17	32	16	17	
Mountainbike-Angebote	5	5	6	4	6	5	3	6	8	

Basis: 344 Fälle, Postmaterielle, die häufig/gelegentlich Radfahren;
Angaben in %

stark überrepräsentiert

stark unterrepräsentiert



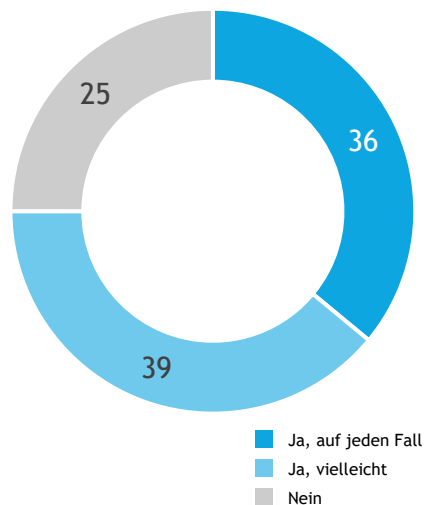
Camping und außergewöhnliches Übernachten

Camping

Soziodemografische Unterschiede

Kommt in Frage

Kommt für Sie eine Übernachtung auf einem Campingplatz oder in einer außergewöhnlichen, naturnahen Unterkunft grundsätzlich in Frage?



Basis: 660 Fälle, Postmaterielle; Angaben in %

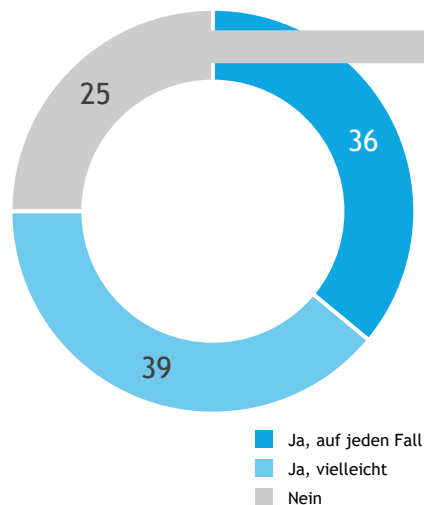
Gesamt	36	39	75
Männer	33	39	73
Frauen	39	38	77
16-39 Jahre	43	39	82
40-59 Jahre	38	37	75
60-74 Jahre	23	42	65
Personen aus dem Einzugsgebiet	38	41	79
Rhön Urlauber	43	38	81

Camping

Gründe gegen das Camping

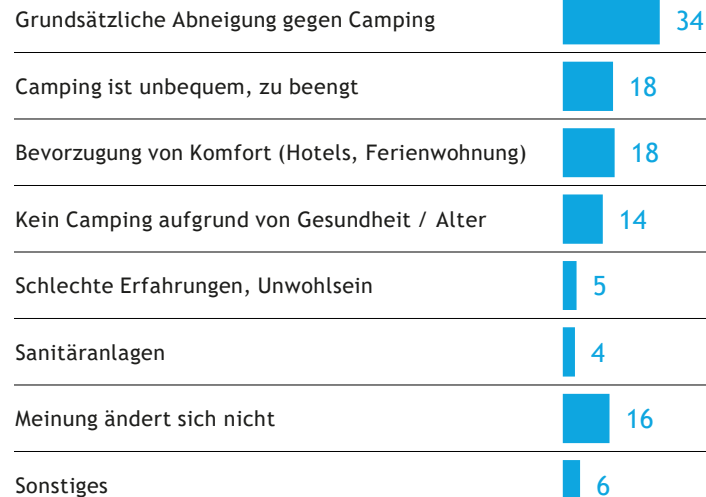
Kommt nicht in Frage

Kommt für Sie eine Übernachtung auf einem Campingplatz oder in einer außergewöhnlichen, naturnahen Unterkunft grundsätzlich in Frage?



Gründe gegen das Camping

Wie kommt es, dass Sie eine Übernachtung auf dem Campingplatz ausschließen? Was würde zu einer Meinungsänderung bei Ihnen beitragen?



Basis: 660 Fälle, Postmaterielle; Angaben in %

Übernachtungsmöglichkeiten

Soziodemografische Unterschiede

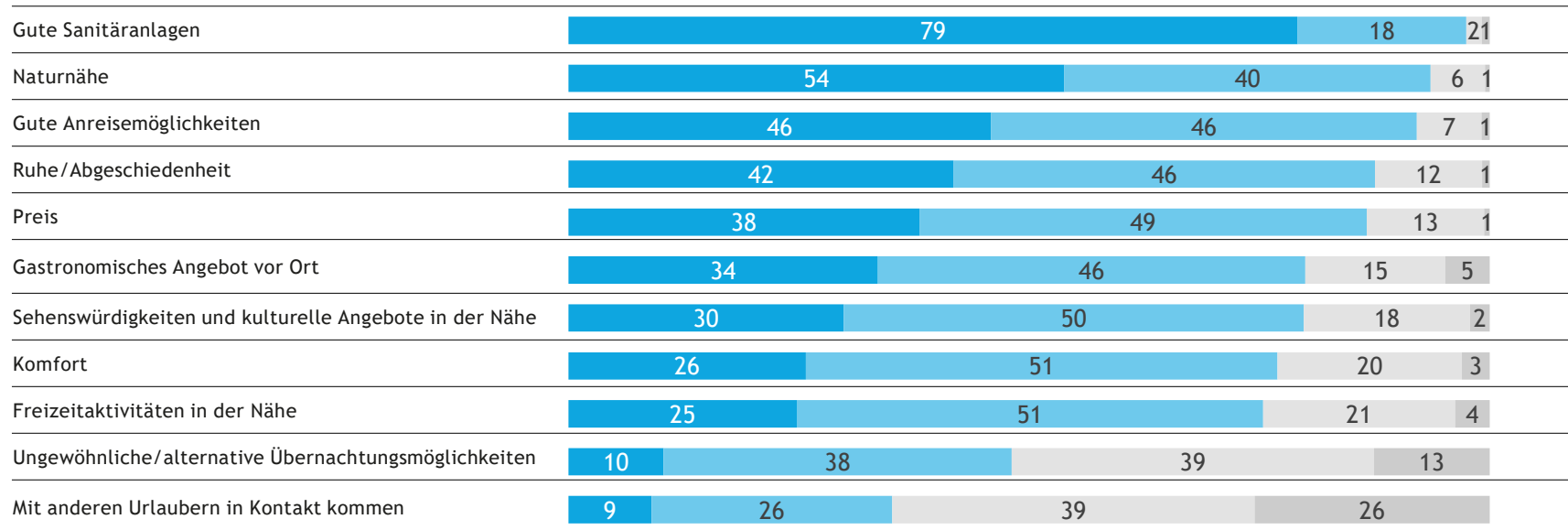
Bitte kreuzen Sie alle Übernachtungsmöglichkeiten an, die für Sie grundsätzlich in Frage kommen.			Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)			Einzugsgebiet n=85	Rhön Urlauber n=118
				Männer n=220	Frauen n=275	16-39 n=189	40-59 n=203	60-74 n=103		
Bungalow	90	90	89	91	92	89	90	92	84	
Mobilheim	64	64	59	67	58	72	56	59	63	
Wohnmobil	63	63	56	70	64	65	58	69	62	
Wohnwagen	58	58	51	63	58	62	50	53	54	
Luxuszelt/Glamping	46	46	36	54	61	42	29	51	39	
Zelt	36	36	39	33	52	28	22	36	32	
Andere Übernachtungsmöglichkeiten	31	31	27	34	32	27	36	27	29	

Basis: 495 Fälle, Postmaterielle, für die Camping auf jeden Fall/vielleicht in Frage kommt; Angaben in %

stark überrepräsentiert stark unterrepräsentiert

Wichtige Aspekte beim Camping

Worauf legen Sie bei einer Übernachtung auf dem Campingplatz besonders wert?



Basis: 495 Fälle, Postmaterielle, für die Camping auf jeden Fall/vielleicht in Frage kommt; Angaben in %

Sehr wichtig
Eher wichtig

Weniger wichtig
Gar nicht wichtig

Sehr wichtige Aspekte beim Camping

Soziodemografische Unterschiede

Worauf legen Sie bei einer Übernachtung auf dem Campingplatz besonders wert?		Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)			Einzugsgebiet n=85	Rhön Urlauber n=118
			Männer n=220	Frauen n=275	16-39 n=189	40-59 n=203	60-74 n=103		
Gute Sanitäranlagen	79	79	76	82	72	82	87	88	81
Naturnähe	54	54	53	55	43	61	59	53	66
Gute Anreisemöglichkeiten	46	46	41	50	42	46	53	52	47
Ruhe/Abgeschiedenheit	42	42	47	38	33	47	47	43	46
Preis	38	38	38	38	38	34	46	40	35
Gastronomisches Angebot vor Ort	34	34	33	34	24	37	45	36	32
Sehenswürdigkeiten und kulturelle Angebote in der Nähe	30	30	30	29	26	34	30	31	35
Komfort	26	26	19	31	22	27	29	28	24
Freizeitaktivitäten in der Nähe	25	25	23	26	23	29	20	26	24
Ungewöhnliche/alternative Übernachtungsmöglichkeiten	10	10	11	10	5	15	11	7	8
Mit anderen Urlaubern in Kontakt kommen	9	9	10	8	3	14	12	9	13

Basis: 495 Fälle, Postmaterielle, für die Camping auf jeden Fall/vielleicht in Frage kommt; Angaben in %

stark überrepräsentiert stark unterrepräsentiert



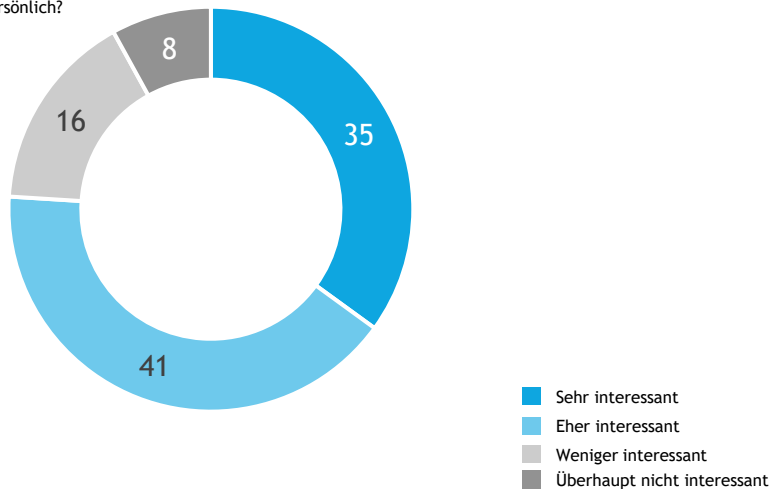
Astrotourismus & Sternenpark

Interesse Astrotourismus

Soziodemografische Unterschiede

Generelles Interesse

In Deutschland gibt es derzeit 6 Sternenparks, die eine äußerst geringe Lichtverschmutzung haben und sich besonders für den Erhalt des natürlich dunklen Sternenhimmels engagieren. Einer dieser Sternenparks befindet sich in dem UNESCO-Biosphärenreservat Rhön. Wie interessant ist das Erleben des Sternenhimmels für Sie persönlich?



Gesamt	35	41	76
Männer	30	41	71
Frauen	40	40	81
16-39 Jahre	36	41	77
40-59 Jahre	35	42	76
60-74 Jahre	36	38	74
Personen aus dem Einzugsgebiet	37	37	74
Rhön Urlauber	44	41	85

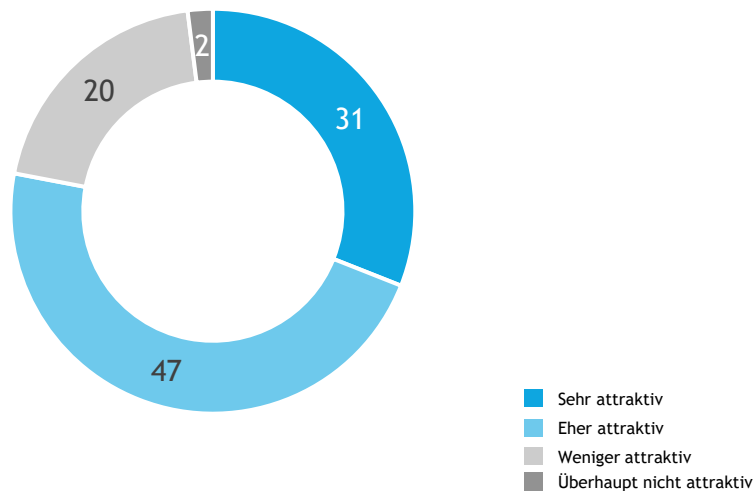
Basis: 660 Fälle, Postmaterielle; Angaben in %

Sternenpark als Reiseziel

Soziodemografische Unterschiede

Sternenpark als Reiseziel

Und wie attraktiv ist ein solcher Sternenpark für Sie als mögliches Reiseziel?



Gesamt	31	47	78
Männer	26	51	77
Frauen	35	44	79
16-39 Jahre	27	55	81
40-59 Jahre	37	42	79
60-74 Jahre	28	44	72
Personen aus dem Einzugsgebiet	28	50	78
Rhön Urlauber	36	48	84

Basis: 610 Fälle, Postmaterielle, die das Erleben des Sternenhimmels mind. weniger interessant finden; Angaben in %

Gründe für den Besuch eines Sternenparks

Soziodemografische Unterschiede

Was wären Ihre Hauptgründe, einen Sternenpark zu besuchen?		Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)			Einzugsgebiet n=81	Rhön Urlauber n=122
			Männer n=209	Frauen n=267	16-39 n=180	40-59 n=189	60-74 n=108		
Außergewöhnliches Erlebnis		82	82	78	85	83	80	83	81
Natürliche Nacht erleben		81	81	79	82	82	78	84	89
Interesse an Astronomie		42	42	49	36	42	41	41	49
Erholsamer Schlaf		30	30	32	29	32	29	28	20
Besonderheiten der Artenvielfalt erkunden		30	30	26	32	33	28	27	28

Basis: 477 Fälle, Postmaterielle, die einen Sternenpark als
Urlaubsziel sehr/eher attraktiv finden; Angaben in %

stark überrepräsentiert

stark unterrepräsentiert

Angebote zum Erleben des Sternenhimmels

Soziodemografische Unterschiede

Welche Angebote zum Erleben des Sternenhimmels können Sie sich vorstellen zu nutzen?		Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)			Einzugsgebiet n=81	Rhön Urlauber n=122
			Männer n=209	Frauen n=267	16-39 n=180	40-59 n=189	60-74 n=108		
Besuch einer Sternwarte		81	81	81	78	83	82	92	78
Nutzung eines Teleskops		78	78	82	76	80	79	78	77
Übernachtung in einer Unterkunft mit Sicht auf die Sterne		76	76	70	80	77	69	77	73
Besuch einer Aussichtsplattform		74	74	76	77	77	65	80	75
Nachtpicknick		57	57	53	70	59	34	59	56
Spezielle Führungen zum Thema Astronomie		47	47	49	43	48	53	57	57
Besuch eines Vortrags		37	37	38	30	37	50	53	50
Sternenparkwochen (thematische Veranstaltungswochen)		31	31	32	36	29	29	40	39

Basis: 477 Fälle, Postmaterielle, die einen Sternenpark als
Urlaubsziel sehr/eher attraktiv finden; Angaben in %

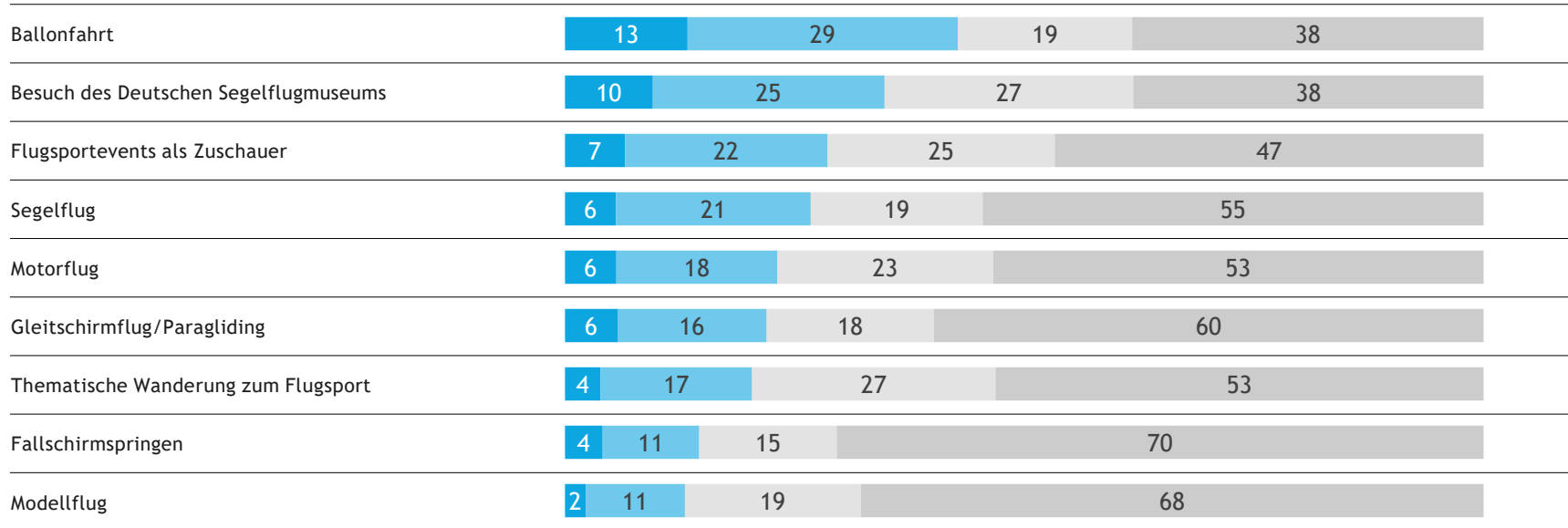
stark überrepräsentiert stark unterrepräsentiert



Flugsport

Flugaktivitäten im Urlaub

Kommen für Sie die folgende Flugaktivitäten bei einem Urlaub in Frage?



Basis: 660 Fälle, Postmaterielle; Angaben in %

■ Kommt sehr in Frage
■ Kommt in Frage

■ Kommt weniger in Frage
■ Kommt nicht in Frage

Flugaktivitäten im Urlaub - Kommt (sehr) in Frage

Soziodemografische Unterschiede

Kommen für Sie die folgende Flugaktivitäten bei einem Urlaub in Frage?		Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)			Einzugsgebiet n=107	Rhön Urlauber n=146
			Männer n=304	Frauen n=356	16-39 n=231	40-59 n=271	60-74 n=158		
Ballonfahrt	43	43	46	40	47	41	40	39	51
Besuch des Deutschen Segelflugmuseums	35	35	39	32	32	35	38	46	54
Flugsportevents als Zuschauer	29	29	34	24	29	26	32	35	43
Segelflug	27	27	33	21	31	26	23	35	37
Motorflug	23	23	29	19	27	22	18	20	24
Gleitschirmflug/Paragliding	22	22	23	21	31	23	7	22	25
Thematische Wanderung zum Flugsport	20	20	25	16	17	22	22	20	32
Fallschirmspringen	15	15	19	11	23	14	3	11	15
Modellflug	13	13	17	10	19	11	8	10	13

Basis: 660 Fälle, Postmaterielle; Angaben in %

stark überrepräsentiert

stark unterrepräsentiert



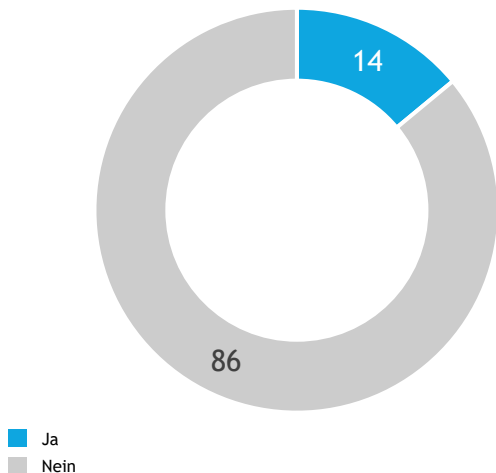
Barrierearmes Reisen

Barrierearmes Reisen

Soziodemografische Unterschiede

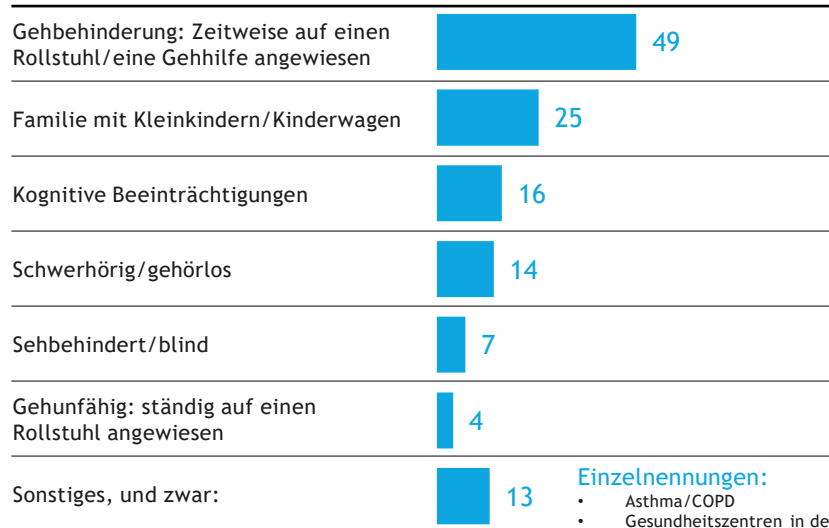
Auf barrierefreie Angebote angewiesen?

Sind Sie oder eine häufig mit Ihnen reisende Person auf barrierefreie Angebote angewiesen? Darunter fallen nicht nur Personen mit Gehbehinderungen, sondern auch Personen mit kognitiven Beeinträchtigungen, eingeschränkten oder nicht vorhandenem Seh- oder Hörvermögen oder auch Familien mit Kinderwagen.



Basis: 660 Fälle, Postmaterielle; Angaben in %

Bitte spezifizieren Sie, in welchen Bereichen Sie auf barrierefreie Angebote angewiesen sind?



Einzelnennungen:

- Asthma/COPD
- Gesundheitszentren in der Nähe
- Schlecht zu Fuß, leicht gehbehindert, eingeschränkte Mobilität, Pausen notwendig

Basis: 92 Fälle, Postmaterielle, die auf barrierefreie Angebote angewiesen sind; Angaben in %

Barrierearmes Reisen

Offene Nennungen

Wichtige Aspekte bei barrierefreiem Reisen

Welche Aspekte sind Ihnen bei barrierefreiem Reisen besonders wichtig? In welchen Bereichen würden Sie sich insbesondere verbesserte barrierefreie Angebote auf Ihren Reisen wünschen?

Barrierefreie Zugänge Keine Treppen, Aufzüge, kurze Wege	27
Gut ausgebaute Wege Eben, kein Schotter, geringe/keine Anstiege	20
Barrierefreie Sanitäranlagen ebenerdig	11
Kinderwagenfreundlichkeit	7
Generell mehr Rücksicht	7
Ausreichend Sitzmöglichkeiten zum Ausruhen	3
ÖPNV (Barrierefrei, Durchsagen verständlicher)	3
für mich passt alles, keine Wünsche	7
Sonstiges	20
Weiß nicht	4

„Aufzüge wo möglich, ebenerdiger Zugang, Sitzgelegenheiten in regelmäßigen Abständen, Behindertentoiletten, behindertengerechte Sitzgelegenheiten in der Gastronomie“ (w, 56 J.)

„Einfache Nutzung von barrierefreie Wege, also keine großen Umwege oder Umstände.“ (m, 32 J.)

„Dass die Kinder problemlos rumlaufen können und wir als Eltern mit dem Kinderwagen keine hohen Treppen gehen müssen“ (m, 29 J.)

„Dass man nicht die ganze Zeit voraus planen muss, sondern einfach mal spontan sein kann und darauf eingegangen wird!“ (w, 36 J.)

„Gute Gehwege, keine Treppen, ggf. Beschilderung wo ein barrierefreier Weg/ Wanderung ist“ (w, 36 J.)

„Das lässt sich so pauschal nicht sagen, denn manche Gebiete sind schon sehr gut ausgebaut . Was ich aber oft vermisse, sind Angebote von Mietfahrrädern für Gehbehinderte, bspw. Dreirad-Fahrrad für Erwachsene.“ (m, 51 J.)

Basis: 92 Fälle, Postmaterielle, die auf barrierefreie Angebote angewiesen sind; Angaben in %



Gesamtbewertung und Themenfelder

Relevanz der Region Rhön als Urlaubs- bzw. Ausflugsziel

Soziodemografische Unterschiede

Auf einer Skala von 1-10, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Region Rhön als Urlaubs- bzw. Ausflugsziel zukünftig in Betracht ziehen?		Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)			Einzugsgebiet n=107	Rhön Urlauber n=146
			Männer n=304	Frauen n=356	16-39 n=231	40-59 n=271	60-74 n=158		
Sehr wahrscheinlich (9-10)	 15	15	14	15	15	16	12	19	31
Eher wahrscheinlich (7-8)	 39	39	34	43	41	40	35	40	44
Unentschieden (5-6)	 24	24	27	22	23	22	30	27	19
Eher unwahrscheinlich (3-4)	 12	12	13	12	14	11	13	8	4
Unwahrscheinlich (1-2)	 9	9	11	8	6	11	10	7	1
Mittelwert		6,2	6,1	6,4	6,4	6,3	5,9	6,6	7,6

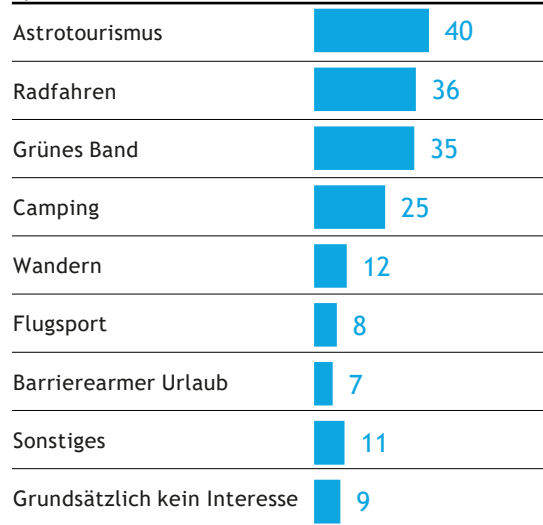
Basis: 660 Fälle, Postmaterielle; Angaben in %

 stark überrepräsentiert stark unterrepräsentiert

Interessante Kombinationen aus den Themenfeldern

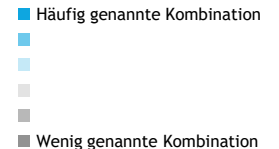
Offene Nennungen

Zum Schluss würden wir gerne von Ihnen wissen, welche Kombinationen aus den Themenfeldern Radfahren, Astrotourismus, Camping, Flugsport, „Grünes Band“ und barrierearmen Urlaub fänden Sie für Ihre Reise besonders spannend?



	Astro- tourismus	Radfahren	Grünes Band	Camping	Wandern	Flugsport	Barriere- armer Urlaub
Astrotourismus							
Radfahren							
Grünes Band							
Camping							
Wandern							
Flugsport							
barrierearmer Urlaub							

Basis: 660 Fälle, Postmaterielle; Angaben in %



Interessante Kombinationen aus den Themenfeldern

Offene Nennungen

Einzelnennungen zum Thema Astrotourismus

„Eine gute und angemessene Radstrecke in Verbindung mit einer naturnahen Unterkunft wie einem schönen Bungalow und **Kinderattraktionen** mit dem Astrotourismus“ (m, 29 J.)

„Nachtaktivitäten, Erholung und Bademöglichkeiten. Vielleicht eine Art **Ferienpark mit Übernachtungsmöglichkeiten und Spielplätzen** für Kindern“ (w, 30 J.)

„Ich finde den Sternenhimmel sehr interessant, verbunden mit einer naturnahen, ruhigen Übernachtungsmöglichkeit könnte ich mir einen **kürzeren Aufenthalt** durchaus vorstellen“ (m, 38 J.)

„Astrotourismus kombiniert mit **tollen Wanderungen**, kulinarischem Angebot und Freizeitaktivitäten für Kinder“ (m, 39 J.)

„Astrotourismus, denn eine dunkle Nacht erlebt man nur selten“ (w, 42 J.)

„Astrotourismus interessiert mich außerordentlich, und schön wäre natürlich eine **naturnahe Unterbringung** vor Ort“ (w, 47 J.)

„Nachtattraktionen gern in Verbindung mit leckeren kulinarischen Erlebnissen, alles möglichst naturnah respektive **zivilisationsfern**“ (m, 53 J.)

„Astrotourismus klingt gut und eröffnet **neue Perspektiven**“ (w, 60 J.)

„Astrotourismus in Verbindung mit Wandern am 'Grünen Band' und vielleicht auch eine **Stadt**“ (w, 66 J.)

Interessante Kombinationen aus den Themenfeldern

Offene Nennungen

Einzelnennungen zum Thema Radfahren

„Radfahren am grünen Band, einfache radfreundliche Unterkünfte unterwegs, **Wissens-Stationen** am Weg bzw. kurze Abstecher vom Hauptweg zu verschiedenen Highlights“ (w, 26 J.)

„Geführte **Radrundreise mit Übernachtungen** und einer Astronacht sowie Wanderungen in die Natur von der Unterkunft aus“ (w, 33 J.)

„Eine Radtour entlang des grünen Bandes mit anschließendem Camping und der Betrachtung des Sternenhimmels“ (m, 35 J.)

„Thematischer Fahrradweg entlang des grünen Bandes, der auch **Kindern erlebnisnah die Geschichte vermittelt**“ (m, 37 J.)

„Eine Radtour, die am Abend mit einem Angebot der Astronomie (Vortrag, Sternwarte, etc) endet. Übernachtung im Freien“ (w, 40 J.)

„Radfahren und Astrotourismus finde ich beides interessant und eigentlich auch Wandern im Grünen Band. Camping und Flugsport interessiert mich eigentlich nicht“ (m, 40 J.)

„Radfahren mit Sightseeing und Shoppingtour; Besuch eines Wildparks und Radtour; Besuch einer Sternwarte mit Teleskop und Plattform; Kulinarisches mit Restaurantbesuchen; Bungalow im Grünen, mit Wildpark und Grillen; Besuch eines Museums mit Städtetour“ (m, 47 J.)

„Radfahren unterwegs Gastronomie und Übernachtung, Führung und **Bericht über Natur und Tiere** und zum Abschluss Astrotourismus“ (m, 51 J.)

„EBike-Radverleih, (geführte) Radtour im Grünen Band entlang. Von Fachleuten besondere Artenvielfalt nahegebracht bekommen. Besondere Beobachtungspunkte zum Fotografieren der Flora und Fauna. **Viel Zeit haben dafür.** Im Grünen übernachten“ (w, 61 J.)

Interessante Kombinationen aus den Themenfeldern

Offene Nennungen

Einzelnennungen zum Thema Grünes Band / Wandern

„**nachhaltiges, natürliches Verstehen der Region** und ihrer Sehenswürdigkeiten durch Führungen, Wanderungen und Touren.“ (w, 25 J.)

„Grünes Band mit einer Radtour erkunden; Camping im Sternenpark, um nachts direkt von der Unterkunft aus die Sterne sehen zu können“ (w, 26 J.)

„**themenbezogenen** Rad- und oder Wanderpfad, Nachhaltigkeitshaus, auch für **Kinder**“ (w, 27 J.)

„Grünes Band und Astrotourismus in Kombi mit Camping fänd ich spannend und machbar mit 2 Kindern.“ (w, 36 J.)

„Die Idee mit dem Grünen Band finde ich sehr **reizvoll**. Dazu könnte ich mir sehr gut den Astrourlaub für 1-2 Tage vorstellen.“ (m, 48 J.)

„Einfache Wanderungen mit einer einfachen Unterkunft, die mich im Hinblick auf **eigenes Bad/Toilette** nicht vermissen lässt. Evtl. auch mit Ausblick auf den Sternenhimmel.“ (w, 64 J.)

Einzelnennungen zum Thema Camping

„Camping, das grüne Band und Astro finde ich spannend. Muss aber auch das Mitbringen vom **Hund** mit einplanen“ (m, 32 J.)

„Besonders spannend wäre Camping in der Natur, **mit ausreichend Möglichkeiten** in der näheren Umgebung etwas erleben zu können, z.B. Paragliding oder Wanderungen“ (m, 36 J.)

„Camping mit Fahrradverbindung zwischen den Übernachtungsangeboten am Grünen Band. **Je Übernachtung ein anderer Schwerpunkt**. Gerne Astro und historische Hintergründe des Grünen Bandes“ (m, 37 J.)

„Glamping in Verbindung mit Besuch einer Sternwarte und geführte bzw organisierte Angebote wie zb Nachtpicknick mit Führung / Begleitung / Vortrag“ (w, 38 J.)

„Campingplatz/Herberge mit guter Verkehrsanbindung und sicheren Fahrradstellplätzen in der Nähe der Natur, Flugsport ist mir relativ egal, obwohl mich Fliegen interessiert, spannender fände ich den Astrotourismus“ (m, 39 J.)

EXPERTENBEFRAGUNG

METHODIK

- Online-Befragung der touristischen Akteur*innen in der Rhön (Bundesland übergreifend)
- Gesamtstichprobe: $n = 226$
- Befragungszeitraum: August 2023
- Fragebogenentwurf und Durchführung: dwif Consulting GmbH

SONSTIGE HINWEISE

- Die Werte in der nachfolgenden Auswertung sind gerundet. Rundungsdifferenzen sind daher möglich.

Betriebliche Einordnung

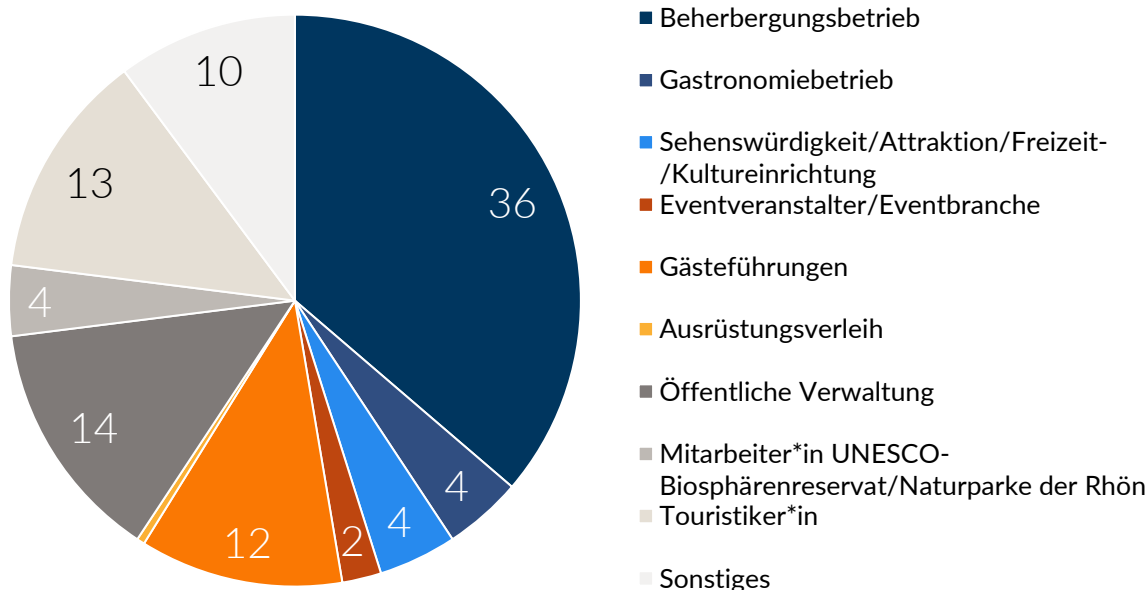
Betriebliche Einordnung

Bitte geben Sie an, welcher der folgenden Akteursgruppen Sie sich in erster Linie zuordnen.

(Angaben in %)

Sonstige Betriebe (n = 23):

- Flugsport (n = 6)
- Landwirtschaftsbetrieb (n = 4)
- Einzelhandel (n = 3)
- Verein (n = 2)
- Handwerksbetrieb (n = 2)
- Sonstiges (n = 5)



Quelle: dwif 2023, Online-Befragung der touristischen Akteur*innen der Rhön, n = 226

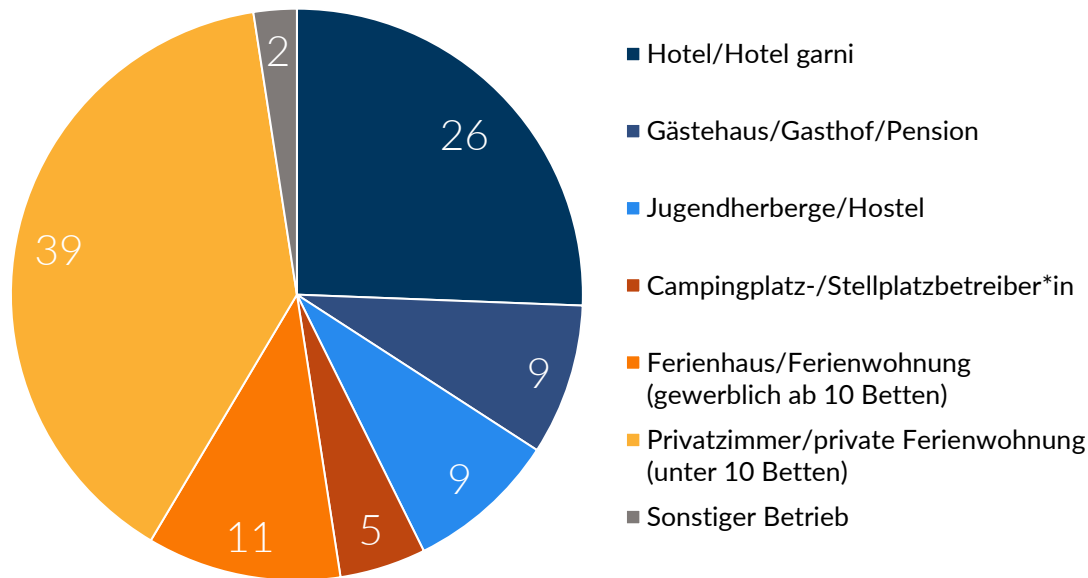
Beherbergungstyp

Welchem Beherbergungstyp ordnen Sie sich hauptsächlich zu?

(Angaben in %)

Sonstige Betriebe (n = 2):

- Berghütte
- Hotel mit Camping



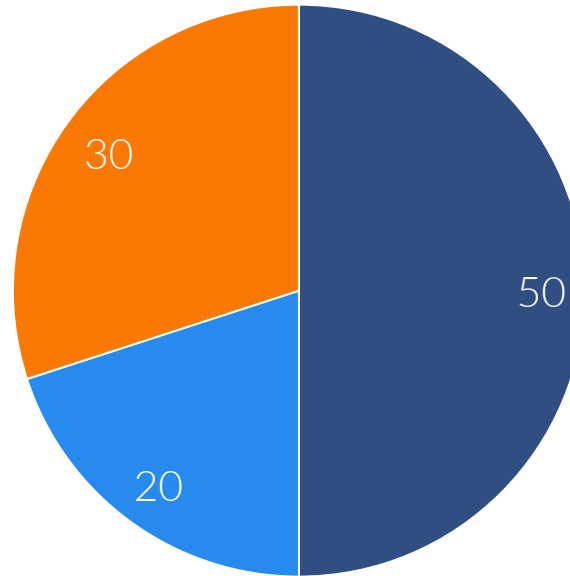
Quelle: dwif 2023, Online-Befragung der touristischen Akteur*innen der Rhön, n = 226; nur Beherbergungsbetriebe: n = 82

Freizeiteinrichtungen

Welcher Kategorie ordnen Sie sich zu?
(Angaben in %)

Sonstige Freizeit-
einrichtungen (n = 3):

- Gedenkstätte
- Kirche
- Wanderhütte

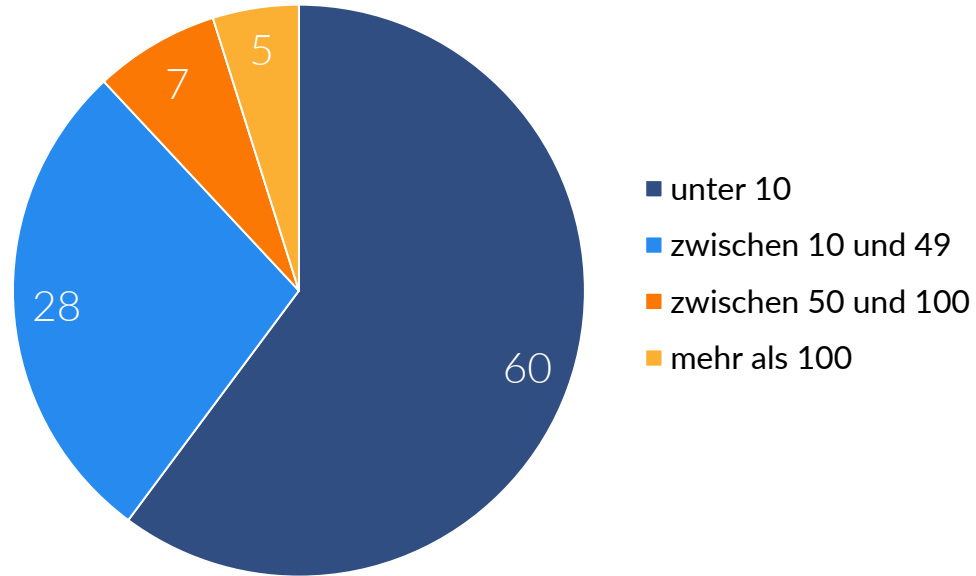


- Museen/Ausstellungen
- Freizeit-/Erlebniseinrichtungen
- Sonstige Freizeiteinrichtung

Quelle: dwif 2023, Online-Befragung der touristischen Akteur*innen der Rhön, n = 226; nur
Sehenswürdigkeiten/Attraktionen/Freizeit-/Kultureinrichtungen: n = 10

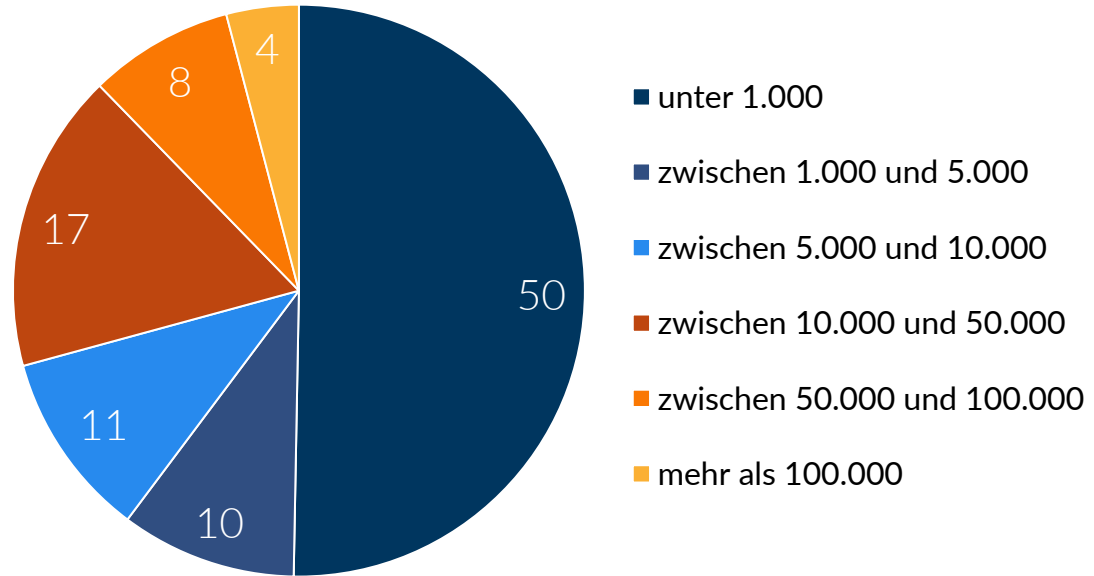
Anzahl der Mitarbeiter*innen

Wie viele Mitarbeiter*innen hat Ihr Unternehmen/Ihre Institution?
(Angaben in %)



Anzahl der Gäste

Wie viele Gäste empfangen Sie ca. in einem durchschnittlichen Geschäftsjahr?
(Angaben in %)



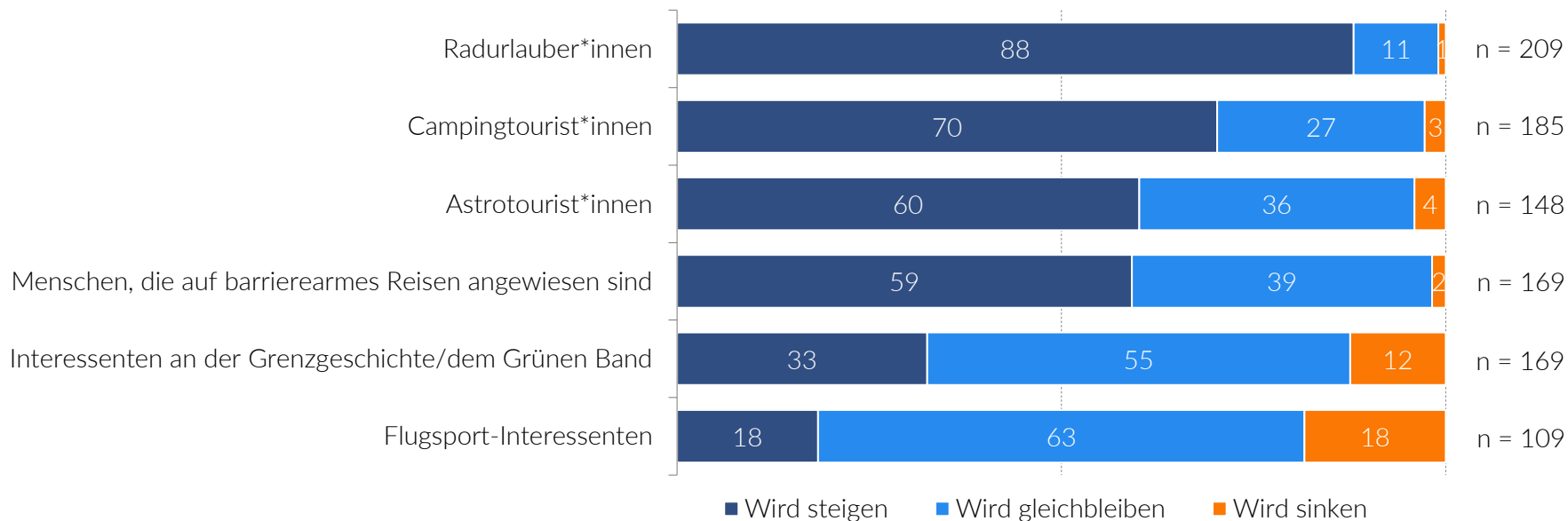
Quelle: dwif 2023, Online-Befragung der touristischen Akteur*innen der Rhön, n = 226; ohne Öffentliche Verwaltung: n = 171

Angebot und Nachfrage zu den
touristischen Themenfeldern

Radurlauber*innen mit hohem Wachstumspotenzial

Wie schätzen Sie die Entwicklung der Nachfrage der folgenden Urlaubstypen in den kommenden fünf Jahren in der Rhön ein?

(Angaben in %)

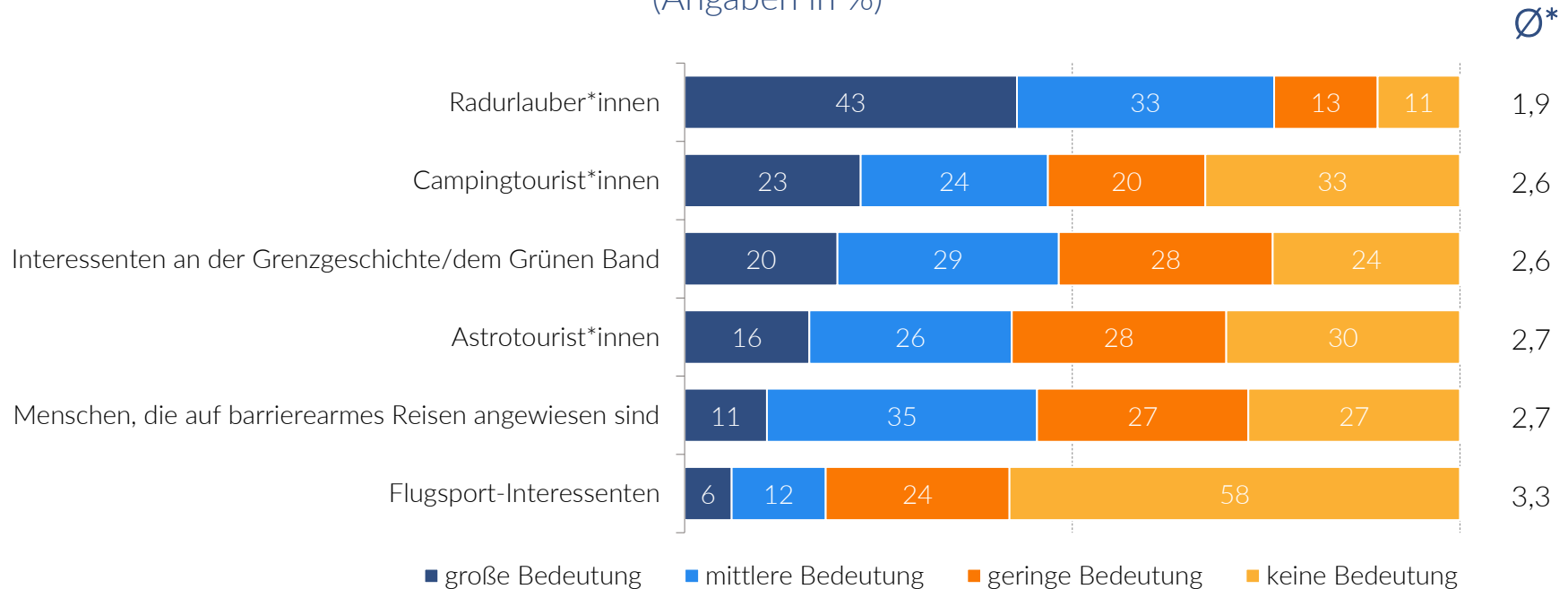


Quelle: dwif 2023, Online-Befragung der touristischen Akteur*innen der Rhön, n = 226

Radfahren und Camping mit der größten Bedeutung

Welche Bedeutung haben die folgenden Zielgruppen/Themen im Rahmen Ihrer eigenen Marketingarbeit bzw. für Ihren Betrieb/Ihre Institution?

(Angaben in %)



* Mittelwert 1 = große Bedeutung bis 4 = keine Bedeutung

Quelle: dwif 2023, Online-Befragung der touristischen Akteur*innen der Rhön, n = 226

Flugsport

Haben Sie Ideen für konkrete Angebote mit Bezug zu diesem Themenfeld, die für Ihren Betrieb/Ihre Institution in Zukunft denkbar wären, die Sie bereits durchführen oder die Sie noch weiter ausbauen wollen?



Quelle: dwif 2023, Online-Befragung der touristischen Akteur*innen der Rhön, 23 Nennungen

Radfahren

Haben Sie Ideen für konkrete Angebote mit Bezug zu diesem Themenfeld, die für Ihren Betrieb/Ihre Institution in Zukunft denkbar wären, die Sie bereits durchführen oder die Sie noch weiter ausbauen wollen?



Quelle: dwif 2023, Online-Befragung der touristischen Akteur*innen der Rhön, 118 Nennungen

Astrotourismus

Haben Sie Ideen für konkrete Angebote mit Bezug zu diesem Themenfeld, die für Ihren Betrieb/Ihre Institution in Zukunft denkbar wären, die Sie bereits durchführen oder die Sie noch weiter ausbauen wollen?

A word cloud of suggestions for astrotourism offerings, centered within a light gray cloud shape. The words are arranged in a hierarchical manner, with the most prominent words being 'thematische Führungen' and 'Bewusstsein für Umwelt schaffen'. Other suggestions include 'Infrastruktur', 'Beschilderung/Infotafeln', 'Aktionstage/Veranstaltungen', 'Himmelsschauplätze', 'Vorträge/Ausstellungen', 'Kombination mit Gastronomie', 'thematische Unterkünfte', 'Themen-Pakete', 'keine Nachfrage', 'Online-Angebote', and 'Thema stärker bewerben'.

keine Nachfrage
Online-Angebote
Thema stärker bewerben
Infrastruktur
Beschilderung/Infotafeln
Aktionstage/Veranstaltungen
Bewusstsein für Umwelt schaffen
thematische Führungen
Himmelsschauplätze
Vorträge/Ausstellungen
Kombination mit Gastronomie
thematische Unterkünfte
Themen-Pakete

Quelle: dwif 2023, Online-Befragung der touristischen Akteur*innen der Rhön, 75 Nennungen

Grünes Band / Grenzgeschichte

Haben Sie Ideen für konkrete Angebote mit Bezug zu diesem Themenfeld, die für Ihren Betrieb/Ihre Institution in Zukunft denkbar wären, die Sie bereits durchführen oder die Sie noch weiter ausbauen wollen?



Quelle: dwif 2023, Online-Befragung der touristischen Akteur*innen der Rhön, 61 Nennungen

Campingtourismus / außergewöhnlich übernachten

Haben Sie Ideen für konkrete Angebote mit Bezug zu diesem Themenfeld, die für Ihren Betrieb/Ihre Institution in Zukunft denkbar wären, die Sie bereits durchführen oder die Sie noch weiter ausbauen wollen?

A word cloud of ideas for camping tourism offerings, centered around the main title. The words are arranged in a cloud shape, with the most prominent words in the center and smaller words towards the edges. The colors are primarily dark blue and light blue.

Ausbau des ÖPNV
Naturnähe und Nachhaltigkeit
Kombination mit dem Grünen Band
Versorgungsangebote
Kombination zum Astrotourismus
Trekkingplätze
Kombination mit Kulturangeboten
Reglementierung Wildcampen
Stellplatzangebot
außergewöhnlich übernachten
Online-Sichtbarkeit der Angebote
Veranstaltungsangebote
Streichelzoo

Quelle: dwif 2023, Online-Befragung der touristischen Akteur*innen der Rhön, 43 Nennungen

barrierearmes Reisen

Haben Sie Ideen für konkrete Angebote mit Bezug zu diesem Themenfeld, die für Ihren Betrieb/Ihre Institution in Zukunft denkbar wären, die Sie bereits durchführen oder die Sie noch weiter ausbauen wollen?



A word cloud of suggestions for barrier-free travel, set against a light gray cloud background. The words are arranged in a central cluster, with some in blue and others in dark blue. The most prominent words are 'barrierearme Unterkünfte' and 'Führungen und Tourenangebote'. Other visible words include 'barrierefreies Informationsmaterial', 'bessere Beschilderung/Kennzeichnung', 'barrierearme Kulturangebote', '(Online-)Informationsmöglichkeiten', 'Zertifizierung', 'Transparenz und Ehrlichkeit', 'teure oder komplizierte Umsetzung', 'Beförderungsmöglichkeiten', 'Verleih von Rollstühlen', 'barrierefreie Infrastruktur', and 'Vermarktung der Angebote'.

Zertifizierung
Transparenz und Ehrlichkeit
barrierefreies Informationsmaterial
teure oder komplizierte Umsetzung
bessere Beschilderung/Kennzeichnung
barrierearme Kulturangebote
(Online-)Informationsmöglichkeiten
Beförderungsmöglichkeiten
barrierearme Unterkünfte
Verleih von Rollstühlen
Führungen und Tourenangebote
barrierefreie Infrastruktur
Vermarktung der Angebote

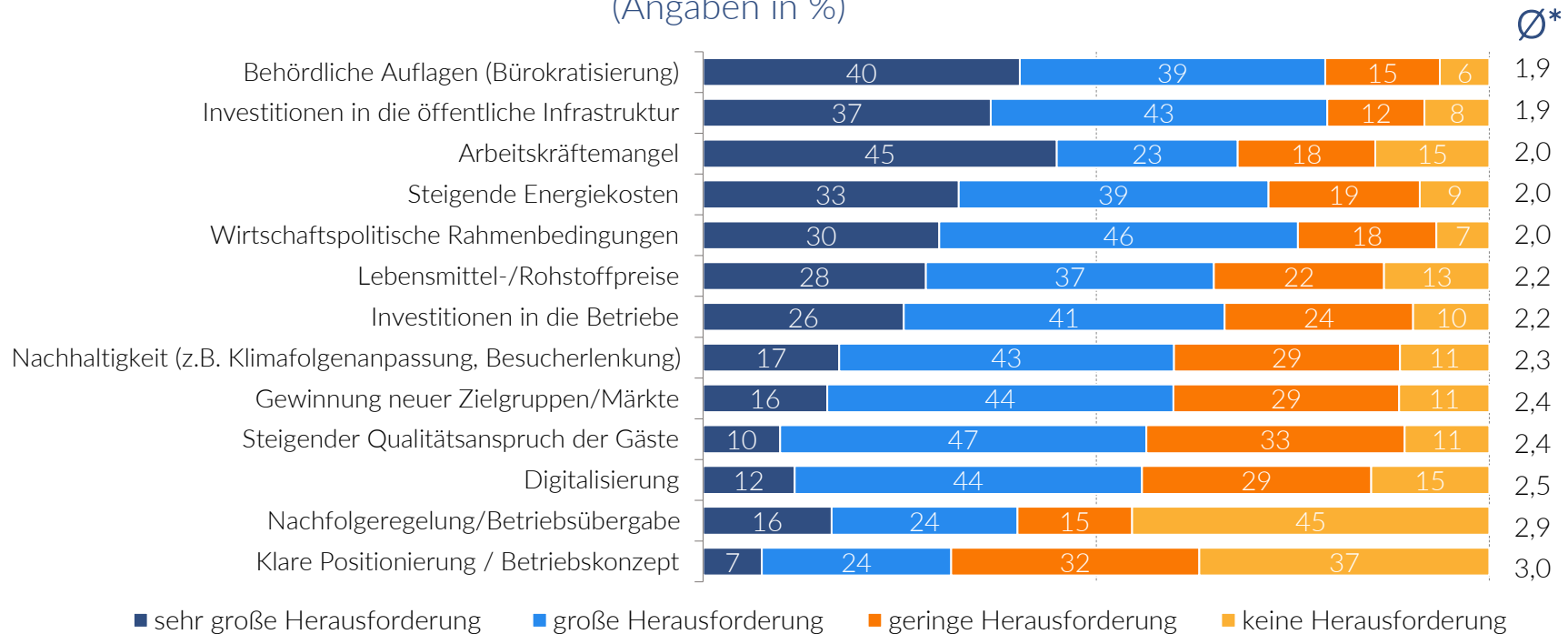
Quelle: dwif 2023, Online-Befragung der touristischen Akteur*innen der Rhön, 39 Nennungen

Herausforderungen und Unterstützungsbedarfe

Behördliche Auflagen stellen Herausforderung dar

Wo liegen aus Ihrer Sicht derzeit die größten Herausforderungen für Sie/Ihren Betrieb?

(Angaben in %)



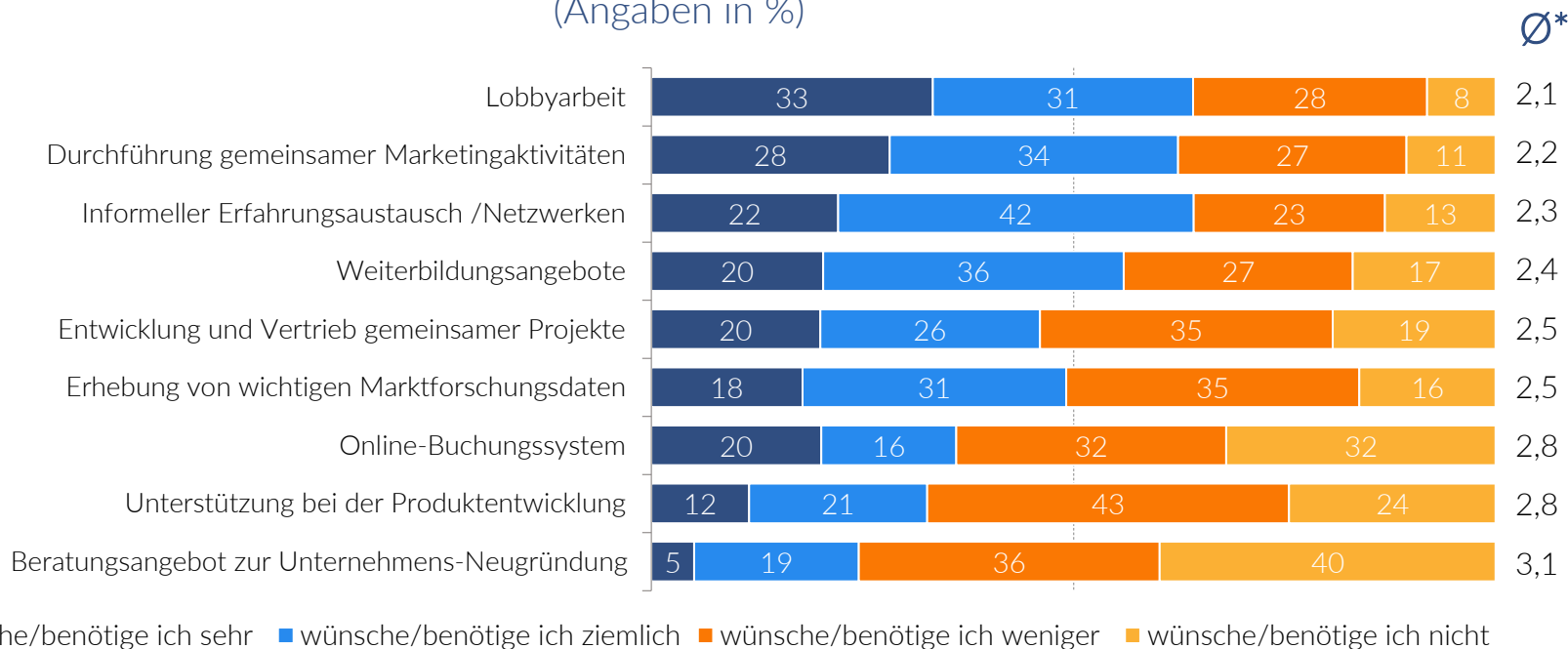
* Mittelwert 1 = sehr große Herausforderung bis 4 = keine Herausforderung

Quelle: dwif 2023, Online-Befragung der touristischen Akteur*innen der Rhön, n = 226

Wunsch touristischer Akteure nach Lobbyarbeit durch die Rhön GmbH

Inwieweit wünschen Sie sich bzw. benötigen Sie bei den folgenden Aspekten Unterstützung / Expertise durch die Rhön GmbH?

(Angaben in %)



* Mittelwert 1 = wünsche/benötige ich sehr bis 4 = wünsche/benötige ich nicht

Quelle: dwif 2023, Online-Befragung der touristischen Akteur*innen der Rhön, n = 226

Offene Nennungen (geclustert)

In welchen weiteren Bereichen bzw. bei welchen Angeboten und (Dienst-)Leistungen würden Sie sich Unterstützung durch die Rhön GmbH wünschen, was fehlt Ihnen?



Quelle: dwif 2023, Online-Befragung der touristischen Akteur*innen der Rhön, 69 Nennungen

Offene Nennungen (geclustert)

In welchen weiteren Bereichen bzw. bei welchen Angeboten und (Dienst-)Leistungen würden Sie sich Unterstützung durch die Rhön GmbH wünschen, was fehlt Ihnen?

(Anzahl der Nennungen, Top 7)



...

Quelle: dwif 2023, Online-Befragung der touristischen Akteur*innen der Rhön, 69 Nennungen

Kernaussagen



Das größte Wachstumspotenzial sehen die touristischen Betriebe in der Rhön in den Segmenten **Radfahr- und Campingtourismus**.



Die beiden Segmente haben derzeit auch die **größte Bedeutung** für die Arbeit der Akteure.



Konkret angeboten werden häufig Themen-/Aktionstage, Vorträge oder Führungen. Die **Kombination von Themenfeldern** wurde vereinzelt genannt, könnte aber noch stärker im Fokus stehen.



Es besteht der Wunsch der touristischen Betriebe, die Rhön nach außen hin **noch stärker sichtbar** zu machen, die Interessen der Akteure zu vertreten und gemeinsame Marketingaktivitäten durchzuführen.

Ihre Ansprechpartner*innen



**KARSTEN
HEINSOHN**

Geschäftsführer und Leitung
Marktforschung & Monitoring

k.heinsohn@dwif.de
+49(0)30 / 757 949-30



**LEONIE
SCHERER**

Consultant

l.scherer@dwif.de
+49(0)89 / 237 028 9-26



WEGWEISEND IM TOURISMUS

Büro Berlin

Marienstraße 19-20
10117 Berlin

Büro München

Sonnenstraße 27
80331 München

www.dwif.de

URHEBERSCHUTZ

Alle Rechte vorbehalten. © 2023 dwif
Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes und des Vertrags zwischen auftraggebender und auftragnehmender Institution/Organisation ist ohne Zustimmung des dwif unzulässig und strafbar.