

Kulturtourismus im ländlichen Raum: Ergebnisse einer Besucher- und Einwohnerbefragung im Amtsbereich Lieberose / Oberspreewald (Brandenburg) im Corona-Jahr 2020

Syrbe, Ralf-Uwe; Wirth, Peter; Eckelmann, Bianca; Neumann, Ina

Erstveröffentlichung / Primary Publication

Forschungsbericht / research report

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Syrbe, R.-U., Wirth, P., Eckelmann, B., & Neumann, I. (2021). *Kulturtourismus im ländlichen Raum: Ergebnisse einer Besucher- und Einwohnerbefragung im Amtsbereich Lieberose / Oberspreewald (Brandenburg) im Corona-Jahr 2020*. Dresden: Leibniz-Institut für ökologische Raumentwicklung e.V.. <https://doi.org/10.26084/ztqt-nv84>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>



Kulturtourismus im ländlichen Raum

Ergebnisse einer Besucher- und Einwohnerbefragung
im Amtsbereich Lieberose / Oberspreewald (Brandenburg)
im Corona-Jahr 2020

Ralf-Uwe Syrbe, Peter Wirth, Bianca Eckelmann, Ina Neumann
Leibniz-Institut für ökologische Raumentwicklung (IÖR)



Impressum

Kulturtourismus im ländlichen Raum – Ergebnisse einer Besucher- und Einwohnerbefragung im Amtsbereich Lieberose / Oberspreewald (Brandenburg) im Corona-Jahr 2020

Herausgeber Leibniz-Institut für ökologische Raumentwicklung e.V. (IÖR), Weberplatz 1, 01217 Dresden

Autoren Ralf-Uwe Syrbe, Peter Wirth, Bianca Eckelmann, Ina Neumann

Fördergeber Dieses Projekt wurde aus dem Horizon 2020-Programm der Europäischen Union für Forschung und Innovation unter der Fördervereinbarung Nr. 870644 gefördert.

Lektorat Christina Kraatz

Satz & Layout Kerstin Ludewig

Kartographie Ulrike Schinke

Titelbild Open Air Konzert zu Pandemiezeiten in Zaue (Foto: Ralf-Uwe Syrbe)

Druck nur online

ISBN 978-3-933053-48-0

Ort/Jahr Dresden, Juli 2021

Lizenz Dieser Text wird unter CC-BY-4.0 zur Verfügung gestellt.
Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

DOI <https://doi.org/10.26084/ztqt-nv84>

Zitierempfehlung:

Syrbe, R.-U.; Wirth, P.; Eckelmann, B.; Neumann I. (2021). Kulturtourismus im ländlichen Raum – Ergebnisse einer Besucher- und Einwohnerbefragung im Amtsbereich Lieberose / Oberspreewald (Brandenburg) im Corona-Jahr 2020. Leibniz-Institut für ökologische Raumentwicklung e.V. (IÖR), Weberplatz 1, 01217 Dresden.

Kulturtourismus im ländlichen Raum

Ergebnisse einer Besucher- und Einwohnerbefragung im Amtsbereich
Lieberose / Oberspreewald (Brandenburg) im Corona-Jahr 2020

Ralf-Uwe Syrbe, Peter Wirth, Bianca Eckelmann, Ina Neumann
Leibniz-Institut für ökologische Raumentwicklung (IÖR)

Vorwort

Dieser Bericht stellt die Ergebnisse einer Besucher- und Einwohnerbefragung vor, die im Zeitraum von August bis Oktober 2020 in der Lausitz / Brandenburg durchgeführt wurde. Das Ziel der Befragung bestand einerseits darin, ein besseres Verständnis zum Kulturtourismus in ländlichen Räumen zu entwickeln. Während Besucher in den Städten eher Formen der Hochkultur (Theater, Museen, Galerien) wahrnehmen, liegt das Augenmerk in ländlichen Räumen stärker auf der Populär- und Alltagskultur (Traditionen, Volksfeste, Kulturlandschaft, landwirtschaftliche und handwerkliche Produkte).

Andererseits sollen die Untersuchungen im Amtsgebiet Lieberose / Oberspreewald konkrete Ansatzpunkte für die weitere Entwicklung liefern. Es geht darum, die Akteure der Tourismuswirtschaft dabei zu unterstützen, Strategien zu entwickeln, die es der lokalen Bevölkerung ermöglichen, mehr als bisher von wertvollen lokalen Kulturgütern zu profitieren.

Während der Erstellung der Fragebögen wurde das Projekt von der COVID-19-Pandemie eingeholt. Im Angesicht der Ereignisse drängte es sich auf, einige Fragen zum Reiseverhalten unter Corona-Bedingungen hinzuzufügen. Insbesondere bestand die Chance, Hypothesen zu einem veränderten Reiseverhalten wie die stärkere Fokussierung der Reisenden auf das Inland und einen verstärkten Trend zum Camping-Tourismus zu überprüfen.

Die Untersuchung ist Bestandteil des Projekts SPOT („Social and Innovative Platform on Cultural Tourism and its Potential Towards Deepening Europeanisation“), das den Kulturtourismus als Beitrag zur Annäherung der Länder in Europa versteht. Das Projekt wird im Rahmen des EU-Förderprogramms Horizon 2020 umgesetzt (siehe SPOT 2020). Im Zeitraum 2020-2022 führt ein Konsortium mit Partnern aus 15 Ländern Fallstudien in Deutschland, Estland, Griechenland, Israel, Italien, den Niederlanden, Österreich, Polen, Rumänien, der Slowakei, Slowenien, Spanien, Tschechien und Ungarn durch. In diesen Ländern finden analoge Erhebungen statt.

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	3
1 Untersuchungsgebiet	5
2 Umfragen im Amtsbereich Lieberose / Oberspreewald	7
2.1 Inhalt und Kontext der Umfragen	7
2.2 Methodik.....	8
2.2.1 Besucherbefragung	8
2.2.2 Einwohnerbefragung.....	8
2.3 Beteiligung der Befragten pro Zielgruppe.....	10
2.3.1 Besucherbefragung	10
2.3.2 Einwohnerbefragung.....	11
3 Ergebnisse	12
3.1 Ergebnisse der Besucherbefragung	12
3.1.1 Profile der Besucher – Grundlegende Informationen.....	12
3.1.2 Reisecharakteristika	15
3.1.3 Meinungen zum Kulturtourismus in der Region	23
3.1.4 Kulturtourismus und Corona.....	29
3.2 Ergebnisse der Einwohnerbefragung.....	32
3.2.1 Profile der Bewohner – soziodemographische Informationen.....	32
3.2.2 Kulturtourismus und Einwohner	36
3.2.3 Kulturtourismus und Corona.....	45
4 Schlussfolgerungen	46
4.1 Ergebnisse der Besucherbefragung und der Einwohnerumfrage im Vergleich.....	46
4.2 Schlussfolgerungen für die touristische Entwicklung des Gebietes.....	47
4.3 Schlussfolgerungen für den Tourismus in ländlichen Räumen unter Corona-Bedingungen in Deutschland	48
5 Danksagung	49
6 Quellen	50

Zusammenfassung

Das südlich von Berlin in Brandenburg gelegene Untersuchungsgebiet erlebte im Corona-Jahr 2020 einen Besucheransturm. Trotz des zeitweiligen Lockdowns kam es insbesondere auf den Campingplätzen zu Rekordbesucherzahlen. Dabei reisten sowohl Besucher aus klassischen Quellgebieten wie Sachsen, Brandenburg und Berlin an, darüber hinaus aber auch Gäste aus den alten Bundesländern wie Bayern und Baden-Württemberg. Viele Touristen entdeckten 2020 dieses Gebiet zum ersten Mal. Typisch für die Besucher sind ein hoher bis sehr hoher Bildungsstand, qualifizierte Berufsabschlüsse sowie eine solide Einkommenssituation. Paare und Familien dominieren unter den Befragten. Die kulturellen Interessen der Besucher konzentrieren sich stark auf Restaurants / Gastronomie, Stadt- und Dorfensemble, historische Stätten und Gebäude, Kulturerbestätten/-gebäude sowie Kulturrouten. Dieser Fokus der Besucher harmoniert recht gut mit den kulturellen Angeboten in der ländlichen Region.

Unter den 90 % Besuchern, die in der Region übernachteten, bleiben die meisten bis zu 10 Tage. Darüber hinaus gibt es eine größere Gruppe von Campern und Dauercampnern, die sich längerfristig auf den Zeltplätzen aufhalten und dadurch Infrastrukturen (z. B. Ärzte, Gastronomie, Autowerkstätten) über das normale touristische Maß hinaus in Anspruch nehmen. Die Hälfte der Besucher übernachtet auf Campingplätzen. Das Übernachtungsangebot wird durch Ferienwohnungen, Ferienhäuser und kleine Pensionen / Hotels komplettiert.

Natur und Landschaft, das Wasser mit Strandurlaub sowie körperliche Betätigung sind die dominierenden Motive der Besucher für Reisen ins Untersuchungsgebiet während der Sommermonate. Unter den Reisenden gibt es auch eine Gruppe mit höherem Interesse an kulturellen Aktivitäten wie lokale Traditionen und Architektur / Stadtbild. Insofern ist das Kulturerleben für die meisten Besucher zwar nicht ursächlich für die Reise, bildet aber dennoch einen wichtigen Bestandteil. Das wird auch durch die zahlreichen Tagesausflüge in die Umgebung unterstrichen, die fast alle Gäste der Region unternehmen. Die Ausgaben der Besucher betragen im Sommer 2020 im Durchschnitt 61 € pro Person und Tag, wobei starke gruppenspezifische Unterschiede festzustellen sind.

Bevorzugte Informationsquelle für die Besucher ist das Internet. Danach folgen Broschüren / Flyer und die Tourist-Informationen. Die Erreichbarkeit des Untersuchungsgebiets wird von den Besuchern tendenziell als gut bis sehr gut empfunden, soweit sie mit dem Auto / Wohnmobil anreisen. Hier weicht das Befragungsergebnis sehr stark von der Einwohnerbefragung ab (vgl. 4.2). Die Erreichbarkeit der Region mit dem ÖPNV wird einheitlich als schlecht dargestellt und der öffentliche Verkehr kaum genutzt. Beim Reisen innerhalb des Gebietes nutzen die Besucher nur zum Teil das Auto, während viele nach der Ankunft komplett auf das Fahrrad umsteigen. Bei der Mobilität im Gebiet spielen Bootstouren und Wandern auch eine Rolle.

Die Zufriedenheit der Besucher mit dem Aufenthalt im Amtsgebiet Lieberose / Oberspreewald ist tendenziell hoch bis sehr hoch. Die meisten Erwartungen werden offensichtlich erfüllt. Im Detail gibt es dabei aber Unterschiede. So werden die Sicherheit, das Preis-Leistungs-Verhältnis und die Produkt- und Dienstleistungsqualität in der Tendenz hoch bewertet, das kulturelle Angebot im Corona-Jahr 2020 aber mittelmäßig. Allerdings haben die Besucher meist Verständnis für die schwierige Situation der Anbieter kultureller Leistungen gezeigt. Insofern verwundert es nicht, dass über 90 % der Besucher die Region als Reiseziel weiterempfehlen würden – deutlich mehr als die Einwohner (vgl. 4.2).

Trotz der allgemeinen Zufriedenheit hat die Befragung eine ganze Reihe von Kritikpunkten zum Vorschein gebracht, wobei sich die meisten auf Radwege, Gastronomie und kulturelle Veranstaltungen bezogen. Kritikpunkt 1: die Radwege. Defizite in diesem Bereich spielten immer wieder eine Rolle in den Antworten. Viele Besucher waren unzufrieden mit der Qualität der Radwege und mit fehlenden Verbindungen im Radwegenetz. Dieses sei lückenhaft und überwiegend in schlechtem Zustand. Radfahrer müssten oft auf die Straße ausweichen, da kein separater Radweg vorhanden sei. Der Belag

der Wege würde oft wechseln und weise Mängel auf. Dazu kommen andere Probleme der Verkehrsinfrastruktur wie fehlende Gehwege und Straßenbeleuchtung.

Kritikpunkt 2: Gastronomie. Es gebe zu wenige Restaurants mit einem guten Angebot und nur wenige vegetarische sowie vegane Gerichte. In Lieberose gibt es kein Restaurant mehr. Abends wären einige Gaststätten / Restaurants zu zeitig geschlossen.

Kritikpunkt 3: kulturelle Veranstaltungen. Hier gebe es ein Defizit sowohl hinsichtlich der Vielfalt als auch hinsichtlich der Anzahl der Angebote. Dies ist verbunden mit Fragen nach Schlecht-Wetter-Alternativen, Wellness, Angeboten für junge Menschen, Musik- und Tanzveranstaltungen und anderen Ausgeh-Möglichkeiten. Einige Besucher, die vor Corona im Untersuchungsgebiet waren, betonten, dass Defizite in diesem Bereich schon in den Jahren zuvor erkennbar gewesen wären. Insofern hat die Corona-Pandemie zwar einige Probleme verursacht, aber auch bereits vorher bestehende Missstände verschärft.

Der Einfluss der genannten Probleme auf die Zufriedenheit der Besucher ist dennoch gering. So meinten die meisten Gäste, die die Region schon von früheren Besuchen (vor Corona) kannten, dass sich ihre Zufriedenheit nicht verändert habe.

Die Mehrheit der Einwohner begrüßt den Tourismus im Gebiet. Die Anzahl der Besucher wird von den Einheimischen – selbst unter den Bedingungen einer hohen Auslastung 2020 – eher gelassen gesehen. Belästigungen durch Touristen empfinden nur 12 %, eine Zunahme der Besucherzahl sehen nur 9 % der Bewohner problematisch. Die meisten erwarten von einem ggf. verstärkten Tourismus in ihrer Gegend eher positive Effekte. Viele hoffen, dass sich dadurch kulturelle Angebote verbessern, alte Gebäude renoviert, Geh- und Radwege gebaut, Restaurants eröffnet werden sowie kleine Geschäfte überleben. Auch wird dem Tourismus tendenziell ein positiver Einfluss auf die Erhaltung lokaler Traditionen zugesprochen.

Als Vorzüge des Gebietes sehen Einwohner und Besucher gleichermaßen die landschaftlichen Reize wie Natur, Stille, saubere Luft sowie die Wälder, Seen und Kanäle. Dazu kommt das materielle und immaterielle kulturelle Erbe. Beides vereint sich zu einem kulturlandschaftlichen Arrangement, das von den Gästen sehr geschätzt wird. Eine Aufwertung der kulturellen Angebote im Gebiet sollte deshalb an den genannten Potenzialen anknüpfen.

1 Untersuchungsgebiet

Das deutsche Untersuchungsgebiet im Rahmen des Projektes SPOT ist das Amtsgebiet Lieberose / Oberspreewald im Landkreis Dahme-Spreewald in Brandenburg. Es umfasst acht Gemeinden (Abb. 1): Alt Zauche-Wußwerk, Byhleguhre-Byhlen, Jamlitz, Lieberose, Neu Zauche, Schwielochsee, Spreewaldheide und Straupitz mit knapp über 7.000 Einwohnern. Das Amt hat seine Verwaltungsstellen in Straupitz und Lieberose (vgl. Amt Lieberose / Oberspreewald 2021).

Das Untersuchungsgebiet liegt knapp zwei Autostunden von Berlin und Dresden entfernt im Bundesland Brandenburg. Arbeitsplätze im gewerblichen Bereich sind die Ausnahme, so dass der Tourismussektor und einige kulturelle Attraktionen interessante Erwerbsmöglichkeiten bieten, wenngleich in vielen Fällen auch nur im Nebenerwerb. Die nächstgelegenen größeren Städte sind Lübben, Lübbenau und Cottbus.

Die Tourismusentwicklungsgesellschaft (TEG) der acht Gemeinden vermarktet das Gebiet unter dem Namen "Leichhardt-Land". Das Label verweist auf ein Alleinstellungsmerkmal des Gebietes. Der deutsche Australienforscher Ludwig Leichhardt (1813-1848) wurde in Sabrodt geboren.

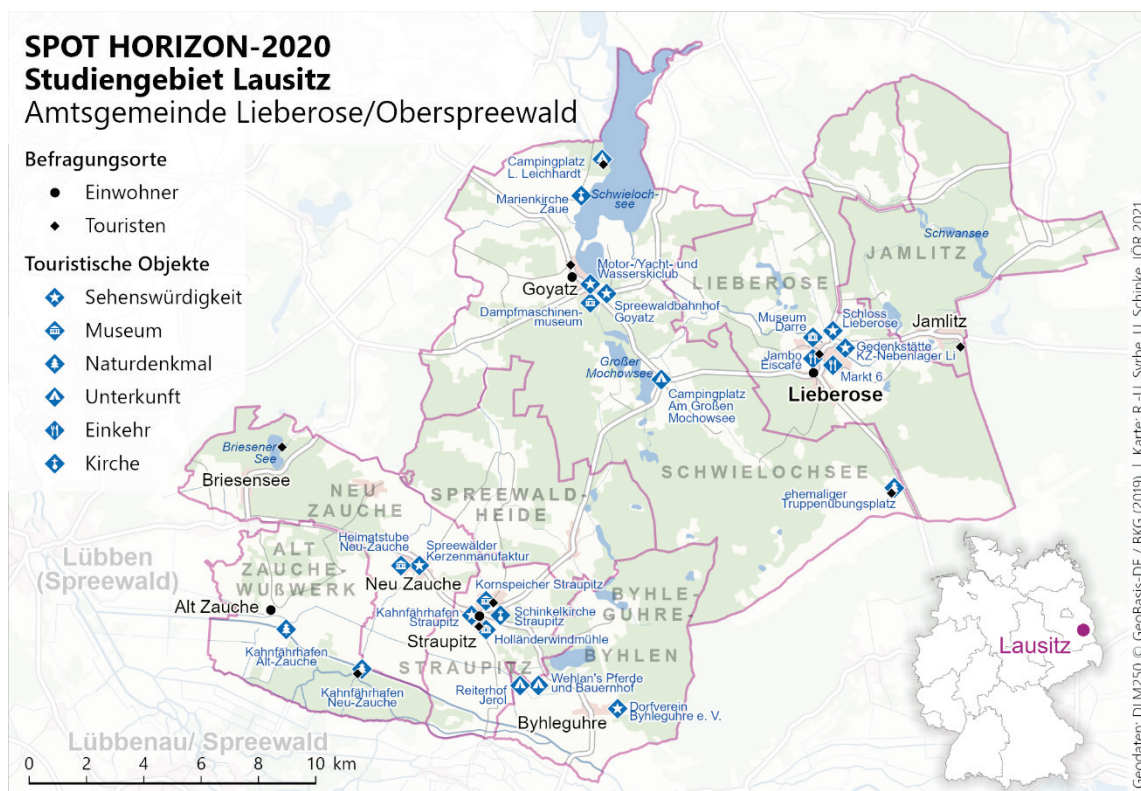


Abb. 1 Lage und Gemeindestruktur des Untersuchungsgebietes mit Befragungsorten und kultur-touristischen Objekten (Quelle: IOER)

Der Spreewald ist eine über Deutschland hinaus bekannte Kulturlandschaft und eines der beliebtesten touristischen Ziele im Land Brandenburg (BfN 2012a). Hauptmerkmal ist die natürliche Flussverzweigung der Spree, die über Jahrhunderte durch kleinere Kanäle erweitert wurde. Als Auen- und Moorlandschaft ist sie von überregionaler Bedeutung für den Naturschutz und steht als Biosphärenreservat unter Schutz. Der Spreewald ragt im Südwesten in das Untersuchungsgebiet hinein. Dieser Teil wird heute überwiegend als Grünland und Ackerland genutzt. In einigen Bereichen sind aber auch die natürlichen Erlenbruchwälder erhalten geblieben.

Der *Schwielochsee* befindet sich im nördlichen Teil des Untersuchungsgebietes. Er ist Teil eines eiszeitlichen Seensystems zwischen dem Baruther und Berliner Urstromtal und stellt mit seiner Größe von 1.050 Hektar eine Besonderheit des Gebietes dar (BfN 2012b). Der See ist Teil des Gewässersystems der Spree, über die eine Verbindung auf dem Wasserweg mit Berlin ermöglicht wird. Diese Landschaft wird zum Teil landwirtschaftlich genutzt. In den Forsten überwiegen Kiefernwälder. Die Ufer des Schwielochsees sind intensiv durch den Tourismus erschlossen.

Die *Lieberoser Heide* ist ein ehemaliger Truppenübungsplatz im Osten und Südosten des Untersuchungsgebietes. Sie liegt in einer eiszeitlich geprägten Moränenlandschaft und ist neben Kiefernwäldern von ausgedehnten Sandheiden und nährstoffarmen Heidemooren geprägt (BfN 2012c). Aufgrund der jahrzehntelangen militärischen Nutzung wurden große Flächen abgeholzt. Heute werden diese Flächen von ausgedehnten Heide- und Trockenbiotopen eingenommen.

Entsprechend der landschaftlichen Besonderheiten sind die touristischen Profile in den drei Teilgebieten unterschiedlich (TEG 2021). Während der Spreewald und das Gebiet um den Schwielochsee touristisch stark frequentiert sind, steht die Lieberoser Heide noch am Anfang der touristischen Erschließung.

Touristische Kahnfahrten auf den Kanälen sind die Hauptattraktion im Spreewald, die jährlich von etwa einer Million Menschen genutzt werden (vgl. Tourismusverband Spreewald 2021). Im Untersuchungsgebiet gibt es Kahnanlegestellen in Straupitz, Alt Zauche, Neu Zauche und Lieberose. Kulturhistorische Ziele sind die Holländerwindmühle, der alte Kornspeicher und besonders die monumentale klassizistische Schinkelkirche in Straupitz. Lokale Feste wie das Erntedankfest in Straupitz und der Ostermarkt und das Trachtenfest in Alt Zauche ziehen jedes Jahr zahlreiche Besucher an. Sie kaufen auch gern regionale Spreewaldprodukte wie Gewürzgurken, Meerrettich und Leinöl.

Die Schwielochsee-Region ist als Erholungsgebiet besonders in Brandenburg, Sachsen und Berlin beliebt. Der Schwerpunkt liegt auf landschaftsbezogenen Aktivitäten wie Camping, Radfahren und Wassertourismus (vgl. TMB 2021). Kleine Dörfer wie Goyatz und Mochow mit ihren historischen Dorfkernen, Kirchen, Gasthöfen und Dorfschulen bieten viele Einblicke für Besucher abseits des Wassers. Traditionelle Feste wie Karneval und Kirmes werden in mehreren Dörfern gefeiert. Jedes Jahr findet auf dem See ein Bootskorso statt. Eine lokale Attraktion ist das Spreewaldbahnmuseum in Goyatz.

Die Lieberoser Heide ist das touristisch am wenigsten erschlossene Teilgebiet, hat aber wohl das größte Entwicklungspotenzial. In der Kleinstadt Lieberose findet man ein stattliches, leider aber in schlechtem Zustand befindliches Barockschloss mit einem großenteils verwilderten Schlosspark, zwei Kirchen und das Bürgerhaus und Museum "Darre". Die Lieberoser Heide, die an die Stadt grenzt, war mit rund 25.000 Hektar der größte ehemalige Truppenübungsplatz der DDR. Ein großer Teil dieser Flächen wird jetzt sich selbst überlassen und als "Wildnisgebiet" geschützt (Stiftung NLB 2021). Unterstützt durch das Land Brandenburg soll in diesem Gebiet in den nächsten Jahren eine sogenannte Internationale Naturausstellung (I.N.A.) entstehen. Dabei handelt es sich um ein neues Ausstellungsformat, das dem Erhalt der biologischen Vielfalt dienen und einen internationalen Diskurs anregen soll (vgl. I.N.A. 2021). Einige militärische Hinterlassenschaften wie der "Kommandeurshügel" - eine kleine Erhebung, von der aus die Generäle der Sowjetarmee bis in die 1980er Jahre die Manöver ihrer Truppen beobachtet haben - sind bereits instandgesetzt und für Besucher zugänglich gemacht worden. Das bietet auch die Möglichkeit, Natur- und Kulturtourismus zu verknüpfen.

2 Umfragen im Amtsbereich Lieberose / Oberspreewald

2.1 Inhalt und Kontext der Umfragen

Im Jahr 2020 wurden im Untersuchungsgebiet drei Umfragen durchgeführt: eine unter den Gästen des Gebietes („Besucherbefragung“), eine unter der Einwohnerschaft („Einwohnerbefragung“) und eine Befragung touristischer Anbieter („Unternehmensbefragung“). Alle diese Umfragen wurden weitgehend identisch in allen 15 Fallstudiengebieten des SPOT-Projektes durchgeführt, sodass international vergleichbare Ergebnisse zu erwarten sind. Dazu wurden die Fragebögen in die jeweiligen Landessprachen übersetzt, parallele Befragungen durchgeführt und die Ergebnisse in eine Datenbank eingespeist. Der Vergleich der Fallstudien erfolgt zum späteren Zeitpunkt in einem gesonderten Bericht.

Die Besucherbefragung wurde im Rahmen des SPOT-Projektes in der Hauptreisezeit durchgeführt, im deutschen Untersuchungsgebiet im August 2020. Sie sollte die kulturtouristischen Angebote im Untersuchungsgebiet, die Reisevorlieben der Besucher und den Einfluss der Corona-Pandemie auf das Reisen charakterisieren. Besucher sind eine hochrelevante Zielgruppe kultureller Anbieter, weil sie kulturelle Angebote viel häufiger wahrnehmen als im Alltag. Dadurch können sie in der Reisesaison sogar größere Relevanz für Kulturanbieter haben als die Einwohner (vgl. Drews 2017, S. 324).

Die Einwohnerbefragung wurde im Oktober 2020, noch vor dem 2. Lockdown in Deutschland, durchgeführt. Sie sollte die Meinung der Bevölkerung zum Tourismus und zur Ausstattung mit touristischen Attraktionen im Gebiet beleuchten, ebenso wie die Frage, inwieweit die Einheimischen vom Tourismus profitieren bzw. darunter leiden, ob sie selbst die Attraktionen ihres Gebietes nutzen können und wertschätzen und wie sich die Corona-Krise in diesem Zusammenhang auswirkt. Die Perspektive der Einwohner ist bedeutsam, da sie sich in ländlichen Räumen stark mit den Kulturangeboten ihrer Heimatorte identifizieren, unabhängig davon, ob sie diese selbst besuchen oder nicht. Oft fungieren sie als Multiplikatoren, indem sie Events und Kulturstätten weiterempfehlen (vgl. Drews 2017, S. 323).

Die Unternehmensbefragung war die dritte Umfrage, die im Rahmen des SPOT-Projekts im Herbst 2020 zu Beginn des zweiten Lockdowns durchgeführt wurde. Hierbei ging es vor allem um die Wertschöpfung und die aktuellen Angebote für den Tourismus sowie um die Möglichkeiten, die Attraktivität des Gebietes als Urlaubsziel zu verbessern.

Das schon 2019 konzipierte Projekt SPOT wurde im Februar 2020 von der Corona-Pandemie „eingeholt“. Zwar hat sich dadurch am Grundkonzept, neue Tendenzen und Entwicklungen im Kulturtourismus zu erforschen, nichts geändert. Allerdings war es auch nicht möglich, die Pandemie in den Befragungen auszublenden. Deshalb wurde das Konzept aller Befragungen um einen Teil ergänzt, der ganz konkret auf die Auswirkungen der Corona-Pandemie eingeht. Der Fokus der Umfragen, über die hier berichtet wird, lag auf der Vor-Corona-Situation des Kulturtourismus und des Reisens sowie auf den Auswirkungen der Corona-Pandemie. Es ist geplant, später eine weitere Befragung durchzuführen, um auch die Nach-Corona-Situation zu erfassen.

Dieser Bericht präsentiert hauptsächlich die Ergebnisse der Besucher- und der Einwohnerbefragung, weil beide zu aufschlussreichen Resultaten geführt haben. Sie können dazu beitragen, die Entwicklung des Untersuchungsgebietes und insbesondere des Tourismus zu unterstützen sowie Schlussfolgerungen für die Entwicklung des Kulturtourismus in ländlichen Gebieten abzuleiten. An der Befragung touristischer Anbieter haben leider nur 22 Unternehmen teilgenommen, sodass die Ergebnisse statistisch nicht hinreichend abgesichert sind. Aus diesem Grund wird hier auf die Darstellung verzichtet.

2.2 Methodik

2.2.1 Besucherbefragung

Vom 19. bis 22. August 2020 führten die Autoren der Studie die Befragung von Touristen anhand eines im SPOT-Forschungskonsortium abgestimmten Fragebogens durch. Es war beabsichtigt, die Befragung in der Sommerzeit durchzuführen, da dies die touristische Hauptsaison in der Lausitz ist. Der Fragebogen bestand aus 29 Fragen (s. Anhang 1). Um die Form zu optimieren und die Interviews vorzubereiten, organisierte das Forschungsteam einen Pre-Test mit sechs Personen.

Die Vorgehensweise vor Ort wurde in enger Zusammenarbeit mit der Tourismusentwicklungsgesellschaft (TEG) des Untersuchungsgebietes mit Sitz in Goyatz (Gemeinde Schwielochsee) entwickelt. Diese Agentur ist eine Körperschaft des öffentlichen Rechts, die von den acht in der Amtsgemeinde Lieberose / Oberspreewald zusammengeschlossenen Gemeinden gegründet wurde. Sie betreibt vier Tourist-Informationen in Goyatz, Straupitz, Briesensee und Lieberose sowie vier Campingplätze in Zaue, Briesensee, Mochow und Jessern. Die Bürgermeister der beteiligten Gemeinden wurden über die Umfrage informiert.

Das Umfragekonzept sah drei Wege vor, um die entsprechenden Informationen zu erhalten:

1. Die Fragebögen wurden von der TEG an alle Anbieter von touristischen Dienstleistungen wie Tourismusbüros, Hotels, Herbergen, Ferienwohnungen (Abb. 4), Campingplätzen, Restaurants und kulturelle Attraktionen verschickt (Abb. 3). Die Eigentümer / Betreiber wurden gebeten, die Fragebögen unter den Gästen zu verteilen und die ausgefüllten Fragebögen an eines der Tourismusbüros im Untersuchungsgebiet zurückzusenden.
2. Der Fragebogen wurde im Vorbeigehen an Touristen ausgeteilt mit der Bitte, ihn auszufüllen und in eine der Tourist-Information zurückzubringen.
3. Besucher wurden an Orten befragt, an denen sich der Tourismus konzentriert, insbesondere an Campingplätzen, lokalen Attraktionen wie der Windmühle in Straupitz sowie dem Kahnhafen in Alt Zauche (Kannomühle) und den Tourist-Informationen.

Um ein umfassendes Gesamtbild des Untersuchungsgebietes mit seiner unterschiedlichen Ausprägung der Kulturlandschaft zu erhalten, hat das Forschungsteam ein Konzept erstellt, um die wichtigsten touristischen Orte des Untersuchungsgebietes einzubeziehen. Interviews wurden so in Goyatz, Zaue, Straupitz, Briesensee, Alt Zauche, Lieberose und Jamlitz durchgeführt.

2.2.2 Einwohnerbefragung

Im Oktober 2020 wurden die Befragungen als mündliche Interviews oder durch Verteilung der Fragebögen durchgeführt. Die mündlichen Interviews realisierte das deutsche SPOT-Projektteam in der Zeit vom 21. bis 23. Oktober während der gesamten drei Tage von morgens bis abends. Um die Form zu optimieren und die Interviews vorzubereiten, organisierte das Forschungsteam einen Pre-Test mit fünf Personen.

Es wurden Personen in den Dörfern Goyatz, Straupitz, Alt Zauche und in der Stadt Lieberose angesprochen. Die Auswahl der ortsbezogenen Zielgruppen war mit dem örtlichen Tourismusverband abgestimmt, um die drei typischen Teile des Untersuchungsgebietes aus geografischer Sicht und Personen, die in unterschiedlicher Hinsicht vom Tourismus betroffen sind, abzudecken.

Die Teammitglieder gingen in den genannten Siedlungen von Tür zu Tür und baten um ein Interview oder um die Annahme der Befragungs-Formulare (Abb. 2). Für den Fall, dass ein mündliches Interview nicht gewünscht wurde, wurden die Fragebögen persönlich abgegeben. Die Formulare sollten dann einen oder zwei Tage später von Teammitgliedern abgeholt werden. Andere selbst ausgefüllte

Formulare wurden von den Befragten in die Tourismusbüros gebracht, deren Mitarbeiter die ausgefüllten Fragebögen zur Digitalisierung und Auswertung an das IÖR schickten.

Mehrere Fragebögen wurden an die drei TEG-eigenen Fremdenverkehrsbüros verschickt, dort ausgedruckt, ausgelegt und von interessierten Personen nach Ermunterung durch die Mitarbeiter der Büros ausgefüllt. Diese Version der Befragung brachte nur einen geringen Erfolg. Allerdings wurden ca. 50 Fragebögen nach Lieberose geschickt und dort durch die ehrenamtliche Bürgermeisterin verteilt und beworben. Durch dieses Engagement konnten wir auch nach der Zeit der mündlichen Umfrage bis Anfang November noch etliche Antworten von Einwohnern der Stadt Lieberose erhalten.



Abb. 2 Umfrage unter den Einwohnern – ein Teammitglied auf dem Weg von Tür zu Tür (Foto: Syrbe / IOER)



Abb. 3 An der Rezeption des Campingplatzes in Zaue wurden Besucher befragt (Foto: Wirth / IOER)



Abb. 4 Kleinanbieter vermieten im Untersuchungsgebiet Ferienhäuser, Wohnungen oder Ferienzimmer
(Foto: Syrbe / IOER)

2.3 Beteiligung der Befragten pro Zielgruppe

2.3.1 Besucherbefragung

Alle skizzierten Wege waren unterschiedlich erfolgreich. Bezüglich der Einzelinterviews können wir feststellen, dass 40 bis 50 % der angesprochenen Besucher offen für ein Interview waren. Insgesamt haben 105 Personen den Fragebogen beantwortet. Dies ist ein sehr guter Wert im Vergleich zu den parallel durchgeführten Befragungen in anderen Ländern. In allen 15 Fallstudien-Gebieten des SPOT-Projektes wurden insgesamt 893 Besucher befragt. Dabei wurden jeweils mindestens 40 Personen angesprochen; nur im slowakischen Nitra konnten mit 132 mehr Touristen befragt werden als in Deutschland.

Mit Hilfe der TEG konnten wir ca. 120 Anbieter von touristischen Leistungen kontaktieren. Das Feedback war unterschiedlich. Einige Leistungsanbieter haben davon Gebrauch gemacht, andere reagierten nicht.

Das Verteilen von Fragebögen an vorbeigehende Besucher mit der Bitte, die Fragebögen auszufüllen und zu einem der Tourismusbüros zu bringen, war an einigen Orten erfolgreich. Da das Ausfüllen des Fragebogens im Interviewmodus 15 bis 20 Minuten dauerte (mehr Zeit als erwartet) und auch das Finden eines neuen Befragten Zeit erforderte, waren in der Regel nicht mehr als zwei Interviews pro Stunde möglich. Nahezu alle Besucher, mit denen wir in Kontakt traten, kamen aus Deutschland.

Hinsichtlich der Repräsentativität der Umfrage können wir feststellen, dass etwas mehr Frauen als Männer teilnahmen. Unsere Befragten repräsentierten Altersgruppen von 20 bis 80 Jahren. Kinder in Familiengruppen wurden in der Umfrage nicht angesprochen. Die Befragten waren überwiegend gut ausgebildet. Und die meisten von ihnen hatten ein solides Haushaltseinkommen. Paare und Familien waren die dominierenden Gruppen unter den kontaktierten Reisenden. Mehr als 50 % der Befragten lebten in 2-Personen-Haushalten. Für Details zu den soziodemographischen Merkmalen der Befragten siehe Abschnitt 3.1.1.

2.3.2 Einwohnerbefragung

Die Befragung wurde grundsätzlich anonym durchgeführt und der Ort wurde nur über die Postleitzahl abgefragt, die sich im Gebiet kaum unterscheidet. Deshalb ist nur bei den Fragebögen, die vom Team in Form persönlicher Interviews ausgefüllt wurden, genau bekannt, in welcher Gemeinde die Befragten wohnen. Später eingesammelte und zugesandte Fragebögen konnten wegen der Anonymität auch keinem speziellen Ort innerhalb des Untersuchungsgebietes zugeordnet werden.

Die Befragung wurde in allen 15 Fallstudien-Gebieten des SPOT-Projektes durchgeführt und erreichte insgesamt 1618 Personen. Die Teilnahme-Bereitschaft im deutschen „Leichhardt-Land“, war mit 85 im Vergleich zu allen internationalen SPOT-Untersuchungsgebieten durchschnittlich. Maximal wurden im italienischen Piedmont 400 Befragte erreicht (SPOT 2021). Im deutschen Untersuchungsgebiet war es mitunter schwierig, die Adressaten für die Beantwortung des Fragebogens zu interessieren. Das Team war gewarnt worden, dass sich manche Einwohner von vielen Umfragen bereits genervt fühlten, wobei die meisten davon verdeckte Werbemaßnahmen sind, z. B. um Abonnenten zu gewinnen. Zudem stellten wir fest, dass viele Menschen nach der ersten Welle der Corona-Pandemie gegenüber öffentlichen Anliegen kritisch eingestellt waren.

Aufgrund der Unterschiedlichkeit der SPOT-Untersuchungsgebiete enthielt der in allen 15 Ländern gleich anzuwendende Fragebogen notwendigerweise auch Fragen, die nicht auf alle Länder und Gebiete in gleicher Weise gut zutrafen, und auch im deutschen Gebiet in einigen Fällen unpassend erschienen. Ein Problem war unter anderem die Frage nach dem monatlichen Einkommen, die hierzulande mitunter als unhöflich angesehen wird. Daher haben viele Personen diese Frage nicht beantwortet, auch wenn diese Ergebnisse für die Auswertung sehr interessant sind.

Durch die Auswahl der Orte wurden bei der persönlichen Befragung Personen aller sozialen Gruppen getroffen, allerdings nur in höheren Altersgruppen. Eine Repräsentativität kann also nicht beansprucht werden. Bei den selbst ausgefüllten Fragebögen ohne Interaktion des Teams ist eine gewisse Verzerrung ebenfalls nicht auszuschließen, da wir nicht wissen, wer von wem befragt wurde und ob ausgewählte Personengruppen überdurchschnittlich bereit waren, die Formulare auszufüllen.

Details zu den soziodemographischen Daten der Befragten enthält Abschnitt 3.2.1.

3 Ergebnisse

3.1 Ergebnisse der Besucherbefragung

3.1.1 Profile der Besucher – Grundlegende Informationen

3.1.1.1 Geschlecht

Unter den Befragten gibt es mit 58 % mehr Frauen als Männer (42 %), dieser Befund ist vergleichbar mit der internationalen Befragung, an der mit 61 % auch mehr Frauen teilgenommen haben. Dies kann, zumindest im deutschen Untersuchungsgebiet, damit zusammenhängen, dass in den Fällen, in denen wir ein Paar oder eine Familie angesprochen haben, häufiger die Frau die Rolle übernommen hat, die Fragen zu beantworten.

3.1.1.2 Alter

Die Altersgruppen von 30 bis 70 Jahren sind in der Umfrage gut vertreten (Abb. 5). Die zahlenmäßig stärkste Gruppe ist 51 - 60 Jahre alt. Die Altersgruppen 20 - 30 und 71 - 80 sind in der Umfrage weniger vertreten. Es gab keine Antwort einer Person unter 20 Jahre und nur eine von einer Person mit über 80 Jahren. Der Altersdurchschnitt liegt etwas höher als im internationalen Vergleich, wo mehr als die Hälfte der Befragten unter 40 Jahre alt sind, während dies hier in Deutschland nur etwas mehr als ein Viertel betrifft.

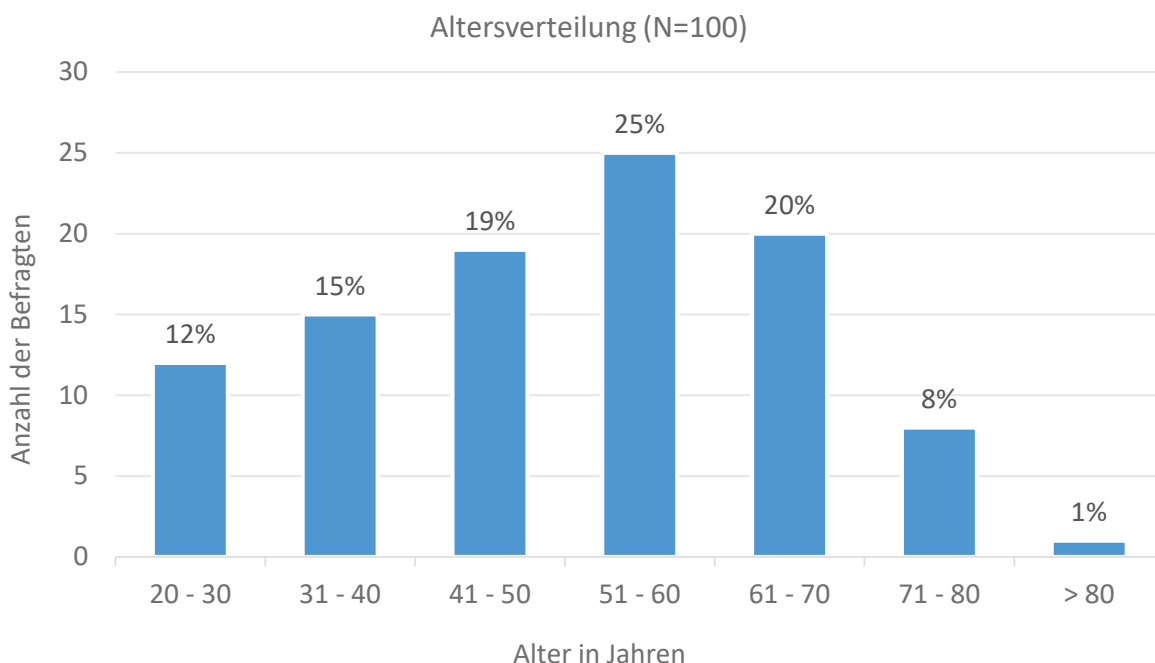


Abb. 5 Altersverteilung der Befragten (Quelle: IOER)

3.1.1.3 Herkunftsland

Die Mehrheit der Befragten kommt aus Deutschland, nur drei Personen aus anderen Ländern, genauer zwei aus Österreich und eine Person aus der Ukraine. Dies kann zwei Gründe haben. Erstens ist das Untersuchungsgebiet traditionell ein Ziel des Binnentourismus. Zweitens verstärkten die Reisebeschränkungen während der Pandemie und die Unsicherheiten bezüglich der Corona-Situation in anderen Ländern das Reisen im Inland. Es könnte sogar sein, dass potenzielle Besucher aus anderen Ländern 2020 nicht einreisen konnten.

3.1.1.4 Wohnort

Innerhalb Deutschlands ist die Verteilung der Besucherherkunft überraschend. Die Mehrheit (42 %) kommt aus Sachsen, also aus dem benachbarten Bundesland, während der Anteil der Brandenburger Besucher nur 14 % beträgt (Tab. 1). Angesprochen auf dieses Ergebnis erklärte die Geschäftsführerin der TEG, dass die Besucher aus Sachsen traditionell die stärkste Besuchergruppe in diesem Gebiet sind. Außerdem war zur Zeit der Befragung Ferienzeit in Sachsen.

Tab. 1 Berufe der Befragten (Zahl der Antworten / N = 99, Quelle: IOER)

Herkunfts-Bundesland	ANZAHL = PROZENT
Freistaat Sachsen	42
Brandenburg	14
Freistaaten Thüringen und Bayern	9
Baden-Württemberg	7
Berlin	5
Hessen, Sachsen-Anhalt	4
Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Schleswig-Holstein	1

3.1.1.5 Bildung

Der Bildungsstatus der Besucher im Untersuchungsgebiet ist heterogen (Abb. 6). 36 % der Befragten haben universitäre Abschlüsse (Bachelor, Master, Diplom), der mit 41 % größte Teil verfügt über eine abgeschlossene Berufsausbildung. 19 % der Besucher hat einen Schulabschluss als höchsten Bildungsgrad angegeben. Dieses Ergebnis fällt im internationalen Vergleich etwas auf, da im Allgemeinen etwa zwei Drittel der Besucher einen Studienabschluss besitzen.

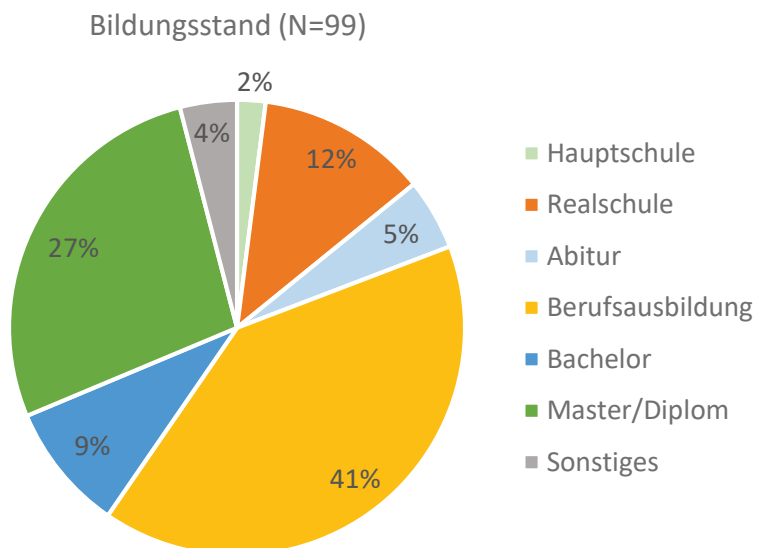


Abb. 6 Bildungsstand der Befragten (Quelle: IOER)

3.1.1.6 Beruf

Viele der Befragten haben hochqualifizierte Jobs. Manager, Fachkräfte sowie Techniker und assoziierte Fachkräfte nehmen einen Anteil von 63 % ein. Im Gegensatz dazu üben nur 8 % aller Besucher einfache Berufe aus (Tab. 2).

Tab. 2 Berufe der Befragten (Quelle: IOER)

Beruf	Anzahl	Prozent
Manager	5	5
Hochqualifizierte Fachkräfte	28	31
Techniker und assoziierte Fachleute	24	26
Kaufmännische Berufe	0	0
Service- und Vertriebspersonal	17	19
Fachkräfte in der Land-, Forstwirtschaft und Fischerei	1	1
Handwerker und verwandte Berufe	8	9
Anlagen- und Maschinenbediener sowie Monteure	0	0
Elementare Berufe	7	8
Berufe in den Streitkräften	1	1
Summe	91	100

3.1.1.7 Zusammensetzung der Haushalte

Die Befragten leben in 1- bis 5-Personen-Haushalten (Abb. 7). Die dominierende Gruppe gehört mit 51 % zu 2-Personen-Haushalten. Haushalte mit drei bis fünf Mitgliedern hatten einen Anteil von 37 %. Es gab keinen Haushalt mit mehr als fünf Personen in unserer Stichprobe. Single-Haushalte waren mit nur 12 % vertreten.

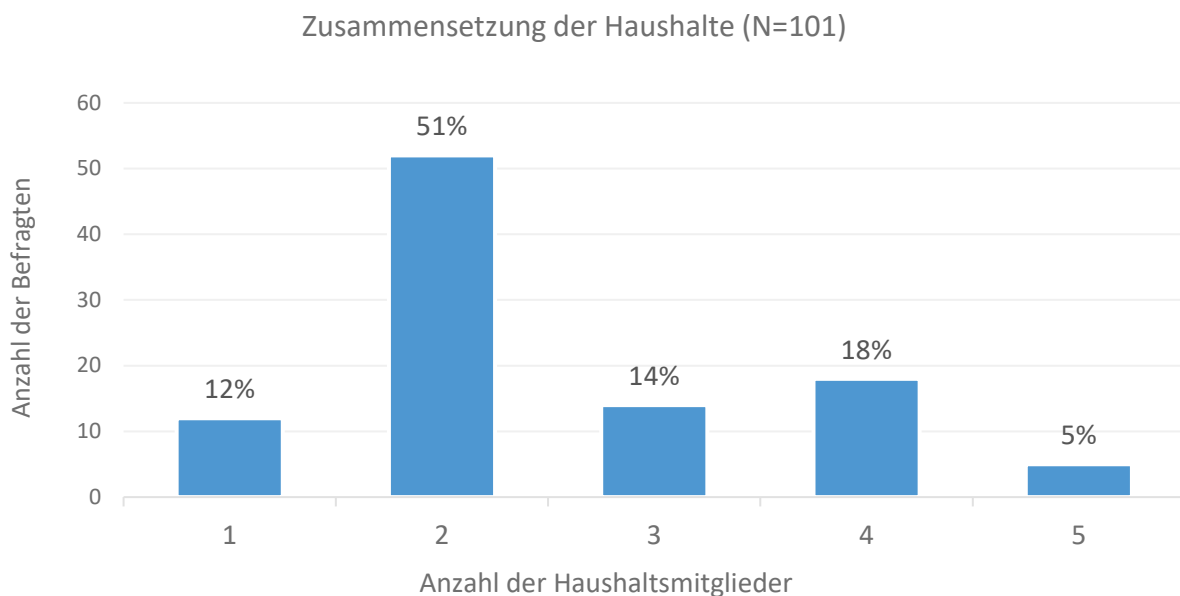


Abb. 7 Zusammensetzung der Haushalte der Befragten (Quelle: IOER)

3.1.1.8 Haushaltsnettoeinkommen pro Jahr

Es wurde nach dem jährlichen Haushaltsnettoeinkommen gefragt (Abb. 8). Die dominierenden Einkommensgruppen sind 20.000 - 40.000 € und 40.000 - 60.000 €. Das bedeutet, dass zwei Drittel der befragten Besucher zu diesen Gruppen gehören. 15 % der Stichprobe haben weniger, 19 % haben mehr Nettoeinkommen. Immerhin etwa zwei Drittel der Befragten war bereit, hier Angaben zu machen.

Haushaltsnettoeinkommen pro Jahr (N=65)

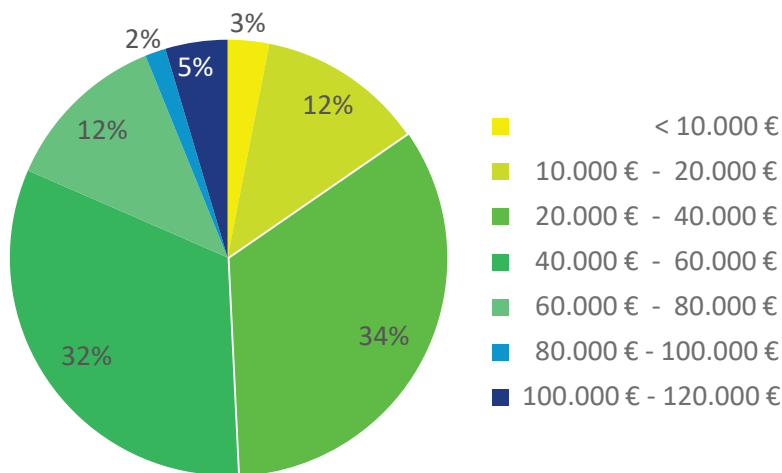


Abb. 8 Haushaltsnettoeinkommen pro Jahr (Quelle: IOER)

3.1.2 Reisecharakteristika

Das folgende Unterkapitel beschäftigt sich mit der Art des Reisens unserer Befragten. Dazu gehören Faktoren wie Reisemotivation, Gruppenzusammensetzung der Reisenden, Reisedauer, bevorzugte Unterkünfte und Transportmittel, Ausgaben sowie die Art der Informationsbeschaffung.

3.1.2.1 Art der Reisegruppe

Die Mehrheit der Besucher im Untersuchungsgebiet reiste als Paar oder als Familie. Alle anderen Gruppen sind in der Region weniger stark vertreten (Abb. 9). Mit 2 % waren besonders wenige Personen allein unterwegs; im Vergleich sind dies unter allen 15 internationalen SPOT-Gebieten ca. 12 %! Im selben internationalen Vergleich fällt auch der geringe Anteil von Reisegruppen auf, die in allen untersuchten Reisegebieten im Durchschnitt etwa ein Viertel der Besucher stellen (SPOT 2021). Die meisten Familien kamen aus Sachsen, Bayern und Niedersachsen, während die Mehrheit der zu zweit Reisenden neben Sachsen aus Baden-Württemberg und Brandenburg kamen.

Art der Reisegruppe (N=104)

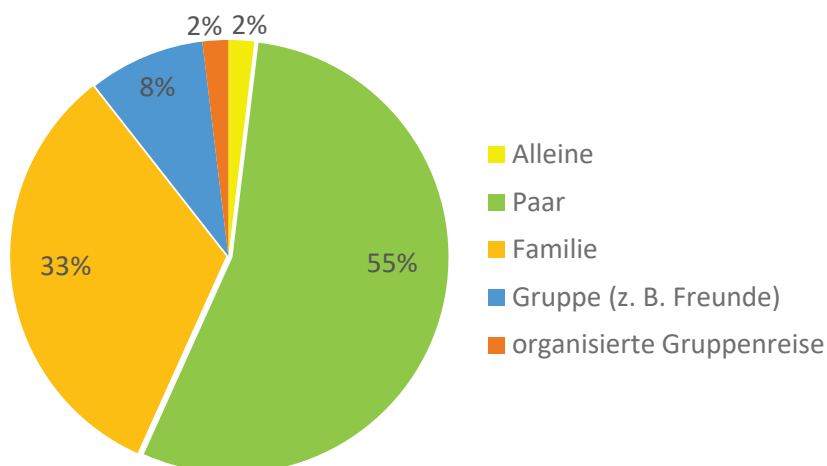


Abb. 9 Art der Reisegruppe (Quelle: IOER)

3.1.2.2 Tagesausflüge bzw. Übernachtungen

Die Dauer des Aufenthalts ist ein wichtiger Indikator, um die Ambitionen der Reisenden zu erklären. Für die Anbieter von touristischen Leistungen ist sie ein guter Hinweis, wie sie ihre Angebote gestalten können. Während im Vergleich mit den anderen internationalen SPOT-Regionen 38 % der Besucher Tagesgäste sind und über 60 % nur Kurzreisende (SPOT 2021), kann das deutsche Reisegebiet auf einen hohen Anteil längerer Aufenthalte verweisen.

Wir beobachteten, dass Tagestouristen die Minderheit unter unseren Befragten sind (10 %), die manchmal nur eine Kahnfahrt mieten, einige lokale Produkte kaufen oder einen Kaffee trinken, bevor sie zurückkehren. Folglich blieben 90 % der Besucher im Sommer 2020 mindestens eine Nacht im Untersuchungsgebiet (Abb. 10). Am größten war die Gruppe, die zwei bis sechs Nächte blieb (57 %). Rund 32 % der Besucher blieben zwischen sieben und 15 Nächten. Klein, aber auch erheblich ist die verbleibende Gruppe der Besucher mit mehr als 15 Nächten (11 %). Die maximale Aufenthaltsdauer betrug, wie von einem Befragten angegeben, geschätzte 200 Tage. Die meisten Personen in dieser Gruppe der Langzeitgäste gehören zu den Dauercampern, die ein Wohnmobil oder einen Bungalow über das ganze Jahr oder über die Sommersaison gemietet haben. Manchmal sind diese Wohnwagen, Wohnmobile oder auch Bungalows im Besitz der Personen selbst. Solche Unterkünfte werden oft wie ein Zweitwohnsitz genutzt. Diese Langzeitbesucher beeinflussen die Statistik erheblich. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Gegend betrug daher 12 Nächte. Lässt man diese Langzeitbesucher allerdings außer Acht, beträgt die Aufenthaltsdauer der Befragten im Durchschnitt nur sechs Nächte.

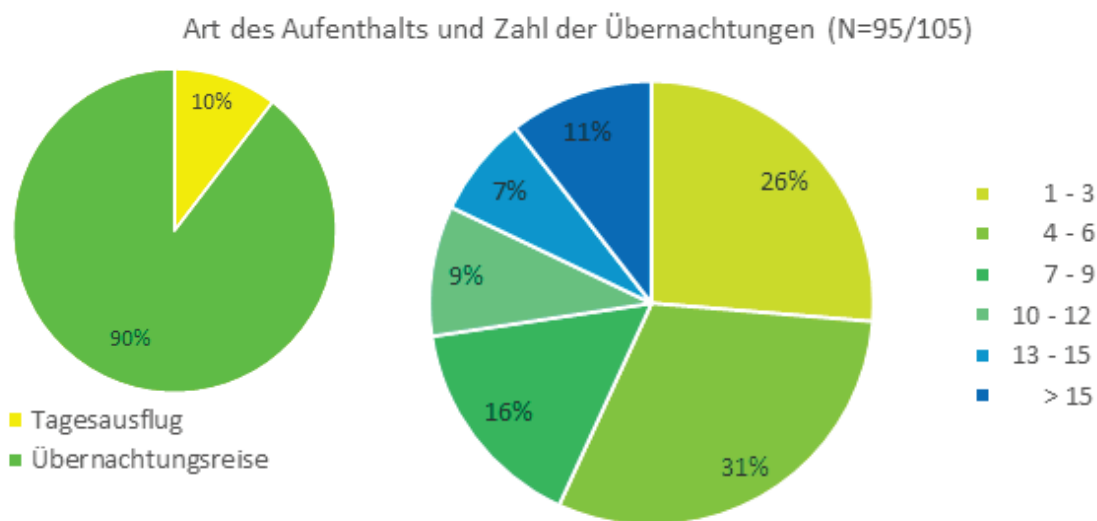


Abb. 10 Art des Aufenthalts innerhalb des Amtsgebiets (Quelle: IOER)

3.1.2.3 Nutzung von Unterkünften

Die bevorzugte Unterkunftsart im Untersuchungsgebiet (Abb. 11) ist eindeutig Camping (50 %). Dies ist nicht verwunderlich, da Campingplätze rund um die Seen (Schwieloch-, Mochow-, Briesensee) eine lange Tradition haben. Das heißt, schon vor der Corona-Pandemie war Camping die häufigste Art, in der Region zu übernachten. In diese Kategorie fallen die oben erwähnten saisonalen „Dauer“-Camper. Weiterhin bevorzugte Unterkünfte sind in der Reihenfolge ihrer Nennung: Ferienwohnungen (24 %), Ferienhäuser (12 %) und Hotels / Pensionen (10 %).

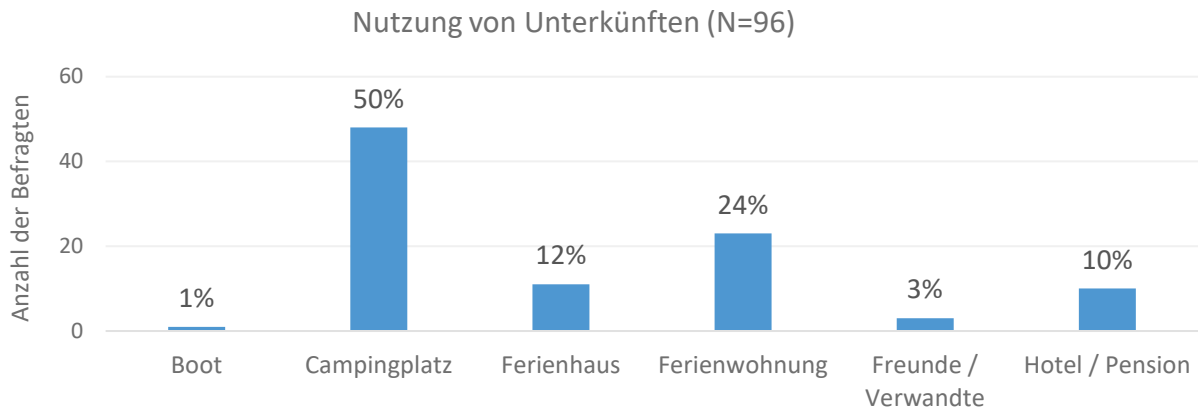


Abb. 11 Nutzung von Unterkünften in der Region (Quelle: IOER)

3.1.2.4 Beweggründe, das Gebiet zu besuchen

Natur und Landschaft auf der einen Seite (93 Nennungen) und Wasser mit Strandurlaub auf der anderen Seite (68 Nennungen) sind die dominierenden Motive für Reisen ins Untersuchungsgebiet während der Sommermonate (Abb. 12). Daneben gibt es eine Gruppe mit höherem Interesse an kulturellen Aktivitäten. Lokale Traditionen / Kultur, Architektur / Stadtbild sowie Sport (veranstaltungen) zu erleben sind darunter die Meistgenannten.

Die letztgenannten zwei Beweggründe werden etwas häufiger genannt von Befragten mit universitären Bildungsabschlüssen (Bachelor / Master / Diplom), dagegen sind Strand / Wasser sowie lokale Tradition / Kultur als Motive besonders für Reisende mit Berufsabschlüssen von größerer Bedeutung, alle anderen Beweggründe lassen keinen statistischen Zusammenhang zum Bildungsgrad erkennen. Hinsichtlich der Altersklassen zeigt sich, dass Museen und Galerien besonders in den jüngeren Altersgruppen bis etwa 49 Jahre überdurchschnittlich beliebt sind, Sport hingegen wird besonders häufig von Befragten von 50 bis 69 Jahren als Beweggrund genannt. Stadt- und Dorfensemble sowie Geschichte und Archäologie werden ebenfalls am häufigsten von Besuchern zwischen 60 und 69 Jahren genannt.

Insgesamt spielen die Hochkultur wie Museen / Galerien, Geschichte / Archäologie und auch Gesundheit für die Besucher eher eine untergeordnete Rolle. Auch die Gastronomie ist kaum ein Motiv. In der Kategorie "Sonstiges" gibt es einige interessante Antworten zu weiteren Motiven wie Ruhe, guter Ort für Familienausflüge, regionale Produkte oder um die Drehorte der Spreewaldkrimis kennenzulernen.

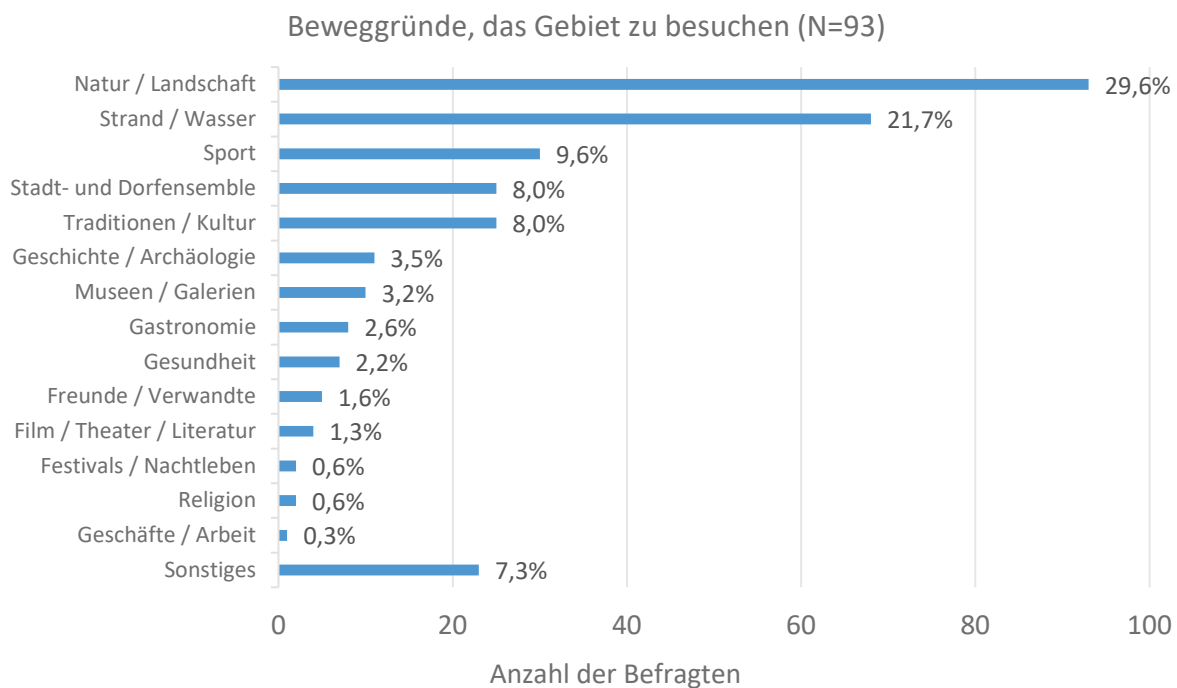


Abb. 12 Beweggründe, das Gebiet zu besuchen; Mehrfachnennung möglich (Quelle: IOER)

3.1.2.5 Kombination des Aufenthalts mit Tagesausflügen

Die Aktivität der Besucher in einer Urlaubsregion hat Einfluss auf die individuellen Ausgaben und somit auf die Wertschöpfung aus dem Tourismus in der Region. Es gibt eine kleinere Touristengruppe von insgesamt 29 %, die keinen oder höchstens einen Tagesausflug unternehmen (Abb. 13). Das bedeutet, dass 71 % der Besucher aktiver sind und den Ort ihres Aufenthaltes als Ausgangspunkt für die Erkundung anderer Teile des Untersuchungsgebietes und / oder darüber hinaus wahrnehmen. Wie uns mitgeteilt wurde, nutzen die Menschen dafür hauptsächlich das Auto oder das Fahrrad (s. Tab. 5). Etwa 30 % der Besucher unternehmen zwei bis drei Tagesausflüge während ihres Aufenthaltes, 33 % vier bis 14 Ausflüge. 5 % der Befragten machen sogar mehr. Dies sind überwiegend die bereits erwähnten Dauercamper, die sich für eine viel längere Zeit in der Gegend aufhalten.

Alles in allem lässt sich daraus erkennen, dass die Besucher ein hohes Interesse an der Erkundung der Region (nicht nur des näheren Untersuchungsgebietes) haben. Dies spricht dafür, kulturelle und andere Attraktionen zu erhalten und zu entwickeln, um den Besuchern entsprechend attraktive Angebote für Tagestouren unterbreiten zu können.

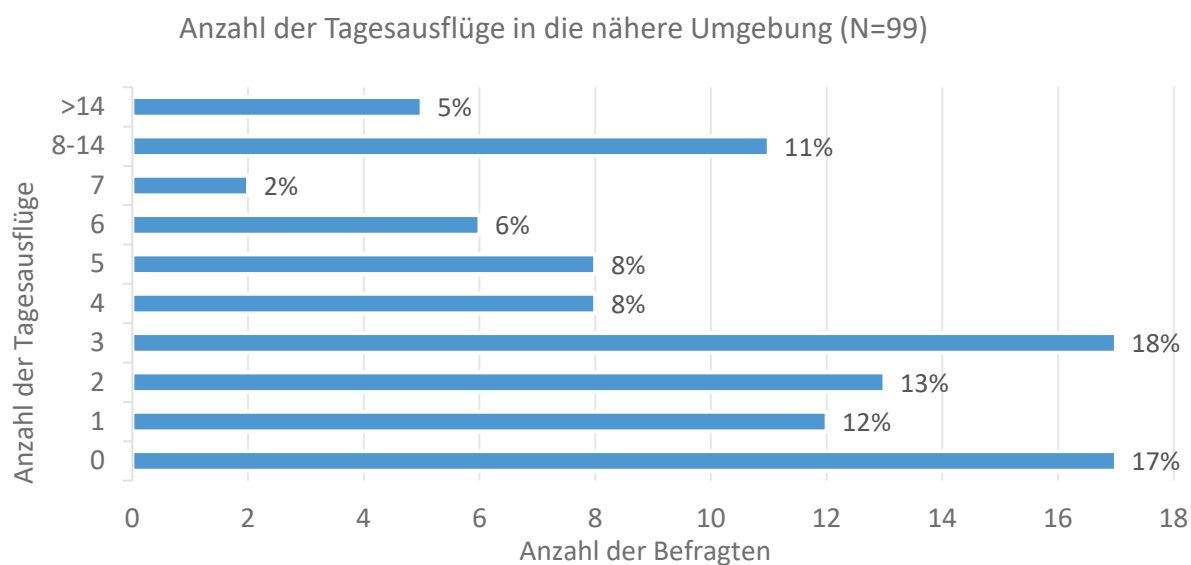


Abb. 13 Anzahl der Tagesausflüge in die nähere Umgebung (Quelle: IOER)

3.1.2.6 Kombination des Besuchs mit Ausflügen in andere Länder

In den meisten Fällen verbinden die Menschen, die zum Urlaub in das Untersuchungsgebiet kommen, diesen nicht mit Besuchen anderer Länder (Tab. 3). Nur 6 % der Befragten taten dies, wenig überraschend, mit Besuchen in den Nachbarländern Polen und Tschechien.

Tab. 3 Kombiniertes Besuch mit anderen Ländern (Quelle: IOER)

Kombinierter Besuch mit anderen Ländern	Anzahl	Prozent
Keine anderen Länder	97	94
Polen	4	4
Tschechische Republik	2	2
Summe	103	100

3.1.2.7 Geschätzte Ausgaben pro Person und Tag

Es gibt ein recht breites Spektrum, wie viel Geld die Gäste während ihres Aufenthaltes im Untersuchungsgebiet ausgeben. Die Interpretation ist nicht einfach und auch ein wenig spekulativ: Was wir sehen können (Abb. 14), ist eine Gruppe mit geringen Ausgaben (0 – 30 € pro Person / Tag). Dies könnten die Gäste sein, die Freunde besuchen oder auf einem Campingplatz übernachten, selbst kochen und kostengünstige Tagestouren mit dem Fahrrad oder dem eigenen Auto unternehmen. Eine weitere Gruppe mit 31 – 60 € pro Person / Tag ist möglicherweise ebenfalls auf Campingplätzen oder anderen Low-Budget-Unterkünften untergekommen, nutzt aber auch Restaurants sowie kulturelle und sonstige Freizeitangebote. Es gibt eine dritte Gruppe mit 61 – 100 € Ausgaben pro Person und Tag, die offenbar höherpreisige Unterkünfte mit Halb- oder Vollpension sowie Kultur- und andere Freizeitangebote mit höheren Kosten bevorzugt. Eine Spitzengruppe, die > 100 € pro Person und Tag ausgibt, nutzt offensichtlich höherpreisige Hotelkategorien mit entsprechenden Freizeitaktivitäten. Insgesamt ergibt sich ein Durchschnittswert von 61 € pro Person und Tag, ein Wert, der trotz der großen Unterschiede als Anhaltspunkt für das lokale Tourismusmanagement geeignet erscheint.

Geschätzte Urlaubsausgaben pro Person und Tag (N=98)

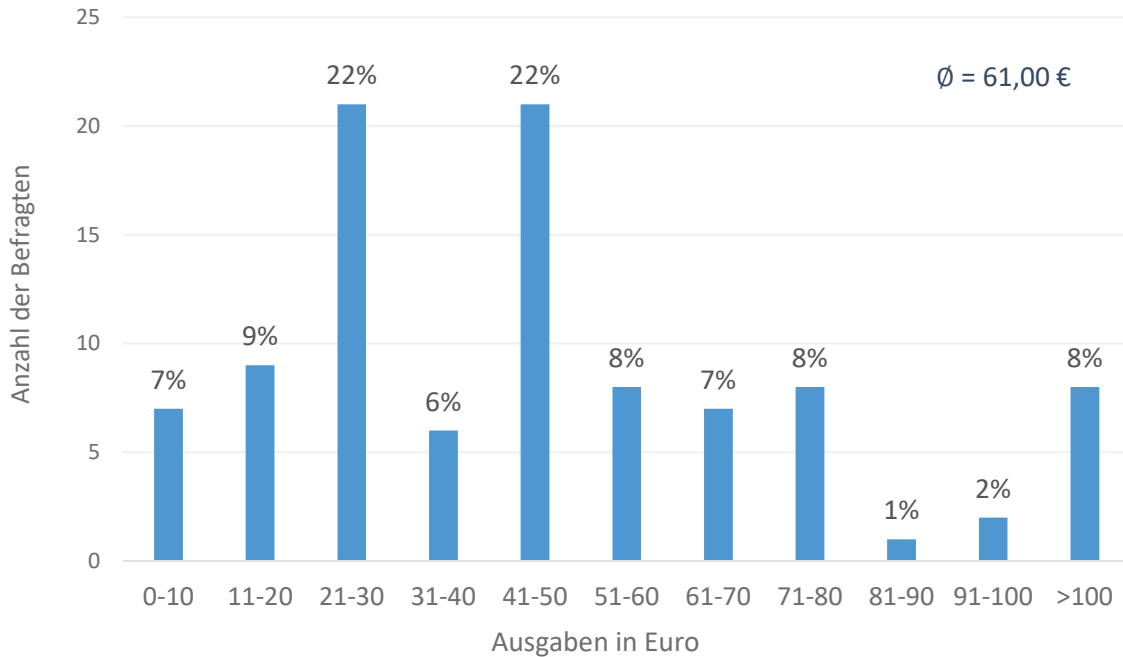


Abb. 14 Geschätzte Urlaubsausgaben pro Person und Tag (Quelle: IOER)

Werden die täglichen Ausgaben mit den Monatseinkommen der Reisenden verglichen, dann zeigt sich zwar, dass einkommensstarke Gruppen tendenziell eher etwas mehr Geld ausgeben als einkommenschwächere, dennoch sind alle Ausgabengrößen auch in jeder Einkommensklasse vertreten, sodass der Zusammenhang statistisch schwach bleibt und für die Werbung oder Arbeit an Zielgruppen ohne praktische Bedeutung ist. Ein schwacher Zusammenhang zeigt sich auch im Vergleich zwischen den täglichen Reiseausgaben und der Altersgruppe. Während die jüngsten Befragten bis maximal 75 € pro Tag und Person ausgeben, erweitert sich die Wertspanne im Alter von über 30 Jahren. In den mittleren Altersklassen (50 bis 69 Jahren) dominieren die Angaben zwischen 26 und 100 Euro. In höherem Alter ab 70 Jahren sind wieder geringere Tagesausgaben (unter 50 €) häufiger als hohe (Abb. 15).

Zusammenhang zwischen Alter und Urlaubsausgaben (N=98)

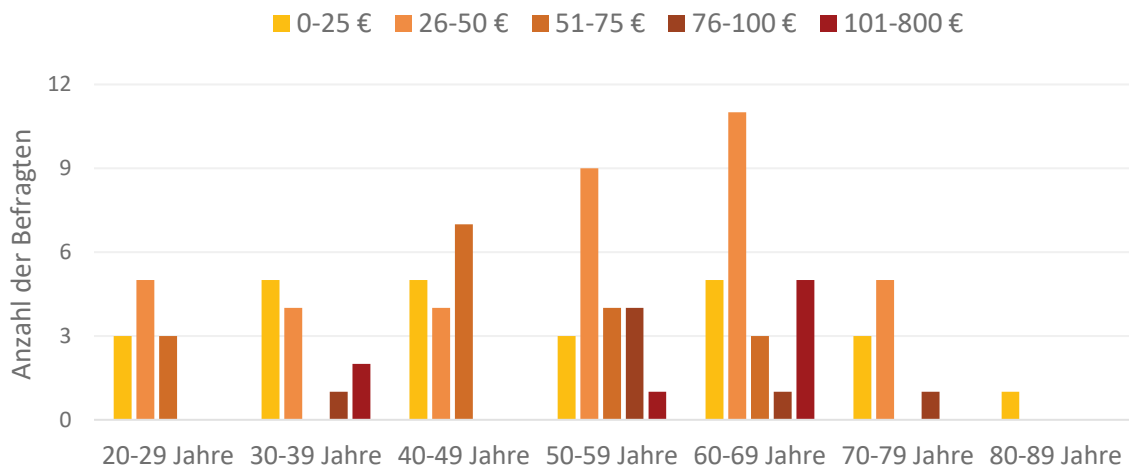


Abb. 15 Geschätzte Ausgaben pro Person und Tag in Abhängigkeit von der Altersgruppe der Befragten

3.1.2.8 Art der Informationsbeschaffung über das Gebiet

Besucher des Untersuchungsgebietes haben drei bevorzugte Informationsquellen (Tab. 4): An erster Stelle stehen Suchmaschinen (34 % aller Antworten), die sowohl in der Planungsphase als auch in der Zeit der Anwesenheit eine Rolle spielen. Auf dem zweiten Platz finden sich Broschüren und Plakate (21 %). Dritt-wichtigste Informationsquelle sind die Touristeninformationszentren (16 %). Vier davon sind in der Region vorhanden. Die restlichen 29 % der genannten Informationsquellen sind heterogen: Empfehlungen von Freunden oder Verwandten sowie von den Vermietern folgen auf den nächsten Plätzen. Bemerkenswert ist, dass Reisebüros und Tourismusmessen hierbei keine Rolle spielen.

Diese Verteilungen sind übrigens unabhängig vom Bildungsabschluss der Befragten, das heißt, ein Zusammenhang zwischen Ausbildung und einer eventuellen Bevorzugung bestimmter Informationsquellen besteht nicht. Gleiches gilt prinzipiell für die Altersgruppen, nur dass die digitalen Quellen durch jüngere Besucher häufiger genannt wurden und Printmedien nur in mittleren Altersklassen zum Einsatz kommen. Geringe Unterschiede ergeben sich auch nach den Geschlechtern. Hier fällt auf, dass männliche Reisende ihre Informationen öfter aus klassischen Medien wie Broschüren und Flyern beziehen, während für die weiblichen Befragten Empfehlungen und digitale Medien eine größere Rolle spielen.

Im Vergleich der internationalen Umfragen zeigt sich, dass die Suchmaschinen mit ca. 40 % überall etwa gleichermaßen bedeutend sind. Dagegen ist der hohe Anteil von Printmedien in Deutschland außergewöhnlich, ebenso, dass die Reisezentren und die Empfehlungen der Unterkünfte eine so große Rolle spielen. Stattdessen überwiegen im Ausland deutlich die Empfehlungen von Freunden und die sozialen Netzwerke als Informationsquelle über Reisegebiete.

Tab. 4 Methoden, um Informationen über das Gebiet zu erhalten; Mehrfachnennung möglich (Quelle: IOER)

Informationsquelle	Anzahl	Prozent
Internet-Suchmaschinen	74	34
Broschüren / Flyer	46	21
Tourist-Informationszentrum	35	16
Empfehlungen von Unterkunft	17	8
Empfehlungen von Freunden / Verwandten	16	7
Handy-Apps	6	3
Soziale Medien	5	2
Reiseführer	4	2
TripAdvisor	3	1
Tourismusmessen	0	0
Reisebüro	0	0
Sonstiges	10	5
Summe	216	100

3.1.2.9 Erreichbarkeit des Untersuchungsgebietes

Für die meisten Besucher ist das Amtsgebiet von außen gut erreichbar, und auch das Reisen innerhalb wird meist als einfach empfunden (Abb. 16). Auch im Vergleich mit den internationalen SPOT-Untersuchungsgebieten (SPOT 2021) wird die Erreichbarkeit als sehr gut eingeschätzt. Wie wir während der Interviews sehen konnten, war die Meinung der Besucher durchaus abhängig von der Art des Transportmittels. Personen, die mit dem Auto anreisen (was die Mehrheit der Besucher ist), sehen es meist als "sehr einfach" bzw. "einfach" an, das Untersuchungsgebiet zu erreichen. Die wenigen unzufriedenen Personen reisten überwiegend mit öffentlichen Verkehrsmitteln in das Gebiet.

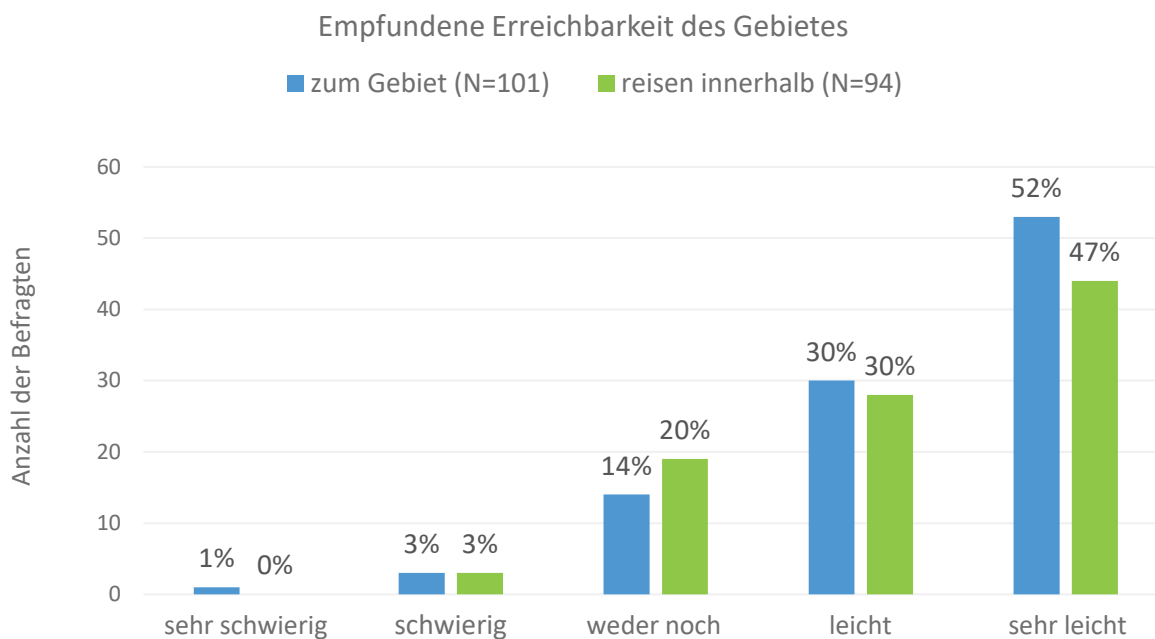


Abb. 16 Empfundene Erreichbarkeit des Gebietes (Quelle: IOER)

3.1.2.10 Verkehrsmittel zum Erreichen und Umherfahren innerhalb des Gebietes

Bei der Verkehrsmittelwahl ist wieder zwischen der Anreise und dem Umherfahren innerhalb des Gebietes zu unterscheiden (Tab. 5). Wir können sehen, dass 93 % der Besucher mit dem eigenen Fahrzeug, z. B. mit dem eigenen Auto oder Wohnmobil, in das Untersuchungsgebiet fahren. Dies ist eine klare Präferenz. Nur fünf Befragte (5 %) kamen mit öffentlichen Verkehrsmitteln in das Gebiet.

Betrachtet man den Verkehr innerhalb des Gebietes, so sieht man eine viel größere Heterogenität. Das Verhältnis zwischen Auto und Fahrrad ist 50:50. Hier sehen wir, dass viele Menschen vom Auto auf das Fahrrad umsteigen, nachdem sie die Region erreicht haben. Auch das Wandern und Bootfahren spielt für etliche Personen eine Rolle. Öffentliche Verkehrsmittel sind auch für Reisen innerhalb der Region ohne große Bedeutung. Im Vergleich mit allen internationalen SPOT-Untersuchungsgebieten (SPOT 2021) fällt auf, dass das Fahrrad in diesem Reisegebiet eine herausragende Rolle spielt.

Öffentliche Verkehrsmittel werden ausschließlich von Reisenden jüngerer Altersgruppen (bis max. 39 Jahre) benutzt, Boot und (eigenes) Fahrrad sind eher in den mittleren bis höheren Altersklassen (50 bis 69 Jahre) beliebt, während Mietfahrräder vor allem von jüngeren bis mittleren Altersklassen genannt wurden. Freilich sind die Besucher auch viel zu Fuß unterwegs.

Tab. 5 Verkehrsmittelwahl zur Anreise und zur Bewegung innerhalb des Gebietes; Mehrfachnennung möglich (Quelle: IOER)

Verkehrsmittelwahl	zum Gebiet (N=104)	% zum Gebiet	innerhalb (N=102)	% innerhalb
Eigenes Fahrzeug	99	93	61	34
Fahrrad	1	1	60	33
Zu Fuß	0	0	30	17
Boot	0	0	17	9
Gemietetes Fahrzeug	0	0	9	5
ÖPNV	5	5	4	2
Organisierte Touren	1	1	0	0
Summe	106	100	181	100

3.1.3 Meinungen zum Kulturtourismus in der Region

3.1.3.1 Zufriedenheit mit der Reise in das Amtsgebiet

Die Zufriedenheit mit dem Aufenthalt in unserem Untersuchungsgebiet ist sehr hoch (Abb. 17), dies trifft aber auch auf andere Urlaubsgebiete des SPOT-Projektes zu. Wie wir sehen können, sind 89 % der Besucher sehr zufrieden oder zufrieden mit dem Aufenthalt insgesamt, im internationalen Vergleich der 15 Reisegebiete wird hierbei ein etwas niedriger Wert von 84 % erreicht (SPOT 2021). Es gab nur einen Befragten mit einer negativen Wahrnehmung! Dies ist bemerkenswert, zumal international der Anteil unzufriedener Besucher bei knapp 5 % liegt.

Der Aspekt der höchsten Zufriedenheit ist die Sicherheit mit 97 % (zufrieden oder sehr zufrieden), diese Einschätzung fällt international positiv auf. Auch das Preis-Leistungs-Verhältnis wird sehr günstig bewertet. Mit diesem Aspekt sind 84 % der Befragten zufrieden bzw. sehr zufrieden. Die Qualität der Produkte und Dienstleistungen wird ebenfalls als gut angesehen, allerdings mit einigen Einschränkungen. Die vor Ort geführten Gespräche mit Besuchern lassen vermuten, dass diejenigen, die wenig erwarten, tendenziell zufriedener sind als diejenigen, die hohe Erwartungen haben.

Die beiden Fragen zu den kulturellen Aktivitäten zeigen ein sehr differenziertes Bild. Die Meinungen unterscheiden sich bei dieser Frage deutlich im Spektrum zwischen "sehr zufrieden" und "sehr unzufrieden". Wir interpretieren dies ebenfalls in Bezug auf die unterschiedlichen Erwartungen. Diejenigen mit einem starken Fokus auf Natur, Landschaft, Radfahren und passive Erholung sind offenbar auch unter Corona-Restriktionen hoch zufrieden. Diejenigen mit einer hohen Kulturräffinität dürften eher unzufrieden sein, weil Konzerte, Musikveranstaltungen und Festivals nicht wie gewohnt stattfinden konnten.

Die Zufriedenheit mit der Reise als Ganzes und ebenso mit einzelnen Teilaspekten ist auch kaum abhängig vom Geschlecht. Ein Vergleich hat ergeben, dass männliche Befragte häufiger mittlere Antworten geben (also gut / schlecht und erst recht sehr gut / sehr schlecht vermeiden) oder sich gar nicht entscheiden, als weibliche, die etwas deutlicher Position beziehen. Aber ein Zusammenhang zwischen (positiver bzw. negativer) Antwort und Geschlecht generell konnte generell nicht, auch nicht bei der Frage nach dem Sicherheitsgefühl, festgestellt werden.

Zufriedenheit mit verschiedenen Aspekten der Reise (in Prozent)

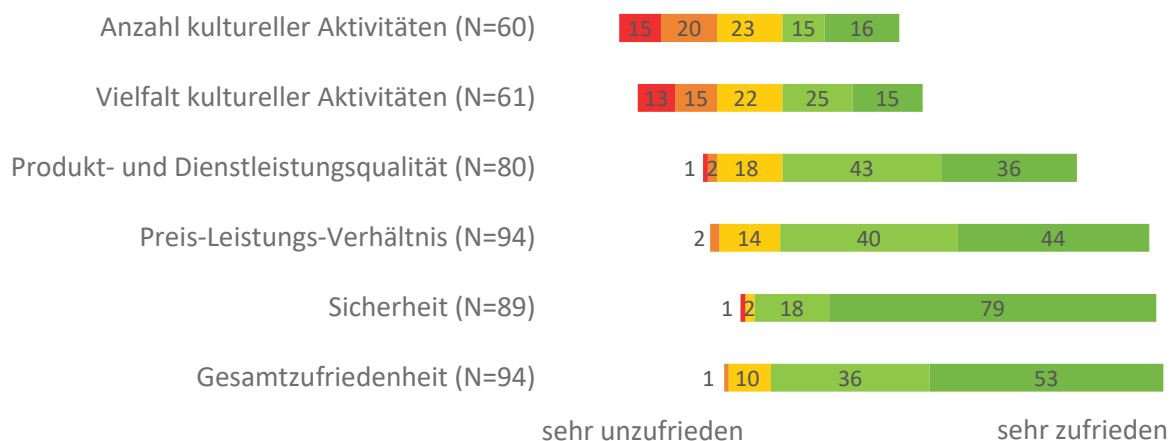


Abb. 17 Zufriedenheit der Befragten mit verschiedenen Aspekten ihrer Reise (Quelle: IOER)

3.1.3.2 Interesse an kulturtouristischen Attraktionen, Veranstaltungen und Orten

Das Interesse der Besucher im Untersuchungsgebiet (Abb. 18) konzentriert sich stark auf Restaurants / Gastronomie (71 % "sehr interessiert" oder "interessiert"), Stadtbilder (69 %), historische Stätten und Gebäude (66 %), Kulturerbestätten und Gebäude (58 %) sowie Kulturrouten (52 %). Diese Vorlieben der Besucher passen in einigen Punkten recht gut zu den Angeboten im Untersuchungsgebiet, in anderen Punkten nicht. Gut ausgebaut sind Kulturrouten wie der „Leichhardt-Trail“ und der "Gurkenradweg". Diese Wege verbinden kulturelle Highlights in der Gegend, umrahmt von einer attraktiven Kulturlandschaft. Es gibt auch einige historische und denkmalgeschützte Gebäude wie die neoklassizistische Schinkelkirche (Abb. 19) und die Windmühle im holländischen Stil in Straupitz sowie die Kirchen und das Darre-Museum in Lieberose, die die Besucher anziehen. Die Gastronomie ist der schwächste Punkt im Angebot. Sie war besonders im Corona-Sommer 2020 überfordert. Mit einigen Ausnahmen gibt es in der Region zu wenig Restaurants mit einem guten Angebot oder den erwünschten Öffnungszeiten.

Auf der anderen Seite können wir ein geringes Interesse an Kunstgalerien (67 % "nicht" oder "kaum interessiert"), Kinos und Theatern (62 %), Sportveranstaltungen (62 %), religiösen Stätten bzw. Veranstaltungen (58 %) und Tanzveranstaltungen (56 %) feststellen. Im Allgemeinen erwarten viele Besucher nicht allzu viel davon in der Gegend, jedoch würden einige Besucher auch Tanz, Konzerte (Abb. 20), Feste und andere lokale Veranstaltungen begrüßen.

Interesse an verschiedenen kulturellen Aktivitäten (in Prozent)

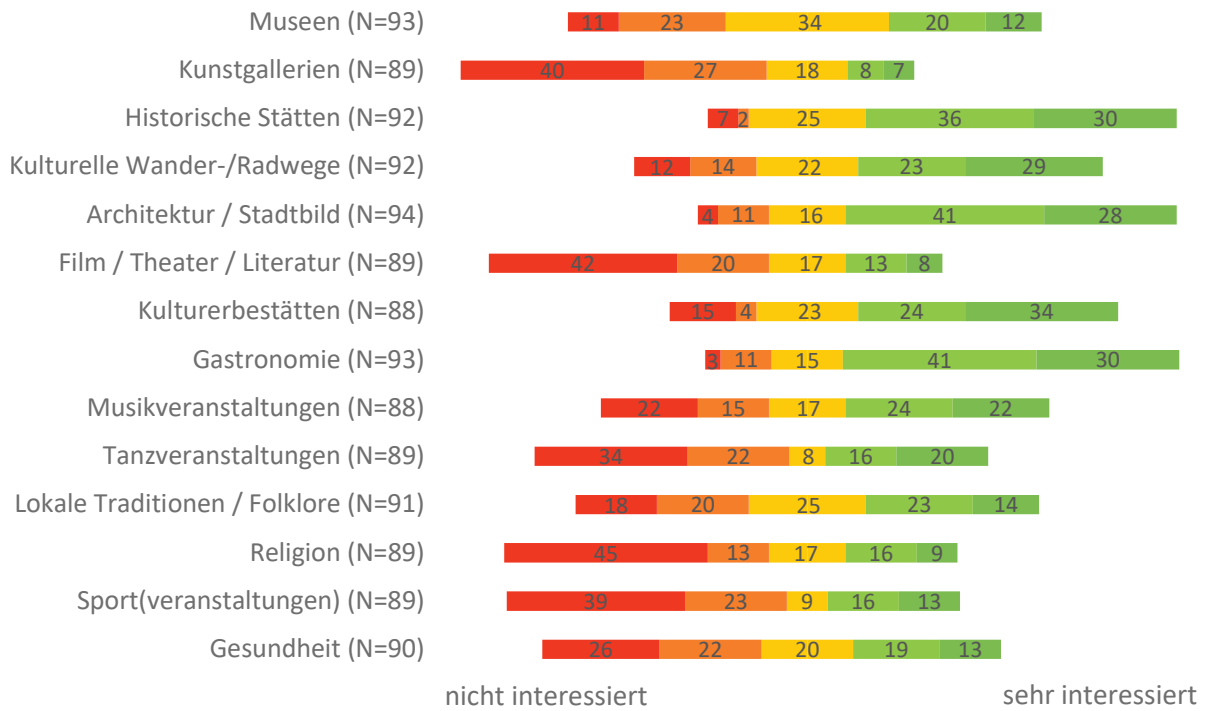


Abb. 18 Interesse der Befragten an verschiedenen kulturellen Aktivitäten (Quelle: IOER)



Abb. 19 Bei Touristen sehr beliebt: Die Schinkelkirche in Straupitz (Foto: Eckelmann/IOER)



Abb. 20 Konzert in Lieberose: eines der wenigen Kulturangebote in der Sommersaison 2020 (Foto: Wirth/IOER)

3.1.3.3 Faktoren, um Kulturangebote zu nutzen

Die Tabelle 6 zeigt, welche Motivationen es gibt, die die Entscheidung der von uns befragten Personen für das bestimmte Kulturangebot positiv beeinflussten. Dies ist in erster Linie das „persönliche Interesse“, das 30 % der 255 Antworten ausmacht. Es folgen die günstige „verkehrsmäßige Erreichbarkeit“ (20 %), der „Preis“ (17 %) und „Empfehlungen von Freunden oder Verwandten“ (14 %). Seltener genannte Gründe für die Entscheidung sind Empfehlungen der Vermieter, soziale Medien, Touristenkartenangebote oder die Einbindung des Angebotes im „Reiseprogramm“.

Tab. 6 Entscheidende Faktoren, um Kulturangebote zu nutzen; max. 3 Nennungen (Quelle: IOER)

Beweggründe zum Besuch	Anzahl	Prozent
Persönliches Interesse	77	30
Erreichbarkeit	52	20
Preis	44	17
Empfehlungen von Freunden / Verwandten	35	14
Lage	23	9
Empfehlungen der Unterkunft	11	4
Soziale Medien	4	2
Rabattangebote	2	< 1
Teil des Reiseprogramms	1	< 1
Sonstiges	6	2
Summe	255	100

3.1.3.4 Bereitschaft, den Besuch des Gebiets weiterzuempfehlen

Wie die Abbildung 21 zeigt, ist die Bereitschaft, die Region als Reiseziel weiterzuempfehlen – trotz festgestellter Probleme und Mängel (Abb. 22) – überwältigend! Während 93 % die Region "sehr wahrscheinlich" bis "wahrscheinlich" weiterempfehlen würden, meint niemand, diese gar nicht weiter empfehlen zu wollen. Im Mittel der im SPOT-Projekt untersuchten Urlaubsregionen liegt die Rate der "sehr wahrscheinlichen" oder "wahrscheinlichen" Weiterempfehlungen bei nur 87,5 % (SPOT 2021). Also hat diese Region einen außergewöhnlich guten Ruf unter ihren Besuchern.

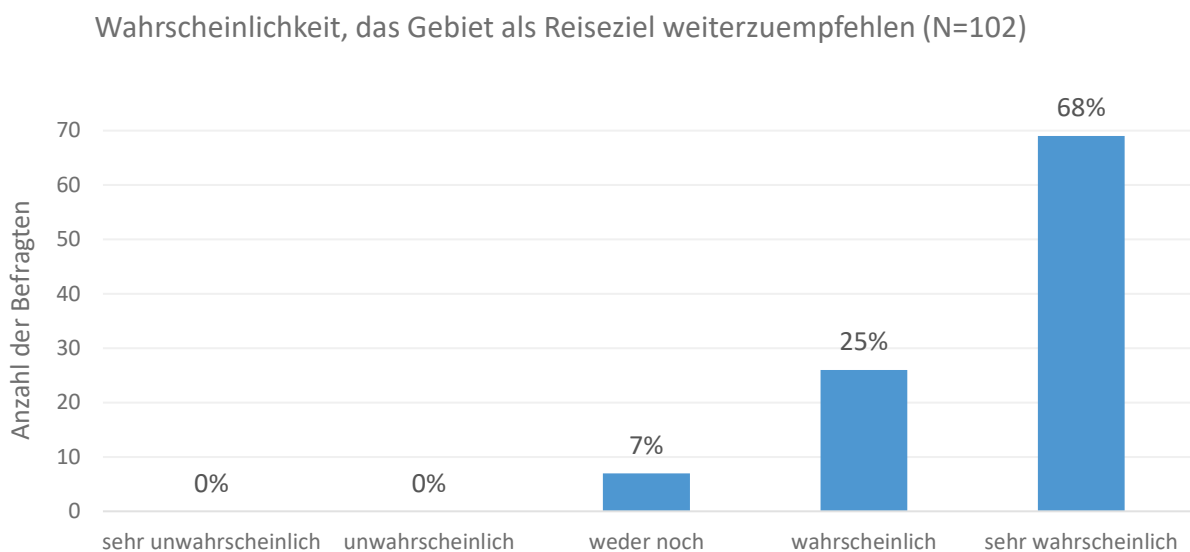


Abb. 21 Wahrscheinlichkeit, das Gebiet als Reiseziel weiterzuempfehlen (Quelle: IOER)

3.1.3.5 *Notwendige Verbesserungen allgemein und für den Kulturtourismus*

Etwa die Hälfte der befragten Besucher hat kritische Anmerkungen zum Tourismus in der Region gemacht. Die Hauptpunkte, die von den Befragten genannt wurden, waren Radwege, Gastronomie und kulturelle Veranstaltungen (Abb. 22). Da viele Menschen mit dem Fahrrad unterwegs waren, um die Region zu erkunden, spielten Defizite in diesem Bereich auch immer wieder eine Rolle in den Fragebögen. Viele Menschen waren unzufrieden mit der Qualität der Radwege und mit fehlenden Verbindungen im Radwegenetz. Während der Gurkenradweg, der das Untersuchungsgebiet mit Burg / Spreewald im Süden verbindet, in einem guten Zustand wäre, gäbe es keinen durchgängigen Radweg um den Schwielochsee. Die Pflasterung wäre teilweise schlecht und würde häufig wechseln. Radfahrer müssten oft auf die Straße ausweichen, da kein separater Radweg vorhanden sei. Diese Probleme stehen im Zusammenhang mit anderen Mängeln der Verkehrsinfrastruktur wie fehlende Gehwege und Straßenbeleuchtung, teilweise auch schlechte Beschilderung.

Ein weiteres genanntes Problem ist die Gastronomie. Im Einzelnen wird bemängelt, dass es zu wenig Restaurants mit einem guten Angebot und kaum vegetarische sowie vegane Gerichte gibt. Einige Restaurants und Gaststätten schließen schon am frühen Abend, sodass es abends zu wenig Gelegenheiten gibt, um einzukehren. In Lieberose, der einzigen Stadt im Untersuchungsgebiet, gibt es überhaupt kein Restaurant. Positiv erwähnt wurden in anderen Orten die "Hafenterrassen" und das "Café am See" in Goyatz, das "Gasthaus zur Byttna" in Straupitz sowie das "Gasthaus Oberspreewald" in Neu Zauche. Daneben gibt es mehrere Fast-Food-Angebote, teilweise auf den Campingplätzen und an den Stränden. Auch einige Bäckereien und Gaststätten bieten eine Imbissversorgung an.

Das dritte Hauptproblem waren die fehlenden kulturellen Veranstaltungen im Sommer 2020. Dies ist verbunden mit Fragen nach Schlecht-Wetter-Alternativen, Wellness, Angeboten für junge Menschen, Musik- und Tanzveranstaltungen und anderen Ausgeh-Möglichkeiten. Einige Personen, die vor Corona im Untersuchungsgebiet waren, erwähnten, dass Defizite in diesem Bereich schon in den Jahren zuvor erkennbar gewesen wären. Einige Befragte monierten auch, dass Abfalleimer und öffentliche Toiletten nur selten zu finden wären; die Strandreinigung fehle ebenso wie Rettungsschwimmer an den Stränden. Die TEG merkte dazu selbst an, dass aufgrund der enormen Nachfrage im Corona-Sommer sowohl die Campingplätze als auch das öffentliche Personal des Amtes über einen längeren Zeitraum überlastet gewesen seien.

Die genannten Probleme können als Anregung für strategische Verbesserungen im Untersuchungsgebiet verstanden werden.

Gewünschte Verbesserung verschiedener Aspekte (N=52)

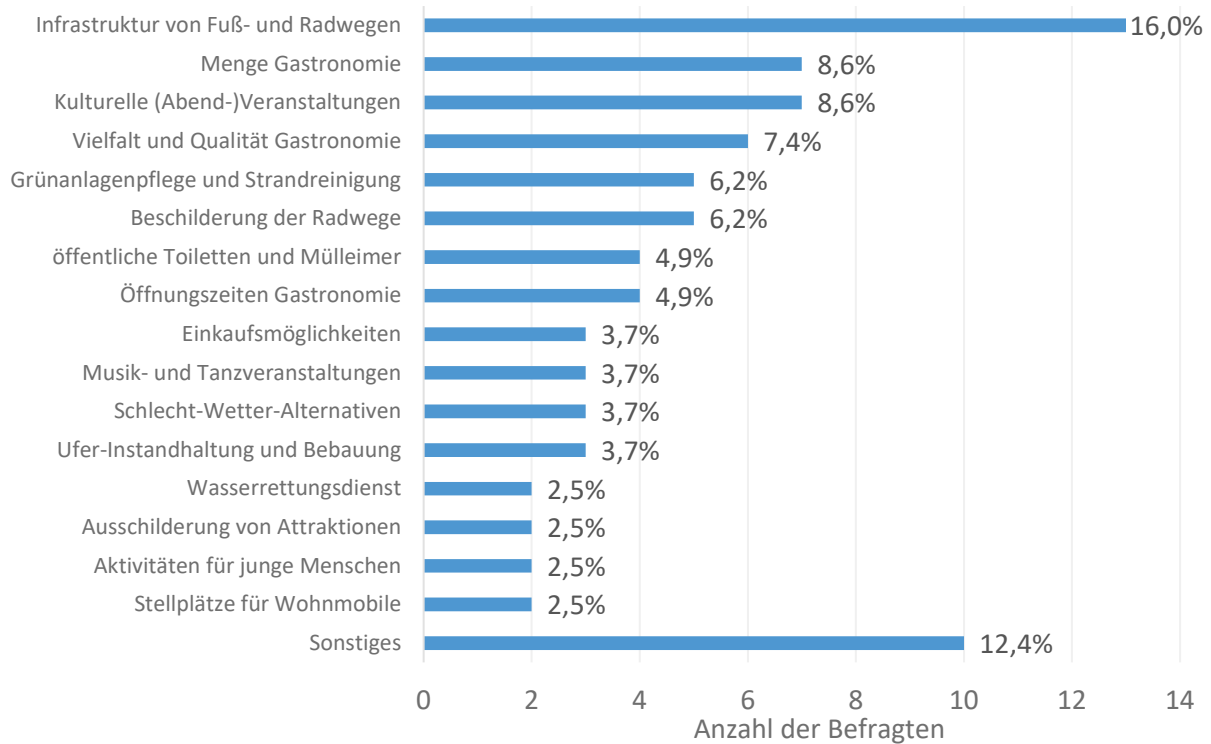


Abb. 22 Gewünschte Verbesserungen nach Meinung der Befragten; Mehrfachnennung möglich (Quelle: IOER)

Die angesprochenen Probleme und Veränderungsbedarfe unterscheiden sich etwas zwischen den Geschlechtern. Gleichermäßen von Frauen und Männern angesprochen werden Probleme mit der Gastronomie (Länge der Öffnungszeiten, Qualität der Speisen, vegetarische Angebote), wegen fehlender Radwege und Toiletten. Unterschiede gibt es dagegen bei Beschwerden zur Ordnung auf den Campingplätzen, den Corona-Maßnahmen, die vor allem von Frauen genannt wurden, ebenso wie fehlende Schlecht-Wetter-Alternativen für Freizeitaktivitäten. Vorwiegend Männer haben dagegen die mangelhafte Ausschilderung der vorhandenen Radwege kritisiert (siehe Tab. 7).

Tab. 7 Geschlechtervergleich bei Problemen und Veränderungsbedarf (nur Mehrfachnennungen)

Weibliche Befragte		Männliche Befragte	
Anzahl	Beschwerde	Anzahl	Beschwerde
7	Gastronomie (Anzahl, Öffnungszeiten, Speisenangebot)	7	Gastronomie (Anzahl, Öffnungszeiten, Vielfalt des Angebotes)
6	Fehlende / schlechte Radwege	5	Fehlende / schlechte Radwege
6	Campingplätze (Ordnung, Sauberkeit, Reservierungen, Stellplätze)	4	Ausschilderung der Radwege
4	Kulturelle Veranstaltungen (Musik, Tanz, etwas für die Jugend)	4	Kulturelle Veranstaltungen (Musik, Tanz)
3	Schlecht-Wetter-Alternativen	2	Fehlende Toiletten
2	Fehlende Toiletten, Hygieneprobleme	2	Campingplätze (Personal, Stellplätze)

3.1.4 Kulturtourismus und Corona

3.1.4.1 Einfluss der Corona-Pandemie auf das Reisen

Die Befragten wurden gebeten, den Einfluss der Corona-Pandemie auf ihre Art des Reisens einzuschätzen, und zwar auf einer fünfstufigen Skala von "sehr wenig" bis "sehr viel". Wie wir sehen können (Abb. 23), gibt es ein breites Spektrum an Antworten. Wir können eine Gruppe mit "sehr wenig" (22 %) und "wenig" (13 %) Antworten finden. Offensichtlich sind dies die Personen, die auch in der Vergangenheit auf einen naturnahen Urlaub im Binnenland fokussiert waren, vielleicht Campingplätze nutzen, aber dafür weniger kulturelle Angebote wahrnehmen. Für diese hat sich das Reisen nicht merklich verändert. Bei den anderen Befragten (etwa zwei Drittel) veränderte sich das Reisen von "mittel" bis zu "sehr hohem" Einfluss. Die Gründe sind in der darauffolgenden Abbildung 24 ersichtlich.

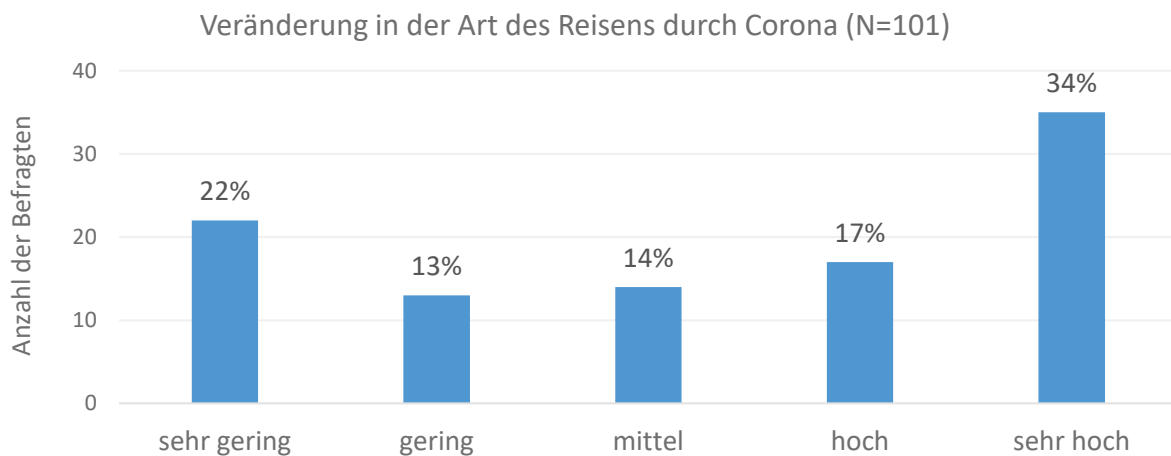


Abb. 23 Veränderungen in der Art des Reisens durch Corona (Quelle: IOER)

3.1.4.2 Beschreibung der Änderungen durch die Corona-Pandemie

In einer offenen Frage wurden die Besucher nach den wichtigsten Veränderungen als Folge der Corona-Pandemie gefragt (Abb. 24). Wie wir in 3.1.4.1. sehen können, fühlten sich etwa zwei Drittel der Personen unterschiedlich stark in ihrer Art des Reisens betroffen. 'Keine Auslandsreisen', 'anderes Reiseziel' und 'mehr regional reisen' charakterisieren die Veränderungen durch Corona recht gut. Es ist auch sichtbar, dass Camping im Untersuchungsgebiet eine große Rolle spielt. Einige Befragte beschwerten sich darüber, dass 'der Campingplatz überfüllt ist' und 'der Campingplatz im Voraus reserviert werden muss'. Einige geben allerdings auch an, dass das Reisen 'nachhaltiger und bewusster' geworden ist. Auch die 'Infektionsgefahr' und 'Einschränkungen durch Corona' werden erwähnt. Bemerkenswert ist, dass die kulturellen Aspekte des Tourismus bei dieser Frage kaum eine Rolle spielten.

Genannte Veränderungen durch Corona (N=76)

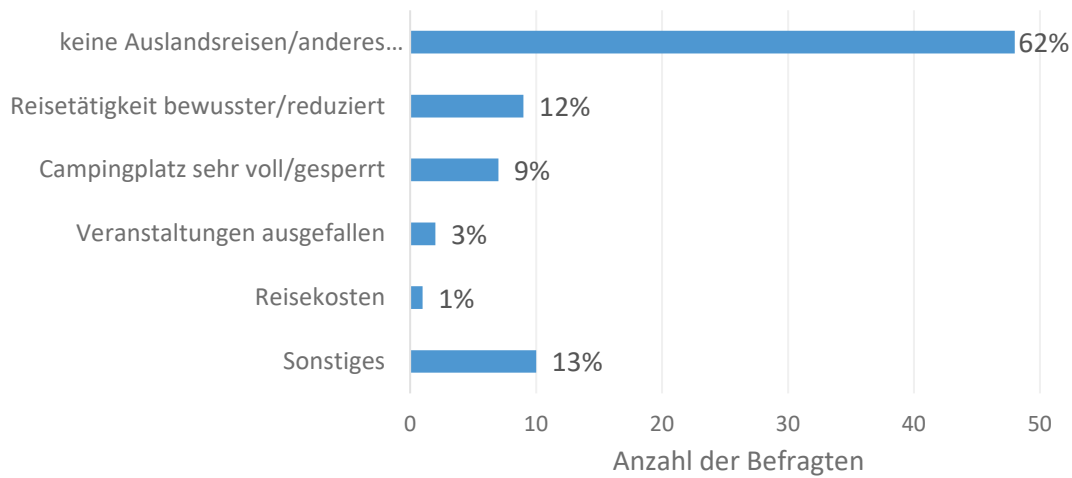


Abb. 24 Von den Befragten genannte Veränderungen durch Corona; Mehrfachnennung möglich (Quelle: IOER)

3.1.4.3 Frühere Besuche des Gebietes

Um herauszufinden, wie die Befragten ihren aktuellen Besuch mit der Situation im Untersuchungsgebiet vor Corona vergleichen können, fragten wir nach früheren Besuchen. Es stellte sich heraus, dass 62 % der Befragten nicht das erste Mal in dem Gebiet sind, nur 38% der 102 antwortenden Personen waren zum ersten Mal hier. Diese Gruppe wird nachfolgend näher betrachtet.

3.1.4.4 Zeitraum seit dem letzten Besuch

Zunächst ging es darum herauszufinden, wann die Befragten dieses Gebiet zuletzt besucht haben (Abb. 25). Hier zeigt sich, dass 63 % der Befragten in den letzten drei Jahren mindestens schon einmal im Untersuchungsgebiet waren. Es zeigt sich also, dass viele Befragte noch eine frische Erinnerung haben. Das ist hilfreich für den Vergleich der Corona-Situation 2020 mit der Situation vor Corona.

21 % der Befragten haben das Gebiet in den vergangenen vier bis neun Jahren zuletzt besucht. Und es gibt auch eine bemerkenswerte Gruppe von 16 %, deren letzter Besuch zehn oder mehr Jahre zurückliegt.

Zeitpunkt des letzten Besuches (N=62)

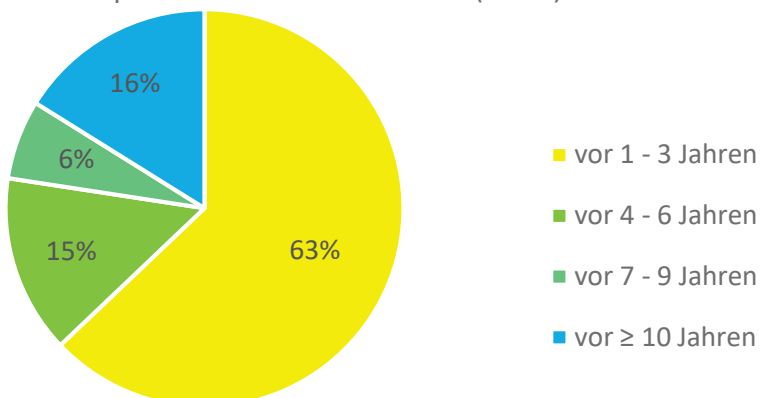


Abb. 25 Zeitpunkt des letzten Besuches (Quelle: IOER)

3.1.4.5 Zufriedenheit mit früheren Besuchen

Um einen Vergleich zwischen der früheren und der aktuellen Zufriedenheit zu ermöglichen, verwendeten wir die gleichen Kategorien und die gleiche Skala (5-stufig) wie in Abschnitt 3.1.3.1. Schon vor der Corona-Pandemie können wir ein hohes Maß an Zufriedenheit der Besucher im Untersuchungsgebiet feststellen (Abb. 26). Die allgemeine Zufriedenheit ist überwiegend positiv (59 % "sehr zufrieden" und 32 % "zufrieden"). Insbesondere die Sicherheit, das Preis-Leistungs-Verhältnis sowie die Qualität der Produkte und Dienstleistungen wurden hoch eingestuft. Die Zufriedenheit mit den angebotenen kulturellen Aktivitäten war in der Vergangenheit differenzierter. Wie die Ergebnisse zeigen, gibt es im Vergleich zu 3.1.3.1. aber nur geringe Unterschiede.

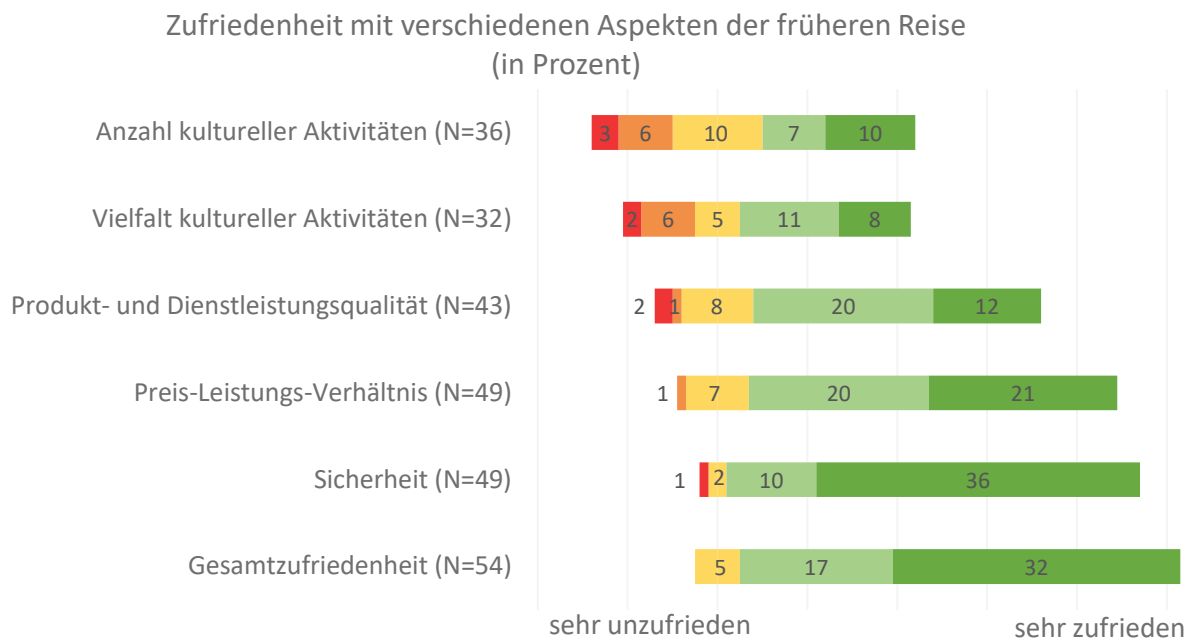


Abb. 26 Zufriedenheit der Befragten mit verschiedenen Aspekten der früheren Reise (Quelle: IOER)

3.1.4.6 Unterschied in der Zufriedenheit vor und während der Coronakrise

In der letzten Frage sollten die Befragten ihre Zufriedenheit zwischen der Situation vor und während Corona vergleichen. Wie wir in der Abbildung 27 sehen können, sind die Unterschiede gering. 58 % der Befragten spürten keinen Unterschied, 21 % fühlten sich nicht in der Lage zu vergleichen, meist weil der letzte Aufenthalt im Gebiet schon zu lange zurücklag. Neun Besucher hatten den Eindruck, dass es vorher besser war, nur vier Personen, dass es jetzt besser ist. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Corona-Pandemie keinen signifikanten Einfluss auf die Besucherzufriedenheit hatte.

Unterschied in der Zufriedenheit mit der Reise vor Corona (N=62)

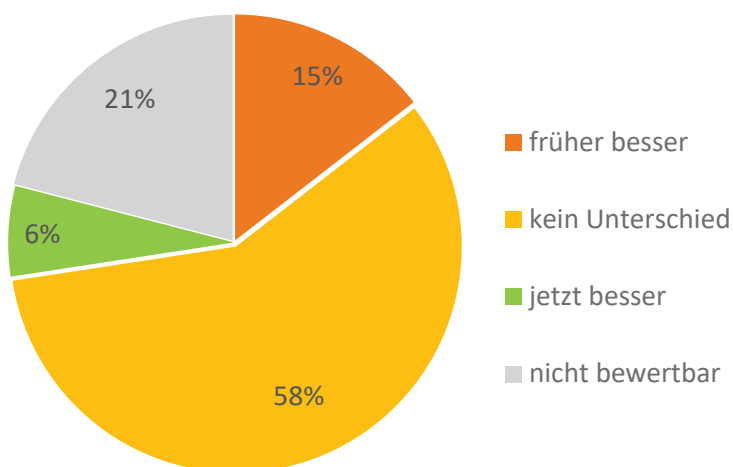


Abb. 27 Unterschied in der Zufriedenheit mit der Reise vor Corona (Quelle: IOER)

3.2 Ergebnisse der Einwohnerbefragung

3.2.1 Profile der Bewohner – soziodemographische Informationen

3.2.1.1 Geschlecht

Von den 85 Befragten antworteten 82 Personen auf die Frage nach dem Geschlecht: 37 identifizierten sich als männlich und 45 als weiblich, eine andere Option wurde nicht gewählt. Auch in den anderen europäischen Befragungsgebieten im Projekt SPOT antworteten mit 58 % etwas mehr Frauen als Männer.

3.2.1.2 Alter

Die Befragten sind zwischen 39 und 85 Jahren alt (Abb. 28). Kinder wurden generell nicht befragt, junge Erwachsene haben wir entweder nicht erreicht oder sie waren nicht bereit, den Fragebogen zu beantworten. Im internationalen Vergleich waren etwa 16 % der Befragten jünger als 30 Jahre. Da die Umfrage tagsüber durchgeführt wurde, konnten sicher einige Personen nicht zu Hause angetroffen werden. Viele junge Leute arbeiten vielleicht in den nahegelegenen Städten. Allerdings haben wir festgestellt, dass vor allem ältere Menschen, denen es möglicherweise sonst an sozialen Kontakten mangelt, genug Zeit hatten und bereit waren, mit uns zu sprechen. Nach der offiziellen Statistik beträgt der reale Anteil der Menschen unter 50 Jahren im Untersuchungsgebiet 49 %. Dies steht in deutlichem Gegensatz zu den nur 22 % unserer Umfrageergebnisse.

Altersverteilung (N=84)

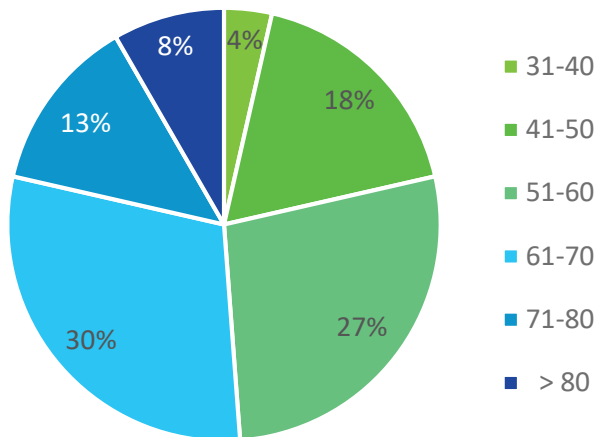


Abb. 28 Altersverteilung der Befragten (Quelle: IOER)

3.2.1.3 Herkunftsland

Wir haben fast ausschließlich in Deutschland geborene Personen getroffen. Nur jeweils eine Person gab an in Südkorea bzw. Polen geboren worden zu sein. Dies ist für ländliche Gebiete keineswegs unüblich, auch in Befragungsgebieten mehrerer anderer Länder wurden zumeist Personen befragt, die im gleichen Land geboren sind.

3.2.1.4 Bildung

Die Personen wurden gefragt, welche Art von Qualifikation sie haben. Die Antworten gibt Abb. 29 wieder. Die befragten Einwohner haben überwiegend eine abgeschlossene Berufsausbildung oder einen Hochschulabschluss.

Bildungsstand (N=78)

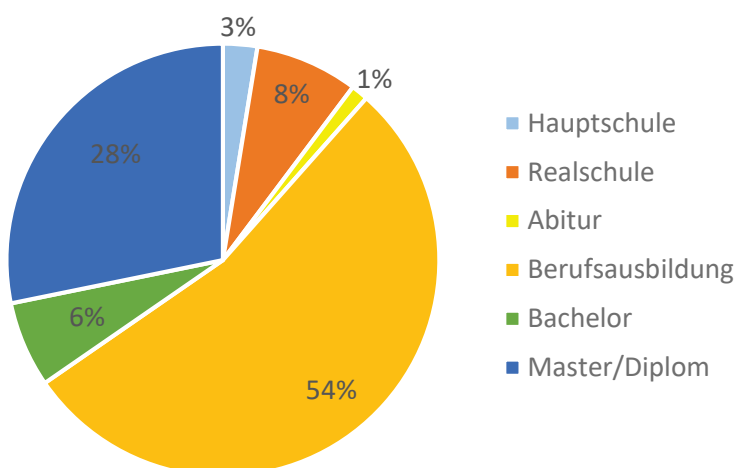


Abb. 29 Bildungsstand der Befragten (Quelle: IOER)

3.2.1.5 Beruf

Die Personen wurden direkt nach ihrem Beruf gefragt und die Antworten danach in die folgenden Berufsgruppen klassifiziert (Tab. 8).

Tab. 8: Berufe der Befragten (Quelle: IOER)

Berufsgruppe	Anzahl	Prozent
Hochqualifizierte Fachkräfte	20	31
Handwerker und Gewerbetreibende	16	25
Techniker und assoziierte Fachleute	11	17
Service- und Vertriebspersonal	10	15
Kaufmännische Berufe	3	5
Anlagen- und Maschinenbediener, sowie Monteure	3	5
Fachkräfte in Land- und Forstwirtschaft sowie in der Fischerei	1	1
Ungelernte Tätigkeiten	1	1
Summe	65	100

3.2.1.6 Zusammensetzung der Haushalte

Die Haushaltszusammensetzung der Bewohner stellt sich dar wie in Abb. 30 angegeben. Über zwei Drittel der Befragten wohnt in 1- oder 2-Personen-Haushalten, 20 % in 3-Personen-Haushalten und nur wenige in größeren Haushalten.

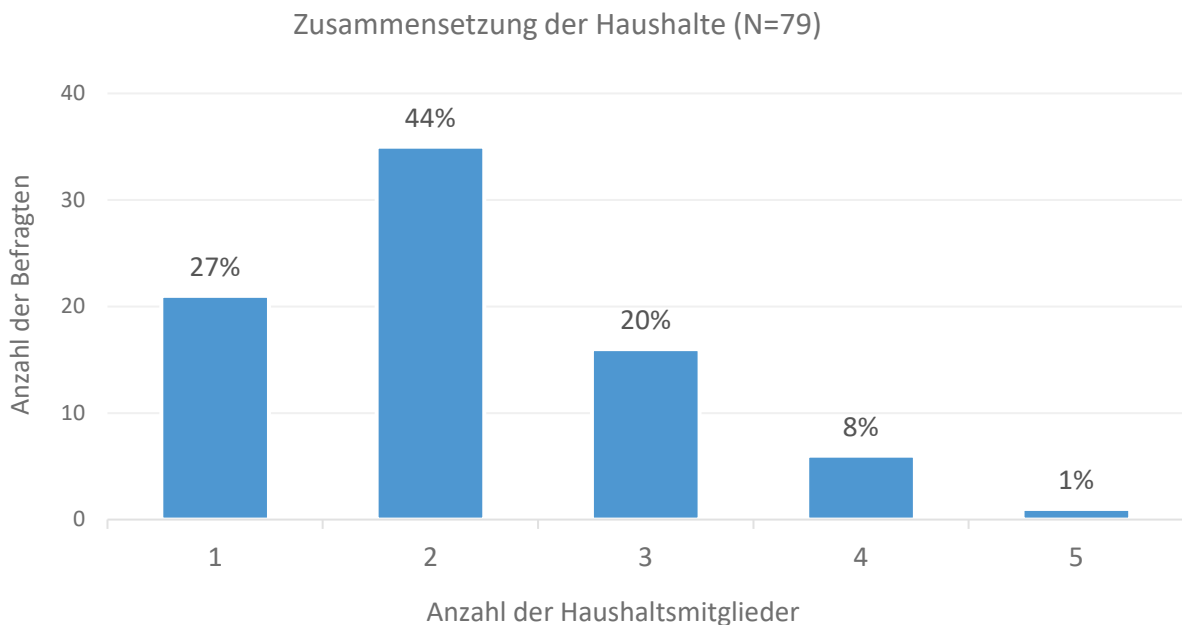


Abb. 30 Zusammensetzung der Haushalte der Befragten (Quelle: IOER)

3.2.1.7 Das Haushaltsnettoeinkommen pro Jahr

Die Frage nach dem Einkommen ist in Deutschland weithin unbeliebt, sodass erwartungsgemäß nur etwas mehr als die Hälfte der Befragten Auskunft gegeben hat. Die Ergebnisse zeigt Abbildung 31.

Zum Vergleich: das durchschnittliche Monatsgehalt eines Vollzeitbeschäftigten in Deutschland im Jahr 2019 lag bei 3.994 € brutto und circa 2.079 € netto im Monat¹). Dies sind etwa 25.000-30.000 € Netto pro Jahr, wenn man Einmalzahlungen (Urlaubsgeld, Weihnachtsgeld) berücksichtigt. Somit spiegelt das Befragungsergebnis auch die mittleren Einkommensverhältnisse in Deutschland wider.

Haushaltsnettoeinkommen pro Jahr (N=48)

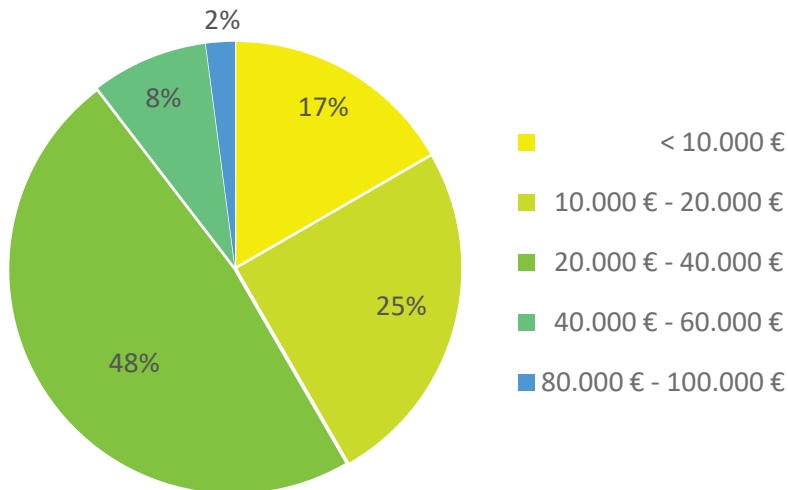


Abb. 31 Jährliches Haushaltsnettoeinkommen der befragten Einwohner (Quelle: IOER)

3.2.1.8 Wohnort

Es wurden 29 persönliche Interviews in vier Orten durchgeführt. Davon kamen drei Antworten aus Alt Zauche, neun aus Goyatz, elf aus Lieberose und sechs aus Straupitz. Neben diesen 29 Fragebögen, die gemeinsam mit den Einwohnern ausgefüllt wurden, erhielten wir 56 Fragebögen, die von den Befragten selbst ausgefüllt wurden. Von der ersten Gruppe wissen wir genau, wo die Befragten wohnen. Bei den anderen Fragebögen lässt sich die Zugehörigkeit abschätzen ("vermutlich Schwielochsee", bzw. "vermutlich Lieberose"); allerdings sind 17 ausgefüllte Fragebögen ohne Zuordnung (Abb. 32).

¹ <https://de.statista.com/themen/293/durchschnittseinkommen/>

Herkunft aus dem Amtsgebiet (N=85)

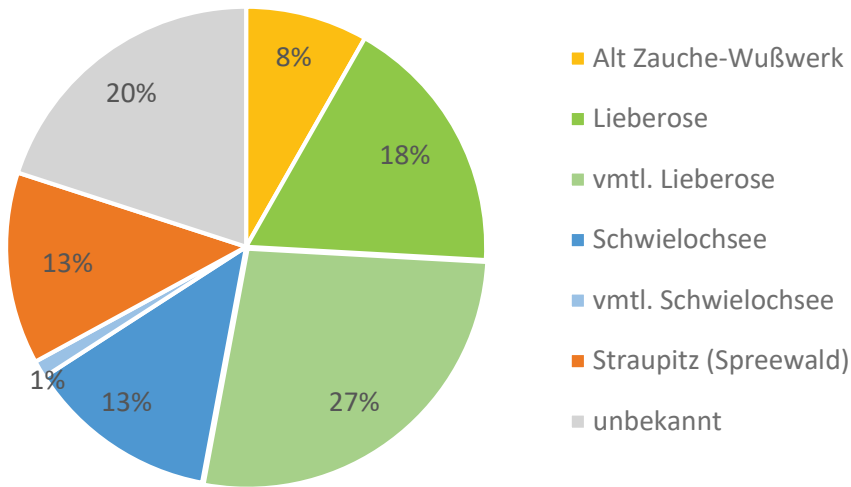


Abb. 32 Wohnort der Befragten im Amtsgebiet Lieberose / Oberspreewald (Quelle: IOER)

3.2.2 Kulturtourismus und Einwohner

3.2.2.1 Wichtigste kulturelle Aktivitäten und Sehenswürdigkeiten

Bei dieser Frage konnten die Einheimischen ohne Vorgabe benennen, was ihnen an kulturellen Aktivitäten und Sehenswürdigkeiten im Gebiet am wichtigsten erscheint (Abb. 34). Dabei machen sich die Wohnorte der Befragten bemerkbar. Die Umfrageergebnisse zeigen, dass ein großer Teil der Antworten aus der Stadt Lieberose kommt, so dass die Highlights dieses Ortes die höchste Häufigkeit an Antworten erhielten, obwohl sich manch andere Gemeinde im Amtsgebiet eines höheren Besucher-



Abb. 33 Schloss Lieberose - vorübergehend ungenutztes Gebäude mit Park (Foto: Syrbe / IOER)

zulaufes erfreut (s. Abschnitt 3.2.2.4). Die TEG hat eine Tourist-Information in der Stadt, die im Darre-Museum untergebracht ist, aber wegen mangelnden Publikumsverkehrs nur zwei Tage pro Woche geöffnet ist. Das meistgenannte Schloss Lieberose (Abb. 33) ist heute zum Teil eine Ruine und für Besucher nur selten zugänglich. Die Befragten hoffen darauf, dass das Eigentümerproblem bald gelöst und das Schloss renoviert werden kann. Auch eine der beiden Lieberoser Kirchen ist eine Ruine.

Bekannter und oft von Touristen besucht sind die Schinkelkirche und die Dreifachwindmühle holländischen Stils in Straupitz. Letztere ist sogar als europäisches Kulturerbe gekennzeichnet. Einer der meistbefahrenen Themenradwege der Region führt vom weithin bekannten Spreewald kommend an den beiden Straupitzer Attraktionen vorbei, darunter am Kornspeicher mit Museum und Café. Ein großer Teil des Untersuchungsgebietes leidet unter seiner Randlage bezüglich der Touristenströme. Ein prominentes Beispiel sind die Kahnhäfen, die ein Stück entfernt vom touristischen Kerngebiet des Spreewaldes liegen. So kommt es zu längeren Anfahrtswegen ins Spreewald-Innere, 2020 sogar zu Schließungszeiten wegen Wassermangels. Einer der Kahnfährhäfen (Lieberose) ist gar nicht an den Spreewald angeschlossen, sodass nur kleine Rundfahrten in der Umgebung (Schlosspark) möglich sind.

Interessant sind die prominenten Nennungen von "Natur" im Allgemeinen und des "Schwielochsees" unter den Highlights des Kulturtourismus. Im Untersuchungsgebiet verbinden die Menschen Natur- und Kulturlandschaft gedanklich sehr eng miteinander und betrachten Seen, Wälder, ja sogar die sogenannte einzigartige deutsche "Wüste" in der Lieberoser Heide als Überbleibsel ehemaliger militärischer Nutzung gleichermaßen als ihr kulturelles Erbe und damit als wertvolle Grundlage für die Wertschätzung und ihre Identifikation mit dem Gebiet.

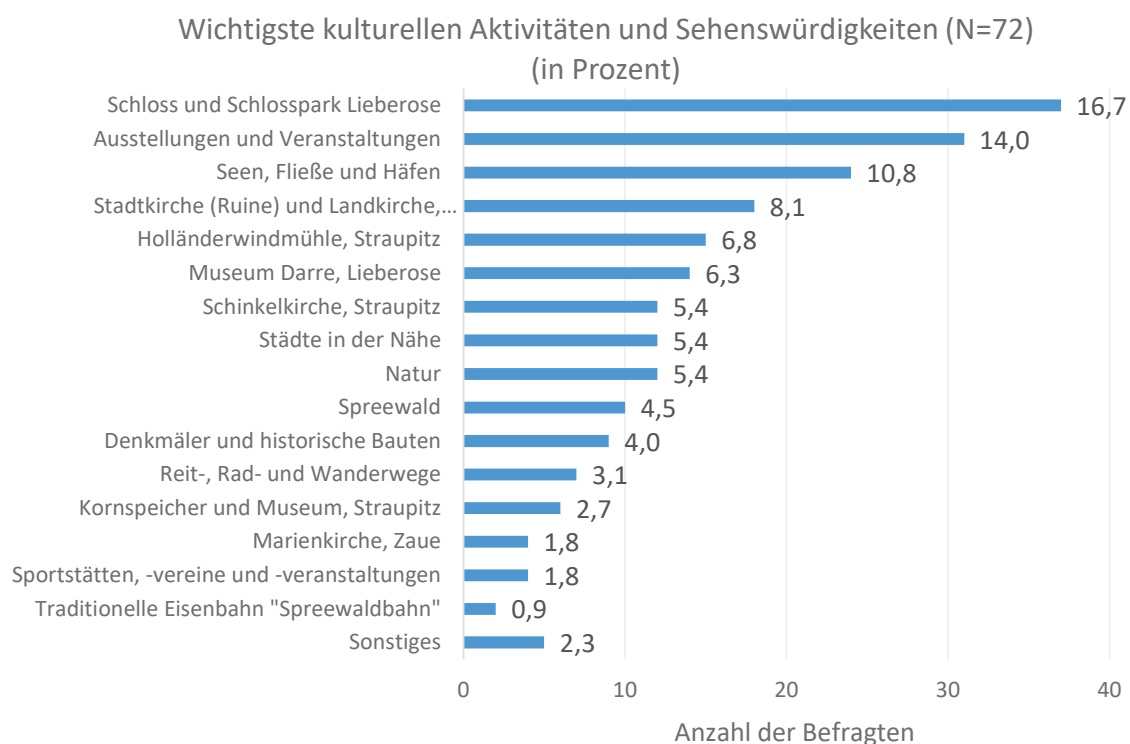


Abb. 34 Wichtigste kulturelle Aktivitäten u. Sehenswürdigkeiten nach Meinung der Einwohner; Mehrfachnennung möglich (Quelle: IOER)

3.2.2.2 Die Bedeutung bestimmter kultureller Angebote und Orte

Die Frage „Wie wichtig sind folgende kulturellen Angebote und Orte für diese Gegend?“ (Abb. 35) brachte eine klare Präferenz für Kulturrouten, Gastronomie, historische Stätten, Musikveranstal-

tungen sowie lokale Traditionen / Folklore. Die am wenigsten gewählte Option war (Film-)Theater, unter anderem weil es in der Gegend keine Kinos mehr gibt. Andere niedrig bewertete Optionen sind religiöse Stätten oder Veranstaltungen und Kunstgalerien, auch wenn einige von ihnen sehr wohl im Gebiet vorhanden sind. Gründe dafür könnten sein, dass viele Bewohner keinen religiösen Hintergrund haben und bildende Kunst nicht präferieren. Auch Tanzveranstaltungen und Gesundheitsangebote werden nur selten als wichtig erachtet.

Befragt nach den lokalen Kulturgütern bestanden einige Einwohner darauf, die Schönheit der Natur und bestimmte traditionelle Veranstaltungen wie das örtliche Straßenfest, die Bootsparade, den Weihnachtsmarkt, den Kunsthandwerkermarkt, aber auch die Strände und insbesondere den Yachthafen am Schwielochsee zu nennen. Die Einwohner fahren gern Rad und wandern. Ein wichtiger Aspekt ist, dass sie fast überall Restaurants vermissen, die bis abends geöffnet haben und qualitativ gutes Essen anbieten. Ungeachtet der Tatsache, dass das Restaurantangebot als wichtig eingestuft wird, beklagen sich die Bewohner über die fehlende Möglichkeit, abends irgendwo hingehen und sich treffen zu können.

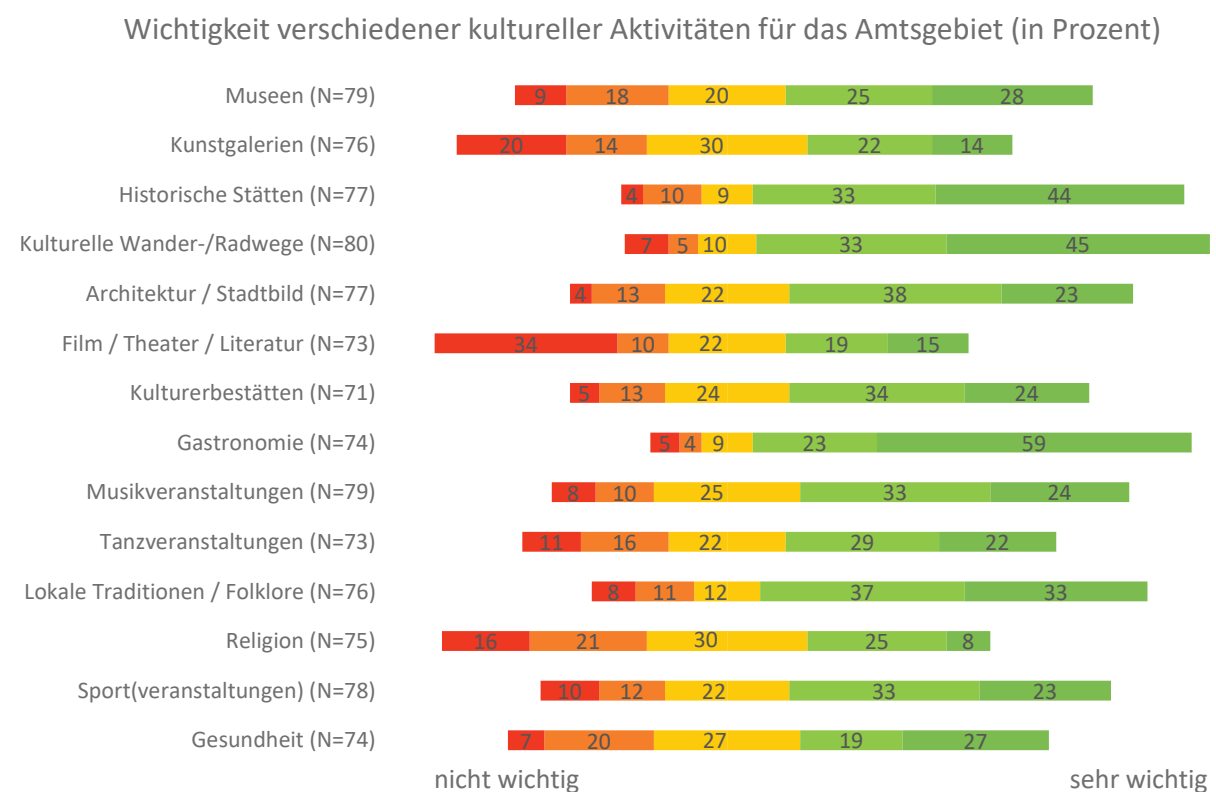


Abb. 35 Wichtigkeit verschiedener kultureller Aktivitäten für das Amtsgebiet aus Einwohnersicht (Quelle: IOER)

3.2.2.3 Erreichbarkeit und Verkehrserschließung

Das Gebiet liegt in der Nähe der Autobahn von Berlin nach Cottbus und Dresden, so dass man es mit dem Auto in etwa einer Stunde (Berlin) bzw. ½ Stunde (Cottbus) oder 1 ½ Stunden (Dresden) erreichen kann. Eine Anreise mit der Bahn ist jedoch kaum möglich (kein Bahnhof mehr in Betrieb) bzw. unkomfortabel, da der Reisende in Cottbus bzw. in der Kreisstadt Lübben auf Busse umsteigen, dann ca. eine weitere halbe Stunde fahren und schließlich das Quartier erreichen muss. Viele Anwohner nutzen das Auto, um überall hinzufahren. Generell halten sich positive und negative Meinungen etwa die Waage (Abb. 36). Das liegt an den oft fehlenden Bordsteinkanten und Radwegen, den weiten Wegen in dem dünn besiedelten Gebiet und dem unvollständigen ÖPNV-Angebot.

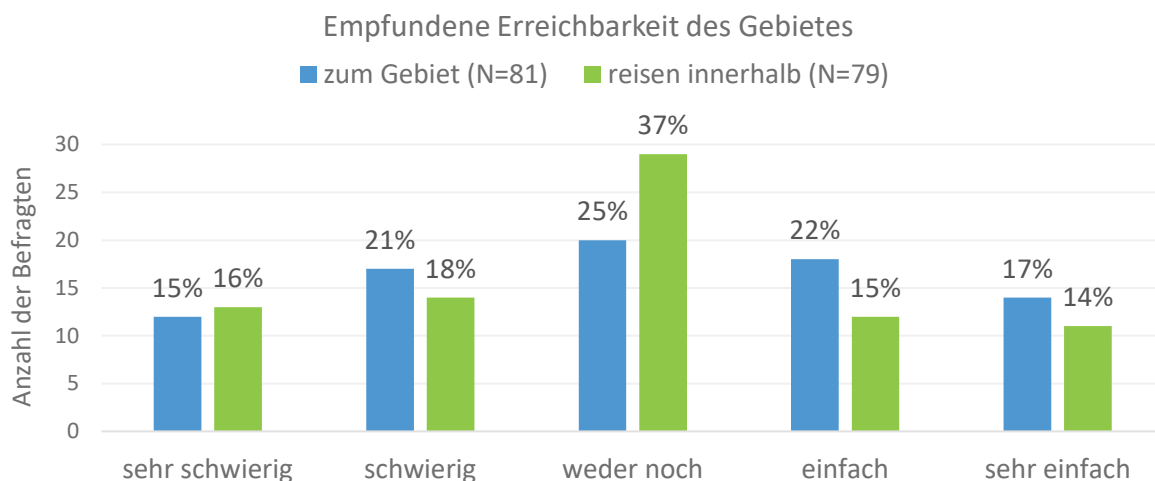


Abb. 36 Von den Bewohnern empfundene Erreichbarkeit des Gebietes (Quelle: IOER)

3.2.2.4 Einschätzung der jährlichen Touristenzahl

Die Einheimischen empfinden die Zahl der Touristen tendenziell als niedrig bis angemessen (Abb. 37). Da Auslandsreisen in Deutschland 2020 nicht möglich bzw. schwer planbar waren, konzentrierten sich Urlaubsreisen auf das Inland, während viele der befragten Touristen in "normalen" Sommern ins Ausland zu reisen pflegten (siehe Kap. 3.1). Daher waren inländische touristische Ziele zwischen dem 1. und 2. Lockdown (von Juni bis Oktober 2020) teilweise überbucht und überlaufen. Dies galt auch für das Studiengebiet. Trotz dieser Ausnahmesituation ist die Bewertung der Anzahl der Besucher durch die Einheimischen auffällig gelassen. Einige Befragte gaben sogar an, dass sie die starke Frequentierung ihrer Region durch Touristen aus allen Teilen Deutschlands schätzen, selbst wenn sie selbst nicht vom Tourismus profitieren.

Wahrnehmung der Anzahl der Touristen (N=78)

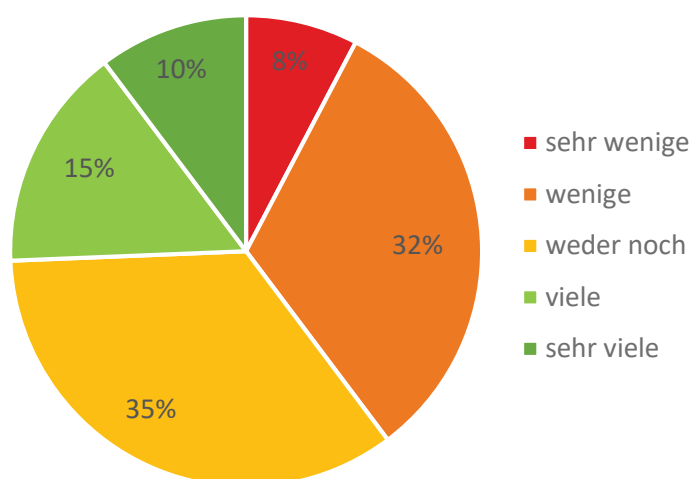


Abb. 37 Wahrnehmung der Anzahl der Touristen durch die Einwohner (Quelle: IOER)

Je nach Wohnort wird die Anzahl der Touristen differenziert bewertet. In Lieberose wird der Besucherzulauf überwiegend als zu gering empfunden. In Goyatz halten sich die Meinungen etwa die Waage. In Straupitz und Alt Zauche sind sie breit gestreut.

3.2.2.5 Wirkung eines Anstieges des Tourismus auf das Gebiet

Die meisten Einwohner schätzen den Tourismus. Häufig wird behauptet, dass die Bewohner im Bundesland Brandenburg als entspannt, freundlich und offen gegenüber Reisenden sind. Niemand denkt zunächst daran, dass der Tourismus auch bei einem Anstieg "sehr negative" Auswirkungen haben könnte und nur wenige sehen einen kleinen negativen Effekt. Dieses Ergebnis findet sich nicht nur in den Antwortkategorien (Abb. 38), sondern wurde auch mündlich bei der Beantwortung der Frage mitgeteilt. Die Bewohner gaben als Begründung an, dass die meisten Touristen kaum etwas falsch machten, rücksichtsvoll und freundlich seien. Dieser Eindruck mag mit der Art des Tourismus in der Region und mit der besonderen Gruppe von Touristen, die hierherkommen, zusammenhängen: Da es keinen Massentourismus gibt und die meisten Reisenden kommen, um die Natur zu erleben, Sport zu treiben (z. B. Wandern, Radfahren, Segeln, Schwimmen, Kanufahren; vgl. Abb. 39) oder nur die Stille zu genießen, ist das Störpotenzial gering.

Der Wohnort bestimmt mit, wie ein möglicher Anstieg des Tourismus bewertet wird; dies wird überproportional positiv gesehen in Lieberose und Alt-Zauche, während sich in Straupitz und Goyatz die Begrüßung und Ablehnung eher die Waage halten.

Einfluss eines möglichen Tourismusanstieges (N=85)

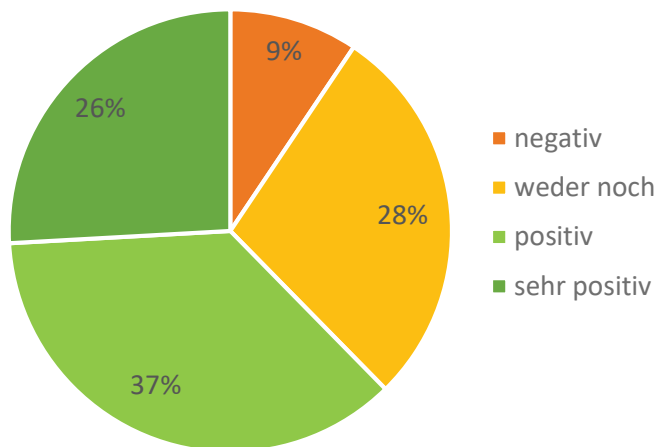


Abb. 38 Empfundener Einfluss eines möglichen Tourismusanstieges (Quelle: IOER)



Abb. 39 Kanufahren auf dem Schwielochsee - eine typische touristische Aktivität in der Region
(Foto: Syrbe/IOER)

3.2.2.6 Wie kann das Gebiet vom Tourismus profitieren?

Von einem eventuell verstärkten Tourismus in ihrer Gegend werden mehrere positive Effekte erwartet. Das Gebiet besitzt eine schwach ausgebaute Infrastruktur, zu wenig Gastronomie, nicht üppige Gesundheitsversorgung und Einkaufsmöglichkeiten. Daher hoffen viele Einwohner (Abb. 45), dass mehr touristische Kaufkraft auch dazu beitragen kann, dass alte Gebäude renoviert, Geh- und Radwege gebaut, Restaurants eröffnet werden, mehr Geschäfte überleben und die vermuteten Erdgasvorkommen nicht wie befürchtet zu einer Industrieentwicklung führen. In letzterem Sinne wird der Tourismus sogar als Argument für den Naturschutz und gegen die Erdgasförderung gesehen.

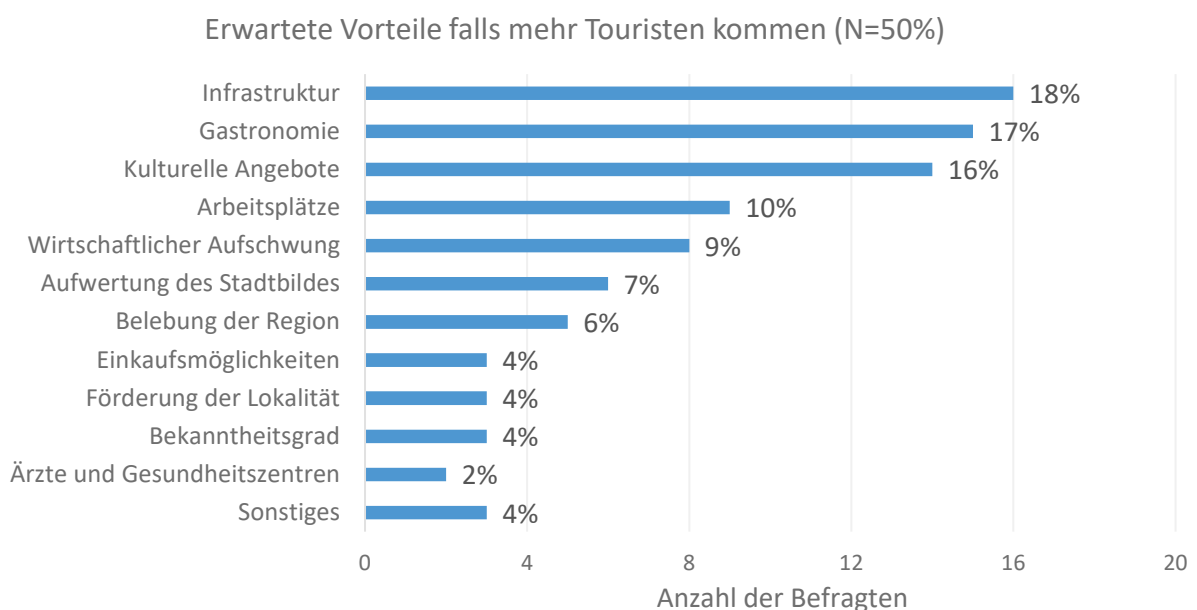


Abb. 40 Mögliche Vorteile eines Anstieges im Tourismus; Mehrfachnennung möglich (Quelle: IOER)

3.2.2.7 Vergünstigungen für kulturelle Angebote für die Einheimischen

Übereinstimmend wird berichtet, dass es keine bis wenige Ermäßigungen für Anwohner zu kulturellen Attraktionen im Gebiet gibt (Abb. 41). In einigen internationalen Vergleichsgebieten ist es üblich, dass Bewohner auch von Rabattangeboten wie zum Beispiel Gästekarten profitieren (günstigere Eintritte, Mietpreise usw.), können sie doch dadurch die Angebote ihres Heimatgebietes besser kennen und vielleicht auch schätzen lernen. Ebenso wird dies als Möglichkeit gesehen, die Einwohner positiv für den Tourismus zu stimmen. In dieser Hinsicht sind also die Synergiepotenziale zwischen Einwohnerschaft und Tourismus noch nicht ausgeschöpft.

Vergünstigungen für Einheimische bei kulturellen Angeboten (N=79)

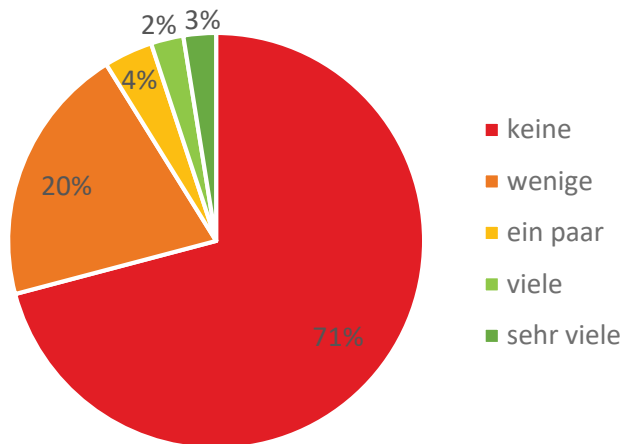


Abb. 41 Vergünstigungen für Einheimische bei kulturellen Angeboten (Quelle: IOER)

3.2.2.8 Bereitschaft, Tipps zu kulturellen Angeboten zu geben

Die meisten Einheimischen wären bereit, Touristen Tipps oder Hinweise zu geben, wenn sie gefragt würden. Aber einige von ihnen treffen nur selten auf Touristen, die solche Fragen stellen (Abb. 42). Die Antwort ist ziemlich ausgeglichen zwischen (etwas mehr) Leuten, die keine Tipps geben und jenen, die es tun, aber uns wurde gesagt, dass die Bereitschaft höher ist als die tatsächliche Möglichkeit.

Ob Einwohner den Touristen Tipps zu Attraktionen und Erholungsmöglichkeiten geben, ist nicht vom Bildungsgrad abhängig, wohl aber vom Geschlecht: so finden sich unter der weiblichen Einwohnerschaft mehr Personen, die öfters Tipps und Auskünfte an Touristen weitergeben. Im internationalen Vergleich antworten Einwohner etwas häufiger, dass sie Tipps und Hinweise an Touristen weitergeben.

Weitergabe von Tipps und Hinweisen an Touristen (N=80)

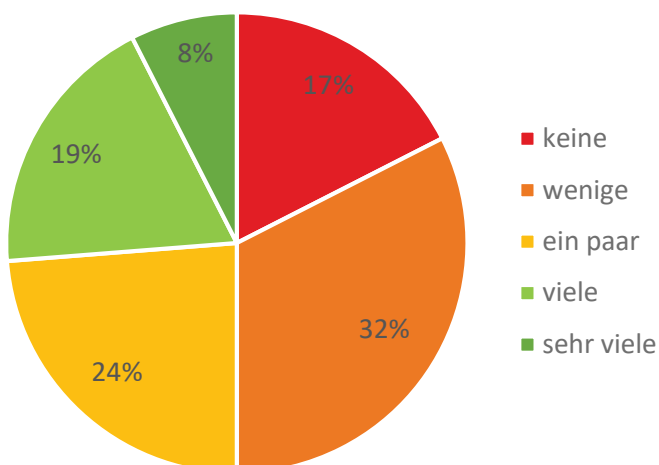


Abb. 42 Weitergabe von Tipps und Hinweisen an Touristen (Quelle: IOER)

3.2.2.9 Auswirkungen des Kulturtourismus auf lokale Traditionen

Die Einwohner wurden auch gefragt, wie sie die Auswirkungen des Tourismus auf ihre lokalen Traditionen einschätzen. Die Antworten besagten eindeutig, dass der Tourismus Auswirkungen auf diese Traditionen hat (ca. zwei Drittel) und dass diese in der Tendenz positiv gesehen werden (Abb. 48). Die Befragten begründeten ihre Antworten damit, dass Sportveranstaltungen, Kunsthandwerksmärkte, Kunstausstellungen, Tänze oder Konzerte durch den Tourismus mehr Menschen anziehen können, was sie rentabler macht. Dies wurde während der Corona-Krise schmerzlich bewusst, als Traditionsveranstaltungen nicht stattfinden konnten. Einige Einwohner äußerten die Befürchtung, dass Traditionen verloren gehen können, wenn deren bisherige Protagonisten nach der Krise ihr Engagement aufgeben.

Geschätzter Einfluss auf lokale Traditionen (N=79)

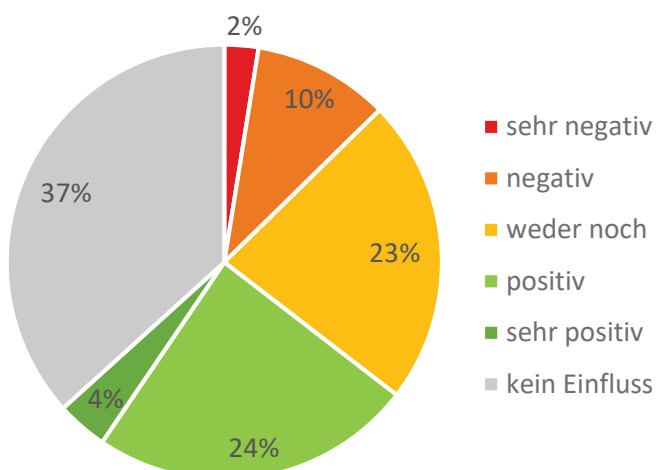


Abb. 43 Geschätzter Einfluss des Tourismus auf lokale Traditionen (Quelle: IOER)

3.2.2.10 Auswirkungen Tourismus-bedingter Belästigungen auf das Alltagsleben

Diese Antwort begründet möglicherweise die Ergebnisse der Frage 3.2.2.5. Wie dort festgestellt wurde, fühlen sich die Bewohner kaum durch Touristen belästigt oder gestört (Abb. 44). Da die Einwohner bereit sind, noch mehr Touristen willkommen zu heißen (s. 3.2.2.4), dient dieses Befragungsergebnis auch der Ermutigung der lokalen Akteure bei der Ausweitung des Tourismusmarketings und bei der Entwicklung der touristischen Infrastruktur sowie der kulturellen Angebote.

Das Befragungsergebnis macht aber auch deutlich, dass es einzelne Orte oder Anlässe zu geben scheint, die den Unmut einiger Einwohner hervorrufen. Denn immerhin 12 % der Antwortenden fühlen sich mehr oder weniger belästigt.

Einfluss tourismusbedingter Belästigungen aufs tägliche Leben (N=84)

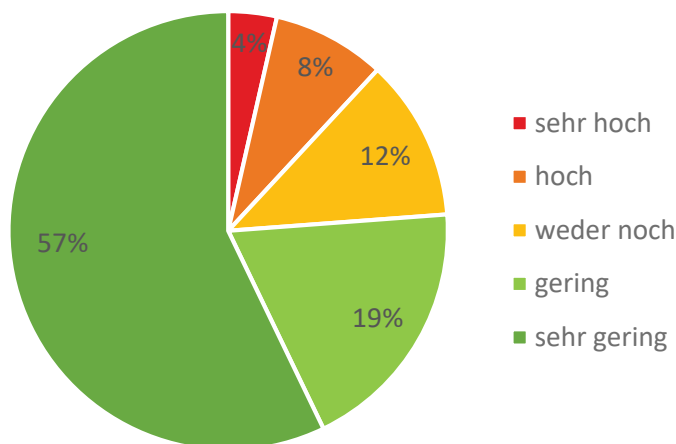


Abb. 44 Einfluss tourismusbedingter Belästigungen aufs tägliche Leben (Quelle: IOER)

3.2.2.11 Bereitschaft, den Besuch des Amtsgebiets als Reiseziel zu empfehlen

Auch wenn das Untersuchungsgebiet in Deutschland recht peripher liegt und wenig bekannt ist, sind die Bewohner stolz auf ihre Heimat und schätzen die touristischen Highlights. Die Meisten möchten dieses Gebiet weiterempfehlen (Abb. 45) und loben seine Reize wie Natur, Stille, saubere Luft und Sternenhimmel sowie die Wälder, Seen und Flüsse. Elemente der Hochkultur sind unter den angegebenen Gründen selten zu finden.

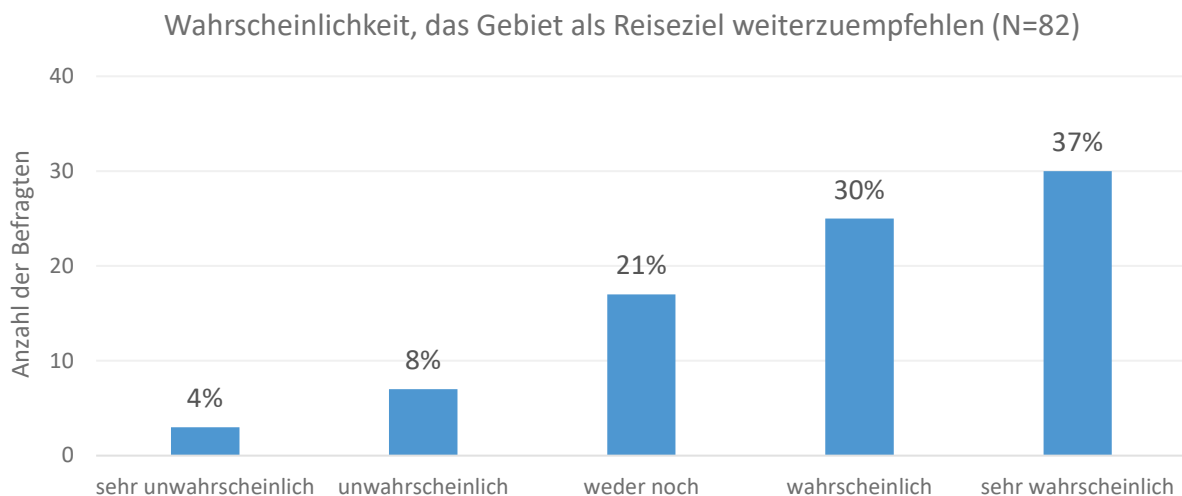


Abb. 45 Wahrscheinlichkeit, das Gebiet als Reiseziel weiterzuempfehlen (Quelle: IOER)

3.2.3 Kulturtourismus und Corona

Die Corona-Krise brachte eine außergewöhnliche Situation für die touristische Entwicklung des Untersuchungsgebietes mit sich. Überdurchschnittlich viele Reisende kamen in das Gebiet (einige von ihnen zum ersten Mal von West- nach Ostdeutschland) und entdeckten, dass Urlaub im Inland seine Vorteile hat und durchaus angenehm sein kann. Gleichzeitig gab es kaum kulturelle Veranstaltungen, die besucht werden konnten. Nachfrage und Angebot klafften in verschiedenen Bereichen (Kultur, Gastronomie) also noch weiter auseinander als ohnehin schon. Zwar waren Restaurants und Geschäfte geöffnet, aber alle anderen Veranstaltungen wie Sportwettkämpfe, Märkte, Feste und traditionelle Rituale, die typisch für die von der Minderheit der Sorben besiedelte Region sind, waren unmöglich. Lediglich einige Freiluftkonzerte konnten stattfinden. Deshalb musste die Antwort auf die letzte Frage nach dem Vergleich zwischen der Corona-Situation und jener davor ungünstig ausfallen (Abb. 46). Oft wurde uns gesagt: "Jetzt gibt es nichts mehr!" Auch waren einige Leute genervt von der endlosen Reihe von nicht wählbaren Optionen im Fragebogen, bei dem ständig konstatiert werden musste: "Nein, nein, es passiert nichts".

Kulturrouten, Dorf- und Stadtbilder, historische Stätten / Gebäude und Kulturerbestätten wurden am häufigsten besucht, da dies die einzigen zugänglichen Attraktionen zwischen dem 1. und 2. Lockdown in Deutschland waren. Musik- und Tanzveranstaltungen erhielten die niedrigsten Werte, da sie schlicht nicht angeboten wurden. Auch eher negative Werte erhielten Kinos, da keines in der Nähe ist, ferner Kunstgalerien und religiöse Stätten bzw. Veranstaltungen. Die drei letztgenannten Optionen wurden aber bereits vor Corona als niedrig bewertet (Abb. 35).

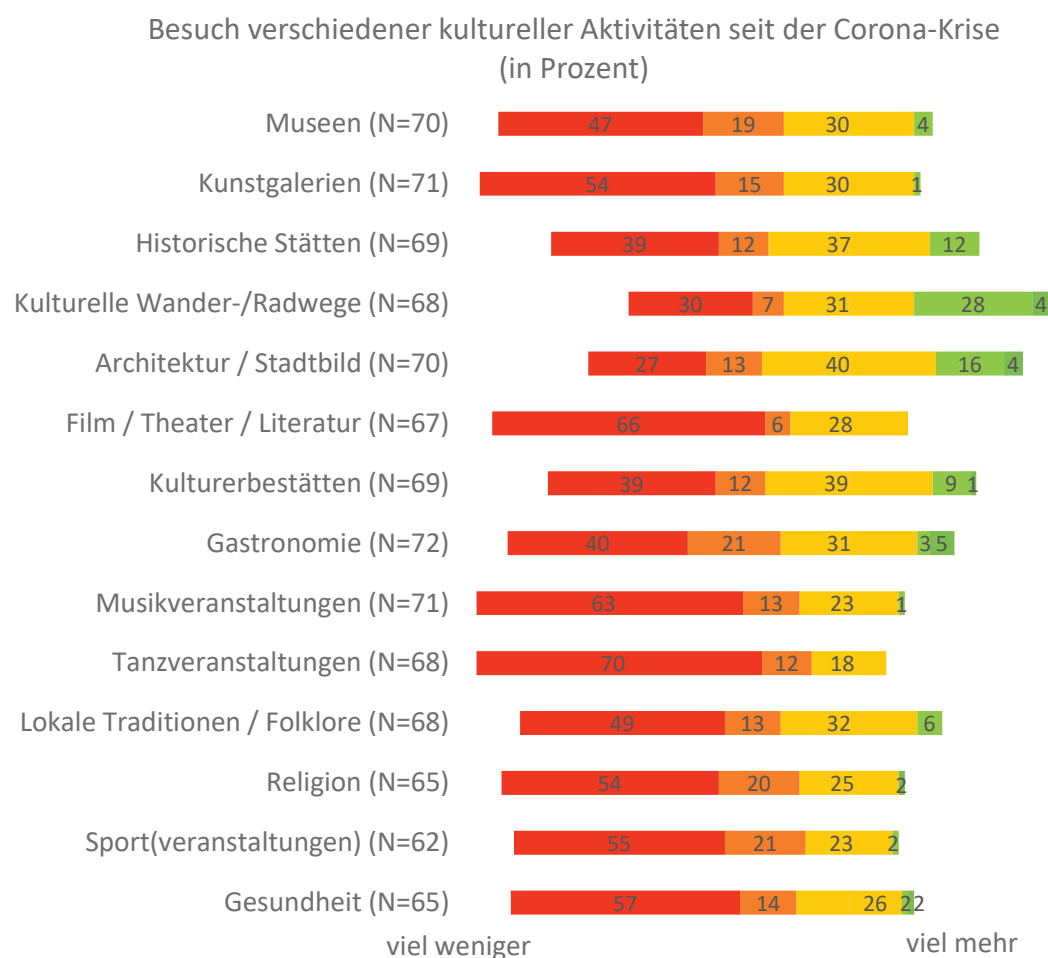


Abb. 46 Besuch verschiedener kultureller Aktivitäten seit der Corona-Krise (Quelle: IOER)

4 Schlussfolgerungen

Die empirische Studie im Amtsgebiet Lieberose / Oberspreewald lässt auf der einen Seite Schlussfolgerungen zum Status und zu den Entwicklungspotenzialen des Tourismus im Untersuchungsgebiet zu. Dazu tragen sowohl die Besucher- als auch die Einwohnerperspektive bei. Auf der anderen Seite ist es auch möglich, Schlussfolgerungen für Veränderungen im Reiseverhalten der Deutschen als Ergebnis der Corona-Pandemie festzustellen. Dabei ist Vorsicht geboten, da die Einzelfallstudie erst im Vergleich mit anderen Studien und allgemeinen Trends Verallgemeinerungen zulässt. Immerhin ist die hier vorgestellte Studie eine der ersten, die empirische Ergebnisse über das Reisen seit Beginn der Corona-Pandemie in Deutschland vorstellt.

4.1 Ergebnisse der Besucherbefragung und der Einwohnerumfrage im Vergleich

Einige Fragen wurden in beiden Umfragen (Besucher und Einwohner) gestellt und können somit vergleichend ausgewertet werden. Dazu gehören die Fragen nach der Erreichbarkeit des Gebietes, zur Bedeutung kultureller Attraktionen und über die Weiterempfehlung als Destination. Alle diese Fragen wurden von den beiden Gruppen signifikant unterschiedlich beantwortet und verdeutlichen abweichende Problemwahrnehmungen von Einheimischen und Besuchern.

Die Erreichbarkeit des Gebietes wird von den Besuchern eindeutig positiver bewertet, wobei sehr gute und gute Antworten dominieren, während die Bewohner selbst eine differenziertere Sichtweise zeigen, sodass sich Antworten auf alle Optionen verteilen (Abb. 47).

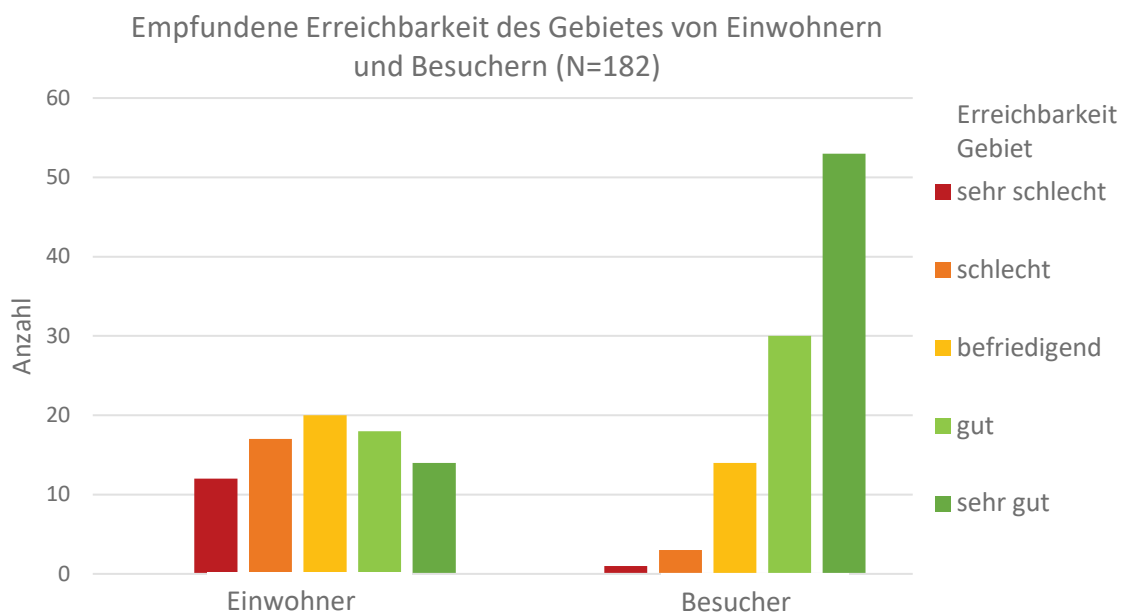


Abb. 47 Einschätzung der Erreichbarkeit des Gebietes im Vergleich zwischen Einwohnern und Besuchern (Quelle: IOER)

Eine gleichermaßen positive Tendenz erbrachte die Frage, ob man das Amtsgebiet als Reiseziel weiterempfehlen könne. Der Unterschied zwischen beiden Gruppen ist hier, dass die Besucher noch viel positiver gestimmt sind als die Bewohner (Abb. 48).

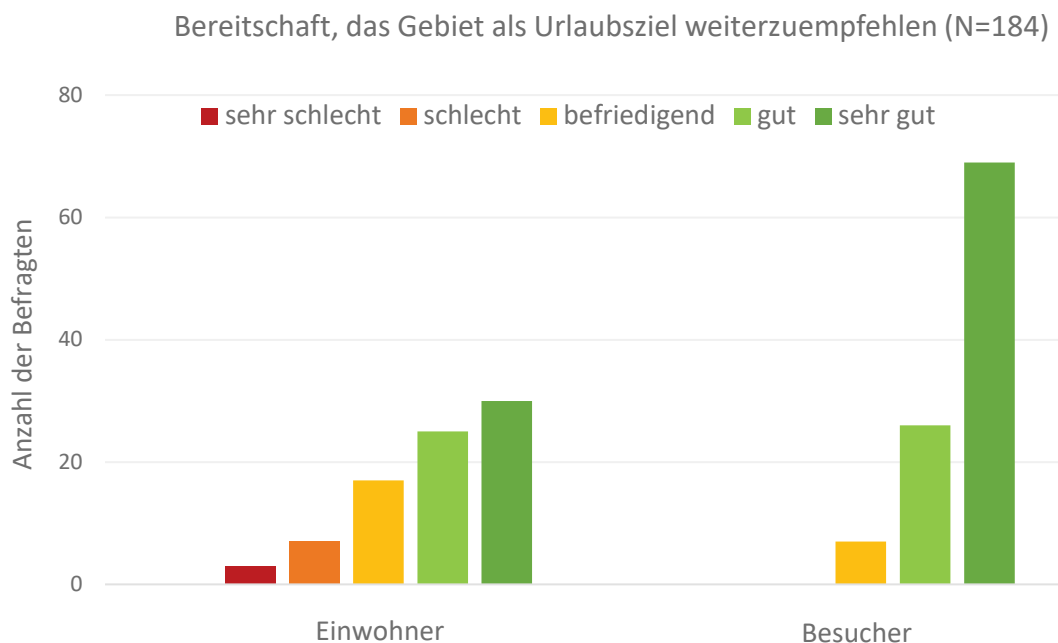


Abb. 48 *Bereitschaft der Einwohner und Touristen, das Gebiet als Urlaubsziel weiterzuempfehlen (Quelle: IOER)*

Die Bedeutung der verschiedenen kulturellen Angebote wird von Besuchern und Einwohnern etwas unterschiedlich eingeschätzt, was durch statistische Tests bestätigt wird. Die wichtigsten Unterschiede sind hierbei:

- Sowohl Gastronomie und historische Stätten als auch kulturelle Wege und Pfade werden von beiden Gruppen hoch bewertet, wobei die Einheimischen deren Bedeutung noch etwas höher einschätzen,
- Stadt- und Dorfensembles ebenso wie Kulturebestätten sind für beide Gruppen wichtig, hier ist allerdings die Wertschätzung unter den Touristen etwas höher,
- Lokale Feste, Kunstgalerien, Sport-, Musik- und Tanzveranstaltungen sind für die Einwohner durchaus interessant, für Touristen aber eher nicht,
- Museen werden von den Einwohnern stärker geschätzt als von den Besuchern,
- Die Bedeutung von Kino und Theatern sowie von religiösen Stätten bzw. Veranstaltungen wird von beiden Gruppen kaum gesehen, am wenigsten von den Touristen.

4.2 Schlussfolgerungen für die touristische Entwicklung des Gebietes

Die Befragungsergebnisse lassen auch einige Hinweise für das Tourismus-Management in der Region zu. Sie können als Anhaltspunkte für öffentliche und private Akteure dienen.

Die hohe Zufriedenheit auf Seiten der Besucher harmonisiert grundsätzlich mit der Offenheit der Bewohner gegenüber den Besuchern. Dieses Ergebnis stellt eine starke Motivation für alle touristischen Initiativen zur weiteren touristischen Entwicklung des Amtsgebietes Lieberose / Oberspreewald dar. Die genannten Probleme bilden eine Herausforderung für strategische Verbesserungen im Untersuchungsgebiet. Diesbezüglich sind einige Aspekte hervorhebenswert:

- Das Radwegenetz ist gleichzeitig Chance und Achillesferse des Tourismus im Amtsgebiet. Es ist zu befürchten, dass sich die Unzufriedenheit auf diesem Gebiet tendenziell negativ auf die

Gesamtzufriedenheit der Besucher auswirkt. Insofern sind Investitionen anzuraten, die wohl nur in Zusammenarbeit mit den regionalen Institutionen, insbesondere dem Landkreis, zu bewältigen sind.

- Weiterhin ist anzunehmen, dass sich das Gaststättensterben und die Probleme im gastronomischen Angebot zunehmend negativ auf die Gästezufriedenheit auswirken. Hier ist die gezielte Förderung und Begleitung von Existenzgründern durch die Amtsgemeinde notwendig (vgl. EWD 2021).
- Da Defizite im kulturellen Angebot nicht nur durch Corona bedingt sind – eine Beobachtung, die durchaus typisch für ländliche Räume ist (vgl. Pröbstle 2020) – stellt sich die Frage nach einer Professionalisierung des Kulturmanagements. Eine solche Kapazität könnte bei der TEG geschaffen werden.
- Während die öffentlichen Akteure des Tourismus im Amtsgebiet bereits sehr gut mit den regionalen Gremien des Tourismus vernetzt sind, erscheint die Vernetzung im Kultursektor unzureichend. Eine Chance besteht darin, an kulturelle Netzwerke und Initiativen in der Lausitz „anzudocken“ (z. B. Kulturplan Lausitz 2021). Auch dafür wäre die zusätzliche Kapazität bei der TEG wichtig.
- Brachliegendes Kulturerbe wie das Schloss in Lieberose behindern eine bessere Entwicklung des Tourismus im Amtsgebiet. Hier ist eine enge Zusammenarbeit zwischen öffentlichen und privaten Akteuren bei der Unterhaltung anzuraten.
- Einige Teile der Region sind bisher wenig oder gar nicht für den Tourismus erschlossen, z. B. der östlich / südöstliche Teil um Lieberose und auch der südwestliche Teil. Hier geht es darum, eine stärkere Verknüpfung mit den Hot Spots des Tourismus um den Schwielochsee und im Spreewald herzustellen.
- Ein unzureichend erschlossenes Potenzial für die Entwicklung des Kulturtourismus ist die Lieberoser Heide, die „einzige Wüste Deutschlands“. Dort besteht die Chance, eine einzigartige Wildnis-Landschaft zu entwickeln, für die es bisher kaum Beispiele gibt. Eine sensible touristische Entwicklung könnte durch die geplante Internationale Naturausstellung (I.N.A. 2021) positiv unterstützt werden.

4.3 Schlussfolgerungen für den Tourismus in ländlichen Räumen unter Corona-Bedingungen in Deutschland

Die Untersuchungen im Amtsgebiet Lieberose / Oberspreewald lassen deutliche Veränderungen im Reiseverhalten erkennen. Trotz aller Vorsicht bei der Übertragung der Ergebnisse auf andere Gebiete in Deutschland ist im Corona-Jahr 2020 eine Fokussierung auf den Inlandstourismus, auf ländliche Räume und den Campingtourismus nicht zu übersehen. Hierzu gibt es inzwischen eine ganze Reihe von Belegen (Pröbstle 2020, Hahne 2021).

Die hier vorgestellte Befragung hat gezeigt, dass etwa ein Drittel der Besucher in ihrem Reiseverhalten nicht oder nur wenig beeinflusst wurden, während etwa zwei Drittel angaben, dass sich ihre Art des Reisens mehr oder weniger stark geändert hat. Bei den Reisenden ohne große Veränderungen handelt es sich vor allem um jene, die auch bisher schon Inlandsreisen, ländliche Zielgebiete und oft auch Campingurlaub bevorzugt haben. Hauptursache für das veränderte Reiseverhalten war der Wegfall von Reisezielen im Ausland durch die Pandemie und auch die Engpässe, die dadurch bei den Reisezielen im Inland entstanden sind. Eine Konsequenz daraus war die Überfüllung von Zeltplätzen und die Notwendigkeit, diese im Voraus zu buchen.

Die Untersuchungen belegen auch, dass es im ländlichen Raum noch große ungenutzte kulturtouristische Potenziale gibt, die auf ihre Entfaltung warten. Dafür ist es notwendig, die Erfolgsfaktoren zu bestimmen und Strategien zu entwickeln (Hausmann 2020).

Auch nach dem Ende der Pandemie kann mit einer hohen Nachfrage im Binnentourismus zumindest in abgeschwächter Form gerechnet werden, weil die Entdeckung der Nähe auch im Zusammenhang mit Tendenzen zur Entschleunigung gesehen wird (Hahne 2021). Außerdem gibt es ein zunehmendes Bewusstsein für den Klimaschutz und die sich verstärkende individuelle Auseinandersetzung mit dem Phänomen "Massentourismus". Auch dadurch lässt sich die Abenteuerlust auf das „Exotische“ in der Nähe erklären (Pröbstle 2021).

5 Danksagung

Die Autoren der Studie bedanken sich bei allen Akteuren vor Ort, die sie unterstützt haben, insbesondere bei Frau Lopper, Frau Richter, Frau Arnold und den anderen Mitarbeiterinnen der Tourismus-Entwicklungsgesellschaft Lieberose / Oberspreewald sowie bei der Bürgermeisterin von Lieberose, Frau Dreißig. Außerdem gilt unser Dank dem Leadpartner des Projektes SPOT, der Mendel-Universität in Brno / Tschechien mit der Projektleiterin Milada Stastna für die Gelegenheit, an dem Projekt teilzuhaben. Schließlich danken wir dem Team von Alterra in Wageningen / Niederlande mit Marcel Pleijte und Bas Pedroli an der Spitze für die Federführung bei der Erstellung der Fragebögen.

6 Quellen

Amt Lieberose/Oberspreewald 2021. Offizielle Homepage der Amtsgemeinde.
<https://www.lieberose-oberspreewald.de/>

BfN 2012a. Landschaftssteckbrief Spreewald. Bundesamt für Naturschutz (BfN).
<https://www.bfn.de/landschaften/steckbriefe/landschaft/show/83001.html>

BfN 2012b. Landschaftssteckbrief Beeskower und Leuthener Platte. Bundesamt für Naturschutz (BfN). <https://www.bfn.de/landschaften/steckbriefe/landschaft/show/82401.html>

BfN 2012c. Landschaftssteckbrief Lieberoser Hochfläche. Bundesamt für Naturschutz (BfN).
<https://www.bfn.de/landschaften/steckbriefe/landschaft/show/82601.html>

Drews, Katja 2017. Kulturtourismus im ländlichen Raum an "dritten Orten" der Begegnung als Chance zur Integration von Kultur- und Tourismusentwicklung. OLMS Verlag und Universitätsverlag, Hildesheim

EWD 2021. Existenzgründung in der Gastronomie – Zuschüsse. Expertennetzwerk Deutschland. Deutschland startet – Die Initiative für Existenzgründer. <https://www.deutschland-startet.de/existenzgruendung-gastronomie/existenzgruendung-gastronomie-zuschuesse/>

Hahne, Ulf 2021. Krise und Transformation – Corona und die ländlichen Räume. In: Der kritische Agrarbericht 2021. 185-190. https://www.kritischer-agrarbericht.de/fileadmin/Daten-KAB/KAB-2021/KAB_2021_185_190_Hahne.pdf

Hausmann, Andrea (Hrsg.) 2020. Handbuch Kulturtourismus im ländlichen Raum. Chancen – Akteure – Strategien. Transcript, Bielefeld

I.N.A. 2021. Die Region der Lieberoser Heide. I.N.A Lieberoser Heide GmbH. <https://www.ina-lieberose.de/besucher/region>

Kulturplan Lausitz 2021. Vielfalt. Gemeinsamkeit. Aufbruch! Der Kulturplan Lausitz.
<https://www.kulturplan-lausitz.de/>

Pröbstle, Yvonne 2020. Das „Exotische“ liegt so nah. Corona als Trendbeschleuniger im Kulturtourismus. In: Kultur weiter denken. Kulturmanagement Network. Nr. 154, Mai/Juni 2020. 36-41. <https://www.kulturmanagement.net/dlf/c4cbcb76097d6991000ebf10c8470589,3.pdf>

SPOT 2020. Social and innovative platform on cultural tourism and its potential towards deepening Europeanisation. A Horizon2020 project. <http://www.spotprojecth2020.eu/>

SPOT 2021: Summarizing Report on SPOT-surveys: First Wave 2020-2021. Deliverable number: D 1.4a, Due date: 30 June 2021 (noch unveröffentlicht)

Stiftung NLB 2021. Zur Stiftungsfläche Lieberose. Stiftung Naturlandschaften Brandenburg (NLB). <https://stiftung-nlb.de/de/wildnisgebiete/wildnisgebiet-lieberose>

TEG 2021. Urlaub im Leichhardt Land. Reisegebiet. Tourismus-Entwicklungsgesellschaft (TEG) Lieberose/Oberspreewald. <https://teg-lds.de/de/urlaub-im-leichhardt-land/reisegebiet.html>

TMB 2021. Spree und Schwielochsee. Naturbelassene Seenlandschaft. Tourismus-Marketing Brandenburg (TMB) GmbH. <https://www.reiseland-brandenburg.de/orte-regionen/wasserreviere/spree-schwielochsee/>

Tourismusverband Spreewald 2021. Urlaub im Spreewald. <https://www.spreewald.de/urlaub-im-spreewald/>