



Working Paper

SCHNEEMANGEL UND DIE ZUKUNFT DES WINTERTOURISMUS: DIE SICHT DER BEHERBERGUNGSBETRIEBE

*BEFRAGUNGSERGEBNISSE EINER REPRÄSENTATIVEN UMFRAGE IM
DEZEMBER 2006*

Alexandra Kulmer, Wolfgang Eichert, Lisa Pichler, Daniela
Portenkirchner, Isabella Riedel

Franz Pretenthaler, Alfred Posch (Betreuung)

Dezember 2007

JOANNEUM RESEARCH Forschungsgesellschaft mbH – Institut für Technologie- und Regionalpolitik (InTeReg)

Standort Graz :
Elisabethstraße 20
A-8010 Graz, Austria
Tel.: +43-316-876 1488
E-Mail: interreg@joanneum.at

Standort Wien:
Haus der Forschung, Sensengasse 1
A-1090 Wien, Austria
Tel.: +43-1-581 75 20
E-Mail: interreg@joanneum.at

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	4
2	UNIVARIATE DATENANALYSE	5
2.1	Geographische Einteilung	5
2.2	Anzahl der Sterne	6
2.3	Anzahl der Betten	6
2.4	Aufenthaltsdauer	8
2.5	Gästekategorien	8
2.6	Herkunft der Gäste	9
2.7	Geschäftsbetrieb	10
2.8	Auslastung	11
2.9	Nächtigungsintensivste Monate	12
2.10	Urlaubsmotive	13
2.11	Bedeutung von Schnee	14
2.12	Beschneiungsanlagen	15
2.13	Schneesicherheit auch in schneearmen Wintern	16
2.14	Schneearme Winter	16
2.15	Schneesicherheit	17
2.15.1	Profit aufgrund von Schneesicherheit	17
2.15.2	Nächtigungszunahmen aufgrund der Schneesicherheit	18
2.16	Auswirkungen von schneearmen Wintern auf die Nächtigungszahlen	20
2.17	Reaktion auf Schneemangel	21
2.17.1	Stornierungen	22
2.17.2	Verfrühte Abreise	23
2.17.3	Umbuchung auf einen anderen Termin	24
2.17.4	Umbuchung auf eine andere Jahreszeit	25
2.17.5	Umstieg auf Alternativprogramme	25
2.17.6	Preisnachlass	26
2.18	Reaktionen auf einen Schneemangel	27
2.19	Sensitivität in Bezug auf Schneemangel	28
2.19.1	Gäste mit der größten Sensitivität in Bezug auf Schneemangel	28
2.19.2	Gäste mit der zweitgrößten Sensitivität in Bezug auf Schneemangel	29
2.19.3	Gäste mit der geringsten Sensitivität in Bezug auf Schneemangel	30
2.20	Zeiträume in denen sich Schneemangel am Schlimmsten auswirkt	31
2.21	Attraktionen in der Umgebung	32
2.21.1	Art der Attraktionen	33
2.21.2	Beeinflussung der Nächtigungszahlen durch Attraktionen	34
2.21.3	Prozentuelle Beeinflussung der Nächtigungszahlen durch Attraktionen	35
2.22	Blick in die Zukunft	36
3	MULTIVARIATE DATENANALYSE	37
3.1	Struktur der Gäste nach Hotelkategorie	37
3.2	Auslastung nach Hotelkategorie	38
3.3	Auslastung und Schneesicherheit	39
4	CONCLUSIO	40
5	ANHANG I: FRAGEBOGEN	41

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Geographische Aufteilung	5
Abbildung 2: Anzahl der Sterne	6
Abbildung 3: Anzahl der Betten	7
Abbildung 4: Aufenthaltsdauer	8
Abbildung 5: Gästekategorien	9
Abbildung 6: Herkunft der Gäste	10
Abbildung 7: Geschäftsbetrieb nach Saisonen	11
Abbildung 8: Auslastung	12
Abbildung 9: Nächtigungsintensivste Monate	12
Abbildung 10: Urlaubsmotive	13
Abbildung 11: Bedeutung von Schnee	14
Abbildung 12: Vorhandensein von Beschneiungsanlagen	15
Abbildung 13: Einschätzung der Schneesicherheit	16
Abbildung 14: Schneearme Winter in den letzten fünf Jahren	17
Abbildung 15: Profit aufgrund von Schneesicherheit	18
Abbildung 16: Nächtigungszunahmen	19
Abbildung 17: Auswirkungen von schneearmen Wintern auf die Nächtigungszahlen	20
Abbildung 18: Reaktion auf Schneemangel	21
Abbildung 19: Stornierungen	22
Abbildung 20: Stornierungen in Prozent	22
Abbildung 21: Verfrühte Abreise	23
Abbildung 22: Abreisen in Prozent	23
Abbildung 23: Umbuchung auf einen anderen Termin	24
Abbildung 24: Umbuchung auf einen anderen Termin in Prozent	24
Abbildung 25: Umbuchung auf eine andere Jahreszeit	25
Abbildung 26: Umstieg auf ein Alternativprogramm	26
Abbildung 27: Preisnachlass	26
Abbildung 28: Stärkste Reaktion auf Schneemangel	27
Abbildung 29: Höchste Sensitivität in Bezug auf Schneemangel	29
Abbildung 30: Zweithöchste Sensitivität in Bezug auf Schneemangel	30
Abbildung 31: Geringste Sensitivität in Bezug auf Schneemangel	31
Abbildung 32: Schlimmste Zeiträume für Schneemangel	32
Abbildung 33: Attraktionen in der Umgebung	32
Abbildung 34: Attraktionen nach Kategorien	33
Abbildung 35: Positive Beeinflussung der Nächtigungszahlen durch Attraktionen	34
Abbildung 36: Prozentuelle Beeinflussung der Nächtigungszahlen	35
Abbildung 37: Zukunftsvorstellungen	36
Abbildung 38: Struktur der Gäste nach Hotelkategorie	37
Abbildung 39: Auslastung nach Hotelkategorie	38

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Geographische Aufteilung	5
Tabelle 2: Anzahl der Sterne	6
Tabelle 3: Anzahl der Betten	6
Tabelle 4: Aufenthaltsdauer	8
Tabelle 5: Gästekategorien	9
Tabelle 6: Herkunft der Gäste	10
Tabelle 7: Geschäftsbetrieb nach Saisonen	11
Tabelle 8: Auslastung	11
Tabelle 9: Urlaubsmotive	13
Tabelle 10: Bedeutung von Schnee	14
Tabelle 11: Vorhandensein von Beschneiungsanlagen	15
Tabelle 12: Einschätzung der Schneesicherheit	16
Tabelle 13: Schneearme Winter in den letzten fünf Jahren	16
Tabelle 14: Profit aufgrund von Schneesicherheit	17
Tabelle 15: Nächtigungszunahmen in Prozent	19
Tabelle 16: Auswirkungen von schneearmen Wintern auf die Nächtigungszahlen	20
Tabelle 17: Stornierungen	22
Tabelle 18: Verfrühte Abreise	23
Tabelle 19: Umbuchung auf einen anderen Termin	24
Tabelle 20: Umbuchung auf eine andere Jahreszeit	25
Tabelle 21: Umstieg auf ein Alternativprogramm	25
Tabelle 22: Stärkste Reaktion auf Schneemangel	27
Tabelle 23: Höchste Sensitivität in Bezug auf Schneemangel	28
Tabelle 24: Zweithöchste Sensitivität in Bezug auf Schneemangel	29
Tabelle 25: Geringste Sensitivität in Bezug auf Schneemangel	30
Tabelle 26: Schlimmste Zeiträume für Schneemangel	31
Tabelle 27: Attraktionen in der Umgebung	32
Tabelle 28: Attraktionen nach Kategorien	33
Tabelle 29: Positive Beeinflussung der Nächtigungszahlen durch Attraktionen	34
Tabelle 30: Prozentuelle Beeinflussung der Nächtigungszahlen	35
Tabelle 31: Zukunftsvorstellungen	36

1 Einleitung

Im Zuge eines Umweltökonomischen Praktikums an der Karl Franzens Universität Graz im Wintersemester 2006/2007 wurde in Zusammenarbeit mit dem Joanneum Research unter der Leitung von Dr. Franz Pretenthaler und Dr. Alfred Posch eine empirische Erhebung in Wintersportgebieten vorgenommen. Im Konkreten ging es dabei um eine repräsentative Telefonbefragung, bei der Beherbergungsbetriebe eine Einschätzung der Auswirkungen schneearmer Winter auf den Tourismus abgaben. Die 22 Fragen bezogen sich auf allgemeine Charakteristika des jeweiligen Betriebes, die Auslastung, die Herkunft der Gäste sowie auf diverse Einflüsse durch Schneemangel. Knapp dreihundert Beherbergungsbetriebe wurden im Dezember 2006 befragt und die Ergebnisse gesammelt und interpretiert.

2 Univariate Datenanalyse

Den ersten Teil der Auswertung stellt eine univariate Analyse der durch die Befragung gewonnenen Daten dar. In den folgenden Abschnitten werden die einzelnen Fragen hinsichtlich ihrer statistischen Merkmale untersucht.

2.1 GEOGRAPHISCHE EINTEILUNG

Die geographische Aufteilung der befragten Betriebe ergab die folgende Gliederung nach Bundesländern, wobei aus Wien und dem Burgenland keine Betriebe befragt wurden, da diese Bundesländer keine nennenswerten Wintersportgebiete aufweisen.

Tabelle 1: Geographische Aufteilung

Bundesland	Anzahl	Anteil
Stmk	16	5,4%
T	152	51,2%
K	24	8,1%
S	58	19,5%
NÖ	5	1,7%
OÖ	7	2,4%
V	35	11,8%
B	0	0,0%
W	0	0,0%

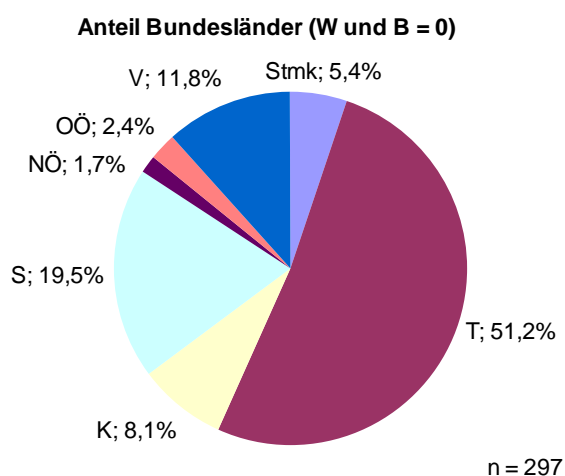


Abbildung 1: Geographische Aufteilung

2.2 ANZAHL DER STERNE

Befragt wurden insgesamt 298 verschiedene 2, 3, 4 und 5 Sterne Betriebe. Deren Verteilung wird durch Tabelle 2 beschrieben und in Abbildung 2 dargestellt.

Tabelle 2: Anzahl der Sterne

Sterne	Anzahl	Anteil
2 Sterne	2	0,7%
3 Sterne	109	36,6%
4 Sterne	178	59,7%
5 Sterne	9	3,0%

Durchschnittlich hatten die befragten Betriebe „3,65“ Sterne.

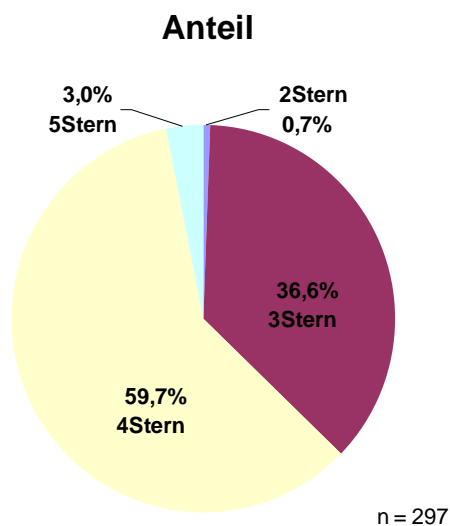


Abbildung 2: Anzahl der Sterne

2.3 ANZAHL DER BETTEN

In Frage 2 wurde die Bettenanzahl erhoben, wobei sich folgende statistischen Merkmale ergaben:

Tabelle 3: Anzahl der Betten

Durchschnitt	97,86
Median	80,0
Modalwert	80
Minimum	9
Maximum	400

Im Durchschnitt hatten die befragten Hotels, Pensionen und Gasthöfe rund 100 Betten, wobei es die meisten Angaben mit 80 Betten gab. Der kleinste Betrieb hat 9 Betten, der größte sogar 400. Interessant ist auch die Verteilung, die in folgender Abbildung dargestellt wird. Dabei wurden Klassen mit einer Länge von jeweils 20 gebildet. Die erste Klasse umfasst alle Nennungen mit 20 oder weniger Betten, die zweite die Nennungen mit einer Bettenanzahl zwischen 20 und 40, etc.:

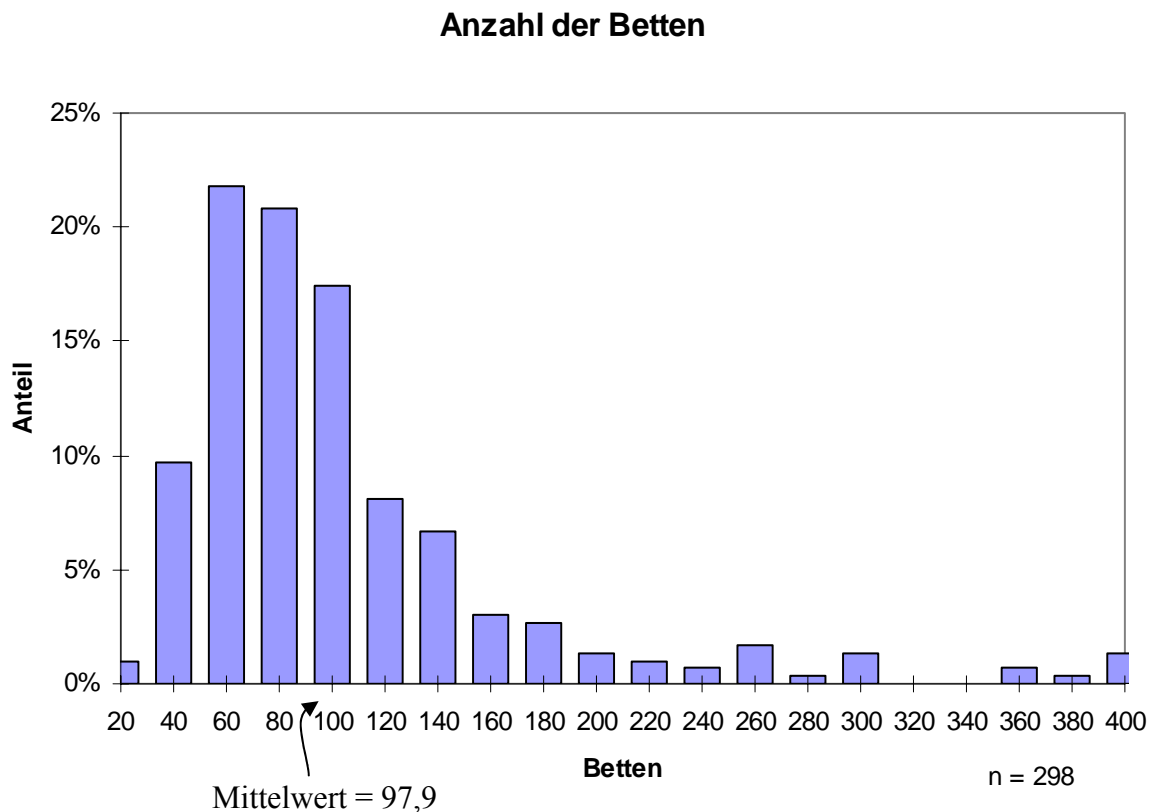


Abbildung 3: Anzahl der Betten

Der Großteil der Betriebe hat demnach zwischen 60 und 100 Betten; größere Betriebe sind eher die Ausnahme, genauso wie Betriebe mit weniger als 20 Betten. Diese Verteilung lässt sich auch dadurch erklären, dass primär 3, 4, und 5 Stern Betriebe befragt wurden, die tendenziell eine größere Bettenkapazität haben als 2 und 1 Stern Pensionen.

2.4 AUFENTHALTSDAUER

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betreffend ergab sich das folgende Bild:

Tabelle 4: Aufenthaltsdauer

Aufenthaltsdauer	Anzahl	Anteil
1-3 Nächte	32	10,7%
4-7 Nächte	239	80,2%
länger als 7 Nächte	27	9,1%

Der Großteil der Nächtigungen erfolgt im Rahmen „klassischer“ Wochenurlaube im Ausmaß von rund 7 Tagen. Längere oder kürzere Aufenthalte sind mit jeweils rund 10% eher die Seltenheit.

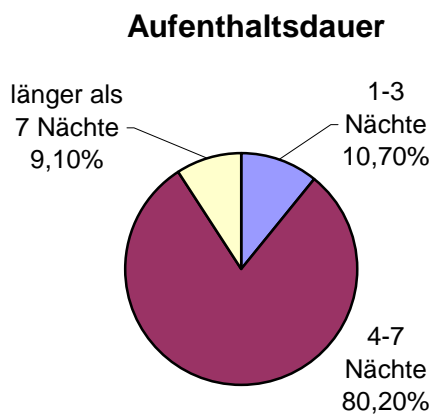


Abbildung 4: Aufenthaltsdauer

2.5 GÄSTEKATEGORIEN

In Frage 5 wurde die unterschiedliche Bedeutung verschiedener Gästekategorien erhoben. Dabei wurde von den vier Kategorien Stammgäste, Frühbucher, kurzfristige Bucher und Pauschaltouristen ausgegangen. Die Betriebe sollten bei dieser Frage eine Reihung dieser Gruppen nach ihrer Häufigkeit und Bedeutung angeben. Folgendes Bild ergab sich hinsichtlich der Bedeutung dieser Gästekategorien:

Tabelle 5: Gästekategorien

Relativ	1. Antwort	2. Antwort	3. Antwort	4. Antwort
Frühbucher	8,0%	40,0%	37,0%	20,0%
Stammgäste	77,3%	13,9%	5,5%	5,0%
kurzfristige Buchungen	7,3%	35,5%	40,3%	17,5%
Pauschaltouristen	7,3%	10,6%	17,1%	57,5%

Die folgende Abbildung stellt diese Zusammenhänge noch graphisch dar:

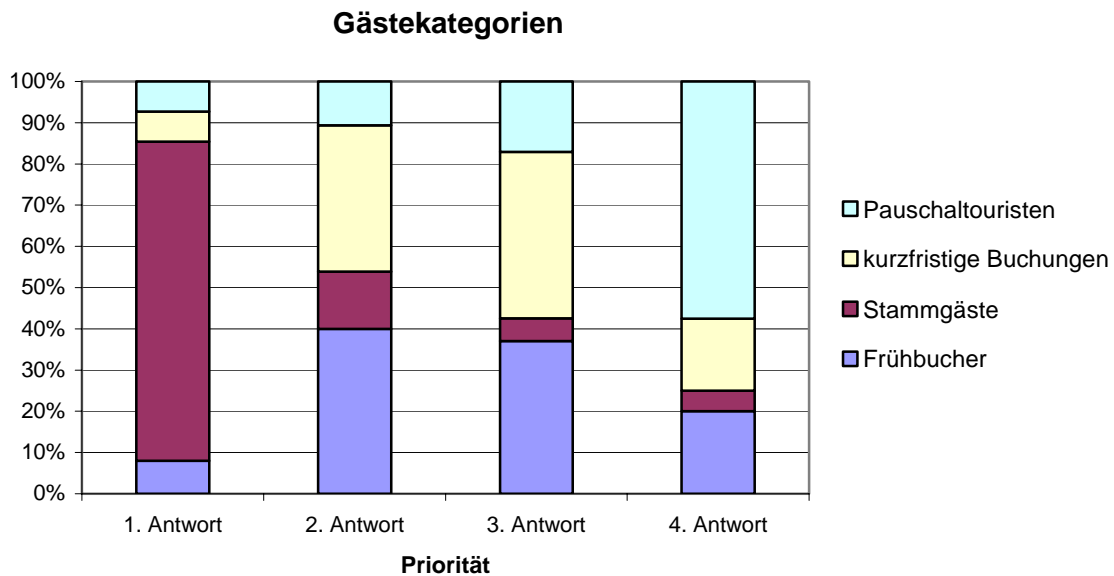


Abbildung 5: Gästekategorien

2.6 HERKUNFT DER GÄSTE

Der Großteil der Gäste kommt aus Österreich mit 20%, dicht gefolgt von Deutschland mit 17%. An dritter und vierter Stelle folgen Holland und die Schweiz. Das Ende der Liste wird von osteuropäischen Ländern dominiert, die in näherer Zukunft sicher eine wichtigere Rolle spielen werden.

Tabelle 6: Herkunft der Gäste

1	Österreich	20,48%		12	Frankreich	2,17%
2	Deutschland	17,16%		13	Russland	1,34%
3	Holland	11,47%		14	Tschechien	0,99%
4	Schweiz	9,47%		15	Slowenien	0,81%
5	Italien	7,50%		16	Kroatien	0,76%
6	Übersee	6,18%		17	Ungarn	0,70%
7	England	5,99%		18	Dänemark	0,45%
8	Spanien	4,22%		19	Slowakei	0,37%
9	Belgien	4,18%		20	Polen	0,33%
10	Luxemburg	2,73%		21	Andere	0,10%
11	Skandinavien	2,58%				

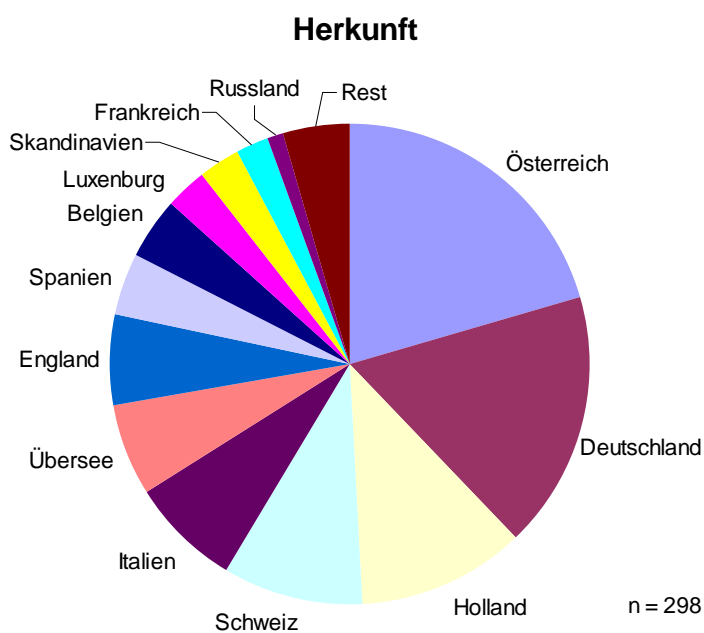


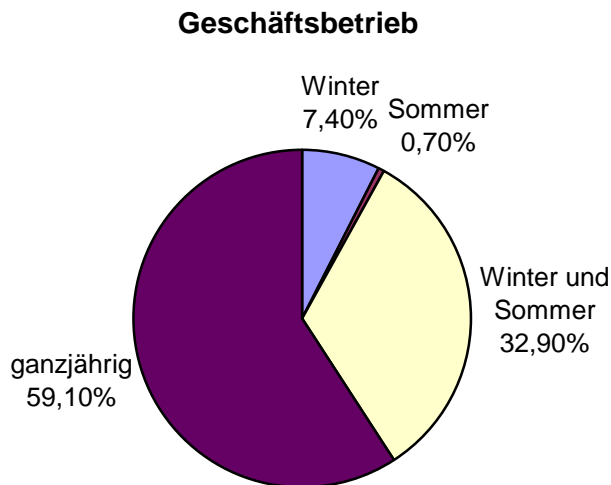
Abbildung 6: Herkunft der Gäste

2.7 GESCHÄFTSBETRIEB

In Frage 7 wurde erhoben, in welchem Zeitraum bzw. in welcher Saison die Betriebe geöffnet haben. Wie die folgende Tabelle zeigt, handelt es sich beim Großteil um Ganzjahresbetriebe. Nur ein sehr geringer Teil von 0,7% hat ausschließlich im Sommer offen und rund ein Drittel hat sowohl im Winter als auch im Sommer geöffnet, nicht jedoch in den Zwischensaisonen.

Tabelle 7: Geschäftsbetrieb nach Saisonen

Hauptsaison	Anzahl	Anteil
Winter	22	7,4%
Sommer	2	0,7%
Winter und Sommer	98	32,9%
ganztjährig	176	59,1%

**Abbildung 7: Geschäftsbetrieb nach Saisonen**

2.8 AUSLASTUNG

Im Zuge dieser Frage wurde die Auslastung im Winter bzw. im Sommer erfragt. Dabei ergaben sich folgende Details:

Tabelle 8: Auslastung

	Sommer	Winter
Anzahl	265	286
Durchschnitt	66,18	84,34
Median	70	90
Modalwert	70	90

Demnach liegt die Auslastung im Sommer bei 66% und im Winter bei 84%. Am häufigsten wurde im Sommer ein Wert von 70% genannt, im Winter von 90%. Abbildung 8 zeigt die Verteilung der Antworten getrennt für Sommer und Winter.

Saisonale Auslastung

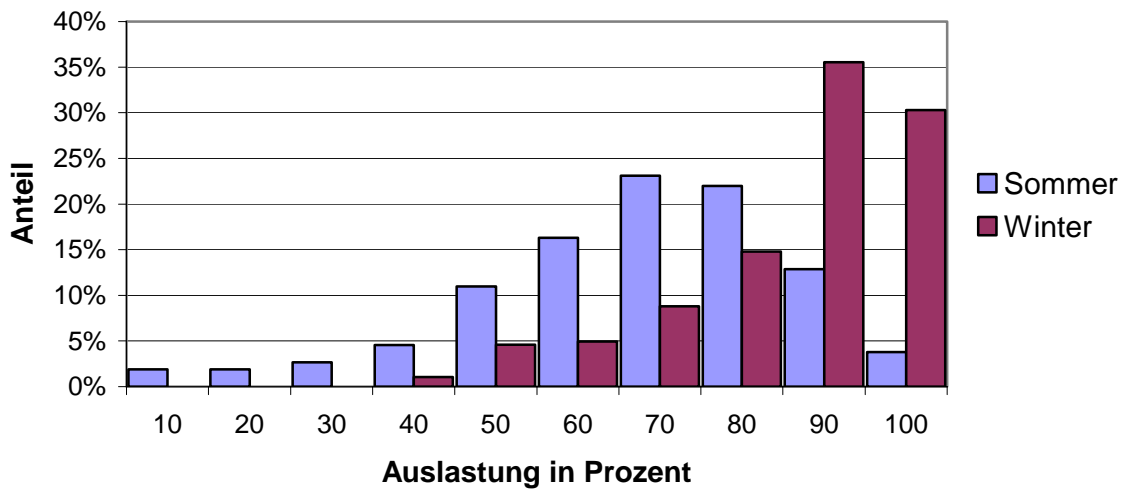


Abbildung 8: Auslastung

2.9 NÄCHTIGUNGSINTENSIVSTE MONATE

Bei der Frage nach der Bedeutung der Monate Dezember bis April in punkto Nächtigungsintensität ergab sich folgendes Bild:

Nächtigungsintensivste Monate

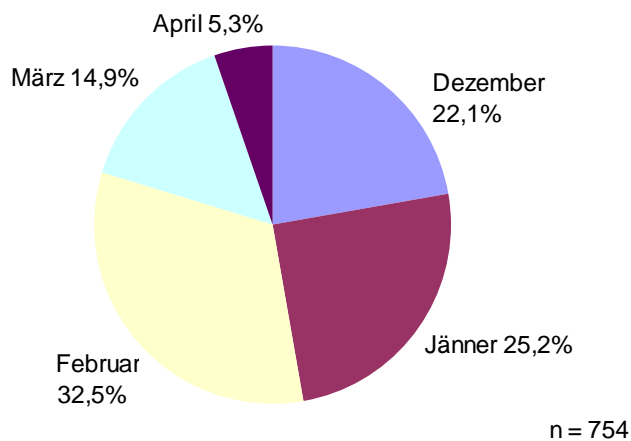


Abbildung 9: Nächtigungsintensivste Monate

2.10 URLAUBSMOTIVE

Frage 10 erhob die wichtigsten Motive der urlaubenden Gäste. Mehrfachantworten waren dabei möglich, weshalb insgesamt 512 Angaben abgegeben wurden:

Tabelle 9:Urlaubsmotive

Motiv	Anzahl	Anteil
Schifahren	266	45,9%
Wellness	82	14,1%
Apres Ski	37	6,4%
Rodeln	21	3,6%
Wandern, Spazieren	87	15,0%
Langlaufen	70	12,1%
Schneeschuhwandern	17	2,9%

Aus dieser Aufstellung geht hervor, dass der Schilaf nach wie vor das wichtigste Urlaubsmotiv ist. Mit einigem Abstand folgt Wandern und Spazieren, Wellness und Langlaufen, jeweils ca. gleich auf mit Werten zwischen 12,1% und 15%.

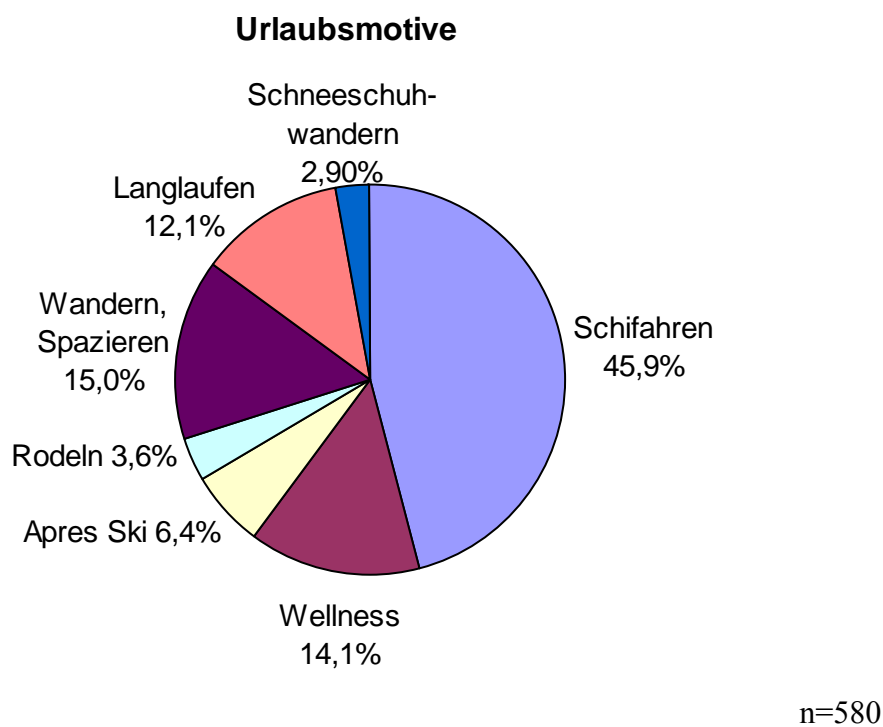


Abbildung 10: Urlaubsmotive

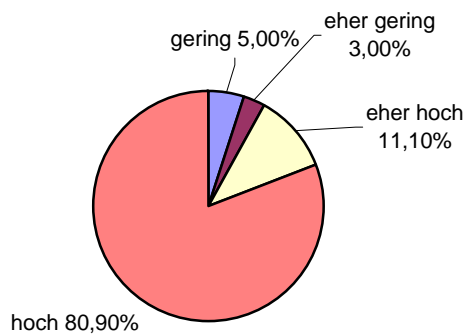
2.11 BEDEUTUNG VON SCHNEE

Frage 11 befasste sich mit der Bedeutung von Schnee für den Tourismus, mit einer Differenzierung zwischen Schnee auf der Piste und Schnee im Tal. Dabei wurden folgende Angaben gemacht.

Tabelle 10: Bedeutung von Schnee

Bedeutung von Schnee	auf der Piste	Im Tal
gering	5,0%	14,9%
eher gering	3,0%	19,6%
eher hoch	11,1%	19,6%
hoch	80,9%	45,9%

Bedeutung von Schnee auf der Piste



Bedeutung von Schnee im Tal

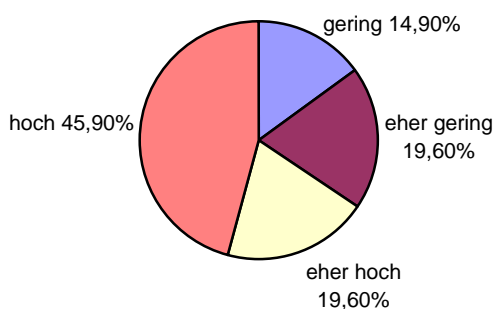


Abbildung 11: Bedeutung von Schnee

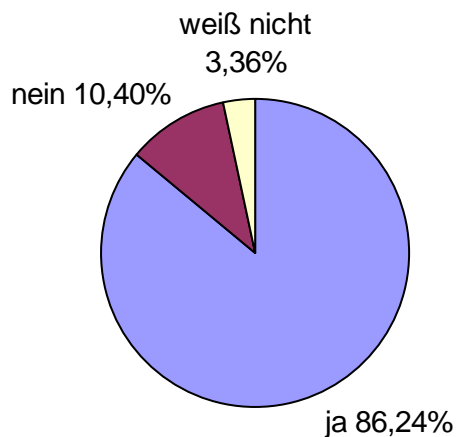
2.12 BESCHNEIUNGSANLAGEN

Frage 12 befasste sich mit der Thematik der Beschneigungsanlagen. Folgende Ergebnisse wurden erzielt.

Tabelle 11: Vorhandensein von Beschneigungsanlagen

Ausreichend Beschneigungsanlagen	Anzahl	Anteil
ja	257	86,24%
nein	31	10,40%
weiß nicht	10	3,36%

Ausreichende Beschneigungsanlagen vorhanden



n= 298

Abbildung 12: Vorhandensein von Beschneigungsanlagen

In den Regionen mit genügend Beschneigungsanlagen wurde als Anmerkung beigefügt, dass es sich um niederschlagsarme Gebiete handelt und dass es sich um umweltverträgliche Beschneigungsanlagen handelt. Weiters wurde von den Gebieten mit ungenügenden Beschneigungsanlagen angemerkt, dass sich die Anlagen in Planung befinden, dass es nur teilweise Anlagen gibt, dass nur ein Schlepplift vorhanden ist oder dass kein Wasser für Beschneigungsanlagen vorhanden ist.

2.13 SCHNEESICHERHEIT AUCH IN SCHNEEARMEN WINTERN

Diese Frage befasst sich mit der Schneesicherheit einer Region auch in ansonsten schneearmen Wintern. Beispielhaft sind hier Gletschergebiete oder Gebiete in besonders hoher Lage zu nennen.

Tabelle 12: Einschätzung der Schneesicherheit

Schneesicherheit	Anzahl	Anteil
ja	221	74,16%
nein	77	25,84%

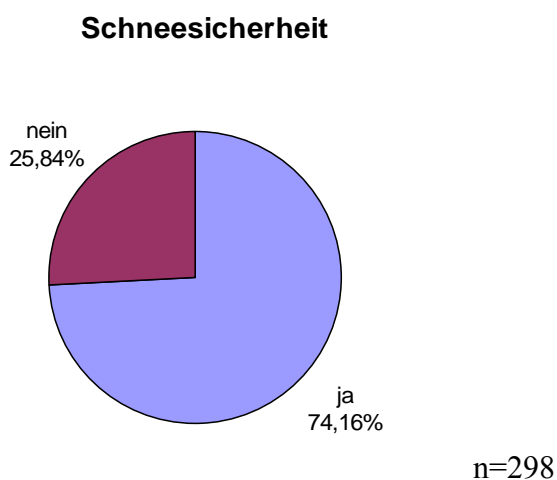


Abbildung 13: Einschätzung der Schneesicherheit

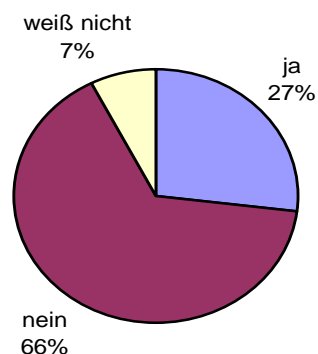
2.14 SCHNEEARME WINTER

Diese Frage bezieht sich auf die individuelle Ansicht des Befragten ob es in den letzten fünf Jahren in deren Region schneearme Winter gegeben hat.

Tabelle 13: Schneearme Winter in den letzten fünf Jahren

Schneearme Winter in den letzten fünf Jahren	Anzahl	Anteil
ja	80	26,85%
nein	196	65,77%
weiß nicht	22	7,38%

Schneearme Winter in den letzten fünf Jahren



n= 298

Abbildung 14: Schneearme Winter in den letzten fünf Jahren

Nur 27 % der Betriebe gaben an, dass ihre Region in den letzten 5 Jahren unter Schneemangel gelitten hat. Da 74 % der befragten Betriebe in Frage 13 angaben, dass sie sich in einer besonders schneesicheren Region befinden, war dieses Ergebnis zu erwarten. Man könnte jedoch auch vermuten, dass der letzte Winter vor der Befragung (2005/06), der sehr schneereich war, dieses Ergebnis beeinflusst hat.

2.15 SCHNEESICHERHEIT

2.15.1 Profit aufgrund von Schneesicherheit

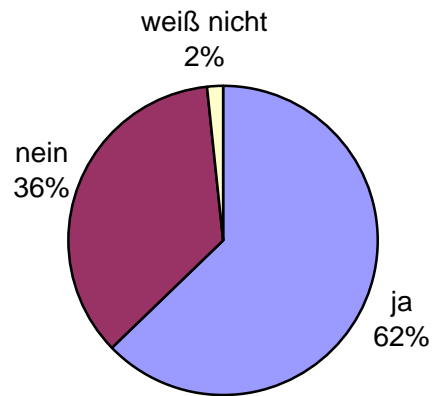
Bei dieser Frage wurden die Hotels befragt, ob sie davon profitieren würden, wenn es einen schneearmen Winter gibt. Dies kann vor allem auf jene Betriebe zutreffen, die sich in höheren Lagen befinden und auch in solchen Wintern über Schneesicherheit verfügen. Wie folgt haben sich die Antworten aufgeteilt.

Tabelle 14: Profit aufgrund von Schneesicherheit

Profit aufgrund von Schneesicherheit	Anzahl	Anteil
ja	155	62,75%
nein	87	35,63%
weiß nicht	4	1,62%

Rund 63 % der Betriebe gaben an, dass sie in schneearmen Wintern einen Zuwachs verzeichnen, da die Wintersportler gezwungen sind in höhere Regionen mit sicherer Schneelage zu fahren.

Profit aufgrund von Schneesicherheit



n= 247

Abbildung 15: Profit aufgrund von Schneesicherheit

Die profitierenden Betriebe haben außerdem noch angemerkt, dass sie Buchungen gerade deswegen erhalten weil sich der Betrieb in einem Gletschergebiet befindet und dass sie auch im ansonsten buchungsschwachen Jänner voll besetzt sind.

Ein Betrieb gab an, dass er nicht davon profitiert, da dieser ohnehin schon voll ausgelastet ist.

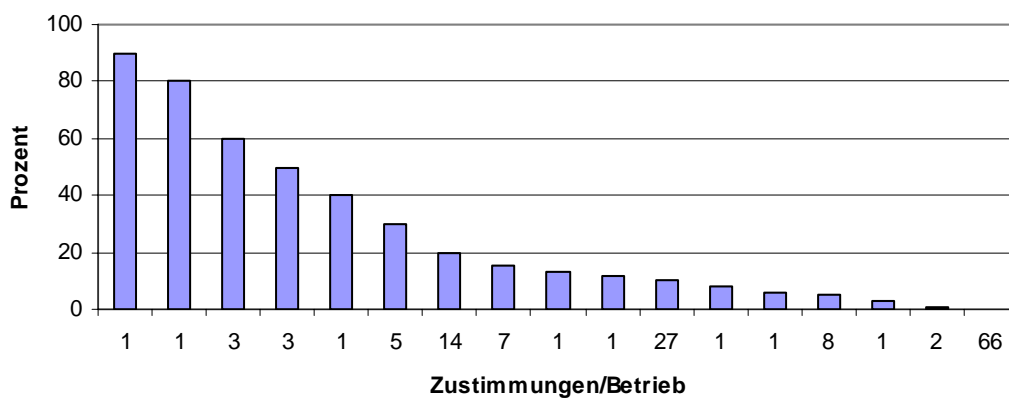
2.15.2 Nächtigungszunahmen aufgrund der Schneesicherheit

Bei dieser Frage wurde weiterführend gefragt, wie stark die Hotels profitieren, wenn es einen Schneemangel gibt und mehr Touristen in höher gelegene Regionen kommen. Die Betriebe wurden gebeten die Nächtigungsteigerung in Prozent anzugeben.

Tabelle 15: Nächtigungszunahmen in Prozent

Nchtigun g steigerung in %	Anzahl der Antworten
0	66
1	2
3	1
5	8
6	1
8	1
10	27
13	1
15	7
20	14
30	5
40	1
50	3
60	3
80	1
90	1

Nächtigungszunahmen



n= 143

Abbildung 16: Nächtigungszunahmen

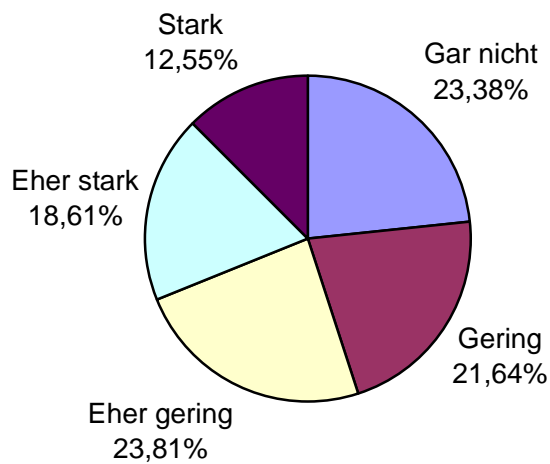
2.16 AUSWIRKUNGEN VON SCHNEEARMEN WINTERN AUF DIE NÄCHTIGUNGSZAHLEN

Mit dieser Frage will man keine spezifischen Daten gewinnen sondern nur die Einschätzung der Befragten festhalten, daher sind auch die Antwortmöglichkeiten in diese Richtung formuliert.

Tabelle 16: Auswirkungen von schneearmen Wintern auf die Nächtigungszahlen

Auswirkungen auf Nächtigungszahlen	Anzahl	Anteil
Gar nicht	54	23,38%
Gering	50	21,64%
Eher gering	55	23,81%
Eher stark	43	18,61%
Stark	29	12,55%

Auswirkungen von schneearmen Wintern auf die Nächtigungszahlen



n= 231

Abbildung 17: Auswirkungen von schneearmen Wintern auf die Nächtigungszahlen

2.17 REAKTION AUF SCHNEEMANGEL

Frage 18 beschäftigt sich mit der Reaktion der Gäste bei Schneemangel. Es stehen verschiedene Kategorie zu Auswahl wobei auch mehrer Antworten möglich sind. Folgende Darstellung zeigt die Zustimmungen in Prozent der jeweiligen Kategorie.

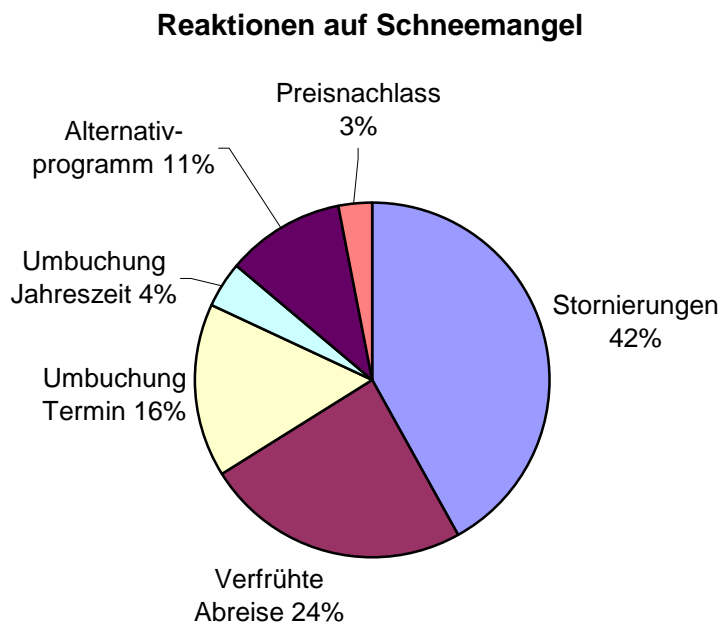


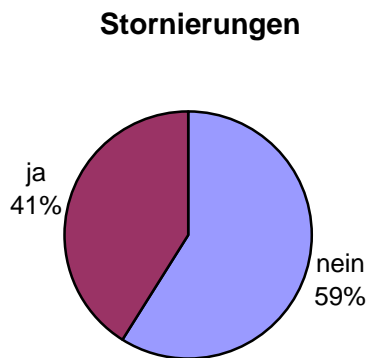
Abbildung 18: Reaktion auf Schneemangel

In der Folge wird jetzt näher auf die einzelnen Teilfragen eingegangen. Das erste Diagramm gibt jeweils an wie viele Betriebe die genannte Reaktion der Gäste beobachten konnten bzw. annehmen. Das zweite Diagramm zeigt die Einschätzung der Betriebe, bei wie viel Prozent der Gäste diese Reaktion zu Erwarten ist.

2.17.1 Stornierungen

Tabelle 17: Stornierungen

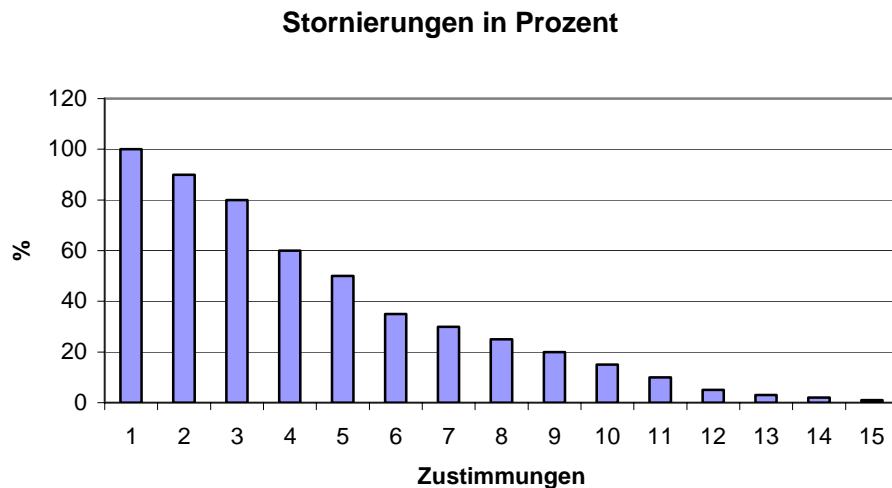
Stornierungen	Anzahl	Anteil
ja	100	41%
nein	143	59%



n= 243

Abbildung 19: Stornierungen

Weiters gaben auch 54 Befragte eine Schätzung ab, wie viel Prozent der Gäste stornieren. Der Medianwert ist hier 20% und der Mittelwert 34,63%.



n= 54

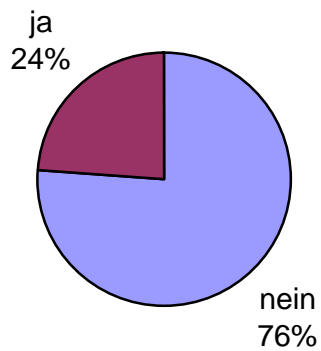
Abbildung 20: Stornierungen in Prozent

2.17.2 Verfrühte Abreise

Tabelle 18: Verfrühte Abreise

Verfrühte Abreise	Anzahl	Anteil
ja	57	24%
nein	185	76%

Verfrühte Abreise

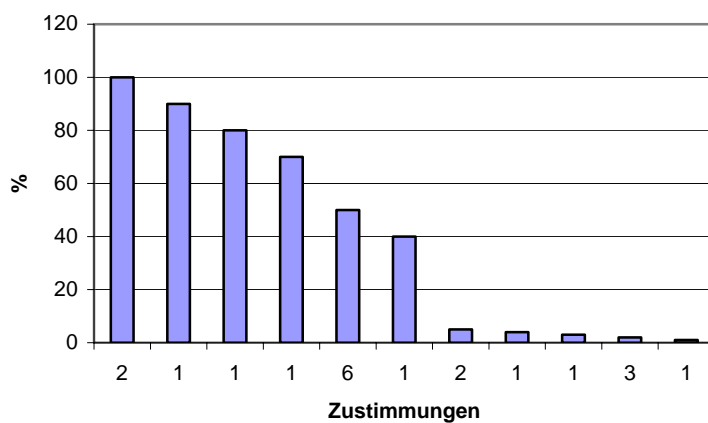


n= 242

Abbildung 21: Verfrühte Abreise

Hier haben 20 Betriebe eine Schätzung in Prozent abgegeben. Der Medianwert entspricht hier 50% und der Mittelwert 40,2%.

Abreisen in Prozent



n= 20

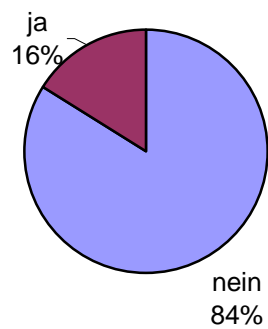
Abbildung 22: Abreisen in Prozent

2.17.3 Umbuchung auf einen anderen Termin

Tabelle 19: Umbuchung auf einen anderen Termin

Umbuchung/Termin	Anzahl	Anteil
ja	38	16%
nein	204	84%

Umbuchung/Termin

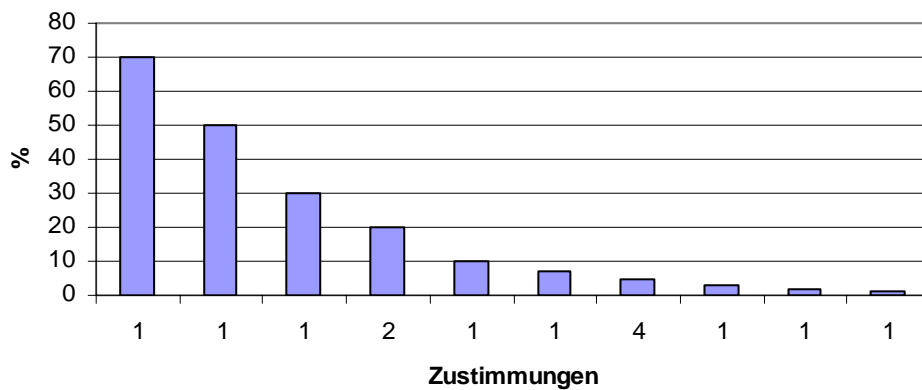


n= 242

Abbildung 23: Umbuchung auf einen anderen Termin

Hier gaben 14 Betriebe eine Prozentzahl an. Der Medianwert ist 6 und der Mittelwert 16,64.

Umbuchungen auf anderen Termin in Prozent



n=14

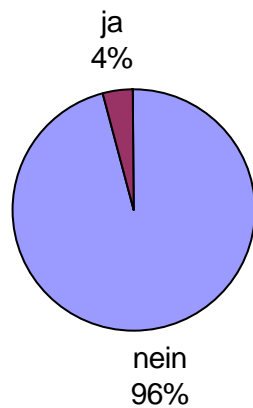
Abbildung 24: Umbuchung auf einen anderen Termin in Prozent

2.17.4 Umbuchung auf eine andere Jahreszeit

Tabelle 20: Umbuchung auf eine andere Jahreszeit

Umbuchung/Jahreszeit	Anzahl	Anteil
ja	9	4%
nein	233	94%

Umbuchung/Jahreszeit



n=242

Abbildung 25: Umbuchung auf eine andere Jahreszeit

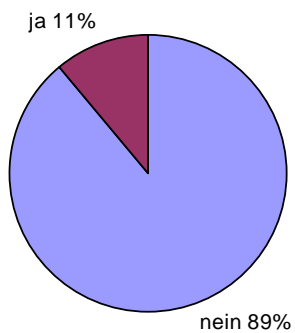
Hier sind keine Prozentangaben vorhanden.

2.17.5 Umstieg auf Alternativprogramme

Tabelle 21: Umstieg auf ein Alternativprogramm

Umstieg auf Alternativprogramm	Anzahl	Anteil
ja	27	11%
nein	215	89%

Umstieg auf Alternativprogramm



n=242

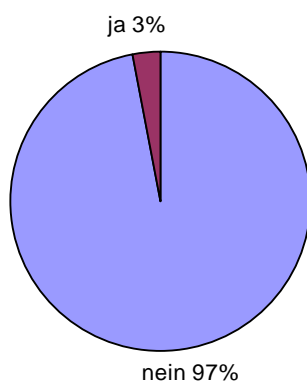
Abbildung 26: Umstieg auf ein Alternativprogramm

Hier gaben nur 6 Betriebe eine Schätzung in Prozent ab. Der Median ist 50 und der Mittelwert 46,67. Fünf Betriebe gaben an, dass etwa 50 % der Gäste auf ein Alternativprogramm umsteigen würden und ein Betrieb gab einen Prozentsatz von 30 an.

2.17.6 Preisnachlass

Diese Frage wurde von 241 Betrieben beantwortet und 234 gaben an, dass ihre Gäste keinen Preisnachlass verlangen. Nur 7 Betriebe hielten eine Forderung nach Preisnachlass für denkbar.

Preisnachlass



n=241

Abbildung 27: Preisnachlass

Nur 3 Betriebe gaben eine Schätzung ab. Wovon einer 10 %, einer 5 % und einer 1 % angaben.

Ausgehend von den 243 Betrieben gaben 44 Betriebe an, dass ihre Gäste gar keine Reaktion zeigen, dass sie bleiben oder trotzdem kommen. Dieses Ergebnis ist in den nein Werten enthalten.

2.18 REAKTIONEN AUF EINEN SCHNEEMANGEL

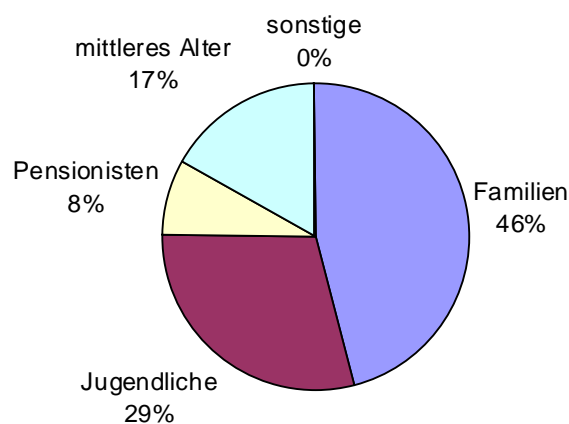
Mit dieser Frage soll herausgefunden werden, welche Gruppen am stärksten auf Schneemangel reagieren. Dabei wurden folgende Angaben gemacht:

Tabelle 22: Stärkste Reaktion auf Schneemangel

Stärkste Reaktion auf Schneemangel	Anzahl
Familien	113
Jugendliche	71
Pensionisten	19
Mittleres Alter	42

Sehr auffällig ist hier, dass Ältere Personen weniger stark auf einen Schneemangel reagieren als dies jüngere tun.

Stärksten Reaktionen



n=245

Abbildung 28: Stärkste Reaktion auf Schneemangel

2.19 SENSITIVITÄT IN BEZUG AUF SCHNEEMANGEL

2.19.1 Gäste mit der größten Sensitivität in Bezug auf Schneemangel

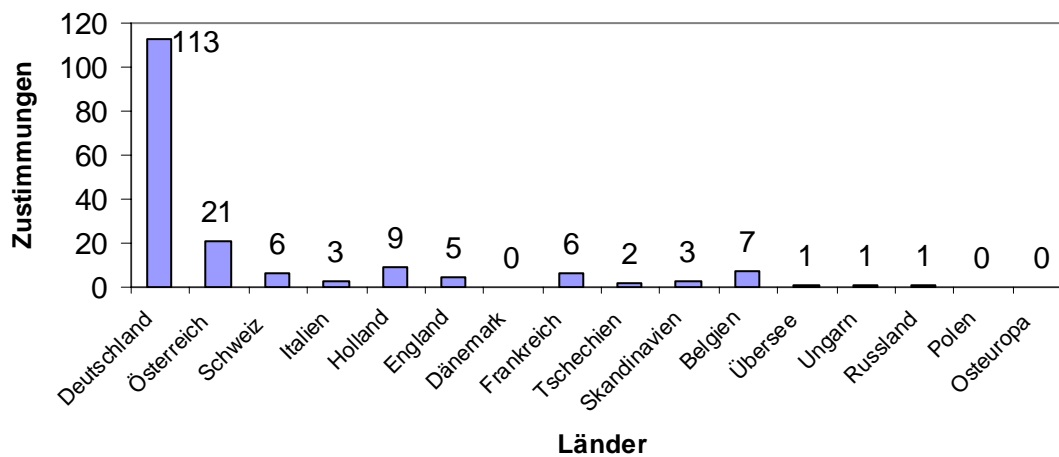
Die Frage 19 zielt darauf ab, heraus zu finden welche Ländergruppen am Stärksten auf einen Schneemangel reagieren. Folgende Angaben wurden gemacht:

Tabelle 23: Höchste Sensitivität in Bezug auf Schneemangel

Am Meisten	Anzahl	Prozent
Deutschland	113	63,48
Österreich	21	11,80
Schweiz	6	3,37
Italien	3	1,69
Holland	9	5,06
England	5	2,81
Dänemark	0	0
Frankreich	6	3,37
Tschechien	2	1,12
Skandinavien	3	1,69
Belgien	7	3,93
Übersee	1	0,56
Ungarn	1	0,56
Russland	1	0,56
Polen	0	0
Osteuropa	0	0

Bei dieser Frage antworteten nur 178 Betriebe, was wahrscheinlich daran liegt, dass viele Befragten angaben, noch nie unter Schneemangel gelitten zu haben. Erstaunlich ist, dass sich Deutschland eindeutig vom Rest abhebt, was natürlich auch in Verbindung zum hohen Anteil an deutschen Gästen zu sehen ist.

Schneemangel stört am Meisten



n=17

8

Abbildung 29: Höchste Sensitivität in Bezug auf Schneemangel

2.19.2 Gäste mit der zweitgrößten Sensitivität in Bezug auf Schneemangel

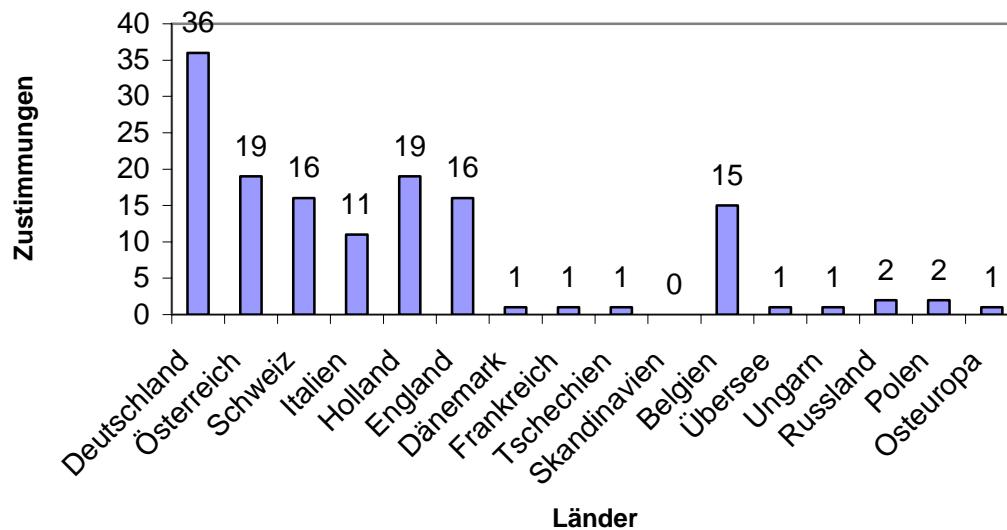
Bei dieser Frage soll herausgefunden werden, welche Ländergruppe am Zweitmeisten auf Schneemangel reagiert. Folgende Angaben wurden gemacht:

Tabelle 24: Zweithöchste Sensitivität in Bezug auf Schneemangel

Am Zweitmeisten	Anzahl	Prozent
Deutschland	36	25,35
Österreich	19	13,38
Schweiz	16	11,27
Italien	11	7,75
Holland	19	13,38
England	16	11,27
Dänemark	1	0,70
Frankreich	1	0,70
Tschechien	1	0,70
Skandinavien	0	0
Belgien	15	10,56
Übersee	1	0,70
Ungarn	1	0,70
Russland	2	1,41
Polen	2	1,41
Osteuropa	1	0,70

Auch hier zeichnet sich Deutschland eindeutig als Reaktionsstärkster ab.

Schneemangel stört am Zweitmeisten



n=142

Abbildung 30: Zweithöchste Sensitivität in Bezug auf Schneemangel

2.19.3 Gäste mit der geringsten Sensitivität in Bezug auf Schneemangel

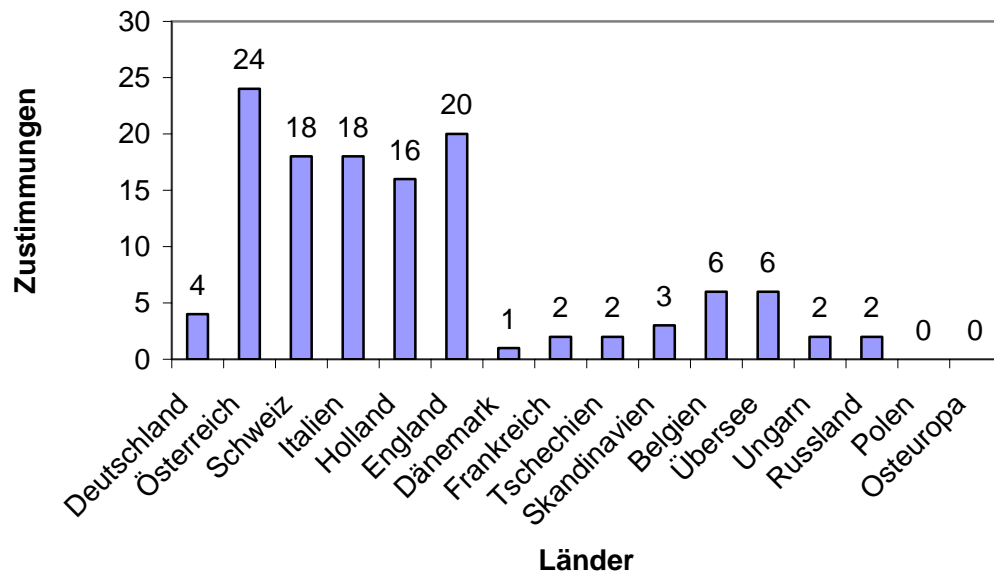
Mit dieser Unterfrage soll gezeigt werden, welche Ländergruppe am Geringsten auf Schneemangel reagiert. Die Angaben lauten wie folgt:

Tabelle 25: Geringste Sensitivität in Bezug auf Schneemangel

Am Wenigsten	Anzahl	Prozent
Deutschland	4	3,23
Österreich	24	19,35
Schweiz	18	14,52
Italien	18	14,52
Holland	16	12,90
England	20	16,13
Dänemark	1	0,81
Frankreich	2	1,61
Tschechien	2	1,61
Skandinavien	3	2,42
Belgien	6	4,84
Übersee	6	4,84
Ungarn	2	1,61
Russland	2	1,61
Polen	0	0
Osteuropa	0	0

Am Wenigsten reagieren Personen aus Österreich auf einen Schneemangel. Dies liegt womöglich an der kürzeren Anfahrtszeit.

Schneemangel stört am Wenigsten



n=124

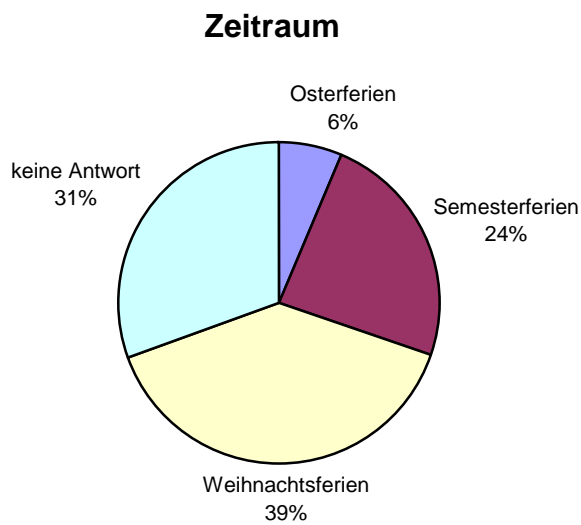
Abbildung 31: Geringste Sensitivität in Bezug auf Schneemangel

2.20 ZEITRÄUME IN DENEN SICH SCHNEEMANGEL AM SCHLIMMSTEN AUSWIRKT

Mit der Frage 20 soll gezeigt werden, in welchem Zeitraum sich ein Schneemangel am schlimmsten für Wintertouristen auswirkt.

Tabelle 26: Schlimmste Zeiträume für Schneemangel

Zeiträume	Anzahl
Osterferien	19
Semesterferien	71
Weihnachtsferien	117
Keine Antwort	91



n=298

Abbildung 32: Schlimmste Zeiträume für Schneemangel

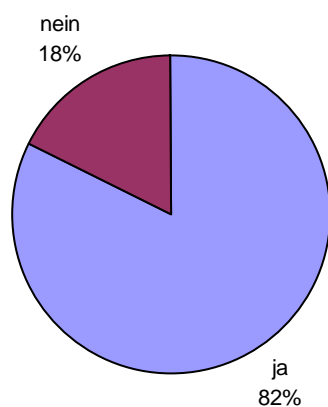
2.21 ATTRAKTIONEN IN DER UMGEBUNG

Frage 21 erhebt, ob sich in der näheren Umgebung der Hotels auch Attraktionen befinden, die vom Wetter unabhängig sind. Folgende Angaben wurden gemacht:

Tabelle 27: Attraktionen in der Umgebung

Attraktionen in der Umgebung	Anzahl
Attraktionen	245
Keine Attraktionen	53

Attraktionen in der Umgebung



n=298

Abbildung 33: Attraktionen in der Umgebung

2.21.1 Art der Attraktionen

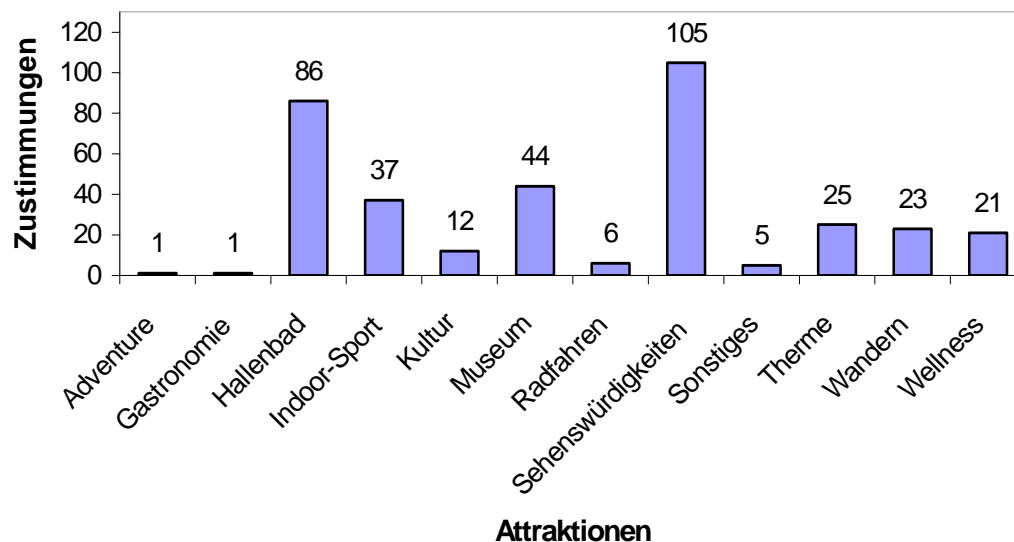
Falls Attraktionen in der Umgebung vorhanden sind, ist es auch interessant zu wissen, welche das sind.

Tabelle 28: Attraktionen nach Kategorien

Attraktionen	Anzahl	Prozent
Adventure	1	0,27
Gastronomie	1	0,27
Hallenbad	86	53,50
Indoor-Sport	37	10,11
Kultur	12	3,28
Museum	44	12,02
Radfahren	6	1,64
Sehenswürdigkeiten	105	28,69
Sonstiges	5	1,37
Therme	25	6,83
Wandern	23	6,28
Wellness	21	5,74
Summe der Antworten	366	100

Durch Mehrfachnennung ist die Summe der Nennungen größer als die Summe der Befragten.

Attraktionen nach Kategorien



n=239

Abbildung 34: Attraktionen nach Kategorien

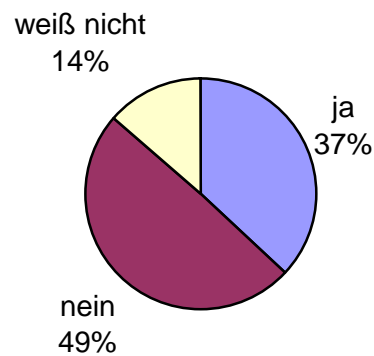
2.21.2 Beeinflussung der Nächtigungszahlen durch Attraktionen

Nachdem man weiß, ob sich Attraktionen in der näheren Umgebung befinden, ist es natürlich interessant herauszufinden, ob diese Attraktionen die Nächtigungszahlen positiv beeinflussen. Die Betriebe gaben folgende Einschätzung ab:

Tabelle 29: Positive Beeinflussung der Nächtigungszahlen durch Attraktionen

Beeinflussung	Anzahl
ja	98
nein	132
weiß nicht	36

Positive Beeinflussung der Nächtigungszahlen



n=266

Abbildung 35: Positive Beeinflussung der Nächtigungszahlen durch Attraktionen

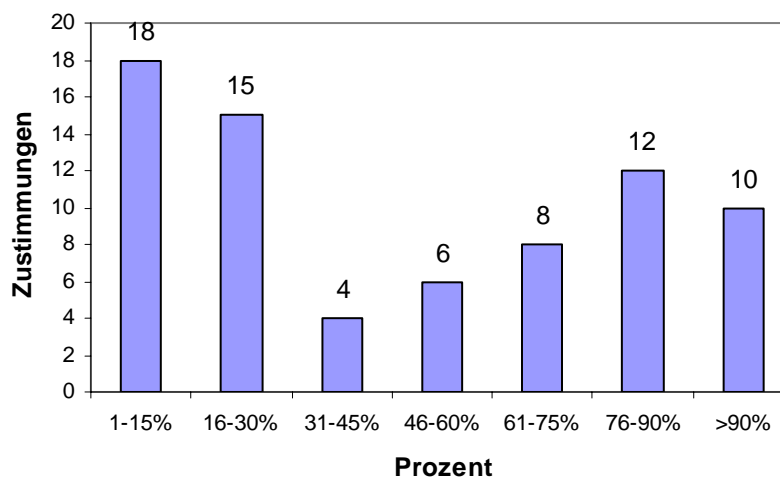
2.21.3 Prozentuelle Beeinflussung der Nächtigungszahlen durch Attraktionen

Nachdem eine positive Beeinflussung der Nächtigungszahlen durch Attraktionen existiert, ist es auch wichtig zu wissen wie die Betriebe die prozentuelle Auswirkung einschätzen. Folgende Angaben wurden gemacht:

Tabelle 30: Prozentuelle Beeinflussung der Nächtigungszahlen

Prozent	Anzahl	Prozent
1-15 %	18	24,66
16-30 %	15	20,55
31-45 %	4	5,48
45-60 %	6	8,22
61-75 %	8	10,96
76-90 %	12	16,44
>90 %	10	13,70

Prozentuelle Beeinflussung der Nächtigungszahlen



n=73

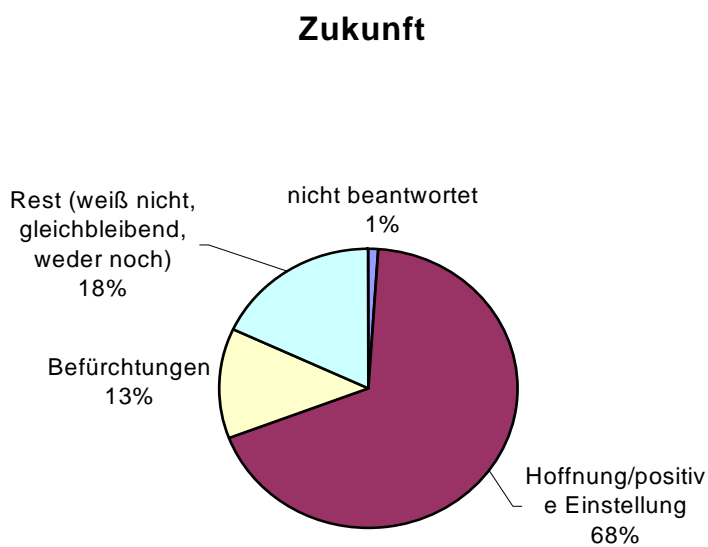
Abbildung 36: Prozentuelle Beeinflussung der Nächtigungszahlen

2.22 BLICK IN DIE ZUKUNFT

Die letzte Frage befasste sich mit der Zukunft. Es galt herauszufinden, ob sich die Eigentümer oder Mitarbeiter von Wintertourismusbetrieben der Zukunft mit Befürchtungen oder mit Hoffnung entgegensehen.

Tabelle 31: Zukunftsvorstellungen

Einstellung	Anzahl
Nicht beantwortet	3
Hoffnung/positive Einstellung	203
Befürchtungen	38
Rest (weiß nicht, gleichbleibend, weder noch)	54



n=298

Abbildung 37: Zukunftsvorstellungen

3 Multivariate Datenanalyse

Dieses Kapitel widmet sich einer multivariaten Analyse der Ergebnisse der Erhebung. Einerseits werden allgemeine Sachverhalte dargestellt und insbesondere die Zusammenhänge zwischen der Auslastung der Betriebe und klimatologischen und regionsspezifischen Merkmalen wie der Schneesicherheit oder speziellen Attraktionen in der Umgebung.

3.1 STRUKTUR DER GÄSTE NACH HOTELKATEGORIE

In einem ersten Schritt wurde die Struktur der Gäste bezogen auf die Hotelkategorie erhoben. Dabei zeigte sich, dass einerseits Stammgäste sowohl bei 3, 4 und 5 Stern Betrieben am wichtigsten einzuschätzen sind. Andererseits ist auch zu bemerken, dass die Bedeutung von Stammgästen mit ansteigender Anzahl von Sternen zu Gunsten von Pauschaltouristen abnimmt. Diese machen bei 5 Stern Hotels beachtliche 22% aus, obgleich bei dieser Aussage zu bedenken ist, dass es nur 9 derartige Betriebe in der Erhebung gab. Grosso modo lässt sich jedoch dieser Trend bestätigen:

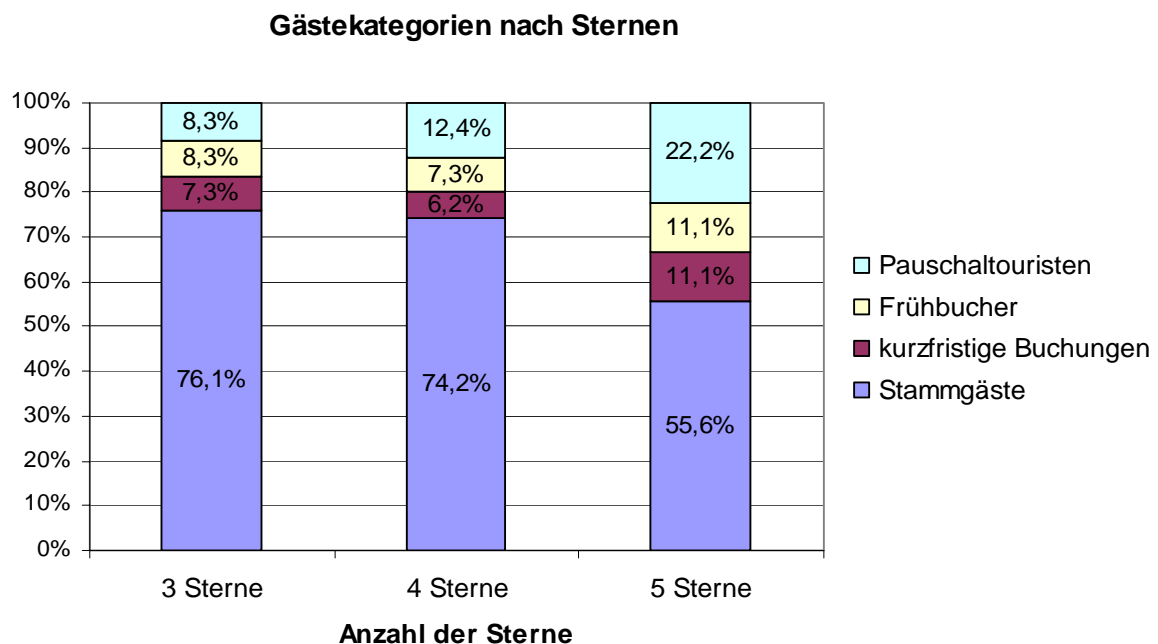


Abbildung 38: Struktur der Gäste nach Hotelkategorie

Ein weiterer interessanter Zusammenhang besteht in der Rangkorrelation zwischen der Anzahl der Sterne und der Anzahl der Betten. Der Pearson'sche Rangkorrelationskoeffizient beträgt 0,30, wodurch sich eine schwache positive Korrelation ergibt.

Betriebe mit mehr Sternen haben im Durchschnitt auch eine größere Bettenanzahl, obwohl die Nullhypothese keiner Korrelation zum Niveau $\alpha = 0,05$ beibehalten wird. Es kann nicht von Signifikanz ausgegangen werden.

3.2 AUSLASTUNG NACH HOTELKATEGORIE

Die Auslastung (kardinal gemessen in Prozent) hängt praktisch gar nicht von der Hotelkategorie (ordinal gemessen durch die Anzahl der Sterne) ab. Die Pearson'schen Korrelationskoeffizienten betragen 0,23 für den Sommer und 0,13 für den Winter. Das nachfolgende Diagramm zeigt ebenfalls, dass die Auslastung für 3 und 4 Stern Betriebe nahezu gleich ist. 5 Stern Hotels unterscheiden sich etwas in der Sommerauslastung, was aber durch die geringe Anzahl (lediglich neun 5 Stern Betriebe in der Erhebung) nicht signifikant ist.

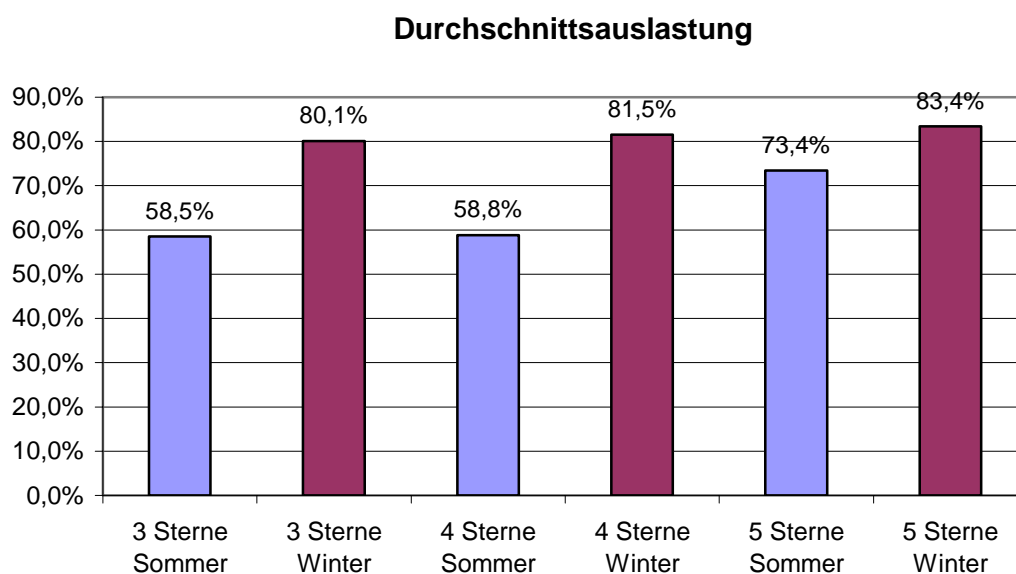


Abbildung 39: Auslastung nach Hotelkategorie

Auch ein allfälliger Zusammenhang zwischen Bettenanzahl und Auslastung konnte nicht bestätigt werden. Die Rangkorrelationskoeffizienten betragen 0,21 für den Sommer und 0,12 für den Winter. Es kann behauptet werden, dass die Auslastung unabhängig von der Größe und der Kategorie des Beherbergungsbetriebes ist.

Im nächsten Abschnitt wird untersucht, ob die Auslastung von Faktoren wie der Schneesicherheit oder der Verfügbarkeit von Beschneiungsanlagen abhängig ist.

3.3 AUSLASTUNG UND SCHNEESICHERHEIT

Die Schneesicherheit wurde nur mit den Werten 1 (der Betrieb befindet sich in einem besonders schneesicheren Gebiet) und 0 (kein schneesicheres Gebiet) erhoben. Für eine Interpretation eignet sich daher auch in diesem Fall nur der Pearson'sche Korrelationskoeffizient. Für die Auslastung im Sommer beträgt dieser -0,02, was zu erwarten war. Schneesicherheit hat keine signifikante Auswirkung auf die Auslastung im Sommer. Überraschend ist der Koeffizient für die Auslastung im Winter nur 0,23 und es kann nur ein schwacher Einfluss der Schneesicherheit auf die Auslastung gezeigt werden. Bezüglich des Zusammenhangs zwischen Verfügbarkeit von Beschneiungsanlagen und Auslastung im Winter beträgt der Pearson'sche Korrelationskoeffizient nur 0,12 und ist nicht signifikant von Null unterschieden.

Interessante Ergebnisse gibt es in punkto Auslastung und wetterunabhängige Attraktionen in der näheren Umgebung. Diese wurden in der Form „Vorhanden“ (= 1) und „Nicht vorhanden“ (= 0) abgefragt. Dabei ergibt sich für die Auslastung im Sommer eine Rangkorrelation von 0,25, für den Winter jedoch nur ein Wert von 0,02. Die Verfügbarkeit von Attraktionen hat anscheinend nur einen vernachlässigbaren Einfluss auf die Auslastung.

4 Conclusio

Die vorliegende Arbeit beschreibt die Ergebnisse der Datenanalyse der empirischen Erhebung subjektiver Einschätzungen der Klimarisiken für Beherbergungsbetriebe in Wintersportgebieten. Es werden die Spezifika der Betriebe dargestellt, wie zum Beispiel die Herkunft der Gäste oder die Urlaubsmotive. Dabei war auffallend, dass Schifahren mit rund 45 % das Haupturlaubsmotiv in Wintersportregionen darstellt. Insgesamt 85 % der von den Betrieben angegebenen Urlaubsmotive sind wetter- beziehungsweise schneeabhängig. Rund 75 % der Beherbergungsbetriebe beschrieben ihre Region als besonders schneesicher. Dabei handelt es sich vor allem um Betriebe in hohen Lagen und Betriebe, die sich in der Nähe eines Gletschers befinden. Diese Betriebe gaben auch an, in schneearmen Wintern davon zu profitieren, dass Gäste der niedriger gelegenen Schigebiete in die schneesicheren Regionen ausweichen. Außerdem gaben fast 90 % der Betriebe an, sich in einer Region mit einer ausreichenden künstlichen Beschneidungskapazität zu befinden, wodurch auch in schneearmen Wintern eine gewisse Sicherheit für den Wintersportbetrieb gegeben ist. Dennoch äußerten 27 % der Betriebe, dass ihre Region in den letzten 5 Jahren unter Schneemangel gelitten hat.

Der multivariate Teil der Datenanalyse widmet sich unter anderem Zusammenhängen zwischen Schneelage und Auslastung. Dabei hat sich gezeigt, dass eine schwach positive Korrelation zwischen der Schneesicherheit und der Auslastung besteht, während andere Attraktionen in der Umgebung nur einen vernachlässigbar geringen Einfluss auf die Auslastung im Winter haben.

5 Anhang I: Fragebogen

1. Wie viele Sterne hat Ihr Betrieb?

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 Stern | <input type="checkbox"/> 4 Sterne |
| <input type="checkbox"/> 2 Sterne | <input type="checkbox"/> 5 Sterne |
| <input type="checkbox"/> 3 Sterne | |

2. Welche Funktion üben Sie in Ihrem Betrieb aus?

3. Wie viele Betten hat Ihr Hotel?

4. Wie lange dauert durchschnittlich der Aufenthalt Ihrer Gäste?

- 1 – 3 Nächte
- 4 – 7 Nächte
- länger als 7 Nächte

5. Wie teilen sich Ihre Gäste auf folgende Kategorien auf? Bitte reihen Sie diese nach ihrer Häufigkeit.

- Frühbucher: _____
- Stammgäste: _____
- Kurzfristige Buchungen: _____
- Pauschaltouristen: _____
- Sonstige: _____

6. Woher kommen Ihre Gäste hauptsächlich? (*mehrere Antworten möglich*)

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Österreich | <input type="checkbox"/> England |
| <input type="checkbox"/> Deutschland | <input type="checkbox"/> Belgien |
| <input type="checkbox"/> Holland | <input type="checkbox"/> Italien |
| <input type="checkbox"/> Schweiz | <input type="checkbox"/> Frankreich |
| <input type="checkbox"/> Skandinavien | <input type="checkbox"/> Russland |
| <input type="checkbox"/> Übersee | |
| <input type="checkbox"/> andere: _____ | |
-

7. In welchen Saisonen findet Ihr Geschäftsbetrieb statt?

- Winter
- Sommer
- ganzjährig

8. Wie schätzen Sie Ihre Auslastung

a. im Sommer ein? (in %)

b) im Winter ein? (in %)

9. Welche sind die nächtigungsintensivsten Monate im Winter? (*mehrere Antworten möglich*)

- Dezember
- Jänner
- Februar
- März
- April

10. Was glauben Sie sind die Hauptmotive Ihrer Gäste für einen Aufenthalt in Ihrer Region im Winter? (*mehrere Antworten möglich*)

- Schifahren/Snowboarden
- Wellness
- Apres Ski
- Rodeln
- andere: _____
- Wandern, Spazieren
- Langlaufen
- Schneeschuhwandern

11. Wie hoch ist die Bedeutung von Schnee für den Tourismus in Ihrer Region?

a) auf der Piste:

- gering
- eher gering
- eher hoch
- hoch

b) im Tal:

- gering
- eher gering
- eher hoch
- hoch

12. Gibt es in Ihrer Region ausreichend Beschneigungsanlagen?

- ja
- nein
- weiß nicht
- Anmerkungen: _____

13. Befindet sich Ihr Betrieb in einer Region mit besonderer Schneesicherheit auch in schneearmen Wintern? (z.B. Gletscherregion oder sehr hoch gelegene Gebiete)

- ja
- nein

14. Hat es in Ihrer Region in den letzten fünf Jahren schneearme Winter gegeben?

- ja (*weiter mit Frage 16*)
- nein (*weiter mit Frage 15 a*)
- weiß nicht

15. a) Profitiert Ihr Betrieb in schneearmen Wintern aufgrund der besonderen Schneesicherheit in Ihrem Gebiet?

15. b) Um wieviel Prozent steigen in solchen Wintern die Nächtigungen in Ihrem Betrieb?

16. Wie stark wirken sich schneearme Winter auf die Nächtigungszahlen aus?

- gar nicht
- gering
- eher gering
- eher stark
- stark

17. Wie reagieren Ihre Gäste auf Schneemangel? (mehrere Antworten möglich)

- Stornierung (wenn möglich in %) _____
- Verfrühte Abreise (wenn möglich in %) _____
- Umbuchung auf anderen Termin im Winter (wenn möglich in %) _____
- Umbuchung auf andere Jahreszeit (wenn möglich in %) _____
- Umstieg auf ein Alternativprogramme (wenn möglich in %) _____
- verlangen Preisnachlass (wenn möglich in %) _____
- Sonstiges: _____

**18. Welche der folgenden Gruppen reagiert am sensibelsten auf Schneemangel?
(mehrere Antworten möglich)**

- Familien
- Jugendliche, junge Erwachsene
- Pensionisten
- Personen mittleren Alters
- sonstige: _____

19. a) Gäste welcher Nation stört es Ihrer Einschätzung nach am Meisten, wenn die Schneelage schlecht ist? (Welche reagieren am Stärksten?)

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Österreich | <input type="checkbox"/> England |
| <input type="checkbox"/> Deutschland | <input type="checkbox"/> Belgien |
| <input type="checkbox"/> Holland | <input type="checkbox"/> Italien |
| <input type="checkbox"/> Schweiz | <input type="checkbox"/> Frankreich |
| <input type="checkbox"/> Skandinavien | <input type="checkbox"/> Russland |
| <input type="checkbox"/> Übersee | |
| <input type="checkbox"/> andere: _____ | |

b) am Zweitmeisten stört es Gäste aus:

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Österreich | <input type="checkbox"/> England |
| <input type="checkbox"/> Deutschland | <input type="checkbox"/> Belgien |
| <input type="checkbox"/> Holland | <input type="checkbox"/> Italien |
| <input type="checkbox"/> Schweiz | <input type="checkbox"/> Frankreich |
| <input type="checkbox"/> Skandinavien | <input type="checkbox"/> Russland |
| <input type="checkbox"/> Übersee | |
| <input type="checkbox"/> | |
| <input type="checkbox"/> andere: _____ | |

c) am Wenigsten stört es Gäste aus:

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Österreich | <input type="checkbox"/> England |
| <input type="checkbox"/> Deutschland | <input type="checkbox"/> Belgien |
| <input type="checkbox"/> Holland | <input type="checkbox"/> Italien |
| <input type="checkbox"/> Schweiz | <input type="checkbox"/> Frankreich |
| <input type="checkbox"/> Skandinavien | <input type="checkbox"/> Russland |
| <input type="checkbox"/> Übersee | |
| <input type="checkbox"/> andere: _____ | |
-

20. In welchen Ferienzeiten reagieren Ihre Gäste am sensibelsten auf einen Schneemangel?

- Weihnachtsferien
- Semesterferien (Februar)
- Osterferien
- Sonstiges: _____

21. Gibt es in Ihrer Region Attraktionen im Umkreis von 30 km die vom Wetter unabhängig sind? Wenn ja, welche?

a. Beeinflussen diese wetterunabhängigen Attraktionen Ihre Nächtigungszahlen positiv?

- eher ja
- eher nein
- weiß nicht

b. Wie viel Prozent der Gäste schätzen Sie können durch diese Attraktion in der Region gehalten werden, die sonst bei Schneemangel abreisen würden?

22. Sehen Sie den kommenden 5 Jahren eher mit Hoffnungen oder eher mit Befürchtungen entgegen? Warum?
