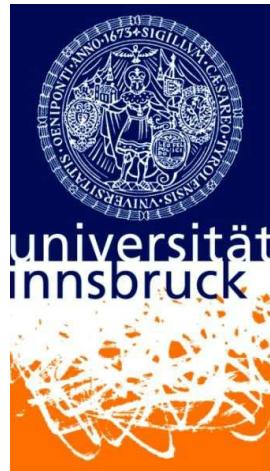


**DESTINATIONSMANAGEMENT
DER STELLENWERT VON MOBILITÄT IM
GESUNDHEITSORIENTIERTEN TOURISMUS
(Version: kurz)**



LEOPOLD-FRANZENS UNIVERSITÄT INNSBRUCK
FAKULTÄT FÜR PSYCHOLOGIE UND SPORTWISSENSCHAFT
INSTITUT FÜR SPORTWISSENSCHAFT

Projektteam:

Univ.-Prof. Dr. Bruno Abegg (Institut für Geographie, LFU)
Mag. Dr. Cornelia Blank (Institut für Sport-, Alpinmedizin, Gesundheitstourismus, UMIT)
Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Dr. Markus Mailer (Institut für Infrastruktur, LFU)
Eva Posch, MSc (Institut für Geographie, LFU)
Mag. Martin Schnitzer, PhD (Institut für Sportwissenschaft, LFU) - **Projektleitung**
Philipp Schlemmer, BSc BSc MSc (Institut für Sportwissenschaft, LFU)
Bartosz Bursa, MEng. (Institut für Infrastruktur, LFU)
Dr. Robert Steiger (Institut für Finanzwissenschaft, LFU)

Fördergeber:

Tourismusforschungszentrum Tirol
1. Ausschreibung

Innsbruck, September 2017

Inhalt

1. Welche Aktivitäten haben im Rahmen des Projektes „Destinationsmanagement – der Stellenwert von Mobilität im gesundheitsorientierten Tourismus“ stattgefunden?	3
2. Projektbausteine	4
2.1 PBS 1 – Analyse der Mobilität in den Modellregionen	4
2.1.1 PBS 1 – Einleitung & Ziel.....	4
2.1.2 PBS 1 – Methodik	4
2.1.3 PBS 1 – Ergebnisse	5
2.1.4 PBS 1 – Diskussion & Implikationen	6
2.2 PBS 2 – Analyse der Sport- und Bewegungsangebote in den Modellregionen	8
2.2.1 PBS 2 – Einleitung & Ziel.....	8
2.2.2 PBS 2 – Methodik	8
2.2.3 PBS 2 – Ergebnisse	8
2.2.4 PBS 2 – Diskussion & Implikationen	9
2.3 PBS 3 – Analyse der gesundheitsrelevanten Mobilität.....	10
2.3.1 PBS 3 – Einleitung	10
2.3.2 PBS 3 – Methodik	10
2.3.3 PBS 3 – Ergebnisse	11
2.3.4 PBS 3 – Diskussion & Implikationen	12
2.4 PBS 4 – Interventionsgruppe „gesundheitsrelevante Mobilität“	13
2.4.1 PBS 4 – Einleitung	13
2.4.2 PBS 4 – Methodik	13
2.4.3 PBS 4 – Ergebnisse	14
2.4.3.1 Ferienregion Pitztal.....	14
2.4.3.2 Ferienregion Innsbruck.....	14
2.4.3.3 Ferienregion Hohe Salve.....	14
2.4.4 PBS 4 – Diskussion & Implikationen	14
2.5 PBS 5 – Gästebefragung „gesundheitsrelevante Mobilität“.....	15
2.5.1 PBS 5 – Einleitung	15
2.5.2 PBS 5 – Methodik	15
2.5.3 PBS 5 – Ergebnisse	16
2.5.3.1 Sport- und gesundheitsrelevante Inhalte	16
2.5.3.2 Mobilitätsrelevante Inhalte.....	17
2.5.4 PBS 5 – Diskussion & Implikationen	18
3 Ausblick	19
4 Welche finanziellen Aufwände wurden bisher im Projekt „Destinationsmanagement – der Stellenwert von Mobilität im gesundheitsorientierten Tourismus“ aufgewendet?.....	20

1. Welche Aktivitäten haben im Rahmen des Projektes „Destinationsmanagement – der Stellenwert von Mobilität im gesundheitsorientierten Tourismus“ stattgefunden?

Das Projekt „Der Stellenwert von Mobilität im gesundheitsorientierten Tourismus“ bestand aus insgesamt 5 Projektbausteinen (siehe Abb.1), die mehrheitlich verschiedenen Institutionen der Universität Innsbruck bzw. der Privaten Universität für Gesundheitswissenschaften, medizinische Informatik und Technik (UMIT) Hall zugeordnet wurden. Die Projektbausteine wurden von den jeweiligen Verantwortlichen geplant, umgesetzt und durchgeführt. Die Probanden- bzw. Teilnehmersuche bei Projektbaustein 4 gestaltete sich schwer und deshalb wurde dieser Projektbaustein im Zeitablauf nach hinten verschoben. Der noch ausständige Projektbaustein 4 wurde überdacht und im Untersuchungszeitraum Juli – September 2017 durchgeführt.



Abb. 1: Projektbausteine des Projektes „Destinationsmanagement – der Stellenwert von Mobilität im gesundheitsorientierten Tourismus“

2. Projektbausteine

2.1 PBS 1 – Analyse der Mobilität in den Modellregionen

2.1.1 PBS 1 – Einleitung & Ziel

Das Ziel des Projektbausteines 1 ist das Mobilitäts- und Verkehrsangebot in den Modellregionen gesamthaft zu erfassen und zu analysieren. Die Attraktivität und die Ausnutzung des Angebots, sowie die Meinung der Gäste wurden ausführlich analysiert. Aufgrund einer Analyse der Stärken und Schwächen werden entsprechende Empfehlungen und Lösungen vorgeschlagen.

Der vorliegende Abschnitt ist eine Zusammenfassung einer längeren Analyse, die als Anhang in der Langversion des Berichts beigefügt ist.

2.1.2 PBS 1 – Methodik

Die Methodik des Projektbausteines 1 basiert vor allem auf der Internetrecherche sowie einer Dokumentenanalyse. Des Weiteren wurden auch Ortsbesichtigungen in ausgewählten Orten innerhalb der drei Regionen durchgeführt:

- Wörgl, Itter, Hopfgarten (Ferienregion Hohe Salve)
- Mandarfen, Wenns, Arzl im Pitztal (Ferienregion Pitztal)
- Innsbruck (Ferienregion Innsbruck und seine Feriendorfer)

Um ein Gesamtbild über das Mobilitätsangebot in den Regionen zu erhalten, wurden auch Gespräche und Interviews mit lokalen Experten geführt. Folgende Personen haben uns ihre Erfahrung und Kenntnisse über das Thema Mobilität in den Regionen mitgeteilt:

- Urlaubsregion Innsbruck und seine Feriendorfer – Andreas Heigl
- Urlaubsregion Hohe Salve – Stefan Astner
- Urlaubsregion Pitztal – Thomas Neuner, Gerhard Gstettner

Die Ergebnisse der Analyse wurden auch mit jenen der weiteren Projektbausteine 3 und 5 ins Verhältnis gesetzt. Anreise und Mobilität in der Destination wesentliche Bestandteile der Fokusgruppen (PB3) und der umfangreiche Online-Befragung (PB5). So waren im online-Fragebogen insgesamt 24 Fragen zum Thema Mobilität enthalten.

2.1.3 PBS 1 – Ergebnisse

Die nachfolgende Beschreibung ergibt sich als Zusammenfassung einer ausführlichen Analyse, die als Anhang (in der Langversion) beigefügt ist.

Aufgrund der Internetrecherche, Dokumentenanalyse, sowie Ortsbesichtigungen und Gesprächen mit den lokalen Verantwortlichen erfolgte eine ausführliche Beschreibung des Mobilitätsangebots in allen drei Regionen zu folgende Aspekte der Mobilität:

- Anreise (mit dem PKW, Zug, Fernbus und Flugzeug):
 - Verbindungen und Umsteigen
 - Gepäcktransport
 - Letzte Meile
 - Information
- Mobilität vor Ort:
 - Parken
 - Autoverleih/Car-Sharing
 - E-Mobilität Infrastruktur
 - Öffentlicher Verkehr
 - Rad- und Fußverkehr
 - Information

Daraus kann die gesamte Verkehrssituation, also ÖV Angebot, Erreichbarkeit und Parkplatzsituation, in allen drei Tourismusregionen generell als gut beurteilt werden. Hervorzuheben ist, dass saisonale Initiativen und lokale Karten und Vergünstigungen für Gäste die Attraktivität des Mobilitätsangebots erhöhen. Verbesserungen bedarf es vor allem im Bereich der Information und Integration der Informationsquellen zum Thema Verkehr und Mobilität in der Region. Die Informationen sind derzeit oft sehr verstreut.

Diese aus der Analyse gewonnen Bewertung des gesamten Mobilitätsangebots korrespondiert auch mit der Einschätzung der Urlaubsgästen in den Befragungen. Die gesamte Verkehrssituation wurde von diesen in allen drei Regionen durchschnittlich als gut beurteilt. Die Gäste haben den Öffentlichen Verkehr (ÖV) in allen drei Regionen mit 28% als sehr gut, 50% gut, 19% mäßig und nur 3% als schlecht/sehr schlecht beurteilt. Auf dem Diagramm sieht man die Unterschiede zwischen den Regionen (mit % der Befragten in jeder Region). Dabei zeigt sich auch das vergleichsweise gute ÖV-Angebot in der Stadt bzw. Region Innsbruck.

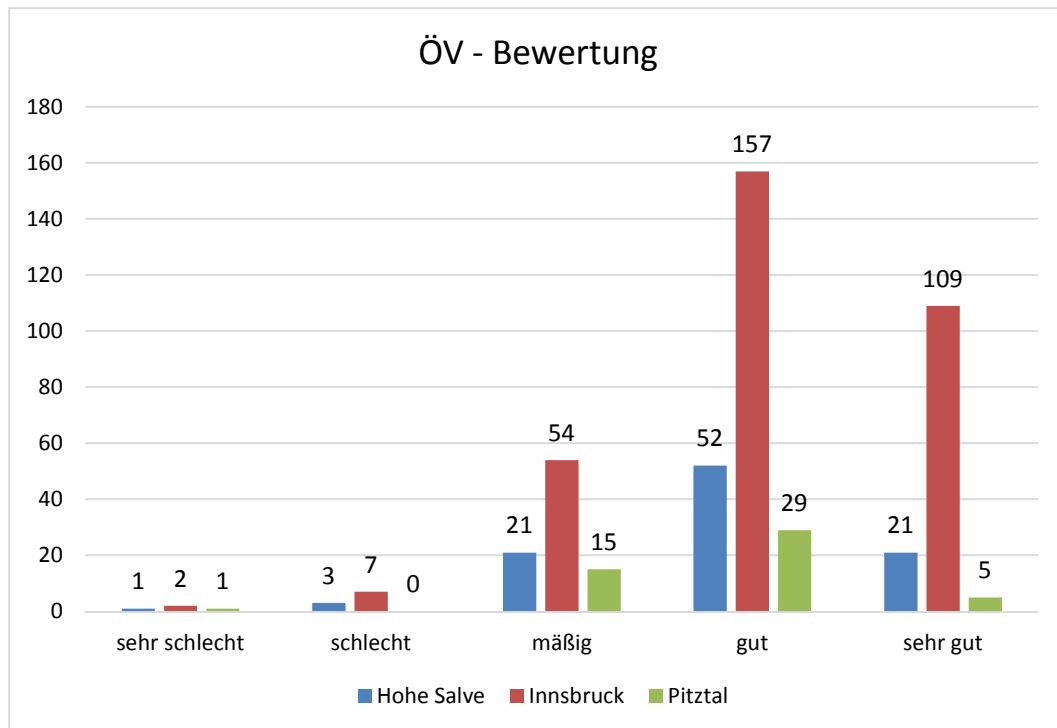


Abb. 2: Bewertung ÖV – Angebot der drei Modellregionen

Die Analyse steht auch in Einklang mit den allgemeinen Ergebnissen aus den Online-Befragungen und Fokusgruppen, dass

- die Anreise zu den Urlaubsregionen primär mit dem Auto stattfindet (Gründe Flexibilität und Komfort)
- die Gäste haben wenig Kenntnis über das ÖV-Angebot in der Region haben
- die wichtigste Informationsquelle für die Planung der Aktivitäten und der damit verbundenen Mobilität im Urlaub das Hotelpersonal ist
- die Gäste grundsätzlich bereit sind die öffentlichen Verkehrsmittel zu nutzen. Aber die Informationen müssten besser aufbereitet und zugänglich sein.

2.1.4 PBS 1 – Diskussion & Implikationen

Durch die umfangreiche Erhebung und Analyse wurde eine gute Grundlage geschaffen, um Mobilitätsangebote für die Anreise und Mobilität vor-Ort generell aber auch spezifisch in den einzelnen Orten der drei Ferienregionen zu verbessern. So sind punktuell Verbesserungen für die einzelnen Verkehrsarten möglich, z.B. Busverbindung in der Region Hohe Salve.

Im Zusammenhang mit gesundheitsorientiertem Verhalten ist dabei insbesondere auch auf die Förderung der Nutzung der sogenannten „aktiven“ mit körperlicher Bewegung

verbundenen Verkehrsarten (zu Fuß gehen, Rad bzw. eBike fahren) zu achten. Diese korrespondiert auch mit einer verstärkten Nutzung der Bahn für die Anreise, die auch das Ziel von Initiativen wie „Tirol auf Schiene“ der Tirol Werbung ist. Die erhobenen Rahmenbedingungen der Verkehrsangebote und Motive der Verkehrsmittelwahl bilden dabei eine gute Basis. So liegen beispielsweise wichtige Faktoren zur Förderung des Radfahrens neben Verbesserungen der Infrastrukturen auch in der Information und Vermarktung. Da allerdings auch die allgemeine Verkehrssituation in den Gemeinden eine bedeutende Rolle spielt, sind auch das Angebot und die Motivation der einheimischen Bevölkerung und der im Tourismus Beschäftigten wesentlich („Radfahrklima“). Auch in dieser Hinsicht bietet die anstehende Rennrad WM eine einzigartige Gelegenheit, um gezielt entsprechende Impuls zu setzen.

Verbesserungspotential liegt insbesondere auch in der Information zu Erreichbarkeit mit dem Öffentlichen Verkehr und den teilweise recht vielfältigen Mobilitätsangeboten in den Regionen. Neben einigen harten Faktoren ist dies ein wesentlicher Schlüssel für Gäste, die ohne eigenes Auto anreisen. Die Ergebnisse der Fokusgruppen und der Befragung legen nahe, dass es deutliche Informationsdefizite (z.B. zu den Leistungen der Gästekarten) und Vorurteile gibt, die diesbezüglich als Barrieren wirken.

Aktuelle Themen wie E-Mobilität und Car-Sharing sind bei den Gästen noch nicht entscheidend. Entsprechende Infrastrukturen bestehen in den Regionen bereits vereinzelt. Wegen ihrer zunehmenden Bedeutung erscheint es aber wesentlich, entsprechende Angebote frühzeitig zu entwickeln, wobei hier ein integriertes Vorgehen und eine Einbettung ins gesamte Mobilitätsangebot der Regionen bzw. des Landes unbedingt anzustreben ist.

2.2 PBS 2 – Analyse der Sport- und Bewegungsangebote in den Modellregionen

2.2.1 PBS 2 – Einleitung & Ziel

Der Projektbaustein 2 hatte das Ziel, die Sport- und Bewegungsangebote in den Modellregionen darzustellen und diese Angebote zu evaluieren bzw. zu analysieren, um in einem weiteren Schritt die Stärken und Schwächen der Regionen zu diskutieren. Bei der gesundheitsrelevanten Mobilitätsanalyse wurden die drei Tiroler Ferienregionen – Innsbruck und seine Feriendorfer, die Ferienregion Hohe Salve in den Kitzbüheler Alpen und die Ferienregion Pitztal – in Hinsicht auf ihre Sportangebote und die touristische Zugänglichkeit betrachtet.

Das vorliegende Portfolio bezieht sich auf den Sommersport, weil vor allem der Sommer in Tirol Potentiale und zugleich Gefahren für den Tourismus birgt.

In Hinblick auf die Trends der großen Sommersportarten und den geografischen Gegebenheiten in Tirol wurde der Fokus auf Fahrradfahren, Wandern, Klettern, Laufen/ Nordic Walking sowie Schwimmen gelegt. Außerdem wurde das Angebot von Gästekarten und Pauschalreisen mit sportlicher Verknüpfung im vorliegenden Portfolio berücksichtigt.

2.2.2 PBS 2 – Methodik

Im Rahmen des vorliegenden Projektes wurden als Grundlage zur Erledigung des PBS 2 die methodischen Verfahren der Dokumentenanalyse bzw. der Internetrecherche angewendet. Hierzu wurden alle ersichtlichen sport-, bewegungs- und gesundheitsrelevanten Angebote der drei Partnerregionen (Innsbruck, Hohe Salve, Pitztal) recherchiert und für jede Ferienregion einzeln dargestellt (siehe Anhang).

2.2.3 PBS 2 – Ergebnisse

Die Analyse der Sport und Bewegungsangebote in den Modellregionen zeigt gesamt betrachtet eine große Zufriedenheit mit dem sportlichen Angebot in allen Regionen. Die Ferienregionen konzentrieren sich in ihrem Angebot weitgehend auf den Outdoorsportbereich, wobei Wandern, Mountainbiken, Walken und auch Klettern im Fokus stehen. Auch das Angebot der Nutzung von zum Verleih stehenden E-Bikes wird von den Gästen gerne angenommen, solange dies allerdings mit nur einem geringen Aufwand verbunden ist. Einig sind sich die Urlaubsgäste in allen Regionen, dass die Kombination von Mountainbike- & Wanderwegen als befremdlich/gefährlich angesehen wird.

2.2.4 PBS 2 – Diskussion & Implikationen

Hinsichtlich der Rennrad WM 2018 könnte das Thema Rennrad mehr vermarktet werden, bezüglich der geographischen Eigenschaften und dem Terrain von Tirol wie auch den schon bestehenden Radsportveranstaltungen (z.B.: Ötztaler Radmarathon). Des Weiteren könnte das Angebot für Radfahrer mit Pauschalangeboten vergrößert werden um auch das touristische Interesse an der Region Tirol zu steigern, sowohl der Anbieter- als Nachfrageseite. Das Fahrradangebot für Familien sollte weiter ausgebaut werden, wie zum Beispiel Downhillstrecken für die ganze Familie – siehe Serfaus-Fiss-Ladis.

Speziell die Lauf- und Walkingwege in und um Innsbruck „Run&Walk Innsbruck“ erfreuen sich jetzt schon sehr großer Beliebtheit, allerdings könnten diese auch für den Tourismus mit entsprechenden Angeboten und Reisepauschalen beworben werden.

Generell ist das Angebot der Regionen sehr vielfältig, wobei nur im Pitztal eine sehr deutliche Positionierung im Trailrunning erkennbar ist und die Recherche über die Ferienregion Hohe Salve eine Ausrichtung auf Wandern und Mountainbiken (vor allem E-biking) zeigt.

Detailergebnisse können im Anhang der Langversion eingesehen werden.

2.3 PBS 3 – Analyse der gesundheitsrelevanten Mobilität

2.3.1 PBS 3 – Einleitung

In diesem Projektbaustein wurden Fokusgruppen-Workshops mit Urlaubsgästen in allen drei Untersuchungsregionen durchgeführt. Ziel dieser Workshops war, das Mobilitätsverhalten der Gäste am Urlaubsort und zu Hause, sowie Bewegungs- und Gesundheitsaspekte abzufragen. Diese qualitative Vorgehensweise diente dem besseren Verständnis der Gästebedarfs und ihres Verhaltens, um eine Ausgangsbasis für die darauffolgende quantitative Befragung zu erhalten.

2.3.2 PBS 3 – Methodik

Die Workshops fanden in fünf Hotels statt (2x Hohe Salve, 2x Innsbruck, 1x Pitztal), welche vom jeweiligen Tourismusverband empfohlen wurden. Die Workshop-TeilnehmerInnen wurden von der Geschäftsleitung des Hotels ausgewählt und angesprochen. Vorgabe war, dass die Gäste bereits mindestens einmal in der Region Urlaub gemacht haben müssen.

Der Workshop fand in moderierter Form statt, mit dem Ziel, dass möglichst alle Teilnehmer zu Wort kommen. Strukturiert wurde dies mittels zweier Flipcharts zum Thema „Mobilität“, sowie „sportliche Aktivitäten“ (siehe Abb. XX). Hier wurden die Teilnehmer gebeten, mit einem Klebepunkt die auf sie zutreffenden Kategorien zu markieren. Das sich daraus ergebende Stimmungsbild der TeilnehmerInnen wurde anschließend in der Gruppe erläutert und diskutiert um tiefere Einblicke in die Themen Mobilität, Bewegung und Gesundheit zu erlangen.

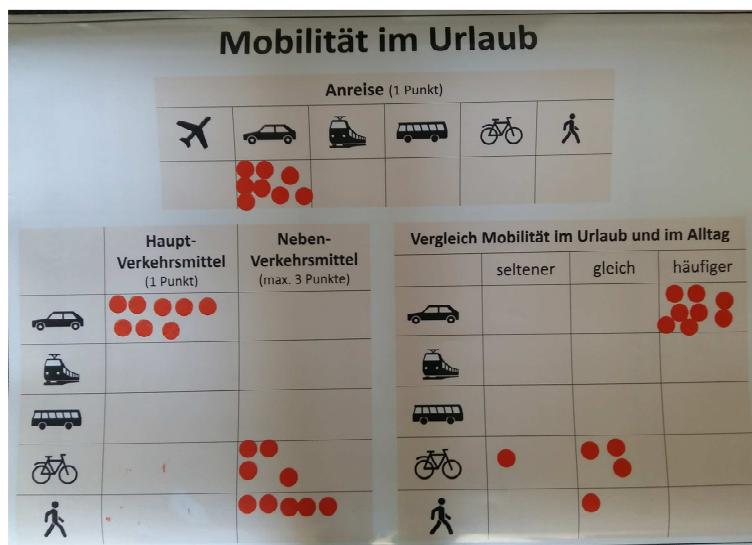


Abbildung 3: Mobilitätsverhalten der Urlaubsgäste (Beispiel)



Abbildung 4: Sportliche Aktivitäten der Urlaubsgäste (Beispiel)

2.3.3 PBS 3 – Ergebnisse

In allen Workshops kam klar zum Ausdruck, dass das Auto (wie erwartet) das primäre Fortbewegungsmittel ist. Die Gründe hierfür bei der Anreise sind eine empfundene größere Flexibilität und Komfort (vor allem in Bezug auf das Gepäck). Auch das schlechte Image der Bahn wurde häufig als Hauptgrund genannt. Bei der Mobilität im Urlaubsort wurde deutlich, dass kaum Wissen über öffentliche Verkehrsmittel vor Ort bestand. Viele Urlauber sind mit dem Auto angereist, ohne sich vorher über öffentliche Verkehrsmittel in der Region informiert zu haben. Vor Ort wird dann meist die Hotelrezeption angesteuert, um diesbezügliche Informationen zu erhalten. Meist wird jedoch auf das eigene Auto zurückgegriffen.

Die Bereitschaft öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen ist grundsätzlich bei vielen vorhanden, v.a. wenn dadurch ein Vorteil entsteht, z.B. die Möglichkeit einer Rundwanderung, kein Stress durch Autofahren, Einsparen von Parktickets, etc. Als große Barriere zur Nutzung wurde jedoch die mangelhafte Aufbereitung und Verfügbarkeit von Informationen genannt. Beim sportlichen Angebot herrschte große Zufriedenheit in allen Regionen. Wenn die Nutzung/der Verleih von E-Bikes leicht und ohne Aufwand möglich ist (d.h. direkt im Hotel), wird dies gern in Anspruch genommen. Die Hemmschwelle im Urlaub neue Sportarten auszuprobieren scheint geringer zu sein als im Alltag, jedoch wird im Urlaub generell nicht mehr Sport getrieben als im Alltag. Es unterscheiden sich naturgemäß jedoch die Art der sportlichen Aktivitäten zwischen Alltag und Urlaub.

Die kombinierte Nutzung von Wegen als Wander- und Mountainbikewege wurde als befremdlich bis gefährlich wahrgenommen. Hierzu ist anzumerken, dass der Großteil der

Workshop-TeilnehmerInnen Wanderer waren, bzw. mit Leih E-Bikes auf Fahrradwegen und der Straße unterwegs waren.

Darauf angesprochen, ob der Urlaub genutzt wird, um eine Verhaltensänderung zu starten, z.B. in Bezug auf Ernährung und/oder Gesundheit (Stichwort Bewegung), wurde diese vermeintliche Katalysatorwirkung des Urlaubs kategorisch verneint. Es herrscht die Einstellung vor sich im Urlaub erst recht was zu gönnen, vor allem in Bezug auf das Essen.

2.3.4 PBS 3 – Diskussion & Implikationen

In den Workshops wurde deutlich, dass Gewohnheiten nur schwer aufgegeben werden. Das beginnt schon bei der Urlaubsplanung. Das traditionell schlechte Image der Bahn bei vielen TeilnehmerInnen scheint nicht von persönlicher Erfahrung gespeist zu sein, da die meisten keine Bahnnutzer sind. Allenfalls röhren die Erfahrungen aus früheren Zeiten her, oder vom Pendeln, was vermutlich nur schwer mit der Anreise per Bahn in einen Urlaubsort zu vergleichen ist. Es ist durchaus zu vermuten, dass das Bahnhimage zum Teil nur ein vorgeschobener Grund für die Bequemlichkeit ist. Es ist zu mühsam, die Informationen für die öffentliche Anreise zu beschaffen, ebenso was die Mobilität im Urlaubsort betrifft, außerdem besteht Unsicherheit bezüglich Pünktlichkeit, Komfort, Flexibilität und Praktikabilität (Gepäck). Zum Teil könnte dieser Barriere mit leichter zugänglichen und besser aufbereiteten Informationen zum öffentlichen Verkehr begegnet werden, es ist jedoch anzunehmen, dass ein guter Teil der Gäste weiterhin ihren Gewohnheiten folgt.

Bezüglich sportlicher Aktivitäten zeigt sich, dass auch hier die leichte Zugänglichkeit von Informationen, gute Beschilderung, unkomplizierter Zugang zu E-Bikes etc. von großer Bedeutung ist. Erstaunlich viele Gäste informieren sich nicht vor der Abreise über mögliche Aktivitäten, sondern erfragen dies vor Ort an der Rezeption. Dies verdeutlicht die Bedeutung der persönlichen Betreuung der Gäste in der Unterkunft, stellt zugleich aber eine Herausforderung für Tourismusverbände dar: Gut aufbereitete Informationen sind zwar eine wichtige Grundlage für die Sichtbarkeit von Angeboten in der Region, die größte Wirkung scheinen diese Informationen aber zu entfalten, wenn sie von den Kontaktpersonen in den Unterkünften weitergegeben werden.

Das Potenzial für Verhaltensänderungen im Urlaub scheint gering zu sein. Dies betrifft sowohl die Mobilität wie auch Bewegung und Gesundheit. Jedoch ist hierbei zu berücksichtigen, dass dies in den Fokusgruppen rein qualitativ abgefragt wurde und zudem die Teilnehmerzahl keinen repräsentativen Rückschluss auf die Gesamtheit der Gäste zulässt. Entsprechend wurden für die quantitative Befragung die Fragen so gestaltet, dass in den oben angesprochenen Themenkomplexen eine breitere Datenbasis für weiterführende Analysen generiert wird.

2.4 PBS 4 – *Interventionsgruppe „gesundheitsrelevante Mobilität“*

2.4.1 PBS 4 – *Einleitung*

Ein wichtiger Teil des Tourismus sind die verschiedenen Eindrücke, Perspektiven der Teilhaber am Tourismus, wie Gäste, Gastgeber, Ansässige, verschiedenen Unternehmer im Tourismus. Diese Bestandteile generieren zusammen den Gesamteindruck einer Ferienregion bzw. einer Urlaubsdestination. In jüngerer Vergangenheit wurde die Nutzung der mobilen Ethnographie immer wieder verwendet um die Echtzeiterhebung von Erfahrungen von Personen in unterschiedlichen Zusammenhängen zu untersuchen. Speziell die Angebote in den Ferienregionen, die Inanspruchnahme dieser Angebote und die Zufriedenheit bzw. die aktuellen Eindrücke zu diesen Angeboten stehen im Fokus des vorliegenden Projektbausteins. Ableitungen daraus resultieren in touristischen Hot Spots, Anregungen für die Weiterentwicklung des touristischen Angebotes, kurzfristige Anpassung des Angebots, Balance von Angeboten in der Region, etc.

2.4.2 PBS 4 – *Methodik*

Diese Untersuchungsmethodik stellt ein Novum in der empirischen Sozialforschung dar und ist unter dem Name *ExperienceFellow* (ExperienceFellow GmbH, Innsbruck, Austria) bekannt. Dabei handelt es sich um eine Applikation für Smartphones und besteht aus vier Teilen:

- Sammeln von authentischen Echtzeitdaten zu den Eindrücken entlang der gesamten *Customer Journey* eines Gastes.
- Gäste können ihre aktuelle Stimmung, aktuellen Eindrücke in *Touchpoints* festhalten, welche von den einzelnen Personen als wichtig und mitteilungswürdig empfunden werden.
- Leichte Darstellung der gesammelten Daten basierend auf Zeit, Ort und Stimmung, erweitert durch hinzugefügte Bilder, Videos und Texte.
- Visuelle Darstellungen ermöglichen valide und reliable Daten in kurzer Zeit, basierend auf einer leicht nachvollziehbaren Methode.

Ein Vorteil der vorliegenden Methode ist die Echtzeiterhebung von Emotionen, Eindrücken, der Zufriedenheit, etc. von Personen die am Projekt teilnehmen im Gegensatz zu Post Hoc - Fragebögen, welche in den meisten bisherigen Studien verwendet wurden. Basierend darauf, erweist sich die *ExperienceFellow* Applikation als geeignetes Instrument für die vorliegende Studie. Des Weiteren können die gesammelten Daten durch GPS-Daten verschiedenen Örtlichkeiten zugeordnet werden und eröffnen so weitere Möglichkeiten zur Auswertung.

2.4.3 PBS 4 – Ergebnisse

Detailinformationen zu den jeweilig getesteten Personen können im Anhang des Dokumentes der Langversion begutachtet werden.

2.4.3.1 Ferienregion Pitztal

Die Teilnehmerin aus der Ferienregion Pitztal steht dem Angebot sehr zufrieden (1,5) gegenüber und hat ihren Urlaub auch äußerst detailliert beschrieben. Vordergründig war die Teilnehmerin mit etwaigen Aufstiegsmöglichkeiten, wie Gondel, Sessellift, etc. unterwegs, wobei auch sehr viele Bewegungsinhalte im Urlaub (z.B.: Wanderungen) ausgeführt wurden.

2.4.3.2 Ferienregion Innsbruck

Die Teilnehmerin aus der Ferienregion Innsbruck ist mit dem Angebot zufriedener (2=maximale Zufriedenheit) als die Teilnehmerin aus der Ferienregion Pitztal. Die Urlauberin aus Innsbruck erkundete den Großteil ihrer Ziele in der Ferienregion Innsbruck zu Fuß, was einen großen Einfluss auf gesundheitsrelevante Mobilitätsaspekte im Urlaub aufweist.

2.4.3.3 Ferienregion Hohe Salve

Die Teilnehmerin aus der Ferienregion Hohe Salve ist mit dem Angebot in der Region etwas weniger zufrieden (1,3) als die Teilnehmerinnen aus der Ferienregion Pitztal und der Ferienregion Innsbruck. Ähnlich, wie die Teilnehmerin aus Innsbruck bewegte sich auch die Urlauberin in der Ferienregion Hohe Salve größtenteils zu Fuß bzw. mit Hilfe von elektrischen Fortbewegungsmitteln (E-bike) fort; auch hier ist ein hohes gesundheitsrelevantes Mobilitätsverhalten zu vermuten.

2.4.4 PBS 4 – Diskussion & Implikationen

Dieser Projektbaustein war leider im Laufe der gesamten Studie derjenige, der am schwersten umsetzbar war und trotz schon bekannten Vorkenntnissen in der Verwendung und Bewerbung der Untersuchungsapplikation, letztlich den Zeitrahmen des gesamten Projektes hinauszögerte bzw. auch den geringsten Zuspruch unter den Teilnehmerinnen und Teilnehmern fand. Schlussendlich konnte pro Region eine Person gefunden werden. Möglicherweise könnten diese Umstände auch einer fehlenden Affinität zu Smartphone und neuen Untersuchungsmethoden geschuldet sein.

2.5 PBS 5 – Gästebefragung „gesundheitsrelevante Mobilität“

2.5.1 PBS 5 – Einleitung

Der vorliegende Projektbaustein beschäftigt sich mit dem Stellenwert von Mobilität im gesundheitsorientierten Tourismus. Um in einem ersten Schritt die Grundlagen und den Status Quo zu erforschen, werden die Zusammenhänge von Fortbewegungsmustern von Urlaubsgästen innerhalb einer Tourismusregion und deren gesundheitsrelevanten Aspekten untersucht. Des Weiteren besteht Interesse in der Einschätzung von Personen über alltägliche gesundheitsrelevante Mobilitätsaspekte sowie den aktuellen, im Urlaub realisierten gesundheitsrelevanten Mobilitätsaspekten, sowie eine Gegenüberstellung dieser Parameter. Der Projektbaustein verbindet so einige, für die Positionierung von Destinationen wichtige, Thematiken (Gesundheit, Wohlbefinden) mit dem wesentlichen Standortthema Mobilität. Dieser abschließende und wichtigste Projektbaustein des gesamten Projekts ist die größte Aufmerksamkeit zu schenken, zumal eine sehr breit angelegte Befragung dem Projekt zugrunde liegt.

2.5.2 PBS 5 – Methodik

Um die Erfüllung der Ziele des PBS 5 wurde eine Fragebogenerhebung, im Zeitraum von November 2016 bis Januar 2017, separat in den drei Ferienregionen (Innsbruck, Hohe Salve, Pitztal) durchgeführt. Grundsätzlich wurde für jede Region der gleiche Fragebogen verwendet, der sich allerdings in einigen regionsspezifischen Details unterschied (Ortschaften in der Region, Angebote in der Region, etc.). Der Fragebogen bestand aus fünf Teilen und zwar Fragen zu der Urlaubsmobilität (Anreise und Vorortmobilität), dem Sport- und Gesundheitsverhalten, den soziodemographischen Parametern und zu etwaigen regionsspezifischen Fragen. In Absprache mit den Ferienregionen wurde der Link zur Umfrage in den Newsletter der jeweiligen Ferienregion eingepflegt und im Zuge der Marketingaktivitäten der jeweiligen Region an die Abonnenten ausgesendet. Insgesamt haben 588 Personen den Fragen ausgefüllt, wobei in der Ferienregion Hohe Salve 127 Personen (36,6% weiblich; 63,7% männlich), in der Ferienregion Innsbruck & seine Feriendorfer 402 Personen (57,4% weiblich; 42,6% männlich) und in der Ferienregion Pitztal 59 Personen (43,1% weiblich; 56,4% männlich) erreicht werden konnten.

Um Aufschluss über das Gesundheits- und Mobilitätsverhalten der Befragten zu bekommen wurden uni- und multivariate Varianzanalysen mit Messwiederholungen durchgeführt. Unterschiede bei nominalen Daten werden mittels Chi-Quadrat Test dargestellt. Alle Resultate werden als Mittelwerte (MW) \pm Standardabweichung (SD) angegeben. Das Signifikanzniveau wurde auf $p \leq 0,05$ fixiert.

2.5.3 PBS 5 – Ergebnisse

Zu Beginn fällt schon auf, dass die Studie sehr große innerregionale Unterschiede bezüglich der Anzahl der beantworteten Fragebögen aufweist. Wie schon erwähnt haben in der Ferienregion Hohe Salve 127 Personen, in Innsbruck & seinen Feriendorfern 402 Personen und in der Ferienregion Pitztal 59 Personen den Fragebogen ausgefüllt. Die Anzahl an ausgefüllten Fragebögen unterscheidet sich signifikant innerhalb der Ferienregionen. Auch die Verteilung des Geschlechts in der Beantwortung der Fragebogen weist einen höchst signifikanten Unterschied auf (Chi (2) = 18.67; p<0.001).

Das durchschnittliche Alter der Gäste in den Ferienregionen unterscheidet sich ebenfalls signifikant ($F(2141,18) = 21.98$; $p <0,001$; Hohe Salve $54,17\pm11,71$ Jahre; Innsbruck $46,26\pm14,08$ Jahre; Pitztal $53\pm13,82$ Jahre), wobei der Tamhane Post Hoc-Test höchst signifikante Unterschiede zwischen der Ferienregion Hohe Salve und Innsbruck ($p<0,01$), sowie Innsbruck und der Ferienregion Pitztal ($p<0,01$) zeigt. Die Urlaubshäufigkeit in der jeweiligen Ferienregion unterscheidet sich ebenfalls höchst signifikant ($F(2240,23) = 11,99$; $p<0,01$). In der Ferienregion Hohe Salve waren die befragten Gäste schon $6,75\pm11,45$ mal, in der Ferienregion Innsbruck & seine Feriendorfer $5,02\pm12,08$ mal und in der Ferienregion Pitztal $2,16\pm3,61$ mal. Die Pos Hoc – Test zeigt zudem, dass sich die Ferienregionen Hohe Salve und Pitztal ($p<0,01$) sowie Innsbruck und Pitztal ($p<0,01$) höchst signifikant unterscheiden.

Bezugnehmend auf die Aufenthaltsdauer zeigen sich ebenfalls signifikante Unterschiede ($F(2,565) = 3.95$; $p = 0.02$), so verbringen die Gäste in der Ferienregion Hohe Salve im Schnitt $6,64\pm7.91$ Tage, in Innsbruck $4,94\pm5,37$ Tage und im Pitztal $5,05\pm3,81$, wobei der Bonferroni Post Hoc – Test nur den Unterschied ($p = 0,017$) zwischen der Region Hohe Salve und Innsbruck darstellt. Die Zufriedenheit der Urlaubsgäste mit den Hotelangeboten unterschied sich nicht signifikant zwischen den Regionen.

Dagegen unterscheiden sich die Regionen im Nutzungsverhalten von Gästekarten, wobei in der Ferienregion Hohe Salve 60% bzw. in Innsbruck und seinen Feriendorfern 71% der Befragten eine Gästekarte benutzt haben (Chi (1) = 4.94, $p = 0,026$). Die Sommertkarte wurde auch innerhalb der Regionen signifikant unterschiedlich genutzt (Hohe Salve 83%; Innsbruck 65%; Pitztal 66%; Chi (2) = 13.3, $p < 0,01$).

2.5.3.1 Sport- und gesundheitsrelevante Inhalte

Das Sportverhalten bzw. die Sportausübung, berechnet nach Godin, aller befragten Personen ist im Urlaub ($61,62\pm113,71$) signifikant höher als zu Hause ($48,7\pm132,16$; $T(350) = -3.63$, $p<0.001$). Diese signifikante Steigerung der körperlichen Aktivität kann in allen Ferienregionen beobachtet werden (eta Quadrat: 0.036, $p < 0,01$). Die Urlaubsregion jedoch

hat in diesem Fall keinen Einfluss auf das Ausmaß der körperlichen Aktivität im Urlaub. Die Urlaubsdauer zeigt keinen Zusammenhang mit dem Ausmaß der körperlichen Aktivität zu Hause oder im Urlaub, auch die innerregionale Betrachtung führt zu keinem signifikanten Ergebnis. Generell zeigt das Ausmaß der körperlichen Aktivität im Urlaub keine geschlechts-, alters-, bildungs-, und einkommensabhängigen Unterschiede, wobei auch die Urlaubsplanung keine Auswirkung hat. Die Zufriedenheit mit dem Sportangebot in den Beherbergungsbetrieben der drei Ferienregionen zeigt keine Auswirkungen auf das Ausmaß der körperlichen Aktivität im Urlaub.

2.5.3.2 Mobilitätsrelevante Inhalte

Die Hauptziele dieses Projekts waren die folgenden Aspekte der Mobilität kennenzulernen und diese mit dem Thema Gesundheit in Verbindung zu setzen:

- Zusammenhänge zwischen An- und Abreise und Vor-Ort Mobilität
- Motive hinter der Wahl von Verkehrsmitteln
- Einfluss der Gewohnheiten aus dem Alltag auf das Mobilitätsverhalten im Urlaub auch vor dem Hintergrund von Änderungen in Städten (Zielmärkten)

Nach der ersten Auswertung der Ergebnisse der Befragungen wurden detaillierte Hypothesen formuliert und statistisch analysiert.

Hauptgründe für die Anreise mit Pkw sind Mobilität vor Ort (Innsbruck: 26%, Hohe Salve: 25%, Pitztal: 21%), Flexibilität (Innsbruck: 15%, Hohe Salve: 13%, Pitztal: 17%), Transport des Gepäcks (Innsbruck: 12%, Hohe Salve: 16%, Pitztal: 12%), Komfort (Innsbruck: 12%, Hohe Salve: 12%, Pitztal: 9%) und Zeit (Innsbruck: 12%, Hohe Salve: 12%, Pitztal: 12%). Es gibt keine Unterschiede zwischen den Regionen. Bemerkenswert ist, dass die Verkehrsprobleme bei der Anreise/Abreise keinen Einfluss auf die Wahl des Verkehrsmittels bei dem nächsten Urlaub haben. Die Wahl des Verkehrsmittels für die Anreise determiniert das Mobilitätsverhalten vor Ort. Der Zusammenhang ist sehr signifikant ($p<0,001$). Die Gäste, die mit der Bahn anreisen, benutzen in erster Linie den öffentlichen Verkehr vor Ort. Wer mit dem PKW anreist nutzt diesen auch vor Ort. Der Zusammenhang ist sehr signifikant ($p<0,001$). Motive für die Nutzung des eigenen PKW vor Ort sind vor allem Flexibilität (Innsbruck: 33%, Hohe Salve: 36%) und Komfort (Innsbruck: 14%, Hohe Salve: 17%). Man sieht keine signifikanten Unterschiede zwischen den Regionen.

Die Zufriedenheit mit dem ÖV-Angebot unterscheidet sich signifikant zwischen den Regionen (Chi-Quadrat: 18,64; $p=0,017$). In Innsbruck wurde das ÖV-Angebot von 16% der Befragten als mäßig bewertet, von 48% als gut und 33% als sehr gut. Die Gäste in Hohe Salve haben das Angebot mit 21% als mäßig, 53% als gut und 21% als sehr gut bewertet. Im Pitztal wurde der ÖV in 30% als mäßig, in 58% als gut und 10% als sehr gut bewertet.

Die Information vor der Reise über die Anreise und Mobilitätsangebot vor Ort unterscheidet sich signifikant, je nachdem mit welchem Verkehrsmittel man anreist (Chi-Quadrat: 21,2; $p<0,02$. Chi-Quadrat: 32,2; $p<0,001$)). Wobei man diesen Zusammenhang am Urlaubsort nur für die Information über das Mobilitätsangebot vor Ort beobachten kann (Chi-Quadrat: 54; $p<0,03$). Bei Anreise mit dem eigenen PKW erfolgt Info stärker am Urlaubsort als bei Anreise mit ÖV. Bei Anreise mit Bahn informiert man sich vor allem vor der Reise.

Mögliche Anreize für die Pkw-Gäste, um zu der Bahn zu wechseln, wären kostenlose ÖV-Benutzung (32% stimmt eher zu, 50% stimmt voll und ganz zu), schnellere Anreise mit der Bahn (31% stimmt eher zu, 38% stimmt voll und ganz zu), Shuttle-Service (36% stimmt eher zu, 38% stimmt voll und ganz zu) und kostengünstige Pauschalangebote (35% stimmt eher zu, 40% stimmt voll und ganz zu). Car-Sharing-Angebot vor Ort spielt (noch) keine Rolle für die Gäste, wenn sie über Verkehrsmittel für den Urlaub entscheiden.

Mobilitätsverhalten im Alltag und Urlaub sind ähnlich und man kann einen niedrigen Einfluss der Mobilität im Urlaub auf Verkehrsgewohnheiten im Alltag beobachten. In Innsbruck geben nur 6% der Befragten an, dass sich Ihre Alltagsmobilität nach dem Urlaub geändert hat. Es sind 4% im Pitztal und 9% in der Hohen Salve. Die Benutzung von Car-Sharing im Alltag hat keinen Einfluss auf die Wahrnehmung des Car-Sharing-Angebots als ein Anreiz, um ein umweltbewusstes Verkehrsmittel für die Urlaubsreise zu wählen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass bisher nur ein geringer Anteil Car-Sharing im Alltag benutzt und dass auch unterschiedliche Nutzungsmuster bestehen.

2.5.4 PBS 5 – Diskussion & Implikationen

Die Zufriedenheit der Angebote scheint nicht mit der Häufigkeit der Sportausübung zusammenzuhängen. Generell ist die Sporthäufigkeit im Urlaub ($61,62 \pm 113,71$) sowie auch die Zufriedenheit mit den Angeboten überall sehr hoch (>4). Dies könnte eine Erklärung für den fehlenden statistischen Zusammenhang zwischen der Zufriedenheit und der Nutzung (der sportlichen Aktivität selbst) sein. Darüber hinaus könnte auch angenommen werden, dass die Gäste ihre gewonnenen freie Zeit mit Sportaktivitäten füllen, für die sie zu Hause keine Zeit haben, egal ob das Angebot für sie zufriedenstellend ist oder nicht. Die nicht vorhandenen regionalen Unterschiede könnten auch darauf schließen lassen, dass diese Regionen gezielt zur sportlichen Aktivität im Urlaub ausgesucht wurden, da man vor vornehmerein über das gute sportliche Angebot Bescheid weiß. Dies würde auch die generell in allen Regionen sehr hohe Zufriedenheit erklären.

Interessant ist es, dass die Ergebnisse nicht denen der Eurobarometerstudie (2014) zum Sportverhalten übereinstimmen und es keinerlei soziodemographische Unterschiede im sportlichen Verhalten gibt. Dieses Ergebnis lässt die Vermutung zu, dass die befragten Gäste einer sehr spezifischen, sportaffinen Population angehören und nicht mit der

Allgemeinbevölkerung vergleichbar sind, beziehungsweise auf diese nicht geschlossen werden kann.

Interessant scheint auch, dass es keine regionalen Unterschiede gibt. Es war anzunehmen, dass die Stadturlauber weniger sportaffin sind als die Gäste in den anderen Regionen. Hier könnte vielleicht das Image von Innsbruck als Sportstadt auch wiederum eher die sportaffinen Gäste angezogen haben.

3 Ausblick

Generell lässt sich sagen, dass die sportliche Aktivität im Urlaub signifikant höher ist als jene zu Hause – unabhängig von der befragten Region. Die Zufriedenheit der Gäste mit den Angeboten ist durchwegs hoch und hängt nicht mit der Ausübung der Aktivität zusammen. Es wäre interessant durch eine Post-hoc Befragung zu analysieren, ob der aktive Urlaub zu einer Steigerung des sportlichen Verhaltens zu Hause im Alltag führt und wenn ja, wie lange diese anhält.

4 Welche finanziellen Aufwände wurden bisher im Projekt „Destinationsmanagement – der Stellenwert von Mobilität im gesundheitsorientierten Tourismus“ aufgewendet?

Die aktuellen Aufwendungen (bis 30.06.2017 bzw. bis 31.12.- die Zahlungen der TVB's sind noch ausständig) werden in der folgenden Tabelle aufgelistet:

Ausgabeart	Stunden	Status	
		bis 30.06	01.07-31.12
Personal			
PhD Student Schlemmer (50%)	590	12.874	11.029 1.845
PhD Student Posch (25%)	320	6.983	8.219 - 1.236
PhD Student Bursa (25%)	320	6.983	6.528 455
SUMME (Kosten in €)		26.840	25.776 1.064
Sonstiges			
Softwarelizenz Experience Fellow		3.390	3.390
weitere Lizenzen, Softwaretools		1.000	
Fahrspesen (1000km)		420	652 500
Konferenzteilnahmen		1.000	1.000
Werkverträge		1.500	1.100 3.350
Incentives (Fokusgruppen, Gewinnspiel)		1.000	168
SUMME (Kosten in €)		8.310	1.920 8.240
Reserve (ca. 5% der Gesamtausgaben)		1.850	
<hr/>			
Zwischensumme Projekt		37.000	27.696 9.304
Gesamtkosten Projekt		37.000	37.000 37.000
Einnahmen Tourismusverbände		12.000	6.000 6.000
Finanzierung TFZ		25.000	25.000