GRENZRAUM ENTDECKEN
OBJEVOVÁNÍ PŘÍHRANIČÍ

Auswertung der Umfrage:

Grenzenlose Freizeit – Waidler & Touristen gefragt

Wie erleben Touristen die Freizeitmöglichkeiten in der Grenzregion?

Umfrage unter Touristen – 50 Befragte

Hinweise zu den Daten

Bei Fragen mit Mehrfachauswahl wurde der Prozentanteil auf Basis der Befragten berechnet, die die jeweilige Frage beantwortet haben; deshalb kann die Summe über 100 % liegen.

1. Woher kommen die Touristen?

· Tschechische Republik – 31 Personen (62 %)

· Deutschland – 16 Personen (32 %)

· Andere Länder – 3 Personen (6 %)

2. Altersstruktur

· 30–49 Jahre – 17 Personen (34 %)

· 50–64 Jahre – 17 Personen (34 %)

· 65+ Jahre – 8 Personen (16 %)

· 18–29 Jahre – 4 Personen (8 %)

· unter 18 Jahre – 4 Personen (8 %)

➞ Die größten Gruppen sind die 30–49-Jährigen und die 50–64-Jährigen, jeweils mit 34 %. Insgesamt sind 68 % der Touristen zwischen 30 und 64 Jahre alt.

3. Mit wem reisen die Touristen?

· Familie mit Kindern – 15 Personen (30 %)

· Mit Partner/in – 14 Personen (28 %)

· Allein – 11 Personen (22 %)

· Freunde – 10 Personen (20 %)

Interreg
Bayern – Česko
Kofinanziert von der Europäischen Union
Spolufinancováno Evropskou unií

4. Aufenthaltsdauer

· Tagesausflug – 20 Personen (40 %)

· Länger wie 5 Übernachtungen – 15 Personen (30 %)

· 3–5 Übernachtungen – 9 Personen (18 %)

· 1–2 Übernachtungen – 6 Personen (12 %)

➞ Den größten Anteil bilden Tagesausflüge. Gleichzeitig geben 60 % der Befragten einen Aufenthalt von mehr als einem Tag bzw. einen mehrtägigen Aufenthalt an.

5. Ist der Besuch der Region für die Touristen der erste?

· Nein – 43 Personen (86 %)

· Ja – 7 Personen (14 %)

➞ Die deutliche Mehrheit der Touristen war bereits früher in der Region. Der Anteil von 86 % wiederkehrenden Besuchern weist auf eine hohe Vertrautheit mit der Region hin.

6. Welche Aspekte sind bei der Wahl der Region besonders wichtig?

· Geschichte, Kultur und Sehenswürdigkeiten – 31 Personen (62 %)

· Natur und Ruhe – 26 Personen (52 %)

· Sportliche Aktivitäten: Laufen / Wandern / Radfahren – 23 Personen (46 %)

· Gastronomie und regionale Produkte – 15 Personen (30 %)

· Grenznähe / grenzüberschreitende Erlebnisse – 13 Personen (26 %)

· Veranstaltungen und Festivals – 12 Personen (24 %)

➞ Für die Touristen sind vor allem kulturelle und historische Werte sowie Natur und Ruhe wichtig. Eine ebenfalls große Rolle spielen aktive Freizeitmöglichkeiten.

7. Wo nehmen die Touristen die Sprachbarriere am stärksten wahr?

· Infotafeln und Museumsausstellungen – 20 Personen (41 % von 49 Antworten)

· Nirgendwo – 13 Personen (27 %)

· Webseiten – 11 Personen (22 %)

· Wander-/Radbeschilderung – 10 Personen (20 %)

· Gedruckte Materialien (Flyer, Broschüren) – 8 Personen (16 %)

Interreg
Bayern – Česko
Kofinanziert von der Europäischen Union
Spolufinancováno Evropskou unií

· Kulturelle Veranstaltungen – 5 Personen (10 %)

· Restaurants – 4 Personen (8 %)

· Beherbergung / Unterkünfte – 3 Personen (6 %)

➞ Am häufigsten wird die Sprachbarriere bei Informationstafeln und Museumsausstellungen wahrgenommen. Gleichzeitig gab rund ein Viertel der Befragten an, keine Sprachbarriere zu erleben. Dies kann aber daran liegen das Touristen in der Grenzregion befragt wurden also ggf. Tschechen in Tschechien, welche gar nicht auf der bayerischen Seite unterwegs waren.

8. Hindert die Sprachbarriere an einer stärkeren Nutzung des Angebots auf der anderen Seite der Grenze?

· Teilweise – 20 Personen (40 %)

· Nur geringfügig – 15 Personen (30 %)

· Nein – 10 Personen (20 %)

· Ja, deutlich – 5 Personen (10 %)

➞ Für 40 % stellt die Sprachbarriere teilweise und für weitere 10 % deutlich ein Hindernis dar. Insgesamt nimmt damit die Hälfte der Befragten zumindest eine gewisse Einschränkung wahr.

9. Wie sind die Touristen auf den Besuchsort aufmerksam geworden?

· Empfehlungen von Bekannten – 23 Personen (46 %)

· Frühere Erfahrung – 17 Personen (34 %)

· Internetsuche / Tourismusportale – 13 Personen (26 %)

· Soziale Medien – 12 Personen (24 %)

· Gedruckte Reiseführer und Werbematerialien – 7 Personen (14 %)

· Nähe zum Wohnort – 7 Personen (14 %)

· Künstliche Intelligenz (ChatGPT, Gemini usw.) – 5 Personen (10 %)

➞ Die wichtigste Rolle spielen persönliche Empfehlungen und frühere Erfahrungen. Eine wichtige Informationsquelle sind außerdem das Internet und soziale Medien.

10. Welche Informationsquellen über Aktivitäten in der (Grenz-) Region bevorzugen die Touristen?

· Webseiten und mobile Apps – 31 Personen (62 %)

· Empfehlungen – 26 Personen (52 %)

· Soziale Medien – 21 Personen (42 %)

· Touristische Informationszentren vor Ort – 11 Personen (22 %)

· Gedruckte Reiseführer und Werbematerialien – 11 Personen (22 %)

· Interaktive Karten – 10 Personen (20 %)

· Künstliche Intelligenz (ChatGPT, Gemini usw.) – 8 Personen (16 %)

· WhatsApp-Kanal – 2 Personen (4 %)

➞ Touristen bevorzugen vor allem digitale Informationsquellen – Webseiten und mobile Apps. Gleichzeitig bleiben persönliche Empfehlungen und soziale Medien sehr wichtig.

11. Wurden die Touristen während der Vorbereitung oder des Aufenthalts auf Angebote im Nachbarland aufmerksam gemacht?

Die Antworten zeigen, dass die Hinweise auf Angebote im Nachbarland über verschiedene Informationskanäle erfolgten.

· Soziale Medien – 23 Personen (47 %)

· Touristische Webseiten von Gemeinden, Verbänden und Regionen – 11 Personen (22 %)

· Touristische Informationszentren vor Ort – 10 Personen (20 %)

· Künstliche Intelligenz – 8 Personen (16 %)

· Unterkunft / Gastgeber – 6 Personen (12 %)

· Reiseführer / Werbematerialien – 6 Personen (12 %)

➞ Soziale Medien sind in dieser Stichprobe der stärkste Kanal, über den Touristen auf Angebote im Nachbarland aufmerksam werden.

12. Was würde den Touristen helfen, das Angebot auf der anderen Seite der Grenze besser kennenzulernen?

· Konkrete Ausflugstipps und Routen in meiner Sprache – 22 Personen (45 % von 49 Antworten)

· Mehrsprachige Infotafeln und Beschilderung – 13 Personen (27 %)

· Vorteilhaftes Kombiticket / gemeinsame Angebote – 13 Personen (27 %)

· Interaktive Karte der Grenzregion mit Ausflugszielen – 12 Personen (24 %)

· Bessere öffentliche Verkehrsverbindungen / häufigere Verbindungen – 12 Personen (24 %)

· Mobile Apps mit Informationen, Übersetzungen und Navigation – 11 Personen (22 %)

· Grenzüberschreitende Events / Festivals / gemeinsame Programme – 9 Personen (18 %)

· Führungen oder organisierte Ausflüge mit Übersetzung – 5 Personen (10 %)

· Sonstiges – 1 Person (2 %)

➞ Die größte konkrete Nachfrage besteht nach Ausflugstipps und Routen in der Sprache der Besucher. Wichtig sind außerdem mehrsprachige Informationen, gemeinsame Angebote und interaktive Karten.

13. Was hat die Touristen während des Besuchs besonders angesprochen oder was hat ihnen gefehlt?

Eine offene Antwort gaben 16 Befragte. Positive Kommentare nennen wiederholt historische Ortskerne, Museen, schöne Landschaften, Ruhe, Natur, gut ausgeschilderte Wanderwege, den Nationalpark, vielfältige Freizeitmöglichkeiten und freundliche Menschen.

Als konkrete Verbesserungsvorschläge wurden insbesondere genannt:

· Möglichkeit zur Kartenzahlung in touristischen Restaurants und eine bessere Verfügbarkeit von Geldautomaten,

· bessere Erklärungen und Informationen auf Deutsch auf der tschechischen Seite, einschließlich Informationen zum Parken,

· weniger Unsicherheit beim Grenzübertritt,

· mehr Abfalleimer an bestimmten Orten.

➞ Insgesamt überwiegt eine positive Bewertung von Natur, Ruhe, Wegen und kulturellen Orten. Die kritischen Hinweise betreffen vor allem die praktische Verfügbarkeit von Dienstleistungen und die Zweisprachigkeit.

Kofinanziert von der Europäischen Union
Spolufinancováno Evropskou unií
Interreg
Bayern – Česko

Zusammenfassung – wichtigste Ergebnisse

✓ 86 % der Befragten haben die Region bereits früher besucht; nur 14 % waren zum ersten Mal hier.

✓ Am häufigsten reisen Familien mit Kindern (30 %) und Paare (28 %).

✓ 40 % der Besuche sind Tagesausflüge.

✓ Bei der Wahl der Region sind Geschichte, Kultur und Sehenswürdigkeiten (62 %), Natur und Ruhe (52 %) sowie sportliche Aktivitäten (46 %) besonders wichtig.

✓ Für 50 % der Befragten stellt die Sprachbarriere zumindest eine gewisse Einschränkung dar.

✓ Am häufigsten wird das Sprachproblem bei Informationstafeln und Museumsausstellungen wahrgenommen (41 % von 49 Antworten).

✓ Touristen erhielten Informationen am häufigsten über Empfehlungen von Bekannten (46 %) und aufgrund früherer Erfahrungen (34 %).

✓ Als bevorzugte Informationsquelle stehen Webseiten und mobile Apps (62 %) an erster Stelle, gefolgt von Empfehlungen (52 %) und sozialen Medien (42 %).

✓ Das am häufigsten gewünschte Instrument, um die andere Seite der Grenze besser kennenzulernen, sind konkrete Ausflugstipps und Routen in der Sprache des Besuchers (45 %).

➞ Die Daten zeigen, dass Touristen die Region vor allem als Gebiet mit einem bedeutenden kulturell-historischen und natürlichen Angebot wahrnehmen. Für die Weiterentwicklung des grenzüberschreitenden Angebots werden insbesondere hochwertige mehrsprachige Informationen, konkrete Ausflugstipps, eine bessere Vernetzung der Angebote beider Seiten der Grenze und praktische Dienstleistungen genannt.

Kofinanziert von der Europäischen Union
Spolufinancováno Evropskou unií
Interreg
Bayern – Česko