Studienort Wilhelmshaven

Fachbereich Wirtschaft

Studiengang Tourismuswirtschaft

# Bachelorarbeit

## Fahrradtourismus als gesundheitstouristisches Produkt in der Gemeinde Krummhörn

*Vorgelegt von:*

Hendrik Heidemann

Brock 10

48720 Rosendahl

Tel.: 0173 7284854

E-Mail: hendrik-heidemann@t-online.de

Matrikelnummer: 6004458

8. Fachsemester

*Vorgelegt bei:*

Prof. Dr. Enno Schmoll

Prof. Dr. Ines Behn-Künzel

Wilhelmshaven, den 22.08.2016

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis ..... IV

Abkürzungsverzeichnis ..... VI

1 Problemstellung und Zielsetzung ..... 1

2 Die Region Krummhörn-Greetsiel als Untersuchungsgegenstand der Arbeit ..... 3

2.1 Darstellung des Untersuchungsgebietes ..... 3

2.2 Touristische Angebots- und Nachfrageaspekte ..... 4

2.3 Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel ..... 6

2.3.1 Organisatorischer Aufbau und Abgrenzung ..... 6

2.3.2 Leitbildprozess ..... 7

2.3.3 Weitere touristische Zielsetzungen ..... 12

2.4 Krummhörner Kirchturm-Tour ..... 14

3 Theoretischer Bezugsrahmen ..... 15

3.1 Gesundheitstourismus ..... 15

3.1.1 Begriffliche Definition und Abgrenzung ..... 15

3.1.2 Systematik/Segmentierung des Gesundheitstourismus ..... 16

3.1.3 Gesundheitstouristische Nachfrage ..... 19

3.2 Fahrradtourismus ..... 21

3.2.1 Begriffliche Definition und Abgrenzung ..... 21

3.2.2 Fahrradtouristisches Nachfrage ..... 22

3.2.3 Wirtschaftliche Bedeutung/Ausgaben ..... 25

3.2.4 Elektro-Fahrräder im Tourismus ..... 27

3.2.5 Gesundheitlicher Nutzen ..... 28

3.3 Eingliederung des Radtourismus in den Gesundheitstourismus ..... 31

4 Empirische Untersuchung ..... 32

4.1 Problemdefinition und Untersuchungsziel ..... 33
4.2 Methodisches Vorgehen ..... 34
4.2.1 Untersuchungsdesign ..... 35
4.2.2 Fragebogenentwicklung ..... 37
4.3 Ergebnisdarstellung ..... 38
4.3.1 Darstellung der Untersuchungsergebnisse ..... 38
4.3.2 Kritische Würdigung der Untersuchungsergebnisse ..... 52
5 Möglichkeiten der Produktkonzeption für den Fahrrad- und Gesundheitstourismus in der Gemeinde Krummhörn ..... 53
5.1 Angebotsgestaltung im Fahrradtourismus ..... 53
5.2 Spiritueller Tourismus auf der Kirchturmtour ..... 55
5.3 Best Practice Beispiel AktivZeit Winterberg ..... 58
6 Abschließende Betrachtung ..... 62
Quellenverzeichnis ..... VII
Anhang ..... XIV
Ehrenwörtliche Erklärung ..... XXVIII

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Orte der Gemeinde Krummhörn ..... 4
Abbildung 2: Übernachtungs- und Gästeankünfte 2008-2015 ..... 5
Abbildung 3: Aufbau eines touristischen Leitbildprozesses ..... 8
Abbildung 4: Fünf Komponenten einer Vision ..... 8
Abbildung 5: SWOT-Analyse der Gemeinde Krummhörn ..... 10
Abbildung 6: Projekte und Maßnahmen in der Krummhörn ..... 12
Abbildung 7: Radtourismus als Grundstein für die touristische Entwicklung in der Krummhörn ..... 13
Abbildung 8: Streckenführung Krummhörner Kirchturm-Tour ..... 14
Abbildung 9: Gliederung des gesundheitstouristischen Marktes ..... 16
Abbildung 10: Ausgewählte Segmente des Gesundheitsorientierten Tourismus ..... 18
Abbildung 11: Gästezielgruppen im Gesundheitstourismus ..... 19
Abbildung 12: Beziehung zwischen Tourismus und Radfahren ..... 22
Abbildung 13: Alter Radurlauber ..... 23
Abbildung 14: Wirtschaftliche Profiteure des Fahrradtourismus ..... 26
Abbildung 15: Untersuchungsablauf ..... 33
Abbildung 16: Forschungsfragen und Forschungshypothesen der Befragung ..... 36
Abbildung 17: Alter Befragungsteilnehmer ..... 38
Abbildung 18: Länge der zurückgelegten Radstrecke pro Tag ..... 40
Abbildung 19: E-Bike Nutzung ..... 40
Abbildung 20: Bedeutung von Gesundheit im Urlaub ..... 42
Abbildung 21: Gründe für die Fahrradnutzung im Urlaub ..... 43
Abbildung 22: Besichtigungsorte auf einer Radtour ..... 43
Abbildung 23: Gründe für das Radfahren in der Krummhörn ..... 44
Abbildung 24: Informationsquellen der Befragten ..... 45
Abbildung 25: Zeitpunkt der Informationsbeschaffung ..... 46
Abbildung 26: Bekanntheit der Kirchturmtour ..... 47
Abbildung 27: Nutzung bestimmter Ruheorte ..... 48
Abbildung 28: Bedeutung von Entschleunigung im Urlaub ..... 49
Abbildung 29: Interesse an ausgewählten Angeboten ..... 50
Abbildung 30: Anforderungen an Ruheorte ..... 51
Abbildung 31: Basisthemen AktivZeit Winterberg ..... 59

Abbildung 32: Programmablauf LaufHELDEN .....61

# Abkürzungsverzeichnis

| | |
|---|---|
| ADFC | Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V. |
| BMWi | Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie |
| DHV | Deutscher Heilbäderverband e. V. |
| DMO | Destination Management Organisation |
| ÖPNV | Öffentlicher Personennahverkehr |
| SWOT | Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats |
| WHO | World Health Organization |

# 1 Problemstellung und Zielsetzung

Der Gesundheitstourismus erlebt im deutschsprachigen Raum seit Jahren ein reges Wachstum. Daraus ergibt sich ein steigender Wettbewerb auf dem Angebotsmarkt.[1] Um vom anhaltenden Wachstum der Branche auf der einen Seite zu profitieren und sich gleichzeitig gegen Wettbewerber zu behaupten, ist ein wirtschaftliches und effizientes Management elementar. Es geht im Gesundheitstourismus nicht mehr hauptsächlich um klinische Gesundheit und Heilung in „Kur-Burgen“, sondern um eine ganzheitliche, auf geistlicher und körperlicher Ebene, Wohlbefinden und Fitness, Bewegung, Ernährung und Entspannung ausgelegte Gesundheitsprävention.[2] Diese Ziele werden über Sozial-und Reiseräume (z.B. Aktivreisen), medizinisch fundierte Methoden (z.B. Rehabilitationsreisen) und alternative Bewegungsformen (z.B. Fahrradtourismus) kommuniziert.[3] Eines der am häufigsten genannten Motive für eine Urlaubsreise ist die Erholung. Körperliche Erholung wird immer aktiver interpretiert, viel seltener wird sie als Ruhen im Liegestuhl verstanden. Die Touristikbranche sucht daher stetig nach Möglichkeiten, neue Formen der Entspannung in Ihre Angebote zu integrieren. Bewegung wie beispielweise das Radfahren macht gesund und liegt daher voll im Mega-Trend Gesundheit.[4]

Die Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel arbeitet derzeit am Ausbau des Gesundheitstourismus in der Ferienregion. In diesem Zusammenhang ist neben einer Analyse über gesundheitstouristisch relevante Angebotsstrukturen[5] bereits eine Untersuchung zum gesundheitstouristischen Potential der Gemeinde aus Kundensicht erfolgt.[6] Dabei wurde der Radtourismus als ein geeignetes Angebot zur Profilbildung im Gesundheitstourismus identifiziert. Die hohe Nachfrage, das steigende ökologische Bewusstsein der Deutschen, sowie weitere Einflüsse, wie der demografische Wandel oder hohe Benzinpreise, lassen darüber hinaus auf ein hohes Wachstumspotenzial im Bereich des Fahrradtourismus schließen.[7]

---

[1] Vgl. Fischer, T./Schulz, A., Gesundheitstourismus, 2009, S. 13.
[2] Vgl. BMWi, Innovativer Gesundheitstourismus, 2011, S. 14.
[3] Vgl. Ritter, S., Gesundheits-Gesellschaft, 2005, S. 13f.
[4] Vgl. Dreyer, A./Mühlnickel, R./Miglbauer, E., Radtourismus, 2012, S. 13.
[5] Vgl. Vagts, A., Angebotsanalyse, 2015.
[6] Vgl. Onken, J., Kundenanalyse, 2015.
[7] Vgl. BMWi, Grundlagenuntersuchung, 2009, S. 12.

Damit stellt sich die Frage, ob und wie sich der Fahrradtourismus in den Gesundheitstourismus eingliedern lässt. „Wer rastet, der rostet“ lautet eine bekannte Redewendung, doch wo genau liegt der gesundheitliche Nutzen durch Bewegung? Welche Vorteile bietet das Radfahren im Speziellen und wie lassen sich mögliche positive Effekte auch im Urlaub nutzen? Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit diesen Fragestellungen mit Bezug auf die Ferienregion Krummhörn-Greetsiel. Dazu wird der Fokus der Arbeit auf die Radroute Krummhörner Kirchturm-Tour gelegt, die damit den Forschungsgegenstand der Arbeit bildet. Ferner ergeben sich im Rahmen der Analyse weitergehende Fragestellungen, die sich im Wesentlichen auf die Vereinbarkeit von den Themen Kirche und Gesundheits- und Fahrradtourismus beziehen. Welche gesundheitstouristischen Inhalte muss ein Angebot bieten um vom Radtouristen wahrgenommen zu werden? Welche Rolle spielt die Kirche als Erholungsort in gesundheitstouristischen Produkten? Zur Beantwortung der Forschungsfragen wird eine empirische Untersuchung durchgeführt. Auf Basis der gewonnen Erkenntnisse werden so Handlungsempfehlungen und Möglichkeiten der Produktkonzeption erarbeitet, mit dem Ziel das gesundheitstouristische Profil der Region Krummhörn-Greetsiel zu stärken.

Nach der Darstellung der Problemstellung sowie der Zielsetzung der vorliegenden Arbeit, werden im zweiten Kapitel das Untersuchungsgebiet der Gemeinde Krummhörn vorgestellt sowie die touristischen Strukturen der Destination beleuchtet. Neben der Entwicklung touristisch relevanter Kennzahlen, wird die Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel als Destination Management Organisation (DMO) der Ferienregion vorgestellt. Des Weiteren werden die Rahmenbedingungen dieser Arbeit in Form der touristischen Zielsetzungen, sowie der Krummhörner Kirchturm-Tour als Untersuchungsgegenstand geklärt.

Das dritte Kapitel dient als theoretischer Bezugsrahmen für die weiteren Ausführungen dieser Arbeit. In diesem Kapitel werden die Begriffe ‚Gesundheitstourismus‘ und ‚Fahrradtourismus‘ definiert und die jeweiligen Nachfragegruppen beschrieben. Die wirtschaftliche Bedeutung und der gesundheitliche Nutzen des Fahrradtourismus werden ebenso wie die Bedeutung von Elektro-Fahrrädern im Tourismus dargestellt. Das Kapitel schließt mit der syste-

matischen Eingliederung des Fahrradtourismus in den Gesundheitstourismus ab.

Im vierten Kapitel folgt die empirische Untersuchung, die den Hauptteil dieser Arbeit darstellt. Hier werden im ersten Abschnitt das Untersuchungsproblem und -ziel festgelegt. Darauffolgend werden nach der Vorstellung des methodischen Vorgehens, die Ergebnisse der Untersuchung dargestellt.

Das fünfte Kapitel greift die Ergebnisse aus dem vorangegangenen Kapitel auf und interpretiert diese im Gesamtkontext der Arbeit. Darauffolgend werden Möglichkeiten der Produktkonzeption und ein Best-Practice Beispiel vorgestellt. Diese dienen dazu, im Anschluss Handlungsempfehlungen für die Verbindung von Fahrradtourismus mit gesundheitstouristischen Inhalten auszusprechen.

Im letzten Kapitel erfolgt eine abschließende Betrachtung über die gewonnen Erkenntnisse dieser Arbeit.

# 2 Die Region Krummhörn-Greetsiel als Untersuchungsgegenstand der Arbeit

## 2.1 Darstellung des Untersuchungsgebietes

Die Krummhörn ist eine Gemeinde im Landkreis Aurich in Niedersachsen. Dabei steht die Bezeichnung „Krummhörn“ für die Region zwischen Emden und der Leybucht im Südwesten Ostfrieslands.[8] Die 1972 gegründete Gemeinde liegt unmittelbar an der niedersächsischen Nordseeküste und besteht aus 19 Dörfern. Auf einer Gesamtfläche von etwa 160 qkm wohnen 12.600 Einwohnern.[9] Der touristische Hauptort ist das Fischerdorf Greetsiel im Süden der Gemeinde. Wie an einer Schnur aufgereiht liegen die insgesamt 18 Warfendörfer der Gemeinde an der Küste des Weltnaturerbes "Niedersächsisches Wattenmeer“.[10] Abb. 1 verdeutlicht diese Form graphisch. Hier ist zudem zu erken-

[8] Vgl. http://www.greetsiel-krummhoern.de, Seite „Die Krummhörn“ (ohne Stand, Abfrage 27.05.16).
[9] Vgl. http://www.krummhörn.de/die-gemeinde/zahlen-daten-fakten.php, Seite „Zahlen, Daten & Fakten“ (ohne Stand, Abfrage 28.05.16).
[10] Vgl. http://www.krummhoern.de/die-gemeinde/willkommen.php, Seite „Willkommen“ (ohne Stand, Abfrage 07.07.16).

nen, dass die Gemeinde im Süden an die ca. 50.000 Einwohner starke Stadt Emden grenzt.

*Abbildung 1: Orte der Gemeinde Krummhörn*

*Quelle: http://www.krummhoern.de/die-gemeinde/ortschaften.php, Seite „Ortschaften“ (ohne Stand, Abfrage: 07.07.16).*

Die Bezeichnung der Orte als Warfendörfer wurde gewählt, da diese Dörfer auf Erdhügeln, den sogenannten Rundwarften, zum Schutz gegen das Hochwasser, erbaut wurden.[11]

## 2.2 Touristische Angebots- und Nachfrageaspekte

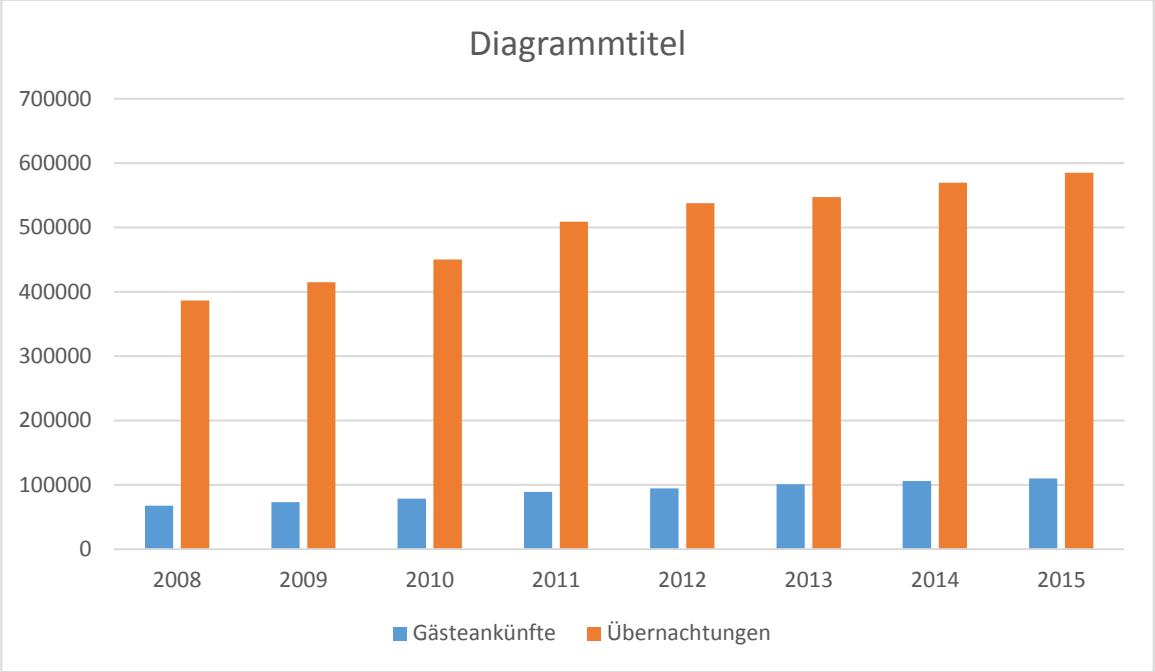
Insbesondere der Tourismus nimmt in der Gemeinde Krummhörn eine hohe wirtschaftliche Bedeutung ein. Etwa 1200 Arbeitsplätze hängen direkt und indirekt vom touristischen Einfluss ab.[12]

In den vergangenen Jahren lässt sich insbesondere eine positive Entwicklung der Übernachtungszahlen in der Krummhörn feststellen. Abbildung 2

[11] Vgl. http://www.greetsiel-krummhoern.de, Seite „Die Krummhörn“ (ohne Stand, Abfrage 27.05.16).
[12] Persönliches Gespräch mit Herrn Ludger Kalkhoff, Geschäftsführer Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel, Pewsum, am 18.04.2016.

bildet neben der Anzahl der Übernachtungen pro Jahr auch die jährlichen Gästeankünfte ab.

*Abbildung 2: Übernachtungs- und Gästeankünfte 2008-2015*




*Quelle: Eigene Erstellung nach Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel, Übernachtungen, 2015, S.1.*

Es ist zu beachten, dass erst ab dem Jahr 2008 alle Gäste-/ und Übernachtungszahlen der Gemeinde Krummhörn erfasst werden konnten. Dies hat den Hintergrund, dass die gesamte Gemeinde ab diesem Zeitpunkt kurbeitragspflichtig und somit meldescheinpflichtig geworden ist.

Ferner lässt sich eine stetige Steigerung der Übernachtungszahlen feststellen. Insgesamt konnte ein Anstieg der Übernachtungen von 386.457 im Jahr 2008 bis zu 584.860 in 2015 generiert werden. Dies entspricht einer Steigerung von ca. 51,34 %.

Auch die Gästeankünfte sind im gleichen Zeitraum deutlich gestiegen. Hier ist eine Steigerung von 61,88 % von 67.817 auf 109.783 zu verzeichnen. Da der grundsätzliche Trend zum Kurzreisetourismus auch in der Ferienregion Krummhörn-Greetsiel zu spüren ist, sinkt die Aufenthaltsdauer stetig. Aus

diesem Grund ist ein Anstieg der Gästezahlen unabdingbar, um die Übernachtungszahlen zu halten und nach Möglichkeit weiter zu steigern.[13]

Viele der touristischen Attraktionspunkte der Gemeinde finden sich rund um das Fischerdorf Greetsiel. Hier befindet sich beispielsweise der 600 Jahre alte Hafen, an dem die mit 25 Krabbenkuttern größte Kutterflotte Osfrieslands anlegt. Neben den Zwillingsmühlen am Ortseingang Greetsiels, liegt auch der Pilsumer Leuchtturm ganz in der Nähe am Deich. Dieser wurde durch den deutschen Komiker Otto Waalkes berühmt und findet sich auch im Logo der Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel wieder. Der mit 65 m höchste Leuchtturm Deutschlands, liegt im südwestlichen Teil Krummhörns, im Dorf Campen.[14]

## 2.3 Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel

### 2.3.1 Organisatorischer Aufbau und Abgrenzung

Die Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der Gemeinde Krummhörn. Im Oktober 2015 hat die Destinationsmanagementorganisation (DMO) neue Büroräume in Pewsum im selben Gebäude mit der Gemeinde Krummhörn bezogen. Die Touristeninformation in Greetsiel bleibt weiterhin bestehen. Der Schwerpunkt der Mitarbeiter am Standort Pewsum liegt darin, Urlaubsgäste in die Gemeide Krummhörn zu locken. Währenddessen fokussieren sich in Greetsiel die Aufgaben darauf, die Bedürfnisse der Gäste vor Ort zu befriedigen. Des Weiteren gehören das Schwimmbad Oase in Greetsiel, das Lükko-Leuchtturm-Kinderhaus, der Campener Leuchtturm sowie der Outdoor-Fitness-Parcours und Nordic-Walking-Parkzur GmbH. Insgesamt sind so rund 40 Mitarbeiter in Voll- und Teilzeit bei der Touristik GmbH angestellt. Nach außen tritt die DMO durch ihren eigenen Internetaufritt unter www.greetsiel.de und weitere soziale Medien in Erscheinung.[15]

---

[13] Vgl. Schmoll, E., Leitbildprozess, 2016, S. 3.
[14] Vgl. Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel, Gastgeberverzeichnis, 2016, S. 7 - 13.
[15] Persönliches Gespräch mit Herrn Ludger Kalkhoff, Geschäftsführer Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel, Pewsum, am 18.04.2016.

### 2.3.2 Leitbildprozess

„Ein kraftvolles Leitbild bietet Orientierung, indem es weit genug von der Gegenwart entfernt ist, um Ambitionen und Zukunft auszudrücken, andererseits noch nah genug an der gegenwärtigen Wirklichkeit bleibt, um realistisch zu sein. Es erfüllt damit zugleich eine perspektivische („Wo wollen wir hin?“) als auch instrumentelle Funktion („Wie kommen wir dort hin?“).“[16]

In 2014 wurde Herr Prof. Dr. Schmoll vom Aufsichtsrat der Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel beauftragt ein touristisches Leitbild für die Gemeinde Krummhörn zu erarbeiten.[17]

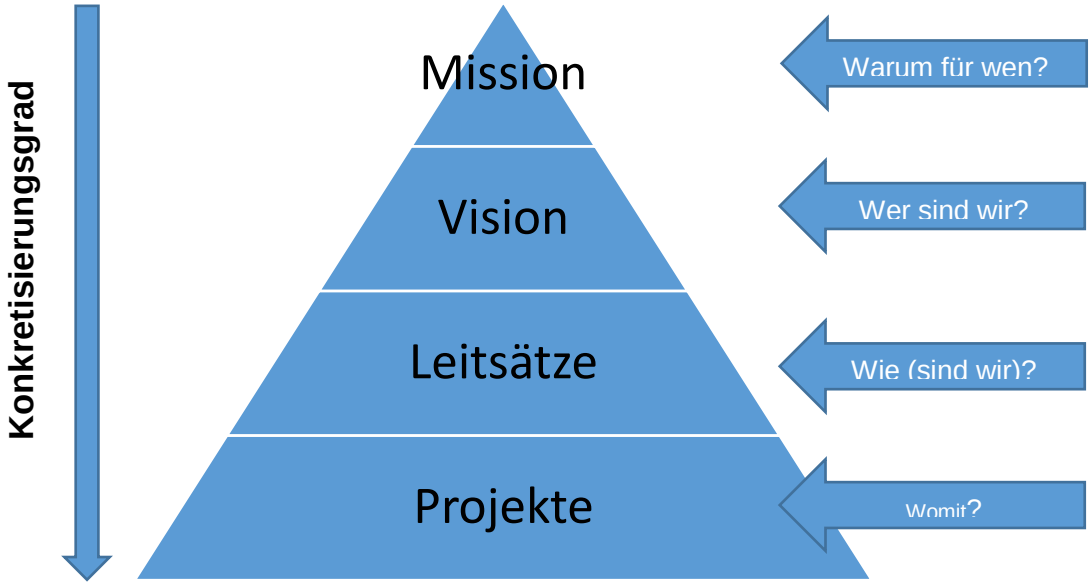
In der Literatur lässt sich bislang keine einheitliche Definitionen eines Leitbildes finden. Häufig werden Leitbilder begrifflich als „institutionelles Leitbild“ bezeichnet. Organisationsleitbilder lassen sich wie folgt definieren: „Das Leitbild einer Organisation formuliert kurz und prägnant den Auftrag (Mission), die strategischen Ziele (Vision) und die wesentlichen Orientierungen für Art und Weise ihrer Umsetzung (Werte). Es soll damit allen Organisationsmitgliedern eine einheitliche Orientierung geben und die Identifikation mit der Organisation unterstützen.“[18] Als Organisation ist in diesem Fall die Gemeinde Krummhörn zu verstehen. Zu Beginn des Prozesses liegt der Fokus darauf, alle Beteiligten für die Mitarbeit zur Leitbilderstellung zu sensibilisieren. Werte und Grundhaltungen, die den Umgang untereinander und mit den unterschiedlichen Kooperationspartnern und Kunden verbessern soll, werden entwickelt. Dadurch kann das Leitbild auch eine motivationale Funktion erfüllen.[19]

Ein touristischer Leitbildprozess weist Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede zu einem institutionellen Leitbild auf, die in Abb. 3 dargestellt werden. Auch Schmoll weist auf die Bedeutung der Schärfung des Tourismusbewusstseins der Beteiligten in den ersten Stufen des Prozesses hin.[20]

---

[16] Schmoll, E., Leitbildprozess, 2016, S. 4.
[17] Vgl. http://www.greetsiel.de/service/touristisches-leibild.html, Seite „Touristisches Leitbild“ (ohne Stand, Abfrage 24.05.16).
[18] http://olev.de/l/leitbild.htm, Seite „Leitbild“ (ohne Stand, Abfrage 03.08.16).
[19] Vgl. Gmür, W., Qualitätsmanagement, 2004, S. 207.
[20] Vgl. Schmoll, E., Leitbildprozess, 2016, S. 7.

*Abbildung 3: Aufbau eines touristischen Leitbildprozesses*




*Quelle: Eigene Erstellung nach Schmoll, E., Leitbildprozess, 2016, S.7.*

Die Mission dient zur Verständigung darüber, welche Leistungen für wen erbracht werden und aus welchem Grund dies getan wird.[21] Die Vorstellungen und Wünsche der Teilnehmer wie ihre Destination zukünftig aussehen soll, sind Bestandteil der Vision.[22] Abb. 4 stellt die Komponenten einer Vision dar.

*Abbildung 4: Fünf Komponenten einer Vision*

*Quelle: Eigene Erstellung nach Bleicher, K., Management, 2011, S.110.*

[21] Vgl. Schmoll, E., Leitbildprozess, 2016, S. 7.
[22] Vgl. Schmoll, E., Leitbildprozess, 2016, S. 8.

Nach Hinterhuber ist die Vision durch Realitätssinn, Offenheit nach außen, also Einbezug von echten Bedürfnissen der Menschen (Anm.: im touristischen Kontext Gäste) und Spontanität charakterisiert. Spontanität drückt in diesem Zusammenhang die Fähigkeit aus, verschiedene Blickpunkte einzunehmen.[23] Bleicher ergänzt die Komponente der Erfahrung. Diese bezieht sich darauf, die persönlichen Vorstellungen mit Blick auf die Realitätskomponente durch eigene Erfahrungen über Erfolge und Misserfolge kritisch bewerten zu können.[24] Die fünfte Komponente stellt die Kreativität dar. Visionen entstehen durch kreative Höchstleistungen mit dem Versuch eine zukünftige, realisierbare Wirklichkeit abzubilden.[25]

Aus der Vision werden Leitsätze abgeleitet, die als Botschaften sowohl nach innen als auch nach außen dienen. Des Weiteren werden Indikatoren festgelegt, um die Umsetzung der Leitsätze im Nachgang überprüfen zu können. Abschließend werden konkrete Projekte und zugehörige Maßnahmen verabschiedet, die die Ergebnisse des Leitbildes nach außen in die Praxis übertragen.[26] Um die Teilnehmer basierend auf ihrem Know-how und Interessen einzubinden, wurden Workshops zu insgesamt sechs vorgegebenen Handlungsfeldern gebildet, in denen sich die Akteure einbringen konnten:

- Gastgewerbe & Handel
- Infrastruktur, Verkehr & Mobilität
- Kultur & regionale Identität
- Wirtschaft, Management & Marketing
- Sport, Bewegung, Gesundheit
- Natur und Nutzung der natürlichen Ressourcen[27]

Gestartet wurde der Prozess mit einer SWOT-Analyse um den IST-Zustand zum Zeitpunkt des Leitbildentwicklungsstartes darzustellen. Eine SWOT-Analyse bildet neben den Stärken und Schwächen, ebenfalls die Chancen und Risiken ab. Die Bezeichnung SWOT setzt sich durch die Anfangsbuchstaben von Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities

[23] Vgl. Hinterhuber, H.H., Unternehmensführung, 1996, S. 42.
[24] Vgl. Bleicher, K., Management, 2011, S. 111.
[25] Vgl. Magyar, K., Vision, 1989, S. 4.
[26] Vgl. Schmoll, E., Leitbildprozess, 2016, S. 8.
[27] Vgl. Schmoll, E., Leitbildprozess, 2016, S. 6.

(Chancen) und Threats (Risiken) zusammen. Nachfolgende Abbildung 5 zeigt die wichtigsten Ergebnisse der Analyse.

*Abbildung 5: SWOT-Analyse der Gemeinde Krummhörn*

| Stärken | Schwächen |
|---|---|
| ➢ Warfendörfer & Guthöfe<br>➢ Kirchen - & Orgellandschaft<br>➢ Kulturelle Identität & Brauchtum<br>➢ Landschaftsbild<br>➢ kulturelle Angebote in den Dörfern<br>➢ Tee & ostfriesische Gemütlichkeit<br>➢ Trockenstrand<br>➢ Pilsumer Leuchtturm<br>➢ Weltnaturerbe Wattenmeer<br>➢ Marke Greetsiel<br>➢ Klima & Luft<br>➢ Geschäfte in Greetsiel & Pewsum<br>➢ Gastronomie in Greetsiel & Pewsum<br>➢ Fischerei erlebbar<br>➢ Anbindung Quellgebiet NRW<br>➢ Radfahren/Radwegenetz<br>➢ Gesundheits-Infrastruktur<br>➢ Palliativ-Medizin<br>➢ Geringe Tourismusdichte, z. T. Hotspots<br>➢ Lebensqualität | ➢ Qualität der Radwege, zu wenig Unterstellungsmöglichkeiten<br>➢ Bademöglichkeiten in der Nordsee fehlen<br>➢ Zerstörung der Dorfstrukturen<br>➢ Mobilfunk- & Internetversorgung<br>➢ ÖPNV-Verbindungen<br>➢ fehlende(r) Gastronomie & Handel in der Krummhörn<br>➢ fehlende Gestaltungssatzung<br>➢ zu wenig Angebote für Jugendliche<br>➢ fehlendes Tourismusbewusstsein<br>➢ Vernetzung Gesundheitswirtschaft & Tourismus zu gering<br>➢ z. T. zu geringer Servicegedanke<br>➢ fehlende Netzwerke & fehlende Abstimmung, Uneinigkeiten<br>➢ Zersiedelung der Dorfstrukturen<br>➢ Anbindung ÖPNV<br>➢ Kohlekraftwerke Eemshaven<br>➢ Gülle-Tourismus<br>➢ Fahrradtransport mit Bussen |
| **Chancen** | **Risiken** |
| ➢ Freiflächen erhalten<br>➢ Intakte Marschenlandschaften<br>➢ Dorfgemeinschaftshäuser nutzen<br>➢ Wasserwegenetz<br>➢ Neue Zielegruppen erschließen<br>➢ moderner Radtourismus<br>➢ veränderte Ansprüche der Gäste (Qualität, Gesundheit z.B.)<br>➢ Barrierefreie Angebote<br>➢ Qualitätssteigerungen<br>➢ Kulturtourismus<br>➢ Gesundheitstourismus<br>➢ Radtourismus/ E-Bikes<br>➢ Warftenlandschaft als Weltkulturerbe<br>➢ Neue Jugendherberge | ➢ zunehmende Baudichte zerstört Landschafts- und Aufrissbild<br>➢ Abnahme ÖPNV-Versorgung<br>➢ Geistersiedlungen im Winter<br>➢ Verschlickung der Deichküste<br>➢ Naturschutz versus Tourismus<br>➢ zunehmende Konkurrenz im Tourismus<br>➢ Quantität statt Qualität<br>➢ Baustopp Greetsiel<br>➢ Identitätsverlust der Einwohner<br>➢ Verlust von Ritualen & Brauchtum<br>➢ Einkommensentwicklung<br>➢ Klimaveränderung<br>➢ zu wenig Parkplätze<br>➢ demographischer Wandel |

*Quelle: Eigene Erstellung nach Schmoll, E., Leitbildprozess, 2016, S. 9f.*

Im nächsten Schritt einigten sich die Teilnehmer auf eine Mission für die Gemeinde mit perspektivischer Sicht in das Jahr 2030:

„Wir bieten mit der Krummhörn-Greetsiel unseren Gästen einen hochwertigen Lebensraum, der es seinen Gästen ermöglicht, sich wohlzufühlen, zu entschleunigen, zu entspannen und auf- wie durchzuatmen. Die Region begeistert zugleich durch das Erlebnis und den Erhalt seiner einmaligen und ursprünglichen Kulturlandschaft.“[28]

Die daraus abgeleitete Vision verdeutlicht die Kernmerkmale der Gemeinde Krummhörn:

- Traditionen, die ostfriesische Sprache und Kultur wurden erhalten und gefördert
- Entwicklung innovativer und nachhaltiger Mobilitätskonzepte
- Nutzung erneuerbarer Energien
- Erhaltung der authentischen ländlichen Idylle
- Ausbau des Wassertourismus durch Nutzung der Wasserwege
- Qualität steht vor Quantität
- Stärkung der Dorfgemeinschaft
- Angebote von regionalen Produkten, insbesondere aus der Landwirtschaft und der Fischerei
- Ausbau der Barrierefreiheit und Entwicklung Gesundheitsangebote
- Erlebbarkeit der Natur ist möglich[29]

Auf Basis der formulierten Mission und Vision wurden zu den sechs Handlungsfeldern jeweils Botschaften und Leitsätze formuliert. Diese dienen auf der einen Seite zur Zielsetzung. Auf der anderen Seite bilden sie zusammen mit den festgelegten Indikatoren die Basis für die Erfolgskontrolle.[30]

Um den Rahmen dieser Arbeit nicht zu sprengen, werden in Abb. 6 die im letzten Schritt des Prozesses festgelegten Projekte dargestellt. Diese werden als besonders relevant für diese Arbeit erachtet.

---

[28] Schmoll, E., Leitbildprozess, 2016, S. 12.
[29] Vgl. Schmoll, E., Leitbildprozess, 2016, S. 13.
[30] Vgl. Schmoll, E., Leitbildprozess, 2016, S. 14.

*Abbildung 6: Projekte und Maßnahmen in der Krummhörn*

**Gesundheit & Sport**

- Radtourismus: Sanierung der Radwege; Übernachtungsmöglichkeiten für eine Nacht schaffen; Angebote für besondere Zielgruppen
- Paddel & Pedal: Radanbindung schaffen
- Gesundheitstourrismus: Angebote für Entschleunigung, Stressbewältigung, Eigenverantwortlichkeit & Ernährung schaffen; Kommunikation zwischen Anbieter verbessern

**Kultur & regionale Identität**

- Historische Kirchen und Orgeln: Flyererstellung; mehr Konzerte; längere und verlässliche Öffnungszeiten
- Radfahren: Radwanderführer Kultur; Radfahrtourkarte

**Infrastruktur, Mobilität & Verkehr**

- Radfahren: Radwegesanierung und -beschilderung Gemeinde übergreifend
- Ruhemöglichkeiten erweitern: Mehr Bänke auf Deichen und in Ortskernen

*Quelle: Eigene Erstellung in Anlehnung an Schmoll, E., Leitbildprozess, 2016, S. 23 - 33.*

Auffällig ist, dass das Radfahren in vielen verschiedenen Themenfeldern adressiert wird. Das zeigt die hohe Bedeutung des Fahrradtourismus für die gesamte Region. Zudem wird jedoch deutlich, dass noch viele Unzulänglichkeiten in diesem Bereich bestehen, die zukünftig gelöst werden müssen.

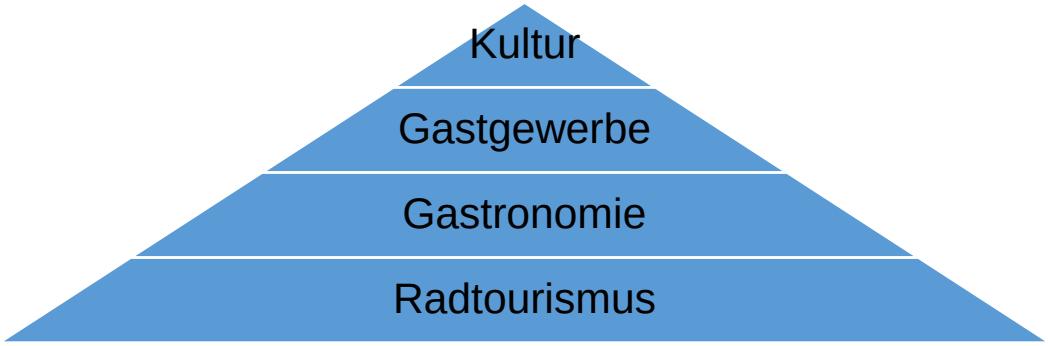
### 2.3.3 Weitere touristische Zielsetzungen

Die erfolgreiche Integration des Gesundheitstourismus in die Angebotsstrukturen der Gemeinde Krummhörn spielt in den Planungen der Touristik GmbH eine große Rolle. Das zeigen die Bemühungen der Touristik GmbH als Auftraggeber für die vorangegangenen Bachelorarbeiten sowie der geschaffene Leitbildprozess. Welche konkreten Aktionen sind in diesem Zusammenhang bereits in Planung und was soll in den Bereichen Gesundheitstourismus und Fahrradtourismus fokussiert werden? Dieser Abschnitt greift die Ergebnisse aus dem Leitbildprozess und den Gesprächen mit den Mitarbeitern der Touristik GmbH auf, um so einen Überblick über die strategischen Ziele und Planungen der DMO zu gewinnen.

Für den Fahrradtourismus hat sich die Touristik GmbH als übergeordnetes Ziel gesetzt, die „Radregion 2020“ zu werden. Durch den Ausbau und der Optimierung der Radinfrastruktur, soll die Gemeinde Krummhörn an überregionaler Bedeutung als führende Raddestination in Ostfriesland gewinnen.[31]

Für Herrn Willms, der seit Mitte des Jahres 2016 die Position des neuen Leitbild-Innovationsmanagers füllt, ist der Radtourismus der Grundbaustein für die touristische Entwicklung der Destination. Wenn der Radtourismus ausgebaut wird, folgen weitere Wirtschaftszweige wie die Gastronomie, da diese eng miteinander In Verbindung stehen. So werden versucht Probleme, wie beispielsweise der Rückgang von gastronomischen Angeboten in den weniger touristisch erschlossenen Gebieten, zu lösen.[32] Abbildung 7 verdeutlicht diesen Zusammenhang graphisch.

*Abbildung 7: Radtourismus als Grundstein für die touristische Entwicklung in der Krummhörn*




*Quelle: Eigene Darstellung.*

Durch die Nachfrage der Radtouristen profitieren viele Wirtschaftsakteure einer Region. Die gegenteilige Wirkung ist jedoch auch möglich. Wenn die Nachfrage im Radtourismus rückläufig ist, leidet darunter die (fast) gesamte Wirtschaft. Weitere tiefergreifende Ausführungen zu den Auswirkungen des Fahrradtourismus auf andere Wirtschaftsbereiche werden in Kap. 3.2.3 dargestellt.

Da sich die touristischen Ströme sehr stark auf Greetsiel konzentrieren und der Ortskern gerade in den Sommermonaten überfüllt ist, ist es sinnvoll, dass die Gäste häufiger andere Dörfer der Gemeinde besuchen. Dazu müssen Angebote geschaffen werden um die Attraktivität der 18 Warfendörfer zu er-

[31] Persönliches Gespräch mit Herrn Ludger Kalkhoff, Geschäftsführer Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel, Pewsum, am 18.04.2016.
[32] Telefonisches Gespräch mit Herrn Simon Willms, Leitbild-Innovationsmanager, am 11.08.2016.

höhen. Die Integration gesundheitstouristischer Angebote soll dazu beitragen dieses Problem zu lösen.[33]

## 2.4 Krummhörner Kirchturm-Tour

Die im Jahr 2014 aufgelegte Kirchturmtour verbindet die 19 Dörfer der Gemeinde Krummhörn auf einer Strecke von ca. 65 km. Insgesamt 23 Kirchen können im Rahmen der Radtour besichtigt werden. Das jährlich stattfindende Radwanderevent „Krummhörner Kirchturm-Tour“ findet in diesem Jahr am 03. September statt.[34] Abb. 8 zeigt den gesamten Streckenverlauf durch die Gemeinde.

*Abbildung 8: Streckenführung Krummhörner Kirchturm-Tour*

*Quelle: http://alpregio.outdooractive.com/ar-aurich/de/alpregio.jsp#i=13137771&tab=TourTab, Seite „Krummhörner Kirchturm Tour“, ohne Stand, Abfrage 16.07.16).*

In jedem, der an der Strecke liegenden 19 Dörfer, befindet sich eine Kirche mit einer besonderen Orgel. Viele dieser Orgelwerke sind von überregionaler Bedeutung. Im Dorf Rysum ist beispielsweise das älteste bespielbare und im

---

[33] Persönliches Gespräch mit Herrn Ludger Kalkhoff, Geschäftsführer Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel, Pewsum, am 18.04.2016.
[34] Vgl. http://www.greetsiel.de/veranstaltungen/krummhoerner-kirchturm-tour.html, Seite „Krummhörner Kirchturm Tour“, ohne Stand, Abfrage 15.07.16).

Grundbestand erhaltene Orgelwerk Nordeuropas aus dem Jahre 1457 zu finden.[35] Um den Gästen unabhängig von Öffnungszeiten Informationen über die Kirchen und deren Orgeln zu bieten, sind Informationstafeln vor den Kirchen aufgestellt.

# 3 Theoretischer Bezugsrahmen

## 3.1 Gesundheitstourismus

### 3.1.1 Begriffliche Definition und Abgrenzung

In der Literatur herrscht bislang keine Einigung im Hinblick auf eine einheitliche und eindeutige Definition des Begriffes „Gesundheitstourismus“. Abhängig davon, ob Ärzte, Tourismus- oder Wirtschaftswissenschaftler, Gesundheitsförderer oder andere Institutionen den Begriff verwenden, sind die Definitionen sehr verschieden. An dieser Stelle werden einige wichtige definitorische Annäherungen dargestellt. Kaspar definiert den Begriff als „Gesamtheit der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus der Ortsveränderung und dem Aufenthalt von Personen zur Förderung, Stabilisierung und gegebenenfalls Wiederherstellung des körperlichen, geistigen und sozialen Wohlbefindens unter der Inanspruchnahme von Gesundheitsleistungen ergeben, für die der Aufenthaltsort weder hauptsächlicher noch dauernder Wohn- noch Arbeitsort ist.“[36]

Auch Illing kommt zu einem ähnlichen Ergebnis. Seiner Auffassung nach strebt der Gesundheitstourist danach, eine Balance zwischen den individuellen körperlichen und seelischem Leistungsvermögen und den alltäglichen Anforderungen von Umwelt, Mitwelt und Selbstwelt zu schaffen. Dazu werden medizinische, salutogenetische oder ergänzende Methoden eingesetzt, die an einem Ort abseits des alltäglichen Umfeldes von Fachkräften durchgeführt werden.[37]

Der Begriff Gesundheit soll hier nach der Begriffsbestimmung der World Health Organization (WHO) aus dem Jahr 1946 definiert werden. „Health is a state of complete physical, social and mental well-being and not merely the

---

[35] Vgl. http://www.greetsiel.de/sehenswertes-kultur-und-natur/historische-kirchen-orgeln-in-der-krummhoern.html, Seite „Orgellandschaft Ostfriesland“, ohne Stand, Abfrage 12.07.16).
[36] Kaspar, C., Gesundheitstourismus, 1996, S. 56.
[37] Vgl. Illing, K.-T., Gesundheitstourismus, 2009, S. 48.

absence of disease or infirmity."[38] Die Defintion macht deutlich, dass sich Gesundheit nicht durch die alleinige Abwesenheit von Krankheit auszeichnet.

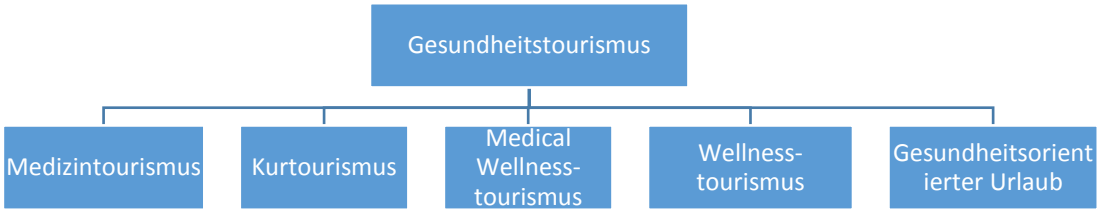
### 3.1.2 Systematik/Segmentierung des Gesundheitstourismus

Die zuvor dargestellten Begriffbestimmungen verdeutlichen, dass der Gesundheitstourist auf verschiedenen Ebenen angesprochen wird. Dadurch sind die Angebote sehr vielseitig und beschränken sich nicht auf das körperliche Wohlbefinden des Gastes. Die Vielschichtigkeit und der stetige Weiterentwicklungsprozess gesundheitstouristischer Angebote macht es schwierig diese sinnvoll voneinander abzugrenzen. In der Literatur lässt sich bisher ebenfalls keine allgemeingültige Segmentierung der Angebote finden.

Um eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse dieser Arbeit mit den vorangegangenen Ausarbeitungen zum Gesundheitstourismus in der Gemeinde Krummhörn zu gewährleisten, basiert die Systematisierung des Gesundheitstourismus im Rahmen dieser Arbeit auf den Ausführungen von Rulle, Hoffmann undKraft.

Die Autoren teilen den Gesundheitstourismus in fünf verschiedene Segmente ein: Medizintourismus, Kurtourismus, Medical-Wellness- und Wellnesstourismus und Gesundheitsurlaub.[39] Abbildung 9 stellt diese Einteilung grafisch dar.

*Abbildung 9: Gliederung des gesundheitstouristischen Marktes*




*Quelle: Eigene Erstellung nach Rulle, M./Hoffmann, W./Kraft, K., Gesundheitstourismus, 2010, S.6.*

Medizintourismus beschreibt eine Reiseform, bei der Personen Dienstleistungen in Anspruch nehmen, die aufgrund der Eingriffsschwere eine hohe

[38] WHO (Hrsg), Health, 1946, S. 1.
[39] Vgl. Rulle, M./Hoffmann, W./Kraft, K., Gesundheitstourismus, 2010, S. 6.

medizinische Qualifikation voraussetzt. Medizintouristen begeben sich dazu für einen bestimmten, begrenzten Zeitpunkt in das Ausland.[40] Zu den in Anspruch genommenen Leistungen zählen medizinische, zumeist sekundärpräventive und kosmetische Behandlungen.[41]

Der Kurtourismus umfasst vor allem  Angebote von Heilbädern und Kurorten. Häufig findet die Bezeichnung „traditioneller Gesundheitstourismus“ Verwendung.[42] Kurorte sind Gebiete „die besondere natürliche Gegebenheiten – natürliche Heilmittel des Bodens, des Meeres, des Klimas – oder die Voraussetzungen für die Physiotherapie nach Kneipp [...] für Kuren zur Heilung, Linderung oder Vorbeugung von Erkrankungen aufweisen.“[43] Im Rahmen einer Kur kommen natürliche Heilmittel und klassische Heilverfahren zur Vorsorge, Linderung und Rehabilitation von chronischen Erkrankungen zum Einsatz.[44] Kuren zeichnen sich insbesondere durch sekundärpräventive Maßnahmen (Früherkennung und Frühbehandlung) und tertiärpräventive Maßnahmen (Verhinderung des Krankheitsfortschritts) aus.[45]

Dagegen hat der Wellnesstourismus die Förderung und Erhaltung der Gesundheit und des Wohlbefindens zum Ziel. Wellnessgäste sind meist gesunde Menschen und gehören häufig zu den Selbstzahlern.[46] Laut Lanz Kaufmann umfasst Wellnesstourismus „[…] Reise und Aufenthalt von Personen mit dem Hauptmotiv der Erhaltung oder Förderung ihrer Gesundheit. Der Aufenthalt erfolgt in einem spezialisierten Hotel mit entsprechender Fachkompetenz und individueller Betreuung, wobei ein umfassendes Leistungsbündel bestehend aus folgenden Elementen angeboten wird:

- Fitness/Körperpflege
- gesunde Ernährung
- Entspannung
- Geistige Aktivität/Bildung.“[47]

---

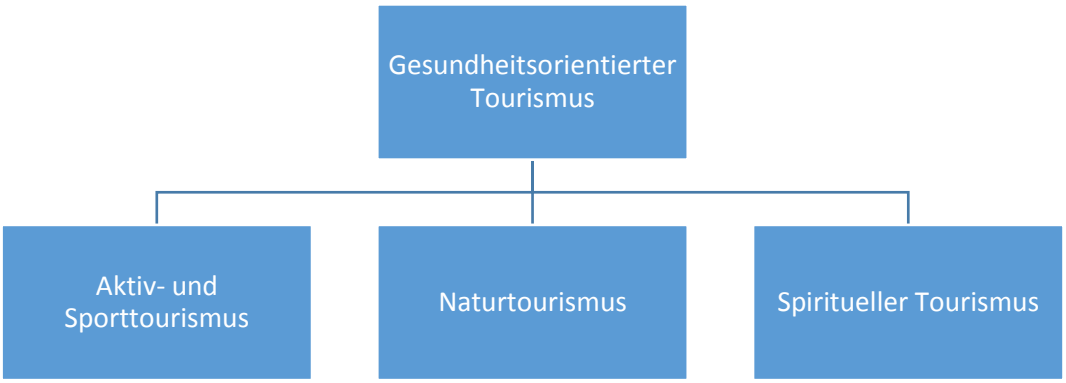
[40] Vgl. Reisewitz, J., Medizintourismus, 2015, S. 9.
[41] Vgl. Rulle, M./Hoffmann, W./Kraft, K., Gesundheitstourismus, 2010, S. 6.
[42] Vgl. Rulle, M./Hoffmann, W./Kraft, K., Gesundheitstourismus, 2010, S. 7.
[43] DHV e.V./DTV e.V. (Hrsg.), Begriffsbestimmungen, 2005, S. 31.
[44] Vgl. DHV e.V./DTV e.V. (Hrsg.), Begriffsbestimmungen, 2005, S. 20f.
[45] Vgl. Lanz Kaufmann, E., Wellness-Tourismus, 2002, S. 49f.
[46] Vgl. Rulle, M./Hoffmann, W./Kraft, K., Gesundheitstourismus ,2010, S. 10.
[47] Lanz Kaufmann, E., Wellness-Tourismus, 2002, S. 35.

Der Begriff Medical-Wellness bezeichnet die Kombination von Wellness und fundierter medizinisch-therapeutischer Anwendungen. Wichtige Merkmale von Medical Wellnessangeboten sind die Beteiligung und Mitwirkung von Ärzten und medizinisch kompetenten Personal, die Genuss- und Gesundheitsstärkung und die Steigerung der Lebensqualität. Da der Begriff Wellness nicht geschützt ist und in der Praxis für eine weite Bandbreite an Angeboten mit unterschiedlichsten Qualitätsstandards verwendet wird, ist dieser oft irreführend. Die Begriffsverwendung von Medical Wellness steigt daher stetig, um Angebote mit evidenz-basierten medizinischen Komponenten vom einfachen Wellness abzugrenzen.[48]

Gesundheitsorientierter Urlaub wird vornehmlich dem Erholungstourismus zugeordnet. Das Hauptmotiv des Gastes ist nicht die Verbesserung, Erhaltung oder Wiederherstellung der Gesundheit, sondern Erholung und Entspannung sind die primären Gründe für die Urlaubsreise. Angebote aus dem Wellnesstourismus werden etwa nebenbei genutzt.[49]

Folgende Abb. 10 stellt ausgewählte Segmente des gesundheitsorientierten Tourismus dar.

*Abbildung 10: Ausgewählte Segmente des Gesundheitsorientierten Tourismus*




*Quelle: Eigene Erstellung nach Hürten, D., Gesundheitsorientierter Tourismus, 2014, S.11.*

Neben dem Aktiv- und Sporttourismus und dem Naturtourismus, lässt sich auch der Bereich des spirituellen Tourismus dem Segment des gesundheitsorientierten Tourismus zuordnen.

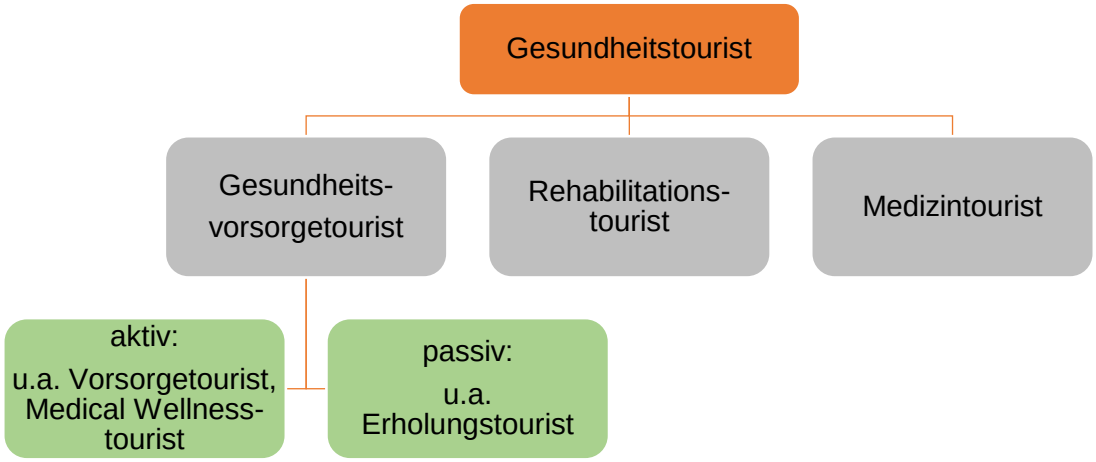
[48] Vgl. Rulle, M./Hoffmann, W./Kraft, K., Gesundheitstourismus, 2010, S. 10f.
[49] Vgl. Rulle, M./Hoffmann, W./Kraft, K., Gesundheitstourismus, 2010, S. 14.

### 3.1.3 Gesundheitstouristische Nachfrage

Ähnlich wie die bereits beschriebene Angebotsstruktur des Gesundheitstourismus, sind auch die Motive der Gesundheitstouristen sehr unterschiedlich. Dies führt zu einer nicht eindeutigen Differenzierung und Strukturierung der Nachfrage.

Ein Differenzierungskriterium besteht in der Frage, welche Rolle die Gesundheit im Rahmen der Reise einnimmt. Entscheidend ist dabei, ob Gesundheit das Hauptmotiv der Reise darstellt oder nur ein Nebenaspekt ist. Zudem lassen sich Gesundheitstouristen allgemein in kranke und gesunde Personengruppen unterteilen. Für kranke Menschen gilt die Herstellung bzw. Wiederherstellung der Gesundheit als Hauptreisemotiv. Gesunde Gesundheitstouristen verfolgen währenddessen das Ziel der Gesundheitsförderung bzw. -erhaltung.[50] Diese Abgrenzung wird in Abb. 11 deutlich.

*Abbildung 11: Gästezielgruppen im Gesundheitstourismus*




*Quelle: Sonnenschein, M., Medical Wellness, 2009, S. 45.*

Der Gesundheitstourist wird weiter in den Gesundheitsvorsorgetouristen, den Rehabilitationstouristen und den Medizintouristen unterteilt. Für die Gemeinde Krummhörn ist der Gesundheitsvorsorgetourist relevant. Rehabilitationstouristen und Medizintouristen stellen aufgrund der nicht ausreichend vorhandenen medizinischen Infrastruktur eine irrelevante Zielgruppe dar.[51]

Zu den Gesundheitsvorsorgetouristen zählen gesunde Personen, die das Ziel verfolgen, während ihres Urlaubes die Gesundheit in passiver und / oder aktiver Weise zu fördern. Aktive Vorsorgetouristen nehmen bewusst Angebo-

[50] Vgl. Sonnenschein, M., Medical Wellness, 2009, S. 16 - 19.
[51] Vgl. Vagts, A., Angebotsanalyse, 2015, S. 80f.

te zur Gesundheitsförderung wahr wie beispielsweise zu den Themen Ernährung, Entspannung und Bewegung. Der passive Gesundheitsvorsorgetourist tritt zumeist als Erholungstourist in Erscheinung. Seine Hauptreisemotive sind Entspannung und Entschleunigung mit dem Ziel seine Gesundheit zu fördern.[52]

Eine Einteilung nach soziodemografischen Merkmalen ist nicht eindeutig, Wellness- und Gesundheitsgäste lassen sich in allen Altersklassen finden. Gegenwärtig ist der Anteil an weiblichen Gästen höher. Es lässt sich jedoch feststellen, dass das Interesse von Männern für gesundheitstouristische Angebote  stetig steigt. stark. Die jüngere Generation bis zum 30. Lebensjahr interessiert sich eher für den Bereich Fitness- und Schönheitsanwendungen. Die Altersgruppe zwischen 40 und 59 Jahren ist währenddessen an Erholungsurlaub mit dem Aspekt des Körperbewusstseins interessiert. Die weiblichen Gäste dieser Zielgruppe lassen sich als Kernzielgruppe identifizieren. Ab dem 60. Lebensjahr steigt das Interesse am klassischen Kururlaub mit präventiver, ambulanter sowie stationärer Behandlung stark. Einem Großteil der Reisenden ist Entspannung, die sie möglichst in einer unberührten Natur zu erfahren versuchen, am Wichtigsten. Erst im Anschluss daran spielen weitere Angebote wie Sport, Unterhaltung oder Ausflugsmöglichkeiten eine Rolle.[53] Sowohl Erholungssuchende als auch sportlich Aktive profitieren während ihrer Reise von der Landschaft. Beliebte Landschaften mit hoher Erlebnis- und Erholungsqualität tragen somit im besonderen Maße zur touristischen Wertschöpfung bei.[54]

---

[52] Vgl. Sonnenschein, M., Medical Wellness, 2009, S. 45.
[53] Vgl. Berg, W., Gesundheitstourismus, 2008, S. 85.
[54] Vgl. Müller, H., Tourismus, 2007, S. 76.

## 3.2 Fahrradtourismus

### 3.2.1 Begriffliche Definition und Abgrenzung

Das Fahrrad dient vielen Deutschen im Alltag als Allzweckgerät. Es wird am Wohnort unter anderem für den Arbeitsweg, sportliche Aktivitäten und gemütliche Touren eingesetzt.[55] Auch im Urlaub wird das Rad immer häufiger genutzt. Somit erfreut sich der Fahrradtourismus einer zunehmenden Beliebtheit.[56]

Die erste allgemeingültige Definition des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club (ADFC) lautet: „Unter dem Begriff Fahrradtourismus werden […] alle Arten von Fahrradnutzung verstanden, die zum Zweck der Freizeit- und Urlaubsgestaltung unternommen werden. Dazu zählen der Kurz- und Tagesausflug, die Wochenendtour, die mehrtägige Radtour sowie die ausgedehnte Radreise.“[57] Nach der Begriffsbezeichnung von Liebsch werden unter Fahrradtourismus diejenigen Beziehungen und Erscheinungen verstanden, die sich aus der Nutzung von Fahrrädern jeglicher Art zum Zweck der Freizeit- und Urlaubsgestaltung ergeben. Dazu zählen sowohl Kurz- und Tagesausflüge als auch Übernachtungsreisen.[58] Das Radfahren im Alltag zählt somit nicht zum Fahrradtourismus. Wenn die Fahrradnutzung jedoch einen touristischen Hintergrund hat, zählt die jeweilige Reise zum Fahrradtourismus.

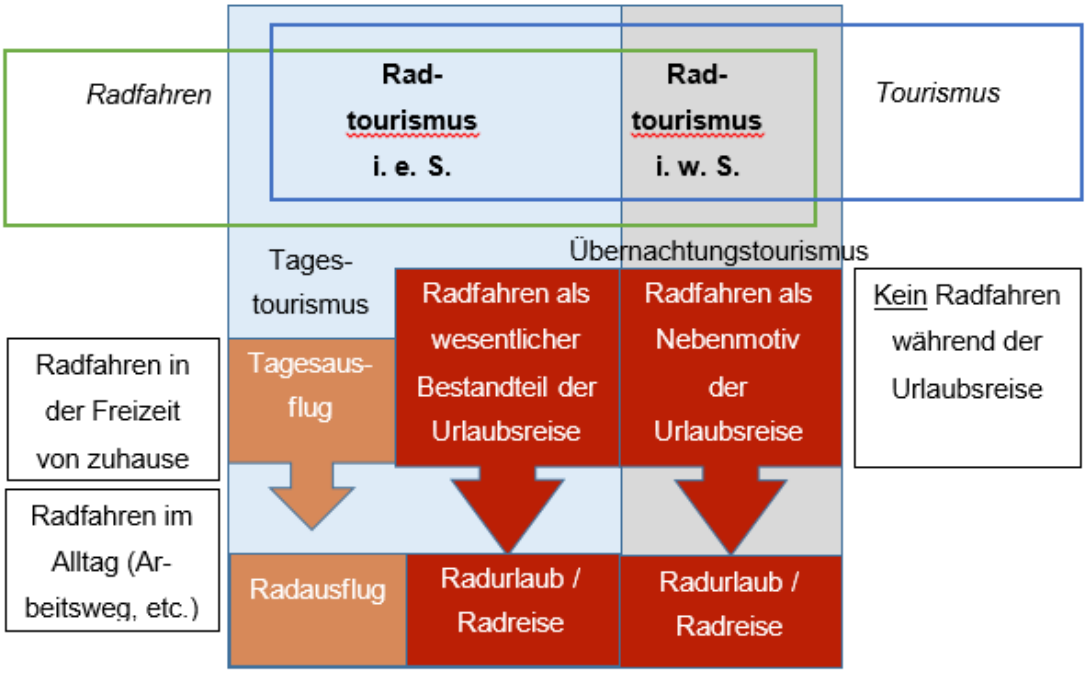
In der Literatur lassen sich unterschiedliche Varianten im Hinblick auf die Unterteilung von Radtouristen finden. Der Deutsche Tourismusverband (DTV) unterscheidet nach diese nach der Intensität der Radfahraktivität im Urlaub. Fahrradtourismus im engeren Sinne umfasst alle Reisen, bei denen Radfahren das Hauptmotiv für den Ausflug bzw. die Reise darstellt. Umgangssprachlich wird diese Urlaubsart häufig als „Fahrradurlaub“ bezeichnet. Zum Fahrradtourismus im weiteren Sinne zählen Ausflüge, bzw. Reisen, bei denen das Fahrrad ein- oder mehrmalig genutzt wird, ohne jedoch Hauptanlass der Reise zu sein. Das Fahrradfahren ist vielmehr eine von mehreren Urlaubsaktivitäten, denn andere Reisemotive wie Erholung und Kultur stehen im Vordergrund.[59] Folgende Abbildung soll zum Verständnis dieser Unter-

---

[55] Vgl. fahrrad.de (Hrsg.), Studie Fahrradnutzung, 2015, S. 5.
[56] Vgl. BMWi, Grundlagenuntersuchung Fahrradtourismus, 2009, S. 14.
[57] ADFC (Hrsg.), Fahrradtourismus, 1998, S. 4.
[58] Vgl. Liebsch, F., Städtetourismus, 2003, S. 197.
[59] Vgl. BMWi, Grundlagenuntersuchung, 2009, S. 14.

scheidung beitragen und grenzt zudem Fahrradtourismus vom Tourismus und dem Radfahren im Allgemeinen ab.

*Abbildung 12: Beziehung zwischen Tourismus und Radfahren*




*Quelle: Eigene Erstellung nach Dreyer, A./Mühlnickel, R./Miglbauer, E., Radtourismus, 2012, S. 4.*

Die dwif Consulting GmbH unterscheidet darüber hinaus radtouristische Spezialsegmente. Hierzu zählen Angebote wie Bike & Wellness, Gourmetreisen und Rad & Schiff.[60] Die Kombination von gesundheitstouristischen und fahrradtouristischen Angeboten können somit zum radtouristischen Spezialsegment gezählt werden.

### 3.2.2 Fahrradtouristisches Nachfrage

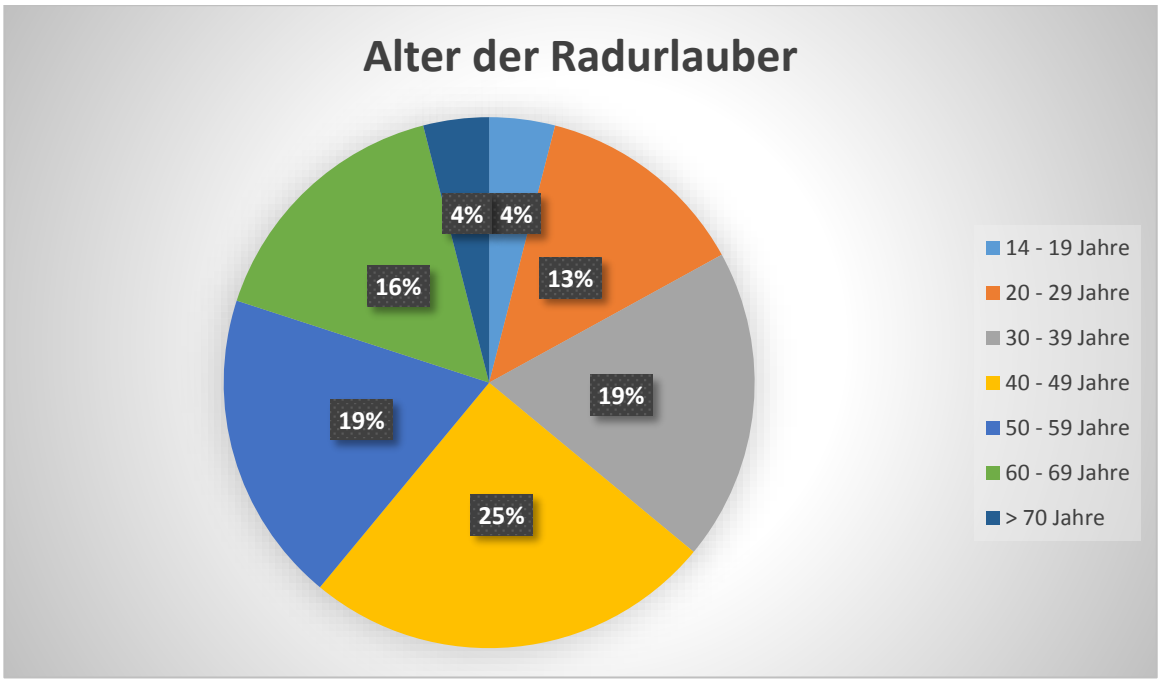
Die Grundlagenuntersuchung zum Fahrradtourismus in Deutschland kommt zum Ergebnis, dass, mit Ausnahme der über 75-Jährigen, alle Altersgruppen für den Fahrradtourismus von Bedeutung sind. Am häufigsten sind die mittleren Jahrgänge (46 bis 60 Jahre) und die jüngeren Senioren (61 bis 75 Jahre) im Segment der Tagesreisen vertreten. Insbesondere diese Zielgruppen, mit ihren Erwartungen und Bedürfnissen, sollten bei der Angebotsgestaltung im

[60] Vgl. dwif Consulting GmbH, Tourismusbarometer, 2005, S. 96.

Fahrradtourismus besonders berücksichtigt werden.[61] Auch Breuer stellt fest, dass sich das Radfahren bei 50-70-Jährigen großer Beliebtheit erfreut.[62] Jüngere Altersgruppen sind eindeutig in der Unterzahl. Jedoch sind diese insbesondere für den zukünftigen Erfolg einer Destination von hoher Bedeutung. Um diese Zielgruppen als Gäste gewinnen und langfristig binden zu können, müssen auch diese in die strategische Planung eingebunden werden.[63]

Die Altersstruktur der Fahrradurlauber, die Radurlaub als Motiv ihrer Reise bezeichnen und die während ihrer Urlaubsreise häufig das Fahrrad genutzt haben, wird in Abbildung 13 dargestellt.

*Abbildung 13: Alter Radurlauber*




*Quelle: Eigene Darstellung nach BMWi, Grundlagenuntersuchung, 2009, S. 39.*

Die mengenmäßig am häufigsten vertretene Altersgruppe unter den Fahrradurlaubern ist die der 40- bis 49-Jährigen, gefolgt von den 30- bis 39-Jährigen und den 50- bis 59-Jährigen, die jeweils 19 % der Gesamtzahl ausmachen. Der Altersdurchschnitt der Fahrradurlauber beträgt 45,7 Jahre und liegt damit unter dem der übrigen Inlandsreisenden mit 47,2 Jahren.[64]

---

[61] Vgl. BMWi, Grundlagenuntersuchung, 2009, S. 39.
[62] Vgl. Breuer, C., Soziodemographische Veränderungen, 2005, S. 95f.
[63] Vgl. BMWi, Grundlagenuntersuchung, 2009, S. 39.
[64] Vgl. BMWi, Grundlagenuntersuchung, 2009, S. 52.

Im Hinblick auf die Organisation von Radreisen kann zwischen Pauschal-Radurlaubern und Individual-Radurlaubern unterschieden werden.[65] Pauschalreiseangebote werden im Fahrradtourismus eher selten gebucht. Während fast jeder vierte Deutschlandurlauber eine Pauschalreise[66] unternimmt, trifft dies nur auf jeden zehnten Fahrradurlauber zu. Dies spricht für eine hohe Anzahl an Individual-Radurlaubern.[67] In Deutschland wird der Fahrradurlaub häufig in kleinen, individuellen Reisegruppen wie Familien, Familienverbänden oder Paaren verbracht. Reisegruppen spielen mit einem Marktanteil von 1% im Inland derzeit eine untergeordnete Rolle. Jeder fünfte Fahrradurlaub wird hierbei von Familien mit Kindern unter 14 Jahren unternommen. Dies verdeutlicht die hohe Bedeutung und Notwendigkeit von familienfreundlichen Radfahrangeboten.[68]

Insgesamt greift eine Segmentierung der Nachfrage ausschließlich auf Basis von sozio-demographischen Kriterien zu kurz, da sich die Erwartungen der heutigen Touristen nicht bestimmten sozialen Schichten zuordnen lassen.[69] Ausgehend von den sieben Trendscope Reisetypen, die vom gleichnamigen Kölner Marktforschungsunternehmen entwickelt wurden, können fünf auf den Radtourismus zugeschnittene Radurlaubertypen abgeleitet werden. Dazu zählen der Strecken-Radler, der Regio-Radler, der Mountainbike-Urlauber, der Rennrad-Urlauber und der Urlaubs-Radler. Strecken-Radler verbringen ihren Urlaub nicht an einem Ort, sondern fahren von einem Startort zu einem Zielort. Radfahren ist dabei das Hauptmotiv der Reise und folglich dient das Fahrrad als Reiseverkehrsmittel. Für Regio-Radler stellt das Radfahren ebenfalls das Hauptmotiv der Reise dar. Sie suchen eine feste Unterkunft, um Tagestouren von dieser zu unternehmen. Mountainbike-Urlauber zeichnen sich durch die Art des Fahrrads aus, welches sie im Fahrradurlaub nutzen. Das Hauptmotiv der Reise ist das Radfahren. Gleiches gilt für den Rennrad-Urlauber. Der Großteil der Rennrad-Urlauber bevorzugt feste Unterkünfte. Für den Urlaubs-Radler ist das Hauptmotiv der Reise nicht das Radfahren. Sie unternehmen im Rahmen des Urlaubes mindestens einen

---

[65] Vgl. BMWi, Grundlagenuntersuchung, 2009, S. 15.
[66] Eine Reise, bei der mindestens 2 Komponenten im Voraus gebucht wurden.
[67] Vgl. BMWi, Grundlagenuntersuchung, 2009, S. 54.
[68] Vgl. BMWi, Grundlagenuntersuchung, 2009, S. 52.
[69] Vgl. Dreyer, A./Mühlnickel, R./Miglbauer, E., Radtourismus, 2012, S. 36.

Radausflug. Lässt man die Mountainbike- und Rennrad-Spezialisten unberücksichtigt, teilen sich die übrigen Radurlaubertypen prozentual wie folgt auf: Urlaubs-Radler machen die Hälfte der Radtouristen aus, gefolgt von den Strecken-Radlern mit 27% und den Regio-Radlern mit 23%.[70]

Des Weiteren lassen sich die Fahrradtouristen in Tages- und Übernachtungsreisende aufteilen. Die Tagesreisenden werden auch als Fahrradausflügler bezeichnet.[71]

### 3.2.3 Wirtschaftliche Bedeutung/Ausgaben

Fahrradtourismus nimmt in Deutschland einen hohen wirtschaftlichen Stellenwert ein. Durch die Fahrradtouristen wird jährlich insgesamt ein Bruttoumsatz von rund 3,869 Mrd. Euro erwirtschaftet. 63,3 % entfallen davon auf „Fahrradausflüglern“, die restlichen 36,7 % werden durch Fahrradtouristen mit Übernachtung generiert. Die Bruttoumsätze ergeben sich, differenziert nach den beiden genannten Gruppen, nach folgender Berechnung:

| | |
|---|---|
| Fahrradausflügler: | 153 Mio. x 16 € = 2,448 Mrd. € |
| Übernachtende Fahrradtouristen: | 22 Mio. x 64,60 € = 1,421 Mrd. €[72] |

Die Profiteure der in der Berechnung angegebenen Pro-Kopf-Ausgaben von „Fahrradausflüglern“ in Höhe von 16,– Euro pro Tag sind das Gastgewerbe (56,9 %), der Einzelhandel (29,4 %) und die übrigen Dienstleistungsbranchen (13,7 %).[73] Im Vergleich gibt der fahrradfahrende Tagestourist mit 16 Euro deutlich weniger als andere Tagesausflüglern mit 27,70 Euro pro Tag und pro Kopf aus.[74]

Fahrradtouristen in Deutschland, die während ihrer Reise mindestens einmal übernachten, geben pro Kopf und Tag 64,60 Euro aus. 72,7 % dieser Ausgaben fallen auf das Gastgewerbe, 17,2 % kommen dem Einzelhandel zugu-

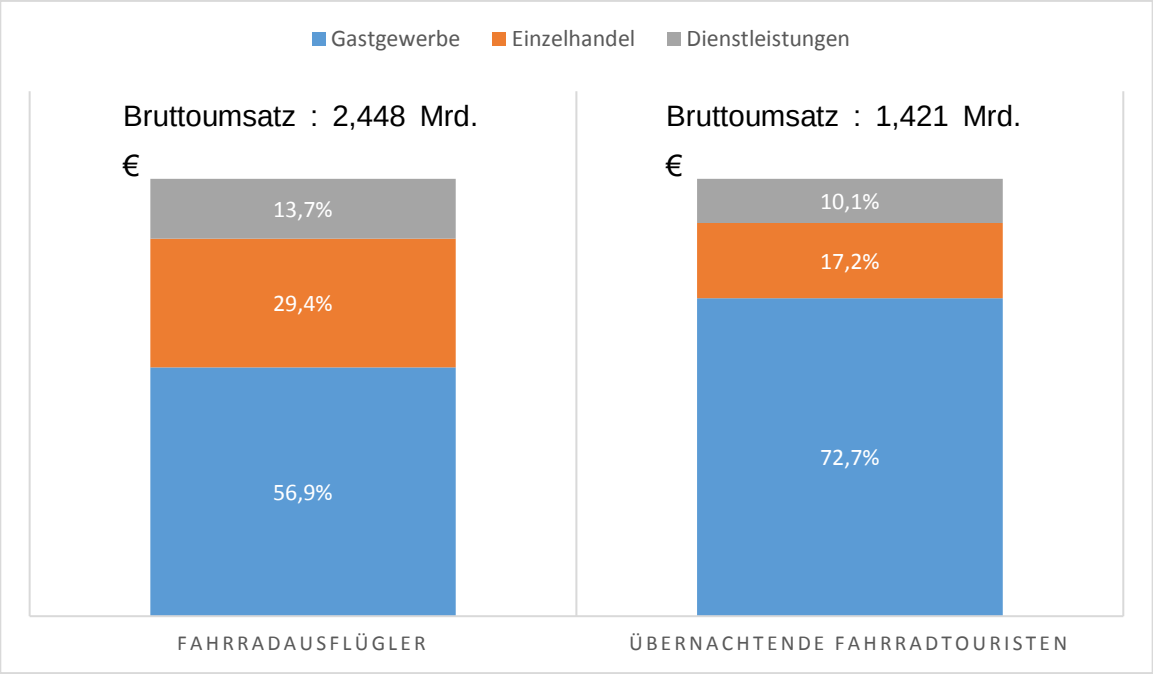
---

[70] Vgl. Trendscope, Marktstudie, 2010.
[71] Vgl. BMWi, Grundlagenuntersuchung, 2009, S. 22 - 24.
[72] Vgl. BMWi, Grundlagenuntersuchung, 2009, S. 29.
[73] Vgl. BMWi, Grundlagenuntersuchung, 2009, S. 27.
[74] Vgl. dwif, Tagesreisen, 2013, S. 137.

te und die sonstigen Dienstleistungsunternehmen verbuchen 10,1 % der Ausgaben für sich.[75]

Die Unterschiede bei den Ausgaben zwischen „Fahrradausflüglern“ und Fahrradtouristen mit Übernachtung macht Abb. 14 deutlich.

*Abbildung 14: Wirtschaftliche Profiteure des Fahrradtourismus*




*Quelle: Eigene Erstellung in Anlehnung an BMWi, Grundlagenuntersuchung, 2009, S. 30.*

Bei den Übernachtungsgästen fallen die Gastgewerbeausgaben schwerpunktmäßig im Beherbergungsbereich an (63,8% für Beherbergung und 36,2% für Gastronomie), während bei den Ausflüglern keine Übernachtungskosten zu Buche schlagen und die Gastgewerbeausgaben vollständig den gastronomischen Leistungen zuzusprechen sind. Im Hinblick auf die Gesamtausgaben, erzielt somit die Gastronomie (45,6%) im Vergleich zur Beherbergung (17,1 %) deutlich höhere Anteile.[76]

[75] Vgl, BMWi, Grundlagenuntersuchung, 2009, S. 28.
[76] Vgl. BMWi, Grundlagenuntersuchung, 2009, S. 29.

### 3.2.4 Elektro-Fahrräder im Tourismus

Seit einigen Jahren erfreut sich der Fahrradhandel an steigenden Absatzzahlen von Elektro-Fahrrädern. Es ist zwischen Pedelecs und E-Bikes zu unterscheiden. Ein „Pedal Electric Cycle“ oder kurz Pedelec genannt, ist ein mit einem Elektro-Hilfsmotor ausgestattetes Fahrrad. Die Tretkraft des Radfahrers wird durch den Motor lediglich unterstützt, denn gänzlich ohne Treten lässt sich ein Pedelec nicht fortbewegen. Das E-Bike wird ebenfalls durch einen Elektromotor angetrieben. Dieses kommt dabei auch ohne jegliche Tretkraft aus. Über einen Gasgriff lässt sich dabei die gewünschte Geschwindigkeit einstellen. Daher gilt ein E-Bike gesetzlich als Mofa und es besteht somit Zulassungs-, Versicherungs-, Führerschein- und Helmpflicht, die bei einem Pedelec nicht bestehen. Es ist anzumerken, dass der Begriff E-Bike in der Realität häufig für beide Arten von Fahrrädern genutzt wird. Aus Sicht der Radfahrer / Radtouristen wird nicht zwischen diesen beiden Begriffen unterschieden.[77] Auch im Rahmen der vorliegenden Arbeit werden die Begriffe synonym verwendet.

Laut der ADFC Radreiseanalyse zeichnen sich Pedelec-Nutzer im Urlaub durch folgende Merkmale aus:

- Älter als der durchschnittliche Radtourist (54,3 Jahre zu 47,6 Jahre)
- Reisen häufig mit dem Partner,
- Buchen häufiger Angebote von Veranstaltern,
- Anteil an weiblichen Nutzern ist höher.[78]

Ob diese Merkmale auch auf Krummhörner Gäste zutreffen, gilt es im Laufe dieser Arbeit zu prüfen.

---

[77] Vgl. Dreyer, A./Mühlnickel, R./Miglbauer, E., Radtourismus, 2012, S. 25f.
[78] Vgl. ADFC, Radreiseanalyse, 2016, S. 19.

### 3.2.5 Gesundheitlicher Nutzen

Mit dem Ziel den Fahrradtourismus einem der Segmente des Gesundheitstourismus sinnvoll zuordnen zu können, ist es notwendig die gesundheitsfördernden Aspekte des Radfahrens im Urlaub darzustellen. Im Folgenden werden daher zunächst die Vorteile regelmäßiger Bewegung und im Anschluss die positiven Auswirkungen des Radfahrens auf den menschlichen Körper erörtert.

Bereits Mitte des 16. Jahrhunderts wiesen Theorien die Eignung sportlicher Aktivität als Präventivmaßnahmen, sowie zur Krankheitsbehandlung nach. Durch ausreichende sportliche Aktivität, werden u.a der Fettstoffwechsel erhöht, die Cholesterinwerte verbessert und das Immunsystem gestärkt.[79] Weitere körperliche Gesundheitseffekte regelmäßiger Bewegung sind:

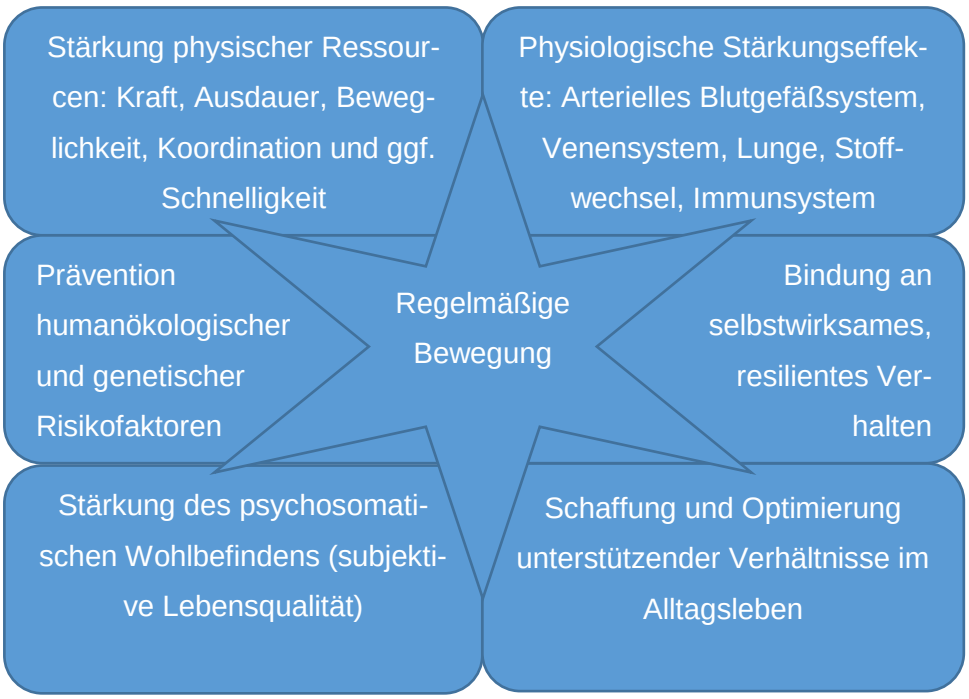
- ein 50 % geringeres Risiko für Erkrankungen der Herzkranzgefäße.
- ein 50 % geringeres Risiko für Diabetes im Erwachsenenalter.
- ein 50 % geringeres Risiko für Fettleibigkeit.
- ein 30 % geringeres Risiko für Bluthochdruck.
- eine Senkung des Blutdrucks bei Patienten mit Bluthochdruck.
- ein geringeres Risiko für Osteoporose, Erleichterung der Symptome bei Stress und Angstzuständen.[80]

Abbildung 15 stellt die allgemeinen positiven Effekte regelmäßiger Bewegung dar. Es wird deutlich, dass neben physischen, auch psychische Gesundheitswirkungen entstehen.

---

[79] Vgl. Endress, M., Prävention, 2009, S. 25.
[80] Vgl. http://www.gesund-durch-radfahren.de/index.php?id=10, Seite „Radfahren ist gesund“, ohne Stand, Abfrage 18.07.16.

*Abbildung 15: Effekte regelmäßiger Bewegung*




*Quelle: Eigene Erstellung in Anlehnung an Cassens, M., Gesundheitstourismus, 2013, S. 75.*

Eine Wirkung auf psychischer Ebene ist beispielweise der Einfluss auf die Hormonbildung. Zum einen senkt ausreichend Bewegung die Produktion von Stresshormonen, wie Cortisol, die in zu hohen Mengen eine Belastung für den menschlichen Organismus darstellen.[81] Des Weiteren werden während sportlicher Aktivität stimmungsaufhellende Stoffe wie Endorphin, Serotonin, Dopamin und Noradrenalin ausgeschüttet.[82]

Das Fahrradfahren hat insgesamt folgende positive Auswirkungen auf den menschlichen Körper:

- Förderung des Koordinationsvermögens
- Überdurchschnittliche Aktivierung der Motorik
- Kräftigung der Beinmuskulatur
- Ökonomisierung der Herz-Kreislauf-Tätigkeit
- Radfahren eignet sich ebenfalls sehr gut für bisher Ungeübte oder Personen mit Rücken- / Wirbelsäulenproblemen und Kniegelenkbeschwerden
- Gewichtsreduzierung

[81] Vgl. Endress, M., Prävention, 2009, S. 25.
[82] Vgl. Froböse, I., Cycling, 2006, S. 9f.

- Steigerung der Ausdauer, Leistungsfähigkeit und des Wohlbefindens[83]

Im gesundheitstouristischen Setting impliziert Bewegung das viable Erlernen von Bewegungsformen und -abläufen. Von zentraler Bedeutung ist dabei das Erlebnis der Steigerung von subjektiver Lebensqualität. Im Setting steht die Suche nach als besonders empfundenen Bewegungsmomenten im Vordergrund. Perspektivisches Ziel ist es daher, im Setting Anreize und Anleitungen für ein stärker bewegtes Alltagsleben zu setzen. Um Bewegung im gesundheitstouristischen Setting als Bildungsaufgabe (neu) zu erlernen, muss eine Bereitschaft zur Integration der Bewegung in den Alltag als aktiven Beitrag zur Förderung der Lebensbalance und Selbstkompetenz vorhanden sein.[84]

In Anbetracht der Nachfragesegmentierung in Kapitel 3.2.2 sind Sportarten die bis ins hohe Alter ausgeführt werden können, besonders im Fahrradtourismus relevant.[85] Diese sogenannten Lifetime-Sportarten können jene Sportarten und Bewegungsformen sein, die sich durch ein geringes Gesundheits- und Verletzungsrisiko auszeichnen, die Möglichkeit zur Anpassung an körperliche Einschränkungen bieten und sich zu einer etablierten oder traditionellen Sportart zählen lassen.[86] Demnach lässt sich auch das Radfahren zu den Lifetime-Sportarten zählen.

Auch Nutzer von Elektro-Fahrrädern können von den dargestellten positiven Auswirkungen des Radfahrens profitieren. Zudem bieten Elektro-Fahrräder die Möglichkeit trotz eingeschränkter Belastbarkeit aufgrund Herz-Kreislauf-Problemen oder Gelenkoperationen an einer körperlichen Aktivität teilzunehmen. [87]

---

[83] Vgl. http://www.gesund-durch-radfahren.de/index.php?id=9, Seite „Chancen und Vorteile“, ohne Stand, Abfrage 14.07.16.
[84] Vgl. Cassens, M., Gesundheitstourismus, 2013, S. 74.
[85] Vgl. Dreyer, A./Mühlnickel, R./Miglbauer, E., Radtourismus, 2012, S. 17.
[86] Vgl. Wirkner, M., Aktivitätspotential, 2002, S. 25f.
[87] Vgl. Dreyer, A./Mühlnickel, R./Miglbauer, E., Radtourismus, 2012, S. 28.

## 3.3 Eingliederung des Radtourismus in den Gesundheitstourismus

Aufgrund der unterschiedlichen Urlaubsmotive von Radtouristen lässt sich der Radtourismus nur schwer einer bestimmten Urlaubsform zuordnen. Der Radurlaub wird häufig mit anderen Urlaubsarten kombiniert und gilt daher als eine Form des Hybridtourismus.[88] Diese Form bezeichnet den Trend zur effizienten Nutzung des Urlaubs durch Kombination mehrerer Urlaubsarten. Beispiele im Gesundheitstourismus finden sich auf Medical-Wellness-Reisen. Hier werden Unterhaltung und Erlebnisse neben den kurativ-präventiven Komponenten der Reiseform gleichermaßen gewünscht.[89] Auf Grundlage dieses Kombinationscharakters vieler Radreisen lässt sich keine primäre gesundheitliche Motivation von Radreisen unterstellen.[90] Insgesamt beinhaltet der Radtourismus mehrere Marktsegmente gleichzeitig. Radfahren ist häufig nicht das Hauptmotiv der Reise, sondern wird vielmehr neben anderen Aktivitäten im Urlaub ausgeübt (Radtourismus im weiteren Sinne, siehe Kap. 3.2.1). Dies gilt es im Rahmen der Angebotsgestaltung und der Zielgruppendifferenzierung im Rahmen der Arbeit zu berücksichtigen.[91]

In Anbetracht der Segmentierung des gesundheitstouristischen Marktes (siehe Kap. 3.2) muss geprüft werden, welche Bereiche des Gesundheitstourismus berührt werden. Generell können in den meisten Bereichen Elemente des Radfahrens integriert werden. Im Kurtourismus werden durch das Radfahren Ziele wie Gewichtsreduktion verfolgt.[92] Im Medical Wellness findet das Radfahren unter ärztlicher bzw. fachpersönlicher Aufsicht statt.[93] Im Wellnesssegment kann das Fahrrad ohne Aufsicht mit den Motiven Entspannung und Fitness benutzt werden. Der ursprüngliche Radtourismus als Teil des Sport- und Aktivtourismus lässt sich am ehesten zum Segment des gesundheitsorientierten Urlaubs zählen. Dieser wird zum Erholungstourismus gezählt.[94] Auch der Radtourismus wird diesem nach Kagelmann / Kiel ebenfalls primär zugeordnet.[95]

---

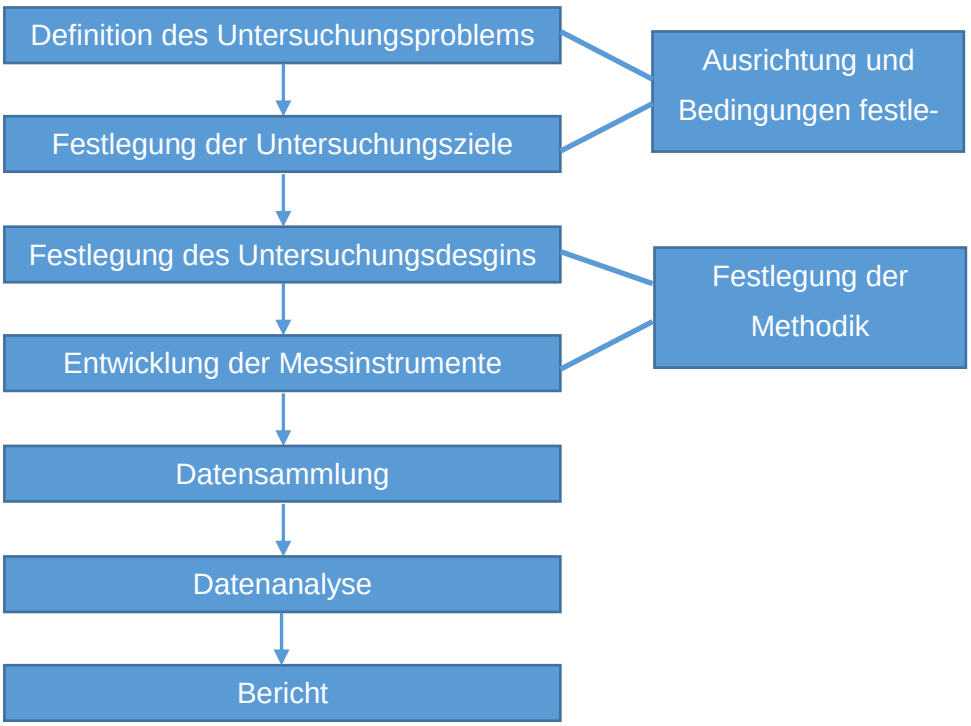
[88] Vgl. Kagelmann, H. J./Kiefl, W., Gesundheitsreisen, 2016, S. 199.
[89] Vgl. Kagelmann, H. J./Kiefl, W., Gesundheitsreisen, 2016, S. 127.
[90] Vgl. Kagelmann, H. J./Kiefl, W., Gesundheitsreisen, 2016, S. 199.
[91] Vgl. Dreyer, A./Mühlnickel, R./Miglbauer, E., Radtourismus, 2012, S. 5.
[92] Vgl. Grifka, J./Schönle, C., Rehabilitation, 2004, S. 288.
[93] Vgl. Nahrstedt, W., Wellness, 2008, S. 33.
[94] Vgl. Rulle, M./Hoffmann, W./Kraft, K., Gesundheitstourismus, 2010, S. 14.
[95] Vgl. Kagelmann, H. J./Kiefl, W., Gesundheitsreisen, 2016, S. 199.

# 4 Empirische Untersuchung

In den vorangegangenen Ausführungen wurde der theoretische Bezugsrahmen des Untersuchungsgegenstandes von ´Radtourismus als gesundheitstouristisches Produkt` skizziert. Die gewonnenen Erkenntnisse deuten insbesondere auf die hohe Bedeutung der Rolle des Radtourismus für die Ferienregion Krumhörn-Greetsiel hin. Gemäß der aktuellen Literatur zu den Themen Gesundheits- und Fahrradtourismus und unter Berücksichtigung der durchgeführten Analyse zum gesundheitstouristischen Potenzial der Gemeinde lässt sich vermuten, dass der Radtourismus in der Gemeinde Krummhörn einen Beitrag zur gesundheitstouristischen Profilbildung leisten kann. Mit dem Ziel, die Fahrradtouristen der Krummhörn und deren Meinungen und Wünsche zu untersuchen und mögliche Angebotspotentiale festzustellen, wurde im Rahmen dieser Arbeit daher eine empirische Studie durchgeführt.

In diesem Kapitel werden der Untersuchungsablauf, Aufbau und die Ergebnisse der empirischen Untersuchung dargestellt. In einem ersten Schritt erfolgen die Definition des Untersuchungsproblems und die Festlegung des Untersuchungsziels. Darauf aufbauend wird das methodische Vorgehen erläutert, indem das Untersuchungsdesign festgelegt und die Messinstrumente entwickelt werden. In einem nächsten Schritt werden die Datenerhebung und Datenanalyse durchgeführt. Die Darstellung der Untersuchungsergebnisse erfolgt abschließend im Ergebnisteil. Der Ablauf der Untersuchung wird schematisch in Abbildung 15 zusammengefasst.

*Abbildung 15: Untersuchungsablauf*




*Quelle: Eigene Erstellung nach Kuß, A./Wildner, R./Kreis, H., Marktforschung, 2014, S. 11.*

## 4.1 Problemdefinition und Untersuchungsziel

Die erste Phase der Untersuchung dient dazu die Untersuchungsprobleme zu definieren. Es ist auf eine präzise Formulierung dieser zu achten, da in dieser Phase die Weichen für den Erfolg der Untersuchung gestellt werden. Eine unpräzise Formulierung kann dazu führen, dass die Untersuchungsergebnisse nicht zur Problemlösung beitragen und somit an den relevanten Problemen „vorbeigeforscht“ wird.[96]

Den Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Studie bildet das gegenwärtige radtouristische Angebot, insbesondere das der Radroute Krummhörner Kirchturm-Tour. In diesem Kontext lässt sich festhalten, dass bisher keine gesundheitstouristische Ausrichtung der Radroute zu erkennen ist.

Die Analysen, die dieser Arbeit vorausgehen, zeigen bereits, dass es gewisse gesundheitstouristische Potentiale in der Gemeinde gibt und das Interesse für diese unter den Gästen besteht.

[96] Vgl. Kuß, A./Wildner, R./Kreis, H., Marktforschung, 2014, S. 11.

Aus diesem Verständnis heraus verfolgt die vorliegende Untersuchung das Ziel, Stärken und Schwächen des radtouristischen und gesundheitstouristischen Angebots der Gemeinde Krummhörn sowie die Wünsche und Bedürfnisse der gesundheitsbewussten Radtouristen zu identifizieren. Aus diesen Ergebnissen werden im nächsten Schritt Empfehlungen zur Optimierung der vorhandenen Angebote, sowie weitere Entwicklungspotenziale für die Praxis abgeleitet.

Darüber hinaus wird insbesondere konkret überprüft, inwiefern die Themen Kirche und Gesundheitstourismus miteinander harmonieren. Naturbasierte Faktoren wie Landschaft, Klima & Luft sollen in ein Angebot für Radtouristen mit den Motiven Erholung / Entspannung / Entschleunigung integriert werden.

Insgesamt behandelt die Arbeit somit die zentrale Untersuchungsfrage, wie das bereits bestehende Angebot der Kirchturm-Tour in der Gemeinde Krummhörn ausgebaut, bzw. verändert werden muss, um gesundheitsorientierte Fahrradtouristen in der Krummhörn begrüßen zu können. Die empirische Untersuchung dient damit der konkreten Ermittlung von Handlungsempfehlungen und Anregung für mögliche Produktkonzeptionen.

## 4.2 Methodisches Vorgehen

Die methodische Vorgehensweise stellt die Basis für die Erreichung des zugrunde liegenden Untersuchungszieles dar und muss folglich zunächst festgelegt werden. Grundsätzlich wird in der empirischen Forschung zwischen qualitativen und quantitativen Untersuchungsmethoden unterschieden. Während in der qualitativen Forschung nicht standardisierte Methoden, wie offene, narrative Interviews und Leitfadeninterviews eingesetzt werden, gehören standardisierte Befragungen zur quantitativen Forschung. Mithilfe der standardisierten Befragung lassen sich Daten wie z. B. Persönlichkeitsmerkmale, Einstellungen und konkrete Verhaltensweisen von großen Personengruppen mit hoher Ökonomie und Anonymität erfassen.[97] Da das Hauptinteresse der

[97] Vgl. Jacob, R., et al., Umfrage, 2011, S. 5.

Untersuchung darin besteht, zu prüfen, welche Relevanz gesundheitstouristische Angebote für Radtouristen haben, empfiehlt die Sozialforschung die Verwendung von quantitativen Befragungsmethoden. Die methodische Grundlage der vorliegenden Arbeit bildet eine persönliche Befragung in Form eines Fragebogens.[98] Damit wird der Arbeit ein Forschungsdesign zugrunde gelegt, das quantitativen Forschungscharakter besitzt.

Vor Beginn der eigentlichen Untersuchung sollte geklärt werden, über welche Grundgesamtheit, also Menge von Personen und Sachverhalten Aussagen getroffen werden.[99] Die Gesamtheit der Befragung stellen in dieser Befragung alle Personen über 15 Jahre, die zum Zeitpunkt der Befragung einen touristischen Aufenthalt in der Gemeinde Krummhörn verbringen und ein Fahrrad währenddessen nutzen.

Die Vor-Ort Befragung erstreckte sich über einen Zeitraum von insgesamt drei Tagen und wurde hauptsächlich im touristischen Hauptort Greetsiel durchgeführt. Die Teilnahme an der Befragung war freiwillig. Das Fischerdorf ist bei vielen Tages- und Übernachtungsgästen sehr beliebt und bietet daher das höchste Touristenaufkommen. Radtouristen schätzen am Ort nicht nur die touristischen Attraktionspunkte wie den Hafen, Restaurants und Geschäfte. Die direkte Lage Greetsiels an der Nordsee führt dazu, dass nahezu jeder Radfahrer die Radwege entlang des Deiches nutzt.[100]

In den nachfolgenden Ausführungen des Kapitels werden das Untersuchungsdesign festgelegt und die Messinstrumente entwickelt.

### 4.2.1 Untersuchungsdesign

Die Datenerhebung im Rahmen der vorliegenden Untersuchung erfolgt methodisch auf Basis eines Fragebogens. Mithilfe des Einsatzes eines Fragebogens werden persönliche Einschätzungen und Bewertungen der Teilnehmer in Hinblick auf das radtouristische Angebot in der Gemeinde Krummhörn erfasst. Insgesamt basieren die Fragen auf den theoretischen Ausführungen und praxisbezogenen Erkenntnissen der Gemeinde. Nachfolgend werden die

---

[98] Vgl. Jacob, R., et al., Umfrage, 2011, S. 5.
[99] Vgl. Freyer, W./Groß,S./Hinkelmann, K., Gästebefragungen, 2006, S. 61.
[100] Telefonisches Gespräch mit Herrn Heinrich Heinemann, Stellvertretender Geschäftsführer der Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel, am 26.07.2016.

Forschungsfragen und Hypothesen beleuchtet, um in einem nächsten Schritt den Fragebogen zu entwickeln.

Im Vorfeld der Fragebogengestaltung wurden verschiedene Themenfelder und Interessensschwerpunkte mit der Touristik GmbH abgestimmt. Darüber hinaus flossen ebenfalls Inhalte aus den vorangegangenen Analysen mit in die Fragebogenerstellung ein. Dieser Abschnitt widmet sich der Entwicklung der Forschungshypothesen. Als Bezugsrahmen für die Formulierung der Forschungshypothesen dienen die der Arbeit zugrunde liegenden Forschungsfragen. Aus diesen werden Vermutungen über die Bedürfnisse und Verhaltensweisen der Fahrradtouristen abgeleitet. Diese Vermutungen bilden schließlich die Forschungshypothesen der vorliegenden Untersuchung und werden in Abbildung 16 zusammen mit den Forschungsfragen dargestellt.

*Abbildung 16: Forschungsfragen und Forschungshypothesen der Befragung*

| **Forschungsfragen** | **Forschungshypothesen** |
|---|---|
| Welche gesundheitstouristischen Inhalte muss ein Angebot bieten um vom Radtouristen wahrgenommen zu werden? Was muss ein Ort auf einer Radroute bieten, um zur Entschleunigung beizutragen? | Entschleunigung und Gesundheit im Urlaub spielen eine wichtige Rolle für die radtouristischen Gäste der Region. Die Radtouristen wünschen sich eine Verbesserung der Radinfrastruktur, um Entschleunigung und Erholung durch das Radfahren in der Landschaft & Natur zu erreichen. |
| Welche Rolle spielt die Kirche als Erholungsort in gesundheitstouristischen Produkten? | Ein grundlegendes Interesse an Kirchen von Seiten der Radtouristen ist vorhanden. Die Gäste suchen Kirchen jedoch eher weniger aus religiösen Gründen auf, vielmehr sind sie an kulturellen Angeboten in den Kirchen interessiert. |

*Quelle: Eigene Darstellung.*

### 4.2.2 Fragebogenentwicklung

Die Befragung basiert auf einem standardisierten Fragebogen. Damit wird sichergestellt, dass alle Teilnehmer die gleichen Fragen in der gleichen Reihenfolge erhalten. Folglich werden die Vergleichbarkeit der Antworten sowie eine einheitliche Auswertung sichergestellt.

Im Rahmen der Entwicklung des Fragebogens werden die Bewertungen der Radtouristen in einzelne Kategorien formuliert. Das Ergebnis sind die folgenden vier Kategorien.

- Soziodemografische Verteilung
- Fahrradtouristische Merkmale
- Fahrradtourist in der Ferienregion Krummhörn-Greetsiel
- Entwicklung gesundheitstouristischer Angebote

Auf Basis der Ziele der Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel und den Ergebnissen der vorangegangenen Kundenanalyse wurde ein Itempool von insgesamt 17 Fragen entwickelt. Die Bearbeitungszeit für den Fragebogen wurde in einer Vorstudie mit sechs bis sieben Minuten gemessen.

Die Fragen werden als Selbsteinschätzungen der Teilnehmer einheitlich mit einer vierstufigen Skalierung erhoben. Dazu wird eine Rating Skala von 1 = sehr unwichtig bis 4 = sehr wichtig eingesetzt. Darüber hinaus wird die Skala um die Antwortmöglichkeit `weiß nicht` ergänzt, um vorzubeugen, dass die Teilnehmer zur Antworttendenz `Tendenz zur Mitte´ neigen. Ferner soll damit sichergestellt werden, dass Probanden keine Falschbewertung abgeben, wenn sie eine Aussage nicht bewerten können. Insgesamt ist zum Skalenniveau der Fragen anzumerken, dass die vierstufige Skala einheitlich mit dem Ziel eingesetzt wird, die Übersichtlichkeit und Verständlichkeit des Fragebogens zu versichern. Darüber hinaus enthält der Fragebogen insgesamt 13 geschlossene Fragen mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten. Damit wird die Vergleichbarkeit der Teilnehmeraussagen unterstützt.

Der finale Fragebogen kann dem Anhang 1 entnommen werden.

## 4.3 Ergebnisdarstellung

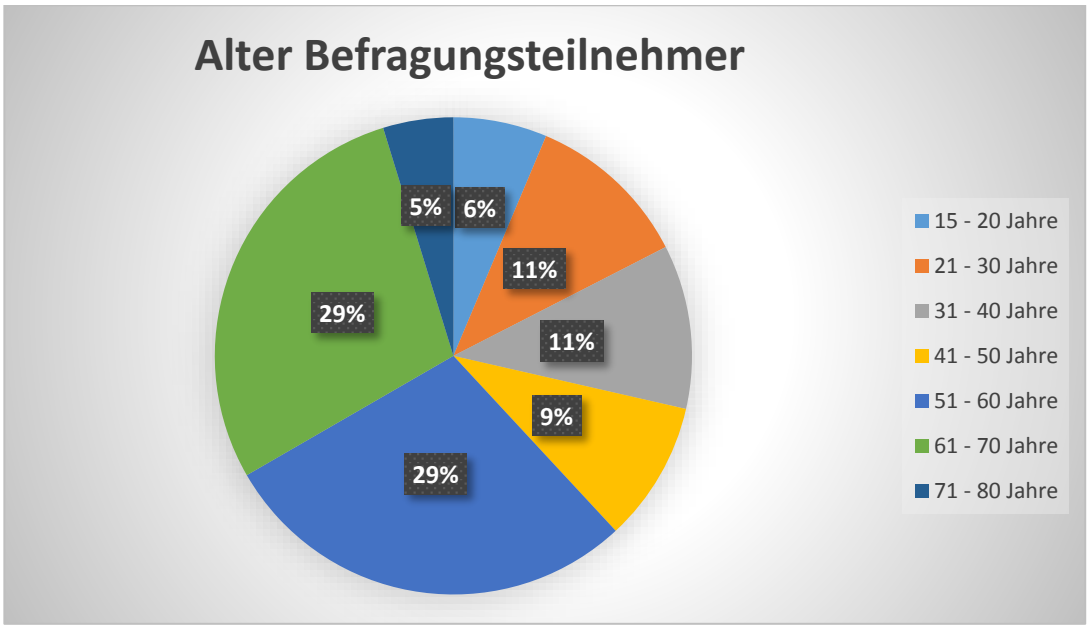
Um die Hypothesen auf ihre Relevanz zu überprüfen, wurde in der vorliegenden Arbeit eine empirische Untersuchung durchgeführt. In diesem Kapitel erfolgt die Darstellung der wesentlichen empirischen Ergebnisse. Um diese in den Gesamtkontext einzubinden und die Vorgehensweise nachvollziehbar zu gestalten, werden zunächst die soziodemografischen Merkmale der Stichprobe sowie die wichtigsten deskriptiven Ergebnisse aus den Fragebögen erläutert. In einem nächsten Schritt werden die Ergebnisse weitergehend ausgewertet, um tiefergehende Aussagen zu erzielen.

### 4.3.1 Darstellung der Untersuchungsergebnisse

Soziodemografische Verteilung

Zunächst erfolgt eine Zuordnung der Teilnehmer nach soziodemografischen Merkmalen. Von den insgesamt 102 Teilnehmern sind 51 % weiblich und 49 % männlich. Die Altersstruktur der Erhebung ist in Abbildung 17 dargestellt.

*Abbildung 17: Alter Befragungsteilnehmer*




*Quelle: Eigene Darstellung.*

Die Altersangaben sind, wie auf dem Fragebogen ersichtlich,[101] in Kategorien erfasst worden. Die gewählte Unterteilung ist angelehnt an den VGM und die empirische Untersuchung von Frau Onken, um eine Vergleichbarkeit der Da-

[101] Siehe Anhang 1.

ten zu gewährleisten. Aufgrund der verschiedenen Erhebungsmethoden der Untersuchungen sind Unterschiede in der Häufigkeit der Alterskategorien festzustellen. 58 % der Gäste sind zwischen 51 und 70 Jahren alt. Auch bei der Kundenanalyse ist die Alterskategorie zwischen 51 bis 60 Jahren am häufigsten vertreten, gefolgt von den 41 bis 50-Jährigen. Das Durchschnittsalter der Krummhörner Gäste wird mit 52 Jahren angegeben.[102] Das Durchschnittsalter der Radreisenden ist 47,6 Jahre.[103] Es ist davon auszugehen, dass die Radtouristen in der Krummhörn dieses Alter im Durchschnitt übersteigen.

Rund ein Drittel der Befragten reisen zusammen mit Familie/Kindern. Freunde/Bekannte sind in ca. 12 % der Fälle Reisebegleitung. Der überwiegende Teil der Befragten (78,43 %) reist zusammen mit dem Partner/ der Partnerin. Alleinreisende und sonstige Begleitungen sind aufgrund ihrer geringen Nennung (jeweils ca. 3 %) kaum relevant.[104]

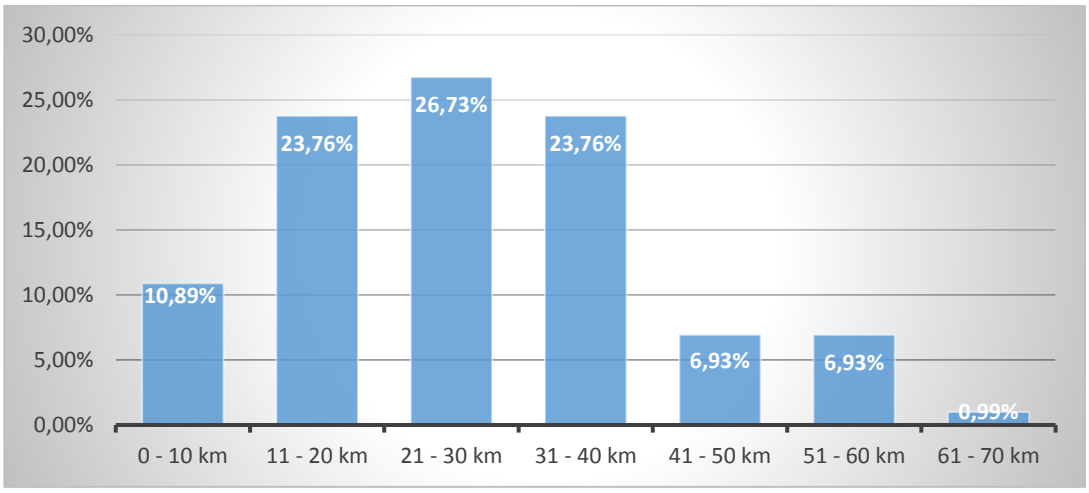
Fahrradtouristische Merkmale

Um die Ergebnisse der Befragung auch mit anderen fahrradtouristischen Untersuchungen, wie der Grundlagenuntersuchung zum Fahrradtourismus vergleichen zu können, werden die Befragten im Folgenden nach fahrradtouristischen Merkmalen unterteilt.

Für ca. 75 % der Teilnehmer ist das Radfahren nicht der Hauptgrund der Reise. Sie sind somit zum Radtourismus im weiteren Sinne zu zählen. Zum Radtourismus im engeren Sinne zählen folglich ca. 25% der Befragten. Die durchschnittlich zurückgelegte Radstrecke im Urlaub pro Tag ist in Abb. 18 sichtbar.

[102] Vgl. Onken, J., Kundenanalyse, 2015, S. 46f.
[103] Vgl. ADFC, Radreiseanalyse, 2016, S. 18.
[104] Siehe Anhang 2.

*Abbildung 18: Länge der zurückgelegten Radstrecke pro Tag*

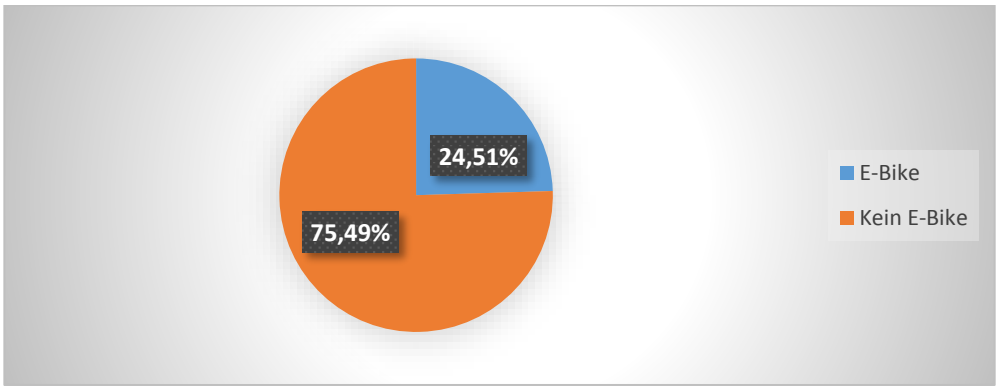



*Quelle: Eigene Darstellung.*

Wie die Abbildung zeigt, liegt die pro Urlaubstag zurückgelegte Radstrecke im Durchschnitt zwischen 11 und 40 km. Mit 26,73 % wird die Länge 21 - 30 km drei Prozent öfter genannt als die Kategorien 11 - 20 km und 31 - 40 km mit jeweils 23,76 % Eine geringer zurückgelegte Streckenweite mit steigendem Alter ist nicht zu erkennen.[105]

Mit Blick auf die stetig steigende Nutzung von E-Bikes[106] erscheint es sinnvoll, diese relativ neue Zielgruppe von Fahrradtouristen im Rahmen der Angebotsentwicklung zu berücksichtigen. Daraus wächst das Interesse, zu erfahren, wie verbreitet die Nutzung von E-Bikes unter den Krummhörner Gästen ist. Abbildung 19 stellt die Nutzung von E-Bikes mittels eines Kuchendiagramms dar.

*Abbildung 19: E-Bike Nutzung*




*Quelle: Eigene Darstellung.*

[105] Siehe Anhang 3.
[106] Vgl. Dreyer, A./Mühlnickel, R./Miglbauer, E., Radtourismus, 2012, S. 25.

75,49 % der Radtouristen reisen mit einem einfachen Fahrrad. Fast jeder vierte Gast nutzt ein E-Bike im Urlaub. Bei der Durchführung der Befragung gaben viele Teilnehmer an, ein E-Bike „noch nicht“ zu nutzen. Dies lässt auf eine steigende Nutzung in der Zukunft schließen. Im Vergleich zu den Ergebnissen der Radreiseanalyse ist die E-Bike Nutzung in der Gemeinde Krummhörn als sehr hoch einzuschätzen. Einer der Gründe könnte das höhere Alter der Radtouristen der Krummhörn im Vergleich zum durchschnittlichen Radreisenden sein. Genutzt werden E-Bikes von den Gästen am häufigsten im Alter zwischen 51 und 70 Jahren.[107]

Fahrradtourist in der Ferienregion Krummhörn-Greetsiel

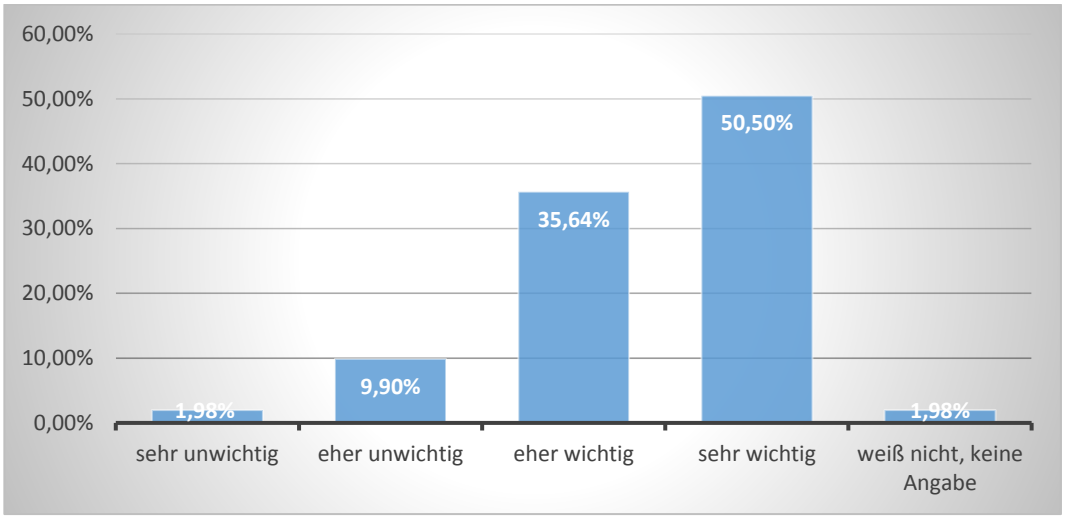
Dieser Abschnitt des Fragebogens behandelt die typischen Merkmale eines Fahrradtouristen und trägt damit zum besseren Verständnis bei. Es werden die Gründe für das Radfahren im Urlaub, in der Region und die Orte, die der Gast auf der Route besucht hat, abgefragt. Zudem wird die Quelle der Informationsbeschaffung beleuchtet, die besagt, wann und über welche Kanäle der Gast an Informationen rund um das touristische Angebot der Region gelangt.

Um den Befragten nach der Einleitung in das Thema einzuführen, dient die erste Frage als „Eisbrecher“. Die Teilnehmer sollen für das Thema sensibilisiert werden und verstehen, dass die Themen Fahrrad- und Gesundheitstourismus im Fokus der Befragung stehen. Des Weiteren ermöglicht die Einstiegsfrage eine Einschätzung über die Relevanz und Wichtigkeit von Gesundheit im Urlaub aus Gästesicht. Abb. 20 zeigt diese Bedeutung auf einer Skala von *sehr unwichtig* bis *sehr wichtig*. Circa 86 % der befragten Gäste ist es sehr wichtig oder eher wichtig im Urlaub etwas für die Gesundheit zu tun. Die Hälfte aller Befragten empfindet es als sehr wichtig. Verglichen mit den

[107] Siehe Anhang 3.

Daten aus der Kundenanalyse[108] lässt sich feststellen, dass es Radfahrern verglichen mit der Gesamtheit der Gäste der Krummhörn, wichtiger ist etwas für die Gesundheit zu tun. Radfahrer erscheinen somit eine besonders hohe Affinität zum Gesundheitstourismus aufzuweisen.

*Abbildung 20: Bedeutung von Gesundheit im Urlaub*



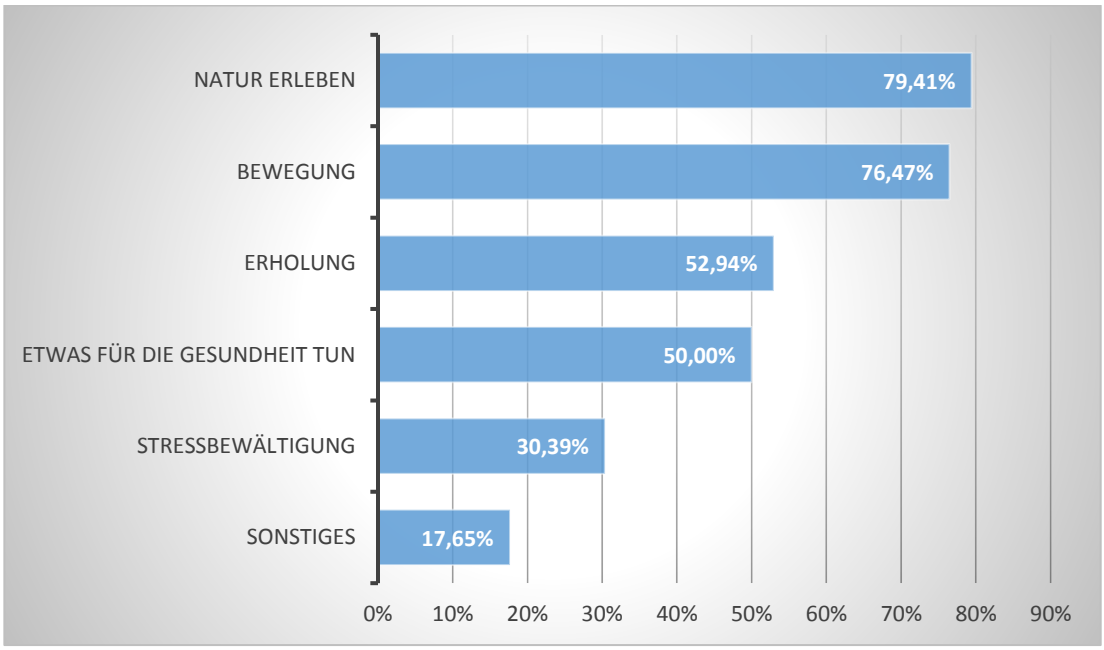

*Eigene Darstellung.*

Gesundheitsaktivitäten im Urlaub sind Männern und Frauen gleich wichtig. Im Altersbereich zwischen 15 - 40 Jahren ist die Wichtigkeit mit *eher wichtig* ähnlich hoch. Ab der Alterskategorie 41 - 50 steigt die Wichtigkeit von Gesundheit im Urlaub stetig in allen weiteren Altersklassen.[109]

Die Gründe für die Fahrradnutzung im Urlaub sind in Abb. 20 dargestellt. Natur erleben mit fast 80% und Bewegung mit 76,47 % sind die Topgründe für das Radfahren im Urlaub. Erholung und „Etwas für die Gesundheit tun“ sind für die Hälfte der Umfrageteilnehmer ein Grund, warum sie auf Reisen ein Fahrrad nutzen. Stressbewältigung wird in ca. 30 % und sonstige Gründe in 17,65 % angegeben.

[108] Vgl. Onken, J., Kundenanalyse, 2015, S. 53.
[109] Siehe Anhang 3.

*Abbildung 21: Gründe für die Fahrradnutzung im Urlaub*

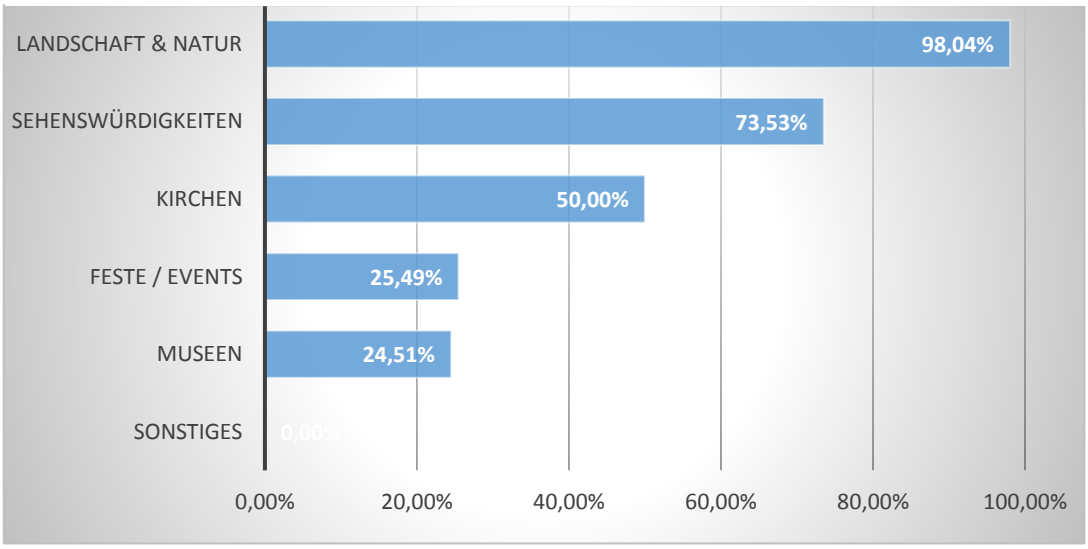



*Eigene Darstellung.*

Der meist genannte sonstige Grund ist *Fortbewegung*. Mit dem Fahrrad sind die Urlaubsgäste flexibel und schneller als zu Fuß unterwegs. Auch wurde der Spaßfaktor als Grund für die Radnutzung im Urlaub genannt.[110]

Abb. 21 zeigt die Beliebtheit vorgegebener Besichtigungsorte bei Radtouristen. Da die Befragung unter anderem das Ziel verfolgte, die Integration von kirchlichen Angeboten in den Tourismus zu evaluieren, liegt der Fokus der Frage auf der Beliebtheit von Kirchen.

*Abbildung 22: Besichtigungsorte auf einer Radtour*



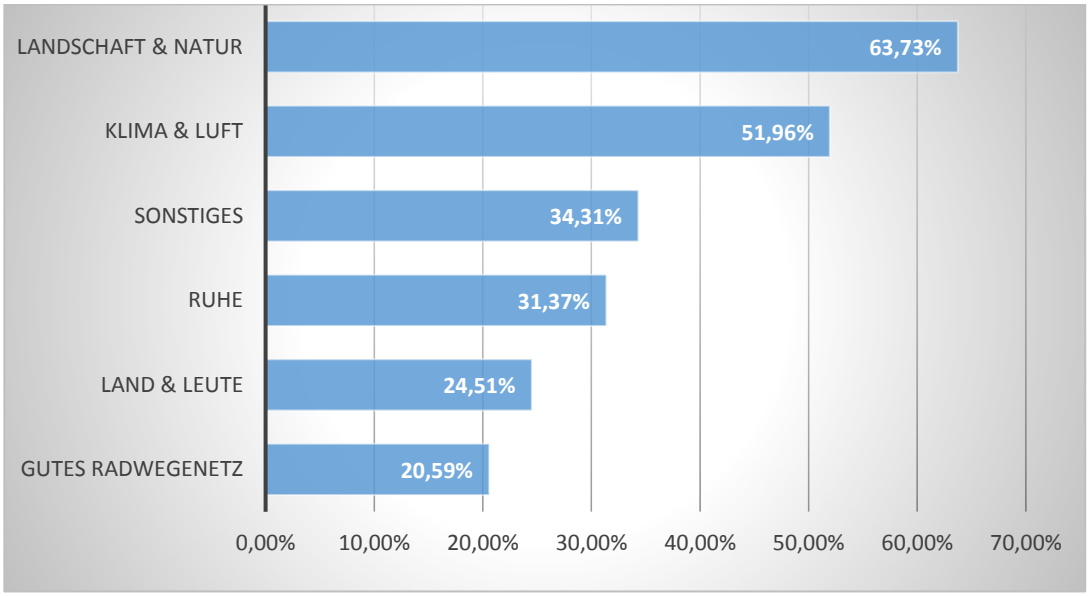

*Eigene Darstellung.*

[110] Siehe Anhang 4.

Nahezu jeder Radfahrer schaut sich gerne Landschaft und Natur während der Radreise an, da Radfahren eine Outdoor-Aktivität darstellt. Sehenswürdigkeiten fallen typischerweise auch in das Interessensfeld eines Touristen, 73,53 % der Radfahrtouristen besichtigen diese gerne. Kirchen werden von jedem zweiten Befragten während der Radtour angeschaut, somit hat jeder zweite Radtourist zumindest grobes Interesse an Kirchen. Signifikante Unterschiede im Hinblick auf das Interesse an Kirchen zwischen Männern und Frauen ist nicht zu erkennen. Radtouristen zwischen 15 und 50 Jahren sind weniger an Kirchen interessiert. Ab dem Alter von 51 Jahren ist die größte Beliebtheit festzustellen. Feste / Events und Museen werden von etwa einem Viertel der Befragten gerne besucht.

Um die Qualität der Urlaubsreise für Radtouristen in der Krummhörn zu steigern, muss deutlich sein, warum die Region generell für Radreisende interessant ist. Folgende Abb. 22 zeigt warum die Ferienregion Krummhörn-Greetsiel als Reiseziel ausgewählt wurde.

*Abbildung 23: Gründe für das Radfahren in der Krummhörn*




*Eigene Darstellung.*

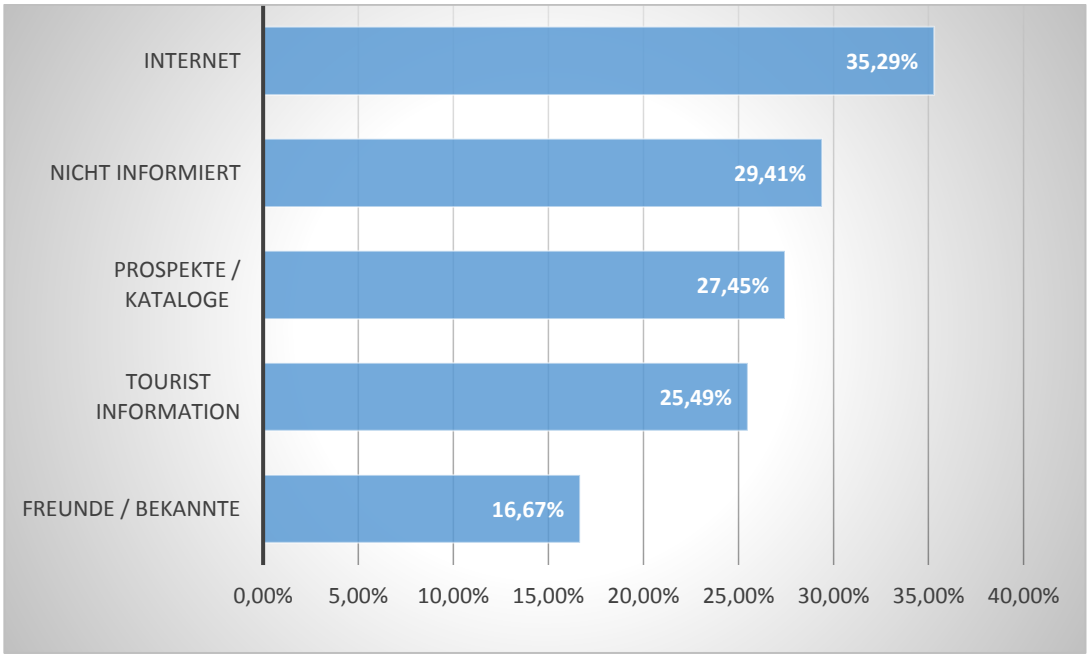
Am häufigsten wird mit 63,73 % *Landschaft & Natur* als Grund für die Auswahl der Ferienregion genannt. Dies deckt sich mit den Ergebnissen der Kundenanalyse. Hier ist die am häufigsten genannte Assoziation der Gäste mit der Ferienregion Krummhörn-Greetsiel ebenfalls Landschaft & Natur.[111] Für Radtouristen sind die Outdoor-Begebenheiten sehr wichtig und sie wür-

[111] Vgl. Onken, J., Kundenanalyse, 2015, S. 47f.

digen die ursprünglichen Faktoren der Region. *Klima & Luft* wird mit 51,96 % am zweithäufigsten als Grund für die Ortswahl angegeben. Unter *Sonstiges* wurde überwiegend als Grund angegeben die Region kennenlernen zu wollen. Dazu bietet sich das Rad an, um auch die Region rund um den Hauptferienort Greetsiel besuchen zu können. Des Weiteren wird angegeben, dass die Region in der Nähe des Wohnorts liegt und weitestgehend flaches Land bietet.[112]

Um Radtouristen über die Angebote der Region effizient und gezielt zu informieren, ist die Identifikation der genutzten Informationskanäle von großer Bedeutung. Abb. 23 stellt die Nutzung verschiedener Informationsquellen in Beziehung. Am häufigsten wird dabei das Internet genutzt. 35,29 % nutzen das Internet um sich allgemein einen Überblick über die Region zu verschaffen, jedoch auch um gezielt Informationen virtuell einzuholen. Fast 30 % aller Befragten gaben an, keine Informationen für die Reise einzuholen. Die radtouristischen Angebote werden in diesen Fällen vor Ort selbst getestet und bewertet. Weiterhin sind viele der Gäste nicht zum ersten Mal in der Region unterwegs und haben keinen weiteren Informationsbedarf.

*Abbildung 24: Informationsquellen der Befragten*

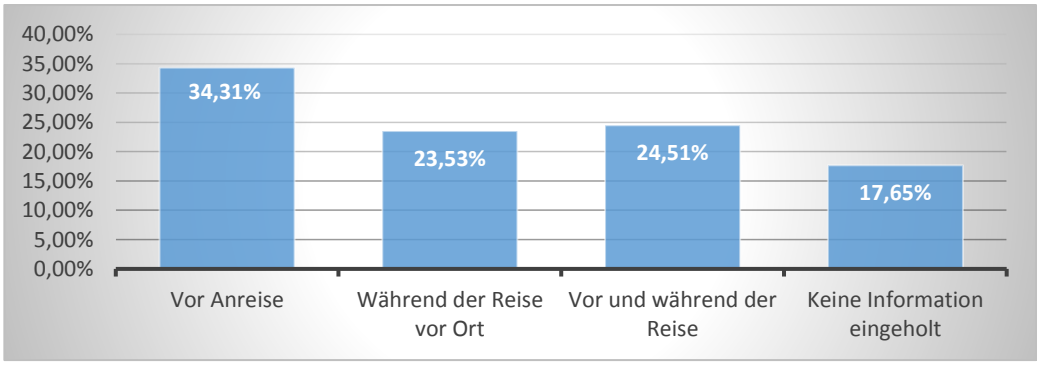



*Eigene Darstellung.*

[112] Siehe Anhang 4.

Die Grundlagenuntersuchung zum Fahrradtourismus kommt zu einem ähnlichen Ergebnis. Mehr als zwei Drittel der Gäste holen Informationen ein. Das Internet dominiert als Informationsquelle. Deutlich wird dies auch im Vergleich mit dem Rest der Inlandsurlauber, die diese Quelle weniger oft nutzen. Informationen werden deutlich häufiger über Suchmaschinen oder direkt auf den Websites von Regionen, weniger auf den Websites der Orte oder gar der Beherbergungsbetriebe gefunden.[113] Bezüglich der Auswahl *Internet* wurden die Befragungsteilnehmer aufgefordert, falls bekannt, die genaue Internetseite zu nennen, die besucht wurde. In ca. 50 % der Fälle ist den Gästen bei der Internetrecherche bewusst, welche Seite sie nutzen. Die von der Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel betriebene Internetseite *www.greetsiel.de* ist mit großem Abstand am häufigsten genannt worden. Prospekte / Kataloge sind auf Platz drei des Rankings mit 27,45 %, dicht gefolgt von der Tourist Information vor Ort mit 25,49 %. Die Nutzung der Tourist Information der Krummhörner Gäste ist höher im Vergleich zur Grundlagenuntersuchung. Auch diese identifizierte eine besondere Reputation der Tourist Informationen bei Fahrradurlaubern. Nur 10 % aller Touristen nutzen diese Informationsquelle. Unter Fahrradurlaubern sind es fast doppelt so viele (18 %). Dies kommt auch in den von Tourist Informationen herausgegebenen Informationsmedien zum Ausdruck. Prospekte und Kataloge erfreuen sich bei Fahrradtouristen deutlich größerer Beliebtheit als beim Rest der Urlauber.[114] Freunde / Bekannte werden zur Informationsgewinnung über Radfahrangebote mit 16,67 % eher selten genutzt. Den Zeitpunkt der Informationsbeschaffung zeigt Abb. 24.

*Abbildung 25: Zeitpunkt der Informationsbeschaffung*



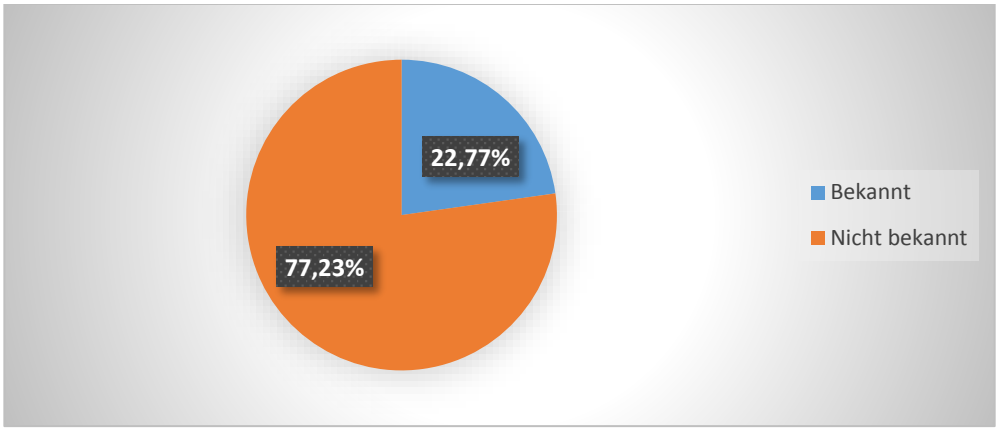

*Eigene Darstellung.*

[113] Vgl. BMWi, Grundlagenuntersuchung, 2009, S. 52.
[114] Vgl. *BMWi*, Grundlagenuntersuchung, 2009, S. 52f.

Die Informationsbeschaffung findet zum größten Teil (34,31 %) vor der Reise statt-. Während der Reise informieren sich 23,53 % der Teilnehmer. Fast jede vierte befragte Person gibt an, sich vor und während der Reise zu informieren. Keine Informationen wurden in 17,65 % der Fälle eingeholt. Der Unterschied zwischen dieser Auswahl (17,65 %) und der *Nicht informiert* Auswahl der vorigen Frage (29,41 %) ist darauf zurückzuführen, dass sich viele Gäste nicht bewusst informieren, jedoch vor Ort Beschilderungen und Informationstafeln zur Orientierung und aus Interesse nutzen.

Da die Kirchturmtour als Untersuchungsgegenstand der Radstrecken fokussiert wird, gibt die Untersuchung eine Einschätzung über die Bekanntheit der Route. Abb. 25 zeigt, dass lediglich 22,77% der Radtouristen die Kirchturmtour kennen. Den restlichen Gästen (77,23 %) ist die Kirchturmtour nicht bekannt.

*Abbildung 26: Bekanntheit der Kirchturmtour*




*Eigene Darstellung.*

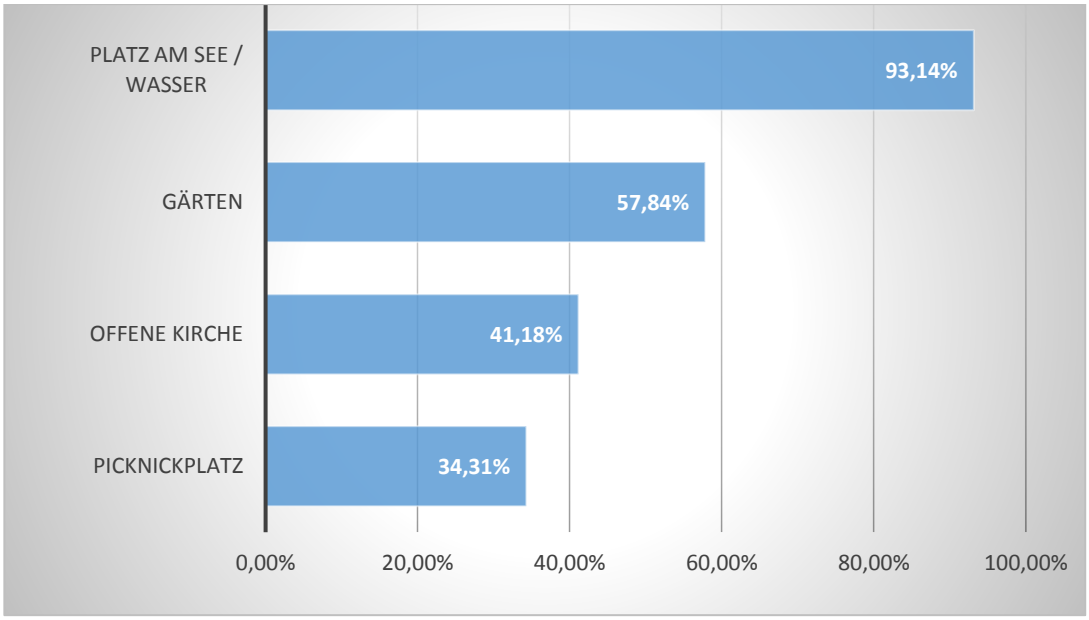
Um zu gewährleisten, dass Angebote rund um die Kirchturmtour genutzt werden, ist es unabdingbar die Bekanntheit dieser zu steigern.

<u>Entwicklung gesundheitstouristischer Angebote</u>

In diesem Teil des Fragebogens werden nicht, bereits bestehende Angebote des Gesundheitstourismus in der Krummhörn bewertet. Vielmehr zielen die Fragen darauf ab die Beliebtheit und Eignung von bestimmten Angeboten für den Radtouristen der Region zu bestimmen. Mit weiteren Fragen wird ermittelt, wie ein gesundheitstouristisches Angebot gestaltet werden muss um dem Bedürfnissen dieser Gästegruppe zu entsprechen.

Was unter einem Ruheort verstanden wird und wie dieser idealerweise auszusehen hat, ist nicht eindeutig einzugrenzen. Die Interpretation von Ruhe ist unterschiedlich und somit auch die Anforderungen, die an einen Ort der Ruhe gestellt werden. Ob geöffnete Kirchen als Ruheort angesehen und genutzt werden, gilt es zu klären. Abb. 26 zeigt, welche Ruheorte der Tourist auf seiner Radtour bevorzugt ansteuert.

*Abbildung 27: Nutzung bestimmter Ruheorte*



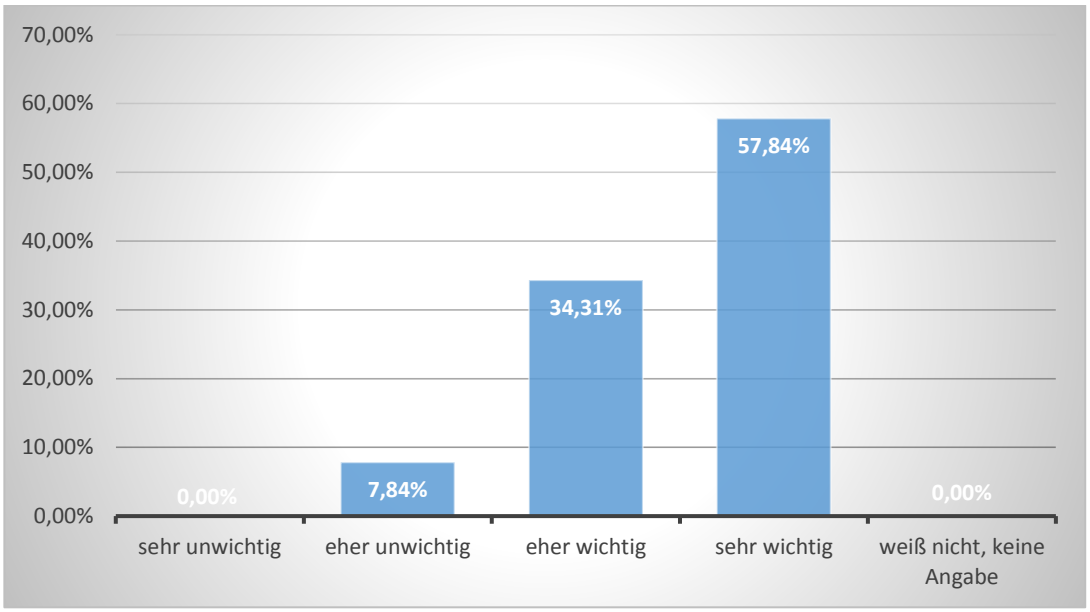

*Eigene Darstellung.*

Plätze, die am See bzw. am Wasser liegen werden von 93,14 % der Radtouristen als Ruheort präferiert. Die Nähe zum Wasser sollte somit bei der Gestaltung von Ruheorten berücksichtigt werden. Der Besuch von Gärten wird in 57,84 % angegeben. Picknickplätze werden am wenigsten als Ruheort besucht. Das zeigt das Ergebnis von 34,31 %. Offene Kirchen würden von 41,18 % als Ruheort besucht werden. Im Rahmen des VGM geben ebenfalls 41 % der Befragten (n=640) Touristen an, Kirchen während des Aufenthalts in Krummhörn-Greetsiel besucht zu haben.[115] Ein besonderes Interesse an Kirchen von Radtouristen gegenüber anderen Urlauber und Tagesgästen ist nicht zu erkennen.

Das Thema Ruhe hängt in der Wahrnehmung eng mit Entschleunigung zusammen. Inwiefern Entschleunigung für Radurlauber eine Rolle spielt zeigt sich in Abb. 27.

[115] Vgl. Benchmark Services, Gästemonitor, 2015, S. 14.

*Abbildung 28: Bedeutung von Entschleunigung im Urlaub*

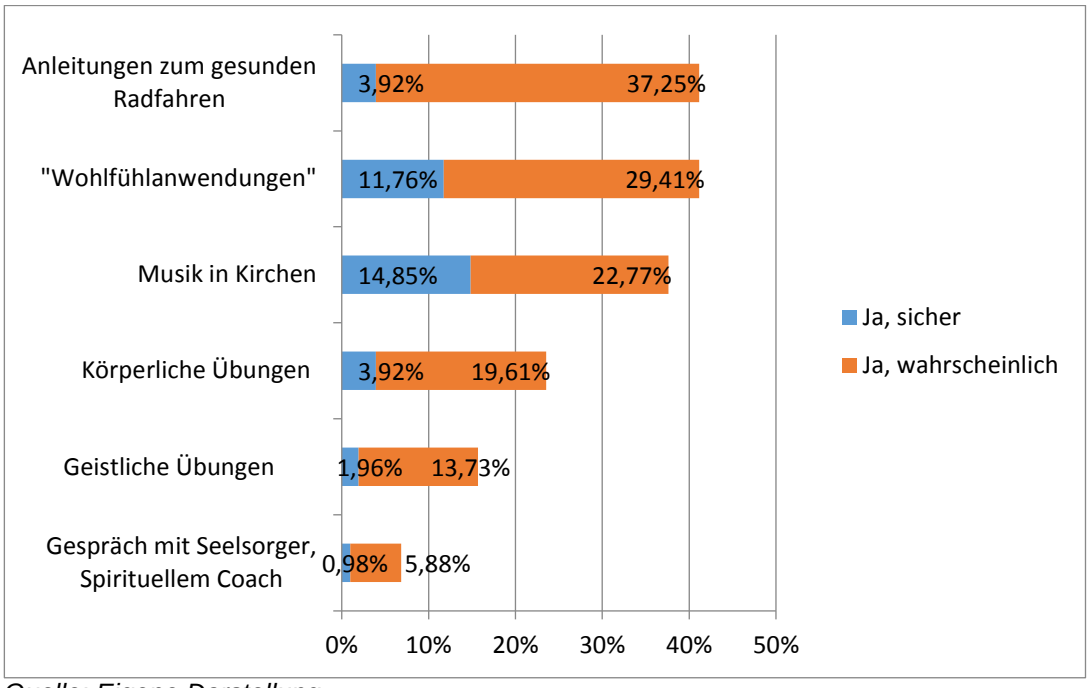



*Eigene Darstellung.*

Lediglich 7,84 % geben an, dass Entschleunigung für sie im Urlaub eher unwichtig ist. Somit ist Entschleunigung für über 92 % der Gäste *sehr wichtig* oder *eher wichtig*.

Welche gesundheitstouristischen Angebote sind für den Fahrradtouristen interessant? Diese Frage gilt es zu klären, um bedarfsgerechte Angebote zu erstellen. Es wurde eine Vorauswahl über mögliche gesundheitstouristische Angebote, die sich insbesondere auf den Themenbereich Spiritualität beziehen. Das Interesse der Gäste an den vorgeschlagenen Angeboten wird in Abb. 28 dargestellt.

*Abbildung 29: Interesse an ausgewählten Angeboten*




*Quelle: Eigene Darstellung.*

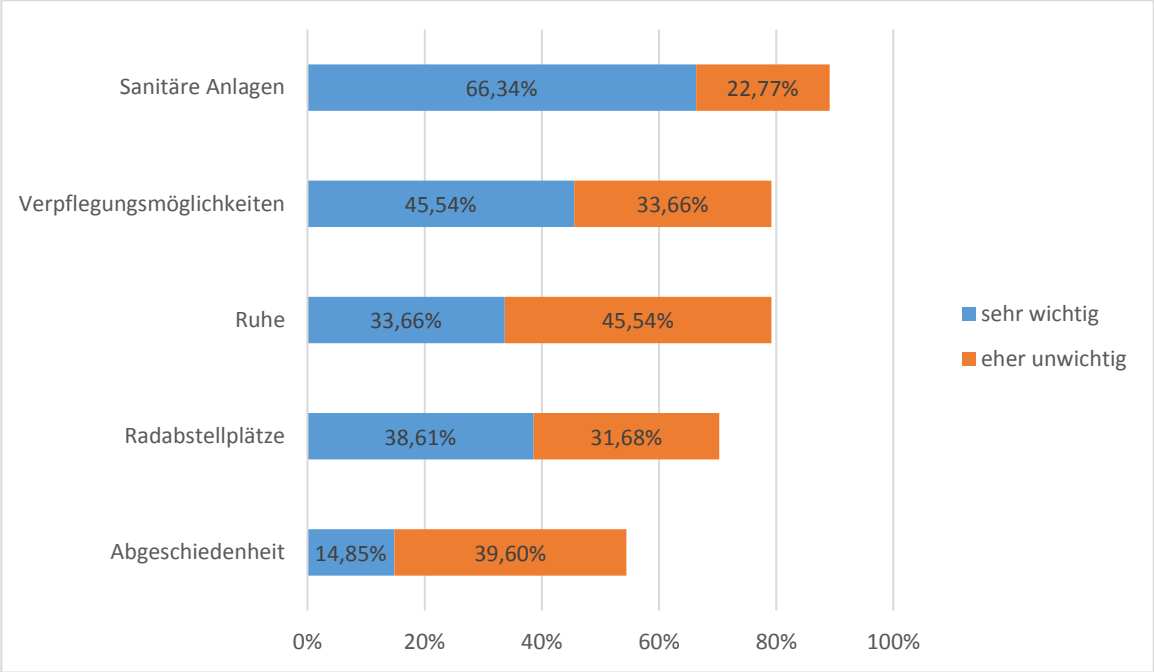
Jeweils 41,17% der Gäste würden sicher, bzw. wahrscheinlich Anleitungen zum gesunden Radfahren und / oder Wohlfühlanwendungen als Wellnessangebot neben der Radtour wahrnehmen. Die höhere Anzahl der Angabe *Ja, sicher* bei Wohlfühlanwendungen, lässt eine höhere Bekanntheit solcher Angebote vermuten. Das Anleiten vom richtigen, gesunden Radfahren klingt für den Gast interessant, ohne genau zu wissen wie solche Angebote aufgebaut sind. Angebote mit Musik in Kirchen, ähnlich wie der Orgelfrühling, weisen den höchsten Anteil an *Ja, sicher* Angaben auf. Insgesamt geben 37,62 % an, Musik in Kirchen als Angebot sicher, bzw. wahrscheinlich wahrzunehmen. Bei Personen die sich während der Urlaubsradtour gerne Kirchen anschauen, lässt sich auch ein höheres Interesse an dem Angebot *Musik in Kirchen* feststellen.[116]

Generell lässt sich feststellen, dass eine Vielzahl an Personen die ausgewählten Angebote auf keinen Fall wahrnehmen würden. Die geringste Anzahl dieser Auswahl lässt sich den Wohlfühlanwendungen zuordnen (31,37 %), Gespräche mit einem Seelsorger / Coach werden von 63,73 % der Befragten auf keinen Fall während des Urlaubes geführt.[117]

[116] Siehe Anhang 3.
[117] Siehe Anhang 2.

Wie muss ein Ort der Ruhe aus Gästesicht gestaltet bzw. ausgestattet sein? Abb. 29 zeigt, was den Radtouristen an Ruheorten wichtig ist.

*Abbildung 30: Anforderungen an Ruheorte*




*Quelle: Eigene Darstellung.*

Sanitären Anlagen wird die größte Wichtigkeit an Ruheorten zugeschrieben. Ca 2/3 Drittel aller Befragten halten diese für sehr wichtig. Danach folgen Verpflegungsmöglichkeiten und Ruhe auf der Wichtigkeitsskala. Jeweils 79,2 % sind diese Dinge *sehr wichtig*, bzw. *eher wichtig*, wobei der Anteil der Auswahl *sehr wichtig* bei Verpflegungsmöglichkeiten den der Kategorie Ruhe übersteigt. Insgesamt sind Radabstellplätze 70,29 % der Befragten *sehr wichtig* oder *eher wichtig*, Abgeschiedenheit dagegen immerhin 54,45 %.

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass die erstellten Forschungshypothesen durch die Untersuchung erwiesen wurden. Des Weiteren gibt die Befragung Auskunft darüber, wie die Krummhörn als Radregion von dem Fahrradtouristen wahrgenommen wird.

### 4.3.2 Kritische Würdigung der Untersuchungsergebnisse

Die angestrebte, dreistellige Mindestteilnehmerzahl konnte bei der Befragung erreicht werden. Dennoch kann nicht von einer repräsentativen Untersuchung ausgegangen werden.

Zum einen ist dies in der starken Fokussierung auf Greetsiel als Befragungsort begründet. Meinungen von Gästen aus umliegenden Dörfern sind möglicherweise unterproportional vorhanden. Ob die Ergebnisse der Untersuchung signifikante Unterschiede aufweisen würden, sofern weitere Befragungsorte in der Ferienregion gewählt worden, ist unklar. Des Weiteren sind die Ergebnisse vom Befragungszeitraum und den Wochentagen abhängig. Da die Befragung von Freitag bis Sonntag an drei aufeinanderfolgenden Tagen durchgeführt wurde, sind Gäste, die bewusst unter der Woche reisen, um dem Gästeandrang an den Wochenende auszuweichen, nicht befragt worden.

Unabhängig vom fehlenden repräsentativen Charakter der Befragung, bieten die Befragungsergebnisse wertvolle Informationen über den fahrradtouristischen Gast der Gemeinde Krummhörn. Aus den Untersuchungsergebnissen können, insbesondere im Vergleich mit anderen touristischen Untersuchungen, Tendenzen identifiziert werden. Mithilfe dieser können im nächsten Schritt fahrrad- und gesundheitstouristische Angebote entwickelt und verbessert werden.

# 5 Möglichkeiten der Produktkonzeption für den Fahrrad- und Gesundheitstourismus in der Gemeinde Krummhörn

Wie lassen sich die Ergebnisse der durchgeführten Befragung zur Produkterstellung nutzen und welche Schritte sind erforderlich, um den Fahrradtourismus in der Region zu stärken und als gesundheitstouristisches Produkt zu etablieren? Dieses Kapitel beschäftigt sich mit diesen Fragestellungen und gibt konkrete Handlungsempfehlungen für die Region Krummhörn. Des Weiteren wird in diesem Kapitel dargestellt, wie bzw. ob sich ausgewählte Segmente des Gesundheitstourismus mit dem Fahrradtourismus verbinden lassen. Dazu wird insbesondere die Integration von spirituellem Tourismus in ein fahrradtouristisches Angebot evaluiert. Die Grundlage dafür ist die zu Beginn formulierte Frage, ob die Themen Kirche und Fahrradtourismus in einem gesundheitstouristischen Setting, bezogen auf die Kirchturmtour, miteinander harmonieren. Abschließend wird ein Best Practice Beispiel aus der Ferienwelt Winterberg vorgestellt, das die Themen Aktivtourismus und Gesundheitstourismus miteinander verbindet.

## 5.1 Angebotsgestaltung im Fahrradtourismus

Die Untersuchung zeigt insgesamt, dass das Radfahren für den Großteil (ca. 75 %) der Radtouristen nicht der Hauptgrund der Reise darstellt. Die Gäste scheinen somit neben dem Radfahren an anderen Aktivitäten im Urlaub interessiert zu sein. Radtouristen, die in die Region Krummhörn reisen, ist hingegen Gesundheit im Urlaub sehr wichtig. Eine generelle Eignung von gesundheitstouristischen Angeboten im Rahmen einer Fahrradreise bzw. eines Radausflugs lässt sich damit bestätigen.

Im Zuge der Entwicklung dieser Angebote, muss wie bereits in Kap. 4.3.1 dargestellt auch die Zielgruppe der E-Bike Nutzer berücksichtigt werden. Die in Kapitel 3.2.6 dargestellten Merkmale, durch die sich E-Bike Fahrer auszeichnen,[118] gelten auch für Gäste der Ferienregion Krummhörn-Greetsiel.[119] Das höhere Alter dieser Zielgruppe und die möglichen körperlichen Einschränkungen, die zur Nutzung eines E-Bikes führen, müssen bei der Pro-

[118] Vgl. ADFC, Radreiseanalyse, 2016, S. 19.
[119] Hierzu auch Kap. 4.3.1.

duktentwicklung berücksichtigt werden. Bekräftigt wird diese Notwendigkeit ebenfalls durch die im Zuge der Befragung festgestellte hohe Bedeutung der E-Bike Touristen für die Gemeinde Krummhörn.

Welche Attribute muss die Region nun noch stärker in den Fokus der touristischen Vermarktung nehmen, um das Interesse der Radtouristen zu wecken und ihre Aufmerksamkeit zu erlangen? Die Natur zu erleben ist der am häufigsten genannte Grund für die Fahrradnutzung im Urlaub und die Krummhörn ist in den Augen der Fahrradfahrer mit ihrer Landschaft diesbezüglich sehr geeignet. Gesundheitstouristische Produkte sollten somit einen Bezug zur Natur aufweisen, wie es auch Erholungstouristen fordern. Um die Stärken und Vorzüge der Ferienregion für den Radtouristen erlebbar zu machen, muss Grundlegendes, wie die radtouristische Infrastruktur verbessert werden. Wie der SWOT-Analyse[120] zu entnehmen ist, liegt ein gutes Knoten- und Wegepunktsystem in der Region vor. Eine Karte, die das Knotenpunktsystem abbildet, ist derzeit in Bearbeitung. Die Schilder werden zurzeit zusätzlich mit Nummern versehen, die dazu dienen die Koordination von Rettungseinsätzen zu erleichtern, um die Sicherheit auf den diversen Radstrecken zu gewährleisten.[121] Dennoch gibt es einige Schwächen: die Qualität der Radwege ist nicht auf einem einheitlich hohen Niveau und zudem sind zu wenige Unterstellplätze, wie Schutzhütten vorhanden. Das zeigen die Erkenntnisse des Leitbildprozesses und der Befragung. Insbesondere die Radwege der Kirchturmtour weisen teilweise eine schlechte Qualität auf. Der Innovationsmanager der Gemeinde hält ein Viertel der Strecke für ausbesserungswürdig.[122] Auch die Angebote aus dem Gastgewerbe sind nicht ausreichend für die Radtouristen. Fahrradfreundliche Gastbetriebe, die auch als Bett + Bike-Betriebe bezeichnet werden, sind nur vereinzelt vorhanden. Eine flächendeckende Auflistung, der für Radfahrer geeigneten Beherbergungsbetriebe, fehlt. Radreisende, die im Rahmen einer längeren Radreise auf diese Betriebe angewiesen sind, um auch spontan eine geeignete Unterkunft zu finden, werden durch diese fehlenden Informationen und Angebote eventuell abgeschreckt und übernachten nicht in der Ferienregion Krummhörn-

[120] Siehe Kap. 2.3.2.
[121] Telefonisches Gespräch mit Herrn Simon Willms, Leitbild-Innovationsmanager, 11.08.2016.
[122] Telefonisches Gespräch mit Herrn Simon Willms, Leitbild-Innovationsmanager, 11.08.2016.

Greetsiel. Da eine Analyse der radtouristischen Angebotsstrukturen der Region den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde, sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass dieser Themenbereich schwerpunktmäßig im Rahmen einer weiteren wissenschaftlichen Analyse aufgegriffen werden sollte.

## 5.2 Spiritueller Tourismus auf der Kirchturmtour

Der spirituelle Tourismus erscheint für die Gemeinde Krummhörn insgesamt als ein interessantes Angebot, da die Krummhörner Kirchturm-Tour die Themen Kirchen und Radtourismus miteinander verbindet. Somit stellt sich die Frage, ob dieses Angebot dem spirituellen Tourismus zuzuordnen ist und wie sich dieses erfolgreich am Markt etablieren lässt-. Um diese Fragen zu beantworten, wird zunächst der Begriff des spirituellen Tourismus definiert und die Bedeutung dieser Reiseform im Tourismus geklärt.

Die Reiseindustrie strebt mit breit angelegten Kampagnen stets nach Fortschritt. Insbesondere unter dem Gesichtspunkt der Globalisierung. Weit, billig und All Inclusive sind nur einige der Begriffe, die in diesem Zusammenhang auftreten. Dem Gegenüber entwickeln sich zudem vermehrt Formen des Reisens, die sich durch Geborgenheit und Muße, sowie Sinnhaftigkeit und Sinnlichkeit auszeichnen. Der Globalisierungsgedanke und der Wunsch nach Langsamkeit sind damit nicht zwangsläufig konträr. Die Gäste von heute möchten aus der Globalisierung entwachsene Vorteile wie Bequemlichkeit nutzen und gleichzeitig anders reisen.[123]

Auch die Zukunft des Tourismus wird maßgeblich durch das Konsumverhalten der Urlaubsreisenden geprägt. Unter Anderem sehnt sich der homo touristicus zukünftig nach Natur (Naturtourismus), strebt nach einem gesünderem Leben (Gesundheitstourismus) und begibt sich auf eine Reise zu sich selbst (Spiritueller Tourismus).[124]

Der Begriff Spiritualität leitet sich von dem lateinischen Begriff „spiritualitas“ ab und steht für Geistigkeit, inneres Leben und geistiges Wesen.[125] Mit Spiri-

---

[123] Vgl. Antz, C./Eisenstein, B./Eilzer, C., Slow Tourism, 2011, S. 15.
[124] Vgl. Antz, C./Eisenstein, B./Eilzer, C., Slow Tourism, 2011, S. 15f.
[125] Vgl. http://www.duden.de/rechtschreibung/Spiritualitaet, Seite: „Spiritualität“, ohne Stand, Abfrage: 24.07.2016.

tualität wird häufig das Verlangen „etwas für die Seele zu tun“ assoziiert.[126] Der Wunsch einer Vielzahl von Menschen dem Alltag zu entfliehen, führt zur Suche nach einer höheren Geistigkeit, Irrationalität und Übersinnlichem.[127] Unter Spiritualität wird meist ein Prozess der Selbstfindung verstanden, der unter anderem stark geprägt von der eigenen Lebensgeschichte, dem eigenen sozialen Umfeld, sowie persönlichen Erfahrungen auf der Transzendenzebene ist.[128] Allgemeingültige Definitionen zum spirituellen Tourismus existieren bislang nicht. Als begriffliche Annäherung sollen im Rahmen dieser Arbeit „Reisen, die durch eine spirituelle Motivation des Reisenden ausgelöst werden oder bei denen während oder nach der Reise ein spirituelles Motiv hinzu tritt“[129] zum spirituellen Tourismus gezählt werden. Ob eine Reise religiös oder nicht-religiös ist, hängt von der Motivation und dem Erlebnis der Gäste ab.[130] Die verschiedenen spirituellen Reisearten mit primär religiös-motivierten Nachfragern werden aufgrund der Zielsetzung dieser Arbeit vernachlässigt. Lediglich die Reiseform der Kirchenbesuche ist relevant für diese Arbeit, da die Motive von Kirchenbesuchern nicht ausschließlich religiösen Ursprungs sind.[131] Für diese Reiseform besteht in der Gemeinde Potential, um sich im Spirituellen Tourismus zu positionieren. Die Einzigartigkeit der Kirchen insbesondere bezogen auf die Orgellandschaft bietet Möglichkeiten zur Profilbildung und Profilierung auf dem gesundheitstouristischen Markt. Wie in Kap. 3.1.2 dargestellt wird, lässt sich der spirituelle Tourismus zum Segment des gesundheitsorientierten Urlaubs zählen. Die Möglichkeit zur Kirchenbesichtigung besteht für die Krummhörner Gäste bereits. Hier stellen jedoch aktuell die Öffnungszeiten der Kirchen ein großes Problem dar. Oft sind die Kirchen verschlossen, wie einige Fahrradfahrer im Rahmen der Befragung angeben. Des Weiteren sind die Öffnungszeiten sehr individuell und nicht aufeinander abgestimmt. Die Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel gibt auf ihrer Internetseite daher lediglich Informationen über Gottesdienste in den Kirchen und verweist für weitere Informationen auf die telefonischen

[126] Vgl. Schlosser, M., Spiritualität, 2012, S. 11.
[127] Vgl. Berg, W., Gesundheitstourismus, 2008, S. 20.
[128] Vgl. Schlosser, M., Spiritualität, 2012, S. 11.
[129] Sommer, A., Spiritueller Tourismus, 2012, S. 41.
[130] Vgl. Sommer, A., Spiritueller Tourismus, 2012, S. 41.
[131] Vgl. Sommer, A., Spiritueller Tourismus, 2012, S. 30.

Kontaktdaten der jeweiligen Kirchen.[132] Dieses Problem ist bereits von Seiten der DMO identifiziert worden. Somit ist weitere Überzeugungsarbeit im Gespräch mit den zuständigen Küstern der Kirchen zu leisten.[133] Um das Angebot der Radroute mit weiteren gesundheitstouristischen Elementen aufzuladen, ist die Nutzung der Kirchen als Ort der Entschleunigung zu erschließen. Wie die Untersuchung in dieser Arbeit zeigt, sind dafür primär infrastrukturelle Verbesserungen nötig. Sanitäre Anlagen und Verpflegungsmöglichkeiten sind dabei sehr gefragt. Eine Nutzung der sanitären Anlagen der Kirchen ist zum jetzigen Stand nicht möglich, daher müssen hier weitere Möglichkeiten geschaffen werden. Die mangelhafte Situation der Gastronomiebetriebe wurde zu Beginn der Arbeit bereits beschrieben. Auch hier muss der Nutzen von touristischen Gästen erkannt werden. Werden die Bedürfnisse der Radtouristen befriedigt, steigt die Zufriedenheit der Gäste und ein positiver Wertschöpfungseffekt für die gesamte Region ist zu erwarten. Es erscheint zudem sinnvoll, die Besonderheiten der historischen Orgeln in den Kirchen zu nutzen und musikalische Angebote wie den Krummhörner Orgelfrühling stärker in den Fokus zu setzen.

Wie die geringe Bekanntheit der Kirchturmtour bei den Radtouristen der Krummhörn zeigt, ist es schwierig Aufmerksamkeit für ein alleinstehendes Angebot zu generieren. Daher sollte die Gemeinde Krummhörn eine Marke entwickeln, unter der die gesundheitstouristischen Angebote der Region gebündelt werden. Die Vorgehensweise bei der Entwicklung einer solchen Marke wird in dem folgenden Abschnitt dieses Kapitels mithilfe eines Best-Practice Beispiels dargestellt.

Weitere Angebote zur Spiritualität liegen laut der Kundenanalyse nicht im Interessenbereich der Krummhörner Gäste. Befragt wurden die Gäste in diesem Zusammenhang zum Interesse an Angeboten zum therapeutischen Wandern und zur Urlaubsseelsorge.[134] Auch die Befragung in dieser Arbeit

---

[132] Vgl. http://www.greetsiel.de/sehenswertes-kultur-und-natur/historische-kirchen-orgeln-in-der-krummhoern.html, Seite „Orgellandschaft Ostfriesland“, ohne Stand, Abfrage 12.08.16).
[133] Telefonisches Gespräch mit Herrn Simon Willms, Leitbild-Innovationsmanager, am 11.08.2016.
[134] Vgl. Onken, J., Kundenanalyse, 2015, S. 69.

kommt zu dem Ergebnis, dass Gespräche mit Seelsorgern und spirituellen Coaches hauptsächlich nicht wahrgenommen werden würden.[135]

## 5.3 Best Practice Beispiel AktivZeit Winterberg

Als Best Practice Beispiel in dieser Arbeit soll die Entwicklung der Marke AktivZeit der Ferienwelt Winterberg betrachtet werden. Vor der Produktgestaltung wurde von Seiten der Winterberg Touristik und Wirtschaft GmbH die Vision und Mission entwickelt. Folgende Ziele und Wünsche wurden festgehalten:

- Das Ortsprofil Winterbergs wird gestärkt
- Aktive Gesundheitsfürsorge wird zum USP
- Touristische Identität wird gestärkt
- Wertschöpfung wird gesteigert
- Qualitätssicherung
- Saisonunabhängige Auslastung
- Attraktivitäts- und Lebensqualitätssteigerung[136]

Das Produkt soll sich u.a. durch folgende Inhalte und Merkmale auszeichnen:

- Authentisch
- Hohe Qualität
- 365 Tage im Jahr nutzbar
- Lebendig gesund
- Kundenbindung
- Nachhaltigkeit[137]

Werden die Ziele und Merkmale mit den touristischen Zielsetzungen der Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel verglichen, so lassen sich viele Gemeinsamkeiten feststellen.[138] Die Situation der Destinationen kann somit bezogen auf die Zielsetzungen als fast identisch bezeichnet werden.

Um die Bedürfnisse der Gesundheitstouristen in dem Produkt AktivZeit zu vereinen, wurden die drei Basisthemen Bewegung, Ernährung und Entspan-

[135] Siehe Anhang 2.
[136] Vgl. Prinz, N., Angebotsentwicklung, 2014, S. 15.
[137] Vgl. Prinz, N., Angebotsentwicklung, 2014, S. 16.
[138] Siehe hierzu Kapitel 2.3.2; 2.3.3.

nung festgelegt. Durch diese drei Hauptmerkmale versucht die Winterberg Touristik und Wirtschaft GmbH ein attraktives Angebot mit Hilfe von ausgebildeten Personal[139] zu erstellen, das sich durch die Inhalte Natur, Bildung, Wellness, Kulinarik, sowie Sport & Bewegung auszeichnet. Abb. 30 macht dieses Konstrukt deutlich.

*Abbildung 31: Basisthemen AktivZeit Winterberg*

*Quelle: Prinz, N., Angebotsentwicklung, 2014, S. 18.*

Es wird ersichtlich, dass die AktivZeit sowohl niedrigschwellige Bewegung enthält, als auch den Trainings- und Wettkampfaspekt von Bewegung berücksichtigt. Die Integration von Natur und Wellness soll Entspannung und Erlebnis gleichermaßen bieten. Zudem werden neben regionaler Kulinarik auch Ernährungscoachings geboten. Das gesamte Angebot steht unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit, welches das Ziel verfolgt, dass die Gäste neue Sachen erlernen und diese auch im Alltag anwenden können.

Mit dem Ziel im Rahmen des Vertriebs und der Kommunikation sowohl nach innen als auch nach außen einen hohen Standard zu bilden, wurden mehrere Marken gegründet. Die Marke AktivZeit Winterberg ist dabei die zentrale

[139] Vgl. Prinz, N., Angebotsentwicklung, 2014, S. 24.

Marke. Die Submarken, wie AktivZeit Akademie, Aktiv gesund, Aktiv werden, Aktiv bleiben, Aktiv innehalten und Aktiv sportiv ergänzen diese. Durch ein weites Netzwerk an Partnern aus den Bereichen Tourismus, Gesundheit & Aktivität werden diese Marken nach außen kommuniziert, damit verschiedene Interessengruppen auf die Angebote in Winterberg aufmerksam gemacht werden. Die Reichweite der Marketingaktivitäten wird so maximiert. In diesem Zusammenhang wird die DMO beispielsweise vom Sauerland-Tourismus e.V. auf regionaler Ebene und dem Tourismus NRW e.V. auf Landesebene unterstützt.[140]

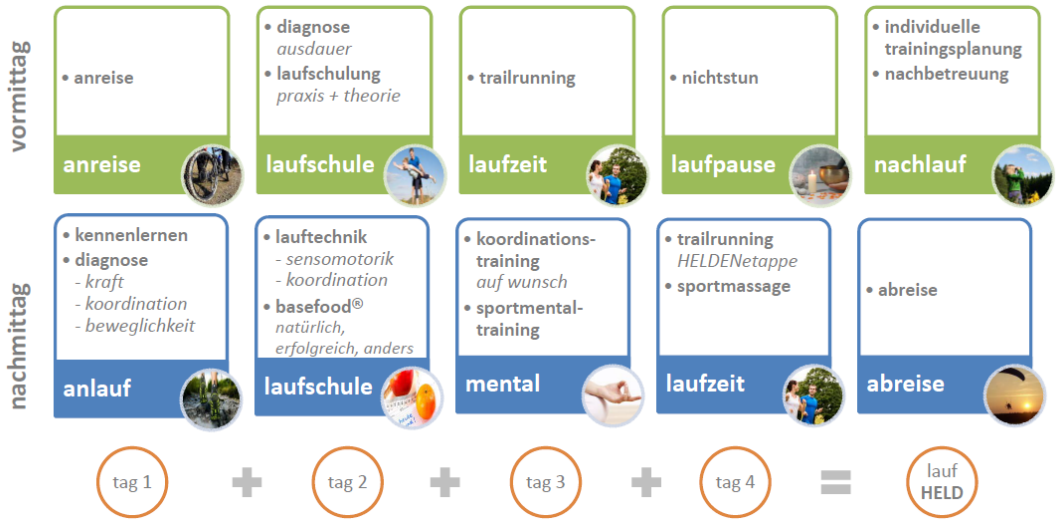
Die verschiedenen Angebote zur Marke AktivZeit sind in einem Aktivitätenplan zusammengefasst, der Informationen zu Kursen zu den Themen Gesundheit & Wellness, Sportlich aktiv und Kinder bereitstellt. Der Gast findet so auf einen Blick Informationen zu verschiedenen Aktivitäten, wie Termine und Zeiten, sowie Preise und Treffpunkte. Auch ist ein Wochenplan mit allen Kursen enthalten, der die Planung der Teilnahme an verschiedenen Kursen vereinfacht. Der Aktivitätenplan wird jeweils zum Sommer und Winter veröffentlicht.[141] Um die potentiellen Urlauber auf die Angebote aufmerksam zu machen, wurden Aktionen, wie Themenwochen und Erlebnistage durchgeführt. Beispiele dafür sind ein Wanderfestival und Gesundheitstage. Dazu wurden Fachpersonal und Prominenz, wie Manuel Andrack, eingeladen.

Im weiteren Schritt wurden einzelne Produkte zur AktivZeit entwickelt. Eines dieser Angebote ist das Präventionsangebot „LaufHelden“. Unter dem Motto „joggst du noch oder läufst du schon?“ werden Aktiv- und Sporttouristen angesprochen, die ein 5-tägiges Lauftraining in Winterberg absolvieren. Der Ablauf dieses Programmes ist in Abb. 31 dargestellt.

---

[140] Vgl. Prinz, N., Angebotsentwicklung, 2014, S. 19.
[141] Vgl. Winterberg Touristik und Wirtschaft GmbH, Aktivitätenplaner, 2015.

*Abbildung 32: Programmablauf LaufHELDEN*




*Quelle: http://www.winterberg.de/Aktiv/Laufen/Joggst-Du-noch-oder-laeufst-Du-schon, Seite „Programmablauf“ (ohne Stand, Abruf 12.08.16).*

Zusätzlich zu den einzelnen Programmpunkten vor Ort ist eine individuelle Kontaktaufnahme vor Anreise und eine individuelle Nachbetreuung in das Produktkonzept integriert. So können Wünsche der Gäste vor Anreise identifiziert und das Programm entsprechend angepasst werden. Im Zuge der Nachbetreuung kann durch ein persönliches Gespräch das Ziel der Nachhaltigkeit des Angebots sichergestellt werden. Außerdem erhält die DMO wertvolle Informationen über mögliche Kritikpunkte des Produktes.

Angelehnt an die AktivZeit sollte in der Region Krummhörn eine Marke etabliert werden, die verschiedene Angebote des Gesundheitstourismus anbietet. Die Rubrik „Aktiv in der Krummhörn“ auf der Internetseite bündelt bereits einige Möglichkeiten. Den hier dargestellten Angeboten fehlt dazu jedoch der spezifische Bezug zum Gesundheitstourismus. Aktivitäten, wie das Wattwandern und der Outdoor Fitness Parcour müssen dazu mit anderen gesundheitstouristischen Produkten gebündelt werden und als Ganzes vermarktet werden. Der Aktivitätenplaner der Winterberger Touristik und Wirtschaft GmbH bietet eine solche Möglichkeit, indem er einzelne Produkte unter der Marke AktivZeit zusammenfasst und somit Synergieeffekte genutzt werden. Die (radtouristischen) Gäste der Krummhörn scheinen verschiedene Angebote aus dem Gesundheitstourismus wahrnehmen zu wollen. Neben Musik in Kirchen, wie im vorigen Abschnitt beschrieben, sind auch Wellnessanwendungen und Anleitungen zum gesunden Radfahren interessant.

Der Vorteil eines solchen Planers ist, dass neu entwickelte Angebote sofort in die Marketingaktivitäten zu den vorigen Produkten mit eingebunden werden können. So kann die Bekanntheit neuer Angebote schnell und effizient gesteigert werden.

Ein Angebot welches dem der LaufHELDEN der AktivZeit Winterberg ähnelt ist in der Region Krummhörn als Radfahrangebot denkbar. Verschiedene gesundheitstouristische Angebote können so in einem Angebot integriert werden. Besonders geeignet ist das bereits in der empirischen Untersuchung erwähnte Angebot ‚Anleitung zum gesunden Radfahren'. Das Angebot sollte so konzipiert sein, dass die Gäste zwischen verschiedenen Programmpunkten wählen können, da dem Krummhörner Gast Individualität vor und während der Reise wichtig ist.[142] Durch die Auswahlmöglichkeit verschiedener Kombinationsmöglichkeiten können Radtouristen mit unterschiedlichen Interessen angesprochen werden. Angebote die als nicht beliebt identifiziert werden, können aus dem Programm eliminiert werden und durch neue Produkte ersetzt werden. Durch diesen Produktcharakter kann die Beliebtheit neuer Angebote einfach ermittelt werden. Um die Besonderheiten der Region zu nutzen, sollten Angebote wie das Wattwandern bevorzugt mit dem Radtourismus verknüpft werden, um dem Gast so ein authentisches Produkt zu bieten.

# 6 Abschließende Betrachtung

Die vorliegende Arbeit verfolgte das Ziel, zu ermitteln, inwieweit der Fahrradtourismus als Produkt zur Förderung des Gesundheitstourismus in der Gemeinde Krummhörn beitragen kann. Die Zielsetzung der Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel, den Gesundheitstourismus in die Angebotsstrukturen der Region zu integrieren bildet, zusammen mit den vorhergehenden Untersuchungen zum gesundheitstouristischen Potential der Gemeinde, die Ausgangslage dieser Forschungsarbeit. Zur Zielerreichung wurde eine empirische Analyse mittels einer Gästebefragung vor Ort durchgeführt, um die Fahrradtouristen der Krummhörn und deren Meinungen und Wünsche zu den Themen Gesundheitstourismus und Fahrradtourismus zu erfassen.

---

[142] Vgl. Onken, J., Kundenanalyse, 2015, S. 80.

Die Erkenntnisse der vorliegenden Untersuchung zeigen insgesamt, dass die Krummhörner Kirchturm-Tour grundsätzlich Potenzial für spirituellen Tourismus bietet. Dabei ist es von hoher Bedeutung, dass Angebot auf die Besichtigung von Kirchen auszurichten, da diese als Orte der Ruhe und Entschleunigung betrachtet werden. Aufgrund des subjektiven Empfindens von Entschleunigung, ist es an dieser Stelle schwierig, konkrete Inhalte im Sinne eines Pauschalangebotes festzulegen. Insgesamt erschwert dieser Zustand eine Erfolgsanalyse. Zuverlässige Aussagen darüber, ob bestimmte Angebote erfolgreich oder erfolglos sind, sind kaum möglich. Eine Fokussierung auf den spirituellen Tourismus reicht nicht aus. Wie bereits dargestellt, geht ein einzelnes Angebot in der Fülle an Konkurrenzprodukten auf dem Markt unter. Durch die Etablierung einer gesundheitstouristischen Marke kann die Wahrnehmung der Region Krummhörn-Greetsiel als Gesundheitsregion gestärkt werden. Es erscheint sinnvoll die Segmente Aktivtourismus und Gesundheitstourismus zumindest teilweise zu verknüpfen. Aktivtouristen können so beispielsweise in einem radtouristischen Setting an gesundheitstouristische Produkte herangeführt werden und diese kennenlernen.

Durch die Analyse der Bedürfnisse der Radtouristen, wurde deutlich, dass die Gemeinde Krummhörn mit Blick auf die radtouristische Infrastruktur einige Verbesserungen vornehmen muss. Ohne die Beseitigung dieser Schwächen ist eine erfolgreiche Eingliederung des Fahrradtourismus in die gesundheitstouristische Ausrichtung der Region kritisch zu sehen. Insbesondere unter der Berücksichtigung der Zielsetzung der Entlastung des Ortskern von Greetsiel, müssen in den umliegenden Dörfer die (rad-)touristischen Strukturen ausgebaut werden. Da die Touristik GmbH im Rahmen der Zielsetzung „Radregion 2020“ und den Projekten des Leitbildprozesses hier bereits tätig wird, scheinen die Anstrengungen der DMO in die richtige Richtung zu gehen.

Insgesamt sollte sich der Fahrradtourismus als gesundheitstouristisches Produkt in der Gemeinde Krummhörn durch Elemente der Bewegung und Erholung, sowie der Naturerlebbarkeit und Authentizität auszeichnen. Die Themen Fahrradtourismus und Gesundheitstourismus ergänzen sich in der Region sehr gut, um dem Gesundheitstourismus in der Gemeinde ein Gesicht zu geben, fehlt jedoch die Entwicklung eines Gesamtkonzeptes. Die

Potentiale, die sich in der Region bieten sollten in Zusammenarbeit mit den Bewohnern und Leistungsträgern durch die Gestaltung innovativer Produkte genutzt werden. Diese Arbeit soll hierzu als Grundlage, speziell für den Bereich Radtourismus dienen.

## Quellenverzeichnis

ADFC (Hrsg.) (Radreiseanalyse, 2016): ADFC-Radreiseanalyse 2016 (online verfügbar über: http://www.adfc.de/misc/filePush.php?mimeType=application/pdf&fullPath=http://www.adfc.de/files/2/8/182/__0_160627_Korrektur_Langversion_ADFC-Radreiseanalyse_2016_Praesentation.pdf, Abfrage: 15.06.16)

Antz, Christian/Eisenstein, Bernd/Eilzer, Christian (Hrsg.) (Slow Tourism, 2011): Slow Tourism - Zukunft des Reisens zwischen Langsamkeit und Sinnlichkeit, Bd. 6, München: Meidenbauer, 2011

Benchmark Services (Hrsg.) (Gästemonitor, 2015): Vergleichender Gästemonitor 2015 Krummhörn-Greetsiel, Halbjahresbericht (online verfügbar über: http://www.greetsiel.de/fileadmin/Mediendatenbank/PDF-Doc/VGM_Internet_2015.pdf, Abfrage: 10.08.16)

Berg, Waldemar (Gesundheitstourismus, 2008): Gesundheitstourismus und Wellnesstourismus, München: Oldenbourg, 2008

Bleicher, Knut (Management, 2011): Das Konzept Integriertes Management: Visionen - Missionen - Programme, Frankfurt / New York: Campus, 2011

Böhm, Kerstin (Gesundheitstourismus, 2007): Servicequalität im Gesundheitstourismus - Erfolgsfaktor für die deutschen Heilbäder und Kurorte, Saarbrücken: VDM, 2007

Breuer, Christoph (Soziodemographische Veränderungen, 2005): Soziodemographische Veränderungen - Einfluss auf das Sport- und Freizeitverhalten der Bevölkerung, in: Jakubczyk, P. (Hrsg.): Sporttourismus, 2005

BMWi (Hrsg.) (Grundlagenuntersuchung, 2009): Grundlagenuntersuchung Fahrradtourismus in Deutschland - Langfassung, Berlin (online verfügbar über: http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/Studien/grundlagenuntersuchung-fahrradtourismus-in-deutschland,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf, Abfrage: 02.06.16)

BMWi (Hrsg.) (Innovativer Gesundheitstourismus, 2011): Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland - Leitfaden, Berlin (online verfügbar über: http://www.dtv-gesundheitstouris-

mus.de/fileadmin/user_upload/pdf/Leitfaden_Gesundheitstourismus.pdf, Abfrage: 07.06.16)

Cassens, Manfred (Gesundheitstourismus, 2013): Gesundheitstourismus und touristische Destinationsentwicklung: Ein Lehrbuch, München: Oldenbourg, 2013

*DHV e.V. / DTV e.V.* (Hrsg.) (Begriffsbestimmungen, 2005): Begriffsbestimmungen - Qualitätsstandards für die Prädikatisierung von Kurorten, Erholungsorten und Heilbrunnen, 12 Aufl., Bonn (online verfügbar über: http://www.deutscher-heilbäderverband.de/Begriffsbestimmungen-12-Aufl-aktualisiert-2011_PDF-685370.pdf, Abfrage: 15.06.16)

Dreyer, Axel/Mühlnickel, Rainer/Miglbauer, Ernst (Hrsg.) (Radtourismus, 2012): Radtourismus - Entwicklungen, Potentiale, Perspektiven, München: Oldenbourg, 2012

Dwif Consulting GmbH (Tagesreisen, 2013): Tagesreisen der Deutschen (online verfügbar über: http://www.dwif.de/publikationen/dwif-grundlagenstudien/product/download/file_id-156.html http://www.dwif.de/publikationen/dwif-grundlagenstudien/product/download/file_id-156.html, Abfrage 04.07.16)

Dwif Consulting GmbH (Tourismusbarometer, 2005): Tourismusbarometer Saarland - Jahresbericht 2005 (online verfügbar über: www.svsaar.de/fileadmin/svsaar/dateien/Sparkassen-Tourismusbarometer_Saarland_2005_Jahresbericht-komplett.pdf, Abfrage 02.07.16)

Endress, Martin (Prävention, 2009): Prävention & Sport im Urlaub - Präventions- und Sportreisen auf dem deutschen Touristikmarkt, Bd. 7, Hamburg: ITD, 2009

Fahrrad.de (Hrsg.) (Studie Fahrradnutzung, 2015): Studie zur allgemeinen Fahrradnutzung in Deutschland 2015 - Zahlen und Fakten (online verfügbar über: http://www.fahrrad.de/info/fahrradnutzung-studie/, Abfrage: 24.06.16)

Fischer, Thorsten/Schulz, André (Gesundheitstourismus, 2009): Handbuch Gesundheitstourismus - Grundlagen in Gesundheit, Freizeit und Tourismus, 2. Auflage, Aachen: Shaker, 2009

Freyer, Walter/Groß, Sven/Hinkelmann, Karolin (Gästebefragungen, 2006): Gästebefragungen in der touristischen Marktforschung - Leitfaden für die Praxis, Dresden: FIT-Forschungsinstitut für Tourismus, 2006

Froböse, Ingo (Hrsg.) (Cycling, 2006): Cycling & Health - Kompendium gesundes Radfahren (online verfügbar über: http://www.ingo-froboese.de/wp-content/uploads/2012/09/Cycling_Health.pdf, Abfrage: 11.08.16)

Geiger, A. u.a. (Hrsg.) (Unternehmen Wellness, 2005): Unternehmen Wellness - Handbuch für Betriebe der Wellness und Medizinischen Wellness, Lengerich: Pabst, 2005

Gmür, Wolfgang (Qualitätsmanagement, 2004): Partizipatives Qualitätsmanagement nach dem "Münchner Modell", in: Speck, Otto/Peterander, Franz (Hrsg.): Qualitätsmanagement, 2005, S. 203 - 216

Grifka, Joachim/Schönle, Christoph (Hrsg.) (Rehabilitation, 2004): Rehabilitation - Praxiswissen Haltungs- und Bewegungsorgane, Stuttgart: Thieme, 2004

Hinterhuber, Hans Hartmann (Unternehmensführung, 1996): Strategische Unternehmensführung - Band I: Strategisches Denken, 6. Aufl., Berlin / New York: Erich Schmidt, 1996

Hopfinger, Hans et. al.(Hrsg) (Kulturfaktor, 2012): Kulturfaktor Spiritualität und Tourismus - Sinnorientierung als Strategie für Destinationen, Bd. 14 der Schriften zu Tourismus und Freizeit, Berlin: Erich Schmidt, 2012

Hürten, Dennis (Gesundheitsorientierter Tourismus, 2014): Gesundheitsorientierter Tourismus - die Zukunft des Gesundheitstourismus? (online verfügbar unter: http://gesundheitstourismus-kongress.de/?page_id=133.)

Illing, Kai-Torsten (Gesundheitstourismus, 2009): Gesundheitstourismus und Spa-Management, München: Oldenbourg.

Jacob, Rüdiger et. al. (Umfrage, 2011): Umfrage, Einführung in die Methoden der Umfrageforschung, 2.Auflage, München: Oldenbourg, 2011

Jakubczyk, P. (Hrsg.) (Sporttourismus, 2005): Perspektiven Sport- & Aktivtourismus, Dresden, 2005

Kaspar, Claude (Gesundheitstourismus, 1996): Gesundheitstourismus im Trend, in: Institut für Tourismuswirtschaft, St. Gallen: Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft, S. 53 - 61

Kagelmann, Hans Jürgen/Kiefl, Walter (Gesundheitsreisen, 2016): Gesundheitsreisen und Gesundheitstourismus: Grundlagen und Lexikon, München: Profil, 2016

Kuß, Alfred/Wildner, Raimund/Kreis, Henning (Marktforschung, 2014): Marktforschung: Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse, 5. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler, 2014

Lanz Kaufmann, Eveline (Wellness-Tourismus, 2002): Wellness-Tourismus - Entscheidungsgrundlagen für Investitionen und Qualitätsverbesserungen, Bern: Berner Studien zu Freizeit und Tourismus, Band 38, 2002

Liebsch, Frank (Städtetourismus, 2003): Praxis kompakt: Städtetourismus, Wellnesstourismus, Fahrradtourismus: Mit mehr als 180 Checklisten, Tipps und Beispielen für die Tourismusarbeit, Meßkirch: Gmeiner, 2003

Magyar, K. (Vision, 1989): Visionen schaffen neue Qualitätsdimensionen, o. O.: Thexis, 1989

Müller, Hansruedi (Tourismus, 2007): Tourismus und Ökologie - Wechselwirkungen und Handlungsfelder, 3. Aufl., München: Oldenbourg, 2007

Nahrstedt, Wolfgang (Wellness, 2008): Wellnessbildung - Gesundheitssteigerung in der Wohlfühlgesellschaft, Berlin: Erich Schmidt, 2008

Onken, Janina (Kundenanalyse, 2015): Gesundheitstourismus in Krummhörn-Greetsiel - ein empirischer Ansatz zur Wahrnehmung des gesundheitstouristischen Potentials aus Kundenperspektive und Ableitung von Handlungsempfehlungen, Bachelorarbeit, Wilhelmshaven, 2015

Prinz, Nicolaus (Angebotsentwicklung, 2014): Innovative Angebots- und Produktentwicklung - Von der Idee zum marktreifen Produkt (online verfügbar über: http://gesundheitstourismus-kongress.de/wp-content/uploads/2014/07/GTM-Kongress_Vortrag_Prinz2014.pdf, Abfrage: 14.08.16)

Reisewitz, Julian (Medizintourismus, 2015): Rechtsfragen des Medizintourismus - Internationale Zuständigkeit und anwendbares Recht bei Klagen des im Ausland behandelten Patienten wegen eines Behandlungs- oder Aufklärungsfehlers, Berlin / Heidelberg: Springer, 2015

Ritter, S. (Gesundheits-Gesellschaft, 2005): Der Weg in die Gesundheits- / Wellness-Gesellschaft, in: Geiger, A. u.a. (Hrsg.), Unternehmen Wellness, 2005, S. 11-18

Rulle, Monika/Hoffmann, Wolfgang/Kraft, Karin (Gesundheitstourismus, 2010): Erfolgsstrategien im Gesundheitstourismus - Analyse zur Erwartung und Zufriedenheit von Gästen, Berlin: Schmidt, 2010

Schmoll, Enno (Leitbildprozess, 2016): Dokumentation des Leitbildprozesses für die Destination Krummhörn-Greetsiel (online verfügbar über: http://www.greetsiel.de/fileadmin/Mediendatenbank/PDF/Dokumentation_Leitbild_Krummhoern-Greetsiel.pdf, Abfrage: 24.05.16)

Schlosser, Marianne (Spiritualität, 2012): Auf der Suche nach Spiritualität. Theologische Anmerkungen, in: Hopfinger, H. et. al.(Hrsg) (Kulturfaktor, 2012), S. 9 - 20

Sommer, Aline (Spiritueller Tourismus, 2012): Spiritueller Tourismus als eigenständige Tourismusart? Versuch einer Definition und Einordnung, in: Hopfinger, H. et. al.(Hrsg) (Kulturfaktor, 2012), S.21 - 46

Sonnenschein, Meike (Medical Wellness, 2009): Medical Wellness & Co. - Der Gesundheitsvorsorgetourismus in Deutschland, Angebot und Nachfrage im Wandel, Mainz: Univ, 2009

Speck, Otto/Peterander, Franz (Hrsg.) (Qualitätsmanagement, 2005): Qualitätsmanagement in sozialen Einrichtungen, 2.Auflage, München: Ernst Reinhardt, 2005

Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel (Gastgeberverzeichnis, 2016): Gastgeber 2016 (online verfügbar über: https://issuu.com/krummhoernbilder/docs/image_ggv_2016_inet_1_, Abfrage: 07.07.16)

Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel (Übernachtungen, 2015): Übernachtungen 1962 - 2015, Pewsum, 2015

Trendscope (Marktstudie, 2010): Trendscope Marktstudie Radreisen der Deutschen, Köln, 2010

Vagts, Anna (Angebotsanalyse, 2015): Gesundheitstourismus in der Gemeinde Krummhörn - eine kritische Analyse des regionalen Potentials, Bachelorarbeit, Wilhelmshaven, 2015

World Health Organization (Hrsg.) (Health, 1946): Constitution of the World Health Organization, New York (online verfügbar über: http://apps.who.int/gb/bd/PDF/bd47/EN/constitution-en.pdf?ua=1, Abfrage: 20.06.16)

Wirkner, Melanie (Aktivitätspotential, 2002): Das Aktivitätspotential Reisender im Alter von über 50 Jahren am Beispiel von Lifetime-Sportarten unter Berücksichtigung von sportwissenschaftlichen Aspekten, Diplomarbeit, Wernigerode, 2002

Winterberg Touristik und Wirtschaft GmbH (Aktivitätenplaner, 2015): Aktivitätenplaner (online verfügbar über: http://www.newsroom-winterberg.de/wp-content/uploads/2014/12/WTBG-Aktivit%C3%A4tenplan-Neu-2015-B_Layout-1.pdf, Abfrage: 11.08.16)

**Verzeichnis der Internetquellen**

http://www.duden.de/rechtschreibung/Spiritualitaet, Seite: „Spiritualität“ (ohne Stand, Abfrage: 24.07.2016)

http://www.gesund-durch-radfahren.de/index.php?id=9, Seite „Chancen und Vorteile“ (ohne Stand, Abfrage 14.07.16)

http://www.gesund-durch-radfahren.de/index.php?id=10, Seite „Radfahren ist gesund“ (ohne Stand, Abfrage 18.07.16)

http://www.greetsiel.de/sehenswertes-kultur-und-natur/historische-kirchen-orgeln-in-der-krummhoern.html, Homepage der Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel, Seite „Orgellandschaft Ostfriesland“ (ohne Stand, Abfrage 12.07.16)

http://www.greetsiel.de/service/touristisches-leibild.html, Homepage der Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel, Seite „Touristisches Leitbild“ (ohne Stand, Abfrage 24.05.16)

http://www.greetsiel.de/veranstaltungen/krummhoerner-kirchturm-tour.html, Homepage der Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel, Seite „Krummhörner Kirchturm Tour“ (ohne Stand, Abfrage 15.07.16)

http://www.greetsiel-krummhoern.de, Seite „Die Krummhörn“ (ohne Stand, Abfrage 27.05.16)

http://www.krummhoern.de/die-gemeinde/ortschaften.php, Homepage der Gemeinde Krummhörn, Seite „Ortschaften“ (ohne Stand, Abfrage: 07.07.16)

http://www.krummhoern.de/die-gemeinde/willkommen.php, Homepage der Gemeinde Krummhörn, Seite „Willkommen“ (ohne Stand, Abfrage 07.07.16)

http://www.krummhörn.de/die-gemeinde/zahlen-daten-fakten.php, Homepage der Gemeinde Krummhörn, Seite „Zahlen, Daten & Fakten“ (ohne Stand, Abfrage 28.05.16)

http://olev.de/l/leitbild.htm, Seite „Leitbild“ (ohne Stand, Abfrage 03.08.16)

http://www.winterberg.de/Aktiv/Laufen/Joggst-Du-noch-oder-laeufst-Du-schon, Homepage der Winterberg Touristik und Wirtschaft GmbH, Seite „Programmablauf“ (ohne Stand, Abruf 12.08.16)

**Verzeichnis weiterer Quellen:**

Persönliches Gespräch mit Herrn Ludger Kalkhoff, Geschäftsführer Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel, Pewsum, am 18.04.2016

Telefonisches Gespräch mit Herrn Heinrich Heinemann, Stellvertretender Geschäftsführer der Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel, am 26.07.2016

Telefonisches Gespräch mit Herrn Simon Willms, Leitbild-Innovationsmanager, am 11.08.201

# Anhang

Anhang 1: Fragebogen ..... XV
Anhang 2: Häufigkeitstabellen..... XVIII
Anhang 3: Kreuztabellen ..... XXIII
Anhang 4: Offene Angaben.....XXVI

## Anhang 1: Fragebogen

JADE HOCHSCHULE
Wilhelmshaven Oldenburg Elsfleth

Fahrradtourismus und Gesundheitstourismus in der Ferienregion Krummhörn-Greetsiel – Ihre Meinung ist gefragt!

Krummhörn Greetsiel

Sehr geehrter Umfrageteilnehmer,
im Rahmen einer Bachelorarbeit führt die Jade Hochschule in Wilhelmshaven in Zusammenarbeit mit der Touristik-GmbH Krummhörn-Greetsiel eine Befragung zu den Themen Fahrrad- und Gesundheitstourismus durch.
Wir würden uns freuen, wenn Sie sich einige wenige Minuten für die Beantwortung folgender Fragen Zeit nehmen.
Ihre Teilnahme erfolgt anonym, wir versichern Ihnen selbstverständlich einen streng vertraulichen Umgang mit Ihren Daten.

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

**1. Wie wichtig ist es Ihnen, im Urlaub etwas für die Gesundheit zu tun?**

| ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
|---|---|---|---|---|
| sehr unwichtig | eher unwichtig | eher wichtig | sehr wichtig | weiß nicht, keine Angabe |

**2. Warum fahren Sie Fahrrad im Urlaub? (Mehrfachnennungen möglich)**

- ☐ Etwas für die Gesundheit tun
- ☐ Natur erleben
- ☐ Erholung
- ☐ Bewegung
- ☐ Stressbewältigung
- ☐ Sonstiges _____

**3. Was schauen Sie sich während einer Radtour gerne an? (Mehrfachnennungen möglich)**

- ☐ Sehenswürdigkeiten
- ☐ Landschaft & Natur
- ☐ Kirchen
- ☐ Museen
- ☐ Feste/ Events
- ☐ Sonstiges _____

**4. Weshalb haben Sie sich für das Radfahren in der Ferienregion Krummhörn-Greetsiel entschieden?**

- ☐ Landschaft & Natur
- ☐ Gutes Radwegenetz
- ☐ Land und Leute
- ☐ Ruhe
- ☐ Klima & Luft
- ☐ Sonstiges _____

**5. Wie haben Sie sich über die Radfahrangebote in der Ferienregion Krummhörn-Greetsiel informiert?**

- ☐ Prospekte/Kataloge

- ☐ Internet (Angabe Internetseite wenn bekannt) _____
- ☐ Tourismusinformation
- ☐ Freunde & Bekannte
- ☐ Nicht informiert

**6. Wann informieren Sie sich über Radfahrangebote?**

- ☐ Vor Anreise
- ☐ Während der Reise vor Ort
- ☐ Vor und während der Radreise

**7. Ist Ihnen die Radroute Kirchturmtour bekannt?**

☐ Ja ☐ Nein

**8. Welche der folgenden Ruheorte würden Sie auf Ihrer Radroute besuchen?**

- ☐ Picknickplatz
- ☐ Platz am See / Wasser
- ☐ Offene Kirche
- ☐ Gärten

**9. Würden Sie folgende Angebote auf Ihrer Radtour wahrnehmen?**

| Angebot | Details zum Angebot | Ja, sicher | Ja, wahrscheinlich | Nein, eher nicht | Nein, auf keinen Fall | Weiß nicht |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Gespräch mit Seelsorger, Spirituellem Coach | Themen wie Lebenshilfe und Stressbewältigung | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Körperliche Übungen | z.B. Yoga, Thai Chi, Dehnübungen | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Geistliche Übungen | z.B. Meditieren, Beten | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| „Wohlfühl-Anwendungen“ | z.B. Klangschalenmassage | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Anleitungen zum gesunden Radfahren | Einstellen vom Rad, korrekte Sitzhaltung | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Musik in Kirchen | Musik auf historischen Orgeln | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

**10. Inwiefern spielt Entschleunigung für Sie im Urlaub eine Rolle?**

| ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
|---|---|---|---|---|
| sehr unwichtig | eher unwichtig | eher wichtig | sehr wichtig | weiß nicht, keine Angabe |

**11. Wie wichtig sind Ihnen folgende Dinge an Orten die zur Entschleunigung beitragen sollen?**

| Angebot | sehr unwichtig | eher unwichtig | eher wichtig | sehr wichtig | weiß nicht |
|---|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Radabstellplätze | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Sanitäre Anlagen | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Verpflegungsmöglichkeiten | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Abgeschiedenheit | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Ruhe | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

**12. Wie viele km legen Sie pro Tag durchschnittlich auf einer Radtour im Urlaub zurück?**

☐ 0 - 10 ☐ 11 - 20 ☐ 21 - 30 ☐ 31 - 40 ☐ 41 - 50 ☐ 51 - 60 ☐ 61 - 70 ☐ 71 +

**13. Benutzen Sie ein E-Bike?**

☐ Ja ☐ Nein

**14. Ist das Radfahren der Hauptgrund Ihrer Reise?**

☐ Ja ☐ Nein

**15. Wie alt sind Sie?**

☐ 15 bis 20 Jahre ☐ 21 bis 30 Jahre ☐ 31 bis 40 Jahre ☐ 41 bis 50 Jahre ☐ 51 bis 60 Jahre ☐ 60 bis 70 Jahre ☐ 71 bis 80 Jahre ☐ 80 + Jahre

**16. Sie sind …?**

☐ männlich ☐ weiblich

**17. Wer begleitet Sie während Ihrer Reise? (Mehrfachnennungen möglich)**

☐ ich reise allein ☐ Partner ☐ Familie / Kinder ☐ Freunde / Bekannte ☐ Sonstige: _____

Vielen herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!

## Anhang 2: Häufigkeitstabellen

### Wie alt sind Sie?

| ANTWORTOPTION | n | % |
|---|---|---|
| 15 - 20 Jahre | 5 | **4,90%** |
| 21- 30 Jahre | 9 | **8,82%** |
| 31 - 40 Jahre | 10 | **9,80%** |
| 41 - 50 Jahre | 11 | **10,78%** |
| 51 - 60 Jahre | 31 | **30,39%** |
| 61 - 70 Jahre | 30 | **29,41%** |
| 71 - 80 Jahre | 6 | **5,88%** |
| > 80 Jahre | 0 | **0,00%** |
| Gesamt | 102 | **100,00%** |

### Sie sind ...?

| ANTWORTOPTION | n | % |
|---|---|---|
| männlich | 49 | **48,04%** |
| weiblich | 53 | **51,96%** |
| Gesamt | 102 | **100,00%** |

### Wer begleitet Sie während Ihrer Reise?

| ANTWORTOPTION | n | % |
|---|---|---|
| Familie/Kinder | 33 | **32,35%** |
| Partner | 80 | **78,43%** |
| Freunde/Bekannte | 12 | **11,76%** |
| ich reise allein | 2 | **1,96%** |
| Sonstige | 3 | **2,94%** |
| Basis | 102 | |

### Ist das Radfahren der Hauptgrund Ihrer Reise?

| ANTWORTOPTION | n | % |
|---|---|---|
| Ja | 26 | **25,49%** |
| Nein | 76 | **74,51%** |
| Gesamt | 102 | **100,00%** |

### Wie viele km legen Sie pro Tag durchschnittlich auf einer Radtour im Urlaub zurück?

| ANTWORTOPTION | n | % |
|---|---|---|
| 0 - 10 km | 11 | **10,89%** |
| 11 - 20 km | 24 | **23,76%** |
| 21- 30 km | 27 | **26,73%** |
| 31 - 40 km | 24 | **23,76%** |
| 41 - 50 km | 7 | **6,93%** |
| 51 - 60 km | 7 | **6,93%** |
| 61 - 70 km | 1 | **0,99%** |
| > 70 km | 0 | **0,00%** |
| Gesamt | 101 | **100,00%** |

### Benutzen Sie ein E-Bike?

| ANTWORTOPTION | n | % |
|---|---|---|
| Ja | 25 | **24,51%** |
| Nein | 77 | **75,49%** |
| Gesamt | 102 | **100,00%** |

### Wie wichtig ist es Ihnen, im Urlaub etwas für die Gesundheit zu tun?

| ANTWORTOPTION | n | % |
|---|---|---|
| sehr unwichtig | 2 | **1,98%** |
| eher unwichtig | 10 | **9,90%** |
| eher wichtig | 36 | **35,64%** |
| sehr wichtig | 51 | **50,50%** |
| weiß nicht, keine Angabe | 2 | **1,98%** |
| Gesamt | 101 | **100,00%** |

### Warum fahren Sie Fahrrad im Urlaub?

| ANTWORTOPTION | n | % |
|---|---|---|
| Etwas für die Gesundheit tun | 51 | **50,00%** |
| Erholung | 54 | **52,94%** |
| Stressbewältigung | 31 | **30,39%** |
| Bewegung | 78 | **76,47%** |
| Natur erleben | 81 | **79,41%** |
| Sonstiges | 18 | **17,65%** |
| Basis | 102 | |

### Was schauen Sie sich während Ihres Urlaubes an?

| ANTWORTOPTION | n | % |
|---|---|---|
| Sehenswürdigkeiten | 75 | **74%** |
| Kirchen | 51 | **50%** |
| Feste / Events | 26 | **25%** |
| Museen | 25 | **25%** |
| Landschaft und Natur | 100 | **98%** |
| Sonstiges | 0 | **0%** |
| Basis | 102 | |

### Weshalb haben Sie sich für das Radfahren in der Ferienregion Krummhörn-Greetsiel entschieden?

| ANTWORTOPTION | n | % |
|---|---|---|
| Landschaft & Natur | 65 | **64%** |
| Klima & Luft | 53 | **52%** |
| Gutes Radwegenetz | 21 | **21%** |
| Ruhe | 32 | **31%** |
| Land & Leute | 25 | **25%** |
| Sonstiges | 35 | **34%** |
| Basis | 102 | |

### Wie haben Sie sich über die Radfahrangebote in der Ferienregion Krummhörn-Greetsiel informiert?

| ANTWORTOPTION | n | % |
|---|---|---|
| Nicht informiert | 30 | **29%** |
| Tourismusinformation | 26 | **25%** |
| Prospekte/Kataloge | 28 | **27%** |
| Freunde/Bekannte | 17 | **17%** |
| Internet (Angabe der Seite wenn bekannt) | 36 | **35%** |
| Basis | 102 | |

### Wann informieren Sie sich über Radfahrangebote?

| ANTWORTOPTION | n | % |
|---|---|---|
| Während der Reise vor Ort | 24 | **23,53%** |
| Vor und während der Reise | 25 | **24,51%** |
| Vor Anreise | 35 | **34,31%** |
| Ich informiere mich nicht | 18 | **17,65%** |
| Basis | 102 | |

### Ist Ihnen die Radroute Kirchturmtour bekannt?

| ANTWORTOPTION | n | % |
|---|---|---|
| Ja | 23 | **22,77%** |
| Nein | 78 | **77,23%** |
| Gesamt | 101 | **100,00%** |

### Welche der folgenden Ruheorte würden Sie auf Ihrer Radroute besuchen?

| ANTWORTOPTION | n | % |
|---|---|---|
| Platz am See/Wasser | 95 | **93,14%** |
| Offene Kirche | 42 | **41,18%** |
| Picknickplatz | 35 | **34,31%** |
| Gärten | 59 | **57,84%** |
| Basis | 102 | |

### Würden Sie folgende Angebote auf Ihrer Radtour wahrnehmen?

| ANTWORTOPTION | n | % |
|---|---|---|
| Gespräch mit Seelsorger, Coach | | |
| Ja, sicher | 1 | **0,98%** |
| Ja, wahrscheinlich | 6 | **5,88%** |
| Nein, eher nicht | 28 | **27,45%** |
| Nein, auf keinen Fall | 65 | **63,73%** |
| Weiß nicht | 2 | **1,96%** |
| Gesamt | 102 | **100,00%** |
| Körperliche Übungen | | |
| Ja, sicher | 4 | **3,92%** |
| Ja, wahrscheinlich | 20 | **19,61%** |
| Nein, eher nicht | 39 | **38,24%** |
| Nein, auf keinen Fall | 38 | **37,25%** |
| Weiß nicht | 1 | **0,98%** |
| Gesamt | 102 | **100,00%** |
| Geistliche Übungen | | |
| Ja, sicher | 2 | **1,96%** |
| Ja, wahrscheinlich | 14 | **13,73%** |
| Nein, eher nicht | 27 | **26,47%** |
| Nein, auf keinen Fall | 57 | **55,88%** |
| Weiß nicht | 2 | **1,96%** |
| Gesamt | 102 | **100,00%** |
| Wohlfühl Anwendungen | | |
| Ja, sicher | 12 | **11,76%** |
| Ja, wahrscheinlich | 30 | **29,41%** |
| Nein, eher nicht | 24 | **23,53%** |
| Nein, auf keinen Fall | 32 | **31,37%** |
| Weiß nicht | 4 | **3,92%** |
| Gesamt | 102 | **100,00%** |
| Anleitung zum gesunden Radfahren | | |
| Ja, sicher | 4 | **3,92%** |
| Ja, wahrscheinlich | 38 | **37,25%** |
| Nein, eher nicht | 19 | **18,63%** |
| Nein, auf keinen Fall | 39 | **38,24%** |
| Weiß nicht | 2 | **1,96%** |
| Gesamt | 102 | **100,00%** |
| Musik in Kirchen | | |
| Ja, sicher | 15 | **14,85%** |
| Ja, wahrscheinlich | 23 | **22,77%** |
| Nein, eher nicht | 22 | **21,78%** |
| Nein, auf keinen Fall | 41 | **40,59%** |
| Weiß nicht | 0 | **0,00%** |
| Gesamt | 101 | **100,00%** |

### Inwiefern spielt Entschleunigung für Sie im Urlaub eine Rolle?

| ANTWORTOPTION | n | % |
|---|---|---|
| sehr unwichtig | 0 | **0,00%** |
| eher unwichtig | 8 | **7,84%** |
| eher wichtig | 35 | **34,31%** |
| sehr wichtig | 59 | **57,84%** |
| weiß nicht, keine Angabe | 0 | **0,00%** |
| Gesamt | 102 | **100,00%** |

### Wie wichtig sind Ihnen folgende Dinge an Orten die zur Entschleunigung beitragen sollen?

| ANTWORTOPTION | n | % |
|---|---|---|
| Radabstellplätze | | |
| sehr unwichtig | 0 | **0,00%** |
| eher unwichtig | 28 | **27,72%** |

| | | |
|---|---|---|
| eher wichtig | 32 | **31,68%** |
| sehr wichtig | 39 | **38,61%** |
| weiß nicht | 2 | **1,98%** |
| Gesamt | 101 | **100,00%** |
| Sanitäre Anlagen | | |
| sehr unwichtig | 0 | **0,00%** |
| eher unwichtig | 10 | **9,90%** |
| eher wichtig | 23 | **22,77%** |
| sehr wichtig | 67 | **66,34%** |
| weiß nicht | 1 | **0,99%** |
| Gesamt | 101 | **100,00%** |
| Verpflegungsmöglichkeiten | | |
| sehr unwichtig | 0 | **0,00%** |
| eher unwichtig | 20 | **19,80%** |
| eher wichtig | 34 | **33,66%** |
| sehr wichtig | 46 | **45,54%** |
| weiß nicht | 1 | **0,99%** |
| Gesamt | 101 | **100,00%** |
| Abgeschiedenheit | | |
| sehr unwichtig | 8 | **7,92%** |
| eher unwichtig | 37 | **36,63%** |
| eher wichtig | 40 | **39,60%** |
| sehr wichtig | 15 | **14,85%** |
| weiß nicht | 1 | **0,99%** |
| Gesamt | 101 | **100,00%** |
| Ruhe | | |
| sehr unwichtig | 1 | **0,99%** |
| eher unwichtig | 19 | **18,81%** |
| eher wichtig | 46 | **45,54%** |
| sehr wichtig | 34 | **33,66%** |
| weiß nicht | 1 | **0,99%** |
| Gesamt | 101 | **100,00%** |

*Wie viele km legen Sie pro Tag durchschnittlich auf einer Radtour im Urlaub zurück?*

| | Alter der Befragungsteilnehmer - 15 - 20 Jahre | | Alter der Befragungsteilnehmer - 21- 30 Jahre | | Alter der Befragungsteilnehmer - 31 - 40 Jahre | | Alter der Befragungsteilnehmer - 41 - 50 Jahre | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ANTWORTOPTION | n | % | n | % | n | % | n | % |
| 0 - 10 km | 2 | **40,00%** | 1 | **11,11%** | 3 | **33,33%** | 1 | **9,09%** |
| 11 - 20 km | 1 | **20,00%** | 2 | **22,22%** | 2 | **22,22%** | 3 | **27,27%** |
| 21- 30 km | 1 | **20,00%** | 1 | **11,11%** | 3 | **33,33%** | 5 | **45,45%** |
| 31 - 40 km | 0 | **0,00%** | 5 | **55,56%** | 1 | **11,11%** | 1 | **9,09%** |
| 41 - 50 km | 1 | **20,00%** | 0 | **0,00%** | 0 | **0,00%** | 1 | **9,09%** |
| 51 - 60 km | 0 | **0,00%** | 0 | **0,00%** | 0 | **0,00%** | 0 | **0,00%** |
| 61 - 70 km | 0 | **0,00%** | 0 | **0,00%** | 0 | **0,00%** | 0 | **0,00%** |
| > 70 km | 0 | **0,00%** | 0 | **0,00%** | 0 | **0,00%** | 0 | **0,00%** |
| Gesamt | 5 | **100,00%** | 9 | **100,00%** | 9 | **100,00%** | 11 | **100,00%** |

*Wie wichtig ist es Ihnen, im Urlaub etwas für die Gesundheit zu tun?*

| | Alter der Befragungsteilnehmer - 15 - 20 Jahre | | Alter der Befragungsteilnehmer - 21- 30 Jahre | | Alter der Befragungsteilnehmer - 31 - 40 Jahre | | Alter der Befragungsteilnehmer - 41 - 50 Jahre | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ANTWORTOPTION | n | % | n | % | n | % | n | % |
| sehr unwichtig | 0 | **0,00%** | 0 | **0,00%** | 1 | **10,00%** | 1 | **9,09%** |
| eher unwichtig | 1 | **20,00%** | 3 | **33,33%** | 4 | **40,00%** | 1 | **9,09%** |
| eher wichtig | 3 | **60,00%** | 3 | **33,33%** | 3 | **30,00%** | 5 | **45,45%** |
| sehr wichtig | 1 | **20,00%** | 3 | **33,33%** | 0 | **0,00%** | 4 | **36,36%** |
| weiß nicht, keine Angabe | 0 | **0,00%** | 0 | **0,00%** | 2 | **20,00%** | 0 | **0,00%** |
| Gesamt | 5 | **100,00%** | 9 | **100,00%** | 10 | **100,00%** | 11 | **100,00%** |

## Anhang 3: Kreuztabellen

Kreuztabelle Gründe für Fahrradnutzung und Kirchenbesichtigung im Urlaub

Warum fahren Sie Fahrrad im Urlaub?

| | Kirchen im Urlaub | | | |
|---|---|---|---|---|
| | nicht angeschaut | | angeschaut | |
| ANTWORTOPTION | n | % | n | % |
| Etwas für die Gesundheit tun | 22 | **43%** | 29 | **57%** |
| Stressbewältigung | 13 | **25%** | 18 | **35%** |
| Natur erleben | 39 | **76%** | 42 | **82%** |
| Bewegung | 39 | **76%** | 39 | **76%** |
| Erholung | 22 | **43%** | 32 | **63%** |
| Sonstiges | 10 | **20%** | 8 | **16%** |

Kreuztabelle Bekanntheit Kirchturmtour und Kirchenbesichtigung im Urlaub

Ist Ihnen die Radroute Kirchturmtour bekannt?

| | Kirchen im Urlaub | | | |
|---|---|---|---|---|
| | nicht angeschaut | | angeschaut | |
| ANTWORTOPTION | n | % | n | % |
| Ja | 4 | **8%** | 19 | **37%** |
| Nein | 46 | **92%** | 32 | **63%** |

Kreuztabelle Beliebtheit Ruheorte und Kirchenbesichtigung im Urlaub

Welche der folgenden Ruheorte würden Sie auf Ihrer Radroute besuchen?

| | Kirchen im Urlaub | | | |
|---|---|---|---|---|
| | nicht angeschaut | | angeschaut | |
| ANTWORTOPTION | n | % | n | % |
| Offene Kirche | 8 | **16%** | 34 | **67%** |
| Picknickplatz | 20 | **39%** | 15 | **29%** |
| Platz am See/Wasser | 51 | **100%** | 44 | **86%** |
| Gärten | 31 | **61%** | 28 | **55%** |

Kreuztabelle Radtourlänge und Kirchenbesichtigung im Urlaub

Wie viele km legen Sie pro Tag durchschnittlich auf einer Radtour im Urlaub zurück?

| | Kirchen im Urlaub | | | |
|---|---|---|---|---|
| | nicht angeschaut | | angeschaut | |
| ANTWORTOPTION | n | % | n | % |
| 0 - 10 km | 11 | **22%** | 0 | **0%** |
| 11 - 20 km | 12 | **24%** | 12 | **24%** |
| 21- 30 km | 14 | **27%** | 13 | **26%** |
| 31 - 40 km | 7 | **14%** | 17 | **34%** |
| 41 - 50 km | 3 | **6%** | 4 | **8%** |
| 51 - 60 km | 4 | **8%** | 3 | **6%** |
| 61 - 70 km | 0 | **0%** | 1 | **2%** |
| > 70 km | 0 | **0%** | 0 | **0%** |

Kreuztabelle Alter und Kirchenbesichtigung im Urlaub

Wie alt sind Sie?

| | Kirchen im Urlaub | | | |
|---|---|---|---|---|
| | nicht angeschaut | | angeschaut | |
| ANTWORTOPTION | n | % | n | % |
| 15 - 20 Jahre | 5 | **10%** | 0 | **0%** |
| 21- 30 Jahre | 7 | **14%** | 2 | **4%** |
| 31 - 40 Jahre | 7 | **14%** | 3 | **6%** |
| 41 - 50 Jahre | 7 | **14%** | 4 | **8%** |
| 51 - 60 Jahre | 12 | **24%** | 19 | **37%** |
| 61 - 70 Jahre | 11 | **22%** | 19 | **37%** |
| 71 - 80 Jahre | 2 | **4%** | 4 | **8%** |
| > 80 Jahre | 0 | **0%** | 0 | **0%** |

Kreuztabelle Reisebegleitung und Kirchenbesichtigung im Urlaub

Wer begleitet Sie während Ihrer Reise?

| | Kirchen im Urlaub | | | |
|---|---|---|---|---|
| | nicht angeschaut | | angeschaut | |
| ANTWORTOPTION | n | % | n | % |
| Freunde/Bekannte | 6 | **12%** | 6 | **12%** |
| Partner | 41 | **80%** | 39 | **76%** |
| ich reise allein | 1 | **2%** | 1 | **2%** |
| Familie/Kinder | 24 | **47%** | 9 | **18%** |
| Sonstige | 2 | **4%** | 1 | **2%** |

Kreuztabelle Nutzung Gesundheitsangebote und Kirchenbenutzung

Würden Sie folgende Angebote auf Ihrer Radtour wahrnehmen?

| | Kirchen im Urlaub | | | |
|---|---|---|---|---|
| | nicht angeschaut | | angeschaut | |
| ANTWORTOPTION | n | % | n | % |
| Gespräch mit Seelsorger, Coach | | | | |
| Ja, sicher | 1 | **1,96%** | 0 | **0,00%** |
| Ja, wahrscheinlich | 1 | **1,96%** | 5 | **9,80%** |
| Nein, eher nicht | 6 | **11,76%** | 22 | **43,14%** |
| Nein, auf keinen Fall | 41 | **80,39%** | 24 | **47,06%** |
| Weiß nicht | 2 | **3,92%** | 0 | **0,00%** |
| Gesamt | 51 | **100,00%** | 51 | **100,00%** |
| Körperliche Übungen | | | | |
| Ja, sicher | 2 | **3,92%** | 2 | **3,92%** |
| Ja, wahrscheinlich | 11 | **21,57%** | 9 | **17,65%** |
| Nein, eher nicht | 20 | **39,22%** | 19 | **37,25%** |
| Nein, auf keinen Fall | 17 | **33,33%** | 21 | **41,18%** |
| Weiß nicht | 1 | **1,96%** | 0 | **0,00%** |
| Gesamt | 51 | **100,00%** | 51 | **100,00%** |
| Geistliche Übungen | | | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Ja, sicher | 0 | **0,00%** | 2 | **3,92%** |
| Ja, wahrscheinlich | 6 | **11,76%** | 8 | **15,69%** |
| Nein, eher nicht | 9 | **17,65%** | 18 | **35,29%** |
| Nein, auf keinen Fall | 35 | **68,63%** | 22 | **43,14%** |
| Weiß nicht | 1 | **1,96%** | 1 | **1,96%** |
| Gesamt | 51 | **100,00%** | 51 | **100,00%** |
| Wohlfühl Anwendungen | | | | |
| Ja, sicher | 7 | **13,73%** | 5 | **9,80%** |
| Ja, wahrscheinlich | 19 | **37,25%** | 11 | **21,57%** |
| Nein, eher nicht | 13 | **25,49%** | 11 | **21,57%** |
| Nein, auf keinen Fall | 9 | **17,65%** | 23 | **45,10%** |
| Weiß nicht | 3 | **5,88%** | 1 | **1,96%** |
| Gesamt | 51 | **100,00%** | 51 | **100,00%** |
| Anleitung zum gesunden Radfahren | | | | |
| Ja, sicher | 3 | **5,88%** | 1 | **1,96%** |
| Ja, wahrscheinlich | 25 | **49,02%** | 13 | **25,49%** |
| Nein, eher nicht | 6 | **11,76%** | 13 | **25,49%** |
| Nein, auf keinen Fall | 15 | **29,41%** | 24 | **47,06%** |
| Weiß nicht | 2 | **3,92%** | 0 | **0,00%** |
| Gesamt | 51 | **100,00%** | 51 | **100,00%** |
| Musik in Kirchen | | | | |
| Ja, sicher | 3 | **6,00%** | 12 | **23,53%** |
| Ja, wahrscheinlich | 10 | **20,00%** | 13 | **25,49%** |
| Nein, eher nicht | 8 | **16,00%** | 14 | **27,45%** |
| Nein, auf keinen Fall | 29 | **58,00%** | 12 | **23,53%** |
| Weiß nicht | 0 | **0,00%** | 0 | **0,00%** |
| Gesamt | 50 | **100,00%** | 51 | **100,00%** |

## Kreuztabelle Alter und E-Bike Nutzung

### Wie alt sind Sie?

| | E-Bike Nutzung | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Ja | | Nein | |
| ANTWORTOPTION | n | % | n | % |
| 15 - 20 Jahre | 0 | **0,00%** | 5 | **6,49%** |
| 21- 30 Jahre | 0 | **0,00%** | 9 | **11,69%** |
| 31 - 40 Jahre | 0 | **0,00%** | 10 | **12,99%** |
| 41 - 50 Jahre | 4 | **16,00%** | 7 | **9,09%** |
| 51 - 60 Jahre | 9 | **36,00%** | 22 | **28,57%** |
| 61 - 70 Jahre | 8 | **32,00%** | 22 | **28,57%** |
| 71 - 80 Jahre | 4 | **16,00%** | 2 | **2,60%** |
| > 80 Jahre | 0 | **0,00%** | 0 | **0,00%** |
| Gesamt | 25 | **100,00%** | 77 | **100,00%** |

## Anhang 4: Offene Angaben

### Warum fahren Sie Fahrrad im Urlaub? Offene Angaben

| ANTWORTOPTION |
|---|
| "Seele baumeln lassen" |
| einfache, flexible Fortbewegung |
| Einkaufen |
| Fortbewegung |
| Fortbewegung |
| Fortbewegung |
| Fortbewegung |
| Fortbewegung |
| Fortbewegung |
| im Alltag keine Zeit |
| Region kennenlernen |
| schnellere, flexiblere Fortbewegung |
| Spaß |
| Spaß |
| Spaß |
| Spaß |
| Spaß |
| Zuhause keine Zeit dazu |

### Wie wichtig ist es Ihnen, im Urlaub etwas für die Gesundheit zu tun?

| ANTWORTOPTION |
|---|
| Region kennenlernen |
| Ähnlich wie Schleswig-Holstein |
| Bootreisende, Fahrradnutzung an Land, Greetsieler Hafen sehr schön |
| Ems-Radweg |
| Flaches Land |
| Flaches Land |
| Flaches Land |
| flaches Land |
| flaches Land |
| Fortbewegung |
| Krummhörn außerhalb Greetsiel kennenlernen |
| Mit dem Rad schnell unterwegs |
| Nah am Heimatort |
| nah am Wohnort |
| nah zum Heimatort |

| |
|---|
| Nahe Wohnort |
| Nahe Wohnort |
| Region kennenlernen |
| Region kennenlernen |
| Region kennenlernen |
| Region kennenlernen |
| Region kennenlernen |
| Region kennenlernen |
| Region kennenlernen |
| Region kennenlernen |
| Region kennenlernen |
| Region kennenlernen |
| Region kennenlernen |
| Region kennenlernen |
| Region kennenlernen |
| Region kennenlernen |
| Region kennenlernen |
| Region kennenlernen |
| Wohnortnah |

# Ehrenwörtliche Erklärung

Ich versichere hiermit, dass ich die von mir vorgelegte Bachelorarbeit selbstständig, ohne Hilfe Dritter und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen und Hilfsmittel, angefertigt habe. Alle Textstellen und Informationen, die wörtlich oder sinngemäß veröffentlichten oder nicht veröffentlichten Schriften oder anderen Quellen entnommen sind, habe ich als solche in meiner Arbeit kenntlich gemacht. Diese Arbeit hat in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner Prüfungsbehörde vorgelegen.

Wilhelmshaven, den 22.08.16

_____