

**REGENERATE**

**Interreg**  
Italia–Österreich



Co-funded by  
the European Union



## GÄSTE UND EINHEIMISCHENBEFRAGUNG 2025

NASSFELD-PRESSEGGER-SEE – LESACHTAL - WEISSENSEE

Projektpartner



**REGENERATE**

**Interreg**  
Italia–Österreich



Co-funded by  
the European Union

**Impressum**

NLW Tourismus Marketing GmbH

**Bearbeitungsteam**

Dominik Ebenstreit MA MSc

Andreas Baldasti BSc

Hermagor, 2025

# Inhaltsverzeichnis

Einstellungen, Wahrnehmungen und Beteiligungsbereitschaft im Tourismus .....	2
Sozialdemografische Merkmale der Befragten .....	3
Gesamtbewertung der Region .....	8
Bewertung der touristischen Angebote und Infrastruktur .....	10
Information & Kommunikation .....	12
Tourismusmanagement und Gastfreundschaft .....	14
Nachhaltigkeit und Regionalität .....	17
Mobilität und Verkehr .....	29
Zufriedenheit mit regionalen Angeboten .....	36
Verbesserungspotenziale im Tourismus (nur Einheimische) .....	40
Engagement & Beteiligung .....	43

# Einstellungen, Wahrnehmungen und Beteiligungsbereitschaft im Tourismus

Im Rahmen der Befragung wurden sowohl Einheimische als auch Tourist\*innen zu ihren Einschätzungen, Erfahrungen und ihrem Engagement im Zusammenhang mit dem Tourismus in der Region befragt. Ziel war es, ein umfassendes Bild darüber zu gewinnen, wie touristische Angebote und Infrastrukturen wahrgenommen werden, wie zufrieden die Zielgruppen mit bestehenden Informations- und Beteiligungsmöglichkeiten sind und in welchem Ausmaß sie bereit wären, sich aktiv für die Weiterentwicklung des Tourismus zu engagieren.

Die Ergebnisse decken ein breites Spektrum an Themen ab: Von der subjektiven Bewertung touristischer Angebote und der Zufriedenheit mit der Informationslage über Fragen zur Mobilität, Verkehrsbelastung und Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel bis hin zur Einschätzung von Verbesserungsbedarfen und der Bereitschaft zur Unterstützung von Projekten. Durch den direkten Vergleich zwischen den Antworten der Einheimischen und Tourist\*innen lassen sich Unterschiede in der Wahrnehmung und den Prioritäten beider Gruppen erkennen.

Diese Erkenntnisse bilden eine wichtige Grundlage für strategische Entscheidungen im Tourismusmanagement, da sie nicht nur aktuelle Stärken und Schwächen sichtbar machen, sondern auch Potenziale für eine stärkere Einbindung beider Gruppen in die nachhaltige Entwicklung der Region aufzeigen.

Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse der Befragung anhand von grafischen Auswertungen dargestellt und erläutert. Dabei erfolgt jeweils eine Interpretation der Abbildungen, um die zentralen Aussagen und Unterschiede zwischen Einheimischen und Tourist\*innen klar herauszuarbeiten.

# Sozialdemografische Merkmale der Befragten

## Geschlecht | Einheimische

Frage: Dein Geschlecht: Wähle eine Antwort  
n=278



■ weiblich ■ männlich ■ Ich ziehe es vor, es nicht zu spezifizieren

## Geschlecht | Tourist\*Innen

Frage: Dein Geschlecht: Wähle eine Antwort  
n=201



■ weiblich ■ männlich ■ Ich ziehe es vor, es nicht zu spezifizieren

Abb. 1: Geschlechterverhältnis der Befragten Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Das Geschlechterverhältnis unter den Einheimischen ist exakt ausgeglichen: Jeweils 50 % der Befragten identifizierten sich als weiblich bzw. männlich. Unter den Tourist\*innen ist das Verhältnis leicht verschoben: 51 % männlich und 45 % weiblich, während 4 % keine Angabe zum Geschlecht machen wollten. Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass beide Gruppen ein relativ ausgewogenes Geschlechterverhältnis aufweisen, wobei der Anteil männlicher Gäste geringfügig höher ist als bei den Einheimischen.

## Altersgruppen | Einheimische

Frage: Deine Altersgruppe: Wähle eine Antwort  
n=278



## Altersgruppen | Tourist\*Innen

Frage: Deine Altersgruppe: Wähle eine Antwort  
n=201

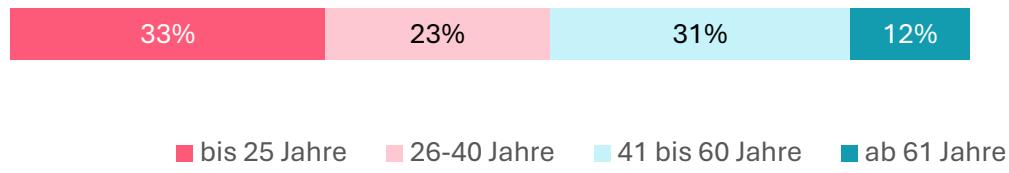


Abb. 2: Altersgruppen der Befragten. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Unter den Einheimischen stellen die 41- bis 60-Jährigen mit 40 % die größte Gruppe dar, gefolgt von den unter 25-Jährigen (24 %) und den 26- bis 40-Jährigen (21 %). Die Gruppe ab 61 Jahren ist mit 16 % am kleinsten vertreten. Bei den Tourist\*innen dominieren hingegen die unter 25-Jährigen mit 33 %, gefolgt von den 41- bis 60-Jährigen (31 %) und den 26- bis 40-Jährigen (23 %). Personen ab 61 Jahren machen hier nur 12 % aus. Insgesamt zeigt sich, dass die Altersstruktur der befragten Gäste jünger ist als die der Einheimischen, während der Anteil älterer Personen bei den befragten Einheimischen höher ausfällt.

## Wohndauer | Einheimische

Frage: Wie lange lebst Du schon in der Region Nassfeld-Pressegger See, Lesachtal und Weissensee?

n=278



Abb. 3: Wohndauer der einheimischen Befragten. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Die Mehrheit der einheimischen Befragten (60 %) lebt seit ihrer Geburt in der Region Nassfeld-Pressegger See, Lesachtal und Weissensee. 14 % wohnen seit 25 bis 50 Jahren hier, 19 % seit 10 bis 25 Jahren und nur 7 % weniger als 10 Jahre. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die einheimische Bevölkerung stark verwurzelt ist und ein großer Teil schon immer in der Region gelebt hat, was auf eine hohe regionale Bindung schließen lässt (dies muss bei der Betrachtung der nachfolgenden Auswertungen immer mitbedacht werden).

## Wo wird Urlaub gemacht? | Tourist\*Innen

Frage: In welchem Teil der Region Nassfeld-Pressegger See, Lesachtal und Weißensee übernachtest Du? n= 227



- Gailtal
- Weissensee
- Gitschtal
- Lesachtal
- In einer anderen Region, ich besuche einer der obengenannten Teilregionen aber als Tourist / Touristin

Abb. 4: Übernachtungsorte der touristischen Befragten. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Mehr als die Hälfte der befragten Touristinnen (57 %) übernachten im Gailtal und machen diesen Teil der Region damit zum beliebtesten Aufenthaltsort. Es folgen das Lesachtal mit 15 % und der Weissensee mit 12 %. Das Gitschtal wird von 4 % der Gäste als Übernachtungsort gewählt. Weitere 12 % nächtigen in einer anderen Region, besuchten jedoch eine der genannten Teilregionen als Tourist\*In.. Die Ergebnisse zeigen, dass sich der Großteil der touristischen Übernachtungen auf das Gailtal konzentriert, während die anderen Teilregionen deutlich geringere, aber dennoch relevante Anteile verzeichnen. Aus jeder Teilregion (mit Ausnahme des Gitschtales) wurden mindestens 30 Personen befragt, wodurch in den folgenden Auswertungen die Gesamtregion repräsentiert wird.

## Bewertung der Heimatregion

Frage: Wenn du eine (österreichische) Schulnote für Deine Heimatregion vergeben könntest, welche Note würdest Du vergeben?

n=278 | Mittelwert = 1,9



Abb. 5: Schulnotenbewertung der Heimatregion durch Einheimische. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

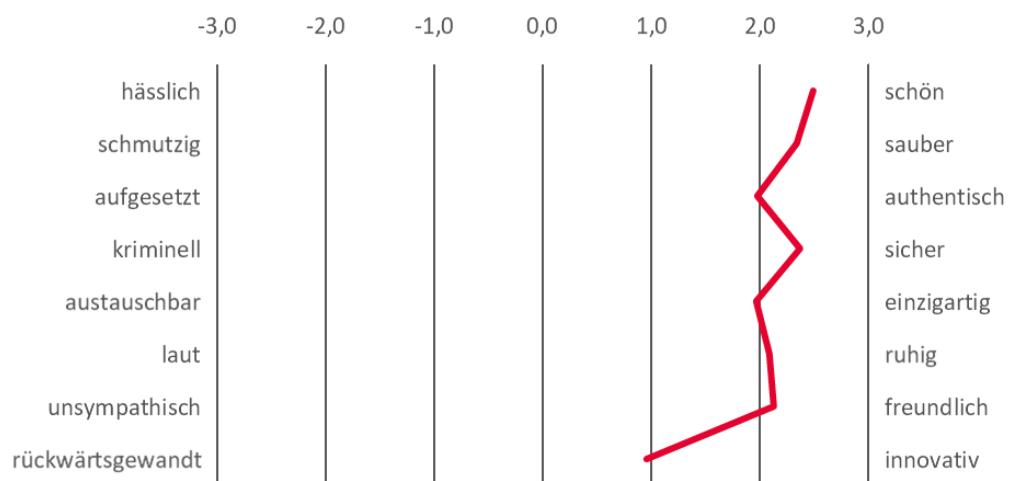
Die einheimischen Befragten bewerten ihre Heimatregion überwiegend positiv: 35 % vergaben die Bestnote „Sehr Gut“ und 41 % die Note „Gut“. Weitere 20 % stuften die Region als „Befriedigend“ ein. Lediglich 4 % vergaben die Note „Genügend“ und 1 % die Note „Nicht Genügend“. Mit einem Durchschnittswert von 1,9 zeigt sich ein insgesamt sehr gutes Stimmungsbild, wobei nur ein kleiner Anteil der Befragten eine kritische Bewertung abgab.

## Gesamtbewertung der Region

### Bewertung der Heimatregion |

#### Einheimische

Frage: Untenstehend findest Du einige Aussagen. Bitte ordne ein, wie sehr die Aussage für Dich zutrifft oder nicht zutrifft., Mittelwert  
n=267-212



### Bewertung der Region

Frage: Untenstehend findest Du einige Gegensatzpaare. Bewerte sie in dieser Skala,  
Mittelwert n= 230

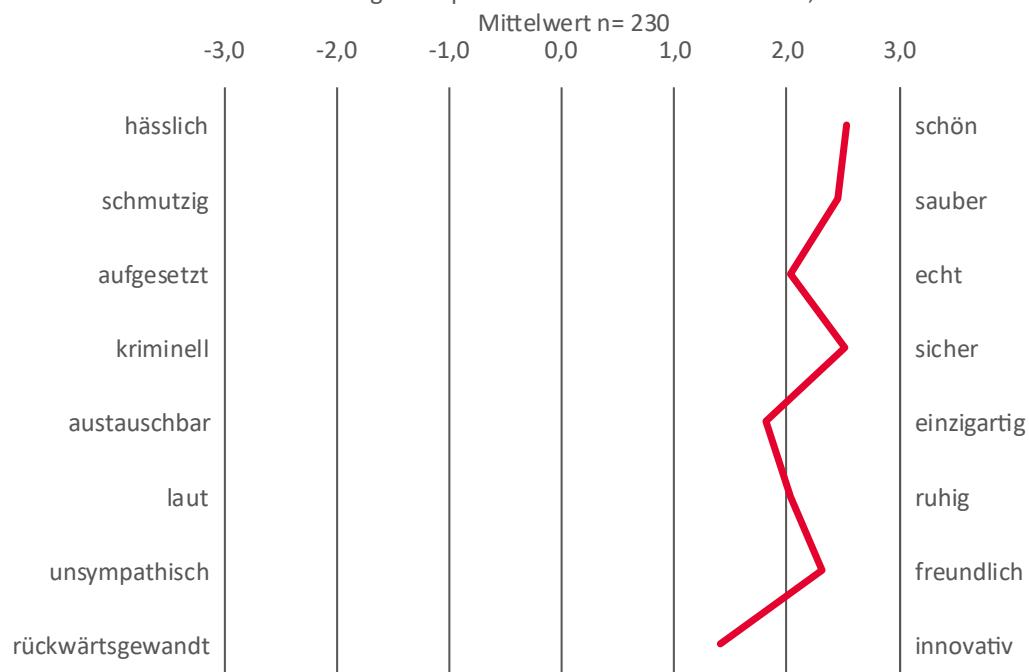


Abb. 6: Gesamtbewertung der Region durch Einheimische und Bewertung der Region durch Tourist\*innen. Datenquelle: Befragung NLW 2025.



Die Einheimischen bewerten ihre Heimatregion in nahezu allen Gegensatzpaaren deutlich positiv. Besonders hoch fallen die Werte bei den Merkmalen „schön“, „sauber“, „sicher“, „freundlich“ und „authentisch“ aus. Leicht schwächer, aber immer noch positiv, werden die Eigenschaften „ruhig“, „einzigartig“ und „innovativ“ eingeschätzt.

Auch die Tourist\*innen beurteilen die Region sehr positiv. Spitzenwerte erreichen „schön“, „sauber“ und „sicher“. Merkmale wie „freundlich“, „innovativ“ und „einzigartig“ werden ebenfalls überdurchschnittlich bewertet, während „echt“ (anstatt „authentisch“) und „ruhig“ etwas niedrigere, aber immer noch positive Werte erzielen.

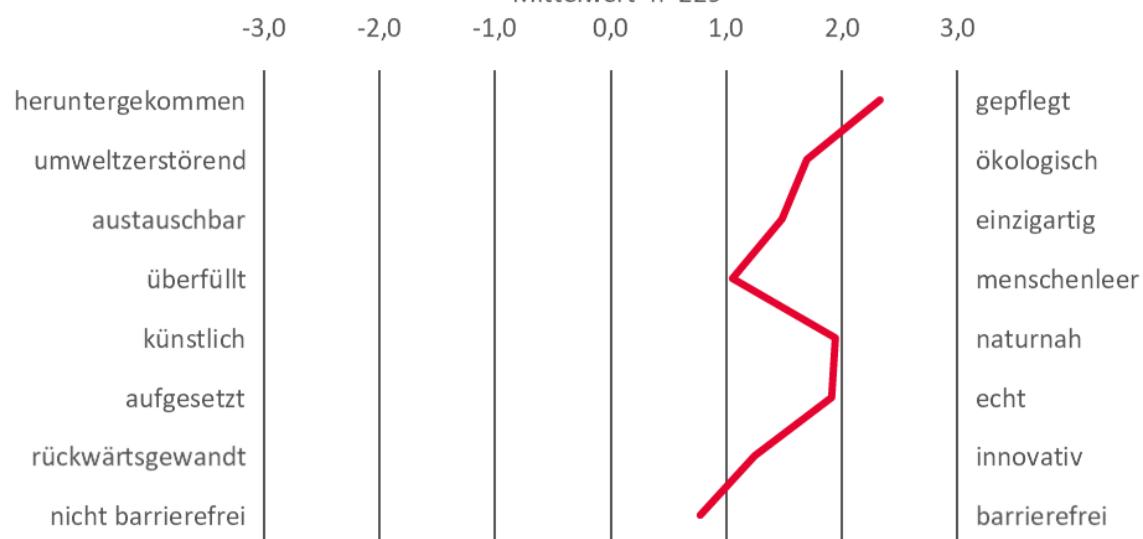
Insgesamt zeigen beide Gruppen ein deutlich positives Bild der Region, wobei sich die Bewertungen der Einheimischen und Gäste in der Tendenz stark ähneln. Unterschiede bestehen vor allem in einzelnen Begriffspaaren, die je nach Perspektive leicht abweichend eingeschätzt werden.

# Bewertung der touristischen Angebote und Infrastruktur

## Bewertung der Freizeit- und touristischen Angebote | Tourist\*Innen

Frage: Untenstehend findest Du einige Gegensatzpaare. Bewerte sie in dieser Skala,

Mittelwert n=229



## Bewertung der Freizeit- und touristischen Angebote | Einheimische

Frage: Untenstehend findest Du einige Gegensatzpaare. Bewerte sie in dieser Skala, n=

272

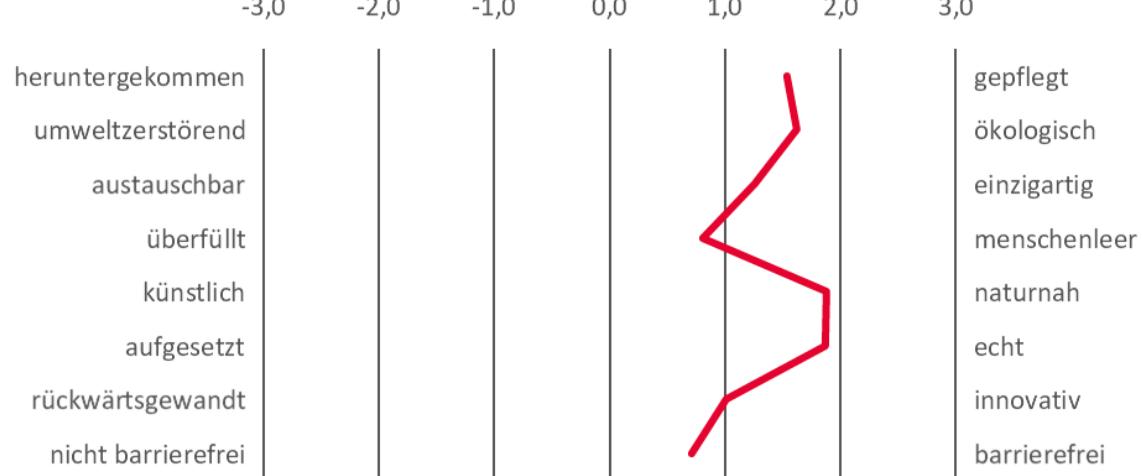


Abb. 7: Bewertung der touristischen Angebote und Infrastruktur durch Tourist\*innen und Einheimische. Datenquelle: Befragung NLW 2025.



Sowohl Tourist\*innen als auch Einheimische bewerten die touristischen Angebote und die Infrastruktur überwiegend positiv. Besonders stark ausgeprägt sind die positiven Einschätzungen zu den Attributen „gepflegt“, „ökologisch“ und „einzigartig“. Auch „naturnah“, „echt“ und „innovativ“ werden von beiden Gruppen überdurchschnittlich positiv wahrgenommen. Deutlich schwächer fallen die Bewertungen bei den Gegensatzpaaren „überfüllt–menschenleer“ und „nicht barrierefrei–barrierefrei“ aus, wobei die Einschätzungen dennoch im positiven Bereich liegen. Ein kleiner Unterschied zeigt sich in der Bewertung von „barrierefrei“, das von Tourist\*innen etwas kritischer gesehen wird als von Einheimischen. Anders herum ist es bei der Frage nach der Menschenmenge: Hier schätzen Einheimische die Freizeitinfrastruktur tendenziell etwas überfüllter ein als Gäste.

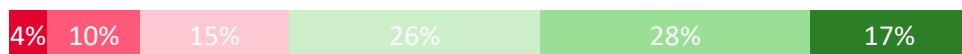
Insgesamt bestätigen die Ergebnisse ein hohes Qualitätsniveau der touristischen Infrastruktur in der Region, mit leichten Verbesserungspotenzialen bei der Zugänglichkeit und dem Besucherdruck.

# Information & Kommunikation

## Information über Angebote des Tourismus | Einheimische

Aussage: Ich fühle mich ausreichend über Angebote des Tourismus in der Region informiert.

n=278

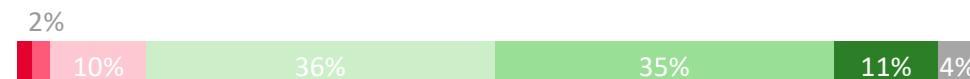


■ trifft gar nicht zu    ■ trifft nicht zu    ■ trifft eher nicht zu  
■ trifft eher zu            ■ trifft zu                    ■ trifft sehr zu

## Information über Angebote des Tourismus | Tourist\*Innen

Aussage: Ich fühle mich ausreichend über Angebote des Tourismus in der Region informiert.

n=201



■ trifft gar nicht zu    ■ trifft nicht zu    ■ trifft eher nicht zu  
■ trifft eher zu            ■ trifft zu                    ■ trifft sehr zu  
■ kann ich nicht beantworten

Abb. 8: Informationsstand über touristische Angebote bei Einheimischen und Tourist\*innen.  
Datenquelle: Befragung NLW 2025.\*

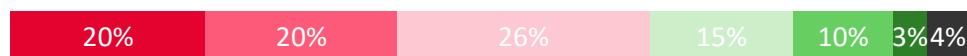
Die Mehrheit der Einheimischen fühlt sich ausreichend über die touristischen Angebote in der Region informiert: 71 % stimmen dieser Aussage zu (davon 17 % „trifft sehr zu“). Dennoch gibt es bei 15 % der Befragten nur eine teilweise Zustimmung, und 14 % fühlen sich nicht ausreichend informiert. Unter den Touristinnen liegt der Anteil der Zustimmenden mit 82 % noch höher (davon 11 % „trifft sehr zu“). Lediglich 12 % sehen Defizite in der Informationslage, während 4 % keine Angabe machten.

Die Ergebnisse zeigen, dass beide Gruppen die Informationslage insgesamt positiv bewerten, wobei Tourist\*innen etwas häufiger angeben, ausreichend informiert zu sein als die Einheimischen.

## Information über Angebote des Tourismus | Tourist\*Innen

Aussage: Ich musste aktiv und umständlich nach Informationen über Angebote in der Region suchen.

n=201



- trifft gar nicht zu      ■ trifft nicht zu      ■ trifft eher nicht zu  
■ trifft eher zu      ■ trifft zu      ■ trifft sehr zu  
■ kann ich nicht beantworten

Abb. 9: Aufwand bei der Informationssuche zu touristischen Angeboten aus Sicht der Tourist\*innen.  
Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Die Mehrheit der Tourist\*innen empfindet die Informationsbeschaffung über Angebote in der Region nicht als aufwendig: 66 % stimmen der Aussage nicht zu (davon 20 % „trifft gar nicht zu“).

Demgegenüber geben 28 % an, dass sie zumindest teilweise aktiv und umständlich nach Informationen suchen mussten (davon 3 % „trifft sehr zu“). Weitere 4 % machten keine Angabe.

Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass die meisten Gäste die Informationslage als gut zugänglich empfinden, jedoch ein signifikanter Anteil Verbesserungsbedarf bei der Auffindbarkeit oder Aufbereitung der Informationen sieht.

# Tourismusmanagement und Gastfreundschaft

## Umgang mit der lokalen Bevölkerung | Einheimische

Aussage: Besucher und Besucher\*innen verhalten sich respektvoll gegenüber der lokalen Bevölkerung.

n=278



## Verhalten gegenüber Einheimischen | Tourist\*Innen

Aussage: Ich verhalte mich respektvoll gegenüber der einheimischen Bevölkerung.

n=201

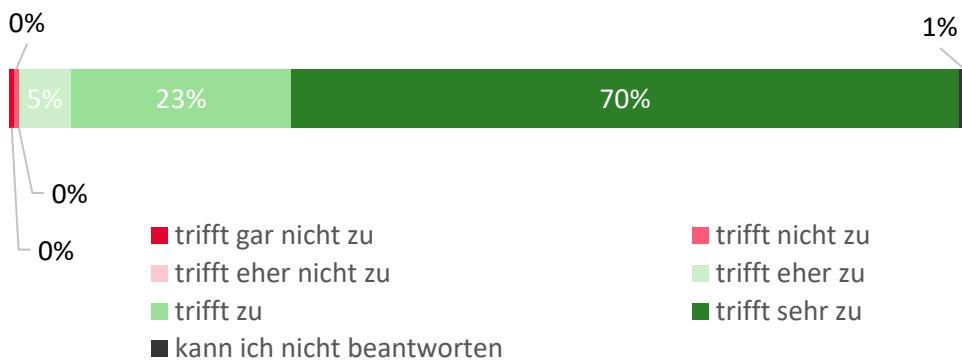
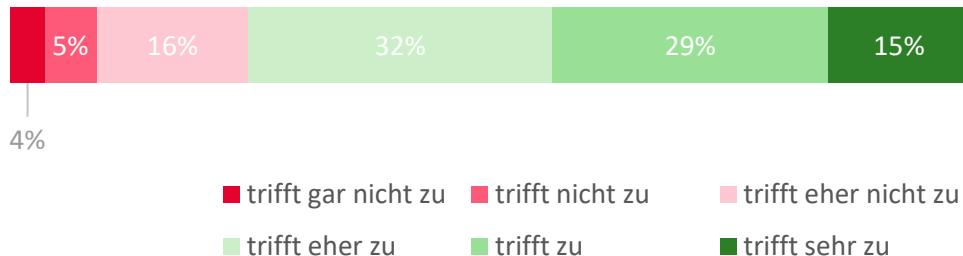


Abb. 10: Umgang mit der lokalen Bevölkerung. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

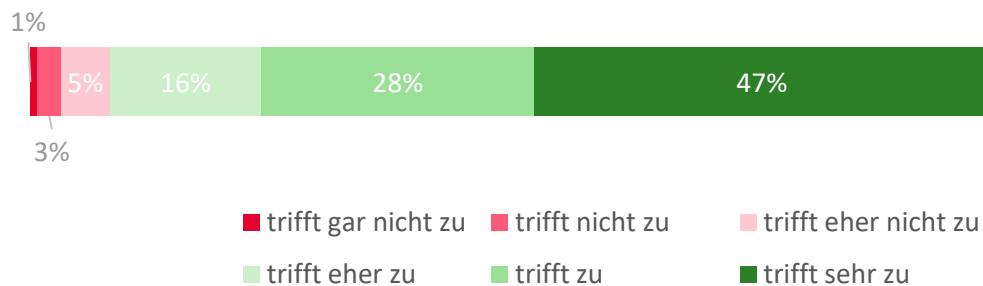
Die Befragung machte deutlich, dass es ein gutes Miteinander zwischen Tourist\*innen und Einheimischen gibt. So geben 87% der befragten Einheimischen an, dass sie der Aussage „Besucher und Besucherinnen verhalten sich respektvoll gegenüber der lokalen Bevölkerung“ zumindest eher zustimmen würden. Auch die Perspektive der Tourist\*innen spricht hier dieselbe Sprache: Hier stimmen naturgemäß 98% der Tourist\*innen eher bis sehr zu, dass sie sich immer respektvoll verhalten.

**Management des Tourismus | Einheimische**

Aussage: Der Tourismus wird in der Region derzeit gut gemanagt.  
n=278

**Weiterempfehlung der Region | Einheimische**

Aussage: Ich kann einen Urlaub in der Region nur weiterempfehlen.  
n=278

**Management des Tourismus | Tourist\*Innen**

Aussage: Ich werde einen Urlaub in der Region Bekannten und Freunden weiterempfehlen.

n=201

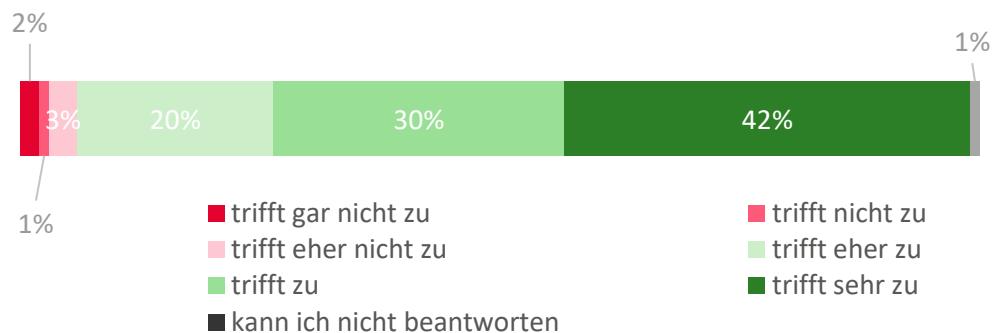


Abb. 11: Management des Tourismus und Weiterempfehlung der Region (Einheimische und Tourist\*innen)

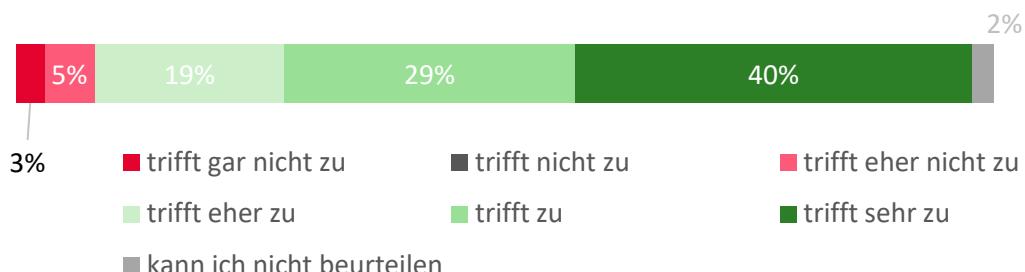
Die Mehrheit der Einheimischen bewertet das derzeitige Management des Tourismus in der Region positiv: 76 % stimmen zu (trifft eher zu, trifft zu, trifft sehr zu), während nur 21 % eine negative Einschätzung abgeben. Noch deutlicher fällt das Ergebnis bei der Weiterempfehlung aus – insgesamt 75 % der Einheimischen würden einen Urlaub in der Region weiterempfehlen. Auch bei den Tourist\*innen zeigt sich ein überwiegend positives Bild: 72 % würden einen Aufenthalt in der Region an Bekannte und Freunde weiterempfehlen, lediglich 6 % äußern sich kritisch.

# Nachhaltigkeit und Regionalität

## Regionalität im Tourismus | Einheimische

Aussage: Der Tourismus in der Region legt auf regionale Erzeugnisse wert.

n= 278



## Regionalität im Tourismus | Tourist\*Innen

Aussage: Der Tourismus in der Region legt auf regionale Erzeugnisse wert.

n= 201

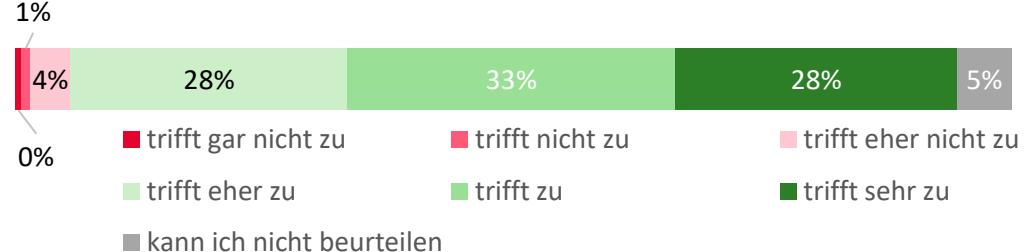


Abb. 12: Bedeutung von Regionalität im Tourismus. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Wie sieht es mit dem Impact des Tourismus in der Landwirtschaft aus? Auch hier gibt es sehr positive Bilder unter der Bevölkerung. Ganze 88% sagen, dass der Tourismus auf regionale Erzeugnisse eher bis stark Wert legt – hier spiegelt sich deutlich die Slow-Food-Initiative der Region wider. Auch bei den Tourist\*innen trifft diese Aussage auf eine hohe Zustimmung (89% stimmen eher bis sehr zu).

## Ökologische Lösungen im Tourismus | Einheimische

Aussage: Man versucht im Tourismus Wert auf ökologische Lösungen zu legen (z.B. Förderung von alternativer Mobilität mit Bussen).

n= 278



## Ökologische Lösungen im Tourismus | Tourist\*innen

Aussage: Man versucht im Tourismus Wert auf ökologische Lösungen zu legen (z.B. Förderung von alternativer Mobilität mit Bussen).

n= 201

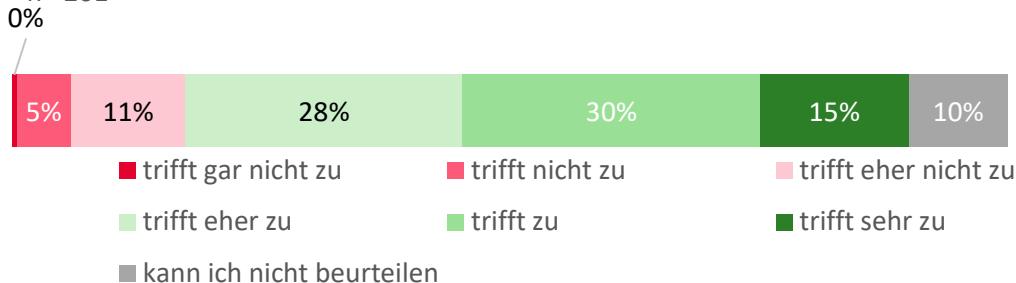


Abb. 13: Ökologische Lösungen des Tourismus. Datenquelle: Befragungen NLW 2025.

Schließlich wurde auch abgefragt, ob es genügend ökologische Lösungen im Tourismus gibt – etwa auch das Anbieten von öffentlichem Verkehr, um die Tourist\*innen ökologisch durch die Region zu transportieren. Hier findet sich wieder eine Mehrheit von 71% der Einheimischen sowie 73% der Tourist\*innen unter jenen, die dem eher bis sehr zustimmen können.

## Kulturförderung durch Tourismus | Einheimische

Aussage: Der Tourismus belebt und fördert die Kultur und Tradition in der Region (z.B. durch Angebote).

n= 278



## Kulturförderung durch Tourismus | Tourist\*innen

Aussage: Der Tourismus belebt und fördert die Kultur und Tradition in der Region (z.B. durch Angebote).

n= 201

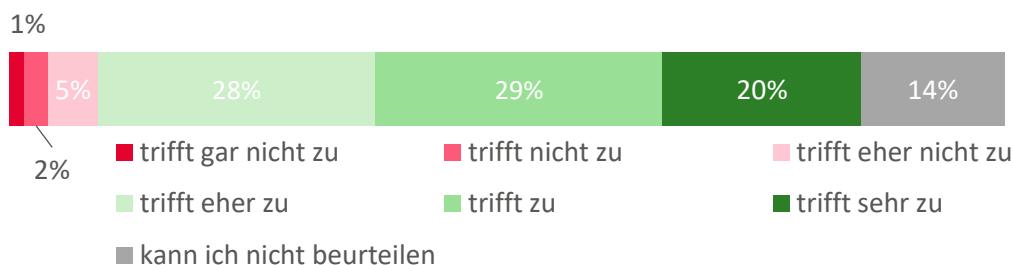


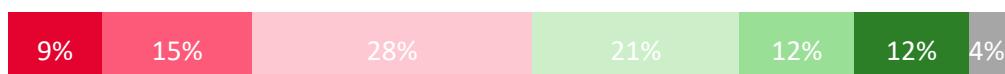
Abb. 14: Kulturförderung durch den Tourismus. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Eine bedeutende Frage ist, ob der Tourismus die regionale Kulturszene (etwa Kulturstätten) fördert bzw. regionale Traditionen pflegt. Eine überwiegende Mehrheit von 75% der Einheimischen stimmt diesem Bild des regionalen Tourismus eher bis voll und ganz zu. Bei den Tourist\*innen sind es 77%, die dieser Aussage zustimmen können.

## Touristisch bedingte Verkehrsüberlastungen | Einheimische

Aussage: Straßen in der Region sind durch Touristinnen und Touristen überlastet.

n= 278

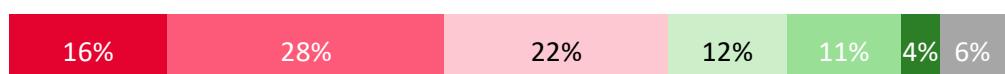


- █ trifft gar nicht zu
- █ trifft nicht zu
- █ trifft eher nicht zu
- █ trifft eher zu
- █ trifft zu
- █ trifft sehr zu
- █ kann ich nicht beurteilen

## Touristisch bedingte Verkehrsüberlastungen | Tourist\*innen

Aussage: Straßen in der Region sind durch Touristinnen und Touristen überlastet.

n= 201



- █ trifft gar nicht zu
- █ trifft nicht zu
- █ trifft eher nicht zu
- █ trifft eher zu
- █ trifft zu
- █ trifft sehr zu
- █ kann ich nicht beurteilen

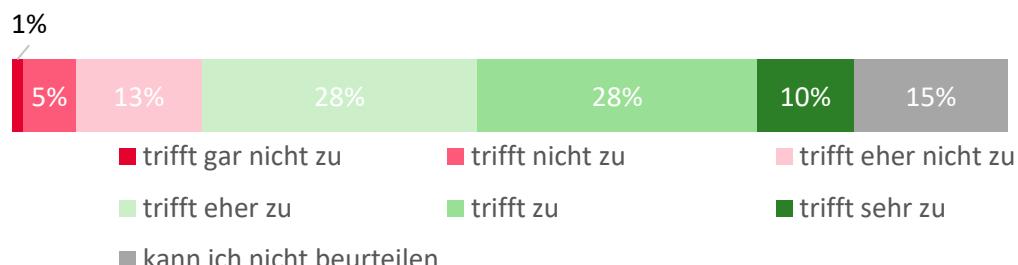
Abb. 15: Bewertung der Verkehrsbelastung. Datenquelle: Befragungen NLW 2025.

Eine der bedeutendsten Fragen ist die Frage nach der Verkehrsbelastung durch Tourist\*innen. Auch hier gibt es deutlich positive Perspektiven aus der lokalen Bevölkerung. So stimmen nur 45% der Aussage teilweise bis sehr zu, dass Straßen durch Tourist\*innen (zumindest saisonal) überlastet sind. Der Großteil antwortet hier eher im Mittelfeld zwischen „trifft eher nicht zu“ und „trifft eher zu“. Es scheint hier also ein gewisses Problem zu geben, welches aber nicht keine katastrophalen Auswirkungen besitzt, welches aber dennoch in Zukunft durch die NLW weiter angegangen werden sollte (vor allem punktuell und saisonal). Auch durch Tourist\*innen wird dieses Problem eher wenig wahrgenommen. Nur 27% geben an, dass die Straßen durch Tourist\*innen überlastet sind.

## Geldfluss innerhalb der Region | Einheimische

Aussage: Das Geld, das ich in der Region ausgebe, bleibt bei der lokalen Bevölkerung.

n= 278



## Geldfluss innerhalb der Region | Tourist\*innen

Aussage: Das Geld, das ich in der Region ausgebe, bleibt bei der lokalen Bevölkerung.

n=201

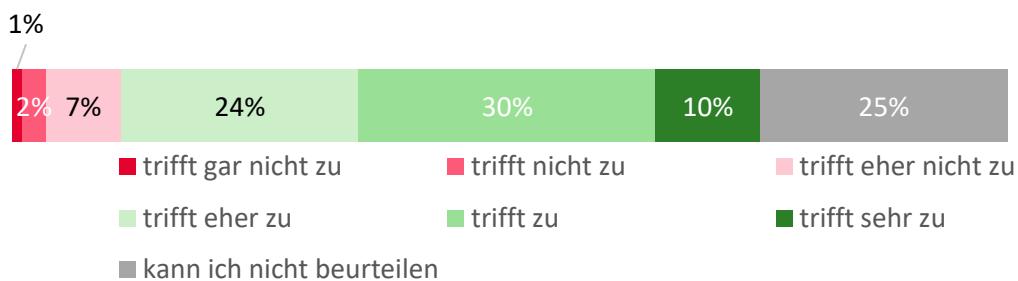


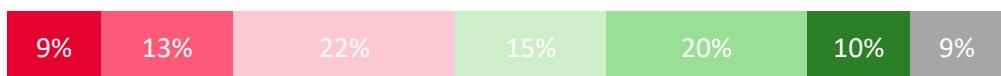
Abb. 16: Bewertung der regionalen Wertschöpfung. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Was die regionalen Geldflüsse betrifft, ist man sich unter den Tourist\*innen nicht ganz einig. 25% trauen sich nicht, eine Aussage darüber zu treffen. 64% meinen, dass das Geld, das sie ausgeben auch in der Region verbleibt. Ein Zehntel meint, dass die regionale Wertschöpfung eher gering ist. Auch bei den Einheimischen zeichnet sich ein ähnliches Bild ab.

## Beteiligung im Tourismus | Einheimische

Aussage: Ich habe die Möglichkeit, mich aktiv bei der Entwicklung des Tourismus zu beteiligen.

n= 278

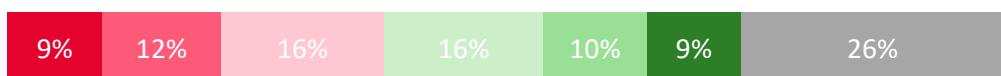


- trifft gar nicht zu
- trifft eher zu
- kann ich nicht beurteilen
- trifft nicht zu
- trifft zu
- trifft sehr zu
- trifft eher nicht zu

## Beteiligung im Tourismus | Tourist\*innen

Aussage: Ich habe die Möglichkeit, mich aktiv bei der Entwicklung des Tourismus zu beteiligen.

n=201



- trifft gar nicht zu
- trifft eher zu
- kann ich nicht beurteilen
- trifft nicht zu
- trifft zu
- trifft sehr zu
- trifft eher nicht zu

Abb. 17: Möglichkeit zur aktiven Beteiligung an der Tourismusentwicklung aus Sicht von Einheimischen und Tourist\*innen. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

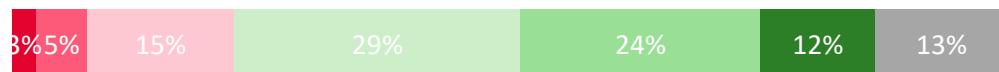
Unter den Einheimischen geben 45 % an, dass sie sich aktiv an der Entwicklung des Tourismus beteiligen können (davon 10 % „trifft sehr zu“). 44 % stimmen der Aussage hingegen nicht oder nur eingeschränkt zu, und 9 % können die Frage nicht beurteilen. Bei den Tourist\*innen ist der Anteil der Zustimmenden etwas geringer: 35 % sehen eine Beteiligungsmöglichkeit (davon 9 % „trifft sehr zu“), während 37 % diese nicht wahrnehmen. Auffällig ist, dass mit 26 % ein deutlich höherer Anteil der Gäste keine Einschätzung zur Beteiligungsmöglichkeit abgeben kann.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Einheimischen ihre Einflussmöglichkeiten auf die Tourismusentwicklung tendenziell höher einschätzen als Tourist\*innen, wobei insgesamt ein relevanter Anteil in beiden Gruppen keine klare Möglichkeit zur aktiven Mitgestaltung sieht.

## Arbeitsbedingungen im Tourismus | Einheimische

Aussage: Die Arbeitsbedingungen im Tourismus sind in der Region gut.

n= 278

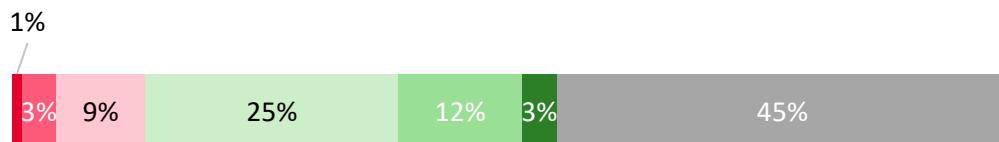


- trifft gar nicht zu
- trifft nicht zu
- trifft eher nicht zu
- trifft eher zu
- trifft zu
- trifft sehr zu
- kann ich nicht beurteilen

## Arbeitsbedingungen im Tourismus | Tourist\*Innen

Aussage: Die Arbeitsbedingungen im Tourismus sind in der Region gut.

n=201



- trifft gar nicht zu
- trifft nicht zu
- trifft eher nicht zu
- trifft eher zu
- trifft zu
- trifft sehr zu
- kann ich nicht beurteilen

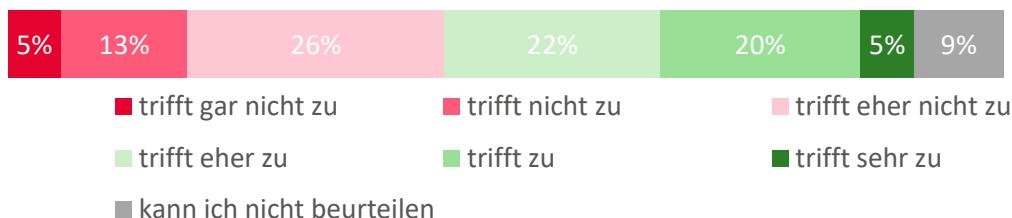
Abb. 18: Bewertung der Arbeitsbedingungen. Datenquelle: Befragungen NLW 2025.

Wie werden die Arbeitsbedingungen im regionalen Tourismus bewertet? Es zeigt sich, dass auch diese unter Einheimischen als gut empfunden werden. Knapp zwei Drittel der Bevölkerung attestieren den Beschäftigten im Tourismus gute Arbeitsbedingungen, 13% können diese Aussage nicht bewerten. Etwa ein Fünftel sieht die Arbeitsbedingungen nicht so gut an, wie sie es sich wünschen würden. Unter den Tourist\*innen wollen etwa 45% keine Aussage über dieses Thema treffen. Der Rest ist eher positiv gestimmt: 13% meinen, die Arbeitsbedingungen sind nicht gut, 40% meinen, die Arbeitsbedingungen sind eher gut in der Region.

## Klimawandel vs. Tourismus | Einheimische

Aussage: Der Tourismus in der Region ist gut gegen den Klimawandel aufgestellt (z.B. durch alternative Angebote bei wenig Schnee).

n= 278



## Klimawandel vs. Tourismus | Tourist\*innen

Aussage: Der Tourismus in der Region ist gut gegen den Klimawandel aufgestellt (z.B. durch alternative Angebote bei wenig Schnee).

n= 201

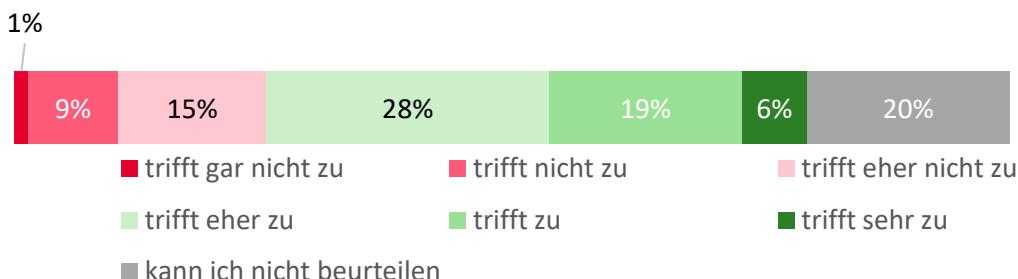


Abb. 19: Bewertung der Vorbereitung auf den Klimawandel. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Bedeutend für das Besuchervolumen ist auch, ob der Tourismus auch für die Zukunft gut aufgestellt ist. Für einen sehr Freizeit-zentrierten Tourismus wie er in der Region NLW vorkommt, spielt der Klimawandel eine zentrale Rolle in der Ausrichtung und damit auch in der Beeinflussung der Gästemengen der Zukunft. Hier ist aus Sicht der regionalen Bevölkerung jedenfalls noch Handlungsbedarf zu sehen. So stimmen der Aussage „Der Tourismus in der Region ist gut gegen den Klimawandel aufgestellt“ 44% eher nicht bis gar nicht zu (siehe Abbildung unten). Unter den Tourist\*innen ist sich ein Fünftel nicht sicher, die Frage zu beantworten. Etwa 25% und damit deutlich weniger als die Einheimischen meinen, dass der Tourismus noch nicht ausreichend auf den Klimawandel vorbereitet ist, 53% meinen, dass schon genug getan ist.

## Tourismus fördert ÖPNV | Einheimische

Aussage: Durch den Tourismus gibt es mehr Angebote im öffentlichen Verkehr.

n = 278



## Tourismus fördert ÖPNV | Tourist\*innen

Aussage: Durch den Tourismus gibt es mehr Angebote im öffentlichen Verkehr.

n = 201

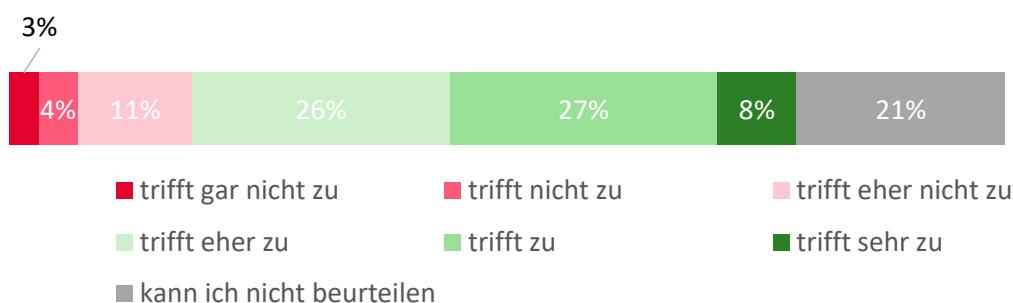


Abb. 20: Mehr Angebote im ÖPNV. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Die wohl eher am meisten diskutierte Aussage bei den Impacts ist der positive Einfluss des Tourismus auf den öffentlichen Verkehr. Das finden die Befragten jedoch nicht. 60% der befragten Einheimischen sehen den Impact positiv, 34% sind hier anderer Meinung. Bei den Tourist\*innen sieht das Bild ähnlich aus: Hier geben 61% der Aussage teilweise bis sehr recht. 18% meinen, dass der öffentliche Verkehr durch den Tourismus nicht gefördert wird.

## Natur- und Landschaftspflege durch/für Tourismus | Einheimische

Aussage: Die Natur und die Landschaft werden durch bzw. für den Tourismus gepflegt.

n = 278



## Natur- und Landschaftspflege durch/für Tourismus | Tourist\*innen

Aussage: Die Natur und die Landschaft werden durch bzw. für den Tourismus gepflegt.

n = 201



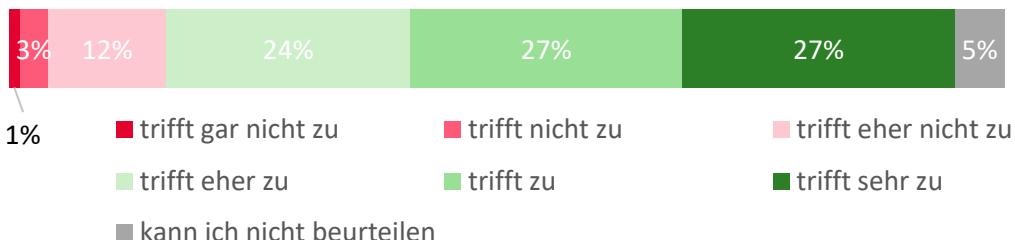
Abb. 21: Einfluss des Tourismus auf Natur- und Landschaftspflege. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Wenn es um die Pflege des Landschafts- und Naturraums geht, dann wird der Tourismus oft auch als einer der Träger der Bewahrung für Gäste und Einheimische gesehen. Und diese Rolle erfüllt er laut Befragungen auch in der Region NLW sehr gut: 69% der Befragten geben an, dass sie der Aussage eher bis ganz zustimmen, dass die Natur und die Landschaft durch und für den Tourismus gepflegt werden. Auch bei den Tourist\*innen stimmen 79% dieser Aussage zu.

## Einfluss des Tourismus auf regionale Bevölkerung | Einheimische

Aussage: Der Tourismus hat einen positiven Einfluss auf die Einwohnerinnen und Einwohner der Region.

n = 278



## Einfluss des Tourismus auf regionale Bevölkerung | Tourist\*innen

Aussage: Der Tourismus hat einen positiven Einfluss auf die Einwohnerinnen und Einwohner der Region.

n = 201

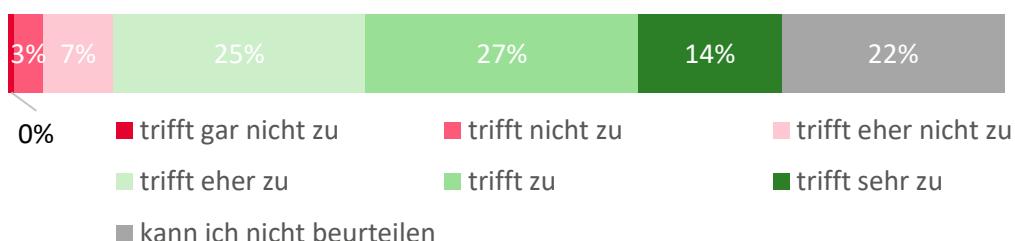


Abb. 22: Einfluss auf die regionale Bevölkerung. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Und welchen Einfluss hat der Tourismus im Allgemeinen auf die regionale Bevölkerung? Auch hier antwortet die regionale Bevölkerung sehr positiv: 78% aller Befragten attestierten dem Tourismus einen positiven Einfluss auf die regionale Bevölkerung. Bei den Gästen waren dies deutlich weniger (66%). Etwa ein Zehntel attestierte dem Tourismus hingegen einen negativen Einfluss auf die regionale Bevölkerung. Dass dies unter den Tourist\*innen deutlich kritischer ausfällt als unter den Einheimischen zeigt, wie kritisch im Allgemeinen der Tourismus angesehen wird und wie stark sich dies auch auf das Bild des regionalen Tourismus auswirkt.

## Einfluss des Tourismus auf regionale Wirtschaft | Einheimische

Aussage: Der Tourismus hat einen positiven Einfluss auf die Wirtschaft der Region.

n = 278



## Einfluss des Tourismus auf regionale Wirtschaft | Tourist\*Innen

Aussage: Der Tourismus hat einen positiven Einfluss auf die Wirtschaft der Region.

n = 201

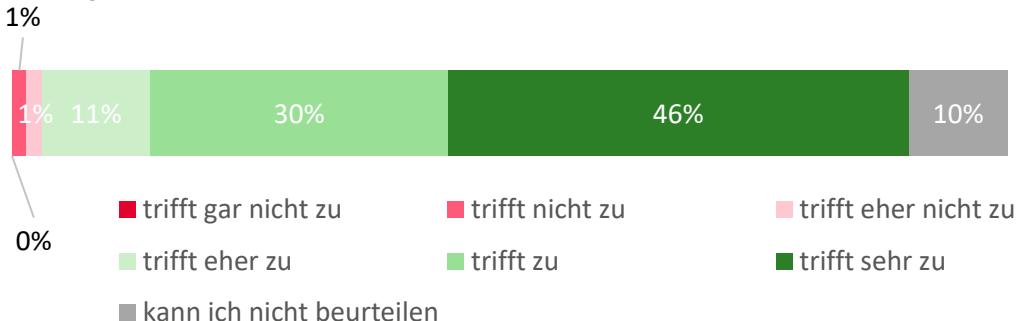


Abb. 23: Einfluss des Tourismus auf die regionale Wirtschaft. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Schließlich wurde auch die Frage gestellt, ob der Tourismus einen positiven Einfluss auf die regionale Wirtschaft hat. Auch diese Frage wurde mit überwiegender Mehrheit positiv beantwortet. Das sieht kaum jemand in der regionalen Bevölkerung und auch unter den Gästen anders. Denn die Aussage wird von immerhin 93% der Einheimischen und von 87% der Gäste der Region geteilt.

## Mobilität und Verkehr

### Mobilität in der Heimatregion | Einheimische

Frage: Wie bewegst Du Dich in Deiner Region hauptsächlich fort?

n=157

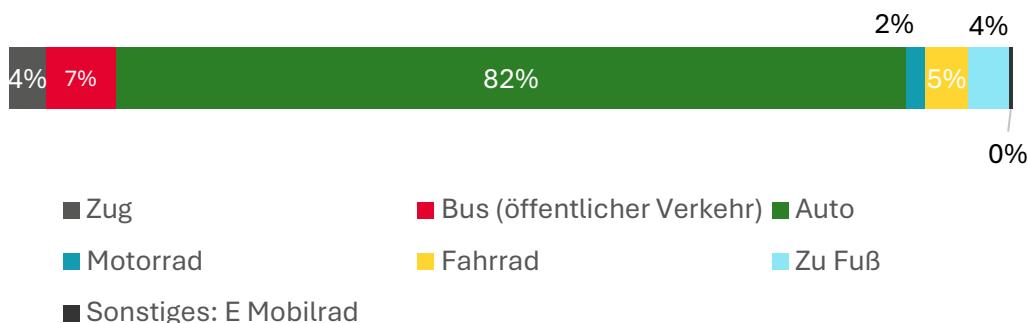


Abb. 24: Hauptverkehrsmittel der Einheimischen in der Region. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

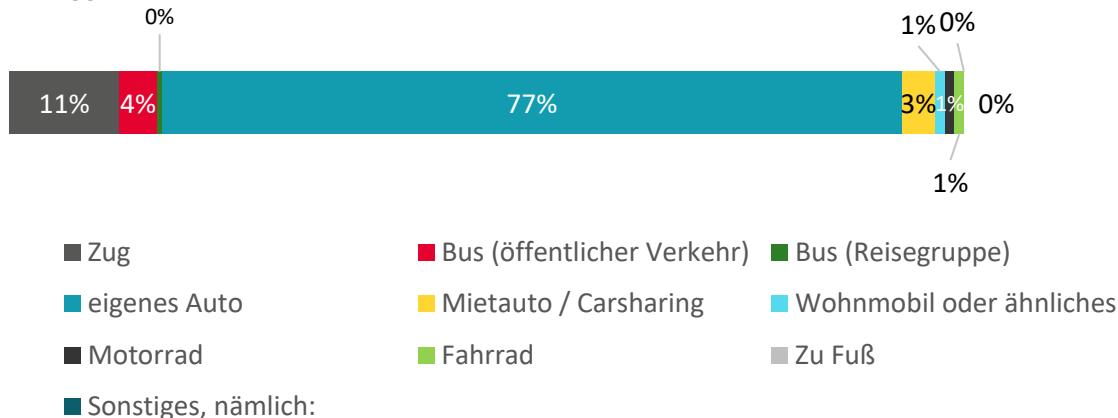
Der überwiegende Teil der Einheimischen (82 %) nutzt hauptsächlich das Auto, um sich innerhalb der Region fortzubewegen. Öffentliche Verkehrsmittel wie Bus (7 %) und Zug (4 %) spielen nur eine untergeordnete Rolle. Das Fahrrad wird von 5 % als primäres Verkehrsmittel genutzt, während Motorrad (2 %) und zu Fuß gehen (0 %) kaum genannt werden. Unter „Sonstiges“ wurde ein E-Mobilrad angegeben.

Diese Ergebnisse verdeutlichen eine starke Abhängigkeit vom motorisierten Individualverkehr und einen geringen Stellenwert öffentlicher oder alternativer Verkehrsmittel im Mobilitätsverhalten der Einheimischen.

## Mobilität in der Region | Tourist\*Innen

Frage: Welches Haupt-Transportmittel hast Du verwendet, um in unsere Region zu kommen?

n = 200



## Mobilität in der Region | Tourist\*Innen

Frage: Wie bewegst Du Dich in unserer Region bzw. in Diesem Urlaub hauptsächlich fort bzw. wie planst Du, Dich fortzubewegen?

n = 201

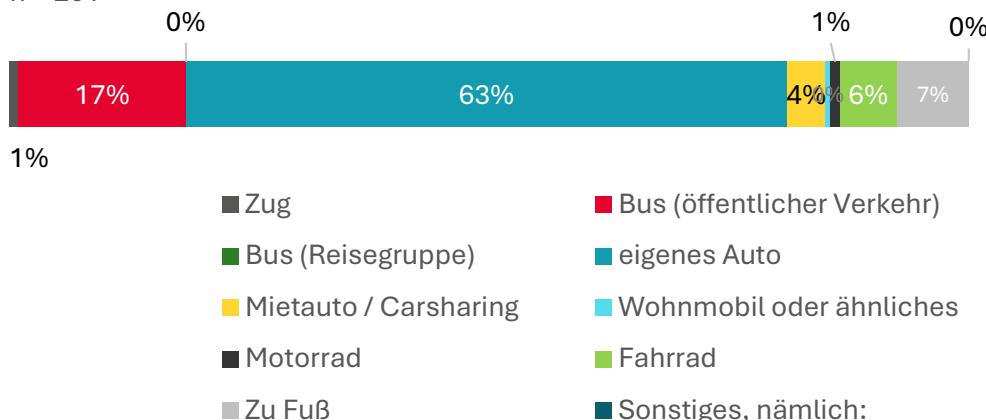


Abb. 25: Hauptverkehrsmittel bei Anreise und Mobilität vor Ort aus Sicht der Touristinnen.  
Datenquelle: Befragung NLW 2025.\*

Für die Anreise in die Region nutzen 77 % der Tourist\*innen das eigene Auto, gefolgt von 11 %, die mit dem Zug anreisen. Öffentliche Linienbusse (4 %) und Reisegruppenbusse (3 %) spielen nur eine geringe Rolle, ebenso wie Wohnmobile oder ähnliche Fahrzeuge (1 %) und Mietautos/Carsharing (1 %). Auch bei der Mobilität innerhalb der Region dominiert das eigene Auto mit 63 %, gefolgt von Bussen für Reisegruppen (17 %) und Mietautos/Carsharing (6 %). Fahrräder (4 %) und Wohnmobile (1 %) werden nur von einer kleinen Minderheit genutzt, während der Zugverkehr für die Fortbewegung vor Ort keine Rolle spielt.

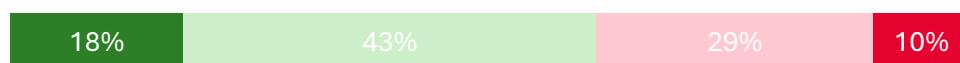


Diese Zahlen verdeutlichen, dass die individuelle motorisierte Mobilität sowohl bei der Anreise als auch während des Aufenthalts klar im Vordergrund steht, während öffentliche Verkehrsmittel und nachhaltige Mobilitätsformen nur eine Nebenrolle einnehmen.

## Verkehrsbelastung | Einheimische

Frage: Wenn Du mit dem eigenen Fahrzeug unterwegs bist, für wie stark hältst Du den Verkehr auf einer Skala von 1 'wenig Verkehr' bis 4 'viel Verkehr'? (aus 4)

n=158



■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4

## Verkehrsbelastung | Tourist\*Innen

Frage: Wenn Du mit dem eigenen Fahrzeug unterwegs bist, für wie stark hältst Du den Verkehr auf einer Skala von 1 'wenig Verkehr' bis 4 'viel Verkehr'? (aus 4)

n=199



■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4

Abb. 26: Wahrgenommene Verkehrsbelastung durch Einheimische und Touristinnen. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

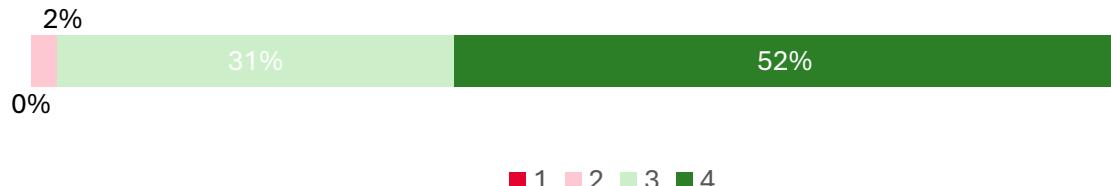
Die Einheimischen schätzen die Verkehrsbelastung in der Region überwiegend als gering ein: 61 % bewerten den Verkehr mit den Stufen 1 oder 2 („wenig Verkehr“), 29 % stufen ihn als mittel (3) und 10 % als hoch (4) ein. Touristinnen hingegen empfinden die Verkehrsdichte deutlich kritischer: 78 % geben die Werte 2 oder 3 an, wobei 33 % den Verkehr als niedrig (1) und 45 % als mittel (2) einschätzen. 20 % stufen die Belastung mit 3 und 3 % mit der höchsten Stufe 4 („viel Verkehr“) ein.

Diese Unterschiede deuten darauf hin, dass Touristinnen den Verkehr in der Region tendenziell stärker wahrnehmen als Einheimische, möglicherweise bedingt durch fehlende Ortskenntnis, saisonale Spitzenzeiten während ihres Aufenthalts oder einen Vergleich mit verkehrsärmeren Urlaubsdestinationen.

### Taktung des touristischen Verkehrs | Einheimische

Frage: Du benutzt vorwiegend öffentliche Verkehrsmittel. Wie häufig (Taktung) sind diese Deiner Meinung nach auf einer Skala von 1 'selten' bis 4 'häufig'? (aus 4)

n=9



### Taktung des touristischen Verkehrs | Tourist\*innen

Frage: Du benutzt vorwiegend öffentliche Verkehrsmittel. Wie häufig (Taktung) sind diese Deiner Meinung nach auf einer Skala von 1 'selten' bis 4 'häufig'? (aus 4)

n=38

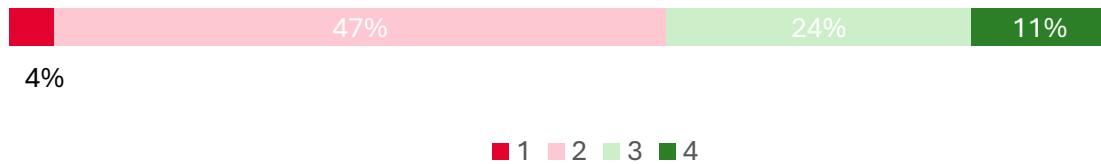


Abb. 27: Einschätzung der Taktung des öffentlichen Verkehrs durch Einheimische und Tourist\*innen.  
Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Unter den Einheimischen, die vorwiegend öffentliche Verkehrsmittel nutzen, bewerten 83 % die Taktung als gut bis sehr gut (Stufen 3 und 4), wobei mehr als die Hälfte (52 %) die höchste Bewertung („häufig“) vergibt. Lediglich 2 % empfinden die Taktung als sehr selten (Stufe 1).

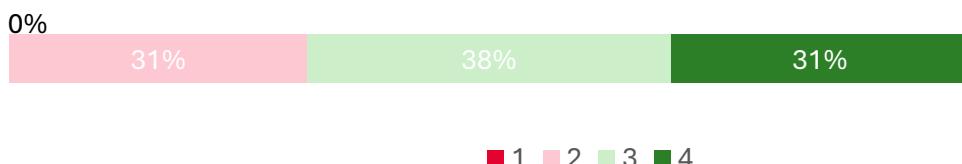
Bei den Tourist\*innen fällt die Einschätzung deutlich kritischer aus: 47 % vergeben die niedrigste Stufe („selten“) und weitere 24 % die Stufe 2. Nur 11 % bewerten die Taktung als „häufig“ und 24 % als mittelmäßig (Stufe 3).

Diese Ergebnisse zeigen eine deutliche Diskrepanz zwischen Einheimischen und Tourist\*innen, wobei Letztere den öffentlichen Verkehr als seltener getaktet wahrnehmen, was möglicherweise auf eine geringere Verfügbarkeit außerhalb der Hauptlinien oder auf Unterschiede zwischen Alltags- und touristischer Nutzung zurückzuführen ist.

## Flächendeckung des öffentlichen Verkehrs | Einheimische

Frage: Wie umfangreich (flächendeckend) sind die öffentlichen Verkehrsmittel Deiner Meinung nach auf einer Skala von 1 'lückenhaft' bis 4 'umfangreich'? (aus 4)

n=9



## Flächendeckung des öffentlichen Verkehrs | Tourist\*innen

Frage: Wie umfangreich (flächendeckend) sind die öffentlichen Verkehrsmittel Deiner Meinung nach auf einer Skala von 1 'lückenhaft' bis 4 'umfangreich'? (aus 4)

n=38

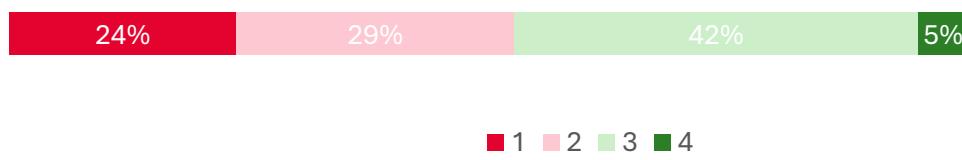


Abb. 28: Einschätzung der Flächendeckung des öffentlichen Verkehrs durch Einheimische und Tourist\*innen. Datenquelle: Befragung NLW 2025.\*

Unter den einheimischen Nutzer\*innen öffentlicher Verkehrsmittel bewerten 69 % die Flächendeckung als gut bis sehr gut (Stufen 3 und 4), wobei jeweils 31 % die höchste Stufe („umfangreich“) vergeben. Kein\*e Befragte\*r stuft die Abdeckung als sehr lückenhaft (Stufe 1) ein.

Tourist\*innen hingegen äußern sich deutlich kritischer: 53 % vergeben die Stufen 1 oder 2 („lückenhaft“), während 42 % eine mittlere Bewertung (Stufe 3) und nur 5 % die Höchststufe 4 („umfangreich“) geben.

Die Ergebnisse machen deutlich, dass Einheimische die Abdeckung des öffentlichen Verkehrs in der Region deutlich positiver einschätzen als Tourist\*innen, was auf Unterschiede in der Nutzungshäufigkeit, Ortskenntnis oder Erwartungen zurückzuführen sein könnte.

## Bequemlichkeit von ÖV | Einheimische

Frage: Wie bequem sind die öffentlichen Verkehrsmittel Deiner Meinung nach auf einer Skala von 1 'wenig' bis 4 'sehr bequem'? (aus 4)

n=29



## Bequemlichkeit von Verkehrsmitteln | Tourist\*innen

Frage: Wie bequem sind die öffentlichen Verkehrsmittel Deiner Meinung nach auf einer Skala von 1 'wenig' bis 4 'sehr bequem'? (aus 4)

n=38

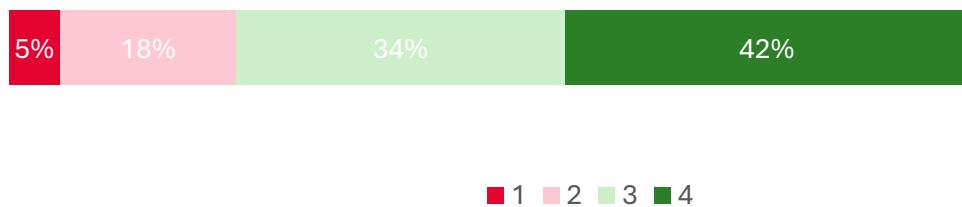


Abb. 29: Einschätzung der Bequemlichkeit öffentlicher Verkehrsmittel durch Einheimische und Tourist\*innen. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Die Einheimischen bewerten die Bequemlichkeit öffentlicher Verkehrsmittel überwiegend positiv: 83 % vergeben die Stufen 3 oder 4 („bequem“ bis „sehr bequem“), wobei 38 % die Höchststufe 4 wählen. Lediglich 3 % empfinden den ÖV als sehr unbequem (Stufe 1).

Auch unter den Tourist\*innen ist die Bewertung positiv, mit 76 % Zustimmung (Stufen 3 und 4). Der Anteil, der die Höchstbewertung vergibt, liegt hier mit 42 % etwas höher als bei den Einheimischen. 5 % empfinden die Verkehrsmittel als sehr unbequem.

Insgesamt zeigen beide Gruppen eine hohe Zufriedenheit mit der Bequemlichkeit des ÖV, wobei Tourist\*innen tendenziell etwas häufiger die bestmögliche Bewertung abgeben.

## Zufriedenheit mit regionalen Angeboten

### Information über Angebote des Tourismus | Tourist\*innen

Aussage: Möglichkeit, lokale Handwerksprodukte in Geschäften zu kaufen

Möglichkeit, lokale Handwerksprodukte in Geschäften zu kaufen

n =201

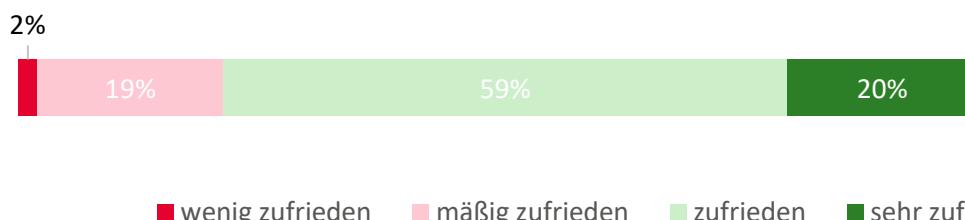


Abb. 30: Zufriedenheit der Tourist\*innen mit der Möglichkeit, lokale Handwerksprodukte in Geschäften zu kaufen. Datenquelle: Befragung NLW 2025.\*

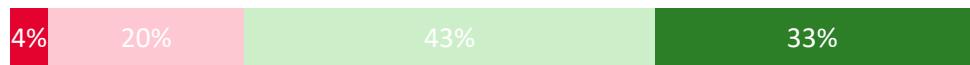
Die große Mehrheit der Tourist\*innen bewertet das Angebot an lokalen Handwerksprodukten positiv: 79 % sind zufrieden oder sehr zufrieden, wobei 20 % die Höchststufe („sehr zufrieden“) vergeben. Nur 2 % äußern Unzufriedenheit, während 19 % eine mittlere Zufriedenheit angeben.

Diese Ergebnisse zeigen, dass der Verkauf lokaler Handwerksprodukte von den Gästen als klare Stärke der Region wahrgenommen wird.

## Management des Tourismus | Tourist\*innen

Aussage: Möglichkeit, authentische Erfahrungen mit Einheimischen zu machen  
(Tradition etc.)

n=201



■ wenig zufrieden ■ mäßig zufrieden ■ zufrieden ■ sehr zufrieden

Abb. 31: Zufriedenheit der Tourist\*innen mit der Möglichkeit zu authentischen Erlebnissen mit Einheimischen. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Die Mehrheit der Tourist\*innen ist mit der Möglichkeit, authentische Erfahrungen mit Einheimischen zu machen, zufrieden: 76 % bewerten diesen Aspekt positiv (davon 33 % „sehr zufrieden“). Lediglich 4 % sind wenig zufrieden, während 20 % eine mittlere Zufriedenheit angeben.

Diese Ergebnisse unterstreichen, dass authentische Begegnungen zwischen Gästen und Einheimischen als wichtiger Mehrwert der Region wahrgenommen werden und einen positiven Einfluss auf das Gesamterlebnis haben.

## Weiterempfehlung der Region | Tourist\*Innen

Aussage: Möglichkeit, das Gebiet mithilfe von spezifischen Angeboten kennen zu lernen (z.B. Naturführungen).

n=201

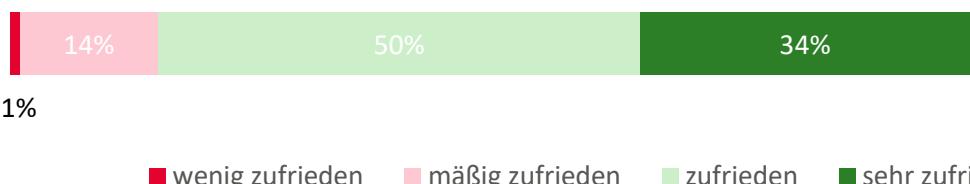


Abb. 32: Zufriedenheit der Touristinnen mit der Möglichkeit, die Region durch spezifische Angebote kennenzulernen. Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Insgesamt 84 % der Tourist\*innen sind mit der Möglichkeit, das Gebiet über spezifische Angebote wie Naturführungen kennenzulernen, zufrieden oder sehr zufrieden. Davon vergeben 34 % die Höchstbewertung („sehr zufrieden“). 14 % zeigen sich wenig zufrieden, während nur 1 % keine Angabe gemacht hat. Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass spezielle Angebote zur Erkundung der Region für Gäste einen hohen Stellenwert haben und wesentlich zur positiven Wahrnehmung des Aufenthalts beitragen.

## Information über Angebote des Tourismus | Tourist\*Innen

Aussage: Möglichkeit des Verzehrs lokaler Produkte in der Gastronomie.

n=201



Abb. 33: Zufriedenheit der Touristinnen mit dem Angebot lokaler Produkte in der Gastronomie.  
Datenquelle: Befragung NLW 2025.\*

Die Tourist\*innen zeigen eine sehr hohe Zufriedenheit mit der Möglichkeit, in der Gastronomie lokale Produkte zu konsumieren: 90 % bewerten diesen Aspekt positiv (davon 46 % „sehr zufrieden“). Nur 2 % sind wenig zufrieden und 7 % mäßig zufrieden.

Diese Ergebnisse unterstreichen die Bedeutung regionaler Kulinarik als Qualitätsmerkmal des touristischen Angebots und bestätigen, dass der Einsatz lokaler Produkte in der Gastronomie einen wichtigen Beitrag zum positiven Gästeerlebnis leistet.

## Verbesserungspotenziale im Tourismus (nur Einheimische)

„Welche Aspekte müssen Deiner Meinung nach im Tourismus der Region verbessert werden?“

### Werbung und Kommunikation der Region

n=278



■ Ja ■ Nein

### Zustand der Tourismus-Attraktionen

n=278



■ Ja ■ Nein

### Gastfreundschaft

n=278



■ Ja ■ Nein

### Ausbildung des Personals

n=278



■ Ja ■ Nein

**Zusammenarbeit des Tourismus mit anderen Bereichen (z.B. Wirtschaft, Mobilität etc.)**

n=278



■ Ja ■ Nein

**Umgang mit Konflikten zwischen Tourismus und der regionalen Bevölkerung**

n=278



■ Ja ■ Nein

**Kommunikation und Einbeziehung der Einwohnerinnen und Einwohner**

n=278



■ Ja ■ Nein

**Zustand der Unterkünfte**

n=278



■ Ja ■ Nein

**Nichts**

n=278

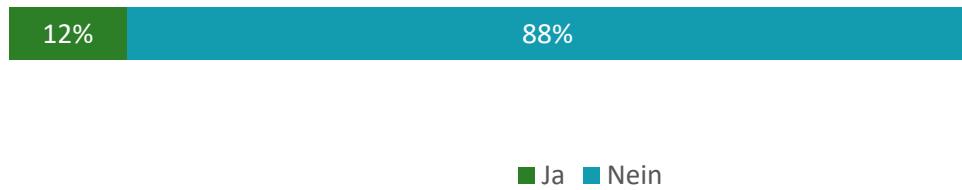


Abb. 34: Einschätzung der Einheimischen zu Verbesserungsbedarf im Tourismus der Region.  
Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Die Befragung der Einheimischen zeigt, dass aus ihrer Sicht in mehreren Bereichen des regionalen Tourismus Verbesserungsbedarf besteht. Am häufigsten genannt wird die Zusammenarbeit des Tourismus mit anderen Bereichen wie Wirtschaft und Mobilität (46 %). Ebenfalls hoch bewertet wird die Kommunikation und Einbeziehung der Einwohner\*innen mit 43 %. Rund ein Drittel der Befragten nennt Werbung und Kommunikation der Region (33 %) sowie den Zustand der Tourismus-Attraktionen (32 %) als verbesserungswürdig.

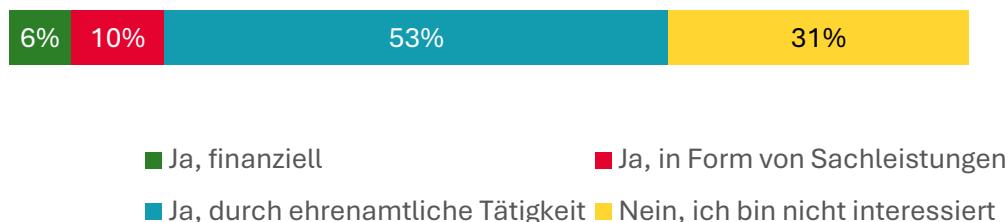
Beim Umgang mit Konflikten zwischen Tourismus und regionaler Bevölkerung sehen 28 % Handlungsbedarf, während bei der Ausbildung des Personals nur 16 % und bei der Gastfreundschaft lediglich 7 % eine Verbesserung für nötig halten. Der Zustand der Unterkünfte wird von 12 % der Befragten kritisch bewertet. Ebenfalls 12 % sehen aktuell keinen Verbesserungsbedarf in einem der abgefragten Bereiche.

Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass die Einheimischen vor allem strukturelle und strategische Themen wie Kooperation, Kommunikation und Angebotsqualität in den Fokus rücken, während die zwischenmenschliche Ebene (Gastfreundschaft) überwiegend positiv bewertet wird.

## Engagement & Beteiligung

### Bereitschaft zur Unterstützung von Projekten | Einheimische

Frage: Wärst Du bereit, tolle bzw. sinnvolle Projekte zu unterstützen, die das Management und die Erhaltung von Kultur- und Naturgütern in der Region fördern? n=278



### Bereitschaft zur Unterstützung von Projekten | Tourist\*innen

Wärst Du bereit, tolle bzw. sinnvolle Projekte zu unterstützen, die das Management und die Erhaltung von Kultur- und Naturgütern in der Destination fördern?

n= 201

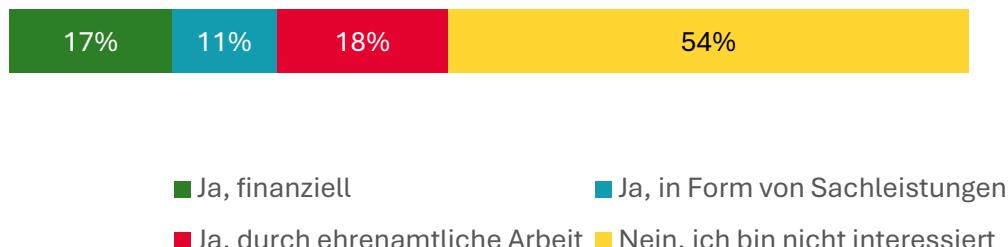


Abb. 35: Bereitschaft zur Unterstützung von Projekten zur Förderung von Kultur- und Naturgütern.  
Datenquelle: Befragung NLW 2025.

Die Ergebnisse zeigen deutliche Unterschiede zwischen Einheimischen und Tourist\*innen in ihrer Bereitschaft, Projekte zur Erhaltung und Förderung von Kultur- und Naturgütern zu unterstützen.

Bei den Einheimischen ist die Bereitschaft zur aktiven Unterstützung hoch: Mehr als die Hälfte (53 %) würde sich durch ehrenamtliche Tätigkeiten einbringen. 6 % wären zu finanzieller Unterstützung bereit und 10 % würden Sachleistungen beisteuern. Ein knappes Drittel (31 %) zeigt hingegen kein Interesse an einer Beteiligung.



Bei den Tourist\*innen ist die Unterstützung insgesamt geringer ausgeprägt. Hier geben 17 % an, sich finanziell beteiligen zu wollen, 11 % würden Sachleistungen erbringen und 18 % ehrenamtlich mitarbeiten. Über die Hälfte (54 %) ist jedoch nicht an einer Unterstützung interessiert.

Diese Unterschiede lassen darauf schließen, dass Einheimische ein stärkeres Verantwortungsgefühl für den Erhalt regionaler Kultur- und Naturgüter empfinden, während Tourist\*innen zwar punktuell zu finanzieller oder materieller Unterstützung bereit sind, insgesamt aber eine geringere Bindung an die Region haben.