

Erhebung der touristischen Wertschöpfung im Regionalen Naturpark Schaffhausen

Zweite Erhebung Sommer 2024

durchgeführt von
ZHAW Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen
Forschungsgruppe Tourismus und Nachhaltige Entwicklung
Birgit Reutz
Mara Zinnow
Center da Capricorns
7433 Wergenstein

im Auftrag von
Regionaler Naturpark Schaffhausen
Hauptstrasse 50
8217 Wilchingen

19. Dezember 2024

Management Summary

Ausgangslage

Zur Evaluierung seiner Aktivitäten wurde im Regionalen Naturpark Schaffhausen eine Erhebung der touristischen Wertschöpfung für die Jahre 2021 und 2024 durchgeführt. In diesem Bericht werden die Ergebnisse der zweiten Erhebungsphase aus dem Jahr 2024 zusammengefasst und mit den Resultaten der ersten Erhebung im Jahr 2021 verglichen.

Datenerhebung

Die Datenerhebung erfolgte mittels einer Gästebefragung unter Verwendung eines Online-Fragebogens. Postkarten, auf welchen ein QR-Code zum Fragebogen abgebildet war, wurden durch Studierende an die Gäste verteilt. Ebenfalls wurden die an den Standorten vorbeikommenden Gäste gezählt. Die Verteilung und Zählung erfolgten an fünf ausgewählten Orten im Naturpark und an jeweils drei Tagen in den Monaten Mai bis Oktober 2024.

Stichprobe und Rücklauf

An 15 Verteiltagen wurden 1311 Postkarten mit QR-Codes verteilt. Die Rücklaufquote betrug 24.64%. Insgesamt wurden 7138 Gäste gezählt, von denen für 19.6% Daten zu ihrem Besuch im Naturpark erhoben werden konnten.

Gästecharakteristiken

Von 366 befragten Personen waren 43% Einheimische aus der Region des Regionalen Naturparks Schaffhausen und 57% Gäste, wobei diese zu 89% aus der Schweiz (vor allem aus dem Grossraum Zürich) kamen. Das durchschnittliche Alter betrug 55 Jahre, wobei jüngere Gäste deutlich in der Unterzahl waren. Die Anreise in die Region erfolgte mehrheitlich mit dem Auto. Gäste kamen auch mit dem öffentlichen Verkehr, wobei Einheimische eher zu Fuss kamen. Die allermeisten Gäste waren Tagesgäste (89%), die nur für den jeweiligen Tag in die Region reisten, und nur 11% übernachteten in der Region. Die Gäste verbinden die Region Schaffhausen vor allem mit dem Rhein, der Natur, der schönen Landschaft und dem Wein mit der charakteristischen Landschaft. Die häufigsten Aktivitäten waren Wandern, Naturbeobachtungen, das Baden im Rhein sowie kulinarische Anlässe oder Weingustationen. Insgesamt gaben die Gäste durchschnittlich 35.50 Fr. pro Tag und Person aus, während die Einheimischen im Durchschnitt 43.99 Fr. ausgaben. Die Übernachtungsgäste gaben mit durchschnittlich 137.16 Fr. pro Tag und Person am meisten Geld in der Region aus. Auf die Gesamtheit der Gäste gesehen ist die Gastronomie der Bereich, wo am meisten Geld ausgegeben wird.

Gästefrequenz

Die Gästefrequenzen variierten teils stark zwischen den Erhebungstagen. Die 15 Erhebungstage waren verteilt auf einen Arbeitstag, einen Feiertag und 11 Wochenendtage und es wurden durchschnittlich 662 Personen pro Tag gezählt. Durch die Hochrechnung der Gästefrequenzen konnte unter Einbeziehung der Wetterdaten eine totale Anzahl von 72'565 Gästen für das Sommerhalbjahr ermittelt werden.

Touristischer Umsatz

Aufsummiert auf die 184 Tage des Sommerhalbjahrs ergab sich eine gesamttouristische Wertschöpfung von total 2'233'145.79 Fr. (Gäste: 1'363'112.25 Fr., Einheimische: 870'033.54 Fr.). Der parkinduzierte Anteil am touristischen Umsatz betrug bei den Gästen 25.19% und bei den Einheimischen 23.67%. Zusammengezählt bewirkte der Park dementsprechend einen touristischen Umsatz von 549'307.37 Fr für das Sommerhalbjahr.

Inhalt

Ausgangslage	4
Methoden	4
Erhebung	4
Auswertung	4
Auswertung und Resultate der Gästebefragung 2024	6
Stichprobe, Rücklauf	6
Gästecharakteristiken	6
Herkunft	6
Soziodemographie	7
Gruppengrösse	7
Reiseverhalten	8
Übernachtungen	9
Reiseinspiration und Informationsquellen	10
Gründe für den Parkbesuch	10
Aktivitäten	11
Ausgaben	13
Zufriedenheit mit dem Aufenthalt	15
Verständnis eines Regionalen Naturparks	17
Gästefrequenz	18
Touristischer Umsatz	20
Gesamttouristischer Umsatz	20
Parkinduzierter touristischer Umsatz	20
Einordnung der Resultate	21
Resultatgenauigkeit	21
Literatur	22
Anhang I: Fragebogen	23
Anhang II: Gästefrequenzen und Wettergüte	27

Ausgangslage

Die Schweizer Pärke von nationaler Bedeutung sind verpflichtet ihre Arbeit alle zehn Jahre zu evaluieren. Zum einen werden dabei die Zielvereinbarungen überprüft. Zum anderen wird auch die regionale Wertschöpfung erfasst, die durch den Park erzeugt wird, wobei ein besonderer Fokus auf den Beitrag des Tourismus gelegt wird.

Zur Erfüllung dieser Anforderungen plante der Regionale Naturpark Schaffhausen eine Erhebung der touristischen Wertschöpfung für die Jahre 2021 und 2024, jeweils in den Monaten von Mai bis Oktober. Der vorliegende Bericht fasst die Ergebnisse der zweiten Erhebungsphase im Jahr 2024 zusammen und vergleicht diese mit den Resultaten der ersten Erhebung im Jahr 2021 (Hunziker, 2021). Der Text basiert dabei in groben Zügen auf der im Jahr 2021 durchgeführten Wertschöpfungsstudie, die Daten wurden aktualisiert und ein Vergleich der beiden Befragungen hergestellt.

Methoden

Die Vorgehensweise der Datenerhebung und -auswertung basiert grundsätzlich auf der Methode von Knaus (2018). In der Erhebung von Hunziker (2021) wurde diese auf die regionsspezifischen Besonderheiten im Naturpark Schaffhausen und unter Berücksichtigung der verfügbaren Ressourcen angepasst. Um eine möglichst gute Vergleichbarkeit der Ergebnisse zu gewährleisten, wurde im Rahmen der vorliegenden Studie exakt dieselbe Methodik angewandt wie bereits im Jahr 2021. Im Folgenden wird die methodische Vorgehensweise in ihren Grundzügen beschrieben. Für Details wird auf den Bericht der ersten Erhebung (Hunziker, 2021) verwiesen.

Erhebung

Für die Erhebung der Daten wurde eine Gästebefragung nach Knaus (2018) mittels eines Online-Fragebogens (s. Anhang I) durchgeführt. Die Umfrage wurde mit dem Tool LimeSurvey durchgeführt. An fünf ausgewählten Verteilstellen im Naturpark wurden Postkarten mit einem QR-Code an die Gäste verteilt, welcher zum Online-Fragebogen führte. Die Verteilung erfolgte durch Studierende. Zusätzlich wurden einige gedruckte Fragebögen mit frankiertem Rückantwortcouvert bereitgehalten. Der Fragebogen war identisch mit jenem, welcher 2021 verwendet wurde, am Ende wurde allerdings noch eine Frage ergänzt, welche den Ort abfragte, an dem die Postkarte erhalten wurde. Ebenso wie im Rahmen der ersten Erhebung beschränkte sich der Erhebungszeitraum auf das Sommerhalbjahr von Mai bis Oktober, mit jeweils drei über den Monat verteilten Erhebungstage. Auf eine Wintererhebung – wie von Knaus (2018) durchgeführt – wurde vollständig verzichtet, da sich der Tourismus im Naturpark Schaffhausen fast vollständig auf die Sommermonate konzentriert.

Pro Monat wurden drei Verteiltage geplant, jeweils ein Arbeitstag, ein Samstag und ein Sonntag. Bei einer eindeutig sehr schlechten Wetterprognose wurde das Verteilen der Fragebögen abgesagt, um die knappen Ressourcen zu schonen. Im Zuge der ersten Durchführung im Jahr 2021 wurden fünf Verteilstellen, an den am stärksten frequentierten Orten im Naturpark, ausgewählt. Dieselben Verteilstellen wurden auch im Rahmen der zweiten Durchführung verwendet. Die Verteilung der Fragebögen fand jeweils am Nachmittag über einen Zeitraum von fünf Stunden statt. Pro Verteilpunkt war eine studentische Hilfskraft mit einem T-Shirt des Naturparks Schaffhausen vor Ort, sprach die Besuchenden an und verteilte Postkarten mit QR-Codes oder falls gewünscht gedruckte Fragebögen. Zudem wurden alle Personen gezählt, um die Anzahl der Besuchenden während dieser fünf Stunden erfassen zu können.

Auswertung

Zur Auswertung der Umfrage wurden im ersten Schritt die analogen Fragebögen online im Umfragetool erfasst, um alle Angaben digital vorliegen zu haben. Die Antworten wurden danach überprüft und eindeutig unseriöse Angaben wurden nicht berücksichtigt. Die Umfrage wurde im Anschluss gemäss der Methode von Knaus (2018) ausgewertet, wobei die Daten aufbereitet und deskriptiv analysiert wurden. Aufgrund der rein deskriptiven Auswertung war es möglich, auch nicht vollständig ausgefüllte Fragebögen in die Auswertung einzubeziehen, sodass möglichst viele der erhobenen Daten verwendet

werden konnten. Einzige Bedingung dafür war, dass angegeben wurde, ob die Person einheimisch oder zu Gast in der Region war. Dies war notwendig, da die Daten der Einheimischen separat ausgewertet wurden. Die Trennung erfolgte mit der Frage 3 «Wie lange bleiben Sie in der Region Schaffhausen?» und der Antwortmöglichkeit «Ich wohne in der Region» (vgl. Anhang I). Dies entspricht dem Vorgehen von Knaus (2018), kann allerdings mit einer geringen Fehlerquote behaftet sein, falls jemand die «Region Schaffhausen» grosszügiger interpretierte.

Die Gästefrequenzen wurden auf Basis der Zählungen an den Verteiltagen ermittelt. In Fällen, in denen weniger als fünf Stunden lang gezählt wurde oder wenn einzelne Verteilstandorte komplett ausgefallen sind (was hauptsächlich wegen kurzfristiger Krankheitsfälle der Studierenden vorkam), wurde mit den vorhandenen Werten ein Stundendurchschnitt berechnet. Dieser wurde anschliessend auf 25 Stunden (5 Stunden à 5 Verteilorte) hochgerechnet, um eine Vergleichbarkeit zwischen den einzelnen Befragungstagen herstellen zu können. Dieses Vorgehen wurde analog, wie auch bereits im Jahr 2021 angewendet (vgl. Hunziker, 2021). Die unveränderten Rohdaten sowie die Hochrechnungen sind dem Anhang II zu entnehmen. Nach der Methodik von Knaus (2018) wurde, um die gezählte Gästefrequenz auf ihre Vollständigkeit hin einzuschätzen, die vom Bundesamt für Statistik zur Verfügung gestellte Zählung der Logiernächte in der Region hinzugezogen. Auf diese Analyse wurde im Falle der Erhebung im Regionalen Naturpark Schaffhausen vollständig verzichtet, da viele der Übernachtungen auf die Stadt Schaffhausen entfallen, welche nur teilweise mit dem Park in Verbindung gebracht werden können (vgl. Hunziker, 2021).

Für die Ermittlung der Wettergüte an den Verteiltagen wurden die von den Studierenden festgehaltenen Informationen zum Wetter während der Verteilzeiten kategorisiert. Es wurde in sonnig, bewölkt ohne Niederschlag und regnerisch unterschieden. Die vorherrschenden Temperaturen wurden mit den jahreszeitüblichen Werten verglichen und deutliche Abweichungen ebenfalls mit in die Bewertung einbezogen. Eine niedrige oder im Sommer besonders hohe Temperatur führte somit zu einer Verminderung der Wettergüte (s. Anhang II).

Für die Berechnung der touristischen Wertschöpfung aus der Gästebefragung wurde wie folgt, exakt nach der Methode von Knaus (2018) vorgegangen:

*Gästefrequenz * Summe aller Ausgaben – 8.1% MwSt. = Nettoumsatz*

*Regionale Vorleistungen = Nettoumsatz * 0.43*

*Einkommenseffekte = (Nettoumsatz + regionale Vorleistungen) * 0.22*

*Touristische Wertschöpfung = (Nettoumsatz + regionale Vorleistungen + Einkommenseffekte) * 0.5*

Auch für die parkinduzierte touristische Wertschöpfung wurde das Vorgehen nach Knaus (2018) verwendet. Dafür wurde der Parkfaktor für die Multiplikation mit der touristischen Gesamtwertschöpfung berechnet: Der prozentuale Anteil der Gäste, für die der Park eine wichtige Rolle für den Besuch spielte, wurde mit dem prozentualen Anteil derjenigen Gäste addiert, für die der Park unter anderem ein Grund für den Besuch war, wobei dieser Anteil durch die durchschnittliche Anzahl weiterer genannter Gründe plus den Parkgrund geteilt wurde. So ergab dies folgende Formel:

Parkfaktor = %-Anteil «wichtige Rolle» + %-Anteil «unter anderem» / (Anzahl weiterer Gründe + 1)

*Touristische Wertschöpfung * Parkfaktor = parkinduzierte touristische Wertschöpfung*

Auswertung und Resultate der Gästebefragung 2024

Stichprobe, Rücklauf

Während 15 Verteiltagen wurden 1311 Karten mit QR-Codes und Fragebögen verteilt. Insgesamt wurden davon 323 Fragebögen vollständig ausgefüllt, 15 davon als gedruckte Fragebögen (4.6%). Dies entspricht einer Rücklaufquote von 24.64%. Diese hohe Rücklaufquote von etwa einem Viertel der verteilten Karten und Fragebögen zeigt das Interesse der befragten Personen und lässt auf eine Motivierung der Gäste durch die Personen an den Verteilstellen schliessen. Der Rücklauf von 323 Fragebögen muss jedoch auch in Relation zu den gezählten Gästen gestellt werden. Von insgesamt 7138 gezählten Gästen wurden für 1399 Gäste (763 Erwachsene und 208 Kinder) ein Fragebogen ausgefüllt. Dementsprechend konnten für 19.6% der angetroffenen Gäste Daten zu deren Besuch im Naturpark erhoben werden. Diese tiefere Zahl ist einerseits darauf zurückzuführen, dass die Verteilenden nicht immer alle Personen an ihrem jeweiligen Standort ansprechen konnten. Ausserdem wurde durch das Verteilen bereits eine (unbeabsichtigte) Vorselektion durchgeführt, da wenig interessierte Personen die Karten eher ablehnten oder sich nicht auf ein Gespräch einliessen. Teilweise wurden dieselben Gäste mehrfach angetroffen, denen dann keine weiteren Karten/Fragebögen verteilt wurden.

Die Repräsentativität der Umfrage lässt sich nicht eindeutig beurteilen, da die Grundgesamtheit der Besuchenden nicht bekannt ist. Aufgrund der fünf Verteilstellen, der zahlreichen Zugänge in den Park und der vielen Geländekammern kann nicht davon ausgegangen werden, dass die grosse Mehrheit der Gäste durch die Befragung erreicht werden konnte. Durch die genannte Vorselektion bei der Verteilung der Karten könnte die Repräsentativität zusätzlich vermindert worden sein, da weniger interessierte Gästegruppen wahrscheinlich auch seltener einen Fragebogen ausfüllten.

Gästecharakteristiken

Herkunft

Von 366 befragten Personen waren 43% Einheimische aus der Region des Regionalen Naturparks Schaffhausen. Von den 210 Gästen machten 178 Personen nähere Angaben zu ihrer Herkunft (vgl. Abbildung 1). Diese kamen zu 89% aus der Schweiz, 10% aus dem grenznahen Deutschland und nur 1% aus dem Ausland. Gut 81% der Schweizer Gäste reiste aus dem Grossraum Zürich an. Die restlichen Gäste teilten sich auf in die Regionen St. Gallen/Thurgau (5%), Basel (3%), Bern/Solothurn/Waadt (3%), Zentralschweiz (2%), Deutschland (10%), Aargau (2%), Graubünden (2%) und weiteres Ausland (1%). Die Verteilung der Herkunft der Gäste im Jahr 2024 unterscheidet sich kaum von der Verteilung aus dem Jahr 2021. Der Anteil der Gäste aus dem Grossraum Zürich ist mit einer Zunahme von 2% minimal grösser.

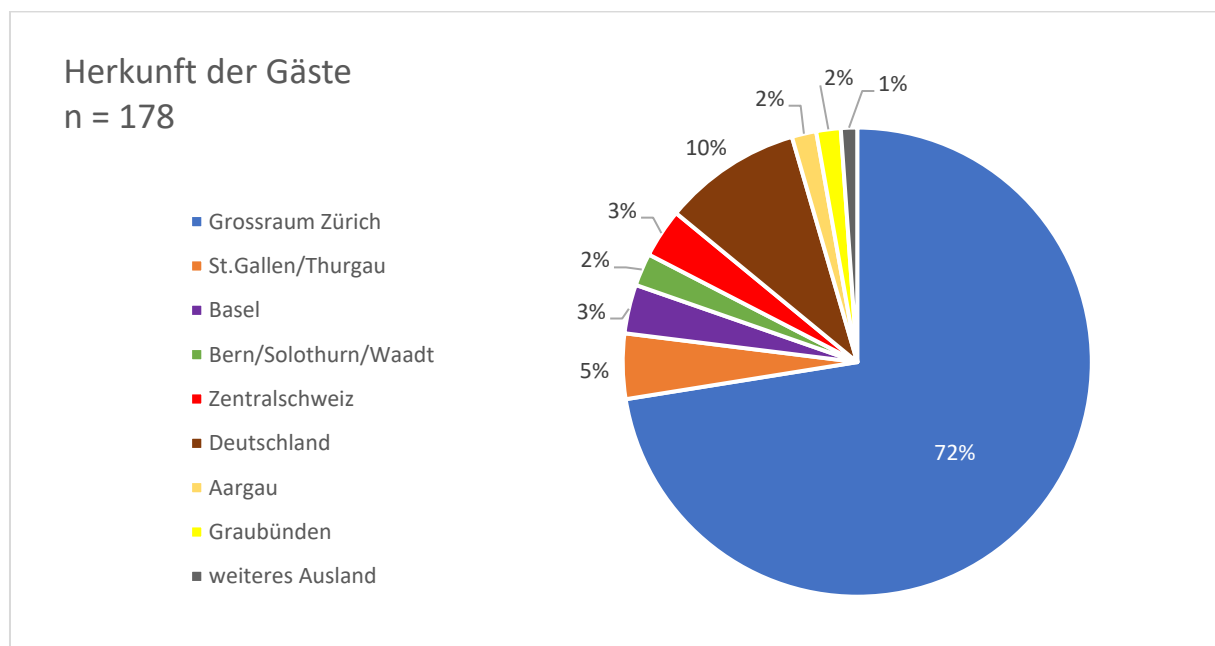


Abbildung 1: Herkunft der Gäste nach Regionen.

Soziodemographie

Die befragten Personen waren zwischen 11 und 90 Jahre alt mit einem Durchschnitt von 55 Jahren. Die Soziodemographie betreffend zeigte sich ein sehr ähnliches Bild bei Einheimischen und Gästen (vgl. Abbildung 2). Jüngere Gäste waren deutlich in der Unterzahl, so machten die 10- bis 40-jährigen nur knapp ein Fünftel (20%) aus. Den grössten Anteil machte mit 31% (Gäste) bzw. 33% (Einheimische) die Altersklasse der 60- bis 69-jährigen aus, gefolgt von den 50- bis 59-jährigen mit 24% bzw. 20%. Insgesamt war in beiden Gruppen die Mehrheit der Personen über 50 Jahre alt (68% Gäste; 69% Einheimische). Von den 310 Personen, die Angaben zu ihrem Geschlecht machten, waren je 49.7% weiblich und männlich. Zwei Personen (0.6%) identifizierten sich als nicht binär. Da die meisten Gäste allerdings nicht allein unterwegs waren und meist nur eine Person pro Gruppe den Fragebogen ausfüllte, sind diese Werte nicht direkt auf die Gesamtzahl der Gäste übertragbar.

Das Durchschnittsalter der Gäste ist im Gegensatz zum Jahr 2021 um 3 Jahre gesunken, obwohl im Verhältnis weniger junge Menschen (unter 30) anzutreffen waren. Allerdings war der Anteil der Personen in der Altersgruppe von 30 bis 39 im Jahr 2024 höher und insgesamt konnten weniger ältere Personen (70+) angetroffen werden.

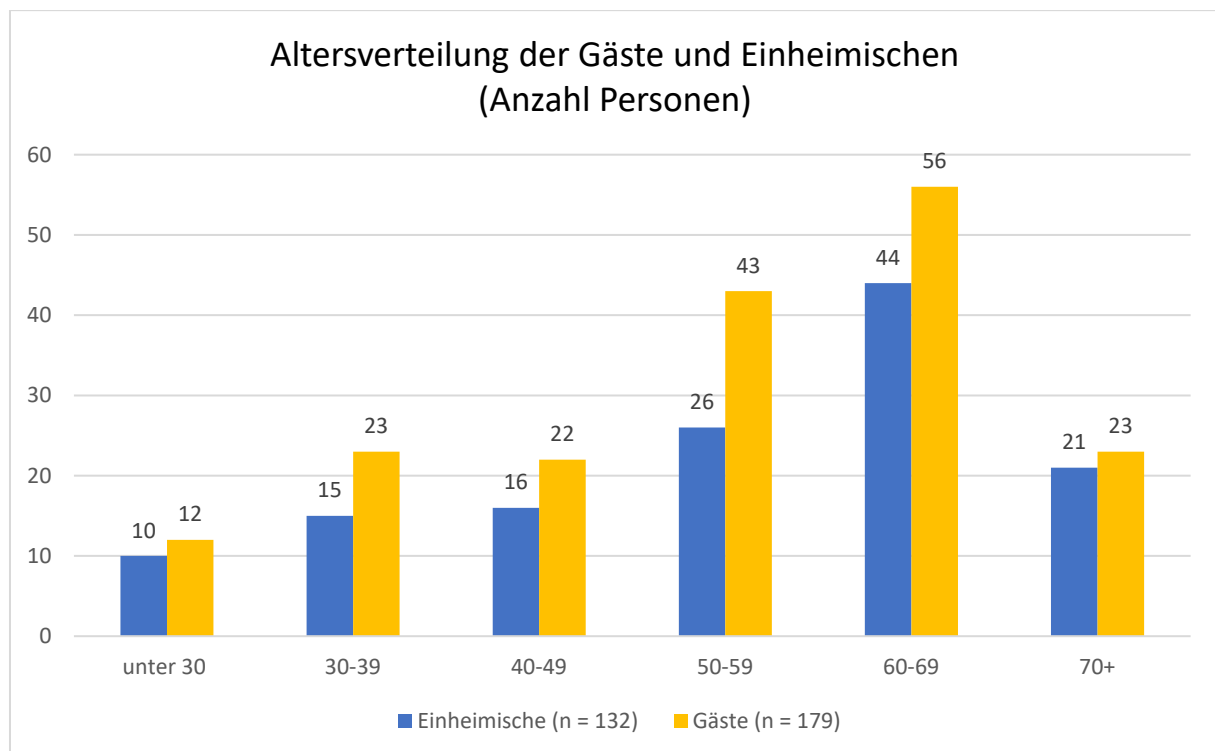


Abbildung 2: Altersverteilung der Gäste und Einheimischen in Anzahl Personen.

Gruppengrösse

Etwa die Hälfte der Einheimischen (55%) kam zu zweit in die Region (vgl. Abbildung 3a) und auch die Gäste waren mit 53% zum Grossteil zu zweit unterwegs (vgl. Abbildung 3b). Einheimische waren eher selten in Gruppen unterwegs (17%), wobei es bei den Gästen rund ein Viertel der Personen waren. Ausserdem waren Einheimische eher mit der Familie im Naturpark Schaffhausen (18%), bei den Gästen waren es nur rund 13%. Der Anteil der Personen, welche allein unterwegs waren, war in beiden Personengruppen etwa gleich hoch (9% Gäste; 10% Einheimische). Die Gruppenreisenden waren hauptsächlich in Kleingruppen von drei bis sechs Personen vor Ort. Nur vereinzelt gab es grössere Gruppen (30 bis 100 Personen) mit hauptsächlich Erwachsenen. Insgesamt waren weniger Kinder (23% Gäste; 17% Einheimische) als Erwachsene vor Ort.

Im Vergleich zu den Daten aus dem Jahr 2021 konnte in beiden Personengruppen eine leichte Zunahme der Personen festgestellt werden, welche in Gruppen unterwegs waren (+4% Einheimische; +5% Gäste). Ansonsten blieben die Verhältnisse in etwa gleich.

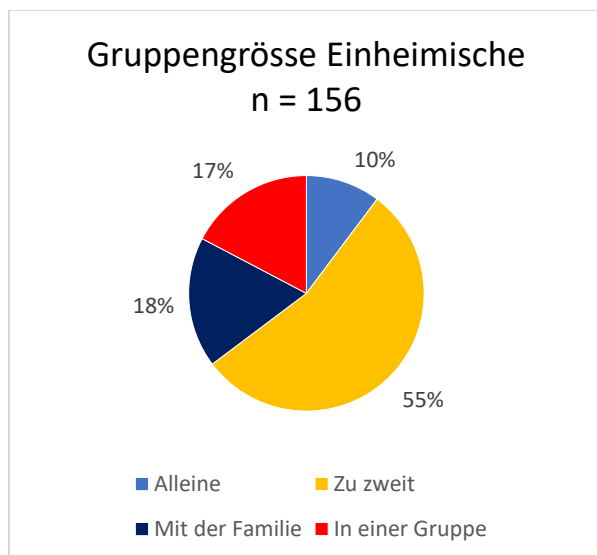


Abbildung 3a: Gruppengrössen von Einheimischen.

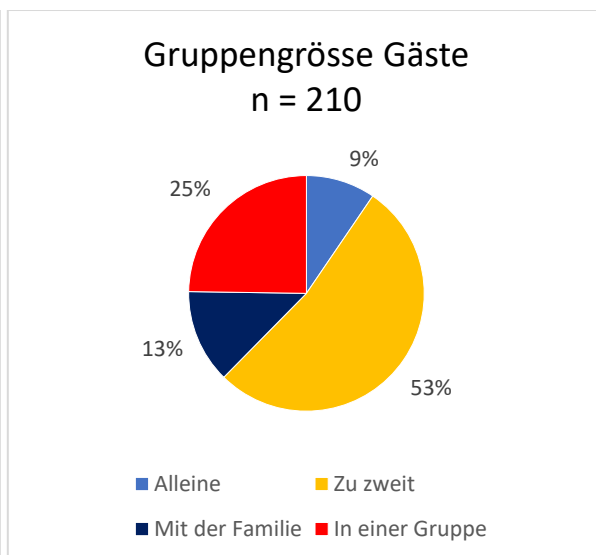


Abbildung 3b: Gruppengrössen von Gästen.

Reiseverhalten

Von den Gästen ist die grosse Mehrheit von knapp zwei Dritteln (62.8%) mit dem Auto angereist (vgl. Abbildung 4b). Etwa 20% reisten mit den öffentlichen Verkehrsmitteln an und fast 8% sind zu Fuss in die Region gekommen. Andere Verkehrsmittel waren kaum vertreten. Hier zeigt sich ein Unterschied zu den Einheimischen (vgl. Abbildung 4a), wo zwar ebenfalls die grosse Mehrheit (52.7%) mit dem Auto angereist ist und nochmals weniger (11.8 %) mit dem öffentlichen Verkehr, jedoch deutlich mehr zu Fuss (22%) und mit dem Velo (11.3%) unterwegs waren. Dies ist auf ihren Wohnort direkt in der Region zurückzuführen.

Im Jahr 2024 zeigt sich in beiden Gruppen eine Abnahme der Personen, welche mit dem Auto in die Region gereist sind (-7.3% Einheimische; -8.2% Gäste). Besonders bei den Gästen gab es im Vergleich zum Jahr 2021 eine Zunahme in der Anreise mit dem öffentlichen Verkehr (+5.8%) und zu Fuss (+4.8%). Die Einheimischen kamen im Jahr 2024 zu 6% häufiger zu Fuss in die Region als noch im Jahr 2021.

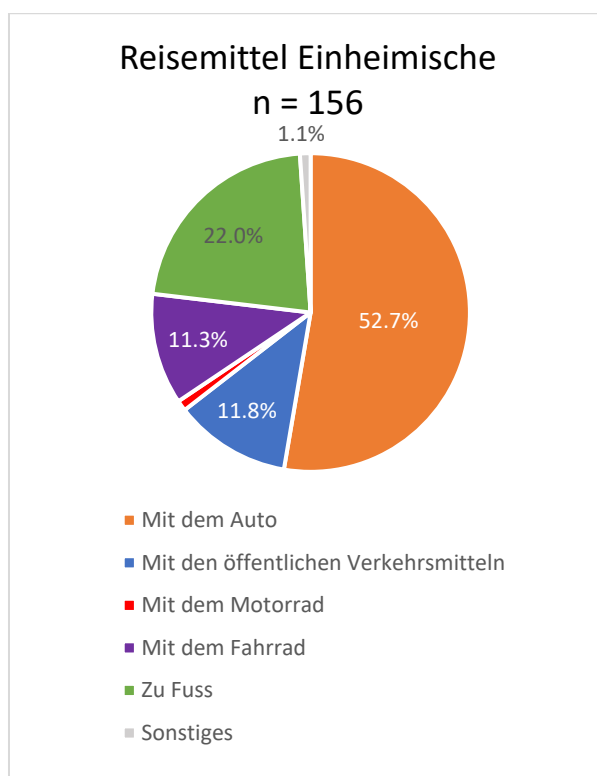


Abbildung 4a: Aufteilung der Reisemittel der Gäste.

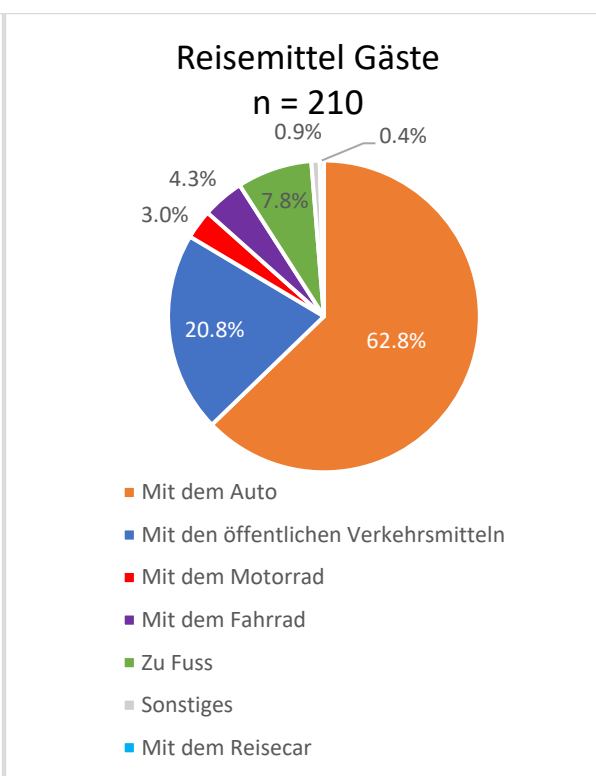


Abbildung 4b: Aufteilung der Reisemittel der Einheimischen.

Die allermeisten Gäste sind Tagesgäste (89%), die nur für den jeweiligen Tag in die Region reisten (vgl. Abbildung 5). Nur 11% übernachteten in der Region. Der Grossteil der Gäste ist häufig in der Region: Nur für 12% war es bei der Befragung der erste Besuch. Knapp 60% waren bereits einige Male in der Region, 19% bezeichneten sich gar als Stammgäste. Diese Verteilung hat sich gegenüber der, welche im Jahr 2021 erhoben wurden, nicht verändert.

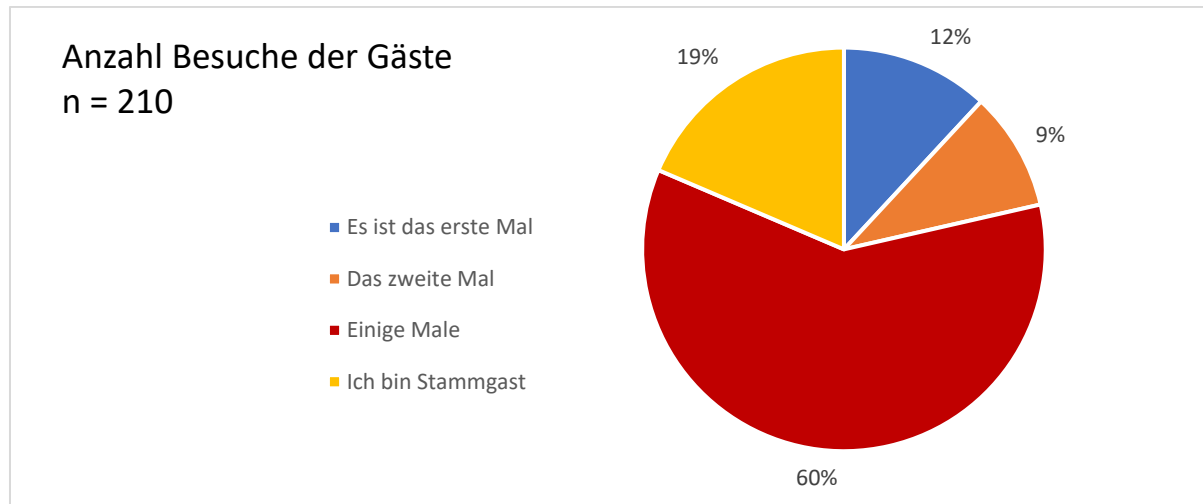


Abbildung 5: Anzahl Besuche, die die Gäste dem regionalen Naturpark Schaffhausen bereits erstattet haben.

Übernachtungen

Die wenigen (11%) Übernachtungsgäste blieben zwischen einer und vierzehn Nächten in der Region, wobei der Durchschnitt bei 3 Nächten liegt. Am häufigsten übernachteten die Gäste in Hallau (viermal genannt). Dreimal wurden zudem Schaffhausen und Flaach genannt und zweimal Trasadingen. Daneben wurden auch Hemmental, Eggingen (D) und Neuhausen erwähnt. Bei der Art der Unterkunft wurden Campingplätze und Hotels mit je einem Viertel (26%) am häufigsten genannt, gefolgt von Freunden oder Verwandten und sonstigen Unterkünften mit je 13%. Gemietete Ferienwohnungen und Bed and Breakfasts wurden von je 9% angegeben und eigene Ferienwohnungen (4%) wurden kaum genutzt. Im Vergleich zum Jahr 2021 hat der Anteil an Übernachtungsgästen leicht abgenommen (-2%). Dafür hat die durchschnittliche Aufenthaltsdauer um 0.7 Nächte zugenommen. Die Verteilung der einzelnen Unterkunftsarten unterscheidet sich zum Teil stark von der aus dem Jahr 2021. So haben Personen, die auf einem Campingplatz übernachteten, um 15% und bei Hotels um 9% zugenommen. Die Übernachtungen in Ferienwohnungen (-5%), B'n'Bs (-6%) und bei Freunden und Verwandten (-10%) haben jeweils abgenommen. Aufgrund der geringen Anzahl der Übernachtungsgäste und der daher geringen Datenlage ist allerdings zu beachten, dass diese Entwicklungen nicht repräsentativ sind.

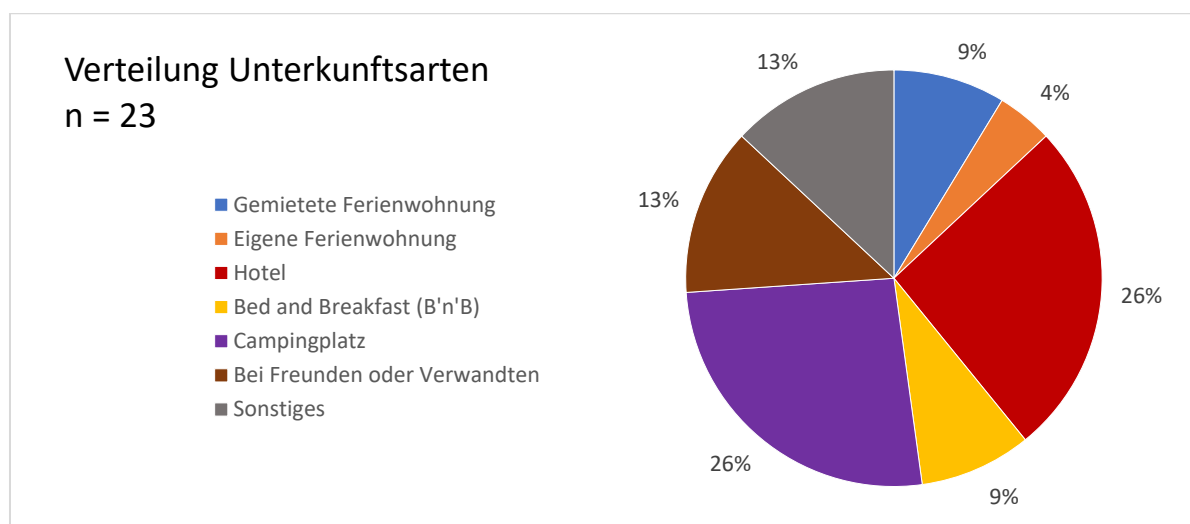


Abbildung 6: Relative Verteilung der Unterkunftsarten der Übernachtungsgäste.

Reiseinspiration und Informationsquellen

Knapp die Hälfte der Gäste wurde durch Freunde/Verwandte auf die Region aufmerksam gemacht. Je 13% fanden die Informationen auf Landkarten oder im Internet. Ganze 36% gaben sonstige Quellen als Reiseinspiration an, wobei als häufigstes Motiv die Herkunft der Familie aus der Region Schaffhausen genannt wurde oder, dass die Gäste in der Region aufgewachsen seien. Andere Informationsquellen wurden kaum als Ausschlaggeber genannt.

Im Gegensatz zum Jahr 2021 haben im Rahmen dieser Erhebung 7% weniger Personen die Inspiration für den Parkbesuch im Internet gefunden. Dafür wurden häufiger sonstige Quellen als ausschlaggebend genannt. Der Anteil an Gästen, die durch Freunde oder Verwandte auf die Region aufmerksam wurden, oder die die Informationen aus Landkarten fanden ist in etwa gleichgeblieben.

Gründe für den Parkbesuch

Die Gäste verbinden die Region Schaffhausen zu 23.6% mit dem Rhein (vgl. Abbildung 7), gefolgt von der Natur, der schönen Landschaft und dem Wein und Weinanbaugebiet mit der charakteristischen Landschaft (je ca. 18%). Ausserdem machten Radfahren und Wandern sowie Ruhe und Erholung je ca. 5% der Antworten aus. Auch Heimatgefühle (von Personen, die in der Region aufgewachsen sind) sowie Essen und Genuss und Wasser wurden häufig (je 4.2 %) genannt.

Während im Jahr 2021 «Wein und Weinanbaugebiet» die häufigste Assoziation (19.6%) mit der Region Schaffhausen war, macht dieser Punkt in der aktuellen Erhebung 2.3% weniger aus. Ebenso ist der Anteil der Assoziation mit Ruhe und Erholung um 4.5% geringer. Die Assoziation der Region mit dem Rhein ist im Vergleich zu 2021 stark angestiegen (+7.9%). Ausserdem gestiegen sind die Anteile der Assoziationen mit der Natur (+5.1%) sowie mit einer schönen Landschaft (+1.9%). Weitere Kategorien, welche sich 2021 nicht herauskristallisiert hatten und im Rahmen dieser Erhebung dazu gekommen sind, sind Radfahren und Wandern, Essen und Genuss, sowie Wasser im Allgemeinen.

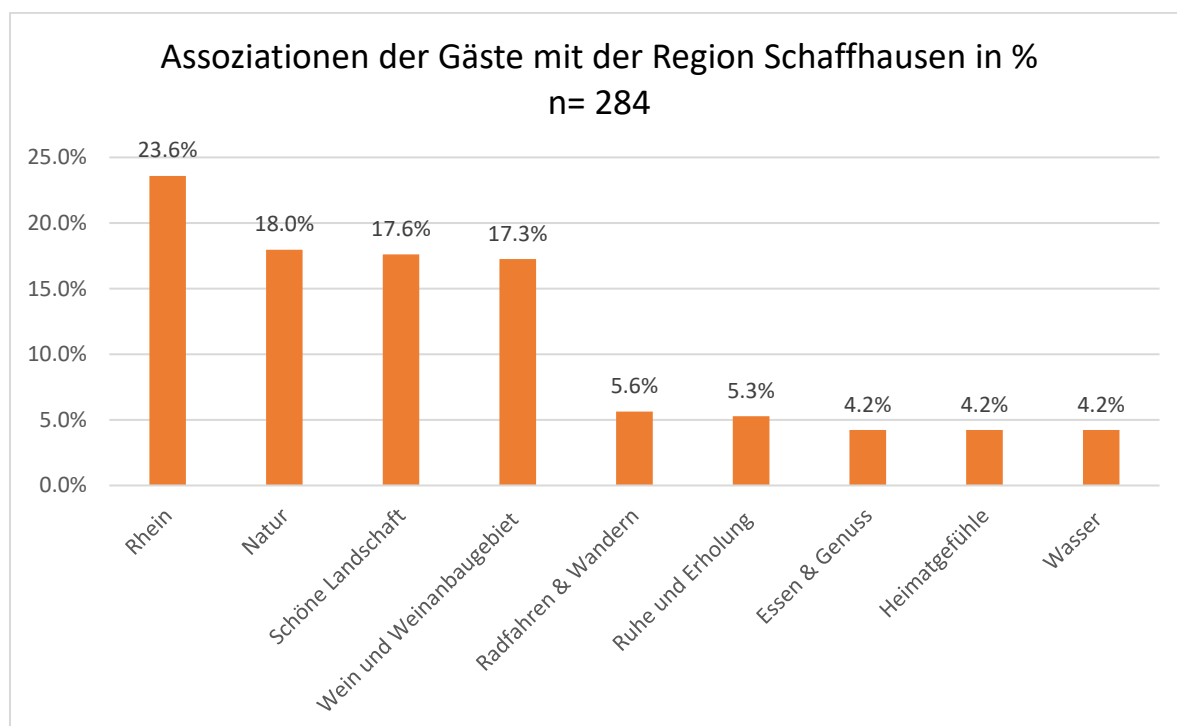


Abbildung 7: Nach Themen gruppierte Assoziationen, die die Gäste mit der Region Schaffhausen verbinden.

Von den Einheimischen nannten 8% den Regionalen Naturpark Schaffhausen als wichtigen Grund für ihren Besuch (vgl. Abbildung 8a), während dieser Anteil bei den auswärtigen Gästen mit 14% fast um die Hälfte höher war (vgl. Abbildung 8b). Weitere 26% der Gäste nannten den Park als einen von mehreren Gründen, bei den Einheimischen waren es 24%. Somit war sowohl für 40% der Gäste der Park mindestens ein Grund unter anderen für den Besuch der Region. Bei den Einheimischen waren es 34%, welche den Park als einen Grund unter anderen für ihren Besuch nahmen. Der Parkanteil unterscheidet

sich demnach minimal zwischen Gästen und Einheimischen. Für mehr als ein Drittel der Gäste (37%) und für mehr als die Hälfte der Einheimischen (56%) war der Park explizit kein Grund für ihren Besuch, für weitere 23% der Gäste und 12% der Einheimischen kaum ein Grund. Insgesamt nannten die Befragten jeweils durchschnittlich zwei (weitere) Gründe für ihren Aufenthalt in der Region, unabhängig davon, ob der Park eine Rolle spielte oder nicht. Die häufigsten anderen Gründe waren für die Gäste die Nähe zum Wohnort und die ruhige Natur, auch die Möglichkeit für Wanderungen wurde häufig als Grund genannt, sowie der Besuch von Freunden oder Bekannten, die Landschaft mit den Reben und dem Rhein und der Wein und das Essen. Ebenfalls spielte die Wetterprognose vereinzelt eine Rolle, dass die Personen sich für diese Region entschieden haben. Für die Einheimischen lag der Hauptgrund für den Besuch darin, dass es ihr Zuhause oder in der Nähe ihrer Arbeitsstelle war. Trotzdem wurden aber auch insbesondere Gründe wie gutes Essen in spezifischen Restaurants, gute Wanderwege und eine gute Verkehrsanbindung sowie das Baden im Rhein und eine hohe Lebensqualität genannt. Im Vergleich zur Erhebung aus dem Jahr 2021 ist insbesondere bei den Gästen ein deutlicher Anstieg im Parkanteil zu verzeichnen. So hat sich der Anteil der Gäste, für welche der Park eine wichtige Rolle spielte, verdoppelt (+7%) und der Anteil der Gäste, für die der Park einer von mehreren Gründen war, um 4% gestiegen. Auch bei den Einheimischen ist ein Anstieg bei den Personen zu verzeichnen, für die der Park einer von mehreren Gründen für den Besuch war (+4%), der Anteil, für den der Park eine wichtige Rolle spielte, hat sich nicht verändert.

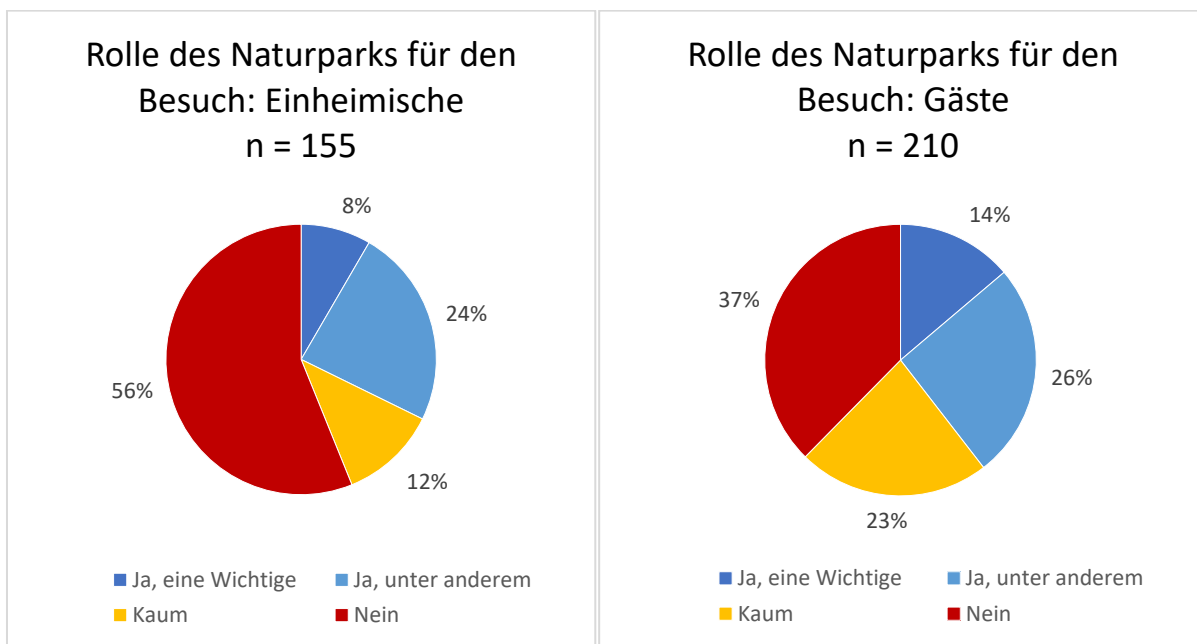


Abbildung 8a/b: Bedeutung des Naturparks für den Entscheid eines Besuchs der Naturparkregion für Einheimische/Gäste.

Aktivitäten

Etwa 60% der Gäste sowie auch der Einheimischen waren am Befragungstag wandern, was mit Abstand die häufigste Aktivität war (vgl. Abbildung 9). Die zweithäufigste Aktivität waren Naturbeobachtungen, welche von einem Viertel Gäste und von 16% der Einheimischen durchgeführt wurden. Von 14% der Gäste und 10% der Einheimischen wurde das Baden im Rhein als Aktivität genannt und 11% der Gäste sowie 13% der Einheimischen nannten kulinarische Anlässe oder Wein als Aktivitäten. Etwa 7% der Gäste sowie 13% der Einheimischen waren mit dem Velo oder Mountainbike unterwegs und in beiden Gruppen nahmen je 6% an einem kulturellen Anlass teil. Andere Aktivitäten wurden kaum genannt, wobei 14% der Gäste und 12% der Einheimischen zusätzlich angeben sonstigen Aktivitäten nachgegangen zu sein.

Der Grossteil der Anteile der verschiedenen Aktivitäten hat sich gegenüber der Erhebung aus dem Jahr 2021 nicht oder nur minimal verändert. Da die «Teilnahme an einem Seminar» nicht einmal angegeben wurde, wurde sie in der Abbildung 9 nicht abgebildet. Ausserdem wurde der hohe Anteil an Personen welche sonstige Aktivitäten angeben, aufgeschlüsselt, um einen Einblick zu bekommen. Die Aktivitäten

«Baden» und «Kulinarik und Wein» wurden so häufig genannt, dass diese als eigene Kategorien aufgeführt werden. Gäste haben im Vergleich zum Jahr 2021 weniger häufig das Wandern als Aktivität angegeben (-4.1%). Bei den Einheimischen hat sich am stärksten der Anteil verringert der Naturbeobachtungen als Aktivität angab (-8.6%).

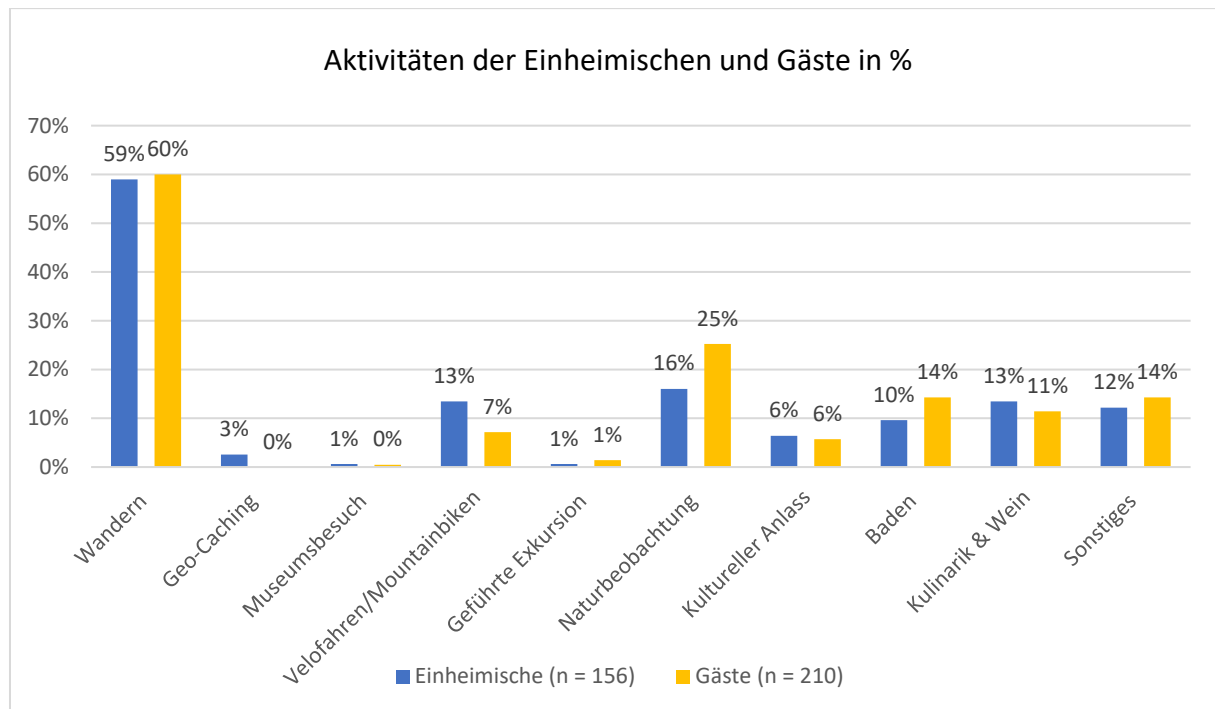


Abbildung 9: Häufigkeit der ausgeübten Aktivitäten im Naturpark Schaffhausen, aufgeteilt in Einheimische und Gäste.

Rund 26% der Gäste gaben an, während ihres Aufenthaltes ein spezifisches Angebot des Naturparks genutzt zu haben (vgl. Abbildung 10b). Knapp 45% gaben an, kein Angebot des Parks genutzt zu haben und weitere 29% wussten es nicht. Bei den Einheimischen war die Verteilung ähnlich (vgl. Abbildung 10a), sodass 21% angaben, ein Angebot des Naturparks genutzt zu haben. Der Anteil der Personen, welche sicher sagen konnten kein Angebot des Parks genutzt zu haben war bei den Einheimischen grösser (62%) als bei den Gästen, was darauf schliessen lässt, dass ihnen die Angebote des Parks besser bekannt sind.

Im Vergleich zu den Daten aus der Erhebung von 2021 lässt sich vor allem feststellen, dass die Anteile der Gäste gestiegen sind, welche sicher sagen konnten ein Angebot des Parks genutzt zu haben (+8%), oder welche es nicht sicher wussten (+12%). Bei den Einheimischen haben sich die jeweiligen Anteile nur minimal verändert und sind sehr ähnlich zu denen aus der Erhebung von 2021.

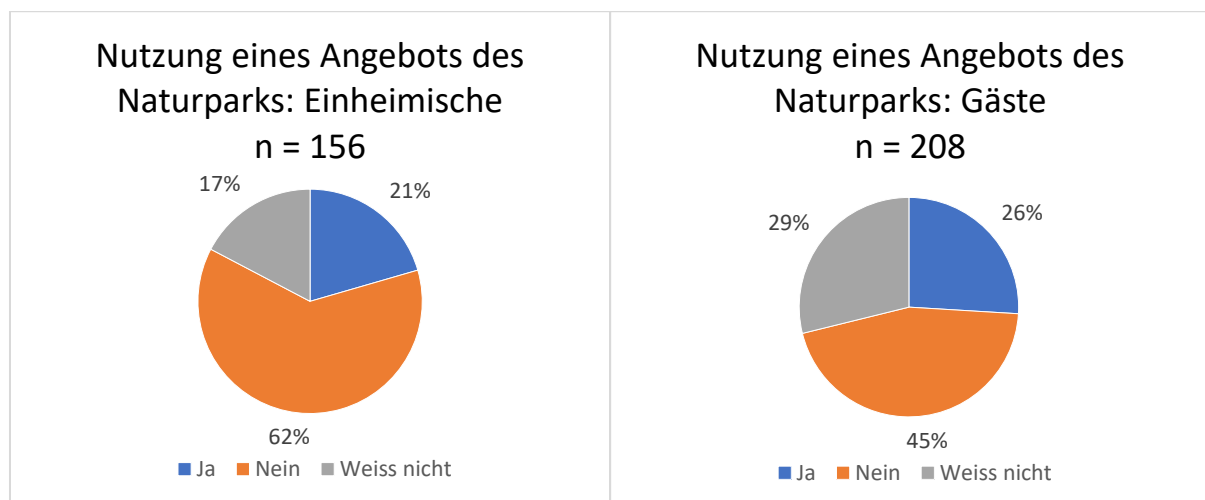


Abbildung 10a/b: Anteil Einheimische/Gäste, die beim Aufenthalt ein bzw. kein Angebot des Naturparks genutzt haben.

Ausgaben

Die Ausgaben wurden pro Kopf (inkl. Kinder) und Tag berechnet. Insgesamt gaben die Gäste durchschnittlich 35.50 Fr. pro Tag aus, während die Einheimischen im Durchschnitt 43.99 Fr. ausgaben. Dabei wurden die Werte auf die Gesamtzahl der Personen berechnet, also auch inklusive denjenigen, die in der Region kein Geld ausgaben. Dafür wurde die Angabe der Gruppengrösse zu Anfang des Fragebogens verwendet. So kann dieser Wert auch für die Berechnung der touristischen Wertschöpfung mit der Gästefrequenz verwendet werden. Die Berechnung der durchschnittlichen Ausgaben der einzelnen Teilbereiche beziehen sich jedoch auf die Personen, die effektiv auch in diesen Bereichen Geld ausgegeben haben.

Die Übernachtungsgäste, die nicht bei Bekannten/Verwandten übernachteten (7% aller Gäste), gaben im Durchschnitt 39.33 Fr. pro Person und Nacht für die Unterkunft aus (vgl. Abbildung 12), wobei die Spannbreite von 8.34 bis 150 Fr. reichte. Knapp zwei Drittel (60%) der Gäste verpflegten sich in der Region (vgl. Abbildung 11) und gaben dabei durchschnittlich 37 Fr. (2.67 bis 150 Fr.) pro Person aus. Die Einheimischen gaben mit 34.95 Fr. pro Person durchschnittlich weniger aus als die Gäste, wobei der Anteil der Personen, die sich verpflegt haben, gleich war (60%). 7% der Gäste kauften am Befragungstag in Läden ein und gab dafür durchschnittlich 56.83 Fr. (5 bis 350 Fr.) aus, bei den Einheimischen waren es 12% und durchschnittlich 18.60 Fr. Etwas mehr Personen (Gäste 19%; Einheimische 12%) kauften in Hofläden und bei Direktvermarktern ein. Gäste gaben dabei durchschnittlich 60.86 Fr. und Einheimische 38.64 aus, wobei die Spannbreite zwischen 1 und 600 Fr. lag. 20% der Gäste gaben für Transporte innerhalb der Region Geld aus, durchschnittlich 10.80 Fr. (1.50 bis 460 Fr.). Der Transport kostete die Einheimischen im Durchschnitt mit 5.73 Fr. weniger und betraf nur 17%. Für Veranstaltungen, Exkursionen o.ä. gaben 3% der Gäste und 2% der Einheimischen Geld aus, allerdings lagen die durchschnittlichen Ausgaben bei den Gästen bei 6 Fr. und war bei den Einheimischen mit 19.92 Fr. deutlich höher. Weitere Kostenpunkte hatten 11% der Gäste, wofür sie durchschnittlich 2.39 Fr. (1.12 bis 5 Fr.) ausgaben. Bei den Einheimischen waren es mit 4% anteilmässig zwar weniger Personen, die Ausgaben mit durchschnittlich 144.36 Fr. allerdings deutlich höher.

Im Vergleich zu den Daten von 2021 fällt auf, dass anteilmässig weniger Gäste Geld für eine Übernachtung (-3%) und im Durchschnitt auch weniger (-11.27 Fr.) pro Nacht und Person ausgegeben haben. Im Jahr 2024 gaben mehr Einheimische Geld für Verpflegung ausgaben (+12.5%), wobei die Summe, die pro Person ausgegeben wurde, etwa gleichblieb. Bei den Gästen war es umgekehrt und der Anteil der Personen, die Geld für Verpflegung ausgab blieb etwa derselbe, es wurden pro Person aber durchschnittlich 9.50 Fr. mehr ausgegeben. Der Anteil der Gäste, die Geld im Bereich der Direktvermarktung ausgaben stieg im Vergleich zu 2021 um 6.5%, ebenso wie die Summe, die pro Person gezahlt wurde (+35.16 Fr.). Beim Transport stieg der Anteil der Gäste (+5.5%) ebenso wie der der Einheimischen (+6.1%). Hier wurde bei den Gästen ebenfalls mehr pro Kopf ausgegeben (+2.40 Fr.), bei den Einheimischen sank die durchschnittliche Ausgabe pro Person um 4.57 Fr.

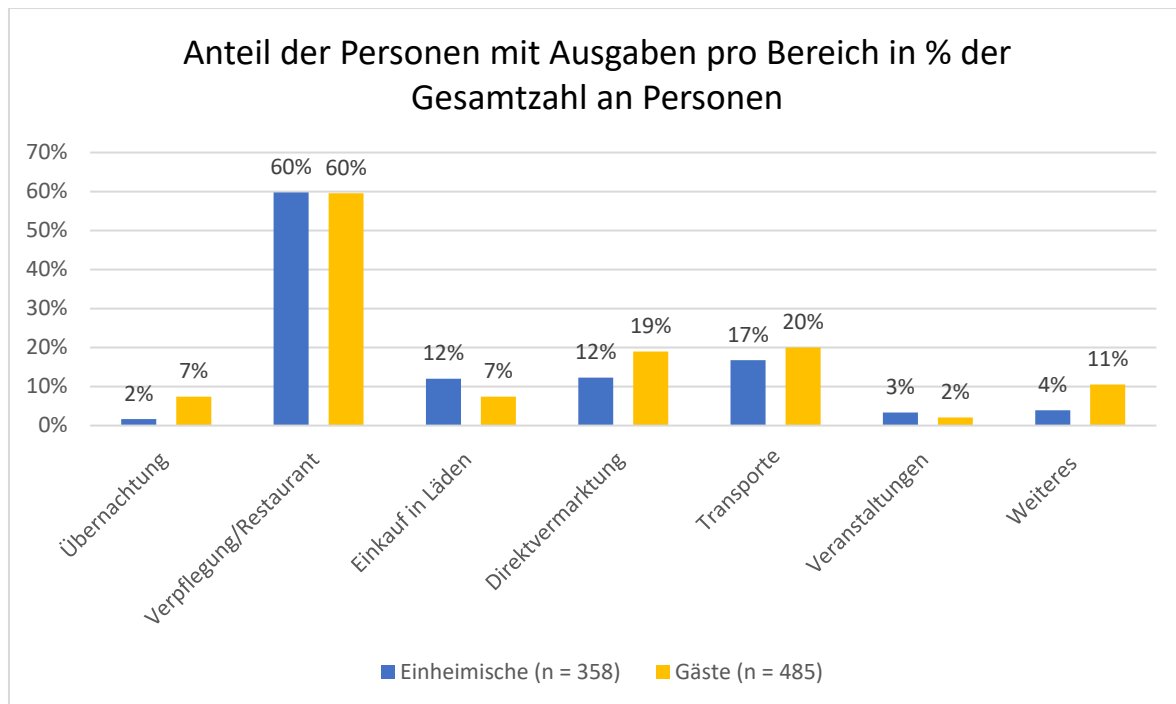


Abbildung 11: Der relative Anteil der Befragten, die im jeweiligen Bereich Ausgaben hatten, aufgeteilt in Einheimische und Gäste.

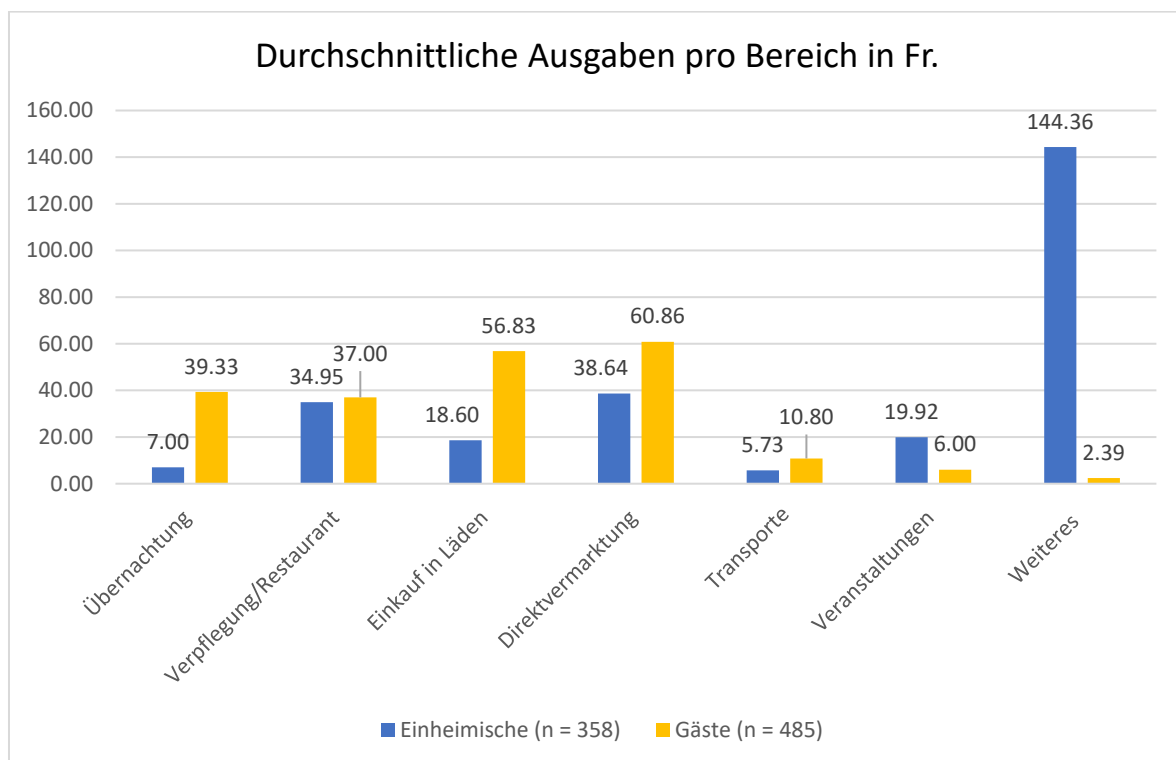


Abbildung 12: Durchschnittliche Ausgaben pro Bereich, gemessen an den Befragten, die in diesen Bereichen Ausgaben hatten. Aufgeteilt in Einheimische und Gäste.

Die Zahlen zeigen, dass die Übernachtungsgäste mit durchschnittlich 137.16 Fr. pro Person erwartungsgemäss am meisten Geld ausgeben in der Region. Hinzu kommt bei diesen auch noch, dass sie während mehreren Tagen zur touristischen Wertschöpfung beitragen können. Auf die Gesamtheit der Gäste gesehen ist die Gastronomie der Bereich, wo am meisten Geld ausgegeben wird (vgl. Abbildung 13), da hier mehr als die Hälfte der Gäste sowie der Einheimischen Geld ausgibt. Potenzial birgt vor allem auch der Bereich der Hofläden und Direktvermarktung. Diese Möglichkeiten nutzen bisher

eher wenige Gäste, geben dann jedoch im Durchschnitt 9.47 Fr. aus, was nach der Gastronomie die zweithöchste durchschnittliche Ausgabe pro Kopf darstellt.

Im Vergleich zur Erhebung aus dem Jahr 2021 hat sich die durchschnittliche Höhe an Ausgaben im Bereich der Gastronomie bei den Einheimischen stark (+9.46 Fr.) und bei den Gästen leicht erhöht (+1.89 Fr.). In Läden wurde von Gästen im Jahr 2024 durchschnittlich 1.66 Fr. mehr ausgegeben und ein deutlicher Anstieg ist auch im Bereich der Direktvermarktung zu verzeichnen (+6.27 Fr.). Die Ausgaben pro Person für Transporte sind etwa gleichgeblieben und für weiteres haben Einheimische im Durchschnitt 5.74 Fr. mehr gezahlt als noch im Jahr 2021.

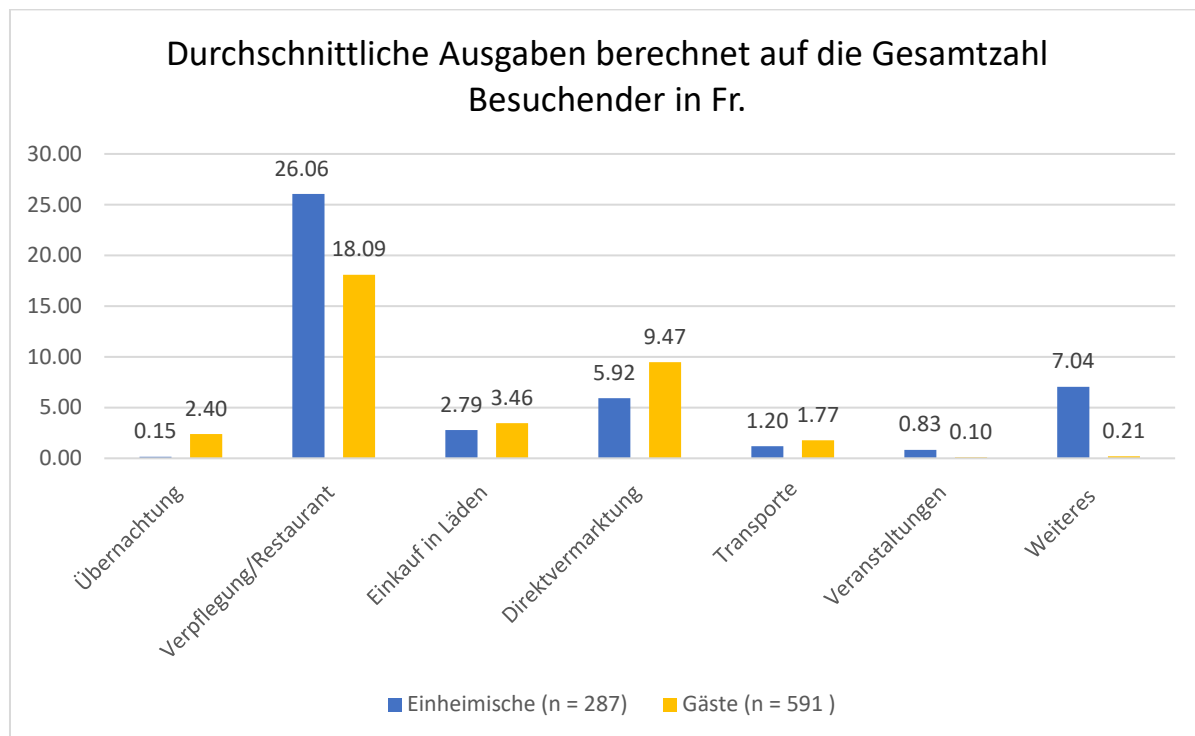


Abbildung 13: Durchschnittliche Ausgaben pro Bereich, berechnet auf die Gesamtzahl der Befragten (inkl. derjenigen, die keine Ausgaben hatten). Aufgeteilt in Einheimische und Gäste.

Zufriedenheit mit dem Aufenthalt

Grundsätzlich waren sowohl die Gäste als auch die Einheimischen mit ihrem Aufenthalt sehr zufrieden (vgl. Abbildung 14 und 15). Die grosse Mehrheit der Gäste (81%), welche dazu eine Aussage treffen konnte (97%), gab an, mit dem allgemeinen Aufenthalt sehr zufrieden zu sein, bei den Einheimischen waren es mit 78% leicht weniger. Von den Einheimischen waren nur 3 Personen (2%) und von den Gästen nur eine Person mittelmässig bzw. oder gar nicht zufrieden.

Die Betrachtung der einzelnen Bereiche zeigt ein differenzierteres Bild, wobei je nach Bereich auch die Anzahl der Personen stark variierte, die dies jeweils beurteilen konnten. Die Prozentsätze im Folgenden beziehen sich immer auf die Anteile von Personen, die im jeweiligen Bereich überhaupt eine Aussage treffen konnten. Grundsätzlich waren die Gäste zum Grossteil sehr zufrieden oder zufrieden. Bezüglich Gastfreundschaft und der Unterkunft waren mehr als 75% der Gäste sehr zufrieden. Etwas mehr als ein Viertel konnte die Gastfreundschaft nicht bewerten, bei der Unterkunft waren es sogar 83% – analog dem Anteil an Tagesgästen. Mit den Wanderwegen, dem Angebot an Aktivitäten und dem Tourismusbüro waren knapp 70% der Gäste sehr zufrieden. Wobei in Bezug auf die Wanderwege 21% der Gäste keine Aussage treffen konnten. Bei den Aktivitäten waren es 44% und beim Tourismusbüro konnten nur 3% überhaupt eine Aussage treffen. Von den Einheimischen waren 71% sehr zufrieden mit der Gastfreundschaft und 65% mit der Unterkunft. Mit den Wanderwegen waren 59% sehr zufrieden und mit dem Angebot an Aktivitäten 52%. Mit dem Tourismusbüro waren 29% der Einheimischen sehr zufrieden, wobei es nur 5% der befragten Personen überhaupt möglich war eine Aussage dazu zu treffen (vgl. Abbildung 14). Folglich hat das Tourismusbüro für die Gäste des Regionalen Naturparks Schaffhausen keine grosse Bedeutung.

Etwa die Hälfte der befragten Gäste und Einheimischen (56% bzw. 50%) bewertete den öffentlichen Verkehr als sehr gut. Ebenfalls weniger gut bewertet wurde die Zugänglichkeit von Informationen. Ca. die Hälfte der Personen (Gäste 45%; Einheimische 53%) war sehr und ein Viertel der Gäste sowie 44% der Einheimischen eher zufrieden damit.

Die Gründe, weshalb oder mit was die Gäste nicht zufrieden waren, sind sehr vielfältig und spezifisch. Insgesamt wurde am häufigsten ein spärliches Angebot an Verweilmöglichkeiten an den Wanderwegen sowie eine mangelnde Beschilderung der Wege genannt. Ebenfalls wurden mehrfach ein ungenügendes Angebot an Verpflegungsmöglichkeiten angegeben sowie ein zu spärliches Angebot an öffentlichem Verkehr.

Die Zufriedenheit der Einheimischen ist im Vergleich zur Erhebung aus dem Jahr 2021 in den Bereichen Informationen, Wanderwege, Gastfreundschaft, Tourismusbüro und Aktivitätenangebot leicht gestiegen und in den Bereichen öffentlicher Verkehr, Unterkunft und Aufenthalt allgemein leicht gesunken, wobei in der vorliegenden Erhebung in allen Bereichen (ausser beim Tourismusbüro) von einem höheren Anteil der Befragten überhaupt eine Aussage getroffen werden konnte. Bei den Gästen konnte ebenfalls in allen abgefragten Bereichen von einem höheren Anteil der Befragten eine Aussage getroffen werden (ausser beim Tourismusbüro). Gestiegen ist die Zufriedenheit bei den Gästen in den Bereichen öffentlicher Verkehr, Wanderwege und Aufenthalt allgemein und bei den Informationen sogar stark. Die Bewertung der Gastfreundschaft, des Aktivitätenangebots, und der Unterkunft sind etwa gleichgeblieben. Die Aussagen zum Tourismusbüro sind aufgrund der wenigen Angaben schwierig zu vergleichen, allerdings wurden in der aktuellen Erhebung von keiner Person angegeben, dass sie nicht oder gar nicht zufrieden waren, was 2021 der Fall war.

Die dennoch hohe Zufriedenheit der Gäste zeigte sich auch bei der Frage, was die Befragten im Park vermisst hatten: 87% der Gäste sowie 76% der Einheimischen hatten nichts, nur 6% bzw. 8% etwas Wichtiges und 7% der Gäste bzw. 16% der Einheimischen eine Kleinigkeit vermisst. Die Mehrheit der wichtigen fehlenden Aspekte waren Einzelangaben und bezogen sich ebenfalls auf Infrastruktur wie WCs oder Trinkbrunnen, auf das Angebot des öffentlichen Verkehrs, auf fehlende Wohnmobilstellplätze und Beschriftungen und Informationen zu Natur und Bauten.

Im Vergleich zu den Daten von 2021 zeigte sich hier eine Verbesserung. Der Anteil der Personen, welche nichts vermisst hatten, stieg bei den Gästen um 7% und bei den Einheimischen um 2%. Der Anteil der Personen, die etwas Wichtiges vermissten, sank um 4% bei den Gästen bzw. 2% bei den Einheimischen und der Anteil derer, die einen Kleinigkeit vermissten, sank ebenfalls in beiden Gruppen (Gäste -6%; Einheimische -3%).

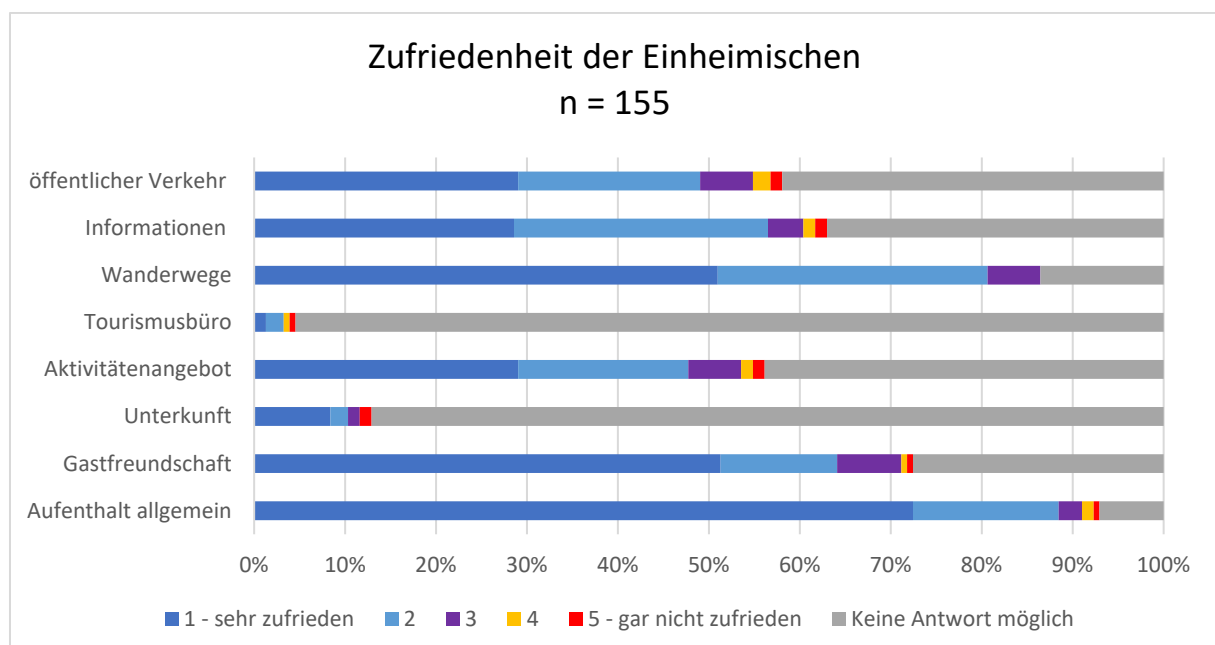


Abbildung 14: Die Zufriedenheit der Einheimischen mit einzelnen Aspekten auf einer Skala von 1-5.

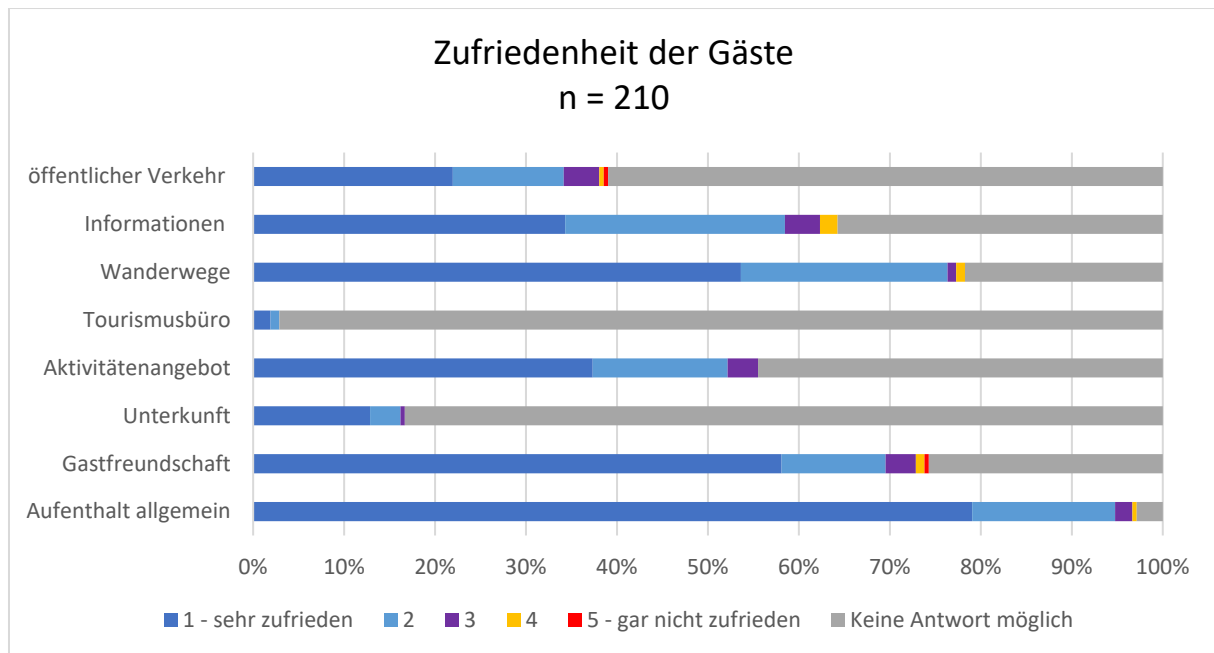


Abbildung 15: Die Zufriedenheit der Gäste mit einzelnen Aspekten auf einer Skala von 1-5.

Verständnis eines Regionalen Naturparks

Knapp zwei Drittel (63%) der befragten Gäste antwortete auf die Frage, wann ein Angebot für sie typisch für einen regionalen Naturpark sei (vgl. Abbildung 16). Am häufigsten (27%) genannt wurden dazu eine intakte Natur mit typischer und gut erhaltener Flora und Fauna, aber auch die Möglichkeit, diese aktiv erleben bzw. beobachten zu können. Wenige Male (3%) wurde die Verbindung eines Regionalen Naturparks mit einer intakten und einzigartigen Landschaft, die wenig Beeinträchtigungen aufweist, genannt. Als Kategorie, die das Erscheinungsbild der Parkregion beschreibt, wurden selten (1%) auch das Vorhandensein von historischen Ortskernen identifiziert sowie von 7% auch ein Ort der Ruhe und Einsamkeit. Ebenfalls selten (2%) wurde konkret die Einzigartigkeit der Region genannt, die sie als Regionalen Naturpark qualifiziert. Häufiger (4%) wurde das konkrete Angebot an regionalen Produkten sowie auch die Präsentation bzw. das «Leben» von regionalen Besonderheiten ebenfalls im Sinne eines Angebots oder etwas Erlebbarem gezählt.

An zweiter Stelle wurde mit 23% das Bike- und Wanderangebot genannt. Und auch die Verfügbarkeit und das Angebot an Informationen zu Angeboten und Aktivitäten, Naturthemen, Kulturellem und der Landschaft wurde in 20% der Fälle aufgeführt. Weniger oft erwähnt wurden einzelne Angebote, wie kulinarische Möglichkeiten (2%) sowie die Verfügbarkeit von Grill- und Wohnmobilstellplätzen (2%). Zusammengerechnet mit dem Vorhandensein von vielfältigen Angeboten ergibt dies, dass knapp 60% der Gäste einen Regionalen Naturpark mit konkreten Aktivitätsangeboten verbinden. Demgegenüber stehen 39% der Gäste, für die die besonderen Qualitäten des Erscheinungsbildes/Charakters einer Region im Vordergrund stehen. Diese Resultate zeigen, dass die regionalen Qualitäten einen grossen Stellenwert im Verständnis eines Regionalen Naturparks haben, konkrete Angebote für Gäste jedoch noch stärker von Bedeutung sind.

Im Vergleich zur Erhebung von 2021 kann eine weitere Verschiebung hin zur Angebotsorientierung festgestellt werden. Der Anteil den Nennungen von Angeboten insgesamt stieg von 49.5% auf 60% an, ein Anstieg ist hier insbesondere im Bereich der Informationen zur Region und Angeboten (+7%) und im Bereich des Wander- und Bikeangebotes (+13.5%) zu verzeichnen. Der Anteil von Nennungen, die den Charakter der Region betrafen, sank um 3%, wobei hier besonders die Nennungen der einzigartigen Landschaft abnahmen (-9%) und die Nennungen von Natur und Biodiversität zunahmen (+10%).

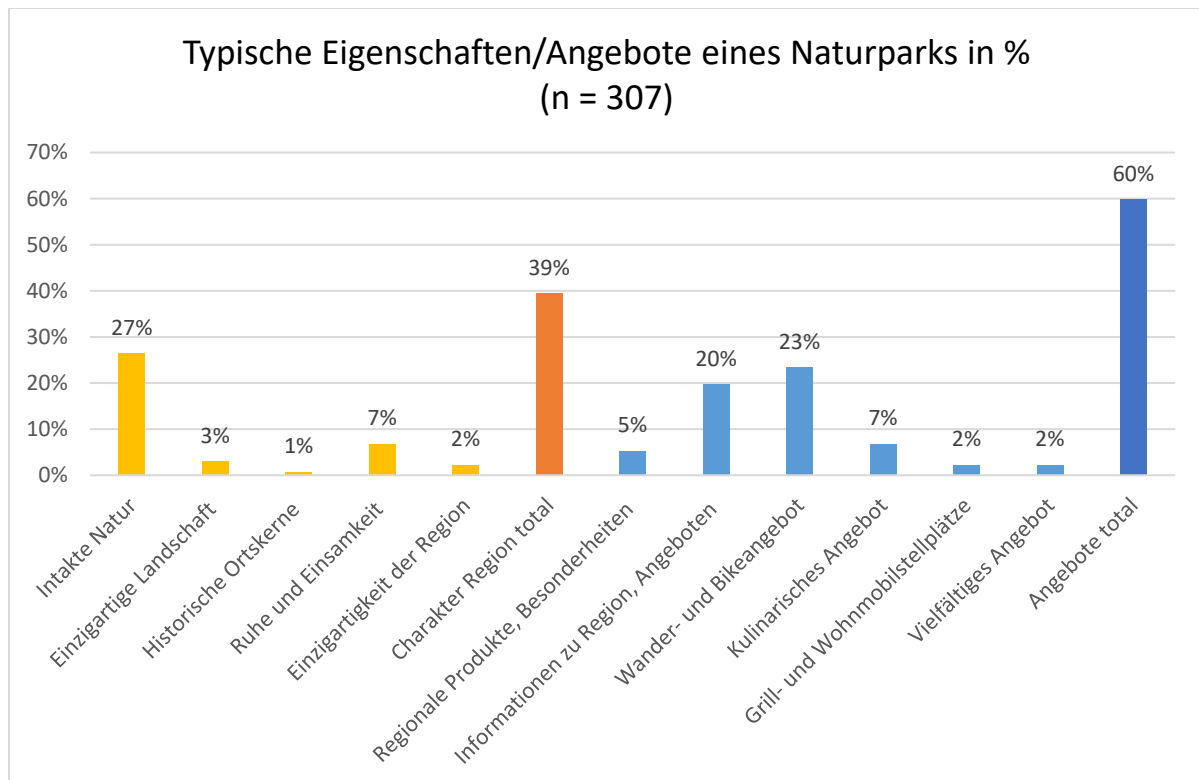


Abbildung 16: Prozentuale Häufigkeiten von nach Themen gruppierte Nennungen von Aspekten, die für die Gäste typisch für einen Naturpark sind.

Gästefrequenz

Die Gästefrequenzen werden nicht in Einheimische und auswärtige Gäste aufgeteilt, da es sich dabei um eine vollständige Zählung der angetroffenen Personen handelt. Ein Anhaltspunkt gibt jedoch das Resultat aus dieser Umfrage. Wird die tatsächliche Anzahl an Personen, für die jeweils ein Fragebogen ausgefüllt worden ist und nicht nur die Anzahl Fragebögen berechnet, so zeigt sich, dass 66% aller Personen auswärtige Gäste waren und 34% Einheimische. Dies ist jedoch nur ein ungefährender Richtwert und wird daher nicht auf die weitere Analyse der Gästefrequenz angewendet.

Die Gästefrequenzen variierten teils stark zwischen den Erhebungstagen (vgl. Tabelle 1). Da aufgrund von Schlechtwetter nur an einem Wochentag eine Erhebung durchgeführt wurde und der erste Mai ein Feiertag war, kann ein Vergleich zwischen Wochentagen und Wochenenden nicht gezogen werden. Bei total 15 Erhebungstagen, verteilt auf einen Arbeitstag, einen Feiertag und 11 Wochenendtage, wurden durchschnittlich 662 Personen gezählt, verteilt auf 5 Standorte und je fünf Stunden Erhebungszeit pro Tag. Für die Vergleichbarkeit wurden unvollständige Zählungen und fehlende Standorte interpoliert, weshalb die Werte für einzelne Daten nicht direkt der Zählung entsprechen.

An den Samstagen wurden durchschnittlich 659 Personen gezählt, mit einer Spannweite von 426 (Samstag, 31.8.24, mässiges Wetter, sehr heiss) bis 1078 Personen (Samstag, 24.8.24, sehr gutes Wetter). Für die Sonn- bzw. Feiertage wurde ein Durchschnitt von 695 Personen berechnet, mit einer Spannweite von 410 (Sonntag, 29.9.24, gutes Wetter) bis 943 Personen (Mittwoch (Feiertag), 1.5.21, sehr gutes Wetter).

Direkte Abhängigkeiten von Saison- oder Ferienzeiten konnte nicht ausgemacht werden. Der Mai war mit durchschnittlich 866 gezählten Personen pro Tag der Spitzenmonat, wobei beachtet werden muss, dass der Wochentag hier auf den Feiertag Auffahrt fiel und so eventuell zu höheren Zahlen führte. Im August konnten durchschnittlich 703 Personen pro Tag gezählt werden und im Juli 662, sodass nicht auf eine höhere Frequenz aufgrund der Ferien zu schliessen ist. Wahrscheinlicher ist anstatt dessen eine Korrelation mit dem Wetter. Da im Vorfeld bereits angenommen wurde, dass bei Schlechtwetter nur wenige Gäste im Park unterwegs sind, wurden die Erhebungen bei schlechtem Wetter abgesagt. Dies betraf einen Donnerstag und Samstag im Juni, einen Mittwoch im Juli, einen Mittwoch im Sep-

tember und einen Freitag im Oktober. Durchgeführt wurden die Erhebungen jedoch auch bei mässigem oder unsicherem Wetter und ebenfalls bei Wetteränderungen während der Erhebungen. Es zeigte sich, dass die durchschnittliche Gästefrequenz bei sehr gutem Wetter bei 833 Personen pro Tag lag, bei gutem Wetter bei 602 Personen und bei mässigem Wetter nur noch bei 442 Personen. Allerdings gab es auch an Tagen mit hervorragendem Wetter vereinzelt nur mittelmässige Gästefrequenzen (Sonntag, 29.9.24, 488 Personen).

Um die Gästefrequenz auf das Sommerhalbjahr hochrechnen zu können, wurden die Tagesdurchschnitte von Tagen mit guten und Tagen mit mässigem Wetter basierend auf den durchschnittlichen Sonnentagen pro Monat hochgerechnet und anschliessend multipliziert. Dies ergibt eine totale Anzahl von 72'565 Gästen pro Sommerhalbjahr. Da die Unterschiede von Wochentagen und Wochenenden nicht einbezogen werden konnten, ist diese Zahl vermutlich nach oben verfälscht.

Im Vergleich zum Jahr 2021 ist die Gästefrequenz leicht geringer (-6'923 Gäste), wobei hier zu beachten ist, dass in der Studie von 2021 zwar die Wochentage mit einbezogen worden sind, allerdings niedrigeren Gästefrequenzen an den Regentagen nicht berücksichtigt wurden (vgl. Hunziker, 2021).

Tabelle 1: Anzahl Personen pro Befragungstag und nach Wetter.

	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober
Arbeitstag	943	/	/	422	/	/
Samstag	739	/	848	1078	438	423
Sonntag	916	715	476	885	488	724
Samstag II				426		
Sonntag II					410	
Durchschnitt	866	715	662	703	445	574

Wetter:	sehr gut	gut	mässig	schlecht
---------	----------	-----	--------	----------

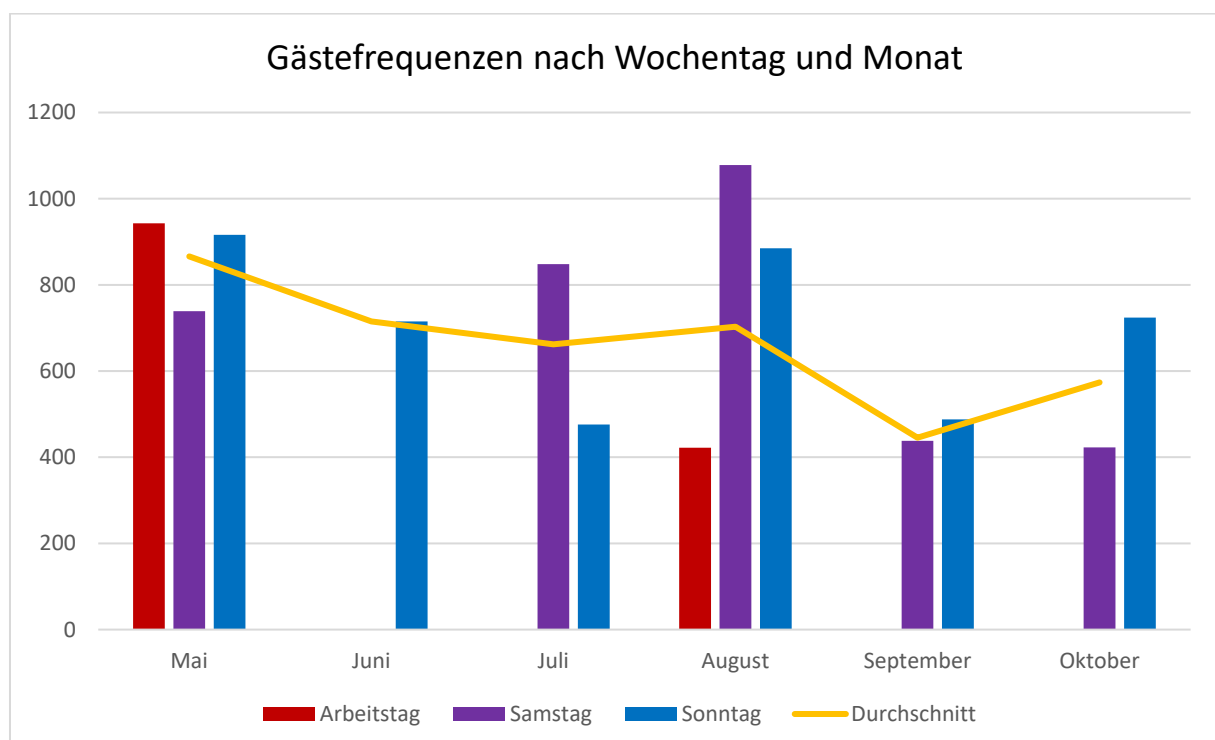


Abbildung 17: Gästefrequenzen nach Wochentag und Monat sowie die Monatsdurchschnitte der zwei bis drei Befragungstage.

Touristischer Umsatz

Gesamttouristischer Umsatz

Basierend auf den durchschnittlichen Ausgaben der Gäste und der durchschnittlichen Gästefrequenz pro Tag konnte der Bruttoumsatz berechnet werden. Für die Berechnung des touristischen Umsatzes wurde zwischen Einheimischen und Gästen differenziert. Dazu wurden jeweils die durchschnittlichen Ausgaben der beiden Gruppen pro Tag berechnet und mit der anteilmässigen Gästefrequenz (66% Gäste, 34% Einheimische) multipliziert. Dies führte zu einem täglichen Bruttoumsatz von 9'241.29 Fr. der Gäste sowie von 5'898.43 Fr. der Einheimischen. Für die Berechnung der touristischen Wertschöpfung gemäss Knaus (2018) wurden vom Bruttoumsatz 8.1% MwSt. abgezogen, der Nettoumsatz mit der Regionalen Vorleistung ($\text{Nettoumsatz} \cdot 0.43$) sowie der Einkommenseffekte ($(\text{Nettoumsatz} + \text{Reg. Vorleistung}) \cdot 0.22$) aufsummiert. Dies ergab den gesamttouristischen Nettoumsatz von 14'816.44 Fr. für die Gäste sowie 9'456.89 Fr. für die Einheimischen. Als Wertschöpfung wird gemäss Knaus (2018) 50% davon verwendet, was 7'408.22 Fr. durch die Gäste und 4'728.44 Fr. durch die Einheimischen entspricht pro Tag einer totalen Wertschöpfung von 12'136.66 Fr. Aufsummiert auf die 184 Tage des Sommerhalbjahrs ergibt dies eine gesamttouristische Wertschöpfung von total 2'233'145.79 Fr. (Gäste: 1'363'112.25 Fr., Einheimische: 870'033.54 Fr.).

Im Vergleich zur Erhebung aus dem Jahr 2021 steigt die gesamttouristische Wertschöpfung durch die Gäste um 217'151.05 Fr. und die der Einheimischen um 160'934.34 Fr., was einen Gesamtanstieg von 378'085.39 Fr. ergibt.

Parkinduzierter touristischer Umsatz

Basierend auf der Methode von Knaus (2018) wurde berechnet, welche Rolle der Park bei der Entscheidung spielte, in die Region zu kommen. Dabei wurde einerseits der prozentuale Anteil derjenigen genommen, für die der Park eine wichtige Rolle für den Regionsbesuch spielte. Andererseits wurde für den prozentualen Anteil des Parks als ein Grund unter anderen mit der Anzahl an weiteren Gründen verrechnet. Durchschnittlich wurden von den Gästen 1.91, von den Einheimischen 2.76 weitere Gründe genannt. Zur Ermittlung des relativen Anteils des Parks an den Gründen wird dazu jeweils 1 addiert, da dieser ebenfalls einen Grund darstellt. Der Anteil der Antworten mit der Antwort «ja, unter anderem» wird durch diesen Faktor von 2.91 (Gäste) bzw. 3.76 (Einheimische) dividiert. Somit sind von den 26% der Gäste, die den Park als einen von mehreren Gründen angegeben haben, noch 11.19% auf den Park zurückzuführen, bei den Einheimischen sind es von 24% noch 15.67%. Diese Anteile wurden zu den Anteilen der Personen addiert, für welche der Park ein wichtiger Grund für ihren Besuch war (vgl. Abbildung 9a/b). Somit beträgt der parkinduzierte Anteil am touristischen Umsatz der Gäste, 25.19% und am Anteil der Einheimischen 23.67%. Dies ergibt parkinduzierte touristische Umsätze für die Gäste von 343'399.43 Fr. und 205'907.94 Fr. für die Einheimischen. Zusammengezählt bewirkte der Park dementsprechend einen touristischen Umsatz von 549'307.37 Fr für das Sommerhalbjahr.

Durch den Anstieg der Anteile von Gästen und Einheimischen, die den Park als alleinigen Grund oder einen von mehreren Gründen für ihren Besuch angaben, stieg auch die parkinduzierte Wertschöpfung und wurde mehr als verdoppelt. Im Jahr 2021 konnte ein parkinduzierter Umsatz von insgesamt 251'085.90 Fr. (150'464.70 Fr. für Gäste; 100'621.20 Fr. für Einheimische) ausgemacht werden, was einen Anstieg von 192'752.73 (Gäste) und 105'286.74 (Einheimische) bedeutet. Insgesamt konnte in der vorliegenden Studie ein Mehrumsatz von 298'039.47 ermittelt werden, was unter Berücksichtigung der Teuerungsrate von 5.4% im Zeitraum von Oktober 2021 bis Oktober 2024 (BfS, 2024) einer Zunahme von 40.3% entspricht.

Einordnung der Resultate

Resultatgenauigkeit

Trotz der Tatsache, dass nicht an alle Gäste ein Fragebogen verteilt werden konnte, konnten dank der Rücklaufquote von 24.64%, für rund 19.6% aller gezählten Gäste Daten erhoben werden. Es kann daher davon ausgegangen werden, dass die hier präsentierten Ergebnisse der Umfrage gut verwendet werden können, um eine Einschätzung der Ansichten und Charakteristika der Parkbesuchenden vorzunehmen. Obwohl z.B. die Gäste an den Vormittagen nicht erreicht werden konnten, kann angenommen werden, dass sich diese in ihren Ansichten und soziodemographischen Merkmalen nicht grundlegend von den befragten Gästen unterscheiden.

Bedingt verlässlich sind hingegen die Ergebnisse zur Gästefrequenz und dementsprechend auch zu den darauf basierenden Berechnungen der parkinduzierten sowie der allgemeinen touristischen Wertschöpfung. Aufgrund der Tatsache, dass ein Vergleich der gezählten Gäste mit den Logiernächten nicht möglich ist, ist es kaum möglich, eine Aussage zum Prozentsatz der gezählten Gäste an der Grundgesamtheit zu machen. Es muss davon ausgegangen werden, dass nicht alle Gäste an den entsprechenden Tagen auch gezählt worden sind. Im Regionalen Naturpark Schaffhausen kommt ausserdem noch die Schwierigkeit hinzu, dass der Park über viele verschiedene Zugänge verfügt, die durch die Verteilstellen nicht alle abgedeckt werden konnten. Zusätzlich kann davon ausgegangen werden, dass die tatsächliche Gästefrequenz an den Erhebungstagen deutlich höher ausfiel als gezählt. Dementsprechend würden folglich auch die parkinduzierte sowie die allgemeine touristische Wertschöpfung höher ausfallen als berechnet.

Zusätzlich wirkt sich auch das Wetter auf die Gästefrequenz und damit auch auf die Wertschöpfung aus. Abhängig vom Wetter könnten die Gästefrequenzen höher oder tiefer ausfallen. Diese Unsicherheit ist für den Regionalen Naturpark Schaffhausen verglichen mit den Fallbeispielen von Knaus (2018) grösser, da die Gäste hauptsächlich Kurzzeitbesuchende aus den umliegenden Regionen sind, die sich abhängig vom Wetter spontan für oder gegen einen Besuch entscheiden können. Die Ergebnisse der Gästefrequenzen und somit auch die der Wertschöpfung sind demnach in erster Linie nur ein erster Anhaltspunkt.

Die deutlich grössere Ungenauigkeit besteht in der Tatsache, dass nicht davon ausgegangen werden kann, dass die Mehrheit aller Gäste während der Verteilzeiten erreicht wurde. Dies ist unter anderem damit begründet, dass der Park diverse Zugänge hat und, dass es sich bei den Gästen hauptsächlich um Tagesgäste aus den umliegenden Regionen handelt. Die unveränderten Rohdaten sowie deren Hochrechnungen sind dem Anhang II zu entnehmen.

Da die Studie in Jahr 2021 auf Basis der exakt selben Methodik (mit denselben möglichen Verfälschungen) durchgeführt wurde, sind die Resultate der beiden Studien allerdings gut vergleichbar, sofern sie ins Verhältnis zueinander gesetzt werden.

Literatur

Bundesamt für Statistik BfS, 2021. Touristische Beherbergung in der Sommersaison 2021: Sommersaison 2021: Logiernächte in der Schweizer Hotellerie legen um 34,5% zu. Medienmitteilung vom 6.12.2021, Neuchâtel: BfS.

Bundesamt für Statistik BfS, 2024. LIK-Teuerungsrechner. lik-app.bfs.admin.ch/de/lik/rechner?periodType=Monatlich&basis=AUTO&betrag=251085&start=10.2021&ende=10.2024

Knaus F., 2018. Charakteristiken von Gästen in vier Schweizer Naturpärken und deren touristisch induzierte Wertschöpfung. Untersuchungen anhand des Parc Jura vaudois, Parc Ela, Naturpark Gantrisch und Landschaftspark Binntal. Projektbericht des Netzwerks Schweizer Pärke, Bern und der ETH Zürich, Zürich.

Hunziker R., 2021. Erhebung der touristischen Wertschöpfung im Regionalen Naturpark Schaffhausen. Erste Erhebung Sommer 2021.

Anhang I: Fragebogen



Umfrage zur touristischen Wertschöpfung des Regionalen Naturparks Schaffhausen

Liebe Gäste

Im Auftrag des Regionalen Naturparks Schaffhausen führt die Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW eine Umfrage über Ihren Aufenthalt bei uns in der Region durch. Wir sind auf möglichst viele Daten angewiesen und freuen uns, wenn Sie sich für die Beantwortung der Fragen 10 Minuten Zeit nehmen. Ihre Antworten werden vertraulich und anonym behandelt. Herzlichen Dank!

1. Wie sind Sie in die Ausflugsregion gereist? Bitte alles Passende ankreuzen.

- | | |
|---|---|
| ☐ Mit dem Auto | ☐ Mit dem Motorrad |
| ☐ Mit öffentlichen Verkehrsmitteln | ☐ Mit dem Fahrrad |
| ☐ Mit dem Reisecar | ☐ Zu Fuss |
| ☐ Sonstiges: _____ | |

2. Wie haben Sie Ihren Aufenthalt verbracht? Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten.

- ☐ Alleine
- ☐ Zu zweit
- ☐ Mit der Familie: Anzahl Erwachsene (inkl. Ihnen): _____ Anzahl Kinder: _____
- ☐ In einer Gruppe: Anzahl Erwachsene (inkl. Ihnen): _____ Anzahl Kinder: _____

3. Wie lange bleiben Sie in der Region Schaffhausen? Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten.

- ☐ Ich war nur heute in der Region und habe nicht übernachtet (→ bei Frage 5 fortfahren)
- ☐ Ich übernachtete in der Region, und zwar _____ Nächte in der Ortschaft _____
- ☐ Ich wohne in der Region (→ bei Frage 6 fortfahren)

4. In was für einer Unterkunft übernachteten Sie? Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten.

- | | |
|--|---|
| ☐ Gemietete Ferienwohnung | ☐ AirBnB |
| ☐ Eigene Ferienwohnung | ☐ Agrotourismus |
| ☐ Hotel | ☐ Bei Freunden oder Verwandten |
| ☐ Bed and Breakfast (B'n'B) | ☐ Sonstiges: _____ |
| ☐ Campingplatz | |

5. Wie oft haben Sie die Region schon besucht? Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten.

- | | |
|---|--|
| ☐ Es ist das erste Mal | ☐ Einige Male |
| ☐ Das zweite Mal | ☐ Ich bin Stammgast |

6. Welche zwei Eigenschaften verbinden Sie spontan mit der Region Schaffhausen?

1: _____

2: _____

7. Was haben Sie heute in der Region Schaffhausen gemacht? *Bitte alles Passende ankreuzen*

- | | |
|---|---|
| ☐ Wandern | ☐ Naturbeobachtung |
| ☐ Geo-Caching | ☐ Kultureller Anlass |
| ☐ Museumsbesuch | ☐ Teilnahme an Seminar |
| ☐ Velofahren/Mountainbiken | ☐ Sonstiges: _____ |
| ☐ Geführte Exkursion | |

8. Wie wurden Sie auf die Region aufmerksam? *Bitte alles ankreuzen, was Sie konsultiert haben.*

- ☐ Internet (inkl. Social Media): Wenn ja, welche Websites? _____
- ☐ Vorschläge aus Zeitschriften oder Zeitungen: Wenn ja, welche? _____
- ☐ Freunde/Verwandte
- ☐ Reiseführer
- ☐ Landkarten
- ☐ Tourismusbüro
- ☐ Touristische Broschüren
- ☐ Broschüren des Parks
- ☐ Sonstiges: _____

9. Spielte der regionale Naturpark Schaffhausen eine Rolle bei Ihrer Entscheidung, in diese Region zu kommen (bzw. in dieser Region zu bleiben)? *Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten.*

- ☐ Ja, eine Wichtige ☐ Ja, unter anderem ☐ Kaum ☐ Nein

10. Haben Sie heute/während Ihres Aufenthaltes ein spezifisches Angebot des Naturparks genutzt? *Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten.*

- ☐ Ja ☐ Nein ☐ Weiss nicht

11. Welche anderen Gründe haben Sie dazu bewogen, in die Region zu reisen (bzw. in der Region zu bleiben)? *Listen Sie die Wichtigsten auf (max. 4).*

1: _____

2: _____

3: _____

4: _____

12. Wieviel Geld (in CHF) haben Sie heute in der Region des Regionalen Naturparks Schaffhausen ausgegeben?

Für die Unterkunft (pro Nacht)	
Für Verpflegung und/oder Getränke in Restaurants, Cafés, Bars, etc.	
In Läden (z.B. Lebensmittel, Souvenirs, Geschenke, Kleider, Miete von Velos)	
In Hofläden / Weinkeller / Direktvermarkter	
Für Transporte innerhalb der Region (z.B. Postauto, Tankstelle, etc.)	
Für Eintritte zu Veranstaltungen, Exkursionen und Museen	
Für alles andere (z.B. Ärzt:in, Coiffeur, Autogarage)	

13. Für wie viele Personen gelten Ihre Angaben bei Frage 12 (Sie selbst miteingerechnet)?

Anzahl Erwachsene: _____

Anzahl Kinder: _____

14. Zurück zu Ihrem Aufenthalt: Wie zufrieden waren Sie...

Bitte kreuzen Sie an.

	1 – sehr zufrieden	2	3	4	5 – gar nicht zufrieden	Keine Antwort möglich
Ganz generell mit Ihrem Aufenthalt						
Mit der Gastfreundschaft						
Mit der Qualität Ihrer Unterkunft						
Mit dem Angebot an Aktivitäten						
Mit der Auskunft im Tourismusbüro						
Mit dem Zustand der Wanderwege						
Mit der Zugänglichkeit von Informationen						
Mit dem Angebot des öffentlichen Verkehrs						

15. Falls Sie nicht zufrieden waren: Mit was genau waren Sie unzufrieden?

16. Haben Sie im Regionalen Naturpark Schaffhausen noch etwas vermisst? Welche Angebote/Dienstleistungen würden Sie sich in der Region noch wünschen?

- ☐ Ich habe eine Kleinigkeit vermisst: _____

- ☐ Ich habe Wichtiges vermisst: _____

- ☐ Es war alles vorhanden.

17. Kommen wir noch kurz zu Regionalen Naturparks im Allgemeinen: Wann ist ein Angebot für Sie typisch für einen Regionalen Naturpark; welche Eigenschaften/Bedingungen müssen erfüllt sein?

- 1: _____
- 2: _____
- 3: _____

18. Gibt es sonst noch etwas, das Sie uns mitteilen möchten?

19. Persönliche Angaben

- | | |
|---|--|
| Postleitzahl Ihres Wohnortes: _____ | Ihr Alter: _____ |
| Land Ihres Wohnortes: | Ihr Geschlecht: |
| ☐ Schweiz | ☐ Weiblich |
| ☐ Deutschland | ☐ Männlich |
| ☐ Österreich | ☐ Nicht binär |
| ☐ Frankreich | ☐ Keine Antwort |
| ☐ Sonstiges: _____ | |

20. Datum Ihres Besuchs im Regionalen Naturpark Schaffhausen: _____

Vielen herzlichen Dank, dass Sie sich für diese Umfrage Zeit genommen haben!

Falls Sie noch Fragen oder Anmerkungen haben, können Sie sich gerne jederzeit melden bei:

mara.zinnow@zhaw.ch

Anhang II: Gästefrequenzen und Wettergüte

	1 Bergtrotte			2 Parkplatz Rüdlingen			3 Reiat, Reiatstube			4 Randen Parkplatz / Mäserich			5 Tisch&Bänk / Bergkirche		
Datum	Std.	Karten verteilt	Besu- chende	Std.	Karten verteilt	Besu- chende	Std.	Karten verteilt	Besu- chende	Std.	Karten verteilt	Besu- chende	Std.	Karten verteilt	Besu- chende
Mi, 1. Mai 24	5	66	235	5	69	397	5	0	24	5	20	103	5	20	184
Sa, 11. Mai 24	5	25	120	5	64	310	5	19	118	5	14	86	0	/	/
So, 19. Mai 24	5	37	163	5	73	314	5	32	139	5	13	117	0	/	/
So, 23. Jun 24	5	30	103	5	52	305	5	8	114	5	8	50	0	/	/
So, 14. Jul 24	5	11	103	5	45	390	5	16	107	5	11	78	0	/	/
Sa, 27. Jul 24	5	9	24	5	34	215	5	20	121	5	3	21	0	/	/
So, 11. Aug 24	5	13	35	5	46	324	0	/	/	1.5	7	48	0	/	/
Mi, 14. Aug 24	5	7	21	5	40	210	0	/	/	5	5	22	0	/	/
Sa, 24. Aug 24	5	4	29	5	53	550	5	3	68	0	/	/	0	/	/
Sa, 31. Aug 24	5	14	69	5	28	212	0	/	/	5	23	43	5	3	17
So, 15. Sep 24	5	33	90	0	/	/	0	/	/	0	/	/	5	10	85
Sa, 21. Sep 24	0	/	/	5	27	113	5	10	85	0	/	/	5	12	95
So, 29. Sep 24	0	/	/	5	48	111	0	/	/	0	/	/	5	5	53
Sa, 12. Okt 24	5	47	191	5	16	53	0	/	/	5	7	26	5	10	68
So, 27. Okt 24	5	37	126	5	60	207	0	/	/	5	19	98	5	25	148

Datum	Total				Wetter
	Karten verteilt	Stunden	Besuchende	Besuchende auf 25 h	
Mi, 1. Mai 24	175	25	943	943	sehr gut (26°C, sonnig)
Sa, 11. Mai 24	122	20	634	793	gut (18°C, sonnig)
So, 19. Mai 24	155	20	733	916	sehr gut (21°C, sonnig, teils bewölkt)
So, 23. Jun 24	98	20	572	715	gut (24°C, sonnig, später bewölkt)
So, 14. Jul 24	83	20	678	848	sehr gut (25°C, sonnig)
Sa, 27. Jul 24	66	20	381	476	mässig (32°C, erst sonnig, dann Regen)
So, 11. Aug 24	66	11.5	407	885	gut (32°C, sonnig)
Mi, 14. Aug 24	52	15	253	422	gut (26°C, bewölkt)
Sa, 24. Aug 24	60	15	647	1078	sehr gut (24°C, sonnig, schwül)
Sa, 31. Aug 24	68	20	341	426	mässig (33°C, sehr heiss, sonnig)
So, 15. Sep 24	43	10	175	438	gut (15°C, sonnig, klar)
Sa, 21. Sep 24	49	15	293	488	sehr gut (23°C, sonnig)
So, 29. Sep 24	53	10	164	410	gut (15°C, sonnig, klar)
Sa, 12. Okt 24	80	20	338	423	mässig (14°C, regnerisch)
So, 27. Okt 24	141	20	579	724	sehr gut (18°C, sonnig)