

Erlebnisorientierte Inszenierung von geotouristischen Angeboten

– das Fallbeispiel European Geopark Vulkaneifel



Prof. Dr. Andreas Kagermeier

Freizeit- und Tourismusgeographie, Universität Trier

Arbeitskreis Freizeit- und Tourismusgeographie
der Deutschen Gesellschaft für Geographie
Jahrestagung 2009:
Tourismus-, Freizeit- und Erholungsentwicklung in Mittelgebirgsregionen
3./4. Juli 2009, Karlsruhochschule – International University, Karlsruhe

Ausgangslage

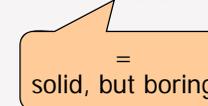


Quelle: Geozentrum Vulkaneifel 2002 & Vulkanhaus Stohn 2007

Agenda

- 1) Zunehmende Erlebnisorientierung im Geotourismus
- 2) Der European Geopark Vulkaneifel
- 3) Das Untersuchungsdesign
- 4) Nachfrageseitige Befunde
- 5) Conclusio

„I really think **museums** have the reputation like university professors, and you *expect* them to show things which have the backing of **scientific** methods“

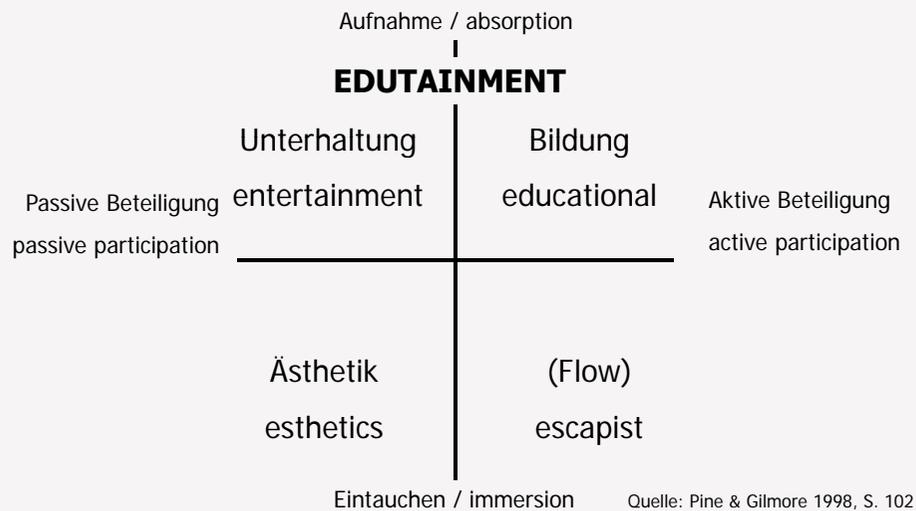

= solid, but boring

a young Australian
(Black 2005)

*Today the concept of selling **experiences** is spreading beyond theaters and theme parks*

Pine & Gilmore 1998, S. 99

Dimensionen von Erlebnis



Kernkomponenten erfolgreicher Inszenierung

- **Imagination:**
so echt wie möglich. Imagination kommt ohne Szenerie und Dramaturgie nicht aus.
- **Attraktion:**
Besondere Attraktionen machen das Ereignis unvergleichlich. Ziel ist Gefühl des Einmaligen und Außergewöhnlichen
- **Perfektion:**
Perfektion bis ins kleinste Detail. Null-Fehler-Prinzip
- **Identifikation:**
Entstehen von Wir-Gefühl bei ehrlicher Integration

Nach: Romeiss-Stracke 2006, S. 43

Dimensionen von Erlebnis

- 1) Perceived freedom
- 2) Involvement
- 3) Arousal
- 4) Mastery
- 5) Spontaneity

Unger & Kernan 1983

This experience ?



Photos: www.coastersandmore.de

This experience !!!



- 1) Perceived freedom
- 2) Involvement
- 3) Arousal
- 4) Mastery
- 5) Spontaneity



Eigene Aufnahmen

Nationale GeoParks in Deutschland



Nationale GeoParks:

1. Bergstraße-Odenwald
2. Eiszeitland am Oderrand
3. Harz · Braunschweiger-Land · Ostfalen
4. Inselsberg - Drei Gleichen
5. Kyffhäuser
6. Mecklenburgische Eiszeitlandschaft
7. Muskauer Faltenbogen
8. Ries
9. Ruhrgebiet
10. Schwäbische Alb
11. TERRA.vita
12. Vulkanland Eifel



Quelle: www.geo-union.de

European GeoParks

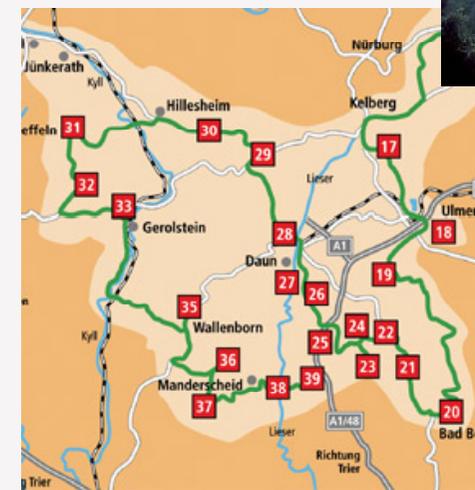


- Netzwerk European Geoparks 2000 gegründet
- Marke „European Geopark“ heute (April 2009) 34 Geoparks in 13 Ländern
- Europäische Geoparks in Deutschland:
 - Naturpark Bergstraße-Odenwald
 - Terravita Teutoburger Wald
 - Geopark Harz Braunschweiger Land Ostfalen
 - Schwäbische Alb
 - Mecklenburgische Eiszeitlandschaft
 - European Geopark Vulkaneifel



Quelle: European Geoparks 2009

European Geopark Vulkaneifel

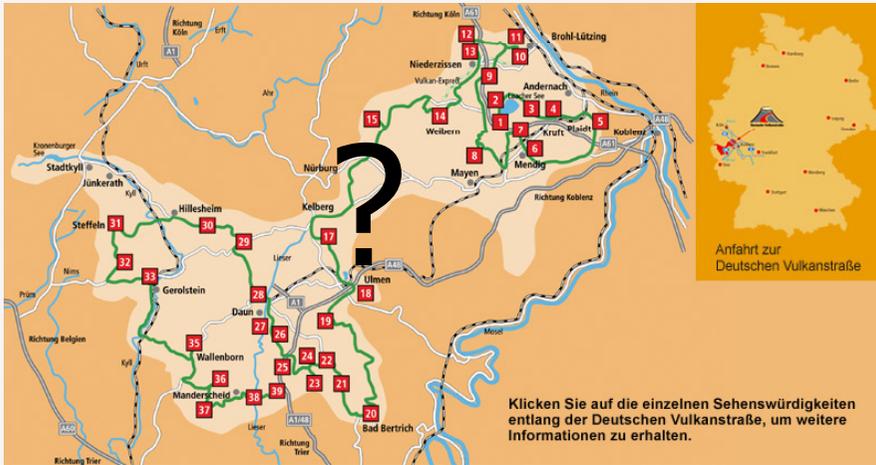


Quelle: Geschäftsstelle Nationaler Geopark Vulkanland Eifel 2008, o.S.



Deutsche Vulkanstraße

Deutsche Vulkanstraße



Anfahrt zur Deutschen Vulkanstraße

Klicken Sie auf die einzelnen Sehenswürdigkeiten entlang der Deutschen Vulkanstraße, um weitere Informationen zu erhalten.

Seit 2006

Quelle: www.deutsche-vulkanstrasse.com



Deutsche Vulkanstraße



Deutsche Vulkanstraße

- Informationszentrum
- Museum
- Maar/See/Welker
- Geologischer Aufschluss
- Quellen

M 1:300.000 - 1 cm = 3 km

Seit 2006

Quelle: www.deutsche-vulkanstrasse.com

Die Standorte



Eifel-Vulkanmuseum Daun



Maarmuseum Manderscheid



Vulkanhaus Strohn



Maarsattel (Daun)

Vulkanmuseum Daun



Eifel-Vulkanmuseum Daun

Seit 1996; ca. 20.000 Besucher/a



Maarmuseum Manderscheid

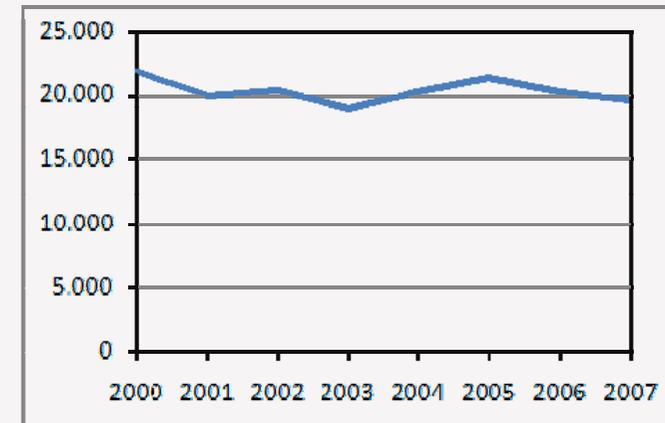


Maarmuseum Manderscheid

Seit 1999



Stagnierende / rückläufige Besucherzahlen



Quelle: Maarmuseum Manderscheid 2008

Vulkanhaus Strohn



Vulkanhaus Strohn

Seit Juni 2002

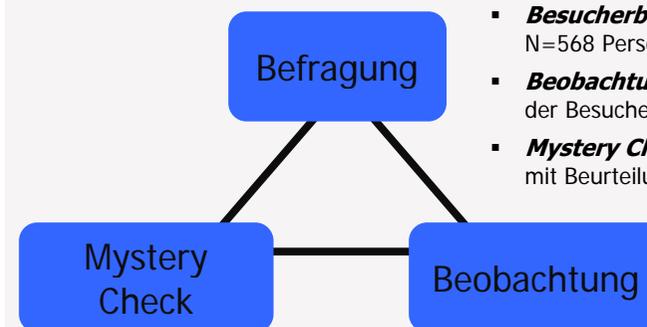


Quelle: Vulkanhaus Strohn 2007

Untersuchungsdesign

Dreistufige Vorgehensweise:

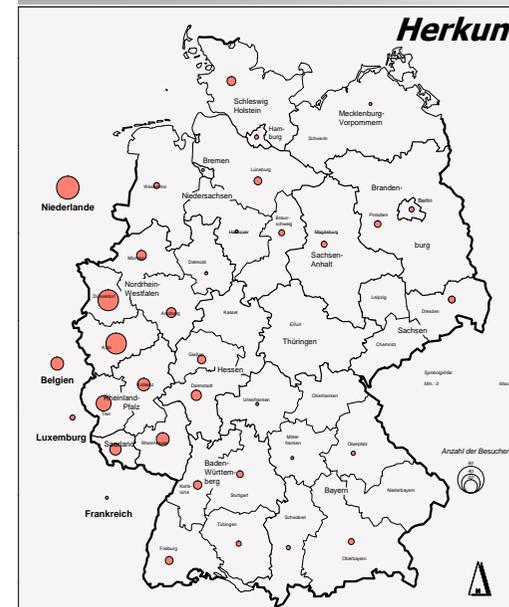
- **Besucherbefragung:**
N=568 Personen
- **Beobachtung**
der Besucher an den Stationen
- **Mystery Check**
mit Beurteilungsbogen der Stationen



Besucherstruktur – Herkunft der Besucher

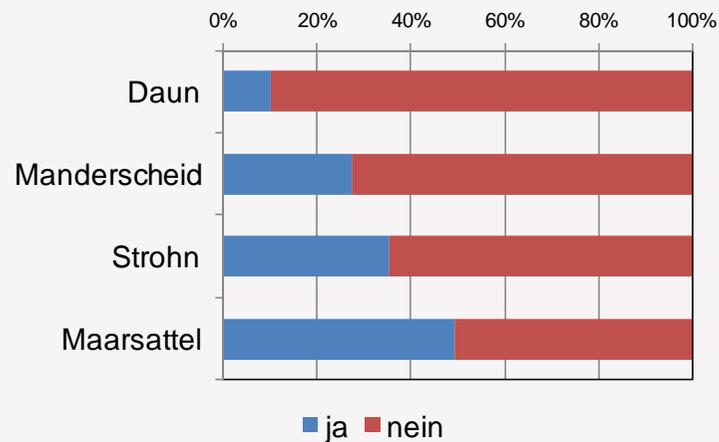
- 81,4 % deutsche Besucher
- 18,6 % ausländische Besucher
 - Davon: Niederlande (11,3 %), Belgien (4,8 %)
 - Rest (2,5 %): Luxemburg (3), Dänemark (2), Frankreich, England, Schweiz und Ungarn jeweils eine Person
- **Anreise**
83,6 % mit dem PKW,
 7,4 % zu Fuß, 3,9 % Fahrrad, 2,6 % Reisebus, 1,9 % Motorrad und nur **0,5 % mit dem ÖPNV**

Herkunft der Übernachtungsgäste:



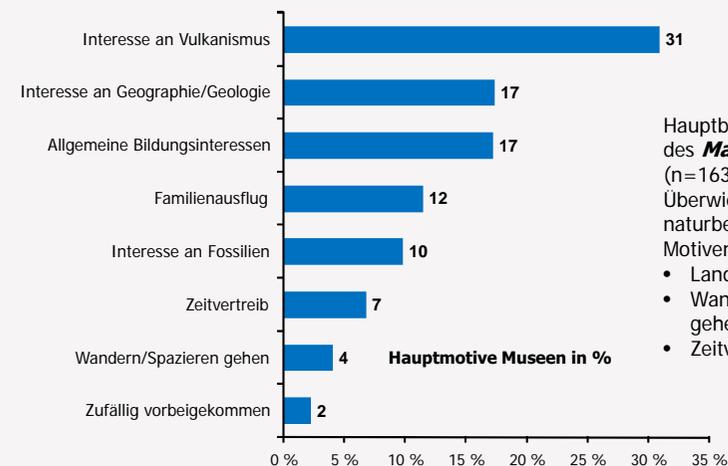
- 72,7 % (N=409 Personen) der Besucher sind Übernachtungsgäste überwiegend aus Deutschland (319):
 - Köln/Bonn
 - Düsseldorf
 - Trier (Wochenendhäuser)
 - Koblenz
 - Rheinhessen
 - Saarland
- Übernachtungsgäste haben einen größeren Einzugsbereich: überdurchschnittlich aus West- und unterdurchschnittlich aus Ostdeutschland
- aus dem Ausland vorwiegend aus den Niederlanden (62) und 21 aus Belgien

Persönliche Empfehlung als Qualitätsindikator



N=568

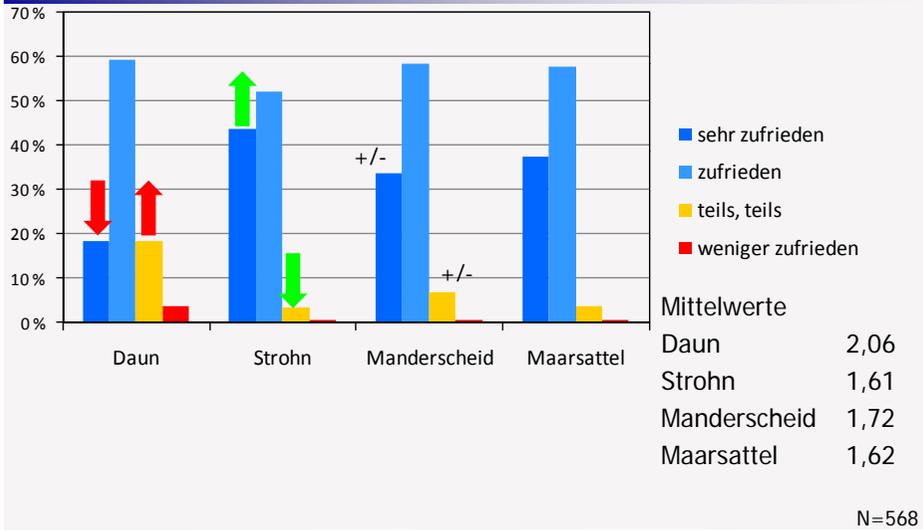
Motivation für den Besuch



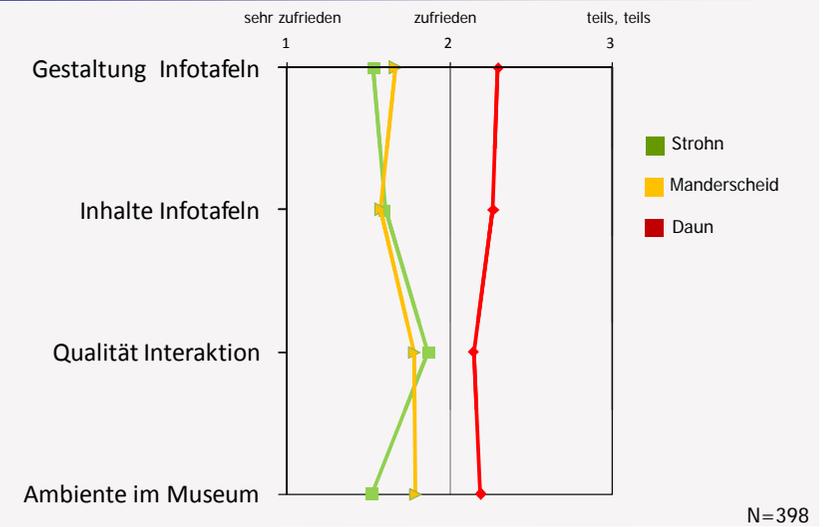
Hauptbesuchsmotive des **Maarsattels** (n=163)
Überwiegen von naturbezogenen Motiven wie:
 • Landschaft/Aussicht,
 • Wandern/Spazieren gehen und
 • Zeitvertreib

N=405

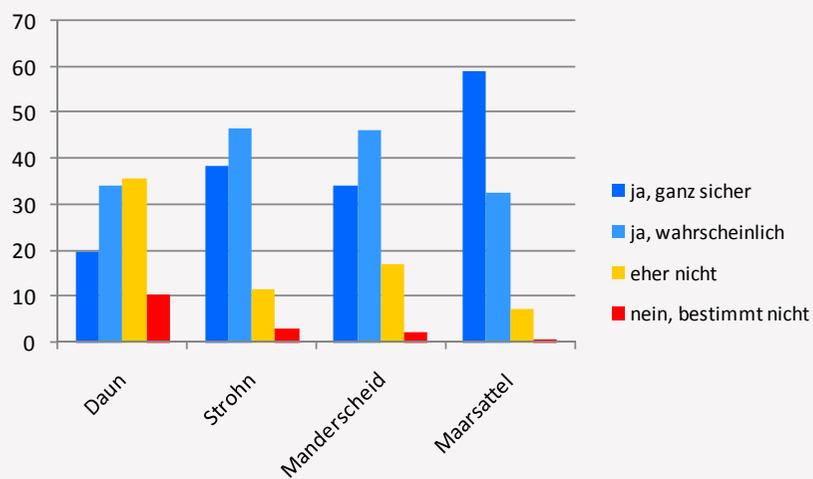
Geäußerte Gesamtzufriedenheit



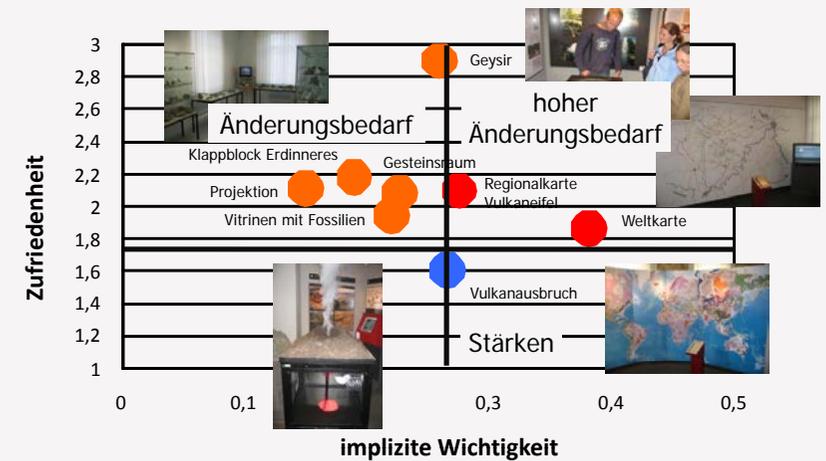
Zufriedenheit mit Einzelaspekten



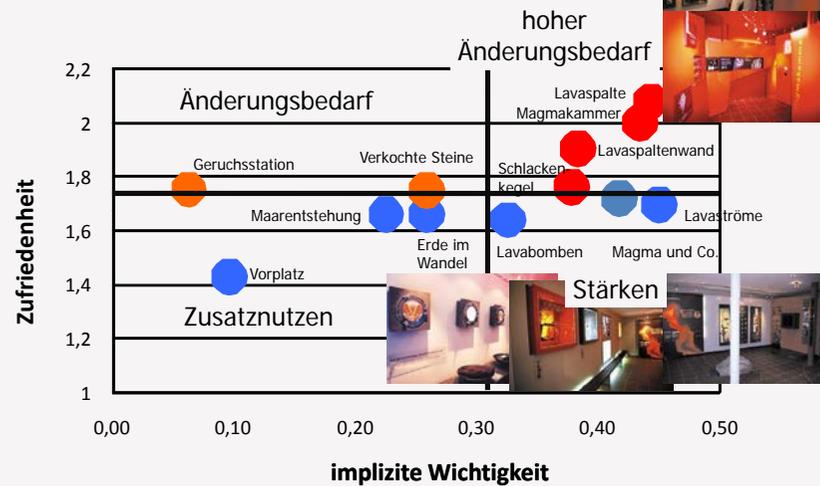
Wiederbesuchsabsicht



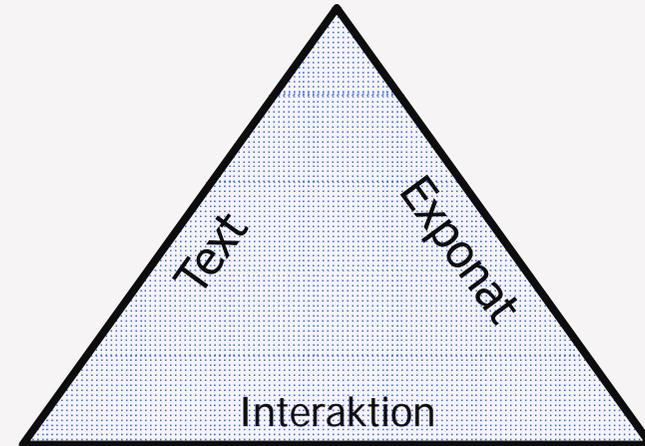
Handlungsrelevanzmatrix Stationen Daun



Handlungsrelevanzmatrix Stationen Strohn



Setting für Beobachtung / Mystery Check



Daun: Station Weltkarte mit Bildschirm

Befragung:

- Mittelwert der Zufriedenheit 1,9



Beobachtung:

- regte etwa 50 % der Besucher zur intensiven Interaktion an
- bei über 50 % der Besucher führte die Station zu intensiver interner Kommunikation

Mystery-Check:	Mittelwert
Lesbarkeit der Texte	3,1
Inhalt der Informationstafeln	2,4
Gestaltung der Informationstafeln	2,8
Weckt Neugier auf Entdeckung	2,7
Qualität der Interaktion	2,8
Gesamtbewertung	2,8

Daun: Station Simulation Vulkanausbruch

Befragung:

- Mittelwert der Zufriedenheit 1,6
- Kinder waren fasziniert/begeistert
- Vulkanausbruch als Highlight des Museums, vor allem für Kinder



Beobachtung:

- der Vulkanausbruch ist der größte optische Stimuli im Museum
- keine Nutzungshinweise oder Erklärungen
- 50 % der Personen regte der Vulkanausbruch zu intensiver Interaktion an, dabei handelte es sich überwiegend um Kinder

Mystery Check:	Mittelwert
Lesbarkeit der Texte	3,9
Inhalt der Informationstafeln	4,0
Gestaltung der Informationstafeln	4,0
Weckt Neugier auf Entdeckung	2,6
Qualität der Interaktion	2,2
Gesamtbewertung	3,3

Daun: Station Geysir/Wallenborn

Befragung:

- 31,2 % der Befragten haben den Geysir nicht wahrgenommen
- Mittelwert der Zufriedenheit 2,9
- Geysir an allen Befragungs- und Besuchstagen funktionsuntüchtig!
- Deswegen keine relevanten Beobachtungen

Beobachtung:

- Keine bewertende Beobachtung bei den Gästen, außer:

?

Mystery Check:	Mittelwert
Lesbarkeit der Texte	3,3
Inhalt der Informationstafeln	2,7
Gestaltung der Informationstafeln	3,3
Weckt Neugier auf Entdeckung	3,2
Qualität der Interaktion	4,5
Gesamtbewertung	3,4



Daun: Station Gesteinsraum

Befragung:

- Mittelwert der Zufriedenheit 2,1
- Uninteressant für Kinder

Mystery-Check:	Mittelwert
Lesbarkeit der Texte	3,3
Inhalt der Informationstafeln	3,2
Gestaltung der Informationstafeln	3,5
Weckt Neugier auf Entdeckung	3,8
Qualität der Interaktion	4,2
Gesamtbewertung	3,6



Beobachtung:

- Diese Station hat am schlechtesten abgeschnitten
- sie regte weder zu interner Kommunikation, noch zu Interaktionen an

Station: Vorplatz (Strohn)

Befragung:

- Mittelwert der Gesamtzufriedenheit: 1,43
- bester Wert aller Museumsstationen

Mystery-Check:

Ermöglicht neue Erfahrungen	2,3
Weckt Neugier auf Entdeckung	2,1
Eignung für Kinder	1,5
Eignung für Gelegenheitsbesucher	2,3
Eignung für Fachbesucher	3,2



Beobachtung:

- Kommt wegen hohem Spielwert bei Kindern gut an
- findet bei schlechtem Wetter wenig Beachtung

Station: Lavabombe (Strohn)

Befragung:

- Mittelwert der Gesamtzufriedenheit: 1,64
- 92 % der Befragten sind zufrieden

Mystery-Check:

Lesbarkeit der Texte	1,7
Präsentation der Exponate	1,7
Qualität der Interaktion	2,2
Inhalt der Informationstafeln	1,7
Gestaltung der Informationstafeln	1,4
Ermöglicht neue Erfahrungen	2,1
Weckt Neugier auf Entdeckungen	2,2
Gesamtbewertung	1,9
Eignung für Kinder	2,4
Eignung für Gelegenheitsbesucher	1,9
Eignung für Fachbesucher	2,5



Beobachtung:

- induziert hohe interne Kommunikation
- Intensive Befassung
- verbrachte Zeit Ø: 5 Minuten

Station: Lavaspaltenwand (Strohn)

Befragung:

- Mittelwert der Gesamtzufriedenheit: 1,90
- 69 % sind sehr zufrieden
- ca. 9 % sind (eher) unzufrieden

Mystery Check:

Lesbarkeit der Texte	2,2
Präsentation der Exponate	1,4
Qualität der Interaktion	2,5
Inhalt der Informationstafeln	2,4
Gestaltung der Informationstafeln	2,1
Ermöglicht neue Erfahrungen	2,5
Weckt Neugier auf Entdeckung	2,4
Eignung für Kinder	3,0
Eignung für Gelegenheitsbesucher	2,3
Eignung für Fachbesucher	2,6



Beobachtung:

- Optische Stimuli werden eher flüchtig wahrgenommen
- fast alle Besucher lesen den Text

Station: Magmakammer (Strohn)

Befragung:

- Mittelwert der Gesamtzufriedenheit: 2,08
- schlechtester Wert aller Museumsstationen

Mystery Check:

Lesbarkeit der Texte	1,5
Präsentation der Exponate	2,0
Qualität der Interaktion	2,1
Inhalt der Informationstafeln	2,0
Gestaltung der Informationstafeln	1,7
Ermöglicht neue Erfahrungen	2,0
Weckt Neugier auf Entdeckung	2,1
Eignung für Kinder	2,0
Eignung für Gelegenheitsbesucher	2,0
Eignung für Fachbesucher	3,0



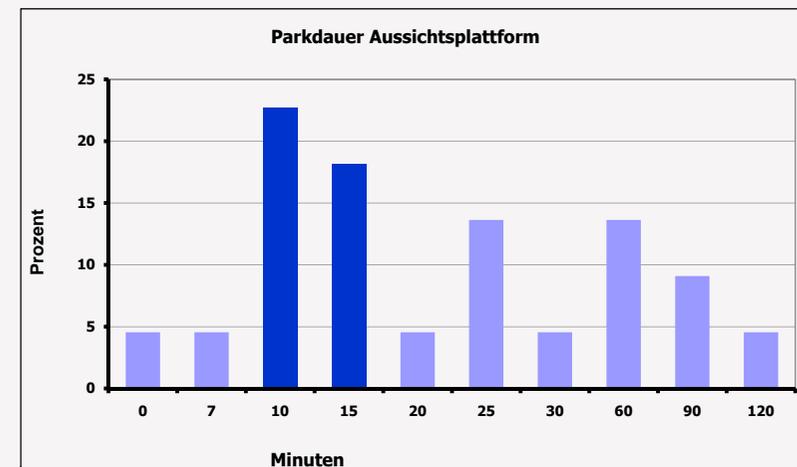
Beobachtung:

- Magmakammer wird von allen Besuchern betreten
- Interne Kommunikation ist hoch (teilweise auch kritische Kommentare)
- Verweildauer relativ gering

Wie viel Zeit verbringen Sie am:

<u>Standort</u>	<u>Minimum</u>	<u>Maximum</u>	<u>Mittelwert</u>
Daun	5 min	120 min	40 min
Strohn	10 min	165 min	58 min
Manderscheid	20 min	135 min	65 min
Maarsattel	15 min	480 min (1440 min)	131 min (140 min)

Parkdauer Maarsattel



Synopse

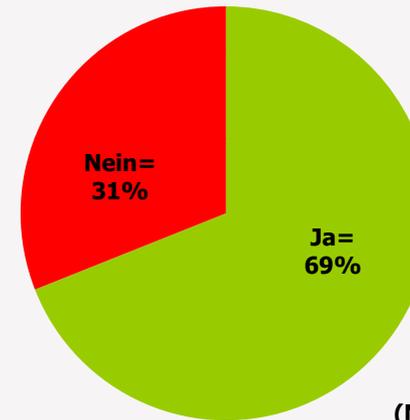
- **Insgesamt relativ schwache Erlebnisorientierung**
- Keine klare Profilbildung bzw. Zielgruppenorientierung (Gemischtwarenladen)
- Daun insgesamt das traditionellste Konzept, wird dementsprechend auch relativ ungünstig bewertet
- Erlebnisorientierung in Strohn ansatzweise am ehesten erkennbar
- Kein Cross-Marketing
- Optionen Profilbildung
 - Strohn: Erlebnisorientierung stärken
 - Manderscheid: Zielgruppe Kinder
 - Daun: interessierte Fachbesucher (50+)

„Deutsche Vulkanstraße“

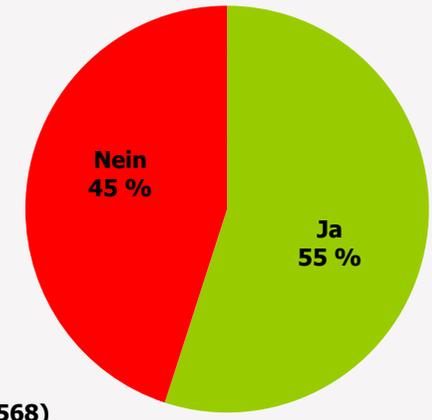
Maare

Deutsche
Vulkanstraße

Bekanntheitsgrad der
"Deutschen Vulkanstraße"?

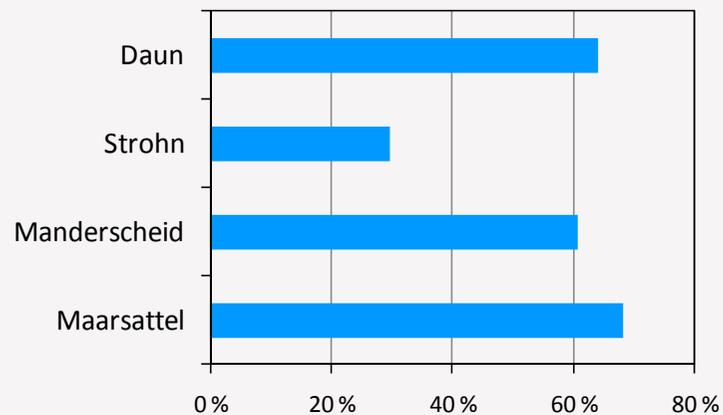


Gewusst dass Sie sich an der
"Dt. Vulkanstraße,, befinden?



(N=568)

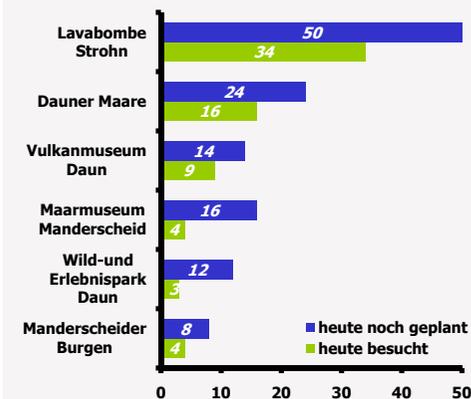
Keine weiteren Aktivitäten an Vulkanstraße



N=568

Welche Ziele an der Vulkanstraße haben Sie besucht bzw. besuchen Sie heute noch (häufigste Nennungen):

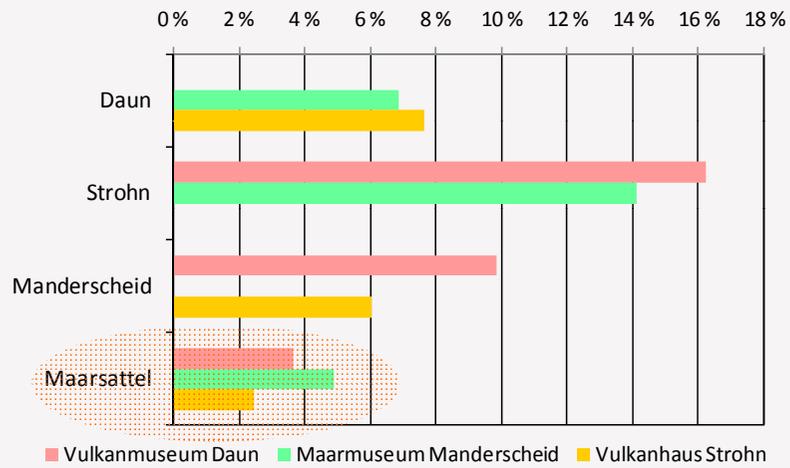
Gäste in Strohn (N=142)



Weitere Nennungen:

- Pulvermaar (37)
- Holzmaar (19)
- **Lacher See (17)**
- Meerfelder Maar (7)
- Immerather Maar (6)
- **Lavadom Mendig / Dt. Vulkanmuseum (6)**

Besuche der (anderen) Museen



N=568

Fazit

- **Weitgehend traditionelle Angebotskonzeption**
- **Insgesamt geringe Erlebnisorientierung**

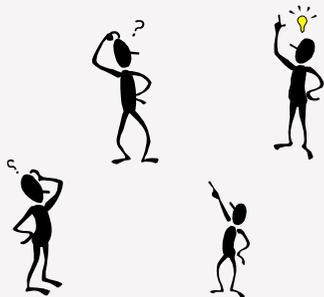
- **Wenig Wechselbeziehungen zwischen Indoor- und Onsite-Attraktionen**

- **Deutsche Vulkanstraße wird nur begrenzt wahrgenommen**

- **Kaum als Kette von geotouristischen Attraktionen erfahren**

- **Handlungsbedarf**
 - Qualität der Aufbereitung
 - Verstärkung der Kooperation
 - innerhalb European Geopark Vulkaneifel
 - mit östlicher Vulkaneifel

Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit ...



... und freue mich auf
eine angeregte
Diskussion