

Otto-Friedrich-Universität Bamberg



Universität Bamberg

Lehrstuhl Geographie I

Dr. Sebastian Scholl
Julia Wengierek

Kurzbericht zu einer Befragung

Tourismusbewertung und -bewertung der Bamberger
Bevölkerung

Inhalt

1. Methodisches Vorgehen	5
1.1 Konzeption des Fragebogens	5
1.2 Datenqualität und Auswertungsprozess	5
2. Empirische Befunde – Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung.....	7
2.1 Soziodemographische Angaben	7
2.2 Tourismuswahrnehmung und -bewertung	11
3. Analyse ausgewählter Zusammenhänge	36
3.1 Zusammenhang zwischen Wissen über tourismuspolitische Maßnahmen und Tourismusakzeptanz.....	36
3.1.1 Motivation und Forschungsfrage.....	36
3.1.2 Korrelationsanalyse	36
3.1.3 Interpretation	39
3.2 Einfluss des Wohnorts auf die Tourismusakzeptanz	40
3.2.1 Motivation und Forschungsfrage.....	40
3.2.2 Räumliche Differenzierung	40
3.2.3 Korrelationsanalyse	41
3.2.4 Interpretation	44
4. Implikationen für das Tourismusmanagement in Bamberg.....	46
4.1 Handlungsfeld 1: Kommunikation und Partizipation gemeinsam denken.....	46
4.2 Handlungsfeld 2: Räumliche Differenzierung als Leitprinzip eines nachhaltigen Tourismusmanagements	47
5. Fazit	50
Literaturverzeichnis	52

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Geschlechterverteilung	7
Abbildung 2: Altersklassen	7
Abbildung 3: Quartiere in der Stadt Bamberg	9
Abbildung 4: Wohnorte der Befragten.....	10
Abbildung 5: Wohndauer in Bamberg	11
Abbildung 6: Einschätzung der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus.....	11
Abbildung 7: Einschätzung des Tourismusaufkommens.....	12
Abbildung 8: Karte touristischer Hotspots in Bamberg	13
Abbildung 9: Orte mit zu hohem Tourismusgeschehen.....	14
Abbildung 10: Zufriedenheit mit dem Tourismusmanagement	15
Abbildung 11: Bekanntheit von umgesetzten Maßnahmen zum Management des Tourismusgeschehens	16
Abbildung 12: Maßnahmenvorschläge zur Verbesserung des Tourismusgeschehens.....	17
Abbildung 13: Offene Angaben zu weiteren Maßnahmenvorschlägen	19
Abbildung 14: Vorteile des Tourismus aus Sicht der Befragten	20
Abbildung 15: Offene Angaben zu wahrgenommenen Vorteilen des Tourismus.....	21
Abbildung 16: Wahrgenommene Herausforderungen des Tourismus.....	22
Abbildung 17: Offene Angaben zu wahrgenommenen Herausforderungen des Tourismus ..	23
Abbildung 18: Persönliche Wahrnehmung des Tourismusgeschehens in Bamberg.....	25
Abbildung 19: Wahrnehmung des persönlichen Kontakts mit Touristinnen und Touristen	26
Abbildung 20: Zufriedenheit mit dem Management der Besucherströme	27
Abbildung 21: Bereiche des Tourismusmanagements in denen sich Bürger mehr Informationen wünschen	28
Abbildung 22: Offene Angaben zum Wunsch nach Informationen zum Tourismusmanagement	29
Abbildung 23: Alltägliche Einschränkungen durch den Tourismus	30
Abbildung 24: Offene Angaben zu Bereichen der alltäglichen Beeinträchtigungen durch Tourismus	31
Abbildung 25: Zufriedenheit mit bisherigen Möglichkeiten zur Partizipation an der Tourismusplanung.....	32
Abbildung 26: Bisher genutzte Form der Partizipation	33
Abbildung 27: Offene Angaben zu bisher genutzten Formen der Partizipation	34
Abbildung 28: Zukünftig gewünschte Formen der Mitwirkung	34

Abbildung 29: Offene Angaben zu zukünftig gewünschten Formen der Mitwirkung	35
Abbildung 30: Einschätzung der Touristenanzahl nach Wissen über tourismuspolitische Maßnahmen	37
Abbildung 31: Kritische Einstellung gegenüber dem Tourismus nach Wissen über tourismuspolitische Maßnahmen	38
Abbildung 32: Bewertung der Touristenanzahl nach Wohnort	41
Abbildung 33: Grundeinstellung gegenüber Tourismus nach Wohnort	42
Abbildung 34: Wahrgenommene Belastung nach Wohnort.....	43

1. Methodisches Vorgehen

1.1 Konzeption des Fragebogens

Im Rahmen des Seminars „Quantitative Methoden“ des Lehrstuhls Geographie I (Kulturgeographie) der Otto-Friedrich-Universität Bamberg wurde im Wintersemester 2025/2026 eine standardisierte quantitative Befragung durchgeführt, um die subjektive Wahrnehmung sowie Bewertung des Tourismus durch die Bamberger Bevölkerung zu untersuchen.¹ Ziel der Befragung war es, die wahrgenommene Intensität des Tourismus und dessen Auswirkungen auf den Alltag abzufragen, zentrale Probleme im Zusammenhang mit dem Tourismus zu identifizieren sowie die Bekanntheit von tourismuspolitischen Maßnahmen zu untersuchen. Folgende Fragestellungen wurden dazu in Absprache mit dem Tourismus- und Kongressservice Bamberg (TKS) und den Seminarteilnehmenden aufgestellt:

- Wie nimmt die lokale Bevölkerung das touristische Geschehen in Bamberg im Winter 25/26 wahr?
- Wie bewertet die Bevölkerung die Auswirkungen durch den Tourismus für die Stadt und ihre Bevölkerung?
- Wie lässt sich der Tourismus zukünftig gestalten?

Der Fragebogen gliedert sich in einen kurzen Einleitungsteil sowie mehrere thematische Frageblöcke. Der umfangreiche Fragenblock zur Tourismuswahrnehmung und -bewertung umfasst hauptsächlich geschlossene und halboffene Fragen, um eine hohe Verständlichkeit, gute Vergleichbarkeit der Antworten und eine effiziente Auswertung zu gewährleisten. Im anschließenden soziodemographischen Abschnitt werden Alter, Geschlecht, Wohnquartier und Wohndauer in Bamberg erfasst.

1.2 Datenqualität und Auswertungsprozess

Die Datenerhebung erfolgte im Zeitraum vom 18.12.2025 bis zum 25.01.2026. Die Grundgesamtheit der Untersuchung umfasst die gesamte volljährige Bevölkerung Bambergs. Es handelt sich um eine Teilerhebung auf Basis einer Gelegenheitsstichprobe. Die Erhebung bestand aus einer Kombination aus CAPI (Computer Assisted Personal Interview) und CAWI

¹ Im Interesse einer guten Lesbarkeit wird in diesem Bericht bewusst keine einheitliche Form geschlechtergerechter Sprache verwendet. Je nach Kontext kommen geschlechtsneutrale Formulierungen, Paarformen oder das generische Maskulinum zum Einsatz. Sämtliche Personenbezeichnungen beziehen sich grundsätzlich auf Menschen aller Geschlechter. Die unterschiedlichen Sprachformen dienen ausschließlich der sprachlichen Verständlichkeit und Lesbarkeit des Berichts.

(Computer Assisted Web Interview). Einerseits wurden dazu Passantinnen und Passanten in den zuvor festgelegten Befragungsgebieten persönlich von den Seminarteilnehmenden vor Ort befragt, andererseits war die Umfrage online über einen QR-Code zugänglich. Um möglichst alle Bereiche des Stadtgebietes einzubeziehen, wurde auf die durch die städtische Sozialplanung festgelegten 20 Sozialräume (Quartiere) Bambergs zurückgegriffen, wobei in jedem Quartier Plakate mit dem QR-Code zum Online-Fragebogen verteilt wurden. Ergänzend erfolgte die Rekrutierung über Veröffentlichungen in lokalen Medien, beispielsweise in der Tageszeitung „Fränkischer Tag“ sowie über soziale Medien.

	Bevölkerung (Quelle: (Bayerisches Landesamt für Statistik (LfStat), 2025)	Rücklauf
Einwohnerinnen und Einwohner (Bevölkerung ab 18 Jahren)	65 620	561
Geschlecht (Bevölkerung ab 18 Jahren)	männlich: 48,75 % weiblich: 51,25 %	männlich: 39,6 % weiblich: 60,0 % divers: 0,4 %
Durchschnittsalter (Gesamtbevölkerung)	gesamt: 43,1 Jahre männlich: 41,3 Jahre weiblich: 44,8 Jahre	gesamt: 50,2 Jahre männlich: 50,6 Jahre weiblich: 50,0 Jahre divers: 54 Jahre

Tabelle 1: Übersicht zum Vergleich der Stichprobe und der Bamberger Bevölkerung

Insgesamt konnten 561 gültige Fragebögen in die Auswertung einbezogen werden, was rund 0,85 % der volljährigen Bamberger Gesamtbevölkerung entspricht. Neben der Volljährigkeit war ein Wohnsitz in Bamberg das einzige weitere Einschlusskriterium, um an der Befragung teilnehmen zu können (vgl. Tab. 1).

2. Empirische Befunde – Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung

2.1 Soziodemographische Angaben

Die Auswertung der vier erhobenen soziodemographischen Merkmale verdeutlicht, dass Frauen mit einem Anteil von 60% ($n_i = 336$) in der Stichprobe etwas häufiger vertreten sind als Männer (vgl. Abb. 1). Zudem liegt das Durchschnittsalter der Befragten mit 50,2 Jahren knapp acht Jahre über dem der Gesamtbevölkerung Bambergs. Dies ist unter anderem auf das für die Befragung festgelegte Mindestalter von 18 Jahren zurückzuführen.

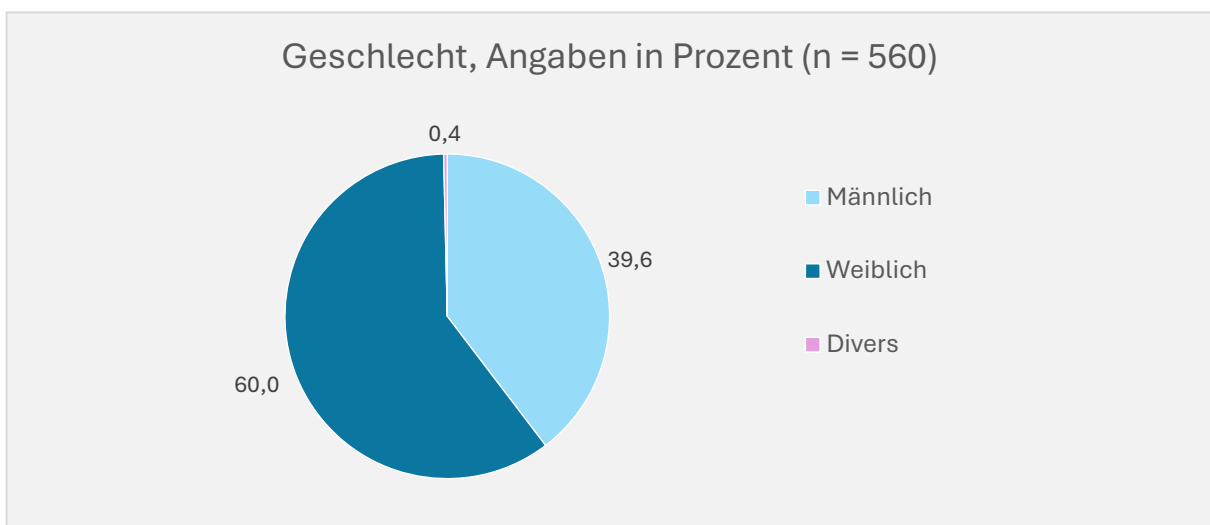


Abbildung 1: Geschlechterverteilung

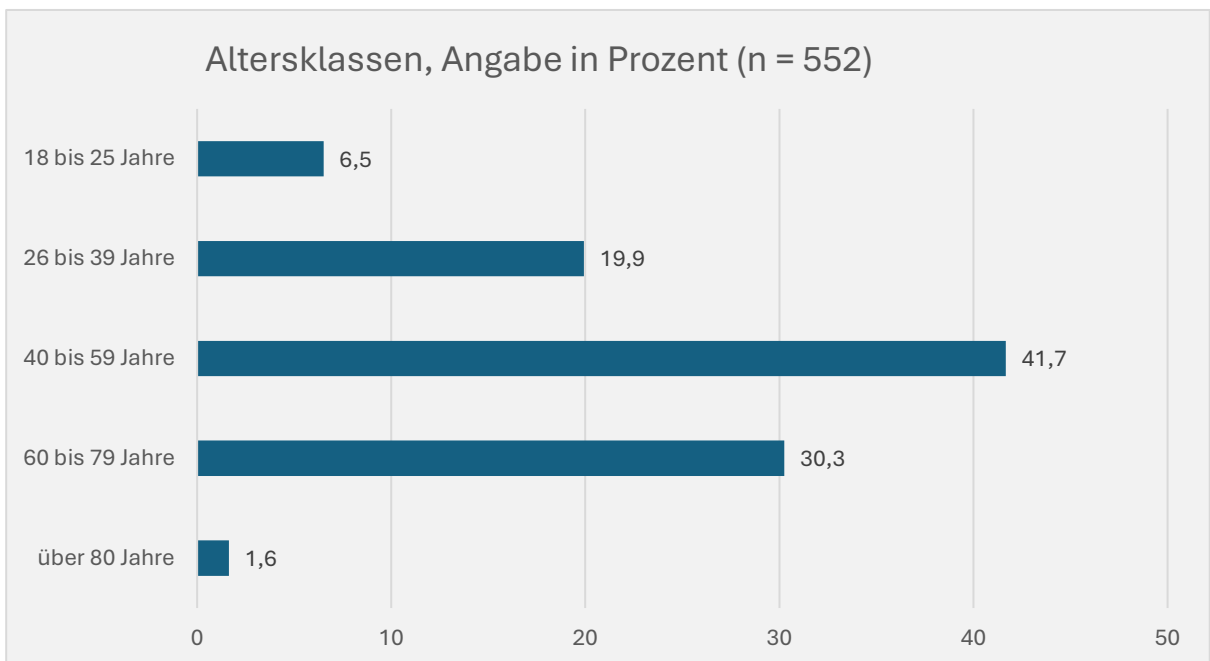
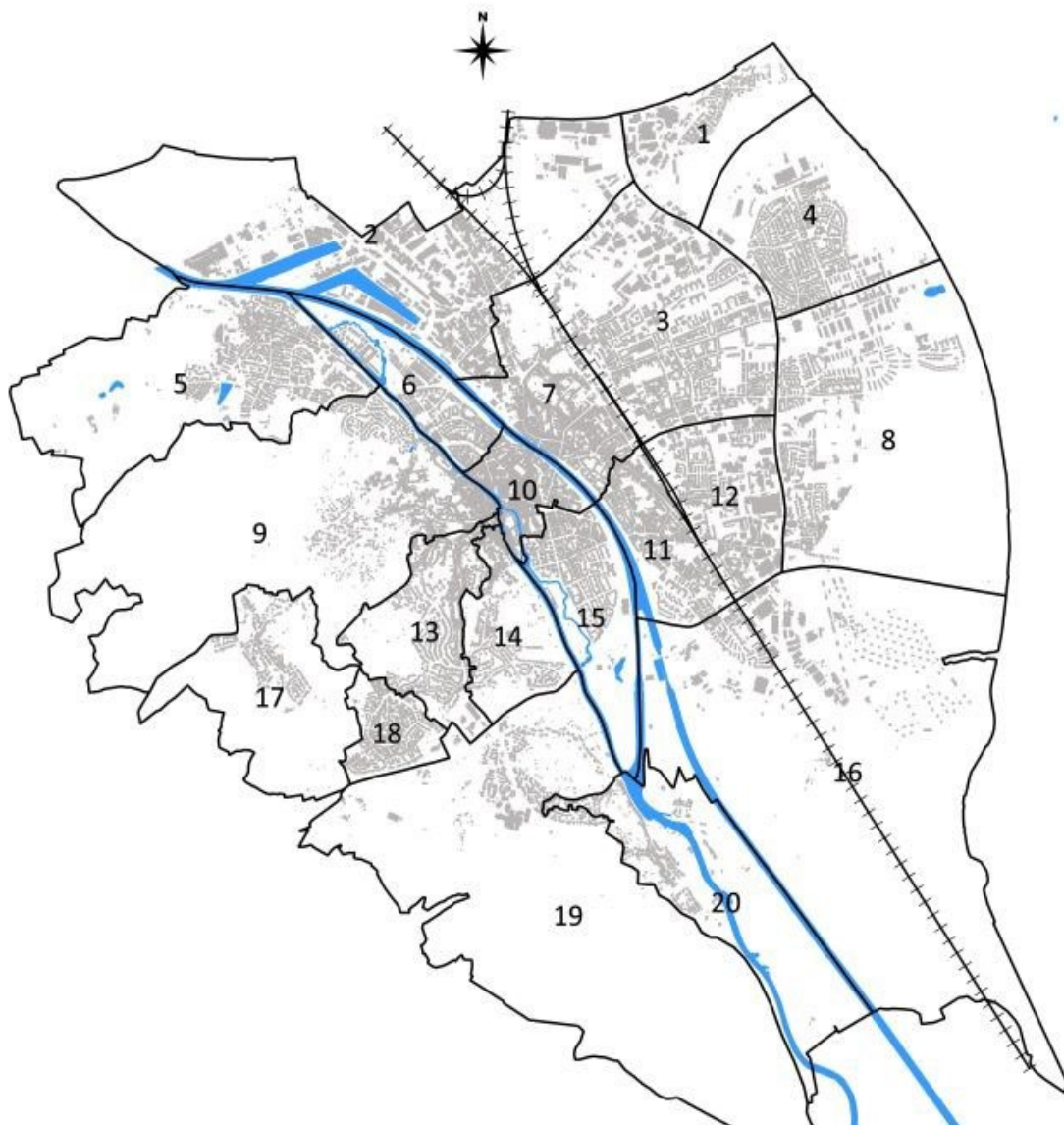


Abbildung 2: Altersklassen

Die ersten beiden Altersklassen der Bevölkerung (18-25, 26-39) sind in der Stichprobe leicht unterrepräsentiert, demgegenüber sind die beiden weiteren Altersklassen leicht überrepräsentiert (vgl. Abb. 2, Landesamt für Statistik 2025).

Trotz der Verteilung der Plakate mit dem QR-Code zur Teilnahme an der Studie in allen Quartieren Bambergs durch die Seminarteilnehmenden fällt bei den Wohnorten der befragten Personen auf, dass die zentralen, innenstadtnahen Quartiere überproportional zur Einwohnerzahl vertreten sind. Besonders Quartiere mit stärkerer ländlicher Prägung wie Bug ($p_i = 0,5 \%$; $h_i = 3$), Wildensorg ($p_i = 0,7 \%$; $h_i = 4$) oder Kramersfeld ($p_i = 1,1 \%$; $h_i = 6$) wurden hingegen selten angegeben (vgl. Abb. 3, Abb. 4). Eine mögliche Erklärung hierfür könnte sein, dass der Tourismus den Alltag und die Lebensqualität der dort lebenden Bevölkerung in geringerem Maße beeinflusst und die Teilnahmebereitschaft an einer Befragung zu diesem Thema dadurch geringer ausfiel. Die Innenstadt wurde mit $15,9 \%$ ($h_i = 88$) am häufigsten als Wohnort angegeben. Bei der Interpretation der Ergebnisse muss folglich beachtet werden, dass die Stichprobe keinen Anspruch auf Repräsentativität stellt und es nicht auszuschließen ist, dass die Ergebnisse durch die überproportionale Teilnahme von Bewohnerinnen und Bewohnern der Innenstadt tendenziell eine etwas kritischere Bewertung des Tourismus widerspiegeln könnten als im Durchschnitt im gesamten Stadtgebiet. Ob dieser Zusammenhang tatsächlich in der vorliegenden Stichprobe empirisch bestätigt werden kann, wird in Kapitel 3.2 untersucht.



- ☐ 1 Kramersfeld
- ☐ 2 Bamberg-Nord
- ☐ 3 Bamberg-Ost/Lagarde
- ☐ 4 Gartenstadt
- ☐ 5 Gaustadt
- ☐ 6 Nördliche Insel
- ☐ 7 Gärtnerstadt
- ☐ 8 Volkspark
- ☐ 9 Michaelsberg/Sand
- ☐ 10 Innenstadt
- ☐ 11 Wunderburg/Hochgericht

- ☐ 12 Starkenfeld/Malerviertel
- ☐ 13 Kaulberg
- ☐ 14 Stephansberg
- ☐ 15 Hain
- ☐ 16 Gereuth/Südflur
- ☐ 17 Wildensorg
- ☐ 18 Südwest
- ☐ 19 Bruderwald
- ☐ 20 Bug

☐ Falls Sie Ihren Wohnort nicht zuordnen können, geben Sie bitte Ihren Straßennamen an:

Abbildung 3: Quartiere in der Stadt Bamberg

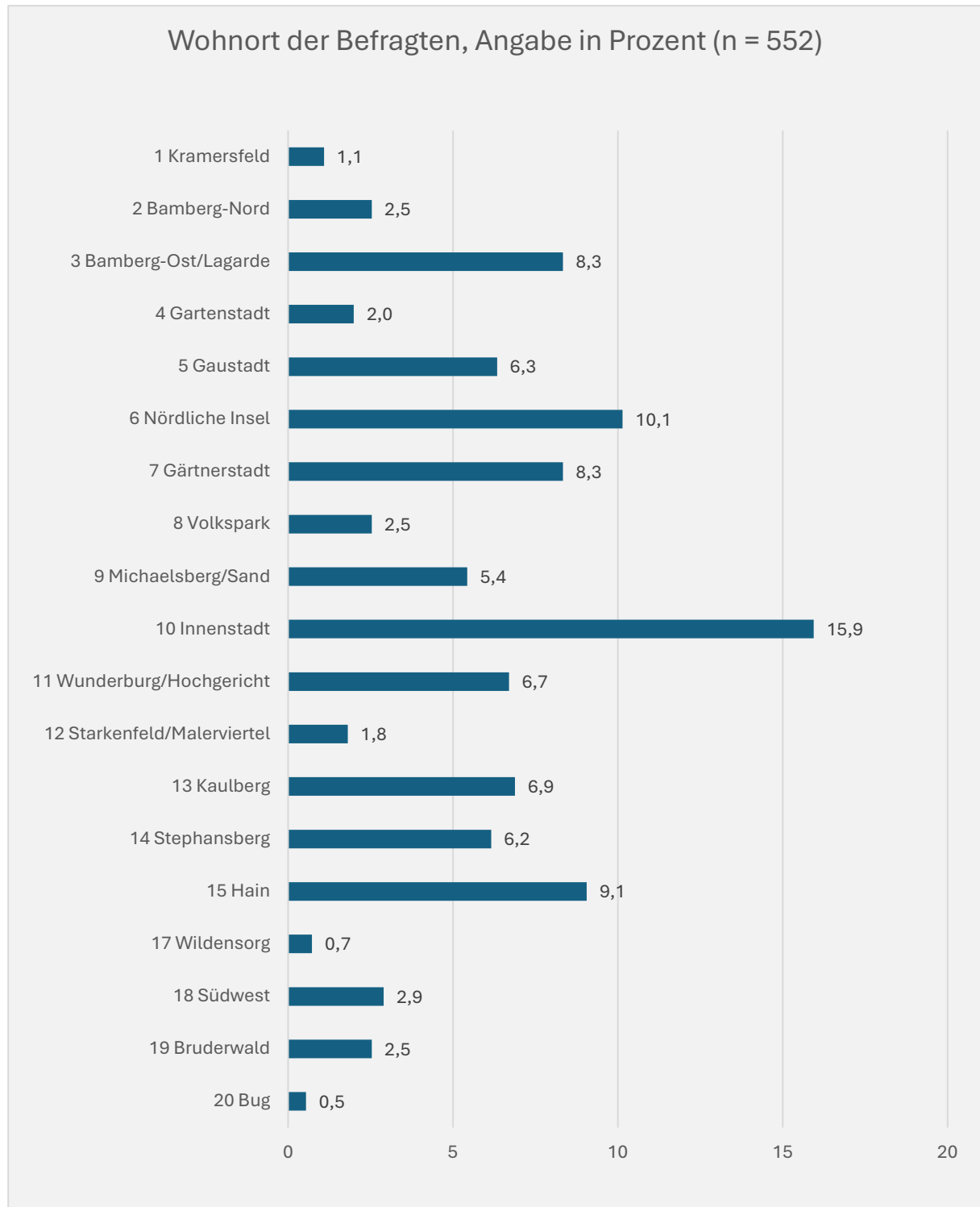


Abbildung 4: Wohnorte der Befragten

Bei der Wohndauer der befragten Personen gaben mehr als drei Viertel der Befragten an, mindestens 10 Jahre in Bamberg zu leben (76 %) (vgl. Abb. 5). Das letzte Viertel teilt sich zu ähnlichen Teilen unter „1 - 5 Jahre“ (12,5 %) und „6 - 10 Jahre“ (10,2 %) auf. Weniger als ein Jahr in Bamberg leben lediglich 1,3 % der Befragten.

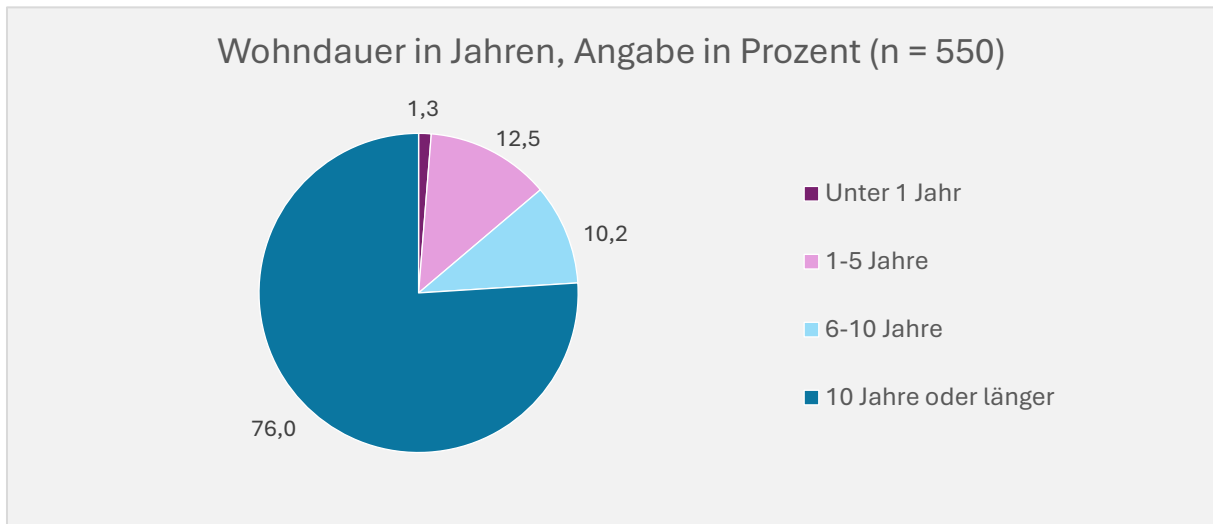


Abbildung 5: Wohndauer in Bamberg

2.2 Tourismuswahrnehmung und -bewertung

Zu Beginn des Fragebogens wurden die Befragten nach der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus für die Stadt Bamberg befragt (vgl. Abb. 6). Dabei gaben 90,4 % an, den Tourismus als einen bedeutenden Wirtschaftszweig für Bamberg anzusehen. Lediglich 4,8 % verneinten dies, während weitere 4,8 % keine Einschätzung abgaben. Insgesamt verdeutlicht dieses Ergebnis den hohen Stellenwert, den der Tourismus aus Sicht der Befragten für die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt besitzt.

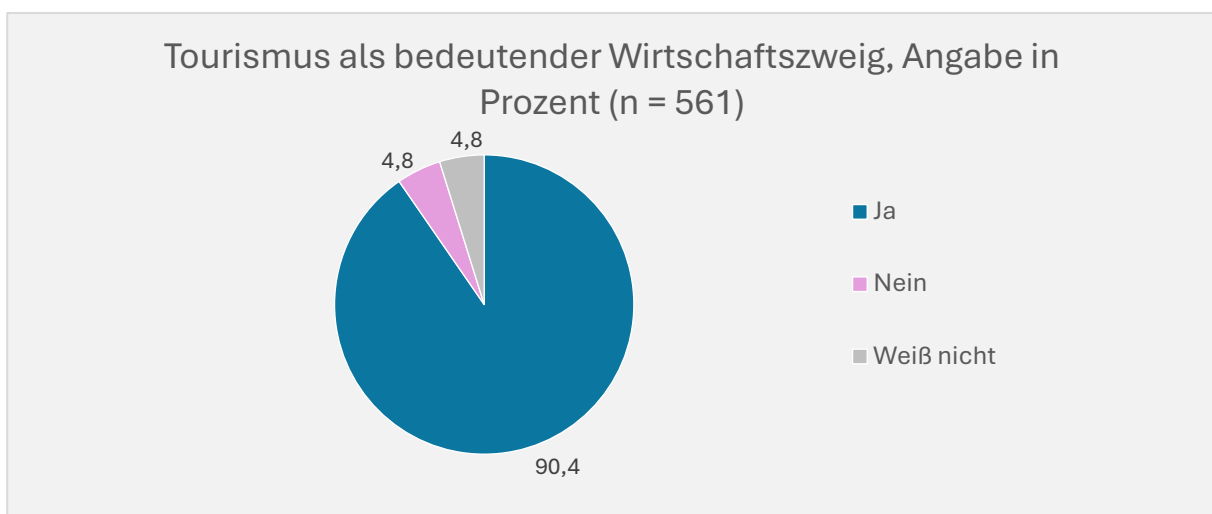


Abbildung 6: Einschätzung der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus

Die zweite Frage erfasst die subjektive Wahrnehmung der aktuellen Touristenanzahl differenziert nach Jahreszeit sowie nach Werktagen und Wochenenden (vgl. Abb. 7). Bereits die Gesamtbewertung weist auf eine eher kritische Einschätzung des Tourismusgeschehens hin. So bewerten 67,9 % der Befragten die derzeitige Anzahl an Touristinnen und Touristen insgesamt als „viel zu hoch“ oder „etwas zu hoch“. Demgegenüber halten rund ein Drittel der Befragten die aktuelle Besucherzahl für „genau richtig“. Nur ein sehr geringer Anteil empfindet sie als „etwas zu niedrig“ oder „viel zu niedrig“.

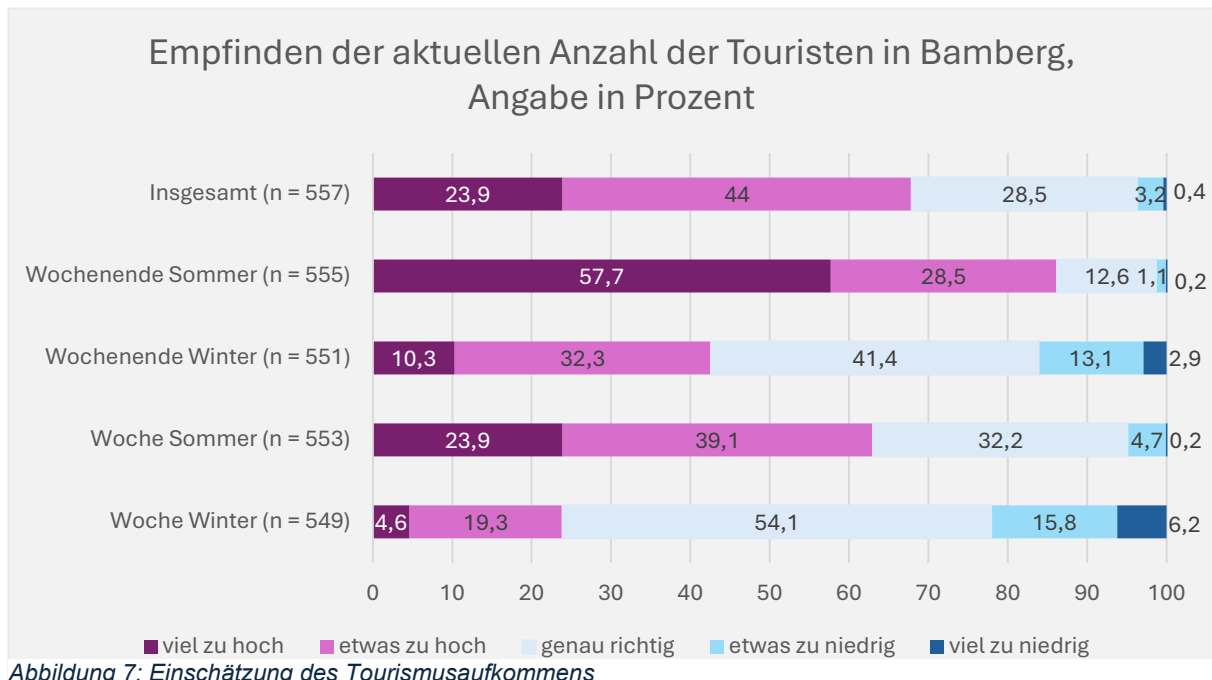


Abbildung 7: Einschätzung des Tourismusaufkommens

Zwischen den einzelnen Zeiträumen zeigen sich deutliche Unterschiede. Die kritischste Bewertung entfällt auf die Sommerwochenenden: Hier geben 86,2 % der Befragten an, die Zahl der Touristinnen und Touristen als zu hoch zu empfinden. Auch während der Sommerwoche überwiegt diese Einschätzung deutlich. Im Winter fällt die Bewertung hingegen weniger kritisch aus. Insbesondere unter der Woche im Winter stellt diese Situation die einzige betrachtete Dimension dar, in der mehr als die Hälfte der Befragten die Touristenanzahl als „genau richtig“ bewertet. Die Ergebnisse weisen somit auf eine ausgeprägte zeitliche Differenzierung der Tourismuswahrnehmung hin, bei der vor allem saisonale Spitzenzeiten sowie Wochenenden als besonders belastend wahrgenommen werden.

Zur Identifikation touristischer Belastungsschwerpunkte wurden die offenen Nennungen der Befragten zu jeweils drei Orten mit aus ihrer Sicht besonders hohem Tourismusaufkommen räumlich zusammengefasst. Hierzu wurden auf Grundlage einheitlicher Radien von 120 beziehungsweise 200 Metern insgesamt neun Kategorien induktiv entwickelt (vgl. Abb. 8, Abb. 9). Die Kategorien eins bis acht sind in der Karte dargestellt, während die neunte Kategorie

alle verbleibenden Nennungen umfasst, die aufgrund ihrer geringen Häufigkeit zur Sammelkategorie „Übrige“ zusammengefasst wurden. Die Verwendung einheitlicher Radien dient dazu, die räumliche Zuordnung möglichst nachvollziehbar und transparent zu gestalten sowie den Einfluss subjektiver Einschätzungen oder nachträglich festgelegter Gebietsgrenzen auf die Auswertung zu minimieren. Dadurch wird eine konsistente und vergleichbare Zusammenfassung räumlich nah beieinanderliegender Ortsnennungen ermöglicht.



Abbildung 8: Karte touristischer Hotspots in Bamberg

Als Mittelpunkt der ersten Kategorie wurde die Kasernstraße gewählt. Der Radius von 120 Metern umfasst einen Großteil des Sandgebiets, den Katzenberg sowie den Uferbereich „Am Leinritt“. Die zweite Kategorie erstreckt sich in einem Umkreis von 120 Metern um die Alte Hofhaltung und schließt den Dom, die Residenz sowie den angrenzenden Rosengarten ein. Der Mittelpunkt der dritten Kategorie liegt am Café Espresso in der Austraße. Hierdurch werden der Kranen, der Grüne Markt sowie Teile der Fußgängerzone erfasst. Da sich die vierte Kategorie außerhalb der historischen Altstadt befindet, wurde hier ein größerer Radius von 200 Metern gewählt. Dieser umfasst die Konzerthalle, den Schiffbauplatz sowie den Markusplatz. Mittelpunkt der fünften Kategorie ist das Residenzschloss Geyerswörth. Innerhalb des 120-Meter-Radius liegen unter anderem das Alte Rathaus, die Obere und Untere Brücke sowie der Obstmarkt und das Gebiet Geyerswörth. Die sechste Kategorie basiert auf einem Radius von 120 Metern um das Studierendenwohnheim Balthasargässchen und schließt unter anderem das Pfahlplätzchen, die Schranne, die Judenstraße sowie

Bereiche des unteren Kaulbergs ein. Ein weiterer Abschnitt der Fußgängerzone wird durch die siebte Kategorie erfasst, deren Mittelpunkt das Neue Rathaus am Maximiliansplatz bildet. Innerhalb des 120-Meter-Radius liegen außerdem die Hauptwachstraße und angrenzende Bereiche. Die achte Kategorie bildet neben der vierten den zweiten Bereich mit einem Radius von 200 Metern. Mittelpunkt ist die Hellerstraße 2, wodurch unter anderem große Teile der Langen Straße, die Theatergassen sowie der Schönleinsplatz erfasst werden.

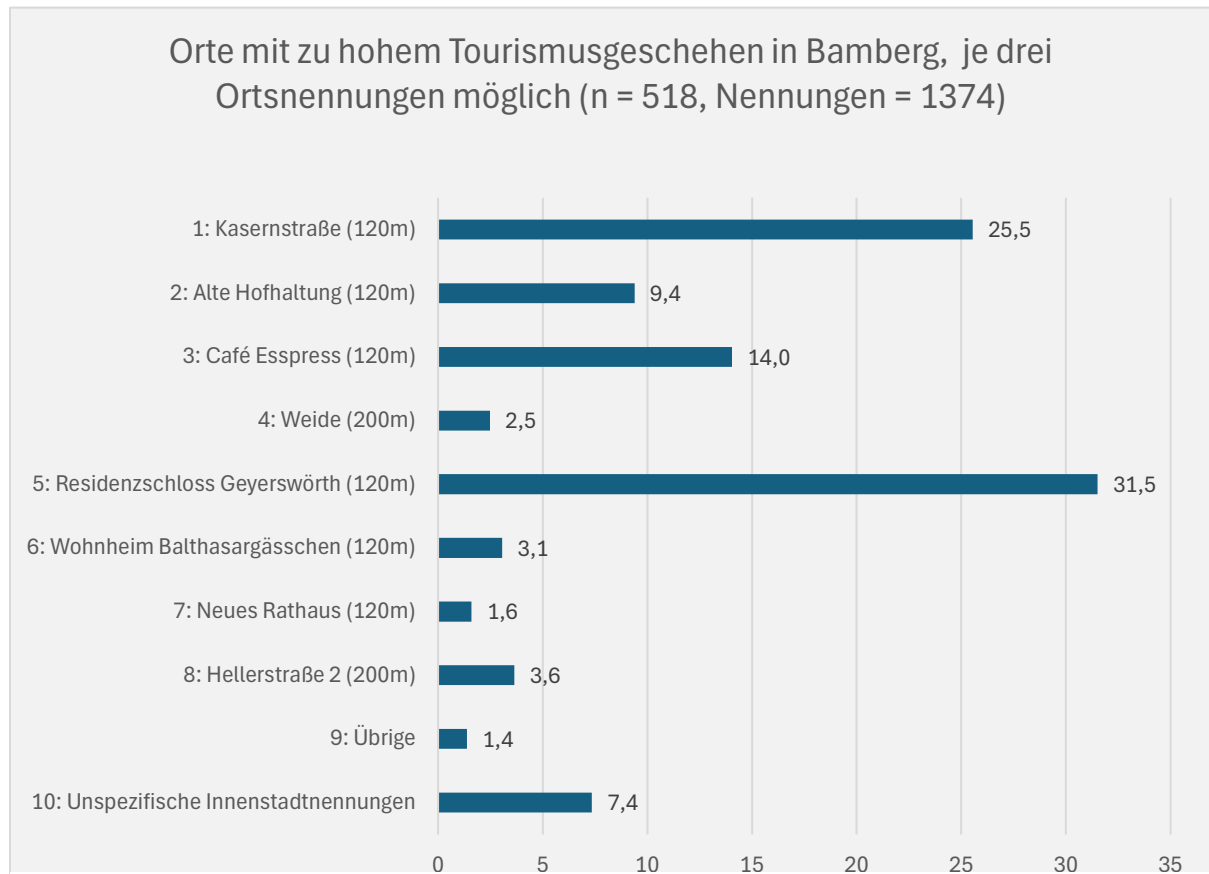


Abbildung 9: Orte mit zu hohem Tourismusgeschehen

Die Auswertung der Ortsnennungen zeigt eine deutliche räumliche Konzentration der wahrgenommenen touristischen Belastung. Mit 31,5 % aller Nennungen wurde die fünfte Kategorie rund um Geyerswörth, das Alte Rathaus und die angrenzenden Brücken am häufigsten genannt. Es folgt die erste Kategorie mit dem Sandgebiet und dem Bereich „Am Leinritt“, auf die 25,5 % der Nennungen entfallen. Weitere 14,0 % der Ortsnennungen beziehen sich auf die dritte Kategorie rund um das Café Esspress und den Bereich der Fußgängerzone.

Bei der Interpretation dieser Ergebnisse ist jedoch zu berücksichtigen, dass 7,4 % der Nennungen keine konkreten Orte, sondern allgemeine Bezeichnungen wie „Innenstadt“, „Altstadt“, „Insel“ oder „Fußgängerzone“ enthielten. Aufgrund dieser fehlenden räumlichen Spezifizierung konnten die Angaben keiner der definierten Kategorien eindeutig zugeordnet werden und wurden deshalb in einer eigenständigen Sammelkategorie zusammengefasst.

Diese unspezifischen Nennungen dürften sich überwiegend auf die zentralen Innenstadtbereiche beziehen und sind daher bei der Interpretation der Belastungsschwerpunkte insbesondere der Kategorien 1, 3, 5 und 7 mitzudenken.

Insgesamt konzentrieren sich die wahrgenommenen touristischen Belastungsschwerpunkte nahezu ausschließlich auf die historische Altstadt sowie die angrenzenden touristischen Kernbereiche. Peripher gelegene Stadtquartiere werden demgegenüber nur vereinzelt genannt.

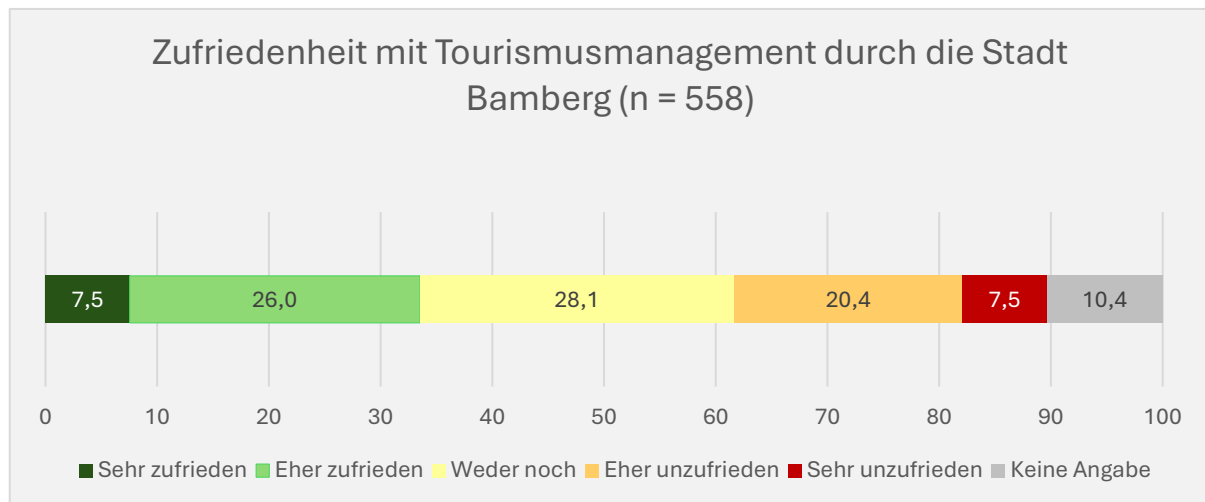


Abbildung 10: Zufriedenheit mit dem Tourismusmanagement

Die Zufriedenheit mit dem Tourismusmanagement der Stadt Bamberg fällt insgesamt differenziert aus (vgl. Abb. 10). Mit 28,1 % der Befragten entfällt der größte Anteil auf die Antwortkategorie „Weder noch“. Weitere 26,0 % geben an, mit dem Tourismusmanagement eher zufrieden zu sein. Demgegenüber äußern sich 27,9 % der Befragten eher oder sehr unzufrieden. Lediglich 7,5 % bewerten das Tourismusmanagement als „sehr zufriedenstellend“, während weitere 10,4 % angeben, hierzu keine Einschätzung abgeben zu können. Insgesamt ergibt sich somit ein überwiegend neutrales bis leicht positives Meinungsbild, gleichzeitig wird jedoch deutlich, dass ein relevanter Teil der Bevölkerung mit dem bisherigen Tourismusmanagement unzufrieden ist.

Zur Einschätzung des Informationsstands der Bevölkerung wurde anschließend die Bekanntheit verschiedener bereits umgesetzter Maßnahmen des Tourismusmanagements erhoben (vgl. Abb. 11). Die Ergebnisse zeigen deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Maßnahmen. Mit Abstand am bekanntesten sind Regelungen zu Stadtführungen, beispielsweise hinsichtlich der Gruppengröße, der Routenführung oder der Ausbildung von Gästeführerinnen und Gästeführern. Diese Maßnahme ist 63,6 % der Befragten bekannt.

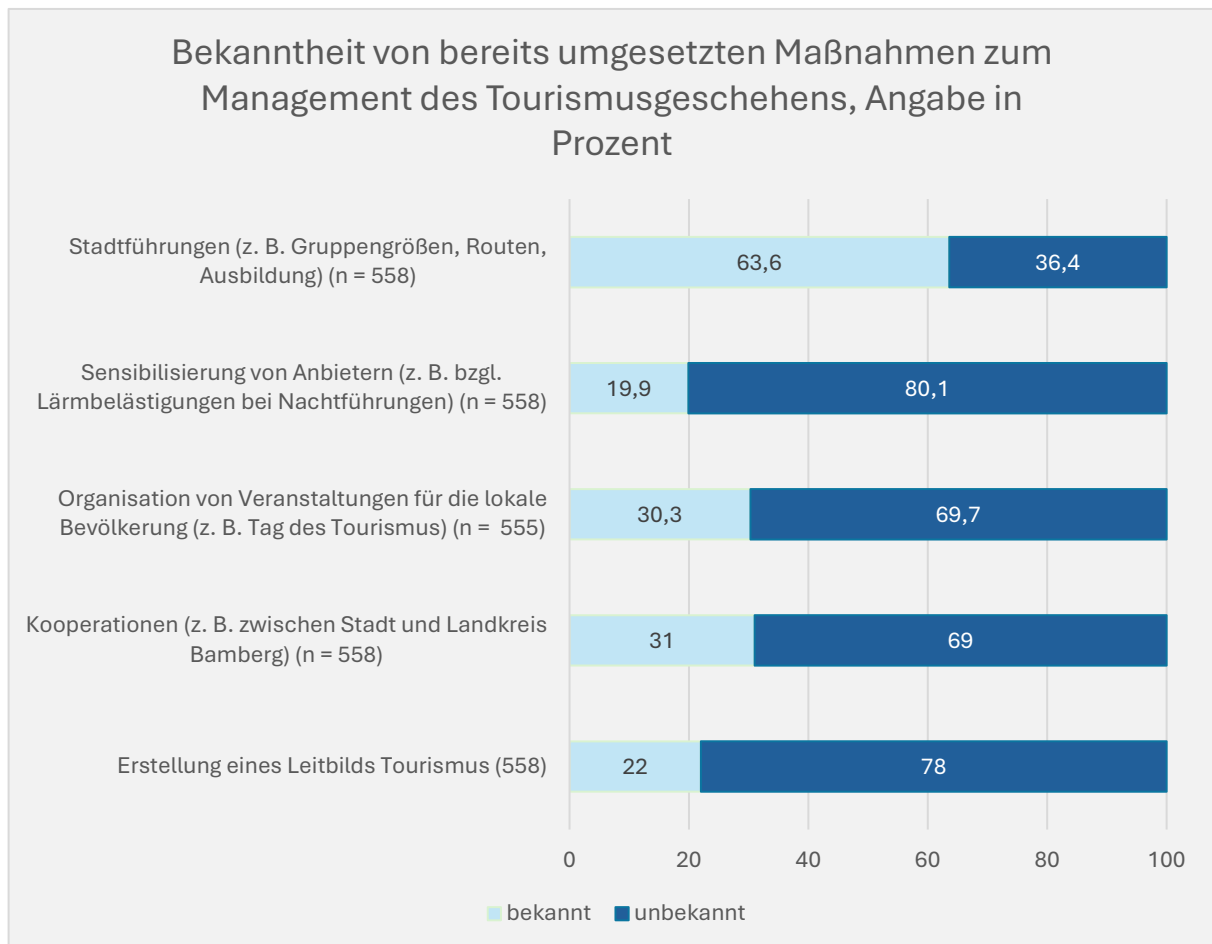


Abbildung 11: Bekanntheit von umgesetzten Maßnahmen zum Management des Tourismusgeschehens

Deutlich geringer fällt die Bekanntheit der übrigen Maßnahmen aus. So kennen lediglich 31,0 % der Befragten Kooperationen zwischen der Stadt und dem Landkreis Bamberg, während 30,3 % bereits von Veranstaltungen für die lokale Bevölkerung – etwa dem „Tag des Tourismus“ – gehört haben. Die Sensibilisierung touristischer Anbieter im Hinblick auf mögliche Beeinträchtigungen, beispielsweise durch Nachtführungen, ist lediglich 19,9 % der Befragten bekannt. Am geringsten ist schließlich der Bekanntheitsgrad des touristischen Leitbildes der Stadt Bamberg. Dieses kennen lediglich 22,0 % der Befragten, während 78,0 % angeben, bislang nichts davon gehört zu haben.

Insgesamt wird deutlich, dass insbesondere Maßnahmen mit unmittelbarer Sichtbarkeit im öffentlichen Raum deutlich bekannter sind als strategische oder konzeptionelle Instrumente

des Tourismusmanagements. Hierzu zählen beispielsweise das touristische Leitbild oder Kooperationen zwischen verschiedenen Akteurinnen und Akteuren. Die Ergebnisse weisen somit auf deutliche Unterschiede im Bekanntheitsgrad einzelner Maßnahmen innerhalb der Bevölkerung hin. Eine Erklärung für diese Unterschiede lässt sich auf Grundlage der vorliegenden Daten jedoch nicht ableiten.

Die sechste Frage erfasst die aus Sicht der Befragten wichtigsten Maßnahmen zur Verbesserung des Tourismusmanagements an touristisch intensiv genutzten Orten (vgl. Abb. 12).



Abbildung 12: Maßnahmenvorschläge zur Verbesserung des Tourismusgeschehens

Da bis zu drei Antwortmöglichkeiten ausgewählt werden konnten, handelt es sich um eine Mehrfachnennung. Die ausgewiesenen Prozentwerte beziehen sich jeweils auf den Anteil der Befragten, die die entsprechende Maßnahme ausgewählt haben. Aus diesem Grund summieren sich die Prozentwerte auf mehr als 100 %.

Mit 60,2 % wird die Regulierung von Kurzzeitvermietungen, beispielsweise von Airbnb oder Ferienwohnungen, am häufigsten als geeignete Maßnahme genannt. Ebenfalls mehr als die Hälfte der Befragten (54,0 %) spricht sich für eine Verbesserung der Besucherlenkung durch räumliche und zeitliche Steuerung aus. Hierzu zählen beispielsweise die Entwicklung alternativer Besucherwege oder die stärkere Einbindung bislang weniger stark frequentierter Quartiere in touristische Angebote.

Mit 48,7 % folgt die stärkere Einbindung der lokalen Bevölkerung, der Wirtschaft sowie der Zivilgesellschaft in die Planung touristischer Maßnahmen. Knapp die Hälfte der Befragten misst diesem Aspekt somit ebenfalls eine hohe Bedeutung bei. Für gezielte Besucherinformationskampagnen zur Sensibilisierung von Besucherinnen und Besuchern sprechen sich 42,8 % aus. Deutlich seltener werden eine weitere Diversifizierung des touristischen Angebots (25,1 %), Verbesserungen des digitalen Monitorings und einer datenbasierten Besuchersteuerung (24,2 %) sowie eine gezieltere Schulung touristischer Anbieter (19,6 %) ausgewählt. Lediglich 3,7 % der Befragten geben an, die vorgeschlagenen Maßnahmen nicht beurteilen zu können.

Insgesamt wird deutlich, dass insbesondere Maßnahmen zur Steuerung touristischer Belastungen, zur Regulierung bestimmter touristischer Nutzungsformen sowie zur stärkeren Beteiligung lokaler Akteurinnen und Akteure von einem großen Teil der Befragten als besonders relevant eingeschätzt werden. Die Ergebnisse geben jedoch keine Auskunft darüber, aus welchen Gründen einzelne Maßnahmen bevorzugt wurden oder welche konkreten Erfahrungen den Bewertungen zugrunde liegen.

Die im offenen Antwortfeld der Kategorie „Sonstige“ genannten Vorschläge wurden im Anschluss induktiv kategorisiert (vgl. Abb. 13). Am häufigsten wird die Begrenzung der Anzahl von Flusskreuzfahrtschiffen genannt. Diese Kategorie umfasst 28,9 % aller offenen Nennungen ($h_i = 22$). Jeweils 14,5 % ($h_i = 11$) entfallen auf die Forderung nach einer stärkeren Regulierung des Alkoholtourismus sowie auf Vorschläge zur Verbesserung der Verkehrs- und Parkraumplanung. Weitere 11,8 % der offenen Nennungen ($h_i = 9$) sprechen sich für eine Reduzierung nationaler und internationaler Werbemaßnahmen für Bamberg aus. Darüber hinaus werden vereinzelt unter anderem eine Begrenzung der Gruppengrößen, stärkere Kontrollmaßnahmen, weniger Großveranstaltungen sowie eine Einschränkung von Freischankflächen vorgeschlagen.

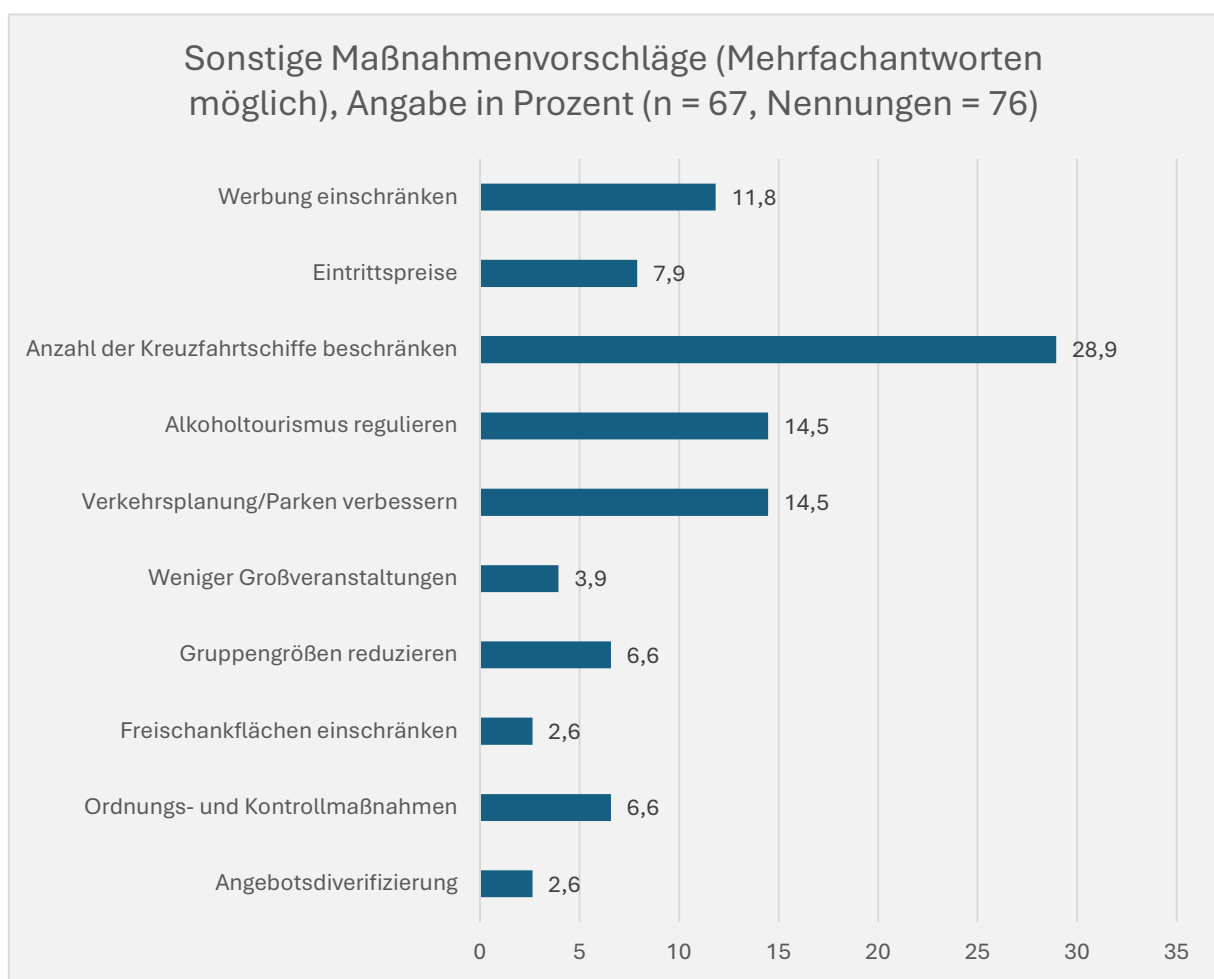


Abbildung 13: Offene Angaben zu weiteren Maßnahmenvorschlägen

Die offenen Antworten verdeutlichen, dass sich die genannten Vorschläge überwiegend auf Maßnahmen beziehen, die eine Reduzierung wahrgenommener Belastungen oder eine gezieltere Steuerung touristischer Aktivitäten zum Ziel haben. Aufgrund der vergleichsweise geringen Zahl offener Nennungen sind diese Ergebnisse jedoch als ergänzende qualitative Hinweise zu verstehen und nicht unmittelbar mit den Ergebnissen der standardisierten Antwortvorgaben vergleichbar.

Frage 7 erfasst die von der Bevölkerung wahrgenommenen positiven Auswirkungen des Tourismus auf die Stadt Bamberg (vgl. Abb. 14). Da mehrere Antwortmöglichkeiten ausgewählt werden konnten, handelt es sich um eine Mehrfachantwortfrage. Die angegebenen Prozentwerte beziehen sich jeweils auf den Anteil der Befragten, die den entsprechenden Vorteil ausgewählt haben.

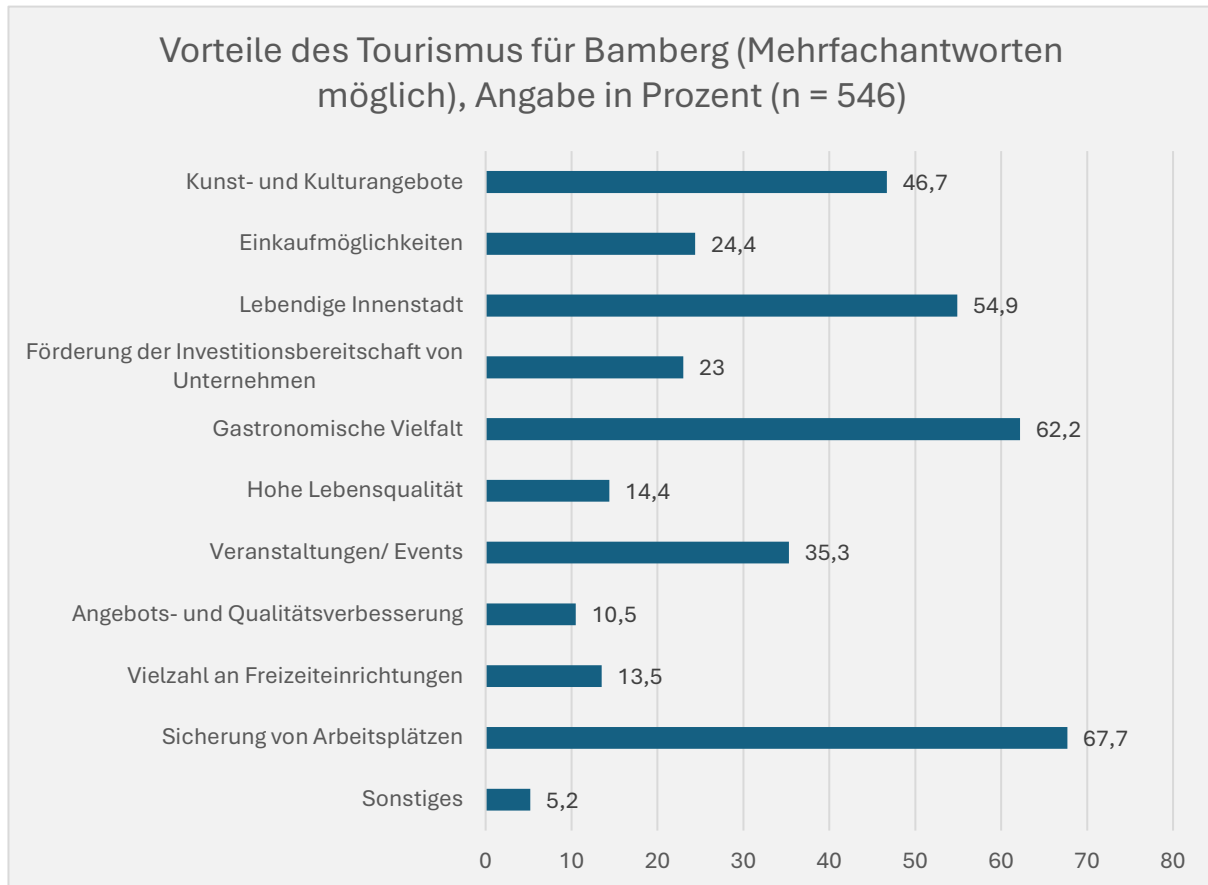


Abbildung 14: Vorteile des Tourismus aus Sicht der Befragten

Am häufigsten wird die Sicherung regionaler Arbeitsplätze als Vorteil des Tourismus genannt. Insgesamt 67,7 % der Befragten wählen diese Antwortmöglichkeit aus und messen damit der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus für den regionalen Arbeitsmarkt einen hohen Stellenwert bei. Ebenfalls häufig werden die gastronomische Vielfalt (62,2 %), eine lebendige Innenstadt (54,9 %) sowie die Kunst- und Kulturangebote (46,7 %) als positive Auswirkungen des Tourismus genannt.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die Befragten den Tourismus nicht ausschließlich als wirtschaftlichen Faktor wahrnehmen. Vielmehr werden auch kulturelle sowie stadtbildprägende Aspekte von einem großen Teil der Bevölkerung als Bereicherung für Bamberg eingeschätzt. Insbesondere die hohe Zustimmung zu den Kategorien „Gastronomische Vielfalt“, „Lebendige Innenstadt“ und „Kunst- und Kulturangebote“ weist darauf hin, dass zahlreiche Befragte den Tourismus mit einer Attraktivitätssteigerung des städtischen Angebots verbinden.

Insgesamt zeigt sich damit, dass die positiven wirtschaftlichen und kulturellen Auswirkungen des Tourismus von einem erheblichen Teil der Bevölkerung anerkannt werden. Gleichzeitig ist zu berücksichtigen, dass diese Ergebnisse die subjektive Wahrnehmung der Befragten widerspiegeln und keine Aussage über das tatsächliche Ausmaß der einzelnen Effekte zulassen.

Die offenen Angaben zu weiteren Vorteilen des Tourismus wurden anschließend induktiv kategorisiert (vgl. Abb. 15). Mit 58,6 % der offenen Nennungen ($h_i = 17$) entfällt der größte Anteil auf Aussagen, nach denen der Tourismus keine weiteren Vorteile für Bamberg mit sich bringe. Diese Antworten verdeutlichen, dass ein Teil der Befragten die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten bereits als ausreichend ansieht oder dem Tourismus grundsätzlich nur wenige beziehungsweise keine positiven Wirkungen zuschreibt.

Weitere 27,6 % der offenen Nennungen ($h_i = 8$) beziehen sich auf den wirtschaftlichen Nutzen des Tourismus, insbesondere auf zusätzliche Einnahmen für die Stadt sowie auf steuerliche Effekte. Jeweils 6,9 % ($h_i = 2$) nennen darüber hinaus den kulturellen Austausch sowie eine Steigerung der Attraktivität Bambergs als weitere positive Auswirkungen des Tourismus.

Aufgrund der vergleichsweise geringen Zahl offener Antworten sind diese Ergebnisse als ergänzende qualitative Hinweise zu verstehen. Sie verdeutlichen insbesondere, welche Aspekte von einzelnen Befragten zusätzlich hervorgehoben wurden, erlauben jedoch keine Rückschlüsse auf ihre Bedeutung innerhalb der Gesamtstichprobe.

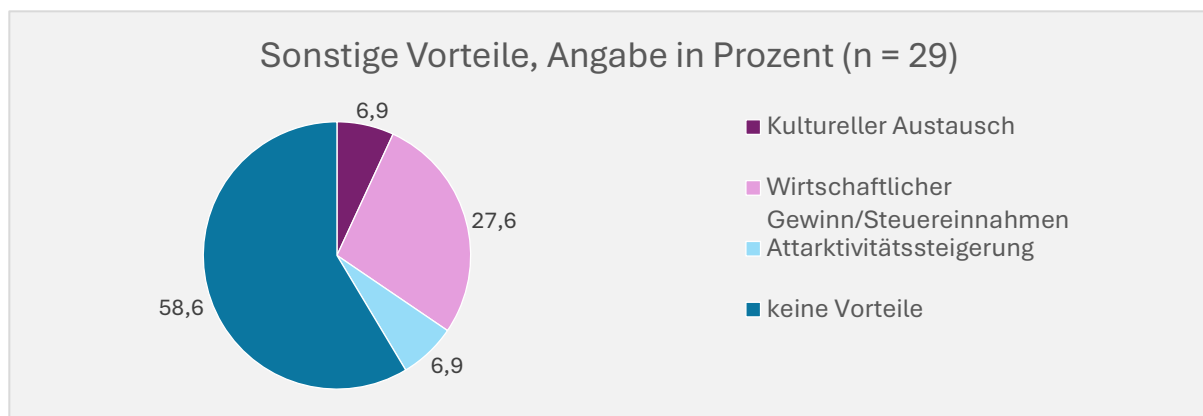


Abbildung 15: Offene Angaben zu wahrgenommenen Vorteilen des Tourismus

Frage 8 erfasst die aus Sicht der Befragten wichtigsten tourismusbedingten Herausforderungen für die Stadt Bamberg (vgl. Abb. 16). Da mehrere Antwortmöglichkeiten ausgewählt werden konnten, handelt es sich um eine Mehrfachantwortfrage. Die angegebenen Prozentwerte beziehen sich jeweils auf den Anteil der Befragten, die die jeweilige Antwortmöglichkeit ausgewählt haben.

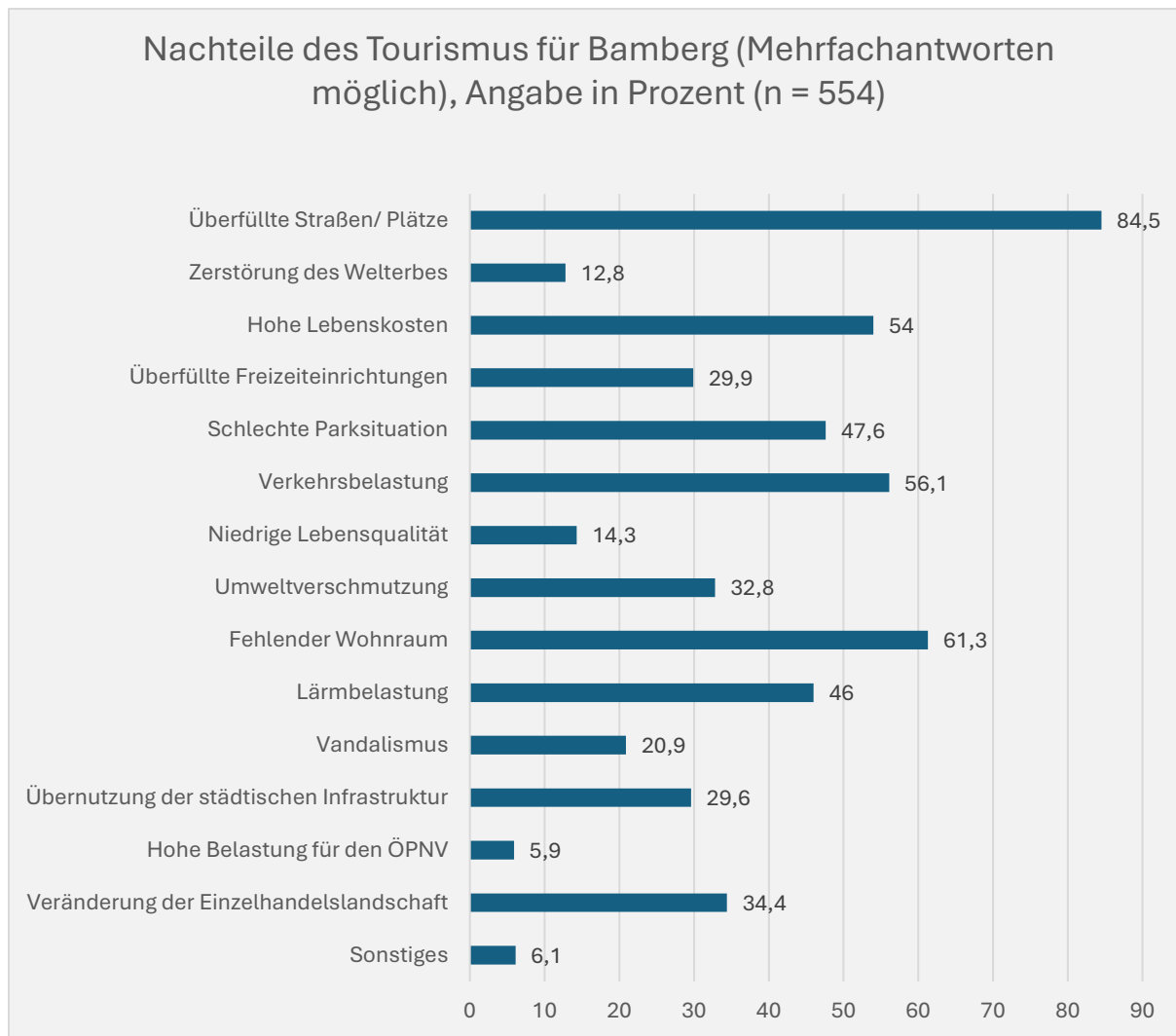


Abbildung 16: Wahrgenommene Herausforderungen des Tourismus

Mit 84,5 % der Befragten wird die Kategorie „Überfüllte Straßen und Plätze“ mit deutlichem Abstand am häufigsten genannt. Ebenfalls von mehr als der Hälfte der Befragten werden fehlender Wohnraum (61,3 %), Verkehrsbelastungen (56,1 %) sowie hohe Lebenshaltungskosten (54,0 %) als wesentliche tourismusbedingte Herausforderungen wahrgenommen. Weitere häufig genannte Problembereiche sind schlechte Parksituationen (47,6 %), Lärmbelastungen (46,0 %), Veränderungen der Einzelhandelslandschaft (34,4 %), Umweltverschmutzung (32,8 %) sowie die Überfüllung von Freizeiteinrichtungen (29,9 %). Seltener werden unter anderem Vandalismus, eine Übernutzung der städtischen Infrastruktur,

eine niedrige Lebensqualität, die Zerstörung des Welterbes sowie eine hohe Belastung des öffentlichen Personennahverkehrs genannt.

Insgesamt verdeutlichen die Ergebnisse, dass insbesondere Belastungen des öffentlichen Raums sowie Auswirkungen auf Wohnen und Mobilität von den Befragten als zentrale Herausforderungen des Tourismus wahrgenommen werden. Demgegenüber werden potenzielle Auswirkungen auf Kultur, Infrastruktur oder Umwelt zwar ebenfalls benannt, erreichen jedoch deutlich geringere Zustimmungswerte. Die Ergebnisse geben damit einen differenzierten Einblick in die subjektive Wahrnehmung tourismusbedingter Problemlagen innerhalb der Bevölkerung.

Die im offenen Antwortfeld genannten weiteren Nachteile wurden anschließend induktiv kategorisiert (vgl. Abb. 17). Mit 20,5 % aller offenen Nennungen ($h_i = 8$) entfällt der größte Anteil auf Sicherheits- und Ordnungsbelastungen. Hierzu zählen insbesondere Hinweise auf Verschmutzungen des öffentlichen Raums, überfüllte Mülleimer, Glasscherben sowie Verunreinigungen durch Fäkalien.

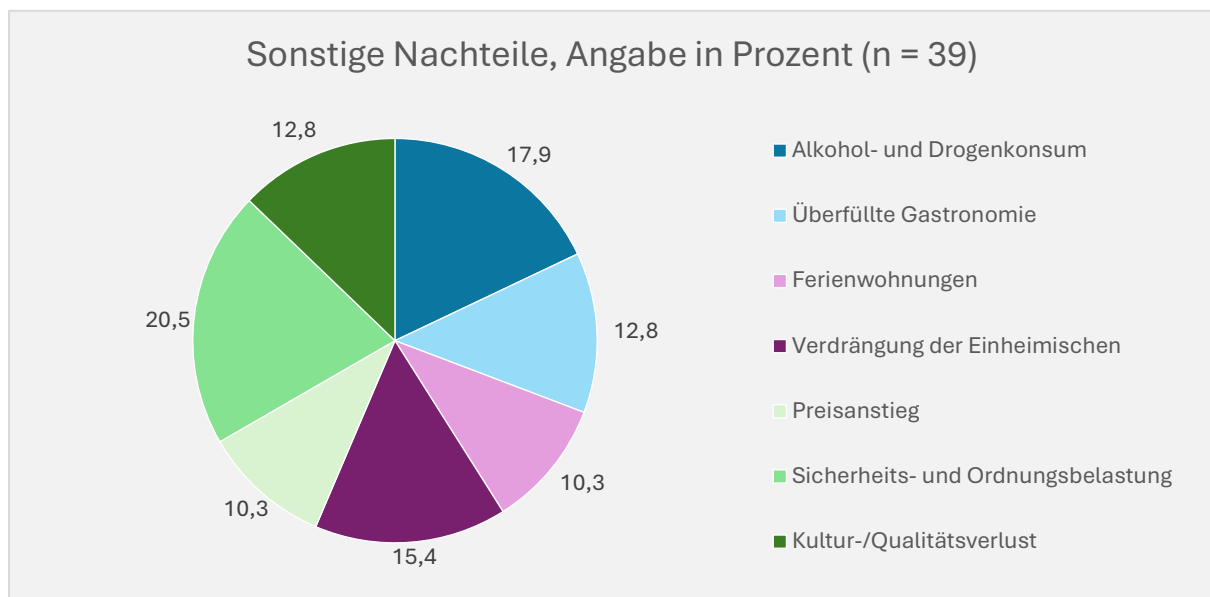


Abbildung 17: Offene Angaben zu wahrgenommenen Herausforderungen des Tourismus

Weitere 17,9 % der offenen Nennungen ($h_i = 7$) beziehen sich auf Alkohol- und Drogenkonsum im öffentlichen Raum. Die Kategorie „Verdrängung der Einheimischen“ umfasst 15,4 % ($h_i = 6$) der Nennungen, während überfüllte gastronomische Einrichtungen mit 12,8 % ($h_i = 5$) genannt werden. Jeweils 10,3 % der offenen Antworten ($h_i = 4$) thematisieren steigende Preise beziehungsweise Ferienwohnungen. Darüber hinaus entfallen 12,8 % der Nennungen ($h_i = 5$) auf einen wahrgenommenen Kultur- beziehungsweise Qualitätsverlust der Stadt.

Die offenen Antworten ergänzen die standardisierten Antwortvorgaben insbesondere um Aspekte des alltäglichen Zusammenlebens im öffentlichen Raum. Auffällig ist, dass sich

zahlreiche Nennungen auf konkrete Nutzungskonflikte sowie auf wahrgenommene Veränderungen der Wohn- und Aufenthaltsqualität beziehen. Aufgrund der vergleichsweise geringen Zahl offener Antworten sind diese Ergebnisse jedoch als qualitative Ergänzung zu den standardisierten Befunden zu verstehen und nicht unmittelbar mit den Ergebnissen der Mehrfachantwortfrage vergleichbar.

In Frage 9 wurde die persönliche Wahrnehmung des touristischen Geschehens anhand mehrerer Aussagen erhoben, die auf einer fünfstufigen Likert-Skala von „Trifft nicht zu“ bis „Trifft voll zu“ bewertet werden konnten. Die Ergebnisse zeichnen insgesamt ein differenziertes Bild (vgl. Abb. 18). Einerseits wird die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung des Tourismus von einem großen Teil der Befragten anerkannt. Andererseits werden verschiedene negative Auswirkungen des Tourismus auf den Alltag sowie auf die Entwicklung der Stadt deutlich wahrgenommen.

Die höchste Zustimmung erhalten die Aussagen „Touristen sind wichtig für Bamberg“ sowie „Der Tourismus schafft Arbeitsplätze“. Jeweils 79,0 % der Befragten stimmen diesen Aussagen eher oder voll zu. Dieses Ergebnis unterstreicht die hohe Bedeutung, die der Tourismus aus Sicht der Bevölkerung für die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt besitzt.

Gleichzeitig zeigen sich bei mehreren Aussagen zu den negativen Auswirkungen des Tourismus ebenfalls hohe Zustimmungswerte. So empfinden 68,0 % der Befragten die touristische Entwicklung in Bamberg als zu intensiv. 67,0 % sehen einen Zusammenhang zwischen dem Tourismus und der angespannten Wohnraumsituation, während 64,0 % der Aussage zustimmen, dass es in Bamberg zu viele Tagestouristinnen und Tagestouristen gibt. Darüber hinaus stimmen 62,0 % der Befragten der Aussage zu, dass der Tourismus die alltägliche Mobilität beeinträchtigt.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass wirtschaftliche Vorteile und wahrgenommene Belastungen aus Sicht der Befragten keineswegs im Widerspruch stehen. Vielmehr werden beide Aspekte gleichzeitig wahrgenommen. Während der Tourismus mehrheitlich als wichtiger Wirtschafts- und Standortfaktor anerkannt wird, werden insbesondere seine Auswirkungen auf Mobilität, Wohnen sowie das touristische Besucheraufkommen kritisch bewertet. Insgesamt weist die Auswertung somit auf eine differenzierte und vielschichtige Wahrnehmung des Tourismus innerhalb der Bevölkerung hin.

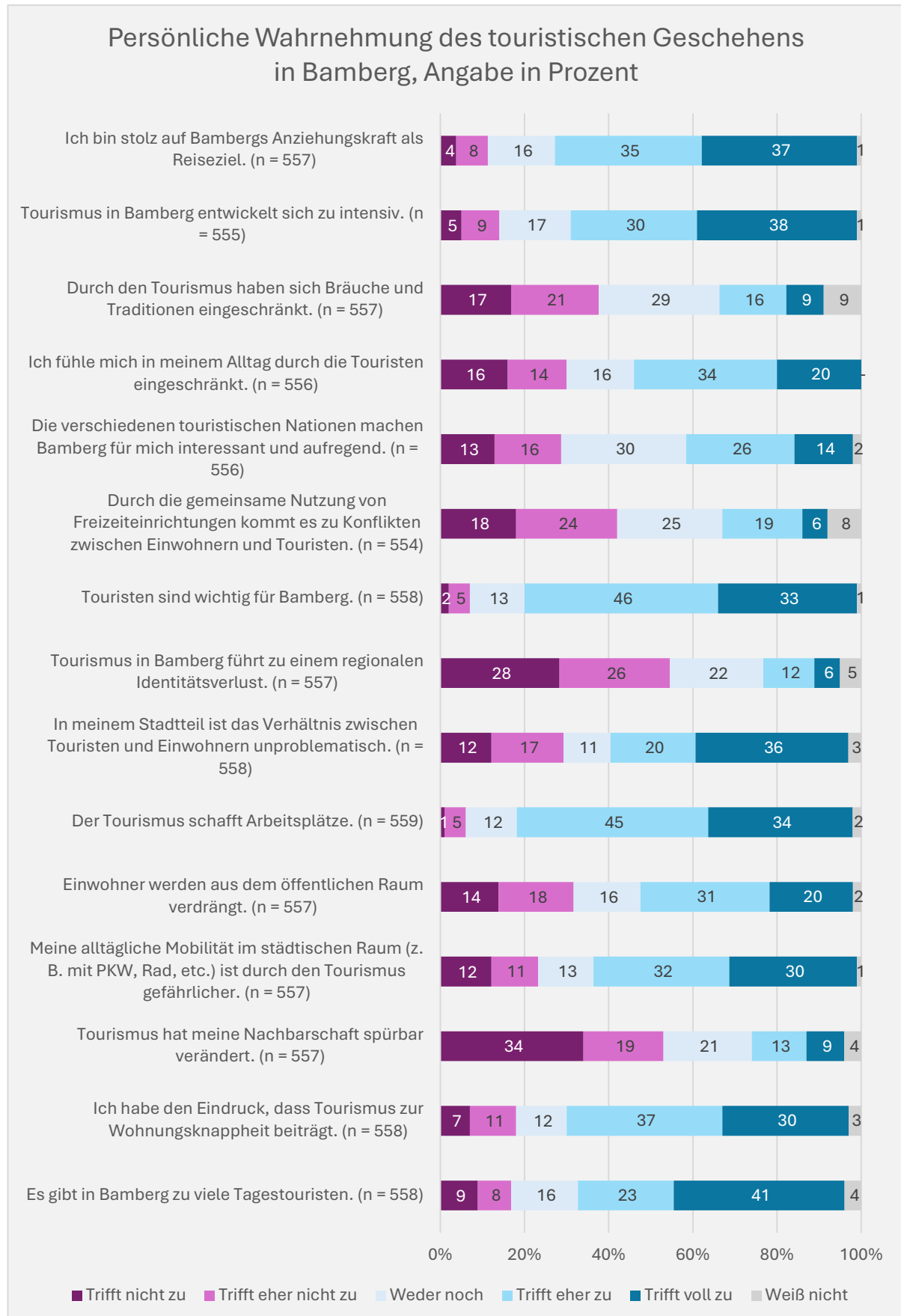


Abbildung 18: Persönliche Wahrnehmung des Tourismusgeschehens in Bamberg

Frage 10 untersucht die persönliche Wahrnehmung des Kontakts zwischen der Bamberger Bevölkerung und Touristinnen bzw. Touristen. Die Bewertung erfolgt anhand mehrerer Aussagen auf einer fünfstufigen Likert-Skala. Insgesamt zeichnet sich ein überwiegend neutrales bis positives Bild des persönlichen Kontakts ab und unterscheidet sich damit von der insgesamt kritischeren Bewertung des Tourismusgeschehens in Frage 9 (vgl. Abb. 19).

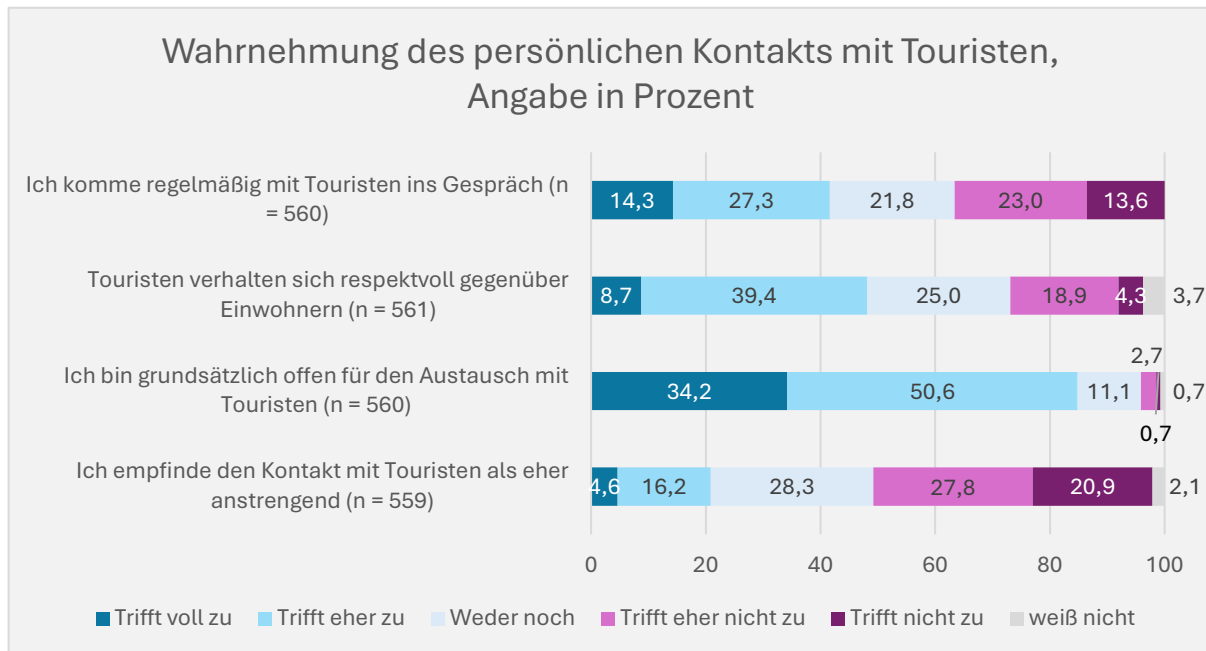


Abbildung 19: Wahrnehmung des persönlichen Kontakts mit Touristinnen und Touristen

Knapp die Hälfte der Befragten (48,1 %) stimmt der Aussage zu, dass sich Touristinnen und Touristen im Allgemeinen respektvoll gegenüber der lokalen Bevölkerung verhalten. Ein nahezu identischer Anteil (48,7 %) gibt an, den Kontakt mit Touristinnen und Touristen nicht als anstrengend zu empfinden. Darüber hinaus berichten 41,6 % der Befragten, regelmäßig mit Touristinnen und Touristen ins Gespräch zu kommen. Besonders deutlich fällt die Zustimmung zur Aussage aus, grundsätzlich offen für den Austausch mit Touristinnen und Touristen zu sein. Dieser Aussage stimmen 84,8 % der Befragten eher oder voll zu.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass zwischen der Bewertung des Tourismus als gesellschaftlichem Phänomen und der Wahrnehmung persönlicher Begegnungen unterschieden werden muss. Obwohl in den vorangegangenen Fragen zahlreiche tourismusbedingte Belastungen benannt wurden, werden direkte Kontakte mit Touristinnen und Touristen mehrheitlich nicht als negativ erlebt. Vielmehr weisen die Ergebnisse darauf hin, dass die kritische Bewertung des Tourismus vor allem strukturelle Auswirkungen – etwa auf Mobilität, Wohnen oder Besucheraufkommen – betrifft und weniger die zwischenmenschlichen Begegnungen im Alltag. Diese Interpretation steht im Einklang mit den Ergebnissen der vorherigen Fragen, ohne dass sich daraus Aussagen über individuelle Ursachen oder Motive ableiten lassen.

Frage 11 untersucht die Zufriedenheit der Befragten mit der Steuerung von Stadtführungen als Instrument zur räumlichen und zeitlichen Entzerrung touristischer Besucherströme. Die Ergebnisse weisen insgesamt auf eine eher zurückhaltende bis kritische Bewertung dieser Maßnahme hin (vgl. Abb. 20).

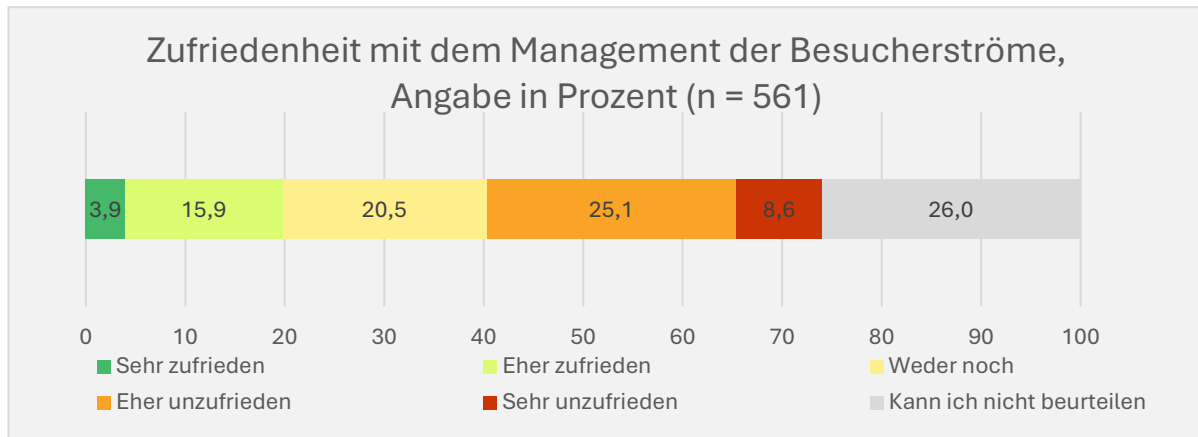


Abbildung 20: Zufriedenheit mit dem Management der Besucherströme

Lediglich 19,8 % der Befragten geben an, mit der Steuerung von Stadtführungen sehr oder eher zufrieden zu sein. Demgegenüber äußern sich 33,7 % eher oder sehr unzufrieden. Weitere 20,5 % wählen die neutrale Mittelkategorie. Auffällig ist zudem der vergleichsweise hohe Anteil derjenigen, die keine Einschätzung vornehmen können. Insgesamt 26,0 % der Befragten geben an, die Steuerung von Stadtführungen nicht beurteilen zu können.

Die Ergebnisse lassen erkennen, dass ein erheblicher Teil der Bevölkerung die bisherige Steuerung der Besucherströme entweder kritisch bewertet oder hierzu keine Einschätzung abgeben kann. Insbesondere der hohe Anteil an „Kann ich nicht beurteilen“-Antworten deutet darauf hin, dass diese Maßnahme einem Teil der Befragten nicht bekannt ist oder ihre konkrete Umsetzung im Stadtbild nur eingeschränkt wahrgenommen wird. Auf Grundlage der vorliegenden Daten lässt sich jedoch nicht beurteilen, welche dieser Erklärungen im Einzelfall zutrifft.

Im Zusammenhang mit den Ergebnissen aus Frage 5 ergibt sich ein wichtiger Befund. Die Steuerung von Stadtführungen stellt die mit Abstand bekannteste Maßnahme des Bamberger Tourismusmanagements dar. Gleichzeitig fällt die Zufriedenheit mit dieser Maßnahme jedoch vergleichsweise zurückhaltend aus. Die hohe Bekanntheit geht somit nicht mit einer entsprechend positiven Bewertung einher. Vielmehr zeigt sich, dass ein erheblicher Teil der Befragten die Besucherlenkung beziehungsweise deren wahrgenommene Wirkung trotz ihrer hohen Bekanntheit kritisch beurteilt oder ihr nur neutral gegenübersteht. Die hohe Bekanntheit geht somit nicht mit einer entsprechend positiven Bewertung einher. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Sichtbarkeit einer Maßnahme nicht zwangsläufig mit ihrer Akzeptanz oder der Zufriedenheit mit ihrer wahrgenommenen Wirkung verbunden ist. Ob diese Bewertung auf

die konkrete Ausgestaltung der Besucherlenkung oder auf andere Einflussfaktoren zurückzuführen ist, lässt sich auf Grundlage der vorliegenden Daten jedoch nicht beantworten.

Frage 12 untersucht, zu welchen Themenfeldern des Tourismusmanagements sich die Bamberger Bevölkerung weitergehende Informationen wünscht (vgl. Abb. 21). Da mehrere Antwortmöglichkeiten ausgewählt werden konnten, handelt es sich um eine Mehrfachantwortfrage. Die angegebenen Prozentwerte beziehen sich jeweils auf den Anteil der Befragten, die den entsprechenden Informationsbereich ausgewählt haben.

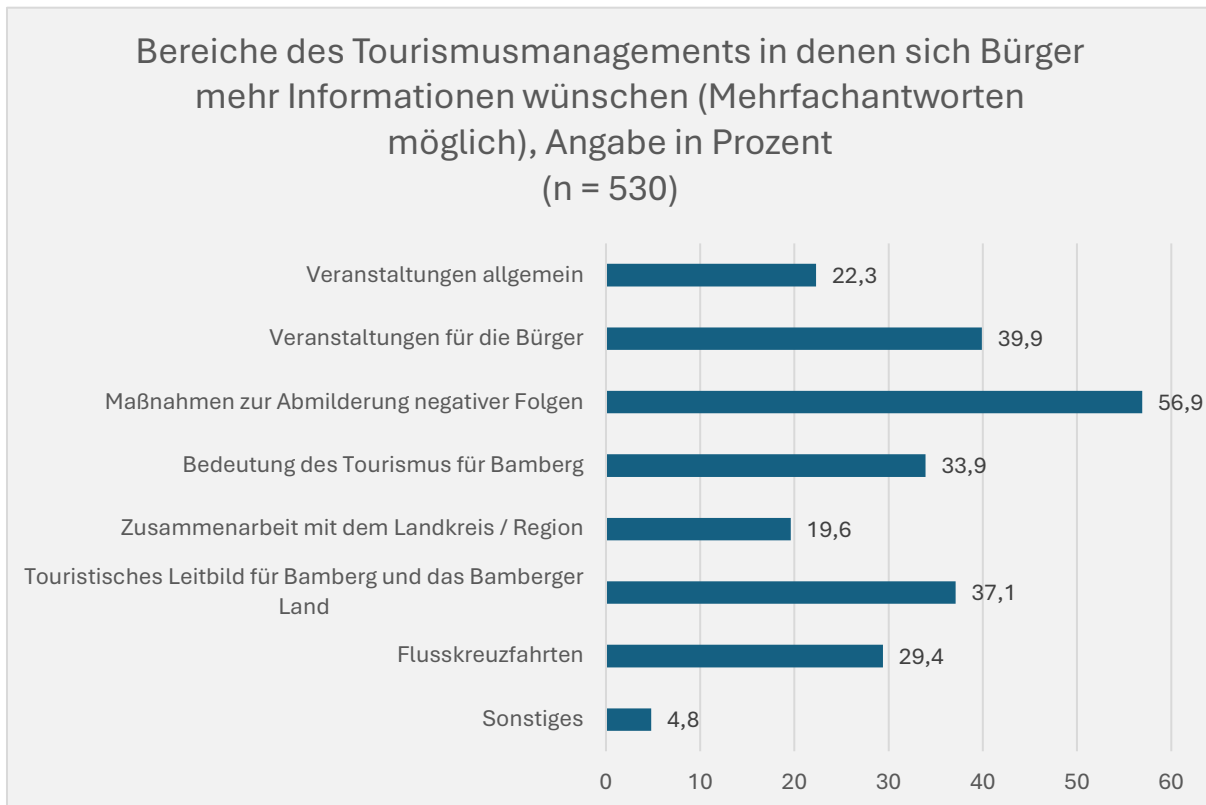


Abbildung 21: Bereiche des Tourismusmanagements, in denen sich Bürger mehr Informationen wünschen

Mit 56,9 % der Befragten entfällt der größte Anteil auf den Wunsch nach mehr beziehungsweise besser zugänglichen Informationen zu Maßnahmen des Tourismusmanagements zur Abmilderung negativer Auswirkungen des Tourismus. Ebenfalls häufig werden Veranstaltungen für Bürgerinnen und Bürger zum Thema Tourismus sowie das touristische Leitbild der Stadt Bamberg genannt. Darüber hinaus wünschen sich 33,9 % der Befragten weiterführende Informationen zur Bedeutung des Tourismus für Bamberg.

Die Ergebnisse zeigen, dass ein erheblicher Teil der Befragten einen weiteren Informationsbedarf hinsichtlich des Tourismusmanagements sieht. Ein Vergleich mit den Ergebnissen der Fragen 5 und 11 liefert hierzu einen interessanten Befund: Während die Steuerung von Stadtführungen die bekannteste Einzelmaßnahme des Tourismusmanagements darstellt, wünschen sich die Befragten zugleich insbesondere weiterführende

Informationen zu Maßnahmen zur Abmilderung negativer Auswirkungen des Tourismus. Die Ergebnisse verdeutlichen damit, dass die Bekanntheit einzelner Maßnahmen einen bestehenden Informationsbedarf innerhalb der Bevölkerung nicht ausschließt. Auf Grundlage der vorliegenden Daten lässt sich jedoch nicht beurteilen, welche Ursachen diesem Informationsbedarf zugrunde liegen. Insbesondere kann nicht beantwortet werden, ob bestehende Informationsangebote nicht ausreichend bekannt sind, als inhaltlich unzureichend wahrgenommen werden oder bestimmte Bevölkerungsgruppen nicht erreichen.

Die offenen Angaben wurden anschließend induktiv kategorisiert (vgl. Abb. 22). Am häufigsten wünschen sich die Befragten weiterführende Informationen zum Tourismusmarketing sowie zur Regulierung des Tourismus (30,0 %; $h_i = 6$). Ebenfalls jeweils 30,0 % der offenen Nennungen beziehen sich auf die Steuerung touristischer Infrastruktur. Weitere Themen sind der wirtschaftliche Nutzen des Tourismus sowie die Bewertung bisheriger Maßnahmen (jeweils 15,0 %; $h_i = 3$). Vereinzelt werden zudem Informationen zum Zusammenhang von Tourismus und Wohnraum genannt (10,0 %; $h_i = 2$).

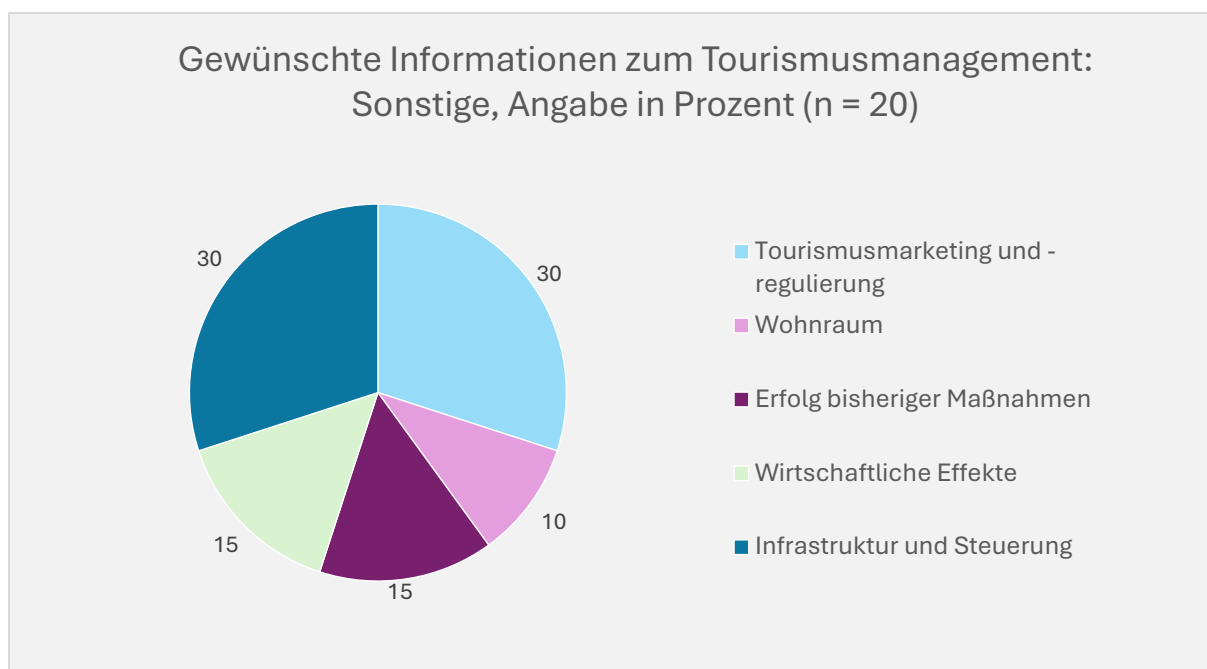


Abbildung 22: Offene Angaben zum Wunsch nach Informationen zum Tourismusmanagement

Die offenen Antworten ergänzen die standardisierten Antwortvorgaben insbesondere um den Wunsch nach einer stärkeren Transparenz hinsichtlich der Steuerung und der Wirksamkeit des Tourismusmanagements. Aufgrund der geringen Zahl offener Nennungen sind diese Ergebnisse jedoch als qualitative Ergänzung zu den standardisierten Befunden zu verstehen.

Frage 13 untersucht, in welchen Bereichen der alltäglichen Lebensgestaltung die Bamberger Bevölkerung negative Einschränkungen durch den Tourismus wahrnimmt (vgl. Abb. 23). Da mehrere Antwortmöglichkeiten ausgewählt werden konnten, handelt es sich um eine Mehrfachantwortfrage. Die angegebenen Prozentwerte beziehen sich jeweils auf den Anteil der Befragten, die den jeweiligen Lebensbereich ausgewählt haben.

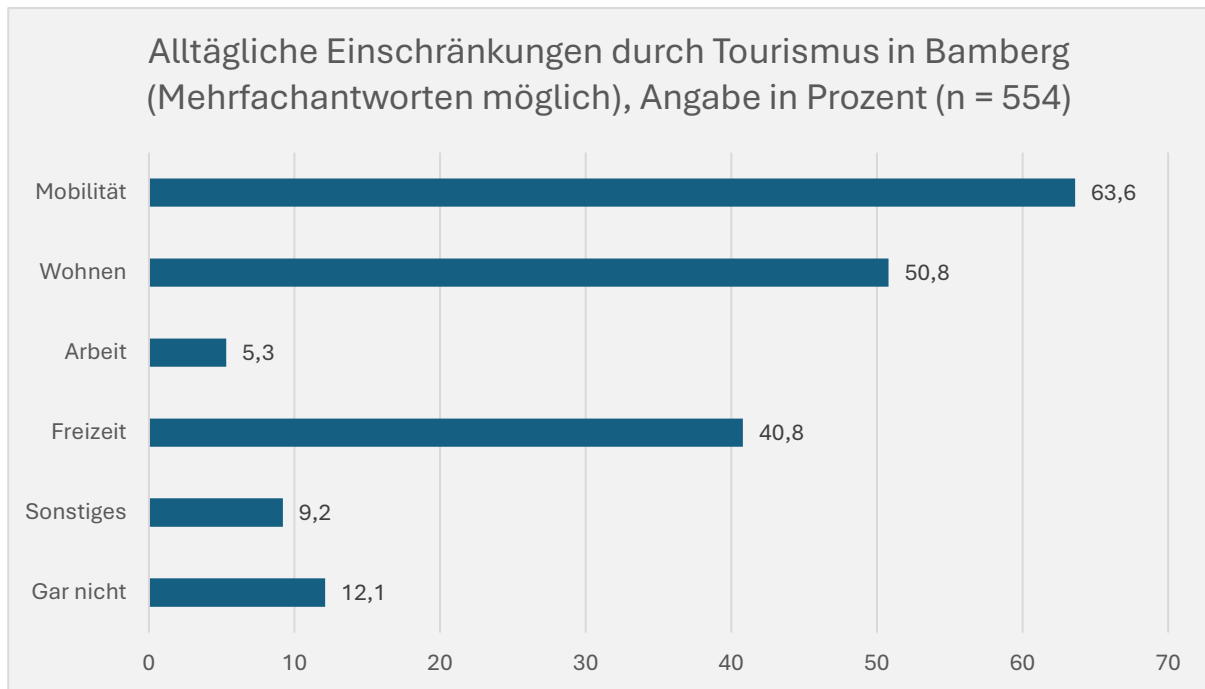


Abbildung 23: Alltägliche Einschränkungen durch den Tourismus

Mit 63,6 % der Befragten wird die alltägliche Mobilität am häufigsten als Bereich genannt, in dem negative Einschränkungen durch den Tourismus wahrgenommen werden. Ebenfalls häufig werden die Wohnsituation (50,8 %) sowie der Freizeitbereich (40,8 %) genannt. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die wahrgenommenen Auswirkungen des Tourismus insbesondere Bereiche des Alltags betreffen, die regelmäßig genutzt werden und eine hohe Bedeutung für die Lebensqualität der Bevölkerung besitzen.

Die offenen Angaben ergänzen die Ergebnisse der geschlossenen Frage und konkretisieren die wahrgenommenen Einschränkungen in einzelnen Lebensbereichen (vgl. Abb. 24). Da zahlreiche Nennungen Spezifizierungen der bereits vorgegebenen Antwortkategorien darstellten, wurden sie diesen, falls möglich, zugeordnet. Als ergänzende Kategorie tritt darüber hinaus insbesondere der Bereich Gastronomie hervor, der mit 36,5 % ($h_i = 19$) der offenen Nennungen am häufigsten genannt wurde. Thematisiert werden dabei vor allem die Überfüllung gastronomischer Einrichtungen sowie Veränderungen der Gastronomiestruktur. Ebenfalls häufig beziehen sich die offenen Angaben auf den Einzelhandel ($h_i = 13$), wobei insbesondere eine Überfüllung sowie Veränderungen der Einzelhandelsstruktur kritisiert werden. Mit 15,4 % ($h_i = 8$) beziehen sich außerdem einige der Nennungen explizit auf die

finanzielle Belastung durch den Tourismus, wobei besonders auf steigende Mieten und Preise in Gastronomie und Einzelhandel verwiesen wurde. Weitere Nennungen entfallen auf die Bereiche Sauberkeit und Sicherheit. Hier wird insbesondere auf Verschmutzungen des öffentlichen Raums durch Abfall und Glasscherben verwiesen.

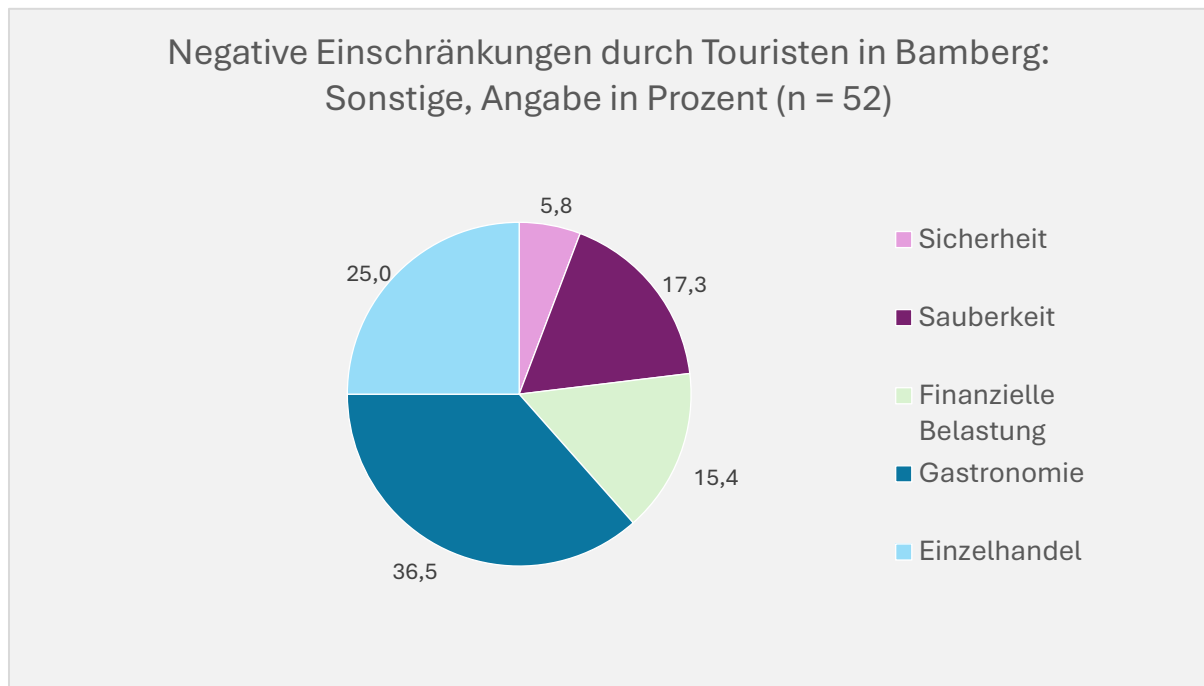


Abbildung 24: Offene Angaben zu Bereichen der alltäglichen Beeinträchtigungen durch Tourismus

Die Ergebnisse ergänzen die Befunde aus Frage 8. Während dort vor allem die als problematisch wahrgenommenen Auswirkungen des Tourismus insgesamt erfasst wurden, zeigt Frage 13, in welchen Bereichen des täglichen Lebens diese Belastungen aus Sicht der Befragten besonders spürbar werden. Die wahrgenommenen Einschränkungen konzentrieren sich demnach vor allem auf Mobilität, Wohnen und Freizeit. Auf Grundlage der vorliegenden Daten lässt sich jedoch nicht beurteilen, in welchem Ausmaß diese Einschränkungen tatsächlich durch den Tourismus verursacht werden oder inwieweit weitere städtische Entwicklungen hierzu beitragen. Die Befragung bildet die subjektive Wahrnehmung der Bevölkerung ab und erlaubt daher keine Aussagen über objektive Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge.

Frage 14 untersucht die Zufriedenheit der Befragten mit den bisherigen Möglichkeiten, an Entscheidungen zur Tourismusplanung der Stadt Bamberg mitzuwirken. Die Ergebnisse zeigen insgesamt ein tendenziell neutrales bis negatives Meinungsbild (vgl. Abb. 25). Mit 42,6 % gibt ein erheblicher Teil der Befragten an, eher oder vollkommen unzufrieden mit den bestehenden Mitwirkungsmöglichkeiten zu sein. Demgegenüber äußern sich lediglich 13,2 % eher oder vollkommen zufrieden, während 20,0 % die neutrale Mittelkategorie wählen.

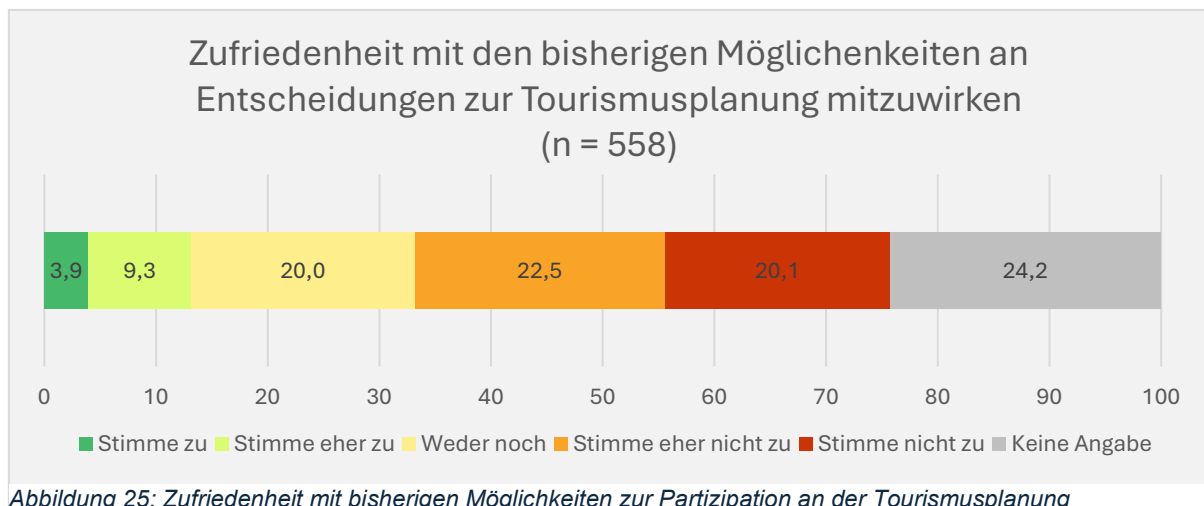


Abbildung 25: Zufriedenheit mit bisherigen Möglichkeiten zur Partizipation an der Tourismusplanung

Auffällig ist zudem der vergleichsweise hohe Anteil von 24,2 %, der die Antwortkategorie „Keine Angabe“ auswählt. Auf Grundlage der vorliegenden Daten lässt sich jedoch nicht beurteilen, welche Gründe dieser Antwort zugrunde liegen. Denkbar ist beispielsweise, dass bestehende Mitwirkungsmöglichkeiten nicht bekannt sind oder von den Befragten nicht ausreichend beurteilt werden können. Ebenso sind andere Erklärungen möglich, etwa ein fehlendes Interesse am Thema oder Unsicherheiten hinsichtlich der Fragestellung. Die vorliegenden Daten erlauben hierzu keine eindeutige Aussage.

Frage 15 erfasst die bisherige Nutzung verschiedener Mitwirkungsformen im Bereich der Tourismusplanung (vgl. Abb. 26). Da mehrere Antwortmöglichkeiten ausgewählt werden konnten, handelt es sich um eine Mehrfachantwortfrage. Die angegebenen Prozentwerte beziehen sich jeweils auf den Anteil der Befragten, die die jeweilige Form der Mitwirkung ausgewählt haben.

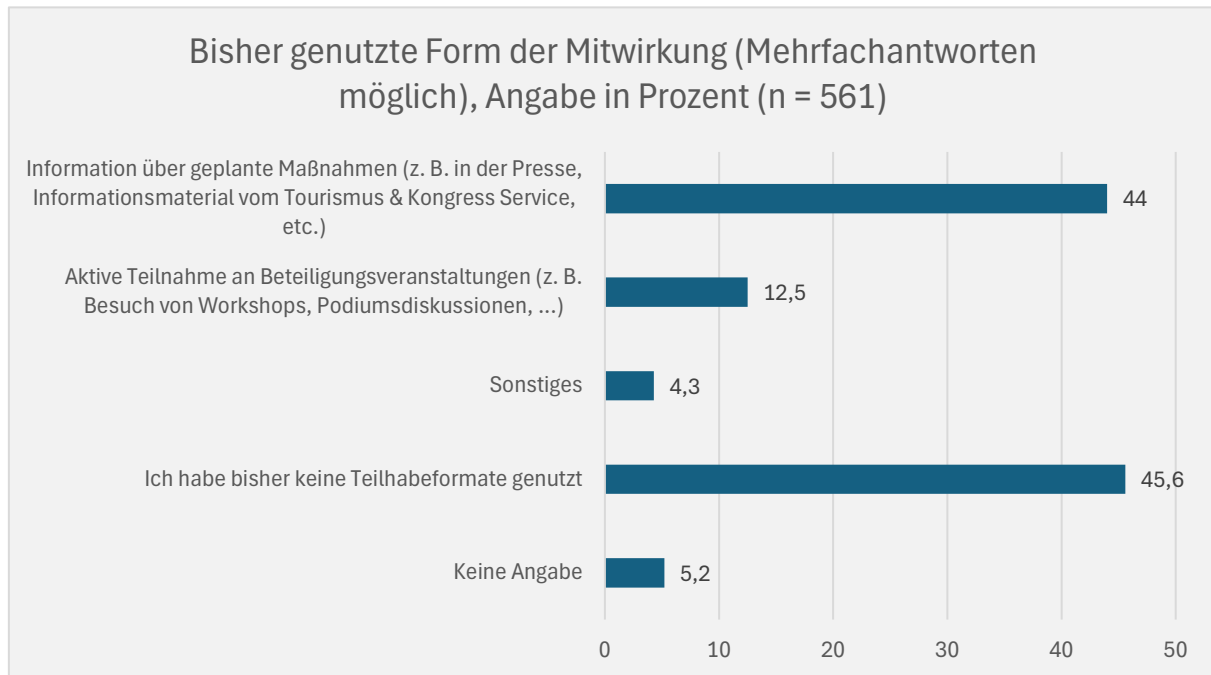


Abbildung 26: Bisher genutzte Form der Partizipation

Die Ergebnisse zeigen, dass 44,0 % der Befragten angeben, sich bereits mit geplanten tourismuspolitischen Maßnahmen beschäftigt zu haben. Demgegenüber berichten lediglich 12,5 % von einer aktiven Teilnahme an Beteiligungsveranstaltungen. Gleichzeitig gibt nahezu die Hälfte der Befragten an, bislang keines der aufgeführten Beteiligungsformate genutzt zu haben. Insgesamt deuten die Ergebnisse darauf hin, dass eine aktive Beteiligung an formellen Mitwirkungsformaten innerhalb der Stichprobe vergleichsweise selten erfolgt.

Die offenen Angaben ergänzen die vorgegebenen Antwortkategorien um weitere Formen der Mitwirkung (vgl. Abb. 27). Am häufigsten genannt werden die Teilnahme an Umfragen oder Informationsveranstaltungen (42,9 %; $h_i = 6$). Darüber hinaus berichten 28,6 % ($h_i = 4$) von einem direkten Kontakt zum Stadtrat oder zum Tourismus- und Kongressservice Bamberg. Weitere Nennungen entfallen auf ehrenamtliches Engagement sowie eine berufliche Einbindung in tourismusbezogene Fragestellungen (jeweils 14,3 %; $h_i = 2$).

Die offenen Angaben verdeutlichen damit, dass einzelne Befragte neben den vorgegebenen Antwortmöglichkeiten weitere Formen der Beteiligung wahrnehmen oder nutzen. Auffällig ist insbesondere die vergleichsweise häufige Nennung von Umfragen und Informationsveranstaltungen sowie des direkten Austauschs mit politischen Entscheidungsträgern oder

dem Tourismus- und Kongressservice Bamberg. Aufgrund der geringen Zahl offener Nennungen lassen sich daraus jedoch keine belastbaren Aussagen über die Bedeutung dieser Beteiligungsformen für die Gesamtstichprobe ableiten. Vielmehr dienen die offenen Angaben dazu, das Spektrum der wahrgenommenen Mitwirkungsmöglichkeiten zu ergänzen und zu konkretisieren.

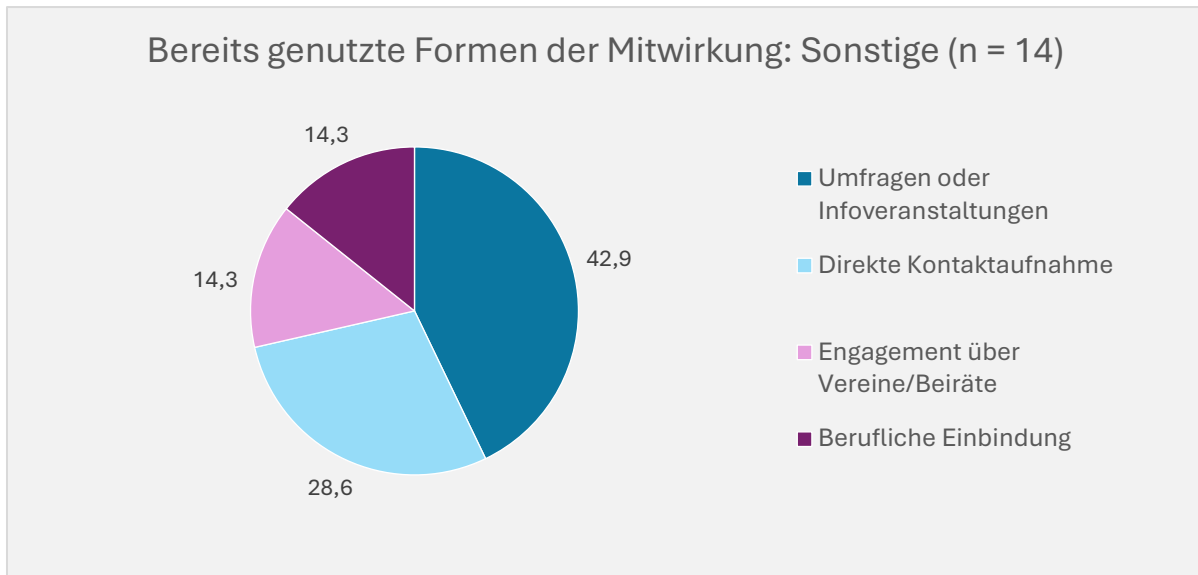


Abbildung 27: Offene Angaben zu bisher genutzten Formen der Partizipation

Frage 16 untersucht, welche Formen der Mitwirkung sich die Befragten künftig im Bereich des Tourismus wünschen (vgl. Abb. 28). Da mehrere Antwortmöglichkeiten ausgewählt werden konnten, handelt es sich um eine Mehrfachantwortfrage. Die angegebenen Prozentwerte beziehen sich jeweils auf den Anteil der Befragten, die die jeweilige Mitwirkungsform ausgewählt haben.

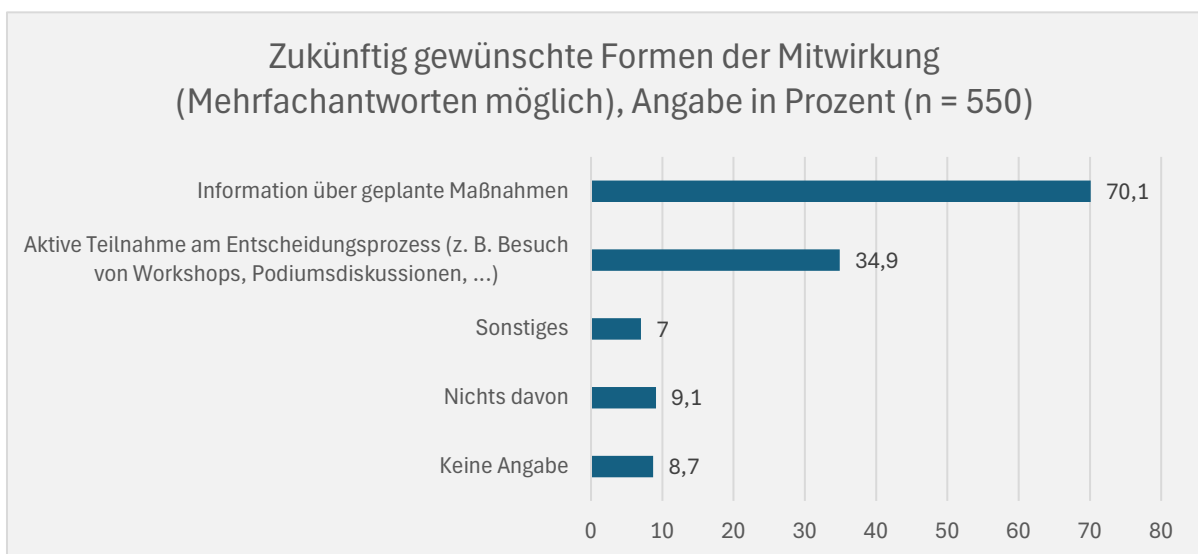


Abbildung 28: Zukünftig gewünschte Formen der Mitwirkung

Mit 70,1 % wünscht sich die deutliche Mehrheit der Befragten künftig insbesondere mehr Informationen über geplante Maßnahmen des Tourismusmanagements. Darüber hinaus geben 34,9 % an, künftig aktiv an Entscheidungsprozessen mitwirken zu wollen. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass der Wunsch nach Information deutlich stärker ausgeprägt ist als der Wunsch nach einer unmittelbaren Beteiligung an Planungs- und Entscheidungsprozessen. Im Vergleich zu Frage 15 zeigt sich zudem, dass die Bereitschaft zur zukünftigen Mitwirkung größer ist als die bisherige Nutzung entsprechender Beteiligungsformate. Aus den vorliegenden Daten lässt sich jedoch nicht ableiten, in welchem Umfang sich diese Bereitschaft tatsächlich in einer zukünftigen Beteiligung niederschlagen würde.

Die offenen Angaben ergänzen die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten um weitere Wünsche hinsichtlich zukünftiger Beteiligungsformen (vgl. Abb. 29). Am häufigsten genannt werden zusätzliche Umfragen sowie die Veröffentlichung der Ergebnisse solcher Beteiligungsprozesse (46,2 %; $h_i = 12$). Darüber hinaus wünschen sich 34,6 % ($h_i = 9$) der Befragten eine stärkere Einbindung durch Bürgerentscheide. Weitere Nennungen beziehen sich auf den Einbezug der Bürgervereine, eine aktivere Beteiligung der Bevölkerung am Umsetzungsprozess sowie die Einrichtung niedrigschwelliger Anlaufstellen für Vorschläge zum Tourismusmanagement. Aufgrund der geringen Zahl offener Nennungen dienen diese Angaben vor allem der qualitativen Ergänzung der geschlossenen Antwortkategorien und erlauben keine Rückschlüsse auf ihre Bedeutung innerhalb der Gesamtstichprobe.

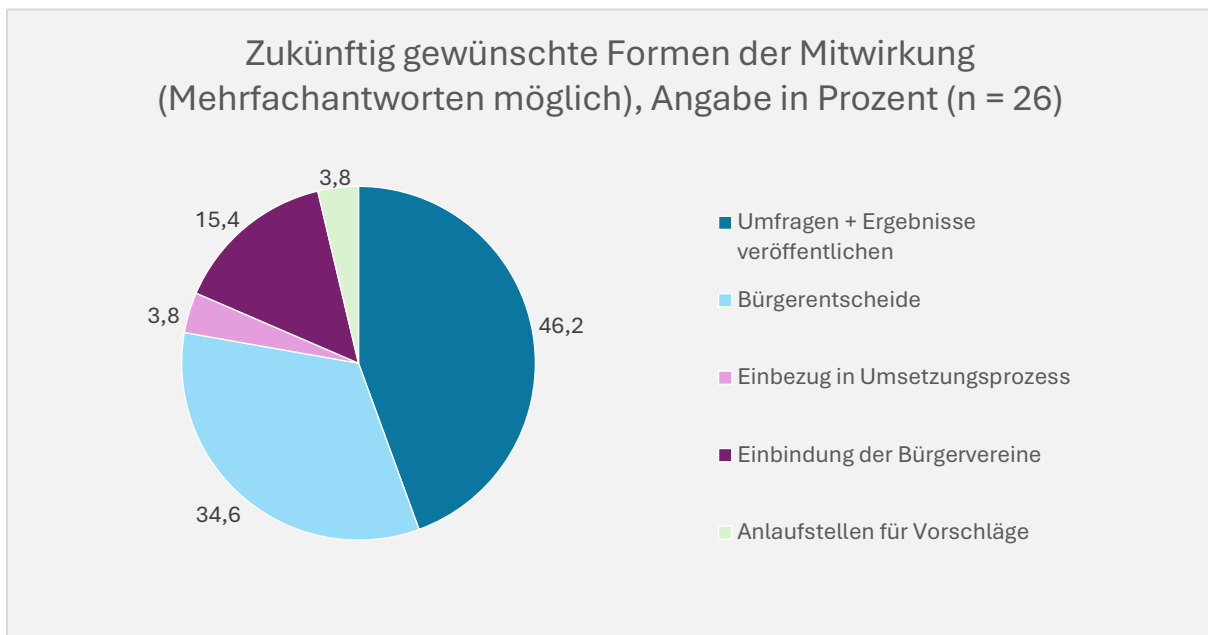


Abbildung 29: Offene Angaben zu zukünftig gewünschten Formen der Mitwirkung

3. Analyse ausgewählter Zusammenhänge

3.1 Zusammenhang zwischen Wissen über tourismuspolitische Maßnahmen und Tourismusakzeptanz

3.1.1 Motivation und Forschungsfrage

Die deskriptiven Ergebnisse zeigen, dass sich Befragte in unterschiedlichem Umfang über tourismuspolitische Maßnahmen informiert fühlen. Im Folgenden wird daher untersucht, ob zwischen dem Kenntnisstand zu tourismuspolitischen Maßnahmen und der Wahrnehmung beziehungsweise Bewertung des Tourismus ein statistischer Zusammenhang besteht. Im Mittelpunkt steht folgende Forschungsfrage:

Inwiefern besteht ein Zusammenhang zwischen dem Wissen über tourismuspolitische Maßnahmen und der Wahrnehmung der Touristenanzahl sowie der Bewertung des Tourismus durch die Bamberger Bevölkerung?

Ziel der Analyse ist es zu prüfen, ob Personen mit unterschiedlichem Kenntnisstand systematisch Unterschiede in ihrer Wahrnehmung und Bewertung des Tourismus aufweisen. Aussagen über ursächliche Wirkungszusammenhänge können auf Grundlage der vorliegenden Korrelationsanalyse jedoch nicht getroffen werden.

3.1.2 Korrelationsanalyse

Abbildung 30 zeigt den Zusammenhang zwischen der Anzahl bekannter tourismuspolitischer Maßnahmen in Bamberg und der Bewertung der Touristenanzahl. Deskriptiv zeigt sich, dass Befragte mit zunehmendem Wissen über bereits umgesetzte Maßnahmen die Touristenanzahl tendenziell seltener als „viel zu hoch“ oder „etwas zu hoch“ bewerten. Während in der Gruppe ohne bekannte Maßnahmen 80,0 % die Touristenanzahl kritisch einschätzen, liegt dieser Anteil bei Befragten mit Kenntnis von vier bzw. fünf Maßnahmen bei 37,8 % beziehungsweise 41,8 %. Gleichzeitig beurteilt in diesen beiden Gruppen jeweils mehr als die Hälfte der Befragten die Touristenanzahl als „genau richtig“.

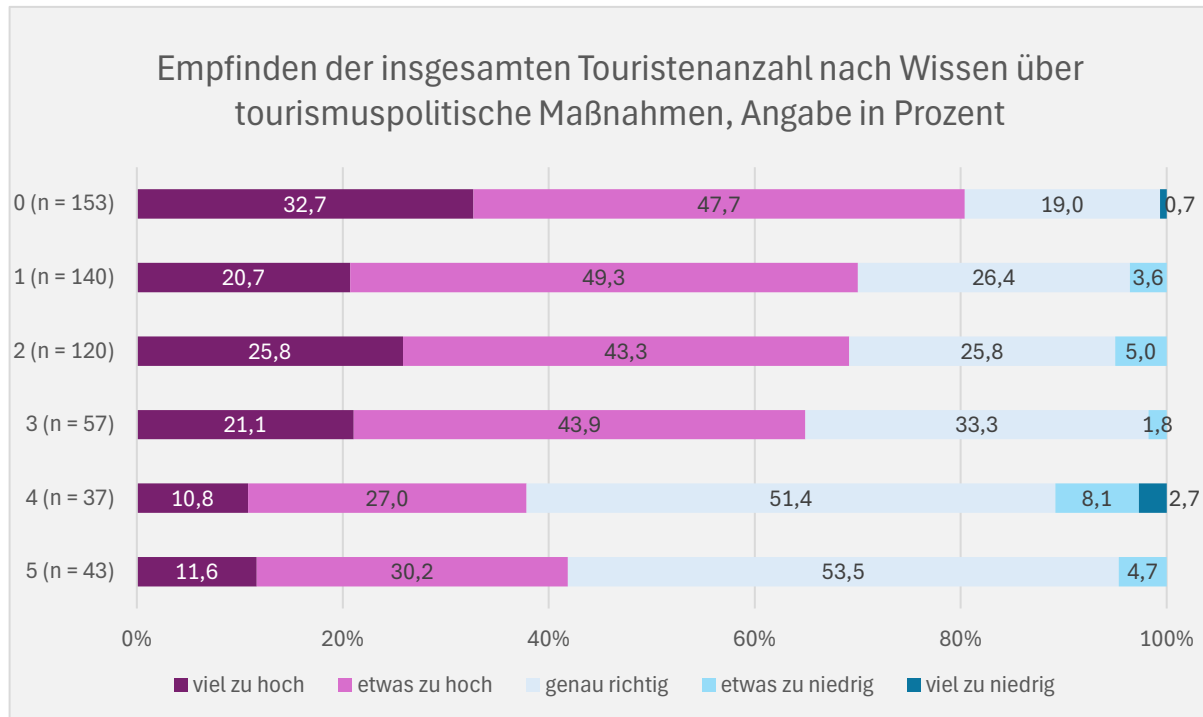


Abbildung 30: Einschätzung der Touristenanzahl nach Wissen über tourismuspolitische Maßnahmen

Die Spearman-Rangkorrelation weist auf einen schwach positiven statistischen Zusammenhang zwischen dem Wissen über tourismuspolitische Maßnahmen und der Bewertung der Touristenanzahl hin ($p = 0,230$; $p < 0,001$). Da höhere Werte der Bewertungsskala einer weniger kritischen Einschätzung entsprechen, bewerten Personen mit höherem Kenntnisstand die Touristenanzahl innerhalb der vorliegenden Stichprobe tendenziell weniger kritisch. Die Effektstärke des Zusammenhangs ist jedoch gering.

Abbildung 31 zeigt den Zusammenhang zwischen dem Wissen über tourismuspolitische Maßnahmen und einem Index zur Messung der grundsätzlichen Einstellung gegenüber dem Tourismus. Der Index wurde aus den drei ordinal skalierten Aussagen „Es gibt zu viele Tagestouristen in Bamberg“, „Der Tourismus in Bamberg entwickelt sich zu intensiv“ und „Ich fühle mich in meinem Alltag durch Touristen eingeschränkt“ (Frage 9) gebildet. Grundlage des Index ist jeweils der Grad der Zustimmung zu diesen Aussagen, sodass höhere Indexwerte eine kritischere Einstellung gegenüber dem Tourismus anzeigen.

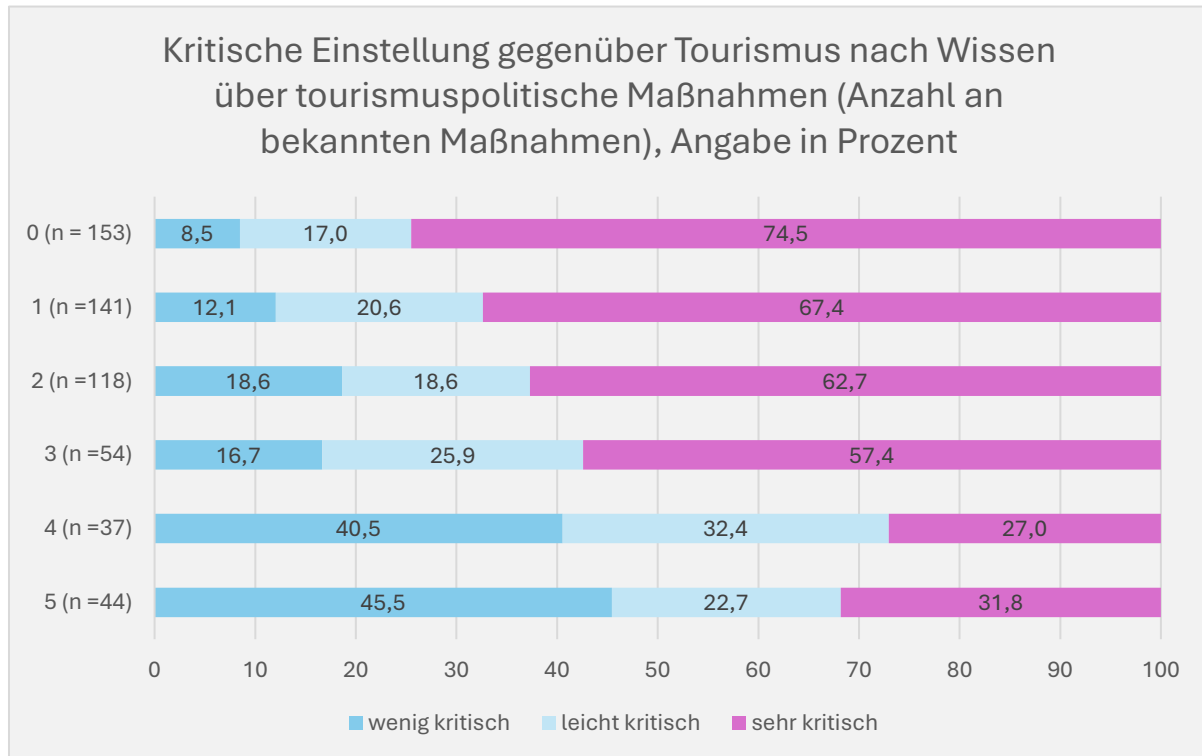


Abbildung 31: Kritische Einstellung gegenüber dem Tourismus nach Wissen über tourismuspolitische Maßnahmen

Deskriptiv zeigt sich, dass mit zunehmender Anzahl bekannter tourismuspolitischer Maßnahmen der Anteil der Befragten mit einer stark kritischen Grundhaltung gegenüber dem Tourismus abnimmt. Während unter den Befragten ohne Kenntnis einer der abgefragten Maßnahmen 74,5 % eine hohe kritische Einstellung aufweisen, liegt dieser Anteil bei Befragten mit Kenntnis von vier bzw. fünf Maßnahmen bei 27,0 % beziehungsweise 31,8 %.

Auch zwischen dem Wissen über tourismuspolitische Maßnahmen und der allgemeinen Bewertung des Tourismus besteht ein schwacher, statistisch signifikanter Zusammenhang (Spearman- $\rho = -0,280$; $p < 0,001$). Da höhere Indexwerte eine kritischere Einstellung gegenüber dem Tourismus kennzeichnen, weist der negative Korrelationskoeffizient darauf hin, dass Befragte mit höherem Kenntnisstand innerhalb der vorliegenden Stichprobe tendenziell eine weniger kritische Grundhaltung gegenüber dem Tourismus aufweisen. Die Effektstärke des Zusammenhangs ist jedoch gering.

3.1.3 Interpretation

Die Korrelationsanalysen zeigen übereinstimmend, dass zwischen dem Kenntnisstand zu tourismuspolitischen Maßnahmen und der Bewertung des Tourismus statistische Zusammenhänge bestehen. Befragte, denen mehr bereits umgesetzte Maßnahmen bekannt sind, bewerten sowohl die Touristenanzahl als auch den Tourismus insgesamt innerhalb der vorliegenden Stichprobe tendenziell weniger kritisch. Dies wird grundsätzlich auch in anderen Studien herausgestellt (z. B. Andereck et al., 2005). Die Effektstärken der Zusammenhänge sind jedoch gering, sodass der Kenntnisstand lediglich einen von mehreren Faktoren darstellt, die mit der Tourismusbewertung in Zusammenhang stehen.

Eine mögliche Erklärung besteht darin, dass ein höherer Kenntnisstand über bereits umgesetzte Maßnahmen das Verständnis für Ziele und Herausforderungen des Tourismusmanagements fördert und dadurch mit einer positiveren Bewertung des Tourismus einhergeht. Ebenso denkbar ist jedoch der umgekehrte Zusammenhang: Personen, die dem Tourismus grundsätzlich aufgeschlossener gegenüberstehen oder sich stärker für kommunalpolitische Themen interessieren, informieren sich möglicherweise häufiger über tourismuspolitische Maßnahmen. Darüber hinaus können weitere, im Rahmen dieser Untersuchung nicht berücksichtigte Einflussfaktoren – etwa das allgemeine politische Interesse, die persönliche Betroffenheit oder das Vertrauen in kommunale Institutionen – sowohl den Kenntnisstand als auch die Tourismusbewertung beeinflussen.

Auf Grundlage der vorliegenden Korrelationsanalyse lassen sich daher keine Aussagen über Ursache-Wirkungs-Beziehungen treffen. Die Ergebnisse zeigen vielmehr, dass Wissen über tourismuspolitische Maßnahmen und eine weniger kritische Bewertung des Tourismus innerhalb der Stichprobe gemeinsam auftreten.

3.2 Einfluss des Wohnorts auf die Tourismusakzeptanz

3.2.1 Motivation und Forschungsfrage

Bereits die Auswertung der offenen Nennungen zu den touristischen Hotspots sowie der räumlichen Verteilung der Stichprobe deutete darauf hin, dass Einwohnerinnen und Einwohner verschiedener Stadtquartiere unterschiedlich stark vom Tourismus betroffen sein könnten. Im Folgenden wird daher untersucht, ob zwischen der touristischen Prägung des Wohnquartiers und der Wahrnehmung beziehungsweise Bewertung des Tourismus statistische Zusammenhänge bestehen. Im Mittelpunkt steht folgende Forschungsfrage:

Inwiefern besteht ein Zusammenhang zwischen der touristischen Prägung des Wohnquartiers und der Wahrnehmung sowie Bewertung des Tourismus durch die Bamberger Bevölkerung?

Ziel der Analyse ist es zu prüfen, ob sich Bewohnerinnen und Bewohner touristisch stärker beziehungsweise weniger stark geprägter Quartiere hinsichtlich ihrer Wahrnehmung und Bewertung des Tourismus unterscheiden. Aussagen über ursächliche Wirkungszusammenhänge können auf Grundlage der vorliegenden Korrelationsanalyse jedoch nicht getroffen werden.

3.2.2 Räumliche Differenzierung

Die Untersuchung räumlicher Unterschiede in der Tourismuswahrnehmung setzt eine Einteilung der Wohnquartiere nach ihrer touristischen Prägung voraus. Grundlage hierfür bilden die Ergebnisse von Frage 3, in der die Befragten bis zu drei Orte mit aus ihrer Sicht besonders hohem Tourismusaufkommen benennen konnten. Die offenen Ortsangaben wurden zu neun räumlichen Kategorien zusammengefasst und kartographisch dargestellt (vgl. Abb. 8).

Durch den Vergleich dieser Darstellung mit der Quartierseinteilung des Bamberger Stadtgebietes (vgl. Abb. 3) lässt sich die räumliche Konzentration der wahrgenommenen touristischen Hotspots einzelnen Wohnquartieren zuordnen. Dabei zeigt sich, dass sich der überwiegende Teil der häufig genannten Orte innerhalb der Quartiere „Innenstadt“, „Michaelsberg/Sand“ sowie – mit deutlich geringerer Häufigkeit – „Nördliche Insel“ befindet.

Diese räumliche Verteilung deutet darauf hin, dass Einwohnerinnen und Einwohner dieser Quartiere im Alltag tendenziell häufiger mit touristischem Geschehen in Berührung kommen als Bewohnerinnen und Bewohner anderer Stadtgebiete. Die Zuordnung der Quartiere erfolgt dabei ausschließlich für die nachfolgende Analyse und basiert auf der räumlichen Auswertung der im Rahmen der Befragung wahrgenommenen touristischen Hotspots. Sie stellt keine

objektive Klassifikation der tatsächlichen touristischen Intensität einzelner Quartiere dar, sondern dient der analytischen Gegenüberstellung unterschiedlich stark touristisch geprägter Wohnquartiere.

Für die weiteren Auswertungen werden die Quartiere deshalb dichotomisiert. Die Quartiere „Innenstadt“, „Michaelsberg/Sand“ und „Nördliche Insel“ werden als touristisch stärker geprägte Quartiere zusammengefasst. Alle übrigen Quartiere bilden die Vergleichsgruppe der weniger touristisch geprägten Quartiere. Diese Einteilung ermöglicht es, im Folgenden zu untersuchen, ob sich Bewohnerinnen und Bewohner beider Quartiersgruppen hinsichtlich ihrer Wahrnehmung und Bewertung des Tourismus systematisch unterscheiden.

3.2.3 Korrelationsanalyse

Abbildung 32 zeigt den Zusammenhang zwischen der touristischen Prägung des Wohnquartiers und der Bewertung der Touristenanzahl in Bamberg. Deskriptiv zeigt sich, dass Befragte aus touristisch stärker geprägten Quartieren die Touristenanzahl häufiger als „viel zu hoch“ bewerten als Befragte aus weniger touristisch geprägten Quartieren. Der Anteil dieser Antwortkategorie liegt in touristisch stärker geprägten Quartieren um rund zwölf Prozentpunkte höher. Dagegen wird die Touristenanzahl in weniger touristisch geprägten Quartieren häufiger als „genau richtig“ eingeschätzt. Die Antwortkategorien „etwas zu niedrig“ und „viel zu niedrig“ werden in beiden Gruppen nur selten gewählt.

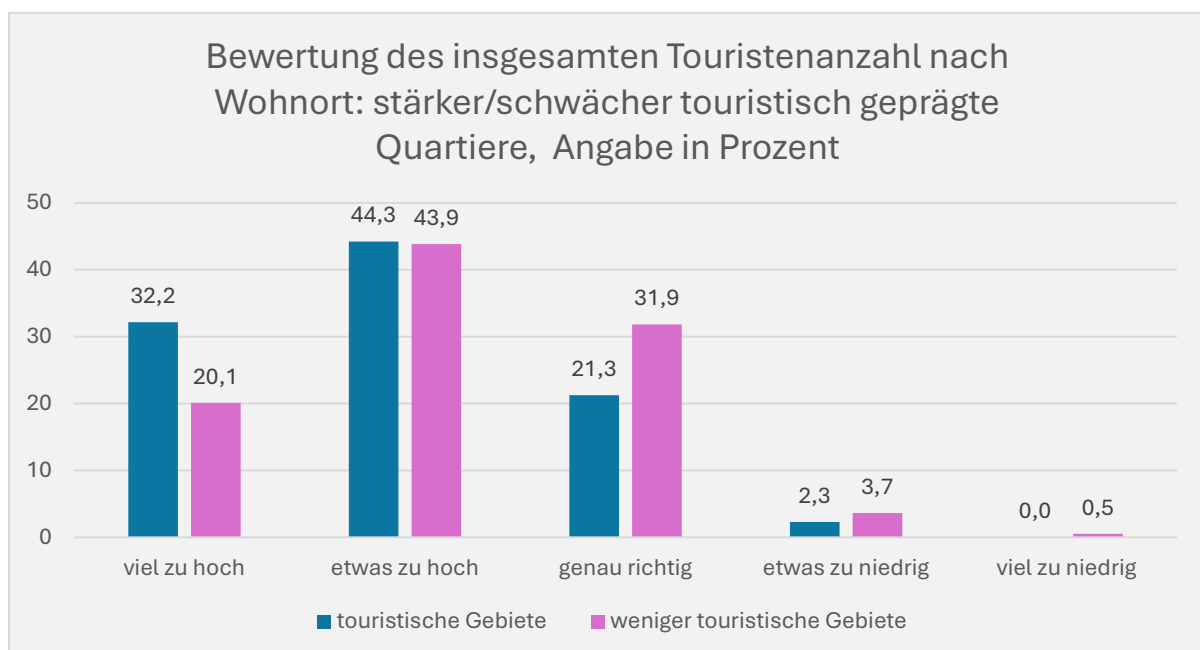


Abbildung 32: Bewertung der Touristenanzahl nach Wohnort

Zwischen der touristischen Prägung des Wohnquartiers und der Bewertung der Touristenanzahl besteht ein schwacher, statistisch signifikanter Zusammenhang (Spearman- $\rho = 0,153$; $p < 0,001$). Da höhere Werte der Bewertungsskala einer kritischeren Einschätzung entsprechen, bewerten Bewohnerinnen und Bewohner touristisch stärker geprägter Quartiere die Touristenanzahl innerhalb der vorliegenden Stichprobe tendenziell kritischer als Bewohnerinnen und Bewohner weniger touristisch geprägter Quartiere. Die Effektstärke des Zusammenhangs ist jedoch gering.

Abbildung 33 zeigt den Zusammenhang zwischen der touristischen Prägung des Wohnquartiers und dem bereits in Kapitel 3.1.2 eingeführten Index zur Messung der grundsätzlichen Einstellung gegenüber dem Tourismus. Der Index basiert auf den drei Aussagen „Es gibt zu viele Tagestouristen in Bamberg“, „Der Tourismus in Bamberg entwickelt sich zu intensiv“ sowie „Ich fühle mich in meinem Alltag durch Touristen eingeschränkt“ (Frage 9). Höhere Indexwerte kennzeichnen dabei eine kritischere Grundhaltung gegenüber dem Tourismus.

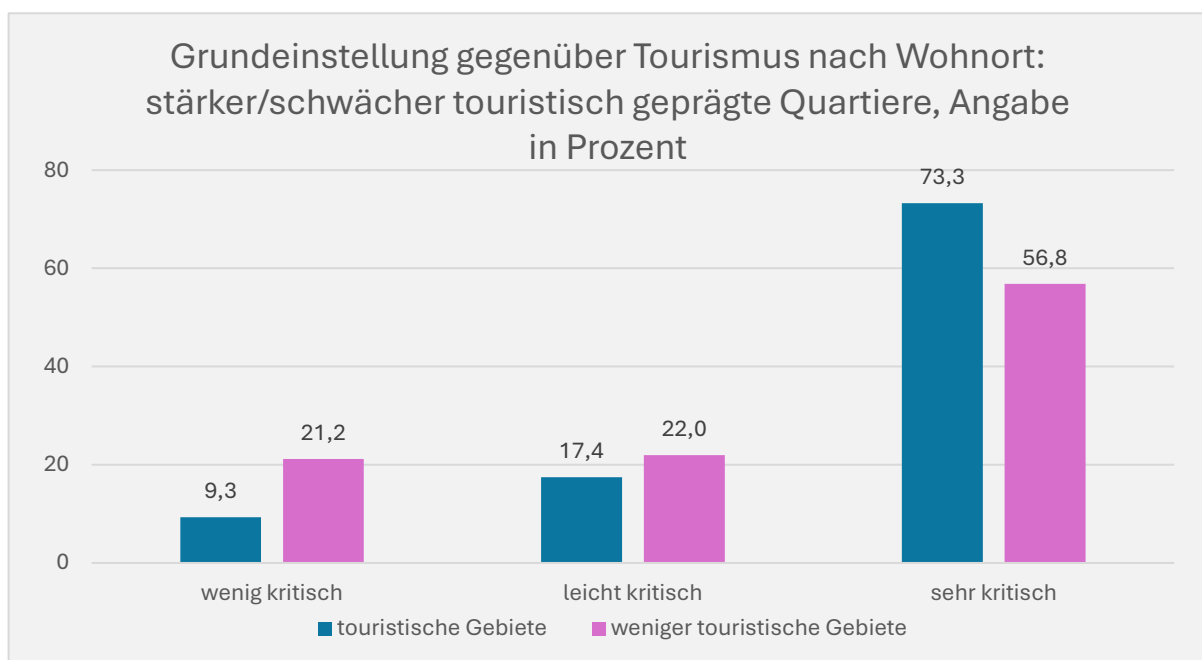


Abbildung 33: Grundeinstellung gegenüber Tourismus nach Wohnort

Deskriptiv weisen beide Quartiersgruppen insgesamt eine eher kritische Grundhaltung gegenüber dem Tourismus auf. Gleichzeitig zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Gruppen. Während 21,2 % der Befragten aus weniger touristisch geprägten Quartieren dem Bereich „wenig kritisch“ zuzuordnen sind, trifft dies lediglich auf 9,3 % der Befragten aus touristisch stärker geprägten Quartieren zu. Umgekehrt entfällt die Kategorie „sehr kritisch“ auf knapp drei Viertel der Befragten aus touristisch stärker geprägten Quartieren, gegenüber 56,8 % in den weniger touristisch geprägten Quartieren.

Auch zwischen der touristischen Prägung des Wohnquartiers und der allgemeinen Bewertung des Tourismus besteht ein schwacher, statistisch signifikanter Zusammenhang (Spearman- $\rho = -0,168$; $p < 0,001$). Da höhere Indexwerte eine kritischere Einstellung gegenüber dem Tourismus anzeigen, weist der negative Korrelationskoeffizient darauf hin, dass Bewohnerinnen und Bewohner touristisch stärker geprägter Quartiere innerhalb der vorliegenden Stichprobe tendenziell eine kritischere Grundhaltung gegenüber dem Tourismus aufweisen als Befragte aus weniger touristisch geprägten Quartieren. Die Effektstärke des Zusammenhangs ist jedoch ebenfalls gering.

Abbildung 34 zeigt den Zusammenhang zwischen der touristischen Prägung des Wohnquartiers und einem Belastungsindex, der aus der Anzahl der in Frage 8 ausgewählten tourismusinduzierten Problemen gebildet wurde. Der Index basiert ausschließlich auf der Anzahl der genannten Probleme und berücksichtigt nicht deren subjektiv empfundene Intensität. Höhere Indexwerte kennzeichnen daher eine größere Zahl wahrgenommener Problembereiche, nicht jedoch eine stärkere individuelle Belastung. In Frage 8 wurden insgesamt 15 Probleme benannt, die durch das touristische Geschehen entstehen können. Auf dieser Grundlage wurde ein fünfstufiger Index gebildet, der von „geringe Belastung“ (0 bis 3 Probleme), bis „hohe Belastung“ (13 bis 15 Probleme) reicht.

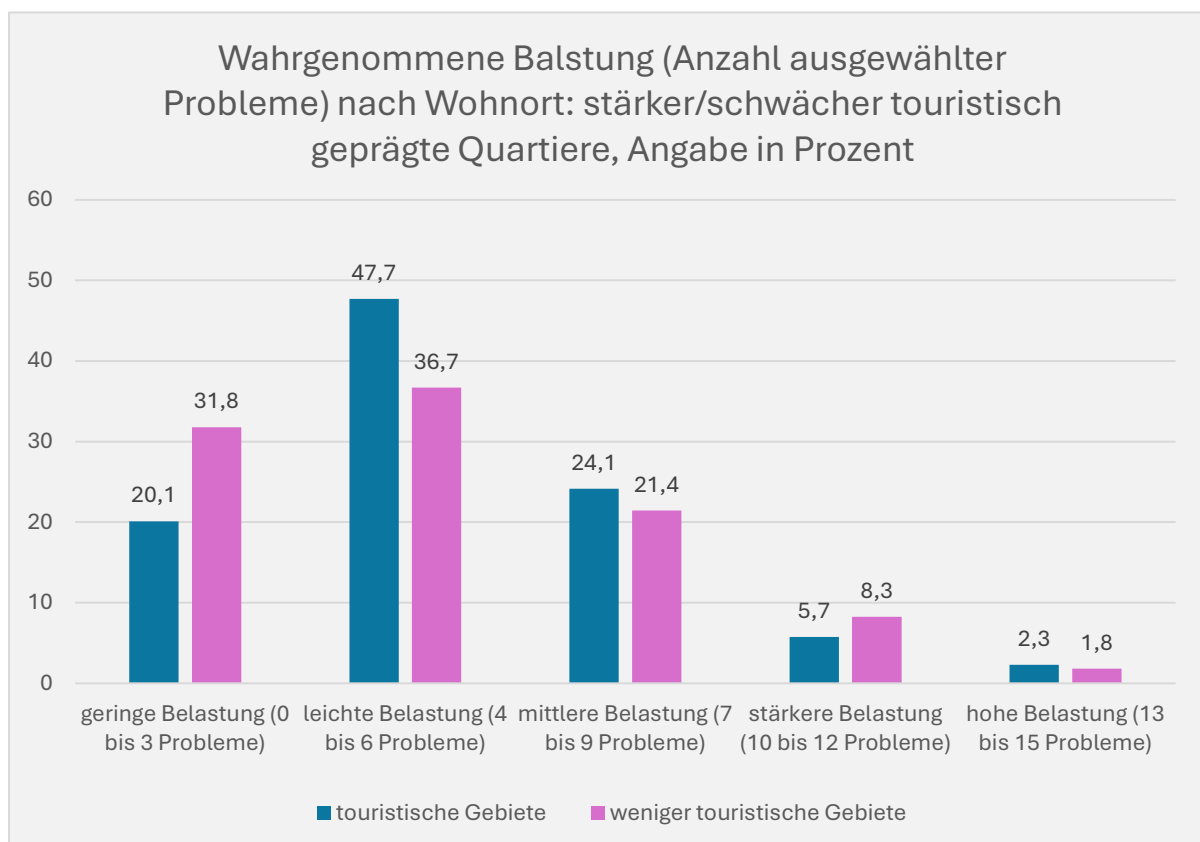


Abbildung 34: Wahrgenommene Belastung nach Wohnort

Deskriptiv zeigt sich, dass Befragte aus weniger touristisch geprägten Quartieren häufiger einer geringen Belastung zugeordnet werden, während in touristisch stärker geprägten Quartieren höhere Belastungsstufen etwas häufiger auftreten. Die Unterschiede zwischen beiden Gruppen fallen jedoch insgesamt vergleichsweise gering aus. Entsprechend zeigt die Korrelationsanalyse keinen beziehungsweise keinen praktisch relevanten Zusammenhang zwischen der touristischen Prägung des Wohnquartiers und der Anzahl wahrgenommener tourismusinduzierter Probleme (Spearman- $\rho = -0,066$; $p = 0,119$).

3.2.4 Interpretation

Die Korrelationsanalysen zeigen, dass zwischen der touristischen Prägung des Wohnquartiers und der Wahrnehmung beziehungsweise Bewertung des Tourismus statistische Zusammenhänge bestehen. Bewohnerinnen und Bewohner touristisch stärker geprägter Quartiere bewerten sowohl die Touristenanzahl als auch den Tourismus insgesamt innerhalb der vorliegenden Stichprobe tendenziell kritischer als Befragte aus weniger touristisch geprägten Quartieren. Auch dieser Zusammenhang wird in anderen Studien herausgestellt (z. B. Jurowski & Gursoy, 2003). Die festgestellten Zusammenhänge sind jedoch durchweg schwach, sodass die touristische Prägung des Wohnquartiers lediglich einen von mehreren Faktoren darstellt, die mit der Tourismusbewertung in Zusammenhang stehen.

Bemerkenswert ist, dass sich diese Unterschiede vor allem in der Bewertung des Tourismus zeigen, während sich hinsichtlich der Anzahl wahrgenommener tourismusbedingter Problembereiche nur geringe Unterschiede zwischen den Quartiersgruppen ergeben. Die Ergebnisse deuten somit darauf hin, dass sich weniger die Zahl der wahrgenommenen Auswirkungen unterscheidet als vielmehr deren Bewertung beziehungsweise Gewichtung durch die Befragten.

Eine mögliche Erklärung hierfür besteht darin, dass Bewohnerinnen und Bewohner touristisch stärker geprägter Quartiere häufiger mit touristischen Aktivitäten in ihrem unmittelbaren Wohnumfeld konfrontiert sind und diese dadurch sensibler wahrnehmen oder stärker gewichten. Dies legt nahe, dass räumliche Nähe nicht zwangsläufig dazu führt, mehr Probleme wahrzunehmen, sondern möglicherweise dazu, dieselben Probleme anders zu bewerten. Ebenso denkbar ist jedoch, dass sich die Quartiersgruppen auch hinsichtlich weiterer Merkmale unterscheiden, die im Rahmen dieser Untersuchung nicht berücksichtigt wurden. Hierzu zählen beispielsweise Unterschiede in der individuellen Betroffenheit, den Wohnmotiven oder allgemeinen Einstellungen gegenüber städtischen Entwicklungsprozessen. Die vorliegenden Daten erlauben keine Aussage darüber, welche dieser Faktoren den beobachteten Zusammenhängen zugrunde liegen.

Insgesamt sprechen die Ergebnisse dafür, dass die räumliche Lage des Wohnquartiers mit der subjektiven Bewertung des Tourismus zusammenhängt. Aussagen über ursächliche Wirkungszusammenhänge lassen sich auf Grundlage der vorliegenden Korrelationsanalyse jedoch nicht treffen.

4. Implikationen für das Tourismusmanagement in Bamberg

4.1 Handlungsfeld 1: Kommunikation und Partizipation

gemeinsam denken

Die Ergebnisse der Untersuchung verdeutlichen, dass Kommunikation und Partizipation im Tourismusmanagement nicht isoliert betrachtet werden sollten, sondern in einem engen Zusammenhang stehen. Zwar bewertet ein Großteil der Bamberger Bevölkerung den Tourismus grundsätzlich positiv und erkennt dessen wirtschaftliche sowie kulturelle Bedeutung an. Gleichzeitig zeigt sich jedoch ein ausgeprägter Wunsch nach einer besseren Information über tourismuspolitische Maßnahmen und Entscheidungsprozesse. Dieser Informationsbedarf zieht sich als wiederkehrendes Muster durch mehrere Ergebnisse der Befragung. So wünschen sich viele Befragte eine transparentere Kommunikation über geplante Maßnahmen, während gleichzeitig ein erheblicher Anteil die bestehenden Mitwirkungsmöglichkeiten kritisch bewertet oder hierzu keine Einschätzung abgeben kann.

Ergänzt wird dieses Bild durch die Korrelationsanalyse, nach der ein höherer Kenntnisstand über bereits umgesetzte tourismuspolitische Maßnahmen innerhalb der vorliegenden Stichprobe mit einer weniger kritischen Bewertung des Tourismus zusammenhängt. Aufgrund des korrelativen Untersuchungsdesigns lassen sich daraus zwar keine Aussagen über Ursache-Wirkungs-Beziehungen ableiten. Die Ergebnisse verdeutlichen jedoch, dass Information und Tourismusbewertung miteinander in Zusammenhang stehen und Transparenz damit eine wichtige Voraussetzung für das Verständnis tourismuspolitischer Entscheidungen darstellen kann.

Der vielfach geäußerte Wunsch nach mehr Information sollte dabei jedoch nicht vorschnell als Hinweis auf ein grundsätzlich unzureichendes Informationsangebot interpretiert werden. Die vorliegenden Daten erlauben keine Aussage darüber, ob tatsächlich zu wenig kommuniziert wird oder ob bestehende Informationen Teile der Bevölkerung nicht erreichen. Ebenso denkbar ist, dass die gewählten Kommunikationskanäle, die Aufbereitung der Informationen oder deren Zielgruppenorientierung nicht den Informationsbedürfnissen aller Bevölkerungsgruppen entsprechen. Für das Tourismusmanagement ergibt sich daraus weniger die Notwendigkeit eines quantitativen Ausbaus der Kommunikation als vielmehr die Aufgabe, bestehende Kommunikationsmaßnahmen hinsichtlich ihrer Reichweite, Verständlichkeit und Zugänglichkeit zu überprüfen. Die Ergebnisse sprechen somit nicht zwangsläufig für ein „Mehr“ an Kommunikation, sondern vielmehr für ein „Wie“ der Kommunikation.

Gleichzeitig zeigen die Ergebnisse, dass der Wunsch nach einer aktiven Mitwirkung an Entscheidungsprozessen geringer ausgeprägt ist als der Wunsch nach Information. Daraus lässt sich ableiten, dass nicht primär eine Ausweitung formeller Beteiligungsverfahren im Vordergrund stehen muss. Vielmehr erscheint es sinnvoll, Kommunikation und Partizipation als aufeinander aufbauende Elemente zu verstehen. Transparente Informationen über Ziele, Maßnahmen und Entscheidungsprozesse können dazu beitragen, die Nachvollziehbarkeit kommunaler und tourismusbezogener Entscheidungen zu erhöhen und damit eine fundierte Grundlage für Beteiligung zu schaffen. Partizipative Formate können diese Kommunikation ergänzen, sie jedoch nicht ersetzen. Für das Tourismusmanagement ergibt sich daraus die Schlussfolgerung, Informationsangebote und Beteiligungsformate stärker miteinander zu verzahnen und dabei unterschiedliche Informations- und Beteiligungsbedürfnisse innerhalb der Bevölkerung zu berücksichtigen.

4.2 Handlungsfeld 2: Räumliche Differenzierung als Leitprinzip eines nachhaltigen Tourismusmanagements

Ein zweites zentrales Ergebnis der Untersuchung betrifft die räumliche Dimension der Tourismuswahrnehmung. Die Befragung zeigt, dass touristische Belastungen nicht gleichmäßig über das Stadtgebiet verteilt wahrgenommen werden, sondern sich auf bestimmte Quartiere und Situationen konzentrieren. Dies wird sowohl in den offenen Nennungen touristischer Hotspots als auch in den Korrelationsanalysen deutlich. Bewohnerinnen und Bewohner touristisch stärker geprägter Quartiere bewerten sowohl die Touristenanzahl als auch den Tourismus insgesamt kritischer als Befragte aus weniger touristisch geprägten Quartieren. Gleichzeitig unterscheiden sich beide Gruppen hinsichtlich der Anzahl wahrgenommener tourismusbedingter Problembereiche nur vergleichsweise gering. Die Ergebnisse sprechen somit dafür, dass insbesondere die räumliche Konzentration touristischer Aktivitäten die Wahrnehmung und Bewertung des Tourismus beeinflusst.

Gleichzeitig zeigt die Befragung, dass Maßnahmen zur räumlichen und zeitlichen Entzerrung touristischer Aktivitäten von einem großen Teil der Befragten als geeigneter Ansatz zur Verringerung wahrgenommener Belastungen angesehen werden. Die Ergebnisse richten den Blick damit weniger auf eine Reduzierung des Tourismus insgesamt als vielmehr auf dessen räumliche und zeitliche Steuerung. Sie unterstreichen die Bedeutung einer Besucherlenkung, die touristische Aktivitäten möglichst gleichmäßiger über den Stadtraum sowie über verschiedene Tages- und Jahreszeiten verteilt und dadurch Belastungsschwerpunkte reduziert, ohne die positiven wirtschaftlichen und kulturellen Effekte des Tourismus grundsätzlich in Frage zu stellen.

Ansätze einer solchen räumlich differenzierten Besucherlenkung werden in Bamberg bereits seit mehreren Jahren verfolgt. Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung sprechen dafür, diesen eingeschlagenen Weg konsequent weiterzuentwickeln und weiterhin als zentrales Handlungsfeld des Tourismusmanagements zu betrachten. Bevor zusätzliche Schwerpunkte auf neue Maßnahmenbereiche gelegt werden, erscheint es sinnvoll, bestehende Instrumente der Besucherlenkung gezielt zu optimieren und ihre Wirksamkeit kontinuierlich zu evaluieren. Die Untersuchung liefert damit weniger Hinweise auf einen grundlegenden Strategiewechsel als vielmehr auf die Notwendigkeit einer kontinuierlichen Weiterentwicklung und Präzisierung bereits etablierter Ansätze.

Hierfür bieten insbesondere digitale Technologien und datenbasierte Analyseverfahren zusätzliche Potenziale. Mobile Sensorik kann beispielsweise dazu beitragen, Besucherfrequenzen an stark frequentierten Orten kontinuierlich und datenschutzkonform zu erfassen. Ergänzend ermöglichen anonymisierte Mobilitätsdaten eine differenzierte Analyse räumlicher und zeitlicher Bewegungsmuster sowie die frühzeitige Identifikation von Belastungsschwerpunkten. Digitale Anwendungen – etwa touristische Apps oder digitale Informationssysteme – eröffnen darüber hinaus die Möglichkeit, Besucherinnen und Besucher gezielt auf alternative Sehenswürdigkeiten, Routen oder Aufenthaltsorte hinzuweisen und dadurch zu einer räumlichen und zeitlichen Entzerrung touristischer Aktivitäten beizutragen. Gleichzeitig bilden diese Daten eine wertvolle Grundlage, um die Wirksamkeit bereits umgesetzter Maßnahmen kontinuierlich zu überprüfen und die Besucherlenkung evidenzbasiert weiterzuentwickeln.

Vor diesem Hintergrund erscheint die bereits bestehende Verzahnung des Tourismusmanagements mit den Aktivitäten der Smart City Bamberg als ein zukunftsweisender Ansatz. Das Tourismusmanagement ist bereits auf mehreren Ebenen mit Smart-City-Projekten verknüpft – sowohl durch den gegenseitigen Datenaustausch im Rahmen verschiedener Projekte als auch durch die Entwicklung digitaler Anwendungen zur Besucherlenkung. Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung sprechen dafür, diesen eingeschlagenen Weg konsequent weiterzuverfolgen und weiter auszubauen.

Ein Beispiel hierfür ist das Projekt „Besonderes Besuchserlebnis“, das mithilfe digitaler Besucherlenkung dazu beiträgt, touristische Hotspots zu hochfrequentierten Zeiten zu entlasten und Besucherinnen und Besuchern gleichzeitig alternative Sehenswürdigkeiten und Aufenthaltsorte aufzuzeigen. Hierfür werden individuelle Interessen und Präferenzen mit aktuellen Frequenzdaten sowie Erfahrungswerten verknüpft, um Besucherströme gezielt zu lenken und gleichzeitig ein attraktives Besuchserlebnis zu ermöglichen.

Die Ergebnisse der Bürgerbefragung unterstreichen die Relevanz solcher Ansätze. Da sich wahrgenommene Belastungen räumlich und zeitlich auf bestimmte Bereiche konzentrieren, entspricht die Weiterentwicklung datenbasierter und digital unterstützter Besucherlenkung den Erwartungen eines großen Teils der Bevölkerung. Zugleich ermöglichen die bereits etablierten Kooperationen zwischen Tourismusmanagement und Smart City, bestehende Maßnahmen kontinuierlich zu evaluieren und bedarfsgerecht weiterzuentwickeln. Die Untersuchung liefert damit eine empirische Bestätigung dafür, dass der eingeschlagene Weg geeignet ist, die Aufenthaltsqualität für Gäste zu verbessern und gleichzeitig die Lebensqualität der Bevölkerung nachhaltig zu stärken.

5. Fazit

Die vorliegende Untersuchung zeigt insgesamt eine überwiegend positive Grundhaltung der Bamberger Bevölkerung gegenüber dem Tourismus. Die große Mehrheit der Befragten erkennt dessen wirtschaftliche, kulturelle und gesellschaftliche Bedeutung für die Stadt an und bewertet die touristische Entwicklung grundsätzlich positiv. Gleichzeitig verdeutlichen die Ergebnisse, dass tourismusbedingte Belastungen durchaus wahrgenommen werden. Diese konzentrieren sich jedoch insbesondere auf bestimmte Stadtquartiere, Tageszeiten und Situationen und werden von den Bewohnerinnen und Bewohnern touristisch stärker geprägter Quartiere kritischer bewertet als von Befragten aus weniger touristisch geprägten Bereichen. Die Ergebnisse sprechen damit gegen eine pauschale Ablehnung des Tourismus und vielmehr für eine differenzierte Wahrnehmung seiner positiven Wirkungen und seiner räumlich konzentrierten Herausforderungen.

Darüber hinaus verdeutlicht die Untersuchung die Bedeutung von Kommunikation und Information für die gesellschaftliche Akzeptanz touristischer Entwicklungen. Die statistischen Analysen zeigen einen Zusammenhang zwischen dem subjektiven Informationsstand der Befragten und ihrer Bewertung des Tourismus. Gleichzeitig äußern viele Befragte den Wunsch nach einer besseren Information über touristische Entwicklungen sowie nach stärkeren Möglichkeiten der Mitwirkung. Die Ergebnisse lassen zwar keine Aussagen über die Ursachen dieses Informationsbedarfs zu, unterstreichen jedoch die Relevanz einer zielgerichteten, transparenten und adressatengerechten Kommunikation als wesentliche Grundlage für Partizipation und Akzeptanz.

Ebenso weisen die Ergebnisse auf die Bedeutung einer räumlich differenzierten Besucherlenkung hin. Maßnahmen zur räumlichen und zeitlichen Entzerrung touristischer Aktivitäten werden von einem Großteil der Befragten als geeigneter Ansatz zur Verringerung wahrgenommener Belastungen angesehen. Die Untersuchung liefert damit keine Hinweise auf die Notwendigkeit einer grundlegend neuen Tourismusstrategie, sondern spricht vielmehr für eine konsequente Weiterentwicklung der bereits in Bamberg verfolgten Ansätze einer räumlich differenzierten Besucherlenkung. Eine kontinuierliche Evaluation bestehender Maßnahmen sowie deren bedarfsgerechte Weiterentwicklung erscheinen dabei als zentrale Voraussetzungen für ein langfristig wirksames Tourismusmanagement.

Vor diesem Hintergrund lassen sich aus der Untersuchung zwei zentrale Handlungsfelder ableiten. Zum einen sollten Kommunikation und Partizipation weiter gestärkt werden, indem Informationen zielgruppengerecht aufbereitet, geeignete Kommunikationskanäle genutzt und Möglichkeiten zur Beteiligung der Bevölkerung ausgebaut werden. Zum anderen sollte die räumliche Besucherlenkung auf Grundlage empirischer Erkenntnisse kontinuierlich weiterentwickelt werden. Hierfür bieten insbesondere digitale Technologien und datenbasierte

Analyseverfahren – etwa mobile Sensorik, anonymisierte Mobilitätsdaten oder digitale Informationssysteme – zusätzliche Potenziale, um Besucherströme differenziert zu analysieren, Maßnahmen zu evaluieren und Belastungsschwerpunkte frühzeitig zu erkennen. Eine weitergeführte enge Verzahnung des Tourismusmanagements mit den Aktivitäten der Smart City Bamberg auf Grundlage der bereits bestehenden Kooperationen kann hierzu einen wichtigen Beitrag leisten, indem touristische, mobilitätsbezogene und stadtplanerische Daten noch stärker miteinander verknüpft und für ein evidenzbasiertes Besucherstrommanagement genutzt werden.

Die vorliegende Untersuchung macht insgesamt deutlich, dass die langfristige Entwicklung und Bewertung des Tourismus in Bamberg nicht allein an Besucherzahlen oder wirtschaftlichen Kennzahlen gemessen werden sollten. Ebenso entscheidend ist das Wissen darüber, wie die Bevölkerung den Tourismus wahrnimmt, welche Chancen sie mit ihm verbindet und wo sie Belastungen erlebt. Die systematische Einbeziehung dieser Perspektiven schafft eine wichtige Grundlage, um touristische Entwicklungen frühzeitig zu erkennen, Maßnahmen bedarfsgerecht weiterzuentwickeln und ihre gesellschaftliche Akzeptanz langfristig zu sichern.

Gerade darin liegt eine Stärke der vorliegenden Untersuchung. Sie versteht die Bevölkerung nicht ausschließlich als von den Auswirkungen des Tourismus betroffene Anspruchsgruppe, sondern als wichtigen Partner bei der Gestaltung der touristischen Zukunft Bambergs. Eine Destination ist langfristig nur dann erfolgreich, wenn sie gleichermaßen ein attraktiver Wohn-, Lebens- und Arbeitsort sowie ein attraktives Reiseziel bleibt. Die regelmäßige Einbindung der Bevölkerung leistet hierzu einen wichtigen Beitrag und bildet damit eine wesentliche Voraussetzung für eine auch sozial nachhaltige Tourismusedwicklung in der Stadt Bamberg.

Literaturverzeichnis

- Andereck, K., Valentine, K., Knopf, R., & Vogt, C. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of tourism research*, 1056-1076.
- Bayerisches Landesamt für Statistik (LfStat). (2025). *Kommunalstatistik Kreisfreie Stadt Bamberg 09 461*. Fürth: Bayerisches Landesamt für Statistik.
- Jurowski, C., & Gursoy, D. (2003). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 296-312.