

Freizeit- und Tourismusgeographie
FB VI – Geographie/Geowissenschaften
Wintersemester 2012/13
Prof. Dr. Andres Kagermeier
Univ.- Prof. Dr. Ingo Eberle

Zusammenfassung der Diplomarbeit

Der Triberger Weihnachtszauber

Heiko Ettwein

Peter-Wagner-St.11

54295 Trier

Matrikelnummer: 881739

ettw6a01@uni-trier.de

Zusammenfassung

Der Eventtourismus ist ein schnell wachsendes und sich veränderndes Teilsegment des Tourismus. Aufgrund des Wertewandels und der anspruchsvoller werdenden Touristen, besteht die Herausforderung darin, einzigartige Erlebnisse zu versprechen. Kann der Triberger Weihnachtszauber dieses Versprechen halten?

Kulturtourismus

In den letzten Jahrzehnten wurde der Kulturbegriff immer breiter gefasst. Das traditionelle Repertoire der Attraktionen umfasste vor allem Elemente der Hochkultur. Gegenwärtig umfasst der Kulturbegriff auch Elemente der Alltagskultur (vgl. STEINECKE 2007 S.4). Diese Erweiterung des Kulturbegriffs hat dazu geführt, dass zunehmend auch immaterielle Kulturgüter und Elemente der Alltagskultur wie Brauchtum und Veranstaltungen touristisch genutzt werden (vgl. STEINECKE 2007 S.4).

Das kulturtouristische Angebot umfasst Räume mit einer spezifischen Regionalkultur, sowie kulturelle Relikte, Einrichtungen und Schauplätze wie Burgen, Schlösser, Gartenanlagen, Museen etc., die jeweils auch als Schauplatz von Veranstaltungen fungieren können (vgl. STEINECKE 2007 S.4).

Events

Events sind eines der am schnellsten wachsenden Teilsegmente des Tourismus. Gründe dafür sind das wachsende Interesse an Kulturveranstaltungen, sowie der Gesellschaftswandel hin zu einer Erlebnisgesellschaft (vgl. SÄFKEN 1999, S. 30).

Unter dem Begriff „Event“ ist eine inszenierte, geplante Veranstaltung mit einer ganz bestimmten Zielsetzung zu verstehen. Die Charaktereigenschaften eines Events sind vor allem Emotionalität, Inszenierungsqualität, und Erlebnenswert. Die Mischung aus Veranstaltung und Ereignis, die automatisch eine emotionale Ansprache mit sich bringt, macht eine Veranstaltung zu einem Event (vgl. SÄFKEN 1999, S.9).

Bei dem Triberger Weihnachtszauber handelt es sich um ein Kulturevent. Die Veranstaltung weist einen hohen Eventcharakter auf, da sie etwas Einzigartiges, Besonderes, geplant Inszeniertes, von kurzer Dauer ist und somit zu einem Ereignis wird. Außerdem lässt sich die Veranstaltung dem Kulturtourismus zuordnen, da sie auch stark einem Weihnachtsmarkt gleicht und Weihnachtsmärkte der Alltagskultur zuzuordnen sind.

Der Triberger Weihnachtszauber

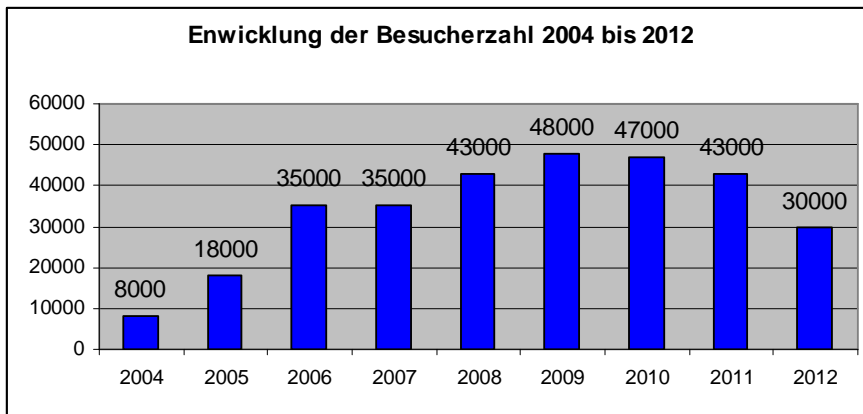
Der Triberger Weihnachtszauber findet seit dem Jahr 2004 jedes Jahr vom 25. Dezember bis zum 30. Dezember statt. Dieser Termin wurde bewusst auf die Tage nach dem Heiligabend gelegt, da vor dem Heiligabend zahlreiche Weihnachtsmärkte stattfinden, die als Konkurrenzveranstaltungen gesehen werden. Außerdem haben in dieser Woche viele Urlaub (mündliche Mitteilung STROBEL).

Der Triberger Wasserfall, wird als der höchste Wasserfall Deutschlands bezeichnet. Über 7 mächtige Granitstufen stürzt das Wasser der Gutach 163 Meter in die Tiefe. (vgl. FETSCHER 2011, S. 140). Dieses beeindruckende Naturschauspiel dient dem Triberger Weihnachtszauber als Kulisse.

Veranstalter des Triberger Weihnachtszaubers ist die TWZ-Eventagentur. Die Stadt Triberg sorgt für die nötige Infrastruktur auf dem Veranstaltungsgelände. So wurde schon eine Bühne errichte, Teile des sehr steilen Geländes wurden Terrassenartig angelegt und das Wegenetz wurde ausgebaut. Die neu entstandene kann das ganze Jahr über von Gästen, sowie von einheimischen genutzt werden.

Erstmals wurde die Veranstaltung 2004 durchgeführt. Damals wurde das Wasserfallgelände mit 100.000 kleinen Lämpchen geschmückt und örtliche Vereine und nur wenig bekannte Künstler sorgten für musikalische Unterhaltung. Zudem gehört seit der ersten Veranstaltung eine Feuershow zum Programm. An kleinen Holzbuden werden ähnlich wie auf einem Weihnachtsmarkt Speisen und Getränke angeboten. In den folgenden Jahren wurde die Beleuchtung und die Dekoration immer aufwändiger gestaltet und das Bühnenprogramm wurde ebenfalls überarbeitet. Bei der Veranstaltung im Jahr 2012 umfasste die weihnachtliche Beleuchtung 900.000 Lichter und das Bühnenprogramm hat sich sowohl quantitativ, sowie qualitativ weiterentwickelt.

Vom Jahr 2004 bis zum Jahr 2009 ist die Besucherzahl von 10.000 auf 48.000 angestiegen. Seit dem Jahr 2010 sinkt diese allerdings wieder, sodass im Jahr 2012 nur 30.000 Besucher gezählt werden konnten.



Quelle: eigene Erhebung 2011

Ergebnisse der Besucherbefragung

Die Besucherbefragung, die während der Veranstaltung im Jahr 2011 durchgeführt wurde führte zu folgenden Ergebnissen:

Der Durchschnittsbesucher des Triberger Weihnachtszaubers ist 42,7 Jahre alt, verfügt über einen Realschulabschluss und ist der Berufsgruppe der Angestellten zuzuordnen. Ca. 40% der Besucher sind männlich und ca. 60% sind weiblich. Der Großteil der Besucher hat die Veranstaltung von zu Hause aus im Rahmen eines Tagesausfluges besucht und wohnt in einem Umkreis von 75 km.

Zwei Drittel der Besucher waren in Begleitung ihres Partners. Ein Drittel besuchte die Veranstaltung mit Kindern und 44% sind mit Freunden/Verwandten zu dem Event gekommen.

Einen (Kurz-) Urlaub verbrachten 12% der Besucher in der Region, wobei ein Drittel von ihnen bei Freunden oder Verwandten übernachtet hat. Weitere 35% haben in Hotels, 18% in Ferienwohnungen und 12% in Pensionen übernachtet. Die Hälfte der Übernachtungsgäste hat bereits mindestens einen Urlaub in der Region verbracht. Die meisten Übernachtungsgäste gaben den Besuch von Freunden und Verwandten (36%) und den Triberger Weihnachtszauber (29%) als Hauptmotiv für ihren Aufenthalt in der Region an.

Durch persönliche Empfehlung und Zeitungen sind die meisten Besucher auf das Event aufmerksam gemacht worden.

Für 55% der Befragten war das Hauptmotiv für den Besuch der Veranstaltung die Atmosphäre

25% der befragten waren in einem Restaurant oder Cafe am Tag der Befragung. Sie haben

durchschnittlich 13,89 Euro

Keiner der Befragten gab an, am Tag der Veranstaltung Geld für Einkäufe ausgegeben zu haben. Obwohl das Schwarzwaldmuseum sich direkt gegenüber des Eingangs des Eventgeländes befindet gaben nur 1,3% der Befragten an, am Tag der Befragung ein Museum Besucht zu haben.

Insgesamt werden 97% der Besucher die Veranstaltung sicher- oder wahrscheinlich weiterempfehlen. 71% der Übernachtungsgäste und 86% der Tagesgäste wollen die Veranstaltung sicher oder wahrscheinlich wieder besuchen. Allerdings besuchten nur 30% der Befragten die Veranstaltung in den Vorjahren schon mindestens ein Mal.

Die einzelnen Aspekte der Veranstaltung wurden von den Besuchern insgesamt gut bewertet. Besonders gut wurden die Inszenierung/Dekoration (Note 1,25), der Austragungsort (Note 1,39) und die Atmosphäre (Note 1,52) bewertet. Die Organisation (Note 1,65), die Programmauswahl (Note 1,60), sowie die Künstler (Note 1,66) und das gastronomische Angebot (Note 1,78) haben etwas schlechter abgeschnitten. Am schlechtesten wurden die Ausschilderung (Note 1,76), Die Verkaufsstände (Note 1,83), und die Parkplätze (Note 2,23) bewertet.

Die gute Bewertung durch die Befragten und die Tatsache, dass fast alle die Veranstaltung weiterempfehlen und ein Großteil die Veranstaltung auch erneut besuchen will, zeigt, dass die Befragten mit ihrem Besuch zufrieden waren.

Kritik und Handlungsempfehlungen

- Erfolgreiche Events lassen sich nicht einfach kopieren oder konservieren, sondern nur steigern und konservieren (vgl. OPASCHOWSKI 2002 S.241). Nur durch das Installieren von immer mehr Lämpchen wurde eine Steigerung signalisiert.
- Obwohl ein Drittel der Besucher die Veranstaltung mit Kindern Besuchen, wird für Kinder nicht viel angeboten. Dies wurde auch von vielen Eltern bemängelt
- Das Angebot an Speisen und Getränken übersteigt das Angebots eines normalen Weihnachtsmarktes nicht. Wünschenswert wären regionaltypische Speisen
- Die Menschenmassen und die langen Wartezeiten wurden ebenfalls von den Besuchern bemängelt. Dieses Problem könnten mit der Schaffung eines zweiten Eingangs behoben werden.

Literaturverzeichnis

FETSCHER, M. (2011): Die Triberger Wasserfälle und deren Entstehung. In: SCHWARZWALD-BAAR-KREIS (Hrsg.): Almanach 2011 – Jahrbuch des Schwarzwald-Baar-Kreises. Vöhrenbach. S. 240-249

OPASCHOWSKI H-W. (2002): Tourismus. Eine systematische Einführung- Analysen und PROGNOSEN. 3. Aufl., Opladen.

SÄFKEN A. (1999): Der Event in Regionen und Städtekooperationen- Ein neuer Ansatz des REGIONALMARKETINGS?? (Schriften der Raumordnung und Landesplanung, Band 3). Augsburg

STEINECKE, A. (2007): Kulturtourismus. Marktstrukturen Fallstudien Perspektiven. München.