



Das Bild Göttingens und seiner Umgebung als Erholungs- und Natur-Tourismus Ziel bei internationalen Studenten (Fallstudie an der Universität Göttingen)

Zusammenfassung der Masterarbeit von LAMBOK PUNGUAN SAGALA

August 2014

Betreuer: Prof. Dr. Renate Bürger-Arndt, Prof. Dr. Christoph Dittrich

Zusammenfassung

Natur-Tourismus/Erholung im Freien ist weltweit eine der am schnellsten wachsenden Tourismusaktivitäten. Aufgrund eines gestiegenen Umweltbewusstseins und eines hohen Urbanisierungsgrades suchen immer mehr Menschen Ziele Ausflugs- und Urlaubsziele in schöner Natur auf. Natur-Touristen sind meist junge Leute im Alter von 20 - 40 Jahren mit einem höheren Bildungsabschluss. Daher können in diesem Typ von Tourismusmarkt Studenten als eine der wichtigsten Zielgruppen gelten. Ziel dieser Studie war es, das Bild Göttingens und seiner Umgebung mittels einer Kombination aus strukturierten und offenen Befragungen zu erfassen, wie sie bereits von anderen Forschern vorgeschlagen wurden. Diese Erfassung von Eindrücken und Vorstellungen wurde als wichtig für die Positionierung und die Unterscheidung des Göttinger Umlandes gegenüber konkurrierenden Reisezielen angesehen. Aus Vermarktungssicht, kann damit das Interesse von Touristen, ein bestimmtes Reiseziel zu besuchen, die Reisezufriedenheit und die Absicht wiederzukehren, erhöhen. Die strukturierte Befragung verwendete Merkmale, die mit einer 5-Punkte-Skala zu bewerten waren, während die offene Befragung drei frei zu beantwortende Fragen vorsah. Zusätzlich wurde die Recherche auch durchgeführt, um das Erholungs- und Tourismusverhalten internationaler Studenten zu erschließen. Die Studie konzentrierte sich auf internationale Studierende, weil zu erwarten war, dass diese bestimmte Charakteristika aufweisen, die sich von denen einheimischer Studierender unterscheiden. Die Daten wurden von Januar bis April 2014 erhoben. 326 Befragte lieferten brauchbare Antworten. Die Recherche ergab, dass die Kombination der strukturierten und offenen Befragung in der Lage war, die verschiedenen Dimensionen des Bildes von Göttingen und seiner Umgebung zu erfassen. Unter Berücksichtigung der hohen Neigung zum Reisen und bestehender Reiseerfahrung der Studierenden, konnte gefolgert werden, dass internationale Studenten der Universität Göttingen einen potentiellen Natur-Tourismus-Markt darstellen. Daher könnten sie, durch eine maßgeschneiderte Marktstrategie angezogen werden. Zusätzlich zeigt die Recherche, dass die jeweiligen Reisegewohnheiten und Eindrücke/Wahrnehmungen von soziodemographischen Eigenschaften beeinflusst werden, weshalb eine weitere Marktsegmentierung als notwendig erachtet wird.