

Schritt-für-Schritt-Anleitung

«Luzern fragt nach – und versteht die Stimmung im Detail»

Ein realistisches Bild davon gewinnen, **wie die Bevölkerung den Tourismus erlebt** – wo er positiv wirkt, wo er Herausforderungen mit sich bringt, und welche Themen sich langfristig zuspitzen könnten. Ziel ist es, auf fundierter Grundlage **kluge, akzeptierte Entscheidungen** treffen zu können und ein Frühwarnsystem zu entwickeln. Unterstützt werden kann eine solche Erhebung auch durch die Nachhaltigkeitsexpert:innen des STV-Netzwerks.

Schritt	Was zu tun ist	Tipps aus Luzern
1. Relevante Themen definieren	Welche Felder sind für die Region besonders sensibel? (z. B. Wohnraum, Verkehr, Lärm, Umwelt, Preisentwicklung, Umgang mit Gästen)	Luzern hat gezielt zentrale Themenbereiche identifiziert, die emotional aufgeladen sein können.
2. Fragebogen entwickeln	Systematische, standardisierte Fragen neutral und verständlich formulieren, ggf. mit externer Fachstelle. Wichtig: Raum für Freitext und offene Rückmeldungen lassen. Beispielhafte Fragen: <i>Wie stark nehmen Sie den Tourismus an Ihrem Wohnort in Ihrem Alltag wahr?</i> <i>Was schätzen Sie am Tourismus in Ihrer Region besonders?</i> <i>Wo empfinden Sie den Tourismus als störend oder belastend?</i> <i>Wie gut funktioniert aus Ihrer Sicht das Zusammenleben zwischen Gästen und Einheimischen?</i> <i>Welche Veränderungen beobachten Sie in Ihrem Wohnumfeld durch den Tourismus?</i>	Fokus auf Wahrnehmung, nicht auf Schuldzuweisungen – das fördert Offenheit.
3. Befragung konkret planen und versenden	Stichprobe, Kanäle, Versandzeitpunkt, Erinnerungsläufe und Incentives festlegen; rechtliche Rahmenbedingungen (Datenschutz, Einverständniserklärung) sicherstellen. • Versandkanäle: E-Mail (Kommunalgremien, Vereinsverteiler), Postversand (stichprobenartig), QR-Codes an öffentlichen Orten, lokale Medien-Beilagen, Social Media-Ads.	Niederschwellige Zugänge (z.B. Social-Media-Werbung, lokale Auslage) zusammen mit Online-Mailings erhöhen die Reichweite.

	• Timing und Erreichbarkeit: Versand nicht in Ferienzeiten; Antwortfenster 2–3 Wochen; 1–2 Erinnerungsmails zeitlich staffeln. • Incentivierung: Kleine, sinnvolle Anreize (z. B. Gemeindegutscheine, lokale Kultur-Tickets, Verlosung von Regionalprodukten) erhöhen die Rücklaufquote ohne Verzerrung. Klar kommunizieren: Zufallsziehung oder Teilnahme-Voucher. • Sprachvarianten und Barrierefreiheit: Fragebogen in relevanten Sprachen anbieten; kurze Version für mobil; optional telefonische Unterstützung für ältere Zielgruppen. Datenschutz und Transparenz: Zweck der Erhebung, Aufbewahrungsdauer und Kontakt für Rückfragen klar angeben; anonymisierte Auswertung kommunizieren.	
4. Ergebnisse analysieren und kommunizieren	Ergebnisse nach Themen und räumlich differenziert auswerten. Visualisierungen (z. B. Karten, Diagramme, Stimmungsbilder) erleichtern die Kommunikation. Werte, wenn möglich, in Vergleich zu Vorjahrszahlen oder Werte anderer Destinationen setzen. Ableitung von Handlungsfeldern, aber auch, was bereits gut läuft. Rückspiegelung an Bevölkerung und Politik.	Ergebnisrückfluss = Vertrauensaufbau. Sichtbarkeit ist Teil der Wirkung! Bei der Kommunikation an die Bevölkerung sollte neben den Kernerkenntnissen im Vordergrund stehen, welche nächsten Schritte geplant sind.
Erfolgsfaktoren	• Ergebnisoffen fragen, nicht bestätigen wollen • Regelmässig wiederholen, um Entwicklungen sichtbar zu machen und ein Frühwarnsystem für Probleme zu haben • Transparenz schaffen, auch bei kritischen Resultaten • Wirklich hinhören – auch zwischen den Zeilen	