

Schlüsselfaktoren und Voraussetzungen für erfolgreiche Freizeitverkehrsangebote im ländlichen Raum

Prof. Dr. Andreas Kagermeier
Freizeit- und Tourismusgeographie, Universität Trier

Fachsitzung: Herausforderung Verkehrswende: Entwicklungspfade für
nachhaltigeren touristischen Verkehr und Freizeitverkehr (VE-FS-40)
Deutscher Kongress für Geographie, Berlin 1. bis 6. Oktober 2015



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier





Guiver & Lumsdon ITRA 2009



Ausgangssituation

- Hohe MIV-Affinität im Freizeit- und Urlaubsverkehr
- Verkehrsmittelwahl stärker emotional / hedonistisch
- Volatile Nachfrage (räumlich und zeitliche Konzentration)

⇒ Schwieriger Markt: Grundvoraussetzung Angebotsqualität

- Nicht nur Choice Rider sondern auch **Choice Visitor**
- **Lage der Destinationen** nicht veränderbar und oft abseits der Haupteerschließungsachsen

Was erwartet Sie ?

Freizeitverkehre (im ländlichen Raum)

1. Rahmenbedingungen auf Nachfrageseite
2. Organisationale und strukturelle Aspekte der Angebotsseite
3. Lösungsoptionen (angebotsseitige Gestaltung)
 - Synergieoptionen mit Alltagsverkehr
 - Finanzierung

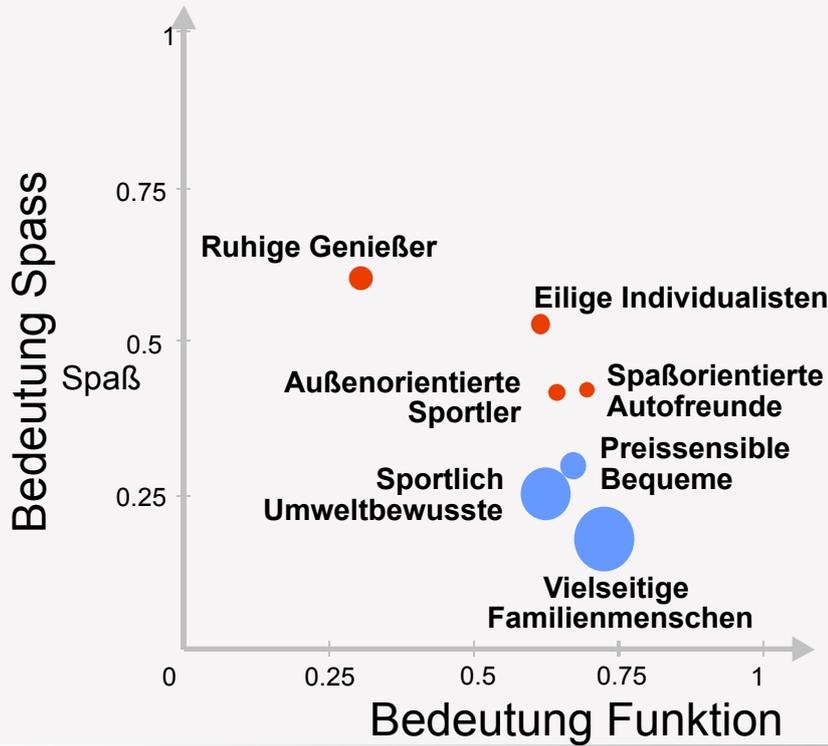


Rahmenbedingungen auf Nachfrageseite

- 1) Zielgruppenorientierung
- 2) Berücksichtigung Einzugsbereiche
- 3) Nutzungsfrequenz
- 4) Awareness Generierung im Marketing



Spaß- und Funktionsorientierung bei Verkehrsmittelwahl in der Freizeit

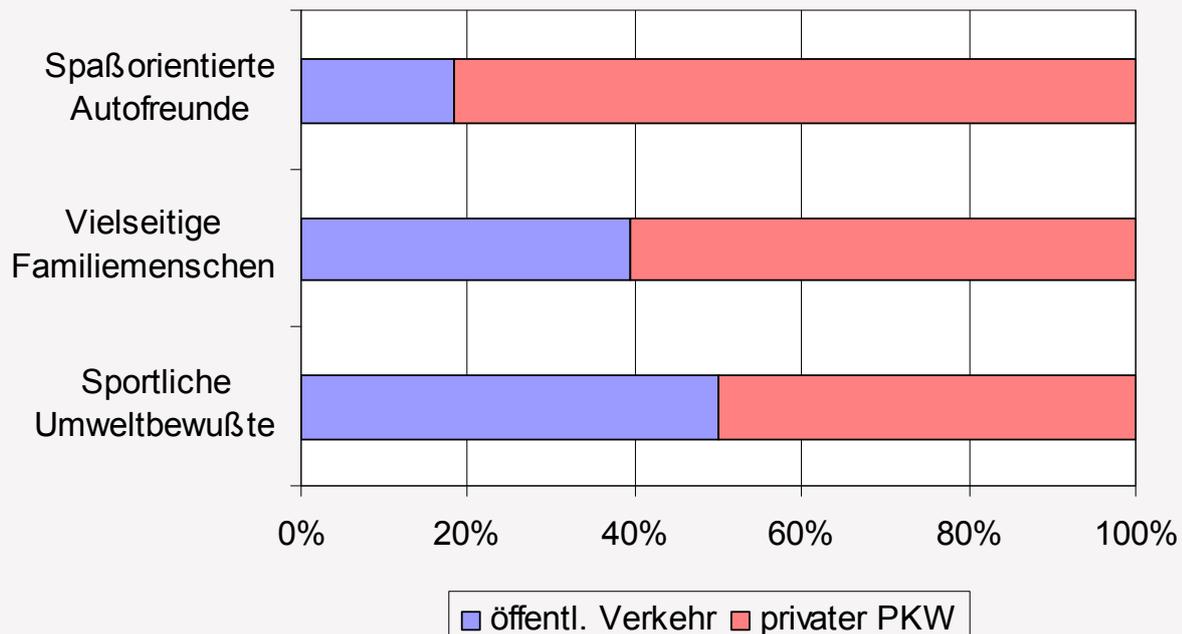


Quelle: Gronau 2005



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Modal Split für ausgewählte Mobilitätsstilgruppen im Zoo Hellabrunn

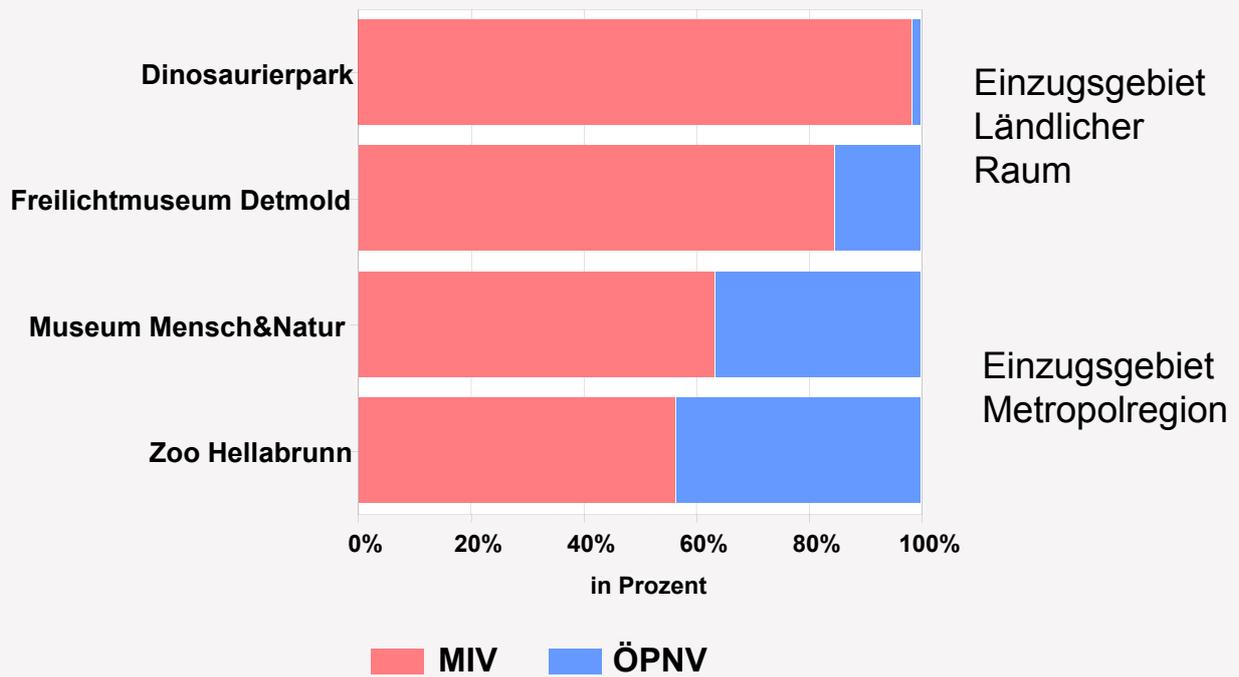


Quelle: Kagermeier & Gronau 2008, S. 225



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Rolle Einzugsgebiet



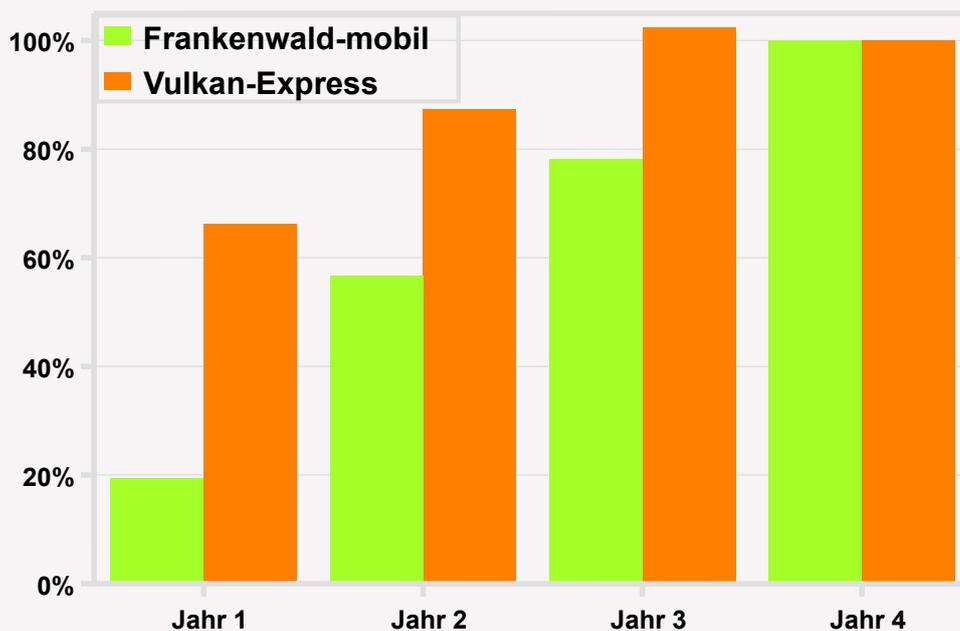
Quelle: Kagermeier & Gronau 2008, S. 226



Freizeit-Tourismus-Geographie.de

Universität Trier

Anlaufzeit

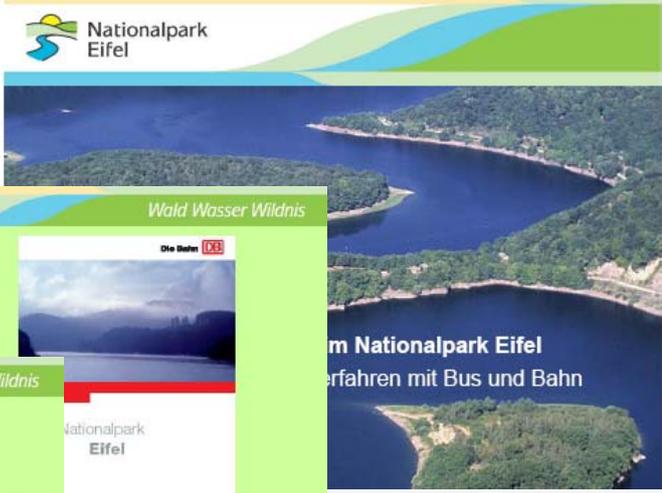


Quelle: Kagermeier & Gronau 2008, S. 228



Freizeit-Tourismus-Geographie.de

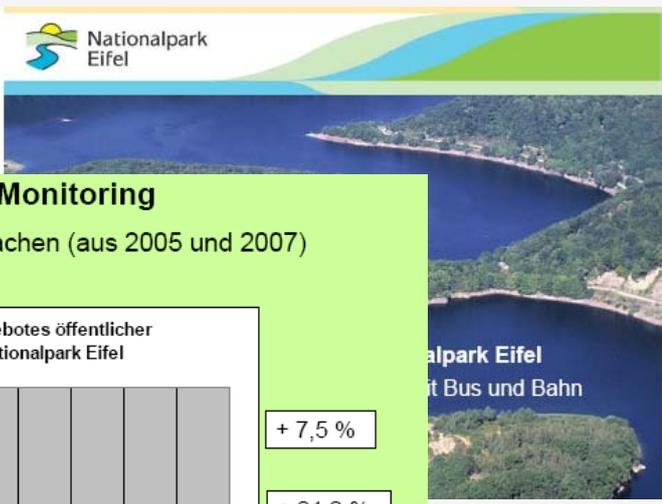
Universität Trier



„Ich sehe was, was du nicht siehst“
Eine Kampagne der Regionalverkehr Köln GmbH

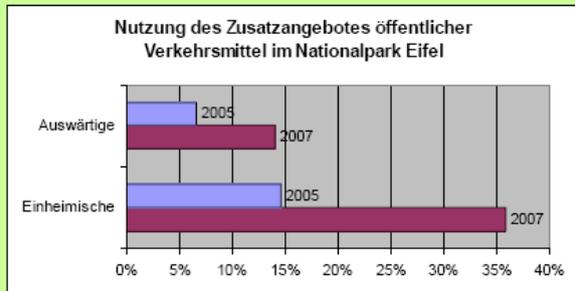
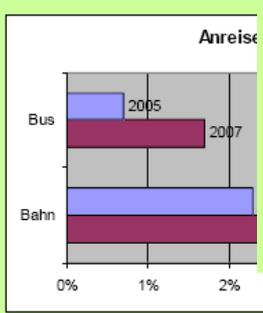


Source: Wetzel 2008



Sozioökonomisches Monitoring
Befragungen der RWTH Aachen (aus 2005 und 2007)

Sozioökonomisch
Befragungen der RWTH



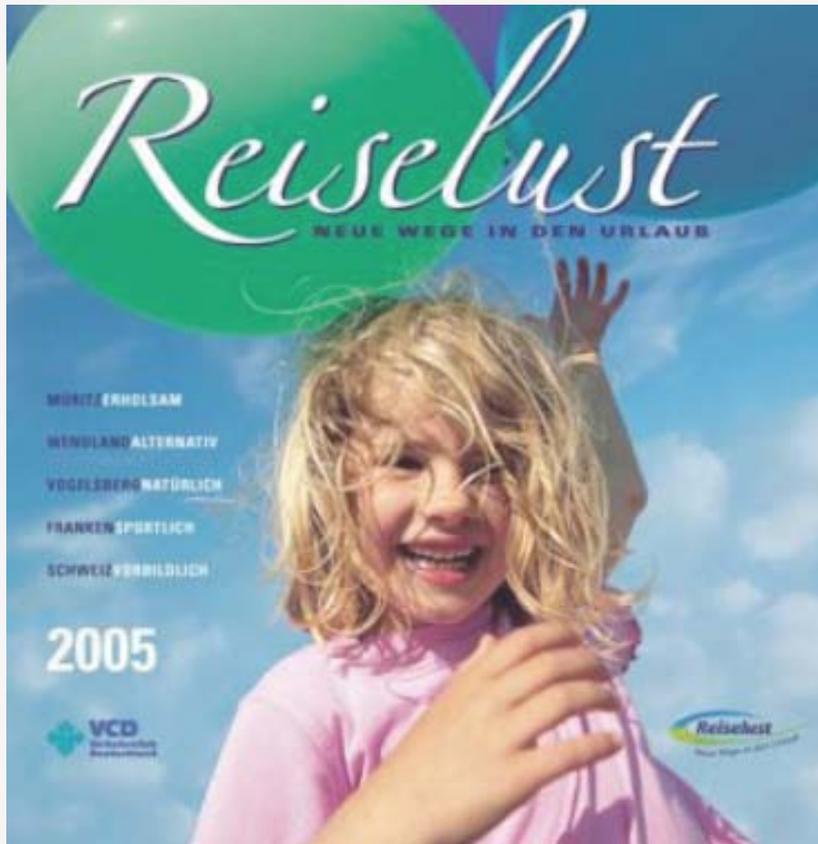
+ 7,5 %

+ 21,2 %

Nutzung des Zusatzangebotes ebenfalls verdoppelt:
14,6 % der Auswärtigen und 35,8 % der Einheimischen

Anreise mit Bus & Bahn verdoppelt auf 7,1 %

Source: Wetzel 2008



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
 Universität Trier

Good Practise Biohotel Kenners Landlust



www.kenners-landlust.de



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
 Universität Trier



Konzept WanderTaxiBus

Bergwanderpark

Mobil auf dem Dach des Sauerlandes

Basis

bestehender Fahrplan des ÖPNV

Ergänzend

5 WanderTaxiBus-Linien mit Umstiegsmöglichkeiten

Linienerkehr mit festen Zeiten (Fahrplan) und festen Routen (Haltestellen)

Bedarfsgesteuert

fährt nur nach tel. Anmeldung

0 180 3 – 50 40 37

Ergänzung des ÖPNV

bestimmte Zeiten (nur Wochenende/ Feiertage und Saison) festgelegte Strecken (erschließt Wanderwege und Highlights)



Konzeption und Organisation durch die konzessionierten Verkehrsunternehmen

0, 20.08.08

Source: Metten 2008



Nachfrage WanderTaxiBus

Bergwanderpark

Mobil auf dem Dach des Sauerlandes

Fahrgastnachfrage Mai bis Juli 2008

29 abgerufene Fahrten

Abrufgrad 5,3 %

105 angemeldete Fahrgäste

durchschnittliche Besetzung pro abgerufener Fahrt: 3,6 Fahrgäste

Steigerung der Nachfrage zu 2007



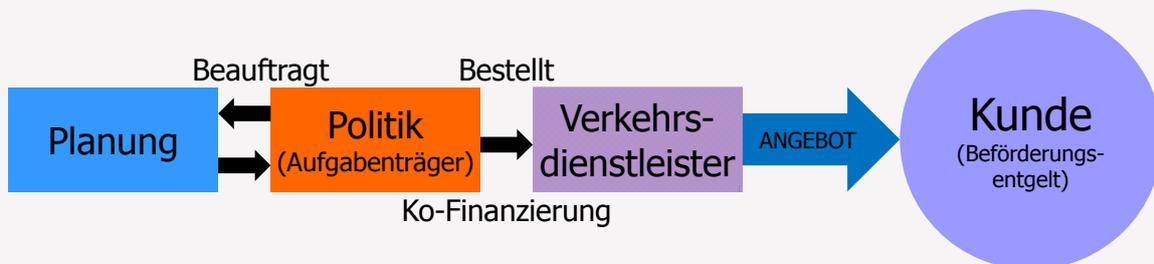
**Sauerland Card incl. / 3 € pro P. / max. 9 € pro Taxi
Kostenunterdeckung 8.000 € => 75 € pro Fahrgast**

1, 20.08.08

Source: Metten 2008

Organisationale und strukturelle Aspekte der Angebotsseite

Alltagsverkehr



Angebotsseitige Ziel für für Angebot von Freizeitverkehren

POLITIK / GESELLSCHAFT

- Reduzierung von negativen Impacts (Schäden, Emissionen)
- Klimawandel

ÖPNV - Verkehrsunternehmen

- Steigerung der Auslastung / Generierung zus. Einnahmen

NATURRAUM-MANAGEMENT

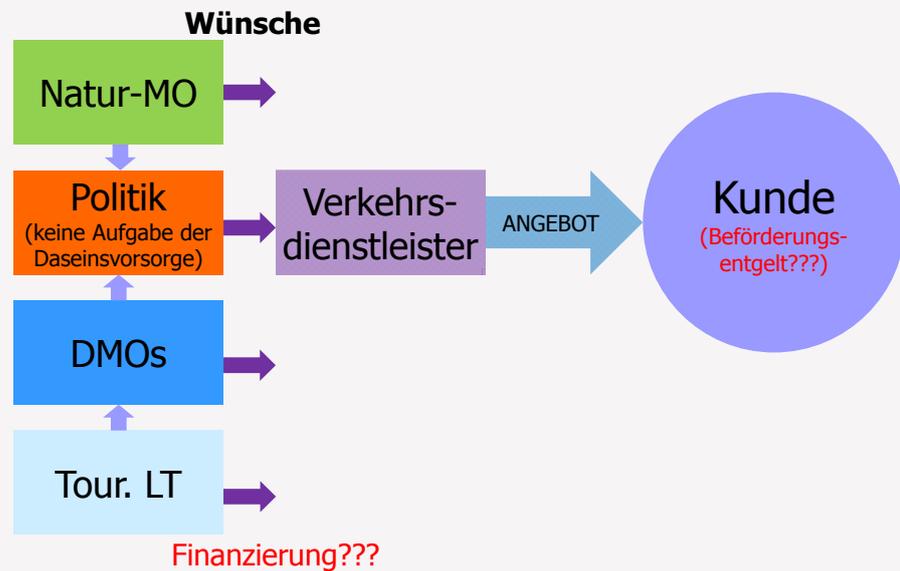
- Vermeidung von kapazitären Überlastphänomenen
- Reduzierung von negativen Impacts (Schäden, Emissionen)

TOURISMUS

- DMO: Steigerung der touristischen Attraktivität einer Destination
- LT: Steigerung der touristischen Nachfrage

Organisationale und strukturelle Aspekte der Angebotsseite

Freizeitverkehr



Die „Gretchenfrage“:

Auslastung
bzw.
Finanzierung
(Kosten vs. Erträge)

Synergien durch Zielgruppenkombination Alltags-Freizeit-Verkehr ?

Das Beispiel Freizeitlinie Kreis Lippe

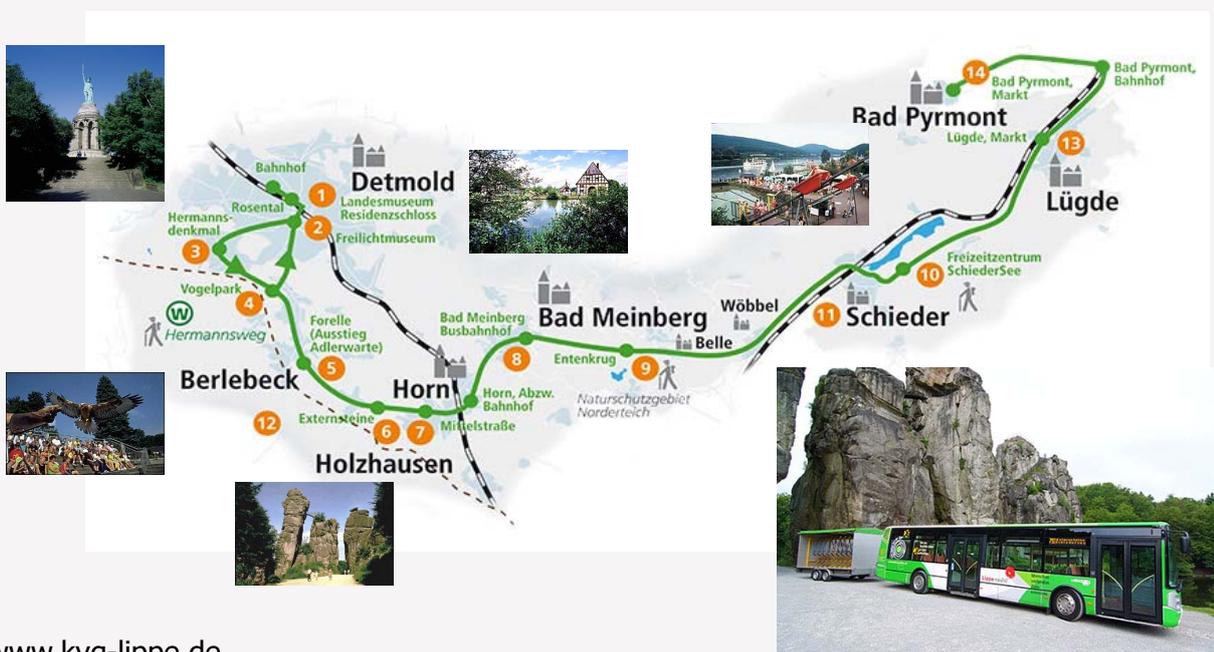
- Teutoburger Wald = klassische Urlaubsregion im LR
- zahlreiche touristische Sehenswürdigkeiten im Kreis Lippe
- geringes ÖPNV-Angebot im Regelverkehr am Wochenende
- schlechte Erreichbarkeit der Sehenswürdigkeiten mit dem ÖPNV

➔ Touristiklinie 792



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Touristiklinie im Kreis Lippe

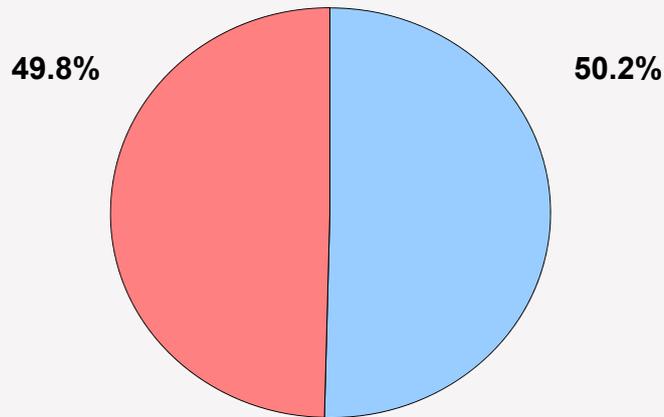


www.kvg-lippe.de



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Touristiklinie Lippe: Fahrtzweck



■ Besuch von Sehenswürdigkeiten

■ anderer Fahrtzweck

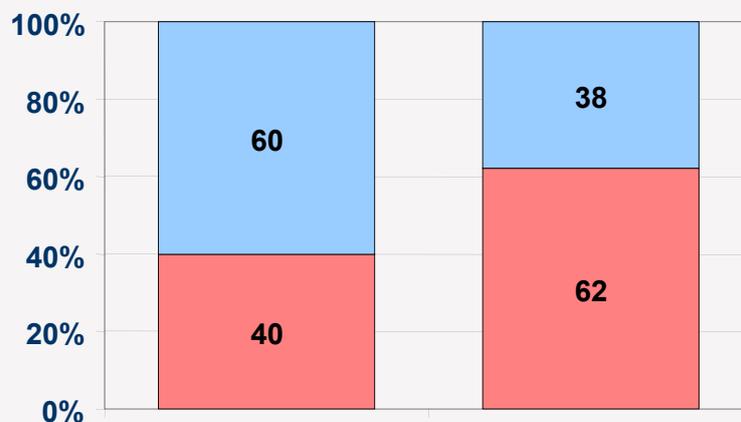
Quelle: eigene Erhebung (BMBF-Projekt Imago)



Freizeit-Tourismus-Geographie.de

Universität Trier

Touristiklinie Lippe: Führerscheinbesitz



Besuch von Sehenswürdigkeiten

anderer Fahrtzweck

■ nein ■ ja

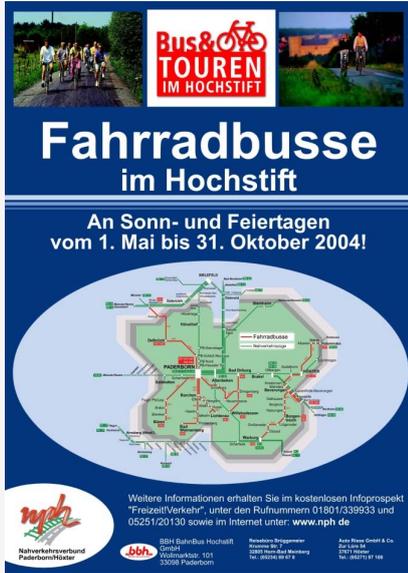
Quelle: eigene Erhebung (BMBF-Projekt Imago)



Freizeit-Tourismus-Geographie.de

Universität Trier

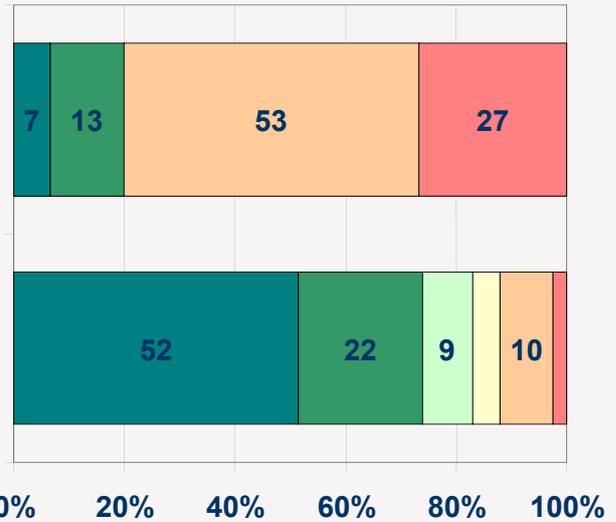
Fahrradbuse in den Kreisen Paderborn und Höxter



ÖPNV-Nutzung

Fahrradmitnahme

keine Fahrradmitnahme



- (fast) täglich
- mehrmals pro Woche
- einmal in der Woche
- 1-3mal im Monat
- seltener
- nie

Quelle: eigene Erhebung (BMBF-Projekt Imago)

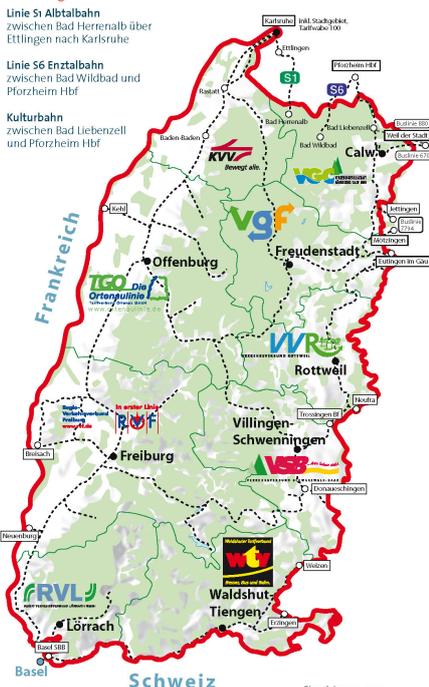
Hier gilt KONUS

KONUS gilt außerdem auf der ...

Linie S1 Albtalbahn
zwischen Bad Herrenalb über Ettlingen nach Karlsruhe

Linie S6 Enzalbahn
zwischen Bad Wildbad und Pforzheim Hbf

Kulturbahn
zwischen Bad Liebenzell und Pforzheim Hbf



— Verbundgrenze
 - - - Bahnlinie
— KONUS-Gültigkeitsbereich (auch im innerstädtischen Verkehr)
X Endhaltestelle Tarifgebiet KONUS

aktuelle Bedingungen unter: www.KONUS-schwarzwald.info

KONUS



Seit 2005:
 Für Übernachtungsgäste im Schwarzwald:
 ÖPNV-Nutzung ohne weitere Kosten in
 Tourismusabgabe inkludiert.

0,36 € pro Übernachtung => ca. 3,8 Mio. €

www.schwarzwald-tourismus.info

Marktkommunikation DMO

Schwarzwald Entdecken Übernachten Events Karte Info Presse deutsch Ich will... Select Language

SCHWARZWALD
herz erfrischend echt.

Home > Info > KONUS-Gästekarte in 139 Ferienorten

KONUS-Gästekarte in 139 Ferienorten

Ankommen, das Auto stehen lassen und ohne Parkplatzsorgen mit Bus oder Bahn kostenlos zur Wanderung, zur Entdeckungstour oder zum Einkaufsbummel fahren: Dafür steht die einzigartige KONUS-Gästekarte: Sie gilt als Freifahrtticket für Busse und Bahnen in der gesamten Ferienregion Schwarzwald.

Aktuell gibt es für Urlauber in **139 Schwarzwälder Ferienorten** die **KONUS-Gästekarte**. Das bedeutet: Mehr als **10.000 Gastgeber** drücken ihren Gästen bei der Ankunft kostenlos ein **Freifahrtticket für Busse und Bahnen** in der **gesamten Ferienregion** in die Hand.

Ohne dass diese dafür extra bezahlen müssen, können Urlauber mit der KONUS-Gästekarte in der **2. Klasse** von Pforzheim bis Basel, Karlsruhe bis Waldshut **kreuz und quer durch neun Verkehrsverbünde** fahren — **beliebig oft** während des Urlaubs und **völlig gratis**. Keiner muss sich um Fahrgeld und Tickets kümmern. Das Fahrgeld führt die Urlaubsgemeinde pauschal an den KONUS-Verband ab.

- **KONUS** ist ein **Freifahrt-Service**, der **einzigartig** in Größe und Wirkung ist.

Suchen & Buchen

z.B. Unterkunftsname, Ort

Anreisetag: 19.03.2014 Nächte: 1

Reisedatum nicht bekannt
 Ich reise mit Kindern oder in einer Gruppe

suchen Detailsuche >

www.schwarzwald-tourismus.info

FTG Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Sommersemester 2008

Marktkommunikation Gastgeber

Feldberger Hof
FAMILIOTEL HOCHSCHWARZWALD

Feldberger Hof Familienurlaub Zimmer & Preise

- ✓ Besuch im **Haus der Natur**
- ✓ **Ponyreiten** beim Feldberger Hof **anfragen buchen**
- ✓ **Kletterwald** am Feldberg (1 x täglich)
- ✓ Kostenlose Nutzung der **Bergbahn Feldberg**
- ✓ Kostenloser Freizeitspaß im **Steinwasen-Freizeit-Park**
- ✓ Kostenlose Fahrt mit dem **Hasenhorn Coaster** (1 x täglich)
- ✓ Freie **Bootsfahrten** auf Titisee und Schluchsee
- ✓ **E-Bike** - kostenloser Radspaß
- ✓ Freier Besuch in **Museen, Stadt-/Münsterführungen**
- ✓ **Freie Greenfee** Golfclub Hochschwarzwald
- ✓ **KONUS: Freie Fahrt in allen Verkehrsverbunden** der Ferienregion

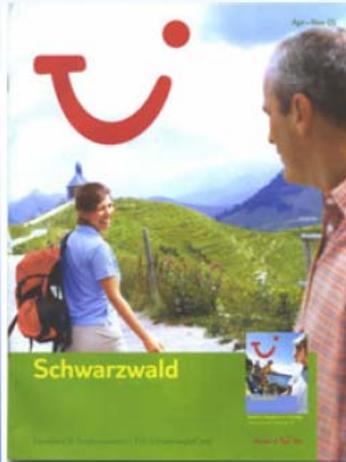
Weitere Details und Informationen finden Sie hier: [Hochschwarzwald.de](#)
Hier geht's zu Ihrem **Cleverle Paket!**

www.feldberger-hof.de

FTG Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Sommersemester 2008



Reiseveranstalter



Deutschland

Einfach einsteigen und den Schwarzwald erleben!

Seit dem 01.01.2005 können Sie mit der KONUS-Gästekarte den Schwarzwald in Ihrem Urlaub mit Bus und Bahn gratis erleben.

Die KONUS-Gästekarte gilt als Fahrausweis auf den Strecken aller Busse und Bahnen innerhalb und zwischen den beteiligten Verkehrsverbänden, ausgenommen IC- und ICE-Verbindungen sowie die Nutzung von Bergbahnen.

Teilnehmende Verkehrsverbände:

- TGO – Tarifverbund Ortenau GmbH
- VR – Verkehrsverbund Rottweil GmbH
- RVF – Regio-Verkehrsverbund Freiburg GmbH
- VSB – Verkehrsverbund Schwarzwald-Baar GmbH
- DVL – Regio Verkehrsverbund Lörrach GmbH
- WTV – Waldshuter Tarifverbund GmbH

Die KONUS-Gästekarte gilt im eingetragenen Zeitraum Ihres Aufenthaltes. Sie erhalten die KONUS-Gästekarte durch Zahlung der ortsüblichen Kurtaxe an der Rezeption Ihres gebuchten Hotels bzw. der Schlüsselübergabestelle Ihrer Ferienwohnung. Detaillierte Informationen zu den teilnehmenden Tourismusorten bzw. Verkehrsverbänden finden Sie im Internet unter: www.KONUS-schwarzwald.info

Infos zu den Hotelangeboten: Siehe Katalog DES, Seiten 285-300

Gültig vom 18.03.-05.11.05 (Abreise) W3 11, 14.03.2005

Neckermann macht's möglich.

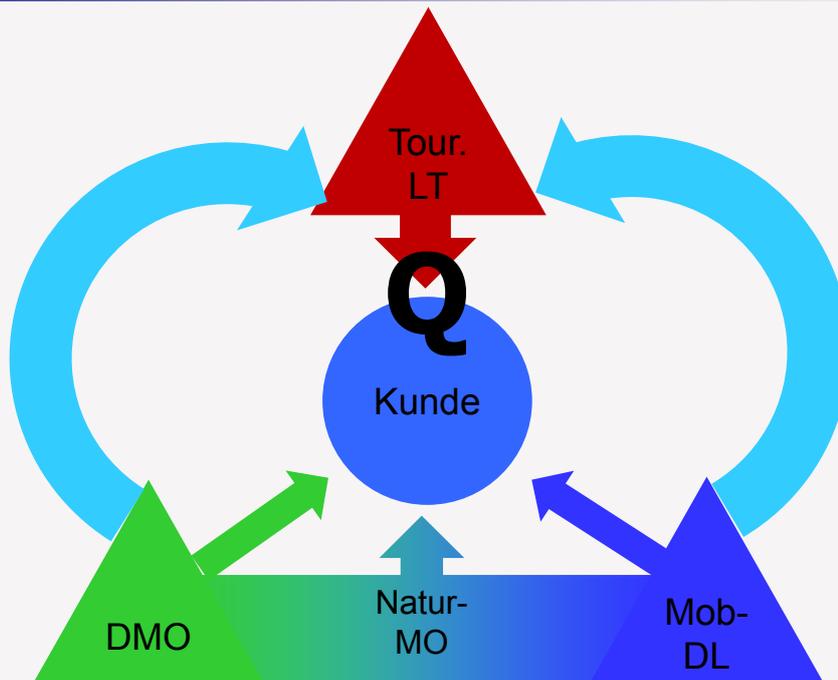


Schwarzwald Tourismus GmbH

Projektpräsentation

Source: Hotz 2008

Marktkommunikation



Zusammenfassung

Herausforderung Freizeitverkehr

- Beachtung der nachfrageseitigen Gegebenheiten
- Ausloten von Optimierungsoptionen durch Synergien mit Alltagsverkehr
- Kooperation der Beteiligten aus Mobilitätsmarkt, Tourismus und Politik
Langwieriger Prozess des „Aufeinander Zugehens“ und Entwicklung von Verständnis für Rationalitäten der beteiligten Akteursgruppen

Ich danke für Ihre
Aufmerksamkeit ...

