

5.8 Mobilitätsverhalten im Tourismus

Werner Gronau (Hochschule Stralsund) und Andreas Kagermeier (Universität Trier)

Manuskript für: Handbuch Tourismuswissenschaft

herausgegeben Jürgen Schmude, Monika Bandi Tanner und Tim Freytag

Nomos-Verlag Baden-Baden 2023

Dieses Kapitel baut auf die Vorstellung der Angebotsseite im touristischen Verkehr durch Groß und die Ansprache der einzelnen Verkehrsträger (vgl. 4.3.1) sowie der separaten angebotsseitigen Behandlung des Luftverkehrs durch Conrady (vgl. 4.3.2) auf. Mit der Perspektive auf die nachfrageseitigen Bedingungen werden Anteile der einzelnen Verkehrsmittel am Reiseverkehr (= Modal Split) in ihrer zeitlichen Entwicklung, sowie Potentiale für Veränderungen der Anteile der einzelnen Verkehrsmittel, d.h. einen Modal Shift bei der touristischen Mobilität behandelt. Dabei wird einerseits die Verkehrsmittelwahl bei der An- und Abreise betrachtet, wie auch andererseits die Mobilität innerhalb der Destination.

Im Hinblick auf die Herausforderungen der Klimakrise haben Zeiss und Mallwitz (vgl. 5.7.1) bereits ausgeführt, dass Distanzüberwindung als konstituierendes Merkmal von Tourismus für den überwiegenden Teil der CO₂-Emissionen verantwortlich ist. Der Löwenanteil der touristisch bedingten CO₂-Emissionen entfällt dabei auf den Flugverkehr. Da CO₂-neutrale Treibstoffe, wie synthetisches Kerosin oder Wasserstoff als Alternativen erst mittel- und langfristig zum Einsatz kommen werden – und mit diesen auch weiterhin (nicht CO₂-basierte) Klimaeffekte verbunden wären – besteht sicherlich eine der Herausforderungen darin, die Distanzen von Urlaubsreisen zu reduzieren, d.h. statt Urlauben in außereuropäischen Destinationen stärker auf europäische Destinationen zu setzen. Mit der Reduzierung von Distanzen verbunden ist auch die Option, dass An- und Abreise stärker als bisher auf terrestrische Verkehrsmittel (z.B. Nachtzüge) verlagert werden können. Der Modal Shift bei der An- und Abreise (also weg von Flugzeug und privatem Pkw, hin zu Bahn und Fernbussen) ist somit im Hinblick auf die CO₂-Vermeidung – nach der Reduzierung von Distanzen – der zweitwichtigste Handlungsbereich für eine nachhaltigere touristische Mobilität.

Hinsichtlich der Verträglichkeit des Tourismus in den Destinationen – auch vor dem Hintergrund der Overtourism-Diskussion (vgl. 5.9.2) – besteht die zentrale Herausforderung darin, die Auswirkungen des motorisierten Individualverkehrs (MIV) in den Destinationen entsprechend zu reduzieren. Damit können die Belastungen der lokalen Bevölkerung durch den fließenden und ruhenden MIV (Emissionen, Flächeninanspruchnahme) reduziert werden. Weiterhin kann ein Modal Shift hin zu Verkehrsmitteln des Umweltverbunds (Bus, Fahrrad, Fuß) dazu beitragen, dass sich Verkehrssicherheit und Aufenthaltsqualität in den Destinationen auch für die Reisenden verbessern.

5.8.1 Verkehrsmittel für touristische Mobilität

Parallel zur wirtschaftlichen Entwicklung haben touristische Aktivitäten in den letzten Jahrzehnten deutlich zugenommen (vgl. Kagermeier 2020: 55-59). So wurden in der BRD Mitte der 50er Jahre erst etwa 10 Mio. Urlaubsreisen (ab 5 Tagen) unternommen. Bis 2022 stieg die Zahl der längeren Urlaubsreisen auf über 50 Mio. Dabei ist aber nicht nur die Zahl der Reisen in den letzten Jahrzehnten in erheblichem Umfang gewachsen, sondern gleichzeitig hat sich auch der Modal Split für Urlaubsreisen (ab 5 Tagen) deutlich verschoben. Die zunehmende Verbreitung des privaten Pkws seit den 1960er Jahren führte zu einer intensiveren Nutzung dieses Verkehrsmittels (vgl. Abb. 1). Während in den 1950er Jahren noch die Benutzung der Bahn (sowie des Reisebusses) dominierte, hat der private Pkw bis Ende der 1980er Jahre diese als Hauptverkehrsmittel für Urlaubsreisen abgelöst. Damit verbunden war auch eine stärkere Orientierung auf ausländische (europäische) Destinationen – insbesondere (Bade-)Urlaubsgebiete auf der Nordseite des Mittelmeers (vgl. Abb. 2). Im Zuge der technischen Entwicklung von Fluggeräten und der Verbilligung von Flugreisen ist seit

Mitte der 1980er Jahre das Flugzeug als Urlaubsreiseverkehrsmittel deutlich auf dem Vormarsch – verbunden wiederum mit einer Distanzzunahme aufgrund einer stärkeren Orientierung auf das östliche und südliche Mittelmeer, sowie andere außereuropäische Destinationen. Durch die Liberalisierung des europäischen Flugreisemarktes hat die Nutzung des Flugzeuges einen weiteren Schub erfahren, der zu Lasten der Nutzung von privaten Pkw sowie Fernbussen und Bahn gegangen ist. Das Flugzeug wurde 2022 bei über 40% der Urlaubsreisen für die An- und Abreise benutzt.

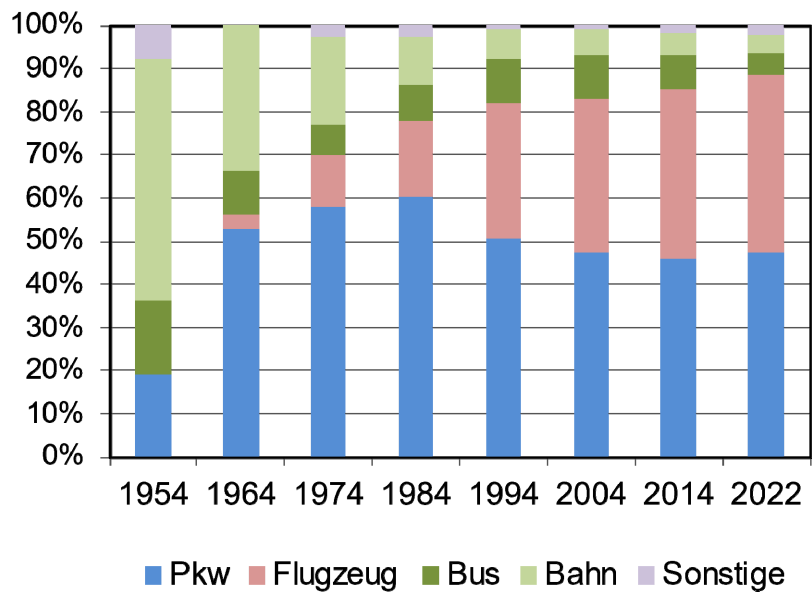


Abb. 1: Entwicklung der Hauptverkehrsmittel für Urlaubsreisen (1954 – 2022)

Quelle: eigene Darstellung nach FUR div. Jahrgänge

Die weitere Entwicklung der Verkehrsmittelnutzung wird wie in der Vergangenheit nicht unabhängig von gesamtgesellschaftlichen Rahmenbedingungen verlaufen. Eine Verknappung von fossilen Energieträgern oder eine politisch gewollte Verteuerung durch fiskalische Maßnahmen für den Klimaschutz können die künftige Rolle des Flugzeuges für Urlaubsreisen genauso beeinflussen, wie die politische Entwicklung in außereuropäischen Zielgebieten.

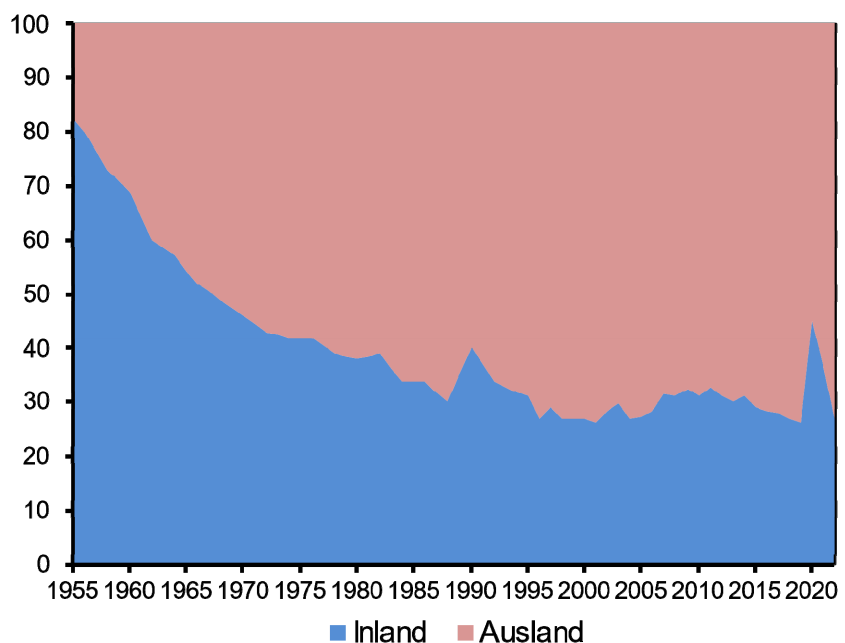


Abb. 2: Entwicklung der Anteile von Reisen im Inland und ins Ausland in der Bundesrepublik Deutschland (1954 – 2022)

Quelle: eigene Darstellung nach FUR div. Jahrgänge

5.8.2 Theoretische Grundlagen zur Erklärung des Mobilitätsverhaltens

Individuelle Entscheidungen bei der Verkehrsmittelwahl sind wichtig für die nachhaltigere Entwicklung der Mobilität im Umfeld von Urlaubsreisen. Deshalb wird im folgenden Abschnitt genauer betrachtet, wie sich dieses Verhalten vor dem Hintergrund der gesamtgesellschaftlichen Entwicklung besser verstehen, erklären und möglicherweise auch beeinflussen lässt.

In der Verkehrswissenschaft ist bis heute die ökonomische Verhaltenstheorie der dominierende Ansatz zur Erklärung von Mobilitätsverhalten im Allgemeinen und der Verkehrsmittelwahl im Speziellen (z.B. Held 1982; Gronau 2014). Ein Grund dafür ist vermutlich ihre geringe theoretische Tiefe. Denn die ökonomische Verhaltenstheorie beschreibt den menschlichen Entscheider stark vereinfacht als einen sozial isolierten, rationalen Nutzenmaximierer, der sich bei der Wahl unterschiedlicher Handlungsoptionen ausschließlich an seinen egoistischen Präferenzen orientiert. Entsprechend dieser Vorstellung verändern Menschen nur bei attraktiven Belohnungen oder harten Bestrafungen ihr Verhalten. Darüber hinaus geht die ökonomische Verhaltenstheorie davon aus, dass Individuen bezüglich ihrer Umwelt wie auch ihres früheren Verhaltens vollständig informiert sind. Daraus resultiert wiederum, dass bei der Erklärung des Verhaltens der Bezug auf subjektive Wahrnehmungsprozesse unnötig ist. Auch ist es nicht nötig, bei der datenbasierten Erklärung von Verhaltensveränderungen Präferenzen zu berücksichtigen, da diese bei allen Menschen als ähnlich und über die Zeit relativ stabil angesehen werden. Eben jene Schwächen derartiger Ansätze führen zunehmend zu einer stärkeren Adaption von eher sozialpsychologischen Ansätzen, die stärker auf individuelles Verhalten und Entscheidungstheorien setzen. Ein Grund hierfür könnte die veränderte Aufgabenstellung der heutigen Verkehrsplanung sein: statt wie bisher die Verkehrsinfrastruktur so effektiv und kostengünstig wie möglich an die stetig steigende Verkehrsnachfrage anzupassen, soll sie jetzt Möglichkeiten aufzeigen, wie das weitere Ansteigen der Verkehrsnachfrage gestoppt bzw. reduziert werden kann. Dieser Paradigmenwechsel, weg vom einfachen Akzeptieren eines konstanten Verkehrswachstums als stabilem Verhaltenstrend, hin zu einem Ansatz der aktiv in den Prozess eingreifen soll, auf dem dieser Verhaltenstrend beruht, ist seit Beginn des 21. Jahrhunderts sichtbar. Damit eng verbunden ist die Frage, welche Faktoren auf welche kausale Art und Weise z.B. die individuelle Verkehrsmittelwahl beeinflussen. Anstatt wie bisher den Fokus auf aggregiertes Verhalten zu legen, interessiert nun zunehmend die individuelle Verhaltensgenese selbst.

Über die Jahre hat sich im Umfeld der Mobilitäts- und Verkehrsforschung vor allem die Nutzung der Theorie des geplanten Verhaltens nach Ajzen (1991) herauskristallisiert. Auf einer Makroebene finden sich durchaus Parallelen, zwischen der ökonomischen Verhaltenstheorie und der Theorie des geplanten Verhaltens (TPV). Ähnlich wie die ökonomische Verhaltenstheorie postuliert auch die TPV, dass Menschen grundsätzlich rational entscheiden, d.h. die Wahl einer Verhaltensoption ist das Ergebnis einer bewussten Kosten-Nutzen-Analyse. Die bewusste Absicht (Intention), eine bestimmte Verhaltensoption umzusetzen, spiegelt damit das Ergebnis einer Kosten-Nutzen-Analyse wider. Die Intention selbst wird durch drei unabhängige Faktoren bestimmt: die Einstellung zu einer Verhaltensoption, die subjektive Norm und die wahrgenommene Verhaltenskontrolle. Die Einstellung zum Verhalten stellt somit die zusammenfassende Bewertung der persönlichen Konsequenzen dar, die eine Person mit der Ausführung einer Verhaltensoption (subjektiver Nutzen) verbindet. Die subjektive Norm reflektiert das Ausmaß des wahrgenommenen sozialen Drucks, eine Verhaltensoption auszuführen oder nicht. Die wahrgenommene Verhaltenskontrolle schließlich lässt die zusammenfassende Einschätzung der Person erkennen, wie einfach oder schwierig die Ausführung einer Verhaltensoption ist (Verhaltenskosten). Wie in Abbildung 3 dargestellt, verwendet die TPV die wahrgenommene Verhaltenskontrolle nicht nur als Prädiktor der Intention, sondern auch als Verhaltensprädiktor. Ajzen (1991) hebt jedoch hervor, dass der Zusammenhang zwischen Verhalten und wahrgenommener Verhaltenskontrolle kein kausaler ist, sondern nur ein korrelativer. Wahrgenommene Verhaltenskontrolle kann nur dann zur Verhal-

tensvorhersage beitragen, wenn sie stark mit der objektiven, tatsächlichen Verhaltenskontrolle korreliert. Weiter postuliert die TPV, dass die Einstellung zu einer Verhaltensoption darauf beruht, für wie wahrscheinlich es eine Person hält, dass bei Ausführung einer Verhaltensoption bestimmte Konsequenzen (z.B. mit dem Pkw komme ich schneller und billiger ans Ziel) eintreten, und wie sie diese Konsequenzen bewertet. Strukturell ähnlich beruht die subjektive Norm auf den wahrgenommenen Erwartungen spezifischer Bezugspersonen (z.B. Partner, Freunde) und der Bereitschaft, mit diesen übereinzustimmen. Die wahrgenommene Verhaltenskontrolle wird durch spezifische Kontrollüberzeugungen (z.B. Fahrplankenntnisse) und deren Verhalten erleichterndes Potenzial bestimmt.

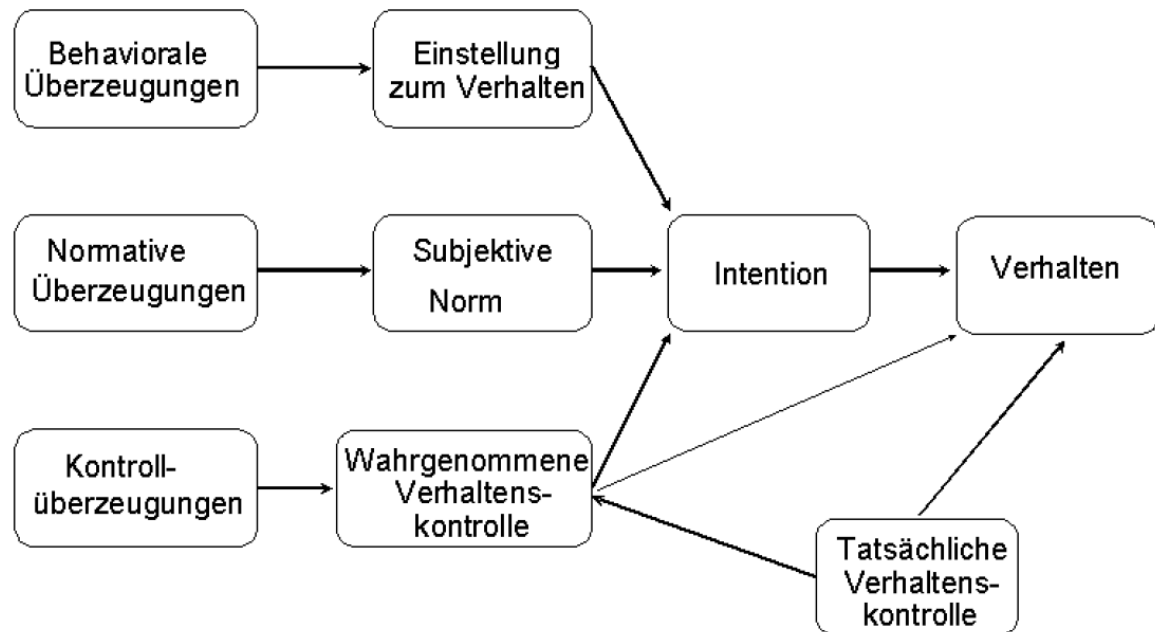


Abb. 3: Theorie des geplanten Verhaltens

Quelle: eigene Darstellung nach Ajzen (1991)

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die TPV mit der ökonomischen Verhaltenstheorie zwar die Annahme teilt, dass das beobachtbare Verhalten auf einer bewussten Kosten-Nutzen-Analyse beruht, sich jedoch sehr deutlich von der ökonomischen Verhaltenstheorie in ihren Annahmen darüber unterscheidet, welche Informationen, wie in diese Analyse eingehen. Während die ökonomische Verhaltenstheorie dazu neigt, ausschließlich objektive Geld- und Zeitkosten als relevante Entscheidungsgrößen anzusehen, ist es für die TPV eine offene, jeweils empirisch zu beantwortende Frage, welche Kriterien einen Einfluss auf die Intentionbildung haben. Kriterien können neben Geld und Zeitkosten auch psychologische Größen wie Komfort, Sozialprestige oder moralische Empfindungen sein. Ein weiterer zentraler Unterschied zwischen beiden Ansätzen besteht darin, dass die TPV die individuelle Entscheidung als sozial determiniert konzipiert, d.h. explizit soziale Einflüsse auf die individuelle Entscheidung berücksichtigt, während die ökonomische Verhaltenstheorie von einem sozial isolierten Entscheider ausgeht. Ferner geht die TPV davon aus, dass nicht die objektiv gegebenen Konsequenzen und Restriktionen verhaltensrelevant sind, sondern deren subjektive Repräsentationen. Diese subjektiven Repräsentationen können unvollständig und falsch sein. Weiter berücksichtigt die TPV die Begrenztheit menschlicher Informationsverarbeitung. Sie nimmt an, dass Menschen bei ihren Entscheidungen nur wenige (in der Regel drei bis sieben) Verhaltenskonsequenzen berücksichtigen.

Vor diesem Hintergrund erscheint die Beeinflussung der individuellen Verkehrsmittelwahl, beziehungsweise im Grundsatz jeder individuellen Entscheidung, als ein sehr komplexer Prozess, den zu steuern das Wissen um eine Vielzahl von individuellen Faktoren sowie deren Interdependenzen voraussetzt. Für eine nachhalti-

gere Gestaltung der individuellen Mobilität im Umfeld der Urlaubsreise bedeutet dies, ein sehr komplexes und individualisiertes Maßnahmenbündel zu entwickeln, das sowohl den individuellen Handlungsintentionen, wie auch den gesamtgesellschaftlichen Herausforderungen Rechnung trägt.

In der konkreten Umsetzung bedeutet dies, sowohl die Voraussetzungen für eine nachhaltigere Mobilität auf dem Weg in die Destinationen und innerhalb dieser zu schaffen, als auch auf die individuellen Reisenden einzuwirken, damit sie sich über derartige Angebote informieren, sie positiv wahrnehmen und final dann auch nutzen.

5.8.3 Modal Shift bei der An- und Abreise

Im internationalen Urlaubsreiseverkehr, der den Hauptanteil an den verkehrsbedingten CO₂-Emissionen von Urlaubsreisen ausmacht, lässt sich der Modal Split kaum durch Managementansätze der touristischen Akteure (Reiseunternehmen und Destinationen) beeinflussen. Hier sind es im Wesentlichen nationale, europäische und internationale Rahmenbedingungen, die die Wahl der Verkehrsmittel beeinflussen. Durch Bepreisung von Kerosin bzw. CO₂-Abgaben und der damit verbundenen Verteuerung könnte mittelfristig sicherlich eine gewisse Verschiebung hin zu öffentlichen terrestrischen Verkehrsmitteln erreicht werden, bzw. die Frequenz von Flugreisen – insbesondere für kürzere Aufenthalte von nur wenigen Tagen – verringert werden. Eine Verteuerung des Flugverkehrs könnte indirekt mittelfristig auch dazu beitragen, dass eine gewisse Umorientierung auf näher gelegene Urlaubsziele (insbesondere für Kurzurlaube) erfolgt.

Im Binnentourismus ist das Segment des Städtetourismus bereits heute relativ stark von der Nutzung der vergleichsweise klimaverträglichen Verkehrsmittel Bahn und Fern- bzw. Reisebus geprägt. Im Datenbestand der Reiseanalyse werden Urlaubsverkehrsmittel nicht nach unterschiedlichen Zielgebieten im Binnentourismus ausgewiesen. So wurde eine Sonderauswertung der – eigentlich schwerpunktmäßig auf den Alltagsverkehr abzielenden – bundesweiten Erhebung zur Mobilität in Deutschland (MiD) für eine Studie des Umweltbundesamtes (UBA 2020: 24) genutzt. Dabei wurde ermittelt, dass für knapp ein Drittel der Wege außerhalb der gewohnten Umgebung in den städtischen Raum bei der An- und Abreise Bahn und Bus genutzt werden. Allerdings umfasst die Kategorie städtischer Raum bei der MiD neben Metropolen bzw. Großstädten auch Mittel- und Kleinstädte im städtisch geprägten Raum sowie den städtisch geprägten Raum im Umfeld von Großstädten. Im Rahmen einer Erhebung in Berlin als Beispiel für eine deutsche Großstadt wurden im Modal Split von Übernachtungsgästen die Anteile von Bus und Bahn auf mehr als 60% beziffert (Kagermeier/Stors/Erdmenger 2021). In München lag der entsprechende Wert wenige Jahre zuvor bei knapp 50% (Kagermeier/Gronau 2017). Demgegenüber ist die Anreise im Binnentourismus in ländliche Räume deutlich stärker von der Dominanz des MIV geprägt. Bei der oben bereits erwähnten MiD-Auswertung wurde für Fahrten außerhalb der gewohnten Umgebung in den ländlichen Raum (wobei auch Mittelstädte im ländlichen Raum zu dieser Kategorie zählen und damit zur Unschärfe beitragen) im Modal Split ein Anteil öffentlicher Verkehrsmittel für die An- und Abreise von lediglich 15% ermittelt (UBA 2020: 24). Ähnlich liegt z.B. der Wert für Brandenburg, in das mehr als drei Fünftel der Urlauber mit privaten motorisierten Verkehrsmitteln anreisen, während Bahnen und Busse (Linienbusse und Reisebusse) nur auf einen Anteil von 15% kommen (VBB 2013:15). Als *Motive* für die Nutzung des privaten Pkws im Deutschlandtourismus werden meist die klassischen Systemvorteile dieses Verkehrsmittel angegeben: Das Auto wird als das schnellste Verkehrsmittel angesehen, mit dem die Urlauber auch in der Destination mobil sein können und hinsichtlich der Reisezeit flexibel sind (DWIF 2016: 34). Für die Nutzung der Bahn sprechen demgegenüber (bei Alleinreisenden oder Paaren) der günstige Preis sowie das i.d.R. mit weniger Stress verbundene Reisen. Bei günstigen (d.h. umsteigearmen) Verbindungen wird die Anreise mit der Bahn von gut einem Viertel der Reisenden als die schnellste Möglichkeit angesehen und immerhin knapp ein Fünftel nennt die Umweltfreundlichkeit als Motiv für die Wahl der Bahn als Verkehrsmittel (DWIF 2016: 34).

Angebotsgestaltung und Preispolitik der Anbieter öffentlicher Mobilitätsangebote (sowohl für die An- und Abreise als auch vor Ort in der Destination) sind damit entscheidende Parameter für die Induzierung eines Modal Shifts im Deutschlandtourismus.

Gleichzeitig ist zu berücksichtigen, dass unterschiedliche Zielgruppen mehr oder weniger affin gegenüber der Nutzung öffentlicher Mobilitätsangebote sind (vgl. Tab. 1). Auch die Art des Urlaubs – z.B. Städte-, (weitgehend stationärer) Strand- oder Wanderurlaub versus gerätebasierter Sporturlaub oder Rundreisen – beeinflusst die Wahl des Verkehrsmittels. Urlaubsreisen von Familien mit Kindern sind oft auf den privaten Pkw ausgerichtet, weil es sich i.d.R. um eine höhere Zahl von Personen handelt und Erwachsene das Reisegepäck der kleineren Kinder wie z.B. Spielsachen oder Kinderwägen mit transportieren. Umgekehrt fallen diese Transport-Constraints offenbar nicht mehr so schwer ins Gewicht, wenn Familien mit Kindern mit dem Flugzeug in den Urlaub verreisen – ein Hinweis darauf, dass ggf. auch ein Modal Shift in Richtung Bahn durchaus nicht ausgeschlossen ist. Auch sog. traditionelle Gewohnheitsurlauber sind sehr stark auf den privaten Pkw-Verkehr ausgerichtet. Werteeinstellungen und Habitualisierung gälte es hier bei einer Durchsetzung des Modal Shifts entsprechend zu beeinflussen. Dass die Gruppe der Kulturreisenden bei der Darstellung in Tabelle 1 ebenfalls als Pkw-affin ausgewiesen wird, liegt sicherlich in der Ausrichtung der dahinter stehenden Erhebung auf das Land Brandenburg (auch wohl des Öfteren Rundreisecharakter) – während diese Gruppe im stationären großstädtischen Städtetourismus bereits heute stark auf öffentliche Verkehrsmittel setzt.

Tab 1: Nutzungshäufigkeiten von Verkehrsmitteln bei touristischen Zielgruppen in Brandenburg
(Quelle: VBB 2013: 16)

Verkehrsmittel	Touristische Zielgruppe			
	Kinder- und Familienorientierte	Traditionelle Gewohnheitsurlauber	Kulturreisende	Natur- und Outdoor-Urlauber
Anreise				
Pkw	fast immer	fast immer	fast immer	häufig
Bahn	selten	selten	selten	weniger häufig
Bus	fast nie	selten	fast nie	eher selten
Fahrrad	fast nie	fast nie	fast nie	eher selten
Mobilität vor Ort				
Pkw	häufig	häufig	häufig	selten
Bahn	selten	weniger häufig	selten	häufig
Bus	fast nie	selten	fast nie	häufig
Fahrrad	häufig	selten	fast nie	häufig

Städtetouristische Destinationen werden aus Gründen der ÖV-Erreichbarkeit, des Charakters der Reisen (meist nur ein stationäres Ziel), der Zielgruppen, aber auch der relativen Nutzlosigkeit des privaten Pkws während des Aufenthalts vor Ort bereits heute zum erheblichen Teil mit Bussen und Bahnen angesteuert. Demgegenüber stellt sich die Herausforderung, einen Modal Shift bei der An- und Abreise und auch während des Aufenthalts in den Destinationen anzustoßen – vor allem für Destinationen im ländlichen Raum.

TEXTKASTEN Fahrtziel Natur

Den wohl umfassendsten Ansatz in Deutschland zur Schaffung einer Awareness für die öffentliche Erreichbarkeit von Freizeit- und Urlaubszielen stellt das Kooperationsprojekt „Fahrtziel Natur“ dar. Fahrtziel Natur ist ein bereits 2001 gegründete Kooperation der Deutschen Bahn mit den umweltorientierten Verbänden Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND), Naturschutzbund Deutschland (NABU) sowie Verkehrsclub Deutschland (VCD). „Ziel der Kooperation ist es, den touristischen Verkehr in sensiblen Naturräumen vom privaten Pkw auf öffentliche Verkehrsmittel zu verlagern“ (DB 2023). Hierdurch sollen CO₂-Emissionen eingespart und ein aktiver Beitrag zum Klimaschutz geleistet werden. Gestartet war die Kooperation mit sechs Fahrtziel Natur Gebieten. Allerdings ist auch mehr als 20 Jahre nach der Gründung die Reichweite und die Durchdringung der naturtouristischen Ziele im ländlichen Raum noch sehr überschaubar. Im Jahr 2023 weist das Kooperationsprojekt nur 24 Reisegebiete als Kooperationspartner auf. Neben 22 deutschen Naturlandschaften zählen hierzu auch ein Nationalpark in Österreich und seit 2016 ein Netzwerk von Schweizer Parks (DB 2023). In Deutschland sind von 16 Nationalparks, 18 Biosphärenreservaten und 104 Naturparks die Nationalparke mit 13 Nationalparks fast flächendeckend vertreten (vgl. Abb. 3). Geringer ist die Partizipationsquote bei den Biosphärenreservaten mit lediglich sechs Kooperationspartnern von Fahrtziel Natur. Besonders niedrig fällt die Beteiligung bei den Naturparks aus, von denen nur sieben an Fahrtziel Natur mitwirken (drei davon als „Juniorpartner“ zusammen mit einem Nationalpark bzw. einem Biosphärenreservat). Darüber hinaus erfolgt auch das Werben für die umweltfreundliche Anreise in die Fahrtziel Natur-Gebiete nur in manchen Fällen prominent in den analogen und digitalen Kommunikationsmedien. In vielen Fällen wird z.B. auf der Homepage nur sehr versteckt oder gar nicht auf die Fahrtziel Natur Kooperation hingewiesen.

Damit ist festzuhalten, dass es dem Kooperationsprojekt in den letzten 20 Jahren nicht gelungen ist, aus der Nische von Modellprojekten die touristische Verkehrswende in die Fläche der naturtouristischen Destinationen zu übertragen. Gleichzeitig liegen über die Wirkungen der Kooperation auf den Modal Split keine belastbaren empirischen Befunde vor. Auch das Fehlen eines systematischen Monitorings des Mobilitätsverhaltens bei der An- und Abreise bzw. innerhalb der Destination sowie der Kommunikation entsprechender Erfolge spricht nicht für signifikante Veränderungen des Modal Splits in den Fahrtziel Natur Destinationen.

Nach wie vor bleibt diese einzige bundesweite und dauerhafte Kooperationsprojekt, das aufgrund ihres Alleinstellungsmerkmals eine gewisse mediale Aufmerksamkeit erfährt und auch eine Reihe von Auszeichnungen für den Ansatz der Umsteuerung der Urlaubsmobilität erhalten hat, in der Nische eines ökologischen Feigenblatts.

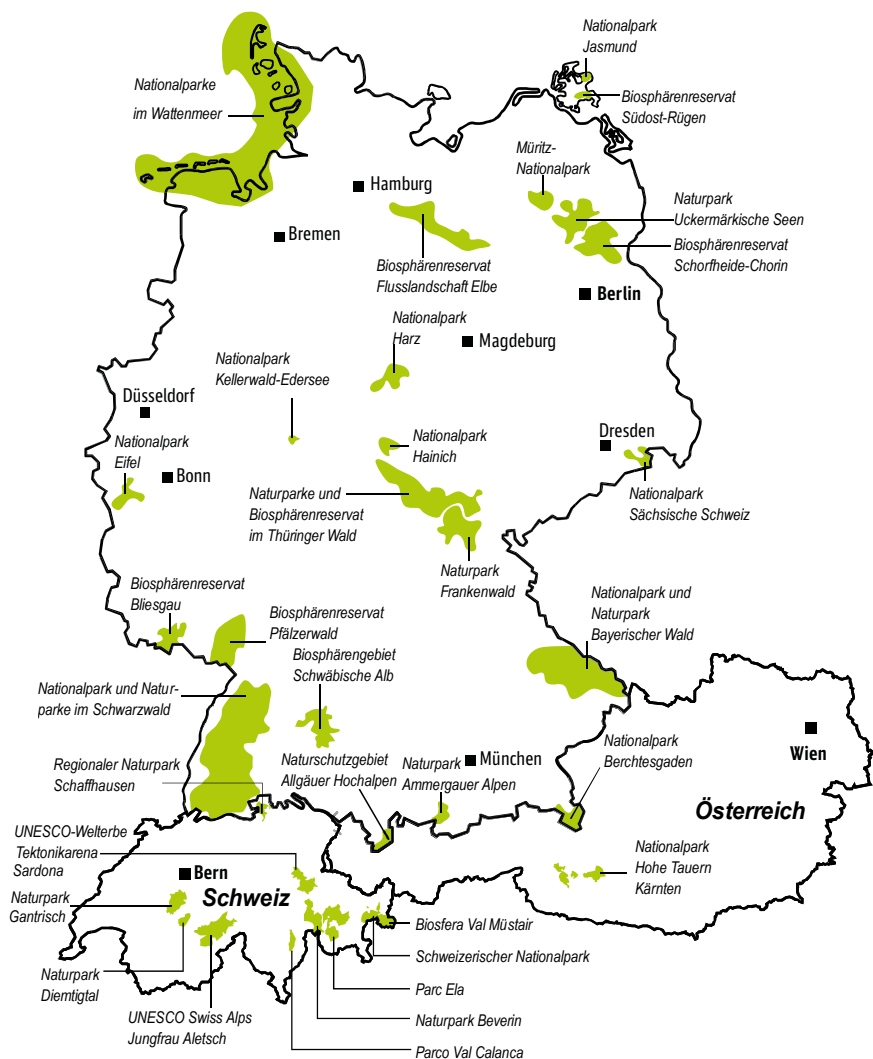


Abb. 4: Fahrtziel Natur Gebiete 2023 (Eigener Entwurf nach DB 2023)

5.8.4 Modal Shift während des Aufenthalts in der Destination

Auch bei der Mobilität während des Urlaubs zeigt sich ein deutlicher Handlungsbedarf insbesondere bei Destinationen im ländlichen Raum. Beim Städtetourismus in großstädtischen Destinationen wird – wegen der Frage der Stellplatzverfügbarkeit bzw. der geringen Praktikabilität der Pkw-Nutzung, aber auch wegen der meist flächendeckenden Verfügbarkeit eines leistungsfähigen ÖPNV-Angebots bzw. von Leihangeboten für Fahrräder, E-Scooter etc. – von einer deutlichen Mehrheit der Besuchenden der Umweltverbund genutzt. Bei der oben bereits erwähnten Erhebung bei Übernachtungsgästen in München gab nur ein Fünftel der Befragten an, vor Ort (auch) mit dem privaten Pkw oder einem Mietwagen unterwegs zu sein. Damit lässt selbst die Mehrheit der Besuchenden, die zwar mit dem Pkw angereist sind, diesen dann vor Ort stehen und bedient sich alternativer Verkehrsmittel (Kagermeier/Gronau 2017). In Berlin gaben bei einer Befragung im Jahr 2017 sogar nur 5% der Übernachtungsgäste an, vor Ort (auch) mit dem eigenen Pkw unterwegs gewesen zu sein (Kagermeier/Stors/Erdmenger 2021).

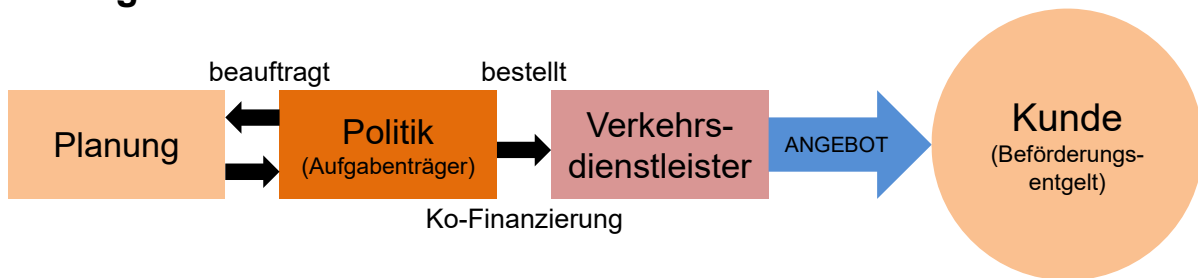
Ähnliche Hinweise lassen sich für Destinationen im ländlichen Raum finden (auch wenn hierfür keine repräsentativen flächendeckenden Befunde vorliegen). Auf Usedom – wo mit der Usedomer Bäderbahn ein attraktives ÖPNV-Angebot vorhanden ist – nutzt gut ein Drittel der befragten Urlaubsgäste (von denen 85% mit dem Pkw anreisen) während des Aufenthalts regelmäßig die Usedomer Bäderbahn bzw. bevorzugen 45% der Besucher vor Ort das Fahrrad. Auch wenn diese Werte sicherlich nicht verallgemeinert werden können, da der weitgehend küstenständige Tourismus auf Usedom nicht vergleichbar ist mit sehr viel mobilitätsbetonten Urlaubsformen, lässt sich daraus doch ableiten, dass bei entsprechenden Angebotsoptionen signifikante Modal Shift Anteile erzielt werden können. Voraussetzung hierfür ist aber eben ein entsprechend konkurrenzfähiges Angebot hinsichtlich der Relationen, des Fahrplans und der Tarife.

Vor dem Hintergrund, dass durchaus gewisse Optionen bestehen, die touristische Mobilität innerhalb von Destinationen zu beeinflussen, wenn entsprechende Angebote vorhanden sind, stellt sich die Frage, welche Chancen beziehungsweise Einschränkungen im Umfeld der lokalen Angebotsgestaltung vorhanden sind. Hier sei zunächst festgehalten, dass sich bei Angeboten, die sich nicht primär an die lokale Bevölkerung und deren Alltagsmobilitätsbedürfnisse richten, die Zuständigkeiten sehr komplex darstellen.

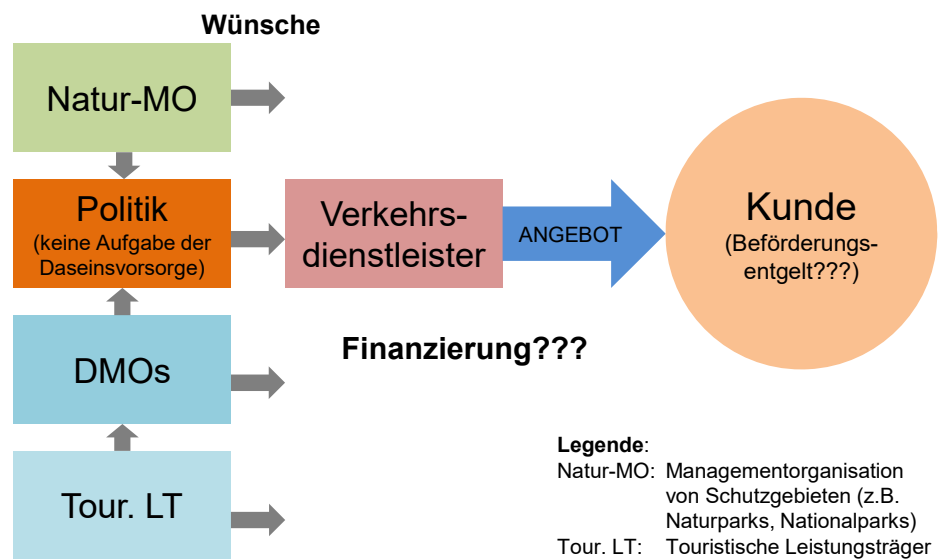
ÖPNV-Angebote für den Alltagsverkehr werden mit klaren Zuständigkeiten für einen gut prognostizierbaren Mobilitätsmarkt bereitgehalten (vgl. Abb. 5). Von den politischen Akteuren, den sogenannten Aufgabenträgern, werden die den kommunalen Gebietskörperschaften zugeordneten Planungsinstitutionen (bzw. von den politischen Akteuren gebildete Zweckverbände oder Institutionen) mit der Planung von entsprechenden Angeboten beauftragt. Die Planungen (z.B. Nahverkehrspläne von Kreisen) stellen die Basis für die Ausschreibungen entsprechender Leistungen dar. Die Erbringung der Mobilitätsangebote wird an Verkehrsdienstleister vergeben. Ein konstituierendes Merkmal der Beauftragung von Verkehrsdienstleistern ist, dass die Aufgabenträger auch die Teilfinanzierung der bestellten Angebote übernimmt (oftmals unter Einsatz der sogenannten Regionalisierungsmittel, die vom Bund an die Länder und von diesen an die Aufgabenträger weitergeleitet werden).

Der öffentliche Alltagsverkehr wird als Daseinsvorsorge für die Wohnbevölkerung eingestuft und ist dementsprechend meist eine Pflichtaufgabe der Gebietskörperschaften mit klaren Zuständigkeiten und auch Finanzierungsgrundlagen. Bei freizeitbezogenen bzw. touristischen Verkehrsangeboten sind die Konstellationen meist deutlich komplexer und diffuser. In Großstädten läuft – bei einem ausgebauten ÖPNV-Angebot – der touristische Verkehr meist einfach so im normalen Mobilitätsangebot mit und es sind nur in seltenen Fällen (z.B. Taktverdichtungen bei Events) spezifische Angebote zu konzipieren, die sich an Besuchende wenden. Anders verhält sich die Situation im ländlichen Raum, wo eben – insbesondere während der Schulferien und an Wochenenden – in vielen Fällen nur ein rudimentäres Mobilitätsangebot vorgehalten wird, das sich vor allem an die sogenannten „Captive Riders“ unter der Wohnbevölkerung wendet, die keinen Zugriff auf einen privaten Pkw haben.

Alltagsverkehr



Freizeitverkehr



Legende:
 Natur-MO: Managementorganisation von Schutzgebieten (z.B. Naturparks, Nationalparks)
 Tour. LT: Touristische Leistungsträger

Abb. 5: Organisationale und strukturelle Aspekte der Angebotsseite im Alltags- und Freizeitverkehr

(Quelle: Eigener Entwurf)

Ein attraktives und konkurrenzfähiges ÖPNV-Angebot im ländlichen Raum, das sich an Besuchende wendet und die Nutzung des privaten Pkw-Urlaubsverkehrs reduzieren will, muss im ländlichen Raum dementsprechend separat konzipiert und finanziert werden. Gleichzeitig ist die Nachfrage oftmals nicht so hoch, dass sogenannte eigenwirtschaftliche Verkehre rentabel von Busunternehmen angeboten werden können. Gleichzeitig ist die Nachfrage – anders als beim Alltagsverkehr – relativ volatil, d.h. insbesondere je nach Saison oder Witterung sehr stark schwankend.

Gleichzeitig formulieren bei touristischen Freizeitverkehren im ländlichen Raum auch eine Reihe unterschiedlicher Akteure Wünsche an die Gestaltung eines Mobilitätsangebotes. Bei naturtouristischen Destinationen kann dies die Naturgebiets-Management-Organisation (Natur-MO) sein. Darüber formulieren oftmals auch Destinationsmarketing- und -management-Organisationen (DMOs) sowie teilweise auch touristische Leistungsträger (Tour. LT) Wünsche an die politischen Akteure bzw. die Verkehrsdienstleister zur Vorhaltung eines Mobilitätsangebotes. Umgekehrt sehen sich Natur-MOs, DMOs und Tour. LT zumeist nicht in der Lage, signifikante Deckungsbeiträge für die Vorhaltung eines touristischen Mobilitätsangebotes zu leisten. Die Finanzierung ist daher oftmals die zentrale Herausforderung von öffentlichen Mobilitätsangeboten für den Tourismus. Während im Alltagsverkehr üblicherweise eine gewisse Zahlungsbereitschaft für eine öffentliche Mobilitätsdienstleistung vorhanden ist, tendieren Besuchende in Destinationen dazu, Mobilitätsangebote als Dienstleistung der Destination zu erwarten, da sie bereits eine Reihe von Ausgaben für ihren Urlaub getragen haben (Übernachtungs- und Verpflegungskosten, Eintrittsgelder). Die Zahlungsbereitschaft auf

Seite der potenziellen Nachfragenden ist dementsprechend tendenziell niedriger als im Alltagsverkehr. Insbesondere bei Zielgruppen, die mit dem privaten Pkw angereist sind und damit diesen auch für Fahrten in der Destination zu Verfügung haben, besteht keine große Veranlassung, für öffentliche Mobilitätsangebote innerhalb der Destination zusätzliche Zahlungen zu leisten. Die Suche nach Ansätzen zur Überwindung dieser Barrieren setzt zunächst voraus, dass die unterschiedlichen Akteure in den Destinationen kooperationsbereit sind und sich konstruktiv an der Entwicklung von Lösungsansätzen zur Frage der Finanzierung beteiligen. Ein prinzipieller Ansatz zur Verbesserung der Ertragslage von öffentlichen Verkehrsangeboten besteht darin, dass Linienführung und Bedienzeiten sowohl Mobilitätsbedürfnisse der Besuchenden als auch solche der lokalen Bevölkerung abdecken. Ein entsprechender Ansatz wird z.B. mit dem Naturparkbus im Kreis Lippe verfolgt. Durch die Schaffung eines Angebotes für die beiden unterschiedlichen Zielgruppen der Wohnbevölkerung und Besuchende sollen kritische Nachfrageschwellen überschritten werden, um so öffentliche Mobilitätsangebote auch an Wochenenden und in Ferienzeiten zu rechtfertigen bzw. die Tragfähigkeit zu verbessern (genauer bei Gronau & Kagermeier 2015). Allerdings eignen sich solche Ansätze nur für Relationen, die beide Zielgruppen als potentielle Nachfrager ansprechen. Einen etwas grundsätzlicheren Ansatz verfolgt das im Folgenden als Good Practice Beispiel angesprochene Konzept, die Finanzierungsgrundlage für öffentliche Verkehre in ländlichen Destinationen offensiv anzugehen und einer dauerhaften Lösung zuzuführen.

TEXTKASTEN KONUS

Zur Lösung der Finanzierungsfrage wird im Schwarzwald seit 2005 ein Konzept verfolgt, das letztendlich flächendeckend in viele andere Destinationen im ländlichen Raum übertragbar wäre. Voraussetzung für die Implementation waren lediglich der politische Wille auf der Ebene der beteiligten Landkreise sowie die Bereitschaft zur Kooperation zwischen den Akteuren aus Politik, Tourismus und ÖPNV.

Unter dem – für den Endkunden sicherlich nicht selbsterklärenden und damit aus Marketinggesichtspunkten sicherlich suboptimalen – Akronym „KONUS“, das für „Kostenlose NUTzung des öffentlichen Nahverkehrs für Schwarzwaldurlauber“ steht, wurde flächendeckend in den beteiligten Landkreisen (als Aufgabenträger des straßengebundenen ÖPNV) eine Gästekarte geschaffen, mit der Übernachtungsgäste in der Destination Schwarzwald ohne zusätzliche Kosten öffentlich unterwegs sein können. Aufgrund des vorhandenen politischen Willens wird für die Finanzierung ein festgelegter Anteil der lokalen Tourismusabgaben an die Aufgabenträger des ÖPNV weitergegeben. Dieser wird für die Bestellung von Mobilitätsangeboten bei den Verkehrsunternehmen verwendet. Gleichzeitig erfolgt die konkrete Gestaltung des Angebotes (Linienführung, Bedienzeiten, Taktung) in intensivem Austausch mit den touristischen Akteuren.

Da sich nicht nur einzelne Gemeinden, sondern die Landkreise insgesamt für das System einsetzen, sind inzwischen knapp 150 Gemeinden mit etwa 9.000 Gastgebern im Schwarzwald an KONUS beteiligt. Für jede Übernachtung werden (Stand Dezember 2022) 0,47 € für die Finanzierung des ÖPNV-Angebots generiert. Bei über 11 Mio. Übernachtungen im Jahr 2022 erhielten die Verkehrsverbünde damit mehr als 5 Mio. € für die Angebotsgestaltung (Schwarzwald Tourismus GmbH 2023: 36).

Für den Erfolg von KONUS ist neben dem Rückhalt bei den unterschiedlichen Akteursgruppen im Schwarzwald sicherlich auch die intensive Marktkommunikation verantwortlich. Nicht nur die regionalen und kommunalen DMOs, sondern auch viele – wenngleich bei weitem noch nicht alle – Gastgeber weisen auf ihren Homepages auf die Option der „kostenfreien“ (d.h. aus Sicht der Touristen mit keinen wahrnehmbaren zusätzlichen Kosten verbundenen) Nutzung des ÖPNVs hin. Allerdings liegen keine systematischen Evaluierungen vor, wie sich der Modal Split der Schwarzwaldgäste seit der Einführung von KONUS entwickelt hat und welche umweltrelevanten Effekte dadurch erzielt wurden.

Trotz der Tatsache, dass das Beispiel KONUS (vgl. Textkasten) in der wissenschaftlichen Literatur und unter den entsprechenden Akteuren zumeist als Erfolgsmodell und Good Practice Beispiel angesehen wird, wurde das Prinzip zur Finanzierung von touristischer Mobilität in den Destinationen durch entsprechende Gästekarten bislang erst in wenigen Fällen übernommen. In keinem der Fälle, sei es im Harz, in der Eifel oder im Bayerischen Wald war die Entstehung von einem vergleichbaren flächendeckenden Commitment der politischen und touristischen Akteure getragen. Dementsprechend bleibt auch die Beteiligung der Übernachtungsbetriebe bei den Nachfolgeprojekten deutlich hinter der im Schwarzwald zurück.

Gleichzeitig muss aber konstatiert werden, dass es bislang noch nicht gelungen ist, in KONUS auch die Anreise in die Region zu integrieren. Zudem fehlen bislang noch Ansätze für die Finanzierung des Tagesausflugsverkehrs in Destinationen im ländlichen Raum. Die Ansätze zu Gästekarten auch für Tagestouristen könnten aber möglicherweise mit dem 2023 eingeführten Deutschlandticket (als Nachfolge des 2022 unter dem Eindruck von Corona angebotenen 9 €-Tickets) eine neue Dynamik bekommen. Bislang bestehende Barrieren bei verbundübergreifenden Relationen und Angeboten könnten damit mittelfristig deutlich an Gewicht verlieren. Allerdings sind die Auswirkungen des Deutschlandtickets zum Zeitpunkt der Manuskripterstellung noch nicht absehbar.

5.8.5 Wege zur Verwirklichung einer nachhaltigeren touristischen Mobilität

Im abschließenden Abschnitt dieses Beitrages sollen die Hemmnisse beziehungsweise Handlungsoptionen für die nachhaltigere Gestaltung der An- und Abreise im Urlaubsverkehr (Abschnitt 5.8.3) beziehungsweise innerhalb der Destinationen (Abschnitt 5.8.4) nochmals kurz im Licht der Theorie des geplanten Verhaltens (Abschnitt 5.8.2) reflektiert werden. Hierbei soll vor allem im Vordergrund stehen, welche Maßnahmen vielversprechend sind, beziehungsweise welche Bedingungen erfüllt sein sollten, um eine nachhaltigere Mobilität im Umfeld der Urlaubsreise zu erreichen.

Im Licht der Theorie des geplanten Verhaltens wird deutlich, dass eine Veränderung des Verhaltens allgemein und auch im speziellen Fall der Verkehrsmittelwahl das Ergebnis eines langen und sehr umfassenden Prozesses ist. Mit anderen Worten eine Konzentration allein auf Maßnahmen, die direkt das Verkehrsmittelwahlverhalten beeinflussen sollen, greift zu kurz. Es müssen sehr viel umfangreichere Maßnahmen ergriffen werden, die bereits auf einer Makroebene ansetzen – um in der Terminologie der Theorie des geplanten Verhaltens zu bleiben, müssen also individuelle verhaltensbezogene Überzeugungen und normative Überzeugungen adressiert werden. Es muss dafür Sorge getragen werden, dass auf Seiten der Nachfrager eine stärkere Sensibilität für die Thematik besteht und damit verbunden auch eine nachhaltige Nachfrage für derartige Angebote etabliert werden kann. In diesem Kontext wäre eine noch sehr viel stärkere aktive Informationspolitik zu den Folgen verschiedener Verkehrsmittel im Urlaubskontext wünschenswert. Auch Ansätze des *social marketing* haben in ähnlich gelagerten Problemfeldern durchaus positive Ergebnisse erzielt. Aufbauend auf einer gestärkten Wahrnehmung der Problematik muss eine breite gesellschaftliche Diskussion angeregt werden, um den notwendigen Wertewandel voranzutreiben. Vorhandene Ansätze im Reiseverhalten, wie etwa *slow travel* müssen gestärkt und nicht etwa als Gebot der Nachhaltigkeit, sondern als interessante und attraktive Reiseform etabliert werden. Danach müsste eine dritte Phase das Themenfeld der sogenannten Kontrollüberzeugungen adressieren. Hier wären Maßnahmen, wie etwa ein individuelles CO₂-Budget zu nennen, die dem Individuum zwar die freie Entscheidung über die Verwendung seines individuellen Budgets lässt, aber doch eine klare individuelle Begrenzung einfordert, die dann natürlich auch entsprechend ordnungsrechtlich flankiert werden muss.

Neben der Nachfrageseite gilt es selbstverständlich auch mit aktiven Maßnahmen die Angebotsseite zu stärken. An dieser Stelle ist an die bis heute nicht konkret geregelte Verantwortlichkeit für den Freizeitverkehr (vgl. Abb. 5) zu erinnern. Die unterschiedlichen Akteure müssen sich ihrer Verantwortung stärker bewusst-

werden, diese aktiv annehmen und mit entsprechenden konkreten Aktivitäten, wie etwa einer stärkeren finanziellen Beteiligung Rahmenbedingungen schaffen, die als tatsächliche Alternative zum motorisierten Individualverkehr bzw. zum Flugverkehr gelten können. Ganz im Sinne des *carrot and stick*-Ansatzes lassen sich vermutlich auch auf Anbieterseite ordnungsrechtliche Maßnahmen kaum verhindern. So erscheint die freiwillige Aufgabe bzw. eine doch zumindest sehr deutliche Anpassung eines bisher sehr erfolgreichen Geschäftsmodells, wie etwa im Fall der Flugverkehrsanbieter, doch eher fraglich.

Literatur

- 1) Ajzen, Icek (1991): The Theory of Planned Behavior. Some Unresolved Issues. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50 (2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- 2) FUR (= Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen) (div. Jg.): Reiseanalyse. Kiel: Eigenverlag.
- 3) DB (Deutsche Bahn Fernverkehr) (2023): Fahrtziel natur. www.fahrtziel-natur.de/. 31.3.2023.
- 4) DWIF (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr) (2016): Nachhaltige Mobilitätskonzepte für Touristen im öffentlichen Verkehr mit Fokus auf Regionen im Bereich von Großschutzgebieten. München: Eigenverlag.
- 5) Gronau, Werner (2014): Individual life-style as determinant for sustainable tourism mobility: A transport planning perspective. In: Scott A. Cohen, James E.S. Higham, Stefan Gössling, Paul Peeters (Hrsg.): *Understanding and Governing Sustainable Tourism Mobility Psychological and Behavioural Approaches*, London and New York. Routledge. 246-261
- 6) Gronau, Werner/Kagermeier, Andreas (2015): Increasing economic feasibility of public transport supply in natural areas – a German case study. In: Orsi, Francesco (Hrsg.): *Sustainable Transportation in Natural and Protected Areas*. London. Routledge. 239–248.
- 7) Held, M. (1982): *Verkehrsmittelwahl der Verbraucher*. Berlin. Duncker & Humboldt.
- 8) Kagermeier, Andreas (2020): *Tourismus in Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt*. Tübingen: UVK Verlag.
- 9) Kagermeier, Andreas/Gronau, Werner (2017): New Urban Tourism and its Implications for Tourism Mobility – the Case of Munich. In: Sucky, Eric/Kolke, Reinhard/Biethahn, Niels/Werner, Jan/Koch, Günter (Hrsg.): *Mobility in a Globalised World 2016*. Bamberg: University of Bamberg Press. 202-216.
- 10) Kagermeier, Andreas/Stors, Natalie/Erdmenger, Eva (2021): Erlebnisorientierung im New Urban Tourism – Spurensuche am Beispiel Berlin. In: Faber, Anne/Eilzer, Christian/Dörr, Manfred/Müller, Sylvia (Hrsg.): *Erlebnisse und Tourismus. Ergebnisse der 4. Deidesheimer Gespräche zur Tourismuswissenschaft*, Frankfurt: Peter Lang Verlag. 57-84. www.doi.org/10.3726/b18324.
- 11) UBA (= Umweltbundesamt, Hrsg.) (2020): *Touristische Mobilität im ländlichen Raum*. Dessau: Eigenverlag
- 12) Schwarzwald Tourismus GmbH (2023): *Geschäftsbericht 2022*. <https://www.schwarzwald-tourismus.info/partnernet/informationen-stg/geschaeftsberichte>. 8.8.2023.
- 13) VBB (= Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg) (2013): *Handbuch Nahverkehr und Tourismus im Land Brandenburg*. Berlin: Eigenverlag.