

TEXTE

78/2020

Touristische Mobilität im ländlichen Raum

Themenpapier

TEXTE 78/2020

Ressortforschungsplan des Bundesministerium für
Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit

Forschungskennzahl 3717161040

FB000062/ZW,2

Touristische Mobilität im ländlichen Raum

Themenpapier

Im Rahmen des ReFoPlan: „Weiterentwicklung
nachhaltiger Tourismus: Ermittlung des Anteils des
nachhaltigen Tourismus an der Wertschöpfung in
Deutschland und Stärkung der Kooperation mit und
zwischen wichtigen Akteuren“

von


Isabel Kersten, Diana Pinnow
dwif-Consulting GmbH, Berlin


Im Auftrag des Umweltbundesamtes

Impressum

Herausgeber

Umweltbundesamt
Wörlitzer Platz 1
06844 Dessau-Roßlau
Tel: +49 340-2103-0
Fax: +49 340-2103-2285
buergerservice@uba.de
Internet: www.umweltbundesamt.de

 [/umweltbundesamt.de](https://www.facebook.com/umweltbundesamt.de)

 [/umweltbundesamt](https://twitter.com/umweltbundesamt)

Durchführung der Studie:

dwif-Consulting GmbH
Marienstraße 19-20
10117 Berlin

Abschlussdatum:

September 2019

Redaktion:

Fachgebiet I 1.2 Internationale Nachhaltigkeitsstrategien, Politik- und Wissenstransfer
Ulrike Wachotsch

Publikationen als pdf:

<http://www.umweltbundesamt.de/publikationen>

ISSN 1862-4804

Dessau-Roßlau, Juni 2020

Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autorinnen und Autoren.

Kurzbeschreibung: Touristische Mobilität im ländlichen Raum

Reisen und Tagesausflüge in ländliche Räume erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Mit mehr als 100 Mio. Ankünften im Jahr 2017 macht der Tourismus im ländlichen Raum 56,5% des Deutschlandtourismus aus, hinzukommen Tagesreisen. Auch wenn dieser Trend für die vergleichsweise strukturschwachen ländlichen Räume wirtschaftlich gesehen wünschenswert ist, bringt der durch den Tourismus generierte Verkehr diverse negative Folgeerscheinungen mit sich.

Der Status quo der touristischen Mobilität im ländlichen Raum zeigt, dass dem MIV (PKW, Motorrad und Wohnmobil/Wohnwagen) mit einem Anteil von 83% an den Hauptverkehrsmitteln bei der Anreise im Zeitraum von 2011 bis 2018, die primäre Rolle zukommt. Doch gerade der MIV steht im Konflikt mit einer nachhaltigen Entwicklung des Tourismus und den gesuchten Reisemotiven wie intakte Natur und Erholung. Die durch den Verkehr, insbesondere den MIV verursachten Folgeerscheinungen reichen von Lärm- und Schadstoffemissionen über Flächenverbrauch und -zerschneidung bis hin zu Emissionen von klimaschädlichen Gasen und wirken sich negativ auf Mensch und Umwelt aus. Folglich ist eine Verlagerung der touristischen Mobilität im ländlichen Raum vom MIV auf den ÖV notwendig. Die Mobilitätsangebote vieler ländlicher Regionen sind jedoch nicht oder zu wenig auf die Bedürfnisse von Touristen ausgerichtet, daher bedarf es ganzheitliche Konzepte aus einer Kombination von Push- und Pull-Faktoren, welche einen Umstieg ermöglichen, bzw. beschleunigen. Ein umweltfreundliches, ganzheitliches und bedarfsorientiertes Mobilitätskonzept, welches die Bedürfnisse der Touristen mitberücksichtigt, kann neben der Reduzierung von umwelt- und gesundheitsschädlichen Folgeerscheinungen auch einen Beitrag zur Daseinsvorsorge und gesellschaftlichen Teilhabe leisten, in dem es ein umfangreicheres Angebot bietet, welches durch den Tourismus mit kofinanziert werden könnte.

Für eine erfolgreiche Verkehrswende im Tourismus müssen ÖV-Angebote ähnlich attraktiv sein, wie der eigene PKW und eine durchgehende Mobilität während des Aufenthalts gewährleisten, doch auch schon vor der eigentlichen Reise müssen Hürden, die einem Umstieg vom MIV auf umweltfreundlichere Verkehrsmittel im Weg stehen, ausgeräumt werden. Dabei sind die Erweiterung der Angebote und die Aufwertung der Qualität, Steuerung von Nachfrageströmen, aktive Information zu und aktive Vermarktung von ÖV-Angeboten sowie finanzielle Anreize wichtige Stellschrauben, die zur Attraktivitätssteigerung genutzt werden können. Auf der anderen Seite können Restriktionen und Gebühren den MIV betreffend zu den gewünschten Ergebnissen beitragen. Welche Aspekte entlang der Customer Journey mit Blick auf die ökonomische, ökologische und soziale Dimension der Nachhaltigkeit dabei zu berücksichtigen sind, beleuchtet dieser Beitrag.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	7
Tabellenverzeichnis.....	7
Abkürzungsverzeichnis.....	8
1 Einleitung.....	9
2 Nachhaltige Mobilität.....	10
2.1 Verkehr und Umwelt.....	10
2.2 Soziale und ökonomische Dimension der Mobilität im ländlichen Raum	11
2.3 Indikatoren für nachhaltige Mobilität im Tourismus.....	12
3 Status quo – Touristische Mobilität im ländlichen Raum.....	15
3.1 Mobilitätsaufkommen	17
3.2 Mobilitätsverhalten.....	20
3.3 Aufbau umweltfreundlicher Mobilitätskonzepte	25
4 Touristische Mobilität entlang der Customer Journey.....	27
4.1 Phase Inspiration.....	28
4.2 Phase Information und Buchung	30
4.3 Phase Aufenthalt.....	31
4.4 Phase Reflexion.....	33
4.5 Bezugspunkte von Reisemobilität und Nachhaltigkeit entlang der Customer Journey.....	34
5 Zusammenfassung und Ausblick	36
5.1 Zusammenfassung	36
5.2 Handlungsempfehlungen.....	36
6 Quellenverzeichnis	40

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Demographischer Wandel in ländlichen Räumen	16
Abbildung 2:	Verkehrsaufkommen und Verkehrsleistung nach regionalstatistischem Raumtyp (RegioStaR7)	18
Abbildung 3:	Autobesitz nach regionalstatistischem Raumtyp (RegioStaR7)	19
Abbildung 4:	Hauptverkehrsmittel der Urlaubsreisen im Inland 2016.....	22
Abbildung 5:	Hauptverkehrsmittel A) Alltagsmobilität nach regionalstatistischem Raumtyp (RegioStarR7); B) Bei der An- und Abreise.....	24
Abbildung 6:	Die Customer Journey (Reisekette)	27

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Mögliche Indikatoren zur Messung der Nachhaltigkeit von touristischer Mobilität in einer Destination	13
Tabelle 2:	Touristische Kennzahlen für den ländlichen Raum in Deutschland.....	20
Tabelle 3:	Arbeitsschritte zum Aufbau von Mobilitätskonzepten	25
Tabelle 4:	Bezugspunkte von Reisemobilität und Nachhaltigkeit.....	34

Abkürzungsverzeichnis

AVV	Aachener Verkehrsverbund
BMVI	Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur
BMWi	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
BUND	Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland
CO₂	Kohlenstoffdioxid
DB	Deutsche Bahn
DNS	Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie
FUR	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen
GUTi	Gästeservice-Umwelt-Ticket
HVV	Hamburger Verkehrsverbund
MiD	Mobilität in Deutschland
MIV	Motorisierter Individualverkehr
NABU	Naturschutzbund Deutschland
NH₃	Ammoniak
NIT	Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa
NKI	Nationale Klimaschutzinitiative des Bundesumweltministeriums
NMVOc	Flüchtige organische Verbindungen
NO_x	Stickstoffoxide
NPNK	Nationales Programm für nachhaltigen Konsum
ÖV	Öffentlicher Verkehr
PM_{0,1}	Ultrafeine Partikel mit einem Durchmesser. < 0,1 µm
PM₁₀	Feinstaubpartikel mit einem aerodynamischen Durchmesser von 10 Mikrometer oder kleiner
PM_{2,5}	Schwebstaubteilchen, deren Durchmesser kleiner ist als 2,5 µm
RegioStaR7	regionalstatistischen Raumtyp
SDG	Nachhaltige Entwicklungsziele der Vereinten Nationen
SSB	Stuttgarter Straßenbahnen
UNEP	Umweltprogramm der Vereinten Nationen
UNWTO	Welttourismusorganisation
VCD	Ökologischer Verkehrsclub Deutschland
VRS	Verkehrsverbund Rhein-Sieg
VVS	Verkehrs- und Tarifverbund Stuttgart

1 Einleitung

Ziel dieses Themenpapiers ist das Aufzeigen der Besonderheiten der touristischen Mobilität im ländlichen Raum und die Ermittlung der Berührungspunkte der touristischen Mobilität mit Aspekten der Nachhaltigkeit. Dabei werden die Rolle und die Einflüsse der Mobilität im Entscheidungsprozess vor der Reise und während des Aufenthalts im Zielgebiet spezifisch dargestellt.

Mobilität ist eine Grundvoraussetzung des heutigen Lebensstils und für den Tourismus. Jedoch stellt das Thema der Erreichbarkeit und der Vor-Ort-Mobilität besonders ländliche Räume vor große Herausforderungen. Der Motorisierungsgrad der in ländlichen Räumen lebenden Bevölkerung ist überdurchschnittlich hoch und auch Urlauber und Ausflügler wählen bei Aufhalten in ländlichen Regionen primär den eigenen PKW. Die negativen Begleiterscheinungen dieser Verkehrsform stehen jedoch im Widerspruch zu den Reisemotiven vieler Touristen, wie Erholung und Natur, und den sich wandelnden Werten, bei denen Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein immer mehr an Bedeutung gewinnen. Vor dem Hintergrund der sozialen Inklusion und einer Reduktion der verkehrsbedingten, umwelt- und gesundheitsschädigenden Emissionen, wie Abgasen, Lärm sowie der Flächeninanspruchnahme und -versiegelung, ist eine Verlagerung vom motorisierten, mit fossilen Antriebsstoffen betriebenen Individualverkehr¹ zum Öffentlichen Verkehr² oder anderen umweltfreundlicheren Verkehrsmitteln erwünscht und auch notwendig.

Neben der Alltagsmobilität trägt auch der Tourismus in Deutschland zu einem wachsenden Mobilitätsvolumen bei und ist deshalb hinsichtlich seiner negativen Begleiterscheinungen unter anderem in Bezug auf klimawirksame Emissionen ebenso zu beachten. Durch intelligente Verkehrsplanung und entsprechende -angebote kann das Potenzial an Emissionseinsparungen im Bereich touristischer Mobilität genutzt werden und es bieten sich Synergieeffekte zur Mobilitätssicherung für die Bevölkerung im ländlichen Raum bzw. auf der regionalen Ebene.

¹ Im Folgenden MIV genannt.

² Im Folgenden ÖV genannt.

2 Nachhaltige Mobilität

Die Herausforderungen, die im Bereich Mobilität im ländlichen Raum zu meistern sind, bestehen im Wesentlichen darin, bedarfsgerechte Angebote zu schaffen, die bei größtmöglicher Flächen- deckung minimale Auswirkungen auf Menschen und Umwelt haben, aber dennoch wirtschaftlich tragbar sind. In diesem Kapitel wird zunächst dargestellt, welchen Handlungsbedarf es allgemein für nachhaltigere Mobilität im Tourismus gibt. Welchen Herausforderungen ländliche Räume dabei genau gegenüberstehen, wird im darauffolgenden Kapitel erläutert.

2.1 Verkehr und Umwelt

Für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus besteht auch im Bereich der Mobilität akuter Handlungsbedarf. Folgeerscheinungen, wie Luft- und Bodenverschmutzung, Emissionen von Treibhausgasen, Lärm, Flächeninanspruchnahme durch fließenden oder ruhenden Verkehr, Ressourcenverbrauch in Form von Energie und Baumaterial aber auch Auswirkungen auf die Biodiversität, welche aus der Reise- und Freizeitmobilität resultieren, stehen nicht nur im Widerspruch zu den gewünschten Urlaubs- und Freizeitmotiven wie Erholung und intakte Natur, sondern bedeuten auch erhebliche Belastungen für Umwelt und Gesundheit.

Nach Schätzungen lassen sich 75% der weltweit durch den Tourismus generierten CO₂- Emissionen auf den Verkehr zurückführen. Diese wiederum wurden zu 52% durch Flugreisen und zu 43% durch Reisen mit dem PKW verursacht.³ Das Ziel einer Mobilitätswende muss sein, den Modal Split – auch bei der tourismusinduzierten Mobilität – zugunsten der umweltverträglicheren Verkehrsmittel zu verlagern, denn gerade diese leisten auf Grund deutlich geringerer Emissionen einen hohen Beitrag zum Klimaschutz.

Durch die nach Verkehrsmittel und Reiseart differenziert dargestellten CO₂ Emissionen wird erkennbar, dass die CO₂ Emissionen eines konventionell angetriebenen PKWs pro Personenkilometer 5-mal höher sind als die der Bahn und 6-mal höher als die eines Reisebusses⁴. Bei Inlandsreisen wird deutlich, dass der PKW der Hauptverursacher von CO₂ Emissionen ist und das Flugzeug, trotz der verhältnismäßig geringen Anzahl an Flugreisen, an zweiter Stelle steht.⁵ Des Weiteren wird prognostiziert, dass die CO₂-Emissionen aus dem Reiseverkehr in Europa um 85% bis 2020 gegenüber 2000 steigen werden⁶. Aktuelle Erkenntnisse zeigen, dass diese Prognosen bereits überschritten wurden⁷. Demnach war der Anstieg der globalen CO₂-Emissionen aus dem Reiseverkehr von 2009 bis 2013 viermal höher war als erwartet. Deutschland liegt – in Bezug auf CO₂-Emissionen aus dem Tourismus – im weltweiten Länderranking auf Platz drei. Dies korreliert durchaus mit dem Reiseverhalten hierzulande⁸. Eine Studie aus dem 2005, kommt zu dem Ergebnis, dass der Tourismus 4,9%⁹ der weltweiten CO₂ -Emissionen ausmacht. Eine weitere Studie aus dem Jahr 2018, ermittelt einen

³ Nur luft- und landbasierte Transportformen, Kreuzfahrtschiffe, Fähren etc. werden nicht berücksichtigt. Vgl. UNEP/UNWTO (Hrsg.): Climate Change and Tourism, 2008.

⁴ Die jeweilig zu Grunde gelegten Besetzungsgrade sind 50% beim PKW, 60% bei der Bahn, 75% beim Luftverkehr und 90% bei Reisebussen. Vgl. UNEP/UNWTO (Hrsg.): Climate Change and Tourism, S.124, 2008

⁵ ebenda

⁶ Vgl. UNEP/UNWTO (Hrsg.): Climate Change and Tourism, S. 123, 2008. An einer Aktualisierung der Zahlen wird derzeit gearbeitet.

⁷ Vgl. Lenzen, M., et al: The carbon footprint of global tourism, in Nature Climate Change 8, S. 522–528, 2018.

⁸ Laut UNWTO liegt Deutschland auch bei den Ausgaben für Tourismus auf Platz 3. Vgl. UNEP/UNWTO (Hrsg.): Climate Change and Tourism, S. 123, 2008.

⁹ Vgl. UNEP/UNWTO (Hrsg.): Climate Change and Tourism, S. 33, 2008.

Wert von 8%¹⁰. Angesichts dieses Anstiegs sollten die Potenziale zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen in der touristischen Mobilität identifiziert und umgesetzt werden; Ansätze dafür liegen in einer Reduzierung des Reiseaufkommens insgesamt als auch durch Veränderungen im Mobilitätsverhalten.

In ihrem Klimaschutzplan 2050 legte die Bundesregierung für den Verkehrssektor das Sektorenziel fest, bis 2030 Emissionswerte unter 98 Mio. Tonnen CO₂-Äquivalente zu erreichen¹¹. Das sind 65 Mio. Tonnen weniger als 1990 und 62 Mio. Tonnen weniger als im Jahr 2014. Demnach entsprach die Einsparung 2014 gegenüber 1990 lediglich 3 Mio. Tonnen CO₂-Äquivalente. Touristische Mobilität wird in dem Klimaschutzplan nicht gesondert betrachtet. Jedoch ist es wichtig, dass die touristische Mobilität in Mobilitätskonzepten nicht ausgeklammert wird, da diese, wie bereits beschrieben, hohes Potenzial bezüglich der Einsparung von Treibhausgasen hat und einen Beitrag zur gesellschaftlichen Teilhabe und Chancengleichheit leistet und somit im Interesse der Bundesregierung liegt. Die finanzielle Förderung des ÖV darf folglich nicht bei der Existenzsicherung aufhören, sondern muss vielmehr auch Chancengleichheit bieten, worin Erholung und gesellschaftliche Teilnahme inkludiert sein müssen¹².

GUTi – Einsparungen von 1.400 Tonnen CO₂ jährlich

Seit 2010 können Übernachtungsgäste im Bayerischen Wald mit dem Gästeservice-Umwelt-Ticket (GUTi) kostenfrei die ÖV-Angebote nutzen. Pro Übernachtung zahlen die Kommunen 32 Cent an die ÖV-Betriebe. Stichprobenartige Untersuchungen haben gezeigt, dass so 40% mehr Fahrgäste die ÖV-Angebote nutzen¹³ und einige Linien, die von Fahrplanausdünnungen bedroht waren, wieder gute Auslastungszahlen erreichen.

Die Untersuchungen des Erfolges des GUTi gehen sogar noch weiter. Durch Gästebefragungen wurde errechnet, dass pro Jahr etwa 7,7 Millionen Autokilometer durch Fahrten mit Bus und Bahn ersetzt werden und somit nicht nur die Lärm- und Schadstoffbelastung reduziert wurden, sondern auch jährlich 1.400 Tonnen CO₂ eingespart werden.¹⁴ (Quelle: Nationalparkverwaltung Bayerischer Wald)

2.2 Soziale und ökonomische Dimension der Mobilität im ländlichen Raum

Nicht nur im Bereich des Umwelt- und Klimaschutzes bieten touristische Mobilitätskonzepte Potenzial. Auch für die Daseinsvorsorge im ländlichen Raum sind diese von Bedeutung. In Folge sinkender Schüler- bzw. Bevölkerungszahlen in ländlichen Regionen nimmt die Nachfrage ab und vielerorts kam und kommt es weiterhin zum Rückbau des ÖVs. Dadurch wird die Teilnahme am gesellschaftlichen Leben oder sogar die Versorgung bestimmter Personengruppen erschwert. Viele Ziele im ländlichen Raum sind nur mit dem motorisierten Individualverkehr erreichbar. Lange Fahrzeiten, unzureichende Taktungen und schlechte Erreichbarkeiten sind große Hindernisse für den Teil der Bevölkerung, der über kein eigenes Fahrzeug verfügt. Für

¹⁰ Vgl. Lenzen, M., et al: The carbon footprint of global tourism, in Nature Climate Change 8, S. 522–528, 2018. Auf Grund unterschiedlicher Berechnungsmethoden in den beiden Studien kann davon ausgegangen werden, dass der Anteil 2005 zu gering berechnet wurde, da beispielsweise die Schifffahrtsemissionen nicht berücksichtigt wurden.

¹¹ Vgl. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) (Hrsg.): Klimaschutzplan 2050, Klimaschutzpolitische Grundsätze und Ziele der Bundesregierung, Berlin 2016.

¹² Vgl. Exkurs GUTi Einsparung von 1400 Tonnen CO₂ jährlich

¹³ Diese Zahl bezieht sich auf das Angebot des Igelbusses.

¹⁴ Abzüglich der Neufahrten, die ohne GUTi nicht unternommen worden wären, bleibt eine Ersparnis von 5.161 Mio. Autokilometern und entsprechend 929t CO₂ pro Jahr. Informationen zu den durch Tourismus verursachten Gesamtverkehrsemissionen im Bayerischen Wald sind in der Studie nicht enthalten.

Personen mit Behinderungen kommen Zugangsbeschränkungen erschwerend hinzu. Ein nachhaltiges Mobilitätsangebot geht daher auch mit der entsprechenden Barrierefreiheit einher.

Um die wirtschaftliche Entwicklung von Regionen zu fördern, ist es unumgänglich, auch die Erreichbarkeit der Standorte für Arbeitskräfte, Kunden, Geschäftspartner und auch Touristinnen und Touristen mittels umweltfreundlicher Mobilität, z.B. dem ÖV sicherzustellen. Dabei kann die touristische Nutzung von Mobilitätsangeboten im ländlichen Raum durchaus einen positiven Beitrag leisten, wenn sie durch die verstärkte Nutzung eine höhere Kosteneffizienz der Mobilitätsangebote erwirkt. Es ist allerdings zu beachten, dass sich die Bedürfnisse von Touristinnen und Touristen von der Wohnbevölkerung unterscheiden und für ein erfolgreiches Konzept die Bedürfnisse aller Menschen berücksichtigt werden müssen. Häufig wirkt das Nutzungsverhalten beider Gruppen sogar komplementär, denn die Gäste brauchen den ÖV vor allem an Wochenenden und in den Ferien, während die Einheimischen diesen häufiger in der Woche benötigen. Finanzierungsmöglichkeiten für (touristische) ÖV-Angebote wurden in der dwif-Studie zu nachhaltigen Mobilitätskonzepten für Touristinnen und Touristen im öffentlichen Verkehr mit Fokus auf Regionen im Bereich auf Großschutzgebieten¹⁵ untersucht und dargestellt.

2.3 Indikatoren für nachhaltige Mobilität im Tourismus

Die nationale Nachhaltigkeitsstrategie beinhaltet unter anderem Indikatoren für umweltfreundliche Mobilität. Diese wurden in einer Studie des Umweltbundesamtes¹⁶ geprüft und weiterentwickelt. Einige der Indikatoren lassen sich auch speziell auf touristische Mobilität übertragen. In Tabelle 1 werden verschiedenen Indikatoren aufgelistet und teilweise um die Komponente Tourismus erweitert. Analog dazu wurde im Rahmen des Projektes „Weiterentwicklung des nachhaltigen Tourismus: Identifizierung von Synergieeffekten zur Stärkung mit und zwischen wichtigen Akteuren“ ein Indikatorensystem zur Messung der Nachhaltigkeit des Deutschland-Tourismus erstellt.

Für den Bereich umweltfreundliche Mobilität wurde der Indikator „Anteil der Nutzung von einzelnen Verkehrsmitteln in Großschutzgebieten (Modal Split)“ diskutiert. Mit dem Modal Split lässt sich der Anteil der umweltfreundlichen Mobilität in ländlichen Räumen abbilden. Dafür gibt es bereits eine gute deutschlandweite Datengrundlage¹⁷. Jedoch ist zu berücksichtigen, dass eine Zuordnung zum Tourismus nicht vollständig möglich ist. Verschiedene Ziel- und Grenzwerte lassen sich zur Bewertung des Indikators heranziehen. Hierzu zählen der Klimaschutzplan 2050, die Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie (DNS 11.2), die Sustainable Development Goals (SDG 9.1), das Nationale Programm für nachhaltigen Konsum (NPNK), sowie die Nationale Klimaschutzinitiative (NKI).

Die eindeutige Zuordnung zum Tourismus lässt sich auch für andere Indikatoren nicht garantieren. Um den Anteil des touristischen Verkehrs an der Gesamtverkehrsleistung einschätzen zu können, könnte die Tourismusintensität als erweiterter Indikator bedingt helfen; dann blieben jedoch z.B. touristische Durchgangsverkehre außer Betracht. Daher können solche Betrachtungen nur Annäherungsversuche darstellen. Eindeutige Daten zur Differenzierung

¹⁵ Vgl. dwif (Hrsg.): Nachhaltige Mobilitätskonzepte für Touristen im öffentlichen Verkehr mit Fokus auf Regionen im Bereich von Großschutzgebieten, Schriftenreihe Nr. 56, München 2016.

¹⁶ Vgl. Umweltbundesamt (UBA) (Hrsg.): Entwicklung von Indikatoren im Bereich Mobilität für die Nationale Nachhaltigkeitsstrategie, Dessau-Roßlau 2015.

¹⁷ Der Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus des dwif lässt auf Deutschland-Ebene bundesland- und regionsbezogene Aussagen zum Hauptverkehrsmittel der Urlaubsreise (mindestens 5 Tage Aufenthalt) zu. Zudem könnte die Frage zum Verkehrsmittelmix bei der Anreise standardisiert in alle regionalen Gästebefragungen aufgenommen werden, damit diese vergleichbar ausgewertet werden können.

müssen bei Primärerhebungen auf regionaler Ebene über saisonal verteilte Stichproben erfasst werden. Bei einigen Indikatoren, z.B. dem Flächenverbrauch für Straßen, muss ein Konzept gefunden werden, welches die touristische Nutzung von der Daseinsvorsorge für die lokale Bevölkerung abgrenzt.

Tabelle 1: Mögliche Indikatoren zur Messung der Nachhaltigkeit von touristischer Mobilität in einer Destination¹⁸

Nachhaltigkeitsdimension	Handlungsfeld	Mögliche Indikatoren
Ökologisch	Klimaschutz	Durch den touristischen Verkehr generierte, direkte Treibhausgasemissionen in CO ₂ -Äquivalenten, berechnet auf Grundlage des Modal Splits, z.B. Anteil der Nutzung einzelner Verkehrsmittel am gesamten touristischen Verkehrsaufwand
	Flächenverbrauch und -zerschneidung	Flächeninanspruchnahme durch touristische Verkehrsinfrastruktur in Prozent der Gesamtfläche, z.B. Straßen und Parkplätze Zerschneidung von Ökosystemen und Habitaten durch touristische Verkehrsinfrastruktur, z.B. durch den Mittleren Zerschneidungsgrad
	Luftqualität	Schadstoffbelastung der Luft unter Berücksichtigung folgender Schadstoffwerte: NH ₃ , NO _x , NMVOC, PM _{0,1} , PM _{2,5} , PM ₁₀ ¹⁹
	Lärmbelastung	Lärmbetroffenheit der Bevölkerung durch den touristischen Verkehr: Anteil der über einen bestimmten Pegel lärmbelasteten Personen an der Gesamtbevölkerung in kartierten Gebieten auf Grundlage von Lärmkarten. Differenziert wird hierbei nach Art des Lärmes und Tageszeit ²⁰ Subjektiv empfundene Lärmbelästigung Erholungssuchender, bzw. Touristen durch den Verkehr
Sozial	Mobilität sichern	Erreichbarkeit von Destinationen: Anzahl an potenziellen Gästen, die die Destination innerhalb eines bestimmten Zeitkorridors mit dem Umweltverbund erreichen können (fiktiv: 90 min für Tagesgäste, 120 min für Kurzurlauber) Erreichbarkeit von touristischen Zielen innerhalb einer Destination: Anteil an touristischen Zielen/POIs, die von relevanten Ausgangspunkten innerhalb von einer festgelegten Zeitgrenze erreicht werden können (fiktiv: max. 60 min für Urlauberausflugsverkehr), sowie der Takt, in dem sie erreicht werden können.
	Zugang zu ÖV	Anteil an Mobilitätsangeboten, die barrierefrei sind Durchschnittlicher Preis eines Mobilitätsangebotes für Touristen pro Personenkilometer
Ökonomisch	Kostendeckung	Kostendeckungsgrad von (touristischen) ÖV Angeboten

¹⁸ Indikatoren in Anlehnung an UBA 2015, erweitert um tourismusspezifische Indikatoren.

¹⁹ Bei der Messung der Luftqualität lassen sich verkehrsbedingte Emissionen und andere Emissionen nicht klar voneinander trennen, zumal diese Werte meteorologischen Schwankungen unterliegen.

²⁰ Um die touristische Dimension mit abzudecken wäre ist eine Erweiterung der strategischen Lärmkarten um touristische Einrichtungen und POIs sinnvoll.

Nachhaltigkeitsdimension	Handlungsfeld	Mögliche Indikatoren
		Anteil der Querfinanzierung aus dem Tourismus an der Gesamtfinanzierung von Mobilitätsangeboten.
	Beschäftigte	Direkte und indirekte Beschäftigungseffekte durch (touristische) Mobilitätsangebote

3 Status quo – Touristische Mobilität im ländlichen Raum

„Nachhaltige Mobilitätskonzepte sollen und können Verhaltensänderungen bei der Tourismus- und Alltagsmobilität bewirken und einen Beitrag zum Klimaschutz und zur Verbesserung der Grundversorgung insbesondere in ländlich geprägten Regionen leisten.“ dwif 2016²¹

Den ländlichen Räumen in Deutschland kommt mit ihrem hohen touristischen Gästepotenzial eine relevante Rolle bei der Mobilitätsplanung zu. 23 Mio. Bundesbürgern geben an, ein ausgeprägtes Interesse an Urlaubs- oder Tagesreisen in ländliche Gebiete in Deutschland zu haben²². Als Treiber für die Sehnsucht nach dem ländlichen Raum wurden zum einen Veränderungen im Wertgefüge identifiziert. So bieten beispielsweise die Suche nach Tradition und Heimat oder die zunehmende Bedeutung von Regionalität und intakter Natur Potenzial für Destinationen in ländlichen Räumen. Zum anderen können auch Änderungen und Innovation auf Anbieterseite und der demographische Wandel als Treiber für den Tourismus in ländlichen Räumen gesehen werden.

Die Nachfrage nach Reisen ruft Verkehrsströme hervor, sowohl zwischen Quell- und Zielgebiet als auch beim Aufenthalt vor Ort, für die im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung des Deutschlandtourismus entsprechende nachhaltige Mobilitätslösungen entwickelt werden müssen. Um der Ausdünnung von ÖV-Angeboten im ländlichen Raum²³ entgegen zu wirken, werden nachhaltige Mobilitätskonzepte immer mehr als Maßnahmen von allgemeinem (wirtschaftlichem) Interesse gesehen, welche die Aufgabe haben

- ▶ unter Berücksichtigung der Effizienz und der Verhältnismäßigkeit eine Verlagerung vom MIV zu Verkehrsmitteln des Umweltverbundes zu bewirken und somit aktiven Klimaschutz zu betreiben²⁴
- ▶ die Lebens- und Aufenthaltsqualität für Einheimische und Touristen zu verbessern und
- ▶ die Attraktivität ländlicher Räume zu steigern.²⁵

Da touristische Aktivitäten von fast allen Bevölkerungsschichten ausgeübt werden, bieten Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung des öffentlichen Verkehrs im Tourismus breitenwirksame Effekte und ein Verlagerungspotenzial vom MIV auf den ÖV. Ein attraktives, nachhaltiges Mobilitätsangebot kann zudem eine Änderung des Verkehrsverhaltens bei der Nutzung von Verkehrsmitteln im Alltag bewirken.²⁶

Entwicklung von ländlichen Räumen

Viele ländliche Räume in Deutschland haben mit den Auswirkungen des Demographischen Wandels zu kämpfen. Durch Trends wie Abwanderung in die Städte, oft bedingt durch das

²¹ Vgl. dwif (Hrsg.): Nachhaltige Mobilitätskonzepte für Touristen im öffentlichen Verkehr mit Fokus auf Regionen im Bereich von Großschutzgebieten, Schriftenreihe Nr. 56, S. 18, München 2016.

²² Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (Hrsg.): Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen, Handlungsempfehlungen zur Förderung des Tourismus in ländlichen Räumen, Berlin 2014.

²³ Vgl. Exkurs Entwicklung von ländlichen Räumen

²⁴ Das Potential der Einsparung an klimaschädlichen Emissionen wird aus der durchschnittlichen Auslastung der verschiedenen Verkehrsmittel abgeleitet.

²⁵ Vgl. dwif (Hrsg.): Nachhaltige Mobilitätskonzepte für Touristen im öffentlichen Verkehr mit Fokus auf Regionen im Bereich von Großschutzgebieten, Schriftenreihe Nr. 56, München 2016.

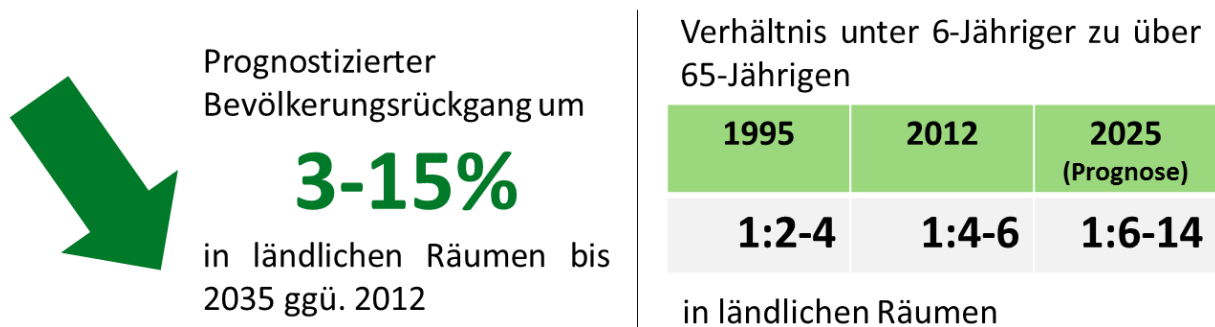
²⁶ Vgl. ebenda

Ausbildungs- und Arbeitsplatzangebot²⁷, sinkende Geburtenraten und eine höhere Lebenserwartung kommt es zu einem Rückgang der Bevölkerungszahlen bei gleichzeitiger Überalterung in den entsprechenden Regionen²⁸. Zurück bleiben ältere Menschen, die weniger mobil und häufig auf ÖV-Angebote angewiesen sind. Sinkende Schülerzahlen führen gleichzeitig zu geringeren Ausgleichszahlungen für Verkehrsbetriebe. Darüber hinaus führt eine Konzentration von Verwaltung, Einzelhandel und des Dienstleistungssektor in größeren Oberzentren zu steigenden Pendlerzahlen und damit zu einer höheren Verkehrsleistung.

All diese Entwicklungen stellen große Herausforderungen für die ÖV-Infrastruktur dar²⁹. Durch die sinkende Wirtschaftlichkeit des ÖV kam in der Vergangenheit zu einem Rückbau der Angebote, vor allem zum Nachteil der Bevölkerungsteile, die aus diversen Gründen (mobilitätseingeschränkt, finanzschwach, kein Führerschein/Fahrzeug) auf den ÖV angewiesen waren. So werden die ländlichen Räume immer weniger attraktiv für Unternehmen und Einwohner und es kommt zu einem negativen Trend, dem es entgegenzuwirken gilt.

Dabei stehen die ländlichen Räume oft vor großen Herausforderungen, denn die gesetzlichen Vorgaben, die in Bezug auf ÖV-Angebote erfüllt werden müssen, orientieren sich meist an größeren Städten. Besonders kleinere Kommunen sind mit den Genehmigungsanforderungen und bürokratischen Herausforderungen auf Grund geringer Personalkapazitäten überfordert³⁰. Innovative Mobilitätslösungen im ländlichen Raum werden somit teilweise durch den aktuellen Rechtsrahmen verhindert.³¹ Hier ist eine regionale Bündelung der Expertise und Zusammenarbeit gefragt. Auch die geringe Verfügbarkeit von Breitbandanschlüssen und die schlechte Netzabdeckung des Mobilfunks sind Hemmnisse für den ÖV in ländlichen Regionen, da Mobilitätsangebote immer mehr zu Dienstleistungen³² werden und sich Nutzer mehr und mehr online oder per Apps über Verbindungen oder die aktuelle Verkehrslage informieren und auch die Buchung mehr und mehr online stattfindet.

Abbildung 1 Demographischer Wandel in ländlichen Räumen



Quelle: Eigene Darstellung nach BBSR 2015 und BMEL 2015.

²⁷ Vgl. Allgemeiner Deutscher Automobil-Club e.V. (ADAC) (Hrsg.): Mobilitätssicherung im ländlichen Raum, Herausforderungen, Handlungsfelder, Empfehlungen, Positionspapier, München 2016.

²⁸ Vgl. Abbildung 1 Demographischer Wandel in ländlichen Räumen

²⁹ Vgl. innoz.de/de/modellvorhaben-innovativer-oepnv-im-laendlichen-raum-0.

³⁰ Vgl. Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.): Mobilität im ländlichen Raum sichern, Perspektiven entwickeln, Identität ermöglichen, Freiräume schaffen, Kostenwahrheit angehen, WISO DISKURS 08/2018, Bonn 2018. Seite 12 ff.

³¹ Vgl. ebenda

³² Mobility as a service (Maas) beschreibt ein Mobilitätsverteilungsmodell, bei dem den Nutzern flexible, integrierte Mobilitätsangeboten über eine Schnittstelle angeboten werden (vgl. InnoZ: Mobility as a Service)

3.1 Mobilitätsaufkommen

Um eine Mobilitätswende herbeizuführen, die auch den Reiseverkehr einschließt, muss zunächst die derzeitige Situation betrachtet und analysiert werden. Die Ergebnisse der aktuellen Studie „Mobilität in Deutschland“³³ helfen, einen Überblick über den Umfang der Verkehrsleistung sowie des Verkehrsaufkommens und die generellen Präferenzen der Bevölkerung hinsichtlich der Verkehrsmittelwahl zu erhalten. Sie bieten umfassende Kennwerte zur Alltagsmobilität der deutschen Wohnbevölkerung. Die neueste Studie bietet auch regionalspezifische Unterscheidungen.

Die Kategorisierungen wurden dabei nach dem zusammengefassten regionalstatistischen Raumtyp (RegioStaR7) vorgenommen. So kann die Situation unterschiedlicher Räume nach Raumtyp aber auch nach Siedlungsgröße differenziert betrachtet werden, was für eine nachhaltige, touristische Entwicklung ländlicher Räume von Bedeutung ist. Anzumerken ist allerdings, dass sich die Studie auf die Alltagsmobilität beschränkt und sich diese von der touristischen Mobilität unterscheidet. Da Mobilitätskonzepte aber nicht als rein touristische Angebote, bzw. als Angebote rein für die Alltagsmobilität realisieren lassen, sprich die Bedürfnisse aller Nutzer berücksichtigt werden müssen, ist es elementar, auch für touristische Mobilitätskonzepte die Alltagsmobilität zu betrachten und bei der Planung zu berücksichtigen.

Die Ergebnisse der MiD 2017³⁴ zeigen, dass seit 2008 das Verkehrsaufkommen zwar gesunken³⁵, die Verkehrsleistung dagegen gestiegen ist³⁶. Es werden demnach täglich 100 Mio. Kilometer mehr auf deutschen Verkehrswegen zurückgelegt als noch vor knapp zehn Jahren. Deutlich wird auch, dass sowohl das Verkehrsaufkommen als auch die Verkehrsleistung in Stadtregionen deutlich höher sind³⁷. Bewohner von Stadtregionen legen täglich im Schnitt mehr Wege³⁸ und folglich auch mehr Kilometer³⁹ zurück. Das höhere Verkehrsaufkommen in Stadtregionen erklärt sich unter anderem dadurch, dass 63% der Bevölkerung Deutschlands in Stadtregionen leben. Hier lässt sich die erste Herausforderung für Mobilitätsplaner in ländlichen Regionen erkennen: Die Nachfrage ist deutlich geringer, wodurch die Finanzierung eines zuverlässigen, attraktiven ÖPNV erschwert wird.

Seit 2008 hat die durchschnittliche Wegelänge sowohl in Stadtregionen als auch in ländlichen Regionen um gut einen Kilometer zugenommen. Unterschiede in der Wegelänge (Verkehrsleistung/Verkehrsaufkommen) gibt es zwischen ländlichen Regionen (12,34 km) und Stadtregionen (12,29 km) erstaunlicherweise kaum. Betrachtet man allerdings die Verkehrsleistung differenziert nach der Siedlungsgröße, ist auffällig, dass diese in kleinstädtischen, dörflichen Räumen deutlich höher ist als in städtischen Wohnumfeldern. Personen, die in kleinstädtischen oder dörflichen Räumen leben, legen am Tag im Schnitt 5 km mehr zurück als der Durchschnittsbürger, das entspricht einer knapp 13%ig höheren Verkehrsleistung pro Person und Tag.

In den folgenden Abbildungen wurden die Raumeinteilungen nach den regionalstatistischen Raumtypen (RegioStaR7) vorgenommen. RegioStaR betrachtet zur Erstellung von Raumtypen

³³ Vgl. Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) (Hrsg.): Mobilität in Deutschland – MiD, Ergebnisbericht, Bonn 2018.

³⁴ Vgl. ebenda

³⁵ Das Verkehrsaufkommen ist von 275 Mio. Wegen in 2008 auf 260 Mio. Wege in 2017 gesunken.

³⁶ Die Verkehrsleistung ist von 3,1 Mrd. Personenkilometer/Tag in 2008 auf 3,2 Mrd. Personenkilometer/Tag in 2017 gestiegen.

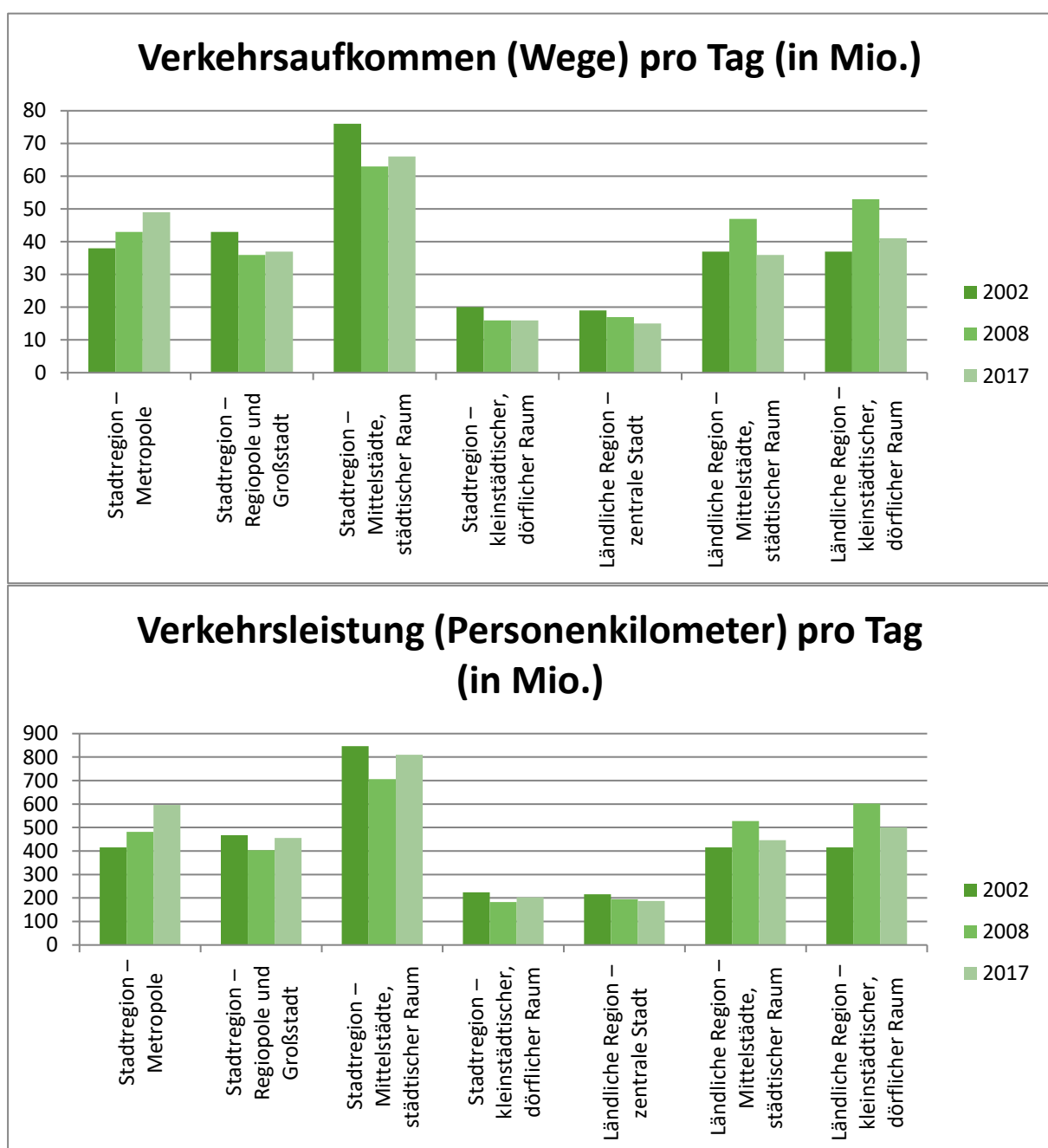
³⁷ Vgl. Abbildung 2: Verkehrsaufkommen und Verkehrsleistung nach regionalstatistischem Raumtyp (RegioStaR7)

³⁸ Bewohner von Stadtregionen tätigen im Schnitt 3,2 Wege am Tag, Bewohner von ländlichen Regionen dagegen nur 3,0 Wege.

³⁹ Bewohner von Stadtregionen legen im Schnitt täglich 39,6 km zurück. Bewohner ländlicher Regionen nur 37,7 km.

die Siedlungsstrukturen von Räumen unter Berücksichtigung der Anbindung an Oberzentren. So werden z.B. gering besiedelte Gebiete mit dörflichem Charakter, die sich im unmittelbaren Einzugsgebiet von Großstädten befinden, der Stadtregion zugeordnet. So kommt es dazu, dass man sowohl in Stadtgebieten als auch in ländlichen Gebieten sowohl dörfliche als auch städtische Strukturen vorfindet. Demnach sind unter „Stadtregionen“ Metropole, Regiopole/Großstädte, Mittelstädte/ städtischen Räume und kleinstädtische/ dörfliche Räume zu verstehen; unter ländliche Regionen sammeln sich zentralen Städte, Mittelstädte/ städtische Räume und kleinstädtische/ dörfliche Räume.

Abbildung 2: Verkehrsaufkommen und Verkehrsleistung nach regionalstatistischem Raumtyp (RegioStaR7)



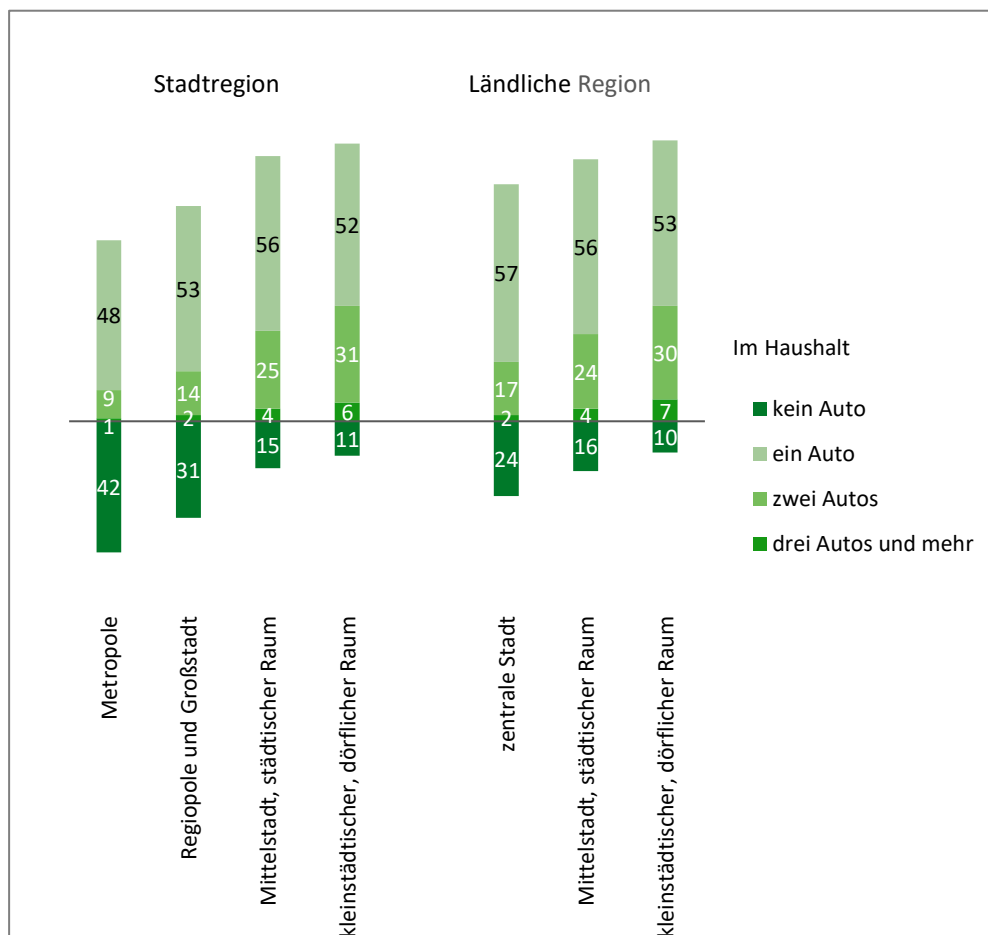
Quelle: BMVI: MiD 2017

Wird der Autobesitz je Haushalt⁴⁰ betrachtet, fällt auf, dass ein nicht zu unterschätzender Anteil der Haushalte in Städten kein Auto besitzt. In Metropolen sind dies sogar 42% aller Haushalte. Hier lässt sich ablesen, dass die Erreichbarkeit von Destinationen mit öffentlichen Verkehrsmitteln, neben anderen Optionen wie Car-Sharing, für Haushalte ohne Auto durchaus eine wichtige Rolle spielt. Die Bevölkerung naheliegender Städte stellt eine wichtige touristische Zielgruppe für ländliche Räume dar und diese verzichtet aus unterschiedlichen Gründen auf einen eigenen PKW.

Auch aus der Einstellung zur Verkehrsmittelnutzung im Alltag lassen sich für ländliche Räume wichtige Aussagen treffen. Erkennbar ist, dass Personen mit zunehmendem Alter, weniger gerne mit dem Auto unterwegs sind und lieber mit dem ÖV fahren⁴¹. Die Tatsache, dass es besonders in ländlichen Räumen anteilig immer mehr ältere Menschen gibt, lässt in Bezug auf die Mobilität auf einen Bedarf an attraktiven ÖV-Angeboten schließen.

Abbildung 3: Autobesitz nach regionalstatistischem Raumtyp (RegioStaR7)

Anteil der Haushalte in %



Quelle: BMVI: MiD 2017

Besonders in Zeiten, in denen die Grundausrüstung der ÖV-Angebote in ländlichen Räumen durch eine schrumpfende Einwohnerzahl zurückgeht, während die Abhängigkeit ganzer Bevölkerungsgruppen steigt, sollte die touristische Mobilität mit einbezogen werden, um die

⁴⁰ Vgl. Abbildung 3: Autobesitz nach regionalstatistischem Raumtyp (RegioStaR7)

⁴¹ Vgl. Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) (Hrsg.): Mobilität in Deutschland – MiD, Ergebnisbericht, Bonn 2018.

Kosteneffizienz der Angebote zu steigern. Das Potenzial, welches allein der Übernachtungstourismus für Mobilitätsangebote in ländlichen Regionen hat, zeigt die Tabelle 2. Durch die An- und Abreise generieren Übernachtungsgäste in ländlichen Räumen durchschnittlich fast eine halbe Million Wege am Tag in Deutschland. Dazu kommen die Wege, die in der Destination durch den Urlauberausflugsverkehr generiert werden, sowie durch Tagesreisende. Anteilsmäßig liegen die Zahlen schätzungsweise im unteren einstelligen Bereich, doch unter der Berücksichtigung, dass nachhaltige touristische Mobilitätsangebote Verhaltensänderungen in der Alltagsmobilität bewirken können, muss das Potenzial für eine nachhaltige Mobilitätsentwicklung als hoch eingeschätzt werden.

Tabelle 2: Touristische Kennzahlen für den ländlichen Raum in Deutschland⁴²

	Ländlicher Raum	Deutschland (Gesamt)
Ankünfte (nur Übernachtungsgäste) und Anteil an Gesamt	104.585.307 (56,5%)	185.078.975
Übernachtungen und Anteil an Gesamt	310.267.149 (67,5%)	459.453.738
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	3,0 Tage	2,5 Tage

Quelle: dwif: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2017

3.2 Mobilitätsverhalten

Tourismus und Verkehr, bzw. Mobilität sind eng miteinander verflochten. Ohne Mobilität könnte kein Tourismus stattfinden. Das Mobilitätsverhalten verschiedener Zielgruppen unterscheidet sich jedoch voneinander. So sind für unterschiedliche Zielgruppen unterschiedliche Aspekte der Mobilität von Bedeutung. Personen, die über keinen PKW verfügen, suchen sich Reiseziele in der Regel nach der Erreichbarkeit mit anderen Verkehrsmitteln aus. Ein gutes ÖV-Angebot hilft dabei, diese Gästegruppen zu gewinnen.

„Die Anreisemöglichkeiten und die Erreichbarkeit haben einen Einfluss darauf, wer welche Region mit welchem Verkehrsmittel bereist.“ NIT⁴³

Obwohl es bereits einige Untersuchungen zum Thema Mobilität gibt, kommt es besonders bei der touristischen Mobilität zu einigen Datenlücken. Die An- und Abreise von Urlaubern haben in den vergangenen Jahren immer mehr Beachtung in der Forschung gefunden, die Mobilität innerhalb der Destination sowie das Mobilitätsverhalten von Urlaubsreisenden hingegen wurde eher vernachlässigt. Verfügbare Daten auf Bundesebene sind unter anderem:

- ▶ MiD (BMVI): Alltagsmobilität differenziert nach regionalstatistischen Raumtypen (RegioStarR7)
- ▶ Reiseanalyse (FUR): Hauptverkehrsmittel zur Anreise differenziert nach Urlaubsreisen ab fünf Tagen und Kurzreisen
- ▶ Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus (dwif): Hauptverkehrsmittel zur Anreise differenziert nach Urlaubsgebiet

⁴² Ländlicher Raum umfasst alle Reisegebiete ohne Städte, städtisches Umland und städtische Regionen. Vgl. dwif (Hrsg.): Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, München 2017.

⁴³ Vgl. nit-kiel.de/arbeitsfelder/touristische-mobilitaetsforschung

Über die letzten Jahre hat der Reiseverkehr immer mehr zugenommen und er wird voraussichtlich auch in Zukunft weiter ansteigen, darauf deuten die Trends zu immer häufigeren, dafür immer kürzeren Reisen hin, sowie der steigende Bevölkerungsanteil derer, die Reisen unternehmen. Dies führt zwangsläufig zu einer Zunahme der verkehrsbedingten Folgeerscheinungen. Andererseits steigt der Anteil der Deutschen, die ihren Urlaub im eigenen Land verbringen⁴⁴. Würden bei Inlandsreisen im Schnitt geringere Reisedistanzen zurückgelegt werden als bei Reisen ins Ausland, dann hätte diese Entwicklung insgesamt positive Auswirkungen auf die verkehrsbedingten Folgeerscheinungen.

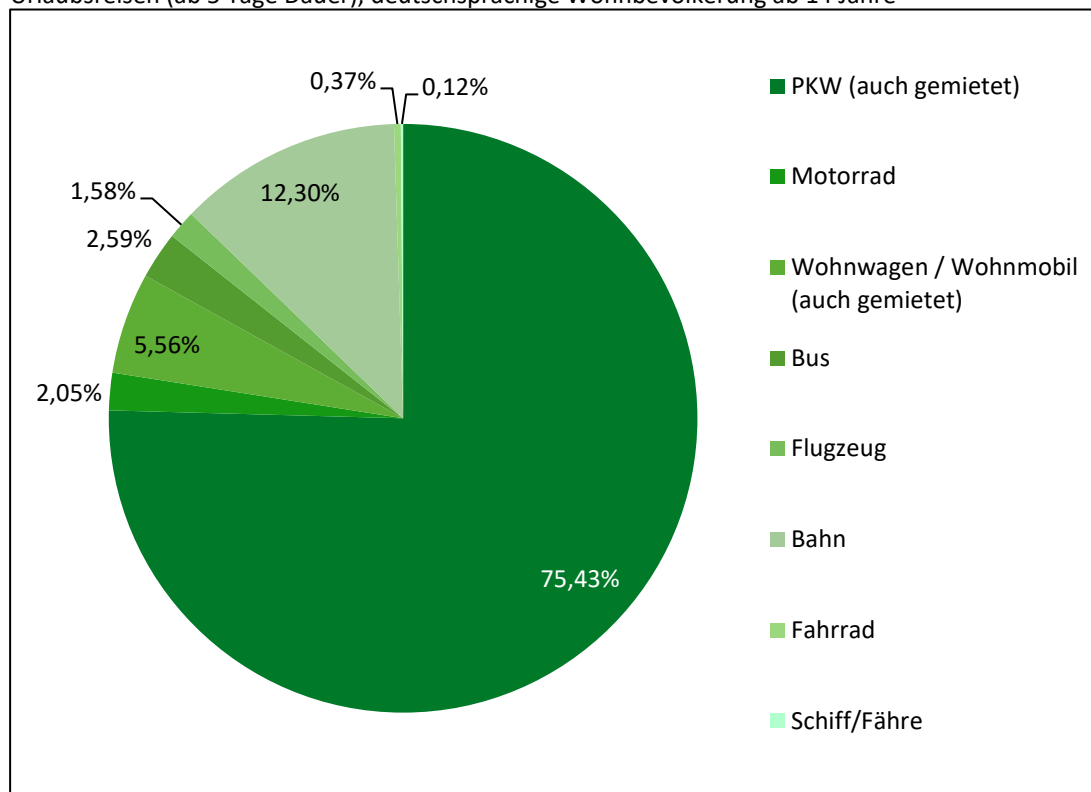
Zwar könnten durch einen Rückgang von Fernreisen die globalen Emissionen reduziert werden, doch die Belastungen auf Deutschland-Ebene würden damit nicht gelöst, wenn der prognostizierte Anstieg von 1,5 Mio. Urlaubsreisen innerhalb Deutschlands eintritt. Denn bei gleichbleibendem Modal Split würde dies eine deutliche Mehrbelastung des Straßenverkehrs durch PKW bedeuten, sowohl durch den Anreiseverkehr als auch bei der Vor-Ort-Mobilität in den Destinationen. Daher sollte das Ziel für ländliche Destinationen eine Verlagerung der Verkehrsmittel vom MIV zum Umweltverbund sein. Der Modal Split kann als Nachhaltigkeitsindikator für die Mobilität innerhalb einer Destination, sowie für den An- und Abreiseverkehr herangezogen werden⁴⁵. Bei Umfragen oder Studien zu den genutzten Verkehrsmodi bei Reisen, wird allerdings häufig nur nach dem Hauptverkehrsmittel der Anreise gefragt. Es lässt sich also nicht herleiten, welches Verkehrsmittel welchen Anteil an der Gesamtverkehrsleistung erbringt. Die Verteilung der Hauptverkehrsmittel kann dennoch eine Tendenz angeben.

⁴⁴ Der Anteil der Urlaubsreisen im Inland nimmt bis 2025 ggü. 2013 um 2% zu. Vgl. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) (Hrsg.): Urlaubsreisetrends 2025: Entwicklung der touristischen Nachfrage im Quellmarkt Deutschland (Die Reiseanalyse-Trendstudie), Kiel 2014.

⁴⁵ Vgl. Kapitel II Nachhaltige Mobilität Abschnitt 3. Ansätze für umweltfreundliche Mobilität.

Abbildung 4: Hauptverkehrsmittel der Urlaubsreisen im Inland 2016

Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer), deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre



Quelle: eigene Abbildung nach FUR: Reiseanalyse 2017

Verschiedene Untersuchungen kommen zu dem Ergebnis, dass der Anteil des PKW bei der Anreise im Inland bei über 70% liegt, so auch die FUR Reiseanalyse 2017⁴⁶. Erste Ergebnisse der Reiseanalyse 2018⁴⁷ zeigen sogar, dass der Anteil des PKW weiter angestiegen ist. Demnach lag der Anteil des PKW als Hauptverkehrsmittel bei Urlaubsreisen im Inland bei 76%; der Anteil der Bahn bleibt unverändert bei 14% und des Busses bei 8% und somit knapp über den Zahlen von 2017. Bei der Auswertung von Kurzurlaubsreisen⁴⁸ stellt sich heraus, dass der MIV einen noch höheren Anteil an den Hauptverkehrsmitteln hat. Dort liegt der Anteil bei 81% im Jahr 2016⁴⁹.

Diese Entwicklung hat auch Auswirkungen auf den touristischen Verkehr in den Destinationen⁵⁰, denn das Hauptverkehrsmittel, welches zur An- und Abreise genutzt wird, ist maßgeblich mitentscheidend für die Verkehrsmittelwahl vor Ort. Die Wahrscheinlichkeit, dass Touristen, die mit dem ÖV anreisen auch am Urlaubsort den ÖV nutzen, ist 5-mal höher, als bei denen, die mit dem MIV anreisen. Hier zeigt sich, dass nicht nur das Mobilitätsangebot in der Destination selbst, sondern auch das Mobilitätsangebot für die An- und Abreise für eine nachhaltige Tourismusedwicklung von großer Bedeutung sind. Dennoch unterscheiden sich die in der Urlaubsdestination genutzten Verkehrsmittel von denen, die zur An- und Abreise genutzt werden. Bei der Vor-Ort-Mobilität macht der MIV 54% aus und der ÖV erreicht einen Anteil von

⁴⁶ Vgl. Abbildung 4: Hauptverkehrsmittel der Urlaubsreisen im Inland 2016

⁴⁷ Vgl. FUR: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) (Hrsg.): Reiseanalyse 2018. Erste ausgewählte Ergebnisse. Kiel 2018.

⁴⁸ Kurzurlaubsreisen haben eine Dauer von 2-4 Tagen, bzw. beinhalten 1-3 Übernachtungen.

⁴⁹ Vgl. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) (Hrsg.): Reiseanalyse 2017 - Kurzfassung der Ergebnisse, Kiel 2017.

⁵⁰ Vgl. Groß, S. und Grimm, B.: Sustainable mode of transport choices at the destination - public transport at German destinations, Tourism Review, Vol. 73, Issue: 3, S. 401-420, 2018.

knapp 24%, gefolgt vom Taxi mit 17% und dem Fahrrad, bzw. E-Bike mit 14%; sonstige Verkehrsmittel werden von unter 10% der Reisenden genutzt⁵¹. Im deutschen Inlandstourismus liegen die Zahlen für den PKW höher (66%), jedoch wird bei der Reiseanalyse keine Differenzierung zwischen ländlichen und urbanen Destinationen vorgenommen. Wie Untersuchungen vom dwif belegen, ist der Anteil an PKW als Hauptverkehrsmittel bei der Anreise im ländlichen Raum drastisch höher als in städtischen Räumen⁵².

Die Unterschiede zwischen den Raumtypen in Bezug auf die Alltagsmobilität werden in der Studie Mobilität in Deutschland 2018⁵³ dargestellt. Die Ergebnisse der Studie zeigen deutlich, dass der MIV in ländlichen Regionen mit einem Anteil von 64% an den Hauptverkehrsmitteln eine höhere Relevanz hat als in Stadtregionen, wo der Anteil bei 54% liegt⁵⁴. Dies hat auch Auswirkungen auf das Mobilitätsverhalten beim Reisen, denn Urlauber aus ländlichen Quellmärkten neigen deutlich stärker dazu, auch im Urlaub – aus Gewohnheit – mit dem eigenen PKW zu fahren als Urlauber aus urbanen Quellmärkten⁵⁵.

Neben der Verkehrsmittelwahl, müssen auch Ziel, Zeit und Dauer eines Weges betrachtet werden. Gerade hier unterscheiden sich die Verhaltensmuster von touristischer Mobilität und Alltagsmobilität. Ergebnisse der Studie Tagesreisen der Deutschen⁵⁶ zeigen, dass die meisten Tagesausflüge zwischen 10 und 11 Uhr starten und zwischen 18 und 19 Uhr enden. Die Häufigkeit von Tagesreisen am Wochenende ist höher als montags bis freitags. Im Alltagsverkehr sind die Verkehrsspitzen zwischen 7 und 9 Uhr und zwischen 16 und 18 Uhr⁵⁷. Das Verkehrsaufkommen im Alltag ist montags bis freitags höher als an den Wochenenden⁵⁸. Da der ÖV in ländlichen Räumen häufig auf den Schüler- und Berufsverkehr ausgerichtet ist, wird er von Touristen und teilweise auch von Einheimischen als wenig attraktiv wahrgenommen. Gerade in den Zeiten, in denen Touristen verstärkt unterwegs sind, ist das Angebot des ÖV häufig eingeschränkt. Zu welchen Zeiten das Verkehrsaufkommen durch Touristen in einzelnen Destinationen besonders hoch ist und welche Ziele Touristen haben, muss durch Besucherbefragungen oder -zählungen in den Destinationen genauer erhoben werden, um bedarfsgerechte Angebote bereitstellen zu können.

⁵¹ Durch multimodales Verkehrsverhalten am Urlaubsort, ergibt die Summe der Anteile der einzelnen Verkehrsmittel mehr als 100%. Diese Zahlen aus der FUR Reiseanalyse beziehen sich nur auf Urlaubsreisen, ab 5 Tage Dauer. Tagesreisen werden in der Reiseanalyse nicht, Kurzurlaubsreisen separat untersucht. Vgl. Groß, S. und Grimm, B.: Sustainable mode of transport choices at the destination - public transport at German destinations, *Tourism Review*, Vol. 73, Issue: 3, S. 401-420, 2018.

⁵² Vgl. Abbildung 5: Hauptverkehrsmittel A) Alltagsmobilität nach regionalstatistischem Raumtyp (RegioStarR7); B) Bei der An- und Abreise

⁵³ Vgl. Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) (Hrsg.): Mobilität in Deutschland – MiD - Ergebnisbericht, Bonn 2018.

⁵⁴ Vgl. Abbildung 5: Hauptverkehrsmittel A) Alltagsmobilität nach regionalstatistischem Raumtyp (RegioStarR7); B) Bei der An- und Abreise

⁵⁵ Vgl. Groß, S. und Grimm, B.: Sustainable mode of transport choices at the destination - public transport at German destinations, *Tourism Review*, Vol. 73, Issue: 3, S. 401-420, 2018.

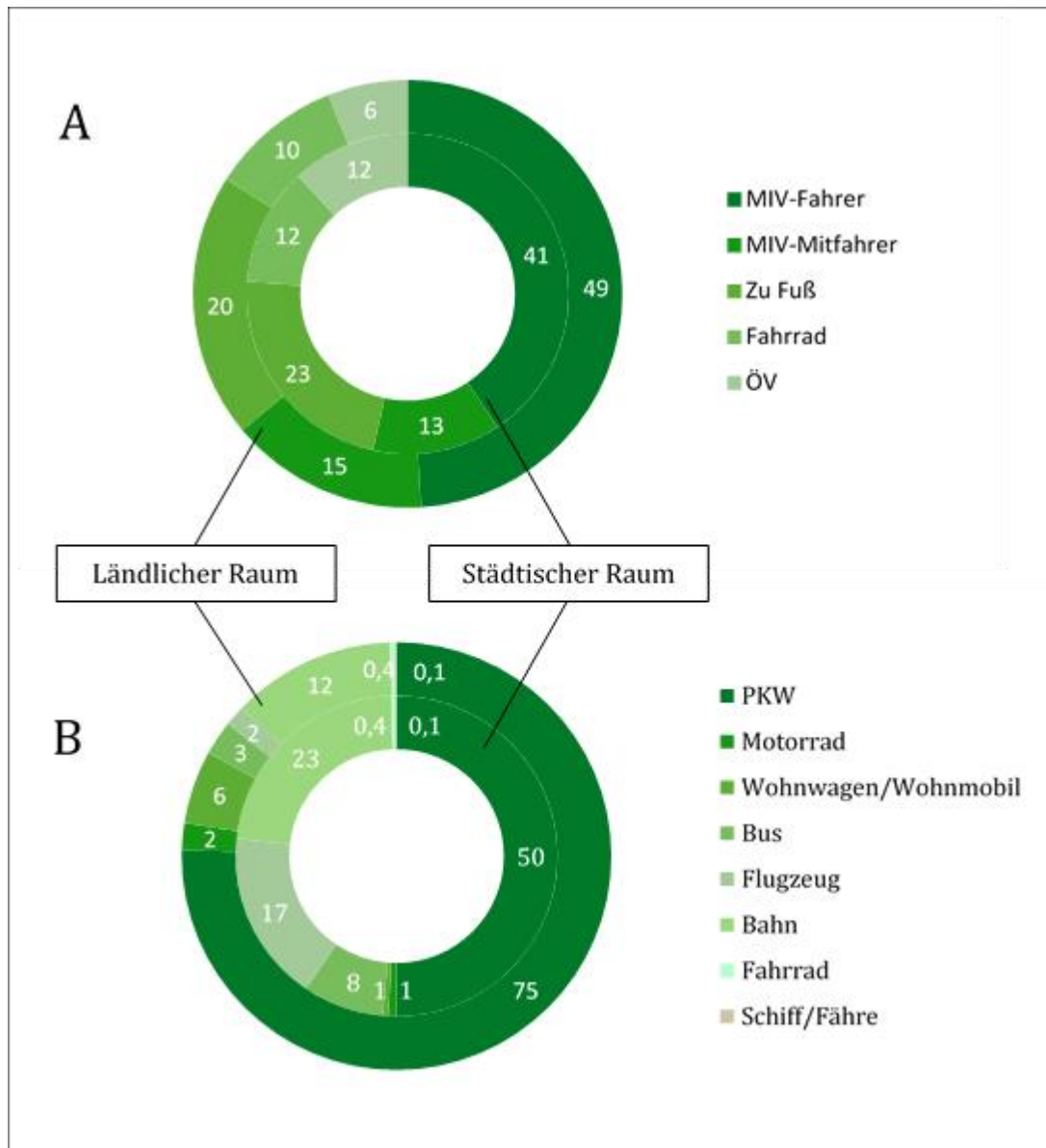
⁵⁶ Vgl. dwif (Hrsg.): Tagesreisen der Deutschen, Heft 55, München 2013.

⁵⁷ Vgl. Morning Peak und Evening Peak der einzelnen Städte: tomtom.com/en_gb/trafficindex/

⁵⁸ Vgl. Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) (Hrsg.): Mobilität in Deutschland – MiD - Ergebnisbericht, Bonn 2018.

Abbildung 5: Hauptverkehrsmittel A) Alltagsmobilität nach regionalstatistischem Raumtyp (RegioStarR7); B) Bei der An- und Abreise

in %; Werte gerundet



A) Ländlicher Raum unterteilt sich in a) zentrale Stadt, b) Mittelstädte, städtischer Raum und c) kleinstädtischer, dörflicher Raum. Städtischer Raum unterteilt sich in a) Metropole, b) Regiopole, städtischer Raum, c) Mittelstädte, städtischer Raum und d) kleinstädtischer, dörflicher Raum

B) Ländlicher Raum beinhaltet Bergregion, Flach- und Hügelland, Flussregion, Küste, Mittelgebirge, Seenregion. Städtischer Raum beinhaltet Stadt, Städtische Region und Städtisches Umland.

Quelle: BMVI: MiD 2017; dwif 2011-2018

Im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung des Deutschlandtourismus ist ein entscheidender Ansatzpunkt die erfolgreiche Umsetzung von umweltverträglicheren Mobilitätskonzepten. Die Zahlen zeigen, dass gerade in ländlichen Räumen viel Verbesserungspotenzial existiert. Für einzelne Destinationen ist es bei der Planung von Mobilitätsangeboten entscheidend, die Gäste und deren Bedürfnisse zu kennen. Es wurden einige signifikante Zusammenhänge zwischen sozio-demographischen, geographischen sowie reisebezogenen Variablen und der Nutzung des

ÖVs in der Reisedestination festgestellt⁵⁹. Demnach ist ein zielgruppenorientiertes Mobilitätsangebot in den Destinationen von großer Bedeutung. Das bedeutet, dass Angebote an die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppen ausgerichtet sein müssen, ohne dabei die Bedürfnisse der einheimischen Bevölkerung zu vernachlässigen.

3.3 Aufbau umweltfreundlicher Mobilitätskonzepte

Für die Entwicklung zukunftsfähiger, nachhaltiger Mobilitätskonzepte sind diverse Aspekte zu beachten. Im Sinne einer klimaverträglichen Mobilität ist eine CO₂-Reduzierung der zentrale Ansatzpunkt. Hierzu ist eine Verlagerung des touristischen Verkehrs auf die Verkehrsmittel des Umweltverbundes⁶⁰ von Nöten. Diese muss sowohl für den Transfer zwischen Quell- und Zielgebiet als auch bei Fahrten während des Aufenthaltes in den Zielgebieten vollzogen werden.

Durch entsprechende nachhaltige Mobilitätskonzepte kann eine Verlagerung maßgeblich gefördert werden. Ergänzend zu einem attraktiven ÖV sind auch Angebote im Bereich Elektromobilität von Vorteil⁶¹, zum Beispiel zur Überbrückung der letzten Meile am Zielort⁶² oder zur Sicherung der Erreichbarkeit von unzureichend erschlossenen Ausflugszielen vor Ort. Darüber hinaus lassen sich mittels Elektromobilität auch die lokalen Emissionen gegenüber herkömmlich angetriebenen PKW reduzieren.

Tabelle 3: Arbeitsschritte zum Aufbau von Mobilitätskonzepten

1	Ausgangssituation ermitteln und Handlungsbedarf ableiten
2	Akteure und Akteurinnen sowie kooperierende Institutionen einbinden
3	Funktionen und Aufgabenbereiche zuweisen
4	Vernetzung und funktionierende Strukturen schaffen
5	Verkehrsangebote entwickeln
6	Finanzierung sichern
7	Abläufe für die Umsetzung planen
8	Erfolgskontrollen durchführen

Quelle: dwif 2013

Die Arbeitsschritte zum Aufbau von Mobilitätskonzepten⁶³ wurden in der Studie zu nachhaltigen Mobilitätskonzepten für ländliche Tourismusregionen vom dwif⁶⁴ auf Grundlage des Handbuchs „Nahverkehr und Tourismus im Land Brandenburg“ beschrieben und zusammengefasst. Neben

⁵⁹ Vgl. Groß, S. und Grimm, B.: Sustainable mode of transport choices at the destination - public transport at German destinations, Tourism Review, Vol. 73, Issue: 3, S. 401-420, 2018.

⁶⁰ Im Umweltverbund werden Umweltverträgliche Verkehrsmittel, bzw. Verkehrsarten zusammengefasst. Diese beinhalten Busse und Bahnen des öffentlichen Verkehrs und den nicht motorisierten Individualverkehr (Rad und zu Fuß).

⁶¹ Vgl. dwif (Hrsg.): Nachhaltige Mobilitätskonzepte für Touristen im öffentlichen Verkehr mit Fokus auf Regionen im Bereich von Großschutzgebieten, Schriftenreihe Nr. 56, S.25, München 2016.

⁶² Die letzte Meile ist eine zentrale Schnittstelle zwischen An- und Abreise und der Mobilität vor Ort und spielt für die Verkehrsmittelwahl eine sehr wichtige Rolle. Wenn die Überwindung der letzten Meile nicht entsprechend der Gästebedürfnisse unkompliziert und sicher gewährleistet werden kann, fällt die Wahl in der Regel auf den Pkw. Vgl. dwif (Hrsg.): Nachhaltige Mobilitätskonzepte für Touristen im öffentlichen Verkehr mit Fokus auf Regionen im Bereich von Großschutzgebieten, Schriftenreihe Nr. 56, S.37, München 2016

⁶³ Vgl. Tabelle 3: Arbeitsschritte zum Aufbau von Mobilitätskonzepten **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**

⁶⁴ Vgl. dwif (Hrsg.): Nachhaltige Mobilitätskonzepte für Touristen im öffentlichen Verkehr mit Fokus auf Regionen im Bereich von Großschutzgebieten, Schriftenreihe Nr. 56, München 2016.

einer umfassenden Analyse der Ausgangssituation und dem daraus resultierenden Handlungsbedarf müssen demnach auch alle relevanten Akteure und Akteurinnen sowie kooperierende Institutionen mit in die Planung einbezogen werden und die Funktionen und Aufgaben entsprechend der Expertise der Beteiligten zugewiesen werden. Wichtig ist es, sowohl touristische Akteurinnen und Akteure, Mobilitätsdienstleister als auch politisch/administrative Institutionen einzubeziehen. Je nach Bedarf können auch weitere Beteiligte, wie beispielsweise Sponsoringunternehmen, interessierte Bürgerinnen und Bürger sowie weitere relevante Interessensgruppen mit einbezogen werden.⁶⁵

Im Mittelpunkt der Planung sollte ein bedarfsorientiertes, ganzheitliches Mobilitätsangebot stehen. Dabei müssen die Bedürfnisse der unterschiedlichen Nutzergruppen⁶⁶ berücksichtigt werden. Handlungsleitfäden zum Aufbau einer funktionierenden Organisationsstruktur sowie zum Aufbau eines nachhaltigen Mobilitätskonzeptes und zur Findung eines geeigneten Finanzierungsmodells werden in der Studie ebenso dargestellt.

⁶⁵ Für eine Auswahl an Schlüssel- Primär und Sekundärakteuren und mögliche Funktionszuweisungen vgl. dwif (Hrsg.): Nachhaltige Mobilitätskonzepte für Touristen im öffentlichen Verkehr mit Fokus auf Regionen im Bereich von Großschutzgebieten, Schriftenreihe Nr. 56, S. 102ff, München 2016

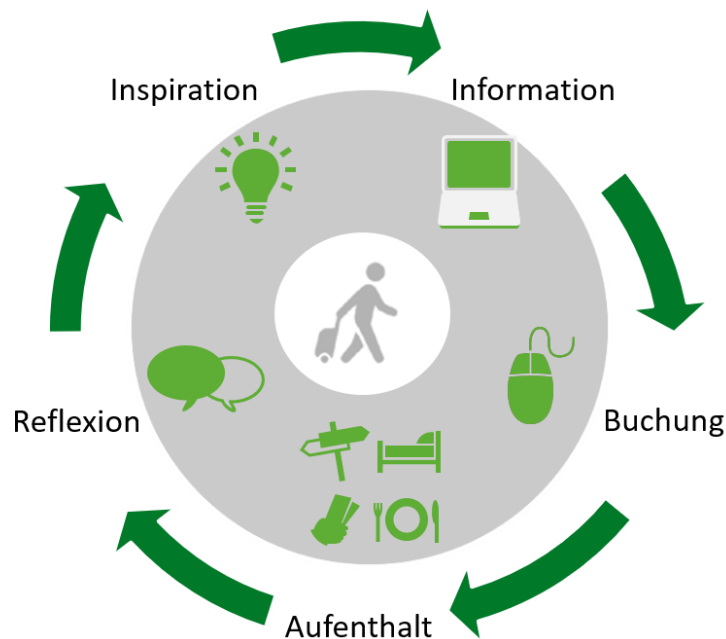
⁶⁶ Nutzer von ÖV-Angeboten können Bewohner, Schüler, Übernachtungsgäste, Tagesgäste und andere sein.

4 Touristische Mobilität entlang der Customer Journey

„[Es ist] essenziell, jede Phase der Mobilitätskette zu kennen, Schwachstellen zu analysieren und letztendlich alle Bereiche, von denen überwiegend negative Empfindungen ausgehen, entsprechend zu verbessern“ - Dr. Bernhard Rüger⁶⁷

Um das Mobilitätsverhalten der Touristen besser zu verstehen, werden folgend anhand der Customer Journey⁶⁸ exemplarische Berührungspunkte von Touristen mit der Mobilität aufgezeigt und Handlungsfelder identifiziert. Außerdem werden zu den verschiedenen Abschnitten der Customer Journey Good Practice-Beispiele angeführt, die zeigen, wie die einzelnen Abschnitte bereits in einigen Destinationen umgesetzt werden.

Abbildung 6: Die Customer Journey (Reisekette)



Quelle: dwif 2018

In einer Untersuchung der Technischen Universität Wien wurde die Mobilitätskette einer Bahnreise dahingehend analysiert, welche Gründe gegen die Nutzung der Bahn sprechen. Zweck der Untersuchung war es, Handlungsfelder zu identifizieren, die einer vertieften Bearbeitung bedürfen, um mehr Reisende zum Bahnfahren zu bewegen. Als Hauptkriterium, welches die Entscheidung für oder gegen eine Bahnreise beeinflusst, wurde die erlebte Erfahrung identifiziert, sei es die eigene oder die von Freunden und Bekannten oder aber auch die fremder Personen. Darüber hinaus wurden folgende Gründe festgestellt:

- ▶ Gepäckmitnahme
- ▶ eingeschränkte Mobilität am Zielort
- ▶ Fahrpreis

⁶⁷ Vgl. Rüger, B.: Nachhaltige Mobilität durch Analyse der Mobilitätskette, 4. Europäischer Verkehrskongress, Salzburg 2005.

⁶⁸ Vgl. Abbildung 6: Die Customer Journey (Reisekette)

- ▶ Umsteigehäufigkeit
- ▶ Reisezeit
- ▶ Bahnanschluss am Ziel (letzte Meile) und
- ▶ Bahnanschluss Zuhause (erste Meile)

Es reicht jedoch nicht aus, einzelne Phasen der Mobilitätskette bzw. einzelne Faktoren einer Bahnreise zu verbessern. Vielmehr müssen alle Bereiche angegangen werden, damit die positiven Erfahrungen überwiegen. In den meisten Fällen ist es nicht ein einzelner Grund, der gegen eine Bahnreise spricht. Es ist demnach notwendig, jede einzelne Phase der Mobilitätskette mit dem Blick auf die Kundenzufriedenheit zu analysieren und negative Empfindungen zu reduzieren, dazu gehören auch Wartezeiten am Bahnhof, denn sowohl zu lange, also auch zu kurze Warte-/ Umsteigezeiten können negative Empfindungen hervorrufen. Auch Pünktlichkeit sowie Verlässlichkeit der Verbindungen und Informationen zu der Verbindung sind ausschlaggebend, weil Ungewissheit über das Erreichen von Anschlüssen Stress und negative Empfindungen hervorrufen kann. Dazu ist es wichtig, Kooperationen mit den Beteiligten aus den verschiedenen Phasen einzugehen, da nicht alle Phasen von Reisevorbereitung bis Reiseziel von einem Akteur beeinflussbar sind. Dafür müssen die Beteiligten innerhalb einer DMO interdisziplinär denken und die Mobilitätskette mit den Augen der Reisenden sehen.⁶⁹

4.1 Phase Inspiration

Um Menschen schon im Vorfeld einer Reise dazu zu bewegen, nachhaltig an- und abzureisen sowie in der Destination anstelle des PKWs Verkehrsmittel des Umweltverbundes zu nutzen, ist es wichtig zu wissen, welchen Einfluss die Mobilität auf die Reiseentscheidung hat. Gewohnheitsmäßige Autofahrerinnen und Autofahrer werden sich kaum auf den Seiten von Verkehrsträgern über mögliche Reiseziele informieren oder sich auf Internetseiten von Destinationen bis zur Rubrik „Anfahrt“ durchklicken. Daher müssen für eine nachhaltige Entwicklung der touristischen Mobilität alle Beteiligten mit einbezogen werden, sodass schon bei der Suche nach Informationen zum Reiseziel auf alternative Anreisearten aufmerksam gemacht wird. Dabei sind insbesondere Anbieter von Beherbergungs- und Freizeiteinrichtungen und deren Buchungsebenen⁷⁰ gefordert, denn diese stehen bei der Informationssuche der Gäste in der Regel im Vordergrund. Anders mag es bei Personen sein, die über keinen PKW verfügen und auch ohne PKW anreisen möchten. Für diese Zielgruppe ist es eher von Interesse, die Erreichbarkeit des Zielortes sowie das Mobilitätsangebot zu kennen, um danach eine Reiseentscheidung zu treffen.

Bereits Untersuchungen aus dem Jahr 1998 beschäftigen sich mit der Frage, welche Faktoren die Verkehrsmittelwahl beeinflussen⁷¹. Damals wurde festgestellt, dass weder das Umweltbewusstsein, das Umweltwissen noch die Betroffenheit durch Umweltprobleme die Verkehrsmittelwahl beeinflussen. Entscheidende Faktoren sind vielmehr Kosten sowie Opportunitätskosten. Auffällig bei der Untersuchung ist die Tatsache, dass Reisende die tatsächlichen Kosten sehr gut einschätzen konnten, der Zeitaufwand wurde dagegen bei Bahnreisen leicht überschätzt und bei Flugreisen unterschätzt. Ähnliche Fehleinschätzungen

⁶⁹ Vgl. Rüger, B.: Nachhaltige Mobilität durch Analyse der Mobilitätskette, 4. Europäischer Verkehrskongress, Salzburg 2005.

⁷⁰ gemeint sind u.a. Reisevermittler, Reiseveranstalter und die Online-Buchungsplattformen im Beherbergungs- und Freizeitsegment

⁷¹ Vgl. Franzen, A.: Zug oder Flug? Eine empirische Studie zur Verkehrsmittelwahl für innereuropäische Reisen, Zeitschrift für Soziologie, Jg.27, Heft 1, S. 53-66, Bielefeld 1998.

wurden auch bei einer Studie des dwif beobachtet⁷². Hier wurde unter anderem die subjektive Erreichbarkeit von Reisezielen untersucht. Befragte sollten angeben wie lange sie schätzungsweise mit dem PKW und wie lange sie mit dem ÖV von Berlin zu einem bestimmten Ziel in Brandenburg bräuchten. Dabei kam heraus, dass die Fahrzeiten mit dem ÖV im Schnitt um 45% länger eingeschätzt wurden als die reale Fahrzeit, Fahrzeiten mit dem PKW dagegen um 9% kürzer. Tatsächlich übersteigt die Fahrzeit mit dem ÖV nur in 29% der untersuchten Tourismusemgemeinden die Fahrzeit mit dem PKW, nach Einschätzungen der Befragten waren es knapp 50% der Fälle.

Ungeklärt ist jedoch die Frage, inwieweit Gäste im Vorfeld bei der Abwägung der Kosten für An- und Abreise tatsächlich „Vollkosten“ vergleichen können. Es ist zu vermuten, dass gerade bei PKW-Nutzung oftmals der erwartete Benzinverbrauch als Referenzgröße verwendet wird, während bei öffentlichen Verkehrsmitteln die tatsächlichen Fahrpreise in die Abwägung einfließen. Darüber hinaus spielt sicherlich auch die Verfügbarkeit für „Fahrpreisschnäppchen“ eine mitentscheidende Rolle. Ein Vergleich mit Listenpreisen sowie eine Nichtberücksichtigung von Vielfahrerermäßigungen (z.B. BahnCard) können hier schnell zu Ungunsten der öffentlichen Verkehrsmittel ausfallen.

Diese Fehleinschätzungen müssen durch entsprechende Kommunikation bereits in der Inspirationsphase ausgeräumt werden, um Autofahrende dazu zu bringen, auch alternative Verkehrsmittel in Betracht zu ziehen. Selbstverständlich gibt es Optimierungspotenzial in den Destinationen, um die ÖV-Nutzung attraktiver zu gestalten. Dazu gehört z.B. die Taktung der öffentlichen Verbindungen, denn auch diese haben erheblichen Einfluss auf die Umsteigebereitschaft. Interessant wäre es zu untersuchen, wie sich die Faktoren, die einen Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl haben, seit der Untersuchung aus dem Jahr 1998 verändert haben und ob die Veränderungen im Wertgefüge tatsächlich auch Auswirkungen auf das Verkehrsverhalten haben.

Da die Wahl der Verkehrsmittel, die in der Destination genutzt werden, in einem engen Zusammenhang mit dem An- und Abreiseverkehrsmittel stehen, ist es unabdingbar, umfangreiche (aber übersichtliche) und verständliche Informationen schon in der Inspirationsphase zur Verfügung zu stellen. Hier sollten die Kommunikationswege entsprechend der Zielgruppen gewählt werden und besonders benutzerfreundlich sein. Spezielle Angebote, wie z.B. Touristentickets in Kombination mit Übernachtungen⁷³, sollten leicht verständlich vermarktet werden. Entscheidet sich ein Gast erst einmal dazu, mit dem eigenen PKW anzureisen, dann sinkt die Wahrscheinlichkeit, dass er in der Destination den ÖV benutzt⁷⁴.

Good Practice Phase Inspiration: Fahrtziel Natur

In der Kooperation Fahrtziel Natur setzen sich die Umweltverbände BUND⁷⁵, NABU⁷⁶ und der VCD⁷⁷ gemeinsam mit der Deutschen Bahn für umweltfreundliche Mobilität und nachhaltigen Tourismus ein. Ziel dabei ist eine Verlagerung des touristischen Verkehrs von PKW auf den ÖV um CO₂-Emissionen zu reduzieren und einen Beitrag zum Erhalt der biologischen Vielfalt zu leisten.

⁷² Vgl. dwif (Hrsg.): Ausflugs- und Mobilitätsverhalten der Berliner Bevölkerung im Freizeit- und Urlaubsverkehr im Land Brandenburg, München 2015.

⁷³ In einigen touristischen Orten können Übernachtungsgäste endgeldfrei die Angebote des örtlichen ÖVs nutzen.

⁷⁴ Vgl. Groß, S. und Grimm, B.: Sustainable mode of transport choices at the destination - public transport at German destinations, Tourism Review, Vol. 73, Issue: 3, S. 401-420, 2018.

⁷⁵ Bund für Umwelt und Naturschutz

⁷⁶ Naturschutzbund Deutschland

⁷⁷ Verkehrsclub Deutschland

Für Menschen, die beim Reisen nachhaltig mobil sein wollen, bietet Fahrtziel Natur viel Inspiration. Insgesamt 23 Naturgebiete in Deutschland, Österreich und in der Schweiz sind Teil der Kooperation und bieten ihren Gästen nachhaltige Mobilitätsangebote an. Auf der Internetseite fahrtziel-natur.de können sich Reisezielsuchende über die Gebiete informieren und im Blog für die nächste Reise inspirieren lassen. Darüber hinaus können Gäste Angebote buchen und die Haus-zu-Haus-Auskunft der Deutschen Bahn nutzen. Neben der Internetseite können Gäste sich auch durch den gleichnamigen Reiseführer „Fahrtziel Natur“ inspirieren lassen. Die Ansprache der Zielgruppen erfolgt unter anderem über Großflächenplakate an den Bahnhöfen. (Quelle: fahrtziel-natur.de)

4.2 Phase Information und Buchung

In der Phase Information und Buchung wird die Wahl des Verkehrsmittels sowohl für das Anreiseverkehrsmittel als auch für die vor Ort genutzten Verkehrsmittel entschieden, da diese meist in direktem Zusammenhang stehen. Daher ist es besonders für Gäste, die nicht mit dem eigenen PKW anreisen, wichtig, umfassende Informationen zur Anreise zu bekommen. Auch über die Vor-Ort-Mobilität müssen hier schon Informationen übersichtlich und leicht verständlich verfügbar sein, denn eine Einschränkung in der Mobilität vor Ort, ist einer der Gründe, warum sich Reisende eher für den eigenen PKW entscheiden.

Untersuchungen zeigen, dass die Digitalisierung bei der Informationssuche und Buchung immer mehr im Trend liegt. Laut Reiseanalyse⁷⁸ wurden Urlaubsreisen im Jahr 2016 zu 45% online gebucht. Dass dieser Trend auch für die Reisemobilität zählt, zeigen Zahlen der Deutschen Bahn, die im Herbst 2018 erhoben wurden. Demnach werden täglich durchschnittlich 126.000 Tickets über die Webseite der Bahn gekauft⁷⁹ und 99.200 über die App⁸⁰. Die Zahl der Reiseauskünfte ohne Ticketkauf über beide Medien ist noch um ein Vielfaches höher⁸¹.

Good Practice Phase Information und Buchung: moovel

Die Mobilitäts-App „moovel“ ermöglicht Nutzern das Suchen, Buchen und Bezahlen von unterschiedlichen Mobilitätsangeboten auf nur einer Plattform. Verschiedene Mobilitätsangebote können so direkt miteinander verglichen werden.

In der App werden eine Vielzahl an Angeboten wie Carsharing, Deutsche Bahn, mytaxi, Mietfahrräder und ÖPNV kombiniert. Es besteht die Möglichkeit direkt in der App die Reise zu buchen und zu bezahlen und dadurch einen einfachen und direkten Zugang zu Mobilität zu bekommen. Zudem gibt die App Liveauskunft über Zugverspätungen oder den Standort des bestellten Taxis. Die Mobilitäts-App „moovel“ ist einer der Preisträger des Deutschen Mobilitätspreises.

Die App beschränkt sich stark auf den urbanen Raum und wird bisher nur von wenigen Anbietern unterstützt (car2go, mytaxi, Deutsche Bahn, SSB/VVS (Stuttgart) und HVV (Hamburg)) und auch die Bezahlungsfunktion ist bisher nur bei wenigen öffentlichen Verkehrsmittel-Anbietern verfügbar (HVV, SBB, VVS, DB). Ein solches Angebot im ländlichen Raum würde den Zugang zum ÖV für Touristen und Einheimische deutlich erleichtern. (Quellen: deutscher-mobilitaetspreis.de; moovel.com)

⁷⁸ Vgl. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) (Hrsg.): Reiseanalyse 2017. Kurzfassung der Ergebnisse. Kiel 2017.

⁷⁹ Die Zahl der Tickets, die über die Internetseite der Bahn gekauft wurden ist ggü. 2015 um 47% gestiegen.

⁸⁰ Die Zahl der Tickets, die über die App der Bahn gekauft wurden, ist ggü. 2015 um 484% gestiegen.

⁸¹ Vgl. inside.bahn.de/infografik-bahn-in-zahlen-2015/

4.3 Phase Aufenthalt

Entscheidend für die Mobilität in der Aufenthaltsphase, zu der in diesem Fall auch die An- und Abreise gezählt werden, ist, dass Touristen einfach und zuverlässig sowie zeit- und kosteneffizient an die gewünschten Ziele gelangen. Wie bereits beschrieben, hat das gewählte Anreiseverkehrsmittel unmittelbar Auswirkungen auf die Verkehrsmittelwahl am Zielort.

Good Practice Phase Aufenthalt – An- und Abreise: GästeCard Erlebnisregion Nationalpark Eifel

Gäste der Erlebnisregion Nationalpark Eifel bekommen bei Übernachtungen in teilnehmenden Betrieben für die Dauer ihres Aufenthaltes eine kostenfreie GästeCard. Die Karte gilt als Fahrausweis im gesamten Gebiet des Verkehrsverbundes Rhein-Sieg (VRS) und des Aachener Verkehrsverbundes (AVV) für Busse und Bahnen und bietet bei zahlreichen Ausflugszielen ermäßigten Eintritt. Bei rechtzeitiger Buchung bekommen Gäste das Ticket schon im Vorfeld zugeschickt und können das Ticket bereits zur Anreise nutzen. (Quelle: nordeifel-tourismus.de)

Im Hinblick auf den ÖV ist zu beachten, dass sich die Tourismusmobilität bezüglich der Fahrzeiten⁸² und Fahrziele⁸³ unterscheidet. Welche Stellschrauben auf welche Weise zur Attraktivitätssteigerung genutzt werden können, wird in der Studie vom dwif⁸⁴ aufgezeigt. Allerdings wird auch angemerkt, dass es weiterer Forschung durch entsprechende Detailanalysen bedarf.

„Ein nicht auf die Mobilitätsbedürfnisse von Touristen ausgerichtetes ÖPNV-Angebot reduziert die Umsteigebereitschaft der Gäste vom Individualverkehr auf nachhaltige öffentliche Verkehrsmittel erheblich.“ dwif 2016

So gaben in der dwif-Studie fast 82% aller Befragten an, dass sie bereit wären, öffentliche Verkehrsmittel für An-/Rückreise zu nutzen, wenn es im Zielgebiet ein optimales ÖPNV-Angebot gibt. Neben dieser elementaren „**Mobilitätsgarantie**“ ist es für Touristen zusätzlich wichtig, dass sie sich leicht orientieren können. Hierzu benötigen die Besucher genaue Informationen. Innerhalb einer Destination lassen sich diese mittels Informationsstellen oder touristischer Beschilderung realisieren. Letztere ist für Gäste, die mit Bus und Bahn anreisen ebenso relevant wie für Autofahrende oder Wandernde und Radfahrende. Aufgaben von touristischen Beschilderungen, bzw. Leitsystemen sind u.a. Verkehrsvermeidung, Regelung des ruhenden Verkehrs und effiziente Lenkung an gewünschte Ziele⁸⁵. Mit zunehmender Digitalisierung und steigender Smartphone-Nutzung von Gästen spielen auch Mobilitätsserviceleistungen in Form von Onlinediensten und Apps eine größere Rolle. Durch dynamisch verfügbare Fahrgastinformationen können Reisende individuell und spontan agieren⁸⁶. Diese Möglichkeit wird immer mehr als Selbstverständlichkeit gesehen. Die Nicht-Verfügbarkeit von Informationen wird negativ aufgefasst, sei es durch fehlende mobile Dateninfrastruktur oder unzureichende Mobilitätsserviceleistungen.

⁸² Touristische Mobilität findet vermehrt an Wochenenden und in den Ferien statt. Im Tagesverlauf findet touristische Mobilität abseits des klassischen Berufsverkehrs statt.

⁸³ Typische Fahrziele von Touristen sind u. a. Sehenswürdigkeiten, gastronomische Betriebe, Skipisten, Rad- und Wanderwege sowie Freizeiteinrichtungen.

⁸⁴ Vgl. dwif (Hrsg.): Nachhaltige Mobilitätskonzepte für Touristen im öffentlichen Verkehr mit Fokus auf Regionen im Bereich von Großschutzgebieten, Schriftenreihe Nr. 56, S. 195ff, München 2016.

⁸⁵ Vgl. Groß, S: Tourismus und Verkehr – Grundlagen, Marktanalyse und Strategien von Verkehrsunternehmen, Oldenbourg Verlag, S. 349 ff, München 2011.

⁸⁶ Vgl. Groß, S: Tourismus und Verkehr – Grundlagen, Marktanalyse und Strategien von Verkehrsunternehmen, Oldenbourg Verlag, S. 367, München 2011.

Dabei könnten finanzielle Anreize als Pull-Faktor für den ÖV wirken. Durch Kooperationen von Mobilitätsanbietern, Urlaubsgemeinden, Beherbergungsbetrieben und Freizeiteinrichtungen lassen sich so attraktive Angebote entwickeln, die nach und nach erweitert werden sollten, bis schließlich die gesamte Mobilitätskette nutzerfreundlich und leicht verständlich gestaltet ist (s. Good Practice Beispiel Autofreies Juist).

Neben einer Verlagerung vom MIV auf den ÖV sind auch Maßnahmen zur Nutzungseinschränkung von PKW für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus zielführend (Push-Faktoren). Gerade in sensiblen Naturräumen lassen sich so die Umweltbelastungen des Verkehrs verringern während die Tourismusqualität erhöht wird. Nutzungsbeschränkungen können dabei in verschiedenen Formen umgesetzt werden:

- ▶ Geschwindigkeitsbegrenzungen für den motorisierten Individualverkehr
- ▶ autofreie Zonen und Zeiten (z.B. Fußgängerzonen, Nachtfahrverbote, temporäre Straßensperrungen wie z.B. autofreier Sonntag)
- ▶ Sperrung von Straßen, Orten oder ganzen Regionen für den MIV (z.B. generell autofreie Stadtzentren in Form von Fußgängerzonen, Straßennutzung nur für Busse an Zufahrten in Wandergebiete, etc.)
- ▶ Reglementierungen für den ruhenden Verkehr (Parkplatzzonierung, Parkraumbewirtschaftung)⁸⁷

Befragungen in verschiedenen autofreien Tourismusorten zeigen, dass die Autofreiheit tatsächlich ein Kriterium für die Wahl des jeweiligen Urlaubsortes ist. Es ist allerdings anzumerken, dass die meisten bereits existierenden autofreien Urlaubsorte aufgrund ihrer topographischen Gegebenheiten zu autofreien Orten wurden, bzw. schon immer autofrei waren und sich aufgrund ihrer Kompaktheit besonders für andere Mobilitätsformen eignen, wie z.B. Inseln⁸⁸.

Good Practice Phase Aufenthalt und Vor-Ort: Autofreies Juist

Dass das Leben, beziehungsweise der Urlaub auch ohne den PKW funktioniert, zeigt die Nordseeinsel Juist. Das Besondere an Juist ist, dass der gesamte Transport an Waren, Gütern sowie die Beförderung von Menschen durch Fahrzeuge ohne Verbrennungsmotoren wie zum Beispiel Kutschen erfolgt. Hier haben nur die Ärzte, das DRK und die Feuerwehr Kraftfahrzeuge. Alles andere wird zu Fuß, mit dem Rad oder per Pferdekutsche erledigt.

Beim Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusdestinationen 2016/17 war die Insel Juist einer der Finalisten, denn sie positioniert sich als nachhaltige Reiseregion und hat sich zum Ziel gesetzt bis 2030 klimaneutrale Insel zu werden. Als autofreie Insel bietet Juist ihren Besucherinnen und Besuchern nachhaltigen Urlaub, Entschleunigung sowie Natur und stellt damit einen gefragten Gegenpol zum schnellen, gestressten Leben in den Städten dar. (Quelle: juist.de; bundeswettbewerb-tourismusdestinationen.de)

⁸⁷ Vgl. dwif (Hrsg.): Nachhaltige Mobilitätskonzepte für Touristen im öffentlichen Verkehr mit Fokus auf Regionen im Bereich von Großschutzgebieten, Schriftenreihe Nr. 56, München 2016.

⁸⁸ Vgl. Groß, S: Tourismus und Verkehr – Grundlagen, Marktanalyse und Strategien von Verkehrsunternehmen, Oldenbourg Verlag, München 2011.

Wichtig für den Erfolg des Konzeptes der Nordseeinsel Juist ist die gute Erreichbarkeit aller touristischen Ziele. Durch ihre überschaubare Größe hat die Insel Juist in dieser Hinsicht einen Vorteil. Allerdings kann auch andernorts durch ein attraktives ÖV-Netz sowie Ausgangspunkten zu Wanderwegen oder Radtouren direkt an Bahnhöfen für die Gäste ein zusätzlicher Erholungswert geschaffen werden, damit diese ohne Stau und Parkplatzsuche ihr Ziel erreichen können und somit ein Beitrag zur Steigerung der Nachhaltigkeit geleistet werden kann.

4.4 Phase Reflexion

In der Phase der Reflexion, auch Nachreise-Phase genannt, kann die Reisezufriedenheit ermittelt werden. Die Summe aller subjektiv erlebten Eindrücke entscheidet über die Zufriedenheit mit der Reise und dementsprechend auch mit den gewählten Verkehrsmitteln. Außerdem hat die Reisezufriedenheit einen Einfluss auf die Wahl des nächsten Reiseziels und kann auch andere potenzielle Gäste durch Rezensionen oder Mund-zu-Mund-Propaganda in der Reiseentscheidung beeinflussen.

Der Einfluss der gesetzlich garantierten Fahrgastrechte im Bahn- und Luftverkehr kann möglicherweise dazu beitragen, dass bei diesen Verkehrsträgern eine reduzierte Kundenzufriedenheit festzustellen ist. Vor allem Verspätungen werden diesen öffentlichen Verkehrsmitteln bevorzugt als Mangel angehaftet, während Verzögerungen bei der Anreise mit dem PKW, beispielsweise durch Staus oder Umleitungen, eher von den Gästen toleriert werden und Beschwerden darüber auch kaum messbar sind.

Akteure können sich die Reflexionsphase zu Nutzen machen, um ihr Angebot zu verbessern, indem sie Gästebefragungen durchführen und Kundenbindungsmaßnahmen durchführen. Gästebefragungen stellen ein geeignetes Werkzeug für die Analyse der Mobilitätskette dar und ermöglichen es, Handlungsbereiche zu identifizieren, die als Hemmnisfaktoren für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus gesehen werden müssen. Werden die Antworten auf mobilitätsspezifische Fragen nach demographischen Merkmalen oder Urlaubsmotiven und -aktivitäten gefiltert, dann lassen sich mit den Antworten Erkenntnisse über verschiedene Zielgruppen erlangen und die Mobilitätsangebote bedarfsgerechter planen.

Good Practice Phase Reflexion: Gästebefragung Schwarzwald

Mit dem Ziel der Qualitätssicherung und -steigerung führt die Ferienregion Schwarzwald seit 2018 eine Gästebefragung durch. Gäste können an dieser Befragung im Anschluss ihrer Reise über die Internetseite elektronisch teilnehmen. Über Fragen zur allgemeinen Zufriedenheit, Reisemotiv und den Aktivitäten in der Destination hinaus, werden verschiedene Aspekte im Bereich Mobilität abgefragt. Hier wird sowohl nach den Anreiseverkehrsmitteln als auch den Verkehrsmitteln vor Ort gefragt, dem Herkunftsland/-bundesland, der Zufriedenheit mit der Erreichbarkeit, dem ÖPNV, der Parkplatzsituation sowie der touristischen Beschilderung und ob, bzw. wieviel die Gästekarte KONUS genutzt wurde. (Quelle: schwarzwald-tourismus.info)

4.5 Bezugspunkte von Reisemobilität und Nachhaltigkeit entlang der Customer Journey

Entlang der in Kapitel 3 dargestellten Reisekette wurden jeweils beispielhaft Bezugspunkte der Reisemobilität zu den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit Ökologie, Ökonomie und Soziales aufgezeigt. Folgend werden die Bezugspunkte in Form von Fragen über die Verhaltensweisen und Motive des Gastes aufgegriffen und die übergeordnete, verfügbare Datenlage dargestellt.

verfügbar: Daten verfügbar

nicht verfügbar: Daten **zurzeit noch nicht** verfügbar, evtl. durch Marktforschung und Monitoring erhebbar, konkrete Möglichkeiten hierzu werden in den Handlungsempfehlungen dargestellt

theoretisch vorhanden: Daten sind theoretisch vorhanden, müssten ausgewertet werden

Tabelle 4: Bezugspunkte von Reisemobilität und Nachhaltigkeit

Phase	Dimension	Bezugspunkt (Beispiel)	Daten
Inspiration	Ökologie	Welche Bedeutung hat umweltfreundliche Mobilität als Entscheidungskriterien für eine Reise? ⁸⁹	<i>nicht verfügbar</i>
	Ökonomie	Welcher Mehrwert wird beim Benutzen eines umweltfreundlichen Verkehrsmittels durch den Gast wahrgenommen? (Opportunitätskosten, Erholungswert etc.)	<i>nicht verfügbar</i>
	Soziales	Welchen Einfluss hat die subjektive Erreichbarkeit auf die Zielortwahl? ⁹⁰ (Besonders mit Blick auf Personen mit Behinderung, Geringverdiener oder Haushalte ohne eigenen PWK)	<i>nicht verfügbar</i>
Information und Buchung	Ökologie	Inwiefern werden besonders umweltfreundliche Mobilitätsangebote anderen vorgezogen?	<i>nicht verfügbar</i>
	Ökonomie	Gibt es besondere Angebote für die Nutzung des ÖV für Touristen? ⁹¹	<i>theoretisch vorhanden</i>
	Soziales	Inwiefern schränken fehlende oder unzureichende Informationen die Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel ein? (Besonders mit Blick auf Personen mit Behinderung, Geringverdiener oder Haushalte ohne eigenen PWK)	<i>nicht verfügbar</i>

⁸⁹ In der Reiseanalyse wird der Stellenwert des Verkehrsmittels in der Reiseentscheidung untersucht und auch wie wichtig das Kriterium „umweltfreundliches Reiseziel“ ist. Zur Bedeutung von umweltfreundlicher Mobilität liegen keine Daten vor.

⁹⁰ Die subjektive Erreichbarkeit von Reisezielen in Brandenburg ausgehend von Berlin wurde vom dwif untersucht. Vgl. dwif (Hrsg.): Ausflugs- und Mobilitätsverhalten der Berliner Bevölkerung im Freizeit- und Urlaubsverkehr im Land Brandenburg, München 2015

⁹¹ Durch eine Auswertung des Ticketangebots aller Verkehrsbetriebe lässt sich das touristische Angebot zur Nutzung von ÖV-Angeboten ermitteln. Ausgewählte Praxisbeispiele werden in der Studie vom dwif im Detail dargestellt. Hier werden auch die Erfolgsmessungen behandelt. Sinnvoll wäre eine Vereinheitlichung der Erfolgsmessung, um vergleichbare Daten zu haben und die bundesweite Entwicklung bewerten zu können. Darüber hinaus wäre der Aufbau einer Datenbank mit allen ÖPNV-Ticketangeboten für Touristen erstrebenswert. Vgl. dwif (Hrsg.): Nachhaltige Mobilitätskonzepte für Touristen im öffentlichen Verkehr mit Fokus auf Regionen im Bereich von Großschutzgebieten, Schriftenreihe Nr. 56, München 2016.

Phase	Dimension	Bezugspunkt (Beispiel)	Daten
Anreise und Aufenthalt	Ökologie	Welche Verkehrsmittel werden zur An- und Abreise genutzt? ⁹²	<i>verfügbar</i>
		Welche Distanzen werden zur Anreise zurückgelegt? ⁹³	<i>theoretisch vorhanden</i>
		Welche Verkehrsmittel werden vor Ort genutzt? ⁹⁴	<i>verfügbar</i>
		Wie groß ist der Flächenverbrauch/ der Flächenzerschneidungsgrad durch den Verkehr in der Destination?	<i>nicht verfügbar</i>
Reflexion	Ökonomie	Welchen Einfluss haben Dauer und Preis der Anfahrts Optionen auf die Verkehrsmittelwahl?	<i>nicht verfügbar</i>
		Liegen den Gästen jederzeit Informationen zur aktuellen Verkehrssituation vor?	<i>nicht verfügbar</i>
	Soziales	Wie hoch ist die Emissionsbelastung (z.B. Abgase, Lärm) durch den touristisch generierten Verkehr? Welcher Sozialstress wird durch ihn verursacht (Stau)?	<i>nicht verfügbar</i>
		Welche Rolle spielt die Lebens- und Familiensituation auf die Verkehrsmittelwahl? ⁹⁵	<i>verfügbar</i>
	Inwiefern werden Angebote für Menschen mit Einschränkungen angenommen und genutzt?	<i>nicht verfügbar</i>	
	Ökologie	Wird über ein nachhaltiges Mobilitätskonzept in einer Destination positiv berichtet?	<i>nicht verfügbar</i>
	Ökonomie	Wie wird das Preis-Leistungs-Verhältnis von nachhaltigen Mobilitätsangeboten wahrgenommen?	<i>nicht verfügbar</i>
	Soziales	Führen Barrieren im Zugang zu Mobilitätsangeboten zu negativen Bewertungen?	<i>nicht verfügbar</i>

Quelle: dwif 2019

⁹² Vgl. Reiseanalyse FUR, Qualitätsmonitor Deutschlandreisen dwif und Tagesreisen der Deutschen dwif

⁹³ Durch einen Abgleich von Wohnort und Reiseziel lassen sich die Distanzen grob ermitteln.

⁹⁴ Vgl. Reiseanalyse FUR Modul Urlaubsmobilität. Die Datenlage hierzu müsste zunächst genauer betrachtet werden, um festzustellen, ob hieraus möglicherweise ein Indikator für Vor-Ort-Mobilität auf nationaler Ebene entstehen könnte.

⁹⁵ Dieser Zusammenhang lässt sich durch einen Abgleich von demographischen Merkmalen und den genutzten Verkehrsmitteln ermitteln.

5 Zusammenfassung und Ausblick

5.1 Zusammenfassung

Zusammenfassend werden die wesentlichen Herausforderungen, denen die Beteiligten in Bezug auf touristische Mobilität im ländlichen Raum gegenüberstehen, hervorgehoben und Handlungsfelder für eine nachhaltigere Gestaltung von Mobilitätsangeboten dargestellt.

Das Verlagerungspotenzial des MIVs auf umweltfreundlichere Verkehrsmittel des ÖVs ist hoch. Dementsprechend hoch ist auch der Beitrag, der zur Senkung klimawirksamer Emissionen, zur Aufwertung der Lebens- und Aufenthaltsqualität für Einheimische und Besuchende sowie zur Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen geleistet werden kann.⁹⁶ Hinsichtlich einer erfolgreichen Umsetzung einer Verkehrswende im Tourismus ist eine Attraktivitätssteigerung der ÖV-Angebote erforderlich. ÖV-Angebote müssen mindestens gleichermaßen attraktiv sein, wie der eigene PKW und sie müssen eine durchgehende Mobilität gewährleisten. Stellschrauben, die zur Attraktivitätssteigerung genutzt werden können, sind⁹⁷:

- ▶ Erweiterung der Angebote und Aufwertung der Qualität
- ▶ Steuerung der Nachfrageströme
- ▶ Aktive Information zu und attraktive Vermarktung von ÖV-Angeboten
- ▶ Finanzielle Anreize

Maßnahmen müssen als ganzheitliche Angebote gestaltet werden und alle Teilbereiche entlang der Customer Journey einbeziehen. Die unterschiedlichen Bedürfnisse der Reisenden, wie Barrierefreiheit, Gepäck- und Fahrradmitnahme müssen berücksichtigt werden. Im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung ist es durchaus zielführend, anfänglich aufgrund ihres Umfangs nicht realisierbare Maßnahmen in Form einzelner Bausteine nach und nach umzusetzen. Handlungsbedarf besteht bei allen beteiligten Akteuren und Ebenen.

5.2 Handlungsempfehlungen

- ▶ **Touristische Mobilität berücksichtigen und dessen Nutzen kommunizieren:** In den meisten Mobilitätskonzepten findet touristische Mobilität kaum bis keine Erwähnung. Doch gerade in ländlichen Räumen bietet die Einbeziehung von Urlaubs- und Tagesreisenden Potenziale für den ÖV. Durch sie kann die Grundaustlastung erhöht und durch ihre Ausgaben Refinanzierungsanteile für den regionalen ÖV geschaffen werden. Damit leistet die touristische Mobilität auch einen Beitrag zur Daseinsvorsorge und zur Regionalentwicklung. Das gezeigte Potenzial an Einsparung klima- und umweltschädlicher Emissionen rechtfertigt eine Berücksichtigung touristischer Mobilität in Klima- und Umweltschutzstrategien.
- ▶ **Allianzen schmieden und Kooperationen eingehen:** Touristische Mobilität ist keine Aufgabe, die von Einzelnen bewerkstelligt werden kann. Es bedarf einer Vielzahl an Beteiligten aus unterschiedlichen Bereichen (Politik/Administration, Tourismus, Verkehr

⁹⁶ Vgl. dwif (Hrsg.): Nachhaltige Mobilitätskonzepte für Touristen im öffentlichen Verkehr mit Fokus auf Regionen im Bereich von Großschutzgebieten, Schriftenreihe Nr. 56, München 2016.

⁹⁷ Vgl. dwif (Hrsg.): Nachhaltige Mobilitätskonzepte für Touristen im öffentlichen Verkehr mit Fokus auf Regionen im Bereich von Großschutzgebieten, Schriftenreihe Nr. 56, S. 195ff, München 2016.

etc.) über administrative Grenzen hinweg. Das bedeutet vor allem, alle relevanten Akteurinnen und Akteure an einen Tisch zu bringen. Dabei müssen die unterschiedlichen Motivationen offen ausgetauscht, die jeweiligen Bedarfe und Rahmenbedingungen wahrgenommen und im Sinne einer gemeinsamen Zielrichtung abgeglichen werden. So legen z.B. die Bürgermeisterinnen und Bürgermeister den Schwerpunkt auf Schülerverkehr und Haushaltsrestriktionen, Verkehrsunternehmen müssen Fahrplan und Fahrzeugdisposition mit übergeordneten Verkehrsplanungen abstimmen, die touristischen Unternehmen hingegen sehen die Gästebedürfnisse im Vordergrund. Diese sind sich der administrativen Grenzen innerhalb einer Destination selten bewusst und erwarten eine gleichbleibende Qualität und durchgängige Verkehrsangebote, über Landkreis- und Tarifgrenzen hinweg. Eine schlechte Vernetzung zwischen unterschiedlichen Verkehrsträgern, wie z.B. unterschiedliche Tarifsysteme, senkt die allgemeine Zufriedenheit der Fahrgäste.

- ▶ **Ausgewogenes Verhältnis zwischen Push- und Pull-Maßnahmen schaffen:** Für eine nachhaltigere Mobilität müssen mehr Gelder von Bund und Ländern in ÖV-Angebote investiert werden. Im Jahr 2018 wurden die Bundesmittel für den Ausbau von Bundesfernstraßen um gut 13% erhöht, während zeitgleich die Mittel für den Ausbau der Schiene um knapp 8% gesenkt wurden⁹⁸. Hier ist eine deutliche Privilegierung des Straßenverkehrs und somit auch des MIV zu erkennen. Im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung bedarf es dementsprechend einer Umverteilung der Haushaltsgelder. Denn langfristig wird keine Verkehrswende stattfinden, wenn die PKW-Anreise nicht unattraktiver gestaltet wird als die ÖPNV-Alternative. Aktuelle Erkenntnisse aus Verkehrsplanung und -forschung propagieren in diesem Zusammenhang das Konzept von Push und Pull, wobei es im Kern darum geht spürbaren Druck auszuüben, um den MIV zu reduzieren (Parkraumverknappung, Parkgebühren, Mautstraßen o.ä.), während gleichzeitig attraktive Alternativen durch ÖPNV-Angebote, Ausbau der E-Mobilität oder Programme für Radfahrer Anreize zum Umsteigen bieten.
- ▶ **Multimodale, intuitive und bequeme Mobilitätsangebote schaffen:** Beim Gast kommt an, was einfach und bequem ist. Das heißt im Idealfall ein Tarif, abgestimmte Takte, alles auf einer Plattform, informativ auf das wesentliche beschränkt und verlässlich von A nach B. Multimodale Angebote ermöglichen den Nutzenden verschiedene Mobilitätsangebote individuell und auf die eigenen Bedürfnisse angepasst, zu kombinieren, die fortschreitende Digitalisierung reduziert den Planungsaufwand und erhöht die Flexibilität. Für eine Umsetzung müssen die verschiedenen Angebote aufeinander abgestimmt werden und Plattformen geschaffen werden, die eine nutzerfreundliche Planung erlauben. Voraussetzung dafür ist, dass verschiedene Verkehrsträger zusammenarbeiten und ihre Fahrpläne und Echtzeitfahrinformationen digital verfügbar machen.
- ▶ **Mobilität touristisch veredeln und „ÖPNV-first“ denken:** Die nötige Umprogrammierung in den Köpfen der DMO-Verantwortlichen, der leistungstragenden Unternehmen und der übrigen Wirtschaft beginnt bei der Kommunikation, wo Information zur Anreise für Gäste

⁹⁸ Vgl. dvz.de/rubriken/politik/detail/news/viele-mittel-nicht-verbaut.html

per Bus, Bahn, Rad und Fuß automatisch an exponierter Stelle stehen sollten. Die Kernaufgabe liegt in der Produktentwicklung, wo die nachhaltige An- und Abreise selbstverständlicher – und möglichst inkludiert – buchbarer Produktbestandteil sein sollte. Und schließlich wird das Unterwegssein teilweise vom reinen Mittel zur Entfernungüberwindung zum Reisezweck und Erlebnisbaustein mit Mehrwert. Erlebnisqualität statt Mittel zum Zweck meint dabei jegliche Form von tourismusbezogenem Service, um die Mobilität anzureichern oder zu einem besonderen Erlebnis werden zu lassen.

- ▶ **Monitoring touristischer Mobilität und deren Nachfrage:** Wie dieses Themenpapier zeigt, gibt es im Bereich der touristischen Mobilität noch einige Datenlücken, besonders in den Bereichen der Vor-Ort Mobilität. Einige Destinationen erheben in ihren Besucherbefragungen auch Aspekte der Mobilität. Hier sollte es ein kontinuierliches und umfassendes landesweites Monitoring geben, welches eine Vergleichbarkeit zwischen Destinationen, insbesondere Destinationen unterschiedlicher Raumtypen zulässt. Die Daten sind für eine Optimierung der Angebote, aber auch für eine Legitimation der Finanzierung relevant. Auch die Mobilitätsbedürfnisse unterschiedlicher Nutzergruppen gilt es künftig zu erkennen und stärker zu berücksichtigen, denn diese weichen zum Teil stark voneinander ab. Die Verkehrs- und Tourismusplanung sollte daher die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppen genau analysieren und diese berücksichtigen. Innerhalb der Destinationen sollten hierzu mobilitätsspezifische Aspekte bei Gästebefragungen mitberücksichtigt werden.
- ▶ **Rechtliche Grundlagen für innovative Konzepte schaffen:** Damit eine Verkehrswende vorangebracht werden kann, ist es grundlegend, dass sich die Politik mit innovativen Mobilitätslösungen auseinandersetzt und entsprechende gesetzliche Regulierungen anpasst. Unter anderem müsste den Institutionen der Verkehrsplanung für den ÖPNV mehr Genehmigungsspielraum eingeräumt werden, indem die Definition des ÖPNV in § 8 PBefG um flexible Bedienformen, die nicht dem klassischen Linienverkehr entsprechen, erweitert wird.⁹⁹ Darüber hinaus müssen auch die Kriterien zur Ausgestaltung einer „ausreichenden Verkehrsbedienung“ mit dem Zweck der Daseinsvorsorge klar definiert sein.
- ▶ **Flächendeckend mobile Daten ausbauen:** Da Mobilitätsangebote immer mehr zu Dienstleistungsangeboten werden und durch digitale Mobilitätsplattformen jederzeit abrufbar angeboten werden, muss auch die dafür notwendige Infrastruktur geschaffen werden. Hierfür ist ein flächendeckender Ausbau der Infrastruktur für Mobilfunk und Internet essenziell.
- ▶ **Fahrzeugflotten umrüsten:** Generell sollten die Fahrzeugflotten mittel- bis langfristig auf umweltverträglichere Antriebe umgerüstet werden. Dafür wird es notwendig sein, die Förderrichtlinien anzupassen, denn bisher ist die Förderung zu stark auf größere Flotten ausgelegt. Betriebe mit wenigen oder einzelnen Fahrzeugen profitieren nicht davon. Auf

⁹⁹ Vgl. BMVI (Hrsg.): Integrierte Mobilitätskonzepte zur Einbindung unterschiedlicher Mobilitätsformen in ländlichen Räumen. Berlin 2016.

regionaler Ebene können die Verkehrsunternehmen als Leitbetriebe wirken, in dem sie als erste ihre Flotten auf umweltschonendere Antriebe umrüsten.

- ▶ **Umweltfreundliche Mobilität vermarkten:** Die Mobilitätswende beginnt in den Köpfen. Um Menschen zum Umdenken zu bewegen, kann der Urlaub ein geeigneter Ansatzpunkt sein, denn gerade im Urlaub lassen sich Menschen inspirieren und sind bereit neue Dinge auszuprobieren. Durch eine zielgerichtete Vermarktung der vorhandenen Mobilitätsangebote können Reisende dazu bewegt werden, das eigene Mobilitätsverhalten zumindest zu hinterfragen. Das Thema Mobilität sollte daher in den Marketingkonzepten der Tourismusgesellschaften verankert und mit entsprechenden Maßnahmen bespielt werden.

6 Quellenverzeichnis

- Allgemeiner Deutscher Automobil-Club e.V. (ADAC) (Hrsg.): Mobilitätssicherung im ländlichen Raum, Herausforderungen Handlungsfelder Empfehlungen, Positionspapier, München 2016.
- Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR): Die Raumordnungsprognose 2035 nach dem Zensus. Bevölkerung, private Haushalte und Erwerbspersonen. BBSR-Analysen Kompakt 05/2015, Bonn, 2015.
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMU) (Hrsg.): Klimaschutzplan 2050. Klimaschutzpolitische Grundsätze und Ziele der Bundesregierung, Berlin 2016.
- Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) (Hrsg.): Mobilität in Deutschland (MiD). Bonn und Berlin 2002, 2008 und 2018.
- Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) (Hrsg.): Integrierte Mobilitätskonzepte zur Einbindung unterschiedlicher Mobilitätsformen in ländlichen Räumen, BMVI-Online-Publikation Nr. 04/2016, Berlin 2016.
- Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (Hrsg.): Regionalstatistische Raumtypologie (RegioStaR) des BMVI für die Mobilitäts- und Verkehrsforschung. Arbeitspapier. Version V1.1. Berlin 2018.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (Hrsg.): Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen. Handlungsempfehlungen zur Förderung des Tourismus in ländlichen Räumen, Berlin 2014.
- DVWG-Präsidium: Verdopplung der Passagierzahlen im Schienenverkehr bis 2030. DVWG aktuell, Ausgabe 48, S. 2-4, Berlin 2018.
- dwif (Hrsg.): Nachhaltige Mobilitätskonzepte für Touristen im öffentlichen Verkehr mit Fokus auf Regionen im Bereich von Großschutzgebieten, Schriftenreihe Nr. 56, München 2016.
- dwif (Hrsg.): Ausflugs- und Mobilitätsverhalten der Berliner Bevölkerung im Freizeit- und Urlaubsverkehr im Land Brandenburg, München 2015.
- dwif (Hrsg.): Nachhaltige Mobilitätskonzepte im Öffentlichen Verkehr mit Fokus auf Regionen im Bereich von Großschutzgebieten, Vorabauszug zur Kurbeitragsordnung, München 2015.
- dwif (Hrsg.): Tagesreisen der Deutschen, Schriftenreihe Nr. 55, München 2013.
- Franzen, A.: Zug oder Flug? Eine empirische Studie zur Verkehrsmittelwahl für innereuropäische Reisen, Zeitschrift für Soziologie, Jg.27, Heft 1, S. 53-66, Bielefeld 1998.
- Fraunhofer-Institut für Umwelt-, Sicherheits- und Energietechnik Umsicht (Hrsg.): Kunststoffe in der Umwelt: Mikro- und Makroplastik. Ursachen, Mengen, Umweltschicksale, Wirkungen, Lösungsansätze, Empfehlungen, Oberhausen 2018.
- Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.): Mobilität im ländlichen Raum sichern. Perspektive entwickeln, Identität ermöglichen, Freiräume schaffen, Kostenwahrheit angehen. WISO Diskurs 08/2018, Bonn 2018.
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) (Hrsg.): Reiseanalyse 2018. Erste ausgewählte Ergebnisse, Kiel 2018.
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) (Hrsg.): Reiseanalyse 2017. Kurzfassung der Ergebnisse, Kiel 2017.
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) (Hrsg.): Urlaubsreisetrends 2025: Entwicklung der touristischen Nachfrage im Quellmarkt Deutschland (Die Reiseanalyse-Trendstudie), Kiel 2014.
- Fromm, T.: ÖPNV und Tourismus - sinnvolle Ergänzung oder reines Marketing. DVWG aktuell, Ausgabe 48, S. 1, Berlin 2016

- Groß, S.: Tourismus und Verkehr – Grundlagen, Marktanalyse und Strategien von Verkehrsunternehmen, Oldenbourg Verlag, München 2011.
- Groß, S., & Grimm, B.: Sustainable mode of transport choices at the destination - public transport at German destinations, *Tourism Review* Vol. 73 No. 3, S. 401-420, 2018.
- Dr. Harrer, B.: Nachhaltige Mobilitätskonzepte für Tourismusregionen. DVWG aktuell, Ausgabe 48, S. 5-6, Berlin 2018.
- Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT): Landesweite Gästebefragung Schleswig-Holstein 2015 (GBSH 2015). Wesentliche Ergebnisse für die Nahverkehrsverbund Schleswig-Holstein GmbH (NAH.SH GmbH), Kiel 2016.
- Dr. Kagerbauer, M.: Mobility as a Service (MaaS). DVWG-Kolloquium der Bezirksvereinigung Oberrhein e.V. DVWG aktuell, Ausgabe 48, S. 18, Berlin 2018.
- Kahrs, C. & Probst, G.: Busse und Bahnen und der Reisezweck "Freizeitverkehr" - Umsteigen leicht gemacht. DVWG aktuell(48), S. 14-16, Berlin 2016.
- Lenzen, M., Sun, Y.-Y., Faturay, F., Ting, Y.-P., Geschke, A., & Malik, A.: The carbon footprint of global tourism, *Nature Climate Change* 8, S. 522–528, 2018.
- Märtens, W.: "ÖPNV-Forum" der DVWG Hamburg. DVWG aktuell, Ausgabe 48, S. 19, Berlin 2018.
- Nationalparkverwaltung Bayrischer Wald (Hrsg.): Bewerbung zum Fahrtziel-Natur-Award 2016. GUTi in der Nationalpark- und Naturparkregion Bayrischer Wald – umweltfreundlich mobil – ursprüngliches Naturerlebnis. Vernetzung und Optimierung von öffentlichen Verkehrssystemen mit touristischen Angeboten. Grafenau 2015.
- Rüger, B.: Nachhaltige Mobilität durch Analyse der Mobilitätskette, 4. Europäischer Verkehrskongress, Salzburg 2005.
- Umweltbundesamt (Hrsg.): Entwicklung von Indikatoren im Bereich Mobilität für die Nationale Nachhaltigkeitsstrategie. Dessau-Roßlau 2015.
- Umweltbundesamt (Hrsg.): Umweltverträglicher Verkehr 2050: Argumente für eine Mobilitätsstrategie für Deutschland, Dessau-Roßlau 2014.
- Umweltbundesamt, Fahrtziel Natur: Fachdialog zur nachhaltigen Reisemobilität, Berlin 2018.
- United Nations Environment Programme (UNEP) & World Tourism Organization (UNWTO) (Hrsg.): *Climate Change and Tourism, Responding to Global Challenges*, Madrid und Paris 2008.
- Weiler, W.: KONUS als Beitrag zur Reduktion des touristischen Individualverkehrs. DVWG aktuell, Ausgabe 48, S. 7-10, Berlin 2018.

Internetquellen

- berlin.de/senuvk/umwelt/luft/luftreinhaltung/luftreinhalteplan_2025/download/InnoZ_mobility_service.pdf (27.02.2019)
- bmel.de/DE/Laendliche-Raeume/Infografiken/DemografischerWandel/_node.html (16.10.2018)
- bundeswettbewerb-tourismusdestinationen.de (22.01.2019)
- deutschebahn.com/resource/blob/3613804/1b1fc86e6b32729af0e3f763ca6b35bb/IG_DB_Navigator_Bahn_de-data.pdf (11.01.2019)
- deutscher-mobilitaetspreis.de (22.01.2019)
- deutscher-mobilitaetspreis.de/preistraeger/best-practice/moovel (22.01.2019)
- dvz.de/rubriken/politik/detail/news/viele-mittel-nicht-verbaut.html (18.03.2019)
- fahrtziel-natur.de (22.01.2019)
- gesetze-im-internet.de/pbefg/_8.html (06.08.2019)
- innoz.de/de/modellvorhaben-innovativer-oepnv-im-laendlichen-raum-0 (27.02.2019)
- inside.bahn.de/infografik-bahn-in-zahlen-2015 (11.01.2019)
- juist.de (29.01.2019)
- modellvorhaben-versorgung-mobilitaet.de/fileadmin/files/Literatur/bmvi-online-04-16-dl.pdf (06.08.2019)
- moovel.com (22.01.2019)
- nit-kiel.de/arbeitsfelder/touristische-mobilitaetsforschung (01.11.2018)
- reiseanalyse.de/modul-urlaubsmobilitaet (01.11.2018)
- nordeifel-tourismus.de (18.12.2019)
- schwarzwald-tourismus.info/service/Online-Gaestebefragung (18.12.2018)
- stuttgarter-zeitung.de/inhalt.tomtom-verkehrsanalyse-fuer-stuttgart-staus-sind-donnerstags-besonders-lang.5a3e8933-6e6b-4351-be4a-72cedbcbfc32.html (22.01.2019)
- tomtom.com/en_gb/trafficindex/ (22.01.2019)