



## Bahnen + Urlaub vom Auto - Die Reisedienstleistungskette sanft mobil

**NETS Jahreskonferenz**  
3./4. Oktober 2002 in Werfenweng, Salzburger Land

**„Das sanft mobile  
Urlaubsangebot muss  
stimmen !!!  
Gibt es einen Markt für  
diese Produkte? Hat die  
Bahn als  
Urlaubsreisemittel  
langfristig eine Chance?“**

**NETS - das Netzwerk für  
einen europäischen  
Qualitätstourismus mit  
Sanfter Mobilität hat zur  
Jahreskonferenz in den  
Modellort Werfenweng  
geladen.**

**Kooperation und  
Vernetzung der  
Tourismus- und  
Freizeitziele.**

Haus in 24 Stunden, e-ticketing. Damit die „Bahn wirklich wirkt“, ist aber noch viel zu tun, fordert auch NETS-Partner DI Helmut Koch von Trafico.

### **Gibt es denn einen Markt für sanft mobile Angebote?**

Mittels aktuellen Marktdaten zeigen Karl Reiner (NETS Geschäftsführer) und Herbert Hamel (ECOTRANS): Das Potenzial für „autofreien Urlaub“ in Europa liegt bei 20-30 Prozent, wenn die Qualität stimmt. Befragungen auf der ITB 2002 haben ergeben, dass 50% der Destinationen und auch Reiseveranstalter die Möglichkeit einer Anreise mit der Bahn als sehr wichtig einschätzen. Nahezu 40 % der Messebesucher bewerteten den sanft mobilen Weg zum Urlaubsort als sehr wichtig<sup>1</sup>. Auch eine Sonderauswertung der Deutschen Reiseanalyse 2002<sup>2</sup> beweist: 30 % wünschen sich eine Anreise mit Bus oder Bahn, 35 % wollen wenig Autoverkehr und gute öffentliche Verkehrsmittel im Urlaubsort.

### **Wie kommen wir zu einer schlüssigen Dienstleistungskette die der Markt von uns erwartet?**

Die Beantwortung dieser Fragen ist einer der Aufgabenschwerpunkte von NETS und damit auch Thema der diesjährigen NETS Jahreskonferenz: Bahnen+, die Schaffung eines qualitativ hochwertigen Urlaubs „sanft mobil“.

Vertreter der verschiedensten Glieder der sanft mobilen Dienstleistungskette äußerten sich dazu und diskutierten auch kontroverse Sichtweisen. Die Bahn wird als wesentlicher Teil der Reisedienstleistungskette betont. Zu den hervorhebenswerten Angeboten zählen die Skizüge der ÖBB, kombinierbar mit dem Carsharing Service von Denzeldrive. Auch andere Mobilitätsdienstleister wie Postbus und Denzeldrive haben ihre Sicht der Frage Sanfte Mobilität – Positionierung am Markt eingebracht. In der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit wird New Mobility als strategisches



BRin Ulrike Haunschmid vom Staatssekretariat für Tourismus weist in Ihrem Eröffnungsreferat auf die Wichtigkeit der Thematik sanfte Mobilität in den österreichischen Tourismusregionen hin, die es mit allen Mitteln zu fördern gilt. Sie berichtet von österreichischen Modellprojekt „Autofreier Tourismus“. „Alle Partner müssen zusammen-arbeiten, damit das Produkt „sanft mobiler Urlaub“ am Markt Chancen hat“, fordert DI Ernst Jung vom Bundesministerium für Verkehr, der in seinem Beitrag auch auf die Hindernisse und Erfolge in den Modellorten Bad Hofgastein und Werfenweng im Detail eingeht. Beispiele wie „das Wundermittel Werfenweng“ zeigen, dass der Gast auch ohne Auto kommt, wenn das Angebot attraktiv ist. Herr Mag. D´Aron von der ÖBB kann einige Erfolge präsentieren:

Wedelweiss, Kooperation mit Denzeldrive, Gepäck von Haus-zu-

<sup>1</sup> NETS/ECOTRANS, Befragung auf der ITB 2002

<sup>2</sup> F.U.R./NIT, Dt. Reiseanalyse 2002, Sonderfrage im Auftrag von ECOTRANS



Zukunftsprojekt als Kooperation zwischen GAST-Orten in der Schweiz und der Niederländischen Alpenplattform vorgestellt.

Einen großen Schwerpunkt für die Akzeptanz sanfter Mobilität legt Peter Lehner, GAST-Orte Schweiz, auf die Anreise (90%). Verkehrsprobleme müssen bereits am Herkunftsort gelöst werden. Innerhalb des Leistungsspektrums der Bahnen spielt die Tourismusbranche nach wie vor eine untergeordnete Rolle, die Nachfrageorientierung steckt noch in den Kinderschuhen. Durch die zunehmende Einstellung von Direktverbindungen verliert die Bahn gegenüber dem Auto verstärkt an Attraktivität. Auto wird mit Mobilität assoziiert, so Peter Novy (Denzeldrive) – d.h. sanft-mobile Dienstleister müssen dem Kunden klar machen, wo Vorteile im Vergleich zum Auto erwachsen. Während in Punkto Fixkosten schwer zu punkten ist, könnte ein USP der Bahn im Komfort liegen. Jedoch wird dem Kunden gegenwärtig noch mehr Kontrolle statt Komfort suggeriert! Der erhobener Zeigefinger steht im Widerspruch zum „Erlebnisfeld Urlaub“.

„Ist der Urlauber in der Bahn überhaupt willkommen?“ ist demnach eine berechnete Frage. Andre D´Aron, ÖBB, stellt dieser Sichtweise den Blickwinkel der Bahnen gegenüber. Vernetzung und eigenständige Produkte für einen qualitativen Bahntourismus sind existent. Auch über unterschiedlichste Vertriebskanäle soll der Kunde erreicht werden und „trotzdem ist es schwer an den Kunden heranzukommen“. Angebote bestehen, die vom Kunden allerdings nicht immer angenommen werden (z.B. car-rental). Der Erlebniswert der Bahn wird unter [www.erlebnis-bahn-schiff.at](http://www.erlebnis-bahn-schiff.at) erläutert.

Gemäss dem Slogan „Da geht was weiter!“ soll die Tourismus-Mobilität der Zukunft beim Post.Bus in einer transparenteren Information sowie Angebotsweiterentwicklung, vernetzt mit der ÖBB forciert werden. Integrierte ÖV und Schiliftkarten sind ein möglicher Ansatzpunkt. Die Informationsübermittlung kann noch verbessert werden. Karl Reiner weist darauf hin, dass der Busfahrer als „Kommunikator“ zum Gast verstärkt ausgebildet werden sollte.

Ein notwendiger Beitrag für eine sanft-mobile Zukunft im Tourismus wird von den Ländern vermisst, betrachtet man die zunehmende Abwanderung der Geschäftszentren in die öffentlich schlecht zu erreichenden Außenbezirke.

Auch Forderungen für die Zukunft und Visionen für eine qualitative, sanft mobile Welt wurden ausgiebig behandelt. Angelehnt an die Schlussfolgerungen und Empfehlungen des Europäischen Forums für Sanfte Mobilität 1998 in Bad Hofgastein, bestehen für NETS bereits Richtlinien in der Umsetzung und Verbreitung von Lösungen um für neue, marktgerechte sanft-mobile Tourismusangebote aktiv zu sein:

- *Die Lösung der Verkehrsprobleme ist eine wichtige Voraussetzung für eine nachhaltige Entwicklung und Qualitätstourismus. Ziele sind eine Verkehrsverlagerung auf jene Verkehrstechnologien und Verkehrsmittel mit den geringsten spezifischen Abgas- und Lärmemissionen. Qualitätssteigerung in allen Bereichen ist prioritär. Um dies zu erreichen, sollen alternative Mobilitätsangebote forciert und gleichzeitig Verkehrsberuhigung in den Tourismusdestinationen umgesetzt werden.*
- *Eine optimale Reise- und Gepäcklogistik sowie Wegeketten ohne Lücken, Mobilitäts-, Informations- und Komfortangebot von Haustür zu Hoteltür, Erlebnisqualität der Bahnreise sind weitere Schwerpunkte. Verkehrsprobleme müssen bereits am Herkunftsort gelöst werden um die Mobilitäts- und Zielentscheidungen beeinflussen zu können. Eine optimale Erreichbarkeit der Bahnhöfe und Abholung ist kein Luxus sondern Mindeststandard!*
- *Innovationen betreffen die Bereiche Mobilitätsdienstleistungen, Tourismusangebote, Informationstechnologien, emissionsfreie Technologien. Der daraus erwachsende Mehrwert erstreckt sich über den individuellen Nutzen ebenso wie über eine ökonomische Umweltqualitätssteigerung und Verkehrssicherheit. Information und Öffentlichkeitsarbeit gilt es ebenso zu forcieren wie das Schließen strategischer Partnerschaften.*

In den drei **Fokusgruppen Anreise, Mobilität vor Ort und Zukunftsvisionen** wurden diese Forderungen nochmals thematisiert, konkretisiert und erweitert.

Um bei der **Anreise** in Punkto Komfort das Auto zu übertreffen, wurde einstimmig mehr Qualitätsbewusstsein und Kundenorientierung gefordert. **Q<sup>2</sup>** heißt das Stichwort – zweifache Qualität im Tourismus und in der Sanften Mobilität. Die Vorteile sollen für Gäste und auch Einheimische nutzbar sein. Die Gepäcklogistik muss sichergestellt sein. Mehr Flexibilität in den Anreisetagen wird gefordert, um die Besucherströme zu entzerren und eine stressfreie Reise gewährleisten zu können.



Für eine **kundenorientierte Mobilität vor Ort** wird ein europaweiter Erfahrungsaustausch notwendig werden. Partnerschaften sollten nach dem PPP-Modell aufgebaut werden, um die öffentliche wie auch private Seite zu integrieren. Vor allem Verkehrsunternehmen gilt es an den gemeinsamen NETS Tisch zu setzen. Wirtschaftsunternehmen, wie Reiseveranstalter und Produzenten, sollen als aktive Partner verstärkt angesprochen werden. Nischenmarketing ist zu verstärken. Zur Imagesteigerung wird der Einsatz von sog. Testimonials - z.B. in TV Serien - angeregt.

Kundenorientierung ist wichtig. Daher soll künftig auch die Verhaltenspsychologie einbezogen werden um Kundendenken und –bedürfnisse besser kennenzulernen. Alle Maßnahmen sollen darauf basieren, das Auto in den Köpfen der Menschen durch attraktive Urlaubsangebote mit Sanfter Mobilität zu ergänzen bzw. zu ersetzen.

Forderungen nach mehr Kooperation sind auch Gegenstand der Konferenz: Wegeketten ohne Lücken, die Gepäckslogistik muss verbessert werden, Mobilitäts-, Informations- und Komfortangebot von Haustür zu Hoteltür, Erlebnisqualität Bahnreise sind Fokuspunkte die nur gemeinsam zu realisieren sind. Wie das gehen kann zeigt das „Wundermittel Werfenweng“.

NETS will Wirtschafts- und Verkehrsunternehmen verstärkt an den gemeinsamen NETS -Tisch bringen. Dies ist ein Ziel für die geplante Konferenz 2003.

[www.soft-mobility.com](http://www.soft-mobility.com) , [www.sanftmobil.at](http://www.sanftmobil.at), [www.gast.org](http://www.gast.org), [www.mobiltour.ch](http://www.mobiltour.ch),  
[www.mobilito.at](http://www.mobilito.at), [www.natuerlich-mobil.de](http://www.natuerlich-mobil.de), [www.erlebnisbus.de](http://www.erlebnisbus.de), [www.yourvisit.info](http://www.yourvisit.info)