

# Touristische Potenziale des ÖPNV in Schleswig-Holstein

Reanalyse vorhandener Daten (Teil 1)  
Kreative Workshops mit Urlaubern (Teil 2)  
Integration der Ergebnisse

Stand: 09.11.2012

**Bearbeitung:**

NIT – Institut für Tourismus- und  
Bäderforschung in Nordeuropa GmbH  
Fleethörn 23  
D – 24103 Kiel

Telefon +49 (0) 431 – 666 567 – 0  
Telefax +49 (0) 431 – 666 567 – 10  
E-Mail: [info@nit-kiel.de](mailto:info@nit-kiel.de), [www.nit-kiel.de](http://www.nit-kiel.de)

# Touristische Potenziale des ÖPNV in Schleswig-Holstein

## Teil 1: Reanalyse vorhandener Daten

Ergebnisbericht

Stand: 09.11.2012

**Bearbeitung:**

NIT – Institut für Tourismus- und  
Bäderforschung in Nordeuropa GmbH  
Fleethörn 23  
D – 24103 Kiel

Telefon +49 (0) 431 – 666 567 – 0  
Telefax +49 (0) 431 – 666 567 – 10  
E-Mail: [info@nit-kiel.de](mailto:info@nit-kiel.de), [www.nit-kiel.de](http://www.nit-kiel.de)

**Zusammenfassung der Ergebnisse****Seite 2-5**

## Zielsetzung und Methode

Seite 7-9

## 1. Wohnortausflüge in und nach Schleswig-Holstein

Seite 11-15

## 2. Kurzurlaubs- und Urlaubsreisen nach Schleswig-Holstein

- Volumen und Verkehrsmittelnutzung bei der Anreise
- Reiseverhalten auf Bus- und Bahnreisen
- Soziodemographie der ÖV-Nutzer und ÖV-affinen SH-Interessenten

Seite 17-22

Seite 24-25

Seite 27-28

## 3. Urlaubsortausflüge der Schleswig-Holstein-Gäste

- Ausflugsintensität, -häufigkeit und -ziele
- Verkehrsmittelnutzung in der Urlaubsregion
- Erwartungen, Relevanz und Zufriedenheit

Seite 30-31

Seite 33-38

Seite 40-43

## 4. Anregungen, Ideen und Vorschläge verschiedener Akteure

Seite 45-54

## 1. Wohnortausflüge in und nach Schleswig-Holstein

- Schleswig-Holstein war im Jahr 2006 Quellgebiet für 112 Mio. und Zielgebiet für 115 Mio. Tagesausflüge (aktuellere Daten liegen nicht vor).
- 58% der Tagesausflügler in Schleswig-Holstein kommen aus Schleswig-Holstein, 18% aus Hamburg
- Fahrtkosten von 19 Euro pro Tagesausflügler mit Nutzung kostenpflichtiger Verkehrsmittel (2004)
- Tagesausflügler legen bis zu ihrem Ziel bundesweit im Schnitt knapp 80 km zurück.
- Auf Tagesausflügen in SH werden pro Person durchschnittlich 24 Euro ausgegeben.
- Spazierfahrten (in den ländlichen Raum) haben in Schleswig-Holstein, und zwar insbesondere in der Holsteinischen Schweiz, eine höhere Bedeutung als im Bundesdurchschnitt.
- Jeder dritte Ausflügler aus der Metropolregion Hamburg (zu der auch weite Teile Schleswig-Holsteins gehören) hat seinen letzten Tagesausflug ohne Auto gestaltet
- Durchschnittliche Fahrtkosten aller Ausflügler aus der Metropolregion: 10,30 Euro
- Die Verkehrsmittelnutzung der Ausflügler aus der Metropolregion Hamburg unterscheidet sich je nach Zielregion innerhalb Schleswig-Holsteins

## 2. Kurzurlaubsreisen und Urlaubsreisen nach Schleswig-Holstein

### Volumen und Verkehrsmittelnutzung bei der Anreise

- 2011 führten mehr als 3 Mio. Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage) nach SH, der Anteil der Bahnreisenden ist im Vergleich der Bundesländer mit 10% (0,3 Mio. Kurzurlaubsreisen) verhältnismäßig gering.
  - Im Jahr 2011 führten 2,7 Mio. Urlaubsreisen (5 Tage+) aus Deutschland nach Schleswig-Holstein (SH) – insbesondere an die Küsten.
    - Für die Anreise nach Schleswig-Holstein wird bisher vor allem der Pkw genutzt
    - 7% der Urlauber nutzen die Bahn, d.h. 0,2 Mio. Urlaubsreisen mit Bahnreise
    - An der Nordsee ist der Anteil der Bahnfahrer mit 14% verhältnismäßig hoch.
  - An die Ostseeküste Ostholsteins und in die Holsteinische Schweiz wurde im Jahr 2001 vor allem mit dem Pkw gereist, insbesondere wg. der Mobilität vor Ort
  - Auch die Gäste der Inseln und Halligen reisen meist mit dem Pkw an, nach Helgoland vor allem mit dem Schiff
- **Insgesamt 0,5 Mio. Urlaube und Kurzurlaube mit Bahnreise**
- **Urlauber und Kurzurlauber verbrachten 2011 insgesamt über 40 Mio. Tage in SH, zieht man die An- und Abreisetage ab, verbleiben mehr als 28 Mio. potenzielle ÖPNV-Tage**

## 2. Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen nach Schleswig-Holstein (Forts.)

### Reiseverhalten auf Bus- und Bahnreisen

- Kurzurlaube mit der Bahn im Norden: Viele Alleinreisende, neben Besuchsreisen vor allem Städtetrips und Eventbesuche, Übernachtung vor allem bei Verwandten/Freunden, aber auch oft im Hotel
- SH-Urlaubsreisen mit Bahn-/Bus-Anreise: Ø 11,3 Tage, viele Alleinreisende, selten mit Kindern, hoher Pauschalreiseanteil, meist im Hotel oder bei Verwandten/Freunden, ÖV wird von SH-Urlaubern verhältnismäßig selten genutzt

### Soziodemographie der ÖV-Nutzer und ÖV-affine SH-Interessenten

- Kurzurlauber mit der Bahn im Norden: Vorwiegend mittleren Alters, leben in kleinen Haushalten, häufig in großen Städten, oft in NRW
- Es gibt 0,8 Mio. ÖV-affine SH-Interessenten, also Personen, die im Zeitraum 2012-2014 „ziemlich sicher“ in Schleswig-Holstein Urlaub machen möchten und Urlaub 2011 Bus oder Bahn als Anreiseverkehrsmittel genutzt haben
- Hierbei handelt es sich um vorwiegend ältere, häufig alleinstehende Personen, einige aus Haushalten ohne Pkw, mit Interesse an Busreisen, Städtereisen, Kultur, Gesundheit, Wanderungen

## 3. Urlaubsortausflüge der Schleswig-Holstein-Gäste

### Ausflugsintensität, -häufigkeit und -ziele

- Zwei von drei SH-Gästen unternehmen Urlaubsortausflüge (Ø 3,9 Ausflüge).
- Wichtigste Ausflugsziele der SH-Gäste: Innenstädte/Shopping-Center, Strand, Promenaden/Seebrücken, maritime Attraktionen, Schifffahrten.

### Verkehrsmittelnutzung in der Urlaubsregion

- 27% der Gäste nutzten während ihrer SH-Urlaubsreise im Jahr 2003 den ÖPNV, im bundesweiten Vergleich ist das wenig
- Die Gäste der Inseln und Halligen sind vor Ort gerne auch ohne Auto mobil
- SH-Übernachtungsgäste gaben im Jahr 2000 vor Ort pro Tag und Person 1,40 Euro für den „lokalen Transport“ aus, insgesamt über 56 Mio. Euro.
- In Deutschland leben 14,2 Mio. Urlaubsradler, dazu gehört auch jeder dritte Schleswig-Holstein-Urlauber. Schleswig-Holstein liegt auf Rang 4 der Fahrradurlaubsziele im Inland, 5% der SH-Urlaube sind Fahrradurlaube.
- Gästekarten (insbesondere Vergünstigungen im ÖPNV) wurden im Jahr 2001 von den Gästen im Kreis Ostholstein positiv beurteilt.

### 3. Urlaubsortausflüge der Schleswig-Holstein-Gäste (Forts.)

#### Erwartungen, Relevanz und Zufriedenheit

- Erwartungen der SH-Urlauber an Ausflüge und Mobilität in Schleswig-Holstein unterscheiden sich in den SH-Zielgruppen.
- Erreichbarkeit und Ausflugsmöglichkeiten in SH sind für Ostsee- und Binnenland-Reisende wichtiger als für Nordsee-Reisende .
- Je nach Region bewerten 80 bis 90% der Gäste die Erreichbarkeit ihres Reiseziels in SH mit gut oder sehr gut. Die Erreichbarkeit der Nordseeziele wird am schlechtesten bewertet.
- Je nach Region bewerten zwischen 55 und 75% der SH-Gäste den ÖPNV als gut oder sogar sehr gut, Nordseeziele schneiden hier am besten ab .

### 4. Anregungen, Ideen und Vorschläge verschiedener Akteure

- Der Tourismusverband empfiehlt den Kommunen vor allem die überörtliche Vernetzung und Vermarktung sowie ein gutes Mobilitätsmanagement
- Weitere Ideen aus dem Leitfaden des Tourismusverbandes: Optimierung der touristischen Infrastruktur in Schleswig-Holstein durch Besucherlenkung und Mobilitätsservices am Urlaubsort

### 4. Anregungen, Ideen und Vorschläge verschiedener Akteure (Forts.)

- Touristen erwarten eine bequeme und vor allem lückenlose Mobilität vor Ort und benötigen Anreize zur ÖPNV-Nutzung (übergreifendes ÖPNV-Ticket, z.B. Gästekarte)
- Die Zusammenführung gebündelter Aktivitäten von Akteuren mit gemeinsamen Leitbild „Mobilität ohne Auto“ zu einer von allen getragenen Mobilitätsstrategie wird empfohlen
- Idee: Mobilitätsberatung als Kernaufgabe der lokalen und regionalen Tourismusorganisationen mit dem Ziel, Gäste ohne Pkw zu gewinnen
- Für die Inseln und Halligen wird ein verbesserter Informationsfluss und die Ausweitung des ÖV-Angebotes gefordert (diverse Lücken in der touristischen Infrastruktur für Naturerlebnisangebote in der Wattenmeerregion)
- Lokale Akteure bemängeln die lückenhafte Infrastruktur und liefern zahlreiche Ideen für ÖV-Maßnahmen in der schleswig-holsteinischen Wattenmeerregion.
- AG Öffentlicher Verkehr des TVSH weist vor allem auf Verbesserungsbedarf bei der Kommunikation der ÖV-Angebote in der Wattenmeerregion hin.
- Akteure an der Nordsee definieren klare Vorsätze in Bezug auf eine umweltfreundliche Anreise und Mobilität vor Ort .

Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 2-5

**Zielsetzung und Methode**

**Seite 7-9**

1. Wohnortausflüge in und nach Schleswig-Holstein

Seite 11-15

2. Kurzurlaubs- und Urlaubsreisen nach Schleswig-Holstein

- Volumen und Verkehrsmittelnutzung bei der Anreise
- Reiseverhalten auf Bus- und Bahnreisen
- Soziodemographie der ÖV-Nutzer und ÖV-affinen SH-Interessenten

Seite 17-22

Seite 24-25

Seite 27-28

3. Urlaubsortausflüge der Schleswig-Holstein-Gäste

- Ausflugsintensität, -häufigkeit und -ziele
- Verkehrsmittelnutzung in der Urlaubsregion
- Erwartungen, Relevanz und Zufriedenheit

Seite 30-31

Seite 33-38

Seite 40-43

4. Anregungen, Ideen und Vorschläge verschiedener Akteure

Seite 45-54

## Hintergrund

- Die LVS Schleswig-Holstein Landesweite Verkehrsservicegesellschaft mbh (LVS) erstellt im Auftrag des Verkehrsministeriums zurzeit den vierten landesweiten Nahverkehrsplan (LNVP) 2013 – 2017.
- Der kommende LNVP steht unter dem Motto „Nahverkehr in einer vernetzten Mobilität“ und soll sich neben dem Schwerpunkt Schienenpersonennahverkehr auch mit dem gesamten Mobilitätsspektrum der Menschen beschäftigen.
- Im Rahmen der Planungskonferenz wurden am 3. Mai 2012 u.a. folgende Themen diskutiert:
  - Angebot: Fahrplan und Verknüpfung von Bahn und Bus
  - Infrastruktur: Stationen, Strecken, Haltestellen, Verknüpfungsanlagen
  - Tarif: SH-Tarif 2.0, zielgruppenspezifische Angebote, Vertrieb
  - Information: Echtzeit, Fahrplanauskunft und Haltestelleninformationen
  - Qualität: QM und nah.sh-Garantie
- Dabei wurde unter anderem auch darauf hingewiesen, dass das Tourismuskonzept für Schleswig-Holstein unterstützt werden soll. Ziel ist eine verbesserte Erreichbarkeit von Tourismusorten und die Vernetzung touristischer Ziele durch bedarfsgerechte Angebote.
- Als Basis hierfür werden Informationen über die touristische Nutzung des Öffentlichen Nahverkehrs sowie über das Interesse an der Nutzung Öffentlicher Verkehrsmittel im Rahmen von Ausflügen und Urlauben benötigt.

## Projekt

- Die LVS hat das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT) beauftragt, die touristischen Potenziale des Öffentlichen Nahverkehrs in Schleswig-Holstein zu untersuchen.
- Die Tourismusagentur Schleswig-Holstein (tash) hat sich finanziell am Projekt beteiligt und auch der Tourismusverband Schleswig-Holstein (TVSH) unterstützt das Projekt.

## Das gesamte Projekt besteht aus zwei Teilstudien, nämlich...

### Teil 1: Reanalyse vorhandener Daten

**Ziele:**

**Quantitative Informationen über ...**

- Wohnortausflüge in und nach Schleswig-Holstein
- Urlaubsmobilität in Schleswig-Holstein
  - Anreise
  - Mobilität vor Ort (Urlaubsortausflüge)

Zusätzlich: Sammlung von Anregungen und Ideen verschiedener Akteure

### Teil 2: Kreative Workshops mit Urlaubern

**Ziele:**

- Das derzeitige Bus- und Bahn-Angebot in Schleswig-Holstein durch die „Brille“ der Urlauber betrachten
- Schwachstellen aufdecken
- Anregungen und Ideen für das touristische ÖPNV-Angebot sammeln
- Zielgruppenspezifische Bus- und Bahnangebote für Urlauber entwickeln

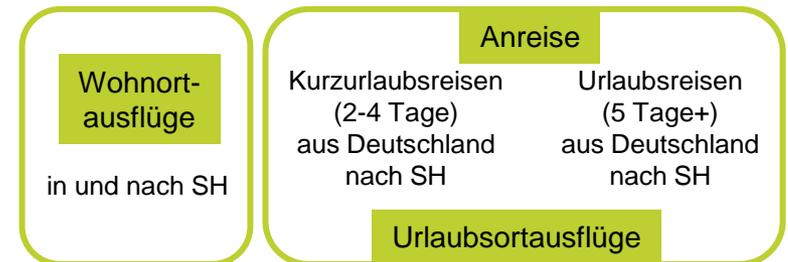
## Fragestellungen

- Wie viele Touristen reisen mit welchem Verkehrsmittel an?
- Wie hoch ist der Anteil derjenigen, die mit der Bahn oder mit dem Bus nach Schleswig-Holstein anreisen?
- Welche Unterschiede gibt es zwischen verschiedenen Zielregionen (z.B. Ostsee und Nordsee)?
- Welche soziodemographischen Unterschiede gibt es zwischen den touristischen Nutzern unterschiedlicher Verkehrsmittel?
- Welche Ziele steuern die Touristen während ihres Aufenthaltes an und welche Verkehrsmittel nutzen sie vor Ort?
- Wie hoch sind die Ausgaben im Bereich Mobilität?

## Methode

- Datenrecherche und -Sammlung
- Analyse vorhandener Daten zu
  - An- und Abreise
  - Mobilität vor Ort (Aktivitäten, Angebotsnutzung)
  - Reiseverhalten der Bus- und Bahn-Nutzer
  - Soziodemographie
  - bisherigen Ideen und Konzepten
- Berücksichtigt wurden Daten und Studien der Jahre 2001-2012

## Betrachtete Segmente und Themen



Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 2-5

Zielsetzung und Methode

Seite 7-9

### **1. Wohnortausflüge in und nach Schleswig-Holstein**

**Seite 11-15**

#### 2. Kurzurlaubs- und Urlaubsreisen nach Schleswig-Holstein

- Volumen und Verkehrsmittelnutzung bei der Anreise
- Reiseverhalten auf Bus- und Bahnreisen
- Soziodemographie der ÖV-Nutzer und ÖV-affinen SH-Interessenten

Seite 17-22

Seite 24-25

Seite 27-28

#### 3. Urlaubsortausflüge der Schleswig-Holstein-Gäste

- Ausflugsintensität, -häufigkeit und -ziele
- Verkehrsmittelnutzung in der Urlaubsregion
- Erwartungen, Relevanz und Zufriedenheit

Seite 30-31

Seite 33-38

Seite 40-43

#### 4. Anregungen, Ideen und Vorschläge verschiedener Akteure

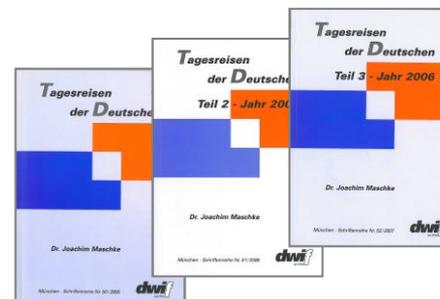
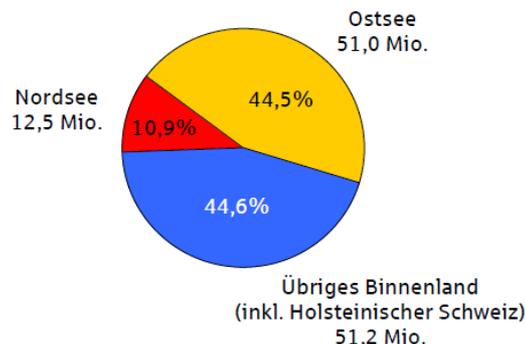
Seite 45-54

## SH war im Jahr 2006 Quellgebiet für 112 Mio. und Zielgebiet für 115 Mio. Tagesausflüge, 2004: Fahrtkosten von 19 € pro Tagesausflügler mit Nutzung kostenpflichtiger Verkehrsmittel

- Schleswig-Holstein (SH) war im Jahr 2006 **Quellgebiet für 112 Mio. Tagesausflüge** (2005: 99 Mio.).  
Darin: 1,3 Mio. Tagesausflüge ins Ausland, davon 63% bzw. 0,82 Mio. Ausflüge nach Dänemark
- Schleswig-Holstein war im Jahr 2006 **Zielgebiet für 115 Mio. Tagesausflüge** (inkl. Binnennachfrage)
- Ziele** der Tagesausflüge 2005 nach SH:

- 47% in ländliche Räume,
- 23% in Klein- und Mittelstädte
- 30% in Großstädte

- Verteilung auf **Reisegebiete** 2006:



- Mittlere Entfernung** auf Tagesausflügen in Deutschland 2004: **78,1 km** (1993: 70 km)
- Tagesausflugsintensität** in Schleswig-Holstein 2004: **37%** (zum Vergleich: Mecklenburg-Vorpommern 33%, Hamburg 34%, Niedersachsen 31%)
- Ausgaben 2004\***: **Ø 24 Euro pro Person** (in Gemeinden in SH mit über 100.000 Einwohnern 30 Euro, sonst 20 Euro).
- Fahrtkosten** pro Tagesausflügler mit Ziel in Schleswig-Holstein 2004, der kostenpflichtige Verkehrsmittel genutzt hat: **Ø 19 Euro**

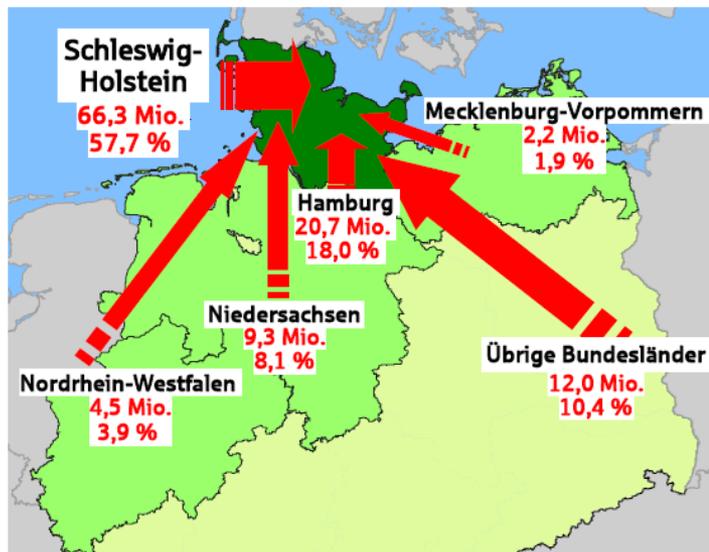
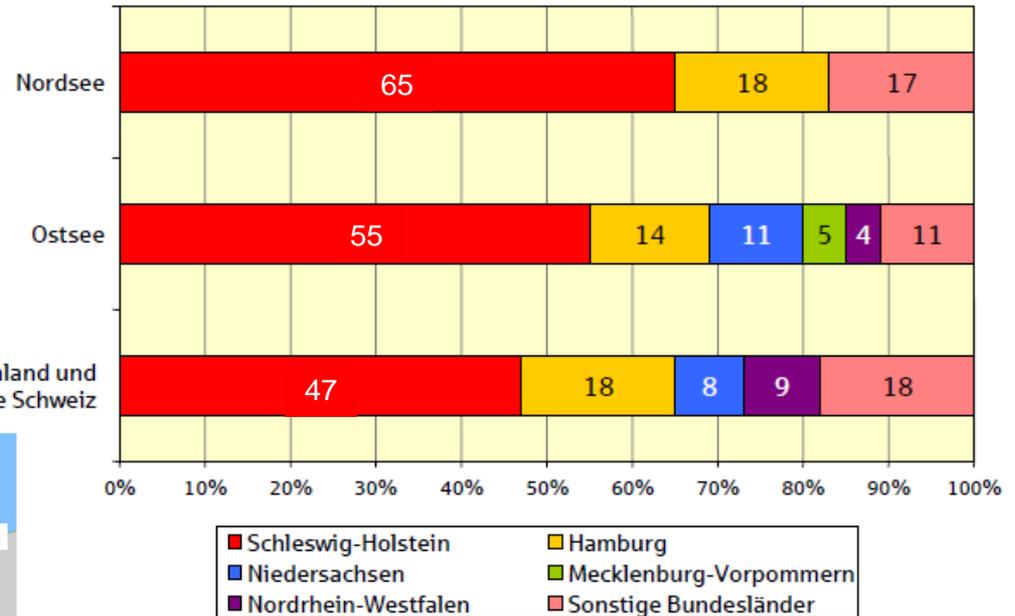
\* Tagesausflüge und Tagesgeschäftsausflüge zusammen

Quelle: dwif/Maschke, Joachim (2007/2005): Tagesreisen der Deutschen (Teil 1, 2 – Jahr 2005 und Teil 3 - Jahr 2006) sowie Sonderauswertung des dwif aus dem Jahr 2007

**58% der Tagesausflügler in Schleswig-Holstein kommen aus SH, 18% aus HH**

Top-Quellmärkte:

1. Schleswig-Holstein
2. Hamburg
3. Niedersachsen
4. NRW



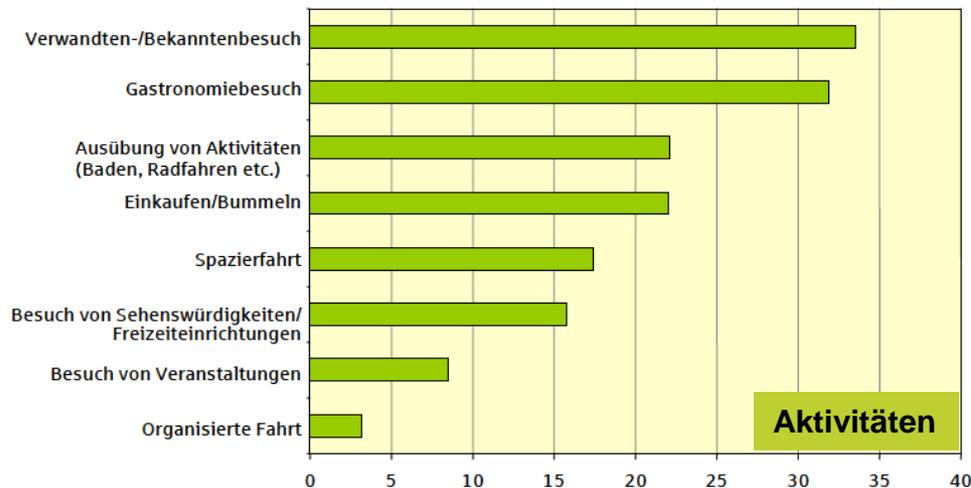
**Ausflugsverhalten der Hamburger:**  
Hamburg ist nach Schleswig-Holstein der zweitwichtigste Quellmarkt für Tagesausflüge nach Schleswig-Holstein. Insgesamt unternahmen die Hamburger im Jahr 2006 69 Mio. Tagesausflüge. Davon wurden 35% (24,2 Mio.) innerhalb der Stadtgrenzen unternommen, 30% (20,7 Mio.) führten nach Schleswig-Holstein.

Quelle: dwif (2008): Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein – Jahresbericht 2008, S. 98/99

## Spazierfahrten haben in Schleswig-Holstein, und zwar insbesondere in der Holsteinischen Schweiz, eine höhere Bedeutung als im Bundesdurchschnitt

Besonders wichtig:

- **Besuche** und spezielle Aktivitäten wie z.B. **Baden, Wandern** oder **Radfahren**.
- Selten Reiseanlass, aber trotzdem häufig genutzt: Die **Gastronomie**.



Motive	Schleswig-Holstein gesamt	Deutschland gesamt	Nordsee	Ostsee	Holsteinische Schweiz	Übriges Binnenland
Bekannten-/Verwandtenbesuch	30,9	33,2	20,2	26,9	29,4	37,9
Spazierfahrt	13,4	8,8	18,2	14,5	20,5	10,7
Einkaufsfahrt	8,6	10,2	3,4	10,4	12,9	7,5
Veranstaltungsbesuch	8,0	10,6	8,0	7,0	5,9	9,3
Besuch von Sehenswürdigkeiten/Attraktionen	7,6	8,4	5,7	7,2	7,7	8,4
Ausübung einer speziellen Aktivität	23,5	20,8	32,3	27,8	14,8	17,7
Lokalbesuch	5,0	5,5	6,1	3,6	5,9	5,9
Organisierte Fahrt	3,0	2,5	6,1	2,6	2,9	2,6

Quelle: dwif (2008): Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein – Jahresbericht 2008, S. 103, Basis: Sonderauswertung Tagesreisen der Deutschen (Angaben in %)

## **Jeder dritte Ausflügler aus der Metropolregion Hamburg hat seinen letzten Tagesausflug ohne Auto gestaltet, durchschnittliche Fahrtkosten aller Ausflügler: 10,30 Euro**

- **Ausflugsintensität:** In den letzten 12 Monaten haben 90 Prozent aller befragten Bewohner der Metropolregion HH einen Tagesausflug unternommen.
- **Informationsquellen:** Das Internet sowie lokale und regionale Zeitungen sind mit Abstand die wichtigsten Quellen bei der Suche nach Informationen für Tagesausflüge. Bei den sonstigen Informationsquellen macht die „Mundpropaganda“ einen Anteil von 92 Prozent aus.
- **Vorab-Buchung:** Nur 6 Prozent der Befragten hat im Vorfeld des Tagesausfluges Leistungen gebucht. Dabei handelt es sich hauptsächlich um Eintrittskarten (73 Prozent), Bus- und Bahntickets (17 Prozent) und Stadtrundfahrten bzw. Führungen (13 Prozent).
- **Rabattkarten:** Insgesamt nutzen nur 5 Prozent der Befragten regionale oder lokale Rabattkartensysteme. Die Schleswig-Holstein Card und die Hamburger Tourismus Card sind die am häufigsten genannten Rabattkartensysteme.
- **Wochentag:** Mehr als 50 Prozent der Tagesausflüge findet am Wochenende statt, dabei alleine 33 Prozent am Samstag.
- Der eigene PKW ist mit Abstand das am häufigsten genutzte **Verkehrsmittel** während des letzten Tagesausfluges (65 Prozent). 16 Prozent haben S-/U-Bahnen genutzt (insbesondere Bewohner Hamburgs), 7 Prozent den Linien-/Regionalbus und 6 Prozent die Bahn.
- Typische Mängel bei der **Mitnahme von Fahrrädern** im ÖPNV: „wenig Platz“ „Fehlen passender Angebote“ und „umständlicher Transport (Ein-/Ausstieg, Treppen usw.)“.
- **Begleitung:** 46 Prozent der in Begleitung Reisenden sind zu zweit verreist, 19 Prozent sogar mit 5 oder mehr Personen. Im Durchschnitt bestanden die Ausflugsgruppen aus 4,3 Personen.
- **Ausgaben:** Im Durchschnitt wurden 49 Euro pro Person und pro Tagesausflug ausgegeben. Fahrtkosten machen einen Anteil von 21 Prozent bzw. 10,30 Euro aus.
- **Bedeutung von Angeboten:** Restaurants und Cafés, Einkaufspassagen bzw. Arkaden, Boots- und Schiffrundfahrten sowie kulturelle Sehenswürdigkeiten sind die wichtigsten Angebote bzw. Einrichtungen für einen Tagesausflug. Spezielle Angebote für Kinder sind für 14 Prozent „sehr wichtig“, für weitere 25 Prozent „wichtig“.
- Immerhin 41 Prozent der Befragten geben an, dass **Umwelt- und Klimaaspekte** bei der Zielort- oder Verkehrsmittelwahl eine Rolle gespielt haben.

Quelle: iftG2011): Tagesreiseverhalten der Bewohner der Metropolregion Hamburg. Endbericht mit Handlungsempfehlungen (Hrsg.: Geschäftsstelle der Metropolregion HH ; Basis: n=5.053 Tagesausflügler 18 Jahre+, die in der Metropolregion Hamburg leben (CATI-Befragung im Zeitraum Juni 2010-Juni 2011), gewichtet

## Die Verkehrsmittelnutzung der Ausflügler aus der Metropolregion Hamburg unterscheidet sich je nach Zielregion innerhalb Schleswig-Holsteins

Angaben in %	SH Gesamt (n=1.112)	SH-Nordsee (n=191)	SH-Ostsee (n=448)	SH-Binnenland (n=473)
<b>Privater Pkw</b>	69	68	76	62
<b>S-/U-/Straßenbahn</b>	7	5	5	9
<b>Zu Fuß</b>	6	5	4	9
<b>Bahn (DB, Metronom...)</b>	5	8	5	4
<b>Fahrrad</b>	5	6	3	7
<b>Linien-/Regionalbus</b>	3	2	3	4
<b>Reisebus</b>	2	3	2	1
<b>Schiff/Boot</b>	1	1	1	1
<b>Sonstiges (z.B. Motorrad)</b>	1	1	2	1

Frage: Welche Verkehrsmittel haben Sie während Ihres letzten Tagesausfluges genutzt? (bezogen auf Tagesausflug in den letzten 4 Wochen) (Mehrfachnennungen möglich)

Datenquelle: ift (2011): Tagesreiseverhalten der Bewohner der Metropolregion Hamburg (Hrsg.: Metropolregion Hamburg), Sonderzählung der TASH  
Basis: Tagesausflügler 18 Jahre+, die in der Metropolregion Hamburg leben (CATI-Befragung im Zeitraum Juni 2010-Juni 2011), gewichtet

Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 2-5

Zielsetzung und Methode

Seite 7-9

1. Wohnortausflüge in und nach Schleswig-Holstein

Seite 11-15

**2. Kurzurlaubs- und Urlaubsreisen nach Schleswig-Holstein**

- **Volumen und Verkehrsmittelnutzung bei der Anreise**
- Reiseverhalten auf Bus- und Bahnreisen
- Soziodemographie der ÖV-Nutzer und ÖV-affinen SH-Interessenten

**Seite 17-22**

Seite 24-25

Seite 27-28

3. Urlaubsortausflüge der Schleswig-Holstein-Gäste

- Ausflugsintensität, -häufigkeit und -ziele
- Verkehrsmittelnutzung in der Urlaubsregion
- Erwartungen, Relevanz und Zufriedenheit

Seite 30-31

Seite 33-38

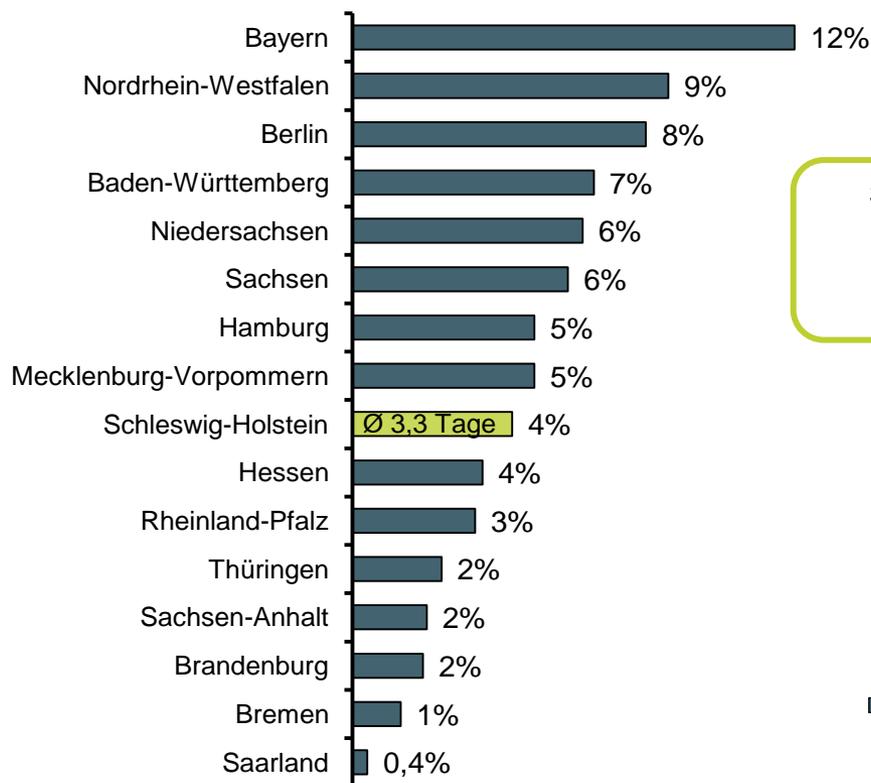
Seite 40-43

4. Anregungen, Ideen und Vorschläge verschiedener Akteure

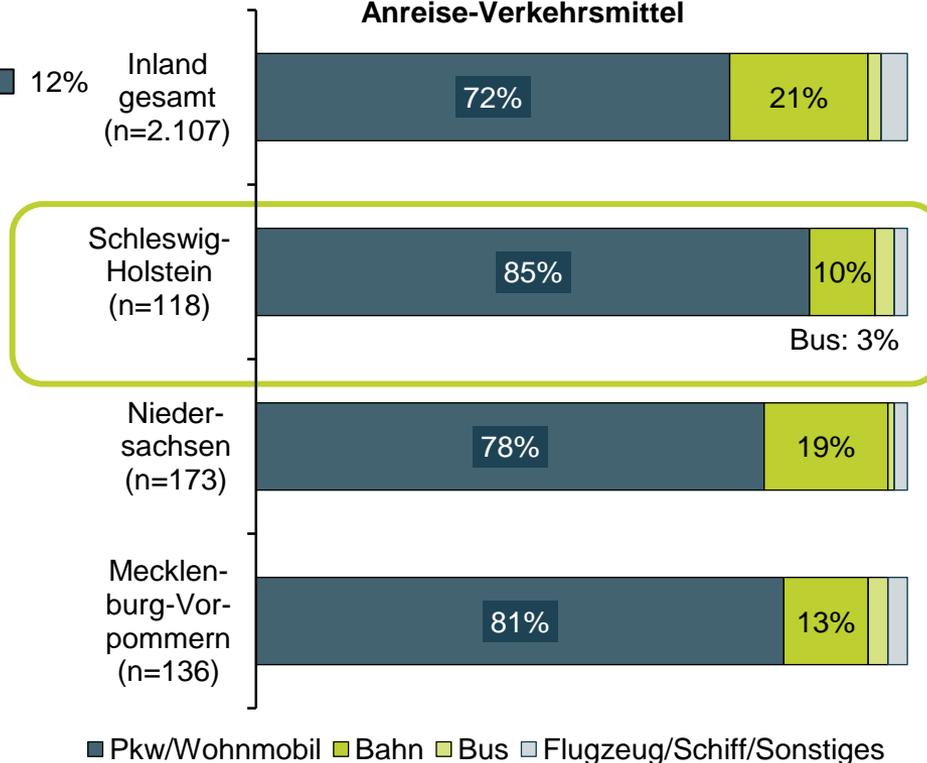
Seite 45-54

**2011 führten mehr als 3,2 Mio. Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage) nach SH, der Anteil der Bahnreisen ist mit 10% verhältnismäßig gering**

**Ranking der inländischen Kurzurlaubsreiseziele**



**Anreise-Verkehrsmittel**

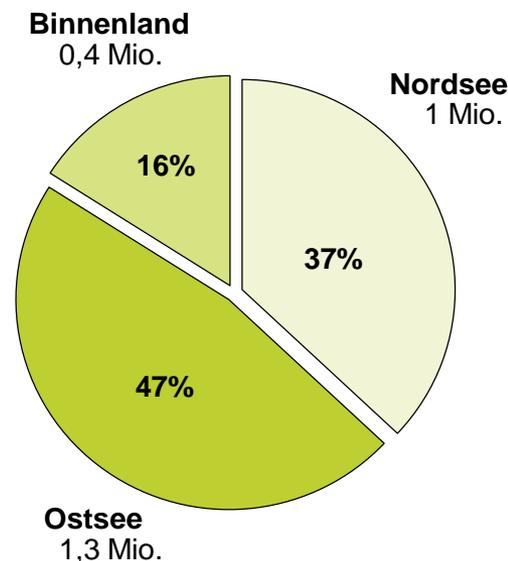
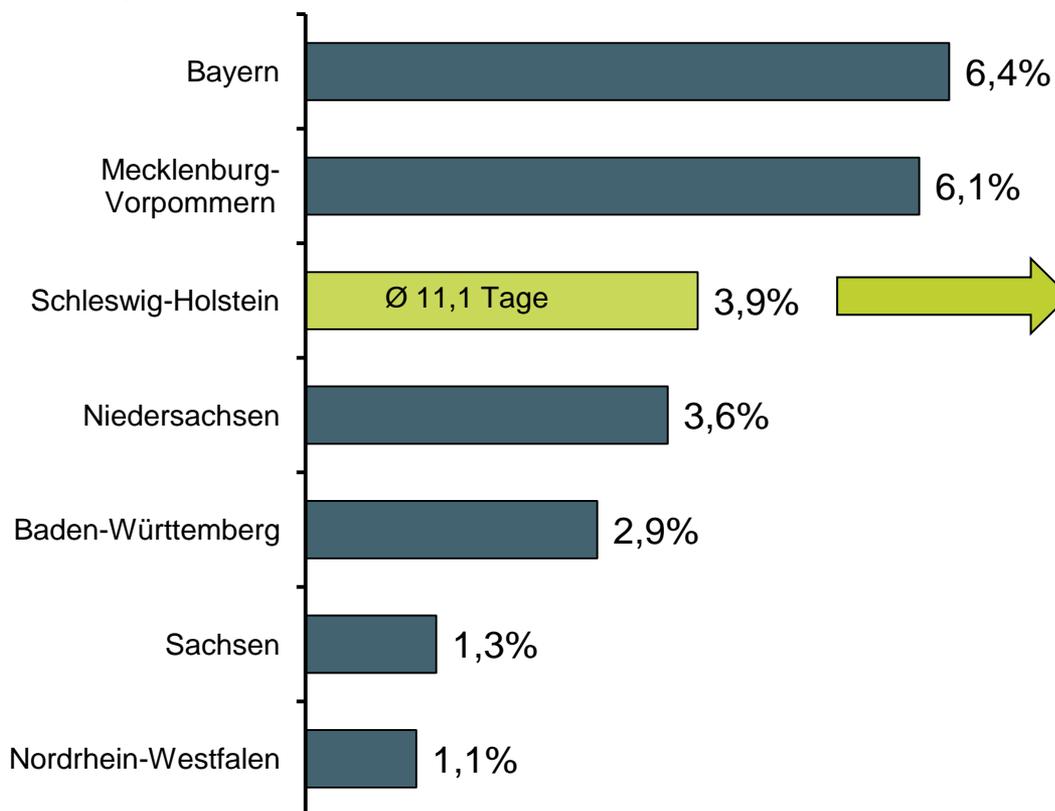


→ 0,3 Mio. Kurzurlaubsreisen mit der Bahn nach Schleswig-Holstein

Datenquelle: FUR, RA online 5 und 11/2011  
Angaben in % für die 1.-3. Kurzurlaubsreise der Onliner 14-70 Jahre in Deutschland  
Basis: 74,2 Mio. Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage (n = 2.784) bzw. 3,2 Mio. Schleswig-Holstein-Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage (n = 118)

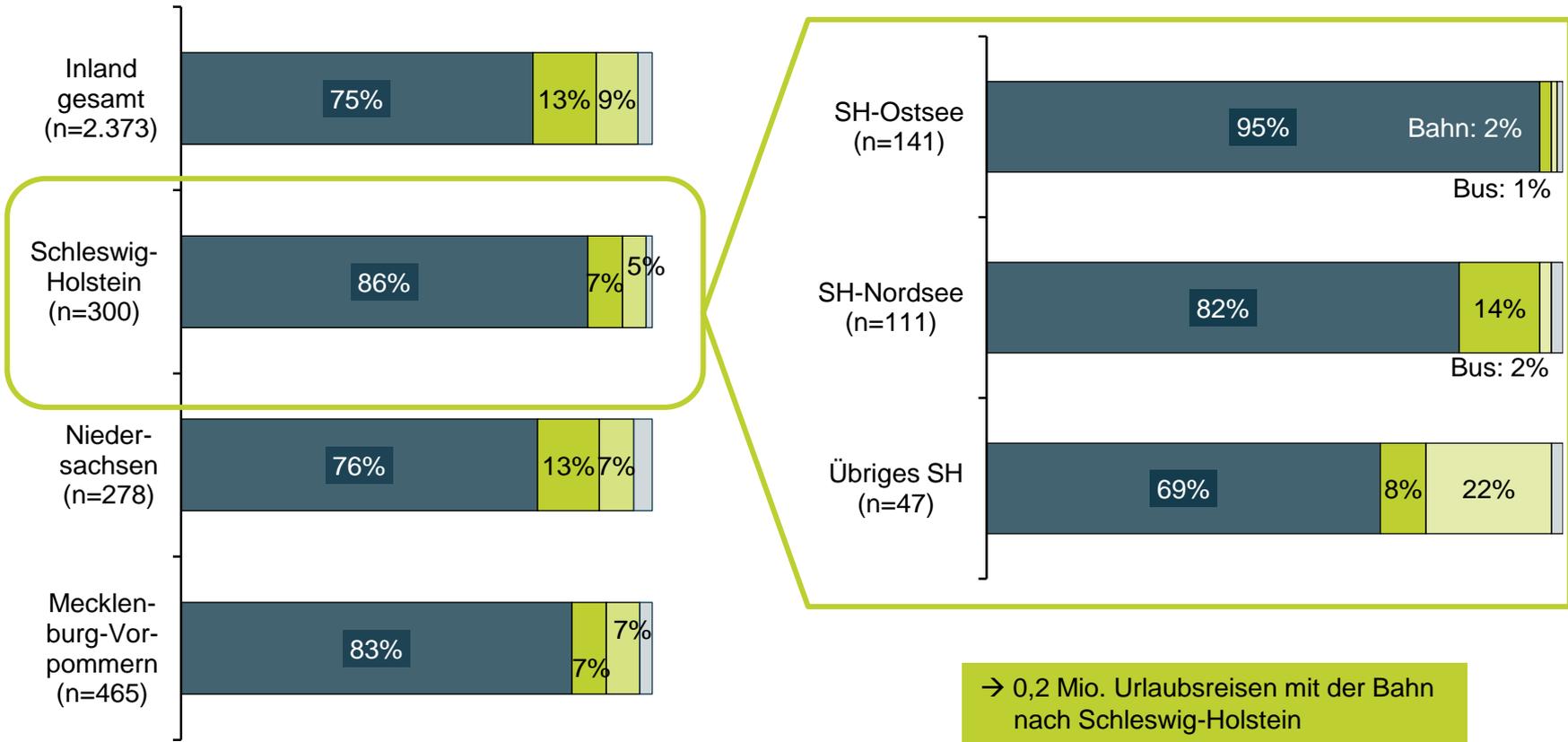
**Im Jahr 2011 führten 2,7 Mio. Urlaubsreisen (5 Tage+) der Deutschen nach Schleswig-Holstein – insbesondere an die Küsten**

**Ranking der inländischen Urlaubsreiseziele**



Datenquelle: FUR; RA 2012; Basis: 69,5 Mio. Urlaubsreisen 5 Tage+ (n = 7.613) bzw. 2,7 Mio. Schleswig-Holstein-Urlaubsreisen 5 Tage+ (n=300)

**Für Urlaubsreisen (5 Tage+) nach SH wird bisher vor allem der Pkw genutzt, an der Nordsee ist der Anteil der Bahnfahrer mit 14% verhältnismäßig hoch**



■ Pkw/Wohnmobil ■ Bahn ■ Bus ■ Flugzeug/Schiff/Sonstiges

Datenquelle: FUR, RA 2012; Basis: 21,7 Mio. Inlands-Urlaubsreisen 5 Tage+ bzw. 2,7 Mio. Schleswig-Holstein-Urlaubsreisen 5 Tage+

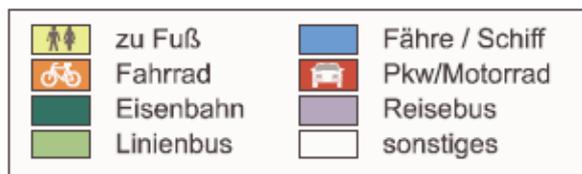
### An die Ostseeküste Ostholsteins und in die Holsteinische Schweiz wurde im Jahr 2001 vor allem mit dem Pkw gereist – insbesondere wg. der Mobilität vor Ort

- Die Urlauber reisen mit dem **PKW** in die Region (79%). Sie begründen die Wahl dieses Anreise-Verkehrsmittels mit der **Mobilität am Urlaubsort** (71%) sowie mit ihrer **Bequemlichkeit** (58%).
- Die **Bahn lehnen sie** ebenfalls mit den Argumenten **ab**, die **Mobilität am Urlaubsort** sei zu schlecht (47%) und die **Bahn sei zu teuer** (39%).
- **Anreize**, die Bahn als Anreiseverkehrsmittel zu nutzen, stoßen bei den Urlaubern überwiegend auf taube Ohren. 33% halten den **Zug** als Anreiseverkehrsmittel für **völlig unattraktiv**. 35% ließen sich aber durch einen günstigeren **Fahrpreis** und 24% durch **Hol-/Bring-Dienstleistungen** vom und zum Zug locken.
- Die Urlauber sind entsprechend ihrer Vorbehalte gegenüber der Bahn **nur selten BahnCard-Nutzer** (bei Reisen in den letzten drei Jahren knapp 7%, derzeitige Reise nur 2%) und damit insgesamt keine Urlaubskunden der Deutschen Bahn.
- Die wichtigsten **Urlaubsaktivitäten** der Urlauber sind die Nutzung des gastronomischen Angebotes im Ort (76%), Einkäufe im Ort (69%) und Wandern/Spazierengehen (62%). Dass die Aktivitätsmöglichkeiten direkt im Urlaubsort vorhanden sind, ist damit relativ wichtig.
- Im Rahmen ihrer Urlaubsaktivitäten spielt der motorisierte Individualverkehr eine sehr große Rolle. Hinsichtlich aller gemeinsam mit den Verkehrsmitteln abgefragten Urlaubsaktivitäten ist der PKW das wichtigste Fortbewegungsmittel. Die wichtigsten Aktivitäten zur **Nutzung des Autos im Urlaub** sind das Einkaufen in anderen Orten (64%), **der Besuch verschiedener Ausflugsziele** (51%), die **Nutzung gastronomischer Angebote in anderen Orten** (45%), aber auch **Fahrten im eigenen Urlaubsort** (37%).
- Das **Interessenpotential für die regelmäßige Möglichkeit der Fahrradmitnahme** in öffentlichen Verkehrsmitteln beläuft sich im Fall der **Regionalzüge** auf 10% und im Falle des **Linienbusverkehrs** auf 9% der Urlauber, ist also gering ausgeprägt.

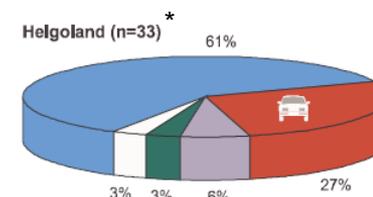
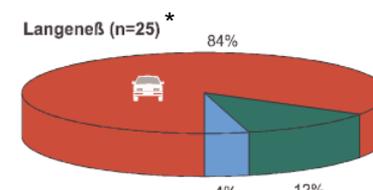
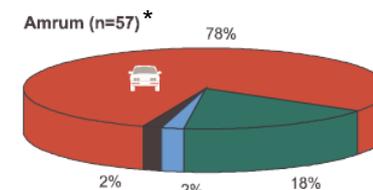
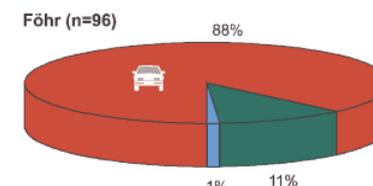
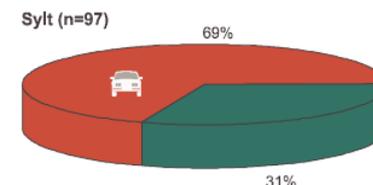
Quelle: NIT (2001): Gästebefragung im Rahmen der Umsetzung des touristischen Verkehrskonzeptes des Landes Schleswig-Holstein in der Modellregion Ostholstein (Auftraggeber: Kreis Ostholstein)  
Basis: Schriftliche Befragung von n=4.810 Übernachtungsgästen in gewerblichen und privaten Unterkünften sowie auf Campingplätzen im Kreis Ostholstein

### Die Gäste der Inseln und Halligen reisen meist mit dem Pkw an, nach Helgoland vor allem mit dem Schiff

- Bei den Urlaubsgästen dominiert bei der Anreise zum Urlaubsort erwartungsgemäß der Pkw. Obwohl der Untersuchungsraum nur über wenige Fernverkehrsverbindungen angebunden ist, kommt allerdings die Eisenbahn auf einen bemerkenswerten Anteil, der auf Sylt immerhin rund 30% erreicht (ohne Autozug).
- Die Urlaubsdestination Nordsee Schleswig-Holstein kommt damit auch im Vergleich zu anderen Urlaubsregionen auf einen beachtlichen Teil von Urlaubern, die ohne Pkw anreisen.



Hauptverkehrsmittel bei der Anreise



Quelle: Urbanus (2007): Mobilität und Erreichbarkeit der Inseln und Halligen in Nordfriesland sowie der Hochseeinsel Helgoland, Kurzfassung des Endberichts, S. 20/22

\* Ergebnisse sind aufgrund geringer Fallzahlen nur begrenzt aussagekräftig.

**Urlauber und Kurzurlauber verbrachten 2011 insgesamt über 40 Mio. Tage in SH, zieht man die An- und Abreisetage ab, verbleiben mehr als 28 Mio. potenzielle ÖPNV-Tage**

**Übersicht über das Volumen des aktuellen touristischen Potenzials des ÖPNV in SH**

	<b>Urlaubsreisen 5 Tage+</b>	<b>Kurzurlaubsreisen* 2-4 Tage</b>	<b>Gesamt</b>
Volumen 2011	2,7 Mio.	3,2 Mio.	5,9 Mio.
Ø Aufenthaltsdauer	11,1 Tage	3,3 Tage	6,9 Tage
<b>Summe Urlaubstage in Schleswig-Holstein (inkl. An- und Abreisetag)</b>	<b>29,97 Mio.</b>	<b>10,56 Mio.</b>	<b>40,53 Mio.</b>
Anteil Bus-/Bahnreise	12%	13%	13%
SUMME Urlaubstage mit Bus-/Bahnreise	3,72 Mio.	1,37 Mio.	5,09 Mio.
<b>Summe Aufenthaltstage (ohne Anreise- und Abreisetage)</b>	<b>24,57 Mio.</b>	<b>4,16 Mio.</b>	<b>28,73 Mio.</b>

Datenquellen: Urlaubsreisen: FUR; RA 2012; Basis: 69,5 Mio. Urlaubsreisen 5 Tage+ (n = 7.613); Kurzurlaubsreisen: FUR, RA *online* 5 und 11/2011 mit Angaben für die 1.-3. Kurzurlaubsreise der Onliner 14-70 Jahre in Deutschland, Basis: 74,2 Mio. Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage (n = 2.784)

Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 2-5

Zielsetzung und Methode

Seite 7-9

1. Wohnortausflüge in und nach Schleswig-Holstein

Seite 11-15

**2. Kurzurlaubs- und Urlaubsreisen nach Schleswig-Holstein**

- Volumen und Verkehrsmittelnutzung bei der Anreise
- **Reiseverhalten auf Bus- und Bahnreisen**
- Soziodemographie der ÖV-Nutzer und ÖV-affinen SH-Interessenten

Seite 17-22

**Seite 24-25**

Seite 27-28

3. Urlaubsortausflüge der Schleswig-Holstein-Gäste

- Ausflugsintensität, -häufigkeit und -ziele
- Verkehrsmittelnutzung in der Urlaubsregion
- Erwartungen, Relevanz und Zufriedenheit

Seite 30-31

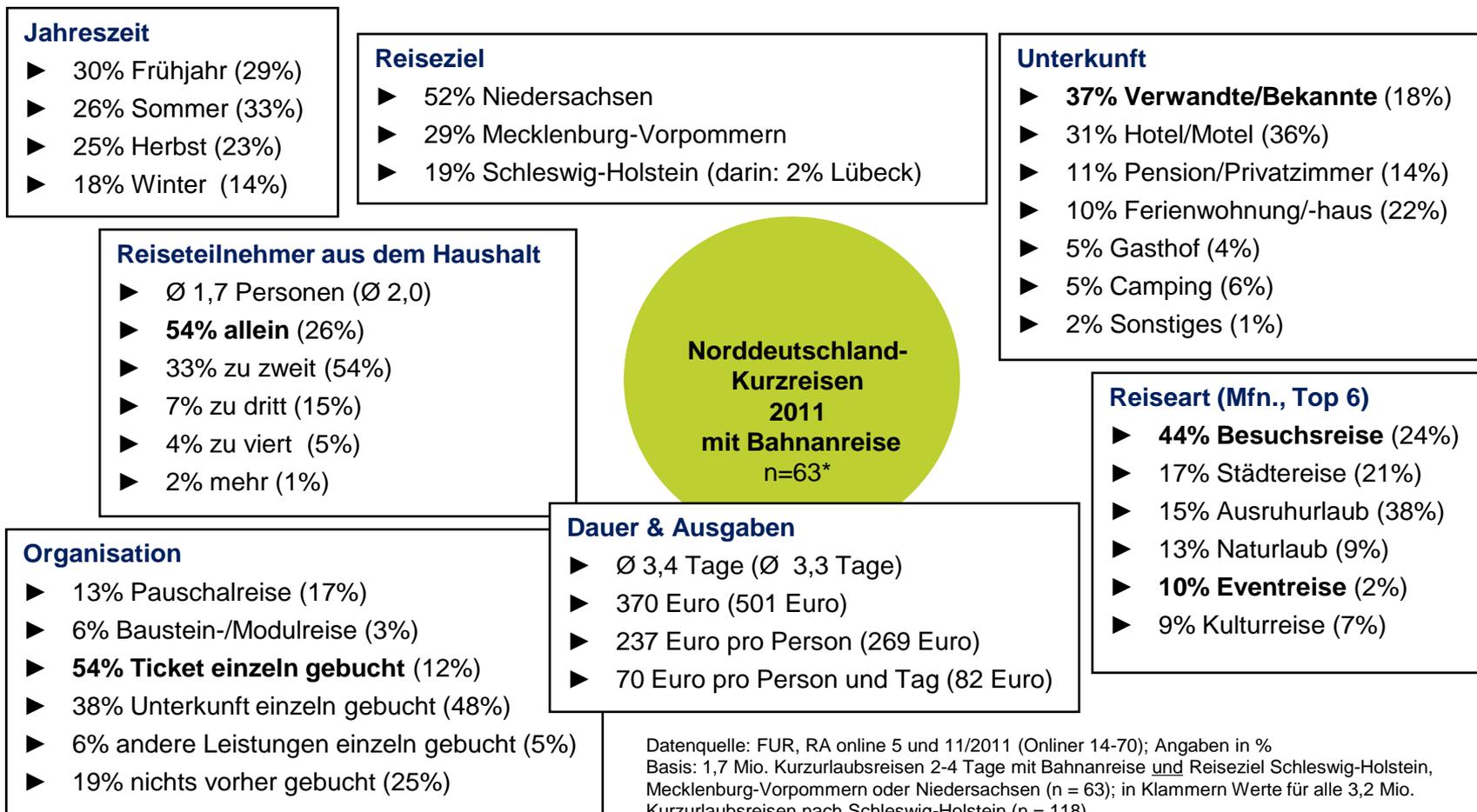
Seite 33-38

Seite 40-43

4. Anregungen, Ideen und Vorschläge verschiedener Akteure

Seite 45-54

## Kurzurlaube (2-4 Tage) mit der Bahn im Norden: Viele Alleinreisende, neben Besuchsreisen vor allem Städtetrips und Eventbesuche, oft im Hotel



Datenquelle: FUR, RA online 5 und 11/2011 (Onliner 14-70); Angaben in %  
Basis: 1,7 Mio. Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage mit Bahnreise und Reiseziel Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern oder Niedersachsen (n = 63); in Klammern Werte für alle 3,2 Mio. Kurzurlaubsreisen nach Schleswig-Holstein (n = 118)

\* Ergebnisse sind aufgrund geringer Fallzahlen nur begrenzt aussagekräftig.

### SH-Urlaubsreisen (5 Tage+) mit Bahn-/Bus-Anreise: Viele Alleinreisende, selten mit Kindern, hoher Pauschalreiseanteil, meist im Hotel oder VFB

- **Reisedauer:** Im Mittel reisen Befragte mit Anreiseverkehrsmittel Bahn/Bus für 11,3 Tage nach Schleswig-Holstein.
- **Reiseantritt:** Beliebteste Reisezeit für einen Urlaub in Schleswig-Holstein ist der Sommer, gefolgt vom Frühjahr. Dies gilt auch für Gäste, die mit dem Bus oder der Bahn nach Schleswig-Holstein reisen, allerdings hat der Sommer hier eine geringere Relevanz.
- **Reisebegleitung:** Personen, die mit Bus/Bahn anreisen, reisen häufig allein bzw. in Begleitung von nur 1 weiteren Person. Kinder sind nur selten dabei.
- **Organisation:** Hinsichtlich der Organisationsform gibt es keine klaren Favoriten. Verglichen mit allen SH-Urlaubsreisen ist der Anteil der Pauschalreisen aber unter den Befragten mit Anreiseverkehrsmittel Bahn/Bus hoch.
- **Unterkunft:** Befragte, die Bus oder Bahn zur Anreise nach Schleswig-Holstein nutzten, übernachteten dagegen am häufigsten im Hotel/Gasthof oder bei Verwandten/Bekanntem. Ferienwohnungen/-häuser haben einen geringeren Stellenwert als bei anderen SH-Urlaubsreisen.
- **Reiseausgaben:** Auf SH-Urlaubsreisen mit Bus-/Bahn-Anreise wird insgesamt weniger Geld ausgegeben als das bei anderen Urlaubsreisen nach Schleswig-Holstein der Fall ist, bei vergleichbarer Aufenthaltsdauer.
- **Reisearten:** Bus-/Bahnreisen nach Schleswig-Holstein werden häufig als Ausruhurlaube und/oder als Verwandten-/Bekanntenerurlaub bezeichnet, oft auch als Familienferien.
- **Wichtigkeit der Reise:** SH-Urlaubsreisen mit Bahn-/Bus-Anreise werden etwas seltener als wichtigste Urlaubsreise des Jahres bezeichnet als andere SH-Urlaubsreisen.

Datenquelle: FUR, RA 2012

Basis: 0,3 Mio. Schleswig-Holstein-Urlaubsreisen mit Anreiseverkehrsmittel Bus oder Bahn (n=37, aufgrund der geringen Fallzahl beschränken wir uns hier auf qualitative Aussagen.); 2,7 Mio. Schleswig-Holstein-Urlaubsreisen 5 Tage+ (n=300)

Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 2-5

Zielsetzung und Methode

Seite 7-9

1. Wohnortausflüge in und nach Schleswig-Holstein

Seite 11-15

**2. Kurzurlaubs- und Urlaubsreisen nach Schleswig-Holstein**

- Volumen und Verkehrsmittelnutzung bei der Anreise
- Reiseverhalten auf Bus- und Bahnreisen
- **Soziodemographie der ÖV-Nutzer und ÖV-affinen SH-Interessenten**

Seite 17-22

Seite 24-25

**Seite 27-28**

3. Urlaubsortausflüge der Schleswig-Holstein-Gäste

- Ausflugsintensität, -häufigkeit und -ziele
- Verkehrsmittelnutzung in der Urlaubsregion
- Erwartungen, Relevanz und Zufriedenheit

Seite 30-31

Seite 33-38

Seite 40-43

4. Anregungen, Ideen und Vorschläge verschiedener Akteure

Seite 45-54

## Kurzurlauber mit der Bahn im Norden: Vorwiegend mittleren Alters, leben in kleinen Haushalten, häufig in großen Städten, oft in NRW

### Alter & Kinder im Haushalt

- ▶ Ø Alter: 41 Jahre (44 Jahre)
- ▶ 6% 14-19 Jahre (6%), **38% 20-39 Jahre** (24%), 45% 40-59 Jahre (52%), 11% 60-70 Jahre (18%)
- ▶ **89% ohne Kinder bis 15 Jahre** im Haushalt (73%)

### Haushaltsgröße

- ▶ **1 Person: 33%** (16%)
- ▶ 2 Personen: 40% (44%)
- ▶ 3 Personen: 17% (20%)
- ▶ 4+ Personen: 10% (20%)

### Staatsangehörigkeit

- ▶ **100% Deutsch** (99%)
- In anderen Bundesländern ist das übrigens anders: 7% aller Inlands-Kurzreisenden haben eine ausländische Staatsbürgerschaft!

### Schulbildung & Berufstätigkeit

- ▶ 33% Grund-/Volks-/Hauptschule (32%)
- ▶ 29% Mittlere Reife (36%)
- ▶ **39% Abi/Studium** (32%)
- ▶ 56% berufstätig (68%) – viele Studenten!

**Norddeutschland-Kurzreisende**  
2011 mit Bahnreise  
n=63\*

### Wohnortgröße

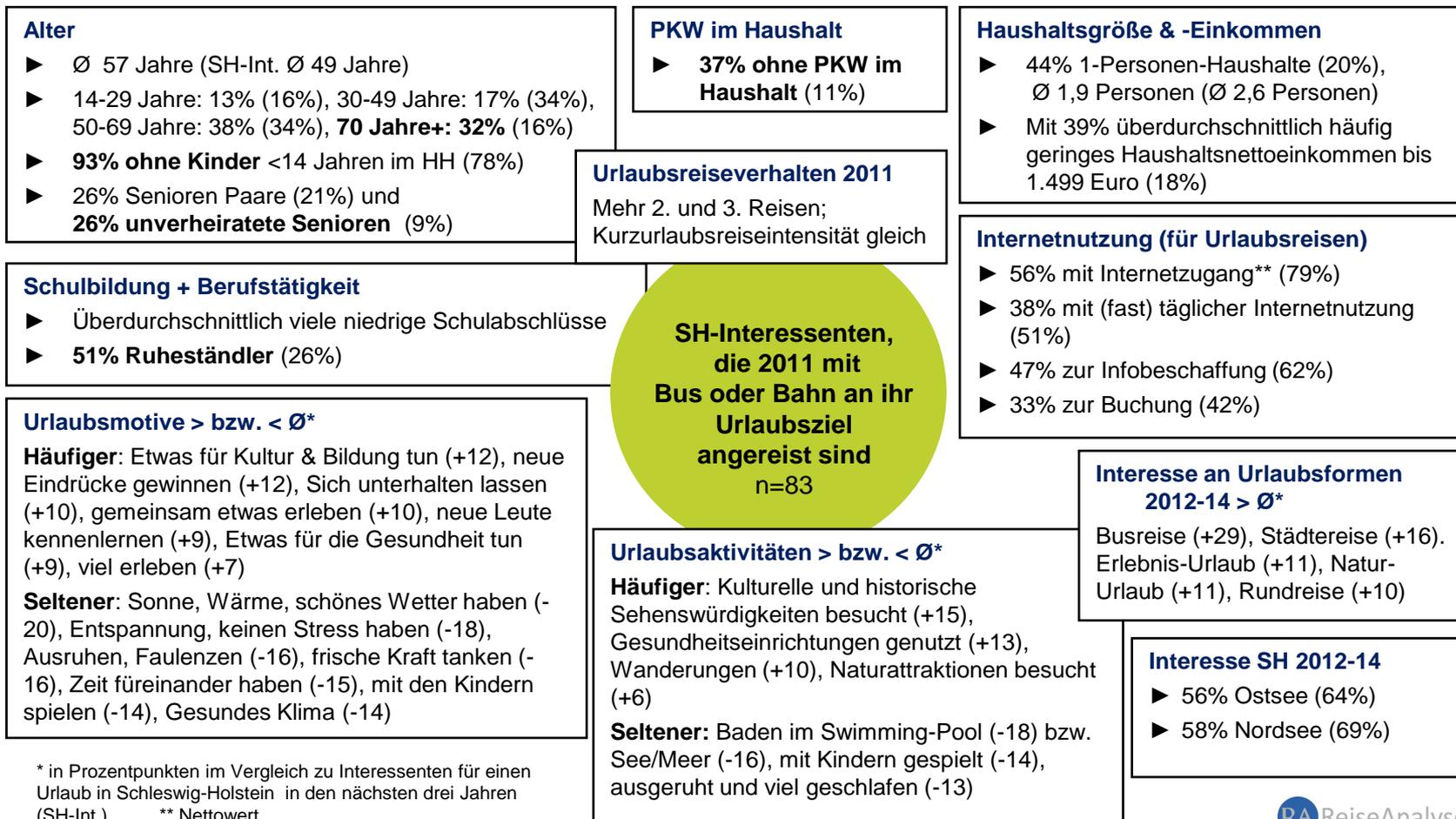
- ▶ < 5.000 Einwohner: 6% (19%)
- ▶ 5.000 – 49.999 Einwohner: 30% (44%)
- ▶ 50.000 – 99.999 Einwohner : 7% (9%)
- ▶ **100.000 – 499.999 Einwohner: 21%** (11%)
- ▶ **500.000 und mehr Einwohner : 35%** (17%)

### Herkunft (Top 7)

- ▶ **29% NRW** (22%)
- ▶ 11% Baden-Württemberg (5%)
- ▶ 7% Brandenburg (1%)
- ▶ 7% Hessen (8%)
- ▶ 7% Thüringen (2%)
- ▶ 7% Berlin (2%)
- ▶ 6% Niedersachsen (27%)

Datenquelle: FUR, RA online 5 und 11/2011 (Onliner 14-70); Angaben in %  
Basis: 1,7 Mio. Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage mit Bahnreise und Reiseziel Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern oder Niedersachsen (n=63);  
in Klammern Werte für alle 3,2 Mio. Kurzurlaubsreisen nach Schleswig-Holstein (n=118) \* Ergebnisse sind aufgrund geringer Fallzahlen nur begrenzt aussagekräftig.

## ÖV-affine SH-Interessenten: Vorwiegend ältere, häufig alleinstehende Personen, einige ohne Pkw, Interesse an Busreisen, Städtereisen, Kultur, Gesundheit, Wanderungen



Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 2-5

Zielsetzung und Methode

Seite 7-9

1. Wohnortausflüge in und nach Schleswig-Holstein

Seite 11-15

2. Kurzurlaubs- und Urlaubsreisen nach Schleswig-Holstein

- Volumen und Verkehrsmittelnutzung bei der Anreise
- Reiseverhalten auf Bus- und Bahnreisen
- Soziodemographie der ÖV-Nutzer und ÖV-affinen SH-Interessenten

Seite 17-22

Seite 24-25

Seite 27-28

**3. Urlaubsortausflüge der Schleswig-Holstein-Gäste**

- **Ausflugsintensität, -häufigkeit und -ziele**
- Verkehrsmittelnutzung in der Urlaubsregion
- Erwartungen, Relevanz und Zufriedenheit

**Seite 30-31**

Seite 33-38

Seite 40-43

4. Anregungen, Ideen und Vorschläge verschiedener Akteure

Seite 45-54

### 3. Urlaubsortausflüge der Schleswig-Holstein-Gäste - Ausflugsintensität, -häufigkeit und -ziele

#### Zwei von drei SH-Gästen unternehmen Urlaubsortausflüge (Ø 3,9 Ausflüge)

Häufigkeit in %	SH gesamt (n=1.235)	Nordsee (n=360)	Ostsee (inkl. Großstädte) (n=619)	Ostsee (ohne Großstädte) (n=469)	Binnen- land (n=256)
Tagesausflug unternommen	65	65	63	72	68
• 1 Ausflug	8	7	7	7	10
• 2 Ausflüge	12	11	12	13	15
• 3 Ausflüge	13	13	14	16	9
• 4-6 Ausflüge	17	16	16	19	22
• 7 und mehr Ausflüge	8	8	7	8	10
Ausflüge gemacht, aber keine Angabe zur Anzahl	7	10	8	8	2

- **65% aller SH-Reisenden unternehmen während ihres Urlaubs einen (Tages-) Ausflug.** Von den Befragten mit Ziel Ostsee (ohne Großstädte) tun dies sogar 72%, im Binnenland 68% der Gäste.
- Im Durchschnitt unternehmen die SH-Reisenden **3,9 Ausflüge pro Urlaubsreise**, die Nordsee-Reisenden sogar 4,2.

Häufigkeit in %	(n=625)	(n=235)	(n=393)	(n=355)	(n=174)
Jeden Tag	23	27	15	16	36
Jeden 2. Tag	32	25	32	32	43
Jeden 3. Tag	14	11	20	21	7
Jeden 4. Tag	12	12	15	13	4
Jeden 5. Tag	6	9	6	6	3
Jeden 6. Tag	1	2	2	2	-
Jeden 7. Tag	6	7	5	5	4
Seltener als jeden 7. Tag	5	8	6	6	2
Ø Anzahl Ausflüge	3,9	4,2	3,7	3,8	3,9

Frage: „Haben Sie während Ihres gegenwärtigen Aufenthalts Ausflüge unternommen? **Falls ja**, wie viele Ausflüge waren dies?“

Datenquelle: Landesweite Gästebefragung Schleswig-Holstein 2011

Basis: Befragte mit Angaben zu Zahl der Ausflüge und/oder Aufenthaltsdauer

## Wichtigste Ausflugsziele der SH-Gäste: Innenstädte/Shopping-Center, Strand, Promenaden/Seebrücken, maritime Attraktionen, Schifffahrten

- An der **Nordsee** sind Strand/Badestellen das TOP-Ausflugsziel, gefolgt von maritimen Attraktionen, Innenstädten/Shopping-Center, Naturpark/Nationalparkzentren und Kirchen
- Hauptanziehungspunkt im **Binnenland**: Innenstädte/Shopping-Center
- Attraktive Ausflugsziele an der **Ostsee**: Innenstädte/Shopping-Center und Promenaden/Seebrücken

Häufigkeit TOP 10 in %	Nordsee (n=235)	Ostsee (inkl. Großstädte) (n=393)	Ostsee (ohne Großstädte) (n=355)	Binnen- land (n=174)
Innenstädte/Shopping-Center	35	55	55	57
Strand/Badestellen	50	44	46	32
Promenaden/Seebrücken	30	53	54	29
Maritime Attraktionen	36	33	33	29
(Ausflugs-)Schifffahrt	32	27	27	30
Landschaftliche Attraktionen	34	22	23	33
Kirchen	30	20	19	37
Wochenmärkte/Hofläden	26	27	27	20
Naturpark/Nationalparkzentren	33	12	13	28
Museen	19	11	10	17
Keine der genannten Attraktionen	1	2	2	4

*Frage: „Falls Sie Ausflüge unternommen haben, bitte nennen Sie hier die von Ihnen besuchten Ausflugsattraktionen. (Mehrere Antworten möglich)“, Listenvorlage mit 20 Ausflugszielen.*

Datenquelle: Landesweite Gästebefragung Schleswig-Holstein 2011

Basis: Befragte, die (Tages-)Ausflüge unternommen haben

Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 2-5

Zielsetzung und Methode

Seite 7-9

1. Wohnortausflüge in und nach Schleswig-Holstein

Seite 11-15

2. Kurzurlaubs- und Urlaubsreisen nach Schleswig-Holstein

- Volumen und Verkehrsmittelnutzung bei der Anreise
- Reiseverhalten auf Bus- und Bahnreisen
- Soziodemographie der ÖV-Nutzer und ÖV-affinen SH-Interessenten

Seite 17-22

Seite 24-25

Seite 27-28

**3. Urlaubsortausflüge der Schleswig-Holstein-Gäste**

- Ausflugsintensität, -häufigkeit und -ziele
- **Verkehrsmittelnutzung in der Urlaubsregion**
- Erwartungen, Relevanz und Zufriedenheit

Seite 30-31

**Seite 33-38**

Seite 40-43

4. Anregungen, Ideen und Vorschläge verschiedener Akteure

Seite 45-54

**27% der Gäste nutzten während ihrer SH-Urlaubsreise im Jahr 2003 den ÖPNV, im bundesweiten Vergleich ist das wenig**



**Öffentliche Verkehrsmittel in der Urlaubsregion:  
vorhanden – genutzt – vermisst?**

Öffentliche Verkehrsmittel	Reiseziel der Haupturlaubsreise		
	SH n = 302	Inland n = 2.222	Gesamt n = 6.031
Vorhanden	85%	89%	87%
Genutzt	27%	34%	38%
Hat mir gefehlt	3%	2%	2%

*Frage: Damit es einem im Urlaub an nichts fehlt, müssen gewisse Einrichtungen oder Angebote in der Urlaubsregion vorhanden sein. Auf dieser Liste stehen einige typischen Einrichtungen/Angebote von Tourismusregionen. (Liste mit 20 Einrichtungen/Angeboten) Was davon war am Reiseziel Ihrer Haupturlaubsreise 2003 vorhanden, was davon haben Sie genutzt und was hat Ihnen dort gefehlt?*

Datenquelle: Sonderzählung des Moduls Infrastruktur der RA 2004 der FUR (repräsentativ für alle Urlaubsreisenden 2003, 14 Jahre+)

**Profil Urlaubs-ÖPNV-Nutzer (n = 2.261)**

Soziodemographie/Lebensphase

- Überdurchschnittlich oft 14-29-Jährige
- Hauptsächlich Nutzer ohne Kinder
- Überdurchschnittlich viele Nutzer aus unteren Einkommensklassen (aber: kleine Haushalte)
- Lebensphase: besonders viele junge Unverheiratete, ältere Unverheiratete, unverheiratete Senioren

Reiseverhalten

- Hoher Pauschalreiseanteil
- Vor allem Bahn-/Flugreisende
- Unterkunft: Hotel, Übernachtung bei Bekannten und Verwandten
- Reiseteilnehmer: vergleichsweise häufig Alleinreisende
- Urlaubsreiseart: Studienreisen, Verwandten-/Bekanntebesuche

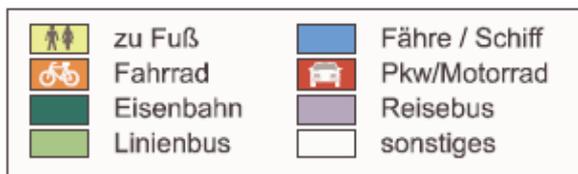
Weitere Nutzungsinteressen

- ÖPNV-Nutzer sind sehr aktive Urlauber, die alle weiteren Angebote überdurchschnittlich häufig nutzen.



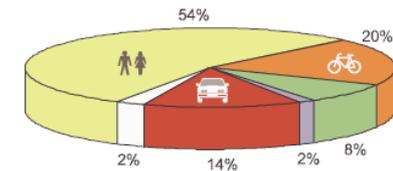
### Gäste der Inseln und Halligen sind vor Ort gerne auch ohne Auto mobil

- Während des Aufenthaltes auf den Inseln und den Halligen treten das Radfahren und das Wandern in den Vordergrund.
- Der Pkw spielt vor allem auf langen Strecken und bei Ausflügen aufs Festland eine dominante Rolle, insbesondere wenn es keine alternativen Mobilitätsangebote gibt.
- Gezielte Nachfragen bei den Urlaubsgästen und den Tourismusinformatoren haben ergeben, dass viele Urlaubsgäste wenig Interesse daran haben, ihren Pkw während des Urlaubs zu nutzen, selbst wenn mit diesem die Anreise erfolgt ist.

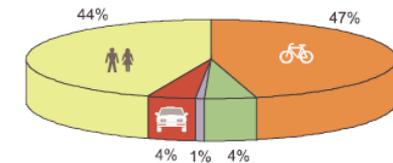


Hauptverkehrsmittel bei Ausflügen auf der Urlaubsinsel

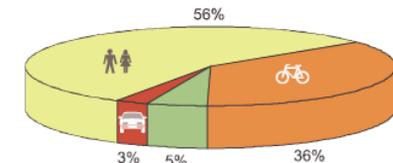
Sylt (n=97)



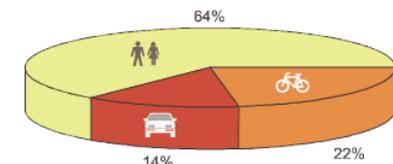
Föhr (n=96)



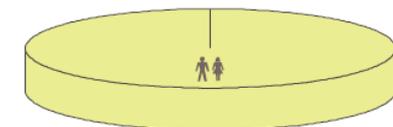
Amrum\* (n=57)



Langeneß\* (n=25)



Helgoland\* (n=33)



Quelle: Urbanus (2007): Mobilität und Erreichbarkeit der Inseln und Halligen in Nordfriesland sowie der Hochseeinsel Helgoland, Kurzfassung des Endberichts, S. 20/22

\* Ergebnisse sind aufgrund geringer Fallzahlen nur begrenzt aussagekräftig.

## SH-Übernachtungsgäste gaben im Jahr 2000 pro Tag und Person 1,40 Euro für den „lokalen Transport“ aus, insgesamt über 56 Mio. Euro

- In Schleswig-Holstein entfallen nur knapp 2% der Ausgaben pro Tag und Person auf den lokalen Transport (z.B. Bus, Bahn, Mietwagen, Mietfahräder).
- An der Nordsee sind die Ausgaben für die lokalen Transport am höchsten (sowohl prozentual als auch absolut), dicht gefolgt vom „übrigen“ Schleswig-Holstein.
- Im Vergleich zu den relativ niedrigen Ausgaben für Unterkunft und Verpflegung sind die Ausgaben für den lokalen Transport in der Holsteinischen Schweiz relativ hoch.
- Bezieht man diese Daten auf die 40,53 Mio. Urlaubstage, die aktuell in SH verbracht werden (vgl. Seite 19), ergeben sich Ausgaben in Höhe von 56,74 Mio. Euro.



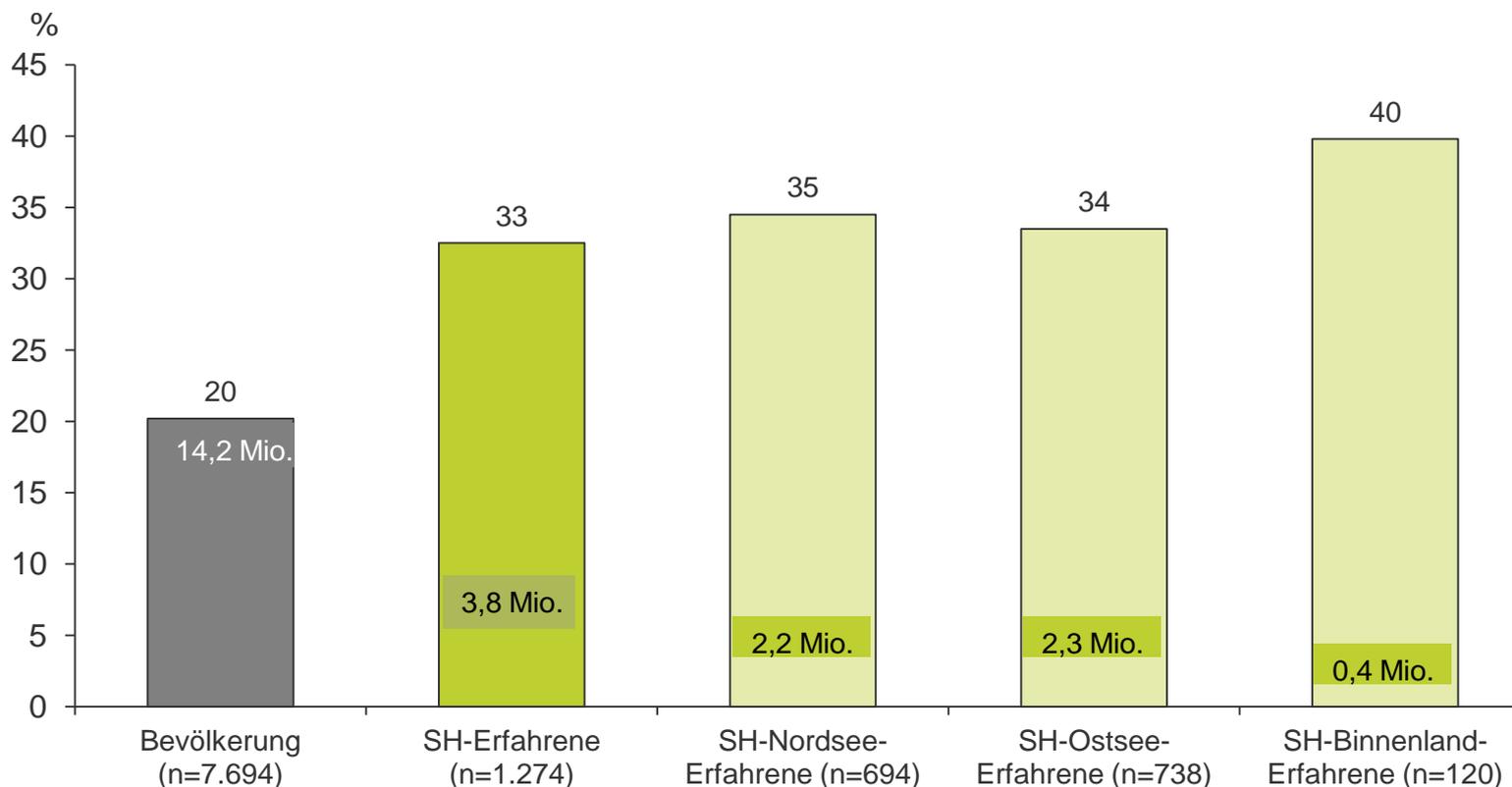
Reisegebiet	Ø Ausgaben pro Tag und Person in Euro für						
	Unterkunft	Verpflegung im Gast-gewerbe	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	lokalen Transport	sonstige Dienst-leistungen	Summe
<b>Schleswig-Holstein</b>	<b>24,20</b>	<b>21,50</b>	<b>7,30</b>	<b>3,40</b>	<b>1,40</b>	<b>12,70</b>	<b>70,50</b>
Nordsee	25,40	23,20	5,50	3,20	1,80	12,30	<b>71,40</b>
Ostsee	23,20	19,10	8,30	2,90	0,90	11,60	<b>66,00</b>
Holsteinische Schweiz	19,60	20,80	5,20	4,40	1,60	18,80	<b>70,40</b>
Übriges Schleswig-Holstein	24,90	23,90	9,10	4,60	1,70	15,20	<b>79,40</b>

Quelle: dwi /Harrer, Bernhard und Scherr, Silvia (2002): Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland (im Auftrag der Wirtschaftsministerien des Bundes und der Länder)

Basis: Bundesweite face-to-face-Befragung von rund 15.700 Übernachtungsgästen im Zeitraum November 1999 bis Oktober 2000, gewichtet

In Deutschland leben 14,2 Mio. Urlaubsradler, dazu gehört auch jeder dritte Schleswig-Holstein-Urlauber - unter den Binnenland-Gästen sind besonders viele Radler

Im Urlaub in den letzten drei Jahren sehr häufig oder häufig Rad gefahren sind...

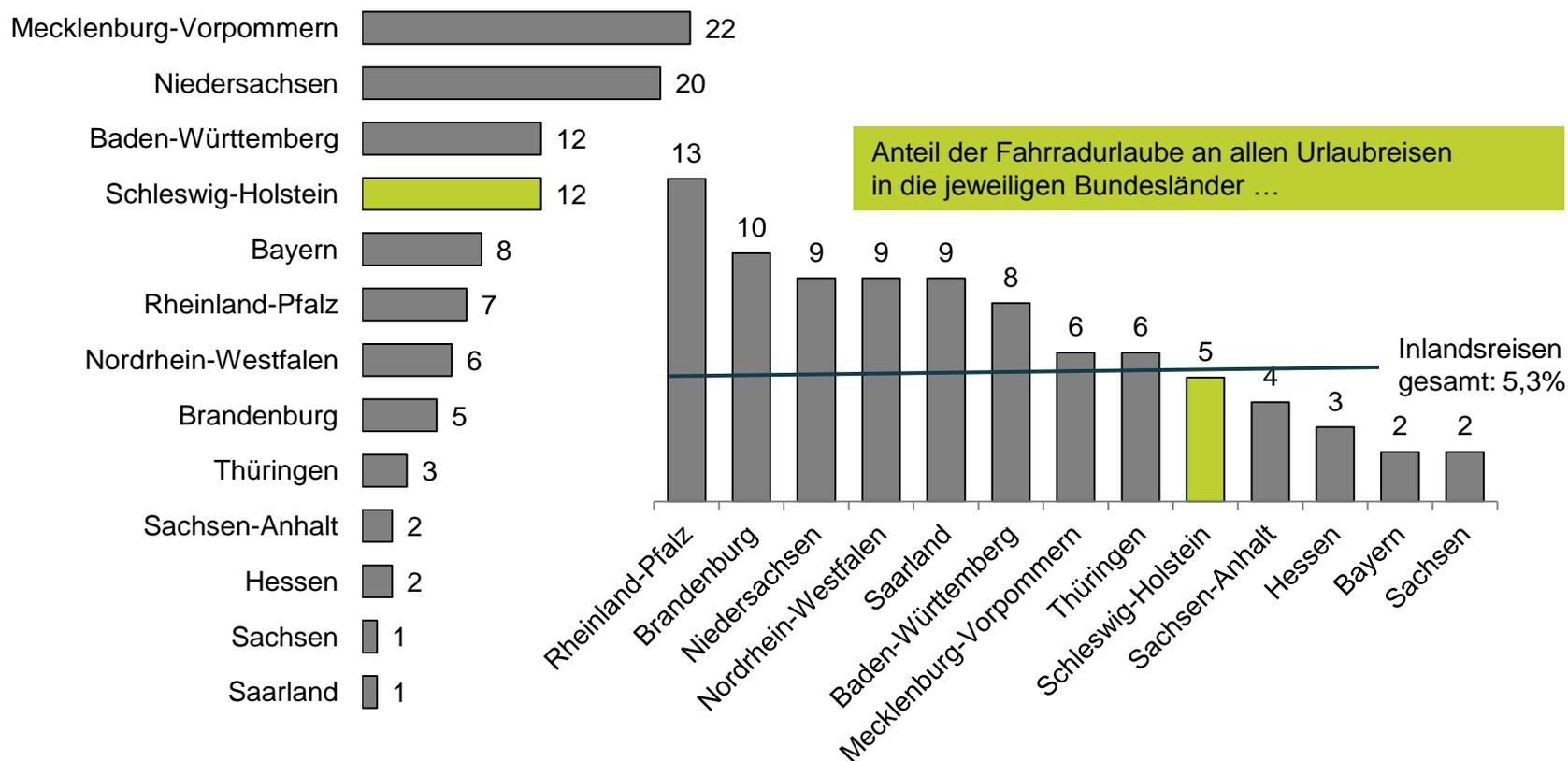


Frage: Welche dieser Aktivitäten haben Sie während Ihres Urlaubs in den letzten drei Jahren, also 2008, 2009 oder 2010 sehr häufig oder häufig ausgeübt?"

Datenquelle: FUR, RA 2011 face-to-face, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung 14+ J., Erfahrene = Erfahrung mit Reiseziel im Zeitraum 2008-2010

**Schleswig-Holstein ist auf Rang 4 der Fahrradurlaubsziele im Inland,  
5% der SH-Urlaube sind Fahrradurlaube**

Inländische Ziele von Fahrradurlauben 2010



Datenquelle: FUR, RA 2011 *face-to-face*, Basis: 1,1 Mio. Fahrradurlaube 2010 der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ J. ins Inland, Angaben in %

## Gästekarten (insbesondere Vergünstigungen im ÖPNV) wurden im Jahr 2001 von den Gästen im Kreis Ostholstein positiv beurteilt

- Der Kreis der **Nutzer der Gästekarten** in Orten, die eine Gästekarte anbieten, umfasste (im Jahr 2001) über zwei Drittel der Urlauber (70%). Es werden also mit den Gästekarten in diesen Orten nicht alle Urlauber erreicht.
- Die **Information über das Angebot an Gästekarten** ist unter den Gästen während ihres Aufenthaltes nicht vollständig. In Orten, die eine Gästekarte anbieten, wussten im Jahr 2001 lediglich 77% der Befragten von diesem Angebot. 13% der Urlauber wussten hingegen nicht, ob es in ihrem Urlaubsort eine Gästekarte gibt oder nicht.
- Ähnliches gilt für die **Information der Gäste vor der Anreise**. Ein Drittel der Urlauber (34%) hat vor dem Reiseantritt nicht gewusst, ob es in ihrem Urlaubsort Gästekarten gibt oder nicht. Ein weitaus höherer Anteil der Urlauber (53%) hat keine Kenntnis von Vergünstigungen im ÖPNV der Region, die mit der Gästekarte verbunden sind. Fast drei Viertel der Urlauber (74%) gaben an, dass die Vergünstigungen im ÖPNV keine Rolle für ihre Urlaubsentscheidung spielt.
- Die Urlauber **beurteilen die Gästekarten** überwiegend **positiv**:
  - 67% der Urlauber finden Gästekarten gut.
  - Mit der Gästekarte verbundene Vergünstigungen im ÖPNV finden sogar 75% aller Urlauber gut.
  - Etwas besser fällt die Befürwortung weiterer Vergünstigungen für Gästekartenbesitzer (z.B. bei Eintrittsgeldern) aus (80%).
  - Die Vergünstigung im ÖPNV ist für 24% der Urlauber anscheinend die „notwendige Bedingung“ für den Erwerb der Gästekarte. Die Gästekarten werden aber erst durch weitere Vergünstigungen richtig interessant.
  - Drei Viertel (74%) der Urlauber würden allerdings keinen höheren Betrag für die Gästekarte zahlen wollen, wenn sie dafür verbilligt mit der Regionalbahn fahren könnten.

Quelle: NIT (2001): Gästebefragung im Rahmen der Umsetzung des touristischen Verkehrskonzeptes des Landes Schleswig-Holstein in der Modellregion Ostholstein (Auftraggeber: Kreis Ostholstein)  
Basis: Schriftliche Befragung von n=4.810 Übernachtungsgeästen in gewerblichen und privaten Unterkünften sowie auf Campingplätzen im Kreis Ostholstein

Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 2-5

Zielsetzung und Methode

Seite 7-9

1. Wohnortausflüge in und nach Schleswig-Holstein

Seite 11-15

2. Kurzurlaubs- und Urlaubsreisen nach Schleswig-Holstein

- Volumen und Verkehrsmittelnutzung bei der Anreise
- Reiseverhalten auf Bus- und Bahnreisen
- Soziodemographie der ÖV-Nutzer und ÖV-affinen SH-Interessenten

Seite 17-22

Seite 24-25

Seite 27-28

**3. Urlaubsortausflüge der Schleswig-Holstein-Gäste**

- Ausflugsintensität, -häufigkeit und -ziele
- Verkehrsmittelnutzung in der Urlaubsregion
- **Erwartungen, Relevanz und Zufriedenheit**

Seite 30-31

Seite 33-38

**Seite 40-43**

4. Anregungen, Ideen und Vorschläge verschiedener Akteure

Seite 45-54

## Erwartungen der SH-Urlauber an Ausflüge und Mobilität in Schleswig-Holstein unterscheiden sich in den SH-Zielgruppen

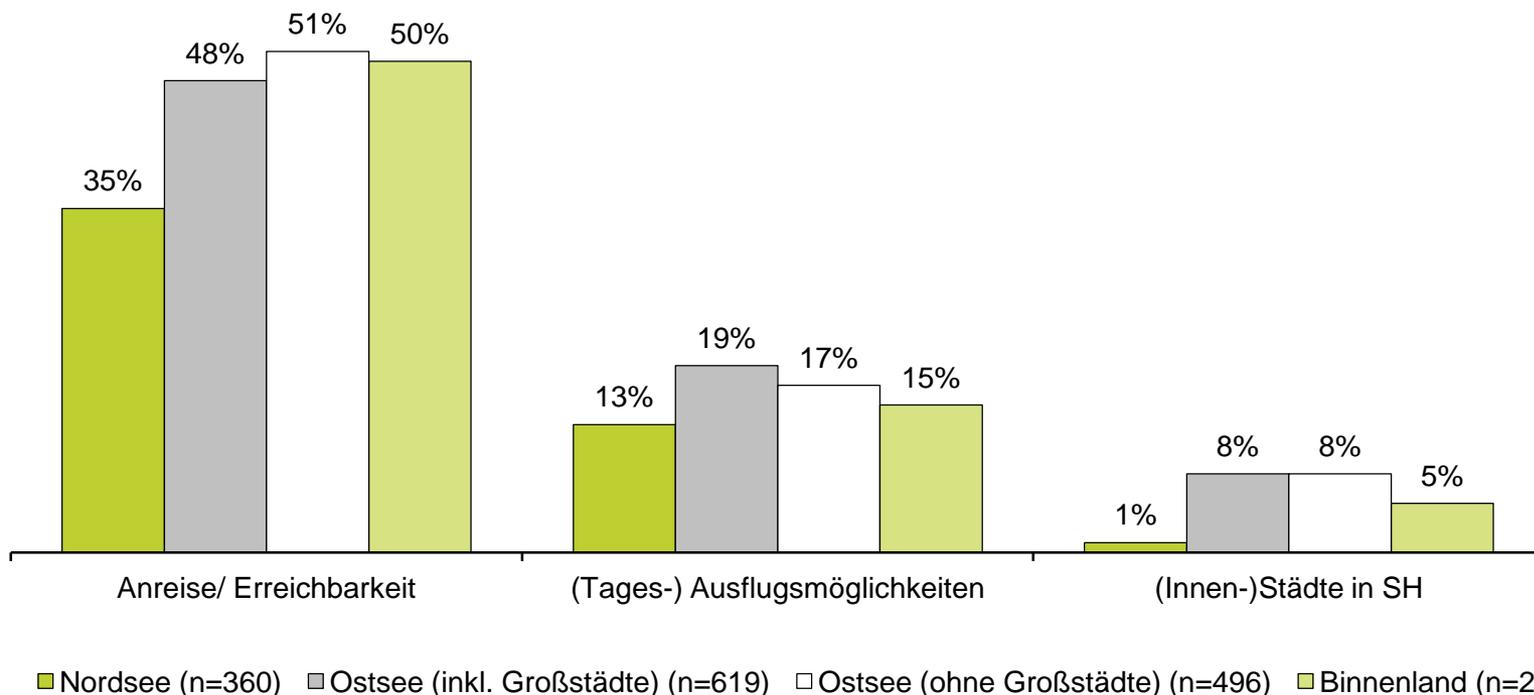
Basis: Gruppendiskussionen

	<b>Anspruchsvolle Genießer</b>	<b>Best Ager</b>	<b>Familienorientierte</b>
<b>Ausflüge, Kultur &amp; Unterhaltung</b>	Viel sehen und unternehmen, Land & Leute kennen lernen, Kultur/Historisches, keine künstliche/aufgesetzte Unterhaltung.	Viel sehen und unternehmen, Land & Leute kennen lernen, den Horizont erweitern.	Ausflüge dürfen nicht zu lang sein und das Ziel muss für Kinder geeignet sein. Kindergerechte Unterhaltung & Veranstaltungen.
<b>An- &amp; Abreise</b>	Komfortabel anreisen, wenn möglich kurze Anreisedauer (längere Anreisen sind aber auch ok), mit dem Pkw bis zur Unterkunft, Anreise mit Pkw, um vor Ort mobil zu sein.	Unkomplizierte Anreise, ohne die Gefahr sich beim Umsteigen zu verlaufen/zu verfahren. Bei Bahnreise: Shuttle- Service Bahnhof-Hotel.	Möglichst kurze Anreise wichtig, Bahnfahren angenehmer für die Kinder als im Auto zu sitzen, Pkw aber praktisch wg. Gepäck.
<b>Verkehrssituation im Ort &amp; Ortsbild</b>	Gastronomie/Außen-gastronomie wichtig für das Ortsbild, Wegenetz und -beschilderung wichtig (z.B. für Radtouren), ÖPNV für Ausflüge und um abends ausgehen zu können.	Ruhe und Sauberkeit, gewisses Angebot an ÖPNV für Ausflüge.	Sicherheit für Kinder und kurze Wege vor Ort (um das Auto stehen lassen zu können).

Quelle: Winkler, K./Lohmann, M. (2007): Gutachten zur Optimierung der touristischen Infrastruktur in Schleswig-Holstein. Ergebnisbericht Nachfrageanalyse, S. 56

## Erreichbarkeit und Ausflugsmöglichkeiten sind für Ostsee- und Binnenland-Reisende wichtiger als für Nordsee-Reisende

### Besonders wichtige Aspekte bei der Entscheidung für das Reiseziel

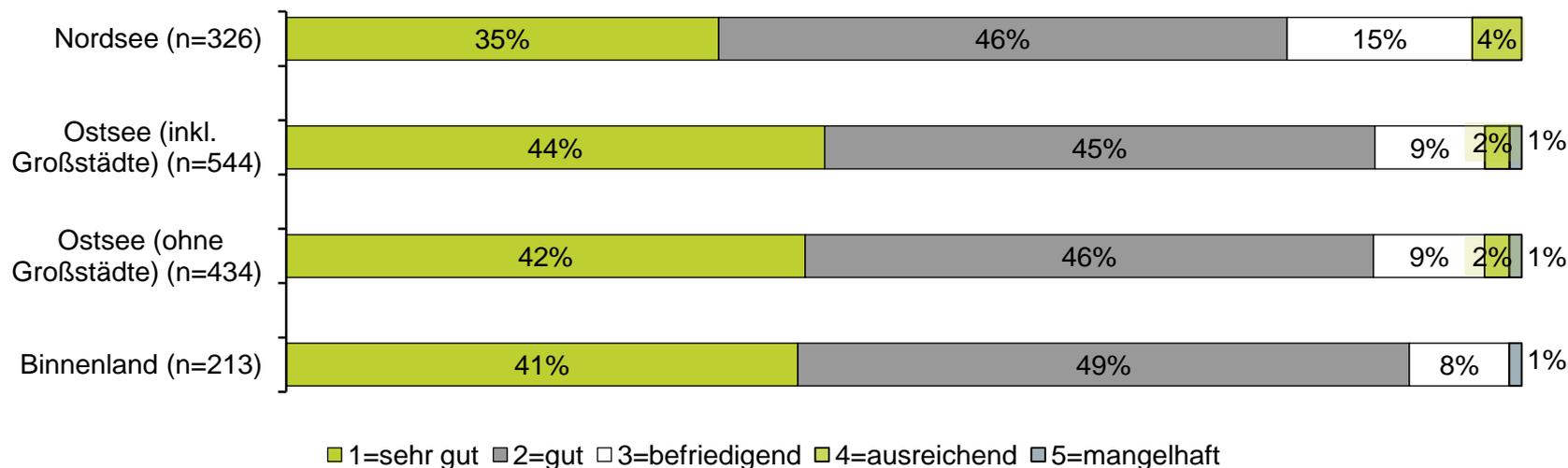


Frage: „Welche der folgenden Aspekte waren bei der Entscheidung für Ihr gegenwärtiges Reiseziel besonders wichtig?“ (Mehrfachnennungen möglich)

Datenquelle: Landesweite Gästebefragung Schleswig-Holstein 2011

Basis: Alle Befragten mit Angaben zur Region, Angaben in %; an 100% fehlende Angaben: „Kann ich nicht sagen/weiß nicht“

**Je nach Region bewerten 80 bis 90% der Gäste die Erreichbarkeit ihres Reiseziels in SH mit gut oder sehr gut, Erreichbarkeit der Nordseeziele wird am schlechtesten bewertet**



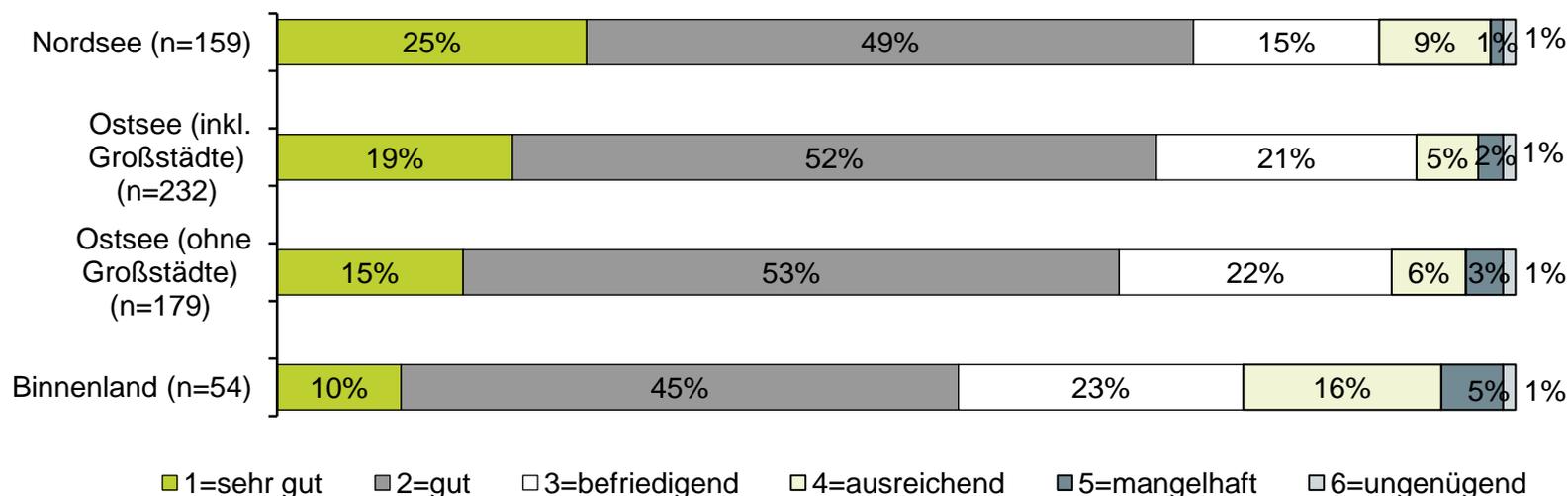
Ostsee- und Binnenland-Reisende sind mit den **Anreisemöglichkeiten bzw. der Erreichbarkeit** zufriedener als Nordsee-Reisende, Befragte aus dem Gebiet Nordsee bewerten sie deutlich seltener als „sehr gut“.

Frage: „Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten in Ihrem Reiseziel?“

Datenquelle: Landesweite Gästebefragung Schleswig-Holstein 2011

Basis: Alle Befragten mit Angaben, Angaben in %

**Je nach Region bewerten zwischen 55 und 75% der SH-Gäste den ÖPNV als gut oder sogar sehr gut, Nordseeziele schneiden am besten ab**



Die **Zufriedenheit** mit dem **öffentlichen Personennahverkehr** ist bei den Nordsee-Reisenden am größten, unter den Binnenland-Gästen am geringsten. Immerhin 22% der befragten Binnenland-Gäste bezeichnen den öffentlichen Personennahverkehr als „ausreichend“ bis „ungenügend“, nur jeder Zehnte beurteilt ihn als „sehr gut“.

Fraglich ist, ob nur diejenigen Angaben gemacht haben, die den ÖPNV auch tatsächlich genutzt haben.

Frage: „Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten in Ihrem Reiseziel?“  
 Datenquelle: Landesweite Gästebefragung Schleswig-Holstein 2011  
 Basis: Alle Befragten mit Angaben, Angaben in %

Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 2-5

Zielsetzung und Methode

Seite 7-9

1. Wohnortausflüge in und nach Schleswig-Holstein

Seite 11-15

2. Kurzurlaubs- und Urlaubsreisen nach Schleswig-Holstein

- Volumen und Verkehrsmittelnutzung bei der Anreise
- Reiseverhalten auf Bus- und Bahnreisen
- Soziodemographie der ÖV-Nutzer und ÖV-affinen SH-Interessenten

Seite 17-22

Seite 24-25

Seite 27-28

3. Urlaubsortausflüge der Schleswig-Holstein-Gäste

Ausflugsintensität, -häufigkeit und -ziele  
Verkehrsmittelnutzung in der Urlaubsregion  
Erwartungen, Relevanz und Zufriedenheit

Seite 30-31

Seite 33-38

Seite 40-43

**4. Anregungen, Ideen und Vorschläge verschiedener Akteure**

**Seite 45-54**

### Vorbemerkungen zu diesem Kapitel

- Im Rahmen der Sekundäranalyse erhielten wir Zugang zu zahlreichen Dokumenten zum Thema Mobilität und Tourismus in Schleswig-Holstein, die zwar keine oder nur wenige Nachfragedaten enthalten, die für die Entwicklung des LNVP aber dennoch interessant sein könnten.
- Aus diesem Grunde werden die Ideen, Anregungen und Vorschläge hier ebenfalls dargestellt. Einen Anspruch auf Vollständigkeit erheben wir bei dieser Darstellung allerdings nicht.

### Der Tourismusverband empfiehlt den Kommunen vor allem die überörtliche Vernetzung und Vermarktung sowie ein gutes Mobilitätsmanagement

#### Flankierende Aktivitätsinfrastruktur

In der Regel kann kein Ort allein die Anforderungen der Zielgruppen erfüllen. Der Erlebnisraum der Urlauber umfasst ein Umfeld von 30-45 Pkw-Minuten. Daher sind die Gäste selbst oftmals bereit, für ein gutes infrastrukturelles Angebot Anfahrzeiten in Kauf zu nehmen. Freizeit- und Erlebniseinrichtungen, z.B. Schwimmbäder, Spiel- und Sportanlagen, Reiterhöfe und Golfanlagen, Veranstaltungseinrichtungen und Angebote zur Abendunterhaltung, Museen, Besucherattraktionen und Natur-Infozentren, Freizeit- und Tierparks sowie Gesundheits- und Wellnesseinrichtungen, sollten daher eher nicht als örtliches Muss-Angebot, sondern als Ausflugsziel oder Schlechtwetterangebot im regionalen Umfeld verstanden werden. Insbesondere kostspielige Infrastruktur, wie z.B. ein Freizeitbad, muss nicht einzelörtlich, sondern in überörtlicher Abstimmung vorgehalten werden. Das gesamte Ausflugs-, Kultur-, Veranstaltungs- und Mobilitätsprogramm muss daher in regionaler Abstimmung erarbeitet werden.

#### Mobilitäts- und Verkehrsinfrastruktur

Der überörtlichen Vernetzung und Vermarktung der Infrastruktur kommt aus den dargestellten Gründen eine herausragende Bedeutung zu. Die Sicherstellung der Mobilität am Tourismusort und in dessen regionalem Umfeld ist von großer Bedeutung. Neben der PKW-Mobilität kommt es auch auf ein zielgruppenorientiert ausgebautes ÖPNV-System, eine gute Anbindung des Tourismusortes an ein regionales Rad-, Wander- und Lauf-/Walking-Wegenetz an. Die Kommunikation von Mobilitätsangeboten steigert die Attraktivität des Urlaubsortes und der Region und begünstigt damit die Reiseentscheidung und das Reiseerlebnis.

#### LTO-weites, bedarfsgerechtes Mobilitätsmanagement

Das Urlaubserlebnis des Gastes wird geprägt durch den Grad der Mobilität vor Ort. Diese Mobilität ist gegenwärtig häufig von der Erreichbarkeit per PKW abhängig, wird jedoch zukünftig mehr und mehr auch vom Öffentlichen Verkehr bestimmt sein. Werden infrastrukturelle Einrichtungen, die für die Gäste ein wichtiges Ausflugs- oder Schlechtwetterziel darstellen, regional abgestimmt und nicht mehr nur einzelörtlich vorgehalten, so stellen die Erreichbarkeit selbst und die Versorgung mit Informationen zur Mobilität ein zentrales Moment für den Gast dar.

Die gegenwärtige Situation in den allermeisten Tourismusorten des Landes ist jedoch von einer nachteiligen Situation gekennzeichnet: die ortsübergreifende Erreichbarkeit ist schlecht, sie ist nicht auf die Öffnungszeiten der Einrichtungen abgestimmt, es gibt wenig Vernetzung und Informationen zu Mobilität und Verkehr am Urlaubsort, sie sind entweder in den normalen Informationsplattformen nicht vorhanden oder kaum zu finden. Hierzu muss die Abstimmung zwischen Verkehrsplanung und Tourismus auf lokaler Ebene deutlich verbessert werden.



### Weitere Ideen aus dem Leitfaden des Tourismusverbandes: Optimierung der touristischen Infrastruktur in SH durch Besucherlenkung und Mobilitätsservices am Urlaubsort

- Regionsweite touristische Mobilitätsplattform, z.B. im Internet und an Infoterminals mit mobilitätsbezogenen und weiteren touristischen Informationen, Verfügbarkeit auch in Form von Print-Medien
- Aufbereitung des überörtlichen/-regionalen Tagesausflugsprogramms in Form von buchbaren Paketen, hierbei Einbeziehung von Mobilitätsleistungen
- Einsatz bedarfsgerechter Mehrkapazitäten zu bestimmten Themen, wie z.B. „Badebus“ zwecks Erreichbarkeit eines überörtlichen Spaßbades, „Kulturbus“ zur Verbesserung der Erreichbarkeit von kulturellen Abendveranstaltungen
- Ausrichtung des ÖPNV-Angebotes auf Bedürfnisse von für die LTO wichtigen Gästegruppen, z.B. Radbeförderung im ÖPNV, ÖPNV-Verbindungen von hochfrequenten Strandabschnitten
- Aufbau von Mobilitätsservices und Informationen für Familien, ältere Menschen, Menschen mit Mobilitätseinschränkungen
- Ausbau spannender Mobilitätsformen, z.B. flächendeckender Seebäderverkehr, Schienenverkehr in historischen Zügen, Erlebnisangebote auf Fähren
- Weiterentwicklung und regionale Vernetzung der Tarifangebote
- Vernetzung der ÖPNV-Pläne und Abstimmung auf die Öffnungszeiten der Infrastruktureinrichtungen für den Gast



Anmerkung: Laut Auskunft von Catrin Homp (TVSH) befindet sich die Umsetzung dieser Ideen noch in den Anfängen bzw. ist noch nicht erfolgt

Quelle: Tourismusverband Schleswig-Holstein (Hrsg.) (2009): Optimierung der touristischen Infrastruktur – Ein Leitfaden für Kommunen, S. 32

# Touristen erwarten eine bequeme und vor allem lückenlose Mobilität vor Ort und benötigen Anreize zur ÖPNV-Nutzung

## Erwartungshaltung der Touristen

Touristen schätzen die Bequemlichkeit und den Komfort. An- und Abreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln sowie Beweglichkeit vor Ort müssen sich an den Ansprüchen an einen Urlaub mit eigenem Fahrzeug messen lassen. Eine „Rundum-Versorgung“ wird erwartet. Entsprechende Anreize können helfen, die Akzeptanz der ÖPNV-Angebote zu erhöhen.

## Empfehlungen für Tourismusorte

Die Informationen zu An- und Abreise müssen einfach auffindbar (eigener Button) und lückenlos bis zum Endziel sein, alle beteiligten Verkehrsträger einschließen sowie kartographisch aufbereitet sein. Entsprechende Komplettierungen und qualitative Verbesserungen waren bei allen getesteten Websites notwendig.

## Empfehlungen für Ausflugsziele

Viele Ausflugsziele nutzen das Internet weder als aktive Mobilitätsberatung noch als Basisinformationsquelle zur Erreichbarkeit ihrer Einrichtung mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Lenkende Einflussname auf die Verkehrsmittelwahl wird vernachlässigt.

## Anreize zur ÖPNV-Nutzung für Touristen

- Zusatznutzen für den Gast, z.B. zusätzliche Serviceleistungen, Zusatzleistungen von Gästekarten
- Erlebnischarakter, z.B. Nostalgiebahnfahrten, Erlebnisbus, Gläserner Zug
- Komfort und Bequemlichkeit, z.B. Gepäcktransport von Tür zu Tür, Shuttledienste
- Spaß und Vergnügen, z.B. anspruchsvolle radtouristische Angebote, Verknüpfung Event und Anreise, Verknüpfung Anreise und Ausflugsattraktion



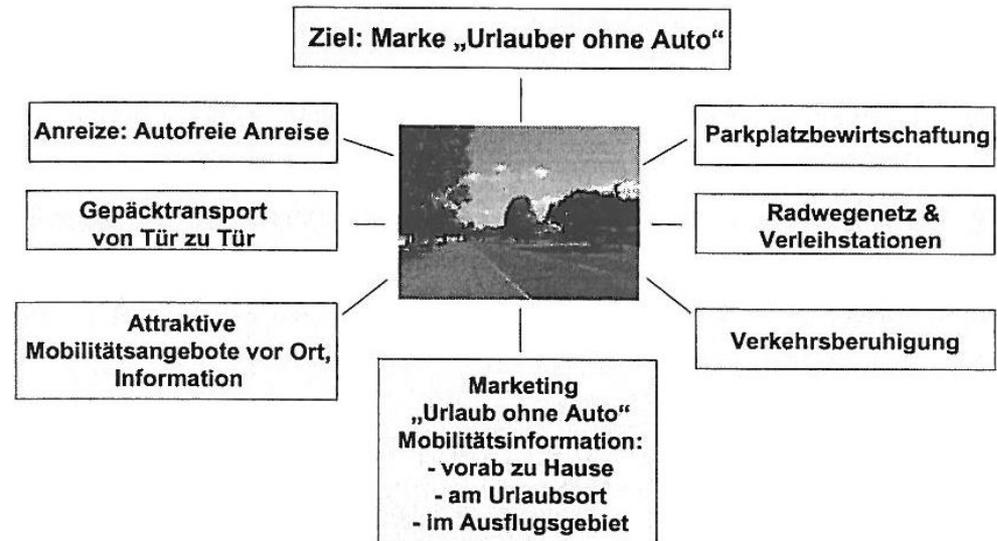
### Die Zusammenführung gebündelter Aktivitäten von Akteuren mit gemeinsamen Leitbild „Mobilität ohne Auto“ zu einer von allen getragenen Mobilitätsstrategie wird empfohlen

Grundlage für die Weiterentwicklung von touristischen Mobilitätsangeboten sind:

- **Information:** Binnenkommunikation, Informationsbündelung
  - **ÖPNV-Förderung:** Verkehrsinfrastruktur, Schnittstellen, Tarife/Ticketwerb
  - **Qualifizierung Mobilitätsberater:** Am Ort der Reiseentscheidung, während der Reise, im Reisegebiet
  - **Produktentwicklung:** Freizeitverkehre, Kombi-Tickets, Nordseecard/Ostseecard
  - **Marktforschung:** Defizite/Potenziale, Mobilitätsverhalten, Kundenwünsche
- Kommunikation, Kooperation, Steuerung durch den TVSH

#### Empfohlener Maßnahmenmix in den Tourismusorten und -regionen:

Keine Einzelmaßnahmen, sondern gebündelte Aktivitäten von Akteuren mit gemeinsamen Leitbild „Mobilität ohne Auto“ zu einer von allen getragenen Mobilitätsstrategie zusammenführen.



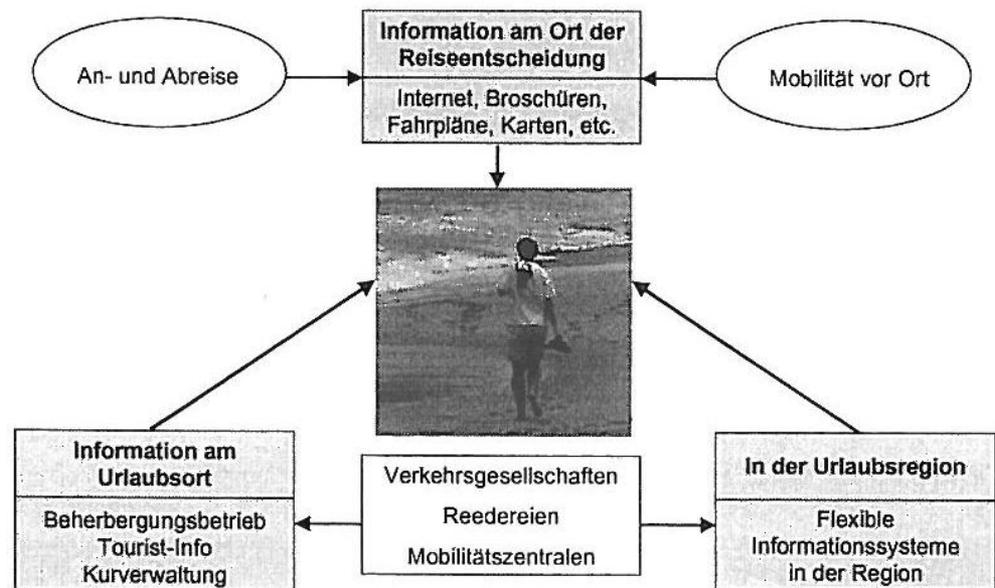
Quelle: dwif (2002): Das Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein 2002 (Träger: Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-Holstein/Tourismusverband Schleswig-Holstein)

## Idee: Mobilitätsberatung als Kernaufgabe der lokalen und regionalen Tourismusorganisationen mit dem Ziel, Gäste ohne Pkw zu gewinnen

Die Autoren des Tourismusbarometers empfehlen eine aktive Informationspolitik der lokalen und regionalen Tourismusorganisationen und der Kooperationspartner im Verkehr zur Gewinnung des „Gastes ohne Pkw“.

Ziel: Mobilitätsberatung soll als Kernaufgabe aktiv ausgestaltet und in Kooperation mit den Verkehrsträgern und -organisationen qualitativ hochwertige Mobilitätsinformationen zielgruppenspezifisch aufbereitet werden.

Notwendige Voraussetzung: Selbsterfahrung auf Seiten der Touristiker.



### Für die Inseln und Halligen wird ein verbesserter Informationsfluss und die Ausweitung des ÖV-Angebotes gefordert



#### Information und Marketing:

- Deutliche Defizite bei Informationsangeboten, Vertrieb und Kommunikation, insbesondere über die Inselbusverkehre, Tarife und (besondere) Serviceleistungen.
- Aber: gute Informiertheit über das ÖPNV-Angebot führt nicht automatisch zu einer höheren ÖPNV-Nutzungshäufigkeit.
- Internet wird immer wichtiger.
- Defizite im Verkehrsmarketing sind zum Teil auch auf Kommunikationsprobleme zwischen den unterschiedlichen Akteuren im Tourismus- und Verkehrsbereich zurückzuführen

#### **Hauptdefizit:**

Fehlendes „all-inclusive-Angebot“ (Mobilitätsticket mit Anreise und Nutzung örtlicher Mobilitätsangebote)  
→ **Einführung einer NordseeCard/MobilCard?**

#### Verbesserungswünsche der Urlauber:

- Mehr Kapazitäten in den Bussen auf Sylt und Amrum in der Hochsaison.
- Fahrradmitnahmemöglichkeit bzw. Fahrradanhänger bei den Inselbussen auf Föhr und Amrum.
- Bessere Anbindung touristischer Verkehrsziele im Inselbusverkehr (z.B. Dünenbad Amrum, Strände).
- Mehr Fahrtenangebote im Inselbusverkehr am Abend (nach Ende von Kino, Veranstaltungen etc.).
- Bessere Verknüpfung zwischen Fähre und Bus sowie zwischen Fähre und Bahn.
- Bedarfsgerechtere Abfahrtszeiten der Fähren / Schiffe (insbesondere auf Helgoland).

Anmerkung: Zu den Potenzialen werden keine Aussagen getroffen.

Quelle: Urbanus (2007): Mobilität und Erreichbarkeit der Inseln und Halligen in Nordfriesland sowie der Hochseeinsel Helgoland, Kurzfassung des Endberichts, S. 18/23/38

## Lokale Akteure bemängeln die lückenhafte Infrastruktur und liefern zahlreiche Ideen für ÖV-Maßnahmen in der schleswig-holsteinischen Wattenmeerregion

### Lücken in der touristischen Infrastruktur

- ÖPNV-Anbindung & Fahrgastinformation
- Buszubringer zu den Fähren fehlen
- Zu wenige Radverleihstationen und Bett&Bike-Betriebe auf dem Festland
- Wegweisung/einheitliche Beschilderung/Weltnaturerbe-Beschilderung
- Besucherinformation/Lehrpfade/Erlebnisse zum Anfassen
- Infostellen mit naturnahen Aussichtsplattformen
- Wanderwegequalität/fehlende Wanderwege & Themenrouten hinter dem Deich



### Ideen für ÖV-Maßnahmen

- Regionalkonferenz zum ÖPNV Herbst 2012
- Input vergleichbarer bzw. Beispiele aus anderen Regionen prüfen
- Maßnahmenplan entwickeln & Kommunikationswege festlegen
- Chancen aufzeigen/Nebeneffekte nutzen: höhere Auslastung der Nahverkehrsangebote = höhere Einnahmen
- Finanzierung der Mobilität vor Ort über Kooperationen und Sponsoring gewährleisten
- Bedarfsmeldung für Verkehrsmittel an zentraler Stelle ermöglichen, z.B. Einsatz von Taxis
- Vermieter informieren über Vermietersammlungen & Einzelgespräche bzw. Besuche → Mobilitätsberater einführen
- Einfache Tarifierklärung anbieten
- Versand eines Infobriefs über ÖPNV-Angebote

Quelle: Europarc Consulting (2012): Nachhaltige Tourismusstrategie für die Wattenmeerregion. Auswertung Fragebogen & Workshop für Niedersachsen und Schleswig-Holstein  
Basis: Schriftliche Befragung von n=124 Akteuren in NDS, HH und SH bzw. Akteurs-Workshop, Thema Infrastruktur

### AG Öffentlicher Verkehr des TVSH weist vor allem auf Verbesserungsbedarf bei der Kommunikation der ÖV-Angebote in der Wattenmeerregion hin

nordsee\*

- Wichtig: Verbesserte Kommunikation der ÖPV-Angebote einerseits an die Gäste, andererseits an die Leistungsträger als Multiplikatoren, um eine Transparenz der Angebote sicherzustellen
- Angebote sollen einfacher, verständlicher und gästefreundlicher gestaltet bzw. kommuniziert werden.
- Einführung eines Mobilitätsberaters, der Gäste und Einwohner/Leistungsträger über die vorhandenen Bahn- und ÖPNV-Angebote informieren soll.
- Prioritäre Maßnahme: **Organisation einer Regionalkonferenz** zu diesen Themen im Herbst 2012.
- Ziel: Umsetzbare Beispiele aus anderen Regionen prüfen und diskutieren, wie das ÖPNV-Angebot in der Region für den Tourismus verbessert werden kann und wie das bereits sehr gut funktionierende Angebot an Gäste und Leistungsträger kommuniziert werden sollte.

- Ruf- und Sammeltaxi als Alternative zu fehlenden Busverbindungen anbieten (an Orten, wo Nachfragepotenzial zu gering ist)
- Ausbau Verbundtarif (Inseln bisher eingeschränkt oder gar nicht eingebunden)/Fähreinbindung
- Integration der ÖPNV-Nutzung in Kurtaxe/Gästekarte/**Einfaches Gästeticket für nicht ÖPNV-affine Gäste**
- Kommunikation von Großevents an ÖPNV-Anbieter durch touristische Dienstleister/Veranstalter etc. >> Einbindung des ÖPNV in die Veranstaltungs-Planung
- Transparenz schaffen (SH-Ticket / SH-Tarif = inhaltlich; Preisberater online = technisch)
- Kommunikation der Angebote an Leistungsträger (als Multiplikatoren) >> Mobilitätsberater einführen
- Bessere Kommunikation des ÖPNV-Angebots durch die touristischen Dienstleister an den Gast
- Online-Technik erklären und nutzen
- Kommunikation RIT-Ticket und Haus-zu-Haus-Service
- Kommunikation Ruf- und Sammeltaxi: Was ist das? Wie und wo wird es angeboten?
- Sensibilisierung der Gäste für Umweltbewusstsein
- Fahrradtransport in Bus und Bahn optimieren

Quelle: Protokoll des Workshops zur Erstellung einer Tourismusstrategie für die Wattenmeer-Region in Deutschland, den Niederlanden und Dänemark, Husum, 22.03.2012, S. 5/6

### Akteure an der Nordsee definieren klare Vorsätze in Bezug auf eine umweltfreundliche Anreise und Mobilität vor Ort

**nordsee\***

#### Wichtige Themen

- Erreichbarkeit
- Information und Fahrplanauskunft
- Fahrradmitnahme in Öffentlichen Verkehrsmitteln
- Werbung/Sonderaktionen im Zug
- Einheitliches Ticket - "Ticket zum Wattenmeer"

#### Vorsätze der Akteure

- Planungen müssen zeitnah begonnen werden, damit möglicherweise 2012/2013 erste Aktionen durchgeführt werden können (erste Planungen im ersten Halbjahr 2011)
- „Wattenmeer-Ticket“: Nordsee-Tourismus-Service GmbH und interessierte Partner stellen gemeinsam mit der LVS in einem „Workshop“ im ersten Halbjahr 2011 die Anforderungen für die Betriebe/Anbieter, die Kriterien für das Ticket, etc. zusammen
- Auch eventueller Nationalpark-Tag und Sonderaktionen im Zug können bei dem Workshop besprochen werden
- Konkrete Vorüberlegungen, wie die Neuerungen durchgeführt werden könnten, sind notwendig



Quelle: Ergebnisprotokoll Fachtagung Naturerlebnis im touristischen Angebot am 11.11.2010, Forum 3: Nachhaltiger Tourismus: Umweltfreundliche Anreise und Mobilität vor Ort

# RA ReiseAnalyse

The collage consists of numerous overlapping document covers and report pages. Key titles include:

- Gutachten zur Optimierung der touristischen Infrastruktur in Schleswig-Holstein** (Ergebnisbericht Nachfrageanalyse) by Karin Winkler, Martin Lohmann, Kiel, 2007.
- Mobilität und Erreichbarkeit der Inseln und Halligen in Nordfriesland sowie der Hochseeinsel Helgoland** (Nahverkehrsbedingungen, Marktforschung, Standortbestimmung, Handlungsfelder, Entwicklungskonzept, Schlüsselprojekte, Kurzfassung des Enderberichtes).
- Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland** (Dr. Bernhard Harrer, Silvia Scherr, München, Schriftenreihe Nr. 49/2002).
- Tagesreisen der Deutschen** (Teil 2 - Jahr 2006, Teil 3 - Jahr 2006) (Dr. Joachim Maschke, München, Schriftenreihe Nr. 51/2006).
- Nachhaltige Tourismusstrategie für die Wattenmeer-Region** (Auswertung Fragebogen & Workshop für Niedersachsen & Schleswig-Holstein).
- Das Ö-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein 2002** (Ergebnisse, Träger: Sparkassen- und Groverband für Schleswig-Holstein (SGVSH), Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V., Berlin / München, November 2002).
- Landesweite Gästebefragung Schleswig-Holstein 2011 (GBSH Land 2011)** (Executive Summary, 27. Januar 2012).
- Umweltfreundliche Anreise und Mobilität vor Ort** (Fachtagung „Naturerlebnis im touristischen Angebot“).
- Modulbericht Infrastruktur** (Kai Ziesemer).
- Reiseanalyse** (Dennis Fiedler, LVS Schleswig-Holstein, 11. November 2012).
- Endbericht mit Handlungsempfehlungen** (Tagesreiseverhalten der Bewohner der Metropolregion Hamburg).

*Für die Freigabe bzw. Zusendung thematisch relevanter Studien bzw. Daten bedanken wir uns herzlich bei der TASH, dem Tourismusverband Schleswig-Holstein, bei der Nordsee-Tourismus-Service GmbH sowie beim Kreis Ostholstein.*

*Außerdem danken wir der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR), die für die Zwecke dieser Studien ausgewählte Daten der aktuellen Reiseanalyse 2012 sowie früherer Reiseanalysen für Sonderauswertungen zur Verfügung gestellt hat.*

# Touristische Potenziale des ÖPNV in Schleswig-Holstein

## Teil 2: Kreative Workshops mit Urlaubern

Ergebnisbericht

Stand: 09.11.2012

**Bearbeitung:**

NIT – Institut für Tourismus- und  
Bäderforschung in Nordeuropa GmbH  
Fleethörn 23  
D – 24103 Kiel

Telefon +49 (0) 431 – 666 567 – 0  
Telefax +49 (0) 431 – 666 567 – 10  
E-Mail: [info@nit-kiel.de](mailto:info@nit-kiel.de), [www.nit-kiel.de](http://www.nit-kiel.de)

**Zusammenfassung der Ergebnisse****Seite 3-4**

## Zielsetzung und Methode

Seite 6-9

## 1. Gründe für und gegen ÖV-Nutzung im Urlaub

- An- und Abreise
- Mobilität vor Ort

Seite 11

Seite 13

## 2. Urlaubsspezifische ÖPNV-Bedürfnisse

- Urlaubsmobilität vs. Alltagsmobilität
- Allgemeine Wünsche an den ÖPNV in der Urlaubsregion

Seite 15

Seite 17

## 3. Wahrnehmung des ÖPNV in der Urlaubsregion

- Erfahrungen während des derzeitigen Urlaubs
- Angebots- und Tarifkenntnis
- Informationsverhalten und Bewertung des Angebotes
- Interesse nach Information über ÖV-Angebot

Seite 19

Seite 21-22

Seite 24-25

Seite 27-28

## 4. Entwicklung spezieller ÖV-Angebote für SH-Urlauber

- Tarif/Tickets, Linien und Ziele
- Information und Service
- Haltestellen/Bahnhöfe und Fahrzeuge

Seite 30-32

Seite 34

Seite 36

## 1. Gründe für und gegen ÖV-Nutzung im Urlaub

### Anreise:

- Für die Bahnreise spricht vor allem, dass man nicht im Stau steht und während der Fahrt schlafen kann
- Dagegen spricht, dass die Bahn-Anreise als umständlich und anstrengend betrachtet wird, und die Befürchtung, vor Ort ohne Auto nicht mobil zu sein

### Mobilität vor Ort:

- Urlauber möchten nicht über Tarife nachdenken, sondern ihr Ausflugsziel entspannter und bequemer als mit dem Auto erreichen
- Öffentliche Verkehrsmittel punkten dort, wo der Pkw Probleme hat (Stau, Parkplatzsuche usw.)

## 2. Urlaubsspezifische ÖPNV-Bedürfnisse

- In der Urlaubsregion ist die Tarif- und Ortskenntnis in der Regel schlechter als zu Hause, außerdem hat man häufig mehr Gepäck dabei
- Der optimale ÖPNV ist so gestaltet, dass man aufgrund seiner Attraktivität und Präsenz an seiner Nutzung einfach nicht vorbeikommt; er ist einfach und kostengünstig zu nutzen

## 3. Wahrnehmung des ÖV in der Urlaubsregion

- Aus Sicht der Urlauber hakt es vor allem bei der Mobilitäts-Information vor Ort. Außerdem wird die negative Einstellung der Einheimischen zum ÖPNV bemängelt.
- Unter den Workshop-Teilnehmern herrscht bezüglich des ÖV-Angebotes und der Tarife große Unsicherheit – nur wenige kennen die Angebote, die für Urlauber interessant sind
- Relevante Tarif-Informationen dringen nicht bis zu den SH-Zielgruppen vor, insbesondere die Best Ager kennen die für Urlauber relevanten Tarife nicht
- Obwohl alle Workshop-Teilnehmer so ausgesucht wurden, die grundsätzlich bereit wären, sich vor Ort mit Bus und Bahn fortzubewegen, hat sich nur jeder zweite über das ÖV-Angebot informiert
- Es bestehen nur geringe zielgruppenspezifische Unterschiede beim ÖV-Informationsverhalten und bei der Bewertung des touristischen ÖV-Angebotes
- Das tatsächliche ÖV-Angebot übertrifft in allen drei untersuchten Orten die Erwartungen der Urlauber; das Interesse an der Nutzung von Bus und Bahn (vor Ort) steigt nach der Information

## 4. Entwicklung spezieller ÖV-Angebote für SH-Urlauber

Die Teilnehmer wurden jeweils in drei Kleingruppen aufgeteilt und sollten ÖV-Angebote für Best Ager, Neue Familien und Anspruchsvolle Genießer entwickeln.

Allgemeine Ideen der Teilnehmer:

- Tarif/Tickets: Die Urlauber wünschen sich vor allem Tickets, die für mehrere Tage und/oder mehrere Personen gelten. Regionale Urlaubstickets, die zur Nutzung des ÖPNV animieren, gibt es beispielsweise in Garmisch-Partenkirchen, im Bayerischen Wald und in Südtirol.
- Linien und Ziele: Organisierte Rundtouren mit verschiedenen Verkehrsmitteln
- Information: Aktive Information über touristisch relevante ÖV-Angebote durch die Tourist Info und Vermieter über alle zur Verfügung stehenden Kanäle,
- Service: Shuttle-Service vom Bahnhof zur Unterkunft
- Haltestellen/Bahnhöfe: Verständliche Fahrkartenautomaten und komfortable Wartebereiche
- Fahrzeuge: Ein Teil der Urlauber wünscht sich optimierte Fahrradmitnahmemöglichkeiten

Zielgruppenspezifische Ergebnisse:

- Die Bereiche Tarif/Tickets und Information haben für alle drei SH-Zielgruppen einen besonders hohen Stellenwert
- Die **Neuen Familien** konzentrieren sich insbesondere auf Familien-/Gruppentickets
- **Best Ager** haben vor allem das Thema Service im Kopf
- Für **Anspruchsvolle Genießer** sind Ausflugs Pakete mit ÖV-Nutzung besonders interessant

Regionale Ergebnisse:

- In **Husum** ist die Einbindung unterschiedlicher Verkehrsmittel (Schiff, Fahrrad) wichtig
- In **Scharbeutz** wird rege über die Anerkennung der Ostseecard und über Pendelbusse diskutiert
- Ein spezielles Thema in **Ratzeburg** ist der abgelegene Bahnhof ohne Informationen für Touristen

Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 3-4

## **Zielsetzung und Methode**

**Seite 6-9**

### 1. Gründe für und gegen ÖV-Nutzung im Urlaub

- An- und Abreise
- Mobilität vor Ort

Seite 11

Seite 13

### 2. Urlaubsspezifische ÖPNV-Bedürfnisse

- Urlaubsmobilität vs. Alltagsmobilität
- Allgemeine Wünsche an den ÖPNV in der Urlaubsregion

Seite 15

Seite 17

### 3. Wahrnehmung des ÖPNV in der Urlaubsregion

- Erfahrungen während des derzeitigen Urlaubs
- Angebots- und Tarifkenntnis
- Informationsverhalten und Bewertung des Angebotes
- Interesse nach Information über ÖV-Angebot

Seite 19

Seite 21-22

Seite 24-25

Seite 27-28

### 4. Entwicklung spezieller ÖV-Angebote für SH-Urlauber

- Tarif/Tickets, Linien und Ziele
- Information und Service
- Haltestellen/Bahnhöfe und Fahrzeuge

Seite 30-32

Seite 34

Seite 36

## Hintergrund

- Die LVS Schleswig-Holstein Landesweite Verkehrsservicegesellschaft mbh (LVS) erstellt im Auftrag des Verkehrsministeriums zurzeit den vierten landesweiten Nahverkehrsplan (LNVP) 2013 – 2017.
- Der kommende LNVP steht unter dem Motto „Nahverkehr in einer vernetzten Mobilität“ und soll sich neben dem Schwerpunkt Schienenpersonennahverkehr auch mit dem gesamten Mobilitätsspektrum der Menschen beschäftigen.
- Im Rahmen der Planungskonferenz wurden am 3. Mai 2012 u.a. folgende Themen diskutiert:
  - Angebot: Fahrplan und Verknüpfung von Bahn und Bus
  - Infrastruktur: Stationen, Strecken, Haltestellen, Verknüpfungsanlagen
  - Tarif: SH-Tarif 2.0, zielgruppenspezifische Angebote, Vertrieb
  - Information: Echtzeit, Fahrplanauskunft und Haltestelleninformationen
  - Qualität: QM und nah.sh-Garantie
- Dabei wurde unter anderem auch darauf hingewiesen, dass das Tourismuskonzept für Schleswig-Holstein unterstützt werden soll. Ziel ist eine verbesserte Erreichbarkeit von Tourismusorten und die Vernetzung touristischer Ziele durch bedarfsgerechte Angebote.
- Als Basis hierfür werden Informationen über die touristische Nutzung des Öffentlichen Nahverkehrs sowie über das Interesse an der Nutzung Öffentlicher Verkehrsmittel im Rahmen von Ausflügen und Urlauben benötigt.

## Projekt

- Die LVS hat das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT) beauftragt, die touristischen Potenziale des Öffentlichen Nahverkehrs in Schleswig-Holstein zu untersuchen.
- Die Tourismusagentur Schleswig-Holstein (tash) hat sich finanziell am Projekt beteiligt und auch der Tourismusverband Schleswig-Holstein (TVSH) unterstützt das Projekt.

## Das gesamte Projekt besteht aus zwei Teilstudien, nämlich...

### Teil 1: Reanalyse vorhandener Daten

**Ziele:**

**Quantitative Informationen über ...**

- Wohnortausflüge in und nach Schleswig-Holstein
- Urlaubsmobilität in Schleswig-Holstein
  - Anreise
  - Mobilität vor Ort (Urlaubsortausflüge)

Zusätzlich: Sammlung von Anregungen und Ideen verschiedener Akteure

### Teil 2: Kreative Workshops mit Urlaubern

**Ziele:**

- Das derzeitige Bus- und Bahn-Angebot in Schleswig-Holstein durch die „Brille“ der Urlauber betrachten
- Schwachstellen aufdecken
- Anregungen und Ideen für das touristische ÖPNV-Angebot sammeln
- Zielgruppenspezifische Bus- und Bahnangebote für Urlauber entwickeln

## Vorgehensweise

- Die Kreativ-Workshops fanden am 15.08.2012 in Husum, 17.08.2012 in Scharbeutz und 22.08.2012 in Ratzeburg statt.
- Eingeladen wurden Urlauberinnen und Urlauber, für die die Nutzung von Bus und/oder Bahn in der Urlaubsregion in Frage kommt. Die Teilnehmer wurden am Durchführungstag bzw. am Tag zuvor vor Ort rekrutiert.
- Bei der Rekrutierung wurde ein Kontaktfragebogen verwendet, der Fragen zu verschiedenen Quotenmerkmalen der SH-Zielgruppen enthielt.

## Themen des Leitfadens

- Erfahrung mit und Interesse an ÖV-Nutzung zur An-/Abreise und für die Mobilität vor Ort
- Wahrnehmung des Nahverkehrs in der Urlaubsregion (Kommunikation, Tarif, Haltestellen usw.)
- Urlaubsspezifische ÖV-Wünsche, -Bedürfnisse, -Präferenzen, -Barrieren
- Kreativer Teil: Entwicklung spezieller Angebote für Urlauber (z.B. spezielle Tickets, Tarife, Informationen, Linien)

### Rekrutierung der Teilnehmer:

Markus Nispel (im Auftrag von Hackhe Marktforschung, Hamburg) und Janne Käckenmeister

### Räumlichkeiten:

Husum: Wirtschaftsförderungsgesellschaft Nordfriesland mbH (WFG NF)

Scharbeutz: Gemeinde Scharbeutz (Bürgerhaus)

Ratzeburg: Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH (HLMS)

### Incentives:

Pro Teilnehmer/-in EUR 30,- sowie

- Teilnahme an Entdeckungstour inkl. Krabbenpulen (Tourismus und Stadtmarketing Husum GmbH) bzw.
- 10er Karte Dünen- bzw. Parkgolf (Tourismus-Service Scharbeutz ) bzw.
- Tageskarte für die Anmietung von 2 Pedelecs (Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH)

Herzlichen Dank!

**Workshop-Teilnehmer: Alle relevanten soziodemographischen Gruppen sind vertreten, überwiegend mit dem Auto angereist, aber mit Affinität zu Bus und Bahn vor Ort**

### Ort

- Husum (NF): 10 Teilnehmer
- Scharbeutz (OH): 6 Teilnehmer
- Ratzeburg (RZ): 9 Teilnehmer

### Anreiseverkehrsmittel

- Pkw: 21 Teilnehmer
- Autozug: 1 Teilnehmer
- Bahn: 3 Teilnehmer

### Geschlecht

- 11 Männer
- 14 Frauen

### Alter

- Ø 53,6 Jahre
- 26-55 Jahre: 13 Teilnehmer
- 56-75 Jahre: 12 Teilnehmer

Struktur der  
25 Workshop-  
teilnehmer

### In Begleitung von Kindern < 14 Jahre

- 7 mit Kindern
- 18 ohne Kinder

### Interesse an Verkehrsmittelnutzung im Urlaub in SH

- Pkw (inkl. Kleinbus, Wohnmobil): 20 Teilnehmer
- Bahn: 23 Teilnehmer
- Bus: 23 Teilnehmer
- Schiff: 18 Teilnehmer
- Fahrrad: 16 Teilnehmer

Interesse an Bus oder Bahn: 25 Teilnehmer

### SH-Zielgruppen

- Best Ager: 11 Teilnehmer
- Neue Familien: 7 Teilnehmer
- Anspruchsvolle Genießer: 7 Teilnehmer

Zusammenfassung der Ergebnisse	Seite 3-4
Zielsetzung und Methode	Seite 6-9
<b>Gründe für und gegen ÖV-Nutzung im Urlaub</b>	
▪ <b>An- und Abreise</b>	<b>Seite 11</b>
▪ Mobilität vor Ort	Seite 13
2. Urlaubsspezifische ÖPNV-Bedürfnisse	
▪ Urlaubsmobilität vs. Alltagsmobilität	Seite 15
▪ Allgemeine Wünsche an den ÖPNV in der Urlaubsregion	Seite 17
3. Wahrnehmung des ÖPNV in der Urlaubsregion	
▪ Erfahrungen während des derzeitigen Urlaubs	Seite 19
▪ Angebots- und Tarifkenntnis	Seite 21-22
▪ Informationsverhalten und Bewertung des Angebotes	Seite 24-25
▪ Interesse nach Information über ÖV-Angebot	Seite 27-28
4. Entwicklung spezieller ÖV-Angebote für SH-Urlauber	
▪ Tarif/Tickets, Linien und Ziele	Seite 30-32
▪ Information und Service	Seite 34
▪ Haltestellen/Bahnhöfe und Fahrzeuge	Seite 36

**Für die Bahnreise spricht vor allem, dass man nicht im Stau steht und während der Fahrt schlafen kann; dagegen spricht, dass die Bahn-Anreise als umständlich und anstrengend betrachtet wird, und die Befürchtung, vor Ort ohne Auto nicht mobil zu sein**

### Pro Bahn:

- Kein Stau
- Sicherheit/keinen Unfall riskieren
- Schlafen/Entspannung. deshalb gut für weite Entfernungen geeignet (vor allem, aber nicht nur für Alleinreisende)
- Dem Auto Ruhe gönnen (z.B. wegen der hohen Spritkosten)
- Fahre nicht (mehr) gerne Auto
- Aber auch: Genuss

*„Von der Schweiz ist es ein langer Weg. Mein Mann fährt gerne Auto, aber deutsche Autobahnen sind nicht so entspannend. Im Zug kann man schlafen, frühstücken.“ (NF, Anspruchsvolle Genießerin)*

*„Für mich ist es eine Leidenschaft, in den Zug einzusteigen. Entspannung pur. Freitagmorgen habe ich noch gearbeitet, danach sofort zum Zug – schlafen, entspannen, Urlaub. Wir mussten zwar umsteigen, aber trotzdem.“ (NF, Anspruchsvoller Genießer)*

### Contra Bahn:

- Mangelnde Convenience
  - Weg zum Bahnhof und zur Unterkunft
  - Gepäcktransport/Umsteigen mit Gepäck
  - Spezialgepäck wie Fahrräder, Kinderwagen
  - Fahrkartenkauf umständlich (wenn mehrere Ländertickets genutzt werden)
- Eingeschränkte Vor-Ort-Mobilität (wird befürchtet), weil das Auto nicht dabei ist
- Mangelnde Flexibilität/feste Abfahrtszeiten
- Zu teuer
- Undurchsichtige Preisangebote der Bahn (www.bahn.de: „keine Preisauskunft möglich“)

*„Ich hätte es gern gemacht, die Autobahn war voll, wir mussten Umwege fahren. Ich bin nicht gerne im Auto, Bahnfahren reizt mich. Aber zum Bahnhof kommen, mit dem Gepäck, das wäre unmöglich gewesen, dieses Gepäcke. Dann mit dem Taxi hinfahren... das ist dann auch sehr teuer.“ (RZ, Neue Familie)*

Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 3-4

Zielsetzung und Methode

Seite 6-9

### Gründe für und gegen ÖV-Nutzung im Urlaub

- An- und Abreise
- **Mobilität vor Ort**

Seite 11

**Seite 13**

### 2. Urlaubsspezifische ÖPNV-Bedürfnisse

- Urlaubsmobilität vs. Alltagsmobilität
- Allgemeine Wünsche an den ÖPNV in der Urlaubsregion

Seite 15

Seite 17

### 3. Wahrnehmung des ÖPNV in der Urlaubsregion

- Erfahrungen während des derzeitigen Urlaubs
- Angebots- und Tarifkenntnis
- Informationsverhalten und Bewertung des Angebotes
- Interesse nach Information über ÖV-Angebot

Seite 19

Seite 21-22

Seite 24-25

Seite 27-28

### 4. Entwicklung spezieller ÖV-Angebote für SH-Urlauber

- Tarif/Tickets, Linien und Ziele
- Information und Service
- Haltestellen/Bahnhöfe und Fahrzeuge

Seite 30-32

Seite 34

Seite 36

## Urlauber möchten nicht über Tarife nachdenken, sondern ihr Ausflugsziel entspannter und bequemer als mit dem Auto erreichen – ÖV punkten dort, wo der Pkw Probleme hat

### Pro ÖPNV vor Ort:

- Gut geeignet für
  - Städtereisen/Urlaube in Großstädten
  - Ausflüge in Städte
  - Regionen mit Touristenticket
  - Kombination mehrerer Verkehrsmittel (gerne inkl. Fahrrad und Schiff)
- Wenn das Autofahren und -parken schwierig oder teuer ist, werden Bus und Bahn interessant (Scharbeutz: Parkplatzsituation nervt)
- Entspannt die Landschaft genießen

*„Mir ist aufgefallen, dass im Fahrplan kein roter Faden zu erkennen ist. Ich habe gesehen, dass Richtung Ziehnen auf dem Rückweg keine Haltestelle ist. Teilweise fahren hier auch Busse nur einmal am Tag.“ (RZ, Anspruchsvoller Genießer)*

*„Wir sind Spontanurlauber, die viele Ausflüge machen, daher ist man mit dem Auto flexibler.“ (NF, Neue Familie)*

### Contra ÖPNV vor Ort:

- Fehlende oder schwer verständliche Informationen
  - Komplizierte, klein gedruckte Busfahrpläne (Wann sind Ferien?)
  - Automaten → Angst davor, mit dem falschen Ticket „erwischt“ zu werden (teilweise verschiedene Preise für die gleiche Strecke, je nach Weg)
  - [www.bahn.de](http://www.bahn.de) ohne Preisauskunft oder Link zum regionalen Verkehrsverbund
  - Andere Anbieter/Tarifsysteme/ Verkehrsverbünde als zu Hause, dadurch verwirrend
- Unflexibel, weil an feste Zeiten gebunden
- Ausflugsziele werden nicht oder zu selten angefahren
- Zu teuer
- Gepäckmitnahme und -aufbewahrung (z.B. Regenkleidung, Einkäufe)
- Husum: Probleme mit Info und Buchung außerhalb der Öffnungszeiten der Tourist Info (Wochenende, abends)
- Scharbeutz: Einkaufsmöglichkeiten sind mit dem ÖV nicht zu erreichen, Bahn-Verbindungen fehlen
- Ratzeburg: Bahnhof liegt weit außerhalb, vierstellige Ziffern auf den Bussen sind zu kompliziert

Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 3-4

Zielsetzung und Methode

Seite 6-9

1. Gründe für und gegen ÖV-Nutzung im Urlaub

- An- und Abreise
- Mobilität vor Ort

Seite 11

Seite 13

**2. Urlaubsspezifische ÖPNV-Bedürfnisse**

- **Urlaubsmobilität vs. Alltagsmobilität**
- Allgemeine Wünsche an den ÖPNV in der Urlaubsregion

**Seite 15**

Seite 17

3. Wahrnehmung des ÖPNV in der Urlaubsregion

- Erfahrungen während des derzeitigen Urlaubs
- Angebots- und Tarifkenntnis
- Informationsverhalten und Bewertung des Angebotes
- Interesse nach Information über ÖV-Angebot

Seite 19

Seite 21-22

Seite 24-25

Seite 27-28

4. Entwicklung spezieller ÖV-Angebote für SH-Urlauber

- Tarif/Tickets, Linien und Ziele
- Information und Service
- Haltestellen/Bahnhöfe und Fahrzeuge

Seite 30-32

Seite 34

Seite 36

### **In der Urlaubsregion ist die Tarif- und Ortskenntnis in der Regel schlechter als zu Hause, außerdem hat man häufig mehr Gepäck dabei**

#### Relevante Faktoren

- Im Urlaub hat das Gepäck einen hohen Stellenwert (nicht nur bei der Anreise, sondern auch vor Ort).
- Im Urlaub sind häufig mehrere Personen gemeinsam unterwegs.
- Im Urlaub ist häufig der Weg das Ziel, d.h. die Kombination unterschiedlicher Verkehrsmittel und Strecken ist deutlich interessanter als zu Hause
- Im Urlaub steuert man eine andere Art von Zielen an als im Alltag (Freizeitattraktionen, Museen, Natur, Schwimmbäder, Sehenswürdigkeiten usw.)
- Im Urlaub spielt Pünktlichkeit eine geringere Rolle als im Alltag
- Im Urlaub ist man zu anderen Zeiten unterwegs.

*„Im Alltag muss ich regelmäßiger und in kürzeren Zeitintervallen fahren und die Möglichkeit auch haben, dass ich pünktlich komme. Das ist hier nicht der Faktor Nummer 1. Wenn ich jetzt hier auch Strandutensilien dabei habe, dann muss ich da auch mehr Platz haben. Damit man nicht schon aggressiv wird, weil man zu wenig Platz hat.“ (OH, Best Ager)*

#### Sonderthema Informationen

- Die Urlauber sind mit dem Bus- und Bahnnetz und mit den Tarifen in der Urlaubsregion in der Regel nicht vertraut
- Haltestellen, Abfahrzeiten, Linien usw. sind nicht oder nur teilweise bekannt
- Es macht Mühe, sich mit dem Thema zu beschäftigen. Wenn man nicht muss (weil man z.B. kein Auto dabei hat), lässt man es lieber bleiben
- Der ÖPNV präsentiert sich deshalb als „große Unbekannte“, der Aufwand erscheint groß
- Relevante Informationsquellen sind die Tourist Information und die Vermieter

*„Im Alltag ist es mir bekannt, da weiß ich wo und wann ich fahre, im Urlaub kenne ich das aber nicht.“ (RZ, Best Ager)*

Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 3-4

Zielsetzung und Methode

Seite 6-9

1. Gründe für und gegen ÖV-Nutzung im Urlaub

- An- und Abreise
- Mobilität vor Ort

Seite 11

Seite 13

**2. Urlaubsspezifische ÖPNV-Bedürfnisse**

- Urlaubsmobilität vs. Alltagsmobilität
- **Allgemeine Wünsche an den ÖPNV in der Urlaubsregion**

Seite 15

Seite 17

3. Wahrnehmung des ÖPNV in der Urlaubsregion

- Erfahrungen während des derzeitigen Urlaubs
- Angebots- und Tarifkenntnis
- Informationsverhalten und Bewertung des Angebotes
- Interesse nach Information über ÖV-Angebot

Seite 19

Seite 21-22

Seite 24-25

Seite 27-28

4. Entwicklung spezieller ÖV-Angebote für SH-Urlauber

- Tarif/Tickets, Linien und Ziele
- Information und Service
- Haltestellen/Bahnhöfe und Fahrzeuge

Seite 30-32

Seite 34

Seite 36

### **Der optimale ÖPNV ist so gestaltet, dass man aufgrund seiner Attraktivität und Präsenz an seiner Nutzung einfach nicht vorbeikommt; er ist einfach und kostengünstig**

#### Wünsche der Urlauber an den ÖPNV vor Ort

- **Einfach**
- **Kostengünstig**
- Flexibel (z.B. Ticket, mit dem spontanes Umsteigen möglich ist)
- Haltestellen an den Ausflugszielen
- Unterkunft in Bahnhofsnähe bzw. nah an der Bushaltestelle (alternativ: Shuttle-Service)
- Erlebnisreich (ohne anstrengend zu sein)
- Freundliches Personal
- Kinderfreundlich
- Barrierefrei
- Sicher (→ mehr weibliches Servicepersonal)
- Sauber (in den Fahrzeugen/an den Haltestellen)

*„Wir haben auch versucht, Busverbindungen ... zu bekommen. Die Touristeninformation kennt sich nicht aus, die wussten nicht, welche Busse es gibt und wann sie fahren.“ (NF, Best Ager)*

#### Die optimale ÖV-Information am Urlaubsort

- Übersichtliche, gut lesbare Fahrpläne (Idee: Lupe am Fahrplan)
- Bahnfahrplan nicht nur am Bahnhof, sondern in der Stadt, z.B. auch in Gaststätten
- Stadtplan mit ÖV-Informationen
- Netzplan mit allen Bus- und Bahnlinien
- ÖV-Beschilderung so gut wie bei Fahrradwegen
- Informationen auf deutsch/keine Anglizismen (vor allem von älteren Befragten genannt)

*„Ich würde das Auto stehen lassen, die Karte nehmen, auf diese Insel raus fahren und mit einem anderen Boot zurück. Jetzt muss ich mit meinem Auto an einen Landeplatz fahren und dann muss ich genau dahin zurück.“ (NF, Anspruchsvoller Genießer)*

Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 3-4

Zielsetzung und Methode

Seite 6-9

1. Gründe für und gegen ÖV-Nutzung im Urlaub

- An- und Abreise
- Mobilität vor Ort

Seite 11

Seite 13

2. Urlaubsspezifische ÖPNV-Bedürfnisse

- Urlaubsmobilität vs. Alltagsmobilität
- Allgemeine Wünsche an den ÖPNV in der Urlaubsregion

Seite 15

Seite 17

**3. Wahrnehmung des ÖPNV in der Urlaubsregion**

- **Erfahrungen während des derzeitigen Urlaubs**
- Angebots- und Tarifkenntnis
- Informationsverhalten und Bewertung des Angebotes
- Interesse nach Information über ÖV-Angebot

**Seite 19**

Seite 21-22

Seite 24-25

Seite 27-28

4. Entwicklung spezieller ÖV-Angebote für SH-Urlauber

- Tarif/Tickets, Linien und Ziele
- Information und Service
- Haltestellen/Bahnhöfe und Fahrzeuge

Seite 30-32

Seite 34

Seite 36

### 3. Wahrnehmung des ÖPNV in der Urlaubsregion - Erfahrungen während des derzeitigen Urlaubs

**Aus Sicht der Urlauber hakt es vor allem bei der Mobilitäts-Information vor Ort. Außerdem wird die negative Einstellung der Einheimischen zum ÖPNV bemängelt.**

„Man würde das mit dem Bus schon auch öfter benutzen. Aber es ist einfach zu teuer. **Da geht man auch schon von aus.**“  
(OH, Neue Familie)

„Keiner weiß, wann ein Bus fährt und wo er hält. **Die Leute hier raten einem, mit dem Auto zu fahren.**“  
(NF, Anspruchsvolle Genießerin)

„Zum Beispiel die Info-Ständer: Linke Seite: NOB-Zettel, gleich daneben Fahrpläne der DB. **Da ist mir als Kunde doch egal, von welchem Unternehmen die sind, ich will doch nur die günstigste Preisauskunft wissen.**“ (NF, Neue Familie)

„Als ich bei der Unterkunft angerufen habe, da hat die Frau gar nicht gefragt, wie man her kommt. **Sie hätte ja auch mal fragen können, ob wir mit dem Zug kommen und ob sie uns abholen soll.** Oder ähnliches. Sie hat es gar nicht in Erwägung gezogen.“  
(RZ, Neue Familie)

„Wir wollten die Fahrt nach Sylt machen, aber fanden niemanden, wo wir es buchen konnten. Touristeninfo-Terminal in der Innenstadt war die ganze Zeit zu. **Keine Möglichkeit, genaue Infos zu bekommen.**“ (NF, Anspruchsvolle Genießerin)

In der Information gibt es ein Häuschen mit Fahrplänen, **aber man sieht nicht, wie das Haltestellen-Netz funktioniert und wo sie sind.** Fährt er ab ZOB oder ab einer anderen Haltestelle?“  
(NF, Best Ager)

„Wir sind dort [am Bahnhof] **gut informiert worden.** Wir haben die Fahrt nach Sylt gemacht, dabei wurde uns gleich gesagt, dass wir beim Bus Bescheid geben sollen und wie es weitergeht mit Schiff, Bus etc. Das Personal hat sich bei Verspätungen gekümmert.“ (NF, Best Agerin)

„Man hat den Eindruck, **dass hier weniger die Interessen der Touristen im Vordergrund stehen.**“  
(RZ, Anspruchsvoller Genießer)

„Wir haben auch versucht, Busverbindungen ... zu bekommen. Aber **die Touristeninformation kennt sich nicht aus, die wussten nicht, welche Busse es gibt und wann sie fahren.**“ (NF, Best Ager)

„In unserem Hotel liegt nichts aus, liegt das am Hotel oder an der Touristeninformation/ der Stadt? **Ich fühle mich nicht gut informiert, aber vielleicht gibt es ja gutes Infomaterial?**“ (NF, Best Ager)

Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 3-4

Zielsetzung und Methode

Seite 6-9

1. Gründe für und gegen ÖV-Nutzung im Urlaub

- An- und Abreise
- Mobilität vor Ort

Seite 11

Seite 13

2. Urlaubsspezifische ÖPNV-Bedürfnisse

- Urlaubsmobilität vs. Alltagsmobilität
- Allgemeine Wünsche an den ÖPNV in der Urlaubsregion

Seite 15

Seite 17

**3. Wahrnehmung des ÖPNV in der Urlaubsregion**

- Erfahrungen während des derzeitigen Urlaubs
- **Angebots- und Tarifkenntnis**
- Informationsverhalten und Bewertung des Angebotes
- Interesse nach Information über ÖV-Angebot

Seite 19

**Seite 21-22**

Seite 24-25

Seite 27-28

4. Entwicklung spezieller ÖV-Angebote für SH-Urlauber

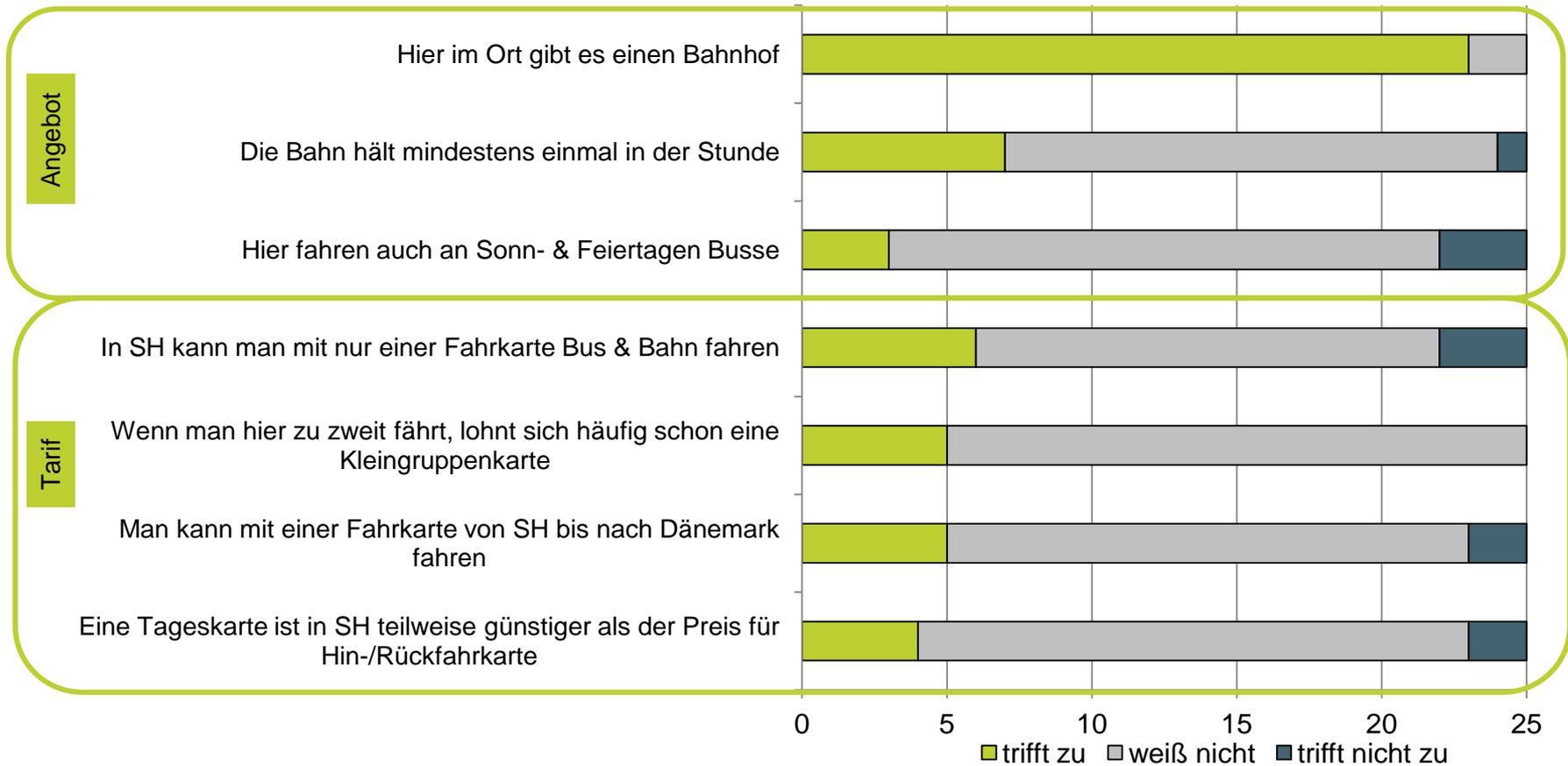
- Tarif/Tickets, Linien und Ziele
- Information und Service
- Haltestellen/Bahnhöfe und Fahrzeuge

Seite 30-32

Seite 34

Seite 36

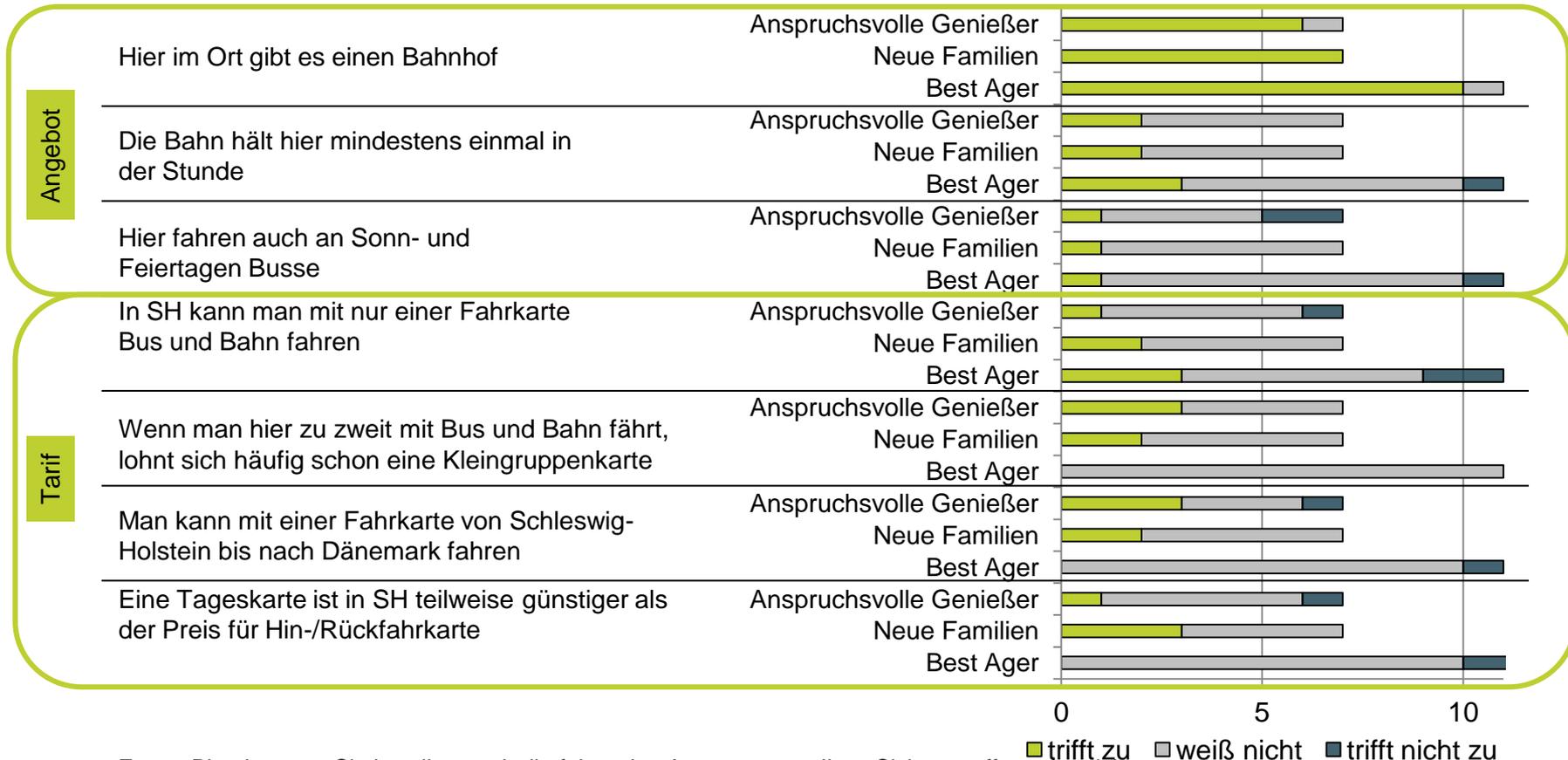
**Unter den Workshop-Teilnehmern herrscht bezüglich des ÖV-Angebotes und der Tarife große Unsicherheit – nur wenige kennen die Angebote, die für Urlauber interessant sind**



Frage: Bitte kreuzen Sie jeweils an, ob die folgenden Aussagen aus Ihrer Sicht zutreffen oder nicht.

Quelle: Befragung im Rahmen der Kreativ-Workshops in Husum, Scharbeutz und Ratzeburg; Basis n=25; Angaben in Fallzahlen

## Relevante Tarif-Informationen dringen nicht bis zu den SH-Zielgruppen vor, insbesondere die Best Ager kennen die für Urlauber relevanten Tarife nicht



Frage: Bitte kreuzen Sie jeweils an, ob die folgenden Aussagen aus Ihrer Sicht zutreffen oder nicht.

Quelle: Befragung im Rahmen der Kreativ-Workshops in Husum, Scharbeutz und Ratzeburg

Basis: Best Ager n=11, Neue Familien n=7, Anspruchsvolle Genießer n=7; Angaben in Fallzahlen

Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 3-4

Zielsetzung und Methode

Seite 6-9

1. Gründe für und gegen ÖV-Nutzung im Urlaub

- An- und Abreise
- Mobilität vor Ort

Seite 11

Seite 13

2. Urlaubsspezifische ÖPNV-Bedürfnisse

- Urlaubsmobilität vs. Alltagsmobilität
- Allgemeine Wünsche an den ÖPNV in der Urlaubsregion

Seite 15

Seite 17

**3. Wahrnehmung des ÖPNV in der Urlaubsregion**

- Erfahrungen während des derzeitigen Urlaubs
- Angebots- und Tarifkenntnis
- **Informationsverhalten und Bewertung des Angebotes**
- Interesse nach Information über ÖV-Angebot

Seite 19

Seite 21-22

**Seite 24-25**

Seite 27-28

4. Entwicklung spezieller ÖV-Angebote für SH-Urlauber

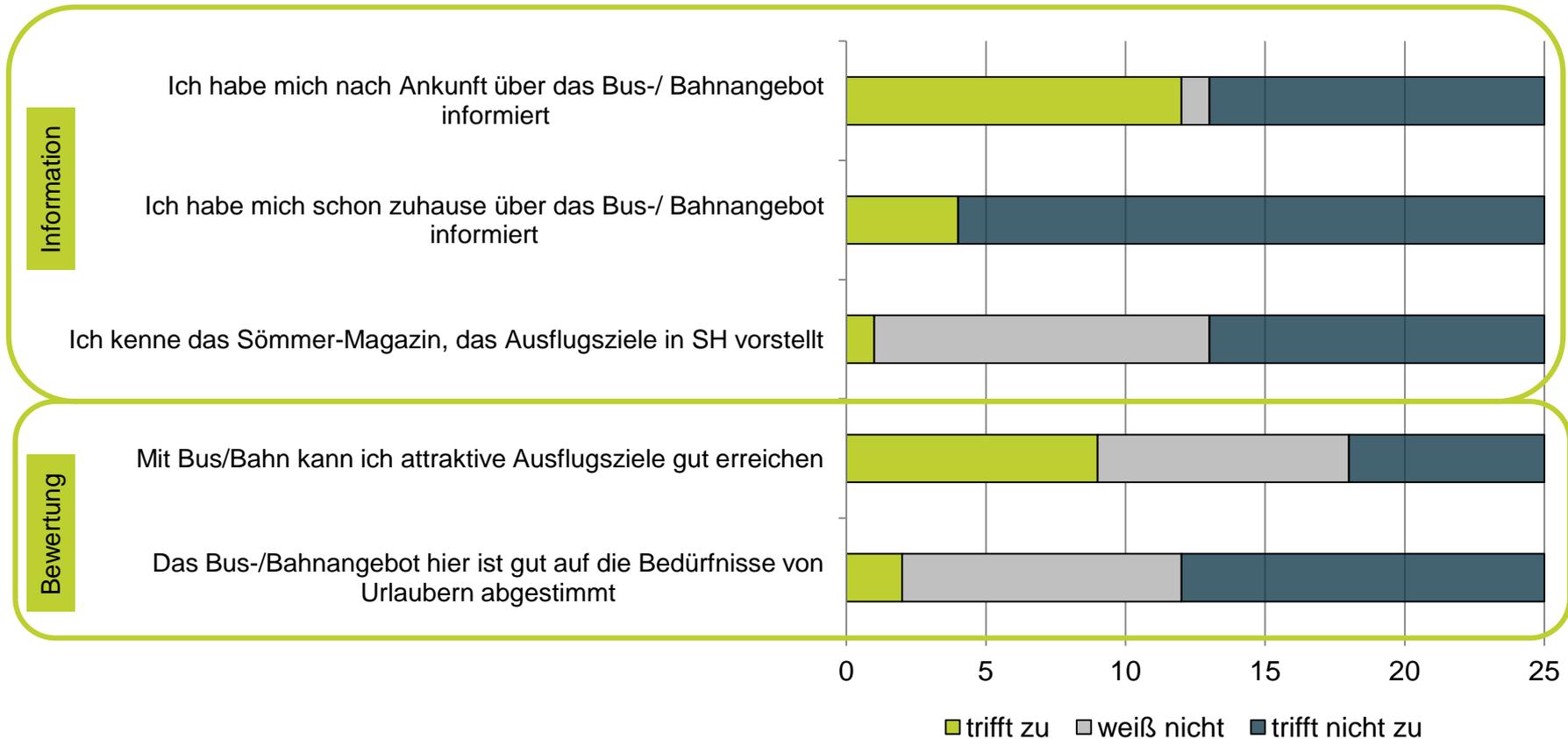
- Tarif/Tickets, Linien und Ziele
- Information und Service
- Haltestellen/Bahnhöfe und Fahrzeuge

Seite 30-32

Seite 34

Seite 36

**Obwohl alle Workshop-Teilnehmer so ausgesucht wurden, dass sie grundsätzlich bereit wären, sich vor Ort mit Bus und Bahn fortzubewegen, hat sich nur jeder zweite über das ÖV-Angebot informiert**

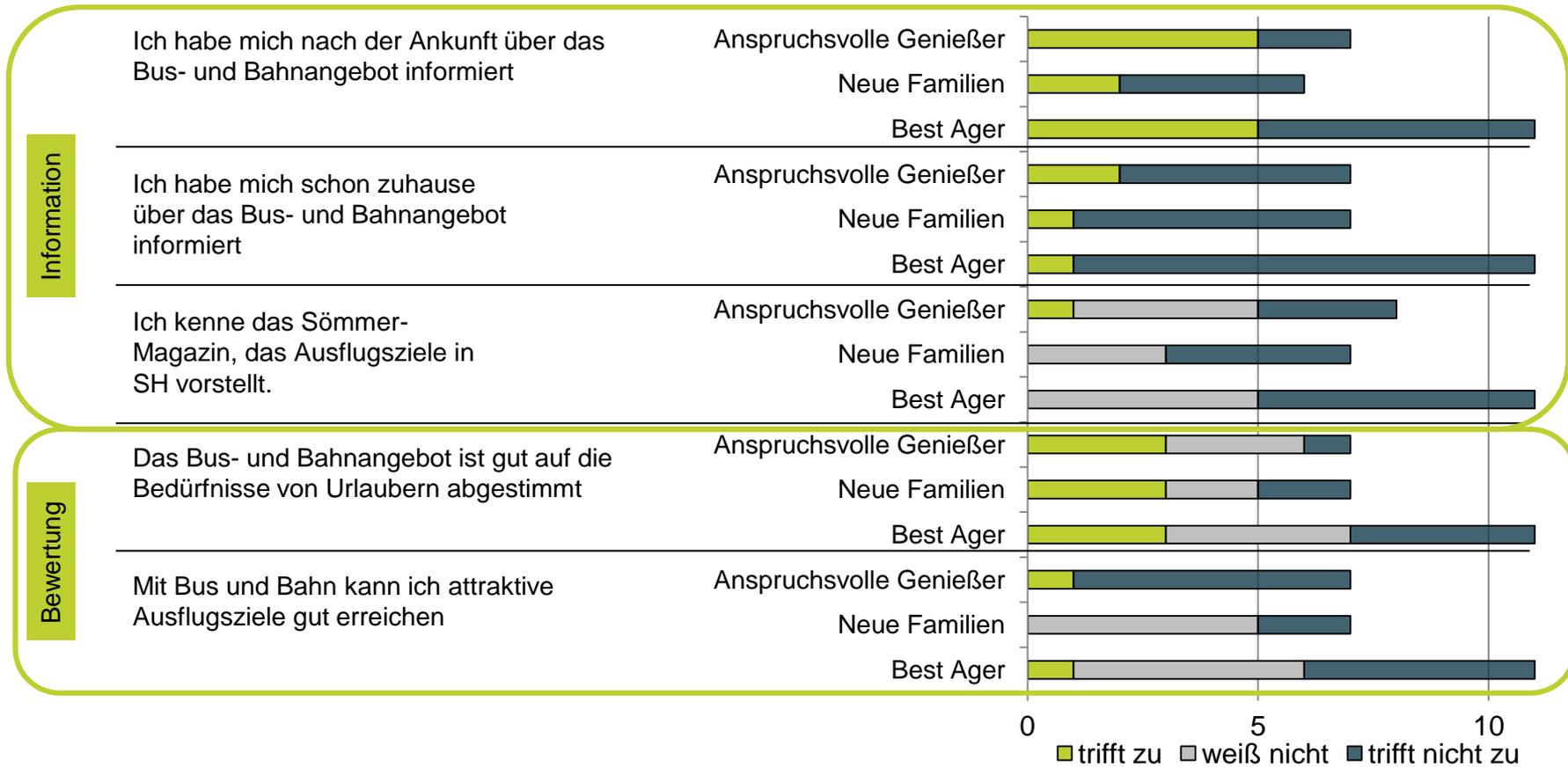


Frage: Bitte kreuzen Sie jeweils an, ob die folgenden Aussagen aus Ihrer Sicht zutreffen oder nicht.

Basis: Best Ager n=11, Neue Familien n=7, Anspruchsvolle Genießer n=7; Angaben in Fallzahlen

Quelle: Befragung im Rahmen der Kreativ-Workshops in Husum, Scharbeutz und Ratzeburg; Basis n=25; Angaben in Fallzahlen

### Nur geringe zielgruppenspezifische Unterschiede beim ÖV-Informationsverhalten und bei der Bewertung des touristischen ÖV-Angebotes



Frage: Bitte kreuzen Sie jeweils an, ob die folgenden Aussagen aus Ihrer Sicht zutreffen oder nicht.

Quelle: Befragung im Rahmen der Kreativ-Workshops in Husum, Scharbeutz und Ratzeburg

Basis: Best Ager n=11, Neue Familien n=7, Anspruchsvolle Genießer n=7; Angaben in Fallzahlen

Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 3-4

Zielsetzung und Methode

Seite 6-9

1. Gründe für und gegen ÖV-Nutzung im Urlaub

- An- und Abreise
- Mobilität vor Ort

Seite 11

Seite 13

2. Urlaubsspezifische ÖPNV-Bedürfnisse

- Urlaubsmobilität vs. Alltagsmobilität
- Allgemeine Wünsche an den ÖPNV in der Urlaubsregion

Seite 15

Seite 17

**3. Wahrnehmung des ÖPNV in der Urlaubsregion**

- Erfahrungen während des derzeitigen Urlaubs
- Angebots- und Tarifkenntnis
- Informationsverhalten und Bewertung des Angebotes
- **Interesse nach Information über ÖV-Angebot**

Seite 19

Seite 21-22

Seite 24-25

**Seite 27-28**

4. Entwicklung spezieller ÖV-Angebote für SH-Urlauber

- Tarif/Tickets, Linien und Ziele
- Information und Service
- Haltestellen/Bahnhöfe und Fahrzeuge

Seite 30-32

Seite 34

Seite 36

**Die Teilnehmer erhielten folgende Informationen zu ausgewählten Tarifen/Tickets sowie zum Bus- und Bahnangebot in ihrer Urlaubsregion:**

	Husum	Scharbeutz	Ratzeburg
Tarif	SH-Tarif, Kleingruppenkarte, Tageskarte, Grenzkieperticket, Nachbarticket, Sommerferienticket, SH-Ticket		
Bahn	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Drehkreuz“ im Nahverkehr in die Richtungen Rendsburg/Kiel, Sylt, Hamburg und St. Peter-Ording</li> <li>• Taktknoten, in dem grundsätzlich zur halben Stunde die (Nahverkehrs-) Züge aus allen Richtungen ein- und abfahren</li> <li>• Vereinzelt auch IC-Halte Richtung Hamburg bzw. Westerland</li> <li>• Bedienzeit ca. von 4:30 bis 00:30 Uhr</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ort liegt an der Bahnstrecke Lübeck – Neustadt – Puttgarden (Vogelfluglinie) und wird von der Regionalbahn grundsätzlich im Stundentakt bedient; vereinzelt und in der Saison zusätzlich auch von Regionalexpress und IC</li> <li>• Bedienzeit ca. von 5 bis 23:30 Uhr</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ort liegt an der Bahnstrecke Lübeck – Lüneburg und wird von der Regionalbahn im Stundentakt bedient</li> <li>• Bedienzeit ca. von 5:15 bis 00:30 Uhr</li> </ul>
Bus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverkehr Husum (von ca. 6 bis 20 Uhr, Wochenende Rufbus)</li> <li>• Schnellbus Husum – Flensburg – Sonderburg</li> <li>• Regionalverkehr (z. B. nach Nordstrand (Fähranleger Pellworm) und Schlüttsiel (Fähranleger Halligen))</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Busanbindung Lübecker Bucht (längere Strecken aber nicht umsteigefrei)</li> <li>• Ostseecard-Anerkennung in Bussen (Busfahrt kostet nur 1 Euro)</li> <li>• Umsteigefreie Busverbindung bis Lübeck (ab Timmendorfer Strand)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverkehr (von 5 bis 23 Uhr, weitgehend Halbstundentakt, Bahnhof wird angefahren)</li> <li>• Schnellbus nach Hamburg (über Mölln)</li> <li>• Regionalbusanbindung des Hinterlandes</li> </ul>

## Das tatsächliche ÖV-Angebot übertrifft in allen drei untersuchten Orten die Erwartungen der Urlauber; das Interesse an der Nutzung steigt nach der Information

- Das tatsächliche ÖV-Angebot übertrifft in allen drei untersuchten Orten die Erwartungshaltung der Urlauber, und zwar vor allem bezüglich der
  - Taktfolge
  - Möglichkeit, mit einer Fahrkarte Bus und Bahn zu nutzen
  - Tarifangebote für Gruppen (Kleingruppenkarte und SH-Ticket)
  - Anerkennung der Ostseecard in Bussen in Ostholstein
- Das Sömmer-Magazin ist nahezu unbekannt, weckt aber hohes spontanes Interesse.
- Viele Teilnehmer waren enttäuscht darüber, dass sie nicht über die Vorzüge des ÖV-Angebotes informiert wurden.
- Einige Teilnehmer waren nicht nur enttäuscht, sondern teilweise sogar ein wenig verärgert darüber, dass sie die relevanten Informationen bislang nicht erhalten hatten.
- In allen drei Orten wurde die Frage aufgeworfen, wo man die genannten Informationen erhalten kann

*„So ein Sömmer Magazin, das wäre ein Grund, dass ich wieder her komme. Das wäre eine Idee. Wenn ich das so einmal im Jahr bekomme.“ (RZ, Neue Familie)*

*„Wie komm ich an die Infos und wo kann ich die Tickets kaufen? Die Infos fehlen und es müsste mehr Hinweise darauf geben.“ (NF, Anspruchsvolle Genießerin)*

*„Warum wissen wir das nicht? Ich habe das nicht erfahren hier [Dauercamper, macht seit 6 Jahren Urlaub in der Region]. Die Kinder haben ja keine Ostseecard, können die dann so mitfahren?“ (OH, Neue Familie)*

*„Die werben ja auch mit kostenfreien Parkplätzen, die man ja auch zunehmend in der Nähe einrichtet. Gerade Tagesgäste wollen ja auch nicht so viel bezahlen. Dafür wird schon geworben. Aber nicht dafür, wie wir da mit Öffentlichen hinkommen.“ (OH, Best Ager)*

Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 3-4

Zielsetzung und Methode

Seite 6-9

1. Gründe für und gegen ÖV-Nutzung im Urlaub

- An- und Abreise
- Mobilität vor Ort

Seite 11

Seite 13

2. Urlaubsspezifische ÖPNV-Bedürfnisse

- Urlaubsmobilität vs. Alltagsmobilität
- Allgemeine Wünsche an den ÖPNV in der Urlaubsregion

Seite 15

Seite 17

3. Wahrnehmung des ÖPNV in der Urlaubsregion

- Erfahrungen während des derzeitigen Urlaubs
- Angebots- und Tarifkenntnis
- Informationsverhalten und Bewertung des Angebotes
- Interesse nach Information über ÖV-Angebot

Seite 19

Seite 21-22

Seite 24-25

Seite 27-28

**4. Entwicklung spezieller ÖV-Angebote für SH-Urlauber**

- **Tarif/Tickets, Linien und Ziele**
- Information und Service
- Haltestellen/Bahnhöfe und Fahrzeuge

**Seite 30-32**

Seite 34

Seite 36

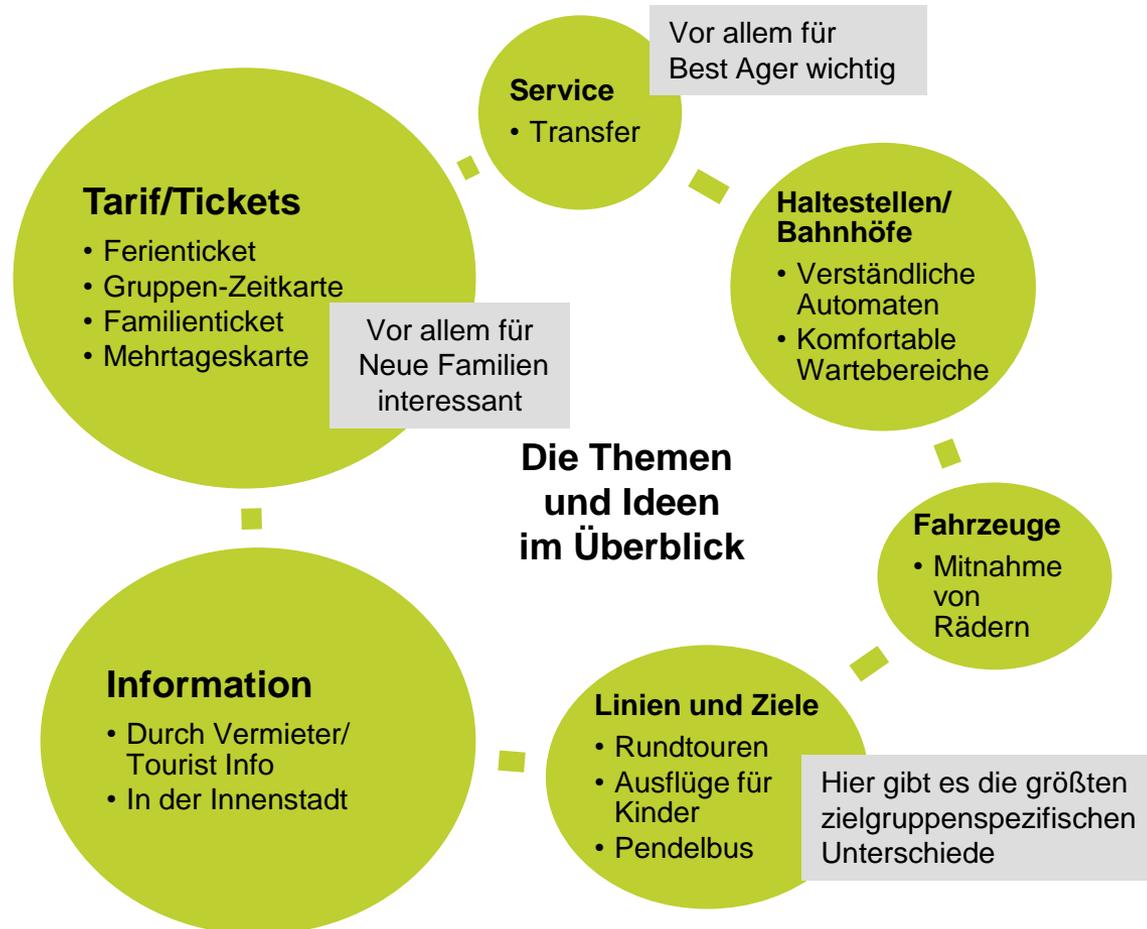
Bei der Entwicklung zielgruppenspezifischer ÖV-Angebote zeigt sich, dass die Bereiche Tarif/Tickets und Information einen besonders hohen Stellenwert für SH-Urlauber haben

Hintergrund:

Die Teilnehmer wurden in drei Kleingruppen aufgeteilt und sollten ÖV-Angebote für Best Ager, Neue Familien und Anspruchsvolle Genießer entwickeln.

Hinweis:

Die Größe des Kreises symbolisiert die Anzahl der Ideen aus dem jeweiligen Themenfeld. Außerdem werden Ideen aufgelistet, die von mehreren Teilnehmern als besonders attraktiv bewertet wurden.



### Die Urlauber wünschen sich vor allem Tickets, die für mehrere Tage und/oder mehrere Personen gelten, und organisierte Rundtouren mit verschiedenen Verkehrsmitteln

#### Ideen zum Bereich „Tarif/Tickets“

- **Ferien-/Regionsticket**
  - Kostenlose ÖV-Nutzung im Urlaubsort oder in der gesamten Urlaubsregion
  - In Kurkarte integriert, z.B. Ostseecard+
  - Auf Wunsch inkl. Fahrradmitnahme
  - Plakativer Name („Schöner-Norden-Ticket“)  
→ zum Weitererzählen
- **Gruppen-Zeitkarte**
  - 1 oder 2 Wochen gültig
  - Oder als flexibles Ticket: an 3 von 5 Tagen gültig
- **Mehrtageskarte** (z.B. 3 aufeinanderfolgende Tage)
- **Familienticket**
  - Für 2 Erwachsene + beliebig viele Kinder
  - Auch von Großeltern und Patchwork-Familien nutzbar
- Kombiticket für Eintritt und ÖV-Anreise/  
Vergünstigungen bei Anreise mit ÖV (z.B. Eintritt)
- Fahrkarte sollte auch am Vortag lösbar sein
- Fahrkarten im Zug kaufen
- Kostenlose Fahrradmitnahme im Nahverkehr

#### Ideen zum Bereich „Linien und Ziele“

- **Pauschalangebote für Ausflüge mit dem ÖV**
  - **Rundtouren** mit wechselnden Verkehrsmitteln (unterwegs mit Bus, Bahn, Schiff und zu Fuß, evtl. auch in Kombination mit Mieträdern)
  - Organisierte **Ausflüge für Kinder mit dem ÖV** (mit/ohne Eltern), z.B. ins Badeland, zu besonderen Spielplätzen, Erlebnisparks
  - Geführte Stadtrundfahrten mit Kleinbussen
- **Pendelbus**
  - Vom Deich in die Innenstadt (Husum)
  - Bahnhof – Innenstadt (Ratzeburg)
  - Innenstadt – Supermärkte (Scharbeutz)
  - Zwischen den Ortsteilen (Haffkrug-Scharbeutz)
- Touristenlinie
- Touristische Ziele auf dem Linienplan einzeichnen oder Haltestellen entsprechend benennen

## Regionale Urlaubstickets, die zur Nutzung des ÖPNV animieren, gibt es beispielsweise in Garmisch-Patenkirchen, im Bayerischen Wald und in Südtirol

### Gute Beispiele

Die Workshop-Teilnehmer nannten mehrere gute Beispiele für Urlaubertickets in anderen Regionen im In- und Ausland, die in der Vergangenheit zur Nutzung des ÖPNV angeregt haben.

### **Bayerischer Wald**

- Gästeservice-Umwelt-Ticket (GUTi)
- Gäste können in 13 Gemeinden im Bayerischen Wald kostenlos Bus und Bahn fahren
- Werbung über [www.bahn.de](http://www.bahn.de)



[http://www.bahn.de/regional/view/regionen/spezial2/bayer\\_wald.shtml](http://www.bahn.de/regional/view/regionen/spezial2/bayer_wald.shtml)

### **Garmisch-Patenkirchen**

- Kurkarte gilt als Fahrkarte für den Ortsbus
- E-Bike-Vermietung
- RIT-Tickets werden aktiv beworben



[http://www.gapa.de/Garmisch-Partenkirchen\\_Anreise-Mobilitaet](http://www.gapa.de/Garmisch-Partenkirchen_Anreise-Mobilitaet)

### **Südtirol**

- Mobilcard für 1, 3 oder 7 Tage
- auch als Museum-Mobil-Card erhältlich
- bei Anreise mit der Bahn kostenlos



<http://www.schenna.com/information/anreise-mobilitaet/oeffentlicher-nahverkehr/>

Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 3-4

Zielsetzung und Methode

Seite 6-9

## 1. Gründe für und gegen ÖV-Nutzung im Urlaub

- An- und Abreise
- Mobilität vor Ort

Seite 11

Seite 13

## 2. Urlaubsspezifische ÖPNV-Bedürfnisse

- Urlaubsmobilität vs. Alltagsmobilität
- Allgemeine Wünsche an den ÖPNV in der Urlaubsregion

Seite 15

Seite 17

## 3. Wahrnehmung des ÖPNV in der Urlaubsregion

- Erfahrungen während des derzeitigen Urlaubs
- Angebots- und Tarifkenntnis
- Informationsverhalten und Bewertung des Angebotes
- Interesse nach Information über ÖV-Angebot

Seite 19

Seite 21-22

Seite 24-25

Seite 27-28

**4. Entwicklung spezieller ÖV-Angebote für SH-Urlauber**

- Tarif/Tickets, Linien und Ziele
- **Information und Service**
- Haltestellen/Bahnhöfe und Fahrzeuge

Seite 30-32

**Seite 34**

Seite 36

## **Erwünscht: Aktive Information über touristisch relevante ÖV-Angebote durch Tourist Info und Vermieter über alle zur Verfügung stehenden Kanäle, Shuttle-Service vom Bahnhof**

### Ideen zum Bereich „Informationen“

- **ÖV-Infos durch Vermieter, Tourist Info usw.**
  - Bei der Buchung nach Anreiseverkehrsmittel fragen, ggf. Infos zu Transfer vom Bahnhof zuschicken
  - Vermieter/Tourist Info sollten über die touristisch relevanten ÖV-Angebote vor Ort informieren können
  - Infos zur Mobilität vor Ort
    - ins Gastgeberverzeichnis und auf der Website
    - am Bahnhof, durch die Busfahrer
    - in der Unterkunft bereitlegen
  - Am Bahnhof sollte ein großer Stadtplan mit Telefonnummern der Vermieter und ÖV-Anreiseinfo zu finden sein
- **Zentral gelegene ÖV-Infostelle/-Infostand** in der Innenstadt
- Infos zu Ausflugszielen mit Infos zu Bus und Bahn (und Schiff und Rad)
- Übersichtliche Fahrpläne mit kurzen Infos für Urlauber
- Für guten Nahverkehr werben, z.B. auf der Titelseite des Gastgeberverzeichnisses oder an prominenter Stelle im Internet

### Ideen zum Bereich „Service“

- **Transfer/Abholservice am Bahnhof** für den Ankunfts- und Abreisetag
  - z.B. durch den Vermieter
  - Mindestanforderung: Taxi am Bahnhof
  - Taxi-Ruf(nummer) im Bus/Zug/Bahnhof
- Kofferservice (vgl. [www.insameexpress.it/de](http://www.insameexpress.it/de))
- Gepäckaufbewahrungsmöglichkeit am Bahnhof
- Servicepersonal/Ansprechpartner
- Verleih oder kostengünstige Vermietung von Fahrrädern

Zusammenfassung der Ergebnisse

Seite 3-4

Zielsetzung und Methode

Seite 6-9

1. Gründe für und gegen ÖV-Nutzung im Urlaub

- An- und Abreise
- Mobilität vor Ort

Seite 11

Seite 13

2. Urlaubsspezifische ÖPNV-Bedürfnisse

- Urlaubsmobilität vs. Alltagsmobilität
- Allgemeine Wünsche an den ÖPNV in der Urlaubsregion

Seite 15

Seite 17

3. Wahrnehmung des ÖPNV in der Urlaubsregion

- Erfahrungen während des derzeitigen Urlaubs
- Angebots- und Tarifkenntnis
- Informationsverhalten und Bewertung des Angebotes
- Interesse nach Information über ÖV-Angebot

Seite 19

Seite 21-22

Seite 24-25

Seite 27-28

**4. Entwicklung spezieller ÖV-Angebote für SH-Urlauber**

- Tarif/Tickets, Linien und Ziele
- Information und Service
- **Haltestellen/Bahnhöfe und Fahrzeuge**

Seite 30-32

Seite 34

**Seite 36**

## Verständliche Fahrkartenautomaten und komfortable Wartebereiche sind für die Urlauber wichtig. Ein Teil der Urlauber wünscht sich optimierte Fahrradmitnahmemöglichkeiten

### Ideen zum Bereich „Haltestellen/Bahnhöfe“

- **Verständliche Fahrkartenautomaten**
  - Automatisch günstigster Preis oder Auswahl zwischen „schnell oder günstig?“ statt „über x oder über y?“
  - Auf den ersten Blick ersichtlich, wo man drücken muss, um an die richtige Fahrkarte zu kommen (nah.sh und SH-Tarif sagt Urlaubern nichts), z. B. durch Anzeige der am häufigsten angesteuerten Orte auf der Startseite
  - Alternativ: Fahrkartenverkauf am Schalter ohne Zusatzkosten/Serviceentgelt
- **Komfortable Wartebereiche** am Bahnhof und an den Bushaltestellen
  - Überdachte und beleuchtete Sitzgelegenheiten
  - Kiosk
  - Elektronische Anzeige der nächsten Abfahrten
  - Mit Informationen zum Bus- und Bahnangebot in der Region (vgl. vorherige Seite)
  - Personal oder Gegensprechanlage

### Ideen zum Bereich „Fahrzeuge“

- **Fahrradmitnahme in Bussen und Bahnen ausweiten/erleichtern** (wurde insbesondere in Husum genannt)
- Sammeltaxen einsetzen (mit telefonischer Anmeldung in Fahrplanrandzeiten)
- Großraumtaxen fahren lassen (normaler Pkw ist für Kleingruppen oder wg. des Gepäcks schnell zu klein)
- Kleinbusse einsetzen, die dafür aber häufiger fahren
- Verschiedene Bereiche im Zug einrichten (um für Familien interessanter zu sein):
  - Spiel
  - Ruhe
  - Picknick
  - Hörspiele (via Kopfhörer)

# Touristische Potenziale des ÖPNV in Schleswig-Holstein

## Integration der Ergebnisse

Basis:

Reanalyse vorhandener Daten (Teil 1) und  
Kreative Workshops mit Urlaubern (Teil 2)

Stand: 09.11.2012

**Bearbeitung:**

NIT – Institut für Tourismus- und  
Bäderforschung in Nordeuropa GmbH  
Fleethörn 23  
D – 24103 Kiel

Telefon +49 (0) 431 – 666 567 – 0  
Telefax +49 (0) 431 – 666 567 – 10  
E-Mail: [info@nit-kiel.de](mailto:info@nit-kiel.de), [www.nit-kiel.de](http://www.nit-kiel.de)

## Aus den Ergebnissen der Sekundäranalyse ergeben sich Fragestellungen für die zukünftige Gestaltung der touristischen Mobilität in Schleswig-Holstein

1. Jeder dritte Wohnortausflug aus der Metropolregion Hamburg wird ohne Auto gemacht.  
→ **Wie können noch mehr Bewohner der Metropolregion für Ausflüge mit Bus und Bahn nach bzw. in Schleswig-Holstein gewonnen werden?**
2. Im Vergleich zu anderen Bundesländern ist der Anteil der Urlauber und Kurzurlauber mit Bahnreise in Schleswig-Holstein relativ gering. Die Anreise mit der Bahn ist bislang vor allem für folgende Urlauber relevant: Alleinreisende, Reisende ohne Kinder, Personen aus großen Städten.  
→ **Wie können weitere Gäste für die Bahnreise nach Schleswig-Holstein begeistert werden?**  
→ **Wie kann bei ÖV-affinen Urlaubern das Interesse am Reiseziel Schleswig-Holstein geweckt werden?**
3. Die Nordseeküste hat einen verhältnismäßig hohen Anteil an Bahnurlaubern, die Ostseeküste einen sehr niedrigen.  
→ **Wie kann die Nordseeküste noch stärker als besonders interessantes Ziel für ÖV-affine Urlauber vermarktet werden?**  
→ **Wie kann die ÖV-Anreise ins Binnenland und an die Ostsee erleichtert und/oder besser vermarktet werden?**
4. Der Anteil derjenigen, die im Urlaub den ÖPNV genutzt haben, ist in Schleswig-Holstein verhältnismäßig niedrig.  
→ **Wie kann der Anteil der ÖPNV-Nutzer während des Urlaubs in Schleswig-Holstein erhöht werden?**

## Leitlinien für die Verbesserung der touristischen Nutzung des ÖPNV in Schleswig-Holstein

Voraussetzung: Es besteht der Wunsch, die touristisch bedingte Mobilität umwelt- und ressourcenschonend abzuwickeln - mit wirtschaftlichem Erfolg für die Anbieter im Bereich des Öffentlichen Verkehrs und des Tourismus.

- Über die Informationen zum ÖPNV muss man ungefragt „stolpern“, und zwar so, dass man sich darüber freut und die Information nicht als lästig empfindet.
- Das ÖPNV-Angebot in der Region muss so gut sein, dass man das Auto gerne zu Hause oder zumindest an der Unterkunft lässt.
- Die Nutzung des ÖPNV muss so einfach und flexibel sein, dass man ihn nutzen kann, ohne darüber nachzudenken.

## Aus den Ergebnissen der Workshops lässt sich eine klare Maßnahmenhierarchie für die Nutzung von Bahn und Bus zur Anreise und vor Ort ableiten

### MASSNAHMENBÜNDEL

### TEILASPEKTE

<p><b>1. Information verbessern (vor der Anreise und vor Ort)</b></p>	<p>A) Information leichter erreichbar &amp; verfügbar (aktiv statt passiv)</p>	<p>B) Information klarer und einfacher gestalten</p>
<p><b>2. Tarif verbessern</b></p>	<p>A) Für mehrere Personen, die gemeinsam unterwegs sind</p>	<p>B) Für einen mehrtägigen Aufenthalt</p>
<p><b>3. Produkte verbessern (Linien, Fahrzeuge etc.)</b></p>	<p>A) Erreichbarkeit touristisch relevanter Ziele: Schneller, häufiger, flexibler</p>	<p>B) Komfort: Bequemlichkeit, Service, Platz für Gepäck</p>

### UMSETZUNGSHINWEISE

<p><b>Zielgruppendifferenziert</b> (siehe Hinweise auf Seite 6)</p>	<p><b>Koordiniert</b> (wesentliche Akteure arbeiten zusammen)</p>	<p><b>Geplant</b> (Für jedes Maßnahmenbündel gibt es einen Fahrplan und ein Evaluierungsinstrument)</p>
---	---	---

## **Wichtig wären touristische ÖPNV-Informationen, eine stärkere Einbindung der Vermieter, neue Tickets, mehr Service und die gezielte Ansprache potenzieller Wohnortausflügler**

### **Spezielle Informationen für Touristen**

- Speziell für Touristen aufbereitete Informationen zum Thema ÖPNV (z.B. Linienpläne mit touristischen Informationen, ausführliche Hinweise zu Schulferien-Terminen in Schleswig-Holstein auf den Fahrplänen)
- Regionale und lokale touristische Websites mit [www.nah-sh.de](http://www.nah-sh.de) verlinken
- [www.bahn.de](http://www.bahn.de) mit [www.nah-sh.de](http://www.nah-sh.de) verlinken

### **Vermieter stärker einbinden**

- Schulung der Touristiker vor Ort (insbesondere Tourist Informationen und Vermieter), um diese in die Lage zu versetzen, aktiv und positiv über das Bus- und Bahnangebot zu informieren
- RIT-Ticket bekannter machen
- ÖV-affine Vermieter als Paten gewinnen: Ausgabe von zeitlich begrenzten übertragbaren Schnupper-Zeitkarten, die von den Gästen genutzt werden können (vgl. Patenticket in NRW <http://www.urbane-konzepte.de/fbe-mobilitaet/projekte-mobilitaet/patenticket/>)

### **Neue Tickets**

- Einführung eines regionalen Urlaubertickets (Aufenthaltsdauer bestimmt die Gültigkeitsdauer)
- Einführung von Mehrtageskarten (z.B. für 3 Tage)

### **Mehr Service**

- Intuitive Bedienung der Fahrkartenautomaten auch für Personen ohne detaillierte Tarif- und Ortskenntnis
- Shuttle-Service vom Bahnhof zur Unterkunft anbieten („Ihr Vermieter holt sie gerne vom Bahnhof ab.“)
- Fahrradmitnahme in Bussen und Bahnen erleichtern

### **Wohnortausflügler gezielt ansprechen**

- Erlebnisqualität von Ausflügen mit dem ÖPNV stärker vermarkten
- Zeitkarten-Besitzer zu Ausflügen mit dem ÖV motivieren (vorhandene Adressen nutzen)

## In einigen Bereichen macht es Sinn, für bestimmte touristische Zielgruppen oder Reiseziele konkrete Angebote zu entwickeln

Zielgruppenspezifische Angebote		
Neue Familien	Anspruchsvolle Genießer	Best Ager
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einführung eines Familien- bzw. Gruppentickets, das mehrere Tage gültig und unabhängig vom Alter der mitreisenden Kinder nutzbar ist.</li> <li>▪ Kombitickets (Eintritt und ÖV-Nutzung, evtl. mit kleinen Extras)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kombitickets (Eintritt und ÖV-Nutzung, evtl. mit kleinen Extras)</li> <li>▪ Organisierte Rundtouren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Persönliche Ansprechpartner</li> <li>▪ Barrierefreiheit                         <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Übersichtliche, gut lesbare Busfahrpläne</li> <li>▪ Koffer-Service</li> <li>▪ Sitzplätze an den Haltestellen</li> </ul> </li> <li>▪ Kombitickets (Eintritt und ÖV-Nutzung, evtl. mit kleinen Extras)</li> </ul>

Regionale Besonderheiten		
SH-Nordsee (Husum)	SH-Binnenland (Ratzeburg)	SH-Ostsee (Scharbeutz)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rundtouren mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln (Bus, Bahn, Schiff und Fahrrad)</li> <li>▪ Bahn vor allem für Ausflüge nach Sylt, St. Peter-Ording, Kiel, und Hamburg bewerben</li> <li>▪ Fahrradmitnahme erleichtern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Abgelegene Bahnhöfe dürfen nicht zum Hindernis werden, d.h. Mobilitätsinfos müssen auch in der Innenstadt, touristische Infos auch am Bahnhof zugänglich sein.</li> <li>▪ Bahn vor allem für Ausflüge nach Lübeck und Hamburg bewerben.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anerkennung der Ostseecard in den Bussen besser kommunizieren</li> <li>▪ Touristen besser über die Möglichkeiten des innerörtlichen Busverkehrs informieren (z.B. zu Fuß hin, zurück mit dem Bus)</li> <li>▪ Bahn vor allem für Ausflüge nach Lübeck, aber z.B. auch nach Neustadt bewerben</li> </ul>

## Projektleitung und Bearbeitung

NIT – Institut für Tourismus- und  
Bäderforschung in Nordeuropa GmbH  
Fleethörn 23  
D – 24103 Kiel

Telefon +49 (0) 431 – 666 567 – 0  
Telefax +49 (0) 431 – 666 567 – 10  
E-Mail: [info@nit-kiel.de](mailto:info@nit-kiel.de), [www.nit-kiel.de](http://www.nit-kiel.de)

Projektleitung:  
Bente Grimm (Durchwahl -18)  
[bente.grimm@nit-kiel.de](mailto:bente.grimm@nit-kiel.de)

Wissenschaftliche Mitarbeit:  
Dr. Imke Meinken  
Dr. Dirk Schmücker

