

Stenografischer Bericht

öffentlicher Teil

13. Sitzung – Enquetekommission „Mobilität der Zukunft in Hessen 2030“

10. März 2022, 10:02 bis 12:05 Uhr sowie 12:25 bis 13:15 Uhr

Anwesend:

Stellv. Vorsitz: Elke Barth (SPD)

ordentliche Mitglieder:

CDU

Sabine Bächle-Scholz
Dirk Bamberger

BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Karin Müller (Kassel)
Katy Walther

SPD

Knut John

AfD

Arno Enners
Klaus Gagel

Freie Demokraten

Dr. Stefan Naas

DIE LINKE

Axel Gerntke

stellvertretende Mitglieder:

CDU

Birgit Heitland

BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

SPD

Gernot Grumbach

AfD

Freie Demokraten

DIE LINKE

Fraktionsassistentinnen und -assistenten:

CDU:	Sina Kunkel
BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN:	Tabea Eidam
SPD:	Sven Bingel
AfD:	Fabian Flecken Klaus-Peter Kaschke
Freie Demokraten:	Falco Hartard

Ständige Sachverständige:

Dr. Jutta Deffner
Prof. Dr. Barbara Lenz
Dr.-Ing. Georg Gickeleiter
Dieter Posch

Ständige Beratende Mitglieder:

Institution	Name	Anwesenheit
Hessischer Landkreistag	Jutta Theiß (Referentin)	teilgenommen
Hessischer Städtetag	Sandra Schweitzer (Referatsleiterin)	teilgenommen
Hessischer Städte- und Gemeindebund	Martin Grobba (Verwaltungsdirektor)	teilgenommen
House of Logistics & Mobility GmbH (HoLM)	Michael Kadow (Geschäftsführer)	
LAG ÖPNV Hessen	Dr. Tom Reinhold (Geschäftsführer)	
Nordhessischer VerkehrsVerbund (NVV)	Sabine Herms (Leiterin Bereich Strategie und Presse)	teilgenommen
Rhein-Main-Verkehrsverbund (RMV)	Prof. Knut Ringat (Geschäftsführer)	
Verkehrsverbund Rhein-Neckar (VRN)	Christine Haban (Sachbearbeiterin der Abteilung Aufgabenträgerbetreuung und Vergabe)	
Regionalverband FrankfurtRheinMain	Rouven Kötter (Erster Beigeordneter und Mobilitäts- dezernent)	
Zweckverband Raum Kassel		

Sachverständige:

Bente Grimm M.A.

Prof. Dr. Sven Groß

Prof. Dr. Ueli Haefeli

Protokollierung: Swetlana Franz

Sonja Samulowitz

Inhaltsverzeichnis:

1. Anhörung zum Thema „Freizeitmobilität“

Sachverständige:

Kurzinput zum Themenbereich
Wegezwecke, Stand, Aufkommen

Prof. Dr. Barbara Lenz	S. 6
Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR)	
Ständige Sachverständige der EKMZ	

Themenbereich Reiseverhalten und nachhaltiger Tourismus

Bente Grimm M.A.	S. 17
Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT)	

Prof. Dr. Sven Groß	S. 30
Hochschule Harz	
Institut für Tourismusforschung (ITF)	

Themenbereich Treibkräfte im Freizeitverkehr und Strategien
für nachhaltigen Freizeitverkehr

Prof. Dr. Ueli Haefeli	S. 40
INTERFACE Politikstudien Forschung Beratung GmbH	

2. Verschiedenes

siehe nicht öffentlicher Teil

1. Anhörung zum Thema „Freizeitmobilität“

Stellv. Vorsitzende: Meine Damen und Herren! Ich begrüße Sie recht herzlich zur 13. Sitzung der Enquetekommission „Mobilität der Zukunft in Hessen 2030“. Wie immer beginne ich mit ein paar organisatorischen Hinweisen.

Entschuldigt fehlen die beiden Ständigen Sachverständigen Prof. Dr. Petra Schäfer und Prof. Dr. Martin Lanzendorf. Die Sachverständigen Frau Deffner und Herr Posch werden digital zugeschaltet. Ebenfalls entschuldigt sind der Vorsitzende der Enquetekommission, Herr Meysner, Tobias Eckert und Heiko Kasseckert. Der Referent der GRÜNEN-Fraktion, Frank Müller, wird durch Frau Eidam vertreten. Von den Ständigen beratenden Mitgliedern lassen sich Herr Kötter vom Regionalverband FrankfurtRheinMain, Herr Kadow vom HoLM und Herr Dr. Reinhold von der LAG ÖPNV Hessen entschuldigen. Entschuldigen lässt sich auch Frau Mayer.

Kurz zu den organisatorischen Hinweisen – das gilt für alle –: Der Ältestenrat hat beschlossen, dass die 3G-Regelung auch für die Ausschüsse gilt und dass die Pflicht zum Tragen von Masken besteht. Danach sind auch am Platz Masken zu tragen, und die Abstände sind zu wahren. In den Plenarsaal dürfen nur Geimpfte, Genesene und aktuell negativ Getestete. Diejenigen, die, durch ein Attest nachgewiesen, vom Maskentragen befreit sind, werden aufgefordert, die Sitzung auf der Zuschauertribüne zu verfolgen.

Heute behandeln wir den spannenden Punkt „Freizeitaktivitäten, Reiseverkehr und Reiseluftfahrt“. Wir werden dazu vier Vorträge hören. Eventuell werden wir eine kleine Pause einschieben, bevor Herr Dr. Haefeli als Letzter seinen Vortrag hält. Jetzt beginnen wir mit dem Kurzinput von Prof. Dr. Barbara Lenz, der Ständigen Sachverständigen der SPD. Sie wird uns ein Kurzinput zu dem Thema „Wegezwecke, Stand, Aufkommen“ geben.

SV Prof. **Dr. Barbara Lenz:** Meine Damen und Herren! Ich mache im Grunde genommen nichts anderes, als Ihnen zu zeigen: Wie sind die Dinge definiert? Wie sind Freizeit und Freizeitmobilität zu verstehen? Was wissen wir im Moment über den quantitativen Umfang, sowohl den Freizeitverkehr in ganz Deutschland als auch speziell in Hessen betreffend?

Präsentation Prof. Dr. Lenz siehe Anlage – Folie „Freizeit – was ist das?“

Die Fragestellung geht bei dem Thema los, was Freizeit eigentlich ist. Wenn man es sehr einfach macht, kann man Freizeit als die Zeit außerhalb der Arbeitszeit definieren, über deren Nutzung der oder die Einzelne frei entscheiden kann. Das heißt, Freizeit ist eine Art Restkategorie: Sie arbeiten, und das, was dann übrig ist, ist Ihre Freizeit.

Im Vergleich zum Wirtschaftslexikon von Gabler definiert es der Duden etwas genauer: Dem nach ist Freizeit die Zeit, in der jemand nicht zu arbeiten braucht, keine besonderen Verpflichtungen hat. Es ist die für Hobby oder Erholung frei verfügbare Zeit.

Das vertieft der Freizeitforscher Horst Opaschowski. Er beschreibt Freizeit als die frei verfügbare und selbst bestimmbare Dispositionszeit. Das heißt, es ist die Zeit, in der Sie, platt gesagt, tun und lassen können, was Sie wollen, in der Sie keinerlei Verpflichtungen haben, weder erwerbsmäßige noch anderweitige, etwa im Haushalt und in der Familie. Bei den anderen Kategorien der Zeitbindung, die er nennt – sie sind hier in grauer Schrift aufgeführt, weil sie nicht die Freizeit betreffen –, handelt es sich zum einen um die verpflichtende, bindende und verbindliche Obligationszeit. Das ist z. B. die Zeit, in der Sie Ihre Kinder betreuen. Sie können nicht einfach sagen: „Das mag ich jetzt nicht“; denn die Kinder sind eben da. Zum anderen handelt es sich um die festgelegte, fremdbestimmte und abhängige Determinationszeit. Das ist im Wesentlichen die Arbeitszeit, egal ob Sie angestellt oder selbstständig sind.

Folie „Zeitverwendung in Deutschland 2012/2013“ und Folie: „Zeitverwendung 2012/13: Freizeit (ohne Wege)“

Die letzte große Auswertung der Daten zur Zeitverwendung in Deutschland, die wir haben, stammt aus den Jahren 2012/2013. Wir haben auch noch eine aus dem Jahr 2016. Seit letztem Jahr haben wir ein Zeitverwendungserhebungsgesetz. Wir werden also in diesem Jahr die nächste Zeitverwendungserhebung haben. Unter Freizeit wird hier Folgendes verstanden: Ehrenamt, freiwilliges Engagement, Unterstützung anderer Haushalte, das Besuchen von Versammlungen – das sind in der Bevölkerung im Schnitt 21 Minuten pro Tag –; das soziale Leben und die Unterhaltung – 1,50 Stunden pro Tag –; Sport, Hobbys und Spiele – knapp 1 Stunde pro Tag – sowie die Mediennutzung mit gut 3 Stunden pro Tag. Wenn Sie die Wege zu diesen Freizeitaktivitäten nicht einbeziehen, kommen Sie auf etwa fünfeinhalb Stunden Freizeit pro Tag.

Das variiert natürlich – ich werde das nicht näher ausführen – sehr stark in Abhängigkeit vom Alter und des Weiteren sehr deutlich in Abhängigkeit vom Geschlecht. Frauen sind nach wie vor diejenigen, die vor allem die Betreuungsaufgaben, die hier nicht mit aufgeführt sind, wahrnehmen.

Folie „Zeitverwendung im Tagesverlauf“

Sie können sich vorstellen, dass es bei der Zeitverwendung generell Unterschiede im Tagesverlauf gibt. Der rote Pfeil weist auf die mittelblau eingezeichnete Kurve hin: Sie sehen, dass es in den Vormittagsstunden noch relativ wenig Freizeit gibt. Zum Abend hin nimmt ihr Anteil zu, um am Abend den höchsten Punkt zu erreichen. Aber das kommt daher, dass wir hier noch nicht außer Haus sind. Sie erinnern sich vielleicht an die drei Stunden Mediennutzung; diese fallen vor allem abends an. – So viel zur Freizeit.

Folie „Freizeitmobilität: Freizeitaktivitäten als Wegezweck“

Aber es geht hier nicht um die Freizeit als solche, sondern um die Freizeitmobilität und auch um Freizeitaktivitäten als Wegezweck – sprich: Sie gehen aus dem Haus, um Freizeitaktivitäten auszuüben. Dazu liegen uns die Daten der MiD vor. Die MiD hat drei Kategorien, in die Freizeitaktivitäten fallen. Diese drei Kategorien sind Einkauf, private Erledigung und Freizeit. An der Stelle fragen Sie sich: Wie kann es sein, dass eine Aktivität, z. B. einen Einkaufsbummel zu machen, mich mit Freunden zu treffen oder den Hund auszuführen, in allen drei Kategorien auftaucht? –

Daran erkennen Sie, dass Freizeit etwas sehr subjektiv Empfundenes ist. Die einen empfinden es als eine Erledigung, den Hund auszuführen, die anderen empfinden das als ein Freizeiterlebnis. Ähnlich ist es beim Einkaufsbummel. Die einen empfinden ihn als Einkauf, die anderen empfinden ihn als Freizeiterlebnis. Das, was Freizeit ist, ist sehr stark von der subjektiven Wahrnehmung geprägt.

Die MiD hat in den drei Blöcken, die Sie hier sehen – Einkauf, private Erledigung und Freizeit –, verschiedene Kategorien. Dort, wo die Befragten es zuordnen, wird es einsortiert. Das heißt, wenn sie sagen: „Ich habe einen Einkaufsbummel gemacht, und das zählt zum Einkauf“, wird er dort notiert. Dort taucht er auch bei den Zahlen auf, die ausgewertet werden. Wenn sie aber sagen: „Einen Einkaufsbummel zu machen ist für mich Freizeit“, taucht er auch dort auf. Das bedeutet konkret, Sie haben in Bezug auf das, was Freizeitaktivitäten beschreibt, Unschärfen zwischen diesen drei Kategorien. Wenn Sie den Block „Freizeit“ haben, müssen Sie also davon ausgehen, dass er nicht hundertprozentig eindeutig definiert ist.

Es ist nicht uninteressant, zu wissen, dass es im vergangenen Jahr eine Befragung durch den Deutschen Einzelhandelsverbandes gab. Ein Thema war: Was ist Ihre liebste Freizeitbeschäftigung? – 27 % der Befragten antworteten: „Einkaufen“. Das heißt, wenn Sie sich über Mobilität unterhalten, die in der Freizeit stattfindet, müssen Sie davon ausgehen, das ist nicht allein das, was Sie vielleicht unter Freizeit subsumieren würden: zu einem Fußballspiel gehen, joggen, mit den Kindern auf den Spielplatz gehen – was auch immer.

Folie „Spezifische Wegezwecke in der ‚Freizeit‘“

Dass das sehr differenziert erhoben wird, sehen Sie an dieser Abbildung, die sämtliche Freizeitaktivitäten aufführt, die auch in der MiD erfasst werden. Sie sehen, die mit Abstand wichtigste Freizeitaktivität, wegen der die Menschen aus dem Haus gehen – das sind nur Aktivitäten, wegen denen aus dem Haus gegangen wird –, ist der Besuch von oder das Treffen mit Freunden, Verwandten oder Bekannten. Als Nächstes kommt der Spaziergang. Der Anteil der folgenden Aktivitäten sinkt schon unter 10 %. Sport zu treiben, ins Restaurant zu gehen und den Hund auszuführen sind auch immer noch wichtig, was die Freizeitaktivitäten betrifft.

Folie „Modal Split der Freizeitmobilität 2017 (Deutschland)“

Wie es um den Modal Split der Freizeitmobilität bestellt ist, können Sie auch ein bisschen der Antwort der Landesregierung entnehmen, die zu der heutigen Sitzung verschickt wurde. Sie nutzt allerdings andere Zahlen; dort geht man immer vom Median aus statt von den Gesamtprozentwerten. Wenn Sie sich den Modal Split der Freizeitmobilität im Jahr 2017 ansehen – das war die letzte MiD –, stellen Sie fest: Wir haben einen sehr hohen Anteil an Zufußwegen, an Fahrradwegen, an motorisiertem Individualverkehr, sowohl als Mitfahrer als auch als Fahrer, und an ÖPNV. Die Freizeitwege gehören innerhalb der Wegekategorien, die wir haben, zu den längsten Wegen, was daran liegt, dass wir besonders viele Freizeitwege an den Wochenenden haben, und an den Wochenenden sind die Wege ziemlich lang. Deshalb ist der Durchschnittswert für die Freizeitwege genauso hoch wie der für die Arbeitswege.

Folie „Modalsplit 2017 Freizeitwege versus alle Wege“

Bei den Freizeitwegen gibt es eine Besonderheit, die ich Ihnen mit dieser Grafik zeigen möchte. Hellblau sind die Freizeitwege dargestellt; dunkelblau alle Wegezwecke in Deutschland im Hinblick auf den Modal Split für 2017. Bei den Freizeitwegen sehen Sie zwei Dinge, die wirklich interessant sind: Das eine ist der hohe Zufußanteil - das ist das linke Säulenpaar –, das andere ist der hohe Anteil an Mitfahrern; das ist das mittlere Säulenpaar. Das ist ein ganz wichtiger Hinweis. Es deutet darauf hin, dass Freizeitwege überdurchschnittlich häufig in Gemeinschaft zurückgelegt werden, unabhängig davon, ob die Gemeinschaft aus zwei, vier oder wie vielen Leuten auch immer besteht.

Sie kennen – dazu passt das sehr gut – die Diskussion über die Nutzung des ÖPNV für Freizeitwecke. Von Familien hören Sie: Wenn wir zu viert auf dem Bahnhof stehen und für vier Leute ein Ticket kaufen sollen, setzen wir uns lieber ins Auto. – Das ist es, was sich hinter diesen Zahlen auch verbirgt: dass man in einer Gemeinschaft unterwegs ist und sich deswegen auf ein Verkehrsmittel einlässt – in dem Fall der Privat-Pkw –, das man gefühlt günstig zu mehreren nutzen kann.

Folie „Freizeitmobilität in Hessen 2017“

In den Kurzreports der MiD für Hessen 2017 finden Sie diese Abbildung. Das ist ein Vergleich der Jahre 2002, 2008 und 2017. Für alle drei Jahre wurde die MiD auch für Hessen erhoben. Auf der linken Seite finden sich die Freizeitwege. Sie sehen, ihr Anteil ist im Laufe dieser Jahre etwas zurückgegangen. Dafür hat der Anteil der Erledigungen leicht zugenommen. Sehr stark zurückgegangen ist der Anteil des Einkaufs. Auf der rechten Seite ist die Zahl der Personenkilometer, die gefahren worden sind, dargestellt. Da sehen Sie, dass die Freizeitwege mehr Personenkilometer produzieren. Das heißt, es wird möglicherweise weniger zu Freizeitaktivitäten gefahren, dafür sind aber die Wege, die zurückgelegt werden, länger.

Folie „Startzeit der Wege – Fokus Freizeitwege“

Schließlich zeige ich Ihnen noch eine Abbildung zu der Frage – eigentlich analog zu der Abbildung mit den verschiedenen blauen Kurven, die ich Ihnen am Anfang gezeigt habe –: Wann fangen die Freizeitwege an? – Anders als bei den Arbeitswegen mit dem Peak am Morgen und dem etwas bauchigeren Peak am Nachmittag – was Sie sicherlich kennen – haben wir bei den Freizeitwegen einen Verlauf analog zu dem bei den Freizeitaktivitäten. Der gelbe Block ist zuerst am späten Vormittag zu sehen und weitet sich zum Abend hin aus, um gegen 22 Uhr sehr viel kleiner zu werden.

So weit meine Ausführungen – die Definition – zum Thema Freizeit. Ich bin nicht auf das Thema Urlaub eingegangen. Der Urlaub ist in der Mobilitätsforschung eine separate Kategorie; denn Urlaubswege sind keine Alltagswege. Es gibt in der MiD ein sogenanntes Reisemodul. Das ist quasi eine Unterstichprobe innerhalb der MiD, mit der geprüft wurde, wann, wie oft und mit welchen Verkehrsmitteln die Menschen eigentlich auf Reisen gehen. Üblicherweise wird Urlaub so defi-

niert: ab zwei Übernachtungen außer Haus. Zwei Übernachtungen außer Haus bedeuten natürlich einen Kurzurlaub – das ist mir klar –, aber das ist die Untergrenze. Urlaubswege haben ein völlig anderes Muster als Freizeitwege im Alltag. Deshalb habe ich mich hier auf die Freizeitwege im Alltag beschränkt. Ich denke, wir werden heute noch mehr zum Thema Urlaub und möglicherweise auch zu dessen Definition hören.

Folie „Literatur und Quellen“

Damit Sie bei Bedarf alles wiederfinden, können Sie mir eine E-Mail schreiben oder einfach hier nachschauen.

Stellv. Vorsitzende: Frau Prof. Lenz, ich fand das sehr spannend. Ich bin ganz erstaunt darüber, dass die Freizeitwege genauso lang sind wie die beruflichen Wege.

(SV Prof. Dr. Barbara Lenz: Im Schnitt!)

– Im Schnitt. – Das hätte ich nicht gedacht.

SV Prof. **Dr. Barbara Lenz:** Wenn ich das gleich beantworten könnte: Das ist möglicherweise auch ein Grund, weshalb die Antwort der Landesregierung auf den Median abzielt. Oberhalb und unterhalb des Medians befinden sich jeweils 50 % der Werte, die insgesamt angegeben worden sind.

Stellv. Vorsitzende: Vielen Dank. – Als Erster hat der Kollege Naas das Wort.

Abg. **Dr. Stefan Naas:** Liebe Frau Lenz, herzlichen Dank für den Vortrag. Ich habe eine Frage: Sie haben an einer Stelle gesagt – ich greife das einmal auf; das sprang ein bisschen aus dem Vortrag heraus –, die Frage, ob man Gruppenfahrten im ÖPNV begünstigen könne, sei sehr wichtig. Ich glaube, das war Ihnen besonders wichtig. An der Stelle habe ich mir überlegt: Wenn es kompliziert wird und man bei den Kosten für die Einzelfahrt plötzlich Faktor 4 oder Faktor 6 zugrunde legen muss, wird der ÖPNV schnell unattraktiv.

Aber ich habe mir die Frage gestellt, ob ich trotzdem vom Auto umsteigen würde. Gibt es eine Grafik, eine Statistik oder eine Erkenntnis dazu, welche Verkehrsmittel jemand wählt, der das Auto nutzt, um zum Arbeitsplatz zu kommen? Für mich würde sich nämlich die Frage, welches Verkehrsmittel ich mit der Familie nutze, nie stellen. Ich würde immer das Auto nehmen. Ich würde gar nicht erst an den ÖPNV denken.

(Zurufe)

– Lasst doch einmal die Ideologie weg. Mir geht es jetzt um die Statistik. – Wenn ich, umgekehrt, schon immer ÖPNV-Nutzer bin, komme ich an der Stelle auch nicht darauf, das Auto zu nehmen. Ich würde mir vielleicht auch keinen Mietwagen nehmen. Vielmehr würde ich immer in meinen Strukturen denken. Deswegen ist die Korrelation zwischen dem Verhalten als Grundnutzer und dem Freizeitverhalten vielleicht ganz wichtig.

SV Prof. **Dr. Barbara Lenz:** Das ist eine zulässige Hypothese. Ich kenne keine Untersuchung, die genau dieser Hypothese auf den Grund geht. Wir wissen aber von den Freizeitverkehren, dass sie zeitlich sehr viel weniger genau fixiert sind als die Arbeitsverkehre. Bei den Arbeitsverkehren sehen wir allerdings, dass die Nutzung des Autos seit dem Beginn der Flexibilisierung der Arbeitszeit zugenommen hat. Fünf Minuten hin oder her – da mag man schon nicht mehr zum Bahnhof oder zur Bushaltestelle gehen. Die zeitliche Unbestimmtheit des Starts und auch die zeitliche Unbestimmtheit der Dauer sind ganz wichtige Gründe, die einen dazu bringen, das Auto zu nehmen anstelle des ÖPNV.

Bei den Freizeitaktivitäten kommt die Dispersität im Raum hinzu: wo die Verwandten, die Bekannten und die Freunde wohnen. Es gibt keinen geregelten Pendelverkehr – Bahn oder Bus –, der Sie in diesen Zeiten besonders gut bedient. Denken Sie auch an den großen Anteil der Spazierfahrten. Die führen irgendwo ins Grüne, in Orte, die oft sehr schwer mit dem ÖPNV zu erreichen sind.

Wir wissen schon sehr lange, dass Freizeitverkehre, die in die Innenstadt führen, zu einem überdurchschnittlich großen Teil mit dem ÖPNV zurückgelegt werden. Aber für Fahrten, die nach draußen führen, wird vergleichsweise oft das Auto genommen. Vielleicht haben Sie die eine Abbildung noch ein bisschen im Kopf: Das Fahrrad spielt als Freizeitverkehrsmittel eine große Rolle, denn man kann mit ihm, wie mit dem Auto, zu beliebiger Uhrzeit in beliebige Orte fahren.

Abg. **Gernot Grumbach:** Ich würde, wie angedroht, gern versuchen, einen Zusammenhang mit einem früheren Vortrag herzustellen. Frau Spitzner hat in ihrem Vortrag sehr pointiert herauszuarbeiten versucht, dass ein Teil dessen, was manche Leute als Freizeit verstehen, für andere Leute – z. B. Alleinerziehende und Ehefrauen – eher Arbeit ist und nicht Freizeit. Kann man das noch ein bisschen auseinandernehmen? Wir haben hier nämlich zwei völlig unterschiedliche Entwicklungen: Auf der einen Seite wachsen die Verpflichtungen, für Angehörige zu sorgen – das Elterntaxi ist ein Beispiel –, auf der anderen Seite nimmt die Frauenerwerbstätigkeit zu. Das heißt, die Spielregeln ändern sich wieder. Gibt es da differenzierte Sachen, oder verschwindet das sozusagen im Unbestimmtheitsnebel?

SV Prof. **Dr. Barbara Lenz:** Sicher gibt es differenziertere Sachen. Sie können sowohl die Zeitverwendungsdaten als auch die Mobilitätsdaten zu Freizeitzielen nach Geschlechtern differenzieren. Die Frauen haben im Durchschnitt – so habe ich es im Kopf; wir reden hier immer vom Durchschnitt – 40 Minuten weniger Freizeit pro Tag, und zwar aus den von Ihnen genannten Gründen: weil die Versorgungsarbeit, aber auch die Hausarbeit immer noch zu einem größeren Teil von Frauen als von Männern geleistet wird. So sage ich es einmal.

Wir sind in Deutschland total schlecht, wenn es darum geht, Mobilität genderspezifisch oder zunächst einmal aufgrund der Datenlage getrennt nach dem Verhalten von Männern und dem von Frauen zu untersuchen. Da haben wir in Deutschland eine echte Forschungslücke.

(Abg. Gernot Grumbach: Nicht nur in Deutschland!)

– Aber ganz besonders in Deutschland. Das liegt auch daran, dass damit bei den Bundesministerien seit Jahren kein Blumentopf zu gewinnen ist – sprich: kein Projekt anzuleiern ist. Da sind wir ganz schlecht. Man müsste darauf schauen: Gehen Frauen anderen Freizeitbeschäftigungen nach? Suchen sie in ihrer Freizeit andere Aktivitätenorte auf? – Aber da sind wir, wie gesagt, ganz schlecht.

Abg. **Klaus Gagel:** Frau Lenz, vielen Dank für den interessanten Vortrag. Da hatte ich einige Aha-Erlebnisse. – Was mir besonders aufgefallen ist und was ich auch Ihrer Grafik „Spezifische Wegezwecke in der ‚Freizeit‘“ entnehme: Spaziergang, Sport und das Ausführen des Hundes erklären wahrscheinlich – das ist auch die Frage, die ich an Sie habe – den hohen Anteil an Zufußwegen. Ich hätte nicht gedacht, dass das Ausführen des Hundes – ich habe auch einen Hund – so weit oben eingeordnet ist. Man muss mit dem Hund in der Tat jeden Tag mehrfach hinausgehen, auch am Wochenende. Diese Tätigkeit leistet vermutlich einen gewissen Beitrag zum Anteil der zu Fuß zurückgelegten Wege.

SV Prof. **Dr. Barbara Lenz:** Ich habe das ausgewertet. Wir haben aus der MiD 2008 – das hier ist die MiD 2008 – den Modal Split für jede einzelne dieser Freizeitaktivitäten. Es war mir allerdings zu viel, noch ein Bildchen einzufügen. Ich habe es mir aber angeschaut hinsichtlich des Themas „Autonutzung bzw. Zufußgehen“. Sie liegen richtig mit Ihrer Vermutung: Es gibt verschiedene Aktivitäten, bei denen das Zufußgehen besonders stark hineinspielt: wenn man den Hund ausführt, zum Friedhof geht, joggt oder zum Spielplatz geht. Aber bei keiner dieser Aktivitäten liegt die Autonutzung unter 15 %. Die Autonutzung hat immer einen mindestens 15-prozentigen Anteil am Modal Split. Sie fahren vielleicht auch manchmal mit dem Hund irgendwohin, um ihn dann auszuführen. Aber wir haben, wie ich vorhin gesagt habe, bei allen Aktivitäten einen hohen Anteil an Mitfahrern – sprich: Wenn man so etwas macht, ist man relativ selten allein unterwegs.

Abg. **Knut John:** Ich habe eine Frage und eine Anmerkung. Die Frage: Gibt es eine Erkenntnis darüber, wie es sich auf dem Land im Vergleich zur Stadt verhält? – Wenn es eine Erkenntnis gäbe, hätten Sie sie sicherlich vorgetragen. Aber vielleicht gibt es irgendwelche Hinweise.

Ich hätte eine Frage im Zusammenhang mit dem Urlaub gestellt; Sie haben Sie aber selbst beantwortet. Nun haben wir aber sehr viele Tagesausflügler und Tageshotspots, gerade in Naturparks bzw. in der Natur selbst. Wenn das Wetter entsprechend ist, erleben wir dort eine komplette Überlastung. Manche freuen sich sicherlich darüber, weil dann auch die Parkgebühren steigen. Gibt es da Auswertungen bzw. welche Maßnahmen stünden an, um das zu verhindern?

SV Prof. **Dr. Barbara Lenz:** Das lässt sich mit der MiD sehr schlecht auswerten; denn die MiD fragt zwar Zeitstempel und auch die Zielorte ab, aber es ist ein riesengroßer Aufwand, wenn ein Datensatz von 60.000 Fragebogen nach irgendwelchen Zielorten bzw. Hotspots sortiert werden muss. Das bekommen Sie ganz schwer heraus. Das geht schon, aber es gibt nichts dazu.

Es gibt etwas zu dem, wonach Sie zuerst gefragt haben: Gibt es einen Unterschied zwischen dem ländlichen Raum und der Stadt? – Ja, wir sehen, dass der Anteil der alltäglichen Freizeitwege im ländlichen Raum etwas niedriger ist als in der Stadt. Wir interpretieren das im Moment so, dass die Menschen dort häufiger in Ein- oder Zweifamilienhäusern wohnen, einen Garten haben und ihre Freizeit im Umfeld des Hauses verbringen. Damit entfallen Wege. Das, was man sich bei der MiD anschaut, ist nicht die Freizeit per se, sondern das sind die Wege außer Haus zu Freizeit Zwecken. Da lohnt sich eine Masterarbeit an einer Uni, um sich das genauer anzuschauen. Das ist ein spannender Punkt.

Abg. **Katy Walther:** Als Erstes habe ich eine Frage zur Definition. Irgendwann habe ich gelesen, dass man als Freizeitweg alles definiert, was nicht Arbeitsweg ist. Für mich stellt sich immer noch die Frage: Gibt es in der Forschung eine gültige Definition dafür?

Zweite Frage. Man sieht ein bisschen, dass sich die Mobilität der Menschen im Hinblick darauf ändert, ob sie Zeit haben oder nicht. Von daher würde mich interessieren, ob Sie eine Einschätzung haben, was man ändern müsste, um den Menschen mehr Zeit zu geben. Sie haben es schon kurz angesprochen. Die Entgrenzung der Arbeitszeit, die zu einer gewissen Unkalkulierbarkeit führt, sodass man sich fragen muss: „Kann ich den Zug erreichen, oder muss ich doch noch fünf Minuten nacharbeiten?“, ist die eine Geschichte.

Die Verteilung auf die Altersgruppen interessiert mich ebenfalls: Gibt es dazu irgendetwas? – Ich erinnere mich an einige Programme von früher, z. B. das vom ADFC: mit dem Auto irgendwohin fahren, das Fahrrad hinten drauf, eine Runde drehen und dann mit dem Auto zurückkehren. Ich glaube, vor dem Hintergrund des Klimawandels würde das keiner, der sich über Freizeitmobilität Gedanken macht, als erste Variante in Erwägung ziehen.

Dritte Frage. Gibt es eine Untersuchung, bei der man die Menschen fragt, wie sie sich gern bewegen würden? – Wir haben gesehen, dass es die Notwendigkeit gibt, Zeiten einzuhalten. Dann soll es schnell, bequem oder zuverlässig gehen. Ich würde sagen, das sind da die Prämissen. Wenn man aber mehr Zeit hätte, wie würde man sich dann bewegen?

SV Prof. **Dr. Barbara Lenz:** Ich fange mit der letzten Frage an. Es gibt bestimmt in irgendeiner Diplomarbeit eine solche Befragung. Ich kenne sie aber nicht.

Zu der Frage: Wie könnte man den Menschen mehr Zeit geben? – Ich glaube, das ist ein grundsätzliches Problem; denn wir haben ein zunehmendes Verwischen der Aktivitäten in den unterschiedlichen Blöcken. Wir haben heute keine klare Grenze mehr zwischen Erwerbsarbeit, Unterwegszeit, Hausarbeit und Freizeit. Allein die digitalen Geräte, die wir haben, sorgen dafür, dass das nicht mehr so scharf voneinander abzugrenzen ist.

Bei der ursprünglichen Zeitverwendungsstudie wollte man von den Befragten alle fünf Minuten einen Zeitstempel haben. Das heißt, sie mussten alle fünf Minuten sagen, was sie gerade machen. Diese Studie wurde 2002 durchgeführt. Bei der Studie 2012/2013 hat man alle zehn Minuten einen Zeitstempel genommen. Ich weiß leider nicht, was man bei der neuen Zeitverwendungsstudie vorhat, die jetzt geplant ist. Aber schon in den alten Studien hatte man Probleme damit, dass Aktivitäten gleichzeitig stattfanden. Wenn Sie heute in der S-Bahn sitzen, können Sie beobachten, dass ganz viele Aktivitäten gleichzeitig stattfinden.

Wie man den Menschen Zeit zurückgeben kann: Ich glaube, das können die Menschen nur selbst machen. Was das klare Definieren von Arbeitszeiten betrifft, so ist meine persönliche Erfahrung – das ist keine wissenschaftlich begründete Aussage –, dass vor allem in Niedriglohnjobs Arbeitszeiten sehr oft z. B. durch Räumzeiten oder Abrechnungszeiten erweitert werden, ohne dass sie bezahlt sind. Aber das ist, wie gesagt, eine sehr persönliche Wahrnehmung.

Frau Walther, helfen Sie mir bitte bei Ihrer mittleren Frage.

Abg. **Katy Walther:** Ich habe gefragt, ob sich die Menschen, wenn sie mehr Zeit hätten, für andere Verkehrsmittel, vielleicht auch zugunsten des Umweltverbundes, entscheiden würden und ob es eine Erfassung der Freizeitmobilität nach Altersgruppen gibt: Wie verteilt sie sich auf die unterschiedlichen Altersgruppen?

SV Prof. **Dr. Barbara Lenz:** Ich habe das mit den Altersgruppen nicht im Kopf. Es gibt eine Grafik aus der MiD; ich kann sie gern ans Protokoll mit anhängen. Ich habe mir gemerkt – aber das hätten Sie auch nicht anders erwartet –, dass die Schüler und die Rentner besonders viel Freizeit haben. Aber interessant ist die Altersgruppe dazwischen.

Abg. **Dr. Stefan Naas:** Ich habe zwei Anmerkungen und zwei kleine Fragen. Erste Anmerkung: Sehr erhellend waren in Ihrem Vortrag die Ausführungen dazu, dass es im Auge des Betrachters liegt, was Freizeit ist und was Arbeit ist. Ich habe da immer das schöne Bild vor Augen, das Mark Twain gezeichnet hat: Die erste Szene in „Die Abenteuer des Tom Sawyer“ handelt davon, dass Tom Sawyer als Strafarbeit den Zaun der Tante streichen soll, was Tage dauern würde. Er schafft das, indem er seinen Freunden vorgaukelt, dass das keine Arbeit, sondern ein Vergnügen ist. Sie alle helfen ihm dann, weil sie an dem Vergnügen teilhaben wollen. So schaffen sie es gemeinsam in wenigen Stunden. Was Freude macht, ist also keine Arbeit, sondern Vergnügen. Das ist klar. Aber das ist eine wichtige Definition, auch was Ihre Tätigkeit und Ihren Vortrag betrifft.

Zweite Anmerkung: das Fahrrad. Ich glaube, das Fahrradfahren wird immer attraktiver. Das Autofahren wird dadurch ersetzt, dass man selbst fährt; der Antrieb ist man selbst. Ansonsten hat es alle Vorzüge des Autos, abgesehen davon, dass man, wenn es regnet und die Straße irgendwie unschön ist, nicht so das Bedürfnis hat, mit dem Fahrrad unterwegs zu sein. Aber ansonsten bietet es viele Vorteile des Autos. Natürlich sind die Erreichbarkeit und die Distanz, die man damit zurücklegen kann, eingeschränkt, aber mit einem Elektroantrieb relativiert sich das. Insofern ist das eine große Chance.

Bei den Freizeitfahrten und den Mitfahrgelegenheiten habe ich eine einfache Begründung: Wenn ich gemeinsam mit Freunden ins Museum gehen oder einen Tagesausflug machen will, ist es klar, dass ich schon die Fahrt nutzen möchte, um mich mit ihnen zu unterhalten und auszutauschen, sowohl im Zug als auch im Auto. Ich glaube, deswegen wird schon die Anreise verstärkt als ein gemeinsames Erlebnis gesehen, anders als bei der Fahrgemeinschaft, bei der die Kosten im Mittelpunkt stehen. Wenn man 100 km in dieselbe Richtung fährt, kann man das auch zusammen machen. Aber da geht es ums Geld; beim Freizeitverkehr geht es an der Stelle um den Austausch und das gemeinsame Erleben. Mich würde interessieren, ob es dazu irgendwelche genaueren Erkenntnisse gibt.

SV Prof. **Dr. Barbara Lenz:** Ich möchte nicht sagen, dass es keine genaueren Erkenntnisse gibt, aber ich kenne keine. Sie geben mir hier massenhaft Anregungen, noch einmal genauer nachzuschauen oder Studierende anzuregen, genauer nachzuschauen. Tatsächlich könnte man über die MiD überprüfen, wer gemeinsam im Auto sitzt; denn wenn Sie eine Person befragen, befragen Sie sie in Ihrem Haushaltskontext, also nicht nur als Einzelperson. Sie könnten zumindest feststellen, ob eine Familie oder ein Paar gemeinsam unterwegs ist oder ob diese Person mit irgendjemandem anders im Auto sitzt.

Abg. **Dr. Stefan Naas:** Ich habe eine letzte Frage – das ist eigentlich ein Beifang in den Erkenntnissen aus Ihrem sehr guten Vortrag –: Sie haben gesagt, dass die Holfahrten – ich muss irgend ein IKEA-Regal besorgen – heutzutage aufgrund des hohen Versendungsanteils wegfallen. Das heißt, die Leute von Amazon bringen mir das Regal, und ich brauche es mir nicht irgendwo abzuholen. Es geht also um den Versandhandel. Wir reden auch über die negativen Auswirkungen,

z. B. darüber, dass eine Straße durch den fünften Anlieferer, der etwas bringt, verstopft ist. Aber es hat auch etwas Positives, weil man sich den Individualverkehr zu einem einzelnen Haus spart. Gibt es irgendeine Erkenntnis darüber, was davon zum Freizeitanteil zu zählen ist – und was man nicht wegbekommt, weil es eben diesen Freizeitanteil hat – und was wirklicher Holverkehr ist, um ein Produkt ins Haus zu schaffen?

SV Prof. **Dr. Barbara Lenz:** Das könnte man herausbekommen – nicht explizit als Holverkehr, aber als Einkaufsverkehr –, wenn man die Daten so aufwendig bearbeitet, dass man die Geokoordinaten, die man hat, mit den Einkaufsmöglichkeiten verortet. Gehen würde es, aber es ist sehr aufwendig. Es gibt auch Schätzungen, wonach der Onlinehandel verkehrlich eine Art Nullsummenspiel ist; denn der Vorlauf, der vor einem Einkauf stattfindet, hat mehrere Etappen. Dazu gehört auch – vielleicht nicht bei der IKEA-Filiale, wenn sie 50 km entfernt ist, aber bei vielen anderen Dingen –, dass man vorher gucken geht, vielleicht sogar zwei- oder dreimal. Erst dann wird online bestellt, weil es geliefert wird und man sich nicht selbst um ein Lieferfahrzeug bemühen muss. Das ist eine ziemlich komplexe Materie.

Abg. **Gernot Grumbach:** Das ist relativ einfach: Wir hatten die Genderblindheit als Manko, wir haben die Gliederung nach Altersgruppen als Möglichkeit. Die letzte Frage, die sich logischerweise stellt: Kann man es auch nach sozialem Status vernünftig gliedern?

SV Prof. **Dr. Barbara Lenz:** Wir haben in der MiD fünf unterschiedliche Kategorien für den sozialen Status. Das ginge. Ich werde es machen. Ich sehe zu, dass ich es relativ fix hinbekomme, und werde es ans Protokoll anhängen.

Abg. **Dirk Bamberger:** Vielen Dank für den wirklich sehr interessanten Vortrag. Er hat mir ein paar Aha-Effekte beschert. Daraus ergeben sich für mich auch ein paar neue Fragen und Gedanken. Eine Fragestellung, die mich beschäftigt, ist: In der Freizeit werden durch ehrenamtliches Engagement zum Teil auch gesellschaftsrelevante Produkte erarbeitet. Als Feuerwehrmann habe ich hauptsächlich die Arbeit in der Feuerwehr vor Augen, aber auch die Arbeit in Hilfsorganisationen in vielen anderen Bereichen, in denen sich Menschen gesellschaftlich und sozial engagieren. Sind diese Wege, die am Ende mit einem gesellschaftlichen Nutzen verbunden sind, auch in irgendeiner Art und Weise erfasst? Gibt es darüber Erkenntnisse?

SV Prof. **Dr. Barbara Lenz:** Sie sind in der langen Liste auf der Folie „Spezifische Wegezwecke in der ‚Freizeit‘“ aufgeführt, in der unteren Mitte. Diese Wege haben einen Anteil von ungefähr 3 %. Das liegt mit Sicherheit daran, dass die ehrenamtliche Tätigkeit zunächst einmal zu einem

großen Teil zu Hause erfolgt und nicht mit sehr vielen Wegen verbunden ist. Das ist bestimmt von Ehrenamt zu Ehrenamt unterschiedlich. Aber diese Wege werden erfasst, und man könnte auch herausfinden, welche Bevölkerungsgruppen das sind.

Herr Bamberger, das müsste man auch mit der Zeitverwendungsstudie vergleichen. Dort wird die ehrenamtliche Tätigkeit meines Wissens auch erfasst. Ich meine, das war in der ersten Tabelle enthalten. Da waren es im Durchschnitt über die ganze Bevölkerung hinweg 21 Minuten. Aber da ist die ehrenamtliche Tätigkeit mit anderen Tätigkeiten zusammengefasst, z. B. der Hilfe für andere Haushalte. Man könnte das mit Sicherheit einzeln herausholen. Ich persönlich fand diese 21 Minuten pro Person und Tag ziemlich viel. Aber ich kann Ihnen, wie gesagt, nicht den Anteil allein des Ehrenamts benennen.

Stellv. Vorsitzende: Vielen Dank, Frau Prof. Dr. Lenz. Das war ein kurzer Vortrag mit einer sich anschließenden langen Diskussion. Da er offensichtlich so viele Impulse gegeben hat, war es ein sehr guter Vortrag.

Wir kommen als Nächstes zu dem Vortrag von Frau Bente Grimm. Frau Grimm ist Leiterin des Bereichs Touristische Mobilitätsforschung am Institut für Tourismus- und Bäderforschung (NIT) in Kiel. Sie ist schon seit 2001 in der Tourismus- und Bäderforschung tätig. Frau Grimm, wir freuen uns auf Ihren Vortrag.

Frau **Grimm:** Herzlichen Dank! Ich freue mich sehr, heute hier sein zu dürfen, unter anderem deshalb, weil ich in Hessen aufgewachsen bin. Für mich ist das ein bisschen eine Reise in die Heimat. Inzwischen arbeite ich, wie gerade schon gesagt wurde, in Kiel im Institut für Tourismus und Bäderforschung in Nordeuropa. Ich möchte Sie jetzt auf eine kleine Reise in die Welt der Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen mitnehmen. Dabei werde ich auch das Thema nachhaltiger Tourismus einbeziehen.

Präsentation Frau Grimm siehe Anlage – Folie 2: „Datenquelle: Die Reiseanalyse“

Ich habe jede Menge Daten mitgebracht, und noch viel mehr Daten befinden sich auf dem Rechner in meinem Büro; denn im NIT führen wir seit vielen Jahren regelmäßig die Reiseanalyse durch. Die Reiseanalyse ist die umfangreichste Untersuchung zum Urlaubsreiseverhalten der Menschen in Deutschland. Es ist eine Beteiligungsuntersuchung, also ein Projekt, das nicht nur für einen Kunden durchgeführt wird, sondern für alle die, die Lust haben, mehr über das Reiseverhalten der Bevölkerung zu erfahren. Zu den Kunden gehören die Hessen Agentur, aber auch viele in- und ausländische Tourismusdestinationen. Wir arbeiten z. B. für Spanien, für Österreich, für Sachsen, für Bayern und für Baden-Württemberg. Aber auch andere Tourismusunternehmen sind unsere Kunden.

Die Vielzahl der Interviews macht das Ganze aus. Unsere Daten sind für die in Deutschland lebende deutschsprachige Bevölkerung repräsentativ. Wir führen jedes Jahr eine umfangreiche

Face-to-Face-Befragung durch. Sie findet bei den Betroffenen zu Hause statt, und zwar jeweils im Dezember und im Januar, also dann, wenn relativ wenig gereist wird. Zuletzt wurden im Januar 2022 – das sind also wirklich topaktuelle Daten – mehr als 6.800 Personen ab dem Alter von 14 Jahren befragt. Die Interviews dauern etwa eine Stunde. Das ist lang. Man nimmt sich also richtig viel Zeit, um viel über das Reiseverhalten der Menschen zu erfahren.

Ergänzend führen wir jeweils im Mai und im November – im letzten Jahr aufgrund der Corona-Pandemie zusätzlich im September – Onlinebefragungen durch. Diesmal waren es insgesamt 7.000 Personen. Da beschäftigen wir uns vor allen Dingen mit onlinerelevanten Fragestellungen, also mit dem Informationsverhalten und auch mit dem Thema Kurzurlaubsreisen, denn wir wissen, dass das Erinnerungsvermögen da nicht ganz so gut ist.

Ich habe heute die Daten mitgebracht, die das Thema Mobilität, vor allen Dingen die Verkehrsmittelnutzung, betreffen, und ich werde über den nachhaltigen Tourismus informieren.

Folie 3: „Der Markt: Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen 2021“

Zunächst möchte ich Ihnen eine Vorstellung davon vermitteln, wie groß dieser Markt eigentlich ist. Frau Lenz hat eben gesagt, zusätzlich zur alltäglichen Freizeitmobilität gebe es die Urlaubsreisen. Wir unterscheiden noch einmal zwischen Kurzurlaubsreisen mit einer Dauer von zwei bis vier Tagen und den Urlaubsreisen, die fünf Tage und länger dauern. Wenn wir den gesamten Markt derjenigen, die, unabhängig von der Staatsbürgerschaft, in Deutschland leben, betrachten, stellen wir fest, dass es im vergangenen Jahr, also 2021, 55 Millionen Urlaubsreisen gab.

Am Urlaubsreisegeschehen nehmen nicht alle teil. Wir sehen üblicherweise eine Beteiligung von etwa 80 %. Das ist eine sehr hohe Beteiligung. Die Deutschen sind sehr reiselustig; wir werden auch als „Reiseweltmeister“ beschrieben. Im letzten Jahr haben 68 % der Menschen ab 14 Jahren mindestens eine Urlaubsreise gemacht. Der Wert ist niedriger als vor der Pandemie. 2019 waren es, wie gesagt, knapp 80 %. 2020 lag der Wert aber weiter darunter.

Interessant ist für uns jeweils, wohin diese Reisen gehen. Wir sehen, dass im Pandemiejahr 2021 37 % der Urlaubsreisen, die fünf Tage und länger dauerten, zu einem Reiseziel im Inland führten. 63 % waren Auslandsreisen. Wenn man sich schon länger mit dem Thema beschäftigt, weiß man, dass Deutschland seit jeher das beliebteste Urlaubsziel ist. In den letzten beiden Jahren ist es aber noch beliebter als zuvor geworden.

Für Sie in Hessen ist es natürlich auch spannend, wie viele dieser Reisen nach Hessen führten; denn die Menschen leben ja in allen Bundesländern. Wie viele von ihnen kommen hierher? – Etwa 1 % bzw. 0,4 Millionen aller Urlaubsreisen, die fünf Tage und länger dauerten, führten nach Hessen. Umgekehrt aber reisen viel mehr Menschen aus Hessen woandershin. Wir sehen, dass im Jahr 2021 von in Hessen lebenden Personen knapp 5 Millionen Urlaubsreisen zu verschiedenen deutschen Reisezielen, aber auch zu verschiedenen ausländischen Reisezielen unternommen wurden.

Schauen wir jetzt auf die Kurzurlaubsreisen: Von ihnen gab es nicht ganz so viele, aber doch fast 51 Millionen. Diese Kurzurlaubsreisen hatten, wie gesagt, eine Dauer von zwei bis vier Tagen, umfassten also mindestens eine Übernachtung. Bei den Kurzurlaubsreisen haben wir eine etwas niedrigere Intensität. 45 % der Menschen haben im letzten Jahr mindestens einen Kurzurlaub gemacht. Der Anteil ist niedriger. Aber diejenigen, die Kurzurlaubsreisen machen, machen häufig nicht nur eine, sondern zwei oder manchmal sogar drei. Der Auslandsanteil ist traditionell deutlich niedriger. Die allermeisten Kurzurlaubsreisen finden im Inland statt. So war das auch 2021.

Wir unterscheiden bei unseren Untersuchungen immer – das ist wirklich wichtig – zwischen dem Quellmarkt und dem Zielgebiet. Hessen als Zielgebiet ist für Kurzurlaubsreisen deutlich wichtiger als für längere Urlaubsreisen. 4 % bzw. 1,8 Millionen der Kurzurlaubsreisen führten im Jahr 2021 nach Hessen. Umgekehrt unternehmen die Hessen natürlich auch Kurzurlaubsreisen zu allen möglichen Zielen. Da kommen wir auf die Zahl von 3,4 Millionen. Damit haben Sie in etwa eine Vorstellung davon: Worüber reden wir hier eigentlich, und wie viel ist das?

Folie 4: „Verkehrsmittel bei Urlaubsreisen 5 Tage+“

Wir sprechen hier über das Thema „Zukunft der Mobilität“. Also geht es selbstverständlich auch um die Verkehrsmittelnutzung. Ich habe hier eine ganz lange Zeitreihe abgebildet. Wir haben Daten, die bis in die Mitte des letzten Jahrhunderts zurückreichen, bis in das Jahr 1954. Das sind lange Zeitreihen. Sie sehen den Aufstieg des Autos und auch des Flugzeugs und auf der anderen Seite den Abstieg von Bahn und Bus. Es gibt ganz interessante Entwicklungen. Schauen Sie sich einmal die kleinen Beulen an, die 2002/2003 – das war kurz nach 9/11 – in der Linie zu finden sind, die den Flugverkehr darstellt: Sie sehen, dass der Flugverkehr im Urlaubsreisegeschehen ein bisschen zurückgegangen ist, weil sich die Menschen nicht mehr in die Flugzeuge getraut haben. Davon hat sich der Flugverkehr aber ganz schnell erholt.

Wir hatten 2019 die Situation, dass das Flugzeug kurz davor war, dem Auto den Rang abzulaufen. Beide lagen ungefähr gleichauf mit Marktanteilen von etwas mehr als 40 %. Dann kam Corona, und das Urlaubsreiseverhalten hat sich verändert. Die Menschen haben vermehrt inländische Reiseziele angesteuert bzw. insgesamt weniger Urlaubsreisen ins Ausland unternommen. Das führte dazu, dass der Anteil der Flugreisen deutlich zurückgegangen ist, während der prozentuale Anteil der Pkw-Reisen anstieg. Sie sehen aber auch, dass sich genau dies im Jahr 2021 etwas zurückentwickelt hat. So ist diese Delle entstanden, die für uns Forscher natürlich sehr spannend ist, bei der wir aber davon ausgehen, dass sich das Ganze zurückentwickeln und ungefähr im Jahr 2024 wieder in den normalen Bahnen verlaufen wird.

Zusätzlich zu den Daten für den Quellmarkt Deutschland habe ich hier aufgezeigt, wie das bei den Menschen aussieht, die ihre Urlaubsreisen von Hessen aus antreten. Da sehen wir, dass es relativ wenige Unterschiede gibt. Die Hessen reisen im Durchschnitt so wie die Deutschen insgesamt. Das ist nicht unbedingt zu erwarten. Man könnte auch denken, dass der große Bahnknotenpunkt, der riesige Flughafen und das Autobahnkreuz alle Möglichkeiten bieten. Das führt aber nicht dazu, dass sich das Reiseverhalten in Bezug auf die Verkehrsmittel verändert.

Folie 5: „Reisedistanzen bei Urlaubsreisen 5 Tage+ nach Verkehrsmittel“

Interessant ist nicht nur, welches Verkehrsmittel genutzt wird, sondern auch, welche Strecken damit zurückgelegt werden. Hier sehen Sie die Verkehrsleistung, also die Reisedistanzen bei Urlaubsreisen, die fünf Tage und länger dauern, auf alle Urlaubsreisen aufsummiert. Unsere Daten sind bevölkerungsrepräsentativ, und wir wissen, wie viele Millionen Reisen gemacht werden. Auch das ist wieder eine lange Zeitreihe; sie reicht nicht ganz bis heute, aber zumindest bis zum Jahr 2019. Dargestellt wird sie für verschiedene Verkehrsmittel. Wir können sehen, dass im Rahmen von Urlaubsreisen mit dem Flugzeug insgesamt 94,8 Milliarden Kilometer zurückgelegt wurden, und zwar one-way. Zurück kommt man auf die gleiche Zahl an Kilometern.

Im Autoverkehr ist es deutlich weniger: 19,4 Milliarden Kilometer. Mit Bus und Bahn wurden 4,9 Milliarden Kilometer zurückgelegt. Bezogen auf die einzelnen Urlaubsreisen sind die Distanzen ebenfalls sehr unterschiedlich. Mit dem Flugzeug werden im Schnitt 3.200 km zurückgelegt, mit dem Auto etwas mehr als 600 km und mit der Bahn ungefähr gleich viel. Das entspricht z. B. der Strecke, die ich von Kiel nach Wiesbaden zurückgelegt habe. Das ist die klassische Distanz für eine Urlaubsreise mit dem Auto oder mit der Bahn. Es gibt dort also erhebliche Unterschiede.

Folie 6: „Hauptverkehrsmittel Flugzeug auf Urlaubsreise 5 Tage+: Anteile der Sinus-Milieus“

Unterschiede gibt es aber nicht nur in Bezug darauf, welche Verkehrsmittel genutzt und welche Reisedistanzen zurückgelegt werden, sondern auch darauf, wer diese Urlaubsreisen mit welchem Verkehrsmittel unternimmt. Ich habe Daten zum Flugverkehr mitgebracht und mir die Flugreisen einmal ein wenig genauer angeschaut.

Landläufig ist man der Meinung, Flugreisen werden insbesondere von Personen aus höheren sozialen Schichten gemacht, nämlich von denjenigen, die auch das entsprechende Einkommen haben und das Geld dort investieren können. Das ist in Teilen richtig, erklärt aber nicht alles. Nein, nicht nur das Einkommen und die soziale Schicht, sondern auch andere Dinge spielen dabei eine wichtige Rolle. Dazu gehören die Einstellungen und die Orientierungen, die wir hier in Form der Sinus-Milieus dargestellt haben, die wir regelmäßig abfragen. Ich weiß nicht, wie gut Ihnen die Sinus-Milieus bekannt sind. Das ist eine Form der Darstellung der Gruppierung von Menschen aufgrund ihrer Orientierungen und Einstellungen. Man steckt die Menschen sozusagen ein bisschen in eine Schublade, um mehr über sie erfahren zu können. Das ist eine Methode, die im Marketing sehr häufig angewendet wird.

Diejenigen, die den Sinus-Milieus angehören, die in meiner Grafik auf der rechten Seite angesiedelt sind – das Expeditiv Milieu, das Milieu der Performer –, stehen für Neuorientierung. Das sind die Fortschrittsgläubigen, diejenigen, die vorangehen und optimistisch in die Zukunft blicken. Das sind auch diejenigen, die vermehrt Flugreisen unternehmen. Gleichzeitig gibt es diejenigen, die dem sogenannten Neo-Ökologischen Milieu und dem Konsum-Hedonistischen Milieu angehören. Das sind Personengruppen, die einen niedrigeren sozialen Status haben, denen häufig weniger Geld zur Verfügung steht, die aber reiselustig sind, etwas erleben möchten, entdeckungsfreudig sind, fremde Menschen und fremde Länder kennenlernen möchten und dafür auch Flugreisen unternehmen.

Natürlich gibt es innerhalb der Gruppen noch Unterschiede. Die Zahlen, die dort stehen, zeigen, wie groß der Anteil der Angehörigen der jeweiligen Sinus-Milieus an den Flugreisen ist und wie groß im Vergleich dazu ihr Anteil an der Bevölkerung ist. Die allerwenigsten Flugreisen unternehmen diejenigen aus dem Prekären Milieu. Der hauptsächliche Grund ist, dass einfach die finanziellen Mittel fehlen.

Folie 7: „Kurzurlaubsreisen (2 – 4 Tage): Verkehrsmittel 2021“

Jetzt kommen wir von den längeren Urlaubsreisen zu den Kurzurlaubsreisen, also den Reisen, die zwei bis vier Tage dauern. Wir sehen, dass bei den Kurzurlaubsreisen das Auto ganz klar dominiert. Das ist schon seit vielen Jahren so. Der Anteil der Bahn ist jedoch deutlich höher als bei den Urlaubsreisen, was vor allen Dingen daran liegt, dass man weniger Gepäck mitnimmt, aber auch daran, dass Kurzurlaubsreisen sehr häufig Städtereisen sind, und Städte sind nun einmal besser an den Bahnverkehr angebunden.

Ich habe mir die Mühe gemacht, die Zahlen für Personen herauszusuchen, die in Hessen leben und Kurzurlaubsreisen machen, sowie für Personen, die woanders leben und eine Kurzurlaubsreise nach Hessen unternehmen. Man sieht einen ganz interessanten Unterschied, sowohl in Bezug auf die Autonutzung als auch in Bezug auf die Bahnreisen: Nach Hessen werden weniger Reisen mit dem Auto, aber mehr Reisen mit der Bahn unternommen. Im Gegenzug werden von Hessen aus mehr Kurzurlaubsreisen mit dem Auto, aber weniger mit der Bahn unternommen. Ich denke, es liegt daran, dass bei Kurzurlaubsreisen nach Hessen häufig Städte die Ziele sind. Die Städte sind gut an das Bahnnetz angebunden. In Hessen reist aber nicht jeder von einer Stadt aus los; es wohnen schließlich durchaus viele in ländlichen Gebieten. Wenn sie andere Ziele ansteuern möchten, kommen sie entweder nicht gut von zu Hause weg, oder – ein ganz anderes Problem – sie kommen vielleicht gut weg, aber das Reiseziel liegt beispielsweise in Schleswig-Holstein an der Küste oder irgendwo in Bayern, und es ist keine ÖPNV-Anbindung bis zur Unterkunft gegeben. Also nimmt man eben nicht die Bahn.

Folie 8: „Reiseausgaben pro Person und Reise 2021“

In der langen Fragenliste, die mir vorab zugeschickt wurde, ging es unter anderem um die Reiseausgaben. Deswegen habe ich auch dazu etwas mitgebracht. Wir betrachten zunächst wieder die Urlaubsreisen. Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen unterscheiden sich; deswegen werden sie hier immer getrennt dargestellt. Im Jahr 2021 werden durchschnittlich 1.000 € für Urlaubsreisen ausgegeben. Je nachdem welches Verkehrsmittel genutzt wird, sind die Ausgaben niedriger oder höher. Am meisten geben diejenigen aus – das wird wenig überraschend sein –, die Flugreisen machen. Ihre Ausgaben sind deutlich höher.

Genauso ist das bei den Kurzurlaubsreisen. Hier liegen die Ausgaben durchschnittlich bei 300 €. Für Flugreisen wird dabei mehr als doppelt so viel Geld ausgegeben – wohlgermerkt, nicht nur für die Anreise; das sind die Gesamtausgaben pro Person.

Wir wissen, ob diese Menschen allein verreisen oder mit anderen. Wir wissen auch – diese Frage wurde gerade im Zusammenhang mit dem Thema Alltagsmobilität gestellt –, ob diese Urlaubsreisen mit Personen aus dem eigenen Haushalt, mit sonstigen Angehörigen oder mit Freunden unternommen wurden. Hier sind auch die Ausgaben pro Person und Tag dargestellt. 90 € ist das, was bei einer Urlaubsreise pro Person und Tag ausgegeben wird.

Bei Kurzurlaubsreisen ist es etwas mehr. Besonders auffällig sind die Werte bei den Flugreisen. Da sind es über 200 € pro Person und Tag.

Folie 9: „Flugscham! Die meisten haben ein schlechtes Gewissen beim Fliegen ...“

Flugscham ist etwas, was vor zwei Jahren durch die Medien ging. Das war ein Thema, das – Fridays for Future natürlich – immer wieder hochkochte. Deshalb haben wir auch dazu Fragen gestellt. Im Übrigen ist es so, dass die Reiseanalyse von der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen initiiert wird. Das ist ein Verein, der das Geld, das erwirtschaftet und nicht für die Bezahlung der Untersuchung benötigt wird, in eigene Forschung investiert. Das ist ein Beispiel dafür, dass im Rahmen der Reiseanalyse Daten zu einer Fragestellung erhoben wurden, die gesellschaftspolitisch relevant ist.

Wir wollten von denjenigen, die eine Flugreise unternommen hatten, wissen – die Daten wurden Ende 2019 erhoben –, ob sie ein schlechtes Gewissen dabei hatten. Es gab eine Skala von 0 bis 10: 0 bedeutet, dass man kein schlechtes Gewissen hat; 10 heißt, dass man ein sehr schlechtes Gewissen hat. Knapp ein Drittel hatte null Flugscham, aber die allermeisten – drei Viertel der Bevölkerung – hatten ein mehr oder weniger schlechtes Gewissen. Das schwingt also immer irgendwo mit. Man ist bei diesem Thema durchaus ansprechbar. Das heißt aber nicht, dass man die Flugreise unterlässt.

Folie 10: „Mobilität vor Ort auf Urlaubsreisen 5 Tage+ nach Hauptverkehrsmittel“

Man ist nicht nur bei der Anreise mobil, sondern in aller Regel auch vor Ort. Das heißt, man kommt am Urlaubsort an und nutzt dann verschiedene Verkehrsmittel. Ich habe mir das angeschaut und die Daten zunächst einmal für alle Urlaubsreisen und dann im Hinblick auf genau die Verknüpfung dargestellt, die vorhin angesprochen wurde: Wie ist das bei Personen, die mit einem bestimmten Verkehrsmittel angereist sind? Welches Verkehrsmittel haben sie dann in der Urlaubsdestination genutzt?

Wir können sehen, dass von denjenigen, die mit dem Pkw angereist sind, fast alle vor Ort mit dem Pkw unterwegs sind. Wer mit dem Flugzeug angereist ist, hat häufig einen Mietwagen dazugebucht. Von den Flugreisenden ist etwa jeder Dritte vor Ort mit dem Pkw unterwegs. Wer mit der Bahn anreist, ist in den allermeisten Fällen vor Ort mit öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs. Man sieht die Abhängigkeit von dem Verkehrsmittel, das für die Anreise genutzt wurde. Die Wahrscheinlichkeit, dass jemand, der mit dem Auto anreist, dieses vor Ort stehen lässt und lieber mit dem Bus fährt, ist relativ gering. Man muss denjenigen also schon vorher packen, wenn man das ändern möchte.

Dargestellt sind hier zusätzlich der Rad- und der Fußverkehr. Das Zufußgehen wird in touristischen Erhebungen häufig vernachlässigt. Dem wollten wir entgegenwirken und haben es deswegen mit aufgenommen. Man sieht, dass diejenigen, die mit dem Auto anreisen, vor Ort am wenigsten zu Fuß gehen. Das ist anders bei Flugreisenden und auch bei denjenigen, die mit dem ÖPNV unterwegs sind.

Folie 11: „Relevanz der Verkehrsmittelwahl bei der Entscheidung für Urlaubsreisen 5 Tage+“

Warum entscheidet man sich für ein bestimmtes Verkehrsmittel bzw. welche Relevanz hat das Verkehrsmittel bei der Entscheidung für Urlaubsreisen? – Anders als beispielsweise beim Pendeln spielen ökonomische Gründe tatsächlich eine geringere Rolle. Wenn man sich das Reiseverhalten anschaut, stellt man fest, dass sich die Menschen in aller Regel zuallererst Gedanken über das Reiseziel machen. Ich überlege mir also: Wohin will ich eigentlich? – Dann gibt es viele nachgelagerte Entscheidungen. Dazu gehören vor allen Dingen die Unterkunft und der Zeitpunkt der Reise. Dann kommen die Kosten, und schließlich überlegt man sich vielleicht noch: Will ich lieber in die Berge oder an die Küste?

Erst dann macht man sich über das Verkehrsmittel Gedanken. Diese Entscheidung fällt also relativ spät. Das Verkehrsmittel spielt aber durchaus eine Rolle, insbesondere bei den Menschen, die feste Gewohnheiten haben. Es gibt diejenigen, für die es ganz klar ist, dass sie immer mit dem Auto fahren. Das sind Prozesse, die gar nicht mehr bewusst ablaufen. Die Personen sind wohl nicht mehr dazu in der Lage, das später zu rekapitulieren und zu sagen: Ja, ich habe das bewusst entschieden. – Da fand keine echte Entscheidung mehr statt. Das sind dann Gewohnheiten.

Folie 12: „Kriterien für die Auswahl des Hauptverkehrsmittels“

Wir haben nach den Gründen gefragt. Wir wollten gern wissen, warum ein bestimmtes Verkehrsmittel als Hauptverkehrsmittel genutzt wurde. Das Hauptverkehrsmittel ist bei unseren Befragungen das jeweils wichtigste Verkehrsmittel. In aller Regel ist es das Anreiseverkehrsmittel. Unter den Gründen steht der Gepäcktransport ganz vorne. Der günstige Preis spielt, wie Sie sehen, für etwa die Hälfte der Befragten eine Rolle. Genauso wichtig ist aber der reibungslose Transport von Tür zu Tür, also die berühmte letzte Meile: Ich muss nicht nur bis zum Bahnhof, sondern auch bis zur Unterkunft kommen. Ich muss auch wissen, dass ich vor Ort mobil sein kann. Es reicht mir also nicht, nur hinzukommen.

Es gibt also eine Vielzahl von Gründen. Es gibt nicht einen einzigen Grund, der dafür spricht, das eine oder das andere Verkehrsmittel zu nutzen, sondern viele. Das Ganze macht die Sache auch so kompliziert. Die Gründe sind schwer zu packen; denn es ist nicht einfach nur das Geld, und es ist auch nicht einfach nur der Gepäcktransport. Nein, es sind ganz viele Dinge. Es sind auch die Mitreisenden. Urlaubsreisen werden in aller Regel von mehreren Personen gemeinsam unternommen. Natürlich muss man die unterschiedlichen Bedürfnisse der Personen, die dabei sind, berücksichtigen.

Wenn man sich die Daten etwas genauer anschaut und sich mit den Einstellungen und den sonstigen Wünschen und Bedürfnissen der Betroffenen befasst, stellt man fest, dass es Unterschiede gibt. Wir sehen z. B., dass bei Urlaubsreisen mit Kindern die Mobilität in der Urlaubsregion deutlich wichtiger ist. Für Personen, die eine positive Einstellung zu ökologisch verträglichen Reisen haben, sind die Umweltaspekte wichtiger.

Folie 13: „Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen“

Jetzt habe ich schon das Stichwort genannt: Einstellung zu umweltfreundlichen Reisen. Auch dazu haben wir Daten erhoben. Wir möchten in regelmäßigen Abständen wissen, wie groß der Anteil derjenigen ist, die sagen: Ja, mein Urlaub soll ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein. – Hier sind Daten dargestellt, die ab 2016 erhoben worden sind. Wir sehen eine steigende Kurve. Es geht also nach oben; der Bevölkerungsanteil wächst.

Nachhaltigkeit beschränkt sich nicht aufs Umweltbewusstsein, sondern es zählen durchaus auch soziale und ökonomische Kriterien dazu. Deswegen fragen wir auch danach, wie groß der Anteil derjenigen ist, die möchten, dass der Urlaub sozial verträglich abläuft: faire Arbeitsbedingungen, Respekt vor der vor Ort lebenden Bevölkerung. Auch da sehen wir eine steigende Kurve. Sie ist in den letzten drei Jahren sogar ziemlich stark angestiegen. Interessant finde ich, der Anteil derjenigen, die auf soziale Nachhaltigkeit Wert legen, ist höher als der Anteil derjenigen, die umweltgerechtes Reisen schätzen. Wenn man das zusammennimmt, hat man eine Gruppe von Personen mit einer positiven Einstellung zum Thema „Nachhaltigkeit und Reisen“.

Folie 15: „Konkretes Verhalten: Nachhaltige Mobilität auf Urlaubsreisen 5 Tage+“

Wir können allerdings sehen, dass die Menschen beim konkreten Verhalten noch lange nicht so weit sind. Wenn sie danach gefragt werden, was sie schon machen, um nachhaltiger zu verreisen, sagen sie, dass sie vor Ort vor allen Dingen zu Fuß gehen, mit dem Rad fahren, Bus und Bahn nutzen oder ein nahe gelegenes Reiseziel wählen. Aber alle anderen Dinge, die man machen kann, um nachhaltiger zu verreisen, werden bislang eher selten genannt.

Folie 16: „Attraktive Angebote für umweltfreundlichere Fortbewegung in der Urlaubsregion“

Wenn man die Menschen danach fragt, was sie haben möchten, vor allen Dingen in Bezug auf touristische Mobilität, stellt man fest, dass insbesondere touristische Buslinien, eine ÖPNV-Nutzung, die schon im Preis der Unterkunft enthalten ist, und Fahrradvermietungen gewünscht werden.

Folie 17: „Erwünschte Informationsquellen für Mobilitätsangebote in der Urlaubsregion“

Wo möchte man darüber informiert werden? – Klassischerweise direkt bei der Unterkunft bzw. in der Region. Man möchte sich also nicht vorrangig beim Verkehrsunternehmen der Region informieren, sondern die Touristiker sind gefragt. Die Touristiker müssen auch Mobilitätsinformationen geben.

Folie 18: „Ein kleines Fazit“

Wir sehen, touristische Mobilität ist ein sehr komplexes Thema. Wir sehen aber auch definitiv Potenziale für das Thema Nachhaltigkeit. Die Einstellung ist da, aber die Einstellung kann nur dann zu konkretem Verhalten führen, wenn man die Bedürfnisse und Orientierungen der Menschen berücksichtigt und wenn die Angebote so attraktiv sind, dass man sie gern nutzt. Es muss einfach Spaß machen, es muss einen echten Mehrwert bieten, es muss Vorteile haben. Dazu muss man sich verschiedene Segmente und verschiedene Zielgruppen anschauen. Wir sehen auch, dass das Anreiseverkehrsmittel und das Reiseziel einen erheblichen Einfluss auf die Mobilität vor Ort haben. Das muss von Anfang an mitgedacht werden.

Ich möchte Ihnen einen Vorschlag mit auf den Weg geben im Hinblick auf das, was in Zukunft besser gestaltet werden kann, um zu einer nachhaltigeren Mobilität zu kommen. Aus meiner Sicht ist das insbesondere eine bessere Vernetzung der beiden Sektoren Mobilität und Tourismus. Die arbeiten bisher sehr getrennt voneinander. In beiden Sektoren werden tolle Dinge gemacht, aber irgendwie sind sie nicht richtig verzahnt. Bei dem Thema touristische Mobilität ist es aber wichtig, diese beiden Sektoren miteinander zu verzahnen und nachhaltige Mobilität im Tourismus von Anfang an mitzudenken.

Wenn also neue touristische Angebote gemacht werden, sollte man sich überlegen: Wie können die Menschen dorthin kommen? Werden die Menschen darüber informiert? – Man muss die Menschen mitnehmen, und dazu gehören auch diejenigen, die im Tourismus arbeiten. Sie müssen an ihren Arbeitsplatz kommen. Gerade in Zeiten des Arbeitskräftemangels ist das ein entscheidender Standortfaktor.

Zugleich meine ich, dass der nachhaltige Tourismus auch bei der Mobilität von Anfang an mitgedacht werden sollte, z. B. bei der Erstellung der landesweiten Nahverkehrspläne. Denken Sie darüber nach! Nicht nur der Pendelverkehr, sondern auch die veränderten touristischen Rahmenbedingungen – sprich: der vermehrte Verkehr am Wochenende und in den Abendstunden, andere Ziele, andere Personengruppen, Gepäcktransport – sollten mitgedacht werden. Ich möchte Ihnen ganz stark ans Herz legen, in Zukunft einen Mobilitätscheck für Tourismusprojekte und einen Tourismuscheck für Mobilitätsprojekte zu initiieren.

Wir haben in Schleswig-Holstein im Rahmen des tollen Projekts „Nachhaltige Mobilität in schleswig-holsteinischen Urlaubsregionen“ etwas Ähnliches gemacht. Ich weiß, dass der Kollege Sven Groß nachher kurz darüber berichten wird. Ich fände es toll, wenn sich auch Hessen da auf den Weg machen würde.

Folie 19: „Sie möchten noch mehr wissen?“

Wenn Sie Lust auf noch mehr Daten bekommen haben: Von mir gibt es keine Quellenangaben, sondern ein paar Bildchen. Wir haben viele andere Untersuchungen gemacht. Die Hessen Agentur gehört zu unseren Kunden. Es gibt also die Möglichkeit, die Daten in alle Richtungen weiter auszuwerten.

Ich bedanke mich bei Ihnen ganz herzlich fürs Zuhören. Wenn Sie Fragen haben: Noch bin ich hier.

Stellv. Vorsitzende: Vielen Dank, Frau Grimm. – Als Erste hat sich die Abg. Katy Walther gemeldet.

Abg. **Katy Walther:** Ich habe eine Nachfrage zu der Folie, auf der Sie bei den einzelnen Verkehrsträgern die Entwicklung im Laufe der Zeit dargestellt haben. Wird diese Entwicklung anderen Entwicklungen gegenübergestellt, die verkehrspolitisch bedingt waren, z. B. die Abschaffung von Nachtzügen und von Autozügen? Es geht mir darum, dass man darstellt, was diese Entwicklung vielleicht begünstigt oder es verunmöglicht hat, dass sich etwas anderes entwickelt.

Frau **Grimm:** Das ist eine spannende Frage. Mir ist eine solche Gegenüberstellung nicht bekannt. Ich würde das auf jeden Fall überaus interessant finden.

Abg. **Gernot Grumbach:** Meine Frage können Sie dann auch nicht beantworten. Sie würde nämlich, umgekehrt, lauten: Hat das, was die ÖBB machen – sprich: die Wiedereinführung von bestimmten Nachtverbindungen –, inzwischen Auswirkungen auf das Reiseverhalten?

Ich möchte, was einen Punkt betrifft, auf den Vortrag von Herrn Groß vorgreifen; denn nachher werde ich die gleiche Frage stellen. Er beschreibt in seinem Vortrag die Alpine Pearls als Tourismusorte, die auf Nachhaltigkeit getrimmt sind. Würden Sie sagen, dass man die Unterkünfte noch stärker unterstützen muss, um überhaupt solche Angebote zu konzipieren? Für einen nicht ganz so großen Betrieb ist das vom Aufwand her nämlich nicht ganz ohne Risiko. Oder müsste man so etwas eher auf Regionen bezogen machen?

Frau **Grimm:** Ich würde sagen, man muss dabei sowohl die Unterkünfte als auch die Regionen einbeziehen und unterstützen. Unterstützen heißt zum einen, Wissen zu schaffen. Das heißt, diejenigen, die dort arbeiten, müssen über die Angebote und Möglichkeiten, die es jenseits des motorisierten Individualverkehrs gibt, informiert sein. Zum anderen muss es entsprechende Angebote geben; denn für einen Touristiker, der da eine Unterkunft hat und diese jetzt bewerben soll: „Leute, kommt alle ohne Auto hierher“, wird es schwierig, wenn weit und breit nichts fährt. Um gemeinsam etwas verändern zu können, sind auch die Vertreter der touristischen Regionen und diejenigen gefragt, die im Bereich Verkehr aktiv sind.

Abg. **Arno Enners:** Frau Grimm, Sie haben auf Folie 7 – „Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage): Verkehrsmittel 2021“ – dargestellt, dass 77 % der Reisenden von Hessen aus mit dem Auto fahren. Sie haben es unter anderem damit begründet, dass die Anbindung des Wohnorts an den öffentlichen Personennahverkehr gegebenenfalls nicht so gut ist. Wie ist denn die Betrachtung im Hinblick auf die gute, recht zentrale geografische Lage Hessens? Man kommt schließlich von Hessen aus relativ schnell in andere Bundesländer. Vielleicht nutzt man gerade deswegen nicht den ÖPNV, sondern nimmt einfach das Auto: Man erreicht den Zielort so wesentlich schneller; das gilt auch für die Rückfahrt. Das ist, wie gesagt, durch die geografische Lage bedingt. Wie ist die Betrachtung im Hinblick darauf?

Frau **Grimm:** Die gute geografische Lage bezieht sich nicht nur auf den Autoverkehr, sondern das gilt beispielsweise auch für den Bahnverkehr. Man sieht aber deutliche Unterschiede bezüglich der Wohnortgröße. Das kann man feststellen, wenn man das Reiseverhalten von Menschen, die in Orten mit mehr als 100.000 Einwohnern leben, mit dem von Menschen, die in kleinen Dörfern mit lediglich 5.000 Einwohnern leben, vergleicht. Das hängt damit zusammen, dass die Autoverfügbarkeit – also der Autobesitz – in den kleineren Orten höher ist. Wenn ich ein Auto mein eigen nenne, ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass ich es auch für Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen nutze.

SV Prof. **Dr. Barbara Lenz:** Frau Grimm, vielen Dank für den wirklich tollen Vortrag. Er hat mir viel Spaß gemacht. Ich habe eine Frage aus der Sicht der Mobilitätsforschung: Wir beschäftigen uns ganz oft mit diesen Multimodalen; die kennen Sie bestimmt auch. Sie haben bestimmt auch Multimodale. Das heißt, es gibt nicht nur auf der Ebene der Gesamtreisen, sondern auch auf der Ebene der einzelnen Haushalte eine Art Cluster, z. B. Leute, die einmal fliegen und alles andere mit dem Fahrrad machen – wie auch immer.

Frau **Grimm:** Die Gruppe ist mir definitiv bekannt. Wir könnten das aus unseren Daten mit ein bisschen Aufwand herauslesen. Bisher gibt es dazu aber im Zusammenhang mit den Urlaubsreisen und den Kurzurlaubsreisen tatsächlich noch keine Veröffentlichungen – jedenfalls nicht von uns. Aber man könnte definitiv etwas daraus machen. Vielleicht ergibt sich da die Möglichkeit für eine Zusammenarbeit. Ich bin seit Kurzem auch im Wissenschaftlichen Beirat der MiD – was mich sehr freut. Ich finde, die Zusammenführung der Kompetenzen ist der erste Schritt auf dem Weg, Alltagsmobilität und Urlaubsmobilität stärker zusammenzubringen.

SV Prof. **Dr. Barbara Lenz:** Ich habe noch eine Frage. Herr John hat vorhin gefragt, ob es bei der Alltagsfreizeit einen Unterschied zwischen Stadt und Land gibt. Mich würde interessieren, ob

es das auch bei der Reisefreizeit gibt, dass die ländliche Bevölkerung andere Bedürfnisse entwickelt als die städtische.

Frau **Grimm**: Ja, das gibt es. Ich habe das gerade im Zusammenhang mit der Verkehrsmittelwahl erläutert. Dass sich andere Bedürfnisse entwickeln, liegt vor allen Dingen daran, dass es andere Personengruppen sind, die auf dem Land leben. Bei den auf dem Land Lebenden sind der Anteil an älteren Menschen und der Anteil an Familien größer. In den Städten leben einfach mehr junge Menschen – z. B. viele Studierende –, und die haben allgemein ein anderes Reiseverhalten und andere Bedürfnisse. Aber es stellt sich die Frage, was die Ursache ist. Sie haben diese Bedürfnisse nicht unbedingt, weil sie in der Stadt leben, sondern sie leben vielleicht in der Stadt, weil sie diese Bedürfnisse haben.

Abg. **Katy Walther**: Ich habe Fragen zu Folie 4: „Verkehrsmittel bei Urlaubsreisen 5 Tage+“. Sie haben vorhin gesagt – das steht nicht auf der Folie –, ab dem Jahr 2024 werde alles wieder in normalen Bahnen laufen. Hat man also aus der Covid-Pandemie nicht gelernt, dass man etwas auch anders machen kann? – Das ist die erste Frage.

Die zweite Frage bezieht sich auf Folie 6: „Hauptverkehrsmittel Flugzeug auf Urlaubsreisen 5 Tage+: Anteile der Sinus-Milieus“. Mich würde interessieren, ob es das noch etwas stärker ausdifferenziert gibt; denn ich kann mir vorstellen, dass sich die Fortschrittsgläubigen und die Neo-Ökologischen, was die Konsequenzen ihres Fliegens angeht, unterschiedlich verhalten. Die einen werden kompensieren, die anderen nicht. Das ist eine Hypothese. Gibt es eine etwas tiefer gehende Forschung zu dem Verhalten der Menschen in den einzelnen Milieus?

Frau **Grimm**: Die erste Frage bezog sich auf meine Anmerkung, dass im Jahr 2024 alles wieder normal laufen werde. Das habe ich gesagt, weil wir in regelmäßigen Abständen – alle fünf Jahre – eine Trendstudie erstellen, bei der wir jeweils ein paar Jahre vorausschauen, aktuell bis zum Jahr 2030. Das ist kein Blick in die Glaskugel, sondern die Trends, über die wir berichten, basieren jeweils auf einer genauen Analyse der Daten aus der Vergangenheit. Dann schauen wir uns die gesellschaftlichen Entwicklungen an und sagen, von welchen Wegen man für die Zukunft mit guter Begründung ausgehen kann. In der aktuellen Trendstudie ist ziemlich klar beschrieben, wie es weitergehen wird. Bei den Reisezielen z. B. wird es aller Wahrscheinlichkeit nach eine Angleichung an das Niveau geben, das wir aus dem Jahr 2019 kennen. Das Gleiche gilt für die Urlaubsreiseintensität.

Die Verkehrsmittelwahl ist häufig nachgelagert. Wenn ich mich für ein Reiseziel im Ausland entscheide – ein Reiseziel am Mittelmeer etwa –, ist es für mich einfach schwer, anders dorthin zu kommen. Bei der Entwicklung, die wir in unseren Reisetrends beschreiben, gehen wir zunächst einmal davon aus, dass von außen nicht verstärkt Einfluss darauf genommen wird. Wenn alle im

Bereich Verkehr und Tourismus Tätigen entscheiden: „Wir pushen den nachhaltigen Tourismus, wir geben ganz viel Geld dafür aus und machen ganz viel dafür“, können sie das, was in Zukunft geschieht, natürlich beeinflussen und verändern. Aber wenn es so weitergeht wie bisher, wird sich an der Verkehrsmittelwahl wenig ändern.

Zu der Frage nach dem Thema Sinus-Milieus: Ja, man kann dort tiefer hineinschauen. Die Daten sind wirklich ganz frisch; sie wurden von meinem Kollegen Martin Lohmann gerade erst auf der Internationalen Tourismus-Börse präsentiert. Wir sind noch ganz am Anfang der Auswertung der aktuellen Daten. Da kann man noch mehr machen. Ich möchte da auf die Hessen Agentur verweisen. Dort sitzen Kollegen, die mit unseren Daten arbeiten. Natürlich stehe ich auch selbst zur Verfügung. Man kann dort also weiter hineinschauen. Mit Sicherheit gibt es Unterschiede, auch in Bezug auf die Sinus-Milieus, z. B. die Anzahl der Reisen betreffend. Je höher der soziale Status, desto mehr finanzielle Mittel stehen zur Verfügung. Diese Leute unternehmen mehr Reisen.

Die Kompensation wurde eben angesprochen. Das ist ein spannendes Thema. Sie bewegt sich aber immer noch auf einem sehr niedrigen Niveau. Der Anteil derjenigen, die ihre Flugreisen wirklich kompensieren, ist sehr gering.

(Abg. Dr. Stefan Naas: 2 %!)

– Ich weiß nicht, woher Sie die Daten haben.

(Abg. Dr. Stefan Naas: Die habe ich bei Ihnen gesehen!)

– Die das kompensieren? Ich habe gar nichts zur Kompensation gesagt.

(Abg. Dr. Stefan Naas: Das waren zwei Folien! – Abg. Katy Walther: Das war beim letzten Mal!)

– Genau. Inzwischen sind die Zahlen ein kleines bisschen höher. – Der Punkt ist der, dass man das verändern könnte, wenn das automatisch eingepreist wäre. Wenn es einen solchen Automatismus gäbe, wäre die Bereitschaft sicherlich vorhanden. Wenn es aber eine Opt-in-Lösung ist, ich also „Ja, ich möchte kompensieren“ anklicken oder z. B. auf die Seite von atmosfair gehen und spenden muss, ist der Aufwand viel größer. Wenn das bei allen Flugreisen standardmäßig enthalten wäre und man Aufwand betreiben müsste, um das Häkchen wegzubekommen, würde mehr kompensiert werden. Da bin ich mir sicher.

Stellv. Vorsitzende: Herr Dr. Naas, es gab eine Folie zu dem Thema Flugscham. Aber dass man sich schämt, heißt nicht, dass man auch kompensiert. Das ist schade. Es ist auch schade, dass aus der Corona-Pandemie wohl nicht gelernt werden wird. Einen solchen Lerneffekt fände ich begrüßenswert.

SV Prof. **Dr. Barbara Lenz**: Ich tue mich etwas schwer mit der Grafik auf Folie 4 „Verkehrsmittel bei Urlaubsreisen 5 Tage+“: die zwei Linien, die auf der rechten Seite die Form einer Zange bilden. Bei den Flugreisenden weist die Linie nach unten – denn man kann gar nicht mehr ins Ausland fliegen –; bei den Pkw-Reisenden zeigt sie nach oben. Es sieht so aus, als ob das gewissermaßen die Gegenbewegung zum Fliegen wäre. Oder liegt es nur daran, dass wir hier über Anteile, über Prozentwerte, reden und nicht über absolute Zahlen?

Frau **Grimm**: Sowohl als auch. Grundsätzlich haben Sie recht; das sind die Anteile. Es ist klar, dass das eine Gegenbewegung ist. Gleichzeitig muss man aber wissen, dass sich aufgrund der Pandemie in den letzten drei Jahren die Volumenzahlen verändert haben; denn es wurden weniger Reisen unternommen. Bei den absoluten Zahlen müsste ich nachschauen; die kann ich gern auch nachliefern. Aber das ist definitiv ein Unterschied.

Ich würde aber gern noch etwas dazu sagen. Frau Vorsitzende, Sie haben gesagt, es sei schade, dass sich durch die Pandemie nichts ändern wird. Ganz so möchte ich das nicht stehen lassen. Ich meinte, wir gehen nach dem Urlaubsreisetrend davon aus, dass sich das Reiseverhalten wieder an das vorherige angleichen wird. So sieht es aktuell aus. Gleichzeitig habe ich aber gezeigt, dass die Einstellung zu dem Thema Nachhaltigkeit positiver wird. Es gibt also einen immer größeren Anteil der Bevölkerung, der eine positive Einstellung dazu hat. Man hat es als Touristiker in der Hand, die Menschen abzuholen, indem man entsprechend kommuniziert und Angebote entwickelt, die zu den Einstellungen passen. Dann ist definitiv auch eine Veränderung möglich.

Stellv. Vorsitzende: Prima. Dann gibt es doch noch einen Funken Hoffnung. Vielen Dank Ihnen. – Als Nächstes hören wir den Vortrag von Prof. Dr. Sven Groß, der digital zugeschaltet wird. Herr Prof. Groß ist stellvertretender Direktor des Instituts für Tourismusforschung an der Hochschule Harz, die sich in Wernigerode und in Halberstadt befindet. Stellvertretender Direktor ist er seit diesem Jahr; da können wir noch gratulieren. Promoviert hat er zum Qualitätsmanagement im Tourismus.

Herr Prof. Dr. Groß: Vielen herzlichen Dank! Ich begrüße Sie sehr herzlich aus dem Harz. Dankenswerterweise darf ich digital dabei sein. Ich bin es in den letzten zwei Jahren gewohnt, hier in meinem Büro an der Hochschule Harz zu sitzen und mit den Studierenden zu kommunizieren – jetzt also mit Wiesbaden. Ich wurde gebeten, etwas über Trends und über Best-Practice-Beispiele zu berichten. Das ist auch der Kern dessen, was ich für heute vorbereitet habe. Der Übergang zu dem, was Frau Grimm gerade berichtet hat: Es war sehr gut, den Ball aufzuschnappen und zu sagen, dass wir innerhalb dieser Sitzung jetzt weiter daran arbeiten; denn genau das ist es nämlich: Es sollten Angebote geschaffen und geschaut werden, wie man Urlauber und Freizeitreisende abholen kann.

Präsentation Prof. Dr. Groß siehe Anlage – Folie 2: „Agenda“

Sie sehen an meiner Agenda für heute: Ich habe am Anfang eine Abgrenzung, so, wie man das im wissenschaftlichen Umfeld macht. Aber ich kann mich da auf jeden Fall kürzer fassen, da Frau Lenz und Frau Grimm gerade darauf eingegangen sind. Im Kern spreche ich über „Hessen Trends“ und „Best Practices“, und am Ende habe ich – so, wie Frau Grimm – den gleichen Wunsch formuliert.

Folie 4: „Freizeit- und touristische Mobilität – ein hoch heterogenes Phänomen“

Dann fange ich einmal an. Zu dieser Abbildung sage ich gar nicht mehr so viel, sondern erwähne nur noch zwei, drei Aspekte, die mir hier wichtig sind. Auf der einen Seite – was vorhin bei Frau Lenz gefragt wurde zu der Definition des Freizeitverkehrs –: Sieben Wegezwecke werden in der amtlichen Statistik unterschieden und sechs Wegezwecke, die nicht Freizeit sind. Wenn man es nicht zuordnen kann, dann wird es als Freizeit betitelt. Da wird unter anderem der Studienverkehr in Zahlen dargestellt. Das zum Freizeitverkehr.

Mir ist hier noch wichtig, die Begriffe „Workation“ oder „Leisure Tourism“ einzubringen. Die Begriffe bedeuten gerade im Geschäftsreisesegment, dass in den letzten Jahren auch durch die Vermischung zwischen Arbeit und Freizeit aufgrund der Corona-Pandemie – wie es schon angekungen ist – beispielsweise Coworking Retreats überall in Deutschland entstanden sind, wo man gleichzeitig arbeiten kann – meistens per Internet und Computer natürlich – und auf der anderen Seite seinen Urlaub, seine Freizeit genießen. Das ist das eine, was ich hier noch mitteilen wollte.

Das andere ist: Business und Leisure zusammen – vor der Geschäftsreise oder nach der Geschäftsreise. Das bedeutet, wenn man zur Messe kommt – in Ihrem Fall nach Frankfurt –, dass man noch ein oder zwei Tage vorher oder nachher in Frankfurt selbst oder beispielsweise im Umland seine Freizeit verbringt. Deshalb: nicht nur Alltagsfreizeit, Freizeit in der Urlaubszeit, sondern darüber hinaus noch weitere Aspekte – hier spezifisch bei dem Geschäftsreisetourismus.

Frau Lenz hatte vorhin erwähnt – der letzte Punkt zu dieser Folie –, dass wohl die Tourismus-Weltorganisation sagt, dass es ab einer Übernachtung „Tourismus“ ist. Dementsprechend sehen Sie auch hier, dass ein Kurzurlaub ab einer Übernachtung als Tourismus gilt.

Folie 5: „Zweck- und Erlebnismobilität (Auswahl)“

Als Nächstes möchte ich kurz darauf eingehen – das hat Frau Grimm gerade aufgezeigt –, dass es sowohl um die An- als auch um die Abreise geht. Das wird auch als „Zweckmobilität“ bezeichnet. Sie sehen hier, welche Bedeutung die verschiedenen Verkehrsmittel, die aufgezeigt sind, haben. Auf der anderen Seite gibt es die „Erlebnismobilität“ – meist in der Destination, im Urlaubsgebiet, sodass der Urlauber dann aktiv ist. Das sind natürlich gerade in den letzten Jahren – das wurde auch schon angesprochen –: E-Bikes, Mountainbikes, überhaupt das Thema „Radfahren“; da gibt es die ADFC-Radreiseanalyse, die von über 17 Millionen Radausflügen in Deutschland und mehr als 3,5 Millionen Radreisenden – – Die definieren es dann ab drei Übernachtungen. Das ist schon eine erkleckliche Zahl.

Frau Lenz hatte noch das Thema „Zufußgehen“ angesprochen. Ich habe das hier als „Wanderer“ bezeichnet. Der Deutsche Wanderverband sagt: Mehr als 40 Millionen Deutsche sind mindestens einmal oder gelegentlich als Wanderer in Deutschland unterwegs. Das ist auch aus touristischer Sicht ein wirklich wichtiges und großes Segment.

Folie 6: „Trends & Best Practices in Freizeit- und touristischer Mobilität“ / Folie 7: „Trends – Digitaler“

Dann würde ich mit den Themen Trends und Best Practices weitermachen. Sie sehen hier verschiedene Stichpunkte. Die einzelnen Trends baue ich nach und nach auf. Ich habe zu den einzelnen Trends immer ein paar Punkte mit aufgeführt, werde aber jeweils nur ein oder zwei Beispiele herausgreifen, damit ich die Zeit einigermaßen einhalten kann.

Folie 8: „Digitaler – App in den Urlaub!“

Ich werde mit der Digitalisierung des Reiseprozesses beginnen. Das heißt auch bei uns, sozusagen im wissenschaftlichen Umfeld, die „Customer Journey“. Wie Sie sich vorstellen können, auch wenn Sie an den eigenen Urlaub denken, kann von der – wie es heißt – Inspiration über Information, über Buchung, über Planung der Reise, über die tatsächliche Reise heutzutage alles digital abgebildet werden – bis zu den Erlebnissen, die man erlangt, sowie bei der Nachbereitung. Das gilt auch für die Nachfrage: Umso jünger, desto eher das Interesse, diese Möglichkeiten digitaler Natur zu nutzen. Deshalb habe ich es oben geschrieben: Apps. Diese begleiten uns jetzt schon seit 2007 – 15 Jahre. Aber es gibt auch neue Ansätze, bei denen jetzt beispielsweise künstliche Intelligenz mit eingebaut wird.

Folie 9: „AI-basierter Recommender für nachhaltigen Tourismus“

Ich weiß nicht, wie viele von Ihnen „Outdooractive“ und ähnliche Angebote kennen, mit denen man seine eigene Reise – Wandertour, Mountainbiketour und dergleichen – planen, aufzeichnen und sich austauschen kann, und bei denen Informationen von den Destinationsmanagementorganisationen zu verschiedensten Angeboten in der Destination vorhanden sind.

Da ist gerade Anfang des Jahres ein Projekt gestartet, mit dem den Nutzern tagesaktuelle Informationen mit auf den Weg gegeben werden sollen. Ich habe hier ein Beispiel mitgebracht, weil ich mit „Outdooractive“ zusammenarbeite. Hier wird eine Alpe gezeigt, die eine hohe Auslastung hat, wo das Alternativziel vorgeschlagen werden soll, auch, wie man dorthin kommt – mit alternativen oder nachhaltigen Mobilitätsangeboten. Das ist ein Ziel dessen, was dort in den nächsten zwei oder drei Jahren – das weiß ich nicht genau – mit auf den Weg gebracht werden soll.

Folie 10: „Trends – Individueller“ / Folie 11: „Individueller – (E)Car-Sharing, ...“

Ein weiterer Trend ist die Individualisierung. Ich habe es hier als „Individueller“ genannt und zwei Aspekte herausgegriffen – zum einen das Car-Sharing und zum anderen den Trend des Caravanning, im Besonderen der Reisemobile. Ich glaube, vorhin sagte der allererste Fragesteller: Wenn man immer den motorisierten Individualverkehr nutze, mache man sich relativ wenig Gedanken darüber, wie auch die alternativen Verkehrsmittel angesprochen werden könnten. Aber in

Deutschland sind ungefähr 25 % der Haushalte autofrei. Dem Großteil der Deutschen steht schon ein Auto im Haushalt zur Verfügung, aber, wie gesagt: round about 25 %. In Großstädten, vor allem in Innenstadtgebieten, bei jüngeren Leuten besitzen bis zu 40 oder 50 % der Haushalte kein Auto; das wurde auch schon angesprochen. In diese Lücke sind in den letzten Jahren unter anderem Car-Sharing-Angebote reingegangen. Sie sehen hier die Entwicklung innerhalb von zehn Jahren: dass sich die Nutzerzahlen fast versechsfacht haben und dass heute in über 850 Städten in Deutschland Car-Sharing angeboten wird. Die Nutzer sind praktische und jüngere Leute, vor allem im städtischen Umfeld. Das ist immer wieder das, was in Untersuchungen herauskommt.

Jetzt kommt die Verbindung zu dem, was vor allem heute freizeit- und touristische Mobilität ist. Auch dort gibt es eine Reihe von Beispielen. Ich habe hier drei mit aufgeführt, die in den letzten Jahren entwickelt wurden, wie das E-Carsharing im Schwarzwald oder auch – darüber kann Frau Grimm sicherlich sogar noch mehr sagen als ich; ich kann kein Plattdeutsch oder Norddeutsch – die „Dörpsmobile“. Ich habe es extra hingeschrieben. Das sind Dorfgemeinschaftsautos, die von den Einwohnern gemeinsam für Fahrten zu Einkaufs-, aber auch Freizeitzwecken genutzt werden können.

Folie 12: „Individueller – Reisemobile und Co.“

Dann komme ich zu dem Trend – was ich gerade schon sagte – des Reisemobiltourismus. Die Anzahl der Reisemobile hat sich innerhalb der letzten vier, fünf Jahre im Bestand verdoppelt. Darüber hinaus wurde eine Reihe von Angeboten geschaffen, Mietfahrzeuge auszuleihen. Ich habe auf der rechten Seite Anbieter aufgeführt wie Paulcamper und CamperBoys – gerade auch umgebaute Reisemobile, keine echten Wohnmobile, wie man sie sozusagen von größeren Firmen kennt, sondern ein Mercedes Sprinter oder ein VW, die umgebaut und dann als Camper genutzt werden. Da gibt es auch eigene Communitys, z. B. den Trend „#vanlife“.

Das hat aber auch eine wichtige wirtschaftliche Bedeutung. Die meisten Stellplätze sind kostenpflichtig, ungefähr 80 %. Ich habe es gerade schon gesagt: Auch für kostenfreie Reisemobilstellplätze gibt es Angebote – wieder digitaler Natur – wie „Park4Night“, bei denen man schauen kann, wo man für eine Nacht – teilweise auch kostenfrei – übernachten kann. Da gibt es eine Verknüpfung mit dem digitalen Trend: digital, individuell. Es ist nicht so zu sehen, dass jeder Trend ganz alleine für sich steht, sondern dass natürlich auch Überschneidungen gegeben sind.

Folie 13: „Trends – Preiswerter“

Ein weiterer Trend, den wir vor allem mit den Low Cost Carriern, mit Billigflugangeboten oder mit Fernbussen verbinden, ist der Trend, preiswerter reisen zu wollen. Darüber hinaus gibt es aber auch im ÖPNV einige neue Ansätze und da auch aufgegriffen das, was vorhin schon gesagt wurde. Was ist wichtig? Wichtig ist – das war ungefähr vor 25 Jahren Thema meiner Diplomarbeit – die Sozialisation von jungen Leuten. Wie führen wir Kinder und Jugendliche an die verschiedenen Verkehrsmittel heran?

Folie 14: „Preiswerter – neue Preismodelle“

Gerade im letzten Jahr wurde in Baden-Württemberg ein 365-Euro-Jahresticket für Jugendliche beschlossen, das im September an den Start gehen soll. Pro Tag können öffentliche Verkehrsmittel in Baden-Württemberg dann für einen Euro genutzt werden. Das habe ich bewusst herausgegriffen, weil ich meine, dass genau das der richtige Weg ist: jungen Leuten aufzuzeigen, dass es funktioniert, dass man mit dem Bus und mit der Bahn auch in der Freizeit unterwegs sein kann und gegebenenfalls nicht nur den Standardverkehr kennenlernt, bei dem man mit vielen anderen Schülern in aller Enge zur Schule gefahren wird.

Ein anderer Ansatz, den ich persönlich sehr gut finde, ist das Eezy-Ticket in Nordrhein-Westfalen. Hier muss man nicht mehr die jeweiligen Tarifbedingungen von Verkehrsunternehmen zu Verkehrsunternehmen oder von Verkehrsverbund zu Verkehrsverbund kennen. Ich selbst erinnere mich: Ich war einmal in Frankfurt mit der Deutschen Bahn unterwegs und musste dann am Ticketautomaten schauen, was ich für die Strecke denn jetzt wählen darf und was nicht – zwei, drei Stationen. So muss man sich keine Gedanken mehr machen, sondern kann mit einer App einchecken, wenn man in den Bus oder in die S-Bahn steigt. Beim Ausstieg kann man dann auschecken. Der Fahrpreis – Sie sehen es hier – wird per Luftlinienkilometer berechnet. Ich meine, das sind neue, positive Ansätze in diesem Bereich.

Folie 15: „Trends – Erlebnisreicher“

Dann kommen wir kurz zum Thema Erlebnisorientierung. Es wurde schon in den Neunzigerjahren von der „Erlebnisgesellschaft in Deutschland“ gesprochen. Auch das ist im Tourismus und auch bei Verkehrsunternehmen in den letzten Jahren nach und nach stärker berücksichtigt worden: Angebote in Destinationen.

Folie 16: „Erlebnisreicher – Beispiele touristischer Zweck- und Erlebnismobilität“

Ich habe Ihnen hierzu drei Beispiele mitgebracht. Zum einen das Beispiel aus dem Harz: Die Seilbahnen Thale GmbH über dem Bodetal – auch als „Grand Canyon des Harzes“ bezeichnet – hat jede zweite Gondel mit einem Glasboden ausgestattet, um die Fahrt natürlich attraktiver und erlebnisreicher zu gestalten. Das sehen Sie hier auch. Unten links: In Budapest gibt es ein Angebot von einer Stadtrundfahrt nicht nur an Land, sondern auch im Wasser. Auf der rechten Seite sehen Sie die bekannten braunen Autobahnschilder. Ungefähr 3.600 von diesen Hinweisschildern oder als „Touristische Unterrichtungstafeln“ bezeichnete Schilder haben wir in Deutschland. Ich habe noch einmal nachgeschaut: In Hessen gibt es um die 230 derartige Schilder. Es gibt ein Unternehmen – MAQNIFY aus Süddeutschland –, das diese Schilder seit round about drei Jahren digitalisiert und dazu jeweils Informationen aufbereitet hat, sodass man, wenn man daran vorbeifährt, auch etwas dazu erzählt bekommt: Was ist das genau – diese Burg oder dieses Museum? Da gibt es für die Mitfahrer, auch für Kinder, gegebenenfalls einen Lerneffekt, sodass man weiß, was sich dahinter verbirgt. Es gibt natürlich auch die Hoffnung, dass man dann rausfährt und diese Einrichtung besucht. Es gibt also auch beim Auto neue Ansätze. Ich habe mir von Herrn Fischer sagen lassen, dass Hessen schon dabei ist, sodass alle Autobahnschilder von Hessen in dieser App integriert sind.

Folie 17: „Erlebnisreicher – Inszenierung und Thematisierung“

Ich komme zu zwei weiteren Beispielen, was die Erlebnisorientierung angeht. Die sogenannte Harzer Wandernadel: Hier soll ein Angebot geschaffen werden, 222 Sehenswürdigkeiten im Harz anzulaufen, um sich dort einen Stempel zu holen – verschiedene Stufen, Anreize, Gamifikation. Das hat bei uns im Harz in den letzten zwei Jahren mit der Corona-Pandemie wirklich zu einer sehr starken Nachfrage geführt, weil mehr und mehr Menschen in der Region unterwegs waren – natürlich auch Einheimische. Wir haben auch schon mehrere Projekte mit anderen Regionen durchgeführt. Vielleicht ist so etwas in der Art auch für Hessen eine Möglichkeit.

Ganz unten noch: Es gibt mehr und mehr Wanderwege, die ein bestimmtes Thema haben, z. B. ein Märchenpfad, bei denen verschiedene Stationen entlang eines bestimmten Wanderrundwegs – vier, sechs, acht Kilometer meistens – geschaffen werden, damit vor allem Familien mit Kindern und jüngeren Jugendlichen ans Wandern herangeführt werden können.

Folie 18: „Trends – Klimafreundlicher“

Zu der vorhin schon angesprochenen Nachhaltigkeit und den Alpine Pearls sind vor allem zwei Aspekte zu nennen: einmal die Gästekarten, die ÖPNV-Karten, die mit der Kurtaxe verbunden sind, und, wie gesagt, die verschiedenen Möglichkeiten, klimafreundlich sanfte Mobilität in Destination auszurichten.

Folie 19: „Klimafreundlicher – ausgewählte SAMO-Projekte“

Ich habe hier eine Übersicht zusammengestellt, was mir an Projekten bekannt ist. Die ist sicherlich nicht abschließend, weil ich auch nicht für jede Region alle Projekte kenne. Aber Sie sehen auf der Karte – die ist so ähnlich wie die von vor zehn Jahren, weil wir auch hier im Harz sanfte Mobilitätsprojekte begleitet haben –, dass auf jeden Fall mehr und mehr Projekte hinzugekommen sind. Ein wichtiger Ansatz sind diese Gästekarten. Jeder Gast, der im Harz Kurtaxe bezahlt, bekommt automatisch ein kleines Heftchen mit dem Urlaubsticket. Zu Beginn gab es das nur im Ostharz; seit zwei Jahren ist es auch möglich, ausgewählte Linien im westlichen Teil des Harzes zu nutzen. Dafür musste in Niedersachsen das Kommunalabgabengesetz geändert werden, so dass diese Umlagefinanzierungen möglich waren, sodass wir jetzt nicht nur den Ostharz, sondern schon fast den gesamten Harz – nicht vollständig, aber schon sehr umfangreich – abgedeckt haben.

Sie sehen die Zahlen der letzten knapp zehn Jahre, die ich mir besorgt habe. Auch bei uns hat es durch Corona natürlich Einbrüche in den Übernachtungszahlen und Tagesgästeszahlen gegeben. Aber Sie sehen, dass es eine stetig wachsende Anzahl an Nutzern im Harz gibt, die dieses ÖPNV-Ticket genutzt haben.

Folie 20: „Klimafreundlicher – Sanfte Mobilität kommt“

Ich habe gesehen, Frau Grimm hatte eine kleine Publikation dabei. Ich glaube, Sie haben es gar nicht gezeigt, oder ich habe es nicht mitgekriegt. Sie vom NIT waren auch bei einem Projekt in Schleswig-Holstein federführend dabei. Da ist mir vor allem wichtig, aufzuzeigen, dass es auf der

einen Seite so etwas wie eine Toolbox gibt: Informationen für diejenigen, die darüber entscheiden und die in den Betrieben tatsächlich touristische Angebote planen und diese sozusagen an den Urlauber bringen. Da wird eine Reihe von Tipps-Checklisten zur Verfügung gestellt. Wenn ich es mir richtig angelesen habe, ist auch hier ein Ticket auf den Weg gebracht worden – zunächst für die nächsten drei Jahre –, sodass man den Urlaub unbeschwert mit einer Gästekarte vor Ort mit dem ÖPNV verbinden kann und dies dann, wie bei uns im Harz, nutzen kann.

Folien 21/22: „Klimafreundlicher – Alpine Pearls“

Die Alpine Pearls wurden in Ihrem Kreis gerade schon kurz angesprochen. Das ist für mich wirklich ein Paradebeispiel dessen, was man in der sanften Mobilität machen kann: sehr umfangreich, seit vielen Jahren bekannt – vor allem Werfenweng als Vorreiterdestination – und stellen nicht nur die Mobilität in den Mittelpunkt, sondern unterstützen darüber hinaus beispielsweise regionale Wirtschaftskreisläufe. Aber um zu den Alpine Pearls zu gehören, gibt es einen Qualitätskriterienkatalog, gibt es eine Kommission, die diese Kriterien überprüft. Wenn man diese erfüllt hat, kann man aufgenommen werden. Zunächst ist man in der Prüfung und wird dann zum Vollmitglied.

Ich selbst habe Werfenweng bereits mit meiner Familie aufgesucht. Es ist für unsere Kinder immer noch eines der Paradeurlaube, weil wir einfach vor Ort alles machen konnten, ohne uns Sorgen machen zu müssen. Wir hatten eine Karte, die die Hotelbetriebe ausgegeben haben. Damit konnten wir sowohl E-Taxis nutzen und E-Bikes ausleihen, als auch kleinere Fahrzeuge für Kinder, die auf dem Marktplatz in Werfenweng ausgeliehen werden konnten. So kann die Region, die Destination erwandert und erfahren werden.

Aber nicht nur die Erlebnismobilität vor Ort – ich hatte es vorhin gesagt –, sondern auch die Zweckmobilität: die Bahnanbindung; dass man z. B. am Bahnhof abgeholt werden kann und ins Hotel gebracht wird, sodass gerade – wie es immer heißt – die letzte Meile vom Bahnhof oder vom Busbahnhof ins Hotel der Destination mit abgewickelt wird.

Stellv. Vorsitzende: Herr Prof. Groß, ich muss auch Sie bitten, vielleicht ein bisschen zügiger durch die Präsentation zu gehen, weil nur 20 Minuten dafür vorgesehen sind. Vielen Dank.

Herr Prof. **Dr. Groß:** Danke für die Erinnerung. Ich wollte grade einsteigen und sagen: Die letzten Themen habe ich stärker ausgearbeitet. Hier nur jeweils eine Folie.

Folie 23: „Trends – Entschleunigter“ / Folie 24: „Entschleunigter – Microadventures“

Ich habe hier den Bereich Microadventure – 5 to 9 adventures. Es werden in Deutschland immer mehr Angebote geschaffen, um auch nach Feierabend raus in die Natur gehen zu können, was uns alle in den letzten zwei Jahren der Pandemie stark begleitet hat.

Folie 25: „Trends – Luxuriöser & Exotischer“

Darauf will ich hier nicht groß eingehen. Entgegen dem Preiswert-Trend gibt es natürlich auch Reisen, die für Personen mit höheren Einkommen angeboten werden.

Folie 26: „Trends – Gesünder“

Zum Thema Gesundheit: Pilgern, Slow Food oder auch regionale Produkte.

Folie 27: „Trends – Sicherer“

Letztlich zum Thema Sicherheit, das uns nicht erst seit den letzten zwei Wochen – Sicherheit aufgrund des Krieges in der Ukraine –, sondern vor allem die letzten zwei Jahre beschäftigt. Das betrifft die gesundheitliche Sicherheit, die Datensicherheit und die Planungssicherheit – ganz wichtig für beide Seiten: für touristische Betriebe und für die Nachfrage.

Folie 28: „Wünsche‘ an Politik und Wirtschaft“

Letzte Folie. Ich habe vorhin gesagt, dass ich das als „Wünsche“ bezeichnet habe. Ich hatte auch kurz Modellorte angesprochen. Hier habe ich die Empfehlung, diese einzurichten, vielleicht kombiniert mit einem Forschungsförderprogramm.

Ich habe hier ein paar Beispiele aufgeführt: im Höchstbereich immer wieder die sogenannten Innovationsmillionen, mit denen Destinationen, touristische Leistungsträger und Forschungsinstitutionen unterstützt werden; die Vernetzung – nicht nur von Akteuren in Tourismuswirtschaft und Verkehrswirtschaft, sondern auch Vernetzung von Tourismus, Wissenschaft und Wirtschaft –; und letztlich die Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses. Gerade wir im Tourismus haben in den letzten Jahren größere Probleme, was den wissenschaftlichen Nachwuchs angeht, gerade im universitären Umfeld.

In Kassel hat jetzt eine Kollegin, die früher mit mir zusammengearbeitet hat, eine Rad-Professur. Wenn ich es richtig weiß, gibt es in Hessen drei Rad-Professuren, die auch vom Bundesverkehrsministerium gefördert wurden. Ich denke, dass dieses Thema spezifisch in Hessen besonders gut abgedeckt werden kann.

Nun bin ich am Ende angekommen. Ich danke Ihnen für das Zuhören und stehe natürlich genauso gerne wie die beiden Vorrednerinnen für Fragen zur Verfügung.

Stellv. Vorsitzende: Vielen Dank, Herr Prof. Groß. Auch hier gibt es Fragen. Herr Grumbach, bitte.

Abg. **Gernot Grumbach:** Ich schließe meine Frage von vorhin mit ein, denn Sie haben in Ihren Wünschen Modellorte angegeben. Ich habe, nachdem ich nun eins oder zwei von ihnen kenne,

die Alpine Pearls schon im Fokus gehabt. Ich habe den Eindruck, dass wir an der Stelle bereits weiter sind, dass wir eigentlich so etwas wie einen Markthochlauf – Wirtschaftssprache – brauchen; denn das sind ausgewählte, ich sage einmal, eher luxuriöse Varianten. Aber es gibt in der Umgebung von denen – gerade in Kärnten und an der Grenze zu Slowenien – eine ganze Reihe von anderen, die in diesem Spiel nicht drin sind, über die man auch nichts erfährt, wo man aber mit einer vermutlich öffentlichen Intervention über Regionaltourismus – wie auch immer – genau diese Art von Nutzung noch sehr viel stärker unterstützen kann. Es stellt sich die Frage, ob wir – sozusagen von der Seite der öffentlichen Tourismusorganisationen – da nicht ein Stück mehr Organisationsunterstützung und finanzielle Unterstützung leisten müssten.

Herr Prof. **Dr. Groß:** Ich habe leider nicht alles gut hören können, auch nicht, was die konkrete Frage an mich ist. Es wäre nett, wenn Sie sagen könnten, was genau Sie meinen.

Abg. **Gernot Grumbach:** Kurzfassung: Sind wir nicht in der Situation, dass wenn wir von außen – also von Tourismus, staatlichen und vereinsorganisierten Tourismusorganisationen und mit zusätzlichem Geld – in der Frage solcher Unterkünfte mit solchen Angeboten inzwischen nicht nur Versuche hätten, sondern möglicherweise auch im Markthochlauf, sie einen stärkeren Anteil bekommen?

Herr Prof. **Dr. Groß:** Es tut mir echt leid; ich höre leider wirklich schlecht aus Ihrer Richtung in meine Richtung. Wenn Sie mich ebenfalls so schlecht gehört haben, wäre das natürlich nicht so gut. Ich habe das Thema Modellorte verstanden. Da sind Sie in Hessen scheinbar schon weiter, als ich bisher weiß. Was genau ist der Punkt? Wie gesagt, dazu kann ich jetzt ganz schwer etwas sagen.

Abg. **Gernot Grumbach:** Soll ich es noch einmal probieren? – Der Kern ist: Sind wir nicht viel weiter, und muss man aus diesen Modellorten nicht regionale Konzepte machen, die diese Art von Unterkünften sehr viel stärker von außen fördern?

Herr Prof. **Dr. Groß:** Jetzt verstehe ich. Natürlich wäre es schön, wenn es das in größerem Umfang gäbe. Aber ich kann aus der Erfahrung in Sachsen-Anhalt sprechen, dass wir zu Beginn sozusagen auf kleinerer Flamme kochen wollten, mit kleineren Projekten, und nach und nach größer geworden sind.

Ich kenne die Organisationsformen in Hessen nicht ganz genau – ich sage einmal –, welche Landeseinrichtungen, regionale Einrichtungen und örtliche Einrichtungen es gibt. Aber wenn Mittel zur Verfügung stehen, auch auf regionaler Ebene zu arbeiten, klar, dann natürlich auch gerne regional. Aber falls nicht genug Mittel zur Verfügung stehen, dann punktuell anfangen und sich sozusagen nach und nach vergrößern.

Frau Grimm und ich hatten uns im Vorfeld ausgetauscht. Sie sagten, Sie wollten in Schleswig-Holstein eine kleine Anzahl. Frau Grimm, vielleicht können Sie noch einen Satz dazu sagen; ich weiß die Anzahl nicht mehr genau: drei, vier oder fünf Partner, die Sie für Ihr Projekt in Schleswig-Holstein gewinnen wollten. Letztendlich sind es viel mehr Interessenten gewesen, die dabei sein wollten, und auch mehrere Projekte – die Folie hatte ich gezeigt; nicht nur zwei, drei Modellorte –, die in das Projekt in Schleswig-Holstein aufgenommen wurden. Da kommt es oft darauf an, wie groß das Interesse von Akteuren, von Destinationsmanagementorganisationen, ist und welche finanziellen Mittel sozusagen als Forschungsförderung – beispielsweise seitens des Landes Hessen – zur Verfügung gestellt werden können. Ich denke, dass dann auch eine Entscheidung gefällt werden muss, was genau gemacht werden kann.

Frau **Grimm**: Vielleicht kurz ergänzend dazu. Ja, es ist auf jeden Fall sinnvoll, da auch die regionale Perspektive einzunehmen. Für mich steht dabei vor allem die Vernetzung der Akteure im Vordergrund. Wer sich im Tourismus ein bisschen auskennt, weiß, dass das Tourismusmarketing in aller Regel wirklich auf Destinationsebene, also auf regionaler Ebene, stattfindet – mit Ausnahme der größeren Städte.

Auch im Verkehr ist es so. Auch das Thema Mobilität spielt sich nicht nur am Urlaubsort ab, sondern man ist vor Ort dann auch unterwegs und besucht verschiedene Orte in der Region. Daher ergibt es auf jeden Fall Sinn, da gemeinsam voranzugehen und zusammenzuarbeiten.

Ich würde zusätzlich aber gerne noch auf die Frage von vorhin, von Frau Lenz an mich, eingehen. Ich habe in der Zwischenzeit ein paar Daten herausgesucht. Sie hatten ja einen ganz tollen Hinweis gegeben und haben zur Verkehrsmittelverteilung bei Urlaubsreisen gesagt, dass die Darstellung, die ich gezeigt habe, lediglich die prozentualen Anteile zeigt. Das ist genau richtig. Ich habe jetzt einmal die Millionenwerte herausgesucht. Die sind tatsächlich so, wie Sie es vermutet haben. Ich wusste, dass es so ist; die genauen Zahlen wusste ich aber nicht auswendig. Die bekommen Sie jetzt.

Und zwar ist das Spannende, dass die absoluten Zahlen bei der PKW-Nutzung über die letzten drei Jahre hinweg tatsächlich fast exakt gleichgeblieben sind. Wir haben jeweils 30 bis 31 Millionen Urlaubsreisen, die mit dem PKW unternommen wurden im Jahr 2019, 2020 und auch 2021, obwohl die absolute Zahl der Urlaubsreisen erst ganz weit gesunken und dann wieder ein bisschen gestiegen ist.

Die prozentuale Verteilung ist deshalb so unterschiedlich, weil die Anzahl, also das Volumen, der Flugreisen ganz stark gesunken ist – und zwar durchaus um mehr als 10 Millionen. Das ist nicht

auf null gegangen, aber es ist deutlich gesunken. Auch der Anteil der Busreisen ist gesunken; das Volumen hat sich etwa halbiert. Bei den Urlaubsreisen mit der Bahn gab es ebenfalls einen volumenmäßigen Rückgang. Das vielleicht zur Erläuterung.

Stellv. Vorsitzende: Vielen Dank. – Wenn es keine weiteren Fragen gibt, danke ich Ihnen, Herr Prof. Groß, noch einmal herzlich für Ihren Vortrag.

Wir würden jetzt eine Pause machen bzw. machen müssen; denn unser nächster Referent ist erst um 12:15 Uhr da. Ich würde sagen, wir machen eine Pause von 15 Minuten.

(Unterbrechung von 12:05 bis 12:25 Uhr)

Stellv. Vorsitzende: Ich sehe, unser nächster Referent wartet schon. Wir kommen jetzt zu unserem letzten Vortrag, und zwar von Prof. Dr. Ueli Haefeli aus der Schweiz. Sie sind an der Uni Bern und am Interface Institut für Politikstudien in Luzern beschäftigt. Wir sehen Sie schon. Der Vortrag wird, glaube ich, auch gleich eingeblendet – das ist er schon, wunderbar. Dann hoffe ich, dass wir Sie auch hören können. Jetzt schon einen herzlichen Dank für Ihren Vortrag.

Herr Prof. **Dr. Haefeli:** Ich möchte mich für diese Einladung herzlich bedanken. Es freut mich sehr, Ihnen in Hessen unsere Studie aus der Schweiz vorstellen zu dürfen – die Studie zu den treibenden Kräften im Freizeitverkehr der Zukunft.

Präsentation Prof. Dr. Haefeli siehe Anlage – Folie 2: „Aufbau“

Auf der zweiten Folie sehen Sie anhand der Infografik den Weg, den wir in dieser Studie gegangen sind: mit ziemlich vielen empirischen Elementen, von denen ich Ihnen nicht alle vorstellen können. Ich habe eine kleine Auswahl getroffen.

Zum Verständnis, was Sie als Mitglieder der Enquetekommission vielleicht interessieren könnte: Ich werde ein paar Dinge zu der Studie allgemein sagen, dann Ihnen vor allem die Typologie vorstellen. Ich glaube, Sie haben heute schon eine andere Typologie gesehen. Dann wird es im zunehmenden Verlauf des Vortrags auch politischer und praxisnäher, wo es darum geht, die Nachhaltigkeitsbilanz des alltäglichen Freizeitverkehrs zu ziehen. Das ist vielleicht eine erste wichtige Bemerkung. Wir haben uns mit dem alltäglichen Freizeitverkehr beschäftigt, also per Definition mit dem Verkehr, der nicht mit einer Übernachtung verbunden war. Dann werde ich zur Nachhaltigkeit, zur Entwicklung in der Schweiz über strategische Dinge berichten, die vielleicht auch für Deutschland sehr interessant sein können.

Folie 3: „Treibende Kräfte im Freizeitverkehr“

Die Studie selbst sehen Sie auf der nächsten Folie abgebildet. Diese ist online verfügbar. Sie sehen auch, dass das ISOE beteiligt ist mit Dr. Konrad Götz, dem Vorgänger von Jutta Deffner am ISOE. Das ist ein langjähriger Kollege von mir.

Folie 4: „Vier Forschungsfragen“

Dann gehe ich zu der nächsten Folie, damit wir nicht so viel Zeit verlieren. Was waren die Forschungsfragen, die wir uns gestellt haben? Das waren die folgenden vier: Zunächst haben wir uns gefragt, welchen Einfluss auf den Freizeitverkehr individuelle, gesellschaftliche und kontextuelle Merkmale haben, aber auch kohorten- und zeitperiodenbezogene Faktoren. Das ist also ein relativ umfassender Blick auf die alltägliche Freizeitmobilität.

Die nächste Frage war die Frage nach der Typologie, nach den Freizeitstilen. Die dritte Frage befasste sich mit den Kategorien des Freizeitverkehrs und damit, wie die – insbesondere hinsichtlich ihrer Umweltauswirkungen – zu bewerten sind und wie diese mit den verschiedenen Mobilitätstypen im Zusammenhang stehen. Vierte Frage: Welche Strategien und Maßnahmen können einen wesentlichen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung des Freizeitverkehrs leisten? Das ist im Prinzip auch Ihre Aufgabe – wenn ich es richtig verstanden habe.

Folie 5: „Drei methodische Schritte“

Wir haben dazu drei methodische Schritte durchgeführt. Der erste Schritt war eine Auswertung von Sekundärdaten – in der Schweiz ist das der „Mikrozensus Mobilität und Verkehr“ – sowie weiteren Erhebungen. Der Mikrozensus ist mit der Studie „Mobilität in Deutschland“ vergleichbar. Dann haben wir eine eigene, schweizweit repräsentative Befragung von rund 1.000 Personen durchgeführt, inklusive eines kleinen verhaltensökonomischen Experiments. Drittens haben wir einen Strategie-Workshop mit externen Experten – Stakeholdern – zur Entwicklung von Strategien und Maßnahmen im Freizeitverkehr durchgeführt. Wir brauchen beispielsweise die Mitwirkung der Verwaltung.

Folie 6: „Rahmenmodell“

Wir haben uns an einem Handlungsmodell, an einem Rahmenmodell orientiert, das ich Ihnen jetzt vorstellen werde; denn ich denke, es ist für politisch-strategische Zwecke durchaus eine gute Hilfestellung.

Im Kern dieses Modells geht es eigentlich darum, dass man Mobilität unseres Erachtens nur verstehen kann, wenn man sie als Koevolution begreift, nämlich als Zusammenspiel zwischen externen und internen Faktoren. Die Umwelt ist also aus physisch-materiellen Faktoren zusammengestellt und aus soziokulturellen Faktoren wie dem sozialen Netz. Dann gibt es selbstverständlich die sozioökonomischen Rahmenbedingungen und das rechtliche und politische Wirtschaftssystem.

All dies beeinflusst unsere Handlungen. Aber unsere Handlungen haben natürlich auch interne Motivationen: physische, psychologische und soziokulturelle. Aus diesem Zusammenspiel entsteht unser Mobilitätsverhalten. Das wiederum beeinflusst die Umwelt. In diesem Sinne: Koevolution. Es war auch ein Ziel unseres Projekts, zu schauen, wie das zusammenspielt und wo man allenfalls Einfluss nehmen kann.

Folie 7: „Entwicklung des Freizeitverkehrs in der Schweiz 2005 - 2015“

Dann habe ich eine Folie, die ein bisschen die längerfristige Perspektive zeigt – von 2005 bis 2015. Diese Erhebungen werden alle fünf Jahre durchgeführt. 2020 wurde es aus pandemischen Gründen verschoben. Ich werde sowieso nichts über die Pandemie sagen, außer, Sie fragen nachher.

Das Wichtigste ist hier eigentlich, dass die Einwohnerinnen und Einwohner der Schweiz in diesen zehn Jahren im Inland nicht mehr, sondern eher ein bisschen weniger Kilometer zurückgelegt haben, dafür im Ausland doppelt so viele. Ich glaube, das ist wirklich eine ganz wichtige Message. Das gilt nicht nur für das alltägliche, sondern für das Reiseverhalten generell. Man muss – wenn man weiß, dass es sehr häufig Flugreisen sind, und wenn man noch weiß, dass Klimaemissionen in der Höhe stärker zu gewichten sind – daraus eigentlich den Schluss ziehen, dass mittlerweile, zumindest in der Schweiz, die Klimarelevanz des Flugverkehrs alle anderen Verkehrsarten in den Schatten stellt – ganz klar in ihrer Gesamtheit. Das ist, wie ich finde, eine recht brisante Aussage.

Die Freizeitmobilität lässt sich wie folgt charakterisieren: In Städten sind die Wege ein bisschen kürzer und dauern weniger lange. Die Männer sind im Durchschnitt etwas länger unterwegs als Frauen. Ganz junge und ganz alte Menschen sind im Freizeitverkehr weniger aktiv. Je höher das Einkommen, desto länger die pro Person zurückgelegten Freizeitwege. Zu Kohorten – also wann sie geboren sind –: je jünger, desto größer die Distanz. Das heißt, wenn Sie den Jahrgang 1980 haben, dann sind Sie, als Sie 30 Jahre alt waren, sehr viel weniger gereist als die heutigen 30-Jährigen – Jahrgang 1992. Das ist eine sehr wichtige Kohortenentwicklung.

Folie 8: „Typologie der Freizeitmobilität“

Dann gehe ich ein Stück weiter zu der Typologie. Wir haben bei uns mit einer Clusteranalyse drei Typen unterschieden. Den ersten Typus haben wir als „Spaß- und Erlebnisorientierte“ bezeichnet. Ich werde nachher zu jedem Typ noch eine weitere Folie haben. Die zweiten sind die eher „Umwelt- und Nahraumorientierten“. Die dritten sind die „Entspannungsorientierten“. Die haben wir bei uns ein bisschen scherzhaft als „Couch-Potatoes“ bezeichnet.

Folie 9: „Spaß- und Erlebnisorientierte“

Die Spaß- und Erlebnisorientierten sind Personen, die in der Freizeit etwas erleben wollen, z. B. beim Besuch von Clubs oder in Form von Shopping, aber auch durch Reisen in die Ferne. Wichtig ist: Der ÖV ist hier durchaus ein Element. Es ist nicht nur der Auto- oder Flugverkehr. Es sind eher jüngere Personen, die über eine durchschnittliche Ausstattung mit Mobilitätswerkzeugen verfügen, die alle Verkehrsmittel in ihre Mobilität einbeziehen, die überdurchschnittlich häufig

Tagesreisen unternehmen – Auto und ÖV – und auch überdurchschnittlich häufig übernachten und viel fliegen. Insgesamt ist diese Gruppe sehr aktiv.

Folie 10: „Umweltbewusste Erholungssuchende“

Die nächste Gruppe, die wir als „Umweltbewusste Erholungssuchende“ bezeichnet haben, umfasst Personen, die auf die Wahl der umweltfreundlichen Verkehrsmittel in der Freizeit achten, sich in der Nähe erholen, anstatt in die Ferne zu reisen, und sich generell gerne in der Natur aufhalten. Es sind eher mittelalte bis ältere Personen, die einen vergleichsweise hohen sozioökonomischen Status haben, die überdurchschnittlich oft den ÖV nutzen und im Vergleich zu den „Spaß- und Erholungsorientierten“ weniger Tagesreisen und generell weniger Aktivitäten in der Freizeit unternehmen. Sie sind auch überdurchschnittlich zufrieden mit dem eigenen Wohnort, was bei der nächsten Gruppe, bei den „Passiv Erholungssuchenden“, genau anders ist.

Folie 11: „Passiv Erholungssuchende“

Die sind eher unzufrieden mit ihrem eigenen Wohnort. Es sind vorwiegend junge und mittelalte Personen, die über eine eher geringe Ausstattung mit ÖV-Abos verfügen, die in der Freizeit überdurchschnittlich häufig mit dem Auto unterwegs sind und die generell eher wenig Aktivitäten unternehmen. Das sind also diese drei Gruppen.

Folie 12: „Cluster-Analyse – Fazit“

Als Fazit ist für uns ein wichtiger Befund gewesen, dass sich diese Gruppen in soziodemografischer Hinsicht eigentlich nicht sehr stark unterscheiden – mit Ausnahme des Alters. Aber sonst ist es viel wichtiger gewesen, welche Motive, Einstellungen und Orientierungen die Leute hatten, sodass sie einer dieser drei Gruppen zugeordnet worden sind. Das Einkommen, die Ausbildung, der Wohnort usw. sind natürlich wichtig, aber die waren statistisch weniger bedeutsam.

Wichtig ist auch, dass es bei den Mobilitätswerkzeugen keine größeren Unterschiede gibt. Ich habe gesagt, dass die Umweltbewussten häufig mit dem ÖV unterwegs sind, aber sie haben sehr häufig trotzdem ein Auto.

Gut, ich glaube, ich muss ein wenig auf die Zeit achten. Die anderen Dinge habe ich, glaube ich, mehr oder weniger erwähnt. Dann gehe ich gerne eine Folie weiter.

Folie 13: „Prozentuale Anteile der Verkehrszwecke an der Summe aller zurückgelegten Distanzen“

Diese Folie hat sehr viele Zahlen, die ich Ihnen nicht alle vorstellen will und kann – keine Angst. Es geht im nächsten Schritt darum, dass wir versucht haben, wichtige Verkehrszwecke in der alltäglichen Freizeit herauszuschildern und dann bezüglich politischer Strategien, mit denen wir sie anpacken, zu unterscheiden.

Wir haben hier vier Zwecke herausdestilliert, die uns am wichtigsten erscheinen. Das Erste ist der Besuch bei Verwandten und Bekannten. Das Zweite ist der Besuch von Kulturveranstaltungen, Freizeitanlagen und Sportanlässen. Das Dritte sind die Gastronomiebesuche. Das Vierte sind die nicht sportlichen Außenaktivitäten. Hier haben wir jeweils die räumliche Verortung dieser Gruppen. In den Detailangaben sind Wege zu finden: Wo starten diese Wege, und wo enden sie? Das ist auch wichtig gewesen.

Folie 14: „12 Kategorien des alltäglichen Freizeitverkehrs hinsichtlich ihrer Belastung der Infrastruktur und der Umwelt“

Dann möchte ich schon zur nächsten Folie übergehen mit einer ganz vereinfachten Bewertung dieser Aktivitäten, die eben politisch und strategisch von einiger Bedeutung sind: Sie sehen links eine Art Ampelsystem und rechts die Erklärung dazu. Das Ampelsystem ist ganz einfach zu verstehen. Dort, wo es rot ist, gibt es Probleme. Sie sehen, die Probleme sind am größten bei Besuchen von Verwandten oder Bekannten, wenn diese nicht im Agglozentrum, sondern im Agglogürtel oder periurban stattfinden. Ähnlich problematisch sind Kulturveranstaltungen im periurbanen Raum.

Aus Umweltsicht vergleichsweise immer weniger problematisch sind generell die nicht sportlichen Außenaktivitäten und die Gastronomiebesuche. Immer weniger problematisch ist, wenn der Zielort im Agglozentrum liegt. Das ist wichtig. Das ist eher unüblich: Wir haben in unseren Analysen immer sehr viel Wert auf den Zielort gelegt. Das ist in der Regel standortbetont. Wir finden schon beides wichtig, aber wir finden es auch wichtig, den Zielort mehr in den Blick zu kriegen. Das war ein bisschen unsere Intention in dieser Untersuchung.

Rechts sehen Sie, wie wir das hergeleitet haben, und zwar aufgrund von fünf Kriterien, die wir alle gleich gewichtet haben. Das eine ist die Distanz. Das bedeutet, je kürzer der Weg aus Nachhaltigkeitssicht ist, desto besser. Anteil MIV: Je kleiner der ist, desto besser. Die Unterwegszeit: Je kürzer, desto besser. Der Anteil, der in Stoßzeiten stattfindet, in denen also eh schon Stau ist: Je tiefer, desto besser. Der Energieverbrauch und der CO₂-Ausstoß – also ein Klimaindikator – sollten natürlich möglichst niedrig sein. Aus diesen Variablen erklärt sich das, was auf der anderen Seite zu sehen ist. In der Diskussion können wir gerne noch mehr darauf eingehen.

Folie 15: „Gesamtbild der Treiber des Freizeitverkehrs (1)“

Jetzt komme ich zu vier Punkten des Gesamtbildes dieser Treiber. Wir denken, dass es ganz wichtig ist, dass man es nicht eindimensional erklärt, also nicht nur strukturell die Umwelt, oder nicht nur individuell unsere Motive und Einstellungen, sondern im Sinne des anfangs eingeführten Koevolutionsmodells – des Zusammenspiels, das sehr wichtig ist.

Wir haben gesehen, dass der sozioökonomische Besitz von Mobilitätswerkzeugen ein wichtiger Treiber ist. Auch wenn sie sich nicht gerade stark unterscheiden, in unseren drei Typen sind sie insgesamt natürlich schon sehr wichtig.

Folie 16: „Gesamtbild der Treiber des Freizeitverkehrs (2)“

Bei diesen Typen gibt es relevante Fragen, die über Soziodemografie und -ökonomie hinausgehen. Das sind die Freizeitstile oder die Freizeitorientierungen, die eben mit sehr persönlichen, individuellen Faktoren zusammenhängen. Es ist wichtig für die Politik, das zu kennen, damit man dann auch zielgerecht adressieren kann.

Viertens zeigt der Blick auf Faktoren auf der Kontextebene – das ist jetzt nicht aus der Empirie ableitbar, die ich Ihnen vorgestellt habe, sondern aus anderen Teilen –, dass wir durchaus Einfluss auf den Freizeitverkehr nehmen können. Es ist nicht so, dass man da nichts machen kann. Es ist schwierig – Freizeitverkehr ist wahrscheinlich die am schwierigsten zu steuernde Verkehrsart –, aber wir finden, dass es nicht hoffnungslos ist.

Folie 17: „Anforderungen an eine «Strategie nachhaltiger Freizeitverkehr»“

Jetzt kommen wir immer näher an die Politik heran. Wir haben dann gefragt: Was wäre die Antwort auf eine Strategie eines nachhaltigen Freizeitverkehrs? Bei uns hat das Bundesamt den Auftrag, eine solche zu entwickeln bzw. zu erneuern. Wir würden sagen, auf der Seite von Raumplanung und Stadtplanung ist es eigentlich wichtig, dass die nähräumlichen Aufenthaltsräume sehr stark in den Blick geraten und weniger das, was periurban gemacht werden soll. Es ist beispielsweise vielleicht weniger wichtig, in einem Freizeitpark irgendwo in der Pampa, wo alle Leute eh mit dem Auto hinkommen, noch einen Bus hinzuführen, weil es allenfalls zu neuem Verkehr führt, aber selten zu Verkehrsverlagerung. Im Einzelfall können Sie mir sicher widersprechen.

Dann zu der Verkehrsplanung – Stichwort: Neuverkehr –: Verkehrsvermeidung ist ganz wichtig. Nein, das heißt nicht, dass man zu Hause bleiben muss, sondern dass man eben kürzere Wege geht, um gleiche Bedürfnisse zu befriedigen. Das hängt auch mit der Stadtplanung zusammen.

Dann sollte die Freizeitaktivität dort ansetzen, wo die größten Probleme sind. Das heißt, bezüglich der Aktivität bei den Kultur- und Freizeitveranstaltungen sowie bei Besuchen von Verwandten und Bekannten und bezüglich der Räume bei den Wegen mit Zielen im periurbanen Raum. Der Standort ist wichtig. Das ist kein Widerspruch zu dem, was ich vorher gesagt habe. Die Leute starten eh nicht im periurbanen Raum. Man muss eben schauen, dass sie in diesen Räumen dann bessere Ziele finden.

Die Zielgruppe sind die Spaß- und Erlebnisorientierten – also der erste dieser drei Typen –, ohne dass die anderen Zielgruppen ganz aus dem Blick geraten, vor allem, damit man da nicht zu viele Zielkonflikte hat; denn die wird es in jedem Fall geben.

Folie 18: „Drei strategische Leitlinien“

Gut, jetzt komme ich langsam zum Ende. Wir haben daraus drei strategische Leitlinien abgeleitet, die unseres Erachtens die nationale Strategie in den Fokus nehmen sollten. Die Leitlinien sind erstens, die Nahräume für Spaß- und Erlebnisorientierte zu fördern, und zweitens, die multimodalen Verkehrsdrehscheiben mit Verkehrsfreizeitangeboten stärker zu verknüpfen. Diese Verkehrsdrehscheiben sind bei uns im Moment ein großes Thema – ich glaube, in Deutschland auch.

Die dritte Leitlinie ist: Die gesundheitsfördernden Formen der Freizeitmobilität sollten propagiert werden.

Ich habe dazu noch je eine Folie; dann bin ich eigentlich am Ende angekommen.

Folie 19: „Leitlinie 1: Nahräume für Spaß- und Erlebnisorientierte fördern“

Die Leitlinie 1 betrifft die Nahräume, bei denen man berücksichtigt, dass die Zielgruppe der Spaß- und Erlebnisorientierten häufig mit dem Auto unterwegs ist und überdurchschnittlich lange Strecken zurücklegt. Wir haben dazu ein paar Schlüsselmaßnahmen zu formulieren versucht. Die eine wäre, Anreize für eine bequeme, energiesparende und CO₂-freie Anreise bei Gastronomiebesuchen zu setzen. Zweitens wäre, Ähnliches bei Kultur- und Sportveranstaltungen zu versuchen. Generell sollte die Aufenthaltsqualität in den Innenstädten erhöht werden, dies insbesondere in den Wohnquartieren, in denen diese Leute wohnen. Es sollte auf eine Erhöhung der Erlebnis- und Aufenthaltsqualität während der Reise im ÖV gesetzt werden. Hier gibt es sicher auch Zielkonflikte mit z. B. den Umweltorientierten, die vielleicht eher nicht so viel Event bei der Reise haben möchten, sondern eher Ruhe. Das ist ein Beispiel für einen solchen Zielkonflikt.

Folie 20: „Leitlinie 2: Freizeit(verkehrs)angebote bei multimodalen Verkehrsdrehscheiben planen“

Die zweite Leitlinie betrifft die Verkehrsdrehscheiben, die in der Schweiz mit einem eigenen Programm des Bundes gefördert werden sollen, bei dem man die Umsteigepunkte in den Blick nimmt und das die Multimodalität erleichtern will. Wir denken, dass man da auch die Freizeiteinrichtungen – Fitnesszentren, Einkaufszentren – mitplanen soll; dass die am richtigen Ort sind; dass man auch deren Anbindung an den Fuß- und Veloverkehr sowie an den ÖV stärker berücksichtigen soll; dass man den ÖV mit weiteren Mobilitätsdienstleistungen an diesen Hubs gut verknüpfen soll – Stichwort: Velos, E-Bikes, Car-Sharing usw. Die Chance der Digitalisierung sollte auch zielgruppenspezifisch genutzt werden; denn gerade die Zielgruppe der Spaß- und Erlebnisorientierten ist jung und Smartphone affin.

Der letzte Punkt, die Schlüsselmaßnahme, ist die Aufenthaltsqualität. Da geht es darum, dass man Räume identifizieren soll, die innenstädtisch eine höhere Aufenthaltsfunktion wahrnehmen sollen. Hier sollte man diese Räume gezielt verbessern und auch qualitativ besser machen. Das heißt natürlich, dass es da teilweise darum gehen wird, der Nahraumnutzung Verkehrsflächen zu opfern. Das können häufig Parkplätze sein.

Folie 21: „Leitlinie 3: Gesundheitsfördernde Formen der Freizeitmobilität propagieren“

Die letzte Leitlinie betrifft die gesundheitsfördernden Formen. Es ist eine wichtige Erkenntnis der Umweltgeschichte, dass man mit verkehrspolitischen und umweltpolitischen Maßnahmen eigentlich dann Erfolg hat, wenn sie dem Einzelnen einen Zusatznutzen bezüglich seiner oder ihrer Gesundheit geben.

Wir haben im Experiment, auf das ich jetzt nicht eingehen werde, gesehen, dass es im Freizeitverhalten nicht einfach ist, aber wir sollten es trotzdem in den Blick nehmen, weil hier im Prinzip Win-win-Situationen denkbar sind. Da geht es darum, nachhaltige Mobilität in Tourismusorten zu

fördern. Das schließt ein bisschen an das an, was meine Vorrednerinnen und Vorredner gesagt haben. Eine weitere Maßnahme ist, die Aufenthaltsqualität bei Fußwegen zu verbessern. Das finde ich ganz wichtig. Das Zufußgehen ist mir ein großes Anliegen. Ich denke, bei aller Euphorie für das Fahrrad, die ich völlig unterstütze, sollte man die Fußgängerinnen und Fußgänger nicht vergessen. Das Bewusstsein für den gesundheitlichen Nutzen des nicht motorisierten Verkehrs sollte gestärkt werden. Natürlich ist auch die Sicherheit und Attraktivität der Velowege zu fördern. Das ist ein altes Postulat, das selbstverständlich nicht nur den Freizeitverkehr betrifft.

Die letzten beiden Folien lasse ich jetzt weg. Diese wären zu dem Experiment gewesen. Diese haben Sie in den Unterlagen. Diejenigen, die es besonders interessiert, können dazu mit mir in Kontakt treten. Aber ich denke, meine Redezeit ist abgelaufen. Es ist mir wichtiger, Zeit für die Diskussion, für Fragen zu haben. Ich weiß natürlich nicht, ob ich Ihre Absichten gut abgeholt habe – einerseits aus meiner schweizerischen Distanz, andererseits aus der digitalen Distanz. – Vielen Dank für die Aufmerksamkeit.

Stellt. Vorsitzende: Vielen Dank. Ich finde nach wie vor, die digitalen Vorträge sind doch immer eine besondere Herausforderung, weil natürlich auch die Referenten nicht merken, wie der Raum reagiert. – Gibt es Wortmeldungen zu diesem Vortrag? – Frau Walther, bitte.

Abg. **Katy Walther:** Ich habe eine Nachfrage. Die 30-Jährigen heute reisen mehr als die 30-Jährigen früher. Da würde mich interessieren: Ist es die ganze Gruppe der 30-Jährigen, oder haben einfach einige unter den 30-Jährigen jetzt noch einmal eines draufgesattelt und die anderen reisen weniger? Das war mir ein bisschen zu pauschal.

Die andere Frage: In Ihrem Vortrag haben Sie gesagt, wir sollten unsere Bemühungen auf die Gruppe der Spaß- und Erlebnisorientierten richten. Vorne steht aber, dass sie eigentlich sowieso alle in die Ferne reisen wollen, sich sozusagen auch darüber definieren oder ihr Freizeitverhalten genau daran ausrichten. Das ist für mich ein Widerspruch; denn es bedürfte erst einmal eines Verhaltensänderungswunsches, um eine Verhaltensänderung sozusagen auch unterstützen zu können. Diese zwei Schaubilder bekomme ich noch nicht ganz zusammen.

Herr Prof. **Dr. Haefeli:** Zuerst vielleicht zu der zweiten Frage. Das haben Sie richtig zusammengefasst. Die gehen in die Ferne, die wollen in die Ferne gehen. Die Frage ist aber auch: Sind es auch klimabewusste Leute? Man kann z. B. in die Ferne gehen und mit einer Flugreise zwei Monate irgendwo im fernen Osten sein, oder man kann dreimal im Jahr nach Fernost fliegen für zwei Wochen. Man hat dann dieselbe Zeit, die man in der Ferne verbringt, aber man hat einen Drittel weniger Flugemissionen. Das wäre z. B. ein Ansatz.

Das Zweite ist aber, dass diese Leute nicht nur in die Ferne wollen, sondern auch etwas erleben. Wenn man ihnen nahräumig etwas bietet, gibt es durchaus Möglichkeiten zu Verhaltensänderungen. Da haben Sie recht. Ohne Verhaltensänderung wird es nicht gehen. Wir glauben aber nicht, dass das prinzipiell unmöglich ist.

Zur ersten Frage. Ich würde sagen, das sind natürlich nie alle, aber es ist mehrheitlich so, dass die 30-Jährigen heute einfach sehr viel häufiger fliegen. Es ist auch sehr viel billiger. Ich erinnere mich, in meinen Dreißigern bin ich einmal in meinem Leben geflogen. Ich war schon umweltbewusst, aber das waren andere auch. Das war nicht so exzeptionell. Zum Bereich Umwelt heute: Die jungen Leute sind alle schon überall hingeflogen. Das ist einfach so. Das ist von den ganzen Entwicklungen auch verständlich. Hat das Ihre Frage beantwortet, Frau Walther?

Abg. **Katy Walther:** Es hat zumindest deutlich gemacht, dass es Entwicklungen gibt, die auch zum Vielfliegen beitragen, z. B. eine Preissenkung. Das war schon ein zusätzlicher Aspekt, den ich auch wichtig finde. Danke schön.

Abg. **Klaus Gagel:** Ich habe ebenfalls eine Frage. Sie hatten eben angedeutet, dass Wege im periurbanen, also ländlichen, Raum problematisch sind. Das würde im Umkehrschluss bedeuten, dass der ländliche Raum von der touristischen Erschließung abgeschnitten wird oder zurückbleibt. Das kann ja nicht im Interesse einer guten Entwicklung im ländlichen Raum insgesamt sein. Welche Lösungsansätze würden Sie da vorschlagen, oder wie sollte man dieses Problem am besten lösen?

Herr Prof. **Dr. Haefeli:** Ich denke, ein bekannter und auch zielführender und wichtiger Ansatz ist, dass man die Leute ermutigt, dass sie dort übernachten, länger bleiben und auch da weniger Alltagsausflüge unternehmen. Keinesfalls ist das Ziel unserer Studie, den Leuten zu sagen, dass sie nicht mehr in diese Räume reisen dürfen; denn das sind ja die schönen Räume. Gerade in der touristischen Schweiz sind das wichtige Räume. Aber generell ist es aus Wertschöpfungsgründen für die lokale Tourismusindustrie durchaus interessant, wenn die Leute übernachten und dann länger in einer Region bleiben. Dann haben sie vielleicht gleichviel Ferienerlebnis, aber eben mit weniger Kilometern, als wenn sie jedes Wochenende irgendwohin reisen.

Das ist ein Stück weit mit unserer Arbeitsgesellschaft, mit der Entwicklung verbunden, dass die Leute vielleicht in Teilzeit arbeiten, prinzipiell längere Freizeitelemente am Stück nutzen können, vielleicht auch im Homeoffice digital arbeiten können. Somit steigt eigentlich die Möglichkeit, dass man einen längeren Zeitraum in einem solchen attraktiven periurbanen Raum verbringt. Man könnte das ein bisschen unterstützen und den Leuten sagen: Wieso übernachtet ihr nicht zwei, drei Mal; da gibt es schöne Hotels usw. – Eine Preisreduktion könnte natürlich auch eine Strategie sein: dass man das auch hier ein bisschen in den Blick nimmt.

Abg. **Klaus Gagel:** Noch eine Nachfrage. Wenn ich an die Schweiz denke und mir vorstelle, dass ich z. B. in Zürich wohne und am Sonntag nach Zermatt zum Skifahren will, weil da das Wetter schön ist, dann fahre ich mit meinem Auto hin und abends zurück, denn Montag muss ich arbeiten: Das ist eine Problematik, die irgendwo da ist; denn vielleicht hat nicht jeder die Zeit, zu übernachten. Die meisten haben eigentlich nicht die Zeit und haben vielleicht von ihrer privaten Planung her andere Randbedingungen. Insofern wird der touristische Verkehr in die periurbanen Räume womöglich immer sehr stark von Tagesausflügen geprägt sein, wo dann auch entsprechende Wegstrecken zurückgelegt werden. Das könnten natürlich auch weite Wegstrecken sein, wenn man gewisse Ziele im Kopf hat und diese besuchen will. Man muss versuchen, diesen Widerspruch irgendwie aufzulösen.

Herr Prof. **Dr. Haefeli:** Ihre Beispiele bezüglich Zürich und Zermatt finde ich interessant; denn es wäre bei diesen Wegrelationen deutlich schneller, mit dem Zug dahin zu kommen als mit dem Auto. In der Schweiz sind Infrastrukturangebote geschaffen worden. Zudem stelle ich selbstverständlich niemals in Abrede, dass Tagesausflüge weiterhin bedeutsam sind. Sie könnten einfach ein bisschen weniger häufig sein. Man könnte diese von 100 % auf 80 % reduzieren. 20 % der Leute haben vielleicht diesen Spielraum und könnten z. B. am Sonntag arbeiten – flexibilisierte Arbeitsformen – und beispielsweise am Montag oder Dienstag dorthin reisen; dann sind eh weniger Leute vor Ort. Ich denke, da gibt es schon Spielraum.

Natürlich werden viele Leute weiterhin auf diese Tagesausflüge und auf das Wochenende angewiesen sein – auch wenn man ein Schulkind hat. Das ist klar. Aber denken Sie einmal daran: Wenn man von diesen 100 % auf 80 % käme, wäre auch das Autofahren sehr viel bequemer, weil dann gerade hier Stausituationen sehr viel seltener wären. Das sind vielleicht gerade die letzten 20 %, die diese Staus ausmachen. Daher denke ich, könnte es auch für Autofahrerinnen und Autofahrer eine Win-win-Situation sein, das ein bisschen in den Blick zu nehmen.

SV Prof. **Dr. Barbara Lenz:** Herr Haefeli, vielen Dank für den Vortrag, der sehr komplex, aber natürlich auch sehr spannend war. Ich habe drei Fragen. Die erste Frage bezieht sich auf die Schweiz. Zumindest durch meine, vielleicht naive deutsche Brille ist die Schweiz ein Land, in dem die Ausstattung mit ökonomischen Ressourcen in weiten Teilen der Bevölkerung relativ hoch ist – zumindest nehme ich an, dass es in der Schweiz so war. Jetzt die Frage: Für wie sehr übertragbar auf deutsche oder auch auf Verhältnisse in anderen europäischen Ländern halten Sie diese Ergebnisse ganz generell?

Die zweite Frage bezieht sich auf Ihr Modell. Sie haben den Vortrag mit diesem Rahmenmodell begonnen. Wenn Sie vom Analytischen her jetzt den Schritt in die Umsetzung weitergehen: Welchen Teil in diesem Modell, würden Sie sagen, würden Sie als Erstes angehen, um Dinge zu bewegen?

Meine dritte Frage bezieht sich auf etwas, was keiner von uns heute thematisiert hat, was aber vorhin im Pausengespräch angesprochen wurde und was ich persönlich auch für sehr wichtig halte. Wir alle haben auf diejenigen geschaut, die in der Freizeit unterwegs sind und sich irgendwohin bewegen. Wir vernachlässigen aber diejenigen, die schon irgendwo sind und die gewissermaßen diejenigen, die in der Freizeit unterwegs sind – ich sage jetzt einmal –, erdulden müssen. Haben Sie irgendwelche Faktoren mit ermittelt, mit erfragt, wie die Bevölkerung, die sich an einem bestimmten Ort befindet, zu dem die Leute reisen, von denen, die unterwegs sind, wahrgenommen wird?

Herr Prof. **Dr. Haefeli**: Die Fragen sind mindestens so komplex wie mein Vortrag. Ich versuche, diese so gut wie möglich zu beantworten. Bei der ersten Frage ging es um die Übertragbarkeit. Da würde ich sagen, dass es eigentlich nicht allzu schlecht übertragbar ist. Klar ist die Schweiz ein sehr reiches Land, keine Frage, und es gibt Unterschiede zu Deutschland, insbesondere zu verschiedenen Regionen in Deutschland. Ich denke jetzt an die an die Schweiz angrenzenden Teile Deutschlands wie Baden-Württemberg und Bayern. Sie sind sozioökonomisch sehr ähnlich. Das ist auch Italien, Norditalien. Das ist natürlich etwas ganz anderes, als wenn wir von Sizilien oder vielleicht auch von Mecklenburg-Vorpommern oder von Sachsen reden würden. Da gibt es schon Unterschiede. Aber ich denke, im Kern sind die großen Unterschiede sicher, dass die ÖV-Infrastruktur in der Schweiz, das Angebot in der Fläche, im Moment sehr viel besser als eben in vielen Teilen Deutschlands ist. Daher ist mein Anspruch schon, nur über die Schweiz zu sprechen. Aber ich denke, man sollte nicht zu viel an nationale Sonderfälle denken. Wir sind in Europa letzten Endes alle reich im Vergleich zur restlichen Welt, und es gibt viele Gemeinsamkeiten. Aber man muss das sorgfältig herunterbrechen. Da sind Sie vor Ort natürlich die Expertinnen und Experten in Deutschland; das ist schon so.

Die zweite Frage zum Modell war wirklich schwierig: wo ich ansetzen würde. Die Kernbotschaft ist schon, dass man alles irgendwie verknüpfen muss. Klar, man kann nicht überall alles miteinander verknüpfen. Ich denke, in Deutschland würde ich schon sehr stark bei den physisch materiellen Dingen ansetzen, weil Besserungen sicherlich noch möglich sind, z. B. bei der Verlässlichkeit im ÖPNV oder überhaupt im öffentlichen Verkehr. Das gilt auch für die ICEs, die nicht immer mit der gebotenen Pünktlichkeit verkehren. Da gibt es schon Hausaufgaben. Das würde ich einmal ganz selbstgerecht von außen sagen.

Trotzdem würde ich auch diese psychologischen Faktoren, die man gerne vernachlässigt, zu adressieren versuchen. Da bin ich bei Ihrer Frage ein bisschen gespalten. Es ist eine wichtige Frage. Vielleicht kommt mir da noch etwas in den Sinn, dann habe ich, glaube ich, Ihre E-Mail-Adresse und kann das noch nachliefern; denn ich merke, ich bin bei dieser Antwort jetzt nicht wahnsinnig kompetent.

Die dritte Frage bezog sich auf das Erdulden-müssen. Das ist natürlich schon ein Thema, gerade in der Schweiz und in den großen Tourismusorten, in die am Wochenende manchmal die Alltags-touristen einfallen – das sage ich jetzt einmal ein bisschen polemisch; aber das wird aus der

lokalen Sicht natürlich manchmal so empfunden –, die dann alles übersteuern. Das war zum Teil gerade in der Pandemiezeit so. Da musste die Polizei wirklich regulierend eingreifen, weil viel zu viele Leute an den gleichen Ort wollten. Wenn es dann noch ein Instagram-Hotspot war, dann ging gar nichts mehr. Da ist schon eine Perspektive – da haben Sie recht –, auf die wir in unserer Forschungsarbeit vielleicht zu wenig geachtet haben, dass sich da auch eine lokale Unzufriedenheit herausbilden kann, wenn zu viele Leute an einen Freizeitort wollen. Das ist aber, glaube ich, ein Grund mehr, das zu steuern und zu versuchen, das auf die Woche besser zu verteilen. Ich denke, es gibt Möglichkeiten. Das ist nicht unmöglich.

Abg. **Katy Walther:** Ich habe noch eine Frage zu Ihrer Folie Nr. 23, zu der Entscheidungssituation und dazu, welche Veränderungen man bewirken kann. Was haben Sie da herausbekommen außerhalb der Änderungen, die im persönlichen Bereich einen Vorteil bringen – vielleicht lese ich auch die Tabelle falsch? Aber wenn man das Gefühl hat, das bringt einem etwas, weil man schneller ist oder weil es stressfreier ist, ist es für einen wichtiger, das als Grund für eine Verhaltensänderung anzunehmen, als wenn es der Umwelt etwas bringt. Ist es in Ihren Studien belegt, dass die Veränderung, die man erreichen muss, eher in der persönlichen Motivation zu suchen ist, um dem Einzelnen etwas mitzugeben, und nicht sozusagen an das Allgemeinwohl zu appellieren, um eine Änderung zu erreichen?

Herr Prof. **Dr. Haefeli:** Danke für die Frage. Es ist definitiv so, dass dieses Experiment, auf das Sie anspielen, nur eine Teilstudie war. Da haben wir mit einem Framing-Effekt gearbeitet. Wir haben den Leuten, je nachdem, Entscheidungssituationen mit verschiedenen Informationen aufgezeigt. Dann geschah etwas, was etwas bei ihrem Verhalten auslösen würde. In einer solchen Befragung ist es trotzdem immer noch eine hypothetische Situation. Tatsächlich ist es so, dass es in unserem Sample dann Effekte gegeben hat, wenn man schnell irgendwoher kam oder wenn man keinen Parkplatz gefunden hat. Das ist ein Stück weit ernüchternd oder bringt uns auf den Boden der Realität zurück.

Ich habe gesagt, Freizeitverkehr ist nicht einfach zu steuern. Das ist sicher ein wichtiges Element. Sie dürfen aber auch diesen Effekt nicht überschätzen. Es sind keine statistisch signifikanten Unterschiede herausgekommen. Wenn man das Sample vielleicht etwas größer gemacht hätte, wäre das vielleicht noch ein bisschen signifikanter gewesen. Aber trotzdem ist das Ergebnis relativ klar. Dort, wo es individuelle Zusatzeffekte gegeben hat, sind die Leute am wenigsten bereit, ihr Verhalten zu ändern. Das muss man in der Strategie einfach mitberücksichtigen. Darum war die Einleitung auch so, dass man den Leuten gesagt hat: Wenn ihr etwas für eure Gesundheit tun möchtet und nebenbei noch etwas für die Umwelt, ist das vielleicht der Weg.

Stell. Vorsitzende: Vielen Dank. – Wenn ich es richtig sehe, sind wir jetzt am Ende auch dieser Diskussion angekommen. Ich darf mich noch einmal ganz herzlich bedanken.

(Beifall)

Der Dank geht natürlich an alle heute Vortragenden, sofern sie noch anwesend oder digital zugeschaltet sein sollten. Ich denke, es gab heute einige sehr interessante Impulse und Aha-Effekte für den doch sehr wichtigen Bereich des Freizeitverkehrs, der, wie wir gelernt haben, die Hälfte aller Verkehrsarten ausmacht.

Wenn nichts dagegenspricht, kämen wir jetzt zum nächsten Punkt der Tagesordnung, zum Punkt „Verschiedenes“.

(Ende des öffentlichen Teils: 13:07 Uhr – es folgt nicht öffentlicher Teil)

„Freizeit“ in der Mobilitäts- und Verkehrsforschung

Prof. Dr. Barbara Lenz

Enquête-Kommission des Hessischen Landtags „Zukunft der Mobilität“
Sitzung am 10. März 2022

Freizeit – was ist das?

- Zeit außerhalb der Arbeitszeit, über deren Nutzung der [und die] Einzelne selbst (frei) entscheiden kann (Gabler Wirtschaftslexikon)
- Zeit, in der jemand nicht zu arbeiten braucht, keine besonderen Verpflichtungen hat; für Hobby oder Erholung frei verfügbare Zeit (Duden)
- frei verfügbare und selbst bestimmbare Dispositionszeit (Opaschowski 2006)
 - [- verpflichtende, bindende und verbindliche Obligationszeit
 - festgelegte, fremdbestimmte und abhängige Determinationszeit]

Zeitverwendung in Deutschland 2012/13

Aktivitäten	Alter von ... bis ... Jahren					
	insgesamt	10 bis 17	18 bis 29	30 bis 44	45 bis 64	65 und älter
	je Tag in Stunden/Minuten					
Persönlicher Bereich, Physiologische Regeneration	11:07	11:48	10:57	10:36	10:52	11:50
Erwerbstätigkeit	2:43	0:18	3:34	4:15	3:38	0:14
Qualifikation, Bildung	0:32	3:48	1:11	0:06	0:03	(0:01)
Haushaltsführung und Betreuung der Familie	3:07	1:04	1:50	3:36	3:19	4:01
Ehrenamt, freiwilliges Engagement, Unterstützung anderer Haushalte, Versammlungen	0:21	0:11	0:14	0:16	0:23	0:31
Soziales Leben und Unterhaltung	1:50	1:52	2:11	1:41	1:38	2:03
Sport, Hobbys, Spiele	0:59	2:08	1:05	0:41	0:46	1:05
Mediennutzung	3:03	2:34	2:40	2:33	3:04	3:59

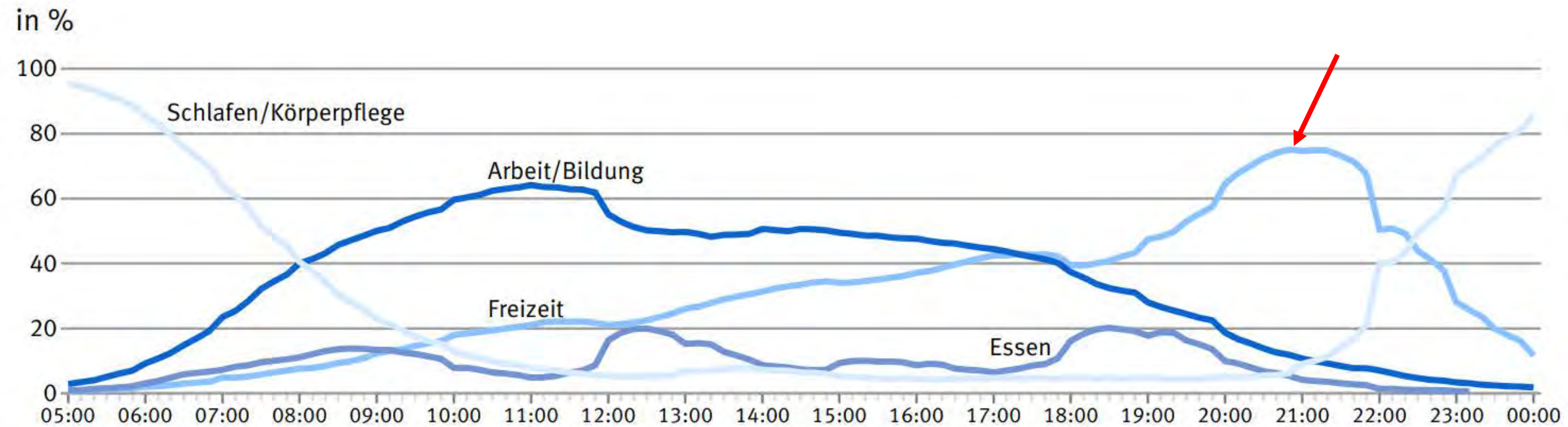
() = Aussagewert eingeschränkt, da der Zahlenwert aufgrund der geringen Anzahl an Tagebuchtagen (50 bis unter 200 Tagebuchtage) statistisch relativ unsicher ist.



Zeitverwendung 2012/13: Freizeit (ohne Wege)

Ehrenamt, freiwilliges Engagement, Unterstützung anderer Haushalte, Versammlungen	0:21
Soziales Leben und Unterhaltung	1:50
Sport, Hobbys, Spiele	0:59
Mediennutzung	3:03
Tägliche Gesamtzeit für Freizeitaktivitäten (h:min)	5:33

Zeitverwendung im Tagesverlauf



Quelle:
Statistisches Bundesamt
2015, S.6

Freizeitmobilität: Freizeitaktivitäten als Wegezweck

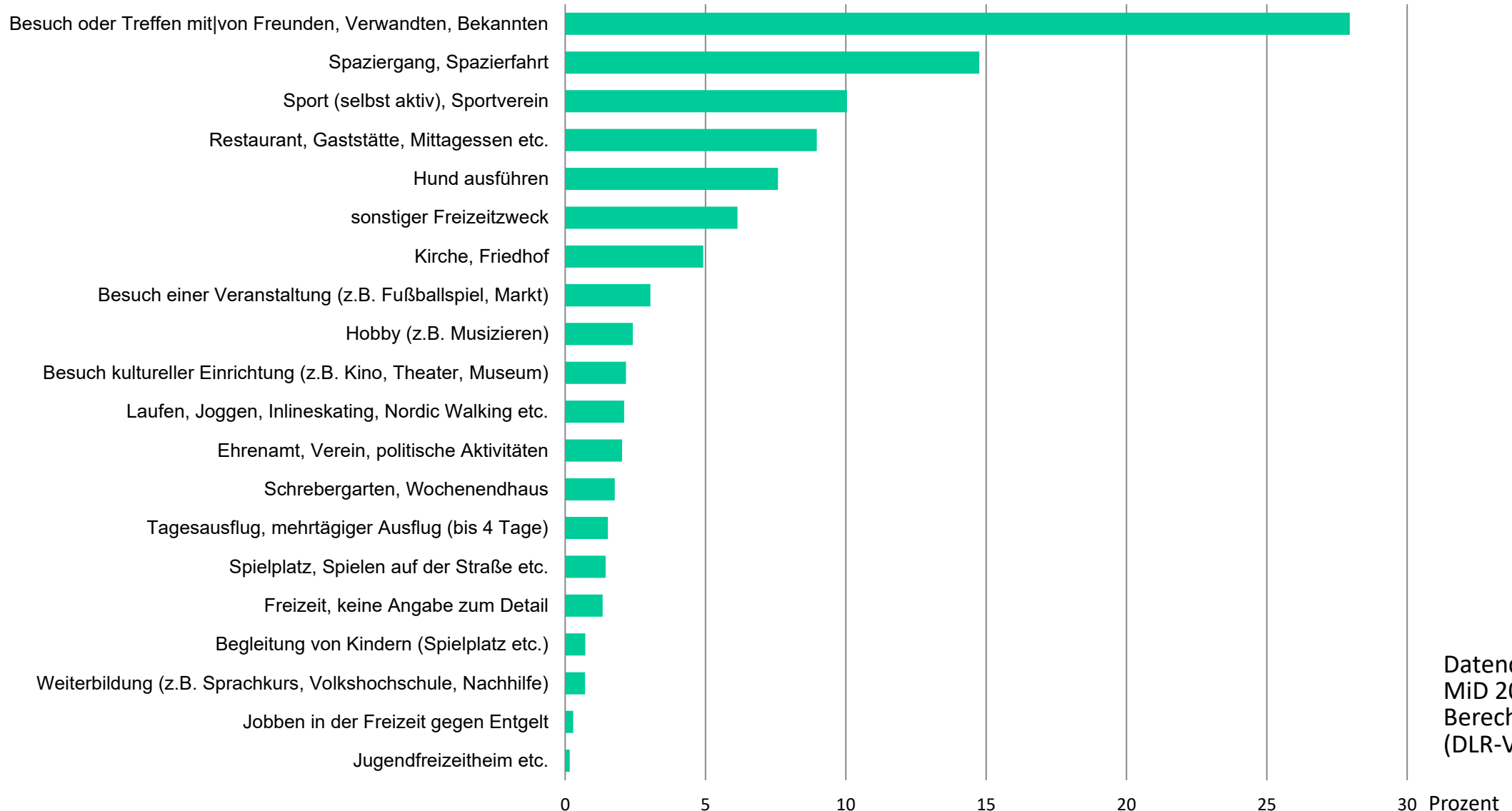
MiD („Mobilität in Deutschland“):

Differenzierung der „frei verfügbaren und selbst bestimmbar
Dispositionszeit“ nach drei Hauptzwecken:

- Einkauf
- Private Erledigung
- Freizeit

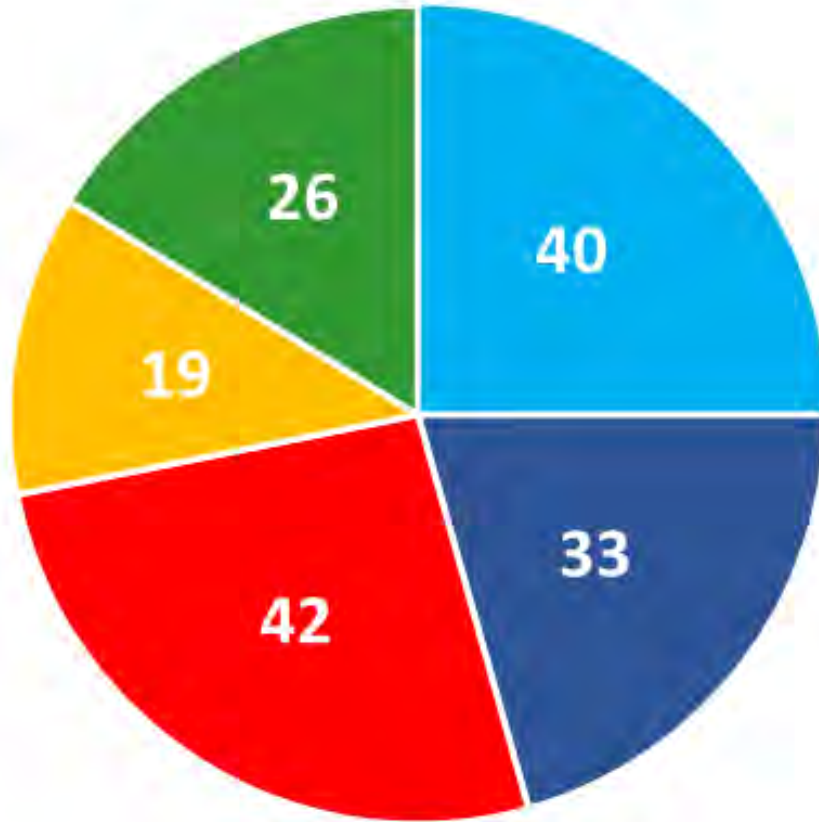
→ Überlappungen, da keine eindeutige Zuordnung verschiedener Aktivitäten, z.B. Einkaufsbummel, Treffen mit Freunden, Hund ausführen

Spezifische Wegezwecke in der „Freizeit“



Datenquelle:
MiD 2008, eigene
Berechnungen
(DLR-VF)

Modal Split der Freizeitmobilität 2017 (Deutschland)



Freizeitwege sind
durchschnittlich genauso lang
so weit wie Arbeitswege:

Freizeit 15 km

Einkauf 5 km

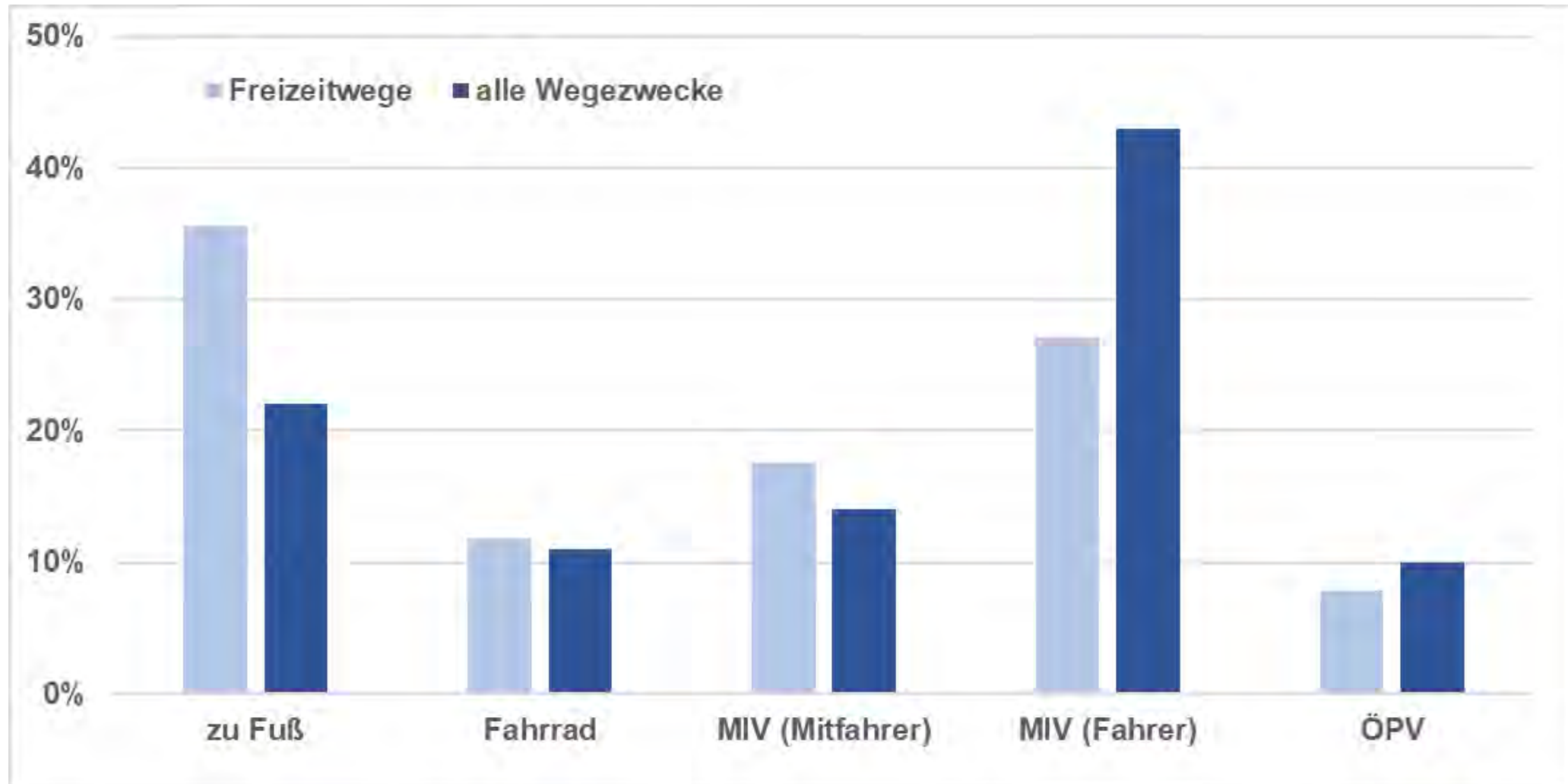
Erledigung 10 km

Arbeit 15 km

Datenquelle:
MiD 2017, eigene
Berechnungen
(DLR-VF)

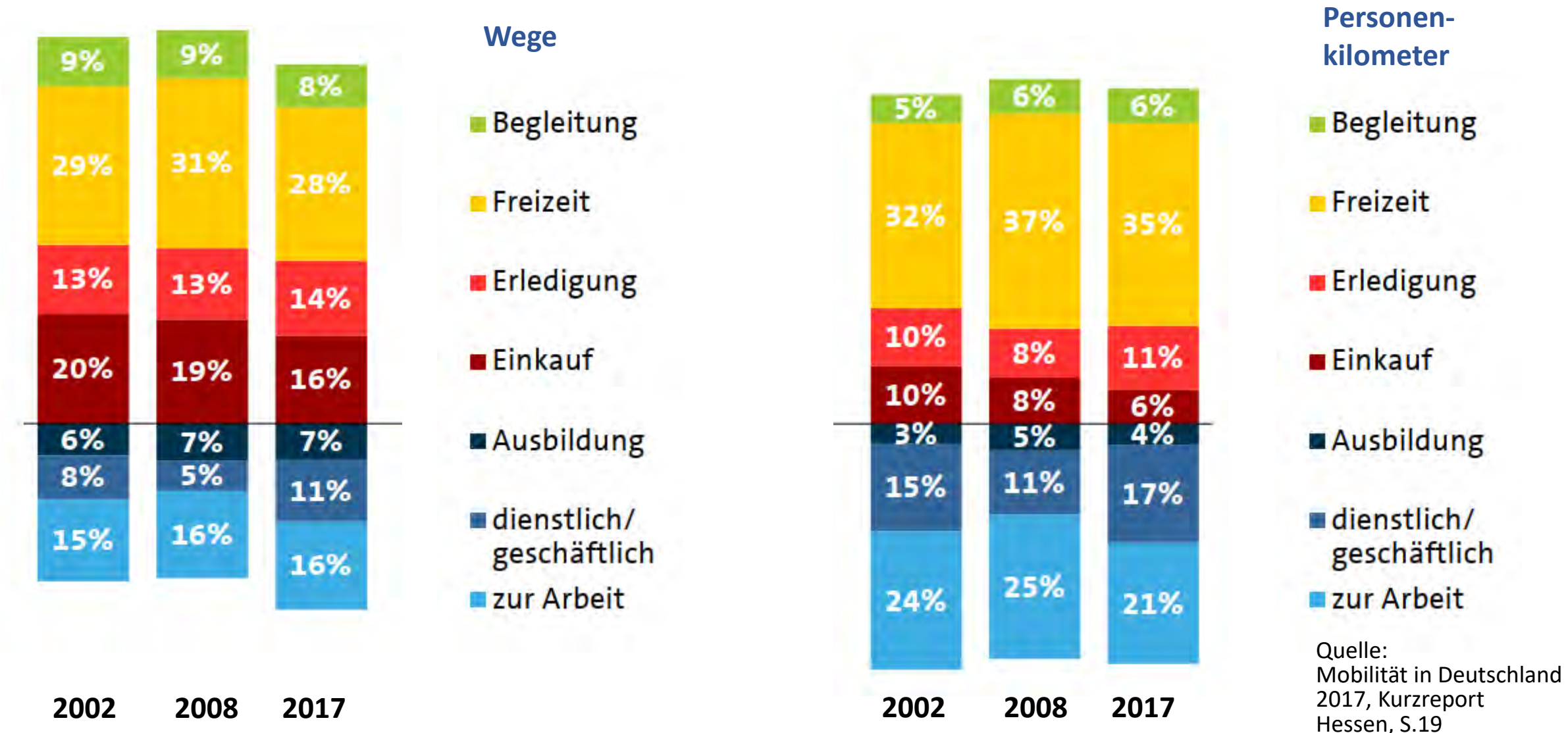
■ zu Fuß ■ Fahrrad ■ MIV (Mitfahrer) ■ MIV (Fahrer) ■ ÖPV

Modal Split 2017 Freizeitwege versus alle Wege

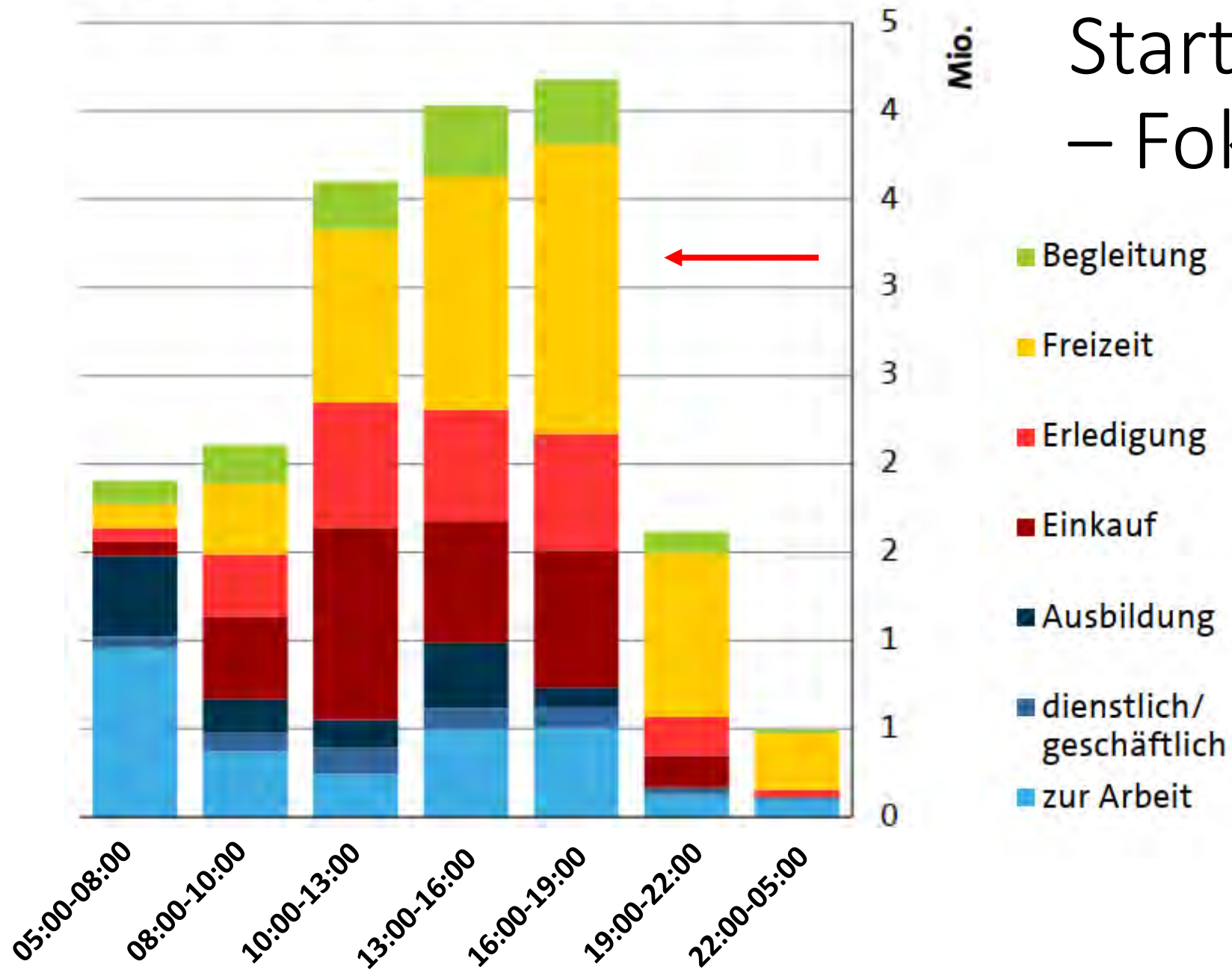


Quelle:
2017, eigene
Berechnungen
(DLR-VF)

Freizeitmobilität in Hessen 2017



Startzeit des Weges (Anzahl in Mio. pro Tag)



Startzeit der Wege – Fokus Freizeitwege

- Begleitung
- Freizeit
- Erledigung
- Einkauf
- Ausbildung
- dienstlich/
geschäftlich
- zur Arbeit

Quelle:
Mobilität in Deutschland
2017, Kurzreport
Hessen, S.19

Literatur und Quellen

Duden. <https://www.duden.de/rechtschreibung/Freizeit#bedeutungen>

Gabler Wirtschaftslexikon online. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/freizeit-36887>; Zugriff am 28.02.2022

infas (2018): MiD2017 – Kurzreport Hessen. URL: [Mobilität in Deutschland – MiD Regionalbericht Hessen. BMVI, infas, DLR, IVT, infas 360. Bonn, Berlin](#)

infas, DLR, IVT (2018): Mobilität in Deutschland – MiD2017. Ergebnisbericht. URL: [Mobilität in Deutschland – MiD. Ergebnisbericht. BMVI, infas, DLR, IVT, infas 360. Bonn, Berlin \(mobilitaet-in-deutschland.de\)](#)

infas, DLR (2010): Mobilität in Deutschland – MiD2008. Datensatz. URL: [Mobilität in Deutschland 2017 / Zeitreihendatensatz - Nationale Verkehrserhebungen \(clearingstelle-verkehr.de\)](#)

Opaschowski, Horst W. (2006): Forschungskonzepte der Freizeitwissenschaft im 21. Jahrhundert. Einführung in die Freizeitwissenschaft: 4., überarbeitete und aktualisierte Auflage, S.312-329.

Statistisches Bundesamt (2015): Wie die Zeit vergeht. Ergebnisse zur Zeitverwendung in Deutschland 2012/2013. Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2019). <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Zeitverwendung/Tabellen/freizeitaktivitaeten-geschlecht-zve.html>

Anhang:

Zeitverwendung für einzelne Freizeitaktivitäten

Freizeitaktivitäten von Personen ab 10 Jahren nach Geschlecht

Aktivitäten	Insgesamt	Männer	Frauen
	je Tag in Stunden/Minuten		
Freizeit insgesamt	5:57	6:12	5:42
Fernsehen und andere kulturelle Tätigkeiten	2:58	3:02	2:53
Kontakte/Geselligkeit	1:06	1:02	1:09
Computer/Smartphone	0:33	0:45	0:21
Sport	0:29	0:31	0:27
Ausruhen	0:22	0:22	0:23
Hobby	0:06	0:06	0:06
Versammlungen	0:03	0:03	0:03
Wege für Freizeitaktivitäten	0:21	0:20	0:21

Ergebnisse der [Zeitverwendungserhebung](#) (ZVE).



Quelle:
Statistisches
Bundesamt 2015



Reiseverhalten und nachhaltiger Tourismus

Aktuelle Nachfragedaten aus der Reiseanalyse

Bente Grimm

Vortrag für die
Enquetekommission „Mobilität der Zukunft in Hessen 2030“
Themenblock 5 – Freizeitmobilität

10. März 2022



- Jährliche Beteiligungsuntersuchung zum Urlaubsreiseverhalten und zu den Reiseinteressen
- Repräsentativ für die in Deutschland lebende deutschsprachige Bevölkerung
- RA 2022 *face-to-face*
 - » ab 14 Jahre
 - » im Dez 2021/Jan 2022: n = 6.814
- RA 2022 *online*
 - » 14-75 Jahre
 - » im Mai, September und November 2021: n = 7.000

Seit 1970

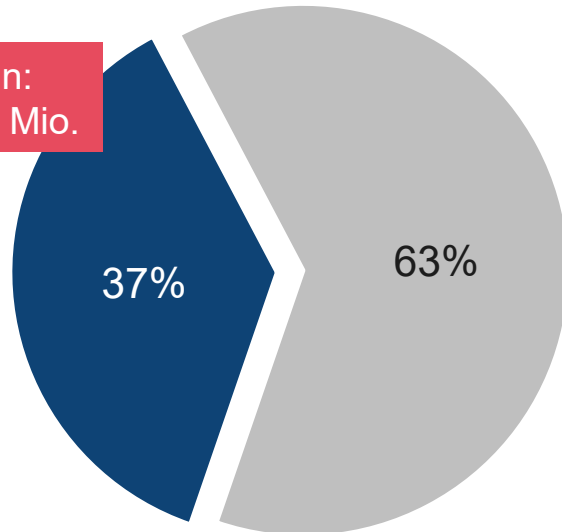


Der Markt: Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen 2021

Reiseintensität*:
68%

55,1 Mio. Urlaubsreisen
5 Tage+

Nach Hessen:
1% bzw. 0,4 Mio.



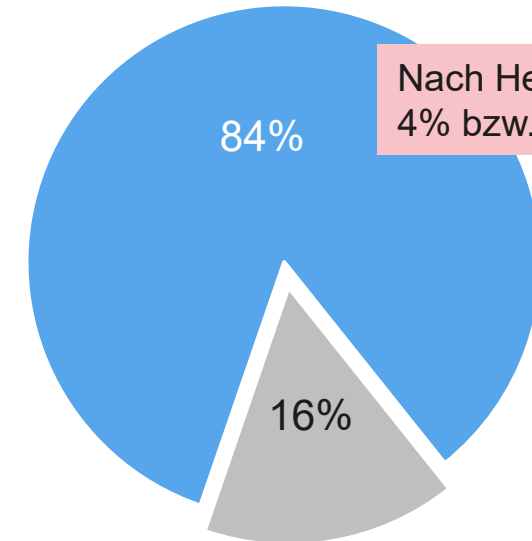
■ Inland ■ Ausland

Darin: 4,8 Mio. Urlaubsreisen von Hessen

Reiseintensität*:
45%

50,9 Mio. Kurzurlaubsreisen
2-4 Tage

Nach Hessen:
4% bzw. 1,8 Mio.



■ Inland ■ Ausland

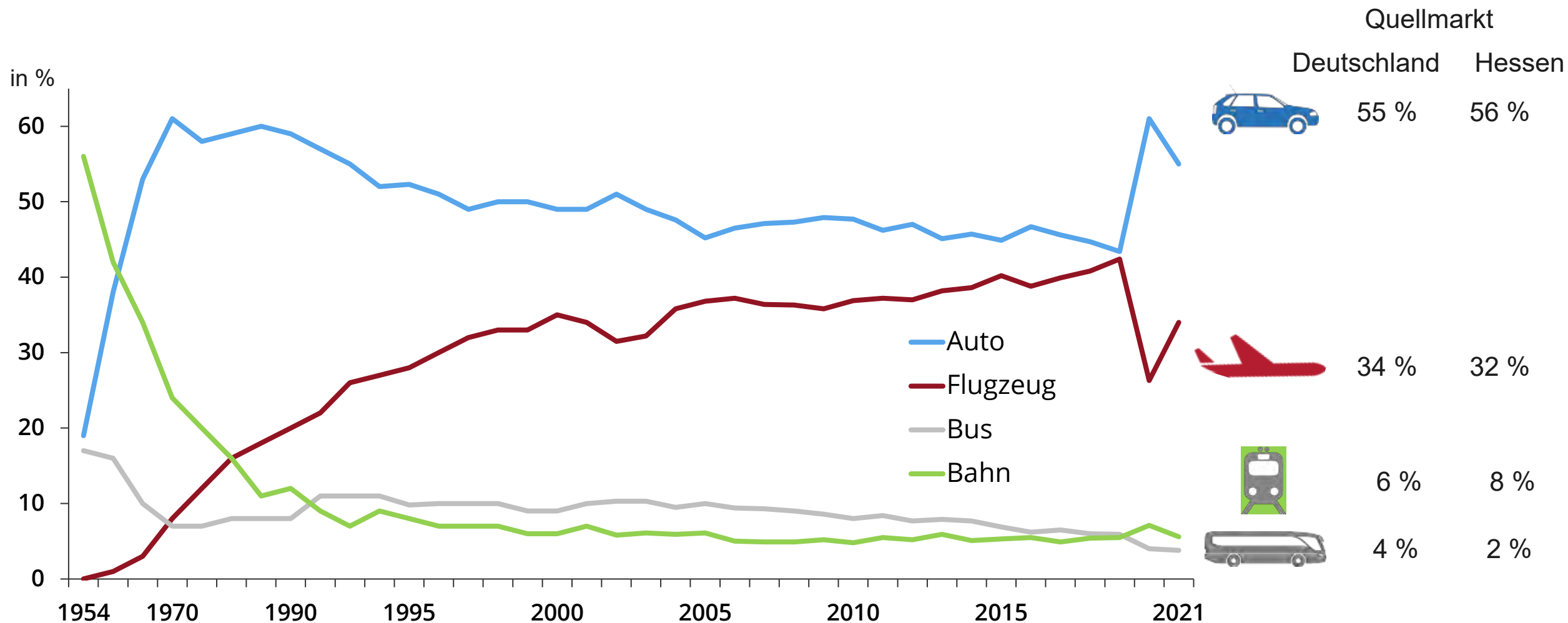
Darin: 3,4 Mio. Kurzurlaubsreisen von Hessen

* Mindestens eine Urlaubsreise/Kurzurlaubsreise gemacht

Basis: Urlaubsreisen 2021 ab 5 Tage Dauer der Bevölkerung ab 14 Jahre (Gesamt: n = 5.323), Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage der Bevölkerung 14-75 Jahre (Gesamt: n = 1.827)

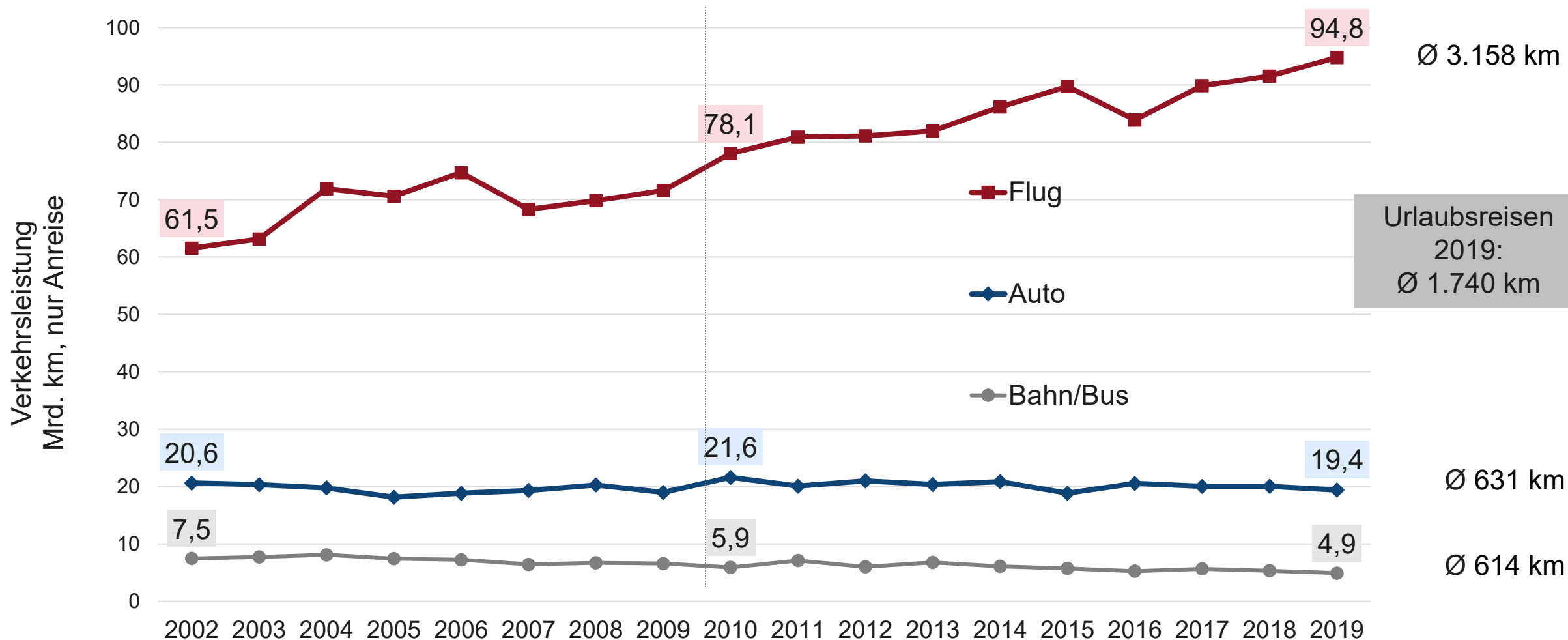
Quelle: RA 2022 face-to-face

Verkehrsmittel bei Urlaubsreisen 5 Tage+



Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer), jeweils Verkehrsmittel für weiteste Strecke/Reise, „Auto“ inkl. Wohnwagen und Wohnmobil/Kleinbus
 Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland (bis 1990 nur Westdeutsche, ab 2010 inkl. deutschsprachiger Ausländer) bzw. in Hessen 2021 (n = 459)
 Quelle: 1954-1969: Diverse Untersuchungen, RA 1970-2022 *face-to-face*

Reisedistanzen bei Urlaubsreisen 5 Tage+ nach Verkehrsmittel

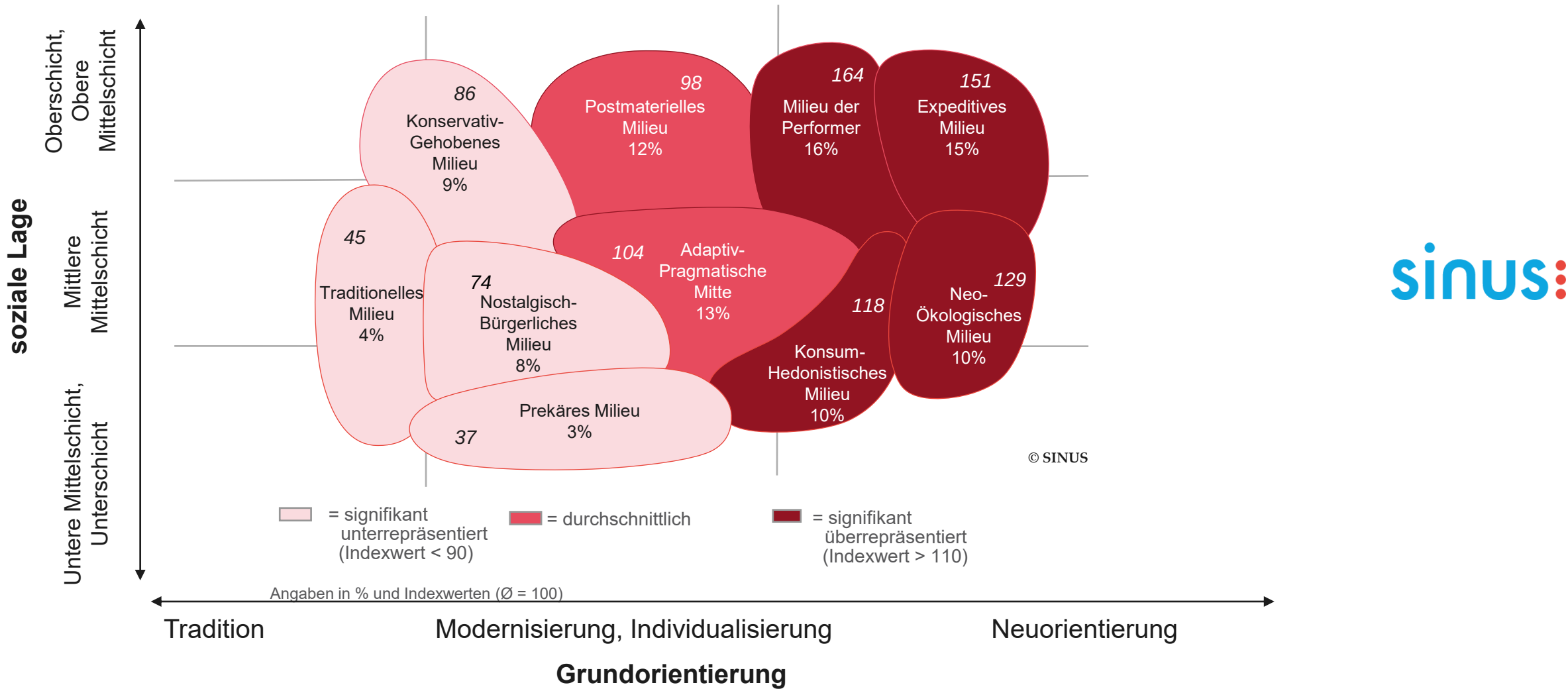


Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Durchschnittswerte für die einfache Distanz (nur Anreise)

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, bis 2009: nur Deutsche

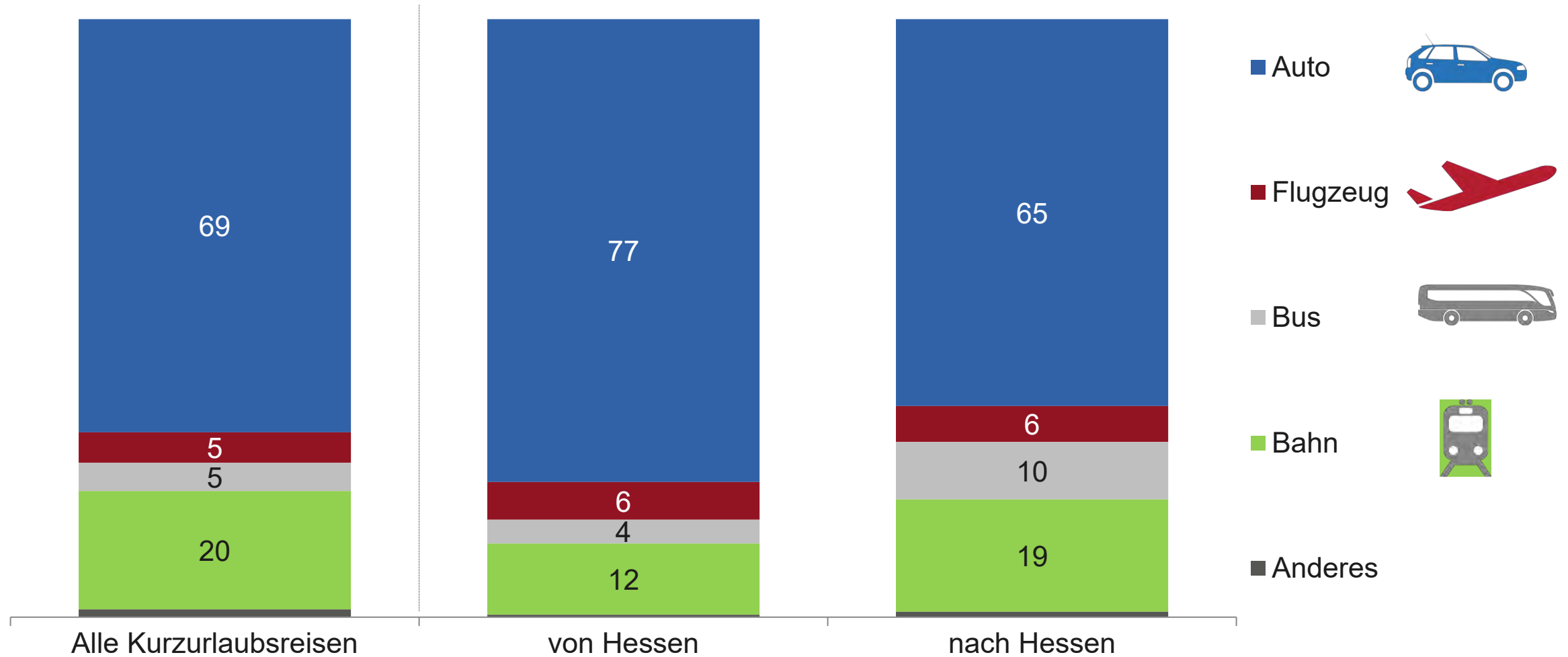
Quelle: RA 2003-2020 face-to-face

Hauptverkehrsmittel Flugzeug auf Urlaubsreisen 5 Tage+: Anteile der Sinus-Milieus



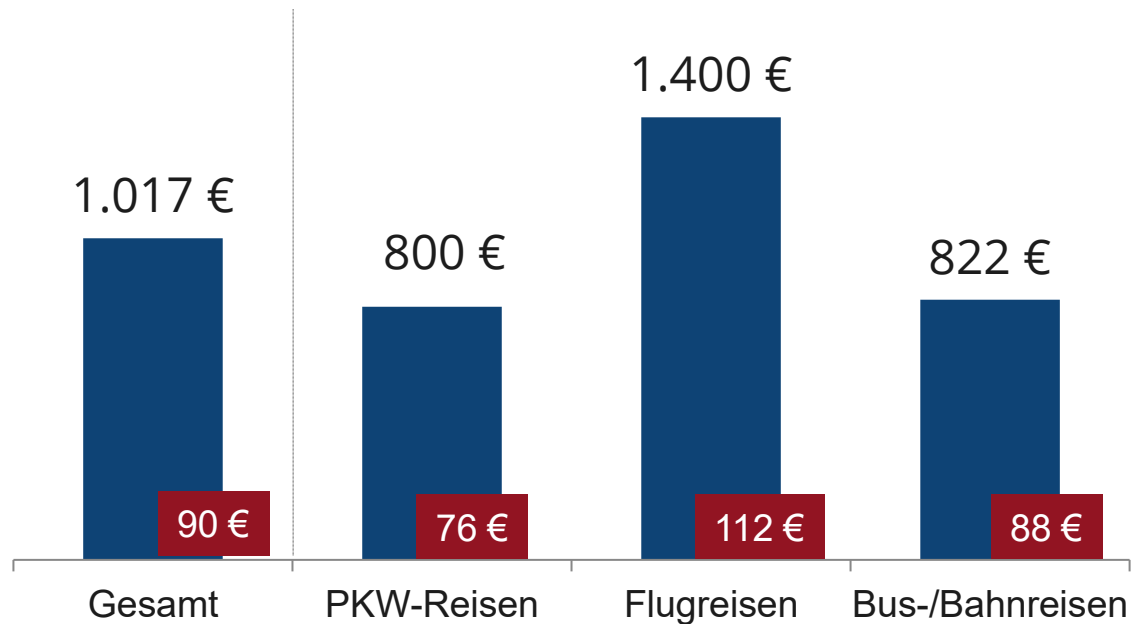
Basis: Haupturlaubsreisen 2021 ab 5 Tage Dauer mit Flugzeug als Hauptverkehrsmittel (n = 1.672 bzw. 17,3 Mio.), Angaben in %
Quelle: RA 2022 face to face (Modulfrage)

Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage): Verkehrsmittel 2021

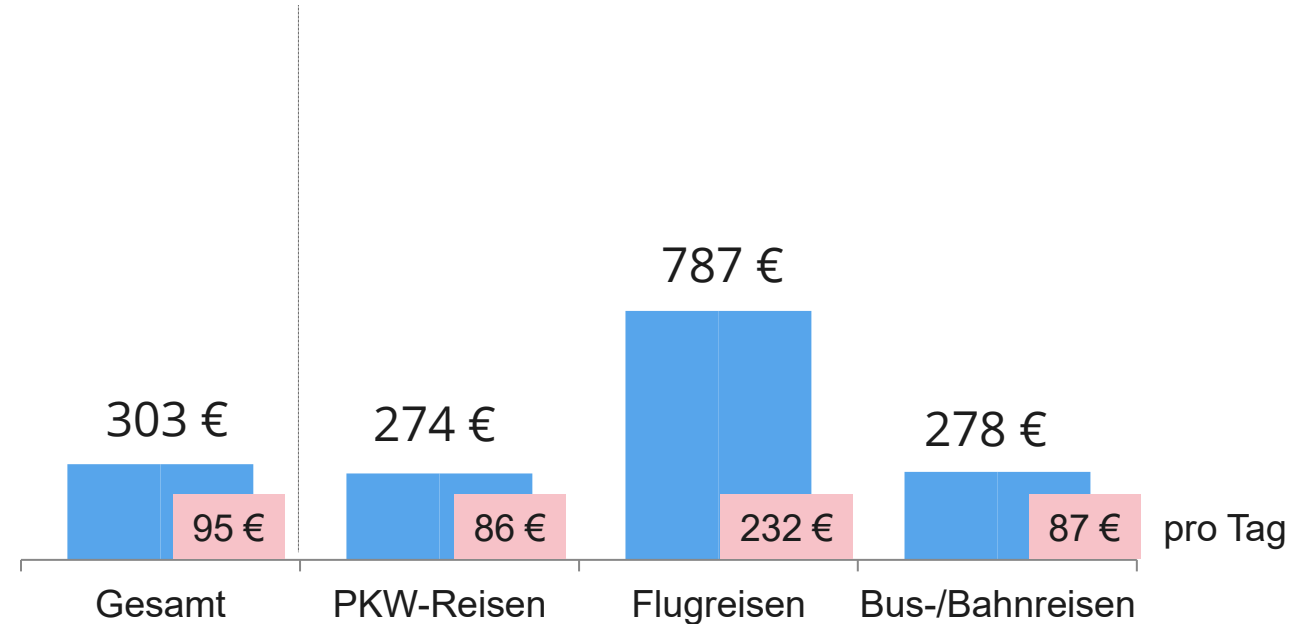


„Auto“ inkl. Wohnwagen und Wohnmobil, „Bus“ = Reisebus oder Fernlinienbus/Linienbus, Werte <3% ohne Beschriftung, 44,8 Mio. Kurzurlaubsreisen (2 bis 4 Tage Dauer) November 2020 bis Oktober 2021, Angaben in % Deutschsprachige Wohnbevölkerung 14 bis 75 Jahre in Deutschland, Quelle: RA 2022 online

Urlaubsreisen (5 Tage+)



Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage)



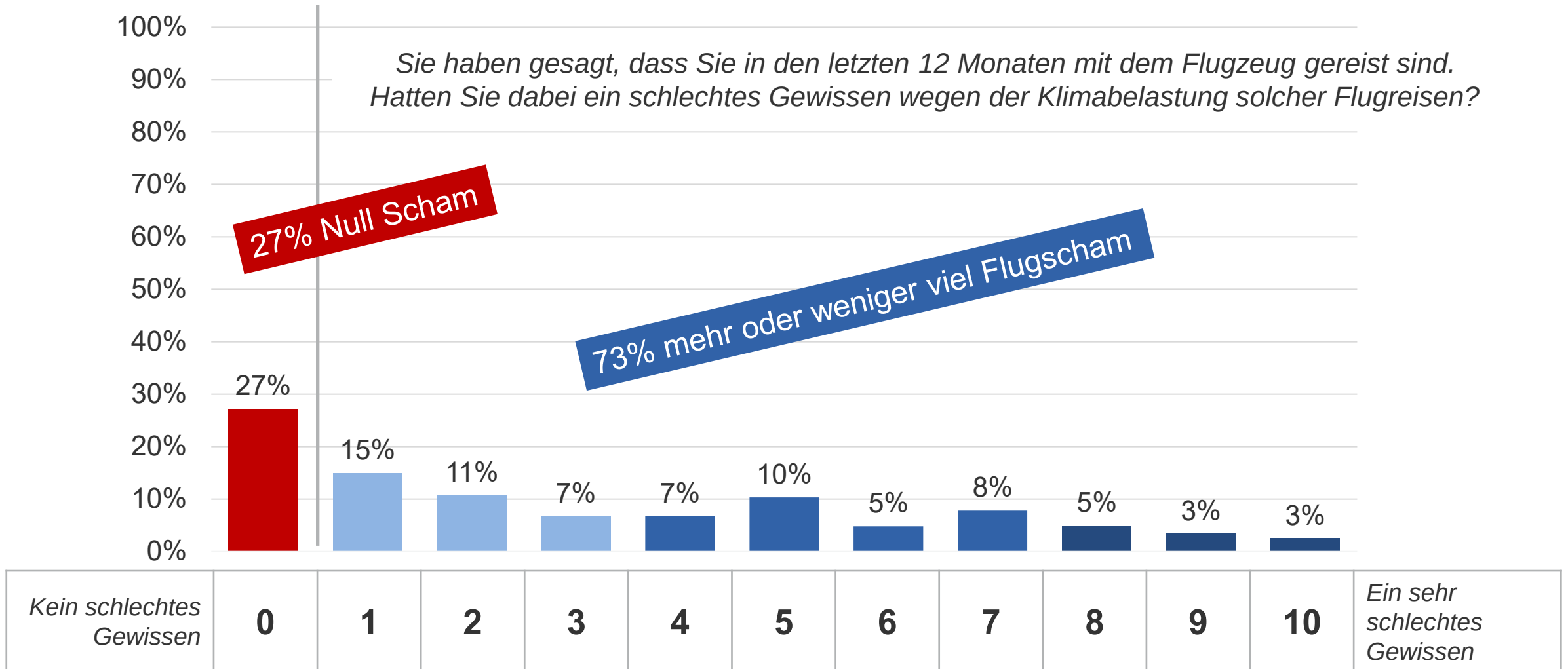
Gesamtausgaben für Fahrt, Unterkunft, Verpflegung und Nebenausgaben pro Person und Reise

Basis: 55,1 Mio. Urlaubsreisen 2021 der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 5.323) bzw. 44,8 Mio. Kurzurlaubsreisen (2 bis 4 Tage Dauer) November 2020 bis Oktober 2021 (n = 1.827)

Quelle: RA 2022 face-to-face

Flugscham? Die meisten haben ein schlechtes Gewissen beim Fliegen ...

*Sie haben gesagt, dass Sie in den letzten 12 Monaten mit dem Flugzeug gereist sind.
Hatten Sie dabei ein schlechtes Gewissen wegen der Klimabelastung solcher Flugreisen?*

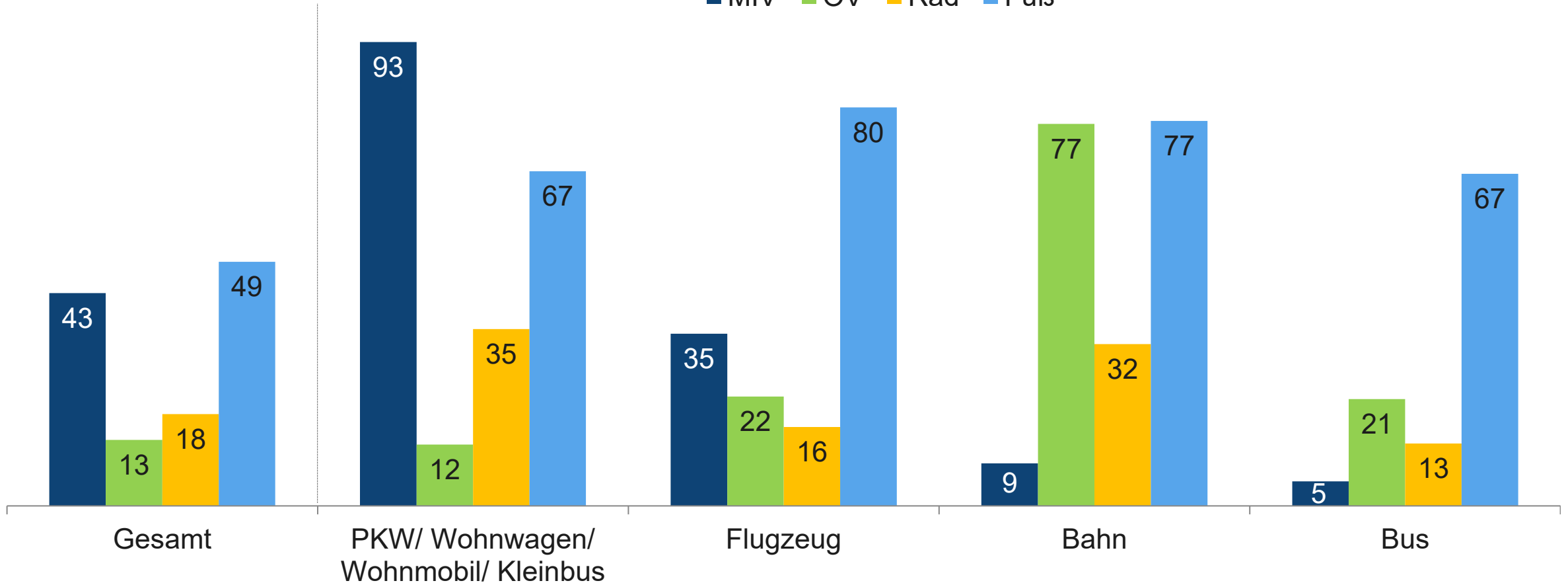


Basis: Flugreisende letzte 12 Monate bei Urlaubsreisen oder Kurzurlaubsreisen der deutschsprachigen Bevölkerung 14-75 Jahre

Quelle: RA 2020 online

Mobilität vor Ort auf Urlaubsreisen 5 Tage+ nach Hauptverkehrsmittel

■ MIV ■ ÖV ■ Rad ■ Fuß



Nettowerte: MIV = Eigener Pkw, Motorrad, Mietwagen; ÖV = Linienbus, Bahn-Nahverkehr, Bahn-Fernverkehr; Rad = Fahrrad, E-Bike; zu Fuß = weiter als bis zum Auto oder zur Haltestelle
Frage: „Welche dieser Fortbewegungsmittel haben Sie vor Ort genutzt?“ (19 Antwortmöglichkeiten, Mehrfachnennungen möglich)
Basis: Haupturlaubsreisen 2021 (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre (n = 6.814), Angaben in %
RA 2022 face-to-face (Sonderfrage)

Relevanz der Verkehrsmittelwahl bei der Entscheidung für Urlaubsreisen 5 Tage+

	als erstes	Auch noch wichtig	Summe (Relevanz)
Urlaubsziel (Summe)	43	52	94
- Urlaubsland (z.B. Deutschland, Italien oder Österreich)	33	26	58
- Urlaubsregion oder -ort (z.B. Bayern, Toskana oder Sylt)	10	26	35
Unterkunft	5	49	54
Reisezeitpunkt	12	38	50
Reisekosten	10	39	49
Urlaubslandschaft (z.B. Berge, Küste oder See)	19	27	46
Verkehrsmittel	2	24	26
Urlaubsart (z.B. Natururlaub, Aktivurlaub)	6	19	25
Abflughafen	1	14	16
Reiseveranstalter	1	13	15

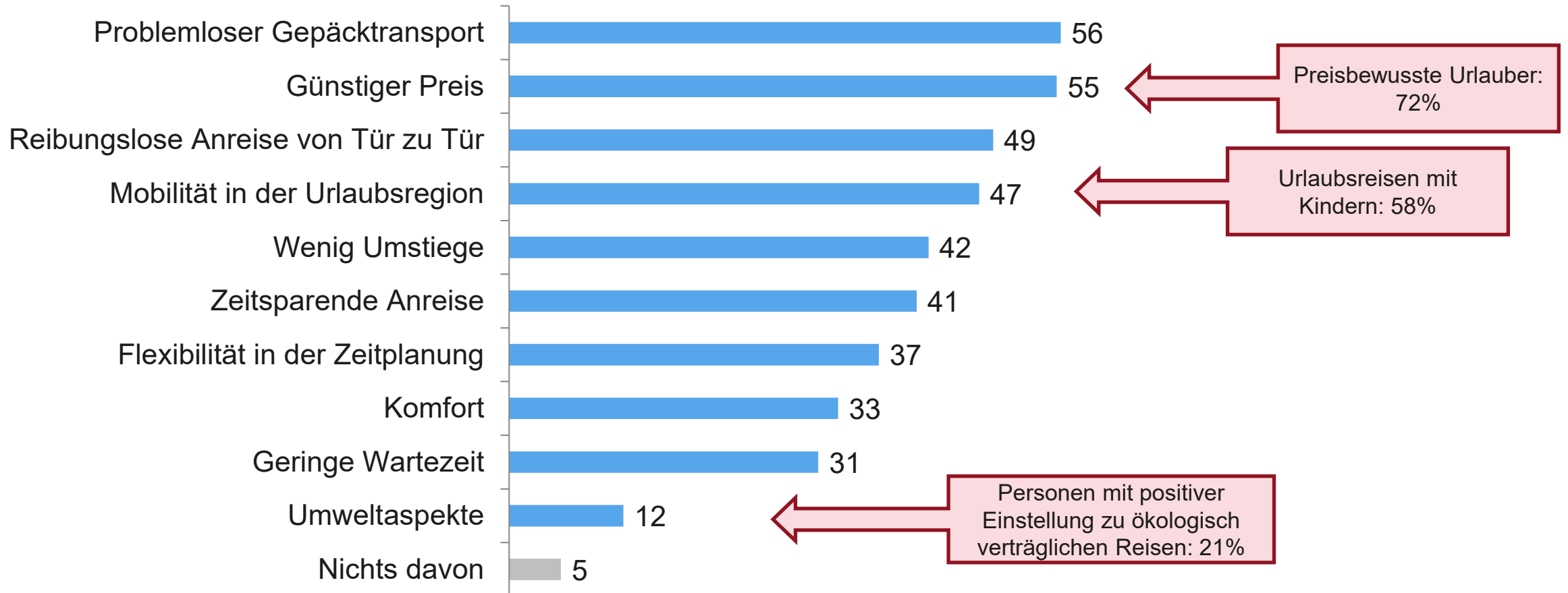
Frage: Welche der folgenden Entscheidungen haben Sie bei Ihrer Haupturlaubsreise nach ... zuerst getroffen? Welche anderen Entscheidungen waren noch wichtig für Sie? (Mfn. möglich)

Aufgrund von Rundungen ist die Summe teilweise ungleich der Summe der Einzelnennungen.

Basis: Personen, die 2016 eine Urlaubsreise unternommen haben (n=5.922; 53,4 Mio.), Angaben in %,

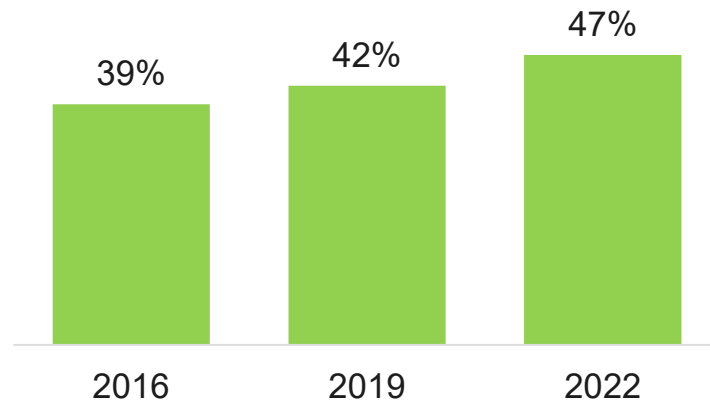
Quelle: RA 2017 face-to-face (Modul Reiseentscheidung)

Kriterien für die Auswahl des Hauptverkehrsmittels bei Urlaubsreisen 5 Tage+



Frage: „Welche Kriterien spielen für Sie bei der Auswahl des Verkehrsmittels zur An- und Abreise in den Urlaub eine wichtige Rolle?“ (Liste mit 11 Antwortmöglichkeiten, Mehrfachnennungen möglich)
Basis: Haupturlaubsreisen 2014 ab 5 Tage Dauer, n = 5.975 bzw. 54,6 Mio., Angaben in %
Quelle: RA 2015 face-to-face (Modul Urlaubsmobilität)

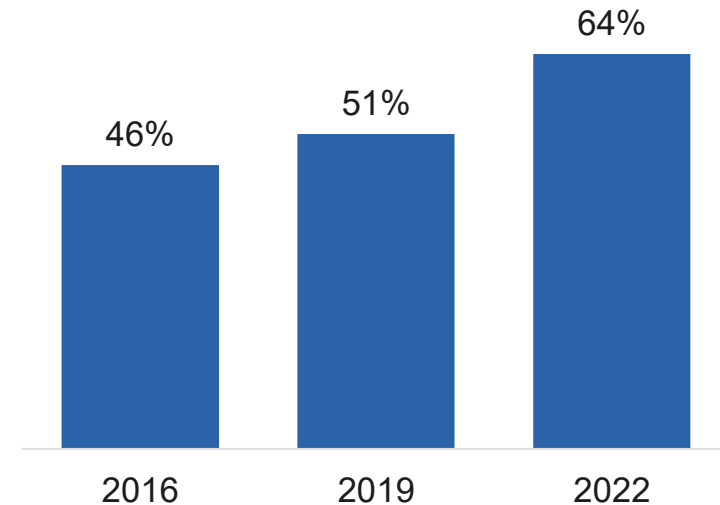
Ökologische Nachhaltigkeit



Nettowert
öko ODER sozial =
Positive Einstellung
Nachhaltige Urlaubsreisen

Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein

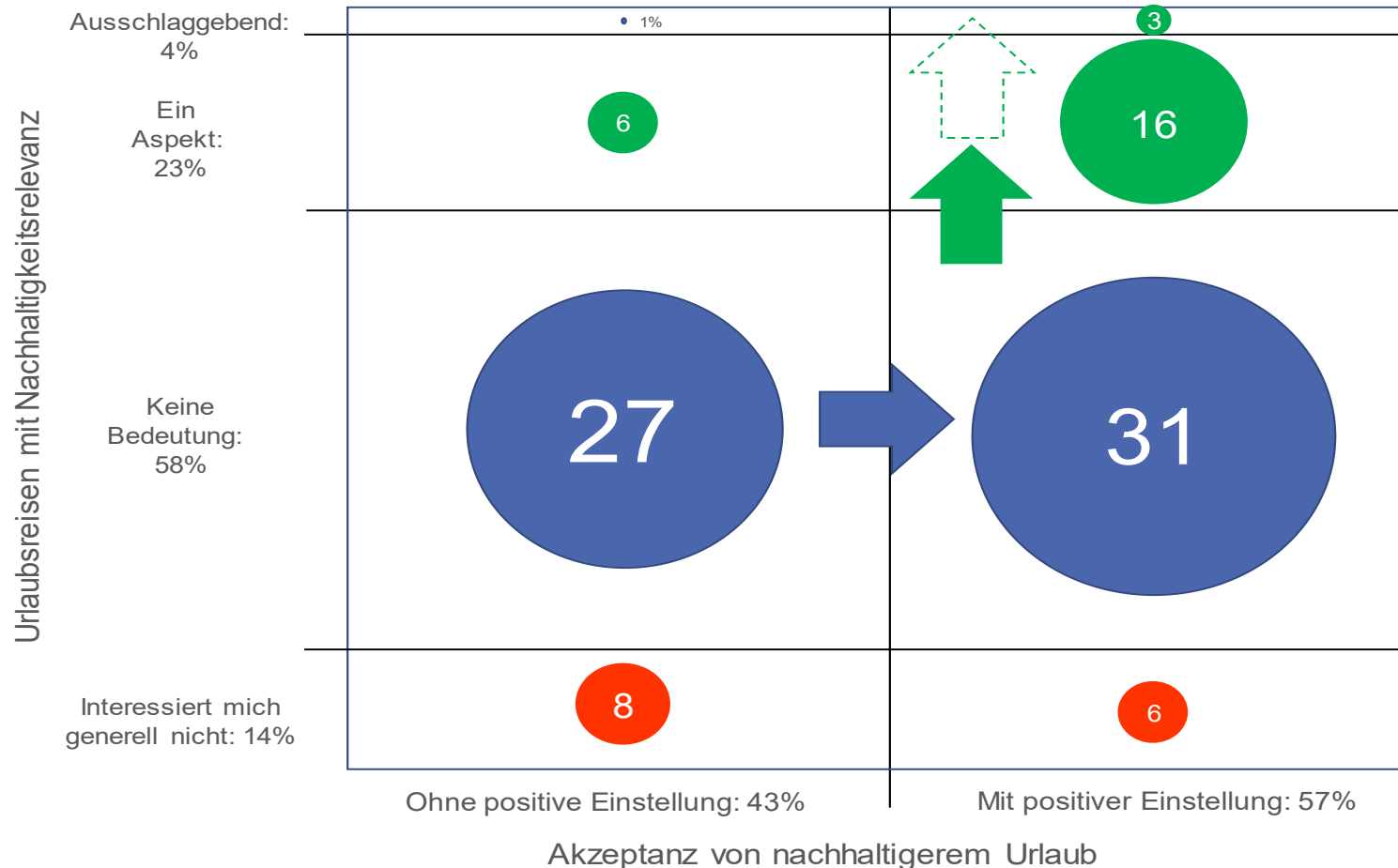
Soziale Nachhaltigkeit



Mein Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein (d.h. faire Arbeitsbedingungen und Respektieren der Bevölkerung).

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, ab 14 Jahren in Deutschland; Werte für „1 = stimme voll und ganz zu“ und „2 = stimme zu“ auf einer 5er Skala
Quelle: RA 2022 face-to-face (Sonderfrage)

Nachhaltige Einstellung vs. Reiseentscheidung: Höhere Bedeutung bei der Reiseentscheidung bei positiver Einstellung



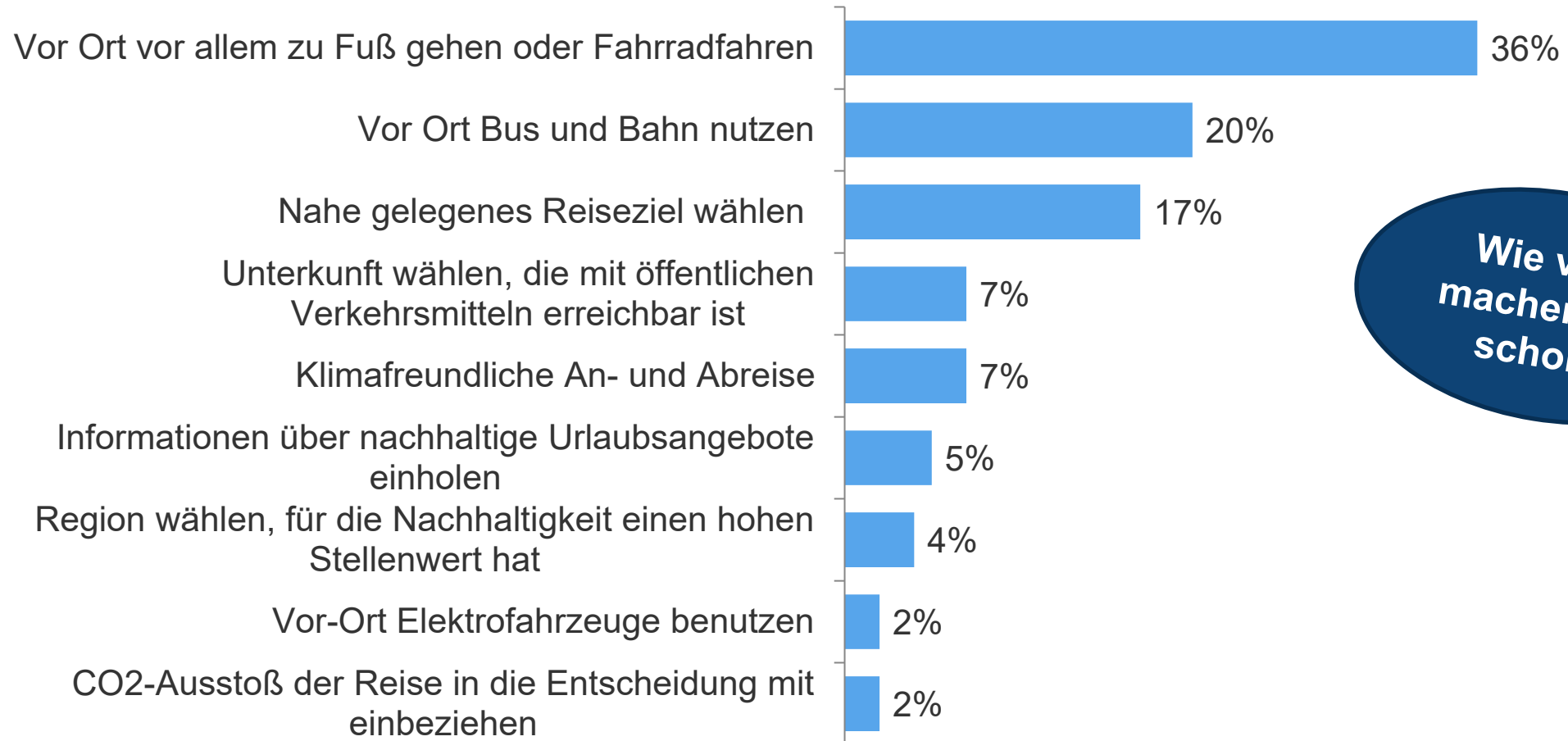
Hier steckt ein Hebel für mehr Nachfrage nach nachhaltigeren Angeboten

Kommunikation ist ein Schlüsselthema!

70,1 Mio. Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer 2018, ohne Reisen begleitender Kinder, Angaben in Prozent, Rest zu 100%: nicht zuzuordnen.
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA 2019 face-to-face

Quelle: <https://www.bmu.de/themen/forschung-foerderung/forschung/forschungs-und-entwicklungsberichte/details/nachfrage-fuer-nachhaltigkeit-im-tourismus-im-rahmen-der-reiseanalyse-2019/>

Konkretes Verhalten: Nachhaltige Mobilität auf Urlaubsreisen 5 Tage+



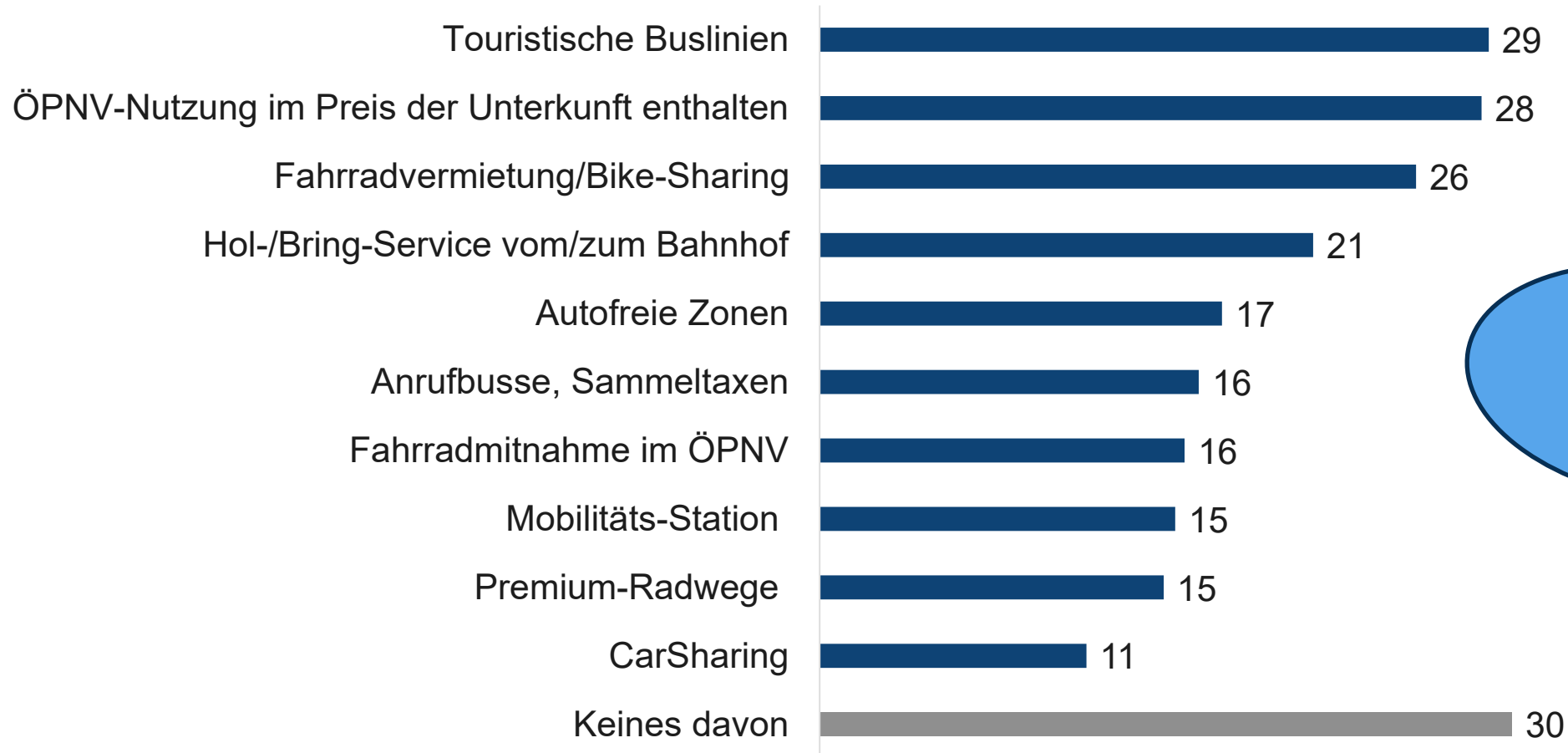
Wie viele
machen das
schon?

Frage: „Es gibt verschiedene Möglichkeiten, eine Urlaubsreise umweltfreundlicher und sozialverträglicher zu gestalten. Welche der folgenden Möglichkeiten bzw. Angebote haben Sie bei Ihrer Haupturlaubsreise 2019 genutzt?“ (20 Antwortmöglichkeiten, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl dargestellt),

Basis: Haupturlaubsreisen 2019 (= wichtigste Reise 5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland (n = 6.042, 55,2 Mio.), Angaben in Prozent

RA 2020 face-to-face (Modul Nachhaltiges Reisen)

Attraktive Angebote für umweltfreundlichere Fortbewegung in der Urlaubsregion



Was wäre attraktiv?

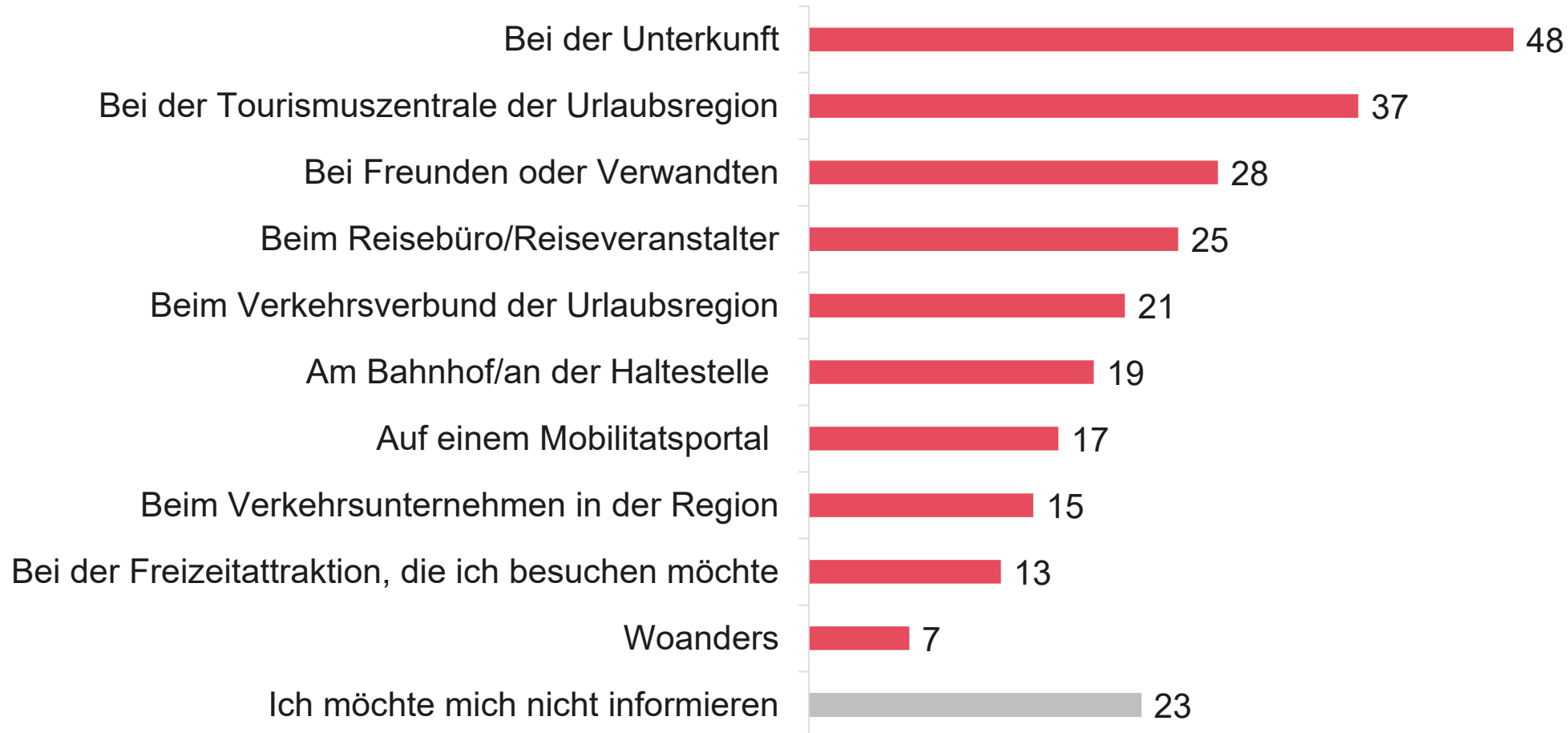
Frage: „Welche der folgenden Angebote bzw. Maßnahmen wären für Sie persönlich attraktiv, um sich in der Urlaubsregion nachhaltiger, also vor allem umweltfreundlicher fortzubewegen?“ (10 Antwortmöglichkeiten, Mfn. möglich)

Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre (n=6.207; 70,63 Mio.), Angaben in %, RA 2021 face-to-face (Sonderfrage)

Quelle: Bente Grimm (2021): Überblick über das Projekt „Nachhaltige Mobilität in schleswig-holsteinischen Urlaubsregionen“,

Download unter https://www.tvsh.de/fileadmin/content/Themen/Mobilitaet_im_Tourismus/Grimm-Luft-Abschluss-SH-Mob-20210920.pdf

Erwünschte Informationsquellen für Mobilitätsangebote in der Urlaubsregion



Frage: „Bei wem möchten Sie sich - persönlich, online oder telefonisch - über Mobilitätsangebote in der Urlaubsregion informieren?“ (10 Antwortmöglichkeiten, Mfn. möglich)

Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre (n=6.207; 70,63 Mio.), Angaben in %, RA 2021 face-to-face (Sonderfrage)

Quelle: Bente Grimm (2021): Überblick über das Projekt „Nachhaltige Mobilität in schleswig-holsteinischen Urlaubsregionen“,

Download unter https://www.tvsh.de/fileadmin/content/Themen/Mobilitaet_im_Tourismus/Grimm-Luft-Abschluss-SH-Mob-20210920.pdf

- Touristische Mobilität
 - ist ein komplexes Thema,
 - bietet deutliche Potenziale im Hinblick auf Nachhaltigkeit und
 - muss mit Blick auf verschiedene Segmente und Zielgruppen betrachtet werden.
- Das Anreise-Verkehrsmittel hat einen starken Einfluss auf die Mobilität vor Ort.
- Wichtig: Vernetzung der Sektoren, verbesserte Kommunikation und Information
 - Nachhaltige Mobilität von Anfang an mitdenken
 - Mobilitäts-Check für Tourismusprojekte
 - Nachhaltigen Tourismus von Anfang an mitdenken
 - Tourismus-Check für Mobilitätsprojekte

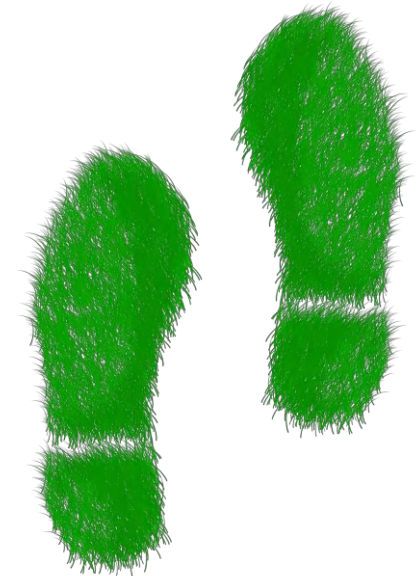


Bild: ElisaRiva-auf-Pixabay-2094273_1920

Sie möchten noch mehr wissen?

- Reiseanalyse RA 2022 mit thematischen Sonderauswertungen zu POST COVID Urlaubsreisen, Sinus Milieus, Inspiration & Information (FUR)
- Reiseanalyse Trendstudie 2030 inkl. Update (FUR)
- Nachhaltige Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung (BMU)
- Digitalisierung und Nachhaltigkeit im Tourismus (UBA)

Folgeprojekt mit
Monitoring
2022-2024 läuft!



Beteiligung der HessenAgentur
ermöglicht individuelle Auswertungen!

Kontakt



Bente Grimm

Leiterin Touristische Mobilitätsforschung

NIT – Institut für Tourismus- und
Bäderforschung in Nordeuropa GmbH

Fleethörn 23, 24103 Kiel
Tel.: 0431 666 567 18
bente.grimm@nit-kiel.de
www.nit-kiel.de



Projektleiterin Module

Forschungsgemeinschaft
Urlaub und Reisen e.V.

Fleethörn 23, 24103 Kiel
Tel.: 0431 88888 00
bente.grimm@reiseanalyse.de
www.reiseanalyse.de

Freizeitmobilität in Deutschland

Trends und Best-Practices

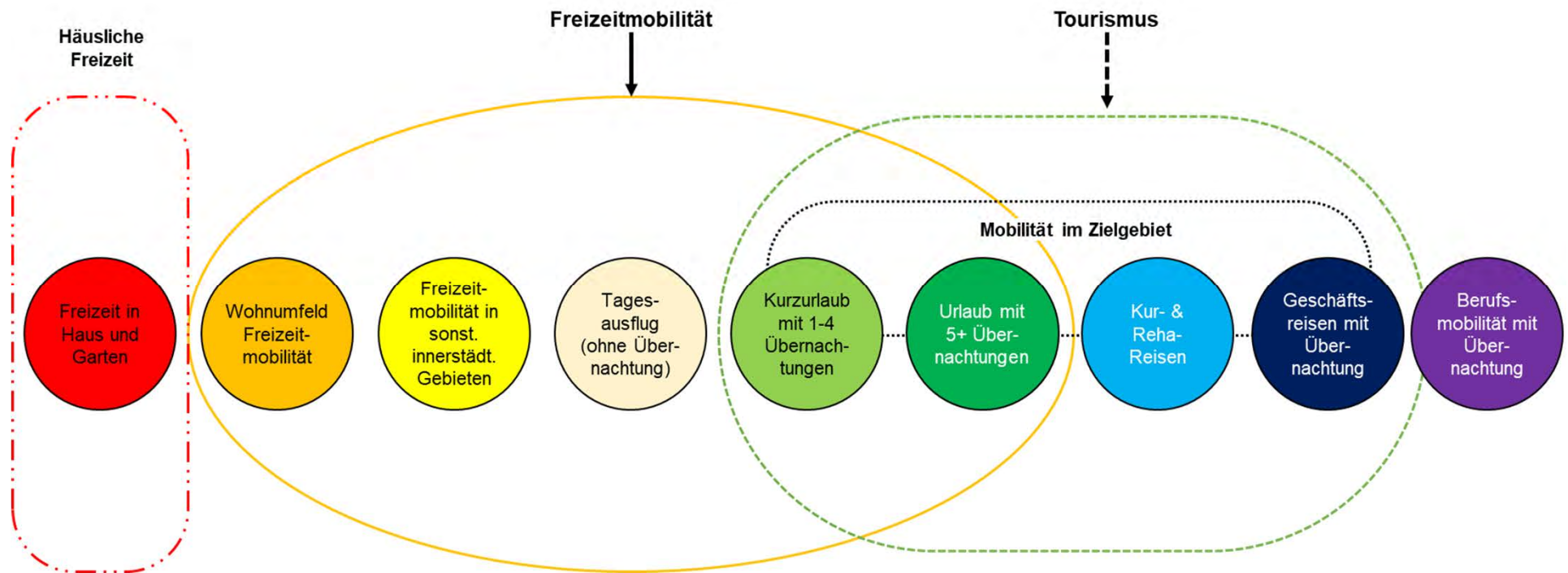
Vortrag für die Enquetekommission
„Mobilität der Zukunft in Hessen 2030“
Themenblock 5 – Freizeitmobilität
am 10.03.2022 in Wiesbaden

Agenda

1. Freizeit- und touristische Mobilität in Deutschland –
Abgrenzung und ausgewählte Fakten
2. Trends & Best Practices in Freizeit- und touristischer
Mobilität
3. „Wünsche“ an Politik und Wirtschaft

Freizeit- und touristische Mobilität in Deutschland – Abgrenzung und ausgewählte Fakten

Freizeit- und touristische Mobilität – ein hoch heterogenes Phänomen



Quelle: verändert nach Monheim 1975

Zweck- und Erlebnismobilität (Auswahl)

Zweckmobilität



Pkw



Flug



Bus



Schiff/Fähre



Bahn

Erlebnismobilität



Radfahrer



Wanderer



Kreuzfahrt



Stand-Up-Paddling



Bootstourismus



Ballone

Trends & Best Practices in Freizeit- und touristischer Mobilität

Trends – Digitaler

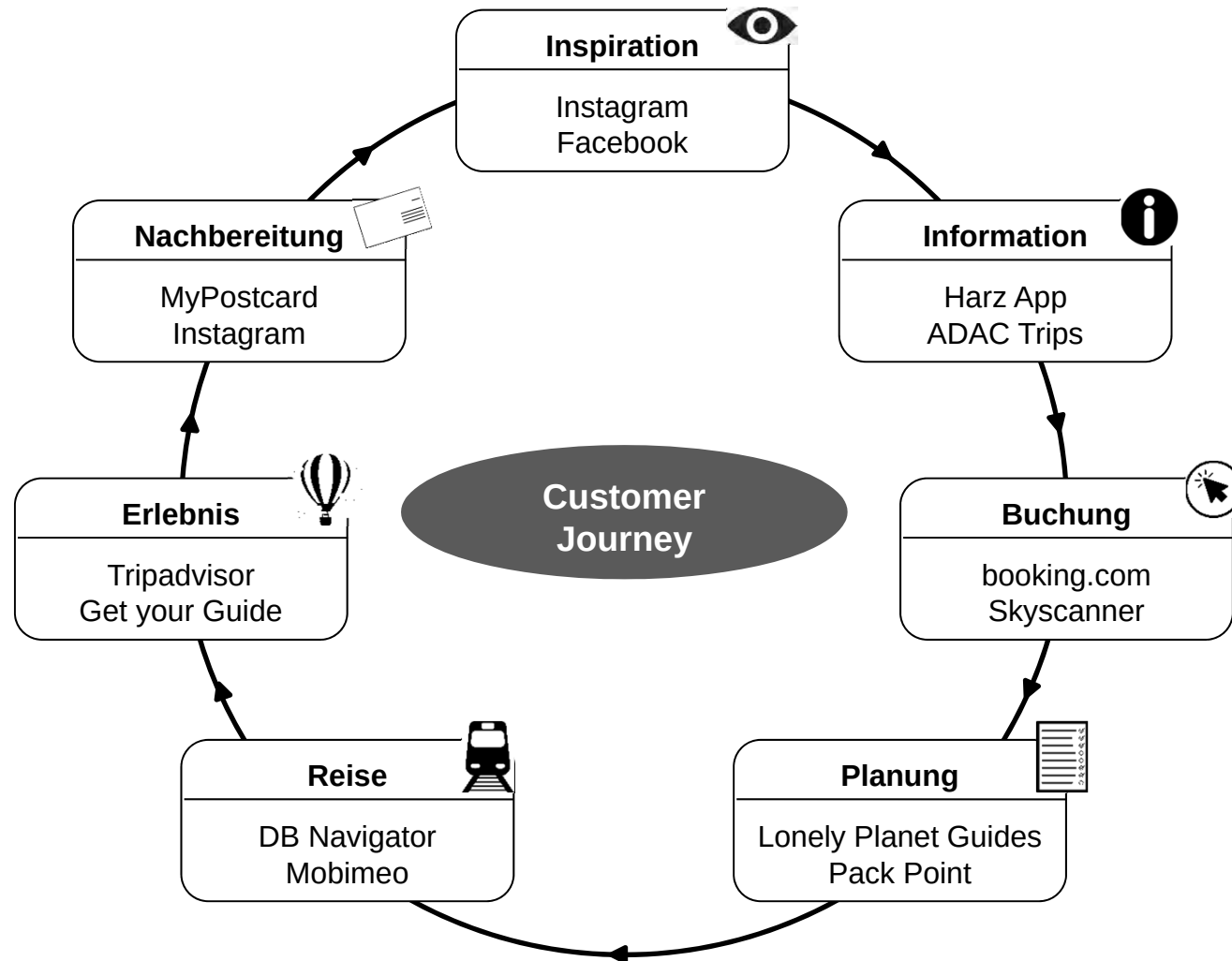
- Technische Unterstützung, z.B. durch Smartphones, Apps und künstl. Intelligenz (wie Chatbots)
- Digitale Information, Buchung und mobiles Bezahlen
- Videokonferenzen
- Door-to-door-Portale
- Gamification
- ...

*„Smartphone wird das wichtigste Verkehrsmittel.“
(Martin Huber, Leiter Verkehrsamt Hamburg)*



Quelle: in Anlehnung an Dreyer 2011; Gross/Klemmer 2013

Digitaler – App in den Urlaub!

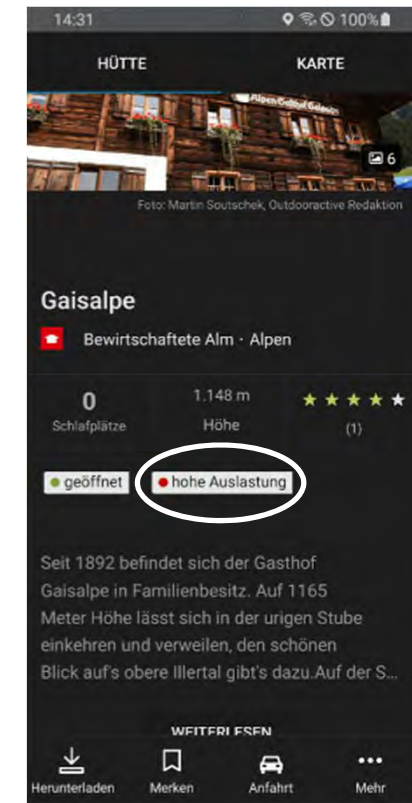


Quelle: in Anlehnung an Horster 2015, S. 14



AI-basierter Recommender für nachhaltigen Tourismus

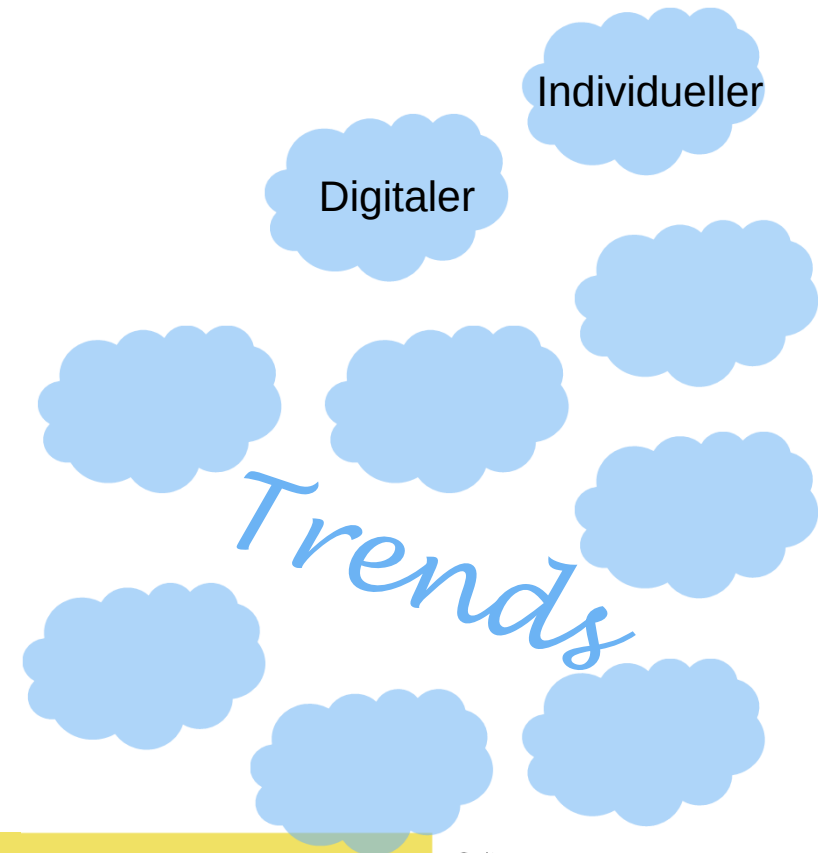
- In Urlaubsgebieten fehlen smarte Lösungen zur Identifizierung & Prognose der Auslastung für ein effektives Besuchermanagement → häufig erreichen Infos Besucher nicht
- KI-basierte Modellierung soll analoge und digitale Anwendungen (auf der **Outdooractive-Plattform**) dabei unterstützen, NutzerInnen in Echtzeit alternative nachhaltige Reiseziele, Erlebnisse und Mobilitätsangebote vorzuschlagen (Planungsphase)
- Use Cases in
 - Nordsee Tourismus Service GmbH
 - Tourismus-Agentur Lübecker Bucht AöR
 - Wintersport-Arena Sauerland/Siegerland-Wittgenstein e.V., in Kooperation mit Sauerland Tourismus e. V.
 - Ruhr Tourismus GmbH
- Förderung: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz



Quelle: vgl. ZUG gGmbH 2022

Trends – Individueller

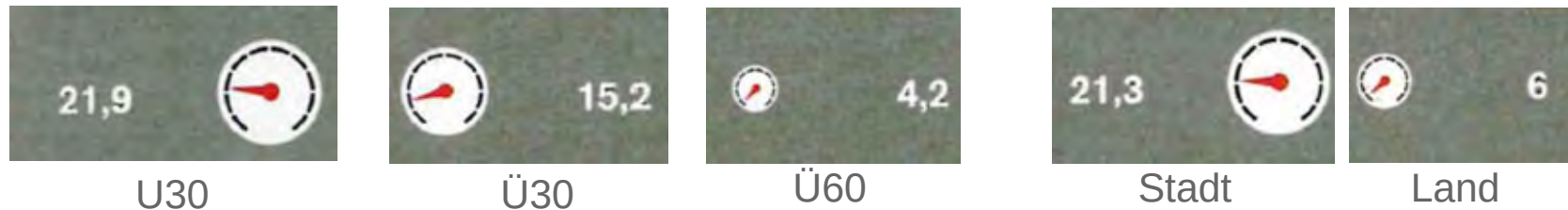
- Multimodalität: Verkehrsmittelwahl situationsbedingt
- Car-Sharing-, Fahrrad- und E-Scooter-Verleihsysteme
- Caravaning, v.a. Reisemobile
- ...



Individueller – (E-)Car-Sharing, ...

- ca. 230 Car-Sharing-Unternehmen bieten in > 850 Städten mehr als 26.000 Fahrzeuge an
- 2012: ca. 500.000 Nutzer
- 2017: ca. 1,7 Mio. Nutzer
- 2021: ca. 2,8 Mio. Nutzer

Nutzen Sie Car-Sharing-Konzepte? (n = 5.299)



Beispiele aus Freizeit- und touristische Mobilität

Früher: E-Wald in Ostbayern
Heute: Mer Germany GmbH

Auto mieten im Schwarzwald-Urlaub

E-Carsharing

Urlaub ohne Auto im Hochschwarzwald? Das ist gar kein Problem. Viele schöne Plätze und **Sehenswürdigkeiten** lassen sich fußläufig erreichen. Aber manchmal liegen auch etwas längere Strecken zwischen den gewünschten **Ausflugszielen**. Dann ist die Fahrt mit einem Auto angenehmer und schneller.

Mit unserem E-Carsharing können Sie an vielen zentralen Orten im **Hochschwarzwald** ein Auto mieten und Ihren Ausflug starten. Und das Beste daran: Da es sich bei den Mietwagen um Elektroautos handelt, schonen Sie dabei sogar die Umwelt.

„Dörpsmobile“
(Dorfgemeinschaftsautos)
2019 gab es **21 derartige Autos**
in 17 Vereinen in SH

Quelle: vgl. bcs 2022; Die Zeit 2014

▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

10.03.2022

Prof. Dr. Sven Groß

Institut für Tourismusforschung (ITF)

Seite 11

Individueller – Reisemobile und Co.

Bedeutung in Deutschland (2021)

- ca. 1,7 Mio. Campingfahrzeuge, u.a. > 675.000 Reisemobile
- > 4.600 Reisemobilstellplätze mit über 71.000 Reisemobilstandplätzen
- > 80% kostenpflichtige & < 20% kostenfreie Reisemobilstellplätze
- > 15 Mio. ÜN von Reisemobilisten und ca. 15 Mio. Tagesreisen
- 1,3 Mrd. Euro Brutto-Umsatz
 - *Hessen:* ca. 25,3 Mio. durch auf Stellplätzen übernachtende Reisemobilisten

Ausgaben im Zielgebiet pro Kopf und Tag:

- *ÜN-Reisen: 47,20 €*
- *Tagesreisen 39,30 €*

Neue Anbieter, wie Paulcamper, camperdays, CamperBoys

Wintercamping

Apps, wie „Park4Night“, „CaraMaps“

Trend „#vanlife“

Quelle: vgl. dwif 2021; Groß/Sand 2022

Trends – Preiswerter

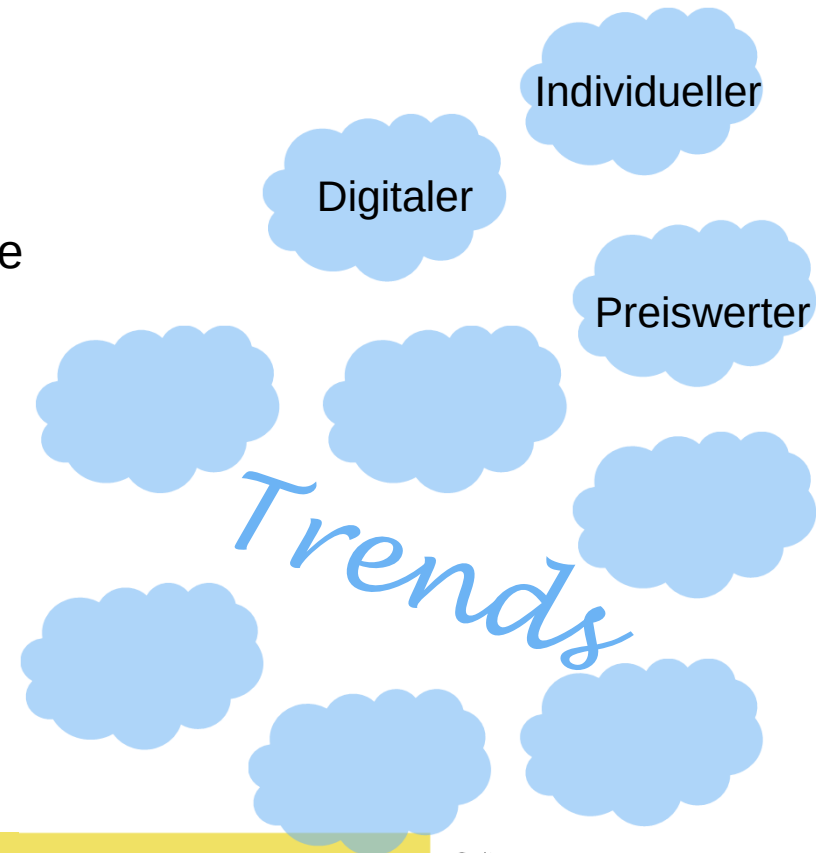
- Neue Preismodelle
- Low Cost Carrier
- Fernbusse
- Dynamic Pricing
- Auktionen (z.B. Reverse Auktionen, wie „Crazy Auktion“)
- ...



Foto: Michael Lück



Foto: Pixabay



Preiswerter – neue Preismodelle

Beispiele:

- 365-Euro-Jahresticket für Jugendliche in Baden-Württemberg
- Eezy-Ticket in Nordrhein-Westfalen

Verabschiedung des **365-Euro-Ticket** für junge Menschen Ende 2021

Ab 09/2022 sollen SchülerInnen, Studierende, Auszubildende und Freiwilligendienstleistende das Jugendticket nutzen können.

Landesregierung will ÖPNV im Land attraktiver machen - und stellt 100 Mio. Euro im Jahr für das Ticket zur Verfügung

Dank **eezy.nrw** braucht man keine Ticket- oder Tarifkenntnisse mehr

Beim Einstieg in Bus oder Bahn Check-In über App und beim Fahrtende Check-out

Bezahlung automatisch in der App – fertig.

Fahrtpreis wird nach den zurückgelegten Luftlinienkilometern zwischen Start und Ziel berechnet.

Quelle: vgl. www.baden-wuerttemberg.de;
<https://eezy.nrw/de/>

▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

10.03.2022
Prof. Dr. Sven Groß
Institut für Tourismusforschung (ITF)

Seite 14

Trends – Erlebnisreicher

- Erlebnisorientierung von Verkehrsbetrieben
- Inszenierte Wander-/Radwege
- GPS-Angebote
- Verkehrsmittel mit Spaßfaktor, z.B. Draisinen, Segway-Touren, Seilbahnen
- ...



Erlebnisreicher – Beispiele touristischer Zweck- und Erlebnismobilität



Foto: Seilbahnen Thale GmbH



Touristische
Unterrichtungs-
tafeln



Foto: Pixabys



Fotos: Magnify

Erlebnisreicher – Inszenierung und Thematisierung



Fotos: Harzer Wandernadel

- seit 2006: 222 Stempelstellen im Harz
- ca. 9.100 Wanderkaiser & ca. 13.600 Wander-PrinzessInnen (2022)
- trägt sich finanziell selbst
- Facebook-Gruppen, „Harzer Wandernadel Lied“, GPS-Koordinaten und Höhenangaben, App und Internetseiten von Nutzern für Nutzer ...



Goslar-
Hahnenklee

Foto: Hahnenklee
Tourismus GmbH



Foto: M.S. Groß

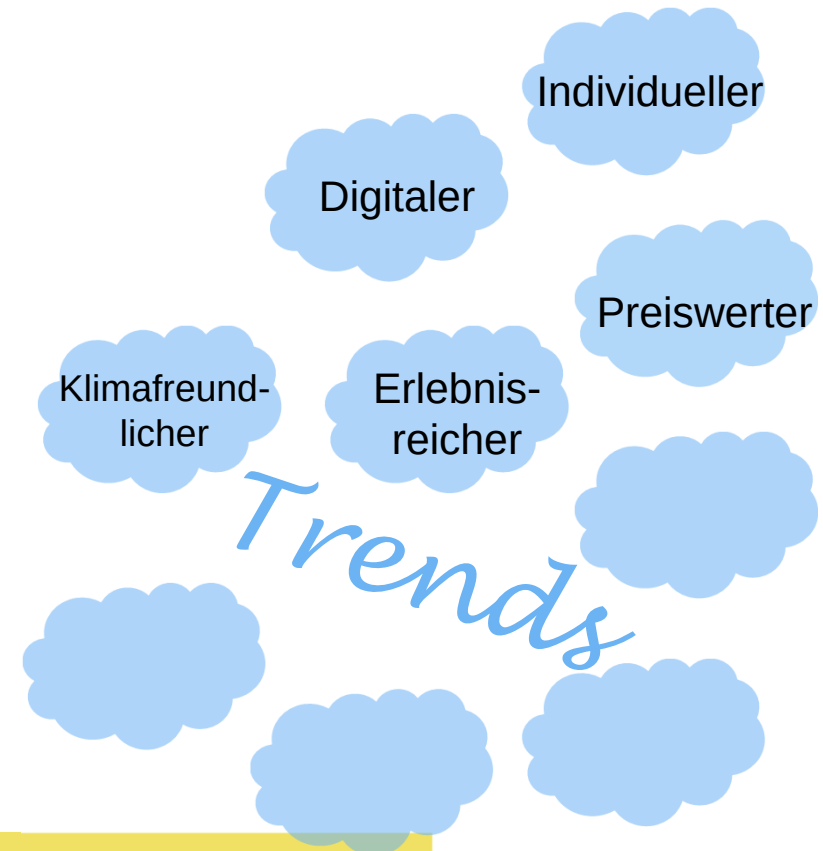
- ca. 7 km Wanderweg rund um den Bocksberg in Goslar-Hahnenklee
- auf Weg befinden sich „Hochzeitsbänke“ und andere Kunstobjekte
- namensgebende Liebesbank ist in Harzer Wandernadel einbezogen
- Weg wurde 2007 als einer der ersten Premiumwanderwege in Niedersachsen ausgezeichnet

Trends – Klimafreundlicher

- Sanfte Mobilität im Urlaub, u.a. E-Mobilität, (umlagefinanzierte) Gästekarten
- Autofreie (Erlebnis-)Tage
- CO₂-Kompensation
- „Green Fleets“ bei Autovermietern und Flottenanbietern
- ...



Logo: Alpine Pearls





Klimafreundlicher – ausgewählte SAMO-Projekte

Erfolgsgeschichte HATIX

2010: 280.000 Nutzer	2017: 543.000 Nutzer
2011: 380.000 Nutzer	2018: 608.000 Nutzer
2012: 460.000 Nutzer	2019: 651.000 Nutzer
2016: ca. 500.000 Nutzer	2020: 420.000 Nutzer

Seit 01.01.2020 gilt Hatix auch auf ausgewählten Linien
in den niedersächsischen LK Goslar und Göttingen.

Quelle: Harz AG 2022; Hochschule Harz 2022

▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

10.03.2022

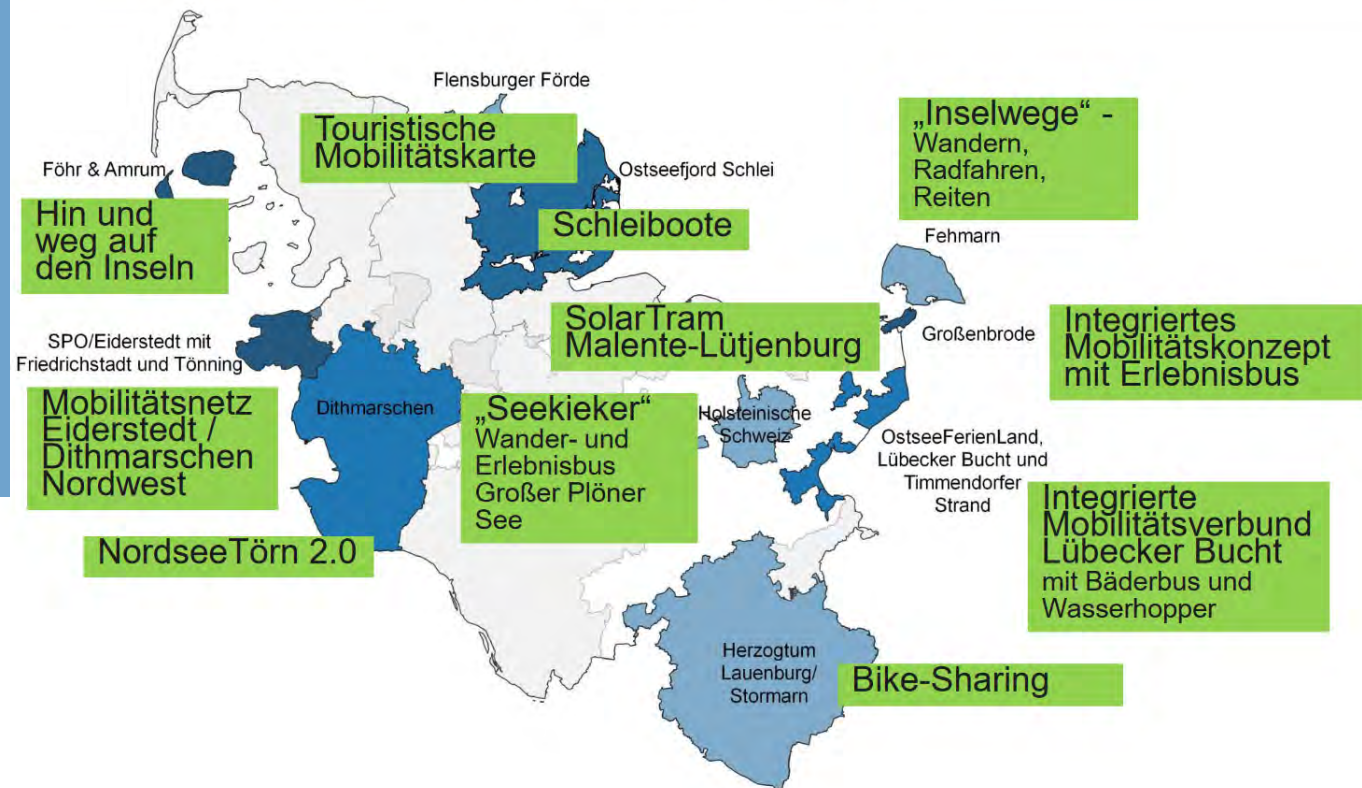
Prof. Dr. Sven Groß

Institut für Tourismusforschung (ITF)

Seite 19

Klimafreundlicher – Sanfte Mobilität kommt

Die regionalen Schlüsselprojekte im Überblick



Quelle: Grimm/Luft 2021; <https://www.tvsh.de/themen/mobilitaet-im-tourismus/nachhaltige-mobilitaet/>

Klimafreundlicher – Alpine Pearls

Perlen der Alpen – Nachhaltiger Urlaub im
Einklang mit der Umwelt



Quelle: www.alpine-pearls.com

▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

10.03.2022
Prof. Dr. Sven Groß
Institut für Tourismusforschung (ITF)

Seite 21

Klimafreundlicher – Alpine Pearls



Logo: Alpine Pearls

Zweck- und Erlebnismobilität für die Urlaubsgäste (und Einheimische)

Zweckmobilität – Mobilitätsgarantie:

- Anbindung an Öffentliche Verkehrsmittel für An-/Abreise (Bahn & Bus)
- Abholservices „letzte Meile“ ins Hotel
- Mobilität vor Ort: Linienbusse, Shuttleservices, Transfers, Wander- und Skibus, E-Leihautos, uvm.
- Auf Sanfte Mobilität spezialisierte Gastgeber
- Hohe Beratungsqualität: Gästeinformation Sanfte Mobilität

Erlebnismobilität – ein reines Freizeitvergnügen:

- Sommer: Spazier-/Wanderwege, Bergsteigen, Klettern, Radfahren, Mountainbiken, E-Bike-Verleih
- Winter: Skibergsteigen, Schneeschuhwandern, Langlaufen
- jeder Urlaubsort spezialisiert sich und bietet außergewöhnliche sanft-mobile Premium-Angebote (Wandern, Mountainbiken, Kulinarium, E-Mobilität etc.)

Quelle: www.alpine-pearls.com

▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

10.03.2022

Prof. Dr. Sven Groß

Institut für Tourismusforschung (ITF)

Seite 22

Trends – Entschleunigter

- Microadventure („5 to 9 adventures“)
- Wandern (z.B. „Waldbaden“) und Radfahren bringt hohen persönlichen Mehrwert
- Bio-Küche/Allergikerkost in den Verkehrsmitteln (z.B. Flugzeug, Bahn, Schiff)
- neue Anforderungen, z.B. Tempo der Rolltreppen in Bahn-/Flughäfen
- ...



Foto: Manuel Sand



Entschleunigter – Microadventures

Trekkingerlebnis Steigerwald



Bsp. in Hessen: **Urwaldsteig Edersee** im
Naturpark Kellerwald-Edersee



Trends – Luxuriöser & Exotischer

- „Luxus“-Züge, -Kreuzfahrten, -Flugzeuge
- Glamping
- First-Class-Lounges
- Drohnen-Shuttle
- ...



Foto: Pixabay



Trends – Gesünder

- Entspannung (Ruhezonen) und weniger Lärm
- Pilgern (mit dem Rad oder zu Fuß)
- Slow Travel/Food (z.B. 23 „Cittaslow“-Städte in Dt.)
- Regionale Produkte
- „Mobilität für alle“
- ...



Trends – Sicherer

- Wachpersonal auf Bahnhöfen
- Abschließbare Fahrradboxen für Radtouristen
- Umgang mit Daten
- Gesundheitsvorsorge
- ...



„Wünsche“ an Politik und Wirtschaft

- Alternativen zum motorisierten Individualverkehr weiterhin unterstützen (v.a. in der „Fläche“)
- Modellorte für innovative (Freizeit- und touristische) Mobilitätsangebote
- Unterstützung von F&E, z.B.
 - Einrichtung eines Forschungsförderprogramms, wie z.B. „Leuchtturmprojekte – Bund-Länder-Innovationsmillion für den Tourismus“ in Österreich und „LIFT - Leistungssteigerung & Innovationsförderung im Tourismus“ des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes in Deutschland
 - Ausbau der Vernetzung von Tourismuswissenschaft und Freizeit-/Tourismuswirtschaft
 - Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses
- Netzwerkaufbau/-ausbau von Akteuren aus Freizeit/Tourismus und Verkehr
- ...

▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

Institut für Tourismusforschung (ITF)

Prof. Dr. Sven Groß

Telefon +49 3943 – 659-279

E-Mail sgross@hs-harz.de

Friedrichstraße 57 – 59

38855 Wernigerode

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Prof. Dr. Sven Groß

A decorative graphic consisting of a grid of red dashed lines. The grid is composed of vertical and horizontal lines, with some lines being slightly offset or missing in certain areas, creating a pattern that resembles a stylized 'I' or a series of connected segments. The pattern is located on the left side of the slide, extending from the top to the bottom.

Treibende Kräfte im Freizeitverkehr

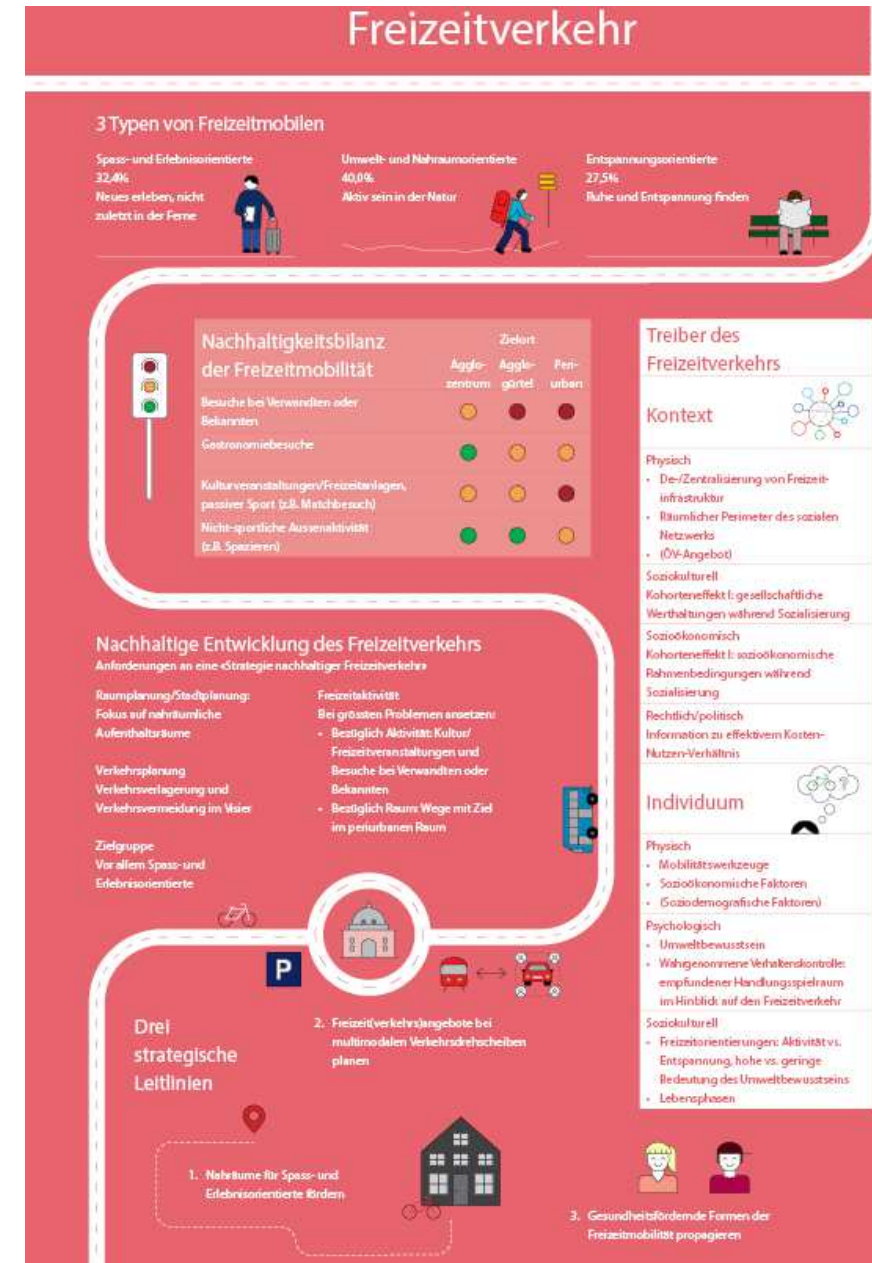
Mobilität der Zukunft in Hessen 2030

Enquetekommission, 10. März 2022

Prof. Dr. Ueli Haefeli

Aufbau

1. Hintergrund. Die Studie «Treiber des Freizeitverkehrs» in der Schweiz
2. Typologie
3. Nachhaltigkeitsbilanz
4. Treiber des Freizeitverkehrs
5. Nachhaltige Entwicklung des Freizeitverkehr
6. Strategische Leitlinien





Federale Departement für Verkehrsmittel
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK
Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication DETEC
Dipartimento federale dell'ambiente, dei trasporti, dell'energia e delle comunicazioni DATEC

Bundesamt für Strassen
Office fédéral des routes
Ufficio federale delle Strade



Treibende Kräfte im Freizeitverkehr

Facteurs déterminants pour la mobilité de loisirs

Driving forces in leisure traffic

Interface Politikstudien Forschung Beratung, Luzern
Prof. Dr. Ueli Haeffeli
Dr. Tobias Arnold

Swiss Economics, Zürich
Dr. Martin Lutzenberger

ISOE – Institut fuer sozial-ökologische Forschung mbH, Frankfurt
Dr. Konrad Götz

Transitec Beratende Ingenieure AG
Julian Fleury

Forschungsprojekt SVI 2017/008 auf Antrag der Schweizerischen Vereinigung der Verkehrsingenieure und Verkehrsexperten (SVI)

Mai 2021

1699

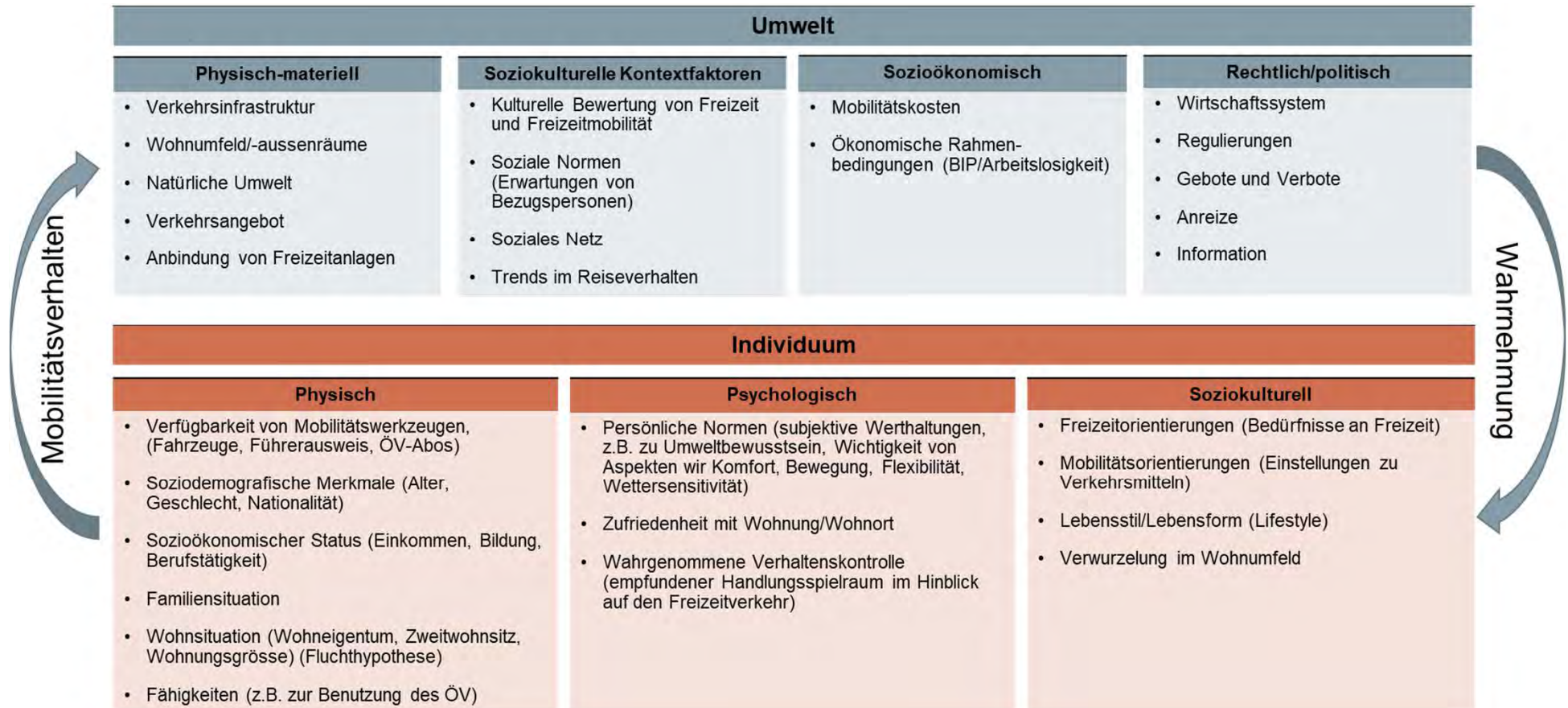
Vier Forschungsfragen

1. Welchen Einfluss auf den Freizeitverkehr haben individuelle, gesellschaftliche und kontextuelle Merkmale sowie kohorten- und zeitperiodenbezogene Faktoren?
2. In welche Typen lässt sich die Schweizer Wohnbevölkerung hinsichtlich ihrer freizeitbezogenen Motive, Einstellungen und Verhaltensweisen einteilen (Freizeitstile)?
3. Welche Kategorien des Freizeitverkehrs bestehen, welchen kommt hinsichtlich den Umweltauswirkungen eine hohe Priorität zu und wie hängen diese mit den verschiedenen Freizeitmobilitätstypen zusammen?
4. Welche Strategien und Massnahmen können einen wesentlichen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung des Freizeitverkehrs leisten?

Drei methodische Schritte

1. Auswertungen von Sekundärdaten, namentlich die Mikrozensus Mobilität und Verkehr (MZMV) 2000, 2005, 2010 und 2015 sowie die Erhebung Reiseverhalten (Modul der Haushaltsbudgeterhebung HABE)
2. Durchführung einer schweizweit repräsentativen Online-Befragung von rund 1'000 Personen, inklusive eines verhaltensökonomischen Experiments
3. Strategie-Workshop zur Entwicklung von Strategien und Massnahmen für einen nachhaltigeren Freizeitverkehr

Rahmenmodell



Entwicklung des Freizeitverkehrs in der Schweiz 2005–2015

2015 legten die Einwohnerinnen und Einwohner der Schweiz für die alltägliche Freizeit im Inland etwas weniger, im Ausland aber doppelt so viele Kilometer zurück als im Jahr 2005. Insgesamt stieg die für Freizeit Zwecke zurückgelegte mittlere Tagesdistanz pro Person von 17,9 auf 19,0 Kilometer. Insbesondere haben die für Freizeit Zwecke im Flugzeug zurückgelegten Distanzen innerhalb von zehn Jahren massiv zugenommen: von jährlich 2'538 Kilometer pro Person im Jahr 2005 auf jährlich 5'671 Kilometer pro Person im Jahr 2015. Die Freizeitmobilität lässt sich wie folgt charakterisieren:

- Wohnort: Die Freizeitwege der in städtischen Gemeinden wohnhaften Bevölkerung sind im gesamtschweizerischen Vergleich kürzer und dauern weniger lange.
- Geschlecht: Männer legen im Durchschnitt etwas längere Wege zurück als Frauen.
- Alter: Ganz junge und ganz alte Menschen sind im Freizeitverkehr weniger aktiv.
- Einkommen: Je höher das Einkommen, desto länger die täglich pro Person zurück-gelegten Freizeitwege.
- Kohorten: Je jünger desto grössere Distanzen

Typologie der Freizeitmobilen

3 Typen von Freizeitmobilen

Spass- und Erlebnisorientierte

32,4%

Neues erleben, nicht
zuletzt in der Ferne



Umwelt- und Nahraumorientierte

40,0%

Aktiv sein in der Natur



Entspannungsorientierte

27,5%

Ruhe und Entspannung finden



Spass- und Erlebnisorientierte

Bei den «**Spass- und Erlebnisorientierten**» handelt es sich um Personen, denen in der Freizeit Spass und Konsum (z.B. in Form von Shopping oder Besuch von Clubs) wichtig ist und die das Erlebnis suchen (z.B. auch durch Reisen in die Ferne). Der ÖV kann hier durchaus ein wichtiges Element bei der Suche nach Spass sein.

Des Weiteren handelt es sich bei Personen in diesem Cluster um...

- eher **jüngere** Personen,
- die über eine durchschnittliche Ausstattung mit Mobilitätswerkzeugen verfügen,
- **alle Verkehrsmittel** in ihre Mobilität einbeziehen,
- überdurchschnittlich **häufig Tagesreisen** (mit dem Auto oder dem ÖV) unternehmen,
- überdurchschnittlich **häufig Reisen mit Übernachtungen**, insbesondere auch **Flugreisen**, unternehmen
- und im Alltag bei allen abgefragten Freizeitwecken eine überdurchschnittlich **hohe Aktivität** zeigen.

Umweltbewusste Erholungssuchende

Bei den «**umweltbewussten Erholungssuchenden**» handelt es sich um Personen, die sich auf umweltfreundliches Verhalten und die Wahl umweltfreundlicher Verkehrsmittel in der Freizeit achtet, sich lieber in ihrer nahen Umgebung erholen anstatt in die Ferne zu reisen und sich generell gerne in der Natur aufhalten.

Des Weiteren handelt es sich bei Personen in diesem Cluster um...

- eher **mittelalte** bis **ältere** Personen,
- die über einen vergleichsweise **hohen sozioökonomischen Status** verfügen,
- überdurchschnittlich oft den **ÖV** nutzen,
- im Vergleich zu den «Spas- und Erholungsorientierten» **weniger** Tagesreisen, Reisen mit Übernachtungen, Flugreisen sowie generell **Aktivitäten** in der Freizeit unternehmen
- und insgesamt **überdurchschnittlich zufrieden** mit dem eigenen **Wohnort** sind.

Passiv Erholungssuchende

Bei den «passiven Erholungssuchenden» handelt es sich um Personen, die weder aktiv den Spass und den Konsum noch die (sportlichen) Aktivitäten in der Natur suchen. Freizeit bedeutet für diese Personen Erholung, ohne viel unternehmen zu müssen.

Des Weiteren handelt es sich bei Personen in diesem Cluster um...

- vorwiegend **jüngere** oder **mittelalte** Personen,
- die über eine geringe Ausstattung mit ÖV-Abos verfügen,
- in der Freizeit überdurchschnittlich häufig mit dem **MIV** unterwegs sind,
- im Vergleich zu den «Spass- und Erholungsorientierten» **weniger** Tagesreisen, Reisen mit Übernachtungen, Flugreisen sowie generell **Aktivitäten** in der Freizeit unternehmen
- und im Vergleich zu den anderen Cluster **stärker unzufrieden** mit dem eigenen Wohnort sind.

Cluster-Analyse - Fazit

- Die 3 Cluster unterscheiden sich kaum hinsichtlich soziodemografischer Variablen, mit Ausnahme des Alters. Motive, Einstellungen und Orientierungen in der Freizeit scheinen sich demnach je nach Lebensphase zu unterscheiden, hängen aber nicht direkt mit anderen soziodemografischen Faktoren wie Einkommen, Ausbildung, Wohnform usw. zusammen.
- Hinsichtlich des Besitzes von Mobilitätswerkzeugen zeigen sich keine grösseren Unterschiede zwischen den Clustern.
- Während die umweltbewussten Erholungssuchenden vergleichsweise stark den ÖV nutzen oder multimodal unterwegs sind (d.h. je nach Situation das eine oder andere Verkehrsmittel verwenden), dominiert bei den passiven Erholungssuchenden die Nutzung des MIV. Die Spass- und Erlebnisorientierten lassen sich diesbezüglich in der Mitte verorten.
- Generell weisen die Spass- und Erlebnisorientierten die höchste Aktivität in der Freizeit auf, insbesondere auch bezüglich Flugreisen.
- Umweltbewusste Erholungssuchende weisen die höchste Zufriedenheit mit ihrem Wohnort auf.

Prozentuale Anteile der Verkehrszwecke an der Summe aller zurückgelegten Distanzen

Distanzen aller Freizeit Zwecke: 100%					
Besuche bei Verwandten oder Bekannten: 24,3%			Besuche von Kulturveranstaltungen, Freizeitanlagen, Sportanlässe: 10,4%		
Zielort Agglokern: 15,0%	Zielort: Agglogürtel: 5,2%	Zielort Periurban: 4,1%	Zielort Agglokern: 7,9%	Zielort: Agglogürtel: 1,1%	Zielort Periurban: 1,4%
<i>Davon mit Startort:</i> A-Kern : 70,3% A-Gürtel : 18,2% Periurban: 11,5%	<i>Davon mit Startort:</i> A-Kern : 60,3% A-Gürtel : 28,2% Periurban: 11,5%	<i>Davon mit Startort:</i> A-Kern : 56,9% A-Gürtel : 17,8% Periurban: 25,2%	<i>Davon mit Startort:</i> A-Kern : 65,4% A-Gürtel : 21,0% Periurban: 13,6%	<i>Davon mit Startort:</i> A-Kern : 52,5% A-Gürtel : 32,4% Periurban: 15,1%	<i>Davon mit Startort:</i> A-Kern : 53,0% A-Gürtel : 20,7% Periurban: 26,2%
Gastronomiebesuche: 19,7%			Nicht sportliche Aussenaktivität (z.B. Spazieren): 12,2%		
Zielort Agglokern: 12,0%	Zielort: Agglogürtel: 3,2%	Zielort Periurban: 4,5%	Zielort Agglokern: 7,0%	Zielort: Agglogürtel: 2,7%	Zielort Periurban: 2,5%
<i>Davon mit Startort:</i> A-Kern : 71,5% A-Gürtel : 17,8% Periurban: 10,7%	<i>Davon mit Startort:</i> A-Kern : 56,6% A-Gürtel : 27,7% Periurban: 15,6%	<i>Davon mit Startort:</i> A-Kern : 53,1% A-Gürtel : 16,6% Periurban: 30,3%	<i>Davon mit Startort:</i> A-Kern : 83,6% A-Gürtel : 10,5% Periurban: 5,9%	<i>Davon mit Startort:</i> A-Kern : 28,8% A-Gürtel : 69,1% Periurban: 2,1%	<i>Davon mit Startort:</i> A-Kern : 36,7% A-Gürtel : 14,3% Periurban: 49,0%
Weitere Freizeitaktivitäten: 33,1%					

12 Kategorien des alltäglichen Freizeitverkehrs hinsichtlich ihrer Belastung der Infrastruktur und der Umwelt



Nachhaltigkeitsbilanz der Freizeitmobilität

	Zielort		
	Agglo- zentrum	Agglo- gürtel	Peri- urban
Besuche bei Verwandten oder Bekannten	Orange	Rot	Rot
Gastronomiebesuche	Grün	Orange	Orange
Kulturveranstaltungen/Freizeitanlagen, passiver Sport (z.B. Matchbesuch)	Orange	Orange	Rot
Nicht-sportliche Aussenaktivität (z.B. Spazieren)	Grün	Grün	Orange

Freizeitaktivität	Zielort	Distanz	Modalsplit: Anteil MIV	Unterwegszeit	Anteil Stosszeiten	Energieverbrauch und CO ₂ -Ausstoss	z-Wert
Besuche bei Verwandten oder Bekannten	Agglokern	Mittel (8–15 km)	Mittel (60–80%)	Kurz (< 30 min.)	Mittel (20–25%)	Mittel	0.03
	Agglogürtel	Mittel (8–15 km)	Hoch (> 80%)	Kurz (< 30 min.)	Mittel (20–25%)	Hoch	0.63
	Periurban	Lang (> 15 km)	Hoch (> 80%)	Kurz (< 30 min.)	Tief (< 20%)	Hoch	0.49
Gastronomiebesuche	Agglokern	Kurz (< 8 km)	Mittel (60–80%)	Kurz (< 30 min.)	Tief (< 20%)	Niedrig	-1.12
	Agglogürtel	Mittel (8–15 km)	Hoch (> 80%)	Kurz (< 30 min.)	Tief (< 20%)	Mittel	-0.19
	Periurban	Lang (> 15 km)	Mittel (60–80%)	Mittel (30–50 min.)	Tief (< 20%)	Hoch	0.35
Besuche von Kulturveranstaltungen, Freizeitanlagen, Sportanlässen	Agglokern	Lang (> 15 km)	Mittel (50–80%)	Mittel (30–50 min.)	Mittel (20–25%)	Mittel	0.21
	Agglogürtel	Mittel (8–15 km)	Hoch (> 80%)	Kurz (< 30 min.)	Mittel (20–25%)	Mittel	0.28
	Periurban	Lang (> 15 km)	Mittel (60–80%)	Mittel (30–50 min.)	Mittel (20–25%)	Hoch	0.90
Nicht sportliche Aussenaktivität (z.B. Spazieren)	Agglokern	Kurz (< 8 km)	Tief (< 60%)	Lang (> 50 min.)	Mittel (20–25%)	Niedrig	-0.94
	Agglogürtel	Kurz (< 8 km)	Tief (< 60%)	Lang (> 50 min.)	Hoch (> 25%)	Niedrig	-0.57
	Periurban	Kurz (< 8 km)	Tief (< 60%)	Lang (> 50 min.)	Hoch (> 25%)	Niedrig	-0.06

Quelle: Berechnungen Interface/Swiss Economics/ISOE anhand von Daten des MZMV 2015 und www.mobitool.ch.

Gesamtbild der Treiber des Freizeitverkehrs (1)

Erstens bestätigt sich, dass Freizeitverkehr nicht eindimensional erklärt werden kann, sondern als ein Zusammenspiel verschiedener Gruppen von Faktoren auf Individual- und Umweltebene betrachtet werden muss. Zu einseitige Erklärungen, die entweder nur das handelnde Individuum oder aber nur die Umwelt eines Individuums betrachten, sind demnach klar nicht zielführend.

Zweitens erhärten sich auf der Ebene der individuellen Faktoren bisherige Forschungsergebnisse, wonach die Sozioökonomie und der Besitz von Mobilitätswerkzeugen wichtige Treiber des Freizeitverkehrs sind.

Gesamtbild der Treiber des Freizeitverkehrs (2)

Drittens zeigen sich auf der individuellen Ebene weitere relevante Faktoren, die über Soziodemografie und Sozioökonomie hinausgehen. So zeigen die Unterschiede zwischen den Typen von Freizeitmobilen, dass Freizeitmobilität in hohem Masse von Freizeitorientierungen abhängt, die nicht mit soziodemografischen oder sozioökonomischen Faktoren korrelieren. Weiter zeigt sich, dass Freizeitmobilität gewissen Lebenszyklen zu folgen scheint: Der Eintritt ins Erwachsenenalter, die Gründung einer Familie sowie die mit dem hohen Alter einhergehenden gesundheitlichen Einschränkungen sind wichtige Wegmarken im Leben, die sich auf die individuelle Freizeitmobilität auswirken.

Viertens zeigt der Blick auf die Faktoren auf der Kontextebene, dass durchaus Einfluss auf den Freizeitverkehr genommen werden kann. Mobilitätsverhalten in der Freizeit wird insbesondere stark durch die Verkehrs- und Raumplanung determiniert.

Anforderungen an eine «Strategie nachhaltiger Freizeitverkehr»

Raumplanung/Stadtplanung: Die Strategie zielt auf die nähräumlichen Aufenthaltsräume, deren Attraktivität gerade als Erlebnisorte erhöht werden sollte.

Verkehrsplanung: Sie sollte insbesondere darauf achten, den Fokus auf Verkehrsverlagerung und -vermeidung zu legen und keinen Neuverkehr induzieren.

Freizeitaktivität: Die Strategie sollte dort ansetzen, wo die grössten Probleme sind:

- Bezüglich Aktivität: Kultur- und Freizeitveranstaltungen sowie Besuche bei Verwandten oder Bekannten
- Bezüglich Raum: Wege mit Zielen im periurbanen Raum

Zielgruppe: Die Strategie sollte vor allem auf die Zielgruppe Spass- und Erlebnisorientierte fokussieren, ohne dass die anderen Zielgruppen ganz aus dem Blick geraten.

Drei strategische Leitlinien

Leitlinie 1: Nahräume für Spass- und Erlebnisorientierte fördern

Leitlinie 2: Freizeit(verkehrs)angebote bei multimodalen Verkehrsdrehscheiben planen

Leitlinie 3: Gesundheitsfördernde Formen der Freizeitmobilität propagieren

Leitlinie 1: Nahräume für Spass- und Erlebnisorientierte fördern

Diese Leitlinie berücksichtigt insbesondere die Zielgruppe der Spass- und Erlebnisorientierten, die häufig mit dem Auto unterwegs sind und dabei überdurchschnittlich lange Strecken zurücklegen. Sie stellt aber auch auf das Ergebnis des Workshops ab, wonach das Potenzial der nahräumlichen Fussmobilität im Freizeitverkehr noch wenig ausgeschöpft wird. Punktuelle Erhöhung der Erlebniswerte im Nahraum können seine Attraktivität für die Spass- und Erlebnisorientierten steigern.

Schlüsselmassnahmen

- Anreize für bequeme, energiesparende und CO₂-freie Anreise bei Gastronomiebesuchen setzen.
- Anreize für bequeme, energiesparende und CO₂-freie Anreise zu Kultur- und Sport-veranstaltungen schaffen.
- Aufenthaltsqualität in Innenstädten erhöhen.
- Aufenthaltsqualität in Wohnquartieren verbessern.
- Erhöhung der Erlebnis- und Aufenthaltsqualität im ÖV umsetzen.

Leitlinie 2: Freizeit(verkehrs)angebote bei multimodalen Verkehrsdrehscheiben planen

Mit der Förderung von Verkehrsdrehscheiben an strategisch günstigen Orten möchte der Bund die Multimodalität fördern. Seit Anfang 2020 bereitet er deshalb in Zusammenarbeit mit Kantonen, Städten und Gemeinden ein Programm vor, welches die Planung und Umsetzung von attraktiven Umsteigepunkten zugunsten der kombinierten Mobilität voranbringen soll. Mit geeigneten Massnahmen könnten dabei erstens auch Freizeiteinrichtungen (z.B. Fitnesszentren, Einkaufszentren) an diese Verkehrsdrehscheiben (Hubs) angebunden werden. Zweitens sind an den Hubs auf den Freizeitverkehr zugeschnittene, attraktive Angebote für die Verlagerung auf nachhaltige Verkehrsmittel wichtig. Die Möglichkeiten der Digitalisierung gilt es, bezüglich einer attraktiven Kommunikation solcher multimodalen Dienstleistungen zu nutzen.

Schlüsselmassnahmen

- Bei der Planung von Freizeiteinrichtungen und Kulturveranstaltungen deren Anbindung an Fuss- und Veloverkehr sowie ÖV stärker berücksichtigen.
- Verknüpfung des ÖV mit weiteren Mobilitätsdienstleistungen (Velos, E-Bikes, Car-Sharing usw.) an den Hubs fördern, insbesondere durch die zielgruppenspezifische Nutzung der Digitalisierung.
- Aufenthaltsqualität: Identifikation der Räume, die eine Aufenthaltsqualitätsfunktion wahrnehmen sollen. Es geht um die Verbesserung, aber auch um die Anzahl von Aufenthaltsräumen, es ist eine Frage sowohl der Qualität als auch der Quantität.

Leitlinie 3: Gesundheitsfördernde Formen der Freizeitmobilität propagieren

Umweltpolitische Interventionen haben sich in der Vergangenheit vor allem dann als erfolgreich herausgestellt, wenn sie für die Betroffenen auch einen gesundheitlichen Nutzen mit sich brachten. Das verhaltensökonomische Experiment hat aber auch gezeigt, dass die Kommunikation des Gesundheitsbezugs von Freizeitverhalten anspruchsvoll ist und sich immer auf positive Botschaften beziehen sollte.

Schlüsselmassnahmen

- Nachhaltige Mobilität in Tourismusorten fördern.
- Aufenthaltsqualität bei Zufusswegen verbessern.
- Bewusstsein für gesundheitlichen Nutzen des Fuss- und Veloverkehrs stärken.
- Die Sicherheit und Attraktivität der Velowege fördern.

Verhaltensökonomisches Experiment (Beispiel)

Sie haben bei einem Wettbewerb mitgemacht und bei einem Reisebüro eine Reise gewonnen. Das Reisebüro stellt Sie vor die Wahl: Sie dürfen entweder zwei Wochen in einem Top-4-Stern-Hotel in den Schweizer Bergen logieren **und entdecken z.B. eine Gegend in der Schweiz, die Sie noch nicht kennen.** Oder Sie dürfen einen Flug inklusive Unterkunft für zwei Wochen an einem Ziel-Ort Ihrer Wahl aussuchen. Die Kosten dürfen maximal 2'500 Franken betragen, womit keine Langstreckenflüge, aber Mittelstreckenflüge möglich sind, z.B. nach Oslo (Norwegen, ca. 2 Stunden Flugzeit, Distanz ca. 1'400 km **und ca. 0,3 Tonnen CO2-Ausstoss**) oder Nikosia (Zypern, ca. 2,5 Stunden Flugzeit, Distanz ca. 1'700 km **und ca. 0,35 Tonnen CO2-Ausstoss**).

	Ferien in 4-Stern-Hotel in der Schweiz nach Wahl	Ferien im Ausland inkl. Mittelstreckenflug
Frame 1	49.9%	50.1%
Frame 2	52.8%	47.2%
Frame 3	53.3%	46.7%

Nr.	Entscheidungssituation		Veränderung des Frames hinsichtlich...einer Alternative				Was wird getestet?
Experiment	Verkehrsmittelwahl	Wahl der Freizeitaktivität	Umweltfreundlichkeit	Gesundheitseffekt	Zeitbedarf	räumliche Nähe	
1*	x		Kein Effekt				Wie verändert die Information über den CO2-Ausstoss von Flugreisen die Präferenz für Flugreisen?
1*		x				Kein Effekt	Wie verändert der Hinweis auf nahegelegene Reiseziele die Präferenz für Freizeitaktivitäten?
2*	x			Kein Effekt			Wie verändert der Hinweis auf den Beitrag des Langsamverkehrs auf die Gesundheit die Verkehrsmittelwahl?
2*	x		Kein Effekt				Wie verändert der Hinweis auf die ökologische Nachhaltigkeit des Langsamverkehrs die Verkehrsmittelwahl?
3	x				Effekt		Wie verändert die Information zum Zeitbedarf am Flughafen die Präferenz für Flugreisen?
4	x				Effekt		Wie verändert die Information zu knappen Platzverhältnissen bei Anreise mit dem Auto für Grossveranstaltung die Präferenz für die Autowahl?
5		x				Kein Effekt	Wie verändert der Hinweis auf Naherholungsräume die Präferenz für Freizeitaktivitäten?