

# Mobilitätsmanagement und Mobilitätsberatung

Instrumente für eine umweltgerechte touristische Mobilität in  
Großschutzgebieten am Beispiel der  
**Nationalparkregion Sächsische Schweiz**

Ralf Elsässer

Leipzig, den 30.6.1997

# Inhaltsverzeichnis

- 1 Konflikte als Ausgangspunkt
- 2 Bisherige Lösungsversuche
  - 2.1 Konzepte in der Sächsischen Schweiz
  - 2.2 Verkehrsberuhigung und Mobilitätsmanagement in anderen Großschutzgebieten
- 3 Vorschläge zum Management der touristischen Mobilität in der Nationalparkregion
  - 3.1 Einführung
  - 3.2 Weiterentwicklung der Mobilitätsangebote
    - 3.2.1 Öffentlicher Verkehr
    - 3.2.2 Individualverkehr
  - 3.3 Möglichkeiten der Preisgestaltung
  - 3.4 Mobilitätsberatung
  
- Exkurs: Verkehrsgestaltung und Wirtschaftsentwicklung - das Fallbeispiel Kirnitzschtal
  - A Grundsätzliche Strategien
  - B Ökonomische Auswirkungen der verschiedenen Strategien
  
- 4 Arbeitsmarkteffekte und Qualifizierungsbedarf
  - 4.1 Zusammenfassung der Arbeitsmarkteffekte der vorgeschlagenen Maßnahmen
  - 4.2 Darstellung des erforderlichen Qualifizierungsbedarfes
  - 4.3 Zusammenhang zwischen Nationalpark und Qualifizierungspotential
  
- 5 Literaturverzeichnis

# 1 Konflikte als Ausgangspunkt

Die Sächsische Schweiz ist seit etwa 200 Jahren ein beliebtes Urlaubs- und Ausflugsgebiet. In diesem Gebiet mit ca. 150.000 Einwohnern wurden 1994 in Beherbergungsstätten ab 9 Betten fast 1 Million Übernachtungen gezählt (Tourismusverband Sächsische Schweiz, 1995). Hinzu kommen insbesondere an Wochenenden sehr viele Tagestouristen, insbesondere aus dem Raum Dresden. Damit stellt der Tourismus ein wichtiges Standbein der regionalen Wirtschaft dar. Auch für die weitere Entwicklung liegen hier noch erhebliche Potentiale.

In den Spitzenzeiten der touristischen Nutzung kommt es vor allem an touristisch besonders interessanten Punkten zu einer starken Überlastung der Region durch den motorisierten Individualverkehr.<sup>1</sup>

So wurden beispielsweise im Kirnitzschtal an einigen Abschnitten Schallemissionswerte von 65...75 dB errechnet (ISUP, 1993), was nicht nur für ein Erholungsgebiet weit oberhalb jeglicher Richtwerte liegt, sondern selbst für städtische Mischgebiete die Grenzen des Zumutbaren überschreiten würde.

Arlamierend ist auch die Analyse der Emission von verkehrsbedingten Luftschadstoffen. Hier werden bei sommerlichem Wochenendverkehr im Kirnitzschtal (insbesondere bei in der Tallage typischer geringer Luftzirkulation) die Richtwerte der TA-Luft z.T. weit überschritten<sup>2</sup> (ISUP, 1993). Verschärfend kommt hinzu, daß es in der Sächsischen Schweiz nach wie vor eine Grundbelastung durch die braunkohlenverarbeitende Industrie auf tschechischer Seite gibt.

Solche Belastungssituationen treten in ähnlicher Form auch an anderen Orten im Gebiet auf, so z.B. im Bereich um die Bastei, in Königstein, bei Hohnstein u.a. Daß dies im krassen Gegensatz zu den Zielen des Nationalparkes steht, ist offensichtlich.

Ein wesentlicher Zweck des Schutzgebietes liegt ja gerade darin, die Natur als Kapital für die weitere wirtschaftliche Entwicklung dauerhaft zu erhalten. Eine Übernutzung kann zu Zerstörungen führen, die der gesamten Region nachhaltig wirtschaftlich schaden würden.

Die sich daraus ergebenden Konsequenzen sind ebenfalls konfliktträchtig.

---

<sup>1</sup> Motorisierter Individualverkehr ist generell das Hauptkonfliktfeld in Großschutzgebieten. In einer Untersuchung für Biosphärenreservate in Deutschland [] wurde der Verkehr als Hauptkonfliktthema herausgearbeitet. Andere Nutzungskonflikte, etwa durch Landwirtschaft oder Siedlungsentwicklung folgen erst mit großem Abstand.

<sup>2</sup> Für Umweltqualitätsziele in einem Nationalpark wären darüber hinaus wesentlich niedrigere Vergleichswerte angemessen.

Insbesondere durch Vertreter des Handels sowie des Hotel- und Gaststättengewerbes wird befürchtet, daß die Zahl ihrer Kunden im Falle einer Einschränkung oder Verteuerung des motorisierten Individualverkehrs rückläufig wäre, was bei der ohnehin schwierigen wirtschaftlichen Gesamtlage zu unvermeidbaren Einbrüchen führen würde.

Daher liegt es im allgemeinen öffentlichen Interesse, Lösungen und Angebote zu finden, die eine intensive touristische Erschließung und Nutzung gewährleisten, aber andererseits minimierte negative Umweltauswirkungen haben.

Die bisher bestehenden Alternativen zum motorisierten Individualverkehr erscheinen für eine solche Zielstellung nicht ausreichend. Es sind wesentlich offensivere, an den Bedürfnissen der Touristen orientierte Angebote erforderlich, die auch die starken Schwankungen in der Verkehrsnachfrage berücksichtigen. Daneben liegen besonders im Bereich der Kommunikation mit dem Kunden erhebliche Handlungsfelder brach.

Aus der Darstellung der Handlungsanforderungen ergeben sich Hinweise auf neue Beschäftigungsmöglichkeiten und entsprechende Qualifizierungserfordernisse. Hierauf wird am Ende der Untersuchung näher eingegangen.

## **2 Bisherige Lösungsversuche**

### **2.1 Konzepte in der Sächsischen Schweiz**

#### ***Gesamtentwicklungskonzept Nationalparkregion Sächsische Schweiz***

Das Gesamtentwicklungskonzept (Fichtner u.a., 1992) liefert einen Fundus von Anregungen für die weitere Planung einzelner Maßnahmen, kann jedoch aufgrund seines inhaltlich umfassenden Charakters kaum umsetzungskonkrete Vorschläge machen. Es zeigt aber neben Investitionen bei der Infrastruktur auch viele Maßnahmen des Verkehrsmanagements auf.

#### ***Verkehrskonzept Sächsische Schweiz***

Im Auftrag des SMWA wurde 1992 zeitlich parallel zum Gesamtentwicklungskonzept durch das Dresdner Institut ISUP ein Rahmen-Verkehrskonzept für das Gebiet der Sächsischen Schweiz erarbeitet (ISUP, 1992). Darin sind neben einer Analyse der Problemsituation insbesondere Vorschläge zu den Prioritäten beim weiteren Ausbau der Verkehrsinfrastruktur enthalten. Die Umsetzung dieser Vorschläge erfolgte bisher nur sehr zögerlich, einerseits, weil das Konzept nur empfehlenden Charakter hatte und von den für die Umsetzung verantwortlichen Körperschaften nicht zur verbindlichen Handlungsgrundlage gemacht wurde, andererseits, weil viele Investitionen aufgrund der heutigen Finanzsituation nur wesentlich eingeschränkter durchführbar sind, als dies noch Anfang der 90er Jahre schien. Im Gesamtentwicklungskonzept (Fichtner u.a., 1992) wird kritisch angemerkt, daß sich die Studie zu sehr auf reaktive Maßnahmen der Verkehrsbewältigung konzentrierte.

#### ***Tourismusleitbild***

In einem mehrstufigen, gemeindeübergreifenden Workshop wurde 1995 mit Hilfe externer Moderation für die Sächsische Schweiz ein Tourismusleitbild entwickelt (Tourismusverband Sächsische Schweiz, 1995), das auch grundsätzliche Entwicklungsziele zum touristischen Verkehr festschreibt. Durch die intensive Beteiligung der regionalen Akteure kann von einer hohen Akzeptanz der Ergebnisse in den Gemeinden ausgegangen werden. Die gut klingenden Ziele zum Problemfeld Verkehr sind im Rahmen dieses Leitbildes notwendigerweise sehr allgemein und sparen damit die projektkonkreten Konflikte aus.

#### ***Verkehrsleitbild***

Zur Konkretisierung der regionalen verkehrspolitischen Ziele ist zur Zeit ein Verkehrsleitbild Sächsische Schweiz in Arbeit, bei dem die betroffenen Gemeinden stärker als im Verkehrskonzept von 1992 einbezogen werden. Auch hier werden aber Maßnahmen zur Infrastrukturentwicklung im Mittelpunkt stehen.

### ***Nahverkehrsplan***

Daneben befindet sich für die Region derzeit der Nahverkehrsplan in Arbeit. Mit diesem Instrument werden die Ziele und Anforderungen der Gemeinden an den öffentlichen Verkehr festgeschrieben. Ein Entwurf liegt jedoch noch nicht vor.

### ***Konzept Verkehrsberuhigung Kirnitzschtal***

Speziell für die Lösung des Konfliktes im Kirnitzschtal wurde 1993 im Auftrag der Nationalparkverwaltung durch ISUP ein Konzept zur Verkehrsberuhigung erarbeitet. Auch hier liegen die Schwerpunkte in den Bereichen Infrastrukturausbau und Verkehrslenkung. Eine Umsetzung hat bisher nicht stattgefunden. Ursache ist vor allem die fehlende Akzeptanz in der betroffenen Gemeinde.

Zum Kirnitzschtal hat es auch Vorschläge seitens des Sächsischen Bersteigerbundes gegeben, die mit Unterstützung der Gemeindeverwaltung Kirnitzschtal öffentlich diskutiert wurden. Entscheidende Fortschritte sind dadurch jedoch auch nicht erreicht worden.

Neben den Verkehrskonzepten hat es auch verschiedene Umfragen zum Mobilitätsverhalten von Touristen gegeben.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, daß es scheinbar eine Vielzahl von Konzeptionen gibt, eine Umsetzung bisher jedoch nur sehr begrenzt stattfand.<sup>3</sup> Außerdem beziehen sich die Vorschläge in den Konzepten überwiegend auf Maßnahmen der Infrastrukturentwicklung und der Verkehrslenkung (reaktive Maßnahmen). Aktive Maßnahmen des Verkehrsmanagements sind nur vereinzelt benannt, aber nicht umsetzungsreif vorgeplant worden. Gerade in diesem Bereich sind jedoch wesentliche Effekte für ein verändertes Mobilitätsverhalten - aber auch neue Beschäftigungsfelder - zu erwarten.

---

3

Im Bereich der Bastei wurde ein Pendelbusverkehr mit P+R - Platz eingerichtet, jedoch ohne konsequente Einschränkung des bisherigen Verkehrs.

## **2.2 Verkehrsberuhigung und Mobilitätsmanagement in anderen Großschutzgebieten**

### ***Nationalpark Müritz***

Im Gebiet des Müritz-Nationalparkes wurden in Kooperation mit den benachbarten Großschutzgebieten Nossentiner-Schwinzer Heide und Feldberger Seenlandschaft zunächst 1996 probeweise und 1997 dauerhaft zwei Sonderbuslinien für Touristen eingeführt, die zentrale Bereiche der Schutzgebiete erschließen. Als Fahrschein gibt es ein Nationalparkticket (8,- DM) als Tageskarte für die Buslinien. Zum doppelten Preis ist eine Benutzung aller Schiffslinien in den Schutzgebieten eingeschlossen. Zusätzlich sind mit den Nationalparktickets Ermäßigungsgutscheine für Besucher bestimmter Gaststätten verbunden. Die Busse werden durch Nationalpark-Mitarbeiter begleitet, die während der Fahrt Informationen über das Gebiet geben. Parallel zur Einführung wurde die durch die Busse befahrene Kreisstraße für den öffentlichen Verkehr gesperrt (Ausweisung als Anlieger frei). Außer Ferienwohnungen sind davon aber keine touristischen Betriebe als Anlieger betroffen. Die Straßensperrung kann als wichtige Ursache dafür angesehen werden, daß die Auslastung des Busses die Prognosen der Busgesellschaft bisher deutlich übertroffen hat.

Mit dem Nationalparkticket wird sowohl durch ein größeres Hotel der Region als auch durch den Tourismusverband überregional Werbung gemacht. Dabei spielt der Begriff des Nationalparkes in der Besucherwerbung eine signifikante Rolle.

Einer der nächsten geplanten Schritte ist die Einbeziehung der Deutschen Bahn (Kopplung eines Tagestickets "Der schöne Tag" mit dem Nationalparkticket) um auch Tagestouristen aus der weiteren Umgebung bei Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel für den Nationalpark zu gewinnen.

### ***Nationalpark Bayerischer Wald***

In den letzten Jahren wurden im Nationalpark Bayerischer Wald zwei touristische Ring-Buslinien (überwiegend 30-Minuten-Takt) mit erdgasbetriebenen Motoren in Betrieb genommen. Gleichzeitig wurden zwei Erschließungsstraßen im Nationalpark für die Tageszeit zwischen 8 bis 18 Uhr für den Individualverkehr gesperrt.

Zu den Tickets ist ein Bonus-Heft (Igel-Pass) erhältlich, das Anzeigen von Gaststätten und Geschäften enthält. Wer in diesen Einrichtungen für Umsatz sorgt, erhält Wertmarken, nach deren Vorlage die Fahrtkosten für den Bus erstattet werden, bzw. bei mehr Wertmarken Freikarten ausgegeben werden.

Dadurch wird sowohl ein Anreiz zur Gaststättenbenutzung sowie zum Busfahren bewirkt. Außerdem wird dadurch erreicht, daß sich die Tourismusbetriebe mit dem öffentlichen Verkehrssystem identifizieren und entsprechend Verantwortung mit übernehmen.

### ***Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer***

Im Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer wurden insbesondere in zwei Gebieten Maßnahmen zur Verkehrslenkung ergriffen. Auf der Hamburger Hallig wurde an einer öffentlichen Erschließungsstraße eine Mautstelle eingerichtet, wodurch der Fahrverkehr deutlich reduziert werden konnte.

Im Gebiet von St. Peter Ording wurde eine Verlagerung des ruhenden Verkehrs vom Strandbereich in den Ortsrandbereich durchgesetzt.

### ***Nationalpark Berchtesgadener Land***

Im Gebiet des Nationalparkes befindet sich eine für den öffentlichen Verkehr gesperrte Staatsstraße, auf der Touristen mit einem durch die Nationalparkverwaltung mitfinanzierten Nationalpark-Bus befördert werden können. Lediglich Nutzer der anliegenden Almen haben für die Straße eine Zufahrtsberechtigung. Am Rand des Nationalparkes werden alle Parkplätze bewirtschaftet (3...6 DM/Auto), ohne daß damit aber spezielle Angebote im öffentlichen Verkehr finanziert würden. Daneben wurden im Ortszentrum von Berchtesgaden (außerhalb des Nationalparkes) Teile der Innenstadt für den Verkehr am Tage gesperrt und erdgasbetriebene Stadtbus-Zubringer eingerichtet.

### ***Biosphärenreservat Rhön***

Im BR Rhön wird versucht, durch die Einführung eines touristischen Sonderbusses (Wasserkuppen-Wanderbus) in Verbindung mit der flächenhaften Bewirtschaftung von Parkplätzen außerhalb der Ortschaften Anreize für einen Umstieg vom Auto zu erreichen. In der Testphase 1996 war die Auslastung des Sonderbusses zunächst sehr gering, so daß ein Abbruch des Experimentes zu befürchten war. Für 1997 wurde insbesondere durch Marketingmaßnahmen sowie eine Verkürzung des Taktes von zwei auf eine Stunde eine wesentliche Steigerung der Auslastung erreicht. Durch Mitarbeiter der Naturwacht wird teilweise während der Fahrt über das Gebiet informiert.

Die Einführung der Parkraumbewirtschaftung erfolgte nachträglich, zunächst nur im bayrischen Teil des Schutzgebietes und ist geplant auch für den hessischen Teil.

Besondere Beachtung wird der Akzeptanzgewinnung bei den Gastwirten im Gebiet für die Leilinen des Verkehrskonzeptes geschenkt. Hierbei sind bereits spürbare Erfolge erreicht worden.

### ***Naturpark Obere Donau***

Im Naturpark Obere Donau wurde mit wesentlicher Unterstützung durch Sponsoren eine touristische Eisenbahnlinie neu eröffnet (zwischen Sigmaringen und Tuttlingen). Die Züge fahren im Takt ergänzend zu sonstigen Zug- und Busverbindungen. Hierfür wurde auch bereits stillgelegte Haltepunkte reaktiviert. Die Preise liegen zwischen 2 und 8 Mark pro Fahrt. Für Familien und Gruppen bis fünf Personen gibt es ein Sonderticket für 20,- DM.

Die Werbung für die Zuglinie wird sehr offensiv und in enger Kopplung mit dem Begriff des Naturparkes durchgeführt.

### ***Märkische Schweiz***

Im Naturpark Märkische Schweiz befindet sich derzeit ein Verkehrskonzept im Abstimmungsprozeß mit den Gemeinden und Trägern öffentlicher Belange. Es sieht vor, eine Reihe von bisher öffentlichen (Wald-)Staßen für den motorisierten Verkehr zu sperren und an den Rändern des Gebietes Auffangparkplätze einzurichten.

### ***Thüringer Wald***

Für den Naturpark Thüringer Wald wurde ein Verkehrskonzept erarbeitet, das vor allem auf eine Verkehrsverlagerung durch Bündelung des motorisierten Individualverkehrs auf begrenztes Hauptstraßennetz vorsieht. Hierfür wird u.a. eine Rennsteig-Höhenstraße ausgewiesen.

### ***Harz***

Im Nationalpark Hochharz existiert seit vielen Jahrzehnten als Teil der Harzer Schmalspurbahn eine Bahnlinie zum Brocken, die nach der Wende wieder in Betrieb genommen wurde und sehr stark ausgelastet ist. In diesem Gebiet geht die Bestrebung der Nationalparkverwaltung dahin, den Bahnbetrieb aufgrund seiner Umweltbelastung (Luftschadstoffe, Lärm, Öl) zu reduzieren bzw. im Winterhalbjahr ganz einzustellen. Ob diese Vorstellungen durchsetzungsfähig sind, ist jedoch fraglich.

## **3 Management der touristischen Mobilität in der Nationalparkregion**

### **3.1 Einführung**

Entscheidend für den Erfolg einer Beeinflussung des Mobilitätsverhaltens der Touristen in der Sächsischen Schweiz ist das gleichzeitige und aufeinander abgestimmte Handeln auf den verschiedenen Ebenen des Mobilitätsmanagements, vor allem der Angebotsgestaltung, der Preisgestaltung und der Öffentlichkeitsarbeit. Eine Konzentration der Kräfte auf einen dieser drei Bereiche führt zu einer erheblichen Bindung von Finanzmitteln, kann aber keine optimale Gesamtwirkung erreichen.

Entscheidend für den Touristen ist, inwieweit das Gesamtsystem der Mobilitätsangebote funktioniert. Besitzen nur einzelne Bereiche oder Verbindungslinien ausreichende Qualität, wird dies nicht zum Umsteigen größerer Personengruppen führen. Wer (sowohl im Tagesausflug als auch im Wochenurlaub) bewußt auf das Auto verzichten will, muß eine im Prinzip lückenlose Alternative angeboten bekommen. Dies gilt auch für den Mehr-Tages-Touristen, der dafür gewonnen werden soll, sein Auto für die Gesamtdauer seines Aufenthaltes in der Garage stehen zu lassen.

Wenn das Angebot stimmt, muß es aber noch gut verkauft werden. Die Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel darf nicht das Image einer Notlösung behalten. Es muß "In" sein bzw. werden, nicht mit dem eigenen Auto zu fahren, und hierfür müssen sehr viele Marketing-Register koordiniert gezogen werden.

### **3.2 Weiterentwicklung der Mobilitätsangebote**

#### **3.2.1 Öffentlicher Verkehr**

Eine Optimierung des Angebotes im öffentlichen Verkehr muß in erster Linie an den Anforderungen der potentiellen Kunden gemessen werden.

Wesentliche Kriterien für ein attraktives öffentliches Verkehrssystem sind dabei:

- kurze Reisezeiten  
(fußläufige Entfernungen zu und von den Haltestellen [max. 500m], hohe Taktfrequenz, aufeinander abgestimmte Umsteigebeziehungen mit minimierten Wartezeiten sowie eine behinderungsfreie, zügige Fahrt)
- klare übersichtliche Informationen über die vorhandenen Angebote (Taktfahrplan, Haltestellen- und Fahrplangestaltung)
- eine Preisgestaltung, die Mehrfachnutzer erkennbar bevorteilt

- ein unkompliziertes Zur-Verfügung-Stellen von Fahrscheinen
- Fahrzeuge, die den Anforderungen an Komfort und Identifikation genügen  
(z.B. niedrige Einstiegshöhen, bequeme Sitze, ausreichend Platz zum Aus- und Einsteigen, Platz für die Mitnahme von Fahrrädern u.a. Gepäckstücken)

Das Leitbild der Angebotsgestaltung müßte die Bereitstellung eines "rollenden Teppichs" sein, der vom Fahrgast ohne große Umstände und Zeitverzug in Anspruch genommen werden kann. Bei größeren Taktabständen, wie sie z.T. unvermeidbar sind, muß der Kunde sich mindestens unkompliziert und rechtzeitig über die Abfahrtszeiten und alle weitere Teile der Transportkette informieren können.

Zusätzliche Aspekte für den touristischen Verkehr sind:

- hoher Erlebniswert während der Fahrt
- unverwechselbare Charakteristik der Fahrzeuge
- große Flexibilität gegenüber dem zeitlich schwankenden Bedarf

Die Reisegeschwindigkeit besitzt gegenüber dem Alltagsverkehr geringere Bedeutung. Entscheidend ist aber, wie stark sich die potentiellen Kunden mit dem Verkehrssystem identifizieren, es als "ihr" eigenes betrachten können.

## **Bus- und Taxiverkehr**

### ***Linienverkehr***

Die derzeitigen Linienverkehre stellen ein festes Grundangebot dar, das sich vor allem an den Anforderungen des Alltagsverkehrs orientiert (insbesondere Schülerverkehr und Berufsverkehr). Entsprechend der Verkehrsdichte in der Sächsischen Schweiz können mit dem Linienverkehr nur auf ausgewählten Hauptstrecken Taktzeiten erreicht werden, die den oben erwähnten Anforderungen nahe kommen (z.B. S-Bahn im 30-Minuten-Takt). Für die starken Schwankungen des touristischen Verkehrs ist dieses Basisangebot nicht flexibel genug.

Dennoch besteht auch bei diesem Basisangebot ein erheblicher Optimierungsbedarf hin zu

- einem durchgängigen Taktfahrplan in der gesamten Region
- der Organisation von zentralen Treff- und Umsteigepunkten mit verlässlicher Kopplung der verschiedenen Linien und Verkehrssysteme
- dem Abbau von Parallelverkehr im Linienbetrieb

Für die komplexe Neugestaltung der Fahrpläne sollte neben der Berücksichtigung der Interessen der einzelnen Gemeindeverwaltungen ein Verfahren zur direkten Einbeziehung der Fahrgäste gewählt werden, da hierdurch viele konkrete Anforderungen sowie Informationen zu Schwächen des derzeitigen Angebotes in die Neugestaltung einfließen können.

Zweckmäßig hierfür wäre:

1. Die Durchführung von Planungsverfahren im Rahmen der Erarbeitung des Nahverkehrsplanes für die Sächsische Schweiz mit im Zufallsverfahren ausgewählten Bürgern der Region (Planungszellen); Ergänzend hierzu könnten auch Planungszellen mit potentiellen Touristen durchgeführt werden, um die Anforderungen für den touristischen Verkehr stärker einzubringen.
2. Die Einrichtung eines dauerhaften Fahrgastbeirates mit Interessenvertretern und sonstigen Bürgern aus der Region.

### **Sonderbusse**

Ergänzend zum Basisangebot des Linienverkehrs sind für den touristischen Verkehr (im Sommerhalbjahr und verstärkt an den Wochenenden) zusätzliche Angebote erforderlich, die sich in das Grundsystem einfügen müssen.

#### Touristische Linien

Auf Strecken mit starkem touristischen Verkehr sind Sonderlinien zweckmäßig, wie sie auf einigen Strecken (Königstein, Bastei) bereits durch die Firma Nuhn/Henke/Rüger GbR angeboten werden. Ein Ausbau durch zusätzliche Strecken, wie z.B.

- im Kirnitzschtal zwischen Bad Schandau und Hinterhermsdorf oder
- eine Ringverbindung Königstein - Bad Schandau - Hohnstein - Bastei - Königstein wäre wünschenswert.

Wichtige Kriterien für den Erfolg solcher Angebote sind z.B.:

- attraktive, dem touristischen Verkehrszweck angepaßte Gestaltung der Fahrzeuge

Dies kann durch historisierende Fahrzeuge geschehen, wie bei Nuhn/Henke/Rüger, wäre aber auch mit modernen Bussen möglich, wenn sie sich vom Fahrzeugbestand des Alltagsverkehrs abheben, z.B. Elektrobusse + Werbung für den Nationalpark an den Außenseiten

- Halten auf freier Strecke

Insbesondere das Einsteigen sollte überall möglich sein. Damit muß der Tourist nicht längere Zeit an einer Haltestelle auf den Bus warten, sondern kann weiterwandern und steigt in den Bus ein, wenn er kommt.

(Dieses flexible Ein- und Aussteigen sollte auch für den herkömmlichen Linienverkehr eingeführt werden.)

#### ■ Informationen durch den Fahrzeugführer

Der Fahrzeugführer ist die entscheidende Kontaktpersonen zwischen Verkehrsbetrieb und Kunden. Die traditionelle Rolle der Fahrers beschränkte sich auf das zuverlässige Führen des Fahrzeuges sowie ggf. den Fahrscheinverkauf. Für ein attraktives touristisches Verkehrsangebot erwachsen für den Fahrer jedoch höhere Anforderungen:

- Der Fahrer kann gleichzeitig zum Darbieter der Region werden. Hierzu gehören Informationen über das Gebiet, die nächsten Haltepunkte, einzelne Sehenswürdigkeiten sowie Daten zur Geschichte.
- Daneben sollte er einen Überblick über das gesamte Mobilitätsangebot der Region haben, auf Anschlußmöglichkeiten verweisen oder auf Sondertarife aufmerksam machen.

Neben der regelmäßigen Bedienung der Hauptstrecken kann es durch besonders starken Verkehr an bestimmten Wochenenden oder durch Veranstaltungen bzw. andere Ereignisse erforderlich sein, weitere Busse einzusetzen. Hierfür ist eine Informationszentrale und aktiver Funkkontakt zwischen den Fahrern und der Zentrale erforderlich, um kurzfristig zusätzliche Fahrzeuge zum Ort der Nachfrage zu bringen.

Gerade die Spitzenverkehrszeiten oder Ereignisse mit besonders hohem Verkehrsaufkommen vermitteln besonders vielen Gelegenheitskunden des öffentlichen Verkehrs einen Eindruck über das Funktionieren dieses Systems, daher kommt es gerade auch in diesen Situationen darauf an, ein funktionierendes und bedarfsgerechtes System anzubieten. Negative Erfahrungen von Touristen, die sich erstmals oder selten auf den öffentlichen Verkehr verlassen, sind sehr dauerhaft und schwer zu korrigieren.

Andererseits ist positive Mundzu-Mund-Propaganda die beste Werbung für den öffentlichen Verkehr.

#### ***Anruf-Sammel-Taxis***

Zu Zeiten mit geringem Verkehrsaufkommen (z.B. außerhalb der Saison, vor allem aber in den Abendstunden im Sommerhalbjahr) wären noch flexiblere Angebote erforderlich. Dabei geht es vor allem darum, Wanderer, die den Tag

bis in die Abendstunden nutzen wollen, wieder zurück in die Unterkunft bzw. zum Hauptverkehrssystem zu bringen.

Als Grundmodell könnte das Anruf-Sammel-Taxi (AST) in Frage kommen. Für die Gestaltung solcher System gibt es unterschiedliche Varianten (Skala u.a., 1996):

- mit und ohne Fahrplan
- mit und ohne feste Haltestellen
- im Linien-, Richtungsband- oder Flächenbetrieb

Als Fahrzeuge kommen Taxis oder Kleinbusse in Betracht.

Für die Verhältnisse in der Sächsischen Schweiz kommt in erster Linie ein auf die Täler konzentrierter Linienbetrieb mit festen Zustiegs- und flexiblen Ausstiegspunkten in Betracht. Die Fahrtanmeldung muß von den festen Einstiegspunkten aus telefonisch möglich sein (Einmündung von Wanderwegen in die Haupttäler). Bei der Variante mit festem Fahrplan entfällt die Fahrt, wenn keine Anmeldung rechtzeitig vorliegt. Da die Wanderer einerseits ihre Fahrt oft erst an der Haltestelle anmelden können, andererseits meistens mindestens zu zweit sind und damit ein ausreichender durchschnittlicher Besetzungsgrad bereits nach einer Anmeldung gegeben ist, könnte auf den festen Fahrplan verzichtet werden.

Neben den Haltepunkten sollte eine Anmeldung auch in den Ausflugslokalen möglich sein.

Beispiel für den erfolgreichen Einsatz von Ruf-Bus-Systemen oder Anruf-Sammel-Taxen gibt es z.B. in Wunstorf Wals-Siezenheim, Lech, Mödling, Klosterneuburg (Österreich), Neustadt an der Waldnaab (Bayern), Neustadt am Rübenberge (Niedersachsen) und viele andere (Skala u.a., 1996).

Darüber hinaus wäre zu empfehlen, für Mehr-Tages-Touristen Bahn-Taxis einzuführen, die den Gast am Zug abholen und direkt ins Hotel bringen. Der Preis für die Taxis-Fahrt kann in einem Kombi-Ticket in der Bahnfahrkarte enthalten sein.

Mindestens sollte der Hotelgast bei Buchung ein Informationsfaltblatt mit den Anreisemöglichkeiten und Tarifen des ÖV bekommen.

## **Schieneverkehr**

### ***S-Bahn***

Die S-Bahn-Verbindung von Dresden nach Schöna stellt das Herzstück des öffentlichen Verkehrs in der Region dar. Mit einem 30-Minuten-Takt bietet sie ein ausreichendes Grundangebot. Nur an Wochenenden mit besonders

starkem Besucherverkehr sind zusätzliche Züge erforderlich.

Die noch vorhandenen Parallelverkehre durch die Busstrecken Nr. 240 und 241 sollte abgebaut und die Anbindung der an der Strecke liegenden Ortschaften an die S-Bahn-Höfe verbessert werden.

### ***Semmeringbahn***

Die Bahnstrecke zwischen Bad Schandau und Neustadt (Weiterführung bis Bautzen) ist durch ihre Lage für den Ausbau als touristische Attraktivität geeignet.

Der derzeitige Zustand von Fahrzeugen, Haltepunkten sowie dem gesamten Informations- und Erscheinungsbild trägt dem kaum Rechnung. Aufgrund des aktuellen Fahrgastaufkommens kann der angebotene Zwei-Stunden-Takt wohl kaum lange aufrechterhalten werden - auch wenn es von politischer Seite in der Region ein klares Bekenntnis zum Erhalt der Strecke gibt.

Grundsätzliche Anforderungen für eine betriebswirtschaftlich tragfähige Betreuung der Strecke wären z.B.:

- der Ankauf neuer Fahrzeuge
  - Variante 1: moderne doppelstöckige Schienenbusse mit Panoramafenstern
  - Variante 2: Beschaffung und Sanierung historischer, zum Teil offener Wagen
- Schaffung eines erkennbaren Designs für die gesamte Bahn (Fahrzeuge, Haltepunkte, Informationsmaterial, Fahrscheine etc.)
- Kofinanzierung des Betriebes durch Sponsoren (vor vornherein Integration in das Gesamtdesign)
- Errichtung von attraktiven Haltepunkten an der Strecke (Unterstellmöglichkeit, klare Informationen [in klarer Trennung zu den Fahrinformationen auch Informationen zum Nationalpark oder touristischen Angeboten], Sauberkeit, Beschränkung auf das Wesentliche)
- Sanierung der Schienen zum Abbau von Langsamfahrstrecken
- Fahrscheinverkauf durch Zugbegleiter, zusätzlich Automaten in Bad Schandau, Sebnitz und Neustadt
- Verdichtung des Fahrplanes an Wochenenden zum Stundentakt
- Anbindung an die anderen Verkehrsträger

z.B. Ringverkehr Bad Schandau - Sebnitz - Buschmühle - Bad Schandau ermöglichen  
Zubringerbusse z.B. aus Rathen - Waltersdorf- Porschdorf - Rathmannsdorf anbinden

- Herausgabe eines eigenständigen Prospektes für die Semmeringbahn, Auslage an allen Schaltern und Informationastellen der Region sowie Auslage im Zug
- Einbringen von Berichten in sonstige Publikationen der Region

Zur Umsetzung dieser Vorschläge sind sicher durch die Bildung einer privaten Betreibergesellschaft günstigere Voraussetzungen gegeben als unter dem Dach der Deutschen Bahn. Als Anschub für die Investitionen und den Betrieb sind allerdings zunächst erhebliche öffentliche Zuwendungen erforderlich. Durch die Aussicht einer künftig mit kalkulierbarem öffentlichen Zuschuß funktionierenden touristischen Attraktivität dürften diese Investitionen jedoch zu rechtfertigen sein. Hier sind jedoch genauere betriebswirtschaftliche Kalkulationen erforderlich.

Ein Beispiel für eine solche (Wieder)einführung einer touristischen Bahn gibt es zum Beispiel mit dem Naturpark-Express des Naturparkes Obere Donau. (Siehe Abschnitt 2.2)

### ***Kirnitzschtalbahn***

Mit der Kirnitzschtalbahn existiert bereits eine Attraktion, die zum Teil bereits auch als Marken- oder Erkennungszeichen für die touristischen Verkehrsangebote der Region benutzt wird.

Die fehlende direkte Anbindung an andere Verkehrsträger in Bad Schandau sowie der verhältnismäßig hohe Fahrpreis machen die Kirnitzschtalbahn jedoch nicht zu einem integralen Bestandteil des öffentlichen Verkehrssystems in der Sächsischen Schweiz sondern weisen ihr eine Sonderrolle als touristische Attraktion zu. Dementsprechend sind die Fahrgastzahlen insbesondere seit der letzten drastische Preiserhöhung deutlich gesunken. In dieser Form ist die Wirtschaftlichkeit der Strecke noch stärker eingeschränkt, als durch die allgemeinen Randbedingungen für den öffentlichen Verkehr ohnehin gegeben.

Für eine Erhöhung der Benutzung sind vor allem folgende Faktoren wichtig:

- Einbindung des Entgeltes für die Benutzung der Bahn in ein Tagesticket für die gesamte Sächsische Schweiz (siehe auch Abschn. 2.3), gleichzeitig Einführung eines Kurzstreckentarifes (z.B. für bis zu drei Haltestellen) als Alternative zum Tagesticket

- Einrichtung eines Pendelbusverkehrs zwischen Bahnhof Bad Schandau und Endstelle der Kirnitzschtalbahn (bei höherem Verkehrsaufkommen, z.B. durch Verkehrsberuhigung im Kirnitzschtal auch im Zwischentakt zur Bahn durchgehende Verbindungen bis Hinterhermsdorf)

### 3.2.2 Individualverkehr

#### Boots- und Fahrradverkehr

Für privaten Bootsverkehr bietet die Elbe als Mittelader der Sächsischen Schweiz gute Voraussetzungen, relevant insbesondere für den Mehr-Tages-Touristen. Ausleihmöglichkeiten von Kanubooten sind bisher jedoch nicht vorhanden. Da der Bootsverkehr auf der Elbe im wesentlichen ein Ein-Richtungs-Verkehr sein wird, sind hierfür jedoch ein größerer Bootspark sowie tägliche Rücktransporte erforderlich.

Die Wirtschaftlichkeit des Bootsverleihs dürfte daher an die Kopplung von Zusatzgeschäften (Cafés, Fahrradverleih u.ä.) gebunden sein.

Der Fahrradverkehr spielt in der Sächsische Schweiz nur eine untergeordnete Rolle. Dennoch kann es gerade für Mehr-Tages-Touristen interessant sein, einen Tag mit Radwandern, insbesondere im Elbtal einzulegen. Hierfür sind Ausleihmöglichkeiten erforderlich, die mit den übrigen Verkehrsangeboten verknüpft sind.

Der Tourismusverband hat hierzu ein Sächsische Schweiz-Fahrrad entwickeln lassen und mit der Ausleihe an Bahnhöfen (Bad Schandau, Pirna) begonnen. Dieses System sollte weiter ausgebaut werden.

Für eine wirtschaftliche Betreuung von Fahrrad- und Bootsausleihstellen sind insbesondere folgende Kriterien wichtig:

- Neben den bestehenden Ausleihstellen an den Bahnhöfen sollten kombinierte Boots- und Fahrrad Ausleihstellen direkt in Elbnähe eingerichtet werden
- Ausleih- und Abgabestelle dürfen nicht unbedingt identisch sein
- eine kombinierte Boots- und Fahrrad Ausleihe sollte kostengünstig möglich sein (stromabwärts Boot, stromaufwärts Rad)
- Die Ausleihstellen sollten mit komplexen Service- und Informationsstellen verknüpft sein (vom Ansatz her in Bad Schandau, Bahnhof bereits geplant), auch Kopplung mit Gastronomie sinnvoll

Neben den bewirtschafteten Ausleihstellen wäre auch ein Leihsystem mit Chipkarte für die gesamte Region möglich. Hierbei können an zahlreichen Stellen Fahrräder per Chipkarte (oder Fünfmarkstück) entnommen und an einer beliebigen anderen Ständerstelle gegen Entnahme des Chips wieder abgestellt werden. Solche Entnahmestellen könnten neben den Haltestellen des öffentlichen Verkehrs zum Beispiel die größeren Gaststätten sein. Dadurch würde eine für den Touristen sehr kostengünstige Alternative zur Benutzung regionaler öffentlicher Verkehrsmittel geschaffen.

Durch die Herausgabe einer Fahrradwanderkarte können geeignete Radwanderwege bekannt gemacht, aber auch die notwendigen Restriktionen zur Befahrung von Waldwegen in Nationalpark-Gebiet publiziert werden.

### **Fußgängerverkehr**

Durch das bestehende Netz von Wanderwegen existieren in der Sächsischen Schweiz sehr gute Möglichkeiten für ausgedehnte Wanderungen und Spaziergänge. Oft endet die Attraktivität dieses Wegenetzes jedoch am Ortseingang. Wenn die Wanderung (insbesondere für Mehr-Tages-Touristen) nicht mit dem eigenen Pkw beginnen soll, müssen auch innerorts attraktive Fußwegnetze geschaffen werden. Dies erfordert i.d.R. eine in der klassischen Verkehrsplanung oft vernachlässigte Fußgängerverkehrsplanung.

### **Motorisierter Individualverkehr**

Mit den nötigen Angeboten für den motorisierten Individualverkehr befaßt sich die herkömmliche Verkehrsplanung sehr intensiv. Daher sind in diesem Zusammenhang dazu keine näheren Ausführungen erforderlich.

Wesentlich für eine Annahme aller zuvor beschriebenen Angebote ist jedoch die räumliche Beschränkung der Nutzung privater Kfz im Gebiet, verbunden mit einer flächendeckenden Parkraumbewirtschaftung.

Neben dem Schutz empfindlicher Landschaftsräume vor dem Kfz-Verkehr können auch flächenhafte Verkehrsberuhigungen in den Ortskernen der größeren Orte im Gebiet (wie bereits im touristischen Leitbild für die mittelfristige Entwicklung erwähnt) in mehrfacher Hinsicht positive Effekte haben:

- Reduzierung der mit dem Verkehr verbundenen Belastungen,
- Schaffung von mehr Raum für Fußgänger,
- Steigerung der Aufenthaltsqualität in den Orten und damit Erhöhung der Anziehungskraft für Touristen.

Konzepte für verkehrsberuhigte Ferienorte wurde und werden bisher vor allem im Alpenraum umgesetzt, z.B.

- in den Bayrischen Alpen (z.B. Garmisch-Partenkirchen, Berchtesgaden, Oberstdorf)
- in Österreich (z.B. Bad Hofgastein, Werfenweng, Heiligenblut, Hallstadt)
- in der Schweiz (z.B. Zermatt, Saas-Fee, Braunwald) (Thaler u.a., 1995)

Auch für Tal- oder Paßstraßen (Kleinwalsertal, Großglockner Hochalpenstraße) sind Verkehrsberuhigungsmaßnahmen in Vorbereitung. Problematisch sind hierbei jedoch bloße Verlagerungen von Verkehr an die Ortsrandbereiche (Kalwitzki, 1994).

Zu wirtschaftlichen Konsequenzen von Verkehrsberuhigungsmaßnahmen wird im Fallbeispiel Kirnitzschtal näher eingegangen.

### **3.3. Möglichkeiten der Preisgestaltung**

In Anbetracht der Tatsache, daß öffentliche Verkehrsmittel gegenüber der Benutzung des privaten Pkw meist teurer erscheinen, da beim Privatauto die Grundkosten i.d.R. nicht mit betrachtet werden, bzw. diese unabhängig von der Wahl des Verkehrsmittels im konkreten Fall ohnehin aufgebracht werden, kommt einer ausgefeilten Preisgestaltung beim ÖV große Bedeutung zu.

Hinzu kommt, daß das Auto meist den Vorteil hat, daß man es benutzen kann, ohne sich über Vorbedingungen wie Fahrscheinerwerb oder Abfahrtszeiten Gedanken zu machen. Um mit dem Auto konkurrieren zu können, müssen daher die Zugangsmöglichkeiten zum öffentlichen Verkehr so einfach wie möglich gestaltet werden.

Im Zuge des Aufbaus des Verkehrsverbundes Sächsische Schweiz gehört die Einführung eines regionsweiten Verbundtickets zu den grundlegenden Zielstellungen. Dies ist die Basis für alle weiteren Vorschläge und sollte daher von allen beteiligten Akteuren mit der entsprechenden Kompromißbereitschaft vorangebracht werden. Dabei sollten auch Angebote wie Wochenendtickets, Familientickets (für einen Tag oder ein Wochenende) und Monatskarten ein selbstverständlicher Bestandteil der Angebotspalette sein.

Darüber hinaus gibt es zusätzliche Möglichkeiten, die Touristen an der Finanzierung des öffentlichen Verkehrs zu beteiligen und zum Umstieg zu bewegen.

### **ÖPNV-Abgabe in der Kurtaxe**

Der Grundgedanke besteht in der Kopplung der Kurtaxe mit einer Freikarte zur Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel. Dies bedeutet, daß jeder Gast in einem Ferienort mit Kurtaxe damit automatisch einen ÖPNV-Anteil bezahlt und mit der Gästekarte alle Busse und Bahnen in der Region frei benutzen kann. Die Vorteile liegen auf der Hand: Der Gast bezahlt die ÖPNV-Nutzung nicht gesondert und nicht verbunden mit einer Kaufentscheidung sondern er erhält ein Komplett-Angebot, in dem diese Leistung integriert ist. Daneben wird er auch zur Benutzung des ÖPNV angeregt, da er die nun einmal bezahlte Leistung auch in Anspruch nehmen will.

Solche Angebote existieren z.B. in der Stadt Konstanz oder im Kurort Bad Hofgastein in Österreich.

Rechenbeispiel:

| Zahl der Übernachtungen | Aufschlag für eine Person | Aufschlag ab zwei Personen |
|-------------------------|---------------------------|----------------------------|
| bei ein bis zwei        | 3,- DM/Tag                | 6,- DM/Tag                 |
| drei bis sechs          | 2,- DM/Tag                | 4,- DM/Tag                 |
| ab einer Woche          | 10,- DM/Woche             | 20,- DM/Woche              |

Wenn bei 1 Million Übernachtungen pro Jahr in der Sächsischen Schweiz jede zweite Person pro Übernachtung im Durchschnitt 2,- DM Nahverkehrabgabe im Zusammenhang mit der Kurtaxe zahlt, wird dadurch in der Region pro Jahr eine Million DM zusätzlich eingenommen.

Durch ein solches Modell werden Mehr-Tages-Touristen bevorzugt, da die Abgabe über die Kurtaxe nach diesem Beispiel geringer wäre, als ein Tagesticket für den Verkehrsverbund sein könnte. Dies kann jedoch als positiver Nebeneffekt betrachtet werden.

### **Kopplung von Fahrscheinen mit der Parkraumbewirtschaftung**

Ein bereits an der Bastei praktiziertes Prinzip ist die Verknüpfung einer Parkplatzgebühr mit der Freifahrt in einem Bus. Ein wesentliches Erfolgskriterium hierfür ist die Bedingung, daß die Parkplatzgebühr höher ist, als der Busfahrschein für den reinen ÖPNV-Nutzer - und dies unter Beachtung der Tatsache, daß die Belegung der Autos an touristischen Zielpunkten höher als zwei Personen liegen dürfte.

Eine weitere wichtige Randbedingung ist, daß die Parkraumbewirtschaftung in kurzen Schritten in der gesamten Nationalparkregion durchgesetzt werden muß, um Verdrängungseffekten vorzubeugen.

**Rechenbeispiel für die Preisgestaltung:**

*Tagestouristen*

|                                                         |             |
|---------------------------------------------------------|-------------|
| Parkgebühr für ein Auto inklusive Freifahrt mit Bussen: | 15,- DM/Tag |
| Parkgebühr für ein Auto ohne Busbenutzung:              | 10,- DM/Tag |
| Tageskarte für ÖV-Benutzung für eine Person             | 6,- DM/Tag  |
| Tageskarte für zwei und mehr Personen (Familienkarte)   | 12,- DM/Tag |

*Wochentouristen*

|                                                        |             |
|--------------------------------------------------------|-------------|
| Wochenkarte für ÖV-Benutzung für eine Person           | 20,- DM/Wo. |
| Wochenkarte für zwei und mehr Personen (Familienkarte) | 40,- DM/Wo. |
| Kosten für 6 mal Parken im Gebiet ohne Busbenutzung    | 60,- DM     |

Bereits für Tagestouristen, insbesondere aber für Mehr-Tages-Touristen wird es bei einer solchen Preisgestaltung finanziell vorteilhafter, das eigene Auto im Unterkunftsort bzw. zu Hause stehen zu lassen. Wenn gleichzeitig das System der ÖV-Abgabe im Zusammenhang mit der Kurtaxe zur Anwendung kommt, wird der Unterschied noch deutlicher.

**Gutscheine**

Der Tourismusverband Sächsische Schweiz hat in Zusammenarbeit mit regionalen Kultur- und Freizeiteinrichtungen ein Gästekartenheft herausgegeben, das neben Postkarten eine Reihe von Gutscheinen für die Benutzung der an der Aktion beteiligten Einrichtungen enthält. Damit wird insbesondere für solche Einrichtungen geworben, die der Tourist eher noch nicht kennt und sonst nicht aufgesucht hätte.

Dieses Prinzip ist auch in anderen Varianten denkbar, z.B.:

- Kopplung von Busfahrtscheinen oder Wochenendtickets mit je ein oder zwei Gutscheinen für die Einkehr in bestimmten Gaststätten
- analoge Kopplung von Parkscheinen von bewirtschafteten P+R-Plätzen mit Gutscheinen
- oder ähnlich zum bisherigen Prinzip Ergänzung des Gästeheftes durch ausgewählte Gaststätten

Die Auswahl der einzubeziehenden Gaststätten sollte unter Beachtung feststehender Qualitätskriterien erfolgen (z.B. Angebot regionaler Produkte in Verbindung mit regionaler Küche, Kriterien der ökologischen Betriebsführung, allgemeines Qualitätsniveau)

Durch eine solche Aktion entsteht der Eindruck, daß dem Touristen ein Teil der Leistung geschenkt wird. Dadurch kann die Akzeptanz für die erforderlichen Preise beim ÖV oder der Parkraumbewirtschaftung unterstützt werden.

Für die Gastwirte ist dies eine werbewirksame Aktion, die nicht zu Umsatzeinbußen führt, sondern durch die Gewinnung zusätzlicher Kunden höhere Umsätze erbringt.

Darüber hinaus wäre mit einer solchen Aktion ein Anreiz gegeben, Gaststätten zu den oben erwähnten qualitativen Entwicklungen anzuregen.

Analog zum Gutscheinsystem wäre z.B. eine prozentuale Fahrpreiserstattung für die Bahnreise von Hotelgästen durch die Hotels möglich. Der Vorteil für die Hotels:

- Die Erstattung ist werbewirksam, die Umsatzeinbuße kann weitgehend durch die Kalkulation des Übernachtungspreises aufgefangen werden
- Es sind weniger Stellplätze für Hotelgäste erforderlich

Ebenso wäre es möglich, bahnanreisende Gäste auf Vorbestellung mit Kleinbus oder Taxi vom Bahnhof abzuholen (wird z.B. von den Bad Schandauer Kurkliniken praktiziert) und diesen Service entsprechend zu vermarkten (siehe auch Abschn. 2.2.1 zu Bahn-Taxi).

Eine andere Variante dieses Prinzips stellt die in Abschnitt 2.2 dargestellte Lösung im Nationalpark Bayerischer Wald dar (Igel-Pass).

### **3.4 Mobilitätsberatung**

Einen wesentlichen, in der bisherigen Praxis aber weitgehend vernachlässigten Bestandteil des Mobilitätsmanagements stellt die Öffentlichkeitsarbeit und Beratung dar. Hierbei werden im wesentlichen folgende Ziele angestrebt

- Sensibilisierung und Motivation für eine umweltverträgliche Mobilität
- Information über vorhandene Mobilitätsangebote und Preise

Eine grundsätzliche Voraussetzung für eine erfolgreiche Mobilitätsberatung ist die positive Grundausstrahlung des Informationsansatzes. Botschaften, die die mit dem Verkehr verbundenen Probleme in den Vordergrund stellen oder

bestimmte Verhaltensweisen kritisieren, werden wenig Aufnahmebereitschaft finden. Es müssen vor allem positive Qualitäten wie Spaß, Komfort, Naturerlebnis u.ä. mit dem Produkt des Mobilitätsmanagements verbunden werden.

**Aufgaben einer Mobilitätsberatung** können z.B. sein:

- Durchführung von kampagnenorientierter Zusammenarbeit mit den regionalen Massenmedien
- Erarbeitung von Informationsmaterial
- Information über Verkehrsangebote (Fahrplanauskunft, Zusammenstellung günstiger Verbindungen, Hinweise auf Sondertarife)
- Informationszentrale für Anruf-Sammel-Taxis
- Vermittlung von Mitfahrgelegenheiten
- Organisation und Abstimmung von Mobilitätsangeboten im Zusammenhang mit großen Veranstaltungen
- Kommunikationsdrehscheibe zwischen Kunden, Gemeindeverwaltungen und Verkehrsträgern (allgemein, aber auch bei besonderen Stoßzeiten Vermittlungsstelle für unplanmäßige Verkehrsnachfrage)
- Vermittlung von Verbraucherinformationen (Rad-Tests, Auto-Tests, Versicherungen, Reparaturmöglichkeiten)
- Entgegennahme von Beschwerden und Anregungen
- Organisation der Partizipation der Nutzer in die Planung von Verkehrsangeboten (z.B. Befragungen, Einbeziehung in Planungen, Organisation eines Fahrgastbeirates u.a.)

Neben den Aufgaben für die touristische Mobilität könne die Beratungsstellen durchaus auch Aufgaben für den Alltagverkehr der Einheimischen übernehmen, z.B.:

- Organisation von Car-Pools (Pendlerbörse)
- Organisation von Gemeinschaftsfahrten zur Kinderbeförderung (z.B. zu Kindergärten)
- Organisation von Car Sharing

Die Botschaft der Region an den Touristen ist um so wirkungsvoller, je klarer und einheitlicher sie vermittelt wird. Daher empfiehlt sich die Erarbeitung eines zwischen den Gemeinden und Verkehrsträgern abgestimmten Beratungs- und

Öffentlichkeitskonzeptes, das bis hin zu einem einheitlichen Layout von Fahrplänen oder Informationsstellen geht.

Um die Öffentlichkeits- und Beratungsarbeit effektiv gestalten zu können, ist die Herausarbeitung spezieller erfolgversprechender Zielgruppen erforderlich, auf die dann konkrete Strategien zugeschnitten werden müssen.

Ein entscheidendes Erfolgskriterium für die Mobilitätsberatung auf allen Ebenen ist der offensive Zugang auf den Kunden. Ausschließlich passiv zur Verfügung gestellte Informationen können nicht annähernd den gleichen Effekt erreichen.

### **Praktische Umsetzung der Mobilitätsberatung in der Region**

Die Informations- und Beratungsstellen in den einzelnen Gemeinden können zum Beispiel mit vorhandenen Auskunftsstellen gekoppelt werden, z.B. mit

- Schaltern der Bahn an Bahnhöfen (z.B. Bad Schandau)
- Fremdenverkehrsbüros der Gemeinden
- dem Nationalparkhaus Sächsische Schweiz (geplant)

Für die speziellen Aufgaben der Mobilitätsberatung muß das in diesen Einrichtungen tätige Personal gezielt qualifiziert werden (siehe auch Abschn. 4.2.) Außerdem sind Investitionen in die Beratungsinfrastruktur (elektronische Vernetzung, Beschaffung von Materialien u.a.) nötig. Zusätzliches Personal für die Dienstleistung vor Ort ist sicher nicht erforderlich.

Weitere Akteure der Mobilitätsberatung sind - wie bereits an anderer Stelle erwähnt - alle Angestellten von Verkehrsunternehmen mit Kundenkontakt - vom Fahrscheinverkäufer über den Fahrer bis zur Beschwerdestelle. Dies setzt aber voraus, daß das Personal zu einer solchen Zielstellung herangeführt und auch entsprechend qualifiziert wird.

Für die Organisation und Koordination der regionsweiten Beratung und Öffentlichkeitsarbeit bietet sich der Aufbau einer Mobilitätszentrale an. Hier kann auch die flexible Koordination verschiedener Verkehrsträger bei kurzfristig veränderten Bedarfssituationen erfolgen oder eine Informationsleitstelle für ein Anruf-Sammel-Taxi-System eingerichtet werden.

Die allgemeine, konzeptionelle Arbeit sowie die überörtliche Öffentlichkeitsarbeit erfordert die Einstellung speziell für diese Aufgabe zuständiger Mitarbeiter. Die organisatorische Anbindung sollte über die regionale Nahverkehrsgesellschaft oder die Bahn erfolgen, da damit eine äußerlich erkennbare Autorisierung der Beratungsstelle gekoppelt ist.

Die Finanzierung einer solchen regionalen Mobilitätsberatungsstelle sollte über verschiedene Quellen organisiert werden.

|                                    |                                                                                                                     |
|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Geldgeber                          | Motivation                                                                                                          |
| Kommunen (Anteile aus der Kurtaxe) | tendenzielle Entlastung der Ferienorte vom Autoverkehr                                                              |
| Verkehrsunternehmen                | Gewinnung zusätzlicher Kunden                                                                                       |
| Landkreis                          | überregionale Werbung durch die Beratungsstelle; positives Image durch Modellprojekt                                |
| Eigenerwirtschaftung               | durch Vermittlungsstelle für Anruf-Sammel-Taxis, Organisation von Transportservice, Verkauf von Publikationen, u.a. |

Die Eigenerwirtschaftung sollte jedoch nur ein Nebenstandbein sein, damit die Aufmerksamkeit der Arbeit nicht vordergründig auf unmittelbar refinanzierbare Aktivitäten fixiert wird.

**Weitere Vorschläge** zu Details:

- Konzipierung eines einheitlichen Informationssystems an Bahnhöfen und Haltestellen des ÖV (Schilder, Wegweiser, Fahrpläne, Gesamtdesign), dabei auch Einbindung der Hinweise zu touristischen Sehenswürdigkeiten<sup>4</sup>
- Für die Besucher der P + R - Parkplätze könnte ein Faltblatt ausgegeben werden, das unter der Überschrift "Wie Sie das nächste Mal noch bequemer zu uns kommen können" einen Überblick über die wichtigsten Verbindungen des öffentlichen Verkehrs informiert.
- Erarbeitung und Verbreitung eines Faltblattes mit allen Mobilitätsangeboten, einschließlich z.B. Fahrradverleih oder Sonderbusse

Beispiele für bestehende Mobilitätszentralen gibt es z.B. in Wuppertal, Bremen, Duisburg, Köln, Bielefeld, Lünen und Hameln (Fischer, 1996), (Hündgen, 1995), (Kalwitzki, 1996), (Klewe, 1994). Der Aufbau von Mobilitätszentralen in Tourismusgebieten steht noch am Anfang.

Der Aufbau einer Mobilitätszentrale könnte auch mit der Schaffung einer Regionalagentur gekoppelt werden, da sich potentielle Aufgaben zum großen Teil überlagern, aber auch das Verständnis innerhalb der Region dafür wachsen

4

Die Situation z.B. am Bahnhof Bad Schandau ist derzeit eher ein Musterbeispiel für unvollständige und desorientierende Informationspräsentation und Wegweisung.

könnte, daß das Mobilitätsmanagement ein aktiver Beitrag zur Regionalentwicklung ist. Ideen zum Aufbau einer Regionalagentur wurden vom Tourismusverband Sächsische Schweiz bereits entwickelt, mangels Träger bisher aber nicht umgesetzt.

### **Innenmarketing**

Neben der nach außen gerichteten Sensibilisierungs- und Informationsarbeit ist die Durchsetzung von Leitbildern und Zielen innerhalb der betroffenen Unternehmen von großer Bedeutung.

Insbesondere alle Mitarbeiter von Verkehrsbetrieben oder Fremdenverkehrseinrichtungen müssen die strategischen Ziele ihrer Unternehmen kennen und danach handeln - was natürlich das Vorhandensein solcher Ziele voraussetzt. Das öffentliche Busunternehmen dürfte sich beispielsweise nicht damit zufrieden geben, den Restverkehr zu bedienen, der keine Wahlmöglichkeit zum öffentlichen Verkehr hat (Schüler, Senioren, Frauen in Haushalten mit einem Auto). Es sollten hier konkrete Ziele über zu erreichende Marktanteile definiert, und die Mitarbeiter zur Erreichung der Ziele motiviert werden.

Daneben ist es erforderlich, daß die Region als Ganzes bezüglich ihrer nach außen (an den Touristen) gerichteten Angebotsgestaltung und Werbung, die intern erarbeiteten Ziele überprüft und erneuert. Die Erarbeitung des touristischen Leitbildes in der Sächsischen Schweiz ist dafür eine gute Voraussetzung zu der es jedoch einen kurzrhythmigen Kontroll- und Fortschreibungsprozeß unter Einbeziehung aller wichtigen regionalen Akteure geben müßte.

Eine Möglichkeit zur internen Sensibilisierung und Motivation wäre die Erarbeitung einer Broschüre für Vermieter, Hotel- und Gaststättenbesitzer, Einzelhändler und Lokalpolitiker zu den Zielen und Maßnahmen des Tourismusmarketings und des Mobilitätsmanagements. Auch zielgruppenorientierte Veranstaltungen wären sinnvoll. Träger dieser Maßnahmen könnte neben dem Tourismusverband die vorgeschlagene Mobilitätszentrale sein.

### **Exkurs    V e r k e h r s g e s t a l t u n g   u n d Wirtschaftsentwicklung   -   das Fallbeispiel Kirnitzschtal**

## **A Grundsätzliche Strategien**

Anhand eines konkreten, überschaubaren Beispielen soll im Rahmen dieser Untersuchung kurz dargestellt werden, welche wirtschaftlichen Konsequenzen sich aus den verschiedenen möglichen Verkehrsszenarien ableiten.

Die Staatsstraße S 165 zwischen Bad Schandau und Hinterhermsdorf durchquert in einer Länge von 12,2 km (zwischen Ostrauer Mühle und Räumichtmühle) das Gebiet des Nationalparkes Sächsische Schweiz. Durch die attraktive Lage ist sie vor allem an Wochenenden in der Hauptsaison sowohl durch fließenden als auch durch ruhenden motorisierten Individualverkehr (MIV) sehr stark belastet, was zu erheblichen Konflikten mit den Schutzziele des Nationalparkes führt.

Die Verkehrssituation im Kirnitzschtal ist bereits seit mehreren Jahren Anlaß für kontroverse Diskussionen und Vorschläge (bis hin zur Erarbeitung der Studie "Verkehrsberuhigung Nationalpark Sächsische Schweiz - Kirnitzschtal" durch das Büro ISUP im Jahr 1993) (ISUP, 1993). Entscheidende Schritte sind jedoch bisher nicht umgesetzt worden. Vor allem die Vertreter des Gast- und Beherbergungsgewerbes befürchten durch eine Einschränkung der freien Ein- und Durchfahrt im Kirnitzschtal erhebliche Umsatzeinbußen.

Für eine Betrachtung der wirtschaftlichen Konsequenzen von Verkehrsberuhigungsmaßnahmen werden zunächst einmal fünf mögliche Strategien dargestellt:

### ***Variante 0: "Laissez faire"***

Bei der Nullvariante wird davon ausgegangen, daß die Ein- und Durchfahrt in das Tal unbeschränkt bleibt. Im Bereich der Gaststätten werden ggf. Parkflächen in geringem Umfang neu geschaffen oder geordnet. Das Parken auf freier Strecke bleibt verboten.

### ***Variante 1: "Einfache Sperrung"***

Sperrung der Straße zwischen Bad Schandau - Ortsausgang und Räumichtmühle durch Schranken an den Wochenenden. Ausnahmegenehmigungen für Hotelgäste, Belieferung, Anwohner, Notdienste u.ä.

### **Variante 2: "Park + Ride"**

Sperrung der Straße wie bei Variante 1, zusätzlich Errichtung von Auffangparkplätzen im Bereich von Bad Schandau/Krippen sowie im nördlichen Zugangsbereich<sup>5</sup>

### **Variante 3: "Park + Ride + intensive Öffentlichkeitsarbeit"**

wie Variante 2, zusätzlich intensive Werbung für das verkehrsberuhigte Kirnitzschtal sowie ausreichende und rechtzeitige Information über alternative Mobilitätsangebote

### **Variante 4:**

wie Variante 3, zusätzlich an den Park+Ride - Plätzen Verknüpfung des Park- und Busfahr Scheins mit Gutscheinen für die Gaststättenbenutzung im Kirnitzschtal

## **B Ökonomische Auswirkungen der verschiedenen Strategien am Beispiel des Umsatzes in Gaststätten an Wochenenden (mittags)**

Für eine überschlägige Berechnung der ökonomischen Auswirkungen der verschiedenen Strategien wurden die vorhandenen Verkehrszählungsdaten zum Kirnitzschtal (ISUP, 1993) herangezogen. Hiervon ausgehend wurden weitere Daten wie die Anzahl der Gaststättenbesucher und der wandernden Gäste geschätzt. Ebenso sind die Annahmen zum Umsteigeverhalten oder die Wirkungen der Öffentlichkeitsarbeit Schätzungen, um die verschiedenen Varianten untereinander zu vergleichen. Die Ergebnisse der absoluten Besucherzahlen sind daher nur für den Variantenvergleich, jedoch nicht für darüber hinausgehende Berechnungen verwendbar.

### **Annahmen für die weitere Berechnung:**

Tägliches Verkehrsaufkommen an Wochenenden in der Hauptsaison: ca. 3.000 Fahrzeuge, d.h. 1.500 pro Richtung, nach (ISUP, 1993)

Im Tal parkende Fahrzeuge: in der Spitzenstunde: bis 500<sup>6</sup>, nach (ISUP, 1993),

---

<sup>5</sup> Für die Abrundung einer ganzheitlichen Verkehrslösung wäre der Einsatz von solarbetankten Elektrobussen sehr wirkungsvoll. Dies verursacht zwar zusätzliche Kosten, erhöht aber die Attraktivität und Gesamtausstrahlung des Angebotes deutlich. Hier sollte dann auch eine Solar-Tankstelle an einem gut sichtbaren Platz (z.B. in Bad Schandau) errichtet werden.

<sup>6</sup> Aufgrund der Zahlen zu durchfahrenden und parkenden Autos dürfte die in dem ISUP-Konzept angesetzte Zahl von 10...15% Durchgangsverkehr deutlich zu niedrig sein, nach eigenen Schätzungen müßte sie eher zwischen 30 und 60% liegen, wobei dies

im gesamten Mittagszeitraum: 600 Fahrzeuge  
 durchschnittlicher Besetzungsgrad: 2,3 Personen (ISUP, 1993)  
 bisherige Beförderung durch Kirnitzschtalbahn: 20.000 / Monat (Saison), nach (ISUP, 1993),  
 davon geschätzt: 1.500 / pro Wochenendtag  
 entspricht: 750 / pro Richtung  
 davon zur Mittagszeit im Tal geschätzt: 600  
 zusätzlich ausschließlich wandernde Gäste: 500

|                                                               | Variante 0     | Variante 1                                      | Variante 2                                                   | Variante 3                                                              | Variante 4                                                              |
|---------------------------------------------------------------|----------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Besucher mit Kfz                                              | 1.400          | -                                               | -                                                            | -                                                                       | -                                                                       |
| Umstiegsfaktor der bisherigen Pkw - Nutzer auf ÖV             | -              | 10 %                                            | 50 %                                                         | 80 %                                                                    | 80 %                                                                    |
| Werbefaktor (zusätzlich ins Tal kommende Touristen)           | -              | 10 % (nur für bisherige ÖV-Nutzer und Wanderer) | 5 % für Autofahrer, 10 % für bisherige ÖV-Nutzer u. Wanderer | 10 % für bisherige Autofahrer, 20 % für bisherige ÖV-Nutzer u. Wanderer | 10 % für bisherige Autofahrer, 20 % für bisherige ÖV-Nutzer u. Wanderer |
| Besucher mit ÖV                                               | 600            | 660                                             | 660                                                          | 720                                                                     | 720                                                                     |
| Nutzer von P+R                                                | -              | 140                                             | 770                                                          | 1.260                                                                   | 1.260                                                                   |
| Wanderer                                                      | 500            | 550                                             | 550                                                          | 600                                                                     | 600                                                                     |
| Summe der Besucher                                            | 2.500          | 1.350                                           | 1.980                                                        | 2.580                                                                   | 2.580                                                                   |
| Kundenfaktor (zusätzliche Gaststättenkunden durch Gutscheine) | -              | -                                               | -                                                            | -                                                                       | 10 %                                                                    |
| Anteil der Gaststättenkunden                                  | ~70 %          | ~70%                                            | ~70%                                                         | ~70%                                                                    | 77 %                                                                    |
| Summe der Gaststättenkunden (gerundet)                        | 1.750<br>100 % | 950<br>55 %                                     | 1.400<br>80 %                                                | 1.800<br>103 %                                                          | 2.000<br>115 %                                                          |

---

hauptsächlich Sight-seeing-Verkehr sein wird.

Auch wenn die einzelnen Daten nur geschätzt oder überschlägig aus den bisherigen Verkehrszählungsdaten abgeleitet wurden, lassen sich aus dieser Berechnung einige klare Aussagen ableiten.

***Variante 0:***

Durch die bereits vorhandenen negativen Effekte des Verkehrsaufkommens ist die Attraktivität des Kirnitzschtales eingeschränkt. Bei einer Fortführung der jetzigen Entwicklung, muß davon ausgegangen werden, daß der Besucherverkehr, insbesondere an Wochenenden in der Saison nicht mehr wesentlich zunehmen wird. Eher ist damit zu rechnen, daß durch langsam steigende Erwartungen der Touristen hinsichtlich der Gesamtqualität der Erholungsorte eine leichte Abnahme des Zustromes einsetzt. Eine auf Halten des Ist-Standes orientierte Strategie wird daher die wirtschaftliche Situation im Gebiet eher verschlechtern.

***Variante 1:***

Eine rein restriktive Strategie, führt kurzfristig zu erheblichen Rückgängen im Besucherverkehr, die nicht annähernd durch Zuwächse von Touristen ausgeglichen werden können, die wegen der neu entstandenen Qualität kommen. Sie entspricht in etwa dem Negativbild, das die Gegner von Verkehrsberuhigungsmaßnahmen im Auge haben.

***Variante 2:***

Durch die Schaffung alternativer Verkehrsangebote kann ein Teil des Besucherverkehrs dafür gewonnen werden, sich auf die neue Situation einzurichten. Dennoch werden wahrscheinlich weniger neue Touristen hinzukommen als bisherige Gäste ausbleiben.

***Variante 3:***

Durch eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit können sowohl die neu entstandenen Qualitäten des verkehrsberuhigten Tales als auch die neuen Mobilitätsangebote so vermittelt werden, daß einerseits der größte Teil der bisherigen Autotouristen das Kirnitzschtal weiterhin besucht, andererseits auch spürbare Zuwächse durch andere Touristen zu erwarten sind. Die Zuwächse dürften bei guter Öffentlichkeitsarbeit (die auch in den wichtigen Quellgebieten ansetzt) und guten ÖV-Angeboten die Rückgänge durch ausbleibende Touristen mehr als kompensieren. Dieser Effekt wird um so deutlicher, je länger das Projekt läuft, da einerseits mit einer wachsenden Gewöhnung und

Akzeptanz an die Verkehrsberuhigungsmaßnahmen gerechnet werden kann und andererseits die entstandene Qualität schrittweise einen zunehmenden Bekanntheitsgrad erhält.

#### **Variante 4:**

Einen zusätzlichen Effekt für die im Tal befindlichen Gastwirtschaften kann man mit dem System der Ermäßigungsgutscheine erzielen (siehe Abschnitt 2.3). Hierdurch wird ein Teil der Gäste, die ansonsten nicht im Kirnitzschtal in eine Gaststätte gegangen wären zu einem Besuch motiviert. Da die Ermäßigung so kalkuliert sein wird, daß sie niedriger als die Gewinnspanne bei einem durchschnittlichen Umsatz pro Person liegt, entsteht für den Gastwirt ein zusätzlicher Gewinn.

#### **Schlußfolgerungen:**

Unter Einbeziehung aller aufgezeigten Maßnahmen ist eine deutlich positivere wirtschaftliche Entwicklung für das Kirnitzschtal zu erwarten, als bei einer Beibehaltung des Ist-Zustandes.

Wichtig sind dafür jedoch auch folgende Aspekte:

- Die Verkehrsberuhigung darf nicht halbherzig begonnen werden, da sonst keine ausreichenden qualitativen Verbesserungen im Tal erreicht werden. Wenn sich der Verkehr nur auf die Hälfte reduziert, bleibt der Eindruck eines verkehrsbelasteten Tales weitgehend erhalten. In diesem Fall würden sich die negativen Faktoren (Umweltbelastung + Unsicherheit über aktuelle Erreichbarkeit) überlagern und die Umsetzung weiterer Schritte erschweren. Wesentlich günstiger wäre die Umsetzung in einem Schritt, wobei aber alle erwähnten flankierenden Maßnahmen vorbereitet sein müssen.

Insbesondere die begleitende Öffentlichkeitsarbeit braucht einen zeitlichen Vorlauf. Hierzu sollten persönliche Kontakte mit Journalisten aller wichtigen Massenmedien hergestellt und die Konzeption vorher eingehend besprochen werden. In kurzer Folge sollten vorbereitende Berichte und Beiträge zur Zielstellung des Projektes erfolgen. Zum Zeitpunkt der Einführung der Verkehrsberuhigung müssen alle flankierenden Maßnahmen voll einsatzfähig sein.

- Die Kommunikation zum Gesamtprojekt in der Öffentlichkeit muß unbedingt positiv besetzt werden. Nicht die Einschränkung für den Autofahrer darf im Mittelpunkt der Information stehen sondern die

Schaffung einer neuen, besseren Qualität eines Erholungs- und Freizeitangebotes. Die Hauptbotschaft müßte in die Richtung gehen: "Sie sind herzlich Willkommen im Kirnitzschtal. Gaststätten in ruhiger Lage im Nationalpark warten auf ihren Besuch", nicht "Das Kirnitzschtal ist gesperrt, als Auffangparkplätzen stehen zur Verfügung..."

- Informationsmaterial zur Kampagne "Willkommen im Kirnitzschtal" sollten auch in allen Hotels, Fremdenverkehrsbüros, bei privaten Vermietern und den Bahnhöfen ausliegen.
- Die Wegweisung zu den Park + Ride - Plätzen sollte ebenfalls positiv dargestellt werden. Statt die gesperrte Kirnitzschtalstraße in den Vordergrund zu stellen muß eine wegweisende Information zu den P + R - Plätzen "Kirnitzschtal" als vorrangige Botschaft erscheinen, der Hinweis auf die Sperrung der Durchfahrt sollte eher als eine selbstverständliche Nebeninformation wirken.

Für die quantitative Bemessung des Erfolges der Maßnahmen muß berücksichtigt werden, daß der angestrebte Werbe-Effekt Zeit braucht. Die volle Wirkung wird vielleicht erst nach fünf Jahren erreicht sein.

Die in der ISUP-Studie dargestellte Bedingung des Ausbaus der Alten Hohen Straße kann nicht als zwingend nachvollzogen werden. Für die Erschließung von Hinterhermsdorf ist an Wochenenden (parallel zu den Sonderverkehren im Kirnitzschtal) die Durchfahrt durch Sebnitz ausreichend.

Die derzeit vorliegenden Befragungen zum Mobilitätsverhalten im Gebiet (z.B. von der Nationalparkverwaltung und vom Sächsischen Bergsteigerbund (Sächsischer Bergsteigerbund, 1996)) signalisieren die Bereitschaft der Mehrheit der Touristen, verkehrsregulierende Maßnahmen zu unterstützen. Für eine genauere Erfassung der derzeitigen Mobilität der Besucher des Kirnitzschtales empfiehlt sich eine Befragung der Gäste unmittelbar nach Verlassen der Gaststätten.<sup>7</sup>

Die in Abschnitt 2.2 dargestellten Beispiele zeigen, daß auch in etlichen anderen Schutzgebieten Verkehrskonzepte, verbunden mit der Sperrung einzelner Straßen, umgesetzt worden sind, oder noch daran gearbeitet wird.

Darüberhinaus verzeichnen die Veranstaltungen von autofreien Sonntagen auf touristisch interessanten Hauptverkehrsstraßen in Deutschland wachsenden Zustrom und damit auch wirtschaftlichen Erfolg. Bei größeren Aktion wurden in

---

7

Dabei könnte erfragt werden: Wie sind Sie hier hergekommen? Wenn mit Pkw, wie weit entfernt steht ihr Auto? Wie lange haben Sie einen Parkplatz gesucht? Wie zufrieden waren Sie mit dem gastronomischen Angebot? Wie empfinden Sie die derzeitige Verkehrssituation im Tal? Würden Sie wieder hier herkommen? Würden auch wieder hier herkommen, wenn das Tal für den Autoverkehr gesperrt wird und ein zusätzlicher Busverkehr von einem Park + Ride - Platz eingerichtet wird?

den letzten Jahren 250.000...350.000 Besucher pro Tag und gesperrter Strecke gezählt (Weinstraße in der Pfalz, Mittelrheintal, Moseltal, Kinzigtal). Dabei wurden Fernverkehrsstraßenabschnitte von 65...140 km Länge für den Autoverkehr voll gesperrt (Bauer, 1996).

Die Attraktivität dieser autofreien Sonntage resultiert wesentlich aus der Konsequenz ihrer Durchführung. Besonders folgende Faktoren sind dabei wichtig:

- es muß ein deutlicher Unterschied zur Normalsituation erkennbar sein (kein Ausweichen auf Radwege, Nutzung gut asphaltierter Bundesstraßen)
- die Sperrung eines möglichst langen Abschnitts
- gute Öffentlichkeitsarbeit
- Präsentation ortsüblicher Speisen und Getränke als Markenzeichen des Tages
- gutes ÖV-Angebot zur Erreichbarkeit der gesperrten Straße

Natürlich muß auch die örtliche Gastronomie auf einen solchen Besucheranstrom vorbereitet sein.

Für die Sächsische Schweiz würde für eine solche Aktion vor allem für die B 172 zwischen Königstein und Schmilka in Frage kommen. Attraktiver wäre eine solche Sperrung allerdings, wenn sie grenzüberschreitend zustande kommen könnte (Fortführung der Sperrung bis Decin). Hieraus könnten auch wichtige Signale für eine Verstärkung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit ausgehen.

## 4 Arbeitsmarkteffekte und Qualifizierungsbedarf

### 4.1 Zusammenfassung der Arbeitsmarkteffekte der vorgeschlagenen Maßnahmen

Bei der Umsetzung der in den vorangegangenen Abschnitten beschriebenen Handlungsmöglichkeiten können eine ganze Reihe von Arbeitsplatzeffekten mobilisiert werden. Insbesondere sind dies:

| Arbeitsfeld                      | Finanzierung                                     |
|----------------------------------|--------------------------------------------------|
| Aufbau einer Mobilitätszentrale  | z.B. über Kurtaxe                                |
| Einsatz von Sonderbussen         | Touristen                                        |
| Sammel-Taxi-Gesellschaft         | Touristen + Hotels (Bahntaxi) + Zuschuß vom Land |
| Gesellschaft für Semmering-Bahn  | Touristen + Sponsoring + Zuschuß vom Land        |
| Parkplatzbewirtschaftung         | Touristen                                        |
| Politessen                       | Touristen                                        |
| Fahrrad- und Bootsausleihstellen | Touristen                                        |
| Summe                            | überwiegend durch Touristen                      |

Darüber hinaus gibt es indirekte Effekte durch

- die erforderlichen Investitionen (Bau von Parkplätzen, Haltestellengestaltung, Material für Öffentlichkeitsarbeit u.a.)
- das Gutscheinsystem (Verlagerung von Imbiß zu Gaststätten)
- touristische Effekte durch Werbung mit gutem Verkehrsangebot

Für die Finanzierung der Arbeitsplätze werden nach den vorgestellten Überlegungen langfristig keine zusätzlichen Zuschüsse (außer den für den Nahverkehr ohnehin gewährten) erforderlich. Einzelne Angebote (z.B. Fahrradverleih) können in der Aufbauphase teilweise auch mit geförderten Stellen begonnen werden. Dauerhafte Förderungen sollten nicht eingeplant werden.

Die zusätzlichen Arbeitsplätze können über die bereits vorhandenen Touristen finanziert werden. Insoweit Bedenken auftreten, als durch die entsprechend höheren Kosten Rückgänge bei den Besucherzahlen auftreten, ist dem entgegen zu halten, daß

- ein Reihe von Kosten nicht separat bezahlt werden müssen (z.B. Nahverkehrsabgabe in der Kurtaxe)
- die Kosten für den ruhenden Verkehr allgemein steigen werden und sich dazu ein entsprechender Gewöhnungseffekt einstellen wird
- für die zu zahlenden Gelder attraktive Leistungen geboten werden

Der Gesamteffekt der dargestellten aktivierbaren Arbeitsmarktpotentiale entspricht dem eines größeren mittelständischen Unternehmens, für dessen Ansiedlung im Gebiet vermutlich mehrere Millionen Mark an Fördermitteln fließen würden.

Ein wesentliches Problem aller bisherigen Überlegungen ist jedoch die Tatsache, daß die über den Tourismus finanzierte Arbeitsplätze Saisonarbeitsplätze sind, die im Winterhalbjahr finanziell nicht zu halten sind. Hierfür sind zusätzliche Beschäftigungsmöglichkeiten, sowie flexible, auf die Kopplung verschiedener Beschäftigungen ausgerichtete Anstellungsverhältnisse erforderlich.

#### 4.2 Darstellung des erforderlichen Qualifizierungsbedarfes

Aus den oben dargestellten Anforderungen an das Mobilitätsmanagement in der Nationalparkregion Sächsische Schweiz wird deutlich, daß sich zusätzliche Qualifizierungserfordernisse vor allem auf den Bereich der Mobilitätsberatung konzentrieren.

Dabei können verschiedene Berufsprofile unterschieden werden:

| Typ | Zielgruppe                                                                                              | Anforderungsprofil                                                                                                                                |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A   | Leitungskräfte der regionalen Verkehrsgesellschaften                                                    | allgemeines Mobilitätsmanagement, Entwicklung von Strategien und Projekten, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit                                   |
| B   | Berater in einer regionalen Mobilitätsberatungszentrale                                                 | allgemeine Beratung im Kundenkontakt, individuelle Problemlösung, Koordinierung von Angebot und Nachfrage, Organisation von Öffentlichkeitsarbeit |
| C   | Mitarbeiter in Fremdenverkehrsbüros, Reisezentralen der Bahnhöfe und sonstige Fahrscheinverkaufsstellen | allgemeine Beratung im Kundenkontakt, individuelle Problemlösung, Informationsvermittlung zur Region                                              |
| D   | Busfahrer, Zugbegleiter, Betreiber oder Mitarbeiter von Fahrrad- und Bootsausleihstellen                | allgemeine Beratung im Kundenkontakt, Informationsvermittlung zur Region                                                                          |

| Typ | Zielgruppe                                        | Anforderungsprofil                                                                      |
|-----|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| E   | Betreuer von Park + Ride - Plätzen,<br>Politessen | einfache allgemeine Beratung im<br>Kundenkontakt,<br>Informationsvermittlung zur Region |

Für diese Berufsprofile ergeben sich differenzierte Anforderungen an den Qualifizierungsbedarf. In der folgenden Tabelle werden wesentliche inhaltliche Bestandteile der Qualifizierungen als Baukastensystem dargestellt.

| Bildungsinhalt                                                                                | Ausbildungstyp |   |   |   |   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---|---|---|---|
|                                                                                               | A              | B | C | D | E |
| Grundlagen der Verkehrsplanung                                                                | ●              | ○ |   |   |   |
| Marktanalyse, Zielgruppenorientiertes Marketing                                               | ●              | ○ |   | ○ |   |
| Aufgaben und Perspektiven des öffentlichen Verkehrs                                           | ●              | ○ | ○ |   |   |
| Spezifik des touristischen Verkehrs                                                           | ●              | ○ | ○ | ○ |   |
| Trends der Produkt- und Angebotsgestaltung                                                    | ●              | ● | ○ | ○ |   |
| Finanzierungsmodelle und Preisgestaltung                                                      | ●              | ○ | ○ | ○ |   |
| Öffentlichkeitsarbeit                                                                         | ●              | ● | ○ | ○ |   |
| Planungsgrundlagen und Qualitätsgrundlagen für Fußgänger- und Radverkehr                      | ●              | ○ |   |   |   |
| Trends in der Entwicklung komplexer Mobilitätsangebote                                        | ●              |   | ○ | ○ |   |
| Konzepte der Parkraumbewirtschaftung                                                          | ●              | ○ |   |   | ○ |
| Besucherleitsysteme                                                                           | ●              | ○ | ○ |   |   |
| Grundkenntnisse der Datenverarbeitung, Textverarbeitung, Satzgestaltung, Datenfernübertragung | ●              | ● | ● |   |   |
| Benutzung elektronischer Fahrpläne, Erarbeitung individueller Verbindungen                    | ●              | ● | ● | ● |   |
| Gesprächstraining, Telefonieren, Rhetorik                                                     | ●              | ● | ● | ● | ○ |
| Moderation, Konfliktvermittlung                                                               | ●              | ● | ○ |   |   |
| Projektentwicklung                                                                            | ●              | ○ |   |   |   |
| Grundlagen der Betriebswirtschaft                                                             | ●              | ○ |   |   |   |
| Steuerrecht                                                                                   | ●              | ○ |   |   |   |
| Grundlagen des Naturschutzes                                                                  | ●              | ● | ● | ○ |   |

| Bildungsinhalt                                                                                                                                              | Ausbildungstyp |   |   |   |   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---|---|---|---|
|                                                                                                                                                             | A              | B | C | D | E |
| Ziele und Aufgaben des Nationalparkes                                                                                                                       | ●              | ● | ● | ○ | ○ |
| Geschichte der Region, insb. Siedlungs- und Kulturgeschichte, Geschichte von Industrie und Handwerk, Verkehrstechnik                                        | ○              | ● | ● | ● | ○ |
| Kenntnisse über aktuelle Verkehrsangebote in der Region, Tarife, Sonderangebote, Ausleihmöglichkeiten,                                                      | ●              | ● | ● | ● | ○ |
| Kenntnisse über sonstige Angebote und Dienstleistungen (Freizeiteinrichtungen, Kulturangebote, Hotels und Gaststätten,...)                                  | ●              | ● | ● | ● | ○ |
| Staats- und Verwaltungsaufbau; Zuständigkeiten der einzelnen Verwaltungsstellen; Aufgaben sonstiger Träger öffentlicher Belange und Interessenvertretungen) | ●              | ● | ● | ○ | ○ |

● tiefer gehende Kenntnisse                      ○ einfachere Kenntnisse

Die Ausbildung sollte zu einem erheblichen Anteil aus praktischen Übungen (Training von Gesprächs- und Konfliktsituationen - insbesondere auch Telefon -, Erarbeitung von Problemlösungen, Entwicklung von Kampagnen oder Organisationsplänen) bestehen. Daneben sollten auch Vor-Ort-Besichtigungen von touristischen Zielen, Betriebsführungen bei Verkehrsunternehmen oder andere Exkursionen eingebunden sein.

Für die Durchführung der Qualifizierungsmaßnahmen stehen für alle Zielgruppen entsprechende Bildungsträger zur Verfügung. Die konzeptionelle Vorbereitung und Durchführung der Maßnahmen sollte aber in enger Abstimmung mit anderen Institutionen erfolgen:

Typ A und B: VCD oder Bus- und Bahngesellschaften

Typ C:                      Tourismusverband

Typ D:                      Bus- und/oder Bahngesellschaften

Typ E:                      Landkreis

| Typ | Finanzierung durch | Einzugsbereich |
|-----|--------------------|----------------|
| A   | Teilnehmer         | Bundesländer   |

|   |                                  |                           |
|---|----------------------------------|---------------------------|
| B | Arbeitsamt, ESF                  | RP's, größere Regionen    |
| C | Arbeitgeber + Zuschuß Arbeitsamt | RP's, größere Regionen    |
| D | Verkehrsunternehmen              | Verkehrsunternehmen       |
| E | Landkreis, Gemeinden             | Region, größere Gemeinden |

### **4.3 Zusammenhang zwischen Nationalpark und Qualifizierungspotential**

Die Erschließung der in den vorangegangenen Abschnitten beschriebenen Handlungsfelder ergibt sich in erster Linie aus dem realen Konfliktpotential zwischen der touristischen Nutzung und der Sicherung der Grundlagen derselben, kaum aus dem Vorhandensein des Nationalparkes. Die Schutzziele des Nationalparkes können jedoch einen zusätzlichen Anstoß für eine nachhaltige touristische Mobilitätsentwicklung geben. Für die Umsetzung von Maßnahmen, die sich aus der Logik des Selbstschutzes der touristischen Potentiale ergeben, kann es jedoch aufgrund der Vorbehalte gegen restriktiven Naturschutz kontraproduktiv sein, wenn Initiativen zum Mobilitätsmanagement aus der Nationalparkverwaltung oder anderen Naturschutzkreisen kommen. Hier sollten insbesondere der Tourismusverband, die Verkehrsträger aber auch Nutzerorganisationen wie der Bergsteigerbund, Heimat- und Wanderervereine und nicht zuletzt die Gemeinden selbst initiativ werden.

Die in der Untersuchung dargestellten Schlußfolgerungen für Qualifizierungsmaßnahmen sind daher nicht nur auf andere Großschutzgebiete übertragbar, bei denen sich eine aktive Einflußnahme auf das individuelle Mobilitätsverhalten aus der Notwendigkeit der Sicherung der ökonomischen Basis der jeweiligen Räume ergibt. Dies trifft neben naturräumlich empfindlichen Bereichen insbesondere auch auf die Zentren von Städten zu.

## 5 Literaturverzeichnis

Aghte, H. (1994): Tourismusverkehr im Umweltverbund - Beispiel Bayern, Verkehrszeichen 1/94

Fichtner u.a. (1992): ARGE Sächsische Schweiz: Fichtner/Schwarzbach & Partner: Gesamtentwicklungskonzept Nationalparkregion Sächsische Schweiz, Dresden 1992

Bauer, P.(1996): Ein neuer Trend: Die Autofreien Erlebnistage, UPI-Bericht 37, Heidelberg 1996

Fischer, Gennenig, Heitkamp (1995): Konflikt- und Kooperationsraum Biosphärenreservate; Berichte des Forschungszentrums Jülich

Fischer, H.; Hiestermann, L. (1996): Vom Taschenfahrplan zur Mobilitätszentrale der zweiten Generation

Hesse, M. (1993): Die Mobilitätszentrale; Verkehrszeichen 3/93

Hündgen, G. (1995): Die Mobilitätsberatung in Duisburg-Ruhrort; in: Mobilitätsberatung als Dienstleistung, Bremer Beiträge zur Stadtentwicklung, Bremen 1995

ISUP (1992): ARGE Institut für Straßentransport und Personenverkehr GmbH / Ingenieurgruppe für Verkehrsplanung Berlin: Verkehrskonzept Sächsische Schweiz, Dresden 1992

ISUP (1993): Institut für Straßentransport und Personenverkehr GmbH: Verkehrsberuhigung Nationalpark Sächsische Schweiz - Kirnitzschtal; Dresden 1993

Kalwitzki, K.-P. (1996): Soziale Kompetenz für MobilitätsberaterInnen; Verkehrszeichen 3/96

Kalwitzki, K.-P. (1994): Autofreier Tourismus in Österreich, Verkehrszeichen 1/94

Kalwitzki, K.-P./Reiter, K. (1993): MobilitätsberaterInnen-Ausbildung in Österreich, Verkehrszeichen 3/93

Klewe, H. (1994): Mobilitätsberatung - Mobilitätsservice, Verkehrszeichen 2/94

Landkreis Sächsische Schweiz (1996): Sächsische Schweiz - Fahrplan, gültig ab 2. Juni 1996

Landratsamt Oberallgäu (1995): Im Allgäu haben auch die Autos Urlaub; Informationsbroschüre zum Nahverkehrsangebot und Tarifen, Sonthofen 1995

Lüers, A.; Schmechting, M. (1996): „Stadtbus-Systeme in kleinen und mittelgroßen Städten“, Öko-Institut Verlag, Freiburg 1996

Nuhn/Henke/Rüger GbR (1995): Konzept für einen ökonomischen und ökologischen Touristenverkehr in der Sächsischen Schweiz; Königstein 1995

Rölke, P. (1995a): Ist eine Verkehrsberuhigung im Kirnitzschtal möglich?, Sächsische-Schweiz-Initiative, Heft 10

Rölke, P. (1995b): Schwerer Rückschlag für den Öffentlichen Verkehr in der Sächsischen Schweiz im Winterfahrplan 1995/96, Sächsische-Schweiz-Initiative, Heft 11

Rölke, P. (1996): Diskussionsabende zur Verkehrsberuhigung im Kirnitzschtal, Sächsische-Schweiz-Initiative, Heft 12 (1996)

Sächsischer Bergsteigerbund (1996): Verkehrsverhalten von Wanderern und Bergsteigern, Auswertung einer Umfrage, Dresden 1996

Seyb, W. (1995): Die Mobilität von Bahnurlaubern am Urlaubsort; Verkehrszeichen 1/95

Skala, F./Rauh, W. (1996): Flexibler Öffentlicher Verkehr - Neue Angebote in Stadt und Region, VCÖ, Wien 1996

Thaler, R. u.a. (1994): Wege zum Autofreien Tourismus; VCÖ, Wien 1994

Tourismusverband Ostbayern (Hrsg.) (1995): Öffentlicher Personennahverkehr auf rentablen Wegen; Regensburg 1995

Tourismusverband Sächsische Schweiz (1995): Tourismusleitbild Sächsische Schweiz, Bad Schandau 1995

Tourismusverband Sächsische Schweiz (1996): Tourismusleitbild Sächsische Schweiz, Anspruch und Wirklichkeit - ein Jahr danach; Bad Schandau 1996

VCD (1991): Freizeit ohne Auto, Beispielsammlung und Hinweise, Bonn 1991

sowie diverse Informationsblätter