

„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

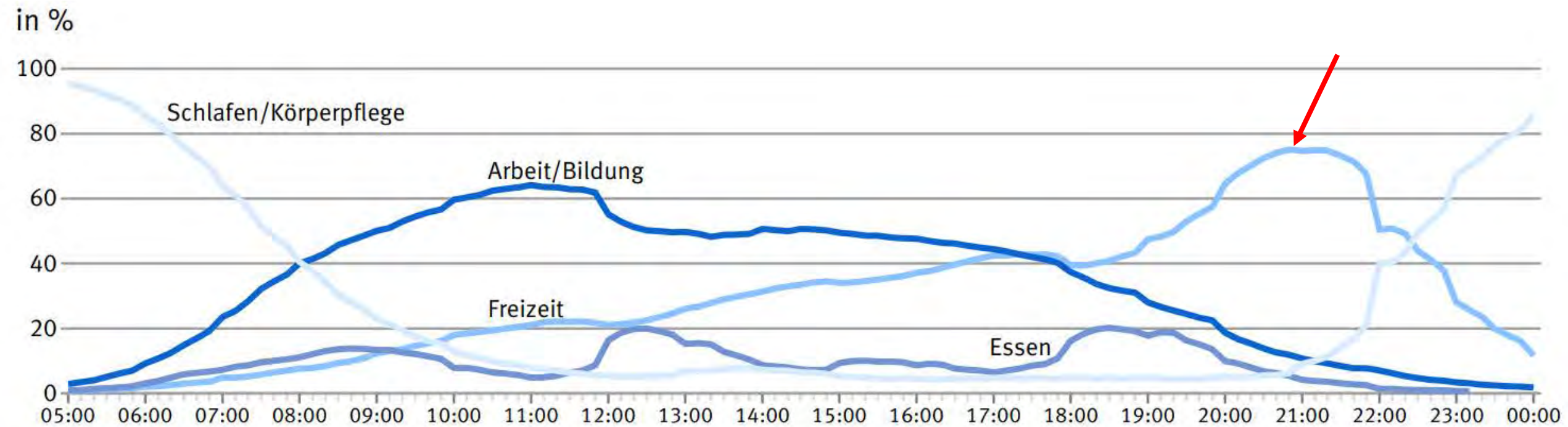
() = Aussagewert eingeschränkt, da der Zahlenwert aufgrund der geringen Anzahl an Tagebuchtagen (50 bis unter 200 Tagebuchtage) statistisch relativ unsicher ist.



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



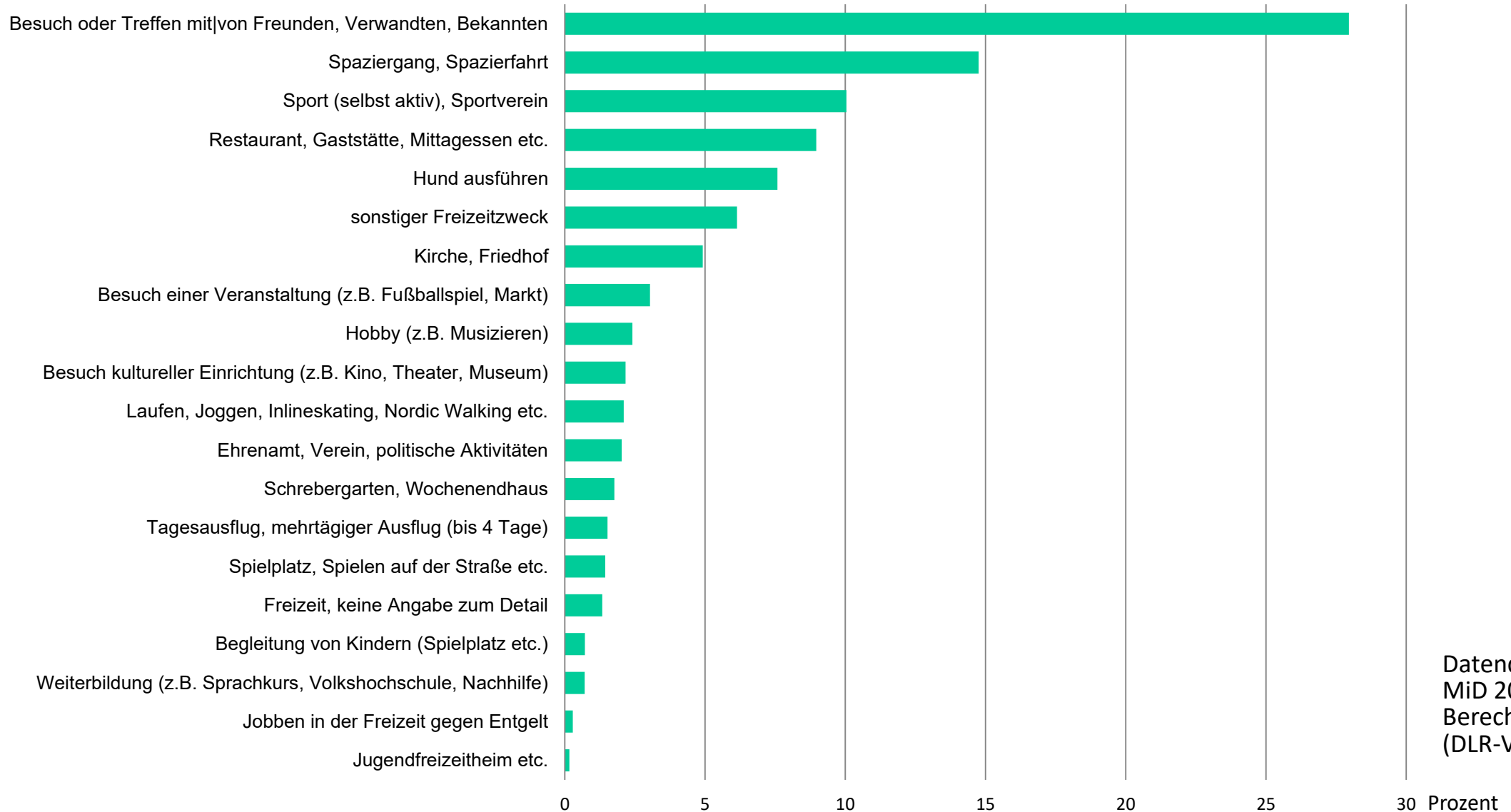
Freizeitmobilität: Freizeitaktivitäten als Wegezweck

MiD („Mobilität in Deutschland“):

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

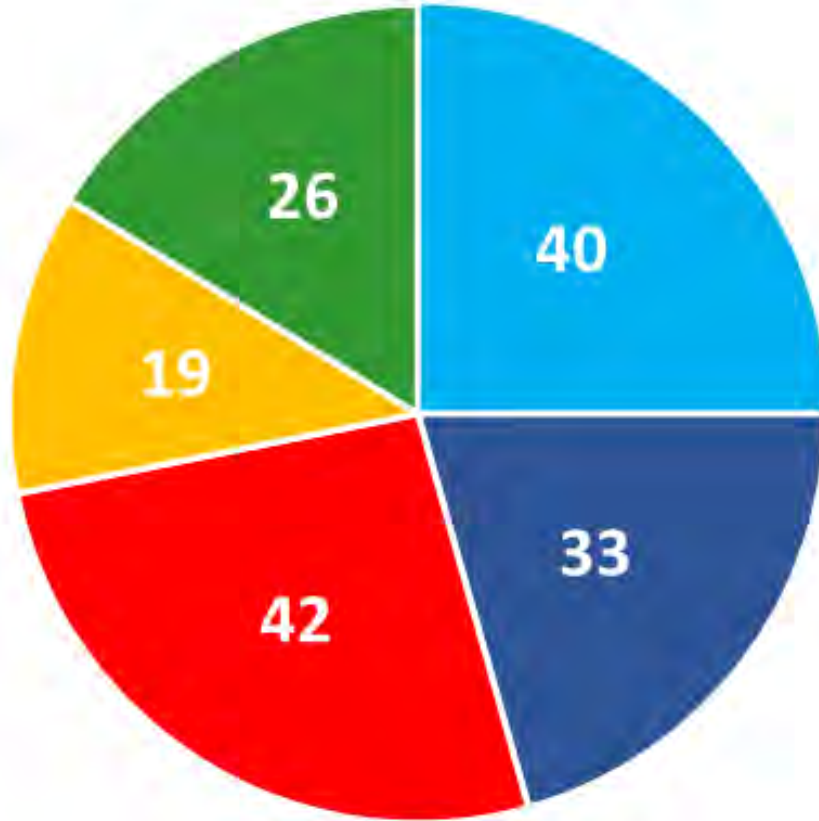
- Einkauf
 - Private Erledigung
 - Freizeit
- Überlappungen, da keine eindeutige Zuordnung verschiedener Aktivitäten, z.B. Einkaufsbummel, Treffen mit Freunden, Hund ausführen

Spezifische Wegezwecke in der „Freizeit“



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

Modal Split der Freizeitmobilität 2017 (Deutschland)



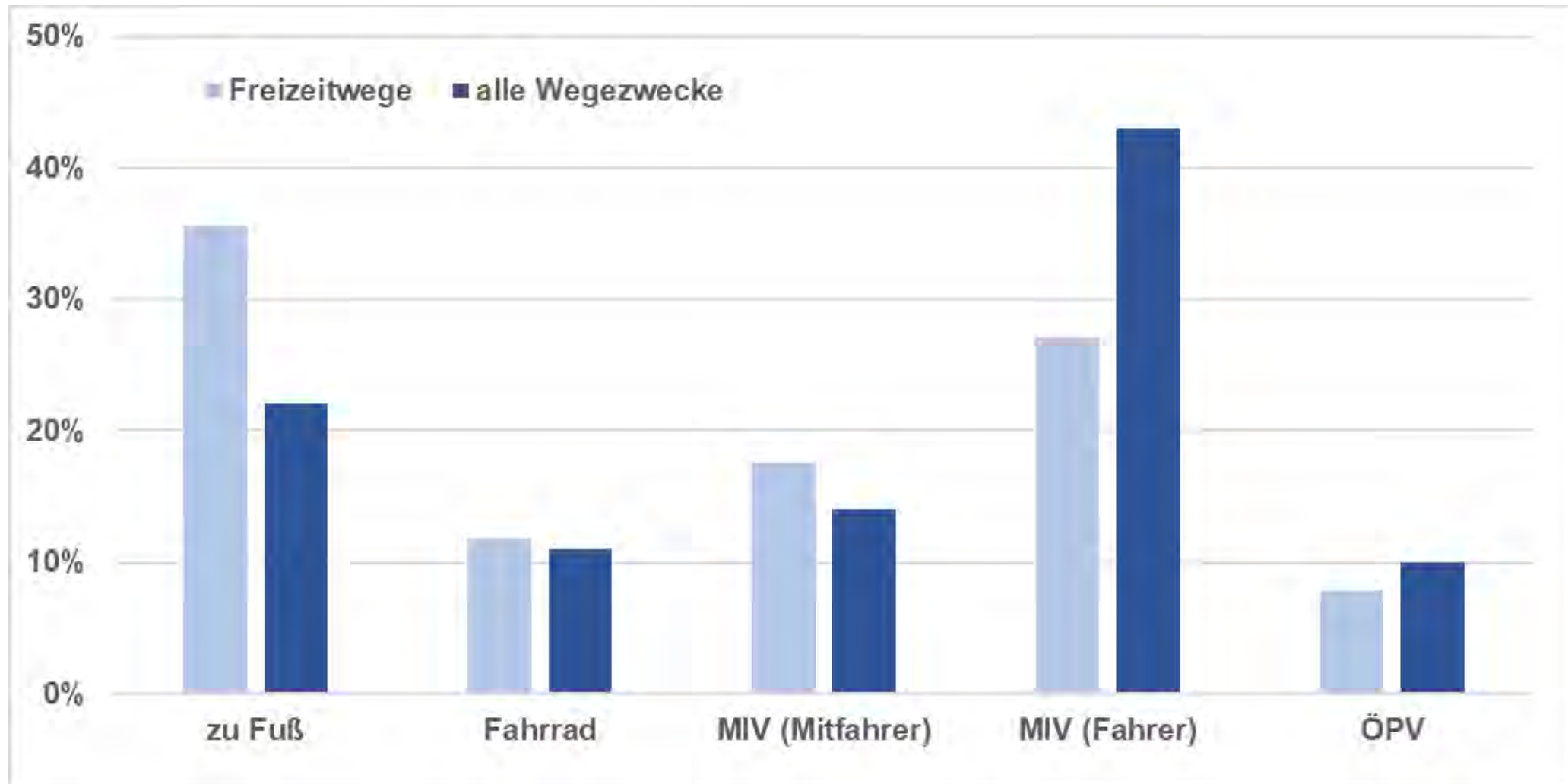
Freizeitwege sind durchschnittlich genauso lang so weit wie Arbeitswege:

Freizeit	15 km
Einkauf	5 km
Erledigung	10 km
Arbeit	15 km

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

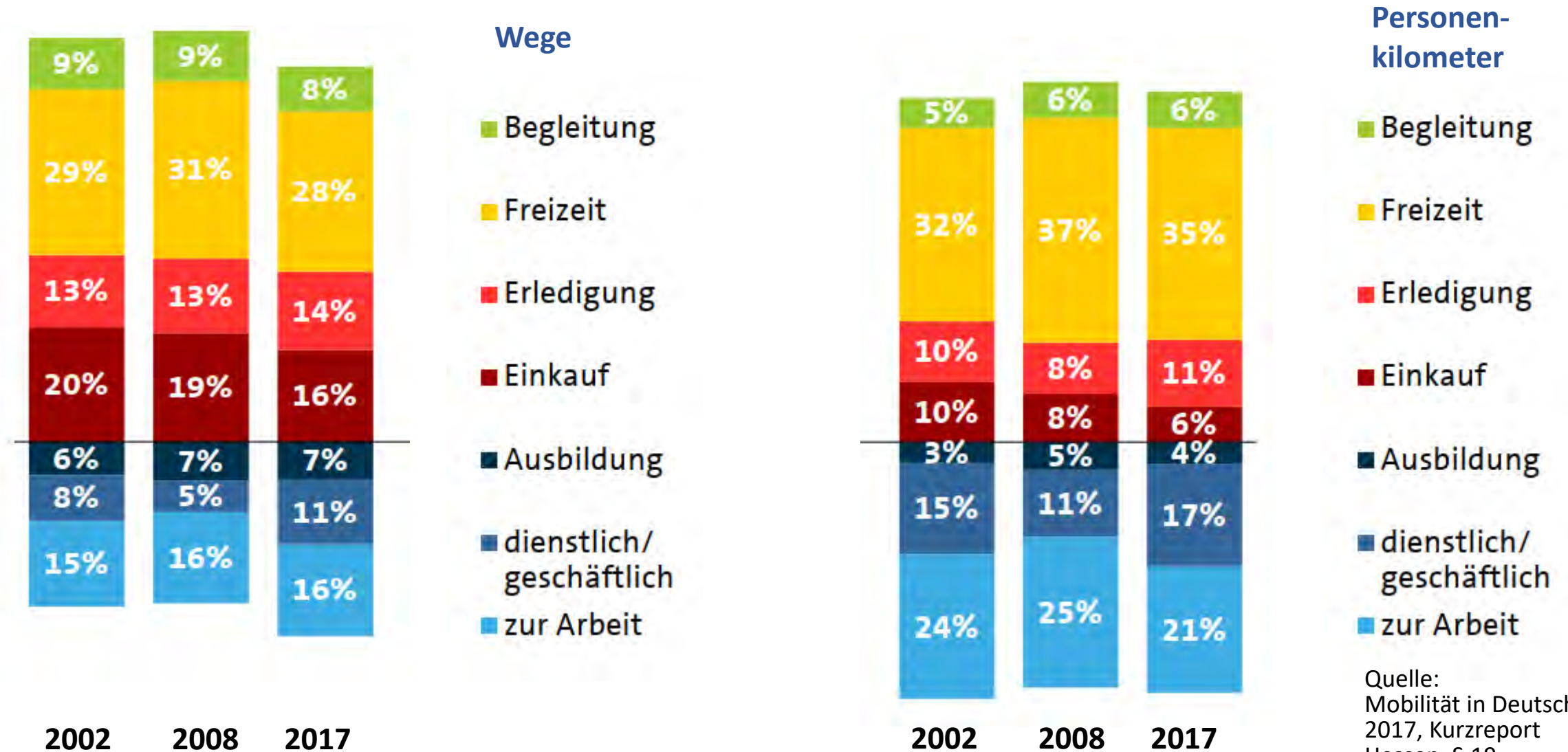
■ zu Fuß ■ Fahrrad ■ MIV (Mitfahrer) ■ MIV (Fahrer) ■ ÖPV

Modal Split 2017 Freizeitwege versus alle Wege

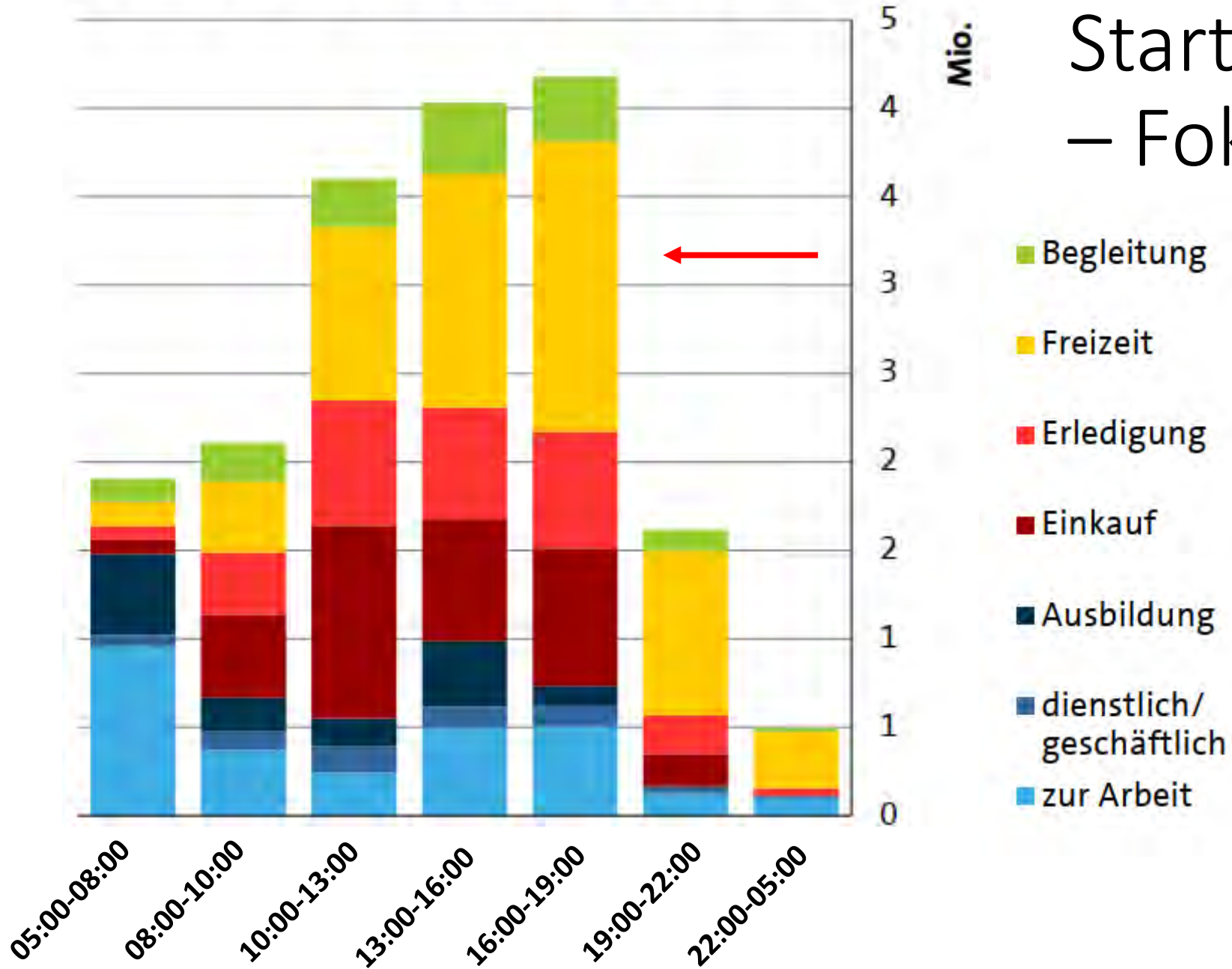


Quelle: DLR-VF
2017, eigene Berechnungen (DLR-VF)

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

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



Fotos: Bente Grimm 2021



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

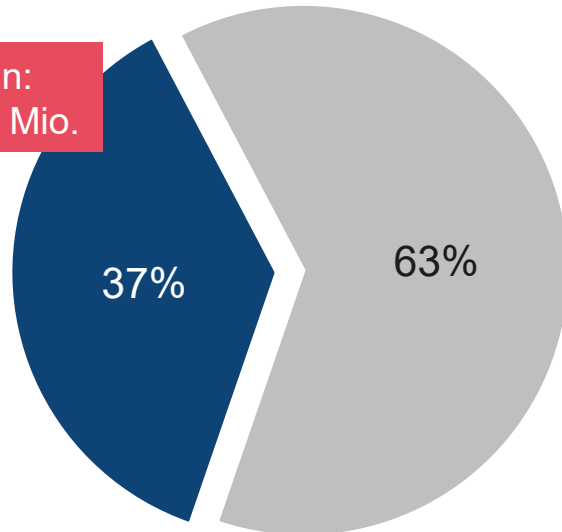
Reiseintensität*:
68%

55,1 Mio. Urlaubsreisen
5 Tage+

Reiseintensität*:
45%

50,9 Mio. Kurzurlaubsreisen
2-4 Tage

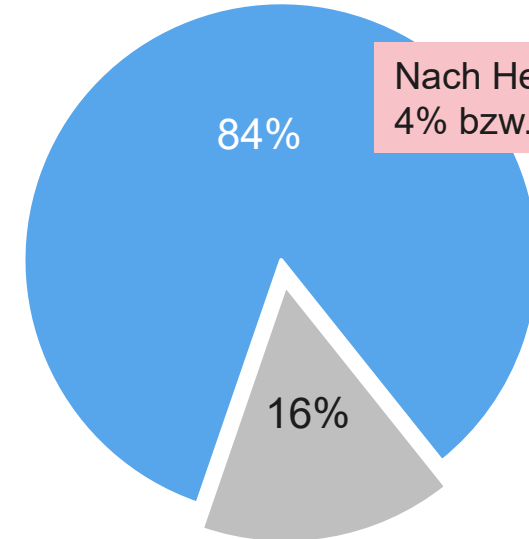
Nach Hessen:
1% bzw. 0,4 Mio.



■ Inland ■ Ausland

Darin: 4,8 Mio. Urlaubsreisen von Hessen

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



■ Inland ■ Ausland

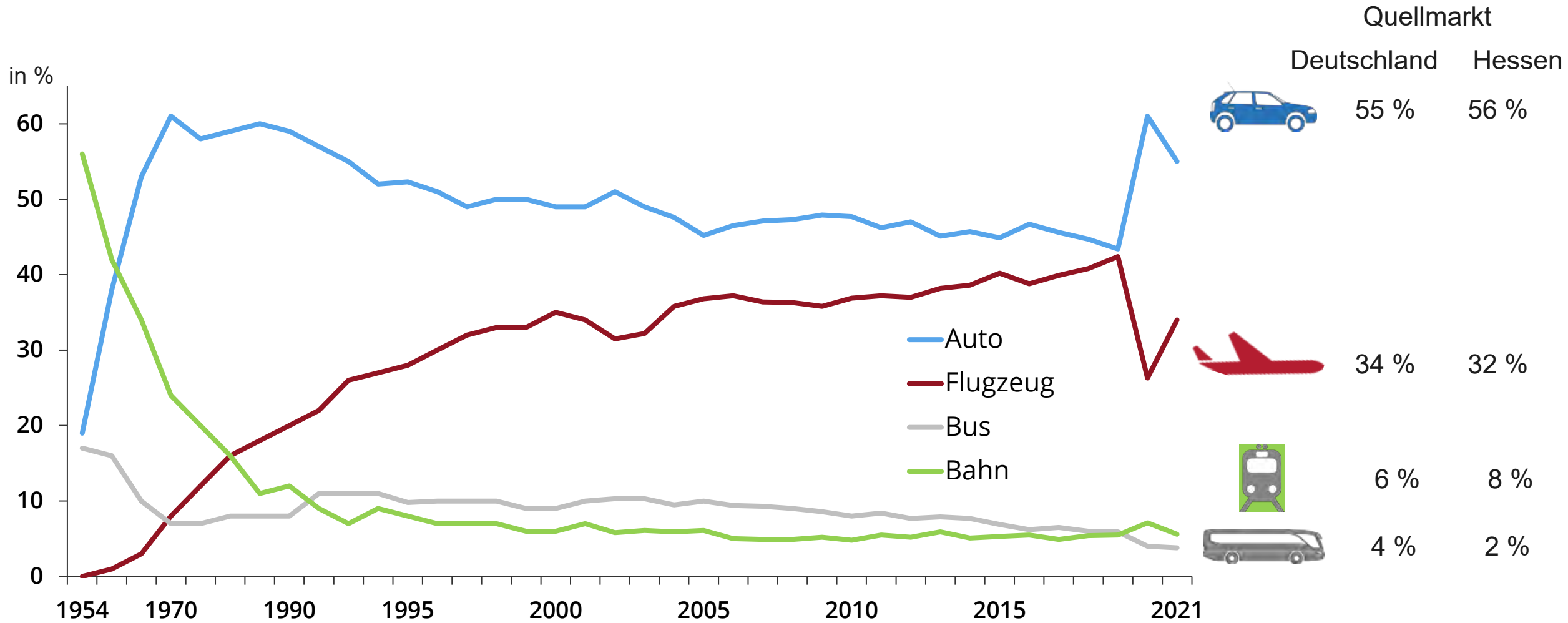
Darin: 3,4 Mio. Kurzurlaubsreisen von Hessen

* 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)

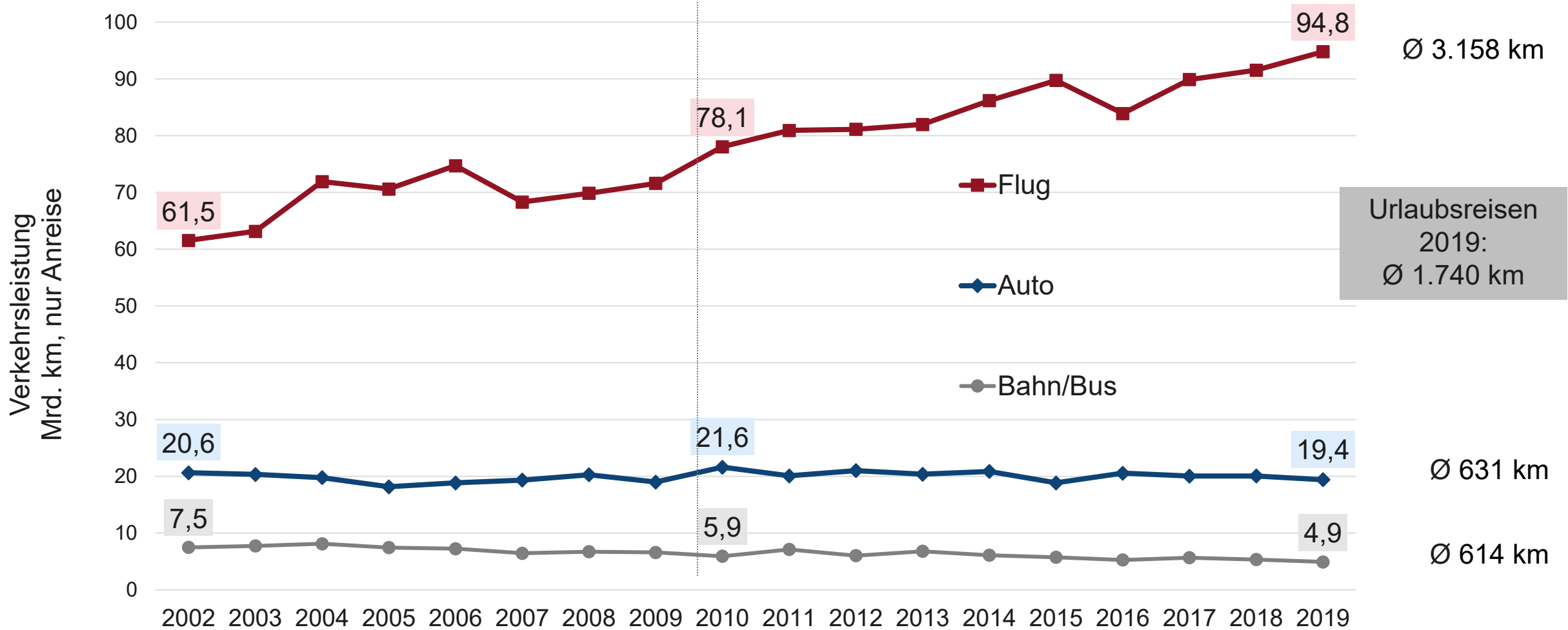
Quelle: RA 2022 *face-to-face*

Verkehrsmittel bei Urlaubsreisen 5 Tage+



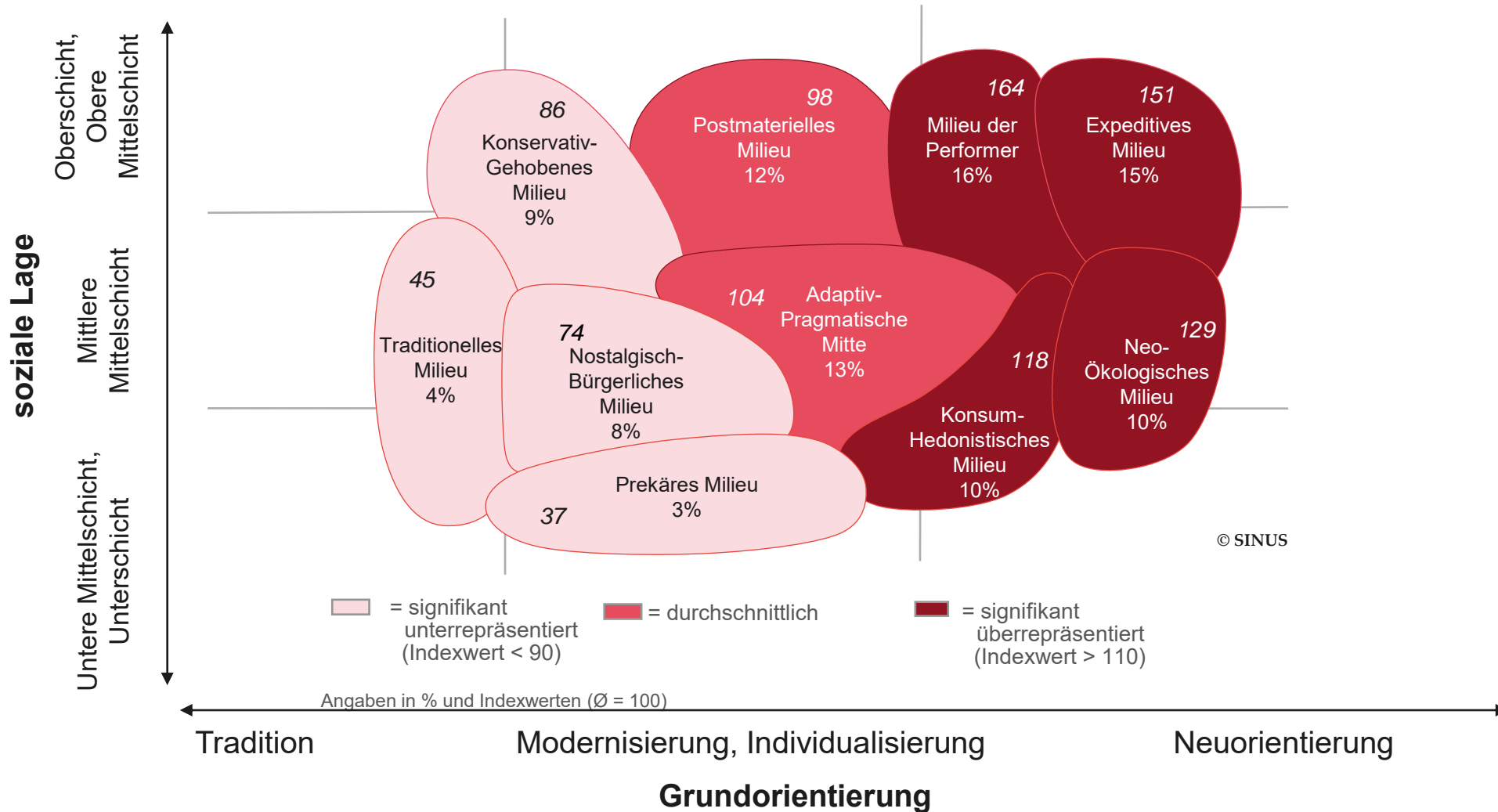
Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer), jeweils Verkehrsmittel für weiteste Strecke/Reise, „Auto“ inkl. Wohnwagen und Wohnmobil/Kleinbus
 Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland (bis 1990 nur Westdeutsche, ab 2010 inkl. deutschsprachiger Ausländer) bzw. in Hessen 2021 (n = 459)
 Quelle: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

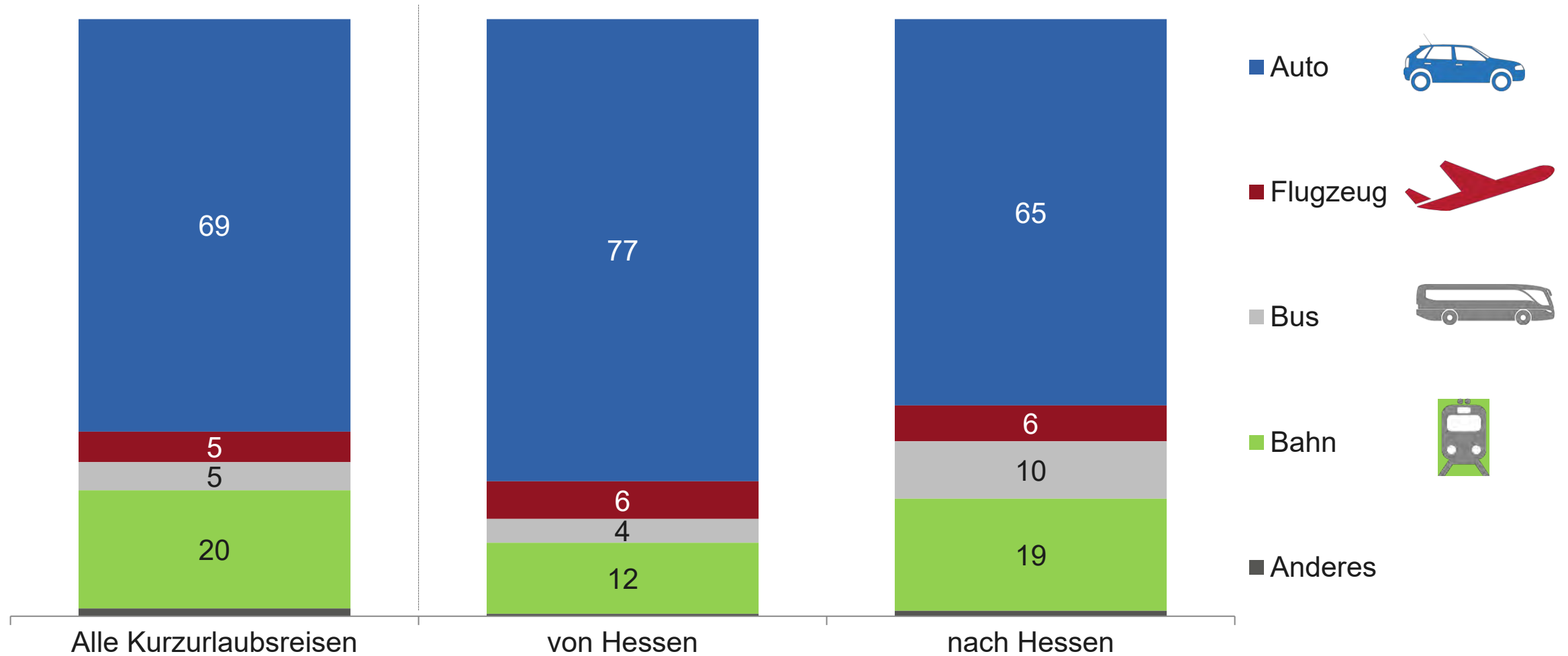
Hauptverkehrsmittel Flugzeug auf Urlaubsreisen 5 Tage+: Anteile der Sinus-Milieus



sinus:

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)

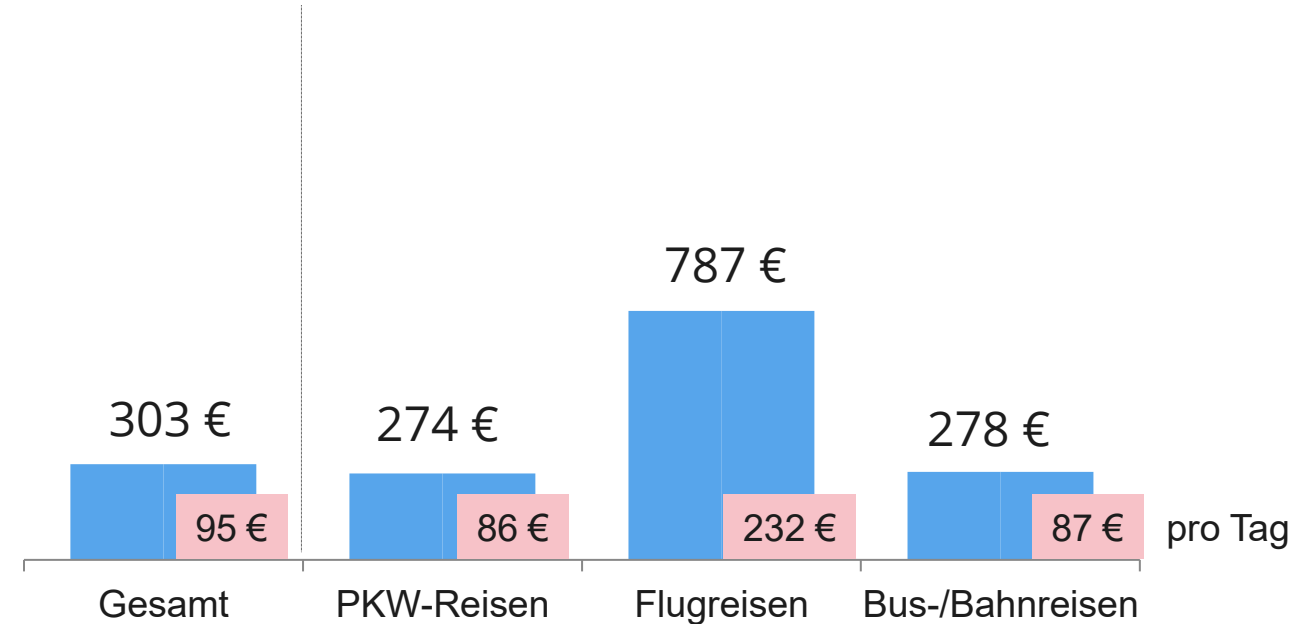
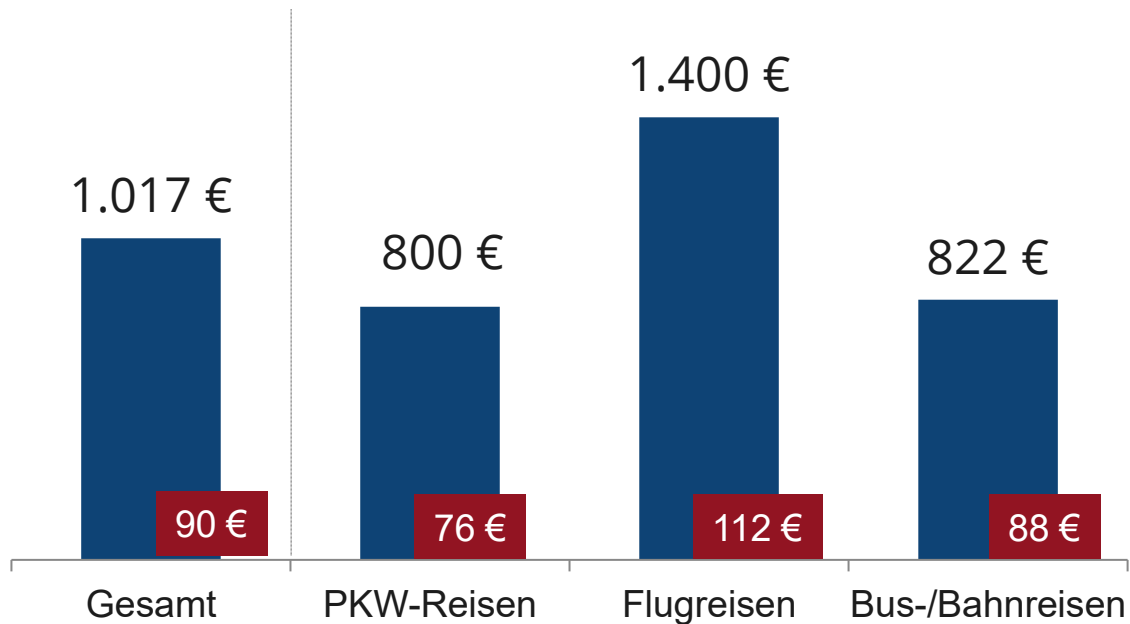
Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage): Verkehrsmittel 2021



„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

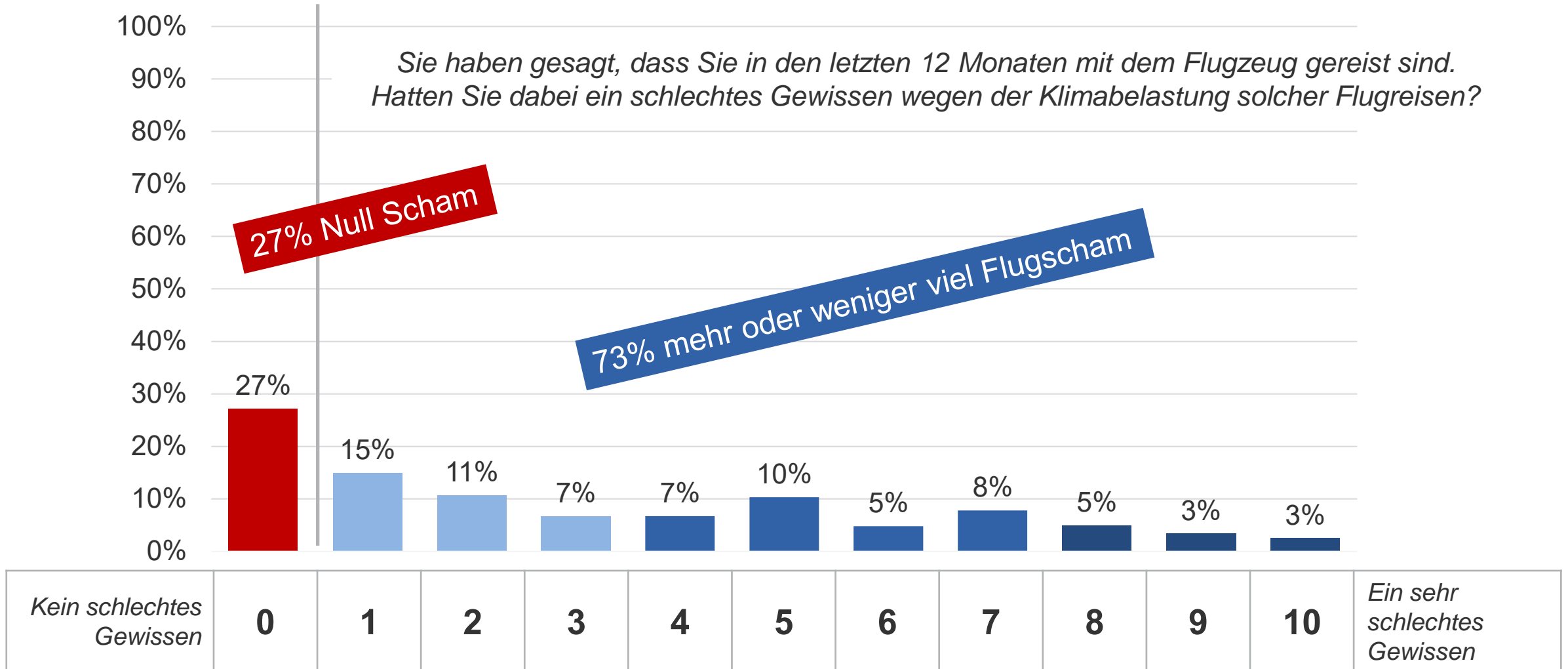
Basis: 55,1 Mio. Urlaubsreisen 2021 der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 5.323) bzw. 44,8 Mio. Kurzurlaubsreisen (2 bis 4 Tage Dauer) November 2020 bis Oktober 2021 (n = 1.827)

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?

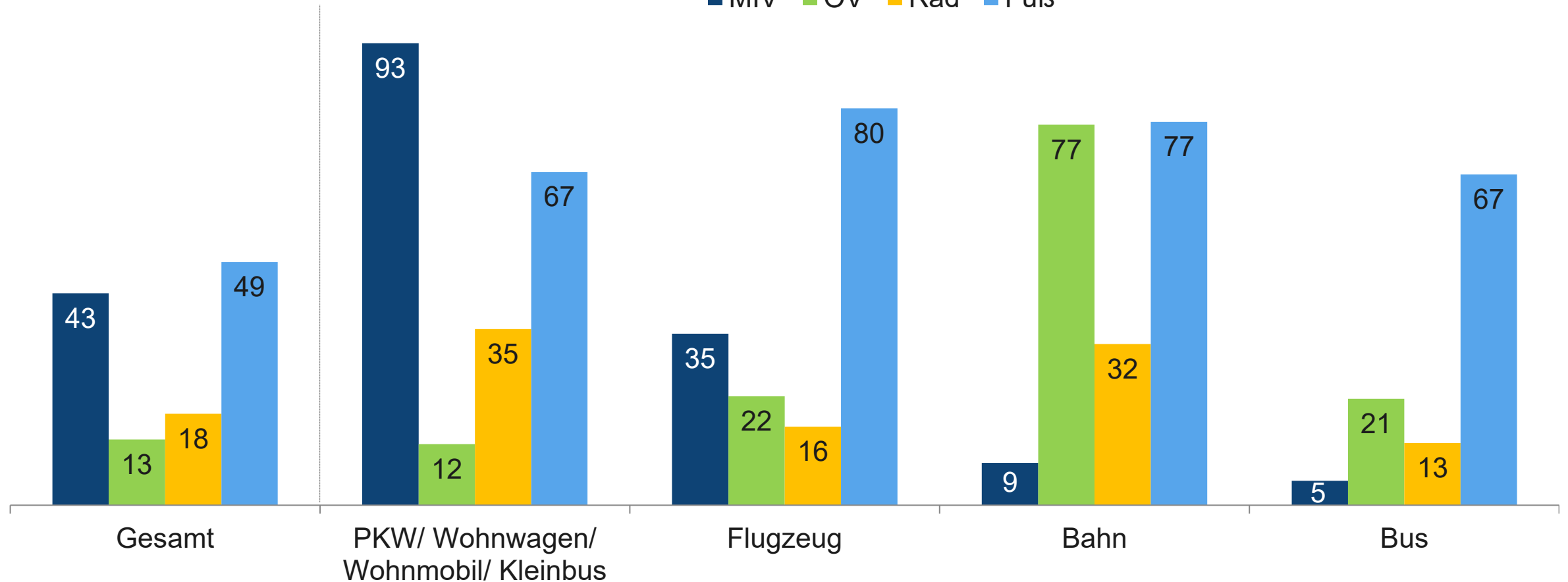


Basis: Flugreisende letzte 12 Monate bei Urlaubsreisen oder Kurzurlaubsreisen der deutschsprachigen Bevölkerung 14-75 Jahre

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)
Urlabsziel (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
Urlabslandschaft (z.B. Berge, Küste oder See)	19	27	46
Verkehrsmittel	2	24	26
Urlabsart (z.B. Natururlaub, Aktivurlaub)	6	19	25
Abflughafen	1	14	16
Reiseveranstalter	1	13	15

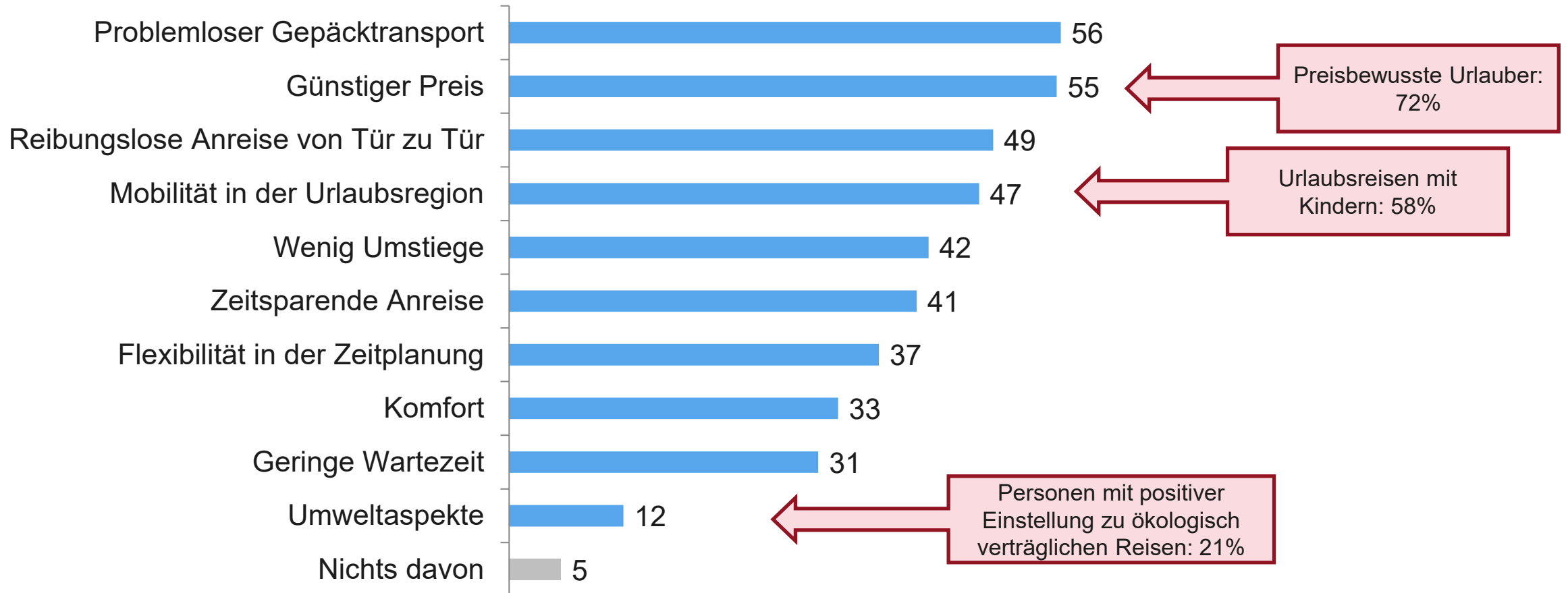
Frage: Welche der folgenden Entscheidungen haben Sie bei Ihrer Haupturlabsreise nach ... zuerst getroffen? Welche anderen Entscheidungen waren noch wichtig für Sie? (Mfn. möglich)

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 %,

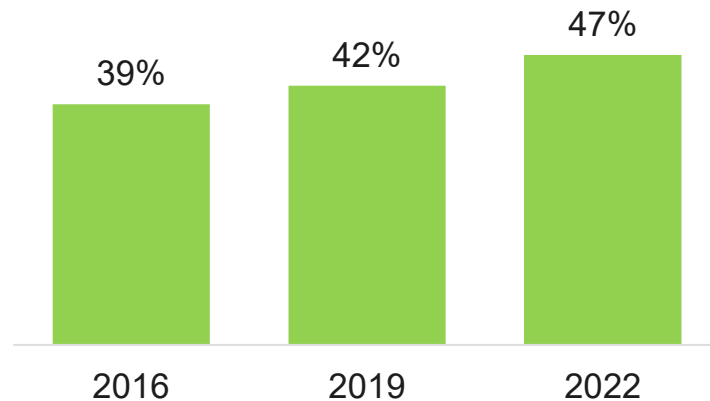
Quelle: RA 2017 face-to-face (Modul Reiseentscheidung)

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)

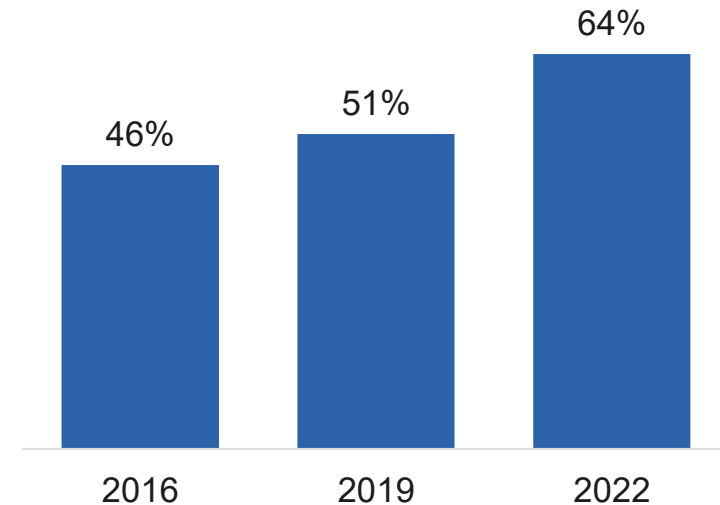
Ökologische Nachhaltigkeit



Nettowert
öko ODER sozial =
Positive Einstellung
Nachhaltige Urlaubsreisen

Mein Urlaub soll möglichst ökologisch
verträglich, ressourcenschonend und
umweltfreundlich sein

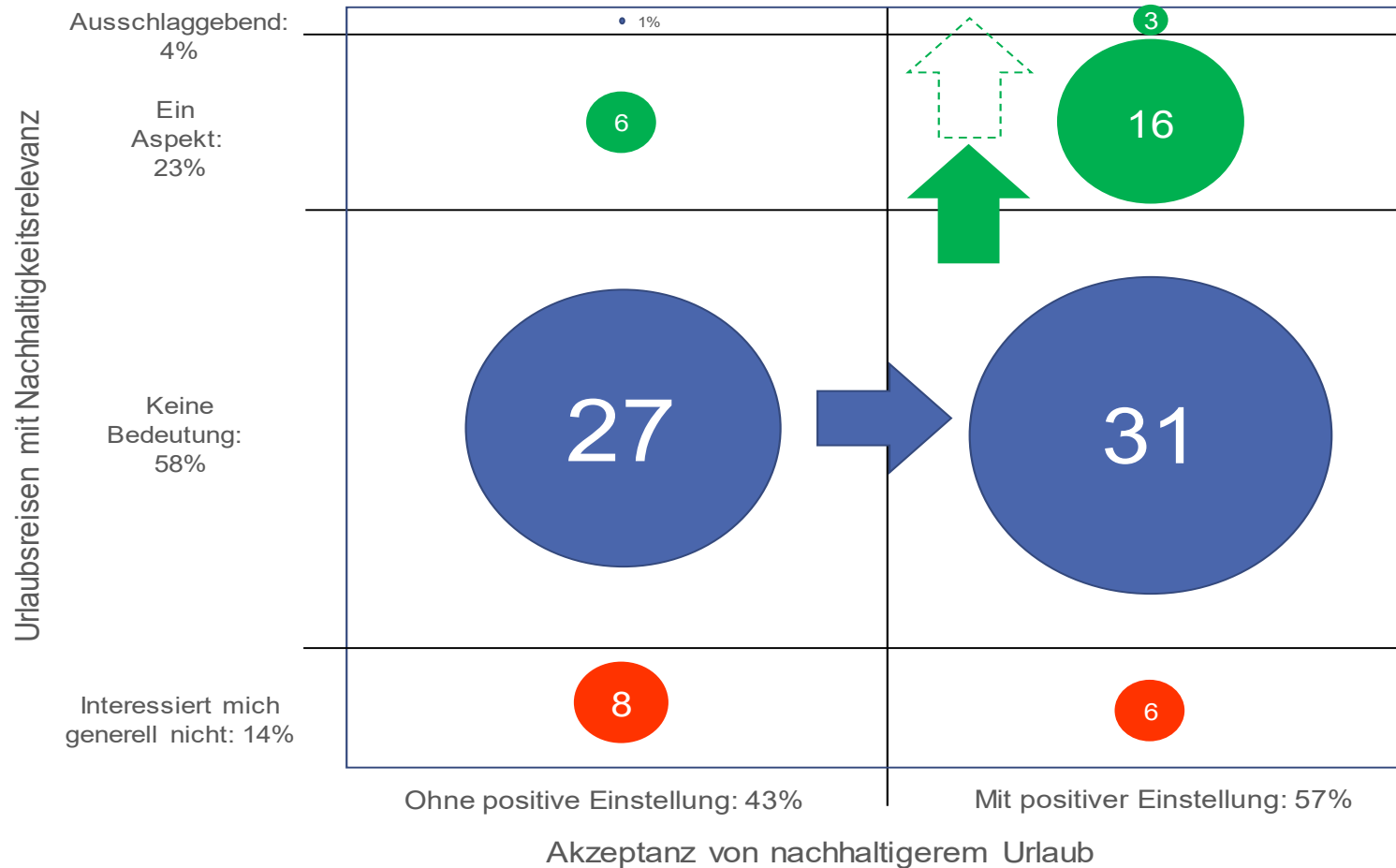
Soziale Nachhaltigkeit



Mein Urlaub soll möglichst sozial-
verträglich sein (d.h. faire Arbeits-
bedingungen 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



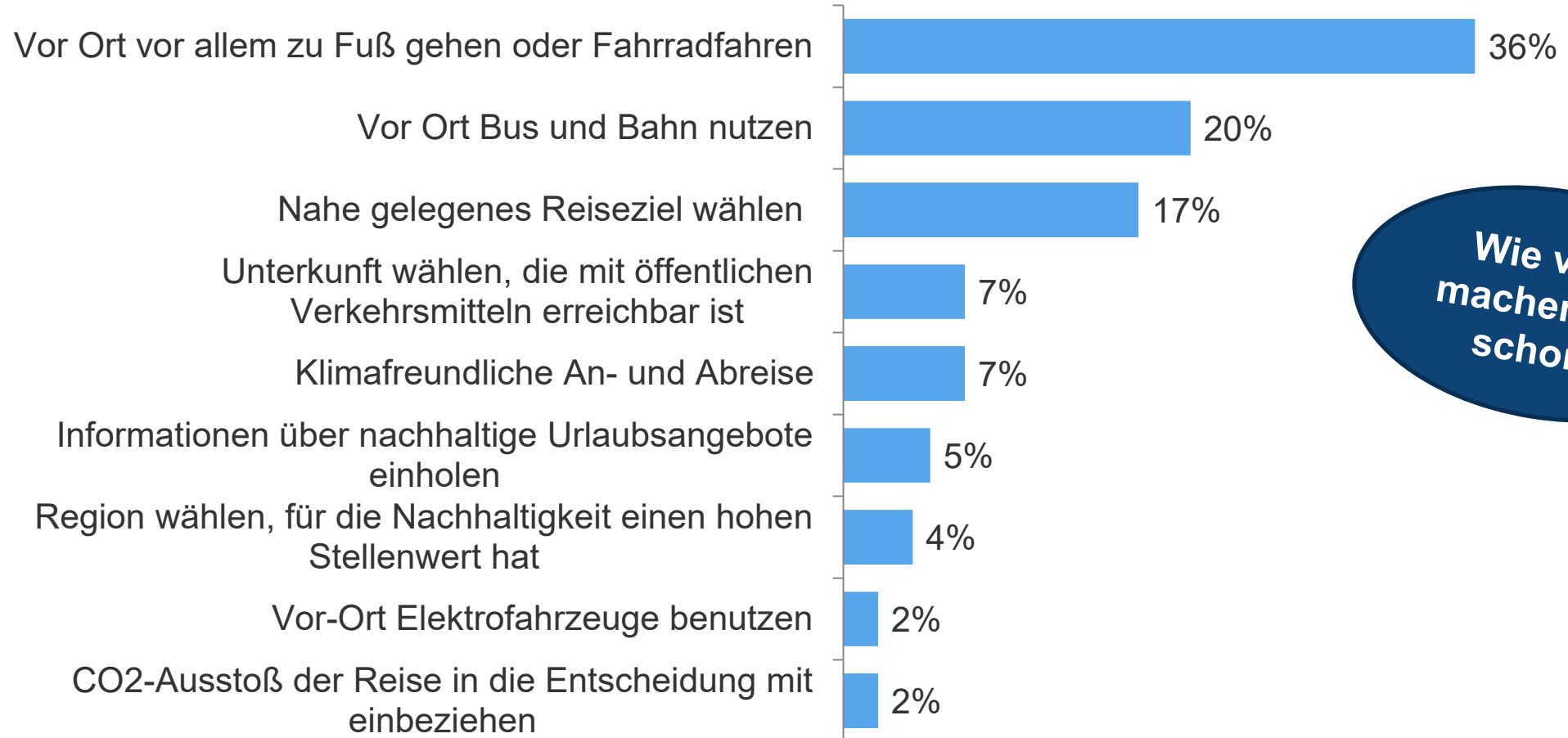
Hier steckt ein Hebel für mehr Nachfrage nach nachhaltigeren Angeboten

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+



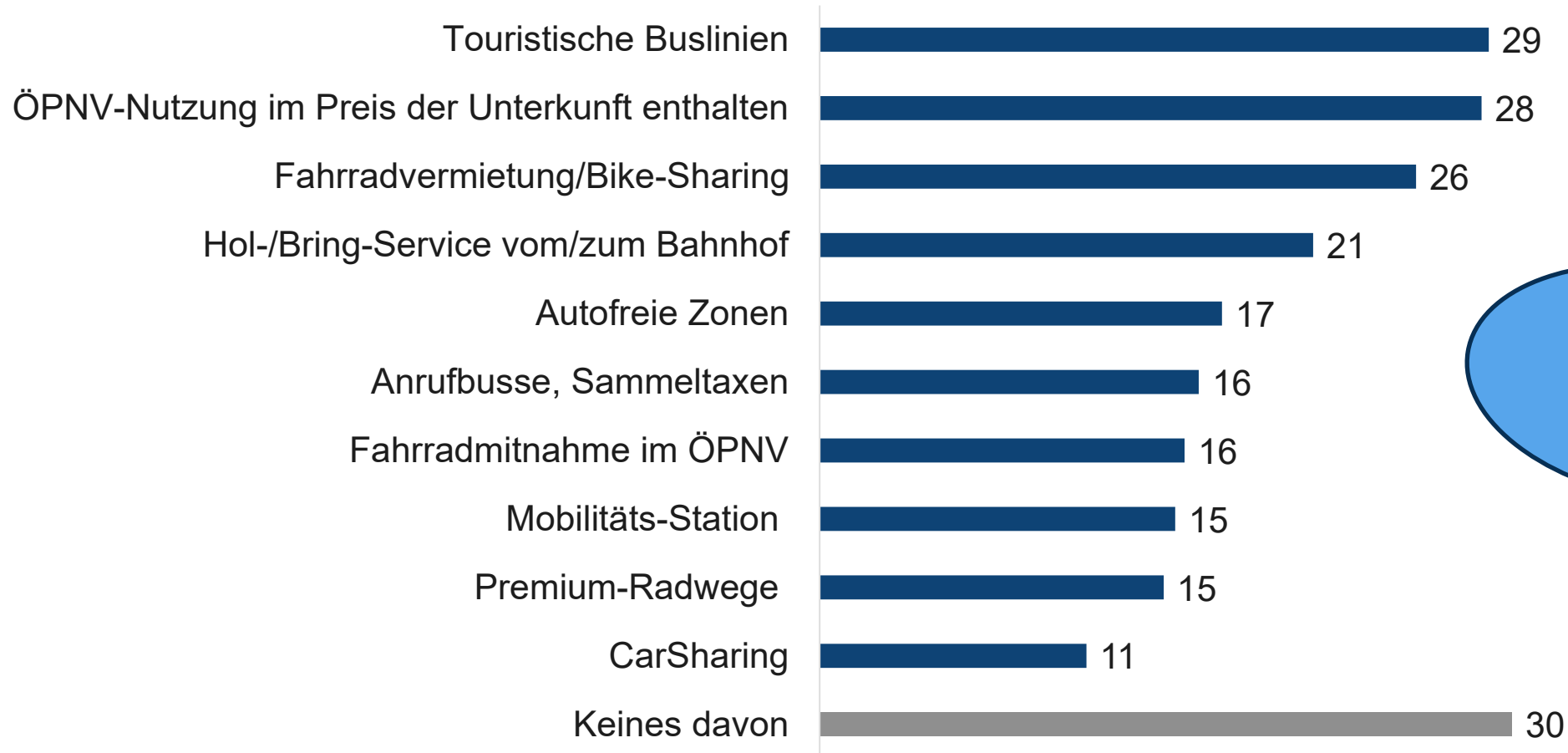
Wie viele machen das schon?

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)

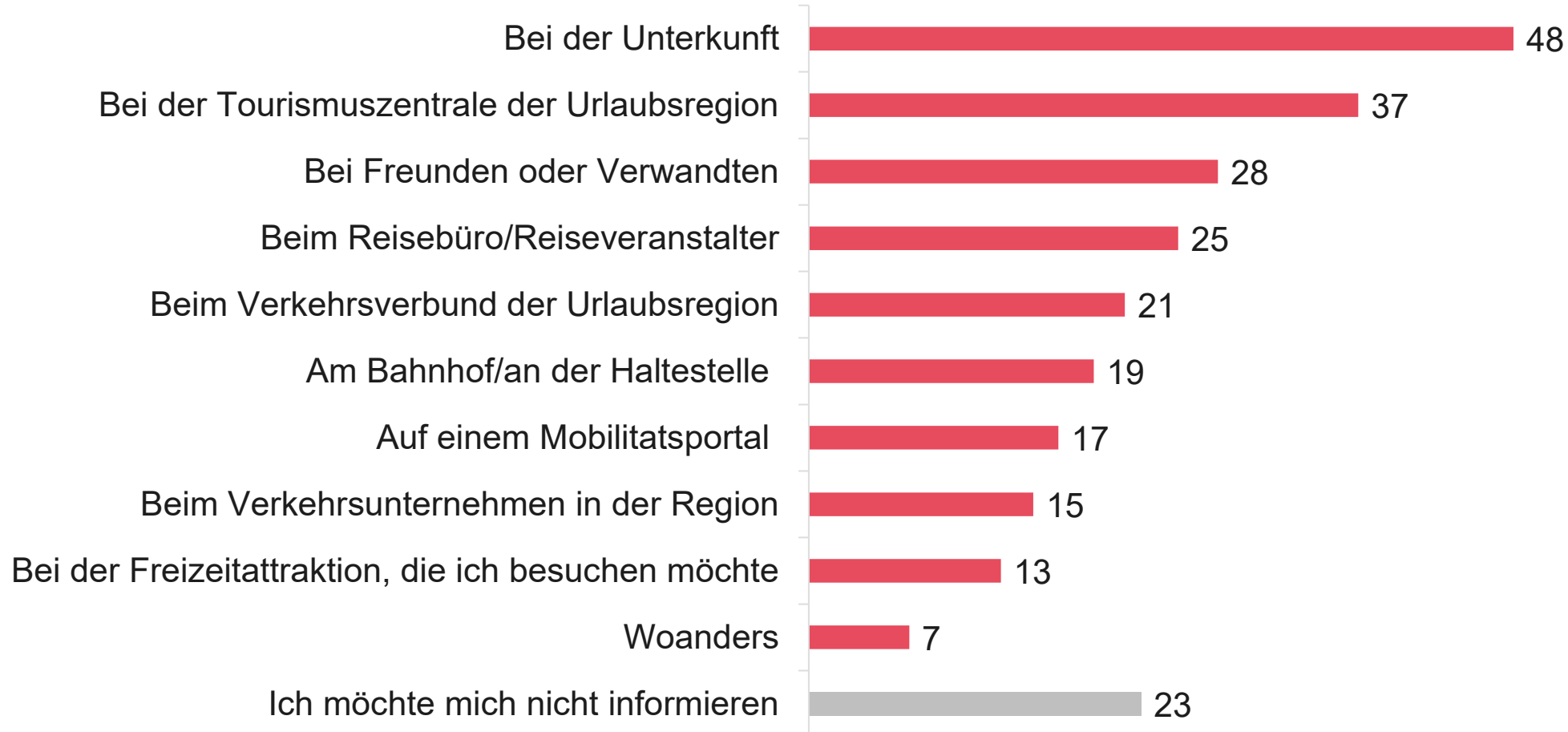
Attraktive Angebote für umweltfreundlichere Fortbewegung in der Urlaubsregion



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

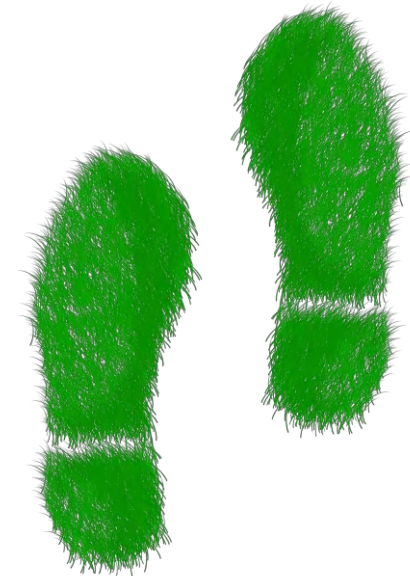


Bild: ElisaRiva-auf-Pixabay-2094273_1920

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

▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

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

▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

10.03.2022

Prof. Dr. Sven Groß

Institut für Tourismusforschung (ITF)

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

▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

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

▲ Hochschule Harz

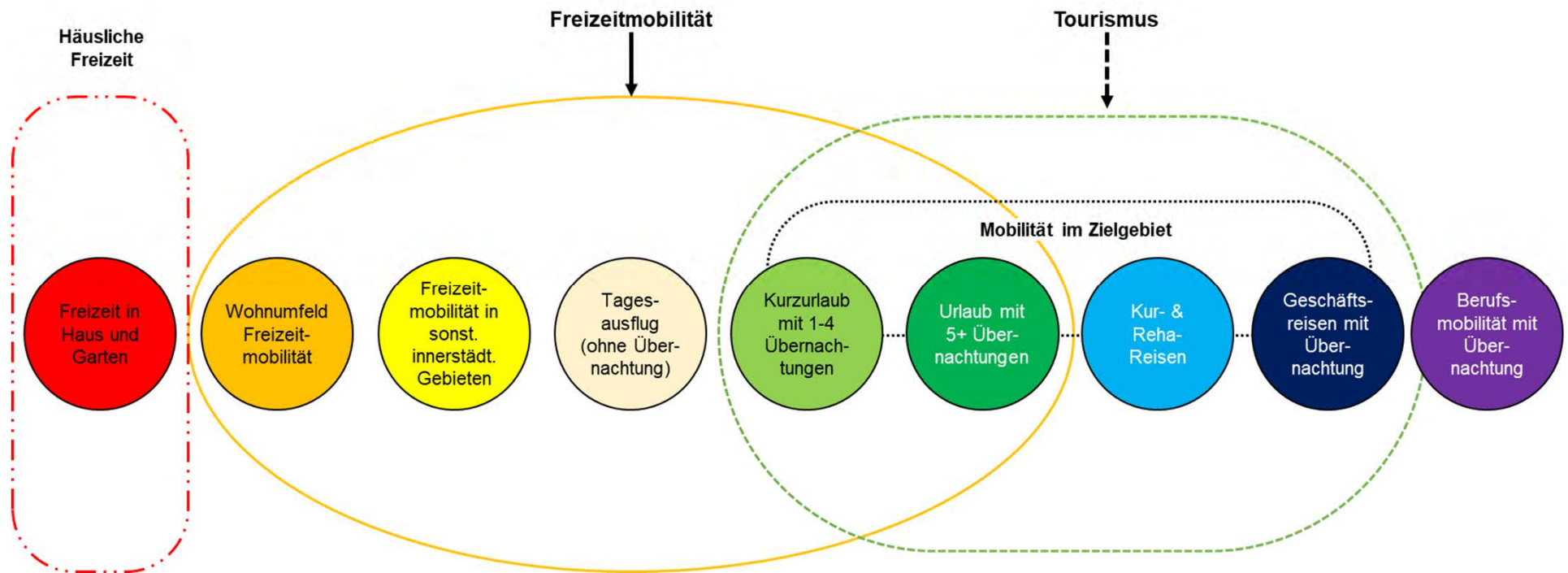
Hochschule für angewandte Wissenschaften

10.03.2022

Prof. Dr. Sven Groß

Institut für Tourismusforschung (ITF)

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

▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

Trends & Best Practices in Freizeit- und touristischer Mobilität

▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

10.03.2022

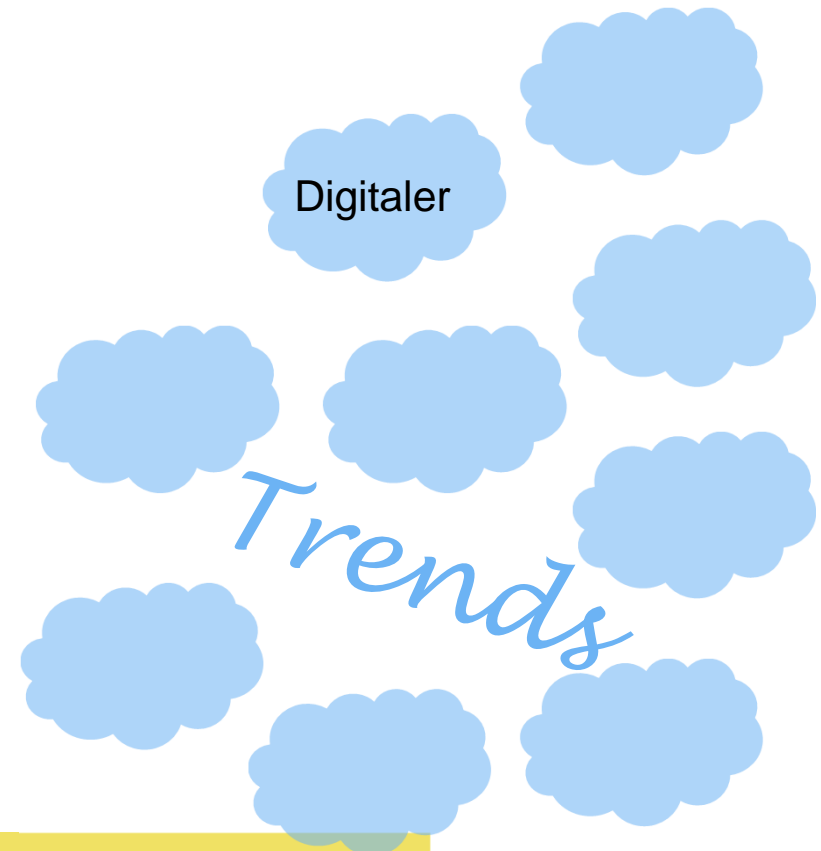
Prof. Dr. Sven Groß

Institut für Tourismusforschung (ITF)

Trends – Digitaler

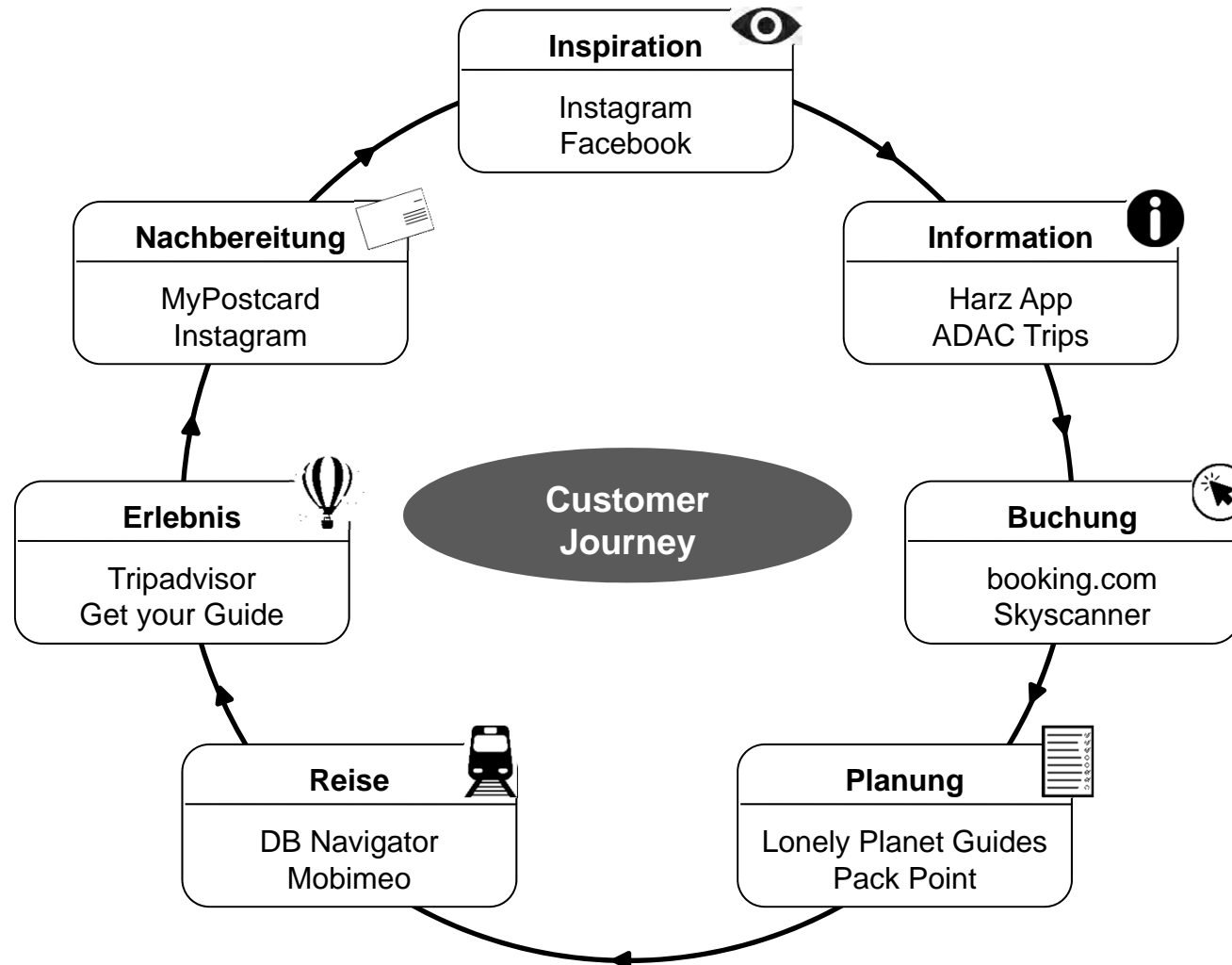
- Technische Unterstützung, z.B. durch Smartphones, Apps und künstl. Intelligenz (wie Chatbots)
- Digitale Information, Buchung und mobiles Bezahlen
- Videokonferenzen
- Door-to-door-Portale
- Gamification
- ...

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



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

Digitaler – App in den Urlaub!

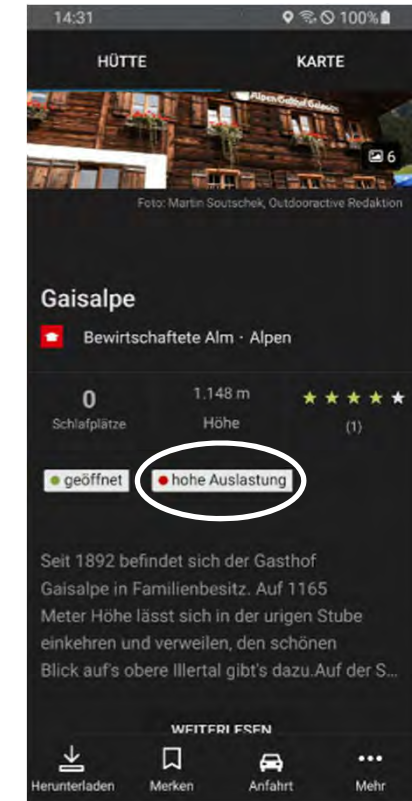


Quelle: in Anlehnung an Horster 2015, S. 14



AI-basierter Recommender für nachhaltigen Tourismus

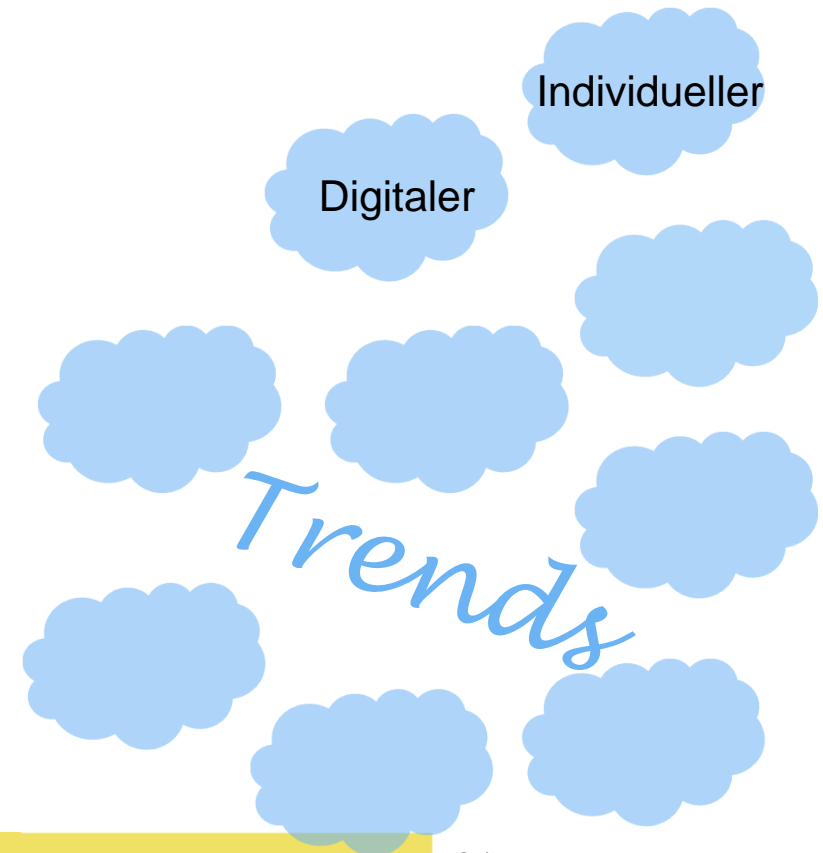
- In Urlaubsgebieten fehlen smarte Lösungen zur Identifizierung & Prognose der Auslastung für ein effektives Besuchermanagement → häufig erreichen Infos Besucher nicht
- KI-basierte Modellierung soll analoge und digitale Anwendungen (auf der **Outdooractive-Plattform**) dabei unterstützen, NutzerInnen 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

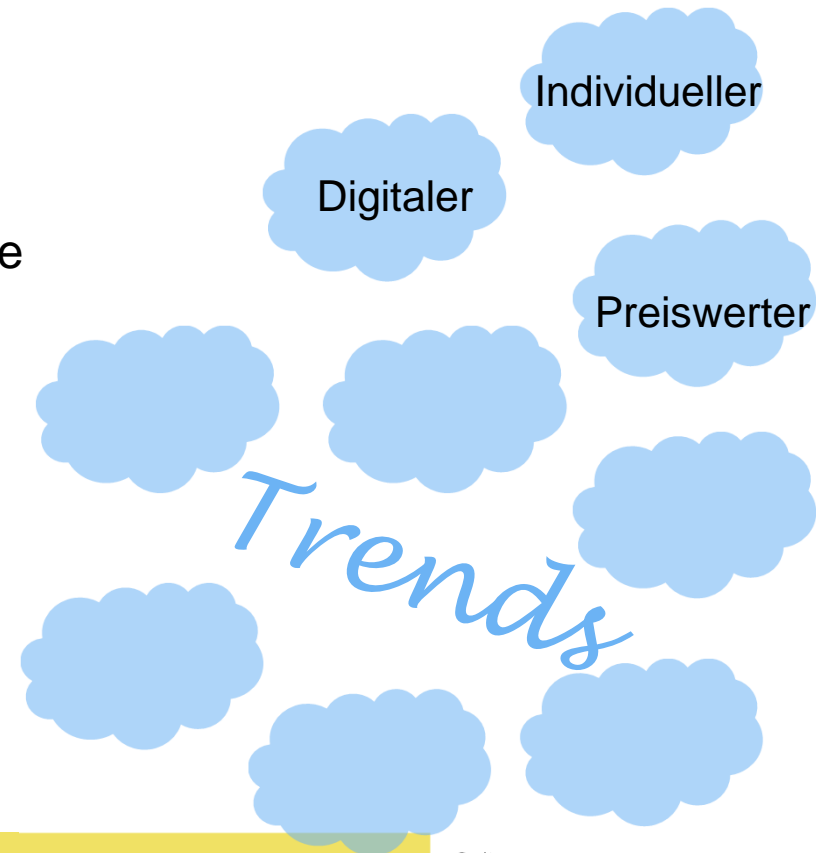
- Neue Preismodelle
- Low Cost Carrier
- Fernbusse
- Dynamic Pricing
- Auktionen (z.B. Reverse Auktionen, wie „Crazy Auktion“)
- ...



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

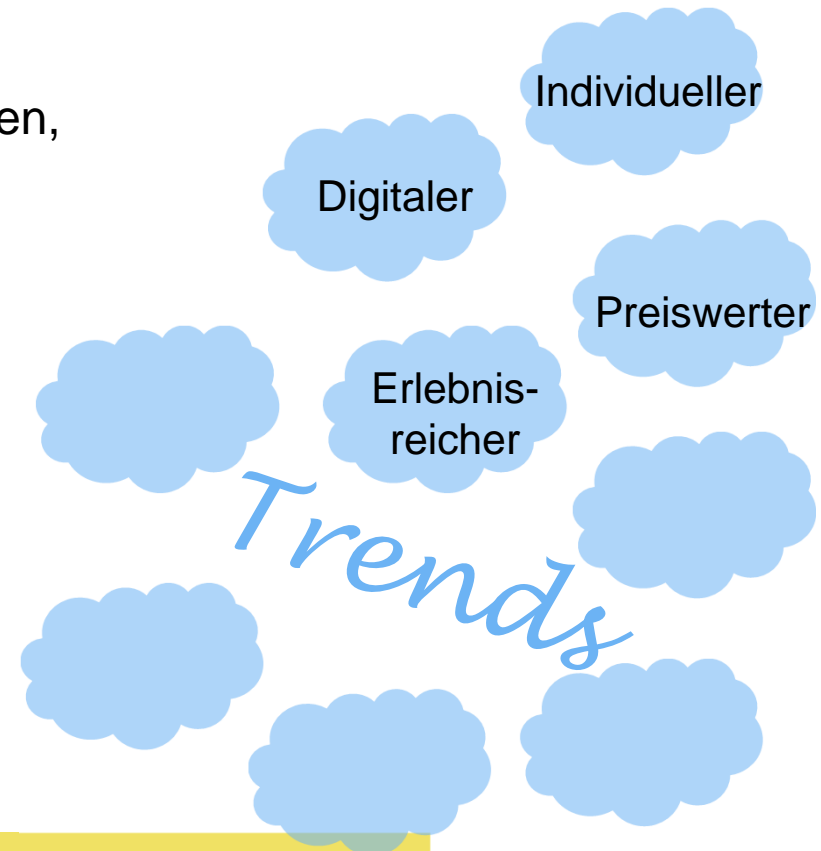
Hochschule für angewandte Wissenschaften

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



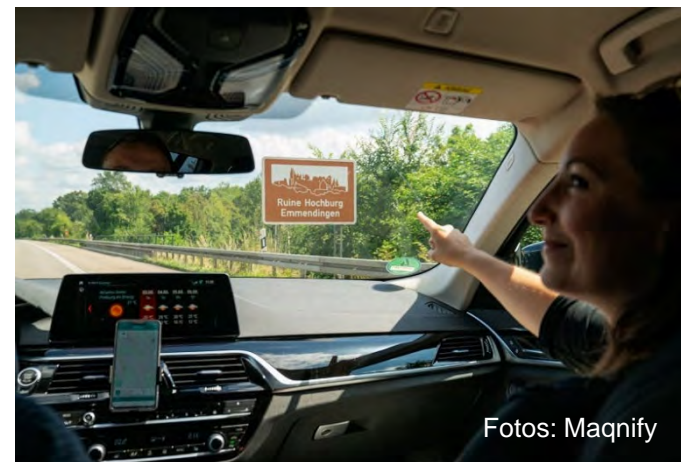
Foto: Seilbahnen Thale GmbH



Touristische Unterrichtstafeln



Foto: Pixabys



Fotos: Magnify

Erlebnisreicher – Inszenierung und Thematisierung



- 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



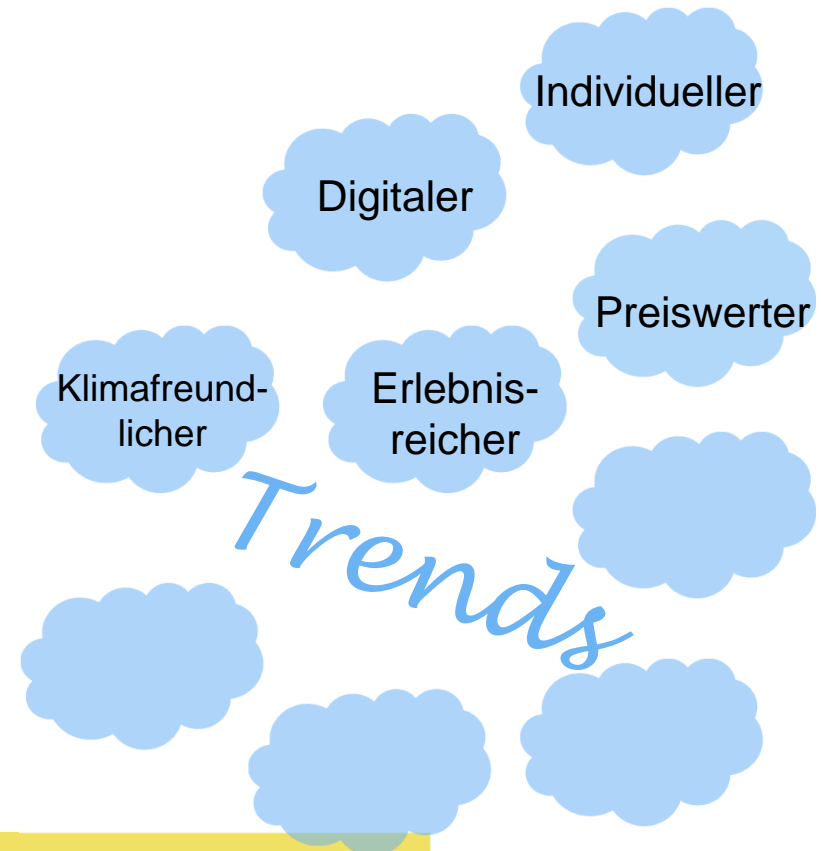
- ca. 7 km Wanderweg rund um den Bocksberg in Goslar-Hahnenklee
- auf Weg befinden sich „Hochzeitsbänke“ und andere Kunstobjekte
- namensgebende Liebesbank ist in Harzer Wandernadel einbezogen
- Weg wurde 2007 als einer der ersten Premiumwanderwege in Niedersachsen ausgezeichnet

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

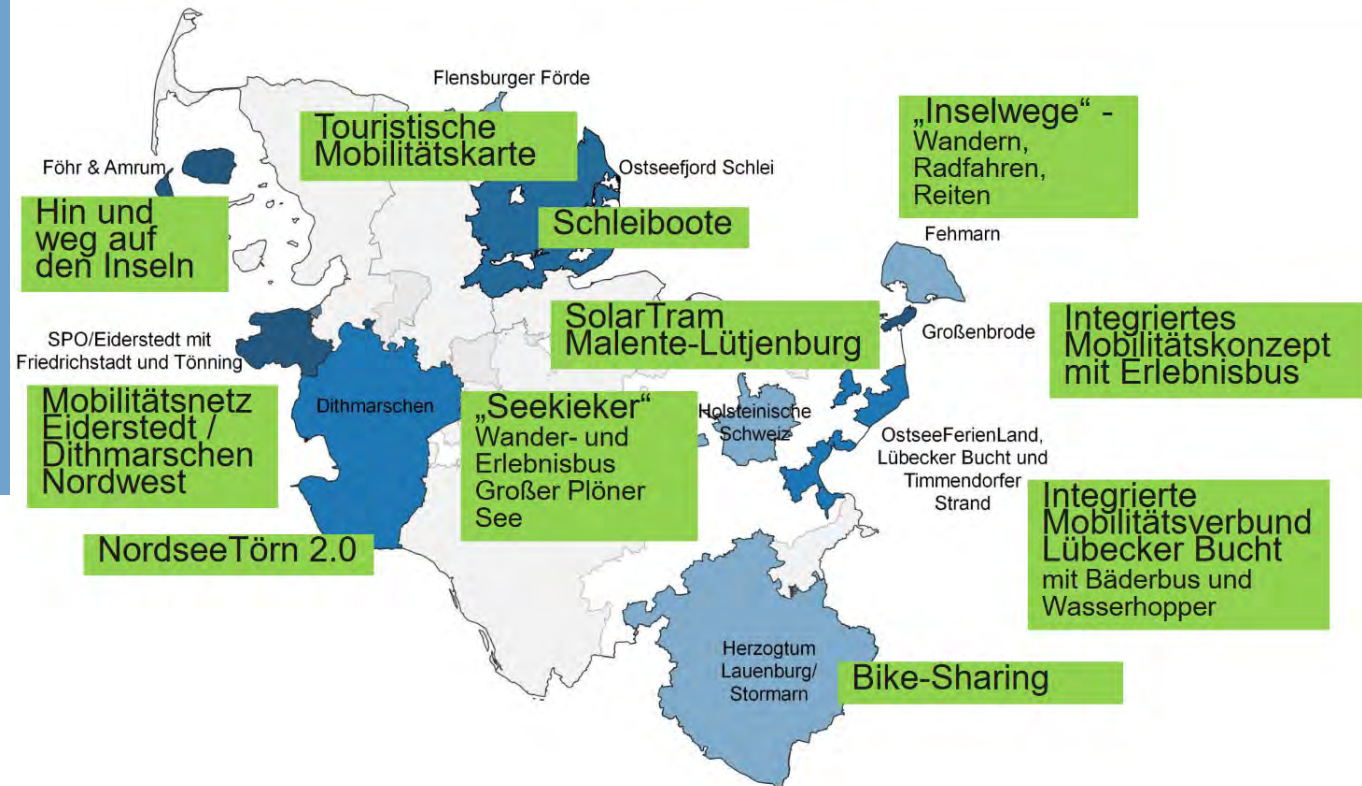
Prof. Dr. Sven Groß

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



Karte/Logo: Alpine Pearls

*Kandidaten-Perle

Quelle: www.alpine-pearls.com

▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

Jährlich mehr als **2 Mio.**
Gäste und mehr als **6,5 Mio.**
Übernachtungen

 **Alpine**
pearls
Holidays in Eco-Motion

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 – Entschleuniger

- 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

Trekkingenerlebnis Steigerwald



Fotos: Manuel Sand



Fotos: Nationalparkforstamt Eifel

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
- ...



Foto: Pixabay



„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

▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

10.03.2022

Prof. Dr. Sven Groß

Institut für Tourismusforschung (ITF)



Treibende Kräfte im Freizeitverkehr

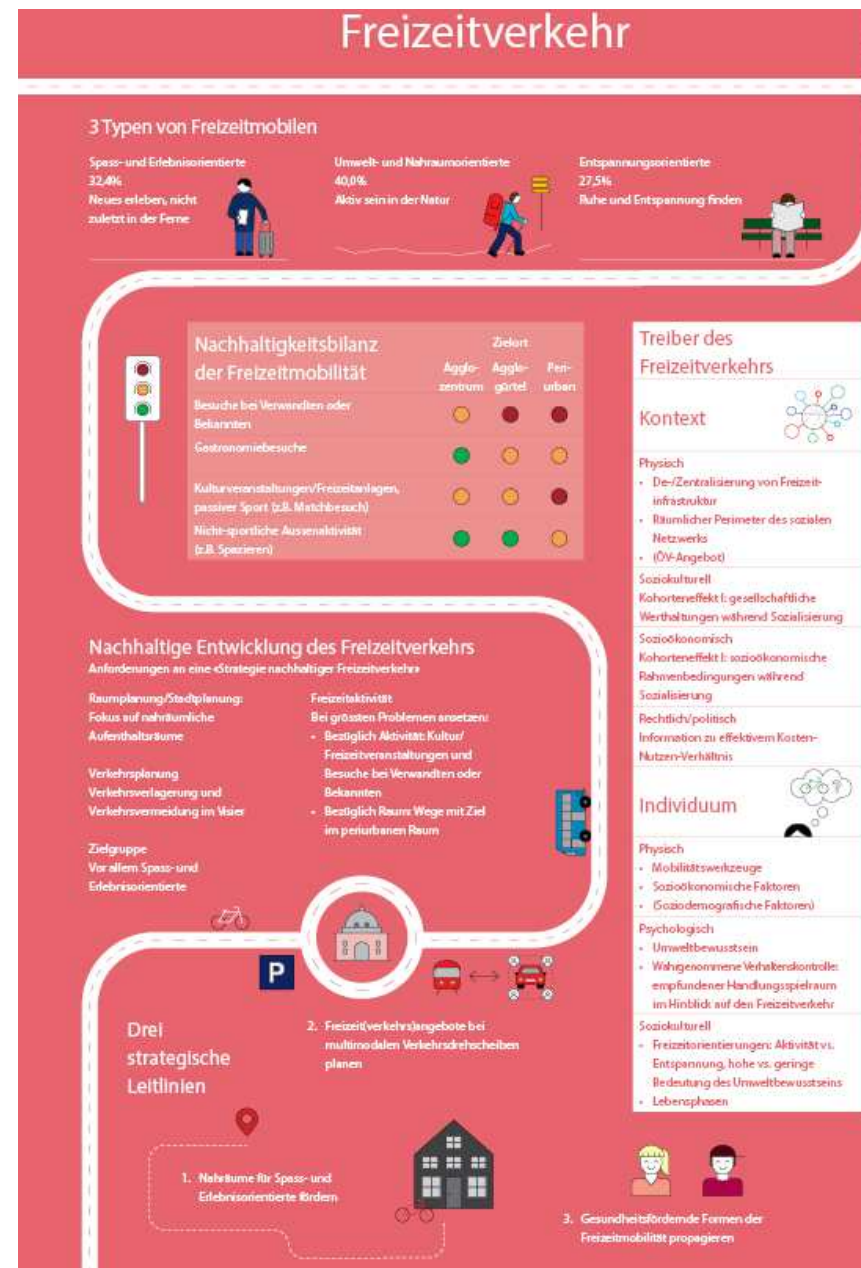
Mobilität der Zukunft in Hessen 2030

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





Federazione Svizzera Confœderaziun Svizra Confederaziun elvetica
Confœderaziun svizra
Confœderaziun 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

INTERFACE

Treibende Kräfte im Freizeitverkehr

Facteurs déterminants pour la mobilité de loisirs

Driving forces in leisure traffic

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

Swiss Economics, Zürich
Dr. Martin Lutzenberger

ISOE – Institut fuer sozial-oekologische 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

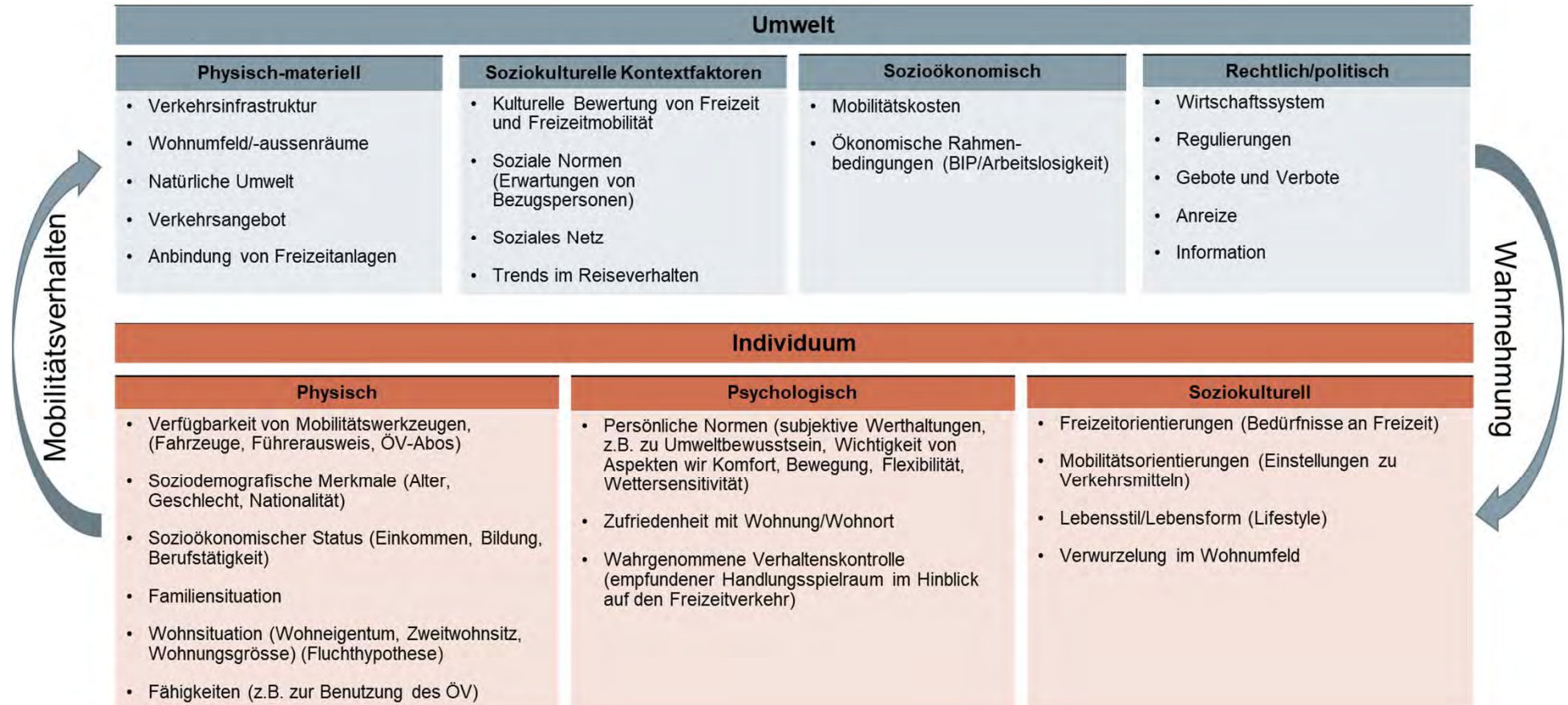
Vier Forschungsfragen

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 «Spass- 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.

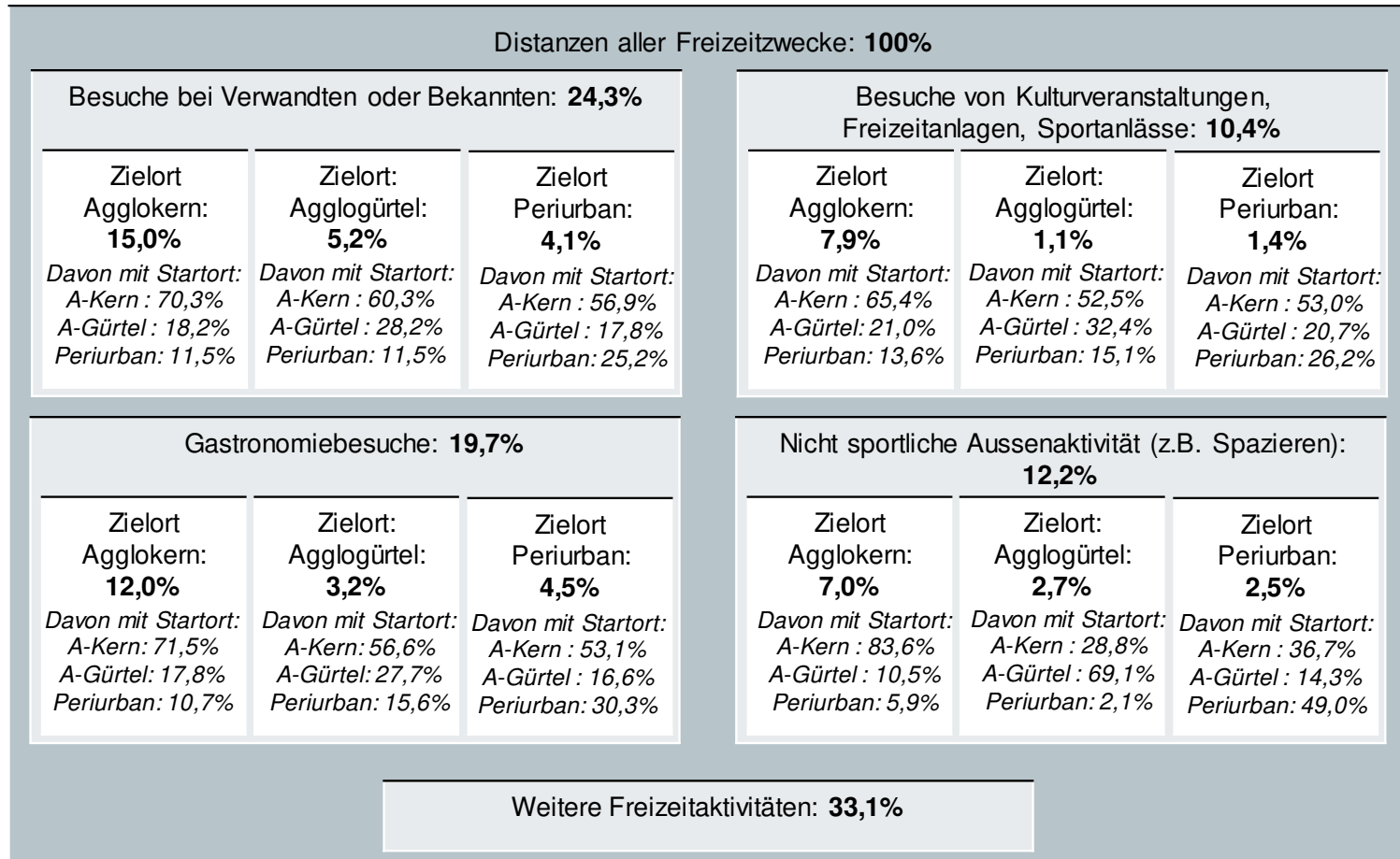
Des Weiteren handelt es sich bei Personen in diesem Cluster um...

- 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



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



Nachhaltigkeitsbilanz der Freizeitmobilität

	Zielort		
	Agglozentrum	Agglogürtel	Periurban
Besuche bei Verwandten oder Bekannten	Orange	Red	Red
Gastronomiebesuche	Green	Orange	Orange
Kulturveranstaltungen/Freizeitanlagen, passiver Sport (z.B. Matchbesuch)	Orange	Orange	Red
Nicht-sportliche Aussenaktivität (z.B. Spazieren)	Green	Green	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 nahräumlichen 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 Sportveranstaltungen 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?