

Die Touristiklinie im Kreis Lippe

Evaluierung eines Freizeitverkehrsangebotes im ländlichen Raum

Elke Freitag (Paderborn)

Zusammenfassung

In den letzten Jahren ist eine Reihe von öffentlichen Freizeitverkehrsangeboten auf den Markt gekommen. Eines von ihnen ist die so genannte Touristiklinie im Kreis Lippe, die im Rahmen dieses Beitrages vorgestellt werden soll. Grundlage dafür bilden Fahrgastbefragungen in den eingesetzten Bussen sowie Besucherbefragungen, die an einigen von der Touristiklinie erschlossenen Zielen durchgeführt wurden. Hier zeigte sich, dass die Touristiklinie mehrere Funktionen erfüllt. Einerseits bietet sie ein interessantes Freizeitverkehrsangebot für Ausflügler und Touristen, andererseits sorgt sie für eine Verbesserung des „regulären“ ÖPNV-Angebotes.

Weiterhin werden Potenziale der Touristiklinie deutlich, einen Beitrag zur Verbesserung der Wahrnehmung und des Images des ÖPNV zu leisten, da in einem gewissen Umfang auch Nicht-Nutzer des ÖPNV bzw. seltene Nutzer als Fahrgäste gewonnen werden können.

Zum Schluss des Beitrages werden erste Erfahrungen dargestellt, die mit einem im Jahr 2003 eingeführten Kombiticket auf der Touristiklinie gemacht wurden.

Summary

In the last few years there have been a series of public transport services for leisure on the market. One of these is the so called „Touristiklinie“ in Lippe which is presented in this article. It is based on interviews with passengers on the buses used as well as on interviews with visitors to places made accessible by the „Touristiklinie“. This showed that the „Touristiklinie“ fulfils two functions. On the one hand it provides an interesting traffic service for day trippers and tourists and on the other hand it provides for an improvement to the regular public transport service.

A further obvious potential of the „Touristiklinie“ is to improve the conception and image of public transport as, to a certain extent, even people who seldom or never use public transport could be won over to become public transport passengers.

At the end of this article the first experiences which were made with a combined ticket which was introduced in 2003 are portrayed.

1 Die Touristiklinie als Beispiel eines öffentlichen Freizeitverkehrsangebotes

Im Zuge des in den letzten Jahren deutlich gestiegenen Anteils der Freizeit an der Lebenszeit gewinnt auch der Freizeitverkehr immer mehr an Bedeutung. Heute entfallen rund 38 % des Verkehrsaufkommens bzw. 47 % der Verkehrsleistung auf die Fahrtzwecke Freizeit und Urlaub. In den kommenden Jahren wird mit einer weiteren Zunahme dieses Verkehrssegmentes gerechnet. Gleichzeitig ist der Freizeitverkehr in hohem Maße Pkw-orientiert, was insbesondere in Bezug auf die zurückgelegten Kilometer deutlich wird. So wurden 2002 in der Freizeit fast 79 % der Kilometer mit dem Pkw zurückgelegt. Am Urlaubsverkehr, bei dem darüber hinaus das Flugzeug einen großen Stellenwert besitzt, erreichte der MIV einen Anteil von 59 % (BMVBW 2002, S. 218-221). Für die Zielgebiete des Freizeitverkehrs hat dieses jedoch zumeist verkehrliche und ökologische Probleme zu Folge.

Da die Hauptnachfrage nach Freizeitverkehr v. a. an Wochenenden, d. h. meist zu den Zeiten liegt, in denen der ÖPNV nur ein stark ausgedünntes und wenig attraktives Angebot bereit hält, besitzen die Menschen in vielen Fällen jedoch keine Alternative zum Auto (vgl. FREHN, SCHWAFERT, JUTZLER 2003, S. 32).

Einige öffentliche Verkehrsunternehmen haben auf diese Entwicklungen reagiert und in den letzten Jahren vermehrt spezielle Freizeitverkehrsangebote auf den Markt gebracht. Das Angebot ist mittlerweile recht vielfältig. Die Palette reicht von Ausflugsbahnlinien, die z. T. mit historischen Schienenfahrzeugen betrieben werden, über Sonderverkehre zu Events, Abend- und Nachtverkehren bis hin zu Fahrradbuslinien. Zudem existieren in Deutschland eine Reihe sonstiger Freizeitbuslinien, deren Zielgruppen v. a. Wanderer und Ausflügler bzw. die Besucher von touristischen Sehenswürdigkeiten darstellen. Zu dieser Gruppe gehört auch die so genannte Touristiklinie im Kreis Lippe, die im Folgenden näher betrachtet werden soll.

Ziel des Beitrages ist es, die Nutzerstruktur dieses Freizeitverkehrsangebotes aufzuzeigen. Darüber hinaus soll geklärt werden, in welchem Umfang und in welcher Form die Touristiklinie Einfluss auf das Verkehrsmittelwahlverhalten der bisherigen und potentiellen Nutzer haben kann. Darüber hinaus werden Erfahrungen mit einem Kombiticket dargestellt, das 2003 probeweise auf der Touristiklinie eingeführt wurde und einen Beitrag zur Attraktivitätssteigerung von öffentlichen Freizeitverkehren leisten sollte.

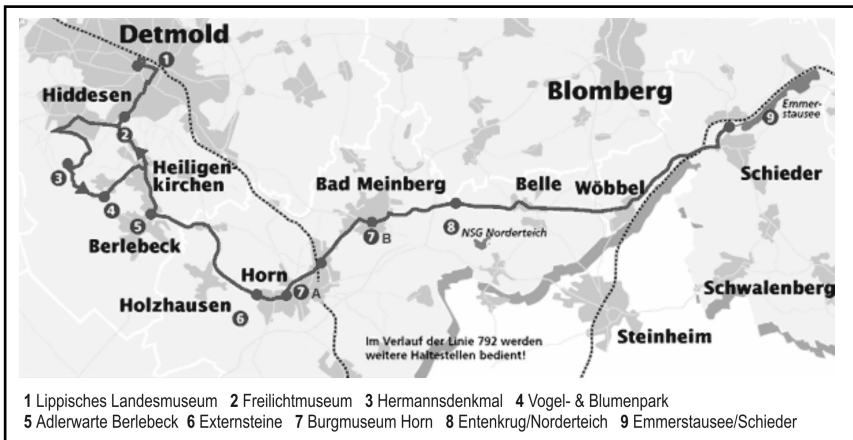
2 Ausgangslage und heutiges Angebot

Der Kreis Lippe, in dem die Touristiklinie verkehrt, befindet sich in der Fremdenverkehrsregion Teutoburger Wald. Wichtiges Standbein des Tourismus in dieser Region ist heute der Kur- und Wellnesstourismus. Aber auch als Wanderregion besitzt der Kreis Lippe eine Bedeutung. Darüber hinaus weist dieser Raum eine hohe Dichte an touristischen Sehenswürdigkeiten auf, die sowohl Ziele der Naherholung als auch von (Kurz-)Urlaubern sind. Zu den bedeutendsten und bekanntesten von ihnen gehören die Externsteine und das Hermannsdenkmal, aber auch das Freilichtmuseum in Detmold hat mittlerweile überregionalen Stellenwert erlangt.

Gleichzeitig war jedoch nur ein wenig attraktives ÖPNV-Angebot zur Erschließung dieser touristisch interessanten Ziele vorhanden. Dieses traf insbesondere auf die Wochenenden – den Hauptnachfragetagen der Sehenswürdigkeiten – zu, so dass die An- und Abreise fast ausschließlich mit dem eigenen Pkw erfolgen konnte. Auch wenn teilweise eine Anbindung einzelner touristischer Sehenswürdigkeit mit dem ÖPNV vorhanden war, fehlte jedoch v. a. eine Verbindung der einzelnen touristischen Ziele untereinander. Dadurch war es trotz der räumlichen Nähe kaum möglich, in akzeptabler Zeit mehrere Einrichtungen an einem Tag zu besuchen.

Vor diesem Hintergrund wurde die Touristiklinie eingeführt. Sie verkehrt heute unter der Liniennummer 792 von Anfang April bis Anfang November jeden Samstag und Sonntag sowie an Feiertagen zwischen Detmold und dem Emmerstausee in Schieder (vgl. Abb. 1). Über den Bahnhof Detmold, an dem die Touristiklinie ihre Anfangshaltestelle besitzt, bestehen Anschlüsse zu anderen Buslinien sowie Regionalzügen. Anschlüsse an den Schienenverkehr existieren ebenfalls an der Endhaltestelle in Schieder. Die verschiedenen touristischen Ziele im südlichen Kreisgebiet werden im Stundentakt miteinander verbunden. Neben dem Freilichtmuseum in Detmold, dem Hermannsdenkmal im Detmolder Stadtteil Hiddesen und den Externsteinen bei Horn-Bad Meinberg gehören dazu u. a. der Vogel- und Blumenpark in Heiligenkirchen, die Adlerwarte in Berlebeck sowie der Emmerstausee, auf dem Möglichkeiten für Bootsauflüge bestehen und an dem auch ein kleiner Freizeitpark betrieben wird.

Abb. 1: Linienverlauf der Touristiklinie



Quelle: VGL Verkehrsgesellschaft Lippe 2003

3 Ergebnisse von Fahrgast- und Besucherbefragungen zur Touristiklinie

3.1 Untersuchungsmethodik

Da bislang noch keinerlei Daten zu Nutzerstrukturen sowie den Wirkungen dieser Freizeitlinie vorlagen, wurde im Rahmen des Forschungs- und Demonstrationsvorhabens IMAGO eine Evaluierung der Touristiklinie vorgenommen. Dazu wurden in den Bussen der Touristiklinie Fahrgastbefragungen und -zählungen durchgeführt. Die erste Erhebungsphase fand an einem Samstag und Sonntag im Juli 2002 statt. Aufgrund eines neu eingeführten Kombiticket-Angebotes auf der Touristiklinie wurde im Juli 2003 eine erneute Fahrgasterhebung durchgeführt. Zusätzlich fanden in drei von der Touristiklinie erschlossenen und am Kombiticket beteiligten touristischen Einrichtungen – der Adlerwarte, dem Vogel- und Blumenpark sowie dem Hermannsdenkmal – Besucherbefragungen statt, mit Hilfe derer die Wahrnehmung und Nutzung des Kombitickets sowie zusätzliche Daten zur Touristiklinie ermittelt werden sollten.

Da sich die Ergebnisse der Fahrgastbefragung aus den Jahren 2002 und 2003 nicht grundlegend voneinander unterscheiden, beziehen sich die folgenden Darstellungen, die sich aus der Fahrgastbefragung ergeben – sofern die Fragestellung nicht nur in einem Erhebungsjahr behandelt wurde – auf beide Erhebungsjahre.

3.2 Die Nachfragestruktur der Touristiklinie

Ziel der Fahrgastbefragungen und Zählungen in den Bussen der Touristiklinie war es, u. a. ein Bild von der Nachfragestruktur dieses Freizeitverkehrsangebotes zu gewinnen. Im Hinblick auf die Fahrgastzahlen ist es jedoch kaum möglich, generelle Aussagen über einen typischen Betriebstag dieses Freizeitverkehrsangebotes zu treffen, denn die Nachfrage nach Freizeitverkehren wie der Touristiklinie ist stark witterungsabhängig. So sind bei schlechtem Wetter häufig kaum Ausflügler in den Bussen anzutreffen, während es bei schönem Wetter zu einem sehr hohen Fahrgastaufkommen bis an die Kapazitätsgrenzen und darüber hinaus kommen kann. Bei der Auswahl der Untersuchungstage wurde jedoch versucht, Tage zu erfassen, die weder das eine noch das andere Extrem abbilden.

An den vier Erhebungstagen konnte in den Bussen der Touristiklinie jeweils eine durchschnittliche Auslastung von 7,8 bis 9,8 Fahrgästen pro Fahrt und Tag ermittelt werden. Diese vorliegenden Fahrgastzahlen erlauben zwar keinen kostendeckenden Betrieb, sie sind jedoch vergleichbar mit vielen anderen Freizeitverkehren im ländlichen Raum (vgl. z. B. BRUNSING, TRIEBSTEIN & SCHMIDT 2003, S. 52, FREITAG 2004). Durch das Auftreten von größeren Gruppen kann es im Tagesverlauf dabei allerdings zu teilweise großen Schwankungen im Fahrgastaufkommen kommen.

Die Fahrgäste der Touristiklinie setzen sich zu etwa gleichen Teilen aus Ausflüglern, d. h. Personen, die den Fahrtzweck „Besuch von Sehenswürdigkeiten“ genannt haben, sowie sonstigen Fahrgästen zusammen. Dabei wurden als sonstige Fahrtzwecke aufgrund der Wochenendsituation vorwiegend andere Freizeitaktivitäten, wie der Besuch von Freunden oder Bekannten, genannt. Teilweise wurde der Besuch von Sehenswürdigkeiten auch mit dem Fahrtzweck „Wandern“ verknüpft. Da

diese beiden Zwecke zumeist miteinander verbunden wurden, finden sich die Wanderer aus Gründen der Übersichtlichkeit in der Kategorie „Besuch von Sehenswürdigkeiten“ wieder. Die Gruppe der Wanderer, die ebenfalls eine interessante Zielgruppe der Touristiklinie bildet, hat bislang jedoch noch keine große Bedeutung am Fahrgastaufkommen erlangt.

Die Touristiklinie erfüllt damit neben ihrer Funktion als Freizeitlinie, d. h. eine Verbindung zwischen den Sehenswürdigkeiten im Kreis Lippe zu schaffen, auch die Aufgabe einer Ergänzung des Regelverkehrs, der insbesondere an den Wochenenden in diesem ländlich geprägten Raum z. T. ohne das Angebot dieses Freizeitverkehrsangebotes große Angebotslücken aufweist. Durch die Ausweitung der Zielgruppe auf Fahrgäste, die die Touristiklinie nicht in ihrer Funktion als An- und Abreiseverkehrsmittel zu touristischen Zielen nutzen, kann diese Buslinie zudem einen Beitrag zur Absicherung und Verbesserung der Mobilität der Bevölkerung im ländlichen Raum leisten. Gleichzeitig sorgen diese Personen für eine wetterunabhängige Basisauslastung der Linie.

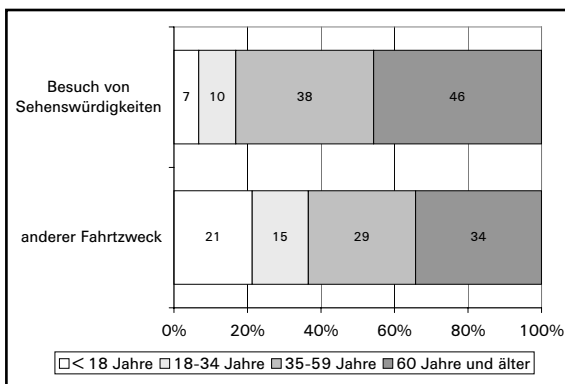
Beim Blick auf die Altersstruktur der Fahrgäste wird deutlich, dass sich die beiden Fahrgastgruppen – Ausflügler und sonstige Fahrgäste – merklich voneinander unterscheiden. So sind die Personen mit dem Fahrtzweck „Besuch von Sehenswürdigkeiten“ insgesamt betrachtet deutlich älter als die übrigen Fahrgäste (vgl. Abb. 2).

Während bei den Ausflüglern die über 60-Jährigen einen Anteil von 46 % einnehmen, erreichen sie bei sonstigen Fahrgästen

„nur“ 34 %. Jüngere Altersgruppen werden von der Touristiklinie in ihrer Funktion als Freizeitverkehrslinie hingegen nur verhältnismäßig schwach rekrutiert. Die Hauptzielgruppe der Touristiklinie setzt sich somit vorwiegend aus Personen mittleren und gehobenen Alters zusammen. Gründe dafür können die angefahren Ziele der Touristiklinie darstellen, die vorwiegend diese Altersgruppen ansprechen. Diese Vermutung wird durch die Besucherbefragung in drei ausgewählten Einrichtungen bestätigt. Zudem sind die 18 bis 34-Jährigen in öffentlichen Verkehrsmitteln zumeist nur unterproportional vertreten. Selbst Freizeitverkehrsangebote können diese vielfach nicht animieren, auf das Auto zu verzichten.

Die Ausflügler nutzen die Touristiklinie zudem häufig in Gemeinschaft mit anderen Personen. So waren 87 % von ihnen mindestens zu zweit unterwegs, wohingegen 50 % der sonstigen Fahrgäste die Touristiklinie allein nutzen.

Abb. 2: Altersstruktur der Fahrgäste

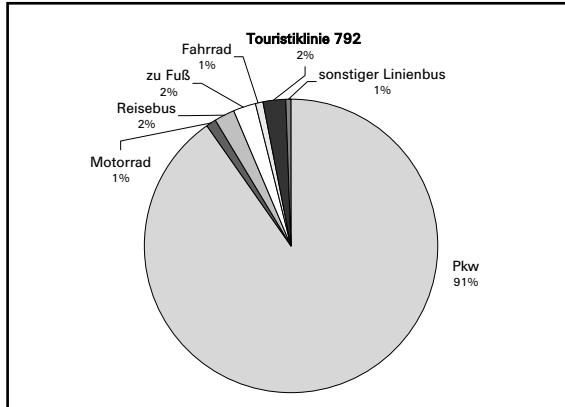


Quelle: Eigene Erhebung 2002, 2003

3.3 Verkehrsmittelnutzung und Verlagerungspotenzial

Um zu ermitteln, ob und in welchem Umfang Freizeitverkehrsangebote wie die Touristiklinie einen Beitrag zur Verlagerung des Verkehrs vom MIV auf den ÖPNV leisten können, wurde der Modal Split der Besucher an einigen ausgewählten touristischen Zielen ermittelt, die von der Touristiklinie erschlossen werden. Einbezogen wurden die drei am Kombiticket beteiligten Einrichtungen Hermannsdenkmal, Adlerwarte und Vogel- und Blumenpark. Dabei zeigte sich, dass der Anteil der Touristiklinie am

Abb. 3: Modal Split der Besucher der touristischen Ziele



Quelle: Eigene Erhebung 2003

Modal Split als verhältnismäßig gering einzustufen ist. Sie wurde von lediglich 2 % der Befragten genutzt, um zu den touristischen Zielen zu gelangen (vgl. Abb. 3). Die überwiegende Mehrheit der Besucher, d. h. 91 % wählte hingegen den eigenen Pkw als Anreiseverkehrsmittel. Andere Verkehrsmittel haben – ähnlich wie die Touristiklinie – nur einen sehr geringen Stellenwert.

Die geringe Nutzung der Touristiklinie als Anreiseverkehrsmittel lässt sich u. a. auf den bislang geringen Bekanntheitsgrad dieses Angebotes zurückführen. So hatten lediglich 20 % der Besucher in den untersuchten touristischen Einrichtungen schon einmal von der Touristiklinie gehört. Betrachtet man dagegen nur die Besucher mit Wohnsitz im Kreis Lippe, das Haupteinzugsgebiet der Touristiklinie darstellt, so ist der Bekanntheitsgrad etwas höher einzustufen. 37 % von ihnen gaben an, die Touristiklinie zu kennen. Unter den Personen, die im Kreis Lippe ihren Urlaub oder Kuraufenthalt verbrachten, wussten wiederum nur 11 % von der Existenz der Touristiklinie. In dieser Hinsicht sind also noch deutliche Ausbaupotenziale vorhanden, zumal diese Gruppe fast ein Fünftel der gesamten Fahrgäste der Touristiklinie stellt. Hier sind weitere Marketingaktivitäten sowie eine verstärkte Zusammenarbeit mit den örtlichen Tourismusorganisationen sowie Kur- und Beherbergungsbetrieben unabdingbar.

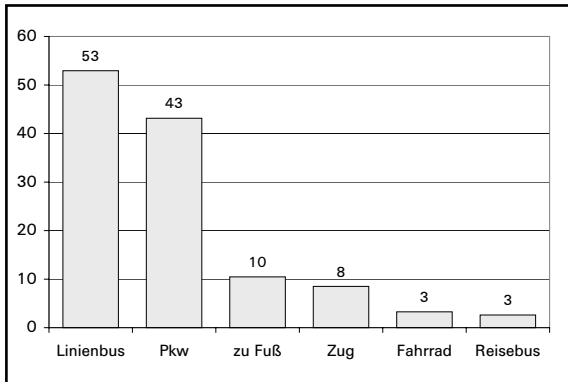
Um festzustellen, ob die Touristiklinie zu einer Veränderung des Verkehrsmittelwahlverhaltens beigetragen hat, wurden die Fahrgäste der Touristiklinie, die die vorhanden Sehenswürdigkeiten schon einmal in der Vergangenheit besucht hatten, gefragt, wie sie zuvor ihr Ziel erreicht hatten. Dabei zeigte sich, dass der größte Teil von ihnen (53 %) schon einmal mit dem Linienbus vor Ort gewesen war (vgl. Abb. 4). Für diese Gruppe hat damit keine Veränderung des Verhaltens stattgefunden. Im

Gegensatz dazu stehen diejenigen, die zuvor ein anderes Verkehrsmittel, insbesondere das Auto, zur Anreise genutzt hatten. Bei dieser Gruppe kann – wenn keine Änderungen der persönlichen Lebenssituation eingetreten sind – davon ausgegangen werden, dass die Einführung der Touristiklinie zu einer Verhaltensänderung und damit zu einer gewissen Verlagerung des MIV auf den ÖPNV beigetragen hat. 43 % der Fahrgäste der Touristiklinie hatte zuvor die Sehenswürdigkeiten mit dem Pkw erreicht, so dass hier von einer beachtenswerten Veränderung gesprochen werden kann.

Unterstrichen werden diese Verlagerungstendenzen zugunsten des ÖPNV durch die Betrachtung des Führerscheinbesitzes der Fahrgäste (vgl. Abb. 5). So kann die Touristiklinie auch Fahrgäste gewinnen, die nicht auf den ÖPNV als Verkehrsmittel angewiesen sind. Dieses trifft in besonderem Maße auf die Ausflügler zu, von denen 60 % über einen Führerschein verfügen, bei den übrigen Fahrgästen sind es ca. 35 %. Diese Gruppe hätte also – ein Auto vorausgesetzt – die Möglichkeit, auch mit dem Pkw zu ihren Zielen zu gelangen.

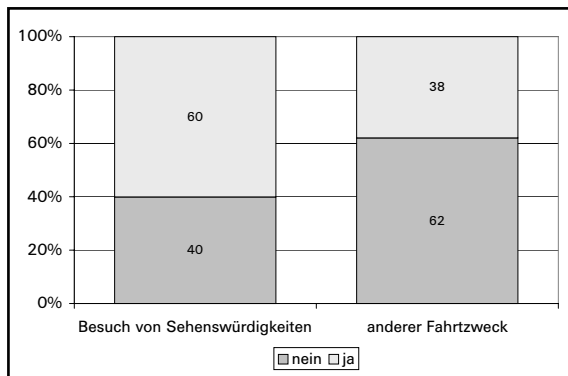
Etwas geringer als der Führerscheinbesitz ist die Pkw-Verfügbarkeit der Fahrgäste einzustufen, denn nicht jeder der einen Führerschein besitzt, kann auch auf einen Pkw zurückgreifen. Dennoch bestätigt sich auch beim Aspekt der Pkw-Verfügbarkeit wieder die Beobachtung, dass durch die Touristiklinie, insbesondere in der

Abb. 4: Verkehrsmittelwahl beim vorherigen Besuch der touristischen Einrichtungen



Quelle: Eigene Erhebung 2002, 2003

Abb. 5: Führerscheinbesitz der Fahrgäste



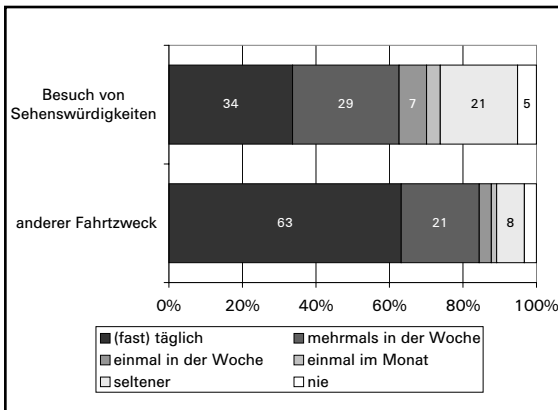
Quelle: Eigene Erhebung 2002, 2003

Zielgruppe der Ausflügler, viele Non-Captive Riders angesprochen werden. So verfügt ca. die Hälfte der Fahrgäste mit dem Fahrtzweck „Besuch von Sehenswürdigkeiten“ entweder immer oder zumindest nach Absprache über einen Pkw. Bei den übrigen Fahrgästen beträgt dieser Anteil lediglich 23 %.

Im Vergleich zu anderen untersuchten Freizeitverkehrsangeboten ist die Pkw-Verfügbarkeit der Ausflügler jedoch als relativ niedrig einzustufen (vgl. z. B. SCHRABE, BITTER & SCHMIDT 2003, S. 45). Dies lässt sich jedoch vermutlich auf den hohen Anteil von älteren Personen am Fahrgastaufkommen zurückführen.

Im Hinblick auf die Wirkung der Touristiklinie ist auch die Frage nach dem Nutzungsgrad von öffentlichen Verkehrsmitteln der Fahrgäste interessant. Dabei zeigt sich, dass die Fahrgäste insgesamt betrachtet relativ intensive Nutzer von öffentlichen Verkehrsmitteln darstellen, denn ein Großteil von ihnen fährt täglich bzw. mehrmals in der Woche mit Bus oder Bahn (vgl. Abb. 6).

Abb. 6: Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln (Fahrgäste)



Quelle: Eigene Erhebung 2002, 2003

Bezogen auf den Fahrtzweck sind jedoch auch hier deutliche Unterschiede festzustellen. So fahren die Ausflügler, d. h. die beworbene Zielgruppe der Touristiklinie, sichtbar seltener mit öffentlichen Verkehrsmitteln als die übrigen Fahrgäste. Während 84 % der sonstigen Fahrgäste täglich bzw. mehrmals in der Woche den ÖPNV nutzen, waren dies bei den Ausflüglern lediglich 63 %. Rund 26 % der Ausflügler mit dem Fahrtzweck „Besuch von Sehenswürdigkeiten“ gaben sogar an, im Alltag selten bis nie Busse und Bahnen

in Anspruch zu nehmen. Somit werden durch das Angebot der Touristiklinie auch Menschen angesprochen, die im Alltag nur selten öffentliche Verkehrsmittel nutzen. Neben der direkten verkehrsverlagernden Wirkung dieser Freizeitbuslinie, zeigen sich damit Potenziale der Touristiklinie als Marketinginstrument, um neue Kunden für den ÖPNV zu gewinnen. So können durch Freizeitverkehrsangebote wie die Touristiklinie bisherige Nicht-Nutzer an den ÖPNV herangeführt werden. Durch positive Erfahrungen, die mit der Touristiklinie gemacht wurden, besteht somit die Chance, dass diese Menschen in Zukunft auch im Alltag u. U. etwas häufiger auf Bus und Bahn umsteigen.

Angesichts der bisher erreichten Fahrgastzahlen sind die möglichen Effekte der Touristiklinie allerdings in ihrer Größenordnung noch als relativ gering einzustufen. Hier sind weitere Anstrengungen erforderlich, um mehr Kunden für dieses Freizeitverkehrsangebot gewinnen zu können.

3.4 Attraktivitätssteigerung der Touristiklinie durch ein Kombiticketangebot

Zur Attraktivitätssteigerung des ÖPNV als An- und Abreiseverkehrsmittel zu den touristischen Sehenswürdigkeiten hat sich in der Praxis das Angebot eines Kombitickets als sinnvoll erwiesen. Aufgrund von Preisvorteilen, die sich durch den Kauf von mehreren Leistungen ergeben, erhöht sich die Attraktivität aller daran beteiligten Partner, d. h. sowohl der beteiligten Einrichtungen als auch des ÖPNV als Zu- und Abbringer zu den touristischen Zielen. Der unmittelbare Nutzen für den ÖPNV besteht in der Gewinnung von zusätzlichen Fahrgästen, in diesem Fall für die Touristiklinie. Darüber hinaus können durch den einfachen und kostengünstigen Zugang zum ÖPNV, den das Kombiticket ermöglicht, auch Menschen angesprochen werden, die im Alltag aufgrund von schwer verständlichen Tarifen öffentliche Verkehrsmittel meiden. Damit kann letztendlich ein attraktives Kombiticket in gewissem Umfang zu einer Verlagerung des Verkehrs auf den ÖPNV beitragen.

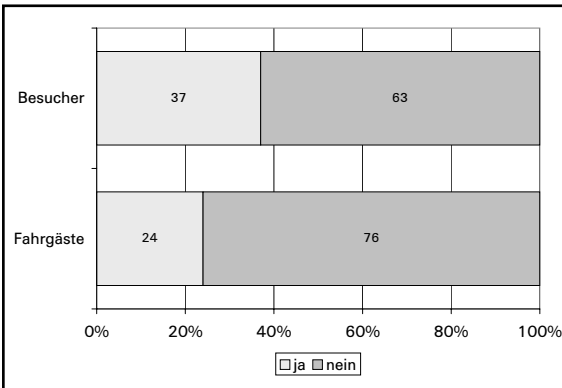
Auch auf der Touristiklinie wurde im Rahmen von IMAGO ein solches Kombiticket im Jahr 2003 probeweise eingeführt. Dazu wurde ein schon bestehendes Kombiticket mit dem Namen „Fliegender Hermann“, das den Besuch des Hermannsdenkmals, der Adlerwarte in Berlebeck und des Vogel- und Blumenparks in Heiligenkirchen umfasste, um ein weiteres Angebotselement erweitert. So konnten die Besitzer dieses Tickets an einem Samstag oder Sonntag zusätzlich die Touristiklinie 792 nutzen.

Das Ticket kostete für Kinder 2,70 €, für Erwachsene 6,20 € und galt von Anfang April bis Ende Oktober. Bei diesem Preis rechnet sich das Ticket für die Kunden bereits beim Lösen einer Einzelfahrkarte für die Touristiklinie für die Hin- und Rückfahrt von Detmold zur Adlerwarte bzw. zum Vogel- und Blumenpark und einen einzigen Besuch in einer dieser beiden Einrichtungen.

Eine erste Evaluierung dieses neuen Angebotes auf der Touristiklinie wurde im Juli 2003, d. h. rund dreieinhalb Monate nach Ausweitung des „Fliegenden Hermanns“ auf die Touristiklinie durchgeführt. Insgesamt konnte für das umgestaltete Kombiticket nur ein geringer Erfolg ermittelt werden, denn trotz der Preisvorteile, die mit diesem Ticket erreicht werden können, wurde dieses Angebot nur sehr schwach nachgefragt. Lediglich 1 % der Fahrgäste der Touristiklinie verfügte am Erhebungstag über das Kombiticket. Weitere 4 % hatte das Kombiticket schon einmal in der Vergangenheit genutzt. Auch unter den befragten Besuchern in den am Kombiticket beteiligten Einrichtungen ist ein ähnlich geringer Nutzungsgrad zu beobachten. Lediglich 4 % nutzte das Ticket am Erhebungstag, ca. 2 % hatte es schon einmal in der Vergangenheit erworben. Interessant ist in diesem Zusammenhang auch die Frage nach den genutzten Bestandteilen des Kombitickets, insbesondere bei den Personen, die in den touristischen Sehenswürdigkeiten befragt wurden. Hier zeigte sich, dass nur gut ein Viertel der Besitzer des Kombitickets auch die Touristiklinie als Angebotselement des Tickets genutzt hatten.

Als Grund für die geringe Nutzung des Kombitickets konnte u. a. der zum Zeitpunkt der Erhebung noch relativ geringe Bekanntheitsgrad des Kombitickets identifiziert werden. Lediglich ein Viertel der Fahrgäste der Touristiklinie gaben an, schon einmal etwas vom Kombiticket „Fliegender Hermann“ gehört zu haben (vgl.

Abb. 7: Bekanntheitsgrad des Kombitickets „Fliegender Hermann“



Quelle: Eigene Erhebung 2002, 2003

Abb. 7). Die Gruppe mit dem Fahrtzweck „Besuch von Sehenswürdigkeiten“ hebt sich dabei kaum von den übrigen Fahrgästen ab. Einen etwas höheren Kenntnisstand hatten dagegen die Besucher in den drei am Kombiticket beteiligten Einrichtungen Adlerwarte, Hermannsdenkmal und Vogelpark mit 37 %.

Die Tatsache, dass die Befragten den Namen des Kombitickets kennen, bedeutet jedoch nicht, dass auch die einzelnen Bestandteile bekannt sind. Insbesondere den Besuchern in den touristischen Einrichtungen war zumeist nicht klar, dass sie mit dem Ticket auch die Touristiklinie nutzen können.

In dieser Hinsicht bestanden z. T. noch große Informationsdefizite, die den Nutzen des Kombitickets für den ÖPNV verringern. Hier sind weitere kommunikationspolitische Maßnahmen zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades nötig.

Insgesamt konnten die Chancen, die mit einem Kombiticket verbunden sind, auf der Touristiklinie nur in sehr geringem Umfang genutzt werden. Um zusätzliche Kunden für das Kombiticket zu gewinnen, ist ein aktives Marketing gefordert, in das – insbesondere im Hinblick auf die Zielgruppe der Urlauber und Kurgäste – auch die örtlichen Tourismusorganisationen eingebunden sein sollten. Dabei ist es von großer Bedeutung, dass die Menschen bereits im Vorfeld ihres Besuches der touristischen Ziele über das Kombiticket informiert werden. Im Falle des Kombitickets „Fliegender Hermann“ sind viele Besucher erst in den entsprechenden Einrichtungen auf das Kombiticket aufmerksam geworden. Für eine Anreise mit dem ÖPNV ist es dann jedoch bereits zu spät. Weiterhin sollte auf eine Kontinuität des Kombitickets Wert gelegt werden, denn erst bei einer längeren Existenz des Angebotes kann das Marketing seine Wirkung entfalten und sich das Kombiticket auch im Bewusstsein der einheimischen Bevölkerung verankern. Zur weiteren Attraktivitätssteigerung des Kombitickets ist auch eine Einbeziehung weiterer besonders stark frequentierte touristischer Sehenswürdigkeiten denkbar. Als besonders aussichtsreich wurden dabei die Externsteine sowie auch das Westfälische Freilichtmuseum in Detmold und bedingt auch das Freizeitzentrum am Emmerstausee in Schieder ermittelt.

Das Kombiticket in der oben beschriebenen Form unter dem Namen „Fliegender Hermann“ wird in der Saison 2004 nicht mehr angeboten. Man hat sich seitens der bisher beteiligten drei Einrichtungen entschieden, zwei weitere touristische Ziele innerhalb der Stadt Detmold hinzuzunehmen. Gleichzeitig wurde im Zuge dieser

Umstrukturierung von diesen Einrichtungen beschlossen, beim zukünftigen Kombi-ticket den ÖPNV, d. h. die Touristiklinie, nicht mehr als Baustein anzubieten. Es bleibt abzuwarten, ob diese Konstellation zu einer Steigerung der Attraktivität des Kombi-tickets führen wird.

Dieses unterstreicht jedoch, wie schwierig sich häufig die Zusammenarbeit mit den lokalen Akteuren gestaltet. Da bei diesen zumeist das Verfolgen von Eigeninteressen im Vordergrund steht, entstehen zuweilen Angebote, die für die Endkunden und somit in letzter Konsequenz für die Anbieter der Leistungen nicht immer die optimale Lösung darstellen.

4 Zusammenfassung

Die Touristiklinie im Kreis Lippe ist ein Beispiel für eines der Freizeitverkehrsangebote, die in den letzten Jahren von öffentlichen Verkehrsunternehmen auf den Markt gebracht worden sind. Anhand von Fahrgasterhebungen und Besucherbefragung in touristischen Einrichtungen entlang dieser Linie konnten Erkenntnisse über Strukturen und Potenziale dieses Angebotes gewonnen werden.

Es zeigte sich, dass die Touristiklinie zwei Funktionen erfüllt. So erschließt sie als Ausflugslinie die touristischen Einrichtungen im südlichen Kreis Lippe. Gleichzeitig sichert und verbessert sie als zusätzliches ÖPNV-Angebot die Mobilität der einheimischen Bevölkerung in diesem ländlichen Raum am Wochenende. Von dieser Konstellation können beide Funktionen profitieren. So trägt die Vermarktung dieser Buslinie als Touristiklinie zu einer Stärkung des Regelverkehrs durch zusätzliche Fahrgäste in Person von Ausflüglern und Touristen bei. Andererseits sorgen die Fahrgäste, die die Touristiklinie nicht in ihrer Funktion als Ausflugslinie für eine Grundauslastung, des sonst sehr stark wetterabhängigen Freizeitverkehrsangebotes und damit letztendlich für eine verbesserte Wirtschaftlichkeit der Freizeitbuslinie. Die Auswertung gibt weiterhin Hinweise darauf, das die Touristiklinie einen – wenn auch größenordnungsmäßig geringen – Beitrag zu einer Verlagerung des Verkehrs vom MIV auf den ÖPNV leisten kann.

Über diese unmittelbare Wirkung hinaus zeigen sich anhand einiger Kenndaten zur Verkehrsmittelverfügbarkeit und -nutzung auch die Potenziale der Touristiklinie als Marketinginstrument für den ÖPNV. So können im Freizeitkontext auch Non-Captive Riders angesprochen werden, die im Alltag nur selten Busse und Bahnen in Anspruch nehmen. Möglicherweise kann die Touristiklinie helfen, Vorurteile zu beseitigen, die häufig von Nicht-Nutzern mit dem ÖPNV verbunden werden, und das Image des ÖPNV zu verbessern, so dass diese Personen dann auch im Alltag häufiger auf öffentliche Verkehrsmittel umsteigen. Dieses gilt in besonderem Maße für den ländlichen Raum, da hier die Bevölkerung im Gegensatz zu den Bewohnern von Ballungsgebieten zumeist über wenige Erfahrungen mit öffentlichen Verkehrsmitteln verfügen und somit durch Freizeitverkehre an den ÖPNV „herangeführt“ werden können.

Zusammenfassend betrachtet bedeutet dies, dass durch Freizeitverkehrsangebote wie der Touristiklinie mehrere Effekte erzielt werden können. Neben der Schaffung eines Angebotes für den Freizeitverkehr stärken sie den regulären Linienverkehr insbesondere an Wochenenden, leisten einen Beitrag zur Verkehrsverlagerung und tragen zusätzlich vermutlich zu einer Imageverbesserung des ÖPNV bei.

Literatur

- BMVBW* (= *Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen*) (Hrsg.) (2002): *Verkehr in Zahlen 2002/2003*. Berlin
- BRUNING, Jürgen, Annedore TRIEBSTEIN und Roland SCHMIDT (2003): Freizeitlinien: mehr als „Luchsus“? Erfahrungen aus dem Kreis Euskirchen. In: *Der Nahverkehr*, Heft 6, S. 50-55
- FREITAG, Elke (2004): Fahrradbusse als Möglichkeit zur Erschließung neuer Kundenpotenziale für den ÖPNV. In: Monheim, Heiner (Hrsg.): *Fahrradförderung mit System. Elemente einer angebotsorientierten Radverkehrspolitik*. Mannheim (= *Studien zur Mobilitäts- und Verkehrsforschung*, 8) *im Druck*
- FREHN, Michael, Heiko SCHWAFERT und Christian JUTZLER (2003): Wachstumschance Freizeitverkehr. Praxisorientierte Maßnahmen für den ÖPNV im Ennepe-Ruhr-Kreis. In: *Der Nahverkehr*, Heft 1-2, S. 32-36
- SCHRADE, Albert, Steffen BITTER und Michael SCHMIDT (2003): Potenziale des ÖPNV im expandierenden Freizeitverkehr. In: *Der Nahverkehr*, Heft 6, S. 43-47
- VGL Verkehrsgesellschaft Lippe* (2003): Touristiklinie 792. Detmold