

# **Möglichkeiten und Grenzen von Fahrradbuslinien im ländlichen Raum**

## **Entwicklung und erste Evaluierung des Angebotes in den Kreisen Paderborn und Höxter**

*Eike Heidfeld und Uwe Niedzballa (Paderborn)*

### **Zusammenfassung**

Der Beitrag stellt die Erfahrungen vor, die in den beiden Landkreisen Paderborn und Höxter (Nordrhein-Westfalen) mit der Einführung von Fahrradbuslinien gemacht wurden. Nach drei Jahren Experimentalphase können mehrere zentrale Schlussfolgerungen gezogen werden:

- 1) In den Teilen des ländlichen Raums, in denen keine ausgeprägte touristische Nachfrage nach Fahrradtransporten besteht, scheint die Integration von Fahrradtransportangeboten in das vorhandene Liniennetz eine sinnvolle Lösung zu sein, um einen zu hohen Zuschussbedarf zu vermeiden.
- 2) Da es sich um Gelegenheitsverkehre handelt, reicht ein einjähriger Demonstrationbetrieb nicht aus, um die potentielle Nachfrage zu aktivieren. Aus diesem Grund sind im Freizeitverkehr mehrjährige Anlaufphasen notwendig.
- 3) Umfassende Marketingaktivitäten sind notwendig, um die vorhandene potentielle Nachfrage auch zu aktivieren.

### **Summary**

This article presents central experiences made with the introduction of bike-buses in the counties of Paderborn and Höxter (North-Rhine Westphalia). After three years several pivotal conclusions can be drawn:

- 1) In rural areas characterised by a low degree of tourist demand the combination of bike-transportation and existing public transport routes seems to be necessary to avoid additional subventions.
- 2) It takes several years for the potential customers to realize a specific public transport offer for leisure purposes. One year of experience is not enough to draw evaluating conclusions.
- 3) Intensive marketing activities are crucial for the stimulation of a satisfying demand.

## 1 Einleitung

Im Rahmen der Freizeitgestaltung kommt dem Rad fahren in den letzten Jahren eine wachsende Bedeutung zu. Nach Angaben des *Bundes Deutscher Radfahrer (BDR)* fahren in Deutschland zwischen 20 und 25 Mio. Menschen regelmäßig Rad (vgl. RICHTER 2003, S.10). Um ihren Aktionsradius mit dem Fahrrad zu erhöhen, verknüpfen dabei viele Radfahrer die Verkehrsmittel Rad und Pkw miteinander. Damit verstärkt auch die Benutzung des Fahrrades als Freizeitgerät oftmals den Trend des in den letzten Jahrzehnten stetig wachsenden Pkw-Verkehrs in der Freizeit. Um diesem Trend entgegenzusteuern, sind im öffentlichen Personenverkehr in den letzten Jahren zahlreiche Angebote für den Freizeitverkehr geschaffen worden.

Die Angebote im Freizeitverkehr zielen dabei nicht nur darauf ab, den Anteil des ÖPNV in diesem Bereich zu erhöhen, sondern haben oftmals auch zum Ziel, mittelfristig einen Imagegewinn zu erzielen, um auf diese Weise vorhandene Kunden stärker zu binden bzw. um Neukunden zu gewinnen.

Zu diesen Angeboten zählen beispielsweise die Fahrradbuslinien, die in zahlreichen Freizeit- und Tourismusregionen vorwiegend an Sonn- und Feiertagen verkehren. Auch im Hochstift – bestehend aus den Kreisen Paderborn und Höxter – wurde in den letzten Jahren erkannt, dass sich Rad fahren wachsender Beliebtheit erfreut. Da in der Region mit der Kombination Bahn&Fahrrad sehr gute Erfahrungen gemacht wurden, konzipierte man ein Fahrradbusangebot, um das bestehende Angebot auf den Bereich Bus&Fahrrad auszuweiten.

Im vorliegenden Beitrag soll die Entwicklung dieses Angebotes aufgezeigt werden. Dazu wird im Rahmen eines Erfahrungsberichtes aus den ersten Betriebsjahren dessen grundlegende Konzeption und schrittweise Optimierung abgebildet. Zudem soll dargestellt werden, in wie weit die Fahrradbuslinien von der Bevölkerung wahr- und in Anspruch genommen werden. Grundlage dieser Aussagen bilden erste Ergebnisse einer Befragung, die durch die Universität Paderborn im Rahmen des Forschungs- und Demonstrationsvorhabens *IMAGO (= Innovative Marketing- und Angebotskonzepte in Gemeinden mit Ortsbussystemen)* an ausgewählten Radwegen des Hochstiftes durchgeführt wurde.

## 2 „Bus&Bike“-Linien im Hochstift als ÖPNV-Angebot im Freizeitverkehr

Im Jahr 2001 wurde in den vorwiegend ländlich geprägten Kreisen Paderborn und Höxter, dem so genannten „Hochstift“, begonnen, ein Fahrradbus-Angebot zu entwickeln und umzusetzen. Die Kombination von öffentlichen Verkehrsmitteln mit dem Fahrrad wird auch in dieser Region als wichtiger Angebotsbaustein für den Bereich Freizeit und Tourismus angesehen. Die Erfolge der ebenfalls durch das Hochstift verlaufenden BahnRadRouten „Teuto-Senne“ und „Weser-Lippe“ zeigen die Werbewirksamkeit und Attraktivität solcher Angebote, sowohl im Hinblick auf den aktiven Urlauber als auch die Freizeitgestaltung der ortsansässigen Bevölkerung. Da jedoch nur etwa die Hälfte der Kommunen des Hochstifts über einen Schienenanschluss verfügen, wurde in der Umsetzung der Fahrradbuslinien die Möglichkeit gesehen,

auch Radfahrer in Gemeinden ohne SPNV-Anschluss anzusprechen und auf diese Weise dort neue Kunden zu gewinnen.

Da in der Region in geringem Umfang eine touristische Nachfrage nach Fahrrad-bussen vorhanden ist, sind diese in erster Linie als Freizeitangebot für die ansässige Bevölkerung zu sehen. Im Folgenden werden die Erfahrungen aus den ersten Betriebsjahren dargestellt.

### 3 Betriebliche Entwicklungen der Fahrradbuslinien im Hochstift

Der 1995 von den Kreisen Paderborn und Höxter gegründete Zweckverband Nahverkehrsverbund Paderborn/Höxter (nph), der im Hochstift als Aufgabenträger für den gesamten ÖPNV auftritt, wies erstmals im August 2001 fünf reine Fahrradbuslinien aus. In den Folgejahren kamen weitere Linien hinzu, zudem wurde der Betrieb der Linien mehrmals umstrukturiert und optimiert.

Erste Ideen zu den Fahrradbuslinien im Hochstift wurden bereits in der zweiten Hälfte des Jahres 2000 mit den ansässigen Verkehrsbetrieben diskutiert. Diese standen der Ausweisung reiner Fahrradbuslinien jedoch skeptisch gegenüber und zweifelten an deren Eigenwirtschaftlichkeit. Im Frühjahr 2001 wurde daher eine 80-prozentige Förderung für die Anschaffung der notwendigen Fahrradanhänger sowie eine Anschubfinanzierung für deren Betrieb durch den nph in Aussicht gestellt. Nachdem die vorgesehenen Bedienkorridore zwischen dem Beteiligten lokalisiert waren, konnte bereits im August 2001 auf den ersten fünf Linien der Betrieb aufgenommen werden.

Foto 1: Fahrradanhänger für die Kreise Paderborn und Höxter



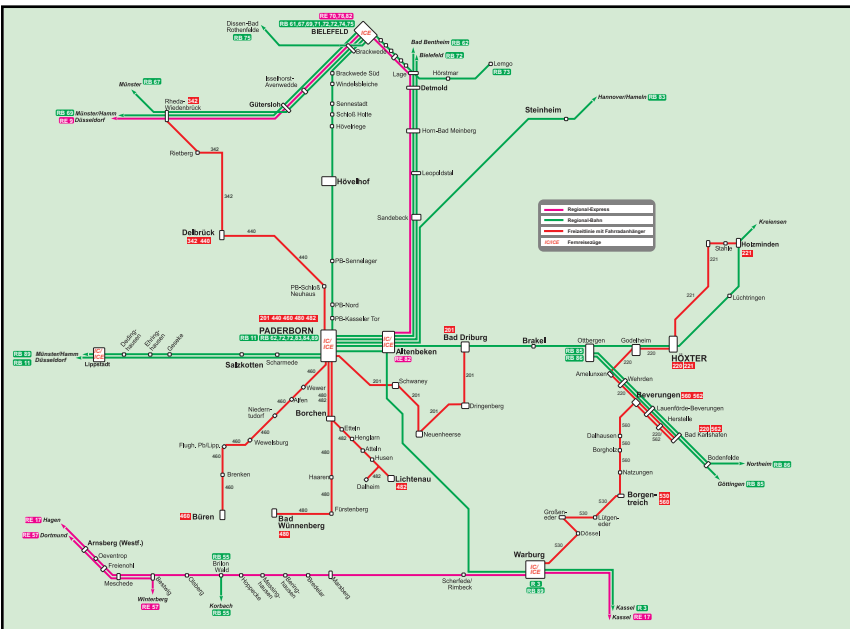
Foto: Eike Heidfeld

Im Folgejahr 2002 wurden die Fahrradbuslinien durch zwei zusätzliche Linien – jeweils eine in den Kreisen Paderborn und Höxter – erweitert. Zudem verständigte man sich mit den beteiligten Verkehrsunternehmen auf eine Fortführung der Anschubfinanzierung und die kostenlose Fahrradmitnahme. Von Ende April bis Ende Oktober verkehrten insgesamt sieben Fahrradbuslinien an Sonn- und Feiertagen im Hochstift, wobei diese jedoch lediglich auf die sechs im Vorjahr angeschafften Fahrradanhänger zurückgreifen konnten, von denen einer als Betriebsreserve geführt wurde. Bedingt durch diesen Umstand konnten nur drei Linien jeden Sonn- und Feiertag fahren, die verbleibenden vier Linien verkehrten im wöchentlichen Wechsel.

Nachdem im Sinne eines Vorlaufbetriebes in den ersten zwei Jahren der Versuch unternommen wurde, die Fahrradbusse auf frei definierten Linien verkehren zu lassen, wurde das Angebot für das Jahr 2003 im Sinne eine Optimierung umstrukturiert. Die Erfahrungen des zweiten Betriebsjahres zeigten deutlich, dass der Einsatz von effektiv fünf Fahrradanhängern auf sieben Linien als suboptimal anzusehen ist. Insbesondere die Kommunikation des Systems dem Kunden gegenüber gestaltete sich schwieriger als zunächst angenommen.

Für das Jahr 2003 wurde daher ein Angebot auf lediglich fünf Linien vorgesehen (vgl. Abb. 1), die durchgängig bedient werden sollten. Bei der Umlaufplanung wurde jedoch schnell deutlich, dass sich aus einer solchen Konzipierung unwirtschaftliche Standzeiten ergeben. Man einigte sich daher darauf, die Fahrradbusse auf unterschiedlichen Linien gemäß deren regulärer sonn- und feiertäglichen Um-

Abb 1: Netzplan der nph-Fahrradbusse im Jahr 2003



Quelle: nph

läufe einzusetzen. Diese Anlehnung an das bestehende ÖPNV-Angebot führte zwar auf einigen Relationen zu vergleichsweise unattraktiven Abfahrtszeiten, reduzierte jedoch die Zuschusskosten.

Durch die Integration der Fahrradbusse in den regulären Linienverkehr an Sonn- und Feiertagen, können heute in dieser Zeit pro Linie zwei bis drei Fahrtenpaare mit einem Fahrradanhänger bedient werden. Dies führt zu einer Vermeidung der bis dato stattgefundenen Parallelfahrten – bei gleichzeitiger Reduzierung des Zuschussbedarfes – sowie zu einer Stärkung der Auslastungszahlen während der Schwachlastzeiten. Zudem können auf diese Weise weit mehr touristisch attraktive Ziele angefahren werden, als dies mit dem Angebot aus wenigen, dafür aber reinen Fahrradbuslinien bis Ende 2002 der Fall war. Gleichzeitig hat sich der Einzugsbereich der Linien deutlich erweitert, so dass 2003 ein größerer Teil der Bevölkerung angesprochen werden konnte als in den ersten beiden Betriebsjahren.

## 4 Marketingmaßnahmen der Fahrradbuslinien

Der Vermarktung von Freizeitangeboten des ÖPNV kommt eine besondere Bedeutung zu. Besonders bei den Fahrradbusangeboten spielt hier die Konkurrenz zum Auto und das tendenziell schlechtere Image des ÖPNV eine große Rolle. Zudem ist es – besonders bei der Einführung eines neuen Produktes wie dem Fahrradbus – notwendig, neben den ÖPNV-Kunden auch die Teile der Bevölkerung anzusprechen, die bisher eher selten oder nie öffentliche Verkehrsmittel nutzen. Des Weiteren ist zu berücksichtigen, dass mit Fahrradbusangebot eine sehr spezielle Zielgruppe angesprochen werden muss.

Die Vermarktung der Fahrradbuslinien im Hochstift wurde daher – besonders im zurückliegenden Betriebsjahr 2003 – gegenüber den Vorjahren weiter intensiviert. Erstmals wurden die Angebote von Bus&Bahn an Sonn- und Feiertagen sowie deren Kombinationsmöglichkeiten mit dem Fahrrad in Verbindung mit detailliert ausgearbeiteten und touristisch sehenswerten Tourenvorschlägen, in einer Broschüre mit einer Auflage von 15.000 Exemplaren zusammengefasst. Gegenüber den in den Vorjahren herausgegebenen – vom Umfang wesentlich geringeren – Broschüren, wurden in der aktuellen Ausgabe nicht nur die Fahrradbuslinien, sondern alle Bus- und Bahnverbindungen die an Sonn- und Feiertagen verkehren, erfasst. Die Broschüren wurden neben den Kundencentern und der Radstation auch in örtlichen Fahrradgeschäften sowie den Geschäftsstellen der Verkehrsunternehmen und des *Allgemeinen Deutschen Fahrradclubs (ADFC)* in Paderborn ausgelegt. In Zusammenarbeit mit der Paderborner Tourist Information besteht zudem die Möglichkeit, die Tourenvorschläge in Form von geführten „Genuss-Radtouren“ zu buchen. Bei diesen Tagestouren, bei denen entspanntes Radeln und das Genießen der Landschaft im Vordergrund stehen, erfolgt die Fahrt zum Startpunkt der Tour mit dem Fahrradbus. Wer die Tour in Eigenregie durchführen möchte, findet die genaue Route und weiterführende Informationen zu den Fahrradbussen neben den Broschüren auch auf der 2004 neu gestalteten Internetseite der Paderborner Tourist Information zum Thema Radfahren (<http://www.paderborn.de/radfahren>). Weiterhin wurden die Bus&Bike-Fahrten in die regulären Fahrpläne aufgenommen sowie in den Kundencentern des nph ausgehängt.

Im Rahmen intensivierter Pressearbeit wurden mehrere Pressemitteilungen verfasst, auf deren Erscheinen hin in den Nachrichten des Westdeutschen Rundfunks (WDR) ausführlich über das Bus&Bike-Angebot im Hochstift berichtet wurde. In weiteren Mitteilungen wurde zudem auf die Auftritte des Informationsstandes (nph-Mobil) hingewiesen, der u.a. auf dem Radwandertag im Corveyer Land und dem Fahrradtag in Paderborn vertreten war. Im Rahmen dieser Veranstaltungen wurden zahlreiche Broschüren und Flyer verteilt, die über das Angebot der Fahrradbusse im Hochstift informieren.

## 5 Ergebnisse einer ersten Angebotsevaluierung

Die ersten drei Betriebsjahre des Fahrradbusses im Hochstift können durchaus als Experimentalphase bezeichnet werden, in der versucht wurde, durch unterschiedliche Bedienungskonzepte ein adäquates Angebot zur Fahrradmitnahme – sowohl auf speziellen Fahrradbuslinien als auch in Form von in den regulären Linienverkehr integrierten Fahrradbussen – zu erstellen.

Liegen für das erste Betriebsjahr 2001 nur unzureichende Fahrgastzahlen vor, so können für die Jahre 2002 und 2003 Fahrgaststatistiken der beteiligten Verkehrsunternehmen als Grundlage für Aussagen zur Entwicklung der Fahrradbuslinien herangezogen werden.

Insgesamt konnten im Betriebsjahr 2003 etwa 5.900 Fahrgäste verzeichnet werden, das entspricht circa 200 Fahrgästen pro Verkehrstag. Von diesen führten insgesamt 16% ein Fahrrad mit sich. Damit zeigt sich, dass die reine Fahrradtransportnachfrage im Hochstift nicht ausreicht, unabhängige Fahrradbuslinien zu rechtfertigen. Erst in Kombination mit dem Wochenend-Regelverkehr sind tragfähige Auslastungszahlen zu erreichen. Auch wenn die Nachfragewerte 2003 mit denen des Vorjahres auf Grund der teilweisen Umstrukturierung der Linien nicht ganz vergleichbar sind, ist insgesamt jedoch eine weitere Zunahme der Fahrradtransportnachfrage zu konstatieren.

Zusätzlich zu den Fahrgaststatistiken kann für das Jahr 2003 auf eine Befragung zum Thema „Fahrradbusnutzung“ zurückgegriffen werden, die im Rahmen des Forschungs- und Demonstrationsvorhabens *IMAGO* durch die Universität Paderborn an ausgewählten Radwegen im Hochstift durchgeführt wurde.

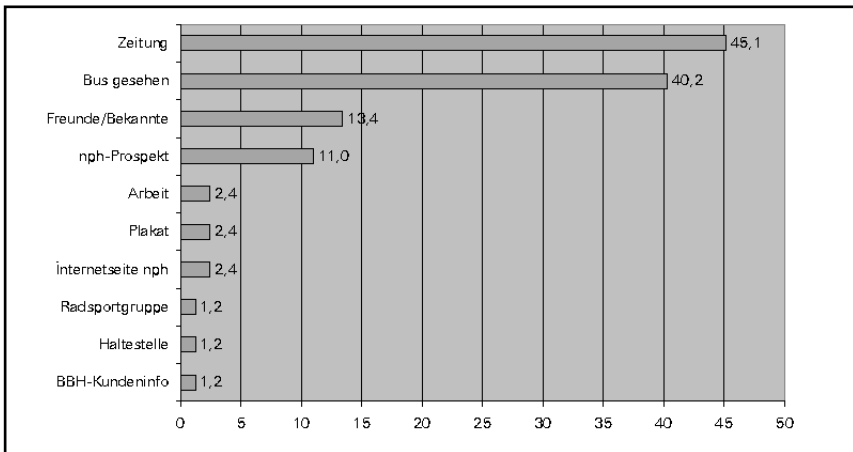
Bei dieser Befragung wurde festgestellt, dass erst ein geringer Teil der befragten Radfahrer das Fahrradbusangebot in Anspruch genommen hat. Obwohl 58% der befragten Radfahrer angaben, das Angebot im Hochstift zu kennen, haben es lediglich 7% auch wirklich schon einmal genutzt. Gefragt nach den Gründen, warum der Fahrradbus bislang noch nicht genutzt wurde, gab zwar jeder fünfte Radfahrer an, das Angebot entspreche nicht seinen Radfahrgewohnheiten und weitere 16% hielten auf Grund der Angebotsgestaltung für sich eine Fahrradbusnutzung für unwahrscheinlich. Gleichzeitig ist jedoch festzuhalten, dass noch ein erheblicher Anteil an Freizeitradfahrern im Hochstift für die Fahrradbuslinien gewonnen werden könnte. Nach den Befragungsergebnissen ließe sich dieses Potential über eine intensiverte Kommunikationspolitik aktivieren (genauer bei FREITAG 2004).

Da sich das Angebot der Fahrradbusse an eine Zielgruppe richtet, die zum überwiegenden Teil nur gelegentlich mit dem Fahrrad zu einer Radtour unterwegs ist,

sind die Reaktionszeiten auf ein verändertes Angebot entsprechend lang. Die mit Beginn des Betriebsjahres 2003 durchgeführte Angebotsneugestaltung und die beschriebenen Marketingmaßnahmen haben damit im gleichen Jahr noch nicht ihre volle Wirkung entfalten können. Es erscheint plausibel, dass es noch einige Zeit in Anspruch nehmen wird, bis die Zielgruppe die Angebote vollständig wahrgenommen hat.

Betrachtet man die Informationsquellen, über die die Befragten vom Angebot der Fahrradbusse erfahren haben, so wird sehr schnell die herausragende Bedeutung einer intensiven Pressearbeit als Marketinginstrument deutlich (vgl. Abb. 2). Immerhin circa 45% der befragten Radfahrer gaben an, aus der Tagespresse vom Angebot erfahren zu haben. Weitere 40% wurden durch den Fahrradbus bzw. -anhänger selbst auf das Angebot aufmerksam. In diesem Fall besteht jedoch nicht die Möglichkeit, weitere Informationen, z.B. über Ziele, Haltestellen oder Abfahrtszeiten zu erhalten. Eine aktive Pressearbeit sowie die Erstellung und Verteilung geeigneter Flyer erscheinen in Anbetracht der Befragungsergebnisse als geeignete Marketingmaßnahmen, um aktiv auf potentielle Nutzer zuzugehen und so den Bekanntheits- und möglicherweise auch den Nutzungsgrad weiter zu erhöhen. Auch hier wurden die entsprechenden Maßnahmen im Hochstift eingeleitet, deren Wirksamkeit wird jedoch erst in Zukunft zum Tragen kommen.

Abb. 2: Informationsquellen der Fahrradbusbenutzer



Quelle: FREITAG 2004

Gleichzeitig ist festzuhalten, dass es gelingt, mit dem Fahrradbus Zielgruppen anzusprechen, die im Alltagsverkehr nicht zu den klassischen ÖPNV-Nutzern zählen. So gaben 80% der den Fahrradbus nutzenden Radfahrer an, weniger als einmal im Monat bzw. sonst nie den ÖPNV im Alltag zu nutzen. Auch wenn nicht aus jedem Fahrradbus-Nutzer ein Zeitkartenkunde gewonnen werden kann, besteht mit dem Freizeitverkehrsangebot doch die Option, dass sich mittelfristig auch im ländlichen Raum die Wahrnehmung und Inanspruchnahme des ÖPNV verbessert.

## 6 Mögliche Entwicklungen und Hemmnisse für die zukünftige Gestaltung des Angebotes

Während die Fahrradbuslinien im Jahr 2004 noch weitgehend auf den im Vorjahr bedienten Relationen fortgeführt werden können und damit die oben postulierte Kontinuität gewahrt bleibt, ist die längerfristige Angebotsgestaltung noch nicht gesichert. Dafür gibt es mehrere Gründe:

Seitens der Landesregierung wurden die – für die Finanzierung der Verkehre im nph-Gebiet notwendigen – Aufgabenträgerpauschalen massiv gekürzt. Auch in den nächsten Jahren sind diese jederzeit durch die Landesregierung veränderbar, so dass keine verlässliche Finanzierungsgrundlage für längerfristige Verträge besteht. Nach dem Urteil des EuGH vom 24.07.2003 zur Zahlung von Zuschüssen für Betriebsleistungen im Busverkehr wurden für den nph neue Entwürfe für die entsprechenden Verkehrsverträge erarbeitet. Derzeit gibt es zu diesen noch einige Bedenken seitens eines Vertragspartners. Den bisher vorliegenden Fahrgastzahlen ist zu entnehmen, dass auf den Linien im dünn besiedelten Kreis Höxter eine geringe Nachfrage besteht. Daraus folgt, dass eine Angebotsanpassung im Netz der Fahrradbuslinien im Sinne eines sparsamen Finanzeinsatzes notwendig sein wird.

Für die Fahrradbussaison 2005 wird eine Sicherung der bisher erfolgreichen Linien im Kreis Paderborn angestrebt. Weiterhin ist eine Zusammenarbeit mit dem benachbarten Aufgabenträger KVG Lippe projektiert. Ob und wie diese stattfinden und vertraglich gestaltet werden kann, wird voraussichtlich erst im vierten Quartal des Jahres 2004 zu klären sein. Daher kann heute noch nicht abschließend beurteilt werden, wie ein mögliches Fahrradbusangebot im Hochstift im Jahr 2005 gestaltet sein könnte.

## 7 Fazit

Mit Hilfe eines angepassten Angebotes und intensiver Marketingmaßnahmen versucht man im Hochstift, den Bekanntheits- und Nutzungsgrad des Fahrradbusangebotes weiter zu erhöhen. Die Integration der Fahrradbusse in das reguläre Liniennetz, in Verbindung mit einer intensivierten Pressearbeit, seien hier als Beispiele dieser Angebotsverbesserung zu nennen. Wie sich diese Änderungen zukünftig auf die Nutzung des Angebotes auswirken, bleibt jedoch abzuwarten, da es einige Zeit erfordert, bis diese Maßnahmen von der Zielgruppe wahrgenommen werden.

Trotz dieser, nur schwer einschätzbaren zukünftigen Entwicklungen, sollte an einem Fahrradbusangebot im Hochstift festgehalten werden. Dafür spricht, dass der Fahrradbus als effiziente Marketing-Maßnahme anzusehen ist, die mit dazu beiträgt, für den ÖPNV im ländlichen Raum mittelfristig weitere Kunden zu gewinnen bzw. dessen Wahrnehmung und Image zu verbessern.

## Literatur

- FREITAG, Elke (2004): Fahrradbusse als Möglichkeit zur Erschließung neuer Kundenpotentiale für den ÖPNV. In: MONHEIM, Heiner (Hrsg.): Fahrradförderung mit System. Elemente einer angebotsorientierten Radverkehrspolitik. Mannheim (= Studien zur Mobilitäts- und Verkehrsforschung) (*im Druck*)
- RICHTER, Nic (2003): Geschickt gelenkt. In: Horizont Sport Business, Heft 2, S.8-11