



Bericht zum GSV-Forum „Nachhaltige Mobilität im Tourismus“

Der Tourismus ist in vielen Regionen weltweit ein bedeutender Wirtschaftsfaktor, auch in Österreich. Gleichzeitig ist diese Branche massiv von attraktiven An- und Abreisemöglichkeiten abhängig, ohne Mobilität gäbe es keinen Tourismus. Das wird beispielsweise bei den laufenden Straßentunnelsanierungen und der zusätzlichen 8-monatigen Bahnsperre auf der Tauernstrecke ab November 2024 deutlich. Es werden massive Einschränkungen bis zu Rückgängen bei den Gästen erwartet. Grundsätzlich soll den Gästen eine nachhaltigere An- und Abreiseform als das Auto schmackhaft gemacht werden. Tatsächlich investieren Österreichs Regionen vermehrt in attraktive Mobilitätsangebote vor Ort, wie beim GSV-Forum „Nachhaltige Mobilität im Tourismus – eine Herausforderung“ in Kooperation mit Drei und Österreich Werbung in der Wiener Moocity deutlich wurde.

Alle Sektoren müssen einen Beitrag leisten, um die Klimaziele zu erreichen

Handlungsbedarf bestehe für alle Sektoren und jeden einzelnen, wie der Vertreter des Gastgebers, **Robert STEINBÖCK, Leitung Innovation, Moon Power GmbH** (Teil der Porsche Holding), im Rahmen seiner Keynote festhält: „Es wird immer schwieriger, das Ziel einer globalen Temperaturerwärmung von nur 1,5 Grad Celsius bis 2050 zu erreichen. Wir kämpfen derzeit darum, die Erwärmung auf 2 Grad Celsius zu begrenzen, und es ist wahrscheinlich, dass dieser Wert sogar noch höher sein wird. Schon 2 Grad Celsius mehr weltweit bedeuten für ein Binnenland wie Österreich eine Erwärmung um 4 bis 5 Grad Celsius unserer Landmassen, aufgrund der weiten Entfernung zu den kühlenden Ozeanen. 4 bis 5°C Temperaturunterschied klingen wenig, aber in der letzten Eiszeit vor 20.000 Jahren lag die Durchschnittstemperatur um ca. 3- 4° niedriger als heute. Die Gletscher reichten bis ins Tal. Dieser Unterschied bestimmt, ob wir im Sommer Eis laufen oder bei 24°C Wassertemperatur in unseren wunderbaren Seen baden können. Selbst geringfügige Temperaturunterschiede haben erhebliche Auswirkungen auf unser Leben. Daher sollten wir gemeinsam geeignete Maßnahmen ergreifen. Mit der Dachmarke MOON des Volkswagenkonzerns streben wir an, einen Beitrag zu leisten und die Entwicklung elektrischer Fahrzeuge voranzutreiben. Der Übergang von fossilen Treibstoffen zu sauberer Energie ist unausweichlich. Zudem kann der Tourismussektor wertvolle Beiträge leisten, weshalb es erfreulich ist, dass diese Veranstaltung heute in unserem Hause stattfindet.“

Drei Viertel der Gäste in Österreich reisen mit dem Auto an

Wichtige Fakten zum Tourismus in Österreich und Strategien des Bundes stellt **Bettina SEISER, stv. Abt.leiterin Tourismuspolitik im Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft (BMAW)** vor: „Österreich ist mit rund 40 Mio. Ankünften 2022 ein Tourismusland (vor der Corona-Pandemie 46 Mio. Ankünfte), Tourismus und Freizeitwirtschaft trugen vor Corona zu je mehr als 7% des BIPs bei, schaffen Arbeitsplätze in den entlegeneren Regionen (jeder fünfte Vollzeitarbeitsplatz) und wirken sich äußerst positiv auf andere Branchen aus, schließlich geben Touristinnen und Touristen ihr Geld für unterschiedliche Dienstleistungen aus.“

Unentbehrlich für den Tourismus sei die Mobilität, wie Seiser weiter ausführt. Über drei Viertel der Gäste reisen aufgrund der geografischen Nähe unserer Hauptherkunftsmärkte nach wie vor mit dem Auto an, auch aus dem stärksten Gäste-Ursprungsland Deutschland (zuletzt über 80 Prozent). Für das Auto spreche nach wie vor Komfort, einfache Gepäckverwahrung, reibungslose Anreise von Tür zu Tür und eine Mobilitätsgarantie vor Ort.

Sowohl das BMAW als auch das BMK haben nachhaltige Mobilität im Tourismus in ihren Strategien verankert. Das BMAW hat 2019 den „Plan T - Masterplan für Tourismus“ präsentiert, in dem auch die nachhaltige Mobilität einen wichtigen Schwerpunkt darstellt. Auch im „Mobilitätsmasterplan 2030 für Österreich“ des BMK wird nachhaltiger Tourismus in einem eigenen Kapitel behandelt.

Konkret bemühen sich die Verantwortlichen der Ministerien um bestmögliche Vernetzung der Stakeholder, u.a. in entsprechenden Arbeitsgruppen und Tourismus-Mobilitätstagen. Weiters stehe die Herausgabe von Informationsmaterialien wie beispielsweise „Wie wird meine Tourismusdestination nachhaltig mobil?“ im Fokus. Auch das klimaaktiv mobil Programm des BMK „Mobilitätsmanagement für Freizeit und Tourismus“ konnte bereits 1.400 Projekte im Zeitraum von 2007 bis 2023 im Tourismus realisieren, Ergebnis sind 50.000 Tonnen CO₂ Einsparungen. Seiser abschließend: „Es passiert bereits vieles, es sind aber noch einige Schritte zu tun. Deswegen freue ich mich auf den weiteren Austausch.“

Gäste vertrauen immer mehr auf Mobilitätsangebote vor Ort

In der anschließend von **Mario ROHRACHER, Generalsekretär der GSV**, moderierten Podiumsdiskussion wurde noch mehr ins Detail gegangen und Erfahrungen aus den Regionen diskutiert:

Die Österreich Werbung sieht definitiv Fortschritte in Richtung mehr Nachhaltigkeit im Tourismus, wie **Oliver CSENDES, Chief Digital & Innovation Officer der Österreich Werbung**, betont: „20% aller Österreich-Urlauber ist eine nachhaltige Anreise wichtig. Dieser Wert ist doppelt so hoch wie der weltweite Schnitt von 10%. Spannend zu beobachten ist, dass die Zahlungsbereitschaft dieser Gruppe für nachhaltige Angebote bis zu einem Drittel höher ist.“

Generell sei den Gästen ein einfacher Transport von Tür zu Tür inklusive Gepäcktransport am wichtigsten, gefolgt von Preisüberlegungen und Flexibilität und Mobilität vor Ort. Csendes: „Unsere Gäste vertrauen immer mehr darauf, dass sie sich auch vor Ort problemlos bewegen können. Der Tourismus hat diesbezüglich in den letzten zehn Jahren seine Hausaufgaben erledigt.“

Wie bewegen sich die Gäste in Österreich?

Laut Csendes verwenden die Gäste laut eigenen Studien bis zu 2,5 Verkehrsmittel vor Ort, wobei die eigenen Füße mit Abstand am meisten benutzt werden, das Auto belegt den zweiten Platz.

Für die Anreise ist das Auto mit über 75% nach wie das beliebteste Reisemittel, in den letzten zehn Jahren blieb dieser Wert nahezu konstant. Die Anreise mit dem Fernbus hat hingegen stark von 14% auf 8% abgenommen und der Bahnverkehr sich von 4% auf 7% nahezu verdoppelt. Für weiter entfernte Gäste sei das Flugzeug wesentlich, aber es gebe auch Nachtzüge, z.B. aus Belgien und Dänemark, die direkt in die Destination fahren und seitens der Österreich Werbung auch entsprechend beworben werden.

Csendes: „Im Lichte der Klimaziele sollten wir besonderes Augenmerk auf die An- und Abreise legen, dort fallen je nach Herkunft über zwei Drittel der CO₂ Belastungen pro Gast an. Wenn der Gast zum Beispiel vor Ort öffentliche Verkehrsangebote und lokale Mietangebote für Sportausrüstung nutzt, so macht das den Urlaub gleich stressfreier und nachhaltiger.“

Der Kunde benötigt einfache durchgehende Angebote

Julia BRESAGK, Bereichsleiterin Verkehrsplanung, BERNARD Gruppe ZT GmbH, ist überzeugt, dass den Kunden nachhaltige, integrierte, innovative sowie leicht zugängliche und buchbare Mobilitätslösungen angeboten werden müssen, diese stünden auch im Fokus der BERNARD Gruppe: „Fünf verschiedene

Apps können nicht die Lösung sein, genauso wenig wie die Vorstellung, jedes Auto durch ein E-Auto zu ersetzen und damit die Klimaziele zu erreichen. Was wir brauchen, sind eine gezielte Planung und Vernetzung von Bus und Bahn mit einer einfachen Zugänglichkeit für die Kunden.“ Neben dem Tourismus dürfen auch die Mobilitätsbedürfnisse der Bewohner vor Ort nicht vergessen werden, vor allem außerhalb der klassischen Tourismussaisonen. Dementsprechend werden die Planungen der BERNARD Gruppe immer für alle Zielgruppen und integriert über alle Verkehrsmittel erstellt.

Regionaler Busverkehr ausschließlich auf Schüler ausgerichtet

Silvia KAUPA-GÖTZL, Vorstandin, Österreichische Postbus AG, ruft in Erinnerung, dass der Bus neben der Bahn ebenfalls eine wesentliche Bedeutung für die Mobilitätswende hat. Die großen Mengen auf den Hauptachsen wickelt die Bahn ab. Die Nahversorgung in den Regionen, vor allem außerhalb des Großraumes Wien, übernimmt jedoch der Bus.

Suboptimal sei jedoch die ausschließliche Ausrichtung des Angebotes des regionalen Linienbusverkehrs auf Schüler:innen. Tourismus, Freizeitaktivitäten oder betriebliche Mobilität werde noch zu wenig mitgedacht, dies müsse sich schleunigst ändern. Kaupa-Götzl bringt ein Beispiel: „Vor wenigen Jahren waren nur 10% der Ausflugsziele der Niederösterreich-Card sinnvoll öffentlich erreichbar, womit eine andere Anreise als mit dem Auto eigentlich nicht in Frage gekommen ist. Wir müssen attraktive Angebote schaffen, damit die Gäste auch nachhaltig anreisen können. Es ist jedoch ein Umdenken in der Verkehrsplanung festzustellen, derzeit vor allem in Salzburg und auch in Kärnten, um das ÖV-Angebot deutlich zu verbessern. Best-Practice Beispiele für den Busverkehr sind Vorarlberg und Tirol. Wie wichtig der Linienbusverkehr für den Tourismus ist, zeigt unsere stärkste ausgelastete Buslinie Salzburg – Bad Ischl, die vor allem von Touristen gerne genutzt wird.“

Der Postbus ist auch ein wichtiger Partner im Schibusverkehr, dort wurden erstmals auch schon E-Busse eingesetzt und zwar in Kaprun. Doch auch dieses Angebot ist für Gäste nicht immer einfach zu durchschauen: In Hinterglemm dürfen Touristen beispielsweise in Skibusse einsteigen, nicht jedoch in Linienbusse. Wie soll ein Tourist das unterscheiden können? Hier sollte noch nachgebessert werden.

Der Buslinienverkehr sollte laut Kaupa-Götzl überdies ergänzt werden durch innovative Angebote, die noch flexibler sind, weshalb der Postbus bereits in rund 50 Gemeinden mit On-Demand Verkehren, den sogenannten Postbus Shuttles, fährt, die Nachfrage sei enorm.

Mobilfunkdaten können spannende Bewegungsdaten liefern

Wichtig ist auch zu wissen, wie, wann und womit sich die Touristen sich in den Urlaubsdestinationen bewegen, wofür die **Hutchison Drei Austria GmbH**, vertreten durch **Stefan MÜLLNER, Business Development Manager IoT & Data Analytics**, Lösungen anbieten kann: „Wir können prinzipiell zwei unterschiedliche Datensätze anbieten: historische Daten ab Juni 2018 und Echtzeitdaten mit einer Minute Verzögerung, insbesondere für aktive Besucherlenkung. Wir setzen zwei Methodiken ein: Standardanalyse (Ausflugsziel, Herkunft der Besucher, Verweildauer, Anzahl Besucher, demografische Merkmale dazu) und Quelle-Ziel Matrizen (Bewegungen im Netz von A nach B oder An- und Abreiseverhalten Ausflugsziel). Die Analysen basieren auf anonymen und hochaggregierten Signalisierungs-Daten aus dem Mobilfunknetz und sind immer konform mit den aktuell gültigen Datenschutzbestimmungen. Die kleinste geografische Einheit, die wir analysieren können, sind aktuell 50mx50m Rastereinheiten, vor allem bei Top-Ausflugszielen, größere Einheiten sind selbstverständlich auch möglich. Es können auch Fragen beantwortet werden, wer wo übernachtet, wie weit während eines Aufenthalts gereist wurde, Tagesgäste vs. Einheimische unterschieden werden, Anreiseverhalten usw.“ Im Falle des Verkehrs könne unter gewissen Bedingungen zwischen Straße, Schiene, Flug und Langsamverkehr unterschieden werden. Die Analysetechnik entwickle sich auch ständig weiter, die 50x50m Rastereinheiten sind seit Beginn 2023 möglich.

Als best practice Beispiel erwähnt Müllner das Ausflugsziel Stoderzinken / Friedenskirche in der Region Schladming Dachstein, welches nach der ORF Wahl zum schönsten Ausflugsziel im Jahr 2022 regelrecht gestürmt wurde. Erschwerend kommt dort dazu, dass am Weg eine Mautstraße existiert, die immer nur in eine Richtung befahren werden kann. Mithilfe der Daten von Drei hat man ein neues Besucherlenkungskonzept etabliert. Insbesondere die Vergabe von Zeitfenstern für Busse sowie der Einsatz von Shuttlebussen haben die Lage entspannt.

Gäste erwarten Mobilität vor Ort, diese könne auch etwas wert sein

Über Praxiserfahrungen aus den Regionen berichten **Markus REISNER, Projektleitung, Touristische Mobilitätszentrale Kärnten** und **Andreas LACKNER, Geschäftsführer, Tourismusverband Mayrhofen-Hippach**:

Kärnten beschäftigt sich seit 2017 damit, Änderungen in der touristischen Mobilität zu bewirken, betont Reisner: „Unsere Arbeit trägt bereits Früchte, über 50% unserer Gäste, die hauptsächlich aus den Ballungszentren kommen, lassen mehr oder weniger das Auto vor Ort stehen und ein Drittel unserer Gäste verzichtet komplett auf das Auto vor Ort. Für uns war klar, wir müssen die letzte Meile in Kärnten lösen, damit die Gäste wirklich vom Bahnhof zum Betrieb kommen. Der Bahnhofsshuttle Kärnten bietet die Anbindung von über 5.000 Betrieben an überregionale Bahnhöfe an. Über 62 Ausflugsziele wurden ebenfalls in das System aufgenommen. Insgesamt sind 25% der Betten mit den Ausflugszielen verknüpft.“

Best-Practice Beispiel ist das Nockmobil (Mobilitätskonzept Nockberge), welches Bahn, Bus, Schiff und Anrufsammeltaxi vernetzt, den Nutzer informiert, wie man von AnachB gelangt und auch gleich entsprechende Buchungsmöglichkeiten vorsieht. Außerdem wurde vor eineinhalb Jahren ein Pilotprojekt gestartet, dank dem die Gästekarten für die Dauer des Aufenthalts die Nutzung von S-Bahnen und REX-Verbindungen in Kärnten inkludieren. Reisner ist überzeugt, dass es einen niederschweligen Zugang zu öffentlicher Mobilität benötigte, um tatsächlich Änderungen im Mobilitätsverhalten zu erreichen.

Ein Problem sei jedenfalls die Finanzierung derartiger nachhaltiger Mobilitätsangebote. Der öffentliche Verkehr in Kärnten ist wie in vielen anderen Bundesländern ausschließlich auf Schülerverkehr und Pendlerströme ausgerichtet. Der Freizeit- und Tourismusverkehr findet noch nicht einmal ansatzweise Berücksichtigung. Sämtliche zusätzlichen Angebote wie Gelegenheitsverkehre, Wanderbusse und Skibusse sind in der Regel Zusatzbestellungen von Tourismusverbänden, von Kooperationen mit Gemeinden, vom Land etc. Es werde jedoch eine umlagebasierte Nächtigungsabgabe angestrebt, um den Freizeit- und Tourismusverkehr nachhaltig finanzieren zu können. Jeder Gast finanziert das ÖV-Angebot dann mit.

Andreas LACKNER betont, dass sich die Mobilität vor Ort im Bus abspiele: „Der Ausflugsverkehr mit den Seitentälern kann nur mit dem Bus abgewickelt werden. Mit dem jahrzehntelang bewährten Skibus im sieben-Minuten-Takt haben wir gute Erfahrungen gemacht und kaum Mobilitätsprobleme vor Ort. Mittlerweile haben wir mehr Mobilitätsprobleme im Sommer (beginnt immer früher und dauert immer länger) als im Winter mit Ausnahme der bekannten Anreisesamstage ins Zillertal. Unsere Gäste erwarten sich mittlerweile auch entsprechende Mobilitätslösungen vor Ort. Und diese Angebote müssen nicht kostenlos sein: Für attraktive Mobilitätsangebote sind Kunden auch bereit zu bezahlen.“

Mobilität ist alles andere als einfach buchbar

Ein Problem sieht **LACKNER** hingegen in der digitalen Vernetzung: „Wir sprechen immer davon, wie einfach es für den Kunden sein müsse, zu seinem Ticket zu gelangen, unabhängig davon, ob es

kostenpflichtig ist oder nicht. Dazu bräuchten wir allerdings einen Schnittstellenzugriff bei den ÖBB, damit wir ein Ticket für alle verwendeten Verkehrsmittel verkaufen können. Für einen Hotelier ist es auch üblich, mehrere Verkaufskanäle für seine Zimmer zu haben, das sollte auch für den öffentlichen Verkehr insbesondere im Tourismus der Fall sein. Mir kommt vor, alle wollen es, also sollten wir anstatt zu reden endlich in die Umsetzung gelangen. Wir kommen auch immer erst zur Preisfrage, nachdem man sich mit Haltestellen und Entfernungen auseinandergesetzt hat, im Falle des Tourismus müssen wir jedoch großräumig denken. Wenn wir wirklich etwas bewegen wollen, müssen wir uns auch der An- und Abreise widmen, dann benötigen wir nämlich die digitale Vernetzung in die Schweiz, nach Deutschland und nach Holland.“

Der Forderung nach Schnittstellenoffenheit schließt sich auch **REISNER** an: „Wir haben verschiedene Systeme in Kärnten, jedoch können diese nicht gemeinsam gebucht werden. Man kann sich über die Verkehrsauskunft Österreich (VAO) recht gut informieren, jedoch gibt es keine Buchungsmöglichkeit.“

BRESAGK ergänzt, dass aufgrund der Vielzahl an Akteuren Änderungen in der Finanzierung bzw. den Ticketpreisen des öffentlichen Verkehrs wie beispielsweise das Deutschland-Ticket für 49 Euro einen hohen Abstimmungsbedarf zwischen Bund und Ländern benötigt haben. Es ist jedoch gleichzeitig die Chance, traditionelle Autofahrer abzuholen und tatsächliche Modal Split Verschiebungen zu erreichen. **KAUPA-GÖTZL** sieht ebenfalls ein massives Thema bei der Finanzierung, weil nicht einmal genug Geld vorhanden sei, um das Busangebot entsprechend auszubauen.

Zum Datentausch benötigt es Zusammenarbeit

Zum internationalen Datenaustausch ergänzt **CSENDES**, dass dieser in der Mobilität durch gewisse Standards sehr gut erfolgen könnte. Beispielsweise sei man auch mit Deutschland und der Schweiz in Form einer „open data tourism alliance“ sehr gut organisiert. Es gebe auch Datenräume, mit denen auch andere europäische Länder arbeiten. Csendes: „Wir haben es nicht mit einem technischen, sondern einem menschlichen Problem zu tun. Unterschiedliche Interessen, Zuständigkeiten und Egoismen.“

Csendes erwähnt abschließend die Notwendigkeit des Umdenkens im Tourismus in Richtung mehr Nachhaltigkeit: „Die wichtigste Transformation, die wir im Tourismus sehen, ist die Transformation von Nächtigungszahlen hin zu Wertschöpfung, kombiniert mit Tourismusakzeptanz und Nachhaltigkeit. Ganz Europa ist auf der Suche nach neuen Erfolgsindikatoren für den Tourismus, Nächtigungszahlen werden es nicht mehr sein.“

31.10.2023, Bernhard Weiner, GSV