

Studie: SANFTE MOBILITÄT aus der Sicht der REISEVERANSTALTER

von Alexandra Tobler

VORWORT

Diese Studie entstand aus einer Kooperation der Fachhochschule für Tourismus Management mit NETS. Für NETS bedeutet sie der Start einer verstärkten NETS-Marktforschung und ich kann als Studentin Marktforschungskennnisse anwenden.

ZIEL

Ziel dieser Studie ist es, herauszufinden wie Reiseveranstalter die Situation jetzt abschätzen, was sie an bestehenden Angeboten ändern würden, wie sie neue Angebote gestalten würden, wie sie die Verkaufschancen sehen und ob sie bereit sind, Angebote mit Sanfter Mobilität in Zukunft anzubieten.

UNTERSUCHUNGSDESIGN

Die hier präsentierten Ergebnisse bestehen aus 2 Teilen:

a) **Reiseveranstalterbefragung:**

SAMPLE:

200 Reiseveranstalter aus Deutschland, aus der Schweiz, aus den Niederlanden und aus Österreich

RÜCKLAUF:

momentan 12% => Endvolumen: mindestens doppelt so viele

Für die Auswertung kann der geringe Rücklauf bedeuten, dass das Interesse am Thema "Sanfte Mobilität" noch relativ gering ist, dass die Fragebögen aus Zeitmangel (Produktionsphase) nicht zurückgeschickt wurden bzw. dass die Reiseveranstalter keine Angebote in den Alpenraum haben.

b) **Kurzfragebogen für Regionen und Gemeinden:**

ZIEL:

Erfassung der aktuellen Entwicklung und aktueller Angebote

SAMPLE:

50 Gemeinden/Regionen in Deutschland, in der Schweiz und in Österreich

RÜCKLAUF:

50%

Der Fragebogenausendung folgten Online-Versionen der Fragebögen, welche Sie auf der 2. Seite der Homepage <http://www.soft-mobility.com> unter "NETS-Marktforschung" finden.

AUSWERTUNG DER HÄUFIGKEITEN

ö Wie schätzen Reiseveranstalter die jetzige Situation ein?

- ≠ 58,5% der Reisen in den Alpenraum werden von den Veranstaltern selber als umweltfreundlich eingestuft (Def. "umweltfreundlich" wurde den Veranstaltern selber überlassen)
- ≠ für 21,6% sind ökologisch orientierte Angebote in ihrer jetzigen Angebotspalette wichtig
- ≠ die beliebtesten umweltschonenden Massnahmen der Reiseveranstalter:
 1. alternativer Anreisetag
 2. Informationen in Katalogenweniger beliebt sind ÖKO-Checklisten

ö **Was würden sie an bestehenden Angeboten ändern?**

Gefragt wurde hier nach den Ansatzpunkten zur Schaffung attraktiver, umweltfreundlicher Angebote.

1. ANSATZPUNKT: ANGEBOT

Reiseveranstalter sehen bei der Mobilität vor Ort und bei der Transportlogistik noch Entwicklungspotentiale

2. ANSATZPUNKT: PREIS

Für 60,9% ist es sehr wichtig, dass der Preis bei der Anreise billiger ist als mit dem PKW. Zusatzangebote und all-inclusive Angebote treten dabei von der Wichtigkeit her in den Hintergrund.

3. ANSATZPUNKT: KOMMUNIKATION

Bei der Kommunikation sollte laut Reiseveranstalter Wert gelegt werden auf die erholsamere Anreise. 90,7% der Veranstalter sagen, dass dieser Aspekt in der Werbung wichtig bzw. sehr wichtig ist. Die Zeitersparnis bei der Anreise (keine Staus,...) fällt auch noch in den wichtigen Bereich.

ö **Wie würden Reiseveranstalter neue Angebote gestalten?**

Die Frage "Wie würden Reiseveranstalter neue Angebote gestalten?" führt uns zum idealen Package. Damit dieses Package ideal wird, soll es einerseits attraktiv für den Kunden sein und andererseits umweltfreundliche durch Sanfte Mobilität.

Folgende Kriterien machen Packages für Reiseveranstalter attraktiv:

| sehr wichtig | wichtig | weniger wichtig |
|------------------------------------|-------------------------------|---|
| Intakte Umwelt (56,5%) | Attraktionen (52,2%) | Schlechtwetterprogramm (33,3%) |
| touristische Infrastruktur (43,5%) | Einkaufsmöglichkeiten (42,9%) | Tourismusorganisation als professioneller Partner (18,2%) |
| Service im Quartier | Qualitätsbetten | Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln |
| | Sportmöglichkeiten | |

(Quelle: NETS-Reiseveranstalterbefragung, Juni 2000)

BEIM MOBILITÄTSANGEBOT VOR ORT WIRD WERT GELEGT AUF:

- a) regelmässig verkehrende Busse oder Züge mit fix vorgegebener Strecke 87%
- b) variable Zusatzbusse (Skibusse, Wanderbusse,...) 82,6%
- c) ausreichendes Angebot an Fahrrädern 68,2%

IN EIN PACKAGE MIT BAHN-ANREISE WÜRDEN REISEVERANSTALTER FOLGENDE PUNKTE INKLUDIEREN:

- a) **Zugfahrt** (entweder Tag oder Nacht, abhängig von der Entfernung, wobei der Trend in Richtung Nachtfahrt geht)
- b) **Platzreservierung** bzw. Liegewagenreservierung
- c) **Gästekarte** mit Ermässigungen (für Eintritte, Lifte, Veranstaltungen,...)
- d) **ev. Netzkarte** für den gesamten öffentlichen Verkehr in der Region

Den Gepäcktransfer, einen teuren Schlafwagen und die Taxifahrt zum Bahnhof würden Reiseveranstalter nicht in einen einheitlichen Gesamtpreis inkludieren.

ö **Wie sehen Reiseveranstalter die Verkaufschancen?**

- ≠# 70% der Reiseveranstalter beurteilen das Kundeninteresse als hoch bzw. sehr hoch
- ≠# Die Marktchancen werden von Reiseveranstaltern auf 56,5% geschätzt.
- ≠# Für 65,2% der Reiseveranstalter wird der Bereich des autofreien Tourismus in Zukunft an Bedeutung gewinnen.

ö Sind Reiseveranstalter bereit, Angebote mit Sanfter Mobilität in Zukunft zu verkaufen?

- €# 73,9% der befragten Reiseveranstalter würden sanft-mobile Angebote in ihr Angebot aufnehmen
- €# 69,6% sind sogar an einer aktiven Kooperation mit Bahnen und Destinationen interessiert
- €# 71,4% der befragten Reiseveranstalter sehen Sanften Tourismus als Wettbewerbsstrategie

FRAGEBOGEN für REGIONEN UND GEMEINDEN

| Massnahmen | erfolgreich | weniger erfolgreich | nicht vorhanden | in Planung |
|--|-------------|---------------------|-----------------|------------|
| Sammeltaxis (fixe Zustiegemöglichkeit, Transport bis zur Haustür) | 31,6% | 5,3% | 42,1% | 21,1% |
| Vermietung von Elektroautos | | | 95,0% | 5,0% |
| Angebot an Leihfahrrädern | 60,0% | 20,0% | 20,0% | |
| variable Zusatzbusse (z.B. Skibusse, Wanderbusse,...) | 68,4% | 31,6% | | |
| Radwegnetz | 70,0% | 5,0% | 10,0% | 15,0% |
| Grossteil des Ortes/der Region ist autofrei, d.h. frei von individuellen PKW | 63,2% | 10,5% | 15,8% | 10,5% |
| Einschränkungen für den Einsatz herkömmlicher Kraftfahrzeuge mit Verbrennungsmotor | 35,0% | | 60,0% | 5,0% |
| auf die Region abgestimmte Taktfahrpläne | 31,6% | | | 68,4% |

(Quelle: NETS-Reiseveranstalterbefragung, Juni 2000)

DIE BELIEBTESTEN SERVICELEISTUNGEN INKLUDIEREN:

- a) Informationsbrochure 90%
- b) Möglichkeit der autofreien Anreise 90%
- c) Transparente Tarifsysteme 88,9

Quelle:

Fachhochschule für Tourismus Management, NETS-Marktforschung - NETS-Reiseveranstalterbefragung, Juni 2000 - Studie: Sanfte Mobilität aus der Sicht der Reiseveranstalter

