



Fachhochschule Worms  
University of Applied Sciences  
Fachbereich Touristik/Verkehrswesen  
Erenburgerstraße 19  
67549 Worms

---

## **Tourismus - Baustein für den zukünftigen ÖPNV in der Fläche?**

Prof. Dr. Knut Scherhag  
Professur für Destinationsmanagement

Tourismus — Baustein für den zukünftigen ÖPNV in der Fläche?

### **Agenda**



- ▶ 1. Tourismus – Begriffliche Abgrenzung
- ▶ 2. Herausforderung Destinationsmanagement
- ▶ 3. Ansätze zur Kooperation
- ▶ 4. Beispiele aus der Praxis

© Prof. Dr. Knut Scherhag | 2

Dieses Dokument ist Teil einer Präsentation  
und ohne die mündlichen Erläuterungen unvollständig.

## Der Tourismusbegriff – 1



### Tourismusdefinition der Welttourismusorganisation (UNWTO):

“Tourismus umfaßt die Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen und sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten.”

(Quelle: WTO 1993).

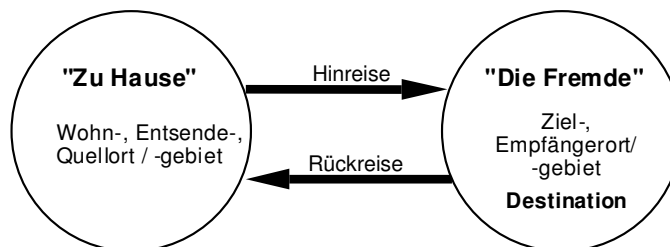
**Tourismus** ist der vorübergehende Ortswechsel von Personen, wobei eine unterschiedlich weite Abgrenzung des Begriffes je nach Entfernung (Ort), Dauer (Zeit), Grund oder Anlaß (Motiv) des Reisens erfolgt.

(Quelle: vgl. Kaspar 1996: 16)

## Der Tourismusbegriff – 2



Der Erklärungsgegenstand der Reise



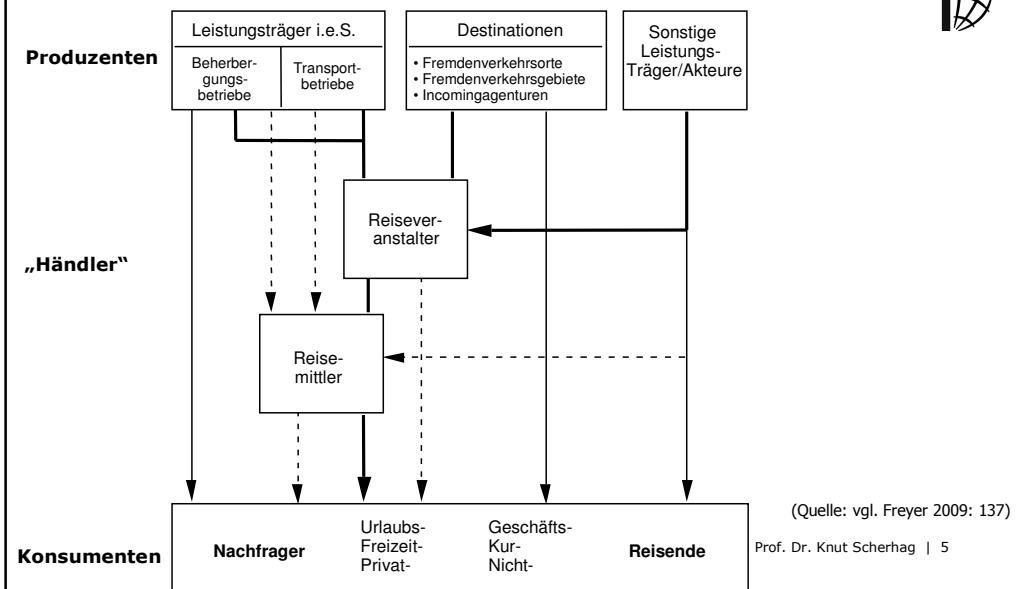
**Umfelder:** ökonomisch, sozial, politisch, juristisch, medizinisch etc.

(Quelle: vgl. Freyer 2009: 43)

Dieses Dokument ist Teil einer Präsentation und ohne die mündlichen Erläuterungen unvollständig.

### Der Tourismusbegriff – 3

Die Segmente der Tourismuswirtschaft



### Destinationsbegriff und Destinationsprodukt



**Destinations-Management heißt, einen Ausgleich sich widersprechender Interessen suchen!**

Die **Destination** ist ein geografischer Raum, in dem alle relevanten Ausstattungsmerkmale vorhanden sind, um die Bedürfnisse der Gäste zu befriedigen bzw. ihren Anforderungen zu entsprechen. Sie wird als Wettbewerbseinheit nach außen kommuniziert, so dass der Gast in der Lage ist, zwischen verschiedenen Reisezielen zu wählen.

Das so genannte **Destinationsprodukt** besteht aus allen Leistungsangeboten und Produkten, die für zum Teil unterschiedliche Zielgruppen einer Destination zusammengestellt und in der Regel von einer Vielzahl von unabhängigen Betrieben und Unternehmen produziert werden.

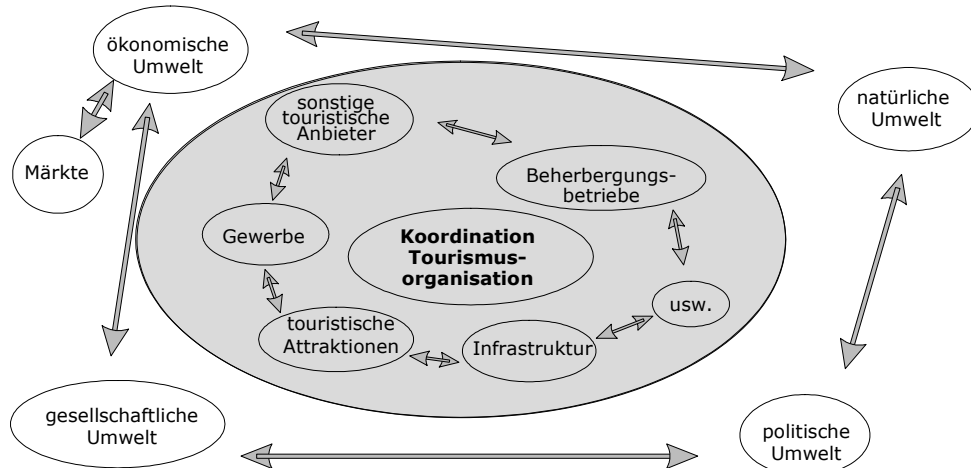
Es setzt sich aus dem natürlichen und abgeleiteten Angebot zusammen.

Eine kooperative Angebotsgestaltung trägt wesentlich zur Kommunikation der Destination nach außen bei und fördert den Zusammenhalt unter den Akteuren/Leistungsträgern.



Dieses Dokument ist Teil einer Präsentation und ohne die mündlichen Erläuterungen unvollständig.

## Die Elemente im System Destination



(Quelle: Bieger 1997: 79)

© Prof. Dr. Knut Scherhag | 7

## Anforderungen von Touristen an das touristische Produkt



- Die Reiseentscheidung (Haupturlaubsreise) ist in der Regel eine extensive Konsumententscheidung. D.h., sie bedarf einer umfangreichen Informationsbasis.
- Je länger der Aufenthalt dauert, desto mehr Informationen zum Aufenthalt werden gesucht.
- Die Leistungen sollen möglichst aus einer Hand erhältlich/buchbar sein.
- Spontane Bedürfnisse sollen während des Aufenthalts erfüllt werden (Multioptionalität).
- Die Suche/Buchung von touristischen Produkten soll möglichst einfach und unkompliziert sein.
- Die Qualität soll durchgehend über alle Teilleistungen in der Destination vergleichbar sein.
- Die Informations-/Buchungskette sollte nicht unterbrochen sein.
- Aber auch: kürzer – billiger – weiter

© Prof. Dr. Knut Scherhag | 10

Dieses Dokument ist Teil einer Präsentation und ohne die mündlichen Erläuterungen unvollständig.

## ÖPNV und Tourismus



Nachfrageveränderung der Touristen bietet Chancen für den ÖPNV

- Zunehmende Nachfrage nach „umweltgerechten“ Reisearten.
- Ziele in der Nähe werden gesellschaftsfähig.
- Kürzere Reise statt Reiseverzicht
- Gesundheit im Urlaub ist im Trend
- Wandern und Radfahren sind über alle Zielgruppen hinweg beliebte Produkte (auch in finanzschwachen Zeiten)
- Incoming durch Low Cost Carrier

Anforderungen an ÖPNV-Angebote

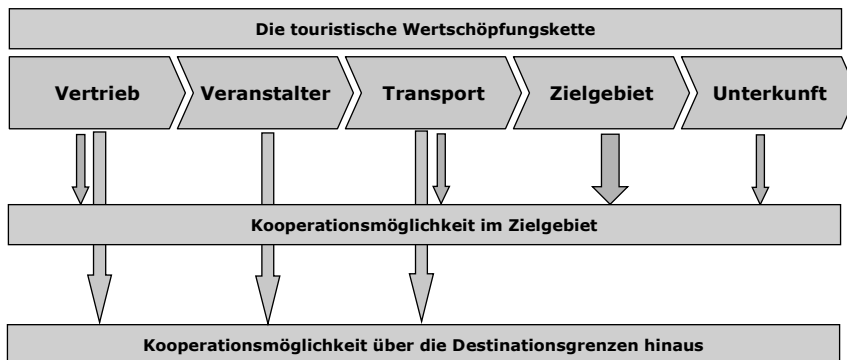
- Flexible Nutzung
- Spontane Nutzung.
- Günstige Preise
- Planbarkeit
- Verfügbarkeit
- Vorausbuchungsmöglichkeiten
- Haltestellen der Touristen stimmen nicht immer mit denen der Einheimischen (z.B. Berufstätige und Schüler) überein
- Keine Kreisgrenzen

© Prof. Dr. Knut Scherhag | 11

## Die touristische Wertschöpfungskette



Einzelne Bereiche, die zum Teil unterschiedliche Merkmale und eine unterschiedliche Branchenlogik aufweisen.



© Prof. Dr. Knut Scherhag | 12

Dieses Dokument ist Teil einer Präsentation und ohne die mündlichen Erläuterungen unvollständig.



### Mögliche Kooperationsbereiche

- Fahrradbusse
  - Abrufbusse/-taxis
  - Integration in Pauschalangebote
  - Zusammenarbeit mit Hotel-/Beherbergungsbetrieben und touristischen Attraktionen/Einrichtungen
  - Zusammenarbeit mit den regionalen Tourismusorganisationen/-informationen
- Notwendige Rahmenbedingungen
- Flexible Routenplanung
  - Flexible Kapazitäten
  - Sonderrouten
  - Kontingentierung
  - Unkomplizierte Handhabung



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!  
Fragen?

Dieses Dokument ist Teil einer Präsentation  
und ohne die mündlichen Erläuterungen unvollständig.