

Marktanalyse für den Freizeitverkehr im Rhein-Main-Verkehrsverbund

Kurzfassung der Vertieferarbeit von Andreas Meinhardt

Wie auch schon in der Aufgabenstellung zu der vorliegenden Vertieferarbeit erwähnt, gilt der Freizeitverkehr fahrtzweckbezogen als der wichtigste Teilmarkt mit den größten Wachstumsraten. Für den ÖPNV stellen sich die erzielbaren Marktpotenziale jedoch sehr heterogen dar. Während das Marktpotenzial bei sogenannten Großveranstaltungen relativ hoch ausfällt, bestehen beim Freizeitverkehr als "Ausflug ins Grüne", durch die hier völlig anderen Rahmenbedingungen, für den ÖPNV weitaus größere Schwierigkeiten bei der Erschließung. Im Rahmen der Vertieferarbeit wurde hierbei versucht, in einen ausgewählten Teilraum, Freizeiteinrichtungen zu identifizieren, die ausreichende Marktchancen für den ÖPNV bieten könnten. Diese wurden im Anschluß anhand verschiedener Kriterien hinsichtlich der vorhandenen Angebotsqualität des ÖPNV hin untersucht. Die Vertieferarbeit wurde hierbei in drei Teile untergliedert.

Kapitel 1: Freizeit, Freizeitaktivitäten, Freizeitmobilität und Freizeiteinrichtungen

Anhand einer, in diesem Kapitel durchgeführten Literaturanalyse wurde versucht, den Zusammenhang zwischen der Entwicklung der Freizeit, der Veränderung des Freizeitverhaltens sowie der damit verbundenen Entwicklung der Freizeitmobilität darzustellen. Hierbei konnte festgestellt werden, dass, bedingt durch das Zurückgehen der Wochenarbeitszeit sowie die Zunahme der freien Tage (Jahresurlaub), sich die Freizeit seit 1950 im Durchschnitt fast verdoppelt hat. Es ist hierbei, nach der Meinung des Freizeitforschers OPASCHOWSKI, davon auszugehen, dass dieser Trend auch in Zukunft weiter anhalten wird. Diese Freizeitvergrößerung, verbunden mit der Wohlstandsmehrung, höherer sozialer Sicherheit, sowie einem stetigen Wertewandel in der Gesellschaft, haben eine Veränderung der Einstellung zu Arbeit und Freizeit bewirkt. Das frühere "Leben um zu Arbeiten" hat sich hierbei laut OPASCHOWSKI in ein "Arbeiten um zu leben" entwickelt. Dieser gesellschaftliche Wertewandel führte, im Zusammenhang mit der Entwicklung moderner Verkehrssysteme sowie dem zunehmenden Bedürfnis der Menschen nach Aktivität und Abwechslung, zu einer gewaltigen Mobilitätszunahme in der Freizeit. Betrachtet man hierbei die Verkehrsleistung und das Verkehrsaufkommen im Freizeitverkehr, so ist der motorisierte Individualverkehr in beiden Fällen, der dominierende Verkehrsträger. Die Gründe für diese Dominanz des MIV liegen hierbei, wie sich herausstellte, vor allem in den, das Verkehrsmittelwahlverhalten der Nutzer charakterisierenden, zwei Entscheidungsebenen. Die rationale Entscheidungsebene beinhaltet hierbei die, jeweiligen eher als objektiv zu bezeichnenden Faktoren, wie zum Beispiel die Reisezeit, die Reisekosten und den Reisekomfort. In der irrationalen (psychologischen) Ebene verlaufen die Entscheidungen meist unbewusster und sind deshalb von außen sehr schwer zu beeinflussen. In beiden Ebenen besitzt hierbei der MIV meist klare Vorteile gegenüber dem ÖPNV.

Auch bei der Kategorisierung und Analyse von Freizeiteinrichtungen vielen mehrere, den ÖPNV, im Vergleich zum MIV, benachteiligende Faktoren auf. Hierbei sind vor allem die Lage der Freizeiteinrichtungen im Raum, die Nutzungszeiten sowie die Mitnahme von Freizeitgeräten zu nennen. Es stellte sich weiterhin heraus, dass es sehr schwer ist, Freizeiteinrichtungen in klar voneinander abzugrenzende Kategorien zu untergliedern. So besitzt eine Freizeiteinrichtung meist mehrere Merkmale aus den verschiedenen Kategorien. Auch bei der Betrachtung der Trends zukünftiger Freizeiteinrichtungen ist eine Entwicklung hin zu einer multifunktionalen Gestaltung und Konzeption zu beobachten. Hierbei dominiert

vor allem der Trend hin zur Verknüpfung von Einkaufen und Unterhaltung, in so genannten Urban-Entertainment-Centern.

Bei der Untersuchung und Analyse der ÖPNV-Bedienung von Freizeiteinrichtungen aus der Sicht der verschiedenen Zielgruppen sind die folgenden Kriterien von entscheidender Bedeutung: Reisezeit, Fahrtkosten, Reisekomfort, Flexibilität und Informationen. Anhand dieser Kriterien wurde in Kapitel 2 die Bedienungsqualität von ÖPNV und MIV bei der ausgewählten Freizeiteinrichtung Saalburg verglichen und bewertet.

Kapitel 2: Abschätzung der erreichbaren Marktpotenziale im RMV

Im zweiten Teil der Vertieferarbeit wurde, unter Berücksichtigung der im ersten Teil festgestellten Zusammenhänge, eine im Untersuchungsraum liegende Freizeiteinrichtung hinsichtlich der ÖPNV-Bedienungsqualität analysiert. Anschließend wurden die, aufgrund der erzielten Ergebnisse, im Untersuchungsraum für den ÖPNV aktivierbaren Marktpotenziale abgeschätzt.

Als ersten Schritt bei der Festlegung der zu untersuchenden Freizeiteinrichtung, wurde ein im RMV liegender Teilraum ausgewählt, der aufgrund seiner Lage, sowie der darin liegenden Vielzahl an verschiedenen Freizeiteinrichtungen, ein ausreichendes Marktpotenzial für den ÖPNV darstellen könnte. Hierbei wurde, aufgrund der oben beschriebenen Entscheidungskriterien, der Hochtaunuskreis ausgewählt. Als zu untersuchende Freizeiteinrichtung wurde hierbei wiederum das bei Bad Homburg v.d. Höhe liegende Römerkastell Saalburg gewählt. Die Saalburg stellt hierbei, durch ihre Lage am Rande des Rhein-Main-Ballungsraumes, sowie durch die in unmittelbarer Nähe zu ihr liegenden zwei Freizeiteinrichtungen Freilichtmuseum Hessenpark und Freizeitpark Lochmühle und die relativ gute Anbindung an das Liniennetz des ÖPNV, grundsätzlich ausreichend Marktchancen für den ÖPNV dar. Hinzukommt, dass auch unmittelbar an der Saalburg ein reichhaltiges Angebot an verschiedenen Freizeitaktivitäten angeboten wird. Neben dem Besuch des Saalburgmuseums ist vor allem das Wandern bzw. das Spaziergehen, auf einem der vielen ausgeschilderten Wanderwege, eine der Hauptfreizeitaktivitäten, die hier ausgeübt werden.

Bei der Untersuchung der Freizeiteinrichtung Saalburg hinsichtlich verschiedener Kriterien, stellte sich die verkehrliche Situation, und hierbei vor allem die Parkraumsituation, als ein die Attraktivität negativ beeinflussender Faktor heraus. Es stellte sich hierbei heraus, dass der Parkraum an Tagen mit hohem Besucheraufkommen vollkommen überlastet ist, und daher den Entwicklungsmöglichkeiten der Saalburg, gerade im Hinblick auf zukünftige Ausbaupläne, entgegensteht. Dieser Umstand verstärkte hierbei noch einmal zusätzlich die Wahl der Saalburg als die, auf mögliche Verlagerungspotenziale vom MIV zum ÖPNV, zu untersuchende Freizeiteinrichtung.

Da bei der Analyse der bestehenden Angebotsqualitäten im ÖPNV und MIV die dafür notwendigen Daten, vom RMV nicht zur Verfügung gestellt werden konnten, wurde eine Verkehrsbefragung, jeweils an zwei aufeinander folgenden Sonntagen, auf der Saalburg durchgeführt. Hierbei wurden 40 Personen befragt. Das Ziel dieser Befragung bestand darin, qualitativ zu erfassen, woher die Besucher kommen, welche Aktivitäten sie auf der Saalburg ausüben und welche Gründe zur Wahl des jeweiligen Verkehrsmittels geführt haben. Die Ergebnisse der Befragung waren hierbei relativ eindeutig. So stellte sich heraus, dass der Großteil der Nutzer des ÖPNV (25% der Befragten) die Fahrt in Bad Homburg v.d. Höhe begonnen hat, über 50 Jahre alt war, das Wandern bzw. Spaziergehen als Aktivität, und als

Grund die bequeme Nutzung des ÖPNV angaben. Bei den Nutzern des MIV (75% der Befragten) stellte sich demgegenüber heraus, dass der Großteil der Befragten ihre Fahrt in Frankfurt a.M. sowie dem Frankfurter Umland begonnen hatten, Familien mit Kind(ern) einen Großteil der Besucher ausmachten, das Wandern bzw. Spaziergehen und der Besuch der Saalburg als Aktivitäten angegeben wurde, und die Flexibilität sowie die fehlenden oder schlechten ÖPNV-Verbindungen als Grund für die Wahl des Pkw angegeben wurden. Bei den MIV-Nutzern stellte sich zudem heraus, dass nur vier der insgesamt 30 Befragten, die Nutzung des ÖPNV als Alternative, überhaupt in Erwägung gezogen hatten.

Beim Vergleich der, bei der Verkehrsbefragung am häufigsten genannten Fahrt- beziehungen, im Hinblick auf die Reisezeit, Fahrtkosten, Flexibilität, den Reisekomfort und die Information, ergab sich eine eindeutige Überlegenheit des MIV, hinsichtlich dieser Qualitätsmerkmale, gegenüber dem ÖPNV.

Bei der abschließenden Abschätzung der aktivierbaren Marktpotenziale wird trotz der derzeitig relativ großen Überlegenheit des MIV bei der Angebotsqualität, dem ÖPNV, unter Beachtung gewisser Handlungsempfehlungen, eine Steigerung seines Marktanteiles zugesprochen.

Kapitel 3: Handlungsempfehlungen

Im dritten und letzten Teil der Vertieferarbeit wurden schließlich Handlungsempfehlungen und Maßnahmen formuliert, mit deren Hilfe eine Steigerung des Marktanteils, bei der ÖPNV-Bedienung von Freizeiteinrichtungen, und hierbei im speziellen der Freizeiteinrichtung Saalburg, erreicht werden können. Die folgenden zwei Maßnahmen- bereiche lassen sich hierbei unterscheiden. In einem ersten Bereich müsste hierbei, mit Hilfe des Marketings, versucht werden, den Begriff der Freizeit, im Bewusstsein der potenziellen Kunden, mit dem "Produkt" ÖPNV zu verkoppeln. In einem zweiten Bereich müsste versucht werden, durch die Erarbeitung verschiedener, auf die jeweilige Freizeiteinrichtung zugeschnittene Handlungskonzepte, die Angebotsqualität des ÖPNV zu steigern. Bezogen auf die Freizeiteinrichtung Saalburg können hierbei folgende Handlungsempfehlungen und Maßnahmen genannt werden:

- Kooperative Zusammenarbeit zwischen den Verantwortlichen der Saalburg und den Verkehrsbetrieben
- Zusätzliche Einbeziehung der Frankfurt-Königsteiner Eisenbahn und des Bahnhofes "Wehrheim Saalburg/Lochmühle" in ein Angebotskonzept
- Eine stärkere Verknüpfung der drei verschiedenen Freizeiteinrichtungen durch den ÖPNV
- Erarbeitung von kompletten Ausflugsangeboten mit dem ÖPNV
- Erarbeitung eines Park-and-Ride Konzeptes für die Saalburg
- Erarbeitung eines Parkraumbewirtschaftungskonzeptes
- Erarbeitung von speziellen Angeboten für Klassenausflüge zur Saalburg mit dem ÖPNV