



Verkehrsverbund
Berlin-Brandenburg
Alles ist erreichbar.

Handbuch Nahverkehr und Tourismus im Land Brandenburg

Stand: 31. Oktober 2013



Industrie- und Handelskammern
in Berlin-Brandenburg



Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

die breite Palette von Natur- und Kulturräumen, historischen Stadtkernen und Angeboten für Aktivurlauber zieht jährlich mehr Besucher ins Land Brandenburg. Gerade für Tages- und Kurzzeitgäste aus Berlin und den größeren Städten in Brandenburg bieten die brandenburgischen Reisegebiete eine große Auswahl an attraktiven Zielen. Deren Erreichbarkeit muss jedoch gesichert sein, und zwar sowohl bei der An- und Abreise als auch beim Reisen innerhalb der Region. Positiv dabei ist, dass der einheitliche Verbundtarif in Berlin und Brandenburg das Reisen im Nahverkehr unkompliziert gestaltet. Das Prinzip „Zwei Länder - ein Ticket – alles drin“ ist seit fast 15 Jahren eine Selbstverständlichkeit für Berliner, Brandenburger und unsere Gäste. Allerdings leben in den peripheren und ländlich geprägten Räumen, die vom naturnahen Tourismus besonders profitieren, zum Teil weniger als 20 Menschen pro Quadratkilometer. Ein konventionelles ÖPNV-Angebot aus Bahn und Bus lässt sich in diesen Regionen unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten immer seltener aufrechterhalten. Die meisten Gäste in den Brandenburger Urlaubsregionen kommen jedoch aus Berlin. Vor allem im Hinblick auf diesen Quellmarkt, der die geringste Anzahl an PKW pro Haushalte verzeichnet und durch eine entsprechend hohe Affinität zum ÖPNV und zum Fahrrad gekennzeichnet ist, ist die Erreichbarkeit von touristischen Zielen mit öffentlichen Verkehrsmitteln von hoher Bedeutung.

Aber auch Gäste aus den angrenzenden Bundesländern sowie aus Polen sind immer häufiger in Brandenburg unterwegs. In den vergangenen Jahren wurde das Angebot verstärkt weiterentwickelt und vermarktet. Brandenburg ist im touristischen Wettbewerb also bestens positioniert.

Das brandenburgische Ministerium für Infrastruktur und Landwirtschaft, das Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten und die Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern des Landes Brandenburg unterstützen daher den Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg und die Verkehrsunternehmen bei der Konzeption von maßgeschneiderten und finanzierbaren Mobilitätslösungen für urbane und ländliche Räume. Eines der Ziele ist dabei, den Wirtschaftsfaktor Tourismus auch weiterhin zu unterstützen, den Umweltgedanken weiter zu tragen und gleichzeitig die Daseinsvorsorge im ÖPNV zu sichern.

Nachdem das Handbuch „Nahverkehr und Tourismus“ im Jahr 2011 als Ideensammlung und Handlungsempfehlung herausgegeben wurde und zur Wissensmehrung der kommunalen Entscheidungsträger, der Tourismusdienstleister und Mobilitätsanbieter beigetragen hat, stellte sich heraus, dass die Realität das Handbuch an vielen Stellen überholt hat. Beispiele, die im Handbuch des Jahres 2011 noch aus anderen Bundesländern stammten, haben heute bereits ihren Platz in Brandenburg gefunden. Das neue überarbeitete Handbuch wartet mit zahlreichen Maßnahmenvorschlägen und Praxisbeispielen für unterschiedliche Zielgruppen und Raumstrukturen auf. Mit den Planungshilfen, den Hinweisen zu Ansprechpartnern und weiterführenden Informationen kann eine erfolgreiche Planung und Umsetzung in Angriff genommen werden. Wir möchten Sie zur Nachahmung ermutigen.

Viel Spaß beim Lesen!

Jörg Vogelsänger

Minister für Infrastruktur
und Landwirtschaft

Ralf Christoffers

Minister für Wirtschaft und
Europaangelegenheiten

Klaus Aha

Vorsitzender der
Landesarbeitsgemeinschaft
der IHKs des Landes

Hans-Werner Franz

Geschäftsführer
Verkehrsverbund
Berlin-Brandenburg GmbH

Inhalt

1	Arbeiten mit dem Handbuch	5
2	Tourismusland Brandenburg	6
2.1	Bedeutung des Tourismus im Land Brandenburg.....	6
2.2	Reisegebiete und Themenmarketing	7
2.3	Trends im Tourismus.....	8
2.4	Bedeutung der Mobilität für den Tourismus	8
3	Öffentlicher Nahverkehr im Land Brandenburg	9
3.1	Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg (VBB)	9
3.2	ÖPNV-Angebot in Berlin und Brandenburg.....	9
3.3	Sonstige, öffentlich zugängliche Mobilitätsangebote	12
3.4	VBB-Tarif	12
4	Voraussetzungen der Planung	14
4.1	Rechtliche und organisatorische Rahmenbedingungen	14
4.2	Verkehrsmittelwahl von touristischen Zielgruppen.....	15
5	Umsetzung in der Praxis – ein kleiner Planungsleitfaden	17
5.1	Ausgangssituation erfassen und Handlungsbedarf ermitteln.....	17
5.2	Akteure einbinden und vernetzen.....	19
5.3	Zielgruppe bestimmen.....	19
5.4	Nachfragepotenziale abschätzen	19
5.5	Mobilitätsangebote entwickeln	20
5.6	Finanzierung sichern	21
5.7	Vermarktung planen	21
5.8	Erfolgskontrolle durchführen	23
6	Beispielhafte Anwendung des Planungsleitfadens	23
6.1	Beispiel „Grenzüberschreitendes Mobilitätsangebot zwischen Forst und Brody“	23
6.2	Beispiel „Mobilitätsgästekarte für die Region Rheinsberg / Neuruppin“.....	26
6.3	Beispiel „Mobilitätsinformationspaket für Touristen“	29
7	Weiterführende Informationen und Ansprechpartner	32
7.1	Weiterführende Literatur.....	32
7.2	Internet-Links.....	33
7.3	Ansprechpartner	33
8	Nahverkehrsunternehmen	36
9	Glossar	38

Anhang

Anhang 1: Reisegebiete im Land Brandenburg

Anhang 2: Reisegebiete und touristisches Themenmarketing im Land Brandenburg

Anhang 3: Karten zum ÖPNV-Angebot im Land Brandenburg

- 3.1 Land Brandenburg – ÖPNV-Linienangebot Montag bis Freitag (Stand 2013)
- 3.2 Land Brandenburg – tägliches ÖPNV-Linienangebot (Stand 2013)
- 3.3 Reisegebiete Prignitz und Ruppiner Seenland
ÖPNV-Fahrtenangebot Montag bis Freitag (Stand 2013)
- 3.4 Reisegebiete Barnim und Uckermark
ÖPNV-Fahrtenangebot Montag bis Freitag (Stand 2013)
- 3.5 Reisegebiet Seenland Oder-Spree
ÖPNV-Fahrtenangebot Montag bis Freitag (Stand 2013)
- 3.6 Reisegebiete Dahme Seengebiet, Spreewald, Elbe-Elster und Niederlausitz
ÖPNV-Fahrtenangebot Montag bis Freitag (Stand 2013)
- 3.7 Reisegebiete Fläming, Havelland und Potsdam
ÖPNV-Fahrtenangebot Montag bis Freitag (Stand 2013)
- 3.8 Übersicht zu den ÖPNV-Linien im Land Brandenburg nach Betreiber

Anhang 4: Themenmarketing, Gästetypen und Verkehrsmittelwahl

Anhang 5: Geeignete Maßnahmen und Mobilitätsangebote

Anhang 6: Praxisbeispiele

- Steckbrief „RB54 (Löwenberg-Rheinsberg)“
- Steckbrief „Werbellinsee-Bus 917“
- Steckbrief „UckermarkShuttle“
- Steckbrief „KombiBus“ Uckermark
- Steckbrief „Rufbus zum Kunstwanderweg Hoher Fläming“
- Steckbrief „ShuttleBus Tropical Islands“
- Steckbrief „48 Stunden Fläming“
- Steckbrief „VBB-Fahrradtageskarte / VBB-Fahrradmonatskarte“
- Steckbrief „Thermenticket Bad Wilsnack“
- Steckbrief „Bürgerladen mobil“
- Steckbrief „Fahrradverleih + ÖPNV“
- Steckbrief „Pedelec-Verleihangebot Movelo“
- Steckbrief „Abhol- und Shuttle-Service“
- Steckbrief „KONUS-Gästekarte Schwarzwald“

Anhang 7: Checkliste zur Ablaufplanung bei Großveranstaltungen

Anhang 8: Website-Verlinkung mit VBB-Fahrinfo

1 Arbeiten mit dem Handbuch

Die Anforderungen an passgenaue Nahverkehrsangebote im Tourismus sind schnell umrissen: Sie müssen dem Bedarf der Gäste und Besucher entsprechen, sich mit den vor Ort vorhandenen Ressourcen organisieren lassen und langfristig finanziell tragbar sein. Nicht ganz so einfach ist es hingegen, entsprechend geeignete Lösungen zu entwickeln und umzusetzen. Wer die Erreichbarkeit von touristischen Zielen verbessern möchte, dem stellen sich verschiedene Fragen, auf die das Handbuch „Nahverkehr und Tourismus im Land Brandenburg“ erste Antworten geben will.

Welche Bedeutung hat das Thema „Mobilität“ für den Tourismus im Land Brandenburg?

Das Handbuch gibt zunächst einen Überblick zum **Tourismus im Land Brandenburg** (Kapitel 2), wobei es auf die bisherigen Entwicklungen und die wirtschaftliche Bedeutung eingeht. Deutlich wird, wie wichtig die Aspekte Mobilität und Erreichbarkeit sind. Das touristische Themenmarketing und seine Bedeutung für die Planung von Mobilitätsangeboten werden beleuchtet sowie neue Trends, die die zukünftige Entwicklung beeinflussen werden.

Wie sieht der Öffentliche Nahverkehr im Land Brandenburg heute aus?

Eine Übersicht zum heutigen Bahn- und Busverkehr macht deutlich, welches **ÖPNV-Angebot im Land Brandenburg** bereits vorhanden ist, an das sich anknüpfen lässt (→ **Kapitel 3**). Näher eingegangen wird auf die alternativen Bedienungsformen, die in den letzten Jahren gerade im ländlichen Raum immer häufiger zum Einsatz kommen. In diesem Zusammenhang wird auch die Bedeutung des Verkehrsverbundes Berlin-Brandenburg und des gemeinsamen Tarifs für eine nahtlose Mobilitätskette aufgezeigt. In Kapitel 3 wird die Verknüpfung des straßengebundenen Nahverkehrs mit der Bahn thematisiert.

Was muss ich bei der Planung von touristisch orientierten Mobilitätsangeboten berücksichtigen?

Mit den rechtlichen und organisatorischen Rahmenbedingungen sowie den Hinweisen zur Verkehrsmittelwahl von touristischen Zielgruppen werden die wichtigsten **Planungsgrundlagen** für touristisch ausgerichtete Mobilitätsangebote erläutert (→ **Kapitel 4**).

Wie komme ich zu passgenauen Lösungen für meine Gäste und Besucher?

Das Handbuch widmet sich ausführlich der Frage, wie eine intelligente **Planung und Umsetzung** von touristisch ausgerichteten Nahverkehrsangeboten aussehen kann (→ **Kapitel 5**). Hier wird der Anwender geführt und in den notwendigen Auswahl- und Entscheidungsprozessen unterstützt. Im Zentrum stehen dabei **praxiserprobte Maßnahmen und Angebote**, um touristische Ziele besser erreichbar zu machen (Anhang 5). Aufgezeigt wird die breite Palette möglicher Angebotsformen mit ihren Einsatzfeldern. Ausgewählte Beispiele aus der Praxis machen die vorgestellten Ansätze greifbar und sollen zur Nachahmung ermutigen (Anhang 6). Beschrieben wird auch, wie sich Randbedingungen und Nachfragepotenziale ermitteln lassen und wie man schließlich zu geeigneten Maßnahmen kommt. Aspekte der Finanzierung und Vermarktung sowie die Bedeutung der Erfolgskontrolle werden ebenso angesprochen.

Wo bekomme ich weitere Informationen und Unterstützung?

Das Handbuch gibt einen Überblick zu möglichen Lösungen und den wichtigsten Planungsschritten. Bei der praktischen Umsetzung wird es sicher notwendig, einzelne Themen zu vertiefen und die Unterstützung von Fachleuten und Partnern in Anspruch zu nehmen. Hierzu nennt das Handbuch **weiterführende Informationen und Ansprechpartner** (→ **Kapitel 6**).

Thematische Auswahlraaster und praktische Hilfen für die Planungspraxis im Anhang (Übersichtskarten, Checklisten, Beispiele) bieten zusätzliche Unterstützung, so z.B. zur Ablaufplanung für die Bereitstellung öffentlicher Verkehrsmittel bei Großveranstaltungen (→ **Anhang 7**) oder zur Website-Verlinkung mit der VBB-Fahrinfo (→ **Anhang 8**).

2 Tourismusland Brandenburg

2.1 Bedeutung des Tourismus im Land Brandenburg

Reiseland Brandenburg – unter diesem Titel vermarktet sich das Land Brandenburg sehr erfolgreich als Tourismusdestination. Mittlerweile besuchen immer mehr Gäste das Land zwischen Elbe und Oder, um hier Entspannung zu finden und Kultur und Natur zu genießen. Steigende Qualitätsansprüche der Reisenden brachten Brandenburg auch eine Vorreiterrolle beim Aufbau und der Einführung eines barrierefreien Tourismus ein.

Die dynamischen Entwicklungen im Tourismus belegen auch einige Zahlen aus der Statistik¹ des Landes Brandenburg für das Jahr 2012:

- 4,2 Mio. Gästeankünfte (2011: 4,1 Mio.)
- 11,5 Mio. Übernachtungen (ohne Camping) (2011: 11,1 Mio.)
- über 20 % Übernachtungswachstum im Zeitraum 2006 bis 2012
- 2,8 Tage durchschnittliche Aufenthaltsdauer
- 114,4 Mio. Tagesreisen (2009)

Mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate bei den Übernachtungszahlen von 2,9 % pro Jahr belegt Brandenburg im bundesdeutschen Vergleich der Jahre 2006 bis 2010 Rang 3 und liegt damit im Spitzenfeld. Zuwächse wurden nicht nur in der Hauptsaison im Sommer (Mai bis August) erzielt, sondern aufgrund intensiver Marketingaktivitäten auch in der Nebensaison. Es zeigen sich jedoch große regionale Unterschiede. Übernachtungsgäste bleiben im Durchschnitt 2,7 Tage.



Zahlenmäßig bedeutender als die Übernachtungsgäste sind die Tagestouristen. So entfallen auf eine Übernachtung 11,3 Tagesreisen². Es sind vor allem die Bewohner Berlins und die Besucher der deutschen Hauptstadt, die Brandenburg in immer größerer Zahl als Tourismusdestination entdecken. So kommt die Mehrzahl der Gäste im Land Brandenburg aus Berlin (16 %), gefolgt von Sachsen (12 %), Nordrhein-Westfalen (11 %) sowie Brandenburg selbst (10 %)³. Aus den Größenordnungen lässt sich ermes- sen, welche wirtschaftliche Bedeutung der Tourismus für das Land Brandenburg bereits heute hat. So ver- bucht das Tourismusgewerbe im Jahr 2011 einen Bruttoumsatz von rund 4,3 Mrd. EUR. Davon entfielen etwa 58 % auf die Tagestouristen und 42 % auf die Übernachtungsgäste⁴. Die Brutto- wertschöpfung des Tourismus im Land Brandenburg erreicht im Jahr 2010 jährlich 2,0 Mrd. EUR (entspricht 115.100 Vollzeitbeitsplatzäquivalenten).⁵ Damit liegt die Tourismusbranche an dritter Stelle hinter dem produzierenden Gewerbe (rd. 10,4 Mrd. EUR) und dem Baugewerbe (rd. 2,7 Mrd. EUR).⁶

Neben den unmittelbaren touristischen und wirtschaftlichen Effekten sichert der Tourismus aber auch den Lebens- und Wirtschaftsstandort Brandenburg. Tourismus steht für qualifizierte und branchenübergreifende Arbeitsplätze, vor allem im ländlichen Raum. Auch leistet er einen nicht unerheblichen Beitrag zur Finanzierung kommunaler Angebote im Kultur-, Sport- und Freizeitbereich. Nicht zuletzt erfüllt er eine wichtige Funktion als Bekanntheits- und Imagerträger im regionalen Standortmarketing. Auf diese Weise sichert der Tourismus auch die Wohn- und Lebensqualität der Bürgerinnen und Bürger in den brandenburgischen Städten und Gemeinden.

Tourismusförderung und Tourismusentwicklung sind somit zentrale Instrumente, wenn es darum geht, Brandenburg als Wirtschaftsstandort insgesamt zu stärken. Die hiermit verbundenen Maß-

Tourismusförderung und Tourismusentwicklung sind somit zentrale Instrumente, wenn es darum geht, Brandenburg als Wirtschaftsstandort insgesamt zu stärken. Die hiermit verbundenen Maß-

¹ Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, in: Tourismus-Marketing Brandenburg: Brandenburgs Tourismus in Zahlen 2011

² Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten des Landes Brandenburg: Landestourismuskonzeption Brandenburg 2011 – 2015. Potsdam. 02/2011

³ Permanente Gästebefragung (PEG) im Land Brandenburg für das Jahr 2007

⁴ Landestourismuskonzeption Brandenburg 2011– 2015

⁵ ebenda

nahmen müssen jedoch in Zukunft stärker darauf ausgerichtet werden, die bislang mit hohem Aufwand etablierte touristische Infrastruktur zu erhalten und gewinnbringender zu vermarkten. Ein wichtiger Beitrag hierbei ist eine bessere Erreichbarkeit von touristischen Zielen mit öffentlich zugänglichen Verkehrsmitteln. Auf diese Weise lassen sich zusätzliche Marktpotenziale erschließen und im Standortwettbewerb mit anderen Destinationen sichern.

2.2 Reisegebiete und Themenmarketing

Das Land Brandenburg umfasst die zwölf Reisegebiete Barnimer Land, Dahme-Seengebiet, Elbe-Elster-Land, Fläming, Havelland, Niederlausitz, Seeland Oder-Spree, Potsdam, Prignitz, Ruppiner Seeland, Spreewald und Uckermark. Für den Zuschnitt der Reisegebiete waren vor allem landschaftliche und touristische Gesichtspunkte maßgebend, weniger jedoch die Verwaltungsgliederung. Sie sind daher nicht immer deckungsgleich mit den Grenzen der Landkreise. Wichtigste Ziele für Tagestouristen sind vor allem Potsdam und das Havelland mit überdurchschnittlich vielen Tagesreisen je Übernachtung.⁷ Eine Übersicht zu den Reisegebieten und bedeutenden Tourismuszielen in Brandenburg enthält → Anhang 1.



Unter der Dachmarke „Brandenburg – Das Weite liegt so nah“ werden den Reisegebieten, Städten und Gemeinden sowie den Tourismusbetrieben verschiedene Beteiligungsformen innerhalb des Marketings geboten. Hierzu zählt auch das touristische Themenmarketing. Ziel des Themenmarketings ist es, die Vermarktungsaktivitäten auf starke Themen und Produkte zu konzentrieren, um sich im Wettbewerb mit anderen Tourismusdestinationen abheben zu können. Der Thementourismus verfolgt dabei neben der konsequenten Ansprache bestimmter Zielgruppen eine Verbesserung der Qualität und eine stärkere Vernetzung der Themen untereinander. Auf diese Weise soll eine Profilierung der Tourismusmarke Brandenburg insgesamt erreicht werden.

Wichtige Themenfelder und Themen im Brandenburg-Tourismus sind:⁸

- „Natur“ (Themen Naturerlebnis, Wandern, Radfahren, Wasser)
- „Kultur“ (Themen: Schlösser/Parks/Gärten, Kulturevent, UNESCO-Welterbestätte und Industriekultur)
- „Städte“ (Themen Historische Stadtkerne, Tagungen/Kongresse und Film (Potsdam))
- „Erlebnisswelt“
- „Wellness & Gesundheit“
- „Kulinarik“



Welches Themenmarketing für ein Reisegebiet infrage kommt, richtet sich nach dem jeweiligen touristischen Potenzial. Oftmals werden auch mehrere Themen vermarktet, dann meist mit unterschiedlicher Relevanz und verschiedenen Schwerpunkten. Einen besonders hohen Stellenwert nimmt generell der Radtourismus ein. Einige Teilregionen sind auch Wanderziele. Bei der Planung und Gestaltung von Mobilitätsangeboten für touristische Zielpunkte spielt das Themenmarketing eine bedeutende Rolle. So lässt sich aus den Themenschwerpunkten der Reisegebiete auf die touristischen Zielgruppen und damit auf deren Vorlieben bei der Verkehrsmittelwahl schließen. Zudem bietet das Themenmarketing gute Ansätze für eine Vermarktung von Mobilitätsangeboten. So kann beispielweise ein zum Thema passender Name für das Mobilitätsangebot gewählt werden oder eine thementypische Gestaltung der Fahrzeuge erfolgen.

⁷ Landestourismuskonzeption Brandenburg 2011 – 2015

⁸ Die Bezeichnung der Themenfelder erfolgte in Anlehnung an die Landestourismuskonzeption Brandenburg 2011 – 2015.

Eine Übersicht zum touristischen Themenmarketing in Brandenburg enthält → Anhang 2.

2.3 Trends im Tourismus

Der Tourismusmarkt befindet sich im ständigen Wandel, und zwar sowohl auf der Nachfrage- als auch der Angebotsseite. Hierbei zeichnen sich erste Trends ab, die bei der Ausgestaltung von Mobilitätsangeboten berücksichtigt werden sollten:⁹

- Die demografische Entwicklung führt dazu, dass der Anteil der Senioren an den Touristen zunimmt. Gäste und Besucher werden also zunehmend älter.
- Da die Bevölkerung in den Randbereichen von Brandenburg und in den angrenzenden Bundesländern schrumpft, sinkt die Nachfrage aus diesen Quellmärkten. Neue Gäste lassen sich nur aus weiter entfernten Quellmärkten gewinnen. Sie werden vermehrt mit dem Flugzeug und der Bahn anreisen und vor Ort keinen Pkw zur Verfügung haben. Der Bedarf an öffentlichen Mobilitätsangeboten wird also steigen.
- Die deutschen Urlaubsgäste verreisen immer kürzer, dafür jedoch häufiger. Die Frühjahrs- und Herbstmonate gewinnen damit an Bedeutung, nicht zuletzt weil immer weniger Gäste an die Schulferien gebunden sind. Tourismus-, aber auch Mobilitätsangebote werden also weniger saisonal ausgerichtet sein müssen.
- Das Reiseverhalten der Touristen wird immer individueller, die Reiseerfahrung nimmt zu. Damit steigt auch die Bereitschaft, neue und bislang unbekannte Mobilitätsangebote „einfach mal“ auszuprobieren. Ein gutes öffentliches Mobilitätsangebot am Urlaubsort kann einen wichtigen Beitrag dazu leisten, dem Wunsch der Gäste nach vielfältigen Optionen gerecht zu werden. Allerdings werden auch die Erwartungen an Qualität und Service sowie an ein optimales Preis-Leistungsverhältnis immer höher.
- Regionalspezifische und nachhaltigkeitsorientierte Angebote werden an Bedeutung gewinnen. Dies heißt auch, den Urlaub umweltfreundlich und klimaschonend zu gestalten. Öffentliche Verkehrsmittel sind hierbei ein wichtiger Baustein.
- Eine themenbezogene Profilierung im Tourismus stützt sich zunehmend auf eine hervorragend entwickelte Infrastruktur. Zu dieser Infrastruktur gehören auch die Mobilitätsangebote für die An- und Abreise sowie für die Vor-Ort-Mobilität.

Vor dem Hintergrund dieser Trends ist es wichtig, die Erreichbarkeit touristischer Ziele und einen barrierefreien Zugang sicherzustellen. Auf diese Weise lässt sich die Aufenthaltsdauer vor Ort steigern. Der Imagegewinn und der positive Werbeeffekt gegenüber anderen touristischen Destinationen sind dabei nicht zu vernachlässigen. Gute Nahverkehrsangebote und eine optimale Verknüpfung mit dem Radtourismus können hier einen wichtigen Beitrag leisten.

2.4 Bedeutung der Mobilität für den Tourismus

Im Frühjahr 2013 erfolgte eine Online-Befragung unter den Unternehmen des brandenburgischen Gastgewerbes, u. a. zum Themenschwerpunkt Tourismus und Mobilität. Die Ergebnisse wurden ergänzt durch eine Befragung brandenburgischer Orte und Regionen im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers Ostdeutschland.¹⁰ In der Befragung zeigten sich drei Viertel der befragten Betriebe zumindest teilweise davon überzeugt, dass die Erreichbarkeit ihres Standorts sowohl mit dem Pkw als auch mit dem ÖPNV unzureichend ist, was die angestrebte touristische Entwicklung hemmt. Mehr als die Hälfte der Befragten war wiederum der Ansicht, dass das derzeitige ÖPNV-Angebot auch nicht den Bedürfnissen der Touristen entspricht und fast 80 % der Befragten waren überzeugt, dass ihre Gäste bei entsprechenden Angeboten vom Pkw auf alternative Verkehrsmittel umsteigen würden. Gleichzeitig ergab die Umfrage, dass nur etwa ein Drittel aller Befragten auf ihrer Internetseite auf den ÖPNV-Anschluss verweisen bzw. mit der entsprechenden Internetseite verlinken. Ebenso viele Unternehmen, meist Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe, bieten ihren Gästen aber bereits einen Transfer-Service vom Bahnhof oder verleihen Fahrräder bzw. Elektromobile.

⁹ Auswertungen der PTV AG und Landestourismuskonzeption Brandenburg 2011 – 2015

¹⁰ dwif Consulting / BTE: Zwischenbericht „Aufbau eines datenbankgestützten (Erfolgs-) Monitorings des Clusters Tourismus Brandenburg. Berlin. 2013

Das Ergebnis der Befragung unterstreicht die Bedeutung der Gästemobilität für die touristische Entwicklung. Das vorliegende Handbuch möchte hierfür Anregungen zum Handeln bieten.

3 Öffentlicher Nahverkehr im Land Brandenburg



3.1 Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg (VBB)

Mit ca. 30.000 km² gehört der Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg (VBB) flächenmäßig zu den größten Verkehrsverbänden in Europa. In Kooperation mit 40 öffentlichen und privaten Verkehrsunternehmen bietet der VBB für rund 5 Millionen Fahrgäste täglich ein Nahverkehrsangebot mit aufeinander abgestimmten Fahrplänen, vielfältigen Verkehrsanbindungen und einer umfassenden Fahrgastinformation. Gesellschafter des VBB sind die Bundesländer Berlin und Brandenburg sowie die kommunalen Gebietskörperschaften, also die Landkreise und kreisfreien Städte in Brandenburg. Die Gesellschafter sind zuständig für die Bestellung von Verkehrsleistungen, die von den Verkehrsunternehmen durchgeführt werden. Politische und unternehmerische Verantwortung sind somit klar voneinander getrennt. Der VBB koordiniert die unterschiedlichen Interessen der Kunden, Verkehrsunternehmen und seiner Gesellschafter. Er übernimmt als Schnittstelle das Management des öffentlichen Personennahverkehrs. Zu seinen Aufgaben gehören neben der Abstimmung und Planung der Verkehrsangebote auch der einheitliche Verbundtarif, das Verbundmarketing, die Kundeninformation, die Vertriebskoordination und die Einnahmeaufteilung.

Mit dem einheitlichen VBB-Tarif können die Kunden mit einem einzigen Fahrausweis jedes Nahverkehrsmittel in Berlin und Brandenburg nutzen. Der VBB-Tarif ist unkompliziert, die Angebote sind überall an Automaten, in Vertriebsstellen, im Internet oder direkt beim Fahrpersonal aller Verkehrsunternehmen des Verbundes erhältlich.

Der Mobilitätsbedarf ist in den vergangenen Jahren stark gewachsen. Besonders spürbar ist dies in der Region Berlin-Brandenburg mit ihren Besonderheiten: Auf der einen Seite die Hauptstadt Berlin mit einer hohen Bevölkerungsdichte und einem historisch gewachsenen, dichten Nahverkehrsnetz. Auf der anderen Seite das Umland von Berlin mit hohen Wachstumsraten und dem nach außen hin zunehmend dünner besiedelten Flächenland Brandenburg. Speziell am Wochenende zieht die reizvolle Brandenburger Landschaft zahlreiche Erholung Suchende aus Berlin und dem näheren Umland an. Der VBB sorgt hier für ein länder- und verkehrsmittelübergreifendes Verkehrskonzept. Wer heute mit Bus und Bahn in Berlin und Brandenburg unterwegs ist, erlebt einen einheitlichen, kundenorientierten Nahverkehr, in dem kontinuierlich an der Verbesserung der Angebotsqualität gearbeitet wird. Der Öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) trägt hier wesentlich zur Mobilität der Bevölkerung und zur Stärkung der Wirtschaftskraft der Region bei. Mit regelmäßigen Untersuchungen zum Mobilitätsverhalten und zur Zufriedenheit der Fahrgäste in der Region versucht der VBB die Nahverkehrsangebote für alle Kundengruppen zu verbessern. Dabei geht es nicht nur um Pünktlichkeit und bestmögliche Anschlüsse, sondern auch um Faktoren wie Sicherheit, Service, Sauberkeit und Zuverlässigkeit. Gemeinsam mit den Verkehrsunternehmen wird kontinuierlich an der Vernetzung der Verkehrsmittel gearbeitet. Verbesserte Umsteigemöglichkeiten und aufeinander abgestimmte Fahrpläne gewährleisten den Fahrgästen eine schnelle und reibungslose Fahrt.

3.2 ÖPNV-Angebot in Berlin und Brandenburg

Schienerpersonennahverkehr

Die Bundesländer Berlin und Brandenburg haben zurzeit mit sechs Eisenbahnverkehrsunternehmen Verträge zur Durchführung von Verkehrsleistungen im Schienenpersonennahverkehr (SPNV).

- Deutsche Bahn Regio AG – Regio Nordost
- Eisenbahngesellschaft Potsdam mbH
- NEB Niederbarnimer Eisenbahn Betriebsgesellschaft mbH
- ODEG Ostdeutsche Eisenbahn GmbH

- S-Bahn Berlin GmbH

Eine Übersicht zum SPNV-Angebot in Berlin-Brandenburg enthält → Anhang 3.

Die Ausschreibung von SPNV-Verkehren im Jahr 2009 führte zu Neuverträgen mit den SPNV-Unternehmen. Hierin ist beispielsweise festgelegt, dass in jedem Zug ein Kundenbetreuer mitfährt, an den sich die Fahrgäste wenden können. Weiterhin können sich die Fahrgäste auf mehr Komfort freuen, denn auf allen Linien werden neue oder modernisierte Fahrzeuge eingesetzt. Auch für mobilitätseingeschränkte Menschen gibt es deutliche Erleichterungen. Neue barrierefreie Wagen haben eine angenehme Einstiegshöhe und zusätzlich eine Spaltüberbrückung zwischen Zug und Bahnsteig sowie Schiebetritte.

Nur wenn die Fahrgäste dauerhaft zufrieden sind, wird es gelingen, immer mehr Menschen vom Öffentlichen Personennahverkehr zu überzeugen. Qualität ist deshalb ein wichtiges Kriterium sowohl in der Kooperation innerhalb des Verkehrsverbundes als auch in Ausschreibungen und in der Vertragsgestaltung mit den Verkehrsunternehmen. Der VBB analysiert regelmäßig die Qualität in den Zügen und Bahnhöfen. Dabei werden zum einen Kriterien wie Pünktlichkeit und Fahrzeugeinsatz sowie Liefernachweise der Verkehrsunternehmen geprüft. Zum anderen wird die Meinung der Fahrgäste erfasst. Obwohl sich inzwischen viel getan hat, gibt es bei der Fahrgastinformation auf Bahnhöfen, beim Zustand einiger Strecken und bei der Pünktlichkeit aber noch Handlungsbedarf.

Linienbusverkehr

Im Land Brandenburg erbringen gegenwärtig 34 kommunale und private Busverkehrsunternehmen sowie fünf Bürgerbusvereine Leistungen im öffentlichen Straßenpersonenverkehr (ÖSPV). Sie sorgen im Auftrag der Landkreise und kreisfreien Städte für die Sicherstellung einer ausreichenden Bedienung der Bevölkerung mit Verkehrsangeboten. Auf diese Weise soll die Mobilität der Bevölkerung verbessert, gleichwertige Lebensbedingungen hergestellt sowie Umweltschutz und Verkehrssicherheit gewährleistet werden. Der ÖSPV soll so gestaltet werden, dass er eine attraktive Alternative zum motorisierten Individualverkehr darstellt.



Im → Anhang 3 sind neben den Linienbusangeboten, die nur montags bis freitags verkehren, auch die Angebote kartografisch dargestellt, die täglich verkehren und somit auch für touristische Angebote nutzbar sind.

Alternative Bedienungsformen

Der klassische ÖPNV kann die vorgegebene Mobilität in nachfrageschwachen Regionen unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten oft nicht mehr leisten. Eine vollständige Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist insbesondere im ländlichen Raum schon heute nicht mehr überall gegeben. Die demografische Entwicklung wird diesen Trend verstärken.



Alternative Bedienungsformen ermöglichen eine wirtschaftliche Optimierung gegenüber dem Linienverkehr in mehrfacher Hinsicht, da nur die tatsächlich nachgefragten, d. h. bestellten, Fahrten des Fahrplanangebots realisiert werden. Hierzu müssen die Fahrgäste ihre Fahrtwünsche aber vorab anmelden. Zudem werden nur die nachgefragten Punkte bedient, so dass nicht immer der gesamte Linienweg, sondern oftmals nur ein Teilweg befahren wird. Die Fahrzeugkapazität kann auf die Fahrgastzahl abgestimmt werden und in vielen Fällen lassen sich kostengünstige Betreibermodelle realisieren. Bei einer guten Planung besteht die Möglichkeit, das Fahrtenangebot zu verbessern und dennoch den Zuschussbedarf im ÖPNV zu senken.

Bereits im Jahr 2000 wurde im Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg ein erstes Konzept zur alternativen Bedienung im Verbundgebiet vorbereitet. Auch ein Leitfaden zur Neuordnung der ÖPNV-Angebote liegt vor. Seit dem Jahr 2010 gibt es in allen Landkreisen alternative Bedienungsformen.

Welche alternativen Bedienungsformen gibt es?

Die Anwendungen alternativer Bedienungsformen im Land Brandenburg sind hinsichtlich des Grades der Flexibilisierung sehr unterschiedlich. Der VBB unterscheidet die folgenden Formen:

- **Fahrplangebundener Rufbus**
 - Die **Anruf-Linien-Fahrt** verkehrt auf einem festen Linienweg von Haltestelle zu Haltestelle und ist an einen Fahrplan gebunden. Haltestellen werden nur dann bedient, wenn Fahrgäste einen Einstiegs- oder Ausstiegswunsch angemeldet haben.
- **Räumlich flexibler Rufbus**
 - Das **Anruf-Sammeltaxi** ist an einen Fahrplan gebunden und wird in der Regel durch Taxiunternehmen im Unterauftrag der Verkehrsunternehmen durchgeführt. Von festen oder bedarfsabhängigen Haltestellen innerhalb eines Bedienungskorridors werden die Fahrgäste zur gewünschten Haltestellen oder zur Haustür befördert. Somit sind direkte Fahrtwege und kürzere Fahrzeiten möglich.
 - Der **Richtungsbandbetrieb** besteht aus fest bedienten Haltestellen einer Grundroute (z. B. Verknüpfungspunkt, größere Orte usw.) und bedarfsabhängigen Haltestellen, die nur bei Nachfrage angefahren werden. Der Fahrgast muss seinen Ein- und Ausstiegswunsch anmelden. In Ausnahmefällen ist auch eine Haustürbedienung möglich.
- **Voll flexibler Rufbus**
 - Der **Flächen-Rufbus** ist die Form der alternativen Bedienung mit den größten Freiheitsgraden. Anstelle eines Fahrplanes gibt es lediglich Rahmenbedienungszeiten. Fahrgäste mit gleichen Zielen werden gemeinsam in einem Kleinbus auf möglichst direkten Weg befördert. So wird eine flächendeckende Erschließung ländlicher Gebiete ermöglicht. Der Einstiegsort kann eine Haltestelle sein oder er wird vom Fahrgast selbst festgelegt (i.d.R. die Haustür). Es werden nur wenige feste Haltestellen bedient (Start- oder Zielhaltestellen in zentralen Orten bzw. Umsteigehaltestellen). Im Gegensatz zum Taxi kann der Fahrtverlauf aber vom Fahrgast nicht bestimmt werden.

Im Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg werden – mit Ausnahme der Sonderform „Bürgerbus“ – alle alternativen Bedienungsformen aus Gründen der allgemeinen Verständlichkeit sowie eines einheitlichen Corporate Designs unter der Produktbezeichnung „Rufbus“ angeboten. Weiterführende Informationen bieten das „Handbuch Alternative Bedienung im Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg“ und das „Handbuch Bürgerbus“ (vgl. 7.1).

Sonderform „Bürgerbus“



„Bürger fahren für Bürger“ lautet das Motto der Bürgerbusvereine. Folgender Gedanke steckt dahinter: Ehrenamtliche Fahrerinnen und Fahrer gründen einen eingetragenen Verein, der eine öffentliche Buslinie (Genehmigung nach § 42 PBefG) mit einem aus öffentlichen Mitteln finanzierten Kleinbus betreibt, wo ein regulärer Busbetrieb durch die öffentliche Hand nicht aufrechterhalten werden kann. Der Bürgerbus wird üblicherweise zu Zeiten eingesetzt, in denen Fahrtenangebote fehlen, nämlich zwischen und nach den Schulverkehrsfahrten Morgens und am Mittag.

Somit stellt der Bürgerbus eine Ergänzung zum ÖPNV-Angebot dar. Er ist für seine Kunden ein Zubringerdienst zu anderen Linienbussen oder zum Bahnverkehr und bietet eine zusätzliche, neue Qualität für eine Region, die sonst auf eine Busanbindung verzichten müsste. Zur Zielgruppe zählen vor allem Rentnerinnen und Rentner. Er kann aber auch für die touristische Nachfrage von Interesse sein. Weil Bürgerbusse im Allgemeinen ein regelmäßiges Verkehrsbedürfnis abdecken, sind sie keine Konkurrenz zum örtlichen Miet- und Taxigewerbe. Die entscheidende Voraussetzung für ein dauerhaftes Bürgerbus-Angebot ist das ehrenamtliche Engagement der Fahrerinnen und Fahrer.

3.3 Sonstige, öffentlich zugängliche Mobilitätsangebote

Neben den bereits genannten ÖPNV-Angeboten gibt es fast flächendeckend Taxiunternehmen im Land Brandenburg, die sich in das touristische Mobilitätsangebot einbeziehen lassen, z.B. als Unterauftragnehmer von Verkehrsunternehmen beim Rufbus-Betrieb oder für einen **Shuttle-Service** zwischen einem Hotel und dem nächstgelegenen Bahnhof.

Vergleichsweise neu ist die Idee einer **Taxi-Flatrate**. Hierbei zahlt der Fahrgast einen Pauschalbetrag und kann dafür das Taxi in einem begrenzten Zeitraum (z.B. während seines Aufenthalts) und innerhalb eines definierten Einsatzgebiets beliebig oft nutzen. Der Vorteil für die Taxiunternehmen besteht darin, dass die Taxi-Flatrate auch von Kunden in Anspruch genommen wird, die sonst kein Taxi bestellt hätten. Auch wenn es bislang in Deutschland noch kein Praxisbeispiel für eine Taxi-Flatrate gibt, so kann die Idee dennoch eine innovative Anregung zur Verbesserung touristischer Mobilität in ländlichen Räumen sein.

Eine immer größere Bedeutung erhält der Fahrradtourismus im Land Brandenburg. Die Verknüpfung von öffentlichen Verkehrsmitteln mit Fahrrädern oder Pedelecs ermöglicht nahtlose Mobilitätsketten gerade auch im Tourismus, wo der ÖPNV an seine Grenzen stößt. Die Fahrradmitnahme ist im SPNV flächendeckend und mittlerweile auch in vielen Regionalbussen möglich, sofern die Platzverhältnisse dies im Innenraum zulassen oder ein Fahrradanhänger mitgeführt wird.

Verleihstationen für Fahrräder, Elektromobile, Roller, Segways oder barrierefreie Angebote (Rollstuhlfahrrad mit Elektrotrethilfe) an Bahnhöfen oder in Bahnhofsnähe ermöglichen den Gästen auch sogenannte „intermodale Reiseketten“. Der Gast leiht sich sein Zweirad erst dann, wenn er mit dem ÖPNV nicht mehr weiterkommt, und gibt das Zweirad ab, wenn er Bahn oder Bus wieder besteigt. Solche alternative Mobilitätsangebote gibt es im Land Brandenburg beispielsweise am Bahnhof Chorin, am Hauptbahnhof in Potsdam, am S-Bahnhof Griebnitzsee (Potsdam), am Bahnhof Lübbenau sowie in fußläufiger Nähe des Bahnhofs Wittenberge.

Ein Angebot zur Verbesserung der Mobilität von Jugendlichen und Vereinen in der Kleeblatt- und Sängerstadtregion (Raum Kyritz, Wusterhausen/Dosse, Neustadt/Dosse) ist das **Mitfahrssystem flinc**. Das System vermittelt Mitfahrgelegenheiten im privaten Pkw (von Haustür zu Haustür), ist langfristig oder spontan nutzbar und bietet Sicherheit durch geschlossene Gruppen. Vergleichbare Angebote werden sich vermutlich immer häufiger in ländlichen Räumen etablieren. Es bietet sich daher an, die Angebot auch für Gäste und Besucher zu öffnen und so zur Verbesserung der touristischen Mobilität beitragen.

3.4 VBB-Tarif

Unter dem Motto „Zwei Länder – ein Fahrschein“ wurde mit dem VBB-Tarif erstmals ein gemeinsamer Tarif für alle öffentlichen Verkehrsmittel in den Ländern Berlin und Brandenburg geschaffen. Neben den üblichen Einzelfahrscheinen, Tages- und Zeitkarten bietet der VBB-Tarif auch zahlreiche Tarifangebote, die auf den Freizeitverkehr ausgerichtet sind. Die wichtigsten Angebote für Tages- und Übernachtungsgäste werden nachfolgend kurz vorgestellt:

- **Die Tageskarte**

Sie ist ideal für Fahrgäste, die an einem Tag bis in die Nacht hinein viel unternehmen möchten und stets mit dem öffentlichen Nahverkehr mobil sein wollen. Die Karte gilt am Entwertungstag (gemäß Stempeldatum bzw. Aufdruck) für beliebig viele Fahrten bis 3.00 Uhr des Folgetages.

- **Die Tageskarte für das VBB-Gesamtnetz**

Sie lohnt sich für diejenigen, die sich nicht auf einen bestimmten Geltungsbereich festlegen wollen. Sie kostet 20,- EUR und berechtigt eine Person zu beliebig vielen Fahrten an einem Tag in ganz Berlin und Brandenburg mit allen VBB-Verkehrsmitteln. Sie gilt von Montag bis Freitag von 9.00 Uhr bis 3.00 Uhr des Folgetages. An Samstagen, Sonntagen und gesetzlichen Feiertagen gilt sie von 0.00 Uhr bis 3.00 Uhr des Folgetages. Die Tageskarte VBB-Gesamtnetz ist nicht übertragbar und wird nicht im Ermäßigungstarif angeboten.

- **Die Kleingruppen-Tageskarte**

Ein preiswertes Angebot für bis zu fünf Personen, die an einem Tag bis in die Nacht gemeinsam viel unternehmen möchten. Es gibt sie für Berlin, Brandenburg a. d. Havel, Cottbus, Frankfurt (Oder) und Potsdam sowie für Orte mit Stadtlinienverkehr. Die Karte gilt am Entwertungstag (gemäß Stempeldatum bzw. Aufdruck) bis 3.00 Uhr des Folgetages.

- **Reisen nach Stettin, Kostrzyn und Gorzów**

Für Reisen nach Stettin und Kostrzyn in die Republik Polen können VBB-Fahrausweise bis zum jeweiligen Zielort erworben werden. Es gibt Einzelfahrausweise, Tageskarten und zum Teil auch Zeitkarten. Der Einzelfahrausweis kostet für eine einfache Fahrt nach Stettin 10,- EUR und die Tageskarte mit beliebig viele Hin- und Rückfahrten kostet 20,- EUR (inklusive Nutzung der Straßenbahnen und Busse im Stadtverkehr Stettin). Für die Relation Berlin – Gorzów gibt es das Gorzów-Spezial. Für eine Gruppe von bis zu fünf Personen beispielsweise kostet die einfache Fahrt 35,- EUR. Für die Hin- und Rückfahrt zahlt die Gruppe 70,- EUR. Mit dem Gorzów-Spezial kann auch der Stadtverkehr (Straßenbahn- und Buslinien) in Gorzów genutzt werden. Fahrausweise sind erhältlich für:

- Fahrten nach Stettin/Szczecin mit der DB Regio AG und der S-Bahn Berlin GmbH (ab Berlin und Potsdam) und der Uckermärkischen Verkehrsgesellschaft mbH (ab Schwedt)
- Fahrten nach Küstrin/Kostrzyn und Gorzów mit der NEB (ab Berlin)

- **Das VBB-Abo 65plus**

Das VBB-Abo 65plus ist ein pauschales, verbundweit gültiges Ticket zum Preis von 49,- EUR monatlich für alle, die 65 Jahre und älter sind. Bei einer Einmalzahlung für ein ganzes Jahr ist das Ticket mit 571,- EUR noch günstiger. Fahren kann man damit rund um die Uhr kreuz und quer durch ganz Berlin und Brandenburg. Das VBB-Abo 65plus kann von jedermann unabhängig vom Einkommen erworben werden. Das VBB-Abo 65plus ist rund um die Uhr gültig, personengebunden und ausschließlich im Abonnement erhältlich. Eine Mitnahme von Personen am Abend und am Wochenende ist – anders als bei der Monatskarte VBB-Umweltkarte – nicht möglich. Der VBB und die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg bieten Inhaber des VBB-Abo 65plus ein kostenloses Bonusheft mit Rabatten an 37 Ausflugszielen und Veranstaltungsorten.

- **Brandenburg-Berlin-Ticket**

Für 29,- EUR beim Kauf am Fahrausweisautomaten (personalbediente Verkaufsstelle 31,- EUR) fahren bis zu fünf Personen einen Tag lang durch Brandenburg und Berlin – ohne Kilometerbegrenzung. Das Ticket gilt von Montag bis Freitag von 9.00 Uhr bis 3.00 Uhr des Folgetages. An Samstagen, Sonntagen und gesetzlichen Feiertagen gilt es von 0.00 Uhr bis 3.00 Uhr des Folgetages. Es können mit diesem Angebot der Deutschen Bahn sämtliche Verkehrsmittel der VBB-Verkehrsunternehmen (mit Ausnahme der Linie 88 der Schöneicher-Rüdersdorfer Straßenbahn GmbH) genutzt werden. Das Ticket gilt auch in einigen Fernzügen und im Ausflugszug „Stettiner Haff“. Bei Vorlage des Brandenburg-Berlin-Tickets erhält man bei ausgewählten Tourismusanbietern verschiedene Rabatte auf den Eintrittspreis. Für Nachtschwärmer wird das „Brandenburg-Berlin-Ticket Nacht“ der Deutschen Bahn angeboten.

- **BahnCard-Anerkennung für Fahrten innerhalb des VBB**

Für die Fahrten in Bussen und Bahnen können mit der BahnCard Einzelfahrausweise und Tageskarten des VBB-Tarifs zum Ermäßigungstarif genutzt werden. Möglich ist das mit der BahnCard 25 und der BahnCard 50 in allen VBB-Verkehrsmitteln mit Ausnahme von Fahrten innerhalb der Tarifbereiche ABC der Städte Berlin, Brandenburg a. d. H., Cottbus, Frankfurt (Oder) und Potsdam sowie in den Orten mit Stadtlinienvverkehr.

Haben Sie weitere Fragen zum Tarif oder wünschen Sie Informationen zu Fahrverbindungen? Wenden Sie sich einfach an das Infotelefon des VBB:

VBB Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg GmbH

Infotelefon: (030) 25 41 41 41

Email: info@VBB.de

4 Voraussetzungen der Planung

4.1 Rechtliche und organisatorische Rahmenbedingungen

Aufgabenträgerschaft

Zum 1. Januar 1996 trat im Zusammenhang mit der Bahnreform das Gesetz zur Regionalisierung des öffentlichen Personennahverkehrs (RegG) in Deutschland in Kraft. Das RegG bestimmt, dass die Sicherstellung einer ausreichenden Bedienung der Bevölkerung mit Verkehrsleistungen im öffentlichen Personennahverkehr eine Aufgabe der Daseinsvorsorge ist (§1 Abs. 1 RegG) und dass die Ausgestaltung des schienen- und straßengebundenen ÖPNV in die Verantwortung der Länder übergeht (§3 RegG). Näheres hierzu regelt das ÖPNV-Gesetz des Landes Brandenburg (ÖPNVG), so u.a. die Zuständigkeiten für die Ausgestaltung und Finanzierung der einzelnen Verkehrsleistungen (Aufgabenträgerschaft).

Zuständig sind

- für den Schienenpersonennahverkehr (SPNV) das Land Brandenburg,
- für den öffentliche Straßenpersonenverkehr (ÖSPV) die Landkreise und kreisfreien Städte.

Die Aufgabenträger des SPNV und ÖPNV sind im Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg organisiert, der damit einen Aufgabenträgerverbund bildet (vgl. 3.1).

Schienepersonennahverkehr (SPNV)

Für Eisenbahnunternehmen der Deutschen Bahn AG als Eisenbahnen des Bundes ist das Eisenbahnbundesamt (EBA) Aufsichts- und Genehmigungsbehörde. Für die nichtbundeseigenen Eisenbahnverkehrsunternehmen (EVU), die im Land Brandenburg Verkehrsleistungen erbringen, ist das EBA die Aufsichtsbehörde. Die jeweils erforderliche Genehmigung erteilt die jeweils zuständige Genehmigungsbehörde des Bundeslandes, in dem das EVU seinen Sitz hat. Für EVU mit Sitz im Land Brandenburg ist das Landesamt für Bauen und Verkehr die zuständige Genehmigungsbehörde.

Straßenpersonennahverkehr (ÖSPV)

Mit Straßenpersonennahverkehr werden die Dienste und Einrichtungen kreis- bzw. stadt eigener und auch privater Verkehrsunternehmen bezeichnet, die hierzu verschiedene Verkehrsmittel verwenden. Es handelt sich dabei um Straßenbahnverkehre, Stadt- Orts- und Regionalbusverkehre sowie alternative Bedienungsformen. In Berlin kommen noch die U-Bahn und die S-Bahn hinzu. In Eberswalde gibt es einen O-Busverkehr – den einzigen in Ostdeutschland.

Die genehmigungsrechtliche Grundlage speziell für den ÖSPV in Deutschland ist das Personenbeförderungsgesetz (PBefG), das für die „entgeltliche oder geschäftsmäßige Beförderung von Personen mit Straßenbahnen, mit Oberleitungsomnibussen (O-Bussen) und mit Kraftfahrzeugen“ gilt. Nach dem Personenbeförderungsgesetz sind Linienverkehre genehmigungspflichtig. Zuständig ist dafür im Land Brandenburg das Landesamt für Bauen und Verkehr.

Die nach dem PBefG genehmigungsfähigen Verkehrsformen müssen in der Regel bestimmten Anforderungen genügen (fester Start- und Endpunkt der Linie, Haltestellenbedienung). Insbesondere alternative Bedienungsformen im ÖPNV oder Bürgerbus-Verkehre zeichnen sich jedoch meist durch ein hohes Maß an Flexibilität bei der Gestaltung der betrieblichen Abläufe und der Fahrtroute aus, um die Nachfrage mit möglichst geringem Betriebsaufwand befriedigen zu können. Mit der Novellierung des PBefG zum 01.01.2013 wurde dieser Entwicklung Rechnung getragen, in dem eine Genehmigung solcher Verkehre nach denjenigen Vorschriften im PBefG erteilt werden kann, denen „diese Beförderung am meisten entspricht, soweit öffentliche Verkehrsinteressen nicht entgegenstehen“ (§ 2 Abs. 6 PBefG).

Von Relevanz ist dieser Rechtsrahmen auch für Betriebe aus dem Tourismugewerbe, die ihren Gästen einen unentgeltlichen Fahrservice z. B. zwischen ihrer Einrichtung und dem nächsten Bahnhof anbieten wollen. So kann die Gästezufriedenheit und Gästebindung verbessert werden. Allerdings ist nach geltender Rechtslage für diese Dienstleistung ein Personenbeförderungsschein erforderlich. Unter Umständen ist auch eine Genehmigung nach PBefG zu beantragen. Für die Genehmigung des Fahrservices ist dabei ein nicht unerheblicher zeitlicher, personeller und finanzieller Aufwand einzurechnen.

Fernbusverkehr

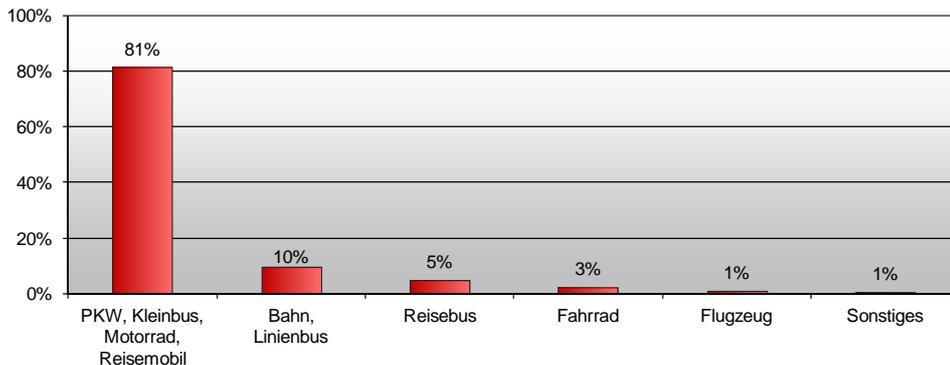
Bis zum 31.12.2012 waren Fernbusverkehre innerhalb Deutschlands gesetzlich weitgehend eingeschränkt. Eine Ausnahme galt für Strecken von und nach Berlin und einige wenige andere Strecken. Die Novellierung des PBefG zum 01.01.2013 verfolgte jedoch eine Marktliberalisierung. Seither ist Fernbusverkehr auch innerhalb von Deutschland zulässig.

Zum Schutz des (von den Ländern bezuschussten) regionalen Bahnverkehrs dürfen Fernbusse jedoch weiterhin nicht auf Strecken unter 50 Kilometer Länge und mit weniger als einer Stunde Reisezeit eingesetzt werden. Da der Verkehr mit Fernbussen von den Betreibern eigenwirtschaftlich durchgeführt wird, können in direkter Konkurrenz zu Fernverkehrsangeboten im Bahnverkehr stehen. Für die Kunden ergeben sich hieraus alternativen Fahrtmöglichkeiten im Hinblick auf Reisezeit, Komfort und Preis. Darüber hinaus kann der Fernbus Angebotslücken auf Relationen schließen, die derzeit nicht vom Fernverkehr der Bahn bedient werden.

Der Fernbusmarkt entwickelt sich derzeit noch sehr dynamisch und konzentriert sich vor allem auf nachfragestarken Relationen zwischen größeren deutschen Städten und von diesen zu bedeutenden touristischen Zielen. Derzeit gibt es jedoch noch keine Fernbusverkehre, die touristische Zielpunkte im Land Brandenburg erschließen.

4.2 Verkehrsmittelwahl von touristischen Zielgruppen

Nach dem Ergebnis der Permanenten Gästebefragung im Land Brandenburg reisten im Jahr 2007 rund drei Viertel der befragten Urlauber mit Pkw, Kleinbus oder Motorrad an ihr Urlaubs- oder Freizeitziel. Lediglich 9 % der Befragten gaben an, für die Anreise den öffentlichen Nahverkehr zu nutzen (vgl. Abbildung 1).¹¹ Aus einer anderen Umfrage geht hervor, dass bislang aber nur wenige Gäste, die mit Bahn und Bus an ihren Zielort anreisen, diese Verkehrsmittel auch für ihre Vor-Ort-Mobilität nutzen.¹² Vergleicht man diese Zahlen mit Beobachtungen zum touristischen Mobilitätsverhalten an anderen Orten, so wird deutlich, dass hier Potenziale vorhanden sind, die bislang nicht ausgeschöpft werden. Auch die Wahrnehmung einiger Tourismusanbieter, dass unter ihren Gästen nur Pkw-Nutzer sind, lässt vermuten, dass gerade der fehlende Nahverkehrsanschluss ein Grund hierfür sein kann. Gäste, die Bahn und Bus bevorzugen oder darauf angewiesen sind, suchen sich eben Ziele mit besseren ÖPNV-Anbindungen. Die Verkehrsmittelwahl der in Brandenburg relevanten touristischen Zielgruppen soll daher noch etwas genauer beleuchtet werden.



Quelle: Eigene Darstellung PTV nach Inspektour GmbH (2008) in: PEG 2007

Abbildung 1: Verkehrsmittelwahl bei der Anreise in brandenburgische Reisegebiete

Berliner und Berlin-Touristen oftmals ohne Pkw

Der Tages- und Wochenendtourismus der Berliner hat große Bedeutung für den Tourismus in Brandenburg. Da die Stadt über ein sehr gutes öffentliches Nahverkehrsangebot verfügt, besitzt

¹¹ Permanente Gästebefragung im Land Brandenburg (PEG) 2007. Inspektour GmbH. 2008

¹² Sonderumfrage Tourismus und Verkehr im Land Brandenburg. Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern des Landes Brandenburg (Hg.). Potsdam. 2009

allerdings nur jeder zweite Berliner einen privaten Pkw.¹³ Auch die meisten Berlin-Touristen, die einen Aufenthalt in der Hauptstadt mit einem Ausflug ins Umland verbinden, haben in der Regel keinen Pkw zur Verfügung. Beide Gruppen nutzen vor allem die S-Bahn und die Regionallinien der Bahn, um touristische Zielpunkte in der Region anzusteuern. Für welche Ziele sie sich entscheiden, hängt von deren Erreichbarkeit mit dem ÖPNV ab. Daher ist es wichtig, dass touristische Ziele gut an die nächstgelegenen Bahnhöfe und SPNV-Haltepunkte angebunden sind.

Outdoor-Urlauber und traditionelle Gewohnheitsurlauber nutzen gern den ÖPNV

Untersuchungen zeigen immer wieder, dass viele Touristen durchaus bereit sind, bei Ausflügen und im Urlaub öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen. Diese Bereitschaft hängt jedoch eng mit den Reisegewohnheiten der Gäste zusammen. Mithilfe der Reisetypologie lassen sich verschiedene Gästetypen anhand der bevorzugten Tourismusthemen, der Lebenssituationen und Lebensstile beschreiben. Das Forschungsprojekt „Innovative Vermarktungskonzepte nachhaltiger Reiseangebote“ (INVENT) hat sieben Reise- bzw. Gästetypen ermittelt und diesen auch die jeweils präferierten Verkehrsmittel zugewiesen. Der Ansatz wurde im Rahmen dieses Handbuchs für vier in Brandenburg relevante Gästetypen weiterentwickelt. Die Nutzungshäufigkeiten für einzelne Verkehrsmittel sind qualitativ beschrieben (vgl. Tabelle 1).

Verkehrsmittel		Touristische Zielgruppe			
		Kinder- und Familienorientierte	Traditionelle Gewohnheitsurlauber	Kulturreisende	Natur- und Outdoor-Urlauber
Anreise	Pkw	fast immer	fast immer	fast immer	häufig
	Bahn	selten	selten	selten	weniger häufig
	Bus	fast nie	selten (Reisebus)	fast nie	eher selten
	Fahrrad	fast nie	fast nie	fast nie	eher selten
Mobilität vor Ort	Pkw	häufig	häufig	häufig	selten
	Bahn	selten	weniger häufig	selten	häufig
	Bus	fast nie	selten	fast nie	häufig
	Fahrrad	häufig	selten	fast nie	häufig

Tabelle 1: Nutzungshäufigkeiten von Verkehrsmitteln bei touristischen Zielgruppen

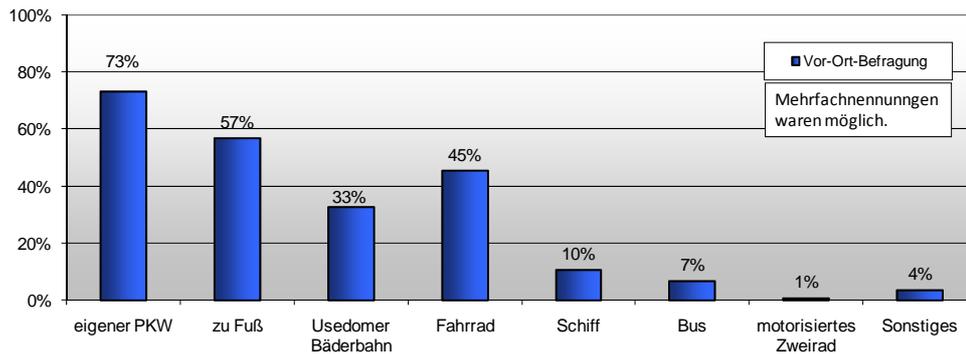
Es wird deutlich, dass vor allem Outdoor-Urlauber, aber auch traditionelle Gewohnheitsurlauber, öffentlichen Verkehrsmitteln gegenüber relativ aufgeschlossen sind. Beide Gästetypen decken sich mit den Zielgruppen der Landestourismuskonzeption Brandenburg 2011 – 2015 in den Themenfeldern „Natur“, „Kultur“ und „Städte“. Sie spielen im touristischen Themenmarketing eine wichtige Rolle. Das Zielgruppenmodell kann dabei auch dazu verwendet werden, um anhand des vorherrschenden Gästetyps einer touristischen Einrichtung die Vorlieben für bestimmte Verkehrsmittel und das zu erwartende Nachfragepotenzial zu ermitteln. Eine solche Potenzialanalyse erfolgt über das Thema, das ein touristischer Zielpunkt repräsentiert, und die Besucherzahlen.

Vor-Ort-Mobilität als „Urlaub vom Auto“

Eine Vor-Ort-Umfrage auf der Insel Usedom im Sommer 2008 ergab, dass rund 85 % der Gäste mit dem Pkw anreisen. Befragt zu ihrer Vor-Ort-Mobilität bekannten jedoch viele Gäste, dass sie auch andere Verkehrsmittel nutzen. So gaben 33 % der Gäste an, regelmäßige Nutzer der Usedomer Bäderbahn zu sein, während 45 % das Fahrrad als Vor-Ort-Verkehrsmittel bevorzugen, z. T. in Kombination mit der Bahn.¹⁴ In den Zahlen drückt sich die grundsätzliche Bereitschaft der Touristen aus, den Urlaub auch als *Urlaub vom Auto* zu begreifen. Diese Bereitschaft lässt sich auf Tourismusregionen wie Brandenburg übertragen. Voraussetzung für eine Entscheidung der Gäste zugunsten der angebotenen Mobilitätsalternativen vor Ort ist jedoch, dass das Angebot (Relationen, Fahrplan, Tarife) den Bedürfnissen der Gäste entspricht und für ihre Aktivitäten genutzt werden kann.

¹³ Anzahl privater Pkw je 1.000 Erwachsene: Berlin = 384; Landkreise in Brandenburg = 605 bis 660 (Quelle: eigene Berechnungen PTV AG, Stand 2005)

¹⁴ PTV e.a.: Mobilitätsmanagement in einer Tourismusregion am Beispiel der Insel Usedom. Berlin/München. 2010



Quelle: Eigene Darstellung PTV

Abbildung 2: Verkehrsmittelnutzung der Gäste auf Usedom 2008

Radfahrer und Wanderer bevorzugen den Nahverkehr

Die permanente Gästebefragung im Land Brandenburg (PEG 2007) bestätigt die herausragende Rolle der Naturaktivität „Radfahren“ mit einem Anteil von 16,6 % an allen Urlaubsaktivitäten.¹⁵ Die Radtouristen kommen dabei vor allem aus dem Quellmarkt Berlin. Für die Anfahrt zum Ausgangspunkt der Radtour wird vor allem das gute SPNV-Angebot in die Region genutzt: die S-Bahn für Fahrten ins nähere Umland, die Regionalbahn- und Regionalexpress-Züge zu weiter entfernten Ausgangspunkten. Aber auch vor Ort werden Fahrrad und ÖPNV gerne miteinander kombiniert, wenn z. B. Start- und Zielpunkt einer Radtour nicht identisch sind. Wer wieder zum Ausgangspunkt zurück möchte, nimmt den ÖPNV. Gleiches gilt für die immer zahlreicher werdenden Wanderer in der Region. Überall dort also, wo Radfahren und Wandern im Mittelpunkt stehen, lassen sich mit zielgruppenspezifischen Nahverkehrsangeboten neue Gäste und Besucher gewinnen.

5 Umsetzung in der Praxis – ein kleiner Planungsleitfaden

Nachdem die Rahmenbedingungen aufgezeigt sind, soll nun erläutert werden, wie sich touristisch ausgerichtete Mobilitätsangebote intelligent planen und umsetzen lassen. Im Fokus steht dabei die Frage, wie sich optimale Lösungen aus der breiten Palette möglicher Maßnahmen und Angebote auswählen und an eine konkrete Vor-Ort-Situation anpassen lassen. Denn der gewünschte Erfolg wird sich nur dann einstellen, wenn das neue Mobilitätsangebot die Anforderungen der Nutzer und die Möglichkeiten der Betreiber berücksichtigt und wenn ein tragfähiges Finanzierungskonzept vorliegt.

Die in Anhang 5 und 6 vorgestellten Mobilitätsangebote eignen sich dabei meist für ganz bestimmte Einsatzfelder, in denen ihre jeweiligen Stärken zum Tragen kommen. Eine fundierte Planung im Vorfeld ist daher besonders wichtig. Welche Aspekte von der ersten Idee bis zum Start der Angebote zu beachten sind, wird nachfolgend in acht Planungsschritten genauer beschrieben. Dabei sollte deutlich werden, dass Planung und Umsetzung neuer Mobilitätsangebote zwar einige Vorüberlegungen, etwas Ausdauer und vielleicht auch ein wenig Mut erfordern. Aber der Aufwand zahlt sich aus und eröffnet Tourismus- und Mobilitätsanbietern neue Wege, um zusätzliche Gäste und Besucher zu gewinnen.

5.1 Ausgangssituation erfassen und Handlungsbedarf ermitteln

Es empfiehlt sich, den Planungsprozess zunächst mit einer Analyse der Ausgangssituation an touristischen Zielpunkten bzw. im Reisegebiet zu beginnen. Die weiteren Planungsschritte können nämlich nur dann zielgerichtet angegangen werden, wenn das derzeitige Mobilitätsangebot bekannt ist und abgeschätzt werden kann, wo konkreter Verbesserungsbedarf besteht und welche Ressourcen hierfür zur Verfügung stehen.

In diesem Zusammenhang sind die folgenden Fragen zu beantworten:

- *Welche öffentlich zugänglichen Mobilitätsangebote gibt es in der näheren Umgebung?*

Grundsätzlich sollten touristische Anbieter prüfen, ob öffentliche Mobilitätsangebote in ihrer Region vorhanden sind (→ www.VBB.de). Zu den öffentlich zugänglichen Mobilitätsangeboten zählen

¹⁵ Permanente Gästebefragung im Land Brandenburg (PEG) 2007. Inspektour GmbH. 2008

Bahnen und Linienbusse, Rufbus- und Bürgerbusangebote, Taxiverkehre sowie private Mitnahmeverkehre, die über eine Mitfahrzentrale organisiert werden.

- *Wie weit ist es zum nächsten Bahnhof / zur nächsten Bushaltestelle? Wie kommt man dort hin?*

Hier sollte u. a. geprüft werden, ob der Bahnhof bzw. die Bushaltestelle noch fußläufig erreichbar ist. Als Orientierungswert gilt eine Luftlinienentfernung von ca. 600 m bei Bushaltestellen (ca. 10 min Zugangszeit) und 1.000 m bei Bahnhöfen (ca. 17 min Zugangszeit). Es ist auch aufzunehmen, ob größere Umwege zurückzulegen sind, weil z. B. Barrieren wie stark befahrene Straßen, Gewässer, Gebäude oder Privatgrundstücke einen direkten Zugang verhindern. Mit Blick auf mobilitätseingeschränkte Personen sollte der Zugang auch barrierefrei gestaltet sein. Bei dieser Analyse ist es hilfreich, wenn man sich möglichst in die Lage der Besucher ohne Pkw versetzt und die Zugangswege zu Bahnhöfen und Haltestellen einmal selbst abläuft.

- *An welchen Wochentagen und zu welchen Tageszeiten wird der Bahnhof / die Haltestelle bedient? Welches Fahrtenangebot finden die Gäste dort vor?*

Hier geht es darum, ein Gefühl dafür zu bekommen, wie die Verfügbarkeit des Nahverkehrsangebotes ist. Ein Blick in die Fahrpläne (Internet oder Druckfahrplan) gibt entsprechenden Aufschluss. Maßgebend sind die Betriebszeiten an den verschiedenen Wochentagen (erste und letzte Fahrt), aber auch Anzahl und Verteilung der Fahrten über den Tag hinweg. So lässt sich z. B. ermitteln, ob bereits ein leicht merkbarer Taktverkehr besteht oder ob das Fahrtenangebot eher unregelmäßig ist. Ein Abgleich mit den touristischen Mobilitätsbedürfnissen (s.u.) lässt auch relativ schnell erkennen, ob sich das vorhandene Nahverkehrsangebot mit vertretbarem Aufwand an die Bedürfnisse der Gäste anpassen lässt, so dass auf alternative Mobilitätsangebote verzichtet werden kann.

- *Wann und wo entspricht das vorhandene Nahverkehrsangebot möglicherweise nicht den Bedürfnissen der Gäste?*

Diese Frage beantwortet ein Abgleich der Fahrpläne im Nahverkehr mit den Öffnungszeiten von touristischen Einrichtungen und den typischen Aktivitätszeiten der Gäste (Nachfrageverteilung im Tages-, Wochen- und Saisonverlauf). Ein besonderes Augenmerk sollte hier auf den späten Nachmittagsstunden und dem Wochenende liegen, da das Busangebot im ländlichen Raum in diesen Zeiten oftmals sehr ausgedünnt ist. Wichtig ist in diesem Zusammenhang auch die Frage, ob Bus- und Bahnutzer im Vergleich zu Pkw-Nutzern größere Umwege und damit relativ lange Fahrzeiten in Kauf nehmen müssen. Falls relevant, ist in diesem Zusammenhang auch die Anschlusssituation zwischen Bahn und Bus an den Verknüpfungspunkten zu betrachten. Aufgrund nicht abgestimmter Anschlüsse kann die Gesamtreisezeit für die Gäste im Nahverkehr nämlich sehr schnell unattraktiv werden.

- *Gab es in der Vergangenheit Kritik von Gästen am Mobilitätsangebot? Gab es bereits Verbesserungsvorschläge?*

Mit der Verbesserung des Mobilitätsangebotes soll eine stärkere Kundenorientierung erreicht werden und niemand kennt die Bedürfnisse der Gäste besser als diese selbst. Bereits geäußerte Kritik der Gäste am bisherigen Angebot sollte daher zusammengetragen und ausgewertet werden. Auch eine kleine Umfrage unter den Gästen lässt sich mit relativ wenig Aufwand organisieren. Selbst wenn sich später nicht alle Wünsche umsetzen lassen, wird das Ergebnis wertvolle Hinweise auf Verbesserungspotenziale liefern.

- *Sehen auch andere touristische Anbieter in der Region einen ähnlichen Handlungsbedarf? Wünschen sich auch die Bürger in der Region eine verbesserte Erreichbarkeit?*

Vorhandene Synergien mit anderen Initiativen zur Verbesserung der Erreichbarkeit in der Region sollten soweit wie möglich ausgeschöpft werden. Damit eröffnet sich die Möglichkeit, Lösungen umzusetzen, die Bürgern und Gästen gleichermaßen zu Gute kommen. Ressourcen wie Engagement, Personal und Geld lassen sich auf diese Weise bündeln.

Für eine erste Beurteilung des Bahn- und Busangebotes im Umfeld von touristischen Zielpunkten bietet das Handbuch eine Übersicht zum ÖPNV-Angebot (→ Kapitel *Öffentlicher Nahverkehr im Land Brandenburg*) sowie die zugehörigen Kartendarstellungen (→ Anhang 3).

5.2 Akteure einbinden und vernetzen

Gute Mobilitätslösungen erfordern ein hohes Maß an Kreativität, viele gute Ideen und solide Fachkenntnisse. In der Vergangenheit hat es sich daher immer wieder bewährt, lokale Akteure, Planer und Fachleute sowie Vertreter von örtlichen Initiativen an einen Tisch zu bringen und miteinander zu vernetzen. Ein gemeinsames Vorgehen erhöht die Chance, eine breite Akzeptanz für die schließlich gefundene Lösung zu erreichen.

Als relevante Akteure unbedingt einzubeziehen sind:

- Tourismusanbieter
- örtliche Mobilitätsanbieter, z. B. Verkehrsunternehmen, Bürgerbus-Vereine, Taxi- und Mietwagenunternehmen oder Fahrradverleiher
- Je nach Umfang des Vorhabens und den Rahmenbedingungen vor Ort kann es hilfreich sein, weitere Akteure einzubinden, z. B.:
 - regionaler Tourismusverband und/oder lokale Touristinfo bzw. Tourismusverein
 - Vertreter der örtlichen Gemeindeverwaltungen
 - übergeordnete Fachverwaltungen und Genehmigungsbehörde
 - Kommunalpolitiker
 - Vertreter von Interessengruppen, z. B. Allgemeiner Deutscher Fahrradclub (ADFC)
 - mögliche Sponsoren und Fördermittelgeber

Falls das neue Angebot auch von den Bürgern vor Ort genutzt werden kann, empfiehlt sich eine Erweiterung des Akteurskreises um Interessenvertreter aus der örtlichen Bürgerschaft, wie z.B. Seniorenvertretern und Vertretern örtlicher Bürgerinitiativen oder der lokalen Agenda-21-Gruppe. Das Einbinden und Vernetzen der Akteure sollte bereits zu Beginn der Planungsphase erfolgen, damit viele Anregungen möglichst frühzeitig aufgenommen und diskutiert werden können. Wichtig ist in diesem Zusammenhang auch, dass ein Rahmen geschaffen wird, der eine kreative Atmosphäre und eine offene Diskussion ermöglicht, z.B. in Form von Arbeitskreisen und Workshops.

5.3 Zielgruppe bestimmen

Damit eine zielgerichtete Planung erfolgen kann, ist es zunächst wichtig, die Zielgruppe(n) für das neue Mobilitätsangebot zu bestimmen. Die Mobilitätsgewohnheiten und Anforderungen der künftigen Nutzer bilden den Rahmen für die weitere Planung. In den meisten Fällen dürften diese Informationen für die Gäste und Besucher einer touristischen Einrichtung oder einer Region und für die lebende Bevölkerung bekannt sein.

Ist dies nicht der Fall und ist eine Umfrage unter den Gästen nicht möglich, lässt sich die Zielgruppe zumindest grob über touristische Themen ermitteln. Hierzu ist zunächst das Themenmarketing einer Region bzw. das Thema der Einrichtung zu bestimmen, für die die Erreichbarkeit verbessert werden soll (Kapitel → *„Reisegebiete und Themenmarketing“*). Den Themen lassen sich jeweils Gästetypen zuordnen (Kapitel → *„Reisegebiete und Themenmarketing“*). Die Beschreibung der Gästetypen sollte mit den Erfahrungen vor Ort unbedingt abgeglichen werden. Bestimmte Gästetypen bevorzugen entsprechend Herkunft, Alter, Interessen usw. bestimmte Verkehrsmittel, weisen ein typisches Mobilitätsverhalten auf und haben bestimmte Anforderungen an ihre Mobilität. Damit ergibt sich ein Rahmen für die Ausgestaltung des neuen Mobilitätsangebotes.

5.4 Nachfragepotenziale abschätzen

Für die Dimensionierung neuer Mobilitätsangebote müssen Nachfragepotenziale abgeschätzt werden. Zunächst sind die Zielgruppen und deren Größe zu ermitteln. Grundlagen hierfür sind z. B. Übernachtungs- oder Besucherstatistiken. Möglicherweise liegen auch Daten aus Verkehrserhebungen im ÖPNV und/oder im Straßenverkehr vor. Welcher Anteil der Zielgruppe sich dann tatsächlich als Nachfragepotenzial gewinnen lässt, kann in den meisten Fällen nur sehr grob abgeschätzt werden. Eine Hilfestellung bieten hierbei die Angaben zur Verkehrsmittelwahl der Gästetypen (→ Anhang 4).

Vor allem bei der Verwendung von Besucherstatistiken ist zu berücksichtigen, dass sich aus der heutigen Besucherzahl nicht unmittelbar auf das tatsächliche Potenzial schließen lässt! Denn ei-

nerseits werden künftig nicht alle Gäste auf ein Nahverkehrsangebot umsteigen. Andererseits beinhaltet die Statistik nur Personen, die heute bereits zu den Gästen zählen. Ein zusätzliches Nachfragepotenzial bilden jedoch zukünftig jene Gäste, die aufgrund der schlechten Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln bislang nicht angereist sind.

5.5 Mobilitätsangebote entwickeln

Es empfiehlt sich, zunächst einmal alle Ideen zu sammeln, mit denen die Erreichbarkeit touristischer Zielpunkte verbessert werden kann. Aufzunehmen sind vor allem die Anregungen aus dem Arbeitskreis (vgl. 5.2). Auch das vorliegende Handbuch stellt eine breite Auswahl von möglichen Lösungen vor (→ Anhang 5). Ausgewählte Praxisbeispiele zeigen, wie konkrete Lösungen aussehen können (→ Anhang 6). Da sich die dort vorgestellten Lösungen in der Regel nur für bestimmte Einsatzbereiche eignen, werden nie alle Lösungen gleichwertig in Betracht kommen.

Eine Eingrenzung und Auswahl geeigneter Lösungsansätze ist über einen Abgleich des in den Schritten 5.1, 5.3 und 5.4 aufgestellten Anforderungsprofil mit den Einsatzbereichen der Vorschläge in Anhang 5 möglich. Anforderungsprofil und Einsatzbereiche lassen sich dabei mit den in Tabelle 2 genannten Merkmalen beschreiben.

Merkmale des Anforderungsprofils		Merkmale des Mobilitätsangebots
ÖPNV-Angebot vor Ort	↔	Verkehrsmittel + Betriebsform
Potenzial (Nachfrage + Verkehrsmittel)	↔	Kapazität (Nachfrage + Verkehrsmittel)
Touristisches Themenmarketing	↔	Geeignete touristische Themen

Tabelle 2: Kriterien zur Eingrenzung und Auswahl geeigneter Mobilitätsangebote

Sind Anforderungsprofil und Einsatzbereich für ein Mobilitätsangebot weitgehend deckungsgleich, kann es grundsätzlich in die engere Wahl einbezogen werden. Zu beachten ist jedoch, dass die vorgestellten Ansätze und Praxisbeispiele aus anderen Regionen nicht eins zu eins übernommen werden können, da oftmals unterschiedliche Randbedingungen vorhanden sind. Aber viele Lösungen lassen sich im Ansatz übertragen und auf die jeweiligen Bedingungen vor Ort anpassen.

Die nachfolgende Abbildung 3 veranschaulicht nochmals die grundsätzliche Vorgehensweise.

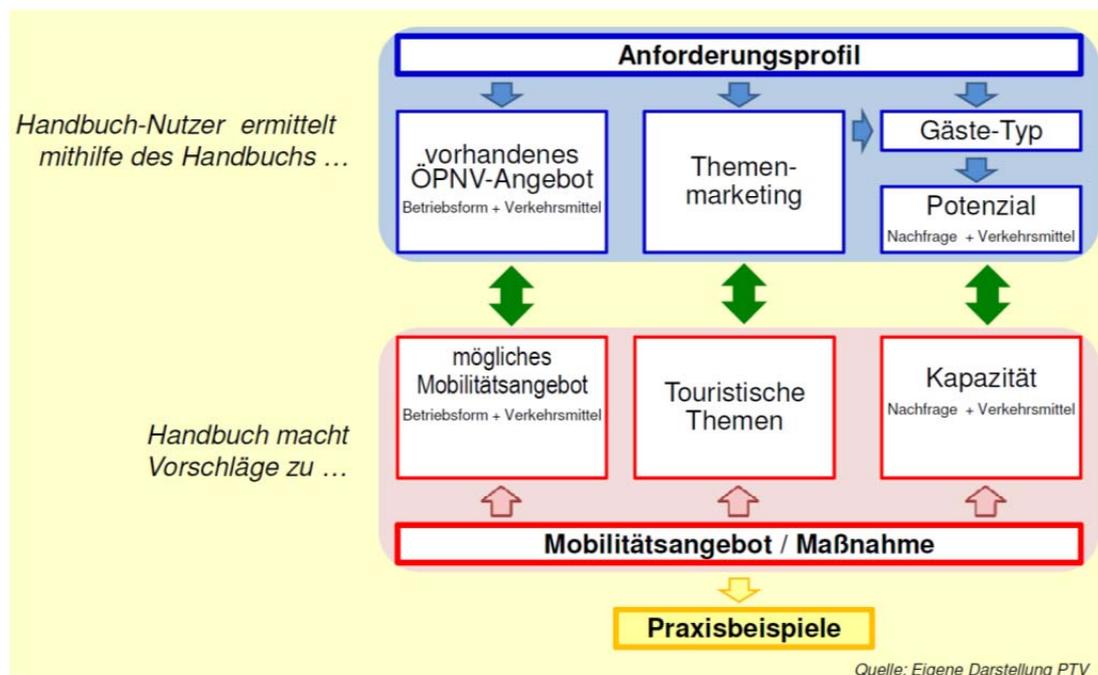


Abbildung 3: Anwendung des Handbuches bei der Auswahl geeigneter Mobilitätsangebote

Im weiteren Planungs- und Diskussionsprozess müssen die Ideen und die ausgewählten Maßnahmen dann Schritt für Schritt auf tatsächlich machbare Lösungen begrenzt werden. Es sollten

nur Ansätze weiterverfolgt werden, die die Akzeptanz der Akteure finden und die finanzierbar sind. Aus den eingegrenzten Möglichkeiten ist die Vorzugslösung für die Umsetzung zu entwickeln.

5.6 Finanzierung sichern

Das vorliegende Handbuch enthält keine Kostenangaben zu Maßnahmen und Angebote, da diese im Wesentlichen vom geplanten Umfang und den Möglichkeiten vor Ort abhängen.

Grundsätzlich stellt das Land Brandenburg den kommunalen ÖPNV-Aufgabenträgern (Landkreise und kreisfreie Städte) zweckgebundene Mittel zur Finanzierung der ÖPNV-Angebote auf Basis eines dynamischen Verteilungsschlüssels zur Verfügung. Die Finanzierungsmittel sind dabei u.a. gebunden an die Finanzierung von Leistungen, die der ÖPNV in seiner öffentlichen Funktion für die Daseinsvorsorge der Bevölkerung übernimmt. Eine Übersicht über die Finanzierung der ÖPNV-Leistungen findet sich in der Broschüre „ÖPNV-Finanzierung im Land Brandenburg – Leitfaden für kommunale Aufgabenträger“ (→ www.mil.brandenburg.de). In den Verwaltungen der Landkreise und kreisfreien Städten gibt es Ansprechpartner für den straßengebundenen ÖPNV. Beim **Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg** ist der entsprechende Ansprechpartner unter 030 / 25 41 41 41 (Infotelefon) oder per Email unter info@VBB.de zu erreichen.

Hat die Prüfung im ersten Planungsschritt (→ Ausgangssituation erfassen) ergeben, dass sich der Mobilitätsbedarf der Gäste nicht über das vorhandene ÖPNV-Angebot zur Daseinsvorsorge bzw. eine angemessenen Angebotsanpassung abdecken lässt und wird dennoch ein regelmäßiges, touristisch ausgerichtetes Mobilitätsangebot für notwendig erachtet, sollten interessierte Tourismusanbieter zunächst Kontakt mit der **zuständige Kreis- bzw. Stadtverwaltung** aufnehmen.

Immer häufiger finden sich auch Modelle der Mischfinanzierung bei Mobilitätsangeboten für bestimmte Nachfragegruppen, wie z.B. Touristen. In Fällen, in denen das ÖPNV-Angebot nicht unbedingt für die Daseinsvorsorge der Bevölkerung benötigt wird, beteiligen sich weitere öffentliche Institutionen und Einrichtungen oder Gewerbetreibende vor Ort (z.B. aus dem Bereich Tourismus) über ein zusätzliches **Sponsoring** an der Finanzierung der Verkehre.

Hinsichtlich der Planung und Finanzierung von Großveranstaltungen mit Nahverkehrsangeboten durch touristische Anbieter wird auf → Anhang 7 verwiesen.

Eine weitere Finanzierungsquelle bietet der Europäische Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (**ELER**). Mit den Fondsmitteln werden Maßnahmen finanziert, die der Verbesserung der Lebensqualität im ländlichen Raum, der Förderung der Diversifizierung der ländlichen Wirtschaft und der Weiterentwicklung der lokalen Entwicklungskonzepte im Rahmen des **LEADER-Programms** sowie der integrierten ländlichen Entwicklung (ILE) dienen. Ansprechpartner für das ELER-Programm in Brandenburg ist das Ministerium für Infrastruktur und Landwirtschaft (→ www.mil.brandenburg.de). Infos unter: → www.eler.brandenburg.de

Wichtiger Hinweis: Die Bereitstellung von Fördermitteln ist immer an bestimmte Voraussetzungen geknüpft, die eine sachgerechte Verwendung der Fördermittel garantieren. In aller Regel werden Fördermittel nur dann wirksam, wenn der Antragsteller auch einen entsprechenden Eigenanteil aufbringt. Die Eigenanteile fallen je nach Fördertopf unterschiedlich aus. Mitunter kann der Eigenanteil auch über Sach- oder Personalressourcen erbracht werden. Details sind den entsprechenden Förderrichtlinien zu entnehmen.

5.7 Vermarktung planen



Das Nahverkehrsangebot im Land Brandenburg wird über die Aktivitäten des Verkehrsverbundes Berlin-Brandenburg und der Verkehrsunternehmen bereits erfolgreich vermarktet. Der VBB-Tarif ermöglicht eine unkomplizierte Nutzung des ÖPNV. Gerade touristisch interessante ÖPNV-Angebote sind aber oftmals noch zu wenig bekannt. Denn viele Tourismusanbieter bewerben zwar ihre touristischen Leistungen, informieren jedoch nicht über deren Erreichbarkeit mit dem Nahverkehr.

Ziel sollte es jedoch sein, dass Tourismusanbieter und ÖPNV-Unternehmen die Gäste gemeinsam über das Tourismus- und Mobilitätsangebot vor Ort informieren, und zwar möglichst schon vor deren Anreise. Vorausgesetzt in der Region besteht ein für Touristen attraktives ÖPNV-Angebot, so kann dies ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber anderen Tourismusregionen sein und entspre-

chend als Werbebotschaft vermarktet werden (Reiseregion für den „Urlaub vom Auto“ mit einem für die Gäste subjektiv interessanten Preis-Leistungs-Verhältnis). Damit lassen sich insbesondere Gäste ohne eigenen Pkw ansprechen. Kooperationen beider Anbieter zur Vermarktung von Tourismus- und Mobilitätsangebot sind deshalb ein wichtiger und erfolgversprechender Handlungsansatz.

Es bieten sich folgende Vermarktungsansätze an:

- Bewerbung der touristischen Angebote in und an Bussen und Bahnen (Schriftzüge am Fahrzeug, Prospektständer in den Bussen)
- besonders kundenorientiertes Auftreten der Busfahrer (Kenntnisse über regionales ÖPNV-Angebot, Übergänge zu anderen touristischen Leistungsträgern wie Fahrgastschiffahrt, Erläuterung zu Sehenswürdigkeiten, Auskünfte bei touristischen Fragestellungen)
- Verbesserung der Informationen an und um Haltestellen (großformatiger Liniennetzplan mit topografischen Informationen, übersichtliche Fahrpläne, spezielle Zielschilder auch mit Eigenwerbung)
- Linienmarketing als gezielte Vermarktung einzelner Buslinien (werbewirksame Linienbezeichnung, spezielle Fahrgastinformationen mit Fahrplan und Sehenswürdigkeiten)
- Information zum ÖPNV-Angebot in lokalen Zeitungen, Tourismuszmagazinen und touristischen Werbematerialien
- Verlinkung touristischer Internetseiten (u.a. aller Tourismusanbieter) mit den Internetseiten der Verkehrsunternehmen und des VBB (→ Anhang 8) bzw. Hinweise zur Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln auf touristischen Internetseiten
- Mobilitätsberatung, vor allem Fahrplanauskünfte als Teil des Beratungsangebots in den lokalen Touristinformationen
- Systematisierung und Koordination des Informationsaustauschs zwischen den lokalen Akteuren (aktuelle Fahrplanflyer in allen touristischen Einrichtungen inkl. Verweis auf Verbundtarif)

Neben dem Ansatz, Angebote bekannt zu machen und Zielgruppen zu erreichen, ist es ebenso wichtig, Plattformen für den kontinuierlichen Austausch zwischen den Akteuren zu schaffen:

- **Regelmäßige Zusammenkünfte** von Nahverkehrsunternehmen und Tourismusanbietern schaffen nicht nur ein stärkeres gegenseitiges Verständnis füreinander, sie dienen auch der umfassenden gegenseitigen Information und der Netzwerkbildung.
- Der Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg kann übergreifende Initiativen von Marketingmaßnahmen koordinieren bzw. übernehmen.
- Ein E-Mail-Verteiler der touristischen Leistungsträger ist hilfreich bei der Information zu kurzfristigen Änderungen im ÖPNV-Angebot (Ausfall von Fahrten, Umleitungen wegen Bauarbeiten usw.), aber auch für die Verbreitung interessanter Angebote.
- Die wichtige Zielgruppe der Fahrradtouristen sollte gezielt über die Bedingungen der Fahrradmitnahme im ÖPNV informiert werden.
- Für die Vermarktung von neuen Mobilitätsangeboten empfehlen sich folgende Wege:
 - Medien-Informationen (Anzeigen in Zeitungen, Radio-/Fernsehspots, Infopakete an Medienvertreter)
 - Bewerbung auf der eigenen Internetseite bzw. auf der Internetseite von Kooperationspartnern
 - Bewerbung in Tourismusforen im Internet
 - Informationsveranstaltungen bei Stadt- oder Marktfesten (auch Messen)

Wichtig ist eine gemeinsame Vermarktung von Radtourismus und ÖPNV. Einen Ansatzpunkt bietet hier die Tourismusmarketing Brandenburg GmbH mit dem Radnavigator für das Land Brandenburg (→ www.radeln-in-brandenburg.de). In diesem sind auch die Standorte der Bahnhöfe verzeichnet. Eine weitere Schnittstelle besteht wiederum über eine Verlinkung mit der elektronischen Fahrplanauskunft des Verkehrsverbundes Berlin-Brandenburg (→ Anhang 8).

5.8 Erfolgskontrolle durchführen

Nach der Umsetzung einer Maßnahme sollten in jedem Fall regelmäßige Erfolgskontrollen durchgeführt werden. Hierbei sind Angebot und Nachfrage, Organisation und Finanzierung auf den Prüfstand zu stellen:

- *Wurden die gesteckten Ziele erreicht?*
- *Wird das neue Mobilitätsangebot angenommen?*
- *Ist die Maßnahme auch über einen längeren Zeitraum wirtschaftlich tragfähig?*
- *An welchen Stellen ist das Angebot anzupassen und zu verbessern?*

Aus der Erfolgskontrolle wird deutlich, ob sich das neue Angebot grundsätzlich bewährt hat. Auch lassen sich Schwachpunkte und Unzulänglichkeiten kurzfristig korrigieren.

Dabei ist der Zeitpunkt der Erfolgskontrolle mit Bedacht zu wählen. So kann bei einmaligen Aktionen (z.B. einem 48 Stunden Event) eine Bilanz bereits unmittelbar nach Abschluss der Veranstaltung gezogen werden, sobald alle Ergebnisse und Auswertungen vorliegen. Bei dauerhaft und langfristig angelegten Angeboten sollten sich kleinere Überprüfungen in kurzen Abständen (Angebot, Organisation) und eine größere Prüfung nach dem Abschluss der Anlaufphase (Nachfrage, Finanzierung) ergänzen. Die Anlaufphase sollte dabei nicht zu kurz gewählt werden. Gerade bei neuen Mobilitätsangeboten zeigt sich nämlich immer wieder, dass es einige Zeit braucht (ca. 1 – 2 Jahre), bevor die Werbemaßnahmen Wirkung zeigen, das Angebot bekannt ist und von den Kunden schließlich angenommen wird.

6 Beispielhafte Anwendung des Planungsleitfadens

Nachfolgend wird anhand von drei fiktiven Fallbeispielen gezeigt, wie sich der Planungsleitfaden in der Praxis anwenden lässt. Die Fallbeispiele beziehen sich dabei auf ganz unterschiedliche touristische Mobilitätsangebote, wie ein grenzüberschreitendes Mobilitätsangebot, eine Mobilitätsgästekarte als Kombination aus TouristCard und ÖPNV-Ticket sowie einem Mobilitätsinformationspaket für Touristen.

Es wird deutlich, wie sich der Planungsleitfaden an verschiedene Aufgabenstellungen anpassen lässt.

6.1 Beispiel „Grenzüberschreitendes Mobilitätsangebot zwischen Forst und Brody“

(1) Ausgangssituation erfassen und Handlungsbedarf ermitteln

Die deutschen und polnischen Lausitzer Parkanlagen Fürst-Pückler-Park Branitz, Fürst-Pückler-Park Bad Muskau / Park Muzakowski, der Ostdeutsche Rosengarten Forst (Lausitz) und der Schlosspark Brody bilden kulturell und historisch gesehen eine Einheit. Das Dorf Brody ist eine komplett erhaltene barocke Anlage und verfügt damit über ein regional bedeutendes Alleinstellungsmerkmal mit hohem touristischem Potenzial. Zukünftig sollen alle Anlagen in der Region touristisch vermarktet werden.

Eine ÖPNV-Verbindung zwischen Brody und der Stadt Forst bzw. dem Ostdeutschen Rosengarten existiert bisher nicht. Es wäre aber in hohem Interesse der Partner, eine solche Verbindung herzustellen.

Die polnische Gemeinde Lubsko (ca. 15 km östlich von Forst) hat Interesse an einer ÖPNV-Verbindung in die Stadt Forst bekundet.

ÖPNV-Angebot auf deutscher Seite:

- Das ÖPNV-Liniennetz im Spree-Neiße-Kreis ist flächendeckend und wird von der Neiße Verkehr GmbH bedient, die Liniengenehmigungen hält. In nachfrageschwachen Bereichen wurden verschiedene Rufbusangebote eingerichtet.
- Im Jahr 2007 wurde der „Spree-Neiße-Takt“ eingeführt (Integraler Taktfahrplan, hierarchische Angebotsstruktur, bedarfsabhängige Angebote).
- Im ÖPNV wird der VBB-Tarif angewandt.

(2) Akteure einbinden und vernetzen

Folgende Akteure müssen für die geplante Maßnahme vernetzt werden:

- Stadt Forst
- Landkreis Spree-Neiße
- Gemeinde Brody
- Gemeinde Lubsko
- Touristische Leistungsträger (Stiftung Fürst-Pückler-Museum Park und Schloss Branitz)
- Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg GmbH
- Neiße Verkehr GmbH
- Landesamt für Bauen und Verkehr

Die Akteursvernetzung dient vor allem der Vereinbarung einer Zielstellung und einer ersten Ideensammlung im Rahmen gemeinsamer Gespräche. Hieraus soll schließlich ein gemeinschaftliches Projekt erwachsen.

(3) Zielgruppe bestimmen

Die folgenden Zielgruppen sollen mit dem grenzüberschreitenden Busangebot angesprochen werden. Hilfreich ist es, deren Hintergründe, Mobilitätsmuster und Freizeitgewohnheiten zu kennen (z.B. über eine Gästebefragung) oder diese zumindest grob abzuschätzen:

- Besucher der Schloss- und Parkanlagen (Herkunftsregion, Anreiseverkehrsmittel, bisher genutzte Vor-Ort-Verkehrsmittel, saisonale / tageszeitliche Aktivitätszeiten)
- Polnische Besucher des Schwimmbads in Forst (bisherige Anreiseverkehrsmittel, Schwerpunktzeiten der Nachfrage)
- Bürger der Gemeinde Lubsko, die zu Einkäufen und Erledigungen nach Forst kommen (bisherige Anreiseverkehrsmittel, Schwerpunktzeiten der Nachfrage)

(4) Nachfragepotenziale abschätzen

Zur Abschätzung der Nachfragepotenziale lassen sich vorliegende Statistiken und Einschätzungen der Akteure zu den Besucherzahlen in den beteiligten touristischen Einrichtungen, zur Zahl der polnischen Besucher im Schwimmbad Forst sowie zu den Besuchern aus Lubsko in der Stadt Forst auswerten. Hierbei wird deutlich, dass die Fahrgastpotenziale zu gering sind für die Einrichtung eines regulären Linienbusverkehrs.

(5) Mobilitätsangebote entwickeln

Geplant wird die Einrichtung eines Rufbusverkehrs (Linienrufbus). Eine Bedienung ist ausschließlich an den Wochenenden in der Saison (Mai bis Oktober) mit jeweils 2 Fahrtenpaaren pro Tag (insgesamt 8 Fahrten am Wochenende) vorgesehen.

Der Rufbusbetrieb soll wie folgt organisiert werden:

- Die Neiße Verkehr GmbH ist Inhaber der Liniengenehmigung und Betreiber (Antragstellung beim Landesamt für Bauen und Verkehr); sie stellt zudem ihre Dispositionszentrale für die Fahrtwunschanmeldung und die Fahrtendisposition zur Verfügung.
- Die eigentliche Beförderungsleistung übernimmt ein polnischer Subunternehmer.
- Die Fahrgäste zahlen den VBB-Tarif, ggf. zuzüglich eines Komfortzuschlags (1,- EUR), ähnlich einer Regelung wie in Slubice.

Rechtzeitig zu klären ist die Form der Liniengenehmigung (ggf. ist eine Pflicht zur Ausschreibung der ÖPNV-Leistung zu beachten).

Bei Sonderveranstaltungen, wie z.B. beim deutsch-polnischen Fest oder bei den Konzerten der sogenannten „Promnitztour“, ist mit einer höheren Nachfrage zu rechnen. Dann soll ein Sonderbusverkehr den Rufbus ersetzen.

(6) Finanzierung sichern

Ein geeignetes Fahrzeug ist beim Subunternehmer des Betreibers bereits vorhanden. Darüber hinaus fallen voraussichtlich folgende Kosten an:

- Kosten der Fahrleistung (max. 8 Fahrten je Wochenende in der Saison):
 - Abschnitt Forst – Brody: max. 4.800,- EUR
 - Abschnitt Brody – Lubsko: max. 3.300,- EUR
- Sonstige Kosten:
 - Verwaltungskosten für die Abwicklung des erforderlichen Umsatzsteuerverfahrens gegenüber den polnischen Behörden
 - Kosten des Genehmigungsverfahrens für die Einrichtung des Linienverkehrs
 - ggf. anfallende Mautgebühren in Polen
 - ggf. Mehrkosten aufgrund des erforderlichen Einsatzes eines größeren Fahrzeugs
 - Mehrwertsteuer (unterschiedl. Sätze in den Ländern)

Für die anfallenden Kosten wurde folgende Finanzierungsregelung gefunden:

- Finanzierung im Abschnitt Forst – Brody:
 - ggf. gemeinschaftlich durch den Lkr. SPN, die Stadt Forst und die Gemeinde Brody
 - zusätzliches Sponsoring durch touristische Leistungsträger (Außenwerbung am Fahrzeug)
- Finanzierung im Abschnitt Brody – Lubsko:
 - Gemeinde Lubsko

Die Finanzierungspartner haben vereinbart, die Finanzierung über die Einführungsphase von mindestens zwei Jahren zu garantieren.

(7) Vermarktung planen

In die Vermarktung des grenzüberschreitenden Rufbus-Angebots werden folgende Partner eingebunden:

- Eigenwerbung über den Ostdeutschen Rosengarten, die Stadt Forst (auch Schwimmbad-Info) und den Lkr. SPN
- Eigenwerbung auf den Internetseiten der Gemeinden Brody und Lubsko
- Eigenwerbung auf den Internetseiten der touristischen Einrichtungen (Schloss- und Parkanlagen)
- Eigenwerbung weiterer touristischer Leistungsträger entlang der Strecke (u.a. Beherbergungsbetriebe)
- Reiseregionen / Tourismusverband
- Eigenwerbung der Neiße Verkehr GmbH
- Überregionale Bewerbung durch den VBB

Gezielt soll auch in den regionalen Medien geworben werden:

- auf deutscher Seite: BBPanorama VBB-Website, Punkt 3“ – Zeitung der S-Bahn in Berlin, BVG+ (Kundenzeitung der BVG), Tagespresse der Region (Lausitzer Rundschau), touristische Informationsmedien
- auf polnischer Seite: Radio Zachod, Magazyn Lubski (regionale Monatszeitschrift), gedruckte Informationen aus Anlass diverser Sonderveranstaltungen

(8) Erfolgskontrolle durchführen

Die Erfassung der Fahrgastzahlen über die Dispositionszentrale und deren kontinuierliche Auswertung ermöglicht eine fortlaufende Erfolgskontrolle.

Nach dem 1. Betriebsjahr ist eine Fahrgast- und Besucherbefragung in den touristischen Einrichtungen geplant, um gezielt bei Fahrtenangebot, Fahrplan und Vermarktung nachsteuern zu können:

- Wie sind Nutzer auf das Angebot aufmerksam geworden?
- Wie wird das neue Mobilitätsangebot eingeschätzt?
- Was kann verbessert werden?

Nach dem 2. Betriebsjahr lässt sich ein erstes Fazit zum Erfolg des Angebots ziehen. Dann steht auch eine grundsätzliche Entscheidung über eine Weiterführung an, ggf. auch ein erneutes Nachsteuern.

6.2 Beispiel „Mobilitätsgästekarte für die Region Rheinsberg / Neuruppin“

(1) Ausgangssituation erfassen und Handlungsbedarf ermitteln

Die Region Rheinsberg / Neuruppin bietet ihren Gästen zahlreiche Natur- und Kultursehenswürdigkeiten, die sich auch mit Bus und Bahn gut erreichen lassen, so z.B. mit der stündlich verkehrenden RE-Linie 6 (Berlin – Neustadt/Dosse), der saisonalen RB-Linie 54 (Löwenberg – Rheinsberg mit Anschluss von/nach Berlin) oder dem Rheinsberger Seenbus (Linie 785/788). Zudem spielt der Radtourismus eine wichtige Rolle, in der Region gibt es daher auch viele Fahrradverleiher.

Trotz dieser Voraussetzungen bewegen sich die meisten Besucher aber nach wie vor mit dem Pkw, was insbesondere an aufkommensstarken Sommerwochenenden zu überfüllten Parkplätzen und Staus führt. Der Erholungs- und Erlebniswert der Region wird hierdurch erheblich beeinträchtigt.

Ziel ist es daher, die Region insgesamt vom touristischen Pkw-Verkehr zu entlasten, in dem Gäste und Besucher animiert werden, vermehrt umweltfreundliche Verkehrsmittel für die An- und Abreise und vor allem bei der Vor-Ort-Mobilität zu nutzen. Erreicht werden soll dies über die Einführung einer Mobilitätsgästekarte, die Mobilitätsdienstleistungen und touristische Angebote intelligent miteinander verknüpft. Der Anreiz zur Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel entsteht, in dem der Gast einen deutlichen Preisvorteil gegenüber dem getrennten Kauf von Eintrittskarten und ÖPNV-Tickets bzw. der Fahrradmieta erhält. Idealerweise ist die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel für Übernachtungsgäste sogar ganz kostenfrei, d.h. im Übernachtungspreis inkludiert. Hierfür soll ein geeignetes Kartenkonzept entwickelt werden, mit dem sich auch das touristische Profil der Region Rheinsberg / Neuruppin schärfen lässt.

(2) Akteure einbinden und vernetzen

Für eine erfolgreiche Kopplung von Mobilitäts- und Tourismusangeboten ist die Einbindung von Akteuren aus beiden Bereichen notwendig. Dabei sind zunächst alle Akteure zu identifizieren, die als Leistungspartner im Rahmen einer regional gültigen Mobilitätsgästekarte von Interesse sind.

- Mobilitätsanbieter
 - Bahn: Deutsche Bahn Regio AG, Region Nordost
 - Bus: Ostprignitz Ruppiner Personennahverkehrsgesellschaft mbH
 - örtliche Fahrradverleiher
 - örtliches Taxigewerbe
- Touristische Akteure
 - Tourismusverband Ruppiner Seenland, Touristinfo der Städte Rheinsberg und Neuruppin
 - gewerbliche Tourismusanbieter und Freizeiteinrichtungen
 - Betreiber der Fahrgastschiffahrt
 - Beherbergungsbetriebe, vertreten durch einen autorisierten Vertreter oder den Hotel- und Gaststättenverband

Erfahrungen aus anderen Projekten zeigen, dass Freizeit- bzw. Gästekarten ohne die so genannten „Zugpferde“ einer Region meist erfolglos bleiben. Aus diesem Grund sollte von Beginn an versucht werden, die touristischen Top-Leistungspartner einzubinden, z.B. die Fontane-Therme in Neuruppin, das Schlossmuseum in Rheinsberg oder die Betreiber der Fahrgastschiffahrt. Für die Akzeptanz und Unterstützung des Vorhabens durch die Akteure ist es wiederum wichtig, deren unterschiedliche Interessen und Anforderungen aufzunehmen und in das Gesamtkonzept einzubinden.

Ebenfalls unbedingt einzubeziehen ist der VBB, da Angebot und Preis der Mobilitätsgästekarte mit der Tarifstruktur des VBB abzustimmen sind. Empfehlenswert ist auch die Einbeziehung eines professionellen Beraters, der bei der Entwicklung eines geeigneten Kartenkonzepts (inklusive Finanzierungskonzept) und bei der Umsetzung einer praktikablen technischen Lösung unterstützt. Gegebenenfalls ist das Landesamt für Bauen und Verkehr einzubeziehen.

(3) Zielgruppe bestimmen

Gästekarten, und damit auch Mobilitätsgästekarten, richten sich in der Regel an die Übernachtungsgäste in einer Tourismusregion. Berücksichtigt man jedoch den hohen Anteil an Tagesgästen in der Region Rheinsberg / Neuruppin, sollte grundsätzlich überdacht werden, ob und unter welchen Bedingungen auch Tagesgäste eine Mobilitätsgästekarte erwerben können.

Darüber hinaus empfiehlt sich eine Segmentierung der Zielgruppen, um Freizeitgewohnheiten und Mobilitätsverhalten der Gäste genauer beschreiben und das Kartenkonzept hierauf ausrichten zu können. Sofern keine Studie zur touristischen Gästestruktur des Reisegebiets vorliegt, kann die Übersicht zum touristischen Themenmarketing (Anhang 2) und die Gästetypologisierung (Anhang 4) als Grundlage für eine solche Segmentierung verwendet werden. Auch die Landestourismuskonzeption Brandenburg 2011 – 2015 enthält viele Hinweise.

(4) Nachfragepotenziale abschätzen

Das Nachfragepotenzial einer Mobilitätsgästekarte ergibt sich unmittelbar aus der aktuellen Gästestatistik des Reisegebiets. Noch genauer bestimmen lässt sich ein entsprechender Wert aus Angaben der Leistungspartner zur Zahl der Übernachtungsgäste in den teilnehmenden Beherbergungsbetrieben sowie zu den Besucherzahlen in den teilnehmenden Freizeiteinrichtungen. Eine Abschätzung des Nachfragepotenzials ist eine wichtige Voraussetzung für die Ausgestaltung des Finanzierungsmodells.

(5) Mobilitätsangebot entwickeln

Zunächst ist das grundsätzliche Kartenkonzept festzulegen. Hier kommen zwei unterschiedliche Ansätze in Betracht:

- Ansatz A: Gestaltung eines touristischen Tages- bzw. Mehrtagestickets mit einer Beförderungshauptleistung im ÖPNV und der Verknüpfung mit rabattierten touristischen Leistungen sowie weiteren Mobilitätsdienstleistungen, d.h. Gäste im Besitz einer Gäste- bzw. Kurkarte haben die Berechtigung, das Mobilitätsticket erwerben zu können.
- Ansatz B: Ausbau bestehender Gäste- oder Kurkarten unter Integration von weiteren touristischen Leistungen und Mobilitätsdienstleistungen, d.h. Urlaubsgäste nehmen die angebotenen Leistungen gegen Vorzeigen der Gäste- bzw. Kurkarte in Anspruch.

Die Ausgestaltung der in der Karte integrierten Mobilitätsdienstleistungen ist sehr stark abhängig von den teilnehmenden Leistungs- und Finanzierungspartnern. Hierbei gilt, dass die Spielräume umso größer sind, je höher die Zahl der Finanzierungspartner und je geringer der auszugleichende Verlust bei den teilnehmenden Mobilitätsanbietern ist. Aufgrund der Zielstellung, Anreize für eine stärkere Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel durch die Gäste zu schaffen, hat die Integration von ÖPNV-Angeboten und von Fahrradverleih-Angeboten jedoch eine besonders hohe Bedeutung.

Denkbar ist beispielsweise folgendes Portfolio für eine Mobilitätsgästekarte:

- Kostenfreie An- und Abreise mit der Bahn ab/bis Berlin
- kostenfreie Nutzung des ÖPNV in der Region Rheinsberg / Neuruppin für die Dauer des Aufenthalts

- kostenfreie oder rabattierte Nutzung von Leihfahrrädern der teilnehmenden Fahrradverleiher
- rabattiertes Parken auf kostenpflichtigen, mit dem ÖPNV gut erreichbaren Parkplätzen außerhalb der Stadtzentren und touristischen Schwerpunkte
- rabattierte Inanspruchnahme von Dienstleistungen der Fahrradverleiher (z.B. Haustürservice, Einwegmieten, Reparatur)
- rabattierte Eintrittspreise in den teilnehmenden Freizeiteinrichtungen, insbesondere bei den Top-Leistungspartnern in der Region
- rabattierte Eintrittspreise für große und überregional bekannte Veranstaltungen und Events (ggf. Verfügbarkeit begrenzen)

Der eingeräumte Rabatt bei Eintrittsgeldern und Nutzungsgebühren sollte vorzugsweise 50 % betragen, mindestens jedoch bei 20 – 30 % liegen, damit der Preisnachlass von den Kartennutzern als attraktiv empfunden wird.

Neben der inhaltlichen Ausgestaltung der Mobilitätsgästekarte ist auch eine geeignete technische Lösung zu finden. Hierbei muss es sich um ein System handeln, das für Betreiber, Leistungspartner und Gäste transparent und einfach zu verstehen ist, das in Investition und Betrieb möglichst kostengünstig ist und das zuverlässig arbeitet, so dass für die Nutzer- und Abrechnungsdaten ein hohes Maß an Sicherheit gewährleistet ist. In diesem Zusammenhang ist zu prüfen, ob und welche technischen Systeme für Kur- oder Gästekarten bereits heute zum Einsatz kommen und ob auf diese aufgesetzt werden kann.

Neben dem eigentlichen Kartenkonzept sollte sichergestellt sein, dass das integrierte Mobilitätsangebot von den Gästen möglichst nahtlos genutzt werden kann, d.h. die Fahrpläne müssen mit den Zeiten touristischer Freizeitaktivität bzw. den Öffnungszeiten von Freizeiteinrichtungen abgestimmt sein, es müssen Anschlüsse zwischen den Verkehrsmitteln bestehen, die Fahrradmitnahme in Bus und Bahn sollte möglich sein usw. Wo dies nicht gegeben ist, ist eine Anpassung des Mobilitätsangebots anzustreben.

(6) Finanzierung sichern

Ein Finanzierungsbedarf besteht in erster Linie für

- a) den Aufbau eines technischen Hintergrundsystems (investiv, einmalig)
- b) die in der Karte integrierten rabattierten oder kostenfreien Beförderungsleistungen, da diese nicht durch Tarifeinnahmen der ÖPNV-Unternehmen gedeckt sind (kontinuierlich).

Den teilnehmenden Mobilitätsanbietern und Freizeiteinrichtungen sollte es möglich sein, Einnahmeverluste aufgrund der gewährten Rabatte durch zusätzliche Kunden und Besucher, die ohne die Mobilitätsgästekarte nicht gekommen wären, zu kompensieren oder zumindest gering zu halten. Die benötigten Leistungsdaten werden über das technische Hintergrundsystem ermittelt. Um die Kosten zu begrenzen (und zur Steuerung der touristischen Nachfrage) besteht auch die Möglichkeit, das Leistungsangebot nach Neben- und Hauptsaison zu unterscheiden.

Zur Finanzierung der Mobilitätsgästekarte gibt es unterschiedliche Ansätze, die sich jeweils an die Rahmenbedingungen in der Region Rheinsberg / Neuruppin anpassen lassen. Idealerweise erfolgt die Finanzierung über ein **Umlageverfahren durch die teilnehmenden Beherbergungsbetriebe** in der Region. Die Beherbergungsbetriebe haben die Möglichkeit, den Umlagebetrag in den Übernachtungspreis einzupreisen. Der Übernachtungsgast erhält hierfür exklusiv die Mobilitätsgästekarte, ohne direkt dafür zu bezahlen. Erfahrungswerte aus anderen Regionen zeigen, dass die teilnehmenden Beherbergungsbetriebe einen größeren Teil der Bettenkapazitäten im Gültigkeitsbereich der Karte abdecken müssen, damit eine Grundfinanzierung zustande kommt.

Alternativ bzw. ergänzend zum Umlageverfahren ist eine Finanzierung durch den Landkreis Ostprignitz-Ruppin und die Gemeinden (z.B. aus Kurbeiträgen) möglich. Je größer die Zahl der Finanzierungspartner, desto geringer ist die Belastung für jeden einzelnen Partner. Aus dem so generierten Budget werden die Mobilitätsanbieter und ggf. auch die Freizeiteinrichtungen rückvergütet.

Die Einführung einer zusätzlichen Kaufkarte für Tagestouristen ist sorgfältig abzuwägen. Einerseits besteht mit der Kaufkarte die Möglichkeit, auch Tagestouristen einen Anreiz zur Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel zu bieten. Andererseits wird der Ansatz, den Übernachtungsgästen exklusiv eine besondere Leistung zu bieten, unterlaufen.

(7) Vermarktung planen

Da der Gast die Karte beim Umlageverfahren kostenlos in seinem Beherbergungsbetrieb ausgehändigt bekommt, ist die Vermarktung bereits auf die Phase der Entscheidung für ein Urlaubsgebiet auszurichten. Konkret bedeutet dies, dass die Vorteile der Mobilitätsgästekarte in den Medien und Vertriebskanälen deutlich hervorzuheben sind, z.B. auf den Internetseiten der TMB und der Reiseziele in der Region Rheinsberg / Neuruppin, in den einschlägigen Buchungsportalen sowie in allen gedruckten Informations- und Werbematerialien.

Darüber hinaus ist es wichtig, eine entsprechende Vor-Ort-Information in den Verkehrsmitteln, den teilnehmenden Freizeiteinrichtungen und den Touristinformationen sicherzustellen.

Wichtig ist die Einbindung der teilnehmenden Mobilitätsanbieter und Freizeiteinrichtungen sowie der Beherbergungsbetriebe (Finanzierungspartner) in die Vermarktung, die sich jeweils als Leistungspartner darstellen und damit von den nicht teilnehmenden Unternehmen abheben können.

Entscheidend ist, dass alle touristischen Leistungsträger in der Region Rheinsberg / Neuruppin die Mobilitätsgästekarte als *das* zentrale Marketinginstrument begreifen und für sich herausstellen, um so den Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Destinationen auch ausspielen zu können.

(8) Erfolgskontrolle durchführen

Über das technische Hintergrundsystem stehen Leistungsdaten zur Verfügung, die detaillierte Auswertungen zur Nutzung der Mobilitätsgästekarte ermöglichen, z.B. anonymisierte Kundenprofile (unter Beachtung des Datenschutzes), mittlere Nutzungshäufigkeit je Person und Verkehrsmittel / Freizeiteinrichtung, häufig genutzte Relationen usw. Mithilfe dieser Daten lässt sich das zukünftige Leistungsangebot gezielt nachsteuern, sie sind aber auch nützlich für die touristische Planung im Allgemeinen.

Darüber hinaus empfiehlt es sich, nach einer Einführungsphase von 1 bis 1,5 Jahren eine allgemeine Gästebefragung durchzuführen oder Feedback-Bögen mit dem Ausreichen der Karte zu verteilen, so dass die Kartennutzer die Möglichkeit erhalten, Kritik und Verbesserungsvorschläge vorzubringen.

6.3 Beispiel „Mobilitätsinformationspaket für Touristen“

(1) Ausgangssituation erfassen und Handlungsbedarf ermitteln

Gäste und Besucher einer Tourismusregion sind immer dann auf öffentliche Mobilitätsangebote angewiesen, wenn sie beispielweise ohne Pkw oder eigenes Fahrrad anreisen, bei einer Wanderung oder einer Schifftour nicht mehr zum Ausgangspunkt der Tour zurückkommen, oder wenn sie vor Ort einfach nur „Urlaub vom Auto“ machen möchten. Dann stellt sich meistens die Frage, welche alternativen Verkehrsmittel für die An- und Abreise oder für Vor-Ort-Aktivitäten zur Verfügung stehen und zu welchen Konditionen diese genutzt werden können: Komme ich mit Bus oder Bahn zu meiner Unterkunft oder meinem Ausflugsziel? Fall nein, gibt es Alternativen? Wie weit ist es von dort zum nächsten Bahnhof oder zur nächsten Bushaltestelle und wie ist der Name (wichtig für eine Fahrplanauskunft)? Welche Linien fahren von dort ab? Wie hoch ist der Fahrpreis und gibt es Ermäßigungen?

Als größtes Hindernis erweist sich dabei die Informationsbeschaffung. Zwar gibt es die Internetseiten und die telefonische Fahrplanauskunft des VBB für den ÖPNV. Über andere touristisch interessante Mobilitätsangebote kann man sich wiederum in Info-Flyern und Broschüren oder auf deren Internetseiten informieren. Aber in der Regel ist der Gast gezwungen, sich die benötigten Informationen aktiv zu organisieren, z.B. in der örtlichen Touristinfo oder im Internet. Dabei muss er genau wissen, wonach er sucht und wo er nachzuschauen bzw. nachzufragen hat. Die direkten Ansprechpartner des Gastes hingegen, nämlich das Personal in den Beherbergungsbetrieben, den Touristinfos und den touristischen Einrichtungen, können nicht selten keine oder nur unvollständige Auskünfte zum Mobilitätsangebot bieten.

Vor diesem Hintergrund soll ein „Mobilitätsinformationspaket“ für eine Tourismusregion zusammengestellt werden, das alle wichtigen Informationen zu touristisch interessanten Verkehrsangeboten in übersichtlicher Form bündelt.

(2) Akteure einbinden und vernetzen

Die Initiative für ein regionales Mobilitätsinformationspaket kann sowohl vom regionalen Tourismusverband als auch von den Mobilitätsanbietern ausgehen, die ihre Angebote bekannt machen und vermarkten wollen. Es empfiehlt sich, eine Projektgruppe zu bilden, in der sich die genannten Partner miteinander vernetzen und der die Steuerung des Projekts obliegt.

- Örtliche Bahn- und Busunternehmen
- Taxiunternehmen/-verband
- weitere wichtige Mobilitätsanbieter (z.B. Betreiber der Fahrgastschifffahrt, Fahrradverleiher)
- regionaler Tourismusverband

Bei Bedarf lassen sich zusätzliche Partner in die Projektgruppe integrieren. Darüber hinaus sind weitere Akteure aus den Bereichen Mobilität und Tourismus einzubinden, die Informationen und konkrete Zuarbeiten für das Informationspaket bereitstellen oder fachlich unterstützen:

- VBB
- sonstige Mobilitätsanbieter
- örtliche Touristinfo bzw. Tourismusverein
- Tourismusanbieter
- Sonstige

(3) Zielgruppe bestimmen

Zielgruppen eines Mobilitätsinformationspakets sind

- die Gäste und Besucher einer Tourismusregion,
- alle direkten Ansprechpartner der Gäste im Bereich Tourismus (u.a. örtliche Touristinfo, Beherbergungsbetriebe, Tourismusanbieter) sowie
- alle direkten Ansprechpartner der Gäste im Bereich Mobilität (u.a. Fahr- und Begleitpersonal der Verkehrsunternehmen, Taxifahrer, Personal in örtlichen Mobilitätszentralen).

(4) Nachfragepotenziale abschätzen

Die oben genannten Zielgruppen bestimmen das Nachfragepotenzial des Mobilitätsinformationspakets. Die Potenzialabschätzung wird benötigt, um entscheiden zu können, wie viele Druckausfertigungen benötigt werden. Hierzu ist für jede Zielgruppe überschlägig die Zahl der Personen abzuschätzen, für die das Mobilitätsinformationspaket verfügbar sein soll. Dies kann beispielsweise wie folgt aussehen:

- eine Druckausfertigung je Übernachtungsgast in den Beherbergungsbetrieben (je Zimmer und zusammenhängender Übernachtung)
- ausreichende Zahl von Druckausfertigungen für die Auslage in den örtlichen Touristinfos
- eine Druckausfertigung für das Fahr- und Servicepersonal der Verkehrsunternehmen und der sonstigen Mobilitätsanbieter
- begrenzte Zahl von Druckausfertigungen zur Auslage in gut erreichbaren und/oder besucherstarken touristischen Einrichtungen

Ausschlaggebend für die Anzahl der Druckausfertigungen sind auch die gewünschte Druckqualität und das verfügbare Finanzierungsbudget. Da aber sowohl ein Nachdruck jederzeit möglich ist und das Mobilitätsinformationspaket als PDF-Datei zusätzlich zum Download im Internet angeboten werden kann, bestehen praktisch keine Mengenrestriktionen.

(5) Inhalte des Mobilitätsinformationspakets festlegen

Das Mobilitätsinformationspaket enthält Informationen zu allen touristisch wichtigen Mobilitätsangeboten in der Region (möglichst auch für die An- und Abreise) in einer für Gäste und Besucher nutzergerechten Form der Darstellung. Hierzu gehören:

- Fahrpläne der Bus- und Bahnlinien in der Region, die unter touristischen Gesichtspunkten relevant sind, auch von alternative Bedienungsangeboten
- Liniennetzplan des ÖPNV mit touristischen Zielpunkten
- Vorgehensweise bei der Rufbusbestellung mit Angaben zu Voranmeldezeiten sowie Telefonnummern bzw. E-Mail-Adressen für die Fahrtwunschanmeldung
- Kontaktdaten und Internetseite des VBB
- (ggf. Kontaktdaten und Internetseite der örtlichen Verkehrsunternehmen, soweit nicht über die Internetseite des VBB abgedeckt)
- Fahrpläne der Fahrgastschiffahrt
- Standorte und Kontaktdaten von Fahrradverleihern
- Kontaktdaten der Taxiunternehmen
- Angaben zu Verknüpfungspunkten und der Anschlusssituation zwischen unterschiedlichen Mobilitätsangeboten
- Informationen zur Erreichbarkeit touristisch bedeutsamer Ziele in der Region (u.a. Angaben zum nächstgelegenen Bahnhof/Haltestelle und den dort verkehrenden Bahn-/Buslinien)
- Bedingungen und Kosten der Fahrradmitnahme in den verschiedenen Verkehrsmitteln
- Touristisch relevante Tarifinformationen, möglichst mit Preisbeispielen für ausgewählte Relationen (z.B. Ferienort <-> touristisches Ziel)
- Tourenvorschläge für Unternehmungen in der Region unter Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel
- ggf. „Schnupperticket“ für den ÖPNV oder ein anderes Mobilitätsangebot (z.B. Leihfahrrad) begeben

(6) Finanzierung sichern

Einfache und preisgünstige Lösungen sind in diesem Fall zu bevorzugen. Daher sollten möglichst bereits vorliegende Informationsmaterialien verwendet werden. Ein aufwändiges und teures Layout ist nicht unbedingt notwendig, auch wenn eine Veröffentlichung unter dem Corporate Design der Tourismusregion förderlich ist. Eine lose Blattsammlung kann aber bereits ausreichend sein.

Kosten fallen an für das Zusammentragen der Informationen, für die Gestaltung des Informationspaketes und vor allem für die Druckausfertigungen.

Es bietet sich eine Mischfinanzierung unter Beteiligung mehrerer Akteure an. Hier kommen vor allem jene Akteure in Betracht, die ihre Angebote und Dienstleistungen mit dem Mobilitätsinformationspaket vermarkten wollen, z.B. Mobilitätsanbieter und regionaler Tourismusverband. Die Finanzierung kann aus den jeweiligen Marketingbudgets erfolgen. Zusätzlich können Sponsoren gewonnen werden, z.B. touristische Einrichtungen, Hotels und Gaststätten usw.

Darüber hinaus sollte geprüft werden, ob Fördermittel aus regionalen Struktur- oder Tourismusfonds zur Verfügung stehen.

(7) Vermarktung planen

Das Mobilitätsinformationspaket ist in diesem Fall selbst ein Vermarktungsinstrument. Festzulegen ist, nach welchem Schlüssel die Druckausfertigungen verteilt werden und auf welchen Internetseiten die elektronische Version (PDF-Datei) eingebunden werden soll. Dies sollte in jedem Fall auf den Internetseiten der TMB, des regionalen Tourismusverbands sowie der touristischen Leistungsträger und der Mobilitätsanbieter in der Region erfolgen. Zusätzlich kann das Informationspaket als Beilage oder Abdruck (auch auszugsweise) in der Gästezeitung erscheinen.

Es bietet sich auch an, spezielle Mobilitätsschulungen für alle direkten Ansprechpartner der Gäste während ihres Aufenthalts auf Basis des Informationspakets durchzuführen. Eine solche Schulung richtet sich gezielt an das Servicepersonal in den Beherbergungsbetrieben und den touristischen Informationsstellen sowie das Fahrpersonal der Mobilitätsanbieter. Im Fokus der Schulung sollte die Vermittlung des Spektrums der verschiedenen Mobilitätsangebote stehen, um so ein Bewusstsein für die Möglichkeiten öffentlicher Mobilität in der Tourismusregion zu schaffen.

(8) Erfolgskontrolle durchführen

Wichtig ist eine kontinuierliche Aktualisierung der Daten und Informationen zum Mobilitätsangebot.

Um feststellen zu können, ob die Form des Informationspakets dem Bedarf entspricht, sollten die Meinungen und Reaktionen der Gäste eingefangen und ausgewertet werden, z.B. über das Personal mit Gästekontakt in Beherbergungsbetrieben, Touristinfos und den verschiedenen Verkehrsmitteln. Dies kann durch Fragen zum Mobilitätsinformationspaket in allgemeinen Gästebefragungen ergänzt werden. Wichtig sind in diesem Zusammenhang auch Verbesserungsvorschläge der Touristen.

7 Weiterführende Informationen und Ansprechpartner

7.1 Weiterführende Literatur

BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR-, BAU- UND STADTENTWICKLUNG (Hrsg.) (2009): Handbuch zur Planung flexibler Bedienungsformen im ÖPNV. Bonn.
Online verfügbar unter: www.bbsr.bund.de

DIENEL, H., SCHMITHALS, J. (Hrsg.) (2004): Handbuch Eventverkehr. Planung, Gestaltung, Arbeitshilfen. Berlin.

FORSCHUNGSGESELLSCHAFT FÜR STRASSEN- UND VERKEHRSWESEN (FGSV) (1998): Öffentlicher Personennahverkehr – umweltfreundlicher Freizeit- und Fremdenverkehr. Köln.

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND EUROPAANGELEGENHEITEN DES LANDES BRANDENBURG (Hrsg.) (2011): Tourismuskonzeption Brandenburg 2011 – 2015. Potsdam

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT DES LANDES BRANDENBURG (Hrsg.) (2008): Leitfaden Naturtourismus. Potsdam.

MINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT, FORSCHUNG UND KULTUR DES LANDES BRANDENBURG (Hrsg.) (2005): Leitfaden Kulturtourismus in Brandenburg. Potsdam.

VERKEHRSVERBUND BERLIN BRANDENBURG GMBH (VBB) (2008): Handbuch Alternative Bedienung im Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg. Berlin.
Online verfügbar unter: www.VBB.de

VERKEHRSVERBUND BERLIN BRANDENBURG GMBH (VBB) (2012): Handbuch Bürgerbus. Berlin.
Online verfügbar unter: www.VBB.de

MINISTERIUM FÜR INFRASTRUKTUR UND LANDWIRTSCHAFT (2007): ÖPNV-Finanzierung im Land Brandenburg – Leitfaden für kommunale Aufgabenträger. Potsdam
Online verfügbar unter: www.mil.brandenburg.de

7.2 Internet-Links

www.reiseland-brandenburg.de	Homepage der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH
www.VBB.de	VBB Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg mit der elektronischen Fahrplanauskunft VBB-Fahrinfo
www.mil.brandenburg.de	Ministerium für Infrastruktur und Landwirtschaft des Landes Brandenburg
www.lbv.brandenburg.de	Landesamt für Bauen und Verkehr
www.eler.brandenburg.de	Informationen zum Programm des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (E-LER) für das Land Brandenburg

7.3 Ansprechpartner

Verkehrsverbund

VBB Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg GmbH

Hardenbergplatz 2
10623 Berlin
Tel.: 030 25 41 41 41
E-Mail: info@VBB.de
Internet: www.VBB.de

Landkreise

Landkreis Barnim

Am Markt 1
16225 Eberswalde
Tel.: 03334 214-0
Fax: 03334 214-1192
E-Mail: kreisverwaltung@barnim.de
Internet: www.barnim.de

Stadt Cottbus

Neumarkt 5
03046 Cottbus
(Postfach: 10 12 35, 03012 Cottbus)
Tel.: 0355 612-0
Fax: 0355 612-3303
E-Mail: info@cottbus.de
Internet: www.cottbus.de

Landkreis Elbe-Elster

Ludwig-Jahn-Straße 2
04916 Herzberg (Elster)
Tel.: 03535 46-0
Fax: 03535 3133
E-Mail: pressestelle@lkee.de
Internet: www.lkee.de

Landkreis Havelland

Platz der Freiheit 1
14712 Rathenow
Tel.: 03385 551-0
Fax: 03385 551-1555
E-Mail: landkreis@havelland.de
Internet: www.havelland.de

Stadt Brandenburg an der Havel

Altstädtischer Markt 10
14770 Brandenburg an der Havel
Tel.: 03381 58-0
Fax: 03381 58-7074
E-Mail: info@stadt-brandenburg.de
Internet: www.stadt-brandenburg.de

Landkreis Dahme-Spreewald

Reutergasse 12
15907 Lübben (Spreewald)
Tel.: 03546 20-0
Fax: 03546 20-1256
E-Mail: post@dahme-spreewald.de
Internet: www.dahme-spreewald.de

Stadt Frankfurt (Oder)

Marktplatz 1
15230 Frankfurt (Oder)
Tel.: 0335 552-0
Fax: 0335 552-1313
E-Mail: stadt@frankfurt-oder.de
Internet: www.frankfurt-oder.de

Landkreis Märkisch-Oderland

Puschkinplatz 12
15306 Seelow
Tel.: 03346 850-0
Fax: 03346 420
E-Mail: buero_landrat@landkreismol.de
Internet: www.maerkisch-oderland.de

Landkreis Oberhavel

Adolf-Dechert-Straße 1
16515 Oranienburg
Tel.: 03301 601-0
Fax: 03301 601-111
E-Mail: info@oberhavel.de
Internet: www.oberhavel.de

Landkreis Oder-Spree

Breitscheidstraße 7
15848 Beeskow
Tel.: 03366 35-0
Fax: 03366 35-1111
E-Mail: buero.landrat@l-os.de
Internet: www.landkreis-oder-spree.de

Stadt Potsdam

Landeshauptstadt Potsdam
Friedrich-Ebert-Straße 79-81
14469 Potsdam
Tel.: 0331 289-0
Fax: 0331 289-1155
E-Mail: poststelle@rathaus.potsdam.de
Internet: www.potsdam.de

Landkreis Prignitz

Berliner Straße 49
19348 Perleberg
Tel.: 03876 713-0
Fax: 03876 713-214
E-Mail: info@lkprignitz.de
Internet: www.landkreis-prignitz.de

Landkreis Teltow-Fläming

Am Nuthefließ 2
14943 Luckenwalde
Tel.: 03371 608-0
Fax: 03371 608-9000
E-Mail: poststelle@teltow-flaeming.de
Internet: www.teltow-flaeming.de

Landkreis Oberspreewald-Lausitz

Dubinaweg 1
01968 Senftenberg
(Postfach: 10 00 64, 01956 Senftenberg)
Tel.: 03573 870-0
Fax: 03573 870-1010
E-Mail: pressestelle@osl-online.de
Internet: www.osl-online.de

Landkreis Ostprignitz-Ruppin

Virchowstraße 14-16
16816 Neuruppin
Tel.: 03391 688-0
Fax: 03391 3239
E-Mail: kreisverwaltung@o-p-r.de
Internet: www.ostprignitz-ruppin.de

Landkreis Potsdam-Mittelmark

Niemöllerstraße 1
14806 Bad Belzig
(Postfach: 11 38, 14801 Bad Belzig)
Tel.: 033841 91-0
Fax: 033841 91-218
E-Mail: info@potsdam-mittelmark.de
Internet: www.potsdam-mittelmark.de

Landkreis Spree-Neiße

Heinrich-Heine-Straße 1
03149 Forst (Lausitz)
(Postfach: 10 01 36, 03141 Forst (Lausitz))
Tel.: 03562 986-0
Fax: 03562 986-11089
E-Mail: info@lkspn.de
Internet: www.landkreis-spree-neisse.de

Landkreis Uckermark

Karl-Marx-Straße 1
17291 Prenzlau
Tel.: 03984 70-0
Fax: 03984 70-1399
E-Mail: landkreis@uckermark.de
Internet: www.landkreis.uckermark.de

Ministerien, Landesamt, Industrie- und Handelskammern

Ministerium für Infrastruktur und Landwirtschaft

Henning-von-Tresckow-Straße 2 - 8
14467 Potsdam
(Postfach 60 11 61, 14411 Potsdam)
Tel.: 0331 866-0
Fax: 0331 866-8368
E-Mail: poststelle@mil.brandenburg.de
Internet: www.mil.brandenburg.de

Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten des Landes Brandenburg

Heinrich-Mann-Allee 107
14473 Potsdam
Tel.: 0331 866-0
Fax: 0331 866-1533
E-Mail: poststelle@mwe.brandenburg.de
Internet: www.mwe.brandenburg.de

Landesamt für Bauen und Verkehr
Lindenallee 51
15366 Hoppegarten
Tel.: 03342 4266-0
Fax: 03342 4266-7601
E-Mail: Poststelle@LBV.Brandenburg.de
Internet: www.lbv.brandenburg.de

**Industrie- und Handelskammer (IHK)
Ostbrandenburg**
Puschkinstraße 12 b
15236 Frankfurt (Oder)
Tel.: 0335 5621-0
Fax: 0335 5621-1196
E-Mail: info@ihk-ostbrandenburg.de
Internet: www.ihk-ostbrandenburg.de

Tourismusverbände

**TMB Tourismus-Marketing Brandenburg
GmbH**
Am Neuen Markt 1
14467 Potsdam
Tel.: 0331 29873-0
Fax: 0331 29873-73
E-Mail: tmb@reiseland-brandenburg.de
Internet www.reiseland-brandenburg.de

Tourismusverband Dahme-Seen e.V.
Bahnhofsvorplatz 5
15711 Königs Wusterhausen
Tel.: 03375 2520 -0
Fax: 03375 2520 -11
E-Mail: info@dahme-seen.de
Internet: www.dahme-seen.de

Tourismusverband Fläming e.V.
Küstergasse 4
14547 Beelitz
Tel.: 033204 62 87 -0
Fax: 033204 6287-61
E-Mail: info@reiseregion-flaeming.de
Internet: www.reiseregion-flaeming.de

**Tourismusverband
Seenland Oder-Spree e.V.**
Ulmenstraße 15,
15526 Bad Saarow
Tel.: 033631 868100
Fax: 033631 868102
E-Mail: info@seenland-os.de
Internet: www.seenland-os.de

Tourismusverband Ruppiner Seenland e.V.
Fischbänkenstr. 8
16818 Neuruppin
Tel.: 03391 65 96 30
Fax: 03391 35 79 07
E-Mail: info@ruppiner-reiseland.de
Internet: www.ruppiner-reiseland.de

Industrie- und Handelskammer (IHK) Cottbus
Goethestraße 1
03046 Cottbus
Tel.: 0355 365-0
Fax: 0355 365-266
E-Mail: ihkcb@cottbus.ihk.de
Internet: www.cottbus.ihk.de

**Industrie- und Handelskammer (IHK)
Potsdam**
Breite Straße 2 a – c
14467 Potsdam
(Postfach: 60 08 55, 14408 Potsdam)
Tel.: 0331 2786-0
Fax: 0331 2786-111
E-Mail : info@potsdam.ihk.de
Internet: www.potsdam.ihk24.de

Landestourismusverband Brandenburg e.V.
Fischbänkenstraße 8
16816 Neuruppin
Tel: 03391 402600
Fax: 03391 402633
E-Mail: info@ltv-brandenburg.de
Internet: www.ltv-brandenburg.de

Tourismusverband Elbe-Elster e.V.
Markt 20
04924 Bad Liebenwerda
Tel.: 035341 30652
Fax: 035341 12672
E-Mail: info@elbe-elster-land.de
Internet: www.elbe-elster-land.de

Tourismusverband Havelland e.V.
Schloss Ribbeck
Theodor-Fontane-Str. 10
14641 Nauen, OT Ribbeck
Tel.: 033237 859030
Fax: 033237 859040
E-Mail: info@havelland-tourismus.de
Internet: www.havelland-tourismus.de

Tourismusverband Niederlausitzer Land e.V.
Nonnengasse 1 / Kulturkirche
15926 Luckau
Tel.: 03544 30 50
Fax: 03544 50 82 76
E-Mail: mail@niederlausitz.com
Internet: www.niederlausitz.com

Tourismusverband Spreewald e.V.
OT Raddusch, Lindenstr. 1
03226 Vetschau
Tel.: 035433 722 99
Fax: 035433 722 28
E-Mail: toruismus@spreewald.de
Internet: www.spreewald.de

Tourismusverband Uckermark e.V.
Geschäftsstelle
Stettiner Straße 19
17291 Prenzlau
Tel.: 03984 83 58 84
Fax: 03984 83 58 85
E-Mail: info@tourismus-uckermark.de
Internet: www.tourismus-uckermark.de

Tourismusverband Prignitz e.V.
Großer Markt 4
19348 Perleberg
Tel.: 03876 30 74 19 20
Fax: 03876 30 74 19 29
E-Mail: info@dieprignitz.de
Internet: www.dieprignitz.de

**WITO – Wirtschafts- und Tourismusedwick-
lungsgesellschaft mbH des Landkreises
Barnim**
Alfred-Nobel-Str. 1
16225 Eberswalde
Tel.: 03334 59100
Fax: 03334 59 222
E-Mail: info@barnimerland.de
Internet: www.barnimerland.de

Potsdam Tourismus Service (PTS)
Am Neuen Markt 1
14467 Potsdam
Tel.: 0331 2755 88 99
Fax: 0331 2755 829
E-Mail: tourismus-service@potsdam.de
Internet: www.potsdamtourismus.de

8 Nahverkehrsunternehmen

DB Regio AG – Regio Nordost
Babelsberger Straße 18
14473 Potsdam

NEB Betriebsgesellschaft mbH
Georgenstr. 22
10117 Berlin

S-Bahn Berlin GmbH
Elisabeth-Schwarzhaupt-Platz 1
10115 Berlin

Arno Reich GmbH
Grünaer Weg 10
14913 Jüterbog

Barnimer Busgesellschaft mbH
Poratzstr. 68
16225 Eberswalde

Busverkehr Märkisch-Oderland GmbH
Ernst-Thälmann-Straße 71
15344 Strausberg

Busverkehr Gerd Schmidt
Altmarkt 02
01990 Ortrand

Fritz Behrendt OHG
Kaltenhausen 51
14797 Kloster Lehnin

Havelbus Verkehrsgesellschaft mbH
Johannsenstraße 12 – 17
14482 Potsdam

Lehmann Reisen GmbH
Heinrich-Zille-Str. 21
04895 Falkenberg (Elster)

Oberhavel Verkehrsgesellschaft mbH
Annahofer Str. 1a
16515 Oranienburg

Eisenbahngesellschaft Potsdam mbH
Am Luftschiffhafen 1
14471 Potsdam

ODEG - Ostdeutsche Eisenbahn GmbH
Bahnhof 1
19370 Parchim

Berliner Verkehrsbetriebe BVG
Holzmarktstraße 15-17
10179 Berlin

Busverkehr Oder-Spree GmbH
James-Watt-Str. 4
15517 Fürstenwalde

Cottbusverkehr GmbH
Walther-Rathenau-Straße 38
03044 Cottbus

**Günter Anger Güterverkehrs GmbH & Co.
Omnibusvermietung KG**
Am Friedrichspark 11
14476 Potsdam / OT Marquardt

Herz-Reisen GmbH
Thomas-Müntzer-Straße 6 a
15806 Zossen

Neißeverkehr GmbH
Dubrauweg 47
03172 Guben

Omnibusbetrieb Obst
Bahnhofstr. 25
04924 Bad Liebenwerda

Omnibusbetrieb Gustav Wetzel

Kietzstr. 7
14822 Planebruch OT Cammer

Omnibusunternehmen Hans-Hermann Lange

Wiesenburger Str. 3
14828 Görzke

Ostprignitz-Ruppiner Personennahverkehrsgesellschaft mbH

Perleberger Str. 64
16866 Kyritz

Sabinchen Touristik GmbH

Großstr. 17
14929 Treuenbrietzen

Stadtverkehrsgesellschaft mbH Frankfurt (Oder)

Böttnerstr. 1
15232 Frankfurt (Oder)

Südbrandenburger Nahverkehrs GmbH

Spremberger Str. 23
01968 Senftenberg

Verkehrsbetriebe Brandenburg an der Havel GmbH

Upstallstr. 18
14772 Brandenburg a.d.H.

Verkehrsgesellschaft Oberspreewald-Lausitz mbH

Roßkaupe 6
01968 Senftenberg

Verkehrsgesellschaft Teltow-Fläming mbH

Forststraße 16
14943 Luckenwalde

ViP Verkehrsbetrieb Potsdam GmbH

Fritz-Zubeil-Str. 96
14482 Potsdam

Omnibuscenter LEO REISEN

Am Telering 7
03051 Cottbus Gallinchen

Omnibusverkehr Armin Glaser

Klepziger Feldstr. 52
14827 Wiesenburg/Mark

Regionale Verkehrsgesellschaft Dahme-Spreewald mbH

Nissanstr. 7
15926 Luckau

Schöneicher-Rüdersdorfer Straßenbahn GmbH

Dorfstraße 15
15566 Schöneiche

Strausberger Eisenbahn GmbH

c/o Stadtwerke Strausberg GmbH
Kastanienallee 38
15344 Strausberg

Uckermärkische Verkehrsgesellschaft mbH

Steinstr. 5
16303 Schwedt (Oder)

Verkehrsgesellschaft Belzig mbH

Brücker Landstr. 22
14806 Bad Belzig

Verkehrsgesellschaft Prignitz mbH

Wilsnacker Straße 48
19348 Perleberg

VerkehrsManagement Elbe-Elster GmbH

Nach dem Horst 43
03238 Finsterwalde

Woltersdorfer Straßenbahn GmbH

Vogelsdorfer Straße 1
15569 Woltersdorf

9 Glossar

Daseinsvorsorge:	Bereitstellung der für das menschliche Dasein als notwendig erachteten Güter und Leistungen. Regionalisierungsgesetz § 1 Abs. 1: Die Sicherstellung einer ausreichenden Bedienung der Bevölkerung mit Verkehrsleistungen im Öffentlichen Personennahverkehr ist eine Aufgabe der Daseinsvorsorge.
Linienverkehr (konventionell)	ÖPNV-Linienverkehr mit festem Fahrplan und einer festen Abfolge von Haltestellen.
Mobilitätsbedürfnis	Bedürfnis nach Ortsveränderung zur Befriedigung bestimmter Fahrt- und Wegezwecke.
notwendige Voranmeldezeit	Der Fahrgast muss seinen Fahrtwunsch vor Fahrtantritt anmelden. Die Anmeldezeit ist durch den Betreiber zu veröffentlichen.
Öffentlicher Personennahverkehr ÖPNV	Allgemein zugängliche Beförderung von Personen mit Verkehrsmitteln im Linienverkehr nach dem Personenbeförderungsgesetz. Umfasst den Schienenpersonennahverkehr (SPNV) und den öffentlichen Straßenpersonennahverkehr (ÖSPV).
ÖSPV	Öffentlicher Straßenpersonennahverkehr, einschließlich Straßenbahnverkehr und städtischem U-Bahnverkehr
Personenbeförderungsgesetz (PBefG)	Aus § 1 Abs. 1: Den Vorschriften dieses Gesetzes unterliegt die entgeltliche oder geschäftsmäßige Beförderung von Personen mit Straßenbahnen, mit Oberleitungsbussen (Obussen) und mit Kraftfahrzeugen.
SPNV	Schienenpersonennahverkehr der Eisenbahnverkehrsunternehmen

Anhang 1: Reisegebiete im Land Brandenburg

Anhang 1: Reisegebiete im Land Brandenburg

BRANDENBURG



Anhang 2: Reisegebiete und touristisches Themenmarketing im Land Brandenburg

Anhang 2: Reisegebiete und touristisches Themenmarketing im Land Brandenburg

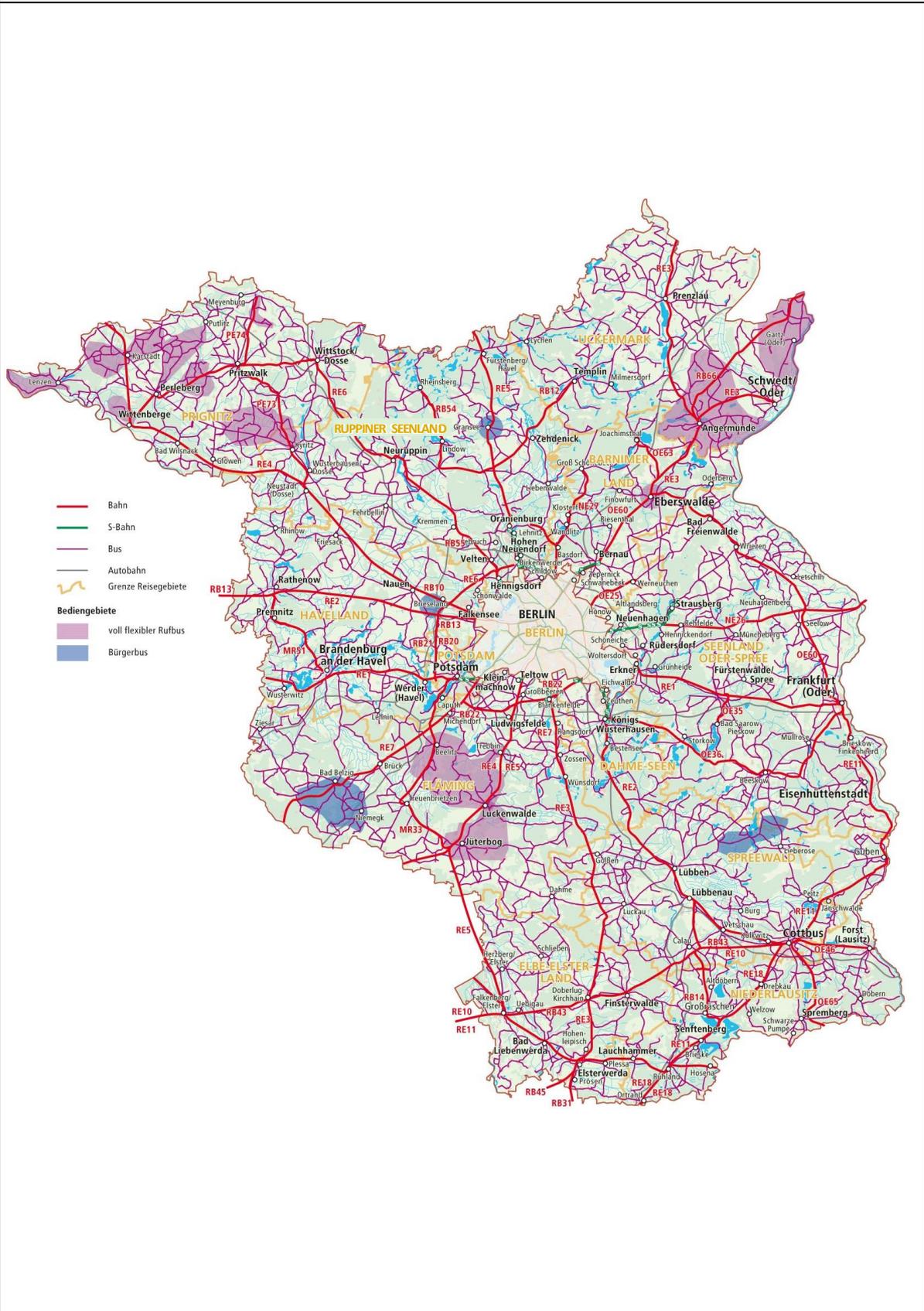
Reisegebiet	Regionale Schwerpunkte im Reisegebiet	Themenfelder + Relevanz						Themen- schwerpunkt
		Natur	Kultur	Städte	Erlebniswelt	Wellness/ Gesundheit	Kulinarik	
Barnimer Land	Chorin		**					Kultur
	Schorfheide, Barnimer Feldmark	**						Naturerlebnis
	Finowkanal, Werbellinsee	**						Wasser
Dahme-Seengebiet	Brand				*			Erlebniswelt
	Dahme-Heideseen	*						Naturerlebnis
	gesamtes Reisegebiet	***						Wasser
Elbe-Elster-Land	Bad Liebenwerda					**		Gesundheit
	gesamtes Reisegebiet	***						Radfahren
Fläming	Niederer Fläming, Jüterbog, Luckenwalde, Dahme				***			InlineSkating
	Jüterbog, Treuenbrietzen, Bad Belzig, Wiesenburg, Niemeck, Raben, Bunker- und Bücherstadt Wünsdorf		***					Kultur
	Hoher Fläming und Nuthe-Nieplitz	*						Radfahren
	Hoher Fläming	**						Wandern
	Werder, Caputh, Kloster Lehnin, Fischerdorf, Ketzin, Lilienthalgedenkstätte Stölln		**					Kultur
	Döberitzer Heide	*						Naturerlebnis
Havelland	Havelland- und Havel-Rundweg	***						Radfahren
Märkisch-Oderland	Moorheilbad Bad Freienwalde und Kneipp-Kurort Buckow					**		Gesundheit
	gesamtes Reisegebiet, Oderbruch	**						Naturerlebnis
	vor allem Oder-Neiße-Radweg, Oderbruch	***						Radfahren
Niederlausitz	Besucherbergwerk F60, Branitz, Bad Muskau, Plessa, Fürstlich Drehna, Raddusch, Kraftwerk Schwarze Pumpe		***					Kultur
	Gesamtes Reisegebiet, diverse Radrouten: Bergbautour, Spreeradweg, Oder-Neiße-Radweg, Fürst-Pückler-Weg	***						Radfahren
	Senftenberger See	***						Wasser
Seenland Oder-Spree	Thermal- und Moorheilbad Bad Saarow					**		Gesundheit
	Dahme-Heideseen	**						Naturerlebnis
	gesamtes Reisegebiet	***						Radfahren
	Scharmützelsee, Großer Müllroser See, Großer Storkower See, Oder, Spree	***						Wasser
Potsdam	Biosphäre				**			Erlebniswelt
	Babelsberg		**					Film
	Schlösser, Gärten und Parks		***					Kultur
	Potsdamer Havelseen	**						Wasser
	Kongresse und Tagungen			***				Tagung
Prignitz	Flusslandschaft Elbe, Burg Lenzen	***						Naturerlebnis
	Elberadweg, Bischofs- und Gänsetour	**						Radfahren
Ruppiner Seenland	Rheinsberg, Fürstenberg, Oranienburg, Neustadt (Dosse), Netzeband, Zegeleipark Mildenberg		***					Kultur
	Stechlin-Ruppiner Land, Westhavelland, Barnim	*						Naturerlebnis
	gesamtes Reisegebiet, vor allem Radweg Berlin-Kopenhagen	***						Radfahren
	gesamtes Reisegebiet	**						Wandern
	Havel, Rheinsberg, Fürstenberg	***						Wasser
Spreewald	vor allem Lübbenau und Lehde		***					Kultur
	Biosphärenreservat Spreewald	***						Naturerlebnis
	Gurkenradweg, Kranichtour	**						Radfahren
	gesamtes Reisegebiet	***						Wasser
Uckermark	Unteres Odertal, Schorfheide, Uckermärkische Seen	***						Naturerlebnis

Legende: *** sehr relevant ** relevant * weniger relevant

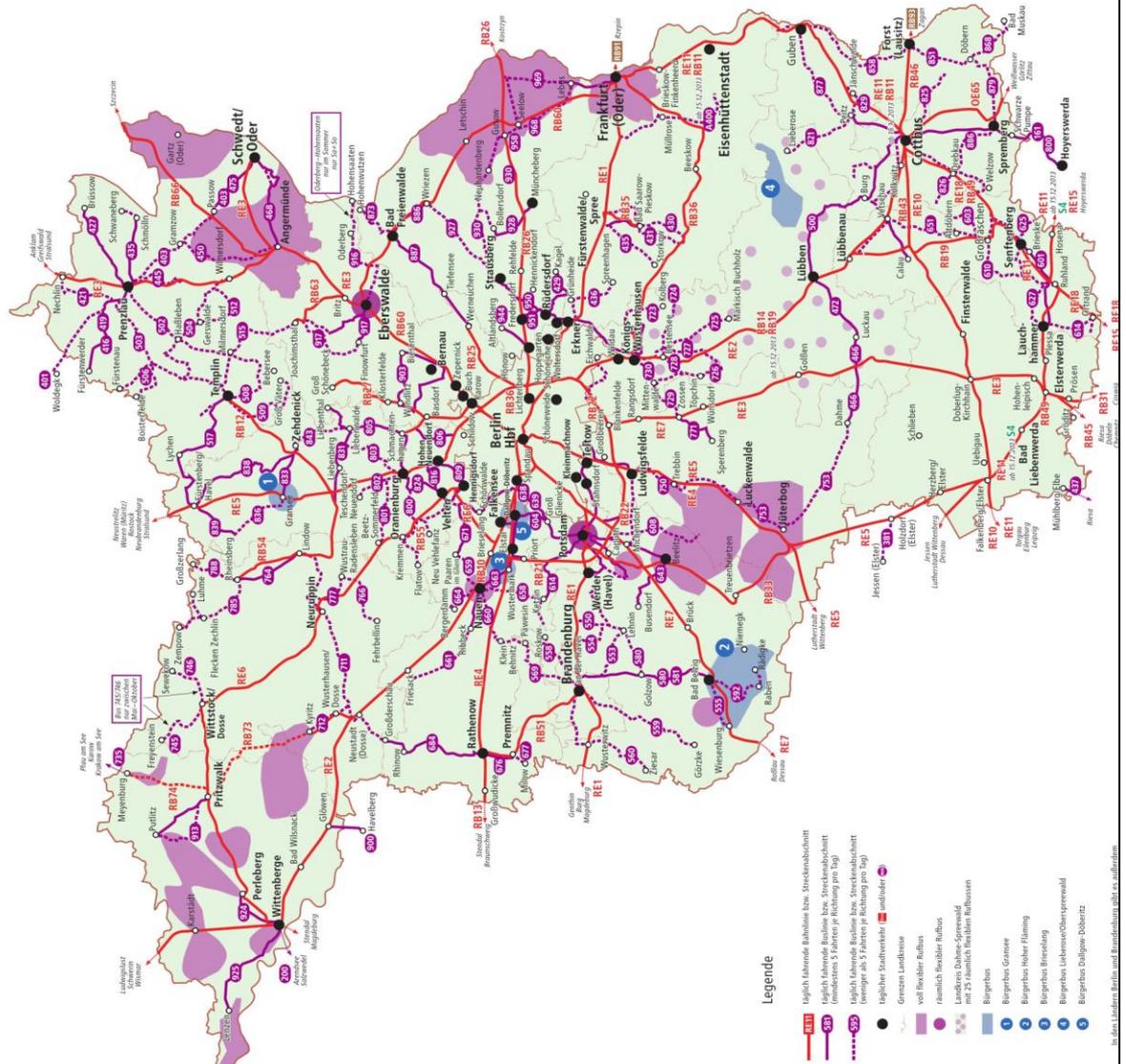
Anhang 3: Karten zum ÖPNV-Angebot im Land Brandenburg

- 3.1 Land Brandenburg – ÖPNV-Linienangebot Montag bis Freitag (Stand 2013)
- 3.2 Land Brandenburg – tägliches ÖPNV-Linienangebot (Stand 2013)
- 3.3 Reisegebiete Prignitz und Ruppiner Land
ÖPNV-Fahrtenangebot Montag bis Freitag (Stand 2013)
- 3.4 Reisegebiete Barnim und Uckermark
ÖPNV-Fahrtenangebot Montag bis Freitag (Stand 2013)
- 3.5 Reisegebiet Seenland Oder-Spree
ÖPNV-Fahrtenangebot Montag bis Freitag (Stand 2013)
- 3.6 Reisegebiete Dahme Seengebiet, Spreewald, Elbe-Elster und Niederlausitz
ÖPNV-Fahrtenangebot Montag bis Freitag (Stand 2013)
- 3.7 Reisegebiete Fläming, Havelland und Potsdam
ÖPNV-Fahrtenangebot Montag bis Freitag (Stand 2013)
- 3.8 Liniennetzkarte des Bahn-Regionalverkehrs Brandenburg und Berlin

Anhang 3.1: Land Brandenburg – ÖPNV-Linienangebot Montag bis Freitag (Stand 2013)

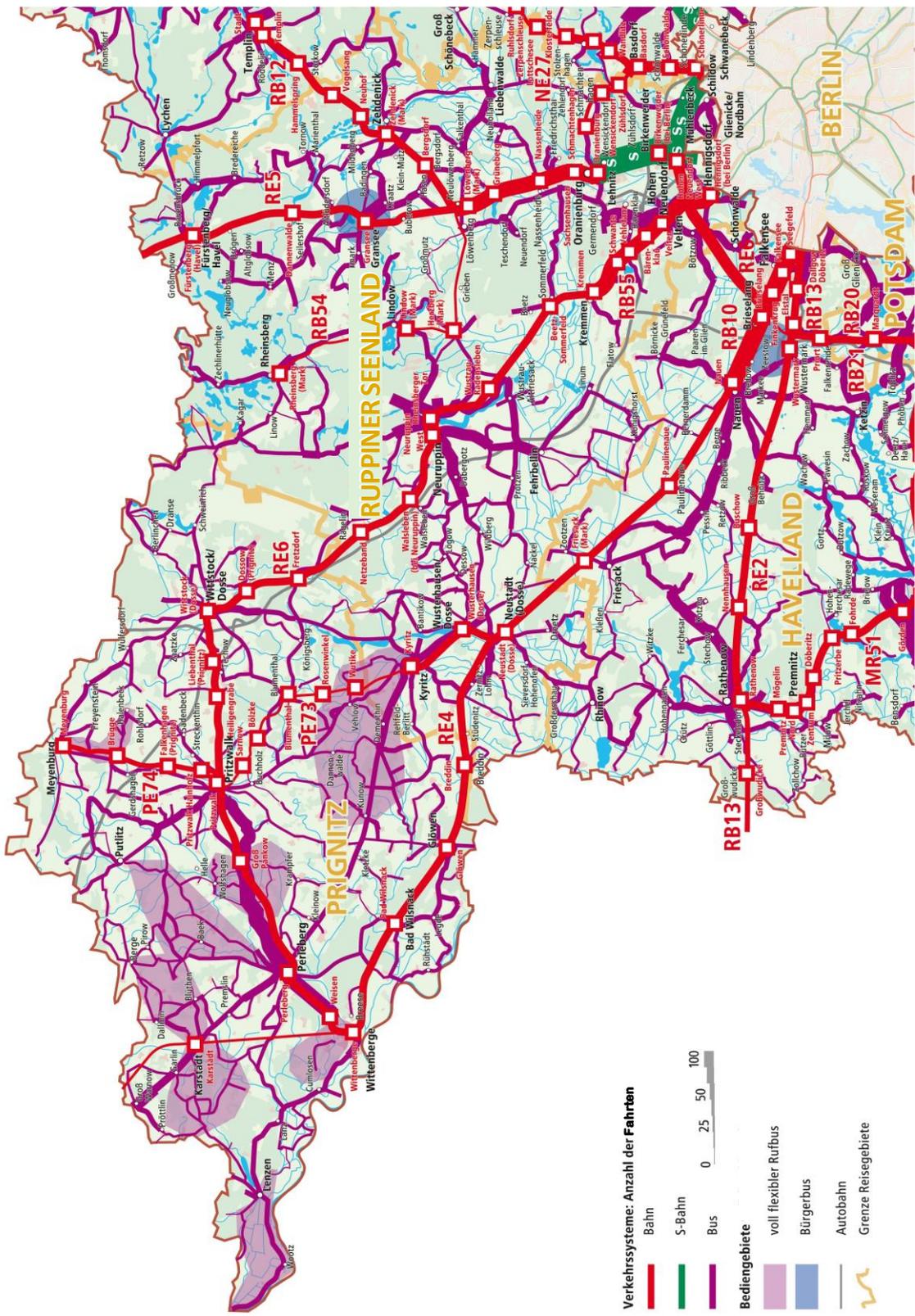


Anhang 3.2: Land Brandenburg – tägliches ÖPNV-Linienangebot (Stand 2013)

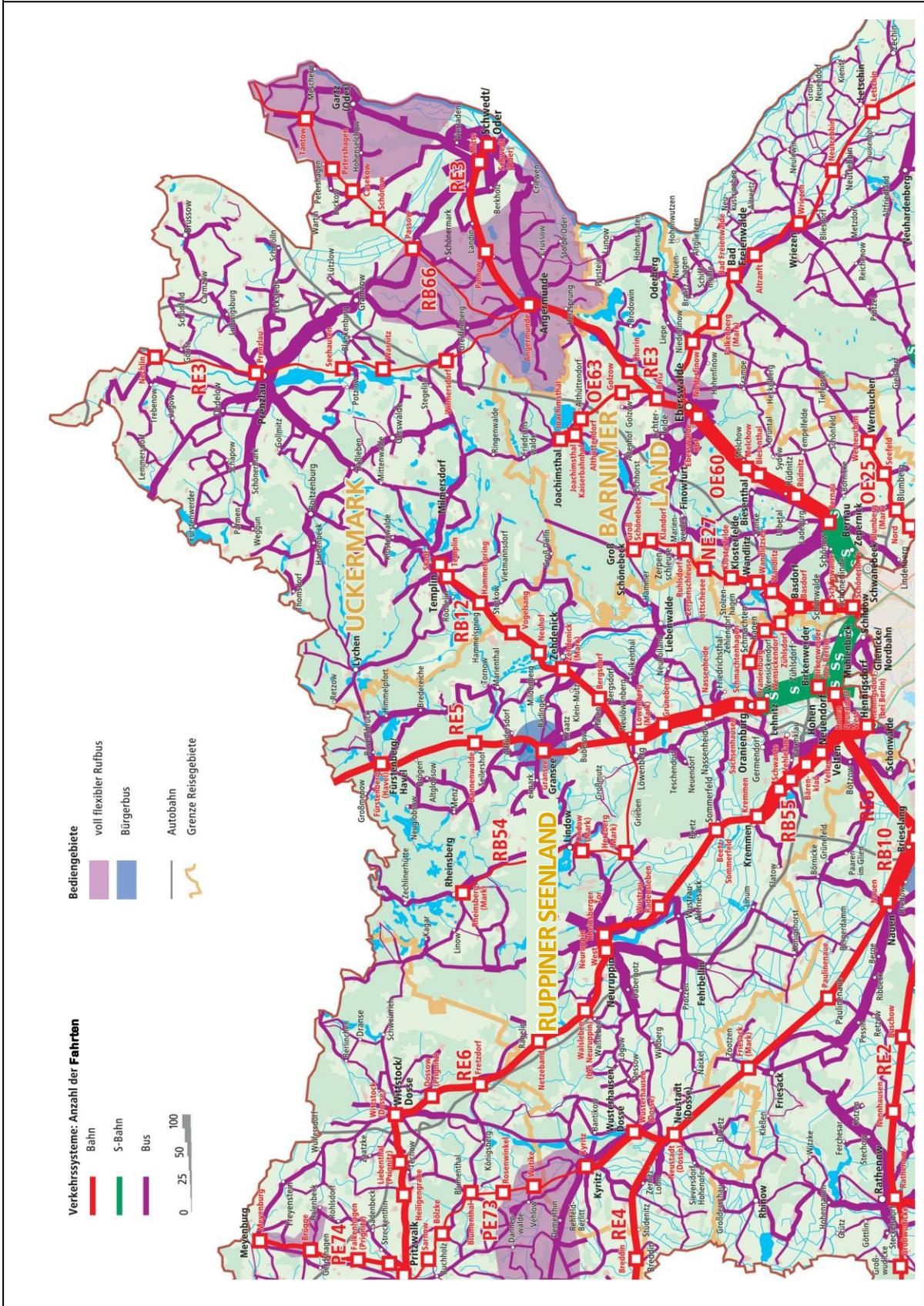


In den Landkreisen Berlin und Brandenburg gilt es außerdem:

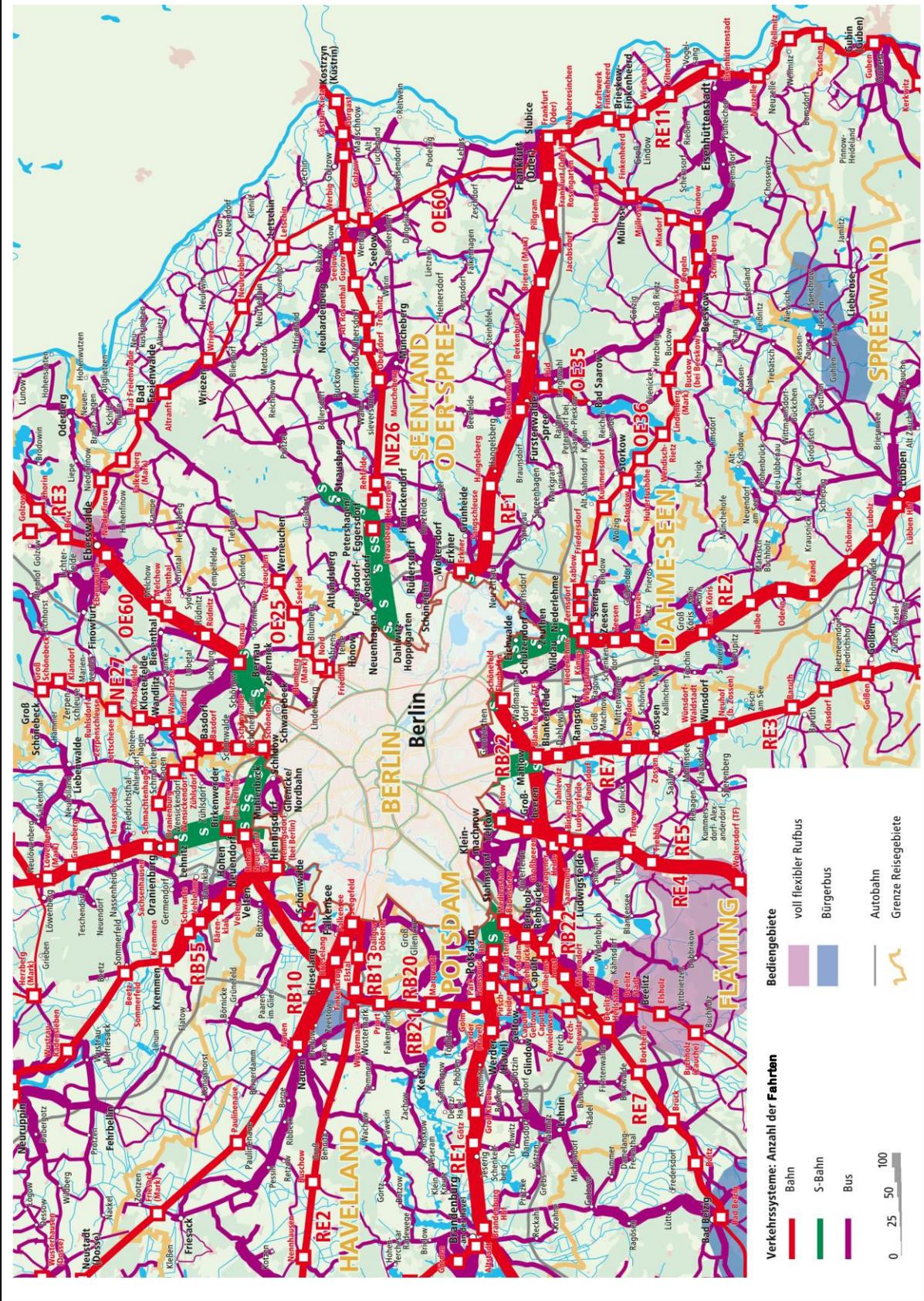
Anhang 3.3: Reisegebiete Prignitz und Ruppiner Land ÖPNV-Fahrtenangebot Montag bis Freitag (Stand 2013)



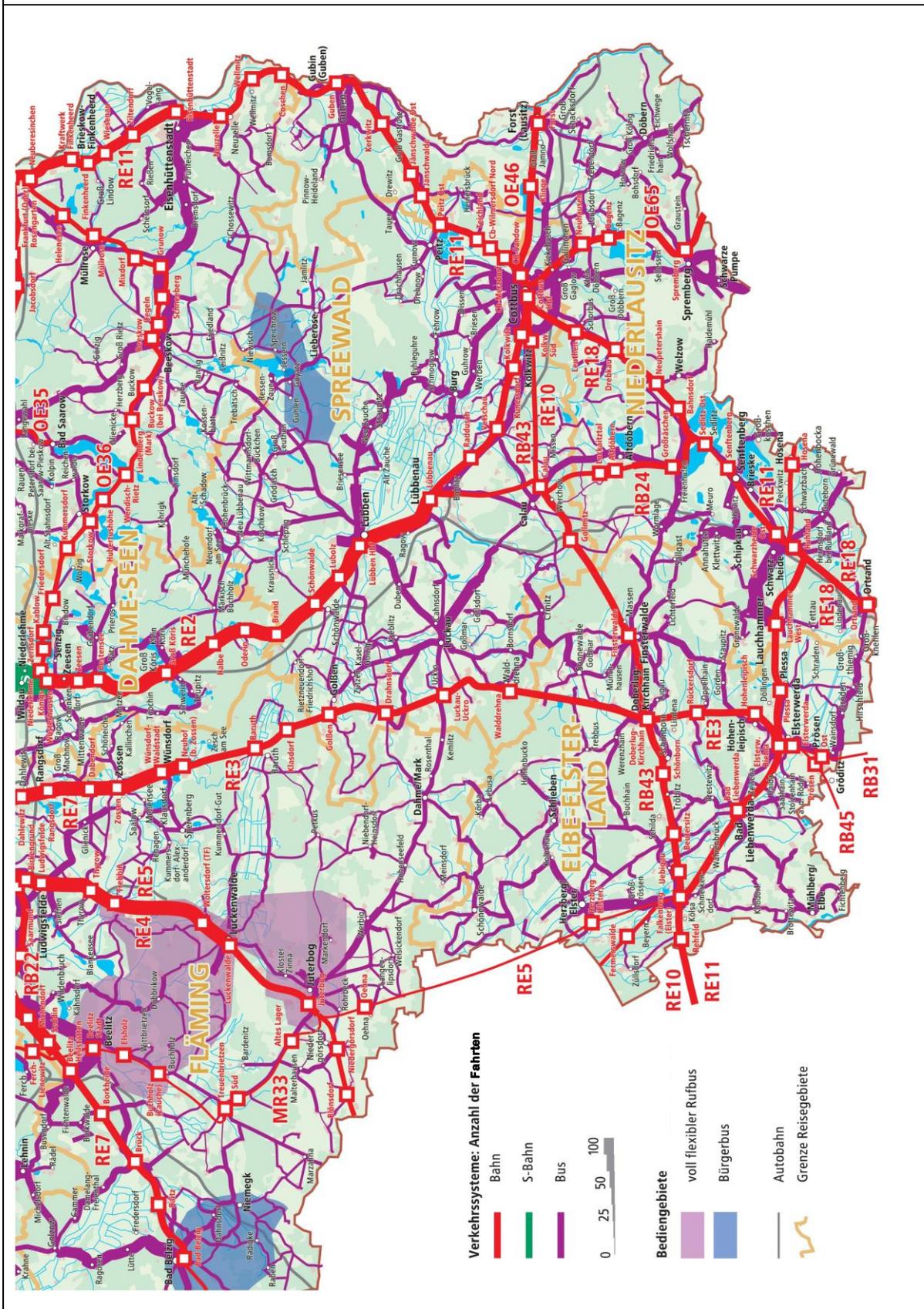
**Anhang 3.4: Reisegebiete Barnim und Uckermark
ÖPNV-Fahrtenangebot Montag bis Freitag (Stand 2013)**



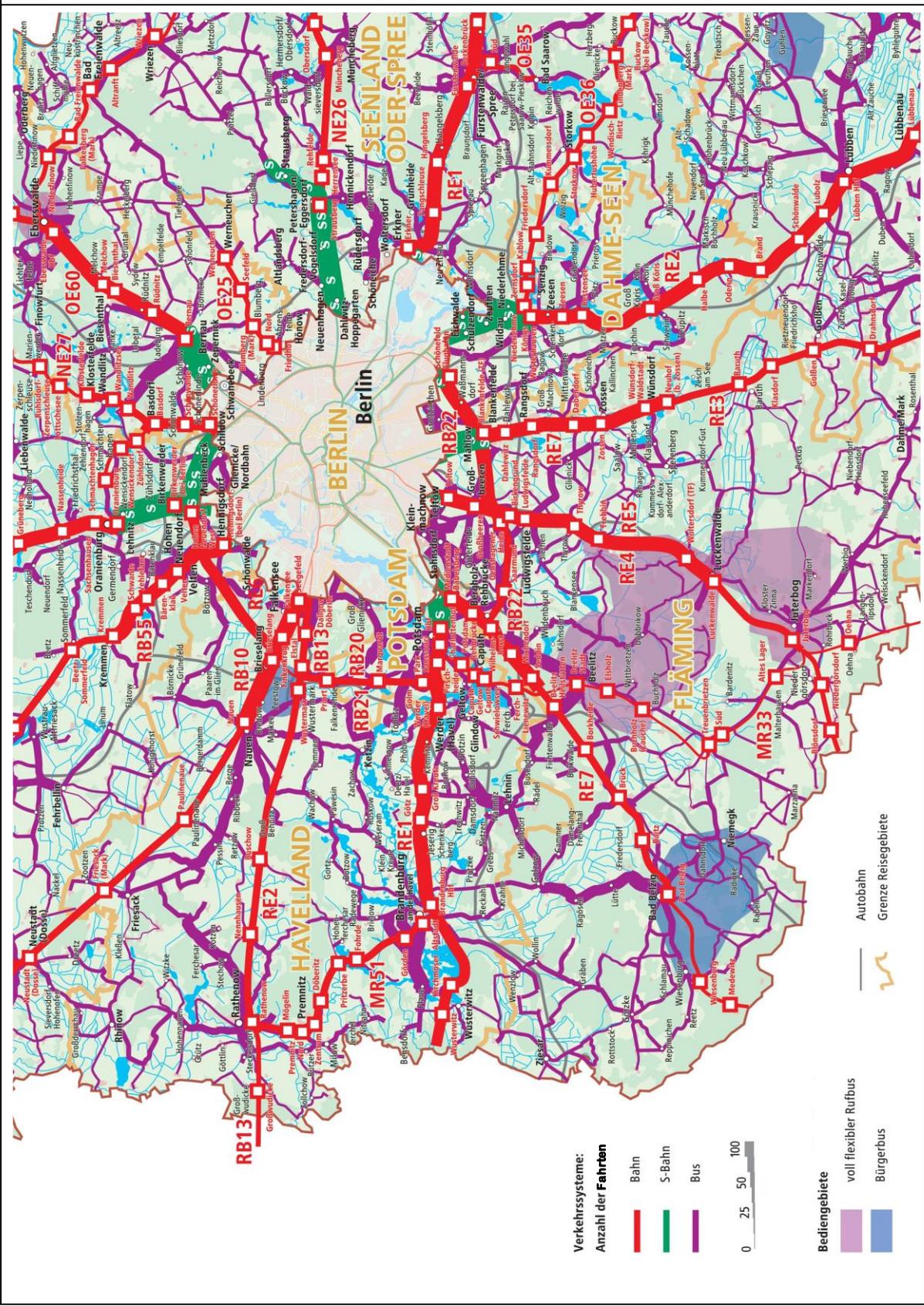
Anhang 3.5: Reisegebiet Seenland Oder-Spree ÖPNV-Fahrtenangebot Montag bis Freitag (Stand 2013)



**Anhang 3.6: Reisegebiete Dahme Seengebiet, Spreewald, Elbe-Elster und Niederlausitz
ÖPNV-Fahrtenangebot Montag bis Freitag (Stand 2013)**



Anhang 3.7: Reisegebiete Fläming, Havelland und Potsdam ÖPNV-Fahrtenangebot Montag bis Freitag (Stand 2013)



Anhang 4: Themenmarketing, Gästetypen und Verkehrsmittelwahl

Anhang 4: Themenmarketing, Gästetypen und Verkehrsmittelwahl

		Gästetypen (touristische Zielgruppen)			
		Kinder- und Familienorientierte	Traditionelle Gewohnheitsurlauber	Kulturreisende	Natur- und Outdoor-Urlauber
Tourismusthemen und Gästetypen					
Natur	Naturerlebnis	X	X		X
	Wandern	(X)	X	(X)	X
	Radfahren	X	X	(X)	X
	Wasser	X			X
	Sonstiges (Inline-Skating)	X	(X)		(X)
Kultur	Schlösser, Parks u. Gärten	(X)	X	X	(X)
	Kultur-Events			X	
	UNESCO	(X)	X	X	(X)
	Industrie-Kultur	X	(X)	X	X
Städte	Historische Stadtkerne	(X)	X	X	(X)
	Tagungen / Kongresse				
	Film (nur Potsdam)	X	(X)	X	
Kinder und Jugendliche		X			X
Familien		X	(X)		X
Wellness / Gesundheit			(X)	X	X
Kulinarik		X	X	X	X
Gästetypen und bevorzugte Verkehrsmittel					
Anreise	Pkw	fast immer	fast immer	fast immer	häufig
	Bahn	selten	selten	selten	weniger häufig
	Bus	fast nie	selten (Reisebus)	fast nie	eher selten
	Fahrrad	fast nie	fast nie	fast nie	eher selten
Mobilität vor Ort	Pkw	häufig	häufig	häufig	selten
	Bahn	selten	weniger häufig	selten	häufig
	Bus	fast nie	selten	fast nie	häufig
	Fahrrad	häufig	selten	fast nie	häufig

Anhang 5: Geeignete Maßnahmen und Mobilitätsangebote

Anhang 5: Geeignete Maßnahmen und Mobilitätsangebote

Vorbemerkung

Mittlerweile gibt es eine breite Palette von praxiserprobten Ansätzen, um die Erreichbarkeit von touristischen Zielpunkten mit dem Nahverkehr zu verbessern. Maßnahmen rund um den bestehenden Linienverkehr von Bus und Bahn gehören ebenso dazu wie Ergänzungsangebote, besondere Tarife für bestimmte Zielgruppen oder eine bessere Verknüpfung von Fahrrad und ÖPNV.

Einen ersten Überblick über die möglichen Maßnahmen und Angebote sowie eine Eingrenzung der jeweils geeigneten Einsatzbereiche in Bezug auf Verkehrsmittel und touristisches Thema gibt Tabelle 1. Die Ansätze werden nachfolgend beschrieben und um Hinweise zu Praxisbeispielen ergänzt (Beispiele aus dem Land Brandenburg jeweils unterstrichen). Ausführliche Beschreibungen zu ausgewählten Praxisbeispielen finden sich in → Anhang 6. Sie verdeutlichen, wie die Umsetzung konkret aussehen kann und welche Effekte zu erwarten sind.

Maßnahmen + Mobilitätsangebote und geeignete Einsatzfelder	Verkehrsmittel			Touristisches Themenmarketing					
	Bahn	Linienbus	Rufbus	Natur	Kultur	Städte	Erlebniswelt	Wellness/ Gesundheit	Kulinarik
Maßnahmen im Rahmen des bestehenden ÖPNV-Angebots									
ÖPNV-Zugang verbessern		x	x	x	x	x	x	x	x
Fahrplan anpassen		x	x	x	x		x	x	x
Fahrplan ergänzen / Saisonverkehr einrichten	x	x		x	x				
Durchbinden von ÖPNV-Fahrten		x		x	x	x			
Touristische Rufbusverkehre			x	x	x			x	x
ÖPNV-Linien touristisch vermarkten	x	x	x	x	x	x	x	x	
Website-Verlinkung mit VBB-Fahrinfo	x	x		x	x	x	x	x	x
Sonderlinienverkehre									
Sonderlinienverkehr bei der Bahn	x			x	x	x			
Sonderlinienverkehr beim Bus		x	x	x	x	x	x	x	x
48h-Event		x		x	x	x			
Zubringerverkehre									
Bus-Shuttlevverkehr		x	x	x	x		x	x	x
Rufbus-Shuttlevverkehr			x	x			x	x	x
Tarife									
VBB-Tarifangebote für den Freizeitverkehr (vgl. 3.3)	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Kombi-Tickets	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Mobilitätsgästekarte	x	x	x	x	x	x	x	x	
Sondertarife (Sonderlinienverkehr)	x	x		x	x	x	x	x	x
ÖPNV und Radverkehr									
Fahrradmitnahme in der Bahn	x			x				x	
Fahrradmitnahme im Bus		x		x				x	
Fahrradabstellanlagen an Verknüpfungspunkten	x	x		x				x	
Fahrradabstellmöglichkeiten an touristischen Zielpunkten				x	x	x	x	x	x

Tabelle 1: Maßnahmen bzw. neue Mobilitätsangebote und geeignete Einsatzfelder

1 Maßnahmen im Rahmen des bestehenden ÖPNV-Angebots

Die Angebote von Bahn, Bus und Rufbus sind Teil der Daseinsvorsorge. Linienführung und Fahrplan orientieren sich daher vor allem an den Bedürfnissen der Bürger in einer Region. Diese

Mobilitätsbedürfnisse entsprechen aber nicht immer denen der Gäste. Unter dem Aspekt der Wirtschaftlichkeit ist es jedoch geboten, beide Nachfragegruppen so weit wie möglich mit einem gemeinsamen Verkehrsangebot zu bedienen. Im SPNV wird dies bereits überwiegend erreicht. Im Busverkehr werden die vorhandenen Potenziale jedoch nicht immer ausgeschöpft. Dabei gibt es viele gute Ansätze, um Alltagsmobilität und Freizeitverkehr besser miteinander zu verzahnen.

Zugang zu ÖPNV-Haltestellen verbessern

Ziel:	bessere Erreichbarkeit durch nutzerfreundlich gestaltete Zu-/Abgangswege	
Beschreibung:	Die fußläufigen Verbindungen zwischen Bushaltestellen bzw. Bahnhöfen und touristischen Zielpunkten lassen sich oftmals verbessern. Neben einer Verkürzung und barrierefreien Ausstattung der Verbindungen kann dies auch eine bessere Ausschilderung oder eine gestalterische Aufwertung sein. Auch das Verlegen einer bestehenden Haltestelle an einen besser zugänglichen Ort kann in Betracht kommen. Ansprechpartner sind hier die Gemeindeverwaltung und das Verkehrsunternehmen.	
Einsatzfeld:	Verkehrsmittel:	Bahn, Linienbus, Rufbus
	erwartete Nachfrage:	gering bis hoch
	Tourismusthemen:	alle

Anpassen des bestehenden Fahrplans

Ziel:	Alltagsmobilität und Gästemobilität bündeln	
Beschreibung:	Bei erkennbaren Defiziten wird geprüft, ob sich der Fahrplan im Busverkehr besser auf die Bedürfnisse der Gäste ausrichten lässt, ohne dass sich Verschlechterungen für die Bürger der Region ergeben. Bewährt hat es sich, die Öffnungs- und Betriebszeiten touristischer Einrichtungen bei der Fahrplangestaltung und bei Anschlüssen zum SPNV zu berücksichtigen. Allerdings sind auch betriebsorganisatorische Anforderungen zu beachten. Das Prüfen und Anpassen des Fahrplans wird gemeinsam mit dem Verkehrsunternehmen und der Kreisverwaltung durchgeführt.	
Einsatzfeld:	Verkehrsmittel:	Linienbus, Rufbus
	erwartete Nachfrage:	gering bis hoch
	Tourismusthemen:	alle

Ergänzen des bestehenden Fahrplans / der Saisonverkehre

Ziel:	Mobilitätsbedürfnisse im Freizeitverkehr gezielt befriedigen	
Beschreibung:	In Fällen, in denen eine Fahrplananpassung nicht möglich ist, kann das Angebot mit Einzelfahrten ergänzt werden, die gezielt auf die Gästenachfrage ausgerichtet sind. Schwankt die Nachfrage im Wochen- oder Jahresverlauf, kann dieses zusätzliche Angebot auch als Wochenend- oder Saisonverkehr gestaltet werden. Überprüfung und Planung erfolgen gemeinsam mit dem Verkehrsunternehmen und der Kreisverwaltung.	
Einsatzfeld:	Verkehrsmittel:	Bahn, Linienbus, Rufbus
	erwartete Nachfrage:	mittel bis hoch, schwankend
	Tourismusthemen:	Natur, Kultur

Durchbinden von Fahrten

Ziel:	Umsteigevorgänge begrenzen, Rundtouren im Freizeitverkehr ermöglichen	
Beschreibung:	Bislang unabhängig voneinander betriebene Buslinien werden an ihren Endpunkten miteinander verknüpft, so dass eine Bedienung mit dem gleichen Fahrzeug möglich wird. So kann auf touristisch wichtigen Relationen ein gesicherter Anschluss bzw. eine umsteigefreie Verbindung entstehen. Wechselt auch weiterhin die Liniennummer, sind die Fahrgäste auf die durchgehende und umsteigefreie Verbindung aufmerksam zu machen (Fahrplan, Durchsage im Fahrzeug). Möglicherweise lässt sich auch ein Ringlinienverkehr einrichten. Prüfung und Neuplanung erfolgt in Abstimmung mit den Verkehrsunternehmen und der Kreisverwaltung.	
Einsatzfeld:	Verkehrsmittel:	Linienbus
	erwartete Nachfrage:	gering bis mittel
	Tourismusthemen:	Natur, Kultur, Städte
Praxisbeispiel:	<ul style="list-style-type: none"> • <u>UckermarkShuttle</u> (→ Steckbrief Anhang 6) • <u>Chiemsee-Ringlinie</u> 	

Touristischer Rufbus-Verkehr

Ziel:	bedarfsgesteuerte Anbindung von touristischen Zielpunkten an den ÖPNV	
Beschreibung:	Rufbus-Verkehre bieten sich immer dann an, wenn auch bei geringer Gesamtnachfrage ein attraktives Fahrtenangebot geboten werden soll. Grundsätzlich sind für touristische Rufbus-Verkehre alle alternativen Angebotsformen möglich, die im VBB praktiziert werden, also mit und ohne Bindung an Linienweg oder Fahrplan (vgl. Kapitel 3). Um Synergien zu nutzen und Kosten zu sparen, sollte geprüft werden, ob sich das neue Angebot mit einem geplanten oder bereits bestehenden Rufbus-Angebot in der Region organisatorisch zusammenführen lässt. Wichtig ist eine intensive Kommunikation des neuen Angebots gegenüber den Gästen (<i>Wie funktioniert das? Wo muss ich anrufen?</i>), damit die Fahrtbestellung auch für ortsfremde Besucher kein Problem darstellt. Die Voranmeldezeit sollte auf maximal 2 Stunden begrenzt sein.	
Einsatzfeld:	Verkehrsmittel:	Rufbus
	geeignete Betriebsform:	Bedarfsverkehr
	erwartete Nachfrage:	gering, unregelmäßig
	Tourismusthemen:	Natur, Kultur, Gesundheit / Wellness, Kulinarik
Praxisbeispiel:	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Rufbus zur Fläming-Skate</u> • <u>TheaterBus Schwedt</u> • <u>Rufbus zum Kunstwanderweg Hoher Fläming</u> (→ Steckbrief Anhang 6) • <u>Wandertaxi Rund um die Neubürg</u> • <u>Kyffhäuserbus 504</u> • <u>Thermenbus Pottenstein – Obersees</u> 	

Touristische Vermarktung von ÖPNV-Linien

Ziel:	Alltagsmobilität und Gästemobilität bündeln, ÖPNV-Fahrt als Erlebnis gestalten	
Beschreibung:	Die Möglichkeiten zur touristischen Vermarktung von bestehenden Bahn- oder Buslinien sind vielfältig. Voraussetzung ist, dass Fahrplan und bediente Relation auch den Anforderungen der Gäste entsprechen. Ist dies der Fall, lassen sich zusätzliche Fahrgäste für den ÖPNV gewinnen. Geeignete Ansätze sind: <ul style="list-style-type: none">• Einführen eines Marketingnamens für die ÖPNV-Linie mit regionaltypischem Bezug (touristisches Thema der Region / der angebundenen Tourismusziele)• Vermarktung der ÖPNV-Linie durch Außenwerbung am Fahrzeug• Gästebegleitung durch das Fahrpersonal, z. B. informative Ansagen zu den angefahrenen Tourismuszielen• Begleitmedien (Flyer, Broschüren) mit Informationen zu Reiseroute und Sehenswürdigkeiten• regionaltypische Verpflegung „an Bord“• Nutzung ggf. in Verbindung mit einem Kombi-Ticket (vgl. 0)	
Einsatzfeld:	Verkehrsmittel:	Bahn, Bus
	geeignete Betriebsform:	Linienverkehr, alternative Bedienung
	erwartete Nachfrage:	gering bis hoch
	Tourismusthemen:	alle
Praxisbeispiele:	<ul style="list-style-type: none">• <u>Potsdamer Schlösserlinie 606/695</u>• <u>Biberbahn-Bus</u>• <u>Igelbus (Bayerischer Wald)</u>	

Website-Verlinkung mit VBB-Fahrinfo

Ziel:	Vereinfachung der elektronischen Fahrplanauskunft bei An- und Abreise	
Beschreibung:	Anbieter von touristischen Zielpunkten richten auf ihrer Internetpräsenz (Homepage) einen direkten Link zur elektronischen Fahrplanauskunft des VBB ein (VBB-Fahrinfo). Die Adresse des Zielpunktes lässt sich voreinstellen. Der Nutzer muss lediglich die Adresse seines Ausgangspunktes und den gewünschten Reisezeitraum angeben.	
Einsatzfeld:	Verkehrsmittel:	Bahn, Bus
	geeignete Betriebsform:	Linienverkehr
	erwartete Nachfrage:	unabhängig von der Nachfrage
	Tourismusthemen:	alle
Praxisbeispiel:	<ul style="list-style-type: none">• <u>Website-Verlinkung mit VBB-Fahrinfo</u> (→ Anhang 8)	

2 Sonder- und Entlastungsverkehre

Größere Veranstaltungen oder Events, aber auch bestimmte Freizeitaktivitäten werden innerhalb eines begrenzten Zeitfensters durchgeführt, weil sie z. B. wetterabhängig sind. Dann treten häufig Nachfragespitzen auf. Kann der reguläre ÖPNV diese Spitzen dann nicht mit vertretbarem Aufwand abdecken, können Sonder- und Entlastungsverkehre von Bahn und Bus zusätzliche Kapazitäten bereitstellen.

Sonder- und Entlastungsverkehr im SPNV

Ziel:	Beförderung sehr großer Besucherströme in beschränkten Zeiträumen	
Beschreibung:	Sonder- und Entlastungsverkehre im SPNV bieten sich nur bei entsprechend großer Nachfrage an, z. B. bei besucherstarken Veranstaltungen wie Volksfesten oder Events. Dampfsonderfahrten und Traditionsverkehre zählen nicht dazu, da hier das Bahnerlebnis und nicht die Beförderung im Vordergrund steht. Die Betriebszeiten beschränken sich auf Einzeltage oder Wochenenden. Die Vermarktung im Zusammenhang mit einer Veranstaltung bietet sich an.	
Einsatzfeld:	Verkehrsmittel:	Bahn
	geeignete Betriebsform:	Sonder- und Entlastungsverkehr
	erwartete Nachfrage:	sehr hoch, zeitlich begrenzt
	Tourismusthemen:	Kultur, Städte (Natur)
Praxisbeispiel:	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Sonder- und Entlastungsverkehr zum Baublütenfest Werder</u> • <u>Moorexpress (Bremen – Stade)</u> 	

Sonderlinienverkehr mit dem Bus

Ziel:	Beförderung mittlerer bis größerer Besucherströme in beschränkten Zeiträumen	
Beschreibung:	Bei besucherstarken Veranstaltungen können auch Sonderlinienverkehre mit dem Bus eingerichtet werden. Sie bieten sich immer dann an, wenn ein Verkehr mit dem SPNV zu unwirtschaftlich oder grundsätzlich nicht möglich ist. Mit diesen Verkehren können umsteigefreie Direktverbindungen mit relativ kurzen Fahrzeiten angeboten werden. Wie auch im SPNV bietet sich auch eine touristische Vermarktung an. Auch die An- bzw. Abreise selbst kann bereits als „Event“ gestaltet werden. Die Genehmigung für Bussonderlinienverkehre ist im Personenbeförderungsgesetz geregelt (§ 43 PBefG).	
Einsatzfeld:	Verkehrsmittel:	Bus
	geeignete Betriebsform:	Sonderlinienverkehr
	erwartete Nachfrage:	mittel bis hoch, zeitlich begrenzt
	Tourismusthemen:	alle

48 Stunden Event

- Ziel:** Bewerbung einer Tourismusregion und deren Erreichbarkeit mit dem ÖPNV
- Beschreibung:** Bei einem 48 Stunden Event präsentiert sich eine Region mit ihren touristischen Highlights im Rahmen einer zweitägigen, öffentlichkeitswirksamen Aktion. Ziel ist es, möglichst viele Gäste in die Region zu locken, die auch nach dem Event wieder kommen sollen. Ein Bussonderlinienverkehr verbindet die touristischen Highlights und stellt so zugleich deren Erreichbarkeit auch ohne Pkw sicher. Der Verkehr ist Teil des Events (Busbegleitung durch Gästeführer). Die Veranstaltung ist eine gute Möglichkeit, für das Thema „Tourismus und Nahverkehr“ zu werben. Für den Bussonderlinienverkehr benötigen Verkehrsunternehmen ggf. eine einstweilige Erlaubnis der zuständigen Genehmigungsbehörde.
Weitere Informationen enthält das VBB-Handbuch „48 Stunden Brandenburg“.
- Einsatzfeld:**
- | | |
|-------------------------|-----------------------|
| Verkehrsmittel: | Bus |
| geeignete Betriebsform: | Linienverkehr |
| erwartete Nachfrage: | gering bis hoch |
| Tourismusthemen: | Natur, Kultur, Städte |
- Praxisbeispiel:**
- [48 Stunden Fläming](#) (→ **Steckbrief Anhang 6**)
 - [48 Stunden Oberhavel](#)
 - [48 Stunden Werbellinsee](#)
 - [48 Stunden Havelland](#)
 - [48 Stunden Nuthe-Nieplitz](#)
 - [48 Stunden Uckermark](#)

3 Zubringerverkehre

Nicht immer lassen sich touristische Zielpunkte aufgrund ihrer dezentralen Lage und der unregelmäßigen Nachfrage mit vertretbarem Aufwand in das ÖPNV-Netz einbinden. Dies gilt insbesondere an Wochenenden, wenn das Busnetz im ländlichen Raum stark ausgedünnt ist. In diesen Fällen sollte geprüft werden, ob Zubringerverkehre zum nächsten Bahnhof oder zur nächsten bedienten Bushaltestelle eingerichtet werden können, um die Angebotslücke zu schließen. Je nach Umfang und Regelmäßigkeit der Nachfrage können diese Zubringerverkehre als regelmäßig verkehrende Bus-Shuttleverkehre oder als bedarfsgesteuerte Rufbus-Shuttleverkehre betrieben werden.

Bus-Shuttleverkehr

- Ziel:** umsteigefreie Anbindung touristischer Zielpunkte an Bahnhöfe und Haltestellen
- Beschreibung:** Der Shuttlebus verkehrt als Punkt-zu-Punkt-Verbindung zwischen einem Bahnhof bzw. einer Bushaltestelle und einem touristischen Zielpunkt. Zielpunkte können sein: Beherbergungsbetriebe, Thermen und Bäder, Freizeit- und Erlebnisparks oder Ausgangspunkte für Naturaktivitäten, z. B. Wanderungen. Die Betriebszeit des Shuttleverkehrs richtet sich nach den Öffnungszeiten der Einrichtungen bzw. den Möglichkeiten für Freizeitaktivitäten. Der Fahrplan ist auf die Anschlüsse zum ÖPNV ausgerichtet; die Umlaufzeiten der Fahrzeuge zwischen Bahnhof bzw. Haltestelle und Zielpunkt sind zu beachten. Die Einrichtung eines Bus-Shuttleverkehrs lohnt sich nur, wenn eine regelmäßige Nachfrage zu erwarten ist. Die Fahrzeuggröße orientiert sich am Fahrgastaufkommen. Das Fahrpersonal muss über einen Personenbeförderungsschein verfügen. Gegebenenfalls ist eine Liniengenehmigung beim Landesamt für Bauen und Verkehr zu beantragen.

Einsatzfeld:	Verkehrsmittel:	Bus
	geeignete Betriebsform:	Zubringerverkehr
	erwartete Nachfrage:	gering bis mittel, regelmäßig
	Tourismusthemen:	Natur, Kultur, Erlebniswelt, Gesundheit / Wellness
Praxisbeispiel:	<ul style="list-style-type: none"> • <u>ShuttleBus Tropical Islands</u> (→ Steckbrief Anhang 6) • <i>Shuttle-Bus Heidepark Soltau</i> • <i>Badebus Laichingen</i> • <i>Badebus zum Langwieder See (München)</i> 	

Rufbus-Shuttlevverkehr

Ziel:	umsteigefreie Anbindung touristischer Zielpunkte an Bahnhöfe und Haltestellen	
Beschreibung:	Rufbus-Shuttlevverkehre sind ebenso konzipiert wie Bus-Shuttlevverkehre, verkehren jedoch – analog zu den Rufbusverkehren im ÖPNV (vgl. Kapitel 3) – nur bei Bedarf. Der Rufbus-Shuttle muss also vom Fahrgast bestellt werden. Auf diese Weise kann flexibel auf die Nachfrage reagiert werden. Diese Verkehre bieten sich also vor allem bei geringer und unregelmäßiger Nachfrage an. Die Fahrzeuggröße (Zahl der Sitzplätze) orientiert sich an der Zahl der erwarteten Fahrgäste,	
Einsatzfeld:	Verkehrsmittel:	Rufbus
	geeignete Betriebsform:	Zubringerverkehr
	erwartete Nachfrage:	gering, unregelmäßig
	Tourismusthemen:	alle
Praxisbeispiel:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Kyffhäuserbus 504 (als Zubringer zum Kyffhäuserdenkmal)</i> 	

Transfer-Service

Ziel:	Mobilitätsangebot auf „der letzten Meile“ für Gäste ohne eigenen Pkw	
Beschreibung:	Beherbergungsbetriebe, aber auch sonstige Zielpunkte, wie z. B., Freizeiteinrichtungen, die nicht in fußläufiger Entfernung zu einem Bahnhof oder zumindest einer Bushaltestelle liegen, bieten ihren Gästen einen (meist kostenpflichtigen) Transfer-Service. Zur Erleichterung des Gepäcktransports wird in der Regel ein Transfer-Service zum nächstgelegenen Bahnhof angeboten.	
Einsatzfeld:	Verkehrsmittel:	Pkw, Kleinbus
	geeignete Betriebsform:	Zubringerverkehr
	erwartete Nachfrage:	gering, unregelmäßig
	Tourismusthemen:	alle
Praxisbeispiel:	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Transfer-Service zum Hotel</u> (→ Steckbrief Anhang 6) 	

4 Touristisch ausgerichtete Tarifangebote

Interessante Tarifangebote für Gäste und Besucher schaffen Anreize zur Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs. Sie sind ein wichtiges Marketinginstrument und ein Aushängeschild für eine Reiseregion. Der Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg bietet im Rahmen seiner Tarifpalette

bereits ein breites Angebot an touristisch ausgerichteten Tickets (vgl. Kapitel 3.3) an. Aus Gründen der Tarifeinheitlichkeit und um die Übersichtlichkeit für die Kunden zu wahren, werden zusätzliche Tarifangebote daher nur in Ausnahmefällen aufgelegt. Dies kann beispielsweise bei Sonderlinien- oder Zubringerverkehren der Fall sein; oder es wird eine gemeinsame Vermarktung eines touristischen Angebots und einer Beförderungsleistung im ÖPNV angestrebt. In jedem Fall ist eine Abstimmung oder Kooperation mit dem Verkehrsverbund vorzusehen.

Kombi-Tarife

Ziel:	gemeinsame Vermarktung von touristischem Angebot und ÖPNV-Beförderung	
Beschreibung:	Bei Kombi-Tarifen handelt es sich um die Kombination aus einem ÖPNV-Ticket und einer Eintrittskarte für eine Einrichtung oder eine Veranstaltung. In der Regel wird beim Kombi-Tarif ein Preisnachlass gegenüber dem getrennten Verkauf von ÖPNV-Ticket und der Eintrittskarte gewährt, so dass ein Kaufanreiz besteht. Oftmals wird der Kombi-Tarif auch bewusst zur Lenkung der Verkehrsnachfrage auf den ÖPNV eingesetzt. Die Konzeption eines Kombi-Tarifs erfordert eine enge Kooperation zwischen Tourismusakteuren und Mobilitätsdienstleistern. Bei einer attraktiven Preisgestaltung und entsprechender Nachfrage ist ein Imagegewinn für die Region und die jeweilige touristische Einrichtung zu erwarten.	
Einsatzfeld:	Verkehrsmittel:	Bahn, Bus, Rufbus
	geeignete Betriebsform:	alle
	erwartete Nachfrage:	mittel bis hoch
	Tourismusthemen:	alle
Praxisbeispiele:	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Kombiticket Thermenticket Bad Wilsnack</u> (→ Steckbrief Anhang 6) • <u>AquariUM-Ticket</u> • <u>Aqua-Ticket</u> 	

Mobilitätsgästekarte

Ziel:	Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl von Touristen zugunsten umweltschonender Verkehrsmittel	
Beschreibung:	Eine Mobilitätsgästekarte ist die Weiterentwicklung von Kombi-Tarifen und TouristCards mit Ermäßigungsleistungen. Hierbei werden touristische Angebote und Mobilitätsdienstleistungen intelligent miteinander verknüpft. Es soll ein Anreiz zur Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel entstehen, in dem der Gast einen deutlichen Preisvorteil gegenüber dem getrennten Kauf von Eintrittskarten und ÖPNV-Tickets bzw. der Fahrradmieta erhält. Idealerweise ist die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel für Übernachtungsgäste sogar ganz kostenfrei, d. h. im Übernachtungspreis inkludiert. Der Anreiz für die veränderte Verkehrsmittelwahl wird über die Ermäßigungen in den Freizeiteinrichtungen verstärkt. Diese wiederum haben gute Chancen, zusätzliche Kunden und Besucher zu gewinnen. Es sind verschiedene Finanzierungsmodelle denkbar, die neben den Leistungsträgern und den Nutzern auch das Beherbergungsgewerbe und die Kommunen einschließen.	
Einsatzfeld:	Verkehrsmittel:	Bahn, Bus, Rufbus, Fahrrad
	geeignete Betriebsform:	alle
	erwartete Nachfrage:	mittel bis hoch
	Tourismusthemen:	alle
Praxisbeispiel:	<ul style="list-style-type: none"> • <u>KONUS-Gästekarte Schwarzwald</u> (→ Steckbrief Anhang 6) 	

Sondertarife

Ziel:	Fahrpreisbildung außerhalb der Gültigkeit des VBB-Tarifs	
Beschreibung:	Sondertarife sind nur dann zulässig, wenn sie für Mobilitätsangebote gelten, die nicht zum regulären ÖPNV-Angebot gehören. Dies können z. B. Sonderlinienverkehre, besondere Zubringerverkehre oder Dampfsonderfahrten sein.	
Einsatzfeld:	Verkehrsmittel:	Bahn, Bus, Rufbus
	geeignete Betriebsform:	Sonderlinienverkehre, Zubringerverkehre
	erwartete Nachfrage:	gering bis hoch
	Tourismusthemen:	alle

5 ÖPNV und Radverkehr

Der Fahrradtourismus im Land Brandenburg lässt sich durch eine engere Verzahnung mit dem ÖPNV weiter fördern. Der ÖPNV übernimmt dabei in erster Linie die Zubringerfunktion bei der An- und Abreise. Viele Radtouristen wollen aber auch wieder zum Ausgangspunkt der Tour zurück, ohne unbedingt eine Rundtour zu planen. Auch hier kann der ÖPNV die Verbindung zwischen Ziel- und Startpunkt der Tour übernehmen. Wenn sich das Wetter verschlechtert oder die Weiterfahrt mit dem Rad aus anderen Gründen erschwert ist, bietet der ÖPNV auch eine „Rückfallebene“ für die Radtouristen. Die Stärken und Schwächen der verschiedenen Verkehrsmittel lassen sich also optimal miteinander kombinieren. Die Fahrradmitnahme im ÖPNV und die flächendeckende Ausstattung mit Fahrradabstellanlagen sind daher neben der Radwegeinfrastruktur die wichtigsten Bausteine in einem touristischen Radverkehrskonzept.

Im SPNV sind die heute eingesetzten Fahrzeuge mit größeren Aufstellflächen für Fahrräder oder mit speziellen Fahrradabteilen ausgestattet. Sie ermöglichen einen leichten Einstieg und einen sicheren Fahrradtransport. Vor allem an Sommerwochenenden kommt es in den Zügen jedoch immer wieder zu Kapazitätsengpässen. Im Busverkehr bieten bereits einige Verkehrsunternehmen in Brandenburg die Fahrradmitnahme an, wobei verschiedene Lösungen zum Einsatz kommen. Auch bei den Fahrradabstellanlagen gibt es unterschiedliche Ansätze.

Fahrradverleih + ÖPNV / Fahrradmitnahme im Bus

Ziel:	bessere Verzahnung von ÖPNV und Radverkehr
Beschreibung:	<p>Durch die räumliche Verknüpfung von Fahrradverleihstationen mit ÖPNV-Zugangsstellen, z. B. an einem Bahnhof, lassen sich nahtlose Mobilitätsketten auch ohne Pkw realisieren. Eine weitere Verzahnung kann über die Möglichkeit der Fahrradmitnahme im ÖPNV erreicht werden. Im Nahverkehr der Bahn ist dies heute meist schon problemlos möglich. Die einfachste Form der Fahrradmitnahme im Bus ist der Transport im Innenraum des Fahrzeugs, zusätzlich besteht die Möglichkeit, Fahrräder in Anhängern zu transportieren. Hier gibt es verschiedene Lösungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fahrradmitnahme im Fahrzeuginnenraum: Genutzt wird die Aufstellfläche im Mittelbereich von Standardlinienbussen. Die Kapazität ist jedoch auf maximal 2 – 3 Fahrräder begrenzt. Die Fahrradmitnahme ist nur möglich, wenn die Aufstellfläche nicht anderweitig belegt ist. • Fahrrad-Heckträger: Der Einsatz erfolgt auf nachfragestärkeren Relationen. Die Kapazität ist auf 1 – 5 Fahrräder beschränkt. • Fahrradanhänger: Der Einsatz erfolgt auf sehr nachfragestarken Relationen. Es können bis zu 20 Fahrräder transportiert werden. <p>Bei der Fahrradmitnahme im Bus ist aber zu beachten, dass der Busverkehr im ländlichen Raum hauptsächlich der Schülerbeförderung dient, weshalb der</p>

Fahrplan in den späteren Nachmittagsstunden und am Wochenende ziemlich ausgedünnt ist. Dies entspricht nicht unbedingt dem Bedarf der Radtouristen. Während der Schulzeiten hingegen sind die Busse oftmals voll. Die meisten Busunternehmen haben daher die Fahrradmitnahme während des Schulverkehrs ausgeschlossen. Gleiches gilt, wenn der Platz im Innenraum anderweitig belegt ist, z. B. von einem Kinderwagen oder Rollstuhl. Ein Anspruch auf Fahrradmitnahme besteht in der Regel nicht. Somit ist die Fahrradmitnahme im Fahrzeug in der Praxis nicht immer gewährleistet. Hier kann eine obligatorische Voranmeldung der Fahrradmitnahme hilfreich sein. Außerdem führen Be- und Entladevorgänge zu längeren Aufenthaltszeiten an den Haltestellen, so dass der Fahrplan nicht eingehalten werden kann. Auf speziellen „Fahrradlinien“ werden diese Zusatzzeiten daher bereits im Fahrplan berücksichtigt.

Einsatzfeld:	Verkehrsmittel:	Bus (Rufbus)
	geeignete Betriebsform:	alle
	erwartete Nachfrage:	gering bis mittel: Mitnahme im Fahrzeug / Heckträger mittel bis hoch: Fahrradanhänger
	Tourismusthemen:	alle

- Praxisbeispiele:
- Fahrradverleih+ÖPNV (→ **Steckbrief Anhang 6**)
 - Pedelec-Verleihangebot Movelo (→ **Steckbrief Anhang 6**)
 - Werbellinsee-Bus (→ **Steckbrief Anhang 6**)
 - UckermarkShuttle (→ **Steckbrief Anhang 6**)
 - Ausflugsbus Märkische Schweiz
 - Chiemsee-Ringlinie
 - Naturparkbus Lippe
 - Emsland RADexpress
 - RegioRadler Eifel-Mosel-Hunsrück,
 - Elbe-Radwanderbus

Fahrradabstellanlagen an Bahnhöfen und Bushaltestellen

Ziel:	stärkere Verzahnung von ÖPNV und Fahrradverkehr
Beschreibung:	Fahrradabstellanlagen an Bahnhöfen und Haltestellen sind immer dann wichtig, wenn das Fahrrad als Zubringerverkehrsmittel zum ÖPNV eingesetzt werden soll. Sie sind eine gute Alternative, wenn eine Fahrradmitnahme im ÖPNV nicht möglich ist oder das Fahrrad am Zielort nicht benötigt wird. An den meisten Bahnhöfen und SPNV-Haltestellen werden mittlerweile Fahrradabstellmöglichkeiten in Form von Fahrradbügeln oder überdachten Abstellanlagen angeboten. Mit der fortschreitenden Erneuerung von Haltestellen wird das Angebot ständig ausgeweitet. An Bushaltestellen gibt es heute meist noch keine Fahrradabstellanlagen und wenn, dann vor allem an den Omnibusbahnhöfen in den Städten. Aber gerade im ländlichen Raum bietet es sich an, auch Haltestellen, die ein vergleichsweise dichtes Fahrtenangebot aufweisen, entsprechend auszustatten. Meistens reichen 2 bis 3 solide Fahrradbügel, um ein verkehrs- und diebstahlsicheres Abstellen zu gewährleisten und den kombinierten Verkehr aus Bus und Fahrrad attraktiver zu gestalten.

Einsatzfeld:	Verkehrsmittel:	Bahn, Bus, Rufbus
	geeignete Betriebsform:	Linienverkehr
	erwartete Nachfrage:	gering bis mittel
	Tourismusthemen:	alle

Praxisbeispiele: • erneuerte Bahnhöfe / SPNV-Haltepunkte

Fahrradabstellmöglichkeiten an touristischen Zielpunkten

Ziel: stärkere Verzahnung von ÖPNV und Fahrradverkehr

Beschreibung: Radtouristen benötigen auch an den Zwischenstationen und Zielpunkten ihrer Tour eine Möglichkeit, ihr Fahrrad verkehrs- und diebstahlsicher abstellen zu können. Zu geeigneten Standorten gehören Natur- und Kulturdenkmäler, Museen und Thermen ebenso wie alle Betriebe des Gastgewerbes. Allzu häufig findet man noch die sogenannten „Felgenklemmer“. Bei diesen ist jedoch ein diebstahlsicheres Anschließen des Fahrradrahmens nicht möglich. Empfehlenswert sind daher einfache Fahrradbügel, die deutlich nutzerfreundlicher und zudem nur unwesentlich teurer sind. Falls möglich, sollte ein Witterungsschutz berücksichtigt werden. Die flächendeckende Ausstattung mit Fahrradabstellmöglichkeiten trägt dabei stark zum Image einer fahrradfreundlichen Tourismusdestination bei.

Einsatzfeld:	Zielpunkte:	alle touristischen Zielpunkte
	erwartete Nachfrage:	gering bis hoch
	Tourismusthemen:	alle

Anhang 6: Praxisbeispiele

- Steckbrief „RB54 (Löwenberg-Rheinsberg)“
inkl. Sonderverkehr zum Töpfermarkt Rheinsberg
- Steckbrief „Igelbus (Bayerischer Wald)“
- Steckbrief „Werbellinsee-Bus 917“
- Steckbrief „UckermarkShuttle“
- Steckbrief „Chiemsee-Ringlinie“
- Steckbrief „Rufbus zum Kunstwanderweg Potsdam-Mittelmark“
- Steckbrief „ShuttleBus Tropical Island“
- Steckbrief „48h-Fläming“
- Steckbrief „VBB-Fahrradtageskarte / VBB-Fahrradmonatskarte“
- Steckbrief „1€-Ticket Ostfriesland“
- Steckbrief „Thermenticket Bad Wilsnack“

STECKBRIEF: RB-Linie 54 (Berlin –) Löwenberg – Rheinsberg



Quelle: www.signalarchiv.de

<i>Kurzbeschreibung</i>	Saisonaler Zugverkehr auf der RB-Linie 54 zwischen den Bahnhöfen Berlin-Spandau und Rheinsberg (Mark)
<i>Touristische Themen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Naturerlebnis / Wandern / Radfahren / Wasser / Kultur / Historische Stadtkerne
<i>Bedienungsgebiet / touristische Ziele</i>	<p>Bedienung der Orte Rheinsberg (Mark), Herzberg (Mark), Lindow (Mark)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausgangspunkte für (Rad-)Wanderungen • Historischer Stadtkern Rheinsberg • Schloss Rheinsberg mit Schlosspark • Seen (Grienericksee, Großer Tietzensee, Rheinsberger See, Wittwese) • Museen (Eisenbahn-, Schloss-, Keramikmuseum, ...)
<i>Anbieter / Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Deutsche Bahn Regio AG – Regio Nordost und Ostprignitz Ruppiner Personennahverkehrsgesellschaft (saisonaler Busersatzverkehr)
<i>Einführungsdatum</i>	<ul style="list-style-type: none"> • keine Angaben
<i>Angebotsform</i>	<ul style="list-style-type: none"> • SPNV-Linienverkehr bzw. Regionalbus-Linienverkehr
<i>Betriebszeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • saisonales SPNV-Angebot von Ende März bis Mitte Oktober, sonst Busersatzverkehr über Neuruppin • verkehrt täglich • Betriebszeiten täglich zwischen 08:00-22:30 Uhr
<i>Fahrtenangebot</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 5 Linien je zwei Fahrtenpaare (vormittags + nachmittags) • 1 Linie mit einem Fahrtenpaar • Variiert saisonal zwischen 2 und 5 täglichen Fahrten (Rheinsberg - Berlin) und bis zu 7 Fahrten zwischen Rheinsberg und Neuruppin
<i>Fahrzeug + Beförderungskapazität</i>	<ul style="list-style-type: none"> • moderne, klimatisierte Triebfahrzeuge • kein Fahrradtransport im saisonalen Busersatzverkehr möglich
<i>Angebotsintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ergänzung des regulären SPNV-Angebot in der Region am Wochenende
<i>Tarifintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • VBB-Tarif
<i>Fahrpreis / Kosten für den Nutzer</i>	<ul style="list-style-type: none"> • VBB-Verbundtickets; z. B. Einzelfahrausweis (9,60 €) (ab Berlin: Regionaltarif, Preisstufe 55 bis 65km) oder: • Brandenburg-Berlin-Ticket (Tagesticket für bis zu 5 Personen zu 29,- €)
<i>Kosten für den Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • keine Angaben
<i>Akteure, Organisation, Finanzierung</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Bestellung und Finanzierung des SPNV durch die Länder Brandenburg und Berlin
<i>Besonderheiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • In Rheinsberg ist ein Anschluss von und zum „Rheinsberger Seenbus“, welcher verschiedene Erholungsorte der Rheinsberger Seenlandschaft wie z. B. die Zechlinerhütte, Prebelow und andere Ziele erschließt, gegeben.
<i>Info</i>	www.VBB.de

STECKBRIEF:
Werbellinseebus 917



Quelle: www.punkt3.de / Böhnke

<i>Kurzbeschreibung</i>	Buslinienverkehr rund um den Werbellinsee
<i>Touristische Themen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Natur / Naturerlebnis / Wandern / Radfahren / Wasser
<i>Bedienungsgebiet / touristische Ziele</i>	<p>Gemeinden rund um den Werbellinsee im Landkreis Barnim:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kaiserbahnhof Joachimsthal • Aussichtsturm BIORAMA • Askanierturm • Jagdschloss Hubertusstock • Kunst Galerie ART HOUSE • Schiffsfahrten auf dem See
<i>Anbieter / Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Barnimer Busgesellschaft mbH
<i>Einführungsdatum</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mai 2002
<i>Angebotsform</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Regionalbus-Linienverkehr
<i>Betriebszeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • saisonales Angebot im Zeitraum 1. Mai bis 29. September • verkehrt an Samstagen und Sonntagen • Betriebszeiten täglich zwischen 9 und 20 Uhr
<i>Fahrtenangebot</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 6 Fahrten täglich im 2h-Takt
<i>Fahrzeug + Beförderungskapazität</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Standard-Linienbus (Niederflurbus) mit 50 Sitzplätzen • Fahrradanhänger für bis zu 17 Fahrräder
<i>Angebotsintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • reguläres ÖPNV-Angebot am Wochenende • Anschluss an die Bahn in Joachimsthal (RB 63) und Eberswalde (RE 3, RB 60, RB 63, RB 66)
<i>Tarifintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • VBB Tarif
<i>Fahrpreis / Kosten für den Nutzer</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrscheinsortiment nach VBB-Tarif (z.B. Tageskarte für diese Linie 7,00 €, Brandenburg-Berlin-Ticket, Abo 65+) • Fahrradbeförderung: 1,50 € pro Fahrt oder Tageskarte 6,00 €
<i>Kosten für den Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 50.000 €/Jahr
<i>Akteure, Organisation, Finanzierung</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Bestellung und Finanzierung durch den Landkreis Barnim
<i>Besonderheiten</i>	-/-
<i>Info</i>	www.bbg-eberswalde.de oder www.werbellinsee-tourismus.de

Linienführung / Erschließungsbereich

Der Werbellinseebus

Rund um den Werbellinsee

Natur erleben und genießen mit dem Bus **917** im Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin



stündlich ab Bahnhof Eberswalde
1. Mai bis 28. September
9:00 Uhr bis 20:00 Uhr
48 Haltestellen,
Fahrradausleihe im Bus,
mehr Informationen:
Barnimer Busgesellschaft,
Tel: 03334/520



Quelle: www.schorfheide-chorin.de



Quelle: VBB

STECKBRIEF: UckermarkShuttle (UMS)



Quelle: www.uvg-online.com

<i>Kurzbeschreibung</i>	Der „UckermarkShuttle“ ist ein Mobilitätsangebot für die einheimische Bevölkerung und für Aktivurlauber in der Uckermark. Das Angebot ist durch die Verknüpfung mehrerer Regionalbuslinien entstanden. Insgesamt sechs UMS-Linien erschließen die gesamte Region. Durch die entsprechende Ausrichtung des Fahrplan und einen Fahrradanhänger bedient der UMS auch die Bedürfnisse von Rad- und Wandertouristen.
<i>Touristische Themen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Natur / Naturerlebnis / Wandern / Radfahren / Wasser
<i>Bedienungsgebiet / touristische Ziele</i>	Region Uckermark: <ul style="list-style-type: none"> • Märkischer Landweg • verschiedene Radtouren für Entdecker • Hofläden und Regionales
<i>Anbieter / Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Uckermärkische Verkehrsgesellschaft mbH (UVG)
<i>Einführungsdatum</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dezember 2010
<i>Angebotsform</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Regionalbus-Linienverkehr • umsteigefreie Durchbindung von sonst unabhängigen Buslinien
<i>Betriebszeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • verkehrt ganzjährig an Samstagen, Sonntagen und an Feiertagen • saisonal (Mai – August) mit Fahrradanhänger • Betriebszeit: 7.00 bis 20.00 Uhr
<i>Fahrtenangebot</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 5 Linien je zwei Fahrtenpaare (vormittags + nachmittags) • 1 Linie mit einem Fahrtenpaar
<i>Fahrzeug + Beförderungskapazität</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Standard-Linienbus mit Rampe oder Niederflerbus (ca. 40 Sitzplätze) • geeignet für mobilitätseingeschränkte Fahrgäste • Fahrradanhänger für bis zu 13 Fahrräder (saisonal)
<i>Angebotsintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • reguläres ÖPNV-Angebot an Wochenenden • Anschluss an die Bahn (RE 3) in Prenzlau und Angermünde
<i>Tarifintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • VBB-Tarif (Nutzung auf Teilstrecken) • UVG-Haustarif (Wochenendticket, gültig Fr, 18.00 Uhr bis Mo, 3.00 Uhr)
<i>Fahrpreis / Kosten für den Nutzer</i>	<ul style="list-style-type: none"> • UckermarkShuttle-Ticket (Wochenendticket): 18,90 EUR • Teilstrecken, Einzeltage: VBB-Tarif nach zurückgelegter Strecke
<i>Kosten für den Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Betriebskosten (Fahrzeug, Fahrpersonal) für das Busangebot
<i>Akteure, Organisation, Finanzierung</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Gemeinschaftsprojekt von UVG und Tourismus Marketing Uckermark GmbH • Finanzierung über die reguläre ÖPNV-Finanzierung des Landkreises Uckermark
<i>Besonderheiten</i>	-/-
<i>Info</i>	www.uvg-online.com

Linienführung / Erschließungsbereich



Quelle: www.punkt3.de

STECKBRIEF: kombiBUS Uckermark



Quelle: UVG

<i>Kurzbeschreibung</i>	Kombinierte Beförderung von Personen und Transport von Waren und Gepäck, um öffentlichen Busverkehr dauerhaft wirtschaftlicher zu machen. So lassen sich Bevölkerung und Gäste in der Uckermark dauerhaft mit ÖPNV-Angeboten versorgen und Streichungen von Linien und Fahrten vermeiden.
<i>Touristische Themen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Natur / Naturerlebnis / Wandern / Radfahren / Wasser
<i>Bedienungsgebiet / touristische Ziele</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Landkreis Uckermark
<i>Anbieter / Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Uckermärkische Verkehrsgesellschaft mbH (UVG)
<i>Einführungsdatum</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Herbst 2012
<i>Angebotsform</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Regionalbus-Linienverkehr und Rufbusverkehr • Zusatzangebot: Transport von Gütern, Waren und Gepäck/Koffer im regulären ÖPNV-Linienverkehr • Annahme bzw. Abholung der Waren an einer ausgewiesenen Station oder einer Wunschhaltestelle • Möglichkeit der multimedialen Bestellannahme • Berücksichtigung individueller Anforderungen an Frachtraumbedarf
<i>Betriebszeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • entsprechend dem UVG-Fahrplan • telefonische Anmeldung einer Logistikdienstleistung für den nächsten Tag bis 18 Uhr am Vortag • unter Berücksichtigung freier Frachtraumkapazitäten auch Anlieferung am gleichen Tag möglich (Expressdienst, nach Absprache mit Disponenten)
<i>Fahrtenangebot</i>	<ul style="list-style-type: none"> • alle Fahrplanfahrten der UVG
<i>Fahrzeug + Beförderungskapazität</i>	<ul style="list-style-type: none"> • fahrplanmäßige Linienbusse mit Gepäck-Kofferraum, bei Bedarf mit Anhänger (Gesamtgewicht bis zu 3,5 t)
<i>Angebotsintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • reguläres ÖPNV-Angebot • Anschluss an die Bahn an allen Bahnhöfen und SPNV-Haltepunkten im Bedienungsgebiet der UVG
<i>Tarifintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Personenbeförderung: VBB-Tarif • Warentransport: UVG-Haustarif
<i>Fahrpreis / Kosten für den Nutzer</i>	<p>Warentransport:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einteilung des „Standardtarifs“ in drei Entfernungsklassen (bis 100 kg) und acht Gewichtsklassen (bis 2.000 kg) • Ergänzungen zum „Standardpreis“ (z.B. Transportbehälter, Dauerkunden-Rabatt, Gepäckbeförderung)
<i>Kosten für den Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • keine Angaben
<i>Akteure, Organisation, Finanzierung</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Bestellung und Finanzierung der Personenbeförderung durch den Landkreis Uckermark • Finanzierung Konzept und Anschubfinanzierung: Bundesministerium des Innern / Bundeslandwirtschaftsministeriums • Finanzierung Warentransports: gewerbliches Angebot / UVG • Finanzierungsmechanismus: Einnahmen aus dem kombiBUS-Geschäft verringern den Zuschussbedarf, der durch den ÖPNV-Aufgabenträger ausgeglichen wird, nur sehr geringfügig.
<i>Besonderheiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • innovativer Beitrag zur Sicherung der Mobilität im ländlichen Raum
<i>Info</i>	www.kombibus.de

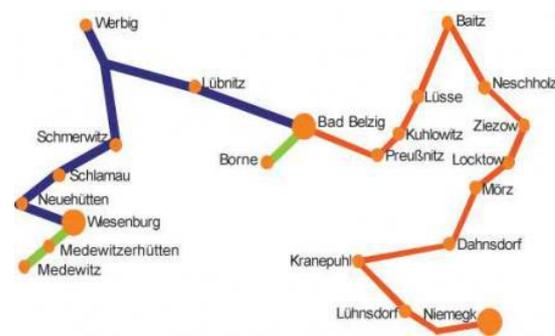
<p>STECKBRIEF:</p> <p>Rufbus zum Kunstwanderweg Hoher Fläming</p>	
 <p>Quelle: www.flaeming.net</p>	
<i>Kurzbeschreibung</i>	Entlang des Kunstwanderwegs verkehrt der Rufbus des Bürgerbusvereins Hoher Fläming, der Wanderer, denen die Strecke zu Fuß zu lang ist, an den Bahnhöfen in Bad Belzig und Wiesenburg/Mark abholt bzw. zurückbringt.
<i>Touristische Themen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Natur / Wandern / Kultur / Historische Stadtkerne
<i>Bedienungsgebiet / touristische Ziele</i>	<p>Hoher Fläming:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 28 Kunstobjekte in der Natur am Kunstwanderweg • Burg Eisenhardt Bad Belzig • Schlosspark Wiesenburg • Töpfercafe in Schmerwitz • Hagelberg mit Gipfelbuch
<i>Anbieter / Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Bürgerbusverein Hoher Fläming im Auftrag der Belziger Verkehrsgesellschaft
<i>Einführungsdatum</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Oktober 2011
<i>Angebotsform</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Bürgerbus als Rufbusverkehr (Linie 555)
<i>Betriebszeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • ganzjähriges Angebot an allen Wochenendtagen zwischen 10 und 17 Uhr • Fahrtwunschanmeldung bis spätestens 1 Stunde vor Abfahrt
<i>Fahrtenangebot</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Bad Belzig – Niemeck – Bad Belzig: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Sa, So: 1 Fahrtpaar • Bad Belzig – Wiesenburg Bhf – Bad Belzig: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Sa, So: 2 Fahrtenpaare
<i>Fahrzeug + Beförderungskapazität</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kleinbus (8 Sitzplätze)
<i>Angebotsintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • reguläres ÖPNV-Angebot • Anschluss an die Bahn in Bad Belzig, Baitz und Wiesenburg (jeweils RE 7)
<i>Tarifintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • VBB-Tarif
<i>Fahrpreis / Kosten für den Nutzer</i>	<ul style="list-style-type: none"> • entfernungsabhängiger ÖPNV-Tarif (bei Einzelfahrschein) • am Wochenende: Komfortzuschlag von 1,- €
<i>Kosten für den Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • keine Zusatzkosten für die Bedienung des Kunstwanderwegs, da Teil des Verkehrsangebots Bürgerbus Hoher Fläming
<i>Akteure, Organisation, Finanzierung</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Bestellung und Finanzierung durch den Landkreis Potsdam-Mittelmark • ehrenamtliche Fahrer: Kosten für Fahrpersonal entfallen
<i>Besonderheiten</i>	-/-
<i>Info</i>	www.flaeming.net oder www.buergerbus-hoherflaeming.de www.VBB.de

Linienführung / Erschließungsbereich



Quelle: Naturparkverein Fläming e. V.

Linie 555 – Route 1



Linie 555 – Route 2



Quelle: www.buergerbus-hoherflaeming.de

STECKBRIEF: ShuttleBus Tropical Islands



Quelle: www.deluxe-design.de

<i>Kurzbeschreibung</i>	Shuttle-Bus-Verbindung zwischen dem SPNV-Haltepunkt Brand und dem Freizeitresort Tropical Islands
<i>Touristische Themen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Wasser / Erlebnisswelt / Wellness/Gesundheit
<i>Bedienungsgebiet / touristische Ziele</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Zubringerverkehr im Landkreis Dahme-Spreewald zwischen dem Bahnhof Brand und dem Freizeitresort
<i>Anbieter / Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tropical Island Resort
<i>Einführungsdatum</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 2005
<i>Angebotsform</i>	<ul style="list-style-type: none"> • gewerblicher Shuttlebus-Verkehr
<i>Betriebszeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • ganzjähriges, täglich Angebot • während der Bedienungszeiten der RE-Linie 2 (Rathenow – Berlin – Cottbus) und der RB-Linie 14 (Berlin – Senftenberg) zwischen 4.30 Uhr und 1.45 Uhr
<i>Fahrtenangebot</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Shuttle-Service verkehrt 2x pro Stunde mit Anschluss an die Bahn • Fahrzeit: ca. 10 min
<i>Fahrzeug + Beförderungskapazität</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Standard-Linienbus (2 Fahrzeuge im Einsatz)
<i>Angebotsintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • kein reguläres ÖPNV-Angebot • Anschluss am Bahnhof Brand an alle Züge der RE 2 in/aus Richtung Rathenow/Berlin bzw. Cottbus und alle Züge der Linie RB 14 in/aus Richtung Berlin-Ostbahnhof bzw. Senftenberg • Die Integration des Shuttles in die Online-Fahrplanauskunft des VBB (VBB-Fahrinfo) ist vorgesehen.
<i>Tarifintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • keine Tarifintegration
<i>Fahrpreis / Kosten für den Nutzer</i>	<ul style="list-style-type: none"> • kostenlos bzw. im Eintrittspreis Tropical Islands enthalten
<i>Kosten für den Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • keine Angaben
<i>Akteure, Organisation, Finanzierung</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung durch den Betreiber Tropical Islands Resort
<i>Besonderheiten</i>	-/-
<i>Info</i>	www.tropical-islands.de

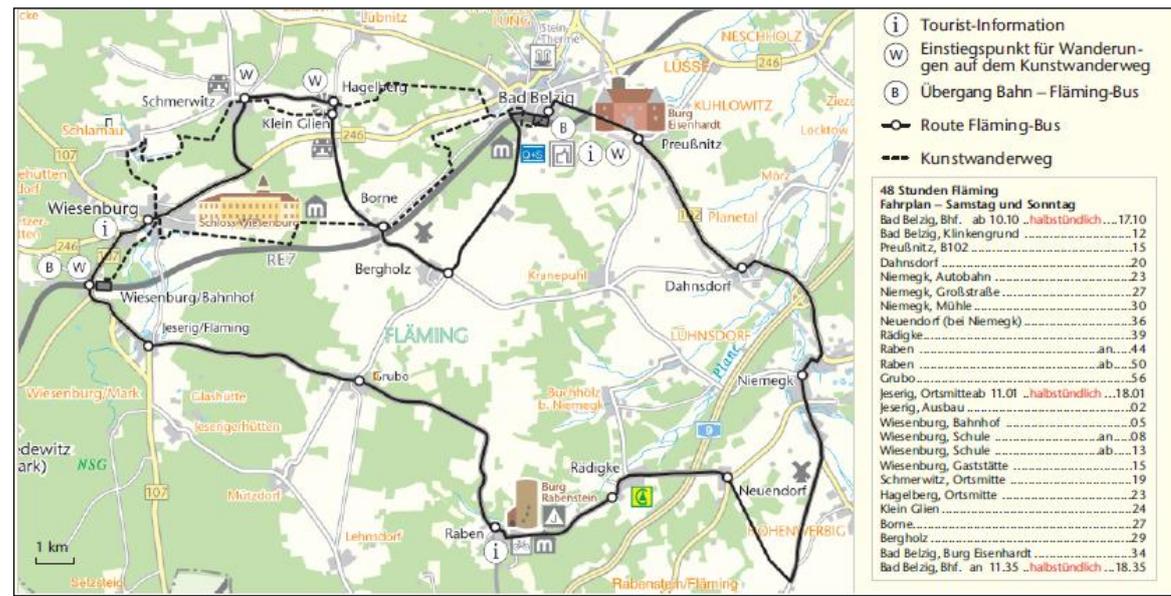
STECKBRIEF: Aktion „48 Stunden Fläming“



Quelle: VBB

<i>Kurzbeschreibung</i>	<p>Touristische Highlights in einer Region werden an einem Wochenende gebündelt und über einen Busverkehr miteinander verbunden. Ein Infostand zur Aktion empfängt die Gäste am Bahnhof, ortskundige Gästeführer in jedem Bus begleiten die Gäste zu den touristischen Highlights.</p> <p>Ziel der Aktion ist es,</p> <ol style="list-style-type: none"> möglichst viele Gäste für die Region Hoher Fläming zu interessieren, die dann auch unabhängig vom Event wiederkommen, den Besucher die Möglichkeiten des ÖPNV im Rahmen der Freizeitmobilität zu vermitteln und eine enge Partnerschaft zwischen Tourismusanbietern und ÖPNV-Betreibern zu bilden.
<i>Touristische Themen</i>	<ul style="list-style-type: none"> Natur / Naturerlebnis / Wandern / Kultur / Historische Stadtkerne
<i>Bedienungsgebiet / touristische Ziele</i>	<p>Hoher Fläming:</p> <ul style="list-style-type: none"> Burg Eisenhardt Bad Belzig Burg Rabenstein Schlosspark Wiesenburg Flämingbibliothek in Rädigke Gasthof Moritz in Rädigke mit Bauernmuseum Töpfercafe in Rädigke Kunstwanderweg
<i>Anbieter / Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> Verkehrsgesellschaft Belzig mbH im Auftrag des Landkreises Potsdam-Mittelmark und weitere private Verkehrsunternehmen
<i>Einführungsdatum</i>	<ul style="list-style-type: none"> Oktober 2007
<i>Angebotsform</i>	<ul style="list-style-type: none"> Sonderlinienverkehr
<i>Betriebszeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> im Zeitraum der 48-Stunden-Aktion, Sonnabend und Sonntag zwischen 10 und 17 Uhr
<i>Fahrtenangebot</i>	<ul style="list-style-type: none"> 14 Fahrten je Veranstaltungstag im 30min-Takt
<i>Fahrzeug + Beförderungskapazität</i>	<ul style="list-style-type: none"> 2 dreiachsige Busse und 4 Überlandlinienbusse je Veranstaltungstag
<i>Angebotsintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> einmaliger Sonderlinienverkehr Anschluss an die Bahn in Bad Belzig (RE 7)
<i>Tarifintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> VBB Tarif
<i>Fahrpreis / Kosten für den Nutzer</i>	<ul style="list-style-type: none"> Für die Flämingbusse werden keine Fahrscheine verkauft, da alle Gäste mit gültigen Fahrscheinen des Verkehrsverbundes Berlin-Brandenburg anreisen. Mehrheitlich genutzt werden das VBB-Abo 65+ sowie das Brandenburg-Berlin-Ticket.
<i>Kosten für den Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> ca. 10.000 € je Aktion
<i>Akteure, Organisation, Finanzierung</i>	<ul style="list-style-type: none"> Finanzierung durch den Landkreis Potsdam-Mittelmark (Wirtschafts- und Tourismusförderung)
<i>Besonderheiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> Verkehrsunternehmen benötigen für den Sonderlinienverkehr ggf. eine einstweilige Erlaubnis der zuständigen Genehmigungsbehörde.
<i>Info</i>	<p>www.reiseregion-flaeming.de www.VBB.de</p>

Linienführung / Erschließungsbereich



Quelle: LAG Fläming Havel

STECKBRIEF:
VBB-Fahrradtageskarte,
VBB-Fahrradmonatskarte



Quelle: VBB

<i>Kurzbeschreibung</i>	Die Fahrradkarten ermöglichen die Mitnahme von Fahrrädern in öffentlichen Verkehrsmitteln und tragen so zur Förderung des Umweltverbunds bei.
<i>Touristische Themen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Natur / Radfahren
<i>Bedienungsgebiet / touristische Ziele</i>	<ul style="list-style-type: none"> • VBB-Gebiet Berlin und Brandenburg
<i>Anbieter / Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg VBB
<i>Einführungsdatum</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 1998
<i>Angebotsform</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tarifangebot
<i>Betriebszeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Betriebszeiten des ÖPNV ohne zeitliche Einschränkungen
<i>Fahrtenangebot</i>	-/-
<i>Fahrzeug + Beförderungskapazität</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mitnahme nur in den gekennzeichneten Wagen SPNV, U-Bahnen und Straßenbahnen erlaubt • Fahrradmitnahme je nach Platzangebot (ggf. entscheidet darüber das Personal); Rollstuhlfahrer und Kinderwagen haben Vorrang • kein Anspruch auf Fahrradmitnahme
<i>Angebotsintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • möglich ist die Fahrradmitnahme in allen S- und U-Bahnen, im SPNV sowie in Straßenbahnen und Bussen (soweit ausreichend Platz vorhanden ist)
<i>Tarifintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • VBB Tarif
<i>Fahrpreis / Kosten für den Nutzer</i>	<p>Der Preis (Stand 2013) richtet sich nach der gewünschten Gültigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einzelfahrt: 1,10 € bis 3,20 € • Tageskarten: 3,00 € bis 6,00 € (bis 3 Uhr des Folgetages) • Monatskarte: 9,50 € bis 20,00 €
<i>Kosten für den Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • keine Angaben
<i>Akteure, Organisation, Finanzierung</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung durch die ÖPNV- und SPNV-Aufgabenträger
<i>Besonderheiten</i>	-/-
<i>Info</i>	www.VBB.de

STECKBRIEF: Thermenticket Bad Wilsnack



Quelle: www.vgp-prignitz.de / www.kristalltherme-bad-wilsnack.de

<i>Kurzbeschreibung</i>	Das Thermenticket Bad Wilsnack kombiniert den Eintritt in die Therme Bad Wilsnack und die An- und Abreise im ÖPNV in einem Ticket.
<i>Touristische Themen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Wasser / Wellness/Gesundheit
<i>Bedienungsgebiet / touristische Ziele</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrten auf allen Linien der Verkehrsgesellschaft Prignitz mbH (VGP) • Eintrittskarte für 4 Stunden in die Kristalltherme in Bad Wilsnack
<i>Anbieter / Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • gemeinsames Angebot der Kristalltherme Bad Wilsnack und der VGP
<i>Einführungsdatum</i>	<ul style="list-style-type: none"> • keine Angaben
<i>Angebotsform</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tarifangebot
<i>Betriebszeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • ganzjähriges Angebot, gültig während der Betriebszeiten der Kristalltherme und des ÖPNV
<i>Fahrtenangebot</i>	-/-
<i>Fahrzeug + Beförderungskapazität</i>	-/-
<i>Angebotsintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Das Ticket berechtigt zur Fahrt an dem auf dem Kombiticket angegebenen Tag zu einer Hin- und Rückfahrt im ÖPNV-Angebot der VGP.
<i>Tarifintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Haustarif der VGP (integriert in den VBB-Verbundtarif)
<i>Fahrpreis / Kosten für den Nutzer</i>	<p>Preis (Stand 2013)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thermenticket Bad Wilsnack: 18,50 € • Thermenticket Bad Wilsnack ermäßigt für Kinder von 6 -13 Jahren: 12,00 €
<i>Kosten für den Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • keine Angaben
<i>Akteure, Organisation, Finanzierung</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung durch Kristalltherme Bad Wilsnack und Verkehrsgesellschaft Prignitz mbH VGP
<i>Besonderheiten</i>	-/-
<i>Info</i>	www.vgp-prignitz.de

STECKBRIEF: Bürgerladen mobil



Quelle: LPG Jana Barbeiß

<i>Kurzbeschreibung</i>	Das Konzept von „Bürgerladen mobil“ bündelt Nahversorgungsangebot und Dienstleistungen für die Bürger mit Informationen und Dienstleistungen zu touristischen Angeboten und zum Mobilitätsangebot.
<i>Touristische Themen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • alle
<i>Bedienungsgebiet / touristische Ziele</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Modellvorhaben in der Kleeblattregion (Städte Kyritz, Neustadt/Dosse und Wusterhausen/Dosse)
<i>Anbieter / Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • örtlicher Nahversorger / Einzelhändler
<i>Einführungsdatum</i>	<ul style="list-style-type: none"> • vsl. 2015
<i>Angebotsform</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Informations- und Dienstleistungsangebot
<i>Betriebszeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • werktags ca. 9 – 18 Uhr • je nach Einrichtung ganzjährig oder saisonal
<i>Fahrtenangebot</i>	-/-
<i>Fahrzeug + Beförderungskapazität</i>	-/-
<i>Angebotsintegration</i>	<p>Integration an einem Standort von:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nahversorgungsangeboten (Lebensmittel, Zeitungen, Gastronomie usw.) • Dienstleistungen für den Bürger (Internetarbeitsplatz, Post, Bürgermeister-sprechstunde usw.) • Informationen zu touristischen Angeboten in der Region • Mobilitätsdienstleistungen und Mobilitätsberatung/-information (Vertrieb von Fahrausweisen für das Fifty-Fifty-Taxi, Rufbus-Bestellung usw.)
<i>Tarifintegration</i>	-/-
<i>Fahrpreis / Kosten für den Nutzer</i>	-/-
<i>Kosten für den Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • je nach Umbaubedarf zwischen 4.000 € und 70.000 € • Kosten für Erstausrüstung mit Waren
<i>Akteure, Organisation, Finanzierung</i>	<ul style="list-style-type: none"> • gewerbliches Angebot • Förderung durch den Europäischen Landwirtschaftsfond (ELER) und das Land Brandenburg
<i>Besonderheiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Sicherung der Vor-Ort-Versorgung in dünn besiedelten ländlichen Räumen in Brandenburg • Weiterentwicklung des bestehenden Bürgerladens Wittbrietzen ist geplant
<i>Info</i>	www.lpgbrandenburg.bplaced.net

STECKBRIEF: Fahrradverleih + ÖPNV



Quelle: Heduschka GmbH

<i>Kurzbeschreibung</i>	<p>In den vergangenen Jahren wurde die Radverkehrsinfrastruktur in Brandenburg durch die Landkreise mit Unterstützungen des Landes deutlich verbessert (v.a. Radwege). Der umweltschonende Radverkehr gewinnt damit eine immer stärkere Bedeutung im Tourismus. Dabei wird das Fahrrad mittlerweile als attraktive Mobilitätsalternative von Gästen und Besuchern wahrgenommen, die sonst mit dem Pkw unterwegs sind, oder die mit ÖPNV anreisen, aber ihr eigenes Fahrrad nicht mitgenommen haben.</p> <p>Für diese Zielgruppe bieten die brandenburgischen Fahrradverleiher vielfältige und weitgehend flächendeckende Angebote für die Fahrradnutzung im Ausflugsverkehr sowie für begleitete Radtouren.</p>
<i>Touristische Themen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Natur / Naturerlebnis / Radwandern
<i>Bedienungsgebiet / touristische Ziele</i>	<p>gesamtes Land Brandenburg mit den touristischen Highlights:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schloss- und Gartenanlagen • ausgedehnte Natur- und Seenlandschaften • Nationalpark Unteres Odertal • Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin • Industriekultur in den ehemaligen Tagebaugebieten
<i>Anbieter / Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • gewerbliches Angebot der Fahrradverleiher
<i>Einführungsdatum</i>	-/-
<i>Angebotsform</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Verleih von Fahrrädern / Elektromobilen und Zubehör • Abhol- und Bring-Service von/zu Unterkunft, Bahnhof oder Bushaltestelle • Radler-Shuttle-Service (Gepäcktransport) • thematische Radtouren mit fachkundiger Begleitung
<i>Betriebszeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrradausleihe / -rückgabe zu den Öffnungszeiten der Fahrradverleiher, meist 9 – 18 Uhr • uneingeschränkte zeitliche Nutzung während der Ausleihe
<i>Fahrtenangebot</i>	-/-
<i>Fahrzeug + Beförderungskapazität</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Hollandrad, Tourenrad, Trekkingrad, Mountain Bike, Pedelec, E-Bike
<i>Angebotsintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Optimale Kombination von Fahrrad + ÖPNV durch die Möglichkeit der Fahrradmitnahme in der Bahn und teilweise auch im Bus • zum Teil gemeinsame Vermarktung von Fahrradverleih und weiteren Outdoor-Aktivitäten (z.B. Kanutouren, Wandern usw.)
<i>Tarifintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • über das Angebot der VBB-Fahrradkarten (siehe Steckbrief „VBB-Fahrradtagskarte / VBB-Fahrradmonatskarte“)
<i>Fahrpreis / Kosten für den Nutzer</i>	<ul style="list-style-type: none"> • richtet sich nach dem Typ und Zustand des Leihfahrrads • typische Preisspanne für Tagesleihe: 6 – 10 €/Tag
<i>Kosten für den Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • keine Angaben
<i>Akteure, Organisation, Finanzierung</i>	<ul style="list-style-type: none"> • gewerbliches Angebot der Fahrradverleiher
<i>Besonderheiten</i>	-/-
<i>Info</i>	www.reiseland-brandenburg.de

STECKBRIEF:

Pedelec-Verleihangebot Movelo

Beispiel: Region Dahme-Spreewald



Quelle: Tourismusverband Spreewald e.V.

<i>Kurzbeschreibung</i>	<p>Die Firma movelo zählt zu den größten europäischen Anbieter für Elektromobilität im Tourismus. Das Konzept beruht auf einem Netzwerk lokaler Fahrradverleiher und Touristinformationen als Leistungspartnern, die die Ausleihe und Rückgabe der E-Bikes organisieren und bei Bedarf den Akku auch austauschen oder wieder aufladen. Der movelo-Fahrzeugpark ist weitgehend standardisiert.</p> <p>Dadurch erhält der Kunde ein bewährtes und verlässliches Produkt und über das dichte Netzwerk der Leistungspartner große Flexibilität bei seiner Routenplanung.</p>
<i>Touristische Themen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Natur / Naturerlebnis / Radwandern
<i>Bedienungsgebiet / touristische Ziele</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Region Dahme-Spreewald
<i>Anbieter / Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • örtliche Leistungspartner (Fahrradverleiher) der Firma movelo GmbH
<i>Einführungsdatum</i>	<ul style="list-style-type: none"> • April 2011
<i>Angebotsform</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pedelec-Verleihsystem
<i>Betriebszeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Saisonzeit: April bis Oktober • Öffnungszeiten je nach Verleihstation, i.d.R. an allen Wochentagen
<i>Fahrtenangebot</i>	-/-
<i>Fahrzeug + Beförderungskapazität</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pedelec der Marke „Swiss-FLYER“
<i>Angebotsintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • optimale Kombination von Fahrrad + ÖPNV durch die Möglichkeit der Fahrradmitnahme in der Bahn und teilweise auch im Bus
<i>Tarifintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • keine
<i>Fahrpreis / Kosten für den Nutzer</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 3-Stunden-Miete 8,- € • Tagessatz: 20,- € • Wochenpauschale und Gruppenangebote auf Anfrage • kostenloser Akkutausch
<i>Kosten für den Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • keine Angaben
<i>Akteure, Organisation, Finanzierung</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Firma movelo GmbH ist die Dachorganisation, beschafft den einheitlichen Fahrzeugpark und organisiert die Vermarktung des Angebots. • Vor-Ort-Partner (Fahrradverleiher, Tourismusverband, Touristinformationen, Hotels) kümmern sich um den Verleih, die Wartung und Reparatur der Bikes, die Pflege der Akkus und geben den Kunden meist noch die passenden Ausflugstipps. Stand 2013: <ul style="list-style-type: none"> • 12 Verleihstationen • 18 Akku-Wechselstationen
<i>Besonderheiten</i>	-/-
<i>Info</i>	www.movelo.com

STECKBRIEF: Abhol- und Shuttle-Service



Quelle: hotel-pension-bad-bevensen.de

<i>Kurzbeschreibung</i>	Viele Beherbergungsbetriebe, die nicht in fußläufiger Entfernung zu einem Bahnhof oder zumindest einer Bushaltestelle liegen, bieten ihren Gästen einen (meist kostenpflichtigen) Transfer-Service. Zur Erleichterung des Gepäcktransports wird in der Regel ein Transfer-Service zum nächstgelegenen Bahnhof angeboten.
<i>Touristische Themen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • alle
<i>Bedienungsgebiet / touristische Ziele</i>	<ul style="list-style-type: none"> • in der Regel begrenzt auf die Relation zwischen Beherbergungsbetrieb und dem nächstgelegenen größeren Ort und/oder Bahnhof
<i>Anbieter / Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • gewerbliches Angebot von Beherbergungsbetrieben
<i>Einführungsdatum</i>	-/-
<i>Angebotsform</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Abhol- und Zubringerverkehr
<i>Betriebszeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • i.d.R. außerhalb der Nachtruhezeiten
<i>Fahrtenangebot</i>	<ul style="list-style-type: none"> • individuell nach Bedarf, bei größeren Hotels auch nach einem festen Fahrplan (z.B. stündlich) • Transfer zum nachgelegenen Bahnhof (oder Bushaltestelle) • Transfer zum Flughafen • zum Teil auch Ausflugsangebote in die nähere Region
<i>Fahrzeug + Beförderungskapazität</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pkw oder Kleinbus
<i>Angebotsintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Abhol- und Zubringerverkehr zum ÖPNV
<i>Tarifintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> • keine Integration in den ÖPNV-Tarif
<i>Fahrpreis / Kosten für den Nutzer</i>	<ul style="list-style-type: none"> • i.d.R. gewerbliches, vom Gast zu zahlendes Zusatzangebot, zum Teil aber auch kostenloser Service
<i>Kosten für den Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • keine Angaben
<i>Akteure, Organisation, Finanzierung</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation und Finanzierung durch Beherbergungsbetreiber
<i>Besonderheiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Für das Angebot ist unter Umständen eine Genehmigung beim Landesamt für Bauen und Verkehr zu beantragen.
<i>Info</i>	-/-

STECKBRIEF: KONUS-Gästekarte Schwarzwald	
 <p><small>Als Fahrausweis nur gültig im ÖPNV (Öffentliches Personennahverkehr) in der 2. Klasse in Verbindung mit einem amtlichen Lichtbildausweis. Es gelten die Tarifbestimmungen und Beförderungsbedingungen des jeweiligen Verkehrsunternehmens. Bitte lesen Nutzungsbedingungen von KONUS-Konzept bei der Tourist-Information oder unter www.konus.schwarzwald.de an. Bildquelle: Die KONUS-Gästekarte ist ein Produkt der Region Schwarzwald. Copyright: Informationen erhalten Sie in Ihrer Tourist-Information vor Ort. Die Gästekarte übernimmt die Verantwortungen des Aufstufers im gesamten Schwarzwald.</small></p> <p>Quelle: www.schwarzwald-tourismus.info</p>	
<i>Kurzbeschreibung</i>	KONUS steht für K ostenlose N utzung des ÖPNV im S chwarzwald. Die KONUS-Gästekarte verknüpft dabei die Vorteile einer touristischen Rabattkarte mit einer ÖPNV-Zeitkarte und ermöglicht Übernachtungsgästen eine kostenfreie Nutzung von Bussen und Bahnen während ihres Aufenthalts. Darüber hinaus erhalten die Gäste zahlreiche Vergünstigungen und Preisvorteile in Freizeiteinrichtungen und bei Veranstaltungen. Die KONUS-Gästekarte gilt in 138 teilnehmenden Ferienorten sowie in 9 Verkehrsverbänden in der Ferienregion Schwarzwald. Sie ersetzt dort die örtliche Kurkarte.
<i>Touristische Themen</i>	<ul style="list-style-type: none"> Naturerlebnis / Wandern / Kultur / Wellness/Gesundheit
<i>Bedienungsgebiet / touristische Ziele</i>	<ul style="list-style-type: none"> Ferienregion Schwarzwald
<i>Anbieter / Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> Schwarzwald Tourismus GmbH in Kooperation mit 138 Gemeinden, 9 Verkehrsverbänden und zahlreichen Freizeiteinrichtungen
<i>Einführungsdatum</i>	<ul style="list-style-type: none"> 2006
<i>Angebotsform</i>	<ul style="list-style-type: none"> Tarifmaßnahme
<i>Betriebszeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> Nutzungsmöglichkeit während der Betriebszeiten des ÖPNV bzw. der Öffnungszeiten der teilnehmenden Freizeiteinrichtungen
<i>Fahrtenangebot</i>	<ul style="list-style-type: none"> alle Busse und Bahnen im Nahverkehr der 9 Verkehrsverbände (außer ICE-, IC- und EC-Verbindungen)
<i>Fahrzeug + Beförderungskapazität</i>	-/-
<i>Angebotsintegration</i>	-/-
<i>Tarifintegration</i>	<ul style="list-style-type: none"> uneingeschränkte Gültigkeit als ÖPNV-Ticket in allen 9 teilnehmenden Verkehrsverbänden
<i>Fahrpreis / Kosten für den Nutzer</i>	<ul style="list-style-type: none"> Übernachtungsgäste in den teilnehmenden Gemeinden erhalten die KONUS-Gästekarte kostenlos.
<i>Kosten für den Betreiber</i>	<ul style="list-style-type: none"> keine Angaben
<i>Akteure, Organisation, Finanzierung</i>	<ul style="list-style-type: none"> Finanziert wird die KONUS-Gästekarte über einen pauschalen Aufschlag auf die Kurtaxe in den teilnehmenden Gemeinden (36 Cent je Übernachtung ab 2012). Die Erlöse aus dem Kurtax-Aufschlag werden von den Gemeinden zum großen Teil zur Finanzierung der Beförderungsleistungen verwendet und an die Verkehrsverbände weitergegeben, die diese wiederum an die beteiligten Verkehrsunternehmen ausreichen. Für die von den teilnehmenden Freizeiteinrichtungen gewährten Rabatte erhalten diesen i.d.R. keinen finanziellen Ausgleich. Die Schwarzwald Tourismus GmbH übernimmt die Koordination der Akteure und die Organisation des Kartenbetriebs (Datenerfassung, Abrechnung usw.). Die Gäste erhalten die KONUS-Gästekarte von den Gastgebern in den teilnehmenden Orten nach ihrer Anmeldung.
<i>Besonderheiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> Die KONUS-Gästekarte gilt nicht für Tagesgäste. Parallel zur KONUS-Gästekarte gibt es derzeit noch die SchwarzwaldCard als kostenpflichtige TouristCard mit Ermäßigungsleistungen sowie verschiedene regionale Gästekarten als All-Inclusive-Card. Für die An- und Abreise mit der Bahn können Gäste ein vergünstigtes RIT-Schwarzwald-Ticket erwerben, gültig in allen Zügen der Deutschen Bahn AG (inkl. ICE) ohne Zugbindung.
<i>Info</i>	www.schwarzwald-tourismus.info

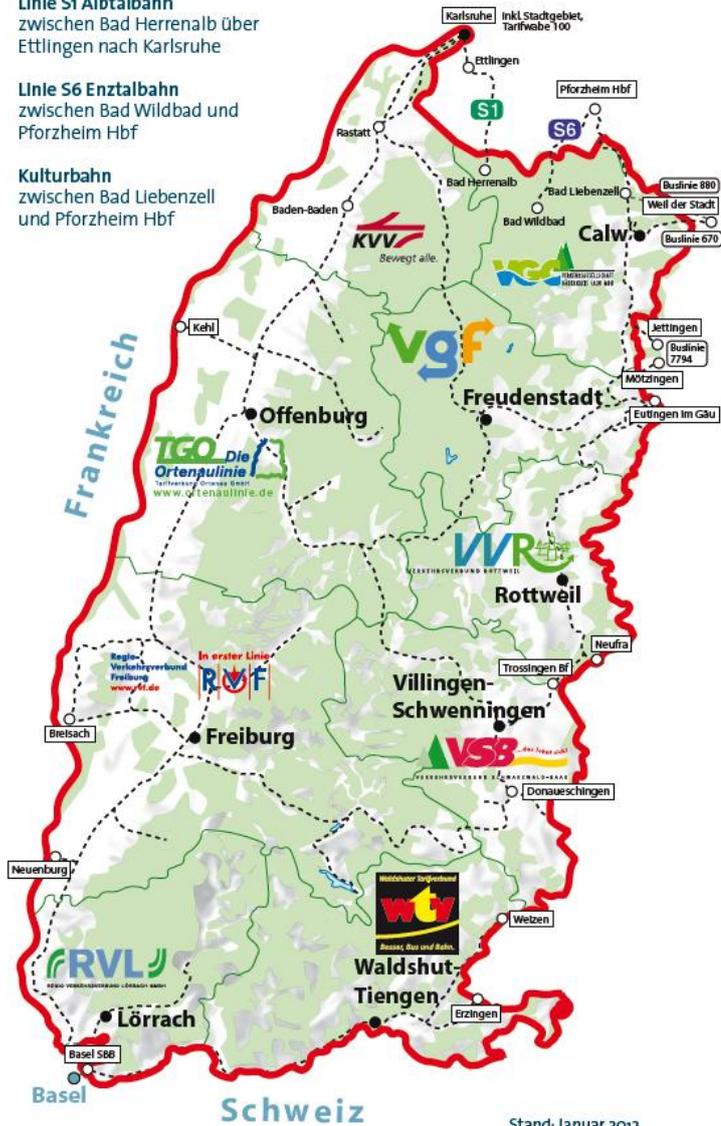
Geltungsbereich

KONUS gilt außerdem auf der ...

Linie S1 Albtalbahn
zwischen Bad Herrenalbb über
Ettlingen nach Karlsruhe

Linie S6 Enztalbahn
zwischen Bad Wildbad und
Pforzheim Hbf

Kulturbahn
zwischen Bad Liebenzell
und Pforzheim Hbf



Stand: Januar 2012

Quelle: www.schwarzwald-tourismus.info

Anhang 7: Checkliste zur Ablaufplanung bei Großveranstaltungen

Anhang 7: Checkliste zur Ablaufplanung bei Großveranstaltungen

1. Sollte eine Großveranstaltung geplant sein, prüft der Veranstalter zuerst, ob eine Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln erforderlich bzw. möglich ist. Dabei ist zu prüfen, woher die Gäste kommen und wie viel erwartet werden. Sollte es sich hier mehrheitlich um Gäste aus der eigenen Region handeln, ist Schritt 2 weiter zu verfolgen.
2. Hier ist zu prüfen, ob ein ausreichendes Bus-Angebot im öffentlichen Linienverkehr vorhanden ist. Sollte dies der Fall sein, ist das regionale Busverkehrsunternehmen von der bevorstehenden Veranstaltung zu unterrichten mit dem Hinweis auf eine verstärkte Inanspruchnahme zur Veranstaltung. Besteht zur Zeit der Veranstaltung kein öffentliches Linienverkehrsangebot, ist Schritt 3 weiter zu verfolgen.
3. Der Landkreis bzw. die kreisfreie Stadt als Aufgabenträger für den öffentlichen Personennahverkehr mit Bussen ist vom Event zu unterrichten. Dabei ist zu prüfen, ob für die Zeit des Events ein öffentliches Linienverkehrsangebot durch den Aufgabenträger gewünscht wird. In diesem Fall kann der Aufgabenträger Mehrverkehr beim regionalen Busverkehrsunternehmen bestellen. Eine entsprechende Liniengenehmigung ist beim Landesamt für Bauen und Verkehr zu beantragen. Hinsichtlich der Finanzierung sollte eine gesonderte Vereinbarung zwischen Veranstalter und Aufgabenträger ÖPNV abgeschlossen werden.
4. Wird die Bestellung eines öffentlichen Verkehrsangebotes ausgeschlossen, besteht die Möglichkeit, direkt beim Busverkehrsunternehmen Verkehrsleistungen zu bestellen. Dies ist dann kein ÖPNV, das heißt, Fahrscheine des öffentlichen Personennahverkehrs gelten nicht. Diese Leistungen werden ausschließlich zwischen einem Verkehrsunternehmen und dem Veranstalter vereinbart und finanziert. Eine entsprechende Liniengenehmigung ist beim Landesamt für Bauen und Verkehr zu beantragen.
5. Werden zur geplanten Veranstaltung Gäste erwartet, die mit dem Schienenpersonennahverkehr (SPNV) anreisen, ist zuerst die Zahl der anreisenden Gäste abzuschätzen. Anschließend ist zu prüfen, ob die vorhandenen Bahnkapazitäten ausreichen. Sollte dies der Fall sein, ist nichts weiter zu unternehmen. Auch die Bewertung des bestehenden Angebotes sollte über das Eisenbahnverkehrsunternehmen bzw. den VBB erfolgen. Sollten die Kapazitäten nicht ausreichen, ist Schritt 6 weiter zu verfolgen.
6. Der Veranstalter wendet sich an den Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg als Regieebene für den SPNV für die Länder Berlin und Brandenburg. Er teilt mit, zu welchen Zeiten die meisten Gäste erwartet werden, bzw. den Beginn und das Ende der Veranstaltung. Ebenso teilt er mit, woher die erwarteten Gäste kommen. Der Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg prüft im Anschluss mögliche Kapazitätsausweitungen ggf. auch den Einsatz von zusätzlichen Zugfahrten. Die Entscheidung wird dem Veranstalter mitgeteilt.

Anhang 8: Website-Verlinkung mit VBB-Fahrinfo



**Verkehrsverbund
Berlin-Brandenburg
Alles ist erreichbar.**

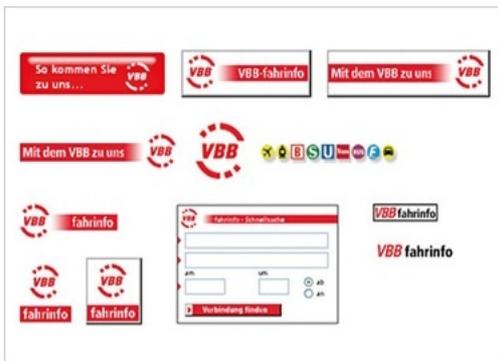
Schritt-für-Schritt-Anleitung

Tutorial zur Nutzung des VBB-Fahrinfo-Anreisebuttons

VBB-Services für Betreiber von Webseiten

Anreisebutton

Werten Sie Ihre Homepage auf mit dem kostenlosen VBB-Anreisebutton.



© VBB

Machen es Ihren Kunden oder Freunden bequem mit Öffentlichen Verkehrsmitteln zu Ihnen zu finden: Das Fahrtziel, Ihre Wunschadresse, ist schon eingetragen! Der Button ist in vielen Designs erhältlich.

Link

Anreisebutton-Link Einfach Testen!

Lage:
Die Biosphäre liegt inmitten von Potsdams grünem Herzen - dem Volkspark Potsdam (ehemaliger BUGA-Park), nur wenige Gehminuten von Schloss Sanssouci, Ruinen- und Pfingstberg sowie Cecilienhof entfernt. Das Verkehrssystem führt die Autofahrer in Potsdam direkt zur Biosphäre, 200 Parkplätze für PKW (inkl. Behindertenparkplätze) sowie Busparkplätze befinden sich direkt rechts/links der Biosphäre.

Verkehrsverbindungen:
Mit den öffentlichen Verkehrsmitteln des VBB:
ab Potsdam-Hauptbahnhof mit Straßenbahnlinie 96 Richtung Bornstedter Feld, Viereckremise bis zur Haltestelle Volkspark fahren. Die Haltestelle liegt direkt vor der Biosphäre oder Straßenbahnlinie 92 (Richtung „Bornstedt-Kirschallee“) bis Haltestelle „Campus Fachhochschule“, von hier aus 300-400 m entlang der nach rechts abbiegenden Schienen bis zur Biosphäre laufen.

Mit dem Routenplaner des VBB finden Sie Ihre Verbindung zur Biosphäre:

© Quelle: <http://www.biosphaere-potsdam.de/>

Anwendungsbeispiel Biosphäre Potsdam (Screenshot)

VBB - Fahrinfo

Routeninfo

von

nach

START

— Erweiterte Suche

Haltestelleninfo

START

Linieninfo

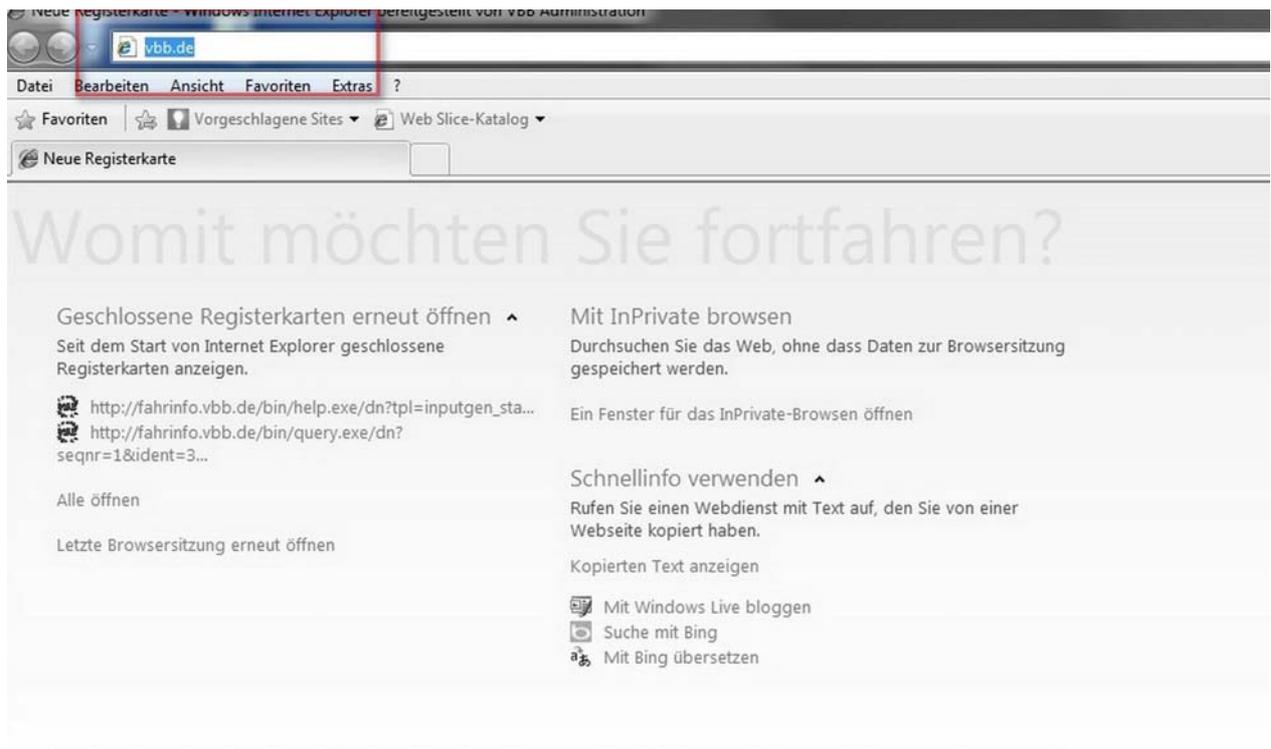
START

Für schlappe
29,90 €

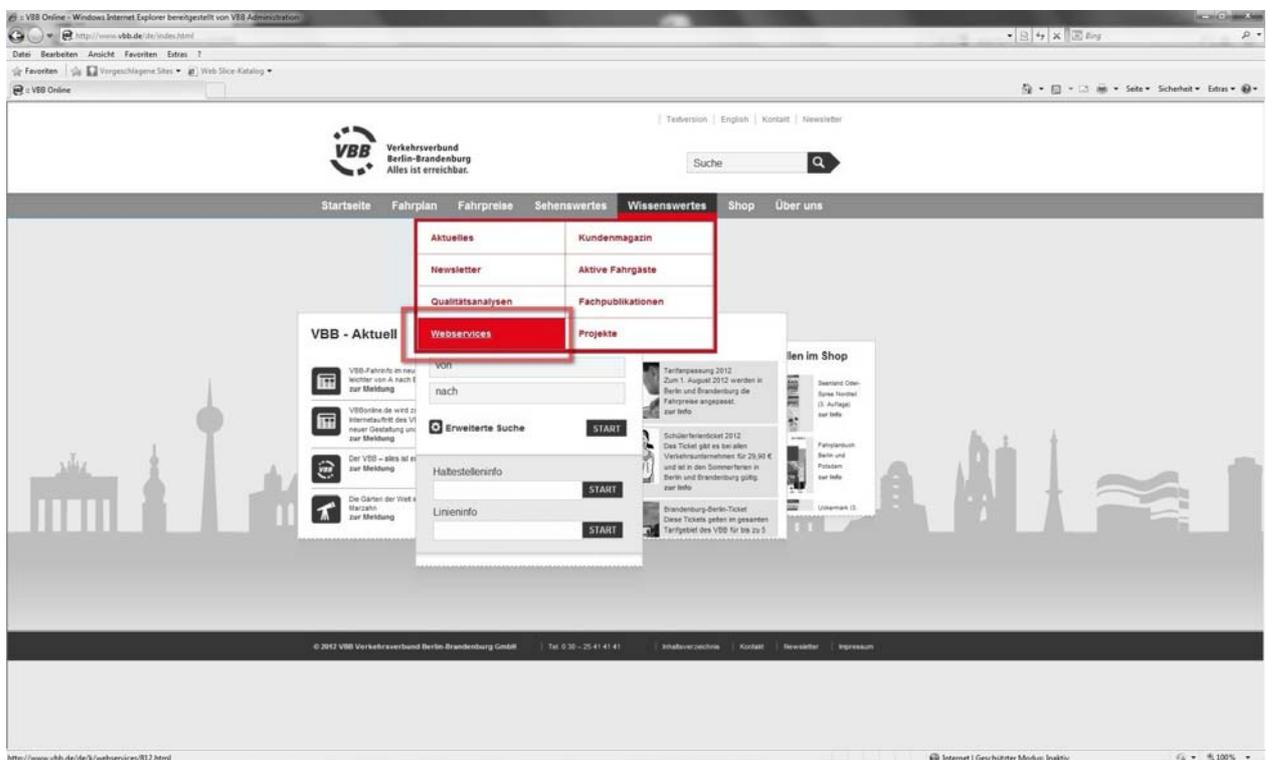
Tauch ein
in die
groooooßen
Ferien.

VBB Verkehrsverbund
Berlin-Brandenburg
Alles ist erreichbar.

Anhang 8

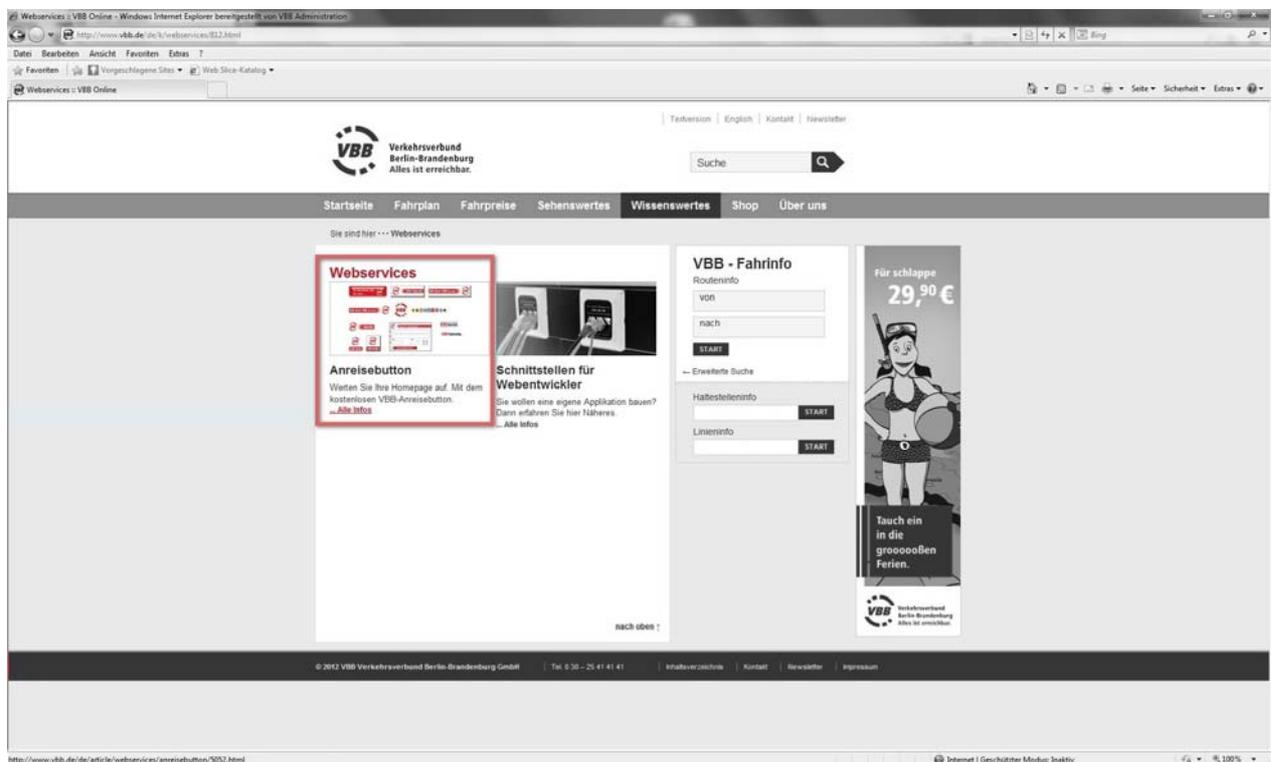


- 1) Starten Sie Ihren Internet-Browser und geben Sie in die Adresszeile www.VBB.de ein.



Anhang 8

- 2) Gehen Sie auf der VBB.de -Startseite mit dem Mauszeiger zuerst auf das Button „Wissenswertes“ und dann auf den Unterpunkt „Webservices“.

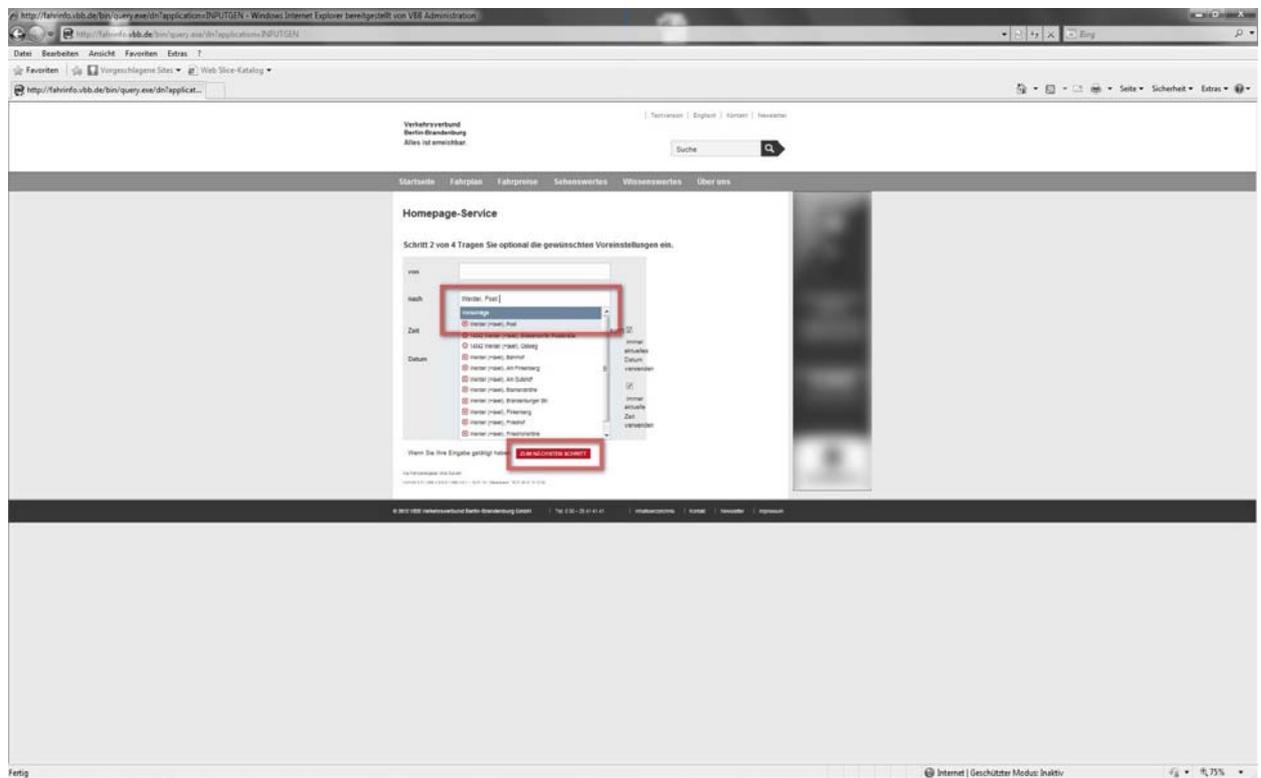


- 3) und dann auf „Alle Infos...“ klicken

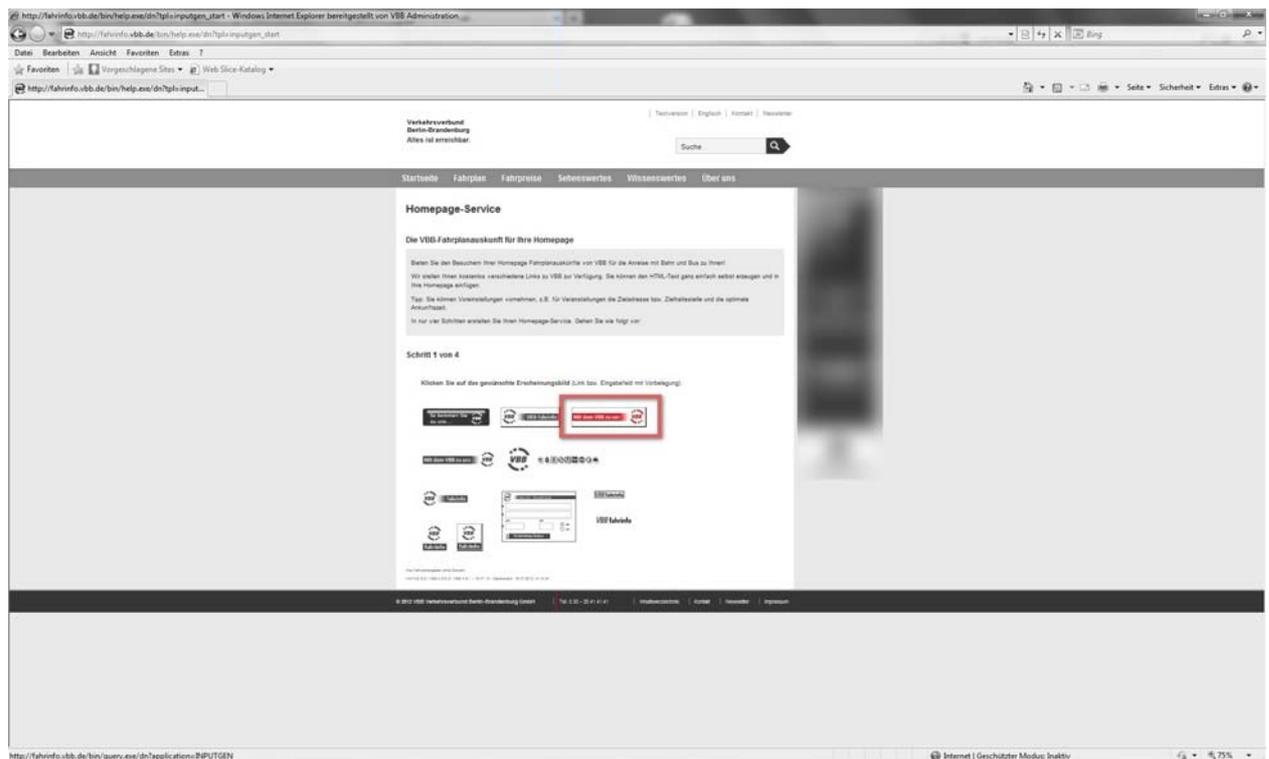


Anhang 8

- 4) In der Mitte der Seite klicken Sie bitte auf „Anreisebutton-Link – Einfach Testen“.

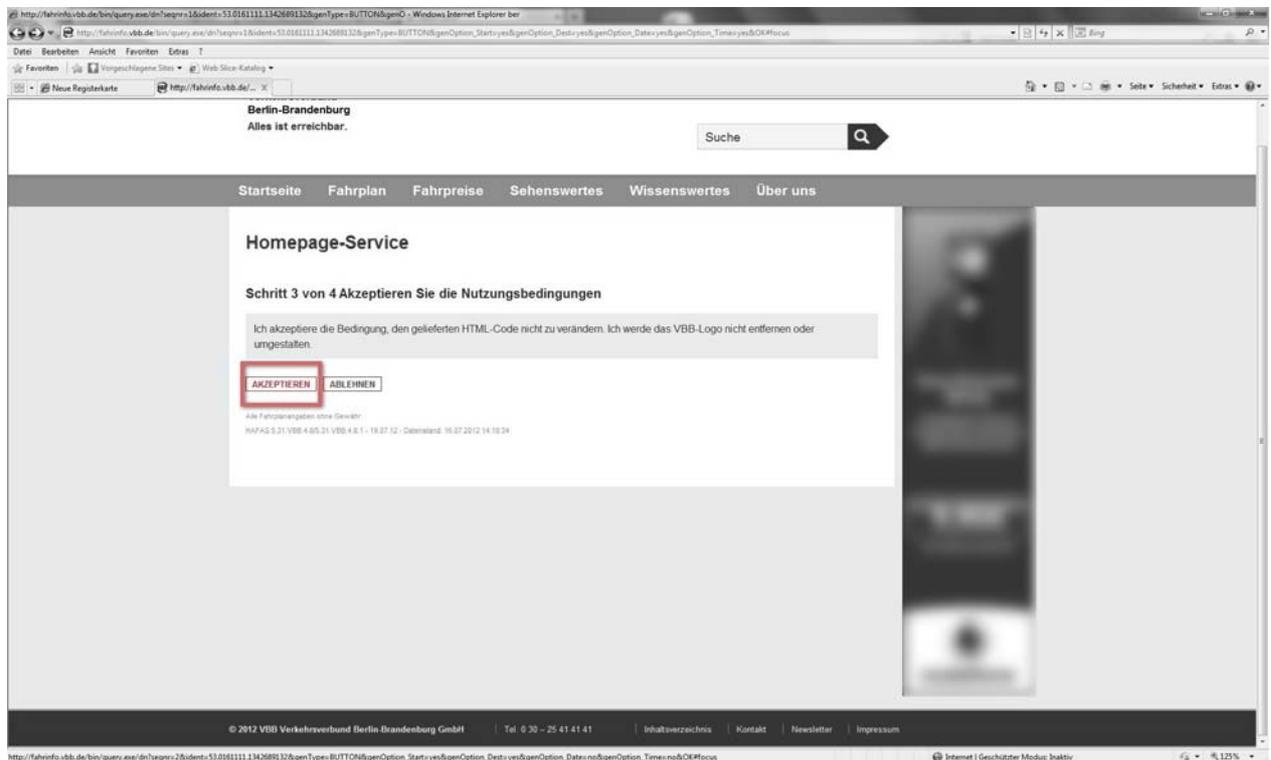


- 5) Nun können Sie einen Button wählen (für unser Beispiel haben wir uns für den rot markierten Button entschieden).

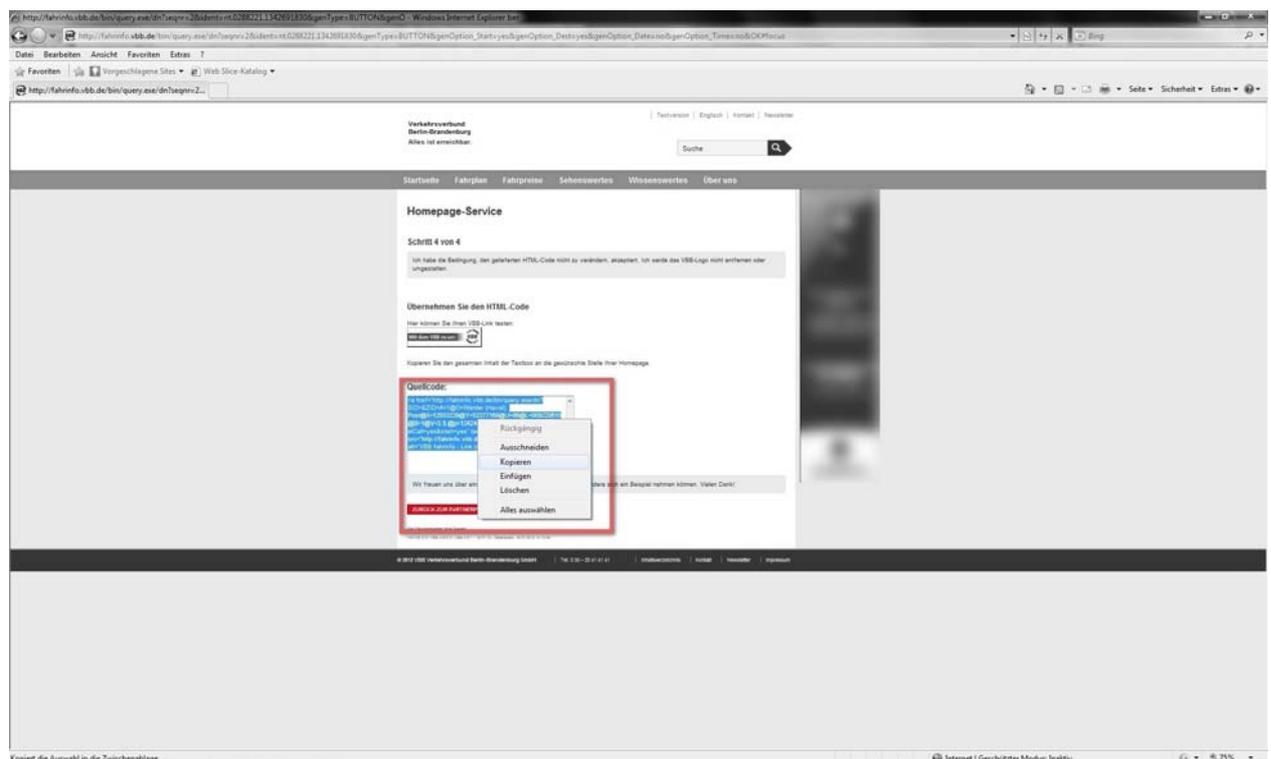


Anhang 8

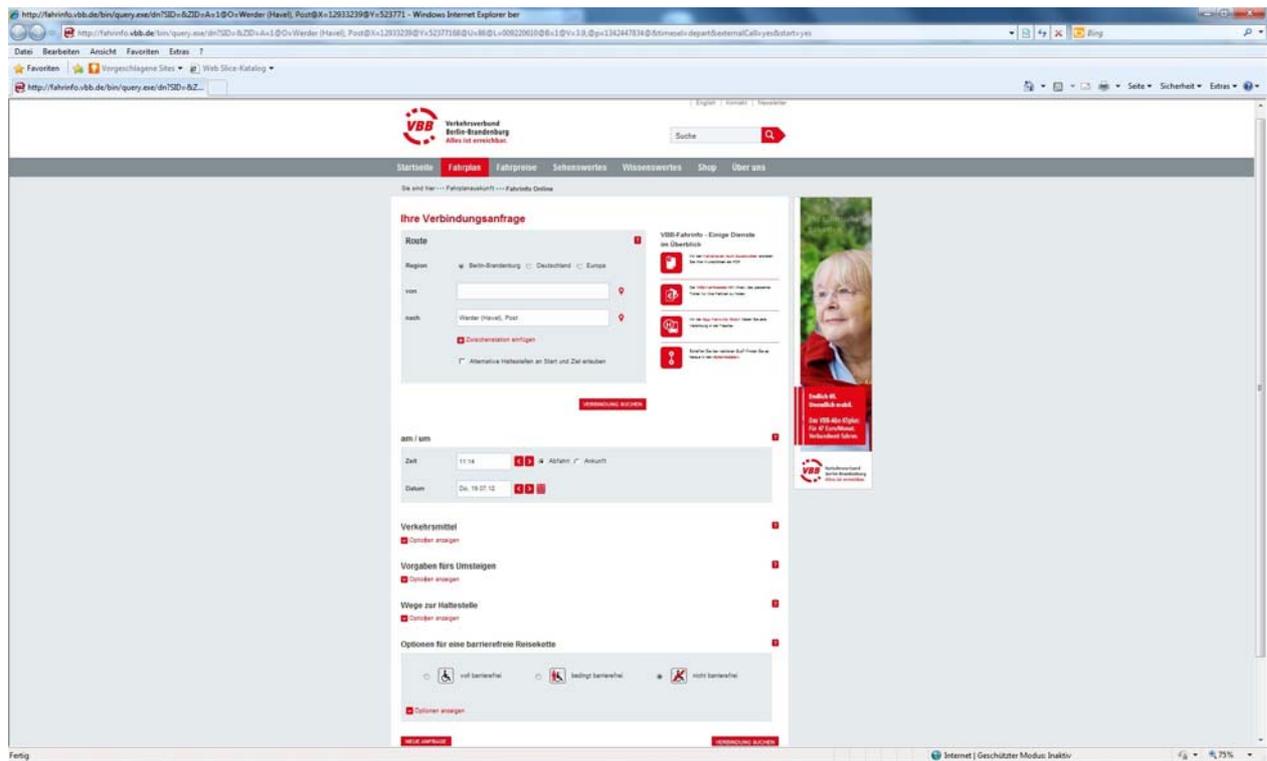
- 6) Nun tragen Sie bitte bei „nach“ Werder, Post ein und klicken auf „zum nächsten Schritt“.



- 7) Auf dieser Seite müssen Sie nun auf „Akzeptieren“ klicken. Bitte beachten Sie: Falls es Rückfragen, z.B. wegen Schreibfehlern, gibt, werden Sie auf einer Zwischenseite gebeten, Ihre Eingabe zu überprüfen bzw. ein Fahrziel aus einer Vorschlagsliste auszuwählen.



Anhang 8



8) Nun kopieren Sie den HTML-Code auf Ihre Homepage. Fertig.

Beim Klick auf den VBB-Anreisebutton auf Ihrer Homepage gelangen Ihre Seitenbesucher auf die VBB-Fahrinfo, bei der sie nur noch ihren Startort eintragen müssen. Beim Klicken des Buttons „Verbindung suchen“ wird die Fahrtverbindung zu Ihnen angezeigt.

Anhang 8

Der Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg
wünscht Ihnen Gute Fahrt!

Das VBB-Infocenter
gibt Ihnen gerne weitere Informationen
zu Fahrverbindungen oder Tarifen

Telefon: 030 / 25 41 41 41
E-Mail: info@VBB.de

Montag bis Freitag	8.00 - 20.00 Uhr
Samstag, Sonntag	9.00 - 18.00 Uhr

Impressum

Herausgeber:
VBB Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg GmbH
Geschäftsführer: Hans-Werner Franz
Hardenbergplatz 2, 10623 Berlin
Telefon: 0 30 / 25 41 41 41
Telefax: 0 30 / 25 41 41 45
www.VBB.de

Redaktion, Realisation:
Robert Haack, Burkhard Gerken

Stand:
August 2012

Alle Angaben ohne Gewähr.

IMPRESSUM

Herausgeber:

Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg GmbH
Hardenbergplatz 2, 10623 Berlin
Telefon: (030) 25 414-0
E-Mail: info@VBB.de
Internet: www.VBB.de



Gefördert mit Mitteln des Ministeriums für
Infrastruktur und Landwirtschaft und dem
Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten

Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handels-
kammern des Landes Brandenburg (LAG)

Verantwortlich:

Dipl. Vw. Petra-Juliane Wagner,
VBB Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg

Autoren:

Dipl. Vw. Petra-Juliane Wagner
Dipl. Ing. Christian Reuter, PTV Transport Consult GmbH

Bildquellen:

VBB GmbH
Frank Böhnke
kontur werbeagentur GmbH
LAG Havelland-Fläming
Havelbus Verkehrsgesellschaft mbH

Stand: Oktober 2013