

ACCESS2MOUNTAIN

Workpackage 4

Regional & Narrow Gauge Railways



Inhalt

Einleitung	3
Das Projekt Acces2Mountain	6
Was macht Bahnen erfolgreich?	10
Ziele und Methodik des Projektes Acces2Mountain	13
Phase 1 - Erhebung und Analyse	15
Phase 2a - Schlussfolgerungen, vertiefende Empfehlungen	18
Phase 2b - Vertiefende Empfehlungen zur Mariazellerbahn	18
Phase 3 - Begleitung der fachlichen Umsetzung	19
Ergebnisse der Erhebung und der Analyse	19
Allgemeine Erfolgsvoraussetzungen	19
Können Verkehrssysteme das Image einer Region positiv beeinflussen?	20
Zwischen-Resumée	30
Erfolgsfaktoren im Einzelnen	30
Zusammenwirken aller Institutionen	30
Zugang zum Angebot, Kooperationen	32
Marktauftritt	40
Schnittstellen (Stationen, Fahrzeuge)	44
Information am Bahnsteig und im Zug	45
Fahrzeuge	48
Empfehlungen	53
Schaffung einer mehrdimensionalen Alleinstellung (USP)	53
Fördermittel an wirksame Beschlüsse der Region binden	57
Leitbild einer proaktiven Vorgangsweise	62
Ganzheitliche Betrachtung aus Gästesicht	63
Gästerwartungen und Gästebedürfnisse	64
Kommunikation und Information, Aufmerksamkeit für die Bahn	66

Attraktive Tarifangebote und kundenfreundlicher Vertrieb	70
Fahrzeuge	73
Alltäglicher Personenverkehr (Schüler, Pendler, Freizeit)	75
Güterverkehr	80
Bahn und Fahrrad	83
Masterplan	88
Zusammenfassung bisheriger Ergebnisse	95
Resumée	99

Einleitung

Drei Medienmeldungen zu Beginn. Auf den ersten Blick fast zufällig, in ihren Hauptaussagen nicht zusammengehörig wirkend, markieren sie Ausgangspunkt und Kernthema des Projektes Acces2Mountain dennoch nahezu idealtypisch:

Swiss Travel System verzeichnet Rekordjahr 2011.¹

Die Swiss Travel System AG in Zürich blickt auf ein Rekordjahr 2011 zurück. Zwölf Monate nach ihrer Gründung verzeichnet die Marketinggesellschaft für den öffentlichen Verkehr der Schweiz ein Umsatzplus von 4.1 Prozent gegenüber 2010. Und erntet damit den Erfolg für die gezielte Aufbauarbeit und die verstärkte gemeinsame Marktbearbeitung mit Schweiz Tourismus. Nicht zuletzt sind die gestiegenen Verkaufsumsätze auch auf die wachsende Nachfrage nach individueller Reisegestaltung aus den Überseemärkten zurückzuführen.

Trotz rückläufiger Hotelübernachtungen von ausländischen Gästen (-2% gegenüber 2010) konnten die Swiss Travel System-Angebote 2011 einen neuen Rekord erzielen: Weltweit wurden Fahrausweise für CHF 68.1 Mio. verkauft. Zwar haben der starke Franken und die getrübtete Konsumentenstimmung die Verkaufszahlen in den wichtigen Märkten Deutschland und Großbritannien negativ beeinflusst, die erfreuliche Entwicklung in den Überseemärkten konnte die Verluste jedoch mehr als wett machen. So stiegen in den asiatischen Ländern die Verkaufszahlen in allen bedeutenden Märkten zwischen 30% (Indien) und 88% (China). Die wachsende Nachfrage nach individueller, unabhängiger Reisegestaltung aus den asiatischen Märkten wurde und wird gezielt mit Swiss Travel System-Produkten gestillt.

«Die Rekordzahlen freuen uns sehr und stimmen uns positiv. Sie beweisen, dass das öffentliche Verkehrsnetz in der Schweiz eine immer größere touristische Bedeutung gewinnt», meint Maurus Lauber, CEO der Swiss Travel System AG. Die verstärkte Marktbearbeitung in den wichtigsten Europa- und Überseemärkten habe dazu beigetragen, dass ausländische Touristen auch an den Verkaufsstellen in der Schweiz deutlich mehr Fahrausweise gekauft hätten (+4.6%). «Produkte wie der Swiss Pass sind der Renner», so Lauber weiter. «Sie ermöglichen Gästen aus dem Ausland unbeschränkte Fahrt mit Bahnen, Bussen und Schiffen, freien Eintritt in mehr als 450 Museen, 50% Ermässigung auf den meisten Bergbahnen und vieles mehr. Das schätzen unsere Kunden sehr.»

Erfolg beflügelt. Und so wird die weltweite Marktbearbeitung gemeinsam mit Schweiz Tourismus und weiteren Partnern zusätzlich verstärkt. Anfang April startet eine internationale 2für1-Promotion für alle 4-Tages Swiss Saver Pässe. Damit will Swiss Travel System trotz wirtschaftlich ungünstiger Rahmenbedingungen mehr Gäste in die Schweiz locken und so neue «Botschafter» für das dichteste öffentliche Verkehrsnetz der Welt gewinnen.

Wichtigste Wachstumsmärkte 2011 waren:

China, Hongkong und Taiwan mit + 88%

Südkorea mit + 48%

Indien mit +33%.

¹ Medienmitteilung Swiss Travel System AG, 30. März 2012

Herausforderungen für ÖPNV im ländlichen Raum nehmen zu²

VDV warnt: Demografischer Wandel bedroht die Leistungsfähigkeit des Nahverkehrs in der Fläche

Der Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) warnt vor einer zunehmend unterschiedlichen Nachfrageentwicklung des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) in Deutschland. Während in Großstädten und Ballungsräumen immer mehr Menschen Busse und Bahnen nutzen, gehen die Fahrgastzahlen in den ländlichen Regionen und in den Kleinstädten zurück. Dies liegt vor allem am demografischen Wandel und den dadurch stark rückläufigen Schülerzahlen. Denn Schüler sind seit jeher die mit Abstand größte Kundengruppe des ÖPNV im ländlichen Raum.

„Die Nachfrageentwicklung im ÖPNV in der Fläche beobachten wir mit wachsender Sorge. Allein im letzten Jahr sanken die Fahrgastzahlen im Regionalbusverkehr deutschlandweit um 1,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. In den Städten mit weniger als 100.000 Einwohnern ging die Nachfrage sogar um fast zwei Prozent zurück“, erklärt VDV-Präsident Jürgen Fenske. Das stellt die betroffenen Verkehrsunternehmen vor zunehmende Probleme, auch zukünftig in allen Regionen und kleinen Städten ein adäquates ÖPNV-Angebot zu gewährleisten. „Auf der einen Seite muss aus Gründen der Daseinsvorsorge ein Grundangebot an Nahverkehrsleistung vorhanden sein. Andererseits wird es vielerorts für die Unternehmen wirtschaftlich immer schwieriger, eine regelmäßige Bedienung aufrechtzuerhalten. Denn die Kosten für Fahrzeuge, Personal und für die Instandhaltung der Haltestellen sind fix, während die Nachfrage vor allem durch die schwindenden Schülerzahlen deutlich zurückgeht“, erklärt Fenske.

Der VDV wirbt daher bei der Politik für eine besondere Berücksichtigung des Nahverkehrs in den ländlich geprägten Regionen Deutschlands. „Der Nahverkehr braucht auch in der Fläche Planungssicherheit und zukunftsfähige Konzepte. Der VDV wird eine Task Force einrichten, die zum Herbst dieses Jahres Vorschläge zur Lösung der Finanzierungsfragen und zu den zunehmenden Verteilungskonflikten in den Verkehrsverbänden erarbeiten soll“, so Fenske abschließend.

Fahrgastzahlen übertreffen Erwartungen³

Erfolgreiche Kooperationen / Bürgermeister Hans Warter, Beiratsvorsitzender der Pinzgauer Lokalbahn: „Immer mehr Pinzgauer steigen in die Pinzgauer Lokalbahn ein“

„Die Fahrgastzahlen übertreffen eindeutig unsere Erwartungen“, berichtet Bürgermeister Hans Warter im Rahmen eines Pressegesprächs am 12. Mai 2011 in Zell am See. Der Piesendorfer Bürgermeister ist Vorsitzender des Beirates der Pinzgauer Lokalbahn. Der jüngste Quartalsvergleich bestätigt, dass immer mehr Pinzgauer und Urlaubsgäste die Schmalspurbahn für Beruf, Schule und Freizeit nutzen: Die Zahl der Fahrgäste im ersten Quartal 2011 hat sich im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2009 verdoppelt.... „Der Fahrgastzuwachs freut mich sehr, da wir vor drei Jahren nicht mit einer so schnellen positiven Entwicklung gerechnet haben“, fügt Hans Warter hinzu. Im Februar 2011 wurden erstmals mehr als 3.000 Fahrgäste pro Tag gezählt. Für 2011 werden über 800.000 Fahrgäste erwartet. Hans Warter sieht in der steigenden Nachfrage den Bedarf bestätigt: „Die Pinzgauer Lokalbahn zeigt, dass mehr Menschen die Bahn nutzen, wenn das Angebot stimmt.“

Mit Kundenorientierung und den Verantwortlichen direkt vor Ort ist die Schmalspurbahn auch in touristischer Hinsicht erfolgreich unterwegs. „Die Pinzgauer Lokalbahn hat sich in den letzten Jahren als verlässlicher Partner für touristische Angebote etabliert“, lobt Warter. „Die Errichtung von neuen Haltestellen in der Nähe von Seilbahnen hat sich mittlerweile als zukunftsweisende Entscheidung bestätigt“, so der Vorsitzende. Die Haltestellen Hollersbach Panoramabahn und Areitbahn in Zell am See wurden in Gehweite zu den Talstationen der Seilbahnen errichtet.

² VDV-Pressemitteilung Nr. 12, 30.März 2012

³ Pressemitteilung Bgm. Hans Warter, 12.Mai 2011. Die Pinzgaubahn war nach schweren Hochwasserschäden teilweise eingestellt und 2008 von den ÖBB an das Land Salzburg übertragen worden.

Die Aktion Skipass = Fahrkarte ist das erfolgreichste Winter-Angebot. In der Skisaison 2009/10 gab es erstmals eine Kooperation mit der Hollersbacher Panoramabahn. Im Winter 2010/11 wurde die Aktion auf das Familien-Skigebiet Wildkogel und den sogenannten 'Wennser Gletscher', einem Anfängerlift in Bramberg Wens, erweitert. Mit einem gültigen Skipass brachte dabei die Pinzgauer Lokalbahn zwischen Dezember und Mai insgesamt mehr als 15.000 Fahrgäste zur Piste. Die Zahlen bestätigen auch heuer wieder: Wenn ein Angebot passt, wird es auch angenommen und das Auto bleibt in der Garage. Noch dazu nützen Jugendliche und Schulklassen die Bahn zu jenen Fahrzeiten, die sonst weniger ausgelastet sind. Weitere gut gebuchte Angebote waren Wintermärchen- und Rodelzug.

Welche Kernbotschaften enthalten diese Mitteilungen?

- Erstens:** Eisenbahntourismus hat Zukunft. Das Bahnland Schweiz erkennt den Zug der Zeit und baut seine führende Rolle auch in diesem Marktsegment gewohnt professionell aus.
- Zweitens:** Traditionelle Bahnmärkte sind von offensichtlich nachhaltig wirksamen, demografischen Entwicklungen bedroht.
- Drittens:** Auch wenig Hoffnung gebende Ausgangssituationen können mit den passenden Methoden zu Erfolgsgeschichten verwandelt werden.



Nichts ist unmöglich: Nach jahrzehntelanger Stilllegung wurde die Zahnradbahn zum Kloster Montserrat bei Barcelona in den Jahren 2002 - 2003 wieder aufgebaut. Davor befuhren tausende Busse pro Jahr die steile Gebirgsstraße. Jetzt parken sie im Tal. Foto: Otfried Knoll

Diese drei Kernbotschaften bilden gewissermaßen den Rahmen, in dem sich Ausgangslage und Lösungsansätze des Projektes Acces2Mountain, im Speziellen des Workpackages 4 „Regional & Narrow Gauge Railways“, anhand der erzielten Ergebnisse darstellen lassen.

Das Projekt Acces2Mountain

Die Diskussion, wie angesichts erkennbarer Schäden durch ungebremstes Mobilitätswachstum gegengesteuert werden könnte, verläuft meist emotional und in der Argumentation häufig konträr. Als kleinster gemeinsamer Nenner wird dabei oft „Die neue Langsamkeit“ entdeckt, beispielsweise bei der Wahl des Urlaubszieles. Seit einigen Jahren ist auch in allen hoch entwickelten Ländern festzustellen, dass im allgemeinen Sprachgebrauch zunehmend Schlagworte wie „slow“ oder „Entschleunigung“ als Umschreibung einer Sehnsucht nach menschlichen Maßstäben Eingang finden. Offensichtlich betrifft diese Sehnsucht auch persönliche Bereiche des Mobilitätsverhaltens. Möglicherweise führt die Sorge, an den erkennbaren Auswirkungen des Klimawandels Mitverantwortung zu tragen, zu einer verstärkten Auseinandersetzung mit nachhaltig verträglichen Mobilitätsformen. Wahrscheinlich aber ist es ganz einfach der Beweis dafür, dass in einer zunehmend rasanten Lebensart das verloren geglaubte, aber erkennbar Beständige an Wert gewinnt und mit der Erinnerung an die eigene Kindheit die Wieder-Verlangsamung des Lebens zunehmend erstrebenswert erscheint.

Das menschliche Maß zu suchen und es zumindest für eine Zeit lang zu finden, ist einer der gesellschaftspolitischen Megatrends, mit dem sich auch die Tourismuswelt intensiv auseinandersetzt. Regionen, die den Eindruck vermitteln, man könne auch ohne Gaspedal Erlebnisurlaub machen, sind gefragt, Sommerfrischen, die ihren Gästen ein bewusstes „Verorten“ anbieten, sind im Kommen. Destinationen, die hierzu besonders gut geeignet sind, haben zur Zeit gute Chancen, damit ein Alleinstellungsmerkmal zu begründen.

Was den Bahntourismus betrifft, ist seit einigen Jahren auch ein spürbarer Trend zu Reisen in östlich von Mitteleuropa gelegene Regionen zu bemerken. Bei einer Bahnfahrt als Reiseerlebnis an sich sind die vorbei ziehende Landschaft und die Neugierde auf ein besonderes Regionsangebot offenbar Grund genug für eine wachsende Anzahl Menschen, vom Alltag der großen Distanzen und hohen Geschwindigkeiten in eine „Anderswelt“ einzutauchen, sich auch schon während der Reise zu erden und dabei gewissermaßen zu reaktivieren.

Vor diesem Hintergrund strebt das Projekt Acces2Mountain als eines seiner Ziele an, umweltverträgliche Verkehrslösungen für den Tourismus in Gebirgsregionen der Alpen und Karpaten zu konzipieren und umzusetzen. Den Projektzielen entsprechend soll von nachhaltig gestalteten Mobilitätsangeboten für den Tourismus auch die jeweils einheimische Bevölkerung – insbesondere auch im ländlichen Raum - profitieren.



Mit der Bahn in die Natur. Eine Mobilitätsform, die im Trend liegt – wenn die Voraussetzungen stimmen. Es lohnt sich, den Blickwinkel richtig zu wählen, denn Bahnen haben Zukunft. Foto: Otfried Knoll

Acces2Mountain legt den Fokus auf die so genannten Regionalbahnen, jene Eisenbahnstrecken also, die als entscheidender Impuls für die Entwicklung ganzer Regionen gebaut wurden. Viele von ihnen sind durch die Beschleunigung aller Lebensgewohnheiten an den Rand der öffentlichen Wahrnehmung geraten, viele sind schon verschwunden – aber nie zur Gänze in Vergessenheit geraten. Da und dort regt sich die Sehnsucht nach ihrer Wiederkehr. Manche wurden und werden tatsächlich wieder aufgebaut, wie zur Zeit in Deutschland, der Schweiz, in Serbien, Bosnien und in Ungarn. Wieder andere sind gerade heute ernsthaft von der Auflassung bedroht.

Dabei soll der Blick keinesfalls rückwärtsgewandt werden. Die Zukunft der Mobilität entscheidet über die Zukunft von Regionen. Acces2Mountain hat zum Ziel, diese Zukunft an Hand von Best Practice-Erfahrungen zu beleuchten und Anregungen für individuelle Vorgangsweisen zu geben.

Es ist erwiesen, dass Regionalbahnen - bei zeitgemäßer Gestaltung ihrer Einsatzbedingungen - auch im 21. Jahrhundert das Rückgrat der Erschließung von Regionen mit öffentlichen Verkehrsmitteln darstellen können. Besonders dann, wenn sie wegen ihrer Streckenführung in

attraktiven Landschaften einerseits und wegen allgemein interessierender Sehenswürdigkeiten andererseits selbst touristische Anziehungspunkte sind.



Bahn und Naturerlebnis – beides liegt im Trend. Idealerweise in Kombination. Vorausgesetzt, die Bahnen haben die richtige Kundensicht und eine marktorientierte Produktionsweise. Die elektrischen Bahnen der Hohen Tatra haben das. Foto: Otfried Knoll

In den meisten Fällen lässt sich aus der Belastung paralleler Straßen ableiten, ob eine Regionalbahn Zukunft haben kann. Florierende Bahnen wie die Bayerische Oberlandbahn, die Vinschgerbahn in Südtirol oder die Bahnen der Hohen Tatra zeigen anschaulich, dass es an der Bahn selbst und an der Art ihrer Betriebsführung liegt, ob sie als zeitgemäß und für den Benützer glaubwürdig vorteilhaft akzeptiert wird. Während im Alltagsverkehr die Diskussion um den steigenden Treibstoffpreis ein zunehmend rationaleres Verhältnis zur Verkehrsmittelwahl erzwingen wird, müssen im Freizeitverkehr und Tourismus auch der subjektive Nutzen und Wert einer Bahnfahrt, bis hin zur Frage, welchen Imagefaktor die Verkehrsmittelwahl gegenüber der persönlichen Umgebung bewirkt, bedacht werden: Kann ich der Nachbarin von meiner Reise mit der Bahn erzählen, ohne als Freak gestempelt zu werden? Wer das tut, braucht die Sicherheit, gut gewählt zu haben und muss von der Marktkompetenz der Anbieter in allen Bereichen seiner Reise überzeugt worden sein.



Die Bayerische Oberlandbahn spricht als rundherum modernes Unternehmen Pendler, Schüler, Touristen an. Speziell Bergsteiger und Radfahrer sind im Freizeitmarkt ihre Hauptkunden.
Foto: Otfried Knoll

Im Projekt Acces2Mountain geht es somit nicht darum, idealisierte Verhältnisse rund um die Eisenbahn zu konstruieren. Vielmehr soll in dieser Arbeit beleuchtet werden, ob - und wenn ja wie - regionale Bahnlinien zu einer nachhaltig verträglichen Form des Tourismus beitragen können.

Im gesamten Reisesegment ist mittlerweile überall in Europa höchste Qualität gefragt. Beim „Wie“ muss deshalb unbedingt beachtet werden, dass die Dienstleistungen rund um eine Eisenbahnreise den heutigen Kundengewohnheiten entsprechen müssen. Das heißt, dass sie in vielen Fällen noch wesentlich zu verbessern sind. Nur dann, wenn die Vorteile von Eisenbahnreisen gegenüber sonstigen Verkehrsmitteln zeitgemäß (und ohne erhobenen Zeigefinger) herausgearbeitet, einem modernen Lebensstil entsprechend bekannt gemacht und promotet werden, wird es gelingen, Menschen abseits spezieller Fangruppen für diese ökologisch am wenigsten bedenkliche Art des Reisens vermehrt zu begeistern.





Bequeme Sitze, funktionelle Gepäckräume und große Fenster, durch die man auch dann schauen kann, wenn man einmal stehen muss – wichtige Merkmale für einen zeitgemäßen Alltags-Marktauftritt. Fotos: Otfried Knoll

Was macht Bahnen erfolgreich?

Bahnen, die es im Alltags- und im Touristikverkehr verstehen, den Ansprüchen ihrer Zielgruppen gerecht zu werden, brauchen über Fahrgastmangel nicht zu klagen. Beispiele erfolgreicher Pendler- und Touristikbahnen gibt es zuhauf. Herausragend ist die Vinschgerbahn in Südtirol, die sich nach über zehnjähriger Stilllegung heute des Andranges an Fahrgästen und Fahrrädern kaum mehr erwehren kann, oder die Golden – Pass- Route in der Schweiz von Luzern über Interlaken und Gstaad nach Montreux, bei der Komfort für die Fahrgäste und Servicequalität ganz groß geschrieben werden: Hier sitzt der Lokführer sogar über den Fahrgästen, damit diese „in der ersten Reihe“ den Blick auf die Strecke frei haben. Gerade dieses Beispiel zeigt, dass es möglich ist, die Kundensicht buchstäblich über die so genannten betrieblichen Zwänge zu stellen.

Die hervorragende Performance der schweizerischen Verkehrsunternehmen und ihre aktiv betriebene Kundenbindung sind zweifellos der Hauptgrund für die positive Einstellung nicht nur der Schweizer selbst, sondern auch - siehe die eingangs zitierte Pressenotiz – der internationalen Tourismuswirtschaft zu diesem Verkehrssystem. Man kann davon nur lernen. Denn nur dort, wo fortschrittliche Unternehmen die Präsenz ihrer Bahn im Alltagsgeschehen durch Kooperationen auf allen Ebenen fördern, Vernetzung suchen, Zielgruppenmarketing betreiben und gleichzeitig den Mut zu ideenreicher technisch-organisatorischer Modernität beweisen, liegt auch die Basis für die oft verlangte Unterstützung durch die öffentliche Hand.



Im GoldenPass-Panoramic-Express heißt es in einer atemberaubenden Landschaft „Erste Reihe fußfrei“.

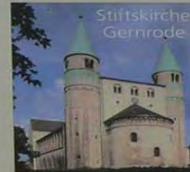
Foto: MOB - Internet

Tatsächlich liegt es an der jeweiligen Bahn und an ihrem Marktauftritt, also an der Art der Betriebsführung im weitesten Sinne, ob es gelingt, Lokalbahnen zeitgemäß und für ihre Benutzer attraktiv zu führen. Die Meinung über "Die Bahn" wird auch in Gaststuben und Betrieben gemacht. Oft resultiert die negative Einstellung von Teilen der Bevölkerung zu den Regionalbahnen aus einer in der Vergangenheit zur Schau getragenen Lustlosigkeit des Eisenbahnbetriebes und einem als plump und schwerfällig wahrgenommenen Erscheinungsbild, das irgendwann das Odium des Unzeitgemäßen erzeugt hat. Deshalb steht auch mittlerweile außer Zweifel, dass die Zukunft von Regionalbahnen nur in gesamthafter, konsequenter Regionalisierung der Verantwortung liegen kann, weil nur dadurch sichergestellt ist, dass Entscheidungen im Interesse der jeweiligen Region getroffen und zeitnah umgesetzt werden. Dann aber, und das zeigen mehrere erstaunliche Beispiele, werden häufig Energien freigesetzt, die zu bemerkenswerten Lösungen führen.





Verlängerung des Streckennetzes der HSB von Gernrode bis zur Welterbestadt Quedlinburg um 8,5 km



Dieses Bauvorhaben wird mit Mitteln des Landes Sachsen-Anhalt gefördert und von der Nahverkehrservice Sachsen-Anhalt GmbH (NASA) begleitet.



Für das Projekt Streckenverlängerung Gernrode - Quedlinburg

Harzer Schmalspurbahnen GmbH



Friedrichstraße 151 · 38855 Wernigerode
Tel. 03943 / 5 58-0 · Fax 03943 / 55 81 12
info@hsb-wr.de

In Zusammenarbeit mit der DB Netz AG



Planung Technologie Bauüberwachung
PTB Ingenieurbüro für Planung, Technologie und Bauüberwachung Magdeburg GmbH

Genthiner Straße 26 / 27
39114 Magdeburg
Telefon: 0391 / 62371 - 0
Fax: 0391 / 62371 - 99

BIETERGEMEINSCHAFT:



Schreck-Mieves GmbH
Schmalbachstraße 17
D-38112 Braunschweig



NTG-Bau GmbH
Lange Straße 69
D-37339 Breitenworbis



Erfurter Gleisbau GmbH
Binderslebener Straße 183
D-99092 Erfurt

Für das Projekt Schnittstelle Bahnhof Quedlinburg, Anlage Park + Ride - Platz auf der Bahnhofsrückseite

Harzer Schmalspurbahnen GmbH



Friedrichstraße 151 · 38855 Wernigerode
Tel. 03943 / 5 58-0 · Fax 03943 / 55 81 12
info@hsb-wr.de

In Zusammenarbeit mit der **Stadt Quedlinburg**



Planung Technologie Bauüberwachung
PTB Ingenieurbüro für Planung, Technologie und Bauüberwachung Magdeburg GmbH

Niederlassung Erfurt
Alte Chaussee 91
99102 Erfurt-Waltersleben
Telefon: 0361 / 64487-0
Fax: 0361 / 64487-11



Oevermann GmbH + Co. KG
Am Bahndamm 6
D-38820 Halberstadt

Im Jahr 2006 realisiert: Verlängerung einer Schmalspurbahn aus touristischen Gründen.

Foto: Otfried Knoll

Ziele und Methodik des Projektes Acces2Mountain

Erfolg versprechende Handlungsweisen, die Regionalbahnen als Mittel einer „sanften“ Mobilität wieder verstärkt attraktiv machen, zu identifizieren, ist Ziel der vorliegenden Arbeit. Im Workpackage 4 des Projektes Acces2Mountain waren an Hand von „Good Practice“ zunächst Erfolgsvoraussetzungen zu analysieren und darauf aufbauend allgemeine Empfehlungen unter besonderer Berücksichtigung des touristischen Verkehrs herauszuarbeiten.



Zeitgemäße Bahnen bieten Platz für Fahrgäste, ihre Begleiter, Gepäck und Sportgeräte.

Fotos: Otfried Knoll

In einem weiteren Schritt werden einzelne Vorschläge in Richtung ausgewählter Maßnahmen, die auf der Mariazellerbahn⁴ umgesetzt werden sollen, vertiefend betrachtet.

⁴ St. Pölten – Mariazell, Österreich.

Um dieses anspruchsvolle Projektziel zu erreichen, wurde eine mehrstufige Vorgangsweise vorgeschlagen, die im Folgenden näher beschrieben ist. KNOLL TRAFFIC & TOURISTIC Solutions wurde vom österreichischen Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie (bmvit) beauftragt, den Projektpartner bmvit im Rahmen dieses Workpackages inhaltlich und fachlich zu begleiten. Es wurde eine enge Zusammenarbeit zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer und in speziellen Teilbereichen eine Arbeitsteilung vereinbart, um den engen Projektzeitplan einzuhalten. Aus diesem Grund hat der Auftraggeber KNOLL-TTS ausdrücklich ermächtigt, für die Erhebungen und die Gestaltung der Berichte Sub-Auftragnehmer zu beauftragen. Der vorliegende Bericht enthält die Ergebnisse der Phasen 1 und 2 des Projektes.

Phase 1 - Erhebung und Analyse

In der Erhebungs- und Analysephase waren 15 Regionalbahnen auszuwählen und zu untersuchen. Hierzu hat das bmvit einen groben Erhebungsrahmen vorgegeben, der von KNOLL TTS, auf Erfahrungen basierend, verfeinert bzw. modifiziert wurde.

Um den offiziellen und internationalen Charakter der Arbeiten im Rahmen des Projektes Access2Mountain zu unterstreichen, wurde seitens des bmvit der Erstkontakt mit den Unternehmensverantwortlichen für die zu untersuchenden Regionalbahnen hergestellt.

Das Arbeitsteam bestand aus dem Vertreter des Auftraggebers bmvit, Herrn Dipl.-Ing. Ernst Lung, und dem Auftragnehmer KNOLL TTS, Herrn Dipl.-Ing. Otfried Knoll. In dieser kooperativen Arbeitsteilung wurden

- das erste Projektpartnermeeting im Juni 2011 in Wien
- vertiefende Workshops mit der NÖVOG und der Mostviertel Tourismus GmbH
- mehrere Workshops zur strukturierten Entwicklung des Erhebungsdesigns
- die Ausarbeitung der Anschreiben an die Firmenleitungen und der Fragebogen
- die Einschulung des Subauftragnehmers
- die Begleitung und Überwachung der Erhebungsarbeiten
- die Ausarbeitung der Ergebnispräsentation für des 2. Partnermeeting in Rabenstein
- die Begleitung des 2. Partnermeetings

gestaltet.

Aufgrund des knappen Zeitplanes wurde in Abstimmung mit dem Auftraggeber ein im Auftrag von KNOLL TTS agierender Student der Fachrichtung Raumplanung und Raumordnung (TU Wien), Herr Alexander Baumgartner, als Subauftragnehmer eingesetzt. Dieser führte unter Anleitung des Auftragnehmers und mit partieller Unterstützung des Auftraggebers einen Teil der Erhebungsarbeiten in Form von schriftlichen und telefonischen Interviews durch. Ebenso zählten die Auswertung von Homepages und des durch den Auftragnehmer zur Verfügung gestellten Informationsmaterials zu seinen Aufgaben.

Die Erhebungsschritte waren im Wesentlichen:

- Auswertung von Homepages mit relevanten Inhalten zu den untersuchten Regionalbahnen
- Auswertung der Antworten auf die - nach telefonischer Voranmeldung - per Fragebogen an die Verantwortlichen für die Regionalbahnen (Bahnunternehmen, ggf. auch Tourismusverbände) versendeten Fragen
- Systematisierung in einer Ergebnismatrix und einem Berichtsentwurf
- ergänzende telefonische Erhebungen
- bei ausgewählten Regionalbahnen persönliche Erhebungen und Gespräche mit Verantwortlichen vor Ort.

Einvernehmlich wurden folgende Bahnen für die Untersuchung ausgewählt (alphabetisch):

- Bayerische Oberlandbahn (D)
- Chemins de fer du Jura (CH)
- Ferrocarril de Sóller (ESP)
- Ferrovia Trento-Marilleva (I)
- Ffestiniog & Welsh Highland Railways (GB)
- Harzer Schmalspurbahnen (D)
- Hohenzollerische Landesbahn (D)
- Ilztalbahn (D)
- Jindřichohradecké místní dráhy a.s (CZ)
- Pinzgauer Lokalbahn (A)
- Rhätische Bahn (CH)
- Stern & Hafferl Verkehrsgesellschaft mbH (A)
- Tatranská elektrická železnica (SK)
- Usedomer Bäderbahn (D)
- Vinschgaubahn (I)
- Waldbahn (D)
- White Pass & Yukon Route Railway (CAN/USA)
- Zillertalbahn (A)

Die Entscheidung von KNOLL TTS, mehr als 15 Bahnen auszuwählen und zu kontaktieren, erwies sich als richtig, da das Antwortverhalten der einzelnen Bahngesellschaften sehr unterschiedlich war.

Das Anschreiben des Projektpartners bmvit an die Firmenleitungen stellte das Projekt und dessen Ziele sowie den Zeitplan vor. Der Brief sollte vor allem dazu dienen, im jeweiligen Unternehmen die Bereitschaft zur Beantwortung des Fragebogens zu heben, weshalb das Anschreiben auch namens des Projektpartners bmvit in deutscher und/oder englischer Sprache erfolgte. Der Fragebogen umfasste insgesamt 33 Fragen, auch dieser wurde in deutscher und englischer Sprache versendet. Im Anhang sind Anschreiben und Fragebogen ersichtlich.

Die Ergebnisse der Fragebögen, der Website-Auswertungen und der geführten Interviews wurden in gemeinsamer Redaktionsarbeit von Auftraggeber und Auftragnehmer/Subauftragnehmer diskutiert. In den meisten Fällen waren Nacherhebungen zwecks Präzisierung der Erhebung oder aufgrund von Erkenntnissen aus der Erhebung notwendig. Die vorliegenden Erhebungsergebnisse wurden - mit unterschiedlicher Bereitschaft der angefragten Bahnen zur Auskunft entsprechend der ausgesandten Fragebögen – erzielt. Bei einigen Fragen zeigte sich allerdings auch eine generelle Nicht-Bereitschaft zur Beantwortung, da manche Inhalte von den Unternehmen als sensibel gewertet wurden.

Generell ist festzuhalten, dass der durch den Projektplan vorgegebene Erhebungszeitpunkt insofern ungünstig war, als die Eisenbahnunternehmen zu dieser Zeit mit der Fahrplanumstellung ausgelastet sind. Es war auch deutlich zu erkennen, dass umfangreiche Erhebungen mit Hinweis auf personelle Unterkapazitäten gerne „auf die lange Bank geschoben“ würden. Dem konnte mit konzertierter Vorgangsweise des Arbeitsteams unter Einsatz persönlicher Kontakte teilweise entgegengewirkt werden. Teilweise wurde auch im Zuge des 2. Partnermeetings im Wege anderer Projektpartner der Zugang zu direkten Ansprechpersonen in den Unternehmen gesucht. Die Ergebnisse dieser Gespräche wurden in der Phase 2 berücksichtigt.

Die Erhebungsarbeiten wurden auftragsgemäß bis 18. November 2011 abgeschlossen und die Ergebnisse, nach Schwerpunkten gegliedert, in deutscher und in englischer Sprache zusammengefasst. Die Ergebnisse wurden darüber hinaus den Projektpartnern beim 2. Partnermeeting am 23. November 2011 im Seminarhotel Steinschalerhof in Rabenstein an der Mariazellerbahn vorgestellt. Hierzu wurde gemeinsam von Auftraggeber und Auftragnehmer eine Powerpoint-Präsentation in englischer Sprache erstellt und vom Auftraggeber bmvit, vertreten durch Dipl.-Ing. Ernst Lung, vorgestellt. Der Auftragnehmer KNOLL TTS stand in Person von Dipl.-Ing. Otfried Knoll bei diesem Meeting als Ansprechpartner ebenfalls zur Verfügung.

Das 2. Partnermeeting und die dabei gegebenen Kontakte wurden insbesondere auch dazu genutzt, die Partner - so weit als möglich und sinnvoll – für die vertiefende Befragung von jenen Bahnbetrieben, die nicht oder nur wenig informativ geantwortet hatten, um Unterstützung zu ersuchen.

Im Zwischenbericht zur Phase 1 wurden die bis zum Berichtszeitpunkt eingelangten Ergebnisse in allgemein verständlicher, verbalisierter Form vorgestellt, ergänzt durch prägnante Abbildungen. Die erwähnte Präsentation sowie eine matrixförmige Darstellung der Erhebungsergebnisse wurden als wesentlicher Teil des Berichtes beigefügt. Die in der Phase 1 erarbeiteten, grundlegenden Erkenntnisse waren sodann Input für die Phase 2 des Projektes.

Der Zwischenbericht wurde am 6.12.2011 an den Auftraggeber übermittelt und vom Auftraggeber approbiert. Die Phase 1 konnte somit termingerecht abgeschlossen werden.

Phase 2a - Schlussfolgerungen, vertiefende Empfehlungen

In der Phase 2 war eine Zusammenfassung der Erhebungsergebnisse einschließlich daraus zu ziehender Schlussfolgerungen und genereller Empfehlungen zu erstellen. Dazu war es notwendig, die Kontakte zu ausgewählten Bahnen weiter zu vertiefen, um auf Basis dieser Vertiefungen die Erhebungen abschließen und die Faktoren für den Erfolg der analysierten Regionalbahnen herausarbeiten zu können. Dies erwies sich teilweise als unerwartet zeitaufwändig. Auftragsgemäß hatte der touristische Verkehr im Vordergrund zu stehen. Soweit möglich und sinnvoll wurden aber auch Aussagen zum Alltagsverkehr und zum Güterverkehr insofern getroffen, als anhand von Good Practice beleuchtet wurde, wie die dort gegebenen Potenziale angesprochen werden können und welche betriebliche Methodik zielführend sein kann. Aussagen zu den in diesen Teilmärkten zu erzielenden Einnahmen bzw. wie diese zum wirtschaftlichen Ergebnis von Regionalbahnen beitragen, waren generell nicht zu erhalten, weil die Unternehmen diese Daten als sensibel werten. Durch das insgesamt stark unterschiedliche Antwortverhalten und die unterschiedliche Tiefenschärfe der erzielbaren Antworten musste schlussendlich auf einzelne zwar wünschenswerte, aber nicht erzielbare Angaben verzichtet werden. Das Ziel des Projektes wird dadurch aber nicht nennenswert beeinflusst.

Die auf diese Weise erarbeiteten allgemeinen Empfehlungen sind grundsätzlich für Regionalbahnen in den Projektregionen von Access2Mountain zutreffend und als Grundlage für nachfolgende vertiefende Bearbeitungen in einzelnen Partnerregionen geeignet.

Phase 2b - Vertiefende Empfehlungen zur Mariazellerbahn

Hier wurden in Abstimmung mit Fachleuten der Niederösterreichischen Verkehrsorganisationsgesellschaft mbH (NÖVOG) und der Mostviertel Tourismus GmbH (MTV) Themen ausgewählt, die für die Mariazellerbahn (MZB) bedeutend sind und realistische Realisierungschancen haben. Diese Themen werden gemeinsam bearbeitet und vertieft, wobei das Ergebnis aus heutiger Sicht noch offen ist:

- Management großer Nachfragespitzen (an der MZB findet voraussichtlich 2015 die Niederösterreichische Landesausstellung statt)
- Organisation des Fahrradtransports und der Fahrradvermietung
- Gepäcklogistik für verschiedene Zielgruppen (z.B. Pilger und Weitwanderer, Radtouristen)
- kostengünstige Maßnahmen zur Information von Fahrgästen über die aktuelle Betriebssituation (Verspätungen, freie Plätze für Radtransport etc.)

Für diese ausgewählten Maßnahmen werden detailliertere Konzepte, nach Möglichkeit bis zur Umsetzungsreife ausgearbeitet, die u. A. auch vorhandene Nachfrageanalysen (insbesondere auf Erfahrungen von Mostviertel Tourismus aufbauend) enthalten. Hierzu findet ein enger Abstimmungsprozess zwischen bmvit, NÖVOG, Mostviertel Tourismus GmbH und KNOLL-TTS statt. Soweit möglich und sinnvoll werden auch Kostenschätzungen und Abschätzungen zusätzlicher Erlöspotenziale erstellt.

Hierzu ist anzumerken, dass zwar mehrere Abstimmungsgespräche mit NÖVOG und MTV stattgefunden haben, aber die betrieblich-organisatorische Ebene der NÖVOG derzeit im Umbruch ist. Es wird zur Zeit ein neues Betriebszentrum in Laubenbachmühle errichtet, das auch im Zusammenhang mit der Landesausstellung 2015 eine entscheidende Rolle spielen soll. Allerdings ist die Entscheidung über den Ort der Landesausstellung erst im Juni 2012 vorgesehen. Die NÖVOG erwartet von MTV noch die Informationen über Frequenzganglinien der vorangegangenen Landesausstellungen, um danach ihr Betriebskonzept für die Landesausstellung 2015 ausrichten zu können. Die dafür erforderlichen neuen Fahrzeuge werden erst ab Dezember 2012 ausgeliefert, sodass alle konkreteren Überlegungen – insbesondere auch im Hinblick auf die Inhalte der Phase 2b - derzeit zwar vorbereitet, aber sinnvollerweise erst ab Frühjahr 2013 konkretisiert werden können. Diese Vorgangsweise ist zwischen bmvit und KNOLLTTS abgestimmt.

Phase 3 - Begleitung der fachlichen Umsetzung

Das Projekt Access2Mountain hat das Ziel, im Rahmen seiner Vorgaben möglichst zur konkreten Umsetzung von erarbeiteten Empfehlungen beizutragen. In der Phase 3 erfolgt deshalb die fachliche Begleitung der praktischen Umsetzung von Maßnahmen auf der Mariazeller Bahn. Der Auftragnehmer KNOLL TTS wird mit seinem Know-how die Umsetzung der vertieft bearbeiteten Themen für die Mariazeller Bahn und die Abstimmung mit Kooperationspartnern (insbesondere Mostviertel Tourismus GmbH, ÖBB) fachlich begleiten. Er wird dabei als Mittler zwischen touristischen Anforderungen und eisenbahnspezifischen Rahmenbedingungen tätig. Die Begleitung von Fachgesprächen und Verhandlungen im Hinblick auf eine effiziente Umsetzung empfohlener Maßnahmen, einschließlich deren Vor- und Nachbereitung, stellen hier den Schwerpunkt der Tätigkeiten von KNOLL TTS dar. Diese Arbeitsphase erstreckt sich im Anschluss an die Phase 2b bis voraussichtlich Mai 2013, sie ist daher noch nicht Gegenstand des vorliegenden Berichtes.

Ergebnisse der Erhebung und der Analyse

Die Ergebnisse der Erhebung (Phase 1) sind im Anhang in Berichtsform und als Matrix dokumentiert. Ebenso ist im Anhang die beim 1. Partnermeeting am 23. November 2011 in englischer Sprache vorgestellte Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse enthalten.

Die Analyse der Phase 2a hat ergeben:

Allgemeine Erfolgsvoraussetzungen

Die europäischen Länder wandeln sich zunehmend von Produktions- zu Dienstleistungsgesellschaften. Die Verstädterung nimmt zu, ländliche Gebiete verlieren mehr oder weniger stark Einwohner und Arbeitsplätze an die Ballungsräume. Durch höhere Einkommen, bessere Informiertheit und höhere Lebenserwartung nimmt der Freizeitverkehr

stark zu. Traditionell ÖV-affine Verkehrsformen wie Schüler- und Ausbildungsverkehr gehen tendenziell zurück.

Die allgemeine Dienstleistungsorientierung erzeugt ein steigendes Qualitätsbewusstsein auf allen Teilmärkten, Minder- oder Schlechtleistungen im Dienstleistungssektor werden zunehmend weniger toleriert. Monopolbetriebe im Verkehrssektor gibt es mit Ausnahme von wenigen Bergbahnen nicht mehr, aber auch auf diese werden die generell steigenden Erwartungshaltungen projiziert. Dazu kommt eine ebenfalls fast überall gültig gewordene „more for less“ – Haltung, die auch im Freizeitmarkt zu beobachten ist und z. B. durch die vielfältigen Regioncards (Eintrittskarte zum Fixpreis für eine große Anzahl an Einrichtungen) dynamisiert wird. Es liegt auf der Hand, dass verfügbare Zeit- und Kostenbudgets angesichts noch immer steigender Angebotsdichte immer selektiver eingesetzt werden. Der Begriff des „Freizeitstress“ wirkt vor diesem Hintergrund gar nicht mehr so weit hergeholt. Der eigene Pkw spielt in dieser Entwicklung eine zentrale Rolle: Allgemein herrscht die Ansicht, dass nur durch dessen ständige Verfügbarkeit gezielte Mehrfach-Programme möglich sind. Dies spiegelt sich wiederum in den Erreichbarkeits-Beschreibungen der einzelnen Anbieter wider, die mit großer Mehrheit eindeutig Pkw-orientiert gehalten sind. All das unterstreicht, dass der öffentliche Verkehr namentlich im Bereich spezialisierter Angebote mit hohem Erlebniswert vor großen Herausforderungen steht.

Trotz der grundsätzlich guten Perspektiven für den Tourismus ist zu beachten, dass durch ein immer größer werdendes Angebot auf den Tourismusmärkten alle Destinationen und Einrichtungen in steigendem Ausmaß von den Wünschen und Bedürfnissen kritischer werdender Konsumenten abhängig sind. Bei marktnah agierenden Touristenbahnen sollten deshalb in erster Linie die Kundenbedürfnisse und nicht die Betreiberbedürfnisse erfüllt werden können, auch wenn dies aus der Unternehmensperspektive der Bahnen oft nicht die optimale Lösung darstellt, sondern vielmehr zunächst im Widerspruch mit dem Ziel jeder Eisenbahngesellschaft steht, einen nachhaltig wirtschaftlichen Bahnbetrieb zu erreichen.

Noch ist keineswegs überall außer Streit gestellt, dass es sich bei vielen Regionalbahnen um wichtige touristische Infrastruktureinrichtung der jeweiligen Region handelt. Klar ist aber zunehmend, dass die Kosten der Bahninfrastruktur auch bei optimaler Betriebsführung nicht erwirtschaftet werden können. In diesem Spannungsfeld bewegt sich jedes Attraktivierungsprojekt, in diesem Spannungsfeld müssen sich die jeweiligen Akteure positionieren, in diesem Spannungsfeld müssen aber letztlich auch die passenden Lösungen paktiert werden.

Können Verkehrssysteme das Image einer Region positiv beeinflussen?

Ausgehend von der Erfolgsgeschichte der Vinschgaubahn hat Südtirol eindrucksvoll aufgezeigt, dass eine nachhaltig erfolgreiche Bahn nicht alleiniges Anliegen der Tourismuswirtschaft sein kann, sondern das Anliegen der gesamten Bevölkerung einer Region werden muss, wenn die Politik zu entsprechender Unterstützung motiviert werden soll.

Unstrittig ist, dass wesentliche Impulse für die Weiterentwicklung einer Bahn in Richtung nachhaltiger Marktfähigkeit auch von deren Betreiber ausgehen müssen. Das ist aber immer nur der zweite Schritt. Ohne das uneingeschränkte Bekenntnis zur Bahn von Seiten der Bevölkerung, der Gemeinden und der touristischen Angebotsträger werden jedoch die politischen Entscheidungsträger kaum zur finanziellen Unterstützung des Transformationsprozesses zu motivieren sein. Zunächst muss die Region entlang der Bahn von sich aus aktiv werden. Sie muss selber Initiativen ergreifen, die Entwicklungsbestrebungen unterstützen und vorantreiben. Als besonders drastisches, aber umso einprägsameres Beispiel hat die seinerzeitige Vinschgau-Parole „Kein Zug => keine Stimmen!“ nahezu Kultstatus erlangt.



In den 1990er Jahren war diese Parole an Bahnhöfen, Unterführungen und zahlreichen öffentlichen Gebäuden im gesamten Vinschgau aufgemalt. Die Provokation wurde als solche auch aufgefasst, führte aber letztlich zum Erfolg. Quelle: STA

Der Vinschgauer Bevölkerung und der Südtiroler Landespolitik ist es gelungen, mit der Übernahme der jahrelang vernachlässigten und über 10 Jahre still liegenden Eisenbahninfrastruktur ein Vorzeigemodell zu entwickeln, das zur Keimzelle einer landesweiten ÖV-Strategie geworden ist. Die Vinschgerbahn gilt mittlerweile als exemplarisches Beispiel eines integrierten Neustarts, da sie alle wesentlichen Faktoren einer zukunftsorientierten Strategie vereint. Diese Faktoren lassen sich an einigen exemplarischen Beispielen zeigen:

Die Vinschgerbahn bedient das langgestreckte Tal im Stundentakt, einerseits mit Regionalzügen und andererseits mit zusätzlichen beschleunigten Zügen, die nur im oberen Talabschnitt halten. An zahlreichen Stationen sind Buslinien, die auch die Feinerschließung der Orte besorgen, an die Züge geschickt angebunden. Frühere Bus-Parallelverkehre wurden aufgelassen. Bei den Zubringerbussen kommen dem Bedarf angepasste Größen zum Einsatz.



Die genaue Abstimmung von Zubringerbussen und Zügen – auch grenzüberschreitend ins Engadin zur Rhätischen Bahn - ist einer der überzeugendsten Erfolgsparameter der Vinschgerbahn geworden. Quelle: STA



Knotenpunkt Mals: Endstation der Vinschgerbahn mit Direktanschluss an Citybus und Überlandbus



Mit dem PostAuto zum „Trenino rosso“

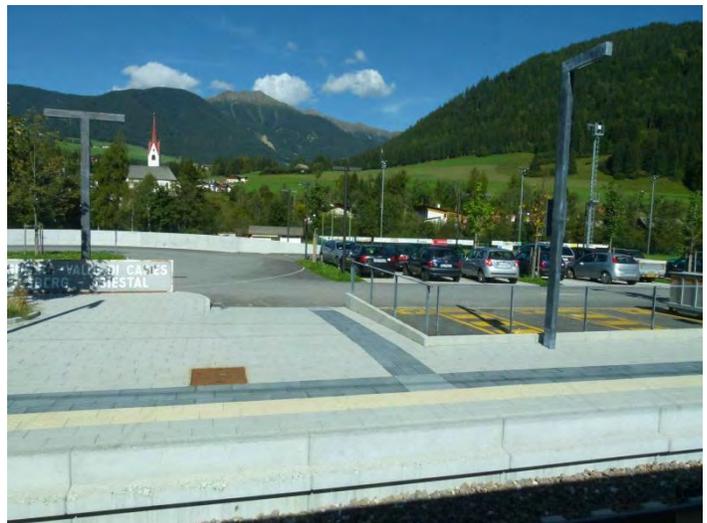
Bahn- und Buslinien im Vinschgau sind aufeinander abgestimmt, es gibt keine Parallelverkehre mehr. Quelle: Zeitschrift Radius 07/2009

Vor der Wiedereröffnung der Vinschgerbahn am 5. Mai 2005 gab es keinen wirklich brauchbaren öffentlichen Verkehr zwischen Graubünden und Südtirol, nach der Reaktivierung erwiesen sich Tagesausflüge vom Engadin über den Ofenpass nach Meran mit Bus und Bahn als großer Schlager. Die Postbusse fahren die Bahnhöfe der Rhätischen Bahn und der Vinschgerbahn direkt an. Mittlerweile verkehren in der Sommersaison über den Ofenpass manche Kurse mit drei oder vier Bussen.

Die Stationsgebäude nicht nur der Vinschgerbahn, sondern auch der Pustertalbahn wurden mit größter Sorgfalt renoviert und in die Obhut der Gemeinden übergeben. In Abstimmung mit dem Denkmalamt wurden jedoch modernste, aus Stahl und Lärchenholz in sehr reduzierter Form ausgeführte Wartekojoen an den Bahnsteigen neu errichtet, die Bahnsteige barrierefrei gemacht und allfällige Zugänge technisch gesichert. Insgesamt entstand dabei ein harmonisches Erscheinungsbild.



Heute befinden sich die perfekt restaurierten Bahnhöfe, ergänzt mit zeitgemäßen Wartebereichen und Informationseinrichtungen, in der Obhut der Gemeinden.
Fotos: Otfried Knoll und STA



Auch im Pustertal wurde auf eine sorgfältige Schnittstellenausbildung zwischen Natur und Technik, bei den Zugängen für Fußgänger zur Bahn und bei Park + Ride großer Wert gelegt. Die Ergebnisse sprechen für sich.
Fotos: Otfried Knoll

Die historischen Güterschuppen wurden ebenfalls vollständig restauriert und zum landesweiten Symbol für Radverleihstellen ernannt. Der Radverleih ist aufgrund der Dichte der Verleihstationen und des modernen Fahrradangebotes sehr beliebt.



Die tadellos sanierten, historischen Güterschuppen sind landesweit zum Symbol für Fahrradverleihstationen geworden. Fotos: Otfried Knoll



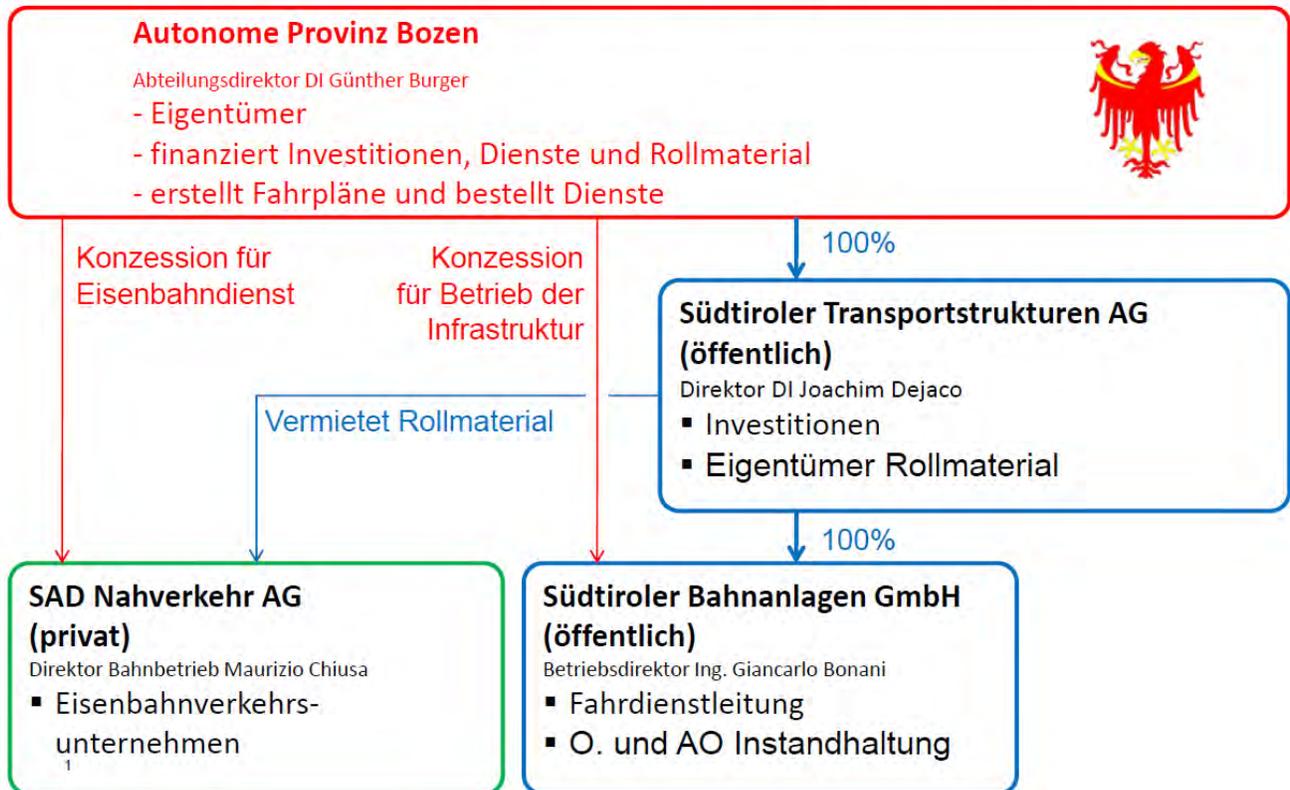
Die These, dass Verkehrssysteme imagebildend sein können, wurde in Südtirol eindrücklich belegt.

Foto: Otfried Knoll

Um die landesweiten Ziele der Verkehrspolitik in Südtirol zu erreichen, hat das Land Südtirol / die autonome Provinz Bozen eine Organisationsform entwickelt, die sowohl Eisenbahninfrastruktur, als auch Verkehrsdienste und Fahrzeugbereitstellung umfasst. Diese

erlaubt die Wahrnehmung von Eigentümerinteressen und die Ausübung von Steuerungsfunktionen in unterschiedlicher Kombination. Neben Eigenbetrieben wie der Rittnerbahn und der Vinschgerbahn findet im Pustertal auch ein Mischbetrieb mit der Italienischen Staatsbahn auf deren Infrastruktur statt, wobei aber die den Kunden dienenden Infrastrukturen (Bahnhöfe, Bahnsteige) nach den Landesinteressen gestaltet werden.

Organisation des Bahndienstes



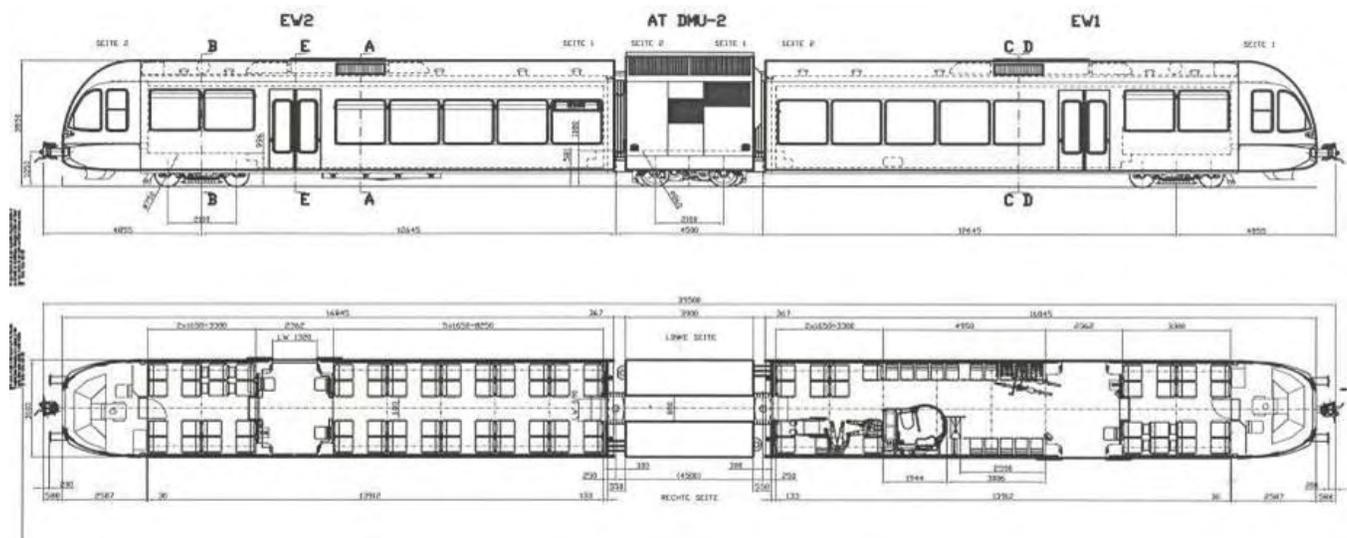
Organisationsstruktur der Südtiroler Verkehrsdienststellen.

Quelle: STA

Über die Südtiroler Transportstrukturen AG (STA), eine 100%ige Tochter des Landes Südtirol, werden auch die im Vinschgau und im Pustertal eingesetzten Triebzüge beschafft. Die STA vermietet die im Landeseigentum stehenden Fahrzeuge an die beauftragten Eisenbahnverkehrsunternehmen (dzt. SAD). So wurden neben den im Jahr 2005 in Betrieb gesetzten dieselelektrischen GTW 2/6 – Triebwagen für die Vinschgaubahn bereits 2008 acht vierteilige FLIRT-Züge für die Pustertalbahn angekauft. Inzwischen hat Stadler Rail von der STA eine Bestellung für acht 6-teilige FLIRT (Flinker Leichter Innovativer Regional Triebzug) erhalten, zusätzlich bestellt die STA neue Zwischenwagen zur Kapazitätserhöhung der bereits im Einsatz stehenden FLIRT (Erweiterung auf 6teilige Züge). Die Fahrzeuge werden im Hinblick auf die weitere Modernisierung des Regionalverkehrs im Südtirol beschafft und entsprechen im Wesentlichen den 2008 gelieferten Triebzügen, weisen allerdings neue Komfortelemente

auf. Sie sind als Zweispannungstriebzüge ausgerüstet (3 kVDC für Italien, 15 kVAC für Österreich), um künftig auch grenzüberschreitende Verbindungen anzubieten. Die Züge sind durchgehend stufenlos begehrbar, verfügen über 260 Sitzplätze, großzügige Multifunktionsabteile im Einstiegsbereich, zwei behindertenfreundliche WCs und eine Klimaanlage. Die Höchstgeschwindigkeit beträgt 160 km/h. Alle acht Kompositionen werden in der zweiten Hälfte des Jahres 2013 ausgeliefert, gleichzeitig werden die 2008 gelieferten 4-teiligen FLIRT durch die neuen Zwischenwagen auf 6-teilige ausgebaut.⁵

Mit diesen Fahrzeugen wird auch ein kundenfreundlicher Fahrrad-, Kinderwagen- und Rollstuhltransport ermöglicht.



Übersichtszeichnung der Triebwagen GTW 2/6 von Stadler für die Vinschgerbahn. In der rechten Wagenhälfte befindet sich das Multifunktionsabteil für Fahrräder, Kinderwagen, Rollstühle und Ski.
Quelle: STA.

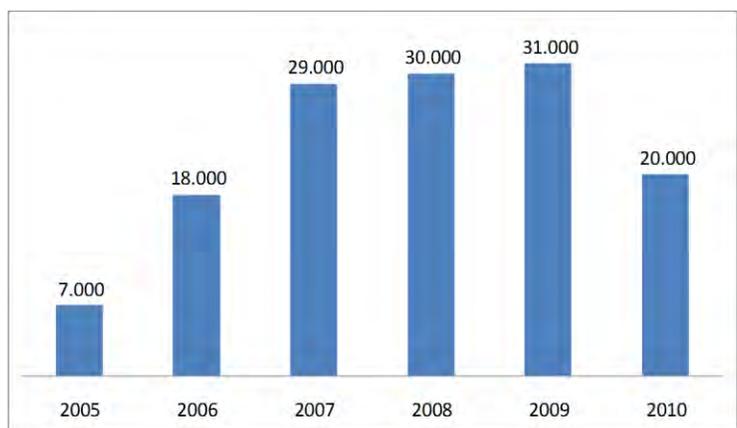


In den geräumigen Fahrgastbereichen bieten große Fenster gute Aussicht. Kinderwagen, Fahrräder und Rollstühle werden mühelos in das Mehrzweckabteil gerollt.
Quelle: STA

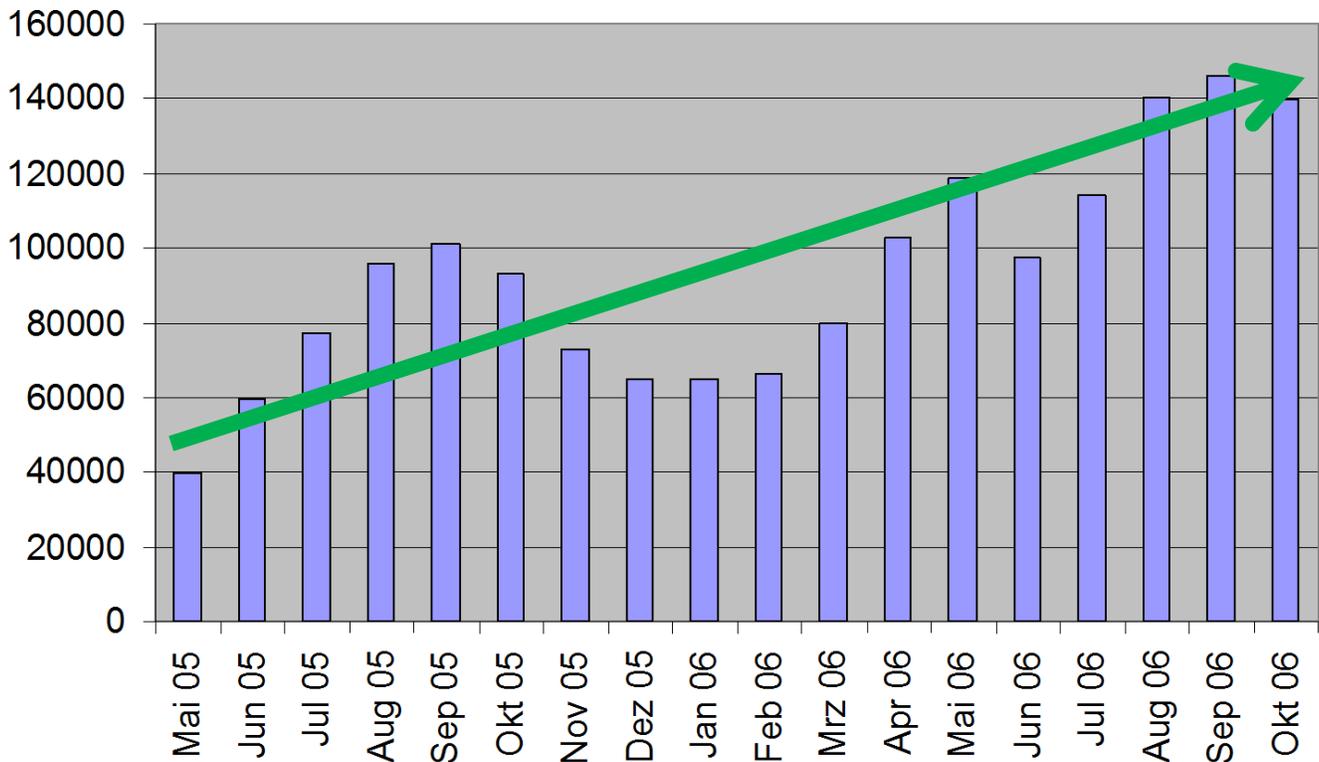
⁵ (Quelle: Pressemeldung Stadler, 18.01.2012).



Entlang des Radweges von Bozen bis zum Reschenpass gibt es mehrere Fahrrad-Verleihstellen. In Allen Bahnhöfen und Haltestellen der Vinschgerbahn können Räder in den Zug verladen werden. Quelle: STA



2010 wurde die Vinschgerbahn Opfer des eigenen Erfolges. Die Überfüllung der Züge mangels ausreichender Reservefahrzeuge zwang zur Beförderung der Räder mit parallel fahrenden Straßenfahrzeugen. Das kam nicht gut an, die Frequenz ging zurück. Quelle: STA



Monatsfrequenzen der Vinschgerbahn in den beiden ersten Betriebsjahren 2005 und 2006. Die saisonalen Schwankungen unterstreichen den Charakter der Bahn in einer vom Tourismus geprägten Umgebung. Quelle: STA

Südtirol-Pass

Seit 14. Februar 2012 gilt in Südtirol mit dem Südtirol-Pass ein landesweites, neues Tarifsystem mit Mengenrabatt: Je mehr Kilometer pro Jahr zurückgelegt werden, umso günstiger wird der Tarif. Das Tarifangebot schließt alle Regionalbahnen, Stadt- und Überlandbusse, fünf Seilbahnen und eine Standseilbahn ins Gebirge sowie eine historische Schmalspurbahn ein. Der "Südtirol Pass" ist ein persönlicher, nicht übertragbarer Fahrschein. Er kann von allen Personen angefordert werden, die in Südtirol ansässig sind oder dort arbeiten, zur Schule gehen oder studieren. Die Ausstellung des Südtirol Pass ist kostenlos.

Als elektronischer Fahrausweis mit Chip, der im Vorbeigehen berührungslos gelesen wird, soll der Südtirol-Pass das Bahn- und Busfahren noch einfacher machen. Die Abbuchung der Fahrt erfolgt mittels Bankeinzugs- oder Kreditkarte. Die Bezahlung des Fahrpreises kann erfolgen:

- Durch Aufladen eines virtuellen Kontos mit Hinterlegung einer Kautions von 10 Euro. Von diesem Konto wird der für die jeweilige Fahrt geschuldete Betrag abgebogen. Falls der Restwert für den erforderlichen Fahrpreis nicht ausreicht, kann die Fahrt zu Ende geführt werden. Der geschuldete Betrag wird beim nächsten Aufladen des Kontos abgerechnet, wobei die Kautions wieder hergestellt wird;

- Durch einen Dauerauftrag an die Bank (RID): Der für die durchgeführten Fahrten geschuldete Betrag wird vom Bankkonto des Fahrgastes, nach den im Vertrag festgelegten Modalitäten, abgebucht.

Der Südtirol Pass ist ein Jahr ab der ersten Entwertung gültig und kann, mit einer Ersatzerklärung über die Voraussetzungen, von Jahr zu Jahr erneuert werden. Wer den Südtirol Pass nicht erneuern möchte, kann innerhalb von einem Jahr nach Ablauf der Gültigkeit die Rückerstattung der nicht genutzten Beträge und der Kautions beantragen, wobei der Fahrausweis abzugeben ist.

Das gestaffelte Tarifsyste stellt einen Anreiz zum „ausnützen“ dar: Wer pro Jahr mehr als 20.000 km mit öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs ist, fährt für den Rest des Jahres gratis. Besonders gefördert werden Jugendliche bis 18 Jahre und Senioren ab 70 Jahre: Sie fahren kostenfrei. Bei den Jugendlichen steckt auch ein pädagogisches Ziel dahinter: Sie sollen Bus und Bahn schon als Kind selbstverständlich nutzen; die Senioren ab 70 sollen damit motiviert werden, mobil zu bleiben. Senioren ab 60 und Studenten zahlen einmalig 100 Euro im Jahr.

Tarifstufen	Südtirol Pass	mit Familientarif
1 bis 1.000 km	8 Cent/km	6 Cent/km
1.001 bis 10.000 km	4 Cent/km	3 Cent/km
10.001 bis 20.000 km	2 Cent/km	2 Cent/km
über 20.000 km	0 Cent/km	0 Cent/km

Fahrscheinkategorien und Preise

Einzelfahrschein	15 Cent/km
Wertkarte	12 Cent/km
Mobilcard 1 Tag	15 Euro
Mobilcard 3 Tage	23 Euro
Mobilcard 7 Tage	28 Euro
Tageskarte Stadtbereich	3 Euro

Die Tarife im Vergleich

- mit Einzelfahrkarte: 15 Cent/km
- mit Wertkarte: 12 Cent/km
- mit Südtirol Pass: max. 8 Cent/km (je nach Tarifstufe)

Jede Fahrt wird mit mindestens 10 km berechnet, Citybus-Anschlussfahrten mit 5 km.

Besonders attraktiv am Südtirol Pass ist, dass - unabhängig von der südtirolweit pro Jahr gefahrenen Gesamtkilometeranzahl - der Preis nie über 640 Euro pro Jahr bzw. 530 Euro mit Familientarif steigen kann. Zum Vergleich: Ein Jahres-Abo für eine Distanz, die in etwa jener von Innichen nach Bozen (114 km) entspricht, kostet in Italien zwischen 700 und 800 Euro im Jahr.

Besondere Angebote

- Grund-, Mittel- und Oberschüler/innen erhalten wie bisher das kostenlose abo+. Studierende und Lehrlinge zahlen dafür pauschal 150 Euro im Jahr.
- Ab dem vollendeten 70. Lebensjahr ist der Südtirol Pass 65+ kostenlos und unbegrenzt gültig wie bisher. Personen ab 65 Jahren (bisher 60 Jahre) zahlen pauschal 150 Euro im Jahr. Dabei gibt es eine Übergangsregelung und eine stufenweise Anhebung des Alters: 2011 haben alle 60-Jährigen Anrecht darauf, 2012 alle 61-Jährigen usw.
- Personen mit einer Invalidität von mindestens 74 % fahren kostenlos.

Alle Informationen und FAQs sind auf übersichtlichen Websites auf Deutsch, Englisch, Italienisch und Ladinisch aufbereitet: <http://www.sii.bz.it/de/suedtirol-pass/ein-pass-fuer-alle>

Zwischen-Resumee

Die am Anfang dieses Kapitels gestellte Frage „Können Verkehrssysteme das Image einer Region positiv beeinflussen?“ kann aufgrund der gezeigten Vorgangsweisen eindeutig mit Ja beantwortet werden. Aus den angeführten Fakten ist zu ersehen, was eine integrierte Verkehrspolitik zu ermöglichen imstande ist. Dem Land Südtirol ist es zweifellos gelungen, mit aus Kundenbedürfnissen entwickelten Systemparametern eine Art Themenführerschaft bei der Angebotsqualität des öffentlichen Verkehrssystems zu übernehmen.

Erfolgsfaktoren im Einzelnen

Zusammenwirken aller Institutionen

Die Erhebungsergebnisse zeigen allgemein, dass der Erfolg von Regionalbahnen immer durch einen vorangehenden Schulterschluss aller beteiligten Akteure ausgelöst worden ist. Die Geschichte wiederholt sich hier: So wie es seinerzeit beim Bau der Regionalbahnen ohne das Zusammenwirken vieler Institutionen nicht möglich gewesen wäre, das notwendige Kapital aufzubringen, ist es in existenziellen Fragen die Unterstützung aus der Region, durch die Länder, durch die Gemeinden, durch die Tourismusverbände und natürlich auch durch die Bevölkerung, die eine neuerliche Vorwärtsstrategie bewirken kann.

Es gibt für die alles entscheidende, in der gesamten Region durchgehend notwendige Einbindung und Unterstützung der Bahn bei den untersuchten Bahnen durchaus gute Fallbeispiele (Ffestiniog & Welsh Highland Railway, Harzer Schmalspurbahnen, Ilztalbahn, Pinzgaubahn, Vinschgerbahn, Zillertalbahn). Die Erhebungsergebnisse (siehe Anhang) geben darüber detailliert Auskunft.

Auch wenn bzw. nachdem der entscheidende Kraftakt zur Umsetzung einer Vorwärtsstrategie geschafft ist, kommt in der Folge den Gemeinden eine wichtige Rolle zu. Wenn die Vernetzung mit dem Alltagsgeschehen gelingen, der Alltagsverkehr an Attraktivität gewinnen soll, sind auch die alltäglichen Dinge zu lösen. Dies betrifft z.B.

- Die Übernahme der Gestaltung und Pflege von Haltestellen (Reinigung, Winterdienst)
- Eine gute Einbindung der Bahnstationen in Rad- und Fußwegenetze
- Die Unterstützung der Bahnen bei der Bereitstellung und Erhaltung von Radabstellanlagen und Park + Ride Plätzen
- Den Fahrkartenverkauf und kompetente Mobilitätsberatung in Gemeindeämtern
- Die Parkraumbewirtschaftung und Zufahrtsbeschränkungen für Kfz.

Für all das liegt die Kompetenz in den Gemeinden. Geeignete Persönlichkeiten, die mit der Wahrnehmung dieser Kompetenzen im direkten Zusammenwirken mit der Bahn betraut werden, sind ein wesentlicher Erfolgsfaktor, auf dessen Notwendigkeit nicht oft genug hingewiesen werden kann.

Die ebenfalls nahe liegende Forderung, eine Orientierung der örtlichen Raumordnung am Ziel möglichst guter Erreichbarkeit mit der Bahn zu forcieren, wird gerne allseits betont. Sie ist aber in der praktischen Umsetzung bestenfalls am Anfang. Die Abstimmung der Raumplanung mit der Erschließung durch die Regionalbahn (z. B. angemessene bauliche Verdichtung im Einzugsbereich von bestehenden oder geplanten Haltestellen, Berücksichtigung von Anschlussbahnen bei der Planung bzw. Erweiterung von Betriebsgebieten,...) ist eine Frage langfristiger Programme, die außerhalb des Einflussbereiches der Bahnen selbst liegt. Sie richtet sich daher eindeutig an die Regionalpolitik, also an Gemeinden und Länder als zuständige Instanzen. Als Instrumentarium müssten wirksame Raumordnungsgesetze und darauf fußende Entwicklungsprogramme nicht nur zur Verfügung stehen (das ist meistens ohnehin der Fall), sondern auch angewendet werden. Bei keiner der untersuchten Bahnen ergaben sich konkrete Hinweise auf in Umsetzung befindliche Raumordnungsverfahren zur Stärkung der Bahn.

Als eine mögliche Empfehlung wäre daher aufzunehmen, dass Fördermittel für Infrastrukturverbesserungen an die Beschlussfassung zur Umsetzung wirksamer Raumordnungsprogramme zu binden wären.

Zugang zum Angebot, Kooperationen

Es wird immer wieder moniert, dass im Bereich des Bahntourismus zu viele unkoordinierte Angebote bestünden, dass Konkurrenz vor Kooperation steht und dass es für interessierte Zielgruppen das Auffinden von integriert aufbereiteter Information zu aufwendig sei. Obwohl inzwischen nahezu alle Bahnen gut aufbereitete Websites haben, wird der Integrationsgedanke noch nicht allgemein gelebt. Als Gegenbeispiel kann die Dampfbahn-Route Sachsen genannt werden: Im industriegeschichtlich bedeutsamen deutschen Bundesland Sachsen gibt es auch heute noch eine Reihe von dampfbetriebenen Schmalspurbahnen, die teilweise oder hauptsächlich touristischen Verkehr anbieten. An sich eine klassische Konkurrenzsituation, die Verdrängungsmechanismen begünstigen würde, zumal alle Bahnen auf die Unterstützung durch die öffentliche Hand angewiesen sind. Stattdessen haben die Bahnbetreiber und ihre Touristikpartner mit der Dampfbahnroute Sachsen ein ausgezeichnetes Beispiel für einen erfolgreichen überregionalen Marktauftritt entwickelt.

Als landesweit koordiniertes Projekt werben die dampfbetriebenen Bahnen für die Nutzung der Eisenbahnen im Allgemeinen, indem sie einen abgestimmten Zugang zu den Schmalspurbahnen in Sachsen und zu deren touristischem Umfeld anbieten. Die Konsortialpartner haben einen umfassenden Katalog gestaltet, der das gesamte Netzwerk mit seinen 56 Bahnhöfen und 650 km Schienen erklärt. Die Finanzierung und das Projektmanagement kommen von den Eisenbahnen, sowie von den Tourismus- und Reiseanbietern, die sich zusammen für ihre gemeinsamen Ziele einsetzen. Die Schirmherrschaft über das Projekt hat der Ministerpräsident des Landes Sachsen übernommen, es werden allerdings keinerlei öffentliche Gelder beansprucht. Die Partner zahlen Beiträge, weitere Einnahmen kommen aber auch von Verkäufen und proaktivem Marketing. Dazu stimmen die Partnerbahnen untereinander einen jährlichen Marketingplan ab. Eine gute Zusammenfassung zur Idee der Dampfbahn-Route und zur Vorgangsweise ist in der Zeitschrift Lok-Magazin 10-2011 erschienen und wird hier auszugsweise zitiert:

Ein Konzept für das ganze Land.

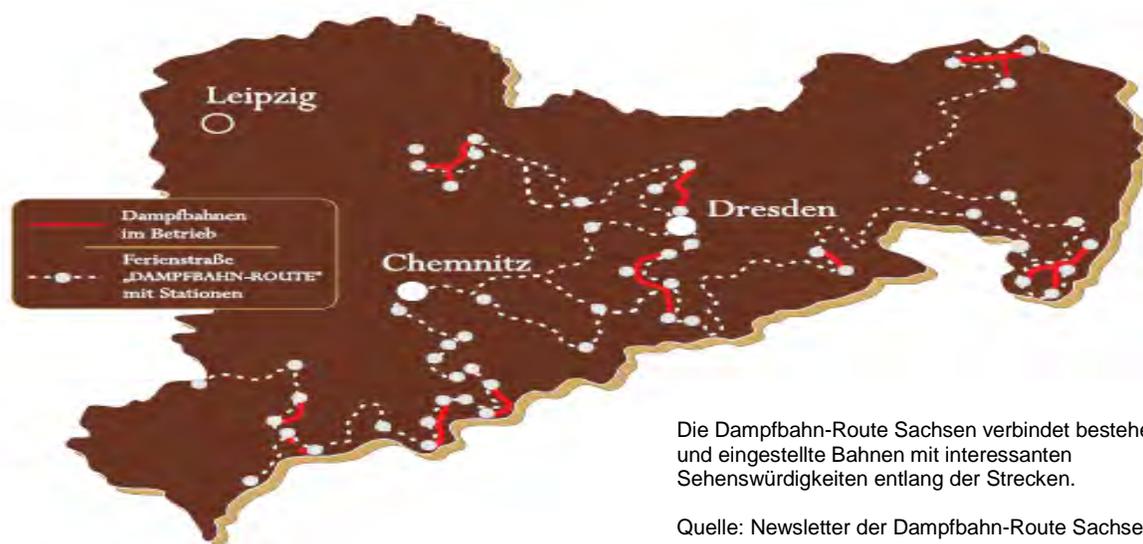
Seit 2009 kann man die Informationsstände der Dampfbahn-Route Sachsen regelmäßig sowohl auf den großen Eisenbahnfesten in Sachsen als auch z. B. auf den führenden nationalen Tourismusmessen in Berlin, Leipzig oder Hamburg finden. 50.000 Werbebroschüren sowie ca. 100.000 Einzelwerbeblätter haben seitdem jährlich den Eigentümer gewechselt und auf Reisen in die (Eisenbahn-) Vergangenheit Sachsens eingestimmt. **Das Besondere am Modell der Dampfbahn-Route ist, dass nicht nur auf die rein eisenbahntechnischen Anlaufpunkte, sondern auch auf im Umfeld befindliche Pensionen, Hotels, Bäder, Museen sowie Aussichtspunkte verwiesen wird.** „Es ist ein Paket für die ganze Familie“, erläutert Tino Bormann, der zu den aktiven Mitstreitern des Projektes zählt. „Von einer Verknüpfung der nostalgischen Eisenbahn- Ziele mit den anderen touristischen Angeboten der Regionen profitieren alle Vereine und Museen in Sachsen“, so Bormann. Damit haben die Sachsen etwas gestemmt, was in dieser Form in Deutschland bisher einmalig ist.

Nach einigen losen Kooperationen zu Beginn... erreichte die Bewerbung von Sachsens Eisenbahn-Kleinoden nach Gründung der „Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH“ (TMGS) per 1. Januar 2000 eine neue Stufe. Die Geschäftsleitung dieser landeseigenen GmbH beauftragte den Riesaer Andreas Klippahn damit, jährlich einen

Kalender mit allen Veranstaltungen und Fahrtagen der Eisenbahnvereine und SPNV-Nostalgiebahnen zu produzieren. Neben dieser Broschüre im praktischen Jackentaschenformat warb (und wirbt) Klipphahn mit seinen Mitstreitern auf nationalen und internationalen Tourismusmessen für die historischen Eisenbahnen Sachsens und ihre Museen. Jahr für Jahr akquiriert sein Team dabei auch Dutzende Reisebusse zu den sächsischen Schmalspurbahnen. 2007 wurde vom VSSB ein neues Projekt aus der Taufe gehoben: Die Schaffung einer Dachmarke zur Bewerbung der vielfältigen Aktivitäten sowie Standorte einstiger Schmalspurbahnen. Unter dem Namen „Tourismusroute Sächsische Schmalspurbahnen“ stellten VSSB und Sächsisch-Oberlausitzer Eisenbahngesellschaft mbH (SOEG) als Projektträger eine mehr als 50 Eisenbahnstationen umfassende Reiseroute vor, die ähnlich einer Ferienstraße per Pkw – sowie partiell natürlich auch mit dem Zug – attraktive Ziele für Schmalspurfreunde und Touristen allgemein miteinander vernetzt. „Urlaubsangebote für die ganze Familie entlang der noch bestehenden sowie der abgebauten Schmalspurstrecken Sachsens aufzuzeigen, war damals das Ziel“, erinnert sich André Marks. Der Rücklauf aus den einzelnen Regionen Sachsens war phänomenal – dabei zeigte sich, dass eine Beschränkung auf rein schmalspurige Eisenbahnziele im Land nicht zielführend war. Daraufhin änderte sich der Name in „Dampfbahn-Route Sachsen“. Die „Dampfbahn-Route Sachsen“ verbindet heute zwischen Vogtland und Zittauer Gebirge 56 Eisenbahnstationen miteinander. Mehr als 100 Partner aus Gastronomie und Tourismus tragen dazu bei, attraktive Reiseangebote zu schaffen – sowohl für Individualreisende als auch für Gruppen jeder Größe.

Eines der wichtigsten Werbeinstrumente für die Route ist die 2008 ins Leben gerufene Zeitschrift „Dampfbahn-Magazin“(DbM). Die im Auftrag der SOEG von SSB-Medien herausgegebene Quartalsschrift berichtet über alle Ereignisse der sächsischen Museums- und Touristikbahnen sowie Eisenbahnmuseen. Zusätzliche Sonderhefte des DbM zu den einzelnen Dampfbahn-Routen-Abschnitten stellen alle Eisenbahnziele sowie die übrigen touristischen Angebote der Regionen vor. „Das sind Hefte für die ganze Familie. Damit sollte jeder Eisenbahnfreund seine Partnerin und auch die Kinder für einen Urlaub zum Beispiel im Osterzgebirge, im Zittauer Gebirge oder im Vogtland begeistern können“, ist André Marks überzeugt. Findet der Eisenbahnfreund in den Broschüren einen Überblick, auf welche Lokomotiven er stoßen wird, so erhält die Gattin Tipps über gemütliche Restaurants, Pensionen oder andere Freizeiteinrichtungen.

Die Bahngesellschaften und Vereine haben ihrerseits die Möglichkeit, den Mitarbeitern der Dampfbahn-Route eigenes Werbematerial zum Verteilen auf Messen und Veranstaltungen mitzugeben. „Wir können so auf die Schmalspurbahn Oschatz – Mügeln – Glossen an Orten aufmerksam machen, wo wir allein nie hinfahren würden“, erklärt Lutz Haschke, der Geschäftsführer der Döllnitzbahn.



Grußwort des Schirmherrn Stanislaw Tillich, Ministerpräsident des Freistaates Sachsen

Industriekultur als Freizeiterlebnis für Jung und Alt – Herzlich willkommen auf der DAMPFBAHN-ROUTE Sachsen

Sachsen ist nicht nur reich an Kulturschätzen, sondern auch geprägt von landschaftlicher Vielfalt und großem industriellen Erbe. Ein Markenzeichen, das vergangene Zeiten sprichwörtlich atmen lässt, sind die sächsischen Schmalspurbahnen. Mit historischen Dampflokomotiven kann man Sachsen so von einer ganz besonderen Seite erleben. Aus diesem einzigartigen Erbe ist in Verbindung mit den zahlreichen Attraktionen links und rechts der Gleise jetzt eine neue Ferienstraße entstanden: die DAMPFBAHN-ROUTE Sachsen. Auf mehr als 650 Kilometern lässt sich der Freistaat von seinen schönsten Seiten, aus ganz neuen Perspektiven entdecken. Als Schirmherr der DAMPFBAHN-ROUTE lade ich Sie herzlich nach Sachsen ein und freue mich auf Ihren Besuch.



Vorsatzseite im Katalog 2012 der Dampfbahn-Route-Sachsen.

Alljährlich erscheint im Februar pünktlich zur Frühjahrmessesaison der Routenkatalog, der in einer Auflage von 50.000 Exemplaren auch bei allen Kooperationspartnern aufliegt. Im Katalog 2012 werden auf 112 A4-Seiten alle Partner vorgestellt. Veranstaltungstipps und buchbare Angebote machen den Katalog zum praktischen Handbuch für die Reisevorbereitung. Die regionale Aufteilung und Detailkarten lassen zu jedem Bahnerlebnis passende Übernachtungs- und Erlebnisangebote finden. Die Vorstellung von Medienpartnern und Souvenirangeboten rundet das Informationsspektrum des Katalogs ab.

Seit 2011 erscheint ebenfalls im Frühjahr das Kursbuch der Dampfbahn-Route im handlichen Folderformat zum Einstecken für unterwegs. Darin sind sämtliche Fahrpläne und Veranstaltungsdaten aller historischen und touristischen Verkehrsmittel der Partner enthalten. Das Angebot reicht von Schmalspur- und regelspurigen Bahnen über Berg- und Parkbahnen, historische Straßenbahnen bis hin zur Sächsischen Dampfschiffahrt. Das Kursbuch wird in einer Auflage von 40.000 Exemplaren begleitend zum Routenkatalog ausgegeben.⁶

⁶ Quelle: Newsletters der Dampfbahn-Route Sachsen.

Ihr Wegweiser durch Sachsen



Teil der Übersichtskarte der Dampfbahn-Rote Sachsen.

Quelle: Katalog Dampfbahn-Rote Sachsen 2012

DAMPFBAHN-ROUTE Sachsen

Katalog 2012/2013

- mit über 110 Partnern
- Termine und Kalender
- buchbare Angebote
- Souvenirs

... die Ferienstraße

Unsere Premiumpartner: M+E Events, PRESS, SDG, SOEG, Verkehrs Museum Dresden, VIA WILZSCHHAUS e.V., VGB

DAMPFBAHN-ROUTE Sachsen

KURSBUCH 2012

- SCHMALSPURBAHNEN • PARKEISENBAHNEN
- REGELSPURBAHNEN • SCHWEBE- UND STANDSEILBAHNEN
- HISTORISCHE STRASSENBAHNEN • DAMPSCHIFFFAHRT

Katalog und Kursbuch der Dampfbahn-Route Sachsen. Siehe auch <http://www.dampfbahn-route.de>



Auch im Nachbarbundesland Sachsen-Anhalt versteht man sich auf die augenfällige Bewerbung der Bahnen an den richtigen Stellen. Hier werden z. B. Schaltstationen im Bereich von Eisenbahnkreuzungen – ansonsten eher unscheinbare Zweckbauten, aber im Blickwinkel der Autofahrer gelegen - als Eigenwerbeflächen gestaltet. Fotos: Otfried Knoll



Fahrplan - Zittauer Schmalspurbahn / SOEG mbH

18

KBS 238
 Zittau - Bertsdorf - Kurort Oybin/Kurort Jonsdorf

19

Nebensaison

täglich vom 27.02. bis 04.04.2012 und vom 30.11. bis 08.12.2012
 Vom 05.11. bis 29.11.2012, Achtung! wegen Bauarbeiten kein Zugverkehr.

Zittau - Bertsdorf - Oybin

Fahrtage: Zug-Nr.:	Mo-So 500 x	Mo-So 506 x
Zittau	ab 9.00	13.00
Zittau Haltepunkt	ab 9.04	13.04
Zittau Süd	ab 9.09	13.09
Zittau Vorstadt	ab 9.14	13.14
Obersdorf Niederdorf x	ab 9.18	13.18
Obersdorf Oberdorf	ab 9.23	13.23
Bertsdorf (Bahnhof)	an 9.28	13.28
Fahrtage: Zug-Nr.:	Mo-So 504 x	Mo-So 510 x
Bertsdorf (Bahnhof)	ab 9.31	13.31
Kurort Oybin Niederdorf	ab 9.35	13.35
Teufelsmühle	ab 9.38	13.38
Kurort Oybin	an 9.42	13.42

Zittau - Bertsdorf - Jonsdorf

Fahrtage: Zug-Nr.:	Mo-So 500 x	Mo-So 506 x
Zittau	ab 9.00	13.00
Zittau Haltepunkt	ab 9.04	13.04
Zittau Süd	ab 9.09	13.09
Zittau Vorstadt	ab 9.14	13.14
Obersdorf Niederdorf x	ab 9.18	13.18
Obersdorf Oberdorf	ab 9.23	13.23
Bertsdorf (Bahnhof)	an 9.28	13.28
Fahrtage: Zug-Nr.:	Mo-So 502 x	Mo-So 508 x
Bertsdorf (Bahnhof)	ab 10.20	14.20
Kurort Jonsdorf Haltestelle	ab 10.27	14.27
Kurort Jonsdorf	an 10.31	14.31

Oybin - Bertsdorf - Zittau

Fahrtage: Zug-Nr.:	Mo-So 501 x	Mo-So 505 x	Mo-So 507 x	Mo-So 511 x
Kurort Oybin	ab 9.54	11.54	13.54	15.54
Teufelsmühle	ab 9.58	11.58	13.58	15.58
Kurort Oybin Niederdorf	ab 10.02	12.02	14.02	16.02
Bertsdorf (Bahnhof)	an 10.05	12.05	14.05	16.05
Fahrtage: Zug-Nr.: <th>Mo-So 502 x</th> <th>Mo-So 508 x</th> <th>Mo-So 506 x</th> <th>Mo-So 510 x</th>	Mo-So 502 x	Mo-So 508 x	Mo-So 506 x	Mo-So 510 x
Bertsdorf (Bahnhof)	ab 12.06	16.06		
Obersdorf Oberdorf	ab 12.11	16.11		
Obersdorf Niederdorf x	ab 12.16	16.16		
Zittau Vorstadt	ab 12.20	16.20		
Zittau Süd	ab 12.26	16.26		
Zittau Haltepunkt	ab 12.30	16.30		
Zittau	an 12.34	16.34		

Jonsdorf - Bertsdorf - Zittau

Fahrtage: Zug-Nr.:	Mo-So 503 x	Mo-So 509 x
Kurort Jonsdorf	ab 10.43	14.43
Kurort Jonsdorf Haltestelle	ab 10.48	14.48
Bertsdorf (Bahnhof)	an 10.53	14.53
Fahrtage: Zug-Nr.: <th>Mo-So 505 x</th> <th>Mo-So 511 x</th>	Mo-So 505 x	Mo-So 511 x
Bertsdorf (Bahnhof)	ab 12.06	16.06
Obersdorf Oberdorf	ab 12.11	16.11
Obersdorf Niederdorf x	ab 12.16	16.16
Zittau Vorstadt	ab 12.20	16.20
Zittau Süd	ab 12.26	16.26
Zittau Haltepunkt	ab 12.30	16.30
Zittau	an 12.34	16.34

Oybin - Bertsdorf - Jonsdorf

Fahrtage: Zug-Nr.:	Mo-So 501 x	Mo-So 505 x	Mo-So 507 x	Mo-So 511 x
Kurort Oybin	ab 9.54	11.54	13.54	15.54
Teufelsmühle	ab 9.58	11.58	13.58	15.58
Kurort Oybin Niederdorf	ab 10.02	12.02	14.02	16.02
Bertsdorf (Bahnhof)	an 10.05	12.05	14.05	16.05
Fahrtage: Zug-Nr.: <th>Mo-So 502 x</th> <th>Mo-So 508 x</th> <th>Mo-So 506 x</th> <th>Mo-So 510 x</th>	Mo-So 502 x	Mo-So 508 x	Mo-So 506 x	Mo-So 510 x
Bertsdorf (Bahnhof)	ab 10.20	14.20		
Kurort Jonsdorf Haltestelle	ab 10.27	14.27		
Kurort Jonsdorf	an 10.31	14.31		

Jonsdorf - Bertsdorf - Oybin

Fahrtage: Zug-Nr.:	Mo-So 503 x	Mo-So 509 x		
Kurort Jonsdorf	ab 10.43	14.43		
Kurort Jonsdorf Haltestelle	ab 10.48	14.48		
Bertsdorf (Bahnhof)	an 10.53	14.53		
Fahrtage: Zug-Nr.: <th>Mo-So 500 x</th> <th>Mo-So 504 x</th> <th>Mo-So 506 x</th> <th>Mo-So 510 x</th>	Mo-So 500 x	Mo-So 504 x	Mo-So 506 x	Mo-So 510 x
Bertsdorf (Bahnhof)	ab 9.31	11.31	13.31	15.31
Kurort Oybin Niederdorf	ab 9.35	11.35	13.35	15.35
Teufelsmühle	ab 9.38	11.38	13.38	15.38
Kurort Oybin	an 9.42	11.42	13.42	15.42

- ✕ Diese Dampzüge fahren Montag bis Sonntag, und führen Sa/So einen Barwagen (Barwagen Mo-Fr auf Bestellung)
- ✕ Bedarfshalt - Zug hält nur auf Verlangen, bitte beim Zugpersonal melden.

Fahrpreise in Euro in Abhängigkeit von Stationen - Auszug aus der Tariftabelle

	Normal		Ermäßigt*1	
	Einfach	Hin + Rück	Einfach	Hin + Rück
1-2 Stationen + Stadtverkehr*	3,00	5,00	2,00	3,00
3-4 Stationen	6,00	9,00	3,00	5,00
5-8 Stationen	8,00	12,00	4,00	7,00
9-14 Stationen	9,00	14,00	5,00	8,00
*Stadtverkehr: von Zittau Hauptbahnhof bis Zittau Vorstadt				
weitere Fahrausweise				
10-Fahrten-Karte	29,00		19,00	
(10 beliebige Fahrten auf der Schmalspurbahn)				
Tageskarte*2	16,00		10,00	
Wochenkarte	23,00		15,00	
Monatskarte	59,00		44,00	

Reisegruppen

normal und ermäßigt
 ab 6 bis 19 Personen 10% Ermäßigung auf Einzelfahrpreis
 ab 20 Personen 15% Ermäßigung auf Einzelfahrpreis

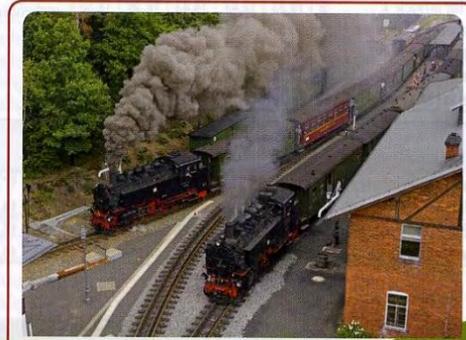
*1) Ermäßigung für Kinder von 15 bis 17 Jahre, AZUBI, Studenten

*2) die Tageskarte gilt im gesamten ZVON-Gebiet

In Begleitung eines Erwachsenen mit gültigem Fahrausweis werden Kinder bis 14 Jahre kostenlos befördert. Alleinreisende Kinder von 7 bis 17 Jahre zahlen den ermäßigten Fahrpreis. Ebenso erfolgt die Beförderung von Fahrrädern, Fahrradanhängern, Wintersportgeräten, Kinderwagen, Hunden und anderen kleinen Haustieren in geeigneten Behältern kostenlos.

weitere Informationen erhalten Sie im:

Kundenbüro SOEG - Bahnhofstraße 41 - 02763 Zittau
 Telefon: 03583 540540 oder im Internet: www.soeg-zittau.de
 Öffnungszeiten: täglich von 8.30 Uhr bis 13.30 Uhr



Mit dem Dampfzug in die höchstgelegene Stadt Deutschlands ... **Fichtelbergbahn / SDG**



Buchbare Angebote:

•Mondscheinfahrt

Kurzbeschreibung: Gehen Sie mit der Fichtelbergbahn auf eine gemütliche Entdeckungsreise im Erzgebirge, seien Sie aktiv bei einer kurzen Wanderung und entspannen Sie beim Essen am Lagerfeuer mit hausgemachter Musik!

Termine 2012: 05.05., 09.06., 07.07., 04.08., 08.09.

Leistungen: Reiseleitung, Begrüßungsnack, Sonderzugfahrt von Oberwiesenthal nach Kretscham-Rohrsteina und von Vierenstraße nach Oberwiesenthal, geführte Abendwanderung durch den „Neudorfer Forst“, rustikaler Schmaus (Essen inkl. 1 kleines Getränk), Lagerfeuer (je nach Witterung), handgemachte Musik

•Abendfahrt ins Suppenland

Kurzbeschreibung: Erleben Sie einen kurzweiligen Abend rund um die Suppe bei einer Fahrt mit der Fichtelbergbahn ins „Suppenland“. Beim Besuch im Suppenmuseum wird der Appetit auf eine herzhafte Suppe geweckt, der dann am „Neudorfer Suppenbuffet“ gestillt werden kann.

Termine 2012: 26.05., 28.07., 29.09.

Leistungen: Reiseleitung, Begrüßungsnack, Dampfzugfahrt von Oberwiesenthal bis Vierenstraße, geführte Wanderung ins Suppenland, Eintritt und Führung im „Suppenmuseum Neudorf“, Abendessen „Neudorfer Suppenbuffet“ in der urigen „Gaststube zr Bimmelbahn“, handgemachte Musik, Fahrt im Oldtimerbus der Suppendampfbahn von Neudorf nach Oberwiesenthal

•Märchenhafte Familiennacht bei der Fichtelbergbahn

Kurzbeschreibung: Ein Familienausflug in den Abendstunden mit einer Fahrt im Dampfzug, Theater für Große und Kleine, einem Lampen- und Laternenparadezug durch den Kurort Oberwiesenthal und einer spannenden Rückreise mit dem Oldtimerbus.

Termin 2012: 27.10.

Leistungen: Fahrt mit der Fichtelbergbahn von HP Vierenstraße bis Kurort Oberwiesenthal, Reiseleitung, Abendessen inkl. einem kleinen alkoholfreien Getränk, Bühnenprogramm, kleine geführte Nachwanderung, Fahrt im Oldtimerbus von Kurort Oberwiesenthal bis HP Vierenstraße von Neudorf nach Oberwiesenthal

•Kräuterzauber – hochprozentig

„Kräuterzauber – hochprozentig“ heißt ein neues Angebot bei der Fichtelbergbahn, bei dem Sie während einer gemütlichen Dampfzugfahrt in die ergebirgische Kräuterwelt eintauchen, etwas über die Schnapsdistillation aus fachkundigem Munde erfahren und natürlich auch von den Ergebnissen der Brennvorgänge probieren dürfen.

Termine 2012: 04.02., 18.02., 07.04., 19.05., 02.06., 24.06., 19.08., 22.09., 31.10., 01.12., 31.12.

Leistungen: Exkurs in die Herstellung der Kräuterliköre inkl. Verkostung, zzgl. Fahrkarte lt. gültigem Tarif

Buchung über Kundenservice Fichtelbergbahn am Bahnhof Oberwiesenthal
Tel.: 037348 1510
E-Mail: info@fichtelbergbahn.de

Kontakt:
SDG Sächsische Dampfisenbahngesellschaft mbH
Fichtelbergbahn
Bahnhofsstraße 7
09454 Kurort Oberwiesenthal
Tel.: 037348 151-0
Fax: 037348 151-29
E-Mail: Fichtelbergbahn@sdg-bahn.de
Internet: www.fichtelbergbahn.de

Sonderticket

SDG-Kombikarte – berechtigt zu insgesamt 10 Einzeltickets auf der Fichtelbergbahn, der Leitzsitzgrubenbahn und der Weißeritzbahn. Preis: 50,- Euro/Erwachsener, 25,- Euro/Kind

Wintersportort weit über die sächsischen Landesgrenzen hinaus bekannt. Neben dem bekannten sportlichen Flair, das so manchen Sportler zu Höchstleistungen trieb, finden sich auch für die Freizeitsportler interessante Angebote. Wandern, Skifahren und Rodeln oder für die junge Generation die Monsterroller-Tour bieten Erholung und Spaß für Jedermann. Eine Mondscheinfahrt oder eine Abendfahrt ins Suppenland mit der Fichtelbergbahn runden dann ein aktives Tagesprogramm ab.

Allerdings bewegt sich in Oberwiesenthal noch mehr historischer Verkehr. Deutschlands erste Schwebebahn bringt die Besucher noch heute zum Fichtelbergplateau. Und wer meint, er hätte sich verhört, wenn das Posthorn ertönt, hat weit gefehlt: Im Kurort Oberwiesenthal verkehrt von Mai bis Oktober täglich eine Postkutsche.



2012 / 2013 DAMPFBahn-ROUTE Sachsen 77

Zittauer Schmalspurbahn / SOEG ... Mit Dampf ins Gebirge



alle Fahrzeuge:

- täglich Dampf-Doppelstreckenfahrten in Barzdorf
- „VII K“-Altkess-LoK oder „VII K“-Neubau-LoK täglich im Einsatz
- Barwagen täglich in allen Dampfzügen nach Oybin, bis August mit Solowagen
- offene Aussichtswagen in allen Dampfzügen von Mai bis Oktober (außer Sachsen- und Reichsbahnzug)
- Triebwagen VT 137/322 jeden Sonntag und Dieselzug mit 199 018 jeden Samstag, von Mai bis Oktober
- 100-jähriger Sachsenzug mit IV K, jedes 1. und 3. Wochenende Sa./So., ab August Reichsbahnzug jedes 2. und 4. Wochenende Sa./So., beide von Mai bis Oktober



50 DAMPFBahn-ROUTE Sachsen 2012 / 2013

Projekträger und Premiumpartner der DAMPFBahn-ROUTE Sachsen

Mit Dampf ins Gebirge ... **Zittauer Schmalspurbahn / SOEG**



Buchbare Angebote:

•Burg- & Klosterzüge, 1. und 3. Samstag von Mai bis Oktober. Lassen Sie sich in eine längst vergangene Zeit entführen! Erleben Sie eine Fahrt mit der Schmalspurbahn von Zittau nach Oybin in Begleitung von Magd oder Knecht bis ins Mittelalter zur Burg- und Klosteranlage. Die Burgherrschafft oder ihre Gefolgsknete bieten Ihnen Einlass, Führung, Waffenkunde und Weingenuß in den Gewölben von Burg und Klosterneue. (Beginn: 05.05.)

•Zittauer Stadtwächterzüge, 2. und 4. Sonntag von Mai bis Oktober. Erleben Sie eine Fahrt mit der Schmalspurbahn von Oybin oder Jandorf nach Zittau. Der Hauptmann der Stadtwoche oder einer seiner Speißgesellen empfängt Sie am Haltepunkt in Zittau und lädt Sie zu einer unterhaltsamen Erkundungstour durch die königliche Stadt Zittau ein. Bevor Sie nach ein wenig Freizeit selbständig zum nahen Bahnhof gehen, um die Rückfahrt anzutreten, lädt der Wirt aus dem Wirtshaus „Aller Sack“ im historischen Salzhaus zu einem deftigen Mahl mit Umtrunk ein. (Beginn: 12.05.)

Preise für die oben genannten Produkte je Angebot:
Erwachsene: 25,- Euro, Ermögigt: 20,- Euro, Kinder 7-14 Jahre: 10,- Euro, Kinder 2-6 Jahre: 5,- Euro

•Zittauer Phänomen/Robur-Züge
Erleben Sie eine Fahrt mit der Zittauer Schmalspurbahn aus dem Gebirge in die Stadt Zittau. Sie erfahren dort interessante Details zur Verkehrs-, Fahrzeug- und Technikgeschichte der Stadt Zittau mit einer Stadtrundfahrt im Robur-Bus.
Termine 2012: 30.06., 29.09.
Preise: Erwachsene: 15,- Euro, Ermögigt: 10,- Euro, Kinder: 3-14: 5,- Euro

•Gourmet-Züge
Gemäßen Sie eine Fahrt im historischen Dampfzug bei einem 3-Gänge-Menü. Für Firmen- und Vereinsaufträge geeignet. Vorbestellungen sind nötig. Durchführung ab 30 Personen.

Café u. Bistro Dampfkessel / Oybin

... Gastronomie am besten Platz

Das Café & Bistro „Dampfkessel“ im Bahnhof Oybin bietet nicht nur den Fahrgästen der Zittauer Schmalspurbahn eine Einkehr mit erstklassigen Ausblicken. Direkt am Bahnsteig des Bahnhofs, vor der Kulisse des Berges Oybin gelegen, können Sie von der Panoramaterasse die Blicke in die bezaubernde Landschaft oder zu den ankommenden Dampfzügen schweifen lassen. Lieberwill eingerichtet bietet auch der alte Wartesaal im Inneren Platz. Dabei genießen Sie hausgemachte Löffelgerichte, 100% ökologische Bauernhofeskreationen und fair gehandelte Kaffeespezialitäten. Natürlich fehlt auch die Eisenbahnbrause nicht im Sortiment. Geöffnet ist der Dampfkessel von April bis Oktober.



Kontakt:
Café und Bistro „Dampfkessel“
Friedrich-Engels-Straße 36 · 02797 Kurort Oybin
Tel.: 035844 83870 · Fax: 035844 73299
E-Mail: info@hoteldampfbahn.de
Internet: www.dampfkessel-oybin.de

Hochwaldbaude / Kurort Oybin

... Erlebnis Zittauer Gebirge

Ein beeindruckender Panoramablick belohnt Ihren Aufstieg oder Ihre Wanderung zur Oybiner Hochwaldbaude. Mit einer rustikalen regionalen Gastronomie sowie sächsischen und böhmischen Spezialitäten werden die Gäste verwöhnt. Für



Übernachtungsgäste stehen preiswerte Pensionen zur Verfügung. Es gibt wohl kaum einen schöneren Platz im Zittauer Gebirge um die Sonnenau- und -untergänge zu beobachten.

Buchbares Angebot:
Sonderangebot von Mo (Anreise) bis Freitag (Abreise Freitag früh)
Leistungen: 4 UN und 4 x HP gratis dazu
Preis pro Person: 80,- Euro zzgl. Kurtaxe
Kontakt:
Hochwaldbaude - Inhaber: Familie Grundmann
Hochwaldweg 6 - 02797 Kurort Oybin
Tel.: 035844 70232
E-Mail: buchung@hochwaldbaude.de - Internet: www.hochwaldbaude.de

Angebotsseiten der Bahnen und Kooperationspartner im Katalog 2012 der Dampfbahn-Route Sachsen.

Rabenauer Mühle / Rabenau ... Ihr Wecker ist ein Dampflokpfliff

Direkt gegenüber der Station Rabenau der Weißeritzbahn von Freital-Hainsberg nach Kurort Kipsdorf ist die Rabenauer Mühle seit langer Zeit ein beliebtes Restaurant für Wanderer und Eisenbahnfreunde. Der Mühlenkomplex wurde 1235 erstmals urkundlich als Großmühle erwähnt. Sie gehörte zur hiesigen Burg und später zum kurfürstlichen Besitz. Um 1830 erhielt die Rabenauer Mühle das Schankrecht. 1869 brannte die Mühle ab und wurde als Gastwirtschaft und Holzschleiferei im Schweizer Stil wieder aufgebaut. 1990 übernahm Familie Schumann die Rabenauer Mühle in ihren Besitz und baute sie zum Hotel aus. Das Hotel-Restaurant bietet in einer Umgebung von unaufdringlicher Eleganz und harmonischem Besamensein seinen Gästen ausgewählte Speisen und Getränke. Hier können Familienfeiern, Vereinsabende oder Tagungen nach individueller Absprache bis 70 Personen zu



Schmalspurbahn umsteigt. Die Rabenauer Mühle ist ein Haus der vielen Möglichkeiten und mit ihrer einzigartigen Architektur ein Kleinod des gesamten Osterzgebirges.



einem erfolgreichen Erlebnis werden. Das Haus und die romantische Umgebung überzeugen, die richtige Wahl getroffen zu haben. Bowlingbahn mit Clubraum, aber auch ein attraktiver Wellnessbereich, laden zur Betätigung oder Entspannung ein. Eisenbahnfreunde haben dieses Hotel und Restaurant schon lange für sich entdeckt. Nach dem Jahrhunderthochwasser fahren die Züge seit dem 13. Dezember 2008 nach sechs-jähriger Zwangspause wieder. Vorerst bis Dippoldiswalde, aber das Ziel Kipsdorf ist unumstößlich. Ein Wanderweg entlang der Weißeritz durch den Rabenauer Grund passiert die Rabenauer Mühle, wo man gern rastet oder auf die



Buchbares Angebot: • 5 Tage Dampflopf

Leistungen: 5 Übernachtungen im Komfortzimmer mit Bahnblick, Frühstücksbüfett, Fahrt von Freital-Hainsberg nach Dippoldiswalde und zurück mit Deutschlands dienstältester Schmalspurbahn, an allen Abenden 2- oder 3-Gang-Menü

Preis für zwei Personen:
Arrangement 2-Gang-Menü 2 Personen im DZ 538,- Euro
Arrangement 3-Gang-Menü 2 Personen im DZ 560,- Euro

Kontakt:
Hotel & Restaurant
Rabenauer Mühle
Frank Schumann GmbH
Rabenauer Grund - 01734 Rabenau
Tel.: 0351 4602061
Fax: 0351 4602062
E-Mail: info@hotel-rabenauer-muehle.de
Internet: www.hotel-rabenauer-muehle.de

Urlaub im historischen Bahnhof ... Pension „Zum Bahnel“ / Kurort Jonsdorf

Bereits seit 1890 kommen im Bahnhof Kurort Jonsdorf, mitten im Herzen des Naturparks Zittauer Gebirges gelegen, Züge mit Ausflügeln an. Der starke Besucherzuspruch im idyllisch gelegenen Luftkurort führte 1913 zum Bau des geräumigen Bahnhofgebäudes, welches seit 2004 nach einer grundlegenden Modernisierung als Pension „Zum Bahnel“ eine neue Zweckbestimmung hat. Die liebevoll im historischen Stil eingerichtete familiengeführte Nichtraucher-Pension verfügt über eine Gaststube mit 20 Plätzen, in der man so manche Rastpause rund um die Kleinbahn entdecken und die rustikale Abendküche genießen kann. Aus den 1- bis 3-Bett-Zimmern der Pension kann man den Dampfzug direkt beobachten, weiterhin steht eine Ferienwohnung zur Verfügung. Zu jeder Jahreszeit lässt sich das Zittauer Gebirge erkunden.



Buchbares Angebot: • Dampf-Zauber-Weche

5 Übernachtungen mit Frühstück in rustikalen Zimmern mit modernem Duschbad, TV, Empfang mit Bahnhofsfeier, Entgeltlos! beschleunigter und Eisenbahnbesuch für alle Tage freie Fahrt mit der Zittauer Schmalspurbahn, eine Broschüre und eine DVD von der Zittauer Schmalspurbahn, Stellwerksbesichtigung, Museums-Lokschuppenbesichtigung im Bf. Betsdorf und Oybin, Besuch des Eisenbahnmuseums Seiffenversdorf

Preis bei 5 UN: im DZ 180,- Euro pro Person + Kurtaxe
Preis bei 3 UN: im DZ 130,- Euro pro Person + Kurtaxe

Kontakt:
Pension & Einzel „Zum Bahnel“
Zittauer Straße 53 - 02796 Kurort Jonsdorf
035844 76371 - Fax: 035844 76373
E-Mail: info@bahnel.de - Internet: www.bahnel.de

Barwagenteam

... Der Zittauer Schmalspurbahn

Ganzjährig können Sie mehrmals täglich zwischen Zittau und Kurort Oybin die Fahrt mit der Dampfbahn in einem der kleinsten Speisewagen Europas genießen. Bis zu 60 Personen finden in zwei Wagen Platz. Gruppen können jederzeit eine Mitfahrt reservieren. Heiße und kalte Getränke sind ebenso im Angebot, wie kleine Snacks. Auf Vorbestellung können Sie sogar im Zug Mittagessen. Angebote für Tages- und Mehrtagesprogramme, für das Oberlausitzer Bergland und angrenzende Regionen bekommen Gruppen individuell auf Anfrage erstellt.



Buchbares Angebot: • Mit dem Dampfzug das Zittauer Gebirge erleben

Tagesfahrt aus Raum Leipzig, Dresden, Cottbus / Barchin
Mai-Oktober ab 20 Personen - Anreise mit eigenem Reisebus
Leistungen: Reiseleitung, mündliche Führung durch den Kurort Jonsdorf, Fahrt mit Zittauer Schmalspurbahn nach Kurort Oybin, Führung, Zugfahrt im Barwagen nach Zittau
Preis pro Person 25,- Euro
Kontakt:
Barwagenteam der Zittauer Schmalspurbahn
Bahnhofsstraße 41 - 02763 Zittau
Mobil: 0172 3410614 - Fax: 035844 79907
E-Mail: PalmD@t-online.de - Internet: www.oberlausitztours.com

Jonsdorfer Schmetterlingshaus

... Den Tropen so nah

Einmalig in Sachsen eröffnete im Februar 2004 im Kurort Jonsdorf das Schmetterlings- und Reptilienhaus. Frei nach dem Motto „Erholen, erleben und erlernen“ entstand eine faszinierende zoologische Besonderheit. Inmitten einer üppigen, tropischen Pflanzenwelt, umgeben von Palmen, Efeu und Bananenstauden erleben Sie hautnah das vielfältige Leben der Schmetterlinge. Ein Teich mit tropischen Wasserpflanzen, Orchideen und ein Wasserfall erhöhen den Eindruck einer Dschungellandschaft. Nektarpflanzen und reifes Obst bieten ideale Futterstellen für die Schmetterlinge. Auf verzweigt angelegten Wegen erkundet der Gast das vielfältige Leben der Schmetterlinge. Auch Reptilien sind zu erleben. Ohne trennende Netze oder Gitter erleben große und kleine Gäste das bizarre Flugverhalten vieler hundert Schmetterlinge in ihren leuchtenden oder manchmal auch tarnenden Farben. Das Schmetterlingshaus ist ganzjährig in Betrieb und behindertengerecht eingerichtet.



Kontakt:
Jonsdorfer Schmetterlingshaus GmbH
Fritzhof Helle
Zittauer Straße 24 - 02796 Kurort Jonsdorf
Tel.: 035844 76420 - Fax: 035844 76419
E-Mail: mail@schmetterlingshaus.info
Internet: www.schmetterlingshaus.info

Angebotsseiten der Partnerbetriebe der Dampfbahn-Route Sachsen.

Es gibt natürlich eine Vielzahl von Angebotskatalogen und Kooperationsformen. Das an der Dampfbahnroute Sachsen bemerkenswerte und daher hier zu betonende Faktum ist jedoch einerseits das politische Bekenntnis zur Erhaltung der bestehenden Bahnen. Es gibt sogar Anzeichen dafür, dass auch der Wiederaufbau bereits abgetragener Strecken als im Landesinteresse übergeordnet zu betrachten ist. Näheres hierzu wird im Kapitel Empfehlungen anhand des Projektes „Via Wilzschhaus“ erläutert.

Andererseits zeigt der Angebotskatalog sehr gut, dass auch rund um die Eisenbahn interessante Naturschönheiten, Aktiv-Plätze für Kinder und Jugendliche sowie insbesondere auch durch die Bahn motivierte Beherbergungsbetriebe sich um ihre Besucher bemühen. Diese nicht mühevoll herauszusuchen zu müssen, sondern bereits „mundgerecht“ aufbereitet vorzufinden, ist einer der großen Vorteile dieses durch und durch professionellen Kataloges.

Ebenfalls im Katalog vertreten sind Reiseveranstalter, die spezielle Bahn-Themenreisen im In- und Ausland anbieten sowie Souvenir- und Modellbahnangebote mit Bezugsmöglichkeiten.



EN

- Startseite
- Nur in Sachsen
- Die Route erleben
- Stationen & Partner
- Modellbahnen
- Medienpartner
- Veranstaltungskalender
- Buchbare Angebote
- News-Blog
- Souvenirs
- Bildergalerie - Dampfahn-Route unterwegs
- Mitmachen
- Downloads
- Kontakt
- Impressum

Partner in dieser Region: Erlebnis Dampfahn, Die Region entdecken, Übernachten & Genießen

Preßnitztalbahn - IG Preßnitztalbahn e.V.
Zum zweiten Leben erweckt ...

» Kurzbeschreibung
Von Wolkenstein nach Jöhstadt verkehrte einst eine der romantischsten Schmalspurbahnen Sachsens. Nach der schrittweisen Stilllegung der Strecke in den 1980er Jahren wurde die Strecke ab 1992 schrittweise zwischen Jöhstadt und Steinbach als Museumsbahn in Betrieb genommen. Heute findet auf der idyllischen Strecke zu jeder Jahreszeit an zahlreichen Wochenenden ein vielseitiger Betrieb statt. Die landschaftlich reizvolle Umgebung der Strecke lädt zu aktiven Entdeckungen ein.

» weiterlesen

TERMINE
06.04.2012 - 09.04.2012
Oster-Dampf auf der Preßnitztalbahn
» alle Termine anzeigen

SOUVENIRS
Wir präsentieren Ihnen hier ein umfangreiches Sortiment an Souvenirartikeln rund um die Museumsbahn Steinbach - Jöhstadt.
» zum Shop

KONTAKTINFORMATIONEN

IG Preßnitztalbahn e.V.
Am Bahnhof 78
09477 Jöhstadt

Tel.: 037343 80807
Fax: 037343 80809
E-Mail: verein@pressnitztalbahn.de
Internet: www.pressnitztalbahn.de

» Fahrplan und Fahrtage

BILDERGALERIE

Auf den Webseiten der Dampfahnroute Sachsen sind nicht nur die Bahnangebote, sondern auch durchgehend verlinkte Informationen zur Region, deren Sehenswürdigkeiten, zu Gastronomie und Hotellerie sowie zu passenden Souvenirs übersichtlich aufzufinden.

Marktauftritt

Gute Kooperationsprojekte sind zweifellos der Schlüssel zu intensiverem Marktzugang. Das Netzwerk an Partnerunternehmen schafft auch eine gewisse Sicherheit für Erstkunden, dass hinter der dargestellten Leistung auch tatsächliche Professionalität steckt. Diese auch täglich zu beweisen, ist wiederum Sache jeder Partnerbahn.

Die aus der Erhebung im Workpackage 4 gewonnenen Erkenntnisse zeigen ganz klar, dass erfolgreiche Bahnen ihre Fahrgäste durch einen professionellen Marktauftritt gewinnen und binden. Sie zeigen weiters, dass besonders erfolgreiche Bahnen (Rhätische Bahn, Vinschgerbahn, Usedomer Bäderbahn, Zillertalbahn, Harzer Schmalspurbahnen,...) selbst zu einem hochwertigen Markenbegriff geworden sind. Dies wird durch vielfältige Elemente, insbesondere

- Fahrzeuge
- Fahrtenangebot
- Bahnhöfe
- Kommunikationsstrategie

erreicht und erfordert umfassende Qualitätsorientierung. Orientierung bedeutet Ausrichtung, und zwar an den Wünschen und Erwartungshaltungen der Gäste.

Wenn Gäste einer Region sich in der Rolle der Fahrgäste einer Bahn bewegen, ergibt sich im Verlauf ihres Aufenthaltes immer eine Dienstleistungskette, bestehend aus Einzelleistungen. Über diesen Leistungen steht eine bestimmte, durch Werbung etc. (Marke!) vermittelte Erwartungshaltung. Diese Erwartungshaltung muss während der Reise bzw. des Aufenthaltes in der Region übertroffen werden, wenn Wiederholungsbesucher und Mundpropaganda gewünscht sind.

Zu diesen Attributen gehören auch Art und Qualität mehrsprachiger Informationen. Leider gibt es noch immer etliche „einsprachige“ Bahnen in Europa. Die Mehrsprachigkeit muss beim Internetauftritt beginnen, sich ohne sprachliche Peinlichkeiten über gedruckte Medien, über die Telefon-Hotline bis in den Zug selbst ziehen. Beispielsweise ist im „Bernina-Express“ der Rhätischen Bahn Deutsch und Englisch die Bordsprache, im Lokzug der Berninabahn südlich der Passhöhe hingegen Italienisch und Deutsch, nördlich davon Deutsch und Rhätoromanisch. Zwischen Chur und Disentis/Mustér wird Deutsch und Rhätoromanisch gesprochen, jedoch in einem deutlich hörbar anderen rhätoromanischen Idiom. Auf der Golden Pass Route wechselt die Hauptsprache südlich von Gstaad ebenfalls von Deutsch auf Französisch, man wird also auch phonetisch auf die Zielregion eingestimmt: Lokalkolorit, das zusätzliche Sympathie zu erzeugen vermag. Bekanntermaßen sind auf schweizer Bahnen aber auch viele Informationen in japanischen Schriftzeichen zu finden.

Eine kundenorientierte Unternehmensphilosophie vermittelt dazu passend eine Pressemeldung der DB Regio Südost vom Februar 2012:

Sachsen-Anhalt: Die Burgenlandbahn als touristischer Botschafter der Region

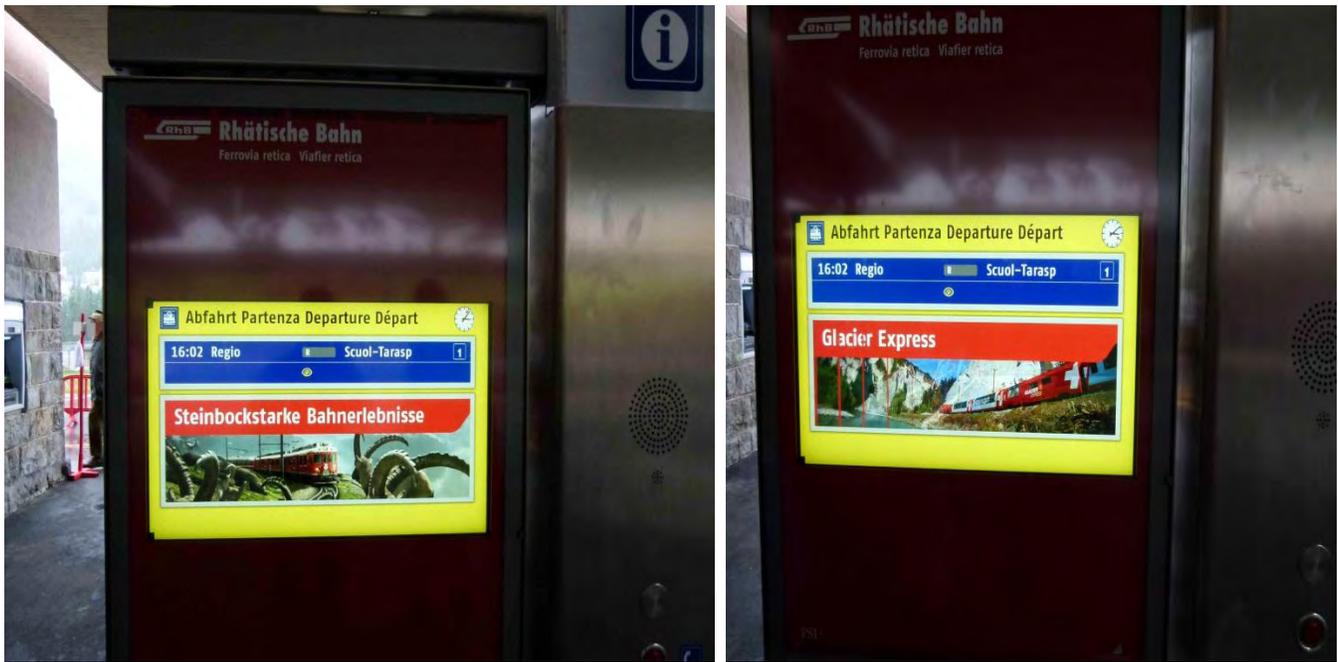
Am Mittwoch übergaben Harri Reiche, Landrat des Burgenlandkreises, Verena Reischke vom Standort Weißenfels des IHK Bildungszentrums Halle-Dessau GmbH, und Jan Haußner, Sprecher des Verkehrsbetriebes Elbe-Saale bei DB Regio Südost, den Mitarbeitern der Burgenlandbahn in Naumburg ihre Bescheinigungen über die Teilnahme an touristischen Schulungen.

Rund 100 Kundenbetreuer und Triebwagenführer der Burgenlandbahn wurden Anfang 2012 zwei Wochen lang von Dozenten des IHK Bildungszentrums theoretisch und praktisch mit der Geschichte und den Sehenswürdigkeiten der Region vertraut gemacht. So kann das Personal künftig noch besser auf Anfragen der Fahrgäste reagieren, Informationen zur Geschichte und Tipps zu den Ausflugszielen links und rechts des Schienenstranges zwischen Zeitz- und Weißenfels sowie Naumburg und Wangen vermitteln. Die Kosten für diese Weiterbildungsmaßnahme hat DB Regio Südost übernommen. "Insbesondere an die Zielgruppe der Touristen richtet sich unser Serviceangebot – unsere Mitarbeiter wollen ein guter Gastgeber sein und schon während der Fahrt kompetent Auskunft geben", betont Haußner.



In der Schweiz ist Information auch für japanische Gäste weit verbreitet. Foto:

Foto: Otfried Knoll



Info-Stelen der Rhätischen Bahn mit Fahrplan- und touristischen Informationen.

Fotos: Otfried Knoll

Allgemein soll das Angebot (Bahn+Zusatzleistung) aus Gästesicht

- einen hohen Freizeitwert bzw. Freizeitnutzen aufweisen
- einen Mehrwert bzw. Zusatznutzen bringen
- eine breite Zielgruppe ansprechen und vor allem familientauglich sein
- die Möglichkeit bieten, in Modulen zu konsumieren, z. B. sowohl aktiver Akteur als auch passiver Zuschauer zu sein
- ein erkennbar gutes Preis-/Leistungsverhältnis aufweisen.

Wichtig ist, dass die Gastronomie – und Beherbergungsbetriebe bei der Angebotserstellung mit eingebunden werden. Sie kennen die Trends bei den Gästeeerwartungen am besten. Packages sind nach wie vor sehr beliebt bei Gästen, die zum ersten Mal in eine Region kommen. Viele Kunden möchten, auch wenn es keiner eingesteht, alles organisiert haben, sich um nichts kümmern müssen. „All-inclusive“ wird ja auch im täglichen Leben gerne konsumiert. Wichtig ist auch, wie unter anderem die HSB – Manager stets betonen, dass bei Packages die Einstimmung der Gäste schon während der Zugfahrt möglichst persönlich erfolgt

Aus Gästesicht gibt es daher eine Vielzahl von Erwartungshaltungen.

Eine dieser Erwartungshaltungen betrifft den einfachen Zugang zu den passenden Tickets.

„Passend“ bedeutet auch hier auf die Bedürfnisse von Touristen abgestimmt, das heißt:

- einfach zu erwerben
- möglichst mit Mehrwertfunktionen
- und mit einem modernen Touch versehen.

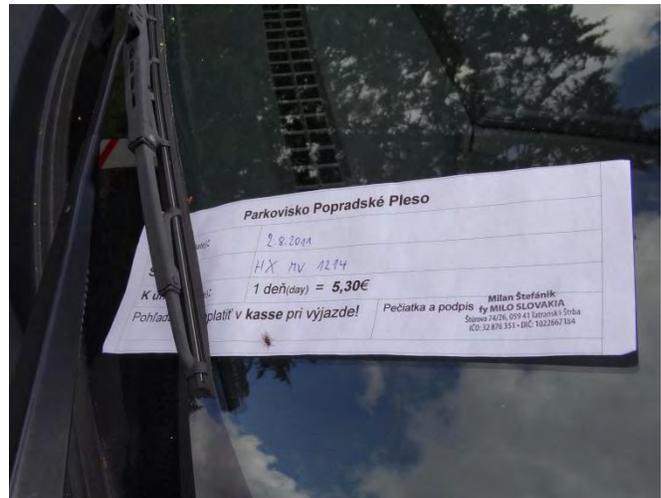
Einige Beispiele:

- Die Gästekarte für Nächtigungsgäste ist zugleich Fahrausweis (Neusiedler See Card, Konuskarte im Schwarzwald, Gästeservice-Umwelt-Ticket GUTI im Bayrischen Wald,...)
- touristische Angebotspakete, die eine regionale ÖPNV-Netzkarte enthalten
- Netzkarten und ev. auch Einzelfahrkarten, die für Gäste bequem im Hotel, bei Tourismusbüros, in Trafiken und natürlich in besetzten Bahnhöfen oder auch bei den Zugbegleiter/innen einfach gekauft werden können.

Besonders wichtig dabei: Die Präsenz der Bahn in den Informationsmedien der Partner, von Gemeinden und Tourismusverbänden.

Schnittstellen (Stationen, Fahrzeuge)

Neben dem Zugang zur Dienstleistung „Eisenbahnfahrt“ sind gut funktionierende Schnittstellen zwischen den Angebotsbausteinen besonders wichtig. Dazu gehören insbesondere für eine touristische Nachfrage geeignete Haltestellen und Fahrzeuge. An den Haltestellen ist eine gute Information der Fahrgäste mit Fahrplan, gut lesbaren Umgebungsplänen und – immer häufiger – dynamischen Fahrgastinformationssystemen (Informationsdisplays, Lautsprecher) wichtig. Zumindest müssen die Zugangsmöglichkeiten zu einfach erreichbaren und ständig besetzten Informationsstellen sofort ersichtlich sein. Die Haltestellen sollten auch so gelegen sein, dass touristische Ziele gut erreichbar sind, ansonsten sollten zusätzliche Bedarfshaltestellen eingerichtet werden. Geeignete Haltestellen können auch Standorte für die Vermietung von Fahrrädern und E-Bikes sein.

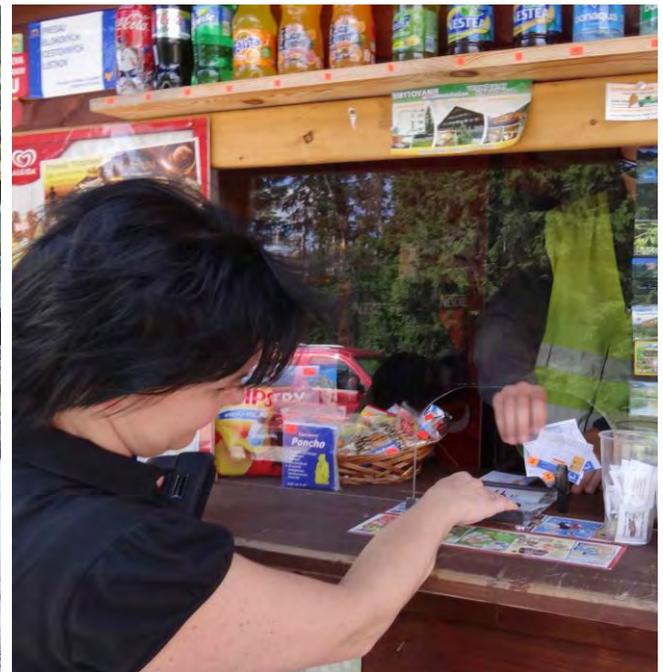


In der Hohen Tatra findet sich eine vorbildliche Lösung für den Zugang zum Naturschutzgebiet: Die Straße endet dort, wo man auch mit der elektrischen Tatabahn gut hinkommt. An der personell nicht mehr besetzten Station Popradské Pleso befindet sich ein multifunktionaler Kiosk, der privat betrieben wird. Hier wird die Parkgebühr von 5,30 € pro Tag kassiert. Fotos: Otfried Knoll



...und von hier führen tadellos beschilderte Wege in die Natur.

Fotos: Otfried Knoll



Am Kiosk gibt es alle wichtigen Dinge des Lebens – und daher auch Fahrkarten für die elektrischen Tatrabahnen.

Fotos: Otfried Knoll

Information am Bahnsteig und im Zug

Fahrgastinformation in zeitgemäßer Form ist eine entscheidende Frage für den Marktauftritt eines Verkehrsunternehmens. Mehrsprachigkeit des Personals an besetzten Verkaufsstellen und neuzeitliches Design dieser Verkaufsstellen sollte eine Selbstverständlichkeit sein – in den meisten Fällen ist das aber leider nicht der Fall.

Bei unbesetzten Stationen ist die regelmäßige Pflege, Wartung, Reinigung und Erneuerung der Aushänge und Displays absolut vorrangig. Es wird nach wie vor geradezu fahrlässig unterschätzt, wie negativ die Vernachlässigung derartiger Basics auf die Kunden wirkt. Überquellende Mistkübel, schlecht gereinigte Toiletten, beschädigte oder beschmierte Informationsvitrinen sind absolute No-Go's: Die Haltestellen sind nun einmal für jeden Kunden DIE Schnittstelle schlechthin. Jede Beschädigung, Verunzierung und sonstige optische

Beeinträchtigung sollte deshalb mit hoher Priorität beseitigt werden, wenn nicht ein unordentliches Gesamtbild der Bahn kommuniziert werden soll.

Je übersichtlicher, informativer, ansprechender und selbsterklärender vorgefundene Informationen an der Station wirken, umso eher werden auch Wartezeiten in Kauf genommen. Besonders gut kommen Umgebungsinformationen in allgemeinverständlicher - also auch für Kinder verständlicher Form – an. Auf der Vinschgerbahn gelten derartige Prinzipien augenscheinlich.

DIE LAUBENGASSE LA VIA DEI PORTICI
Ein alter, idyllischer gefestigter Stadtteil von Merano ist die Laubengasse aus dem 13. Jahrhundert. Ihre verwinkelten Hinterhöfe und die charakteristischen Treppenaufgänge sind regional verschieden und durch Finden Durchgänge verbunden. So sind im Mittelalter war die Laubengasse ein "Labyrinth" der Treppenaufgänge und ist auch heute noch die Hauptattraktion der Stadt.

SISI WEG SENTIERO DI SISSI
Merano hat viele Geschichten. Eine davon erzählt von Sisi, der populären Kaiserin Elisabeth von Österreich, und ihrer Liebe zu Merano. Vorher ein armer, handwerklicher Vierzehnjähriger, wurde er durch eine glückliche Fügung zum Kaiserlichen Hofjungen und schließlich zum Kaiserlichen Hofkammerer in Wien.

THERME MERANO TERME DI MERANO
Im Herzen der Stadt und zugleich umgeben von mediterraner Parklandschaft liegt die neue Terme Merano. Sie bietet eine Oase der Entspannung und einen Ort der Vitalisierung mit verschiedenen Attraktionen. In einem innovativen und ansprechenden Ambiente sind hier die Kur- und Thermaltradition Meranos aufgeführt und neu interpretiert.

GÄRTEN VON SCHLOSS TRAUTTMANSDORFF & TOURISUM GIARDINI DI CASTEL TRAUTTMANSDORFF & TOURISUM
Milde Klima und ausladender Pflanzenreichtum hier liegt Schloss Trauttmansdorff. Die nach Schweden ausgeführte "Parterre" (Parterre) des Schlosses ist ein Meisterwerk der barocken Gartenkunst. In der Nähe des Schlosses befindet sich das Touriseum, ein Museum für Touristen.

PFLEGEZENTRUM FÜR VOGELFAUNA SCHLOSS TIROLO CENTRO RECUPERO AVIFAUNA PRESSO CASTEL TIROLO
Primäre Aufgabe des Zentrums ist es, verletzte Wildvögel zu betreuen, gesund zu pflegen und wieder in die freie Wildbahn zu entlassen. Flug- und ortstreue Vögel lassen im Zentrum und können dort von der Bevölkerung beobachtet werden.

Eine sehr gute Lösung für die Schnittstelle zwischen Station und touristischer Umgebung bietet die Vinschgerbahn mit ihren informativen Beschreibungen der umliegenden Wege und Sehenswürdigkeiten. Quelle: STA



Zuganzeigen in traditionellem (Harzer Schmalspurbahnen) und modernem Stil (Vinschgerbahn).

Fotos Otfried Knoll



Echtzeit-Zuganzeiger der Zillertalbahn.

Foto: Otfried Knoll

Die Zillertaler Verkehrsbetriebe AG bietet neben ihren Echtzeit-Stationsmonitoren auch eine internetbasierte Echtzeit-Fahrplaninformation an. Über die Homepage www.zillertalbahn.at können die Abfahrtszeiten aller Verkehrsmittel an den Stationen der Zillertalbahn abgerufen werden. Hotels und Tourismusbetriebe können z. B. auch die für sie relevante Station als Favorit in ihrem Browser ablegen und ihren Gästen dadurch jederzeit die richtige Information geben. Ebenso kann z. B. im Bereich der Rezeption ein eigener Monitor mit den aktuellen Abfahrtszeiten und allfälligen Meldungen – z. B. Betriebsstörungen – aufgestellt werden.

Einen anderen Weg geht gegenwärtig die ÖBB Postbus GmbH im Bundesland Salzburg. An 400 Haltestellen steht auf einer Tafel mit Chip die Nummer der Haltestelle. Dort kann man - per Hotline, per mobilem Internet oder berührungslos per NFC – Fahrplaninformationen und Verspätungen abfragen. Die „Infostation“ genannte, 15 mal 20 Zentimeter große Plexiglastafel ist bereits an 400 Haltestellen in Salzburg montiert. Die Haltestellennummer wird in das Telefon eingetippt, wenn man die Hotline anruft oder über mobiles Internet die Abfahrtszeit abfragt. Bei Mobiltelefonen, die mit NFC (Near Field Communication)-Chips und geeigneter Software ausgestattet sind, muss man hingegen weder die Nummer eintippen noch bei der

Hotline anrufen. Das Telefon wird dazu an die Infostation gehalten, worauf die Fahrplaninformationen für diese Haltestelle angezeigt werden. Allerdings sind derzeit erst wenige Mobiltelefone für den Nahbereichsfunk NFC ausgestattet.



Geplante Abfahrten Strass i.Z. Bahnhof			
Freitag, 19. November 2010, 12:23 Uhr			
Soll/Ist	Linie	Ziel	
12:29 12:30	R 138 Regionalzug	Jenbach Bahnhof Zillertalbahnhof	
12:31 pünktlich	R 143 Regionalzug	Mayrhofen Bahnhof	
12:47	8330	Schwaz Schwimmbad/B171	
12:53	8330	Mayrhofen Bahnhof	
12:57	8329	Jenbach Bahnhof Zillertalbahnhof	

ZILLERTALBAHN
bahn bus

- Abfahrtsstation
- Verkehrsmittel in Echtzeit geortet
- Symbol für Bus oder Bahn
- INFOZEILE

Berührungslose Informationsübertragung der ÖBB Postbus GmbH in Salzburg per NFC (Nahbereichsfunk) und Echtzeit-Abfahrtsinformation im Internet der Zillertaler Verkehrsbetriebe.
Quellen: salzburg.orf.at und ZVB, Z-aktuell Dezember 2010

Die Postbus-Infostation ist eine Ergänzung zur ÖBB-weiten „Scotty“-Fahrplanauskunft über mobiles Internet, um möglichst einfach und ohne Hemmschwelle an die Daten zu kommen. Man muss den exakten Namen der Haltestelle nicht wissen und das Handy muss Scotty-Mobil nicht verwenden, um mit dem neuen System dennoch die richtigen Informationen zu bekommen.

Andere Verkehrsbetriebe bieten haltestellenbezogene Gratis-SMS-Verspätungsservices an.

Weit verbreitet sind mittlerweile GPS-gesteuerte Onboard-Fahrgastinformationssysteme. In den meisten Fällen erhalten die Fahrgäste während ihrer Zugfahrt neben den Stationsansagen auch wissenswerte Informationen über Sehenswürdigkeiten entlang der Strecke. Hierzu muss bemerkt werden, dass derartige Durchsagen, vor allem dann, wenn sie mehrsprachig erfolgen, nicht unbedingt allgemein geschätzt werden. Namentlich dann, wenn die Beschallungsanlage nicht optimal ausgeführt oder eingestellt ist. Es gibt deshalb auch einen Trend weg von der Zwangsbeschallung und hin zu Monitoren, die ausschließlich visuelle Informationen in guter Bildqualität vermitteln.

Fahrzeuge

Die Fahrzeuge der Regionalbahnen sollen Möglichkeiten zum Transport von Fahrrädern, Wintersportgeräten und Reisegepäck bieten. Dass Fahrgäste Gepäckstücke auf Sitzplätzen

abstellen und damit die Sitzflächen verschmutzen, insbesondere aber notwendige Kapazitäten blockieren, ist letztlich das Ergebnis wenig weitsichtiger Fahrzeugplanung: Fahrgäste wollen ihr Gepäck in Reichweite, zumindest aber in Sichtweite haben. Sie sind nicht mehr bereit, Koffer in Gepäckträger zu hieven.



Einstiegsräume mit Gepäck- und Sportgeräteablagen bei der Zillertalbahn.

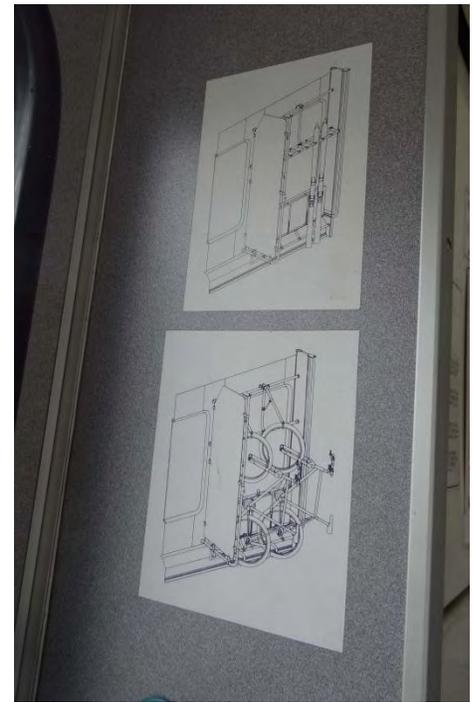
Fotos: Otfried Knoll

Konsequenterweise müssen Gepäckflächen und Multifunktionsbereiche – je nach Einsatzprofil der jeweiligen Bahn und viel mehr als bisher üblich - als wesentlicher Teil der Pflichtenhefte für die Fahrzeugkonzeption betrachtet werden.



Im autofreien Ort Zermatt werden die Gepäckstücke auf „Gepäckrollis“ genannte Container geladen und in die geräumigen Rolli-Abteile der schmalspurigen Panorama-Pendelzüge gerollt.

Fotos: Klaus Matzka, Otfried Knoll



Gute Einstiegsverhältnisse und Sportgeräte-Stauraum bieten auch die Tatabahnen an.

Foto: Otfried Knoll

Ebenso wichtig sind gute Aussichtsverhältnisse. Auch dann, wenn Fahrgäste einmal stehen müssen. Es zählt zu den unangenehmsten Eindrücken einer Reise, in einem überfüllten Fahrzeug stehend (wofür noch am ehesten Toleranz gezeigt wird) keinen Ausblick auf die vorbeiziehende Landschaft zu haben, wenn man z. B. deretwegen die Bahnfahrt unternommen hat.

Deshalb hat die Vinschgerbahn bei der Ausschreibung ihrer Fahrzeuge eine bestimmte minimale Fensterfläche vorgegeben.



Panoramawagen der Golden Pass-Route mit Gepäckrack (Zentralbahn, links), Panoramawagen des Bernina-Express mit praktischen Gepäckablageflächen in Hüfthöhe (Rhätische Bahn, rechts).

Fotos: Otfried Knoll



Ideale Aussichtsverhältnisse gibt es in den zahlreichen Panoramawagentypen schweizerischer Bahnen. Hier ein Bild aus dem Bernina-Express.
Foto: Otfried Knoll



Bordgastronomie mit mobilen Steinbock-Trolleys im Berninaexpress der Rhätischen Bahn (links) und in persönlich-rustikaler Form bei den Harzer Schmalspurbahnen (rechts).
Fotos: Otfried Knoll

Bei längeren Strecken sollen die Züge auch Einrichtungen zur Bordgastronomie bieten. Der Espresso auf der Fahrt oder ein Erfrischungsgetränk ist einer jener Genüsse, auf den niemand mehr gerne verzichtet, wenn er eine längere Fahrt unternimmt. Entscheidend ist immer: Eine tadellose Transportleistung wird ohnehin vorausgesetzt. Für den Markterfolg zählen immer mehr die Begeisterungsattribute, die zwar nicht selbstverständlich sind, im Unterbewusstsein aber doch irgendwie erwartet werden. Werden sie dann auch vorgefunden, spielt der Preis hierfür nicht mehr die alles entscheidende Rolle – denn „Man gönnt sich ja sonst nichts!“



Speisewagen auf Regionalbahnen gibt es in vielfältiger mehr oder weniger origineller Ausführung. Einzigartig ist jedoch der Fasswagen der Zillertalbahn.
Foto: Otfried Knoll

Empfehlungen

Schaffung einer mehrdimensionalen Alleinstellung (USP)

Eine Bahn erreicht Alleinstellungscharakter, wenn sie für Gäste der Hauptgrund/das Hauptmotiv für einen Besuch in der Region ist. In den touristisch hoch entwickelten Regionen Mitteleuropas sind solche USP-gebenden Bahnen aufgrund des enormen Spektrums an touristischen Angeboten selten. Glacier-Express, Jungfraubahnen, aber auch die Harzer Schmalspurbahnen, zählen zweifellos zu dieser Gruppe. Wegen des teilweisen Monopolcharakters spielen diese Bahnen jedoch in einer hochpreisigen Liga. Die Usedomer Bäderbahn und die Vinschgerbahn bewegen sich ebenfalls klar in Richtung USP, jedoch als durchaus preiswerte Bahnen für alle Zielgruppen.

Auf rustikalem Niveau, aber als Pionierbeispiel höchst interessant, ist die Wassertalbahn in Rumänien, die als letzte Waldbahn Europas unter authentischen Bedingungen - im Vordergrund steht nach wie vor der Arbeiter- und Holztransport - auch regelmäßigen Tourismusverkehr anbietet. Inzwischen steht fest, dass diese einzigartige Bahn immer mehr zum Tourismusmagnet der sonst zu Unrecht wenig bekannten Region Maramures wird. An dieser Bahn wird auch deutlich, dass sie Impulsgeber für weitere, förderbare Entwicklungsmaßnahmen in der Region ist und in Zukunft noch viel stärker sein wird, da sie schon jetzt das Merkmal einer Art Basis-Infrastruktureinrichtung trägt. Die erwünschte, durch die Bahn ausgelöste bzw. initiierte Wertschöpfungskette hat bereits jetzt in der Region einen hohen Stellenwert eingenommen. Man wird sich des Wertes dieser Bahn zunehmend bewusst.



Fahrplan 2012

3. Mai – 24. Juni und 20. September – 28. Oktober Donnerstag, Freitag, Samstag, Sonntag Vișeu de Sus ab 9,00 Paltin (km 21,6) ca 11,00 Vișeu de Sus ca 14,30	28. Juni – 16. September Hochsaison Montag – Sonntag (täglich) Vișeu de Sus ab 9,00 Paltin (km 21,6) ca 11,00 Vișeu de Sus ca 15,30
Fahrpreise für Erwachsene 42,- Kinder 6 – 16 Jahre 29,- Rentner, Studenten, Behinderte 36,- angemeldete Gruppen ab 10 Pers. 10% Rabatt	Fahrpreise für Erwachsene 45,- Kinder 6 – 16 Jahre, Di – So 32,- Kinder 6 – 16 Jahre, Montag 29,- Rentner, Studenten, Behinderte 39,- angemeldete Gruppen ab 10 Pers. 10% Rabatt
** Neu 2012 ** Mocănița Spezial (mit Sitzplatz in reservierten Waggons*) Nebensaison Hochsaison Erwachsene 73 RON 76 RON Kinder 49 RON 52 RON *Reservierung erforderlich bis spätestens 20.00 Uhr am Vorabend	
Hotelzug „Carpatia-Express“ Pro Person und Nacht im Einzel-Abteil: 79 RON (inklusive Frühstücksbuffet) Pro Person und Nacht im Zweier-Abteil: 61 RON (inklusive Frühstücksbuffet) Drei-Gang Candlelight Dinner: 69 RON (auf Bestellung bis 16:00 Uhr) Attraktive Angebote und Arrangements finden Sie auf unserer Homepage!	

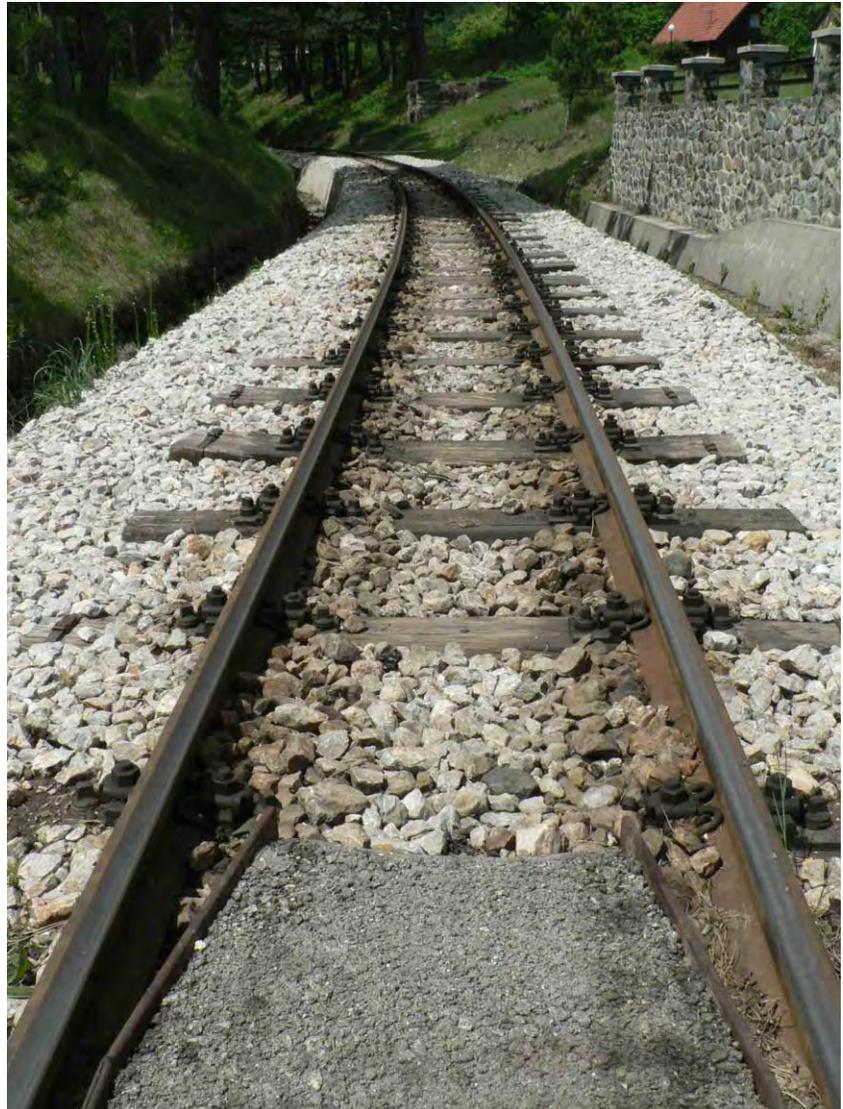
Verschiedene Kataloge und Prospekte mit Angeboten zur Wassertalbahn, wie sie z. B. auf der Wiener Ferienmesse 2012 erhältlich waren.

Erkennbares Merkmal hierfür sind die zunehmend auch auf internationalen Tourismusmessen angebotenen Reisen in diese Region – mit und wegen der Bahn.

Wenn solcherart ein Alleinstellungsmerkmal nicht nur erreicht, sondern auch glaubwürdig kommuniziert werden kann, haben der Bahnbetrieb und sein Umfeld beste Chancen, zu einem wichtigen Anliegen der Region zu werden. Allerdings ist dann die Region auch gefordert und hat die Verantwortung zur Sicherstellung der dafür notwendigen Rahmenbedingungen (politische Unterstützung, finanzielle Beiträge, aktive Vermarktung) zu übernehmen.

Es gibt hierfür ein selbst in Fachkreise noch immer nahezu als Wunder wahrgenommenes Beispiel, wie Udenkbares Wirklichkeit werden kann. Zu finden in einer Region, die noch vor wenigen Jahren als „Never to go“ bezeichnet werden konnte, nämlich im Grenzgebiet zwischen Serbien und Bosnien.

Dort wurde eine vor rund 25 Jahren abgetragene, aber nie gänzlich vergessene Schmalspurbahnstrecke wieder aufgebaut und in Betrieb genommen. Sie war einst Bestandteil des hunderte Kilometer umfassenden jugoslawischen Schmalspurnetzes der „Bosnischen Spurweite“ von 760 mm. Auch wenn der Wiederaufbau im



Landesinneren erfolgte und die viel intensiver bereisten Adria-Küstenabschnitte nicht berührt, ist die rund 40 km lange Teilstrecke zweifellos eine der denkbar spektakulärsten des ehemals weltberühmten Schmalspurnetzes Jugoslawiens. Besonders bemerkenswert ist, dass die wiedererrichtete Strecke über die heutige Staatsgrenze zwischen Serbien und der Bosnischen Föderation führt und dass sie auch noch weiter Richtung Bosnien reaktiviert werden soll. Der Wiederaufbau dieser Bahnlinie wurde auch im berühmt gewordenen Film „Das Leben ist ein Wunder“ von Emir Kusturica gezeigt, der im Jugoslawienkrieg der 1990er Jahre spielt.



Mittagspause in der Scheitelstation Jatare der Šargan-Passstrecke zwischen Serbien und Bosnien. Kein Bild könnte die Sinnlosigkeit von Kriegen und die Sehnsucht der Menschen nach entspanntem Kennenlernen fremder Regionen besser illustrieren als dieses. Foto: O. Knoll

RAILWAYS of SERBIA
MUSEUM and TOURIST RAILWAY
SARGAN EIGHT
SERBISCHE EISENBAHN
MUSEUMS und TOURISTIKBAHN
DIE ACHT VON SARGAN

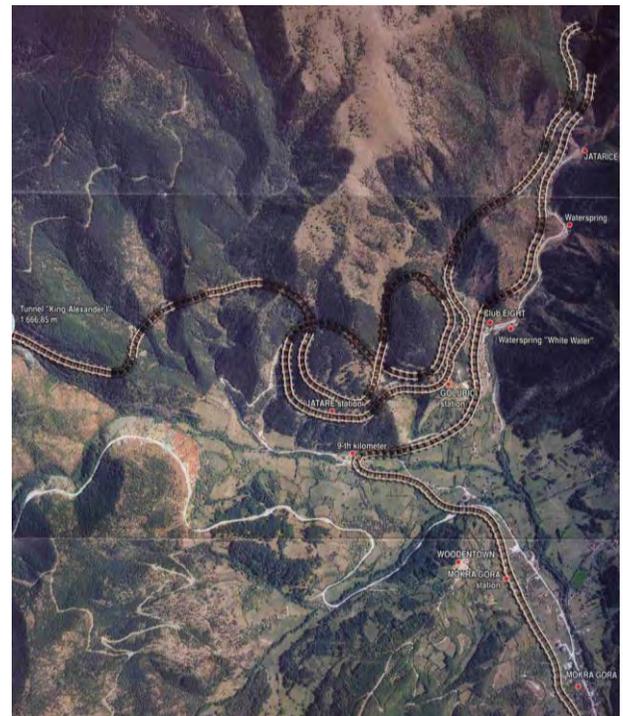


e-mail:
sarganskaosmica@ptt.yu

Station / Hbf Mokra Gora **tel/faks: 031/800 505, 800 545**

Zentralen Buchungsstelle in Užice **tel: 031/ 510 288, tel/faks: 031/ 510 688**

Wegen der zahlreichen Kehrschleifen wird die erst 1929 fertig gestellte, 1980 – 1985 abgetragene und ab 1999 wieder aufgebaute Passstrecke „Die 8 von Šargan“ genannt.



Die Reaktivierung der spektakulären Teilstrecke der einstigen Bosnischen Ostbahn über den Šargan-Pass und über die Grenze zwischen Serbien und Bosnien wird häufig als „Wunder von Šargan“ bezeichnet. Foto: Otfried Knoll



In Mokra Gora bringen Busse Besucher aus allen Nationen zur Šargan-Bahn. Inzwischen wird bereits eine weitere Verlängerung nach Višegrad in Bosnien (im Bild nach rechts) befahren. Früher ging es weiter bis Sarajevo. Foto: Otfried Knoll



An einem besonders spektakulären Punkt der Strecke hält der Zug und die Fahrgäste können von einer Aussichtsplattform in die Tiefe (und auf den Streckenverlauf) blicken. Am Scheitelbahnhof Jatara gibt es Felsensteige und alle gastronomischen Annehmlichkeiten. Der Zug hält dort zum Mittagessen oder zur Jause. Fotos: Otfried Knoll



Am anderen Streckenende, in Šargan Vitasi, wurden Werkstätten, Lokschuppen, Bahnhofs- und Verwaltungsgebäude neu gebaut. Von hier führte die Strecke einst bis Belgrad. Fotos: Otfried Knoll

Am Šargan wurde zweifellos Großartiges geleistet und – man kann es durchaus so bezeichnen - ein internationales Friedensprojekt verwirklicht. Hier bewahrheitet sich auch die im Tourismus gebräuchliche Regel: Eine international wahrnehmbare Bahn muss Themenpark-Charakter haben.

Fördermittel an wirksame Beschlüsse der Region binden

Wie schon an anderer Stelle dieser Arbeit festgestellt, ergaben sich bei keiner der untersuchten Bahnen konkrete Hinweise auf gezielte Raumordnungsprogramme, die die Stellung der Bahn im Alltags-Verkehrssystem verbessern könnten. Als eine mögliche Empfehlung wäre daher aufzunehmen, dass überregionale Fördermittel, die für umfangreichere Infrastrukturverbesserungen oder Reaktivierungen notwendig sind, an die Beschlussfassung zur Umsetzung wirksamer örtlicher Raumordnungs- oder Tourismusprogramme zu binden wären.

Denn vielfach erwartet sich eine Region von der Bahn, dass sie ihr die Gäste bringt, ohne selbst dazu besondere Anstrengungen unternehmen zu müssen. Dem Ansinnen der Bahn nach Unterstützung durch die Gemeinden, z. B. bei der Gestaltung des Bahnhofsumfeldes, wird wiederum häufig mit Gegenforderungen begegnet, woraus Patt-Situationen entstehen können. Hierbei ein reizfreies Klima aufrecht zu erhalten, stellt eine große Herausforderung an die handelnden Personen auf allen Seiten dar. Viele der vorgeschlagenen Maßnahmen setzen deshalb einige grundsätzliche Bekenntnisse mehrerer Verantwortungsträger voraus, da eine langfristig erfolgreiche Bahn weder das Anliegen einzelner Personen, noch das Anliegen nur einzelner Gemeinden an der Strecke sein kann. Die Initiative zu einer erfolgversprechenden Weiterentwicklung muss zum Programm möglichst breiter Einwohnergruppen in der Region werden. Die legendär gewordene Parole entlang der Vinschgaubahn zeigte Wirkung: „KEIN ZUG – KEINE STIMMEN“.

Je mehr Leute sich mit der Bahn und deren touristischem Umfeld identifizieren, umso mehr Unternehmer und Tourismusbetriebe werden für eine Vorwärtsstrategie begeistert werden können und sind für Veränderungen bereit. Veränderung bedeutet in diesem Zusammenhang meistens Professionalisierung. Dass diese im Umfeld der Bahn (Gastronomie, Dienstleistungsgesinnung, Ortsbildgestaltung,...) oft mindestens so notwendig ist wie Veränderungen bei der Bahn selbst, sollte nicht übersehen werden, denn nicht nur die Bahn, sondern insbesondere die Tourismuswirtschaft einer Region muss auch von sich aus Aktivitäten setzen und ihren Beitrag leisten. Hier müssen allerdings auch die Erwartungshaltungen an die tatsächlich erzielbaren Wertschöpfungseffekte realistisch bleiben: Überzogene Erwartungen, die nicht erfüllt werden können, führen zu mangelnder Glaubwürdigkeit, im schlechtesten Fall zu Frustration und Demotivation.

Auch das bekannte Henne-Ei-Problem ist zu berücksichtigen, weil es bei allen Professionalisierungsprojekten auftaucht: Die fehlende bzw. ungewisse Perspektive eines professionellen Bahnbetriebes schränkt den Entwicklungswillen anderer Institutionen, Unternehmen und Angebotsträgern meist deutlich ein. Hier ist es Aufgabe der Politik, nicht nur ein glaubwürdig klares Bekenntnis zur Bahn abzugeben, sondern umgehend mit der Umsetzung der Maßnahmen zu beginnen. Nur so kann ein starkes Signal für die notwendige Aufbruchsstimmung gesetzt werden.

In einem weiteren Gebiet, das als gar nicht prominent gilt, wo aber die Einsicht überwiegt, dass manches nicht mehr so weitergehen kann wie bisher, bahnt sich zur Zeit Bemerkenswertes an. Hierzu geben die Projektbroschüre „Via Wilzschhaus - Das Tourismusprojekt Schönheide/Carlsfeld und Umgebung“ bzw. die Internetseite <http://www.via-wilzschhaus.de> derart gut Auskunft, dass die wesentlichen Inhalte hier auszugsweise wiedergegeben werden:

Das Tourismusprojekt

Schönheide/Carlsfeld und Umgebung

ist ein Gesamtvorhaben in der Region Oberes Vogtland und Westerzgebirge. Ansatz des Projektes ist es, durch die Vernetzung der vielseitigen und kleinteiligen Angebote und Attraktionen die Tourismuswirtschaft in der Region zu stärken und damit die regionale Wertschöpfung zu erhöhen, Arbeitsplätze zu sichern und neu zu schaffen. Eine wichtige Rolle bei der Vernetzung in der Region werden die historischen Eisenbahnen der Region spielen, die es im Rahmen des Projektes zu verbinden gilt. Durch gemeinsame vermarktungsfähige Angebote regionaler Partner entlang der verbindenden Infrastruktur gilt es, weitere Synergien zu nutzen. Mit dem Vorhaben besteht die Chance, ein Stück Heimat lebenswerter zu gestalten und die Wettbewerbsfähigkeit der Region zu erhöhen.

Kann der Tourismus zur wirtschaftlichen Stärkung der Region beitragen?

Ja! Die Region

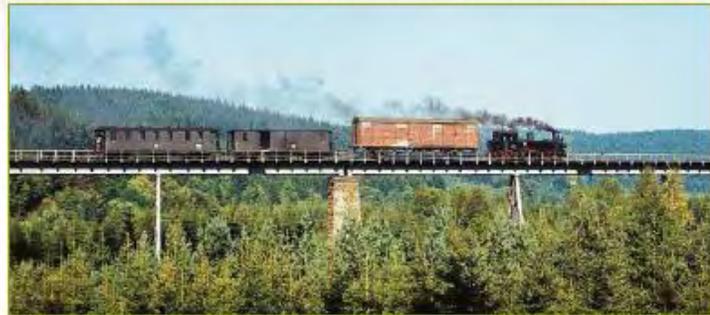
Westerzgebirge/Oberes Vogtland weist bezüglich der demografischen Entwicklung, ihrer Wirtschaftskraft und den daraus resultierenden Pro-Kopf-Einkommen einen deutlichen Abstand zur sachsenweiten Situation auf. So liegt das Bruttoinlandsprodukt

in der Region um ca. 15 % hinter dem sächsischen Durchschnitt zurück. Damit in Verbindung stehen ungünstigere Perspektiven für jeden Einzelnen in der Region. Die Folge ist ein überdurchschnittlicher Rückgang der Bevölkerungszahl in Verbindung mit einem steigenden Altersdurchschnitt. So beträgt der Rückgang der Bevölkerungszahl in der Region jährlich ca. 1,2 % und liegt damit mehr als doppelt so hoch wie im sächsischen Durchschnitt. Dies resultiert aus einer geringeren Geburtenrate und einer höheren Abwanderung. Der Altersdurchschnitt in der Region liegt derzeit mit ca. 47 Jahren bereits um zwei Jahre über dem sachsenweiten Durchschnitt

In einem europaweiten Vergleich zu den Entwicklungsperspektiven verschiedener Standorte wurden 25 Standortfaktoren untersucht, von der Demografischen Entwicklung bis hin zur Branchenstruktur sowie der Innovations- und der Wettbewerbsfähigkeit. Unter 429 untersuchten Regionen in Deutschland belegte dabei der Altkreis Aue-Schwarzenberg den Platz 416 und damit den letzten Platz der verglichenen sächsischen Standorte. Gründe hierfür sind beispielsweise ein Aufholbedarf von 15 bis 20 % allein zum sächsischen Landesdurchschnitt bei Wertschöpfung und Produktivität der regionalen Unternehmen trotz einer guten Industriedichte. Die kleinteilige Unternehmenslandschaft fungiert oftmals als Zulieferer mit einem geringeren Innovationsgrad und damit geringeren am Markt erzielbaren Gewinnen. Daher wird auch auf absehbare Zeit das Wachstum der vorhandenen Industriebetriebe nur bedingt in der Lage sein, zusätzliche Arbeitsplätze im erforderlichen Umfang nachhaltig schaffen zu können.

Via Wilzschhaus

Das Tourismusprojekt Schönheide/Carlsfeld und Umgebung



Perspektiven für den Tourismus im Westerzgebirge und Oberen Vogtland

Chancen für die Region



Aus diesem Grund tritt das Tourismusprojekt Schönheide/Carlsfeld und Umgebung an, den Tourismus als zweite wichtige Wirtschafts- und Beschäftigungssäule in der Projektregion zu stärken. Durch die Vernetzung der kleinteiligen regionalen Angebote gilt es, die Schlagkraft zur konzeptionellen Zusammenarbeit und Vermarktung nach außen zu stärken. Das Bestreben, Vorhandenes zu stärken und zu vernetzen, deckt sich mit der neuen Tourismusstrategie des Freistaates Sachsen und anderen regionalen Entwicklungszielstellungen. Vor diesem Hintergrund müssen Erhebungen wie der zitierte EU-Standortvergleich, auch wenn sie auf den ersten Blick wenig schmeichelhaft sind, genutzt werden, um aus der Analyse Aufgaben abzuleiten, mit denen die Region vorangebracht werden kann.

Es gilt das Potential der Heimatregion zu nutzen, um im touristischen Wettbewerb wie auch als Lebens- und Wirtschaftsstandort mit anderen ebenfalls attraktiven Regionen konkurrenzfähig zu bleiben.

Wie soll eine bessere Vernetzung der Tourismuswirtschaft erreicht werden? Kerngegenstand des Tourismusprojektes ist die Verbindung touristischer Einzelziele durch verschiedene touristische Wege. **Neben Lehrpfaden, Wander- und Radwegen, sowie Skiloipen gehört die Reaktivierung bzw. der Neubau der Eisenbahnstrecken Wernesgrün – Schönheide – Carlsfeld (Schmalspur) und Schönheide – Muldenhammer – Muldenberg (Normalspur) zum Gesamtvorhaben.** Zur Vernetzung zahlreicher etablierter und in den letzten Jahren neu entstandener touristischer Angebote bietet das konzipierte Streckennetz einen nachhaltigen Baustein.

Durch die Verbindung der vielseitigen touristischen Einzelattraktionen der Region mit verschiedenen Wegen für Aktivtourismus und den Bahnen soll es dem Gast ermöglicht werden, mehrere Ziele an einem Tag anzusteuern, ohne dabei auf eine PKW-Fahrt angewiesen zu sein.

Das Tourismusprojekt folgt dabei dem Beispiel der Urlaubsregion Harz / Harzer Schmalspurbahnen, wo das Verkehrsmittel Eisenbahn eine unmittelbare erschließende Wirkung für die Tourismusregion hat. Mit dem Projekt soll zudem die Region Westerzgebirge/Oberes Vogtland langfristig von einer ausgesprochenen Tages- und Kurzurlaubergegend auch als Ziel längerer Aufenthalte entwickelt werden.

Braucht es zur Stärkung des Tourismus die Eisenbahn?

Ja! Auch, wenn Urlauber heute meist mit dem Pkw anreisen, ist es umso interessanter und wohltuender, innerhalb des Urlaubs das eigene Fahrzeug stehen lassen zu können, beispielsweise zum Rückweg nach einer Wanderetappe, einer Radtour oder dem Genuss eines frisch gezapften Wernesgrüner Biers. Dafür historische Bahnen als roten Faden durch die Region zu nutzen, ist ein Alleinstellungsmerkmal mit Erlebnischarakter.

Ist die Eisenbahn tatsächlich in der Lage, die Tourismuswirtschaft voran zu bringen?

Ja! Dies zeigt – unter anderem – das Musterbeispiel Harzer Schmalspurbahnen, aber auch die Tourismusbahnen „Molli“ in Mecklenburg und „Rasender Roland“ auf Deutschlands größter Insel Rügen. Diese nahezu ausschließlich touristisch genutzten Schmalspurstrecken tragen dort in umfangreichem Maße zur Belebung der Wirtschaft bei. Erfolgsrezept ist jeweils eine intensive Vernetzung mit der umliegenden Tourismuswirtschaft. Einfach nur Züge fahren lassen bringt allein keine ausgebuchten Übernachtungskapazitäten in Hotels und Pensionen, keine frequentierten Restaurants und Gaststätten, keine belebten Skipisten und Erlebnisbäder. Aber: Sind touristische

Wie soll eine bessere Vernetzung der Tourismuswirtschaft erreicht werden?

Kerngegenstand des Tourismusprojektes ist die Verbindung touristischer Einzelziele durch verschiedene touristische Wege. Neben Lehrpfaden, Wander- und Radwegen, sowie Skiloipen gehört die Reaktivierung bzw. der Neubau der Eisenbahnstrecken Wernesgrün – Schönheide – Carlsfeld (Schmalspur) und Schönheide – Muldenhammer – Muldenberg (Normalspur) zum Gesamtvorhaben. Zur Vernetzung zahlreicher etablierter und in den letzten Jahren neu entstandener touristischer Angebote bietet das konzipierte Streckennetz einen nachhaltigen Baustein.

Durch die Verbindung der vielseitigen touristischen Einzelattraktionen der Region mit verschiedenen Wegen für Aktivtourismus und den Bahnen soll es dem Gast ermöglicht werden, mehrere Ziele an einem Tag anzusteuern, ohne dabei auf eine PKW-Fahrt angewiesen zu sein.

Das Tourismusprojekt folgt dabei dem Beispiel der Urlaubsregion Harz / Harzer Schmalspurbahnen, wo das Verkehrsmittel Eisenbahn eine unmittelbare erschließende Wirkung für die Tourismusregion hat. Mit dem Projekt soll zudem die Region Westerzgebirge/Oberes Vogtland langfristig von einer ausgesprochenen Tages- und Kurzurlaubergegend auch als Ziel längerer Aufenthalte entwickelt werden.

Altenwelt touristischer Ziele in der Höhe der Sachsen

- Historischer Brauereigutshof Wernesgrün
- Erlebniswelt Weinrichtland Sützgrün
- Mulberg mit Prinz-Georg-Aussichtsturm bei Sützgrün
- Falkenhof Forstmöbelschönheide
- Langlaufloipengebiet um Schönheide
- Kurparkmuseum Schönheide
- Historieuseum Eisenstoll
- Moderne Eisenstoll mit zukünftigen Talperren- und Muldenbergweg
- Baugeräten Eisenstoll
- Restanlage und Minigolfanlage Eisenstoll
- Moderne Eisenstoll
- Skaterparade, Waldsee Carlsfeldgrün
- Historischer Erlebnis- und Museumsbahnhof Schönheide Süd
- Skigebiet Carlsfeld
- Kaminofen/Hammweg Erzgebirge/vogtland
- Deutsche Raumfahrtausstellung Morgenröthe-Rautenhaus – Geburtsort des ersten deutschen Fliegerkommandanten Dr. Sigmund Jahr
- Schmelzwerk Schmelzwerk Teichenberggrün
- Hütten- und Schmelzwerk Teichenberggrün
- Schmelzwerk Muldenberg
- Langlaufloipengebiet Muldenberg/Schönheide/Wilgersdorf
- Vogtlandarena Wilgersdorf

Braucht es zur Stärkung des Tourismus die Eisenbahn?

Ja! Auch, wenn Urlauber heute meist mit dem Pkw anreisen, ist es umso interessanter und wohltuender, innerhalb des Urlaubs das eigene Fahrzeug stehen lassen zu können, beispielsweise zum Rückweg nach einer Wanderetappe, einer Radtour oder dem Genuss eines frisch gezapften Wernesgrüner Biers. Dafür historische Bahnen als roten Faden durch die Region zu nutzen, ist ein Alleinstellungsmerkmal mit Erlebnischarakter.

Stimmen zum Projekt

Stefanew Tilly, Ministerpräsident des Freistaates Sachsen

„Seit langem spielen die Dampfeisenbahnen eine wichtige Rolle für unser Land. Schon während der Industrialisierung haben sie schwer zugängliche Regionen erschlossen. Das hat Landwirtschaft und Gewerbe einen großen Aufschwung beschert – und ebenso der Tourismus kam in Schwung. Heute sind die sächsischen Dampfeisenbahnen mehr als Nostalgie. Wir Sachsen pflegen Traditionen, weil sie Bedeutung für Gegenwart und Zukunft haben. Für Tourismus und Nahverkehr sind die Dampfeisenbahnen nach wie vor sehr wichtig, sie führen durch fast alle Urlaubsregionen des Freistaates. Für viele sind die Schmalspurbahnen Kulturgut und technisches Denkmal zugleich.“

„Mit dem Wiederaufbau kommen die Bahnen auch wieder in diesen Teil Sachsens zurück – und mit ihnen viele Besucher und Eisenbahnfreunde.“

Eisenbahnen und die „übrige“ Tourismuswirtschaft durch gemeinsame Angebote und Vermarktung miteinander verzahnt, dann stellen sich sehr große Synergieeffekte ein.

Genau wie beim Musterbeispiel Harzer Schmalspurbahnen (HSB): 1993 gegründet, haben sich die HSB in den letzten knapp 20 Jahren zur wichtigsten Touristenattraktion im Harz entwickelt. Die HSB betreiben ein über 140 km langes Schmalspurbahnnetz, welches in den vergangenen Jahren erweitert wurde und von der Weltkulturerbestadt Quedlinburg bis auf den Brocken reicht. Die Brockenbahn ist zwar die „Paradestrecke“ der HSB. Doch wurde es durch ein ausgeklügeltes Marketing und vernetzte Angebote geschafft, die Gäste auch auf die Harzquer- sowie die Selketalbahn zu lenken, an denen wie in der hiesigen Region viele kleinteilige Angebote bestehen.

Eine vielbeachtete Studie zur regionalen Wertschöpfung durch die Harzer Schmalspurbahnen besagt, dass die von der Bahn angestoßene jährliche Wertschöpfung in der Harzregion knapp 37 Mio. Euro beträgt (2008). Davon entfallen etwa 6 Mio. Euro auf die HSB selbst – die übrigen 31 Mio. Euro aber auf die Teile der Tourismuswirtschaft, die allein

deshalb Umsätze erzielen, weil Menschen wegen der HSB in den Harz kommen. Eine Schmalspurbahn in einer Tourismusregion ist also in der Lage, ein Vielfaches dessen, was sie selbst an direkter Wertschöpfung schafft, zusätzlich an indirekten Umsätzen zu generieren. Hotels, Pensionen, Gastronomie sowie andere Einrichtungen profitieren davon, dass Gäste ausschließlich wegen der HSB in den Harz kommen! Und obwohl die HSB selbst „nur“ 230 Arbeitnehmer beschäftigen, schaffen die HSB weitere 919 Vollzeit-Arbeitsplätze im Tourismus. Somit existieren 9 % aller Beschäftigungsverhältnisse in der Region ausschließlich wegen der Schmalspurbahn.

Für unsere Region bedeutet dies: Auch die Bahnen hier sind potenziell in der Lage, Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte zu schaffen, neue Gästegruppen zu erschließen und längere Aufenthalte in der Region attraktiv zu machen. Die Grundlagen dafür sind vorhanden: Die herrliche Landschaft, vielfältige Angebote, die zentrale Lage. Es braucht aber eine geeignete Vernetzungsstruktur. Diese zu schaffen, ist das Ziel des Tourismusprojektes Schönheide/Carlsfeld und Umgebung.

Ist die Eisenbahn tatsächlich in der Lage, die Tourismuswirtschaft voran zu bringen?

Ja! Dies zeigt – unter anderem – das Musterbeispiel Harzer Schmalspurbahnen, aber auch die Tourismusbahnen „Mollis“ in Mecklenburg und „Rasender Roland“ auf Deutschlands größter Insel Rügen. Diese nahezu ausschließlich touristisch genutzten Schmalspurbahnen tragen dort in umfangreichem Maße zur Belebung der Wirtschaft bei. Erfolgsrezept ist jeweils eine intensive Vernetzung mit der umliegenden Tourismuswirtschaft. Einfach nur Züge fahren lassen, bringt allein keine ausgebuchten Übernachtungskapazitäten in Hotels und Pensionen, keine frequentierten Restaurants und Gaststätten, keine belebten Skiliften und Erlebnisbäder. Aber: Sind touristische Eisenbahnen und die „übrige“ Tourismuswirtschaft durch gemeinsame Angebote und Vermarktung miteinander verzahnt, dann stellen sich sehr große Synergieeffekte ein.



Genau wie beim Musterbeispiel Harzer Schmalspurbahnen (HSB): 1993 gegründet, haben sich die HSB in den letzten knapp 20 Jahren zur wichtigsten Touristenattraktion im Harz entwickelt. Die HSB betreiben ein über 140 km langes Schmalspurbahnnetz, welches in den vergangenen Jahren erweitert wurde und von der Weltkulturerbestadt Quedlinburg bis auf den Brocken reicht. Die Brockenbahn ist zwar die „Paradestrecke“ der HSB. Doch wurde es durch ein ausgeklügeltes Marketing und vernetzte Angebote geschafft, die Gäste auch auf die Harzquer- sowie die Selketalbahn zu lenken, an denen wie in der hiesigen Region viele kleinteilige Angebote bestehen.

Eine vielbeachtete Studie zur regionalen Wertschöpfung durch die Harzer Schmalspurbahnen besagt, dass die von der Bahn angestoßene jährliche Wertschöpfung in der Harzregion knapp 37 Mio. Euro beträgt (2008). Davon entfallen etwa 6 Mio. Euro auf die HSB selbst – die übrigen 31 Mio. Euro aber auf die Teile der Tourismuswirtschaft, die allein deshalb Umsätze erzielen, weil Menschen wegen der HSB in den Harz kommen. Eine Schmalspurbahn in einer Tourismusregion ist also in der Lage, ein Vielfaches dessen, was sie selbst an direkter Wertschöpfung schafft, zusätzlich an indirekten Umsätzen zu generieren. Hotels, Pensionen, Gastronomie sowie andere Einrichtungen profitieren davon, dass Gäste ausschließlich wegen der HSB in den Harz kommen! Und obwohl die HSB selbst „nur“ 230 Arbeitnehmer beschäftigen, schaffen die HSB weitere 919 Vollzeit-Arbeitsplätze im Tourismus. Somit existieren 9 % aller Beschäftigungsverhältnisse in der Region ausschließlich wegen der Schmalspurbahn.

Für unsere Region bedeutet dies: Auch die Bahnen hier sind potenziell in der Lage, Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte zu schaffen, neue Gästegruppen zu erschließen und längere Aufenthalte in der Region attraktiv zu machen. Die Grundlagen dafür sind vorhanden: Die herrliche Landschaft, vielfältige Angebote, die zentrale Lage. Es braucht aber eine geeignete Vernetzungsstruktur. Diese zu schaffen, ist das Ziel des Tourismusprojektes Schönheide/Carlsfeld und Umgebung.

Stimmen zum Projekt



Dr. Tassilo Lentk und Frank Vogel, Landrätin des Vogtlandkreises sowie des Ergoldsbirgkreises

„Die Sächsischen Schmalspurbahnen waren einst das größte einheitlich betriebene Schmalspurbahnssystem in Deutschland. Aus dieser Geschichte heraus können Sie nur in Sachsen heute noch täglich und zu jeder Jahreszeit mit schmalspurigen Dampfzügen reisen. Bisherige Erfahrungen zeigen, dass die Schmalspurbahnen identitätsstiftend wirken, eine große Magnetwirkung haben und in nicht unerheblichem Maße dazu beitragen, dass viele Interessierte, Unlauber und Ausflügler in die Region kommen. Sie sind damit mehr als nur ein schönes Stück Tradition. Sie sind ein immer stärker werdender Wirtschaftsfaktor und können helfen, insbesondere auch jungen Menschen direkt oder indirekt eine berufliche Perspektive zu geben. Das gilt zunehmend auch für unsere Region. Das Tourismusprojekt Schönheide/Carlsfeld und Umgebung ist für die weitere touristische Entwicklung sowohl im Vogtlandkreis wie auch im westlichen Teil des Ergoldsbirgkreises von Bedeutung.“

Quelle: Broschüre Sponsorenaktionen des VHSchneiders (08/2010)

Tourismusprojekt
Schönheide/Carlsfeld und Umgebungsregion

Durch wen und in welchen Schritten soll das Tourismusprojekt verwirklicht werden?

Die Initiative für das Tourismusprojekt Schönheide/Carlsfeld und Umgebung kommt aus der Region selbst. Die Anliegergemeinden stehen hinter dem Projekt. Zur Wahrnehmung der vielfältigen Aufgaben ist seit Beginn des Jahres 2011 ein von der Gemeinde Steinberg getragenes und durch eine ILE-Förderung unterstütztes Projektmanagement aktiv geworden, welches bis September 2012 in intensiver Form konzeptionell tätig wird. Das Projektmanagement untersucht, in welcher Form die Projektetappen wirtschaftlich, technisch und juristisch realisiert werden können bzw. leistet konzeptionelle Vorbereitungen für die Planung touristischer Angebote und deren Vernetzung. Auch darüber hinaus wird das Projekt durch Arbeitsgruppen mit den Schwerpunkten Bahnen und Tourismus, besetzt mit Fachvertretern und Leistungsträgern aus den Umkelorten, den Landkreisen Erzgebirge und Vogtland und staatsweit begleitet.

Die bahnbefugten Vorhaben des Tourismusprojektes Schönheide/Carlsfeld und Umgebung beinhalten die folgenden vier Hauptprojektschritte, die voraussichtlich in der folgenden Reihenfolge verwirklicht werden sollen:

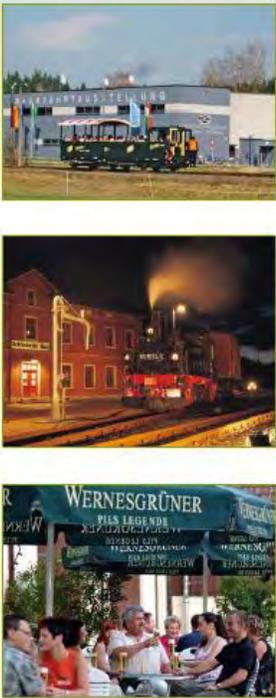
Etappe 1:
Wiederanbindung der seit 2008 von der Motortrabine „Wernesgrüner Schienen-Express“ im Inselbetrieb genutzten Regelpurstrecke Schönheide Ost – Schönheide Süd – Muldenberg im Bahnhof Muldenberg an das von der Vogtlandbahn genutzte Regionalbahnnetz. Damit kommt es zur Wiederaufnahme der bis 1993 druckgeführten Sonderverkehre.

Etappe 2:
Der Wiederaufbau der 1977 eingestellten Schmalspurbahn Schönheide Süd (Wilzschhaus) nach Schönheide Mitte zur Herstellung des Anschlusses an die in den 1990er Jahren wieder aufgebaute Museumsbahn Schönheide nach Stützensgrün. Der Schmalspurteil des Bahnhofs Schönheide Süd (Wilzschhaus) wurde ebenfalls bereits 2007 wieder aufgebaut.

Etappe 3:
Der Wiederaufbau der 1967 eingestellten Schmalspurbahn Schönheide Süd (Wilzschhaus) – Carlsfeld. Der Bahnhof Carlsfeld wurde bereits 2004 wieder aufgebaut.

Etappe 4:
Neubau einer bereits einmal geplanten, aber bisher nicht realisierten Verlängerung der Schmalspurbahn ab Stützensgrün bis zur Wernesgrüner Brauerei.

Nach der Realisierung der einzelnen, dargestellten Projektabschnitte sollen die fertig gestellten Streckenteile für einen touristisch geprägten Bedarfsverkehr genutzt werden.



Etappen der bahnbefugten Vorhaben
des Tourismusprojektes



Etappenplan des Projektes Via Wilzschhaus. Quelle: Projektbroschüre „Via Wilzschhaus - Das Tourismusprojekt Schönheide/Carlsfeld“

Wenn es der Region um Schönheide gelingt, dieses Vorhaben umzusetzen, wird sie daraus – wie zwischen Serbien und Bosnien am Šargan-Pass schon bewiesen - ein Alleinstellungsmerkmal erzeugen können, das Seinesgleichen sucht. Hierzu bedarf es einer proaktiven Vorgangsweise und eines klaren Leitbildes, das dieser Vorgangsweise zu Grunde liegt.

Leitbild einer proaktiven Vorgangsweise

Im vorstehend gezeigten Projekt wird deutlich, dass es Aufgabe der Politik ist, die Zeichen der Zeit richtig zu deuten, sich der Notwendigkeit auch unkonventioneller Entwicklungsschritte zu stellen, eine Kooperation der Region mit der Bahn zu stimulieren und dabei gelegentlich auch visionär vorzugehen. Dazu gehört auch die Erkenntnis, dass Information, Aufklärung und Motivation genauso wichtig sind wie Investitionen in die Hardware. Unter diesen Voraussetzungen werden gewünschte Kooperationen auch funktionieren.

Schwerpunkte einer solchen Vorgangsweise und des darauf fußenden Leitbildes können etwa sein:

- Interesse der Gäste für Natur und Kultur als Auftrag verstehen
- Qualität des Aufenthaltes steht immer vor Quantität
- Genial, nicht brutal
- Authentizität in allen Bereichen
- Erhaltung von Kleinteiligkeit und Harmonie bei Entwicklung und Nutzung vorhandener Bahnareale sowie bei Neubauten
- Festschreiben einer Unternehmenskultur unter Rücksichtnahme auf bestehende Schutzaufträge
- Beachtung der Unternehmenskultur als höherer Auftrag bei jeder Form von Projektentwicklung
- Steigerung der Wertschöpfung in der Region ist Voraussetzung für Unterstützung von Einzelmaßnahmen durch die öffentliche Hand
- Ökologisch einwandfreies Handeln ist weitere Voraussetzung für Unterstützung durch die öffentliche Hand
- Kompetenz des Personals im Hinblick auf Gästebedürfnisse, Mehrsprachigkeit
- Außensicht und Sicht von Kooperationspartnern berücksichtigen, ohne sich davon unter Druck setzen zu lassen (z. B. Beiräte)
- Klares Profil/Verhaltensmuster gegenüber Mitbewerbern entwickeln und leben (Kooperation versus Konkurrenz, Imitation, Dominanz)
- Unternehmerische Entscheidungen im Unternehmen treffen, politische Entscheidungen der Politik überlassen

Ganzheitliche Betrachtung aus Gästesicht

Wie steht es aber um die Erwartungen und Bedürfnisse der Gäste? Genügt es, sich ein Leitbild zu geben, ohne sich über die Gästeerwartungen im Klaren zu sein? Sicher nicht.

Allgemein ist festzustellen, dass jene Reisemotive, die von Österreich-Gästen immer wieder als Begründung für einen Urlaub in Österreich angeführt werden, nämlich eine intakte Kulturlandschaft und die „Gemütlichkeit“, wesentliche Punkte sind, die auch für das Transportmittel Bahn sprechen. Bahnreisen und Ausflüge mit Eisenbahnen entsprechen daher durchaus den Gästewünschen und dem heutigen Reiseverhalten.

Dem trägt z. B. die Rhätische Bahn Rechnung, indem die Homepage der RhB ein eigenes Portal für Tour Operators (Reisebüros und andere Reiseveranstalter) anbietet.

Ganz in diese Richtung agieren auch die Chemins de Fer du Jura (CJ, Jurabahnen) in den schweizer Freibergen. Die Bahn versteht sich neben ihren Transportaufgaben im Alltagspersonen- und Güterverkehr als Tourismusanbieter, sie bietet Gruppen und Schulen an, ihren gesamten Aufenthalt in der Region komplett zu planen. Darüber hinaus gibt es für

Gruppen individuelle Möglichkeiten für Dampfzugfahrten mit Nostalgiewaggons, Zugüberfälle oder Thematische Ausflüge mit Reiseleitung zu Sonnen- oder Windkraftwerken. Abseits der Schienen organisiert die CJ Spiele, Jausen an Stationen oder Fahrten mit Pferdekutschen. Sie betreut auch Langlaufloipen und Umkleideräume für die Sportler.

Auch die Harzer Schmalspurbahnen (HSB) bieten Pauschalprogramme für Übernachtungen, Fahrten mit der HSB und Sehenswürdigkeiten entlang der Strecke (z.B. Stadtführung und Besichtigung Schloss Wernigerode, Stadtführung und Besichtigung Quedlinburg, Besichtigung der HSB Fahrzeugwerkstatt, geführte Wanderungen u. A.). Speziell für Schulklassen gibt es das Angebot einer Dampfzugfahrt auf den Brocken und Eintritt sowie Besichtigung des Brockenhauses (Brocken- und Nationalparkmuseum) inklusive eines informativen Einführungsvortrages. Für Gruppen werden individuelle „Erlebnis-Touren“ organisiert, mögliche Programmpunkte sind eine Führung durch die Werkstatt, Erläuterung der Dampflok, Führerstandsmitfahrten, Gruppenwettkämpfe (z.B. Kohle durch Feuerluke schaufeln, Wagen schieben, Schmieden, Wissensquiz, u. A.) sowie Getränke und Imbiss. Individualgäste können auch an einer Führung durch das Bahnbetriebswerk teilnehmen, dem Lokführer bei einer Dampflokmitfahrt über die Schulter schauen, das Lokpersonal einen Tag lang begleiten, an einem Dampflok-Schnupperkurs teilnehmen oder eine Ausbildung zum Ehrenlokführer machen.

Wenn solche Anbieter, die über das normal Übliche hinaus Engagement beweisen, einmal bekannt sind und wenn für potenzielle Kunden die Gewissheit besteht, eine ökologisch verträgliche Art des Reisens gewählt zu haben, ist die Erwartung zutreffend, dass manche Gäste auch wieder vermehrt den Weg ans Ziel zum Ziel des Weges machen. Umso mehr sollte eine hohe Erwartungshaltung – z. B. in ökologischer Sicht - dann aber auch vom Zielort erfüllt werden, um möglichst viele „Überzeugungstäter“ tatsächlich zu überzeugen. Zusammengefasst sollte für jede erfolgreiche Bahn als Grundvoraussetzungen gelten, dass sie in der Lage ist, Erwartungen ihrer Gäste zu erfüllen, noch besser aber, sie zu übertreffen. Basisqualität und klaglose Leistung, Sauberkeit, Pünktlichkeit und Freundlichkeit werden als selbstverständlich ohnehin überall vorausgesetzt. Diese Merkmale zu erbringen, muss also auch für Bahnen selbstverständlich sein. Ist es das aber auch wirklich?

Gästeerwartungen und Gästebedürfnisse

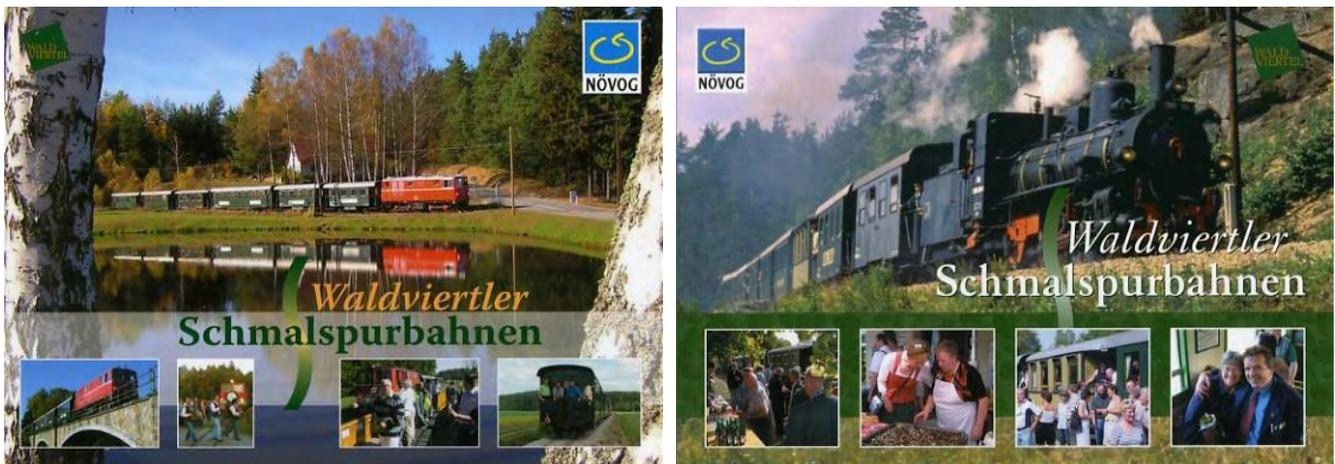
Im Marketing wird häufig von Begeisterungsattributen gesprochen, auf die der Schwerpunkt des Handelns zu legen ist. Dem liegt die Annahme zu Grunde, dass Gäste mit einer bestimmten Erwartungshaltung anreisen, die durch Werbung, Mundpropaganda oder Zufall entsteht. Wenn diese Erwartung schon vor der Reise, z. B. während der Informations- und Entscheidungsfindung, dann bei der Buchung, insbesondere aber während der Inanspruchnahme des Angebotes übertroffen werden kann, wenn also gelingt, die Gäste zu begeistern, werden sie das Angebot weiterempfehlen und wiederkommen. Gibt es hingegen

Fehler in der Dienstleistungskette, wird das Angebot nicht weiterempfohlen bzw. negativ beurteilt.

Genauso wichtig wie der Erstkontakt, bei dem Gäste noch vom Angebot überzeugt werden müssen, sind auch die „Nachwirkungen des Erlebten“: Fast jeder Besucher einer Destination oder Einrichtung wird im Rahmen seiner Alltagskommunikation, oft erst Tage oder Wochen nach dem Erlebnis, von seinen Eindrücken erzählen. Diese Phase der Rückbesinnung aktiv zu beeinflussen, ist Ziel jedes Kundenbindungsprogrammes. Hierfür gibt es keine Rezepte, wohl aber die gesicherte Erkenntnis, dass begeisterte Gäste von sich aus als Multiplikatoren aktiv werden und dass man mit ihnen als Mehrfachbesucher rechnen kann.

Ein Beispiel hierzu, das vom Autor dieser Arbeit für die Waldviertler Schmalspurbahnen entwickelt worden ist:

Der Schaffner verteilt im Zug an alle Fahrgäste Ansichtskarten von der Bahn und erklärt ihnen, dass durchaus erstrebenswerte Preise im Rahmen eines Gewinnspieles gewonnen werden können, wenn die Fahrgäste mitspielen wollen. Das funktioniert so: Wenn ein Fahrgast meint, dass eine Fahrt mit dieser Bahn auch seinen Freunden oder Bekannten gefallen könnte, sendet er ihnen die Postkarte mit seinen persönlichen Grüßen. Kommen nun derart angeschriebene Menschen als Fahrgast – z. B. im nächsten Jahr – und geben ihre mit Poststempel versehene Karte beim Schaffner ab, nehmen sie am Gewinnspiel teil, bei dem es sehr attraktive Preise (Mountainbike, Digitalkamera, Aufenthalte in der Region,...) gibt.



Vorderseite der Gewinnspiel-Postkarten mit unterschiedlichen, jährlich wechselnden Motiven (Sammlerstücke).

© Otfried Knoll

Die Verlosung der Preise ist ein von Bahn und Region alljährlich gemeinsam gestaltetes Event, bei dem auch die Preisgeber anwesend sind. Gegenseitige Vernetzung und positive Pressearbeit sind die Folge. Diese auf reiner Weiterempfehlung basierende Multiplikator-Vorgangsweise hat sich sehr bewährt.

Werben Sie neue Fahrgäste für die
Waldviertler Schmalspurbahn!
Wertvolle Preise aus der Region winken!



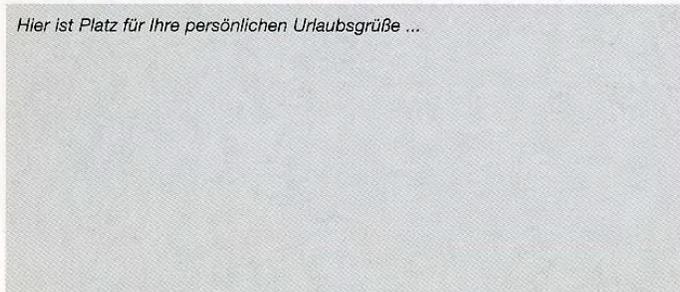
Als Preise warten z. B. ein Wochenendaufenthalt in der Region oder eine topaktuelle Digitalkamera.
Weitere Informationen unter der Tel.-Nr.: 02852/52588-330 oder online:
www.noevog.at, www.waldviertlerbahn.at, www.waldviertel.or.at

Und so gewinnt die Waldviertler Schmalspurbahn:

- Sie schicken diese Postkarte an eine Person, von der Sie meinen, dass ihr die Waldviertler Schmalspurbahn gefällt.
- Sobald diese Person eine gültige Fahrkarte hat und diese Postkarte mit Poststempel im Zug abgibt, nimmt sie am Gewinnspiel teil. Sie erhält eine neue Postkarte und kann selbst wieder Freunde anschreiben. Damit werben Sie und Ihre Freunde aktiv für unsere Bahn und tragen so zu ihrem Weiterbestand bei!

Eine angenehme Reise und viel Glück wünschen Ihnen
die Gemeinden der Region und das NÖVOG-Team!

Hier ist Platz für Ihre persönlichen Urlaubsgrüße ...



Die Ziehung erfolgt am Ende der Saison dieses Jahres unter Ausschluss des Rechtsweges. Die Gewinner werden schriftlich verständigt. Ich bin damit einverstanden, dass meine Daten von der NÖVOG EDV-mäßig erfasst und zu Marketingzwecken verwendet werden. Die Daten werden nicht an Dritte weitergegeben.

Fotos: © Otfried Knoll, Christian Böhmer, Gerhard Miedler



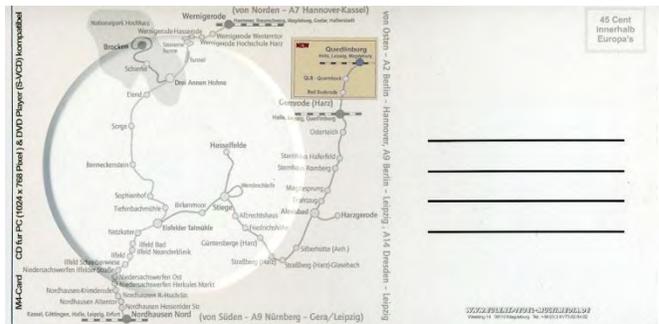
Ansichtskarten-Gewinnspiel der Waldviertler Schmalspurbahnen.

© Otfried Knoll



Postkarte mit eingearbeiteter CD.

Quelle: HSB/www.eulenspiegel-media.de



Neuerdings gibt es auch schon Postkarten, an denen hinter einer Schutzfolie eine Mini-CD angebracht wird. Damit lassen sich auch umfangreiche Beschreibungen, Fotos und Buchungsofferte zur Bahn direkt an potenzielle Kunden versenden.

Kommunikation und Information, Aufmerksamkeit für die Bahn

Die Art und Weise, wie eine Bahn mit ihren potenziellen und tatsächlichen Kunden kommuniziert, ist eine nicht unwesentliche Chance, den Unternehmensauftritt zu beeinflussen. Im bahn-ungewohnteren, rein touristischen Kundensegment wird die vorherrschende Meinung sein, dass eine Eisenbahn etwas Gemütliches, ein an den modernen Lebensbedürfnissen

wenig ausgerichtetes nostalgisches Relikt ist, bei dem alles nicht so ernst zu nehmen ist. Mit dieser Erwartungshaltung wird dann die Reise angetreten und es ergeben sich möglicherweise dadurch Missverständnisse oder Diskussionen mit dem Personal. Im Segment der Alltagskunden überwiegt wiederum der rationale Zugang, die Frage, welche Zeit-, Kosten- und Komfortvorteile eine Bahnfahrt gegenüber anderen Alternativen hat. In beiden Bereichen besteht eine große Herausforderung an die Unternehmenskommunikation, die Erwartungshaltungen aller Kundensegmente richtig zu bedienen und vielleicht auch da oder dort ein Wenig zu korrigieren.

Es werden deshalb verschiedenste Medien zum Einsatz kommen müssen, um die jeweilige Kundenschicht zu erreichen. Wichtige Kommunikationsebenen sind:

- Kundeninformation durch Direkt Mailing (z.B. zu Fahrplanwechsel)
- Kundenberater/innen, die wichtige Kunden wie (Bus-)Reiseveranstalter, Schulen, Betriebe persönlich betreuen
- eigene Reisezentren oder Präsenz in Mobilitätszentralen (Dampfläden der HSB, Bahnhöfe der ZVB)
- Persönliche Verteilung der Informationen durch Bahnbedienstete in den Gemeinden/Beherbergungsbetrieben (Pinzgaubahn)
- Zugbegleiter/innen zur Information und Beratung von Reisenden Kurzfristige Information zur Betriebssituation über Displays oder Mobiltelefonanwendungen, z:B SMS bei größeren Verspätungen, Telefon-Hotline zu einem günstigen Tarif
- Anzeigen- und Imagewerbung wird mit besonderem Augenmerk auf Gästezeitungen, Bezirksblätter, Fachjournale, Informationsbroschüren der Tourismusverbände und Kataloge einschlägiger Reiseveranstalter (z. B. Busgruppen) platziert werden.

Siehe hierzu auch die in den vorangegangenen Kapiteln vorgestellten Good Practice-Vorgangsweisen für eine bessere Marktpräsenz.

Neben dem eigenen Internetauftritt ist auch wichtig, dass die Bahnen auf touristischen Homepages, in touristischen Leitsystemen (Wegweiser), auf touristischen Übersichtsplänen vor Ort, aber auch in zielgruppenspezifischen Medien (v.a. von Rad- und Alpinclubs) präsent sind. Die nötige Zielgruppenorientierung kann im Rahmen von Fahrgastbeiräten oder Kundenforen zum Dialog mit den Fahrgästen immer wieder kritisch getestet werden.

Bei der direkten Kundeninformation sind die Möglichkeiten schier unbegrenzt. Stellvertretend und als herausragende Initiative möge die Kundenzeitschrift „Z-Aktuell“ der Zillertaler Verkehrsbetriebe AG genannt werden. Sie wird an alle Haushalte des Zillertales und weltweit an ca. 6.500 Adressen versandt. Die Auflage liegt dadurch bei 19.000 Exemplaren. Da die Zeitschrift auch stets den Gesamtfahrplan mit Bahn und Bussen, aktuelle Fahrplanänderungen und Hinweise auf verbesserte oder neue Angebote enthält, ist damit eine wichtige Basisinformation für alle potenziellen Bahnbenutzer „unter dem Volk“. Darüber hinaus wird der aktuelle Fahrplan in den Bezirks- und Regionalzeitungen abgedruckt. Als Informationsplattform

ist auch der Internetauftritt www.zillertalbahn.at zu werten, da die Startseite die Angaben der Abfahrtsmonitore der einzelnen Haltepunkte der Zillertalbahn darstellt. Nach Angaben der ZVB werden täglich über 300 Zugriffe verzeichnet.



Nicht zu unterschätzen ist das gezielte Erregen von Aufmerksamkeit im Rahmen von touristischen Leitsystemen.

Fotos: Otfried Knoll



Branding von Fahrzeugen, die nicht zum Fahrpark der Bahn gehören, erzeugt besonders dann, wenn es unerwartet außerhalb des Bahn-Umfeldes vorkommt, Aufmerksamkeit und weckt Assoziationen.

Fotos: Otfried Knoll

Besonders wichtig sind Hinweise in allgemein verständlichen und landesweit üblichen Leitsystemen, wie z. B. Wegweisern an hochrangigen Straßen. Aber auch ein durchgehendes Branding einzelner Objekte, die außerhalb der jeweiligen Bahn zum Einsatz kommen, kann Aufmerksamkeit und Assoziationen erzeugen.

Was die Information im Zug betrifft, sind die Möglichkeiten ebenso vielfältig. Hier setzt sich nach einer Phase allgemeiner Über-Information die Ansicht „Weniger ist mehr“ im Hinblick auf einen guten Mix aus im Fahrzeug angebotener Information und Druckwerken/Flyern durch.

Allgemein wird eine dauernde Beschallung, noch dazu mehrsprachig und bei jeder Haltestelle, eher als lästig empfunden, namentlich dann, wenn die Fahrgeräusche ein einwandfreies Verstehen erschweren. Viel besser kommt eine persönliche Begrüßung durch das Zugpersonal an.



Beliebt sind Fenstertischchen mit Streckeninformationen in den Wagen. Die HSB lässt ihre in Brandmalerei ausführen. Foto: Otfried Knoll

Beliebt und daher mittlerweile Standard sind Monitore mit aussagekräftigen Informationen zur Bahn, zum Fahrplan und zur Region in großer Schrift. Auch die beliebten Fenstertischchen bieten verschiedenste Möglichkeiten der Strecken- und Umgebungsdarstellung. Bei manchen Bahnen sind sie auch zusätzlich als Unterlage für einfache Brettspiele (Mühle, Mensch-ärgere-dich-nicht) gestaltet.

Bei Druckwerken sind die notwendige Aktualisierung und somit die Produktionskosten ein bedeutender Kostenfaktor. Auch hier ist eine zielgruppenspezifische Unterscheidung anzuraten. Der Erstkundenkontakt im B2B-Segment erfordert aufwändiger gestaltete Prospekte und Kataloge als der Flyer, der an jedem Bahnhof erhältlich ist. Die HSB haben eine

Zeit lang ein sehr gut gestaltetes Reisehandbuch kostenlos aufgelegt. Es enthielt alle Informationen über die einzelnen Bahnstrecken, die Umgebung, Fahrplan, Sonderfahrten, Tarif, Lokomotiven, Souvenirangebot, Spiel- und Malvorlagen und sogar Rätsel für Kinder. Allerdings wurde die Erfahrung gemacht, dass die enthaltenen Informationen für das allgemeine Publikum zu umfangreich und das gesamte Reisehandbuch mit über 60 Farbseiten, einige davon sogar ausklappbar, zu aufwändig gestaltet waren.



Die aktuelle Informations-Palette der HSB: Fahrpläne und Veranstaltungstipps im Flyer-Format zum Einstecken, Daten und Fakten für die Pressemappe im A 4-Format. Quelle: HSB

Attraktive Tarifangebote und kundenfreundlicher Vertrieb

Attraktiv ist nicht unbedingt mit billig gleichzusetzen, es kommt auf ein für die Gäste attraktives Preis-Leistungsverhältnis an. Wichtig ist vor allem der einfache Zugang zu den passenden Tickets, unter anderem durch Partnerschaften mit dem regionalen Tourismus und mit bedeutenden Reiseveranstaltern. Wichtig sind weiters

- Die Möglichkeit, Tickets über das Internet zu beziehen (über die Homepage der jeweiligen Bahn und Bezahlung mit Kreditkarte). Dies ist vor allem dann wertvoll, wenn bei wetterabhängigen Angeboten eine Reservierung von Plätzen empfohlen wird
- das Anbieten attraktiver touristischer All-inklusive Packages, zumindest aber von Gästekarten, die für Nächtigungsgäste zugleich als Fahrausweis gelten (Neusiedler See Card, Bregenzerwald-Gästecard, Konuskarte im Schwarzwald, Gästeservice-Umwelt-Ticket GUTI im Bayerischen Wald,...)
- touristische Angebotspakete, die eine regionale ÖPNV-Netzkarte enthalten
- Netzkarten und ev. auch Einzelfahrkarten, die für Gäste bequem im Hotel, bei Tourismusbüros, in Trafiken und natürlich in besetzten Bahnhöfen oder auch bei den Zugbegleiter/innen einfach gekauft werden können.

Fahrkartenautomaten sind bei guter, leicht verständlicher und mehrsprachiger Menüführung nicht generell abzulehnen, sie sollten aber nicht der einzige Zugang zu den richtigen Tickets sein.

Die Harzer Schmalspurbahnen besitzen mit ihren 7 „Dampfbläden“ ein wichtiges und gleichzeitig innovatives Standbein für den Gästekontakt und Verkauf. Die Dampfbläden bilden die Attraktions- und Überzeugungszonen für jene Gäste, die nicht zum Bahnhof gehen wollen oder zufällig in der jeweiligen Stadtmitte auf einen Dampfbladen stoßen. Man sieht viele großflächige Plakate, die für die Bahn selbst und die Events an der Bahn (z. B. „Faust – die Rock-Oper auf dem Brocken“) werben. Die Kinder werden durch große Schaufenster, in denen Modelleisenbahnen fahren, die sie sogar von der Straße aus in Gang setzen können, geradezu magisch angezogen.



Dampfbladen Nr. 7 in Wernigerode. In attraktiver Zentrumslage betreiben die Harzer Schmalspurbahnen zahlreiche „Dampfbläden“ als Verkaufs- und Beratungsstellen. An den Auslagen drängen sich immer Kinder, um die Modellbahnen zu beobachten. Fotos: Otfried Knoll



Neben Fahrkarten, Gruppenreisen und Souvenirs werden in den Dampfbläden auch bahnspezifische Spirituosen („Heizerschluck“, „Mephisto-Tropfen“, ...), Fahrzeugmodelle und Bücher verkauft. Für das mittlerweile legendär gewordene Faust-Programm auf dem Blocksberg (Brocken) sind die Dampfbläden ebenfalls Verkaufsstelle. Foto: Otfried Knoll

Der nächste Schritt führt dann über die Schwelle in den Dampfbladen hinein, für viele wie ein kleines Paradies. Mit dem breit gefächerten Angebot werden nicht nur echte Eisenbahn-Fans angesprochen, denn Artikel wie T-Shirts, Kinderspielzeug (sehr beliebt: Hexen!) oder regionale Spezialitäten sind die richtigen Souvenirs für Familien oder Reisegruppen. Was den Kunden dabei besonders gefällt, ist, dass auch verschiedene Erlebnisbereiche (alter Fahrkartenschalter oder Modellbahnanlagen) eingerichtet sind, sodass Kinder gerne mehrere Dampfbladen besuchen wollen. Die vielen Souvenirs sind durchaus für verschiedene Altersgruppen und Interessen aufgelegt.



Der Mephisto-Express zum Brocken (Blocksberg) mit anschließender Rockoper „Faust I und Faust II“ ist zum alljährlichen Highlight der HSB geworden. Die Züge sind immer ausverkauft. Schon während der Fahrt wird man von den Schauspielern und von kostümierten HSB-MitarbeiterInnen auf das Stück eingestimmt. Fotos: HSB, Bearbeitung: Otfried Knoll

Bei den Fahrkarten setzen die HSB auf eine Kombination aus nostalgischem Flair und moderner Technik. Optisch erinnern die heutigen Fahrkarten an die bis in die 1980er-Jahre in vielen europäischen Ländern verwendeten Edmondson-Karton-Fahrkarten. Hergestellt werden sie an jeder Verkaufsstelle mit einem handelsüblichen PC samt Drucker. Dadurch wurden sie zu begehrten Sammlerstücken und wirken – anders als die üblichen Ausdrucke – als selbstverstärkender Sympathieträger.

Die Harzer Schmalspurbahnen unterhalten auch gezielte Kooperationen mit ausgewählten Hotels, denen verprovisionierte Fahrkartenkontingente verkauft werden. So können die Gäste

ihre Fahrkarten ohne weitere Berührungsgänge direkt an der Rezeption erwerben, wo ihnen gleichzeitig auch das Gefühl vermittelt wird, dass sie den besten Vertriebsweg in Anspruch nehmen. Bekanntermaßen ist eine Hotelrezeption ein Ort, an dem grundsätzliches Vertrauen zwischen Gast und Tourismusbetrieb herrscht, weil man das Gefühl individuellster Beratung vermittelt bekommt.

Ganz allgemein gilt, dass Gäste in zunehmendem Maße Zusatznutzen erwarten, wenn sie sich für ein Angebot entscheiden. Im Bereich von touristischen Bahnen kann dieser Zusatznutzen gegeben sein durch

- Getränkeverkauf am Bahnhof und im Zug
- Übergabe von Gutscheineften mit Kooperationspartnern (Museen, Bäder, Rundfahrten,..)
- Kombitickets mit entsprechenden Rabatten
- Mehrtageskarten
- Mehrfahrtbonus (z.B. bei Kauf einer Rückfahrkarte eine Freifahrt innerhalb 7 Tagen)
- Pauschal-Rahmenprogramme (Stadtführung, Werkstättenbesichtigung,...)
- Kindergerechte Pauschalprogramme für Schulklassen
- Usw.

Fahrzeuge

Zu den Anforderungen an die Fahrzeuge für einen modernen und den Kundenerwartungen gerecht werdenden Tourismusverkehr wurden im Abschnitt über Best Practice bereits die wesentlichen Aussagen getroffen. Hier soll deshalb noch ergänzend darauf hingewiesen werden, dass es auf vielen Bahnen auch Wagen für spezielle Zielgruppen gibt. Dazu gehören z. B. so genannte Cabriowagen, die ein spezielles Open-Air-Gefühl vermitteln.



Auch die Harzer Schmalspurbahnen haben mehrere Cabriowagen im Einsatz, manche sind auch für den Fahrradtransport ausgestattet. Die Benützung ist zuschlagpflichtig. Wer es weniger rustikal mag, mietet einen der Salonwagen. Für mobilitätseingeschränkte Personen stehen transportable Hebelifte bereit, mit denen Rollstühle in die Personenwagen verladen werden. Fotos: Otfried Knoll



Bei der Pyrenäen-Metro im Grenzgebiet Frankreich – Spanien („Le Canari jaune“) führt jeder Zug einen Cabriowagen mit. Foto: Otfried Knoll

Immer wichtiger werden auch Fahrzeuge für mobilitätseingeschränkte Menschen. Bei Neubaufahrzeugen gehören die dafür notwendigen Ausstattungen zum Standard. Die HSB setzen für ihre traditionellen Personenwagen mobile Hebelifte als Einstiegshilfe ein, wie sie auch auf größeren Bahnhöfen im Fernverkehr üblich sind. Interessant ist eine Lösung, wie sie bei einem historischen Wagen der Bregenzerwaldbahn umgesetzt wurde: Hier wurde ein hydraulischer Plattform-Hebelift mit unabhängiger Stromversorgung aus Batterien eingebaut. Um eine unterschiedliche Anzahl an Rollstühlen im Wagen transportieren zu können, sind die Sitzbänke in Schienen verschiebbar ausgeführt.



Bei der Bregenzerwaldbahn wurden auf Güterwagen-Untergestellen neue Wagenkästen in moderner Bauweise, aber traditionellem Aussehen aufgebaut. Einer der Wagen erhielt auch einen hydraulischen Hebelift für Rollstühle. In diesem Multifunktionswagen wurden die Sitze in Schienen verschiebbar befestigt, damit eine wechselnde Anzahl Rollstühle befördert werden kann. Fotos: Otfried Knoll

Auch auf die Kinder und deren Bedürfnis nach Abwechslung sollte nicht vergessen werden. Auf der Mariazellerbahn wird seit 2007 im Paradezug „Ötscherbär“ ein eigener Kinderspielwaggon eingesetzt. Dazu wurde auch ein Sortiment an Ötscherbär-gebrandetem Zeichenmaterial, Buntstiften und essbaren Ötscher-Gummibärlis aufgelegt, während die Erwachsenen Ötscherbär-Erfrischungstücher erhalten. Dazu ist auch von Interesse, dass die Rhätische Bahn für den touristischen Verkehr auf der Albulabahn im Jahr 2013 7 Gliederzüge mit Panorama- und Kinderspielabteilen in Betrieb nehmen wird.

Alltäglicher Personenverkehr (Schüler, Pendler, Freizeit)

Neben dem klassischen Arbeitspendler- und Schülerverkehr sind unter dem Begriff Alltagsverkehr durchaus auch Fahrten der Einheimischen zu Freizeit- und Kultureinrichtungen zu verstehen, beispielsweise zu Bädern, zu nahegelegenen Wintersportgebieten, zu Konzerten und Sportveranstaltungen.

Fortschrittliche Bahnen bieten hier Kombitickets (Eintritt und Bahnfahrt) sowie zusätzliche Fahrten mit später Rückkehrmöglichkeit an. Damit es dazu kommt, sind auch aktive KundenbetreuerInnen, die mit Veranstaltern und Betreibern von Freizeiteinrichtungen gute Angebote entwickeln, wichtig. Bei den Bahnen im Pinzgau und im Zillertal wurden neuerdings Seilbahnstationen direkt an der Bahn errichtet oder in die Nähe der Bahn verlegt, um eine optimale Transportkette zu erzielen und die Parkplätze zu entlasten. In Südtirol ist im Pustertal beim Schigebiet Kronplatz ein derartiges Großprojekt im Gespräch.



Die Pinzgauer Lokalbahn bringt Skifahrer und Rodler mit gültigem Ticket gratis in den Oberpinzgau.

Skipass = Fahrkarte für die Pinzgauer Lokalbahn

Das Angebot gilt mit Skipässen der Schmittenhöhebahnen, der Panoramabahn Kitzbüheler Alpen, am Wennser Gletscher und bei den Wildkogelbahnen.

Die Pinzgauer Lokalbahn nutzen viele Wintersportler als idealen Zubringer in den Oberpinzgau. Im Stundentakt bringt sie Langläufer und Winterwanderer, Rodler und Skifahrer ans gewünschte Ziel: zur Pinzga Loipe, zu den Tauernältern im Nationalpark oder in die großen Skigebiete. Wie bereits im Vorjahr können Skifahrer und Snowboarder wieder gratis mit allen Planzügen auf bestimmten Streckenabschnitten fahren, wenn sie einen gültigen Skipass für die Schmitten, die Panoramabahn Kitzbüheler Alpen, für den Wennser Gletscher oder für die Wildkogelbahnen haben. Die Aktion gilt, solange die Skigebiete geöffnet haben.

PINZGAUER RODLERZUG

Die Lokalbahn bringt auch die Rodler einfach zur 14 Kilometer langen, beleuchteten Rodelbahn am Wildkogel. Diese gilt als „wahrscheinlich längste Rodelbahn der Welt“ und führt von der Bergstation des

Pfeifferköpfl-Liftes über 1.300 Höhenmeter talwärts bis zur Fliegerwiese in Bramberg. Je nach Können benötigt man für eine Rodelpartie 30 bis 50 Minuten. Wer noch eine Runde einkehren möchte, sollte nicht die Zeit übersehen, denn um 21.44 Uhr fährt der „Heimbringer-Postbus“ am Bahnhof Bramberg Richtung Krimml ab. Um 22.00 Uhr startet dort der Sonderzug nach Zell am See. Das gültige Ticket für die Wildkogelbahnen ist die Fahrkarte hin und zurück.

WINTERMÄRCHENZUG

Jeden Donnerstag bis Mitte März bringt die Pinzgauer Lokalbahn einen „Wintermärchenzug“ auf Schiene. Dieser fährt um 16.00 Uhr vom Bahnhof Zell am See zu den Krimmler Wasserfällen ab. Dort gibt es eine geführte Fackelwanderung und anschließend eine Einkehr in Hanke's Restaurant. Tickets kann man im Zug kaufen. www.pinzgauer-lokalbahn.at

infobox

WINTER MIT DER PINZGAUER LOKALBAHN

- **Skipass = Fahrkarte**
gültig auf Schmitten, Panoramabahn Kitzbüheler Alpen, Skigebiet Wennser Gletscher und Wildkogelbahnen.

• Rodlerzug

Jeden Freitag bis 16. März 2012: Hinfahrt mit Planzügen – Rückfahrt nach Zell am See ab Bahnhof Bramberg um 22.00 Uhr. Rückfahrt nach Krimml mit dem Postbus ab Bahnhof Bramberg um 21.44 Uhr. Der gültige Skipass der Wildkogelbahnen gilt als Fahrkarte hin und zurück.

• Wintermärchen-Zug zu den Krimmler Wasserfällen

Jeden Donnerstag bis 15. März 2012: Abfahrt 16.00 Uhr Bahnhof Zell am See > Krimml > Bus zum Parkplatz WasserWunderWelt. Geführte Fackelwanderung zu den beleuchteten Krimmler Wasserfällen. Einkehrmöglichkeit in Hanke's Restaurant.

Reservierungen:

bis Donnerstag, 11.00 Uhr unter 0 65 62/40 600 oder unter pinzgauerlokalbahn@salzburg-ag.at. Fahrkarten beim Zugbegleiter im Zug bzw. im Bahnhof Mittersill. Die Fahrt findet ab 30 Teilnehmern statt.

Canon EOS 550D gewonnen



Beim LebensLinien-Gewinnspiel Nr. 51 gab es als Hauptpreis eine Canon EOS 550D im Wert von über 500 Euro zu gewinnen. Alle Gewinner auf www.salzburg-ag.at/lebenslinien

Im Alltagsverkehr muss eine Bahn konkurrenzfähig zu Bus und Pkw sein. Von größter Bedeutung ist eine zügige Betriebsabwicklung, insbesondere bei Zugskreuzungen auf eingleisigen Strecken. Technische Lösungen bei der Weichensteuerung sind die eine Seite der notwendigen Investitionen, eine günstige Geometrie bei der Konfiguration der Bahnhofsgleise die andere Seite. Nicht zuletzt sind auch moderne Vorschriftenbestimmungen zur Betriebsabwicklung von entscheidender Bedeutung, wenn es darum geht, Fahrzeitnachteile gegenüber dem Pkw abzubauen. In Österreich haben diesbezüglich Stern & Hafferl, die Zillertalbahn und die Pinzgaubahn Pionierarbeit geleistet. Ein detailliertes Eingehen auf einzelne Systeme würde den Rahmen dieses Projektes sprengen, einige Hinweise sollen aber dennoch gegeben werden.



Schülerverkehr auf der 760 mm-spurigen Pinzgaubahn.

Foto: Walter Stramitzer

Die Zillertalbahn steuert ihren Betrieb zentral von einer Fahrdienstleitung aus. Die Strecke ist mittels passiver Balisen in Blockabschnitte unterteilt, alle Bahnhöfe sind mit ferngesteuerten Weichen ausgerüstet. Damit können Zugkreuzungen bei Bedarf einfach verlegt werden. In jüngster Zeit wurden zwei Streckenabschnitte zweigleisig ausgebaut, um die Zugbegegnungen „fliegend“ abwickeln zu können. Die Züge werden nach dem Prinzip des Zugleitbetriebes über Funk disponiert, auf den Führerständen der Triebfahrzeuge wird die Reichweite der Fahrerlaubnis dynamisch wandernd angezeigt, das Überfahren eines Fahrerlaubnis-Endes führt zu einer Zwangsbremmung.



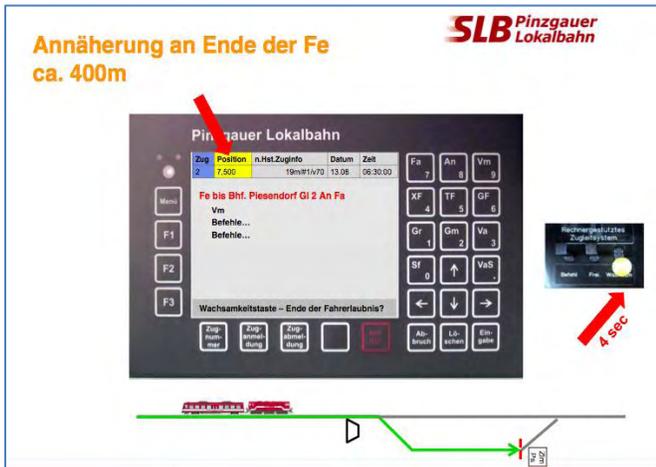
Links: Mit schlanken Weichen, die mit 40 km/h in die Ablenkung befahrbar sind, ausgebauter „Schneller Kreuzungsbahnhof“ der Pinzgaubahn. Rechts: Zweigleisiger Abschnitt der Zillertalbahn für die beim Taktfahrplan notwendigen „fliegenden Kreuzungen“. Fotos: Otfried Knoll

Bei der Pinzgaubahn werden die Kreuzungsbahnhöfe sukzessive mit schlanken Weichen und einer bestimmten Geometrie der Gleisanlage (Achssprung) umgebaut, um höhere Ein- und Ausfahrgeschwindigkeiten zu ermöglichen. Von den Fahrgästen zu betätigende Bedarfshalt-Signale ermöglichen dem Lokführer eine zügige Annäherung an sie Haltestellen.

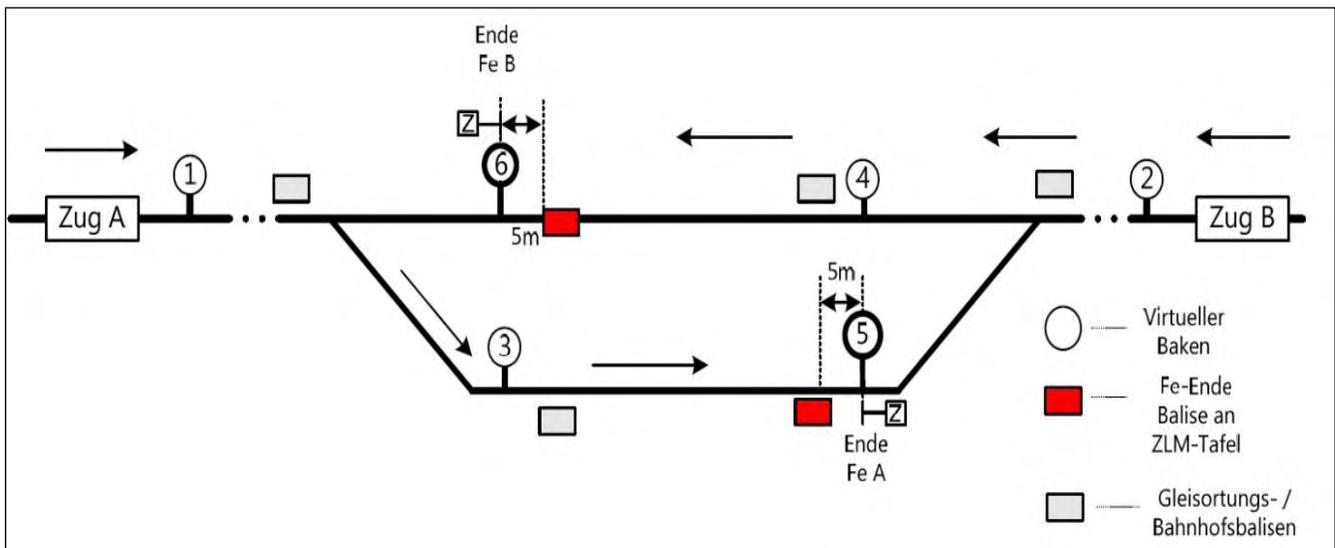
Ein vom Bahnunternehmen Stern & Hafferl entwickeltes Zugleitverfahren mit differentieller GPS-Ortung der Züge und Kollisionsschutz-Überwachung wurde weiterentwickelt und mit passiven Streckenbalisen zur selektiven gleisbezogenen Ortung ergänzt. Alle Erlaubnisse und Befehle werden auf Displays im Führerstand übertragen. Es werden sowohl die Bremskurven der Züge als auch die Einhaltung der Fahrerlaubnis technisch überwacht, wodurch Kollisionen auf der eingleisigen Strecke weitgehend ausgeschlossen werden können. Die Kommunikation zwischen Zentralrechner und Fahrzeugrechnern erfolgt über Datenfunk. In der Fahrdienstleitung werden sowohl Streckenbelegungsspiegel als auch das elektronische Zugleitblatt in Echtzeit nachgeführt.



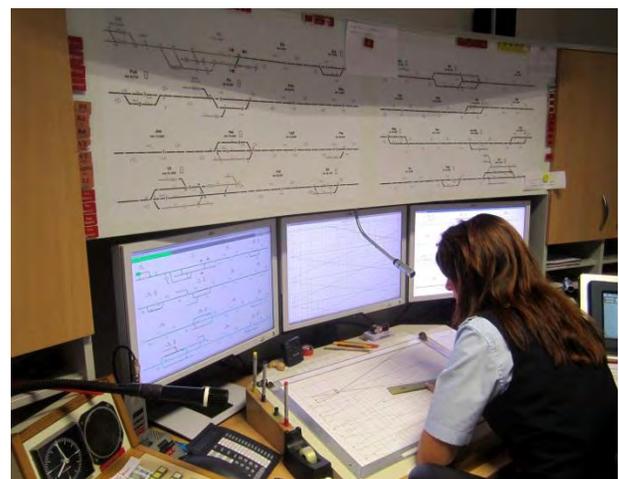
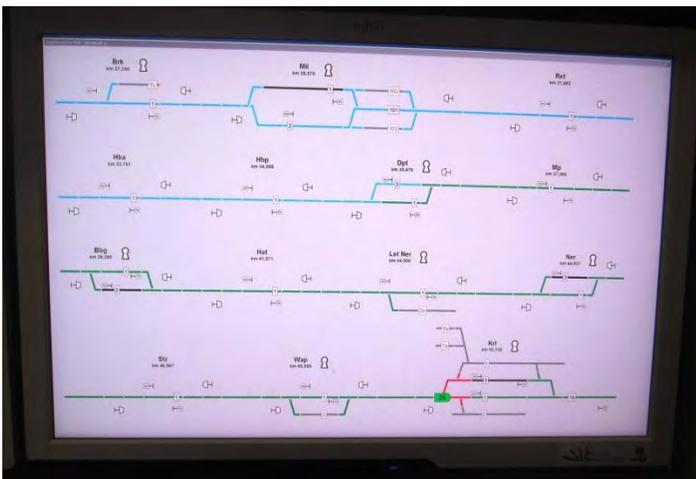
Modernes, mit dGps und passiven Balisen unterstütztes rechnergestütztes Zugleitsystem der Pinzgaubahn mit Bremswegüberwachung und Kollisionsschutz. Eine sehr ähnliche Ausführung wird bei den Stern & Hafferl - Bahnen eingesetzt. Fotos: Otfried Knoll



Schema der Überwachung der Einhaltung einer Fahrerlaubnis sowie der zulässigen Geschwindigkeitskurve während des Bremsvorganges mit Hilfe von virtuellen Bakens. Quelle: PLB



Schema eines Kreuzungsbahnhofes mit virtuellen Bakens und Gleisbalisen. Quelle: PLB

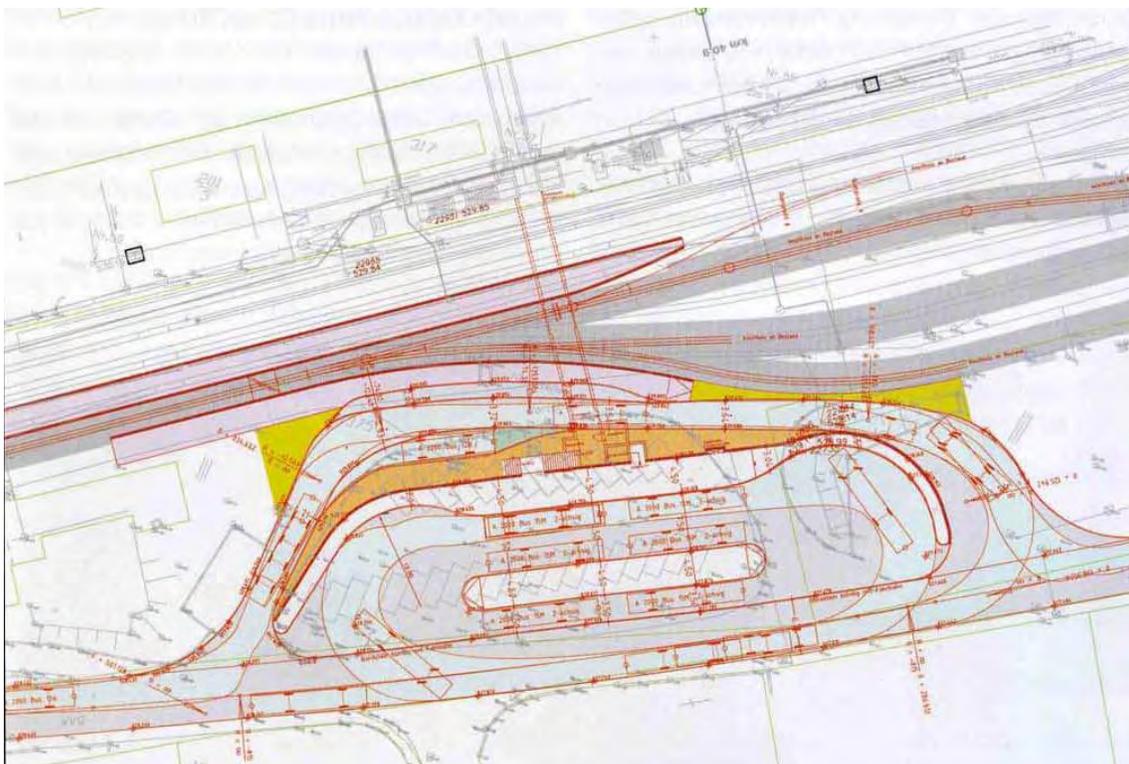


Streckenbelegungsspiegel und Fahrdienstleitung der Pinzgaubahn.

Foto: Otfried Knoll

Nicht nur den Bahnen selbst, sondern insbesondere auch den Anrainergemeinden kommt eine wichtige Rolle zu, wenn Regionalbahnen für den Alltagsverkehr an Attraktivität gewinnen sollen, z.B. durch

- Übernahme der Gestaltung und Pflege von Haltestellen (Reinigung, Winterdienst)
- gute Einbindung der Bahnstationen in Rad- und Fußwegenetze
- Unterstützung der Bahnen bei der Bereitstellung und Erhaltung von Radabstellanlagen und Park+Ride-Plätzen
- angemessene bauliche Verdichtung im Einzugsbereich von bestehenden oder geplanten Haltestellen
- Fahrkartenverkauf und Mobilitätsberatung in Gemeindeämtern.
- Verteilung von Fahrplänen und Informationen über Gemeindeämter, Gemeindezeitung
- Bereithalten und Verteilen von Info-Material für neue zugezogene Gemeindegänger
- Benennung und Ausbildung von Mobilitätsbeauftragten in Gemeinden (wie in NÖ)
- Mobilitätsbeauftragte in Betrieben, die neue Mitarbeiter informieren
- Förderung von Jobtickets
- Parkraumbewirtschaftung und Zufahrtsbeschränkungen für Kfz
- Überprüfung der Lage, eventuell auch Verlegung von Haltestellen oder Einrichtung neuer Haltestellen zur Verbesserung der Erreichbarkeit von Schulen und Betrieben
- Herstellen von ausreichend großen Abstellflächen sowie Umsteigeverhältnissen zwischen Bahn, Pkw (Park+Ride, Kiss+Ride) und Bussen mitsamt den erforderlichen Informationseinrichtungen, Wetter- und Windschutz.



Neuer Bus/Bahn/Pkw-Umsteigeknoten der Zillertaler Verkehrsbetriebe in Jenbach.

Quelle Z-Aktuell 6-2010

Güterverkehr

Der Güterverkehr spielt nur bei wenigen der untersuchten Regionalbahnen eine bedeutendere Rolle, insbesondere bei der meterspurigen Rhätischen Bahn. Diese arbeitet heute weitgehend mit Containertragwagen und Wechselcontainern. Auch die Jurabahnen wickeln umfangreiche Mülltransporte mittels Containern zu einer Verbrennungsanlage ab. Die 760 mm-spurige Zillertalbahn hat auf einem Rollwagen, der für den Transport von Normalspurfahrzeugen gebaut wurde, versuchsweise einen Container-Tragrahmen aufgebaut, um auf diese Weise einen Umschlag mit Containerkran zu ermöglichen.



Rollwagen der Zillertalbahn mit Containerrahmen mit Rungen für den Holztransport (links), Rollbock der Bauart Vevey der Harzer Schmalspurbahnen (rechts).
Fotos: Otfried Knoll

Die auf schweizerischen Schmalspurbahnen eingesetzten bremsbaren Rollböcke der Bauart Vevey wurden auch an die Harzer Schmalspurbahnen geliefert. Ihr grundsätzlicher Vorteil gegenüber den Rollwagen sind eine geringere Totlast, ein tieferer Schwerpunkt und eine relativ einfache Bremsbauart, die allerdings nur dort angewendet werden kann, wo auch Lokomotiven mit Druckluftbremsen vorhanden sind. In Kombination mit funkferngesteuerten Verschub- und Streckenlokomotiven würde der Einsatz von Rollböcken sogar ein halbautomatisches Aufschemeln der Normalspurwagen und grundsätzlich den Einmannbetrieb zulassen.

Die Harzer Schmalspurbahnen haben allerdings den Güterverkehr wegen fehlender Deckungsbeiträge nahezu zur Gänze auf innerbetriebliche Transporte reduziert. Auch die Zillertalbahn kämpft im ausschließlich Holz umfassenden Güterverkehr mit sinkenden Margen und steigenden Benützungsentgelten für die Infrastruktur im Normalspurnetz, die den Schienentransport von relativ niedrig tarifierten Holzprodukten zunehmend weniger konkurrenzfähig zum Straßentransport werden lassen. Auf der Pinzgaubahn wird der sehr geringe Güterverkehr (vornehmlich Holz) als Mitläuferverkehr ohne nennenswerte Deckungsbeiträge betrieben.



Tragwagen mit Wechselaufbauten der Rhätischen Bahn.

Fotos: Otfried Knoll

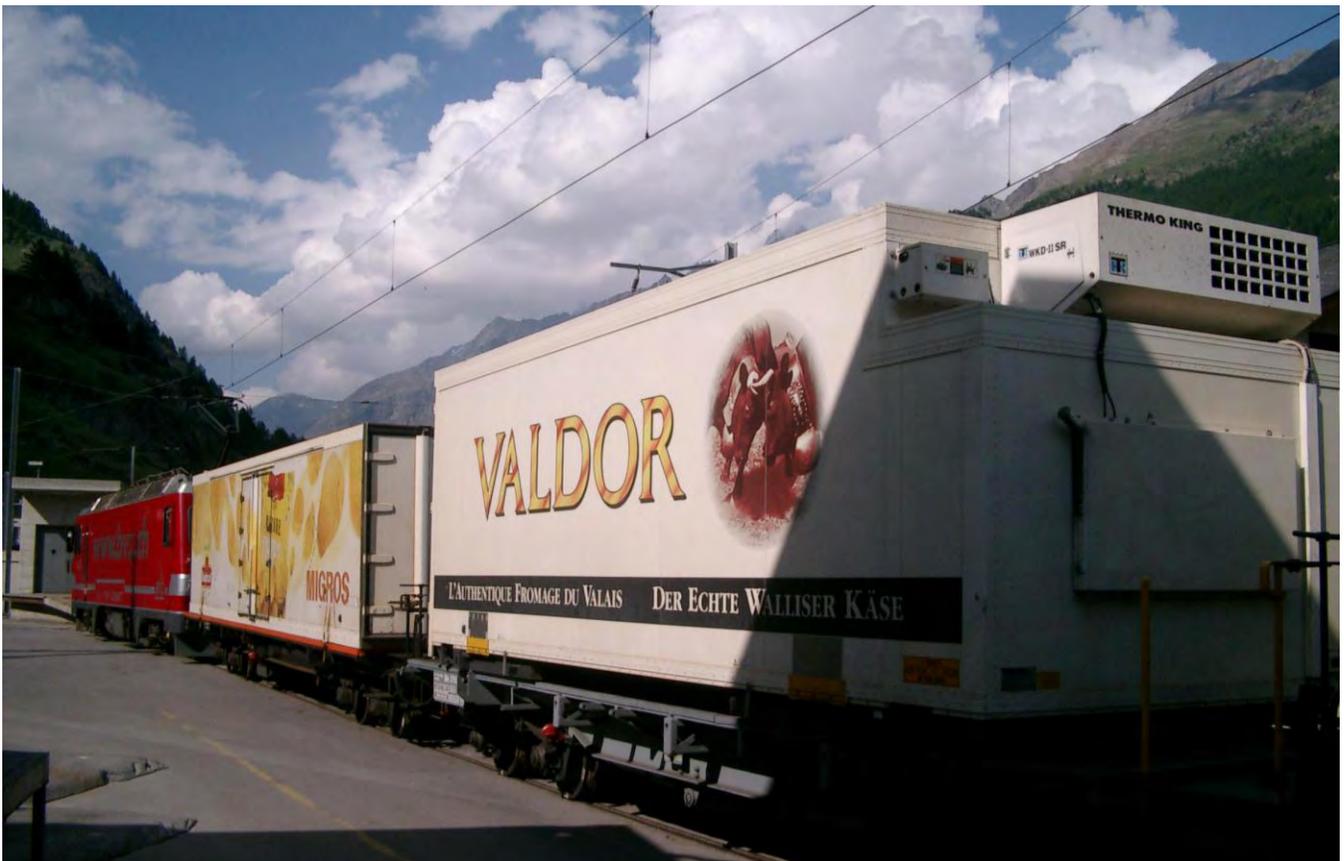


Stolz wirbt die Rhätische Bahn als Graubündner Güterbahn mit einer zwar vielfältigen, aber doch auf wenige Typen reduzierten, modernen Güterwagenflotte, die zur Versorgung von auf der Straße nicht oder nur beschränkt erreichbaren Orten vorgehalten wird. Fotos: Otfried Knoll

Technisch innovative Lösungen, die den Spurwechsel zwischen Normalspur- und Schmalspurbahn beschleunigen, sind für die meter- und normalspurige GoldenPass-Route zur Zeit in Entwicklung, allerdings nur für Personenzüge. Im Güterverkehr auf Schmalspurbahnen außerhalb der Schweiz sind Investitionen in neue Spurwechsel- bzw. Umschlagstechnologien aufgrund der genannten Problematik derzeit nicht absehbar. Die modernen Containerzüge der meterspurigen schweizer Bahnen RhB, CJ und MGB werden weiterhin verkehren, weil in den betreffenden Regionen Fahrverbote den Straßentransport verbieten. Die dadurch gegebene Monopolsituation wird auch zukünftig Investitionen in modernste Behälterlösungen ermöglichen.



Güterzug der Matterhorn-Gotthard-Bahn im Bahnhof Zermatt. Die Güterverteilung im autofreien Ort Zermatt erfolgt mit Elektrofahrzeugen, wie sie in Bildmitte zu sehen sind. Rechts im Bild ein Panoramawagen mit Dachflächenfenstern.
Foto: Otfried Knoll



MGB-Güterzug mit Kühlcontainern im Bahnhof Zermatt.

Foto: Otfried Knoll

Bahn und Fahrrad

Zu diesem Thema herrschen bei den einzelnen Bahnen stark unterschiedliche Auffassungen, die in der Erhebung ausführlich dokumentiert sind. Beispielsweise bietet die Zillertalbahn die Vermietung von Markenfahrrädern und Fahrradutensilien unter dem Begriff „Rent a Bike“ mit dem Slogan „Im Zillertal kommen die Radfahrer zum Zug“ an den besetzten Bahnhöfen an. Obwohl dieses rein touristische Angebot im Jahr 2011 rückläufig war, (-5,5 %), soll es beibehalten werden.

Die Usedomer Bäderbahn (UBB) befördert jährlich über 45.000 Fahrräder, eine Fahrrad-Tageskarte kostet € 4,50. Darüber hinaus gibt es auch Angebote für Mehrtagesnutzung und bei Jahreskarten ist die Fahrradmitnahme inklusive. An allen Bahnhöfen gibt es Abstellanlagen. Die sehr hohe Nutzung der UBB durch Fahrräder führt zu erheblichen Problemen. Daher betreibt sie eine Hochpreispolitik und beteiligt sich am Projekt UsedomRad, einem Zusammenschluss aller regional tätigen Verleiher. Hier handelt es sich um ein Mieträdersystem, welches eine Einweganmietung erlaubt. Die Gäste können somit ihr Fahrrad am Bahnhof zurücklassen und brauchen es nicht mit dem Zug zur Ausleihstation mit zurücknehmen.

Allen Bahnen gleich ist die Sorge um die Einhaltung des meist ohnehin angespannten Fahrplanes bei auftretenden Nachfragespitzen mit bahn-ungewohnten Radlern. Auch die naturgemäß begrenzte Kapazität in Fahrzeugen des Personenverkehrs zwingt zu einer grundsätzlich eher restriktiven Haltung der Bahnunternehmen. Eine liberale Sicht wird immer nur so lange vertreten werden, als der Fahrradtransport als Begleitservice mit geringer Nachfrage angeboten wird und solange auf Zwischenstationen keine größeren Fahrrad-Manipulationen (Herausnehmen einzelner Räder aus geschichteten Mengen). Sobald die Nachfrage die vorgesehenen Grundkapazitäten öfter übersteigt, beginnen unangenehme Auseinandersetzungen zwischen Kundengruppen und Betriebspersonal, oft auch mit negativer Begleitpresse. Am meisten wird Uneingeweihte überraschen, dass der große Erfolg der Vinschgaubahn auch zugleich deren größtes Problem geworden ist: Der an schönen Ausflugstagen nicht mehr bewältigbare Ansturm von Radfahrern hat trotz großer, aber eben nicht für alle denkbaren Fälle dimensionierter Transportkapazitäten für massive Kundenverärgerung gesorgt. Derartige Verhältnisse sind auch von der Mariazellerbahn bekannt. Es wird hier großer Anstrengungen bedürfen, um die unregelmäßig auftretende Spitzennachfrage nach Transportkapazität zu lenken.

An Möglichkeiten der Auslastungssteuerung zeigen sich derzeit:

- Einsatz zusätzlicher Fahrradwagen unter Inkaufnahme von Verschubmanövern (Triebwagenzüge) oder Einschränkungen in der Durchgängigkeit lokbespannter Züge

- Vorhaltung und Einsatz speziell für den Fahrradtransport gebauter Wagen, abgestimmt auf das übrige Fahrzeugspektrum, um die obigen Nachteile zu vermeiden (Gepäck-Steuerwagen, durchgängig begehbare Fahrradwagen)
- Lenkung durch Reservierungsquoten auf andere Züge oder Tage
- Lenkung durch preisliche Anreize auf Züge anderer Zeitlagen oder auf Züge der Gegen-Lastrichtung
- Miet-Systeme mit Kooperationen der Verleiher zur Förderung der Einweganmietung (Fahrrad am Bahnhof abgeben), dadurch keine Kapazitätsprobleme im Zug
- Paralleltransport der Räder mit Straßenfahrzeugen.

Die Rhätische Bahn kann dank eines großzügigen Lichtraumprofils auch auf Schmalspur große Transportkapazitäten anbieten und führt in der Saison in den meisten Zügen Fahrradtransportwagen mit, die aus älteren Fahrzeugen des Personenverkehrs adaptiert wurden.



Aus einem Personenwagen der RhB umgebauter, in der Längsrichtung durchgehend begehbare Fahrradwagen.

Foto: Otfried Knoll

Die Pinzgaubahn hat für den zunehmenden Fahrradtransport einen Güterwagen der Steiermärkischen Landesbahnen angemietet und passend gestaltet, bietet aber keinen Fahrradverleih an. Sie reiht diesen Transportwagen zwischen zwei Triebwagen ein.



Für den Fahrradtransport adaptierter Güterwagen für 760 mm Spurweite (links). Die Kapazitätsgrenze bei Planzügen (rechts) ist leicht zu erkennen.
Fotos: Gunter Mackinger und Walter Stramitzer



Treffpunkt Bahnhof Wimsbach, der auch einen Bahn-HOF-Laden beherbergt, in dem Wartezeiten zum Einkaufen und zur Konsumation von Imbissen und Getränken genutzt werden können.
Foto: Otfried Knoll

Sanftes Natur- & Kulturerlebnis mit Bahn & E-Bike



Buchbar von April bis Oktober, für Gruppen von 6 bis max. 20 Personen

Steigungen verlieren ihren Schrecken, der Gegenwind an Schärfe und wenn's um die Kondition einmal nicht zum Besten steht, dann bringt Sie das E-Bike ohne sportliche Höchstleistung zuverlässig an Ihr Ziel. Lohnenswerte Ziele gibt es in der Gegend rund um Bad Wimsbach-Neydharting viele. Ob die Hackenschmiede in Bad Wimsbach-Neydharting, das Schiffsleute Museum in Stadl Paura, das Benediktinerstift Lambach oder die Privatbrauerei Schloss Eggenberg und das Motorradmuseum in Vorchdorf: All diese Sehenswürdigkeiten erreichen Sie mit den E-Bikes des Tourismusverbandes Bad Wimsbach-Neydharting auf besonders sanfte und genussvolle Weise.

Die Entschleunigung beginnt bereits bei der Anreise nach Bad Wimsbach-Neydharting. Nutzen Sie die Vorchdorferbahn, um ab Lambach oder Vorchdorf umweltfreundlich und stressfrei in den Kurort zu gelangen. Am Bahnhof der Lokalbahn warten bereits die High-Tech-Drahtesel auf Sie. Nach einer kurzen Einschulung heißt es „in die Pedale treten“. Dank des zusätzlichen „E-Schubs“ werden die Touren in Richtung Lambach (25 km) bzw Vorchdorf (35 km) zum sanften Genuss mit Gesundheitsplus. Und gehen die Kräfte dennoch zu Ende, können sich müde Pedalritter in der heimischen Gastronomie für die Weiterfahrt stärken.

- | | |
|---------------------------------|--|
| > Leistungen: | <ul style="list-style-type: none"> • Hin- und Rückfahrt mit der Vorchdorferbahn • E-Bike für einen Tag |
| > Mindestteilnehmerzahl: | • mind. 6. max 20 Personen |
| > Optional: | <ul style="list-style-type: none"> • An- und Rückfahrt mit der Traunseebahn • Stiftbesichtigung in Lambach • Besichtigung Schiffsleutmuseum Stadl Paura • Besichtigung Hackenschmiede Bad Wimsbach • Besichtigung Motorradmuseum Vorchdorf • Besichtigung Privatbrauerei Schloss Eggenberg |

Gruppenpreis
€ 11,00
pro Person

Ihr direkter Draht: Stern & Hafferl Verkehrsges.m.b.H., Gertrude Stermschnig,
Telefon +43 (0)7612/795-221 oder touristik@stern-verkehr.at

Information: Stern & Hafferl Verkehrsgesellschaft m.b.H., Kuferzeile 32, A-4810 Gmunden
Tel. +43(0)7612/795-221, Fax +43(0)7612/795-202, touristik@stern-verkehr.at, www.stern-verkehr.at



Angebot der Firma Stern & Hafferl an die E-Bike-Freunde.



E-Bike und Solar-Lademodul mit integriertem Umrichter und Pufferbatterie.

Foto: Otfried Knoll

Masterplan

In den vorangehenden Abschnitten wurde anhand der Erhebungsergebnisse ein Spektrum von „Good Practice“ beispielhaft vorgestellt. Es wurde gezeigt, dass Regionalbahnen im Tourismus durchaus erfolgreich sein können. Die in dieser Arbeit exemplarisch betrachteten Ansätze unterstreichen, dass es einer mehrdimensionalen Alleinstellung bedarf, um eine Bahn für eine Region zum „Bringer“ zu machen. Das Streben jeder professionell betriebenen Tourismuseinrichtung nach Alleinstellungscharakter, die dadurch gegebene Konkurrenzsituation und eine daraus resultierende Reizüberflutung zwingen allerdings dazu, hohe Maßstäbe anzusetzen. Es genügt deshalb keineswegs, eine Dampflokomotive einzusetzen und das Umfeld der Bahn sich selbst zu überlassen.



Acces2Mountain – let's go!

Foto: Otfried Knoll

Von den gezeigten Strategien und Vorgangsweisen werden manche mehr, manche weniger geeignet sein, um auch auf anderen, zu attraktiveren Bahnen umgesetzt zu werden. Zu unterschiedlich sind die Anforderungen aus dem Alltagsbetrieb, aus den demografischen Rahmenbedingungen und aus den Eigentumsverhältnissen, als dass sich eine Patent-

Vorgangsweise daraus ableiten ließe. Als gemeinsamer Nenner lässt sich aber jedenfalls feststellen, dass das Zusammenwirken von Fahrzeugen - Ambiente - Angebot - Kundenbindung jene mehrdimensionale Sicht ergibt, die notwendig ist, um zeitgemäßen Kundenbedürfnissen zu entsprechen.

Konkrete Anwendungsfälle erfordern ein situativ angepasstes, an den regionalen Besonderheiten ausgerichtetes Vorgehen. Um hier zu einer praktikablen Vorgangsweise zu gelangen, die auf die jeweilige Bahn zugeschnitten ist, empfiehlt es sich, die Attraktivierung systematisch zu planen, in Phasen zu betrachten, und für diese Phasen Ziele und Maßnahmen festzulegen. Dies nicht zuletzt auch deshalb, weil im Zusammenwirken mehrerer Akteure eine vorausblickende Risikobetrachtung ganz einfach notwendig ist.

Es wird empfohlen, für dieses mehrdimensionale Vorgehen einen Masterplan zu erstellen.

Aufgaben Masterplan

Ein Masterplan beschreibt, wie ein bestehendes System geändert werden muss, um bestimmte Erwartungen zu erfüllen. Im konkreten Fall der XY-Bahn werden verschiedenartige Erwartungshaltungen manifest sein, die es zunächst herauszuarbeiten gilt.

Im anzustrebenden „Normalfall“ wird eine politische Entscheidung vorliegen, die XY-Bahn im Sinne eines beispielgebenden Tourismusprojektes zu entwickeln. Damit sollte auch die für die Erstellung eines Masterplans notwendige, auf längere Sicht gültige Form einer bestimmten Handlungsorientierung ausreichend konkret festgelegt sein. Eine derartige Festlegung ist deshalb besonders wichtig, weil Bahninfrastrukturen und Betriebsmittel langlebige Wirtschaftsgüter sind. Die Bindung der dafür erforderlichen Ressourcen erfordert „große“ unternehmerische Entscheidungen, denen eine langfristige Strategie zu Grunde liegen sollte. Für einen derartigen, mittel- bis längerfristigen Entwicklungsprozess kann ein auf Basis politischer Festlegungen erstellter Masterplan den grundsätzlichen Orientierungsrahmen geben.

Aufgabe des Masterplanes ist, Ziele und Maßnahmen der Unternehmensstrategie im Zeitablauf darzustellen. Allgemein formuliert handelt es sich um ein Programm, das festlegt, mit welchem Methoden-Portfolio ein Bahnunternehmen sein Geschäftsmodell auf einem kompetitiven Markt umsetzen will. Die Freiheitsgrade der Umsetzung werden durch budgettechnische, fördertechnische und rechtliche Restriktionen (Naturschutz, Ensembleschutz, Denkmalschutz, nationales Eisenbahnrecht, usw.) sowie durch Erwartungshaltungen externer Institutionen (Gemeinden, Nutzungsinteressenten, Tourismus) ganz wesentlich beeinflusst.

Ein Masterplan stellt also ein Szenario dar, in dem ein politisch erwartetes/unternehmerisch erwünschtes Ziel erreicht werden soll, bei dem insbesondere auch externe Anforderungen zu erfüllen sind. In diesem Sinne soll ein Masterplan geeignet sein, den Verlauf der geplanten

Veränderungen in verschiedenen auf einander folgenden Stufen darzustellen. Er soll Aufschluss über die funktionale Entwicklung der XY-Bahn im Vergleich zum festgestellten (Beharrungs-)Zustand geben: Heute – Level 1 – Level 2 – Zielzustand. Im Zuge dieser Entwicklung sollen Handlungsweisen verdeutlicht und deren Anwendung dokumentiert werden.

Ziele Masterplan

Folgende Ziele können in einem Masterplan vorgesehen werden:

- Entwicklung von mittelfristigen Perspektiven
- Entwicklung und Implementierung eines Leitbildes
- Erstellen von Zeitplänen in Intervallen, z.B. in 3- oder 5-Jahresschritten
- Darstellung der Ziele und Programme in einem Leitfaden für die Mitarbeiter der XY-Bahn sowie für die übrigen handelnden Institutionen und die Politik
- Ermittlung notwendiger Budgetwerte
- Festlegung kommunizierbarer Maßnahmen

Chancen und Risiken

Da jede Strategie einerseits von den Stärken und Schwächen des betreffenden Unternehmens bestimmt ist, andererseits aber auch auf dessen erwartbare Ressourcen Rücksicht zu nehmen hat, muss ein Masterplan Chancen und Risiken der jeweiligen Unternehmensumgebung berücksichtigen.

Zu den Chancen der XY-Bahn könnten z. B. gezählt werden

- die Bekanntheit ihrer Region am internationalen Tourismusmarkt
- aktuelle Trends in der Tourismusbranche (z. B. Wandern, Mountainbiking, Trekking,..)
- intakte Landschaft, gut ausgebaute Infrastruktur
- bestehende Taktfahrpläne
- bestehende und ausbaufähige Kooperationen
- der artikulierte Wille der Eigentümer/Entscheidungsträger zur Professionalisierung des Bahnbetriebes und seines Umfeldes.

Die Risiken sind mannigfaltig und können nicht allgemeingültig benannt werden. Beispielhaft wäre anzuführen:

- Konkurrenzsituation des Zielgebietes mit anderen Destinationen
- Fehlende Tourismusgesinnung
- Konkurrenzfähigkeit der Bahn mit den Beförderungsmitteln Bus, Schiff und Pkw
- Frage der dauerhaften Finanzierbarkeit des Bahnbetriebes
- geologisch problematische Streckenabschnitte
- politische Einflüsse.

Strategie

Ein Masterplan ist ein strategisches Planungsinstrument. Durch Transparenz der Ziele und Prozesse soll er den Fortschritt des Transformationsprozesses stimulieren und die Akzeptanz der Projekte rund um die XY-Bahn bei allen Beteiligten fördern. Die Formulierung von Maßnahmenplänen für alle Funktionsbereiche ist aus dem Masterplan heraus zu entwickeln, operative Projekte ergeben sich aus den Maßnahmenplänen (Top-down-Ansatz).

Als Teil einer dauerhaft wirksamen Strategie sollte auch von Anfang an darauf geachtet werden, externe Einflüsse und Entwicklungen des Umfeldes im Sinne der angestrebten Ziele rechtzeitig zu erkennen. Diese aktiv zu beeinflussen, wäre anzustreben, wird aber nicht immer möglich sein. Im Sinne einer positiven Lobbyarbeit sind diese Einflüsse aber jedenfalls zu beachten.

Jede festgelegte Strategie grenzt ein Handlungsprogramm auch in gewisser Weise ab. Bei der Strategieentwicklung sind die Freiheitsgrade dieser Abgrenzung zunächst richtig einzuschätzen und sodann festzulegen. Die Freiheitsgrade sind meistens

- budgettechnischer
- fördertechnischer
- gesellschaftsrechtlicher
- eisenbahnrechtlicher
- naturschutzrechtlicher

Natur, häufig sind auch noch weitere Schutzbestimmungen (z. B. Denkmalschutz) festgelegt und daher als Einschränkungen zu beachten. Hier ist es wichtig, rechtzeitig alle Zuständigkeiten zu erkennen und die Akteure ins Boot zu holen (Beispiel Wachaubahn). Werden zuständige Institutionen übergangen, hat dies meist unangenehme Retorsionswirkungen zur Folge, die zumindest zeitliche Verzögerungen bewirken können.

Als weitere Rahmenbedingung – diesfalls aber als unternehmerische Entscheidung – wird das Verhaltensmuster gegenüber Mitbewerbern festzulegen sein. Hier umfasst das mögliche Spektrum Konkurrenz, Imitation, Abgrenzung, Dominanz oder Kooperation.

Methodik

Im Ergebnis definiert der Masterplan XY-Bahn letztlich die Entwicklungen bzw. Änderungen des bisherigen Systems (Bahn, Umfeld, Tourismusbetriebe,...) im Zeitablauf. Um den Anforderungen der Eigentümer, insbesondere aber auch der operativen Stakeholder (Geschäftsbereiche der Bahn, Tourismusorganisationen) und der Systempartner (Gemeinden, Tourismusbetriebe) zu entsprechen, werden im Rahmen der Planung einer oder mehrere Zielzustände vorgesehen werden. Diesen wäre eine Art „Roadmap“ zu Grunde zu legen, die

sowohl als Entscheidungshilfe für künftige Budgets als auch für zyklische Aktivitätspläne dienen sollte.

Um Chancen, Risiken und Entwicklungsmöglichkeiten im Zuge der Masterplan-Erstellung bestmöglich einzuschätzen, wird ein kooperatives Vorgehen des Masterplaners gemeinsam mit dem Bahnbetreiber vorgeschlagen. Idealerweise wird ein derartiges Projekt von Anfang an als gemeinsamer Entwicklungsprozess von Bahnunternehmen und Masterplaner verstanden.⁷

Notwendige Festlegungen

Zu Beginn des Projektes Masterplan XY-Bahn sind einige Festlegungen zu treffen, um die Vision/das Leitbild/ die Mission sinnvoll einzugrenzen, z.B.:

- Entwicklungsmöglichkeiten, Entwicklungsziele, Nicht-Ziele
- Entwicklungsprioritäten, Nutzungsprioritäten bei Liegenschaften
- Entwicklungsoptionen
- Verhaltensmuster gegenüber Mitbewerbern
- Betrachtungstiefe/Umsetzungstiefe
- Schnittstellen mit der XY-Bahn, Ansprechpartner bei der XY-Bahn

Das im Vorfeld entwickelte Leitbild gibt hierbei die notwendigen Eckpunkte vor.

Elemente des Masterplanes können sein:

Umfeld

- Entwicklungsziele der Region
- Kooperation mit Gemeinden (Leitsysteme, Betreuung Bahnhöfe, Zufahrten, Winterdienst usw.)
- Nutzungen in den Bahnhöfen, Ausstattung der Bahnhöfe
- Kooperationsstrategie mit Tourismusbetrieben
- Kooperationsstrategie mit Verkehrsunternehmen (Bus, Bahn, Schiff, Taxi)
- Bewirtschaftung von Umgebungsflächen, ggf. Verwertungsstrategie für Liegenschaften
- Corporate Design, Werbestrategie

Entwicklung der Bahnareale, Flächennutzung

- Erfassung und Konsolidierung der Nutzungsvorstellungen der Gemeinden an der Bahn
- Erfassung und Konsolidierung der Vorstellungen der Behörden (Landschaftsschutz, Naturschutz, Denkmalschutz, ...)

⁷ KNOLL TTS verfügt diesbezüglich über gute Erfahrungen mit Projekten, bei denen der Masterplaner in erster Linie eine Projektcoaching- und Steuerungsfunktion bei der Zusammenführung bestehender und der Generierung neuer Inputs durch die Fachleute der jeweiligen Bahn übernimmt. Mehrere derartige Projekte wurden als Kooperation zwischen den Dienststellen der Bahn, die über die entsprechenden Datengrundlagen und die Ortskenntnisse verfügen, den Gemeinden und Tourismusverbänden, die ihre Entwicklungsziele darlegen, sowie der Projekterfahrung und Projektarbeit von KNOLL TTS konzipiert und erfolgreich umgesetzt.

- Durch differenzierte Angebote verschiedene Nutzungen und Funktionen der Bahnhofsanlagen ermöglichen, gegenseitige Bereicherung versus Standortkonzentrierung, dadurch bessere Verankerung der Bahn in der Region
- Gezielte Aufwertung ungenutzter Bahnareale, Verhindern des Entstehens von Trostlosigkeit
- Verwertung nicht benötigter Flächen nur als Ultima Ratio, dabei Beachtung der Maßstäblichkeit
- Festlegung von Rahmenbedingungen für Projekt- und Standortentwicklung an Bahnhöfen und sonstigen Flächen. Erstellen eines Leitfadens für die Projektentwicklung, Freigabe durch alle Akteure, Verbindlicherklärung
- Richtlinien für Bahnbau und Bahnerhaltung erstellen (Ausführung Bauwerke, Pflege des Grünraumes auf Bahngrund, Einsatz von Maschinen und chemischen Stoffen)
- In sensiblen Zonen: Bildung eines Fachgremiums aus Vertretern der Behörden und Aufsichts-Institutionen (Kultur-, Denkmal-, Gestaltungsbeirat,...) für die tiefergehende Beurteilung von Projekten

Technischer Teil

- Zielzustand Strecke (Öffentliche Eisenbahn, Anschlussbahn, Museumsbahn, Teilstrecke, Gesamtstrecke,...)
- Bauliche Maßnahmen Streckeninfrastruktur
- Erhaltungskonzept Infrastruktur (Eigen-/Fremderstellung der Leistungen)
- Hochbauten und deren Nutzung
- Fahrzeugstrategie mittelfristig/langfristig (Wartung, Verfügbarkeit, Kostenoptimierung,...)
- Werkstättenstrategie (Eigenleistung, Zukauf, Wartungs-Kooperationen,...)

Betrieblicher Teil

- Betriebsführungsstrategie (Eigenbetrieb oder Zukauf der Verkehrsleistung, auch in Teilen, z. B. höherwertiger Touristikverkehr)
- Betriebsabwicklung, Bedienungskonzept für Bahnhöfe und Haltestellen
- Optimierungen bei Fahrplan und Fahrzeugeinsatz (Umläufe)
- Sonderverkehre
- Betriebsstörungen

Kommerzieller Teil

- Produktdifferenzierung (verschiedene Angebots- und Service-Levels, Themenzüge, Erlebnishalttestellen)
- Preisbildung (Erlösmaximierung versus Frequenzmaximierung, Ermäßigungen, Regional-Cards, Provisionen,...)
- Kooperationen (Regional-Cards, Seilbahnen, Schifffahrten,..)
- Buchungskanäle für (internationale) Reiseveranstalter
- Saisonfestlegung, saisonale Differenzierungen

- Vertriebsstrategie
- Reservierungssystem
- Fakturierungssystem

Gestalterischer Teil

- Gestaltungsziele
- Handlungsmöglichkeiten (Eigeninteresse, Fremdinteressen)
- Gestalterische Maßnahmen, Monitoring/Einflussnahme
- Informationssystem außerhalb und innerhalb der Stationen
- Stationen als Informationspunkte (Natur, Geschichte, Kultur, Produkte der Region)
- Inszenierung/Bespielung der Bahnhöfe
- Werbung an Objekten und im Umfeld der Strecke
- Werbeflächen, Werbemittel

Gestaltqualität

- Bahnbegleitflächen: Erhaltung von Blickachsen, Verhinderung des Zuwachsens
- Gebäude: Sonnenschutz, Antennen, Möblierung,...
- Werberichtlinien für Werbeflächen im Eigentum der Bahn, andere Werbeflächen, Werbeschilder, Transparente, Werbemittel,...

Kommunikationskonzept

- Alleinstellungsmerkmal (USP) der XY-Bahn dem Markt bewusst machen
- Außenauftritt (Internet, Werbemittel, ...)
- Partnerkommunikation
- Innenkommunikation, Berichtswesen

Aktionspläne (Roadmap)

Sobald ein Masterplan approbiert ist, muss er im Rahmen eines Aktionsplanes (Roadmap) umgesetzt werden. Wie seine einzelnen Elemente implementiert werden, sowie die dafür notwendigen Strukturen und Verantwortungen sind im Rahmen von Projekten festzulegen, die auf den Ergebnissen des Masterplanes aufbauen.

Ein Projekt bezieht sich dabei auf ein Teilziel des Masterplanes, das von einem bestimmten Team bearbeitet wird. Projekte als Folge eines Masterplanes haben sicherzustellen, dass die Elemente/Inhalte/Zielsetzungen des Systems Masterplan in den vom Projekt umfassten Teilbereichen übernommen werden. Anhand des Projektes wird festgelegt, welche Ergebnisse erwartet und welche Ressourcen dazu benötigt oder verwendet werden.

Durch Formalisierung und geeignete Werkzeuge zum Projektmonitoring (Analyseberichte) wird eine entsprechende Dokumentation, aber auch eine Überwachung der Aktionspläne (Roadmap) hinsichtlich Übereinstimmung mit dem Masterplan sichergestellt. Zur

durchgängigen Umsetzung des Masterplanes ist jeweils mit Abschluss eines Projektes auch festzulegen, welche Inhalte bestehender Regelungen/Datenbanken/Zeitpläne usw. aktualisiert werden müssen.

Zusammenfassung Masterplan

Ein Masterplan XY-Bahn wird das Ziel haben, aus einer zwischen Region und Bahn gemeinsam entwickelten Vision eine Mission bzw. ein Leitbild zu formen, und dieses mit einem Handlungsleitfaden zu operationalisieren. Letztlich sollen auf diese Weise für z. B. die nächsten 15 Jahre die strategischen Ziele und die operativen Programme, Projekte und Maßnahmen definiert werden. Ein solches Ziel könnte lauten:

- Die XY-Bahn funktioniert als nachhaltig wirksames Vorzeigeprojekt einer Region, einer Destination oder eines ganzen Landes
- Der Weg zu diesem Ziel ist in einem Masterplan transparent aufbereitet.

Dessen Informationen sollen den verschiedenen Verantwortungsebenen (Eigentümer, Verantwortliche der Geschäftsprozesse, Region, Politik) zur Verfügung stehen. Die zugehörigen Ergebnisse könnten beispielhaft sein:

- Ein Masterplan für die nächsten Jahre liegt vor, bestehend aus einer anerkannten Vision/Mission, einem entwickelten Leitbild und einem Kommunikationskonzept
- Alle relevanten Erfahrungen/Voraussetzungen sind dokumentiert
- Leitlinien definieren die notwendigen Rahmenbedingungen in den Handlungsfeldern
- Strategische Ziele, Programme und Projekte/Maßnahmen sind dargestellt
- Es ist ermittelt, welche Budgets notwendig sind
- Es liegt eine umsetzbare Roadmap vor.

Zusammenfassung bisheriger Ergebnisse

Die Ergebnisse der Phase 1 – Erhebungen und Analyse - sind im Anhang in Berichtsform und als Matrix dokumentiert. Ebenso enthält der Anhang die für das 2. Partnermeeting erstellte Powerpoint-Präsentation, in der die bis November 2011 erzielten Erhebungsergebnisse zusammengefasst sind. In der nunmehr abgeschlossenen Phase 2a wurden diese Erhebungen vertieft und entsprechende Schlüsse gezogen.

Die Ergebnisse dieser zwei Projektphasen zeigen:

Erfolgreiche Bahnen gewinnen und binden ihre Fahrgäste durch einen professionellen Marktauftritt. Es zeigt sich, dass die besonders erfolgreichen Bahnen (Rhätische Bahn, Vinschgerbahn, Usedomer Bäderbahn, Zillertalbahn, Harzer Schmalspurbahnen,...) selbst zu

einem hochwertigen Markenbegriff geworden sind. Als erfolgreiche Verkehrssysteme beeinflussen sie das Image ihrer Region positiv. Dies wird durch vielfältige Elemente (Fahrzeuge, Bahnhöfe, Kommunikationsstrategie,...) bewirkt, die strategisch aufeinander abgestimmt sind, und kommt keineswegs von selbst.

Aus den Erhebungen kann allgemein der Schluss gezogen werden, dass die Bahnen im Freizeit- und Touristikverkehr einerseits Chancen sehen, andererseits der allgemeine Kostendruck dazu führt, gerade in den freizeitverkehrs-affinen Zeiten (Wochenende, Tagesrandzeiten) das Angebot tendenziell zu reduzieren. Hier werden die Gebietskörperschaften, aber auch die Touristikbetriebe zukünftig besonders gefordert sein, einem allgemeinen Rückzug gegenzusteuern. Denn vielfach erwartet sich eine Region von der Bahn, dass sie ihr die Gäste bringt, ohne selbst dazu besondere Anstrengungen unternehmen zu müssen. Dem Ansinnen der Bahn nach Unterstützung durch die Gemeinden, z. B. bei der Gestaltung des Bahnhofsumfeldes, wird wiederum häufig mit Gegenforderungen begegnet, woraus Patt-Situationen entstehen können. Hierbei ein reizfreies Klima aufrecht zu erhalten, stellt eine große Herausforderung an die handelnden Personen auf allen Seiten dar.

Der Erfolg von Regionalbahnen ist fast immer durch die Unterstützung aus der Region, durch die Länder, Gemeinden, Tourismusverbände und natürlich auch durch die Bevölkerung bewirkt worden. Viele der vorgeschlagenen Maßnahmen setzen deshalb einige grundsätzliche Bekenntnisse mehrerer Verantwortungsträger voraus, da eine langfristig erfolgreiche Bahn weder das Anliegen einzelner Personen, noch das Anliegen nur einzelner Gemeinden an der Strecke sein kann. Die Initiative zu einer erfolgversprechenden Weiterentwicklung muss zum Programm möglichst breiter Einwohnergruppen in der Region werden.

Bei den untersuchten Bahnen finden sich zahlreiche gute Beispiele dafür, dass es gelingen kann, eine in der gesamten Region durchgängige Einbindung der Bahn in das Alltags- und Freizeitgeschehen zu erreichen. Nur unter der Prämisse sinnvoller Verantwortungsteilung wird ein nachhaltiger Erfolg zu erzielen sein.

Wenn Regionalbahnen für den Alltagsverkehr an Attraktivität gewinnen sollen, kommt neben der Bahngesellschaft und den potenziellen Förderungsgebern namentlich den Gemeinden eine wichtige Rolle zu, z.B. durch

- Übernahme der Gestaltung und Pflege von Haltestellen (Reinigung, Winterdienst)
- gute Einbindung der Bahnstationen in Rad- und Fußwegenetze
- Unterstützung der Bahnen bei der Bereitstellung und Erhaltung von Radabstellanlagen und Park + Ride Plätzen
- eventuell Fahrkartenverkauf und Mobilitätsberatung in Gemeindeämtern
- Parkraumbewirtschaftung und Zufahrtsbeschränkungen für Kfz in vom motorisierten Verkehr überlasteten Zentren größerer Gemeinden.

Die nahe liegende Forderung, eine Orientierung der örtlichen Raumplanung am Ziel möglichst guter Erreichbarkeit mit der Bahn zu erreichen, wird allseits betont, ist aber in der praktischen Umsetzung bestenfalls am Anfang. Bei keiner der untersuchten Bahnen ergaben sich konkrete Hinweise auf gezielte Raumordnungsprogramme, die die Stellung der Bahn im Alltags-Verkehrssystem verbessern könnten. Eine bessere Abstimmung der Raumplanung mit der Erschließung durch die Regionalbahn (z. B. angemessene bauliche Verdichtung im Einzugsbereich von bestehenden oder geplanten Haltestellen, Berücksichtigung von Anschlussbahnen bei der Planung bzw. Erweiterung von Betriebsgebieten,...) ist auf freiwilliger Basis wohl nur in Ausnahmefällen zu erreichen. Es wäre deshalb überlegenswert, überregionale Fördermittel, die für umfangreichere Infrastrukturverbesserungen oder Reaktivierungen notwendig sind, an die Beschlussfassung zur Umsetzung wirksamer örtlicher Raumordnungs- oder Tourismusprogramme zu binden.

Für Gäste einer Region und Fahrgäste einer Bahn ergibt sich im Reiseverlauf immer eine Dienstleistungskette, bestehend aus Einzelleistungen. Über diesen Leistungen steht eine bestimmte, durch Werbung etc. (Marke!) suggerierte Erwartungshaltung. Diese Erwartungshaltung muss während des Ausfluges bzw. der Reise übertroffen werden, wenn Wiederholungsbesucher und Mundpropaganda gewünscht sind.

Für die Bahnkunden und Gäste ist insbesondere der einfache Zugang zu den passenden Tickets wichtig, „passend“ bedeutet, auf die Bedürfnisse von Touristen abgestimmt. Das heißt:

- einfach zu erwerben
- möglichst mit Mehrwertfunktionen
- und mit einem modernen Touch versehen.

Auch hierfür konnten zahlreiche gute Vorgangsweisen gefunden werden.

Weiters sind funktionierende Schnittstellen zwischen den Angebotsbausteinen entscheidend für die Akzeptanz. Dazu gehören an touristischen Erwartungshaltungen ausgerichtete und hierfür geeignete Fahrzeuge und Haltestellen. An den Haltestellen ist eine gute Information der Fahrgäste mit Fahrplan, gut lesbaren Umgebungsplänen, eventuell auch dynamischen Fahrgast-Informationssystemen (Informationsdisplays) wichtig. Die Haltestellen sollten auch so gelegen sein, dass touristische Ziele gut erreichbar sind, ansonsten sollten zusätzliche Bedarfshaltestellen eingerichtet werden. Geeignete Haltestellen können auch Standorte für die Vermietung von Fahrrädern, Elektrorädern und ev. auch Elektroscootern und E-Autos sein.

Die Fahrzeuge der Regionalbahnen sollen Möglichkeiten zum Transport von Fahrrädern, Wintersportgeräten und Reisegepäck bieten, sie sollen gute Aussicht auch dann bieten, wenn Fahrgäste einmal stehen müssen (beispielsweise hat die Vinschgerbahn bei der Ausschreibung ihrer Fahrzeuge eine bestimmte minimale Fensterfläche vorgegeben), bei längeren Strecken sollen die Züge auch eine kleine Bordgastronomie haben. In den

Fahrzeugen sollen gut sichtbare Informationsdisplays alle wesentlichen Informationen vermitteln.

Resumée

Die grundsätzlich guten Perspektiven für den Tourismus, namentlich im Bereich spezialisierter Angebote mit hohem Erlebniswert, bedeuten für Touristenbahnen große Herausforderungen. Angesichts des immer größer werdenden Angebotes auf den Tourismuskärkten sind Tourismuseinrichtungen und Freizeitangebote in besonderem Maße von den Wünschen und Bedürfnissen der Konsumenten und damit auch von Trends abhängig.

Nur wenn es gelingt, den klaren strategischen Vorteil eines immer verfügbaren Transportmittels, wie es das eigene Auto ist, durch Angebots- und Erlebnisqualität zu egalieren, werden Tourisusbahnen im immer kompetitiveren Freizeitmarkt auch als Transportmittel reüssieren können. Nach der heute gängigen Devise „more for less“ in Bezug auf die Zeit- und Kostenbudgets der Freizeitkunden stehen die Bahnen hier zweifellos vor großen Herausforderungen. Vor diesem Hintergrund sollte das Angebot (Bahn + Zusatzleistung) aus Gästesicht

- einen hohen Freizeitwert bzw. Freizeitnutzen aufweisen
- einen Mehrwert bzw. Zusatznutzen bringen
- eine breite Zielgruppe ansprechen und vor allem familientauglich sein
- ein erkennbar gutes Preis-/Leistungsverhältnis aufweisen.

Nur eine glaubwürdig qualitätsorientierte Bahn wird Partner nicht nur der Tourismuswirtschaft, sondern der gesamten Bevölkerung einer Region werden. Bei marktnahen Tourisusbahnen sollte deshalb der Fokus in ausgewogener Form zwischen Kundenbedürfnissen und Betreiberbedürfnissen liegen. Auch wenn dieses Ziel - aus der Unternehmensperspektive - zunächst vielleicht im Widerspruch mit dem Ziel eines wirtschaftlichen Bahnbetriebes stehen kann, wird es nur unter dieser Voraussetzung im Zusammenwirken mit der Region möglich sein, notwendige finanzielle Unterstützung mehrerer Förderstellen zu erwirken. Da es sich bei vielen Regionalbahnen um wichtige touristische Infrastruktureinrichtung der jeweiligen Region handelt und weil mittlerweile allseits anerkannt wird, dass die Kosten der Bahninfrastruktur auch bei optimaler Betriebsführung nicht erwirtschaftet werden können, werden derartige Unterstützungen von Qualitätskriterien abhängig zu machen sein.

Wenn die Politik am Beginn eines derartigen Transformationsprozesses zu entsprechender Unterstützung motiviert werden soll, ist unstrittig, dass wesentliche Impulse für die Weiterentwicklung einer Bahn hin zur nachhaltigen Marktfähigkeit von deren Eigentümern bzw. Betreibern ausgehen müssen. Klar ist aber auch, dass es ohne das uneingeschränkte Bekenntnis zur Bahn von Seiten der Bevölkerung, der Gemeinden und vor Allem der touristischen Angebotsträger nicht funktionieren wird, die politischen Entscheidungsträger zur finanziellen Unterstützung zu motivieren. Die Region entlang der Bahn muss von sich aus aktiv werden. Sie muss selber Initiativen ergreifen, die Entwicklungsbestrebungen unterstützen und vorantreiben.

Als besonders drastisches, aber umso einprägsameres Beispiel hat die seinerzeitige Parole der Vinschgauer Bevölkerung „KEIN ZUG => KEINE STIMMEN!“ nahezu Kultstatus erlangt.



St. Pölten, 14. April 2012
Dipl.-Ing. Otfried Knoll



TRAFFIC & TOURISTIC
SOLUTIONS

Dipl.-Ing. Otfried Knoll
Kremser Gasse 19
3100 St. Pölten
Tel: +43 (0)2742 / 725 22
Mobil: +43 (0)676 / 617 75 15
otfried.knoll@knoll-tts.com
www.knoll-tts.com