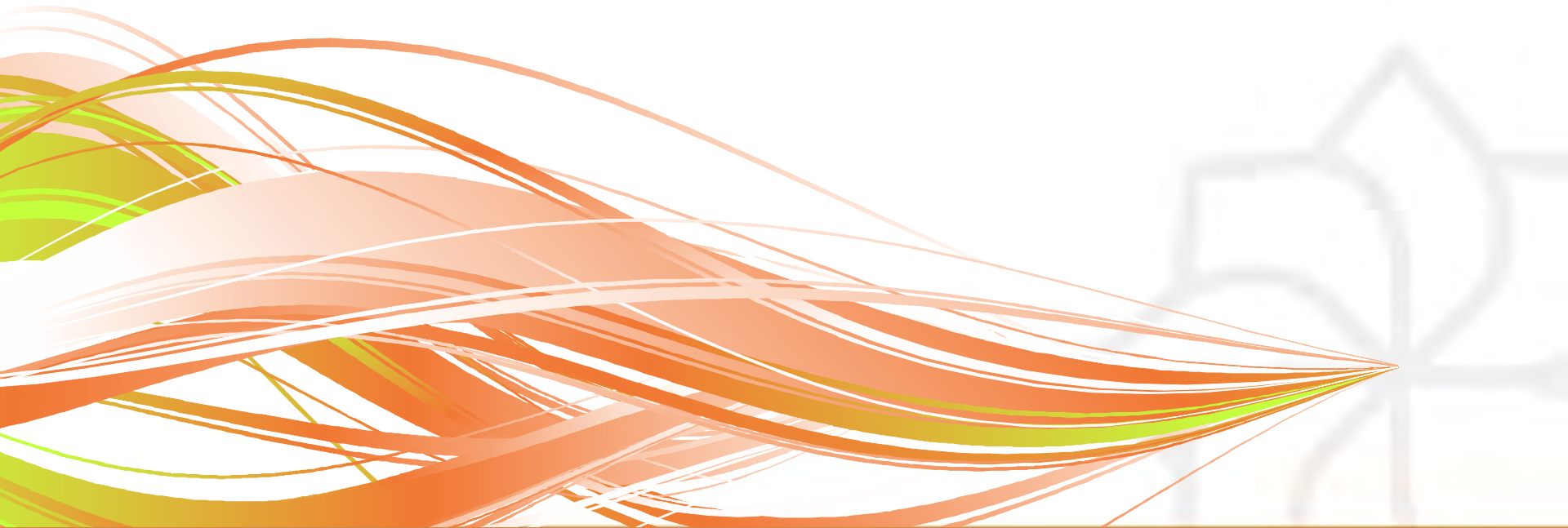




# puremobility2puremountains

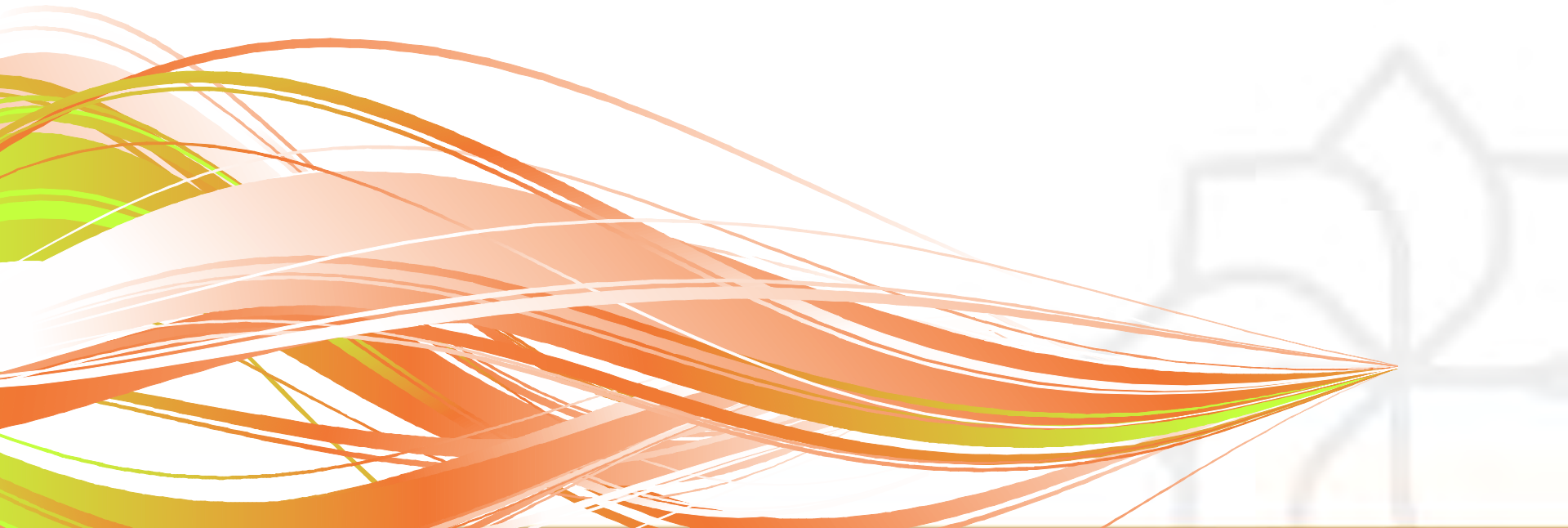
International Conference | National Park Gesäuse, Austria

1<sup>st</sup> to 3<sup>rd</sup> of April 2014



## Block 2

# **SUSTAINABLE TOURISM MOBILITY**





**Georg HAUGER**

Vienna University of Technology

Austria

**The future tourism mobility 2030**

Jointly for our common future

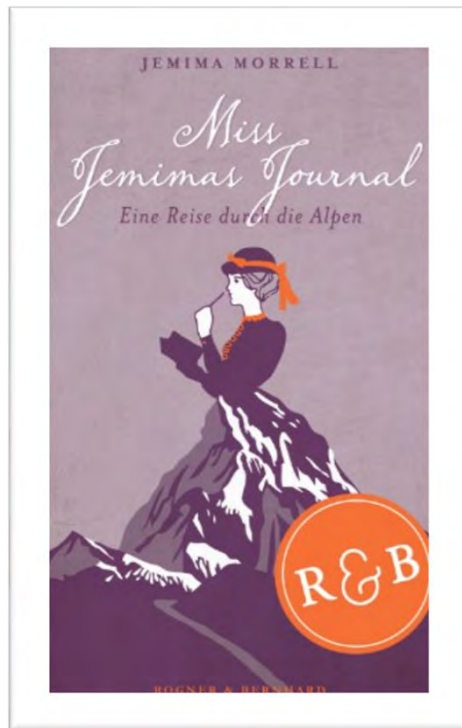
## The Future Tourism Mobility 2030



Sibylla Zech | Georg Hauger  
Puremobility2puremountains

# The first package holiday in history

---

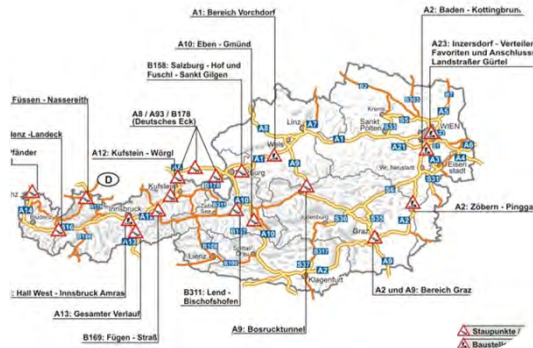


Miss Jemima's Swiss Journal

The First Conducted Tour of Switzerland



# What are we talking about?



Transport to Destination  
→ Transit-Areas



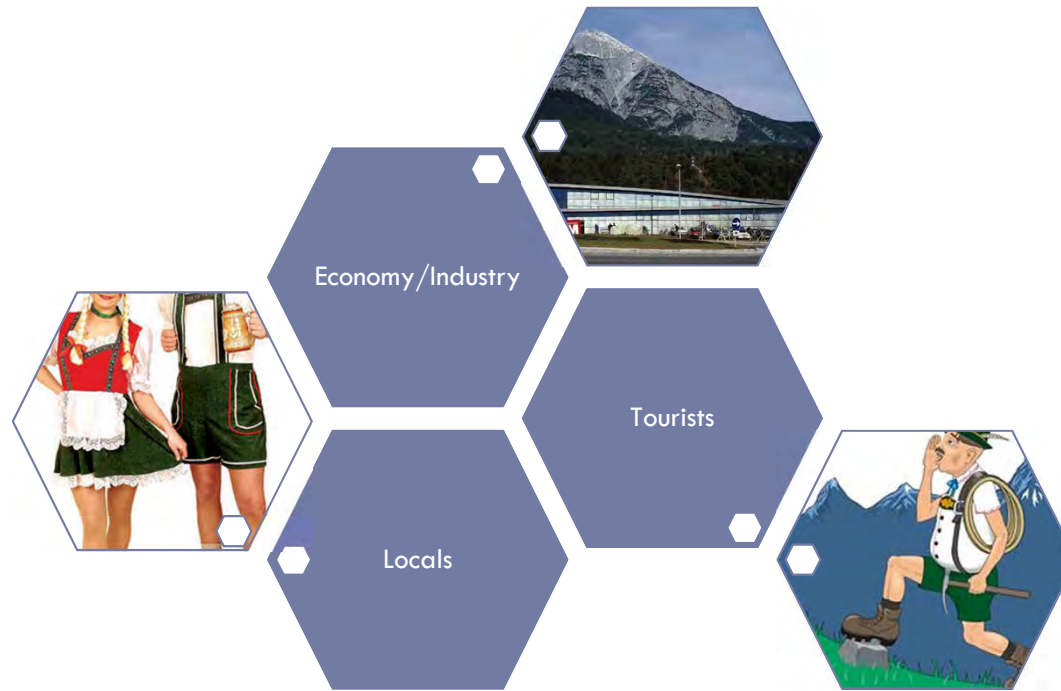
Mobility at Destination  
→ local Traffic



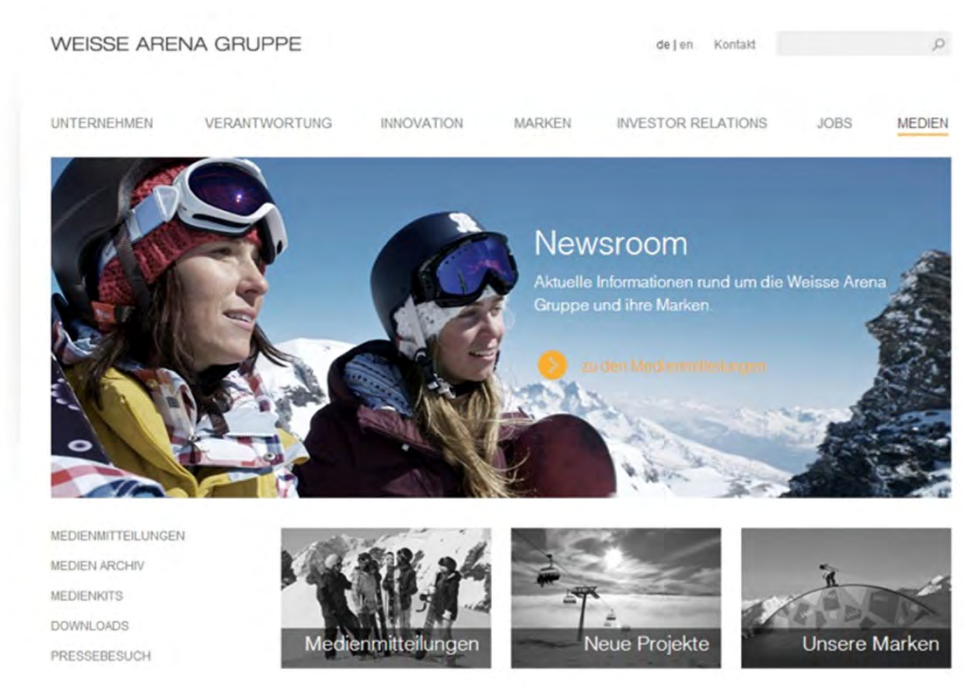
Mobility on the Mountain  
→ Hinterland

# Who is involved?

4

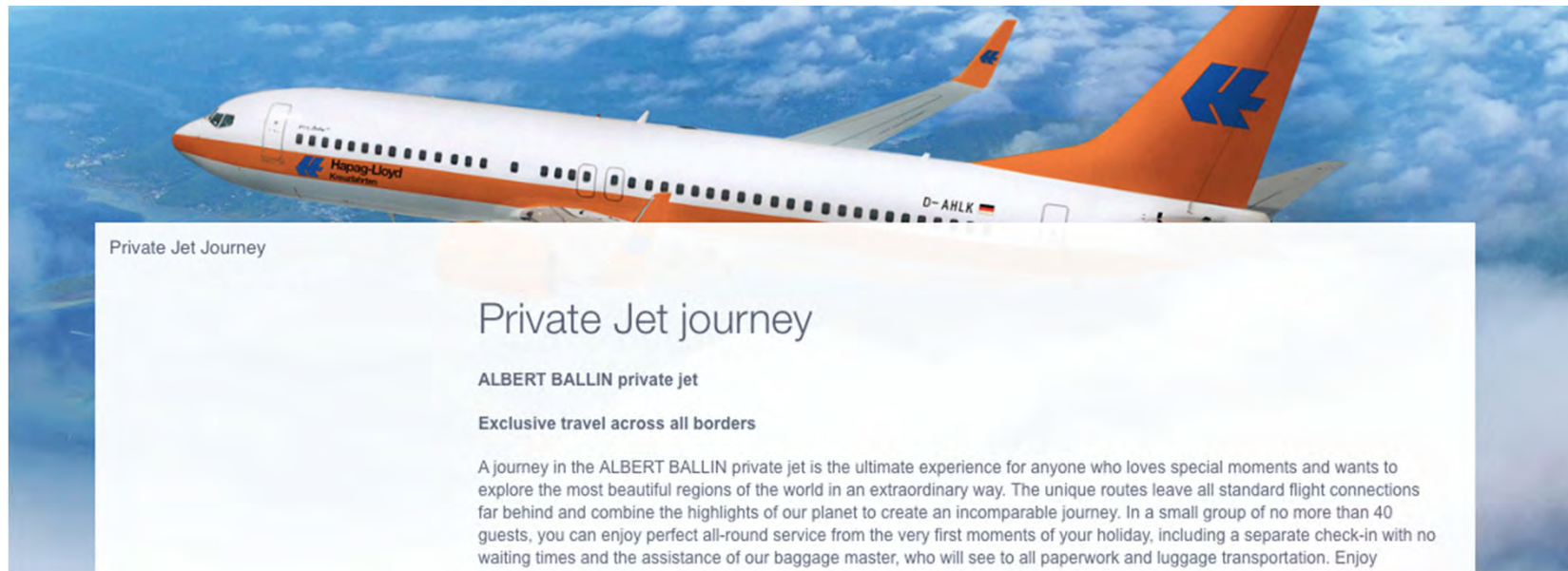


# The future of package tours?





# The future of independent travels?



Private Jet Journey

## Private Jet journey

**ALBERT BALLIN private jet**

**Exclusive travel across all borders**

A journey in the ALBERT BALLIN private jet is the ultimate experience for anyone who loves special moments and wants to explore the most beautiful regions of the world in an extraordinary way. The unique routes leave all standard flight connections far behind and combine the highlights of our planet to create an incomparable journey. In a small group of no more than 40 guests, you can enjoy perfect all-round service from the very first moments of your holiday, including a separate check-in with no waiting times and the assistance of our baggage master, who will see to all paperwork and luggage transportation. Enjoy

independent package holidays

Sibylla Zech & Georg Hauger

## Missing Service Offer

7



Quelle: Conover, Ted: Die Wege der Menschen. München, 2011, S.176c

Sibylla Zech & Georg Hauger

# Strong Demand

8



Admont am 2.4.2014

# Tourist guidance by „no sweet without sweat“ or by price (or both)

9



Admont am 2.4.2014



Sibylla Zech & Georg Hauger

No Demand leads to →

10



Admont am 2.4.2014



## Doom Loop



# Sustainable touristic mobility solutions?

12

- Magic Remedy?
- Mobility Tablettts?



Sibylla Zech & Georg Hauger

## z.B. Carfree Tourism as miracle cure

13



Admont am 2.4.2014

# Car free? → Calculation without the host!

14



Admont am 2.4.2014



Sibylla Zech & Georg Hauger

# Pictures of Longing & Desire

15



Admont am 2.4.2014



# Sibylla Zech & Georg Hauger

## And Reality!

16



Admont am 2.4.2014

# Sibylla Zech & Georg Hübner

## Analysis of PT (incl. paratransit; micro systems) „Bergsteigerdörfer“ – Mountaineer Village

17



Admont am 2.4.2014

# Sibylla Zech & Georg Hauger

## Results from a previous study

18



### Group 1:

conventional PT supply  
and demand currently  
proficient

→ BUT supply will be  
reduced  
(Grünau im Almtal)



### Group 2:

conventional PT supply  
and demand currently  
proficient

→ AND supply will be  
even improved  
(Villgratental)



### Group 3:

conventional PT supply  
and demand insufficient

→ Tends to get even  
worse  
puncatal measures  
(Malta)



### Group 4:

conventional PT Angebot  
supply and demand  
insufficient

→ Inititatives for  
comprehensiv solutions are  
on the way  
(Lesachtal)



## Unrealistic Demands or lets play „make a wish“

19

- ❑ Higher frequency in conventional PT
- ❑ Better coordination between service providers (connectivity)
- ❑ Better design of stops
- ❑ Need (demand) for specific services (Wanderbus, school bus)
- ❑ Provision for Tourists AND Locals
- ❑ Integration of hotels (huts) and restaurants to cover the cost for PT (subsidies)
- ❑ Cycle Transport in PT
- ❑ Additional transport options to entry points (Hinterland)
- ❑ Wlan, 3G coverage, more transmitting towers



# Sibylla Zech & Georg Hauerer

## Is PT unfailingly the best option?

20

Discussion about problems and goals is lacking

- ▣ What exactly is the problem (bottleneck)?
  - Guaranteed mobility (for whom? when?)
  - Economical aspects (who pays?)
  - Burdens (who carries them?)
- ▣ Therefore: Which goals?
- ▣ Which measures?
  - must haves
  - nice to haves



Admont am 2.4.2014



## PT i.e. mass-transit...

... is competitiv regarding economic, ecological and social aspects, IF a mass of passengers use it.

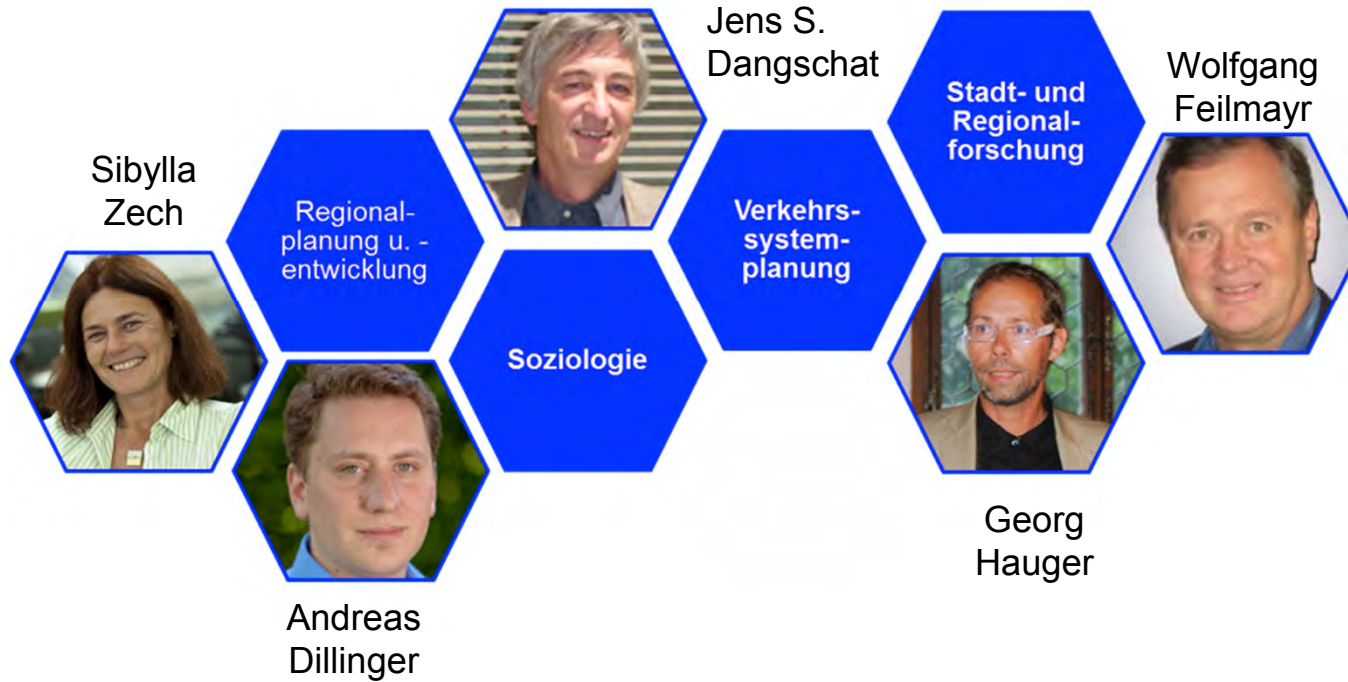
→ Sustainable (gentle) tourism doesn't have the idea of the mass

## Alternative services?

22

- Plenty of good ideas (even beyond the edge of one's own teacup; e.g. equipment rental )
- Just few comprehensive solutions → Indication for lack of big problems?
- Adequate (better) provision of information on mobility services
- Integrative approaches seems to be more sustainable. Beware of remedies!
- Crucial: Financing & acceptance

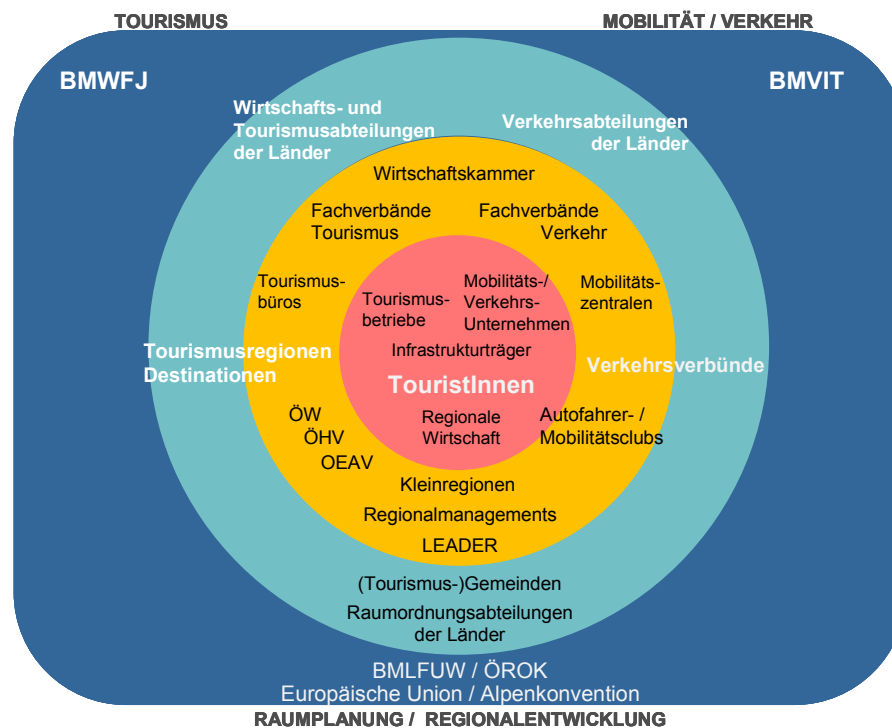
## Team Future Mobility 2030



# Sibylla Zech & Georg Hauger

## Stakeholders in tourism mobility: complex and fragmented

24



# Challenges to tourism mobility 2030

25

- Good accessibility of the destination WITHOUT harming other regions too much by transit traffic  
→ ecological & social aspects
- Good accessibility of the destination for locals and tourists, WITHOUT being interfered from other traffic flows  
→ economical aspects
- Mobility services on site, which meets the needs of tourists (and locals) without being determined to use the car → active mobility; promotion of win-win solutions (critical mass of demand)  
→ sustainability & resilience
- Close collaboration (cooperation) between the main actors in the field of tourism & transport
- Customer-friendly AND affordable (acceptance) and of course sustainable answers

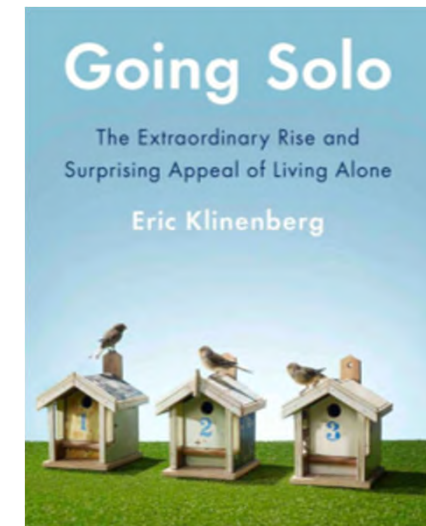


# Trends regarding tourism mobility 2030

26

- 150 Mio overnight stays (but big economic uncertainty) // daytrips ??? Blind spot!
- Demographic changes
- Changes of values (Individualisation vs. Touristification, different lifestyles)
- The winner are just few destination // destination management → destination governance
- Transport demand will rise (despite indications for Peak-Travel)
- The Road stays dominant mode
- Private car will be even more comfortable
- Transport will be more expensive (tolling etc.)
- Sharing Economy/ new mobility styles
- ...

- **Going solo**
  - Economic prosperity
  - Gender equality
  - ICT technologies
    - More single households
    - More mobility
    - More engagement in voluntary organisations
- **Millennials Don't Care About Owning Cars, And Car Makers Can't Figure Out Why**
  - Driving numbers are down for younger people and the auto industry hasn't found a way to respond. It's because they don't understand why millennials could possibly not want to drive.

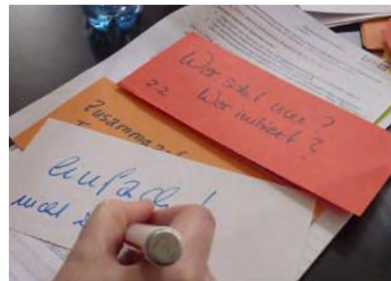


# Sibylla Zech & Geora Hauger

## Scenarios by backcasting from 2030 to 2014

28

Imagine its 2014...what to do



Business as  
usual

Quality or  
quantity

Disregard  
thetarget groups

We are aware of the  
problems and act

# Sibylla Zech & Georg Hauger

## Recommendations

Handlungsempfehlungen		AkteurInnen	Gebietskörperschaften	Tourismus	Verkehr	Regionale und lokale Wirtschaft									
8.1	Tourismusbilität in den Dokumenten der Landesplanung thematisieren.														
		A	U	V	R	A	U	V	R	A	U	V	R	A	U
8.2	Horizontale Vernetzung der Landesstellen, regionalen Tourismusverbänden und Regionalmanagements.														
		A	U	V	R	A	U	V	R	A	U	V	R	A	U
8.3	Vorgaben für die Ausweisung von Tourismusgebieten unter Berücksichtigung der Tourismusbilität.														
		A	U	V	R	A	U	V	R	A	U	V	R	A	U

## Handlungspfade



### Handlungsoptionen Tourismusbildung VOM / ZUM / AM Ort

- 1.1 „Erste und letzte Meile“: Bedürfnisse und Erwartungen der TouristInnen sozial differenziert erheben.
- 1.2 Auf differenzierte Kenntnisse über die TouristInnen aufbauen: Bewusstseinsbildung bei allen AkteurInnen zur Verkehrsmittelwahl.
- 1.3 ÖV- Angebote für "erste und letzte Meile" entwickeln und ausbauen sowie erlebnisreicher und komfortabler gestalten.
- 2.1 Tagestourismus berücksichtigen und differenzierter analysieren.
- 2.2 Tagestourismus im Kontext mit einem gesamtwirtschaftlich tragfähigen Nüchternungstourismus zukunftsorientiert gestalten.
- 2.3 Tagestourismus in überlasteten Regionen regulieren.
- 3.1 Durchbrechen der Samstag-bis-Samstag-Strategie durch differenzierteres zielgruppenorientiertes Angebot.
- 3.2 Intelligente Verkehrslösungen zur Routenführung schaffen.
- 3.3 Forcierung von Gruppenreisen im Tagestourismus inklusive der Integration von Organisationstools für Gruppenreisen.
- 3.4 Punktuelle Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur.
- 4.1 Vernetzung von regionalen Angeboten sowie Erweiterung von Mehrtageskarten für Bus und Bahn in den Regionen.
- 4.2 Gemeinsames, auf TouristInnen und Einheimische abgestimmtes, regionales ÖV Angebot.
- 4.3 Im Sinne der Governance: Zusätzliche Einbindung privater AnbieterInnen in den Tarifverbund.
- 4.4 Effiziente Auslastung der Infrastrukturen durch intelligente Verkehrslösungen forcieren.
- 4.5 Angebotsbereitstellung unter dem Motto "Nutzen statt Besitzen" in den Regionen - Carsharing und Ridesharing auch im Tourismus.
- 5.1 Über Mobilitätsangebote am Urlaubsort bereits vor dem Urlaubsbeginn aktiv informieren.
- 5.2 ÖV und andere, zum IV alternative Mobilitätsangebote am Urlaubsort als Standortvorteil bewerben.
- 5.3 Möglichkeit zum Kauf von Lift-, Bus- und Bahn- sowie anderen Eintrittskarten direkt in der Unterkunft, oder besser noch: „überall“.
- 5.4 Im Bereich „zielgruppenspezifische“ Kommunikation und Information investieren.

## Handlungspfade



### Handlungsoptionen Tourismusbildung strategisch verankern

- 6.1 Tourismusbildung im Regierungsprogramm verankern.
- 6.2 Tourismusbildung im Rahmen der ÖROK thematisieren.
- 6.3 Horizontale Vernetzung mit allen relevanten Bundesministerien und Fachressorts.
- 6.4 Programm „Nachhaltig unterwegs im Urlaub“ entwickeln.
- 6.5 Abstimmung der Tourismusbildung in den Landesstrategien und -programmen.
- 7.1 Aufbau eines intersektoralen und interdisziplinären Expertenpools zum Thema Tourismusbildung.
- 7.2 Sozial differenzierte Analyse der Erwartungen und Bedürfnisse der TouristInnen an den Urlaub nach sozialen Strukturen und Werten.
- 7.3 Sensibilisierung für bereits bestehende Erkenntnisse, Ergebnisse und Maßnahmen.
- 7.4 Erweiterung des Daten-Pools zur differenzierten Analyse der Tourismusbildung auf verschiedenen räumlichen Bezugsebenen.
- 7.5 Erarbeiten eines Strategiepapiers „Urlaub auf kleinem Fuß(abdruck) – Beiträge zu einer nachhaltigen Urlaubsbildung“.
- 7.6 Weiterbildung der VerantwortungsträgerInnen in Ländern, Regionen und Gemeinden.
- 8.1 Tourismusbildung in den Dokumenten der Landesplanung thematisieren.
- 8.2 Horizontale Vernetzung der Landesstellen, regionalen Tourismusverbänden und Regionalmanagements.
- 8.3 Vorgaben für die Ausweisung von Tourismusgebieten unter Berücksichtigung der Tourismusbildung.
- 9.1 Horizontale Vernetzung im Rahmen des Regionalmanagements.
- 9.2 Erarbeiten eines Entwicklungsrahmens für lokale Konzepte innerhalb der Regionen.
- 9.3 Spezielle Berücksichtigung der Interessen der Transitgemeinden entlang von touristisch relevanten Verkehrsrouten bei Planungsvorhaben.
- 9.4 Unterstützung von lokalen Aktivitäten durch die regionalen AkteurInnen.
- 9.5 Berücksichtigung übergeordneter Vorgaben – insbesondere in „Tourismusgemeinden“ – in den örtlichen Entwicklungsplanungen.
- 9.6 Partizipative und kooperative Zugänge bei der Entwicklung örtlicher / regionaler Tourismus(mobilitäts)konzepte.



# Integration of actions

<b>Sustainable Tourism Mobility</b>	<b>Technology</b>	<b>Environment</b>	<b>Human Factors</b>	<b>Society</b>
Supply/Services				
Demand				
Research				
Communication				

# Sibylla Zech & Georg Hauger

## Outlook

32

Individual transport will be still important in 20 years.

Public funding and grants will be leveling off dramatically.

Mobility and energy will be expensive.

Mobility solutions have to be sustainable“, that means also financially feasible and resilient..

## Main Focus

33

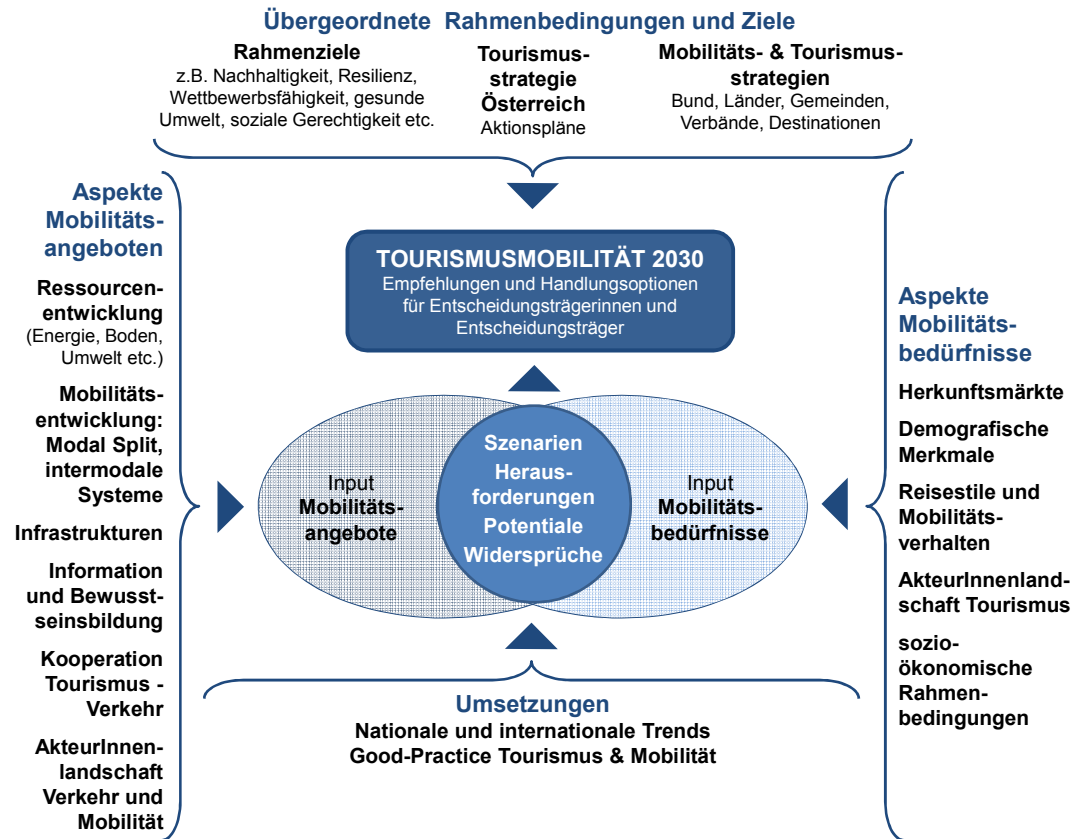
Times and places with weak demand  
→ alternative services

Hot spots  
→ Governance

Contact:  
sibylla.zech@tuwien.ac.at  
georg.hauger@tuwien.ac.at



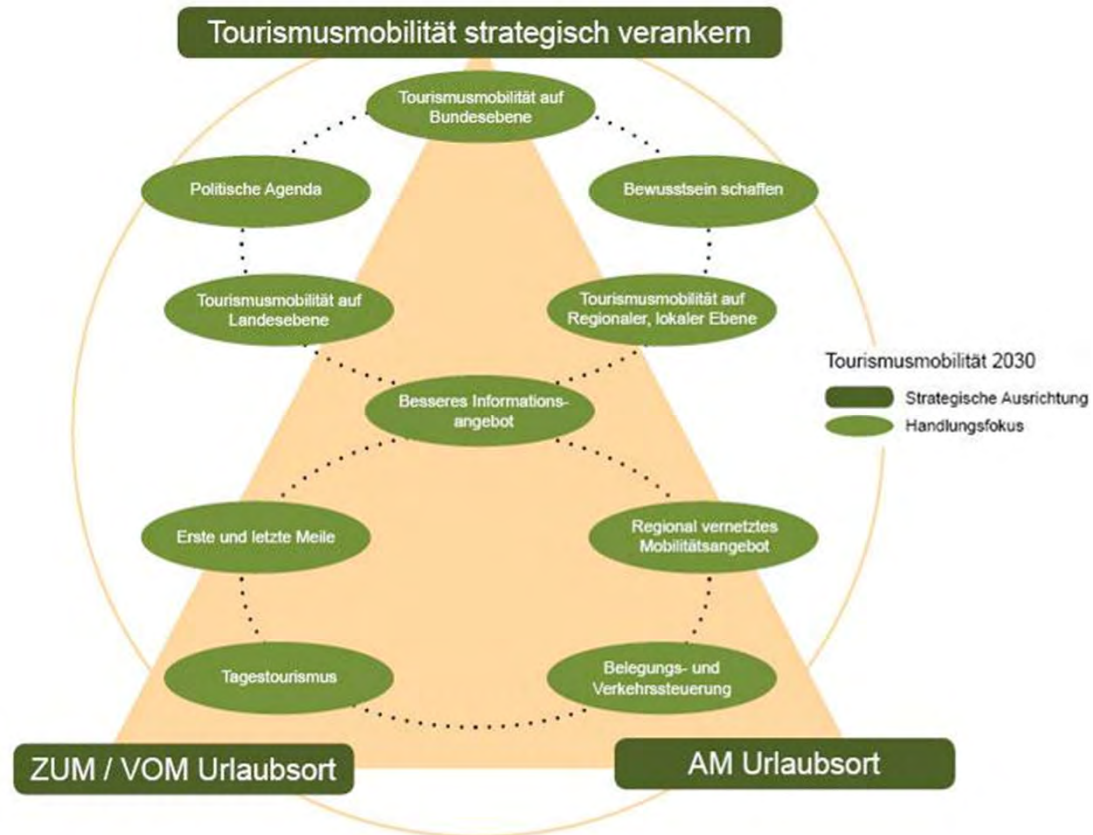
# Studiendesign Tourismusmobilität 2030 in Österreich

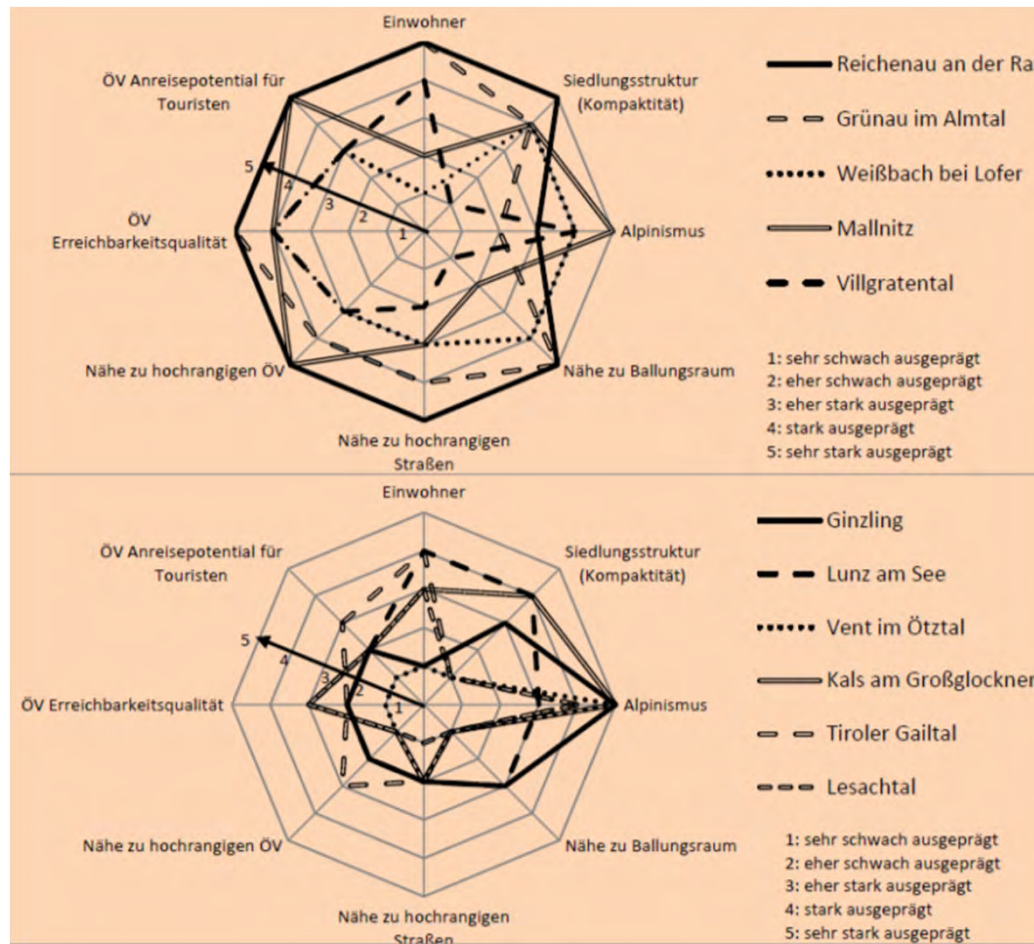




## Strategische Ausrichtungen – Fokusthemen - Handlungsempfehlungen

### Der Weg zur Umsetzung





# Sibylla Zech & Georg Hauger

## Beispiel: Fokus Informationsangebote zur Mobilität AM Urlaubsort

38

→ Verkehrsmittelwahl für die An- und Abreise → Mobilitätsverhalten am Urlaubsort

EINFACHE, leicht zugängliche, sympathische Information für verschiedene Mobilitätsstile

- Letzte Meile: Erreichen des Ziels am Urlaubsort
- Erreichbarkeit touristischer Zielpunkte in der Urlaubsregion
- Mobilitätserlebnis

DIREKTE Mobilitätsinformation durch Tourismusbüros, Tourismusunternehmen

→ Einbindung von TouristikerInnen in die Gestaltung der Informationsangebote von Verkehrsunternehmen / Verkehrsverbänden / Mobilitätszentralen

→ Ergänzung / Optimierung eines verkehrsmittelübergreifenden Systems zur Routenberechnung (web)

→ Kompetenz der Ansprechpersonen / Kontaktpersonen: Tourismusbüros, Hoteliers, Tourismusziele

→ EIGENVERORTUNG der Tourismusunternehmen auf einer umfassenden Mobilitätslandkarte – also nicht nur der Straßenkarte

# Sibylla Zech & Georg Hauger

39



Admont am 2.4.2014

# Sibylla Zech & Georg Hauger

## Car Sharing

40

carzapp

So funktioniert's | Beta-Test in Berlin | ZappKit | Über uns | Presse | Jobs

Jetzt in carzapp  
INVESTIEREN  
[www.seedmatch.de/carzapp](http://www.seedmatch.de/carzapp)

Verdiene Geld mit Deinem Auto,  
wenn Du es nicht brauchst

JETZT für  
BETA-Test  
bewerben!

**Jetzt kostenlos anmelden** und **ZappKit gewinnen!**  
Unsere neue Technologie macht die Fahrzeugmiete ohne persönliche Schlüsselübergabe möglich.

**So funktioniert's**  
Carsharing mit carzapp  
Für Autobesitzer und Mieter >

**Das Zappkit**  
ermöglicht eine  
schlüssellose  
Übergabe  
Mehr erfahren >

**Jobs bei carzapp**  
Wir suchen Verstärkung  
Mehr erfahren >

Admont am 2.4.2014



## Ride Sharing

The image features the Avego logo at the top center, with the tagline "Efficiency in passenger transport". Below the logo, two main sections are presented: "Shared Transport" on the left and "Futurefleet" on the right. The "Shared Transport" section includes an icon of a car with two people, a smartphone displaying a ride-sharing app interface, and a button labeled "Free iPhone App Start Download". The "Futurefleet" section includes an icon of a bus with people, a bus, and a button labeled "Request Info Futurefleet Pilot Program".

### Real-time ridesharing for the iPhone generation

Avego™ *Shared Transport* enables private cars to become part of the public transport network by providing a marketplace for drivers to offer their empty seats to others in real time. Avego's iPhone app dynamically matches drivers with riders, provides real-time passenger information and automatically manages the payment transaction at the end of the journey. Systems for traditional [carpooling and vanpooling](#) are also available. Watch the [video!](#)

### Real-time passenger information and ticketing

Futurefleet™ is a complete end-to-end real-time management system for passenger transport operators. Available at breakthrough pricing levels, Futurefleet enables operators to publish reliable real-time passenger information, introduce convenient ticket purchasing options and streamline the performance of their fleets. Learn more about Futurefleet by watching some introductory videos [here](#).



# puremobility2puremountains

International Conference | National Park Gesäuse, Austria

1<sup>st</sup> to 3<sup>rd</sup> of April 2014

