

Deutschland – attraktives Urlaubsland für Urlauber ohne Auto durch eine Verbesserung des Angebots und der Marketingstrategie

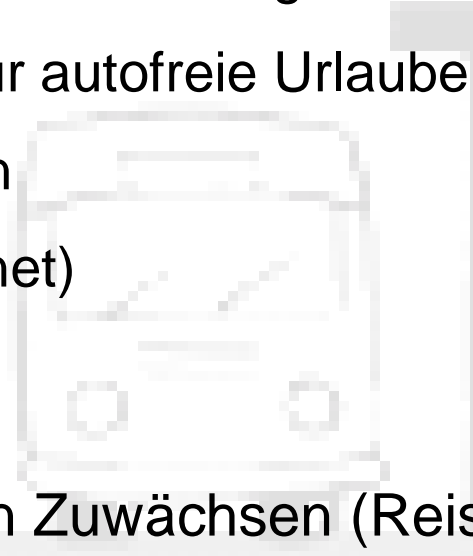
Ziel:

Verbesserung der nachhaltigen Mobilität in 10-15 deutschen Urlaubsregionen durch

- Förderung der Leitbildentwicklung für nachhaltige Mobilität in den Regionen
- Entwicklung von Einzelkonzepten für autofreie Urlauber
- Erarbeitung von Marketingstrategien
- Öffentlichkeitsarbeit (Messen, Internet)

Ausgangssituation:

- Deutschland als Urlaubsziel mit steigenden Zuwächsen (Reiseanalyse 2003)
- Politik will Deutschland als Reiseland und naturnahen Tourismus fördern, dazu eine Steigerung der umweltfreundlichen Verkehrsträger und des nicht motorisierten Verkehrs (Tourismuspolitische Bericht der Bundesregierung 2003)
- 20 % der Haushalte in Deutschland besitzen kein Auto (KONTIV 2003)
- ähnliche Projekt in Österreich und der Schweiz, Einzelangebote in Deutschland



Die ZweiTälerCard bringt den Urlaub in Fahrt.



Deutschland – attraktives Urlaubsland für Urlauber ohne Auto durch eine Verbesserung des Angebots und der Marketingstrategie

Das Beispiel Werfenweng/A: Sanft-mobile Angebote Winter 2003/2004:

- Begrüßung im Skimuseum und „Schnapsler“ - mit Informationen zum Thema sanfte Mobilität in Werfenweng
- „Elois“, das Elektromobil-Shuttle (9 - 22 Uhr nach Anruf)
- Unbeschränkte Nutzung von Elektroautos und -fahrrädern
- Werfenweng-Shuttle von und zum Bahnhof (An- und Abreise)
- Fahrten von Werfenweng nach Bischofshofen (nächstgelegene Einkaufsstadt) während des Urlaubs im Rahmen der täglichen Shuttle-Fahrten
- ein Leih-Wertkarten-Handy zum Bestellen der Shuttle-Busse
- Gratis-Verleih Langlaufausrüstung, Rodelschlitten, Schnee- und Schlittschuhe
- Nutzung der Langlaufloipen des Ortes ohne Gebühr
- Schlittschuhvergnügen gratis mit Fackeln
- Pferdeschlittenfahrt, Eisstockschiessen und Lamatrekking 1 mal pro Aufenthalt/Woche gratis



Deutschland – attraktives Urlaubsland für Urlauber ohne Auto durch eine Verbesserung des Angebots und der Marketingstrategie

Angebot:

- Stärken-Schwächen-Analyse der Projektregionen im Hinblick auf autofreie Urlaubsangebote
- Erarbeitung konkreter Angebote und Konsensfindung zwischen den beteiligten Akteuren vor Ort (Tourismusverbände, ÖPNV-Unternehmen etc.)
- Öffentlichkeitsarbeit für „Deutschlandurlaub ohne Auto“:
 - ⇒ Präsentation des Projektes auf den deutschen Reismessen 2004/5 (z.B. CMT, Reisepavillon, ITB)
 - ⇒ gemeinsame Erstellung von öffentlichkeitswirksamen Medien (z.B. Faltblätter, Broschüren, Plakate)
- Internetplattform als Netzwerk und für „best practice“- Regionen
- Tagung für Tourismusverantwortliche, Fachpublikum und Interessierte zwecks Erfahrungsaustausch und Überzeugungsarbeit



Deutschland – attraktives Urlaubsland für Urlauber ohne Auto durch eine Verbesserung des Angebots und der Marketingstrategie

Aktueller Stand:

- Interesse und aktive Rückmeldung von über 30 deutschen Urlaubsregionen
- sehr unterschiedliche Voraussetzungen in den Gebieten
 - a) Größe: z.B. Vogelsberg/Hessen und Müritz-Nationalpark
 - b) touristische Infrastruktur
 - c) bereits vorhandene autofreie Urlaubsangebote
- Stärken-Schwächen-Analyse in zunächst neun Projektregionen Anfang 2004
- Unterzeichnung einer Kooperationsvereinbarung zwischen dem VCD und den Projektregionen im Rahmen der Messen 2004
- begleitende Erstellung der Homepage mit der Präsentation der Projektregionen
- Entwicklung eines Netzwerkes für touristische Destinationen mit
(Interesse an) autofreien Urlaubsangeboten

