



Das Reiseerleben als Herausforderung der ÖV-Planung vor und nach Corona

Öfficon, 20.3.21

Martin Schiefelbusch

Reiseerleben im ÖV vor und nach Corona

Persönlicher Kontext

Studium Geographie und Verkehrsplanung

Tätigkeit in Mobilitätsforschung und Beratung rund um den ÖV
„(öffentlicher) Verkehr im gesellschaftlichen Kontext“

2007 Dissertation „Reiseerleben – Die Gestaltung der Fahrt als
neue Aufgabe für den öffentlichen Verkehr“

Seit 2014 Berater für neue ÖPNV-Angebotsformen bei der NVBW

Übersicht

Reiseerleben

- Warum eine Herausforderung?
- Reiseerleben „öffentlich“ und „individuell“
- Reiseerleben im ÖV

Ausblick

- Corona und der ÖV
- Bedeutung für ÖV-Angebote
- Thesen zum Reiseerleben nach Corona

Reiseerleben – warum eine Herausforderung?

Kontext der Verkehrsplanung:

„Makroperspektive“ statt „Sicht des Subjekts“

- Quantifizieren und Bewerten als zentrale Aufgaben
- Gestaltungsmöglichkeiten „von oben“ (statt „von innen“)
 - ▶ „**fließender Verkehr**“ aus Makroperspektive analysiert und optimiert!

Modell menschlichen Handelns:

„Rationalität“ statt „Emotion“

- Zeit und Kosten als dominante Erklärungsfaktoren
- „dienende“ Funktion des Verkehrs
- Reisezeit als notwendiges Übel – Reiseerleben als Randthema

Reiseerleben „öffentlich“ und „individuell“

ÖV

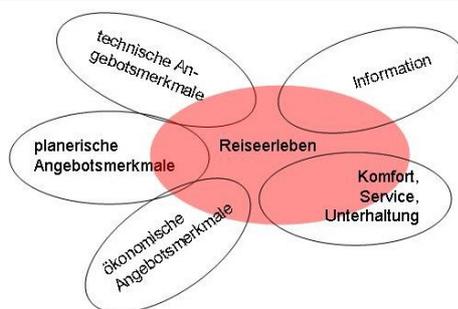
- Angebotsgestaltung durch Experten „für die Nutzer“
- technisch-betriebliche Interessen dominieren
- „Scheinsicherheit“ durch Regulierung
- wenig politisches Interesse
- gemeinsames Reisen
- Passivität
- Imageprobleme

(M)IV

- Aufteilung (öffentl.-privat) der Angebotsgestaltung
- Wechselspiel von Technik und Marketing
- marktwirtschaftliche Strukturen
- **Autobegeisterung**
- individuelles Reiseumfeld
- Involvement
- Statussymbol

Das Reiseerleben gestalten: Grundbegriffe

Reiseerleben als Handlungsfeld:



Reiseerlebnißmaßnahmen

als Instrument:

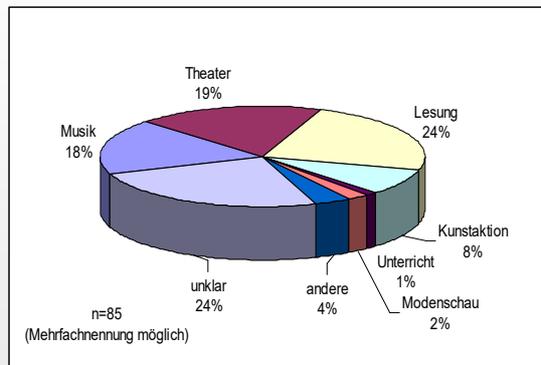
- Teil eines *Verkehrsangebots*
- *Mitwirkung* des Anbieters
- *während* der Reise
- Ziel Attraktivitätssteigerung durch *emotionale Eindrücke und Erfahrungen*

Gestaltungsbereiche des Reiseerlebens

Information	Unterhaltung	Service	Fahrzeug	Umgebung
Audio		Gastronomie/ Verpflegung	Fahrzeug innen	direktes Umfeld/ Anlagen
Video		Verleih/Verkauf nützlicher Dinge	Fahrzeug außen	durchfahrene Landschaft
Film		Mitbringsel	Fahrzeugtyp	Zwischenhalte / kurze Pausen
Personal			Komfortmerkmale allgemein	
Spiel- / Unterhaltungs- / Informationsmaterial			Bewegungs- erfahrung	intermodale Elemente
Vorab- Information und Vorbereitung	Live-Aktionen			dezentrale Programmpunkte (Zwischenziele)
	Mitmachen			
	Nachbereitung			
	Gruppengefühl			
Atmosphäre				

Struktur der Erlebnisangebote – Beispiel „Live-Aktionen“

- ▶ Merkmale:
 - raumerfüllend
 - zeitbegrenzt
 - Akteure: Personen
 - Ziel Unterhaltung/
Aufmerksamkeit
- ▶ inhaltliche Untertypen:
- ▶ Standorte:
 - Linienverkehr
 - Sonderfahrten
 - ortsfest



(Grundlage: 64 Beispiele)

Das Reiseerleben gestalten: Maßnahmen

Beispiel Spatzenbahn Gera:

- Einführung 2003 zum Kinderfilmfestival, seitdem im Dauerbetrieb
- Einsatz im Linienverkehr nach festem Fahrplan und für Mietfahrten
- umgebauter Triebwagen KT4D
- innen mit Spieltischen, Spielen, Spiegeln und „Fahrerplatz“

Ergebnisse

- ▶ Wie lässt sich das „Erlebnisqualitätsdefizit“ des ÖV reduzieren?

Leitlinien der „Erlebnisverkehrsplanung“:

- Kreativität:** Flexibilität und Offenheit zu neuen Ideen
- Kooperation:** mit alten und neuen Partnern als Ressource
- Kultur:** Anerkennen der „subjektiven Dimension“ - Erweitern des Selbstverständnisses

Corona und die (möglichen) Folgen im ÖV

Effekte und Aufgaben



Corona als fundamentales Problem ?!

Öffentlicher Verkehr :=

gemeinsames Reisen
einander unbekannter Personen
in großen Gefäßen
zugänglich für alle
(minimale Zugangsschranken)

- ▶ Bündelung der Nachfrage als wesentlicher Systemvorteil!

Corona heißt: Abstand halten, Maske tragen, Kontakte vermeiden, Kontakte verfolgen, zuhause bleiben, Ängste und Verzicht...

Corona als fundamentales Problem ?!

Corona und der ÖV

Neubewertung des „gemeinsamen Reisens“ als Risiko

... was folgt daraus?

Neue Themen + Aufgaben - kurzfristig

- ▶ Vertrauen erhalten / wieder aufbauen
- ▶ Abstandhalten ermöglichen
- ▶ Maskenpflicht umsetzen
- ▶ Lüften und Ventilation verbessern
- ▶ auf Hygieneerwartungen reagieren

Reisen und Reiseerleben „nach Corona“

Neue Konzepte und Randbedingungen

Angebote und Geschäftsmodelle

- „berührungsfreier ÖV“ – kontakt und bargeldlos?
- „individualisierter ÖV“ – digitalisiert und direkt?

Rahmenbedingungen

- Finanzierung aus post-Corona-Haushalten
- Nachfrage in Homeoffice-Zeiten
- Klimaschutz und Verkehrswende

Reisen und Reiseerleben „nach Corona“

Neue Sicht auf Mobilität und Gemeinschaft – was kommt?

Lebensstile

- Rolle von „Homeoffice“ vs. „Präsenz“?
- Akzeptanz anonymer Nähe im Alltag
- Abbau des Corona-Frusts

Mobilität und Reiseerleben

- gemeinsames Reisen – akzeptiert oder Stressfaktor?
- Möglichkeiten zur Abgrenzung / Differenzierung im ÖV?
- Aufbau einer „gemeinschaftlichen Verkehrskultur“ möglich?

Danke für die Aufmerksamkeit!

Kontakt: martin.schiefelbusch@nvbw.de

Die Inhalte des Vortrags
bilden keine offizielle
Meinung der NVBW.