

Leitfaden für Touristikerinnen und Touristiker

# Sanfte Mobilität in Niederösterreich

Erstellt im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft:

Niederösterreich-Werbung GmbH  
Niederösterreich-Ring 2,  
Haus C 3100 St. Pölten

und

ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH  
Niederösterreich-Ring 2, Haus A  
3100 St. Pölten

NIEDERÖSTERREICH  
Einfach erfrischend.



# Vorwort



Die Anforderungen und Ansprüche der Gäste an einen Urlaub in Niederösterreich verändern sich. Immer mehr Menschen suchen nicht nur nach Erholung in einer der schönsten Regionen der Welt, sondern auch nach Möglichkeiten, ihre Reise komfortabler und nachhaltiger zu gestalten. Insbesondere für jene, die kein eigenes Auto besitzen – wie viele Menschen in unserem Nahmarkt Wien – wird die öffentliche Anreise immer wichtiger.

Es freut mich daher sehr, Ihnen diesen Leitfaden zur "Sanften Tourismusmobilität in Niederösterreich" vorzustellen. Gerade im Tourismus liegt ein großer Hebel zur Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen und zur Förderung des Klimaschutzes bei der An- und Abreise sowie der Vor-Ort-Mobilität.

Dieser Leitfaden richtet sich an Gemeinden, Verbände und touristische Betriebe, die nachhaltige Mobilitätslösungen fördern und umsetzen möchten. Unser Ziel ist es, Ihnen praktische Anleitungen und Checklisten sowie inspirierende Beispiele zu liefern, wie diese im Tourismus entwickelt, umgesetzt und kommuniziert werden können.

Mit diesem Leitfaden wollen wir inspirieren und motivieren, sanfte Mobilität als große Chance zu sehen. Lassen Sie uns gemeinsam daran arbeiten, Niederösterreich als Vorreiter für einen zukunftsweisenden Tourismus zu positionieren.

Johanna Mikl-Leitner  
Landeshauptfrau



# Einleitung



Der vorliegende Leitfaden ist ein Praxishandbuch mit Handlungsanleitungen für die Umsetzung von konkreten Mobilitätslösungen im Tourismus in Niederösterreich. Er richtet sich an alle touristischen Betriebe sowie an Veranstalter:innen, die sich intensiver mit nachhaltiger Mobilität beschäftigen und Maßnahmen in diese Richtung umsetzen wollen. Die einzelnen Kapitel können je nach individuellem Interesse unabhängig voneinander gelesen werden und fungieren somit als praktisches Nachschlagewerk.

Die Checklisten im Anhang liefern einen kompakten Überblick über die vorgestellten Fördermaßnahmen im Rahmen „sanfter touristischer Mobilität“. Für vertiefende Informationen zu den Maßnahmenvorschlägen wird in den Checklisten jeweils auf das entsprechende Kapitel im Leitfaden verwiesen.

Lassen Sie sich mit diesem Leitfaden dazu motivieren, sanfte Mobilität als großes Potenzial zu sehen und soweit möglich in Ihrem eigenen Wirkungsbereich selbst zu handeln.

# Inhalt

<b>VORSCHAU AUF DIE EINZELNEN KAPITEL</b>	<b>06</b>
<b>1. TOURISMUS UND MOBILITÄT IN NIEDERÖSTERREICH</b>	<b>08</b>
1.1 SANFTE MOBILITÄT IM TOURISMUS	08
1.2 NIEDERÖSTERREICHS GÄSTETYPEN	10
1.3 POTENZIALE FÜR SANFTE TOURISTISCHE MOBILITÄT	12
1.4 MOBILITÄTSANGEBOT IN NIEDERÖSTERREICH	14
<b>2. MASSNAHMENVORSCHLÄGE FÜR BETRIEBE</b>	<b>18</b>
2.1 INFORMATION UND MARKETING	20
2.1.1 INFORMATION ÜBER ÖFFENTLICHE ANREISE UND MOBILITÄT VOR ORT	20
2.1.2 DIREKTE GÄSTE-KOMMUNIKATION UND MITARBEITER:INNEN-SCHULUNG	23
2.1.3 KOMBI-ANGEBOTE UND INCENTIVES	26
2.2 EIGENE MOBILITÄTSANGEBOTE FÜR DIE GÄSTE	29
2.2.1 E-MOBILITÄT: LEIHANGEBOTE	30
2.2.2 ANGEBOTE FÜR GÄSTE MIT EIGENEN E-FAHRZEUGEN	33
2.2.3 RAD- UND SPORTGERÄTEVERLEIH VOR ORT	36
2.2.4 RADPARTNER NIEDERÖSTERREICH	38
2.2.5 SCHWERPUNKT ZU-FUSS-GEHEN	41
2.2.6 EIGENER SHUTTLEDIENST	44
<b>3. BEST PRACTICE</b>	<b>46</b>
3.1 NACHHALTIG MOBIL IN VERGANGENE ZEITEN REISEN	48
3.2 EIN RUFBUS FÜR DEN BARENWALD ARBESBACH	50
3.3 E-MOBILITÄT IN UND UM DEN HOTELBETRIEB	52
<b>4. ANSPRECHPARTNER:INNEN</b>	<b>54</b>
4.1 NIEDERÖSTERREICHISCHE TOURISMUSDESTINATIONEN	54
4.2 KLIMAAKTIV MOBIL	56
4.3 VERKEHRSVERBUND OST-REGION (VOR) GMBH	58
4.4 NÖ. REGIONAL. GMBH	60
<b>5. TOOLS</b>	<b>62</b>



# Vorschau auf die einzelnen Kapitel

## Kapitel 1

liefert einen Überblick über die Charakteristika des Niederösterreichischen Tourismus, die Gästestruktur und das Mobilitätsangebot in Niederösterreich. Es werden Potenziale für nachhaltige Mobilität aufgrund verschiedener gesellschaftlicher Trends aufgezeigt, welche im niederösterreichischen Tourismus unter anderem in der Tourismusstrategie Niederösterreich sowie in strategischen Maßnahmen der Niederösterreich Werbung aufgegriffen werden.

## Kapitel 2

beschreibt das Themenfeld „Mobilitätsmanagement im Tourismus“ und legt den Fokus auf jene Maßnahmen, welche Betriebe in deren eigenem Wirkungsbereich umsetzen können. Dies umfasst vor allem die Gestaltung der Vor-Ort-Mobilität der Gäste sowie umfassende An- und Abreiseinformationen. Für beide Themenbereiche werden mögliche Umsetzungsmaßnahmen beschrieben und mit Links zu Praxisbeispielen ergänzt.

## Kapitel 3

stellt ausgewählte Praxisbeispiele vor, welche als Inspiration für die Entwicklung eigener, individueller Maßnahmen nachhaltiger Mobilität dienen.

## Kapitel 4

listet relevante Ansprechpersonen und Kontaktadressen im Bereich nachhaltiger Tourismusbilität auf.

## Kapitel 5

enthält einen Selbsttest hinsichtlich des Potenzials für Maßnahmen im Bereich nachhaltige Mobilität sowie zwei Checklisten für deren Umsetzung. Diese Tools geben Betrieben einen kompakten Überblick über die wichtigsten Punkte, die bei der Umsetzung von Maßnahmen nachhaltiger Mobilität beachtet werden sollen. Weiters finden Sie eine Vorlage, wie Mobilitätsangebote in der jeweiligen Destination gesammelt und aufbereitet werden können.

# 1. Tourismus und Mobilität in Niederösterreich

## 1.1 Sanfte Mobilität im Tourismus

Niederösterreich ist ein Urlaubsland, das besonders aufgrund seiner vielfältigen Natur – Berge, Flusslandschaften, Wälder, Schutzgebiete, Wein­gärten u. v. m. – wertgeschätzt wird. Diese Resource „Natur“ gilt es nicht nur zu konsumieren und zu genießen, sondern auch zu schützen. Allen voran stellt die Klimakrise neue Herausforderungen an den Tourismus. Nachhaltigkeit und Regeneration spielen eine immer zentralere Rolle.

### NACHHALTIGER TOURISMUS

Laut UN-Welttourismusorganisation bedeutet nachhaltiger Tourismus, dass derzeitige und zukünftige ökonomische, sozio-kulturelle und ökologische Auswirkungen, die durch den Tourismus verursacht werden, umfassende Berücksichtigung finden und dabei selbstverständlich die Be-

dürfnisse der Gäste, der Tourismuswirtschaft, der Umwelt sowie der heimischen Bevölkerung berücksichtigt werden.<sup>1</sup>

### UMSETZUNG

Speziell für den Bereich Freizeit und Tourismus wurde 2019 der „Plan T – Masterplan für Tourismus“<sup>2</sup> entwickelt, um Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Weiterentwicklung im Tourismus zu schaffen. Nachfolgende vier Handlungsfelder spielen eine zentrale Rolle in der sanften Tourismusmobilität: Koordination und Kooperation, An- und Abreise, Mobilität vor Ort sowie Information und Kommunikation.

Die Positionierung als nachhaltiges Urlaubsland ist eines der wesentlichen Ziele der Tourismusstrategie Niederösterreich. Für die darin

definierte Zielgruppe<sup>3</sup> spielen die Themen Nachhaltigkeit und Regeneration<sup>4</sup>, insbesondere die sanfte Tourismusmobilität, eine bedeutende Rolle und werden als wichtiger Entscheidungsfaktor bei der Wahl des Urlaubszieles herangezogen. „Sanfte touristische Mobilität“ als Querschnittsthema, das alle Kompetenzfelder und Leitthemen begleitet, nimmt somit in der Tourismusstrategie einen relevanten Stellenwert ein. Zur nachhaltigen

Angebotsentwicklung zählt daher u. a. auch die Steigerung der nachhaltigen touristischen Mobilität und Konnektivität – sowohl bei der Anreise an den Ausflugs- bzw. Urlaubsort als auch bei der Fortbewegung vor Ort.

Die Niederösterreich Werbung und die Wirtschaftsagentur ecoplus versuchen, die sanfte Mobilität im Tourismus nach Möglichkeit zu unterstützen.

### Wie wichtig die Wahl des Verkehrsmittels für die Anreise sowie die Mobilität vor Ort aus dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit ist, zeigt ein einfaches Beispiel.

Eine Familie mit zwei Kindern unternimmt einen Tagesausflug von Wien nach Schloss Hof.

- Mit dem Pkw verursacht sie einen CO<sub>2</sub>-Ausstoß von 0,02 t CO<sub>2</sub>.
- Mit öffentlichen Verkehrsmitteln hingegen nur einen CO<sub>2</sub>-Ausstoß von 0,003 t CO<sub>2</sub>.

Mit dem Pkw wird damit fast sieben Mal mehr CO<sub>2</sub> ausgestoßen als bei der Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Zusätzlich werden Umwelt und Mensch durch Stickoxide und Feinstaub belastet. Das gilt es zu reduzieren.

### Leitgedanken hinsichtlich des Umgangs mit sanfter touristischer Mobilität:

Eine öffentliche Anreisemöglichkeit ist ein Marktvorteil, der unbedingt hervorgehoben werden soll.

Für die meisten Ausgangslagen gibt es Handlungsspielräume, um sanfte Mobilität zu fördern.

Es ist wichtig, die vorhandenen Angebote zu kommunizieren. Multiplikatoren, die bei der Kommunikation hilfreich sein können, müssen informiert und überzeugt werden.

<sup>1</sup> Bundesministerium Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (2021)

<sup>2</sup> Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus (2019)

<sup>3</sup> Strategischer Markenkompass 2024, Die Marke ‚Urlaub in Niederösterreich‘, S. 14 ff.

<sup>4</sup> Leitfaden „Regenerativer Tourismus in Niederösterreich“ (2024)

## 1.2 Niederösterreichs Gästetypen

Im Zusammenhang mit touristischer Mobilität sind vor allem zwei Gästetypen grundlegend zu unterscheiden: **Tagesgäste** und **Urlaubsgäste**. Diese Unterscheidung ist gerade dann wichtig, wenn es um die Mobilitätsbedürfnisse der Gäste sowie die Potenziale für sanfte Mobilität geht.

### MOBILITÄTSVERHALTEN DER TAGESGÄSTE

Tagestourismus umfasst alle Ausflüge in der Freizeit, bei denen das gewohnte Umfeld verlassen wird, jedoch nicht auswärts vom ständigen Wohnsitz übernachtet wird. Routinefahrten (z. B. zur Arbeit oder zum Einkauf für den täglichen Bedarf) zählen nicht dazu.

Niederösterreich verzeichnet ein Gesamtvolumen von rund 40 Mio. Tagesausflügen pro Jahr.<sup>5</sup> Auch bei diesen dominiert in Niederösterreich mit 83 % die Anreise mittels Pkw, nur 5 % nutzen die Bahn, lediglich 1 % den Bus.<sup>6</sup> Die Gründe können einerseits im noch lückenhaften Angebot auf der „letzten Meile“, andererseits im fehlenden Bewusstsein über alternative Anreisemöglichkeiten liegen. Zumindest letzteres können Betriebe mit gezielten Maßnahmen selbst in die Hand nehmen.

### MOBILITÄTSVERHALTEN DER URLAUBSGÄSTE

Urlaubsgäste verbringen mindestens eine Nacht an ihrem Reiseziel. Die Anreise erfolgt dabei größtenteils mit dem privaten Pkw.<sup>7</sup> Rund 80 % der Österreicher:innen nutzen den Pkw für mehrtägige Urlaubsreisen im Inland, hingegen nur 15 % die Bahn und 4 % den Bus. Neben der eigenen Autoverfügbarkeit und den Mobilitätsgewohnheiten im Alltag spielt vor allem das Reisegepäck eine große Rolle bei der Entscheidung für oder gegen eine öffentliche Anreise. Mobilitätsangebote müssen daher darauf Rücksicht nehmen.

Im Vorfeld eines Ausflugs recherchieren rund 20 % der Tagesgäste<sup>8</sup> noch weitere Informationen über das Ausflugsziel – wie Öffnungszeiten aber auch Anreisemöglichkeiten und Vor-Ort-Mobilität. Verlässliche Informationen über die Anreise mit Bahn und Bus sowie ein Mobilitätsangebot vor Ort sollten somit prominent auf der eigenen Website sowie auf Buchungsplattformen platziert sein.

Hier sind Besucher:innen zu berücksichtigen, die sich bereits für ein Ausflugsziel entschieden haben und noch von einer öffentlichen Anreise überzeugt werden können, oder auch potenzielle Gäste, die prioritär nach öffentlich erreichbaren Ausflugszielen suchen. Eine gewisse Lenkungswirkung auf die Wahl der Ausflugsziele besitzt die Niederösterreich-Card.

Im Rahmen einer eigenen Mobilitätsstudie<sup>9</sup> dazu gaben 42 % der Befragten an, schon einmal öffentlich zu einem Ausflugsziel der Niederösterreich-Card angereist zu sein. Von den restlichen 58 % können sich immerhin 60 % vorstellen, öffentlich anzureisen. Auch dies ist ein Zeichen dafür, dass das Potenzial für sanfte Mobilität im Tourismus noch nicht ausgeschöpft ist.

<sup>5</sup> Tourismus in Österreich (2019)

<sup>6</sup> Tourismusstrategie Niederösterreich 2025

<sup>7</sup> Tagestourismus in Niederösterreich (2017). Umfasst nur Tagesausflüge aus Wien, Niederösterreich und Oberösterreich, keine Tagesausflüge aus anderen Bundesländern bzw. grenzüberschreitende Tagesausflüge.

<sup>8</sup> Tagestourismus in Niederösterreich (2017). Umfasst nur Tagesausflüge aus Wien, Niederösterreich und Oberösterreich, keine Tagesausflüge aus anderen Bundesländern bzw. grenzüberschreitende Tagesausflüge.

<sup>9</sup> Ausflugsmobilitätsverhalten von aktiven Niederösterreich-CARD BesitzerInnen (2019)



Verlässliche Informationen über die Anreise und Vor-Ort-Mobilität können Gäste für eine öffentliche Anreise motivieren.

# 1.3 Potenziale für sanfte touristische Mobilität

In Niederösterreich ist der Pkw-Anteil sowohl bei Urlaubsreisen als auch Tagesausflügen derzeit noch dominierend. Grund dafür ist häufig das Bild, Niederösterreich sei das Bundesland „wo nichts fährt“ – so das Vorurteil der hartnäckigen Autonutzer:innen.

Dies stimmt schon längst nicht mehr: In vielen Regionen gibt es bereits gute Möglichkeiten, mit öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs zu sein. Häufig sind diese Angebote jedoch nicht bekannt – weder den Gästen noch den Einheimischen. **Touristiker:innen müssen sich daher zur Aufgabe machen, das Thema „sanfte touristische Mobilität“ aktiv zu kommunizieren, diese zu informieren und mit gut funktionierenden Vorschlägen zu inspirieren.**

### INFORMATION UND POSITIVE ERFAHRUNGEN

Nur durch positive Erfahrungen der Gäste wird sich das Bild langfristig ändern. Bei Gästen aus dem Raum Wien liegt der Motorisierungsgrad deutlich unter jenem von Niederösterreich und dem österreichischen Durchschnitt – Tendenz weiter sinkend.<sup>10</sup> Diese Zielgruppe, die an die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel gewohnt ist und sich quer über alle Altersgruppen erstreckt, bietet ein interessantes Potenzial. Findet sie keine Informationen zur öffentlichen Anreise, geht sie möglicherweise davon aus, dass eine solche nicht möglich

ist und wird, sofern im Besitz eines Führerscheins, die Anreise mit dem Pkw wählen – oder im schlechtesten Fall woanders hinfahren.

Wichtig ist zu betonen, dass jeder kleine Baustein dazu beiträgt, nachhaltige Mobilität zu fördern. Auch Gäste, die mit dem eigenen Pkw anreisen, können dazu ermutigt werden vor Ort auf alternative Mobilität umzusteigen und Wege zu Fuß, mit dem Fahrrad oder den vorhandenen öffentlichen Verkehrsmitteln zurückzulegen.

### MOBILITÄT ALS SERVICE

Zusammengefasst bedeutet das, dass uns allgemeine demografische und gesellschaftliche Entwicklungen bei dem Wunsch den Anteil der Pkws zu senken, sehr entgegenkommen. Die nachkommende Generation an Gästen stellt bereits andere Erwartungen an das Mobilitätsangebot und agiert bei der Verkehrsmittelwahl viel flexibler. „Mobilität“ wird zunehmend als Service betrachtet, das einfach zugänglich und komfortabel sein muss. Diesem Verständnis kommen etwa moderne Sharing- Systeme entgegen, aber auch im öffentlichen Verkehr gehen die aktuellen Bestrebungen nach Qualitätsverbesserung im Angebot und in den Flotten in diese Richtung. Idealerweise sollten über verschiedene Tools „digital und analog“ ausreichend Echtzeit-Informationen und direkte Buchungsmöglichkeiten geboten werden.

### Mobilität als Teil des touristischen Angebotes

**Der Qualitätsanspruch ist bei der Mobilität als Service – wie bei anderen Dienstleistungen auch - besonders hoch.** Im Tourismus muss Mobilität als Teil des touristischen Angebotes immer mitbetrachtet werden.



Mobilität muss als Teil des touristischen Angebotes, wie hier der Besuch im Bärenwald Arbesbach, betrachtet werden.



Tages- und Urlaubsgäste nutzen gerne die Schneebergbahn für die Fahrt auf den höchsten Berg Niederösterreichs.

<sup>10</sup> Kfz-Bestand und Bevölkerungsstand (2019)

## 1.4 Mobilitätsangebot in Niederösterreich

Der eigene Handlungsspielraum, vor allem aus Sicht eines touristischen Einzelbetriebes, ist selbstverständlich abhängig vom regional und lokal vorhandenen Mobilitätsangebot.

Niederösterreich ist durch eine disperse Siedlungsstruktur gekennzeichnet, die eine flächen-deckende Versorgung durch den öffentlichen Verkehr erschwert.

Bedarfsorientierte Systeme stellen in manchen Regionen bereits ein effizientes Zusatzangebot zum regulären Linienverkehr dar. Durch das Unterstützungsangebot des Verkehrsverbunds Ost-Region (VOR) und der Niederösterreichischen Landesregierung für Gemeinden und Regionen zur Entwicklung von solchen bedarfsorientierten Verkehrsangeboten wie beispielsweise

Anrufsammeltaxis (AST), Rufbusse oder Wandertaxis wird dieses wichtige Versorgungsangebot laufend erweitert.

### MOBILITÄTSANBIETER

Der **Verkehrsverbund Ost-Region (VOR)** nimmt eine zentrale Rolle für den öffentlichen Verkehr im Raum Niederösterreich, Wien und Burgenland ein. Er koordiniert die Netzplanung, Tarifgestaltung und Bestellung von Leistungen im Zusammenspiel mit seinen Partnerbetrieben.

Das **Bahnnetz** stellt das Rückgrat des öffentlichen Verkehrs dar und bedient die Achsen mit dem größten Bevölkerungspotenzial. Durch Niederösterreich verläuft mit der Weststrecke eine der wichtigsten Verkehrsadern Österreichs. Die



Unterwegs mit Kindern? Ohne selbst die Hände am Steuer haben zu müssen, reist es sich als Familie deutlich entspannter.



Das wichtigste Drehkreuz in Niederösterreich: der Hauptbahnhof St. Pölten.

**ÖBB Infrastruktur** betreibt neben der Weststrecke noch eine Vielzahl an Regionalstrecken.

Darüber hinaus gibt es weitere regionale Strecken, die von den **Niederösterreich Bahnen (NÖVOG)** und deren Subunternehmen<sup>11</sup> betrieben werden.

Das Grundangebot im **Busnetz** wird durch die NÖVOG geplant und bestellt.

Zusätzlich gibt es mehrere **"Anruf-Sammel-Taxis" (AST) und Rufbusse**<sup>12</sup> in Niederösterreich. Diese stellen eine ideale, bedarfsorientierte Ergänzung zum traditionellen Linienverkehr (Bus und Bahn) dar. Gäste können eine Fahrt telefonisch oder per Smartphone-App buchen. Infolgedessen wird man von Sammelstellen zur gewünschten Adresse gefahren bzw. beim Rufbus zwischen Bushaltestellen transportiert.

### SAISONALE ANGEBOTE

Neben den AST und Rufbussen, die nur auf Fahrtwunsch verkehren, werden in Niederösterreich auch **saisonale Busse** (z. B. Skibusse) betrieben, die nur eine beschränkte Zeit im Einsatz sind. Ein Beispiel dafür sind die Radtramper-Busse, die in den Sommermonaten auf ausgewählten Strecken mit Radanhängern unterwegs sind und so die Möglichkeit bieten, Ausflugsziele mit dem Rad zu erreichen.<sup>13</sup> Auch diese sind in der Fahrplanauskunft des VOR enthalten.

Der VOR betreibt mit dem „VOR AnachB Routenplaner“ auch das wichtigste Verkehrsinformationssystem für Niederösterreich, das als Website und mobile App verfügbar ist, und als Widget in Websites eingebunden werden kann. Mit der Verkehrsauskunft Österreich als Basis gibt der Routenplaner Auskunft über alle Verkehrsmodi (Maßnahme 2.1.1).

<sup>11</sup> Citybahn Waidhofen, Gemeindealpe Mitterbach, Mariazellerbahn, Reblaus Express, Schneebergbahn, Schneeberg Sesselbahn, Wachaubahn, Waldviertelbahn

<sup>12</sup> Dispositionszentrale für Anrufsammeltaxis und Rufbusse in Niederösterreich (2021)

<sup>13</sup> [www.vor.at/mobil/fahrrad-im-vor](http://www.vor.at/mobil/fahrrad-im-vor)



Mit Bus, Bahn und Rad unterwegs in Niederösterreich:  
Die öffentliche Anreise mit dem Rad im Gepäck  
ist auf vielen Strecken möglich.

## 2. Maßnahmen- vorschläge für Betriebe

„Mobilitätsmanagement im Bereich Freizeit und Tourismus“ ist in der österreichischen Tourismusbranche unter anderem durch das gleichnamige Beratungs- und Förderprogramm auf Bundesebene bekannt. **Mobilitätsmanagement** zielt grundsätzlich darauf ab, den Personenverkehr nachhaltiger zu gestalten.

Natürlich geht es dabei um die **Schaffung von geeigneten neuen bzw. um die Optimierung von bestehenden Mobilitätsangeboten**. Der Schwerpunkt liegt im Mobilitätsmanagement auf „sanf-

ten“ Maßnahmen aus den Bereichen Information, Kommunikation, Koordination und Organisation.<sup>1</sup>

Der Fokus des Leitfadens liegt auf Maßnahmen, die ein Betrieb selbst in seinem eigenen Wirkungsbereich umsetzen kann.

Der Wirkungsbereich eines Betriebes konzentriert sich vor allem auf die Gestaltung der **Vor-Ort-Mobilität** der Gäste sowie auf die umfassende **An- und Abreiseinformation**. Für diese Bereiche werden auf den folgenden Seiten praktische Maßnahmenideen vorgestellt.

### AKTIONSFELDER MOBILITÄTSMANAGEMENT IM TOURISMUS

#### Mobilitätsangebot in der An- und Abreise von Urlaubsgästen und Tagesgästen.

Ermöglichung oder Optimierung der Anreise von den Ausgangsorten der Gäste bis zum Zielort, also einschließlich der „letzten Meile“<sup>2</sup> ohne Nutzung eines eigenen Pkws.

#### Mobilitätsangebot für Gäste vor Ort. Betrieb kann selbst aktiv werden

#### Information und Kommunikation rund um das gesamte Mobilitätsangebot (An-/Abreise sowie vor Ort). Betrieb kann selbst aktiv werden

<sup>1</sup> Forschungsinformationssystem: Mobilitätsmanagement (2021)

<sup>2</sup> Die „letzte Meile“ bezeichnet den Weg zwischen einer höherrangigen Haltestelle (z. B. Regionalbahnhof) und dem Reiseziel. Im ländlichen Raum gibt es auf der „letzten Meile“ häufig kein reguläres Linienangebot, weshalb alternative Lösungen geschaffen werden müssen.

Das Schließen der „letzten Meile“ stellt meist die größte Herausforderung dar.



### WAS IST EINE GUTE ÖFFENTLICHE ERREICHBARKEIT?

Auch wenn es dafür keine allgemeingültige Definition gibt, sprechen folgende Kriterien jedenfalls für eine zumutbare öffentliche Anbindung:

- Die öffentliche Anreise ist sowohl werktags als auch an Wochenenden mehrmals täglich möglich.
- Der Fußweg zur nächsten Haltestelle ist kürzer als 1 km und sicher begehbar.
- Alternativ: Es gibt ein Anruf-Sammel-Taxi, das die Lücke von der ÖV-Haltestelle bis zum Ziel schließt.
- Alternativ: Der Betrieb bietet seinen Gästen einen eigenen Abholservice vom nächstgelegenen Bahnhof an.

#### PRAXISTIPP

##### „Ohne Auto zu uns in den Urlaub, wie soll das gehen?“

Während man in ländlichen Regionen, insbesondere für diverse Alltagswege, noch sehr stark vom eigenen Pkw abhängig ist, sind vor allem die Gäste aus dem städtischen Umfeld wie beispielsweise aus Wien sehr offen für die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel, weil sie es aus ihrem Alltag gewohnt sind. Es ist eine interessante Zielgruppe, die es zu erschließen gilt: Denn längst gilt nicht mehr der Spruch „Bahnreisen ist etwas für Arme“, sondern „Das Erlebnis beginnt bereits mit der Anreise“. Der Preis ist nicht das Argument – Sie sprechen durchaus eine kaufkräftige Zielgruppe an.

### SCHRITT FÜR SCHRITT ZUR PASSENDEN MASSNAHME

Entscheidet sich ein Betrieb dazu, im Bereich der sanften Tourismusmobilität aktiv zu werden, steht er zu Beginn meist vor der Frage: „Wie gehe ich das überhaupt an?“

Eine strukturierte Herangehensweise ist bei allen Projekten und Maßnahmen zu empfehlen. Eine Checkliste (Kapitel 5) schafft bei den wichtigsten Arbeitsschritten von der ersten Idee bis zur Umsetzung Orientierung. Die in der Checkliste genannten Anlaufstellen für Unterstützung bei der Entwicklung von Maßnahmen sowie deren Umsetzung sind in Kapitel 3 zusammengestellt.

## 2.1 Information und Marketing für nachhaltige Mobilität

#### PRAXISTIPP

##### Inspiration erwünscht

Nahezu keine andere Branche eignet sich so sehr dazu, Menschen zu inspirieren, wie der Tourismus. Wir können Geschichten erzählen über unsere Gastfreundschaft, über Genuss, unsere schmackhaften regionalen Produkte, über erholsame Nächte in ruhiger Umgebung – lassen wir das nicht bei der nachhaltigen Mobilität enden! Inspirieren wir unsere Gäste zum Umstieg auf nachhaltige Mobilität - sie sind bereit dafür!

### 2.1.1 Information über öffentliche Anreise und Mobilität vor Ort

#### Für welche Betriebe geeignet?

Nächtigungsbetriebe **und** Ausflugsziele/Gastronomie/Veranstaltungen

#### Zielgruppen:

Urlaubsgäste **und** Tagesgäste

#### Mögliche Kooperationspartner:innen

- Niederösterreich Werbung und/oder Destination
- Verkehrsverbund Ostregion (VOR)

#### Kostenrahmen (abhängig vom Fahrzeugmodell)

- weniger als 500 Euro bzw. 500 bis 1.000 Euro (Personalaufwand, geringer Kostenaufwand für etwaige Umgestaltung der Website oder von Drucksorten)

Um einen Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl von Tages- und Nächtigungsgästen zu haben, müssen die Möglichkeiten zur Anreise ohne Pkw und das Mobilitätsangebot vor Ort bereits im Vorhinein kommuniziert werden. Voraussetzung dafür sind korrekte aktuelle Informationen zur Anreise und

Mobilität vor Ort. Das ist vor allem für jene Gäste wichtig, die über keinen privaten Pkw verfügen. Für alle mit Pkw gilt: Je überzeugender das Angebot bzw. die Präsentation des Angebots ist, desto eher fällt die Entscheidung zugunsten der nachhaltigen Anreise mit dem öffentlichen Verkehr aus.

## MASSNAHMEN HINSICHTLICH ÖFFENTLICHER ANREISE

Folgende Mobilitätsinformationen sollten gut ersichtlich auf der eigenen Homepage platziert werden:

### Wie ist eine Anreise ohne privaten Pkw möglich?

- Informationen über die öffentliche Verkehrsanbindung sind mindestens so prominent zu platzieren wie jene über die Erreichbarkeit mit dem privaten Pkw. Motivierend formulierte Hinweise und der „VOR AnachB Routenplaner“ dürfen nicht fehlen.
- Ergänzende Zusatzangebote (z.B. ASTs) zum Linienverkehr in Niederösterreich sind im „VOR AnachB Routenplaner“ bereits abgebildet.
- Der Name der nächstgelegenen Haltestelle und eine Angabe zur Entfernung zum Ziel helfen bei der Orientierung und Planung.
- Wird ein eigener Abholservice vom Bahnhof angeboten (Maßnahme 2.2.6), müssen Informationen wie z. B. die Telefonnummer für Vorbestellungen und eine Angabe, wie lange im Voraus der Fahrtenwunsch angemeldet werden muss, angeführt werden.

Für Urlaubsgäste ist die Frage „**Wie bewege ich mich während meines Aufenthalts in der Region?**“ von hoher Relevanz.

- Beispielhaft können POIs (Points of Interest) aufgelistet werden, die gut mit Bus/Bahn erreichbar sind. Für die detaillierte Fahrplanauskunft dient hier der „VOR AnachB Routenplaner“ mit voreingestellter Startadresse.
- Ebenso können POIs genannt werden, die sich besonders für einen Ausflug mit dem (Leih-)Fahrrad eignen (ggf. Hinweis auf sichere Abstellmöglichkeit).
- Auch POIs, die im Zuge einer längeren Spazier-Route erreichbar sind, können hervorgehoben werden. Außerdem können generell Empfehlungen für attraktive Spazier-Routen, zum Beispiel mit Einkehrmöglichkeiten, gegeben werden.

Gut informiert und organisiert gelingt die Reise mit öffentlichen Verkehrsmitteln unbeschwert.



- Informationen zu Leih-Angeboten (Fahrzeuge, Sportgeräte) im Ort oder im eigenen Betrieb sollten zusammengestellt werden.
- Wenn in der Tourismusdestination eine integrierte Gäste-Mobilitätskarte angeboten wird, dürfen Informationen dazu nicht fehlen: Wo kann die Karte erworben werden? Welche Mobilitätsangebote sind inkludiert?

**Speziell für Tagesgäste** von Ausflugszielen/Gastronomie/Veranstaltungen ist an dieser Stelle als weiteres Incentive auf etwaige Sonderangebote (Kombitickets oder Vergünstigungen für Personen, die öffentlich anreisen) hinzuweisen.

**Speziell für Urlaubsgäste** ist es wichtig, zusätzlich in der Buchungsbestätigung auf die öffentliche Anreise aufmerksam zu machen.

**Die Informationen zur Anreise und Mobilität vor Ort müssen leicht auf der Website auffindbar sein, der Gast sollte förmlich darüber „stolpern“.** Idealerweise wird in der Hauptnavigation ein eigener Punkt „Anreise“ eingefügt. Zusätzliche Maßnahmen zur Bewerbung der autofreien Anreise sind die Bespielung diverser Kanäle (Buchungsplattformen wie booking.com, Google-Eintrag, gedruckte Broschüren, Social Media, Radiowerbung, Mailings, Morgenpost, Gästemappe etc.) und ein aktiver Hinweis bei Anfragen und Buchungen.

## DIE ÖFFENTLICHE ANREISE AUS SICHT DES GASTES

Für eine optimale Zusammenstellung der Mobilitäts- und Anreiseinformationen für die Gäste wird empfohlen, die **öffentliche Verkehrsanbindung genau zu recherchieren – bzw. auch auszuprobieren:** Zumindest gewisse Teilstrecken selbst zurückzulegen, insbesondere die „letzte Meile“ ab dem höherrangigen Bahnhof bis zum Betrieb zu prüfen, ist von Vorteil.

Unterschiedliche Mobilitätsbedürfnisse verschiedener Zielgruppen (aktive Menschen, die gerne zu Fuß gehen, Familien mit Kinderwagen oder mobilitätseingeschränkte Personen, die eine Transportmöglichkeit benötigen) sollten in dieser ersten Recherche Berücksichtigung finden.

Speziell für Urlaubsgäste sind neben einem zusätzlichen Mobilitätsangebot im Zielgebiet (Fahrräder, E-Bikes, (E-)Autoverleih, spezielles Rad- oder Fußgängerleitsystem oder private Shuttle-Angebote wie z. B. Wander- oder Skitaxi) auch ein Sportgeräteverleih wichtig. Denn die Möglichkeit, vor Ort seine Ausrüstung auszuleihen, führt zu einer wesentlichen Reduktion des eigenen Gepäcks und erleichtert wiederum die öffentliche Anreise. Hier bietet sich eine Kooperation mit Betrieben vor Ort an, durch die die eigenen Gäste deren Verleihangebote zu einem günstigeren Tarif nutzen dürfen.

Um den „VOR AnachB Routenplaner“ in die eigene Website einzubinden, verwenden Betriebe am besten das kostenlos verfügbare Widget des Verkehrsverbundes Ost-Region (VOR). Neben der einfachen Fahrplanauskunft werden auch Widgets für die Preisauskunft oder der Abfahrtsmonitor (alle Abfahrten und Ankünfte jeder gewünschten Haltestelle) angeboten. Auch eine Kombination der Widgets ist möglich. Die VOR-Widgets können unter [www.vor.at/fahrplan](http://www.vor.at/fahrplan) erstellt werden. Neben Sprachauswahl und der optionalen Kartendarstellung können Start- oder Zielpunkte (etwa die Adresse des eigenen Betriebes) voreingestellt werden. Hilfestellung bei technischen Fragen bietet das VOR-Team unter der E-Mail-Adresse [widget@vor.at](mailto:widget@vor.at).

Zusätzlich zu den online bereitgestellten Informationsmöglichkeiten können auf der VOR-Website verschiedene Fahrplaninformationen als PDF-Dokument zum selbst Ausdrucken heruntergeladen werden, z. B. Haltestellen-Aushang (Ab- und Ankunftszeiten der nächstgelegenen Haltestelle) oder Linienfahrpläne einer bestimmten Linie. Diese Ausdrücke können Betriebe ihren Gästen – etwa als Handzettel in einer Gästemappe oder als Aushang an der Rezeption bzw. im Eingangsbereich – zur Verfügung stellen.

## BEISPIELE AUS DER PRAXIS

### Nächtigungsbetriebe:

Relax-Resort Kothmühle, [www.kothmuehle.at/de/die-kothmuehle/lage-anreise](http://www.kothmuehle.at/de/die-kothmuehle/lage-anreise)

Familien Landhotel Stern, [www.hotelstern.at](http://www.hotelstern.at)

### Ausflugsziele/Gastronomie/Veranstaltungen:

Schloss Grafenegg,

[www.grafenegg.com/de/besuch](http://www.grafenegg.com/de/besuch)

## PRAXISTIPP

„Puh, sind wir geschafft. Stundenlang im Stau, und das bei 35 °C.“

**Zusätzlich ständig die Frage der Kinder, ob wir schon da sind.“**

Kennen Sie das, wenn Gäste fix und fertig beim Check-in ankommen? Vielleicht fragen Sie das nächste Mal: „Wäre eine öffentliche Anreise nicht für Sie in Frage gekommen?“ Womöglich ist der Großteil Ihrer Gäste davon ausgegangen, dass Sie mit öffentlichen Verkehrsmitteln gar nicht erreichbar sind. Beugen Sie dem mit kompakten Informationen auf Ihrer Website, in Ihren Einträgen auf den Buchungsplattformen oder in der Buchungsbestätigung vor. Zusätzlich können Sie eine Fahrt per Bahn oder Zug bereits als Teil des Erlebnisses verkaufen, bei der man sich entspannt auf Familie und Freund:innen konzentrieren kann.



Ein durchgängiges Mobilitätssystem für unterschiedliche Bedürfnisse sollte immer verständlich kommuniziert werden.

## 2.1.2 Gäste-Kommunikation und Mitarbeiter:innen-Schulung

### Für welche Betriebe geeignet?

Nächtigungsbetriebe **und** Ausflugsziele/Gastronomie/Veranstaltungen

### Zielgruppen:

Urlaubsgäste **und** Tagesgäste

### Mögliche Kooperationspartner:innen

- Gastgebercoaches
- E-Learning-Plattform

### Kostenrahmen (abhängig vom Fahrzeugmodell)

- weniger als 500 Euro bzw. 500 bis 1.000 Euro (Personalkosten für Mitarbeiter:innen, die an der Schulung teilnehmen, ggf. Zukauf von externer Beratung)

Nicht nur die Website des Betriebes und/oder der Veranstaltung liefern wichtige Informationen hinsichtlich Anreise und Angebot vor Ort, auch der **persönliche Kontakt mit den Mitarbeiter:innen** am Telefon, im Betrieb selbst oder am Veranstaltungsgelände spielt eine wesentliche Rolle. Die eigenen Mitarbeiter:innen sollten daher entsprechend geschult sein, um kompetent alternative Anreisemöglichkeiten erklären und auf Angebote vor Ort hinweisen zu können, um dem Gast so eine Anreise ohne Auto schmackhaft zu machen. Sie sollten auch Auskunft über Haltestellen in der nahen Umgebung, die wichtigsten Ankunft- und Abfahrtszeiten und eventuelle bedarfsorientierte Zusatzangebote geben können.

Auch wenn die Anreise per se nicht in den direkten Zuständigkeitsbereich des Betriebs bzw. der Veranstaltung fällt, bewertet der Gast einen Aufenthalt als Ganzes inklusive An- und Abreise, er nimmt ihn als Gesamterlebnis wahr. Das bedeutet: Je nach Zufriedenheit mit der An- und Abreise fällt auch das Urteil über den Betrieb oder die Veranstaltung aus.

Mitarbeiter:innen von Nächtigungsbetrieben haben zudem auch vor Ort einen wesentlichen Einfluss auf die Aktivitäten und damit das Mobilitätsverhalten der Gäste: von Ausflugstipps bis hin zur persönlichen Beratung, wo etwaiges Equipment (Fahrrad, Skiausrüstung, Wanderstöcke etc.) ausgeliehen werden kann.

### DIE DIREKTE KOMMUNIKATION MIT DEM GAST

Wie bereits erwähnt, sollen Mitarbeiter:innen zusätzlich zu den Informationen auf der eigenen Homepage (Maßnahme 2.1.1) ausreichend geschult sein, um über diverse Anreisemöglichkeiten und Angebote (Bus, Bahn, Fahrrad, zu Fuß etc.) sowie Lösungen für die Überwindung der „letzten Meile“ informieren zu können. Eine **Infomappe für das Personal** mit allen Mobilitätsinformationen (einschließlich ausgedruckter, aktueller Fahrpläne) und ergänzenden Hinweisen für die Beratung von Gästen kann dabei hilfreich sein.

Falls Ihr Betrieb oder Ihre Veranstaltung den Verleih von (E-)Bikes und (E-)Pkw forciert, sollten die Mitarbeiter:innen auch dahingehend geschult sein, technische Fragen beantworten und eine Einschulung geben zu können.

#### Allgemeine Kommunikationsmaßnahmen:

- Erarbeitung einer Kommunikationsstrategie
- Informationen zur öffentlichen Anreise (günstige Verbindungen, Platzreservierungen)
- Auflage von diversen Karten (Umgebungskarte, Wanderkarte, Pistenplan etc.)
- Information zu Spartickets/Kombitickets
- Bewusstsein schaffen durch die Veröffentlichung von Bildern auf der Homepage, Social Media o. ä. von Gästen, die öffentlich angereist sind

#### Kommunikationsmaßnahmen speziell für Nächtigungsbetriebe:

- Informationen über öffentliche Verkehrsangebote in der Region (Skibus, Wandertaxi, Shuttle etc.)
- Informationen über eine etwaige Gästekarte
- Information zum Gepäcktransport der ÖBB (Haus-Haus-Gepäck)
- Informationen über das Angebot im Haus (Haartrockner, Hand- und Badetücher etc.), um somit die Reisetasche leichter werden zu lassen
- Informationen über Verleiheangebot in der Region
- Tipps in der Gästemappe, Morgenpost, Infoboard, Social Media etc. zu Ausflügen, die zu Fuß oder per Rad erreicht werden können

Durch die Beratung vor Ort hinsichtlich der Freizeitmöglichkeiten, die gut ohne privates Auto erreichbar sind, sollen sowohl Gäste, die bereits ohne Auto angereist sind, aber noch dringender diejenigen, die mit dem Auto angereist sind, dazu motiviert werden, sich für Aktivitäten zu Fuß, mit dem Rad oder mit Bus/Bahn zu entscheiden.

#### Kommunikationsmaßnahmen speziell für Ausflugsziele/Gastronomie/Veranstaltungen:

- Bildschirme/Infotafeln mit aktuellen Abfahrtszeiten der nächsten Busse/Züge

**Allgemein gilt:** Vorschläge, die gut aufbereitet sind und in der Umsetzung gut funktionieren, werden von den Gästen angenommen und schlagen sich in der Zufriedenheit nieder. Wer zufrieden ist, wird wiederkommen bzw. wird der Gast, der zuvor kritisch eingestellt war, nun mutiger werden und künftig ohne Pkw anreisen.

#### UMSETZUNG VON MASSNAHMEN ZUR DIREKTEN KOMMUNIKATION

Die oben genannten Maßnahmen können einen nennenswerten Effekt auf das Mobilitätsverhalten der Gäste haben, indem sie zum Beispiel ein Umdenken/Ausprobieren während des Aufenthalts oder von vornherein eine andere Verkehrsmittelwahl beim nächsten Urlaub bewirken. Dies schont nicht nur die Umwelt, sondern führt auch zu einer Parkplatzreduktion vor Ort. Daher lohnt es sich, einen gewissen Aufwand in die Schulung der eigenen Mitarbeiter:innen mit direktem Kunden:innen-Kontakt zu investieren – sowohl derer in Nächtigungsbetrieben (Rezeption, Service, Wellnessabteilung etc.) als auch jener von Ausflugszielen/Gastronomie/Veranstaltungen (Servicepersonal, Security, Ticketverkauf etc.). Ebenso sollten die Marketing-Verantwortlichen zu solchen Schulungen eingeladen werden, um die richtigen Kommunikationsmaßnahmen ableiten zu können. In der Regel kann eine einfache Schulung ohne Hinzuziehen von externen Experten:innen selbst durchgeführt werden. Eine gewisse Basis ist schließlich durch die Aufbereitung von Informationen (Maßnahme 2.1.1) bereits vorhanden.

#### Folgende Schritte sind für eine Schulung der Mitarbeiter:innen zu empfehlen:

- Informationen aus Maßnahme 2.1.1 als Basis heranziehen und mit den Mitarbeiter:innen ausführlich besprechen und diskutieren.
- Gemeinsame Kommunikationslinie gegenüber Gästen entwickeln:
  - Festlegen, in welchen Situationen im Kontakt mit (potenziellen) Gästen proaktiv Information über Mobilität erwähnt werden soll.
  - Gemeinsames Durchspielen von Szenarien mit möglichen Fragen von Gästen und passenden Antworten, darunter mobilitätsspezifische

Fragen, aber auch allgemeine Fragen, bei deren Beantwortung dennoch auf Mobilitätsangebote hingewiesen werden kann (z. B. Tipps für Ausflugsziele).

- Ernennung einer Mobilitätsexpertin bzw. eines Mobilitätsexperten als Ansprechperson zu Mobilitätsfragen und -neuerungen für die anderen Mitarbeiter:innen.
- Durchführung einer technischen Schulung für Sportgeräte, eigene Leihfahrzeuge, (E-)Bikes und (E-)Autos sowie Ladestationen (falls vorhanden), ggf. durch engagiertes Fachpersonal.

#### BEISPIELE AUS DER PRAXIS

##### Nächtigungsbetriebe:

[Biohotel Grafenast](http://www.grafenast.at/anreise), [www.grafenast.at/anreise](http://www.grafenast.at/anreise)

##### Ausflugsziele/Gastronomie/Veranstaltungen:

[Römerstadt Carnuntum](http://www.carnuntum.at/de/anreise), [www.carnuntum.at/de/anreise](http://www.carnuntum.at/de/anreise)

#### PRAXISTIPP für Nächtigungsbetriebe

**„Dann empfehle ich dem Gast, sein Auto daheimzulassen, und er ist anschließend unzufrieden und gibt eine schlechte Bewertung ab.“**

Dieser Aussage kann entgegengewirkt werden. Oft meinen wir selbst noch, dass man ohne Pkw nirgendwo hinkommt. Dabei gibt es schon viele gute Angebote – sie müssen nur kommuniziert werden! Zum anderen: Halten Sie transparente Informationen zur Erreichbarkeit und Mobilität vor Ort bereit. Wenn der Gast sieht, wie die nächste Haltestelle heißt, wie weit sie entfernt ist und welche Möglichkeiten vor Ort vorhanden sind, kann er selbst entscheiden, ob das für ihn machbar ist.

#### PRAXISTIPP für Ausflugsziele/Gastronomie/Veranstaltungen

**„Ist der Bus schon weg?“**

Eine häufig gestellte Frage. Informieren Sie den Gast schon im Innenbereich Ihres Betriebes mit einer digitalen Anzeige über die nächsten Busverbindungen. Die Echtzeitdaten zeigen eventuelle Verspätungen an, so kann der Gast bequem im Eingangsbereich oder einer ansprechend gestalteten, vor Wind und Wetter geschützten Haltestelle warten.

## 2.1.3 Kombi-Angebote und Incentives

### Für welche Betriebe geeignet?

Nächtigungsbetriebe **und** Ausflugsziele/Veranstaltungen

### Zielgruppen:

Urlaubsgäste **und** Tagesgäste

### Mögliche Kooperationspartner:innen

- Destination
- Niederösterreich Bahnen
- ÖBB Railtours

### Kostenrahmen (abhängig vom Fahrzeugmodell)

- Kosten in Höhe des gewährten Rabattes bzw. in Höhe der zur Verfügung gestellten Leistung

**Gut** aufbereitete Informationen über eine ausreichende öffentliche Anreisemöglichkeit können bereits Anlass genug sein, das eigene Auto zu Hause zu lassen. Sofern die Anreise mit Bahn oder Bus realistisch ist – unter Umständen ergänzt durch ein Zusatzangebot für die Überwindung der „letzten Meile“ (Maßnahme 2.2.6) – können Betriebe zusätzliche Anreize schaffen.

### MÖGLICHKEITEN FÜR KOMBI-ANGEBOTE UND INCENTIVES

#### Allgemeine Anreize:

- Bonus oder Anerkennung für Gäste, die nachweislich mit Bahn oder Bus angereist sind. Diese Anerkennung muss nicht immer monetären Wert haben.

#### Maßnahmen für Nächtigungsbetriebe:

- Gästekarte: Sofern in der Gästekarte Mobilitätsleistungen inkludiert sind, können diese kommuniziert werden. ACHTUNG – es handelt sich um einen Mehrwert und nicht um eine Gratisleistung!

- Incentives für eine öffentliche Anreise:

- Kostenlos zur Verfügung gestellte Leih-(E-)Fahrräder für eine gewisse Dauer
- Kleine Aufmerksamkeit bei Abgabe des Autoschlüssels für die Aufenthaltsdauer
- Kooperation mit Reiseorganisationen: Vor allem für größere Betriebe in der Nähe von Fernverkehrsbahnhöfen (z. B. St. Pölten) ist eine Kooperation mit Railtours Austria, dem Reisebüro der ÖBB, durchaus interessant. Railtours Austria schnürt ein Package aus Übernachtung und Bahnfahrt und vertreibt dies über die eigenen Kanäle.

#### Maßnahmen für Ausflugsziele/Veranstaltungen:

Für touristische Betriebe in Niederösterreich bieten sich folgende Anreize in Form von Kombi-Tickets an:

- ÖBB Plus: Mit „ÖBB Plus“ können im ÖBB-Ticketshop zur Fahrkarte weitere tagestouristische bzw. Freizeit-Angebote am Zielort wie etwa ein Skipass oder ein Eintritt in eine Freizeiteinrichtung direkt mitgebucht werden.

- WESTbahn-Kooperationen: Mit einem WESTbahn-Ticket gibt es bei ausgewählten touristischen Zielen (darunter auch Nächtigungsbetrieben) eine Ermäßigung.
- Kombiangebote mit Niederösterreich Bahnen:
  - Einige Bahnen bieten ebenfalls Kombiangebote aus Bahnticket und Eintrittskarte in ein touristisches Ausflugsziel an.
  - Der Naturpark Ötscher Tormäuer bietet ein Kombiticket: Eintritt und entspannte Anreise mit der Mariazellerbahn. Das Produkt ist seit einigen Jahren ein voller Erfolg. So entspannt nicht nur der Gast, sondern auch die Natur.

#### Zusätzliche Goodies:

Z. B. ein Gratisgetränk bei öffentlicher Anreise zur Veranstaltung.

Grundsätzlich gilt: Um die gewünschte Wirkung zu erzielen, müssen die Angebote prominent auf der Website und anderen Kommunikationskanälen (z. B. Buchungsplattformen, Social Media, Partnerbetriebe) beworben.

### UMSETZUNG VON KOMBI-ANGEBOTEN UND INCENTIVES

Für eine Kooperation mit der ÖBB ist ein Vertrag abzuschließen. Mit dieser Partnerschaft kann dem Gast ein Kombiticket (Bahnkarte = Rabatt auf Eintrittskarte) zu bestimmten Konditionen angeboten werden. Der Gast muss dabei den Gutschein für die Eintrittskarte z. B. online im ÖBB-Ticketshop erwerben.

Achtung: Hier ist darauf hinzuweisen, dass auf jeden Fall ein ausgedrucktes Ticket zur Rabattbestätigung erforderlich ist.

Möchte ein Betrieb selbst ein Package erstellen, sind die Voraussetzungen gemäß der geltenden Fassung des Pauschalreisegesetzes vorab genau zu prüfen. Mit dem Anbieten einer Pauschalreise wird ein Betrieb nämlich zum Reiseveranstalter, wofür grundsätzlich eine Gewerbeberechtigung

für Reisebüros erforderlich ist. Damit verbunden sind außerdem besondere Informationspflichten und unter Umständen auch ein erweiterter Haftungsumfang. Einfacher ist es daher, auf die vorgestellten Kooperationsmöglichkeiten mit Verkehrsanbieter:innen zurückzugreifen.

Darüber hinaus sei auf verschiedene Kombinationsangebote von Destinationen wie etwa die „Wilde Wunder Card“ im Mostviertel, mit der Bahn und Bus zum halben Preis genutzt werden können, hingewiesen. Nächtigungsbetriebe können „Wilde Wunder-Gastgeber:innen“ werden und dieses attraktive Angebot auch ihren Gästen kommunizieren.

#### Beispiel der Kosten für Railtours Austria

##### Kooperation:

Für Kombitickets (Zugticket = Rabatt auf Eintrittskarte) ist eine Provision in Höhe von mind. 20 % pro Kombiticket auf den offiziellen Eintrittspreis an die ÖBB abzugeben. Von dieser Provision wird wiederum die Hälfte als Rabatt für das Ticketangebot des Gastes verwendet. Gewähren Sie einen höheren Rabatt, z. B. in Höhe von 30 % des Eintrittspreises für das Kombi-Ticket, fließen 15 % zur ÖBB und die restlichen 15 % reduzieren den Eintrittspreis für den Gast, wenn dieser ein Kombi-Ticket erwirbt.

Die Abrechnung der Provision erfolgt monatlich basierend auf der Anzahl der verkauften Tickets. Für eine Marketingkooperation wird ein Vertrag zwischen ÖBB und Ausflugsziel abgeschlossen. Folgende Marketingleistungen sind inkludiert:

- Präsentation des Ausflugsziels im Online-Ticketshop der ÖBB mit Hinweis auf das Kombiticket bei der Buchung der Zugfahrt
- Präsentation des Ausflugsziels in Foldern und auf der Webseite der ÖBB

## BEISPIELE AUS DER PRAXIS

### Nächtigungsbetriebe:

#### Naturhotel Chesa Valisa im Kleinwalsertal „Käse-für-Kilometer-Askese“

Bei Abgabe des Autoschlüssels erhält der Gast als Dankeschön ein Stück Bergkäse und kann kostenlos ein Mountainbike oder eine Langlaufausrüstung ausleihen.

#### Familien Landhotel Stern

Gäste erhalten 5 % Rabatt auf den Zimmerpreis für die Grüne Anreise und eine kostenlose Abholung vom Bahnhof.

#### Boutiquehotel Stadthalle

Grüner Bonus in Höhe von 10 % Rabatt auf den Zimmerpreis bei Anreise mit dem Zug oder Fahrrad. Gültig, wenn die gesamte Anreise klimafreundlich erfolgt.

#### Railtours Austria

Wechselnde Angebote für Bahnreise und Nächtigung inkl. Eintrittskarten.

### Ausflugziele/Gastronomie/Veranstaltungen:

#### ÖBB-Plus-Angebot und Rax-Seilbahn

Das ÖBB-Plus-Ticket kombiniert das ÖBB-Ticket (ohne Ermäßigung) mit einer ermäßigten Berg- und Talfahrt mit der Rax-Seilbahn.

#### Wachaubahn

(Saisonal wechselnde) Kombi-Angebote beinhalten die Bahnfahrt sowie unterschiedliche Vergünstigungen.

## PRAXISTIPP für Nächtigungsbetriebe

### „Mobilität in der Gästekarte – prima!“

Gästekarten, in welchen die Mobilität enthalten ist, sind für Unterkunftsbetriebe ein feines Instrument, die Mobilität vor Ort in ihr Angebot zu integrieren. Machen Sie den Gast auf diesen Mehrwert aufmerksam!

## PRAXISTIPP für Ausflugsziele/Gastronomie/Veranstaltungen

### „Lieber gemütlich als kompliziert – Urlaub beginnt bei der Buchung“

Nicht der dadurch eventuell entstehende Preisvorteil, sondern die Bequemlichkeit, alles auf einmal buchen zu können, ist oftmals ausschlaggebend für die Gäste. Besonders gut lässt sich das bei Ausflugszielen mit der Kombination von Eintrittstickets und Anreise umsetzen!

## 2.2 Eigene Mobilitätsangebote für die Gäste



Durch Reduktion von Gepäck wird die öffentliche Anreise für Gäste im wahrsten Sinne des Wortes leichter und somit auch attraktiver.

## PRAXISTIPP

### „Aber was mache ich vor Ort ohne Auto?“

Neben dem Gepäcktransport ist der Wunsch nach Mobilität am Urlaubsort der meistgenannte Grund für die Verwendung des eigenen Fahrzeuges. Dieser Sorge können Sie vorbeugen, indem Sie nicht nur auf diverse Möglichkeiten der Mobilitätsangebote vor Ort hinweisen, sondern auch selbst Mobilitätsangebote schaffen. Diese können durchaus auch von Ihnen und Ihren Mitarbeiter:innen genutzt werden.

## 2.2.1. E-Mobilitäts-Leihangebote

### Für welche Betriebe geeignet?

Nächtigungsbetriebe und Ausflugsziele

### Zielgruppen

Urlaubsgäste und Tagesgäste

### Mögliche Kooperationspartner:innen

- Diverse Full-Service-Anbieter:innen
- Energieunternehmen

### Kostenrahmen (abhängig vom Fahrzeugmodell)

- weniger als 500 Euro bzw. 500 bis 1.000 Euro für Fahrräder
- 1.000 bis 2.000 Euro bzw. 2.000 bis 5.000 Euro für E-Fahrräder und Lastenräder
- 5.000 bis 10.000 Euro für E-Leichtfahrzeuge (Klasse L7e) z. B. Renault Twizy
- weniger als 20.000 Euro für E-Pkws

Nicht selten gibt es bereits im Ort ein vom Tourismusverband eingesetztes Verleihsystem. In diesem Fall ist es sinnvoll, die eigenen Gäste darauf aufmerksam zu machen. Gibt es kein Angebot in der Nähe, ist es auch für einzelne Tourismusbetriebe denkbar, einen eigenen kleinen Fahrzeugverleih zu organisieren. Im Ergebnis stellt der Betrieb seinen Gästen (E-)Fahrzeuge entweder kostenlos oder gegen eine Gebühr zur Nutzung zur Verfügung. In Frage kommen grundsätzlich unter anderem E-Pkws, E-Bikes, normale Fahr- oder auch Lastenräder, die zur Mitnahme von Kindern oder Hunden geeignet sind. Bei den einzelnen Kategorien gibt es wiederum eine große Auswahl an verschiedenen Modellen.

### MÖGLICHKEITEN FÜR E-MOBILITÄTS-LEIHANGEBOTE

Die Wahl der Fahrzeugart und des Modells sollte an die eigene Gästestruktur angepasst werden. Dabei spielen das durchschnittliche Alter, die Gruppengröße (Singles, Paare, Familien) und die Sportlichkeit der Gäste eine Rolle. Neben diesen Kriterien ist natürlich auch die Topografie der Umgebung zu berücksichtigen. So sind die in Frage kommenden Fahrrad-Modelle z. B. auf Geländegängigkeit, Akkuleistung (v. a. bei vielen Steigungen) und -laufzeit sowie auf komfortablen Einstieg zu überprüfen.

Zusatzequipment wie Helme in verschiedenen Größen, Beleuchtung, Fahrradkorb, Fahrradschloss sollte ebenfalls bereitgestellt werden. Bei

Gerade auf Reisen ist man meist offen für Neues. So lernen Gäste neue Möglichkeiten der Fortbewegung kennen und adaptieren diese auch im Alltag.

E-Pkws ist eventuell die Größe des Kofferraums (für Sportgeräte oder Kinderwägen) zu prüfen und die Anschaffung eines Kindersitzes anzudenken.

Die Einsatzmöglichkeit von E-Bikes und Fahrrädern ist meistens auf die Sommersaison beschränkt. E-Pkws können hingegen das ganze Jahr über genutzt werden. Hier ist allerdings zu bedenken, dass die Reichweite (bei E-Pkws der mittleren Preisklasse dzt. zwischen 100 und 500 km) in der kälteren Jahreszeit eventuell geringer ausfallen kann. Wird ein E-Pkw nicht gemietet sondern gekauft, sollte unbedingt eine zusätzliche Nutzung (z. B. betriebsintern oder für Mitarbeiter:innen) zur besseren Auslastung während der touristisch schwächeren Monate angedacht werden.

Werden E-Fahrzeuge angeboten, müssen natürlich auch entsprechende Lademöglichkeiten im Betrieb installiert werden, wobei dies im Falle eines E-Pkws ungleich aufwendiger als bei E-Bikes ist. In einem attraktiven Gesamtpaket dürfen Informationen über geeignete (E-)Bike-Routen in verschiedenen Schwierigkeitsstufen, ggf. die Lage von Ladestationen zum Zwischenladen bei längeren Touren sowie eine Telefonnummer für Notfälle nicht fehlen.

Vor allem bei Elektrofahrzeugen sollte vor der ersten Nutzung durch den Gast unbedingt eine kurze Einschulung durch kompetentes Personal gegeben sein. Übrigens können Leihfahrzeuge gleichzeitig als mobile Werbefläche für den eigenen Betrieb dienen, indem sie mit speziellen Aufklebern gebrandet werden.



E-Mobilität vereint Sportlichkeit, Genuss und umweltfreundliches Reisen. Sie eröffnet neue Wege. Ein Gewinn für alle.



## UMSETZUNG VON E-MOBILITÄTS-LEIHANGEBOTEN

Für die **Umsetzung eines Verleihs** stehen mittlerweile verschiedene Gesamtsystemlösungen zur Verfügung, bei denen Anbieter:innen nicht nur die aktuellen Fahrzeugmodelle bereitstellen, sondern auch die Wartung bzw. allfällige Reparaturen übernehmen und teilweise sogar ein zentrales Buchungssystem führen. Die Fahrzeuge können wahlweise nur saisonal angemietet werden, wodurch außerhalb der touristischen Saison kein Platz zur Lagerung benötigt wird.

Die Alternative zu dieser Miet-Variante ist der Kauf von Fahrzeugen. Zu berücksichtigen ist, dass insbesondere E-Bike-Modelle aufgrund der ständigen Weiterentwicklung relativ schnell nicht mehr dem Stand der Technik entsprechen und die Lebensdauer der Akkus nach wie vor beschränkt ist.

Für beide Varianten (Miete und Kauf) kann die **klimaaktiv mobil Bundesförderung für die För-**

**derung für E-Fahrräder, (E-)Transporträder und (E-)Falträder** in Anspruch<sup>5</sup> genommen werden (Stand März 2024).

Einen Überblick über verschiedene Fahrzeugmodelle bietet die Website **topprodukte.at** von **klimaaktiv mobil**<sup>4</sup>. Anschließend kann zum Beispiel bei Fahrzeughändler:innen in der Nähe nach dem gewünschten Modell nachgefragt werden. Auch Online-Anbieter:innen gibt es mittlerweile viele. Diverse Full-Service-Anbieter:innen sind über eine kurze Internetrecherche sehr leicht zu finden.

Informationen zur Errichtung von Lademöglichkeiten finden sich auch unter Maßnahme 2.2.2.

## BEISPIELE AUS DER PRAXIS

### Nächtigungsbetriebe:

#### Loisium Wein und Spa

Hotelgäste erhalten unter Bekanntgabe der Buchungs- bzw. Zimmernummer 10 % auf alle Leistungen in der BikeWelt.<sup>5</sup>

#### Familien Landhotel Stern

E-Fahrzeuge werden als Teil des Mobilitätsangebotes für die Gäste während des Aufenthaltes angeboten.<sup>6</sup>

## PRAXISTIPP

### „Urlaub ist die Zeit, einmal etwas Neues auszuprobieren!“

Freizeit ist Lebenszeit: Viele Menschen wollen sich im Urlaub verändern und anders zurückkehren. Unter anderem möchte jeder Sechste künftig mehr Rad fahren! Warum also nicht einmal ausprobieren, wie entspannt man mit dem E-Auto oder einem (E-)Bike die Gegend erkunden kann?

## 2.2.2. Angebote für Gäste mit eigenen E-Fahrzeugen

### Für welche Betriebe geeignet?

Nächtigungsbetriebe **und** Ausflugsziele/Gastronomie/Veranstaltungen

### Zielgruppen:

Urlaubsgäste **und** Tagesgäste

### Mögliche Kooperationspartner:innen

• Energieunternehmen

### Kostenrahmen (abhängig vom Fahrzeugmodell)

Die Kosten für die Errichtung einer Lademöglichkeit sind abhängig von Modell (z. B. Wallbox, Ladesäule), Ladeleistung (Normalladen oder Schnellladen), Zusatzfunktionen (wie etwa Display) und letztendlich von den Anbieter:innen.

Größenordnung: Wallbox 500 bis 2.000 Euro, Ladesäule 5.000 bis 15.000 Euro

Neben den Kosten für die Ladevorrichtung selbst können je nach Voraussetzung auch Kosten für Montage- und Elektroarbeiten anfallen.

Der Anteil an E-Autos auf Österreichs Straßen wird weiter steigen. Somit werden sich auch unter den eigenen Gästen immer mehr E-Auto-Besitzer:innen finden. Das besondere Service für Gäste, die mit eigenen E-Pkws, E-Motorrädern oder E-Bikes anreisen, kann einerseits das Bereitstellen von Lademöglichkeiten im eigenen Betrieb sein, andererseits kann ein spezielles Informationspaket geschnürt werden.

Die bereitgestellten Informationen können von der Übersicht über Lademöglichkeiten in der Region bis zu selbst entwickelten Ausflugstouren mit dem E-Fahrzeug reichen. Eine Übersicht über die E-Mobilitätsangebote der Energieunternehmen Österreichs finden sich unter [www.beoe.at](http://www.beoe.at).

Bei der Errichtung von Lademöglichkeiten sollten zuerst die Anforderungen aufgrund der Zielgruppen ermittelt werden. Demnach ist

etwa zu entscheiden, ob nur E-Bikes oder auch E-Pkws geladen werden sollen, welche Ladezeiten in Frage kommen bzw. welche Möglichkeiten die technischen Voraussetzungen vor Ort überhaupt erlauben.

Mit einem E-Ladeangebot können Nächtigungsbetriebe eine neue Kund:innen-Gruppe erschließen, und auch für Gastronomiebetriebe kann das Anbieten einer E-Ladeinfrastruktur Vorteile bieten. Gäste, die auf der Reise zu einem Ausflugsziel sind, können gemütlich eine Pause einlegen und während des Ladevorgangs Speisen und Getränke konsumieren.

Wichtig ist in diesen Fällen, dass die eigene E-Tankstelle in öffentlichen E-Tankstellenverzeichnissen eingetragen ist und auch im Vorbeifahren gut ersichtlich ist.

<sup>5</sup> [www.klimaaktiv.at/foerderungen/radfoerderungen.html](http://www.klimaaktiv.at/foerderungen/radfoerderungen.html)

<sup>4</sup> Bundesweites Förder- und Beratungsprogramm für klimafreundliche Mobilität

<sup>5</sup> Stand Januar 2025

<sup>6</sup> Stand Januar 2025



E-Mobilität ist aus der Verkehrslandschaft nicht mehr wegzudenken. Immer mehr Gäste setzen eine gut ausgebaute Infrastruktur für E-Fahrzeuge voraus.

## UMSETZUNG VON ANGEBOTEN FÜR GÄSTE MIT EIGENEN E-FAHRZEUGEN

Die angebotenen Ausbaustufen liegen nicht nur in der Ladeleistung und -dauer, sondern auch preislich weit auseinander. Im Gastronomiebereich sollte man zu Ladevorrichtungen für beschleunigtes Laden greifen. Bei einer Ladeleistung von 22 kW dauert eine Vollladung in Abhängigkeit der Batteriegröße zwischen 1,4 und drei Stunden. Bei einer Ladeleistung von 150 kW verringert sich die Ladezeit auf 0,2 bis 0,4 Stunden.<sup>7</sup>

Nächtigungsbetriebe sind flexibler, da für ihre Gäste auch Laden über Nacht möglich ist. Hier könnten auch Wallboxen ausreichen, die in der Regel Ladeleistungen zwischen 3,7 und 22 kW aufweisen. Sollen nur E-Bikes geladen werden, ist eine Wallbox mit 3,7 kW mehr als ausreichend. Der Markt bietet bereits viele Produkte an, die speziell für das Laden von E-Bikes ausgerichtet sind. Eine noch einfachere Variante sind Schuko-Steckdosen (Industriestandard) mit einer versperrenbaren Ablagemöglichkeit für das Ladegerät.<sup>8</sup>

Eine Auswahl an möglichen Modellen bietet etwa die Website [topprodukte.at](http://topprodukte.at) von **klimaaktiv mobil**.<sup>9</sup>

In Niederösterreich ist die Errichtung von Ladepunkten und Ladestationen für beschleunigtes Laden gemäß NÖ Bauordnung (§16 Abs. 1 Z. 6 NÖ BO 2014) meldepflichtig. Vorzusehen ist außerdem eine Hinweisbeschilderung „Laden verboten für E-Fahrzeuge mit Blei-Säure-Traktionsbatterien!“<sup>10</sup>

Weitere Hinweise zum Thema E-Ladeinfrastruktur für Hotels stehen unter folgendem Link bereit: [www.austriatech.at/de/downloads](http://www.austriatech.at/de/downloads)

### Unterschiedliche Verrechnungsmodelle

Verschiedene Energieversorger:innen und Ladenetzbetreiber:innen bieten bereits Rundum-Pakete an, bei denen Aufstellung, Betrieb, Wartung, Lastmanagement und Verrechnung der Ladeleistungen durch Endkund:innen inkludiert sind. Betriebe als E-Tankstellenbesitzer:innen können festlegen, ob für ihre Kund:innen Tarife anfallen bzw. ob die Abrechnung direkt mit den Betreiber:innen bzw. Besitzer:innen erfolgt.

<sup>7</sup> AustriaTech: Hotelladeinfrastruktur (2019)

<sup>8</sup> AustriaTech: Hotelladeinfrastruktur (2019)

<sup>9</sup> Bundesweites Förder- und Beratungsprogramm für klimafreundliche Mobilität

<sup>10</sup> Nähere Informationen unter [www.ecoplus.at/interessiert-an/cluster-kooperationen/elektromobilitaetsinitiative-e-mobil-in-niederosterreich/e-fahrzeug-guide](http://www.ecoplus.at/interessiert-an/cluster-kooperationen/elektromobilitaetsinitiative-e-mobil-in-niederosterreich/e-fahrzeug-guide)

Neben Energieunternehmen gibt es noch viele weitere Ladenetzbetreiber:innen, die als Partner:innen für die eigene E-Tankstelle in Frage kommen. Viele dieser Unternehmen bieten unterschiedliche Modelle an, darunter auch kleinere Ladevorrichtungen für E-Bikes.

Aktuelle Informationen über Fördermöglichkeiten von E-Fahrzeugen und Ladeinfrastruktur im Rahmen der Bundesförderung **klimaaktiv mobil** erhalten Sie beim Beratungsprogramm „Mobilitätsmanagement für Tourismus und Freizeit“ (Kapitel 3).

### Informationsbereitstellung über Lademöglichkeiten

Die eigene E-Tankstelle kann eigenhändig in das bekannte Verzeichnis „E-Tankstellen-Finder“ integriert werden. Dazu ist zuerst eine Registrierung erforderlich. Anschließend werden verschiedene Daten zur angebotenen Tankstelle abgefragt.

Für E-Bike-Ladestationen in Niederösterreich gibt es eine Übersichtskarte auf der Website der [ecoplus](http://ecoplus.at). Betriebe können sich an ihre Tourismusdestination wenden, um darin aufgenommen zu werden. Gastronomiebetrieben bietet die Niederösterreichische Wirtshauskultur eine Plattform, um ihre E-Tankstelle zu bewerben.

## BEISPIELE AUS DER PRAXIS

### Für Gäste mit eigenen E-Fahrzeugen:

E-Tankstellen-Finder, [www.e-tankstellen-finder.com](http://www.e-tankstellen-finder.com)

### Übersicht der E-Tankstellen für E-Bikes in Österreich:

[www.sport-oesterreich.at/e-bikeladestationen-oesterreich](http://www.sport-oesterreich.at/e-bikeladestationen-oesterreich)

### Übersicht der E-Tankstellen der Niederösterreichischen Wirtshauskultur:

[www.wirtshauskultur.at/ladestationen](http://www.wirtshauskultur.at/ladestationen)

## PRAXISTIPP

### „Slow Culture – nicht alles wird schneller!“

Schnelligkeit ist längst nicht mehr überall das Maß der Dinge. Gerade in der Freizeit und beim Reisen macht sich Entschleunigung bemerkbar. Nicht das Höchsttempo bestimmt die mobile Gesellschaft von morgen, sondern die Art der Fortbewegung und wie wir tatsächlich „am besten“ ans Ziel kommen.

ADAC-Studie „Die Evolution der Mobilität“, 2017

## 2.2.3. Rad- und Sportgeräteverleih vor Ort

### Für welche Betriebe geeignet?

Nächtigungsbetriebe und Ausflugsziele

### Zielgruppen

Urlaubsgäste und Tagesgäste

### Mögliche Kooperationspartner:innen

- Sporthändler:innen im Ort
- Freizeit- oder Sportanlagen im Ort

### Kostenrahmen

- Bei Information über Leihangebote im Ort 0 bis 500 Euro.
- Bei Kooperationen mit Sporthändler:innen, die einen günstigeren Leiharif für die Gäste miteinschließen, sind laufende Kosten abhängig von der Vereinbarung und der Nutzungsintensität je nach Abrechnungsintervall zu berücksichtigen.

Neben der Gewissheit, ohne eigenes Auto am Urlaubsort mobil zu sein, ist es auch bei der Entscheidung der Anreiseart für den Gast wesentlich zu wissen, ob den Aktivitäten wie geplant nachgegangen werden kann. Für viele sportliche Aktivitäten wird entsprechendes Equipment (z. B. Golfbag, Ski etc.) benötigt. Muss dieses ebenfalls ins Gepäck, erschwert das die öffentliche Anreise erheblich.

Wird dem Gast hingegen ein vielfältiges Leihangebot direkt am Urlaubsort geboten, kann diese Hürde entfallen. Essenziell ist auch hier – wie bei den Mobilitätsangeboten vor Ort – über das Angebot zu informieren und entsprechende Hinweise zu den Leihangeboten so prominent wie möglich zu platzieren, sodass der Gast bereits bei der Auswahl des Reiseziels bzw. der Planung der Anreise auf entsprechende Informationen stößt.

### UMSETZUNG VON MASSNAHMEN HINSICHTLICH RAD- UND SPORTGERÄTEVERLEIH VOR ORT

Das Leihangebot muss nicht immer selbst bereitgestellt werden. Ebenso ist eine Kooperation mit Sporthändler:innen vor Ort möglich und vor allem für Kleinbetriebe die kostengünstigere Variante. Idealerweise kann den Gästen durch die Kooperation mit Händler:innen ein günstigerer Leiharif oder leichter Zugang zum Leihangebot angeboten werden.

Informationen zu Partner-Betrieben müssen übersichtlich dargestellt werden. Eine Übersichtskarte mit dem eigenen Standort und den Standorten der Partner-Betriebe gibt Aufschluss über die – idealerweise – fußläufige Erreichbarkeit zum Leihstandort. Damit die Informationen über Leihangebot und Konditionen immer aktuell sind, empfiehlt sich weiters eine direkte Verlinkung zur Website der Partner-Betriebe.

Tipps für einen eigenen Fahrradverleih finden sich auch unter Maßnahme 2.2.1.

Materialien mit Informationen zu geeigneten Touren in der Umgebung dürfen selbstverständlich nicht fehlen, egal ob der Verleih selbst betrieben wird oder eine Kooperation mit Partner-Betrieben eingegangen wurde.

Weitere wichtige Informationen, die den Gästen zur Verfügung gestellt werden können, sind etwa eine Kontaktmöglichkeit bei Pannen oder ein Abholservice im Falle von vorgeschlagenen Touren, die einen anderen End- als Ausgangspunkt haben.



Im Urlaub mit dem Rad unterwegs zu sein ist nicht nur umweltfreundlich, sondern lässt die Region aus einer ganz besonderen Perspektive erleben.

### BEISPIELE AUS DER PRAXIS

#### Rad- und Sportgeräteverleih vor Ort:

**Rax-Seilbahn:** Öffentliche Anreise und Schneeschuh-Verleih

**Wexl Trails:** Mountainbike-Verleih & Shuttleservice

**Parkhotel Seefeld:** E-Mountainbike-Verleih im Hotel und Sportgeräteverleih bei Partner-Betrieben

### PRAXISTIPP

**„Hätten wir gewusst, was Sie vor Ort alles anbieten! Dann hätten wir mit leichtem Gepäck anreisen und das Auto daheimlassen können!“**

Gepäcktransport ist einer der häufig genannten Gründe für die Verwendung des eigenen Pkws. Erleichtern Sie dem Gast die Entscheidung, ob das Auto als Transportmittel benötigt wird, indem Sie informieren, was bereits vor Ort vorhanden ist. Angefangen vom Haarföhn über den Bademantel bis hin zur wiederbefüllbaren Trinkflasche – und natürlich auch welche Verleihmöglichkeiten es vor Ort gibt. Am besten, Sie verlinken zum Beispiel in der Buchungsbestätigung direkt zum Sportartikelverleih, wo das Equipment bereits online vorreserviert werden kann.

## 2.2.4 Radpartner Niederösterreich



### Für welche Betriebe geeignet?

Nächtigungsbetriebe und Ausflugsziele/  
Gastronomie/Rad-Dienstleister  
(z.B. Reparatur, Verleih, Transport etc.)

### Zielgruppen:

Urlaubsgäste und Tagesgäste

### Mögliche Kooperationspartner:innen

- Radwerkstätten
- Rad-/Sporthändler:innen im Ort
- Radverleih-Betriebe
- Raddtaxi-Betreiber:innen
- Rad-Tourguides

### Kostenrahmen

Kosten für Ausstattung und Anpassung je nach Kombination von Maßnahmen ab 500 Euro. Kosten für Zertifizierung Radpartner Niederösterreich je nach destinationsspezifischem Leistungsangebot (z.T. auch Marketing enthalten) bis zu 400 Euro.

Niederösterreich bietet eine Vielzahl an attraktiven Radrouten und ist somit sowohl im Tages- als auch im Mehrtagestourismus ein beliebtes Ziel für Radtourist:innen.

**Tourismusbetriebe, die sich des Themas annehmen und als „radfreundlich“ auftreten, stoßen hier auf ein großes Potenzial.**

Die Qualitätsmarke Radpartner Niederösterreich steht für höchsten Komfort, sichere Rad-Abstellmöglichkeiten und ein vielfältiges kulinarisches Angebot entlang der Radstrecken. Kurz gesagt: für ein rundum gelungenes Rad-Erlebnis.

### Beispiele für Dienstleistungen und Kriterien für Radpartner Niederösterreich:

- Diebstahlsichere und abschließbare Abstellmöglichkeiten für Fahrräder und Gepäck

- Lademöglichkeiten für E-Bikes
- Trocken- und Waschmöglichkeiten für die Ausrüstung sowie für verschmutzte und nasse Radkleidung
- Fahrrad-Reparatur-Werkzeug für einfache Reparaturen und Wartungsarbeiten
- Informationen zu und Unterstützung für Rad-Serviceleistungen
- Aktuelle Informationen sowie kompetente Auskünfte über Radrouten und Tourenplanung in der Region (z.B. als eigene "Geheimtipps" aufbereitet)

### Mögliche weitere Serviceleistungen:

- Bereitstellung von Schließfächern für Akkus
- Menü für Radfahrer:innen und Fitnessbewusste, Jausenpaket zum Mitnehmen
- Informationen zur Radmitnahmemöglichkeit in den regionalen öffentlichen Verkehrsmitteln sowie zu Zusatzangeboten wie Raddtaxi
- Fahrradtechniker:in auf Abruf
- Rückholmöglichkeit bei Pannen
- Vermittlung von geführten Touren

### MÖGLICHKEITEN FÜR RADPARTNER NIEDERÖSTERREICH

Im Sinne einer nachhaltigen Mobilität darf das Radfahren nicht ganz isoliert betrachtet werden. Das Ziel soll sein, Gästen auch Alternativen zur Anreise mit dem Auto und eigenem Fahrrad im Gepäck aufzuzeigen. Hilfreich ist einerseits ein Angebot an verschiedenen hochwertigen Leih-Fahrrädern vor Ort (Maßnahme 2.2.1), das dazu verleiten kann, im Urlaub ein anderes Modell auszuprobieren und das eigene Fahrrad zu Hause zu lassen. Bei der Anreise ist der Gast durch den wegfallenden Ballast viel flexibler. Für Gäste, die ihre eigenen Fahrräder mitnehmen wollen, sollten ebenso vorhandene Möglichkeiten der öffentlichen Anreise aufgezeigt werden. Ist der Betrieb in der Lage, die Abholung vom Bahnhof einschließlich Radtransport zu übernehmen (Maßnahme 2.2.6), kann das



Das Bike immer dabei. Radpartner Niederösterreich bieten ein Rundum-Service - vom vitalen Frühstück bis hin zur Radgarage. Hier findet auch das Fahrrad ein Dach über dem Sattel.

### Radpartner Niederösterreich:

#### Informationen für Gäste:

[www.niederoesterreich.at/radpartner](http://www.niederoesterreich.at/radpartner)

#### Informationen für interessierte Betriebe:

[www.tourismus.niederoesterreich.at/radpartner-niederoesterreich](http://www.tourismus.niederoesterreich.at/radpartner-niederoesterreich)

Für Nächtigungsbetriebe mit Fokus auf den deutschen Markt gibt es zudem die Möglichkeit, sich zusätzlich als "Bett & Bike"-Betrieb zertifizieren zu lassen. Bett & Bike ist die Qualitätsauszeichnung des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Clubs (ADFC) für fahrradfreundliche Unterkünfte.

ein wichtiges Argument sein, welches sich hervorzuheben lohnt. Neben der Anreiseinformation mit den öffentlichen Verkehrsmitteln darf auch die Anreise mit dem Fahrrad nicht fehlen.

Das Thema Radfahren in Verbindung mit anderen klimafreundlichen Mobilitätsangeboten sollte prominent in der Marketingstrategie aufgenommen werden.

#### UMSETZUNG VON MASSNAHMEN FÜR RADPARTNER NIEDERÖSTERREICH

Für die meisten beschriebenen Maßnahmen ist es hilfreich, zumindest eine Person mit besonderer Rad-Expertise im Betrieb zu haben, die die Notwendigkeit und Ausgestaltung von bestimmten Services aus eigener Sicht gut beurteilen kann. Einige beschriebene Angebote wie Waschplatz oder Wasch-Service erklären sich relativ leicht von selbst, für andere Maßnahmen bedarf es eventuell der Unterstützung durch Profis. Was eine Werkzeug-Box beinhalten soll oder was einen guten Abstellplatz für E-Bikes ausmacht, können etwa ansässige Radhändler:innen oder Fahrradmechaniker:innen beantworten. Bei allgemeinen Fragen zum Thema

Radpartner Niederösterreich stehen zudem die Themenverantwortlichen der Tourismusdestinationen zur Verfügung.

#### Weitere Umsetzungstipps:

- Radmitnahmemöglichkeit („Radtramper“) im regionalen Busangebot überprüfen und in die Kommunikation mitaufnehmen. Weitere Infos stehen auf der Website des VOR zur Verfügung.
- Informationen und Erfahrungsberichte über etwaige zusätzliche Radtaxi-Betreiber:innen einholen und für die Gäste aufbereiten.
- Überlegen, ob selbst ein Abholdienst mit Fahrradmitnahme vom Bahnhof angeboten werden kann. Die Voraussetzungen dafür sind unter anderem ein geeignetes Fahrzeug und/oder Anhänger und eine Konzession für das Gästewagen-Gewerbe.
- Mit Radwerkstätten in der Region Kontakt aufnehmen und die Aktualität von Öffnungszeiten/Verfügbarkeit klären. Daraus Informationen für die Gäste zusammenstellen.
- Umsetzungstipps für Fahrzeugverleih und Ladeinfrastruktur – siehe Maßnahme 2.2.1 und 2.2.2.
- An entsprechenden Plattformen wie z. B. [www.radtouren.at](http://www.radtouren.at) teilnehmen.

#### BEISPIELE AUS DER PRAXIS

##### Nächtigungsbetriebe:

[Krumbacherhof](http://www.krumbacherhof.at/biken/), [www.krumbacherhof.at/biken/](http://www.krumbacherhof.at/biken/)

[Landgasthof „Zur schönen Wienerin“](http://www.wienerin.co.at/rad-touren), [www.wienerin.co.at/rad-touren](http://www.wienerin.co.at/rad-touren)

[Tauernhof in der Flachau](http://www.dips-drops.com), [www.dips-drops.com](http://www.dips-drops.com)

[Moserboden in Seeboden am Millstättersee](http://www.moserhof.com), [www.moserhof.com](http://www.moserhof.com)

#### PRAXISTIPP

**„Bei meinem jährlichen Radurlaub mit der ganzen Familie lege ich großen Wert auf gutes Service vor Ort und Unterkünfte, die auf unsere Bedürfnisse eingehen.“**

Diese Aussage unterstreicht, wie wichtig radfreundliche Unterkünfte für die Zufriedenheit von Radreisenden sind. Wer sich als Gastgeber auf die Bedürfnisse von Radfahrerinnen und Radfahrern einstellt – etwa durch sichere Fahrradabstellplätze, Werkzeug für kleinere Reparaturen, Waschmöglichkeiten für Kleidung oder ein energiereiches Frühstück – gewinnt eine wachsende Zielgruppe für sich. Solche Angebote sorgen nicht nur für positive Bewertungen und Wiederbuchungen, sondern stärken auch die regionale Attraktivität für sanften Tourismus und tragen zur nachhaltigen Mobilität bei.

## 2.2.5 Schwerpunkt Zu-Fuß-Gehen

#### Für welche Betriebe geeignet?

Nächtigungsbetriebe

#### Zielgruppen

Urlaubsgäste und Tagesgäste

#### Mögliche Kooperationspartner:innen

- Destination (bzgl. Materialien/Informationen zu Fußrouten)
- Mobile Dienstleister:innen (z. B. Natur- oder Wanderführer:innen, Lauftrainer:innen, Masseur:innen)

#### Kostenrahmen

ab 500 Euro

Die „Entschleunigung“ als Attribut zur Positionierung der Marke Niederösterreich ist in der niederösterreichischen Tourismusstrategie als wichtiges Handlungsfeld verankert. Im Bereich der Mobilität spiegelt sich dieses Attribut am besten im Zu-Fuß-Gehen wider. Zu-Fuß-Gehen bedeutet Entschleunigung, sich Zeit nehmen. Beim Zu-Fuß-Gehen können Landschaft und Natur am allerbesten erkundet werden. Mit seinen positiven Auswirkungen auf die Gesundheit fügt sich das Zu-Fuß-Gehen auch perfekt in den Gesundheitstourismus ein.

Für den Tourismus eröffnet sich ein breites Spektrum an Bewegungsvarianten zu Fuß, zum Beispiel:

- Spazierengehen zum Selbstzweck
- Zu Fuß die Sehenswürdigkeiten in der Region erkunden
- Zu Fuß die Einkäufe im Urlaub erledigen (z. B. bei Ferienwohnungen)
- Mit dem ÖV und zu Fuß die Region erkunden
- Nordic Walking
- Laufen
- Wandern

#### MÖGLICHKEITEN FÜR DEN SCHWERPUNKT ZU-FUSS-GEHEN

Dementsprechend vielfältig sind auch die angebotsseitigen Möglichkeiten, um das Zu-Fuß-Gehen in das eigene betriebliche Konzept aufzunehmen. Sie beginnen bei Infomaterialien über das örtliche Fußwegenetz (Distanzangaben zu wichtigen „Points of Interest“ in Gehminuten), Empfehlungen für schöne Routen sowie Vorschläge für mit Fußwegen (fallweise in Kombination mit dem ÖV) erreichbare Ziele.

- Geführte Touren mit Themenschwerpunkten (z. B. Natur erkunden) oder sportlichem Schwerpunkt (z. B. Nordic Walking, Laufen, Wandern) in Kooperation mit zertifizierten Wanderführer:innen
- Jause für Fußgänger:innen/Wandernde
- Angepasstes Wellness-Angebot (z. B. Fußbäder, Fußmassagen)
- Aktuelle ausgedruckte ÖV-Fahrpläne
- Aktuelle Wetterprognosen



### UMSETZUNG – SCHWERPUNKT ZU FUSS-GEHEN

Im ländlichen Raum, den im Alltag immer noch das Auto als Fortbewegungsmittel für verschiedene Erledigungen dominiert, ist die Fußgänger:innen-Infrastruktur sehr oft lückenhaft. Durchgehende Gehsteige oder sichere Querungen sind nicht überall gegeben oder es mangelt an der Barrierefreiheit (z. B. fehlende Absenkungen bei Gehsteigen). Soll das Zu-Fuß-Gehen in der Vermarktung in den Vordergrund gerückt werden, ist es umso wichtiger, die Fußwege im Ort selbst gut zu kennen und zu wissen, welche Routen für diverse Zwecke geeignet sind und welche eher

nicht. Erst auf dieser Basis können für die Gäste sichere und bequeme Fußwegrouten zusammen gestellt werden. Relevant sind neben klassischen Spazierrouten die Zuwegung zu Haltestellen des öffentlichen Verkehrs, zu Ausgangspunkten von Wanderungen, zu Sehenswürdigkeiten oder zu Einkaufsmöglichkeiten. Diese Vorgehensweise mittels Selbsterfahrung ist auch dann empfehlenswert, wenn es seitens der Destination bereits allgemeine Vorschläge für Fußrouten gibt. Für einige spezielle, oben beschriebene Angebote wie geführte Touren oder Wellnessbehandlungen sind Fachkenntnisse erforderlich.

### BEISPIELE AUS DER PRAXIS

Hotel Payerbacherhof, [www.payerbacherhof.at](http://www.payerbacherhof.at)

Pension Bruckerhof, [www.bruckerhof.at](http://www.bruckerhof.at)

Molzbachhof, [www.molzbachhof.at/aktiv/wandern](http://www.molzbachhof.at/aktiv/wandern)

### PRAXISTIPP

#### „Ihr Auto darf bei uns auch mal Urlaub machen!“

Erstens: Mehr als jeder Fünfte möchte künftig mehr zu Fuß gehen. Zweitens: Aktuell sind 65–70 % der Bevölkerung Umwelt- und Klimafragen wichtig. Zwei Wünsche, die sich herrlich verbinden lassen. Inspirieren Sie Ihre Gäste mit Vorschlägen, zum Beispiel zu besonders schönen Wanderungen direkt vom Haus aus. Wenn diese glücklich und zufrieden zurückkommen, werden sie auch verstehen, dass nachhaltiges Handeln nicht Verzicht bedeutet, sondern sehr bereichernd sein kann.

## 2.2.6 Eigener Shuttledienst

### Für welche Betriebe geeignet?

- Mit Gästewagen-Konzession: nur Gastgewerbebetriebe
- Mit Auftrag an Unternehmen mit Konzession zur Personenbeförderung: alle Ausflugsziele/Gastronomie/Veranstaltungen

### Zielgruppen

Urlaubsgäste und Tagesgäste

### Mögliche Kooperationspartner:innen

Für Ausflugsziele, die kein Gastgewerbe beinhalten:

- Verkehrsverbund Ost-Region
- Konzessioniertes Verkehrsunternehmen in der Region, zu finden beispielsweise unter [www.taxiat.at](http://www.taxiat.at)

### Kostenrahmen

30 Euro für Gästewagen-Gewerbe pro Kfz und Jahr

Viele Betriebe befinden sich an einem peripheren Standort und haben keine direkte Anbindung an den öffentlichen Verkehr. Auf den ersten Blick mag sich dadurch eine Bewerbung der klimafreundlichen Anreise erübrigen, jedoch ist nicht ausgeschlossen, dass Betriebe ihre Voraussetzungen verbessern und selbst aktiv werden. Besonders Gastgewerbebetrieben steht eine Möglichkeit zur Verfügung, die mit überschaubaren Mitteln realisierbar ist: **der eigene Abholdienst für Gäste**. Rechtlich geregelt ist, dass Gastgewerbebetriebe mit einer zu beantragenden Konzession (Gästewagen-Gewerbe) ihre Gäste zu Haltestellen öffentlicher Verkehrsmittel bringen dürfen bzw. auch zu deren Unterkunft, sofern sie in einem anderen Betrieb nächtigen. Andere touristische Betriebe, z. B. Ausflugsziele ohne eigenen Gastronomiebetrieb, haben diese Möglich-

keit nicht. Manche Ausflugsziele behelfen sich daher mit einer Variante des eigenen Shuttles, indem sie ein konzessioniertes Verkehrsunternehmen mit der Beförderung ihrer Gäste beauftragen. Hier kann – so vorhanden – mit einem lokalen Taxiunternehmen zusammengearbeitet werden. Eine weitere Option ist die Gründung eines eigenen Verkehrsunternehmens.

### UMSETZUNG EINES EIGENEN SHUTTLEDIENSTES

Die Rechtsgrundlage für den eigenen Abholdienst ist der § 3 des Gelegenheitsverkehrsgesetzes<sup>11</sup>, der Gastgewerbebetrieben mit einer Konzession für das Gästewagen-Gewerbe zugesteht, ihre Gäste zu Haltestellen öffentlicher Verkehrsmittel zu bringen oder auch zu deren Unterkunft, sofern sie in einem anderen Betrieb nächtigen.

<sup>11</sup> Gelegenheitsverkehrsgesetz (2002)

<sup>12</sup> Infoblatt Personenbeförderungsgewerbe mit Pkw-Taxi (2021)

<sup>13</sup> Infoblatt Gästewagen-Gewerbe mit Pkw (2019)



Shuttle-Services vor Ort tragen wesentlich zu einem durchgängigen Mobilitätsangebot bei.

Es ist zwischen Konzessionen für das Gästewagen-Gewerbe mit Pkw und Konzessionen für das Gästewagen-Gewerbe mit Autobussen zu unterscheiden. Für das Gästewagen-Gewerbe mit Pkw, das für die meisten Shuttle-Angebote ausreichend ist, sind die Zugangsbedingungen sehr erleichtert.

Anders als bei anderen Konzessionsarten nach dem Gelegenheitsverkehrsgesetz ist keine Konzessionsprüfung erforderlich. Es müssen lediglich die „Zuverlässigkeit“ und eine „tatsächliche und dauerhafte Niederlassung in Österreich“ nachgewiesen werden. Die Anmeldung

zum Gästewagen-Gewerbe ist bei der Bezirksverwaltungsbehörde einzubringen. Ein ausführliches Infoblatt wird von der Wirtschaftskammer zur Verfügung gestellt.

### Möglichkeiten für Ausflugsziele:

- Kooperation mit Verkehrsunternehmen (Beauftragung eines Shuttledienstes)
- Gründung eines eigenen Verkehrsunternehmens (Personenbeförderungsgewerbe mit Pkw-Taxi)<sup>12</sup>
- Anmeldung eines Gästewagen-Gewerbes<sup>13</sup>

### BEISPIELE AUS DER PRAXIS

**RETTET Bio-Natur-Resort** (Steiermark)

[www.retter.at/wellnesshotel-steiermark/anreise-abholung](http://www.retter.at/wellnesshotel-steiermark/anreise-abholung)

**Relax Resort Kothmühle** [www.kothmuehle.at/de/die-kothmuehle/lage-anreise](http://www.kothmuehle.at/de/die-kothmuehle/lage-anreise)

### PRAXISTIPP

**„Heuer können wir leider nicht mehr zu Ihnen kommen. Wir haben kein Auto mehr!“**

Häufig kommen Stammgäste in ein Alter, in dem sie sich selbst keine längeren Autofahrten mehr zutrauen oder ihr Auto abgeben und dies als Grund angeben, nicht mehr wegfahren zu können. Dabei gibt es die Möglichkeit, entspannt mit Zug oder Bus anzureisen, die Koffer mit dem „Haus-Haus-Gepäck“ der ÖBB zu transportieren und sich von den Gastgeber:innen direkt vom Bahnhof abholen zu lassen! Wer braucht da noch ein Auto?

# 3. Best Practice

Eine Auswahl an Praxisbeispielen soll Inspiration bei der Entwicklung eigener individueller Lösungsansätze geben.



Römerstadt Carnuntum  
Seite 48



Bärenwald Arbesbach  
Seite 50



RETTNER Bio-Natur-Resort  
Seite 52



Das sogenannte Carnuntiner Heidentor in Carnuntum zählt zu den bedeutsamsten Monumenten entlang des österreichischen Donaulimes.

## 3.1 Nachhaltig mobil in vergangene Zeiten Reisen

**Römerstadt Carnuntum**  
2404 Petronell-Carnuntum  
www.carnuntum.at

### Kontakt

Geschäftsführer KR Dr. Markus Wachter und  
Mag. Bernadette Schager  
Tel. +43/2163/33 77-0  
roemerstadt@carnuntum.at

Die Römerstadt Carnuntum liegt an der Schnellbahn S7, einer wichtigen Pendelverbindung von und nach Wien und profitiert somit von einer **guten öffentlichen Anbindung**. Sowohl werktags als auch am Wochenende verkehren die Züge im Stundentakt. Vom Bahnhof Petronell-Carnuntum ist das Römische Stadtviertel in 15 Gehminuten zu erreichen, das Museum Carnuntinum in 20 Gehminuten ab dem Bahnhof Bad Deutsch-Altenburg. Die **Anreisemöglichkeit** mit dem öffentlichen Verkehr wird auf der Homepage mit einer übersichtlichen Aufbereitung der Information beworben ([www.carnuntum.at/de/anreise](http://www.carnuntum.at/de/anreise)). Beschilderung und Wegzeitkarten für Fußgänger:innen und Radfahrer:innen unterstützen die Gäste vor Ort, das Areal bestmöglich kennenzulernen.

Für Veranstaltungen wurde in der Vergangenheit immer wieder ein **kostenloses Busshuttle** eingerichtet, um die Bahnhöfe und die verschiedenen Attraktionen der Römerstadt Carnuntum zu verbinden. 2019 wurde beschlossen, das Angebot auszuweiten und auch an Wochenenden und Feiertagen ein Busshuttle anzubieten, sodass für Besucher:innen eine Anreise ohne lange Fußwege auch ohne privaten Pkw komfortabel möglich ist.<sup>1</sup>

Im Vorfeld der Niederösterreichischen Landesausstellung 2011 wurden bereits **vier Nextbike-Stationen (20 Verleihräder)** – zwei davon an den beiden Bahnhöfen – und **eine öffentliche E-Tankstelle** der EVN eingerichtet. Die Finanzierung erfolgte durch das Land Niederösterreich im Rahmen der Niederösterreichischen Landesausstellung, die Flächen wurden von der Römerstadt Carnuntum zur Verfügung gestellt. Für Projekte rund um eine attraktive Anreise und Wegeführung ist die Leitung der Römerstadt Carnuntum im regelmäßigen Austausch mit den Gemeinden Petronell-Carnuntum und Bad Deutsch-Altenburg, so beispielsweise auch beim Ausbau von Gehwegen mit Sitzbänken und Informationstafeln.

### ANGESPROCHENE ZIELGRUPPEN

Die Römerstadt Carnuntum ist ein beliebtes Ausflugsziel für alle Altersgruppen. Die öffentliche Anreise wird besonders von Schulklassen und Familien aus Wien geschätzt.

### KOOPERATIONSPARTNER:INNEN

Bei allen Mobilitätsmaßnahmen werden Synergien mit Ausflugszielen in der Region gesucht. Für das Busshuttle wurde ein Verkehrsunternehmen beauftragt.

### UMSETZUNGSZEITRAUM

Die Römerstadt Carnuntum setzt sich seit fünf Jahren intensiv mit den Themen Umwelt und Nachhaltigkeit auseinander und entwickelte eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie. Das Busshuttle wurde in der Winterpause 2018/19 innerhalb von vier Monaten geplant und stand den Gästen zum Start der Saison 2019 zur Verfügung.



Die Römerstadt Carnuntum ist bestens öffentlich angebunden. Das wird vor allem online gut auffindbar kommuniziert.

„Als Träger des österreichischen Umweltzeichens ist die Forcierung einer klimafreundlichen Mobilität ein Kernelement unserer Nachhaltigkeitsstrategie.“

KR Dr. Markus Wachter

### UMSETZUNGSDETAILS

Die Nextbike-Stationen und die EVN-Ladestelle für Elektro-Fahrzeuge konnten dank der Niederösterreichischen Landesausstellung ohne größeren Aufwand errichtet werden. Das Shuttleservice wird von einem Verkehrsunternehmen durchgeführt, das im Rahmen einer Ausschreibung bestellt wurde. Es wird ein Linienbus-Fahrzeug eingesetzt, um Barrierefreiheit zu gewährleisten. Das Busshuttle verkehrt mit eigenem Fahrplan im Zweistundentakt zwischen den Bahnhöfen und den Attraktionen der Römerstadt und ist auf den Fahrplan der S-Bahn abgestimmt. In der Planung konnten die Leerfahrten des Busshuttles von und nach

Wien in ein zusätzliches Angebot für die Gäste mit einer Direktverbindung von und nach Wien in der Früh und am Abend umgewandelt werden. Hierfür wird ein Aufpreis verrechnet. Im Betrieb haben sich eine gute Kommunikation und Abstimmung mit den Busfahrer:innen als äußerst wichtig herausgestellt, da das Gelände der Römerstadt Carnuntum sehr weitläufig und für damit nicht vertraute Personen rasch unübersichtlich ist. Mit Region und Gemeinden wird im Zuge der Planung und Umsetzung aller Projekte ein regelmäßiger und enger Austausch gepflegt. Für Marketing und Kommunikation ist das interne Presseteam zuständig, wobei Filmproduktionen ausgelagert werden.

### Kosten

Für das Busshuttle investiert die Römerstadt Carnuntum jährlich 30.000 Euro und gewährleistet damit die Möglichkeit zur nachhaltigeren Mobilität vor Ort. Die Finanzierung der Nextbike-Stationen und der EVN-E-Tankstelle wird über das Land Niederösterreich abgewickelt.

<sup>1</sup> Im Zuge der Covid-19-Pandemie wurde das Busshuttle temporär eingestellt.

## 3.2 Ein Rufbus für den Bärenwald Arbesbach

### Bärenwald Arbesbach

3925 Arbesbach  
www.baerenwald.at | www.baerentrail.at

### Kontakt

Sigrid Zederbauer  
Tel. +43/2813/76 04  
office@baerenwald.at



Das Wohl der tierischen Bewohner steht im Bärenwald Arbesbach an erster Stelle. Dazu zählt auch die Reduktion von umweltschädlichen Emissionen.

Aufgrund seiner peripheren Lage konnte im regulären öffentlichen Linienverkehr keine ausreichende attraktive Verkehrsanbindung zum Bärenwald Arbesbach geboten werden. Da die öffentliche Anreise der Gäste den Verantwortlichen des Bärenwaldes und der Destination Waldviertel Tourismus aber ein großes Anliegen war, wurde ein bedarfsorientiertes Angebot initiiert. Gerade ältere Besucher:innen und Unterstützende des Bärenwaldes, die zum Großteil bewusst kein eigenes Auto besitzen, wünschten sich eine öffentliche Erreichbarkeit. Durch das Engagement der Bärenwald-Leitung wurde 2014 mithilfe von Stammgästen ein **Bus-Konzept ausgearbeitet**, welches von der Destination Waldviertel und NÖ.Regional bei den Verhandlungen unterstützt und schließlich durch den **VOR umgesetzt** wurde.

Zwischen Arbesbach und der Haltestelle „Arbesbach Bärenwald“ wird der Bus 735 als Rufbus geführt. Das Angebot gilt Montag bis Freitag und bedarf einer einstündigen Vorreservierung. Beworben wird die öffentliche Anreise mit einer Informationskampagne und einem Rabatt von 50 %

auf die Eintrittskarte. Für Weitwandernde am „Bärentrail“ gibt es eigene „Öffi-Guides“ für die verschiedenen Ausgangsorte. Für die Fahrten vom Wanderweg zur Unterkunft werden zusätzlich lokale Taxiunternehmen vermittelt.

### ANGESPROCHENE ZIELGRUPPEN

Ältere Bevölkerungsgruppen und Naturbegeisterte, die einen entschleunigten Ausflug suchen und Gäste aus Ballungsräumen, welche immer seltener im Besitz eines eigenen Autos sind.

### KOOPERATIONSPARTNER:INNEN

Die Destination Waldviertel und NÖ.Regional unterstützten den Bärenwald in den Verhandlungen mit dem VOR.

### UMSETZUNGSZEITRAUM

Eine anfängliche Testphase startete 2015 für ein halbes Jahr, anschließend wurde das Angebot kontinuierlich verlängert. Die vorhergehende Planung nahm ein halbes Jahr in Anspruch. Die „Öffi-Guides“ für den „Bärentrail“ gibt es seit 2017.

„Für nachhaltige Mobilität braucht man einen langen Atem und darf sich nicht unterkriegen lassen. **Erfolg kommt mit der Zeit.** Wichtig dabei ist, mit anderen Akteur:innen zusammenzuarbeiten, Synergien zu suchen und zu nutzen.“

Sigrid Zederbauer

### UMSETZUNGSDETAILS

Die Idee für den Rufbus wurde mit der Destination Waldviertel besprochen und konnte über diese an den VOR herangetragen werden. Die Rufbusverbindung fügt sich gut in den bestehenden Linienfahrplan ein, wodurch der Vorschlag durch den VOR implementiert werden konnte. Als Voraussetzung für die Finanzierung durch den VOR, sicherte der Bärenwald eine intensive Bewerbung des Busangebotes zu. Neben der Bewerbung über eigene Kanäle, wurden verschiedene Medien auf

das neue Angebot aufmerksam gemacht, dies führte wiederum dazu, dass diese sowohl den Bärenwald als auch das neue Rufbusangebot bewarben. Die Kommunikation des Angebotes erfolgt unter anderem über die Websites des Bärenwaldes und des „Bärentrails“, Social Media und die NGO „Vier Pfoten“.

Zur Einführung des Rufbusses gab es gemeinsam mit dem VOR auch eine über Facebook beworbene Aktion mit Gratiseintritt.

### Erfolgskennzahlen

Rund 40.000 Besucher:innen zählt der Bärenwald pro Saison. Der Rabatt wird davon nur von rund 20 Personen in Anspruch genommen, jedoch wird das Busangebot stetig mehr genutzt. Zu den Nutzer:innen des Busses zählen auch viele Stammgäste und Unterstützende, die bewusst auf den Rabatt verzichten.

### Kosten

Geringe Kosten für Marketing

### Zukunft

Für die zukünftige Erweiterung des Rufbusses am Wochenende ist eine Kooperation mit dem Herzkreislauf-Zentrum und der Waldviertelbahn angedacht. Zusätzlich sollen Angebotspakete, die aufeinander abgestimmte Services beinhalten, entwickelt werden.

## 3.3 E-Mobilität in und um den Hotelbetrieb

### Retter Bio-Natur-Resort

8225 Pöllauberg  
www.retter.at

### Kontakt

Geschäftsführer Ulrike und Hermann Retter  
Tel. +43/3335/26 90  
hotel@retter.at

Im oststeirischen Bio-Hotel Retter steht die ganze Mobilität unter Strom. Gäste können zwei E-Autos gegen eine Gebühr ausleihen. Vor dem Hotel steht eine „E-Bike-Box“ mit zehn E-Bikes bereit. Zusätzlich gibt es zehn E-Tankstellen und sieben Betriebs-E-Pkws, welche durch Ökostrom versorgt werden.

Gäste, die mit Bahn oder Bus anreisen, werden bei rechtzeitiger Anmeldung (bis fünf Tage im Voraus) vom Bahnhof Hartberg abgeholt. Eine Abholung ist ebenso vom Thermenlandbus, der von Wien nach Sebersdorf fährt, möglich. Die Preisgestaltung ist nach Ankunftsort und Personenanzahl gestaffelt. Ab zwei Nächtingungen zahlen Gäste nur für den Rücktransfer bei der Heimreise.

Die nachhaltigen Mobilitätsangebote sind eingebettet in eine Nachhaltigkeitsstrategie, die etwa auch die hauseigene Produktion von Lebensmitteln umfasst. So erfüllt das Bio-Natur-Resort Retter seinen Anspruch, einen CO<sub>2</sub>-neutralen Betrieb zu führen.

### ANGESPROCHENE ZIELGRUPPEN

Das Angebot ist durch die zusätzlich von der eigenen „Retter Reisen“-Agentur angebotenen Busreisen besonders für große Gruppen interessant, sodass 50 % der Gäste für Seminare das Hotel besuchen.

### KOOPERATIONSPARTNER:INNEN

Das Hotel Retter arbeitet eng mit verschiedenen Mobilitäts-Dienstleistern wie iBIKE-BOX, Thermenlandbus und SAM Taxi zusammen.

### UMSETZUNGSZEITRAUM

2015 wurde das Angebot spontan ohne längere Planungsphase geschaffen.

### UMSETZUNGSDetails

Nachdem die Familie Retter neben dem Hotel sowohl ein Reisebüro als auch ein eigenes Busunternehmen betreibt, sind eigene Verkehrsdienstleistungen wie etwa der Bahnhof-Transfer besonders leicht realisierbar. Außerdem wird die Anreise mit dem Sammeltaxi SAM, welches vom Regionalmanagement Oststeiermark initiiert wurde, auf der Homepage beworben. Die Angebote werden über die Homepage, einen Newsletter, Social Media und Presseaussendungen beworben.

„Es ist nicht immer der Rechenstift, der zählt, denn das Ganze ist mehr als die Summe der Einzelteile. Es sind die kleinen Schritte, welche sich über die Zeit multiplizieren und eine Wende vorantreiben.“

Ulrike Retter



Ulrike und Hermann Retter: Wahre Pioniere der Tourismusmobilität

### Erfolgskennzahlen

5 % der Gäste nutzen das Bahnhofsshuttle oder kommen mit dem Bus, Tendenz steigend.

### Kosten

Die ersten E-Autos wurden über Leasing-Anbieter:innen bestellt. Pro Auto werden inklusive Leasing und Energiekosten rund 6.200 Euro netto pro Jahr investiert.

### Zukunft

In Zukunft sollen der Ausbau der E-Mobilität und die öffentliche Anreise gestärkt werden.

# 4. Ansprechpartner:innen

## 4.1 Niederösterreichische Tourismusdestinationen

Mit dem Gastgebercoaching werden die niederösterreichischen Beherbergungsbetriebe bestmöglich unterstützt, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen und sie fit für zukünftige Herausforderungen zu machen. Darüber hinaus soll die Zusammenarbeit des Tourismusnetzwerks in Niederösterreich insgesamt gestärkt werden. In jeder der sechs Tourismusdestinationen sind die Gastgebercoaches direkte Ansprechpartner:innen zu bestimmten tourismusstrategischen Themen wie die sanfte touristische Mobilität.

### TIPP

Kontaktieren Sie Ihre Destination, um mit einem Gastgebercoach die richtigen, sanft-mobilen Maßnahmen für Ihren Betrieb auszuarbeiten.  
**Ihr Coach unterstützt Sie gerne!**



Das nächste Abenteuer liegt oft näher als man denkt. Bus und Bahn eröffnen Gästen neue Wege und Perspektiven.

### Kontaktdetails der Niederösterreichischen Tourismusdestinationen

#### MOSTVIERTEL TOURISMUS GMBH

Töpperschloss Neubruck, Neubruck 2/10 3270 Scheibbs  
Tel. +43/7482/204 44, office@mostviertel.at  
www.mostviertel.at

#### WIENER ALPEN IN NIEDERÖSTERREICH TOURISMUS GMBH

Schlossstraße 1, 2801 Katzelsdorf  
Tel. +43/2622/789 60, office@wieneralpen.at  
www.wieneralpen.at

#### DONAU NIEDERÖSTERREICH TOURISMUS GMBH

Schlossgasse 3, 3620 Spitz/Donau  
Tel. +43/2713/300 60-60, urlaub@donau.com  
www.donau.com

#### WEINVIERTEL TOURISMUS GMBH

Wiener Straße 1, 2170 Poysdorf  
Tel. +43/2552/35 15, info@weinviertel.at  
www.weinviertel.at

#### DESTINATION WALDVIERTEL GMBH

Sparkassenplatz 1/2/2, 3910 Zwettl  
Tel. +43/2822/541 09, info@waldviertel.at  
www.waldviertel.at

#### WIENERWALD TOURISMUS GMBH

Hauptplatz 11, 3002 Purkersdorf  
Tel. +43/2231/621 76, office@wienerwald.at  
www.wienerwald.info



## 4.2 klimaaktiv mobil

### Beratungs- und Förderprogramm für Mobilitätsmanagement für Freizeit und Tourismus (bundesweit)

Kontakt zur Beratung bei der Auswahl von geeigneten Maßnahmen und Unterstützung bei der Förderantragstellung:

#### klimaaktiv mobil

Schottenfeldgasse 51/17, 1070 Wien  
Tel. +43/1/890 06 81  
tourismus@klimaaktivmobil.at  
www.klimaaktivmobil.at/tourismus

Das Programm „Mobilitätsmanagement für Freizeit und Tourismus“ ist Teil der vom Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie gestarteten Klimaschutzinitiative „klimaaktiv mobil“.

Schwerpunkte des Programms sind Verbesserungen für eine autofreie Anreise in die Tourismusregionen und -orte, die Schaffung von Anreizen und Angeboten für sanft mobile Ausflüge, Vorschläge und Maßnahmen für die Abwicklung von Großveranstaltungen und Maßnahmen für einen sanft mobilen Freizeitverkehr. Das übergeordnete Ziel dahinter ist die Reduzierung von Treibhausgasemissionen aufgrund der Tourismus- und Freizeitmobilität.

#### WIE UNTERSTÜTZEN WIR SIE?

Im Tourismus- und Freizeitbereich sind beispielsweise folgende Maßnahmen in klimaaktiv mobil förderungswürdig:

#### Maßnahmen zur Forcierung des Radverkehrs und der aktiven Mobilität:

- Radverkehrsinfrastruktur (z. B. Radwege)
- Radabstellanlagen auch mit E-Ladepunkten, Wegweisung und Informationssysteme, Leiteinrichtungen, Bodenmarkierungen und Dauerzählstellen
- Einrichtung eines Radverleihs, Errichtung von bike & ride-Systemen
- Anschaffung von (E-)Fahrrädern etc.

#### Mobilitätsmanagement für umweltfreundliche Personenmobilität:

- Umsetzung von Sharing-Modellen (z. B. Bike-sharing- und Car-Sharing-Modelle), Einrichtung von bedarfsorientierten Verkehrssystemen, wie beispielsweise Wanderbus, Gemeindebus, Betriebsbus, Rufbus bzw. Taxi, Mobilitätszentralen, Jobrad, Jobtickets, Veranstaltungsmobilität etc.

#### Bewusstseinsbildende Maßnahmen wie:

- Ausbildungs- und Schulungsprogramme
- Veranstaltungen, Informationsmaßnahmen für aktive Mobilität und klimafreundliche Mobilitätslösungen
- Zielgruppenorientiertes Marketing etc.

#### Kosten für im Zusammenhang mit den Investitionen und Betriebskosten stehenden immateriellen Leistungen wie z. B.:

- Planungs- und Beratungsleistungen
- Verkehrs- und Mobilitätsmanagementkonzepte
- Studien und Gutachten

## 4.3 Verkehrsverbund Ost-Region (VOR)

### VERKEHRSVERBUND OST-REGION GMBH (VOR)

Europaplatz 3/3, 1150 Wien  
Tel. +43/95555-0  
office@vor.at  
www.vor.at



Der VOR begleitet nicht nur im Alltag, sondern auch in der Freizeit. Mit den Services des Verkehrsverbundes kommt man auch in der Freizeit immer gut an.

Als größter Verkehrsverbund Österreichs vereint VOR alle öffentlichen Verkehrsmittel in Wien, Niederösterreich und dem Burgenland. VOR ist in diesen drei Bundesländern mit der Planung, Koordination und Optimierung des öffentlichen Verkehrs für jährlich rund eine Milliarde Fahrgäste betraut.

Zu den Kernaufgaben gehören die Tarif- und Fahrplangestaltung ebenso wie Kundenservice und die Vergabe von Verkehrsdienstleistungen. Die Expert:innen des Verkehrsverbundes sind auch über die Ostregion hinaus als Impulsgeber:innen und Ansprechpartner:innen für intelligente und intermodale Mobilität tätig.

- Wie kommen meine Gäste am besten von A nach B und wie kann ich sie als Betrieb dabei unterstützen?
- Wo bekomme ich rasch Informationen zum Thema öffentlicher Verkehr?
- Wie und wo ist mein Betrieb an den öffentlichen Verkehr angebunden?

### WIE UNTERSTÜTZEN WIR SIE?

Der Verkehrsverbund Ost-Region (VOR) bietet als Mobilitätsdienstleister eine Vielzahl an Lösungen, die Betriebsinhaber:innen bei der An- und Abreiseberatung ihrer Gäste unterstützen können, wie z. B.:

- der „AnachB Routenplaner“ im Web sowie die „AnachB App“ fürs Handy
- Implementierung des „AnachB Widgets“ auf der Betriebswebseite
- Eintragung im „AnachB Routenplaner“ als POI
- Nutzung des Online-VOR-Ticketshop
- Bereitstellung des Haltestellenaushangs der nächstgelegenen Haltestelle als PDF-Dokument
- Bereitstellung der Linienfahrpläne der nächstgelegenen Linie(n) als PDF-Dokument
- Bereitstellung von Foldern und Flyern zu Freizeitticket, Fahrradmitnahme sowie Netzkarten und -pläne

### Textbausteine

#### Textbausteine für die Angebote zum VOR AnachB Routenplaner:

##### Öffentliche An- und Abreise einfach und schnell planen.

Mit dem „VOR AnachB Routenplaner“ unter [anachb.vor.at](http://anachb.vor.at) oder der „VOR AnachB App“ können alle Reisenden schnell und bequem den eigenen Weg in den Urlaub planen.

#### Textbausteine für die Angebote zum VOR-Freizeitticket:

##### Bequeme und günstige Anreise am Wochenende – mit dem VOR-Freizeitticket.

Mit dem Freizeitticket des VOR ist der Weg in den Kurzurlaub günstiger und einfacher als je zuvor: Ein Erwachsener mit zwei Kindern bis zum 15. Lebensjahr sowie ein Hund können am Samstag, Sonntag oder an einem Feiertag entweder mit dem **Freizeitticket** kostengünstig einen ganzen Tag in Niederösterreich und dem Burgenland oder mit dem **Freizeitticket Plus** in Niederösterreich, dem Burgenland und Wien alle öffentlichen Verkehrsmittel – mit Ausnahme der Züge des Fernverkehrs und der Mariazellerbahn – nutzen.

Das Freizeitticket ist über alle VOR-Verkaufsstellen (z. B. Online-Ticketshop, VOR AnachB App, VOR Buslenker:innen oder das VOR ServiceCenter am Wiener Westbahnhof), alle Verkaufsstellen der Wiener Lokalbahnen, der Niederösterreich Bahnen sowie der Raaberbahn und an allen Verkaufsstellen der ÖBB erhältlich. Perfekt für einen schönen Urlaub in unserer wundervollen Ost-Region.



## 4.4 NÖ.Regional

### **NÖ.REGIONAL.GMBH**

Franz Gausterer,  
Fachbereichsleiter Mobilität  
Purkersdorfer Straße 8/1/4,  
3100 St. Pölten  
Tel. +43/676/8859/1255,  
mobilitat@noeregional.at  
[www.noeregional.at/bereiche/mobilitaet](http://www.noeregional.at/bereiche/mobilitaet)

Die NÖ.Regional ist erste Anlaufstelle für Gemeinden und Vereine in Niederösterreich und Ansprechperson, wenn es um Regional- und Kommunalentwicklung geht.

Einer ihrer Fachbereiche ist das Regionale Mobilitätsmanagement. In diesem Bereich sind Mobilitätsmanager:innen installiert worden, um die Mobilitätsbeauftragten der sogenannten Mobilitätsgemeinden, also jener Gemeinden, die sich per Stadtrats- bzw. Gemeindevorstandbeschluss als solche deklariert haben, hinsichtlich Mobilitätsfragen zu beraten. Sie informieren über optimale Anbindungen an öffentliche Verkehrsmittel, umweltfreundliche Alternativen zum Individual-

verkehr, kombinierte Mobilitätslösungen wie Rad und Bahn, Maßnahmen zur Verkehrsberuhigung, auf die jeweilige Gemeinde zugeschnittene Verkehrslösungen und vieles mehr. Im Besonderen beantworten sie Fragen hinsichtlich Anreise zu bzw. Abreise von touristischen Betrieben und unterstützen bei der Vernetzung mit relevanten Partner:innen.

Information ist das A und O: Vielerorts existiert bereits ein gutes Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln oder Mikro-ÖV-Alternativen. Eine entsprechende Kommunikation der öffentlichen Anreisemöglichkeiten auf den Homepages der Tourismusbetriebe ist unerlässlich.

# 5. Tools

Diesem Leitfaden können Sie einen kleinen „Werkzeugkoffer“ entnehmen, der Sie bei der Einschätzung und Umsetzung von sanft mobilen Maßnahmen für Ihren Betrieb unterstützen soll: Die beigelegten Potenzial-Checklisten differenzieren zwischen einerseits Nächtigungsbetrieb und andererseits Gastronomie, Freizeit und Events. Bitte wählen Sie die jeweils für Sie passende Variante.

Die Viadukte des Weltkulturerbes Semmeringebahn sind unvergleichlich und prägen seit jeher die Region.



## Kontakt und weitere Informationen

Niederösterreich-Werbung GmbH  
Niederösterreich-Ring 2, Haus C, 3100 St. Pölten  
nachhaltigkeit@noe.co.at  
www.tourismus.niederoesterreich.at

## Impressum

**Medieninhaber und Herausgeber:** Niederösterreich-Werbung GmbH, 3100 St. Pölten,  
Niederösterreich-Ring 2, Haus C, Tel.+43/2742/9000-19800

**Ausgabe:** Februar 2025

**Verfasser:** komobile w7 GmbH, Büro für Verkehrsplanung, Dipl.-Ing. Dr. techn. Romain Molitor,  
Dipl.-Ing.in Christine Zehetgruber, Dipl.-Ing.in Margarethe Staudner

**Projektmanagement, Gestaltung und Überarbeitung:** Niederösterreich-Werbung GmbH,  
Comrades GmbH

**Lektorat:** Mag. Beatrix Henneis-Kohlbauer, MA, Wolfgang Grob

**Druck:** XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX