

# Inhaltsübersicht

## Einleitung

9

### 1. Wer produziert wo wie viel Freizeitverkehr?

Die Hälfte aller Freizeitkilometer, rund 40 Milliarden, legen die Schweizerinnen und Schweizer im Ausland zurück – vor allem per Flugzeug. Im Inland macht der Freizeitverkehr am Gesamtverkehr rund 60 Prozent aus. Um den Freizeitverkehr sinnvoll zu analysieren, wird u.a. nach Personengruppen, zeitlicher Dauer, aber auch Freizeitaktivitäten unterschieden. Erstmals durchgeführte Schätzungen zu den Kilometerleistungen weisen für Verwandten- und Bekanntenbesuche den grössten Anteil am Freizeitverkehr aus, gefolgt vom Sportverkehr. Weitere Segmente sind Veranstaltungen, Kultur/Kunst oder der Besuch von Freizeitparks. Der Modalsplit für den Freizeitverkehr ist im Inland mit dem Gesamtverkehr vergleichbar. . . . . .11

### 2. Die treibenden Kräfte von Freizeit und Freizeitverkehr

Wenn Wohlstand und Freizeit zunehmen, wächst auch das Volumen des Freizeitverkehrs. Wohn- und Freizeitstandorte ohne Anschluss an den öffentlichen Verkehr begünstigen das Auto als Transportmittel. Ein leistungsfähiges, kostengünstiges und – meistens – komfortables Verkehrssystem schafft Zugang zu den boomenden Freizeitangeboten. Die Verkehrsmittelwahl ist zum Teil vorbestimmt durch Wohn- und Freizeitstandorte, Autoverfügbarkeit und Abo-Besitz. Je nach Freizeitaktivität werden unterschiedliche Verkehrsmittel aber auch gezielt ausgewählt. . . . . .27

### 3. Nachhaltiger Freizeitverkehr?

Ein Schlagwort konkretisiert: Immer mehr fossile Energie wird verbrannt, der Ausstoss an CO<sub>2</sub> wächst – vor allem beim Flugverkehr – deutlich. Die Lärmbelastungen nehmen zu. Eine Gesamtkostenrechnung, in der auch Umweltbelastungen und Unfälle berücksichtigt werden, gibt es beim Flugverkehr nicht. Weil Kerosin – anders als Benzin – nicht besteuert wird, ist der Luftverkehr viel zu billig und wächst überproportional. Aber Freizeitverkehr befriedigt individuelle Bedürfnisse und schafft Gemeinschaft. Der Freizeitmarkt ist eine Stütze der wirtschaftlichen Entwicklung. Wirtschaftliche Ziele und ökologische Erfordernisse stehen in Konflikt zueinander. . . . . .37

### 4. Expertengespräche: Wie den Freizeitverkehr steuern?

Aus der Sicht von Fachleuten muss Freizeitverkehr so gesteuert werden, dass die Umwelt weniger beeinträchtigt wird. Sie reden einem Ausbau der öffentlichen Verkehrsmittel und des Velonetzes das Wort, wünschen sich energieeffizientere Fahrzeuge und fordern eine angemessene Parkplatzbewirtschaftung. Gemäss Fachleuten muss Freizeitverkehr auch zum sozialen und regionalen Ausgleich beitragen. Als nicht nötig erachten sie – mit wenigen Ausnahmen – den Ausbau des Strassennetzes. . . . .45

### 5. Vom MIV zum ÖV: Fakten und Urteile zur Verkehrsmittelwahl im Ferienverkehr

Der öffentliche Verkehr (ÖV) hat durchaus eine Chance, aber nicht immer und nicht überall: Für Reisen ins Berner Oberland ist der ÖV häufig das bevorzugte Verkehrsmittel, für Reisen ins Tessin ist der motorisierte Individualverkehr (MIV) mit Abstand erste Wahl. Wer mit dem Auto reist, will komfortabel und rasch in die Ferien. Preis und Gewohnheit sind – im Gegensatz zu den Kunden des ÖV – für MIV-Benutzer weniger wichtig. Das Rezept für die Bahn ist klar: Wenn sie mehr Kunden will, hat sie dafür zu sorgen, dass mehr direkte Züge fahren (die meisten Passagiere steigen ungern um), und sie muss einen besseren Gepäck-Service bieten. Im internationalen Wettbewerb mit dem Flugzeug müssen bei der Bahn Preis und Qualität besser werden. . . . .53

## **8 Freizeitverkehr**

### **6. Besuch von Veranstaltungen – zwei Fallstudien**

Orbit und Basler Messe machen es vor: Sie sind Eldorados für umweltfreundliche Verkehrsmittel. Wenn Parkplätze knapp sind, auf den Strassen Stau droht und das Angebot mit direkten Zügen und Kombi-Billetten stimmt, hat der ÖV grosse Chancen. Noch ist das Potenzial für den ÖV nicht ausgeschöpft, weil gegen die Hälfte der Autofahrer Kombi-Billette gar nicht kennen. Wo sich Behörden, Veranstalter und Transportunternehmer zu gemeinsamem Handeln aufrufen und Angebote für den öffentlichen Verkehr schaffen, wird das Auto weniger benützt, und es braucht weniger Parkplätze. . . . .61

### **7. Ski- und Snowboard-Tagesausflüge**

Das sind Fälle fürs Auto: Wer eins hat, braucht es, wenn er sich einen Tag lang auf den Pisten tummeln will. Nur wenn der ÖV direkter und schneller fährt und sich die Ausrüstung unkomplizierter transportieren lässt, kann er Kunden gewinnen. Wer die Sportausrüstung vor Ort mietet, reist problemlos und kann das neueste Material nutzen. Parkplatzabgaben bei Bergbahnstationen sollen die vollen Kosten decken, aber nicht mehr: Sonst bleibt die Kundschaft weg. . . . .69

### **8. Einzelprojekte für einen nachhaltigen Freizeitverkehr**

Das Veloland Schweiz ist eine Erfolgsgeschichte. 3.3 Millionen VelofahrerInnen benutzen die Wege von «Veloland Schweiz». Das Erfolgsrezept ist zur Nachahmung empfohlen: Bund, Verkehrsverbände und öffentliche Fachstellen machen mit, Gastwirte und Hoteliers ebenso, Bauern offerieren «Schlaf im Stroh», die Strecken von «Veloland Schweiz» sind einheitlich und gut signalisiert. Fast genauso einfach könnte in Ferienorten der Verkehr beruhigt werden: Behörden und Bevölkerung spannen zusammen, statt leerer Parkplätze muss der Spitzenverkehr gemanagt werden. Wenn unbedingt nötig, wird eine Umfahrungsstrasse gebaut, im Ort selber beruhigen Schwellen und Verengungen den Verkehr – zum Wohl auch des Gewerbes, weil Einkaufen im Ort wieder attraktiver wird. Die Gäste kommen in Scharen, sie freuen sich an schöneren Ausichten, mehr Ruhe, mehr Erholung und weniger Abgasen. . . . .83

### **9. Strategien und Massnahmen für einen nachhaltigen Freizeitverkehr**

Auf dem Weg zu einem nachhaltigen Freizeitverkehr muss der Trend entschieden korrigiert werden: Vorgeschlagen werden erstens allgemeine Massnahmen in Richtung einer nachhaltigen Mobilität. Zweitens sollen strategische Planungen, Raumordnung sowie Infrastruktur- und Verkehrspolitik verstärkt auf die spezifischen Bedürfnisse des Freizeitverkehrs eingehen. Drittens sind neue Akzente im Freizeitverkehr zu setzen. Strategieelemente und Massnahmen werden punkto Umweltwirkungen quantifiziert. . . . .95

### **10. Bilanz: Was bringt, was wird akzeptiert?**

Die Bilanz zeigt, dass nicht nur Potenziale für einen nachhaltigen Freizeitverkehr vorhanden sind, sondern wirksame und effiziente Massnahmen ergriffen werden können, welche ökologische, wirtschaftliche und soziale Ziele der Nachhaltigkeit fördern. Mehr noch: Wenn auf zentrale Bedingungen und auf den Erfolg fördernde Faktoren geachtet wird, ist es durchaus möglich, für Massnahmen für einen nachhaltigen Freizeitverkehr politische Akzeptanz zu schaffen. Bei den Autos können bis ins Jahr 2020 im Vergleich zum Trend jährlich 3 bis 5 Millionen Tonnen oder 30 bis 50 Prozent CO<sub>2</sub> vermieden werden, beim Flugverkehr der SchweizerInnen sind durch Kompensationen 15 bis 50 Prozent – von insgesamt 6 Millionen Tonnen – verminderte CO<sub>2</sub>-Emissionen möglich. Weitere positive Effekte sind: Weniger Energieverbrauch, weniger Lärm, geringerer zusätzlicher Bodenverbrauch und weniger Unfälle. . . . .123

## **Literaturverzeichnis**