

WEGE ZU EINEM KLIMAFREUNDLICHEN MUSEUM

ENTWICKLUNG EINES NACHHALTIGEN MOBILITÄTSKONZEPTS
FÜR DAS FREILICHTMUSEUM HESSEN PARK

von ANNA BECKER (ehemals Kitlar)

NR. 14 | JUNI 2024



Wege zu einem klimafreundlichen Museum

Entwicklung eines nachhaltigen Mobilitätskonzepts für das Freilichtmuseum Hessenpark

**Masterarbeit
zur Erlangung des akademischen Grades
Master of Arts (M.A.)**

im Fachbereich Geowissenschaften/Humangeographie
der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main

Eingereicht von:
Anna Kitlar
Matrikelnummer: 729195
anna.kitlar@stud.uni-frankfurt.de

Erstgutachter: Prof. Dr. Martin Lanzendorf
Zweitgutachter: Dipl.-Geograph Jens Scheller

Abgabedatum: 30.05.2023

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	III
Tabellenverzeichnis	III
Abkürzungsverzeichnis.....	IV
1. Einleitung.....	1
1.1 Ausgangslage und Problemaufriss.....	1
1.2 Zielsetzung und Forschungsfrage	1
1.3 Aufbau der Arbeit und methodische Vorgehensweise	2
2. Nachhaltige Mobilität im Freizeit- und Ausflugsverkehr	3
2.1 Maßnahmen zur Reduzierung des MIV.....	4
2.2 Maßnahmen zur Stärkung des ÖPNV	7
2.3 Maßnahmen zur Förderung des Radverkehrs	10
2.4 Maßnahmen zur Stärkung der Mobilität zu Fuß.....	11
2.5 Maßnahmen zur Förderung von Multimodalität	12
3. Vorstellung des Fallbeispiels.....	15
3.1 Über den Hessenpark.....	15
3.2 (Verkehrs-)Geographische Einordnung des Untersuchungsgebiets	16
3.2.1 Anfahrt mit dem Pkw	17
3.2.2 Anbindung durch den ÖPNV	17
3.2.3 Erreichbarkeit mit dem Fahrrad	21
3.2.4 Erreichbarkeit zu Fuß.....	23
4. Methodik und Forschungsdesign.....	25
4.1 Literaturrecherche und -analyse	25
4.2 (Geo-)Daten-Analyse.....	26
4.3 Qualitative Expert:innen-Interviews.....	29
4.4 Maßnahmenworkshop	32

5. Ergebnisse der (Geo-)Daten-Analyse	35
5.1 Eine Bestandsaufnahme der Besucher:innenstruktur	35
5.2 Die zeitliche Verteilung der Besucher:innenstruktur	37
5.3 Die geographische Verteilung der Besucher:innenstruktur	39
6. Ergebnisse der Expert:innen Interviews	43
6.1 Die Dominanz des MIV im Ausflugsverkehr.....	43
6.2 Herausforderungen der An- und Abreise mit dem Fahrrad.....	44
6.3 Herausforderungen der An- und Abreise zu Fuß.....	47
6.4 Herausforderungen der An- und Abreise mit dem ÖPNV	47
6.5 Herausforderungen multimodaler Mobilität	53
6.6 An- und Abreisen mit dem (Schul-)Reisebus	54
7. Ergebnisse des Maßnahmen-Workshop	56
7.1 Maßnahmen zur Reduzierung des MIV.....	56
7.2 Mit dem Fahrrad zum Museum	58
7.3 An- und Abreisen zu Fuß.....	61
7.4 Der ÖPNV als Chance	62
7.5 Multimodalität stärken.....	65
7.6 An- und Abreisen mit dem Reisebus	67
8. Diskussion der Ergebnisse.....	69
8.1 Zusammenfassung der Ergebnisse.....	69
8.2 Ableitung von Handlungsempfehlungen	71
8.4 Diskussion der Umsetzbarkeit	79
9. Schluss	82
9.1 Zusammenfassung der Diskussionsergebnisse	82
9.2 Ausblick	83
Literatur	84
Eigenständigkeitserklärung.....	92

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage und Anfahrt des Freilichtmuseums Hessenpark.....	16
Abbildung 2: Verkehrsmittel-Infrastruktur am Freilichtmuseum Hessenpark.....	17
Abbildung 3: Streckenausschnitt der Taunusbahn	18
Abbildung 4: Aktuelle Karte der Kulturbuslinie 5	21
Abbildung 5: Auszug aus dem Fahrradroutenplaner Hessen rund um den Hessenpark	22
Abbildung 6: Auszug aus dem Radverkehrskonzept Hochtaunuskreis	23
Abbildung 7: Auszug der Wanderwege im Naturpark Taunus	24
Abbildung 8: Kartographische Darstellung des Taunuslehrpfads.....	24
Abbildung 9: Induktive und deduktive Kategorienableitung der Interviews	31
Abbildung 10: Induktive und deduktive Kategorienableitung des Workshops	34
Abbildung 11: Die Entwicklung der Besucher:innen-Zahlen Hessenpark	35
Abbildung 12: Die Entwicklung der Besucher:innen-Zahlen inklusive Marktplatz.....	36
Abbildung 13: Verteilung der Besucher:innen nach Bedarfsgruppen.....	36
Abbildung 14: Tageszeitliche Verteilung der Besucher:innen.....	37
Abbildung 15: Spitzenzeiten im Tagesverlauf in der An- und Abreise	38
Abbildung 16: Die Verteilung der Besucher:innen nach Wochentag	39
Abbildung 17: Geographische Verteilung der Besucher:innen im Jahr 2018.....	40
Abbildung 18: Geographische Verteilung der Förderkreismitglieder:innen im Jahr 2023	40
Abbildung 19: Reisezeitenvergleich Pkw - ÖPNV	42

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Finanzierungsbericht des Landes Hessen im Jahr 2021	15
Tabelle 2: Streckendistanzen für die Fahrradanreise zum Hessenpark	21
Tabelle 3: Interviewpartner:innen der qualitativen Interviews	29
Tabelle 4: Teilnehmerliste des Maßnahmenworkshops	32
Tabelle 5: Prozentualer Reisezeiten-Überschuss der Verkehrsmittel	41
Tabelle 6: Zeitvergleichsanalyse Bad Homburg - Hessenpark	42
Tabelle 7: Das Mobilitätskonzept Freilichtmuseum Hessenpark.....	78

Abkürzungsverzeichnis

ADFC	Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V.
AST	Anruf-Sammel-Taxi
BMDV	Bundesministerium für Digitales und Verkehr
ebd.	Ebenda
EMTA	European Metropolitan Transport Authorities
e.V.	eingetragener Verein
gGmbH	gemeinnützige Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GIS	Geoinformationssysteme
IAFK	Interessengemeinschaft für Autofreie Kur- und Fremdenverkehrsorte Bayern
MaaS	Mobility as a Service
MiD	Mobilität in Deutschland
MIV	Motorisierter Individualverkehr
o.D.	ohne Datum
ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
OSM	OpenStreetMap
Pkw	Personenkraftwagen
RMV	Rhein-Main-Verkehrsverbund
SDGs	Sustainable Development Goals
SEV	Schienenersatzverkehr
SPNV	Schienenpersonennahverkehr
UB	Universitätsbibliothek
VHT	Verkehrsverband Hochtaunus

1. Einleitung

1.1 Ausgangslage und Problemaufriss

Der motorisierte Individualverkehr (MIV) hat im Freizeitverkehr in Deutschland einen hohen Stellenwert (BMDV 2019; UMWELTBUNDESAMT 2022b). Freizeitwege machen laut der aktuellen Studie Mobilität in Deutschland (MiD) im Jahr 2017 28 Prozent der mit dem Personenkraftwagen (Pkw) zurückgelegten Verkehrswege in Deutschland aus (MiD 2018) – Tendenz steigend (UMWELTBUNDESAMT 2022a). In der Kategorie der Verkehrsleistung in Personenkilometer beläuft sich der Anteil für Freizeit und Ausflüge sogar auf 34 Prozent (MiD 2018). Während circa 50 Prozent der Pkw-Fahrleistung auf dienstliche Zwecke zurückzuführen ist, folgt der Wegezweck Freizeit mit 24 Prozent an zweiter Stelle (ebd.). Ein Großteil dieser Wege wird mit Pkw zurückgelegt, wodurch im Jahr 2017 35 Millionen Tonnen Emissionen im Freizeitverkehr erzeugt wurden – immerhin ein Viertel der Gesamtmenge im Verkehrsbereich (UMWELTBUNDESAMT 2020). Die Dominanz des MIV in der Freizeitmobilität und damit einhergehende Belastungen für die Umwelt ist kein neues Phänomen. Bereits aus den 1970er- und 1980er Jahren liegen wissenschaftliche Arbeiten vor, die sich mit den Herausforderungen der Pkw-Affinität im Freizeit- und Ausflugsverkehr auseinandersetzen (HEINZE 1975; STEIERWALD & MÜLLER 1977; COLLIN 1980; ABERLE 1981; HAUER et al. 1982; KRIPPENDORF 1982; KNOFLACHER et al. 1985).

Ein ähnliches Bild zeichnet sich im Fallbeispiel dieser Masterarbeit ab. Ein Großteil der 230.028 Besucher:innen des Freilichtmuseums Hessenpark (HESSENpark 2023a) reiste im Jahr 2022 mit dem eigenen Auto an, sodass an Wochenenden ein Pkw-Aufkommen im vierstelligen Bereich erreicht wurde.¹ Dies steht im direkten Gegensatz zur Nachhaltigkeit als eines der zentralen Leitthemen des Museums (SCHELLER 2022). Angesichts der ländlich geprägten geographischen Lage und einer aus finanziellen Gründen zu erwarteten (weiteren) Reduzierung des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) in der Region (ebd.), soll in Kooperation mit dem Hessenpark ergründet werden, wie sich die An- und Abreise zu regionalen Ausflugszielen trotz dieser Hürden nachhaltiger gestalten lässt.

1.2 Zielsetzung und Forschungsfrage

Das Thema Nachhaltigkeit ist nicht nur aufgrund der eigenen Zielsetzung der Museumsleitung von Relevanz. Die Vereinten Nationen haben bereits 2015 mit ihren Sustainable Development

¹ Diese Information stammt aus einer persönlichen Kommunikation mit der Museumsleitung. Genaue Daten über die Pkw-Anzahl an Wochenenden liegen nicht vor.

Goals (SDGs) 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung zum Schutz unseres Planeten definiert (VEREINTE NATIONEN 2015). Unter anderem wird gefordert, „den Zugang zu sicherer, bezahlbaren, zugänglichen und nachhaltigen Verkehrssystemen für alle zu ermöglichen“ (ebd.). Im Kontext dieser prominenten Ziele für eine nachhaltige Entwicklung kann der Hessenpark mithilfe der Ergebnisse dieser Arbeit eine Vorreiterrolle sowohl im Kreis der Freilichtmuseen in Deutschland als auch in regionalen Ausflugs- und Bildungseinrichtungen einnehmen. Um dies zu erreichen, fehlt bisher eine Anleitung, an der sich das Museum und weitere beteiligte Akteur:innen orientieren können. Ziel der vorliegenden Untersuchung ist es, ein nachhaltiges Mobilitätskonzepts am Beispiel Freilichtmuseum Hessenpark zu erstellen. Übergeordnet leitet sich die folgende Fragestellung ab: Welche Möglichkeiten gibt es, um zu erreichen, dass zukünftig mehr Personen den Umweltverbund zur An- und Abreise von regionalen Ausflugszielen nutzen?

1.3 Aufbau der Arbeit und methodische Vorgehensweise

Zur Beantwortung der Forschungsfrage, wird die Arbeit durch vier Unterfragen strukturiert. Das Hauptaugenmerk des theoretischen Geflechts der Untersuchung liegt in der Analyse bisheriger Forschungsansätze und Handlungsempfehlungen zu nachhaltiger Mobilität im Freizeit- und Ausflugsverkehr. Aus diesem Grund wird in der ersten Unterfrage mithilfe einer Literaturanalyse erörtert, welche Maßnahmen bisher herausgearbeitet und empfohlen wurden und welche Erfolge sich mit umweltfreundlichen An- und Abreisemöglichkeiten im Ausflugsverkehr abgezeichnet haben.

Nachdem anschließend das Untersuchungsgebiet Hessenpark vorgestellt und (verkehrs-)geographisch eingeordnet wird, erfolgt eine datenbasierte Analyse der Besucher:innen des Freilichtmuseums. Hierbei wird der zweiten Unterfrage nachgegangen: Welche unterschiedlichen Bedarfsgruppen gibt es und wie, wann und woher reisen diese an? Die Beantwortung der dritten Unterfrage erfolgt mithilfe der Analyse qualitativer Expert:innen-Interviews, um herauszufinden, wo derzeit die Herausforderungen für Besucher:innen regionaler Ausflugsziele in der An- und Abreise mit nachhaltigen Verkehrsmitteln liegen.

Der letzte Teil der Analyse umfasst einen Workshop mit Vertreter:innen des Hessenparks und den teilnehmenden Expert:innen der Interviews. Ziel der Fokusgruppendiskussion ist es Antwortmöglichkeiten auf die vierte Unterfrage zu debattieren: Wie kann der Umweltverbund für die unterschiedlichen Bedarfsgruppen so entwickelt werden, dass es attraktive Alternativen zum MIV gibt? Aus dem Konglomerat der Ergebnisse der Analysen werden im abschließenden Diskussionskapitel Handlungsempfehlungen zur Stärkung nachhaltiger An- und

Abreisemöglichkeiten herausgearbeitet, bevor im Schlussteil der Arbeit ein Resümee gezogen wird.

2. Nachhaltige Mobilität im Freizeit- und Ausflugsverkehr

In der Freizeitmöbilitätsforschung gibt es eine Vielzahl von Arbeiten und Studien, die Handlungsstrategien für den Freizeit- und Ausflugsverkehr entwickeln und analysieren. Dabei wurden verschiedene Ansätze zur Reduzierung der Umweltbelastung durch den MIV, zur Effizienzsteigerung nachhaltiger Mobilitätsformen und zur Förderung umwelterträglicher Verkehrsmittel ausgearbeitet und diskutiert. Insgesamt haben die verschiedenen Untersuchungen zu klimafreundlicher Mobilität im Ausflugsverkehr wichtige Lösungsansätze hervorgebracht, um den ökologischen Fußabdruck des Tourismus-, Freizeit- und Ausflugsverkehr zu reduzieren und gleichzeitig den Bedürfnissen der Menschen nach Freizeit, Erholung und Bildung gerecht zu werden.

Zentral für den Erfolg von Maßnahmen zur Steigerung nachhaltiger Mobilität ist die Beachtung ortsspezifischer Gegebenheiten im jeweiligen Untersuchungsgebiet (FASTENMEIER et al. 2001). Auch LANZENDORF (2001) unterstreicht die Bedeutung eines übergeordneten Leitbilds zur Förderung nachhaltiger Mobilität. In diesem Sinne sollten alle beteiligten Akteur:innen einer Region gemeinsame Ziele entwickeln, welche die Grundlage für eine langfristige, prozessorientierte Entwicklung der weiterführenden Maßnahmen bietet (ebd.). Weiterhin ist wesentlich, dass Maßnahmen immer in einem aufeinander abgestimmten Bündel abgeleitet und empfohlen werden, weil Einzelmaßnahmen häufig wirkungslos sind (HEINZE & KILL 1997; FASTENMEIER et al. 2001).

HEINZE & KILL (1997) gliedern Handlungsmaßnahmen in drei Stufen der Kapazitätserweiterung: Erstens: „kurzfristige Systemoptimierung“ durch Wegweiser, Parkplätze oder Aufzüge für Fahrräder an Bahnhöfen; Zweitens: „mittelfristige Systemausweitung“ durch eine verbesserte öffentliche Infrastruktur wie Direktverbindungen oder Fahrradwagons; Drittens: sehr langfristige Erweiterungen durch Innovationen schnellerer Raumüberwindung, Umbau von Flächennutzungssystemen oder institutionelle Rahmenänderungen (ebd.). Wichtig ist eine „dynamische Verkehrspolitik“ im Zusammenspiel aller Maßnahmen (ebd.). Hierbei ist zu beachten, dass jedes Konzept „negative Folgewirkungen verringern und zugleich ein hohes Mobilitätsniveau erhalten“ muss (ebd.). Im Rahmen dieser Analyse werden die Maßnahmen zunächst anhand der Verkehrsmittel strukturiert und analysiert.

2.1 Maßnahmen zur Reduzierung des MIV

Die selbstbestimmte Ausgestaltung der Freizeit ist ein hohes gesellschaftliches Gut, aus dem sich eine schwer zu beeinflussende Pkw-Affinität ableitet (BRANNOLTE et al. 1998). Gemäß GSTALTER & FASTENMEIER (1995) werden die Ursachen für die Vorliebe von Personenkraftwagen im Freizeitverkehr in abnehmbarer Relevanz wie folgt identifiziert: „Bequemlichkeit, Genuss, Flexibilität, Transportmöglichkeit, Abhängigkeit von Wetterbedingungen, Zeitersparnis, Kostenersparnis und Sicherheit“ (ebd.). Freizeit, Privatsphäre, Selbstbestimmung und Individualität „werden in der Regel zusammengedacht“ (BRANNOLTE et al. 1998). Um dieser Selbstverständlichkeit zu begegnen, werden vor allem restriktive Maßnahmen entwickelt, die zu einer Reduzierung des MIV im Freizeit- und Ausflugsverkehr führen sollen. Dazu zählen (saisonale) autofreie Zonen, Parkraumbewirtschaftung, Verkehrsleitsysteme, Zuflussregulierung durch Ampeln, Mautgebühren, die Verlagerung des MIV durch periphere Parkplätze, Verkehrsberuhigung und Umgehungsstraßen in Verbindung mit (kostenlosen) Shuttle-Möglichkeiten und einem hochfrequentierten ÖPNV bzw. Anruf-Sammel-Taxis (AST) (SCHRECKENBERG & SCHÜHLE 1981; HESSEL 1996; KIRCHHOFF 1997; MEIER 2000; FASTENMEIER et al. 2001; LANZENDORF 2001).

Durch diese Maßnahmen konnten in bayrischen Touristengebieten laut der Interessengemeinschaft für Autofreie Kur- und Fremdenverkehrsorte Bayern (kurz: IAFK) (1998) je nach Region und Modell Pkw-Verkehrsreduzierungen zwischen 20 Prozent und 94 Prozent erreicht werden. In Bad Kissingen konnte zwischen 1990 und 1997 eine Verdopplung der Fahrgäste im ÖPNV verbucht werden und das Berchtesgadener Land hat zwischen 1990 und 1993 die Schadstoffe um 50 Prozent reduziert (IAFK 1998 in FASTENMEIER et al. 2001). Dadurch wird ermöglicht, dass die zum MIV alternativen Wege kurz und attraktiv sind (FASTENMEIER et al. 2001). Autofreiheit findet dementsprechend nur Akzeptanz bei attraktiven Alternativen. Der alternative ÖPNV muss hochwertig und konkurrenzfähig vermarktet werden – im Idealfall durch Gäste- oder Netzkarten (ebd.).

Doch nicht immer sind restriktive oder verkehrsverlagernde Maßnahmen erfolgreich. Während autofreie oder -reduzierte Bereiche zwar einen deutlichen Rückgang des MIVs bewirken, erwirken diese aber häufig die Verlagerung des Verkehrs auf Zufahrts- und Umgehungsstraßen. Pkw-Nutzer:innen weichen auf nicht beruhigte Straßen aus, die Belastung des Umlands nimmt zu und Staus können sich bilden (ebd.). Infrastrukturbbezogene Maßnahmen sind langfristige und kostenintensive Maßnahmen, die vorrangig auf die Verlagerung von Aktivitäten abzielen

und weniger auf deren Veränderung (SCHRECKENBERG & SCHÜHLE 1981). Aus diesem Grund ist es nötig, kombinierte Maßnahmen unter Einbeziehung der An- und Abreise zu entwickeln (FASTENMEIER et al. 2001).

Die Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl vom Wohnort zum Zielort ist jedoch aufgrund der niedrigen Qualität des Angebots überregionaler öffentlicher Verkehrsmittel häufig problematisch (ebd.). Eine Möglichkeit, hier entgegenzusteuern, ist die Verteuerung der Anreise durch Mautgebühren, um für den ÖPNV einen ökonomischen Vorteil zu bewirken (ebd.). Auch LANZENDORF (2001) argumentiert, dass eine Einflussnahme auf die „Entstehungsbedingungen“ des Freizeitverkehrs nötig ist, um eine Reduzierung durch Vermeidung und Verlagerung zu erreichen. Hierfür eignen sich ökonomische Instrumente, die den MIV verteuern bei gleichzeitiger Förderung des Umweltverbunds durch Anreize und Belohnung (ebd.). Die Freilichtmuseen Hohenlohe, Bad Windsheim und Kürnbach haben beispielsweise die Rabattierung des Eintritts bei Vorlage eines ÖPNV-Tickets eingeführt und damit „bisher gute Erfahrungen gemacht.“²

HEINZE & KILL (1997) kritisieren auf der anderen Seite, dass sich die meisten Konzepte auf restriktive Maßnahmen im MIV und fördernde Maßnahmen für den ÖPNV reduzieren lassen. Kurzfristig bringen entzerrende Maßnahmen Erfolg, langfristig wird der Verkehr durch Infrastrukturausbau außerhalb touristischer Regionen induziert (ebd.). Aus diesem Grund ist es nötig, eine vorausschauende Planung für die Reduzierung des MIV anzulegen. Alternativen zum MIV müssen explizit als positiv („Lust, Freude“) herausgestellt (LANZENDORF 2001) und sollten nicht nur auf den ÖPNV beschränkt werden (HEINZE & KILL 1997). Eine Möglichkeit der aktiven Kommunikation von Alternativen zum MIV ist die Thematisierung nachhaltiger Mobilität bei Ausstellungen, wie es das Museumsdorf Cloppenburg praktiziert.³

Veranstaltungen, die über Alternativen zum MIV informieren, können die Einstellungen und Images von Verkehrsteilnehmer:innen beeinflussen, indem sie fundierte Informationen bereitstellen und positive Erfahrungen mit nachhaltigen Verkehrsmitteln vermitteln (FASTENMEIER et al. 2001). Die Verkehrsmittelwahl wird nicht ausschließlich durch rationale Faktoren beeinflusst, sondern kann auch auf emotionalen Motiven, Einstellungen und Images beruhen (ebd.). Sind diese gefestigt, spiegeln sie häufig die eigene Identität wider. FASTENMEIER et al. argumentieren, dass sich so eine Verhaltenstendenz entwickelt, die sich

² Die Information stammt aus einer persönlichen Kommunikation mit der Leitung der Museen.

³ Die Information stammt aus einer persönlichen Kommunikation mit der Leitung des Museumsdorfes Cloppenburg.

durch „Kommunikationsmethoden von Verkehrsbetrieben“ kaum beeinflussen lässt. Auf der anderen Seite ist für LANZENDORF (2011) „das neue Image“ eine zentrale Maßnahme zur Steigerung der Attraktivität öffentlicher Verkehrsmittel: „Das Unterwegssein im [ÖPNV]-System muss chic sein, das Marketing neue Angebote als Identifikationsobjekte schaffen“ (ebd.). So sehen es auch GÖTZ et al. (1998), die der Nutzung von Straßenbahnen in Freiburg eine „Imageverbesserung im Sinne des Abbaus von Identifikationshemmnissen mit öffentlichen Verkehrsmitteln“ anhand von Kampagnen attestieren.

Dennoch ist anzumerken, dass Menschen sich nicht immer ihren tatsächlichen Einstellungen gemäß verhalten (FISHBEIN & AJZEN 1975; PRASCHL et al. 1994; LITTIG 1997; FASTENMEIER et al. 2001). Gerade im Bezug zum Umweltbewusstsein wird das Image des mangelnden Komforts öffentlicher Verkehrsmittel gerne als Ausrede verwendet, lieber den bequemerem Pkw zu verwenden (PRASCHL et al. 1994; FASTENMEIER et al. 2001). In PRASCHL et al. (1994) wird durch die Studie der „Verkehrsmittel-Sympathie“ in Wien gezeigt, dass ÖPNV-Nutzer:innen mit Abstand das schlechteste Image unter den Verkehrsmitteln zugutekommt. Das Image spielt deshalb eine entscheidende Rolle in der Verkehrsmittelwahl. Es beeinflusst, wie Menschen sich fühlen, wenn sie ein bestimmtes Verkehrsmittel nutzen, und prägt ihre entsprechende Wahrnehmung (FASTENMEIER et al. 2001.). Um Veränderungen in der Freizeitmobilität zu erreichen, ist es demzufolge wichtig, „die Identifikation mit erwünschten Verhaltensweisen zu erleichtern, d.h. deren Image an die Identifikationsbedürfnisse der potenziellen Benutzer anzupassen“ (ebd.). Das Image kann die Einstellung einer Person beeinflussen, indem es positive oder negative Assoziationen weckt. Gleichzeitig können persönliche Einstellungen das Image beeinflussen, da sie die individuelle Wahrnehmung und Bewertung eines Verkehrsmittels formen.

Ein Problem in der Bewertung von Maßnahmen für nachhaltigeren Ausflugsverkehr ist die mangelnde Datengrundlage zur Überprüfung von Mobilitätskonzepten im jeweiligen Zielgebiet (HEINZE & KILL 1997). Die Ostsee-Insel Rügen hat durch eine Kombination von Maßnahmen versucht, den hohen MIV-Anteil auf der Insel zu regulieren (GEISLER 1998). Während es keine Daten zur Bewertung eines möglichen Erfolgs der Regulierung gibt, stellen FASTENMEIER et al. (2001) fest, dass sich gerade gesetzliche Rahmenbedingungen bei saisonalen Sperren, die Kooperation zwischen beteiligten Akteur:innen in der umliegenden Region und die mangelnde Finanzierbarkeit im Ausbau der Fahrradinfrastruktur und des ÖPNVs als herausfordernd darstellen. Während modelhafte Maßnahmen in einigen Regionen eine hohe Akzeptanz erfahren, die zu spürbaren Entlastungen und „einen akzeptablen Kostendeckungsgrad“ führen

(ebd.), gibt es andere Gebiete, die bei gleichen oder ähnlichen Maßnahmen weniger Erfolge verbuchen können.

Auch im Naherholungsgebiet *Midlands* in Großbritannien, das fast ausschließlich über leicht zugängliche Autobahnen mit dem Pkw erreichbar ist, sollte ein Maßnahmenpaket für Entlastung im MIV sorgen (LAWES 2000 in FASTENMEIER et al. 2001). Dieses Projekt war jedoch nicht erfolgreich aufgrund einer mangelnden Akzeptanz von Park & Ride-Alternativen und der geringen Taktzahl der Shuttle-Busse (FASTENMEIER et al. 2001). Hier zeigt sich, dass trotz erhöhter Kosten des MIV das Auto präferiert wird, weil es stressfrei, flexibel, selbstbestimmt und bequem ist.

2.2 Maßnahmen zur Stärkung des ÖPNV

Der vorherige Diskurs um eine Reduzierung im MIV hat gezeigt, dass restriktive Maßnahmen ohne Ausbau und/oder Stärkung eines attraktiven ÖPNVs kaum von Erfolg gezeichnet ist. Aus diesem Grund werden im folgenden Unterkapitel zielgruppenorientierte Angebote, die Preispolitik im ÖPNV im Rahmen von Finanzierungsmöglichkeiten, zeitliche Erreichbarkeiten, Organisationsstrukturen, innovative Lösungen sowie Marketing als Einfluss auf das Image des ÖPNV diskutiert. Es „muss intensiv am Image öffentlicher Verkehrsmittel gearbeitet werden,“ um die emotionale Komponente der Einstellung und somit Verhaltensbeeinflussung zu erreichen (FASTENMEIER et al. 2001). Gerade im Defizit des Images öffentlicher Verkehrsmittel liegt sein großes Wachstumspotenzial (LANZENDORF 2001). In Tirol wurden diese Möglichkeiten schon 2012 erkannt. Das Projekt „Tirol auf die Schiene“ zielt darauf ab, die Bahninfrastruktur auszubauen und gleichzeitig in Werbemaßnahmen zu investieren, um Menschen von nachhaltiger Mobilität zu überzeugen (TIROL WERBUNG GMBH n.D.).

LÜKING & MEYRAT-SCHLEE (1998) schlagen als Maßnahme für stadtnahe Naturräume und Erholungsgebiete spezielle zielgruppenorientierte ÖPNV-Linien vor. Beispiele dazu sind der Wanderbus Lauenburgische Seenplatte, die Rothseelinie mit Fahrradbeförderungsmöglichkeiten und der Schwarzwaldbus für die Zielgruppen „Familien“ und „Senior:innen“. Hier muss jedoch beachtet werden, dass niedrigschwellige Angebote durch geringe Fahrpreise keine Kostendeckung gewährleisten (FASTENMEIER et al. 2001). Damit der Umstieg vom MIV auf den ÖPNV gelingt, „sollte auf das Prinzip der Kostendeckung“ verzichtet werden (ebd.). Es ist jedoch fraglich, ob dies im Kontext der finanziellen Situation der Verkehrsverbünde und Kommunen möglich sein wird. So wurden der Sommer-Sonne-See-Express Krefeld und der Odenwald-Express aufgrund finanzieller Probleme eingestellt (ebd.).

Auch LANZENDORF (2001) argumentiert, dass nachfragespezifische Angebote im ÖPNV gezielt genutzt werden sollten, um zielgruppenorientierte Marktsegmente zu erschließen. Beispiele hierfür sind neben Wandermöglichkeiten auch Großveranstaltungen, Schwimmbäder oder saisonal attraktive Aktivitäten, beispielsweise bei Schneefall (ebd.). Dennoch sind dem ÖPNV finanzielle Grenzen bezüglich der individuellen Flexibilität gesetzt. Wenngleich auf der anderen Seite gerade in „dünnbesiedelten Randgebieten der Verdichtungsräume“ die Chance besteht, dass der ÖPNV zur Finanzierung öffentlicher Verkehrsmittel beitragen kann (HEINZE & KILL 1997).

Entscheidend sind eine attraktive Preispolitik durch die Bildung einheitlicher und übersichtlicher Tarifzonen sowie Sondertarife und Kombiangebote, die für niedrigschwellige Angebote sorgen (FASTENMEIER et al. 2001; LANZENDORF 2001). Ein Beispiel dafür sind Gästetickets, die in vielen Alpenregionen mittlerweile üblich sind. GRONAU (2016) hat diesbezüglich festgestellt, dass sich gerade die Verkehrsbetriebe in den Regionen für das Konzept kostenloser Besucher:innen-Karten eingesetzt haben, um neue Zielgruppen zu akquirieren und die Nachfrage nach dem ÖPNV zu erhöhen. Gerade im ländlichen Raum bieten Touristen eine neue Zielgruppe, die den demographischen Wandel in der Bevölkerung durch neue Kund:innen auffangen können (ebd.).

Neben den finanziellen Aspekten stellt der assoziierte Zeitaufwand einen entscheidenden Einflussfaktor auf die Wahl des Verkehrsmittels dar. Gemäß den Ausführungen von LANZENDORF (2001) muss sichergestellt sein, dass die Verwendung des ÖPNV im Vergleich MIV keinen signifikanten Zeitverlust mit sich bringt, da Personen in ihrer Freizeit einen derartigen Verlust an Zeit nicht akzeptieren würden. MEIER (2000) beurteilt ebenfalls den Faktor Zeit als signifikant in Bezug auf den Erfolg einer Umstellung. Erst, wenn die zentralen Schwachstellen der Reisezeit und des Komforts im ÖPNV ausgeräumt werden, kann ein Umstieg gelingen (ebd.).

Zentral sind auch neue Organisationsstrukturen und Kooperationsformen im ÖPNV, die für mehr Flexibilität in der Reaktion auf Nachfrage sorgen können (LANZENDORF 2001). Der Erfolg der Verlegung einer S-Bahn-Haltestelle näher an den Kaiserstuhl heran zeigt, dass bei geringerem Zeit- und Wegeverlust durch niedrigeren Aufwand ein Zuwachs des Ausflugsverkehrs mit dem ÖPNV generiert werden kann (FASTENMEIER et al. 2001). Eine andere Möglichkeit ist die Flexibilisierung von Busverbindungen mittels Bedarfshaltestellen in kürzeren Abständen (SCHRECKENBERG & SCHÜHLE 1981). Dies ist jedoch nicht ausreichend. Neben der Schaffung attraktiver, komfortabler und flexibler Angebote ist es nötig, dass

Nutzer:innen durch Marketing- und Informationskampagnen über die Möglichkeiten im ÖPNV informiert werden (FASTENMEIER et al. 2001). Das zeigt, dass der Umstieg nur über einen aufeinander abgestimmten Komplex an Maßnahmen gelingen kann.

Ein geeignetes Beispiel dafür sind die Küstenregionen in Schleswig-Holstein (GEISLER 1998). Ein Maßnahmenpaket aus Serviceangeboten für Reiseinformationen, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit, erhöhtem zielgruppenorientierten Reisekomfort, besseren Zugverbindungen, Kombi-Netzkarten, Fahrradbeförderungsmöglichkeiten, Takt-Abstimmungen zwischen Bus und Bahn sowie Anreizen und Belohnungen für die ÖPNV-Nutzung hat hier zu einer Reduzierung im MIV geführt (ebd.). FASTENMEIER et al. (2001) argumentieren, dass der Erfolg des Pakets aus einem „Prozess der kleinen Schritte“ röhrt. Infrastrukturausbau, Zielgruppenorientierung, Vermarktung, Information und Koordination, gepaart mit der Mitwirkung aller Beteiligten Akteur:innen (Land, Verkehrsträger, Wirtschaft, Verbände und Kommunen) waren der Schlüssel zum Erfolg (ebd.). Trotzdem sind hier auch zusätzliche Maßnahmen erst bei ausreichender Nachfrage finanziert gewesen (ebd.). Wenn die Finanzierung jedoch gesichert ist, zeigt das Beispiel der Küstenregionen in Schleswig-Holstein, dass „ein solches kollektives Verkehrssystem, das den diffusen, spontanen und variablen Anforderungen des Freizeitverkehrs gerecht werden kann, [...] eine echte Konkurrenz zum Pkw“ darstellen kann (HEINZE & KILL 1997).

Um den ÖPNV für Freizeitaktivitäten attraktiver zu gestalten, ist eine innovative Neugestaltung des öffentlichen Nahverkehrs erforderlich, die sich stärker an den Merkmalen des Individualverkehrs orientiert (HEINZE & KILL 1997). Minibusse, Rufbusse, Mitnahmemöglichkeiten im privaten Pkw oder ASTs können eine zeit-räumliche Erreichbarkeit von Ausflugszielen unter Einbezug flexibler Angebote gewährleisten (LANZENDORF 2001). Ein Beispiel hierfür ist der „DorfBUS“ in Spiegelau, der an drei Tagen in der Woche flexible Fahrten innerhalb der Gemeinde für den Preis von einem Euro anbietet und so die Flexibilität öffentlicher Mobilität auf dem Land stärkt (GEMEINDE SPIEGELAU 2018). Damit digitale ÖPNV-Angebote bestimmte Bedarfsgruppen nicht ausschließen, ist niedrigschwelliges Angebot wichtig. Der DorfBUS bietet sowohl die Möglichkeit der Anmeldung per App als auch eine telefonische Buchung (ebd.). Das steigert die Akzeptanz, gerade bei älteren Menschen (BOMEISL 2023).

Darüber hinaus sollte der MIV zunehmend „ÖPNV-fähig“ werden (HEINZE & KILL 1997). Eine Optimierung des MIVs überall dort, wo er unvermeidbar ist, kann unter Einbezug neuer Technologien erfolgreich sein (FASTENMEIER et al. 2001). Angebote wie Car-Sharing oder Car-

Pooling lassen die Grenzen zwischen dem konservativen MIV und optimierten ÖPNV-Angeboten anteilig verschwinden (HEINZE & KILL 1997). Hier bestehen Möglichkeiten, die im Freizeitverkehrsbereich weiter ausgeschöpft werden sollten.

2.3 Maßnahmen zur Förderung des Radverkehrs

Das Fahrrad entspricht im Freizeitverkehr vielen Charakteristika, die sonst dem Auto zugeschrieben werden (FASTENMEIER et al. 2001). Die Vorteile liegen auf der Hand: Flexibilität, Individualität, Spaßfaktor, Bewegung, Gruppenerlebnisse durch Touren mit mehreren Personen und die Umweltverträglichkeit durch einen Wertewandel haben dem Fahrradverkehr eine neue Chance gegeben (HEINZE & KILL 1997). Dennoch sollte auch die Ambivalenz des Verkehrsmittels berücksichtigt werden. Zum einen gibt es die „personalisierte Beziehung zum Rad, Freude und Genuss am Fahrerlebnis, Erleben von Freiheit und Unabhängigkeit, und das Fahrrad als Kultobjekt und Mittel zur Selbstinszenierung“ (FASTENMEIER et al. 2001). Zum anderen müssen aber auch negative Einstellung gegenüber Radfahrenden sowie Ängste bei der Vorstellung vom Radfahren bei der Erstellung von Maßnahmen im Freizeitverkehr berücksichtigt werden (FASTENMEIER et al. 2001).

Einige Freilichtmuseen haben auf diese Bedürfnisse bereits reagiert. Das Freilichtmuseum Finsterau bietet Lademöglichkeiten für Pedelecs an, der Roscheider Hof hat Abstellmöglichkeiten für hochwertige Fahrräder innerhalb des Museumsgeländes geschaffen und das Museum am Kiekeberg hat die Anzahl der Abstellmöglichkeiten für Fahrräder erhöht. Darüber hinaus gewährt das Freilichtmuseum Molfsee Besucher:innen, die mit dem Fahrrad kommen und einen Stempel des Fahrradparkplatzes vorweisen können Rabatt auf den Eintrittspreis.⁴

FASTENMEIER et al. (2001) haben eine Reihe von Maßnahmen identifiziert, die sich in verschiedenen Regionen bewährt haben. Dazu gehören infrastrukturelle Maßnahmen wie die Vernetzung, der Ausbau und Sanierung von Fahrradwegen, attraktive Wegführungen, der Vorrang im Straßenverkehr und die verkehrsräumliche Trennungen vom MIV (ebd.). Darüber hinaus schaffen attraktives Kartenmaterial und Vermarktung einen Mehrwert im Fahrradfreizeitverkehr (ebd.). Auch LANZENDORF (2001) plädiert für attraktive Wegenetze, umfangreiches Kartenmaterial und ausgeschriebene Touren. Zusätzlich sollten Verleihangebote die Maßnahmen ergänzen (FASTENMEIER et al. 2001; LANZENDORF 2001). Spezielle und ausschließlich für den Fahrradverkehr gedachte Transportmöglichkeiten haben

⁴ Die Information stammt aus einer persönlichen Kommunikation mit den jeweiligen Freilichtmuseen.

sich nur bedingt gelohnt. FASTENMEIER et al. (2001) sehen da bessere Möglichkeiten in der Mitnahme mit regulären Bussen und Bahnen durch Anhänger, Fahrradträger oder spezielle Bereiche im Transportmittel. Zusätzlich dazu hat die physische Separierung von Fahrradwegen und Pkw-Spuren gemäß der Untersuchung von SCHRECKENBERG & SCHÜHLE (1981) ebenfalls einen positiven Einfluss auf den Radverkehr. Es wurde jedoch festgestellt, dass diese Maßnahme gemäß einiger Studien eher den Verkehrsfluss verbessern und zur Vermeidung von Unfällen beitragen, wie von FASTENMEIER et al. (2001) dargelegt.

Eine weitere Handlungsempfehlung ist die „soziale Restriktion zur Verkehrsvermeidung“: Der Fokus wird auf Kampagnen zur regionalen und ortsnahen Freizeitmobilität in Kleingruppen gelegt, bei der „umweltfreundliche Trendsetter“ durch Radfahrten Einfluss auf das Mobilitätsverhalten anderer nehmen (HEINZE & KILL 1997). Auf diese Weise werden Motive angesprochen, die die Fahrradnutzung positiv konnotieren. Sobald „natürliche Mobilitätskonzepte in den Mittelpunkt [rücken], bedeutet dies einen Wettbewerbsvorteil für den Raum, der sie einführt“ (HEINZE & KILL 1997). Aus dem Grund gilt es, Räume zu schaffen, die positive Motive der Verkehrsmittelwahl ansprechen. Dazu gehören „Erlebniswerte, Selbstgestaltbarkeit, Selbstbestätigung und Unabhängigkeit“ (ebd.). Fahrradnutzung muss aktiv ausgestaltet und gefördert werden, ohne den Freizeitverkehr zu „strangulieren“ (ebd.).

2.4 Maßnahmen zur Stärkung der Mobilität zu Fuß

Wenngleich An- und Abreisen zu Fuß häufig auf geringere Kilometerleistungen beschränkt sind (LANZENDORF 2001), als es bei motorisierten Verkehrsmitteln der Fall ist, stellt die Förderung dieses Fortbewegungsmittels eine weitere Möglichkeit dar, um klimaneutral im Freizeitverkehr unterwegs zu sein. Weil der Anteil nicht-motorisierter Verkehrsmittel in der Freizeitmobilität niedrig ist, können über neue Handlungsstrategien Maßnahmen entwickelt werden, die Einfluss auf den Modal Split im Freizeitverkehr haben (ebd.).

Ein wichtiger Schritt hierfür sind Ausbau und Sanierung von Fußwegen zu einem Fußwegenetz in Verbindung mit attraktivem Kartenmaterial und Vermarktung der getroffenen Maßnahmen (FASTENMEIER et al. 2001). Eine attraktive Weggestaltung, beispielsweise durch zeitliche Sperren für Pkws (LANZENDORF 2001), ist hierfür zentral. Auch FASTENMEIER et al. (2001) argumentieren, dass die Attraktivität des Zu-Fuß-Gehens durch reduzierten MIV, Verkehrsberuhigung und Fußgänger:innen-Zonen gesteigert wird. Nichtsdestotrotz ist zu beachten, dass solche restriktiven Maßnahmen in der Regel dazu führen, dass der Pkw-Verkehr in solche Gebiete verlagert wird, die nicht betroffen sind (ebd.), wodurch keine Reduzierung im MIV erreicht wird.

Eine weitere zentrale Maßnahme ist die Ausgestaltung von bedürfnisorientierten Wegekonzepten, wie beispielsweise Lehrpfade, die durch Wanderkarten beworben werden (ebd.). Spezielle Hol-, Bring- und Transferangebote wie Shuttle-Busse, Ausflugsbusse und Gepäcktransporte können die Verlagerung des MIV teilweise unterbinden (ebd.). Wichtig sind auch hier gezielte Marketing- und Informationskampagnen, zum Beispiel über spezielle ÖPNV-Wanderbücher, um über das Angebot und dessen Attraktivität zu informieren (ebd.). HEINZE & KILL (1997) argumentieren, dass der erhöhte Zeitaufwand für Fußwege genutzt werden sollte, um Erlebnisse zu schaffen, die „mehr Spaß und Lebensfreude“ bereiten. Weil das Zu-Fuß-Gehen durch unterschiedliche Bedarfsgruppen unterschiedlich bewertet wird, müssen die Einstellungen der jeweiligen Nutzer:innen bei der Implementierung von Maßnahmen berücksichtigt werden (FASTENMEIER et al. 2001).

Bisher fehlen adäquate eigene Konzepte oder Strategien zur Förderung des Zu-Fuß-Gehens als gleichwertige Form der Mobilität (FUSS E.V., 2018). Während im Bereich des Fahrradverkehrs eine systematische Verkehrsplanung, Problemanalysen und Prioritätensetzungen übliche Bestandteile der Verkehrsplanung sind, wird dem Fußverkehr in der Regel nur wenig Beachtung geschenkt (ebd.). Als Reaktion darauf hat der Fachverband Fußverkehr Deutschland (FUSS E.V.) einen Handlungsleitfaden zur Implementierung städtischer Strategien für den Fußverkehr entwickelt (ebd.). Obwohl sich dieser Leitfaden nicht explizit auf den Freizeitverkehr bezieht, lassen sich dennoch einige der darin enthaltenen Maßnahmen auf den Ausflugsverkehr anwenden: Wesentliche Voraussetzung für die Nutzung von Fußwegen ist deren Sicherheit, Attraktivität und Zugänglichkeit. Aus dem Grund sollten Unfallschwerpunkte identifiziert und abgebaut werden; Stürzen vorgebeugt werden; Angsträume beseitigt werden; Konflikte bei der Querung von Straßen vermieden werden; barrierefreie Querungen ermöglicht werden; „Spielraumkonzepte“ in Wegeverbindungen eingearbeitet werden; Ziele fußläufig erreichbar sein; Lärm und Luftverschmutzung reduziert werden; Zufluchtsorte vor Witterungseinflüssen geschaffen werden; Grünflächen vernetzt werden; Fußverkehr kommuniziert und beworben werden; kurze, direkte Wege geschaffen werden; Konflikte mit Radfahrenden entschärft werden; sowie eine komfortabel Erreichbarkeit mit dem ÖPNV hergestellt werden (ebd.).

2.5 Maßnahmen zur Förderung von Multimodalität

HEINZE & KILL (1997) sehen „das Erfolgsgeheimnis von Verkehrsinnovationen [...] im Wechselspiel zwischen traditionellen Konzepten, neuen Lösungen und sich wandelnden Randbedingungen.“ Gerade der technische Fortschritt und neue Technologien (anhand

moderner Verkehrsmittel) eröffnen im Bereich der Multimodalität neue Möglichkeiten, mindestens gleichwertige Alternativen zum MIV zu schaffen. Gerade im Bereich des Schienenpersonennahverkehrs (SPNV) existiert ein großes Potenzial, vorhandene Infrastruktur durch moderne, multimodale Systeme auszubauen (ebd.).

Möglichkeiten hierzu sind zum Beispiel Fahrradstationen an Bahnhöfen, niedrigschwellige Mitnahmemöglichkeiten für Fahrräder im SPPNV, multimodale Routentipps, Reparaturmöglichkeiten, Bike&Ride-Stationen und Leihangebote an Haltestellen (LANZENDORF 2001). Gerade die Mischnutzung zwischen Fahrrädern und dem ÖPNV bietet großes Potenzial (ebd.). Dennoch ist vor allem der Erfolg von Leihstationen nicht immer gegeben, da dies häufig mit zusätzlichen Kosten für Nutzer:innen verbunden ist und das Leihfahrrad darüber hinaus mit den eigenen, teilweise hochwertigen Fahrrädern konkurrieren muss (FASTENMEIER et al. 2001).

Neben Fahrrad-Nutzung können auch Car-Sharing-Angebote in Verbindung mit öffentlichen An- und Abreisemöglichkeiten genau dort angeboten werden, wo aktuell Lücken im Angebot des ÖPNVs existieren (LANZENDORF 2001). Sicherlich ist es immer von Vorteil, nicht-motorisierte Angebote für nachhaltige Mobilität im Freizeitverkehr zu schaffen. In Regionen, in denen der MIV jedoch unvermeidbar ist, kann die Optimierung in Form von Car-Sharing oder Ride-Sharing dennoch zu einem Zuwachs in der Nutzung multimodaler Verkehrsformen führen (FASTENMEIER et al. 2001). Das Freilandmuseum Oberpfalz hat in diesem Zusammenhang eine Ladestation für Elektro-Autos geschaffen und bietet seit der Saison 2023 einen kostenlosen Zubringerbus an, der an Sonntagen und zu speziellen Veranstaltungen die Anreise mit dem ÖPNV ermöglichen soll⁵.

In diesem Zusammenhang bietet die Implementierung von Mobility as a Service (MaaS) Tourismusgebieten die Chance, technische Innovationen multimodaler Anreisen zur Förderung nachhaltiger Mobilität zu nutzen. Kerngedanke dieses Konzepts ist besitzlose Mobilität durch integrative, digitalisierte und multimodale Transportdienstleistungen (HEIKKILÄ 2014; GOODALL et al. 2017; EMTA 2019). UNTERKOFLER (2019) sieht in seiner Forschung zum Thema nachhaltiger Tourismusmobilität in Südtirol durch MaaS erhebliches Potenzial. Obwohl das Konzept seinen Ursprung in Großstädten hat, könnten auch ländliche (Tourismus-)Regionen von dieser neuen Debatte um Sharing-Angebote profitieren (ebd.). Mit MaaS können Reisende bequem und effizient verschiedene Verkehrsmittel innerhalb einer Region nutzen

⁵ Die Information stammt aus einer persönlichen Kommunikation mit der Leitung des Freilandmuseum Oberpfalz.

(ebd.). Es bietet den Vorteil der Echtzeit-Information über Verkehrslagen, Fahrpläne und Verfügbarkeit von Fahrzeugen. Reisende können ihre Transportmittel dementsprechend planen, wodurch die Effizienz gesteigert und Wartezeiten sowie Unsicherheiten minimiert werden (ebd.).

Die Begriffe "Smart City" und "Smart Region" repräsentieren die Vorstellung von digital vernetzten Regionen, die darauf abzielen, soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeitsziele zu verfolgen (SCHERHAG & KURZ 2023). Insbesondere der periphere Tourismus kann durch die Digitalisierung davon profitieren, dass eine Vernetzung verschiedener Gemeinden und Attraktionen nachhaltige Mobilitätsformen etabliert (ebd.).

Trotz der potenziellen Innovation und vielversprechenden Natur neuer Mobilitätskonzepte bleiben die Erfolgsaussichten begrenzt, sofern das entsprechende Angebot nicht angemessen beworben und vermarktet wird. DALKMANN & SCHÄFER-SPARENBERG (2006) analysieren Maßnahmen klimaneutraler Events und sehen ein Handlungsfeld in der „Public Awareness durch Mobilitätsevents.“ Durch Publikumsmagneten wie VIPs oder spezielle Events, die nachhaltige Mobilität im Freizeitbereich thematisieren, kann das Bewusstsein von Menschen auf „lockere und spaßige“ Art und Weise beeinflusst werden.

Einen anderen Blickwinkel auf Multimodalität im Freizeitverkehr bietet LANZENDORF (2001) durch multimodale Vernetzung und Information als Handlungsstrategie. Die Argumentationskette dabei ist die Überlegenheit aller alternativen Verkehrsmittel „in ihrer Gesamtheit als System“ gegenüber dem MIV (ebd.). Hier spielt auch die „Förderung neuer nicht-motorisierter Trendverkehrsmittel,“ wie beispielsweise Tretroller, Inline-Skates, Skateboards (LANZENDORF 2001) eine große Rolle. In diesem Zusammenhang wird Freizeitmobilität „nicht nur ein Mittel zur Zielerreichung, sondern das Unterwegssein ist auch selbst als eigenständiger Zweck von Bedeutung“ (ebd.). LANZENDORF (2001) argumentiert, dass „die Entkopplung des Verkehrshandelns von MIV-Routinen wohl nur gelingen kann, wenn an die Stelle des privaten Pkw Verkehrsmittel treten, die nicht nur funktional die Aufgabe des Pkw übernehmen.“ Wichtig ist die positive Identifikationsmöglichkeit mit dem Verkehrsmittel (ebd.). „Von der positiven Erfahrung mit der Fortbewegung aus eigener Kraft kann möglicherweise die dominierende Bindung zum privaten Pkw aufgebrochen werden“ (ebd.).

3. Vorstellung des Fallbeispiels

3.1 Über den Hessenpark

Das Freilichtmuseum Hessenpark wurde 1974 durch die hessische Landesregierung gegründet (BIENER 2014). Am 01. Juli 1978 wurde der Landesbetrieb Freilichtmuseum Hessenpark in eine eigene Gesellschaft ausgelagert (HESSISCHER LANDTAG 1978), blieb jedoch im Besitz des Bundesland Hessens, vertreten durch das Ministerium für Finanzen (HESSEN PARK 2018). Geschäftsführer der Freilichtmuseum Hessenpark GmbH ist seit 2009 der Kulturgeograph Jens Scheller (BIENER 2009).

Auf dem 65 Hektar großen Gelände des Museums wird das dörfliche und kleinstädtische Leben ab dem 17. Jahrhundert ausgestellt (HESSEN PARK 2014). Grundpfeiler der musealen Arbeit ist das „Sammeln, Bewahren, Forschen und Vermitteln“, um ein „[lebendiges] Gedächtnis Hessens“ zu entwickeln (HESSEN PARK 2014). Zentrale Aufgabe ist die Bewahrung und Präsentation der hessischen Bau-, Wirtschafts- und Sozialgeschichte (HESSISCHES MINISTERIUM DER FINANZEN 2021). Neben dem Wert als touristisches Ausflugsziel in der Region wird dadurch der Bildungs- und Forschungsauftrag der Einrichtung deutlich. In dieser Funktion besteht nicht nur die Möglichkeit, das Museum im Rahmen verschiedener Ausstellungen zu besuchen. Thematische Märkte, Aktionstage, Vorträge, Kurse, Tagungen, Sonderausstellungen, museumspädagogische Angebote, Aufführungen sowie Ferienprogramme für Kinder runden das Angebot ab (HESSEN PARK 2014).

Als Gesellschafter des Freilichtmuseums obliegt dem Land Hessen ein Anteil von 100 Prozent am gezeichneten Kapital von 328.000,00 Euro (HESSISCHES MINISTERIUM DER FINANZEN 2021). Der jährliche Zuschuss der Landesregierung ist zwischen 2019 und 2021 gestiegen (Tabelle 1). 2021 betrug dieser 5.513.000 Euro. Die Umsatzerlöse vor Pandemiebeginn betrugen 1.659.000 Euro. Während im Jahr 2019 ein negatives Jahresergebnis erzielt wurde, konnte in den Jahren 2020 und 2021 ein positives Jahresergebnis erzielt werden. Dies ist Covid-19 bedingt auf geringere Kosten im Personalaufwand zurückzuführen (Tabelle 1). Für das Jahr 2022 liegen zu diesem Zeitpunkt keine Zahlen vor.

Tabelle 1: Ausgewählte Kennzahlen aus dem Finanzierungsbericht des Landes Hessen im Jahr 2021 (Quelle: HESSISCHES MINISTERIUM DER FINANZEN (2021); eigene Darstellung)

Ausgewählte Kennzahlen	2019	2020	2021
	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Zahlungen des Landes Hessen	5.365	5.465	5.513
Umsatzerlöse	1.659	802	1.110
Personalaufwand	4.048	3.434	3.837
Jahresergebnis	-60	122	102

Neben der Finanzierung durch das Land Hessen und Einnahmen aus Eintrittserlösen sowie Führungen unterstützt der Förderkreis Freilichtmuseum Hessenpark e.V. mit mehr als 10.000 Mitglieder:innen das Museum finanziell (HESSEN PARK 2023b). Darüber hinaus sorgen Spenden der Förderkreis-Mitglieder:innen dafür, dass die historischen Werte und Bildungsaufgaben erhalten und unterstützt werden (ebd.). Der Verein entscheidet eigenständig, welche Projekte gefördert werden.

3.2 (Verkehrs-)Geographische Einordnung des Untersuchungsgebiets

Das Freilichtmuseum Hessenpark befindet sich in der Gemeinde Neu-Anspach im Naturpark Taunus und gehört zum Hochtaunuskreis (NATURPARK TAUNUS 2023a) und ist aufgrund historischer Gegebenheiten der Gebäude und Wege nur eingeschränkt barrierefrei (HESSEN PARK 2023c). Naturräumlich liegt das Museum in einem Übergangsgebiet zwischen dem Hauptkamm des Taunus sowie dem Usinger-Becken und wird dem östlichen Hintertaunus zugeordnet (WAGNER 1951).

Auf der Internetseite des Hessenparks wird im Bereich der Besuchsinformationen die Lage und Anfahrtmöglichkeiten beschrieben. Auffallend ist, dass die Anfahrt mit dem Pkw an oberster Stelle geführt wird. Anschließend folgen die Anfahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Touren mit dem Fahrrad sowie Wanderwege (HESSEN PARK 2023a). Abbildung 1 zeigt die abgebildete Graphik des Freilichtmuseums, um Besuchenden zu helfen, sich zu orientieren. Bahnlinien,

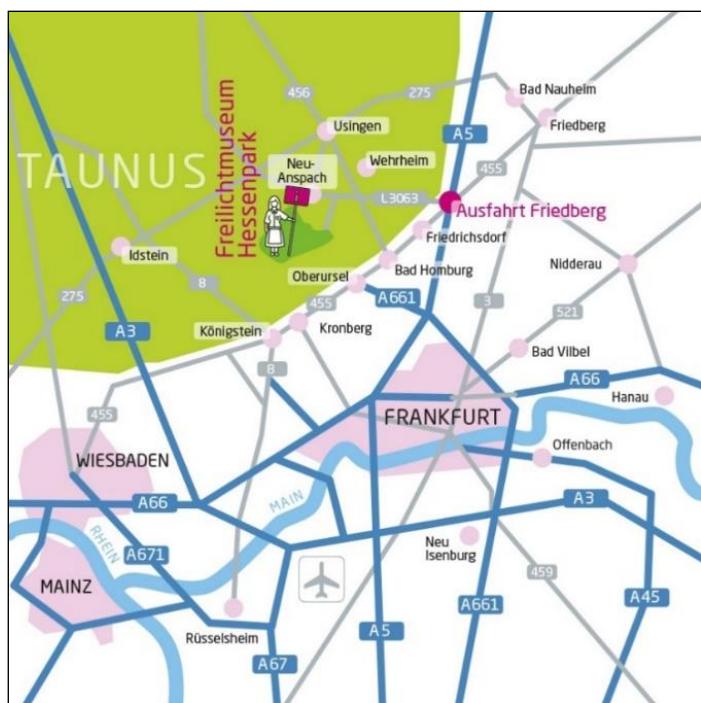


Abbildung 1: Lage und Anfahrt des Freilichtmuseums Hessenpark
(Quelle: HESSEN PARK 2023a)

Haltestellen, Fahrradwege und Wanderwege werden nicht graphisch dargestellt. Die Fahrplanauskunft des RMV ist verlinkt, ebenso wie der Radtourenplaner Hessen und der Routenplaner Wanderwegenetz Taunus.

3.2.1 Anfahrt mit dem Pkw

Mit dem Auto erreicht man den Hessenpark über die Autobahn A5 bis zur Ausfahrt Friedberg. Ab hier ist die Wegführung über die Landesstraßen L3063 und L3041 ausgeschildert (HESSEN PARK 2023a). Anreisen über Oberursel, Königstein, Idstein oder Usingen verlaufen ausschließlich über Landstraßen. Mithilfe eines verlinkten Routenplaners auf der Internetseite des Freilichtmuseums haben Besucher:innen des Hessenparks die Möglichkeit, ihre Anfahrt mit dem Pkw in Google Maps zu planen (ebd.). Besucher:innen des Freilichtmuseums, die mit dem Auto anreisen, können kostenfrei auf den Parkplätzen des Hessenparks parken. Insgesamt gibt es 575 Pkw-Parkplätze sowie 15 Busparkplätze (Hessenpark 2002). Zuzüglich zu den auf dem Hauptparkplatz befindlichen Abstellmöglichkeiten gibt es einen Ausweichparkplatz mit 604 zusätzlichen Parkplätzen, der bei Bedarf geöffnet werden kann (Hessenpark 2006) – siehe auch Abbildung 2.

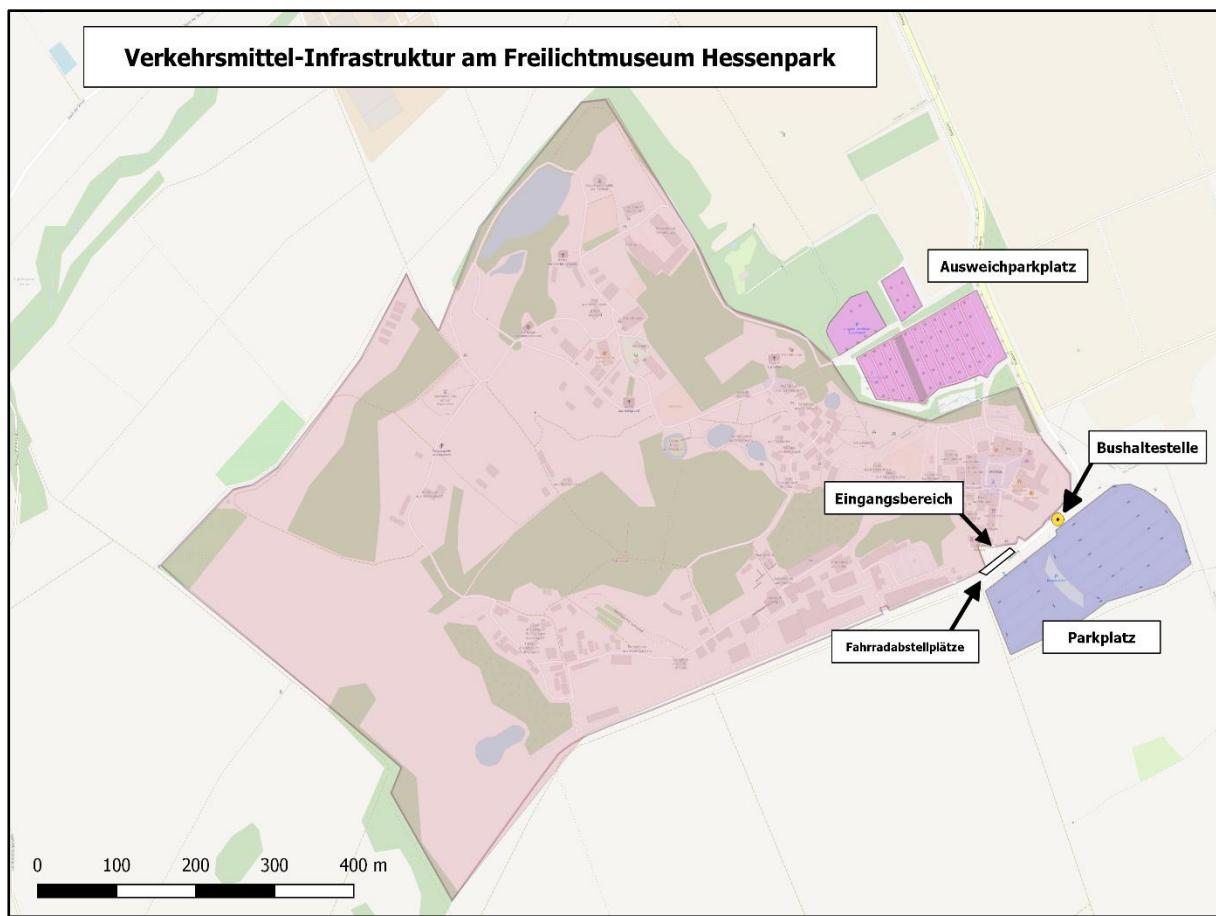


Abbildung 2: Verkehrsmittel-Infrastruktur am Freilichtmuseum Hessenpark (Quelle: OPEN STREET MAP 2023; HESSEN PARK 2002; HESSEN PARK 2006; eigene Darstellung)

3.2.2 Anbindung durch den ÖPNV

Das Freilichtmuseum ist über Regionalbahnen und Busverbindungen mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar. Die Bushaltestelle befindet sich in entlang des Hauptparkplatzes, wenige Meter vom Eingangsbereich entfernt (Abbildung 2). Der Verkehrsverband Hochtaunus

(VHT) ist in eigener Verantwortung für den öffentlichen Personennahverkehr im Hochtaunuskreis zuständig (VERKEHRSVERBAND HOCHTAUNUS 2023). Der kommunale Zweckverband besteht aus 13 Städten und Gemeinden und wurde 1988 gegründet, um durch den Erwerb und die Sanierung der Taunusbahn die Eisenbahnstrecke zu sichern und den lokalen Nahverkehr zu organisieren (ebd.). Im Vorstand des VHT sitzen die jeweiligen Vertreter:innen der beteiligten Kommunen. Die Taunusbahn RB15 wird durch den Rhein-Main-Verkehrsverbund (RMV) bestellt und fährt täglich zwischen Frankfurt (Main) Hauptbahnhof und Brandoberndorf sowie Bad Homburg und Brandoberndorf (siehe Abbildung 3) (RHEIN-MAIN-VERKEHRSVERBUND 2023b).



Abbildung 3: Streckenausschnitt der Taunusbahn inklusive geplanter Elektrifizierung
(Quelle: VERKEHRSVERBAND HOCHTAUNUS 2023)

Um zum Hessenpark zu gelangen, fährt man mit der Taunusbahn bis zur Haltestelle Neu-Anspach bzw. Wehrheim und anschließend mit der Buslinie 63 bis zur Haltestelle Hessenpark. Zu museumsrelevanten Zeiten⁶ gibt es keine direkte Verbindung zwischen Neu-Anspach bzw. Wehrheim und Frankfurt (Main) Hauptbahnhof, sodass das Museum außerhalb von Bad Homburg ausschließlich mit mindestens zwei Umstiegen angebunden ist (RHEIN-MAIN-VERKEHRSVERBUND 2023b). Zwischen Bad Homburg und Neu-Anspach bzw. Wehrheim fährt die Taunusbahn unter der Woche und samstags im 30-Minuten-Takt. Sonntags werden die Haltestellen stündlich bedient (ebd.).

Ab den Bahnhöfen Neu-Anspach bzw. Wehrheim fährt die Buslinie 63 unter der Woche stündlich und am Wochenende alle zwei Stunden zur Haltestelle Freilichtmuseum Hessenpark (RHEIN-MAIN-VERKEHRSVERBUND 2023a). Die Umsteigezeit auf dem Hinweg zum Hessenpark beträgt in Neu-Anspach fünf Minuten (wochentags) bzw. sechs Minuten (Wochenende) und in Wehrheim je nach Verbindung vier oder neun Minuten unter der Woche sowie fünf Minuten am Wochenende. In der entgegengesetzten Richtung warten Besucher:innen sechs Minuten (wochentags) bzw. fünf Minuten (Wochenende) in Neu-Anspach und sieben Minuten (wochentags) bzw. sechs Minuten (Wochenende) in Wehrheim auf die Taunusbahn.

Wegen Bauarbeiten entlang der Taunusbahn kommt es im Untersuchungszeitraum der Arbeit regelmäßig zu Fahrplanänderungen und Zugverspätungen (RHEIN-MAIN-VERKEHRSVERBUND 2023b). Seit Dezember 2022 sollen entlang der Bahnlinie Wasserstoffzüge eingesetzt werden (RHEIN-MAIN-VERKEHRSVERBUND 2023d). Aufgrund von Lieferschwierigkeiten, Fahrzeugausfällen und technischen Problemen gibt es zur Absicherung des Betriebs auf der Hälfte der Fahrten einen Schienenersatzverkehr (SEV). Seit April 2023 steht fest, dass der SEV bis auf weiteres mit einer stündlichen Taktung das Angebot der RB15 ergänzen soll (RHEIN-MAIN-VERKEHRSVERBUND 2023c). Eine zuverlässige Anbindung des Hessenparks über die Taunusbahn ist demzufolge aktuell nicht gegeben.

⁶ Im Kontext dieser Arbeit sind museumsrelevante Zeiten die täglichen Öffnungszeiten zwischen März 2023 und Oktober 2023 von 09:00 Uhr bis 18:00 Uhr. Im weiteren Verlauf der Arbeit werden nur Verbindungen und Fahrpläne berücksichtigt, die das Freilichtmuseum während der Öffnungszeiten bedienen.

Seit 2020⁷ arbeitet der VHT daran, die Taunusbahn zwischen Friedrichsdorf und Usingen auf einer Strecke von 18 Kilometer zu elektrifizieren (Abbildung 3). Nach Abschluss der Arbeiten wird die S-Bahn-Linie 5 zwischen Frankfurt (Main) Süd und Friedrichsdorf unter anderem über Wehrheim und Neu-Anspach verlängert (VERKEHRSVERBAND HOCHTAUNUS 2023). Ziel der Verkehrsbetriebe ist der Anstieg der Nachfrage von 11.000 Fahrgästen pro Werktag auf 18.000 (VERKEHRSVERBAND HOCHTAUNUS 2019). Für Besucher:innen des Freilichtmuseums bedeutet die Eingliederung des Usinger Landes in das S-Bahn-Netz eine umsteigefreie Bahn-Verbindung zwischen Frankfurt (Main) und Wehrheim bzw. Neu-Anspach, was nicht nur eine Reduzierung der Fahrzeit, sondern vor allem auch zuverlässigere Verbindungen zur Folge haben soll (ebd.). Darüber hinaus wird der Einstieg stufenfrei sein und die Mitnahme von Fahrrädern erleichtert (ebd.). Die Linie soll im 30-Minuten-Takt verkehren (ebd.). Die Inbetriebnahme S-Bahn-Verlängerung wird – Stand jetzt – frühestens Dezember 2024 sein (PIEREN 2022).⁸

Bis zum 31. März 2023 existierte neben der Busverbindung 63 eine zusätzliche Route, die als Kulturbuslinie 5 bekannt war (Abbildung 4). Diese Linie operierte wochentags zwischen 09:00 Uhr und 17:00 Uhr und verkehrte alle zwei Stunden zwischen den Orten Gonzenheim und der Saalburg. An den Wochenenden wurde die Frequenz erhöht, sodass die Verbindung stündlich bis zum Freilichtmuseum Hessenpark ausgedehnt wurde (RHEIN-MAIN-VERKEHRSVERBUND 2023e). Für die Finanzierung der Erweiterung dieser Linie trug hauptsächlich die Stadt Bad Homburg rund 30.000 Euro bei, kofinanziert durch einen Zuschuss der VHT in Form von Infrastrukturkostenausgleichszahlungen (SCHELLER, persönliche Kommunikation, 23.05.2023). Mit nur wenigen Wochen Vorlaufzeit hat die Stadtverwaltung Bad Homburg jedoch beschlossen, die Verlängerung zum Freilichtmuseum zu streichen und die Taktung für die Saalburg zu auszudünnen. Als Grund dafür wird die angespannte Haushaltslage der Stadt Bad Homburg genannt (ebd.).

⁷ Anfang 2020 begann der VHT mit der Erneuerung der Leit- und Sicherungstechnik am bestehenden Stellwerk. Das neue elektronische Stellwerk ist zwar eine Voraussetzung für die Elektrifizierung, dennoch nicht Teil des geplanten Projekts und dementsprechend nicht planfeststellungsrelevant (VERKEHRSVERBAND HOCHTAUNUS 2019). Weitere Sanierungsarbeiten der Infrastruktur auf der Strecke sind unabhängig vom Ausbau der S-Bahn-Linie fortlaufend notwendig (ebd.).

⁸ Im Verlauf des Bearbeitungszeitraums dieser Arbeit wurde der vorausgesagte Termin der Fertigstellung mehrmals verschoben. Auch auf mehrmalige Nachfragen konnte von Seiten der Verkehrsbetriebe keine genaue Auskunft darüber gegeben werden, wann mit einer Fertigstellung der Elektrifizierung der Taunusbahn zu rechnen ist (Stand: April 2023).

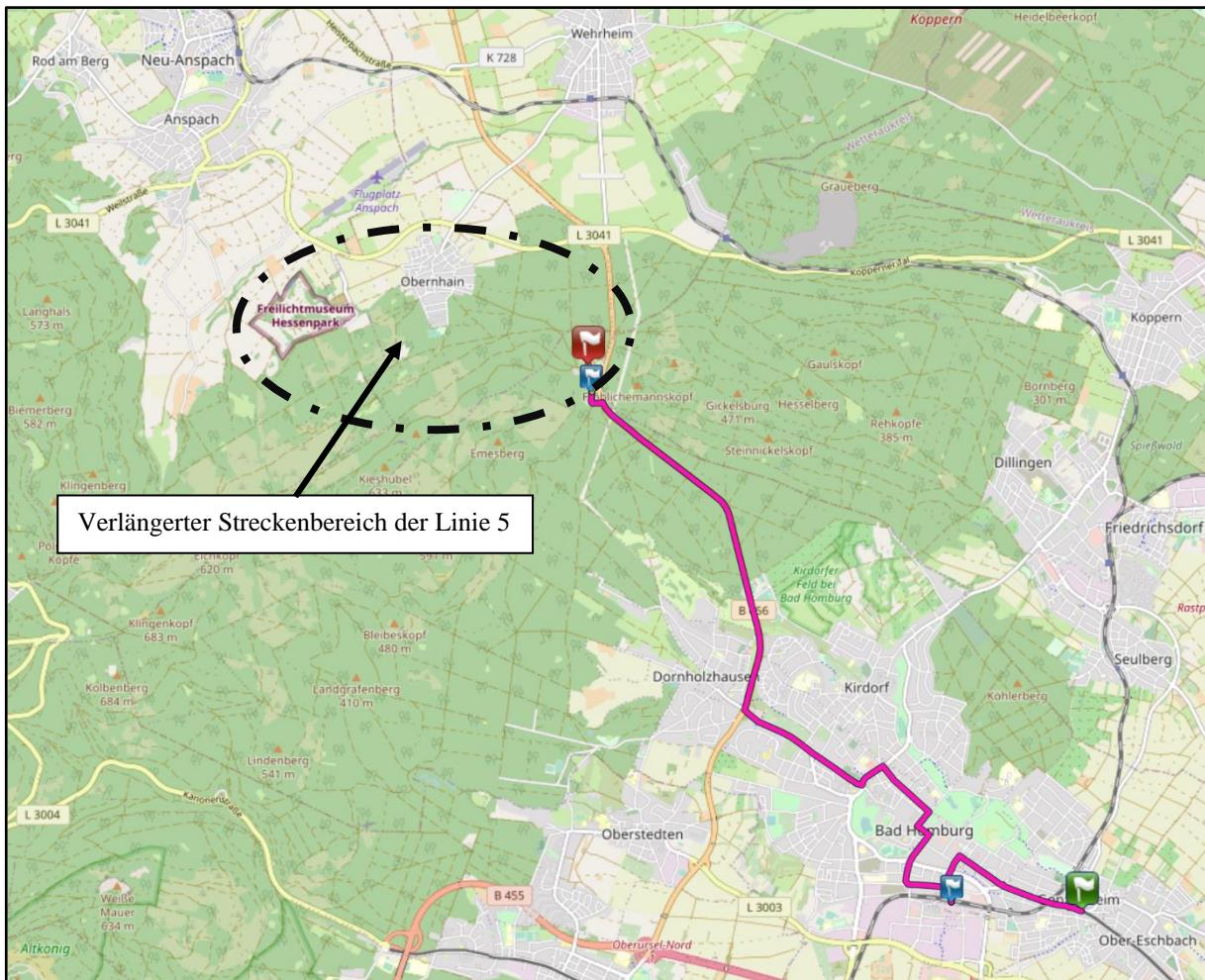


Abbildung 4: Aktuelle Karte der Kulturbuslinie 5 (Quelle: RHEIN-MAIN-VERKEHRSVERBUND 2023e; eigene Ergänzungen)

3.2.3 Erreichbarkeit mit dem Fahrrad

Die An- und Abreise zum Hessenpark ist über diverse Fahrrad Routen möglich. Tabelle 2 zeigt die Distanzen verschiedener Ausgangspunkte in der Region zum Freilichtmuseum:

Tabelle 2: Streckendistanzen für die Fahrradanreise zum Freilichtmuseum Hessenpark
(Quelle: HESSEN PARK 2023a; GOOGLE MAPS 2023a, eigene Darstellung)

Start- bzw. Endpunkt	Distanz (einfache Strecke)	Steigung
Bad Homburg (Ortsmitte)	13 Kilometer	340 Höhenmeter
Saalburg	3 Kilometer	70 Höhenmeter
Neu-Anspach (Bahnhof)	5,5 Kilometer	89 Höhenmeter
Wehrheim (Bahnhof)	4 Kilometer	88 Höhenmeter

Abbildung 5 stellt das Rad routennetz um den Hessenpark herum dar. Neu-Anspach, Wehrheim und die Saalburg sind über lokale Hauptnetze mit dem Freilichtmuseum verbunden. Gleichermaßen gilt für die Stadt Bad Homburg (RADROUTENPLANER HESSEN 2023). Jedoch stellt insbesondere die Strecke von Bad Homburg zum Hessenpark mit einer Steigung von 340 Höhenmetern auf

einer Strecke von 13 Kilometern eine Herausforderung dar, die nicht von allen Besucher:innen des Hessenparks einfach bewältigt werden kann (Tabelle 2).

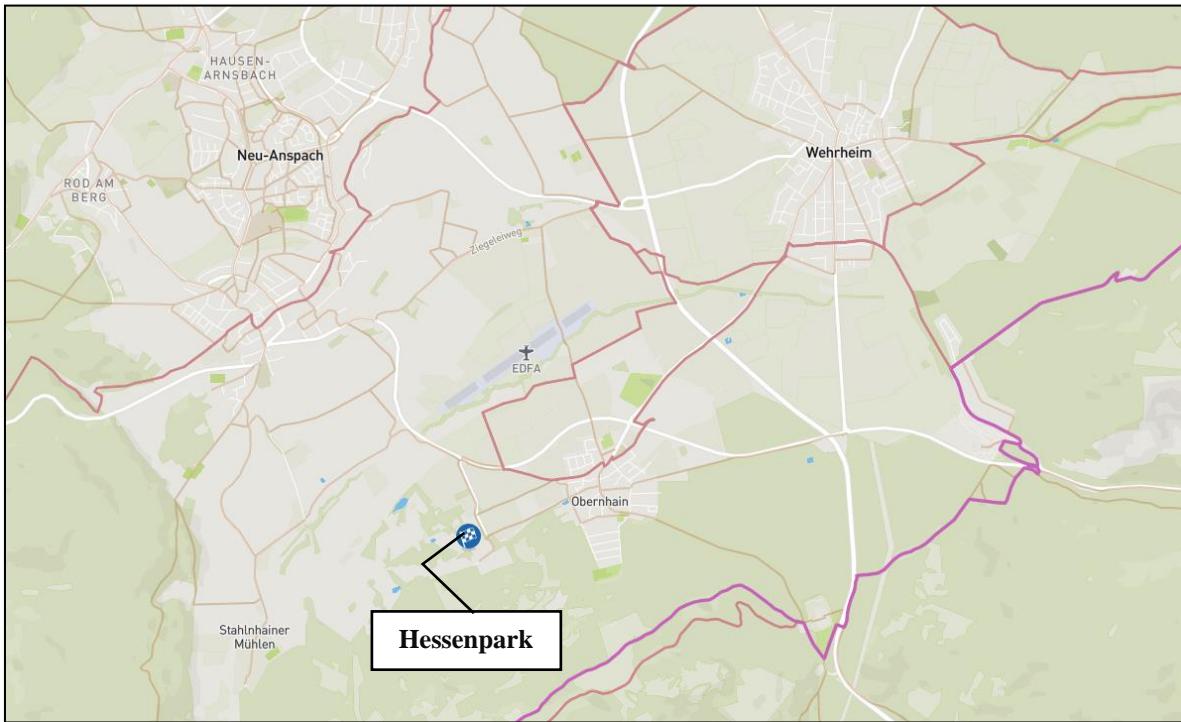


Abbildung 5: Auszug aus dem Fahrradroutenplaner Hessen rund um den Hessenpark
(Quelle: RADROUTENPLANER HESSEN 2023)

Seit Januar 2022 verfügt der Hochtaunus über ein Radverkehrskonzept für den Alltagsradverkehr (HOCHTAUNUSKREIS 2022a). Ziel des Konzepts ist die Entwicklung eines Netzes an Fahrradwegen, mit dem „alle Städte, Gemeinden und Orts- und Stadtteile mit mehr als 500 Einwohne[:innen]“ miteinander verbunden werden (ebd.). Da es sich um ein Konzept für den Alltagsverkehr handelt, wird das Freilichtmuseum in der Planung nicht berücksichtigt. Dennoch besteht die Möglichkeit, dass der Hessenpark durch infrastrukturelle Maßnahmen, die im Konzept hinterlegt sind, profitieren kann.

Ein Auszug der geplanten Maßnahmen wird in Abbildung 6 dargestellt. Insbesondere die empfohlene Asphaltierung zwischen dem Laubweg am Freilichtmuseum und der Stadt Neu-Anspach kann sich positiv auf den Fahrradtourismus auswirken. Gegenwärtig ist die Beschaffenheit des Weges nach Neu-Anspach durch schadhafte Asphaltierung und stellenweise grobe Schotterabschnitte gekennzeichnet (ebd.). Dies führt nicht nur zu einer erhöhten Unfallgefahr, sondern erfordert auch mehr körperliche Anstrengung beim Fahrradfahren. Darüber hinaus können die Wege im Winter nicht geräumt werden, und je nach Wetterbedingungen besteht die Gefahr, dass Radkleidung verschmutzt wird (ebd.).

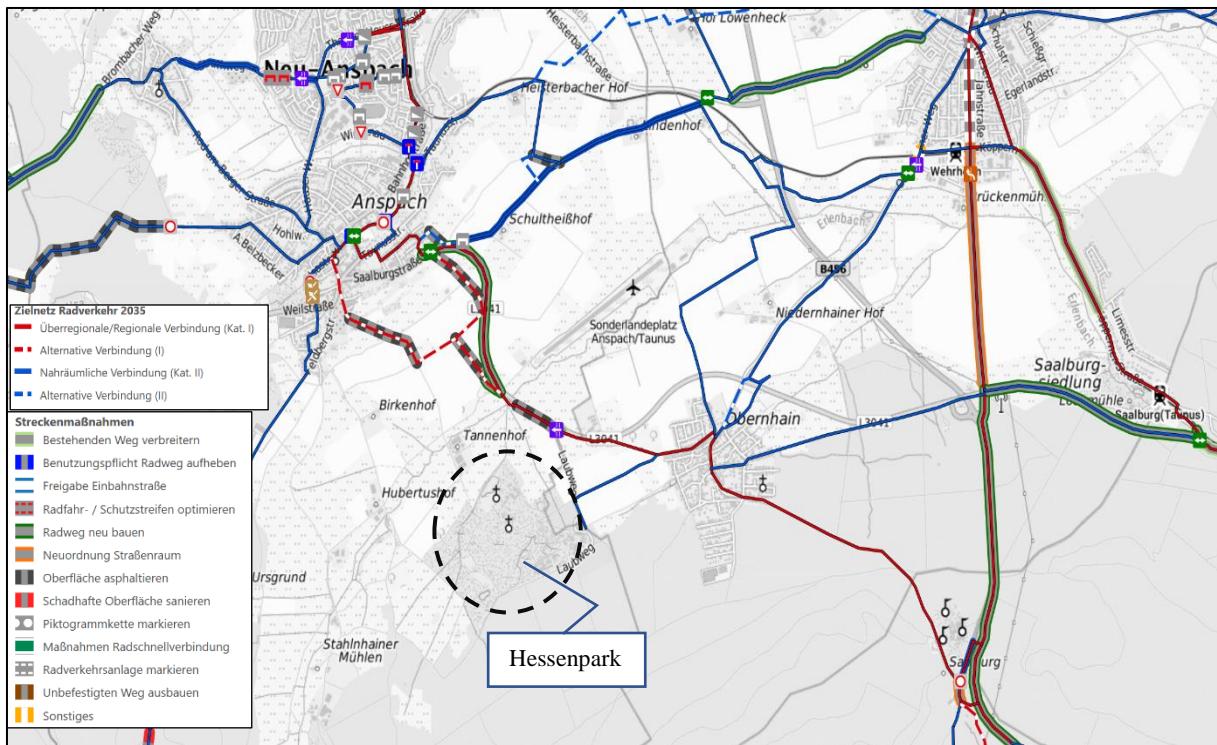


Abbildung 6: Auszug aus dem Radverkehrskonzept Hochtaunuskreis (Quelle: HOCHTAUNUSKREIS 2022b, eigene Ergänzungen)

3.2.4 Erreichbarkeit zu Fuß

Um das Freilichtmuseum herum gibt es eine Vielzahl von Wanderwegen, die man im Rahmen eines (Tages-)Ausflugs mit einem Besuch im Hessenpark verbinden kann (Abbildung 7). Beliebt ist beispielsweise der Besuch des Museums im Rahmen einer Wanderung auf dem 87 Kilometer langen Fernwanderweg Limeserlebnispfad (HESSEN PARK 2023c; NATURPARK TAUNUS 2023b).

Für Familien eignet sich der 6,5 Kilometer lange Taunuslehrpfad als Rundweg von der – durch den ÖPNV deutlich besser angebundenen – Saalburg zum Hessenpark, auf dem man auf 17 Stationen Wissenswertes über die verschiedenen Nutzungsformen der Landschaft im Naturpark erfährt, siehe Abbildung 8 (NATURPARK TAUNUS 2023b).

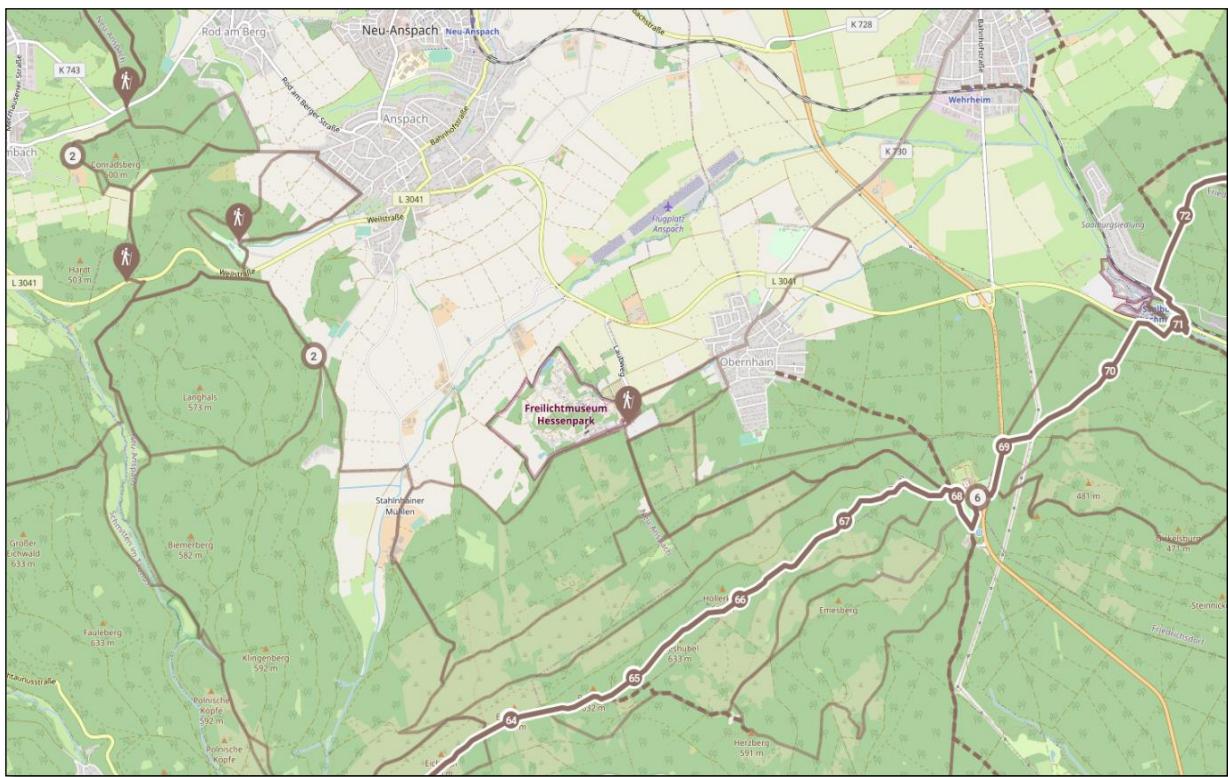


Abbildung 7: Auszug der Wanderwege im Naturpark Taunus rund um das Freilichtmuseum Hessenpark (Quelle: NATURPARK TAUNUS 2023b)

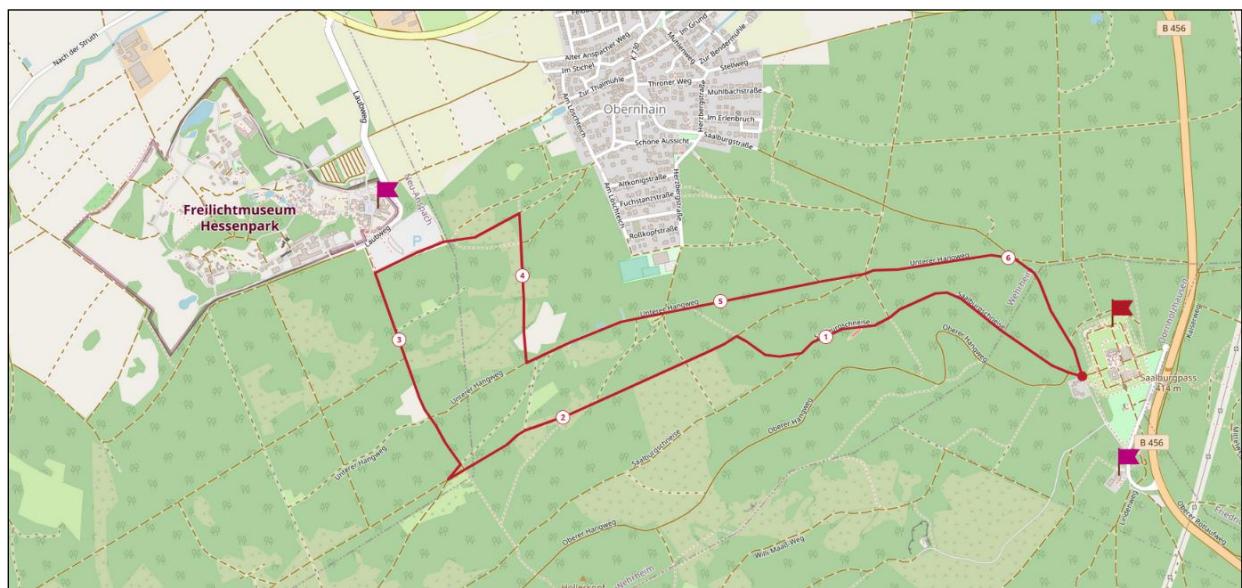


Abbildung 8: Kartographische Darstellung des Taunuslehrpfads zwischen Saalburg und Freilichtmuseum Hessenpark (Quelle: NATURPARK TAUNUS 2023b)

4. Methodik und Forschungsdesign

4.1 Literaturrecherche und -analyse

Die Beantwortung der ersten Unterfrage erfolgt im Rahmen der Aufarbeitung des Forschungsstandes anhand einer Literaturanalyse (WEBSTER & WATSON 2002; MAYRING 2008; BROCKE et al. 2009; SNYDER 2019). Eine Literaturanalyse ist eine mehr oder weniger systematische Herangehensweise an die Sammlung und Synthesierung vorheriger Forschungsarbeiten (BAUMEISTER & LEARY 1997; TRANFIELD et al. 2003; SNYDER 2019). Die Recherche und Analyse relevanter Literatur findet in vielen Arbeiten unstrukturiert und ad hoc statt (SNYDER 2019). Um jedoch verschiedene – teilweise interdisziplinäre – Forschungsarbeiten und Ergebnisse gegenüberzustellen, bedarf es einer fundamentalen und systematischen Recherche und Auseinandersetzung mit dem Material (WEBSTER & WATSON 2002). Aus diesem Grund wurden im Vorfeld verschiedene Parameter festgelegt, die die Recherche und Analyse von geeigneter Literatur strukturiert haben.

Zur systematischen Durchführung der Analyse relevanter Literatur bedarf es zunächst einer gezielten Literaturrecherche. Der Zeitraum der aktiven Suche umfasste zwei Monate - zwischen dem 10. Januar 2023 und dem 10. März 2023. Arbeiten, die nach Beendigung der Recherche phase veröffentlicht wurden, wurden nicht berücksichtigt. Für die Recherche phase wurde die zeitliche Eingrenzung der gesuchten Veröffentlichungen zunächst offen gehalten. Gesucht wurde sowohl nach Printmedien als auch Arbeiten, die digital veröffentlicht sind. Zugang zu Printmedien gab es über die Universitätsbibliothek (UB) sowie auch über Mitarbeiter:innen des Instituts für Humangeographie an der Goethe Universität. Für die Digitale Recherche dienten unter anderem *Web of Knowledge*, *Google Scholar*, die *Geographische Aufsatzzdatenbank*, das Suchportal der UB Frankfurt, *Researchgate*, die *TOM Online Encyclopedia* sowie diverse internationale und deutschsprachige Fachzeitschriften zum Thema Mobilität bzw. Verkehr. Folgende Schlagwörter wurden in verschiedenen Kombinationen verwendet und beschränkten so den Suchvorgang auf den zu untersuchenden Sachverhalt:

- Ausflugsverkehr / Freizeitverkehr / Freizeitmobilität / mobility
- Tourismus / Freilichtmuseum / tourism / leisure / day trips / local journeys
- Nachhaltigkeit / nachhaltig / klimafreundlich / klimaneutral / sustainability
- CO2 / Emissionen / carbon neutral
- Fahrrad / Zu Fuß / bicycle / walking / hiking

- An- und Abreise / Verkehr / ÖPNV / Pkw / public transport / (private) car / transportation
- Maßnahmen / Konzept / Mobilitätskonzept / Verkehrskonzept / measures / mobility concept

Nachdem die Schlagwörtersuche eine geeignete Grundlage an potenziell relevanten Artikeln ergeben hatte, wurden die gefundenen Artikel zunächst grob gesichtet und nach Arbeiten mit Relevanz zum Thema gefiltert. Anschließend wurde mithilfe eines Schneeballsystems im Literaturverzeichnis der übriggebliebenen Texte nach weiterem geeignetem Material gesucht (ROSERT 2009).

Forschungsarbeiten, die nach einer ersten stichprobenartigen Lesung als geeignet befunden wurden, wurden anschließend im Literaturverwaltungsprogramm Citavi organisiert, aufbereitet und weitergehend analysiert (KINDLING & STÖHR 2009). Notizen, Anmerkungen und markierte Zitate haben außerdem die tiefergehende Analyse und Herausarbeitung von Maßnahmen zur Umsetzung nachhaltiger Mobilität im Ausflugsverkehr weitergehend erleichtert. Die Ergebnisse der inhaltlichen Auswertungen bisheriger Forschungen zum Thema finden sich im zweiten Kapitel der Arbeit.

Zusätzlich zur Durchführung der Recherche und Analyse wissenschaftlicher Literatur wurde eine Anfrage an die etwa 60 Freilichtmuseen der *Fachgruppe Freilichtmuseen* im Deutschen Museums Bund gesendet, um festzustellen, ob bereits Maßnahmen zur Förderung des Umweltverbundes in anderen Museen mit ähnlichen verkehrsgeographischen Bedingungen existieren. Von den kontaktierten Museen haben 14 geantwortet. Die Ergebnisse der Literaturanalyse sowie die Ergebnisse der Anfrage an die Freilichtmuseen in Deutschland werden im zweiten Kapitel im Rahmen des Forschungsstands behandelt

4.2 (Geo-)Daten-Analyse

Die Beantwortung der zweiten Unterfrage erfolgt mithilfe einer datenbasierten Analyse. Für die Darstellung und Analyse der Daten wurden die Programme *Microsoft Excel* sowie *QGIS* und *ArcGIS* verwendet. Geografische Informationssysteme – kurz GIS – sind Anwendungen, mit deren Hilfe Strukturen und Prozesse geographischer Sachverhalte grafisch abgebildet und analysiert werden können (SCHWEIKART 2004). Sie werden in der geografischen Mobilitätsforschung als „Schlüsseltechnologie“ bezeichnet, weil sie neue Sichtweisen in den Bereichen der Verkehrsplanung und des Mobilitätsmanagements ermöglichen (ZAGEL 2020) und vielfältige Datensätze zum besseren Verständnis darstellen können. Programme wie

Geoinformationssysteme dienen – vereinfacht ausgedrückt – der Erfassung, Organisation, Analyse und Präsentation räumlicher Daten (SCHWEIKART 2004; HENNERMANN & WOLTERING 2014; BILL 2016). Mit ihrer Hilfe kann man nicht nur bestehende Datensätze analysieren, um daraus neue Erkenntnisse zu gewinnen, sondern vor allem auch durch Berechnungen am Rohdatensatz neue Daten generieren. Ausgehend von diesen Erkenntnissen stellt die Nutzung von GIS ein wesentliches Werkzeug für die Bearbeitung und Darstellung der Daten-Analyse dieser Arbeit dar.

Als Datengrundlage dienen zunächst *OpenStreetMap* (OSM) Daten der Stationen des ÖPNV, der Parkflächen rund um das Freilichtmuseum sowie Fahrradwege, Wanderwege, Feldwege und Hauptverkehrsstraßen. OSM ist ein 2004 begonnenes Projekt, das weltweit verschiedenste geografische Daten sammelt und kostenlos zur Verfügung stellt (OpenStreetMap o.D.). Abgesehen von der Verfügbarkeit von Daten sind eine hohe Vielfalt, Genauigkeit und Aktualität Grundvoraussetzung für das Arbeiten mit Daten (HENNERMANN & WOLTERING 2014). OSM erfüllt diese Charakteristika.

Neben OSM als primäre Datenquelle der Infrastruktur und geografischen Einordnung hat auch das Freilichtmuseum Hessenpark verschiedene Datensätze der Besucher:innen für weitere Analysen der Bedarfsgruppen zur Verfügung gestellt. Aus dem Abrechnungssystem des Museums konnten Daten verwendet werden, die Aufschluss darüber geben, wie viele Besucher:innen eine Familienkarte gekauft haben, wie viele Besucher:innen ermäßigten Eintritt (Schüler:innen, Studierende, Freiwillige) bezahlt haben und wie viele Menschen mit einem Behindertenausweis im Abrechnungsjahr 2022⁹ Eintritt bezahlt haben.

Im Zeitraum Januar bis Oktober 2018 wurden stichpunktmaßig Postleitzahlen an der Hauptkasse des Museums erhoben. Die Erhebungen wurden aus datenschutztechnischen Gründen zu Gebieten zusammengefasst – beginnend mit den ersten beiden Postleitzahlziffern. Diese Daten wurden ebenfalls für die Analyse verwendet. Darüber hinaus konnten die Ergebnisse einer Postleitzahlen-Abfrage auf Bundesländer-Ebene im Jahr 2022 für weitere Interpretationen herangezogen werden. Ein weiteres Kriterium zur geografischen Einordnung der Besucher:innen des Museums sind Daten der Förderkreismitglieder:innen, Stand Januar 2023, auf Postleitzahlenebene. Jede erfasste Postleitzahl steht für ein Mitglied. Der Datensatz wurde anonymisiert übermittelt. Verbünde über Familienmitgliedschaften lassen sich so nicht ermitteln und sind für die weitere Analyse dieser Arbeit auch nicht relevant.

⁹ Das Abrechnungsjahr 2022 ist definiert vom 01.01.2022 bis 31.12.2022.

Die Postleitzahlen der Förderkreismitglieder:innen wurden in *QGIS* georeferenziert und anschließend für die Durchführung eines Reisezeitenvergleichs durch zusätzlich erstellte Datensätze ergänzt. Zunächst wurde der Datensatz der Postleitzahlen auf die 10 Polygone mit den meisten Förderkreismitglieder:innen innerhalb des Hochtaunuskreis reduziert. Anschließend wurde innerhalb von jedem Postleitzahlengebiet die Stadt oder Gemeinde mit den meisten Einwohner:innen als Referenzort festgelegt. Als Referenzpunkt der Berechnung der Reiseroute galt entweder der jeweilige Bahnhof oder – falls nicht vorhanden – das Gemeindezentrum. Von diesem Punkt aus wurde für jedes Polygon die Reisezeit der jeweiligen Verkehrsmittel zum Freilichtmuseum Hessenpark ermittelt. Die Reisezeit mit dem Pkw wurde anhand von Google Maps festgestellt. Hierfür wurde die übliche Verkehrslage an einem Montag um 10:00 Uhr ausgewählt, um die Anreise zum Museum zu relevanten Zeiten außerhalb des Berufsverkehrs zu simulieren. Die Reisezeiten mit dem Fahrrad und zu Fuß wurden ebenfalls in Google Maps recherchiert. Die Reisezeit mit dem ÖPNV wurde anhand der RMV-Fahrplanauskunft ermittelt. Referenzzeit war ebenfalls Montag um 10:00 Uhr. Gewählt wurde jeweils die kürzeste Verbindung mit den geringsten Umstiegen.

Anschließend wurde, der prozentuale Reisezeitenverlust der Verkehrsmittel des Umweltverbunds gegenüber dem Pkw ermittelt. Als Formel gilt:

$$\left(\frac{\text{Reisezeit Verkehrsmittel in Min} - \text{Reisezeit Pkw in Min}}{\text{Reisezeit Pkw in Min}} \right) * 100$$

Für die Auswertung der Besuchszeiten nach Stunden und Wochentagen im Abrechnungsjahr 2022 wurde der Artikelumsatz der Eintrittskarten pro Stunde anhand der durchschnittlichen Umsatzzahlen derselben Uhrzeiten innerhalb eines gewählten Zeitraums berechnet. Die Statistik der Belege pro Wochentag zeigt, wie viele Belege im Jahr 2022 durchschnittlich pro Wochentag gebucht wurden. Die genauen Werte der Nettoumsätze konnten nicht übermittelt werden.

Mithilfe dieses Konglomerats an Daten und Informationen wurde anschließend analysiert, wie hoch die Besucher:innenzahlen in den Jahren 2013 bis 2022 waren, welche Bedarfsgruppen identifiziert werden können, wann diese das Museum besuchen und wie die aktuellen An- und Abreisemöglichkeiten im Reisezeitenvergleich ÖPNV versus MIV sind. Die Ergebnisse hierzu werden im fünften Kapitel angeführt.

4.3 Qualitative Expert:innen-Interviews

In der dritten empirischen Phase wurden mithilfe qualitativer Expert:innen-Interviews verschiedene Sichtweisen auf aktuelle Herausforderungen im Rahmen einer klimafreundlichen An- und Abreise zum Fallbeispiel herausgearbeitet. Die Methodik qualitativer Interviews mit ausgewählten Expert:innen bietet eine wertvolle Möglichkeit, um Perspektiven von Personen zu sammeln, die über spezifische Fachkenntnisse oder Erfahrungen verfügen (KAISER 2014; FLICK 2016). Im Gegensatz zu standardisierten Umfragen oder quantitativen Methoden gelingt es so, individuelle Erfahrungswerte, Meinungen und Wissen zum Forschungsthema zu erfassen (MEUSER & NAGEL 2005). Insgesamt wurden acht Interviews mit zehn Personen verschiedener Institutionen geführt. Tabelle 3 zeigt die Auswahl der Interviewpartner:innen.

Tabelle 3: Interviewpartner:innen der qualitativen Interviews (eigene Darstellung)

Institution	Funktion / Themenfelder
Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V. (ADFC) Usinger Land	Vorsitz
Verkehrsbetriebe Hochtaunus	Verkehrsplanung
Verkehrsbetriebe Hochtaunus	Leitungsposition
Taunus Touristik Service e.V.	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit / Marketing / Projektmanagement Nachhaltigkeit
Taunus Touristik Service e.V.	Leitungsposition
Stadt Neu-Anspach	Bürgermeisteramt
Freilichtmuseum Hessenpark	Buchungsabteilung
Freilichtmuseum Hessenpark	Leitungsposition
Förderkreis Freilichtmuseum Hessenpark	Vorsitz
Hochtaunuskreis	Mobilität, Klimaschutz, nachhaltige Kreisentwicklung und Umweltbildung

Bei der Zusammenstellung der Expert:innen für qualitative Interviews sollten verschiedene Kriterien – wie ein hohes Maß an Fachwissen und Expertise bezüglich des Themas, zu dem sie befragt werden – berücksichtigt werden (KAISER 2014). Hier wurde darauf geachtet, dass sich die Teilnehmenden der Interviews mit verschiedenen Aspekten der verkehrsgeographischen Anbindung des Untersuchungsgebiets vertraut sind und/oder Erfahrungswerte durch die Mitarbeit im Freilichtmuseum teilen können.

Darüber hinaus sollten die ausgewählten Personen auch eine gewisse Repräsentativität für die Zielgruppe haben, für welche die Ergebnisse der Interviews relevant sein sollen (PFADENHAUER 2009). Der Einbezug von Erfahrungswerten von Mitarbeiter:innen aus der Buchungsabteilung des Museums sowie einer Vertretung des Förderkreises geben Einblicke, die sicherstellten, dass ein repräsentativer Querschnitt der Bedarfsgruppen berücksichtigt wird und so die Ergebnisse der Interviews auf die Zielgruppe der Besucher:innen des Museums verallgemeinert werden können.

Ein weiteres wichtiges Kriterium bei der Auswahl der Expert:innen ist ihre Offenheit und Bereitschaft, ihr Wissen und ihre Erfahrungen zu teilen. Um sicherzustellen, dass die Teilnehmenden der Interviews offen und ehrlich über ihre Erfahrungen und Perspektiven sprechen und auch kritische Fragen beantworten (WASSERMANN 2015), wurde im Vorfeld eine Einführung in das Thema verschickt und der Leitfaden mit Interviewfragen zur Verfügung gestellt.

Die halbstrukturierten Leitfadeninterviews dauerten zwischen 45 und 60 Minuten und fanden sowohl digital als auch analog statt. Halbstrukturierte Leitfadeninterviews bieten eine Balance zwischen Flexibilität und Strukturierung, was sie zu einem geeigneten Instrument für die Erhebung von Daten in dieser Arbeit macht (MEUSER & NAGEL 2005). Im Gegensatz zu vollständig strukturierten Interviews, bei denen alle Fragen vorab formuliert und festgelegt sind, geben halbstrukturierte Gespräche den Interviewer:innen mehr Freiheit, um individuelle Fragen zu stellen und auf Antworten zu reagieren (ebd). Gleichzeitig gewährleistet ein Leitfaden, dass bestimmte Themen behandelt werden und dass alle Teilnehmer:innen ähnliche Fragen beantworten, was die Vergleichbarkeit der Ergebnisse sicherstellt (KAIser 2014). Darüber hinaus erlaubt die Flexibilität von halbstrukturierten Interviews den Expert:innen, ihre Antworten ausführlicher und umfassender zu gestalten als bei vollständig strukturierten Leitfäden (MEUSER & NAGEL 2005). Da offene Fragen gestellt wurden, konnten Teilnehmer:innen Themen ansprechen, die für die interviewende Person in der Vorbereitung nicht offensichtlich waren. Dadurch können neue Einblicke gewonnen und gleichzeitig sichergestellt werden, dass alle relevanten Themen behandelt werden.

Die Interviews wurden mit vorherigem Einverständnis der Teilnehmer:innen als Audiodatei aufgezeichnet, anschließend anonymisiert und zusammenfassend transkribiert (HÖLD 2009). Die zusammenfassende Transkription ist eine gängige Methode zur weiteren Analyse qualitativer Interviews. Sie besteht darin, die Transkription des jeweiligen Interviews auf die wesentlichen Aussagen und Themen zu reduzieren, um eine übersichtliche Zusammenfassung zu erhalten (FUß & KARBACH 2019). Dies hat den Vorteil, die Analyse durch eine Konzentration auf die relevanten Informationen zu beschleunigen, was insbesondere dann hilfreich ist, wenn viele Interviews durchgeführt werden (ebd). Im Fall dieser Arbeit ist die Reduzierung der Komplexität damit begründet, die Durchführung der Analysen machbar zu gestalten, da neben der Auswertung qualitativer Interviews ein anschließender Workshop zusätzlich transkribiert und analysiert wurde.

Die Auswertung der Expert:innen-Gespräche erfolgt nach MAYRING (2008). Die qualitative Inhaltsanalyse nach MAYRING ist eine regelgeleitete, theoriebegleitete und systematische Auswertung von Text- und Bildmaterial, bei der Kategorien identifiziert und anschließend mithilfe des Textmaterials zur weiteren Interpretation und Analyse genutzt werden. Die Struktur der Analyse nach Mayring umfasst fünf Schritte: Materialsammlung, Kategorienbildung, Kodierung, Auswertung und Validierung (ebd.). Ausgangspunkt der Kategorienbildung ist ein deduktiv erzeugtes Kategoriensystem, das aus den verschiedenen An- und Abreisemöglichkeiten zum Freilichtmuseum Hessenpark abgeleitet wird (Abbildung 9). Diese sechs deduktiv erzeugten Kategorien wurden im Vorfeld definiert und ermöglichen es, die erhobenen Daten auf das Thema nachhaltiger An- und Abreisemöglichkeiten zu konzentrieren und die Forschungsergebnisse mit bestehender Literatur zu vergleichen.

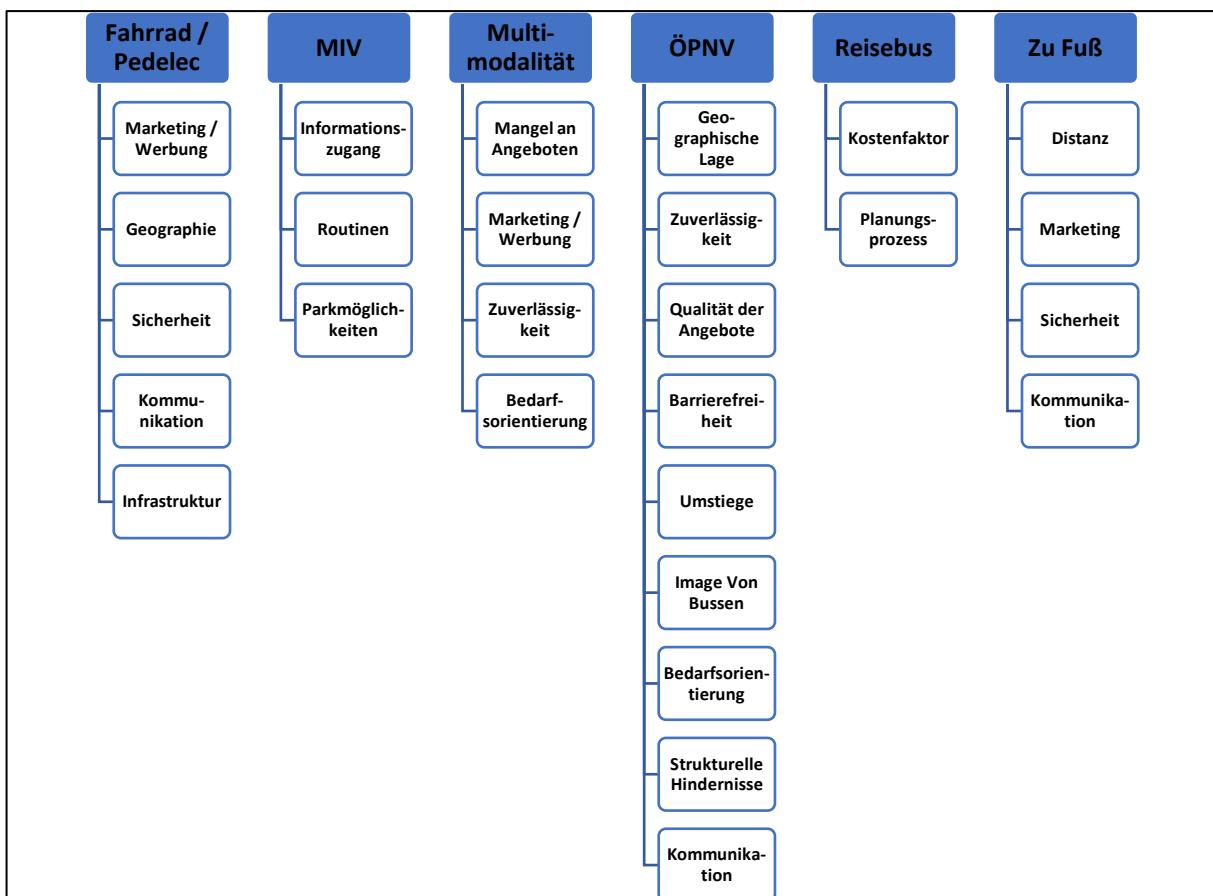


Abbildung 9: Induktive und deduktive Kategorienableitung der qualitativen Interviews (eigene Darstellung)

Im weiteren Verlauf der Auswertung wurden innerhalb der sechs Oberkategorien induktive Unterkategorien aus den Transkripten der Interviews abgeleitet, indem nach Mustern und Themen gesucht wurde, die einheitlich zusammengefasst werden konnten (Abbildung 9). Durch die induktive Kategorisierung ist es möglich, relevante Aspekte zu berücksichtigen, die im Vorfeld nicht bekannt waren.

Durch die Kombination von induktiven und deduktiven Kategorien können die Vorteile beider Ansätze genutzt werden (RUIN 2017). Induktive Kategorien ermöglichen es, die Vielfalt der Daten zu berücksichtigen, während deduktive Kategorien eine klare Struktur für die Analyse bieten und es zulassen, Forschungsergebnisse mit vorhandener Literatur oder mit bestehendem Vorwissen zu verknüpfen (KUCKARTZ 2014). Zusammen bilden sie ein robustes Kategoriensystem, das eine tiefgehende Analyse der Interviews gewährleistet. Die Ergebnisse dieser Analyse werden in Kapitel 6 aufgeführt.

4.4 Maßnahmenworkshop

Aufbauend auf die Identifikation von Barrieren und Herausforderungen für die Anreise mit dem Umweltverbund ist das Ziel der letzten Phase der Analyse, Maßnahmen zur Umsetzung eines nachhaltigen Mobilitätskonzepts für den Hessenpark zu identifizieren. Hierfür wurden die teilnehmenden Expert:innen der Interviews zu einem zweistündigen virtuellen Workshop eingeladen. Um sicherzustellen, dass ein Großteil der Expert:innen teilnehmen kann, wurde mithilfe des digitalen Terminplaners nuudel¹⁰ festgelegt, dass der Workshop am 28.04.2023 stattfinden konnte. Abgesehen von der Vertretung des Förderkreises des Hessenparks, einer Leitungsperson von Taunus Touristik und einem Mitglied im Vorsitz der VHT, konnten alle Expert:innen der Interviews an der Diskussionsrunde teilnehmen. Zusätzlich zu den Teilnehmer:innen der Interviews hat Jens Scheller als Museumsleiter des Hessenparks an dem Workshop teilgenommen. Tabelle 4 zeigt die Teilnehmerliste des Maßnahmenworkshops.

Tabelle 4: Teilnehmerliste des Maßnahmenworkshops (eigene Darstellung)

Institution	Funktion / Themenfelder
ADFC Usinger Land (ADFC2)	Vorsitz
Verkehrsbetriebe Hochtaunus (VHT3)	Verkehrsplanung
Taunus Touristik Service e.V. (TT3)	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit / Marketing / Projektmanagement Nachhaltigkeit
Stadt Neu-Anspach (NA2)	Bürgermeisteramt
Freilichtmuseum Hessenpark (FMH4)	Buchungsabteilung
Freilichtmuseum Hessenpark (FMH5)	Leitungsposition
Freilichtmuseum Hessenpark (FMH3)	Geschäftsführung
Hochtaunuskreis (HTK2)	Mobilität, Klimaschutz, nachhaltige Kreisentwicklung und Umweltbildung

Die Planung und Durchführung des Workshops sind angelehnt an die Methodik der Fokusgruppen-Diskussion (KRUEGER 1988; MORGAN 1993). Es gibt mehrere Gründe, warum die Fokusgruppe in wissenschaftlichen Arbeiten eine geeignete Methode ist. Sie ermöglicht die Erforschung komplexer Themen, indem sie die Teilnehmenden auffordert, ihre Erfahrungen

¹⁰ nuudel ist ein „nicht trackender“ Terminplaner des Vereins Digitalcourage e.V., der zur gemeinsamen Terminfindung genutzt werden kann (www.nuudle.digitalcourage.de)

und Perspektiven in Interaktion mit anderen zu teilen und diskutieren. Außerdem bietet sie eine breite Palette an Meinungen und Perspektiven, da durch die Offenheit der Diskussionen auch latente Sinnstrukturen aufgedeckt werden können (MAYERHOFER 2009) Nicht zuletzt eignet sich ein Workshop darüber hinaus dazu, um zur Co-Kreation von Ideen und Lösungen genutzt zu werden, wodurch die Fragestellung besser beantwortet werden kann.

Die Dauer einer leitfadengestützten Fokusgruppe kann variieren, ist jedoch meist mit einer Länge von 90 bis 120 Minuten angegeben (MAYERHOFER 2009; BARBOUR & FLICK 2009). Eine längere Diskussion ist vor allem bei digitalen Fokusgruppen nicht empfehlenswert, damit eine hohe Qualität gewährleistet werden kann und alle Teilnehmenden sich bis zum Ende auf die Diskussion konzentrieren können. Der Termin des Workshops wurde dementsprechend auf zwei Stunden angesetzt, was sich in der Praxis als erfolgreich erwies. Die Anzahl der Teilnehmenden einer Fokusgruppe kann unterschiedlich sein. Meist wird jedoch eine Gruppengröße von sechs bis zwölf Personen als idealer Richtwert gesehen, weil dadurch genug Teilnehmende vorhanden sind, um Material für die Analyse zu sammeln (KRUEGER & CASEY 2009). Die Teilnehmerzahl von zwölf Personen sollte jedoch nicht überschritten werden, damit alle Expert:innen die Möglichkeit haben, ihre Perspektiven mit der Gruppe zu teilen. Der Workshop lag mit acht Personen dementsprechend im empfohlenen Mittelmaß.

Im Gegensatz zu den qualitativen Interviews war der Workshop durch einen genauen Zeitplan und Leitfaden strukturiert, damit alle relevanten Themen angesprochen und mit ausreichend Zeit diskutiert werden konnten. Zunächst wurden im Rahmen einer 20-minütigen Präsentation die bisherigen Ergebnisse der Auswertung der qualitativen Interviews vorgestellt, um alle Expert:innen mit den analysierten Herausforderungen in der An- und Abreise mit dem Umweltverbund vertraut zu machen. Die deduktiv-induktiven Kategorien der qualitativen Interviews wurden anschließend genutzt, um Themenbereiche abzustecken, über die strukturiert debattiert werden sollte (Abbildung 6). Durch die Anwendung von Moderationstechniken wie Paraphrasieren, Nachfragen und Zusammenfassen wurde nicht nur sichergestellt, dass alle relevanten Themen angesprochen wurden, sondern vor allem auch gewährleistet, dass die Diskussion effektiv bleibt und Missverständnisse vermieden werden (STEWARD et al. 2007). Je Oberkategorie wurde zwischen zehn und 25 Minuten eingeplant, um Handlungsempfehlungen für eine nachhaltigere An- und Abreise der verschiedenen Bedarfsgruppen zu diskutieren und entwickeln.

Die sich an die Transkription anschließende inhaltsanalytische Auswertung erfolgte nach der gleichen methodischen Vorgehensweise wie bei den qualitativen Interviews, sodass eine homogene Auswertung der Gesamtergebnisse gewährleistet ist. Zur besseren Vergleichbarkeit der Ergebnisse wurden die im Vorfeld deduktiv erzeugten Oberkategorien der verschiedenen An- und Abreisemöglichkeiten für die Kategorienbildung im Prozess der Auswertung der Fokusgruppe übernommen. Die im Workshop identifizierten Maßnahmen zur Umsetzung eines nachhaltigen Mobilitätskonzepts wurden den induktiven Unterkategorien im Kodierschema zugeordnet. Abbildung 10 zeigt die abgeleiteten Kategorien der Fokusgruppen-Diskussion. Die Ergebnisse der Analyse werden in Kapitel 7 erläutert.

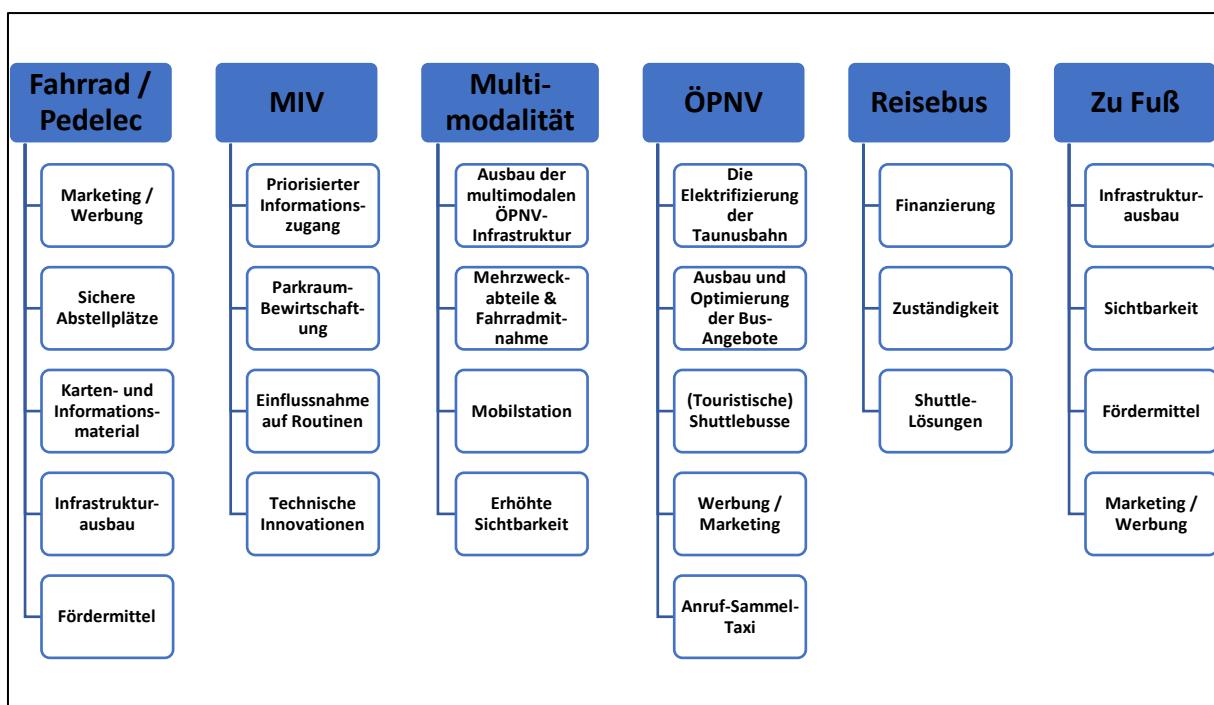


Abbildung 10: Induktive und deduktive Kategorienableitung des Maßnahmen-Workshops (eigene Darstellung)

5. Ergebnisse der (Geo-)Daten-Analyse

5.1 Eine Bestandsaufnahme der Besucher:innenstruktur

Abbildung 11 zeigt die Entwicklung der Besucher:innen-Zahlen der letzten zehn Jahre. Zwischen 2013 und 2018 konnte ein Anstieg um 51,9 Prozent erzielt werden. Lediglich 2019 gingen die Besucher:innen-Zahlen um 3,3 Prozent zurück, was auf verregnete Tage an Veranstaltungwochenenden zurückzuführen ist (HESSEN PARK 2020). In der Abbildung wird deutlich, dass vor allem in den Pandemiejahren 2020 und 2021 deutlich weniger Personen den Hessenpark besucht haben. Dies ist vor allem auf monatelange Schließungen und auf das Absagen von Großveranstaltungen zurückzuführen (HESSEN PARK 2021). Nach den Einschränkungen in den Jahren 2020 und 2021 haben sich die Besucher:innen-Zahlen im Jahr 2022 mit 230.028 Personen wieder erholt. Insgesamt wird also am Trend vor der Pandemie angeknüpft, woraus abzuleiten ist, dass der Hessenpark auch in Zukunft viele Besucher:innen begrüßen wird.

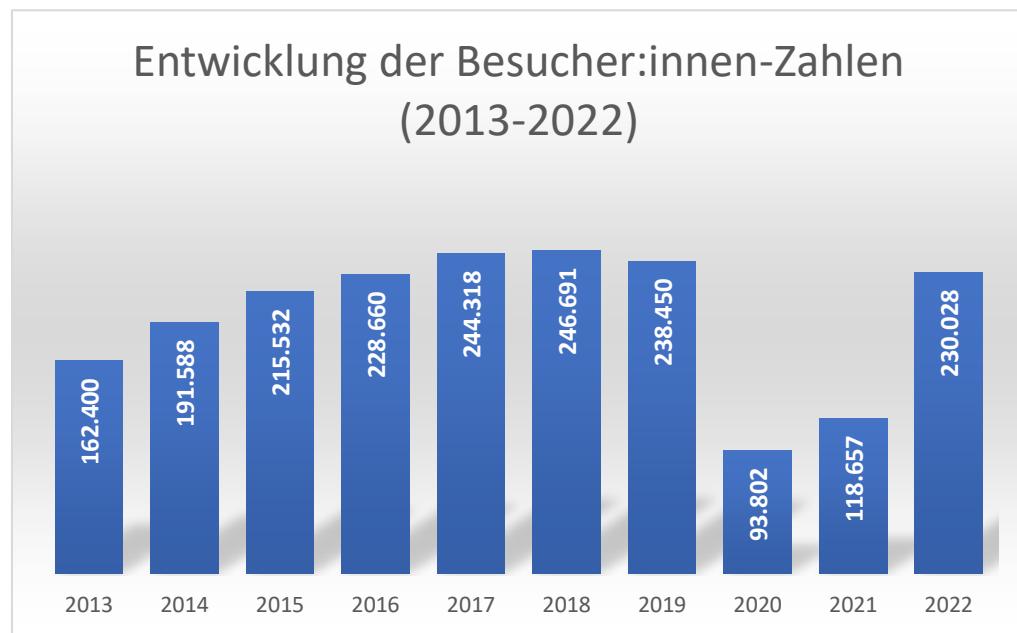


Abbildung 11: Die Entwicklung der Besucher:innen-Zahlen im Freilichtmuseum Hessenpark
(Quelle: Pressemitteilungen Hessenpark 2013 – 2022, eigene Darstellung)

Bei der Einordnung dieser Zahlen ist jedoch zu beachten, dass die Erfassung der Besucher:innen-Zahlen lediglich Personen umfasst, die den kostenpflichtigen Teil des Museums besuchen. Seit 2015 bestehen erweiterte Einlassregeln, die einen kostenlosen Besuch des Marktplatzes zum Essen und Einkaufen erlauben (HESSEN PARK 2020).



Abbildung 12: Die Entwicklung der Besucher:innen-Zahlen inklusive Marktplatz
(Quelle: Pressemitteilungen Hessenpark 2016 – 2022, eigene Darstellung)

Abbildung 12 zeigt die Entwicklung der Besucher:innen-Zahlen inklusive der Personenzahlen, die lediglich den Marktplatz besucht haben. Die Pandemiejahre 2020 und 2021 ausgeklammert, ergeben sich durchschnittlich 33.291 Menschen, die den Hessenpark jährlich besuchen, um dort einzukaufen. Unter Berücksichtigung der zusätzlichen Besucher:innen des Marktplatzes ergibt sich daraus eine bemerkenswert größere Personenanzahl, die aktuell bevorzugt mit dem Pkw anreisen.

Die Analyse der Verteilung der Zusammensetzung der Besucher:innen nach Bedarfsgruppen im Jahr 2022 zeigt, dass etwas mehr als die Hälfte (53 Prozent) der Personen den regulären Eintrittspreis bezahlt haben (Abbildung 13). Personen mit einer Familienkarte (22 Prozent) und ermäßigt (23 Prozent) liegen in der Summe etwa gleichauf.

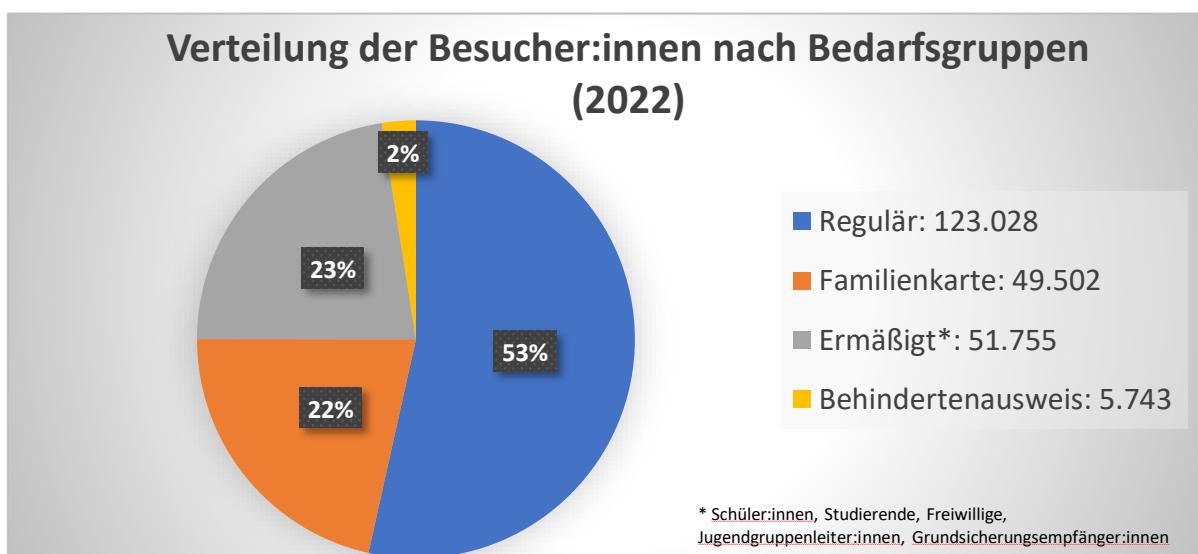


Abbildung 13: Verteilung der Besucher:innen nach Bedarfsgruppen (Quelle: HESSEN PARK 2022; eigene Darstellung)

Da das Museum keine Ermäßigung für Rentner:innen vorsieht, liegen keine Daten vor, aus denen erschlossen werden kann, wie viele Besucher:innen dieser Bedarfsgruppe zuzuordnen ist. Außerdem sind die Zahlen generell mit Vorsicht zu interpretieren, da keine Aufschlüsselung nach Bedarfsgruppen für den kostenfreien Teil des Freilichtmuseums berücksichtigt werden kann und keine Aufschlüsselung des Anteils an mobilitätseingeschränkten Personen erfolgt ist. Der Trend einer heterogenen Besucher:innen-Struktur ist dennoch erkennbar und zeigt, dass im weiteren Verlauf der Analyse auf die individuellen Bedürfnisse der verschiedenen Personengruppen Rücksicht genommen werden muss.

5.2 Die zeitliche Verteilung der Besucher:innenstruktur

Die Öffnungszeiten des Freilichtmuseums Hessenpark sind zwischen März und Oktober täglich von 09:00 Uhr bis 18:00 Uhr und zwischen November und Februar samstags, sonn- und feiertags von 10:00 Uhr bis 17:00 Uhr. Abbildung 14 stellt die tageszeitliche Verteilung der zahlenden Besucher:innen im gesamten Jahr 2022 dar.

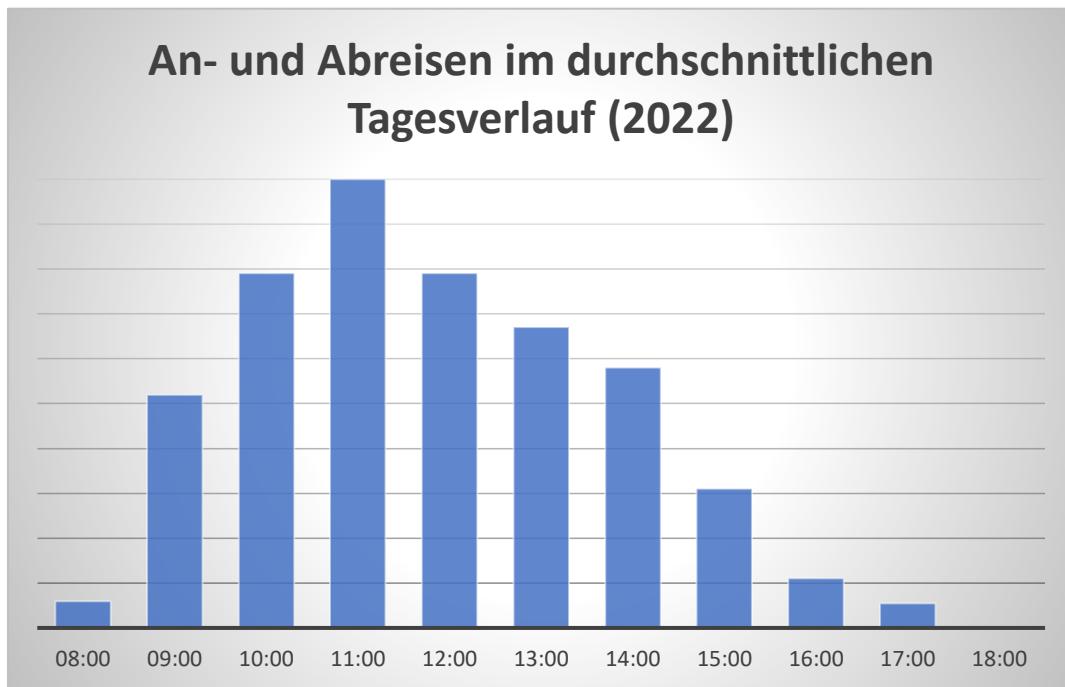


Abbildung 14: Tageszeitliche Verteilung der Besucher:innen (Quelle: HESSEN PARK 2022; eigene Darstellung)

Die Hauptankunftszeit der Gäste fällt in den Zeitraum von 09:00 Uhr bis 14:00 Uhr. Insbesondere zwischen 10:00 Uhr und 12:00 Uhr wird der überwiegende Teil der Besucher:innen an den Kassen registriert (siehe Abbildung 14). Der Anteil an registrierten Eintrittskarten vor Öffnungszeiten des Museums geht auf das Buchungssystem zurück und hat für die Arbeit keine Relevanz. Wichtig ist zu beachte, dass die vorliegenden Daten keine Rückschlüsse darauf zulassen, wie lange die Gäste das Museum besucht haben.

Die durchschnittliche Verweildauer in einem Freilichtmuseum hängt von verschiedenen Faktoren ab, wie der Größe des Museums, der Anzahl der Ausstellungsstücke, dem individuellen Interesse oder dem Wetter. In der Regel liegt die durchschnittliche Verweildauer zwischen zwei und vier Stunden.¹¹ Ausgehend vom Mittelwert dieser Informationen und der Größe des Hessenparks im Vergleich zu anderen Freilichtmuseen in Deutschland (eigene Berechnung) ist von einer durchschnittlichen Verweildauer von circa drei Stunden auszugehen. Daraus ist abzuleiten, dass die Kernzeit der Abreise zwischen 13:00 Uhr und 15:00 Uhr liegt. Abbildung 15 zeigt die tageszeitliche Verteilung der Spitzenzeiten in der An- und Abreise. Daraus ist ersichtlich, dass um die Mittagszeit das größte Mobilitätspotenzial für An- und Abreisen mit dem Umweltverbund gegeben ist.

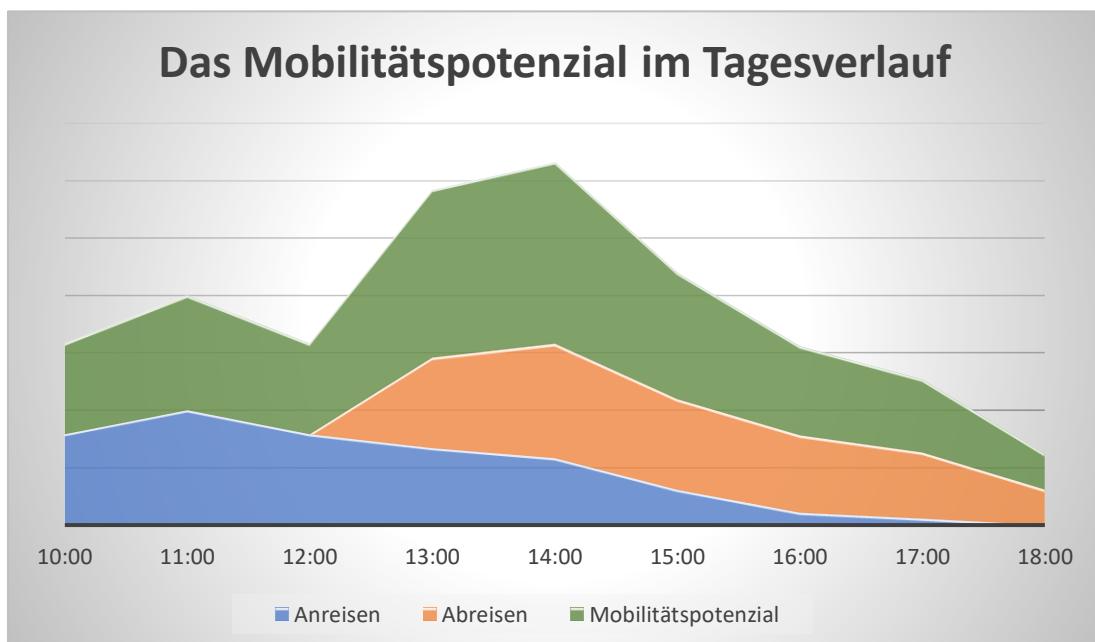


Abbildung 15: Spitzenzeiten im Tagesverlauf in der An- und Abreise (eigene Darstellung)

Abbildung 16 veranschaulicht die durchschnittliche Verteilung der Besucher:innen an den verschiedenen Wochentagen. Es zeigt sich, dass die Samstage und Sonntage die Hauptbesuchstage sind, wobei sonntags mehr als doppelt so viele Gäste das Museum besuchen wie an Samstagen. Unter der Woche verzeichnet man ähnlich niedrige Besucherzahlen von Dienstag bis Freitag im Vergleich zum Wochenende. Obwohl montags nur halb so viele Personen das Museum besuchen wie an Samstagen, ist die Anzahl der Besucher:innen im Vergleich zu den anderen Wochentagen etwa doppelt so hoch.

¹¹ Diese Information stammt aus persönlichen Kommunikationen mit anderen Freilichtmuseen in Deutschland.

Durchschnittliche Besucher:innenzahlen je Wochentag (2022)

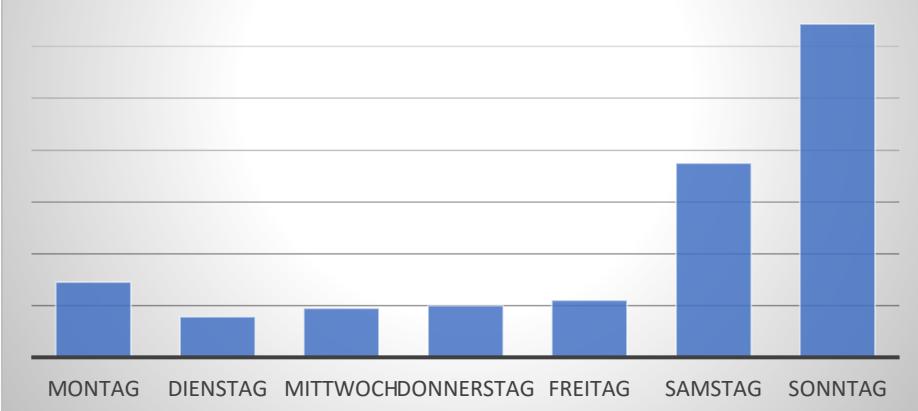


Abbildung 16: Die Verteilung der Besucher:innen nach Wochentag (Quelle: Hessenpark 2022; eigene Darstellung)

5.3 Die geographische Verteilung der Besucher:innenstruktur

Um herauszufinden, woher die meisten Personen an- und abreisen, wurden verschiedene Datensätze aus den Jahren 2018 und 2020 georeferenziert und kartographisch dargestellt. Die Analyse einer Postleitzahlenabfrage im Jahr 2018 zeigt, dass 58 Prozent der Besucher:innen aus dem näheren geographischen Umfeld des Hessenparks anreisen. Abbildung 17 verdeutlicht, dass die Landkreise in der unmittelbaren Umgebung des Hessenparks die größte Anzahl an Gästen hervorbringen. Der Hochtaunuskreis, der Main-Kinzig-Kreis, der Wetterau-Kreis, Frankfurt, Wiesbaden, der Rheingau-Taunus-Kreis, Limburg-Weilburg, Groß-Gerau und der Rhein-Lahn-Kreis machen zusammen etwa ein Viertel aller Gäste aus.

Die Untersuchung einer Postleitzahlenabfragen im Jahr 2022 gibt Auskunft über die geographische Verteilung von Besuchenden auf Bundeslandebene und verdeutlicht, dass 83 Prozent der Gäste ihren Wohnsitz in Hessen haben. Eine geographische Analyse der Verteilung auf Kreisebene war im Bearbeitungszeitraum der Arbeit nicht möglich. Stattdessen wurden die Postleitzahlendaten der Förderkreismitglieder:innen im Jahr zur weiteren Analyse herangezogen (Abbildung 18). Der Hochtaunuskreis beherbergt die meisten Mitglieder:innen, wobei insbesondere die Gemeinden Neu-Anspach, Wehrheim und Usingen mehr als ein Drittel aller 10.261 Personen im Förderkreis ausmachen.

Geographische Verteilung der Besucher:innen 2018

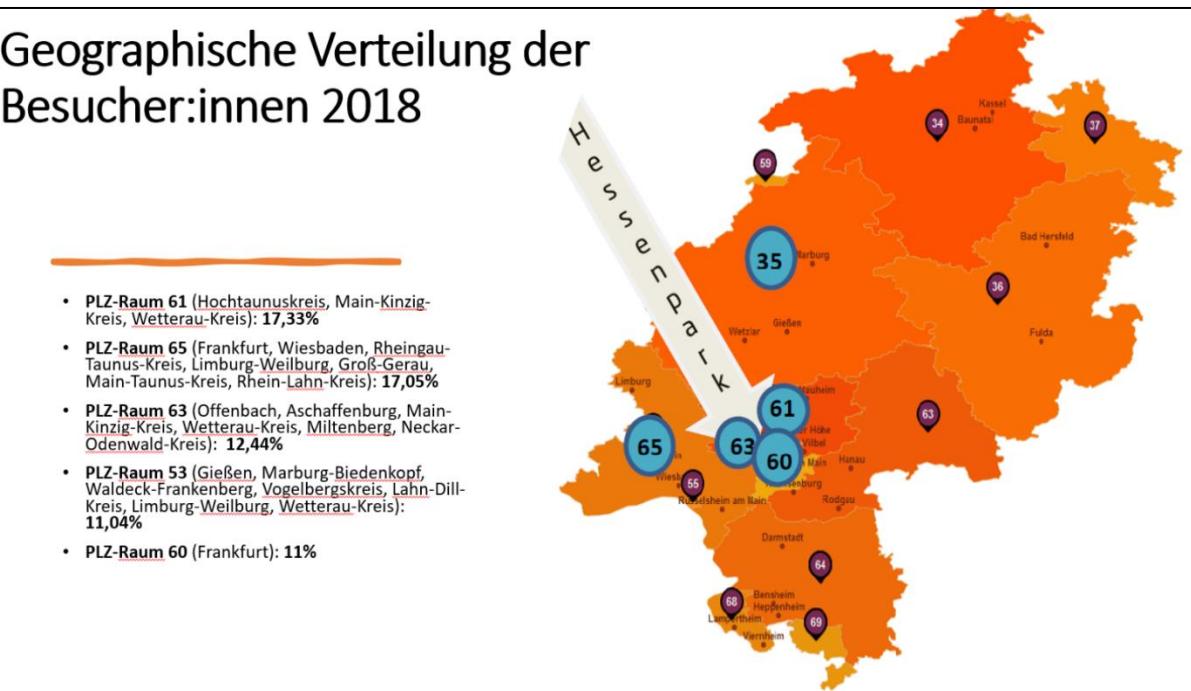


Abbildung 17: Geographische Verteilung der Besucher:innen im Jahr 2018 (Quelle: HESSEN PARK 2019)

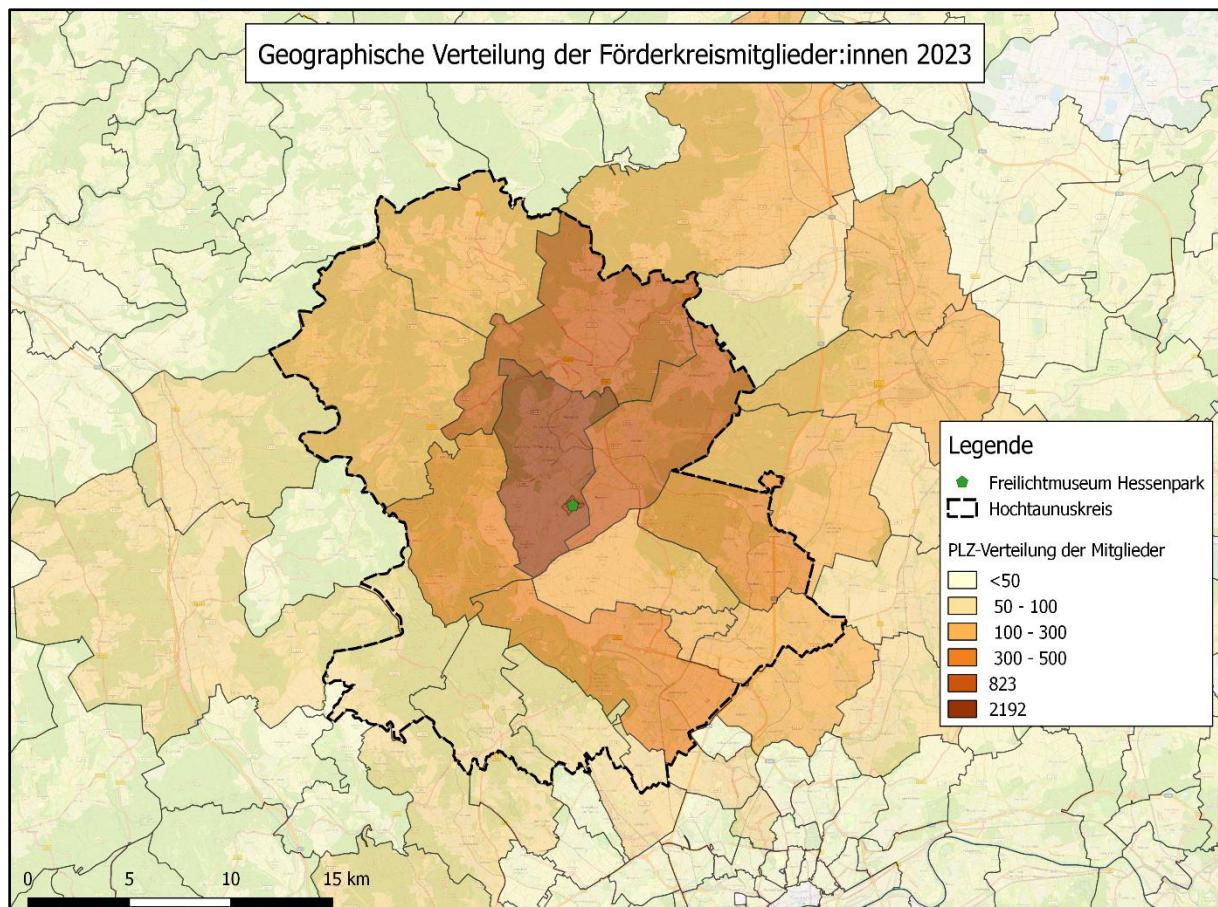


Abbildung 18: Geographische Verteilung der Förderkreismitglieder:innen im Jahr 2023 (eigene Darstellung)

Tabelle 5 stellt die Ergebnisse einer vergleichenden Analyse der Reisezeiten zwischen verschiedenen Verkehrsmitteln im Umweltverbund und dem privaten Pkw dar. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass das Zufußgehen und Fahrradfahren im Vergleich zum MIV einen Zeitbedarf aufweisen, der zwischen 200 Prozent und 858 Prozent höher liegt. Auch multimodale Kombinationen aus öffentlichem Nahverkehr und Zufußgehen ergeben einen Zeitverlust im Vergleich zum MIV von mindestens 170 Prozent bis maximal 567 Prozent der Fahrzeit eines Pkw. Obwohl die Anreiseform mittels öffentlicher Verkehrsmittel in Verbindung mit dem Fahrrad im Vergleich zum Pkw deutlich länger dauert, könnte sie – insbesondere aus Bad Homburg kommend – durch die Elektrifizierung der Taunusbahn oder multimodale Lösungen entlang der ehemaligen Kulturbuslinie 5 eine effizientere Option ermöglichen. Insbesondere im Bereich der multimodalen Fahrradanreise besteht daher ein Potenzial zur Annäherung an die Reisezeit des Pkw, auch wenn vergleichbare oder minimal längere Reisezeiten möglicherweise nicht erreicht werden können.

Tabelle 5: Prozentualer Reisezeiten-Überschuss der Verkehrsmittel im Vergleich zum MIV (eigene Darstellung)

Referenzort	Zu Fuß	Fahrrad	Multi-Rad	Multi-Fuß	ÖPNV	Umweltverbund
Usingen	657	164	100	321	57	260
Neu-Anspach	525	150			50	242
Wehrheim	629	171			86	295
Weilrod	820	240	187	387	547	436
Bad Homburg	635	200	90	235	80	248
Dornholzhausen	733	275	317	567	508	480
Riedelbach	828	194	244	406	222	379
Friedrichsdorf	520	160	145	290	45	232
Schmitten	858	208	142	383	467	412
Oberursel	685	210	245	390	125	331
Frankfurt		200	100	170	97	
Mittelwert	684	183	133	330	208	315

Obwohl der durchschnittliche Reisezeitenvergleich zwischen öffentlichem Nahverkehr und dem privaten Pkw eine verlängerte Fahrzeit um 208 Prozent aufzeigt, stellen insbesondere Usingen (57 Prozent), Neu-Anspach (50 Prozent) und Friedrichsdorf (45 Prozent) im Vergleich zu anderen Referenzorten eine attraktivere Alternative zum MIV dar (siehe Tabelle 4). Abbildung 19 veranschaulicht den Reisezeitenvergleich zwischen dem ÖPNV und Autoanreisen basierend auf den zehn Postleitzahlengebieten mit den meisten Förderkreismitglieder:innen. Insbesondere in den Regionen um Riedelbach, Schmitten, Dornholzhausen und Oberursel können öffentliche Verkehrsmittel nicht mit dem Pkw konkurrieren und sind teilweise mehr als fünfmal langsamer als der MIV. Dies verdeutlicht,

dass die Erreichbarkeit durch öffentliche Verkehrsmittel gerade in den Regionen nordwestlich, westlich, südwestlich, südlich sowie südöstlich des Museums wenig attraktiv ist.

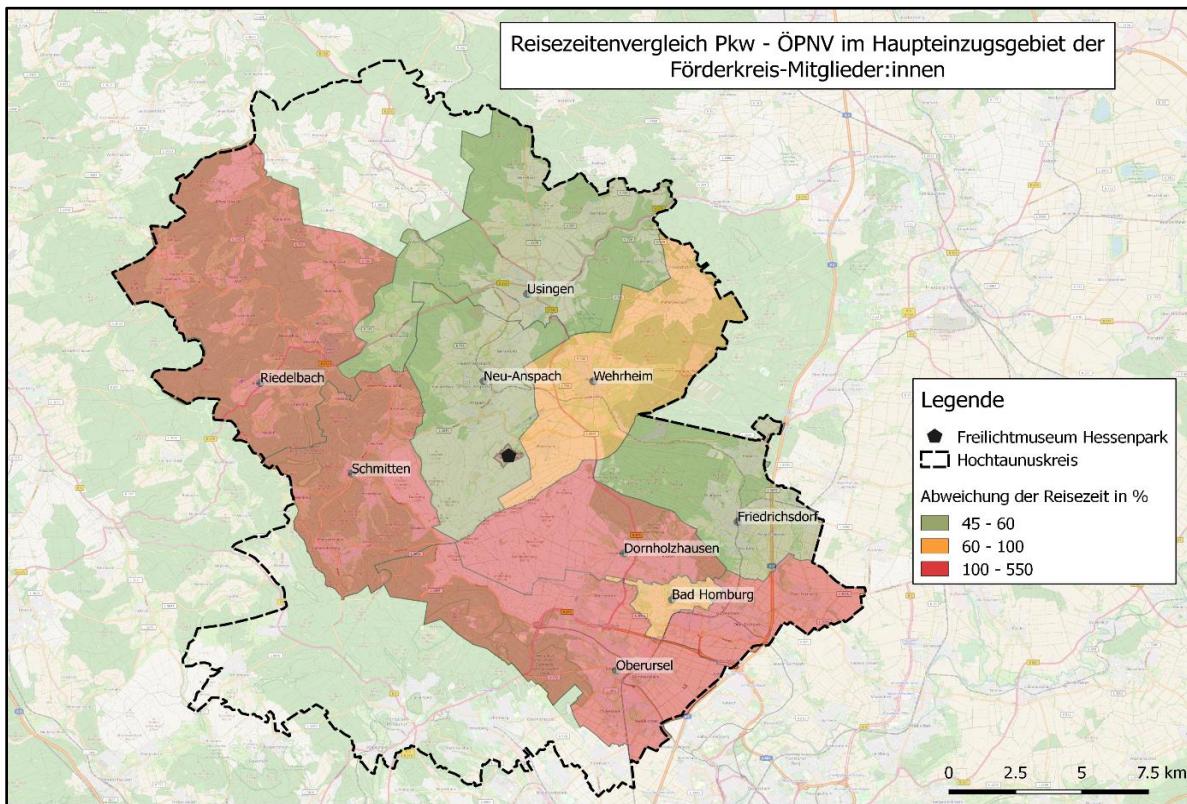


Abbildung 19: Reisezeitenvergleich Pkw - ÖPNV im Haupteinzugsgebiet der Förderkreismitglieder:innen (eigene Darstellung)

Die Erreichbarkeit des Freilichtmuseums von Bad Homburg aus mittels öffentlicher Verkehrsmittel erfordert einen zeitlichen Mehraufwand von etwa 80 Prozent im Vergleich zum MIV. Tabelle 6 bietet einen Auszug der Zeitvergleichsanalyse zwischen Bad Homburg und dem Museumsgelände. Bei der Berechnung wurden sowohl die derzeitige verkehrsgeographische Anbindung als auch die eingestellte „Kulturbuslinie 5“ berücksichtigt. Obwohl die Linie 5 einen um zehn Prozent höheren Zeitverlust aufweist, kann davon ausgegangen werden, dass diese Verbindung für potenzielle Museumsbesucher:innen attraktiver ist. Dies resultiert daraus, dass die vermeintlich schnellere Verbindung von 36 Minuten einen Umstieg von fünf Minuten in Wehrheim erfordert (RHEIN-MAIN-VERKEHRSVERBUND 2023f), was wiederum das Risiko eines verpassten Anschlusses für ÖPNV-Nutzer:innen darstellt und somit ein Ausschlusskriterium für die Nutzung dieser Anreiseform sein kann.

Tabelle 6: Zeitvergleichsanalyse Bad Homburg - Freilichtmuseum Hessenpark (eigene Darstellung)

Referenzort	Reisezeit Pkw in min	Reisezeit ÖPNV in min	Zeitverlust	Reisezeit Kulturbuslinie 5	Zeitverlust
Bad Homburg	20	36	80 %	38	90 %

6. Ergebnisse der Expert:innen Interviews

Im Einklang mit den bisherigen Erkenntnissen in dieser Arbeit berichten alle befragten Interviewteilnehmenden von einer vorherrschenden Dominanz des MIV bei der An- und Abreise zum Freilichtmuseum Hessenpark. Der private Pkw wird allgemein als bevorzugtes Verkehrsmittel angesehen, da es als komfortabel, zuverlässig, flexibel und zeitsparend im Vergleich zu anderen Verkehrsmitteln betrachtet wird (HTK; ADFC; FMH 3; VHT 1).¹² Das folgende Kapitel untersucht daher die Frage, welche Herausforderungen sich für Besucher:innen regionaler Ausflugsziele wie dem Hessenpark bei der Nutzung nachhaltiger Verkehrsmittel ergeben.

6.1 Die Dominanz des MIV im Ausflugsverkehr

Bevor auf den Umweltverbund eingegangen wird, werden die Gründe der Dominanz des MIV erläutert. Dabei werden insbesondere die kostenlosen und ausreichenden Parkmöglichkeiten, die bevorzugte Informationsbereitstellung sowie die etablierten Gewohnheiten der Besucher:innen als Hauptgründe genannt: „Naja, wenn ich mit dem Auto im Vergleich zum ÖPNV nicht nur schneller und bequemer bin, sondern auch günstiger oder gleich teuer und da eben meine gewohnte Flexibilität habe, warum soll ich denn dann umsteigen“ (HTK)?

Parkmöglichkeiten

Weil die Parkmöglichkeiten kostenlos (ebd.) und darüber hinaus zahlreich vorhanden sind, müssen Besuchende selten fürchten, keine Parkmöglichkeit zu bekommen (HTK). Das Risiko der Parkplatzsuche wird darüber hinaus minimiert, indem Kapazitätsgrenzen bei großem Besucher:innen-Andrang durch einen zweiten Parkplatz erweitert werden (FMH 2). Dennoch kommt bei Großveranstaltungen selbst der Hessenpark an seine Grenzen. An Adventssonntagen ist der Besucher:innen-Andrang beispielsweise zeitweise so hoch, dass die Zufahrtsstraße gesperrt werden muss, weil das Limit an Parkplätzen erreicht werden (FMH 2). Allerdings wird auch in dieser Situation eine Lösung gefunden, um es denjenigen, die mit dem PKW anreisen, möglichst bequem zu machen. An Tagen mit hohem Besucheraufkommen steht Personal zur Verfügung, das die Autofahrer:innen einweist, um ihnen die zeitaufwändige Suche nach einem Parkplatz zu ersparen: „Das ist sehr gut organisiert“ (FFH).

Routinen

Ein weiterer Grund für die Dominanz des Pkw wird in den Routinen gesehen: „Viele unserer [Förderkreis-]Mitglieder sind ältere Leute oder mit Kindern und die reisen schon seit Jahren

¹² Die Übersicht der Kürzel der Interviewteilnehmer:innen werden in Tabelle 3 im Kapitel 4.3 dargestellt.

mit dem Auto an, die sind es so gewohnt“ (FFH). Innerhalb dieser Gewohnheit spielen dann Ängste und Voreingenommenheit gegenüber dem Umweltverbund eine erhebliche Rolle. Besucher:innen können sich auf ihren eigenen Pkw verlassen, die Angst, dass die An- oder Abreise mit dem ÖPNV nicht funktioniert, lässt die Menschen in ihren Routinen verharren (ebd.). Dies zeigt, dass es generell schwierig ist, „diese Routinen, die ja viele im Bereich der Mobilität einfach haben, zu durchbrechen und zu überzeugen, mal [etwas] Neues auszuprobieren“ (HKT).

Informationszugang

Zusätzlich ist die vorhandene Infrastruktur darauf ausgerichtet, es den Autofahrer:innen so einfach wie möglich zu machen, mit dem PKW anzureisen. Dies steht im Einklang mit dem bevorzugten Zugang zu Informationen auf der Website des Freilichtmuseums, der bereits in Kapitel 3 erläutert wurde. Vonseiten der Museumsleitung wird jedoch argumentiert, dass die ländliche Lage des Museums und eine schlechte verkehrsgeographische Anbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln dazu führt, dass viele Gäste mit dem Pkw anreisen (FMH 2). Dementsprechend wird durch die Reihenfolge der An- und Abreiseinformationen lediglich auf den Bedarf und die Möglichkeiten reagiert, um nicht am bestehenden Angebot vorbei zu informieren (FMH 3).

6.2 Herausforderungen der An- und Abreise mit dem Fahrrad

Eine große Hürde bei der Verkehrsmittelwahl des Fahrrads ist die geographische Lage des Museums. Darüber hinaus ergibt die Auswertung, dass die An- und Abreise mit dem Fahrrad oder Pedelec unzureichend beworben wird. Eine bedeutende Herausforderung liegt in der Wahrnehmung und dem Bewusstsein der Besucher:innen bezüglich der Sicherheit der Radwege und Fahrradabstellplätze. Um die Situation für die Radfahrenden zu verbessern, fehlt es jedoch an einer Koordination zwischen den beteiligten Akteur:innen. Nur wenn diesbezüglich mehr Zusammenarbeit möglich ist, kann die Infrastruktur verbessert und sicherer gemacht werden.

Geographie

Die physischen geographischen Gegebenheiten eines typischen Mittelgebirges stellen besonders für fahrradfahrende Besucher:innen eine große Herausforderung dar. Mit dem Pedelec ist es zwar leichter, aber mit einem herkömmlichen Fahrrad ohne elektrische Tretunterstützung „muss man schon Kondition haben“ (NA). Vor Allem das Fahrradfahren über die Saalburg wird „eher für sportliche Leute“ empfohlen (FFH). Auch für Familien mit kleinen Kindern ist es zu beschwerlich, die Höhenmeter zu bewältigen. Außerdem „dauert es zu lange und ist langweilig“ (FMH 2).

Marketing / Werbung

Vonseiten des ADFC wird kritisiert, dass nicht genug dafür geworben wird, Fahrrad zu fahren (ADFC). Darüber hinaus werden die Wege nicht vermarktet oder beworben, was dazu führt, dass die Menschen in der Region sich auf Radwegen nicht auskennen und auch nicht bekannt ist, wie man von einem Ort zum nächsten fahren kann (ADFC). „Die Fahrradwegweisung wurde in den letzten 10 Jahren vernachlässigt. Viele Wegweiser sind falsch, da kann man dann auch nichts bewerben“ (ebd.). „Ich denke es gibt von Neu-Anspach nicht mal einen gescheiten Radweg ausgewiesen zum Hessenpark, zumindest ist keiner offensichtlich und bekannt“ (FFH). Auch der ADFC bestätigt dies.

Die fehlende Werbung bezieht sich demzufolge nicht nur auf die Informationen seitens des Freilichtmuseums, sondern auch auf Ausschilderungen und Informationen entlang der Infrastruktur außerhalb des Hessenparks. Wenn es Werbung und Beschilderung gibt, dann nur für das Radwegenetz. „Das bringt dem Hessenpark [jedoch] wenig“ (ADFC). Neben der mangelnden Werbung durch Schilder fehlt es auch an physischem Kartenmaterial, das Besucher:innen bei der Orientierung und Wegeplanung helfen kann, wenn sie sich für den Umstieg auf das Fahrrad entscheiden (ebd.). Auch hier wird verpasst, den Menschen durch ein einfaches Werbemittel die Möglichkeiten in der Region näher zu bringen (ebd.).

Sicherheit

Die Qualität einiger Radwege in der Umgebung des Hessenparks stellen ein Sicherheitsrisiko für Radfahrende dar: „Einige haben tiefe Rillen und sind bei schlechtem Wetter schwierig zu befahren“ (FFH). Aus diesem Grund vermeiden gerade ältere Personen oder Familien mit kleinen Kindern eine Fahrradtour zum Freilichtmuseum, da sie Angst haben, auf den Radwegen zu stürzen (ebd.). Außerdem ist die Querung von Bundes- und Landesstraßen mit Kindern häufig nicht sicher: „Da ist man sehr stark im Defizit mit Sicherungsmaßnahmen“ (ADFC).

Neben der fehlenden (gefühlten) Sicherheit auf den Radwegen spielt die Angst vor Fahrraddiebstählen während eines Aufenthalts im Museum eine Rolle bei der Wahl des Verkehrsmittels. Gerade bei Besitzer:innen hochwertiger Fahrräder „gibt es Leute im Förderkreis mit teuren Pedelecs, die bessere Abstellmöglichkeiten fordern“ (FFH).

Infrastruktur

Die Ausschilderung vorhandener Fahrrad-Infrastruktur ist im Gebiet der Gemeinde Neu-Anspach ein Thema, das deutlich verbessert werden muss. Häufig haben Personen, die nicht mit GPS-fähigen Geräten ausgestattet sind oder diese nicht verwenden können,

Schwierigkeiten, sich in der Region zu orientieren (NA). Dazu kommt der Zustand vieler Wege, die eine bequeme Befahrung nur bei trockenem Wetter „im Sommer“ zulassen (FFH, NA). Der ADFC bemängelt, dass einige der Wege in so schlechten Zustand sind, dass man Umwege über Straßen fahren muss, wodurch diese Art der An- und Abreise noch mehr an Attraktivität verliert (ADFC).

Seitens des Hochtaunus-Kreises wird die Problematik erläutert, dass eine touristische Radwegeplanung in bisherigen Konzepten zur Fahrrad-Infrastruktur nicht berücksichtigt wurde (HTK). In dem 2020 erstellten Radverkehrskonzept ging es primär um den Alltagsradverkehr. Der touristische Radverkehr hat aber andere Bedürfnisse und wurde bisher nicht eingeplant (ebd.). Das liegt daran, dass die Zuständigkeiten des Kreises definiert sind und Radverkehrsplanung zu den freiwilligen Aufgaben zählt (ebd.). Deshalb wurde entschieden, sich auf den Alltagsradverkehr zu beschränken.

Auch der ADFC sieht ähnlich Hürden. Das Radverkehrsnetz ist da, um wichtige Knotenpunkte im Alltagsverkehr zu verbinden, da liegt der Fokus auf der Versorgung und nicht im Definieren jeder Querverbindung. Vom ADFC aus gibt es auch ein Radroutennetz, das im Hochtaunuskreis circa 56 Kilometer umfasst und Ausflugsziele wie den Hessenpark integriert (ADFC). „Leider hat der Hochtaunuskreis sich dann nicht immer dran gehalten mit der Umsetzung“ (ebd.). Dem entgegnet der Kreis mit bürokratischen Hürden im Infrastrukturausbau. Hier „sind zu viele Parteien involviert, diese müssen sich alle abstimmen, das dauert zu lange“ (HTK).

Kommunikation

Der ADFC kritisiert, dass die Kooperation mit dem Hochtaunuskreis in der Vergangenheit aufgrund von Unstimmigkeiten schwierig war. Dies bremst die Zusammenarbeit, um konstruktiv eine verbesserte Situation für Radfahrende in der Region zu schaffen und hält Menschen davon ab, auf das Fahrrad umzusteigen (ADFC). Es fehlt eine Person, die das zentral organisiert (ADFC). Der Hessenpark ist auf sich gestellt. Die Konzepte gibt es, man muss nur alle zusammen an einen Tisch bekommen (ebd.). Allein die Kommunikation untereinander macht es schwierig, das vorhandene Potenzial zu nutzen und auszubauen (ebd.). Obwohl der Hochtaunuskreis bedingt zustimmt, kann die Situation dennoch aus einer optimistischeren Perspektive betrachtet werden. Es wird bereits jetzt viel angestoßen und durch ein bisschen mehr Kooperation kann viel erreicht werden (HTK).

Eine andere Problematik stellt die Kommunikation von Fördermöglichkeiten zwischen den verschiedenen Akteur:innen dar, weil vielen Parteien die Fördermöglichkeiten nicht bekannt

sind. Aus diesem Grund werden die Töpfe nicht abgeschöpft (TT 1). In Anbetracht dessen wird erkannt, dass noch erhebliches Potenzial vorhanden ist, das in der aktuellen Situation nicht vollständig genutzt wird, um die Bedingungen für Radfahrer:innen in der Region zu verbessern.

6.3 Herausforderungen der An- und Abreise zu Fuß

Eine Reihe der zuvor erwähnten Aspekte ist ebenfalls auf die An- und Abreise von Fußgänger:innen anwendbar. Aus diesem Grund wird auf eine Wiederholung der identischen Argumente aus den Interviews verzichtet. Jedoch stehen Fußgänger:innen spezifischen Herausforderungen gegenüber, die nun erläutert werden sollen.

Marketing / Kommunikation

Bezüglich des Marketings fehlt es an Informationstafeln und gezielter Werbung dafür, eine Wanderung zum Freilichtmuseum zu unternehmen (NA, FFH). Generell wird hier das fehlende Wissen über nachhaltige Mobilität bemängelt, zu der auch Wanderwege gehören (HTK). Auch die fehlende oder mangelhafte Ausschilderung ist ein Thema, das Gäste vor allem aus Neu-Anspach daran hindert, den Hessenpark zu Fuß zu besuchen (NA).

Distanz

Im Gegensatz zu Radfahrerenden verfügen Fußgänger:innen und Wanderer:innen über einen deutlich kleineren Radius, was zu einer Einschränkung der geographischen Erreichbarkeit führt. Infolgedessen stellt insbesondere die Länge der Wege eine schwierige Aufgabe dar (FMH 1). Beispielsweise dauert die Strecke zwischen Neu-Anspach und dem Freilichtmuseum „etwa eine Stunde“ (FFH). „Das ist für viele schon sehr, sehr viel“ (NA).

Sicherheit

Die Sicherheitsaspekte von Fußgänger:innen weisen deutliche Unterschiede zu denen der Radfahrer:innen auf. Während beide den Hindernissen nicht geräumter Wege im Winter konfrontiert sind (NA), empfinden Fußgänger:innen und Wanderer:innen insbesondere gemeinsam genutzte Rad- und Fußwege als „einschüchternd und [dadurch] hemmend“ in Bezug auf ihre Mobilitätswahl (ADFC). Obwohl Konflikte zwischen den beiden Parteien in der Taunusregion nur selten auftreten (TT 1), spielen psychologische Faktoren und vorhandene Ängste eine Rolle bei der Wahrnehmung der eigenen Sicherheit.

6.4 Herausforderungen der An- und Abreise mit dem ÖPNV

Der ÖPNV wurde in den Expert:innen-Interviews vergleichsweise häufig genannt und detailliert ausgeführt. Dies hängt damit zusammen, dass öffentliche Verkehrsmittel – sofern sie für Verkehrsteilnehmer:innen attraktiv gestaltet sind – eine vielversprechende Alternative zum

MIV darstellen können. Dennoch stellen im Fallbeispiel die geographische Lage, die Kommunikation der Akteur:innen, eine fehlende Bedarfsorientierung, die Unzuverlässigkeit der Bahnen und Busse, die Qualität der Angebote, die Barrierefreiheit, die Anzahl der Umstiege, das Image von Bussen und allgemeine strukturelle Hindernisse den ÖPNV als attraktive Alternative in der Verkehrsmittelwahl in Frage.

Geographische Lage

Die geographische Lage des Museums wird sich nicht ändern und macht öffentliche Mobilität zu einer Herausforderung (VHT 2). Die Analyse der Besucher:innenstruktur zeigt, dass für alle Bedarfsgruppen das Einzugsgebiet groß ist (ebd.). Da ist es schwierig, für jeden ein attraktives Angebot zu machen (ebd.). Gerade im hinteren Taunus, zu dem das Freilichtmuseum gehört, „ist es deutlich schwieriger mit der öffentlichen Mobilität“ (TT 2). Die Buchungsabteilung des Museums, die bei An- und Abreisen Ansprechpartner für Besucher:innen ist, beschreibt ein ähnliches Bild: „Es ist in allen Bereichen schwierig, den Hessenpark mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen“ (FMH 1). Gemäß einer Aussage von VHT 1 kann für einen Standort wie dem Vorliegenden, der sich nicht in einer „integrierten Siedlungslage“ befindet und sich zudem allmählich in Richtung „ländlicherer Strukturen“ bewegt, die Anbindung als „vergleichsweise gut“ angesehen werden.

Bedarfsorientierung

Vor allem für Schulklassen stellt der ÖPNV einen „zeitlichen und finanziellen Hemmschuh“ dar und geht so am Bedarf vorbei (FMH 2). Die Museumsleitung und die Buchungsabteilung erhalten regelmäßig Rückmeldungen von Schulen, die darauf hinweisen, dass es insbesondere an Wochentagen schwierig ist, das Museum zu erreichen (FMH 3; FMH 1). „Das ist für uns als Bildungsinstitution ein absolutes Desaster. Wir produzieren wie die Weltmeister lehrplangerechte Vermittlungs-Angebote und im Grunde sind wir nicht erreichbar für Schulen“ (FMH 3). Insbesondere der begrenzte Umfang an verfügbaren Angeboten des ÖPNV und die unregelmäßigen Fahrzeiten während der schulrelevanten Zeiten stellen für Lehrkräfte eine bewältigungsbedürftige Situation dar (FMH 1).

Für Familien ist die geringe Flexibilität mit dem ÖPNV ein Hindernis, auf den Umweltverbund umzusteigen (HKT). Gerade hier fehlen „familienfreundliche“ Angebote, die sicherstellen, dass Eltern mit ihren Kindern flexibel an- bzw. abreisen können, ohne zu lange auf den Bus oder die Bahn warten zu müssen (FMH 2).

Auch für ältere Menschen ist das aktuelle ÖPNV-Angebot nicht lohnenswert (FMH 2). Viele Senior:innen wissen nicht, wo sie Informationen bekommen und trauen sich folglich die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel nicht zu (HTK). „Wie man den Fahrplan liest und versteht, wie Fahrkarten gekauft werden, für diese Zielgruppe sind die Hürden groß“ (ebd.). Dabei hat das auch etwas mit sozialer Teilhabe zu tun. Wenn jemand aufgrund des Alters nicht mehr selbst mit dem Pkw anreisen kann, dann sind diese Personen aktuell „gekapt von ihrem Ehrenamt,“ weil sie ohne den MIV nicht das Gefühl haben, zum Museum zu gelangen (FMH 2).

Zuverlässigkeit

Um Menschen zum Umsteigen auf den ÖPNV zu bewegen, ist es zentral, dass dieser eine zuverlässige Alternative zum MIV darstellt. Gerade die aktuelle betriebliche Situation der Taunusbahn hindert viele Menschen daran, öffentliche Verkehrsmittel in der Region zu verwenden (VHT 2). Sobald einmal etwas nicht funktioniert, werden Kund:innen verloren: „Ich will nicht wissen, wie viele ihre Jahrestickets jetzt [aufgrund der Situation der Taunusbahn] kündigen und lieber mit dem Auto fahren“ (NA).

Die Verkehrsbetriebe stimmen dem grundsätzlich zu. Dennoch ist es durch die veraltete Infrastruktur, in die jahrelang kaum investiert wurde, häufig schwierig, die Pünktlichkeit aufrecht zu erhalten: „Die Struktur, die Stellwerke sind halt zum Teil 50 Jahre [alt] und älter. Da gibt es kaum Ersatzteile“ (VHT 2). Dennoch wird auch hier eingestanden, dass man potenzielle Fahrgäste verliert, weil diese den ÖPNV gar nicht erst nutzen aus Angst, den Anschluss zu verpassen (ebd.).

Qualität der Angebote

Neben der Zuverlässigkeit ist ein regelmäßiges und überdurchschnittlich gutes Angebot zentral für die Attraktivität des ÖPNVs – gerade in ländlichen Regionen (TT 2). Hierfür muss es bequem sein, mit möglichst vielen Optionen zur Hin- und Rückfahrt. Gleichzeitig ist es jedoch auch nötig, dass den Verkehrsbetrieben kein finanzieller Nachteil entsteht. Das ist aktuell schwierig (ebd.).

Die Verkehrsbetriebe argumentieren hingegen, dass der Status Quo ausreicht, weil die Nachfrage der Besucher:innen des Museums zu niedrig ist, um mehr Angebote zu schaffen: „Der Hessenpark ist kein so starker Magnet wie der große Feldberg. Es gibt keine Tage, wo wir Kapazitätsprobleme haben. Auch bei Sonderveranstaltungen ist die vorhandene Kapazität auf unserer Seite durchaus ausreichend“ (VHT 1). Gerade weil der Hessenpark keinen linearen

Einzugsraum aufweisen kann, muss man sich fragen, wie die Nachfrage für bessere Angebote zustande kommen kann, um im finanzierten Rahmen zu bleiben (VHT 3). Beim Vergleich der Fahrgastzahlen mit den Besucher:innenzahlen gibt es „schon einen gewissen Anteil an Fahrgästen im Bus“ – auch wenn nicht jeder Bus voll ist (ebd.).

Allerdings wird seitens der Museumsleitung ein anderes Bild gezeichnet: „Es ist einfach angesichts der gesellschaftlichen Entwicklung überhaupt nicht zeitgemäß, dass wir so miserabel angebunden sind mit dem ÖPNV“ (FMH 3). Wenn kein attraktives Angebot von Seiten der VHT geschaffen wird, „muss man sich auch nicht wundern, wenn nur zehn Leute im Bus sitzen“ (ebd.). Aus dem Grund wurde bisher auch nicht mehr Werbung für den ÖPNV gemacht. „Solange sich bei dem Zustand, so wie er ist, nichts ändert, kann man auch nichts bewerben (FMH 2). Auch beim Förderkreis herrscht diesbezüglich Einigkeit. Hier würden einige Mitglieder ihr Auto gerne abschaffen, was jedoch „aufgrund der katastrophalen Busverbindungen“ nicht möglich ist (FFH).

Hier wird das Spannungsfeld zwischen Angebot-Nachfrage und Finanzierbarkeit öffentlicher Verkehrsmittel deutlich. Beide Seiten zeigen auf, dass nachvollziehbare Argumente für die jeweilige Position sprechen. Ohne Finanzierung kann es keinen Ausbau geben, ohne Ausbau der Angebote wird die Nachfrage nicht steigen. Ohne eine gestiegene Nachfrage auf einer bestimmten Route wird jedoch die Finanzierung nicht ermöglicht. Es ist somit ein „Henne-Ei-Problem,“ das auf Kosten der Verkehrswende ausgetragen wird (ADFC).

Barrierefreiheit

Eine unzureichende Barrierefreiheit im Rahmen der An- und Abreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln trifft Familien, Besucher:innen mit eingeschränkter Mobilität sowie Personen mit Schwierigkeiten im Verständnis der Nutzung von Bus und Bahn. Hier gilt es, zwischen technischen und physischen Barrieren zu unterscheiden.

Für Menschen mit Gehbehinderung oder auch für Familien mit kleinen Kindern ist die bauliche Infrastruktur vieler Haltestellen eine Herausforderung – vor allem durch die aktuellen Umbaumaßnahmen entlang der Taunusbahn. „Da kann man momentan nichts schönreden“ (VHT 2). Ähnliches wird auch von Taunus Touristik und dem Hessenpark geschildert. Viele Haltestellen sind nicht barrierefrei, auch für Familien mit Kinderwagen ist dies ein Thema (TT 2; FMH 2). Neben einer zu bemängelnden baulichen Infrastruktur an Haltestellen ist es für ältere Menschen oder Menschen mit Mobilitätseinschränkungen „schwierig mit den vielen Umstiegen und dem langen Warten“ (FMH 2). Eine Mitarbeiterin erinnert sich, dass einmal

eine Besucherin im Rollstuhl nicht mehr weggekommen ist, weil keine barrierefreie Verbindung mehr gegeben war. „Die haben wir dann mit unserem Transporter nach Hause gefahren“ (FMH 2).

Eine weitere Herausforderung ist die Tatsache, dass barrierefreie Angebote häufig nicht sichtbar oder klar erkennbar sind. Viele Menschen wissen gar nicht, wie oder wo sie sich über barrierefreie Angebote touristischer Ausflugsziele in der Region informieren können (TT 1; TT 2). Vor allem für Personen, die Schwierigkeiten mit dem technischen Verständnis der Recherche nach geeigneten Verbindungen haben, ist der ÖPNV häufig nicht barrierefrei (FMH 1). Für viele ältere Personen besteht beispielsweise das Problem, die Informationen altersgerecht zu bekommen (TT 1).

Image von Bussen

In den Interviews wird deutlich, dass gerade das Image von Bussen dazu führt, dass die Nutzung des MIVs öffentlichen Verkehrsmitteln gegenüber vorgezogen wird. Busfahren ist „immer negativ behaftet“ (FFH), risikoreich (TT 2), dauert lange und hat demzufolge einen „schlechten Ruf“ (FFH). Vor allem im Ausflugsbereich fahren viele Menschen gerne Bahn, während mit Busfahrten ein negatives Image behaftet ist (TT 2). Dieser wird im Vergleich zur Bahn als noch langsamer und unflexibler gesehen (TT 1). Der Mensch ist zu bequem, um nach einer Bahnfahrt noch in den Bus zu steigen (NA). Man möchte nicht auf den Bus warten (ebd.), gerade wenn ein Bus nicht pünktlich ist oder die Bahn Verspätung hat (TT 1).

Umstiege

Die aktuelle Situation mit mindestens zwei, teilweise sogar drei und mehr Umstiegen bei der An- und Abreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist für alle Bedarfsgruppen ein zentraler Aspekt, der die Fahrt mit dem ÖPNV problematisch gestaltet. So sehen es auch die Verkehrsbetriebe: „Ein Umstieg geht vielleicht noch, aber in der Regel sind es zwei oder gar drei Umstiege und das machen die Leute nicht mit“ (VHT 2). Vor allem Familien mit kleinen Kindern „tun sich das nicht an“ (ebd., FMH 1). Auch für mobilitätseingeschränkte Personen wird die Situation mit jedem Umstieg nochmal problematischer, wie im Abschnitt der Barrierefreiheit bereits erläutert wird (VHT 1).

Für Schulklassen mit eng getakteter Zeitplanung sinkt ebenfalls mit jedem Umstieg die Bereitschaft, öffentliche Verkehrsmittel zu verwenden (FMH 1; FMH 3). „Und auch Lehrer[:innen] einer fünften Klasse beispielsweise, bis sich die alle durch die Umstiege gequält

haben, das macht keiner mit“ (VHT 2). Für Schulen bleibt so oft keine Alternative als die Nutzung kostenintensiver Reisebusse (FMH 3; FMH 1).

Strukturelle Hindernisse

Um nachzuvollziehen, weshalb es schwierig ist, ein besseres Angebot zu schaffen, das barrierefrei ist und die Anzahl der Umstiege auf ein Minimum reduziert, müssen strukturelle Hindernisse im Infrastrukturausbau in die Diskussion aufgenommen werden.

Der VHT sieht infrastrukturelle Defizite hauptsächlich als Folge komplexer und langwieriger Planungsfeststellungsverfahren (VHT 2). Strukturelle Hindernisse, zu denen auch der gesetzliche Rahmen gezählt wird, sorgen dafür, dass es kaum Chancen gibt, Maßnahmen für eine Verkehrs- oder Energiewende zu treffen (ebd.). Standorte wie der Hessenpark sind in dieser Hinsicht benachteiligt, da ihre geographische Lage zu einer generellen Unterrepräsentation im öffentlichen Personennahverkehr führt (FMH 3). Die Verkehrsbetriebe sehen die Landesregierung in der Pflicht, die das Thema Verkehrswende in den vergangenen zwei Jahren eher ausgebremst hat (VHT 2): „Das heißt, die kommunale Seite muss unheimlich stark in den ÖPNV investieren, der Bund macht ein ganz bisschen was und das Land Hessen macht im Prinzip noch viel weniger“ (ebd.). Ziel ist deshalb, den Status Quo zu erhalten, solange die kommunale Ebene zahlungskräftig ist und einen Schwerpunkt auf den ÖPNV setzt (ebd.). Hier – so der VHT – würden auch politische Interessen eine Rolle spielen. Vor allem in der Lokalpolitik versuchen Politiker:innen, sich durch Projekte im Bereich des ÖPNVs zu profilieren, um wiedergewählt zu werden. Hier wird dann Geld investiert, das dann an anderer Stelle verwendet werden könnte. „Die Menschen merken erst, wenn der Bus weg ist, dass es doch etwas [sinnvolles] ist“ (ebd.).

Ein weiteres strukturelles Problem stellt die Preisentwicklung durch die aktuelle Inflation im Energiemarkt dar (VHT 2). Durch das 49-Euro-Ticket werden massiv die Einnahmen wegbrechen (VHT 2). „Aber Veränderung ist halt auch immer eine Riesenchance“ (ebd.). Die Kosten für Verkehrsunternehmen sind enorm und spiegelt teilweise die Auslastung nicht wider (TT 2).

Es besteht eine erkennbare Problematik in Bezug auf den Mangel an Personal, die sich sowohl in Planungsprozessen durch den Fachkräftemangel als auch durch den Mangel an Fahrer:innen äußert. Aufgrund dieser personellen Engpässe müssen gelegentlich Wochenend-Fahrpläne auch unter der Woche verwendet werden (VHT 1; VHT 2). Die begrenzten personellen Ressourcen

führen dazu, dass andere Prioritäten gesetzt werden, was wiederum die Möglichkeit eines Ausbaus der nachhaltigen Infrastruktur einschränkt (TT 2).

Kommunikation

Neben den zuvor erwähnten strukturellen Herausforderungen wird die mangelnde Kommunikation zwischen den beteiligten Akteuren als Kritikpunkt angeführt. Insbesondere wird die fehlende Präsenz übergeordneter Ansprechpartner:innen bemängelt, die die Vernetzung in der Region vorantreiben könnten (TT 1). Derzeit agieren die beteiligten Parteien weitgehend unabhängig voneinander, was dazu führt, dass koordinierte Projekte zur Förderung nachhaltiger An- und Abreisemöglichkeiten nicht umgesetzt werden (ebd.). Es ist jedoch festzustellen, dass bereits Fortschritte erzielt wurden. Die Schwierigkeiten liegen häufig eher im personellen Bereich und in den zu setzenden Prioritäten, nicht jedoch am Willen zur Zusammenarbeit (TT 2). Eine verstärkte Kooperationsbereitschaft und die Identifikation geeigneter Koordinatoren könnten die Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen den Akteuren verbessern, um gemeinsame nachhaltige Mobilitätsprojekte voranzutreiben.

6.5 Herausforderungen multimodaler Mobilität

Einige der Aspekte, die im Zusammenhang mit multimodalen Mobilitätsformen genannt wurden, zeigen Überschneidungen mit den zuvor genannten Herausforderungen im Bereich des öffentlichen Verkehrs. Dennoch ergeben sich insbesondere bei der Verbindung von An- und Abreisemöglichkeiten mit Bussen und Bahnen, dem Radfahren oder dem Zu-Fuß-Gehen zusätzliche Probleme, die die Attraktivität des MIV zulasten des Umweltverbunds fördern.

Mangel an Angeboten

Zunächst mangelt es an multimodalen Angeboten in der Region. Beispielsweise gibt es an den relevanten Bahnhöfen keine Möglichkeit, sich über Bike-Sharing-Partner Fahrräder auszuleihen (ADFC). So eine Bewirtschaftung ist bei der aktuellen Nachfrage nach öffentlichen Verkehrsmitteln „sicherlich auch ein Negativgeschäft“ (ebd.). Dementsprechend kommen die Gäste, die multimodal anreisen, aktuell mit dem eigenen Fahrrad.

Zuverlässigkeit

Ein weiteres Defizit wird in den aktuellen Kapazitäten für die Fahrradmitnahme in Regionalbahnen gesehen: „Gerade am Wochenende aus Frankfurt kommend ist es mit dem Rad manchmal schwierig. Vor allem für größere Gruppen ab vier oder fünf Personen klappen die Umstiege nicht immer“ (ADFC).

Darüber hinaus sind die Fahrstühle an den Bahnhöfen nicht darauf ausgelegt, dass Fahrräder mitgenommen werden können. „Ein Lastenrad oder ein Fahrrad mit Anhänger passt erst recht nicht“ (ebd.). Für Familien mit Kindern ist es demzufolge aktuell nicht machbar, multimodal anzureisen.

Marketing / Werbung

Durch die mangelnde Zuverlässigkeit und das fehlende Angebot wird auch kaum Werbung für Multimodalität im Rahmen klimaneutraler An- und Abreisen gemacht (ebd.). „Das Angebot ist noch nicht so weit, dass es beworben werden könnte“ (HTK). Auch Anreisen über die Saalburg, die mit einer Wanderung zum Museum kombiniert werden könnten, lohnen sich nicht mehr, beworben zu werden, weil die Taktausdüngung der Kulturbuslinie 5 die Nutzung dieses Angebotes zu stark einschränkt, um aktiv beworben zu werden (FMH 3).

Bedarfsorientierung

Multimodale Angebote sind außerdem kaum auf die verschiedenen Bedarfsgruppen abgestimmt. Gerade für Großeltern mit ihren Enkelkindern ist es zu kompliziert und dauert zu lange (FMH 3). Auch ältere Menschen, die beispielsweise mit dem E-Bike und der Bahn anreisen, haben aufgrund struktureller Hindernisse Schwierigkeiten. Weil das Fahrrad über Treppen oder Stufen gehoben werden muss, ist die Gefahr von Stürzen hoch. „Ebenerdiger, gut ausgeschilderter Zugang zu den Bahngleisen muss Standard sein und klar ersichtlich ausgeschildert werden“ (ADFC). Mit dem Status Quo fällt es älteren Personen schwer, sich am Bahnhof zu orientieren und sicher mit dem Fahrrad in den Zug zu gelangen (ebd.).

6.6 An- und Abreisen mit dem (Schul-)Reisebus

Die Anreise zum Freilichtmuseum stellt für Schulklassen je nach Standort eine komplexe Aufgabe dar. Aufgrund des begrenzten Angebots während schulrelevanter Zeiten erweist sich der öffentliche Personennahverkehr oft als keine praktikable Option (FMH 1). Zudem sind auch die An- und Abreise mit Reisebussen mit verschiedenen Schwierigkeiten verbunden, die dazu führen können, dass der Besuch des Hessenparks für Schulen nicht mehr realisierbar ist (ebd.).

Kostenfaktor

Zum einen ist für viele Schulen ein Reisebus mittlerweile zu teuer (FMH 3). Die Budgets in öffentlichen den Schulen geben es nicht mehr her, überall den Reisebus zu nehmen. Hier kommt auch die soziale Komponente hinzu, dass einige Eltern die Kosten für Schulausflüge nicht tragen können, berichten die Mitarbeiter:innen des Museums (FMH 1; FMH3). Das führt dazu, dass gerade kostenaufwendige Ausflüge eingestellt werden (ebd.).

Planungsprozess

Weil einzelne Schulklassen häufig das Problem haben, „den Bus voll zu bekommen,“ sind sie darauf angewiesen, sich mit anderen Klassen oder Schulen abzustimmen, um mehrere Gruppen zusammenzulegen (FMH 1). Dies erschwert den Planungsprozess und erfordert häufig mehr Flexibilität durch die Lehrkräfte. Dennoch sind die Lehrkräfte in der Organisation der Anreise lösungsorientiert, weil das Angebot des Museums für Schulen lukrativ ist. Da wird ein erschwerter Planungsprozess in Kauf genommen (ebd.). Neben Schulklassen gehören auch Gruppen von Senior:innen zu den Besucher:innen, die mit dem Reisebus anreisen. Aufgrund der Organisation dieser Fahrten als geführte Bustouren kann für diese spezifische Zielgruppe keine Schwierigkeit bei der Anreise mit dem Reisebus festgestellt werden (ebd.).

7. Ergebnisse des Maßnahmen-Workshop

Im Rahmen des Maßnahmenworkshops wurde – aufbauend auf die im vorherigen Kapitel vorgestellten Herausforderungen der An- und Abreise mit nachhaltigen Verkehrsmitteln – diskutiert, wie der Umweltverbund dahingehend entwickelt werden kann, dass es attraktive Alternativen zum MIV gibt. Ein Vorschlag, der von allen Teilnehmenden Zustimmung erfahren hat, ist die Erhöhung der Sichtbarkeit des Themas Nachhaltigkeit in der gesamten Taunus-Region. Taunus Touristik hat zum Ziel, den Naturpark als nachhaltiges Reiseziel auszuschreiben und zu zertifizieren (TT 1).¹³ Sobald der Naturpark Taunus als nachhaltiges Reiseziel eingetragen sein wird, sollte sich der Hessenpark für die Zertifizierung bewerben, um damit mehr Marketing und Werbung betreiben zu können (ebd.). Wenn man die Gäste und Bewohner:innen der Region für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisieren kann und gezielt Marketing betreibt, ändern sich mit der Zeit auch die Einstellungen (TT 2). Somit kann nachhaltige Mobilität „in die Region getragen werden“ und die Sichtbarkeit einzelner Institutionen, die sich dafür einsetzen, erhöht werden (TT 1).

7.1 Maßnahmen zur Reduzierung des MIV

Während des Workshops herrschte weitgehende Einigkeit darin, dass die aktive Beschränkung des MIV im regionalen Ausflugsverkehr nicht angestrebt werden sollte. Stattdessen lag der Fokus der Diskussion darauf, alternative nachhaltigere Verkehrsmittel durch einen priorisierten Informationszugang, vergünstigte Eintrittspreise und die Einbindung von technischen Innovationen zu stärken und dadurch Wege aufzuzeigen, festgefahrenen Routinen zu durchbrechen.

Priorisierter Informationszugang

Ein wichtiger Faktor zur Stärkung nachhaltiger Verkehrsmittel ist eine verstärkte Präsenz des Umweltverbunds auf der Website des Hessenparks, während über den MIV zuletzt informiert wird (TT 1; HTK 2). Dem stimmt auch die Museumsleitung zu und möchte eine Priorisierung der Informationen des Umweltverbunds auf der eigenen Internetseite vorantreiben (FMH 3). Für die Beteiligten geht es auch darum, als Museum aufzuzeigen, welche Mobilitätsformen von der Einrichtung priorisiert werden. „Es ist weniger ein Problem für Autofahrer[:innen], an ihr Ziel zu kommen als für jemanden, der offen ist, den Umweltverbund zu nutzen, sich aber mit der Thematik bisher nicht so gut auskennt“ (HTK 2). Hier ist das Freilichtmuseum gefragt,

¹³ Taunus Touristik Service e.V. strebt die „Zertifizierung Nachhaltiges Reiseziel“ der TourCert gGmbH an, um einen nachhaltigeren Tourismus in der Taunus Region zu etablieren und verschiedene Partner:innen unter diesem Gesichtspunkt zu vernetzen (TT 1; TT 2; TOURCERT GGMBH 2023).

aktiv auf andere Formen der An- und Abreise aufmerksam zu machen und an den Bushaltestellen und im Kassenbereich zu bewerben (ebd.). Das wurde in der Vergangenheit zwar auch schon einmal versucht, aber durch die Museumsleitung wieder eingestellt, da – den ÖPNV betreffend – „am Bedarf vorbei informiert wurde“ (FMH 3). „Natürlich ist es auch ein Statement, eben den Ablauf als erstes zu setzen“ (VHT 3), gerade wenn andere Verkehrsmittel weiter ausgebaut werden sollten.

Parkraumbewirtschaftung

Für das Museum wäre eine Parkraumbewirtschaftung nur mit einem hohen technischen und personellen Aufwand zu bewerkstelligen (FMH 3; HTK 2). Auch die Verkehrsbetriebe schlagen statt einer Parkraumbewirtschaftung lieber die Ermäßigung der Eintrittspreise bei Anreisen mit dem Umweltverbund vor (VHT 3). Eine Konkurrenzsituation zwischen dem Pkw und nachhaltigen Verkehrsmitteln sollte vermieden werden. Statt den MIV durch Parkraumbewirtschaftung aktiv zu schwächen, sollte der Umweltverbund gestärkt werden (ADFC 2; HTK 2).

Technische Innovationen

Sofern die Anreise durch den MIV weiterhin nötig oder präferiert wird, können Mitnahmeportale als Maßnahme in Betracht gezogen werden, um dennoch die Anzahl an Pkws zu reduzieren (FMH 3). Eine weitere Möglichkeit, technische Innovation in eine erfolgreiche Verkehrswende im Ausflugsverkehr zu integrieren, ist die Verwendung von On-Demand-Elektro-Shuttles, wie es im Taunusstein bereits in einem Pilotprojekt getestet wird (TT 2).

Einflussnahme auf Routinen

Bei der Debatte um geeignete Maßnahmen ist es wichtig zu beachten, dass alternative Angebote funktionieren, wenn Menschen sich dafür entscheiden, den Umweltverbund zu nutzen (TT 1). Um an ihrer „Bequemlichkeit“ zu arbeiten, muss die Alternative etwas zu bieten haben (ebd.). Deshalb ist es wichtig, die Vorurteile der Alternative deutlich zu kommunizieren und in den direkten Vergleich zum MIV zu stellen: „ich stehe nämlich durchaus auch mit dem Auto mal im Stau“ (HTK). Routinen können folglich nur durchbrochen werden, wenn attraktive Alternativen geschaffen werden, die durch ein aktives Informationsmanagement beworben werden. Finanzielle Anreize sind dann eine gute Möglichkeit, in der Anfangsphase Überzeugungsarbeit zu leisten (HTK).

7.2 Mit dem Fahrrad zum Museum

Gerade für Besucher:innen im näheren geographischen Einzugsgebiet stellt das Fahrrad eine flexible, umweltfreundliche, kostengünstige und gesundheitsfördernde Alternative zum privaten Pkw dar (ADFC 2; FMH 3). Es gilt, diese Vorteile zu kommunizieren, während gleichzeitig die Attraktivität des Radfahrens durch gezielte Maßnahmen wie sichere Abstellplätze, Infrastrukturausbau, Marketing und Werbung, sowie die Erstellung von Kartenmaterial unter Einbezug von Fördermitteln vorangetrieben werden.

Sichere Abstellplätze

In der Zeit zwischen den qualitativen Interviews und dem Maßnahmenworkshop war die Museumsleitung in der Lage, sechs durch den Förderkreis finanzierte abschließbare Fahrradboxen mit Lademöglichkeiten zu bestellen. (FMH 3). Darüber hinaus gibt es bereits „seit einigen Jahren“ vom ADFC zertifizierte Abstellplätze. Bisher ist es zu keinen Diebstählen gekommen (ebd.). Der ADFC sieht trotz dieser zertifizierten Abstellplätze weiteren Handlungsbedarf. So sollte ein Teil der Stellplätze überdacht und an den aktuellen Bedarf angepasst werden. Fahrräder mit Kinderanhänger oder Lastenräder müssen bei der Planung sicherer Abstellplätze bedacht werden (ADFC 2). Außerdem muss kommuniziert werden, dass die Abstellplätze sicher sind (HTK). Auch wenn es bisher zu keinen Diebstählen gekommen ist, spielen psychologische Faktoren eine große Rolle. Die Besucher:innen investieren „5000 Euro in ein Pedelec und trauen sich dann nicht, es irgendwo abzustellen“ (FMH 3). Demzufolge muss das Sicherheitsgefühl durch abschließbare Abstellmöglichkeiten verstärkt und aktiv dafür beworben werden, dass keine Gefahr besteht. Nur dann erreicht man es, dass mehr Menschen sich trauen, ihre Fahrräder am Hessenpark abzustellen und anzuschließen.

Infrastrukturausbau

Neben den zuvor genannten abschließbaren Boxen sind aktuell Reparaturstationen mit Werkzeug und Fahrradpumpe geplant (FMH 3). Durch solche Stationen wird mehr Komfort geschaffen, was Gäste überzeugen kann, mit dem Fahrrad zum Hessenpark zu fahren (TT 3).

Wichtig ist es ebenfalls, touristische Radverkehrskonzepte voranzutreiben (TT 1) und gerade das Pedelec gezielt in die Planung einzubeziehen, um Menschen die Möglichkeit zu bieten, in einem größeren Radius zu erkunden (TT 3). Die Nachfrage nach solchen Konzepten durch die Kommunen ist vorhanden (TT 1).

Ferner ist es nötig, Radwege auszubauen. Vor allem ist ein direkter Radweg zwischen Saalburg und dem Hessenpark nötig, um ein Angebot zu schaffen, das weniger Höhenmeter aufweist und

somit auch attraktiv für Besucher:innen ohne Pedelec ist (FMH 3). Aktuell fährt man einen Umweg von circa 1,2 Kilometern, der mit mehr Höhenmetern verbunden ist, als nötig wäre (ebd.). Hier ist deutliches Ausbaupotenzial vorhanden. Bei der Wegegestaltung ist jedoch nicht nur Attraktivität, sondern auch Marketing „ganz, ganz wichtig“ (TT 2). Besucher:innen müssen über infrastrukturelle Maßnahmen informiert werden, damit das Thema präsent bleibt und die Gäste des Hessenparks konsequent mit alternativen An- und Abreisemöglichkeiten konfrontiert werden (ebd.; ADFC 2).

Neben der Neugestaltung eines Radwegs zwischen Saalburg und Hessenpark wird vorgeschlagen, „Radwege, wie den Linden Weg zu asphaltieren,“ damit Fahrradfahren bequemer und zugänglicher für alle Bedarfsgruppen ist (FMH 3). Asphaltierte Fahrradwege versprechen eine Erleichterung von 20 bis 30 Prozent (ADFC 2). So kann sowohl der Komfort als auch die Reichweite und Geschwindigkeit für Radfahrende gesteigert werden. Der Hochtaunuskreis stimmt dem zu, mahnt aber, sich nicht allzu viele Hoffnungen im Bereich des Ausbaus zu machen: „Baulastträger ist Hessen-Mobil. Das zieht sich und wird sich [in Zukunft] weiter ziehen“ (HTK 2). Zwar ist diese Maßnahme im Radverkehrskonzept bereits hinterlegt, dennoch zeigt sich hier, dass die Umsetzbarkeit trotz bestehender Konzepte häufig langwierig und schwierig ist (ebd.).

Eine weitere Maßnahme ist die Umsetzung eines ausgeschilderten (Themen-)Fahrradwegs ab Neu-Ansprach, der auch Bedürfnisse von Familien und Personen mit Lastenfahrrädern berücksichtigt (FFH). Ein möglicher Verlauf ist die Erschließung einer Route „beispielsweise dort, wo die Wacht am wenigsten hoch ist und wenig Schotter auf den Wegen liegt - über den Schultheißhof“ (ebd.).

Karten- und Informationsmaterial

Sowohl für bestehende als auch zukünftige Fahrradinfrastruktur ist die Erstellung von aktuellem Karten- und Informationsmaterial eine wichtige Maßnahme zur Steigerung der Attraktivität des Fahrrads als Verkehrsmittel im Ausflugsverkehr. Bereits jetzt ist geplant, virtuelles Kartenmaterial in Zusammenarbeit mit Taunus Touristik zu erstellen, das in Verbindung mit einer zentralen Informationstafel im Eingangsbereich des Museums den Besucher:innen zur Orientierung dienen soll (FMH 3).

Infotafeln sollten jedoch nicht nur auf das Museumsgelände beschränkt bleiben. Gerade an Bahnhöfen oder Bushaltestellen in der näheren Umgebung sollte über die Strecken und Distanzen zum Museum informiert werden (ADFC 2; HTK 2). So kann es gelingen, dass

wartende Fahrgäste dazu angeregt werden, eine Fahrradtour zum Freilichtmuseum auszuprobieren (ebd.). Dem stimmt auch Taunus Touristik zu. Touristische Fahrradroutes sollten aktiv an Bahnhöfen beworben und ausgeschildert werden (TT 3).

Neben virtuellem Kartenmaterial und Informationstafeln im Museum und an Bahnhöfen in der Region ist die Erstellung von physischem Kartenmaterial in Form einer Freizeit-Fahrradkarte oder Ausflugskarte, in dem Routen zum Freilichtmuseum prominent vertreten sind, eine zentrale Notwendigkeit zur Einbindung aller Bedarfsgruppen (ADFC 2). Der ADFC sieht in diesem Bereich den Wetteraukreis als Vorbild und schlägt vor, in Zusammenarbeit mit dem Hochtaunuskreis, Taunus Touristik sowie Ausflugszielen wie der Saalburg und dem Hessenpark eine Fahrrad-Freizeitkarte der Taunus-Region zu erstellen (ebd.).

Für Besucher:innen, „die so affin sind, kann man auch Tracks von wichtigen Freizeitrouten bereitstellen“ (ebd.). Hier besteht die Chance, eine physische Freizeitkarte mit einem digitalen Routenangebot zu verbinden. Besonders für Familien, die anfangen, ihre Kinder an Fahrrad-Navigationsgeräten heranzuführen, können spannende Routen geschaffen werden, die auch in kommenden Generationen das Fahrrad als präferiertes Verkehrsmittel festigen (ebd.).

Marketing

Eine weitere Möglichkeit, den Fahrradtourismus zu stärken, ist die Vermarktung der Anreise mit dem Fahrrad als Erlebnis (TT 3). Dies kann dazu führen, dass der Vorteil des Reisezeitenvergleichs zwischen dem MIV und dem Fahrrad ausgeglichen wird (ebd.). Durch die Ausschreibung von Fahrradtouren, die den Hessenpark als Ziel oder Zwischenstopp inkludieren, liegt der Fokus nicht mehr nur auf der Distanz oder Geographie, sondern dem Erlebnis der Tour (ADFC; TT 3). Eine Möglichkeit, dies weiter zu vermarkten, sind auch der Verkauf von Picknicks oder „Radlersnacks“ für den Heimweg oder spezielle Angebote wie „Radlerpicknicks“ (TT3). Die Flexibilität der Fahrradanreise und die Vorteile müssen beworben und vermarktet werden (HTK).

Fördermittel

Bisher war es schwierig für den Hessenpark, Fördermittel zu beantragen, weil sich die Fördertöpfe in vielen Bereichen an Kommunen oder gemeinnützige Organisationen richten (FMH 3). Das Freilichtmuseum ist deshalb als privates Unternehmen in der Vergangenheit häufig durch alle Raster gefallen und musste Investitionen eigenständig tätigen (FMH 5). Zum Jahresende 2023 ist jedoch die Umwidmung in eine „gemeinnützige GmbH“ geplant, wodurch in Zukunft weitere Projekte für eine Förderung in Frage kommen können (FMH 3). Darüber

hinaus besteht die Möglichkeit, Fördermittel in Zusammenarbeit mit der zuständigen Kommune zu beantragen, da dort häufig mehr Möglichkeiten bestehen (HTK 2; FMH 3). Neben der Umstrukturierung der Rechtsform und einer Beantragung über Dritte gibt es auch die Möglichkeit, im Bereich der Klimarichtlinie Fördermittel zu beantragen, die den Umweltverbund stärken und so den CO2-Ausstoß der Gäste des Freilichtmuseums reduzieren (HTK 2). Solche Möglichkeiten sollten verstärkt genutzt werden, um die im Vorfeld erläuterten Maßnahmen zu finanzieren (FMH 3; HTK 2; TT 2).

7.3 An- und Abreisen zu Fuß

Bei den Maßnahmen zur Stärkung des Umweltverbunds existieren vor allem zwischen dem Fahrradfahren und An- und Abreisen zu Fuß einige Überschneidungen. So könnten beispielsweise Fördermittel für eine Verbesserung des Fußverkehrs beantragt werden. Auch die Installation von Infotafeln (TT1) und Bewerbung von Wanderrouten wird in diesem Zusammenhang häufig erwähnt.

Infrastrukturausbau

Vor allem im Bereich der Infrastruktur zu Fuß werden jedoch einige Maßnahmen vorgeschlagen, die gezielt auf besseren Komfort und mehr Sicherheit von Fußgänger:innen abzielen. So setzt sich der ADFC dafür ein, dass das Mindestmaß bei der Breite für Wege bei einer Mischnutzung (Radfahrer:innen und Fußgänger:innen) mehr Beachtung findet (ADFC 2). Dies kann die Sicherheit und den Komfort der Gäste erhöhen, die sich für eine An- und Abreise zu Fuß entscheiden.

Ein weiterer Vorschlag ist die Einrichtung eines Drehkreuzes als neuen Ausgangspunkt des Museums in Richtung Neu-Anspach. Dies würde den Fußweg um circa 1,5 Kilometer verkürzen, so die Museumsleitung (FMH 3). „Das Material für das Drehkreuz ist bereits vorhanden.“ Was fehlt, ist eine Nutzungsvereinbarung mit der Stadt, so dass die Infrastruktur außerhalb des Museums übernommen und integriert werden könne (ebd.).

Erhöhte Sichtbarkeit

Neben der Überarbeitung der Beschilderung und dem Anbringen von Informationstafeln am Museum und den Bahnhöfen sowie Bushaltestellen in der Umgebung sollte auch darauf geachtet werden, dass entlang von Wanderwegen wie dem Taunuslehrpfad die Sichtbarkeit der Wanderrouten mit dem Ziel Hessenpark erhöht wird (FMH 4). Die Museumsleitung versucht hier bereits in Kooperation mit dem Naturpark, die Beschilderung an der Saalburg zu verbessern (FMH 3). Konkret soll bei dieser neuen Beschilderung eine Information über die Distanz zum

Museum in Mettern erfolgen, wodurch der Anreiz erhöht wird, die Strecke im Rahmen einer Wanderung auch für Familien zurückzulegen (ebd.). Dieses Konzept sollte auch auf andere Wege in der Umgebung übertragen werden.

7.4 Der ÖPNV als Chance

Der ÖPNV bietet eine vielversprechende Möglichkeit, nachhaltige Mobilität im Ausflugsverkehr zu fördern. Allerdings ist es entscheidend, gezielte Maßnahmen zu ergreifen, um die Attraktivität von Bus und Bahn zu steigern. Im folgenden Unterkapitel wird dargestellt, welche Schritte unternommen werden können, um den ÖPNV als umweltfreundliche und praktische Alternative zu stärken. Dabei werden verschiedene Aspekte beleuchtet, die zur Verbesserung der Nutzung des ÖPNV beitragen, wie beispielsweise die Erhöhung der Verfügbarkeit, die Steigerung des Komforts, die Optimierung der Angebote und die Integration moderner Technologien.

Die Elektrifizierung der Taunusbahn

Die Elektrifizierung der Taunusbahn wurde von allen Teilnehmer:innen des Workshops als eine vielversprechende Chance für nachhaltige Mobilität in der Region betrachtet, insbesondere in Bezug auf die bessere Erreichbarkeit des Hessenparks mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Während die Verkehrsbetriebe die S-Bahn-Verlängerung als „Quantensprung“ für den Hessenpark bezeichnen (VHT 2), sieht der ADFC eine große Chance für Multimodalität, wenn die Züge dementsprechend ausgelegt sind (ADFC 2). Vor allem, weil durch die Erweiterung der S-Bahn das vorhandene Bus-Liniennetz neu aufgesetzt werden muss, besteht hier gegebenenfalls die Möglichkeit, das vorhandene Potenzial als Chance für den Hessenpark zu nutzen (VHT 3).

Auch aus Sicht der Barrierefreiheit wird sich die Situation durch die neue S-Bahn verbessern. „Die Bahnen sind dann besser mit den Haltestellen abgestimmt,“ nicht nur für mobilitätseingeschränkte Personen, sondern auch für Familien mit Kinderwagen (VHT 2). Aber das ganze System muss bedacht werden, da ist auch die Stadt oder Kommune gefragt, Barrierefreiheit entlang der Wege von Bahnhöfen oder Haltestellen zu schaffen (ebd.). Deshalb muss mit allen beteiligten Akteuren „über die Chancen, die aus technischer Sicht auf dem Präsentierteller liegen“ geredet werden (ebd.). Vor allem, weil durch die Elektrifizierung die Anzahl der Umstiege aus Frankfurt beispielsweise reduziert werden, kann dies zu einem Schub für nachhaltige Mobilität in der Region führen (ebd.).

Wann aber die Erweiterung fertig gestellt wird, ist noch nicht vorauszusehen (VHT 3). Aus diesem Grund ist auch die Museumsleitung zurückhaltend optimistisch (FMH 3). Dennoch wird von den beteiligten Parteien zugestimmt, dass es nötig ist, die Verlängerung der S-Bahn im Usinger Land für Marketingzwecke zu nutzen (FMH 3; NA 2; TT 3). Die Besucher:innen müssen erfahren, was es für Angebote nach dem Aussteigen aus der S-Bahn gibt: „Was fährt da für ein Bus [zum Hessenpark], wie kann ich zu Fuß oder mit dem Fahrrad weiterfahren?“ (HTK).

Bus-Angebotsausbau der Verkehrsbetriebe

Vor allem muss die Busanbindung zum Freilichtmuseum durch eine bessere Taktung und mehr Linien ausgebaut werden, damit der Umstieg vom Pkw auf öffentliche Verkehrsmittel attraktiver ist (HTK 2; FMH 3; FMH 4; NA 2; ADFC 2). Dies gilt besonders für die Wiedereinstellung und Verlängerung der Kulturbuslinie 5 zum Hessenpark auch unter der Woche und außerhalb der Schulferienzeiten (FMH 3; FMH 1).

Auf der anderen Seite wird argumentiert, „das Publikum des Hessenparks ist geographisch so verteilt, dass für den einzelnen Bus kein sehr großes Potenzial abzurufen [ist]“ (VGH 1). Die Verkehrsbetriebe argumentieren, dass es aktuell „in zwei Richtungen eine alternierende stündliche Taktung der Buslinie 63, die auf die Züge ausgerichtet ist“ gibt (VHT 3). Diese Taktung wird auch beibehalten, weil die Nachfrage bereits jetzt kaum vorhanden ist. Weil sich die Rahmenbedingungen wie steigende Betriebskosten in naher Zukunft wahrscheinlich nicht ändern werden, gibt es geringe Chancen für einen Angebotsausbau durch die Verkehrsbetriebe (ebd.). Demzufolge ist aktuell der Erhalt des Status Quo die Zielsetzung (VGH 1).

Hinzu kommen die Komplexität der Planungsprozesse und die verpassten Investitionen seit den 80er Jahren (VHT 2). Erst wenn massiv in den ÖPNV investiert wird und der gesetzliche Rahmen im Planfeststellungsverfahren entschlackt wird, kann die Verkehrswende durch den ÖPNV vorangebracht werden (ebd.). Der VHT sieht hier auch die Politik in der Pflicht, die zwar medial viel verspricht, aber es ist „zumindest in Hessen so, dass das Geld nicht so kommt, wie man es eigentlich bräuchte“ (ebd.). Die Schwerpunktsetzung der Politik entscheidet darüber, wie viel Spielraum die Verkehrsbetriebe haben (ebd.).

Demgegenüber stehen jedoch die Möglichkeiten, die sich durch den Ausbau von Buslinien im ländlichen Raum für den Ausflugsverkehr ergeben. „Die Hälfte meiner Nachbarn in Neu-Anspach sind Förderkreismitglieder. Da gäbe es Potenzial, wenn es eine gescheite Busverbindung gäbe“ (FFH). Hier müssen Wege gefunden werden, solche Projekte zu

finanzieren (FMH 3). Um neu geschaffenen Angeboten oder einer attraktiveren Taktung dann Fahrgäste zu verschaffen, ist es nötig, das Angebot zu bewerben und bekannt zu machen (HTK). Erst wenn Angebote vorhanden sind, lohne es auch, diese zu bewerben, so die Museumsleitung (FMH 3). Vorher wird niemand auf Busse umsteigen (NA 2).

(Touristische) Shuttlebusse

Eine Möglichkeit, die schwierige Frage der Finanzierung zusätzlicher Busangebote zu lösen, ist die Anbindung durch gezielte Shuttlebusse zwischen dem Freilichtmuseum und den Bahnhaltestellen in der Region (HTK 2). Dadurch kann auch die Zuverlässigkeit bei Umstiegen gesteigert werden. Eine Finanzierung ist gegebenenfalls über Fördermittel oder die Landesregierung möglich (ebd.). Dies kann auch für Schulklassen die Attraktivität der Anreise mit dem ÖPNV erhöhen. Der enge Zeitplan der Schulen verhindert häufig deren Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Shuttlebusse können die Zuverlässigkeit steigern und dadurch mehr Schulen die Möglichkeit geben, den Hessenpark mit dem ÖPNV zu besuchen (VHT 3).

Für den Rewe-Weihnachtsmarkt fährt einen Shuttle-Bus von Parkplätzen außerhalb, der von Rewe organisiert und bezahlt wird (FMH 2). Das Freilichtmuseum allein hat nicht die finanziellen Mittel, eine derartige Shuttle-Linie regelmäßig anzubieten (FMH 3; FMH 4). Die Museumsleitung merkt außerdem an, dass bereits vor einigen Jahren ein „Ausflugsshuttle vonseiten der Verkehrsbetriebe im Taunus“ geplant war (FMH 3). Dieser sollte wichtige touristische Knotenpunkte über gegenläufige Shuttlebusse miteinander verbinden (ebd.). Auch Taunus Touristik sieht Vorteile in einer solchen Lösung, da die Verknüpfung der Highlights der Region durch nachhaltige Verkehrsmittel die Taunusregion darin bestärkt, ein nachhaltiges Reiseziel zu werden (TT 3). Vonseiten der Verkehrsbetriebe wird hier jedoch entgegengesetzt, dass die Planung „aufgrund vielfältiger Hindernisse frühzeitig im Prozess endete“ (VHT 3). Außerdem unterliegen Shuttle-Busse – je nach Ausgestaltung des Angebots – unterschiedlichen rechtlichen Rahmenbedingungen, die gegebenenfalls ein Hindernis darstellen können (ebd.). Lediglich für die Bedarfsgruppe der Schulklassen könnte dies eine Lösung darstellen (ebd.). So sieht es auch die Museumsleitung, die sich erinnert, dass die Frankfurter Verkehrsbetriebe in der Vergangenheit einen Kulturbus für Schulen angeboten hatten, der Ziele wie den Hessenpark kostengünstig angefahren hat (FMH 3).

Eine weitere Maßnahme kann die Einführung eines Bürgerbusses in Zusammenarbeit mit den Städten Neu-Anspach oder Wehrheim sein. Vorbild hierfür ist die Stadt Usingen, die seit dem 01. März 2023 jeden Dienstag und Donnerstag einen Bürgerbus als Alternative zum regulären ÖPNV anbietet (HTK 2). Finanziert wird dieses Angebot durch die Landesstiftung Miteinander

in Hessen (ebd.). Auch dies müsste dann in der Region und für die Besucher:innen des Freilichtmuseums bekannt gemacht werden, damit die Reichweite solcher Angebote erhöht werden kann (TT 3).

Anruf-Sammel-Taxi

Der Einsatz des AST stellt eine zusätzliche Möglichkeit dar, die Taktung der Busverbindungen in der betroffenen Region zu erhöhen und gleichzeitig eine geringere finanzielle Belastung durch geringe Fahrgästzahlen zu generieren. Die Stadt Neu-Anspach hat diesbezüglich ein eigenes Konzept geschaffen: „Wir haben AST in Anspach für Menschen ab 60 Jahren. An drei Tagen können diese für wenig Geld von Ort zu Ort fahren. Der Hessenpark gehört auch dazu. Das Taxi kostet 2 Euro pro Fahrt“ (NA). Ein solches Angebot stellt einen einfachen Lösungsansatz durch einen bedarfsorientierten ÖPNV dar (ebd.).

Für den VHT ist ein On-Demand System als Ersatz für Busse keine Lösung (VHT 2). Ziel ist vielmehr, eine möglichst getaktete Linie im ländlichen Raum anzubieten (ebd.). „Wir merken, dass die zusätzliche Bestellung eine Barriere darstellt“ (ebd.). Aus dem Grund wird präferiert, lieber weniger Angebote zu haben, die dann jedoch garantiert fahren (ebd.). Deshalb ist man gerade dabei, bestehende AST-Angebote in reguläre Verbindungen zu wandeln. „Durch reguläre Buslinien gibt es sichtbare Buslinien und die [Kund:innen] müssen weniger planen“ (ebd.). Im Fallbeispiel Freilichtmuseum Hessenpark ergibt die Relation genug Nachfrage für das bestehende Angebot – „nicht mehr, aber auch nicht weniger“ (VHT 3).

7.5 Multimodalität stärken

Multimodale An- und Abreiseformen stellen häufig eine Verbindung aus Fahrradfahren bzw. Zufußgehen und öffentlichen Verkehrsmitteln dar. Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität der jeweiligen bereits abgehandelten Verkehrsmittel können dementsprechend zunächst auch für diese Kategorie angewendet werden. Eine ganzheitliche Betrachtung und gezielte Maßnahmen für multimodale An- und Abreiseformen tragen dennoch zur Schaffung eines nahtlosen und attraktiven Verkehrssystems bei. Maßnahmen wie Mehrzweckabteile, Mobilitätsstationen und gezielte Werbekampagnen bieten so eine gute Möglichkeit, Multimodalität zu stärken und Besucher:innen dazu zu bringen, den Umweltverbund als Alternative zum Pkw zu nutzen.

Ausbau der multimodalen ÖPNV-Infrastruktur

Eine Wiederaufnahme des Betriebs sowie eine Erhöhung der Taktung der Kulturbuslinie 5 zum Freilichtmuseum wird sich vor allem unter der Woche positiv auf die An- und Abreise für

Schulklassen auswirken (FMH 4). Bereits jetzt gibt es einige Gruppen, die eine multimodale Verbindung über die Haltestelle Saalburg und den Taunuslehrpfad für Ausflüge zum Hessenpark nutzen (ebd.). Der Ausbau der Buslinie inklusive Fahrten unter der Woche ermöglicht es mehr Schulklassen, den Hessenpark zu erreichen, indem beispielsweise nur eine Strecke zu Fuß gelaufen werden muss und so das Zeitfenster für den Museumsbesuch flexibler gestaltet werden kann (FMH 4; FMH 3).

Ein weiterer Vorschlag ist die Ausstattung der Kulturbuslinie 5 mit Fahrradanhängern oder Fahrradträgern, wodurch die Attraktivität multimodaler Wege vor allem bezüglich der zu bewältigenden Höhenmeter deutlich erhöht werden kann (ADFC 2). Diesen Vorschlag unterbreitete auch die Taunus Touristik. Es gibt bereits Angebote von Bussen mit Fahrradanhänger. Bei diesen bedarf es aber einer gewissen Verlässlichkeit, einen Platz zu bekommen (TT 1; TT 2).

Mehrzweckabteile & Fahrradmitnahme

Der ADFC sieht außerdem die Verkehrsbetriebe in der Pflicht, in der neuen S-Bahn-Erweiterung zwei große Mehrzweckabteile einzuplanen, die zur Mitnahme von Fahrrädern essenziell sind (ADFC 2). Darüber hinaus muss darauf geachtet werden, dass Bahnhöfe so umgebaut werden, dass eine ebenerdige Fahrradmitnahme bis in den Zug gewährleistet wird (ebd.). Auch Kleingruppen brauchen die Garantie, an Wochenenden mit ihren Fahrrädern mitgenommen zu werden (ebd.).

Mobilstationen

Aktuell plant der RMV in Verbindung mit den Kommunen entlang der Taunusbahn die Errichtung von Mobilstationen an den Bahnhöfen (NA 2; VHT 2). Dies wird vonseiten der Stadt Neu-Anspach als „Riesenchance“ für den Hessenpark bewertet (NA 2). Hier sollte sich auch der Hessenpark beteiligen (VHT 2). Die Integration von (Fahrrad-)Mobilstationen am Hessenpark in Verbindung mit dem Bahnhof Neu-Anspach kann die Attraktivität multimodaler Angebote deutlich erhöhen (NA 2). Wenn eine Station am Freilichtmuseum die Möglichkeit bietet, Pedelecs auszuleihen oder nachzuladen, kann die Abhängigkeit von Bussen gesenkt und die Flexibilität der Besucher:innen erhöht werden (ebd.). Doch auch der Hessenpark muss sich hier beteiligen: „Es geht halt nicht, immer zu warten, dass die anderen [Akteur:innen] aktiv werden“ (ebd.).

Erhöhte Sichtbarkeit

Es existieren bereits Angebote wie die Rhein-Main-Card, mit der man den ÖPNV kostenlos nutzen kann und vergünstigten Eintritt für Freizeiteinrichtungen erhält. Dies kann im Rahmen von multimodalen Anreiseformen verstärkter beworben werden, um die Sichtbarkeit zu erhöhen (TT 1). Taunus Touristik und der RMV werben dafür. Der Hessenpark und auch der VHT können da noch mehr machen. Vor allem, weil ein eigenes Marketingbudget für diese Karte besteht (ebd.). Mit dem 49-Euro-Ticket muss jedoch überlegt werden, ob das Angebot so noch funktioniert oder überarbeitet werden sollte (ebd.). Während der Hochtaunuskreis die Vorteile des Deutschland-Tickets für Multimodalität sieht, indem „der ÖPNV jetzt auch zu einem attraktiven Preis angeboten wird“ (HTK), sind die Verkehrsbetriebe in der Bewertung dieses neuen Ticketsystems vorerst zurückhaltend (VHT 2).

Einigkeit besteht jedoch darin, dass multimodale Alternativen wichtig sind und das Angebot zugänglich, interessant und attraktiv beworben werden muss (HTK; VHT 2; TT 2). Es braucht viel Input, damit die Menschen sich für den Umweltverbund entscheiden (FFH). Diesbezüglich sind gezielte, zielgruppenorientierte Marketingkampagnen nötig, damit das Angebot für die einzelnen Bedarfsgruppen sichtbar gemacht wird (FMH 4; TT 3).

7.6 An- und Abreisen mit dem Reisebus

Bezüglich einer kostengünstigeren Alternative zum privaten Reisebus für Schulen sieht sich die Stadt Bad Homburg nicht zuständig. Im Gegensatz zur Saalburg, wo durchaus auf Nachfrage der Schulen Verstärkerbusse eingesetzt werden, liegt das Freilichtmuseum nicht in dem Gebiet, das über die Zuständigkeit eines gewissen Grund-Angebots hinaus geht (VHT 2). „Es gibt Zeiträume, wo wir in der Woche locker 15 Klassen auf die Saalburg hochfahren können“ (ebd.). Für den Hessenpark wird vonseiten der Verkehrsbetriebe aber neben der fehlenden Zuständigkeit auch zu wenig Potenzial gesehen: „Das ist sicherlich eine Fragestellung, die jetzt auch nochmal viel intensiver wird, wo die finanziellen Rahmenbedingungen knapper werden“ (ebd.).

Ein Vorschlag ist die Einrichtung fester Busse für Schulen an bestimmten Wochentagen, die mit dem Angebot im Museum abgestimmt werden (FFH). Von Museumsseite ist so eine Lösung möglich, da die Programmpunkte für Schulen flexibel angeboten werden können (FFH 4). Der VHT merkt jedoch Zweifel an der Finanzierbarkeit und Umsetzbarkeit solcher Angebote an – vor allem weil auch die Schulen kein lineares geographisches Einzugsgebiet haben (VHG 4).

Zusammenfassend gibt es eine Vielzahl an Vorschlägen der Expert:innen, welche Maßnahmen ergriffen werden sollten, damit Besucher:innen des Freilichtmuseums Hessenpark nachhaltiger an- und abreisen können. Aus diesem umfangreichen Spektrum an Handlungsempfehlungen muss nun ein Konzept erstellt werden, das den beteiligten Akteur:innen helfen kann, miteinander zu arbeiten, um die verkehrsgeographische Situation des Museums klimaneutraler zu gestalten, damit mehr Personen den Umweltverbund nutzen können.

8. Diskussion der Ergebnisse

Im vorliegenden Kapitel werden die Ergebnisse der bisherigen Analysen diskutiert und zueinander in Verbindung gebracht. Das Ziel ist, ein Mobilitätskonzepts unter Berücksichtigung des regionalen Kontexts des Fallbeispiel Freilichtmuseum Hessenpark zu erstellen.

8.1 Zusammenfassung der Ergebnisse

Der Hessenpark hat im Laufe der Jahre einen kontinuierlichen Anstieg der Besucherzahlen zu verzeichnen. 2022 haben insgesamt 261.960 Personen ihren Weg ins Museum gefunden. Besonders Schulklassen und Familien bilden einen bedeutenden Anteil der Besucherschaft. Genaue Daten zu Gästen mit Mobilitätseinschränkungen gibt es zwar nicht, immerhin haben jedoch mindestens 2 Prozent der Personen einen Behindertenausweis vorgezeigt.

Es ist offensichtlich, dass die meisten Menschen das Museum am Wochenende besuchen. Gerade an Sonntagen werden überproportional viele Ticketverkäufe getätigt, gefolgt von Samstagen und Montagen. Das größte Potenzial für Besucheraktivitäten zeigt sich um die Mittagszeit. Der geographische Einzugsraum beschränkt sich zwar zu 83 Prozent auf das Bundesland Hessen, weist jedoch innerhalb der Landes- und Kreisgrenzen eine disperse Verteilung auf. In der vergleichenden Zeitbetrachtung der Regionen mit den meisten Förderkreismitglieder:innen wird deutlich, dass der umweltfreundliche Verbundverkehr im Durchschnitt eine dreifach längere Reisezeit erforderlich machen als die Anreise mit dem privaten Pkw. Die Kombination aus Fahrrad und öffentlichem Nahverkehr stellt zwar im Vergleich zu anderen nachhaltigen Verkehrsmitteln durchschnittlich die schnellste Option dar, ist jedoch im Schnitt immer noch 1,3-mal langsamer als der MIV. Am Beispiel von Bad Homburg wird deutlich, dass trotz der höheren Fahrzeiten die Kulturbuslinie 5 eine attraktivere Alternative zum PKW darstellt, da sie im Vergleich zur derzeitigen Route ohne Umstiege auskommt.

In den durchgeführten Expert:innen-Interviews wurden verschiedene Erklärungen genannt, um die Herausforderungen für Museumsbesucher:innen bei der Nutzung nachhaltiger Verkehrsmittel zu verstehen. Die überwiegende Dominanz des MIV wird hauptsächlich auf das Vorhandensein kostenloser und ausreichender Parkmöglichkeiten, einen bevorzugten Informationszugang, etablierte Gewohnheiten der Besucher:innen sowie den Zeitvorteil der Anreise mit dem eigenen Pkw zurückgeführt. Jedoch basiert der Erfolg des MIV nicht allein auf seiner bequemen und flexiblen Art der Anreise. Stattdessen deuten die Verkehrsoptionen

des Umweltverbunds auf Mängel und Hindernisse hin, die dazu beitragen, dass eine signifikante Mehrheit der Gäste sich für die Anreise mit dem eigenen Pkw entscheidet.

Grundsätzlich wird die geographische Lage mit vielen Höhenmetern in der Region vor allem für Familien mit Kindern und Menschen ohne Pedelecs aus herausfordernd beschrieben. Darüber hinaus wird die An- und Abreise mit dem Fahrrad nur unzureichend beworben. Ebenso wird fehlendes Karten- und Informationsmaterial kritisiert. Außerdem gibt es Sicherheitsbedenken bezüglich der Fahrradwege und Abstellmöglichkeiten für teure Räder. Zur Verbesserung der Situation fehlt es an einer koordinierten Zusammenarbeit aller beteiligten Akteur:innen. Einige dieser Punkte lassen sich auch auf Fußgänger:innen anwenden. Negative zusammenfassende Merkmale dieser Form der An- und Abreise sind jedoch der geringe Mobilitätsradius, fehlendes Wissen über Wanderrouten und Wege in der Bevölkerung und ein geringes Sicherheitsgefühl auf Wegen mit Mischnutzung sowie im Winter.

Defizite im ÖPNV wurden besonders häufig und intensiv diskutiert. Vonseiten des VHT werden vor allem die ländliche geographische Lage und niedrige Nutzungszahl im ÖPNV als Begründung für das geringe Angebot genannt. Demgegenüber stehen als Kritikpunkte die Unzuverlässigkeit der Bahnen und Busse, die unzureichenden Qualität und Taktung im Angebot, die unzureichende Barrierefreiheit, die Anzahl der Umstiege, das Image und die Einstellungen zum Busfahren sowie die allgemeinen strukturellen Hindernisse im ÖPNV. Ein Teil der Herausforderungen multimodaler Mobilitätsformen überschneiden sich mit den Schwierigkeiten der öffentlichen Mobilität sowie des Fahrradfahrens und Zu-Fuß-Gehens. Hier wird vor allem kritisiert, dass es einen Mangel an multimodalen Angeboten in der Region gibt. Auch die Kapazitäten und Infrastruktur der Fahrradmitnahme in öffentlichen Verkehrsmitteln gelten als unzureichend und sind weder barrierefrei noch bedarfsorientiert. Aufgrund des Mangels an Zuverlässigkeit wird diese Form der Anreise kaum beworben.

Für Schulklassen gestaltet sich die Anreise zum Museum je nach Einzugsgebiet oft schwierig. Aufgrund mangelnder Verbindungen, Flexibilität und Zuverlässigkeit ist der ÖPNV meist keine praktikable Option. Die Nutzung von Reisebussen stellt ebenfalls eine Herausforderung für Schulen dar. Die Buchung von Bussen ist kostspielig und die Planungsprozesse sind komplex. Aus diesen Gründen werden einige Schulen von Museumsbesuchen ausgeschlossen, was zu einer geringeren Teilhabe an Bildungsmöglichkeiten führt.

Im Rahmen des Workshops wurden verschiedene Maßnahmen diskutiert, die – aufbauend auf den zuvor erarbeiteten Herausforderungen – genutzt werden können, um den Umweltverbund so zu entwickeln, dass es attraktive Alternativen zum MIV gibt. Einigkeit bestand darüber, dass die Sichtbarkeit des Themas Nachhaltigkeit über gezielte Kampagnen und Werbung in die Region getragen werden sollte. Die Expert:innen waren außerdem der Meinung, dass der MIV nicht durch Restriktionen eingeschränkt werden sollte. Stattdessen ist es konstruktiver, das Fahrradfahren durch Infrastrukturausbau sicherer und attraktiver zu machen die Sichtbarkeit von Fußwegen zu erhöhen, die Attraktivität, Zuverlässigkeit und Innovation im ÖPNV zu steigern sowie multimodale Infrastrukturen gezielt und bedarfsoorientiert auszubauen.

8.2 Ableitung von Handlungsempfehlungen

Nachhaltige Mobilitätskonzepte sind in der Freizeit- und Ausflugsverkehrsorschung keine neuen Konzepte – das hat der Forschungsstand gezeigt. Dementsprechend existieren eine Vielzahl verschiedener Maßnahmen, die im jeweiligen Untersuchungsgebiet ihre Berechtigung haben und erfolgreich waren in der Implementierung eines klimafreundlicheren Freizeitverkehrs. Dennoch ist zu beachten, dass hinter jedem Bündel an Handlungsempfehlungen ortsspezifische Gegebenheiten stehen (FASTENMEIER et al. 2001; LANZENDORF 2001). Aus diesem Grund werden im folgenden Abschnitt der Arbeit Handlungsempfehlungen abgeleitet, die auf das Freilichtmuseum Hessenpark abgestimmt sind.

Übergeordnete Maßnahmen

Bevor auf die einzelnen Anreisemöglichkeiten eingegangen wird, stehen übergeordnete, kooperative Maßnahmen zum Diskurs, die dazu beitragen, das Thema Nachhaltigkeit in die Taunus-Region zu tragen (TT 1). Strukturiertes, bedarfsgruppenorientiertes Marketing und die Vernetzung untereinander in Form der Zertifizierung „Nachhaltiges Reiseziel Partner“ unterstützt die beteiligten Akteur:innen darin, zielgerichtete und klimafreundliche Aktionen systematisch zu organisieren, um im Verbund gestärkt aufzutreten (ebd.). Auf diese Weise kann einerseits sowohl Einfluss auf bisherige Besucher:innen der Region genommen werden, andererseits können auch neue Gäste geworben werden, die nachhaltige Reiseziele präferieren. Dies deckt sich mit Maßnahmen vernetzter Strukturen in Schleswig-Holstein, die die Grundlage für nachhaltige Mobilitätsoptionen in der Region dargestellt haben (GEIBLER 1998).

Eine Möglichkeit, die Sensibilisierung der Besucher:innen für das Thema Nachhaltigkeit zu erhöhen, besteht darin, spezielle thematische Veranstaltungen, Incentives oder Thementage zu organisieren (DALKMANN & SCHÄFER-SPARENBERG 2006). Als Bildungseinrichtung kann das Freilichtmuseum gezielte Aktionen nutzen, um Aufmerksamkeit für das Thema zu erzeugen

und ein Bewusstsein dafür zu schaffen, die eigenen Gewohnheiten zu hinterfragen und zu ändern. Möglicherweise kann an diesen Tagen auch kostenloser Eintritt für die Anreise mit umweltfreundlichen Verkehrsmitteln gewährt werden. Eine Ausweitung dieser Maßnahmen auf andere Einrichtungen wie die Saalburg würde zudem die Reichweite in der Region erhöhen.

MIV

Anders als in anderen Gegenden sind restriktive Maßnahmen zur Vermeidung des MIVs im Kontext des Freilichtmuseums keine geeignete Möglichkeit, um die Anzahl der Besucher:innen, die mit dem Pkw anreisen zu reduzieren (FMH 3; HTK 2; ADFC 2). Pkw-Beschränkungen können insbesondere für spezifische Ausflugsziele wie das Freilichtmuseum zu erheblichen wirtschaftlichen Schäden durch ausbleibende Besucher:innen führen. Die im bestehenden Forschungskorpus diskutierten Maßnahmen sind hingegen eher für Regionen mit mehreren touristischen Attraktionen oder einem überlasteten Gästeaufkommen geeignet, wie beispielsweise in den Alpenregionen (FASTENMEIER et al. 2001).

Um im Fallbeispiel eine Konkurrenzsituation zu vermeiden, sollte stattdessen der Umweltverbund gestärkt werden (ADFC 2; HTK 2). Ein erster Schritt dazu ist die Priorisierung nachhaltiger Anreiseformen auf der Internetseite des Freilichtmuseums. Neben einer geänderten Reihenfolge kann durch eine kurze Beschreibung darauf aufmerksam gemacht werden, dass das Museum im Zuge klimaneutraler Bemühungen Besucher:innen bittet, den Umweltverbund zur Anreise zu nutzen. Dies deckt sich unter anderem mit den Argumenten von HEINZE & KILL (1997), die ebenfalls dafür plädieren, nachhaltige Mobilitätsoptionen gezielt zu vermarkten.

Technische Innovationen wie Mitnahme-Portale sollten durch das Museums aktiv ergründet und beworben werden. Gerade so lange der Umweltverbund keine attraktive Alternative für Besucher:innen darstellt, können technische Innovationen wie Car-Sharing oder Ride-Sharing dem MIV zu etwas mehr Nachhaltigkeit verhelfen, bis es zuverlässige und akzeptierte umweltfreundliche Alternativen gibt (FASTENMEIER et al. 2001).

ÖPNV

Mit der Elektrifizierung der Taunusbahn erhöht sich die Angebotsvielfalt im ÖPNV durch eine höhere Taktung und weniger Umstiege (VHT 1; VHT 2). Dies sollte von Museumsseite aktiv beworben und vermarktet werden, um als Chance genutzt zu werden, dass Besucher:innen ihre eigenen Routinen hinterfragen und Einstellungen zu öffentlichen Verkehrsmitteln ändern (FMH 3; GÖTZ et al. 1998; FASTENMEIER et al., 2001). Außerdem ist aktive Kommunikation

mit dem VHT eine zentrale Voraussetzung, um nötige Anpassungen im Bus-Liniennetz an die (saisonalen) Öffnungszeiten und an das Mobilitätspotenzial der Gäste anzupassen. Hier besteht die Möglichkeit, sowohl außerhalb der Öffnungszeiten – gerade im Winter – als auch zu wenig frequentierten Tageszeiten den Linienverkehr zunächst durch AST zu ersetzen. Dadurch spart der VHT finanzielle Mittel ein, bis die Anreise mit dem Bus so weit etabliert ist, dass eine reguläre Verbindung nachgefragt wird und finanzierbar ist (FASTENMEIER et al. 2001).

Bei der Anpassung der Fahrpläne ist es wichtig, die Bedürfnisse von Schulklassen nicht zu vernachlässigen. Es sollte für Schulklassen die Möglichkeit geben, Shuttle-Busse zu einem vergünstigten ÖPNV-Tarif zu bestellen, die zumindest die Bahnhaltestellen Saalburg, Neu-Anspach und Wehrheim anfahren. Um die Finanzierbarkeit zu verbessern, könnten diese Shuttle-Busse in Abstimmung mit dem Museumsprogramm an festen Tagen und Uhrzeiten optional buchbar sein. Eine Finanzierung könnte in Zusammenarbeit mit den Gemeinden und dem VHT erfolgen, ähnlich dem Modell der Kulturbuslinie 5 der Stadt Bad Homburg. Die Bereitstellung spezieller Shuttle-Busse für Schulen aus Frankfurt oder anderen Städten wäre zwar wünschenswert, ist jedoch finanziell nicht realisierbar. Gerade weil das Freilichtmuseum Hessenpark eine Bildungseinrichtung ist, dürfen Schüler:innen nicht von der Wahrnehmung der Bildungsangebote ausgeschlossen werden. Auch eine Subventionierung der Anreisekosten durch die Landesregierung sollte geprüft werden.

Touristische Shuttle-Busse werden voraussichtlich Schwierigkeiten haben, eine sinnvolle Alternative zum Individualverkehr zu sein. Um eine attraktive Option zu bieten, müssten spezielle touristische Ringbuslinien mit hoher Frequenz bedient werden. Dies wäre jedoch unter der Woche, bei schlechtem Wetter oder außerhalb der Hauptsaison aufgrund geringer Nachfrage nicht finanzierbar (VHT 2). Im Gegensatz zu Schul-Shuttle-Bussen besteht die Befürchtung, dass die Auslastung einer Ringbuslinie in keinem Verhältnis zu den Investitionskosten stehen würde. Wenn Schulen keine Shuttle-Bus buchen, würden diese auch nicht eingesetzt werden. Touristische Ringbusse hingegen müssten regelmäßig verkehren, um als sichtbares und zuverlässiges Angebot wahrgenommen zu werden. Diese Einschätzung deckt sich mit den Erkenntnissen von FASTENMEIER et al. (2001), die festgestellt haben, dass zielgruppenorientierte Buslinien aufgrund hoher Anforderungen und geringer Kostendeckungen oft aufgrund finanzieller Engpässe eingestellt werden mussten.

Anders verhält es sich mit der Kulturbuslinie 5. Es wird empfohlen, die Entscheidung zur Einstellung der Kulturbuslinie 5 zum Hessenpark rückgängig zu machen und stattdessen eine kontinuierliche Bereitstellung der Linie auch unter der Woche anzubieten. Die Finanzierung

sollte durch einen Dialog zwischen den beteiligten Akteur:innen wie der Stadt Bad Homburg, dem VHT, Wehrheim, Neu-Anspach, dem Hessenpark und der Landesregierung als Träger des Freilichtmuseums erfolgen. Obwohl der VHT argumentiert, dass das Ziel der Erhalt des Status quo anstelle des Ausbaus des Angebots ist, zeigen Analysen aus anderen Regionen, dass ohne erhebliche Investitionen in den Ausbau des öffentlichen Nahverkehrs keine Veränderung in den Gewohnheiten und Einstellungen der Pkw-Nutzer:innen zu erwarten ist (FASTENMEIER et al. 2001).

Gerade in der aktuellen geringen Nutzung des ÖPNVs befindet sich das größte Potenzial für dessen Ausbau (LANZENDORF 2001). Investitionen in Angebotserweiterungen können vor allem zu Beginn von Maßnahmenpaketen überproportional viel CO2-Ausstoß reduzieren. Zusätzlich führt eine gut funktionierende Buslinie zu einem Imagegewinn für den ÖPNV und für die gesamte Region (FASTENMEIER et al. 2001). Eine gute Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr signalisiert Fortschrittlichkeit, Umweltbewusstsein und Attraktivität. Dies kann zur Folge haben, dass Besucher:innen vermehrt auf den ÖPNV umsteigen und so neue Routinen und Verhaltensweisen entwickeln (LANZENDORF 2001). Langfristig kann dies zu einem Umdenken in Bezug auf die Verkehrsmittelwahl führen und somit zu einer nachhaltigeren Mobilität beitragen. Gerade die Elektrifizierung der Taunusbahn darf nicht als Chance verpasst werden, Besucher:innen ihre gewohnten Verkehrsmittel hinterfragen zu lassen.

Im Zuge der Erweiterung des ÖPNV-Angebots, insbesondere im Bereich der Busse, ist es wichtig, die neuen und verbesserten Angebote intensiv zu bewerben und attraktiv zu gestalten. Hierfür sollten Image- und Informationskampagnen entwickelt werden, die gezielt die Nutzung der Buslinien für Fahrten zum Hessenpark bewerben. Durch gezielte Werbemaßnahmen können potenzielle Besucher:innen über die Vorteile des ÖPNV informiert werden (HEINZE & KILL 1997). Darüber hinaus können attraktive Angebote wie vergünstigte Gruppentickets oder Kombi-Tickets in Verbindung mit dem Museumseintritt geschaffen werden, um die Attraktivität des ÖPNV als Verkehrsmittel zur Anreise zum Hessenpark zu steigern.

Technische Innovationen spielen auch im ÖPNV eine immer wichtigere Rolle. Zukünftige Entwicklungen wie selbstfahrende Elektrobusse, Minibusse oder Rufbusse bieten die Möglichkeit, den öffentlichen Verkehr grundlegend neu zu gestalten (HEINZE & KILL 1997; LANZENDORF 2001). Es ist daher ratsam, diese Veränderungen bereits jetzt in die Überlegungen für die Zukunft einzubeziehen. Das Gebiet um das Freilichtmuseum könnte sich möglicherweise als Testregion für neue Technologien eignen. Durch die Integration innovativer Systeme könnten die Effizienz, Flexibilität und Attraktivität des ÖPNV weiter gesteigert

werden, was wiederum die Besucher:innen ermutigt, vermehrt auf den öffentlichen Verkehr umzusteigen. Eine solche Vorreiterrolle bei der Implementierung neuer Technologien könnte auch positive Effekte auf das Image des Freilichtmuseums und der gesamten Region haben: Im historischen Museum vereint sich der technische Fortschritt mit der Abbildung vergangener Zeiten.

Fahrrad / Pedelec

Eine solide Infrastruktur und sichere Fahrradstellplätze ermutigen Besucher:innen, das Fahrrad als Verkehrsmittel zur Anreise zum Freilichtmuseum zu nutzen (FASTENMEIER et al. 2001). Es ist daher positiv zu bewerten, dass sechs abschließbare Fahrradboxen mit Lademöglichkeit installiert werden sollen (FMH 3). Wichtig ist jedoch eine Überprüfung, ob die Anzahl während hochfrequenter Zeiten und bei gutem Wetter ausreichend ist oder ob das Angebot erweitert werden sollte. Zusätzlich sollte die Zertifizierung der anderen Fahrradstellplätze aktiv beworben werden, um Besucher:innen die Angst zu nehmen, ihre Fahrräder dort abzuschließen. Es ist auch zentral zu prüfen, ob die vorhandenen Stellplätze ausreichend Kapazität für Lastenfahrräder und Kinderanhänger bieten, um attraktiv und zugänglich für alle Bedarfsgruppen zu sein.

Infrastrukturmaßnahmen zur Förderung des Fahrradverkehrs können vielfältig gestaltet werden. Die Installation von Reparaturstationen an wichtigen Knotenpunkten und Ausflugszielen trägt zur gefühlten Sicherheit, zum Komfort und zum Wohlbefinden von Radfahrenden bei (FMH 3; TT 3). Es besteht Konsens darüber, dass das bestehende Radwegenetz verbessert und erweitert werden muss (ADFC 2; FMH 3). Hierfür ist die Erstellung eines touristischen Radverkehrskonzepts in Zusammenarbeit mit dem ADFC von zentraler Bedeutung (TT 1). Es ist wichtig, die Radwege entlang touristischer Routen zu überprüfen und zu verbessern, um den Komfort und den Spaß am Fahrradfahren zu maximieren (FASTENMEIER et al. 2001; LANZENDORF 2001). Im Rahmen dieses Konzepts sollten zielgruppenorientierte Freizeit- und Themenrouten entwickelt werden, um verschiedene Bedarfsgruppen zur Anreise mit dem Fahrrad zu ermutigen (FFH) und das Radfahren durch gruppendifferenzielle Prozesse zu etablieren (HEINZE & KILL 1997). Dazu gehören spezielle Pedelec-Routen, welche die erweiterte Reichweite von E-Bikes berücksichtigen, sowie Familienrouten mit unterhaltsamen Aktivitäten oder Zielen entlang der Strecke, um Kindern die Langeweile zu nehmen, oder kulinarische Routen, die Einkehrmöglichkeiten einbeziehen. Diese Maßnahmen tragen dazu bei, den Fahrradtourismus zu fördern und die Attraktivität des Radverkehrs als umweltfreundliche Mobilitätsform zu steigern.

Um Besucher:innen über neue Routen und Wege zu informieren, sind gezielte Werbe- und Informationskampagne unerlässlich. Dazu sollte zunächst physisches und digitales Kartenmaterial erstellt werden, das eine Übersicht über Fahrrad-Freizeitrouten und mögliche Strecken bietet. Für technisch versierte Nutzer:innen sollten GPS-Tracks zur Verfügung gestellt werden (ADFC 2). Darüber hinaus sollten Informationstafeln an strategischen Standorten wie dem Hessenpark, den umliegenden Bahnhöfen und Haltestellen angebracht werden, um über Fahrrad- und Wandermöglichkeiten zum Hessenpark und anderen Zielen in der Region zu informieren (FASTENMEIER et al. 2001).

Neben der Entwicklung neuer Konzepte und Routen ist der Ausbau und die Sanierung bestehender Radwege von zentraler Bedeutung, um die Attraktivität des Fahrradfahrens zu steigern. Dazu gehört eine Asphaltierung der Wege (ADFC 2; FMH 3) sowie der Ausbau neuer Verbindungen, die eine einfachere Routenführung ermöglichen. Durch die Verbesserung der Infrastruktur und der Wegequalität wird das Fahrradfahren angenehmer und sicherer, was die Bereitschaft der Besucher:innen steigert, das Fahrrad als Verkehrsmittel zur Anreise und für Freizeitaktivitäten zu nutzen. Ähnliche Maßnahmen hatten bereits in Schleswig-Holstein Erfolg (FASTENMEIER et al. 2001).

Zu Fuß

Aufgrund der besonderen Lage und Geographie des Freilichtmuseums sind Maßnahmen wie Fußgängerzonen oder verkehrsberuhigte Bereiche möglicherweise nicht umsetzbar. Dennoch gibt es andere Möglichkeiten, die Attraktivität durch gezielte Maßnahmen zu steigern. Zunächst sollten die Möglichkeiten der Anreise zu Fuß aktiv beworben werden, ähnlich wie bei der Fahrradanreise. Hier können Informationstafeln aufgestellt werden, die über die Fußwege zum Freilichtmuseum informieren und die Vorteile des Fußgängerverkehrs hervorheben (ebd.).

Für den Ausbau der Infrastruktur sollte überprüft werden, ob die Wege mit Mischnutzung die Mindestbreite für Fußgänger:innen erfüllen. Falls notwendig, besteht möglicherweise Potenzial für einen Ausbau, der zu einem erhöhten Sicherheitsgefühl für Fußgänger:innen führt (FUSS e.V. 2018). Eine deutliche Steigerung der Attraktivität kann auch durch die Reduzierung der Wegestrecke nach Neu-Anspach durch einen zusätzlichen Ausgang erreicht werden (FMH 3). Darüber hinaus sollte die Sichtbarkeit der Streckenführung durch eine Überarbeitung der Beschilderung verbessert werden. Dabei ist es wichtig, dass die Distanzen in Metern angegeben werden, um Besucher:innen eine bessere Orientierung zu ermöglichen. Diese Maßnahmen decken sich mit den Vorschlägen im Handlungsleitfaden des Fachverbands Fußverkehr Deutschland und können dazu beitragen, Wanderungen und Spaziergänge zum

Freilichtmuseum zu fördern und den Besucher:innen ein angenehmes und sicheres Erlebnis zu bieten (FUSS E.V. 2018).

Multimodalität

Die Möglichkeit der Fahrradmitnahme im öffentlichen Nahverkehr ist ein wichtiger Aspekt multimodaler Wegeketten. Um dies zu ermöglichen, können Fahrradanhänger an Bussen oder geräumige Mehrzweckabteile eingesetzt werden (ADFC 2). Dadurch haben Fahrradfahrerende die Möglichkeit, ihre Fahrräder bequem im ÖPNV mitzunehmen und ihre Reise flexibel zu gestalten. Gerade in Anbetracht des analysierten Reisezeitenvergleichs können multimodale Lösungen in Kombination mit dem Fahrradverkehr eine attraktive Alternative zum MIV darstellen (FASTENMEIER et al. 2001; LANZENDORF 2001).

Die Einrichtung von Mobilstationen spielt ebenfalls eine zentrale Rolle bei der Sicherstellung multimodaler Möglichkeiten (NA 2; VHT 2). Mit der Elektrifizierung der Taunusbahn sind bereits Mobilstationen an den Bahnhöfen Bad Homburg, Wehrheim und Neu-Anspach geplant. In diesem Zusammenhang sollte das Freilichtmuseum Hessenpark sich beteiligen und eine Mobilstation einrichten, die speziell auf den Zweiradverkehr ausgerichtet ist (LANZENDORF 2001). Dadurch wird den Besucher:innen eine komfortable Umsteigemöglichkeit zwischen Fahrrad und öffentlichem Nahverkehr geboten. Es ist erneut wichtig, multimodale Anreiseformen durch Routen- oder Ausflugsvorschläge zu bewerben (FASTENMEIER et al. 2001). Hier können Informationen und Empfehlungen zu verschiedenen Verkehrsmitteln, Umsteigepunkten und attraktiven Strecken vermittelt werden. Dies ermutigt Besucher:innen, verschiedene Verkehrsmittel zu kombinieren und ihre Anreise flexibel zu gestalten.

Die Finanzierung solcher nachhaltigen Verkehrsprojekte zählt häufig zu den Hauptproblemen. Die Umwandlung des Freilichtmuseums in die Rechtsform einer gemeinnützigen GmbH (gGmbH) eröffnet neue Möglichkeiten, Fördermittel zu beantragen (FMH 3). Es ist wichtig, Fördermittel sowohl auf kommunaler Ebene in Zusammenarbeit mit den Gemeinden Wehrheim und Neu-Anspach als auch auf regionaler und nationaler Ebene zu nutzen. Dazu können Klimaschutz-Förderprogramme und andere Fördermöglichkeiten im Bereich nachhaltiger Verkehr herangezogen werden (HTK 2). Durch eine gezielte und umfassende Beantragung von Fördermitteln kann die Finanzierung solcher Projekte erleichtert und die Umsetzung vorangetrieben werden.

Auch der Einsatz technischer Innovationen und multimodaler Vernetzungsmöglichkeiten in der gesamten Taunus Region sollte geprüft werden. In diesem Zusammenhang besteht die Chance,

multimodale Verkehrsnutzung durch smarte MaaS-Dienstleistungen zu digitalisieren und so gerade in ländlicheren Gebieten des Taunus die Effizienz nachhaltiger Verkehrsmittel zu steigern (HEIKKILÄ 2014; GOODALL et al. 2017; SCHERHAG & KURZ 2023). Wichtig ist hier der Einsatz übergeordneter Koordinierungsstellen, die auch die digitale Vernetzung in der Region vorantreiben (TT 1). In Tabelle 7 werden die zuvor abgeleiteten Maßnahmen zusammengefasst, um den öffentlichen Personennahverkehr zu stärken und dadurch attraktive Alternativen zum MIV für Besucher:innen des Hessenparks zu schaffen. Diese Tabelle dient einerseits als Leitfaden für alle beteiligten Akteur:innen, andererseits aber auch zum Verständnis, welche Schritte erforderlich sind, um Besucher:innen dazu zu bewegen, ihre Gewohnheiten zu hinterfragen und nachhaltigen Verkehrsmitteln eine Chance zu geben.

Tabelle 7: Das Mobilitätskonzept Freilichtmuseum Hessenpark (eigene Darstellung)

Verkehrsmittel	Maßnahme	Beschreibung / Erklärung
Übergeordnet	Zertifizierung: „Nachhaltiges Reiseziel Partner“	Marketing und Vernetzung in der Region in Zusammenarbeit mit Taunus Touristik
	Fördermittel beantragen	Neue Rechtsform: gGmbH; Zusammenarbeit mit Neu-Anspach und Wehrheim; Klima-Töpfen beachten
	Veranstaltungen, Incentives oder Aktionstage für nachhaltige Mobilität	Mobilitätstage / Klimatage einführen; ggf. freier Eintritt bei Anreise mit Umweltverbund; evtl. durch Kooperation ausweiten auf Taunus Region
MIV	Informationszugang weniger priorisieren	Anfahrtsbeschreibung auf der Internetseite hinter den Umweltverbund platzieren
	Technische Innovationen bewerben	Mitnahme-Portale aktiv bewerben
	Ökonomische Vorteile für Verzicht	Reduzierung der Eintrittspreise für die Anreise mit dem Umweltverbund
ÖPNV	Elektrifizierung der Taunusbahn bewerben	Aktive Werbung und mediale Aufmerksamkeit vonseiten des Museums für die Eröffnung der S-Bahn-Erweiterung
	Anpassungen im Bus-Liniennetz	(saisonale) Öffnungszeiten und frequentierte Uhrzeiten im Busfahrplan beachten, AST außerhalb der Öffnungszeiten und zu Randzeiten
	Shuttle-Busse für Schulen zum ÖPNV-Tarif	Shuttle-Busse ab Haltestellen Saalburg, Neu-Anspach und Wehrheim an bestimmten Tagen, abgestimmt auf Museumsprogramm
	Reinstallation und Takterweiterung der Kulturbuslinie 5	Wiederherstellung der Verlängerung der Buslinie zum Freilichtmuseum, Angebotserweiterung auch unter der Woche
	Barrierefreiheit an Bahnhöfen und Haltestellen analysieren und ausbauen	Konzept zur Sicherstellung der Barrierefreiheit für mobilitätsingeschränkte Personen, Familien mit Kinderwagen, Fahrradtransport
	Image- und Marketingkampagne für den ÖPNV	Aufbauend auf den Ausbau der Angebote; Fokus auf mehr Bequemlichkeit und Zuverlässigkeit – gerade im Busverkehr
	Gruppen- oder Kombitickets	Verbesserte Gruppen-Tarifstruktur in Zusammenarbeit mit dem Museum
	Technische Innovationen einplanen	Selbstfahrende Elektrobusse in zukünftige Planungen mit einbeziehen

Verkehrsmittel	Maßnahme	Beschreibung / Erklärung
Fahrrad / Pedelec	Abschließbare Fahrradboxen mit Lademöglichkeit	Ist bereits geplant und finanziert
	Bewerbung sicherer Abstellplätze, Überprüfung der Bedarfsoorientierung	Bewerbung neuer Abstellplätze durch sichtbare Informationskampagnen; zielgruppenorientierte Anpassung der bestehenden Infrastruktur
	Fahrrad-Reparaturstationen	Werkzeug und Luftpumpen zur freien Nutzung entlang von Routen und am Freilichtmuseum
	Touristisches Radverkehrskonzept	Zusammenarbeit mit dem ADFC; Radverkehrsroute zu wichtigen Zielen in der Region, Überprüfung und Verbesserung der Wege entlang der Routen
	Zielgruppenorientierte Freizeit- und Themenrouten	Pedelec-Routen; Familien-Routen; kulinarische Routen
	(physisches) Kartenmaterial und Online-Karte	Erstellung einer (physischen) Freizeit-Fahrradkarte, inklusive der Themenrouten; Bereitstellung der GPS-Routen und Onlinekarte für technisch versierte Nutzer:innen
	Informationstafeln über Fahrrad- und Wanderrouten	Informationstafeln am Freilichtmuseum sowie an Bahnhöfen und Haltestellen mit Informationen, Beschreibungen und QR-Codes für Fahrrad- und Wanderrouten zum Museum
Zu Fuß	Ausbau und Sanierung von Wegen	Asphaltierung von bestehenden Wegen (Beispiel: Linden Weg); neue Verbindungen (Beispiel: Saalburg-Hessenpark)
	Überprüfung der Wegbreite bei Mischnutzung	Konzepterstellung zur Überprüfung der Mindestbreite bei geteilten Wegen
	Verkürzung der Wegestrecke nach Neu-Anspach	Drehkreuz und alternativer Ausgang Richtung Neu-Anspach
Multimodalität	Überarbeitung der Beschilderung	Beschilderung mit Distanzen in Meter auf den Wanderstrecken
	Fahrradanhänger an Bussen	Ausstattung der Kulturbuslinie 5 mit Fahrradanhängern
	Mehrzweckabteile in der S-Bahn	Große Mehrzweckabteile für garantierte Mitnahme in Kleingruppen
	Mobilstationen	Errichtung an Bahnhöfen und Zweitstation für Fahrräder am Hessenpark
	Werbung und Marketing	Werbung durch spezielle multimodale Routen oder Ausflugsvorschläge
	Mobility as a Service (MaaS)	Technische Innovation und Vernetzung durch MaaS vorantreiben und so Multimodalität auf dem Land stärken

8.4 Diskussion der Umsetzbarkeit

Das vorliegende Mobilitätskonzept verfolgt das Ziel, nachhaltige Verkehrsmittel im Freizeitsektor zu fördern und den Anteil des motorisierten Individualverkehrs zu verringern. Um dieses Ziel zu erreichen, werden verschiedene Maßnahmen implementiert, die in ihrer Gesamtheit ein umfassendes und vielfältiges Instrumentarium darstellen. Es ist jedoch anzuerkennen, dass einige dieser Handlungsempfehlungen äußerst ambitioniert sind, insbesondere im Hinblick auf mittel- bis langfristige infrastrukturelle Baumaßnahmen oder den Ausbau des öffentlichen Nahverkehrs, da sie sowohl finanzielle als auch politische

Unterstützung erfordern. Es ist wichtig, den finanziellen und politischen Rahmen zu berücksichtigen, da dies die Machbarkeit der vorgeschlagenen Maßnahmen beeinflusst. Die Umsetzung solcher Maßnahmen erfordert Ressourcen und eine klare politische Unterstützung. Es ist jedoch essenziell, dass das Mobilitätskonzept als dynamisches Konzept konzipiert wird, bei dem die einzelnen Maßnahmen voneinander abhängig sind und sich teilweise gegenseitig bedingen.

Um die Ziele nachhaltiger Mobilität im Ausflugsverkehr zu erreichen, ist es außerdem wesentlich, so viele Maßnahmen wie möglich umzusetzen. Dabei können Prioritäten gesetzt werden, um diejenigen Maßnahmen anzugehen, die mit den vorhandenen Ressourcen und politischen Rahmenbedingungen am realisierbarsten sind. Eine schrittweise Umsetzung und kontinuierliche Evaluierung des Konzepts ermöglichen es, Fortschritte zu verzeichnen und bei Bedarf Anpassungen vorzunehmen. Es ist auch von Bedeutung, die verschiedenen beteiligten Akteur:innen einzubinden und gemeinsam an der Umsetzung des Konzepts zu arbeiten. Durch eine enge Zusammenarbeit zwischen den Gemeinden, dem Freilichtmuseum, den öffentlichen Nahverkehrsbetreibern und anderen relevanten Partnern können Synergien genutzt und die Effektivität der Maßnahmen gesteigert werden.

Trotz der Herausforderungen und Einschränkungen sollten als schwierig eingestufte Maßnahmen nicht von vornherein ausgeschlossen werden. Das Mobilitätskonzept kann als Leitfaden dienen, um die Vision einer nachhaltigeren und umweltfreundlicheren Mobilität zu verfolgen und schrittweise umzusetzen. Nur unter Berücksichtigung einer langfristigen Perspektive und mit einer kontinuierlichen Weiterentwicklung kann es auf lange Sicht zu einer positiven Veränderung im nachhaltigen Ausflugsverkehr kommen.

Die Umsetzung der Handlungsempfehlungen erfordert die Zusammenarbeit und den Willen zur Weiterentwicklung aller Akteur:innen und Institutionen, einschließlich der Leitungspositionen im Freilichtmuseum. Es ist wichtig, dass alle Beteiligten offen und engagiert aufeinander zugehen und gleichzeitig ihre Rolle als Vermittler:innen wahrnehmen, um die Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Die Bereitschaft der zuständigen Mitarbeiter:innen im Freilichtmuseum, sich für mehr Nachhaltigkeit einzusetzen, ist ein weiterer entscheidender Faktor. Durch ihre Unterstützung und ihr Engagement können die Maßnahmen erfolgreich umgesetzt werden. Es ist wichtig, dass die Verantwortlichen Risiken eingehen, die Schritte konsequent umzusetzen und auch bei kurzfristigem Misserfolg nicht den Mut zu verlieren.

Die empirischen Untersuchungen dieser Arbeit sollten selbstkritisch betrachtet werden, um ein besseres Verständnis der Maßnahmen und ihres Umsetzungspotenzials zu erlangen. Dabei sind einige Limitationen aufgefallen, die sich auch auf die Interpretation der Ergebnisse auswirken können. Ein zentraler Aspekt betrifft die Art, Quantität und Qualität der Daten, die für die Analyse der Besucher:innen-Struktur verwendet wurden. Es ist anzumerken, dass einige der Daten ungenau und älter waren, wodurch vor allem bezogen auf den Ist-Zustand des Museums nur begrenzte Ableitungen möglich waren. Eine weitergehende Stichprobenrepräsentativität der Postleitzahlenabfragen über mehrere Jahre im Vergleich zu detaillierten Fahrgastzahlen im öffentlichen Nahverkehr hätte zusätzliche Erkenntnisse über die geographische Dispersität der Museumsgäste liefern können.

Trotz dieser Limitationen ist die Qualität der verfügbaren Daten ausreichend, um einen Überblick darüber zu erhalten, wie, wann und woher die meisten Gäste anreisen, und welche Bedarfsgruppen existieren. Dennoch ergeben sich aus den Begrenzungen der Daten weitere Bereiche für zukünftige Forschung. Insbesondere wäre eine spezifische Analyse der Wegeketten oder Interviews zum Mobilitätsverhalten und den Einstellungen der Besucher:innen zu den empfohlenen Maßnahmen eine lohnenswerte Fortführung dieser Arbeit. Zusätzlich könnte eine Ausdehnung der Untersuchungsgruppe auf die Mitarbeiter:innen des Museums weitere Erkenntnisse über zu treffende Maßnahmen liefern. Eine weitere vielversprechende Forschungsrichtung ist die Analyse der Schwelle, bei der ein Reisezeitenverlust des ÖPNVs gegenüber dem Pkw durch Personen im Ausflugsverkehr akzeptiert wird.

Es ist wichtig anzumerken, dass das Hauptziel dieser Arbeit nicht darin bestand, detailliert zu analysieren, an welchen Fahrrad- oder Fußwegen infrastrukturelle Maßnahmen erforderlich sind. Daher wird empfohlen, dass ein infrastruktureller Ausbau- und Sanierungsplan in Form eines Freizeitverkehrskonzepts auf Kreis- oder Landesebene erstellt wird, der die notwendigen infrastrukturellen Maßnahmen identifiziert und priorisiert. Abschließend ist es ratsam, das erstellte Mobilitätskonzept in regelmäßigen Abständen zu überprüfen, um gemeinsam eine genaue Implementierung und Anpassung der Handlungsempfehlungen zu besprechen. Diese kontinuierliche Evaluierung stellt sicher, dass das Konzept effektiv bleibt und den sich ändernden Bedürfnissen und Rahmenbedingungen gerecht wird.

9. Schluss

Der MIV spielt im Bereich der Ausflugs- und Freizeitmobilität nach wie vor eine dominierende Rolle. Sowohl auf nationaler als auch auf regionaler Ebene werden die meisten Freizeitwege mit dem eigenen Auto zurückgelegt. Dies stellt angesichts der nachhaltigen Leitthemen vieler Ausflugsziele eine Herausforderung dar. Aus dem Grund ist es von großer Bedeutung, attraktive Alternativen zum MIV zu entwickeln, um Nachhaltigkeitsziele zu erreichen und den CO2-Ausstoß im Ausflugsverkehr zu reduzieren. Im Rahmen dieser Arbeit wurde das Freilichtmuseum Hessenpark als Fallbeispiel betrachtet, das unter anderem aufgrund seiner (verkehrs-)geographischen Lage bisher überwiegend durch den MIV angesteuert wird. Aus dem Grund wurde ein Mobilitätskonzept mit 30 Maßnahmen abgeleitet, das in der Implementierung von nachhaltigen Mobilitätsstrategien als Leitfaden dienen soll (siehe Tabelle 7).

9.1 Zusammenfassung der Diskussionsergebnisse

Die Untersuchung hat gezeigt, dass bereits verschiedene Ansätze und Maßnahmen zur Förderung nachhaltiger Verkehrsmittel im Ausflugsverkehr existieren. Damit konnten einige Erfolge erzielt werden, jedoch bedarf es weiterer Anstrengungen, um den Umweltverbund als attraktive Alternative zum MIV zu etablieren. Eine ganzheitliche Herangehensweise, die sowohl die Bedürfnisse der unterschiedlichen Besuchergruppen als auch die regionalen Gegebenheiten berücksichtigt, ist dabei entscheidend.

Das Resümee dieser Arbeit liegt in der Erkenntnis, dass eine nachhaltige Mobilität im Freizeit- und Ausflugsverkehr eine komplexe Aufgabe darstellt, die eine enge Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Akteur:innen erfordert. Darüber hinaus kann das Freilichtmuseum nicht isoliert von seiner Umgebung betrachtet werden. Durch gezielte Vernetzung sollte das Thema Nachhaltigkeit in die Taunus Region getragen werden, um eine Umgebung zu schaffen, in der bisher gewohnte Verkehrshandlungen hinterfragt werden. Anders als in vielen bisherigen Analysen zu nachhaltiger Mobilität im Freizeitverkehr zielt das Mobilitätskonzept für das Freilichtmuseum Hessenpark nicht darauf aus, den MIV durch restriktive Maßnahmen einzuschränken. Im Gegenteil: Viel wichtiger ist die Stärkung des Umweltverbunds durch Infrastrukturausbau, verbesserte und bedarfsoorientierte Angebote im ÖPNV sowie Werbe-, Marketing- und Informationskampagnen und Veranstaltungen für nachhaltige Mobilität. Das erstellte Konzept ist zwar ambitioniert, versteht sich aber als ein dynamisches System, in welchem Handlungsempfehlungen den aktuellen Gegebenheiten entsprechend priorisiert und angepasst werden, so dass nach und nach Fortschritte verbucht werden können.

9.2 Ausblick

Es ist von großer Relevanz, das Bewusstsein und die Einstellungen der Menschen gegenüber verschiedenen Verkehrsmitteln zu beeinflussen. Eine erfolgreiche Umsetzung des Leitfadens macht es notwendig, dass Besucher:innen dem umweltfreundlichen Verkehrssystem eine Chance geben. Dabei müssen die Systeme gut funktionieren, um den Bedürfnissen der Nutzer:innen gerecht werden. Nur mit solchen Mitteln können Images und Einstellungen positiv beeinflusst und neue Routinen etabliert werden.

Das Freilichtmuseum Hessenpark ist ein zentraler Lernort des Landes Hessen und sollte als solcher nicht nur die Vergangenheit abbilden, sondern auch die Gegenwart und Zukunft. Gerade in Hinblick auf nachhaltige Mobilitätsformen besteht hier eine bedeutende Chance, den Verkehr der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft nicht nur abzubilden, sondern aktiv mitzugestalten und in die Region zu tragen. Dies erfordert eine Kombination aus Entschlossenheit, Durchhaltevermögen und der Fähigkeit, auf mögliche Herausforderungen und Rückschläge zu reagieren. Dazu gehört auch eine reflektierte Auseinandersetzung der Besucher:innen mit ihrem eigenen Verhalten. Um es in OPASCHOWSKIS (1995) Worten auszudrücken: „Soviel Vernunft wie nötig und soviel Spaß wie möglich: Das ist Freizeitmobilität nach Maß.“ Durch einen konsequenten und nachhaltigen Ansatz kann das Mobilitätskonzept langfristig positive Veränderungen bewirken und zu einer umweltfreundlicheren und nachhaltigeren Mobilität beitragen. Entscheidend ist, dass alle beteiligten Akteur:innen und Institutionen – aber auch Besucher:innen des Museums – sich trauen, neue Wege zu einem klimafreundlichen Museum zu gehen.

Literatur

- ABERLE, G. (1981): Das Energiepreisproblem der achtziger Jahre. Auswirkungen auf Mobilität und räumliche Strukturen. In: Gießener Universitätsblätter 14, 1, 21-33.
- BARBOUR, R. & U. FLICK (2009): Doing focus groups. Sage, Los Angeles.
- BAUMEISTER, R.F. & M.R. LEARY (1997): Writing narrative literature reviews. In: Review of General Psychology, 1.
- BIENER, B. (2009): Scheller kommt ins Museum. Frankfurter Allgemeiner Zeitung, 11.06.2009. <https://www.faz.net/aktuell/rhein-main/region-und-hessen/neuer-geschaeftsfuehrer-des-hessenparks-scheller-kommt-ins-museum-1812201.html> (Zugriff: 18.03.2023).
- BIENER, B. (2014): Freilichtmuseum Hessenpark – Wann beginnt Geschichte? Frankfurter Allgemeiner Zeitung, 21.09.2014. <https://www.faz.net/aktuell/rhein-main/hessenpark-wann-beginnt-geschichte-13164859/tanz-mit-dem-landesvater-13165678.html> (Zugriff: 18.03.2023).
- BILL, R. (2016): Grundlagen der Geo-Informationssysteme. Wichmann, Berlin/Offenbach.
- BMDV (2019): Verkehr in Zahlen 2019/2020. 48. Jahrgang. (Hrsg.): Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur. Bonn. https://bmdv.bund.de/SharedDocs/DE/Publikationen/G/verkehr-in-zahlen-2019-pdf.pdf?__blob=publicationFile (Stand: September 2019) (Zugriff 18.02.2023).
- BOMEISL, R. (2023): Mobilität auf dem Land. Digital unterstützter Dorfbus. In: D. Ahrens, Smart Region: Angewandte digitale Lösungen für den ländlichen Raum. Springer Gabler, Wiesbaden.
- BRANNOLTE, U., K. AXHAUSEN, H. DIENEL & A. RADE (1999): Freizeitverkehr. Innovative Analysen und Lösungsansätze in einem multidisziplinären Handlungsfeld. Dokumentation eines interdisziplinären Workshops des BMBF am 10. Und 11. Dezember 1998 im Hotel Bristol in Bonn. (Hrsg.): TU Berlin, Universitätsbibliothek.
- BROCKE, J.V., A. SIMONS, B. NIEHAVES, K. RIEMER, R. PLATTFAUT, & A. CLEVEN (2009): Reconstructing the giant. On the importance of rigour in documenting the literature search process. European Conference on Information Systems.
- COLLIN, H.J. (1980): Determinanten des sonntäglichen Freizeitverkehrs für ausgesuchte Aktivitäten. In: Strassenwesen, 4. (Hrsg.): Technische Universität Braunschweig, Institut für Straßenwesen.
- DALKMANN, H. & C. SCHÄFER-SPARENBERG, (2006): Wege zu einem erfolgreichen Event – Maßnahmen im Mobilitätsbereich. In: R. Lucas (Hrsg.): Eventkulturen – zwischen Erlebnisorientierung und ökologischer Verantwortung. Berlin.

EMTA (2019): Mobility as a Service. A perspective on MaaS from Europe's Transport Authorities. (Hrsg.): European Metropolitan Transport Authorities. Paris. https://www.emta.com/IMG/pdf/emta_-_maaspaper.pdf (Stand: Juni 2019) (Zugriff: 21 April 2023).

FASTENMEIER, W., H. GSTALTER & U. LEHNING (2001): Erklärungsansätze zur Freizeitmobilität und Handlungskonzepte zu deren Beeinflussung. MVU Institut für Angewandte Psychologie. Bericht Nr. 2.

FISHBEIN, M. & I. AJZEN (1975): Belief, Attitude, Intention and Behaviour. Addison Wesley. London.

FLICK, U. (2016): Sozialforschung. Methoden und Anwendungen. Ein Überblick für die BA-Studiengänge. Rowohlt, Hamburg.

FUB, S. & U. KARBACH (2019): Grundlagen der Transkription: Eine praktische Einführung. Barbara Budrich (Hrsg.), Opladen & Toronto.

FUSS E.V. (2018): Schritte zur Einführung einer kommunalen Fußverkehrsstrategie: Handlungsleitfaden. (Hrsg.): Fachverband Fußverkehr Deutschland FUSS e.V. 2. Auflage. Berlin.

GEIBLER, H. (1998): Verkehrsverlagerung in verkehrlich hoch belasteten Fremdenverkehrsregionen. Möglichkeiten der Bahn im Freizeitverkehr. In: (Hrsg.) Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung. Strategien für einen raum- und umweltverträglichen Verkehr. Informationen zur Raumentwicklung, 6/98. Bonn.

GEMEINDE SPIEGELAU (2018): Digitales Dorf – DorfBUS. <https://www.spiegelau.de/index.php?api=files&file-id=46467&file-hash=323dcdb1b1fc27cd0982ff1c3a639d93b045329227d92e6549dc4a0f7d6f39ce&file-out=/Flyer-Dorfbus.pdf> (Zugriff 10.05.2023).

GOODALL, W., T. DOVEY FISHMAN, J. BORNSTEIN & B. BONTHON (2017): The rise of mobility as a service. Reshaping how urbanites get around. In: Deloitte Review, 20.

GOOGLE MAPS (2023). Routenplanung. Kartendaten: GeoBasis-DE/BKG. (Zugriff: 21.04.2023).

GÖTZ, K., Th. JAHN & I. SCHULZ (1998): Mobilitätsstile. Ein sozial-ökologischer Untersuchungsansatz. Arbeitsbericht, Subprojekt 1, City:mobil Forschungsverbund. Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE). Freiburg.

GRONAU, W. (2016): Encouraging behavioural change towards sustainable tourism: a German approach to free public transport for tourists. In: Journal of Sustainable Tourism, 25:2. DOI: 10.1080/09669582.2016.1198357.

GSTALTER, H. & W. FASTENMEIER (1995): Die Freizeitfahrt. Eine Pilotstudie. Forschungsbericht im Auftrag des ADAC e.V. und der BMW AG München. Diagnose & Transfer.

- HAUER, W., R. LUKAS, & W. SWITIL (1982): Verkehrsaufkommen von Freizeit- und Erholungszentren. In: Straßenforschungsheft Nr. 188. (Hrsg): Bundesanstalt für Straßenwesen (BASt). Österreich.
- HEIKKILÄ, S. (2014): Mobility as a Service – A proposal for Action for Public Administration. Aalto School of Engineering.
- HEINZE, G.W. (1975): Raum und Verkehr. In: Europäische Verkehrsministerkonferenz (CEMT), Sechstes Internationales Symposium über Theorie und Praxis in der Verkehrswirtschaft. Der Verkehr und die Wirtschaftslage. Madrid, 22.-25. September 1975.
- HEINZE, G.W. & H.H. KILL (1997): Freizeit und Mobilität. Neue Lösungen im Freizeitverkehr. (Hrsg): Akademie für Raumforschung und Landesplanung. Hannover.
- HENNERMANN, K. & M. WOLTERING (2014): Kartographie und GIS: eine Einführung. WBG, Darmstadt.
- Hessel, C. (1996): Verkehrsentlastung großräumiger Erholungsgebiete. (Hrsg.): Technische Universität München, Schriftenreihe Lehrstuhl für Verkehr- und Raumplanung, 6.
- HESSEN PARK (2002): Gesamtplan mit geplanten, gelagerten Gebäuden. Freilichtmuseum Hessenpark GmbH. Stand: 17.06.2002.
- HESSEN PARK (2006): Stellplatzübersicht – Notfallparkplatz. Freilichtmuseum Hessenpark GmbH. Stand: 15.08.2006.
- HESSEN PARK (2014): Leitbild Freilichtmuseum Hessenpark. https://www.hessenpark.de/wp-content/uploads/Flyer_Leitbild_2014_Internet.pdf (Zugriff 18.03.2023).
- HESSEN PARK (2018): Jahresabschluss zum 31. Dezember 2018. Auszug aus dem Unternehmensregister. Tag der Erstellung: 02.01.2020. <https://www.hessenpark.de/wp-content/uploads/Offenlegung-Jahresabschluss-2018.pdf> (Zugriff 20.03.2023).
- HESSEN PARK (2019): PLZ-Abfrage der Besucher im Jahr 2018. Persönliche Kommunikation.
- HESSEN PARK (2020): Pressemitteilung – Jahresrückblick auf die Museumssaison 2019. https://www.hessenpark.de/wp-content/uploads/PM_Jahresueckblick_2019.pdf. (Zugriff 13.04.2023).
- HESSEN PARK (2021): Pressemitteilung – Jahresrückblick auf die Museumssaison 2020. https://www.hessenpark.de/wp-content/uploads/PM_Jahresueckblick_2020.pdf. (Zugriff 13.04.2023).
- HESSEN PARK (2022): Auszug der Besucher:innen-Zahlen im Kassensystem des Abrechnungsjahres 2022. Persönliche Kommunikation.
- HESSEN PARK (2023a): Besucherinformationen. <https://www.hessenpark.de/besuch/besucherinformationen/> (Zugriff: 12.04.2023).

- HESSEN PARK (2023b): Förderkreis & Ehrenamt.
<https://www.hessenpark.de/hessenpark/foerderkreis-ehrenamt/> (Zugriff: 12.04.2023).
- Hessenpark (2023c): Hessenpark Barrierefrei.
<https://www.hessenpark.de/besuch/hessenpark-barrierefrei/> (Zugriff: 12.04.2023).
- HESSEN PARK (2023d): Pressemitteilung – Jahresrückblick auf die Museumssaison 2022.
https://www.hessenpark.de/wp-content/uploads/PM_Jahresueckblick_2022.pdf
(Zugriff: 20.01.2022).
- HESSISCHER LANDTAG (1978): Gründung des Landesbetriebs Freilichtmuseum Hessenpark.
In: Staatsanzeiger für das Land Hessen. Nr. 30, Punkt 870.
<https://starweb.hessen.de/cache/STANZ/1978/00030.pdf#page=13>
(Stand: 24.07.1978) (Zugriff 19.03.2022).
- HESSISCHES MINISTERIUM DER FINANZEN (2021): Beteiligungsbericht des Landes Hessen 2021. https://finanzen.hessen.de/sites/finanzen.hessen.de/files/2022-10/beteiligungsbericht_des_landes_hessen_2021.pdf
(Zugriff 20.04.2023).
- HOCHTAUNUSKREIS (2022a): Radverkehrskonzept 2022. Abschlussbericht. https://www.rv-k.de/Hochtaunuskreis/Radverkehrskonzept/Radverkehrskonzept_Hochtaunuskreis_Sammel_PDF.pdf (Stand: 21. Januar 2022) (Zugriff: 16.05.2023).
- HOCHTAUNUSKREIS (2022b): Radverkehrskonzept 2022. Maßnahmenbewertung.
<https://radverkehrskonzept-hochtaunuskreis.de/> (Zugriff: 16.05.2023).
- HÖLD, R. (2009): Zur Transkription von Audiodaten. In: R. Buber & H.H. Holzmüller. Qualitative Marktforschung. Gabler.
- IAFK (1998): Autofreie Kur- und Fremdenverkehrsorte in Bayern. (Hrsg.): Interessengemeinschaft für Autofreie Kur- und Fremdenverkehrsorte in Bayern e.V. Bad Reichenhall.
- KAISER, R. (2014): Qualitative Experteninterviews. Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung. Springer VS, Wiesbaden.
- KINDLING M. & M. STÖHR (2009): Literaturverwaltung zur Unterstützung des wissenschaftlichen Publizierens. In: CMS Journal, 32. TU Berlin.
- KIRCHHOFF, P. (1997): Verkehrsentlastung großräumiger Erholungsgebiete. In: Grüne Reihe, 38. (Hrsg.): Fachgebiet Verkehrswesen Universität Kaiserslautern.
- KNOFLACHER, H., H.M KNOFLACHER, W. GATTERER, R. GROSS, S. WINKELEBAUER & H. ZUKAL (1985): Raumwirksamkeit von Verkehrssystemen. In: Straßenforschungsheft, 268. (Hrsg.): Bundesanstalt für Straßenwesen. Österreich.
- KRIPPENDORF, J. (1982): Die anrollende Stadt—Probleme des Freizeitverkehrs auf dem Lande. In: The Planning Review, 18:65, 25-30.

KRUEGER, R.A. (1988): Focus groups. A practical guide for applied research. Sage. Newbury Park, CA.

KRUEGER, R.A. & M.A. CASEY (2009): Focus groups. A practical guide for applied research Sage, Los Angeles.

KUCKARTZ, U. (2014): Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. 2. Auflage. Beltz Juventa.

LANZENDORF, M. (2001): Freizeitmobilität: Unterwegs in Sachen sozial-ökologischer Mobilitätsforschung. Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie 56. (Hrsg): Geographische Gesellschaft Trier.

LAWES, G. (2000): Ironbridge – Auf dem Weg zum sozial akzeptierten Freizeitverkehr. In: Institut für Mobilitätsforschung (Hrsg.), Freizeitverkehr. Aktuelle und künftige Herausforderungen und Chancen. Springer. Berlin.

LITTIG, B. (1997): Umweltbewusstsein und Verkehrsmittelwahl. In: E. Giese (Hrsg.), Verkehr ohne (W)ende? dgvt-Verlag. Tübingen.

LÜKING, J. & E. MEYRAT-SCHLEE (1998): Perspektiven des Freizeitverkehrs. Teil II. Strategien zur Problemlösung. R+R Burger und Partner AG, Büro Z Arbeitsgemeinschaft für Wohnen und Stadtfragen. Zürich.

MAYERHOFER, W. (2009): Das Fokusgruppeninterview. In: R. Buber & H. Holzmüller (Hrsg.): Qualitative Marktforschung. Gabler, Wiesbaden.

MAYRING, P. (2008): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Beltz, Weinheim.

MiD (2018): Mobilität in Deutschland. Ergebnisbericht. (Hrsg): Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur. Bonn. https://bmdv.bund.de/SharedDocs/DE/Anlage/G/mid-ergebnisbericht.pdf?__blob=publicationFile (Stand: Dezember 2018) (Zugriff: 12.02.2023).

MEIER, R. (2000): Freizeitverkehr. Analysen und Strategien. (Hrsg): Schweizerischer Nationalfonds. Berichte des Schweizerischen Nationalen Forschungsprogramms 41 "Verkehr und Umwelt", D5. Bern.

MEUSER, M. & U. NAGEL (2005): Experteninterviews. Vielfach erprobt, wenig beachtet. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: A. Bogner, B. Littig, & W. Menz, W (Hrsg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.

MORGAN, D.L. (1993): Successful focus groups. Advancing the state of the art. Sage, Newbury Park, CA.

NATURPARK TAUNUS (2023a): Naturpark-Portrait. <https://naturpark-taunus.de/services-infos/naturpark-portrait/> (Zugriff: 19.03.2023).

NATURPARK TAUNUS (2023b): Online-Wanderführer. <https://naturpark-taunus.de/wanderfuehrer/routes/limeserlebnispfad/111/@50.275737,8.531785,14/> (Zugriff: 19.03.2023).

OPENSTREETMAP (o.D.): OpenStreetMap – Deutschland. <https://www.openstreetmap.de/> (Zugriff: 16.02.2023).

OPASCHOWSKI, H.W. (1995): Freizeit und Mobilität. Analyse einer Massenbewegung vom B.A.T.-Freizeit-Forschungsinstitut. In: Schriften zur Freizeitforschung, 12. B.A.T., Hamburg.

PFADENHAUER, M. (2009): Auf gleicher Augenhöhe. Das Experteninterview. Ein Gespräch zwischen Experte und Quasi-Experte. In A. Bogner, B. Littig, & W. Menz (Hrsg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendungsfelder. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.

PIEREN, M. (2022): Vorbereitung für den Ausbau werden sichtbar. Frankfurter Neue Presse. 03.11.2022. <https://www.fnp.de/lokales/hochtaunus/vorbereitungen-fuer-den-ausbau-werden-sichtbar-91891449.html> (Zugriff 21.04.2022).

PRASCHL, M., C. SCHOLL-KUHN & R. RISSER (1994): Gute Vorsätze und Realität. Die Diskrepanz zwischen Wissen und Handeln am Beispiel Verkehrsmittelwahl. Schriftenreihe der Sektion 1 des Bundesministeriums für Umwelt, Jugend und Familie. Wien.

RADROUTENPLANER HESSEN (2023). Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen. <https://radroutenplaner.hessen.de/map/>. (Zugriff: 22.04.2023).

RHEIN-MAIN-VERKEHSVERBUND (2023a): Fahrplan Buslinie 63 – 2023. https://www.rmv.de/c/fileadmin/import/timetable/VHT_Linienfahrplan_63_11.04.23.pdf (Zugriff 21.04.2023)

RHEIN-MAIN-VERKEHSVERBUND (2023b): Fahrplan RB 15 – 2023. https://www.rmv.de/c/fileadmin/lno/vht/Start_Fahrplan_RB15_2023.pdf (Zugriff 21.04.2023).

RHEIN-MAIN-VERKEHSVERBUND (2023c): Presse-Mitteilung – Taunusbahn: Schienenersatzverkehr fährt weiterhin als zusätzliche Absicherung. Frankfurt. 30. März 2023. https://www.rmv.de/c/fileadmin/documents/PDFs/_RMV_DE/Presse/Pressemitteilungen_2023/230330_Taunusbahn_Schienenersatzverkehr_faehrt_weiterhin_als_zusaetzliche_Absicherung.pdf (Zugriff: 20.04.2023).

RHEIN-MAIN-VERKEHSVERBUND (2023d): Presse-Mitteilung – Taunusbahn: Zugverkehr soll nach Bauarbeiten wieder vollständig fahren. Ausschließlicher Einsatz von Wasserstoffzügen geplant. Frankfurt. 11. Januar 2023. https://www.rmv.de/c/fileadmin/documents/PDFs/_RMV_DE/Presse/Pressemitteilungen_2023/230111_Taunusbahn_Zugverkehr_soll_nach_Bauarbeiten_wieder_vollstaendig_fahren_01.pdf (Zugriff: 20.04.2023).

- RHEIN-MAIN-VERKEHRSVERBUND (2023e): Routenplaner Saalburg – Bad Homburg. <https://www.rmv.de/auskunft/bin/jp/query.exe/dn> (Zugriff: 14.05.2023).
- RHEIN-MAIN-VERKEHRSVERBUND (2023f): Routenplaner – Verbindungssuche Bad Homburg – Neu-Anspach Hessenpark. <https://www.rmv.de/auskunft/bin/jp/query.exe/dn> (Zugriff: 14.05.2023).
- ROBERT, E. (2009): Hinweise zum Recherchieren und Beschaffen wissenschaftlicher Literatur. Goethe Universität Frankfurt am Main – Institut für Politikwissenschaft. <https://www.fb03.uni-frankfurt.de/46036789/literaturrecherche.pdf> (Stand: März 2009) (Zugriff: 15.02.2023).
- RUIN, S. (2017): Ansätze und Verfahren der Kategorienbildung in der qualitativen Inhaltsanalyse. In: H. Aschebrock & G. Stibbe (Hrsg.): Schulsportforschung – wissenschaftstheoretische und methodologische Reflexion. Waxmann, Münster.
- SCHELLER, J. (2022): Nachhaltigkeitsstrategie FLM Hessenpark. Baustein für die Beiratssitzung am 18.02.2022. TOP 4.2.
- SCHERHAG, K. & E. KURZ (2023): Chancen durch Smart-City-Anwendungen für die regionale Tourismusentwicklung. In: (Hrsg.): M.A. Gardini & G. Sommer. Digital Leadership im Tourismus. Springer Gabler, Wiesbaden.
- SCHRECKENBERG, W. & U. SCHÜHLE (1981): Freizeitverkehr – Grenzen des Wachstums. Struktur und Entwicklung des Freizeitverkehrs und mögliche Maßnahmen seiner Beeinflussung. Beiträge zur Verkehrswissenschaft, 7. (Hrsg.): Instituts für Verkehrsplanung und Verkehrswegebau, Technischen Universität Berlin.
- SCHWEIKART, J. (2004): GIS: ein Modell der Welt mit Raumbezug - Grundlagen der Geoinformationssystem. In: J. Schweikart, & T. Kistemann (Hrsg.): Geoinformationssysteme im Gesundheitswesen. Grundlagen und Anwendungen. Wichmann. Heidelberg.
- SNYDER, H. (2019): Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. In: Journal of Business Research, 104.
- STEIERWALD, G. & N. MÜLLER (1977): Analyse der Entwicklung der Verkehrsmengen auf den Bundesstraßen unter besonderer Berücksichtigung des Freizeitverkehrs. In: Strassenforschung, 70. (Hrsg.): Bundesministerium für Bauten und Technik. Österreich.
- STEWART, D.W., P.N. SHAMDASANI & D.W. ROOK (2007): Focus groups. Theory and practice. Sage, Thousand Oaks, CA.
- TOURCERT GGMBH (2023): Zertifizierung für Destinationen. <https://tourcert.org/angebot/zertifizierung-destinationen/> (Stand: 2023) (Zugriff 20.05.2023).
- TIROL WERBUNG GMBH (n.D.): Mobil auf allen Wegen – Über Tirol auf die Schiene. <https://www.tirolwerbung.at/tiroler-tourismus/mobilitaet-und-tourismus> (Zugriff: 20.05.2023).

TRANFIELD, D, D. DENYER, D & P. SMART (2003): Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. In: British Journal of Management, 14.

UMWELTBUNDESAMT (2020): CO2-Emissionsminderung im Verkehr in Deutschland: Mögliche Maßnahmen und ihre Minderungspotenziale – ein Sachstandsbericht des Umweltbundesamtes.
https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/5750/publikationen/2020_12_03_texte_224-2020_co2-fussabdruecke_alltagsverkehr_0.pdf
(Zugriff: 20.05.2023).

UMWELTBUNDESAMT (2022a): Fahrleistungen, Verkehrsleistung und „Modal Split“. <https://www.umweltbundesamt.de/daten/verkehr/fahrleistungen-verkehrsaufwand-modal-split#fahrleistung-im-personen-und-guterverkehr> (Stand: 08.02.2022) (Zugriff: 10.02.2023).

UMWELTBUNDESAMT (2022b): Mobilität privater Haushalte.
<https://www.umweltbundesamt.de/daten/private-haushalte-konsum/mobilitaet-privater-haushalte#verkehrsleistung-im-personentransport> (Stand 13.05.2022)
(Zugriff: 10.02.2023).

UNTERKOFLER, F. (2019): Nachhaltige Tourismusmobilität in Südtirol – Implementierung von Mobility as a Service für Touristen. Technische Universität Wien.

VEREINTE NATIONEN (2015): Generalversammlung. Resolution der Generalversammlung, verabschiedet am 25. September 2015. Transformationen unserer Welt: die Agenda 2030 für eine nachhaltige Entwicklung. <https://www.un.org/depts/german/gv-70/band1/ar70001.pdf> (Stand: 21. Oktober 2015) (Zugriff 18.01.2023).

VERKEHRSBAND HOCHTAUNUS (2019): Elektrifizierung der Taunusbahn – Projektvorstellung anlässlich der Bürgerinformationsveranstaltung. Wehrheim. 20. September 2019.
https://taunusbahn.de/wpcontent/uploads/VHT_Vortrag_Infoveranstaltung_Elektrifizierung_Taunusbahn.pdf (Zugriff: 21.04.2023).

VERKEHRSBAND HOCHTAUNUS (2023): Die Elektrifizierung der Taunusbahn.
<https://taunusbahn.de/> (Zugriff: 21.04.2023).

WASSERMANN, S. (2015): Das qualitative Experteninterview. In: M. Niederberger & S. Wassermann, (Hrsg.): Methoden der Experten- und Stakeholdereinbindung in der sozialwissenschaftlichen Forschung. Springer VS. Wiesbaden.

WEBSTER, J. & R.T. WATSON (2002): Analyzing the Past to Prepare for the Future: Writing a Literature Review. MIS Quarterly, 26,2.

ZAGEL, B. (2020): Perspektiven vernetzen. Geoinformatik als Grundlage für moderne Verkehrsplanung und Mobilitätsmanagement. In: B. Zagel & M. Loidl (Hrsg.): Geo-IT in Mobilität und Verkehr. Geoinformatik als Grundlage für moderne Verkehrsplanung und Mobilitätsmanagement. Wichmann, Berlin.

Eigenständigkeitserklärung

Ich versichere hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die im Literaturverzeichnis angegebenen Quellen benutzt habe. Ich habe die Regeln der guten wissenschaftlichen Praxis eingehalten.

Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus veröffentlichten oder noch nicht veröffentlichten Quellen entnommen sind, sind als solche kenntlich gemacht.

Die Tabellen und Abbildungen in dieser Arbeit sind von mir selbst erstellt worden oder mit einem entsprechenden Quellennachweis versehen.

Diese Arbeit ist in gleicher oder ähnlicher Form noch bei keiner anderen Prüfungsbehörde eingereicht worden.

Frankfurt, den 30.05.2023



Unterschrift

DIE AUTORIN

Anna Becker (ehemals Kitlar) hat an der Johann Wolfgang Goethe-Universität in Frankfurt Geowissenschaften/Humangeographie studiert. Der vorliegende Werkstattbericht basiert auf ihrer im Mai 2023 vorgelegten Masterarbeit.

HINWEIS

Die Werkstattberichte aus dem Freilichtmuseum Hessenpark enthalten Beiträge, welche die breite Vielfalt der wissenschaftlichen und konzeptionellen Arbeiten des Museums widerspiegeln. Dies können Fachkonzepte, Projektskizzen bzw. -dokumentationen, Tagungsberichte und Vortragstexte zu den verschiedensten alltagskulturellen Themen sein, die wir der interessierten Öffentlichkeit nicht vorenthalten wollen. Die Reihe erscheint unregelmäßig ausschließlich als kostenfreier, digitaler Download unter www.hessenpark.de

IMPRESSIONUM

Werkstattbericht
Wege zu einem klimafreundlichen Museum
Entwicklung eines nachhaltigen Mobilitätskonzepts des Freilichtmuseums Hessenpark

Herausgegeben von der
Freilichtmuseum Hessenpark gGmbH
Laubweg 5
61267 Neu-Anspach
www.hessenpark.de