

INHALTSVERZEICHNIS

0 EINLEITUNG	1
1 MOB/ INWELT	3
1.1 Entwicklung und heutige Situation in der MOB (Angebotsanalyse)	3
1.1.1 Ziel und Zweck der MOB	3
1.1.2 Das neue Bahnzeitalter	4
1.1.3 Rollmaterial	5
1.1.4 Einsatz der Züge	5
1.1.5 Marketing und Distribution	6
1.1.6 Zukünftige Ausrichtung: Montreux - Luzern direkt	7
1.1.7 Montreux - Interlaken - Luzern heute und morgen (Verkehrsangebot)	8
1.2 Gegenwärtige Nachfrage und Nachfragestruktur auf der Strecke Montreux - Zweisimmen	11
1.2.1 Fahrgäste	11
1.2.2 Struktur der Fahrgäste	13
1.3 Fazit: Stärken und Schwächen MOB	15
2 MARKT/ UMWELT	17
2.1 Rahmenbedingungen	18
2.1.1 Ökonomische und ökologische Bestimmungsfaktoren	19
2.1.2 Politische Bestimmungsfaktoren	21
2.1.3 Soziodemographische Bestimmungsfaktoren	22
2.1.4 Touristische Bestimmungsfaktoren	25
2.1.5 Zusammenfassung	27
2.2 Bestimmungsfaktoren des Marktpotentials für Bahnreisen	28
2.2.1 Ein quantitativer Überblick	28
2.2.2 Basis Tagesausflüge	30
2.2.2.1 Übernachtungsgäste (Hotel- und Kurberiebe) als Fahrgäste	30
2.2.2.2 Einheimische als Fahrgäste	32
2.2.2.3 Intensität des Tourismus im direkten Einzugsgebiet der neuen Bahnverbindung	33
2.2.2.4 Tagesausflüge der Gäste und Einheimischen als Basisnachfrage	34
2.2.3 Typisierung der Tagesausflüge	38
2.2.4 Einzugsgebiet des „Golden Pass“ als Tagesausflugsziel	39
2.2.5 Qualitative Beurteilung eines Verkehrsmittels	41
2.2.6 Qualitative Beurteilung eines Verkehrsangebotes OeV	42
2.2.6.1 Reisezeit	43

2.2.6.2 Direktfahreranteil	44
2.2.6.3 Erreichbarkeit der Haltestellen	45
2.2.6.4 Bedienungshäufigkeit	45
2.2.6.5 Betriebsdauer	46
2.2.6.6 Zusammenfassende Bemerkungen	46
2.3 Analyse und Erfahrungen aus Bahn-Konkurrenzangeboten in der Schweiz	48
2.3.1 Angebot Glacier Express	48
2.3.2 Nachfragestruktur „Glacier-Express“	49
2.3.3 Marketing und Distribution	49
2.3.4 Stärken und Schwächen des „Glacier-Express“ aus der Sicht der FO	50
3 FAZIT INWELT/ UMWELT	51
3.1 Chancen und Gefahren aus den Rahmenbedingungen (allgemein und bahnspezifisch)	51
3.1.1 Wirtschaftliche Situation	51
3.1.2 Wirtschaftspolitik	51
3.1.3 Verkehrspolitik	51
3.1.4 Soziodemographische Bestimmungsfaktoren	52
3.1.5 Bildungsstandard	52
3.1.6 Zwischenfazit der Rahmenbedingungen	52
3.1.7 Freizeit	53
3.2 Lehren aus dem eigenen und den Konkurrenzangeboten für die Gestaltung von Angebot, Marketing, Kommunikation und Distribution	53
3.3 Anregungen und Beispiele erfolgreicher Bahnarrangements und Special Events	55
4 MONTREUX-LUZERN DIREKT	57
4.1 Touristische Ressourcen (MOB als Nutzenprofiteur)	57
4.2 Aufwertung der Regionen	59
4.2.1 Allgemeine Aufwertung	59
4.2.2 Touristische Aufwertung	61
4.2.3 Fazit: MOB als Nutzenstifter	62
4.3 Synergien mit bestehenden Angeboten und zukünftigen Projekten	63
4.3.1 Bahn 2000	63
4.3.2 Voralpen - Express	64
4.3.3 NEAT Neue Eisenbahn Alpentransversale	64
4.4 Frequenzen	65
4.4.1 Qualitative Extrapolation	65
4.4.2 Potentialschätzung	66
4.4.2.1 Bahnreisepotential im Markt	66
4.4.2.2 Einwohner im Einzugsgebiet als Nachfrage-Grundmenge	69

4.4.2.3 Touristen im Einzugsgebiet als Nachfrage-Grundmenge	69
4.4.2.4 Weiterer realisierbarer Verkehr	71
4.4.3 Fazit: Fahrgastschätzung	72
5 SCHLUSSFOLGERUNGEN	75

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1-1: Reisezeitvergleiche der schnellsten Verbindungen	8
Abbildung 1-2: Auswahl von Zügen auf der Strecke Montreux - Interlaken	9
Abbildung 1-3: Hypothetisch: Direktverbindung	9
Abbildung 1-4: Best Case Vergleich	10
Abbildung 1-5: Fahrgäste MOB total	11
Abbildung 1-6: Fahrgaststruktur MOB (1995)	12
Abbildung 1-7: Fahrgäste auf der Strecke Montreux - Zweisimmen (beide Richtungen)	13
Abbildung 2-1: Übersicht/ Auswahl touristischer Trends (Autoren)	25
Abbildung 2-2: Entwicklung der Reiseintensität der Schweizer	29
Abbildung 2-3: Transportmittel bei Inlandreisen	29
Abbildung 2-4: Ankünfte/ Logiernächte/ Aufenthaltsdauer von Gästen entlang der Strecke Montreux - Interlaken - Luzern	31
Abbildung 2-5: Einwohner entlang der Strecke Montreux - Interlaken - Luzern	32
Abbildung 2-6: Die Fremdenverkehrsintensität im Vergleich Schweiz - 20km-Korridor entlang der Strecke	33
Abbildung 2-7: Der Einfluss der Haushaltsnettoeinkommen auf die Ausflugsintensität und -häufigkeit 1993	35
Abbildung 2-8: Ausflugsintensität und -häufigkeit nach Alter 1993	36
Abbildung 2-9: Ausflugsintensität und -häufigkeit nach Haushaltsgrösse 1993	37
Abbildung 2-10: Typisierung der Tagestouristen nach Dauer des Ausflugs	38
Abbildung 2-11: Typisierung der Tagestouristen nach der Reiseentfernung	39
Abbildung 2-12: Fahrzeiten im Vergleich	40
Abbildung 4-1: Eurostyles	67
Abbildung 4-2: Fahrgastpotentialschätzung (Einwohner)	70
Abbildung 4-3: Fahrgastpotentialschätzung (Touristen)	71

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

Aus	Ausländer
BAK	Bundesamt für Konjunkturfragen
bspw.	beispielsweise
BVZ	Brig - Visp - Zermatt - Bahn
bzgl.	bezüglich
FG	Fahrgast/ Fahrgäste
FGP	Fahrgastpotential
FO	Furka Oberalp Bahn
Inl	Inländer
KOF	Konjunktur Forschungsstelle an der ETH Zürich
MIV	Motorisierter Individualverkehr
MOB	Montreux Oberland Bernois
OEV	Oeffentlicher Verkehr
P, p	Potential, Wahrscheinlichkeit
Pkm	Personenkilometer
RhB	Rhätische Bahn
TOMAS	Touristisches Marktforschungssystem Schweiz
ungew.	ungewichtet
u.v.m.	und viele mehr
WS	Wahrscheinlichkeit

0 EINLEITUNG

Die MOB plant, mittels Einbau eines dritten Gleises zwischen Zweisimmen und Interlaken, die Möglichkeit für Direktverbindungen auf Schmalspur zwischen Montreux und Interlaken bzw. weiter über den Brünig mit Luzern zu schaffen.

Dieses Projekt ist in diesem Sinne nicht neu, als die MOB schon vor ziemlich genau 10 Jahren Gedanken ähnlicher Art mit sich trug. Das Projekt ist aber damals zurückgestellt worden und wurde bis heute nicht realisiert.

Schon 1987 wurde das ITV-HSG (Institut für Tourismus und Verkehrswirtschaft an der Universität St. Gallen) in der Person von Dr. Hanspeter Schmidhauser (Direktor) beauftragt, eine Studie über die „Attraktivitätssteigerung der Eisenbahnachse Montreux - Interlaken - Luzern durch Direktverbindung ohne Umsteigen“ zu verfassen. Es lag deshalb auf der Hand, in der nun wieder aktuell gewordenen Projektphase die damalige Untersuchung überarbeiten zu lassen, weshalb heute dieser neue Bericht vorliegt.

Grundlage der vorliegenden Untersuchung über die

***Attraktivitätssteigerung der Eisenbahnachse Montreux - Interlaken - Luzern
durch Direktverbindungen ohne Umsteigen (Golden Pass)***

bildet eine Vereinbarung vom 13.01.1997 zwischen der MOB Montreux Oberland Bernois, vertreten durch Herrn F. Jaussi (Direktor) und E. Styger (Präsident), und dem Institut für Tourismus und Verkehrswirtschaft an der Universität St. Gallen (ITV-HSG), vertreten durch Prof. Dr. Claude Kaspar, Direktionsvorsitzender.

Der Bericht lehnt sich dabei im wesentlichen an den folgenden Themenkatalog an:

In einem **ersten Kapitel** wird das gegenwärtige Bahnangebot der Strecke Montreux - Luzern analysiert. In Ergänzung dazu wird eine kurze Angebotsevaluation vorgenommen sowie eine Untersuchung der Nachfrage und Nachfragestruktur der Strecke Montreux - Zweisimmen vorgenommen.

Das **zweite Kapitel** ist geprägt von einer Umwelt- und Marktanalyse, in welcher die wichtigsten Rahmenbedingungen sowie Bestimmungsfaktoren für Bahnreisen im allgemeinen sowie dem geplanten Angebot im speziellen aufgearbeitet werden. Zusammen mit der Analyse und den Erfahrungen aus Bahn-Konkurrenzangeboten (namentlich Glacier- und Bernina-Express) entsteht ein Fazit, welches die wichtigsten Bestimmungsfaktoren, ihre Entwicklung und Auswirkungen auf den Tourismus und das neue Bahnangebot der MOB zusammenfasst.

Im **dritten Kapitel** werden die Chancen und Gefahren aus dem Markt (Umwelt) den Stärken und Schwächen der MOB und des zukünftigen Angebotes der Direktverbindung gegenübergestellt und Konsequenzen evaluiert.

Das **vierte Kapitel** analysiert die neue Direktverbindung im Detail (wer profitiert von wem) und versucht, aufbauend auf Erkenntnissen des Kap. 2, eine Schätzung des Frequenzpotentials vorzunehmen.

Wo es möglich war, wurde auf den ursprünglichen Bericht von 1987 zurückgegriffen.

1 MOB/ INWELT

1.1 Entwicklung und heutige Situation in der MOB (Angebotsanalyse)

1.1.1 Ziel und Zweck der MOB

Die MOB wurde von Anfang an aus zwei Gründen gebaut, die auch heute noch vollumfänglich gelten:

- Zum einen hat man die Bahn als **Grundlage für den Tourismus** gesehen,
- zum anderen als Mittel zur **Erschliessung peripherer Gebiete**, d.h. Sicherstellung zu nationalen und internationalen Verkehrsverbindungen und damit grösseren Zentren

Die Pioniere von damals haben nach langwierigen Variantenabklärungen zwischen 1900 und 1905 die MOB-Hauptstrecke geschaffen. 7 Jahre später war auch die Zweiglinie von Zweisimmen in die Lenk fertiggestellt.

Die MOB hat das primäre **Ziel und Zweck**, die Regionen zwischen Montreux und der Lenk für den öffentlichen Verkehr zu erschliessen, somit den Bewohnern gute Verkehrsverbindungen zu bieten und damit der regionalen Volkswirtschaft, naturgemäss v.a. dem Tourismus, zu dienen.

Seit ihrer Eröffnung ist die MOB mehr als nur eine reine Erschliessungsbahn und Zubringer zu den grossen Verkehrslinien. Sie ist schon immer auch eine **Touristenbahn** gewesen. In diesem Licht ist auch die Angebotsentwicklung zu betrachten.

1906 erschienen bspw. die ersten Speisewagen der Schweizerischen Speisewagengesellschaft (SSG) und bereits 1931 wurde die Idee einer speziellen Expresszuges Montreux - Interlaken zum Teil in die Tat umgesetzt. Für den „Golden Mountain Pullmann Express“ beschaffte die Compagnie Internationale des Wagens Lits et des Grands Expresses Européens (CIWL, heute CIWLT) ihre einzigen Schmalspurwagen in Form von 4 Pullmann-Salonwagen. Dazu kamen noch zwei Wagen der MOB von 1914 und die SSG Speisewagen. Für eine standesgerechte Weiterfahrt auf der Strecke Zweisimmen - Interlaken sorgten 3 Teakholz-Salonwagen der CIWL.

Um eine schnelle Beförderung zu garantieren bestellte die MOB sogar 2 spezielle Gepäcklokomotiven. Bis diese 1932 abgeliefert wurden, musste der Pullmann-Express aber wegen der Weltwirtschaftskrise eingestellt werden, die Pullmann-Salonwagen wurden 1939 an die Rhätische Bahn (RhB) verkauft. Auch der Speisewagendienst der SSG wurde 1932 vorläufig und 1938 definitiv eingestellt und die Wagen zu Drittklasswagen umgebaut.

1.1.2 Das neue Bahnzeitalter

Die Geschichte des neuen Bahnzeitalters begann 1970. Mit den 2 verbliebenen Wagen des Pullmann-Express wurden in den Siebzigerjahren mit einigem Erfolg Sonderfahrten durchgeführt. Da keine weiteren Wagen mit besonderem Komfort zur Verfügung standen, kreierte die MOB 1976 einen neuen Wagentyp, den Panoramic Wagen As110. Als besonderen Komfortmerkmalen weist dieses Rollmaterial auf:

- einen erhöhten Fussboden im Abteil (der Reisende sitzt quasi auf einem Podest)
- grosse Seitenfenster und Fenster in der Dachschräge ermöglichen fast Rundum-Sicht
- Die Wagen haben feste Fenster und sind klimatisiert
- In erster und zweiter Klasse finden sich stoffgepolsterte Einzelsitze.

Der vorläufig als Einzelstück verwendete Wagen entpuppte sich als grosser Publikumserfolg, sodass die MOB sofort reagierte und 3 weitere gleichwertige Wagen zu bauen. Im Sommer 1979 verkehrt erstmals der „**Panoramic-Express**“, bestehend aus 4 Aussichtswagen und zwei Triebwagen.

Ein weiterer Meilenstein wurde 1985 mit dem „**Superpanoramic-Express**“ gesetzt. Bei diesem Zug sind die Triebfahrzeuge in der Mitte angeordnet. Der Steuerwagen weist als besondere Attraktion ein geräumiges Aussichtsabteil unter der in die Höhe gehobenen Führerkabine auf. Bereits im folgenden Jahr wird der Zug mit einem zweiten Steuerwagen ergänzt.

1987 wurde die Reise seitens der MOB insofern attraktiver gestaltet, als Hostessenbedienung und Telefon auf allen Zügen eingeführt wurden.

Im Sommer 1993 schliesslich nimmt die MOB einen neuen Superpanoramic-Express, den „**Crystal Panoramic-Express**“, in Betrieb. Das Design der in Italien gebauten Wagen gilt derzeit als neuestes und elegantestes in Sachen Rollmaterial auf Schweizer Gleisen.

Der neueste Schritt wurde sodann 1995 vollzogen durch die Schaffung des „**Golden Panoramic-Express**“, eines durch Totalumbau und Komfortverbesserungen des Superpanoramic entstandenen Wagens bzw. Zuges.

Die Rekapitulation der einzelnen Inbetriebsetzungen ergibt folgende Zusammenstellung:

1976	Panormaic-Wagen As110
1979	Panoramic-Express I
1982	Panoramic-Express II
1985	Superpanoramic-Express
1987:	Hostessenbedienung auf allen Zügen und Telephon
1993:	Crystal Panoramic-Expreess
1995:	Golden Panoramic-Express

Mit diesen Zügen sowie einem „Regional Panoramic-Express“ wird heute der Verkehr zwischen Montreux und Zweisimmen aufrechterhalten (vgl. folgende Kapitel).

1.1.3 Rollmaterial

Die MOB verfügt heute in Sachen **Rollmaterial** über beachtliche Ressourcen. Dazu gehören:

- 12 Wagen 1. Klasse (Typ „Panoramic“) mit einer Kapazität von total 466 Plätzen
- 9 Wagen 2. Klasse (Typ „Panoramic“) mit einer Kapazität von total 431 Plätzen
- 4 Wagen der 2. Klasse (Typ „Panoramic“) verfügen über eine Bar oder eine Salon-Bar GPE

Aus diesem Rollmaterial werden folgende Züge zusammengestellt:

- „Crystal Panoramic-Express“ mit 2 Steuerwagen und 2 Zwischenwagen, alle 1. Klasse (166 Plätze) für Zug Nr. 1, 2, 3, 4
- „Golden Panoramic-Express“ mit 2 Steuerwagen 1. Klasse (72 Plätze) mit Salon sowie 2 Zwischenwagen 2. Klasse (84 Plätze) für Zug Nr. 11, 18
- „Panoramic-Express“ mit 2 Wagen 1. Klasse (72 Plätze) sowie 3 Wagen 2. Klasse (156 Plätze) für Zug Nr. 22, 27
- „Regional panoramic-Express“ mit 2 Wagen 1. Klasse (72 Plätze) sowie 3 Wagen 2. Klasse (156 Plätze) für Zug Nr. 21, 24, 29

1.1.4 Einsatz der Züge

Die Züge fahren gegenwärtig nach folgendem Einsatzplan:

- „Crystal Panoramic-Express“: Von Juni bis Oktober, täglich (d.h. an 150 Tagen) je zweimal pro Richtung; von November bis Mai nur an Samstagen und Sonntagen (d.h. an 50 Tagen) je zweimal pro Richtung. Der „Crystal Panoramic-Express“ ist das einzige Angebot der MOB auf dieser Strecke, welches nicht das ganze Jahr über gleichermassen zur Verfügung steht.
- „Golden Panoramic-Express“: Hier wird ein Teil der Verbindungen bis und von Lenk angeboten wird.
- „Panoramic-Express“: Das ganze Jahr, d.h. an 365 Tagen, je einmal pro Richtung.
- „Regional Panoramic-Express“: Das ganze Jahr, d.h. an 365 Tagen, je zweimal pro Richtung.

Für alle Verbindungen mit Ausnahme des Regional Panoramic-Express ist eine Platzreservierung in Höhe von Fr. 6.-/ Person obligatorisch.

Das gesamte jährliche Panoramic-Angebot auf der Relation Montreux - Zweisimmen - Montreux (Kapazität) setzt sich zusammen aus:

- „Crystal Panoramic-Express“ mit 132'800 Plätzen (alle in 1. Klasse)
- „Golden Panoramic-Express“ mit 113'880 Plätzen (davon 52'560 in 1. Klasse)
- „Panoramic-Express“ mit 166'440 Plätzen (davon 46'720 in 1. Klasse)
- „Regional Panoramic-Express“ mit 332'880 Plätzen (davon 105'120 in 1. Klasse)

und beträgt damit 746'000 Plätze total (337'200 in 1. Klasse und 408'800 in 2. Klasse). Wird die Distanz von 62.43 km zwischen Montreux und Zweisimmen mit in die Betrachtung einbezogen, besteht heute ein Angebot von total 46'572'780 Platzkilometern mit Panoramic-Angebot (1. Klasse: 21'051'396 Pkm; 2. Klasse: 25'521'384 Pkm).

1.1.5 Marketing und Distribution

Die MOB vertreibt ihr Angebot heute hauptsächlich über die **SBB** und ihr **Reservationssystem** sowie über die mit ihr affilierten internationalen Bahn-Partner. Ein reichhaltiges Prospektangebot gibt einen guten Überblick über die verschiedenen Varianten einer Reise mit der MOB, obwohl bisweilen die Zahl der Markennamen (verschiedene Typen von Panoramic-Zügen) Verwirrung stiften kann.

Ein weiterer Marketing- und Distributionskanal besteht über die mehrfache Angebotsplatzierung innerhalb der Programme „Train et Hôtel“ sowie „Trains alpins“ von **railtour suisse**. Die MOB spricht hier v.a. das Schweizer Publikum an, gleichermassen wie mit dem an den Bahnhöfen erhältlichen Prospektmaterial sowie mit Messeauftritten an den Ferienmessen in Bern, Basel und Zürich.

Die Schweiz als Markt kann daher als gut abgedeckt gelten.

Der Grad der **Internationalität der Marketing- und Vertriebskanäle** ist dagegen eher bescheiden. Hier wird v.a. auf Beziehungen zu Reiseagenturen und Reisebusunternehmen abgestützt sowie an internationalen Fachausstellungen wie an derjenigen in Basel, Köln, Paris und Mailand teilgenommen.

Im Zuge der geplanten Streckenerweiterung nach Luzern muss die Frage, wie und wo das zukünftige Marketing und die Distribution gestaltet werden, neu gestellt und Lösungen evaluiert werden. Gerade der Link zu Luzern eröffnet beträchtliche internationale Perspektiven, welche bis anhin - nicht zuletzt aufgrund des gegenwärtigen Angebotes - vernachlässigt werden konnten.

1.1.6 Zukünftige Ausrichtung: Montreux - Luzern direkt

Im Zuge der weiteren **Angebotsentwicklung** und letztlich auch aufgrund des vergangenen Erfolges wurde erneut die alte Idee einer direkten Verbindung zwischen Montreux und Luzern ins Auge gefasst. Das Verkehrsangebot der MOB hat ein wesentliches Handicap: Es originiert zwar in Montreux, einem in jeder Beziehung bekannten und gutgelegenen Ort (vgl. auch Kap. 4 im allgemeinen sowie Kap. 4.1 im speziellen). Zweisimmen als Endpunkt ist zwar ein schmucker Ferienort, hat jedoch mit dem eher mondänen Montreux wenig gemeinsam. Der Reiestrom bewegt sich denn auch in eine andere Richtung: Praktisch alle Gäste kommen entweder von Spiez oder setzten ihre Reise dorthin fort.

Als wesentliches **Erfolgshindernis** der MOB hat sich deshalb immer der zwangsweise Unterbruch des Zuglaufes in Zweisimmen ergeben (vgl. auch Fahrplanbeispiel in Abbildung 1-2). Mit Anschlussverbindungen der Simmentalbahn und einer Verflechtung der Perronanlagen, welches ein problemloses Umsteigen ermöglichen, wurde versucht, diesen Nachteil abzuschwächen. All diese Massnahmen müssen jedoch als second-best-Lösung bezeichnet werden.

Die Idee, dieses Handicap zu beseitigen und eine first-best-Lösung herbeizuführen, indem die vier Zentren Montreux, Gstaad, Interlaken und Luzern miteinander verknüpft werden, ist bestechend, jedoch auch sehr neu. Das letzte mal, als diese Option ernsthaft geprüft wurde, war 1987, sie geht jedoch ursprünglich auf die dreissiger Jahre zurück. Das Golden-Pass-Projekt sieht eine dritte Schiene innerhalb der 58 km langen Normalspurstrecke Zweisimmen - Spiez - Interlaken Ost vor und verbindet alle Tourismuszentren zwischen Montreux und Luzern. Durch Einlegen dieser dritten Schiene in die Geleise der SEZ und der BLS über Spiez bis Interlaken Ost wird das Streckennetz mit der Spurweite 1m der MOB insofern ausgedehnt, als dort der Anschluss an die ebenfalls schmalspurige Brünigbahn der SBB, die Berner Oberland Bahn (BOB) die Meiringen - Innertkirchen - Bahn (MIB) und die Luzern - Stans - Engelbergbahn (LSE) hergestellt werden kann. Zusammen mit den bereits an die MOB anschliessenden Freiburger Bahnen (GFM), der Touristikbahn Blonay - Chamby (BC) und der Viviser Bahnen (CEV) würde somit ein stattliches Schmalspurnetz von über 300 km, wovon 58 km als Dreischienenabschnitt, entstehen. Die vielfältigen Zugläufe (aber auch Gütertransporte), v.a. für Extrafahrten, sind kaum absehbar.

Die **Gesamtkosten** dieses Vorhabens belaufen sich - wie bereits 1987 - auf CHF 55 Mio. Der unveränderte Betrag rührt u.a. daher, dass im Vergleich zu 1987 nicht mehr das Haupt- und die jeweiligen Ausweichgleise mit dieser dritten Schiene ausgerüstet werden, sondern nur noch das Hauptgleis. Dies hat nicht zuletzt Einsparungen bei den Infrastrukturkosten zur Sicherung der Strecke zur Folge. Weiter sind diese geringen Investitionen zur Schaffung der infrastrukturellen Voraussetzungen einer Direktverbindung Montreux - Luzern möglich, weil die Brünigbahn die gleiche Fahrleitungsspannung wie die Normalspurbahnen aufweist. Weiter kann festgehalten werden, dass die 4 vor zwei Jahren beschafften Lokomotiven des Typs Ge4/4 zwar mit Gleichstrom operieren; sie lassen sich jedoch mit geringem Aufwand für Zweistrom umrüsten. Mit diesem Zugsmaterial ist eine der wichtigsten Voraussetzungen,

zukünftig die Strecke Montreux - Meiringen (Lokwechsel zur Brünigbahn mit Zahnstange) direkt zu bedienen, bereits heute erfüllt.

Wie das gegenwärtige und zukünftige Verkehrsangebot zu beurteilen ist, wird im folgenden Abschnitt dargelegt.

1.1.7 Montreux - Interlaken - Luzern heute und morgen (Verkehrsangebot)

In der Folge wird zunächst eine „touristisch unabhängige“ Analyse vorgenommen und die Relation Montreux - Interlaken - Luzern als reguläres öffentliches Verkehrsangebot betrachtet. Dies geschieht hauptsächlich im Hinblick auf eine Beurteilung mittels des einzigen wirklich harten Faktors im Verkehr: der Reisezeit.

Von Seiten der MOB bestehen heute folgende Vorstellungen bzgl. eines Betriebs Montreux - Luzern: Täglich je viermal, etwa um 09:00, 10:00, 14:00 und 16:00 sind Abfahrten ab Montreux und Luzern vorgesehen; es wird nach eigenen Berechnungen (ITV-HSG) mit einer Fahrzeit von ca. 4h48' gerechnet, das sind etwa 30 Minuten Nettofahrzeit weniger als heute. Gegenüber heute werden folgende Punkte verbessert:

- kürzere Fahrzeit
- kein Umsteigen, kein Warten
- Verlängerung der Reisstrecke bis Luzern

Abbildung 1-1 zeigt eine Auswahl der heute schnellsten Verbindungen zwischen Montreux, Interlaken und Luzern, wobei nach verschiedenen möglichen Reiserouten unterschieden wird. Die Zeiten variieren dabei relativ stark (vgl. auch Abbildung 1-3 und Abbildung 1-4).

Abbildung 1-1: Reisezeitvergleiche der schnellsten Verbindungen

Strecke	Dauer	Anzahl Verbindungen	via (umsteigen)
Montreux - Interlaken	2h58' - 3h02'	6	Zweisimmen - Spiez
Montreux - Interlaken	2h32' - 2h48'	8	Lausanne - Bern
Interlaken - Luzern	1h56' - 2h02'	14	direkt
Montreux - Luzern	2h59' - 3h09'	12	Lausanne - Bern/ Olten
Montreux - Luzern	5h15' - 05h29'	4	Zweisimmen - Spiez - Interlaken

Quelle: HACON (1996/97)

MONTREUX - INTERLAKEN

Auf der Strecke Montreux-Interlaken dauert die kürzeste Verbindung, welche von der SBB angeboten wird, 2h32' und bedarf zweier Umsteigevorgänge (Lausanne und Bern). Die

schnellste Verbindung mit der MOB und der SBB über Zweisimmen und Spiez dauert heute 2h58' und ist damit 17% länger. Weiter muss auch hier zweimal umgestiegen werden, was den Angebotsnachteil nochmals verschärft.

Abbildung 1-2: Auswahl von Zügen auf der Strecke Montreux - Interlaken

Fahrzeit:		2h58'	3h27'	3h19'	2h58'	2h58'	2h58'	3h02'
Montreux	ab:	08:21	10:00	11:00	12:21	14:21	16:21	18:21
Zweisimmen	an:	10:10	11:45	12:55	14:10	16:10	18:10	20:10
	ab:	10:21	12:05	13:05	14:21	16:21	18:21	20:21
Spiez	an:	10:57		13:51	14:57	16:57	18:57	20:57
	ab:	10:59		13:59	14:59	16:59	18:59	21:01
Interlaken	an:	11:19	13:27	14:19	15:19	17:19	19:19	21:23

Quelle: HaCon (1996)

Abbildung 1-3: Hypothetisch: Direktverbindung

Strecke	Dauer	Anzahl Verbindungen	via
Montreux - Interlaken	2h50'	4	direkt
Interlaken - Luzern	1h56'	14	direkt
Montreux - Luzern	4h48'	4	direkt

Im Falle einer neuen Direktverbindung Montreux - Interlaken, verringert sich die Reisezeit um etwa 5% auf ca. 2h50'. Der neue „Zeitnachteil“ beträgt dann lediglich noch 9%, wobei nicht mehr umgestiegen werden muss. Aus Sicht des Kunden besteht im Fall einer echten Alternative (also zu Zeiten, wo eines Tages eine Direktverbindung angeboten wird) die Wahl, sich einen Zeitvorteil von 9% mit zweimaligem (unbequemen) Umsteigen zu erkaufen bzw. erkaufen zu müssen.

Aus Sicht der Verbindung Montreux - Interlaken kann in bezug auf die im „normalen“ öffentlichen Verkehr so wichtigen Zeitbetrachtung eine durchwegs positive Bilanz gezogen werden. Nicht ganz so optimal verhält es sich bei der Betrachtung der gesamten Strecke von Montreux nach Luzern.

MONTREUX - LUZERN

Auf der gesamten Strecke Montreux - Luzern dauert die Verbindung mit der SBB über Lausanne - Bern/ Olten zwischen 2h59' und 3h09'. Dagegen ist die Reisezeit mit MOB und Brünigbahn mit 5h15' bis 05h29' ein vielfaches höher (+75%).

Selbst im Fall einer Direktverbindung steht dem bestehenden SBB-Angebot ein neues von deutlich längerer Reisedauer (4h50') gegenüber. Der Zeitnachteil beträgt über 60% und ist wohl mit dem Vorteil des Nicht-umsteigen-Müssens kaum zu kompensieren.

Abbildung 1-4: Best Case Vergleich

Montreux - Luzern	Direkt-verbindung	SBB	Resultat/ Befund
Zeitvergleich	4h48'	2h59'	MOB 60% mehr Zeit als SBB
Umsteigevorgänge	keine	2	SBB 200% mehr umsteigen als MOB
Montreux - Interlaken	Direkt-verbindung	SBB	Resultat/ Befund
Zeitvergleich	2h50'	2h32'	MOB 11% mehr Zeit als SBB
Umsteigevorgänge	keine	2	SBB 200% mehr umsteigen als MOB

Aus diesem Grund müssen zu Recht v.a. die touristischen Vorteile einer solchen Möglichkeit überdurchschnittlich gewichtet werden, weshalb in der Evaluation der Umwelt und des Marktes deshalb v.a. auch diese Potentiale berücksichtigt werden. Dennoch: Wie sich später zeigt, gibt eine allein touristische Sichtweise nur ein Teil des gesamten Auswirkungs- und Potentialitätenspektrums einer solchen neuen Direktverbindung wieder.

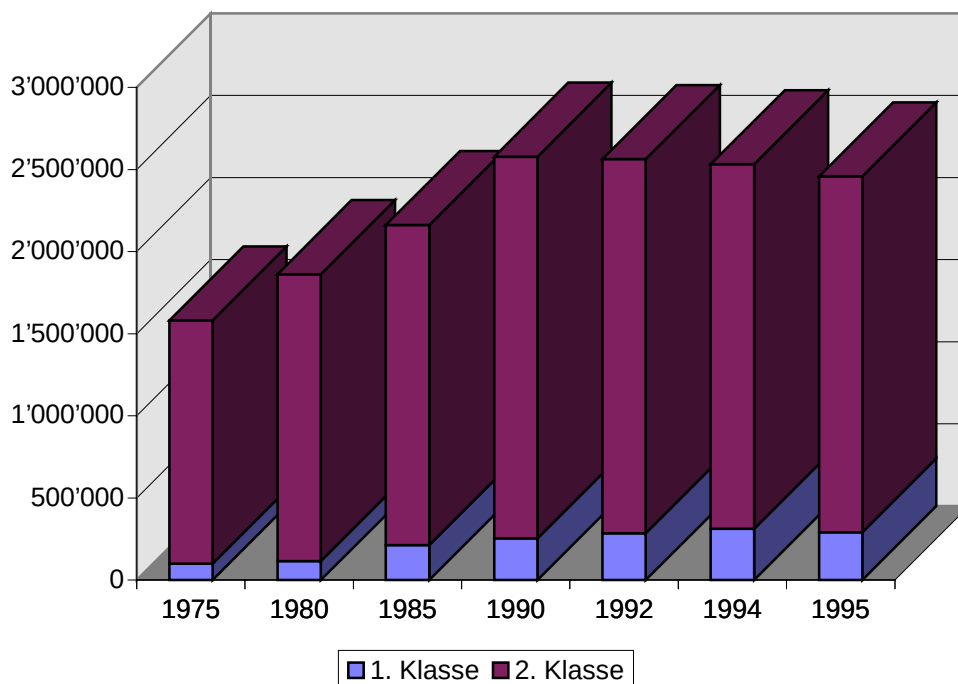
1.2 Gegenwärtige Nachfrage und Nachfragestruktur auf der Strecke Montreux - Zweisimmen

Die nachfolgenden Ausführungen beleuchten die Nachfrage und Nachfragestruktur bei der MOB, wobei die Zahlen nur einen Eindruck vermitteln können und nicht als statistisches Fundament weitergehender Analysen. Dies hängt insbesondere damit zusammen, dass die Werte zum Teil geschätzt oder mit solchen aus einem Quervergleich mit anderen Quellen evaluiert werden mussten. Was an dieser Stelle für die MOB gilt, hat auch Gültigkeit bei der Nachfrageevaluation konkurrierender Angebote, wie sie weiter hinten beschrieben werden.

1.2.1 Fahrgäste

Basis zur Fahrgästeevaluation der Direktverbindung Montreux - Zweisimmen bilden die Fahrgäste der MOB in ihrem Total (vgl. Abbildung 1-5). Die Spitze bzgl. der Zahl der Fahrgäste wurde 1990 erreicht, wogegen diejenige in bezug auf die Personenkilometer mit 59'474'770 Pkm im Jahre 1994 verzeichnet werden konnte. Durchschnittlich legte heute jeder Fahrgast der MOB eine Distanz von 23.53 km zurück (1990: 21.75 km), was einem vergleichsweise geringen Wert entspricht (Die durchschnittlich zurückgelegte Bahndistanz in unserem Land beträgt ca. 55 km)¹.

Abbildung 1-5: Fahrgäste MOB total



¹ MOB (1996); LAESSER (1996), 114

Abbildung 1-7 gibt nun das Resultat einer Schätzung der Fahrgastzahlen der direkten Relation Montreux - Zweisimmen bzw. umgekehrt wieder. Die Schätzung entsteht unter folgenden statischen Annahmen und Berechnungen (eine Dynamisierung ist aufgrund Datenmangels nur sehr schwer möglich und im bestehenden Kontext auch wenig sinnvoll):

Abbildung 1-6: Fahrgaststruktur MOB (1995)

Fahrgasttyp	total Reisende 1. Klasse	total Reisende 2. Klasse	Ø Wegstrecke 1. Klasse (Index)	Ø Wegstrecke 2. Klasse (Index)
Individualreisende (Vollpreis)	85'926 (29.5%)	1'045'339 (48.2%)	36.2 km (75)	16.0 km (63)
Gruppenreisende	35'393 (12.2%)	150'139 (6.9%)	68.5 km (142)	36.7 km (144)
Reisende mit Abonnements	169'718 (58.3%)	971'790 (44.9%)	39.6 km (82)	23.9 km (94)
Total/ ungew. Durchschnitt	291'037 (100%)	2'167'268 (100%)	48.1 km (100)	25.5 km (100)

Quelle: MOB (1996), 16; eigene Berechnungen

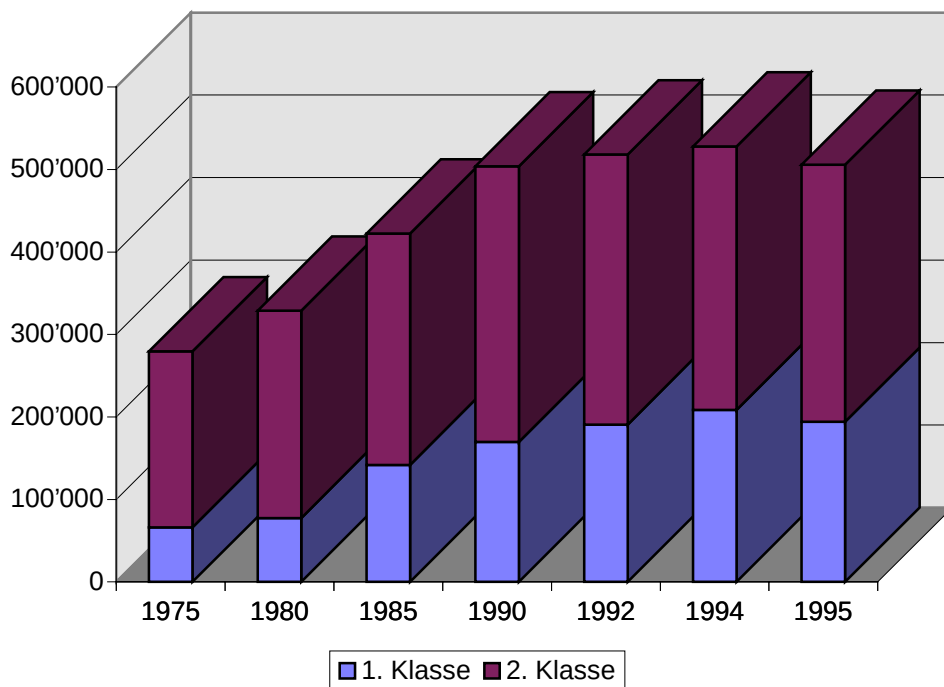
- Über die gesamte **1. Klasse** hinweg betrachtet beträgt die durchschnittlich zurückgelegte **Distanz** 42.1 km, wobei beachtlich ist, dass die durchschnittliche (gewichtete) Wegstrecke der Gruppenreisenden in der 1. Klasse (68.5 km) ziemlich genau der Strecke Montreux - Zweisimmen entspricht (62.43 km). Um einen 1. Klasse-Platz von Montreux nach Zweisimmen zu besetzen, benötigt es deshalb ca. 1.5 Fahrgäste. Weiter wird davon ausgegangen, dass eine Mehrheit der 1.-Klass-Passagiere Fahrgäste der Panoramic-Züge sind.
- Weit problematischer ist die Schätzung der Passagiere, welche eine direkte Verbindung Montreux - Zweisimmen in der **2. Klasse** beanspruchen. Eine analoge Betrachtung wie für die 2. Klasse ergäbe einen entsprechenden Wert von 2.98. Vernachlässigt wird dabei jedoch die Tatsache, dass die MOB neben den Panoramic-Zügen auch noch reguläre Regionalzüge anbietet, weshalb ein Verhältnis zwischen Regional- und Schnellzügen (inkl. Panoramic-Züge) von ca. 4:3 entsteht. Unter Annahme, dass die Verteilung der Fahrgäste in der 2. Klasse dem Verhältnis des Zugangebotes entspricht, wird davon ausgegangen, dass $\frac{4}{7}$ der Fahrgäste der 2. Klasse Regionalzüge und $\frac{3}{7}$ Schnellzüge inkl. Panoramic-Züge benützen.² Dieses statische Verhältnis fließt in eine zeitlich dynamische Betrachtung über die Jahre 1975-1995 ein, wobei nochmals festgehalten sei, dass es sich dabei mehr um eine Illustration als um Statistik per se handelt!

Unter diesen Voraussetzungen ergibt sich eine Fahrgastzahl und -kombination wie in Abbildung 1-7 dargestellt. Über die Jahre hinweg schwankte die Zahl der Reisenden zwischen knapp 280'000 (1975, vor Aufnahme der Panoramic-Verbindungen) und 505'000 (1995). Den Höchstwert erreichte sie 1994 mit etwa 530'000. Insbesondere zu Beginn der Verkehrsaufnahme der Panoramic-Züge (v.a. zwischen 1980 und 85) konnte festgestellt werden, dass die absolute Verkehrszunahme beinahe der Frequenz der Panoramic-Züge

² Darauf deutet u.a. auch der im Vergleich zur 1. Klasse hohe Anteil der Individualreisenden hin.

entsprach. Dieser Zusammenhang ist heute nicht mehr feststellbar, d.h. aus heutiger Sicht können mit einer Verdichtung des Taktes kaum mehr Passagiere gewonnen werden.

Abbildung 1-7: Fahrgäste auf der Strecke Montreux - Zweisimmen (beide Richtungen)



1.2.2 Struktur der Fahrgäste

Wir verweisen nochmals auf Abbildung 1-6.

Ca. 13.5% der Fahrgäste der MOB reisen in **1. Klasse**, wobei lediglich eine Minderheit von knapp 30% als vollzahlende Individualreisende gelten können. Etwas mehr als 12% der 1.-Klass-Passagiere reisen in Gruppen, ca. 58% besitzen ein Abonnement in welcher Form auch immer, welches sie für die Ermässigung ihrer Reisekosten verwenden.

In der **2. Klasse** beträgt der Vollzahleranteil knapp 50%, nur etwa 7% reisen als Gruppe mit der MOB und knapp 45% verwenden ein Abonnement.

Der **Gruppenanteil** der Fahrgäste beträgt 1995 gesamthaft etwa 8.5% und ist damit, vergleicht man die Situation heute mit derjenigen vor 10 Jahren, unverändert gering.³ Festzuhalten bleibt jedoch, dass Gruppen, auch wenn ihre Bedeutung für die MOB nur von zweit-rangiger Natur ist, eher in der 1. Klasse reisen. Wird davon ausgegangen, dass einem

³ vgl. unseren Bericht von 1987

Grossteil der Gruppenreisen bei der MOB eine touristische Motivation zu Grunde liegt, kann angenommen werden, dass der Fahrgast im touristischen Verkehr bereit ist, für besonderen Komfort zu bezahlen. Dies gilt in besonderem Masse, wenn wie bei der MOB (im Gegensatz etwa zum Glacier Express) eine Vielzahl von Möglichkeiten besteht, dem Vollpreis auszuweichen.

1.3 Fazit: Stärken und Schwächen MOB

Aus den vorigen Ausführungen sind folgende Stärken und Schwächen erkennbar:

STÄRKEN:

- Der „Panoramic Express“, „Golden Panoramic Express“ und „Crystal Panoramic Express“ liegen als Angebote für komfortable Vergnügungs-Bahnreisen im touristischen Trend, obwohl eine Abflachung des Wachstums eintritt.
- Die verschiedenen Züge sind für jedermann zugänglich; die obligatorische Platzreservation stellt den Sitzplatz sicher. Wer diese umgehen will, kann auf den „Regional Panoramic-Express“ ausweichen.
- Eine klare Qualitätsdifferenzierung ermöglicht das Ansprechen unterschiedlicher Gästeschichten: mit dem „Crystal Panoramic-Express“ (4 Züge pro Tag mit nur 1. Klasse) wird mit Bestimmtheit die Nachfrage einer eher kaufkräftigeren Gästeschicht abgedeckt. Der „Golden Panoramic-Express“ (2 Züge pro Tag mit 1. und 2. Klasse) sowie der „Panoramic-Express“ (2 Züge pro Tag mit erster und zweiter Klasse, jedoch ohne Salon) dürfte die Mehrheit aller Gäste ansprechen, wogegen der „Regional Panoramic-Express“ (3 Züge pro Tag) denjenigen eine Reise mit der MOB offenlässt, welche die obligatorische Platzreservation umgehen und damit etwas preisgünstiger reisen wollen.
- Durch die volle Einbindung der MOB in den schweizerischen Bahntarifverbund sind Billette überall erhältlich und sämtliche Sonderangebote wie Halbtaxabonnemente, Tageskarten, Generalabonnemente usw. sind gültig. Dadurch dürfte sich die Hemmschwelle für Einzelreisende für eine Reise mit einem der Panoramic-Züge mit der MOB besonders gering sein.
- Die Einbindung in das Reservationssystem der SBB ermöglicht eine gesamteuropäische Distribution über alle mit den SBB affilierten Bahnunternehmungen. Die Einbindung des MOB-Angebotes bei railtour suisse öffnet noch weitere Distributionskanäle.
- Das tägliche Verkehren der Züge eröffnet das Angebot auch denjenigen, welche sich spontan zu einer Reise erschliessen.
- Trotz einer deutlichen Sommersaison-Spitze sind die Frequenzen recht gut über das Jahr verteilt. Es muss somit nicht für wenige Monate im Jahr eine grosse Kapazitätsreserve vorgehalten werden. Die geringe Auslastung in den Monaten April, November und Dezember kann für den technischen Unterhalt des benötigten Rollmaterials genutzt werden.
- Dank den selbstkreierten Wagentypen liegt nicht nur landschaftlich, sondern auch technisch ein exklusives Angebot vor.
- Der Bahntourismus im allgemeinen darf sich, zumindest in der Schweiz, als sehr umweltfreundlich bezeichnen: Die vorhandenen Infrastrukturen können besser ausgelastet werden, es entsteht somit kein Landbedarf für neue touristische Suprastruktur, der

Energieverbrauch ist eher gering und es gibt keine Abgase und nur geringe Lärmemissionen.

- Die 4 vor zwei Jahren beschafften Lokomotiven des Typs Ge4/4 operieren zwar mit Gleichstrom, lassen sich jedoch mit geringem Aufwand für Zweistrom umrüsten. Mit diesem Zugsmaterial ist eine der wichtigsten Voraussetzungen, zukünftig die Strecke Montreux - Meiringen (Lokwechsel zur Brünigbahn mit Zahnstange) direkt zu bedienen, bereits heute erfüllt.

SCHWÄCHEN:

- Die Strecke Montreux - Zweisimmen ist relativ kurz, sodass für Gäste aus der übrigen Schweiz die An- und Wegreise länger dauert als die eigentliche Fahrt.
- Zweisimmen ist touristisch kaum von Bedeutung; der Reisende möchte hier weder ein- noch aussteigen, er muss aber umsteigen.
- Die gute Auslastung durch Einzelreisende hat dazu geführt, dass der Gruppentourismus nicht gefördert werden musste bzw. konnte.
- Die Gültigkeit von schweizerischen Abonnements verzögert die Erzielung höherer Erträge, da die Verteilschlüssel nur sporadisch angepasst werden.

VERMINDERUNG DER SCHWÄCHEN:

- Mit der geplanten Erweiterung des Angebotes (Golden Pass) wird die erste Schwäche insofern eliminiert, als sich das Verhältnis zu Gunsten der MOB verändert.
- Weiter wird der Umsteigevorgang in Zweisimmen aufgehoben, was ebenfalls zu einer Attraktionssteigerung führt.
- Weiter eröffnet die Verlängerung nach Luzern ein erhebliches Gruppenreisepotential, stellt jedoch auch neue Anforderungen an das zukünftige Marketing, welches sich in Zusammenarbeit mit Partnern sinnvollerweise vermehrt auch international betätigt.
- Einzig der Verteilschlüssel verändert sich nicht und damit die Erzielung höherer Erträge, wobei das zukünftige finanzielle Potential möglicher Gruppenreisen nicht unterschätzt werden sollte.

2 MARKT/ UMWELT

Den Einstieg in die Evaluation der Markt- und Umweltbedingungen macht eine Analyse der Rahmenbedingungen wirtschaftlicher, ökologischer, politischer und soziodemographischer Art (Kap. 2.1). Daraufhin werden die Bedingungen für Bahnreisen quantitativer und qualitativer Art untersucht (Kap. 2.2).

2.1 Rahmenbedingungen

In der Folge geben wir in verschiedenen Tabellen einen Überblick über die wichtigsten ökonomisch-ökologischen, politischen und sozio-demographischen Bestimmungsfaktoren des Tourismus im allgemeinen und Bahnreisen im speziellen. Wir stützen uns dabei auf eine umfangreiche Dokumenten- und Literaturanalyse, wobei nicht zuletzt auf Ergebnisse ähnlicher Untersuchungen unsererseits zurückgegriffen wird.

Es wird in der Folge unterschieden nach den Bestimmungsfaktoren (Grösse), ihren Wachstumsimpulsen, eines Kommentars sowie last but not least die daraus zu erwartenden bzw. aktiv ziehenden Konsequenzen.

Zu den Wachstumsimpulsen:

- ++: Klare Wachstumsimpulse zu erwarten
- +: mässige Wachstumsimpulse zu erwarten
- =: kaum Wachstumsimpulse zu erwarten
- : mässig negative Auswirkungen zu erwarten
- : deutlich negative Auswirkungen zu erwarten

Unterschieden wird nach Schweiz/ Europa/ Übersee.

2.1.1 Ökonomische und ökologische Bestimmungsfaktoren

Grösse:	Einkommen/ Arbeitsmarkt
Wachstumsimpulse:	Einkommen: $\neq$ / $\neq$ / $+$ Arbeitsmarkt: $\neq$ / $\neq$ / $+$
Kommentar:	• Verfügbares Einkommen: nominal: Stagnation bis sehr geringe Zunahme; real: Stagnation bis Abnahme (worst case) • Arbeitslosenquote: Stagnation; eine eigentliche Voraussage ist sehr problematisch
Konsequenzen:	• Zusammen mit einer relativ hohen Arbeitslosigkeit wirkt sich die zu erwartende Einkommensentwicklung negativ auf die Nachfrage nach <i>längeren</i> Urlaubsreisen aus. ⇒ Positive Auswirkungen auf die Nachfrage der Inländer nach Tagesreisen nur dann, wenn diese vermehrt eine Substitutionsfunktion für die fehlende Urlaubsreise übernehmen. ⇒ Absolut betrachtet wirkt sich eine negative oder stagnierende Einkommensentwicklung auch negativ auf die Nachfrage der Inländer nach Tagesausflügen aus. Relativ gewinnen die Tagesausflüge jedoch an Bedeutung. ⇒ Die unsichere wirtschaftliche Situation auch in Europa und den Überseemärkten wirkt sich eher negativ auf die Erwartungen der Bevölkerung aus, was auch eher negative Folgen für Reisen in die Schweiz hat. • Hohe Arbeitslosenquote • Entwicklung hin zur Zwei-Klassen-Gesellschaft: Nicht-Erwerbstätige können sich Urlaub nur selten leisten, Erwerbstätige dafür mehrmals pro Jahr

Quelle: SGZZ (1995), WTO

Grösse:	Wirtschaft(sentwicklung/ BIP)
Wachstumsimpulse:	=/+ / +
Kommentar:	• gegenwärtig sehr unsichere Situation: sowohl in der Schweiz als auch in Europa Null bis nur moderates Wachstum. Lediglich in den Überseemärkten höhere Wachstumsraten (exkl. Japan) • Unter Berücksichtigung einer Potentialbetrachtung grundsätzlich eher positive Entwicklung zu erwarten
Konsequenzen:	• Stagnierende Wachstumsraten des BIP beeinflussen weniger die Frage, ob gereist wird, als vielmehr wie und wohin die Reise führt (v.a. im Westen gilt das Reisen als eine widerstandsfähige Wachstumsindustrie) • Die wirtschaftliche Rezession schlägt nicht unmittelbar auf den Markt durch. Die Substitution von Freizeitaktivitäten steht vor dem Verzicht. ⇒ Somit ist längerfristig ein grosses Potential vorhanden an inländischen Gästen, die einen Tagesausflug unternehmen anstatt einen längeren Urlaub zu buchen. ⇒ Bei den ausländischen Gästen kann nicht mehr von erheblichen Wachstumsraten ausgegangen werden, wobei hier nicht nur wirtschaftliche Gründe eine Rolle spielen.

Quellen: Prognos (1989), NBT (1989), SGZZ (1995), KOF, BAK, u.v.m.⁴

4

Einschätzungen der zukünftigen Konjunktorentwicklung sind vorsichtig zu interpretieren: Ein Plus oder Minus vor dem letztverfügbaren Wert der Zuwachsrate des Bruttoinlandprodukts (BIP) wird in kommentierenden Berichten bspw. häufig (voreilig) als Aufschwung oder Rezession interpretiert. Dabei lässt erst der Vergleich mit den Wachstumsmöglichkeiten einer Volkswirtschaft (Potentialwachstum) eine Aussage darüber zu, ob es sich bei einer erwarteten positiven Zuwachsrate des BIP effektiv um eine Verbesserung der wirtschaftlichen Situation handelt oder ob nur eine unterproportionale Verschlechterung in der Ausschöpfung der Wachstumskapazitäten eines Landes zu erwarten sind. Eine von den längerfristigen Rahmenbedingungen abstrahierende Konjunkturprognose kann also die Wirtschaftssituation eines Landes nur unzureichend beschreiben. (SGZZ (1995))

Grösse:	Ökologische Kompetenz/ Ökologiebewusstsein
Wachstumsimpulse:	=/=
Kommentar:	• Einsparung Energie • Schonung Ressourcen • Abfallvermeidung • Trend "Zurück zur Natur": Suche nach intakter Landschaft als primäres touristisches Motiv
Konsequenzen:	• Sauberer Tourismus (umwelt- und sozialverträglich): Grosse Chance bei der Bewahrung einer intakten Umwelt • Es wird nur das produziert, was der Gast nachfragt und auch bezahlt • Gelebte und nicht nur artikulierte Öko-Kompetenz hat immer auch materielle Einschränkungen und Bescheidenheit zur Folge, was kaum jemand auf sich nehmen will • Gewisse bis anhin touristisch unberührte Gebiete werden zunehmend interessant. Doch zuviel Tourismus in solchen Gegenden hebt den ursprünglichen Vorteil auf, weshalb die Technik zunehmend diskret versteckt werden muss (Anlagendesign) • Wunsch nach Freiheit und Mobilität bei gleichzeitig guter Erreichbarkeit der Zielorte befriedigen

Quellen: DOEBELI (1992), MÜLLER (1986), OPASCHOWSKI (1991), SMERAL (1994), TOMAS (1989)

2.1.2 Politische Bestimmungsfaktoren

Grösse:	Wirtschaftspolitik
Wachstumsimpulse:	+ / + / +
Kommentar:	• liberalisiert/ dereguliert • Abbau v. Subventionen bzw. Abbau d. steuerlichen Belastung führt zu einem eher schlankeren Staat
Konsequenzen:	• Neue Dynamik durch potentielle Erfolge aufgrund von Eigeninitiative und Kreativität • anpassungsfähige Unternehmungen und Institutionen werden gestärkt, da diesen mehr Freiheit gegeben wird • gute Produkte bei guten Preisen können sich vermehrt behaupten • Die Erschliessung der Randgebiete mit öffentlicher Infrastruktur ist nicht mehr zwingend gesichert. • Höhere Infrastrukturkosten für Randgebiete und deshalb nicht mehr immer verfügbar

Quellen: eigene Einschätzung aufgrund von Presseberichten

Grösse:	Verkehrspolitik/ Mobilitätspolitik
Wachstumsimpulse:	+ / + / =
Kommentar:	• langfristig vermehrt marktwirtschaftlich orientierte Umweltpolitik • Kostenwahrheit (i.e. Verteuerung der Mobilität) • Unternehmungsreform SBB/ Regionalisierung OeV/ Bahn 2000/ NEAT; • liberalisierter Luftverkehr
Konsequenzen:	• Internationale, nationale und regionale Erreichbarkeit touristischer Regionen wird z.T. noch zusätzlich erleichtert, wobei die MOB mit ihrem Angebot idealerweise partizipiert • OeV-Träger werden noch zunehmend aktiv mit Angeboten/ Aktionen auf dem Markt auftreten können, wobei die Konkurrierung einfacher fällt

Quellen: *Chronik des Jahrbuches der Schweizerischen Verkehrswirtschaft (div. Jahrgänge), BÖHME/ SICHELSCMIDT (1993), LAESSER (1996), FREY (1996),*

2.1.3 Soziodemographische Bestimmungsfaktoren

Grösse:	Bevölkerungsentwicklung und -struktur
Wachstumsimpulse:	+ / + / +
Kommentar:	• konstante bis nur leicht steigende Bevölkerungszahlen in den Herkunftsmärkten. Zunahmen können meistens mit Migrationsercheinungen (Zuwanderung) begründet werden • Bevölkerungsverteilung nimmt seit einigen Jahren Urnenform an, d.h. zunehmender Geburtenrückgang bei gleichzeitiger Überalterung • Fortschreitende Bevölkerungskonzentration in Dienstleistungszentren
Konsequenzen:	• <i>maximal</i> mögliches Nachfragepotential bleibt über die Jahre mehr oder weniger unverändert • Inländer: Bevölkerungsanteil mit hoher Ausflugsintensität nimmt eher ab (jüngere), wogegen derjenige (ältere) mit einer relativ niedrigen Ausflugsintensität eher zunimmt • Ausländer: Ähnliche Erscheinungen wie in der Schweiz, wobei bevölkerungsstrukturspezifische Merkmale kaum einen Einfluss auf die Wahl des Reiseziels (i.e. Schweiz) haben

Quellen: *KASPAR/ KISSLING/ SCHMIDHAUSER/ ZINDEL (1991), SMERAL (1994), div. statistische Quellen*

Grösse:	Struktur und Entwicklung der Privathaushalte
Wachstumsimpulse:	=/+/+
Kommentar:	• v.a. Schweiz und europäische Herkunftsmärkte: Zunahme der Ein- und Zweipersonenhaushalte • Haushalte mit 5 u.m. Personen sind selten
Konsequenzen:	• Schweiz: Mehrpersonenhaushalte weisen die höchste Ausflugsintensität und -häufigkeit auf. Jedoch: ⇒ Familien mit Kindern werden eher seltener ⇒ Das Freizeitumfeld 'Familie' erfährt einen Bedeutungsverlust • Europa und Übersee: Kleinhaushalte weisen relativ höhere Reiseintensität auf • der Nachteil aus Inländersicht ist bzgl. der ausländischen Märkte ein Vorteil; in bezug auf die Zahl der Gäste aus dem Ausland erbringt die Veränderung der Haushaltsstruktur klar positive Wachstumsimpulse

Quellen: KASPAR (1988), KASPAR/ KISSLING/ SCHMIDHAUSER/ ZINDEL (1991), SMERAL (1994), div. statistische Quellen,

Grösse:	Bildungs- und Ausbildungsstand(ard)
Wachstumsimpulse:	=/=
Kommentar:	• In allen Herkunftsmärkten kann von einem zunehmend höheren Bildungs- und Ausbildungsstand ausgegangen werden. Dieser fördert grundsätzlich das Interesse für Neues und damit die Bereitschaft, neue Erfahrungen zu machen.
Konsequenzen:	• nur sehr schwierig absehbar: eine verbesserte Bildung fördert die Einsicht in Gesamtzusammenhänge und damit in die Konsequenzen unseres eigenen Tuns (auch in Sachen Tagesausflug und Tourismus). Dies könnte bedeuten, dass wir auch die negativen Auswirkungen unser eigenes Reiseverhaltens zunehmend hinterfragen. • Die Auswirkungen einer solchen Hinterfragung sind aus heutiger Sicht noch nicht absehbar. • Umweltschützerische Gedanken könnten bspw. wieder an Gewicht gewinnen und ökologisch relativ unbedenklichen Ausflugsmöglichkeiten und Tourismusformen. Trend: „Zurück zur Natur, aber nicht zu Fuss...“

Quellen: KASPAR/ KISSLING/ SCHMIDHAUSER/ ZINDEL (1991), SAGER/ VENTURA/ WÄLCHLI (1995), div. statistische Quellen

Grösse:	Mobilität/ Motorisierung
Wachstumsimpulse:	+ / + / +
Kommentar:	• In allen Herkunftsmärkten kann von einer hohen Mobilitätsbereitschaft ausgegangen werden. Der hohe Motorisierungsgrad sowie die Bereitschaft, diese Verkehrsmittel auch intensiv zu benutzen, zeugen davon.
Konsequenzen:	• Im Inland kann grundsätzlich von einer hohen Bereitschaft ausgegangen werden, einen Tagesausflug zu unternehmen. • Mobilität ist noch zunehmend fester Bestandteil eines Ausflugs; Ausflug = Mobilität ⇒ eine 'theoretische Grundmenge' an Fahrgästen ist vorhanden • Die immer noch zunehmende Mobilitätsbereitschaft in den ausländischen Herkunftsmärkten hat im Grundsatz positive Wachstumsimpulse zur Folge. • Umweltschützerische Gedanken beeinflussen die Art und das Ausmass der Mobilität trotz aller Ökologied Gedanken nur minimal

Quellen: LAESSER (1996), MÜLLER/ KRAMER/ KRIPPENDORF (1990), OPASCHOWSKI (1995a)

Grösse:	Arbeit und Freizeit
Wachstumsimpulse:	+ / + / +
Kommentar:	• Trend zu kürzeren Arbeitszeiten sowie Trend zu immer mehr Freizeit • Die Erfüllung obligatorischer Alltagsaufgaben wird immer mehr Zeit in Anspruch nehmen ⇒ subjektive Freizeit steigt nicht in dem Ausmass wie die objektive • Wandel hin zur Freizeit-Arbeitsgesellschaft wird bis ins Jahr 2010 vollzogen sein
Konsequenzen:	• Zunehmende Flexibilisierung der Arbeitszeit während der Woche ermöglicht, einen arbeitsfreien Tag/Nachmittag zu einem Ausflug zu verwenden • dito für verlängerte Wochenenden ⇒ Die Besuchertage beschränken sich somit langfristig nicht mehr nur auf das Wochenende oder die Ferienzeiten ⇒ positive Entwicklung insbesondere für die Verteilung der Fahrgäste

Quellen: KASPAR/ FREY (1993), MÜLLER/ KRAMER/ KRIPPENDORF (1990), OPASCHOWSKI (1995b), OPASCHOWSKI (1994a), OPASCHOWSKI (1992)

2.1.4 Touristische Bestimmungsfaktoren

Die touristischen Bestimmungsfaktoren sind insofern schwierig zu erfassen, als bestehende Untersuchungen zum Teil unterschiedliche wenn nicht sogar widersprüchliche Ergebnisse hervorgebracht haben. Eine Übersicht über die wesentlichsten Trend-Inhalte gibt Abbildung 2-1. Diese werden in der Folge unter den Bestimmungsfaktoren Freizeit/ Tourismus (Verhalten) und Qualitätsansprüche verdichtet.

Abbildung 2-1: Übersicht/ Auswahl touristischer Trends (Autoren)

Autoren	Wichtigste Inhalte
MÜLLER/ KRAMER/ KRIPPENDORF (1993): Reisetrends für die 90er Jahre	• Trend zu Urlaubsreisen in intakter Landschaft • Trend zum Urlaubsverhalten zwischen Entspannungsbedürfnis und Unternehmungslust • Trend zur Individualisierung der Reiseformen • Trend zu anspruchsvollen Reiseangeboten • Trend zum zweiten Zuhause • Trend zu sonnigen Reisezielen • Trend zu kürzeren Reisen • Trend zu mobilerem Reiseverhalten • Trend zu spontaneren Reiseentscheidungen • Trend zur Urlaubsgestaltung mit Clubatmosphäre
KASPAR/ KISSLING/ SCHMIDHAUSER/ ZINDEL (1991): Wachstumssektoren im Schweizer Tourismus für die 90er Jahre	• Kurzreisen, Zwischendurchferien • Kultur- und Bildungsreisen • Seniorentourismus • Kongress-, Konferenz- und Seminartourismus • naturnahes Reisen
ITV/ FIF (1991): Delphi-Umfrage 1991: Entwicklungstendenzen im Schweizer Tourismus bis ins Jahr 2010	• Destinationen: starke Zunahme der Bergferien im Sommer, gefolgt von den Winterferien in "Sonnenländern", nur ganz schwaches Wachstum der Wintersportferien in den Bergen • Position des Ferienlandes Schweiz im Vergleich zur nachbarlichen Konkurrenz im Alpenraum: ganz geringer Marktanteilsgewinn der Schweiz im Sommer, geringer Marktanteilsverlust im Winter • Ausflugs-tourismus: "mittel-starke" Zunahme • Verkehrsmittelwahl: Rückgang für den Personenwagen auf 60% • Touristische Transportanlagen: Sessellifte/ Luftseilbahnen +39; Anlagen, Skilifte -56 Anlagen
SCHRAND (1992): Tourismus 2000	• Trend zu intakter Natur • Trend zu qualitativ hochwertigen Angeboten • Trend zu mehr und sinnvollerer Freizeitgestaltung • Trend zu Kurzreisen • Trend zu veränderten Sozialstrukturen • Trend zu mehr Individualismus • Trend zum Erlebnis mit Spass • Trend zu steigender Mobilität • Trend zu neuem Frauenbild • Trend zur Bevölkerungsstabilisierung und Überalterung • Trend zur Informatisierung

Grösse:	Freizeit/ Tourismus (Verhalten)
Wachstumsimpulse:	+ / + / =
Kommentar:	• Trend zu einer passiven Konsumgesellschaft (Grundhaltung)⁵ • Trend zu kürzeren Reisen • Trend zu flexibleren Reisen • Trend zu spontaneren Entscheidungen • Trend zu differenzierteren Reiseangeboten, wie z.B. Kultur- und Bildungsreisen • Trend zu sanfteren Reiseformen • Trend zur individuelleren Freizeitgestaltung • Die Freizeitszene zu Hause substituiert in zunehmendem Mass die klassische Ferienreise
Konsequenzen:	• Das aus den vitalen Segmenten grundsätzlich generierbare Fahrgästepotential kann aufgrund der Heterogenität der verschiedenen Märkte (geographisch/ Neigung) kaum geschätzt werden. • immer mehr Menschen werden in Zukunft die Freizeitszene zu Hause (erweitertes Gebiet) in Anspruch nehmen, anstatt in den Urlaub zu fahren (bedingt durch verkehrschaotische Umstände und psychologische Sättigungsgrenzen) • Die Nachfrage nach engräumigen touristischen Angeboten nimmt grundsätzlich zu, zum Schaden der traditionellen Tourismusanbieter. • Die insbesondere auch in der Schweiz beobachtete Veränderung im Sinne des öfteren, aber kürzeren Reisens dürfte positive Auswirkungen auf das Fahrgästeaufkommen haben • positive Auswirkung auf die zukünftigen Fahrgastzahlen gehen insbesondere auch von Punkten wie flexible Reisezeiten und individuellere Freizeitgestaltung aus

Quellen: FREY/ KASPAR (1993), OPASCHOWSKI (1995b), OPASCHOWSKI (1996), KASPAR/ KISSLING/ SCHMIDHAUSER/ ZINDEL (1991), KASPAR (1988), KASPAR (1990), SCHWEIZERISCHE VERKEHRSZENTRALE (1994)

⁵ Eine passive Grundhaltung schliesst Aktivismus in ausgewählten Bereichen (bspw. Sport) nicht aus.

Grösse:	Qualitätsansprüche bei Freizeit- und Tourismusangeboten
Wachstumsimpulse:	+ / + / +
Kommentar:	• Zunahme der Nachfrage nach Qualität • gefragt sind vermehrt auch anspruchsvolle Reiseangebote
Konsequenzen:	• Eine gute Qualität trägt wesentlich zu einem positiven Image der Unternehmung bei (in Richtung der Distribution wie Beschaffung) • Prestigegehalt der Reise nimmt zu • Standardprodukte sind kaum mehr gefragt • Angebote durch Informationsfülle schnell und klar vergleichbar -> Konkurrenzdruck wächst und damit der Druck zu einer qualitativ guten Leistung

2.1.5 Zusammenfassung

Die Herkunftsmärkte der Schweiz und in der Schweiz zeichnen sich im allgemeinen also aus durch

- wirtschaftliche Sättigungserscheinungen
- stagnierende Realeinkommen
- eine neoliberale Wirtschaftspolitik
- zunehmend auch marktwirtschaftliche Elemente in der Umweltpolitik
- Überalterung der Bevölkerung
- Verringerung der Haushaltsgrösse
- ein hohes Bildungs- und Ausbildungsniveau mit entsprechend hohen Standards
- hohe Mobilität
- kürzere Arbeitszeiten, mehr (zu verbringende) Freizeit
- eine dort wohnhafte eher passive Konsumgesellschaft, deren Mitglieder immer kürzer, öfter und spontaner verreisen.

2.2 Bestimmungsfaktoren des Marktpotentials für Bahnreisen

2.2.1 Ein quantitativer Überblick

Tourismus und damit verbundene Aktivitäten wachsen weltweit weiterhin. Laut WTO⁶ werden die internationalen Touristenankünfte im Jahre 2010 1 Billion übersteigen. Das sind 8 % mehr als die WTO 1990 prognostizierte. Im Jahre 1995 konnte Europa alleine 337,2 Millionen Ankünfte - 317 Millionen waren prognostiziert worden - verzeichnen. Europa wird auch weiterhin die weltweit meisten Touristenankünfte verzeichnen können.

Die **Touristenankünfte** in der Schweiz bewegten sich im Zeitraum von 1989 bis 1993 zwischen 12.000.000 und 13.000.000. Diese Summe entspricht einem durchschnittlichen Marktanteil in dem genannten Zeitraum von 4,4 % an den gesamten Touristenankünfte in Europa. Im Vergleich dazu hat Deutschland während dieses Zeitraumes einen durchschnittlichen Marktanteil von 5,5 % aufzuweisen. In Relation zu der Grösse der Länder kann man die Wichtigkeit der Schweiz als Reiseland für ausländische Gäste erkennen.

Abbildung 2-2 zeigt die Entwicklung der **Reiseintensität** der Schweizer bezüglich In- und Auslandsreisen im Zeitraum von 1976 bis 1995/96. Die Trends sind eindeutig zu erkennen. Die Schweizer verbringen immer mehr Zeit zu Hause. Die Zahl der nicht-verreisenden Personen ist von 1992 bis 1995/96 um 10 % gestiegen. Knapp 30 % der Bürger verbringen ihren Urlaub daheim. Diesen Trend bestätigt auch eine Studie des B.A.T.-Freizeitforschungsinstitut von 1996⁷, in der festgestellt wird, dass die Schweizer lieber beim Reisen sparen als beim Essen und Trinken oder beim Wohnen. Zwar reisten 1995/96 36 % der Schweizer ins Ausland, aber 15 % machten Inlandsurlaub und 21 % verreisten ins Ausland und verbrachten einen weiteren Urlaub im Inland. Bei ihren Inlandsreisen nutzten 24 % der Urlauber die Bahn als Transportmittel (vgl. Abbildung 2-3).

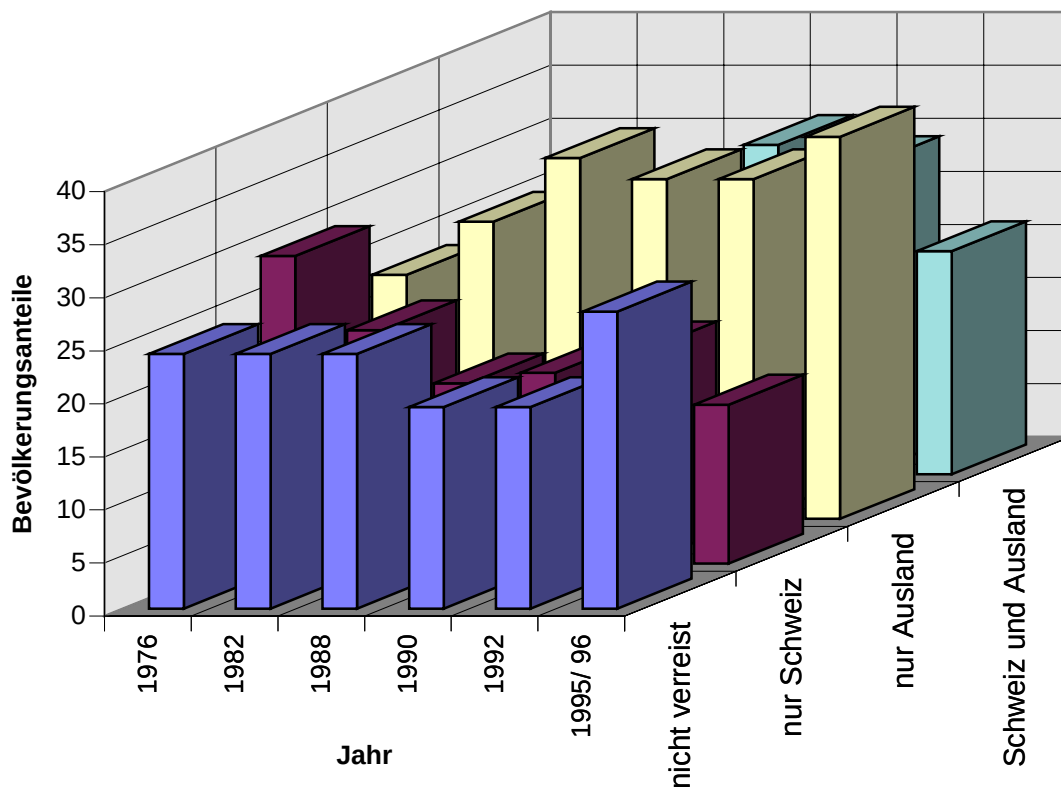
Die Untersuchungen mittels einer Delphi-Umfrage⁸ durch das ITV und das FIF aus dem Jahre 1991 sagen eine Angleichung des Binnen- und des Ausländertourismus aufgrund von stagnierendem Bevölkerungswachstum und dem Abbau der Grenzformalitäten voraus. Eine Prognose, die sicherlich im Hinblick auf die Werbung auf dem ausländischen Markt nicht zu ignorieren ist.

6 <http://www.world.tourism.org/pressrel/PRarr1bi.htm> vom 13.12.1996

7 OPASCHOWSKI (1996)

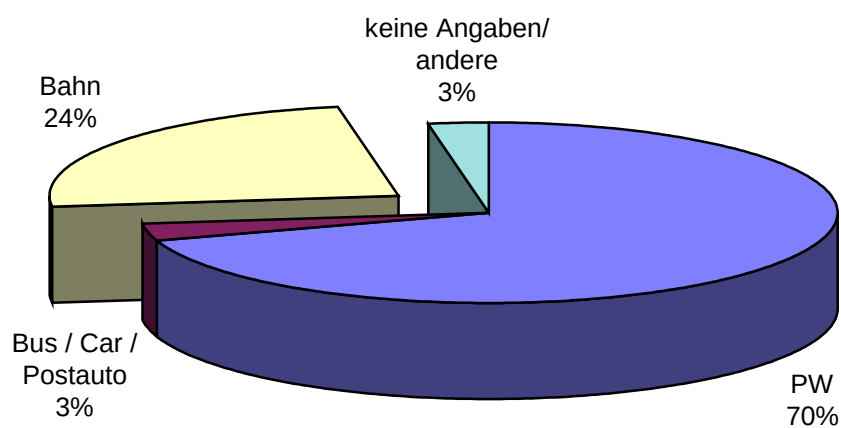
8 MÜLLER/ KASPAR/ SCHMIDHAUSER (1991)

Abbildung 2-2: Entwicklung der Reiseintensität der Schweizer



Quelle: Reisemarkt Schweiz 1995/96

Abbildung 2-3: Transportmittel bei Inlandreisen



Quelle: Reisemarkt Schweiz 1995/96

In der gleichen Untersuchung wird ein Wachstum der **Eisenbahn** von 15 % im Jahre 1989 auf 19 % im Jahre 2010 bei der Verkehrsmittelwahl angenommen. Begründet wird diese Annahme mit dem Ersatz innereuropäischer Flüge durch Hochgeschwindigkeitszüge (ICE, TGV) und durch die Verbesserung des Bahnangebotes (Bahn/Bus 2000, Alpentransversale).

Faktoren, die ein stärkeres Wachstum der Bahnanteile hemmen, sind laut den befragten Experten die weiterhin zu schlecht angebundenen Randgebiete, die vermehrte Beanspruchung durch den Güterverkehr, die Unattraktivität der Bahn für eine Urlaubsreise sowie das Nachhinken des Ausbaus in bezug auf die Nachfrageentwicklung.

Das Schweizer Bahnnetz wird in ganz Europa als Musterbeispiel gepriesen, denn die Schweizer legen eindeutig die grössten Distanzen im europäischen Vergleich per Bahn zurück. So fährt der Schweizer im Durchschnitt 1.600 km pro Jahr mit der Bahn. Im Vergleich dazu sind es bei den deutschen Bundesbürgern durchschnittlich nur 710 km.⁹

Es ist unverkennbar eine **Zunahme der Mobilität** festzustellen. Dies bezieht sich sowohl auf den Alltag als auch auf die Reisemobilität. Selbst wenn ein grosser Teil der schweizerischen Bürger 1995/96 keine Urlaubsreise unternahm, wäre es ein Trugschluss daraus zu schließen, dass diese Bürger nicht dennoch Tagesausflüge oder beispielsweise Besuche gemacht hätten, bei denen sie grössere Distanzen zurücklegen mussten.

2.2.2 Basis Tagesausflüge

2.2.2.1 Übernachtungsgäste (Hotel- und Kurberiebe) als Fahrgäste

Aufgrund der Aufgabe der Erfassung der Parahotellerieübernachtungen seitens des BfS muss auf die reduzierten Werte der Hotelübernachtungen zurückgegriffen werden.

Touristisches Zentrum der Schweiz ist bis heute die Stadt Luzern. Dies gilt gleichermassen auch für das geplante Angebot einer Direktverbindung von Montreux nach Luzern. Wie Abbildung 2-4 zeigt, „ballen“ sich in dieser Stadt über 1 Mio Logiernächte (knapp 7% aller Logiernächte der Schweiz), wobei der Anteil der ausländischen über 80% beträgt.

Dies vermag insofern nicht zu überraschen, als Luzern Station auf sicherlich nahezu allen Schweiz-Rundreisen ist. Gleiches gilt für den Fall, wenn die Schweiz in europäische Rundreisen integriert wird. Jeder Gast blieb durchschnittlich etwas mehr als 1.5 Nächte in der Leuchtenstadt, wobei auch hier festgestellt werden muss, dass sich diese durchschnittliche Aufenthaltsdauer in den vergangenen 10 Jahren um mehr als 10% verringert hat.

⁹ o.V. (1996/1)

Abbildung 2-4: Ankünfte/ Logiernächte/ Aufenthaltsdauer von Gästen entlang der Strecke Montreux - Interlaken - Luzern

Direkt entlang der Strecke			Ankünfte		Logiernächte		Aufenthaltsdauer		
Orte (OR)/ Mikroregionen (MR)	Inl	Aus	Total	Inl	Aus	Total	Inl	Aus	Total
OR: Montreux-Vevey	80'782	117'030	197'812	207'351	334'725	542'076	2.57	2.86	2.74
MR: Gstaad/ Saanenland	54'385	30'577	84'962	161'614	148'293	309'907	2.97	4.85	3.65
OR: Interlaken	61'399	209'609	271'008	120'602	471'337	591'939	1.96	2.25	2.18
OR: Brienz	23'136	9'220	32'356	39'336	22'499	61'835	1.70	2.44	1.91
OR: Sarnen	12'646	9'060	21'706	38'186	20'796	58'982	3.02	2.30	2.72
MR: Luzern und Umgebung	99'746	471'532	571'278	171'732	831'772	1'003'504	1.72	1.76	1.76
Gesamt Orte/ Mikroregionen	332'094	847'028	1'179'122	738'821	1'829'422	2'568'243	2.22	2.16	2.18
Marktanteil weiteres Einzugsgebiet	24.42%	40.06%	33.94%	22.14%	32.57%	28.68%			
Marktanteil Schweiz	6.73%	12.19%	9.92%	5.75%	9.95%	8.22%			

20 km-Korridor entlang Strecke			Ankünfte		Logiernächte		Aufenthaltsdauer		
Orte (OR)/ Mikroregionen (MR)	Inl	Aus	Total	Inl	Aus	Total	Inl	Aus	Total
MR: Lausanne	110'183	238'860	349'043	238'257	531'363	769'620	2.16	2.22	2.20
OR: Les Diablerets	11'704	12'943	24'647	33'287	54'439	87'726	2.84	4.21	3.56
OR: Lenk	20'697	3'888	24'585	86'691	20'060	106'751	4.19	5.16	4.34
OR: Thun	30'212	16'897	47'109	53'584	44'105	97'689	1.77	2.61	2.07
MR: Lauterbrunnen/ Mürren	18'442	26'656	45'098	50'211	84'036	134'247	2.72	3.15	2.98
OR: Wengen	16'259	46'206	62'465	58'518	252'815	311'333	3.60	5.47	4.98
OR: Grindelwald	41'702	117'327	159'029	105'534	339'006	444'540	2.53	2.89	2.80
MR: Meiringen/ Hasliberg	30'287	21'935	52'222	85'082	89'222	174'304	2.81	4.07	3.34
OR: Weggis	18'538	28'344	46'882	59'537	83'791	143'328	3.21	2.96	3.06
OR: Vitznau	8'776	16'285	25'061	20'328	44'892	65'220	2.32	2.76	2.60
Gesamt Orte/ Mikroregionen	306'800	529'341	836'141	791'029	1'543'729	2'334'758	2.58	2.92	2.79
Marktanteil weiteres Einzugsgebiet	22.56%	25.03%	24.07%	23.71%	27.48%	26.08%			
Marktanteil Schweiz	6.22%	7.62%	7.04%	6.15%	8.40%	7.47%			

Zwischenresultate		Ankünfte		Logiernächte		Aufenthaltsdauer			
	Inl	Aus	Total	Inl	Aus	Total	Inl	Aus	Total
Zwischentotal	638'894	1'376'369	2'015'263	1'529'850	3'373'151	4'903'001	2.39	2.45	2.43
Marktanteil weiteres Einzugsgebiet	46.98%	65.09%	58.00%	45.85%	60.05%	54.76%			
Marktanteil Schweiz	12.95%	19.82%	16.96%	11.90%	18.35%	15.69%			

Weiteres Einzugsgebiet		Ankünfte		Logiernächte		Aufenthaltsdauer			
Kantone/ Makroregionen entlang Strecke	Inl	Aus	Total	Inl	Aus	Total	Inl	Aus	Total
Kanton Waadt	349'234	535'665	884'899	833'549	1'568'290	2'401'839	2.39	2.93	2.71
Kanton Fribourg	86'831	69'302	156'133	155'638	122'454	278'092	1.79	1.77	1.78
Berner Oberland	485'751	614'219	1'099'970	1'352'437	2'024'640	3'377'077	2.78	3.30	3.07
Kanton Obwalden	85'409	118'203	203'612	225'589	381'920	607'509	2.64	3.23	2.98
Kanton Nidwalden	51'623	82'373	133'996	118'350	161'217	279'567	2.29	1.96	2.09
Kanton Luzern	157'988	518'345	676'333	339'165	968'667	1'307'832	2.15	1.87	1.93
Kanton Zug	28980	43261	72'241	73156	90335	163'491	2.52	2.09	2.26
Kanton Schwyz	114007	133236	247'243	238786	299748	538'534	2.09	2.25	2.18
Total Kantone/ Makroregionen	1'359'823	2'114'604	3'474'427	3'336'670	5'617'271	8'953'941	2.45	2.66	2.58
Marktanteil Schweiz	27.55%	30.44%	29.24%	25.95%	30.55%	28.66%			

Zum Vergleich: Schweiz	4'935'361	6'945'983	11'881'344	12'855'698	18'386'194	31'241'892	2.60	2.65	2.63
------------------------	-----------	-----------	------------	------------	------------	------------	------	------	------

Ein zweites „touristisches Schwergewicht“ im unmittelbaren Einzugsbereich der Strecke bildet Interlaken mit total über 270'000 Ankünften und knapp 600'000 Logiernächten, gefolgt von Montreux-Vevey mit knapp 200'000 Ankünften und etwa 540'000 Logiernächten.

Nimmt man die Schweiz als Markt, wird im **unmittelbaren Einzugsgebiet** des „Golden Pass“ bei den Ankünften ein Anteil von knapp 10% und bei den Logiernächten ein solcher von etwa 8% erzielt. Weiten wir das Einzugsgebiet auf einen Korridor von 20km entlang der Strecke aus, werden total knapp 2 Mio. Ankünfte und 5 Mio. Logiernächte verzeichnet. Dies entspricht einem stattlichen Marktanteil von 17% bei den Ankünften und 16% bei den Logiernächten.

Man muss diese Grössen insofern vorsichtig interpretieren, als

- zum einen die zuvor erwähnten „Stardestinationen“ Luzern, Interlaken, Montreux-Vevey einen überdurchschnittlichen Anteil an Ausländerübernachtungen auf sich vereinigen (im 20-km-Korridor kann auch Grindelwald noch dazu gezählt werden) und

- zum anderen bei einer absoluten Betrachtung die „Menge Logiernächte“ v.a. durch Ausländer erzielt wird.

Oder anders ausgedrückt: Im Korridor von 20km entlang der Strecke Montreux - Interlaken - Luzern werden ca. 69% der Ankünfte und Logiernächte durch Ausländer ausgelöst, während es im gesamtschweizerischen Durchschnitt bei Ankünften wie Logiernächten nur 58% sind.

Wird das Einzugsgebiet nochmalig ausgeweitet auf die Kantone bzw. Regionen Zug, Schwyz, Luzern, Nidwalden, Obwalden, Bern (Oberland), Fribourg und Waadt, können etwa 3.4 Mio. Ankünfte (Marktanteil Schweiz: knapp 30%) sowie knapp 9 Mio. Übernachtungen (Marktanteil Schweiz: 28%) verzeichnet werden. Die Eingrenzung eines solchen weiten Beziehungsgebietes ist insofern problematisch, als die Grenze des in Kauf genommenen Fahrtaufwandes für einen Tagesausflug nicht klar bestimmt werden kann. Grundsätzlich liesse sich argumentieren, dass die Touristen in der gesamten Schweiz als potentielle Fahrgäste betrachtet werden können, wobei später in Kap. 2.2.4 gezeigt wird, dass dem in realiter nicht so sein kann.

2.2.2.2 Einheimische als Fahrgäste

Abbildung 2-5: Einwohner entlang der Strecke Montreux - Interlaken - Luzern

Bezirk/ Kanton	Einwohner	Bezirk/ Kanton	Einwohner
Vevey	66403	Niedersimmental	20134
Lavaux	21130	Frutigen	17501
Aigle	32516	Interlaken	36726
Pays d'Enhaut	4416	Oberhasli	8060
Gruyere	33080	Obwalden	29025
Saanen	7706	Nidwalden	33044
Obersimmental	7983	Luzern	155003
Total:		472727	

Quelle: BFS(1992)

Nach dem derzeitigen Stand hat die Schweiz ungefähr 7 Millionen Einwohner, von denen rund 500'000 entlang der Strecke Montreux - Interlaken - Luzern wohnen.

Der Abbildung 1-5 kann man die Einwohneranzahl der einzelnen Regionen und Orte entlang der Wegstrecke entnehmen. Herausstechend sind hier die beiden an den Endpunkten der Bahnstrecke gelegenen Bezirken bzw. Agglomerationen Vevey mit 66'403 Einwohnern am Genfer See und Luzern mit 155'003 Einwohnern am Vierwaldstättersee.

Lavaux (21'130 Einwohner) und Aigle (33'080 Einwohner) liegen noch im Grossraum Genfer See und weisen somit einen hohen Lebenswert auf (reizvolle Landschaft, Nähe zu einer

Agglomeration etc.). Gruyère, mit einer Einwohnerzahl von 33'080, ist ein weiteres Einzugsgebiet der Strecke Montreux - Interlaken - Luzern.

Pays d'Enhaut, Saanen und Obersimmental sind relativ dünnbesiedelte Regionen (zwischen 4'416 und rund 8'000 Einwohnern). Bevölkerungsstärkere Regionen sind die im Grossraum des Thuner und Briener See liegenden Gebiete, wie Nidarsimmental, Frutigen, Interlaken, die mit Grössen zwischen 17'501 und 36'726 Bewohnern ähnliche Bevölkerungsstrukturen wie Lavaux und Aigle aufweisen. Die Region Oberhasliberg hingegen ist relativ dünnbesiedelt (8'060 Einwohner). Obwalden (29'025 Einwohner) hingegen ist wieder relativ stark besiedelt und liegt aufgrund seiner relativen Nähe zu Luzern und zu den Seen wie bspw. dem Sarner See in einer Gunstlage. Nidwalden (33'044 Einwohner) liegt schon im direkten Einzugsbereich von Luzern, welches mit seinen 155'003 Einwohnern, wie bereits erwähnt, die grösste Region entlang der Strecke bildet.

2.2.2.3 Intensität des Tourismus im direkten Einzugsgebiet der neuen Bahnverbindung

Einem Vergleich entlang des 20km-Korridor und der Schweiz kann entnommen werden, wie das Verhältnis zwischen dem nationalen und dem lokalen (20km-Korridor) Tourismusaufkommen ist (vgl. Abbildung 2-6). Die Werte zeigen eindeutig, dass die Fremdenverkehrsintensität entlang der MOB-Strecke nur geringfügig über dem schweizerischen Durchschnitt liegt. In bezug auf die Ankünfte pro Einwohner ist die Differenz minimal, wohingegen die Logiernächte pro Einwohner auf der lokalen Ebene im Durchschnitt nur um 0,5 höher liegen als auf nationalem Gebiet.

Abbildung 2-6: Die Fremdenverkehrsintensität im Vergleich Schweiz - 20km-Korridor entlang der Strecke

geograph. Abgrenzung	Einwohner	Ankünfte	Übernachtungen	Intensität	
				Einwohner/ Ankünfte	Übernachtungen/ Ankünfte
20km Korridor	472'727	836'141	2'334'758	1,77	4,93
Schweiz	7'000'000	11'881'344	31'241'892	1,70	4,46

Quelle: BfS (1996)

Bei diesen Berechnungen darf man allerdings nicht vergessen, dass in diese Werte die Logiernächte und die Ankünfte des Grossraum Luzern miteingegangen sind. Die Stadt Luzern selbst ist, wie an anderer Stelle bereits angemerkt wurde, die viertwichtigste Tourismusdestination Europas und aufgrund dieser Tatsache kommt es zu einer erheblichen Relativierung der Fremdenverkehrsintensität für die weniger stark frequentierten Orte. Dies bedeutet nichts anderes, als das unmittelbare Einzugsgebiet der neuen direkten Bahnverbindung in bezug auf die touristische Intensität ein durchschnittliches Abbild der gesamten

Schweiz wiedergibt. Oder anders: Der Tourismus ballt sich, wie an anderer Stelle schon bemerkt wurde, an wenigen Orten, wogegen die anderen Gebiete in ihrer Gesamtheit zwar attraktiv, unter einer örtlichen Einzelbetrachtung jedoch nahezu ohne Bedeutung sind.

2.2.2.4 Tagesausflüge der Gäste und Einheimischen als Basisnachfrage

In der Folge werden die wichtigsten Determinanten bzw. ihr Einfluss auf das Ausflugsverhalten dargestellt. Dieser Überblick dient v.a. der Evaluation der weiter hinten zu schätzenden Frequenzen des zukünftigen Angebotes einer Direktverbindung Montreux - Luzern, wobei wir davon ausgehen, dass die Art des Tourismus, welche durch ein solches Angebot angesprochen wird, v.a. der Tagestourismus der ausländischen Gäste in unserem Land und der Einheimischen ist.

In einer deutschen (Gross-) Untersuchung in den Jahren 1993 und 1994 (Publikation 1995) von HARRER wurde das Tagesausflugsverhalten der Deutschen erstmals genauer untersucht. Der Übertrag auf die schweizerischen Verhältnisse ist insofern statthaft, als die Resultate mit einer früher von KOCH (1988) (auch für die Schweiz gültige) Untersuchung nahezu vollumfänglich übereinstimmen und in der Folge auch lediglich nur Grundtendenzen abgeleitet werden.

Als wichtige Grössen des Ausflugsverhaltens, wurden identifiziert:

- Wirtschaftliche Situation
- Alter
- Haushaltsgrösse und -typ

Sie werden in der Folge näher erläutert.

WIRTSCHAFTLICHE SITUATION

Unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Situation wird die Nachfrage nach Tagesausflügen positiv beeinflusst durch:¹⁰

- Zunahme der verfügbaren Realeinkommen
- gleichmässige Einkommensverteilung

Eher eine negative Beeinflussung ist zu erwarten bei:

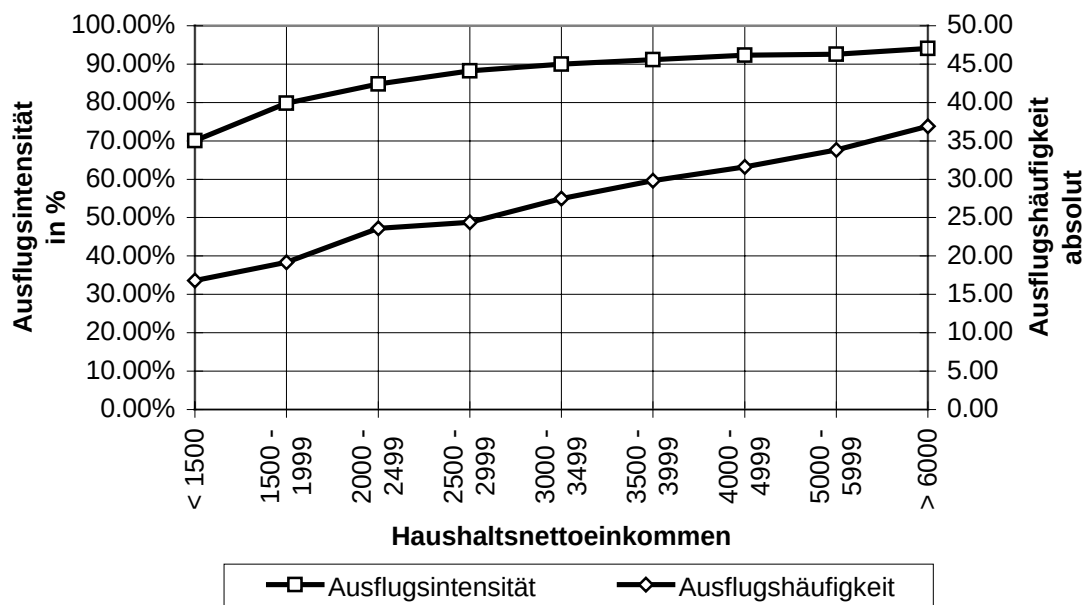
- wirtschaftlichen Krisenerscheinungen (wobei geringe Konjunkturrückgänge noch ohne wesentliche Wirkung bleiben)

¹⁰ KASPAR (1996), 28; NBT (1989), 38.

- Inflation
- Rückgang der industriellen Produktion ohne Kompensation im Dienstleistungssektor (wachsende Arbeitslosigkeit, Personal- und Lohnstop, Kurzarbeit, usw.)

Aus der Einkommensperspektive heraus ist die touristische Nachfrage nach Tagesausflügen für die nahe und mittlere Zukunft *eher als pessimistisch* zu beurteilen.

Abbildung 2-7: Der Einfluss der Haushaltsnettoeinkommen auf die Ausflugsintensität¹¹ und -häufigkeit¹² 1993



Quelle: HARRER (ET AL) (1995)

Im Zusammenhang mit dem **Einkommen** muss auch die Situation auf dem **Arbeitsmarkt** betrachtet werden, welcher in der Schweiz wie in Europa als eher ungünstig beurteilt werden muss. Der Urlaubs- und Freizeitmarkt entwickelt sich immer mehr spiegelbildlich zum Arbeitsmarkt. V.a. im deutschsprachigen Raum zeichnet sich eine Zwei-Klassen-Gesellschaft ab, d.h. die meisten Nicht-Erwerbstätigen blieben 1993 im Urlaub ganz zu Hause und konnten sich nicht einmal zweitägige Kurzreise leisten. Die Erwerbstätigen im Gegensatz gaben sich - je nach Berufs- und Einkommensgruppe - reiselustig: Zwei von fünf Arbeitern (40%) blieben 1993 zu Hause, dagegen nur jeder vierte Angestellte und Beamte (27%) bzw. jeder siebte leitende Angestellte und Beamte (16%). Es zeichnet sich eine neue Form ungleicher

¹¹ Anteil der Bevölkerung (über 14 Jahre), welcher 1993 mindestens einen Ausflug unternommen hat

¹² Anzahl Ausflüge pro Kopf und Jahr

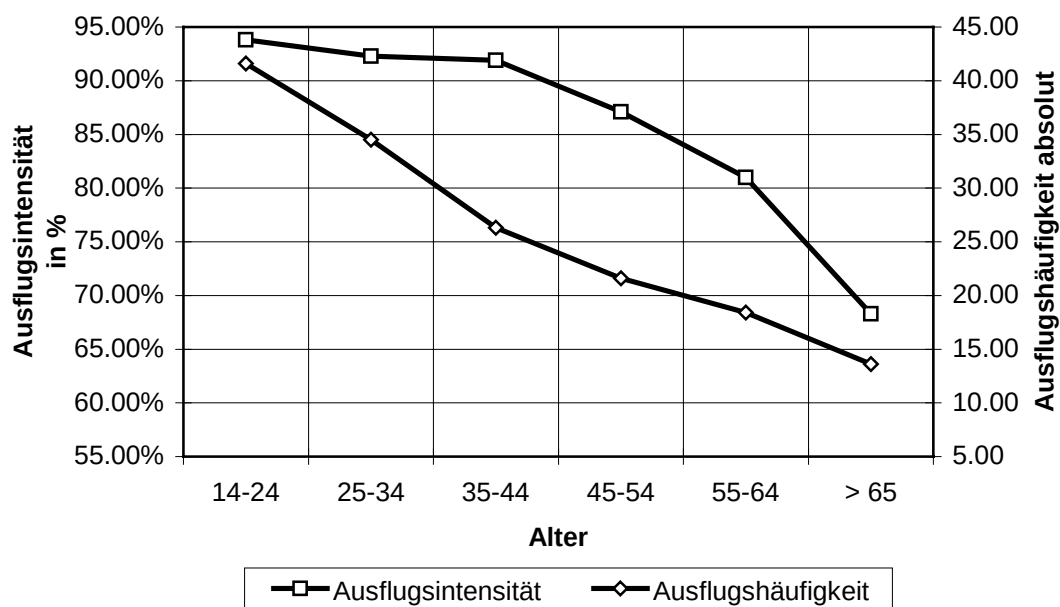
Verteilung von Urlaubschancen ab. Die Polarisierung zwischen mobilen und immobilen Bevölkerungsgruppen verstärkt sich. **Wer keine Arbeit hat, wird eher immobil.**¹³

Aus Sicht der Schweizer als Fahrgäste ist dehalb festzuhalten, dass die Tagesausflüge (als Substitut zur Ferienreise) klar an Bedeutung gewinnen.¹⁴

ALTER

Unter Differenzierung nach Alter kann bzgl. des Tagesausflugsverhaltens folgendes festgehalten werden:

Abbildung 2-8: Ausflugsintensität und -häufigkeit nach Alter 1993



Quelle: HARRER (ET AL) (1995)

- **Bedeutungsverlust von Freizeitangeboten für Jugendliche** (da der relative Anteil sinkend ist). Dabei sollte aber berücksichtigt werden, dass jüngere Personen die intensivsten Ausflügler sind.
- Die sich verändernde demographische Struktur mit einem wachsenden Anteil an **freizeitaktiven Senioren** wird nur dann den Ausflugsverkehr fördern, wenn für ältere Menschen auch die Einkommenssituation stabil ist. Die nur geringe Ausflugsintensität

¹³ OPASCHOWSKI (1994b), 9.

¹⁴ (HARRER ET AL. (1995)

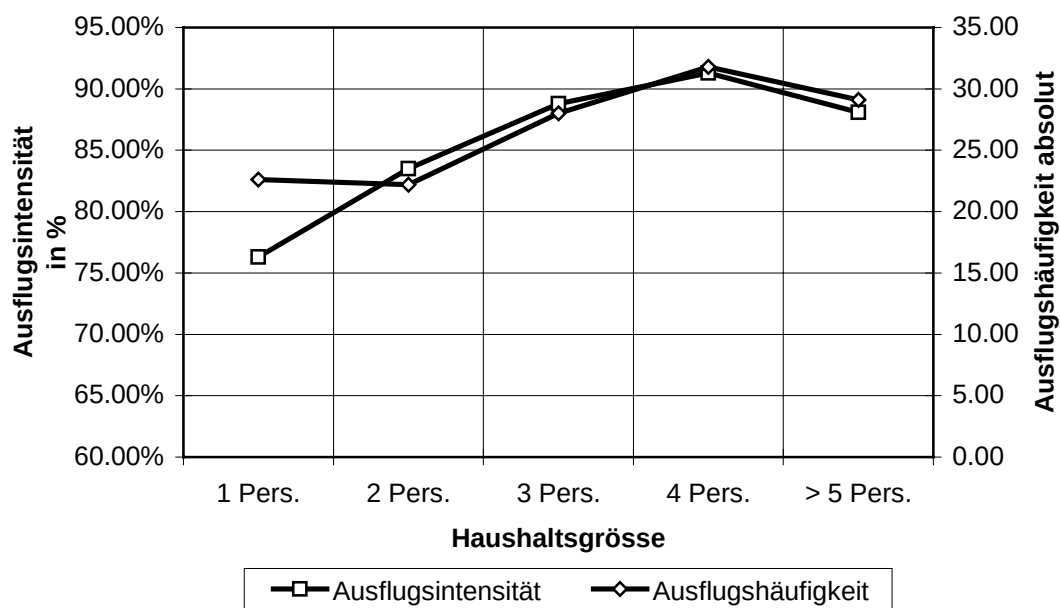
und -häufigkeit in dieser Altersgruppe hängt gegenwärtig mehr mit dem (zu erwartenden) Einkommen und weniger mit dem Alter per se zusammen.¹⁵

- Ein fortschreitender **Verstädterungsprozess**, der mit einem Verlust an Wohn- und Freizeitwert der städtischen Gebiete einhergeht, ruft das Bedürfnis nach vermehrter Freizeitverbringung im ausserhäuslichen Bereich hervor.¹⁶
- wachsende **Beeinträchtigung des Wohn- und Freizeitwertes** durch den Pendler- und Einkaufsverkehr
- zunehmender **Massenexodus an Wochenenden** mit Stauproblemen¹⁷

HAUSHALTSGRÖSSE

Auch die Haushaltgröße beeinflusst die Nachfrage nach Tagesausflügen. In Konsequenz der gegenwärtigen Entwicklung ist folgendes festzuhalten:

Abbildung 2-9: Ausflugsintensität und -häufigkeit nach Haushaltsgröße 1993



Quelle: HARRER (ET AL) (1995)

- Es besteht grundsätzlich ein **grösseres Nachfragepotential für Freizeitgüter und -dienstleistungen**, da Single-Haushalte mehr unternehmen (infolge grösserem Budget, höherer Flexibilität und grösserem Bedürfnis nach Freizeitaktivitäten). Dies be-

¹⁵ KASPAR (1988), 13.

¹⁶ KASPAR/ KISSLING/ SCHMIDHAUSER/ ZINDEL(1991), 11; oder auch HARRER (ET AL.) (1995)

¹⁷ MÜLLER/KRAMER/KRIPPENDORF (1990), 97ff.

deutet aber nicht, dass Single-Haushalte mehr Ausflüge unternehmen. Diese sind immer noch eine Domäne der **Mehrpersonen-Haushalte**

- Das Freizeitumfeld 'Familie' erfährt einen Bedeutungsverlust und damit langfristig möglicherweise auch der 'Tagesausflug'.¹⁸
- Die langfristig sinkende Haushaltsgrösse (bzw. die Zunahme der Single-Haushalte) wird neben Klubaufenthalten v.a. **Kurz- und Städtereisen** begünstigen.

2.2.3 Typisierung der Tagesausflüge

Zur Vervollständigung der Analyse der Tagesausflüge wird in den folgenden Ausführungen noch kurz der Tagesausflug per se nach Dauer und Reiseentfernung analysiert.

DAUER

Aus der Fremdenverkehrsforschung ist bekannt, dass jeder zweite Ausflug länger als sechs Stunden, jeder siebte Ausflug länger als 12 Stunden dauert. Die durchschnittliche Ausflugsdauer liegt bei ca. 8 Stunden.¹⁹ Bereits eine frühere Studie stellte fest, dass die Ausflugsdauer im Durchschnitt bei 8,3 Stunden liegt und dass mehr als die Hälfte der Ausflügler zwischen 7 und 12 Stunden unterwegs sind.²⁰

Abbildung 2-10: Typisierung der Tagestouristen nach Dauer des Ausflugs

Anteil der Ausflüge	Dauer des Ausfluges
5,2%	bis 3 Stunden
24,8%	4- 6 Stunden
53,4%	7 - 12 Stunden
16.6%	mehr als 12 Stunden

Quelle: KOCH (1988), HARRER (ET AL.) (1995)

REISEENTFERNUNG

Die durchschnittliche Ausflugsentfernung liegt bei 50 - 70 km (für die einfache Strecke).²¹

¹⁸ MÜLLER/KRAMER/KRIPPENDORF (1990), 97ff.

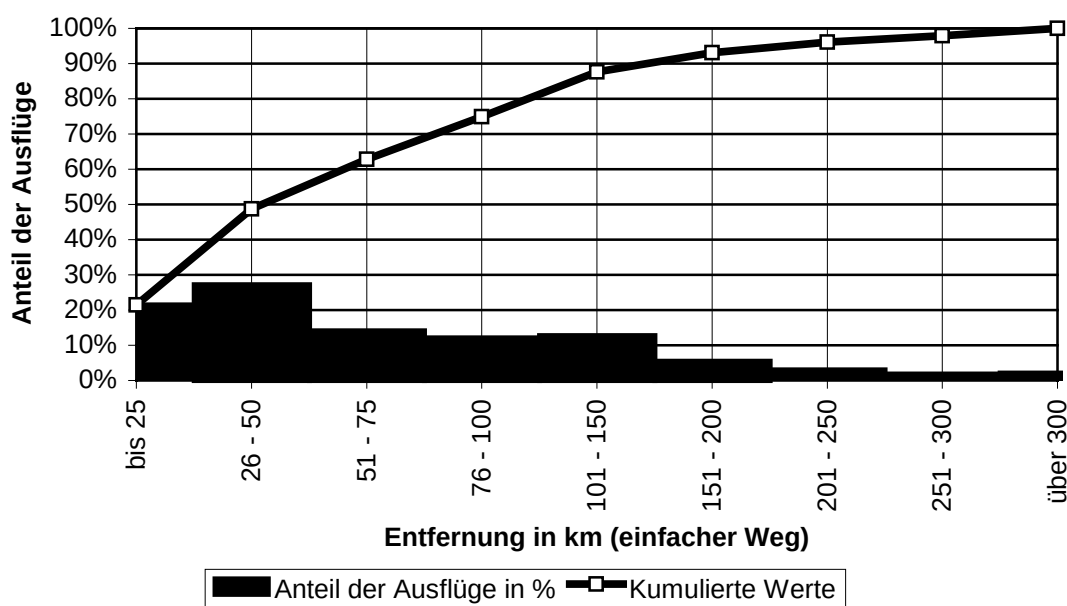
¹⁹ OPASCHOWSKI (1995a), 24.

²⁰ KOCH (1988), 58.

²¹ OPASCHOWSKI (1995a), 24.

Dies bedeutet nicht, dass Tagesausflugsziele grundsätzlich möglichst nahe bei grossen Zentren liegen sollen - ganz im Gegenteil: Besuchern muss überhaupt eine Tour ermöglicht werden. Nicht unwesentlich ist auch der Sachverhalt, dass der Weg neben der technischen Transportfunktion auch eine psychologische Dimension hat. Die Fahrt an den Ort der Freizeitaktivität, i.e. zum Abfahrtsort des neuen direkten (Panorama-) Zuges dient nicht zuletzt auch der notwendigen Umorientierung bzw. der Überbrückung von zum Teil unvereinbaren Gegensätzen zwischen Alltag- und Freizeitleben.²²

Abbildung 2-11: Typisierung der Tagestouristen nach der Reiseentfernung



Quelle: KOCH (1988), 58

2.2.4 Einzugsgebiet des „Golden Pass“ als Tagesausflugsziel

In Konsequenz der vorigen Ausführungen lässt sich das geographische Einzugsgebiet der Direktverbindung Montreux - Luzern folgendermassen abgrenzen:

- Ausflugsdauer: maximal 10h40'²³, bestehend aus
 - der Bahnreise Montreux - Luzern mit dem „Golden Pass“ (mindestens 4h50', vgl. Abbildung 1-4)
 - An- und Rückreise von total maximal 5h50'

²² vgl. dazu etwa LAESSER (1996), 73ff. oder SCHAEFER (1995), 92.

²³ 53.4% aller Ausflüge dauern zwischen 7h und 12h (Mitte: 9h30'), 16.6% dauern länger als 12h (d.h. 14.5h unter Berücksichtigung der Mittung im Kriterienbereich zuvor). Der anteilmässig gewichtete Mittelwert beträgt 10h40' und wird in der Folge als zeitliches Abgrenzungskriterium definiert.

- Anreise- und Rückreiseentfernung: maximal 250km (30% der Ausflüge haben eine An- und Rückreiseentfernung von mindestens 250km)

Von grösserer Bedeutung ist sicher die zeitliche Abgrenzung, zumal die An- und Rückfahrt aufgrund der Natur des Ausfluges (Bahnfahrt) mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegt werden muss (die „Stresskomponente Distanz“ bei der Fahrt mit einem PW fällt deshalb anhin).

Die zentrale Frage lautet also: wo endet das Beziehungsgebiet der neuen Direktverbindung Montreux - Luzern, wenn eine maximale An- und Rückfahrtdauer von 5h50' nach bzw. von Montreux bzw. Luzern angenommen wird?

Eine Auswahl von Kantonshauptorten gibt die Fahrzeiten (Hin- und Rückreise sowie gesamter Ausflug) wieder, wobei der Betrachtung die jeweils kürzeste regelmässige Verbindung zu Grunde gelegt wurde (vgl. Abbildung 2-12).

Abbildung 2-12: Fahrzeiten im Vergleich

Ort (für die Kantone)	Verbindung nach/ von		Mindestdauer		WS (ca.) (Eintreten)*
	Montreux	Luzern	der An- und Rückreise	des gesamten Ausflugs	
Aarau (AG)	2h42'	0h56'	3h38'	8.5 h	0.46
Altdorf (UR)	4.23	1h11'	5h34'	10.5 h	0.32
Basel (BS, BL)	2h49'	1h12'	4h01'	9.0 h	0.43
Bellinzona (TI)	5h36'	2h29'	8h05'	13.0 h	0.08
Bern (BE)	1h35'	1h39'	3h14'	8.0 h	0.49
Chur (GR)	4h36'	2h35'	7h11'	12.0 h	0.18
Delémont (JU)	2h15'	2h01'	4h16'	9.0 h	0.43
Frauenfeld (TG)	3h41'	1h40'	5h21'	10.0 h	0.36
Fribourg (FR)	1h12'	2h25'	3h37'	8.5 h	0.46
Genève (GE)	1h03'	3h21'	4h24	9.0 h	0.43
Glarus (GL)	4h10'	2h09'	6h19'	11.0 h	0.28
Lausanne (VD)	0h19'	2h53'	3h12'	8.0 h	0.49
Luzern (LU, OW, NW)	3h09'	0h00'	3h09'	8.0 h	0.49
Neuchâtel (NE)	1h16'	2h03'	3h19'	8.0 h	0.49
St. Gallen (SG, AR, AI)	4h10'	2h09'	6h19'	11.0 h	0.28
Schaffhausen (SH)	3h42'	1h41'	5h23'	10.0 h	0.36
Schwyz (SZ)	3h54'	0h38'	4h32'	9.5 h	0.40
Sion (VS)	0h48'	3h54'	4h42	9.5 h	0.40
Solothurn (SO)	2h18'	1h17'	3h35'	8.5 h	0.46
Zug (ZG)	3h23'	0h21'	3h44'	8.5 h	0.46
Zürich (ZH)	2h48	0h49'	3h37'	8.5 h	0.46

Quelle: HACON (1996), eigene Berechnungen (in Anlehnung an Abbildung 1-4)

* vgl. Text weiter hinten

Unter dieser Einschränkung fallen folgende Kantone bzw. Regionen *nicht* in das touristische Einzugsgebiet der neuen Direktverbindung:

- Südschweiz (TI, GR)
- Ostschweiz (GR, AI, AR; GL, weite Teile TG)

Diese **deterministische Betrachtung** ist jedoch problematisch. Aus diesem Grund ist in voriger Abbildung in der jeweils letzten Spalte die Eintretenswahrscheinlichkeit, dass jemand aus aufgeführtem Kantonshauptort einen solchen Tagesausflug unternimmt, aufgeführt. Dabei wird jedoch nur das Abgrenzungskriterium „Zeit“ berücksichtigt, die touristische Attraktivität des Angebotes der neuen Direktverbindung wird nicht einbezogen.

Diese **probabilisierte Sichtweise** unter Berücksichtigung des statistischen Erwartungswertes (**Potentialmodell**) erlaubt uns weiter hinten eine differenziertere Frequenzschätzung (vgl. Kap. 4.4). So können wir bspw. davon ausgehen, dass sich allein aufgrund verkehrsbezogener Gesetzmässigkeiten (Fahrzeiten nach Luzern und Montreux) nur etwa 46% der Aarauer für einen Ausflug auf der neuen Bahnverbindung „qualifizieren“. Oder anders: Die Wahrscheinlichkeit, dass ein zufällig ausgewählter Aarauer einen Tagesausflug auf der neuen Direktverbindung unternimmt, beträgt 0.46.²⁴

2.2.5 Qualitative Beurteilung eines Verkehrsmittels

Wie jedes Verkehrsmittel besitzt auch die Bahn im allgemeinen und die MOB im speziellen gewisse Symbol- und Freizeitfunktionen. Unter einer verallgemeinerten Betrachtung gilt es, diese attraktivitätsbestimmenden Qualitätskomponenten der Bahn noch weiter zu verstärken und eine Angleichung an die Qualitäten anderer Beförderungsmittel zu erreichen.

Wichtig ist die Beachtung der nachfolgenden Qualitätskomponenten und die dabei immer wichtiger werdende psychologische Komponente in der Planung, auf die an anderer Stelle noch kurz eingegangen werden soll.

Bei einer Untersuchung über die Qualitätskomponenten der einzelnen Verkehrsmittel²⁵ und/oder -träger wurden folgende **grundsätzliche Stärken der Bahn** festgehalten:

- Sicherheit
- Möglichkeit der Erholung und des Ausruhens
- Lese- und Arbeitsmöglichkeiten
- Bewegungsfreiheit

²⁴ Zu dieser Art der „Standortevaluation“ vgl. LAESSER (1996), KLEIN (1992), MIZOKAMI (1992), ISARD (1976), SMITH (1975) oder auch KAU (1970)

²⁵ ABERLE, G. (1991), 127

Im Vergleich dazu wurden als **Stärken** des **Automobils** (um das andere Ende der Skala zu berücksichtigen) folgende Komponenten festgehalten:

- Gepäckbeförderung
- Verfügbarkeit (zeitlich und örtlich)
- Sauberkeit/Hygiene
- Umsteigen
- Ein-/Aussteigen
- Klima im Fahrzeug
- Wartezeiten
- Sitzkomfort

Unter Weiterentwicklung der qualitativen Analyse über die eigentlichen Verkehrsmittel hinaus gelangen wir zum Ansatz aus Sicht des Kundenproblems: Beförderung einer Person von A nach B. Die vorrangige Frage, die nun einer Behandlung bedarf, ist deshalb, wie der Grad der Attraktivität eines bestehenden Angebotes qualifiziert werden kann.²⁶ Und weiter in bezug auf die MOB: Inwiefern spielen Attraktivitätskriterien des allgemeinen OeV-Angebotes in der Bewertung des geplanten neuen Angebots.

2.2.6 Qualitative Beurteilung eines Verkehrsangebotes OeV

Nicht überraschend wird der OeV im allgemeinen mit den Stärken des MIV qualifiziert. Verschiedene Untersuchungen gelangen - unter Verwendung zum Teil unterschiedlicher Begriffe - dabei zu folgenden zentralen Kriterien:²⁷

- Reisezeit
- Direktfahreranteil
- Erreichbarkeit der Haltestellen
- Bedienungshäufigkeit
- Betriebsdauer

²⁶ Eine effektive Ist-Analyse wird weiter hinten vorgenommen.

²⁷ STADT ST. GALLEN (1988), BRAUNER (1986), METRON (1968) u.v.m.

2.2.6.1 Reisezeit

THEORETISCHES KONSTRUKT

Die Zeitbedarfsstruktur des OeV ist im Gegensatz zum MIV, wo sich die Reisezeit hauptsächlich aus der Fahrt sowie der Parkplatzsuche bzw. -beschaffung zusammensetzt, bedeutend vielschichtiger. So muss neben der reinen Fahrtzeit auch die Wartezeit an der Einstiegshaltestelle, eventuelle Umsteigezeiten (inkl. entsprechender Wartezeiten) und nicht zuletzt die Zu- und Abgangszeit mitberücksichtigt werden.²⁸ Die Umsteigevorgänge sowie Zu- und Abgangszeiten sind im Vergleich zu den anderen unproduktiven Zeiten unannehm, da sie nicht einfach hingenommen werden können, sondern vom Reisenden oftmals eine physische Aktivität (zu Fuss gehen) abverlangen.

Grundsätzlich lässt sich ein Weg bzw. eine Fahrt und demzufolge auch ihre Dauer klar einer bestimmten Aktivität (und damit deren Dauer) zuordnen. Dabei hat der Weg und im vorliegenden Kontext dessen Zeitbedarf normalerweise nur Mittelcharakter. Unter diesen Bedingungen liegt es nahe, Zeitaspekte der Raumüberwindung mit Zeitaspekten der am Ende eines Weges stehenden Aktivität in Beziehung zu setzen. Dabei verschlechtert sich das zeitliche Qualitätsmerkmal, je

- kürzer die am Ziel ausgeübte Aktivität dauert, und je
- grösser der Unterschied zur Wegedauer alternativer Verkehrsmittel oder Routen ist.

Am Ende ist - unter Vernachlässigung des MIV - der Zeitvergleich zwischen dem Angebot MOB/ SBB auf der gesamten Strecke zwischen Montreux und Luzern oder nur auf Teilstrecken entscheidend für die **reisezeitabhängige Wahl** eines Verkehrsmittels. Die Skala und Art der dabei zugrundeliegenden Bewertung ist subjektiver Natur und muss vorgegeben werden.²⁹ Die Bewertung gilt zu Gunsten der MOB.

Reisezeit MOB / Reisezeit SBB RZV				
RZV<0.8	0.8<RZV<1.2	1.2<RZV<1.5	1.5<RZV<2.0	2.0<RZV
sehr gut	gut	eher gut	mittelmässig	eher schlecht

Ein analoger Vergleich kann mit dem MIV vorgenommen werden.

BEDEUTUNG FÜR MOB

In Anbetracht des Reisezeitvergleiches ist anzumerken, dass eine Direktverbindung keinen eklatanten Zeitgewinn zur Folge hätte, dass aber die **psychologische** (nicht umsteigen zu

²⁸ STADT ST. GALLEN (1988), 20

²⁹ im folgenden wird die Bewertung der Studie zur Förderung des öffentlichen Verkehrs für die Verkehrsregion St. Gallen übernommen (STADT ST. GALLEN (1988), Beilagen), wobei die Einschätzungen auf die speziellen Verhältnisse bei der MOB adaptiert wurden.

müssen) und die **touristische** (landschaftliche Attraktivität der Strecke) **Komponente** diese zu kompensieren vermögen. Damit ist der Zeitgewinn weniger von Bedeutung als bspw. bei landschaftlich unattraktiven Strecken. Weiter bleibt festzuhalten, dass die Zugfahrt selbst zur Aktivität wird, d.h. die Fahrt wird zum Ziel. **Dies darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass eine Direktverbindung ausserhalb einer touristischen Betrachtung aufgrund des nur geringen Zeitgewinns kaum von Relevanz ist.**

2.2.6.2 Direktfahreranteil

THEORETISCHES KONSTRUKT

Darunter werden, in Prozenten ausgedrückt, all jene Einwohner (Touristen) einer Quellregion mit Wohnort (Ferienort) innerhalb der Einzugsbereiche von Haltestellen öffentlichen Verkehrsmittel verstanden, die ein mögliches Ziel direkt, also ohne Umsteigen, erreichen können.³⁰ Bei dieser Grösse handelt es sich also nicht nur um eine isolierte Determinante: siedlungsstrukturelle Einflüsse (Verdichtung) erhöhen nämlich den potentiellen Direktfahreranteil ebenso sehr wie die später noch beschriebene Haltestellendichte. Zeitverluste und ihre Kosten, welche durch das Umsteigen entstehen, werden im Reisezeitvergleich berücksichtigt. Was in der folgenden Variable speziell erfasst wird, sind die Komfort- und somit **Bequemlichkeitsverluste**, welche über den Zeitverlust hinaus in Kauf genommen werden müssen.

Direktfahreranteil einer Gemeinde <u>DFA</u> in Anteil der Bevölkerung einer Quellregion				
0.8<DFA	0.6<DFA<0.8	0.4<DFA<0.6	0.2<DFA<0.4	DFA<0.2
sehr gut	gut	eher gut	mittelmässig	eher schlecht

BEDEUTUNG FÜR MOB

Mit den geplanten neuen Direktverbindungen verbessern die MOB den DFA einer ganzen Region. Die Grosszentren Bern und Zürich rücken v.a. für das westliche Berner Oberland in die Distanz des maximal einmal Umsteigens. Das Mittelzentrum Luzern ist sogar direkt erreichbar. Die verkehrsbezogene Erschliessung wird damit klar und nachvollziehbar verbessert.

³⁰ STADT ST. GALLEN (1988), 21

2.2.6.3 Erreichbarkeit der Haltestellen

THEORETISCHES KONSTRUKT

Darunter werden, in Prozenten ausgedrückt, all jene Einwohner (Touristen) einer Quellregion verstanden, deren Wohnort (Ferienort) innerhalb der Einzugsbereiche von Haltestellen öffentlicher Verkehrsmittel gut oder befriedigend erschlossen liegen. Die Masseinheit besteht aus Minuten, und die Qualität ist abhängig von der Beförderungsgeschwindigkeit des entsprechenden Verkehrsmittels. Ist diese tief, so bspw. bei regionalen Bahnen oder auch Bussen, so liegt eine gute bis befriedigende Erreichbarkeit der Haltestellen im Bereich von 3-5 Minuten. Bei einer höheren Beförderungsgeschwindigkeit (bspw. Schnellzügen wie bei der MOB) können die entsprechenden Einzugsbereiche mit 5 bis 10 Minuten festgelegt werden.

Erreichbarkeit der Haltestellen EHS in Anteil der Bevölkerung in einer Quellregion				
0.8<EHS	0.7<EHS<0.8	0.6<EHS<0.7	0.5<EHS<0.6	EHS<0.5
sehr gut	gut	eher gut	mittelmässig	eher schlecht

BEDEUTUNG FÜR MOB

Mit der neuen Direktverbindung verbessert sich die Erreichbarkeit der Haltestellen in keiner Weise, weshalb diese Grösse nicht tangiert wird.

2.2.6.4 Bedienungshäufigkeit

THEORETISCHES KONSTRUKT

Durch die Anzahl der Verbindungen vom Quell- zum Zielort, durch die Kurspaare also, wird die Bedienungshäufigkeit definiert. Sie ist weiter ein Mass für die zeitliche Verfügbarkeit eines Verkehrsmittels.

Je schlechter diese ist, umso grösser werden potentielle Wartezeiten an den Haltestellen. Diese "Leerzeiten" haben ebenso sehr einen Einfluss auf die Reisezeit wie die zuvor erwähnten Bestimmungsgründe.

Bedienungshäufigkeiten BDH in Kursen				
16<BDH	12<BDH<16	8<BDH<12	4<BDH<8	BDH<4
sehr gut	gut	eher gut	mittelmässig	eher schlecht

BEDEUTUNG FÜR MOB

Nachdem heute keine direkten Kurse auf der besagten Strecke bestehen, ist allein schon die Schaffung einiger weniger eine klare Verbesserung des gegenwärtigen Angebotes. Deshalb ist die Einführung solch neuer Direktkurse grundsätzlich auch aus dieser Sicht als positiv zu beurteilen.

2.2.6.5 Betriebsdauer

Darunter wird der Zeitraum zwischen der Ankunft des *ersten* Kurses aus einer Quelle in einem Ziel und der Abfahrt des *letzten* Kurses vom Ziel zurück zur Quelle verstanden. Sie ist damit ebenfalls ein Mass für die zeitliche Verfügbarkeit eines Verkehrsmittels, da sie massgeblichen Einfluss auf die maximal mögliche Aufenthaltsdauer in einem Ort hat.

Betriebsdauer <u>BD</u> in Stunden				
17<BD	15<BD<17	13<BD<15	11BD<13	BD<11
sehr gut	gut	eher gut	mittelmässig	eher schlecht

BEDEUTUNG FÜR DIE MOB

Aus heutiger Sicht ist die Betriebsdauer noch nicht absehbar; man kann aber davon ausgehen, dass sie über eine Zeitdauer eines Tages sein wird, weshalb sie als eher gut einzustufen wäre.

2.2.6.6 Zusammenfassende Bemerkungen

Bei Betrachtung obiger Faktoren kann festgestellt werden, dass die Bahn einmal nach Qualitätskomponenten des Pw's gemessen wird und zum anderen diese nur teilweise zu erfüllen vermag. In bezug auf das Verkehrsmittel per se sind Faktoren wie Gepäckbeförderung, Sauberkeit und Hygiene, Klima im Abteil und Sitzkomfort wesentliche Voraussetzungen für eine angenehme Reise. Aber auch Hilfestellungen beim Umsteigen und Ein- und Aussteigen gerade für ältere Personen oder beispielsweise für alleinreisenden Müttern mit ihren Kindern sind gute Ansatzpunkte zur Sicherstellung einer guten Qualität der Bahndienstleistungen. Durch eine direkte Verbindung Montreux - Interlaken - Luzern, welche sich in der Verbesserung der einzelnen Qualitätskriterien manifestiert, wird die Attraktivität der Strecke allein schon unter dem Aspekt bequemes, schnelleres und direkteres Reisen ohne Umsteigen und den damit verbundenen Friktionen erhöht.

Keine wesentlichen Verbesserungen sind bei den Zeitfaktoren zu erwarten. Deshalb ist obiger zeitlicher Beurteilung entgegenzuhalten, dass die Bahn im allgemeinen und die Verbindung mit der MOB auch bzw. v.a. aufgrund ihrer eigenen Stärken beurteilt werden müsste, dies aber aufgrund der gegenwärtigen Konkurrenzsituation zu anderen Verkehrsmitteln aufgrund deren Dominanz kaum möglich ist. Aus diesem Grund müssen Faktoren

der Schwäche (evtl. Reisezeit) durch alternative Vorteile relativiert werden. **Im Fall der MOB geschieht dies durch die landschaftliche und somit touristische interessante Attraktivität der Strecke.**

2.3 Analyse und Erfahrungen aus Bahn-Konkurrenzangeboten in der Schweiz

Komfortable Vergnügungs-Bahnreisen weisen allgemein steigende Frequenzen auf. So kann es nicht erstaunen, dass in den vergangenen Jahren verschiedene Angebote neu geschaffen oder wiederbelebt wurden. Einige Beispiele:

- Orient-Express Moskwa-Beijing und entsprechende Schnupperfahrten (Luch oder Dinner) in der Schweiz (Reisebüro Mittelthurgau)
- „Sauschwänzli-Bahn“ im Wutachtal (D)
- „Petit Train Jaune“ der SNCF in den Pyrenäen
- „Glacier-Express“ St. Moritz - Zermatt der RhB, FO und BVZ
- „Bernina-Express“ Chur - Tirano der RhB

Am ehesten noch mit den Verhältnissen der MOB vergleichbar sind der Glacier- und Bernina-Express, weshalb auf das erste Angebot in der Folge näher eingegangen wird.

2.3.1 Angebot Glacier Express

Der „Glacier-Express“ verkehrt auf der Strecke St. Moritz - Zermatt (Fahrzeit: ca. 8h), wobei, um eine Vergleichbarkeit mit dem jetzigen und zukünftigen Angebot der MOB zu gewährleisten, die Kernstrecke Chur - Brig als Betrachtungsobjekt herangezogen wird.

Zum **Inventar** des „Glacier-Express“ gehören 21 Normalwagen sowie 12 Panoramawagen. Ein Zug besteht normalerweise aus 6 Wagen pro Zug und einem Speisewagen, wobei die Gesamtkapazität bei 270 Plätzen pro Zug liegt.

Auf der Strecke verkehren im Sommer 3, im Winter 1 Zug pro Richtung, wobei die Fahrzeit etwas mehr als 4 Stunden dauert. Die Fahrt mit diesem Spezialzug ist nur mit Platzreservierung möglich. Will jemand auf diese verzichten, ist er gezwungen, die Strecke mit Regionalzügen und damit mit mindestens 3-mal Umsteigen zurückzulegen - eine wenig attraktive Alternative. Es existieren keine anderen Schnellzüge auf dieser Strecke.

Neben der eigentlichen Beförderung von Passagieren in zwei Klassen weist das **Angebot** des „Glacier-Express“ folgende Besonderheiten auf:

- Bord-Shop mit Souvenirverkauf
- ganze Packages mit Einschluss aller Leistungen (Transfers/ Übernachtungen, usw.)
- Verpflegung ab Frischküche im Speisewagen/ Getränke ab Minibar
- weltweit zugängliche Platzreservierung

- Reinigung von Abfalleimern und Toiletten während der Reise bei Wartezeiten
- Verleihung einer Urkunde

2.3.2 Nachfragestruktur „Glacier-Express“

Ähnlich wie bei der MOB lassen sich auch beim Glacier-Express die **Frequenzen** lediglich schätzen. So gehen heute die Verantwortlichen der FO und RhB für die Relation Chur - Brig bzw. umgekehrt für beide Klassen von folgenden Fahrgastzahlen aus:

1985:	1990:	1992:	1994:	1995:
180'000	244'000	237'300	252'400	230'000

Die erste Zahl für 1985 stammt aus der letzten Untersuchung des ITV, die anderen geben die Einschätzung der Marketingverantwortlichen wieder. Wie bei der Betrachtung der MOB-Zahlen muss auch hier die Interpretation sehr vorsichtig ausfallen. Die einzig klar feststellbare Parallelität zur MOB besteht insofern, als seit 1990 die Fahrgastzahlen nurmehr sehr gering zunehmen bzw. sogar eher stagnieren. Weiter ist klar feststellbar, dass das Fahrgastaufkommen beim „Glacier-Express“ nur etwa halb so gross ist wie beim vergleichbaren Angebot der MOB.

Der Anteil der **Gruppenreisen** beim „Glacier-Express“ ist mit $\frac{2}{3}$ verhältnismässig hoch. Dies hat nicht zuletzt damit zu tun, als der Beginn- wie der Endpunkt touristische Star-Destinationen sind und der „Glacier-Express“ bzw. die FO und RhB auch aktives Gruppen-Marketing betreiben (vgl. unten).

Der Anteil der **Vollzahler** beträgt ca. 15%, die anderen profitieren von vergünstigten Angeboten über das Halbtax-Abonnement, den Swiss Pass oder auch Gruppenrabatte. Zur Präzisierung muss jedoch ergänzt werden, dass gerade beim Halbtax-Abonnement die Reduktion nicht im Rahmen der normalen 50% liegt, sondern geringer ausfällt (im Gegensatz zur MOB).

Ca. 60% der Reisenden auf dem „Glacier-Express“ sind **Ausländer**. Dies hängt sicher wiederum zusammen mit der Art der Distribution und der geographischen Lage der Endpunkte der Bahnverbindung.

2.3.3 Marketing und Distribution

Das Angebot „Glacier-Express“ wird nahezu weltweit vermarktet. Hier einige Beispiele der wichtigsten Vertriebskanäle:

- Grundsätzlich können **Billette** europaweit an Bahnhöfen oder in Reisebüros gekauft werden.

- Weiter werden auch **Packages** über internationale Reisebüros vertrieben, und zwar in nahezu allen Erdteilen. Über RailEurope ist der „Glacier-Express“ bspw. auch in den USA vertreten. Ähnliche Verbindungen existieren im Fernen Osten.
- In der **Schweiz** werden Packages über Bahnhöfe der SBB und der Privatbahnen vertrieben. Hauptträger sind hier railtours Suisse sowie FO-Tours (die FO tritt also als Tour-Operator auf). Weitere Möglichkeiten entstehen gegenwärtig auch über GraubündenTours, eine Incoming-Agentur, welche je hälftig im Besitz der RhB und des Verkehrsvereins Graubünden ist.
- In **Deutschland** erfolgt der Absatz über den Verkauf von Ameropa-Packages an den Bahnhöfen der Deutschen Bahn AG.

Die FO pflegen also eine **Vielzahl von Absatzkanälen** bzw. müssen diese nicht zuletzt auch pflegen, da der „Glacier-Express“ im Gegensatz zum Golden Pass nahezu ohne Funktion einer Verbindungsbahn ist. Dies hat nicht zuletzt damit zu tun, dass allein der Fahrplan nur auf eine touristische Attraktion schliessen lässt und andere Motive, eine solche Bahnfahrt zu machen, für die FO gänzlich irrelevant sind. Bekannterweise ist dies bei der MOB nicht der Fall, was ihr aus heutiger Sicht zu einem relativen Wettbewerbsvorteil in Form einer relativ geringeren Abhängigkeit vom Tourismus, gereicht.

2.3.4 Stärken und Schwächen des „Glacier-Express“ aus der Sicht der FO

Unter den Stärken werden seitens der Marketing-Verantwortlichen erwähnt (Selbsteinschätzung):

- Komfortable Tagesverbindung quer durch die Alpen von St. Moriz nach Zermatt und damit Verbindung zwischen Top-Orten
- Verbindung im Flügelzug ab/ von Davos im Sommer
- Moderne Fahrzeuge mit Klimaanlage und Speisewagen
- klare Angebotspositionierung mit einer starken Marke

In bezug auf Schwächen wird angeführt:

- Meterspurnetz, welches ein Umsteigen vom und zum SBB-Netz erfordert

Der „Glacier-Express“ gehört zu den weltweit sicher bekanntesten Zügen, was nicht zuletzt auch mit der starken Marke zusammenhängt. In bezug auf die Zukunft („Golden Pass“) aller Panoramic-Angebote der MOB lassen sich aus den Erfahrungen des „Glacier-Express“ einige wertvolle Schlüsse ziehen (vgl. dazu folgendes Kapitel).

3 FAZIT INWELT/ UMWELT

3.1 Chancen und Gefahren aus den Rahmenbedingungen (allgemein und bahnspezifisch)

Im folgenden sollen die Rahmenbedingungen für eine Implementierung des „Golden Pass“ Montreux - Interlaken - Luzern noch einmal kurz aufgezeigt werden.

3.1.1 Wirtschaftliche Situation

Die wirtschaftliche Situation Europas und der Schweiz analysierend, sind Sättigungserscheinungen zu verzeichnen, die nicht ohne Folgen für viele Bereiche der Gesellschaft bleiben. In der Konsequenz bedeutet das, dass die Realeinkommen stagnieren, und wir eine hohe Arbeitslosenquote zu verzeichnen haben. Die Tendenz geht hin zu einer Zwei-Klassen-Gesellschaft, in der sich der eine Teil mehrmals pro Jahr einen Urlaub leisten kann und der andere Teil überhaupt keinen.

3.1.2 Wirtschaftspolitik

Durch die allgemeine Liberalisierung der Wirtschaftspolitik ergeben sich neue Möglichkeiten. So ist eine neue Dynamik durch potentielle Erfolge aufgrund von Eigeninitiative und Kreativität zu erreichen. Produkte mit einer guten Preis-Leistungsqualität können sich verstärkt auf dem Markt etablieren, und anpassungsfähige Unternehmungen und Institutionen werden durch vermehrte Freiheiten gestärkt. Negativa sind die mangelnde Sicherung der Erschließung von Randgebieten mit öffentlicher Infrastruktur sowie die höheren Kosten dieser aufgrund derer sie nicht mehr gesichert ist.

3.1.3 Verkehrspolitik

Im Bereich der Verkehrspolitik wird vermehrt eine marktwirtschaftliche Umweltpolitik angestrebt. Auf allen Ebenen findet das Bestreben nach einer leichteren Erreichbarkeit touristischer Regionen statt. Im Hinblick auf das zunehmende Ökologiebewusstsein, werden von den Reisenden vorallem eine intakte Landschaft und alternative Verkehrsmittel zum MIV gefordert. Der Wunsch nach Mobilität und Freiheit geht einher mit dem Wunsch der guten und möglichst bequemen Erreichbarkeit von Destinationen. Hier wäre die MOB mit der Platzierung ihrer Direktverbindung auf dem richtigen Weg.

3.1.4 Soziodemographische Bestimmungsfaktoren

Im Bereich der soziodemographischen Bestimmungsfaktoren hat sich in den letzten Jahrzehnten der Wechsel von der Grossfamilie zur Kleinfamilie und einer abnehmenden Bevölkerungsentwicklung vollzogen. Die Zahl der jungen Alten nimmt stetig zu. Obwohl diese pro Person eine geringere Ausflugsaktivität entwickeln als jüngere, ist dieses Alterssegment schon allein aufgrund seiner konstant ansteigenden Menge für die Marktbearbeitung interessant.

3.1.5 Bildungsstandard

Der zunehmende Bildungsstandard fördert ein grundsätzliches Interesse an neuen Dingen und die Bereitschaft, neue Erfahrungen zu machen. Es ist problematisch aus diesem Tatbestand einen Entwicklungstrend zu prognostizieren. Zum einen ist es möglich, dass eine verbesserte Ausbildung die Einsicht in Gesamtzusammenhänge und damit in die Konsequenzen unseres eigenen Handelns (z. B. Folgen des Reisens) fördert. Zum anderen könnte der grosse Wissensdrang dazu führen, dass die Mobilität der Menschen erst recht zunimmt, um neue Dinge zu entdecken, zu erleben und nichts verpassen zu wollen.

3.1.6 Zwischenfazit der Rahmenbedingungen

Untenstehende Zusammenstellung gibt eine erneut verdichtete Übersicht aus den Chancen und Gefahren bei den Rahmenbedingungen.

Rahmenbedingungen	Chancen	Gefahren
allgemein	• Zunahme der freien Zeit ⇒ Freizeitgesellschaft • Flexibilisierung der Arbeitszeiten ⇒ z. B. Möglichkeit zu Tagesausflügen	• wirtschaftliche Situation ⇒ Zwei-Klassen-Gesellschaft

bahnspezifisch	• Liberalisierung der Wirtschaftspolitik ⇒ Erfolge aufgrund von Eigeninitiative und Kreativität • gute Preis-Leistungspolitik ⇒ Etablierung auf dem Markt • marktwirtschaftliche Umweltpolitik • Forderung nach alternativen Verkehrsmitteln zum MIV • die Zahl der „jungen Alten“ nimmt stetig zu	• mangelnde Sicherung der Erschließung von Randgebieten
----------------	--	---

3.1.7 Freizeit

Das Verhältnis zwischen Arbeit und Freizeit wandelt sich auch zunehmend. Die Arbeitszeiten verkürzen sich immer stärker, und die Freizeit nimmt immer stärker zu. Der Trend geht in Richtung Freizeitgesellschaft. Die Flexibilisierung der Arbeitszeiten ermöglicht eine Freizeitgestaltung auch unter der Woche, so dass es die Möglichkeit zu Tagesausflügen etc. gibt.

3.2 Lehren aus dem eigenen und den Konkurrenzangeboten für die Gestaltung von Angebot, Marketing, Kommunikation und Distribution

Die kurze Analyse des „Glacier-Express“ im Vergleich zur Inweltbetrachtung der MOB lässt für das jetzige wie künftige Angebot („Golden Pass“) folgende Schlüsse zu:

- Das bestehende und zukünftige Angebot der MOB ist differenziert zu betrachten. Die Verbindung Montreux - Luzern ist keine normale Bahnverbindung im eigentlichen Sinn, nimmt aber dennoch gewisse Verbindungsfunktionen wahr. Die aus dieser Kombination zu beachtenden Kundenwünsche betreffen etwa folgende Punkte:
 - Das **Verkehrsangebot** muss dazu geeignet sein, künftig auch grössere Mengen an Fahrgästen befördern zu können, um so dem Trend der Mobilität gewachsen zu sein. Nur eine „omnipräsente“ Bahn kann attraktiv sein und grössere Bevölkerungsteile und die Wirtschaft an das Bahnangebot binden. Die MOB ist hier insofern eindeutig auf dem richtigen Pfad, als nicht eine Monoausrichtung auf den Tourismus verfolgt wird, sondern das Angebot auch klar als integrierender Bestandteil der Wirtschaft und Bevölkerung des Einzugsgebietes verstanden wird.
 - Das **Bahnangebot** sollte für den Kunden verständlich und übersichtlich gestaltet sein, so dass es ihm leicht zugänglich ist und er bspw. alle Reduktionen ausschöpfen kann und die für ihn auch gerade bei der MOB qualitativ optimalen Zugverbindungen erhält. Die Angebote sind auch vermehrt auf die internationale Kommunizierbarkeit auszurichten.

- Grundsätzlich ist die **Geschwindigkeit** eines der wichtigsten Qualitätsparameter bei der Verkehrsmittelwahl. Zur Verbesserung der Wettbewerbssituation ist dieser Punkt von hoher Bedeutung. Im Fall der MOB erreicht man durch eine Direktverbindung lediglich eine minimale Geschwindigkeitsverbesserung, aber die äusserst positiven Effekte dieser Verbindung bestehen aus dem komfortableren Reisen (ohne Umsteigen) und der touristisch interessanten Landschaft, die sicherlich den Punkt Geschwindigkeit relativiert. Durch eine **Direktverbindung** wird der Erlebniswert der Reise noch gesteigert.
- Ein weiterer wichtiger Parameter ist der **Komfort** (vgl. 2.2.6). Die Entscheidung des Kunden wird durch Aspekte wie bspw. Raumangebot, Lärmbelästigung und Hygiene der sanitären Einrichtungen beeinflusst.
- Bezüglich der **Preisgestaltung** ist anzumerken, dass dieser, nach der Orientierung an der Umwelt- und Sozialverträglichkeit der Wettbewerber, angemessen günstig sein sollte.
- Die Bahn sollte ihre traditionellen Tugenden, wie **Sicherheit und Zuverlässigkeit**, trotz einer angestrebten Neuorientierung nicht vernachlässigen.
- Neben den Anforderungen aus Kundensicht sollten die Ziele der Wettbewerbsfähigkeit und der **Wirtschaftlichkeit** nicht vernachlässigt werden. Ziel sollte eine schrittweise Verbesserung gegenüber den konkurrierenden Verkehrssystemen sein.
- Die Zeiten des ungebremsen Wachstums von **Bahnreisen** sind vorerst vorüber. Zur langfristigen Sicherung der Auslastung der Panorama-Züge sind folgende Überlegungen in Betracht zu ziehen:
 - Die MOB ist allein schon aufgrund ihres Inventars von Panoramic-Wagen (21) der wohl wichtigste **Anbieter** von Panorama-Bahnfahrten in der Schweiz wenn nicht sogar in Europa. Für den „Glacier-Express“ stehen lediglich 12 Panoramawagen zur Verfügung. Dieses schon allein quantitative Ausmass sollte vermehrt auch kommuniziert werden.
 - Die MOB fährt auf ihren Strecken den weitem dichtesten **Takt** von Panoramazügen. Es sind vermehrt auch Massnahmen zu treffen, welche diesen Tatbestand in Erinnerung rufen.
 - Die MOB vertrieb ihr Angebot mit Erfolg v.a. in der Schweiz und in Europa. In bezug auf die zukünftige Angebotsgestaltung (analog zum „Glacier-Express“ als Verbindung von Top-Destinationen) sind **alternative Vertriebskanäle** in Betrachtung zu ziehen. Dazu gehören etwa:
 - vermehrte **Zusammenarbeit** mit internationalen Tour Operatoren (Gruppengeschäft)
 - Eigene **Gestaltung von Angeboten**, um die Nachteile des Preis- und Ordnungsgefüges im öffentlichen Verkehr der Schweiz zu relativieren (entweder eigener Vertrieb oder Nutzung neuer Kanäle wie oben erwähnte Tour Operators)
 - Positionierung in **Globalen Distributions Systemen GDS** (Zusammenarbeit mit Traviswiss oder mit einem Computer Reservation system CRS (welches über eine Switch-Company die Positionierung in den GDS sicherstellt))

- Die MOB hat mit dem „Panoramic-Express“ bzw. dem „Golden Pass“ zwar 1 bis 2 Marken. Diese sind aber (gerade im Vergleich zur FO mit dem „Glacier-Express“) nur unzureichend positioniert und kommuniziert. Es bleibt die Frage, ob die gegenwärtigen Zugsnamen (von „Crystal Panoramic-Express“ bis „Regional Panoramic-Express“) v.a. für eine zukünftig vermehrt auch internationale Vermarktung nicht unter „Panoramic-Express“ oder „Golden Pass“ konsolidiert werden sollten (unter qualitativer Abstufung des effektiven Zugangebotes, welches nicht direkt in zu kommunizierenden Namen integriert werden muss).³¹
- Auf langfristige Sicht sind vermehrt auch **Journalistenreisen** in Betracht zu ziehen. Zu diesen Reisen könnten ebenfalls Mitarbeiter von Reisebüros und Veranstaltern eingeladen werden, die dann die Informationen direkt an den Kunden weitergeben. Aber auch die Mitarbeiter der Bahn könnten auf eine Werbetour in schweizerischen Städten gehen, um auf die neue Direktverbindung aufmerksam zu machen. Gerade Städte, die im Einzugsbereich der Bahn liegen (vgl. Abbildung 2-12), sollten hier frequentiert werden.
- Ueber die Effizienz von **Messeauftritten** gehen die Meinungen auseinander. Aber eine Präsenz auf den grösseren Messen im In- und Ausland ist sicher zu Beginn des Markteintrittes zu empfehlen. Eine solche Teilnahme sollte jedoch nur in Zusammenarbeit mit den örtlichen Tourismusorganisationen oder Schweiz Tourismus bzw. der Schweizerischen Bundesbahn erfolgen.

3.3 Anregungen und Beispiele erfolgreicher Bahnarrangements und Special Events

Warum kann man nicht die Eigenschaften der Bahn ausnutzen und zu einem attraktivitätssteigernden Mittel nutzen? Die **Bahnreise** sollte im Zeitalter der „Mobilität ohne Grenzen“ und der „Angst etwas zu verpassen“ wieder mehr zu einem **Erlebnis** werden!

Im Hinblick auf die veränderten Kundenwünsche sollte versucht werden, die (potentiellen) Kunden mit Hilfe von besonderen Leistungsangeboten zu gewinnen. Dieses können zum einen interessante „*package-Angebote*“ sein und zum anderen *besondere Leistungen* und „*special events*“ während der Bahnreise. Hier einige eher unverbindliche Kostproben:

- Die Deutsche Bundesbahn bietet bspw. seit einiger Zeit einen **Gepäcktransport** von Haus zu Haus an, der dem Bahnfahrer das Reisen „versüsst“, da er beim Ein-, Aus- und Umsteigen nicht durch sein gesamtes Gepäck behindert wird und sich problemlos und frei bewegen kann. Hier sind v.a. in Zusammenarbeit mit den SBB noch grosse Potentiale vorhanden.

³¹ vgl. auch den oben erwähnten Punkt „Bahnangebot“. Beispiel: Der Kunde bucht und fährt grundsätzlich mit dem „Panoramic Express“; „Crystal“, „Golden“ bzw. „Regional“ sind eher wie Namen von Klassen (und nicht von eigentlichen Zügen) zu verstehen (analog zur Airline-Industrie, welche ihren Klassen eigene Namen vergeben haben, welche sich jetzt als eigentliche Brands vermarkten lassen). Dies muss nicht bedeuten, dass Züge in Zukunft alle Klassen zur Verfügung stellen. Will der Kunde „Crystal“ reisen, steht ihm nur eine bestimmte Anzahl von Zügen offen.

- Ein weiteres Beispiel dieser Kategorie ist auch das „**Schöne Wochenende**“-Ticket“ der Deutschen Bundesbahn. Die Züge sind an den Wochenenden komplett gefüllt - *ein bisschen Chaos darf ruhig sein* -, und viele Leute nutzen die Chance preiswert „reisen“ zu können³². Ein voller Zug hat seine Reize, man knüpft soziale Kontakte und nimmt sich die Zeit für einen reduzierten Preis länger unterwegs zu sein. *Ein neuer Bahnsinn - mit Stehvermögen durch das Wochenende!*³³ Durch die zunehmende Urbanisierung und wachsende Anonymität der Grossstädte brauchen die Menschen soziale Kontakte mehr denn je.
- Ein Exampel für ein erfolgreiches „**special event**“ war der von der Niederländischen Bahn vor einigen Monaten eingesetzte „**Liebeszug**“, der an einem Tag das Land durchquerte und in dem sich Singles treffen und kennenlernen konnten.
- „Events“ müssen jedoch nicht gleich derart spektakulär sein, es gibt genügend andere Möglichkeiten, wie „Candlelight-Dinners“ im Zugrestaurant, Tanzzüge (vgl. „Sambazüge“ der Deutschen Bundesbahn) oder einfach einmal eine begleitete Gruppenreise mit historisch-geographischen Erläuterungen zur Landschaft, die gerade durchfahren wird. Ein echtes Erlebnis ist eine Fahrt mit dem „**petit train jaune**“, der in den Pyrenäen verkehrt. Der kleine gelbe Zug ist während der Sommermonate ein Cabrio-Zug. Man erlebt die Natur zum Anfassen nahe und geniesst ein einmaliges Panorama. Ein Muss für jeden „Interrailer“ und Bahnliebhaber. Im Winter sind die Wagons geschlossen, aber die Fahrt ist deshalb nicht minder eindrücklich, zumal der Zug mit einer Langsamkeit die Berge hochklettert, dass man sich fast herauslehnen kann, um Blumen zu pflücken.
- Geht man weiter, kann die Bahn, das Zugabteil oder der Wagon zu einem **Aktions- und Erlebnisraum** werden. Warum soll man nicht einmal jedes Abteil auf ganz individuelle Art und Weise gestalten, um so die oftmals vorherrschende Monotonie mit ein bisschen „Leben“ zu erfüllen. Jünge Künstler könnten beispielsweise die Gestaltung übernehmen. Auf diese Art könnte ein noch grösseres Publikum angesprochen werden und gleichzeitig würden die Reisenden auf eine besondere Art dazu angehalten, ihren individuellen Geschmack in dem jeweiligen Abteil wiederzufinden.

Es gilt also: Die (*potentiellen*) **Kunden** verstärkt über **Innovationen** und **Emotionen** anzusprechen und zu gewinnen.

³² die Deutsche Bahn gewann rund 40 % Neukunden

³³ OPASCHOWSKI (1995), 41

4 MONTREUX-LUZERN DIREKT

4.1 Touristische Ressourcen (MOB als Nutzenprofiteur)

Die zukünftige Linienführung der direkten Verbindungen Montreux - Luzern führt durch mehrere schweizerische „Tourismusschwergewichte“. Dazu gehören Montreux - Vevey (Lac Léman bzw. das gesamte Genferseebecken), Gstaad/ Saanen (Berner Oberland West), Interlaken (Berner Oberland Ost), sowie die weitere Region Luzern (Zentralschweiz).

Der „Beginn“ der betrachteten Strecke bildet Montreux und Umgebung, welches mit dem gesamten Genferseebecken eine touristische Destination der Sonderklasse darstellt.

Der weitere Streckenverlauf nach Osten wird sicherlich dominiert vom Zentrum des westlichen Berner Oberlandes: **Gstaad**. Doch die Dominanz dieses Ortes darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass auch Saanen wie Gruyères wesentlich zum Reiz dieser Region beitragen. Während auf der einen Seite das im englischen und französischen Sprachgebiet sehr bekannte Gstaad (meist gleichgesetzt mit Zermatt oder St. Moritz) hilft, der Region eine exklusive Internationalität zu geben, ergänzen Saanen und Gruyères das touristische Angebot der Region als Ferienziel für den vielleicht weniger zahlungskräftigen Gast sowie als Ausflugsziel des Brauchtums und des bäuerlichen Alltags.

Zentraler Ort des Östlichen Berner Oberlandes oder der Jungfrau-Region ist **Interlaken**. Auch dieser Ort profitiert, wenn auch weniger als Luzern, von seinem internationalen Ruf. Dieser hängt wohl weniger mit der Schönheit des Ortes zusammen als vielmehr mit seinem Panorama und den von dort ansteuerbaren Ausflugszielen. Zu den „natürlichen“ Angeboten gehören prioritär die Jungfrau bzw. das Jungfraujoch und damit verbunden die Kleine Scheidegg. Weiter zu erwähnen sind Schilthorn und Schynige Platte. Brienzer- und Thunersee vermögen das Angebot in idealer Art und Weise abzurunden. Als weitere Destinationen bzw. Zentren von Ferien- und Freizeitregionen in diesem Raum seien Grindelwald sowie Lauterbrunnen/ Mürren erwähnt. Sie geniessen v.a. bei den angelsächsischen Besuchern einen bis anhin unverändert guten Ruf.

Schon früher wurde erwähnt, dass **Luzern** als touristisches Zentrum der Schweiz bezeichnet werden kann (vgl. Kap. 2.2.2.1). Die Leuchtenstadt an sich bildet ein eigentliches international bekanntes touristisches Magnet, von welchem zahlreiche andere touristische Lokalitäten zu profitieren vermögen. Als „natürliche“ Ausflugsziele stehe neben der Rigi und dem Titlis sicherlich der Pilatus im Vordergrund. Weiter zu erwähnen als Naherholungsziel sind sicher der Vierwaldstättersee mit seinen vielseitigen Freizeitmöglichkeiten, der Bürgenstock sowie Engelberg als zusätzliche Basis eines breitgefächerten Freizeit- und touristischen Angebotes.

Zwischen diesen beiden touristischen Stars liegt das weniger bekannte Brienz mit dem Brienzer Rothorn, sowie Meiringen/ Hasliberg mit den Giessbachfällen und der Aareschlucht als unmittelbar in der Nähe liegenden natürliche Ausflugsziele. Weiter zu erwähnen in dieser Region ist sicherlich auch das Freilichtmuseum Ballenberg.

4.2 Aufwertung der Regionen

4.2.1 Allgemeine Aufwertung

Der Aufbau einer Direktverbindung Montreux - Luzern würde eine allgemeinen Aufwertung der Region zur Folge haben, die die unterschiedlichsten Bereiche und Personengruppen tangiert.

Durch eine Direktverbindung wäre kein Umsteigen mehr notwendig. In der Konsequenz bedeutet dies, dass zunächst einmal kein Zeitverlust mehr durch den Wegfall der Aktionskette „Aussteigen - Warten - Einsteigen“ erfolgen muss. Für den Bahnfahrer ist dieses bereits ein wichtiges psychologisches Moment (kein mühsames Ein- und Aussteigen; kein Warten in den häufig überfüllten Bahnhöfen; keinen Stress durch zu geringe Zeitintervalle beim Umsteigen; keine Angst, den Anschlusszug zu verpassen bei Verspätungen; usw.).

Die direkte **Verbindung der Zentren Montreux und Luzern** wird zwar im Vergleich mit der SBB-Verbindung über Normalspur (d.h. via Bern) nicht schneller. Eine Anzahl von Orten dazwischen sind jedoch untereinander schneller und v.a. bequemer erreichbar, wobei sogar neue Kunden aufgrund der durchgehenden Verbindung gewonnen werden, die bspw. aus beruflichen Gründen häufiger pendeln oder die einfach einmal einen Ausflug machen wollen und sonst den Pw gewählt hätten.

Eine direkte Anbindung der einzelnen entlang der Strecke gelegenen Orte hat damit auch eine **Steigerung des Wohnwertes** für die Bürger (direkte Verbindungen mit einer Vielzahl von Mittelzentren) sowie eine verbesserte Verkehrsgunst für die Wirtschaft zur Folge. Diese zeichnet sich insbesondere aus durch:

- Einwohner und Touristen in einem Gebiet; im konkreten Fall in einem erweiterten Korridor (bspw. in Bezug auf den Einkaufs-, Freizeit und Pendelverkehr)
- Lieferanten (Nutzberkehr)
- Kunden (ohne Endkonsum)

Durch eine verbesserte Verkehrserschliessung wird das **Beziehungsgebiet** jeder einzelnen **Unternehmung** im Einzugsgebiet der neuen Direktverbindung verbessert, da die Zahl der möglichen Marktkontakte zunimmt und der Widerstand, einen gegebenen Weg zurückzulegen, aufgrund der verbesserten Verbindungen abnimmt.³⁴

Betrachtet man die Verbesserung der wirtschaftlichen Ausgangslage und ihre verkehrsbezogenen Rahmenbedingungen ein wenig differenzierter, so werden v.a. die Bedingungen für

³⁴ Zum Konzept der Verkehrsgunst vgl. LAESSER (1996), 179 ff.

Zweig- und Filialbetriebe verbessert. Eine Untersuchung von MUGGLI und SCHULZ³⁵ ergab nämlich folgende Relation zwischen wichtigen Verkehrsfaktoren und Betriebstypen:

- der Flughafenzugang speziell für den Zuzug internationaler Firmen;
- die Anbindung an regionalen MIV und OeV speziell für Zweig- und Filialbetriebe des tertiären Sektors;
- alle Verkehrsfaktoren speziell für Firmen mit nur einem Standort.

Eine andere, etwas ältere Untersuchung kam zum Schluss, dass v.a. Kommerzielle Dienstleister wie Banken, Beratungen usw. ein grosses Interesse an einer guten öffentlichen Verkehrsanbindung haben. Weniger von Bedeutung ist diese bei Produktion, Handel oder auch Spedition.

Weiter verhindert gerade in peripheren Regionen eine verbesserte Verkehrserschliessung, zunehmend veränderten Standortansprüchen gerecht zu werden. Diese können sowohl interne als auch externe Ursachen haben.

Den Standortfaktor „Verkehr“ als **interne Ursache** betreffend, sind

- ein nicht ausreichendes Absatzpotenzial eines Angebotes sowie
- der Bedarf an überaus grossen Mengen eines Beschaffungsgutes

zu nennen.

Die **externen Ursachen** sind umfangreicher. So sind hier im Hinblick auf den Standortfaktor „Verkehr“

- der Mangel an qualifizierten Arbeitnehmern (z. B. Abwerben durch Konkurrenz und damit Abwanderung)
- Standortänderungen von Zulieferern, Abnehmern, evtl. Märkten
- sich verändernde Ausdehnung des Beschaffungs- und Absatzgebietes

erwähnenswert.

Aus einer Aufwertung der Bahnstrecke resultiert also eine nicht unwesentliche Verbesserung der Standortgunst, wodurch die wirtschaftliche Attraktivität der Region zwar nicht allzusehr steigt aber eine Zunahme der Benachteiligung aufgrund der peripheren Lage vermieden werden kann.

35 MUGGLI/ SCHULZ (1991), 65

4.2.2 Touristische Aufwertung

Im allgemeinen wirkt sich die Direktverbindung auch auf die Qualität des touristischen Angebotes entlang der Strecke positiv aus. Wie bereits weiter oben erläutert, müssen die Reisenden kein Umsteigen sowie längere Wartezeiten in Kauf nehmen. Bei einer guten Anbindung an das Umland entscheidet sich der Urlauber eher für eine Anreise per Bahn, da er vor Ort nicht das Gefühl hat, von der Aussenwelt abgeschnitten zu sein. Eine Anreise per Bahn ist auch aus der Perspektive des Umweltschutzes zu begrüßen.

Im speziellen sei festgehalten, dass diese Direktverbindung ein massgeblich verbessertes touristisches Transportmittel als Resultat hat, und zwar in zweierlei Hinsicht:

- Einmal wird Feriengästen wie Einheimischen eine noch attraktivere Ausflugsmöglichkeit geboten, z.B. ein Tagesausflug von Gstaad auf den Pilatus;
- Zum anderen wird insbesondere den Feriengästen der Transfer zwischen den Aufenthaltsorten (bspw. Hotels)³⁶ sowie zu IC/ EC-Haltepunkten und zum Flughafen erleichtert. Besonders vorteilhaft ist es, wenn ein solcher Transfer nicht nur ein reiner Transport ist, sondern auch ein mindestens landschaftliches Erlebnis bietet.

Im ersten Fall steht die Bequemlichkeit der Reise besonders im Vordergrund, da ja die Reise ein Teil des Erlebnisses darstellen soll. Im zweiten Fall erlangen neben der Bequemlichkeit der eigentlichen Reise die Nebenleistungen wie Gepäcktransport usw. eine erhebliche Bedeutung:

- Durch eine Verlängerung des Zuglaufes über Zweisimmen hinaus bis Luzern gewinnt der Panoramic Express als **Ausflugsziel im Inland** per se erheblich an Attraktion und schafft damit ein weiteres beachtenswertes Angebot in einer heute schon vielfältigen Palette:
 - Auch für Personen aus den grossen **Agglomerationen** wird eine solche Reise in einem Tag machbar. Stand bisher der Anreise von bis zu 4 Stunden eine Bahnfahrt von 1½ Stunden entgegen (Montreux - Zweisimmen) wird danach eine Anreise von 1 bis 2 Stunden eine Bahnfahrt von etwa 4½ Stunden geboten (vgl. nochmals Abbildung 2-12).
 - Durch die Verkürzung der Reisezeit aber auch insbesondere durch die **Direktheit der Verbindung** (erzeugt weniger Widerstand, ein Verkehrsmittel zu benutzen) werden auch andere Rundfahrtmöglichkeiten eröffnet. Montreux - Luzern als Teil einer kleinen Schweiz-Rundfahrt wird zur alltäglichen Möglichkeit.
 - Aber auch **Ausflüge** zu früher dargestellten Reisezielen entlang der Strecke werden attraktiver. Die Verbindung zwischen den touristischen Zentren Montreux - Gstaad - Interlaken - Luzern eröffnet hauptsächlich auch für ausländische Gruppen neue Möglichkeiten.

³⁶ Auf die Attraktionen entlang der Strecke wurde bereits in Kap. 4.1 hingewiesen.

- Für die **Anreisenden aus dem Ausland (Transfer)** sind v.a. folgende Möglichkeiten vorteilhaft:
 - Die Verbindung zwischen den touristischen Zentren wird ohne Umsteigen möglich und mit komfortablem Rollmaterial auch attraktiver.
 - Montreux und Luzern sind von den Flughafenbahnhöfen Zürich und Genève mindestens stündlich einmal direkt erreichbar. In reduziertem Mass gilt dies auch für Interlaken. Neu können deshalb eine Anzahl touristische Destinationen mit nur einmaligem Umsteigen (unter Benutzung sehr bequemer Infrastruktur wie in Luzern) von den Flughäfen erreicht werden.

4.2.3 Fazit: MOB als Nutzenstifter

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die MOB aus einem reichhaltigen touristischen Angebot in ihrem zukünftigen Verkehrskorridor wesentliche Vorteile zu ziehen vermag. Dies darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass nicht zuletzt aufgrund der Schaffung eines primär neuen touristischen Angebots die regionale Wirtschaft und der Tourismus zu profitieren vermag. Diese neuen Vorteile dürfen jedoch schon allein aufgrund der sehr beschränkten Zahl der täglichen Direktverbindungen nicht überbewertet werden. Dennoch: Die MOB wird den Nutzen, welchen sie aus dem Tourismus in der Region bezieht, mit Sicherheit zurückzugeben vermögen. Darauf deuten bspw. auch Erfahrungen mit dem Glacier-Express hin, welcher heute als wahrer „Nächtegenerator“ gilt, wenn ihm übernachtenden Touristen auch selbst nutzen.³⁷

³⁷ Nach Auskunft der RhB und FO

4.3 Synergien mit bestehenden Angeboten und zukünftigen Projekten

Zwischen der geplanten neuen Direktverbindung zwischen Montreux und Luzern und anderen Projekten des öffentlichen Verkehrs entstehen eine Vielzahl von Synergien, welche in der Folge unter Angabe von Vorschlägen herausgeschält werden.

4.3.1 Bahn 2000

1987 ist in einer eidgenössischen Volksabstimmung das Konzept „Bahn und Bus 2000“ gutgeheissen worden. Für die Bahnen und Busse bedeutet dies ein neues Betriebskonzept mit einem umfassenden landesweiten Taktfahrplan. In den wichtigsten Städten der Schweiz werden optimale Umsteigeverbindungen (auch zu internationalen Relationen) geschaffen. Auch Mittelzentren wie Luzern oder auch Interlaken und Montreux werden ebenfalls eine Knotenfunktion innehaben.

Auch wenn v.a. der **infrastrukturelle Vollausbau** (v.a. Neubaustrecken) aus heutiger Sicht nicht mehr möglich ist, bedeutet dies nicht, dass am grundsätzlichen Konzept der Taktverdichtung und -vereinheitlichung gerüttelt wurde.

Von den mit dem neuen Konzept geschaffenen verbesserten **Umsteigeverbindungen** profitieren nicht nur die Städte, sondern auch die eher peripher gelegenen Regionen. Durch ideale Anschlüsse und neue Direktverbindungen sollen nämlich auch Randregionen schneller erreichbar sein und selbst die Reisezeit zwischen solchen Regionen merklich verkürzt werden.

Das Einzugsgebiet der Linie Montreux - Luzern ist in diesem Zusammenhang als peripher gelegene Region zu werten. Zusammen mit den Linien St. Gallen - Luzern und Luzern - Langnau - Bern stellt sie die Längerschliessung der Voralpen, parallel zur Haupttransversale Genève - Zürich - St. Gallen sicher. Im heutigen Zustand weisen aber erst die Strecken St. Gallen - Luzern und Luzern - Bern einigermaßen attraktive Verbindungen auf. Der Zusammenschluss von MOB und Brünigbahn wäre somit die Grundvoraussetzung, auch in den westlichen Voralpen Verbindungen mit derjenigen Qualität anbieten zu können, wie sie das Konzept Bahn 2000 vorsieht. Die Synergie entsteht insofern, als eine primär touristische Motivation (infrastrukturellen Erschliessung) in sekundärer Hinsicht auch positive Auswirkungen auf die Angebotsintegration der MOB und Brünigbahn in das Angebotskonzept „Bahn 2000“ hat. Dies bedeutet nicht, dass sich eine Direktverbindung v.a. mit den Anforderungen von Bahn 2000 rechtfertigen lässt. Es darf aber umgekehrt auch nicht darüber hinweggesehen werden, dass es integrierende Effekte in bezug auf Bahn 2000 gibt. Diese werden insbesondere in den Knoten Montreux, Interlaken und Luzern bestehen.

4.3.2 Voralpen - Express

Seit einiger Zeit besteht für die Direktverbindung von St. Gallen nach Luzern ein eigentlicher Takt. Gleichzeitig wurde der Verbindung auch ein Name gegeben: „Voralpen - Express“. Diese Relation ist ein gutes Beispiel, wie eine Direktverbindung durch eine ansprechende Landschaft auf breite Akzeptanz stossen kann. Obwohl die direkte Relation über Rapperswil einige Minuten länger dauert als die Umsteigeverbindung über Zürich, erfreuen sich die Direktverbindungen einer wachsenden Beliebtheit. Vor kurzem wurde der Takt nochmals intensiviert, sodass heute eine stündliche Verbindung zwischen St. Gallen und Luzern zur Verfügung steht.

Aus diesem Grund wäre seitens der SBB, der Südostbahn, Mittelthurgaubahn MthB und der Bodensee-Toggenburg-Bahn BT die Idee weiter zu verfolgen, mit komfortmässig kompatiblen Zugkompositionen (d.h. ebenfalls mit einem oder mehreren Panoramawagen) zwischen Konstanz/ Romanshorn - St. Gallen und Luzern eine östliche Fortsetzung des „Golden Pass“ zu schaffen. Besonderen Anlass dazu gibt der Erfolg des Konstanz - Rigi - Express von Südostbahn und Mittelthurgaubahn.

4.3.3 NEAT Neue Eisenbahn Alpentransversale

Beim Zeitpunkt der Berichterstattung herrscht nach wie vor keine Klarheit wo, ob und wann der Bau einer neuen Eisenbahn-Alpentransversale in Angriff genommen wird. Unabhängig von der Lösung (Gotthard- oder Lötschberg-Variante) kann festgestellt werden, dass die zukünftige Direktverbindung den „Link“ zur NEAT schafft, sei dies in Spiez (bei der Lötschbergvariante) oder in Luzern (bei der Gotthardvariante). In bezug auf langfristiges zusätzliches Fahrgastpotential ist jedoch nur die Gotthardvariante von Bedeutung, da nur sie eine zeitlich deutlich verkürzte Verbindung mit dem bevölkerungsstarken Tessin herzustellen vermag.

4.4 Frequenzen

Eine Frequenzschätzung gestaltet sich aus heutiger Sicht als enorm schwierig, nicht zuletzt aufgrund der gegenwärtig sehr unsicheren wirtschaftlichen Situation und der eher ungewissen Zukunft des Tourismus in der Schweiz.

Aus diesem Grund wird in der Folge eine eher angebotsorientierte qualitative Frequenzschätzung vorgenommen und in Ergänzung dazu eine nachfrageorientierte quantitative. Dies bedeutet nichts anderes, als in einer ersten Phase aus dem bestehenden Angebot und der bestehenden Nachfrage qualitativ auf die Zukunft geschlossen werden soll (mittels einer qualitativen Extrapolation). In der zweiten Phase sodann wird eine stark nachfragebezogene Potentialschätzung vorgenommen (auf der Basis von Einwohnern und Touristen als „Nachfrager“), in welcher das neue Angebot Montreux - Luzern unabhängig vom bestehenden Angebot betrachtet wird. Allein die Ergebnisse werden mit der gegenwärtigen Situation verglichen.

4.4.1 Qualitative Extrapolation

Wir können davon ausgehen, dass ein wesentlicher Teil der **heutigen Panoramic-Reisenden** (ca. 500'000) dem touristischen Verkehr zugerechnet werden kann (eine genaue Quantifizierung ist nicht möglich). Bei diesen Personen kann davon ausgegangen werden, dass sie bei einer Verlängerung der Relation nach Luzern bereit sind, eine andere Route einzuschlagen, einen weiteren Ausflug zu machen, dass sie jedenfalls aber das neue Angebot zum Teil oder ganz benutzen. So werden bspw. Reisende, die bisher in Zweisimmen auf bzw. von der Simmentalbahn umgestiegen sind, die MOB-Verbindung bis mindestens Spiez benutzen, um dort auf nationale und internationale Verbindungen umzusteigen. Obwohl dies in bezug auf die Streckenbetrachtung kein Neuverkehr darstellt, wird zum einen die Rolle der MOB auf dieser Verbindung an Bedeutung gewinnen. Zum anderen wird mit Spiez ein neuer und besserer Ausgangspunkt für eine Panoramic-Reise geschaffen als dies bis anhin mit Zweisimmen der Fall war.

Keinen wirklichen Neuverkehr stellen weiter jene Reisenden dar, die schon heute die Brünigbahn-Schnellzüge benützen. Sicher wird aber das attraktive Angebot zusätzliche Reisende auch auf den dazugehörigen Teilstrecken anziehen können.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Kapazität der Direktverbindung von ca. 480'000 Plätzen nicht nur durch Neuverkehr ausgelastet werden kann, sondern zu einem Teil auch gegenwärtiger Verkehr auf diese Züge umsteigen wird.

Als wie gross das Fahrgastpotential des „Golden Pass“ Montreux - Luzern grundsätzlich beziffert werden kann, wird im folgenden Kapitel erläutert.

4.4.2 Potentialschätzung

Die Schätzung der Fahrgastpotentiale beruht auf zwei Grundmengen:

- Einwohner im Einzugsgebiet der zukünftigen Direktverbindung
- Touristen im Einzugsgebiet der zukünftigen Direktverbindung

Die zentrale Frage lautet: Mit wievielen Fahrgästen kann aus diesen Grundmengen gerechnet werden.

Der Ansatz besteht also nicht aus einer Schätzung aus der gegenwärtigen Zahl der Fahräste (ex-post-Sicht) sondern aus einer ex-ante-Betrachtung der zukünftigen Fahrgastpotentiale aufgrund des neu zu schaffenden Angebotes. Wir knüpfen damit an die Erkenntnisse aus Kap. 2.2.2 an und gehen weiter davon aus (Rekapitulation), dass das zukünftige Angebot einer direkten Panoramic-Bahnverbindung primär eine touristische Nachfrage zu befriedigen beabsichtigt. Darauf deuten insbesondere auch folgende bisherigen Erkenntnisse hin:

- der nicht-existente Zeitvorteil einer direkten Verbindung gegenüber dem Angebot SBB für die gleiche Relation (vgl. Kap. 1.1.7 und dort insbesondere Abbildung 1-4)
- die vermehrt touristische Aufwertung und nur am Rand eine wirklich wirtschaftliche Aufwertung (vgl. Kap. 4.1)
- die qualitative Extrapolation des bisherigen Angebotes (vgl. Kap. 4.4.1)

Dies bedeutet, dass sich der „Golden Pass“ primär als neues touristisches Angebot positioniert. Die Funktion als Erschliessungsverbindung (zum Vorteil der regionalen Wirtschaft und des Tourismus sowie der Touristen selbst) ist nur sekundärer Natur.³⁸

4.4.2.1 Bahnreisepotential im Markt

Den Anteil der Bevölkerung (Einheimische wie Touristen) zu beziffern, welche ein „Faible“ für Bahnreisen nach Art des MOB-Angebotes haben, ist kaum möglich. Es gibt auch keine Untersuchungen, welche empirisch erhärtete Daten zu dieser Fragestellung liefern. Dies vielleicht nicht zuletzt, da die Zahl der Anbieter, welche an solchen Daten interessiert wären, naturgemäss eher gering ist.

Es bleibt deshalb nur die Möglichkeit, aus allgemeinen Freizeitströmungen heraus das entsprechende Interesse zu qualifizieren und sehr vorsichtig zu quantifizieren.

Wie viele andere Produzenten von Freizeitangeboten wird auch die MOB immer stärker dazu gezwungen, sich auf spezifische Zielmärkte zu konzentrieren. Somit bietet die Marktsegmentation ein wichtiges Instrument, um die besonderen Zielgruppen eines solchen An-

³⁸ Die neue Verbindung ist aus diesem Grund eher Nutzenstifter als Nutzenprofiteur.

gebotes überhaupt einmal identifizieren zu können. Wir segmentieren aus Gründen der Kompatibilität mit verbreiteten Marktforschungen nach den sog. „Eurostyles“.

Im Bereich „Tourismus“ lassen sich fünf verschiedene Typen, d.h. fünf verschiedene **Cluster**, differenzieren. Jeder dieser Klumpen besteht aus Konsumenten, die ähnliche Einstellungen und Verhaltensweisen an den Tag legen. Somit wird es möglich, die Konsumenten einzuschätzen, obwohl die heutige Konsumgesellschaft zu grossen Teilen hybrid ist.

Dies 5 Cluster sind folgendermassen benannt (in Klammer: geschätzter Bevölkerungsanteil in Mitteleuropa):

- Globetrotter (30%)
- Freizeit-Touristen (24%)
- Häusliche (19%)
- Traditionelle Touristen (18%)
- Anfänger (8%)

Abbildung 4-1 gibt eine grobe Übersicht über die unterschiedlichen Dimensionen.

Abbildung 4-1: Eurostyles

Klasse:	Die GLOBETROTTER	Die FREIZEIT-TOURISTEN	Die HÄUSLICHEN	Die TRADITIONELLEN TOURISTEN	Die ANFÄNGER
Bevölkerungs-anteil:	30%	24%	19%	18%	8%
Soziodemographie/ Grundwerte	• überdurchschnittlich viele Junge • Personen mittleren Alters • ledige oder junge Paare mit (kleinen) Kindern • überdurchschnittlich gebildet • generell hohes Einkommen • progressiv, idealistisch, gesellschaftskritisch • trachten nach Lebensqualität	• überdurchschnittlich viele Junge, zumeist ledig • hoher Männeranteil • Studenten, Angestellte, Facharbeiter • Mittleres bis unterdurchschnittliches Einkommen • Hedonisten und Individualisten • dynamisch, liberal und eher emanzipiert	• älter, verheiratet, Kinder bereits ausser Haus • überdurchschnittlich hoher (Haus-) Frauenanteil sowie vorwiegend Arbeiter, Handwerker, Angestellte oder bereits Pensionierte • geringes Bildungsniveau • Grundeinstellungen: konservativ, für gesellschaftliche Stabilität, skeptisch gegenüber Neuerungen	• Mittleres bis hohes Alter (45 Jahre und älter), sind verheiratet und haben Kinder, die bereits ausser Haus sind • haben hohe berufliche Positionen inne, hohes Einkommen • Konformisten und Traditionalisten mit einer sehr konservativen Grundeinstellung. Für die Einhaltung von Moral, Gesetz und Ordnung	• Hauptaltersgruppe: 25 bis 44 Jahre • verheiratet und mit kleinen Kindern • Die Frauen sind Hausfrauen oder Angestellte; die Männer Angestellte, Handwerker oder Arbeiter • durchschnittliches Einkommen • Familie und die Erziehung der Kinder bedeuten ihnen viel. Stabilität, Sicherheit sind für sie aus diesem Grunde wichtig.

Konsumverhalten	• 'hedonistische' Konsumenten • stark freizeitorientiertes Konsumverhalten • überdurchschnittlich gut mit Sportartikeln ausgerüstet • möchten in Zukunft mehr für Reisen ausgeben • impulsives Kaufverhalten und Ausgabefreudigkeit • legen Wert auf hohe Qualität und kompetente Beratung, für die sie bereitwillig zahlen	• generell sehr ausgabefreudig, obwohl Mittel eher begrenzt sind • impulsives Kaufverhalten, Swit-cher • Einkaufen bedeutet Ablenkung, Entdecken und Vergnügen • sehr modebewusst, folgen den neuesten Trends • kaufen in 'In'-Plätzen ein bzw. in grossen Warenhäusern und Shopping-Centren	• sie geben unterdurchschnittlich viel für Reisen und Ferien aus • generell beschränken sie ihre Ausgaben auf das Nötigste • der Preis ist der entscheidende Kauffaktor • wichtig sind praktische und nützliche Produkte • eine klare Preisgestaltung, Nähe, ein freundlicher Empfang und Aktionen werden geschätzt • Sicherheit, Einfachheit und Empfehlungen bedeuten ihnen viel	• ihre Ausgaben für Reisen und Ferien liegen im Durchschnitt • legen grossen Wert auf Qualität (Vorliebe für Luxusgüter) • wichtige Kriterien sind spezialisierte Geschäfte mit einem umfassenden Service und der entsprechenden Fachkompetenz • Marken und Namen spielen eine grosse Rolle (Prestige) • überlegte Ausgaben	• ihre Ausgaben für Reisen und Ferien liegen stark unter dem Durchschnitt • überlegte Käufer, preisbewusst, Sonderangebote werden sehr geschätzt • eine klare Preisgestaltung, gute Auswahlmöglichkeiten und ein guter Service sind wichtig
Freizeitverhalten	• gehen gerne aus (Restaurants, Kino, Konzerte, Theater) • treiben überdurchschnittlich viel Sport • kulturell interessiert • unterdurchschnittliche TV-Konsumenten; HiFi, Video und Photographie werden aber als Freizeitbeschäftigung angesehen	• Musik (HiFi), Kinobesuche, Ausgehen mit Freunden • Sport • schauen viel fern	• ihre freie Zeit verbringen sie am liebsten zu Hause (>entspannen). Sie machen gerne Bastel- bzw. Heimwerkerarbeiten und schauen gerne Fern und lesen intensiv Zeitungen und Zeitschriften • sie treiben kaum Sport	• Fernsehen, Lesen, Spazieren, Wandern, Ausruhen • Gartenarbeit und/oder Do-it-yourself • kaum aktiv praktizierte Sportarten • ihre Ausgaben im Freizeitbereich sind unterdurchschnittlich hoch	• geben eher wenig für den Freizeitbereich aus • starke TV-Konsumenten (Fernsehen= Freizeit) • weitere Freizeitaktivitäten: Kinder und Familie, Musik, Ausgehen mit Freunden • treiben wenig Sport
Tagestourismus und Ferien	• Zielgruppe, die am meisten gereist ist • leidenschaftliche Touristen, die Aktiv-Ferien schätzen • möchten mobil bleiben • sie nehmen mehrmals pro Jahr Ferien • ausserhalb der grossen Ferien unternehmen sie auch gerne Städtereisen/ Tagesausflüge, um eine europäische Hauptstadt, ein bedeutendes Museum, ein Festival oder Konzert zu besuchen	• möchten sich vor allem amüsieren und entspannen • vor Ort treiben sie gerne Sport und machen viel Sight-Seeing • nehmen eher einmal lange Ferien pro Jahr	• Ferien = Entspannung, die jedoch den Gewohnheiten entsprechen muss • wenig Ausflüge vom Reiseziel • von allen Typen bleiben sie am meisten zu Hause • sie verbringen den Urlaub vorwiegend in der Schweiz oder im angrenzenden Ausland • sie neigen dazu, immer wieder den gleichen Urlaubsort aufzusuchen (ev. Wiederholungsbesucher?) • beziehen ihre Ferien zu regelmässigen Zeiten (d.h. im Sommer oder im Frühjahr)	• bevorzugen ruhige Ferien • Kultururlauber: geschichtsträchtige Orte, neue Länder/Regionen mit anderen Kulturkreisen • wenig Ausflüge am Ferienort • für kurze Ferien besuchen sie gerne europäische Hauptstädte • generell kurze Feriendauer • möchten ihre zukünftigen Ausgaben für Ferien/ Reisen erhöhen	• bisher wenig gereist • was für sie zählt, sind Erholung & Entspannung - ganz einfach das Nichtstun- im Rahmen ihrer Familie • sie verbleiben meistens am Urlaubsort • besonders geschätzt sind Wochenendausflüge und Kurzurlaube, welche meistens in der Schweiz verbracht werden • überdurchschnittlich kurze Feriendauer
Transportmittel:	• legen grossen Wert auf ein Auto	• das Auto ist das bevorzugte Transportmittel für Nahziele,	• Auto, Zug oder Bus. • grundsätzlich gegen grosse Veränderungen eingestellt	• organisierte Bus-Reisen, Zug, öffentliche Verkehrsmittel für kleine Reisen	• Reisen hauptsächlich im Auto

Quelle: in Anlehnung an HELLER/ MARTI (1994) und GFM (Schweizerische Gesellschaft für Marketing)

Unter Rückgriff auf die unterschiedlichen Bestimmungsmerkmale lässt sich das Ansprechpotential wie folgt abgrenzen:³⁹

³⁹ Diese Abgrenzung stützt sich auch ab auf OPASCHOWSKI (1992) und (1995b)

- **Transportmittel:** Die Klassen, welche am wahrscheinlichsten die Bahn benutzen, sind die „Häuslichen“ sowie die „Traditionellen Touristen“ mit einem Gesamt-Bevölkerungsanteil von etwa 37%.
- **Tagestourismus und Ferien:** Die Ausflugsintensivsten sind die „Globetrotter“ sowie die „Anfänger“, also ein Bevölkerungsanteil von etwa 38%.
- **Freizeitverhalten:** Diejenige Klasse, welche am ehesten von einem Angebot wie demjenigen der MOB angesprochen wird, sind die „Globetrotter“ (über das kulturelle Interesse) mit einem Bevölkerungsanteil von etwa 30%.

Obwohl obige Abgrenzung sehr vorsichtig interpretiert werden muss, ermöglicht sie dennoch, einen Eindruck über die **Höhe des Bevölkerungsanteil, welcher durch ein Panoramic-Angebot grundsätzlich angesprochen wird**, zu erhalten: Wir beziffern diesen auf **ca. 35%**. Es sei an dieser Stelle nochmals betont, dass keine wirklich gesicherten empirischen Erkenntnisse über das wirkliche Interesse der Bevölkerung gegenüber solchen Bahnfahrten existieren. In diesem Licht ist auch unsere Abgrenzung zu verstehen, welche nur mittels Induktion zum obigen Resultat zu führen vermag. Entsprechend diskutabel ist natürlich auch das Resultat.

4.4.2.2 Einwohner im Einzugsgebiet als Nachfrage-Grundmenge

Abbildung 4-2 gibt eine Schätzung des Fahrgastpotentials (Einwohner der Schweiz als Grundmenge) wieder. Zur Erklärung der Tabelle sei auf die untenstehende Legende verwiesen.

Aus dieser Potentialschätzung geht hervor, dass die Zahl der Fahrgäste, mit welchen die MOB aus der Bevölkerung als Grundmenge rechnen kann, für die neue Direktverbindung Montreux - Lausanne gesamthaft etwa 1 Mio. beträgt. Dieser Wert ist auf eine Dauer von mindestens 5 Jahren umzulegen, da aus heutiger Sicht nicht davon ausgegangen werden kann, dass die betrachtete Bevölkerungsgruppe jedes Jahr eine solche Reise mit der MOB unternimmt. Damit reduziert sich das jährliche Fahrgastpotential auf etwa 200'000 pro Jahr.

4.4.2.3 Touristen im Einzugsgebiet als Nachfrage-Grundmenge

Wir gehen bei der Erfassung der die MOB relevanten Touristen sehr restriktiv vor und nehmen an, dass lediglich „Urlauber“ grundsätzlich für eine Fahrt mit der MOB in Frage kommen.

Die Erfassung dieser Besuchergruppe stellt allerdings einige Probleme, insofern, als diese statistisch nicht bzw. nur sehr ungenau erfasst werden. Eine regionsunterschiedliche Schätzung des entsprechenden effektiven Anteils ist inexistent. Aus diesem Grund wird auf eine **Faustregel** zurückgegriffen, nach welcher im allgemeinen davon ausgegangen werden

kann, dass der Anteil der geschäftlichen Übernachtungen an allen Übernachtungen nach folgender Formel berechnet werden kann:⁴⁰

$$\text{Anteil Geschäftsreisen} = \frac{\text{Logiernächte des "schlechtesten" Monats} \times 12}{\text{Logiernächte total}}$$

Abbildung 4-2: Fahrgastpotentialschätzung (Einwohner)

Kanton/ Region	WS	Einwohner geogr. pot. FG		durch FG-Schätzung Angebot angespr. FG	
Aarau (AG)	0.46	507508	233454	177627.8	81708.79
Altdorf (UR)	0.32	34208	10947	11972.8	3831.30
Basel (BS, BL)	0.43	432899	186147	151514.65	65151.30
Bellinzona (TI)	0.08	282181	22574	98763.35	7901.07
Bern (BE)	0.49	958192	469514	335367.2	164329.93
Chur (GR)	0.18	173890	31300	60861.5	10955.07
Delémont (JU)	0.43	66163	28450	23157.05	9957.53
Frauenfeld (TG)	0.36	209362	75370	73276.7	26379.61
Fribourg (FR)	0.46	213571	98243	74749.85	34384.93
Genève (GE)	0.43	379190	163052	132716.5	57068.10
Glarus (GL)	0.28	38508	10782	13477.8	3773.78
Lausanne (VD)	0.49	601816	294890	210635.6	103211.44
Luzern (LU, OW, NW)	0.49	388337	190285	135917.95	66599.80
Neuchâtel (NE)	0.49	163985	80353	57394.75	28123.43
St. Gallen (SG, AR, AI)	0.28	493600	138208	172760	48372.80
Schaffhausen (SH)	0.36	72160	25978	25256	9092.16
Schwyz (SZ)	0.40	111964	44786	39187.4	15674.96
Sion (VS)	0.40	249817	99927	87435.95	34974.38
Solothurn (SO)	0.46	231746	106603	81111.1	37311.11
Zug (ZG)	0.46	85546	39351	29941.1	13772.91
Zürich (ZH)	0.46	1179044	542360	412665.4	189826.08
Total CH		6'873'687	2'892'573	2405790.45	1012400.47

Legende:

- Spalte 1: Betrachteter Ort, stellvertretend für die geographische Lage des betrachteten Kantons bzw. der betrachteten Region*
- Spalte 2: Wahrscheinlichkeit, dass unter der Abgrenzung der zeitlichen Dauer des Tagesausflugs eine Person aus diesem Ort eine Fahrt mit der MOB unternimmt (vgl. dazu nochmals Abbildung 2-12)*
- Spalte 3: Einwohnerzahl der betrachteten Region*
- Spalte 4: Spalte 2 * Spalte 3*
- Spalte 5: Spalte 3 * 0.35 (durch Bahnreisen angesprochener Bevölkerungsteil in betrachteter Region)*
- Spalte 6: Spalte 2 * Spalte 5*

Quelle: Daten Bevölkerungszählung 1990, eigene Berechnungen

Für die **Schweiz** bedeutet dies einen **Geschäftsreiseanteil** von 59% bei den Inländern und 44% bei den Ausländern, wobei betont werden muss, dass es sich dabei nur um einen Wert gültig für die Hotellerie handelt.⁴¹

⁴⁰ nach Auskunft von SCHMIDHAUSER (1996)

⁴¹ Über alle Beherbergungsformen hinweg beträgt der Anteil ca. 15-20%. Da die entsprechenden Werte seitens des BfS aber nicht mehr erhoben werden, beschränken wir uns auf die Betrachtung der Hotellerie.

Bei der Schätzung der Fahrgastpotentiale aus der Grundmenge „Touristen“ gehen wir von der sehr restriktiven Annahme aus, dass Geschäftsreisende keine Fahrt mit dem Panoramic-Express unternehmen. Dies bedeutet nichts anderes, als diese Gruppe als Fahrgastpotential zwar vernachlässigt wird, auf der anderen Seite aber aus Sicht der MOB einen „kalkulatorischen Puffer“ darstellt.

In Abbildung 4-3 werden die Fahrgäste (Touristen) geschätzt, wobei unterschieden wird nach Inländern und Ausländern.

Abbildung 4-3: Fahrgastpotentialschätzung (Touristen)

Einzugsgebiet	Ankünfte Inländer	Ankünfte Ausländer	Ankünfte total
Direkt entlang der Strecke	136'158	474'336	610'494
20-km Korridor entlang Strecke	125'788	296'430	422'218
Weiteres Einzugsgebiet	557'527	1'184'178	1'741'705
Total	819'473	1'954'944	2'774'417

Quelle: Abbildung 2-4 sowie eigene Berechnungen

Von Bedeutung für die MOB sind die ausländischen Touristen, welche sich im weiteren Einzugsgebiet entlang der Strecke aufhalten. Sie kommen grundsätzlich als Ausflügler oder Benützer des neuen direkten Angebotes in Frage. Wird wiederum davon ausgegangen, dass 35% dieser Personen von einem Bahnangebot „Panoramic“ angesprochen werden, kann von einem **Basis-Fahrgastpotential** von jährlich etwa 684'000 ausgegangen werden.

Dieser Wert ist jedoch insofern zu relativieren, als im Einzugsgebiet mindestens 40% der ausländischen Gäste in der Schweiz bzw. in einer Region zu den Stammgästen gezählt werden können, d.h. sie sind aus Sicht der MOB wie „Einheimische“ zu betrachten. Dieser Tatbestand reduziert das **Fahrgastpotential aus der Grundmenge „Touristen“** auf folgende Werte:

- Erstbesucher in der Region (60%): 410'500 Fahrgäste/ Jahr
- Stammgäste in der Region (40%): 54'700 Fahrgäste pro Jahr⁴²
- Total: 465'277 Fahrgäste pro Jahr

4.4.2.4 Weiterer realisierbarer Verkehr

Folgende weitere **Verkehrszuwächse** wären generierbar:

⁴² Hier fliesst wieder die Fünfjahreskadenz ein, d.h. dass Stammgäste, haben sie einmal eine Fahrt mit dem Panoramic-Express unternommen, frühestens erst nach 5 Jahren wieder ein solche unternemen.

- Für Gruppenreisen sind **Wagendurchläufe** über das ganze zukünftige Einmeterschiennetz denkbar. Insbesondere Grundelwald, Lauterbrunnen und Engelberg dürften zugkräftige Ziele abseits der geplanten Stammlinie darstellen. Ausserdem kann mit Sonderfahrten für Gruppen auch auf der Relation Montreux - Luzern gerechnet werden.
- Bei besonderen Anlässen sind weiter direkte **Zubringerzüge** möglich.
- In Verbindung mit der Touristikbahn Blonay - Chamby und der Rothornbahn (Brienz) bieten sich Sonderfahrten mit **historischem Rollmaterial** für Eisenbahn- und Nostalgiefans an.
- Neue Perspektiven eröffnen sich auch dem **Güterverkehr**, indem Transporte ohne Umlad zwischen Engelberg, Luzern, Innertkirchen, Montreux, Vevey, Broc und Palézieux möglich werden. Transportkostensenkungen und Rückgewinnung von Verkehrsanteilen sind insbesondere denkbar beim Kehrtrichttransport, Transport flüssiger Brennstoffe oder Kiestransporten.

4.4.3 Fazit: Fahrgastschätzung

Das gesamte, vorsichtig geschätzte Fahrgastpotential für die neue Direktverbindung, beläuft sich auf ca. 670'000.

Dieser Wert setzt sich zusammen aus:

• Einwohner als Grundmenge:	202'000
• Touristen (Erstbesucher):	410'500
• Touristen (Stammgäste) als Grundmenge:	54'700
• Total:	667'200

Es kann also im Vergleich zu 1995 mit etwa **170'000 zusätzlichen Fahrgästen** gerechnet werden.⁴³

Folgende Punkte sind bei der Interpretation der obigen Werte zu beachten:

- Eine **Abgrenzung zwischen bisherigem und neuem Verkehr** ist nahezu unmöglich. Dies hat zwei Gründe:
 - Das **Angebot** und seine **Struktur** verändert sich auf dem gesamten (neuen) Meterspur-Netz.
 - Das Angebot seitens der MOB wie der Brünigbahn und bei der Verbindung zwischen den beiden Meterspurnetzen ist bereits heute sehr dicht (Stundentakt). Dies bedeutet nichts anderes, als regelmässige **Verkehrsströme** heute bereits

⁴³ Die ursprüngliche Schätzung unserer Untersuchung von 1987 sprach von etwa 180'000 Reisenden, wobei hierbei die angebotsorientierte Sicht im Vordergrund stand, wogegen an dieser Stelle klar die Nachfragesicht als Basis in die Schätzungen einfließt.

grösstenteils vordefiniert sind und die Umsteigeverbindungen bestenfalls durch die Benützung von Direktverbindungen substituiert werden. **Zusatzverkehr** kann deshalb mehrheitlich nur **touristischer Natur**. Um Kapazitätsengpässe zu vermeiden, sind v.a. Massnahmen zur besseren Auslastung in der Neben- und Zwischensaison zu ergreifen. Zur Erreichung dieser anvisierten Fahrgastziele sind deshalb zum Teil spezielle **Marketinganstrengungen** notwendig (vgl. insbesondere nochmals Kap. 3.2.).

- Dies gilt insbesondere für den **Gruppenreiseverkehr**. Heute gehören nur etwa 8.5% der Reisenden bei den „Panoramic-Zügen“ einer Gruppe an, beim Glacier-Express sind es über 60%. Dank der Erweiterung der Kapazitäten kann, und zur Erreichung der notwendigen Verkehrszunahme müssen die Gruppenreisen einen grösseren Anteil am Gesamtverkehr erhalten. Diese Gruppen sind speziell für die **gesamte Relation Montreux - Luzern** bzw. umgekehrt zu gewinnen, um eine **zusätzliche Auslastung v.a. auf der neuen Meterspurstrecke** herbeizuführen.⁴⁴ In Zusammenarbeit mit Hoteliers und Reiseveranstaltern liesse sich so ein grosses, noch nahezu unerschlossenes Marktsegment dazugewinnen. Bei dieser Art von Reisen sind meist 50 Plätze erforderlich, was mehr oder weniger der Platzzahl eines 2. Klasse Panoramic-Wagens entspricht.
 - Selbes gilt auch bei den **individuell reisenden Gästen**. Das Angebot verändert sich fundamental, sodass entsprechenden Kommunikationsanstrengungen notwendig werden.
- Speziell um die Kadenz der Zweit- und Drittfahrten von Fahrgästen zu verkleinern, ist der bei der MOB bis anhin hohe **Innovationstakt** unbedingt beizubehalten. Ähnlich einem Freizeitpark sind beim Angebot regelmässig Gründe zu schaffen, wieder einmal eine Fahrt auf einem der „Panoramic-Züge“ zu unternehmen.
 - In der Schätzung der Fahrgastzahlen wurden eine Vielzahl von **Puffern** eingebaut:
 - Der **Erschliessungsverkehr** blieb gänzlich unberücksichtigt. Es wurde nur eine rein touristische Betrachtung vorgenommen.
 - Die **inländischen Touristen** (also diejenigen Schweizer, die im weiteren Gebiet ihren Urlaub verbringen), blieben bei der Fahrgastzahlschätzung insofern unberücksichtigt, als sie auf der Seite der Einwohner als Grundmenge erfasst werden. Dennoch: Es wird sicher den einen oder anderen Schweizer geben, welcher bspw. im Berner Oberland einen Ferienaufenthalt verbringt und eine Fahrt mit einem „Panoramic-Express“ unternimmt.
 - Weiter wird davon ausgegangen, dass **Geschäftsreisende** in der Schweiz keine Fahrt mit dem „Panoramic-Express“ unternehmen. Diese Annahme ist aus Sicht der MOB insofern sehr pessimistisch, als ein gesamtes Kundensegment in der Schätzung unberücksichtigt bleibt - ein Kundensegment, welches sich durchaus auch für solche Fahrten gewinnen liesse. Das Segment „Geschäftsreisende“ ist also ein weiterer Puffer.

Zusammenfassend bedeutet dies:

44 Neben der Substitution bestehender Verbindungen muss auch Mehrverkehr angezogen werden.

- Der „Golden Pass“ kann mit zusätzlichen Marketinganstrengungen zu Gunsten von Gruppenreisen zu 90% ausgelastet werden
- In Spitzenzeiten ist folglich mit **Kapazitätsengpässen** zu rechnen, weshalb Marketingmassnahmen v.a. **Gruppen zu Randzeiten** akquirieren müssen. Den zu erwartenden Kapazitätsengpässe ist deshalb vermehrt mit einem stark differenzierten Angebot und entsprechenden Preisen zu begegnen, d.h. die **Zielgrösse sind nicht die zusätzlichen Fahrgäste, sondern die zusätzlich erzielbaren Erlöse.**
- Aus Sicht der MOB wird ein Grossteil des Verkehrs aus bereits bestehendem Verkehr bestehen (v.a. Zubringer Zweisimmen - Spiez).
- Der **Neuverkehr** entsteht v.a. auf der Strecke **Spiez - Luzern**. Speziell in bezug auf die Akquisition von Gruppenreisen ist insbesondere der neu existierende direkte Link nach Luzern vermehrt auszunutzen.

5 SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die neue Direktverbindung Montreux - Luzern steigert die **Attraktivität** des öffentlichen Verkehrs entlang des Einzugsgebietes klar. **Regionalpolitisch** von Bedeutung ist die bessere Erschliessung des westlichen Berner Oberlandes und des Freiburgerlandes: Die Anschlussknoten Montreux, Spiez, Interlaken und Luzern stellen den Anschluss an die schweizerischen Grosszentren mit nurmehr einmaligem Umsteigen sicher. Die absoluten Standortbedingungen werden sich jedoch dadurch nicht wesentlich verbessern; es kann nur festgehalten werden, dass die relative Standortverschlechterung der betroffenen peripheren Regionen aufgehalten werden kann.

Nach dem Vergleich einer Schmalspur-Direktverbindung Montreux - Interlaken - Luzern mit ähnlichen Angeboten und Überprüfung der bisherigen Entwicklung der Panoramic-Expresszüge kommen wir zum Schluss, dass auf diesen neu zu schaffenden Verbindungen jährliche zusätzliche **Frequenzen** in Höhe von etwa 170'000 zu erwarten sind. Der grösste Teil des Neuverkehrs entfällt dabei auf die Strecke Spiez - Luzern (neu: ohne Umsteigen in Interlaken), wogegen die Strecke Zweisimmen - Spiez v.a. bisherigen Verkehr beinhalten wird (neu: erleichterter Direktzugang zum westlichen Berner Oberland). Grundsätzlich ist festzustellen, dass ein Grossteil des **Neuverkehrs** touristischer Natur ist bzw. sein muss, da die gegenwärtig bereits guten (Umsteige-) Verbindungen alltägliche Verkehrsströme und damit auch Frequenzen vordefiniert haben. Beim bestehenden Verkehr muss deshalb - wo das Angebot besteht - v.a. mit einer Substitution dieser Umsteigeverbindungen gerechnet werden. Die nicht-touristischen und zum kleinen Teil die touristischen Fahrgäste werden deshalb primär aus ehemaligem Verkehr generiert.

Unter der Voraussetzung, dass zusätzliche **Marketinganstrengungen** in Richtung „**Gruppenreisen**“ in der **Neben- und Zwischensaison** unternommen werden, ist eine hohe durchschnittliche Auslastung (dann v.a. mit touristischem Neuverkehr) möglich. Sollte eine bessere Verteilung der Fahrgäste über das Jahr nicht möglich sein, drohen Kapazitätsengpässe. Wird davon ausgegangen, dass **alle zusätzlichen Reisenden in Gruppen** organisiert sind, entsteht auf der gesamten Strecke ein **Gruppenanteil von etwa 25%**, was vergleichsweise immer noch niedrig und deshalb ausbaufähig ist. Dann jedoch wird man zusätzliche Verbindungen schaffen müssen.

Um die Attraktivität für die inländischen Gäste und die ausländischen Stammgäste zu erhalten, ist die bis anhin hohe **Innovationskadenz** unbedingt beizubehalten. Entsprechend kurze Zyklen erhöhen das Potential, innert vernünftiger Zeit Gäste, welche zum zweiten oder auch mehrfachen Mal einen Panoramic-Express benützen, begrüßen zu können.

Neben den neuen fahrplanmässigen Expresszügen ergibt sich eine Vielzahl von Möglichkeiten für **Sonderfahrten** und **Extrawagen** auf dem dannzumal 318km messenden Schmalspurnetz. Auch für **Gütertransporte** eröffnen sich viele neue Möglichkeiten.

QUELLENVERZEICHNIS

ABERLE, G. (1991): Beförderungsqualität in der Bundesverkehrswegeplanung. In: Internationales Verkehrswesen 4/1991, S. 126-128

BfS (Bundesamt für Statistik) (1990): Eidgenössische Volkszählung 1990, Band 1: Bevölkerung der Gemeinden. Bern: BfS

BfS (Bundesamt für Statistik) (1996): Hotel und Kurbertriebe in der Schweiz, Ausgabe 1996. Bern: BfS

BÖHME H./ SICHELSCHMIDT H. (1993): Deutsche Verkehrspolitik: Von der Lenkung zum Markt. Lösungsansätze - Widersprüche - Akzeptanzprobleme. Kiel: Institut für Weltwirtschaft

BRAUNER, D.J. (1986): Determinanten von Angebot und Nachfrage im öffentlichen Personenverkehr. Krefeld

DOEBELI, H.P. (1992): Konsum 2000/ Die Orientierung 101. Bern: Schweizerische Volksbank

FREY, C. (1996): Verkehrs- und Umweltproblematik in touristischen Gebieten: Analyse - Lösungsmöglichkeiten - Auswirkungen, dargestellt am Beispiel des Oberengadins, Dissertation St. Gallen

GIGER, M./ SCHMIDHAUSER, H.P. (1987): Attraktivitätssteigerung der Eisenbahnachse Montreux - Interlaken - Luzern durch Direktverbindungen ohne Umsteigen. St. Gallen: Institut für Tourismus und Verkehrswirtschaft

HaCON Ingenieurgesellschaft Hannover (1996/97): Hafas (Aktuelle Ausgabe des elektronischen Fahrplanes der SBB). Hannover: HaCon

HARRER, B./ ZEINER, M./ MASCHKE, J./ SCHERR, S. (1995): Tagesreisen der Deutschen. Heft 46 der Schriftenreihe des deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr an der Universität München. München: DWIF

HELLER, K./ MARTY, I. (1994): Eurostyles: Die Europaweite Bevölkerungskarte mit 16 soziokulturellen Typen, in: PRAXIS Fachinformation ATAG Ernst & Young, Basel. ATAG Ernst & Young

ISARD, W. (1976): Methods of Regional Analysis: An Introduction to regional Science. London: MacMillan Houndmills

ITV (INSTITUT FÜR TOURISMUS UND VERKEHRSWIRTSCHAFT)/ FIF (FORSCHUNGSINSTITUT FÜR FREIZEIT UND TOURISMUS) (1991): TOURISMUS 2010. DELPHI-UMFRAGE 1991 ZUR ZUKUNFT DES SCHWEIZER TOURISMUS, ST. GALLEN/ BERN: ITV-HSG/ FIF

KASPAR, C. (1991): Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft 1990/91, St. Gallen: ITV-HSG

KASPAR, C. (1992): Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft 1991/92, St. Gallen: ITV-HSG

KASPAR, C. (1993): Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft 1992/93, St. Gallen: ITV-HSG

KASPAR, C. (1994): Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft 1993/94, St. Gallen: ITV-HSG

KASPAR, C. (1995): Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft 1994/95, St. Gallen: ITV-HSG

KASPAR, C. (1996): Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft 1994/95, St. Gallen: ITV-HSG

KASPAR, C./ FREY C. (1993): Freizeit, Mobilität und Tourismus aus sozioökonomischer Sicht. Schweizerischer Wissenschaftsrat. Bern: ohne Angabe

KASPAR, C./ KISSLING, C./ SCHMIDHAUSER H.P./ ZINDEL, M. (1991): Perspektiven des Schweizer Tourismus, Forschungsprojekt im Auftrag des Dienstes für Tourismus des BIGA, BIGA-Schriftenreihe / Beiträge zur Tourismuspolitik Nr. 1, Bern: EDMZ

KAU, W. (1970): Theorie und Anwendung raumwirtschaftlicher Potentialmodelle. Ein Beitrag zur Regionalforschung. Tübingen: unbekannt

KLEIN, R. (1992): Dezentrale Grundversorgung im ländlichen Raum. Interaktionsmodelle zur Abschätzung von Nachfragepotentialen im Einzelhandel. Osnabrück: Osnabrücker Studien zur Geographie

KOCH, A. (1988): Tagesausflugsverkehr und seine Auswirkungen. In: Tagesausflugsverkehr und seine Auswirkungen. St.Gallen: Editions Aiest Bd. 29, S. 53 - 86

LAESSER, CH. (1996): Verkehrs- und Umweltproblematik in städtischen Gebiete. St. Galler Beiträge zum Tourismus und zur Verkehrswirtschaft, Reihe Verkehrswirtschaft, Band 16. Bern: Haupt

MIZOKAMI, S. (1992): Travel Demands Forecast Modelling for Sightseeing Excursion. In: Lyon '92: Selected Proceedings of the World Conference on Transport Tesearch, tome II, pp. 753-765. Lyon: ohne Angabe

METRON (1968): Sozioökonomische Variable, die Einfluss auf den Modalsplit zeigen. Brugg. Literaturbericht

MOB (1996): Rapport de gestion 1995. Montreux: MOB

MÜLLER, H.R. (1986): Tourismus in Berggemeinden: Nutzen und Schaden, in: Schlussbericht zum Schweizerischen MAB-Programm Nr. 19, Bern: Programm MAB

MÜLLER, H.-R.; KASPAR, C.; SCHMIDHAUSER, H.-P. (1991): Delphi-Umfrage 1991 zur Zukunft des Schweizer Tourismus. Bern, St. Gallen: ITV und FIF, 1991.

MÜLLER, H.R./ KRAMER, B./ KRIPPENDORF, J. (1993): Freizeit und Tourismus - Eine Einführung in Theorie und Politik, 2. Auflage, Berner Studien zu Freizeit und Tourismus Heft 28, Bern: FIF

MUGGLI, CH.; SCHULZ, H.-R. (1992): Grossstädte und Städtehierarchie in der Schweiz. Bericht Nr. 21 des NFP „Stadt und Verkehr“. Zürich: NF

NBT NETHERLANDS BOARD OF TOURISM (1989): Tourism, 10 years ahead, Den Haag: Netherlands Board of Tourisms

OPASCHOWSKI, H. (1996): Schweizer sparen lieber bei den Ferien als beim Essen. Hamburg: B.A.T.-Freizeit-Forschungsinstitut

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

OPASCHOWSKI, H.W. (1995b): Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten - Freizeit- und Tourismusstudien, Bd 5. Opladen: Leske + Budrich

OPASCHOWSKI, H.W. (1994a): Einführung in die Freizeitwissenschaft - Freizeit- und Tourismusstudien, Bd 2. Opladen: Leske + Budrich

OPASCHOWSKI, H.W. (1994b): Tourismus und Lebensqualität - 2. Europäische Tourismusanalyse vom B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut, Grundlagenstudie. Opladen: Leske + Budrich

OPASCHOWSKI, H.W. (1992): Freizeit 2001 - Ein Blick in die Zukunft unserer Freizeitwelt vom BAT Freizeit-Forschungsinstitut, Hamburg: B.A.T

OPASCHOWSKI, H.W. (1989): Wie arbeiten wir nach dem Jahr 2000, Hamburg: B.A.T

PROGNOS (1989): Euroreport '89, Volume A: Industrialized Countries, Basel: Prognos

O.V. (1996): Mobilität und Nachhaltigkeit. In: Die Weltwoche. Nr. 5. vom 01.02.1996.

SAGER, K./ VENTURA, A./ WÄLCHLI, A. (1995): Vom Familienbetrieb zum KMU - am Beispiel des Landhotels Hirschen, Diplomarbeit NDU-HSG, St. Gallen: unveröffentlicht

SCHWEIZERISCHE VERKEHRSZENTRALE (1994): SVZ Input 94 - Länderbulletin Deutschland. Schweizerische Verkehrszentrale: Zürich.

SCHAEFER, H. (1995): Freizeitindustrie: Struktur und Entwicklung. Wiesbaden: Gabler

SGZZ (1995): Konjunktur und Perspektiven, St. Gallen: World Wide Web
<http://www.unisg.ch/sgzz/links/konjkt.htm>, 04/12/95

SMERAL, E. (1994): Tourismus 2005: Entwicklungsaspekte und Szenarien für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft, Wien: Ueberreuter

SMITH, T.E. (1975): An Axiomatic Theory of Spatial Discounting behaviour. In: Regional Science association papers, Vol. 35, pp. 31-44

STADT ST. GALLEN (1988): Förderung des regionalen öffentlichen Verkehrs - Empfehlungen. St. Gallen: ITV

WTO (1995): Yearbook of Tourism Statistics. Vol. 1. 47. ed. 1995