

Sven Groß (Hrsg.)

Touristische Beschilderung an Autobahnen in Deutschland und Österreich

Wahrnehmung, Effekte,
Entscheidungsverhalten

2. Auflage



Touristische Beschilderung an Autobahnen in Deutschland und Österreich



Prof. Dr. Sven Groß lehrt Management von Verkehrsträgern an der Hochschule Harz.

Sven Groß (Hrsg.)

Touristische Beschilderung an Autobahnen in Deutschland und Österreich

Wahrnehmung, Effekte, Entscheidungsverhalten

mit Beiträgen von

Georg Felser, Dominic Fischer, Dominik Huber,
Christian Reinboth und Vanessa Wilke

2., überarbeitete und erweiterte Auflage



Umschlagabbildung: © TourComm Germany | Stefan Pranjic

Autorenbild: © Hochschule Harz

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.



▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

2., überarbeitete und erweiterte Auflage 2024

1. Auflage 2020

DOI: <https://doi.org/10.24053/9783381121427>

© UVK Verlag 2024

– Ein Unternehmen der Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG

Dischingerweg 5 · D-72070 Tübingen

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Alle Informationen in diesem Buch wurden mit großer Sorgfalt erstellt. Fehler können dennoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Weder Verlag noch Autor:innen oder Herausgeber:innen übernehmen deshalb eine Gewährleistung für die Korrektheit des Inhaltes und haften nicht für fehlerhafte Angaben und deren Folgen. Diese Publikation enthält gegebenenfalls Links zu externen Inhalten Dritter, auf die weder Verlag noch Autor:innen oder Herausgeber:innen Einfluss haben. Für die Inhalte der verlinkten Seiten sind stets die jeweiligen Anbieter oder Betreibenden der Seiten verantwortlich.

Internet: www.narr.de

eMail: info@narr.de

CPI books GmbH, Leck

ISBN 978-3-381-12141-0 (Print)

ISBN 978-3-381-12142-7 (ePDF)

ISBN 978-3-381-12143-4 (ePub)



Inhalt

Vorwort zur 2. Auflage	9
Vorwort zur 1. Auflage	11
Teil A Grundlagen der Untersuchungen von Sven Groß	15
1 Problemstellung, Zielsetzung und Forschungsfragen	17
2 Rechtliche Grundlagen und Verbreitung der touristischen Beschilderung an Autobahnen	20
3 Stand der Forschung	24
4 Definitorische und theoretische Grundlagen	28
Teil B Ergebnisse der Leitfadeninterviews von Sven Groß und Dominik Huber	35
5 Methodische Grundlagen und eigene Methodik der Leitfadeninterviews	37
5.1 Erhebungsorte und Interviewleitfaden	37
5.2 Probanden und Probandenauswahl	38
5.3 Pretest und Erhebungszeitraum	41
5.4 Datenaufbereitung und Auswertung	41
6 Ergebnisdarstellung	44
6.1 Wahrnehmung	44
6.1.1 Wahrnehmung des Designs	45
6.1.2 Wahrnehmung von Zusatzinformationen auf den Unterrichtungstafeln	46

6.1.3	Assoziationen zu den Schildern	47
6.1.4	Positive Anmerkungen	48
6.1.5	Negative Anmerkungen	49
6.2	Gedächtnis	50
6.3	(Entscheidungs-)Verhalten	52
6.3.1	Kurzfristiges (Entscheidungs-)Verhalten	52
6.3.2	Mittelfristiges (Entscheidungs-)Verhalten	55
6.3.3	Langfristiges (Entscheidungs-)Verhalten	56
6.3.4	Weitere Auswirkungen auf das (Entscheidungs-)Verhalten	57
6.4	Wünsche für die Zukunft	60
Teil C	Ergebnisse der Erinnerungstests von Sven Groß und Georg Felser	63
7	Erinnerungstests	65
7.1	Ergebnisdarstellung	70
7.2	Auswertung der Hypothese	74
8	Fazit zu den Erinnerungstests	75
Teil D	Ergebnisse der Online-Befragung von Sven Groß und Christian Reinboth	77
9	Methodische Grundlagen und eigene Methodik der Online-Befragung	79
9.1	Grundgesamtheit, Stichprobenziehung und Quotierungsmerkmale	79
9.2	Fragebogenaufbau	82
9.3	Probanden und Probandenauswahl	83
9.4	Pretest und Erhebungszeitraum	83
9.5	Datenaufbereitung und Auswertung	84
10	Ergebnisdarstellung	85
10.1	Wahrnehmung	85
10.2	Erinnerungen	89

10.3	(Entscheidungs-)Verhalten	98
10.3.1	Spontanes Verhalten	98
10.3.2	Details zur letzten spontanen Abfahrt (u. a. Ausgaben)	104
10.3.3	Späterer Besuch von abgebildeten Points of Interest .	106
10.3.4	Fahrverhalten	107
10.3.5	Informationsverhalten	108
10.3.6	Zufriedenheit und Weiterempfehlung	109
10.3.7	Zukunft der touristischen Beschilderung	113
10.4	Exkurs: Autobahnkirchen in Deutschland	118
Teil E	Richtlinien und Antragstellung für die Aufstellung touristischer Unterrichtungstafeln an deutschen Autobahnen von Vanessa Wilke	119
11	Richtlinien, Antragstellung und Zuständigkeit in Deutschland	121
11.1	Ablauf der Antragstellung	121
11.2	Prüfung nach RtB	123
Teil F	Digitales Angebot zur touristischen Beschilderung an Autobahnen von Dominic Fischer unter Mitarbeit von Sven Groß	127
12	Entwicklung des digitalen Angebotes „Erlebnisguide“	129
12.1	Projektausrichtung	130
12.2	Räumliche Erweiterung des Angebots	131
12.3	Weiterentwicklung und Reichweitensteigerung	132
12.4	Nutzungsverhalten und Statistiken	134
12.5	Ausblick	135
Teil G	Diskussion der Ergebnisse, Fazit und Ausblick von Sven Groß, Georg Felser, Dominic Fischer, Dominik Huber und Christian Reinboth	137
13	Beantwortung der Forschungsfragen	139
13.1	Forschungsfragen in beiden Untersuchungen	139
13.2	Forschungsfragen nur in Deutschland	143
13.3	Forschungsfragen nur in Österreich	144

14	Diskussion der Ergebnisse	146
15	Fazit und Ausblick	152
	Literatur	153
	Anhang	160
	Anhang 1 Interviewleitfaden und Erhebungsblatt für den Erinnerungstest sowie Einverständniserklärung	160
	Interviewleitfaden	160
	Einstiegsfragen für den Erinnerungstest	164
	Abschlussfragen	165
	Einverständniserklärung	165
	Anhang 2 Teilnehmerinformationen	167
	Anhang 3 Fragebogen der Online-Befragung	170
	Autoren	181
	Register	185

Vorwort zur 2. Auflage

Das Interesse an den Ergebnissen der Studie zu den touristischen Unter-
richtungstafeln an Autobahnen in Deutschland war v. a. in den Medien
und der Tourismuspraxis hoch. Bisher habe ich in meiner mehr als 20
Jahren wissenschaftlicher Tätigkeit keine derartige Aufmerksamkeit in
Fernsehen, Podcasts, Radio, Zeitungen, Zeitschriften usw. erhalten, wie bei
Veröffentlichung der 2019 erzielten Ergebnisse.

Auch mehrere Kooperation mit Akteuren aus der Tourismuswirtschaft
sind entstanden, u. a. mit Dominic Fischer von TourComm Germany (ehe-
mals Maqnify). Diese Erfahrungen und der Austausch haben mich ermutigt,
das Thema „Touristische Beschilderung“ weiterzuverfolgen.

Daher habe ich mich vier Jahre nach den ersten Untersuchungen im
Rahmen eines weiteren Forschungssemesters mit der touristischen Beschil-
derung an den Autobahnen in Österreich beschäftigt. Die sog. Ankündi-
gungstafeln gibt es dort als Ankündigungstafeln von kulturellen Sehens-
würdigkeiten und als Ankündigungstafeln von bedeutenden touristischen
Zielen. Auch in Österreich konnten keine Studien zur Wahrnehmung,
Erinnerung, Verhaltensbeeinflussung usw. gefunden werden. Mit der vorlie-
genden Publikation soll diese Forschungslücke etwas geschlossen werden.

Der 2019 für die Online-Befragung genutzte Fragebogen wurde weitge-
hend übernommen, aber erstmals wird auch auf die wirtschaftliche Bedeu-
tung durch die spontanen Besuche von Autobahnfahrern eingegangen.

Mein besonderer Dank gilt Prof. Dr. Georg Felser und Christian Reinboth
(M. Sc.) von der Hochschule Harz sowie Dr. Dominik Huber für die Zu-
sammenarbeit und die Unterstützung bei den Erhebungen, Auswertungen
und der Verschriftlichung der Ergebnisse. Ein herzlicher Dank für die
Unterstützung geht auch an Lea-Sophie Becker (B. A.), die mir vielfältig
geholfen hat.

Herrn Rainer Berger vom UVK Verlag danke ich für die abermalige verle-
gerische Betreuung – wir haben in den letzten Jahren mehrere Publikationen
auf den Weg gebracht und seine angenehme und hilfreiche Unterstützung
erleichtert mir die Erstellung meiner Buch-Publikationen ungemein.

Mike Adams und Dominic Fischer von der TourComm GmbH & Co. KG
sei herzlich gedankt, die die Befragung inhaltlich und finanziell unterstützt,
einen inhaltlichen Beitrag geleistet sowie eine Anzeige in diesem Werk

geschaltet haben – der Austausch mit Euch ist immer bereichernd. Auch dem Tourismusverband Sachsen-Anhalt e. V. gilt ein besonderer Dank – der Geschäftsführer Martin Schulze hat eine Beteiligung sofort zugesagt und Vanessa Wilke hat den Beitrag, v. a. zur Antragsstellung in Deutschland, umgesetzt.

Außerdem geht ein herzlicher Dank an den Direktor des Instituts für Tourismusforschung (ITF) der Hochschule Harz, Prof. Dr. Harald Zeiss, der mit der Zusage eines Druckkostenzuschusses diese Publikation überhaupt erst ermöglicht hat.

Ferner sei darauf hingewiesen, dass auch für die 2. Auflage alle Informationen dem Stand der Technik und der Wissenschaft entsprechend und nach bestem Wissen und Gewissen zusammengestellt wurden. Dennoch kann keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Aktualität sowie Exaktheit und daher auch keine Haftung für die Inhalte übernommen werden, unabhängig davon, zu welchem Zweck sie verwendet werden.

Wernigerode, Mai 2024
Sven Groß

Vorwort zur 1. Auflage

In meinen fast 15 Jahren an der Hochschule Harz war ich in mehrere Beratungs- und Forschungsprojekte eingebunden, in der die Frage nach der Kosten-Nutzen-Relation von touristischen Unterrichtungstafeln gestellt wurde – und auch seitens der Presse gab es über die Jahre immer wieder Anfragen bezüglich der Sinnhaftigkeit einer derartigen Beschilderung. Persönlich habe ich die Schilder bei Autofahrten meinerseits zwar häufig wahrgenommen, einen spontanen Besuch der abgebildeten Sehenswürdigkeiten habe ich aber noch nie unternommen.

Diese Erfahrungen sowie weitere Gespräche mit Vertretern der Tourismus- und Verkehrswirtschaft aus der Tourismus- und Verkehrspolitik als auch Recherchen zum Forschungsstand gaben letztlich den Auslöser, sich genauer mit den touristischen Unterrichtungstafeln zu befassen.

Ziel der im Rahmen eines Forschungssemesters durchgeführten Untersuchungen war es herauszufinden, inwiefern sich die touristischen Unterrichtungstafeln an Autobahnen zur Steuerung von Besuchern eignen, d. h. ob sie wahrgenommen und erinnert werden sowie ob sie das Entscheidungsverhalten beeinflussen.

Diesen Zielen wurde sich über drei verschiedene methodische Zugänge genähert: Über Leitfadenterviews und Erinnerungstests sowie über eine Erhebung in einem Online-Panel. Die ersten beiden Studien waren hauptsächlich qualitativ ausgerichtet und wurden als Grundlage für die nachfolgende quantitative Hauptuntersuchung genutzt.

Der vorliegende Band präsentiert ausgewählte Ergebnisse dieser drei Untersuchungen erstmals öffentlich. Mögen die gewonnenen Erkenntnisse möglichst vielen öffentlichen und privaten Institutionen helfen, ihre Entscheidungen rund um die „braune Beschilderung“ zu unterstützen.

Danksagung

Derartige Untersuchungen und diese Veröffentlichung wären nicht ohne die Hilfe vieler Personen möglich gewesen.

Mein besonderer Dank gilt Prof. Dr. Georg Felser und Dipl.-Wirtsch.-Inf. (FH) Christian Reinboth von der Hochschule Harz sowie Dr. Dominik

Huber für die Zusammenarbeit und die Unterstützung bei den Erhebungen, Auswertungen und Verschriftlichung der Ergebnisse.

Herzlichen Dank für die Unterstützung auch an Saskia Ricken (B.A.) und Bengt Messner (B.A.) sowie an die Inhaber und Mitarbeiter der Beherbergungsstätten „Hotel Zur Post“ und „Hasseröder Ferienpark“ in Wernigerode. Dank gilt außerdem Frau Erdmute Clemens von der Wernigeröder Tourismus GmbH sowie Prof. Dr. Manuel Sand (Hochschule für Angewandtes Management, Campus Treuchtlingen) für die hilfreichen Anmerkungen. Auch ist allen Probanden sowie kooperierenden Unternehmen (z. B. inspektour GmbH, NIT) und unterstützenden Einrichtungen (z. B. die für Straßenverkehr zuständigen obersten Länderbehörden, Bundesanstalt für Straßenwesen und Forschungsstelle für Straßen- und Verkehrswesen) zu danken. Herrn Rainer Berger vom UVK Verlag danke ich für die abermalige verlegerische Betreuung – seine angenehme und hilfreiche Unterstützung erleichtert die Erstellung einer derartigen Publikation ungemein.

Letztlich sei der Forschungskommission der Hochschule Harz, insbesondere dem Vorsitzenden Prof. Dr. Georg Westermann, sowie dem Dekan des Fachbereiches Wirtschaftswissenschaften, Prof. Dr. Reynaldo Valle Thiele, gedankt, die mit Hilfe des sogenannten „Anreizsystems für die Forschung“ diese Untersuchungen mit ermöglicht haben. Außerdem geht ein herzlicher Dank an den Direktor des Instituts für Tourismusforschung, Prof. Dr. Volker Böttcher, der mit der Zusage eines Druckkostenzuschusses diese Publikation überhaupt erst ermöglicht hat.

Ferner sei darauf hingewiesen, dass alle Informationen in dieser Veröffentlichung dem Stand der Technik und der Wissenschaft entsprechend und nach bestem Wissen und Gewissen zusammengestellt wurden. Dennoch kann keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Aktualität sowie Exaktheit und daher auch keine Haftung für die Inhalte übernommen werden, unabhängig davon, zu welchem Zweck sie verwendet werden.

Wernigerode, November 2019
Sven Groß

Hinweis | Für allgemeine Personen- und Berufsbezeichnungen werden in dieser Arbeit aus Gründen der Lesbarkeit die maskulinen Formen verwendet. Die entsprechenden femininen Formulierungen sind fallweise mitzudenken. Die Leserinnen und Leser werden dafür um Verständnis gebeten.

**Teil A | Grundlagen der Untersuchungen
von Sven Groß**

1 Problemstellung, Zielsetzung und Forschungsfragen

Nutzer des motorisierten Individualverkehrs (MIV; z. B. Auto-/Motorradfahrer) sind häufig auf Informationen und Orientierungshilfen an Straßen angewiesen, auch wenn die Nutzung mobiler Navigationssysteme zugenommen hat. Insbesondere ortsfremde Personen wie Touristen und Tagesbesucher, sind auf Grund ihrer mangelnden Ortskenntnis bei der An- und Abreise sowie im Zielgebiet selbst auf eine derartige Unterstützung angewiesen.

Hinweisschilder auf touristisch bedeutsame Ziele sind in Deutschland seit den 1950er-Jahren bekannt. Die touristischen Unterrichtungstafeln im heutigen Design gibt es in (West-)Deutschland seit 1983. Als erste touristische Unterrichtungstafeln sollen die „Löwensteiner Berge“ an der A81 kurz vor Heilbronn und die „Burg Teck“ bei Stuttgart aufgestellt worden sein (vgl. Kieser 2011, S. 170; Mikolaschek 1986, S. 137; Steinecke 2013, S. 96f.). In Österreich gibt es die Möglichkeit der Beschilderung mit „braunen“ und „grünen“ Ankündigungstafeln ab dem 01. November 2013. Davor gab es nur „braune“ Ankündigungstafeln, wobei nicht herausgefunden werden konnte, ab wann diese erlaubt waren.

Nach ausgiebiger Recherche und Auskunft verschiedener Institutionen gibt es für Deutschland und Österreich bisher keine Studien zur Wahrnehmung, Erinnerungsleistung und/oder Entscheidungsunterstützung der Reisenden durch diese Tafeln. In Deutschland wurden die für die Richtlinien für die touristische Beschilderung (RtB) zuständige Bundesbehörde, die Bundesanstalt für Straßenwesen (BASt), die für den Straßenverkehr obersten Länderbehörden aller deutscher Bundesländer, die touristischen Marketingorganisationen der Länder und Landestourismusverbände sowie (touristische) Fachverbände, wie der Deutsche Tourismusverband (DTV) und der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK, Abteilung Tourismus) angefragt. In Österreich wurde Kontakt zur Autobahnen- und Schnellstraßen-Finanzierungs-Aktiengesellschaft (ASFINAG), zur Österreich Werbung, zur FSV (Österreichische Forschungsgesellschaft Straße – Schiene – Verkehr), zu verschiedenen Hochschulen und Universitäten (z. B. Universität Innsbruck, Modul Universität Wien, Wirtschaftsuniversität Wien), Verbänden (z. B. Verkehrsclub Österreich) und Landesregierungen