

TRENDREPORT

Intermodale Mobilität

Inspiration und Orientierung für touristische KMU



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Mittelstand-
Digital 

Inhalt

	Einleitung	3
	Definition: Was bedeutet Intermodale Mobilität im Tourismus?	4
	Relevanz für die Tourismusbranche	5
	Praxisbeispiele: Intermodale Mobilität	6
	Chancen und Risiken von Intermodaler Mobilität im Tourismus	19
	Handlungsempfehlungen	20
	Zukunftsfragen	22
	Fazit & Ausblick	23
	Glossar	24

Einleitung

Die Art, wie Menschen reisen, verändert sich fortlaufend. Während die Anreise mit dem eigenen Auto oder einem einzelnen Verkehrsmittel früher die Regel war, wünschen sich Gäste vor allem aus Städten und Metropolen heute zunehmend **flexible, nahtlose und zukunftsfähige**

Mobilitätslösungen. Intermodale Mobilität, also die gezielte Kombination verschiedener Verkehrsmittel innerhalb einer Reise, wird damit zu einem Schlüsselthema für die Tourismusbranche.

Für touristische KMU bedeutet das: Die **Erreichbarkeit des eigenen Standorts wird zunehmend vom Zusammenspiel verschiedener Verkehrsträger abhängen**. Wer es schafft, seinen Gästen komfortable Wegekette zu ermöglichen, von der Haustür bis zum Hotelzimmer, vom Bahnhof bis zum Ausflugsort, gewinnt einen klaren Wettbewerbsvorteil. Gleichzeitig bieten sich durch die Integration von Mobilitätsservices wie Shuttleangeboten, Gepäckservices, Fahrradverleih oder digitalen Buchungslösungen neue Erlösquellen und Differenzierungsmöglichkeiten.

Für wen ist dieser Trendreport relevant?

Dieser Report richtet sich an touristische KMU, die Mobilität neu denken, und idealerweise selbst zu Lösungen beitragen wollen, die Gäste begeistern.

Angesprochen sind Hotels, Ferienhausanbieter und Campingplätze ebenso wie Gastronomie, Erlebnis- und Tourenanbieter, Reiseveranstalter, Destinationen sowie Mobilitätsdienstleister selbst.

Der Report zeigt, wie intermodale Mobilität den Tourismus heute schon prägt und welche konkreten Handlungsspielräume daraus entstehen. Er stellt **Praxisbeispiele** vor, ordnet **Chancen und Risiken** ein und gibt **Empfehlungen**, die auch mit begrenzten Ressourcen umsetzbar sind.

Definition

Was bedeutet Intermodale Mobilität im Tourismus?

Intermodale Mobilität bedeutet, verschiedene Verkehrsmittel innerhalb einer einzigen Reise miteinander zu verbinden, wie etwa Bahn, Bus, Leihrad oder Carsharing.

Entscheidend sind **reibungslose Übergänge: passende Anschlüsse, eine einfache Buchung** und durchgehende Informationen, die die gesamte Wegekette komfortabel machen.

Ein typisches Beispiel: Eine Familie fährt mit dem Zug in die Urlaubsregion, steigt am Bahnhof auf Leihfahräder um und erreicht damit ihre Unterkunft.

Im Unterschied zur multimodalen Mobilität, bei der jemand im Alltag mal das eine, mal das andere Verkehrsmittel nutzt, geht es hier um die **Verknüpfung innerhalb eines einzigen Weges**.

Möglich wird das durch **digitale Services** (Mobility as a Service, kurz MaaS), **die Planung, Buchung und Bezahlung bündeln**. Echtzeitdaten sorgen dafür, dass Reisende auch bei Verspätungen oder Ausfällen die beste Verbindung finden.





Relevanz für die Tourismusbranche

Die Tourismusbranche steht dabei vor mehreren Entwicklungen, die intermodale Mobilität zu einem strategischen Thema machen:

- **Verändertes Reiseverhalten:** Insbesondere jüngere Zielgruppen, aber auch Familien in Städten besitzen seltener ein eigenes Auto und sind es gewohnt, verschiedene Mobilitätsangebote flexibel zu kombinieren. Die Erwartung an eine komfortable, autofreie Anreise und der Wunsch vor Ort autofrei unterwegs zu sein steigt.
- **Globale Anforderungen:** Gäste, Destinationen und Politik drängen gleichermaßen auf klimafreundlichere Mobilität. Intermodale Lösungen können z.B. den CO₂-Fußabdruck einer Reise deutlich reduzieren. Sie werden zunehmend zum Buchungskriterium, sofern es einfach und bequem bleibt.
- **Erreichbarkeit als Standortfaktor:** Gerade für touristische KMU in ländlichen Regionen kann die Erreichbarkeit ohne eigenes Auto zukünftig eine existenzielle Frage bedeuten. Intermodale Mobilität kann hier Lösungen bieten, die bisher fehlten. Der Tourismus wird so auch zum Hebel für Mobilitätslösungen vor Ort.
- **Der digitale Reisegefährte:** Durch Smartphones, Echtzeit-Daten und (MaaS-) Plattformen wird die Kombination verschiedener Verkehrsmittel technisch möglich und für Reisende komfortabel und intuitiv nutzbar.
- **Gästeservice als Differenzierung:** Wer die Mobilität seiner Gäste aktiv mitgestaltet (durch Shuttleservices, Fahrradverleih, Gepäcklogistik oder integrierte Buchungslösungen), hebt sich von Wettbewerbern ab und verbessert die Gesamterfahrung messbar.

Für touristische KMU eröffnet intermodale Mobilität damit neue Ansatzpunkte, indem An- und Weiterreise komfortabler werden und zusätzliche Services die Gästerfahrung verbessern. Die Frage ist nicht mehr, ob intermodale Mobilität relevant wird, sondern wie schnell und in welcher Form.

Mobilitäts-Apps – Alles aus einer Hand

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen:

Ist mein Betrieb in den relevanten (über-) regionalen Mobilitätsplattformen sichtbar?

Kann ich eigene oder regionale Angebote dort integrieren?

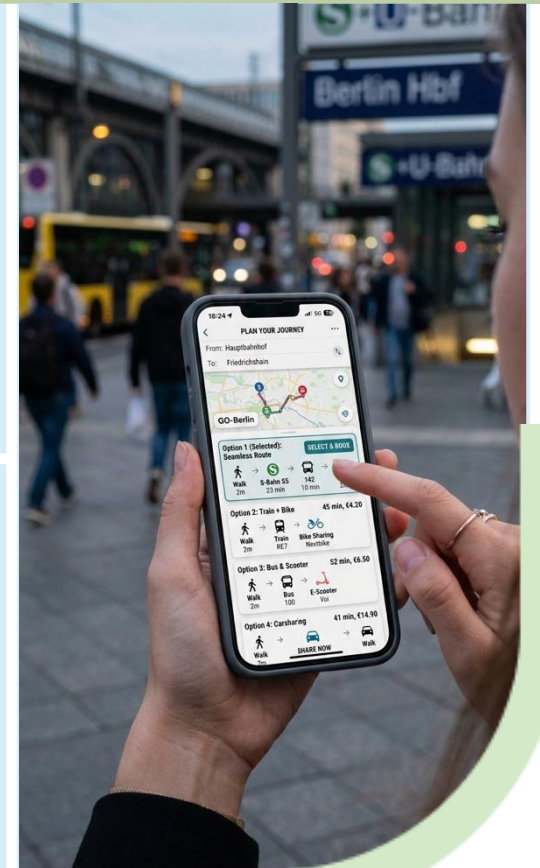
Beschreibung

In mehreren europäischen Städten bieten Mobilitätsplattformen die Möglichkeit, verschiedene Verkehrsmittel, von Bus und Bahn über Carsharing und Bikeshaaring bis hin zu E-Scootern und Taxis, in einer einzigen App zu planen, zu buchen und zu bezahlen. Diese sogenannten MaaS-Lösungen (Mobility as a Service) vereinfachen die Reiseplanung erheblich und machen den Wechsel zwischen Verkehrsmitteln nahtlos möglich.

Ableitung für touristische KMU

Touristische KMU können prüfen, ob (über-) regionale Mobilitätsplattformen existieren, in die sie ihre Angebote (z. B. Shuttleservice, Fahrradverleih) integrieren können. Die Anbindung an solche Plattformen erhöht die Sichtbarkeit und macht die An- und Weiterreise für Gäste komfortabler.

Die folgenden Praxisbeispiele (Micro-Trends) zeigen, wie **intermodale Mobilität in unterschiedlichen Kontexten** bereits umgesetzt wird. Jedes Beispiel wird um eine Ableitung für touristische KMU und eine Zukunftsfrage ergänzt.



Der eigene Betrieb als Mobilitäts-Hub



Beschreibung

Nach dem Vorbild städtischer Mobilitätsstationen, die verschiedene Verkehrsmittel an einem Ort bündeln, können auch touristische Betriebe zum Mobilitätsknotenpunkt werden. Dazu stellen sie vor Ort Infrastruktur wie Leihfahräder, E-Ladestationen oder Shuttle-Haltepunkte bereit. Digitale Buchungs- und Verwaltungssysteme, etwa smartes Ausleihmanagement, Echtzeit-Verfügbarkeitsanzeigen oder bargeldlose Abrechnung, halten den betrieblichen Aufwand gering. So wird der Betrieb zur physischen und digitalen Drehscheibe für die Mobilität seiner Gäste.

Ableitung für touristische KMU

Der Einstieg kann klein sein: ein Fahrradparkplatz, eine E-Ladesäule oder ein QR-Code-Terminal im Eingangsbereich. Entscheidend ist, physische Angebote mit digitalen Tools zu verbinden, damit sie ohne großen Personalaufwand betreibbar sind. Wer beides kombiniert, wird zum Servicepartner für die gesamte Reisekette.

Zukunftsfragen für das eigene Unternehmen:

Welche Mobilitätsinfrastruktur kann ich an meinem Standort aufbauen?

Mit welchen digitalen Tools lässt sich der Betrieb schlank organisieren?

Pay per Move – Bewegung digital belohnen

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen:

Kann ich mein Angebot in ein lokales oder regionales Belohnungssystem für klimafreundliche Mobilität einbinden?

Beschreibung

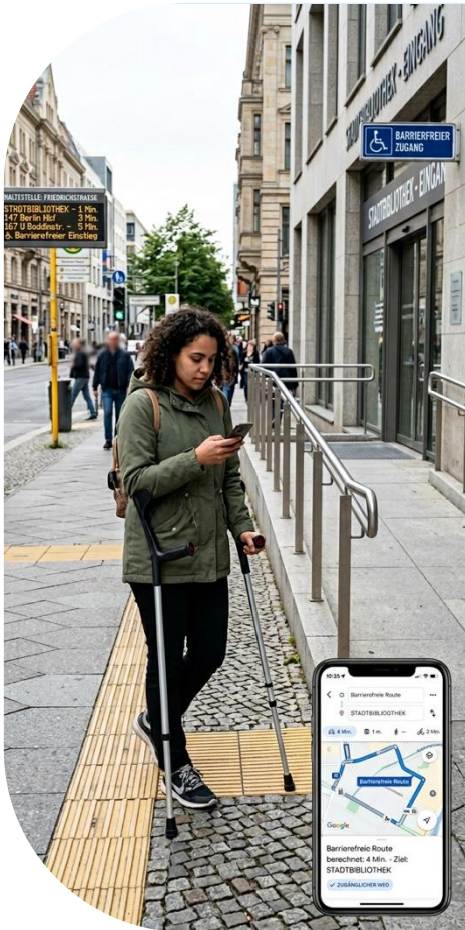
Verschiedene Städte und Destinationen setzen auf Apps, die Reisende für den Verzicht aufs Auto belohnen. Wer mit dem Fahrrad, zu Fuß oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs ist, sammelt Punkte, die gegen Vergünstigungen wie kostenlose Getränke, Museumseintritte oder Zimmer-Upgrades eingetauscht werden können. Solche Anreizsysteme motivieren Gäste, sich intermodal fortzubewegen.

Ableitung für touristische KMU

Touristische KMU können als Partnerunternehmen in solchen Belohnungsprogrammen teilnehmen und eigene Vergünstigungen anbieten. Das generiert zusätzliche Laufkundschaft und stärkt das nachhaltige Profil des Betriebs.



Barrierefreie Mobilitätslösungen für alle Gäste



Beschreibung

Digitale Kartendienste zeigen zunehmend barrierefreie Wege, Rollstuhlrampen und zugängliche Einrichtungen an. Parallel dazu entstehen SaaS-Plattformen, die Reisebüros und Buchungsportale mit detaillierten Informationen zur Barrierefreiheit von Hotels, Sehenswürdigkeiten und Transportmitteln versorgen. Zudem rüsten Fernverkehrsbetreiber ihre Flotten mit barrierefreien Kabinen, angepassten Sanitäreinrichtungen und speziellen Ausflugsangeboten auf.

Ableitung für touristische KMU

Touristische KMU sollten ihre Barrierefreiheits-Informationen aktiv und detailliert in Buchungssysteme, auf Google Maps und auf der eigenen Website einpflegen. Wer diese Zielgruppe ernst nimmt, erschließt ein wachsendes Marktsegment.

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen:

Sind die Barrierefreiheits-Informationen meines Betriebs aktuell, vollständig und über die relevanten Plattformen abrufbar?

Digitaler Gepäckservice von Tür zu Tür

Zukunftsfragen für das eigene Unternehmen:

Wie kann ich Reisenden das Gepäckproblem bei einer intermodalen An- und Abreise abnehmen?

Welche Kooperationspartner in der Logistik gibt es dafür in meiner Region?

Beschreibung

Digitale Gepäckservices ermöglichen es Reisenden, ihr Gepäck unabhängig von der eigenen Route von Haustür zu Haustür transportieren zu lassen. Per App wird die Abholung am Wohnort oder Hotel gebucht, das Gepäck wird versichert, mit einem Tracking-Code versehen und direkt an die Zieladresse geliefert, ob Hotel, Ferienwohnung oder Kreuzfahrtterminal. Reisende können so ohne schwere Koffer in den Zug steigen, mit dem Fahrrad zur nächsten Station fahren oder bequem zwischen Verkehrsmitteln wechseln. Der Gepäcktransport wird damit vom größten Hindernis intermodaler Mobilität zur gelösten Aufgabe.

Ableitung für touristische KMU

Touristische KMU können einen Gepäckservice als Zusatzleistung in ihr Buchungssystem integrieren, entweder durch Kooperation mit einem spezialisierten Logistikdienstleister oder durch einen eigenen lokalen Service zwischen Bahnhof und Betrieb. Schon ein einfaches Angebot wie die Gepäckaufbewahrung am Anreisetag oder ein Koffershuttle vom Bahnhof kann die Hemmschwelle zur autofreien Anreise deutlich senken.



Nudging für intermodale Mobilität am Urlaubsort



Beschreibung

Destinationen und Betriebe setzen auf Nudging (sanfte Verhaltensanstöße), um Gäste zu nachhaltiger Mobilität zu bewegen. Statt Verbote oder Preisaufschläge einzusetzen, werden umweltfreundliche Optionen attraktiver gestaltet: Die Fahrradgarage ist näher am Eingang als der Parkplatz, die Buchungsseite zeigt die ÖPNV-Anreise als Standardoption, Wanderwege sind prominent ausgeschildert, und wer ohne Auto anreist, erhält beim Check-in ein kleines Willkommenspaket. Digitale Touchpoints verstärken den Effekt, etwa durch Push-Nachrichten mit Routenvorschlägen oder einer Anzeige mit CO₂-Vergleichen zwischen Verkehrsmitteln.

Ableitung für touristische KMU

Nudging erfordert kein Budget für neue Infrastruktur, sondern ein Umdenken in der Kommunikation und Gestaltung. Touristische KMU können auf der eigenen Website die autofreie Anreise als erste Option darstellen, im Betrieb Wegweiser und Sichtbarkeit zugunsten nachhaltiger Mobilität umgestalten und kleine Belohnungen für umweltfreundliches Verhalten einführen. Die Wirkung entsteht, weil der einfachste Weg zugleich der nachhaltigste wird.

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen:

An welchen Stellen in meiner Gästekommunikation und Betriebsgestaltung kann ich klimafreundliche Mobilität zur bequemsten und sichtbarsten Option machen?

Autonomer Shuttle-Service für den ländlichen Tourismus

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen:

Gibt es in meiner Region Förderprojekte oder Pilotvorhaben für autonome Mobilitätslösungen, an denen ich mich beteiligen kann?

Beschreibung

In dünn besiedelten Regionen kommen selbstfahrende Shuttlebusse zum Einsatz, um Einwohner:innen und Tourist:innen mobiler zu machen. Die autonomen Kleinbusse verkehren auf festgelegten Routen und verbinden abgelegene Orte mit zentralen Verkehrsknotenpunkten. Ähnliche Konzepte nutzen kreiselstabilisierte Einschienenbahnen, die auf bestehenden Gleisen per App für individuelle Fahrten gebucht werden können.

Ableitung für touristische KMU

Für touristische KMU in ländlichen Gebieten bieten sich Kooperationsmöglichkeiten mit öffentlichen Trägern und Pilotprojekten an. Wer früh in solche Projekte eingebunden ist, sichert sich die Erreichbarkeit seines Standorts auch ohne eigene Flotte.



Eine bequeme letzte Meile



Beschreibung

Neue digitale Dienste ermöglichen es, bereits während einer Zugfahrt ein Ridesharing-Taxi für die letzte Teilstrecke zu buchen. Die Taxifahrer:innen erhalten Echtzeitinformationen über den Zug, sodass sie pünktlich am Bahnhof bereitstehen. Parallel integrieren große Mobilitätsanbieter öffentliche Verkehrsmittel direkt in ihre Apps, sodass Fahrten im Nahverkehr mit Ride-Hailing-Diensten kombiniert werden können.

Ableitung für touristische KMU

Touristische KMU können mit lokalen Taxiunternehmen, Shuttleanbietern oder Ridesharing-Diensten kooperieren und Anschlussverkehre ab dem nächsten Bahnhof oder Busbahnhof organisieren. Eine prominente Kommunikation dieser Möglichkeiten auf der eigenen Buchungsseite senkt die Anreiseschwelle.

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen:

Biete ich meinen Gästen eine klar kommunizierte Lösung für die letzte Meile von der nächsten Haltestelle zu meinem Betrieb?

Intelligente Parkraumlösungen für Reisende

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen:

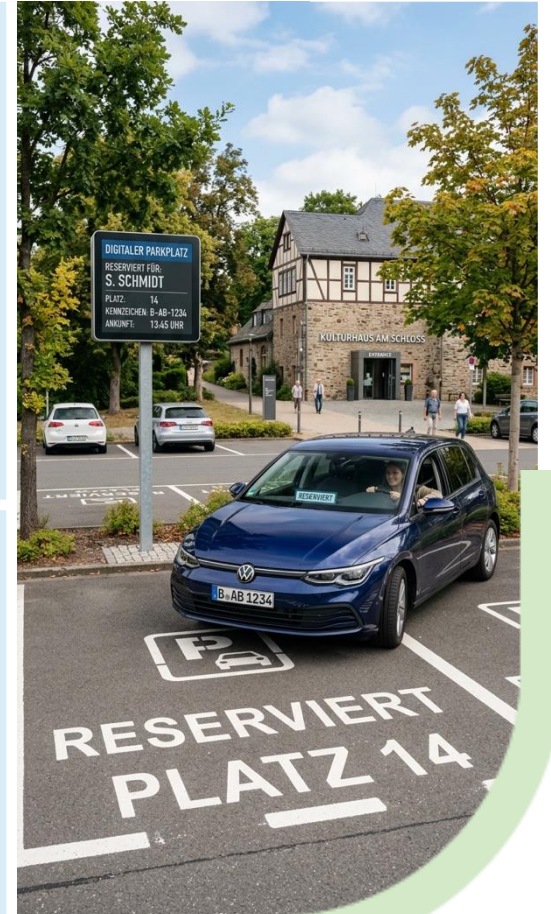
Kann ich meinen Gästen einen digitalen Parkplatz-Reservierungsservice anbieten, der Stress und Suchverkehr reduziert?

Beschreibung

Mobile Apps bündeln Parkplatzsuche, Reservierung und Bezahlung an Flughäfen, Häfen, Bahnhöfen und in Innenstädten. Reisende filtern nach Fahrzeugtyp, Zeitraum und Lage, erhalten Echtzeitinformationen zu verfügbaren Stellflächen und zahlen bargeldlos. Die Anwendungen verwalten Fahrzeugprofile und führen direkt zur Einfahrt.

Ableitung für touristische KMU

Touristische KMU mit eigenen Parkflächen können diese in regionalen Parkplatz-Apps listen oder ein eigenes Reservierungssystem einführen. Gäste, die mit dem Auto anreisen, schätzen die Planbarkeit und den Komfort, besonders in stark frequentierten Destinationen.



KI-gestützte Routenplanung für intermodale Wege



Beschreibung

Forschungseinrichtungen entwickeln KI-basierte Verkehrssoftware, die verschiedene Verkehrsmittel wie Bus, Bahn, Fahrrad und Roller zu einer gemeinsamen Route verbindet. Die Systeme nutzen öffentlich zugängliche Daten zu Fahrplänen, Verkehr und Standorten von Leihfahrzeugen, berechnen die Verfügbarkeit und reagieren dynamisch auf Störungen.

Ableitung für touristische KMU

Touristische KMU profitieren indirekt, indem die Erreichbarkeit ihres Standorts verbessert wird. Direkt können sie sicherstellen, dass Standortdaten, Öffnungszeiten und Mobilitätsoptionen in offenen Datensätzen verfügbar sind, sodass KI-basierte Routing-Tools den Betrieb berücksichtigen.

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen:

Sind meine Standortdaten und Mobilitätsinformationen in offenen Datenformaten verfügbar, damit KI-basierte Planungstools meinen Betrieb finden?

Sharing-Konzepte für Freizeitequipment

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen:

Welches Equipment oder welche Ausstattung meines Betriebs könnte ich über ein digitales Sharing-System zusätzlich vermarkten?

Beschreibung

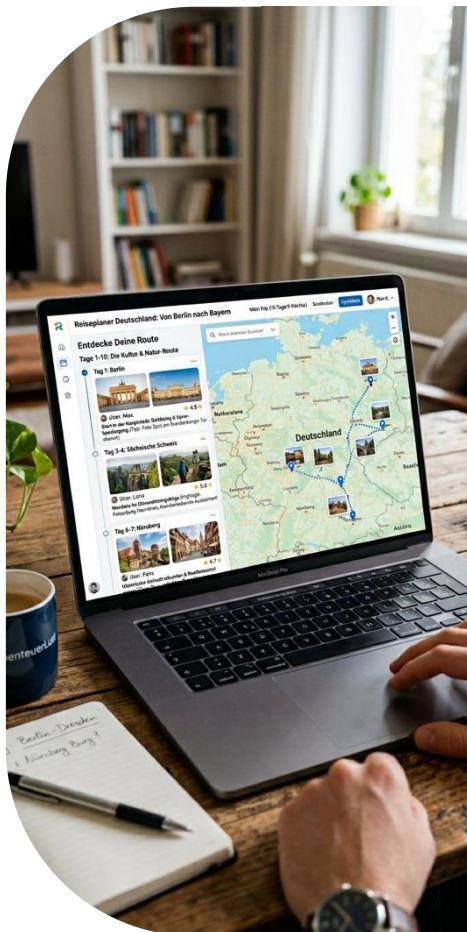
In Parks und öffentlichen Räumen entstehen smarte Schließfachsysteme, die Sportgeräte wie Fußbälle, Badmintonsets oder Fitnessbänder per Smartphone-App auf Zeit verfügbar machen. Ein QR-Code wird gescannt, das Equipment entnommen, bis zu 90 Minuten genutzt und anschließend zurückgelegt. Das Prinzip spart Gepäcktransport, Ressourcen und schafft Mehrwert für urbane und touristische Räume.

Ableitung für touristische KMU

Touristische KMU können ähnliche Sharing-Modelle für ihr Equipment einführen, vom SUP-Board über Wanderstöcke bis zum E-Bike. So müssen diese nicht von den Gästen transportiert werden und sie nutzen andere Transportmittel. Ein smartes Ausleihsystem mit App-Anbindung reduziert den Verwaltungsaufwand und schafft zusätzliche Erlöse.



Reiseplanung mit kuratierten Routen



Beschreibung

Tourenempfehlungen echter Reisender können in buchbare Reiserouten verwandelt werden, die auf Grundlage unterschiedlicher Mobilitätsmöglichkeiten basieren. Mithilfe von KI werden Fotos und Standortdaten in Reisepläne umgewandelt, die von anderen Nutzenden kopiert, angepasst und direkt gebucht werden können.

Ableitung für touristische KMU

Touristische KMU können sich aktiv in solche Plattformen einbringen, indem sie eigene Empfehlungen und Routen erstellen oder mit Influencer:innen kooperieren. Wer auf den Reiserouten sichtbar ist, profitiert von einer neuen Form des digitalen Mundpropaganda-Marketings. Diese Betriebe könnten ihre eigenen intermodalen Reiserouten in irgendeiner Form z.B. auch monetarisieren.

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen:

Bin ich auf den Plattformen präsent, auf denen Gäste ihre Reisen planen, also nicht nur auf klassischen Buchungsportalen, sondern auch auf sozialen Reiseplanungs-Apps?

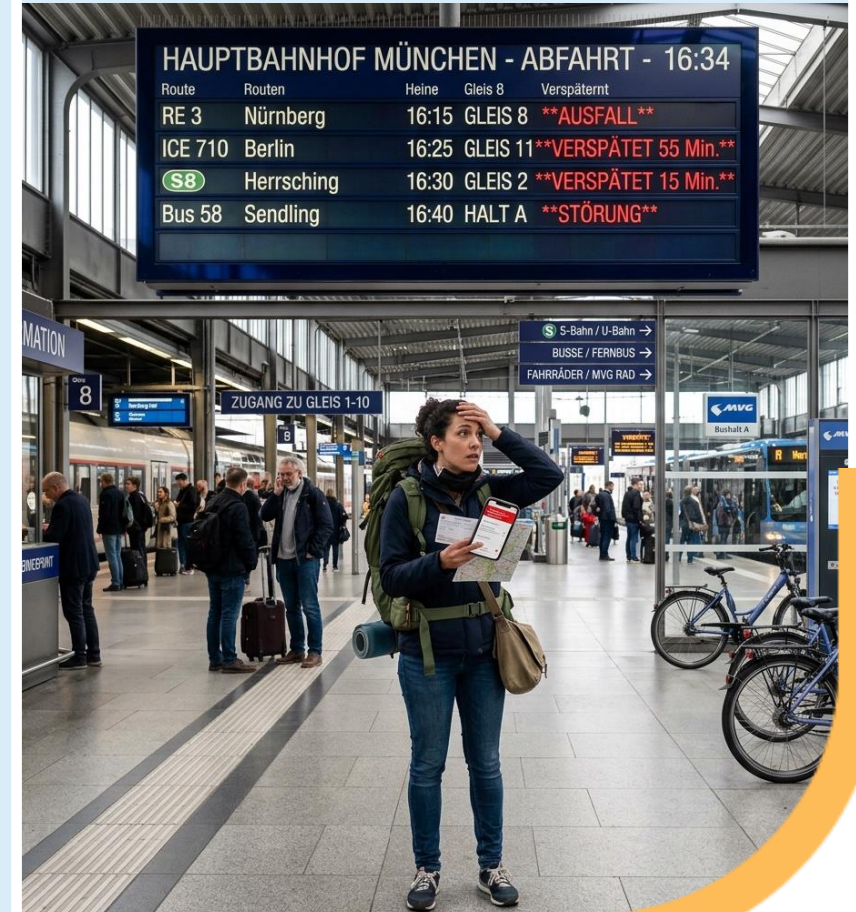
Chancen für touristische KMU

- **Bessere Erreichbarkeit:** Intermodale Mobilität erschließt neue Gästegruppen, die bisher aufgrund mangelnder Anreiseoptionen ferngeblieben sind, insbesondere in ländlichen Regionen.
- **Nachhaltigkeit als Markenstärke:** Betriebe, die nachhaltige Mobilität aktiv fördern, positionieren sich glaubwürdig bei umweltbewussten Zielgruppen und erfüllen zunehmende regulatorische Anforderungen.
- **Zusätzliche Erlösquellen:** Mobilitätsservices wie Fahrradverleih, Shuttleservices oder Equipment-Sharing lassen sich als eigenständige Angebote monetarisieren oder als Paket mit Buchungen bündeln.
- **Erhöhte Gästezufriedenheit:** Ein durchdachtes Mobilitätsangebot reduziert den Reisestress, verbessert die Gesamterfahrung und fördert Weiterempfehlungen.
- **Kooperationen und Netzwerke:** Die Zusammenarbeit mit Mobilitätsanbietern, Destinationen und anderen Betrieben schafft regionale Wertschöpfungsnetzwerke, die allen Beteiligten nutzen.
- **Inklusion und Teilhabe:** Barrierefreie Mobilitätslösungen erschließen das wachsende Marktsegment von Reisenden mit Einschränkungen und sorgen für eine breitere Gästebasis.



Risiken für touristische KMU

- **Abhängigkeit von Dritten:** Intermodale Mobilität funktioniert nur, wenn Partnerangebote verlässlich sind. Fahrplanänderungen, Ausfälle oder die Einstellung von Diensten können die eigene Erreichbarkeit gefährden.
- **Investitionsrisiko:** Eigene Mobilitätsinfrastruktur (E-Bikes, Ladestationen, Shuttlefahrzeuge) bindet Kapital. Wird das Angebot nicht ausreichend genutzt, drohen Fehlinvestitionen.
- **Technische Komplexität:** Die Integration in digitale Plattformen, die Pflege offener Daten und der Betrieb von Buchungssystemen erfordern Know-how und laufende Wartung.
- **Datenschutz:** Standortdaten und Mobilitätsinformationen sind personenbezogene Daten. Betriebe müssen DSGVO-konforme Lösungen sicherstellen.
- **Akzeptanz und Komfort:** Nicht alle Gäste sind bereit, auf das eigene Auto zu verzichten. Eine zu starke Fokussierung auf autofreie Anreise kann bestimmte Zielgruppen abschrecken.
- **Überinszenierung:** Mobilität ist ein Mittel, kein Selbstzweck. Zu komplexe oder technisch überladene Lösungen können Gäste überfordern, statt ihnen zu helfen.



Handlungsempfehlungen für touristische KMU

1

Mobilitätsbedarf der Gäste analysieren:

Erheben Sie, wie Ihre Gäste an- und abreisen, welche Verkehrsmittel sie nutzen und wo Engpässe bestehen. Nutzen Sie Gästebefragungen, Bewertungsportale und eigene Beobachtungen als Datengrundlage.

2

Regionale Mobilitätspartner identifizieren:

Knüpfen Sie Kontakte zu öffentlichen Verkehrsbetrieben, Carsharing-Anbietern, Fahrradverleihen und Taxiunternehmen in Ihrer Region. Kooperationen schaffen Synergien und erweitern Ihr Angebot ohne eigene Infrastruktur.

3

Letzte-Meile-Lösungen kommunizieren:

Beschreiben Sie auf Ihrer Website und in der Buchungsbestätigung konkret, wie Gäste vom nächsten Bahnhof oder Busbahnhof zu Ihnen gelangen, inklusive Fahrplänen, Shuttle-Zeiten und Kontaktdaten.

4

Digitale Sichtbarkeit sicherstellen:

Pflegen Sie Standortdaten, Erreichbarkeitsinformationen und Barrierefreiheits-Angaben auf Google Maps, in regionalen Mobilitäts-Apps und auf Buchungsplattformen. Offene Datenformate erhöhen die Auffindbarkeit.

5

Klimaschonende Mobilität als Alleinstellungsmerkmal nutzen:

Integrieren Sie Angebote wie Fahrradverleih, E-Ladeinfrastruktur oder ÖPNV-Kombitickets in Ihr Portfolio und kommunizieren Sie den ökologischen Mehrwert aktiv.

6

Anreizsysteme testen:

Starten Sie ein einfaches Belohnungsprogramm für nachhaltige Mobilität, etwa Punkte für Fahrradkilometer, die gegen Leistungen Ihres Betriebs eingetauscht werden können.



Handlungsempfehlungen für touristische KMU

7

Klein starten und lernen:

Beginnen Sie mit einem Pilotprojekt, beispielsweise einer Kooperation mit einem lokalen Bikesharing-Anbieter oder einem Shuttle-Service zum Bahnhof. Sammeln Sie Erfahrungen, bevor Sie skalieren.

8

Barrierefreiheit als Querschnittsthema behandeln:

Prüfen Sie Ihre Mobilitätsangebote systematisch auf Barrierefreiheit und dokumentieren Sie diese Informationen transparent für alle Kommunikationskanäle.

9

Fördermöglichkeiten nutzen:

Informieren Sie sich über Förderprogramme auf kommunaler, Landes- und Bundesebene für nachhaltige Mobilität, Digitalisierung und Barrierefreiheit. Gerade Pilotprojekte werden häufig bezuschusst.

10

Erfolge messen und weiterentwickeln:

Definieren Sie Kennzahlen wie die Anreise-Verteilung nach Verkehrsmitteln, Gästezufriedenheit mit der Erreichbarkeit oder CO₂-Einsparungen. Messen Sie regelmäßig und passen Sie Ihre Angebote an.



Zukunftsfragen für das eigene Unternehmen



Diese Fragen sollen zum Nachdenken anregen und helfen, die strategische Bedeutung intermodaler Mobilität für den eigenen Betrieb einzuordnen.:

1. Wie verändert sich das Mobilitätsverhalten meiner Gäste in den nächsten fünf Jahren und bin ich darauf vorbereitet?
2. Welche Rolle spielen autonome Fahrzeuge und On-Demand-Shuttles für die Erreichbarkeit meines Betriebs in Zukunft?
3. Wie kann ich intermodale Mobilität nicht nur ermöglichen, sondern als Teil meines Serviceversprechens inszenieren?
4. Welche Daten über das Mobilitätsverhalten meiner Gäste könnte ich erheben und datenschutzkonform für die Angebotsentwicklung nutzen?
5. Wird die Anreise per ÖPNV oder Fahrrad in Zukunft ein entscheidendes Buchungskriterium für meine Zielgruppe?
6. Wie kann ich als KMU Einfluss auf die Mobilitätsinfrastruktur meiner Region nehmen, etwa durch Beteiligung an runden Tischen oder Förderprojekten?
7. Könnte ein eigenes Mobilitätsangebot (z. B. Shuttleservice, E-Bike-Flotte) zu einer eigenständigen Erlösquelle werden?
8. Welche Kooperationsmodelle mit Mobilitätsanbietern sind für mein Geschäftsmodell am sinnvollsten?
9. Wie gehe ich damit um, wenn Gäste zunehmend ohne eigenes Auto anreisen und verändert das mein gesamtes Servicekonzept?
10. Welche Rolle spielt intermodale Mobilität für die Zukunftsfähigkeit meiner Destination – und wie kann ich dazu beitragen?

Fazit & Ausblick

Intermodale Mobilität ist kein abstraktes Zukunftsthema. Sie **verändert schon heute, wie Gäste ihre Reisen planen, buchen und erleben.**

Für touristische KMU bedeutet das: Die Erreichbarkeit des eigenen Standorts und die Mobilität der Gäste vor Ort werden zunehmend zu einem eigenständigen Qualitätsmerkmal, das über Buchungsentscheidungen und Gästezufriedenheit mitentscheidet.

Die gute Nachricht: Es braucht weder große Budgets noch eine eigene Fahrzeugflotte, um von intermodaler Mobilität zu profitieren. Schon einfache Maßnahmen, **eine klare Kommunikation der Anreisemöglichkeiten, die Kooperation mit einem lokalen Fahrradverleih oder die Integration in eine regionale Mobilitätsplattform**, können spürbare Wirkung entfalten.

Entscheidend ist, dass touristische KMU **Mobilität nicht als externes Problem betrachten, sondern als Teil ihres Serviceversprechens.**

Wer die Reisekette seiner Gäste mitdenkt und aktiv mitgestaltet, schafft nicht nur Komfort, sondern positioniert sich als moderner, nachhaltiger und gästeorientierter Betrieb.

Die Zukunft gehört denjenigen Betrieben, die **technologische Möglichkeiten mit regionaler Vernetzung und einem klaren Gästefokus verbinden.**

Intermodale Mobilität ist dabei kein Selbstzweck, sondern ein Werkzeug. Eines, das richtig eingesetzt den entscheidenden Unterschied machen kann: zwischen einem Betrieb, der schwer erreichbar bleibt, und einem, der seine Gäste dort abholt, wo sie sind – im wörtlichen wie im übertragenen Sinne.

Jetzt handeln, klein anfangen, Erfahrungen sammeln.

Und gemeinsam die Mobilität der Zukunft aktiv gestalten.

Glossar

Dieses Glossar erklärt die wichtigsten Begriffe aus dem Trendreport und richtet sich an touristische KMU, die intermodale Mobilität für ihren eigenen Betrieb erschließen möchten:

API (Schnittstelle) Technische Verbindung zwischen zwei digitalen Systemen für den automatischen Datenaustausch. Über APIs können eigene Angebote (z. B. ein Shuttleservice) automatisch in Mobilitätsplattformen erscheinen.

Autonome Fahrzeuge / Autonome Shuttles Selbstfahrende Fahrzeuge ohne Fahrer:in. Im ländlichen Raum als ergänzendes Verkehrsangebot im Test.

Barrierefreiheit Gestaltung von Wegen, Räumen und digitalen Angeboten so, dass alle Menschen sie ohne fremde Hilfe nutzen können.

Bikesharing Verleihsystem für Fahrräder, meist per App buchbar. Räder werden an Stationen oder frei im Gebiet ausgeliehen und zurückgegeben.

Carsharing Stunden- oder tageweise Nutzung von Autos ohne Besitz, meist per App.

CO₂-Fußabdruck Menge an klimaschädlichen Gasen, die durch eine Reise entsteht. Für umweltbewusste Gäste zunehmend ein Buchungskriterium.

DSGVO (Datenschutz-Grundverordnung) Europäisches Datenschutzgesetz. Regelt, wie personenbezogene Daten gespeichert und verwendet werden dürfen.

Echtzeitdaten Informationen, die sofort verfügbar sind – etwa aktuelle Verspätungen, freie Leihräder oder verfügbare Parkplätze.

E-Ladesäule / E-Ladeinfrastruktur Stromtankstelle für Elektrofahrzeuge. Eine eigene Ladesäule kann ein Buchungsargument für E-Auto-Fahrende sein.

Gepäckservice (digital) Transport von Gepäck zwischen zwei Orten – etwa von zu Hause zur Unterkunft. Buchung, Tracking und Versicherung laufen digital.

Influencer:innen Personen mit großer Reichweite in sozialen Netzwerken, deren Empfehlungen Buchungsentscheidungen beeinflussen.

Künstliche Intelligenz (KI) Computersysteme, die Muster erkennen, Vorschläge machen oder optimale Routen berechnen können.

Letzte Meile Der letzte Abschnitt einer Reise – vom nächsten Bahnhof oder Bushalt bis zur Unterkunft. Oft die größte Hürde für eine autofreie Anreise.

Mikromobilität Kleine, meist elektrische Fahrzeuge für kurze Strecken, etwa E-Scooter, E-Bikes, Tretroller oder Leihfahrräder.

Mobilitäts-Hub (Mobilitätsknotenpunkt) Ort, an dem mehrere Verkehrsmittel gebündelt verfügbar sind – etwa ein Bahnhof mit Leihrädern, Carsharing und Ladesäulen.

Mobility as a Service (MaaS) Digitale Plattformen, die verschiedene Verkehrsmittel in einer App zusammenführen – mit Routenplanung, Buchung und Bezahlung an einem Ort.

Multimodale Mobilität Nutzung verschiedener Verkehrsmittel im Alltag, aber nicht zwingend innerhalb derselben Reise. Im Unterschied zur intermodalen Mobilität.

Nudging Sanfte Verhaltensanstöße ohne Zwang. Beispiel: Die Buchungsseite zeigt die Bahnreise als erste Option.

Offene Daten / offene Datenformate Frei zugängliche, maschinenlesbare Informationen wie Standortdaten oder Öffnungszeiten. Wer eigene Daten offen bereitstellt, wird automatisch von Routing-Diensten gefunden.

On-Demand-Shuttle Kleinbus oder Taxi auf Bestellung, meist per App – ohne festen Fahrplan.

ÖPNV (Öffentlicher Personennahverkehr) Bus, Straßenbahn, U-Bahn, S-Bahn und Regionalbahn. Eine gute Anbindung ist für Gäste ohne Auto entscheidend.

Pay per Move Belohnungsprinzip für nachhaltige Mobilität: Wer Rad fährt, zu Fuß geht oder den ÖPNV nutzt, sammelt Punkte für Vergünstigungen.

Pilotprojekt Zeitlich begrenzter Testlauf für ein neues Angebot. Oft öffentlich gefördert.

Push-Nachricht Kurzmitteilung direkt aufs Smartphone – etwa ein Hinweis auf die nächste Bahnverbindung.

QR-Code Quadratisches Muster, das mit der Smartphone-Kamera gescannt wird. Dahinter steckt etwa ein Link zu einer Buchungsseite oder einem Ausleihsystem.

Ridesharing / Ride-Hailing Beim Ride-Hailing wird per App ein Fahrzeug mit Fahrer:in bestellt (ähnlich Taxi). Beim Ridesharing teilen sich mehrere Personen eine Fahrt.

SaaS (Software as a Service) Software, die nicht gekauft, sondern als Online-Service genutzt wird – meist gegen monatliche Gebühr, ohne eigenen Wartungsaufwand.

Sharing (Sharing-Konzepte) Geteilte Nutzung statt Besitz. Gäste leihen Räder, SUP-Boards oder E-Roller kurzzeitig aus, meist per App und QR-Code.

Shuttleservice Pendelverkehr zwischen zwei Punkten – etwa Bahnhof und Hotel, regelmäßig oder auf Anfrage.

Standortdaten Geografische Informationen zu einem Ort. Wichtig, damit Karten- und Mobilitätsdienste den eigenen Betrieb korrekt anzeigen.

Touchpoints (digitale Touchpoints) Alle digitalen Berührungspunkte zwischen Betrieb und Gast – Website, Buchungsbestätigung, Bewertungsportale oder QR-Codes vor Ort.

Tracking-Code Sendungsnummer zur Online-Verfolgung von Paketen oder Gepäck.

Wegekette Gesamte Abfolge der Verkehrsmittel und Strecken auf einer Reise – von der Haustür bis zum Ziel.

Vielen Dank!

Weitere Trendreports finden Sie unter:
www.digitalzentrum-tourismus.de/materialien



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Mittelstand-
Digital 

Impressum

Redaktion:

Oliver Puhe

- [Center for Innovation & Sustainability in Tourism \(CIST\)](#), puhe@cist.de

Benno Grüssel

- [Center for Innovation & Sustainability in Tourism \(CIST\)](#), gruessel@cist.de

Denise Engelhardt

- [Center for Innovation & Sustainability in Tourism \(CIST\)](#), engelhardt@cist.de

Bild und Textnachweise:

Die Grafiken wurden mit Hilfe von generativen KI erstellt und überarbeitet (Tool: Adobe Firefly). In den Metadaten der Bilder sind die Content Credentials jeweils enthalten. Die Texte wurden von der Redaktion mit Hilfe von generativer KI überarbeitet.

Haftungsausschluss:

Für den Inhalt der aufgeführten Links oder derjenigen, auf die weiter verwiesen wird, übernehmen wir keine Haftung, sofern wir nicht vorsätzlich oder grob fahrlässig handeln.

Verantwortlich für den Inhalt von Mittelstand-Digital Zentrum Tourismus gemäß § 5 TMG:

Der Mittelstand, BVMW e.V.
Bundeszentrale
Potsdamer Straße 7
10785 Berlin

Verantwortlicher i.S.v. § 5 TMG: Lutz Kordges, Pressesprecher des BVMW

Vereinsregister Berlin Charlottenburg Nr. 19361 Nz
USt-ID-Nr. DE 230883382

Vertreten durch den Vorsitzenden der Bundesgeschäftsführung i.S.v. §26 BGB: Senator a. D. Christoph Ahlhaus

Telefon: +49 30 533206-0
E-Mail: info@bvmw.de