



DIPLOMARBEIT

KundInnenanforderungen an Gepäckserviceleistungen

im Urlaubsreiseverkehr

ausgeführt zum Zwecke der Erlangung des akademischen Grades

einer Diplom-Ingenieurin

unter der Leitung von

Univ.Prof. Dipl.-Ing. Dr.techn. Norbert OSTERMANN

und

Dipl.-Ing. Dr.techn. Bernhard RÜGER

Fachbereich Eisenbahnwesen, Verkehrswirtschaft und Seilbahnen

Institut für Verkehrswissenschaften (E230)

eingereicht an der Technischen Universität Wien

Fakultät für Architektur und Raumplanung

von

Klara Maria SELTENHAMMER

Matrikelnummer 0941507

Wien, am 26. März 2017

Danksagung

Mein Dank gilt meinem Betreuer Dipl.-Ing. Dr.techn. Bernhard Rüger, welcher mich im Laufe der Ideenfindung und Verfassung dieser Diplomarbeit unterstützt hat sowie Univ.Prof. Dipl.-Ing. Dr.techn. Norbert Ostermann für die Ermöglichung dieser Arbeit.

Dank gilt auch jenen Personen, die ihr Fachwissen mittels ExpertInneninterviews mit mir geteilt haben und die für diese persönlich, telefonisch und per Mail zur Verfügung gestanden sind.

Besonderer Dank geht an meine Familie für die nicht nur finanzielle, sondern auch persönliche Unterstützung während der gesamten Studienzeit und an meinen Partner Andreas, der mir motivierend zur Seite gestanden ist.

Kurzfassung

Um eine nachhaltige Anreise per Bahn in einen Winterurlaub zu forcieren, ist es wesentlich Produkte und Services anzubieten, die die Bedürfnisse, Probleme und Wünsche aller Reisenden vollumfassend berücksichtigen. Die Mitnahme von großen Mengen und/oder sperrigem Gepäck gilt als bedeutender Grund, warum Reisende derzeit den Pkw gegenüber anderen Verkehrsmitteln bevorzugen. Da die Angebote an öffentlichen Verkehrsmitteln (wie Skishuttle) vor Ort meist ausreichend sind, steht der Pkw über die Dauer des Urlaubes unberührt am Parkplatz und wird erst wieder für die Rückfahrt bewegt.

Durch den Gepäckservice von Bahnunternehmen besteht für die Reisenden die Möglichkeit bei der Bahnfahrt nur mit Handgepäck zu reisen. Das Gepäck wird zum Beispiel von zu Hause abgeholt und zur Unterkunft geliefert. Im Mittelpunkt dieser Arbeit stehen die KundInnenanforderungen an solche Gepäckservices.

Mittels Befragungen im Zug und vor Ort (Winterurlaubsregionen) wurden diese KundInnenanforderungen erhoben und analysiert. Zusätzlich dazu dienen der Vergleich sowie die Untersuchung von drei Bahnunternehmen und zwei Luftfahrtunternehmen zur Erhebung von Wünschen, Herausforderungen und zukünftigen Möglichkeiten. Diese wurden mit Hilfe von ExpertInneninterviews erörtert.

Das Ergebnis zeigt die Gegenüberstellung unterschiedlicher Personengruppen und deren Anforderungen an den Gepäckservice, welche für eine nachhaltige An- und Abreise per Bahn erforderlich sind. Dadurch sind jene Stellen im System ersichtlich, bei denen zielführende Maßnahmen für eine Verbesserung des Produktes eingesetzt werden können.

Eine Hauptanforderung an einen Gepäckservice ist die Flexibilität. Dazu gehören die Angebotsvielfalt sowie ausreichend Informationen darüber, die Möglichkeit der Wahl von Abhol- und Zustellzeitfenstern, die Umsetzung einer an die Bedürfnisse der KundInnen angepassten Preisstaffelung und die Einführung von Partnershops. Die Sicherheit, als auch das subjektive Sicherheitsempfinden spielen eine weitere wichtige Rolle für potentielle KundInnen von Gepäckserviceleistungen. Durch die Verbesserung der Sicherheit und deren Kommunikation kann Ängsten (wie vor Verspätung, Verlust und Beschädigung) entgegengewirkt werden und durch die Einführung einer Sendungsverfolgung das subjektive Sicherheitsempfinden erhöht werden.

Abstract

To accelerate a shift to sustainable travelling by train to a winter resort all the necessities, problems and wishes of travellers have to be considered. One main reason why people are using their car instead of a train is the simple control of their voluminous and/or bulky luggage. In most cases the local offers of public transport systems (like a shuttle bus for skiers) in the holiday regions are sufficient for the travellers' daily routine. Therefore, cars are typically parked at a parking lot during the entire stay at the winter resort.

Luggage transport systems of railway companies offer the opportunity to travel with handluggage only. In this case, luggage is picked up from home and transported to the accommodation at a resort. The main focus of this thesis are customers' requirements on this luggage transport system.

These customers' requirements were gathered and analysed through surveys in the train and locally at different winter resorts. In addition, a comparison and survey of three railway-, one airline- and an airport company was made to collect information about wishes, challenges and future opportunities. This information was gathered through interviews with experts.

The results are shown through the comparisons of groups of persons and their demands on the luggage transport system, which would lead to the use of trains as a sustainable opportunity. Through this, it gets visible where measures of improvement for the product 'luggage transport service' are needed.

As a result, flexibility is identified as one of the main requirements on luggage transport services, as it is connected to several service attributes. These include the range of offers as well as sufficient information about them, the opportunity to book timeframes for luggage collection and delivery, the implementation of a graduation of prices (adjusted on the customers' requirements) and the realization of partner shops.

Security and the feeling of security also play an important role for potential customers. Through improvement of security and its communication it is possible to counteract fears (like delay, loss or damage) and through implementation of a tracking-system it is achievable to increase the feeling of security.

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	ii
Kurzfassung	iii
Abstract	iv
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen	2
2 Methoden	3
2.1 Easy Travel	3
2.2 ExpertInneninterviews	3
2.3 Befragungen	5
2.3.1 Im Zug	7
2.3.2 Vor Ort	8
2.3.3 Datenauswertung	9
2.4 Literatur- und Internetrecherche	9
2.5 Vorhandene Daten	10
3 Kontext: Raumplanung	11
3.1 Verkehrsplanung	11
3.2 Tourismus und Mobilität	12
4 Benchmark	14
4.1 Angebote	14
4.1.1 Angebote Bahnunternehmen	14
4.1.2 Angebote der Paket- und/oder Gepäckdienstleister	16
4.2 Buchung	17
4.3 Preisstaffelung	18
4.3.1 Preise auf Basis des Durchschnittsgehalts	21
4.3.2 Preise von Bahnunternehmen und Paket- und/oder Gepäckdienstleistern	22
4.4 Abholung und Zustellung	24
4.4.1 Abhol- und Zustellservice der Bahnunternehmen	24
4.4.2 Abhol- und Zustellservice von Paket- und/oder Gepäckdienstleistern	25
4.5 Gepäcktransport	27
4.6 Kooperation	28
5 KundInnenanforderungen	29
5.1 Servicekette	29
5.2 Flexibilität	30

5.3 Sicherheit.....	32
5.4 Information vor der Reise	33
5.4.1 Vom Wissen über den Markt zur Information über den Markt	34
5.4.2 Angebotsvielfalt - Flexibilität	36
5.5 Buchung.....	38
5.5.1 Art der Buchung.....	38
5.5.2 Buchungszeitraum	41
5.5.3 Buchungsvorgang.....	43
5.5.4 Umbuchung (und Stornierung).....	44
5.6 Bezahlung - Preisstaffelung.....	47
5.7 Abholung und Zustellung	59
5.7.1 Abholung zu Hause	59
5.7.2 Abholung und Zustellung von beziehungsweise zu einer Alternativadresse	67
5.7.3 Abgabe am beziehungsweise Zustellung zum Bahnhof	69
5.7.4 Abgabe bei beziehungsweise Zustellung zu einem Partnershop	72
5.7.5 Automatisierte Gepäckabgabe und -abholung.....	73
5.8 Gepäcktransport.....	76
5.8.1 Gepäckverspätung, Gepäckverlust, Gepäckbeschädigung.....	76
5.9 Sendungsverfolgung.....	82
6 Conclusio.....	87
7 Verzeichnisse	92
7.1 Abkürzungsverzeichnis.....	92
7.2 Quellenverzeichnis	92
7.3 Abbildungsverzeichnis.....	97
7.4 Tabellenverzeichnis.....	98
8 Anhang	99
8.1 ExpertInneninterviews	99
8.1.1 ÖBB	99
8.1.2 SBB	100
8.1.3 DB.....	101
8.1.4 Flughafen Wien.....	103
8.1.5 Austrian Airlines.....	103
8.2 Fragebögen.....	104
8.2.1 im Zug	104
8.2.2 vor Ort.....	106

1 Einleitung

1.1 Problemstellung

Mit dem Zug in den Winterurlaub zu fahren wird aus unterschiedlichen Gründen von den Reisenden als Herausforderung gesehen, die bis zu einer Ablehnung der Zugreise führen können. Hauptunterschied ist bei vielen Reisenden der Pkw und die damit verbundene Bequemlichkeit. In der Urlaubsregion angekommen, wird der Pkw bei ausreichender vor Ort Mobilität über die Dauer des Urlaubs meist jedoch nicht von den Reisenden verwendet.

Ein bedeutender Grund, welcher für die Benutzung des eigenen Pkw spricht, ist die Möglichkeit, in sowie auf diesem das gesamte Gepäck (mit Schiausrüstung etc.) unterzubringen und direkt bei der Unterkunft dieses wieder entladen zu können. Diesem Entscheidungsgrund kann durch einen Gepäckservice von Bahnunternehmen entgegengewirkt werden. Für die Reisenden entsteht dadurch die Möglichkeit ohne Gepäck mit dem Zug anzureisen, da dieses direkt von Zuhause abgeholt sowie zur Unterkunft geliefert wird.

Im Vordergrund der Arbeit stehen die KundInnen, ihre Wünsche, Probleme und Bedürfnisse, auf die ein solcher Service bestmöglich abgestimmt sein soll. Mit der Hilfe von ExpertInneninterviews mit den Bahnunternehmen DB (Deutsche Bahn), ÖBB (Österreichische Bundesbahnen) und SBB (Schweizerische Bundesbahnen) sowie einer Fluglinie (Austrian Airlines) für eine vertiefende Untersuchung, und den Informationen der jeweiligen Websites wird ein Benchmark aufgestellt. Die Analyse eines Flughafenunternehmens (Flughafen Wien) mittels eines weiteren ExpertInneninterview dient der Analyse von neuen Herausforderungen und zukünftigen Möglichkeiten.

Zusätzlich dazu werden die Wünsche, Probleme und Bedürfnisse der KundInnen mittels Befragungen von Reisenden im Zug und vor Ort (in Urlaubsdestinationen) vertiefend hinterfragt. Dadurch können sowohl jene Reisenden, die bereits mit dem Zugfahren vertraut sind, als auch jene, die mit dem Pkw anreisen, erreicht werden. Die durchgeführten Befragungen geben einen Überblick über das breite Spektrum an KundInnenanforderungen an den Gepäckservice von Bahnunternehmen.

1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen

Ziel der Arbeit ist es, die Anforderungen von Reisende an Gepäckserviceleistungen umfangreich zu analysieren und deren konkrete Verbesserungspotentiale für entsprechende Services aufzuzeigen. Hierzu werden die folgenden zwei Forschungsfragen aufgestellt:

- Wie sehen die KundInnenanforderungen an den Gepäckservice von Bahnunternehmen im Urlaubsreiseverkehr aus?
- Wie können Problemlösungen und Maßnahmen zur Umsetzungen der KundInnenanforderungen aussehen?

Zusätzlich zu diesen Forschungsfragen werden in den Unterkapiteln des Kapitels ‚5 KundInnenanforderungen‘ Leitfragen für die tiefere Analyse und Bearbeitung aufgestellt.

2 Methoden

Zur Beantwortung der im Kapitel ‚1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen‘ gestellten Forschungsfragen wurden unterschiedliche Methoden angewendet. Als zentrale Werkzeuge gelten ExpertInneninterviews sowie Befragungen im Zug und vor Ort mittels Fragebögen. Die Befragungen wurden im Rahmen des Projektes ‚Easy Travel‘ durchgeführt. Durch die Anwendung dieser beiden Methoden ist sowohl ein qualitativer (Interviews) als auch quantitativer (Befragungen) Zugang zu Daten gewährleistet. Die Literatur- und Internetrecherche spielen parallel dazu eine wichtige Rolle, da sie sozusagen den Rahmen der Untersuchung bilden und im Laufe der Erstellung der Diplomarbeit immer wieder angewendet wurden. Zur Herleitung und Untermauerung von Aussagen wurde darüber hinaus noch auf bereits vorhandene Daten aus dem Forschungsprojekt ‚GepäckLos‘ zurückgegriffen beziehungsweise aufgebaut. Im Folgenden werden diese vier angewendeten Methoden näher beschrieben.

2.1 Easy Travel

Wie bereits erwähnt wurde die vorliegende Arbeit im Rahmen des Projektes ‚Easy Travel‘ verfasst. Innerhalb dieses Projektes fanden auch die Befragungen vor Ort und im Zug statt. Das Ziel des Projektes ‚Easy Travel‘ ist ein Angebot für Reisende ohne Pkw zu entwickeln, welches sowohl die Bewältigung des Gepäcktransports als auch die Mobilität vor Ort beachtet. Zusätzlich dazu ist eine einfache Buchung, welche die gesamte Mobilitätskette berücksichtigt, eine zentrale Anforderung innerhalb des Projektes und somit an dieses System. (vgl. Projektantrag Easy Travel, 2015)

2.2 ExpertInneninterviews

Für die vorliegende Arbeit sind der Gepäckservice und vor allem die KundInnenanforderungen an diesen relevant. Unterschiedliche Bahnunternehmen, wie die ÖBB (Österreichische Bundesbahnen), die DB (Deutsche Bahn) und die SBB (Schweizerischen Bundesbahnen) bieten bereits einen solchen Gepäckservice an und werden im Laufe dieser Arbeit verglichen und genauer untersucht.

Zur vertiefenden Analyse sowie für die Beantwortung von Fragenstellungen, bei denen eine Literatur- und Internetrecherche nicht ausreichte, wurden qualitative, halbstrukturierte Interviews mit ExpertInnen aus der Bahn- und der Luftfahrtbranche durchgeführt.

Ein Leitfaden, welcher die Themen und Fragestellungen vorgibt, dient bei den Interviews zur Orientierung, als auch zur Berücksichtigung der relevanten Themen. Die Reihenfolge der Themen sowie die Antwortmöglichkeiten werden nicht von diesem vorgegeben. (vgl. Misoch, 2015: 13)

Die Leitfäden für die geführten ExpertInneninterviews sind im Anhang (8.1 ExpertInneninterviews) zu finden. Dieser unterscheidet sich je Anbieter, da diese verschiedene Angebote haben und nicht alle für diese Arbeit relevanten Informationen auf deren Website zu finden sind.

Bei ExpertInneninterviews im Speziellen geht es vor allem um die Frage „wer“, also darum, dass qualifizierte ExpertInnen ausgewählt und interviewt werden. „Experten verfügen demnach über ein spezielles Wissen, das einen spezifischen Bereich betrifft und das nicht Teil des Allgemeinwissens ist.“ (Misoch, 2015: 120) Bei ExpertInneninterviews werden die ExpertInnen als WissensträgerInnen gesehen und dadurch steht hier nicht die individuelle Person, sondern deren Wissen im Vordergrund. (vgl. Misoch, 2015: 121)

Für diese Arbeit wurden ExpertInneninterviews mittels Leitfaden mit den folgenden Personen, innerhalb der folgenden drei Bahnunternehmen und zwei Luftfahrtunternehmen geführt. Die Antworten der Interviews wurden in den jeweiligen Kapiteln als Ergebnisse eingearbeitet.

- Bahnunternehmen:
 - Österreichische Bundesbahnen (ÖBB) – Peter Binder, Customer Experience im ÖBB-Fernverkehr
 - Deutsche Bahn (DB) - Sascha Kohlstedt, Produktmanagement DB Gepäckservice
 - Schweizerische Bundesbahnen (SBB) - Patrizia Biagini, Leiterin Produktstrategie
- Luftfahrtunternehmen:
 - Austrian Airlines - Christian Steyer, Director Cooperations (Hub Vienna)

- Flughafen Wien Aktiengesellschaft - Martin Cerne, Leitung Infrastruktur Airside und Anlagen Geschäftsbereich Operations & Felix Köppl, Vorstandsassistent

Mit den ÖBB, den Austrian Airlines und dem Flughafen Wien wurden die Interviews persönlich vor Ort des jeweiligen Unternehmens geführt. Mit Frau Biagini von den SBB wurde das ExpertInneninterview per Telefon abgehalten. Herr Kohlstedt von der DB hat die Fragen größtenteils mittels E-Mail beantwortet und zusätzlich wurden Einzelheiten per Telefon besprochen.

Inhaltlich wurden die drei Bahnunternehmen mit Fokus auf deren jeweiligen unterschiedlichen Gepäckservices befragt. Ausgangspunkt der Untersuchungen sind die ÖBB als LOI-Partner (Letter Of Intent) im Projekt ‚Easy Travel‘. Weiters wurden die beiden Unternehmen DB und SBB als Vergleich herangezogen, da diese in den Nachbarländern ähnliche Gepäckservices mit unterschiedlichen Produktmerkmalen anbieten.

Die Austrian Airlines wurden zu Fragen über deren Buchungssystem, Gepäckabwicklung und dem Umgang mit Verspätungen, Verlust und Beschädigung befragt.

Der Flughafen Wien wurde herangezogen, um Fragen bezüglich der Gepäcklogistik zu klären. Dieser hat eine automatisierte Gepäckabgabe, welche im Zuge der Untersuchungen als Beispiel herangezogen wurde.

2.3 Befragungen

Die Befragungen im Zug und vor Ort wurden im Rahmen des Projektes ‚Easy Travel‘ durchgeführt. Insgesamt sind 4.534 Personen befragt worden. 3.684 entfallen davon auf die Zugbefragungen und 850 auf die Befragungen vor Ort.

Hierzu ist anzumerken, dass die Autorin dieser Arbeit selbst an vier Tagen Befragungen in den Zügen durchgeführt hat und die Fragebögen unter der Einbeziehung der Fragestellungen dieser Arbeit verfasst wurden. Weitere Befragungen im Zug sowie die vor Ort wurden entweder von weiteren DiplomantInnen oder studentischen MitarbeiterInnen durchgeführt.

Scholl (vgl. 2015) unterteilt Befragungen nach deren Verfahren und Form. In diesem Fall handelt es sich nach Scholl um eine schriftliche (Verfahren) als auch standardisierte (Form)

Befragung. Für eine schriftliche Befragung ist ein/e InterviewerIn nicht notwendig, da die Befragten den Fragebogen selbst ausfüllen (vgl. Scholl, 2015: 43). Standardisierte Befragungen folgen einer strengen Form, die sowohl das Instrument (=Fragebogen), als auch die Erhebungssituation betreffen (vgl. Scholl, 2015: 77). Bei der Durchführung der Befragung ist demnach darauf zu achten, dass die Befragten per Zufall ausgewählt werden. Zusätzlich ist bei der Erstellung des Fragebogens Folgendes zu berücksichtigen: Die Fragen sind für jede/n Befragte/n im gleichen Wortlaut zu formulieren und haben eine strikte Reihenfolge, nach der die Befragten vorgehen sollen. Die Antwortmöglichkeiten sind vorgegeben, gibt es zusätzlich offene Fragen, werden die Antworten meist im Nachhinein zu standardisierten Kategorien geändert. (vgl. *ibid*)

Bei den Befragungen für diese Arbeit wurden die Fragebögen (siehe Anhang: Fragebögen) in Zügen beziehungsweise vor Ort in Skihütten ausgeteilt und zu einem späteren Zeitpunkt wieder eingesammelt. Die Fragebögen waren innerhalb der jeweiligen Gruppe (im Zug oder vor Ort) identisch und hatten eine Länge von vier Seiten.

Zwischen den Zug- und vor Ort Befragungen gibt es folgende Unterschiede: Bei der **Zugbefragung** haben die Befragten je nach Antwort der Frage 7 („Vor wie vielen Jahren sind Sie das letzte Mal in den Winterurlaub gefahren?“) den Fragebogen beendet, oder sind zu Frage 33 weitergeleitet worden. Das Thema: ‚Spezielle Fragen zur Bahnfahrt‘ gibt es nur bei den Zugbefragungen. In diesem sind zum Beispiel Fragen, wie die nach der Verkehrsmittelwahl vom Bahnhof zum Winterurlaubsort oder dem Transport des Gepäcks zum Bahnhof, geklärt worden.

Bei den **Vor-Ort-Befragungen** gibt es keine Frage, die zu einem frühzeitigen Abbruch führt, da (nach Definition) die Befragten zum Zeitpunkt der Befragung im Winterurlaub waren. Eine Zusatzfrage, um die das Thema ‚Reise Winterurlaub‘ erweitert wurde, lautet: Würden sie weiterhin Ihren Winterurlaubsort besuchen, wenn dieser autofrei werden würde? Auch das Thema: ‚Aktuelle Winterurlaubsreise‘ wurde durch weitere Fragen, wie zum Beispiel mit der Frage nach der Verkehrsmittelwahl bei der Anreise, erweitert. Die Fragebögen der Vor-Ort-Befragungen sind überdies sowohl in Deutsch als auch in Englisch abgefasst und ausgeteilt worden.

In den folgenden drei Kapiteln wird auf die jeweiligen Fragebögen genauer eingegangen, ein Überblick über die statistischen Daten der Befragten gegeben, als auch die Auswertungsmethode vorgestellt.

2.3.1 Im Zug

Der Fragebogen ist in die folgenden sieben Themen unterteilt:

1. Allgemeine Fragen
2. Reise Winterurlaub
3. Buchung Winterurlaub
4. Reise mit Gepäck
5. Spezielle Fragen zur Bahnfahrt
6. Reise mit Familie
7. Aktuelle Winterurlaubsreise

Für die vorliegende Arbeit wird der Fokus auf das Thema 4 ‚Reise mit Gepäck‘ gelegt und dieses bei der Auswertung vor allem mit den allgemeinen Fragen verschnitten. Die anderen Themenpunkte wurden bei Bedarf näher untersucht. Diese werden aber in anderen Diplomarbeiten umfassender betrachtet.

Bei den Befragungen im Zug wurde an den folgenden Tagen und Strecken Erhebungen durchgeführt.

- Feldkirch $\leftrightarrow$ Landeck: 26. und 27.12.2016 sowie 06. und 07.1.2017
- Salzburg $\leftrightarrow$ Bischofshofen: 29. und 30.12.2016 sowie 11. und 12.1.2017
- Innsbruck $\leftrightarrow$ Kufstein: 06. und 07.01.2017
- Wien $\leftrightarrow$ Linz: 04. und 05.01.2017
- Wien $\leftrightarrow$ Linz $\leftrightarrow$ Salzburg: 10.01.2017

Bei der Auswahl wurde sowohl auf die Urlaubs- und Wochenendzeiten sowie auf Feiertage, als auch auf die Wahl von Zügen von und nach Deutschland beziehungsweise von der Schweiz und in die Schweiz Rücksicht genommen. Dadurch war es möglich, speziell an

starken Reisetagen Untersuchungen durchzuführen und so eine große Anzahl an Reisenden sowie Reisende aus beziehungsweise zu den angegebenen Destinationen zu befragen.

Durch diese Befragungen wurden 3.684 Personen erreicht. Davon (N= 3.556) sind 51 % weiblich und 49 % männlich. Fast die Hälfte (45 %) der Befragten (N= 3.591) sind zwischen 20 und 39 Jahren, ca. ein Drittel (31 %) sind zwischen 40 und 59 Jahren, 15 % sind 60 Jahre und älter und die restlichen (9 %) fallen in die Kategorie ‚bis 19 Jahre‘. Wird die Herkunft der Personen (N = 3.613) näher betrachtet, ergibt sich, dass 61 % aus Österreich kommen, fast ein Viertel (24 %) aus Deutschland, 7 % aus der Schweiz und ebenfalls 7 % aus anderen Ländern.

Bei den Zugbefragungen ist davon auszugehen, dass 1.194 von den 3.684 Personen, welche den Fragebogen zurückgegeben haben, nicht den gesamten Fragebogen ausgefüllt haben. Diese haben bereits nach der Frage 7 „Vor wie vielen Jahren sind Sie das letzte Mal in den Winterurlaub gefahren?“ diesen beendet beziehungsweise sind bei Frage 33 wieder eingestiegen. Dadurch haben diese den Teil ‚Reise mit Gepäck‘ übersprungen und nicht ausgefüllt.

2.3.2 Vor Ort

Der vor Ort Fragebogen hat eine ähnliche Unterteilung, wie der Fragebogen der Zugbefragungen:

1. Allgemeine Fragen
2. Reise Winterurlaub
3. Buchung Winterurlaub
4. Aktuelle Winterurlaubsreise
5. Reise mit Gepäck
6. Reise mit Familie

Auch hier liegt der Fokus der Untersuchung für diese Arbeit beim Thema ‚Reise mit Gepäck‘, welcher wiederum vor allem mit den allgemeinen Fragen verschnitten wurde.

Die vor Ort Befragungen wurden in den Urlaubsregionen Sölden, Obergurgl und Hochoetz am 04., 05., 06., 14. und 15.01.2017 sowie am 06., 07. und 08.02.2017 durchgeführt.

Insgesamt wurden bei den vor Ort Befragungen 850 Personen befragt. Diese haben eine Geschlechterverhältnis (N= 810) von 54 % Männer zu 46 % Frauen. Die Altersverteilung (N= 824) liefert folgendes Ergebnis: Fast die Hälfte (48 %) der Befragten sind zwischen 40 und 59 Jahren, 38 % zwischen 20 und 39 Jahren, 8 % fallen in die Kategorie ‚bis 19 Jahre‘ und 7 % sind 60 Jahre und älter. Wird im nächsten Schritt die Herkunft (N= 837) genauer betrachtet ist hier ein Unterschied zu den Zugbefragungen zu erkennen: Eindeutig über die Hälfte (62 %) kommen aus Deutschland, jeweils 7 % kommen aus Österreich oder der Niederlande, 6 % kommen aus dem Vereinigten Königreich, 4 % aus der Schweiz und 14 % aus anderen Ländern.

2.3.3 Datenauswertung

Im ersten Schritt wurden die Fragebögen mittels dem Programm ‚FormPro‘ gesetzt. Hierbei wurde jeder Antwortmöglichkeit ein Wert zugewiesen. Anschließend wurden die ausgefüllten Fragebögen eingescannt und ins ‚FormPro‘, welches das Auslesen der Daten übernimmt, gespielt. Fehlermeldungen, wie zum Beispiel bei doppelten Ankreuzungen, oder unleserlicher Schrift wurden händisch nachgebessert.

Für die weitere Analyse wurde mit den beiden Datenverarbeitungsprogrammen Excel und SPSS gearbeitet. SPSS wurde vor allem für das Filtern von Fällen und für deskriptiven Statistiken verwendet und Excel für weitere Berechnungen und die Darstellung der Grafiken.

2.4 Literatur- und Internetrecherche

Für Begriffsdefinitionen und tiefer gehenden Analysen der KundInnenanforderungen wurden Literaturrecherchen durchgeführt. Informationen hierzu wurden aus verschiedenen Quellen, wie wissenschaftliche Papers und Bücher, verarbeitet.

Die Internetrecherche bezieht sich dabei vor allem auf die Websites der verschiedenen Unternehmen, welche in dieser Arbeit analysiert und verglichen wurden.

2.5 Vorhandene Daten

Durch die bereits vorhandenen Daten aus dem Projekt ‚GepäckLos‘ können für diese Arbeit Kundenbedürfnisse- und wünsche sowohl hergeleitet werden, als auch zur Untermauerung der neu gewonnenen Daten genutzt werden.

Beim Projekt ‚GepäckLos‘ handelt es sich um ein Sondierungsprojekt mit dem Ziel, Definitionen über die Anforderungen an ein Gepäcklogistiksystem abzugeben, als auch Bewertungen von unterschiedlichen Konzepten durchzuführen. Ausgehend davon, dass durch die Mitnahmen von Gepäck die Attraktivität des eigenen Pkws steigt und zeitgleich die Attraktivität von nachhaltigen Mobilitätsformen sinkt, liegt der Fokus dieses Projektes bei den KundInnenbedürfnissen- und -wünschen an entsprechende Gepäckdienstleistungen. Im Laufe des Projektes wurden verschiedenen NutzerInnenbedürfnisse analysiert: von Reisen, von Alltagsgepäck und Einkäufen sowie von der intermodalen Reisekette Bahn-Flugverkehr. Zusätzlich wurden Überlegungen zu Forschungs – und Entwicklungsmaßnahmen wie zum Beispiel die Aufgabe von Fluggepäck im Zug oder die Nutzung vorhandener Personenmobilität zum Gütertransport getroffen. (vgl. Widmann et al., 2015)

Für die Weiterverarbeitung der Ergebnisse in dieser Arbeit sind vor allem die NutzerInnenbedürfnisse von Reisen von Interesse.

3 Kontext: Raumplanung

Das folgende Kapitel widmet sich Aspekten der Raumplanung, welche für diese Arbeit relevant sind. Einerseits soll hier auf die Relevanz für die Verkehrsplanung und den Flächenverbrauch eingegangen werden und andererseits auf die Mobilität, vor allem im Bereich des Tourismus.

3.1 Verkehrsplanung

Ein immer wiederkehrendes Thema in der Raumplanung ist der Flächenverbrauch. Sei es das Einfamilienhaus in ruhiger Lage mit Garten und Pool, das Einkaufszentrum in Stadtrandlage oder die Straßen und Parkplätze, die wertvolle Flächen in Anspruch nehmen. Diskussionen über die Gestaltung von Straßenraum wie Fußgängerzonen, Begegnungszonen, Parkraumbewirtschaftungen etc. sind zurzeit allgegenwärtig und werden von den Medien für die Bevölkerung aufbereitet. Diese Themen werden häufig mit dem motorisierten Individualverkehr (MIV) in Verbindung gebracht. Die daraus resultierenden Diskussionen sind oftmals sehr emotional, da sich hier Personen in Bezug auf ihr MIV-Verhalten häufig persönlich angegriffen fühlen.

Viele Gründe (zusätzlich zum Flächenverbrauch) sprechen für eine Verringerung des MIVs, wie zum Beispiel: Umweltaspekte (CO₂ - Ausstoß, Zerschneidung der Landschaft etc.), Kosten (für die Volkswirtschaft, als auch für die VerkehrsteilnehmerInnen) und Sicherheit (Zahl der Unfälle). Dennoch bevorzugen Personen vor allem für Fernreisen den Pkw gegenüber dem Zug, um an ihre Urlaubsdestination zu gelangen. Wie bereits erwähnt (im Kapitel 1.1 Problemstellung), gilt das Gepäck als einer der Hauptgründe, warum der Pkw gegenüber dem Zug bevorzugt wird. Mögliche weitere persönliche Gründe sind: Bequemlichkeit (Auto steht vor dem Haus), Komfort (eigene vier Autowände), Flexibilität (zeitlich, als auch örtlich), Kosten (vor allem, wenn das Auto bereits im Besitz ist), Prestige und Unabhängigkeit.

Ausgehend davon ist ersichtlich, dass es wichtig ist die öffentlichen Verkehrsmittel an die Bedürfnisse der Reisenden bestmöglich anzupassen, um dadurch jenen persönlichen Gründen entgegenzuwirken, welche gegen eine Zugfahrt im Urlaubsreiseverkehr sprechen. Dies wird als Aufgabe dieser Arbeit gesehen und deshalb werden die KundInnenanforderungen an den Gepäckservice in den Mittelpunkt der Untersuchungen

gestellt. Die anderen genannten Gründe, wie zum Beispiel Flexibilität, Kosten und Unabhängigkeit fließen bei den Untersuchungen der Gepäckservices mit ein.

3.2 Tourismus und Mobilität

Weitere Aspekte, welche im Bezug zur Raumplanung gestellt werden, sind Tourismus und Mobilität beziehungsweise der Zusammenschluss dieser Begriffe: Tourismusmobilität. Es geht hierbei um die Anreise zur, die Abreise von, sowie um die Mobilität innerhalb der Urlaubsregion (vgl. bmwfw, 2013: 9).

In dieser Arbeit liegt der Fokus bei der Tourismusdestination Ötztal in Tirol. Laut Österreich Werbung (vgl. 2015) ist Tirol jenes Bundesland in Österreich, welches 2015 mit 33,5 % (aller Nächtigungen in Österreich) am meisten Nächtigungen verzeichnete. Zusätzlich dazu war im Winter 2015 der Tourismusverband ‚Ötztal Tourismus‘ laut Tirol Werbung (vgl. 2015) auf Rang 1 der nächtigungsstärksten Tourismusverbände.

Diese Zahlen zeigen, dass viele TouristInnen das Ötztal als Urlaubsregion aufsuchen, welche aus unterschiedlichen Ländern und mit verschiedenen Verkehrsmitteln anreisen. Die negativen Auswirkungen der MIV-Anreise auf die Umwelt, den Flächenverbrauch, die Ressourcen etc. sind klar ersichtlich, aber im Gesamten für den/die Einzelne/n oft nur schwer vorstellbar. Wird hingegen auf eine umweltfreundlichere Variante, wie die Anreise mit der Bahn umgestiegen, dann nehmen die negativen Auswirkungen ab. Ein Trend, nämlich nicht motorisierten Tourismus in die Region zu bringen, ist zurzeit spürbar, wird aber von einem Großteil der Reisenden noch nicht angenommen, welche folglich weiterhin mit dem Pkw in die Urlaubsregion fahren.

Das Ötztal hat im Gegensatz zu anderen Destinationen bereits eine gute Zuganbindung (zum Beispiel von Wien: 4:40 h, ohne Umsteigen). Oft bieten Unterkünfte sogar einen eigenen Shuttledienst vom Bahnhof zum Hotel an. Dennoch stellt sich wiederum die Frage nach dem Gepäck, welches nur schwer in der Bahn mitgenommen werden kann, da es oftmals zu sperrig, zu groß, zu viel oder zu schwer ist. Ein Gepäckservice, bei dem das Gepäck bereits im Hotelzimmer auf den Gast wartet, würde eine solche Situation erleichtern.

Nicht nur aus raumplanerischen Aspekten ist es wichtig, dass mehr Personen ohne MIV in die Urlaubsregionen fahren, sondern vor allem um dem Thema Nachhaltigkeit gerecht zu

werden. Um den Reisenden dies nicht nur zu ermöglichen, sondern auch für jede/n attraktiv zu gestalten, ist es wichtig, besonders auf deren Mobilitätswünsche und -bedürfnisse einzugehen. Da das Gepäck vor allem im Winterurlaub ein Problem für die Reisenden darstellt, soll diese Arbeit einen Beitrag dazu leisten, diesem entgegenzuwirken und dadurch eine unbeschwerte Anreise zu ermöglichen.

4 Benchmark

Das folgende Kapitel bietet einen Überblick und Vergleich der unterschiedlichen Produkte der Bahnunternehmen ÖBB (Österreichische Bundesbahnen), DB (Deutschen Bahn) und SBB (Schweizerische Bundesbahnen). Für den Benchmark wurden diese drei Bahnunternehmen auf Grund ihrer Ähnlichkeiten zueinander und ihrer räumlichen Überschneidung ausgewählt.

Es wird analog zu Kapitel 5 ‚KundInnenanforderungen‘ entlang der Servicekette, von der Information zu den Serviceangeboten, über die Abholung und Zustellung des Gepäcks bis hin zur Sendungsverfolgung, analysiert. Die Unterkapitel beinhalten eine oder mehrere Tabellen, welche die unterschiedlichen Eigenschaften der drei Bahnunternehmen gegenüberstellen. Zusätzlich dazu werden als Vergleich im Zuge der Untersuchung weitere Dienstleister herangezogen.

4.1 Angebote

Die Darlegung der unterschiedlichen Gepäckserviceangebote von Bahnunternehmen und Gepäck- und/oder Paketdienstleistern stellt den Anfang des Benchmarks dar, da die KundInnen als ersten Schritt ein für sie passendes Produkt wählen. An dieser Stelle ist zwischen einer Bahnfahrt mit Gepäckservice (Angebote von DB, SBB und ÖBB) und einem reinem Paket- und/oder Gepäckdienst (wie zum Beispiel DHL) zu unterscheiden. Weiters ist festzuhalten, dass der Gepäckservice der ÖBB nur in Kombination mit dem Kauf eines Tickets möglich ist (vgl. ÖBB, 2016) und diese keinen eigenständige Gepäck- und/oder Paketdienst anbieten.

4.1.1 Angebote Bahnunternehmen

Ein Überblick über die Gepäckserviceangebote der Bahnunternehmen ÖBB, DB, SBB sowie Amtrak (USA), Via Rail Canada und Virgin East Coast (England) wird in der folgenden (Tabelle 1) gegeben.

.

Tabelle 1: Gepäckserviceangebote von Bahnunternehmen

DIENTSLEISTER → ANGEBOT ↓	ÖBB	DB	SBB	Amtrak (USA)	VIA Rail Canada	Virgin Trains East Coast (England)
Von Bahnhof zu Bahnhof - im Gepäckwagen	_____	_____	_____	Checked Baggage	Checked Baggage	Luggage Check In
Von Bahnhof zu Bahnhof	_____	_____	Reisegepäck	_____	_____	_____
Von Bahnhof zu Bahnhof - Express	_____	_____	Reisegepäck Express	Amtrak Express Shipping	_____	_____
Von Bahnhof/ zu Bahnhof - International	_____	Deutschland (Wunschadresse) → * Schweiz (Bahnhof)	Schweiz (Bahnhof) → * Deutschland (Wunschadresse)	_____	_____	_____
Von Tür zu Tür	Haus-Haus-Gepäck	DB-Gepäckservice	Reisegepäck Tür zu Tür	_____	_____	_____
Von Tür zu Tür - Express	_____	_____	Reisegepäck Tür zu Tür Express	_____	_____	_____
Von Tür zu Tür - International	Haus-Haus-Gepäck International: Schweiz, Deutschland, Südtirol	DB-Gepäckservice: Österreich und Italien	Reisegepäck Tür zu Tür International: Schweiz → * Deutschland	_____	_____	_____

* nur in diese Richtung möglich

Eigene Darstellung, 2016 (vgl. amtrak.com, 2016; DB [1], 2016; ÖBB, 2016; SBB [1], 2016; VIA Rail Canada Inc., 2016 und Virgin Trains East Coast Main Line Company [1], 2016)

Angefangen bei den drei Dienstleistern (ÖBB, DB und SBB), bei denen sich die Destinationen der internationalen Tür zu Tür-Angebote (letzte Zeile) überschneiden, wird zusätzlich ein amerikanisches, kanadisches und englisches Unternehmen genauer betrachtet. Die ersten drei aufgelisteten Unternehmen (ÖBB, DB und SBB) bieten jeweils zwei oder mehrere Tür zu Tür-Angebote an, bei denen das Gepäck vorab abgeholt und zugestellt wird und nicht gemeinsam mit den Passagieren unterwegs ist (vgl. DB [1], 2016; ÖBB, 2016 und SBB [1], 2016). Anzumerken ist, dass das Gepäckservice der SBB nach Deutschland zurzeit nur in die Richtung Schweiz → Deutschland buchbar ist und die DB dieses Service in die Gegenrichtung anbietet (vgl. DB [1], 2016 und SBB [4], 2016).

Das Gepäck direkt vor Abfahrt des Zuges, wie im Flugverkehr, einzuchecken bieten nur die letzten drei aufgelisteten Anbieter (Amtrak, VIA Rail Canada und Virgin Trains East Coast) an.

4.1.2 Angebote der Paket- und/oder Gepäckdienstleister

Zusätzlich zu den Bahnunternehmen werden im Folgenden die Angebote der Paket- und/oder Gepäckdienstleister DHL, Hermes, Österreichische Post AG, Schwerelosreisen und Cargo International (siehe Tabelle 2) verglichen, um einen Überblick über weitere Möglichkeiten des Gepäck- und Paketversands aufzuzeigen.

Tabelle 2: Angebote der Paket- und/oder Gepäckdienstleister

Dienstleister Angebot	DHL	Hermes (Partner DB)	Post - Österreich	Schwerelosreisen	Cargo International
Paket	ab 4,99 € - 14,99 €* bis max. 31,5 kg Dauer: ca. 1-2 Werktage Adresse oder Postfiliale Haftung: 500 €	ab 3,89 € - 32,99 €* bis max. 31,5 kg Dauer: ca. 1-2 Werktage Adresse oder Paketshop Haftung: bis 500 €	ab 4,60 € - 15,15 €* bis max. 31,5 kg Dauer: ca. 1-2 Werktage Postfiliale & SB-Zonen ¹ Haftung: bis 510 €	—	Partner UPS - ab 4,80 € bis max. 100 kg (ab 50 kg auf Palette) Dauer: ca. 1-2 Werktage Adresse, weltweit Haftung: bis 510 €
Gepäck	Pauschale: 14,99 €* bis max. 31,5 kg Adresse oder Postfiliale Haftung: 500 €	ab 13,79 € - 24,48 €* bis max. 31,5 kg Adresse oder Paketshop Haftung: bis 1000 €	—	24 h Express Lieferung z.B.: von Österreich nach Deutschland: 79,90 €, max. 30 kg, Haus zu Haus;	ab 7,30 € bis max. 50 kg (ab 30 kg als Paket- oder Sperrgut) Dauer: 1-2 Werktage Adresse, weltweit Haftung: bis 500 €

* national

¹ ... Selbstbedienungszonen

— ... kein Angebot

Eigene Darstellung, 2016 (vgl. Cargo International [1], [2], 2016; DHL [1], [2], 2016; Hermes [1], [2], 2016; Österreichische Post AG [1], [2], 2016 und Schwerelosreisen [1], 2016)

DHL und Hermes gestalten ihre Angebote in allen Kategorien (Preis, Höchstgewicht, Lieferdauer, Abhol- und Zustellort und Haftungssumme) ähnlich zueinander (vgl. DHL [1], [2], 2016 und Hermes [1], [2], 2016). Auffallend ist, dass der Dienstleister Hermes über die Haftungssumme zwischen Gepäck und Paket unterscheidet, während DHL in diesem Bereich keine Unterscheidungen trifft (vgl. Hermes [1], [2], 2016 und DHL [1], [2], 2016). Die Österreichische Post AG bietet keinen Gepäckservice an, wohingegen sich das Unternehmen Schwerelosreisen auf diesen spezialisiert und eine 24 h-Express Lieferung bewirbt (vgl. Österreichische Post AG [1], [2], 2016 und Schwerelosreisen [1], 2016). Cargo International ermöglicht, als einziges hier aufgelistetes Unternehmen, beim Paketservice ein Höchstgewicht von 100 kg (ab 50 kg auf Palette) und beim Gepäckservice ein Höchstgewicht von 50 kg (ab 30 kg als Paket, oder Sperrgut) (vgl. Cargo International [1], [2], 2016).

4.2 Buchung

Wurde von den KundInnen das für sie passende Angebot ausgewählt, folgt die Buchung des Gepäckservice, welche bei den drei Bahnunternehmen (ÖBB, DB und SBB) unterschiedlich gestaltet ist. Die AUA (Austrian Airlines) bietet ein ähnliches Angebot (Flugticket + Gepäcktransport) für den Flugverkehr an und wird in diesem Kapitel für einen Vergleich herangezogen. Das Angebot der AUA fällt deutlich vielfältiger aus und gilt für den Benchmark als Maßstab für KundInnenanforderungen, da es sich um ein flexibles und an die Wünsche der KundInnen anpassungsfähiges Produkt handelt. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass es sich bei dem Angebot der AUA um einen Gepäckservice im Flugzeug handelt und dieser von den KundInnen gemeinsam mit dem Flugticket erworben wird und nur in Verbindung mit diesem gilt.

Zusätzlich zu den verschiedenen Möglichkeiten der Buchung werden hier auch der Buchungszeitraum, die Umbuchung und die Stornierung verglichen. Die folgende Tabelle (Tabelle 3) zeigt einen Überblick über diese Punkte.

Tabelle 3: Buchung

	Dienstleister →	ÖBB	DB	SBB	Austrian Airlines (Gepäckservice im Flugzeug)
Möglichkeit der Buchung	bei einer Verkaufsstelle des Unternehmens	✓	✓	✓	✓
	per Telefon	✓	✓	✓ (nicht für Bahnhof/Bahnhof)	✓
	auf der Website	X	✓	✓ (nicht für Bahnhof/Bahnhof)	✓
Buchungszeitraum	ab wann	ab 11.12.2016 - 6 Monate im Voraus (Fahrplanwechsel)	ab 11.12.2016 - 6 Monate im Voraus	—	361 Tage im Voraus
	bis wann	Bis 2 Tage vor dem Abholung	Bis 18 Uhr am Werktag vor der Abholung	Bis 2 Tage vor der Abholung beim Tür zu Tür Gepäck	Je nach Abflugsland, online zwischen 72 h bis 3 h vor Abflug
	Umbuchung	Bis 2 Tage davor - keine Kosten	Bis 18 Uhr am Werktag vor der Abholung	Bis 20 Uhr, 2 Tage vor der Abholung - Pauschale von 10 CHF,- danach 100%	kurzfristig- bis vor dem Abflug
	Stornierung	Bis einen Tag davor - keine Kosten	Bis 18 Uhr am Werktag vor der Abholung - keine Kosten	Bis 20 Uhr, 2 Tage vor der Abholung - Pauschale von 10 CHF,- danach 100%	abhängig von Buchungskonditionen

✓ ... möglich
x ... nicht möglich
— ... keine Angabe

Eigene Darstellung, 2016 (vgl. (vgl. Austrian Airlines AG [1], 2017); Biagini, 2016; Binder, 2016; DB [1], 2016; Kohlstedt, 2016; ÖBB, 2016; SBB [2], [3], [4], 2016 und Steyer, 2016)

Anhand dieser Tabelle (Tabelle 3) ist zu erkennen, dass die DB und die SBB, alle drei Möglichkeiten der Buchung des Gepäckservice anbieten. Ein Unterschied findet sich darin, dass bei den SBB eine Buchung per Telefon oder über die Website nicht für das ‚Bahnhof zu Bahnhof-Angebot‘ möglich ist, ein Angebot (Bahnhof zu Bahnhof), welches die anderen beiden Unternehmen (ÖBB und DB) nicht in ihrem Kontingent aufweisen. (vgl. DB [1], 2016 und SBB [2], [3], [4], 2016)

Beim Buchungszeitraum ähneln einander die drei Unternehmen, einzig, dass die DB eine Buchung bis 18 Uhr am Werktag vor der Abholung des Gepäcks zulässt, während bei den ÖBB und den SBB eine Buchung bis 2 Tage vor der Abholung des Gepäcks erfolgen soll. (vgl. Biagini, 2016; Kohlstedt, 2016 und ÖBB, 2016)

Weiters ist auch die Möglichkeit der Umbuchung und der Stornierung des Gepäckservice ein Zeichen von Flexibilität. Hierbei variieren die Zeiten von ‚2 Tagen vor der Abholung‘ bis ‚18 Uhr am Werktag vor der Abholung‘. Die SBB verlangen bis zu 100 % des Preises zurück, während die ÖBB und die DB kostenfreie Stornierung und Umbuchung für den Gepäckservice anbieten. (vgl. Biagini, 2016; Binder, 2016 und Kohlstedt, 2016)

Werden diese Eigenschaften auch mit denen der Austrian Airlines verglichen, dann ist erkenntlich, dass die AUA bei den Möglichkeiten der Buchung, beim Buchungszeitraum sowie bei der Umbuchung sehr flexibel agiert.

4.3 Preisstaffelung

In den folgenden Tabellen werden die Produkte und deren Preise sowie verschiedene Angebote weiterer Dienstleister verglichen. Aufgrund der unterschiedlichen Währungen und der Kaufkraft in den drei Vergleichsländern werden diese in einem anschließenden Teil näher untersucht, um dadurch einen relativen Vergleich des Preises zu ermöglichen.

Während die ÖBB und die DB zwischen Normalgepäck und Sondergepäck unterscheiden, gibt es eine solche Unterscheidung bei den SBB nicht (vgl. DB [1], 2016 und ÖBB, 2016). In der Tabelle ‚Normalgepäck und Sondergepäck‘ (Tabelle 4) werden die beiden Definitionen mit ihren unterschiedlichen Herangehensweisen gegenübergestellt.

Tabelle 4: Normalgepäck und Sondergepäck

Dienstleister →	ÖBB	DB
Maße Normalgepäck	max. 30 kg (Koffer, Reisetasche, Rucksack, Skischuhtasche)	120 x 60 x 60 cm, max. 31,5 kg (einschließlich Kinderwagen zusammengeklappt und verpackt)
Maße Sondergepäck	max. 30 kg (Ski (verpackt), Snowboard, Rollstuhl (bis zu 30 kg, zusam- mengeklappt), Kinderwagen und Buggy (beides zusammengeklappt) - eigene Kategorie für Fahrräder	max. 300 cm Länge, max. 31,5 kg (muss verpackt sein) - Fahrräder fallen unter Sondergepäck

Eigene Darstellung, 2016 (vgl. DB [1], 2016 und ÖBB, 2016)

Die genaue Maßangabe der DB lässt vermuten, dass es sich hierbei um jene Gegenstände handelt, die bei den ÖBB direkt angegeben werden. Bis auf die 1,5 kg Gewichtsunterschied und die Einordnung des Kinderwagens (DB als Normalgepäck, ÖBB als Sondergepäck) stimmen die Gepäckdefinitionen überein (vgl. DB [1], 2016 und ÖBB, 2016).

Die Gestaltung der Preise und Angebote werden in der Tabelle 5 ‚Preisstaffelung‘ zusammengefasst. Durch einen Vergleich zwischen den ÖBB und der DB ist erkenntlich, dass die ÖBB ihre Produkte im Durchschnitt um ca. 10 % teurer anbieten und hierbei nicht (wie bei der DB) zwischen unterschiedlichen internationalen Destinationen unterscheiden. Einen weiteren Unterschied gibt es bei den zurzeit zusätzlich buchbaren Zeitfenstern. Die ÖBB bieten jeweils am Mittwoch eine Abendzustellung und -abholung in Wien (zwischen 17 und 21 Uhr) um zusätzlich 15 €/Gepäckstück an, wohingegen die DB, an jedem buchbaren Tag, um zusätzlich 4 € pro Abhol- oder Zustellauftrag ein dreistündiges Zeitfenster (zwischen 10-21 Uhr) anbietet. (vgl. DB [1], 2016 und ÖBB, 2016)

Tabelle 5: Preisstaffelung

DIENTSLEISTER →	ÖBB	DB	SBB
Normalgepäck	19,40 €/Stück	17,50 €/Stück	Reisegepäck: 12 CHF/St. -> Keine SP* Reisgepäck Express: 12 CHF/St. + 30 CHF SP* Tür zu Tür: 12 CHF/St. + 40 CHF SP* Tür zu Tür Express: 12 CHF /St. + 70 CHF SP*
Normalgepäck - international	39 €/Stück	29,90 € - Österreich 35,90 € - Südtirol 49,90 € - Italien 49,90 € - Schweiz	Reisegepäck International: 12 CHF/St. + 40 CHF SP* Tür zu Tür International: 12 CHF/St. + 80 CHF SP*
Sondergepäck	29,40 €/Stück	27,50 €/Stück	_____
Sondergepäck - international	49 €/Stück	29,90 € - Österreich 35,90 € - Südtirol 49,90 € - Italien 49,90 € - Schweiz	_____
Fahrrad	39 €/Stück	27,50 €/Stück (Sondergepäck)	18 CHF Velo, 36 CHF Spezialvelo
Fahrrad - international	in die Schweiz 48 €/Stück	29,90 €/Stück (Sondergepäck) - nur nach Österreich möglich	_____
Aufpreis Zeitfenster	15 €/Stück für Abendabholung/ -zustellung am Mittwoch	4 € für 3-stündiges Zeitfenster/Abhol- oder Zustellauftrag	3 Zeitfenster stehen kostenfrei zur Auswahl: 7–12 Uhr 12–18 Uhr 18–23 Uhr
Verpackung von Ski oder Fahrrad	_____	kostenfrei	99,90 CHF (TranZbag - Velo-Transporttasche der SBB: kann damit kostenlos als Handgepäck in Zug, Postauto und Schiff transportiert werden)
Gruppentarif	_____	_____	- Für Schulklassen und J+S-Gruppen mit Gruppenbillett - Pauschalpreis von 100 CHF/Weg für maximal 30 Gepäckstücke. - Gruppengepäck ab 10 Personen.

*SP ... Sendungspauschale
_____ ... keine Angabe

Eigene Darstellung, 2016 (vgl. DB [1], 2016; ÖBB, 2016 und SBB [1], 2016)

4.3.1 Preise auf Basis des Durchschnittsgehalts

Bei einem Preisvergleich zwischen diesen drei Bahnunternehmen sind die unterschiedlichen Gegebenheiten in den drei Ländern zu berücksichtigen. Dazu wurden als ersten Schritt drei möglichst gleiche Produkte für den Vergleich der Preise auf Basis des Durchschnittsgehalts ausgewählt:

- ÖBB: Haus zu Haus Gepäckservice, Normalgepäck, 19,40 €, innerhalb Österreichs (vgl. ÖBB, 2016)
- DB: Tür zu Tür Gepäckservice, Normalgepäck, 17,50 €, innerhalb Deutschlands (vgl. DB [1], 2016)
- SBB: Tür zu Tür Gepäckservice, 52 CHF, innerhalb der Schweiz (vgl. SBB [1], 2016)

Bei diesen drei Produkten ist zu beachten, dass die Bahnunternehmen unterschiedliche ganztägige Zeitfenster anbieten sowie Abholung und Zustellung auch am Wochenende möglich beziehungsweise nicht möglich sind und die Lieferzeiten variieren können.

Im zweiten Schritt wurde eine passende Möglichkeit gesucht, um die unterschiedlichen Währungen bestmöglich zu vergleichen. Da sich zwei von den drei Bahnunternehmen im Euroraum befinden und die vorliegende Arbeit in Österreich geschrieben wird, wird der Euro als Ausgangswährung für den Vergleich gewählt.

Wie die folgende Tabelle (Tabelle 6) zeigt, werden aus den ‚Produktkosten in €‘ die Mehrkosten in Prozent berechnet und hierzu die ÖBB als Bezugsgröße gewählt. Um die Mehrkosten auch zur jeweiligen nationalen Kaufkraft in Bezug zu setzen, wurden im nächsten Schritt die monatlichen Durchschnittseinkommen von Österreich, Deutschland und der Schweiz berücksichtigt. Hierbei ist zu beachten, dass es sich bei dem monatlichen Durchschnittseinkommen um Daten von der UNECE (United Nations Economic Commission for Europe) handelt und diese vor Abzug der Steuern und Sozialabgaben angegeben werden. (vgl. w3.unece.org, 2015)

Tabelle 6: Preisvergleich

Dienstleister →	ÖBB	DB	SBB
Produktkosten	19,40 €	17,50 €	52,00 CHF
Produktkosten in €	19,40 €	17,50 €	48,1645 €* ¹
Mehrkosten in % in Bezug auf ÖBB	—	-9,79 %	148,27 %
Monatliches Durchschnittseinkommen	Österreich: 3533,45 € ²	Deutschland: 3267,19 € ²	Schweiz: 6948,33 € ²
Produktkosten in % des Durchschnittseinkommens	0,55 %	0,54 %	0,69 %
Mehrkosten in % in Bezug auf ÖBB und Durchschnittseinkommen	—	-2,44 %	26,25 %

— ... Vergleichsgröße

* ... umgerechnet am 30.11.2016 (vgl. finanzen.at, 2016)

² ... (vgl. w3.unece.org, 2015)

Eigene Darstellung, 2016 (vgl. DB [1], 2016; ÖBB, 2016 und SBB [1], 2016)

Wie der Tabelle 6 zu entnehmen ist, betragen durch eine einfache Umrechnung der CHF-Beträge in € -Beträge die Mehrkosten von den SBB im Vergleich zu den ÖBB ca. 148 %. Durch das Berücksichtigen der Durchschnittseinkommen können die Produktkosten relativ zur Kaufkraft verglichen werden. Daraus erfolgt, dass das untersuchte Produkt bei den SBB ca. um ein Viertel teurer ist als bei den ÖBB und die DB hingegen um 2,5 % billiger ist als die ÖBB.

4.3.2 Preise von Bahnunternehmen und Paket- und/oder Gepäckdienstleistern

Im folgenden Kapitel werden die Preise der Bahnunternehmen ÖBB und DB mit den Preisen von Hermes, DHL, Schwerelosreisen und Cargo International verglichen. Dadurch soll ein Vergleich von den Bahnunternehmen mit Angeboten von Anbietern, welche sich auf den Paket- und/oder Gepäckdienste spezialisiert haben, ermöglicht werden.

Tabelle 7: Preisvergleich mit Gepäck- und Paketdienstleister

Dienstleister →	ÖBB	DB	Hermes ¹ (Partner DB)	DHL	Schwerelosreisen - 24h Express Lieferung	Cargo International ²
Normalgepäck	19,40 €/Stück	17,50 €/Stück	ab 13,79 € - 24,48 €	Pauschale: 14,99 €	innerhalb Deutschlands: 39,90 €	ab 7,30 €
Normalgepäck - international	39 €/Stück	29,90 € - Österreich 35,90 € - Südtirol 49,90 € - Italien 49,90 € - Schweiz	_____	_____ (nur für Pakete)	79,90 € (von Österreich nach Deutschland)	ab 19,95 €
Sondergepäck	29,40 €/Stück	27,50 €/Stück	ab 34,99 € - 41,98 €	Sperrgut: 22,50 € (zusätzlich zum Paketpreis) = 37,49 €	Siehe Angebot oben (1. Zeile)	ab 7,30 € (Ski und Snowboard)
Sondergepäck - international	49 €/Stück	29,90 € - Österreich 35,90 € - Südtirol 49,90 € - Italien 49,90 € - Schweiz	_____	_____	Siehe Angebot oben (2. Zeile)	ab 10,90 € (Ski und Snowboard)
Fahrrad	39 €/Stück	27,50 €/Stück (Sondergepäck)	ab 39,99 € - 46,98 €	Sperrgut: 22,50 € (zusätzlich zum Paketpreis) = 37,49 €	Siehe Angebot oben (1. Zeile)	ab 39,00 €
Fahrrad - international	in die Schweiz 48 €/Stück	29,90 €/Stück (Sondergepäck) - nur nach Österreich möglich	_____	_____	Siehe Angebot oben (2. Zeile)	ab 45,00 €
Verpackung von Ski oder Fahrrad	_____	kostenfrei	2,89 € Ski 5,89 € Fahrrad	_____	_____	Tipps dazu auf der Website

¹ ... innerhalb Deutschlands

² ... Gepäck muss als Paket verpackt sein

_____ ... kein Angebot

Eigene Darstellung, 2016 (vgl. Cargo International [1], [2], [3], [4], 2016; DB [1], 2016; DHL [1], [2], [3], 2016; Hermes [1], [2], [3], [4], 2016; ÖBB, 2016; Österreichische Post AG [1], [2], 2016 und Schwerelosreisen [1], [2], 2016)

Ein direkter Vergleich des Normalgepäcks zwischen den Bahnunternehmen und den Gepäckdienstleistern lässt erkennen, dass die Dienstleister Hermes, DHL und Cargo International einen günstigeren Gepäckversand anbieten. Cargo International, als Anbieter mit dem niedrigsten Preis, ist um ca. 62 % billiger als der teuerste Anbieter, die ÖBB (vgl. Cargo International [1], 2016 und ÖBB, 2016). Bei dem Unternehmen Schwerelosreisen ist zu berücksichtigen, dass diese nur eine Expresslieferung anbieten und dieses deshalb für einen direkten Preisvergleich nicht herangezogen wurde (vgl. Schwerelosreisen [1], 2016). Weiters ist hier zu beachten, dass es sich bei dem Preis der Cargo International um einen ‚ab ... €‘-Preis handelt und überdies das Gepäck als Paket verpackt werden muss (vgl. Cargo International [5], 2016).

Auffallend ist, dass der Versand von Sondergepäck (Ski und Snowboards) bei Cargo International mit einem Abstand von 10 € zur DB (als nächst teureres Angebot), am billigsten ausfällt. Im Vergleich dazu ist bei den Fahrradversandpreisen die DB mit einem Abstand von 10 € zur DHL (als nächst teureres Angebot) an unterster Stelle angesiedelt.

4.4 Abholung und Zustellung

In den folgenden beiden Unterkapiteln werden zuerst die Abhol- und Zustellvarianten der Bahnunternehmen verglichen. Darauf aufbauend werden im zweiten Unterkapitel diese Varianten für einen Vergleich mit den Paket- und/oder Gepäckdienstleistern gegenübergestellt.

4.4.1 Abhol- und Zustellservice der Bahnunternehmen

Die Tabelle 8 ‚Abholung und Zustellung Bahnunternehmen‘ legt den Fokus auf den Vergleich der Bahnunternehmen und untersucht im Speziellen die unterschiedlichen Zeitfenster, die Möglichkeiten der Kontaktierung bezüglich der Abhol- und Zustellzeiten, die Abhol- und Zustellalternativen und als letzten Punkt die Sendungsverfolgung.

Tabelle 8: Abholung und Zustellung Bahnunternehmen

Dienstleister →	ÖBB	DB	SBB
Zeitfenster	8 - 17 Uhr Mittwoch in Wien 17 - 21 Uhr	8-18 Uhr + wählbar: 10-13 Uhr 12-15 Uhr 14-17 Uhr 18-21 Uhr	7-12 Uhr 12-18 Uhr 18-23 Uhr
Zeitfenster - Samstag/Sonntag und Feiertag	keine Abholung und Zustellung	Samstag: 8-18 Uhr + wählbar: 10-13 Uhr 12-15 Uhr 14-17 Uhr 18-21 Uhr	7-12 Uhr 12-18 Uhr 18-23 Uhr
Kontaktierung (vor Abholung/ Zustellung, etc.)	Telefonnummer des/der DisponentIn auf der Buchungsbestätigung	Angabe der Kontaktnummer der DB für Fragen zum Gepäcktransport	Telefonnummer - Rail Service
Zwischenlagerung	Angabe von Wunschlieferant - Gepäck bleibt im Zentrallager	bis zu 8 Werktagen - Gepäck bleibt im Zentrallager	Bahnhof zu Bahnhof: gratis Lagerung am Ankunftstag + 4 Tage, dann 5 CHF/Tag
Abholung bei /Zustellung zu einer Alternativadresse	ist möglich	- ist möglich z. B. beim Nachbarn - Hinweis für Hermes-Boten an der Tür	ist möglich
Abgabe/Zustellung am Bahnhof	Standort und Varianten - zur Zeit österreichweit gesucht und evaluiert	zurzeit nicht in Planung	Produkt: Bahnhof zu Bahnhof
Abgabe bei/Zustel- lung zu einem Partnershop	Standort und Varianten - zur Zeit österreichweit gesucht und evaluiert	Ab 2017 (mögliche) Erweiterung: Abgabe in einer der 14.000 Hermes PaketShops. (innerhalb Deutschlands)	_____
Sendungsverfolgung	_____	Online : Sendungsverfolgung des Reisegepäcks innerhalb Deutschlands	_____

_____ ... keine Angabe

Eigene Darstellung, 2016 (vgl. Biagini, 2016; Binder, 2016; DB [1], 2016; Kohlstedt, 2016; ÖBB, 2016 und SBB [2], [3], [4], [5], 2016)

Während die ÖBB ganztägige Zeitfenster (vgl. ÖBB, 2016) zur Verfügung stellen, bieten die SBB und die DB Unterteilungen von 3-5 Stunden an und dieselben Möglichkeiten an Samstagen (DB und SBB) sowie an Sonn – und Feiertagen (SBB). Zusätzlich bieten die SBB die Möglichkeit einer Abholung und Zustellung bis 23 Uhr. (vgl. DB [1], 2016 und SBB [6], 2016)

Bei den ÖBB (DisponentIn) und der DB werden auf der Website Kontaktdaten bezüglich des Gepäcktransports angegeben. Bei den SBB gibt es diesbezüglich die Nummer des Rail Service, welche für die Buchung zuständig ist. (vgl. DB [1], 2016; ÖBB, 2016 und SBB [2], 2016)

Bezüglich unterschiedlicher Abhol- und Zustellalternativen ist bei allen drei Unternehmen eine Angabe einer Alternativadresse möglich (vgl. DB [1], 2016; ÖBB, 2016 und SBB [2], 2016). Auf dieses Angebot weist die DB durch die Möglichkeit, den Hermes-Boten mittels Nachricht an der Haustüre zu informieren, bei wem das Gepäck abzuholen ist, genauer hin (vgl. DB [1], 2016). Ansonsten sind die Abhol- und Zustellorte zurzeit im Umbruch und es werden unterschiedliche Lösungen angedacht. (vgl. Binder, 2016; Kohlstedt, 2016 und Biagini, 2016)

Eine Sendungsverfolgung, bei der die KundInnen online ihre Auftragsnummer eingeben können und so den Status der Sendung einsehen, ist nur bei der der DB möglich (vgl. DB [1], 2016).

4.4.2 Abhol- und Zustellservice von Paket- und/oder Gepäckdienstleistern

In diesem Kapitel wird der Abhol- und Zustellservice der Bahnunternehmen zusätzlich mit denen der Paket- und/oder Gepäckdienstleistern verglichen. Wie bereits in dem Unterkapitel 4.3.2 ‚Preise von Bahnunternehmen und Paket- und/oder Gepäckdienstleistern‘ steht das Aufzeigen von weiteren Möglichkeiten und der Vergleich dieser mit den Bahnunternehmen im Vordergrund. Die folgende Tabelle (Tabelle 9), wird der Tabelle 8 ‚Abholung und Zustellung Bahnunternehmen‘ des vorhergehenden Kapitels gegenübergestellt.

Tabelle 9: Abholung und Zustellung Paket- und/oder Gepäckdienstleister

Dienstleister →	Hermes (Partner DB)	DHL	Schwerelosreisen - 24h Express Lieferung	Cargo International
Zeitfenster	Ankündigung eines 2 - 4-stündigen Zustellzeitfensters (Sendungsverfolgung)	Abholung: 8 - 13 Uhr und 12 - 17 Uhr Zustellung: Wunschtage (nicht für Sonn- und Feiertage)	Abholung: 9 - 17 Uhr, wählbare 3 - stündige Zeitfenster (gegen Aufpreis) Zustellung: bis 17 Uhr, wählbar früher (gegen Aufpreis)	zwischen 9 und 17 Uhr
Zeitfenster - Samstag/Sonntag und Feiertag	Haustür: Werktags zwischen 8 und 20 Uhr PaketShop: je nach Öffnungszeit	Öffnungszeiten: Postfilialen, Paketshops, Packstationen und Paketboxen	Abholung: Montag - Freitag (nicht an Feiertagen) Zustellung: Montag - Samstag (nicht an Feiertagen)	Montag - Freitag (nicht an Feiertagen)
Kontaktierung (vor Abholung/ Zustellung, etc.)	online: Kontaktformular per Telefon: Kundenservice (24/7)	per Telefon	per Telefon oder E-mail	online: Kontaktformular per Telefon: Kundenservice
Zwischenlagerung	bis zu 10 Tagen im PaketShop	Packstation: 9 Tage Postfilialen oder DHL Paketshops: 7 Werktage	_____	nach mehreren Zustellver- suchen - retour an den Versender
Abholung bei /Zustellung zu einer Alternativadresse	ist möglich	ist möglich	ist möglich	ist möglich
Abgabe bei/Zustel- lung zu einem Partnershop	über 14.000 Hermes PaketShops in Deutschland	Packstation, Postfiliale, DHL Paketshop oder Paketbox	_____	_____
Sendungsverfolgung	online möglich	online möglich	online möglich	online möglich

_____ ... keine Angabe

Eigene Darstellung, 2016 (vgl. Cargo International [6], [7], 2016; DHL [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], 2016; Hermes [5], [6], [7], [8], 2016 und Schwerelosreisen [3], [4], [5] 2016)

Die Paket- und/oder Gepäckdienstleister Hermes, DHL, Schwerelosreisen und Cargo International bieten unterschiedliche Angebote bezüglich der Zeitfenster, Kontaktierungsmöglichkeiten, Zwischenlager, Abhol- und Zustellvarianten und der Sendungsverfolgung an (vgl. Tabelle 9). Die Zeitfenster bei der Abholung und Zustellung sind grundsätzlich auf Montag bis Freitag (an Werktagen; Schwerelosreisen: Zustellung auch am Samstag) oder auf die Öffnungszeiten der Postfilialen, Paketshops beschränkt (vgl. Cargo International [6], 2016; Hermes [5], 2016 und Schwerelosreisen [3], 2016).

Eine Ausnahme ist DHL, da dieses Unternehmen zusätzlich die Versendung mittels Paketboxen und die Abholung mittels Packstationen ermöglicht, ein Service, welches rund um die Uhr an 365 Tagen im Jahr durchführbar ist. (vgl. DHL [7], [10], 2016)

Das Angebot einer Zwischenlagerung sowie eine Abgabe und Zustellung bei einem Partnershop gibt es bei Hermes und DHL (vgl. DHL [7], [8], 2016 und Hermes [1], [6], 2016). Cargo International retourniert nach mehreren Zustellversuchen die Sendung hingegen an den Versender (vgl. Cargo International [1], 2016). Die Sendungsverfolgung ist bei allen vier

aufgelisteten Unternehmen möglich (vgl. Cargo International [7], 2016; DHL [9], 2016; Hermes [8], 2016 und Schwerelosreisen [5], 2016).

Ein Vergleich mit den Bahnunternehmen zeigt, dass in den untersuchten Kategorien die Unterschiede im Detail liegen (z. B. Unterteilung der Zeitfenster, Sendungsverfolgung etc.). Lediglich die Zustellung zu den Partnershops, welche bei den Bahnunternehmen zurzeit im Umbruch ist, bringt einen größeren Unterschied zu den Paket- und/oder Gepäckdienstleistern mit sich.

4.5 Gepäcktransport

In diesem Kapitel werden die Punkte Gepäckverspätung, -verlust und -beschädigung der drei Bahnunternehmen, deren Umgang damit und die Höhe der Versicherungen genauer betrachtet.

Tabelle 10: Gepäcktransport

Dienstleister →	ÖBB	DB	SBB
Gepäckverspätung	Verständigung über Disponenten per Anruf; anfallende Kosten werden ersetzt	Sendungsverfolgung; Per Telefon/E-mail: Informationen zum Sendungsstatus; Ca. 16 €/angefangene 24 h für max. 14 Tage	Entschädigung für Anschaffungen höchstens 200 CHF/Gepäckstück; je angefangene 24 h, max. 14 Tage max. 2000 CHF.
Gepäckverlust, Gepäckbeschädigung	Versicherung bis 800€ (kann im Einzelfall, nach Prüfung, überschritten werden)	Entschädigung von max. 1.350 €/Gepäckstück	versichert bis max. 2000 CHF (Spezialvelo 4000 CHF)

Eigene Darstellung, 2016 (vgl. Binder, 2016; DB [1], 2016; ÖBB, 2016 und SBB, 2016)

Der Hauptunterschied liegt hier im jeweiligen Betrag, bis zu welchem das Gepäckstück versichert ist. Wie im Kapitel 4.3 ‚Preisstaffelung‘ ist auch hier die jeweilige Währung zu berücksichtigen. Die Entschädigungssumme von 2000 CHF entsprechen in etwa 1852 € (vgl. finanzen.at, 2016)

4.6 Kooperation

Im letzten Punkt des Benchmarks werden die bereits bestehenden Kooperationen einerseits mit Dienstleistern in den Urlaubsregionen und andererseits mit weiteren Unternehmen genauer betrachtet.

Tabelle 11: Kooperationen

Dienstleister →	ÖBB	DB	SBB
Kooperation in Urlaubsregionen	Bahnreise inklusives Eintritte; Wedelweißticket (Bahnreise + Skitagespass); Projekte zur Vor-Ort Mobilität werden angedacht;	Kooperation mit ÖBB + Destinationen (z.B. Tirol) – Kommunikationskampagnen • z.B. Broschüre „Schönste Bahnziele in Österreich“ (2014/2015) • „Kinderleicht kofferlos“ (2015) Koffer des Kindes kostenlos nach Tirol mit verschicken	Abkommen mit Hotels: Gepäck wird am Bahnhof abgeholt; Kooperation mit ÖV-Schweiz
Kooperation mit Unternehmen	Rail Cargo: - ein Ansprechpartner für alles (=Disponent)		Partnerschaft mit DB

Eigene Darstellung, 2016 (vgl. Biagini, 2016; Binder, 2016 und Kohlstedt, 2016)

Der Tabelle 11 ‚Kooperationen‘ ist zu entnehmen, dass es sich bei den Kooperationen in den Urlaubsregionen um Vor-Ort-Mobilität handelt und bei Kooperationen mit Unternehmen die jeweils anderen Bahnunternehmen genannt werden.

5 KundInnenanforderungen

Dieses Kapitel bildet mit seinen Unterkapiteln den Hauptteil der Arbeit mit dem Kernthema ‚KundInnenanforderungen an den Gepäckservice‘. Hierbei wird die gesamte Servicekette (siehe Abbildung 1) aus Sicht der KundInnen von der Information zu den Serviceangeboten, über die Abholung und Zustellung des Gepäcks bis hin zur Sendungsverfolgung in Betracht gezogen. Jedes Kapitel folgt der gleichen Struktur: Einleitung in das Thema und Problemstellung, die daraus resultierende(n) Fragestellung(n), die Angabe der verwendeten Methoden sowie die Darstellung der Ergebnisse.

5.1 Servicekette

Die Servicekette (siehe Abbildung 1) umfasst neun verschiedene Servicepunkte: Flexibilität, Sicherheit, Information, Buchung, Bezahlung, Abholung, Gepäcktransport, Sendungsverfolgung und Zustellung. Da die beiden Begriffe Flexibilität und Sicherheit für den weiteren Verlauf dieser Arbeit wichtige sind, werden diese in den ersten beiden Unterkapiteln definiert.

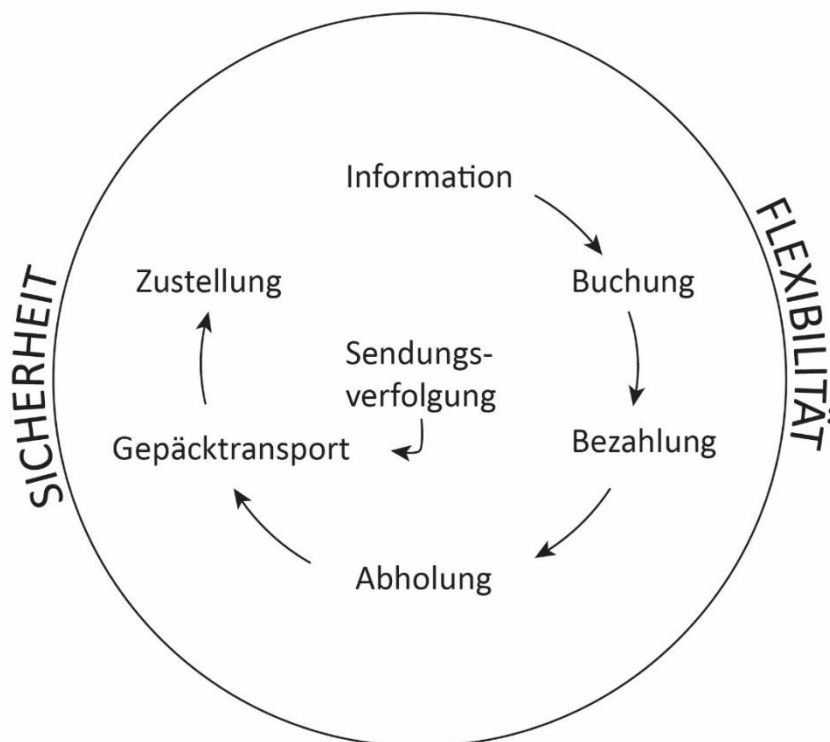


Abbildung 1: Servicekette (eigene Darstellung)

Darauf folgend werden die Servicepunkte Information, Buchung, Bezahlung, Abholung und Zustellung, Gepäcktransport und Sendungsverfolgung analysiert. Als erster Schritt der KundInnen wird der Servicepunkt Information gesehen, da sich die KundInnen zuerst über den Gepäckservice und die Angebote informieren, bevor er gebucht und bezahlt wird. Da die Probleme, Wünsche sowie Bedürfnisse der KundInnen bei der Abholung des Gepäcks denen der Zustellung ähneln und/oder sich überschneiden, werden diese beiden Punkte in einem Kapitel zusammengefasst. Den Abschluss bilden somit der Gepäcktransport und die Sendungsverfolgung.

Zusätzlich zu dieser Reihung lässt sich die Servicekette auch in die innere und äußere Servicekette unterscheiden (siehe Abbildung 1). Zur inneren Servicekette gehören Information, Buchung, Bezahlung, Abholung, Zustellung, Gepäcktransport und Sendungsverfolgung. Also jene, bei denen eine Tätigkeit direkt für die jeweilige Buchung durchzuführen ist (von Seiten der KundInnen oder der DienstleisterInnen). Die äußere Servicekette, Flexibilität und Sicherheit, beschäftigt sich mit dem Rundherum und bilden sozusagen den Rahmen der gesamten Servicekette. Diese Punkte werden bereits im Vorfeld von Seiten der Dienstleistern bereitgestellt.

5.2 Flexibilität

Die Flexibilität stellt während der Untersuchungen einen immer wiederkehrenden Schwerpunkt entlang der Servicekette dar. Demnach ist das Ziel dieses Kapitels, einen guten Überblick über den Begriff der Flexibilität zu schaffen, um diesen nicht jedes Mal von Neuem aufzurollen und im weiteren Verlauf der Arbeit darauf Bezug nehmen zu können.

Die Wichtigkeit von Flexibilität ist von Mensch zu Mensch, Tätigkeit zu Tätigkeit, Ort zu Ort, etc. unterschiedlich, aber dennoch ist anzunehmen, dass Flexibilität eine große Rolle im täglichen mitteleuropäischen Leben einnimmt. Geht es um Arbeitszeiten, Freizeitgestaltung, um die Auswahl der unterschiedlichen Angeboten und Möglichkeiten, etc. ist bei näherer Betrachtung eine flexible Gestaltung des Alltags kaum wegzudenken. Dennoch ist zu vermuten, dass zu viel Flexibilität auch negative Folgen mit sich bringt und zum Beispiel durch ein Überangebot die Entscheidungsfindung zur Belastung wird. Dadurch ist es möglich, dass die Flexibilität an Stellenwert für die Menschen verliert. Werden diese beiden Seiten von Flexibilität in Betracht gezogen, resultieren folgende Leitfragen:

- Welchen Stellenwert hat Flexibilität für die Menschen?
- Wie sehen die Bedürfnisse nach Flexibilität aus?
 - Wie sieht die Bereitschaft zur Flexibilität aus?

Zur Beantwortung dieser Fragen ist zunächst eine allgemeine Definition des Begriffs Flexibilität notwendig: „[Flexibilität ist] die Fähigkeit, sich wechselnden Situationen und Anforderungen rasch anzupassen“ (Geissler, 2003: 53).

In der vorliegenden Arbeit geht es um ein flexibles Produkt (Gepäckservice), welches anpassungsfähig an die Anforderungen der KundInnen sein soll. Als ‚wechselnde Situationen‘ werden die unterschiedlichen KundInnen und ihre Bedürfnisse gesehen.

Geissler (2003: 53) schreibt weiters über die Flexibilisierung der Arbeit und unterteilt diesen Begriff in flexible Arbeitsverhältnisse (Arbeitsort, -aufgabe und Hierarchien) und Arbeitszeiten. Die Flexibilisierung der Arbeit hat laut Geissler (2003: 53) Einfluss auf die Flexibilität im Alltag, welche durch Öffnungszeiten, Haushaltsbudget, Fahrpläne, etc. immer schon Teil des alltäglichen Lebens war. Die drei Begriffe (flexible Arbeitsverhältnisse, flexible Arbeitszeiten und alltägliche Lebensführung) ergeben laut Geissler (2003: 53) „das neue *Paradigma der gesellschaftlichen Organisation* (nicht nur der Arbeit) der postindustriellen Gesellschaft“ (Geissler, 2003: 53).

Durch diese Erklärung ist zu erkennen, dass und in welchen verschiedenen Bereichen Flexibilität eine Rolle für die Menschen spielt. Weiters ist ersichtlich, dass es täglich zu einer Konfrontation mit Flexibilität kommt und dies zu einer bewussten (z.B. Haushaltsbudget), oder unbewussten (z.B. Fahrpläne) Beschäftigung mit Flexibilität führt. Das Ergebnis bildet das ‚Paradigma der gesellschaftlichen Organisation‘ in der sich die Menschen täglich versuchen zurechtzufinden.

Flexibilitätsanforderungen und -erfahrungen allgemein zu definieren gestaltet sich dabei als sehr komplex, da die Prozesse vielseitig sowie schwer zu bestimmen sind und hierbei der jeweilige soziale Kontext eine äußerst wichtige Rolle spielt (vgl. Geissler, 2003: 53).

Demnach ist der Stellenwert von Flexibilität sowie die Bedürfnisse nach und die Bereitschaft zur Flexibilität von Mensch zu Mensch unterschiedlich und somit im jeweiligen Fall einzeln zu untersuchen. Der soziale Kontext führt unter anderem dazu, dass der Stellenwert von

Flexibilität unterschiedlich ist, da hier auch die verfügbaren Möglichkeiten (z.B. Arbeitsort, Öffnungszeiten) und (nicht) umsetzbare Wünsche (z.B. Arbeitszeit) Relevanz haben.

Der Gepäckservice wird als Teil der ‚Flexibilität im Alltag‘ gesehen, da dieser angepasst an die Bedürfnisse der KundInnen und deren alltägliche Lebensführung sein soll. Beispiele, die in diesem Zusammenhang in dieser Arbeit genauer untersucht werden, sind:

- Die Möglichkeit einer Umbuchung zu jeder beliebigen Zeit (auch während der Reise)
→ dadurch passt sich der Gepäckservice an die Zeiteinteilung der KundInnen flexibel an. Eine spontane Verschiebung, Verlängerung oder Verkürzung der Reise ist somit für die KundInnen durchführbar (siehe Kapitel 5.5.4 Umbuchung (und Stornierung)).
- Die Preisstaffelung, welche sich an das Haushaltbudget der KundInnen anpasst. Durch verschiedene Angebote besteht für die KundInnen die Möglichkeit, jenes zu wählen, welches akzeptabel für das für sie zur Verfügung stehende Kapital ist (siehe Kapitel 5.6 Bezahlung - Preisstaffelung).
- Die unterschiedlichen Angebote, die sich an den Lebensstil der KundInnen anpassen. Die Bedürfnisse und Wünsche der Menschen sind verschieden. Um diesen gerecht zu werden, ist eine Angebotsvielfalt von Vorteil (siehe Kapitel 5.4.2 Angebotsvielfalt - Flexibilität).
- Die Integration der Abholung beziehungsweise Zustellung des Gepäcks in den Alltag der KundInnen (Schulzeiten, Arbeitszeiten, Öffnungszeiten, etc.) → Dadurch wird die Gebundenheit an Ort und Zeit aufgehoben und die KundInnen entscheiden selbst, wann und wo sie das Gepäck abgeben und entgegennehmen (siehe Kapitel 5.7.1 Abholung zu Hause).

5.3 Sicherheit

Wie die Flexibilität spielt auch die Sicherheit bei mehreren Servicepunkten eine wichtige Rolle, weshalb dieser ein eigenes Kapitel zugeteilt wird. Beim Gepäckservice verlassen sich die KundInnen darauf, dass das Gepäck abgeholt wird und am Zielort ankommt. Gewisse Sicherheiten, wie zum Beispiel die Gepäckversicherung (siehe Kapitel Benchmark: 4.5 Gepäcktransport) sind Teile des Produktes ‚Gepäckservice‘. Demzufolge verkauft das Unternehmen den KundInnen nicht nur die Sicherheit der Abholung und Zustellung, sondern auch die damit verbundenen Sicherheiten, wie die der Schadlosigkeit.

Im Folgenden wird der Begriff Sicherheit für diese Arbeit definiert und mit den Themen der KundInnenanforderungen verschnitten. Sicherheit lässt sich sowohl über das Gefühl, als auch über die Wirklichkeit definieren (vgl. Schneier, 2008: 50). Während mit Wirklichkeit die Berechnung von Sicherheit mittels Statistiken gemeint ist, ist das Gefühl von Sicherheit individuell von Mensch zu Mensch unterschiedlich. Beim Gefühl geht es um die individuelle psychologischen Reaktionen auf Risiken (wie zum Beispiel Terrorismus) und Maßnahmen (wie zum Beispiel das Ausziehen von Schuhen bei Metalldetektoren). (vgl. *ibid*).

In dieser Arbeit wird zwischen der objektiven Sicherheit (Definition über die Wirklichkeit) und dem subjektiven Sicherheitsempfinden (individuelle psychologische Reaktionen) unterschieden. Folgende Punkte werden im Laufe dieser Arbeit mit dem Thema Sicherheit konfrontiert und analysiert:

- Als Teil vom Kapitel Umbuchung: Hierbei geht es um das subjektive Sicherheitsempfinden, um das Wissen über die Sicherheit spontan den Plan ändern zu können. In diesem Kapitel wird auch die Verbindung von Sicherheit zur Flexibilität über die Annahme: „Durch eine erhöhte Flexibilität steigt die subjektive Sicherheit“ untersucht (siehe Kapitel 5.5.4 Umbuchung (und Stornierung)).
- Im Kapitel Gepäcktransport wird auf die verschiedenen Gepäckversicherungen (bei Verspätung, Verlust und Beschädigung) eingegangen. Es handelt sich hier um die objektive Sicherheit, die über die Wirklichkeit definiert wird (siehe Kapitel 5.8 Gepäcktransport).
- Bei der Sendungsverfolgung geht es wiederum um das subjektive Sicherheitsempfinden. Durch diese wissen die KundInnen, wo sich das Gepäck befindet und wann es ankommen wird (siehe Kapitel 5.9 Sendungsverfolgung).

5.4 Information vor der Reise

Dieses Kapitel bildet aus Sicht der KundInnen den ersten Schritt der Servicekette und beschäftigt sich mit dem Wissen über das Produkt ‚Gepäckservice‘ sowie mit der Aufbereitung und Wahrnehmung von Information. Hierbei sind zwei Gruppen von KundInnen zu unterscheiden. Die erste Gruppe bilden die KundInnen, die den Gepäckservice bereits kennen (Aufbereitung und Wahrnehmung von Informationen) und gezielt danach

suchen und sich darüber informieren wollen. Die zweite Gruppe bilden die potentiellen KundInnen, die den Gepäckservice nicht kennen. In den folgenden Unterkapiteln wird zuerst das Thema Bekanntheit, sprich das Wissen über den Markt genauer betrachtet und aufbauend darauf die Auswirkungen der Angebotsvielfalt untersucht.

5.4.1 Vom Wissen über den Markt zur Information über den Markt

Ein Produkt kann nur dann konsumiert werden, wenn das Wissen über ein solches auch gegeben ist. Wenn also eine Person nicht weiß, dass ein Gepäckservice angeboten wird, dann kann er/sie dieses Produkt auch nicht buchen. Schon alleine aus diesem Grund ist das Wissen über den Markt (also über das Angebot) als wichtig zu erachten. Kennen potentielle KundInnen das Produkt bereits, sind Information über das entsprechende Angebot ein Vorteil für beide Seiten, AnbieterIn und KäuferIn. Werden diese beiden Ebenen betrachtet resultieren daraus folgende Leitfragen:

- Ist das Gepäckservice der ÖBB bei potentiellen KundInnen bekannt?
- Wie wichtig ist für potentielle KundInnen das Wissen beziehungsweise die Information über den Markt?

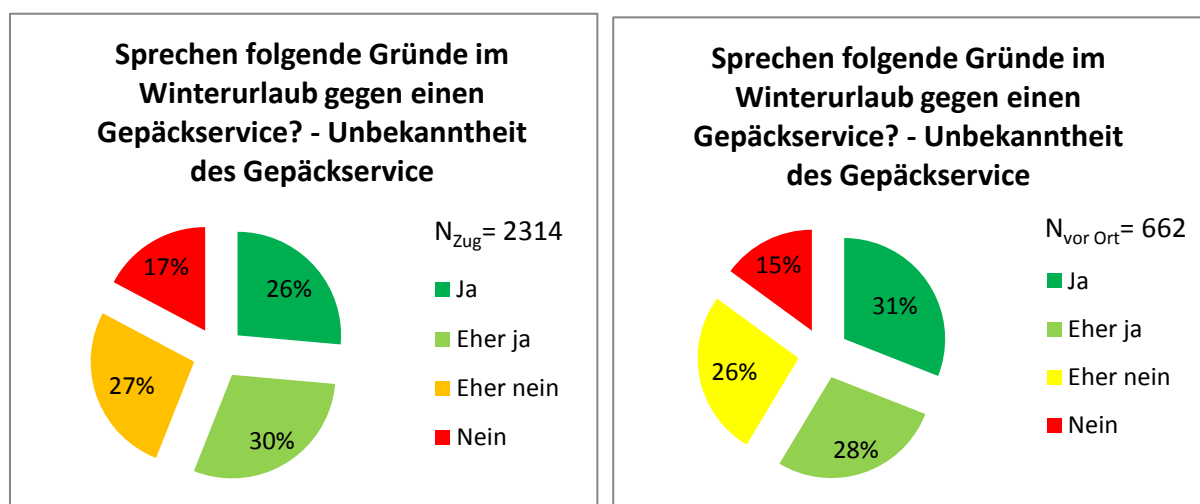


Abbildung 2: Unbekanntheit des Gepäckservice – Zugbefragung (eigene Darstellung) – Abbildung 3: Unbekanntheit des Gepäckservice – vor Ort Befragung (eigene Darstellung)

Aus den Befragungen im Zug und vor Ort (siehe Abbildung 2 und Abbildung 3) ist ersichtlich, dass die Bekanntheit des Gepäckservice durchaus relevant für diesen ist. In beiden Fällen (Befragungen im Zug beziehungsweise vor Ort) spricht die **Unbekanntheit des Gepäckservice** mit über 50 % gegen diesen. Aus diesen Werten lässt sich nicht schließen, ob

die Befragten den Gepäckservice bereits kannten. Dennoch ist davon auszugehen, dass jene, die mit ‚ja‘ oder ‚eher ja‘ geantwortet haben, den Gepäckservice vorher nicht kannten oder davon ausgegangen sind, dass ihn viele Personen nicht kennen.

Aus der Literaturrecherche lassen sich folgende Ergebnisse zur Fragestellung über die ‚Wichtigkeit des Wissens über den Markt‘ ableiten. Bereits 1959 ist von Wittman zwischen den Begriffen Wissen und Information unterschieden worden. Information ist demnach „zweckorientiertes Wissen“ und wird beschrieben als Wissen, das zur „Erreichung eines Zwecks“ erlangt wird. Demgegenüber lässt sich aber anführen, dass Information immer mit einem Zeitpunkt in der Zukunft verknüpft ist und Wissen durch Vergangenes, wie eine Beobachtung oder Erfahrung, erlangt wird. Daraus lässt sich ableiten, dass bei zukünftigem Wissen, nicht von zweckorientiertem, sondern von Information die Rede ist, da nicht absolute Gewissheit über Zukünftiges, also Wissen, herrschen kann. (vgl. Wittmann, 1959: 14f)

Durch die Erhaltung von Information über den Gepäckservice kommt es zu einem Wissen mit dem Zweck, den Service zu nutzen und das Angebot zu buchen. Wissen über den Gepäckservice konnte über die Information darüber erlangt werden. Zeitgleich ist aber hier von einer reinen Information auszugehen, da hier die Rede von Zukünftigem ist und dies nicht mit 100 prozentiger Sicherheit eintritt. Demnach handelt es sich in diesem Fall nicht um ein Wissen über den Markt, sondern um Information über den Markt.

Die Information über den Markt bringt sowohl auf der AnbieterInnenseite als auch auf der KonsumentInnenseite Macht und Verantwortung mit sich, wie von Schweitzer und Srnka (2000: 192 -205) in ihrem Artikel über die Souveränität des Konsumenten diskutiert wird. In diesem Artikel wird das Thema ‚Information‘ in mehreren Kapiteln untersucht. Unter anderem wird angegeben, dass das Treffen einer Entscheidung des/der KonsumentIn für ein Produkt von seiner/ihrer Urteilsfähigkeit und dem Informationsstand bestimmt wird (vgl. Schweitzer/Srnka, 2000: 196). Ausreichende Informationen gelten als Um und Auf für Willensfreiheit, Entscheidungsmöglichkeit (vgl. Hansen/Schrader 1999: 480 in: Schweitzer/Srnka 2000: 196) und souveränes Agieren als KonsumentIn (vgl. Klein/Teubner: 1999: 416 in: Schweitzer/Srnka, 200: 196).

Ausreichende Informationen über den Markt sind auch im Fall ‚Gepäckservice‘ ein entscheidender Punkt. Hierzu gehören Fragen über die vorhandenen Produkte der

unterschiedlichen Anbieter (ÖBB, Hermes, Post, DHL, etc.), Möglichkeiten des Transports (und -weges), ökologische, soziale und ökonomische Kriterien, Vergleiche von Angeboten (Preis, Partnershops oder Haus zu Haus Abholung beziehungsweise Zustellung, Zeitfenster, Dauer, Versicherung etc.) etc. Durch die Beantwortung dieser Fragen erlangen KundInnen Wissen über den Markt. Im besten Fall geht dieses Wissen und die damit verbundene Entscheidung über die Befriedigung der eigenen Wünsche hinaus und es wird ein Bewusstsein über die Auswirkungen der Entscheidungen erlangt und dies bei der Wahl eines Produktes berücksichtigt. Vollständige Informationen über die Produkte und vor allem über deren Auswirkungen werden in der Realität oftmals nicht angegeben, oder auch von Seiten der KundInnen nicht ausreichend wahrgenommen. Dadurch kann es unter anderem zu Entscheidungen kommen, welche auf die Befriedigung der eigenen Wünsche begrenzt sind. Die persönlichen Gründe, welche für eine Buchung des Gepäckservice sprechen, wie Unterstützung, Komfort, etc., sind ersichtlich. Dennoch sind auch hier die Auswirkungen zu hinterfragen. Einerseits tritt der/die Kunde/Kundin eine ökologisch vertretbare Reise mit der Bahn an, andererseits wird das Gepäck in den meisten Fällen per Lkw abgeholt und zum Zielort geliefert und verursacht dadurch wiederum CO₂-Austoß, Verkehr und weitere Emissionen.

5.4.2 Angebotsvielfalt - Flexibilität

Konnten die KundInnen ausreichend Information über das gewünschte Produkt ‚Gepäckservice‘ finden, folgt die Entscheidung für das passende Angebot. Steht nur ein Angebot zur Auswahl ist die Entscheidung naheliegend. Dennoch kann dieses Angebot unbefriedigend sein, da nicht alle Wünsche der KundInnen in diesem berücksichtigt werden und es zu unflexibel ist oder aber auch das Produkt zu viele inkludierte Optionen anbietet und daher von den KundInnen als zu umfangreich beziehungsweise zu teuer betrachtet wird. Besteht im Gegensatz die Wahl zwischen zu vielen Angeboten, kann es zu einer Überforderung kommen, da zum Beispiel die KonsumentInnen den Überblick verlieren und sich dann für keines oder nicht für jene Variante entscheiden, welche an die jeweiligen Bedürfnisse angepasst ist. Es kommt zur umgangssprachlichen „Qual der Wahl“. Werden hier die drei Anbieter ÖBB, DB und SBB einander gegenübergestellt, ist ersichtlich, dass diese eine unterschiedliche Anzahl an Angeboten aufweisen. Im Folgenden wird auf diese

Angebotsvielfalt genauer eingegangen und eine leitende These sowie zwei Leitfragen aufgestellt:

- These: Zu wenig oder zu viel Angebot kann die Kaufentscheidung beeinflussen.
- Leitfragen: Ist eine Vielfalt an unterschiedlichen Angeboten von Vorteil?
 - Wieviel Information können Menschen auf einmal verwerten?
 - Ab wann ist es zu viel Angebot? Wieviel Angebot ist zu wenig?

Ein Überblick über die Gepäckserviceangebote der drei Bahnunternehmen **ÖBB**, **DB** und **SBB** wird im Benchmark (Kapitel 4.1.1 Angebote Bahnunternehmen) beschrieben. Aus diesem Kapitel ist abzuleiten, dass die Anzahl der Angebote variieren. Die SBB haben mit sechs Angeboten am meisten, gefolgt von der DB mit drei und den ÖBB mit zwei Gepäckserviceangeboten (vgl. DB [1], 2016; ÖBB, 2016 und SBB [1], 2016).

Greifender und Wänke (2007) schreiben über die positiven und negativen Auswirkungen der Wahlfreiheit und Angebotsvielfalt. Durch die Bereitstellung einer Angebotsvielfalt wird die Möglichkeit geschaffen eine Wahl zu haben, welche wiederum zu einer selbstständigen und unabhängigen Entscheidung führt. Weiters wird über die Vielfalt auf die Wünsche und Bedürfnisse der KundInnen genau eingegangen. Dadurch kann das Angebot passend für diese gestaltet werden. (vgl. Greifeneder und Wänke, 2007: 150f)

Durch ein Überangebot hingegen verlieren die KundInnen den Überblick und es kommt zur Qual der Wahl, da mehrere Angebote als passend scheinen. Mit zunehmender Angebotsvielfalt steigt die Angst eine falsche Wahl zu treffen, da es zum Verlust von Eigenschaften kommt, welches ein anders Angebot mit sich bringt. Im schlechtesten Fall verzichtet der/die Kunde/Kundin dann auf das Angebot. (vgl. Greifeneder und Wänke, 2007: 154)

Werden die vorhandenen Angebote zum Gepäckservice näher betrachtet, lassen sich diese anhand von drei Kriterien unterscheiden: dem Abhol- und Zustellort (Bahnhof, Wunschadresse oder Partnershop), der Transportdauer (Normal- oder Expressversand) und der nationalen oder internationalen Lieferung. Aus diesen drei Kategorien mit den 7 Unterpunkten lassen sich 12 mögliche Varianten für ein Angebot ableiten. Die **SBB** bieten zurzeit 6 verschiedene Angebote an. Gegenüber den vorher genannten Kategorien „fehlen“ bei den SBB die internationale Expresslieferungen sowie die Zustellung und Abholung bei

Partnerships in allen Varianten. Bei 12 Angeboten, anstatt sechs Angeboten ist es sowohl für die KundInnen aufwendiger den Überblick zu behalten und das passende Angebot herauszusuchen, als auch für die Unternehmen die Gestaltung der Website dementsprechend anzupassen. Andererseits ist auf Grund der Flexibilität die Chance für die KundInnen größer, dass ihre Bedürfnisse durch dieses Produkt befriedigt werden, wodurch die KundInnenzufriedenheit ansteigt und dies als Vorteil für die Unternehmen gesehen wird. Aufgrund der Komplexität und der Vielzahl an Einflussfaktoren (wirtschaftlich sowie strategisch) und der begrenzten Informationen kann im Zuge dieser Arbeit kein allgemein gültiges, eindeutiges Maß an Angebot definiert werden. Vielmehr ist bei möglichen Erweiterungen des Produktes Gepäckservice das Zusammenspiel aus den Wünschen und der Zufriedenheit der KundInnen mit den Möglichkeiten und strategischen Überlegungen des Unternehmens individuell zu betrachten. Die folgenden Kapitel geben dazu einen Überblick und es werden die Abhol- und Zustellorte, die Transportdauer sowie die Preisgestaltung analysiert.

5.5 Buchung

Nachdem sich der/die Kunde/Kundin für ein Angebot entschieden hat, erfolgt die Buchung. Das folgende Kapitel widmet sich diesem Thema und ist unterteilt in vier Abschnitte: Art der Buchung, Buchungszeitraum, Buchungsvorgang und Umbuchung. Wiederum liegt der Fokus bei der Flexibilität, welche in allen vier Abschnitten vorkommt.

5.5.1 Art der Buchung

Die drei Bahnunternehmen ÖBB, DB und SBB bieten verschiedene Buchungsmöglichkeiten an (siehe Benchmark: Kapitel 4.2 Buchung). Bei den ÖBB ist im Gegensatz zu den anderen beiden Unternehmen eine Buchung auf der Website des Unternehmens nicht möglich, sondern nur über die Verkaufsstellen sowie per Telefon. Zusätzlich zu diesen Varianten steht hier die folgende Fragestellung nach den KundInnenwünschen im Vordergrund:

- Welche Möglichkeiten der Buchung werden von den KundInnen angenommen beziehungsweise bevorzugt?

Durch das geführte Interview mit der **DB** konnten folgende Daten ermittelt werden:

„Verkäufe anteilig per 10.2016

- Reisezentrum 50 %
- Reisebüros 28 %
- Bahn.de 18 %
- Sonstige 4 %“

(Kohlstedt, 2016)

Zusätzlich zu diesen Werten wurde angegeben, dass es trotz veraltetem Buchungssystem ein jährliches Wachstum der Buchung über die Website der DB gibt. Für dieses Buchungssystem ist eine Erneuerung 2017 geplant, welche attraktiver und mit mehr Zahlungsalternativen (als Lastschrift und Kreditkarte) ausgestattet ist. Zusätzlich wird das Angebot der Online-Buchung um das Angebot nach beziehungsweise von Österreich erweitert. (vgl. Kohlstedt, 2016)

Die **SBB** geben an, dass die Gepäckserviceleistung am meisten am Bahnhof und sonst über die Website gebucht wird. Unter anderem ist ein Grund hierfür, dass der Bahnhof zu Bahnhof-Service nicht online gebucht werden kann. (vgl. Biagini, 2016)

Zusätzlich zu den beiden Bahnunternehmen wurden auch die **Austrian Airlines** (AUA) als Vergleich (11 Millionen Passagiere pro Jahr) zu ihren Buchungsmöglichkeiten befragt. Laut Auskunft der AUA liegt der Anteil an Buchungen über das Internet bei > 20 % (hierzu gehören auch die Buchungen über andere Websites wie checkfelix, opodo etc. da diese von austrian.com geroutet werden). Die restlichen Passagiere buchen über Callcenters, Reisebüros und sonstige Kanäle. Zu den Ticketschaltern am Flughafen konnten keine Zahlen genannt werden, aber es sei der verschwindend kleinste Teil, wobei diese Möglichkeit noch für Umbuchungen des Öfteren verwendet wird. (vgl. Steyer, 2016)

Aus diesen Daten lässt sich erkennen, dass bei den Bahnunternehmen zurzeit eine Buchung direkt bei den Reisezentren am Bahnhof für die KundInnen von Interesse ist. Beide untersuchten Bahnunternehmen geben für die geringe Online-Buchung unterschiedliche Gründe (Zahlungsalternativen, Flexibilität; nicht online buchbar) an. Bei der AUA hingegen ist eine Buchung im Internet jene, welche von den KundInnen am häufigsten angenommen wird. Fallen diese Gründe, welche aktuell gegen eine Online-Buchung sprechen durch bevorstehende Erneuerungen des Gepäckservice weg, ist wahrscheinlich, dass die Variante der Online-Buchung in Zukunft mehr KundInnen anspricht.

Werden hierzu die Ergebnisse der Vor-Ort- und Zugbefragungen analysiert, ist ersichtlich, dass vor allem Buchungen über das Hotel sowie über diverse Onlineplattformen von den Befragten bereits in Anspruch genommen worden sind (siehe Abbildung 4 und Abbildung 5).

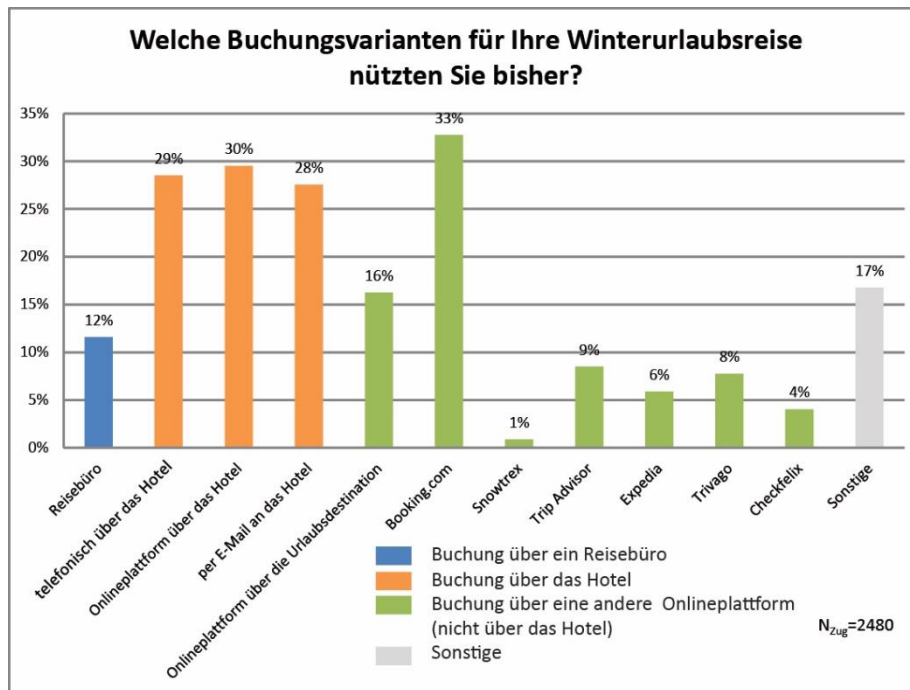


Abbildung 4: Buchungsvarianten - Zugbefragung (eigene Darstellung)

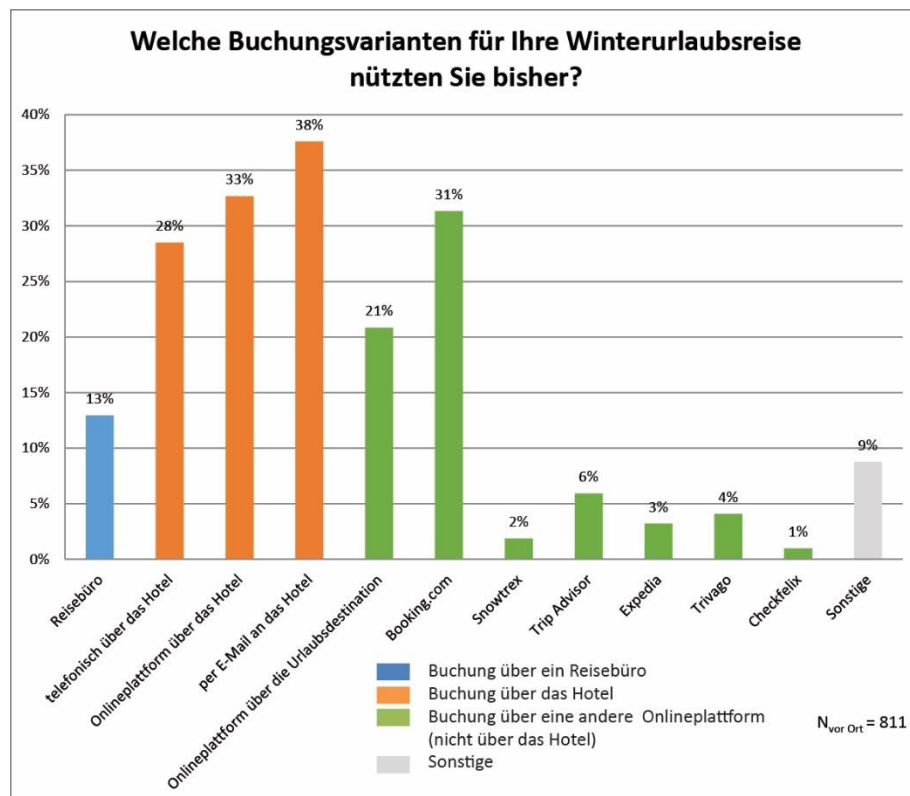


Abbildung 5: Buchungsvarianten - vor Ort Befragung (eigene Darstellung)

Zu berücksichtigen ist, dass es sich bei diesen Daten um die gesamte Winterurlaubsreise handelt und nicht ausschließlich der Gepäckservice betrachtet wurde. Weiters waren zur Beantwortung dieser Frage Mehrfachnennungen möglich.

Jeweils ca. ein Drittel aller befragten Personen buchten bereits eine ihrer Winterurlaubsreisen über die Onlineplattform ‚booking.com‘ oder nutzten die Onlineplattform über das Hotel. Werden jene Werte näher betrachtet, welche sich nicht auf eine Onlineplattform beziehen ist erkenntlich, dass bei den Zugbefragungen jeweils über ein Viertel der Befragten bereits direkt über das Hotel (per Telefon oder E-Mail) buchten und 12 % bei einem Reisebüro. Die Befragungen vor Ort ergaben im Gegensatz zu den Befragungen im Zug um 10 Prozentpunkte mehr Buchungen per Mail an das Hotel. Diese Kategorie hat mit 38 % den höchsten Wert an Nennungen. Die Möglichkeit der Buchungen über das Hotel (online, per Telefon und E-Mail) wurden von 28 % bis 38 % der Befragten bereits genutzt.

Eine Gegenüberstellung aller angeführten Beispiele ergibt, dass bereits weiter fortgeschrittene Online-Buchungssysteme (mit Zahlungsalternativen, flexibel, alle Angebote online buchbar - wie bei der AUA oder auf booking.com und bei weitere Onlineplattformen) von den KundInnen gut angenommen werden. Darüber hinaus spielt aber auch der direkte Kontakt mit den AnbieterInnen (z. B. Buchungen beim Hotel) für den Buchungsvorgang eine wichtige Rolle. Demzufolge wird für die Bahnunternehmen eine ‚persönliche Buchung‘ per Telefon oder E-Mail und ein Online-Buchungssystem sowohl über die eigene Plattform als auch über Drittanbieter als Vorteil gesehen.

5.5.2 Buchungszeitraum

Wie bereits die Art der Buchung wurde auch der Buchungszeitraum im Benchmark (4.2 Buchung) berücksichtigt. In diesem Kapitel stellt sich wiederum die Frage nach den KundInnenanforderungen, hier in Bezug auf den Buchungszeitraum. Zusätzlich zu den Bahnunternehmen wird im Folgenden auch der Frühbucherbonus der Fluglinie AUA und deren Erfahrungswerte mit in die Fragestellung und Analyse genommen:

- Wann wird von den KundInnen der Bahnunternehmen gebucht?
- Wie wird der Frühbucherboni von den KundInnen angenommen (am Beispiel AUA)?

Folgende Ergebnisse wurden durch die Interviews mit der DB und den ÖBB erzielt. Die **ÖBB** unterscheiden beim Zeitpunkt der Buchung des Gepäckservice zwischen KundInnen, die auf dem Weg in die Kur sind, Urlaubsreisenden (langfristig geplanten Reisen) und sonstigen Reisenden:

Kur-KundInnen → Buchung: 1-2 Monate im Vorhinein

Urlaubsreisende → Buchung: 1 Monat im Vorhinein

Sonstige Reisende → Buchung: eine Woche im Vorhinein

Ergänzend dazu sind auch das Reiseziel und der Bedarf der KundInnen Faktoren, welche im Bezug zum Buchungszeitraum stehen. Weiters ist ein Angebot wie die Sparschiene für Tagesrandzüge beim Gepäckservice nicht angedacht. (vgl. Binder, 2016)

Mit einer Buchung von einem bis eineinhalb Monate vor Start der Reise weist die **DB** ähnliche Werte wie die ÖBB auf (vgl. Kohlstedt, 2016).

Im nächsten Schritt werden Buchungssystem und Frühbucherboni der **AUA** näher betrachtet. Wird auf der Website der AUA gebucht wird der/die PassagierIn nach seiner/ihrer Flexibilität gefragt. Wenn sie/er flexibel ist, werden die Preise zum gewünschten Reisedatum und zwei Tage vorher und nachher angezeigt. Dadurch ist für die KundInnen ersichtlich, wie die Preise an den anderen Tagen aussehen. Zusätzlich zu den unterschiedlichen Preisen gibt es bei der AUA das sogenannte ‚Red Ticket‘ als Kennzeichen, dass es sich hier um den günstigsten Tarif handelt. Zugleich ist dies aber keine Garantie, dass es diesen Preis immer und zu jeder Zeit gibt. (vgl. Steyer, 2016)

Ein Last Minute-Angebot gibt es bei der AUA nicht, um die Vorarbeiten und Planungen stabil zu halten und um dadurch zum Beispiel das bestmögliche Flugzeug (Flugzeuge von 70-300 Sitze) einzusetzen (vgl. Steyer, 2016).

Im Allgemeinen lässt sich sagen, je früher gebucht wird, umso höher ist die Wahrscheinlichkeit auf ein günstigeres Ticket. Das Buchungssystem kennt aber zum Beispiel den ersten Ferientag in Wien und da an diesem Tag die Nachfrage sehr groß ist, bietet es das Ticket zu diesem Zeitpunkt nicht billiger an. (vgl. Steyer, 2016)

Die Werte der Bahnunternehmen zeigen, dass die KundInnen meist bereits über ein Monat im Voraus eine Buchung vornehmen. Dadurch besteht für diese die Möglichkeit mit der

Planung des Gepäckservice bereits zu diesem Zeitpunkt zu beginnen. Die AUA hat ein System entwickelt, welches die KundInnen dazu bewegt frühzeitig zu buchen und gleichzeitig eine Abdeckung der Tagesrandzeiten ermöglicht. Zu berücksichtigen ist aber, dass dieses System stark gegenüber der Konkurrenz auftreten muss, um nicht vom Markt verdrängt zu werden, eine Konkurrenz, welche zurzeit bei der Bahn nicht ersichtlich ist. Dennoch sind Ansätze eines solchen Systems mit Frühbucherbonus und Preisstaffelungen für die Bahn vorstellbar, um eine gute Planung des Gepäckservice und mehr Flexibilität für die KundInnen zu gewährleisten. Auf die Preisstaffelung wird im Kapitel 5.6 Bezahlung - Preisstaffelung genauer eingegangen.

5.5.3 Buchungsvorgang

In diesem Kapitel geht es um Probleme, die vor, während und nach dem Buchungsvorgang auftreten, sowie um deren Zuständigkeiten. Zu diesen Themen wurde anhand folgender Leitfragen untersucht:

- Welche Probleme treten während oder nach der Buchung auf?
 - Wie wird mit diesen umgegangen?

Nach einer erfolgreichen Buchung bekommen die KundInnen von den **ÖBB** eine Buchungsbestätigung, auf welcher eine Telefonnummer des/der zuständigen DisponentIn steht. Diese/r kann für etwaige Rückfragen kontaktiert werden. (vgl. ÖBB, 2016)

Die häufigste Frage mit denen sich die DisponentInnen beschäftigen, ist die Frage nach dem Zeitpunkt der Abholung und Zustellung. Bei diesem können hierzu Vorinformationen eingeholt werden. Bei weiteren Fragen an den/die DisponentIn geht es um Verschiebungen der Reise, Änderungen und Stornierungen. Eher selten gibt es Beschwerden im Nachhinein, wie zum Beispiel eine Verspätung bei der Abholung beziehungsweise Zustellung oder eine Beschädigung des Gepäcks. (vgl. Binder, 2016)

Die **DB** verschickt an die KundInnen per E-Mail oder SMS die Auftragsbestätigung sowie Informationen zum Sendungsstatus und ein unverbindliches Zeitfenster von 4 h für die Zustellung des Gepäcks. Zusätzlich stehen zwei Telefonnummern zur Verfügung, eine für vor der Buchung (Information und Beratung) sowie während der Buchung und die andere für nach der Buchung (Fragen zum Gepäcktransport). (vgl. DB [1], 2016)

Die Ergebnisse der Interviews zeigen, dass bei beiden Bahnunternehmen die KundInnen die Möglichkeit haben Fragen und Probleme während beziehungsweise nach der Buchung telefonisch zu klären.

Während bei den ÖBB von den KundInnen häufig Fragen über die Zeitpunkte der Abholung und Zustellung gestellt werden, weist die DB bereits auf ein 4 h-Zeitfenster hin. Aus der Annahme, dass dies auf Grund von KundInnenwünschen eingeführt wurde und in Anbetracht der Interviews ergibt sich, dass das Thema Zeitfenster für die KundInnen äußerst relevant ist und eine Verbesserung dieser zur KundInnenzufriedenheit beiträgt. In der vorliegenden Arbeit wird das Thema Zeitfenster und deren Einteilung im Kapitel ‚5.7.1 Abholung zu Hause‘ näher betrachtet.

5.5.4 Umbuchung (und Stornierung)

Aus unterschiedlichen Gründen (Krankheitsfall, Wetterbedingungen, etc.) werden spontane Umbuchungen beziehungsweise Planänderungen und Stornierungen von Seiten der KundInnen vorgenommen. Im Kapitel Benchmark (4.2 Buchung) wurden bereits die Bahnunternehmen mit ihrem jeweiligen zeitlichen Rahmen, in dem eine Umbuchung beziehungsweise Stornierung möglich ist, sowie die hierbei anfallenden Kosten verglichen.

Aus Sicht der KundInnen bedeuten die Möglichkeiten der Umbuchung beziehungsweise Stornierung, Flexibilität und Sicherheit. Die Sicherheit bezieht sich in diesem Fall auf das jeweilige subjektive Sicherheitsgefühl den Plan jederzeit ändern zu können und sich dadurch Möglichkeiten offen zu lassen. Die Flexibilität spielt an dieser Stelle wieder eine wichtige Rolle, denn um auf Unvorhergesehenes zu reagieren und in diesem Fall eine Umbuchung beziehungsweise Stornierung zu ermöglichen, braucht es einen flexiblen Ansatz. Daraus ergibt sich die folgende These:

- Durch eine erhöhte Flexibilität steigt die subjektive Sicherheit

Um diese These zu untersuchen, wird zuerst die Umbuchung des Gepäcks zu einer anderen Zeit beziehungsweise zu einem anderen Ort genauer betrachtet sowie an Hand von Beispielen erläutert. In einem zweiten Schritt wird die Anzahl der vorgenommenen Umbuchungen erhoben, um die von den KundInnen gewünschte Flexibilität zu analysieren. Im letzten Teil dieses Kapitels wird untersucht, inwiefern die erhöhte Flexibilität zu einem

steigenden subjektiven Sicherheitsgefühl beiträgt. Bei einer Stornierung entfällt die gesamte Buchung, deshalb wird dies hier nicht weiter betrachtet.

Aus folgenden Gründen ist eine **Umbuchung des Gepäcks zu einer anderen Zeit beziehungsweise zu einem anderen Ort** von Seiten der KundInnen möglich:

- Die KundInnen sind zum Zeitpunkt der Abholung beziehungsweise Zustellung nicht zu Hause. Das Gepäck soll bei den NachbarInnen abgeholt beziehungsweise zugestellt werden.
- Auf den Weg zur Arbeit können die KundInnen das Gepäck beim Bahnhof spontan abgeben. (Das Zeitfenster muss bei dieser Variante nicht berücksichtigt werden.)
- Die Reise wird verkürzt beziehungsweise verlängert oder abgesagt. Eine Umbuchung beziehungsweise Stornierung ist kurzfristig notwendig.
- Die KundInnen reisen spontan weiter und daher ändert sich der Zustellort beziehungsweise Abholort (Zustellung zum beziehungsweise Abholung beim nächsten Reiseziel).

Bei den **ÖBB** ist eine kostenlose Umbuchung bezüglich der Reisedauer über den/die DisponentIn möglich (vgl. Binder, 2016).

Die **DB** informiert explizit in ihrem ‚DB Gepäckservice Flyer‘, dass die Möglichkeit besteht einen Hinweis an der Haustür für den Hermes-Boten zu hinterlassen, damit das Gepäck bei einer Alternativadresse abgeholt wird (vgl. DB [1], 2016). Weiters besteht auf der Website die Möglichkeit eine Planänderung für Buchungen innerhalb Deutschlands durchzuführen (vgl. DB [2], 2017).

Best Practice-Beispiele für eine Umleitung bietet die **Österreichische Post AG**. Über die Sendungsverfolgung oder die Post-App besteht die Möglichkeit das Paket umzuleiten:

- „in eine nahegelegene Post-Geschäftsstelle (Postfiliale oder Post Partner)
- in eine nahegelegene Abholstation
- zu Ihrem Wunsch-Nachbarn
- an einen gewünschten Abstellort bei Ihnen zu Hause
- mit dem Wunschtage die Zustellung bis zu fünf Tage verschieben“

(Österreichische Post AG [3], 2017)

Diese drei Beispiele zeigen unterschiedliche Varianten der Umbuchung auf. Bei der DB und der Österreichischen Post AG sind Umbuchungen online möglich. Dies wird als Vorteil im Vergleich zu den ÖBB gesehen. Auch die Information im Flyer der DB zeigt, dass diese flexibel gegenüber den KundInnen agieren wollen.

Im nächsten Schritt wird die **Anzahl der Umbuchungen der Bahnunternehmen** genauer betrachtet. Bei den **ÖBB** gibt es eher weniger Umbuchungen. Dies liegt daran, dass zurzeit fast nur Stammkunden den Service buchen und der Haus-Haus-Gepäckservice noch nicht beworben wird, da dieser aus Sicht der ÖBB noch nicht flexibel genug ist. (vgl. Binder, 2016)

Bei der **DB** hingegen gibt es ca. 500 bis 600 monatliche Umbuchungen. Meistens werden diese telefonisch oder bei einer Verkaufsstelle abgewickelt (vgl. Kohlstedt, 2016).

Die **SBB** weisen darauf hin, dass es wenige Umbuchungen gibt und eher bei der Zahl der Gepäckstücke von den KundInnen Umstrukturierungen vorgenommen werden (vgl. Biagini, 2016).

Die Anzahl der Umbuchungen bei der DB sowie die Veränderungen der Gepäckanzahlen zeigen, dass Flexibilität für den Gepäckservice von Bedeutung ist, um den Anforderungen der KundInnen gerecht zu werden.

Inwiefern die **erhöhte Flexibilität auch zu einem steigenden subjektiven Sicherheitsgefühl** der KundInnen beträgt, wurde mit Hilfe von Literatur hinterfragt. In diesem Fall geht es darum, die Sicherheit zu haben eine Planänderung durchzuführen. Ein subjektives Sicherheitsempfinden, welches für den/die eine/n unabdingbar ist, während es für eine/n andere/n viel weniger wichtig erscheint.

Die beiden Begriffe Sicherheit und Flexibilität lassen sich über den Begriff ‚Flexicurity‘ vereinen. Bei Flexicurity handelt es sich um eine Strategie der Europäischen Kommission für ArbeitnehmerInnen und ArbeitgeberInnen, mit dem Ziel die Zeit der Arbeitslosigkeit über die Flexibilität der Arbeitskräfte möglichst gering zu halten. (vgl. Europäische Kommission, 2017)

An diesem Beispiel ist zu erkennen, dass Flexibilität zur Sicherheit beiträgt. Durch die flexiblen Arbeitskräfte steigt die Sicherheit einer kürzeren Arbeitslosenphase für diese. In diesem Beispiel ist der flexible Gepäckservice gleich den flexiblen Arbeitskräften. Durch den

flexiblen Gepäckservice steigt die Sicherheit für die Möglichkeit der Durchführung einer Planänderung beziehungsweise Umbuchung oder Stornierung. Im besten Fall haben die KundInnen das Wissen über die Möglichkeit einer spontanen Umbuchung beziehungsweise Stornierung erlangt und es steigt ihre Zufriedenheit mit dem Gepäckservice.

5.6 Bezahlung - Preisstaffelung

Im Kapitel ‚5.4.2 Angebotsvielfalt - Flexibilität‘ wurde bereits über die Auswahl von Angeboten und deren Auswirkungen auf die KundInnen geschrieben. Das Kapitel ‚Preisstaffelung‘ beschäftigt sich hingegen mit der Differenzierung von Angeboten in unterschiedliche Preisklassen. Ausgehend davon, dass Bahnunternehmen unterschiedlichen Sitzplatzkategorien (z.B. Business Class, erste Klasse, zweite Klasse) anbieten, wird in diesem Kapitel versucht, in abgewandelter Form auch für das Gepäckservice passende Kategorien zu definieren. Die AUA bietet hierzu ein System an, welches über die Wahl der Klasse hinausgeht und auch die Gepäckbestimmungen, anfallende Kosten für Stornierung und Umbuchung, etc. berücksichtigt. Demnach lauten die Leitfragen für dieses Kapitel:

- Welche Kriterien sind bei der Preisstaffelung für die Bahnunternehmen zu berücksichtigen?
 - Wie sehen die derzeitigen Preisstaffelungen von den Bahnunternehmen und der Austrian Airlines aus?
 - Wie werden Preisstaffelungen von KundInnen angenommen?

Die folgenden zwei Abbildungen (Abbildung 6 und Abbildung 7) dienen als Überblick über alle erfragten Gründe (Zug und Vor-Ort-Befragungen), welche gegen einen Gepäckservice sprechen. Um bei dieser Frage auf die Unterschiede zwischen den Zug und Vor-Ort-Befragungen einzugehen, werden die Ergebnisse getrennt dargestellt. Im weiteren Verlauf dieser Arbeit besteht dadurch die Möglichkeit immer wieder auf diese Bezug zu nehmen. Auf den Grund ‚Unbekanntheit des Gepäckservice‘ wurde bereits näher eingegangen. Die anderen Gründe (Reise mit wenig Gepäck, Angst vor Beschädigung, Angst vor Verlust, Angst, dass das Gepäck zu spät ankommt, etc.) werden in den kommenden Kapiteln analysiert.

Aus der Zugbefragung (Abbildung 6) konnte ermittelt werden, dass ein zu **hoher Preis** mit 77 % (Ja und Eher ja) der am meisten genannte Grund ist, welcher gegen einen Gepäckservice spricht.

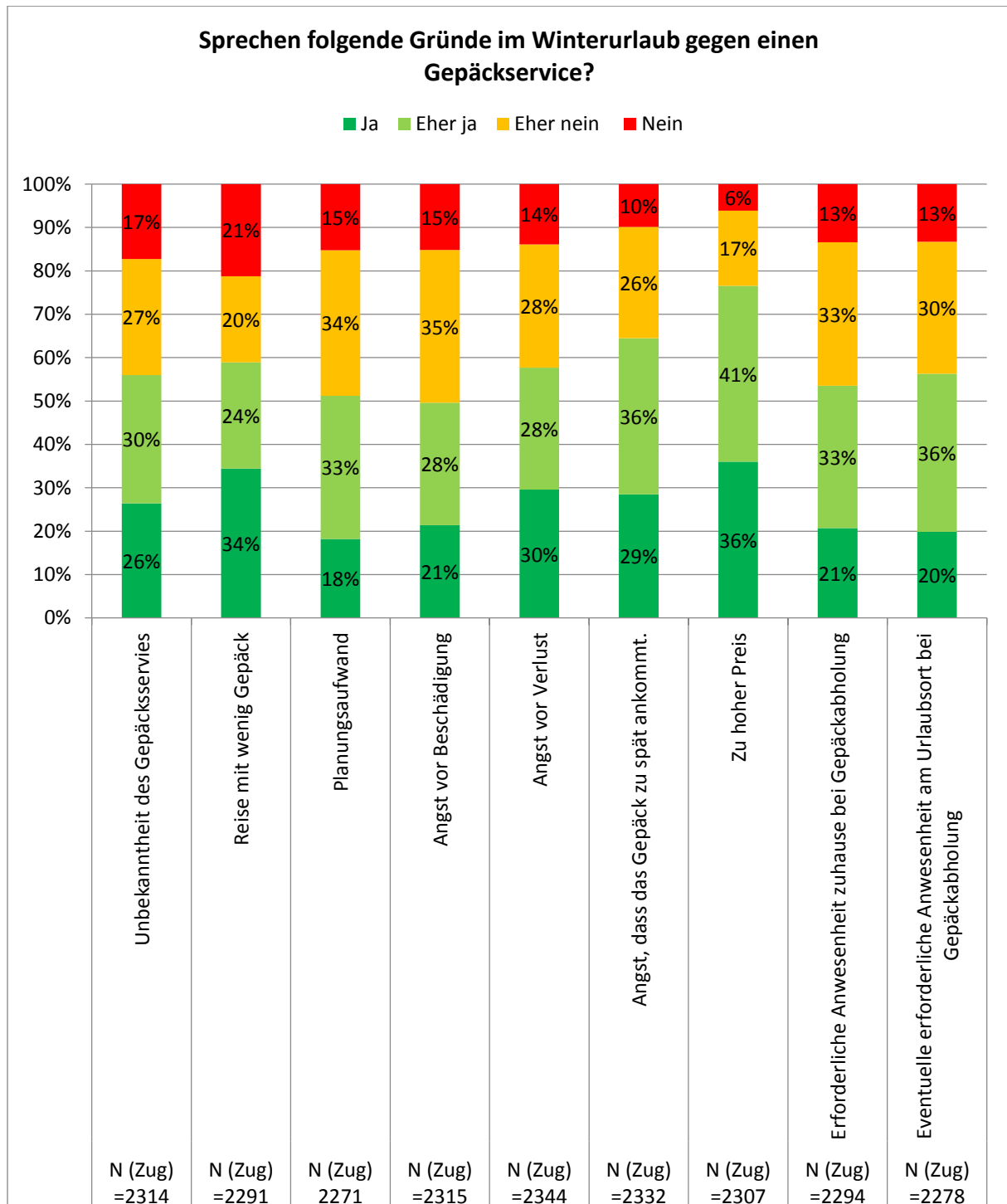


Abbildung 6: Gründe gegen einen Gepäckservice – Gesamtansicht: Zugbefragung (eigene Darstellung)

Im Vergleich hierzu zeigt die Abbildung 7 die Ergebnisse der Befragungen vor Ort:

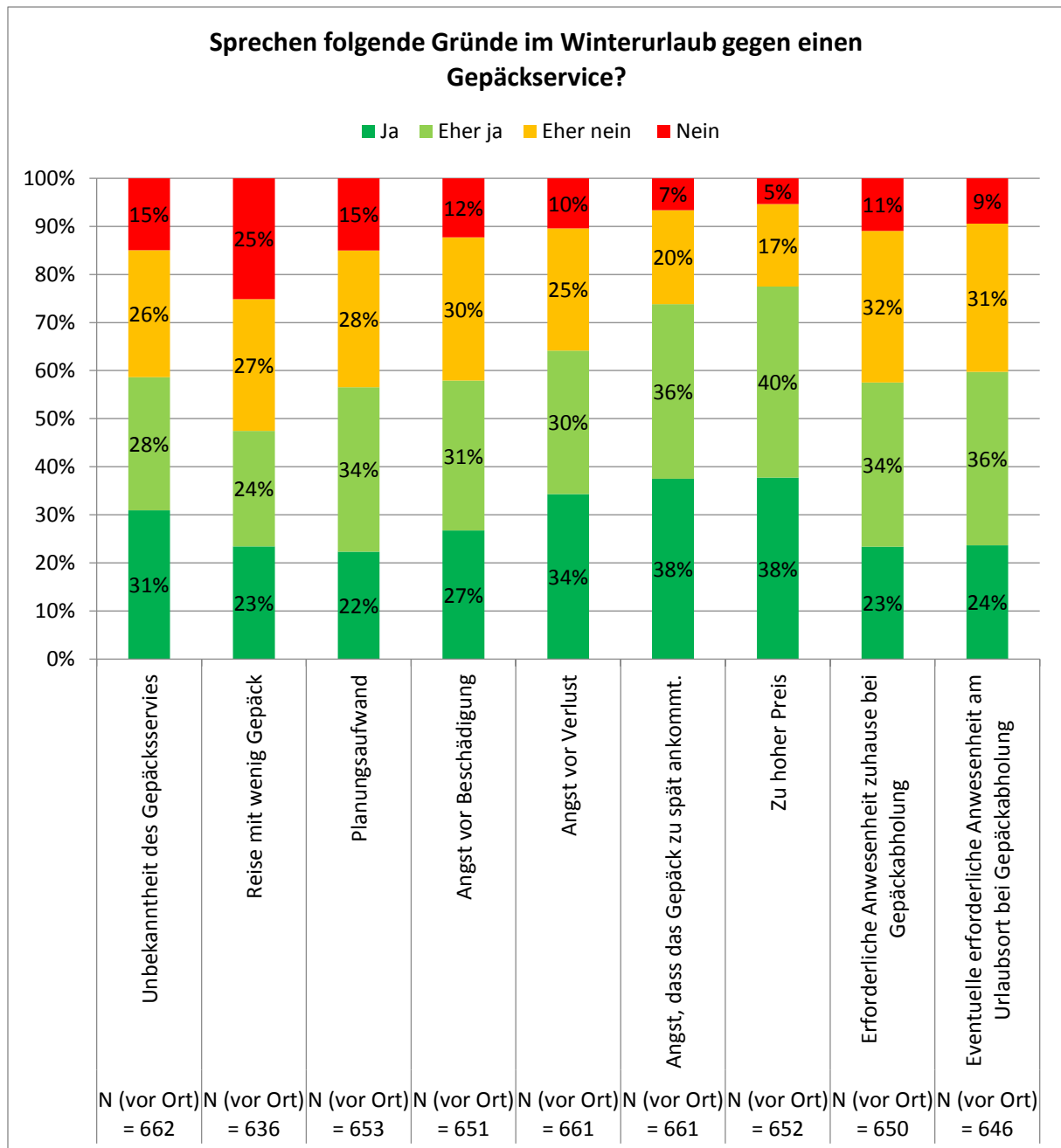


Abbildung 7: Gründe gegen einen Gepäckservice – Gesamtansicht: vor Ort Befragung (eigene Darstellung)

Der am meist genannte Grund bei den Befragungen vor Ort mit 78 % (Ja und Eher ja) ist ebenfalls der Preis. Daraus wird abgeleitet, dass eine Preisstaffelung, welche sich an das Budget und an die Bedürfnisse der KundInnen anpasst, von Interesse für beide Gruppen (Zug und vor Ort) ist.

Dennoch ist zu berücksichtigen, dass eine Änderung beim Preis nicht die alleinige Lösung ist, da, wie aus den Abbildungen (Abbildung 6 Abbildung 7) ersichtlich, alle Gründe bis zu beziehungsweise zu über 50 % genannt wurden. Demnach ist eine Kombination von Gründen, welche gegen die Nutzung des Gepäckservice spricht, zu analysieren.

Hierzu wird zunächst die Anzahl der Gründe (Abbildung 8), die für die Befragten gegen die Nutzung eines Gepäckservice sprechen, ermittelt. Die beiden Gründe ‚Unbekanntheit des Gepäckservice‘ und ‚die Reise mit wenig Gepäck‘ wurden für diese Berechnungen außer Acht gelassen. Aufgrund der Überlegung, dass der Gepäckservice bekannt ist, wenn dieser gebucht wird, wird der Grund ‚Unbekanntheit des Gepäckservice‘ nicht berücksichtigt. Da der Gepäckservice auf Personen abzielt, die nicht nur mit dem Handgepäck reisen, wird auch der Grund ‚Reise mit wenig Gepäck‘ für diese Untersuchung außer Acht gelassen.

Die Frage: „Würden Sie einen entsprechenden Service bei einer Winterurlaubsreise nutzen?“ wurde hinzugenommen, um hier Unterschiede zwischen den Befragten, die einen Gepäckservice nutzen würden, und solchen, die keinen Gepäckservice nutzen würden, zu analysieren.

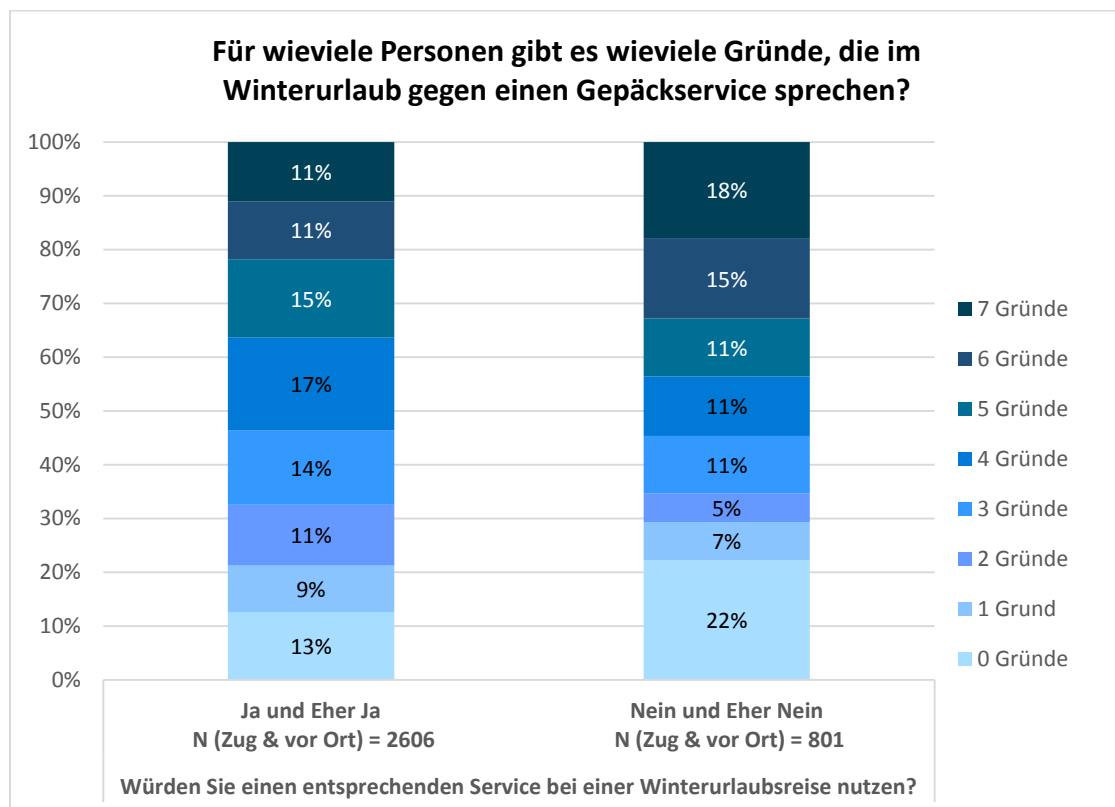


Abbildung 8: Anzahl der Gründe, die gegen einen Gepäckservice sprechen (eigene Darstellung)

Aufgrund der Filterung über diese Frage sind hier nur mehr jene Personen vertreten, welche diese Frage auch beantwortet haben. Das heißt, dass jene Befragten, die nur den ersten Teil des Fragebogens (Allgemeine Fragen) ausgefüllt haben in dieser Abbildung (Abbildung 8) nicht vorkommen. Die Kategorie ‚0 Gründe‘ bezieht sich demnach hier auf die Befragten, für die keiner dieser Gründe (alle Fragen mit Nein oder Eher Nein beantwortet) zutreffend ist,

sowie auf jene Personen, welche den Teil nach den allgemeinen Fragen zwar beantwortet, aber die Frage nach den Gründen ausgelassen haben.

Die Abbildung 8 zeigt, dass die Anzahl der angegebenen Gründe bei jenen Befragten, die vermerkt haben einen Gepäckservice für eine Winterurlaubsreise nicht zu nutzen, stärker variieren, als bei jenen, die einen Gepäckservice nutzen würden. Eine Kombination aus vier Kategorien wird bei jenen, die einen Gepäckservice nutzen würden dabei am häufigsten (mit 17 %) angegeben, wobei generell eine ähnliche Verteilung ersichtlich ist. Bei den Nicht-NutzerInnen geben die Extremwerte (0 Gründe und 7 Gründe) hingegen die höchsten Anteile von 18 % und 22 % wieder. Dies weist darauf hin, dass von jenen Befragten, die einen solchen Service nicht nutzen würden, oft entweder alle Gründe angegeben wurden, da für sie alle dagegen sprechen, oder keiner (+ Nein und Eher nein), da sie den Gepäckservice sowieso nicht nutzen würden.

Im nächsten Schritt werden die Kombinationen der Gründe, welche gegen den Gepäckservice sprechen, genauer analysiert (Abbildung 9). Dazu werden die sieben Gründe in 4 Kategorien zusammengefasst:

- Planungsaufwand
- Ängste: Angst vor Beschädigung und Angst vor Verlust und Angst, dass das Gepäck zu spät ankommt
- zu hoher Preis
- Anwesenheit: erforderliche Anwesenheit zu Hause bei Gepäckabholung und eventuell erforderliche Anwesenheit am Urlaubsort bei Gepäckabholung

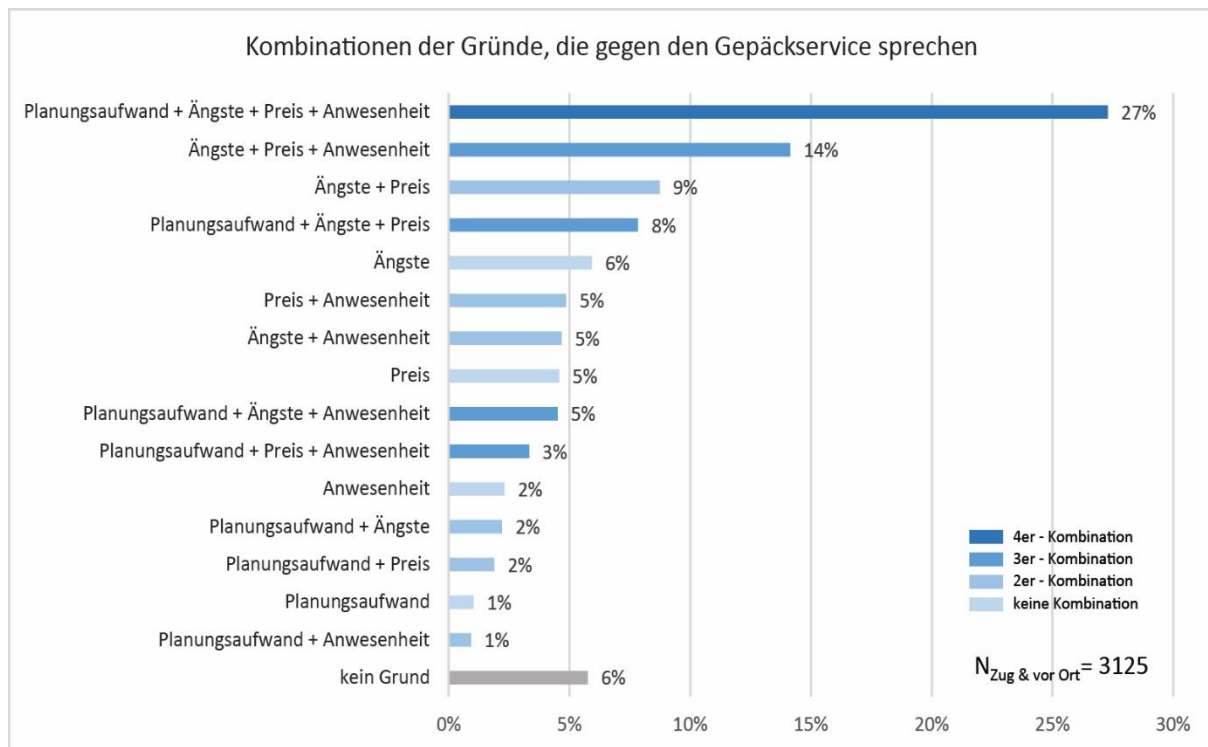


Abbildung 9: Kombinationen der Gründe (eigene Darstellung)

Die Kategorie ‚kein Grund‘ beinhaltet jene Befragten, die bei jedem Grund entweder Nein oder Eher nein angegeben haben. Weiters ist bei Abbildung 9 zu berücksichtigen, dass hinter dem zusammengefassten Grund ‚Ängste‘ drei Gründe stehen. Wenn bei einer dieser drei Gründe ja oder eher ja angekreuzt wurde, ist dies für den gesamten Grund ‚Ängste‘ gültig. Demgegenüber besteht der Grund ‚Preis‘ nur aus dem Grund ‚zu hoher Preis‘.

Aus Abbildung 9 ist zu erkennen, dass die 2er-Kombination ‚Ängste + Preis‘ von 9 % der Befragten genannt wurden. Wird die Reihenfolge wie in der Abbildung 9 von oben nach unten betrachtet, dann stehen über dieser Kombination nur mehr mit 14 % die 3er-Kombination ‚Ängste + Preis + Anwesenheit‘ und die 4er-Kombination (27 %) mit allen Gründen. Die Gründe ‚Ängste‘ und ‚Preis‘ sind auch jene Gründe unter den nicht kombinierten Werten, welche mit 6 % (Ängste) und 5 % (Preis) am häufigsten (von Personen, die nur diesen einzigen Grund ausgewählt haben) genannt wurden. Demzufolge spielen für die Befragten die Ängste und der Preis und die diversen Kombinationen dieser Gründe eine wichtige Rolle. Auf die Ängste wird im Kapitel ‚5.8 Gepäcktransport‘ näher eingegangen und der Preis wird im Folgenden analysiert.

Im Forschungsprojekt **GepäckLos** wurden bereits die größten Einflussfaktoren für die Zahlungsbereitschaft für ein Gepäckservice von Bahnreisenden ermittelt. 36 % der Befragten Personen gaben hierbei an, dass der Preis für den Gepäckservice im Fahrpreis enthalten sein muss. Weitere 34 % würden bis zu 10 € bezahlen. Innerhalb der 30 % die mehr als 10 € bezahlen würden sind folgende Gruppen überdurchschnittlich präsent:

- 57 % der Reisenden mit Baby
- 46 % der Personen mit Kinderwagen
- 45 % der Personen mit Kleinkind
- 48 % der Personen, die ein Fahrrad mitführen
- 47 % der Personen mit mindestens drei Gepäckstücken
- 43 % der Taxianreisenden und 43 % der Motoradanreisenden
- 42 % der Personen in der 1. Klasse
- 38 % der Personen zwischen 75 und 84 Jahren (hingegen nur 23 % der Personen die zwischen 18 und 26 Jahren)

(vgl. Widmann et al., 2015: 9f).

Demnach verfügen besonders Gruppen mit schwerem oder sperrigem Gepäck, mit Kindern oder mit erhöhtem Komfortbedarf über eine vergleichsweise hohe Zahlungsbereitschaft.

Im Folgenden wurden die Daten über den Preis der Befragungen im Zug und vor Ort mit den Daten über Geschlecht und Alter verschnitten. Daraus ergeben sich folgende Abbildungen (Abbildung 10 und Abbildung 11):

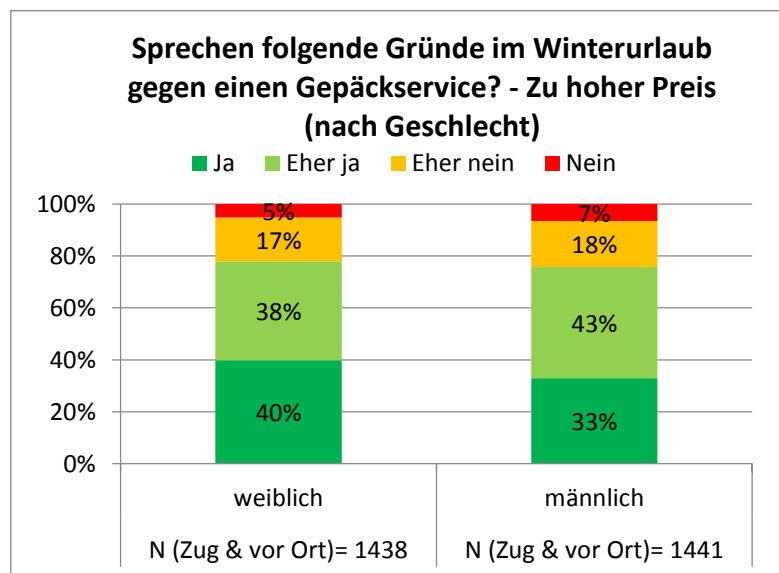


Abbildung 10: Zu hoher Preis - nach Geschlecht (eigene Darstellung)

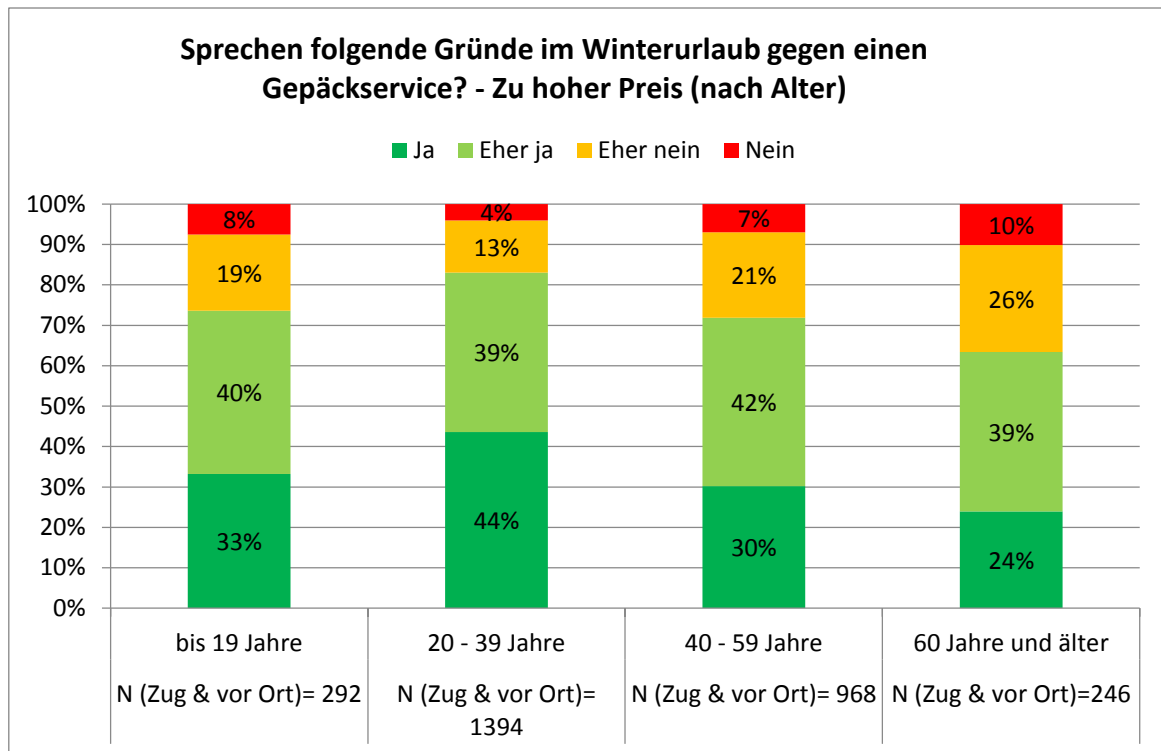


Abbildung 11: Zu hoher Preis - nach Alter (eigene Darstellung)

Diesen Abbildungen (Abbildung 10 und Abbildung 11) ist zu entnehmen, dass mit jeweils über 75 % (Ja und Eher ja) für männliche und für weibliche Personen sowie für junge Erwachsene (20-39 Jahre) mit über 80 % der **Preis** eine große Rolle spielt. In diese Kategorie fallen sowohl Studierende, junge Familien, alleinerziehende Elternteile, als auch gut verdienende Singlehaushalte und weitere. Zusätzlich zu den finanziellen Hintergründen ist anzunehmen, dass dieser Personenkreis vitaler gegenüber den älteren Gruppen ist. Dadurch wird der Gepäckservice von den 20-39-Jährigen eher als Luxus und nicht als Hilfestellung gesehen und der Preis dementsprechend von dieser Gruppen bewertet. Dahingegen sind die Personen der Kategorie ‚bis 19 Jahre‘ häufig noch auf das Geld der Eltern angewiesen, wodurch der Bezug zum Geld (durch eigenständige Erwirtschaftung) noch geringer ausgeprägt ist. Von der Gruppe ‚60 Jahre und älter‘ wird im Vergleich zu den anderen Altersgruppen der Preis mit ca. 63 % (Ja und Eher ja) weniger oft als Grund angegeben. Für diese Gruppe wird der Gepäckservice oftmals als Hilfestellung gesehen, da für diese das Tragen des Gepäcks sowie das Ein- und Aussteigen in den Zug mit Gepäck zur Barriere werden kann. Demnach schreibt diese Gruppe dem Gepäckservice mehr Bedeutung zu und der Preis wird durch eine eventuelle Notwendigkeit aufgewogen. Wie aus dem GepäckLos-Bericht ersichtlich, haben die älteren Personen zwischen 75 und 84 Jahren auch hier eine höhere Zahlungsbereitschaft angegeben.

Bei den Vor-Ort-Befragungen wurde auch die Wahl des Anreiseverkehrsmittel hinterfragt. Von den Befragten gaben dazu ca. 83 % an, dass sie hauptsächlich mit dem eigenen Auto angereist sind. Werden nur deren Daten verwendet, nach dem Grund ‚zu hoher Preis‘ befragt und die Daten mit dem Alter verschnitten, ergibt sich die folgende Abbildung (Abbildung 12):

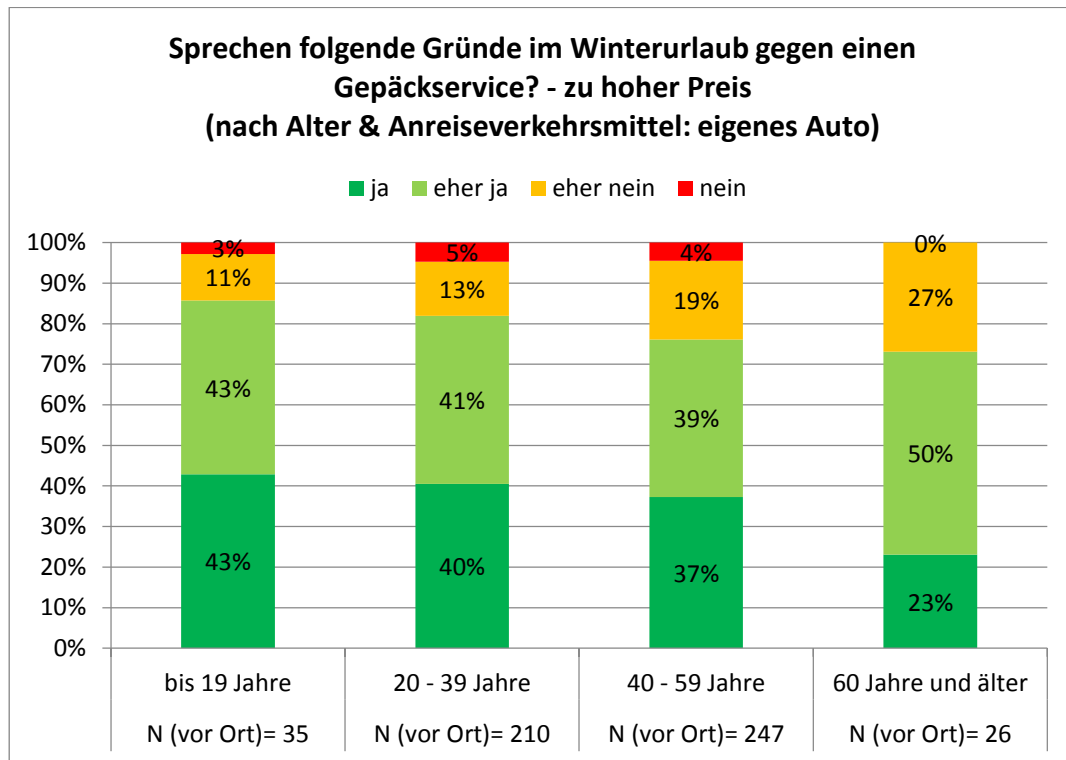


Abbildung 12: zu hoher Preis - nach Alter, Anreiseverkehrsmittel: eigenes Auto (eigene Darstellung)

Aus dieser Gegenüberstellung ist ersichtlich, dass die Angabe des Grundes ‚zu hoher Preis‘ mit dem Alter abnimmt und von den 60 -Jährigen und Älteren 0 % mit Nein geantwortet haben. Daraus lässt sich schließen, dass für diese Befragten der Preis von nicht so großer Bedeutung ist.

Zur weiteren Überlegungen bezüglich einer Preisstaffelung wird im nächsten Schritt die **Gepäcksart**, für welche ein Gepäckservice in Anspruch genommen wird, analysiert. In der folgenden Abbildung (Abbildung 13) ist zu erkennen, für welche Gepäckstücke ein Gepäckservice bei den Befragten im Zug und vor Ort in Frage kommt.

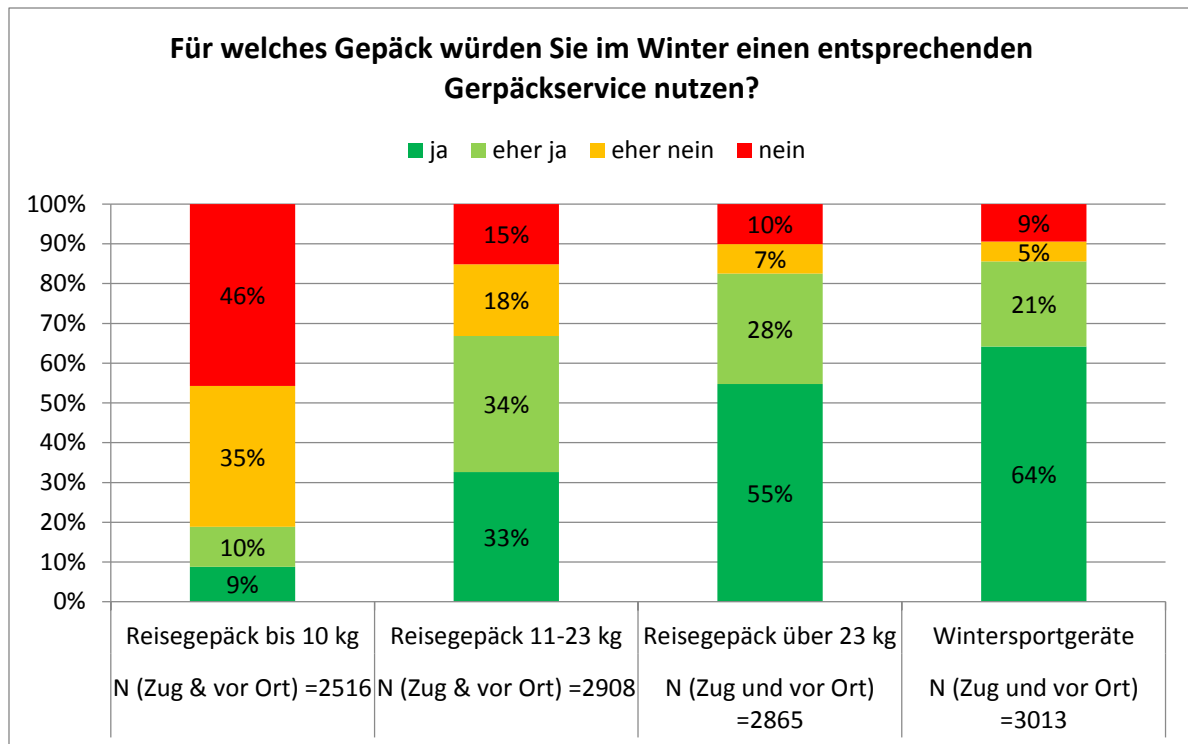


Abbildung 13: Gepäckart (eigene Darstellung)

Demzufolge ist die Nachfrage für ein Gepäckservice umso größer, je schwerer oder sperriger das Gepäckstück ist. Am höchsten ist die Nachfrage mit 64 % (Ja) bei den Wintersportgeräten. Diese sind oft sehr schwer handhabbar und lassen sich in der Bahn eher schwierig unterbringen. Bei der Erstellung von Preisstaffelungen kann demnach zum Beispiel auf Angebote für Wintersportgeräte eingegangen werden.

Im nächsten Schritt werden die Preise der Bahnunternehmen und deren Zusammensetzung näher betrachtet. Das Kapitel Benchmark (4.3 Preisstaffelung) bietet bereits einen Überblick über die derzeitigen Preisstaffelungen. Die **DB** bietet hierfür auf ihrer Website einen sogenannten Preisrechner an, über den die genauen Preise des Gepäcktransports ermittelt werden können (vgl. DB [3], 2017). Aus dem Produktvergleich auf der Website der **SBB** lassen sich die Preise entnehmen und mit den anderen Angeboten vergleichen (vgl. SBB [1], 2016). Auf dieser Seite sind auch die jeweiligen Sendungspauschalen der SBB, welche sich je nach Dauer und Aufwand ändern, ersichtlich (vgl. *ibid*).

Durch das Interview mit der **DB** konnte die Preiszusammensetzung ermittelt werden. Diese differenzieren zwischen Normal- und Sondergepäck im In- und im Ausland, bieten zusätzlich ein Wunschzeitfenster je Auftrag an und ermöglichen eine kostenfreie Buchung von Ski- oder Fahrradverpackung. Zusätzlich wurde angegeben, dass es früher eine Preisstaffelung über

die Anzahl der Gepäckstücke gab, da aber im Schnitt nur 1,4 Gepäckstücke verschickt werden, wurde diese Preisgestaltung wieder verworfen. Darüber hinaus ist es ein Ziel der DB das Preismodell möglichst überschaubar für die KundInnen zu gestalten. (vgl. Kohlstedt, 2016)

Da die **DB** um 4 € ein Wunschzeitfenster je Auftrag anbietet, wurde für die Möglichkeiten von Preisstaffelungen dieses Angebot hinterfragt. Die DB gab an, dass seit Dezember 2015 nicht mehr 4 € je Gepäckstück bezahlt werden, sondern je Wunschzeitfenster (Anzahl der Gepäckstücke unbegrenzt). Ein Wachstum von 70 % an KundInnen, welche das Wunschzeitfenster buchen, wurde verzeichnet. Dies führt von Seiten der DB zu der Annahmen, dass die Eingrenzung des Zeitfensters von 10 h auf 3 h sehr wichtig ist. Hinzugefügt wurde noch, dass zwei Drittel der Wunschzeitfenster für die Abholung gebucht werden. (vgl. Kohlstedt, 2016)

Bei den **SBB** gibt es einen CHF 30,- Zuschlag für die Expresslieferung, welche vor allem in Tourismusorten von den KundInnen angenommen wird. Zusätzlich bieten die SBB auch Angebote für Gruppen (ab 10 Personen) und Schulen (für maximal 30 Gepäckstücke) an. (vgl. Biagini, 2016)

Aus den Beispielen der Bahnunternehmen sind unterschiedliche Möglichkeiten für eine Preisstaffelung zu entnehmen: Normalgepäck oder Sondergepäck, Inland oder Ausland, Anzahl der Gepäckstücke, Wunschzeitfenster, Ski- und Fahrradverpackung, Normalversand oder Expressversand, Gruppen sowie Schultarife. Wie bereits erwähnt, sind diese Preisgestaltungen nicht alle für jedes Bahnunternehmen und jede Destination gleich sinnvoll und müssen erst erprobt werden.

Zusätzlich zu diesen Beispielen wird im nächsten Schritt die Preisstaffelung der **AUA** hinzugezogen. Diese bieten Tickets für die Business und die Economy Class an. Die Economy Class ist wiederum in drei Kategorien unterteilt: Light, Classic und Flex, welche sich wie folgt unterscheiden:

- Light – kein Gepäckstück, Umbuchung nicht möglich;
- Classic – Sitzplatzreservierung, Freigeäck und Umbuchung gegen Gebühr;
- Flex – Sitzplatzreservierung, Freigeäck und Umbuchung ohne Gebühr.

Demnach wird die Flexibilität über den Preis des Tickets erkaufte. Ein Business ticket ist darüber hinaus ein Jahr gültig, kann immer wieder umgebucht werden und bietet mehr Komfort. Diese kostet aber demnach auch mehr. (vgl. Steyer, 2016) Ein guter Überblick über die Unterschiede der 4 Tarifoptionen befindet sich auf der Website der AUA (vgl. Austrian Airlines AG [2], 2017).

Am Beispiel der AUA zeigt sich ein System, welches sich an das Budget und die Bedürfnisse der KundInnen anpasst. Einerseits sind dadurch große preisliche Spannweiten möglich, die es Personen mit einem kleineren Budget ermöglichen, ein Ticket zu erwerben. Andererseits ist zu hinterfragen, inwiefern der Preis über die Flexibilität des Produktes geregelt werden soll. Dadurch ist vorstellbar, dass sich KundInnen von einem Gut (z.B. der Umbuchung oder Freigepäck) ausgeschlossen fühlen und sich dies negativ auf das Unternehmen auswirken kann. An dieser Stelle ist zu berücksichtigen, dass die Möglichkeiten der unterschiedlichen Arten von Angeboten für ein Produkt begrenzt sind.

Wird hingegen der Preis über die Flexibilität der KundInnen geregelt, ergeben sich neue Möglichkeiten für eine Preisstaffelung. Das Prinzip lautet: Je flexibler der/die Kunde/Kundin ist, umso billiger ist für diese/n der Gepäckservice. Beispiele hierfür sind:

- Die Abgabe des Gepäcks erfolgt bei einem Partnershop, am Bahnhof oder bei einer anderen Sammelstelle. Dadurch muss nicht jede Adresse angefahren werden und es entsteht sowohl ein preislicher, als auch zeitlicher Vorteil.
- eine frühere beziehungsweise kurzfristige Buchung – Eine frühere Buchung für eine gute Planung und eine kurzfristige Buchung für eventuelle Restplätze für das Gepäck im Lkw.
- kein Wunschzeitfenster - dadurch kann der/die FahrerIn die Adresse in den Zeitplan beliebig eintragen.
- Die Selbstabholung des Gepäcks bei einem Partnershop, am Bahnhof, oder einer Sammelstelle bietet preisliche und zeitliche Vorteile.

Ein weiterer Punkt, welcher zu berücksichtigen ist, ist die Anzahl der Angebote. Die KundInnen sollten auf jeden Fall in der Lage sein, den Überblick über diese zu behalten. Hier werden wie von der AUA und den SBB angeboten, 4-6 Tarifoptionen als zulässig gesehen, eine Anzahl, welche auch auf deren Websites übersichtlich gestaltet ist.

5.7 Abholung und Zustellung

Auf Buchung und Bezahlung folgen Abholung, Abgabe und Zustellung des Gepäcks, welche in diesem Kapitel behandelt werden. Die Unterkapitel sind nach den Abhol-, Abgabe- und Zustellorten gegliedert: zu Hause, Alternativadresse, Bahnhof, Partnershop sowie die Möglichkeit einer automatisierten Gepäckabgabe. Die Zustellungsvarianten werden nicht in jedem Unterkapitel berücksichtigt, sondern nur in jenen, welche für diese relevante Punkte beinhalten. Die Flexibilität des Gepäckservices steht auch in diesem Kapitel im Vordergrund, da dadurch die Möglichkeit unterschiedlicher örtlicher sowie auch zeitlicher Varianten der Abholung, Abgabe und Zustellung bestehen.

5.7.1 Abholung zu Hause

Bei der Abholung zu Hause sind die KundInnen sowohl an den Ort als auch an die Zeit gebunden. Wie bereits im Kapitel Benchmark (4.4.1 Abhol- und Zustellservice der Bahnunternehmen) beschrieben, sind die Zeitfenster der ÖBB zurzeit auf Montag bis Freitag von 8:00 bis 17:00 begrenzt und nicht in einzelne Slots unterteilt. Zusätzlich dazu ist geregelt, ab und bis wann das Gepäck frühestens beziehungsweise spätestens abgeholt werden kann, damit es pünktlich am Zielort eintrifft. Demnach stehen den KundInnen bei der Abholung zu Hause lange Wartezeiten bevor, welche sich unter anderem negativ auf die KundInnenzufriedenheit auswirken können. Zu berücksichtigen ist auch, dass eine Einschränkung der Zeitfenster eine logistische Herausforderung für die Unternehmen mit sich bringt, welche einer guten Planung unterliegt. Aus diesen Punkten ergeben sich folgende Leitfragen:

- Ist eine Einschränkung des Zeitfensters von den KundInnen erwünscht?
 - Ist diese Einschränkung auch für die Bahnunternehmen möglich?
- Ab beziehungsweise bis wann ist von Seiten der KundInnen eine Abholung des Gepäcks möglich beziehungsweise erwünscht?

Bei dem geführten Interview mit den **ÖBB** wurde von diesem bemerkt, dass die Zeitfenster zurzeit das Unflexibelste beim Gepäckservice sind. Dieser Inflexibilität wurde bereits versucht (zurzeit wieder eingestellt) durch eine Unterteilung der Zeitfenster in Vormittag und Nachmittag entgegenzuwirken. Hierbei konnten die Zeiten nicht eingehalten werden. Als Grund wurde die Planung der Rundfahrt des Partners der ÖBB genannt. Für diesen ist es

wirtschaftlich nicht darstellbar, die geringe Auslastung durch nur ein Gepäckstück in Verbindung mit der hohen Kilometerleistung in Kauf zu nehmen. Deshalb plant der Partner dieses abgelegene Gepäckstück bestmöglich in seine Runde ein und es ergeben sich Verspätungen. Nach einer Lösung hierfür wird von Seiten der ÖBB gerade gesucht. (vgl. Binder, 2016)

Wie bereits im Kapitel ‚5.6 Bezahlung - Preisstaffelung‘ erwähnt, wird das buchbare Zeitfenster der **DB** von den KundInnen mit einem Wachstum von 70 % angenommen. (vgl. Kohlstedt, 2016)

Anhand dieser Beispiele ist zu erkennen, dass eine Unterteilung in Zeitfenster als sehr wichtig für die KundInnen einzustufen ist. Eine Entlastung bezüglich der dadurch verursachten höheren Kilometerleistung des Gepäcktransportunternehmens kann dabei durch die zusätzliche Zusammenarbeit mit Partnershops und zentralen Sammelstellen erzielt werden, wie in den folgenden Kapiteln näher erläutert wird.

Im Rahmen der Zug- und Vor-Ort-Befragung wurden die Reisenden zu diesem Thema befragt:

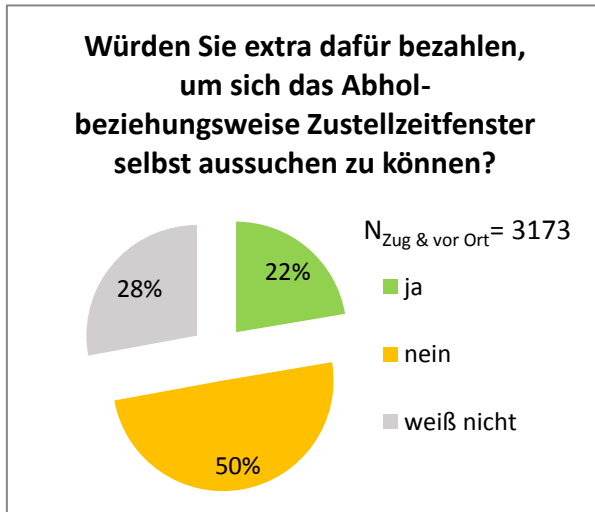


Abbildung 14: vorhandene Zahlungsbereitschaft für Abhol- beziehungsweise Zustellzeitfenster (eigene Darstellung)

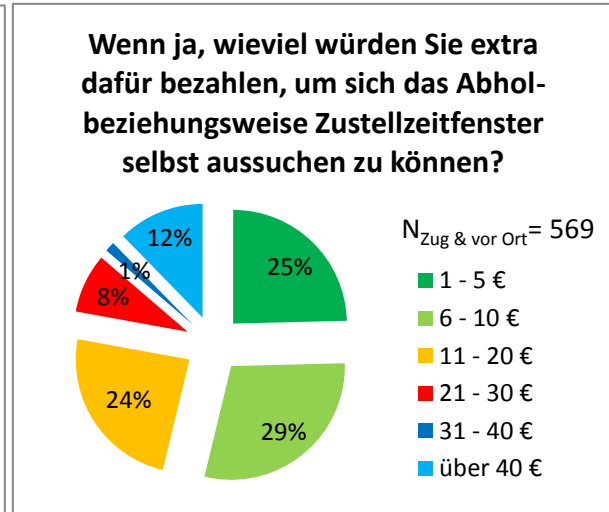


Abbildung 15: Höhe der Zahlungsbereitschaft für Abhol- beziehungsweise Zustellzeitfenster (eigene Darstellung)

Aus Abbildung 14 und Abbildung 16 ist zu erkennen, dass zwar nur knapp über einem Fünftel der Befragten bereit wären für ein auswählbares Zeitfenster extra zu bezahlen, aber von diesen bereits 74 % bereit sind, mehr als 5 € extra zu bezahlen. Ein Betrag, welcher höher als

die derzeitigen Kosten für das auswählbare Zeitfenster der DB ist. Für die Interpretation dieser Daten wird folgende Aussage getroffen: Je höher die Zahlungsbereitschaft, umso wichtiger ist die Bereitstellung von Zeitfenstern für die KundInnen. Dies legt den Schluss nahe, dass für 12 % (über 40 €) ein Zeitfenster als äußerst notwendig gesehen wird.

Aus dem **GepäckLos**-Bericht wird hierzu entnommen, dass die Zahlungsbereitschaft für ein vorgegebenes Zeitfenster bei gewissen Personengruppen eher gegeben ist. Diese steigt mit dem Alter, mit der Anzahl an großen Gepäckstücken und bei Personen mit Babys, Kleinkinder, Kindern und Kinderwagen. (vgl. Widmann et al., 2015: 17)

Zusätzlich zu den Befragungen nach den Zeitfenstern, wird die mögliche Abhol- Abgabezeit hinterfragt.

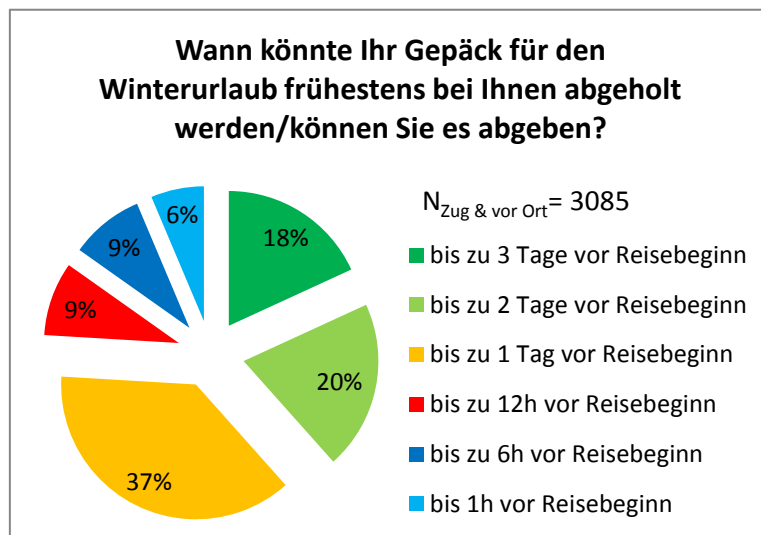


Abbildung 16: mögliche Abholzeit (eigene Darstellung)

Bei über einem Drittel (38 %) kann das Gepäck bereits 2 Tage oder früher abgeholt beziehungsweise von diesen abgegeben werden. Fast genauso viele (37 %) geben an, dass bereits einen Tag vor Reisebeginn das Gepäck abgeholt beziehungsweise von ihnen abgegeben werden kann.

24 % der Befragten sind für die Abholung beziehungsweise Abgabe des Gepäcks zwischen einer und 12 h vor Reisebeginn bereit. Das Gepäck wird von den Bahnunternehmen beim Haus zu Haus-Gepäckversand meist am Vortag (wenn Werktag) der Reise abgeholt. Demnach wäre für 75 % der Befragten die Planung der Abgabe beziehungsweise Abholung des Gepäcks mit Standardversand möglich. Für jene Befragten (9 %), welche bis zu 12 h vor Reisebeginn angegeben haben, besteht zum Beispiel die Möglichkeit einer Expresslieferung wie bei den SBB.

Da von ca. einem Viertel der Befragten (24 %) eine Standardlieferung nicht gewünscht ist, wird es als sinnvoll für die Bahnunternehmen gesehen, eine Expresslieferung einzuführen. Ein solches Service, bei dem die Abholung und Zustellung am selben Tag erfolgen, wird

bereits von den SBB angeboten (vgl. SBB [1], 2016). Die DB bietet zusätzlich zu ihrem Gepäckservice einen Versand von Kuriergütern bis 20 kg an, den sogenannten ‚ic:kurier‘ (vgl. Kohlstedt, 2016). Dieser wird meist für sensible Güter wie Blutproben gebucht und eher selten von Privatpersonen, die zum Beispiel ihren Ausweis zum Fliegen vergessen haben (vgl. Kohlstedt, 2016). Für die Expresslieferung wäre im Sinne der Preisstaffelung (siehe Kapitel 5.6 Bezahlung - Preisstaffelung) eine Erhöhung der Kosten möglich. Im nächsten Punkt wurde über diese anfallenden Zusatzkosten befragt:

Die Untersuchung zeigt (Abbildung 17), dass 20 % für ein solches Service bezahlen würden. Demgegenüber stehen die 24 %, von denen keine

Standardlieferung gewünscht wird. Werden im nächsten Schritt diese beiden Datensätze miteinander verschnitten, ergibt sich folgendes Ergebnis:

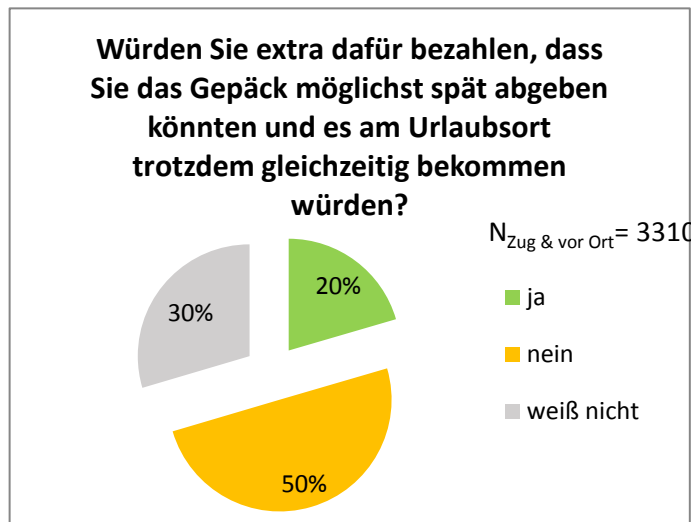


Abbildung 17: vorhandene Zahlungsbereitschaft für Abholzeit (eigene Darstellung)

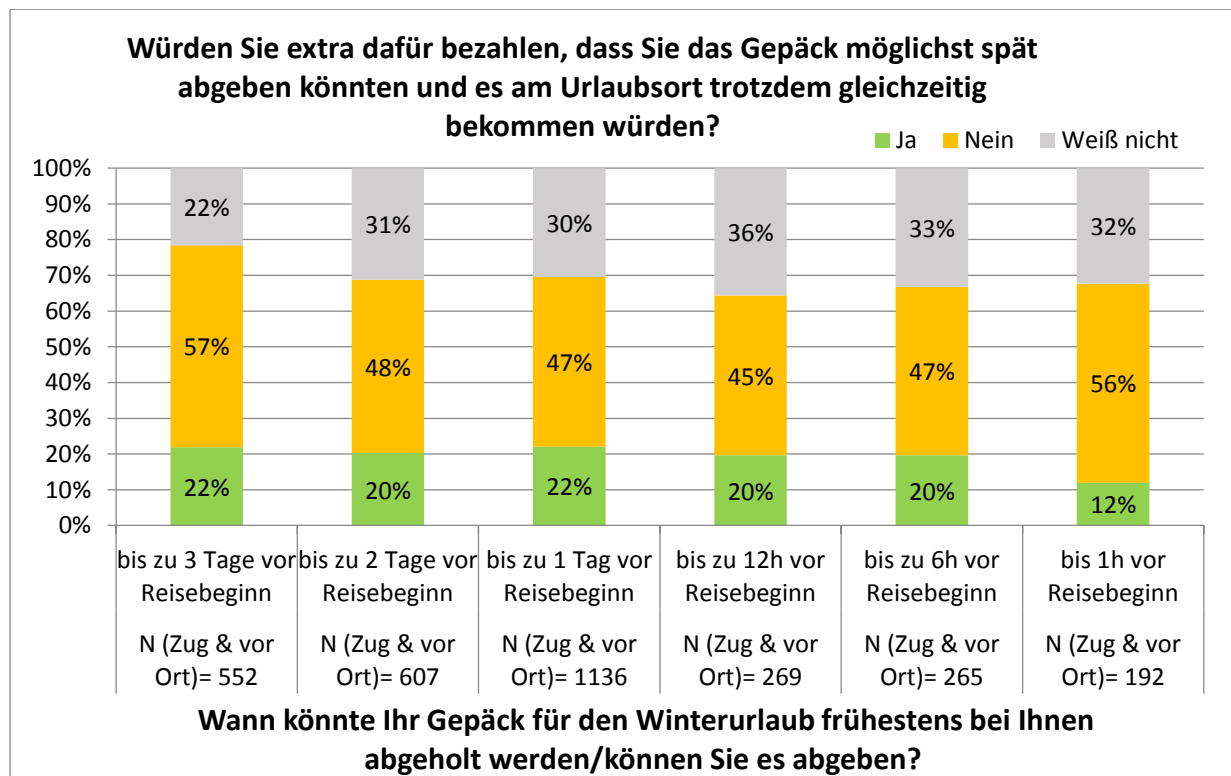


Abbildung 18: vorhandene Zahlungsbereitschaft für Abholzeit & mögliche Abholzeit (eigene Darstellung)

Es ist zu erkennen, dass die 24 % der Befragten, welche angegeben haben, dass ihr Gepäck frühestens zwischen 1 h und 12 h für die Abholung beziehungsweise Abgabe bereit wären, nicht mit jenen 20 % der Befragten übereinstimmen, die angegeben haben, dass sie extra dafür bezahlen würden, damit sie das Gepäck möglichst spät abgeben könnten und es am Urlaubsort trotzdem gleichzeitig bekommen würden.

Werden die Daten der Kreuztabelle (Abbildung 18) näher betrachtet, ist zu erkennen, dass mit Ausnahme der ‚1 h vor Reisebeginn‘-Gruppe ca. 20 % der jeweiligen Gruppen für diesen Service extra bezahlen würden. Von denjenigen, welche ‚1 h vor Reisebeginn‘ angaben, würden nur 12 % dafür bezahlen, aber dennoch haben sie nicht den höchsten Wert an jenen, die nicht dafür bezahlen würden. Diese sind mit ca. 57 % jene, die ‚bis zu 3 Tage vor Reisebeginn‘ angeführt haben. Sie stellen eine Gruppe dar, welche schon frühzeitig bereit für eine Abholung beziehungsweise Abgabe ist und nicht für ein zusätzliches Service bezahlen möchte. Am ehesten (mit ca. 22 %) würden jene einen solchen Service in Anspruch nehmen, die angegeben haben, dass sie bis zu 1 Tag vor Reisebeginn für die Abholung beziehungsweise Abgabe des Gepäcks bereit wären.

Um diese Untersuchung zu vertiefen, wurden im nächsten Schritt die zeitlichen Angaben mit jenen, die überhaupt ein solches Gepäckservice nutzen würden, verschnitten.

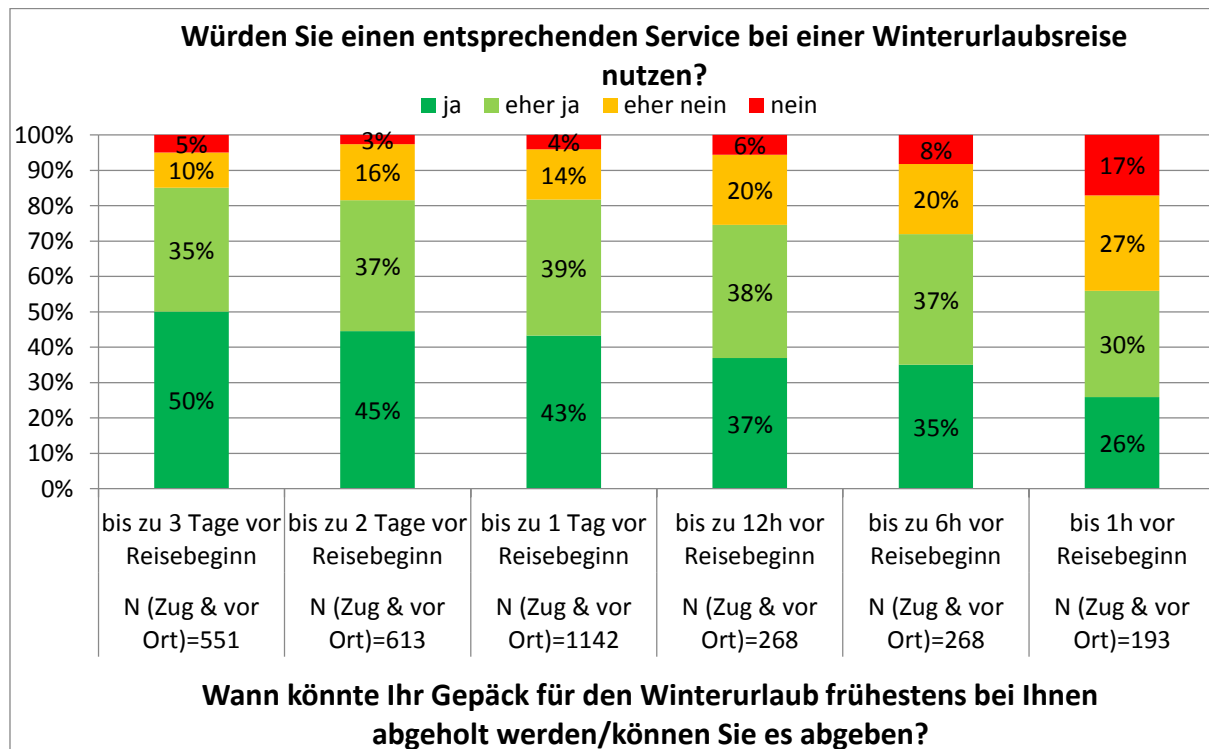


Abbildung 19: Nutzung Gepäckservice & mögliche Abholzeit (eigene Darstellung)

Anhand Abbildung 19 ist zu sehen, dass jene Personen, die bereits früher für eine Abholung beziehungsweise Abgabe bereit sind, auch eher einen Gepäckservice in Anspruch nehmen würden. Von jenen Personen die 1 h vor Reisebeginn fertig sind, würden 44 % (Nein und Eher Nein) den Gepäckservice nicht nutzen. Daraus lässt sich schließen, dass eine möglichst späte Abholung beziehungsweise Abgabe des Gepäcks eine wesentliche Anforderung für die KundInnen an den Gepäckservice ist.

Wird im Folgenden (Abbildung 20) die Zahlungsbereitschaft für den Service einer möglichst späten Gepäckabgabe und einer trotzdem gleichzeitigen Gepäckankunft am Urlaubsort analysiert, ist zu sehen, dass 12 % bis zu 5 € und ca. ein Drittel über 20 € für diesen Service bezahlen würden. Werden hierzu die Werte des Abhol- beziehungsweise Zustellzeitfenster (Abbildung 15) verglichen stellt sich heraus, dass hier 25 % bis zu 5 € und 21 % über 20 € erbringen würden.

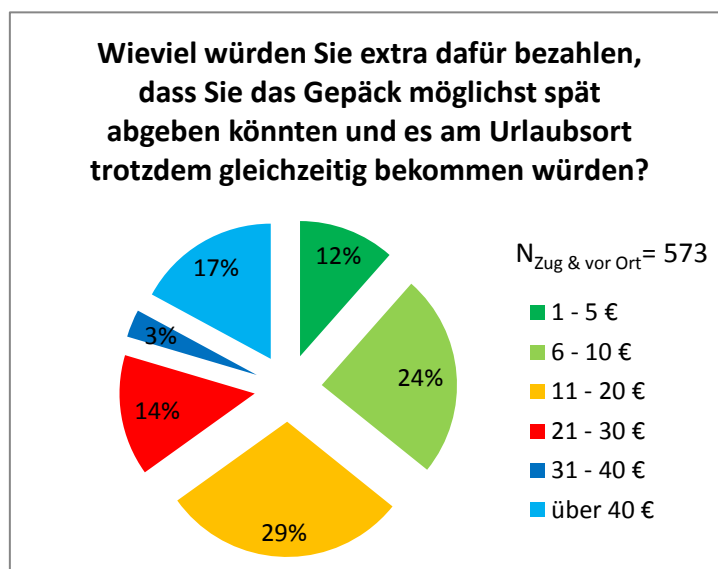


Abbildung 20: Höhe der Zahlungsbereitschaft für Abholzeit (eigene Darstellung)

Wird einer höheren Zahlungsbereitschaft eine höhere Bedeutung für die KundInnen zugeschrieben, ergibt sich, dass eine spätere Abgabe für diese wichtiger ist als die Auswahl eines Zeitfensters.

Bisher wurde die Gebundenheit der KundInnen an die Zeit näher betrachtet. Im Folgenden wird die Gebundenheit der KundInnen an

den Ort analysiert. Weitere zwei Gründe, die gegen einen Gepäckservice für die KundInnen sprechen können, sind die erforderliche **Anwesenheit der KundInnen zu Hause beziehungsweise am Urlaubsort** bei der Gepäckabholung beziehungsweise -zustellung. Diese wurden mittels der Vor-Ort- und Zugbefragungen untersucht. Werden diese mit den anderen Gründen (Abbildung 6 und Abbildung 7) verglichen, ist ersichtlich, dass sie mit jeweils 20 % und 21 % (nur Ja bei Zugbefragung) und 23 % sowie 24 % (nur Ja bei Vor-Ort-Befragungen) zu den am wenigsten oft genannten gehören. Dennoch ist für mehr als 50 % der Befragten die erforderliche Anwesenheit ein Grund, einen Gepäckservice nicht in

Anspruch zu nehmen. Zusätzlich wurde bei den Kombinationen der Gründe, welche gegen den Gepäckservice sprechen (Abbildung 9), die Anwesenheit, als alleiniger Grund nur von 2 % der befragten Personen angegeben. Die 3er-Kombination mit Preis und Ängste gaben aber bereits 14 % der Befragten an. Demzufolge wird die Gebundenheit an den Ort im Vergleich zu den anderen Gründen als eher untergeordnet gesehen.

Diese Beispiele zeigen, dass der Gepäckservice nicht nur von den Bahnunternehmen, sondern auch von den KundInnen frühzeitig zu planen ist. Vorausschauend ist die Buchung durchzuführen und das Gepäck muss eventuell bereits zwei Tage (je nach Produkt) vor dem eigentlichen Reiseantritt fertig gepackt sein. Da nicht alle Personen gerne planen und/oder spontan reisen wollen, wurde der Grund ‚**Planungsaufwand**‘ bei den Befragungen im Zug und vor Ort berücksichtigt. Die Gegenüberstellung mit den anderen Gründen (Abbildung 6 und Abbildung 7) zeigt, dass der Planungsaufwand jener Grund ist, welcher mit 18 % (Zugbefragungen) und 22 % (Vor-Ort-Befragungen) der am wenigsten genannte Grund (nur Ja) ist. Dies bestätigt sich auch durch die Kombination der Gründe. Der Planungsaufwand wird hier nur von 1 % als einziger Grund gesehen und fällt als Kombination mit der Anwesenheit unter 1 % (Abbildung = gerundete Werte).

Als letzter Analyseschritt in diesem Kapitel werden die unterschiedlichen Gründe, die bei einer Winterurlaubsreise gegen einen Gepäckservice sprechen, mit den Daten der Frage: „Würden Sie einen entsprechenden Service bei einer Winterurlaubsreise nutzen?“ verschnitten (siehe Abbildung 21 und Abbildung 22). Durch diesen Schritt ergibt sich eine neue Sichtweise auf die Gründe.

Für die Analyse werden sowohl die Gründe als auch die Befragten in zwei Gruppen unterteilt. Bei den Gründen gibt der erste Teil jene wieder, die bereits vor der Reise für die KundInnen relevant sind und der zweite Teil jene, die unterschiedliche Ängste während der Reise sowie die eventuell notwendige Anwesenheit bei der Gepäckabholung betreffen.

Die Befragten wurden anhand der Frage nach der Nutzung, wie folgt, unterteilt:

- Gruppe A: Jene Befragten, die einen Gepäckservice bei einer Winterurlaubsreise nutzen würden.
- Gruppe B: Jene Befragten, die einen Gepäckservice bei einer Winterurlaubsreise nicht nutzen würden.

Welche Gründe sprechen gegen die Nutzung eines Gepäckservices?

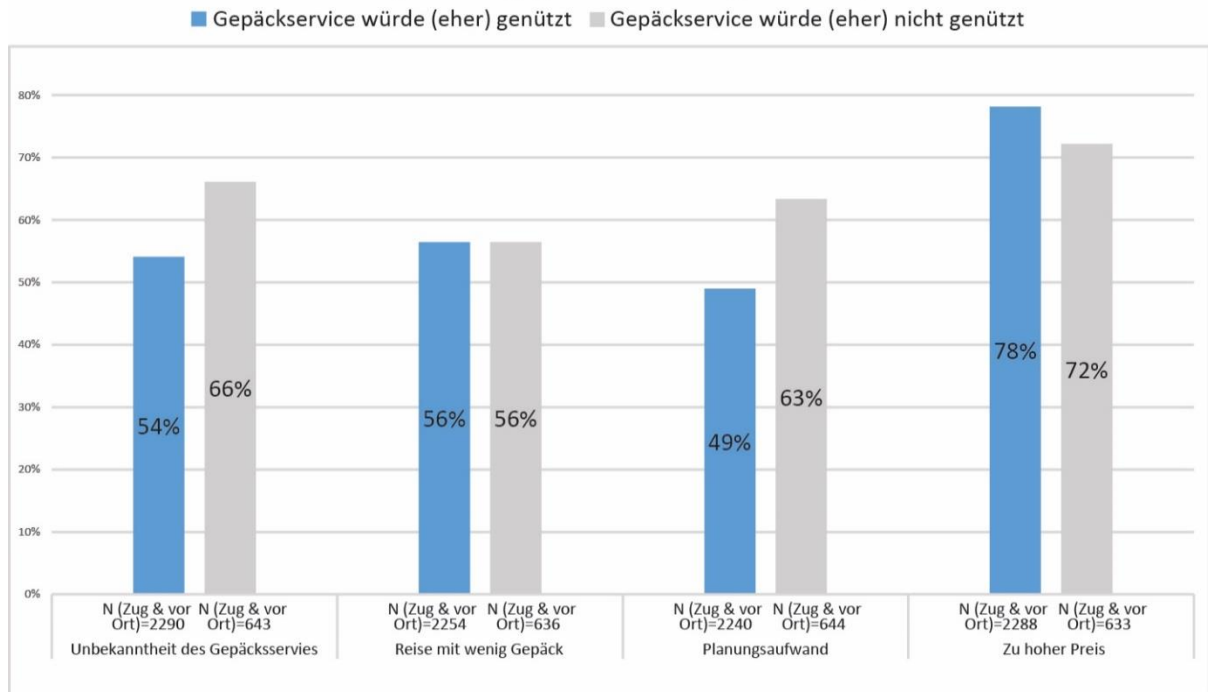


Abbildung 21: Gründe & Nutzung Gepäckservice 1/2 (eigene Darstellung)

Welche Gründe sprechen gegen die Nutzung eines Gepäckservices?

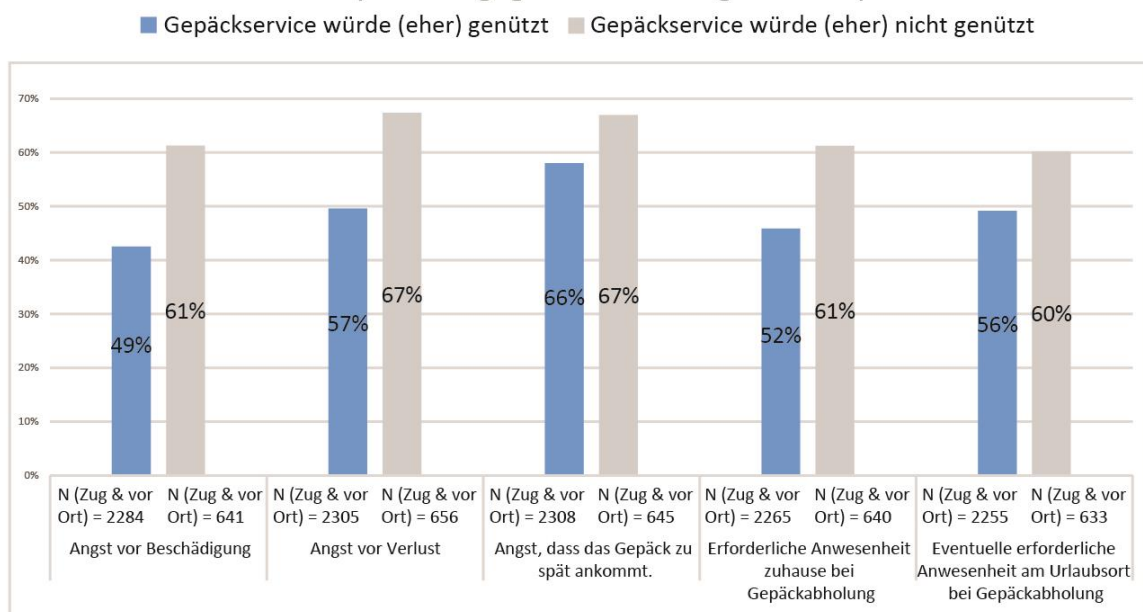


Abbildung 22: Gründe & Nutzung Gepäckservice 2/2 (eigene Darstellung)

Anhand dieser beiden Abbildungen (Abbildung 21 und Abbildung 22) ist erneut zu erkennen, dass der zu hohe **Preis** mit 78 % und 72 % der am meisten genannte Grund ist. Ein Vergleich mit den anderen Gründen ergibt, dass das Verhältnis zwischen Gruppe A und B beim Preis als einziges umgekehrt ist. Hier überwiegt die Gruppe A um 6 %.

Allgemein ist ersichtlich, dass bei der Gruppe B öfters ein Grund gegen eine Nutzung spricht. Dies ist auch aus der Abbildung 8: Anzahl der Gründe, die gegen einen Gepäckservice sprechen (eigene Darstellung) im Kapitel ‚5.6 Bezahlung - Preisstaffelung‘ ersichtlich.

Wird im nächsten Schritt dieser Vergleich am Beispiel **Planungsaufwand** näher betrachtet, ist ein Unterschied um 14 % zwischen den beiden Gruppen zu erkennen. Im Vergleich zu den anderen Gründen ist dieser Unterschied zwischen den beiden Gruppen der bedeutendste. Der Planungsaufwand spricht bei Gruppe A zu 49 % und bei Gruppe B zu 63 % gegen den Gepäckservice. Werden alle Gründe betrachtet, weist die Gruppe B Werte zwischen 56 % und 72 % auf. Demzufolge ist für die Befragten, die einen Gepäckservice (eher) nicht nutzen würden, der Planungsaufwand wieder (gegenüber den vorherigen Analysen) relevant.

Der Grund, welcher gegen den Gepäckservice bei einer Winterurlaubsreise spricht, unterscheidet sich somit von NutzerInnengruppe zu NutzerInnengruppe. Je nachdem, für welche Gruppe der Gepäckservice angepasst werden soll, müssen die Maßnahmen für diese gezielt gesetzt werden. Ein zu hoher Preis ist laut dieser Analyse ein ausschlaggebender Grund. Demnach sind, wie im Kapitel 5.6 ‚Bezahlung - Preisstaffelung‘ bereits erwähnt, unterschiedliche Preismodelle, welche eine Vergünstigung gegenüber dem jetzigem Preis ermöglichen, ein bedeutender Punkt für die Gestaltung eines Gepäckservices.

Die zeitliche Möglichkeit der KundInnen für die Abgabe beziehungsweise Abholung des Gepäcks sowie die Einteilung der Zeitfenster stehen mit dem Planungsaufwand in Verbindung. Demnach kann bei einer Verbesserung dieser beiden Punkte auch der Planungsaufwand an Bedeutung für die KundInnen verlieren. Wenn zum Beispiel das Gepäck erst unmittelbar vor der Reise abgegeben beziehungsweise abgeholt wird, dann können die KundInnen zum gleichen Zeitpunkt wie bei einer Reise mit dem Pkw das Gepäck packen. Durch die Unterteilung in Zeitfenster und die Auswahl eines Wunschzeitfensters entsteht dadurch für die KundInnen eine Erleichterung der Planung.

5.7.2 Abholung und Zustellung von beziehungsweise zu einer Alternativadresse

Neben der Abholung zu Hause besteht die Möglichkeit der Abholung und Zustellung des Gepäcks von beziehungsweise zu einer Alternativadresse. Für die KundInnen ergeben sich dadurch unterschiedliche Möglichkeiten. Sie können das Gepäck zum Beispiel mit in die

Arbeit nehmen, es zu einem/einer NachbarIn, FreundIn, zu Verwandten bringen und von dort abholen beziehungsweise zu diesen Orten zustellen lassen, etc. Probleme, die hierbei auftreten können, sind unter anderem das Vertrauen an die NachbarInnen und zusätzlich diese Bitte von ihnen abzuverlangen sowie die Flexibilität des Unternehmens auf solche Wünsche einzugehen. Hinzu kommt, dass zum Beispiel bei Ferienwohnungen im Gegensatz zu einem Hotel keiner da ist, der bei der Zustellung (noch nicht angekommen) oder bei der Abholung (bereits abgereist) die Türe für den Gepäckservice öffnen kann. Die Leitfrage zu diesem Thema lautet:

- Welche Möglichkeiten bestehen von Seiten der Bahnunternehmen zur Abholung und Zustellung von beziehungsweise zu einer Alternativadresse?

Über den Benchmark (Kapitel 4.1.1 Angebote Bahnunternehmen) sind die Angebote der Bahnunternehmen für ein gleichzeitiges Eintreffen von Kunde/Kundin und Gepäck ersichtlich. Bisherige Angebote sind die Angabe eines Wunschliefertags (ÖBB – über den/die DisponentIn), oder die Lagerung am Bahnhof (SBB) sowie im Zentrallager (ÖBB und DB). Diese Beispiele tragen zu einer Lösung für das angegebene Problem bei der Zustellung oder Abholung von beziehungsweise bei einem Ferienwohnsitz bei.

Für die Abholung bei einer Alternativadresse ist zu beachten, dass die KundInnen bereits eine beliebige Adresse angeben können. Der Vollständigkeit halber wurde aber auf diesen Punkt eingegangen.

Die **DB** werben dazu mit der Möglichkeit über einen Hinweis für den Hermes-Boten an der Tür das Gepäck direkt beim/bei der NachbarIn abholen zu lassen (vgl. DB [1], 2016). Über das Interview wurde klar, dass dieses Service nicht als besonders eingestuft wird, da es beim Paketverstand Standard ist und es von Seiten der KundInnen erwartet wird. Deshalb besteht die Möglichkeit bereits beim Buchungsvorgang die Adresse des/der NachbarIn anzugeben. (vgl. Kohlstedt, 2016)

Zusätzlich zu diesen Punkten ist die Angabe dieses Angebots ‚Abholung bei einer Alternativadresse‘ zum Beispiel auf der Website von Interesse. Dadurch, dass dafür geworben wird, kommen Personen auf die Idee dieses Angebot anzunehmen. Für die KundInnen fällt dadurch die Gebundenheit an Ort und Zeit weg und die Planung der Gepäckabholung gestaltet sich für diese flexibler.

5.7.3 Abgabe am beziehungsweise Zustellung zum Bahnhof

Eine weitere Möglichkeit neben der Abholung des Gepäcks von einer Wunschadresse stellt die eigenständige von den KundInnen durchgeführte Abgabe beziehungsweise Abholung des Gepäcks bei vereinbarten Orten dar. Vorstellbar (wie bereits bei den SBB möglich) ist eine Abgabe beziehungsweise Abholung am Bahnhof zum Beispiel am Weg zur Arbeit, Kindergarten oder beim Nachgehen von weiteren Erledigungen, etc. Der Bahnhof ist meistens gut an das öffentliche Verkehrsnetz angebunden und kann daher von den Reisenden leicht erreicht werden.

Probleme, die sich aus dieser Variante ergeben, sind:

- die Gebundenheit an die Öffnungszeiten des Schalters
- Wartezeit am Bahnhof
- Transport des Gepäcks zum beziehungsweise vom Bahnhof (vor allem wenn es sperrig und schwer ist).

Dahingehend wäre es für die KundInnen zum Beispiel vorteilhaft, wenn die Gepäckabgabe beziehungsweise -abholung zu flexiblen Zeiten ermöglicht wird sowie, wie bereits im Kapitel ‚5.6 Bezahlung - Preisstaffelung‘ erwähnt, sich durch die Abgabe beziehungsweise Abholung am Schalter eine Vergünstigung für die KundInnen ergibt.

Aus dieser Aufstellung ergeben sich folgende Fragen:

- Ist eine Abgabe am Bahnhof von den KundInnen erwünscht?
- Ist eine persönliche Gepäckabgabe beziehungsweise -abholung am Bahnhof von Seiten der Bahnunternehmen möglich?
- Besteht die Möglichkeit das Gepäck direkt am Bahnhof abzugeben und diese dann trotzdem bis zum Hotel zu liefern (und umgekehrt: Lieferung bis zum Zielbahnhof, eigenständige Mitnahme zur Unterkunft)? Es handelt sich hierbei um eine Mischform aus ‚Haus zu Haus‘ und ‚Bahnhof zu Bahnhof‘.

Aus dem Forschungsprojekt **GepäckLos** ist bekannt, dass der Wunsch nach einer Abgabe beziehungsweise Zustellung des Gepäcks zum Bahnhof anhand von unterschiedlichen Kriterien abnimmt.

- Der Wunsch sinkt mit dem steigenden Alter. Bei den 18-26 Jährigen ist mit einer Mehrheit von 54 % eine Abgabe am Bahnhof erwünscht.

- Der Wunsch sinkt mit der Größe der Gepäckstücke. Personen ohne großen Gepäckstücken wollen eher am Bahnhof abgeben.
- Der Wunsch sinkt mit der Anzahl an Gepäckstücken. Je mehr Gepäck, umso eher wollen die Personen das Gepäck direkt beim Hotel abgeben.
- Der Wunsch sinkt mit dem Vorhandensein von Babys oder Kleinkindern (1 – 6 Jahre).
- Der Wunsch sinkt auf Grund von körperlichen Einschränkungen. Jene Personen ohne körperliche Einschränkungen wollen ihr Gepäck eher am Bahnhof aufgeben.

(vgl. Widmann et al., 2015: 17)

Im Kapitel ‚5.6 Bezahlung - Preisstaffelung‘ wurde bereits auf das Alter im Bezug zum Preis (Abbildung 11) als auch auf die Gepäckart im Bezug zum Gepäckservice (Abbildung 13) eingegangen. Diese zeigen sowohl, dass der Grund Preis bei den 60-Jährigen und Älteren gegenüber den 20-59 Jährigen weniger ausschlaggebend ist als auch, dass die Nutzung eines Gepäckservice eher bei schwereren und sperrigeren (Wintersportgeräte) Gepäckstücken relevant ist. Daraus lassen sich zwei NutzerInnengruppen ableiten: Die 60-Jährigen und älteren Personen sowie Personen mit schweren als auch sperrigen Gepäck.

Werden diese beiden NutzerInnengruppen mit den angegebenen Punkten aus dem Bericht GepäckLos verglichen, zeigen sich Überschneidungen sowohl beim Alter der NutzerInnen als auch bei der Art des Gepäcks. Mit dem Alter sinkt sowohl der Wunsch nach einer Abgabe beziehungsweise Zustellung des Gepäcks zum Bahnhof als auch nimmt der Grund ‚Hoher Preis‘ mit dem Alter ab. Die Befragungen im Zug und vor Ort beziehen sich auf ein Tür-Zu-Tür Angebot.

Beim Gepäck ist meist ein schweres Gepäck auch größer (je nach Inhalt). Der Wunsch der Abgabe beziehungsweise Zustellung am Bahnhof sinkt mit der Größe des Gepäcks und gleichzeitig würden die Befragten im Zug und vor Ort eher einen Gepäckservice für schwereres und sperriges Gepäck nutzen.

Demnach spiegeln die angegebenen Gruppen aus GepäckLos (Alter und Größe des Gepäcks) die beiden NutzerInnengruppen dieser Befragung wider. Auf die anderen Punkte (aus GepäckLos) wird an dieser Stelle nicht mehr eingegangen, da das Thema Kinder detailliert in einer weiteren Diplomarbeit untersucht wird und auf diverse Einschränkungen bei den Befragungen im Zug und vor Ort nicht eingegangen wurde.

Durch die geführten Interviews wurden folgende Erkenntnisse erzielt. Für die **ÖBB** wäre eine mögliche Variante (neben anderen Optionen), dass die KundInnen das Gepäck eigenständig zum Bahnhof bringen und es dort bei der Personenkasse abgeben (vgl. Binder, 2016).

Bei der **DB** ist die Abgabe am Bahnhof nicht geplant, aber dafür soll das Angebot um die Variante das Gepäck direkt beim Hermes PaketShop abzugeben erweitert werden. Diese Variante gilt aber nur für die Abgabe, da eine Zustellung zu einem PaketShop nicht möglich sein wird. (vgl. Kohlstedt, 2016).

Die **SBB** bietet als einziges hier untersuchtes Unternehmen einen Bahnhof zu Bahnhof-Versand an. Hierbei handelt es sich auch um jenen Service, welcher bei den SBB am häufigsten gebucht wird. An zweiter Stelle liegt das Fluggepäck zum Bahnhof mit der Möglichkeit direkt in der Bahn einzuchecken (nur bei gewissen Airlines möglich). Zu berücksichtigen ist, dass es bei den Tür-zu-Tür Angeboten noch keine Erfahrungswerte vorhanden sind. (vgl. Biagini, 2016) Demnach ist dem häufigsten Buchungswert nicht zu viel Relevanz zuzuschreiben.

Eine Kombination zwischen den beiden Angeboten ‚Tür-zu-Tür‘ und ‚Bahnhof zu Bahnhof‘ gibt es derzeit noch nicht, aber eine mögliche Umsetzung wird zurzeit geprüft. (vgl. Biagini, 2016)

Aufgrund dieser Aussagen wird ersichtlich, dass Überlegungen zu einer selbständigen Abgabe gegeben oder bereits umgesetzt sind. Die DB setzt hierbei im Gegensatz zu den ÖBB auf eine ausreichende Möglichkeit über die Hermes PaketShops. Da es meistens nur ein Bahnhof in einer Stadt vorhanden ist, wird durch den Ausbau von einer Vielzahl an Partnershops die Möglichkeit geschaffen, das Service flächendeckender anzubieten. Daraus ergeben sich für die KundInnen sowohl kürzere Wege zu den Partnershops als auch ein verminderter Aufwand beim Versand. Wenn zusätzlich der Ansporn Preis hinzukommt (billiger durch selbständige Lieferung zum Partnershop) werden eventuell durch ein solches Service mehr KundInnen gewonnen. Die Einführung eines Partnershops wird im folgenden Kapitel näher betrachtet.

Eine Mischform, bei der das Gepäck zu Hause abgeholt wird und dann von den KundInnen direkt bei der Ankunft am Bahnhof mitgenommen werden kann, wäre vor allem für (gemietete) Ferienwohnungen eine Option. Dadurch muss die Lieferung des Gepäcks nicht

an die Ankunft der KundInnen angepasst werden und die KundInnen ersparen sich den Weg zu einem Partnershop, einer zentralen Sammelstelle, etc.

5.7.4 Abgabe bei beziehungsweise Zustellung zu einem Partnershop

Zusätzlich zur Abgabe am beziehungsweise Zustellung zum Bahnhof gibt es bereits Überlegungen zur Abgabe bei beziehungsweise Zustellung zu Partnershops. Hier würden sich für beide Seiten Vorteile ergeben. Das Bahnunternehmen kann die Route für die Gepäckabholung besser planen und die KundInnen haben im besten Fall einen Partnershop in ihrer Nähe, wohin beziehungsweise von dem das Gepäck leicht geführt beziehungsweise abgeholt werden kann und erhalten zusätzlich eine Vergünstigung für die eigenständige Abgabe beziehungsweise Abholung.

Dennoch sind auch bei dieser Variante Probleme ersichtlich: Gepäcktransport zum beziehungsweise vom Partnershop, Öffnungszeiten, Haftungen, Gewissheit über die Abholung des Gepäcks, Mischform zwischen Abgabe beim beziehungsweise Zustellung zum Partnershop und Lieferung zu beziehungsweise Abholung bei einer gewünschten Adresse. Die folgende Leitfrage befasst sich mit dem bisherigen Angebot der Bahnunternehmen:

- Welche Überlegungen zum Thema ‚Gepäckabgabe bei beziehungsweise Zustellung zu einem Partnershop‘ gibt es bereits von Seiten der Bahnunternehmen?

Die **ÖBB** haben zum Thema Partnershop bereits konkrete Vorstellungen. Über einen einzigen Partner, einen Ansprechpartner für die KundInnen und die ÖBB (derzeit European Contract Logistics Austria GmbH (ECL) = Disponent) soll dies mittels Rahmenvertrag abgewickelt werden. Für ECL besteht dann die Möglichkeit, mit weiteren Unternehmen (wie zum Beispiel der Post, Hermes oder anderen Speditionen) Partnerschaften einzugehen. Aus diesem Konzept sollen für die KundInnen mehrere buchbare Varianten hervorgehen, über die auch eine Preisstaffelung möglich wird. (vgl. Binder, 2016)

Zwei Vorteile werden von Seiten der **DB** gesehen: Die Möglichkeit einer Preisstaffelung durch eine Vergünstigung dieser Variante sowie die flexible Zeiteinteilung der KundInnen für die Gepäckabgabe. Zusätzlich wird aber auch angegeben, dass eine Zustellung zum PaketShop nicht möglich sein wird. (vgl. Kohlstedt, 2016)

Eine Tendenz zur Einführung von Partnershops sowohl von den ÖBB als auch von der DB ist eindeutig zu spüren. Zusätzlich dazu sehen auch beide Bahnunternehmen hier die Möglichkeit einer Preisstaffelung sowie mehr Flexibilität für die KundInnen als Vorteil.

5.7.5 Automatisierte Gepäckabgabe und -abholung

Zusätzlich zu den Möglichkeiten der selbständigen Abgabe am Bahnhof und bei Partnershops werden im folgenden Kapitel Varianten für eine automatisierte Gepäckabgabe beziehungsweise -abholung angeführt. Als ausgewählte Beispiele werden hierfür die Gepäckaufgabe am Flughafen Wien und die Paketabgabe beziehungsweise -abholung der Österreichischen Post AG analysiert.

5.7.5.1 am Beispiel Flughafen Wien

Ausgehend davon, dass am Flughafen täglich sehr große Mengen an Gepäck logistisch abgefertigt werden müssen und dies im direkten Austausch mit den KundInnen, wurde für die Untersuchung der Flughafen Wien ausgewählt. Die am Flughafen ankommenden Passagiere haben die Auswahl zwischen einem besetzten Schalter oder einer automatisierten Gepäckabgabe. Die automatisierte Gepäckabgabe ist das neuere System und führt zu einer Zeitersparnis für die PassagierInnen. Dennoch wird ein solches System nicht von allen als positiv gesehen, da zum Beispiel der persönliche KundInnenkontakt ausbleibt und sich Personen (gerade jene, die nicht so oft fliegen) überfordert durch das neue System fühlen können. Für dieses Kapitel wurden folgende Leitfragen gestellt:

- Wie funktioniert die automatisierte Gepäckabgabe?
- Welche Vorteile beziehungsweise Nachteile bringt die automatisierte Gepäckabgabe mit sich?

Um den Fragen auf den Grund zu gehen wurde ein Interview mit Experten vom **Flughafen Wien** geführt. Die PassagierInnen kommen am Flughafen an und checken (wenn noch nicht erledigt) beim CUSS (Common Use Self Service)-Automaten ein und markieren im nächsten Schritt ihr Gepäck mittels sogenannten Bag-Labels. Mit dem gelabelten Gepäck und der Bordkarte geht es zur Check-In Area, welche ebenfalls mit Automaten besetzt ist. Dort werden Gewicht und Abmessungen geprüft und wenn alles passt (ansonsten muss der/die

PassagierIn zu einen bemannten Schalter) das Gepäck aufgegeben. (vgl. Cerne und Köppl, 2016)

Hierbei werden Gepäckprozesszeiten von 20 Sekunden (anfänglich 40 Sekunden) erwartet. Im Vergleich dazu dauert die Abfertigung bei besetzten Schaltern im Durchschnitt 90 Sekunden. Dies soll zu weniger Stauflächen, Stauzeiten und Stehzeiten für die PassagierInnen im Bereich der Gepäckabgabe führen. (vgl. Cerne und Köppl, 2016)

Nach einer Teststellung (seit 2013 gibt es dieses System) von vier Self-Service-Automaten wurde festgestellt, dass diese Variante vor allem von Businessreisenden und Vielfliegern angenommen wird, sich diese daran schnell gewöhnen und es demnach auch bevorzugen. Dahingegen wird es von Personen, die nur einmal oder zweimal im Jahr fliegen als weniger komfortabel eingestuft. Für die Umsetzung braucht es laut Behördenvorgabe einen Mitarbeiter pro acht Automaten. Unter anderem sind diese auch für die KundInnenbetreuung zuständig, da sich nicht jede/r PassagierIn mit den Automaten zurechtfinden wird. (vgl. Cerne und Köppl, 2016)

Vorteile aus diesem System ergeben sich für beide Seiten. Für die Airlines, da sie sowohl weniger Personal benötigen, als auch die Planung der Spitzenzeiten wegfällt. Die PassagierInnen haben den Vorteil, dass ihre Wartezeiten verkürzt werden. Zusätzlich dazu sind für die Zukunft sogenannte ‚home printed bag-tags‘ angedacht, wodurch für die PassagierInnen am Flughafen ein Schritt entfällt. (vgl. Cerne und Köppl, 2016)

Seit 6.12.2016 ist die Funktion ‚home printed bag-tags‘ zum Beispiel für Flüge von der AUA von Wien nach Amsterdam, Zürich und Miami bereits möglich (vgl. Austrian Airlines AG [3], 2017).

Für die automatisierte Gepäckabgabe am Flughafen ist eine gute Infrastruktur (wie unterschiedliche Automaten und Personal) notwendig. Diese würde auf Grund des Platzbedarfs, der Kosten und des zusätzlichen Personals den Rahmen für die meisten Bahnhöfe sprengen. Dennoch kann eine kleinere Dimensionierungen zum Beispiel bei der Personenkassa bei den Partnershops oder am Bahnhof als Option betrachtet werden, um den KundInnen eine möglichst rasche Abgabe des Gepäcks zu gewährleisten. Weitere Vorteile sind der Entfall der Gebundenheit der KundInnen an die Zeit (außer an eventuelle Öffnungszeiten) und eine Erleichterung in der Planung, da das Gepäck entlang von

Alltagswegen zum Bahnhof mitgenommen werden kann. Ein hierzu ähnliches Beispiel zeigt die Österreichische Post AG.

5.7.5.2 am Beispiel Post

Die Österreichische Post AG hat in manchen Filialen Selbstbedienungszone eingerichtet. Bei diesen ist es möglich ein Paket ohne Personal zu verpacken, zu frankieren und zu versenden. Zusätzlich gibt es an unterschiedlichen Standorten Abholstationen, bei denen ein Paket aus einem Schließfach meist auch außerhalb der Öffnungszeiten selbständig abgeholt werden kann. Folgende Fragen zu diesem Thema beziehen sich auf die Beschreibung der Funktionen, welche solche Systeme aufweisen:

- Wie funktioniert die Selbstabgabe beziehungsweise -abholung eines Paketes bei der Post?
- Welche Vorteile ergeben sich für die KundInnen?

In Wien gibt es 77 Selbstbedienungszone der Post mit einem 24 h-Postservice (außer in Einkaufszentren) und 51 Abholstationen (vgl. Österreichische Post AG [4], 2017). Die Abholstation ist ebenfalls von Montag bis Freitag von 0-24 Uhr zugänglich und kann mittels eines Strichcodes am ‚Gelben Zettel‘ geöffnet werden (vgl. Österreichische Post AG [5], 2017). Zusätzlich zu diesen beiden Medien gibt es die Empfangsbox, welche direkt am Wohnort steht, in verschiedenen Größen erhältlich ist und die mittels Benachrichtigung im Briefkasten geöffnet werden kann (vgl. Österreichische Post AG [6], 2017).

Durch ein solches System besteht die Möglichkeit, dass die KundInnen das Gepäck direkt bei der Post, beziehungsweise am Bahnhof abgeben und abholen, ohne längere Wartezeit und zur deren Wunschzeit. Ein Nachteil dieses System ist der Platzverbrauch und die damit verbundenen Höchstmaße (vgl. Österreichische Post AG [7], 2017), die ein Paket bei der Selbstbedienungszone haben darf. Im Gegensatz zu einem einfachen Paket braucht ein Gepäckstück oftmals mehr Platz. Zusätzlich spielt auch das Gewicht mit ein. Liegt ein schweres Gepäckstück (auch bei Paketen) in einem Fach ganz oben in der Abholstation, kann dies zur Hürde für die KundInnen werden (bei der Lieferung zur Abholstation auch für den Gepäckdienst).

Für die Adaption eines solchen Systems für den Gepäckservice sind daher diese Herausforderungen zu berücksichtigen. Dennoch ist es denkbar, dass Elemente der automatisierten Gepäckabgabe am Flughafen oder der Selbstbedienungszone beziehungsweise Abholstation der Post für den Gepäckservice relevant sind. Zudem braucht es auch eine Vielzahl solcher Stationen, um die Wege für die KundInnen möglichst gering zu halten und diese im Rahmen ihrer Alltagswege erreichbar sind. Dies kann auch in Verbindung mit der Abgabe bei Partnershops oder am Bahnhof stehen, bei denen zum Beispiel schon der Platz für die Aufbewahrung des Gepäcks vorhanden sein muss. Einer der größten Vorteile die sich daraus für die KundInnen ergeben ist die Möglichkeit, das Gepäck 24 h, 7 Tage die Woche in der Nähe abzugeben und wieder abzuholen.

5.8 Gepäcktransport

Dieses Kapitel widmet sich dem Thema Gepäcktransport und die damit verbundenen Probleme beziehungsweise Ängste, welche bereits in den vorherigen Kapiteln angeschnitten wurden. Es handelt sich um ein Thema, auf das die KundInnen keinen direkten Einfluss haben, deren Auswirkungen aber relevant für sie sind. Es werden im Folgenden die Ängste der KundInnen vor Gepäckverspätung, Gepäckverlust und Gepäckbeschädigung näher betrachtet. Diese werden gemeinsam in einem Unterkapitel analysiert, da die unmittelbaren Auswirkungen für die KundInnen ähnlich sind (am Beispiel Skiausrüstung: diese kann sowohl bei einer Verspätung, bei einem Verlust, als auch bei einer Beschädigung nicht verwendet werden) und dadurch der Vergleich zwischen diesen innerhalb dieses Kapitels möglich ist. Der Benchmark (Kapitel 4.5 Gepäcktransport) gibt hierzu einen Überblick über die Versicherungssummen und etwaigen Entschädigungen.

5.8.1 Gepäckverspätung, Gepäckverlust, Gepäckbeschädigung

Sowohl aus dem Flugverkehr, als auch vom Paketdienst sind Gepäck- beziehungsweise Paketverspätungen sowie Verluste und Beschädigungen bekannt und werden von den Betroffenen meist als negativ empfunden. Kommt es zur Verspätung, zum Verlust, oder zur Beschädigung von Gepäck bei der Winterurlaubsreise, dann fehlt beispielsweise vor Ort die Skiausrüstung und es muss zusätzlich Geld für diese ausgegeben werden. Das Unternehmen hat schnell darauf zu reagieren, um den Schaden möglichst gering zu halten. Hierbei sind

Informationen über die Situation und die neue Planung sowie finanzielles Entgegenkommen für die KundInnen als wichtig zu erachten, da dadurch etwaige negative Folgen (Ärgernis und im schlimmsten Fall keine weitere Nutzung dieses Services) möglichst vermieden werden können. Um die angegebenen Punkte genauer zu untersuchen, sind folgende Fragen für die Analyse aufgestellt worden:

- Wie werden die KundInnen über mögliche Verspätungen, Verluste, oder Beschädigungen und deren Folgen informiert? Wie wird von Seiten der Bahnunternehmen damit umgegangen?
- Wie reagieren die Befragten auf Gepäckverspätung, -verlust und -beschädigung?

Das Interview mit den **ÖBB** hat ergeben, dass die KundInnen telefonisch (Kontaktdaten der KundInnen müssen angegeben werden) über den/die DisponentIn im Falle einer Verspätung, eines Verlusts, oder einer Beschädigung informiert werden und mit diesem das weitere Vorgehen besprochen wird. Sollten dadurch Kosten entstehen, dann werden diese von Seiten der ÖBB ersetzt. An dieser Stelle wird Bezug zum Gesetz genommen, welches die üblichen Fahrgastrechte regelt (analog zum Flugverkehr). (vgl. Binder, 2016)

Daraus lässt sich ableiten, dass die Abwicklungen bei Verspätungen, Verlust oder Beschädigung gesetzlich geregelt sind und alleine die Informationsvermittlung zu den KundInnen von den Bahnunternehmen zu überlegen ist.

In den vorherigen Kapiteln wurden bereits unterschiedliche Gründe, welche gegen einen Gepäckservice sprechen, analysiert. Die folgende Abbildung (Abbildung 23) zeigt die Gegenüberstellung der Antworten der Befragungen im Zug und vor Ort in Bezug auf die Gründe **Gepäckverspätung**, **Gepäckverlust** und **Gepäckbeschädigung**:

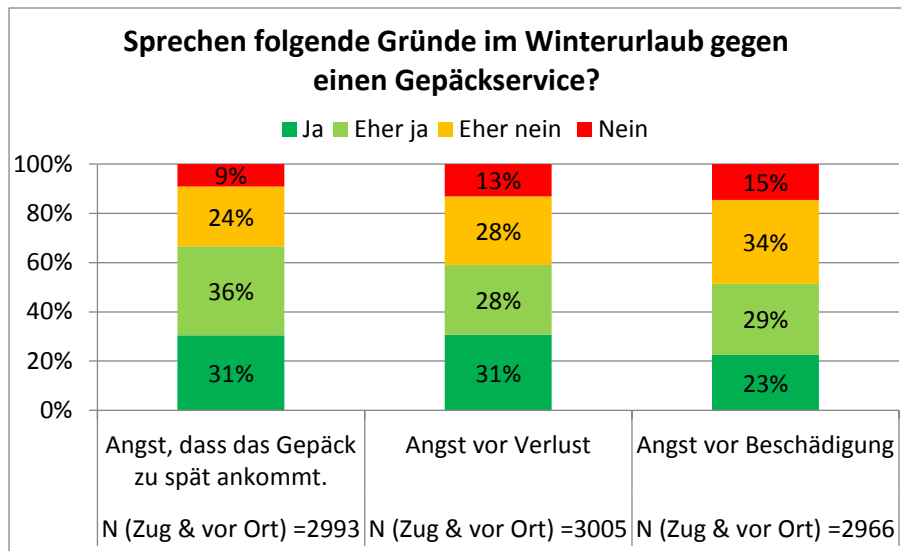


Abbildung 23: Gründe - Verspätung, Verlust, Beschädigung (eigene Darstellung)

Ein Vergleich dieser drei Gründe zeigt, dass die Angst vor Gepäckverspätung mit 67 % (Ja und Eher ja) von den Befragten am häufigsten genannt wurde. Der Gepäckverlust hat im Vergleich zur Gepäckbeschädigung um ca. 7 % mehr Nennungen mit Ja und Eher ja. Dies lässt vermuten, dass die Befragten eine Gepäckverspätung als wahrscheinlicher gegenüber Gepäckverlust, oder -beschädigung erachten und deshalb dieser mehr Beachtung zukommen lassen.

An dieser Stelle wird wiederum eine Gegenüberstellung (Abbildung 24) zu jenen Vor-Ort-Befragten gemacht, welche hauptsächlich mit dem eigenen Auto angereist sind (83 %).

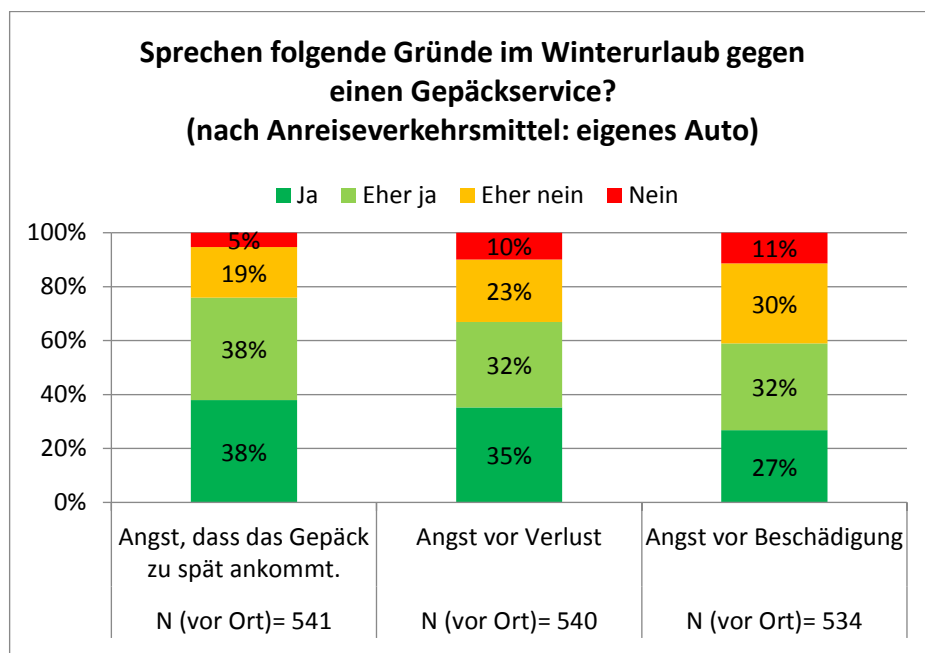


Abbildung 24: Gründe - Verspätung, Verlust, Beschädigung & Anreiseverkehrsmittel: eigenes Auto (eigene Darstellung)

Ein Vergleich zwischen diesen drei Gründen zeigt keine großen Unterschiede. Die Verspätung wurde wieder am häufigsten mit 76 % (Ja und Eher ja) genannt, gefolgt von Verlust mit 67 % (Ja und Eher ja) und Beschädigung mit 59 % (Ja und Eher ja). Wird jeder dieser Gründe einzeln betrachtet ist zu erkennen, dass jene, die mit dem eigenen Auto angereist sind im Vergleich zu allen Befragten die Ängste überdurchschnittlich oft als Verhinderungsgrund einstufen (vgl. Abbildung 23 und Abbildung 24).

In den nächsten Schritten werden diese drei Gründe genauer analysiert. Zunächst werden jene Befragten analysiert, die einen Gepäckservice für Wintersportgeräte verwenden würden. Aus dieser Gegenüberstellung haben sich keine nennenswerten Veränderungen ergeben.

Die folgende Gegenüberstellung gibt all jene Befragten wieder, welche zum Zeitpunkt der Befragungen im Zug in der 1. Klasse oder in der Business Class gereist sind.

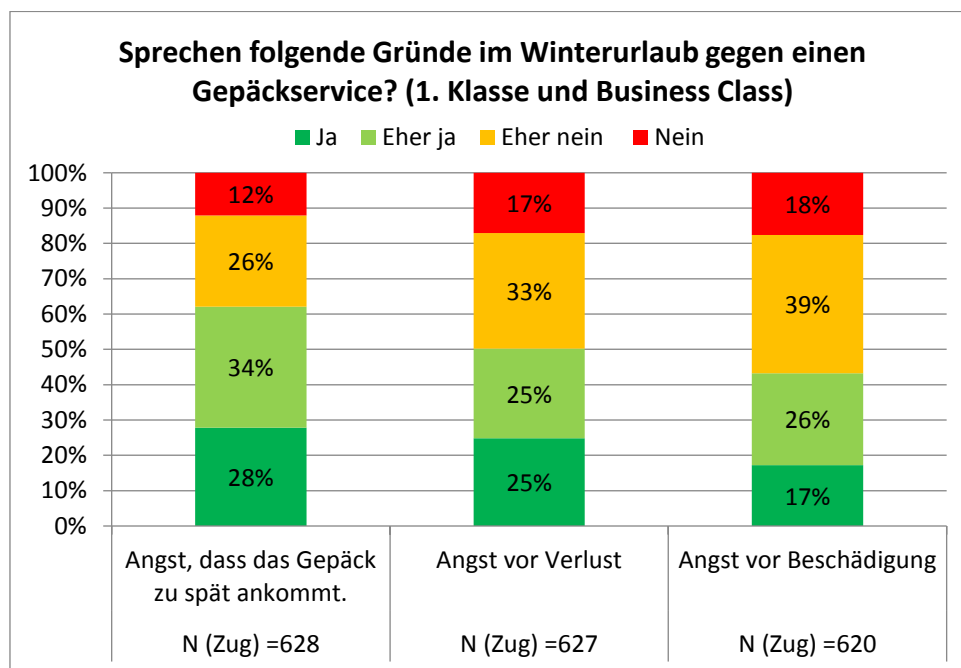


Abbildung 25: Gründe - Verspätung, Verlust, Beschädigung, 1. Klasse und Business Class (eigene Darstellung)

Werden bei dieser Gegenüberstellung die Ja und Eher Ja-Werte verglichen, ist zu erkennen, dass die Ängste bei der 1. Klasse und Business Class im Schnitt um ca. 8 % abnehmen gegenüber allen Befragten. Die Daten, welche die alleinige Zugbefragung betreffen (siehe Abbildung 6) ändern sich nur um einzelne Prozentwerte gegenüber denen im Zug und vor Ort. Demnach sinken die Ängste umso höher die Klasse des Sitzplatzes im Zug ist. Durch das

Reisen in der 1. Klasse oder Business Class steigt vermutlich das subjektive Sicherheitsempfinden, welches sich auch auf den Gepäckservice ausweitert.

Aus dem Forschungsprojekt **GepäckLos** ist bekannt, dass mit dem steigenden Alter die Ängste gegenüber des Gepäckservices (Angst vor Diebstahl, Beschädigung, Verspätung (+ Nichtankommen), Verlust) abnehmen. Diese zeigt sich auch bei Personen mit körperlicher Einschränkungen. Diese haben weniger Ängste vor Beschädigungen (27% gegenüber im Durchschnitt 38%), Verlust (30% gegenüber 37%), dem Nichtankommen (43% gegenüber 49%) und vor dem Zuspätkommen (41% gegenüber 50%) bezüglich des Gepäckservice, als jene ohne körperliche Einschränkungen (vgl. Widmann et al., 2015: 17f)

Die dementsprechenden Untersuchungen bei den Befragungen im Zug und vor Ort ergeben folgende drei Abbildungen (Abbildung 26, Abbildung 27 und Abbildung 28):

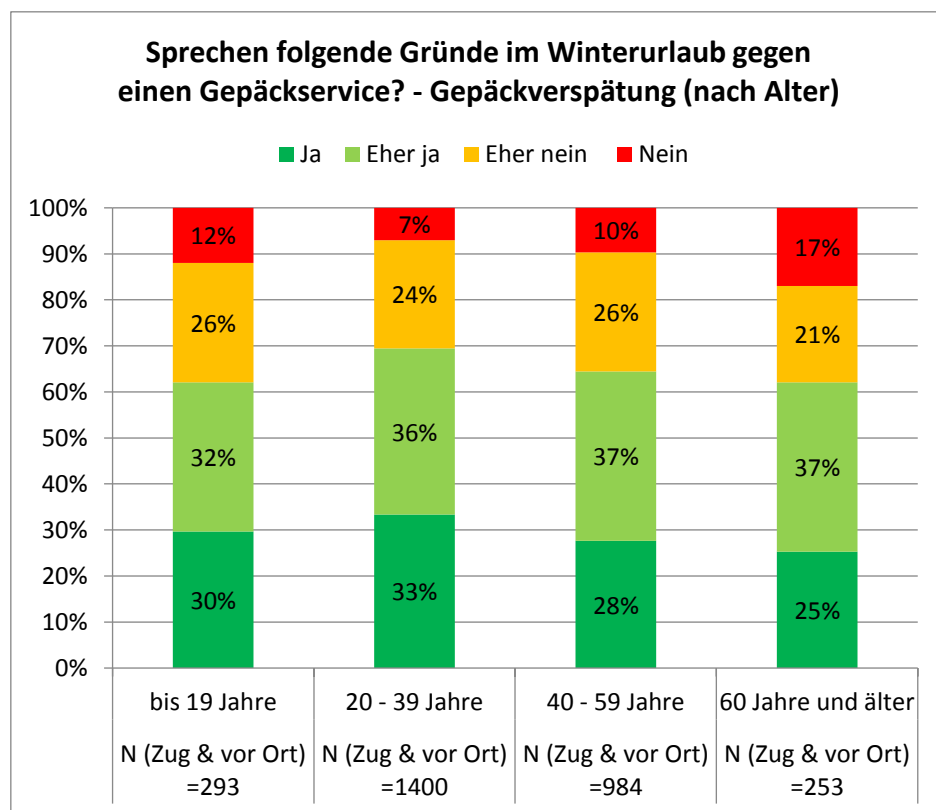


Abbildung 26: Verspätung, nach Alter (eigene Darstellung)

Abbildung 26 zeigt, dass vor allem bei den 60-Jährigen und Älteren, aber auch bei der Gruppe ‚bis 19 Jahre‘ (beide jeweils ca. 62 % Ja und Eher ja) die Angst vor Verspätung gegenüber den 20-59-Jährigen (Mittelwert = 67 % Ja und Eher ja) um 5 % sinkt. Zu vermuten ist, dass gegenüber den 20-59-Jährigen sowohl ältere als auch jüngere Personen den Faktor Zeit anders wahrnehmen.

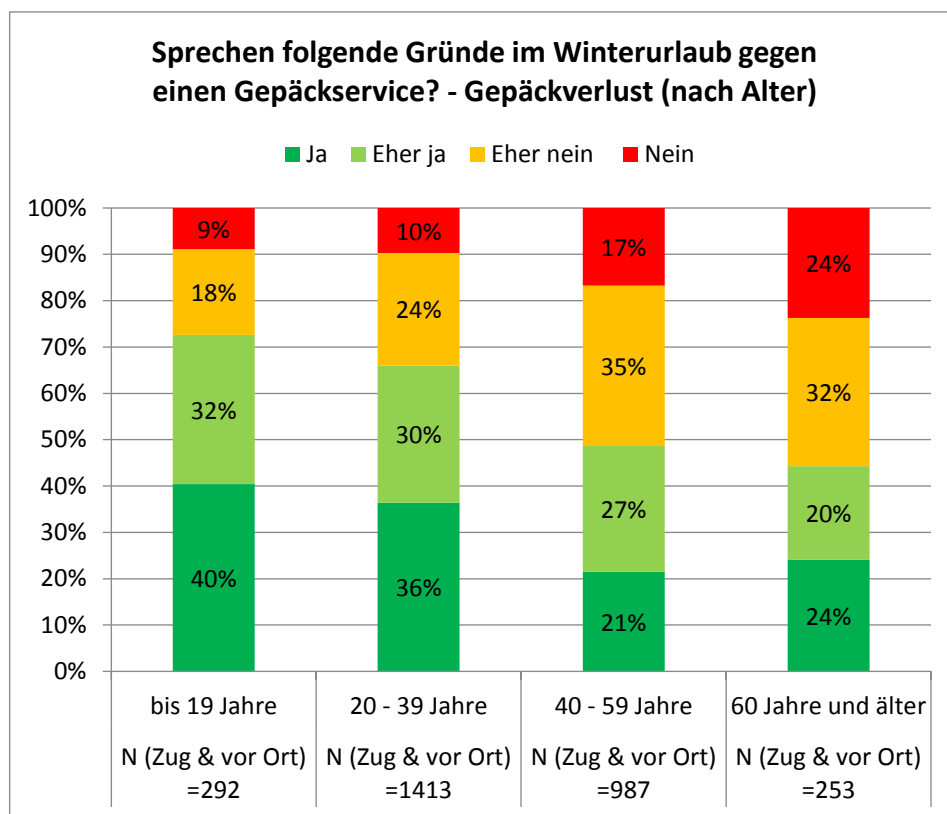


Abbildung 27: Gepäckverlust, nach Alter (eigene Darstellung)

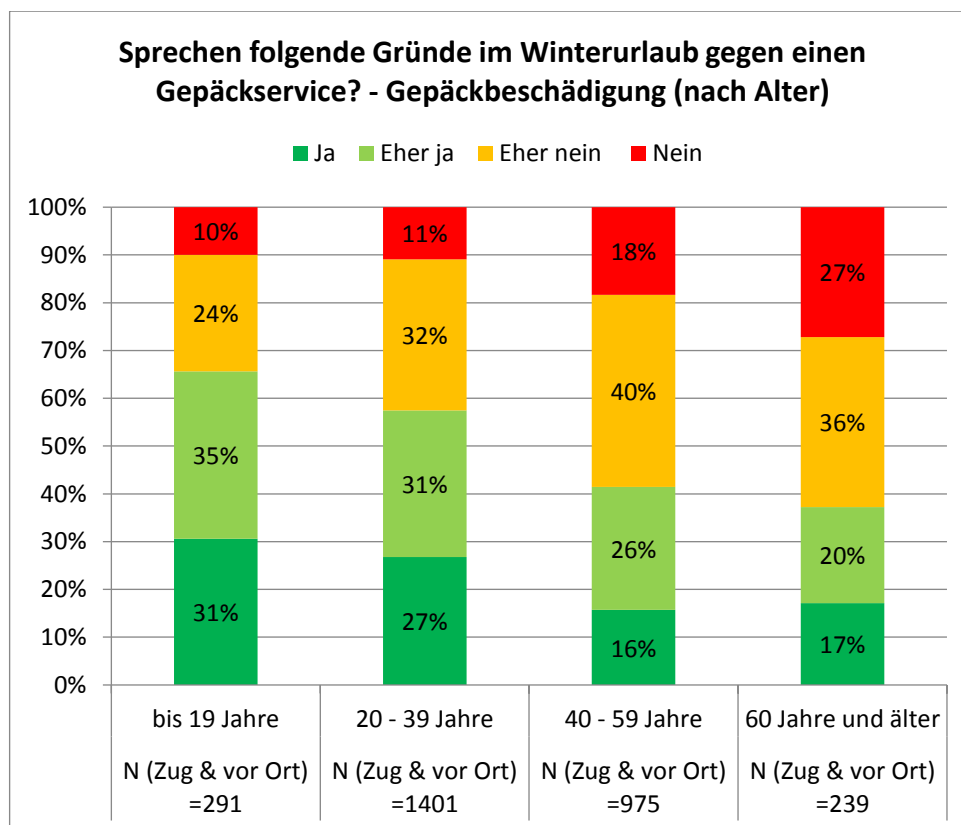


Abbildung 28: Gepäckbeschädigung, nach Alter (eigene Darstellung)

Bei den beiden Ängsten ‚Verlust‘ und ‚Beschädigung‘ ist die Tendenz, dass mit steigendem Alter die Ängste abnehmen (wie im Forschungsprojekt GepäckLos) klarer ersichtlich. Die Gruppe ‚60 Jahre und älter‘ weist bei der Angst vor Verlust (Ja und Eher ja) einen Abstand zu der Gruppe bis 19-Jahren von ca. 28 % auf und bei der Beschädigung (Ja und Eher ja) von ca. 29 %. Ältere Personen sind, diese Gründe betreffend, demnach angstbefreiter. Als Grund wird hierfür die Gelassenheit von älteren Personen (60+) gegenüber Einflüssen, die nicht von ihnen selbst steuerbar sind gesehen. Diese lassen sie sich eventuell von der Angst, des Verlusts oder der Beschädigung des Gepäcks nicht so sehr einnehmen oder lassen dieses Angstempfinden erst gar nicht zu.

5.9 Sendungsverfolgung

Die Möglichkeit die Sendungen online oder per Telefon zu verfolgen, ist bei Paketdienstleistern bereits weit verbreitet. Für die KundInnen besteht dadurch die Möglichkeit über ein solches Tool die einzelnen Schritte der Paketlieferung, wie Standorte und voraussichtliche Ankunftszeit jederzeit abzurufen. Die Sendungsverfolgung kann bei den KundInnen zum Empfinden von Kontrolle führen (z.B. durch die mögliche Umleitung der Lieferung) und ein Sicherheitsgefühl über das Wissen, dass das Paket unterwegs ist und in absehbarer Zeit ankommen wird, hervorrufen.

Die Gefühle von Kontrolle und Sicherheit sind für die KundInnen des Gepäckservice aus unterschiedlichen Gründen als wichtig zu erachten. Durch die Abgabe beziehungsweise Abholung gibt der/die Kunde/Kundin die Kontrolle über das Gepäck ab, welche durch eine Sendungsverfolgung etwas zurückgewonnen werden kann. Dadurch wird auch das Wissen über den Ort des Gepäcks übermittelt, welche für die Stärkung des Sicherheitsempfindens bedeutsam ist. Um dies zu überprüfen wurde folgende Fragestellung erstellt:

- Wie wichtig ist die Sendungsverfolgung für die Kundinnen und würde sie dazu beitragen, dass sich mehr Personen für ein Gepäckservice entscheiden?

Die **DB** hat bereits eine Online-Sendungsverfolgung, welche auf der Website zu finden ist (vgl. DB [4], 2017). Diese funktioniert nur innerhalb Deutschlands, da das Gepäck an der Grenze an ein Subunternehmen weitergegeben wird. Alternativ besteht aber auch die Möglichkeit des kostenlosen Info-Service (Auftragsbestätigung bis Zustellung) über die

Bekanntgabe der Mailadresse und Telefonnummer der KundInnen bei der Buchung. Laut DB wird die Sendungsverfolgung sehr gut von den KundInnen angenommen, dennoch wird beim Kundenservice vom Hermes oft telefonisch nachgefragt, wohinter die Zielgruppe von Personen im Alter von 50 Jahren und darüber vermutet wird. (vgl. Kohlstedt, 2016)

Das Thema Sendungsverfolgung wurde bei den Befragungen im Zug berücksichtigt.

Die Abbildung 29 zeigt, dass eine Sendungsverfolgung bei 68 % (Ja und Eher ja) zur Nutzung einer Gepäckserviceleistung beiträgt. Werden diese Daten mit der Frage: ‚Würden Sie einen solchen Service bei einer Winterurlaubsreise nutzen?‘ verschnitten, dann ergibt sich folgende Abbildung (Abbildung 30):

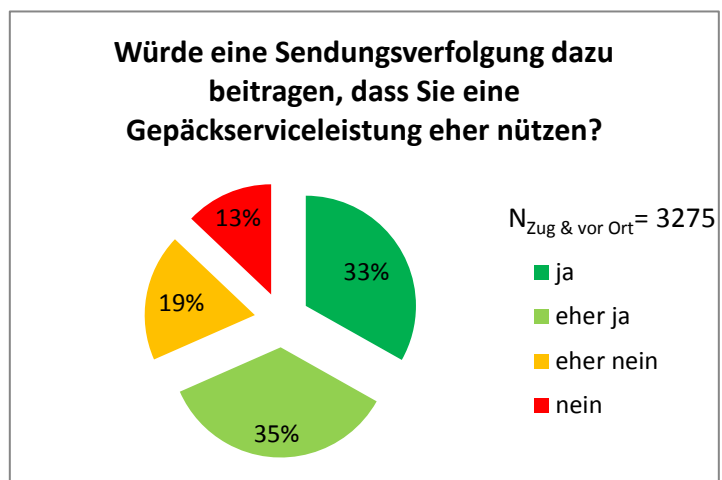


Abbildung 29: Wichtigkeit der Sendungsverfolgung (eigene Darstellung)

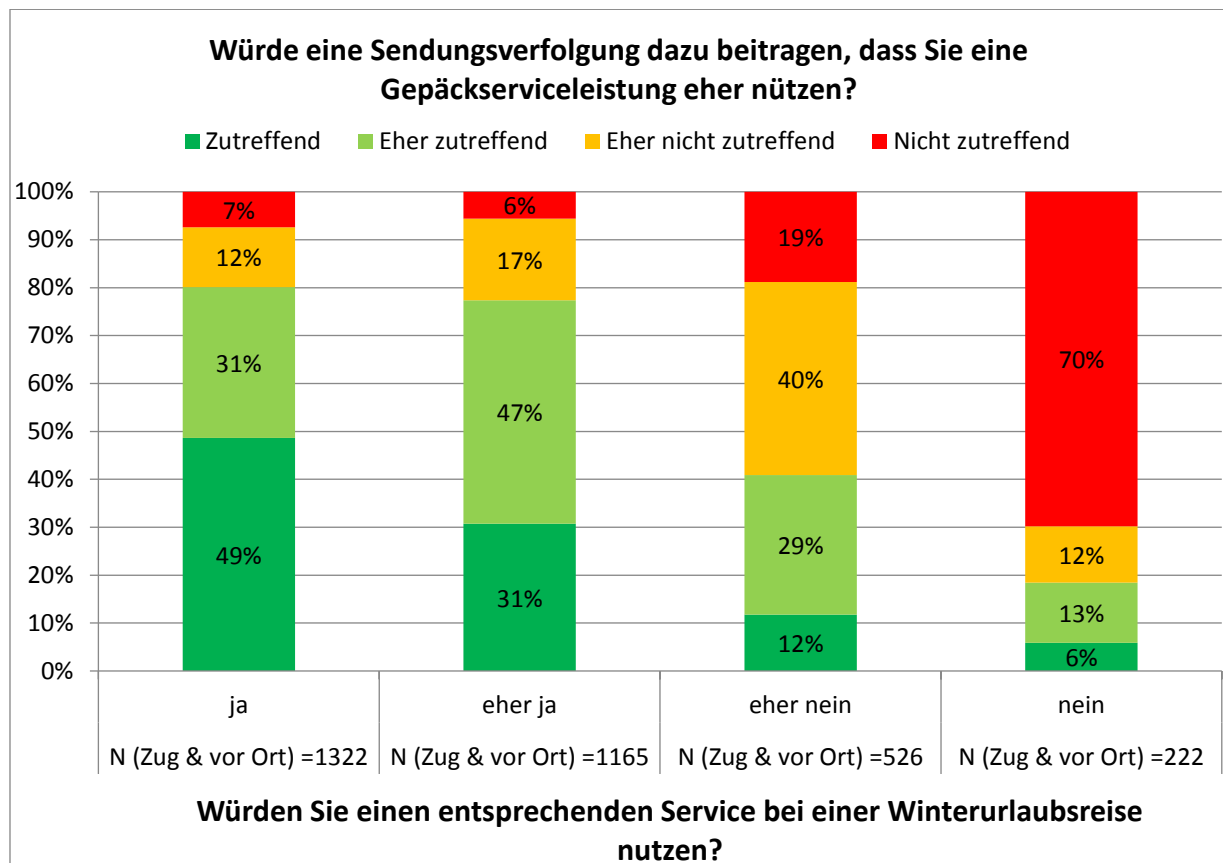


Abbildung 30: Sendungsverfolgung & Nutzung Gepäckservice (eigene Darstellung)

Aus Abbildung 30 ist ein Unterschied zwischen jener Gruppe die einen Gepäckservice ‚eher nicht‘ und jenen, die einen Gepäckservice nicht nutzen würden, zu sehen. Bei jenen, die einen Gepäckservice nicht nutzen würden, sagen ca. 19 % (ja und eher ja), dass eine Sendungsverfolgung zu einer zukünftigen Nutzung beitragen kann. Dahingegen sind es bei denen, die einen Gepäckservice ‚eher nicht‘ nutzen würden bereits ca. 41 % (ja und eher ja).

Im Folgenden werden für diese Gegenüberstellung nur jene Befragten analysiert, die hauptsächlich mit dem eigenen Auto (ca. 83 %) angereist sind:

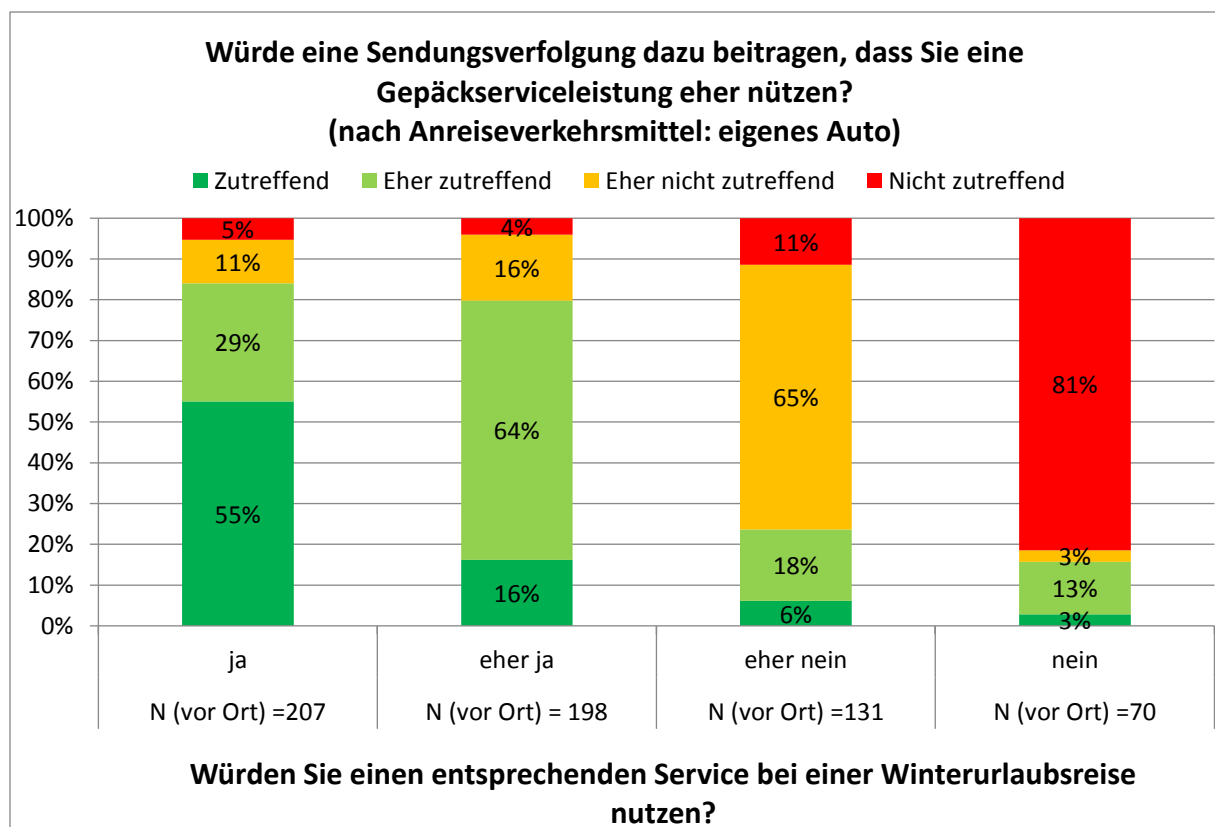


Abbildung 31: Sendungsverfolgung & Nutzung Gepäckservice & Anreiseverkehrsmittel: eigenes Auto (eigene Darstellung)

Ein Unterschied zu der vorherigen Abbildung (Abbildung 30) ist vor allem bei jenen Befragten zu sehen, die einen Gepäckservice ‚eher nicht‘ nutzen würden. Von diesen (Abbildung 31) haben ca. 76 % angegeben, dass eine Sendungsverfolgung (eher) nicht zu einer Nutzung des Gepäckservices beitragen würde. Dahingegen waren es bei allen Befragten (ohne Filter) ca. 59 % (Abbildung 30). Aus dieser Gegenüberstellung ist zu sehen, dass von jenen, die hauptsächlich mit dem Auto angereist sind und einen Gepäckservice (eher) nicht nutzen würden, eine Sendungsverfolgung (eher) nicht zur Nutzung des Gepäckservices beitragen würde.

Der Sprung von jenen, bei denen eine Sendungsverfolgung eher zur Nutzung eines Gepäckservice beitragen würde, zu jenen, bei denen eine Sendungsverfolgung eher nicht dazu beitragen würde (jeweils die Mehrheiten), verschiebt sich im Vergleich zur vorherigen Abbildung (Abbildung 30) mit allen Befragten. Werden alle Befragten in Betracht gezogen, dann ist dieser Sprung zwischen jenen zu sehen, die einen Gepäckservice eher nicht und jenen, die diesen nicht nutzen würden. Wohingegen der Sprung bei den Anreisenden mit Auto zwischen jenen liegt, die einen Gepäckservice eher nutzen und jenen die ihn eher nicht nutzen würden. Demnach wird verdeutlicht, dass bei den Anreisenden mit eigenem Auto eine Sendungsverfolgung weniger von Bedeutung ist als bei allen Befragten.

Im Folgenden wird nun auf die Gruppe, die einen Gepäckservice nicht nutzen würde in Verbindung mit dem Alter und der Sendungsverfolgung näher eingegangen.

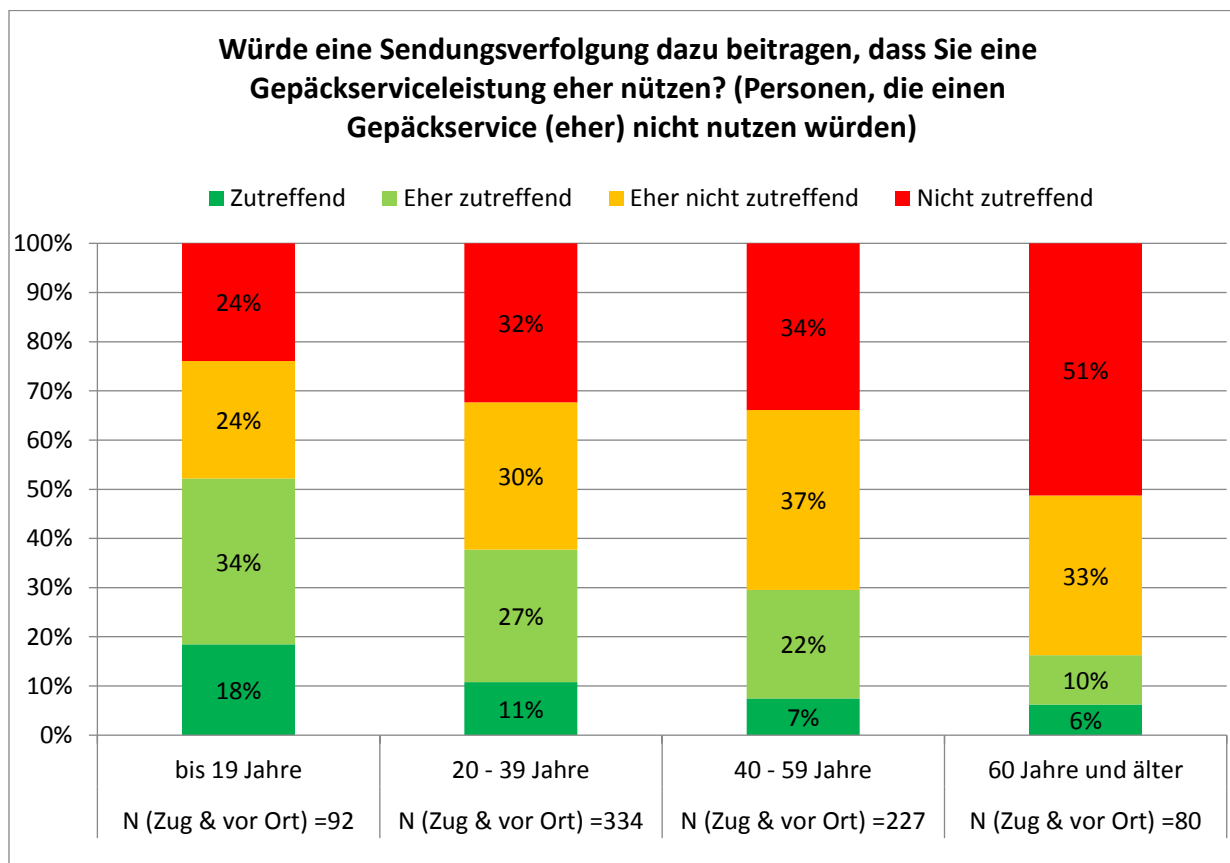


Abbildung 32: Sendungsverfolgung & (eher) nicht Nutzung Gepäckservice, nach Alter (eigene Darstellung)

Aus Abbildung 32 ist zu erkennen, dass die Wichtigkeit der Sendungsverfolgung mit dem Alter abnimmt. In Betracht werden hier nur jene gezogen, die einen Gepäckservice (eher) nicht nutzen würden. Ca. 84 % innerhalb der Altersgruppe ‚60 Jahre und älter‘ geben an, dass eine Sendungsverfolgung (eher) nicht dazu beiträgt, dass sie einen Gepäckservice

nutzen würden. Bei der Gruppe der bis 19-Jährigen geben von jenen, die einen Gepäckservice (eher) nicht nutzen würden, bereits über die Hälfte an, dass eine Sendungsverfolgung dazu beitragen kann. An dieser Gegenüberstellung ist zu erkennen, dass sich durch eine Einführung einer Sendungsverfolgung Personen unter 40 Jahren eher angesprochen fühlen.

6 Conclusio

Die Untersuchungen der Servicemerkmale des Gepäckservices (Information, Buchung, Bezahlung, Abholung, Gepäcktransport, Sendungsverfolgung, Zustellung) zeigen, dass jeder Einzelne in Verbindung mit Flexibilität und/oder Sicherheit steht und sich diese gemeinsam über diese beiden Begriffe zusammenfassen lassen. Die Flexibilität trägt zur Anpassungsfähigkeit an die Wünsche und Bedürfnisse der KundInnen bei und die objektive Sicherheit (Definition über die Wirklichkeit) sowie das subjektive Sicherheitsempfinden (individuelle psychologische Reaktionen) zur KundInnenbereitschaft, sich für dieses Produkt zu entscheiden.

Durch die Ergebnisse aller im Rahmen dieser Arbeit angewendeten Methoden lassen sich unterschiedliche Personengruppen definieren, für die verschiedene Maßnahmen erforderlich sind, welche zur verstärkten Nutzung des Gepäckservices in Kombination mit einer nachhaltigen An- und Abreise per Bahn führen.

Bei den Befragungen im Zug und vor Ort ist der **„zu hohe Preis“** am häufigsten (Zugbefragung: 77 %, vor Ort Befragungen: 78 %) von den möglichen Gründen, welche gegen eine Nutzung des Gepäckservice sprechen, genannt worden. Dieser ist speziell in Kombination mit den diversen Ängsten (vor Verspätung, Verlust und Beschädigung) für die Befragten von Bedeutung. Für die folgenden Personengruppen ist ein zu hoher Preis besonders relevant:

- für die 20-39 Jährigen zu 83 %
- für die Gruppe der bis 19 Jährigen, die mit dem eigenen Pkw angereist sind, zu 86 %
- für jene, die angegeben haben einen Gepäckservice bei einer Winterurlaubsreise generell nicht zu nutzen zu 78 %

Die Einführung einer Preisstaffelung ist eine Maßnahme, um Angebote an das Budget der KundInnen anzupassen und dadurch dem Grund **„zu hoher Preis“** entgegenzuwirken. Ein Vorschlag hierfür ist, diese über die Flexibilität der KundInnen zu gestalten: Je flexibler der/die KundIn ist, umso billiger wird der Gepäckservice (zum Beispiel über eine von den KundInnen durchgeführte Abgabe von beziehungsweise Abholung bei einem Partnershop).

Hinsichtlich der Abholung des Gepäcks zu Hause ist sowohl die Unterteilung der **Zeitfenster** als auch die mögliche **Abholzeit** ausschlaggebend für das KundInneninteresse an einem

Gepäckservice. Unterschiede sind diesbezüglich bei der Zahlungsbereitschaft und bei den zeitlichen Möglichkeiten, welche die Gepäckabholung betreffen, erkennbar:

Zeitfenster

- von jenen Befragten, die bereit sind für die Auswahl eines Abhol- beziehungsweise Zustellzeitfenster zu bezahlen (22 %), sind 75 % bereit einen Betrag von über 5 € und 46 % mehr als 10 € zu bezahlen.

Abholzeit

- Von jenen Befragten, die bereit sind für ein Service zu bezahlen, bei dem sie das Gepäck möglichst spät abgeben können und es am Urlaubsort trotzdem gleichzeitig bekommen (20 %), sind 53 % bereit einen Betrag zwischen 6 € und 20 € zu bezahlen und jeweils 17 % haben eine Zahlungsbereitschaft zwischen 21 € und 40 € beziehungsweise von über 40 €.
- Für einen solchen Zusatzservice haben mit 12 % jene die geringste Zahlungsbereitschaft, die frühestens bis zu 1h vor Reisebeginn für eine Gepäckabholung bereit sind.
- Für 24 % der Befragten ist auf Grund der aus ihrer Sicht frühestmöglichen Abholzeit des Gepäcks eine Standardlieferung nicht möglich.
- Je früher das Gepäck für die Abholung bereit ist (aus Sicht der KundInnen), umso eher nutzen die Personen einen Gepäckservice.

Zusätzlich zu einem Tür-zu-Tür Service bestehen Überlegungen, die Gepäckabgabe am Bahnhof oder bei Partnershops zu ermöglichen. Durch diese Varianten entfallen die Gebundenheit an die Zeitfenster und die Abholzeit.

Hinsichtlich einer möglichen Abgabe am beziehungsweise Zustellung zum **Bahnhof** lassen sich zwei NutzerInnengruppen für den Gepäckservice identifizieren:

- Der Wunsch nach einer Abgabe beziehungsweise Zustellung des Gepäcks am beziehungsweise zum Bahnhof sinkt mit dem Alter
- Der Wunsch nach der Abgabe am beziehungsweise Zustellung zum Bahnhof sinkt mit der Größe des Gepäcks

Demnach ist ein Tür-zu-Tür Service für die beiden Personengruppen, ältere Personen und Personen mit großem Gepäck bedeutend, da durch ein solches Service auf die Bedürfnisse dieser KundInnen eingegangen wird.

Überlegungen zur Einführung von **Partnershops** sind bereits von den Bahnunternehmen angedacht. Sowohl bei der Abgabe am beziehungsweise Zustellung zum Bahnhof als auch bei der Umsetzung von Partnershops können die Preise über deren Staffelung an die Flexibilität der KundInnen angepasst werden.

Wie bereits erwähnt ist die Kombination der Verhinderungsgründe ‚zu hoher Preis‘ und **‚Ängste‘** (Verspätung, Verlust und Beschädigung) für die Befragten besonders ausschlaggebend. Bezüglich der Ängste ergeben sich folgende Personengruppen:

- Die Angst vor Verspätung ist von den drei Ängsten mit 67 % die am meist genannte.
- Bei den Winterurlaubsreisenden, die hauptsächlich mit dem eigenen Auto angereist sind, ist mit 76 % die Verspätung am häufigsten als Grund angegeben worden, einen Gepäckservice nicht zu nutzen.
- Bei den Befragten im Zug sinken die Ängste, umso höher die Reiseklasse im Zug ist. (→ subjektives Sicherheitsempfinden)
- Die Angst vor Verspätung ist bei den 20-39-Jährigen mit ca. 70 % am höchsten.
- Bei den Ängsten ‚Verlust‘ und ‚Beschädigung‘ sinken die Ängste mit steigendem Alter.

Eine Möglichkeit zur Steigerung des subjektiven Sicherheitsempfindens ist die Einführung einer **Sendungsverfolgung**. Dadurch sind die KundInnen in der Lage den Aufenthaltsort ihres Gepäcks zu ermitteln und werden über eine eventuelle Verspätung informiert. Die Befragungen zum Thema Sendungsverfolgung liefern folgende Erkenntnisse:

- Bei 68 % der Befragten würde eine Sendungsverfolgung das Interesse an der Nutzung einer Gepäckserviceleistung steigern.
- Die Sendungsverfolgung ist für jene Befragten wichtiger, die einen Gepäckservice bei einer Winterurlaubsreise nutzen würden (80 %), als für jene Befragten, die angegeben haben, einen solchen nicht nutzen zu wollen (19 %).
- Von jenen, die einen Gepäckservice nicht nutzen würden, ist die Wichtigkeit der Sendungsverfolgung bei jüngeren Personen höher (52 %), als bei den 60 Jährigen und Älteren (16 %).

Abschließend werden die KundInnenanforderungen anhand von konkreten Produktmerkmalen dargestellt. Die Flexibilität spielt bei allen Merkmalen eine bedeutende Rolle. Sie ist als Teil der verschiedenen KundInnenanforderungen zu sehen, da sich über die Flexibilität das Produkt Gepäckservice anpassungsfähig an die unterschiedlichen KundInnenbedürfnisse und -wünsche gestalten lässt. Im Zusammenhang mit Flexibilität stehen die Buchungsmöglichkeiten, die Angebotsvielfalt, die Gebundenheit an Ort und Zeit und die Preisstaffelung.

Erweiterung der Angebote: Durch eine Angebotsvielfalt (Partnershops, Expresslieferung, wählbare Zeitfenster etc.) können sich die KundInnen jenes Gesamtpaket zusammenstellen, welches sich am besten an ihre Bedürfnisse und ihr zur Verfügung stehendes Kapital anpasst.

Partnershops: Durch die Einbindung von Partnershops, haben die KundInnen die Möglichkeit das Gepäck (selbstständig) abzugeben und abzuholen. Dadurch entfällt für die KundInnen die Gebundenheit an Ort und Zeit (wie beim Tür-zu-Tür Service). Es sind auch Gepäckabgaben und –rückgabestellen auf Bahnhöfen vorzusehen.

Expresslieferung: Die Einführung einer Expresslieferung ermöglicht eine Lieferung am selben oder am nächsten Tag. Dadurch entsteht für die KundInnen die Möglichkeit das Gepäck erst unmittelbar vor der Reise abzugeben und es trotzdem rechtzeitig am Urlaubsort zu bekommen.

Wahl von Abhol- und Zustellzeitfenstern: Diese ist für das Tür-zu-Tür Gepäckservice ein wichtiges Produktmerkmal. Dadurch entfällt für die KundInnen die Gebundenheit an das ganztägige Zeitfenster.

Preisstaffelung: Durch die Einführung einer Preisstaffelung sind Vergünstigungen (zum Beispiel über die eigenständige Gepäckabgabe der KundInnen bei Partnershops) als auch Verteuerungen (bei Expresslieferungen) des Gepäckservice möglich.

Zusätzlich zur Flexibilität ist auch die Sicherheit für das Produkt Gepäckservice von Bedeutung. Diesbezüglich sind die Möglichkeit einer Umbuchung und die Einführung einer Sendungsverfolgung von entsprechender Wichtigkeit.

Umbuchung: Durch diese Möglichkeit gestaltet sich der Gepäckservice flexibler und das subjektive Sicherheitsempfinden der KundInnen steigt durch das Wissen spontan die Reisepläne ändern zu können.

Sendungsverfolgung: Die Einführung einer Sendungsverfolgung lässt für die KundInnen eine Ortung des Gepäcks zu und sendet Informationen über die aktuelle Ankunftszeit (→ Erhöhung des subjektiven Sicherheitsempfindens). Zusätzlich besteht über diese die Möglichkeit, das Gepäck spontan zu einer anderen Adresse umleiten zu lassen.

Die Analyse der verschiedenen Personengruppen zeigt, wie verschieden die KundInnenanforderungen an den Gepäckservice ausfallen und an welchen Stellen gezielte Maßnahmen zur Verbesserung des Produktes Gepäckservice sowie zur Erhöhung der KundInnenzufriedenheit getroffen werden können. Zu berücksichtigen ist, dass jeder Mensch individuell ist und so auch seine Bedürfnisse, Probleme und Wünsche und die damit verbundenen Anforderungen an den Gepäckservice. Die Umsetzung einer Maßnahme bedeutet demnach nicht, dass dadurch die gesamte Zufriedenheit an den Service gegeben ist. Vielmehr ist hier ein Mix an Maßnahmen, der die individuellen Anforderungen berücksichtigt, anzuwenden, um dadurch das breite Spektrum an unterschiedlichen Menschen in deren jeweiligen sozialen Kontext zu erreichen.

7 Verzeichnisse

7.1 Abkürzungsverzeichnis

AUA	-Austrian Airlines
ca.	-circa
DB	-Deutsche Bahn
et al.	-et alii (und andere)
etc.	-et cetera (und so weiter)
ÖBB	-Österreichische Bundesbahnen
SBB	-Schweizerische Bundesbahnen
vgl.	-vergleiche

7.2 Quellenverzeichnis

Austrian Airlines Aktiengesellschaft

[1] (2017): Buchung. https://www.austrian.com/Info/FAQ/Booking.aspx?sc_lang=de&cc=AT.
Letzter Zugriff: 07.03.2017

[2] (2017): Light, Classic, Flex, Business.
https://www.austrian.com/de/Info/Book/NKM?sc_lang=de&cc=AT. Letzter Zugriff: 09.02.2017

[3] (2017): Ab morgen: Reisende können Gepäck abgeben oder selbst einchecken. Service, Produkte, Awards.
http://www.austrianairlines.ag/Press/PressReleases/Press/2016/12/094.aspx?sc_lang=de&mode={30999B4B-42D0-45A6-B671-FE5E3CB68ED8}. Letzter Zugriff: 23.03.2017

Amtrak.com (2016): <https://www.amtrak.com/home>. National Railroad Passenger Corporation.
Letzter Zugriff: 23.11.2016

Biagini, P. (2016): Telefoninterview, Schweizerische Bundesbahnen; Wien, 11.11.2016

Binder, P. (2016): Interview, Österreichische Bundesbahnen, Customer Experience Fernverkehr;
Wien, 10.11.2016

BMFWF (Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft) (2013):

Tourismusbildung 2030. Studie Tourismusbildung 2030 in Österreich. Wien. Online verfügbar:
http://www.bmfwf.gv.at/Tourismus/TourismusstudienUndPublikationen/Documents/HP_Tourismusbildung%202030_Langfassung_25.11.pdf. Letzter Zugriff: 17.02.2017

Cargo International

[1] (2016): Paketversand. <http://www.cargointernational.de/paketversand>. Letzter Zugriff: 21.12.2016

[2] (2016): Internationaler Kofferversand. <http://www.cargointernational.de/kofferversand>.
Letzter Zugriff: 21.12.2016

[3] (2016): Ski- und Snowboard Versand. <http://www.cargointernational.de/skiversand>. Letzter Zugriff: 21.12.2016

[4] (2016): Fahrradversand. <http://www.cargointernational.de/fahrradversand>. Letzter Zugriff: 21.12.2016

[5] (2016): Verpackungstipp Koffer versenden.
<http://www.cargointernational.de/verpackungstipp-kofferversand>. Letzter Zugriff: 21.12.2016

[6] (2016): FAQ – Fragen & Antworten. <http://www.cargointernational.de/faq>. Letzter Zugriff: 22.12.2016

[7] (2016): Sendungsverfolgung. <https://www.cargointernational.de/sendungsverfolgung-1>.
Letzter Zugriff: 22.12.2016

Cerne, M. und Köppl, F. (2016): Interview, Vienna Airport; Schwechat, 16.11.2016

DB (Deutsche Bahn)

[1] (2016): Mit DB Gepäckservice immer einen Koffer voraus! Unbeschwert reisen - ohne Gepäck.

https://www.bahn.de/p/view/mdb/bahnintern/services/gepaeck/mdb_208349_20151213_br oschuere_db_gepaeckservice.pdf. Letzter Zugriff: 12.12.2016

[2] (2017): Sie haben ihre Pläne geändert? <https://www.bahn.de/p/view/service/buchung/gepaeck/buchung-aendern.shtml>. Letzter Zugriff: 02.02.2017

[3] (2017): Ihr Preisrechner DB Gepäcksrevice. Bequem ohne Gepäck reisen, was kostet das für Ihre Reise?

<https://www.bahn.de/p/view/service/buchung/gepaeck/kuriergepaeckrechner.shtml>. Letzter Zugriff: 09.02.2017

[4] (2017): Sendungsverfolgung DB Gepäckservice.

<https://www.bahn.de/p/view/service/buchung/gepaeck/sendungsverfolgung.shtml>. Letzter Zugriff: 22.02.2017

DHL Express

[1] (2016): Paket National. Zuverlässig Pakete versenden. <https://www.dhl.de/dhl-paket>. Letzter Zugriff: 20.12.2016

[2] (2016): Reisegepäck. Koffer bequem vorausschicken. <https://www.dhl.de/reisegepaeck>. Letzter Zugriff: 20.12.2016

[3] (2016): Service Sperrgut. <https://www.dhl.de/de/privatkunden/information/service-sperrgut.html>. Letzter Zugriff: 21.12.2016

[4] (2016): Abholung. Pakete ganz bequem abholen lassen. <https://www.dhl.de/de/privatkunden/pakete-versenden/pakete-abgeben/pakete-abholen-lassen.html>. Letzter Zugriff: 22.12.2016

[5] (2016): Wunschtage. Bestimmen Sie selbst, an welchem Tag Sie Ihr Paket erhalten möchten. <https://www.dhl.de/de/privatkunden/pakete-empfangen/pakete-zuhause-empfangen/wunschtag.html>. Letzter Zugriff: 22.12.2016

[6] (2016): Hilfe und Kontakt. <https://www.dhl.de/de/privatkunden/hilfe-kundenservice/themenauswahl/content-seiten/sendungsverfolgung/kontaktkanal-telefon.html>. Letzter Zugriff: 22.12.2016

[7] (2016): DHL Packstation. Pakete rund um die Uhr an die Packstation senden lassen. <https://www.dhl.de/de/privatkunden/pakete-empfangen/an-einem-abholort-empfangen/packstation-empfang.html>. Letzter Zugriff: 22.12.2016

[8] (2016): In der Filiale empfangen. Filiale auswählen und Pakete in der Nähe empfangen. <https://www.dhl.de/de/privatkunden/pakete-empfangen/an-einem-abholort-empfangen/filiale-empfang.html>. Letzter Zugriff: 22.12.2016

[9] (2016): Hilfe zur Sendungsverfolgung. <https://www.dhl.de/de/privatkunden/hilfe-kundenservice/sendungsverfolgung.html>. Letzter Zugriff: 22.12.2016

[10] (2016): DHL Paketbox. Schnell und einfach frankierte Sendungen verschicken. <https://www.dhl.de/de/privatkunden/pakete-versenden/pakete-abgeben/paketbox.html>. Letzter Zugriff: 22.12.2016

Europäische Kommission (2017): Flexicurity. Was ist Flexicurity? Letzter Zugriff: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=102&langId=de>. Letzter Zugriff: 02.02.2017

finanzen.at (2016): Währungsrechner: Schweizer Franken – Euro.

<http://www.finanzen.at/waehrungsrechner/schweizer-franken-euro>. Letzter Zugriff: 30.11.2016

Geissler, B. (2003): Flexibilität in Arbeit und Alltag: das neue Paradigma der postindustriellen Gesellschaft. IFF Info, Zeitschrift des Interdisziplinären Frauenforschungs- Zentrums, 2003, Nummer 26, 53-62.

Greifeneder, R. und Wänke, M. (2007): Mehr ist mehr? Die psychologische Wirkung von Angebotsvielfalt und Markenbreite. In: Psychologie der Markenführung. München, S. 149-158. Online verfügbar: http://edoc.unibas.ch/8198/1/PUBL_W%C3%A4nke-Greifeneder_2007_Mehr%20ist%20mehr%20Die%20psychologische%20Wirkung%20von%20Angebotsvielfalt%20und%20Markenbreite.pdf. Letzter Zugriff: 01.02.2017

Hermes

[1] (2016): Pakete national (S bis XXL).

<https://www.myhermes.de/wps/portal/paket/Home/privatkunden/preise/nationaler-versand/paket-national>. Letzter Zugriff: 20.12.2016

[2] (2016): Gepäckversand. Reisegepäck und Koffer versenden mit Hermes - deutschlandweit!

<https://www.myhermes.de/wps/portal/paket/Home/privatkunden/preise/nationaler-versand/gepaeckversand>. Letzter Zugriff: 20.12.2016

[3] (2016): Sport- und Sondergepäck.

<https://www.myhermes.de/wps/portal/paket/Home/privatkunden/preise/nationaler-versand/sondergepaeck>. Letzter Zugriff: 20.12.2016

[4] (2016): Fahrradversand.

<https://www.myhermes.de/wps/portal/paket/Home/privatkunden/preise/nationaler-versand/fahrradversand>. Letzter Zugriff: 20.12.2016

[5] (2016): Statt warten: Durchstarten!

https://www.myhermes.de/wps/portal/paket/Home/privatkunden/service/hermes_paketankuendung. Letzter Zugriff: 22.12.2016

[6] (2016): Versandarten bei Hermes.

<https://www.myhermes.de/wps/portal/paket/Home/privatkunden/preise/versandarten#c2c>. Letzter Zugriff: 22.12.2016

[7] (2016): Kontakt.

<https://www.myhermes.de/wps/portal/paket/Home/privatkunden/service/kontakt>. Letzter Zugriff: 22.12.2016

[8] (2016): Sendungsverfolgung.

<https://www.myhermes.de/wps/portal/paket/Home/privatkunden/sendungsverfolgung>. Letzter Zugriff: 22.12.2016

Kinkel, S.; Lay, G.; Jäger, A. (2007): Mehr Flexibilität durch Organisation. Stellenwert strategischer Flexibilitätsziele, Nutzung organisatorischer Befähiger und Erreichbarkeit von Flexibilitätszuwächsen. Mitteilungen aus der ISI-Erhebung zur Modernisierung der Produktion, Frauenhofer- Institut für System – und Innovationsforschung, 2007, Nummer 42, 1-12.

Kohlstedt, S. (2016): Interview, Deutsche Bahn; Wien, 15.11.2016.

Misoch, S. (2015): Qualitative Interviews. Berlin/München/Boston: Walter de Gruyter GmbH, Oldenbourg.

ÖBB (2016): Haus-Haus-Gepäck: Ihr persönlicher Gepäckträger. <https://www.oebb.at/de/leistungen-und-services/haus-haus-gepaeck>. Letzter Zugriff: 23.11.2016

Österreichische Post AG (Aktiengesellschaft)

[1] (2016): Pakete versenden. https://www.post.at/privat_versenden_paket.php. Letzter Zugriff: 20.12.2016

[2] (2016): Tarife für Paket in Österreich.

https://www.post.at/privat_versenden_paket_oesterreich_tarife.php#17929. Letzter Zugriff: 20.12.2016

[3] (2017): Paketumleitung einmalig.

https://www.post.at/privat_empfangen_paket_paketumleitung_einmalig.php. Letzter Zugriff: 02.02.2017

[4] (2017): Suchergebnisse. Standorte.

https://www.post.at/suche/standortsuche.php/index?suche_quick=Wien&filter%5B%5D=filiale&attribute%5B512%5D=512. Letzter Zugriff: 21.02.2017

[5] (2017): Die Abholstation. [https://www.post.at/privat_filialen_sb-](https://www.post.at/privat_filialen_sb_zone_die_abholstation.php#10314)

[zone_die_abholstation.php#10314](https://www.post.at/privat_filialen_sb_zone_die_abholstation.php#10314). Letzter Zugriff: 21.02.2017

[6] (2017): Post Empfangsbox. https://www.post.at/privat_empfangen_empfangsbox.php.

Letzter Zugriff: 21.02.2017

[7] (2017): 24h senden und empfangen.

https://www.post.at/privat_filialen_sb_zone_24h_versenden_und_empfangen.php#VERSANDBOX. Letzter Zugriff: 21.02.217

Österreich Werbung Wien (2015): Tourismus Österreich nach Bundesländern.

<https://www.austriatourism.com/tourismusforschung/tourismus-in-zahlen/oesterreichischer-tourismus-in-zahlen/tourismus-oesterreich-nach-bundeslaendern/>. Letzter Zugriff: 16.02.2017

Projektantrag Easy Travel (2015): Mobilität der Zukunft. FFG (Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft), nicht veröffentlicht.

SBB (Schweizerische Bundesbahnen)

[1] (2016): Produktvergleich Reisegepäck. <http://www.sbb.ch/bahnhof-services/dienstleistungen/reise-und-fluggepaeck/produktvergleich-reisegepaeck.html>. Letzter Zugriff: 23.11.2016

[2] (2016): Reisegepäck Tür zu Tür. <http://www.sbb.ch/bahnhof-services/dienstleistungen/reise-und-fluggepaeck/reisegepaeck-tuer-zu-tuer.html>. Letzter Zugriff: 12.12.2016

[3] (2016): Reisegepäck Tür zu Tür Express. <http://www.sbb.ch/bahnhof-services/dienstleistungen/reise-und-fluggepaeck/reisegepaeck-tuer-zu-tuer-express.html>. Letzter Zugriff: 12.12.2016

[4] (2016): Reisegepäck Tür zu Tür International. <http://www.sbb.ch/bahnhof-services/dienstleistungen/reise-und-fluggepaeck/reisegepaeck-tuer-zu-tuer-international.html>. Letzter Zugriff: 12.12.2016

[5] (2016): Reisegepäck. <http://www.sbb.ch/bahnhof-services/dienstleistungen/reise-und-fluggepaeck/reisegepaeck.html>. Letzter Zugriff: 12.12.2016

[6] (2016): Allgemeine Geschäftsbedingungen für den „Tür-zu-Tür-Gepäckservice“.

http://www.sbb.ch/content/dam/sbb/de/pdf/bahnhof-services/dienstleistungen/Reisegepaeck/Tuer-zu-Tuer/AGB_T%C3%BCr-zu-T%C3%BCr-Gep%C3%A4ck_DE.pdf. Letzter Zugriff: 12.12.2016

Scholl, A. (2015): Die Befragung. 3. Auflage, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

Schneier, B. (2008): The Psychology of Security. In: Vaudenay, S.: Progress in Cryptology – Africacrypt 2008. Berlin: Springer, 50 – 79.

Schweitzer, F. und Srnka, K. (2000): Macht, Verantwortung und Information: Der Konsument als Souverän? Theoretische Reflexion und praktische Ansätze am Beispiel ökologisch verantwortlichen Kaufverhaltens. Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik, 2000, Jahrgang 1, Heft 2, 192 -205. Online verfügbar:

http://www.zfwu.de/index.php?id=524&L=0&no_cache=1&sword_list%5B0%5D=schweitzer.
Letzter Zugriff: 23.01.2017

Schwerelosreisen

- [1] (2016): Gepäcktransport Österreich. https://www.kofferversand-transport.de/Kofferversand-Gepaecktransport-OEsterreich-hin-und-zurueck/?force_sid=nbb4h12d4akhi3lc49spa126l1. Letzter Zugriff: 20.12.2016
- [2] (2016): Gepäcktransport innerhalb Deutschland. https://www.kofferversand-transport.de/Kofferversand-Gepaecktransport-innerhalb-von-Deutschland/?force_sid=9qe3jsqg00c5vq14vlgjqnc84. Letzter Zugriff: 20.12.2016
- [3] (2016): Koffer verschicken per Expressversand. Gepäcktransport innerhalb von... https://www.kofferversand-transport.de/Kofferversand-innerhalb-von-Deutschland-ohne-Inseln/Koffer-verschicken-Gepaeckservice-per-Express-innerhalb-von-Deutschland.html?force_sid=ncvjtf9120bgc76u35i075o103. Letzter Zugriff: 22.12.2016
- [4] (2016): FAQ - Häufig gestellte Fragen. https://www.kofferversand-transport.de/FAQ-Haeufig-gestellte-Fragen/?force_sid=1qa9otpugfvvtq7dr7dvp6vpvc3. Letzter Zugriff: 22.12.2016
- [5] (2016): Sendungsverfolgung. https://www.schwerelosreisen.de/sendungsverfolgung/?force_sid=n4bo5euo4lncsg5qvbr4rh9fl3&. Letzter Zugriff: 22.12.2016

Steyer, C. (2016): Interview, Austrian Airlines; Wien, 18.11.2016

Tirol Werbung GmbH (2015): Der Tiroler Tourismus. Zahlen, Daten und Fakten 2015.
<http://www.tirolwerbung.at/wp-content/uploads/2016/05/tiroler-tourismus-daten-und-fakten-2015.pdf>. Letzter Zugriff: 16.02.2017

VIA Rail Canada Incorporated (2016): Checked baggage. <http://www.viarail.ca/en/travel-info/baggage/checked-baggage>. Letzter Zugriff: 23.11.2016

Virgin Trains East Coast Main Line Company

- [1] (2016): Luggage. Planning on packing the kitchen sink?
<https://www.virgintrainseastcoast.com/rail-travel/your-journey/luggage/>. Letzter Zugriff: 23.11.2016
- [2] (2016): Bag Magic. <https://www.virgintrainseastcoast.com/special-offers/on-board-the-train/luggage-collection/>. Letzter Zugriff: 23.11.2016

Widmann, R.; Michelberger, F.; Blauensteiner, B.; Benz, V.; Höfler, D.; Schubert, A.; Matzenberger, P.; Rüger, B. (2015): GepäckLos. Technischer Bericht – Zusammenfassung. Mobilität der Zukunft. Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie (bmvit) und Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft (FFG), Wien

Wittmann, W. (1959): Unternehmung und unvollkommene Information. Unternehmerische Voraussicht – Ungewißheit und Planung. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ursprünglich erschienen bei Westdeutscher Verlag, Köln und Opladen 1959. 13-17.

w3.unece.org (2015): Gross Average Monthly Wages by Country and Year.
http://w3.unece.org/PXWeb2015/pxweb/en/STAT/STAT__20-ME__3-MELF/60_en_MECCWagesY_r.px/?rxid=0806c85a-23f8-4249-a4d0-10980df459d1. Letzter Zugriff: 30.11.2016

7.3 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Servicekette (eigene Darstellung).....	29
Abbildung 2: Unbekanntheit des Gepäckservice – Zugbefragung (eigene Darstellung)	34
Abbildung 3: Unbekanntheit des Gepäckservice – vor Ort Befragung (eigene Darstellung)..	34
Abbildung 4: Buchungsvarianten - Zugbefragung (eigene Darstellung)	40
Abbildung 5: Buchungsvarianten - vor Ort Befragung (eigene Darstellung)	40
Abbildung 6: Gründe gegen einen Gepäckservice – Gesamtansicht: Zugbefragung (eigene Darstellung)	48
Abbildung 7: Gründe gegen einen Gepäckservice – Gesamtansicht: vor Ort Befragung (eigene Darstellung)	49
Abbildung 8: Anzahl der Gründe, die gegen einen Gepäckservice sprechen (eigene Darstellung)	50
Abbildung 9: Kombinationen der Gründe (eigene Darstellung)	52
Abbildung 10: Zu hoher Preis - nach Geschlecht (eigene Darstellung).....	53
Abbildung 11: Zu hoher Preis - nach Alter (eigene Darstellung).....	54
Abbildung 12: zu hoher Preis - nach Alter, Anreiseverkehrsmittel: eigenes Auto (eigene Darstellung)	55
Abbildung 13: Gepäckart (eigene Darstellung)	56
Abbildung 14: vorhandene Zahlungsbereitschaft für Abhol- beziehungsweise Zustellzeitfenster (eigene Darstellung)	60
Abbildung 15: Höhe der Zahlungsbereitschaft für Abhol- beziehungsweise Zustellzeitfenster (eigene Darstellung)	60
Abbildung 16: mögliche Abholzeit (eigene Darstellung).....	61
Abbildung 17: vorhandene Zahlungsbereitschaft für Abholzeit (eigene Darstellung)	62
Abbildung 18: vorhandene Zahlungsbereitschaft für Abholzeit & mögliche Abholzeit (eigene Darstellung)	62
Abbildung 19: Nutzung Gepäckservice & mögliche Abholzeit (eigene Darstellung)	63
Abbildung 20: Höhe der Zahlungsbereitschaft für Abholzeit (eigene Darstellung)	64
Abbildung 21: Gründe & Nutzung Gepäckservice 1/2 (eigene Darstellung)	66
Abbildung 22: Gründe & Nutzung Gepäckservice 2/2 (eigene Darstellung)	66
Abbildung 23: Gründe - Verspätung, Verlust, Beschädigung (eigene Darstellung)	78
Abbildung 24: Gründe - Verspätung, Verlust, Beschädigung & Anreiseverkehrsmittel: eigenes Auto (eigene Darstellung)	78
Abbildung 25: Gründe - Verspätung, Verlust, Beschädigung, 1. Klasse und Business Class (eigene Darstellung)	79
Abbildung 26: Verspätung, nach Alter (eigene Darstellung).....	80
Abbildung 27: Gepäckverlust, nach Alter (eigene Darstellung)	81
Abbildung 28: Gepäckbeschädigung, nach Alter (eigene Darstellung).....	81
Abbildung 29: Wichtigkeit der Sendungsverfolgung (eigene Darstellung).....	83
Abbildung 30: Sendungsverfolgung & Nutzung Gepäckservice (eigene Darstellung)	83
Abbildung 31: Sendungsverfolgung & Nutzung Gepäckservice & Anreiseverkehrsmittel: eigenes Auto (eigene Darstellung)	84
Abbildung 32: Sendungsverfolgung & (eher) nicht Nutzung Gepäckservice, nach Alter (eigene Darstellung)	85

7.4 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: GepäcksERVICEangebote von Bahnunternehmen	15
Tabelle 2: Angebote der Paket- und/oder Gepäckdienstleister	16
Tabelle 3: Buchung	17
Tabelle 4: Normalgepäck und Sondergepäck.....	19
Tabelle 5: Preisstaffelung	20
Tabelle 6: Preisvergleich.....	22
Tabelle 7: Preisvergleich mit Gepäck- und Paketdienstleister.....	23
Tabelle 8: Abholung und Zustellung Bahnunternehmen	24
Tabelle 9: Abholung und Zustellung Paket- und/oder Gepäckdienstleister	26
Tabelle 10: Gepäcktransport.....	27
Tabelle 11: Kooperationen	28

8 Anhang

8.1 ExpertInneninterviews

8.1.1 ÖBB

Interview geführt am 10.11.2016 (persönlich)
mit Peter Binder

Interviewleitfaden

1 Buchungszeitraum

- Ab wann kann das Gepäckservice gebucht werden? (bis 2 Werktage vor dem gewünschten Abholtermin)
- Zu welchem Zeitpunkt (wie viele Tage vor Start der Reise) wird das Gepäckservice meistens gebucht?
- Gibt es Erfahrungswerte zur Sparschiene? Wie kommt dieses Angebot bei den KundInnen an?
 - Ist ein solches Modell auch beim Gepäckservice vorstellbar?

2 Disponent/in - auf der Buchungsbestätigung für etwaige Rückfragen

- Für welche Fragen ist der/die DisponentIn (nicht) zuständig?
- Mit welchen Problemen kommen die KundInnen zu der/dem DisponentIn?
Wie wird mit diesen Problemen umgegangen?

3 Umbuchung- Flexibilität

- Bis wann ist eine Umbuchung von Seiten der KundInnen möglich?
- Wird das Angebot der Umbuchung von den KundInnen genutzt? Wie oft?
 - Gibt es hierzu Rückmeldungen von Seiten der KundInnen? Positives/Negatives
- Ist eine Umbuchung während der Reise möglich?
 - Reise ist verlängert/verkürzt worden, Weiterreise, etc.

4 Stornomöglichkeit

- Bis wann ist eine Stornierung von Seiten der KundInnen möglich?
- Fallen für die Stornierung Kosten für den/die KundIn an? In welcher Höhe?
- Aus welchen Gründen werden Stornierungen beantragt? Haben Sie hierzu Erfahrungswerte?

5 Abholung zu Hause

- Wie funktioniert der Abholservice von zu Hause?
 - Wie wird dieses von den KundInnen angenommen?
Gibt es hierzu positive/negative Rückmeldungen?
- Inwieweit ist eine Einschränkung des Zeitfensters vorstellbar? Welche Möglichkeiten gibt es? (Besteht die Möglichkeit den Fahrplan an die KundInnen weiterzuleiten, um dadurch das Zeitfenster einzuschränken? Anruf des Fahrers, etc.)

6 Persönliche Lieferung zum Partnershop

- Gibt es eine bestehende Partnerschaft zwischen Dienstleister, die das Gepäck entgegennehmen könnten und ÖBB? (KundInnen haben die Möglichkeit das Gepäck direkt zu einem Partnershop zu führen)
 - Mit wem?
- Wohin kann das Gepäck von/m der/dem KundIn sonst noch geführt werden? Zur Post/Bahnhof/andere externe Stellen?

7 Zustellung zum Hotel/(gemietete) Ferienwohnung

- Besteht die Möglichkeit, das Gepäck erst nach Ankunft des/der KundIn zum (gemietete) Ferienwohnsitz zu führen? (Zwischenlagerung – spätere Auslieferung)
 - Wenn nein, ist eine Zwischenlagerung in Planung?

8 Sicherheit bei der Abholung/Zustellung

- Gibt es von Seiten der KundInnen positive/negative Rückmeldungen zur Abholung/Zustellung? (Hat etwas nicht funktioniert? Verspätung, Beschädigung, etc.?)

9 Gepäckverspätung

- Wie oft kommt es zu Verspätungen des Gepäcks?
- Was passiert im Falle einer Verspätung?
 - Wie werden die KundInnen über die Verspätung informiert? – Tracking, Nachricht auf Handy, Mail, Sms, etc.
- Gibt es die Möglichkeit für KundInnen sich im Falle einer Verspätung von Ski, Rad, etc., diese auf Kosten der ÖBB auszuborgen? Bzw. Kleidung auf Kosten des Unternehmens zu kaufen (Versicherung-Flug)

10 Gepäckverlust

- Wieviel Gepäck geht im Durchschnitt verloren?
- Wie wird mit dem Verlust eines Gepäckstückes umgegangen?

11 Gepäckbeschädigung

- Kommt es des Öfteren zu Gepäckbeschädigungen?
- Wie wird damit umgegangen?

12 Kooperationen zwischen ÖBB und Dienstleistern in den Urlaubsregionen

- Gibt es bereits Kooperationen zwischen der ÖBB und Dienstleistern in den Urlaubsregionen?
 - Wenn ja: Zu welchem Zweck und wie sehen diese aus?
 - Wenn nein: Wäre es vorstellbar eine Kooperation zwischen den ÖBB und Dienstleistern der Urlaubsregion einzugehen?
Taxi, Shuttle, vor Ort Mobilität (zwischen Bahnhof und Unterkunft) – last Mile der KundInnen

8.1.2 SBB

Interview geführt am 11.11.2016 (persönlich per Telefon)

mit Biagini Patrizia

Interviewleitfaden

1 Information über die unterschiedlichen Angebote – Flexibilität

- Welches Ihrer Angebote ist am häufigsten nachgefragt? (Erfahrungswerte zu den Angeboten)
 - Versand Bahnhof zu Bahnhof – keine Sendungspauschale
 - Versand Bahnhof zu Bahnhof Express – 30 CHF Sendungspauschale
 - Versand Bahnhof zu Bahnhof International – 40 CHF Sendungspauschale
 - Versand Tür zu Tür – 40 CHF Sendungspauschale
 - Versand Tür zu Tür Express – 70 CHF Sendungspauschale
 - Versand Tür zu Tür International – 80 CHF Sendungspauschale

2 Art der Buchung

- Über welche Möglichkeit buchen die KundInnen die Gepäckserviceleistung am häufigsten? (am Bahnhof, über externe Verkaufsstellen, per Telefon, über die Website)
- Wie wird die Buchung über das Internet von den KundInnen angenommen?
 - Gibt es hierzu Erfahrungswerte/Rückmeldungen von Seiten der KundInnen?

3 Buchungszeitraum

- Ab wann beziehungsweise bis wann kann das Gepäckservice gebucht werden?
- Zu welchem Zeitpunkt (wie viele Tage vor Start der Reise) wird das Gepäckservice meistens gebucht? - Erfahrungswerte
- Gibt es bei Ihnen Angebote wie Frühbucherbonus oder Last Minute?
 - Wenn ja: Wie kommen diese bei den KundInnen an?

4 Umbuchung- Flexibilität

- Bis wann kann der/die KundIn umbuchen?
- Wird dieses Angebot der Umbuchung von den KundInnen genutzt? Wie oft? Erfahrungswerte
- Ist eine Umbuchung während der Reise möglich?
(Reise ist verlängert/verkürzt worden, spontane Weiterreise, etc.)
- Gibt es zur Umbuchung Rückmeldungen von Seiten der KundInnen?

5 Stornomöglichkeit

- Welche Möglichkeit haben die KundInnen um Ihre Buchung zu stornieren?
- Fallen für die Stornierung Kosten für den/die KundIn an?
 - Wenn ja: Wie hoch sind diese Kosten?
- Bis wann muss eine Stornierung erfolgen?

6 Preisstaffelung – Flexibilität

- Wie setzt sich bei Ihnen der Preis für das Gepäckservice zusammen
 - Gibt es hier eine Preisstaffelung, wie zum Beispiel: mehr Gepäck -> Preis/Gepäck wird billiger; Auswahl eines Zeitfensters -> Gepäckservice wird teurer?
- Gibt es Überlegungen das Angebot zu erweitern/zu verkürzen, bzw. zu verändern?
- Wie werden die CHF 30,- Zuschlag für die Expresslieferung von den KundInnen angenommen? -Erfahrungswerte

7 Persönliche Lieferung zum Bahnhof

- Wird das Angebot „Versand Bahnhof zu Bahnhof“ von den KundInnen angenommen?
 - Gibt es hierzu Erfahrungswerte? Rückmeldungen der KundInnen?
- Besteht die Möglichkeit, dass Gepäck am Bahnhof abzugeben und es wird dann trotzdem zur gewünschten Adresse geliefert? Mischform zwischen „Tür zu Tür“ und „Bahnhof zu Bahnhof“
 - Ist dieser Wunsch von den KundInnen gegeben?

8 Zustellung zum Bahnhof

- Wird das Angebot „gebührenfreie Lagerung am Ankunsttag sowie die vier folgenden Tage, anschließend für jeden weiteren Tag CHF 5.-“ von den KundInnen genutzt? Erfahrungswerte
- Wie funktioniert dieses Service?
- Ist eine Abholung des Gepäcks am Bahnhof auch außerhalb der Öffnungszeiten des Schalters möglich?

9 Expresslieferung

- Wie funktioniert die Expresslieferung? Hat sich diese gut bei den KundInnen etabliert? Gibt es hierzu etwaige Rückmeldungen/Feedback der KundInnen? (Erfahrungswerte)

10 Sicherheit bei der Abholung/Zustellung

- Gibt es von Seiten der KundInnen positive/negative Rückmeldungen zur Abholung/Zustellung? (Hat etwas nicht funktioniert? Verspätung, Beschädigung, etc.?)

11 Kooperationen zwischen SBB und Dienstleistern in den Urlaubsregionen

- Gibt es bereits Kooperationen zwischen der SBB und Dienstleistern in den Urlaubsregionen?
 - Wenn ja: Zu welchem Zweck und wie sehen diese aus?
(Taxi, Shuttle, vor Ort Mobilität (zwischen Bahnhof und Unterkunft) – last Mile der KundInnen)

8.1.3 DB

Interview geführt am 15.11.2016 (per Mail und Telefon)
mit Sascha Kohlstedt

Interviewleitfaden

1 Art der Buchung

- Über welche Möglichkeit buchen die KundInnen die Gepäckserviceleistung am häufigsten? (am Bahnhof, über externe Verkaufsstellen, per Telefon, über die Website) – Erfahrungswerte
- Wie wird die Buchung über das Internet angenommen? Erfahrungswerte/Rückmeldungen von KundInnen
- Welches Ihrer Angebote wird am häufigsten gebucht? -Erfahrungswerte
Haus – Haus, zum Flughafen, Kabine Kreuzfahrtschiff, ic:kurier

2 Buchungszeitraum

- Ab wann beziehungsweise bis wann kann das Gepäckservice gebucht werden? maximal 4 Monate im Voraus und bis spätestens 18 Uhr am Werktag vor der Abholung (https://www.bahn.de/p/view/service/buchung/gepaeck/kuriergepaeck_hinweise.shtml)
- Zu welchem Zeitpunkt (wie viele Tage vor Start der Reise) wird das Gepäckservice meistens gebucht? – Erfahrungswerte

3 Umbuchung- Flexibilität

- Wird das Angebot der (online) Umbuchung von den KundInnen genützt? Wie oft? - Erfahrungswerte
 - Gibt es hierzu Rückmeldungen von Seiten der KundInnen? Positives/Negatives
- Bis wann ist eine Umbuchung von Seiten der KundInnen möglich?
- Ist eine Umbuchung während der Reise möglich?
 - Reise ist verlängert/verkürzt worden, weiterreise, etc.

4 Stornomöglichkeit

- Bis wann ist eine Stornierung von Seiten der KundInnen möglich? Eine Stornierung ist bis 18 Uhr am Werktag vor der vereinbarten Abholung kostenfrei möglich. (https://www.bahn.de/p/view/service/buchung/gepaeck/kuriergepaeck_hinweise.shtml)
- Ist eine Stornierung nach 18 Uhr am Werktag vor der vereinbarten Abholung möglich? Fallen für die Stornierung Kosten für den/die KundIn an? In welcher Höhe?
- Aus welchen Gründen werden Stornierungen beantragt? Haben Sie hierzu Erfahrungswerte?

5 Preisstaffelung – Flexibilität

- Wie setzt sich bei Ihnen der Preis für das Gepäckservice zusammen?
 - Gibt es hier eine Preisstaffelung, wie zum Beispiel: mehr Gepäck -> Preis/Gepäck wird billiger?
- Wie werden die 4 € Zuschlag für die Auswahl eines 3-stündigen Zeitfensters von den KundInnen angenommen? – Erfahrungswerte

6 Abholung beim Nachbarn/Freunden/Verwandten/Arbeit

- Wie funktioniert Ihr Service, bei dem die KundInnen die Möglichkeit haben das Gepäck beim/bei der NachbarIn abholen zu lassen?
 - Wird dieses Service von den KundInnen angenommen? Gibt es bereits positive/negative Erfahrungen? (Nachbar nicht da und nicht erreichbar, etc.)

7 Persönliche Lieferung zum Bahnhof

- Besteht die Möglichkeit das Gepäck direkt zum Bahnhof, etc. zu liefern? (am Weg zur Arbeit, zum Kindergarten, etc.)
 - Wenn ja: Wie sehen hier die Erfahrungswerte aus?
 - Wenn nein: Ist ein solches Services angedacht? und warum (nicht)?

8 Persönliche Lieferung zum Partnershop

- Besteht die Möglichkeit, das Gepäck direkt an eine Hermeszentrale zu liefern?
 - Wenn ja, wird diese Möglichkeit genützt?
 - Und kann das Gepäck dann trotzdem an eine Wunschadresse geliefert werden?

9 Expresslieferung – ic:kurier

- Wie funktioniert die „ic:kurier-Zustellung am gleichen Tag“?
- Seit wann gibt es die „ic:kurier-Zustellung am gleichen Tag“?
- Haben Sie hierzu bereits Erfahrungswerte? Rückmeldungen der KundInnen oder Dienstleister, etc?
- Aus welchem Grund wurde das Angebot um den „ic:kurier“ erweitert?

10 Tracking

- Wie gut funktioniert die Sendungsverfolgung für den/die KundIn? -Erfahrungswerte
- Inwieweit wird diese von den KundInnen angenommen? Gibt es von den KundInnen Rückmeldungen zu diesem Angebot?

11 Sicherheit bei der Abholung/Zustellung

- Gibt es von Seiten der KundInnen positive/negative Rückmeldungen zur Abholung/Zustellung? (Hat etwas nicht funktioniert? Verspätung, Beschädigung, etc.?)

12 Kooperationen zwischen DB und Dienstleistern in den Urlaubsregionen

- Gibt es bereits Kooperationen zwischen der DB und Dienstleistern in den Urlaubsregionen?
 - Wenn ja: Zu welchem Zweck und wie sehen diese aus? (Taxi, Shuttle, vor Ort Mobilität (zwischen Bahnhof und Unterkunft) – last Mile der KundInnen)

8.1.4 Flughafen Wien

Interview geführt am 16.11.2016 (persönlich)

Mit Martin Cerne & Köppl Felix

Interviewleitfaden

1. Wie funktioniert die automatisierte Gepäckabgabe?
Was wird hierzu von den KundInnen benötigt?
2. Haben Sie bereits Erfahrungswerte in Bezug auf die automatisierte Gepäckabgabe?
Rückmeldungen der KundInnen und der Dienstleister
3. Welche Art der Gepäckabgabe wird von den KundInnen bevorzugt? Händisch oder automatisiert? Welche vom ‚Flughafen Wien‘? (Erfahrungswerte)
4. Ist es dennoch notwendig einen Bediensteten für die Kontrolle/Hilfestellung einzustellen?
5. Welches Vorteile/Nachteile bringt die automatisierte Gepäckabgabe mit sich?
6. Wird es in Zukunft Veränderungen dieses Systems geben?

8.1.5 Austrian Airlines

Interview Austrian Airlines am 18.11.2016 (persönlich)

mit Steyer Christian

Interviewleitfaden

1 Buchung

- Wie buchen die Passagiere ihre Flüge am Häufigsten?
Internet, vor Ort, Reisebüro, etc.
 - Wenn Internet: Öfter auf der eigenen Website, oder bei anderen Anbietern wie Checkfelix, Swoodooo, etc.?
 - Wird die Buchung bei anderen Anbietern als positiv oder negativ gesehen? Warum?

2 Umbuchung – Flexibilität

- Bis wann kann bei der AUA umgebucht werden? Zeitfenster?
 - Kann auch während der Reise umgebucht werden? Verschiebung des Rückfluges, etc.?
- Wird dieses Services Umbuchung vor/während der Reise oft genutzt? (Erfahrungswerte)
- Wie hoch sind hierbei die Kosten für die KundInnen? Welche Kosten fallen für die AUA an?
- Wie hoch ist die KundInnenzufriedenheit (bei der Umbuchung)? Gibt es hierzu Erfahrungswerte? (konkrete Zahlen)

3 Buchungszeitraum

- Gibt es Erfahrungswerte zum Frühbucherbonus/last Minute Angebot? – Erfahrungswerte
- Wie kommen diese bei den KundInnen an? Erfahrungswerte

4 Gepäckverlust/Gepäckbeschädigung

- Wie gehen Sie mit Gepäckverlust/Gepäckbeschädigung um? Versicherung, etc.

5 Verspätung von Gepäck

- Im Falle einer Verspätung des Gepäcks:
 - Wie wird das Gepäck zum/zu der KundIn geliefert?
 - Gibt es hier Kooperationen mit Taxiunternehmen, Speditionen oder ähnliches?

8.2 Fragebögen

8.2.1 im Zug



Fahrgastbefragung



Diese Umfrage ist Teil eines wissenschaftlichen Projekts zum Mobilitätsverhalten im Winterurlaub und soll Erkenntnisse zu Hürden und Anreize für einen autofreien Winterurlaub in Österreich schaffen. Ihre Teilnahme an der Befragung hilft dem Erreichen dieses Ziels!

Dieser Fragebogen wird maschinell verarbeitet. Bitte kreuzen Sie ein Interesse eine optischen Datenerfassung direkt das Feld an: ☐ ☒ ☐ ☐ ☐
Bitte geben Sie dem auszufüllenden Fragebogen an unser Befragungspersonal zurück oder lassen Sie ihn ausgefüllt auf Ihrem Sitzplatz liegen. Er wird später eingesammelt. Vielen Dank für Ihre Mithilfe! Wir wünschen Ihnen noch eine angenehme Reise!

Allgemeine Fragen

1. Alter
☐ Bis 19 ☐ 20-29 ☐ 30-39 ☐ 40-49
☐ 50-59 ☐ 60-69 ☐ 70-79 ☐ 80 und älter

3. Wie oft verwenden Sie öffentliche Verkehrsmittel?

Tagen	Monatlich	Wöchentlich	Monatlich	Wöchentlich	Monatlich	Wöchentlich
Innenstädtisch	☐	☐	☐	☐	☐	☐
National	☐	☐	☐	☐	☐	☐
International	☐	☐	☐	☐	☐	☐

5. Aus welchem Land kommen Sie?

☐ Österreich	☐ Schweiz	☐ Deutschland
☐ Belgien	☐ Niederlande	☐ Polen
☐ Vereinigtes Königreich	☐ Dänemark	☐ Sonstiges: _____

6. Nennen Sie uns bitte die Postleitzahl Ihres Heimatortes: _____

Reise Winterurlaub

In den folgenden Fragen wird oft der Begriff "Winterurlaub" verwendet. Darunter wird für diese Umfrage ein Urlaub im Schnee mit Skifahren, Langlaufen, Eislaufen, Schneeschuhwandern, Winterspaziergang usw. definiert.

7. Vor wie vielen Jahren sind Sie das letzte Mal in den Winterurlaub gefahren?

☐ Diesen Winter	☐ Vor 6-10 Jahren	☐ Warum Sie vor mehr als 10 Jahren oder noch nie im Winterurlaub, Ende für Sie die Befragung mit Frage 7, außer Sie sind in den letzten 5 Jahren mit Ihren bzw. Ihren naheliegenden Kindern generell mit der Bahn verreist. Dann setzen Sie bitte bei Frage 33 (2. Fragebogen) Ort. Vielen Dank für Ihre Teilnahme!
☐ Letzten Winter	☐ Vor mehr als 10 Jahren	
☐ Vor 2-5 Jahren	☐ Noch nie	

8. Wie oft fahren Sie mit folgenden Verkehrsmitteln in einen mehrtägigen Winterurlaub?

Verkehrsmittel	Monatlich	Wöchentlich	Monatlich	Wöchentlich	Monatlich	Wöchentlich
Bahn	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ferribus	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Reisebus - organisierte Reise	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Flugzeug	☐	☐	☐	☐	☐	☐
eigenes Auto	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mietauto	☐	☐	☐	☐	☐	☐

12. Wie häufig nutzen Sie folgende Mobilitätsformen am Winterurlaubsort?

Verkehrsmittel	Monatlich	Wöchentlich	Monatlich	Wöchentlich	Monatlich	Wöchentlich
eigenes Auto/ Mietauto	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Linienbus	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Skibus	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Taxi	☐	☐	☐	☐	☐	☐

13. Wie oft sollten öffentliche Verkehrsmittel/Serviceleistungen im Winterurlaubsort fahren, damit Sie bereit sind, diese zu nutzen?

☐ Ofters als halbstündlich	☐ 2 Mal am Tag
☐ Halbstündlich	☐ An ausgewählten Tagen (für Ausflüge/Erlebnisse)
☐ Stündlich	☐ Ich würde keine öffentlichen Verkehrsmittel nutzen.
☐ Mehrmals am Tag	

BITTE WENDEN!

Buchung Winterurlaub

14. Aus welchem Grund führen Sie nicht oder selten mit der Bahn in den Winterurlaub? (maximal 5 Antworten)

☐ Preis	☐ Sportgetreideverkehr	☐ Anstrengend
☐ Mangelnde Mobilität vor Ort	☐ Unstiegen	☐ Unzuverlässig
☐ Fehlende Informationen	☐ Wege zum und vom Bahnhof	☐ Unfreiwillig
☐ Gepäcktransport	☐ Unkomfortabel	☐ Fehlende Privatsphäre
☐ keine der genannten Gründe	☐ Ich fahre oft und gerne mit der Bahn in den Winterurlaub	☐ Sonstiges: _____

15. Welche Buchungsvarianten für Ihre Winterurlaubsreise nutzen Sie bisher? (Mehrfachnennungen möglich)

☐ Reisebüro	☐ Snowtex
☐ Telefonisch über das Hotel	☐ Trip Advisor
☐ Onlineplattform über das Hotel	☐ Expedia
☐ Handl	☐ Thivago
☐ Onlineplattform über die Urlaubsdestination	☐ Check24
☐ Per E-Mail an das Hotel	☐ Booking.com
☐ Sonstiges: _____	

17. Wie informieren Sie sich über Mobilitätsangebote vor Ort in Ihrem Winterurlaubsort? (Mehrfachnennungen möglich)

☐ Online über die Urlaubsdestination (z.B. Trip Advisor)	☐ Online über Kundenkommentare (z.B. Trip Advisor)
☐ Online über das Hotel	☐ Telefonisch
☐ Über ein Reisebüro	☐ (z.B. Google Maps)
☐ Ich informiere mich nicht.	☐ Sonstiges: _____

18. Wie informieren Sie sich im Vorhinein über die Anreise zu Ihrem Winterurlaubsort? (Mehrfachnennungen möglich)

☐ Online über die Urlaubsdestination (z.B. Trip Advisor)	☐ Online über Kundenkommentare (z.B. Trip Advisor)
☐ Online über das Hotel	☐ Über das Verkehrsunternehmen
☐ Über ein Reisebüro	☐ (z.B. Google Maps)
☐ Ich informiere mich nicht.	☐ Ins Nav ein.
☐ Sonstiges: _____	

19. Wie wichtig wären Ihnen folgende Rahmenbedingungen, um ein umweltfreundliches Verkehrsmittel (z.B. Bahn) für Ihre Winterurlaubsreise zu wählen?

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Nicht wichtig
Schnellere Anreise per Bahn als mit eigenem PKW	☐	☐	☐	☐
Stützpunkte zwischen Bahnhof, Unterkunft und Ausflugsorten	☐	☐	☐	☐
Organisierter Gepäcktransport vom Wohnort bis zur Unterkunft	☐	☐	☐	☐
Preiszugabe, welche die Anreise mit Bahn/Bus inkludieren	☐	☐	☐	☐
Unterstützung für das Gepäck beim Ein- und Aussteigen in den Zug bzw. beim Umsteigen	☐	☐	☐	☐
Möglichkeit das eigene Fahrrad in Bahn/Bus mitzunehmen	☐	☐	☐	☐
Kostenlose Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel während der Reise	☐	☐	☐	☐
Verkehrsmittel zugänglich für Gäste, die mit Bahn/Bus anreisen	☐	☐	☐	☐

20. Wenn es ein App/Webportal gäbe, das die gesamte Reise plant und Buchungen für Ihre Winterreise abwickelt, wie wichtig wären Ihnen folgende Serviceleistungen?

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Nicht wichtig
Buchung der Mobilität vor Ort	☐	☐	☐	☐
Buchung der Anreise (Bahn, Ferribus, Flug)	☐	☐	☐	☐
Abholservice zum/zum Bahnhof/Flughafen	☐	☐	☐	☐
Abholservice vom Bahnhof/Flughafen zur Unterkunft	☐	☐	☐	☐
Gepäcktransport	☐	☐	☐	☐
Freizeitaktivitätsbuchung	☐	☐	☐	☐
Restaurantereservierungen	☐	☐	☐	☐



Vielen Dank, dass Sie auch beim 2. Teil unserer Befragung teilnehmen. Dieser widmet sich dem Thema Reisen mit Gepäck und Reisen mit Familie. Unter anderem wird Ihnen ein System für Reisegepäck vorgestellt, welches die Benutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln erleichtern sollte.

Dieser Fragebogen wird maschinell verarbeitet. Bitte kreuzen Sie im Interesse einer optimalen Datenerfassung direkt das Feld an: ☐ Ja ☐ Nein ☐ Nicht
Bitte geben Sie den ausgefüllten Fragebogen an unser Befragungspersonal zurück oder lassen Sie ihn ausgefüllt auf Ihrem Sitzplatz liegen. Er wird später eingesammelt. Vielen Dank für Ihre Mühe! Wir wünschen Ihnen noch eine angenehme Reise!

Reisen mit Gepäck

Stellen Sie sich vor, Ihr Gepäck wird separat von TUI-ZU-TUI befördert und Sie haben bei der kompletten An- und Heimreise nur Handgepäck bei sich.

21. Würden Sie einen entsprechenden Service bei einer Winterurlaubreise nutzen?

- ☐ Ja ☐ Eher ja ☐ Eher nein ☐ Nein

22. Für welches Gepäck würden Sie im Winter einen entsprechenden Gepäckservice nutzen?

	Ja	Eher ja	Eher nein	Nein
Reisegepäck bis 10 kg	☐	☐	☐	☐
Reisegepäck 11 bis 23 kg	☐	☐	☐	☐
Reisegepäck über 23 kg	☐	☐	☐	☐
Wintersportgeräte	☐	☐	☐	☐

24. Würde eine Sendungsverfügung (z.B. telefonisch oder online) dazu beitragen, dass Sie eine Gepäckserviceleistung eher nutzen?

- ☐ Ja ☐ Eher nein ☐ Nein

26. Würden Sie extra dafür bezahlen, dass Sie das Gepäck möglichst spät abgeben können und es am Urlaubsort trotzdem gleichzeitig bekommen würden?

- ☐ Ja ☐ Nein ☐ Weiß Nicht

26.1. Wenn Ja, wie viel (in Euro)? _____

Spezielle Fragen zur Bahnfahrt

28. Wie möchten Sie Ihr Gepäck im Winterurlaub am Bahnhof transportieren

- ☐ Selbstständig tragen
☐ Gepäckwagen
☐ Durch ein Personal am Bahnhof
☐ Technisches Hilfsmittel (z.B. selbstfahrendes Fahrzeug)
☐ Ich würde nicht mit dem Zug in den Winterurlaub fahren.

31. Welches Verkehrsmittel nutzen Sie primär, um vom Bahnhof zum Winterurlaubsort zu gelangen?

- ☐ Öffentliche Verkehrsmittel ☐ Mietauto
☐ Taxi ☐ Abholung mit Auto durch Freunde/Familie
☐ Carsharing ☐ Shuttleservice
☐ Ich fahre nicht mit der Bahn in den Winterurlaub. ☐ Sonstiges: **BITTE WENDEMI**

23. Sprechen folgende Gründe im Winterurlaub gegen einen Gepäckservice?

	Ja	Eher ja	Eher nein	Nein
Unbekanntheit des Gepäckservices	☐	☐	☐	☐
Reise mit wenig Gepäck	☐	☐	☐	☐
Planungsaufwand	☐	☐	☐	☐
Angst vor Beschädigung	☐	☐	☐	☐
Angst vor Verlust	☐	☐	☐	☐
Angst, dass das Gepäck zu spät ankommt.	☐	☐	☐	☐
Zu hoher Preis	☐	☐	☐	☐
Erforderliche Anwesenheit zuhause bei Gepäckabholung	☐	☐	☐	☐
Eventuelle erforderliche Anwesenheit am Urlaubsort bei Gepäckabholung	☐	☐	☐	☐

25. Wenn könnte Ihr Gepäck für den Winterurlaub frühestens bei Ihnen abgeholt werden/können Sie es abgeben?

- ☐ Bis zu 3 Tagen vor Reisebeginn ☐ Bis zu 12 h vor Reisebeginn
☐ Bis zu 2 Tagen vor Reisebeginn ☐ Bis zu 6 h vor Reisebeginn
☐ Bis zu 1 Tag vor Reisebeginn ☐ Bis zu 1 h vor Reisebeginn

27. Würden Sie extra dafür bezahlen, um sich das Abhol- bzw. Zustellfenster selbst aussuchen zu können?

- ☐ Ja ☐ Nein ☐ Weiß Nicht

27.1. Wenn Ja, wie viel (in Euro)? _____

29. Sollte Ihrer Meinung nach nur Handgepäck (max. 10 kg, max. 55 x 40 x 23 cm) im Fahrgastraum eines Fernverkehrsuges zugelassen sein?

- ☐ Ja ☐ Ist mir egal ☐ Nein

30. Hätten Sie gerne Schließfächer für Ihr Gepäck im Zug?

- ☐ Ja ☐ Ist mir egal ☐ Nein

32. Welches Verkehrsmittel nutzen Sie primär, um vom Bahnhof zu einem zeitlichen Urlaubsort (z.B. Sommerurlaub, Thermalurlaub) zu gelangen?

- ☐ Öffentliche Verkehrsmittel ☐ Mietauto
☐ Taxi ☐ Abholung mit Auto durch Freunde/Familie
☐ Carsharing ☐ Shuttleservice
☐ Ich fahre nicht mit der Bahn in den Winterurlaub. ☐ Sonstiges: **BITTE WENDEMI**

Reisen mit Familie

33. Sind Sie in den letzten 5 Jahren mit Ihren bzw. Ihnen nahestehenden Kindern (max. 14 Jahre) per Bahn allseits in den Urlaub gefahren?

- ☐ Ja ☐ Nein

Wenn "Nein", setzen Sie bitte bei Frage 40 fort.

36. Haben Sie an den folgenden Angeboten Bedarf?

Spezielle Tarife für Familienreisen	Ja	Eher ja	Eher nein	Nein
Spezielle Angebote für Familienreisen	☐	☐	☐	☐
Ausstattung der Züge mit Familienzonen	☐	☐	☐	☐
Ausstattung der Bahnhöfe mit Familienzonen	☐	☐	☐	☐
Kinderpreis bei der Bordgastronomie	☐	☐	☐	☐
Kinderbetreuung durch pädagogisch geschultes Personal im Zug	☐	☐	☐	☐
Personal im Zug, das sich durch pädagogisch geschultes Personal am Bahnhof	☐	☐	☐	☐

39. Was spricht für Sie am meisten gegen eine Bahnfahrt mit Kindern in den Winterurlaub? (maximal 5 Antworten)

- ☐ Preis ☐ Sportgeräatransport ☐ Lange Reisedauer ☐ Anstrengend
☐ Mangelnde Mobilität vor Ort ☐ Umsteigen ☐ Unzuverlässig ☐ Personenzahl
☐ Fehlende Informationen ☐ Wege zum und vom Bahnhof ☐ Unbehagen ☐ Ziel mit der Bahn nicht direkt erreichbar
☐ Gepäcktransport ☐ Unkomfortabel ☐ Fehlende Privatsphäre ☐ Keiner der genannten Gründe
☐ Ich würde auch ohne Kinder nicht mit der Bahn in den Winterurlaub fahren. ☐ Ich fahre gerne mit der Bahn mit den Kindern in den Winterurlaub!

Aktuelle Winterurlaubreise

40. Befinden Sie sich gerade auf der Fahrt zu Ihrem Winterurlaub oder zurück nach Hause vom Winterurlaub?

- ☐ Ja ☐ Nein

Wenn "Nein", sind Sie mit der Befragung fertig. Wenn Sie möchten, können Sie offene Kommentare am Ende dieses Fragebogens (Frage 46) ergänzen. Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

44. Aus welchen Gründen haben Sie sich für die Bahn bei der Anreise entschieden? (maximal 5 Antworten)

- ☐ Preis ☐ Sportgeräatransport ☐ Kurze Reisedauer ☐ Sicherheit
☐ Entfernung ☐ wenig Umsteigen ☐ Zuverlässig ☐ Personenzahl
☐ Gute Mobilität vor Ort ☐ kurze Wege zum und vom Bahnhof ☐ Preisbeil ☐ Ziel mit der Bahn direkt erreichbar
☐ Gute Informationen über die Anreise ☐ Komfortabel ☐ Gute Privatsphäre ☐ Keiner der genannten Gründe
☐ Gepäcktransport

45. Gab es bei der Anreise Probleme? (Mehrfachnennungen möglich.)

- ☐ Nein ☐ Ja, Probleme mit Gepäck/ Gepäcktransport ☐ Ja, Verspätung ☐ Ja, sonstiges: _____
☐ Ja, Probleme beim Umstieg ☐ Ja, Unzufriedenheit mit Komfort ☐ Ja, Anschluss verpasst

46. Sonstige Anmerkungen/Verbesserungsvorschläge:

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

34. Wie alt waren Ihre bzw. die Ihnen nahestehenden Kinder als Sie das letzte Mal mit Ihnen mit der Bahn in den Urlaub gefahren sind? (Mehrfachnennungen möglich.)

- ☐ 0-2 Jahre ☐ 3-6 Jahre ☐ 7-14 Jahre

35. Wie viele Kinder haben Sie?

- ☐ Keines ☐ 1 Kind ☐ 2 Kinder
☐ 3 Kinder ☐ mehr als 3 Kinder

37. Für Kinder welchen Alters haben Sie die Bahn als Anreisemittel genutzt?

	gut geeignet	Wenig geeignet	Nicht geeignet
0-2 Jahre	☐	☐	☐
3-6 Jahre	☐	☐	☐
7-14 Jahre	☐	☐	☐

38. Sind Sie in den letzten 5 Jahren mit Ihren bzw. Ihnen nahestehenden Kindern per Bahn in den Winterurlaub gefahren?

- ☐ Ja ☐ Nein

8.2.2 vor Ort
Deutsch



Mobilitätsbefragung

Sehr geehrte Damen und Herren!

Diese Umfrage ist Teil eines wissenschaftlichen Projekts zum Mobilitätsverhalten im Winterurlaub und soll Erkenntnisse zu Hürden und Ansätzen für einen autofreien Winterurlaub in Österreich schaffen. Ihre Teilnahme an der Befragung hilft dem Erreichen dieses Ziels!

Dieser Fragebogen wird maschinell verarbeitet. Bitte kreuzen Sie im Interesse einer optimalen Datenerfassung direkt das Feld an. ☐ Ja ☐ Nein ☐ Keine Stimmurabstimmung

Allgemeine Fragen

1. Alter ☐ Bis 19 ☐ 20 - 29 ☐ 30 - 39 ☐ 40 - 49 ☐ 50 - 59 ☐ 60 - 69 ☐ 70 - 79 ☐ 80 und älter

2. Geschlecht ☐ Männlich ☐ Weiblich

3. Wie oft verwenden Sie öffentliche Verkehrsmittel?
☐ Täglich ☐ Mehrmals wöchentlich ☐ Mehrmals monatlich ☐ Einmal jährlich ☐ Seltener ☐ Nie

4. Wo befindet sich Ihr Hauptwohnsitz?
☐ In einer Stadt in zentraler Lage (im dicht bebauten Gebiet)
☐ In einer Stadt am Stadtrand
☐ In der Vorstadt
☐ In ländlichem Gebiet, innerhalb eines Orts
☐ In ländlichem Gebiet, außerhalb des Orts

5. Aus welchem Land kommen Sie?
☐ Österreich ☐ Schweiz ☐ Deutschland ☐ Belgien ☐ Niederlande ☐ Polen ☐ Vereinigtes Königreich ☐ Dänemark ☐ Sonstiges: _____

6. Nennen Sie uns bitte die Postleitzahl Ihres Heimatortes: _____

Reise Winterurlaub

In den folgenden Fragen wird der Begriff "Winterurlaub" verwendet. Darunter wird für diese Umfrage ein Urlaub im Schnee mit Skifahren, Langlaufen, Eislaufen, Schneeschuwanern, Winterspaziergang usw. definiert. Demnach befinden Sie sich gerade auf einem Winterurlaub.

8. Wie oft fahren Sie mit folgenden Verkehrsmitteln in einen mehrtägigen Winterurlaub?

	Mehrere Male jährlich	Einmal jährlich	Seltener	Nie
Bahn	☐	☐	☐	☐
Fernbus	☐	☐	☐	☐
Reisebus - organisierte Reise	☐	☐	☐	☐
Flugzeug	☐	☐	☐	☐
eigenes Auto	☐	☐	☐	☐
Mietauto	☐	☐	☐	☐

9. Wurden Sie einen Winterurlaubsort auswählen, wenn die Pkw-Nutzung im Ort untersagt ist?
☐ Ja ☐ Nein

10. Wie häufig steht Ihnen bei Bedarf im Alltag ein Auto zur Verfügung?
☐ jederzeit ☐ Nie ☐ gelegentlich ☐ Ich besitze keinen Führerschein

11. Leihen Sie sich eine Skiausrüstung vor Ort aus oder nutzen Sie Ihre eigene Ausrüstung im Winterurlaub?
☐ Ausleihen ☐ Eigene ☐ Verschieden

12. Wie häufig nutzen Sie folgende Mobilitätsformen am Winterurlaubsort?

	Mehrere Male täglich	Einmal täglich	Mehrere Male wöchentlich	Nie
eigenes Auto/ Mietauto	☐	☐	☐	☐
Linienbus	☐	☐	☐	☐
Seibus	☐	☐	☐	☐
Taxi	☐	☐	☐	☐

13. Wie oft sollten öffentliche Verkehrsmittel/Shortcaredienste im Winterurlaubsort fahren, damit Sie bereit sind, diese zu nutzen?
☐ Ofters als halbstündlich ☐ 2 Mal am Tag ☐ Halbstündlich ☐ An ausgewählten Tagen (für Ausflüge/Fahrten) ☐ Stündlich ☐ Ich würde keinen öffentlichen Verkehr nutzen.

13.1. Würden Sie weiterhin Ihren Winterstammurlaubsort besuchen, wenn dieser aufrecht werden würde?
☐ Ja ☐ Nein ☐ Kein Stammurlaubsort

BITTE WENDEN!

14. Aus welchen Gründen fahren Sie nicht oder selten mit der Bahn in den Winterurlaub? (maximal 5 Antworten)

☐ Preis	☐ Sportgeräte transport	☐ Aussergewöhnlich
☐ Mangelnde Mobilität vor Ort	☐ Unstetigen	☐ Personalmangel
☐ Fehlende Informationen	☐ Wege zum und vom Bahnhof	☐ Unflexibilität
☐ Gepäcktransport	☐ Unkomfortabel	☐ Ziel mit der Bahn nicht direkt erreichbar
☐ Keiner der genannten Gründe	☐ Ich fahre oft und gerne mit der Bahn in den Winterurlaub	☐ Sonstiges: _____

Buchung Winterurlaub

15. Welche Buchungsvarianten für Ihre Winterurlaubreise nutzen Sie bisher? (Mehrfachnennungen möglich.)

☐ Reisebüro	☐ Snowrex
☐ Telefonisch über das Hotel	☐ Trip Advisor
☐ Onlineplattform über das Hotel	☐ Expedia
☐ Onlineplattform über die Urlaubsdestination	☐ Trivago
☐ Per E-Mail an das Hotel	☐ Checkflex
☐ Booking.com	☐ Sonstige: _____

16. Wie würden Sie Mobilitätsangebote am Winterurlaubsort am liebsten buchen?

☐ Benötige ich nicht.	☐ Online, mit der Reisebuchung
☐ Anmeldeung in einer Zentrale am Urlaubsort	☐ Beim Ticketkauf bei der Station
☐ Anmeldeung im Hotel/in der Pension	☐ Direkt beim Busfahrer
☐ Online, getrennt von der Reisebuchung	

17. Wie informieren Sie sich über die Mobilität vor Ort in Ihrem Winterurlaubsort? (Mehrfachnennungen möglich.)

☐ Online über die Urlaubsdestination	☐ Online über Kundenkommentare (z.B. Trip Advisor)
☐ Online über das Hotel	☐ Telefonisch
☐ Über ein Reisebüro	☐ Über einen Online-Kundendienst (z.B. Google Maps)
☐ Ich informiere mich nicht.	☐ Sonstiges: _____

18. Wie informieren Sie sich im Vorhinein über die Anreise zu Ihrem Winterurlaubsort? (Mehrfachnennungen möglich.)

☐ Online über die Urlaubsdestination	☐ Online über Kundenkommentare (z.B. Trip Advisor)
☐ Online über das Hotel	☐ Über das Verkehrsmittelunternehmen
☐ Über ein Reisebüro	☐ Über einen Online-Kundendienst (z.B. Google Maps)
☐ Ich informiere mich nicht.	☐ Ich gebe das Ziel bei der Abfahrt ins NAVI ein.
☐ Sonstiges: _____	

Vielen Dank, dass Sie auch beim 2. Teil unserer Befragung teilnehmen. Dieser widmet sich dem Thema Reisen mit Gepäck und Reisen mit Familie. Unter anderem wird Ihnen ein System für Reisegepäck vorgestellt, welches die Benutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln erleichtern sollte.

Dieser Fragebogen wird maschinell verarbeitet. Bitte kreuzen Sie im Interesse einer optimalen Datenerfassung direkt das Feld an: ☐ Ja ☐ Nein ☐ Nicht

Aktuelle Winterurlaubsreise

21. Wie weit war/ist Ihr Anreiseweg von zuhause zum Winterurlaubsort? km

22. Wie lang dauerte Ihre Anreise von zuhause bis zur Unterkunft? Stunden

23. Welches Verkehrsmittel haben Sie hauptsächlich für die Anreise in die Winterurlaubsregion bezogen?

- ☐ Flugzeug ☐ Reisebus (organisierter Reise) ☐ Öffentliche Verkehrsmittel ☐ Mietauto
- ☐ Bahn ☐ eigenes Auto ☐ Taxi ☐ Abholung mit Auto durch Freunde/Familie
- ☐ Fernbus ☐ Mietauto ☐ Eigenes Auto ☐ Shuttle/Service
- ☐ Sonstiges: ☐ (E-)Carsharing ☐ Sonstiges:

24. Wenn Ihr Hauptverkehrsmittel für die Anreise Bahn/Fernbus/Flugzeug war, mit welchem Verkehrsmittel haben Sie die letzte Wegstrecke von dort zum Winterurlaubsort zurückgelegt?

- ☐ Kurze Reisebusdauer ☐ Sicherheit ☐ Personenzahl
- ☐ Entfernung ☐ wenig Umsteigen ☐ Zuverlässig ☐ Ziel mit Bahn/Fernbus/Flugzeug
- ☐ Gute Mobilität vor Ort ☐ Bahnhof/Flughafen ☐ flexibel ☐ direkt erreichbar
- ☐ Gute Informationen über die Anreise ☐ Gute Privatsphäre ☐ keiner der genannten Gründe
- ☐ Gepäcktransport ☐ Gepäcktransport

25. Aus welchen Gründen haben Sie sich für dieses Verkehrsmittel bei der Anreise entschieden? (maximal 5 Antworten)

- ☐ Preis ☐ Sportgeräatransport ☐ Sicherheit
- ☐ Entfernung ☐ wenig Umsteigen ☐ Zuverlässig ☐ Personenzahl
- ☐ Gute Mobilität vor Ort ☐ Bahnhof/Flughafen ☐ flexibel ☐ Ziel mit Bahn/Fernbus/Flugzeug
- ☐ Gute Informationen über die Anreise ☐ Gute Privatsphäre ☐ keiner der genannten Gründe
- ☐ Gepäcktransport ☐ Gepäcktransport

26. Gab es bei der Anreise Probleme? (Mehrfachnennungen möglich.)

- ☐ Nein ☐ Ja, Verstopfung ☐ Ja, Probleme mit Gepäck/Transport
- ☐ Ja, erwarteter Stau ☐ Ja, Anschluss verpasst ☐ Ja, Unzufriedenheit mit Komfort
- ☐ Ja, unerwarteter Stau ☐ Ja, Probleme beim Umstieg ☐ Ja, Sonstiges:

27. Wie war Ihre Stimmung nach der Anreise?

- ☐ Sehr gut ☐ Gut ☐ Mäßig ☐ Schlecht ☐ Sehr schlecht

28. Werden Sie das nächste Mal wieder mit demselben Verkehrsmittel anreisen?

- ☐ Ja ☐ Eher ja ☐ Eher nein ☐ Nein

Reisen mit Gepäck

Stellen Sie sich vor, Ihr Gepäck wird separat von Tür-zu-Tür befördert und Sie haben bei der kompletten An- und Heimreise nur Handgepäck bei sich.

30. Würden Sie einen entsprechenden Service bei einer Winterurlaubsreise nutzen?

- ☐ Ja ☐ Eher ja ☐ Eher nein ☐ Nein

31. Würde eine Sendungsverfolgung (z.B. telefonisch oder online) dazu beitragen, dass Sie eine Gepäckserviceleistung eher nutzen?

- ☐ Ja ☐ Eher ja ☐ Eher nein ☐ Nein

BITTE WENDEN!

32. Für welches Gepäck würden Sie im Winter einen entsprechenden Gepäckservice nutzen?

- ☐ Reisegepäck bis 10 kg ☐ Ja ☐ Eher ja ☐ Eher nein ☐ Nein
- ☐ Reisegepäck 11 bis 23 kg ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- ☐ Reisegepäck über 23 kg ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- ☐ Wintersportgeräte ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

33. Würden Sie extra dafür bezahlen, dass Sie das Gepäck möglichst spät abgeben könnten und es am Urlaubsort trotzdem gleichzeitig bekommen würden?

- ☐ Ja ☐ Nein ☐ Weiß Nicht

33.1. Wenn Ja, wie viel (in Euro)?

34. Würden Sie extra dafür bezahlen, um sich das Abhol- bzw. Zustellfenster selbst aussuchen zu können?

- ☐ Ja ☐ Nein ☐ Weiß Nicht

34.1. Wenn Ja, wie viel (in Euro)?

36. Wann könnte Ihr Gepäck für den Winterurlaub frühestens bei Ihnen abgeholt werden/können Sie es abgeben?

- ☐ Bis zu 3 Tagen vor Reisebeginn ☐ Bis zu 12 h vor Reisebeginn
- ☐ Bis zu 2 Tagen vor Reisebeginn ☐ Bis zu 6 h vor Reisebeginn
- ☐ Bis zu 1 Tag vor Reisebeginn ☐ Bis zu 1 h vor Reisebeginn

Reisen mit Familie

37. Sind Sie in den letzten 5 Jahren mit Ihren bzw. Ihren nahestehenden Kindern (max. 14 Jahre) per Bahn allgemein in den Urlaub gefahren?

- ☐ Ja ☐ Nein

Wenn "Nein" sind Sie mit der Befragung fertig. Wenn Sie möchten, können Sie offene Kommentare dazu eintragen. Diese Fragebogen (Frage 44) ergänzen. Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

40. Haben Sie an den folgenden Angeboten Bedarf?

- ☐ Spezielle Tarife für Familienreisen ☐ Ja ☐ Eher ja ☐ Eher nein ☐ Nein
- ☐ Spezielle Angebote für Familienreisen ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- ☐ Ausstattung der Züge mit Familienzonen ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Ausstattung der Bahnhöfe mit Familienzonen

- ☐ Kindermenus bei der Bordgastronomie ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- ☐ Kinderbetreuung durch pädagogisch geschultes Personal im Zug ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- ☐ Kinderbetreuung durch pädagogisch geschultes Personal am Bahnhof ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

43. Was spricht für Sie am meisten gegen eine Bahnfahrt mit Kindern in den Winterurlaub? (maximal 5 Antworten)

- ☐ Preis ☐ Sportgeräatransport ☐ Anstrengend
- ☐ Mangelnde Mobilität vor Ort ☐ Umsteigen ☐ Unzuverlässig ☐ Personenzahl
- ☐ Fehlende Informationen ☐ Wege zum und vom Bahnhof ☐ Unflexibel ☐ Ziel mit der Bahn nicht direkt erreichbar
- ☐ Gepäcktransport ☐ Unkomfortabel ☐ Fehlende Privatsphäre ☐ keiner der genannten Gründe
- ☐ Ich würde auch ohne Kinder nicht mit der Bahn in den Winterurlaub fahren. ☐ Ich fahre gerne mit der Bahn mit den Kindern in den Winterurlaub!

44. Sonstige Anmerkungen/Verbesserungsvorschläge:

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

35. Sprechen folgende Gründe im Winterurlaub gegen einen Gepäckservice?

- ☐ Unbekanntheit des Gepäckservices ☐ Ja ☐ Eher ja ☐ Eher nein ☐ Nein
- ☐ Reise mit wenig Gepäck ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- ☐ Planungsaufwand ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- ☐ Angst vor Beschädigung ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- ☐ Angst vor Verlust ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- ☐ Angst, dass das Gepäck zu spät ankommt. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- ☐ Zu hoher Preis ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- ☐ Eventuelle erforderliche Anwesenheit am Urlaubsort bei Gepäckabholung ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

38. Wie alt waren Ihre bzw. die Ihnen nahestehenden Kinder als Sie das letzte Mal mit Ihnen mit der Bahn in den Urlaub gefahren sind? (Mehrfachnennungen möglich.)

- ☐ 0-2 Jahre ☐ 3-6 Jahre ☐ 7-14 Jahre

39. Wie viele Kinder haben Sie?

- ☐ Keines ☐ 1 Kind ☐ 2 Kinder ☐ 3 Kinder ☐ mehr als 3 Kinder

41. Für Kinder welchen Alters halten Sie die Bahn als Reiseverkehrsmittel geeignet?

- ☐ Gut geeignet ☐ Wenig geeignet ☐ Nicht geeignet
- ☐ 0-2 Jahre ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- ☐ 3-6 Jahre ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- ☐ 7-14 Jahre ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

42. Sind Sie in den letzten 5 Jahren mit Ihren bzw. Ihren nahestehenden Kindern per Bahn in den Winterurlaub gefahren?

- ☐ Ja ☐ Nein



Mobility Survey

Dear Ladies and Gentlemen!



This survey is part of a scientific project on mobility behaviour during the winter holiday and is intended to provide insights into hurdles and incentives for a car-free winter holiday in Austria. Your participation in the survey helps to achieve this goal!

This questionnaire is processed by machine. In the interest of optimal data collection please mark the box:

☐ ☒ ☐ ☐

General Questions

1. Age

- ☐ up to 19 ☐ 20 - 29 ☐ 30 - 39 ☐ 40 - 49
☐ 50 - 59 ☐ 60 - 69 ☐ 70 - 79 ☐ 80 and older

3. How often do you use public transport?

	Daily	Several times weekly	Several times monthly	Several times a year	Less often	Never
Inner-city	☐	☐	☐	☐	☐	☐
National	☐	☐	☐	☐	☐	☐
International	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4. Where is your main residence?

- ☐ In a city in a central location (in a densely built area)
☐ In a town on the outskirts of town
☐ In a rural area, within a village
☐ In a rural area, outside of a village

5. What country are you from?

- ☐ Austria ☐ Switzerland ☐ Germany
☐ Belgium ☐ Netherlands ☐ Poland
☐ United Kingdom ☐ Denmark ☐ Other: _____

6. Please tell us the postal code of your home town:

Travel winter holiday

The term "winter holiday" is often used in the following questions. For this survey, a holiday in the snow is defined as a holiday including: skiing, cross-country skiing, ice skating, snowshoeing, winter walking etc. Thus, you now find yourself on a winter holiday.

8. How often do you travel to a multi-day winter holiday with the following means of transport?

	Several times yearly	Once yearly	Less often	Never
Train	☐	☐	☐	☐
Inter-city bus	☐	☐	☐	☐
Tour bus - organised tour	☐	☐	☐	☐
Airplane	☐	☐	☐	☐
Own car	☐	☐	☐	☐
Rental car	☐	☐	☐	☐

12. How often do you use the following forms of mobility at a winter holiday destination?

	Several times daily	Daily	Several times weekly	Never
Own car/rental car	☐	☐	☐	☐
Public bus service	☐	☐	☐	☐
Ski bus	☐	☐	☐	☐
Taxi	☐	☐	☐	☐

13.1. Would you continue to visit your regular winter holiday destination, if it were to become car-free?

- ☐ Yes ☐ No ☐ No regular holiday destination

Please turn!

14. For which reasons do you not travel or seldom travel by train in the winter holiday? (maximum of 5 answers)
- | | | |
|--|---|---|
| ☒ Price | ☒ Sports equipment transport | ☒ Exhausting |
| ☒ Lack of mobility on-site | ☒ Change of trains | ☒ Number of persons |
| ☒ Lack of information | ☒ Ways to and from the station | ☒ Inflexible |
| ☒ Luggage transport | ☒ Uncomfortable | ☒ Lack of privacy |
| ☒ None of the stated reasons | ☒ I travel often and gladly by train in the winter holiday! | ☒ Other: _____ |

Booking winter holiday

15. Which booking options have you used so far for your winter holiday travel? (multiple choices possible.)

- ☒ Travel agency ☒ Snowtex ☒ Online from customer comments (e.g. Trip Advisor)
☒ By telephone about the hotel ☒ Trip Advisor ☒ Online about the holiday destination
☒ Online platform about the hotel ☒ Expedia ☒ By telephone
☒ Online platform about the holiday destination ☒ Trivago ☒ Through an online map service (e.g. GoogleMaps)
☒ Per email to the hotel ☒ Checkrelx ☒ At a travel agency (e.g. GoogleMaps)
☒ Booking.com ☒ Other: _____

17. How do you inform yourself about on-site mobility at your winter holiday destination? (Multiple choices possible.)

- ☒ Online about the holiday destination ☒ Online from customer comments (e.g. Trip Advisor)
☒ Online about the hotel ☒ By telephone ☒ Online about the holiday destination
☒ At a travel agency ☒ Through an online map service (e.g. GoogleMaps)
☒ I do not inform myself. ☒ Other: _____

18. How do you inform yourself in advance about travel to your winter holiday destination? (Multiple choices possible.)
- | | |
|---|---|
| ☒ Online about the holiday destination | ☒ Online from customer comments (e.g. Trip Advisor) |
| ☒ Online about the hotel | ☒ From the transport company |
| ☒ At a travel agency | ☒ Through an online map service (e.g. GoogleMaps) |
| ☒ I do not inform myself | ☒ I enter the destination on departure into the nav. |
| ☒ Other: _____ | |

19. How important to you would the following framework conditions be in choosing an environmentally-friendly means of transport (train, bus) for your winter holiday travel?

	Very important	Important	Less important	Not important
Faster arrival by train/bus than with own car	☐	☐	☐	☐
Shuttle service between train station, accommodation and excursion destinations	☐	☐	☐	☐
Organized baggage transport from home to accommodation	☐	☐	☐	☐
Cost-effective package deals, which include the arrival by bus/train	☐	☐	☐	☐
Support for luggage when boarding or getting off the train/bus or changing trains	☐	☐	☐	☐
Possibility to bring your own bike in the bus/train	☐	☐	☐	☐
Free use of public transport at the destination area for guests arriving by train/bus	☐	☐	☐	☐

20. If there was an app/web portal that plans the entire trip and handles bookings for your winter travel, how important for you are the following services?

	Very important	Important	Less important	Not important
Hotel booking	☐	☐	☐	☐
Booking arrival (train, inter-city bus, flight)	☐	☐	☐	☐
Pick-up service from home to the train station/airport	☐	☐	☐	☐
Pick-up service from the train station/airport to the holiday	☐	☐	☐	☐
Luggage service	☐	☐	☐	☐
Leisure activities booking	☐	☐	☐	☐
Restaurant reservations	☐	☐	☐	☐

	Very important	Important	Less important	Not important
Booking of mobility on-site	☐	☐	☐	☐
Booking (E-) Carsharing car	☐	☐	☐	☐
Reminder function for travel events	☐	☐	☐	☐
Flight and train delays in real time	☐	☐	☐	☐
Gate/platform changes	☐	☐	☐	☐
Alternative flight/train connections	☐	☐	☐	☐
Recommendation for a weather-suited leisure programme	☐	☐	☐	☐



Mobility Survey - Part 2

Thank you for taking part in the second part of our survey. This is dedicated to the topic of traveling with luggage and traveling with family. Among other things, a system for travel luggage is presented, which should facilitate the use of public transport.

This questionnaire is processed by machine. In the interest of optimal data collection please mark the box:

☐ ☒ ☐

Current winter holiday travel

21. How far was/is your travel from home to a winter holiday destination?

_____ km

23. Which means of transport have you mainly used to travel to a winter holiday region?

- ☐ Airplane ☐ Four bus - organised tour
☐ Train ☐ Own car
☐ Inter-city bus ☐ Rental car
☐ Other: _____

25. For which reasons did you choose this means of transport for arrival? (maximum of 5 answers)

- ☐ Price ☐ Sports equipment transport ☐ Short travel time ☐ Safety
☐ Distance ☐ Fewer changes ☐ Reliable ☐ Number of persons
☐ Good mobility on site ☐ Short way to and from train station/airport ☐ Flexible ☐ Destination with train/inter-city bus/airplane directly accessible
☐ Good information about the arrival ☐ Comfortable ☐ None of the stated reasons
☐ Luggage transport

26. Were there any problems with the arrival? (Multiple choices possible.)

- ☐ No ☐ Yes, delay
☐ Yes, expected congestion ☐ Yes, connection mislead
☐ Yes, unexpected congestion ☐ Yes, problems in changing

27. How was your mood after arrival?

- ☐ Very good ☐ Good ☐ Moderate
☐ Bad ☐ Very bad

28. Would you travel again the next time with the same means of transportation?

- ☐ Yes ☐ Likely yes ☐ Likely no ☐ No

Travel with luggage

Imagine your luggage is transported separately from door-to-door, and you have only hand luggage with you for the complete journey from and to home.

30. Would you use such a service for winter holiday travel?

- ☐ Yes ☐ Likely yes ☐ Likely no ☐ No

31. Would delivery tracking (e.g. by phone or online) help ensure that you would be more likely to use a luggage service?

- ☐ Yes ☐ Likely yes ☐ Likely no ☐ No

Please turn!

22. How long does/did your travel take from home to accommodation?

_____ hours

24. If your main means of transport for arrival was train/long-distance bus/plane, which means of transport did you take to travel the last distance from there to the winter holiday destination?

- ☐ Public transportation ☐ Rental car
☐ Taxi ☐ Pick up with car by friend/family
☐ Own car ☐ Shuttle service
☐ E-Carsharing ☐ Other: _____

25. For which reasons did you choose this means of transport for arrival? (maximum of 5 answers)

- ☐ Short travel time ☐ Safety
☐ Reliable ☐ Number of persons
☐ Flexible ☐ Destination with train/inter-city bus/airplane directly accessible
☐ Good private sphere ☐ None of the stated reasons

26. Were there any problems with the arrival? (Multiple choices possible.)

- ☐ Yes, problems with luggage(transport)
☐ Yes, dissatisfaction with comfort
☐ Yes, other: _____

29. How do you assess the traffic situation in the winter holiday region for the following forms of mobility?

	Very good	Good	Moderate	Bad	Very bad
Walking	☐	☐	☐	☐	☐
Biking	☐	☐	☐	☐	☐
Vehicle traffic	☐	☐	☐	☐	☐
Vehicle parking (solo)	☐	☐	☐	☐	☐
Parking (accommodation)	☐	☐	☐	☐	☐
Public traffic	☐	☐	☐	☐	☐

33. Would you pay extra to leave your luggage as late as possible and nevertheless receive it at once at the holiday destination?

- ☐ Yes ☐ No ☐ Do not know

33.1. If yes, how much (in Euro)?

34. Would you pay extra to be able to choose the pick-up or delivery window yourself?

- ☐ Yes ☐ No ☐ Do not know

34.1. If yes, how much (in Euro)?

36. What is the earliest your winter holiday luggage could be picked up from you/could you deliver it?

- ☐ Up to 3 days before travel ☐ Up to 12 hr. before travel
☐ Up to 2 days before travel ☐ Up to 6 hr. before travel
☐ Up to 1 day before travel ☐ Up to 1 hr. before travel

Travel with family

37. Have you travelled by train in general on holiday with your children (max. 14 years of age) in the last 5 years?

- ☐ Yes ☐ No

If "No" you are finished with the survey. If you wish, you can add open comments at the end of this questionnaire (question 40).
Thank you for your participation!

35. Do the following reasons speak against a luggage service during a winter holiday?

	Yes	Likely yes	Likely no	No
Anonymity of luggage service	☐	☐	☐	☐
Travel with little luggage	☐	☐	☐	☐
Planning effort	☐	☐	☐	☐
Fear of damage	☐	☐	☐	☐
Fear of loss	☐	☐	☐	☐
Fear that the luggage would arrive too late	☐	☐	☐	☐
Too high price	☐	☐	☐	☐
Required presence at home during luggage pick-up	☐	☐	☐	☐
Potential necessary presence at holiday destination for luggage pick-up	☐	☐	☐	☐

38. How old were your children the last time you travelled by train with them on holiday? (Multiple choices possible.)

- ☐ 0-2 Years ☐ 3-6 Years ☐ 7-14 Years

39. How many children do you have?

- ☐ None ☐ 1 Child ☐ 2 Children
☐ 3 Children ☐ More than 3 children

41. For children of which age do you consider the train suitable as a means of travel?

	Yes	Likely yes	Likely no	No
Special rates for family travel	☐	☐	☐	☐
Special offers for family travel	☐	☐	☐	☐
Facilities on the train with family areas	☐	☐	☐	☐
Facilities at train stations with family areas	☐	☐	☐	☐
Children's menus in on-board catering	☐	☐	☐	☐
Pedagogically trained staff for child care on the train	☐	☐	☐	☐
Pedagogically trained staff for child care at the train station	☐	☐	☐	☐

42. Have you travelled to your winter holiday by train with your children in the last 5 years?

- ☐ Yes ☐ No

43. For you, what speaks most against train travel with children on a winter holiday? (maximum of 5 answers)

- ☐ Price ☐ Sports equipment transport ☐ Exhausting
☐ Lack of mobility on site ☐ Changes ☐ Unreliable
☐ Lack of information ☐ Way to and from the station ☐ Inflexible
☐ Luggage transport ☐ Uncomfortable ☐ Lack of privacy
☐ I would also without children not travel by train to a winter holiday. ☐ Travel gladly by train with the children to winter holiday!

44. Other comments / suggestions for improvement:

Thank you for your participation!