



TECHNISCHE  
UNIVERSITÄT  
WIEN  
Vienna | Austria

# DIPLOMARBEIT

## Bahnreise im Urlaubsverkehr – Anforderungen an die Mobilitätskette aus Sicht von Familien

ausgeführt zum Zwecke der Erlangung  
des akademischen Grades eines Diplom-Ingenieurs  
unter der Leitung von

**Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Dr. techn. Norbert OSTERMANN**  
**Dipl.-Ing. Dr. techn. Bernhard RÜGER**

E230 – Institut für Verkehrswissenschaften  
Forschungsbereich für Eisenbahnwesen, Verkehrswirtschaft und Seilbahnen

**eingereicht an der Technischen Universität Wien**  
**Fakultät für Architektur und Raumplanung**  
von

**Mag. Bernhard Dietrich, BSc**

0849221

Wien, am 15.05.2017

## Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, am 15. Mai 2017

Bernhard Dietrich

---

## KURZFASSUNG

---

Derzeit fahren etwa **80 %** der Familienreisenden mit dem **Auto** in den Urlaub, die **Bahn** weist lediglich einen Marktanteil von **5 % bis 10 %** auf. Aufgrund globaler Trends wie dem Klimawandel und Herausforderungen wie der starken Verkehrsbelastung von Urlaubsorten stellt sich zunehmend die Frage nach einer nachhaltigen Ausrichtung der Tourismusmobilität, insbesondere der Urlaubsanreise. Vor diesem Hintergrund setzt sich die vorliegende Arbeit mit der Thematik der **Anforderungen von Familien an Urlaubsreisen** mit der Bahn mit dem Fokus auf den Winterurlaub auseinander.

Um Familien verstärkt dazu bewegen zu können, die Bahn als Anreiseverkehrsmittel in den Urlaub zu wählen, ist es notwendig, die **Bedürfnisse** der Zielgruppe in allen Phasen der Reise zu kennen und gleichzeitig zu wissen, welche Angebote, Infrastruktur- und Serviceeinrichtungen für Familien bereits bestehen. Die Gliederung der Arbeit nach **Reisephasen** ermöglicht es, sowohl die KundInnenbedürfnisse als auch das vorhandene Angebot für jede Phase der Reise darzustellen. Methodische Basis der Arbeit ist eine umfangreiche **Befragung** von über 4.500 Reisenden, die im Winter 2016/17 in Fernverkehrszügen und Urlaubsregionen in Österreich durchgeführt wurde.

Die **Analyse** der Anforderungen und Bedürfnisse ergab, dass Familien vor allem reisecharakteristische Merkmale wie den Gepäcktransport, oftmaliges Umsteigen oder die fehlende direkte Erreichbarkeit des Urlaubsortes als Gründe nennen, nicht mit der Bahn verreisen zu wollen. Im Gegenzug werden Aspekte des Preises, des Komforts und der Sicherheit der Bahn von Familien positiv hervorgehoben. In den Phasen entlang der Reisekette wurde u.a. festgestellt, dass Familien sowohl am Bahnhof als auch im Zug Bedarf nach persönlicher Unterstützung durch Personal sowie nach abgetrennten Familienbereichen mit Platz und der Möglichkeit zur Bewegung haben. Großer Bedarf besteht an Gepäckserviceleistungen, die Familien die Möglichkeit bieten, nur mit Handgepäck zu verreisen.

Der **Benchmark** der Angebote zeigte, dass Bahnbetreiber in vielen Bereichen bereits nennenswerte Einrichtungen für Familien im Portfolio haben. So sind die meisten Fernverkehrszüge mit Bereichen für Familien ausgestattet, es gibt ein breites Spektrum an speziellen Tarifen und Angeboten sowie die Möglichkeit, Serviceleistungen für die Unterstützung auf der Reise und den Gepäcktransport in Anspruch zu nehmen.

Aus den Ergebnissen von Anforderungen und Benchmark werden am Schluss der Arbeit kompakte **Handlungsempfehlungen** abgeleitet, die zeigen, an welchen Interventionsorten (Service und Buchung, Bahnhof, Zug) welche Maßnahmen zu setzen sind. **Empfehlungen** für Akteure der Raumplanung runden die Arbeit ab.

---

## ABSTRACT

---

### Bernhard Dietrich: Holiday Train Travel – Families' Needs and Requirements Regarding the Mobility Chain

Currently, about **80 %** of family holiday journeys are **undertaken by car**, whereas **rail travel** has a market share of merely **5 % to 10 %**. Due to global trends such as climate change and challenges such as heavy traffic in holiday destinations, developing touristic mobility in a sustainable way becomes more and more important. The present master thesis deals with the subject of families' requirements on holiday trips by train, focusing on winter holidays.

In order to encourage families to choose train travel for their holiday journeys, it is necessary to know the **needs of the target group** at all stages of the trip. At the same time, knowledge about **train operators' offers**, infrastructure and service facilities for families is essential. The structuring of this thesis by trip phases makes it possible to display customer needs as well as the available offers for each phase of the trip. The methodological basis of this thesis is a **comprehensive survey** of more than 4,500 travellers, which was carried out in winter 2016/17 in several long-distance trains and holiday destinations in Austria.

The **analysis of requirements and needs** of families especially revealed travel-characteristic factors such as baggage transport, the necessity of several changes within a journey or the lack of direct access to the destination as obstacles for choosing the train for a family holiday trip. In contrast, factors like price, comfort and safety of train travel help to influence families' mode choices towards rail travel. Research along the travel phases showed that families have demand for personal support from staff both at the train station and on the train. Furthermore, separated family areas with the possibility and enough space for children to move around were mentioned. Finally, there is a great demand for baggage services, which allow families to travel with just carry-on baggage.

The **benchmark of the supply side** showed that railway operators have certain facilities for families in their portfolio. Thus, most long-distance trains are already equipped with areas for families, there is a wide range of special fares and offers as well as the possibility to take advantage of services for travel assistance and baggage transport.

The results of the requirements and the benchmark lead to **recommendations** at the end of the thesis, showing at which intervention spots (service and booking, train station, train) which measures are to be carried out. Recommendations for spatial planners complete the thesis.

---

## DANKSAGUNG

---

Zunächst möchte ich mich bei **Dipl.-Ing. Dr. Bernhard Rüger** für die ausgezeichnete Betreuung, die rasche Beantwortung aller Fragen und das große Interesse an meiner Arbeit herzlich bedanken, das sich in wertvollen Empfehlungen zu Inhalt und Methodik widerspiegelte. Mein Dank gilt auch **Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Dr. Norbert Ostermann** für die Ermöglichung dieser Arbeit.

Den ExpertInnen, mit denen ich Interviews führen durfte, gilt mein Dank ebenso wie den TeilnehmerInnen der Fokusgruppe, die mir wertvolle Expertise aus Elternsicht gegeben haben.

Herzlich bedanken möchte ich mich bei **Christian, David, Helmut, Laura, Laurentius, Martin und Thomas**, die ihre Zeit investiert haben, um die Arbeit Korrektur zu lesen. Besonders möchte ich mich bei **Isaak** für die vielen und umfangreichen Hinweise zur gesamten Arbeit sowie die zahlreichen Fotos bedanken.

Ganz besonders möchte ich mich bei **meinen Eltern** bedanken, die mir während meiner gesamten Studienzeit nicht nur finanziell, sondern vor allem persönlich zur Seite gestanden sind und die Arbeit ebenfalls Korrektur gelesen haben. Für viel Motivation während der gesamten Studienzeit danke ich auch meiner Schwester **Marlies**.

Nicht genug danken kann ich meiner Freundin **Maria** für die monatelange, geduldige Unterstützung, das positive Denken und den Optimismus sowie die vielen inhaltlichen Anmerkungen zur Arbeit.

---

## INHALTSVERZEICHNIS

---

Kurzfassung.....	3
Abstract.....	4
Danksagung.....	5
1 Einführung.....	9
1.1 Problemaufriss.....	9
1.2 Systemabgrenzung.....	10
1.3 Forschungsfragen und Zielsetzung.....	11
1.4 Aufbau der Arbeit.....	12
2 Methodik.....	13
2.1 Befragung von Familienreisenden.....	13
2.1.1 Befragungen im Projekt EASY TRAVEL (2016).....	13
2.1.2 Konzeption und Aufbau der Fragebögen.....	14
2.1.3 Durchführung der Befragungen.....	15
2.1.4 Ergänzung durch Ergebnisse aus GEPÄCKLOS und FLEXICOACH.....	16
2.2 Datensamples der Zugbefragungen.....	18
2.2.1 Allgemeine statistische Daten.....	18
2.2.2 Bahnspezifische Daten.....	21
2.2.3 Familienspezifische Daten.....	22
2.2.4 Reisezwecke beim Verreisen mit der Bahn.....	23
2.2.5 Winterurlaub mit der Bahn.....	24
2.3 Fokusgruppe Betroffene: „Familie im Zug“.....	26
2.4 ExpertInneninterviews: Beobachter und Entscheider.....	27
2.5 Print- und Onlinequellen.....	28
2.6 Beitrag in einer Online-Diskussionsrunde zu Familienreisen.....	28
3 Grundlagen.....	29
3.1 Tourismus und Mobilität.....	29
3.2 Urlaub und Familie.....	30
3.3 Motorische Entwicklung und Raumbedürfnisse.....	32
3.3.1 Babys und Kleinkinder (bis 3 Jahre).....	32
3.3.2 Kinder im Vorschulalter (3 bis 6 Jahre).....	33
3.3.3 Kinder und Jugendliche ab dem Schulalter.....	33

4	Die Entscheidungsphase .....	34
4.1	Wahl der Bahn im Urlaubsverkehr.....	34
4.2	Determinanten der Verkehrsmittelwahl.....	36
4.2.1	Sozial-psychologische und reisecharakteristische Indikatoren.....	37
4.2.2	Soziodemografische Indikatoren .....	43
4.2.3	Räumliche Indikatoren.....	49
4.3	Kinder- und Jugendmarketing .....	51
5	Die Vorreisephase.....	53
5.1	Anforderungen von Familienreisenden.....	53
5.1.1	Informationen, Fahrplan und Reisebuchung.....	53
5.1.2	Tarifwesen und Angebote.....	57
5.2	Benchmark – Angebotsübersicht.....	59
5.2.1	Fahrplan und Reisebuchung .....	59
5.2.2	Tarifwesen und Angebote.....	61
6	Die Anreisephase – Zum und am Bahnhof.....	65
6.1	Anforderungen von Familienreisenden.....	65
6.1.1	Anreise zum Bahnhof .....	65
6.1.2	Aufenthalt am Bahnhof .....	66
6.2	Benchmark - Angebotsübersicht.....	70
6.2.1	Ausstattungs-elemente am Bahnhof .....	70
6.2.2	Serviceeinrichtungen am Bahnhof.....	71
6.2.3	Exkurs: Familienreisende an Flughäfen .....	72
7	Der Aufenthalt im Zug .....	74
7.1	Anforderungen von Familienreisenden.....	74
7.1.1	Einsteigen und Platzsuche .....	74
7.1.2	Gestaltung und Funktion von Familienbereichen.....	77
7.1.3	Tätigkeiten und Serviceleistungen im Zug.....	80
7.1.4	Sanitäre Einrichtungen .....	85
7.1.5	Bordgastronomie.....	86
7.2	Benchmark – Angebotsübersicht.....	87
7.2.1	Serviceleistungen beim Einsteigen und im Zug.....	87
7.2.2	Familien- und Kinderabteile.....	89
7.2.3	Sanitäreinrichtungen.....	100
7.2.4	Exkurs: Serviceeinrichtungen im Flugzeug.....	101

8	Last Mile und Mobilität am Urlaubsort.....	102
8.1	Anforderungen von Familienreisenden.....	102
8.2	Benchmark – Angebotsübersicht.....	105
9	Gepäck entlang der Reisekette.....	109
9.1	Anforderungen von Familienreisenden.....	109
9.1.1	Gepäckumfang bei Familienreisen.....	109
9.1.2	Gepäcktransport am Bahnhof und im Zug.....	111
9.1.3	Beeinträchtigungen durch Reisegepäck.....	113
9.1.4	Gepäckserviceleistungen.....	114
9.1.5	Reisende mit Kinderwagen.....	116
9.2	Benchmark – Angebotsübersicht.....	118
9.2.1	Unterbringung des Gepäcks am Bahnhof.....	118
9.2.2	Unterbringung des Gepäcks im Zug.....	118
9.2.3	Gepäckserviceleistungen.....	119
10	Schlussfolgerungen.....	120
10.1	Forschungsergebnisse.....	120
10.1.1	Entscheidungsphase.....	120
10.1.2	Vorreisephase.....	122
10.1.3	Anreisephase.....	123
10.1.4	Aufenthalt im Zug.....	124
10.1.5	Last Mile und Mobilität am Urlaubsort.....	127
10.1.6	Gepäck.....	128
10.2	Handlungsempfehlungen.....	130
10.2.1	Vor der Reise.....	131
10.2.2	Am Bahnhof.....	132
10.2.3	Im Zug.....	133
10.2.4	Raumplanung.....	137
11	Verzeichnisse.....	139
11.1	Abkürzungsverzeichnis.....	139
11.2	Printquellen.....	139
11.3	Onlinequellen.....	140
11.4	ExpertInneninterviews & Fokusgruppe.....	145
11.5	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....	145
11.6	Fragebögen.....	149



---

# 1 EINFÜHRUNG

---

## 1.1 Problemaufriss

---

„Staus zu Ferienbeginn“, „Verkehrsinfarkt in Tiroler Alpen“, „Blockabfertigung vor Tunnels“ – Schlagzeilen wie diese sind alle paar Wochen in aller Munde. Warum? Bei Urlaubsreisen in Österreich oder in die unmittelbaren Nachbarländer **dominiert der private PKW** im Anreiseverkehr. So wurde 2014 bei 80 % der etwa 10 Millionen selbst organisierten Urlaubsreisen im Inland (STATISTIK AUSTRIA, 2014a) mit dem PKW angereist und dieser in vielen Fällen auch vor Ort genutzt. Die Bahn liegt abgeschlagen und weist lediglich einen Marktanteil von 5 % bis 10 % auf. Besonders häufig wird der PKW von Familien und für den Winterurlaub gewählt (vgl. Kapitel 4.1).

Im Kontrast dazu steht, dass die **Förderung nachhaltiger**, umweltschonender und sozial verträglicher **Mobilitätsformen** für den Urlaubsverkehr als **wichtiges Ziel** der Politik in Planungsdokumenten verankert ist. Dafür verantwortlich sind globale Trends wie der Klimawandel, negative Auswirkungen starker Verkehrsbelastung auf betroffene Regionen, aber auch das gesteigerte Umwelt- und Mobilitätsbewusstsein von Reisenden. Auch Gemeinden setzen bereits erfolgreich auf sanfte Mobilitätskonzepte, vielfältige Angebote für die Mobilität am Urlaubsort sind in den letzten Jahren neu entstanden.

Vor diesem Hintergrund erscheint es lohnend, das **Potenzial** der Bahn als Urlaubsverkehrsmittel aus der Sicht von Familien **genauer zu analysieren**. Die vorliegende Arbeit eruiert, inwieweit sich das System Bahn besser auf **Wünsche und Anforderungen** einer wichtigen KundInnengruppe – **Familien mit (kleinen) Kindern** – einstellen muss, um hinreichend attraktiv zu sein und verstärkt für die Anreise zum Urlaubsort gewählt zu werden.

Durch gezielte Maßnahmen bei Ausstattung, Serviceeinrichtungen, Gepäckmitnahme, Reisebuchung und Tarifen, so eine wesentliche Hypothese, kann ein Zugewinn an Attraktivität für die Bahn erzielt werden. Idealerweise werden so mehr Familien davon überzeugt, die Bahn als Verkehrsmittel zu wählen. Mit der Ermittlung von Bedürfnissen und Anforderungen bahnreisender Familien, einer umfassenden Angebotsübersicht (Benchmark) und der Ableitung von Handlungsempfehlungen für zentrale Interventionsorte soll diese Arbeit dazu beitragen, diesem Ziel näher zu kommen.

## 1.2 Systemabgrenzung

---

Die wesentlichen Analysen wurden in **Österreich** durchgeführt, die Mehrzahl der Befragten kommt aus Österreich, Deutschland und der Schweiz. Daraus ergibt sich eine **räumliche Eingrenzung** auf diese drei Länder.

Die **Zielgruppe der Forschung** sind Familien mit Kindern (zur Definition siehe Kapitel 3.2.), welche die Bahn zur Anreise wählen oder wählen könnten. Andere Gruppenzusammensetzungen von Reisenden werden in dieser Arbeit nicht behandelt.

**Adressaten** der Forschungsergebnisse sind vor allen Dingen Bahnunternehmen, aber auch PlanerInnen, Tourismusverantwortliche und auch Interessierte aus der Zielgruppe bahnreisender Familien selbst.

In der Arbeit wird der touristische **Urlaubsverkehr** behandelt. Untersuchungen zu Berufs-, PendlerInnen- und Güterverkehr werden nicht durchgeführt. Aufgrund der Durchführung der empirischen Erhebungen in den Wintermonaten ergibt sich ein Fokus auf die Untersuchung des **Winterurlaubs**.

Behandelt werden Reiseketten, die die **Bahn** als zentrales Element beinhalten (zur Definition vgl. Kapitel 1.5.). Der motorisierte Individualverkehr wird als wesentlicher Faktor beim Anreise- und Urlaubsverhalten mitbehandelt, aber nicht näher untersucht. Andere Verkehrsmittel, die in Kombination mit der Bahn benützt werden können, werden exemplarisch im Rahmen des Kapitels zur „Last Mile“ sowie der Mobilität am Urlaubsort untersucht.

## 1.3 Forschungsfragen und Zielsetzung

---

Die geschilderten Problemstellungen und die Systemabgrenzung sind Grundlage für die vier zentralen Forschungsfragen dieser Arbeit:

1. Welche **grundlegenden Merkmale** weist die Zielgruppe „Familie mit Kindern“ auf und welche **Einflussfaktoren** sind für ihr Urlaubsreiseverhalten maßgeblich?
2. Welche **Angebote und Serviceleistungen** bietet die Bahn (in Österreich und im internationalen Vergleich) derzeit für Familienreisende?
3. Was sind **zentrale Bedürfnisse und Anforderungen von Familien** entlang der Mobilitätskette bei Reisen mit der Bahn?
4. Welche **Empfehlungen** können unter Einbeziehung der Ergebnisse aus 1. bis 3. für das Reisen mit Familie abgegeben werden?

Aus jeder Forschungsfrage lässt sich eine **Zielsetzung** für die Arbeit ableiten:

1. **Festlegung zentraler Begriffe** und wichtiger Kennzahlen, Ermittlung wesentlicher Faktoren für Urlaubsreisen und Verkehrsmittelwahl von Familien mit Kindern
2. Darstellung einer umfangreichen, europaweiten **Angebotsübersicht** zu Familienreisen mit der Bahn im Hinblick auf Ausstattung und Serviceleistungen (Benchmark)
3. Ermittlung und Quantifizierung zentraler **Bedürfnisse und Anforderungen** von Familienreisenden bei Urlaubsreisen entlang der gesamten Mobilitätskette
4. Vernetzung der Angebotsseite (Benchmark, 2.) mit der Nachfrageseite (Anforderungskatalog, 3.) zur Ermittlung von zentralen Schlussfolgerungen und nach Priorität gereihten Empfehlungen für österreichische AkteurInnen.

## 1.4 Aufbau der Arbeit

Nach der Beschreibung der **Methodik** in Kapitel 2 erfolgt in Kapitel 3 die Darstellung relevanter **Grundlagen** aus den Bereichen Tourismus, Eisenbahnwesen, Familie und Mobilitätsforschung. Zentral für den weiteren Aufbau der Arbeit ist die Gliederung der Arbeit nach den Phasen der Mobilitätskette.

Die Mobilitätskette beschreibt den Ablauf einer Reise. Sie verfügt über insgesamt sechs Phasen. Jene Phasen, in denen tatsächlich gereist wird (im Wesentlichen Anreisephase und Reisephase) werden als **Reisekette** bezeichnet.

Die Mobilitätskette kann auch als Mobilitätszirkel oder als Kreislauf verstanden werden, da die Kundenzufriedenheit, die insbesondere in der „after trip“-Phase am Schluss der Reise zum Ausdruck kommt, Basis für künftige Reisen mit der Bahn darstellt (RÜGER 2004, 24).

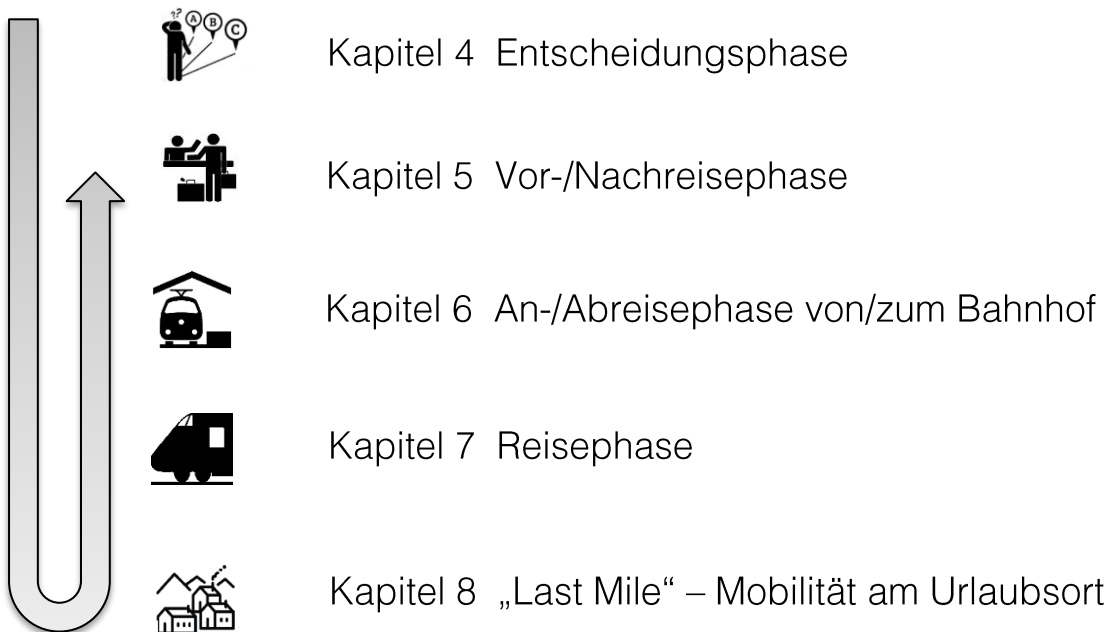


Abb. 1.1 Mobilitätskette; Quelle: Eigene Darstellung

Die Untersuchungen zu den **einzelnen Etappen der Mobilitätskette** werden in den **Kapiteln 4 bis 8** beschrieben. Zusätzlich legt Kapitel 9 noch einen Fokus auf Gepäck in allen Phasen der Reise. In jedem Kapitel sind zentrale Ergebnisse der angewandten Methoden dargestellt, wobei zunächst die ermittelten **Anforderungen** von Familienreisenden (Kapitel 4.1, 4.2, 5.1, 6.1, 7.1, 8.1 und 9.1) und anschließend die bestehenden **Angebote** (Kapitel 4.3, 5.2, 6.2, 7.2, 8.2 und 9.2) betrachtet werden.

Abschließend werden im **Kapitel 10** die Forschungsergebnisse zusammengefasst und daraus **kompakte Handlungsempfehlungen** für wichtige Interventionsorte abgeleitet.

---

## 2 METHODIK

---

Die Arbeit fußt auf unterschiedlichen methodischen Grundlagen. Von großer Bedeutung für die Ermittlung zentraler Bedürfnisse und Anforderungen von Familien an das Reisen mit der Bahn sind die analysierten Fahrgastbefragungen, die Erkenntnisse aus dem Gespräch mit der Fokusgruppe und ergänzende Ergebnisse aus der Literatur. Durchgeführte Experteninterviews und Literaturrecherche waren Hauptquellen der Angebotsübersichten.

### 2.1 Befragung von Familienreisenden

---

Wie bereits erwähnt, wurde für den Hauptteil der Arbeit die quantitative Methode der **Befragung von Reisenden** angewandt. Quantitative Methoden verfolgen den Ansatz, Aussagen zahlenmäßig zu quantifizieren und daraus Interpretationen abzuleiten. Im Gegensatz zu qualitativen Methoden werden Untersuchungsobjekte nicht detailliert beleuchtet, die Erforschung von Motiven und dem „Warum“ spielt keine Rolle. (BRAUNECKER 2016, 17f). Stattdessen wird bei einer qualitativen Befragung eine zahlenmäßig breit angelegte Basis an Antworten mit dem Ziel gesammelt, möglichst umfassende, übersichtliche und anschauliche Ergebnisse zu erreichen (BRAUNECKER 2016, 31).

#### 2.1.1 Befragungen im Projekt EASY TRAVEL (2016)

---

Wesentliche Basis für die Arbeit sind die **Erhebungen aus dem Projekt EASY TRAVEL** mit den Hauptprojektpartnern netwiss OG, Technische Universität Wien, Ötztal Tourismus und Tirol Werbung, das von 2016 bis 2018 läuft. Die ÖBB und die DB fungieren dabei als Letter-of-intent (LOI)-Partner.

Das Projekt setzt sich zum Ziel, neue und innovative Mobilitätskonzepte im Tourismus zu entwerfen, die als Komplettpaket UrlauberInnen sowohl eine An- und Abreise als auch Mobilität vor Ort ohne PKW unter besonderer Berücksichtigung der Bahnreise ermöglichen sollen. Im Projekt wird der Fokus auf den **Gepäcktransport**, die flexible **Vor-Ort-Mobilität** sowie die Schaffung einer **einfach buchbaren Mobilitätskette** in einem Vorgang gelegt (EASY TRAVEL 2016). Das Projekt beschäftigt sich grundsätzlich mit allen Reisenden, es wurde jedoch ein Schwerpunkt auf Reisende mit Familie gelegt.

Im Projekt werden Befragungen von Winter- und von Sommerurlaubern zu ihrem Mobilitätsverhalten durchgeführt. Diese finden in Zügen, in Tourismusregionen vor Ort, an Flughäfen und online statt. Im Dezember 2016/Jänner 2017 wurde die Befragung von Winterurlau-

bern durchgeführt. Insgesamt wurden **4.534 Fragebögen** abgegeben. Davon entfielen **3.684** auf die **Zugbefragung** und **850** auf die **Vor-Ort-Befragungen**.

Die Erhebungen wurden je nach Befragungsart (Zug, vor Ort etc.) mit unterschiedlichen Fragebögen durchgeführt. Der Verfasser dieser Arbeit war an der Gestaltung und Durchführung der Fragebögen für die Zugbefragung beteiligt, weshalb diese hier vorrangig behandelt wird. In diese Arbeit fließen auch Erkenntnisse aus der Vor-Ort-Befragung ein.

### 2.1.2 Konzeption und Aufbau der Fragebögen

---

Die Befragung erfolgte durch schriftliche, standardisierte **Fragebögen**. Der Vorteil des **schriftlichen** Verfahrens liegt darin, dass durch das selbständige Ausfüllen kein Interviewer benötigt wird und so eine größere Stichprobe erreicht wird. Zudem kann die Beantwortung nicht (unbewusst) durch den Interviewer verfälscht werden (BARTH 1998, 1). **Standardisiert** sind die Fragebögen, weil (zumeist) Antwortmöglichkeiten vorgegeben werden, unter denen die befragte Person auswählt. Die Auswahl der Befragten im Zug bzw. vor Ort erfolgte zufällig, die jeweiligen Fragebögen enthielten idente Fragen in derselben Reihenfolge.

Der Fragebogen zur **Zugbefragung** umfasste zwei beidseitig bedruckte Blätter mit insgesamt 47 nummerierten Fragen zu folgenden Themen:

- allgemeine demografische Fragen
- Mobilitätsverhalten im Winterurlaub.
- Buchung des Winterurlaubs
- Reisen mit Gepäck
- Spezielle Fragen zur Bahnfahrt (mit Bezug zum Thema Gepäck)
- Reisen mit Familie allgemein (nicht nur im Winterurlaub)
- aktuelle (= vom Befragten im Zug momentan durchgeführte) Winterurlaubsreise

Der Fragebogen zur **Vor-Ort-Befragung** umfasste ebenfalls zwei beidseitig bedruckte Blätter und insgesamt 44 Fragen. Behandelt wurden dieselben Themen wie im Fragebogen zur Zugbefragung mit Ausnahme der aktuellen Winterurlaubsreise, da aufgrund des Befragungsorts (Schihütten) angenommen wurde, dass sich die Befragten im Winterurlaub befinden.

Die Fragebögen der Zug- und Vor-Ort-Befragung sind in Kapitel 11.6. zu finden.

### 2.1.3 Durchführung der Befragungen

---

An der **Befragung im Zug** waren der Verfasser und drei weitere Personen beteiligt. Eine Einteilung der Strecken und Züge wurde im Vorhinein vorbehaltlich der Genehmigung durch die zuständigen Stellen der ÖBB anhand folgender Kriterien getroffen:

- verschiedene Bahnstrecken in Österreich (Arlberg, Tauernbahn, Weststrecke)
- verschiedene Zugtypen (railjet, Euro- und Intercity, Nachtzüge)
- verschiedene Reisetage (Wochenende, wochentags)
- gewisser Anteil an Urlaubsreisenden (Durchführung in der Ferienzeit)
- Wahrscheinlichkeit, auch Reisende aus dem deutschsprachigen Ausland (Deutschland, Schweiz) abzudecken

Für die Befragung ausgewählt und genehmigt wurden die folgenden **Strecken**: Feldkirch – Landeck-Zams, Salzburg – Bischofshofen, Kufstein – Innsbruck, Wien – Linz und Linz – Salzburg. Die Befragungen wurden an elf Tagen im Zeitraum von 26.12.2016 bis 12.01.2017 durchgeführt. Jedes Mitglied des Erhebungspersonals befragte an zwei bis vier Tagen ganztags, also jeweils in acht bis zehn Zügen (vgl. Kapitel 2.2.1).

Im Folgenden werden **Einzelheiten** zum Ablauf der Befragung aus der Sicht des Verfassers geschildert, der am 26.12., 27.12., 6.1. und 7.1. etwa 1.100 Personen zwischen Feldkirch bzw. Bludenz und Landeck-Zams befragte:

Die Züge auf der Strecke Feldkirch – Landeck waren zumeist **railjet**-Züge mit dem Streckenverlauf Wien – Zürich oder Wien – Bregenz. Die Befragungen wurden aufgrund eines im Vorhinein ausgearbeiteten Fahrplans in jeweils 6–8 Zügen pro Tag durchgeführt. Die meisten Züge verkehrten als Einfachgarnituren mit sieben Wagen. Bei Doppelgarnituren wurde die Garnitur ab/bis Zürich für die Befragung ausgewählt. Neben den railjet-Zügen wurde auch im Intercity 118/119 (Münster – Innsbruck) befragt, in dem sich vor allem an den Samstagen zahlreiche deutsche Urlaubersfamilien befanden.

Während eines Erhebungsdurchganges (Bludenz bzw. Feldkirch – Landeck-Zams, ca. 60 bzw. 75 Minuten) wurde der Zug dreimal zur Gänze durchquert: Zunächst wurden die Fragebögen beginnend von der Business Class (in IC-Zügen: 1. Klasse) im gesamten Zug verteilt. Sitzende Fahrgäste wurden angesprochen, kurz über den Grund der Erhebung informiert und gefragt, ob Bereitschaft vorhanden wäre, den Fragebogen auszufüllen. War der Fahrgast einverstanden, wurde ihm/ihr ein Fragebogen ausgehändigt und später wieder eingesammelt. Beim Einsammeln wurden die Fragebögen nach Wagenklasse und Zuggattung sortiert.

Fahrgäste, die erkennbar zusammen verreisten, erhielten nur einen Fragebogen, um identes oder gemeinsames Ausfüllen auszuschließen. Da der Fragebogen nur auf Deutsch zur Verfügung stand, mussten auch Fahrgäste, die der deutschen Sprache nicht ausreichend mächtig waren, von der Befragung ausgenommen werden.

Der Verfasser konnte fast immer Fahrgäste aller Zugklassen mit Fragebögen ausstatten. In wenigen Einzelfällen war das aufgrund fehlender Fahrgäste in der Business Class nicht möglich. Selten konnten aufgrund stehender Fahrgäste oder eines überfüllten Zuges nicht alle Wagen einbezogen werden.

Die Befragungen **vor Ort** wurden im am 4., 5., 6., 14. und 15.1.2017 sowie am 6., 7. und 8.2.2017 in den Urlaubsregionen Sölden, Oberturgl und Hochoetz durchgeführt.

Die **Auswertung** aller Fragebögen erfolgte zunächst mit dem Programm **FormPro**, das das Einlesen der Fragebögen und Zuordnen der Antworten zu den vorweg gesetzten Werten lieferte. Nach händischen Korrekturen offensichtlicher Fehler wurde die Auswertung und Erstellung der Häufigkeitsabfragen und Kreuztabellen mittels **SPSS 24** vorgenommen. Die Erstellung der Ergebnisgrafiken und Diagramme erfolgte in **MS Excel**.

#### 2.1.4 Ergänzung durch Ergebnisse aus GEPÄCKLOS und FLEXICOACH

Um weitere Bedürfnisse von Familienreisenden, die in EASY TRAVEL (2016) nicht abgedeckt wurden, behandeln zu können, wurden die Datensamples der Projekte GEPÄCKLOS (2014) und FLEXICOACH (2012) in die Analyse **miteinbezogen**.

Im Hinblick auf die Zielgruppe der „Familienreisenden“ ist darauf hinzuweisen, dass die einzelnen Fragebögen den Begriff **unterschiedlich definieren**. Während in GEPÄCKLOS (2014) und FLEXICOACH (2012) Familienreisende solche sind, die **bei der aktuellen Reise** mit Kindern bis 14 bzw. 12 Jahren verreisen, stellt EASY TRAVEL (2016) darauf ab, ob Reisende **in den letzten fünf Jahren** mit Kindern bis 14 Jahren verreist sind.

Da in dieser Arbeit vor allem Anforderungen und Bedürfnisse erhoben und daraus Empfehlungen abgeleitet werden sollen, ist vor allem von Bedeutung, dass die Stichproben in Bezug auf ausreichende Erfahrung beim Reisen mit Familie übereinstimmen. Diese Erfahrung wird auch bei Bahnreisenden, die zwar nicht bei der aktuellen Reise, aber in den letzten fünf Jahren mit Kindern verreist sind, als ausreichend vorhanden angesehen und eine Vergleichbarkeit der Untersuchungen hinsichtlich der Grundgesamtheit „Familienreisende“ somit bejaht.



Aufgrund der relativen zeitlichen Nähe der Erhebungen ist auch nicht davon auszugehen, dass sich die Bedürfnisse und Anforderungen von Familienreisenden rein aufgrund der unterschiedlichen Erhebungszeiträume unterscheiden.

Spezielle Überprüfungen der erhobenen Daten auf Repräsentativität und Signifikanz konnten nicht durchgeführt werden. Aufgrund der hohen Stichprobengröße und dem Vergleich der Befragungsergebnisse mit Literatur und weiteren Erhebungen werden die Daten dennoch als qualitativ hochwertig und aussagekräftig gesehen.

## 2.2 Datensamples der Zugbefragungen

Da Anforderungen und Bedürfnisse der Zielgruppe Bahnreisender Familien noch weitgehend unerforscht sind, werden in einem ersten Schritt allgemeine Daten aus den Fragebögen behandelt.

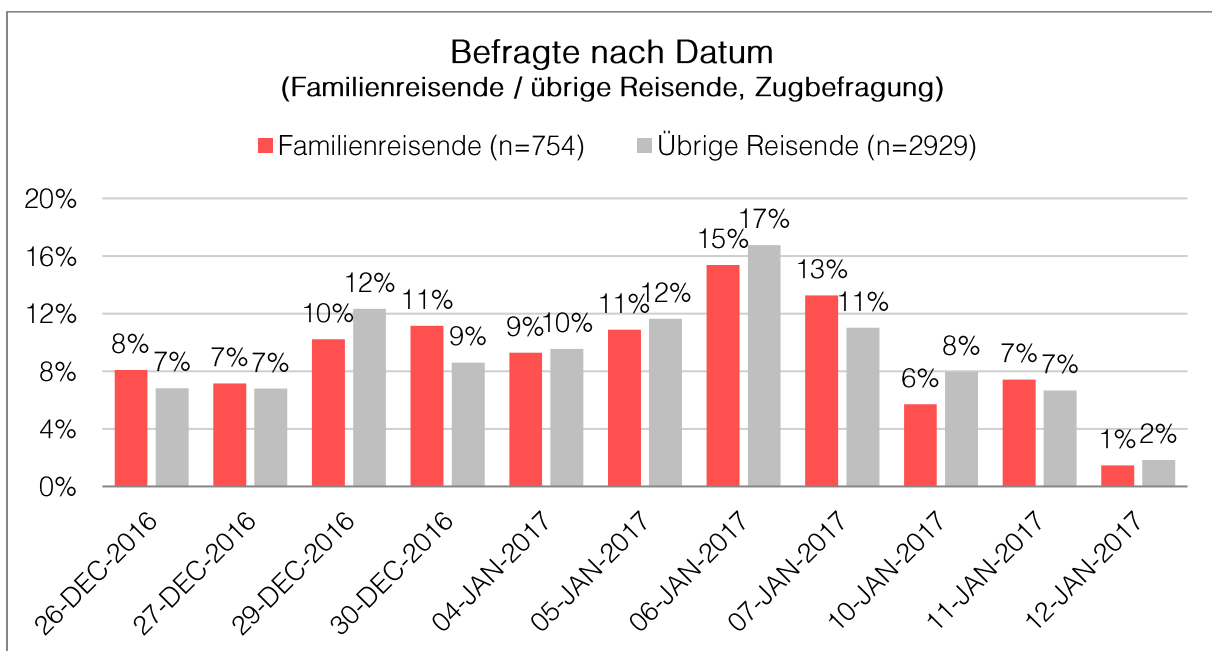
Von den 3.684 Fragebögen der Zugbefragungen wurden 29 Fragebögen leer retourniert. Bei weiteren 24 Fragebögen wurden nur die persönlichen Daten ausgefüllt. 585 Befragte mussten die Befragung aufgrund keines oder zu lange zurückliegenden Winterurlaubs bereits bei der ersten inhaltlichen Frage beenden.

In Folge werden die Daten auf Basis allgemeinstatistischer, bahn- und familienspezifischer sowie reisecharakteristischer Sicht aufgeschlüsselt.

### 2.2.1 Allgemeine statistische Daten

#### Befragte nach Befragungsdaten

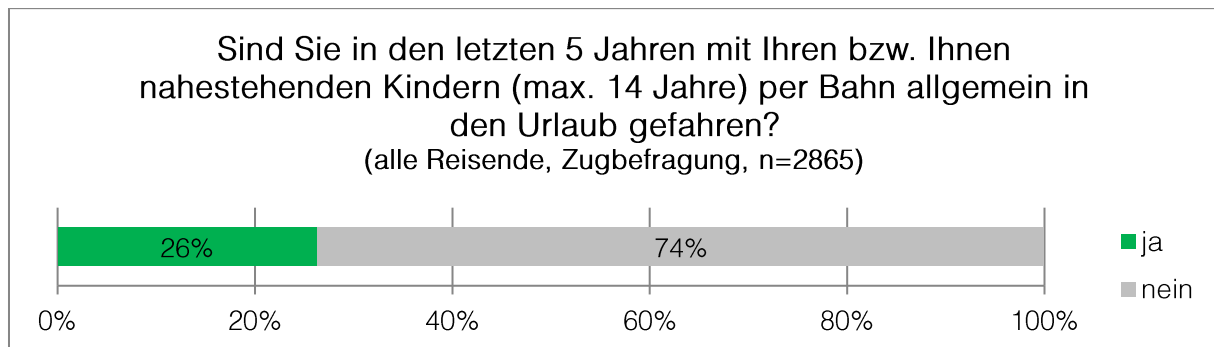
Die verteilten Fragebögen entfallen auf die Befragungstage wie unter Abb. 2.1 ersichtlich. Über den gesamten Erhebungszeitraum hinweg war das Verhältnis an befragten Familienreisenden und anderen Reisenden meist ausgeglichen. Die höheren Werte am 30. Dezember (Freitag) und 7. Jänner (Samstag) deuten auf verstärktes Familienurlauber-aufkommen an diesen Tagen hin.



**Abb. 2.1** Befragte nach Datum (Familienreisende und übrige Reisende)  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

## Anteil der Familienreisenden

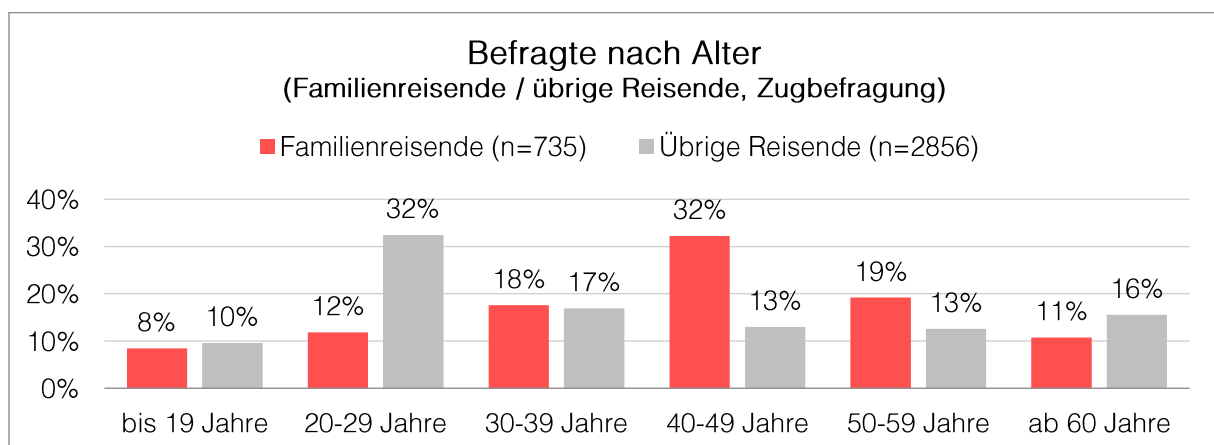
In Abb. 2.2 wird dargestellt, wie hoch der Anteil an Fahrgästen ist, die über **Erfahrung** im Reisen mit Familie verfügen, weil sie in den letzten 5 Jahren mit Familie per Bahn in den Urlaub gefahren sind. Dies sind etwa 26 % aller Fahrgäste (754 abgegebene Fragebögen), die fortan als „Familienreisende“ bezeichnet werden (vgl. auch Kapitel 2.1.4).



**Abb. 2.2 Familienreisende** (nach Definition EASY TRAVEL)  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

## Altersverteilung der Befragten

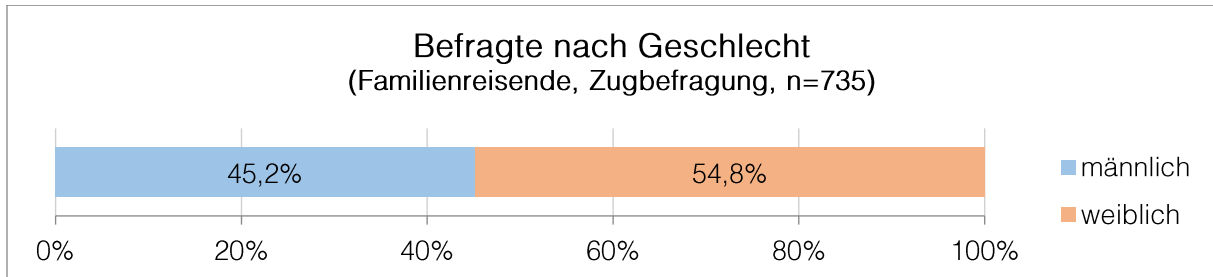
Hinsichtlich der **Altersverteilung** von Familienreisenden (vgl. Abb. 2.3) ist ein deutlicher Unterschied im Vergleich zu allen befragten Reisenden festzustellen. 32 % der Familienreisenden sind zwischen 40 und 49 Jahre alt, lediglich 12 % fallen in die Altersgruppe 20 bis 29 Jahre. Das erscheint auf den ersten Blick nicht eingängig, besteht doch bei jüngeren Reisenden generell eine höhere Affinität zur Reise mit der Bahn (vgl. HERRY, 2014, 85), kann aber durch die Fragestellung „Urlaub mit Kindern in den letzten fünf Jahren“ und Abb. 2.9 (Alter der mit der Bahn reisenden Kinder) erklärt werden: Bahnreisen unternehmen Eltern öfter mit etwas älteren Kindern, die dann natürlich auch etwas ältere Eltern haben.



**Abb. 2.3 Altersklassenerhebung bei Familienreisenden / übrigen Reisenden**  
Eigene Darstellung, Daten aus EASY TRAVEL (2016).

## Geschlechterverteilung der Befragten

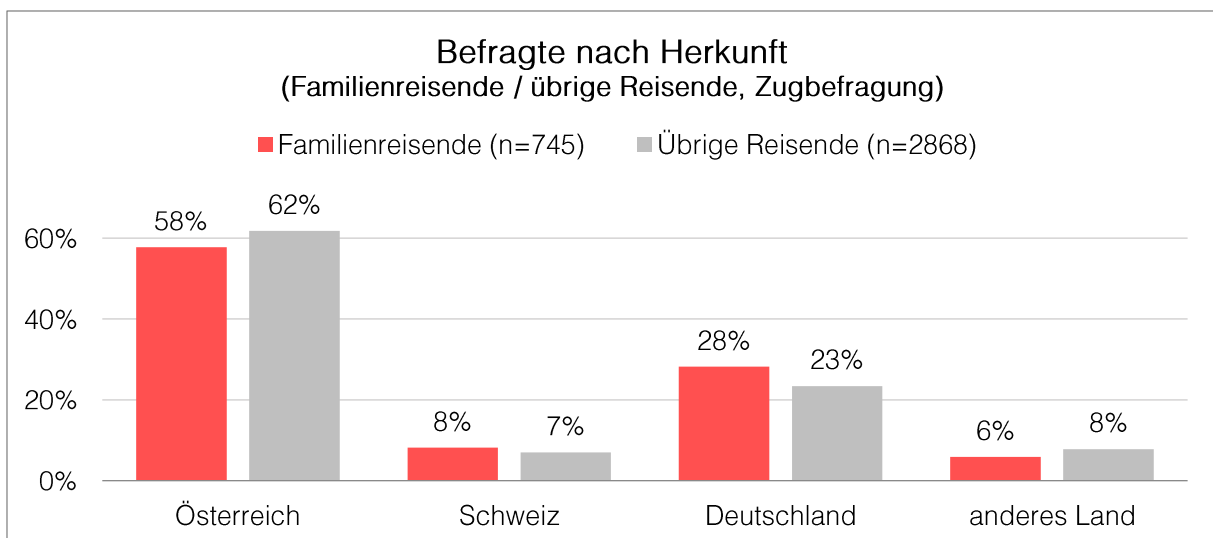
Hinsichtlich der **Geschlechterverteilung** ist eine größere Zahl an befragten Frauen bei Familienreisenden feststellbar (Abb. 2.4.). Studien wie AK WIEN (2013) haben dies damit, dass Frauen mit Familie (auch) aufgrund geringerer Autoverfügbarkeit generell häufiger mit dem ÖV unterwegs sind, begründet.



**Abb. 2.4** Geschlecht der befragten Familienreisenden  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

## Herkunft der Befragten

Da die Befragungen in Österreich durchgeführt wurden, war zu erwarten, dass auch die meisten Befragten aus Österreich kommen (vgl. Abb. 2.5). Dennoch ist gerade bei Familienreisenden auch ein großer Anteil an Menschen anderer Herkunft befragt worden, zumeist aus Deutschland (von wo überdurchschnittlich viele Familienreisenden kamen) oder der Schweiz. Erklärbar ist das mit der Durchführung der Befragungen in der Ferienzeit und damit, dass die Befragungen nur auf Deutsch durchgeführt wurden. Bei den Vor-Ort-Befragungen (die auch auf Englisch durchgeführt werden) kamen die Mehrheit der Befragten aus Deutschland und lediglich 9 % aus Österreich.



**Abb. 2.5** Herkunft der Befragten; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von Easy Travel (2016)

## Wohnverhältnisse der Befragten

Betrachtet man den Wohnort von Familienreisenden im Vergleich zu anderen Reisenden, so ist feststellbar, dass die Mehrheit der Reisenden zentral in der Stadt wohnt, am Stadtrand aber ein überdurchschnittlicher Wert von Familienreisenden wohnhaft ist. Dies entspricht bekannten Trends der Stadtfucht von Familien, die sich bevorzugt am Stadtrand oder in der Vorstadt (gemeint ist hiermit: Siedlungsgebiet in der Agglomeration einer Großstadt) ansiedeln. Die Unterschiede in Abb. 2.6 sind jedoch insgesamt gering.

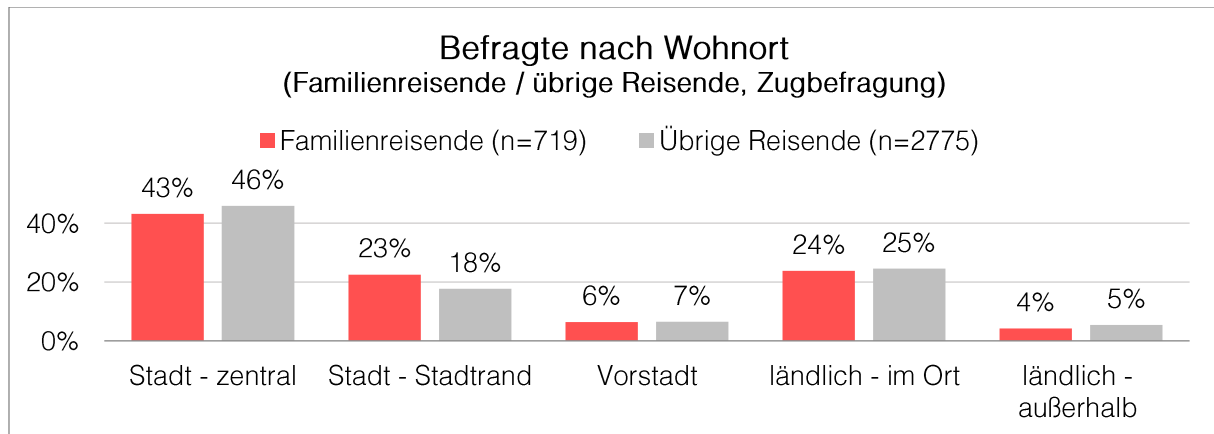


Abb. 2.6 Befragte nach Wohnort; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

## 2.2.2 Bahnspezifische Daten

### Befragte nach Zugtyp

Im Tagesverkehr, wo in railjets und EuroCity- bzw. InterCity-Zügen befragt wurde, waren bei den Befragungen **keine** Unterschiede zwischen Familien- und anderen Reisenden zu erkennen (Abb. 2.7). In Nachtzügen wurden **insgesamt nur knapp 40 Fahrgäste**, davon aber überdurchschnittlich **viele Familienreisende** befragt.

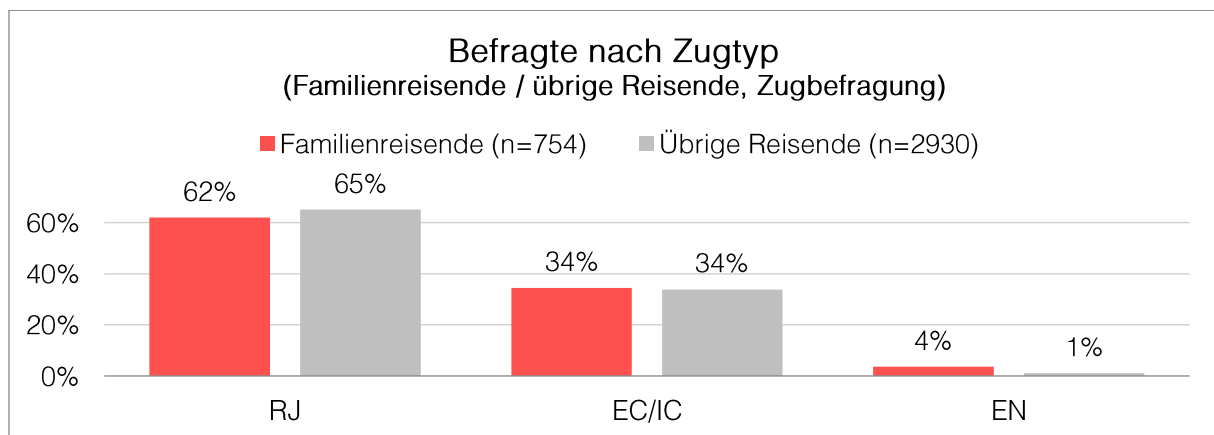
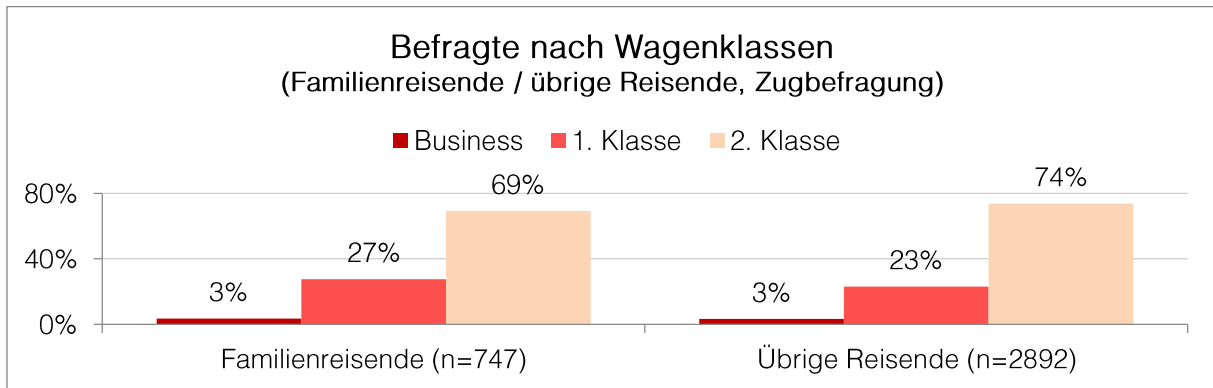


Abb. 2.7 Familienreisende und andere Reisende nach Zugtyp  
Quelle: Eigene Erhebung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

## Befragte nach Wagenklasse

In Abb. 2.8 kann festgestellt werden, dass der Anteil an Familienreisenden in der 1. Klasse auffallend hoch ist. Dieser auf den ersten Blick überraschende Wert entspricht auch dem subjektiven Eindruck bei den Erhebungen und wurde von den Teilnehmern der FOKUSGRUPPE (2017) bestätigt, die teils selbst bei Familienreisen bevorzugt die 1. Klasse wählen.



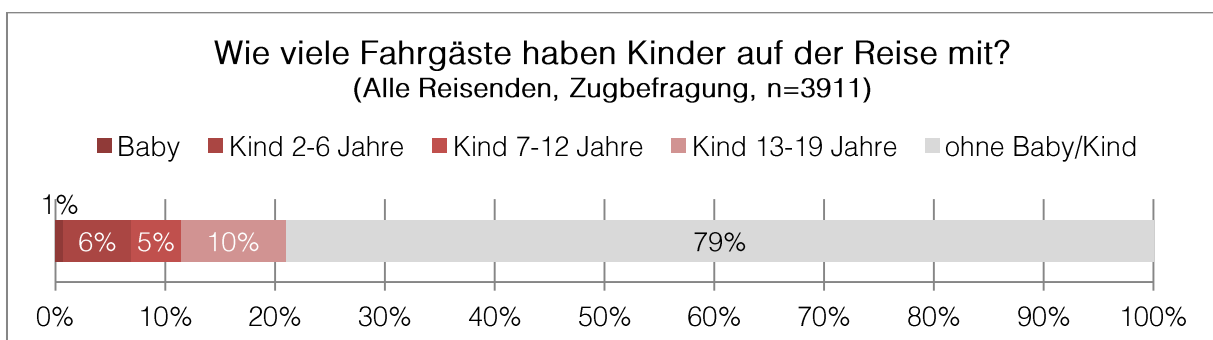
**Abb. 2.8** Befragte Reisende nach Wagenklassen  
Quelle: Eigene Erhebung nach Daten von Easy Travel (2016)

### 2.2.3 Familienspezifische Daten

#### Anzahl und Alter der Kinder im Zug

Um die Anzahl im Zug reisenden Familien und das Alter der Kinder genauer abzuschätzen, wurde auf Daten aus dem Projekt FLEXICOACH (2012) zurückgegriffen.

Werden die in einem Zug verreisenden befragten Fahrgäste als 100 % angenommen (Abb. 2.9.), so verreisen etwa 22 % mit Kindern bis 19 Jahren, davon entfallen etwa 11 % auf Kinder von 0 bis 12 Jahren. Mit Kleinkindern verreisen 6 %, Babys machen nur einen geringen Anteil der Reisenden aus. Der tatsächliche Anteil von Kindern an der Gesamtzahl der Reisenden dürfte jedoch höher sein, da mehrere gemeinsam verreisende Kinder hievon nicht umfasst sind.

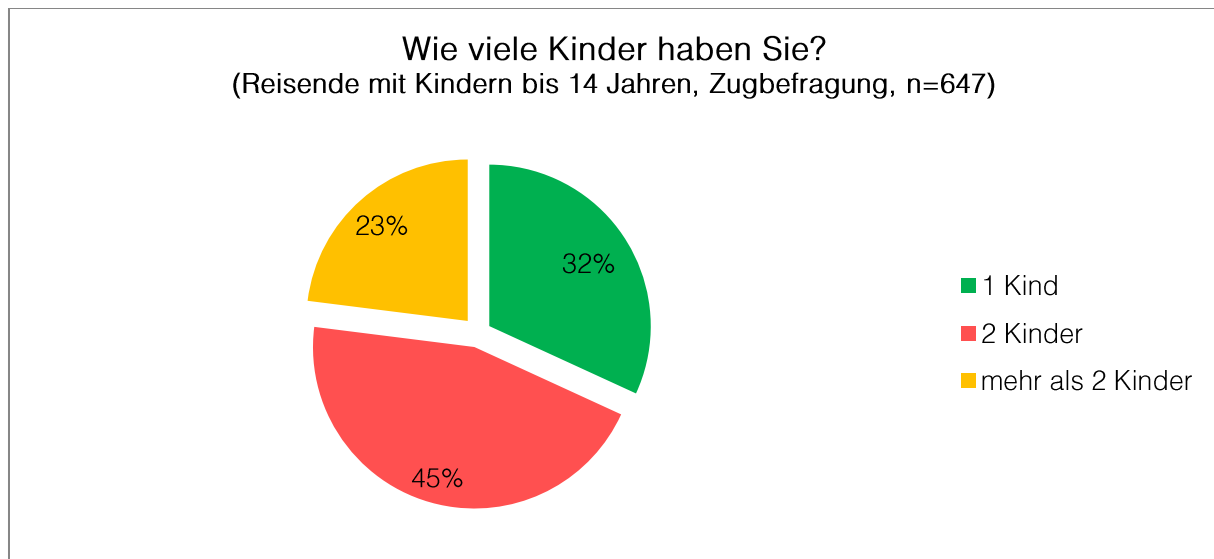


**Abb. 2.9** Anteil der Fahrgäste, die mit mindestens einem Kind bis 19 Jahre verreisen  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von FLEXICOACH (2012)

## Anzahl der Kinder pro verreisender Familie

Reisende mit Kindern bis 14 Jahren verreisen zumeist mit **ein oder zwei Kindern** (vgl. Abb. 2.10). Lediglich 15 % der Reisenden mit Kindern haben drei oder mehr Kinder und nur 8 % der Befragten verreisen mit mehr als drei Kindern.

Diese Zahlen entsprechen im Wesentlichen aktuellen statistischen Daten, wonach 35 % aller Kinder Einzelkinder sind, 42 % ein Geschwisterkind und 23 % zwei oder mehr Geschwisterkinder haben (ÖIF 2016, 57).



**Abb. 2.10** Anzahl der Kinder

Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

### 2.2.4 Reisezwecke beim Verreisen mit der Bahn

Betrachtet man den dominierenden **Reisezweck** der befragten Familienreisenden, ist zu bemerken, dass 85 % der reisenden Familien mit Kindern bis 12 Jahren aus **Urlaubs- oder Freizeitmotiven** heraus verreisen (Abb. 2.11). Mehr als ein Drittel aller Reisenden mit Kindern bis 12 Jahren benutzt die Bahn im Zusammenhang mit **längeren Urlaubsreisen** (über drei Nächte). Ein weiteres Viertel fährt mit der Bahn auf Kurzurlaub (bis drei Nächte) und auch Tages-Freizeitfahrten umfassen eine nennenswerte Größe (etwa 17 %).

Die geringen Werte bei Arbeit und Ausbildung liegen daran, dass einerseits keine Kinder befragt wurden und andererseits bei den Befragungen Ferienzeiten herrschte. Dienstliche Wege wurden mit Familie und im Befragungszeitraum (Urlaubszeit) naheliegenderweise kaum unternommen. Allerdings decken sich die Erkenntnisse aus Abb. 2.11 mit der allgemeinen Wegzweckstatistik nach Verkehrsmitteln, die für dienstliche/geschäftliche Wege nur 11 % ausweist (BMVIT, 2013b, 84).

Bei Alleinreisenden zeigen sich andere Trends: auch hier gehören Kurzurlaubs- und Urlaubsreisen zu den wichtigsten Reisemotiven, allerdings spielen auch Dienstreisen und Arbeitswege eine wichtige Rolle. ARNHOLD (2014) hat festgestellt, dass sich weitere Unterschiede vor allem in einer detaillierteren Betrachtung nach Altersklassen und Gruppengrößen ergeben. Menschen im Erwerbsalter nutzen die Bahn eher für Arbeits- und dienstliche Wege, während bei älteren Personen eher private Wege und Freizeitwege dominieren.

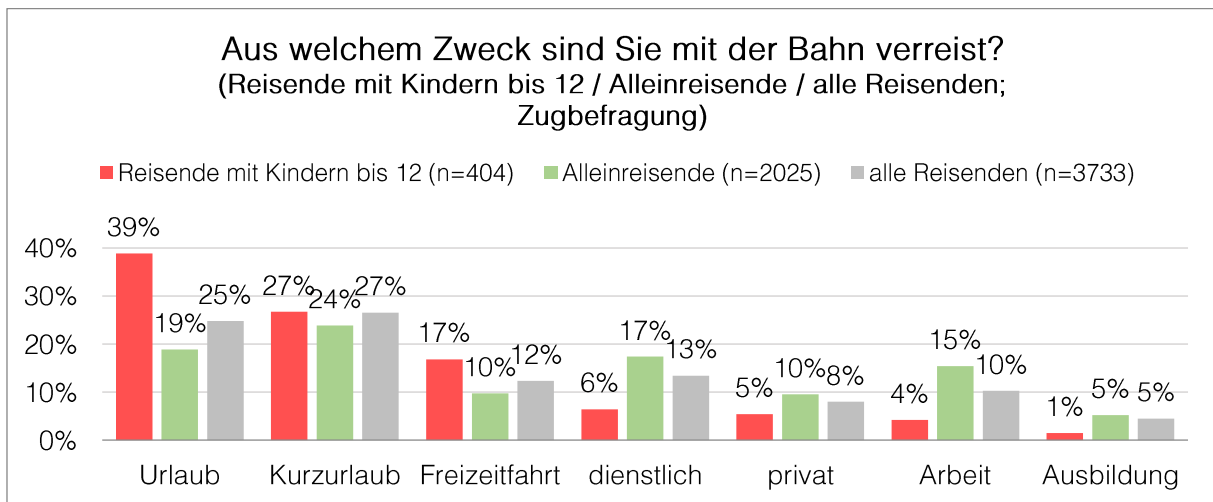


Abb. 2.11 Zweck der Bahnreise von Familien-, Allein- und übrigen Reisenden  
Quelle: Eigene Darstellung, Daten aus FLEXICOACH (2012)

### 2.2.5 Winterurlaub mit der Bahn

Die Daten in Abb. 2.12 zeigen, dass Familien tendenziell häufiger als andere Reisenden-Gruppen in den Winterurlaub fahren. Insgesamt 54 % der befragten Familienreisenden waren im **aktuellen** oder **vorigen** Jahr zuletzt auf **Winterurlaub**, während dies nur bei 43 % der übrigen Reisenden der Fall war. Im Gegenzug waren 12 % der befragten Familienreisenden, jedoch 18 % aller anderen befragten Personen noch nie im Winterurlaub.

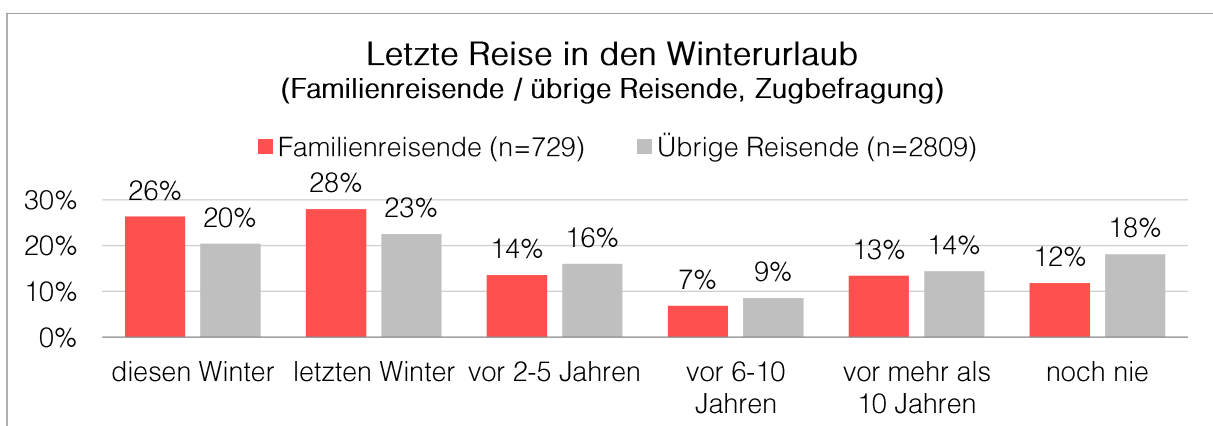


Abb. 2.12 Letzte Reise in den Winterurlaub von Familien und anderen Befragten  
Quelle: Eigene Darstellung nach EASY TRAVEL (2016)



In der Erhebung zu EASY TRAVEL, die, wie erwähnt, in den Weihnachtsferien stattfand, wurde abgefragt, ob die Befragten sich zum Erhebungszeitpunkt am Weg vom oder zum Winterurlaub befinden. Abb. 2.13. zeigt, dass etwa die Hälfte der befragten Familienreisenden vom oder zum Urlaubsort verreist. In der Tourismusregion Arlberg verreisten sogar 50 % der Familienreisenden zu Winterurlaubszwecken.

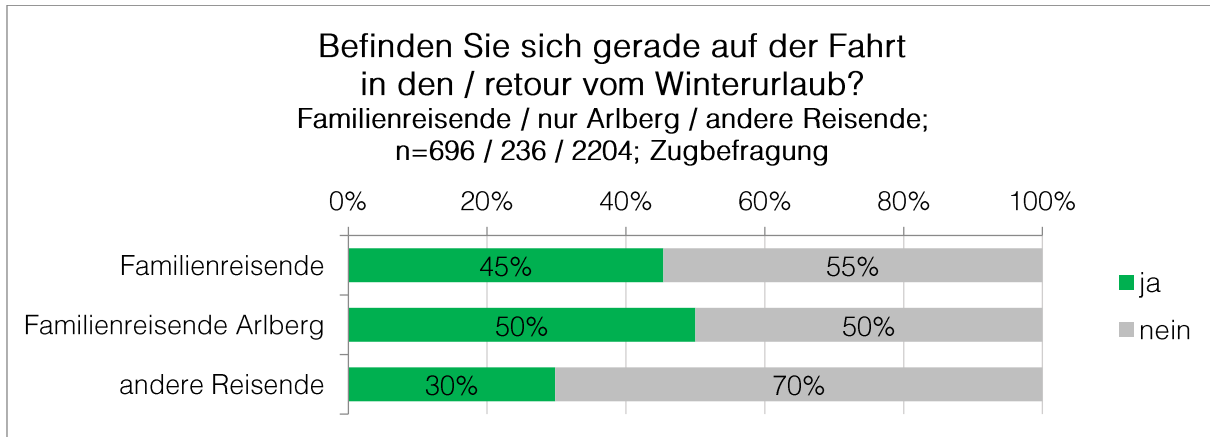


Abb. 2.13 Winterurlaubsreisende bei der aktuellen Reise, Familienreisende / Familienreisende Arlberg / andere Reisende; Quelle: Eigene Darstellung nach EASY TRAVEL (2016)

### Reisedistanzen und Reisezeit beim Winterurlaub

Eine Analyse der zurückgelegten Entfernungen und der Reisezeiten der befragten winterurlaubenden Reisenden zeigt, dass vor allem bei Familien lange bis sehr lange Anreisewege dominieren. Familien legen im Mittel für den Anreiseweg zum Winterurlaub mit der Bahn 753 Kilometer zurück und verbringen 8,5 Stunden im Zug (vgl. Abb. 2.14, Abb. 2.15)

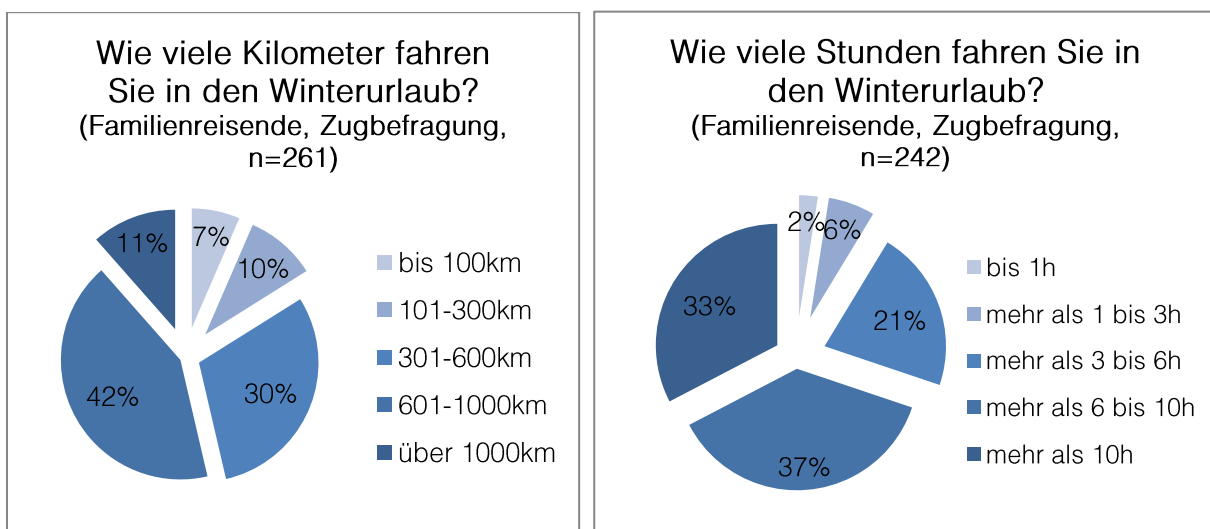


Abb. 2.14, Abb. 2.15 Zurückgelegte Kilometer und Fahrtstunden von Familienreisenden bei einer Fahrt in den Winterurlaub; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

## 2.3 Fokusgruppe Betroffene: „Familie im Zug“

---

Mit den Erkenntnissen aus der **Fokusgruppe** stellt neben der quantitativen Analyse durch Fragebögen auch ein qualitatives Instrument der Marktforschung eine Quelle der Arbeit dar. „Fokusgruppen bezeichnen eine Form der Gruppendiskussion, bei der unter Leitung und Aufsicht eines Moderators ein bestimmtes Thema [...] behandelt wird“ (SDI-RESEARCH.AT, 2009) In einer Fokusgruppe treten 6 bis 12 TeilnehmerInnen zusammen und versuchen, für ein Thema relevante Fragestellung in intensiver Diskussion zu erörtern.

Bei der Auswahl der TeilnehmerInnen wurde Wert darauf gelegt, dass die Mitglieder der Gruppe einen möglichst **unterschiedlichen Hintergrund** zum behandelten Thema haben: so wurden sowohl eher autoaffine als auch bahnaffine Personen eingeladen, um einseitige Diskussionen weitgehend zu vermeiden. Es wurde ebenfalls darauf geachtet, dass die eingeladenen Personen einander **nicht kennen**, um Gruppenbildung auszuschließen. Aufgrund der Thematik sollten alle eingeladenen Personen ein oder mehrere eigene Kinder haben. Die Einladungen erfolgten per E-Mail an eine Liste ausgewählter Personen, vor allem an persönlich Bekannte.

Die Fokusgruppe traf sich am 9. Jänner 2017 in den Räumlichkeiten der TU Wien zu einem Gespräch. Sechs Personen waren der Einladung gefolgt. Die Altersverteilung der TeilnehmerInnen reichte von 25 bis 71 Jahren, es waren Studierende und Berufstätige darunter. Alle Eingeladenen hatten zwischen zwei und vier Kinder unterschiedlichen Alters (geboren zwischen 1989 und 2016).

Im Einzelnen waren folgende TeilnehmerInnen anwesend:

- Mutter, 3 Kinder (18, 25 und 27 Jahre), gelegentliche Bahnbenutzerin
- Vater, 2 Kinder (1 und 3 Jahre), häufiger Bahnbenutzer
- Mutter, 2 Kinder (16 und 18 Jahre), gelegentliche Bahnbenutzerin
- Vater, 3 Kinder (1, 4 und 9 Jahre), gelegentlicher Bahnbenutzer
- Mutter, 2 Kinder (1 und 4 Jahre), häufige Bahnbenutzerin
- Vater, 2 Kinder (22 und 24 Jahre), häufiger Bahnbenutzer

Die Teilnehmenden saßen sich während der Gesprächsrunde gegenüber. Um die Diskussion anfangs in Gang zu bringen, wurden auf ein Flipchart kontroverse Aussagen geschrieben, die bei den Befragungen im Zug einige Tage zuvor zu hören waren. Tatsächlich funktionierte diese Methode sehr gut, denn binnen weniger Minuten hatte sich eine lebhaftere Diskussion entwickelt, die bis zum Ende des Abends anhielt.

Ursprünglich war geplant, etwa eine Stunde zu diskutieren. Bei Erreichen der vorgesehenen Zeit stellte sich aber heraus, dass noch einige Themenbereiche offen geblieben waren und die Gruppe einigte sich darauf, noch weiterzudiskutieren. Letztlich dauerte die Diskussion knappe zwei Stunden. Die Diskussion wurde auf Band aufgezeichnet und die wichtigsten Ergebnisse daraus auch protokolliert.

Die **folgenden Aspekte** wurden in der Fokusgruppe **näher behandelt**:

- Entscheidung zwischen Bahn und Auto für Urlaubsreisen
- Sicherheit und Komfort der Verkehrsmittel
- Familiengerechte Ausstattung österreichischer Züge
- Kinderspielabteile international - Bildervergleich
- Aufenthalt am Bahnhof und Einsteigen in den Zug
- Gepäck und Gepäckserviceleistungen

In der Arbeit sind die Ergebnisse der Fokusgruppe im Fließtext eingearbeitet sowie an verschiedenen Stellen durch unter Verwendung des Symbols rechts durch **direkte Zitate kenntlich gemacht**.



## 2.4 ExpertInneninterviews: Beobachter und Entscheider

Neben der Nachfrageseite, die durch die Fahrgastbefragungen in quantitativer und durch die Fokusgruppe in qualitativer Hinsicht abgedeckt war, wurde auch auf der **Angebotsseite** (also im Wesentlichen bei Bahnunternehmen) eingehend recherchiert. Zentral waren hierbei die fünf geführten **ExpertInneninterviews**. Die Interviewpartner wurden aufgrund ihres Aufgabenbereichs im Unternehmen (in irgendeiner Form zuständig für Familienreisende) ausgewählt.

Interviewt wurden:

- Cornelia Gaumann, Deutsche Bahn (Marketing Kinder & Jugend)
- Eduard Glanzer, Österreichische Bundesbahnen (Fahrzeugentwicklung)
- Dominic Lüthy, Schweizerische Bundesbahnen (Kinder-/Jugendmarketing)
- Katharina Sadovnik, Physiotherapeutin / Motorische Entwicklung
- Silvia Wiespeiner, Österreichische Bundesbahnen (Marketing)

Angewandt wurde die qualitative Methode des „**leitfadengestützten Interviews**“. Sämtliche Interviews wurden anhand eines Leitfadens gestellt, der je nach befragter Person im Detail angepasst wurde. Dadurch war gewährleistet, dass den InterviewpartnerInnen ähnliche Fragen gestellt und auf keine wesentlichen Aspekte vergessen wurden. Die Befragten konnten offen antworten und waren nicht an vorgezeichnete Schemata gebunden.

## 2.5 Print- und Onlinequellen

---

Die Ergebnisse der Befragungen wurden durch eine umfassende **Literaturrecherche** ergänzt. Dabei wurde in einer systematischen Online-Suche nach festgelegten Suchwörtern zunächst Literatur identifiziert, diese dann einem Auswahlprozess unterzogen und gereiht. Ausgewählte Literatur wurde genauer gesichtet und bei Eignung als Quelle ausgewählt. Unter den Quellen befinden sich Bücher, Pressemeldungen, Artikel, Websites, Informationsmaterial, etc. (vgl. Kapitel 11).

Die Thematik dieser Arbeit wurde bisher selten wissenschaftlich untersucht. Bei der Recherche fiel auf, dass familienrelevante Themen aus dem Tourismusbereich vor allem bis etwa 2005 verfasst wurden. Nach diesem Zeitpunkt finden sich (auch digital) weniger Quellen. Als hilfreich erwiesen sich auch bereits fertiggestellte Abschlussarbeiten der TU Wien sowie der Fachhochschule St. Pölten, die ebenfalls herangezogen wurden. Die dieser Arbeit am nächsten kommende Thematik hat vermutlich die Masterarbeit „Nutzbare und verlorene Reisezeit“ (ARNHOLD 2014), der das auch für diese Arbeit verwendete Projekt „FLEXICOACH“ zugrunde liegt.

## 2.6 Beitrag in einer Online-Diskussionsrunde zu Familienreisen

---

In Kooperation mit zwei Instituten der TU Wien wurde ein Posting im **Live-Ticker zu Verkehrsthemen** („Mobilitätsforum“) der Onlineausgabe der Tageszeitung „Der Standard“ verfasst. Der Beitrag wurde unmittelbar vor den Semesterferien veröffentlicht. Obwohl die geposteten Beiträge und Meinungen quantitativ etwas hinter den Erwartungen zurückblieben, stellten sie wichtige qualitative Aspekte zu Bedürfnissen bahnreisender Familien dar und werden im Fließtext der Arbeit zitiert.

Link zum Diskussionsbeitrag vom 31.01.2017:

<https://derstandard.at/jetzt/livebericht/2000038950135/1000077750/mobilitaetsforum-mit-dem-zug-in-die-semesterferien>

---

## 3 GRUNDLAGEN

---

Für das weitere Verständnis ist es erforderlich, einige oft verwendete Begriffe aus den Bereichen Familie, Tourismus und Verkehr zu definieren, sowie zu erklären, warum und in welcher Dimension sie für diese Arbeit relevant sind.

### 3.1 Tourismus und Mobilität

---

**Tourismus** bezeichnet laut DUDEN (2016) das Reisen bzw. den Reiseverkehr zum Kennenlernen fremder Orte und Länder und zur Erholung. Laut STEINGRUBE (2001) stellt Tourismus die Gesamtheit der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus der Ortsveränderung und dem Aufenthalt zu einem bestimmten Zweck von Personen ergeben, für die der Aufenthaltsort nicht ihr dauernder Wohn- oder Arbeitsort ist, dar. Tourismus umfasst als konstitutive Elemente den nationalen und internationalen **Reiseverkehr** zwischen Heimatort und Reiseziel, den vorübergehenden **Aufenthalt** am Reiseziel sowie die **Motive** des Verreisens. In der Regel wird davon ausgegangen, dass TouristInnen mindestens eine Nacht am Zielort verweilen. Von den genannten Elementen wird für diese Arbeit der **Reiseverkehr** herausgegriffen.

**Mobilität** ist ein vielfältig verwendeter und sowohl historisch als auch gegenwärtig **unterschiedlich** definierter Begriff. Er bezeichnet nach DORSCH (2010, 16) die Verkehrs- beweglichkeitswünsche von Personen und Gütern, die die Nachfrage nach Verkehrsdienstleistungen begründen. In dieser Arbeit wird abgesehen vom Gepäcktransport nur die Personenmobilität betrachtet. TISCHLER (2016, 19) listet weitere Bedeutungen des Begriffes auf – sie reichen von „antizipierten potenziellen Ortsveränderungen“ über „Beweglichkeit im umfassenden Sinn“ bis zu „Möglichkeit und Bereitschaft zur Bewegung sowie geistige Beweglichkeit“. Mobilität im physisch-räumlichen Sinn kann also grob gesagt als Möglichkeit zur Bewegung und Beweglichkeit und somit als Voraussetzung für Verkehr gesehen werden. Sie lässt sich in Alltags- und Freizeitmobilität unterteilen, wobei für diese Arbeit (lediglich) Freizeitmobilität von Bedeutung ist.

**Tourismusbilität** ist eine Teilmenge der Freizeitmobilität und umfasst im Wesentlichen Reisen mit **touristischem Reisezweck**, also die An- und Abreise zum und die Mobilität am Urlaubsort. Im Unterschied zur „alltäglichen Freizeitmobilität“, die Wege umfasst, die in der Zeit, in der Menschen nicht auf Urlaub sind und keine Arbeit verrichtet wird, entstehen, bezeichnet Tourismusbilität nur Reisen außerhalb des unmittelbaren Alltagslebensraumes (INSTITUT FÜR MOBILITÄTSFORSCHUNG, 2007, 53). Von der Begriffsdefinition der Touris-

musmobilität nicht umfasst sind reine Tagestouren ohne Übernachtung, die der alltäglichen Freizeitmobilität unterliegen. Ihre verkehrlichen Auswirkungen sind allerdings mit denen der An- und Abreise von Urlaubsgästen vergleichbar.

## 3.2 Urlaub und Familie

---

Für Fragen der Tourismusmobilität, mit denen sich diese Arbeit beschäftigt, ist das **Verreisen** im Urlaub von Bedeutung. Grundlegende Daten hierfür bieten die Erhebungen zu Urlaubs- und Geschäftsreisen der STATISTIK AUSTRIA (2015a-f), die Erkenntnisse von ZELLMANN/MAYRHOFER (2015) und die deutsche Reiseanalyse 2016 (FUR 2016) an.

Die Reiseintensität, also der Anteil der Personen an der Gesamtbevölkerung, der zumindest einmal im Jahr eine Urlaubsreise unternimmt, ist abhängig von diversen Faktoren wie Alter, Herkunftsort, Haushaltsgröße, Erwerbstätigkeit und Einkommen (LAIMER 2016, 2). Generell verreisten 2015 rund 75,9 % der ÖsterreicherInnen zumindest einmal im Jahr (STATISTIK AUSTRIA 2015, 2), in Deutschland waren es 2016 77 % (FUR 2016, 2) Die Reiseintensität nahm seit 1969 (damals: 25 %) um mehr als das Doppelte zu und stagniert seit etwa 10 Jahren im aktuellen Bereich (LAIMER 2016, 17).

Etwa die Hälfte aller von ÖsterreicherInnen durchgeführten Urlaubsreisen findet im Inland statt, wobei dieser Wert quartalsweise schwankt. Inlandsreisen werden generell häufiger nur mit kurzer Vorlaufzeit geplant und sind auch in Summe kürzer (durchschnittliche Aufenthaltsdauer: 3,5 Nächte, LAIMER 2016, 17). Entwicklungsszenarien zeigen, dass die durchschnittliche Reisedauer gesamt immer kürzer ist, dafür öfter im Jahr verreist wird.

Es ist zu betonen, dass vom Reiseverhalten der ÖsterreicherInnen nicht auf die Tourismussituation in Österreich geschlossen werden kann. Diese machen nämlich nur 23 % (Winter) bzw. 31 % (Sommer) der Nächtigungen in Österreich aus. Größte Gruppe der Urlauber sind Deutsche (mit 38 % bzw. 36 % der Ankünfte). Winter- und Sommerurlaub sind in Österreich annähernd gleich bedeutsam: von 135,3 Mio. Übernachtungen entfallen 48,7 % auf den Winterurlaub (STATISTIK AUSTRIA 2015b, 2).

Eine **Familie** ist eine Lebensgemeinschaft, die aus einem kinderlosen Elternpaar oder einem Elternteil und mindestens einem Kind besteht (DUDEN 2016). STATISTIK AUSTRIA (2012) definiert die Kernfamilie ähnlich: „Eine Familie bilden Ehepaare und Lebensgemeinschaften mit oder ohne Kind [...] bzw. Ein-Eltern-Familien“. Vom Familienbegriff sind also auch kinderlose Ehepaare, Lebensgemeinschaften und neue Familienbegriffe (z.B. eingetragene Partnerschaften) umfasst. In Österreich lebten 2015 insgesamt 2.389.000 Familien. Von 1985 bis 2015 nahm dieser Wert um 16 % zu (STATISTIK AUSTRIA 2016a).

Zielgruppe für diese Arbeit sind Familien mit Kindern bis 14 Jahren. Die Altersgrenze wurde aus folgenden Gründen so gewählt: Jugendlichen werden mit Erreichen des 14. Lebensjahres zahlreiche Rechte (und Pflichten) eingeräumt, die ein gewisses Maß an Selbstständigkeit voraussetzen. Auch die meisten Bahnunternehmen betrachten Jugendliche ab 15 Jahren als Erwachsene. Auch aufgrund der motorischen Entwicklung ist zu erwarten, dass sich besondere Bedürfnisse in den hier relevanten Bereichen Urlaub & Reise mit diesem Alter immer mehr Erwachsenen angleichen.

In Österreich gibt es 760.000 Familien (seit 1985: -9 %) mit insgesamt 1.220.200 Kindern unter 15 Jahren (2015). Die durchschnittliche Zahl der Kinder unter 15 Jahren pro Familie beträgt 1,61 (STATISTIK AUSTRIA 2015c). Der Anteil von Kindern unter 15 Jahren an der Gesamtbevölkerung beträgt somit 14,2 %. Davon sind etwa 20 % Kleinkinder unter 3 Jahren (STATISTIK AUSTRIA 2015d).

Je nach Quelle zwischen 20 (ÖSTERREICH WERBUNG 2014, 2) und 35 (BMWFW 2011, 3) Prozent der Gesamtzahl aller Urlaube in Österreich sind **Familienurlaube**, die mit einem oder mehreren Kindern verbracht werden. Auch etwa 30 % der im Inland verreisenden ÖsterreicherInnen sind Familien mit Kindern.

Im **Winter** ist der Anteil an Familien mit Kindern, die Urlaub in Österreich verbringen, etwas höher als im **Sommer**. In den Ferienmonaten Juli und August steigt er auf 43 % (BMWFW 2011, 4).

Den höchsten prozentuellen Anteil an Familien gibt es sommers wie winters bei niederländischen UrlauberInnen (etwa 50 % der Urlaubsgäste sind Familien). Nur im Winter sind auch annähernd 50 % der Schweizer Urlaubsgäste Familien mit Kindern, im Sommer hingegen annähernd 50 % der ItalienerInnen (BMWFW 2011, 3).

Familien reisen zumeist mit einem oder zwei Kindern. Nur 11 % urlauben mit drei oder mehr Kindern (BMWFW 2011, 4). 40 % der Familien reisen in die Bundesländer Tirol, Vorarlberg und Salzburg. Tendenziell machen Familien mit drei oder mehr Kindern aus Gründen des größeren logistischen und finanziellen Aufwands weniger häufig Urlaub als andere Familien, bleiben dafür länger am Urlaubsort. Angebote für Kinder spielen bei dieser Gruppe eine größere Rolle. Für die Entscheidung, ob mit Familie im In- oder Ausland verreist wird, spielt das Vorhandensein von Kindern aber grundsätzlich keine Rolle (ZELLMANN/MAYRHOFER, 2015, 36).

### 3.3 Motorische Entwicklung und Raumbedürfnisse

---

Ziel dieses Kapitels ist es, grundlegende motorische Entwicklungsschritte von Kindern von der Geburt bis zum 14. Lebensjahr zu definieren, um Raumbedürfnisse von Kindern unterschiedlichen Alters und ihre Anforderungen an das System Bahn präzisieren zu können.

#### 3.3.1 Babys und Kleinkinder (bis 3 Jahre)

---

Die motorische Entwicklung von Kleinkindern verläuft individuell verschieden. Charakteristisches Muster ist, dass innerhalb der **ersten beiden Lebensjahre** Kinder zuerst die Kopfhaltung und die Bewegungskontrolle des **Kopfes** erlernen. In weiterer Folge werden die Bewegungen der **Arme** und schließlich die Bewegungen der **Füße** erlernt und koordiniert. Dieses Muster ist ein Prozess der **Reifung** und somit unabhängig von Übung oder Einschränkung der Bewegungsfreiheit, solange ein Minimum an Bewegungsmöglichkeiten geboten wird (RESCH-KRÖLL 2015, 42).

Wichtige Grenzsteine kindlicher Entwicklung sind aus **körpermotorischer** Sicht die Fähigkeiten des Kopfhebens in Bauchlage (3. Lebensmonat), des langsamen Hochziehens zum Sitzen (6. Monat) und des freien, zeitlich nicht beschränkten Sitzens mit geradem Rücken und guter Kopfkontrolle (9. Monat). Ab dem 12. Lebensmonat gelingt Stehen mit Festhalten, ab dem 15. Lebensmonat Gehen mit Festhalten (z.B. an Händen von Erwachsenen) und ab dem 18. Lebensmonat ist das freie Gehen mit Gleichgewichtskontrolle möglich (HÖHNE/SADOVNIK 2014, 15)

Parallel zur Körpermotorik finden kognitive und sprachliche Entwicklungsschritte statt. Zu nennen sind hier das In-die-Hand-nehmen von Objekten (6. Monat), intensive Hand-Mund-Augen-Exploration (9. Monat), die beginnende Manipulation und einfachste Verwendung von Objekten (15. Monat) und erste konstruktorische und bildbetrachtende Fähigkeiten (18. Monat). Ab dem 12. Monat bildet sich allmählich Sozialisation heraus, ab dem 18. Monat können Ge- und Verbote verstanden werden. (HÖHNE/SADOVNIK 2014, 15)

Hinsichtlich der **Raubedürfnisse** von Kleinkindern können folgende Aussagen abgeleitet werden:

Bis zum 3. Lebensmonat überschreitet die Aktionsfläche eines Kindes aufgrund der fast permanenten Liegeposition die Fläche eines Quadratmeters nicht. Später kann sich das Kind im Regelfall schon selbständig drehen, führt kreisende Bewegungen aus und benötigt daher schon etwas mehr Platz. Ab dem 6. Lebensmonat hat das Kind bereits einen Bewe-



gungsradius erreicht, der feste Angaben zum Raumbedarf in Quadratmetern nicht mehr möglich macht (SADOVNIK, 2016)

Ab dem 12. Lebensmonat, wenn der Raum durch Hochziehen bzw. Anhalten auch vertikal ausgelotet wird, ist ein Raum, der „nur“ einen Boden hat, unattraktiv. Das Kind bedarf fest montierter Gegenstände; bewegliche Objekte sind eher ungeeignet, da durch das noch nicht voll ausgeprägte Gleichgewichtsorgan beim Anhalten ein Umfallen möglich ist. Dies gilt auch ab der Fähigkeit, zu gehen und zu laufen, dennoch ist ab diesem Zeitpunkt auch Bewegungsfreiheit auf unterschiedlichen Ebenen im Raum von Relevanz (SADOVNIK, 2016).

### 3.3.2 Kinder im Vorschulalter (3 bis 6 Jahre)

---

Die Phase vom Kleinkind- bis zum Vorschulalter ist dadurch gekennzeichnet, dass sich Kinder dauernd bewegen und sich motorische Fähigkeiten schnell weiterentwickeln. Bewegungen verschiedener Körperpartien werden effektiver kontrolliert, die Koordination verbessert (RESCH-KRÖLL 2015, 44)

Im Vorschulalter ist aufgrund des dauernden Bewegungsdrangs zunächst noch immer ein großer **Raumbedarf** vonnöten. Komplexere Spielgeräte, Klettergeräte und Rutschen werden (noch) attraktiver. Es ist aber mit zunehmendem Alter der Kinder aufgrund der kognitiven Entwicklung auch möglich, Kinder zu ruhigen Beschäftigungen anzuleiten, beispielsweise (gemeinsames) Lesen oder ausreichend kreative Brett- oder Kartenspiele (Sadvnik, 2016). Auch die Beschäftigung mit elektronischen Medien oder Fernsehen ist (bei entsprechendem Programm) attraktiv.

### 3.3.3 Kinder und Jugendliche ab dem Schulalter

---

Die motorische Leistungsfähigkeit verbessert sich weiter laufend, die Körperkraft nimmt zu, es treten erste Geschlechtsunterschiede in Bezug auf diese Parameter auf: der im Hinblick auf die Kraft nötige Muskelaufbau ist bei Buben stärker ausgebildet als bei Mädchen (RESCH-KRÖLL 2015, 47). Kognitiv werden bereits erlernte Fähigkeiten verbessert und verfeinert.

Aufgrund des nicht mehr permanent andauernden Bewegungsdrangs **sinkt der Raumbedarf** etwas. Schulkinder und Jugendliche können über längere Zeit hinweg sitzend in Ruhe beschäftigt werden, benötigen aber dennoch zwischendurch die Möglichkeit, ausreichend Platz zu haben um aufzustehen und herumzugehen (SADOVNIK, 2016). Je länger Stillsitzen andauernd, desto eher kommt der Bewegungsdrang durch.

---

## 4 DIE ENTSCHEIDUNGSPHASE

---

Die Mobilitätskette beginnt mit der Entscheidungsphase. In dieser Phase fällt die Verkehrsmittelwahl, also die Entscheidung, welches Verkehrsmittel als zentrales Beförderungsmittel für die Reise genutzt werden soll. Der Begriff der Verkehrsmittelwahl setzt beim Individuum an und analysiert die Entscheidungen der einzelnen VerkehrsteilnehmerInnen (GROSS 2009, zitiert nach HELD, 1980).

Für die vorliegende Arbeit ist die Verkehrsmittelwahl im Urlaubsreiseverkehr von Bedeutung. Bevor auf die Faktoren der Verkehrsmittelwahl näher eingegangen wird, werden einige Grunddaten zum Modal Split (dem Anteil der einzelnen Verkehrsträger am Gesamtverkehrsaufkommen) im Tourismusverkehr dargestellt.

### 4.1 Wahl der Bahn im Urlaubsverkehr

---

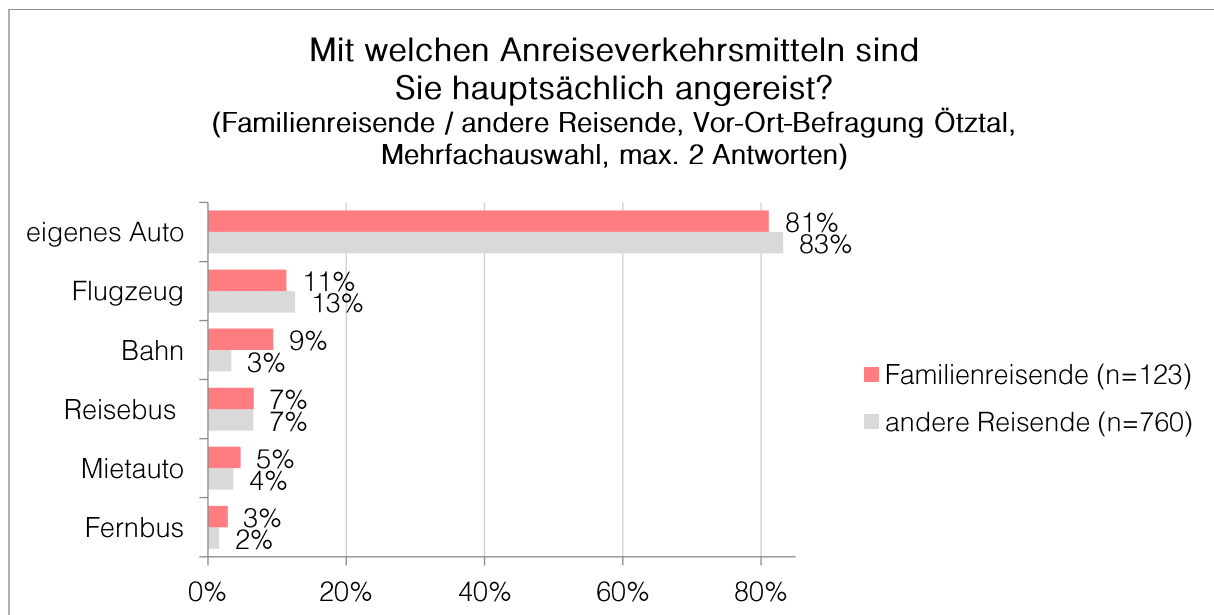
In der Literatur (ZECH ET AL, 2013, 20ff.; WKO 2014, 17) wird davon ausgegangen, dass derzeit etwa 72 % bis 76 % (je nach Jahreszeit) der touristischen Anreisewege in Österreich mit dem privaten PKW durchgeführt werden. Am Beispiel Tirol ist zu sehen, dass im Winter etwas mehr Personen mit dem PKW ankommen als im Sommer (TIROL WERBUNG, o.J.)

Die Bahn liegt zwar am zweiten Platz der Anreiseverkehrsmittel, allerdings weit abgeschlagen mit 5 % bis 10 %, dahinter Bus und Flugzeug. Diese Zahlen werden als relativ stabil mit leichter Tendenz zu PKW (für nähere Destinationen) und Flugzeug (für Gäste aus weiter entfernten Märkten) angesehen. Seitens der Herkunftsmärkte gibt es Unterschiede bei der Verkehrsmittelwahl: während ItalienerInnen zu 13 % bis 15 % und ÖsterreicherInnen zu 12 % bis 14 % die Bahn nehmen, wählen nur durchschnittlich 4 % bis 6 % der Deutschen die Bahn als Anreiseverkehrsmittel (GURSCHLER, 2016).

Für die Zielgruppe „Familien“ ist die Quellenlage bezüglich Verkehrsmittelwahl dünn. Einzig in ÖSTERREICH WERBUNG (2014) findet sich der Wert von 88 % PKW-Reisender für den Tourismusverkehr im Winter 2013/14. Es kann daher die Hypothese aufgestellt werden, dass der Modal Split bei Familien noch weiter in Richtung PKW verschoben ist.

Für die Überprüfung dieser These wurden die Vor-Ort-Befragungen aus EASY TRAVEL (2016) herangezogen. Abb. 4.1 zeigt, dass die in der Literatur genannten Werte in der Tat überschritten werden – etwa 81 % der befragten Familienreisenden im Ötztal sind mit dem PKW angereist. Allerdings sind ähnlich viele – 83 % - aller anderen Urlaubsreisenden ebenfalls mit dem PKW angereist. Weiters fällt auf, dass die Fluganreise prozentuell vergleichs-

weise hoch liegt (11 % bzw. 13 %), die Bahn zwar bei Familienreisenden einen signifikanten Anteil (9 %) hat, andere Reisende jedoch nur zu 3 % per Bahn angereist sind.

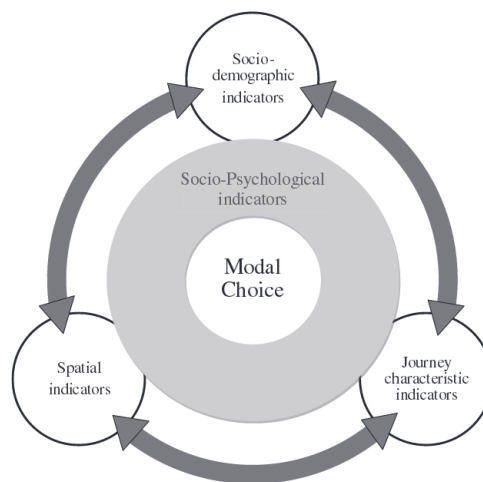


**Abb. 4.1** Anreiseverkehrsmittel von Familienreisenden und anderen Reisenden bei Vor-Ort-Befragungen im Ötztal 2016. Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von Easy Travel (2016).

Ein Ziel der Arbeit ist es, herauszufinden, was dazu beitragen kann, die Attraktivität der Bahn als Reiseverkehrsmittel zu stärken. Hiefür bietet es sich an, die Gründe des für die Bahn im Urlaubsverkehr nicht gerade erfreulichen Modal Splits (vgl. Abb. 4.1) zu hinterfragen. Es ist zu eruieren, ob vor allem Gründe im System Bahn als Transportmittel von Ort A nach Ort B oder vielmehr, wie von Teilen der Literatur (z.B. HAID, 2004) vertreten, sehr stark auch psychische und habituelle Faktoren ausschlaggebende Gründe bei der Verkehrsmittelwahl spielen.

## 4.2 Determinanten der Verkehrsmittelwahl

DE WITTE ET AL. (2013) ordnen in ihrer umfangreichen Analyse **Determinanten der Verkehrsmittelwahl** in vier unterschiedliche **Klassen** ein, die eine Reihe an **Indikatoren** beinhalten. Wie in Abb. 4.2 ersichtlich, treten im äußeren Ring Indikatoren aus den Bereichen Soziodemografie, Raum und Reisecharakter in Wechselwirkung. Das Ergebnis aus der Abwägung der Indikatoren dieser drei Typen ergibt kombiniert mit jenen aus dem vierten Typ, den sozial-psychologischen Indikatoren, die Verkehrsmittelwahl. Die Indikatoren von DE WITTE ET AL. (2013) werden in Folge (siehe Kapitel 4.2.) herangezogen, um die Ergebnisse der Fahrgastbefragungen zur Verkehrsmittelwahl systematisiert darzustellen.



**Abb. 4.2** Klassen aus DE WITTE (2013) als Rahmen für Indikatoren der Verkehrsmittelwahl  
Quelle: DE WITTE (2013), 4.

RÜGER (2005) nennt als besonders wesentlichen Grund für die Verkehrsmittelwahl **persönliche Erfahrungen** bei bisherigen Reisen: Subjektive Erfahrungen, seien es eigene oder die bekannter Personen, spielen bei der Entscheidung, ob die Bahn von jemandem, der bereits Bahn gefahren ist, auch erneut als Verkehrsmittel gewählt wird, eine wichtige Rolle. Neben diesem Faktor sind auch die Gepäckmitnahme, der Fahrpreis, die Mobilität am Urlaubsort, das Umsteigen, die Reisezeit und Anschlüsse entscheidend. Randbedingungen sind die PKW-Verfügbarkeit sowie die Qualität des Bahnanschlusses am Heimatort.

HAID (2004) sieht für die Verkehrsmittelwahl „**Common sense**“-**Motive**, also solche, die in Zusammenhang mit der Überwindung von Entfernungen stehen, aber einer subjektiven Bewertung unterzogen werden sowie „**Extra motives**“, die einen Zusatznutzen bedeuten, der über die reine Transportfunktion hinausgeht, als besonders relevant an. Der Bereich der „**Common sense**“-Motive ist beim Bahnfahren besonders ausgeprägt und umfasst klassische Gründe wie Zeit- & Kostenersparnis und Zuverlässigkeit, aber auch physiologische Bedürfnisse wie Schutz vor Witterung, Bequemlichkeit und Schutz vor negativen Immissionen.

Der Bereich der „Extra motives“ ist beim Auto besonders ausgeprägt, enthält er doch jene Faktoren, die mit der Transportfunktion eines Verkehrsmittel nichts zu tun haben, sondern dazu beitragen, dass der soziale Status, Ich-Erlebnisse und zwischenmenschliche Beziehungen gestärkt werden. Hier wohnt dem Auto als eigenes und selbst steuerbares Verkehrsmittel besondere Faszination inne, die auch durch das durch die Werbung oftmals vermittelte Gefühl der „Unabhängigkeit“ Verstärkung erfährt.

KOTTENHOFF (1999) arbeitet für die Wahl des Verkehrsmittels Eisenbahn vier zentrale **Bedürfniskategorien** heraus: Zugänglichkeit und Wissen über das System Eisenbahn, Entwicklungsstandard der Eisenbahn und der konkurrierenden Verkehrsmittel in Bezug auf Reisegeschwindigkeit und Ausstattung, Kosten der Reise sowie soziale Faktoren/Lifestyle.

Im Folgenden werden (gemäß der Begrifflichkeiten bei DE WITTE, 2013) zunächst sozial-psychologische und reisecharakteristische Indikatoren, die mittels Befragungen erhoben wurden, dargestellt. Anschließend erfolgt die Darstellung von soziodemografischen und räumlichen Indikatoren, die mittels Befragungen und Korrelationsabfragen analysiert wurden.

#### 4.2.1 Sozial-psychologische und reisecharakteristische Indikatoren

Zunächst wird auf die Ergebnisse der Befragungen zu sozial-psychologischen und reisecharakteristische Indikatoren (nach DE WITTE, 2013) näher eingegangen. Da diese im Fragebogen zusammen abgefragt wurden, erfolgt auch hier eine gemeinsame Behandlung. In der folgenden Tabelle findet sich eine Aufschlüsselung der erhobenen Indikatoren.

Sozial-psychologische Indikatoren	Reisecharakteristische Indikatoren
Komfort	Preis
Flexibilität	Gepäcktransport
Mitreisende	Direkte Erreichbarkeit
Zuverlässigkeit	Umsteigen
Privatsphäre	Sportgerätetransport
Erfahrungen	Mobilität vor Ort
Anstrengung	Wege zum/vom Bahnhof

Tab. 4.1 Sozial-psychologische und reisecharakteristische Indikatoren der Verkehrsmittelwahl

Die Gruppe der **sozial-psychologischen** Faktoren inkludiert vor allem **subjektive Empfindungen** und Meinungen. So ist das **Komfortempfinden** ebenso subjektiv wie die Meinung über die Privatsphäre, die Anstrengung oder die Flexibilität der Bahn. Im Gegensatz dazu stellen die **reisecharakteristischen Indikatoren** Preis, Möglichkeiten zum Gepäcktransport, Anzahl der Umstiege etc. Rahmenbedingungen dar, die mit den Möglichkeiten, die auf der Reise geboten werden, zusammenhängen.

Für sämtliche der in Tab 4.1. aufgelisteten Indikatoren wurde in Abb. 4.3. abgefragt, wie sehr sie von Fahrgästen als hinderlich bei der Wahl der Bahn als Verkehrsmittel empfunden wurden. In erster Linie hält der **Gepäcktransport**, der schon in zahlreichen Voruntersuchungen (RÜGER 2004, TUNA 2008, PLANK 2008, CIS 2009) als besonders relevanter Faktor bei der Entscheidung für oder gegen die Bahn aufgetreten ist, auch bei der vorliegenden Untersuchung etwa die Hälfte der befragten Familien davon ab, häufiger mit der Bahn zu verreisen. Auch der **Sportgerätetransport** stellt einen wesentlichen Hinderungsgrund dar, wobei dies stets im Kontext des Winterurlaubs zu sehen ist.

Mangelnde **direkte Erreichbarkeit**, Erfordernisse beim **Umsteigen** und die komplizierte Mobilität vor Ort spielen bei der Verkehrsmittelwahl der Befragten ebenfalls eine relevante Rolle. Die Reisedauer wird hingegen nur von 12 % aller Familienreisenden als Grund genannt, die Bahn nicht als Verkehrsmittel in Betracht zu ziehen.

Fehlende **Informationen** über eine mögliche Bahnreise, fehlende Privatsphäre im Zug oder fehlende Zuverlässigkeit der Bahn scheinen für die meisten Befragten **weniger relevant** gegenüber den anderen gelisteten Gründen zu sein. Auch die Personenanzahl ist für Familienreisende kein wichtiger Hinderungsgrund, die Bahn nicht zu nehmen.

Insgesamt ist bemerkenswert, dass Familienreisende und andere Reisende **im Wesentlichen** dieselben Gründe angeben, nicht mit der Bahn verreisen zu wollen. Auch reisecharakteristische Merkmale wie der Gepäcktransport, das Umsteigen, die Reisedauer und die Personenanzahl stellen für Familien keine stärkeren Argumente gegen die Wahl der Bahn dar als für normale Reisende. Eine Erklärung könnte darin liegen, dass der Gepäcktransport, die direkte Erreichbarkeit, wenig Umsteigen etc. auch von Familien als derartig wichtig angesehen wird, dass Faktoren wie die Personenanzahl und die Reisedauer, denen auf den ersten Blick bei Familien eine starke Bedeutung beigemessen werden könnte, in den Hintergrund treten.

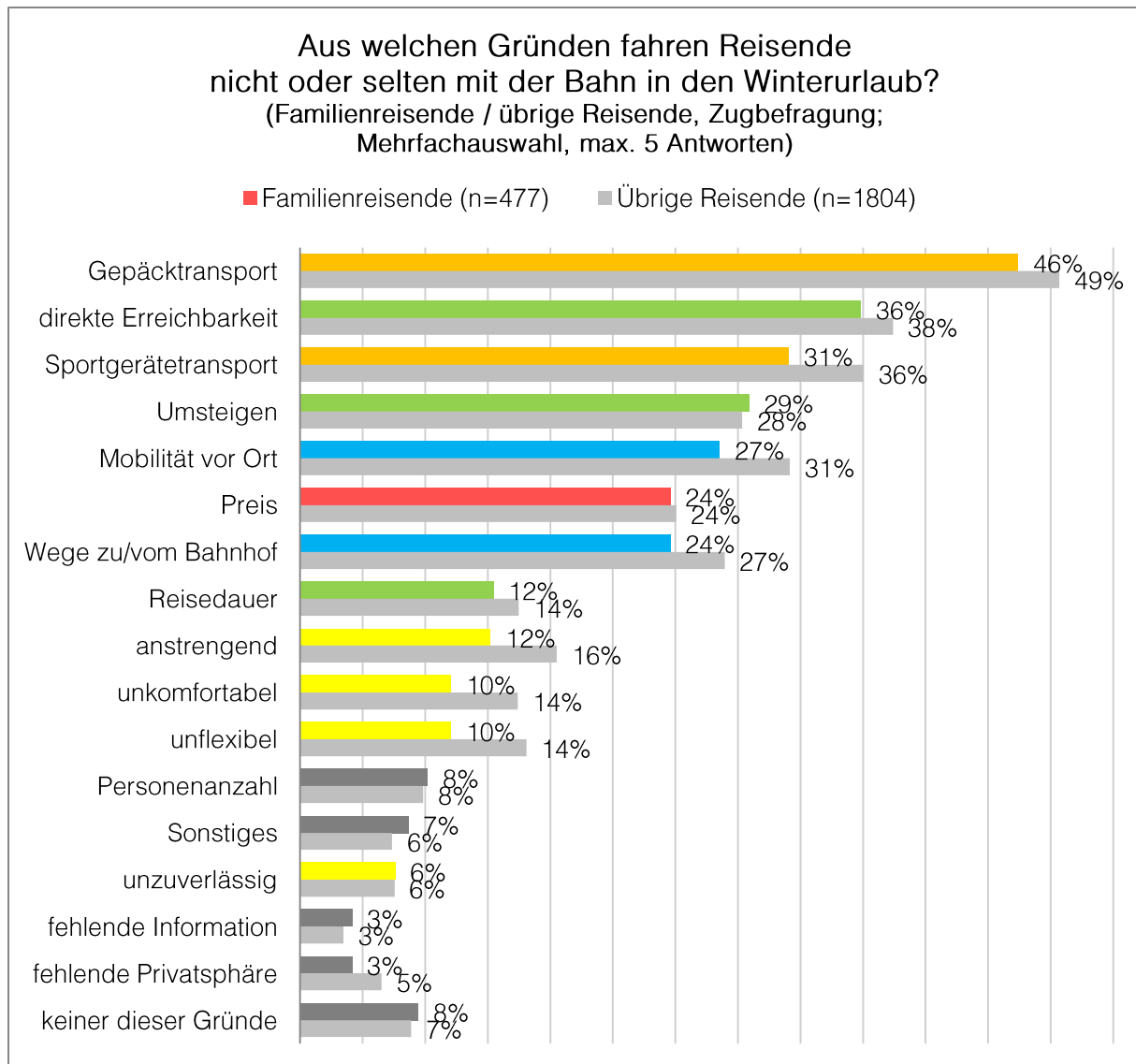
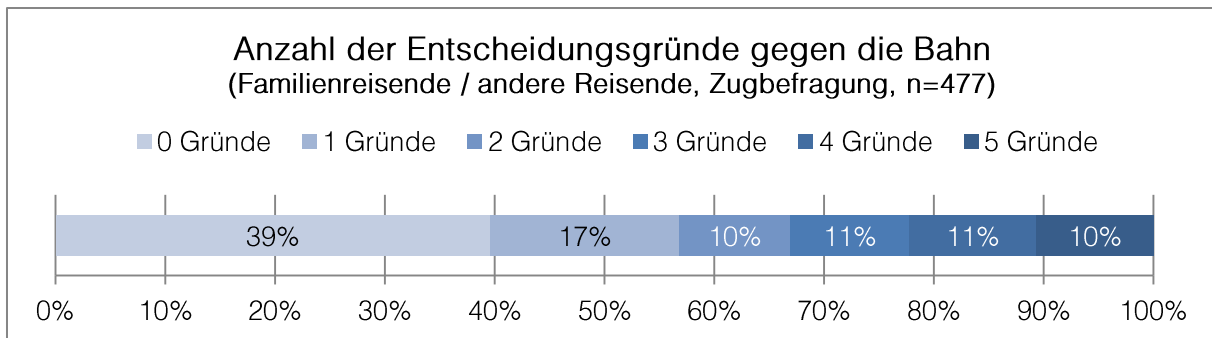


Abb. 4.3 Gründe, weshalb Familien bzw. andere Reisende selten oder nie mit der Bahn in den Winterurlaub fahren. Farbliche Darstellung nach zusammengehörigen Kategorien (s. nächste Seite.); Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

Die Gründe aus Abb. 4.3. wurden in Folge näher untersucht. Zunächst wurde erhoben, welcher Prozentsatz an Befragten mindestens einen Grund angegeben hat, aufgrund derer er/sie die Bahn nicht als Verkehrsmittel zur Anreise wählt. Aus Abb. 4.4 ist zu schließen, dass 60 % der Befragten einen oder mehrere Gründe angegeben haben, die Bahn als Verkehrsmittel nicht zu wählen. 10 % haben fünf Gründe (die maximal zulässige Anzahl) angegeben. Knapp 40 % der Befragten haben keinen speziellen Grund angegeben haben, nicht mit der Bahn zu fahren.

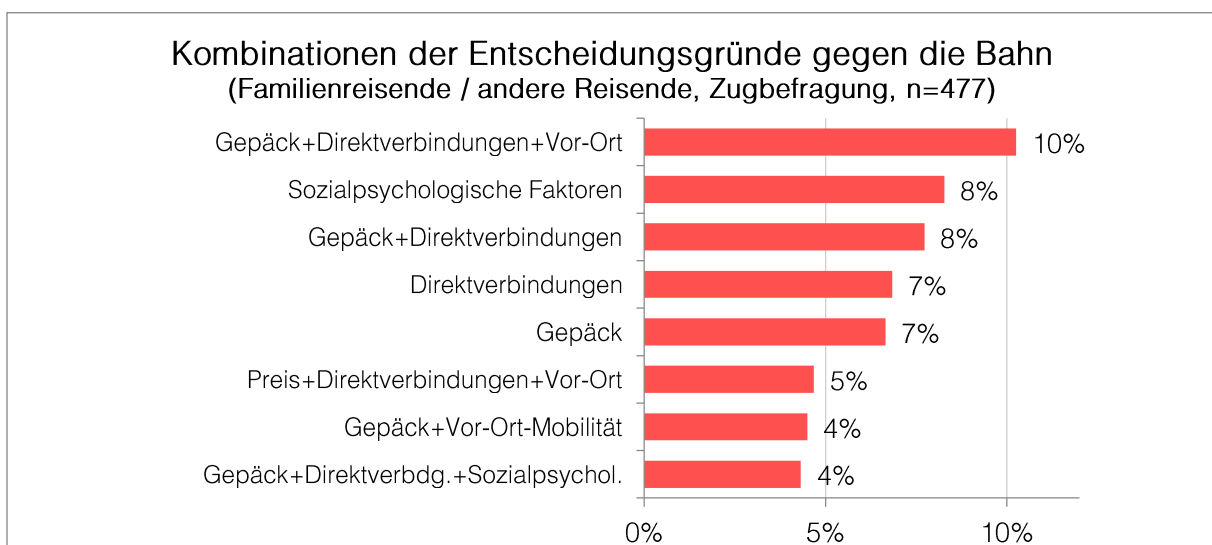
Besonders von Bedeutung sind jene 40 % der Befragten, die Gründe aus zwei oder mehr Kategorien angegeben haben. Das bedeutet, dass diese Befragten die Bahn auch dann nicht nutzen werden, wenn nur Faktoren aus einer Kategorie (z.B. nur das Gepäckservice) behoben werden (Abb. 4.4.)



**Abb. 4.4** Anzahl der Entscheidungsgründe gegen die Bahn, die angegeben wurden.  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016).

Zur weiteren Vertiefung wurden die Entscheidungsgründe aus Abb. 4.3. in **fünf Kategorien** gebündelt, die oben bereits farblich gekennzeichnet sind: Preis, Gepäck, Direktverbindungen, Vor-Ort-Mobilität und sozialpsychologische Gründe. In jeder dieser Kategorien finden sich thematisch gebündelte, zusammengehörende Indikatoren.

Es wurden nun die **Kombinationen** aus diesen Entscheidungsgründen analysiert (Abb. 4.5). 10 % der Fahrgäste gaben an, die Bahn aus mindestens einem Grund aus den Kategorien Gepäck, Direktverbindungen und Vor-Ort-Mobilität nicht zu nutzen. Weitere 7 % gaben nur Gründe aus der Kategorie „Direktverbindungen“ an, weitere 7 % nur Gründe aus der Kategorie „Gepäck“. Die Bedürfnisse dieser je 7 % könnten daher schon dann befriedigt werden, wenn Verbesserungsmaßnahmen in den jeweiligen Bereichen „Direktverbindungen“ bzw. „Gepäck“ ergriffen würden. Um allerdings die erwähnten 10 %, die Gründe aus drei Kategorien angegeben haben, dazu zu bringen, die Bahn zu nutzen, müssten aber Verbesserungen in allen drei genannten Kategorien durchgeführt werden. Mit Maßnahmen in nur einer Kategorie können daher nicht alle Bedürfnisse erfüllt werden.



**Abb. 4.5** Kombination der Entscheidungsgründe gegen die Bahn  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016).



Inhaltlich zeigte auch die Fokusgruppe ähnliche Ergebnisse. Es herrschte die Meinung vor, dass die wichtigsten Gründe, das Auto statt der Bahn zu nehmen, der Gepäcktransport, mangelnde Direktverbindungen und die Mobilität vor Ort seien, die ein zeitlich ungehinderteres Reisen ermöglichen. Faktoren wie der Preis oder auch die Reisezeit wurden als weniger wichtig erachtet. (FOKUSGRUPPE, 2017)



*„Das Einzige, was beim Autofahren wirklich angenehm ist, ist, dass man nicht zum Bahnhof fahren muss, keinen Zeitdruck hat, man kann genug Gepäck einladen, schauen, ob alles da ist, dann noch Spontanes machen, Windeln wechseln und so weiter, - die Autofahrt selbst ist dann allerdings nicht entspannter.“*

*Mutter, 2 Kleinkinder, regelmäßige Bahnbenutzerin*

Jene Fahrgäste, die zum Zeitpunkt der Befragung auf einer Winterurlaubsreise waren, wurden auch danach befragt, warum sie die Bahn zur Anreise gewählt haben. Um mögliche Unterschiede in einer traditionellen Winterurlaubsregion festzumachen, wurden zusätzlich auch die Ergebnisse der Familienreisenden, die am Arlberg befragt wurden, aufgenommen.

Die Ergebnisse sind aus Abb. 4.6 ablesbar. 41 % (in Tirol: 44 %) aller Familienreisenden haben die Bahn vor allem aufgrund des hohen Komforts, 39 % aufgrund des niedrigen Preises gewählt. 30 % der Familienreisenden wählten die Bahn aufgrund der geringen Anzahl an Umstiegen, für 27 % der Reisenden war die direkte Erreichbarkeit des Ziels per Bahn entscheidend. Bei den Befragten am Arlberg beträgt dieser Wert nur 21 %, was damit zusammenhängen dürfte, dass am Arlberg nur wenige Orte direkten Anschluss an den Fernverkehr haben.

Ein Viertel der Fahrgäste wählte die Bahn vor allem aufgrund der weiten zurückgelegten Entfernung. Wie schon zuvor in Abb. 2.14 und 2.15. ermittelt, legen die meisten Bahnreisenden in den Winterurlaub sehr große Entfernungen per Bahn zurück, wodurch sich dieser relativ hohe Wert erklären lässt. Auch die im Vergleich zum PKW höhere Sicherheit, ein Faktor, der selten direkt thematisiert wird, ist für knapp ein Viertel der Reisenden besonders relevant.

Die Reisedauer (im Vergleich mit dem PKW) ist nur für 12 % der Familienreisenden ein Grund, die Bahn zu wählen. Das ist vor allem vor dem Hintergrund interessant, dass in den letzten Jahren in Europa zahlreiche infrastrukturelle Verbesserungen im Streckennetz zur Reduzierung der Reisezeit durchgeführt wurden. Für Familienreisenden stellen guter Kom-

fort, geringer Preis und direkte Verbindungen allerdings einen bedeutend stärkeren Anreiz dar als eine möglichst geringe Reisezeit, was bei der Durchführung von Maßnahmen für diese Zielgruppe berücksichtigt werden sollte.



„Selten kommt zur Sprache, dass die Bahn ein sehr sicheres Verkehrsmittel ist. Das ist für uns ein wichtiger Grund, die Bahn zu nehmen und sollte als Alleinstellungsmerkmal noch stärker kommuniziert werden.“

Vater, 2 Kinder (8 und 10 Jahre), gelegentlicher Bahnbenutzer

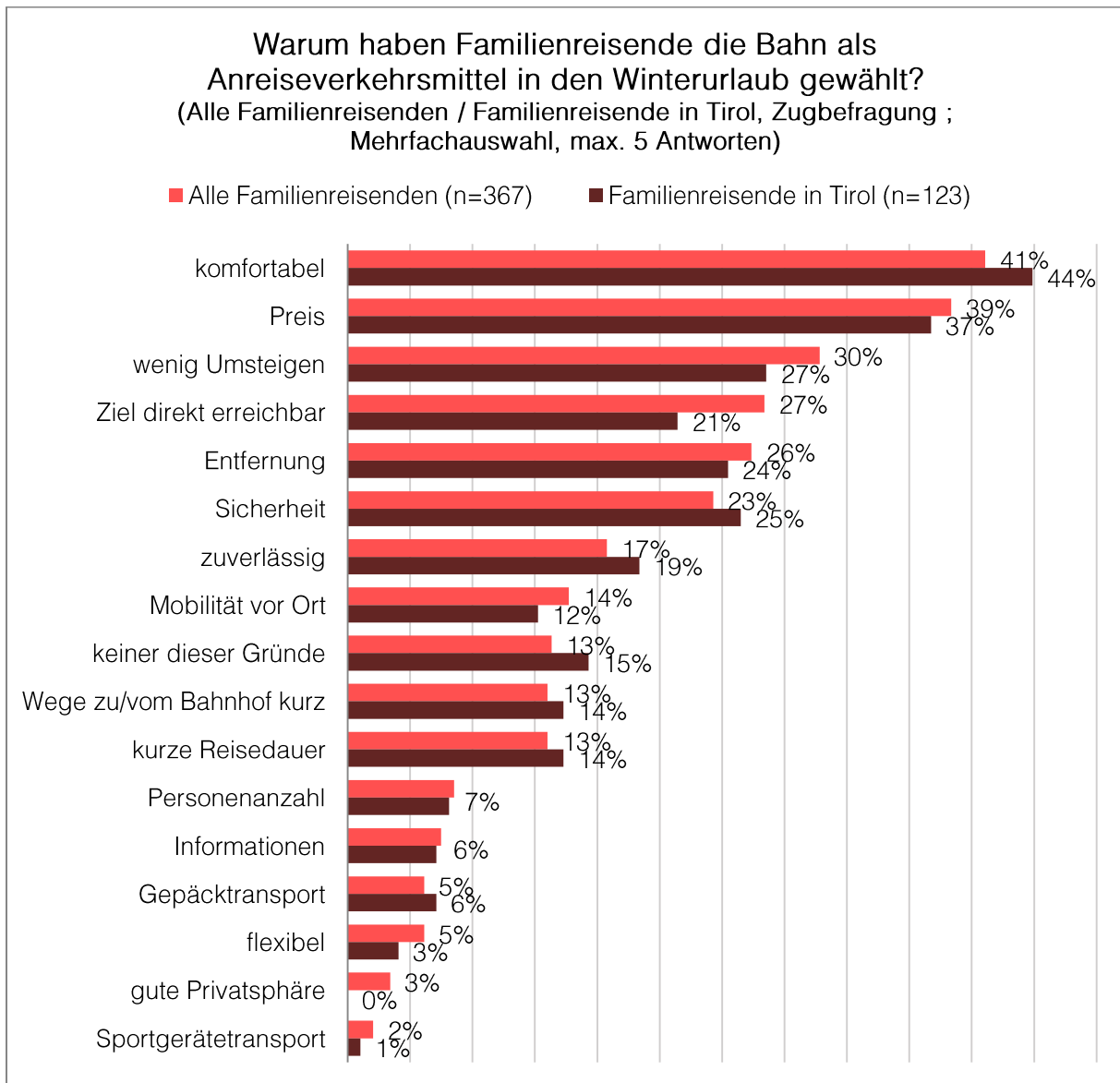
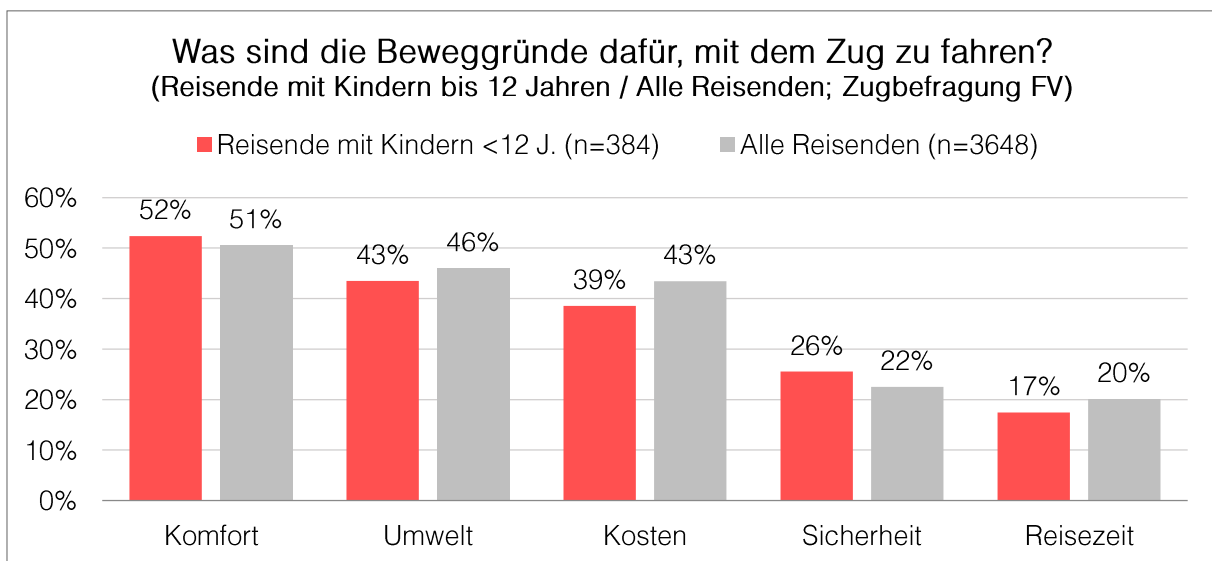


Abb. 4.6 Gründe, warum die Bahn von Familienreisenden / Familienreisenden in Tirol an Anreiseverkehrsmittel in den Winterurlaub gewählt wurde, Quelle: Eigene Darstellung, Daten EASY TRAVEL (2016)

Ähnliche Dimensionen wie in Abb. 4.6 finden sich auch bei Vergleich dieser Daten mit dem Projekt FLEXICOACH (2012). Abb. 4.7 ist zu entnehmen, dass in allen untersuchten Gruppen (Familienreisende, Urlaubsreisende, alle Reisende) der Komfort als meistgenannter Grund dominiert, die Bahn als Verkehrsmittel zu wählen. Auffällig ist auch, dass Umweltbewusstsein den zweitwichtigsten Beweggrund darstellt, die Bahn zu wählen. Ein substantieller Teil der hier befragten Familienreisenden wählt die Bahn auch aufgrund der Sicherheit des Verkehrsmittels. Dies stimmt mit den oben zitierten Aussagen aus der FOKUSGRUPPE (2017) überein, wo ebenfalls Sicherheit als stärker herauszustreichender Faktor bei Bahnreisen thematisiert wurde.



**Abb. 4.7** Beweggründe für die Wahl der Bahn von Reisenden mit Kindern unter 12 Jahren, Urlaubsreisenden mit Kindern unter 12 Jahren und allen Reisenden im Vergleich.  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von FLEXICOACH (2012)

## 4.2.2 Soziodemografische Indikatoren

Soziodemografische Indikatoren nach DE WITTE (2013) befassen sich mit der individuellen Situation des Reisenden. Darunter fallen Alter, Geschlecht, Bildung, Beschäftigung, Einkommen, Haushaltgröße und PKW-Verfügbarkeit. Aus Familiensicht erscheinen das Alter der Kinder, die Familiengröße und die PKW-Verfügbarkeit als besonders relevant.

### Alter der Kinder

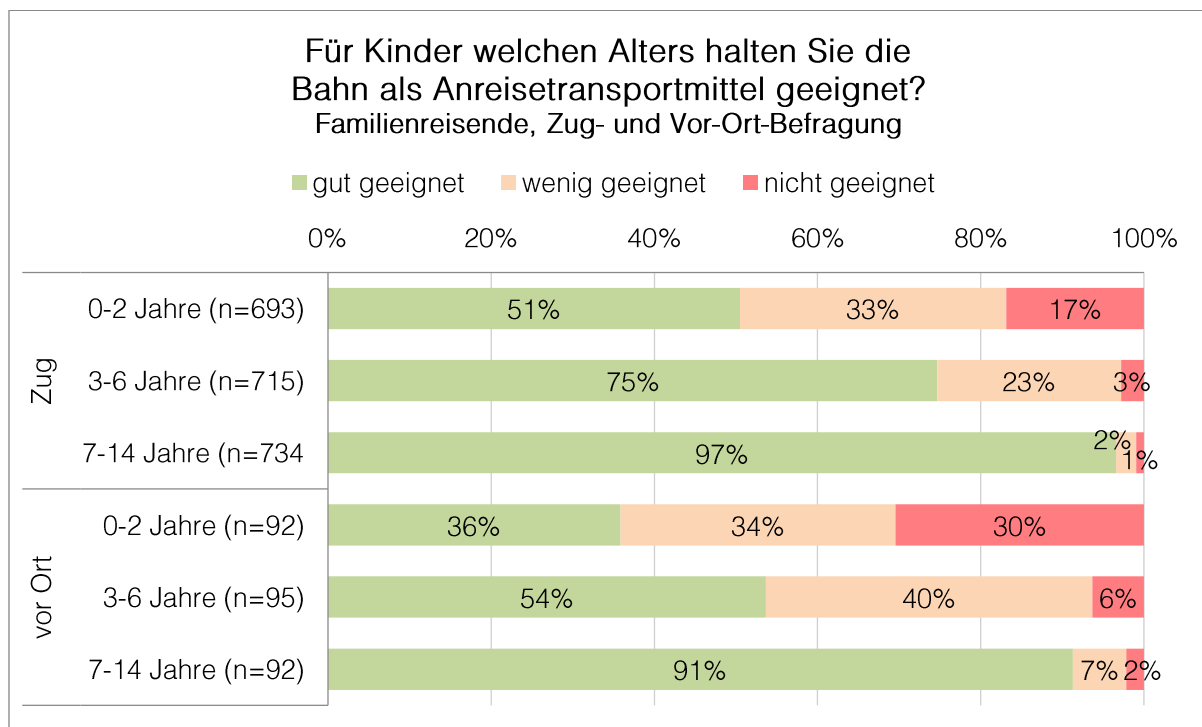
Bereits in Kapitel 2.2.3. wurde gezeigt, dass Familien eher mit größeren Kindern denn mit Kleinkindern und Babys im Zug unterwegs sind. Dies mag daran liegen, dass die Eignung der Bahn für kleine Kinder geringer gesehen wird als für größere Kinder. Über 90 % der Befragten sehen die Bahn als geeignetes Verkehrsmittel für Schulkinder (Abb. 4.8). Auch

für jüngere Kinder wertet die Mehrheit der Befragten die Bahn als gut geeignetes Verkehrsmittel, für Babys sehen jedoch 17 % (Zug) bzw. 30 % (vor Ort) der Befragten die Bahn als nicht geeignetes Verkehrsmittel. Insgesamt ist zu beobachten, dass die vor Ort Befragten (von denen der Großteil mit dem Auto angereist ist) eine kritischere Haltung zur Eignung der Bahn für Kinder haben als jene, die im Zug befragt wurden.

In der Fokusgruppe wurden die Beteiligten nach möglichen Gründen für die unterschiedlich hohen Zustimmungsraten befragt. Die Teilnehmer meinten, dass vor allem reisecharakteristische Faktoren wie der nicht immer problemlos mögliche Transport eines Kinderwagens und der mangelnde Platz Argumente sind, warum die Bahn sich eher für große Kinder denn für kleine Kinder eigne. Es wurde aber darauf hingewiesen, dass „Not erfinderisch“ mache und man mit jeder Bahnreise dazulerne, also vor allem Eltern mit etwas Improvisationstalent hinsichtlich Wickeln, Auf- und Abgehen etc. auch kurze bis mittellange Strecken mit kleinen Kindern problemlos per Bahn zurücklegen können. (FOKUSGRUPPE, 2017)

„Wir fahren ungern mit unseren kleinen Kindern im railjet. Die Kinderwagenplätze sind nicht gut ausgeschildert und schnell belegt. Für Mütter mit Babys oder kleinen Kindern gibt es keinen Rückzugsort und wenig Platz zum Bewegen.“

Mutter, 2 Kinder (1 und 3 Jahre), regelmäßige Bahnbenutzerin

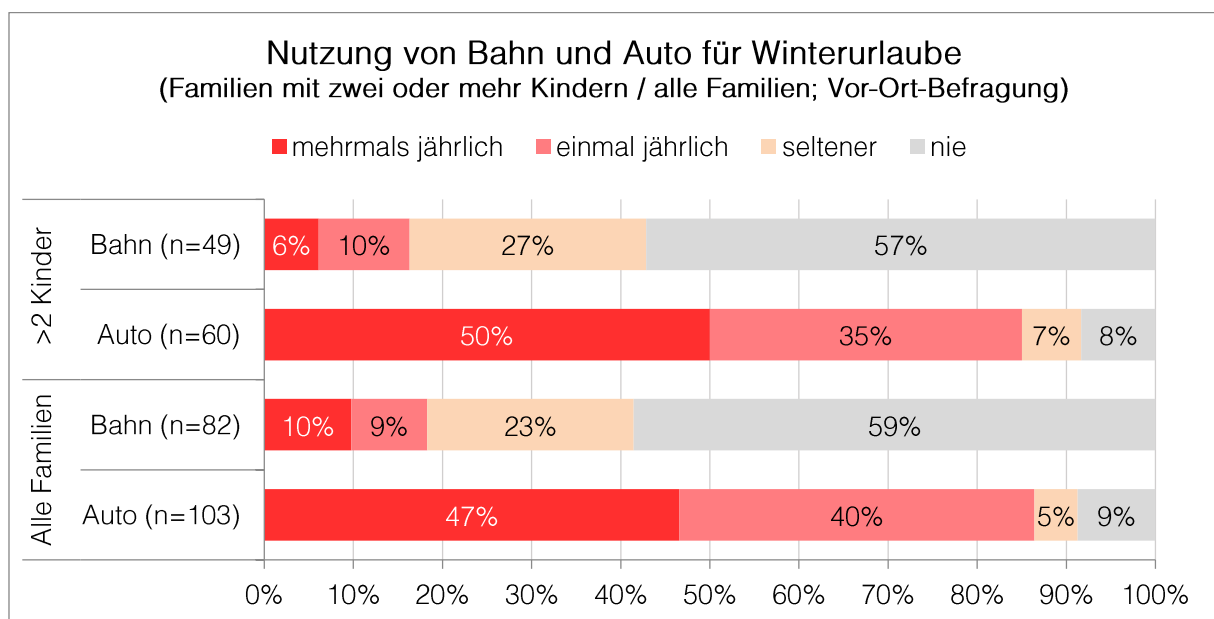


**Abb. 4.8** Eignung der Bahn für Familienreisende als Anreisetransportverkehrsmittel in den Winterurlaub; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von Easy Travel (2016)

## Haushaltsgröße

Die Haushaltszusammensetzung, also das Vorhandensein von Kindern oder eines größeren Haushalts ist laut DE WITTE (2013) ein häufig untersuchter Faktor für die Verkehrsmittelwahl. Größere Haushalte oder Haushalte mit mehr Kindern nehmen eher das Auto als die Bahn.

Um diese These zu überprüfen, wurde zunächst die Vor-Ort-Befragung genauer analysiert. Wie bereits in Kapitel 4.1. erwähnt, wird das Auto für den Urlaub in wesentlich höherem Maße genutzt als die Bahn. Während 87 % der Familien das Auto mindestens einmal jährlich für den Winterurlaub nutzen, wird die Bahn nur von 19 % der Fahrgäste mindestens einmal jährlich genutzt. Es ist zu erkennen, dass größere Familien die Bahn etwas weniger, das Auto dafür etwas häufiger benutzen als der Gesamtschnitt (Abb. 4.9), allerdings sind die Unterschiede nicht als signifikant anzusehen.



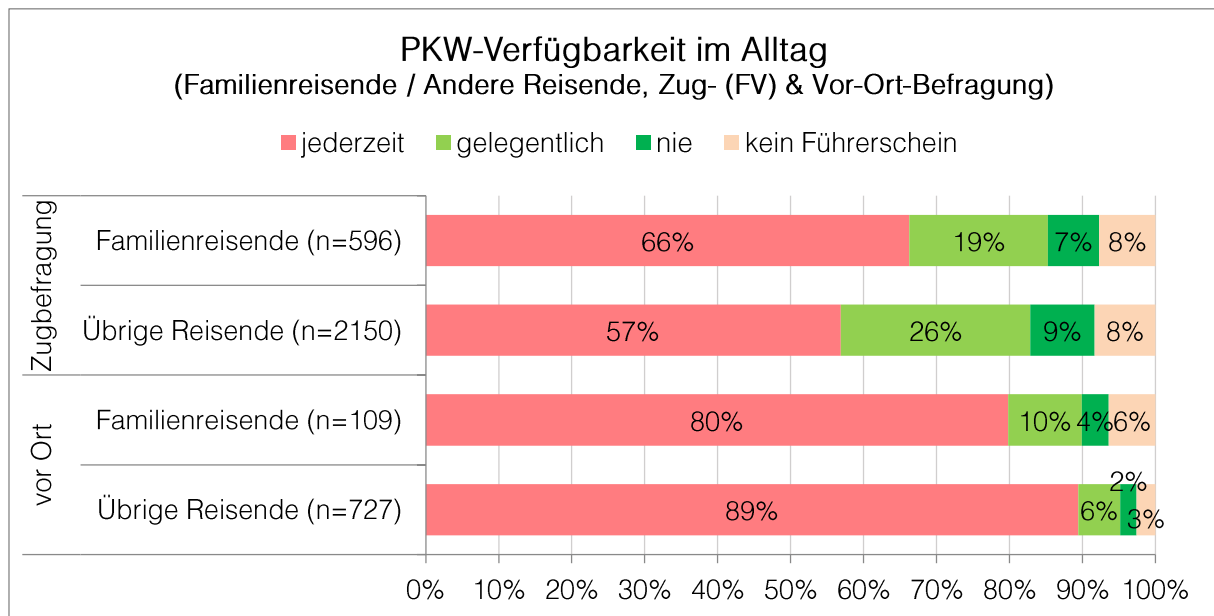
**Abb. 4.9** Nutzung der Bahn bzw. des Autos für Winterurlaube, unterteilt nach Anzahl der Kinder; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von Easy Travel (2016).

## PKW-Verfügbarkeit

Der Autobesitz und die **Autoverfügbarkeit** sind wichtige Merkmale für die Wahl zwischen Verkehrsmitteln (HAID 2004). Für alle Reisezwecke gilt, dass mit der Verfügbarkeit von einem oder mehr Autos in einem Haushalt die Tendenz, öffentlichen Verkehr oder andere Verkehrsträger zu nutzen, abnimmt (DE WITTE 2013). CIRILLO/AXHAUSEN (2002) gehen davon aus, dass die Anzahl der Autos in einem Haushalt und die Bereitschaft, das Auto

auch zu nutzen mit der Anzahl der Personen und insbesondere mit Kindern in einem Haushalt ansteigen.

Betrachtet man die Verfügbarkeit eines PKWs grundsätzlich (Abb. 4.10), fällt zunächst auf, dass die Mehrzahl der Befragten jederzeit Zugriff auf ein Auto hat. Es ergeben sich jedoch Unterschiede je nach befragter Zielgruppe und Befragungsort. So haben 19 % (Familien) bzw. 26 % (andere) der Bahnreisenden nur gelegentlich Zugriff auf ein Auto, während dies bei vor Ort Befragten nur 10 % bzw. 6 % der Reisenden sind. Bei Familienreisenden, die mit der Bahn verreisen, ist eine höhere PKW-Verfügbarkeitsrate festzustellen als bei anderen Reisenden – vor Ort ist die Situation umgekehrt.

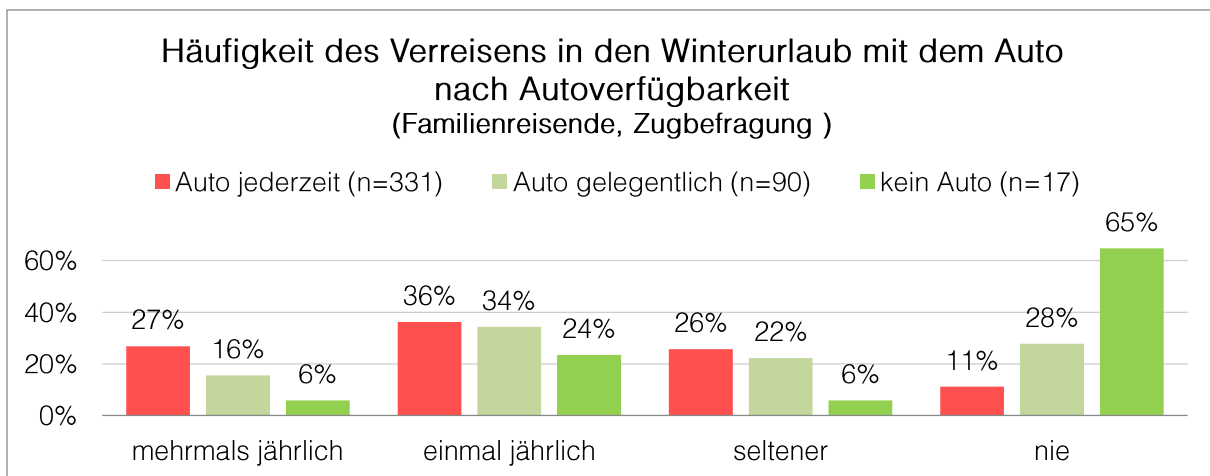
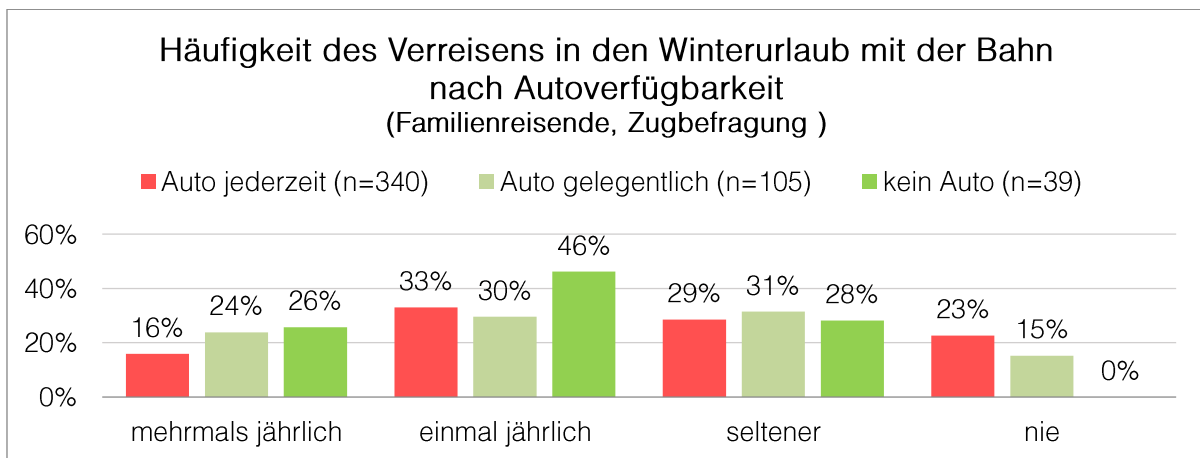


**Abb. 4.10** PKW-Verfügbarkeit bei den befragten Reisenden;  
Quelle: Eigene Darstellung nach EASY TRAVEL (2016)

Um den Einfluss des Autobesitzes auf die Verkehrsmittelwahl der Befragten zu überprüfen, werden die Autoverfügbarkeit und die Häufigkeit des Verreisens in den Winterurlaub mit der Bahn bzw. dem Auto einander gegenübergestellt. Zunächst wurden die Ergebnisse der Zugbefragung analysiert: aus Abb. 4.11 ist abzulesen, dass bei jenen befragten Familienreisenden, die jederzeit ein Auto im Alltag zur Verfügung haben, die Bereitschaft, mehrmals oder einmal im Jahr mit der Bahn auf Winterurlaub zu fahren, geringer ist als bei jenen, die kein Auto besitzen. Umgekehrt fahren jene, die jederzeit Zugriff auf einen PKW haben, häufiger mehrmals im Jahr damit auf Winterurlaub. Dennoch reisen auch von diesen Familienreisenden fast 50 % ein- oder mehrmals im Jahr mit der Bahn in den Winterurlaub.

Jene, die kein Auto besitzen, können naturgemäß zum größten Teil auch nicht mit dem Auto auf Winterurlaub fahren. Interessant sind die Ergebnisse jener Familienreisenden, die

im Alltag nur gelegentlich ein Auto zur Verfügung haben. Hier lässt sich eine größere Affinität zur Bahn ablesen: 50 % dieser Gruppe fahren selten bis nie mit dem Auto in den Winterurlaub, während 54 % dies ein- oder mehrmals im Jahr mit der Bahn tun.

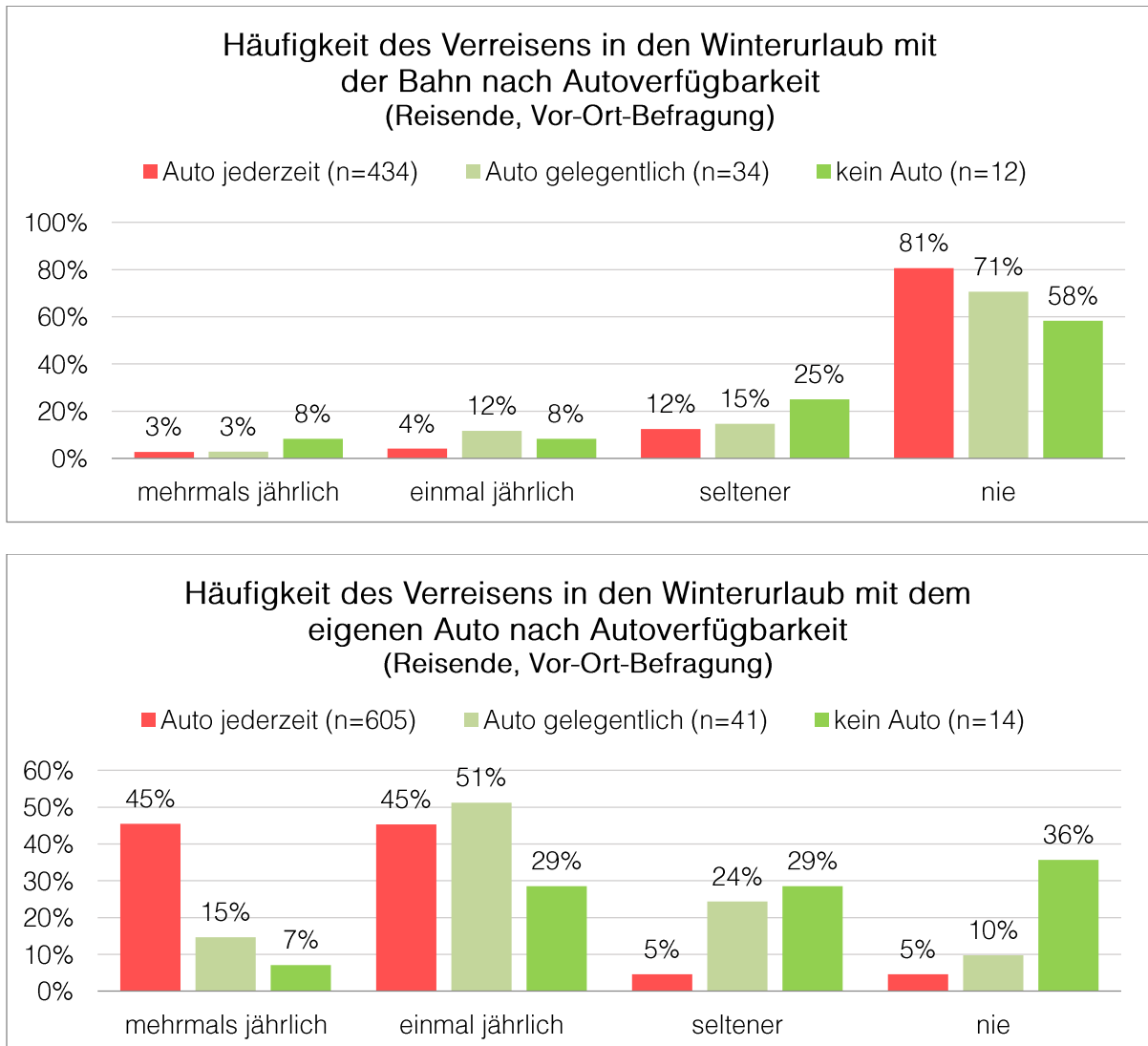


**Abb. 4.11a-b** Häufigkeit des Verreisens in den Winterurlaub per Bahn bzw. Auto je nach Autoverfügbarkeit. Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von Easy Travel (2016)

Da die Ergebnisse aus Abb. 4.11 einer Befragung in Zügen entstammen und die Bahn von vornherein schon für die Fahrt, bei der befragt wurde, gewählt wurde, sind jene, die die Bahn keinesfalls benutzen können oder wollen, nicht erfasst. Hiefür ist es nötig, die Ergebnisse der Vor-Ort-Befragung (Abb. 4.12) zu betrachten. Die Mehrzahl der UrlauberInnen vor Ort benutzt die Bahn nie zur Anreise, wobei der Wert bei jenen, die ständig Zugriff auf ein Auto haben, besonders hoch ist. Einzig eine Minderheit jener Urlauber, die nur gelegentlich oder nie Zugriff auf ein Auto haben, besitzen eine leicht höhere Affinität zur Bahn. Hingegen wird das Auto vor allem von jenen, die es ständig verfügbar haben, zumindest jährlich benutzt. Gelegentliche Autofahrer benutzen das Auto etwas weniger.

Insgesamt ist die in der Literatur geäußerte These, dass die Bereitschaft, mit der Bahn zu fahren, mit der PKW-Verfügbarkeit abnimmt, deutlich aus den Ergebnissen der Vor-Ort-

Stichprobe (Abb. 4.12) zu entnehmen. Bahnreisende haben eine etwas höhere Tendenz, dieses Verkehrsmittel auch sonst zu wählen, wenngleich auch dort die PKW-Verfügbarkeit mitentscheidend für die Häufigkeit ist (Abb. 4.11).



**Abb. 4.12a-b** Häufigkeit des Verreisens in den Winterurlaub mit Bahn bzw. eigenem Auto je nach Autoverfügbarkeit. Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von Easy Travel (2016)

In der Fokusgruppe wurde diese Frage ebenfalls thematisiert. Ein Teilnehmer äußerte sich dahingehend, dass er mit seiner Familie die Qualitäten der Bahn als Verkehrsmittels erst kennengelernt hatte, als die Familie kein Auto (mehr) hatte. (FOKUSGRUPPE, 2017)



„ Durch die ‚Not‘, kein Auto zu haben, haben wir uns mit den Angeboten der Bahn intensiver auseinandersetzen müssen. Man wird dann mitunter erfinderisch, sucht, wie kommt man durch, aber erkennt dann doch, dass es ohne Auto auch gut geht.“

Vater, 2 Kinder (25 und 23 Jahre), ausschließlicher Bahnbenützer



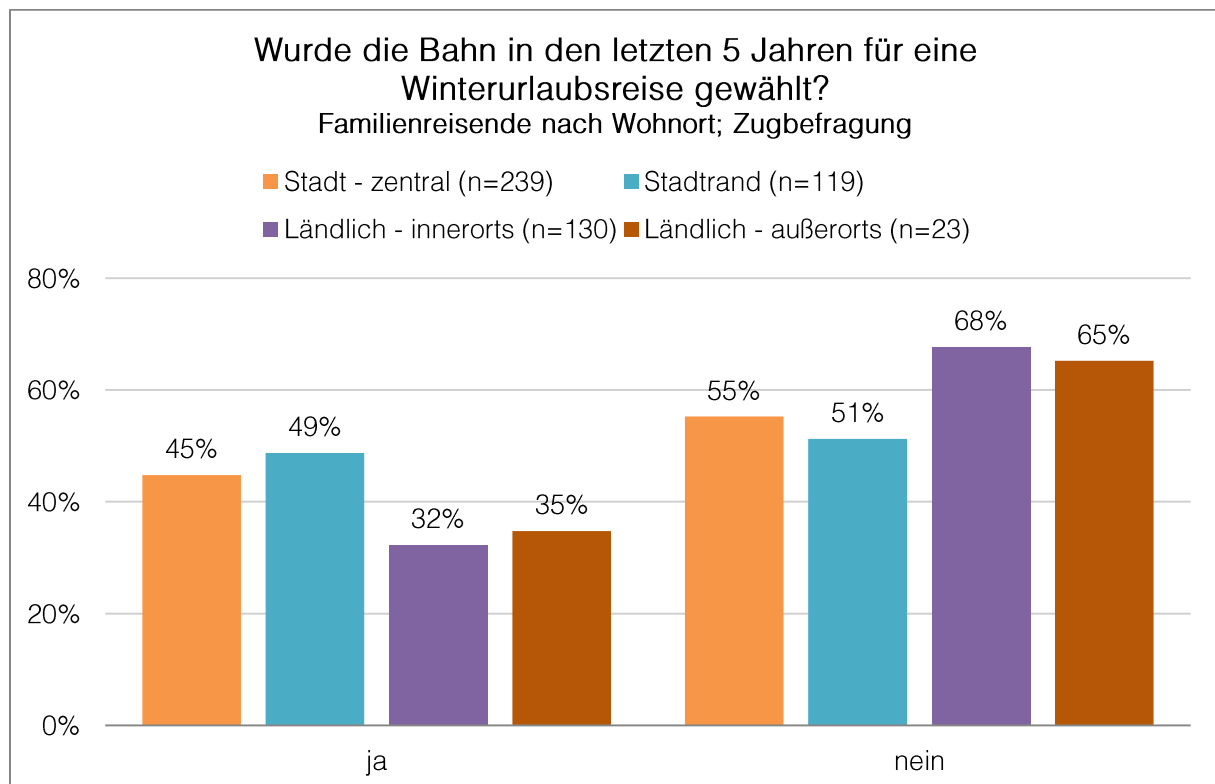
### 4.2.3 Räumliche Indikatoren

Für die Verkehrsmittelwahl sind auch räumliche Faktoren entscheidend. Laut DE WITTE (2013) sind die die Verkehrsmittelwahl beeinflussenden räumlichen Faktoren Bevölkerungsdichte, Nähe zu Infrastruktur, Häufigkeit öffentlichen Verkehrs und die Parksituation. In Folge werden die im Fragebogen erhobenen Faktoren „Wohnortnähe zu Infrastruktur“ und „Autofreier Urlaubsort“ untersucht.

#### Nähe zu Infrastruktur – Wohnverhältnisse der Befragten

In der Literatur (DE WITTE ET AL., 2013) wird die Hypothese aufgestellt, dass Familien, die in der Stadt leben, die Bahn eher als Anreiseverkehrsmittel für Winterurlaube nutzen als Familien, die in ländlichen Gebieten leben.

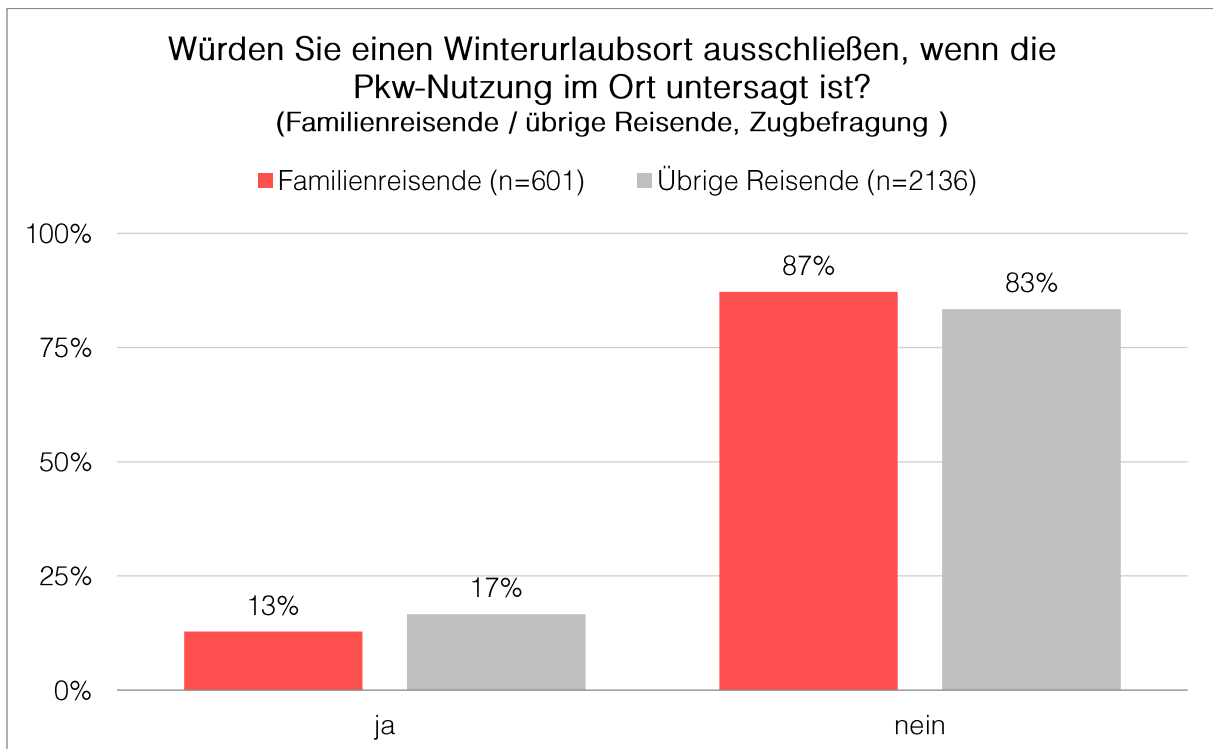
In Abb. 4.13 ist zu erkennen, dass etwa zwei Drittel der Familien, die am Land leben, die Bahn nicht als Verkehrsmittel für den Winterurlaub in Betracht ziehen, während etwa die Hälfte der StadtbewohnerInnen mit der Bahn in den letzten fünf Jahren in den Winterurlaub gefahren ist. Die Lage des Wohnorts von Familien hat daher einen Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl, allerdings sind die prozentuellen Unterschiede eher gering.



**Abb. 4.13** Wahl der Bahn als Anreiseverkehrsmittel in den Winterurlaub in den letzten fünf Jahren, abhängig von den Wohnverhältnissen der befragten Familienreisenden  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

### Autofreier Urlaubsort

Auch die Autofreiheit des Urlaubsorts ist infolge der Auswirkungen auf örtliche Infrastruktur und öffentlichen Verkehr als räumlicher Indikator anzusehen. Die Frage, ob Familienreisende einen Winterurlaubsort ausschließen würden, wenn die PKW-Nutzung untersagt wäre, beantworten 13 % mit „Ja“. Hingegen würden 87 % der Familienreisenden und 83 % übrigen Reisenden einen autofreien Winterurlaubsort nicht ausschließen (Abb. 4.14), was zeigt, dass die Autofreiheit eines Urlaubsortes jedenfalls keine überwiegend negative Assoziation damit bedeutet, sondern möglicherweise sogar einen positiven Aspekt darstellt.



**Abb. 4.14** Ausschlussquote eines autofreien Winterurlaubsorts (Familienreisende / übrige Reisende)  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von Easy Travel (2016)

## 4.3 Kinder- und Jugendmarketing

---

Neben den genannten Faktoren besitzt auch **Kinder- und Jugendmarketing** im Verkehrsbereich eine wichtige Rolle. Die Maßnahmen des Marketings soll dazu beitragen, dass die Zielgruppe „Kinder, Jugendliche und Familien“ **frühzeitig** und **emotional** an den öffentlichen Verkehr gebunden und die Affinität zum öffentlichen Verkehr nachhaltig gebildet wird. Dazu ist es hilfreich, aufgrund der schon durch das Alter bedingten Heterogenität der Zielgruppe **mehrere Marken** mit hohem Wiedererkennungswert zu entwickeln und daran Angebote, Programme oder Dienstleistungen zu knüpfen (LÜTHY, 2017).

Nachfolgend werden Beispiele für Kinder- und Jugendmarketing aus Österreich, Deutschland und der Schweiz dargestellt.

In **Österreich** wurde im Kinder- und Jugendmarketing die Marke „**Timi Taurus**“ für Kinder entwickelt. An Kinder überreicht werden vom Zugpersonal während der Fahrt Kinderfahrtscheine, Sammelpässe und Minibücher. Über die in den ÖBB-Auftritt integrierte Homepage können Rätsel und Spiele heruntergeladen werden (ÖBB, „Langeweile war gestern, heute gibt es Kids Corner“, online)

In **Deutschland** heißt die Kindermarke seit 2012 „**Der kleine ICE**“. Auf der zugehörigen Homepage werden Comics, Geschichten und Spiele bereitgestellt, die online gespielt werden können. Mal- und Kritzelbücher stehen ebenfalls online zur Verfügung. Im „Bahnhof“ können weitere Produkte der Marke erworben werden.

Der namensgebende „kleine ICE“ und verschiedene andere Charaktere aus dem Marketingprogramm werden als kleine Figuren beim Fahrkartenkauf und im Zug an Kinder verteilt (LÜTHY, 2017). Im Zug dient das Kindermagazin „LeseLok“ zur Kinderunterhaltung.

Freizeitangebote für Familien stellt die Deutsche Bahn in fünf Karten für ganz Deutschland online bereit (DB, „Freizeitskarte für Familien - Gesamtdeutschland“, online), wobei sämtliche Angebote kostenlos oder stark ermäßigt sind. Eine eigene große Kinderabteilung bietet das DB-Museum in Nürnberg, das so für eine spielerische Annäherung an das Thema „Reisen mit der Eisenbahn“ sorgt.

Das Marketingprojekt „Der kleine ICE“ wird vonseiten der Entwickler als erfolgreiches Projekt angesehen, das hohen Wiedererkennungswert hat und Kindern Spaß mache (GAUMANN, 2017). Auch LÜTHY (2017) nennt insbesondere das Verteilen von Souvenirs und die starke Präsenz der Marke als essentielles Erfolgsrezept zur Kundenbindung von Kindern.

Für die Zielgruppe der Jugendlichen bietet die DB das Jugendportal **draufabfahren.de**, wo verschiedene Infos und Hinweise zu den Themen Freizeittipps mit der Eisenbahn, verreisen und Sport geboten werden. Berufen bei der Bahn wird ein eigener Teil gewidmet.

In der **Schweiz** werden bei den **SBB** im Kinder- und Jugendmarketing die Zielgruppen Kleinkinder, Kinder und junge Erwachsene im Alter von 0 bis 25 Jahren in drei unterschiedlichen, aufwendig gestalteten Marketingschienen angesprochen, die jeweils über eigene Homepages verfügen (für die folgenden Absätze zentrale Quelle: LÜTHY, 2017)

Das Programm **Ticki-Park** für Kleinkinder von 0 bis 6 Jahren konzentriert sich auf die Entwicklung von Erlebnis-Zuginnenräumen wie den gleichnamigen Familienbereich Ticki-Park (vgl. Kapitel 7.2.2.) und die Familienzonen in den IC-Zügen. Zusätzlich werden auf der Homepage des Programms Spiele-Apps für die Zugfahrt, Märchen und Malvorlagen für Kleinkinder angeboten.

Die Marketingschiene **Magic Ticket** ist für Kinder von 6 bis 12 Jahren eingerichtet. Magic Ticket ist als Clubprogramm gestaltet: zur Nutzung ist eine kostenlose Registrierung auf der Homepage erforderlich, das Kind erhält einen kostenlosen Mitgliederausweis sowie einen monatlichen Newsletter mit Freizeitangeboten. In der Regel sind dies Tagesreisen, die in Zusammenarbeit mit der SBB-Tochter **RailAway** entwickelt werden und bei denen ein gewisser Rabattsatz zwischen 20 % und 50 % auf das ÖV-Ticket sowie auf den Eintritt zur Veranstaltung gewährt wird. Weiters werden diverse Spiele, Verlosungen, Musik und Filme angeboten (SBB, „MAGIC TICKET – SPAß & WISSEN“, online)

Im Gegensatz zu einer kostenlosen Clubmitgliedschaft ist das **Gleis7-Abo**, Kernprodukt der gleichnamigen Plattform für die 13- bis 25-jährige Community, als Abonnementkarte konzipiert. Die Karte ist kostenpflichtig und nur zusätzlich zum ebenfalls kostenpflichtigen Halbtax erwerbbar. Für den Inhaber sichert sie als wichtigsten Vorteil freie Fahrt in der gesamten Schweiz von 19 bis 5 Uhr. Ebenfalls sind auf der Gleis 7-Homepage mittels Apps durch gefahrene Kilometer Credits sammelbar, die im Shop zum vergünstigten Erwerb diverser Produkte eingelöst werden können

Insgesamt stand bei der Entwicklung der Marketingschienen die langfristige Kundenbindung von Kindern, Jugendlichen und Familien im Vordergrund. Zusätzlich sollte speziell bei der Jugendschiene aufgrund ökonomischer Vorgaben ein Trend zur verstärkten Onlinebuchung von Fahrkarten und Zusatzleistungen erzielt werden. Durch die Einführung der Marketingschienen konnten in den letzten Jahren bei den SBB effektiv mehr Abonnements (Halbtax, Generalabonnement etc.) verkauft werden. Eine Steigerung der Anzahl an Personenkilometern bei Familien konnte bislang jedoch noch nicht nachgewiesen bzw. erhoben werden (LÜTHY, 2017).

---

## 5 DIE VORREISEPHASE

---

Mit der Vorreisephase beginnt die Mobilitätskette. Die Vorreisephase ist davon geprägt, **Informationen und Reiseunterlagen** zu beschaffen und **Reisevorbereitungen** zu treffen (RÜGER 2005). Obgleich diese Phase Element jeder Reise ist, sind die Organisationsaufwendungen bei einer Reise mit öffentlichen Verkehrsmitteln in der Regel höher als bei der Verwendung des eigenen PKWs (vgl. RÜGER 2004).

Bahnreisende müssen in der Vorreisephase

- Informationen über den Fahrplan und die notwendigen Fahrkarten einholen
- diese buchen
- festlegen, wie die Anreisewege vom und zum Bahnhof zurückzulegen sind
- beim (selbst zu tragenden) Gepäck dessen Transporttauglichkeit und Gewicht bedenken.

Bei einer Reise mit dem eigenen PKW, der in der privaten Garage steht, sind die genannten Vorbereitungspunkte in der Regel weniger stark ausgeprägt bzw. gar nicht vorhanden.

### 5.1 Anforderungen von Familienreisenden

---

Für die Vorreisephase wurden überwiegend Befragungsdaten aus EASY TRAVEL (2016) herangezogen. Der Fokus wurde auf die verschiedenen Arten der Reisebuchung gelegt, wobei die Online-Buchung speziell betrachtet wurde.

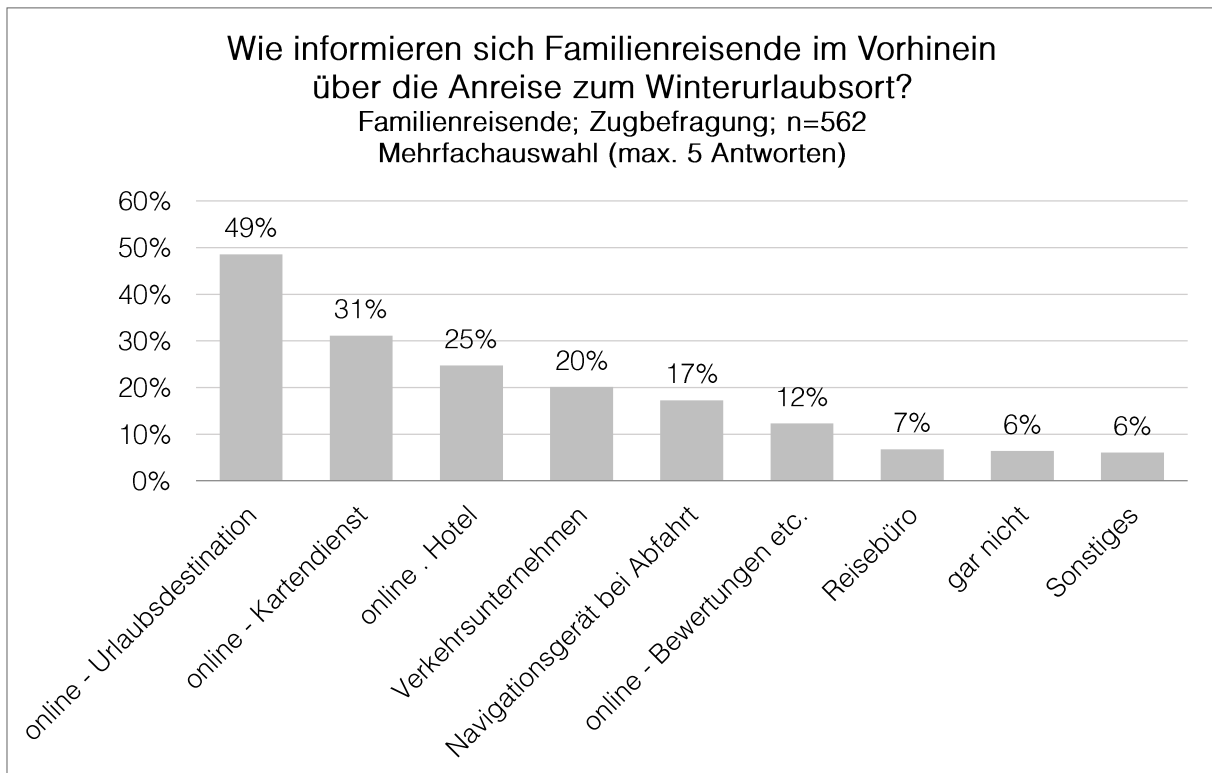
#### 5.1.1 Informationen, Fahrplan und Reisebuchung

---

##### Einholung von Informationen

Die Einholung von **Informationen** über Urlaubsdestination und Anreise wird überwiegend **online** durchgeführt. 49 % der befragten Familienreisenden geben an, sich (auch) über den Internetauftritt der Urlaubsdestination / Region über die Anreise zu informieren (vgl. Abb. 5.1). Knapp ein Drittel der Befragten verwendet Online-Kartendienste wie Google Maps zur Planung der Anreise. Dies ist insofern bemerkenswert, als beispielsweise Google Maps in Österreich bei Bahnreisen nur in seltenen Fällen die komplette Reisekette abbilden kann, da mehrere Verkehrsunternehmen (beispielsweise die Wiener Linien) die entsprechenden Daten nicht an Google weitergeben (ORF, 2017). Im Vergleich dazu informiert sich nur ein Fünftel der Fahrgäste auf der Website des Verkehrsunternehmens über die Anrei-

semodalitäten. Weit abgeschlagen liegt das Reisebüro, das nur 7 % der Befragten als Informationsquelle dient. (vgl. Abb. 5.1)



**Abb. 5.1** Informationskanäle bezüglich Anreise von Familienreisenden zu Winterurlaubsorten;  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

## Fahrplan

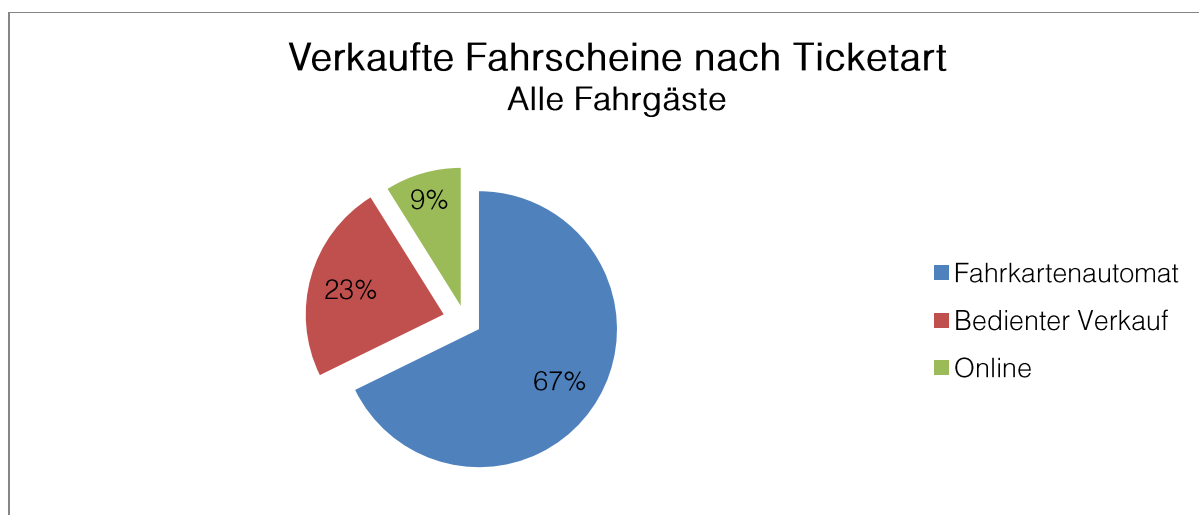
Wie soeben dargestellt, informiert sich die Mehrzahl der Kunden via Internet über die Anreise zum Urlaubsort. Online-Fahrpläne gehören in Europa mittlerweile zum Standard, die Online-Auskunftssysteme der ÖBB und DB („Hafas“) besitzen ein im europäischen Vergleich sehr umfangreiches Datenmaterial und inkludieren auch internationale Züge. In den meisten Online-Fahrplanmedien sind Informationen über das Vorhandensein von Familienabteilen etc. enthalten.

## Reisebuchung

Fahrkarten sind über verschiedene Vertriebskanäle erwerbbar: Schalter, Automaten, online, Reisebüro, telefonisch. Bei den ÖBB wurden 2014 an den **Fahrkartenautomaten** fast **zwei Drittel** aller Fahrkarten erworben (ÖBB-BLOG, 2014). Online wurden dieser Statistik zufolge lediglich 9 % aller Fahrkarten erworben (Abb. 5.2). Es ist allerdings aus mehreren Gründen (Schließung von Fahrkartenschaltern, Abbau von Automaten, Aktualisierung des

Webauftritts und der App, gesellschaftliche Entwicklung etc.) davon auszugehen, dass online v.a. im Fernverkehr mittlerweile bereits weit mehr Fahrkarten erworben werden als 2014, wenngleich keine aktuellen Statistiken hierzu vorliegen. Das Ziel, den Online-Vertriebskanal auszubauen, verfolgen auch die ÖBB, die mit der „größten Digitalisierungsoffensive in der Geschichte des Unternehmens“ vor allem einen Ausbau der Online-Portale verfolgen. Ziel ist der „schnelle und einfache Ticketkauf“ (WIESPEINER, 2017).

In der Schweiz kommen Familien hauptsächlich zum Bahnschalter, dennoch wird auch hier mit neuen Angeboten versucht, Kunden auf den Online-Kanal zu lenken (LÜTHY, 2017).

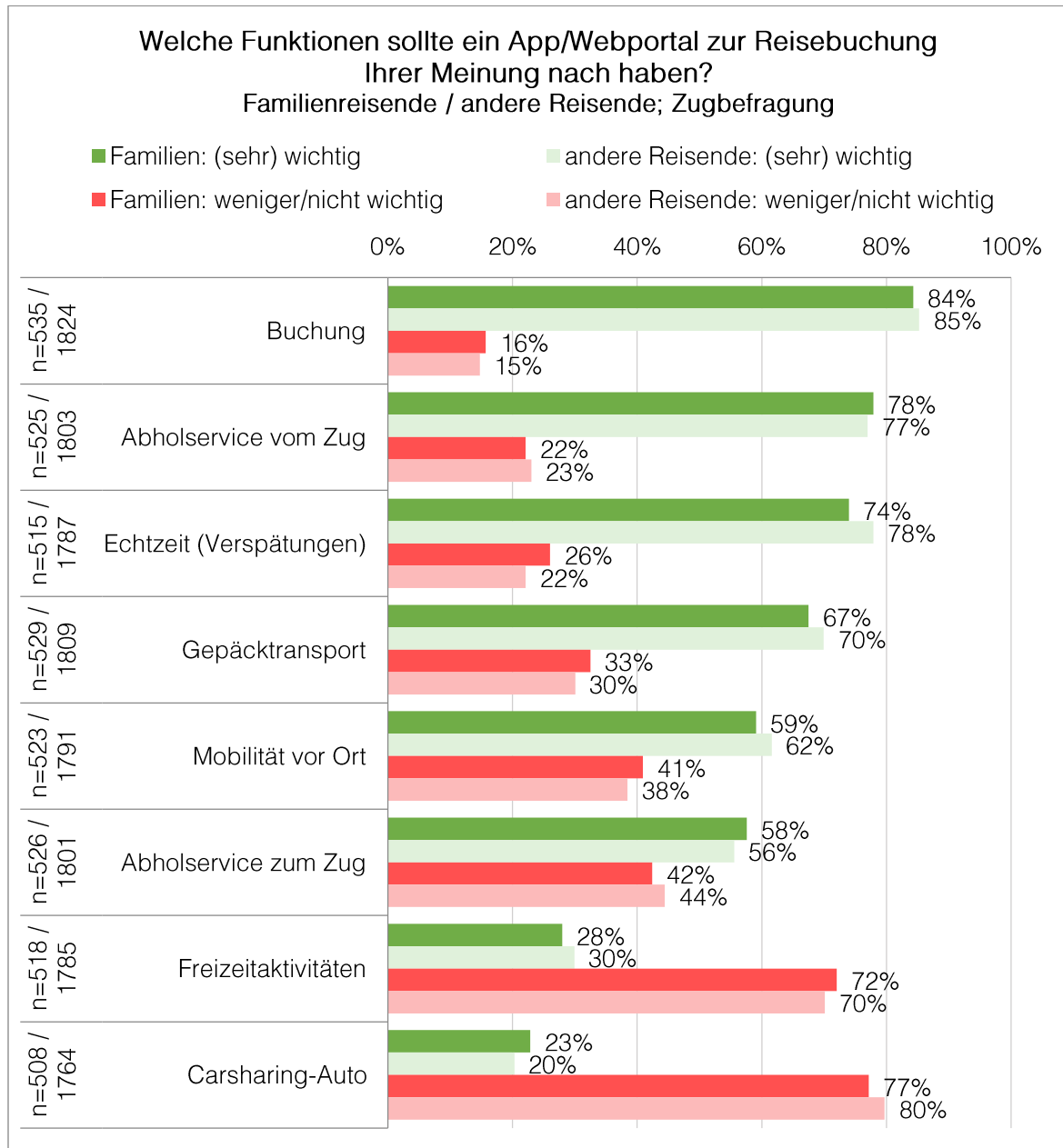


*Abb. 5.2 Verkaufte Fahrscheine nach Ticketart; ÖBB Statistik 2014  
Quelle: ÖBB-BLOG (2014)*

Wenn der Online-Sektor weiter ausgebaut werden soll, ist es unumgänglich, dass auch für die Zielgruppe Familienreisende das **gesamte Angebotsportfolio** online erhältlich ist. Außerdem muss für eine komfortable Nutzung auch der Buchungsprozess auf der Website für Erst- und regelmäßige Benutzer übersichtlich und rasch durchführbar sein. Dazu gehört ein übersichtliches Seitenlayout, eine Auswahl der benötigten Fahrkarten mit wenigen Klicks, eine geringe Fehleranfälligkeit und möglichst die Zusendung der Fahrkarten per Mail oder auf eine (auch offline verfügbare) App.

In Kombination mit der Tatsache, dass bei der Fahrkartenbuchung meist derzeit „nur“ die Fahrkarte für die gewünschte Verbindung von Bahnhof zu Bahnhof ausgestellt wird, stellt sich die Frage, welche **zusätzlichen Funktionen** eine Webseite/App zur Abbildung weiterer Teile der Mobilitätskette haben müsste. Die Ergebnisse aus Abb. 5.3 zeigen, dass bei Familien ebenso wie bei anderen Reisenden die Buchung von **Transferleistungen** von und zum Bahnhof nachgefragt ist. Ebenso gibt es großen Bedarf nach einer Angabe der aktuellen **Verspätungen** sowie der Möglichkeit der Buchung eines **Gepäcktransports**. Eine

Mehrheit der befragten Fahrgäste wünscht auch, sich über Mobilitätsangebote vor Ort (Wandertaxis, Transfers etc.) bei der Buchung informieren zu können. Von geringerer Bedeutung ist für die Mehrzahl der Befragten die Möglichkeit der Buchung von Freizeitaktivitäten oder eines Carsharing-Autos.



**Abb. 5.3** Gewünschte Funktionen einer App/eines Webportals;  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

In der FOKUSGRUPPE (2017) sowie dem Online-Beitrag (DER STANDARD, 2017) wurde der Wunsch geäußert, Familien Informationen darüber zur Verfügung zu stellen, wo ein Unterbrechen der Reise an „kindgerechten“ Bahnhöfen (z.B. aufgrund von Sehenswürdigkeiten,



Schwimmbädern, Spielplätzen) möglich ist. So können längere Reisen, bei denen die genaue Ankunftszeit nicht relevant ist, aufgelockert werden.

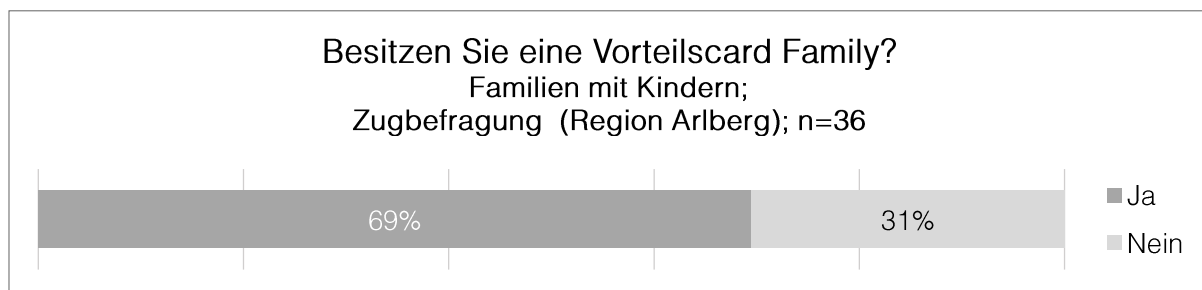
„Auf Langstrecken ist für die Eltern ‚Streckenkunde‘ in Form von Spielplatzstandorten in Bahnhofsnähe unerlässlich oder einfach die Frage, wo sich im Sommer bei Fernreisen entlang der Reiseroute in Bahnhofsnähe Badeseen oder Schwimmbäder befinden, um geeignet unterbrechen zu können“



Vater, 2 Kinder (13 und 16 Jahre), häufiger Bahnbenützer

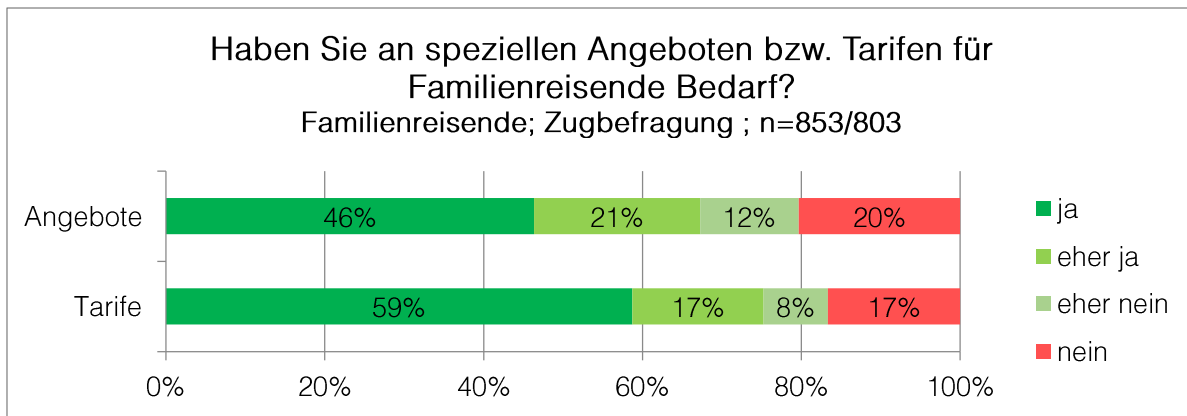
### 5.1.2 Tarifwesen und Angebote

Bei den untersuchten Bahngesellschaften existiert ein umfangreiches Angebot an Tarifen und Angeboten (vgl. Kapitel 5.2.2). Für Familien dient in Österreich die **Vorteilscard Family** als kostengünstiges Angebot, das eine Ersparnis von 50 % auf den Normalpreis gewährt. Die Nutzung dieses Angebots ist relativ hoch: laut Befragung (Ende 2016) nutzen 69 % der Familienreisenden das Angebot der Vorteilscard Family (Abb. 5.4).



**Abb. 5.4** Anzahl der Fahrgäste, die eine Vorteilscard Family besitzen; Quelle: Eigene Darstellung, Eigene Befragung (2016)

Trotz der hohen Quote an BesitzerInnen der Vorteilscard Family haben 46 % bzw. 59 % der Familienreisenden definitiv Bedarf an Angeboten bzw. Tarifen für Familienreisende. wird das Angebot an Angeboten bzw. Tarifen von Familienreisenden begrüßt, wobei eine Präferenz von permanent gültigen Tarifen im Vergleich zu kontingentierten Angeboten erkennbar ist (Abb. 5.5).



*Abb. 5.5 Bedarfsermittlung Angebote und Tarife für Familienreisende. Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)*

Die Verfügbarkeit von Sparpreisen ist in Österreich und vor allem in Deutschland hoch, Sparpreise sind bei Verfügbarkeit bis zur Abfahrt buchbar. Eine Studie aus 2015 belegt, dass der weitaus größte Teil der Fahrgäste, der den Zug für eine Ferndistanz wählt, mit **Sparpreisen** reist (AMANN, 2015). Derartige Sparpreistickets lassen sich bei den ÖBB gar nicht, bei der DB nur durch die Angabe exakter Unterbrechungszeiträume, mit **Via-Aufenthalten** versehen. Aufenthalte unterwegs können aber für Familien gerade bei touristischen Reisen, wo eine geringe Fahrtzeit im Verhältnis zu größtmöglichem Komfort und Abwechslung weniger prioritär ist, gewünscht sein (vgl. Kapitel 5.1.1.). Nach dem derzeitigen Tarifsystem kommen hierfür allerdings nur flexible Tarife in Frage.

## 5.2 Benchmark – Angebotsübersicht

---

### 5.2.1 Fahrplan und Reisebuchung

---

Nach der Darstellung der Ergebnisse der Befragungen untersucht das vorliegende Kapitel nun, welche Serviceleistungen Familien bei der Reisebuchung in Deutschland, Österreich und der Schweiz geboten werden. Darunter fallen die Möglichkeiten, familienrelevante Angebote zu recherchieren, Reservierungen zu tätigen und besondere Bedürfnisse zu deponieren. Da die Fahrkartenbuchung online stetig an Bedeutung gewinnt und Bahnunternehmen den Fahrkartenverkauf zunehmend online abwickeln möchten (LÜTHY 2017; WIE-SPEINER 2017) wird auf diese Art der Reisebuchung besonders eingegangen. Dies ist auch insofern interessant, da spezielle Fahrkarten- bzw. Reservierungswünsche an der Personenkasse oder am Telefon auf Nachfrage üblicherweise durchführbar sind, dies online jedoch nicht immer möglich ist.

Hinsichtlich der **Fahrplanauskunftssysteme** gilt für alle Länder, dass familienfreundliche Ausstattungsmerkmale von Zügen in der Regel bei der Fahrplanrecherche eingeblendet werden können.

In **Österreich** wurde die ÖBB-Website Anfang 2016 einem Relaunch unterzogen. Für Familien gibt es eine eigene Rubrik, die Informationen bereitstellt (vgl. ÖBB, „Mit Kindern unterwegs“, o.J.). Im **Ticketshop** ist die Auswahl von Kindern und Jugendlichen (mit verpflichtender Altersangabe) bei der Buchung möglich, für jeden Reisenden kann eine eigene Ermäßigungskarte angegeben werden (ÖBB Ticketshop, online). Eine Reservierung kann für jede/n Reisende/n, auch Kleinkinder, online vorgenommen werden. Über die grafische Sitzplatzreservierung können bei railjet-Verbindungen Sitzplätze in der Nähe von Kinderkino und Kinderwagenstellplatz reserviert werden. Wählt man diese nicht aus, werden in der Regel auch bei Buchungen mit Kindern Plätze nicht unmittelbar im Familienbereich zugeteilt (vgl. ÖBB-Ticketshop, 2017). Bei Buchung von anderen Verbindungen oder Zügen ausländischer Bahnbetreiber kann eine Reservierung im Familienbereich oder eine gezielte Platzbuchung online nicht vorgenommen werden.

In **Deutschland** besteht auf der Website der DB ein **sehr umfangreiches Informationsangebot** für Familien, das viele für Familien relevante Informationen enthält. Bei der **Ticketbuchung** können Kinder als Reisende gesondert ausgewählt werden (ohne zusätzliche Altersangabe). Reservierungen im Familienbereich sind online möglich (eigenes Auswahlfenster), eine grafische Sitzplatzreservierung bei bestimmten Zugkategorien ebenso (vgl. DB-Reiseauskunft, online). Das Programm „Kids on Tour“ ist ebenfalls online buchbar (dazu siehe Kapitel 7.2.1).

In der **Schweiz** hält die **SBB-Website** ähnlich des Internetauftritts der **DB** ein breites Informationsangebot für verreisende Familien bereit. Als besonderes Feature wird bei der **Fahrplanabfrage** eines Zuges bereits die erwartete Auslastung angezeigt (vgl. Abb. 5.6).

1		Zürich HB	ab 15:00	0:58	0	EC	1.  2.
		Basel SBB	an 15:58				
2		Zürich HB	ab 15:08	1:04	0	IR	1.  2.
		Basel SBB	an 16:12				
3		Zürich HB	ab 15:10	1:14	0	IR	1.  2.
		Basel SBB	an 16:24				
4		Zürich HB	ab 15:30	0:59	1	ICN, IC	1.  2.
		Basel SBB	an 16:29				

**Abb. 5.6** Auslastungsanzeige SBB-Fahrplanauskunft;  
Quelle: Eigene Darstellung, Screenshot SBB-BILLETSHOP (2016)

Im **SBB-Billetshop** wird anhand der eingegebenen Geburtsdaten eine Zuordnung als Erwachsene/r oder Kind getroffen. Die Platzreservierung ist online auch vornehmbar, allerdings ist weder eine grafische Sitzplatzreservierung noch eine spezielle Reservierung für Familienbereiche möglich (vgl. SBB-Billetshop, online)

Eine Analyse der Buchungssysteme der **DB**, **SBB** und **ÖBB** zeigt, dass das Buchen einer **Standardfahrkarte** für vier Personen (2 Erwachsene, 2 Kinder, mit Sitzplatzreservierung, Hin- und Rückfahrt) auf den Webseiten von **ÖBB**, **DB** und **SBB** in etwa **gleich viele Klicks** (ca. 22) benötigt (Eigene Analyse laut Internetauftritten der **ÖBB**, **DB**, **SBB** 2017). Beim **Usability-Vergleich** liegt die Reiseauskunft der **DB** subjektiv dennoch **voran**, da sämtliche Einstellungen zu Ziel und Reisenden auf einer einzigen Seite getroffen werden können. Weniger gefragte Optionen sind separat über Menüs oder Links auswählbar, die Buchung verlief durchgehend störungsfrei. Im Ticketshop der **ÖBB** und im Online-Billetshop der **SBB** ist zunächst eine Verbindung zu suchen, bevor die Personenanzahl angegeben und die Fahrkarte gebucht werden kann. Im **ÖBB-Ticketshop** gestaltet sich die Buchung aufgrund der oftmals erforderlichen Zwischenbestätigungen („Fertig“) als langwierig. Zudem konnte die Fahrkartenbuchung bei den **ÖBB** aufgrund von Fehlermeldungen nicht immer erfolgreich abgeschlossen werden (Abb. 5.7a-c).

The image contains three screenshots of railway booking interfaces:

- Top Left (DB):** Shows the search and booking process on the Deutsche Bahn website. It includes fields for departure and arrival stations, departure time (Do, 27.04.17, 17:43), and options for one-way or round-trip travel.
- Top Right (ÖBB):** Shows the 'Meine Reise' overview for a trip from Wien to Salzburg on Monday, May 1, 2017, at 13:39. It lists three train options with departure and arrival times and indicates that tickets are not available for these specific times.
- Bottom Right (SBB):** Shows the 'Reiseangebote' section for a trip from Zürich HB to Basel SBB via Frick or Olten. It displays a price of CHF 34.00 for a 2nd class ticket and offers a 50% discount on a Sparbillett.

Abb. 5.7a-c Ticketmasken der DB (oben), ÖBB (oben rechts) und SBB (unten rechts)  
 Quellen: Screenshots DB/ÖBB/SBB (2017)

Während die Buchung von Standardfahrkarten und den meisten rabattierten Fahrscheinen bei allen Bahnen auch online möglich ist, gilt das nur in eingeschränktem Maße für **Reservierungen**. Bei ÖBB und DB besteht nur für gewisse Züge eine grafische Reservierungsübersicht. Ein Wunschplatz kann nur bei diesen ausgewählt werden. Eine gesonderte Funktion zur Auswahl von Sitzplätzen nahe dem Kinderkino oder im Kinderspielabteil gibt es online bei ÖBB, DB und SBB derzeit nicht.

## 5.2.2 Tarifwesen und Angebote

Zahlreiche Verkehrsunternehmen gewähren Familien Preisnachlässe oder haben bestimmte Angebote für diese Zielgruppe im Portfolio. In folgendem Teil werden zunächst die **tariflichen Rahmenbedingungen** für Familien in Deutschland, Österreich und der Schweiz geschildert.

Bei den meisten europäischen Bahnunternehmen, jedenfalls aber bei den ÖBB, der DB und den SBB reisen Kinder bis zum Alter von **sechs Jahren** generell kostenlos.

In **Österreich** reisen Kinder zwischen sechs und 15 Jahren bei den ÖBB zum **Halbpreis** (ÖBB, „Mit Kindern unterwegs“, online). Ab dem 15. Geburtstag ist der **Vollpreis** zu zahlen.

Für Kinder unter 15 Jahren, die gemeinsam mit Erwachsenen verreisen, bieten die ÖBB die **Vorteilscard Family** an. Sie wird von einer/einem Erwachsenen oder Jugendlichen über 15 Jahren erworben, gilt ein Jahr und ermöglicht es dieser/diesem, bis zu vier Kinder unter 15 Jahren **innerhalb Österreichs kostenlos** mitzunehmen. Reservierungen sind für diese Kinder (ab dem 6. Lebensjahr) kostenlos möglich. Zusätzlich erhält der/die Karteninhaber/in 50 % Rabatt auf den Fahrpreis. Eine zweite erwachsene Person erhält keine Ermäßigung. Die ÖBB Vorteilscard Family ersetzt seit 2014 das ausgelaufene Angebot Vorteilscard Familie. Ein Verwandtschaftsverhältnis zwischen den Kindern und der/dem Erwachsenen muss seither nicht mehr bestehen. Weiterhin ist die Karte nur bei gemeinsamen Reisen mit mindestens einem Kind einsetzbar. Will der/die Karteninhaber/in auch alleine ermäßigt verreisen, muss er/sie eine zusätzliche Vorteilscard (Classic) erwerben (ÖBB, „Fragen und Antworten – Vorteilscard Family“, o.J.).

Die **ÖBB Österreichcard Familie** gilt für zwei Elternteile und bis zu vier Kinder unter 15 Jahren als Netzkarte für ein Jahr am Streckennetz der ÖBB und zwölf Privatbahnen. Eltern und Kinder erhalten eigene Karten und können auch alleine Zug fahren (ÖBB, „Österreich-Card“, online) Zudem können kostenlos Sitzplätze reserviert und zum halben Preis auf die erste Wagenklasse aufgezahlt werden.

Insbesondere für Familien, die keine Vorteils- oder Österreichcard erwerben wollen, eignet sich für Tagesausflüge auch das **Einfach-Raus-Ticket** für 2 bis 5 Reisende, das zum Festpreis einen Tag im Regionalverkehr gültig ist. Weiters gibt es bereits ab zwei Reisenden die Möglichkeit eines **Gruppentickets** (auf das Kinder die Gruppenermäßigung und den Halbp reis erhalten).

Für Urlaubsreisen bieten die ÖBB **Kombitickets** für Familien an. Aktuell (Winter 2017) werden Bahnfahrten und Skipässe für verschiedene Wintersportdestinationen wie Semmering, Arlberg, Schladming und Gastein angeboten.

Für alleinreisende Jugendliche über 15 Jahren wird die **Vorteilscard <26** angeboten, die bis zum 26. Geburtstag einen Rabatt von 50 % auf den Normalpreis gewährt. Diese Karte ist auch Voraussetzung für den Bezug des **Sommertickets**, das Freifahrt während der Sommerschulferien auf dem gesamten Bahnnetz der ÖBB gewährt.

Bei dem privaten Unternehmen **Westbahn** kann eine Erwachsene/ ein Erwachsener maximal vier Kinder zwischen 6 und 15 Jahren unabhängig von der gefahrenen Relation zu einem Pauschalpreis von € 1 pro Kind mitnehmen. Allein fahrende Kinder zahlen etwa den halben Haustarif (WESTBAHN MANAGEMENT GMBH, „AGB“, online).

Als wesentliche Erleichterung auch für Familienreisen im Wiener Umland kann das **Top-Jugendticket** des Verkehrsverbund Ost-Region (**VOR**) bezeichnet werden. Zum Preis von 60 Euro sind Schüler/innen und Lehrlinge damit ein Schuljahr lang kostenlos in allen Verkehrsmitteln des Verkehrsverbunds (Wien, NÖ, Bgld) unterwegs (VOR, „Schüler & Lehrlinge“). Das Ticket gilt auch in Fernreisezügen bis zum letzten Halt auf Verbundgebiet. Ähnliche Angebote gelten auch in anderen österreichischen Verkehrsverbänden.

In **Deutschland** dürfen bei der **DB** bis zu vier Kinder von sechs bis 14 Jahren kostenlos reisen, wenn sie mit einem Eltern- oder Großelternanteil reisen und auf der Fahrkarte eingetragen werden. Ansonsten bezahlen sie 50 % des regulären Fahrpreises.

Familien mit mehr als vier Kindern können eine **DB Familienkarte** beantragen, auf der bis zu acht Kinder vermerkt werden können (DB, „Fahrkarten für Kinder“, online).

Jugendliche ab 15 Jahren bezahlen grundsätzlich den Vollpreis. Eine **Jugend Bahn-Card 25** für Kinder bis 18 Jahren gilt fünf Jahre und gewährt 25 % Rabatt auf den Vollpreis. Über 18-jährige können die Angebote „MyBahnCard 25“ und „MyBahnCard 50“ nutzen, die entsprechende Rabatte auf Normal- und Sparfahrkarten bieten.

Die **Familienreservierung** ermöglicht es bis zu fünf Familienmitgliedern, eine Reservierung zum Festpreis zu erwerben (DB, „Familienreservierung“, online). Mit einer Familienkarte ist dies auch Familien bis zu acht Kindern möglich. Auch das Familienabteil ist so reservierbar.

Beim privaten Beförderer **Locomore** gelten für die Beförderung von Kindern ähnliche Bestimmungen, es ist aber für Familien (ab 4 Reisenden mit mindestens zwei Kindern) möglich, ein **Abteil** kostenfrei zu reservieren (LOCOMORE, Tarif 3.6.(6), online)

In der **Schweiz** haben Kinder zwischen 6 und 16 Jahren bei den **SBB** mehrere Möglichkeiten: In Begleitung eines Erwachsenen (unabhängig vom Verwandtschaftsverhältnis) reisen bis zu vier Kinder mit je einer **Kinder-Tageskarte** zum Festpreis von 16 CHF (2. Klasse) einen Tag im SBB-Netz.

Für eigene Kinder oder Enkelkinder gibt es die **Junior-Karte** (SBB, „Junior-Karte, Kinder-Mitfahrkarte“, online), mit der Kinder zwischen 6 und 16 Jahren ein Jahr um einen Festpreis von 30 CHF in Begleitung eines Elternteils unterwegs sein können. Seit 12. Dezember 2016 existiert die **Kinder-Mitfahrkarte** zu denselben Konditionen für alle anderen Personen, die mit einem Kind unterwegs sein möchten. Diese Karte gilt auf allen Strecken, auf denen das Generalabo gilt.

Das **Generalabonnement** (Jahresnetzkarte für fast sämtliche Bahnen, Busse, Trams, Bergbahnen und Schiffe der Schweiz) wird auch für Kinder und Jugendliche zu einem er-

mäßigsten Preis ausgegeben (SBB, „Generalabo Kind“, online). Mit dieser Fahrkarte können Kinder auch alleine unterwegs sein. Das **Generalabonnement für Familien** (SBB, „Generalabo Kind“, online) kann dann gekauft werden, wenn mindestens ein Elternteil über ein Generalabonnement verfügt. Kinder und Jugendliche sowie der zweite Elternteil erhalten dann einen Spezialpreis auf ihr Generalabonnement.

In **Südtirol** können dort ansässige Familien mit mindestens einem Kind unter 18 Jahren den **Südtirol Pass family** beantragen. Der Pass gilt für sämtliche Verkehrsmittel im Land (Bahn, Busse, Stadtverkehr und Seilbahnen). Dank des flexibel gestaffelten Preissystems gilt: je mehr in einem Jahr gefahren wird, umso günstiger wird die einzelne Fahrt. Die Spanne reicht von 10 bis zu 2 Cent je Tarifkilometer (SÜDTIROL MOBIL, „Südtirol Pass“, online). Sinn dahinter ist, eine verstärkte Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel zu belohnen (MOBILITÄT OHNE BARRIEREN, online).



---

## 6 DIE ANREISEPHASE – ZUM UND AM BAHNHOF

---

Mit der Anreise zum Bahnhof beginnt die **Reisekette**. Die Reisekette ist eine „Mobilitätskette im engeren Sinn“, die jene Phase umfasst, in der tatsächlich physisch verreist wird. Sie beginnt am **Ausgangsort** mit der Anreise zum Bahnhof und endet am **Zielort** mit dem Transfer dorthin (vgl. Kapitel 3.5).

PRICE/MATTHEWS (2013) arbeiten in ihrer Studie zum Thema Verkehrsmittelwahl von Familien höhere **Bequemlichkeit** („Convenience“) als zentralen Grund dafür heraus, das Auto statt der Bahn zu nehmen. Ein wesentlicher Aspekt der Bequemlichkeit ist die Anreise zum Bahnhof, die bei einer Autofahrt wegfällt („*No need to wait for [or pay for] public transport/taxi connections at origin and destination*“). Unter Umständen kann also die notwendige Anreise zum Bahnhof bereits ausschlaggebend dafür sein, die Bahn als Verkehrsmittel nicht zu wählen.

Bahnreisende müssen in der Anreisephase:

- zum Bahnhof gelangen (im Wesentlichen per ÖV/Taxi, PKW, zu Fuß/Rad)
- vom Ausstiegspunkt des Zubringers zum Einstieg des Zuges gelangen
- sich für einen gewissen Zeitraum am Bahnhof aufhalten

---

### 6.1 Anforderungen von Familienreisenden

---

#### 6.1.1 Anreise zum Bahnhof

---

Bei der Analyse des gewählten Anreiseverkehrsmittels der befragten Zugreisenden (Abb. 6.1) lässt sich feststellen, dass die Mehrzahl der Fahrgäste **öffentliche Verkehrsmittel** zur Anreise wählt (46 % Familienreisende, 49 % andere Reisende). Beim **Auto** als Anreiseverkehrsmittel lässt sich ein Unterschied feststellen: Familienreisende wählen das Auto zu 35 %, andere Reisende nur zu 27 % als Anreiseverkehrsmittel (wobei hier nicht nach Selbst- oder Mitfahrer differenziert wurde). Die Begründung hierfür ist darin zu sehen, dass bei einer Familienreise durchschnittlich mehr Gepäck und Personen zu transportieren sind (vgl. Kapitel 9) und der Reisezweck von Familien in höherem Maß der Urlaub ist (vgl. Abb. 2.11)

Zu Fuß (oder mit dem Fahrrad) reisen immerhin 16 % der Familienreisenden und 21 % aller anderen Reisenden an, wobei dies möglicherweise dadurch erklärbar ist, dass das Gros dieser Befragten in kleineren Orten zustieg, wo der Bahnhof fußläufig erreichbar ist.

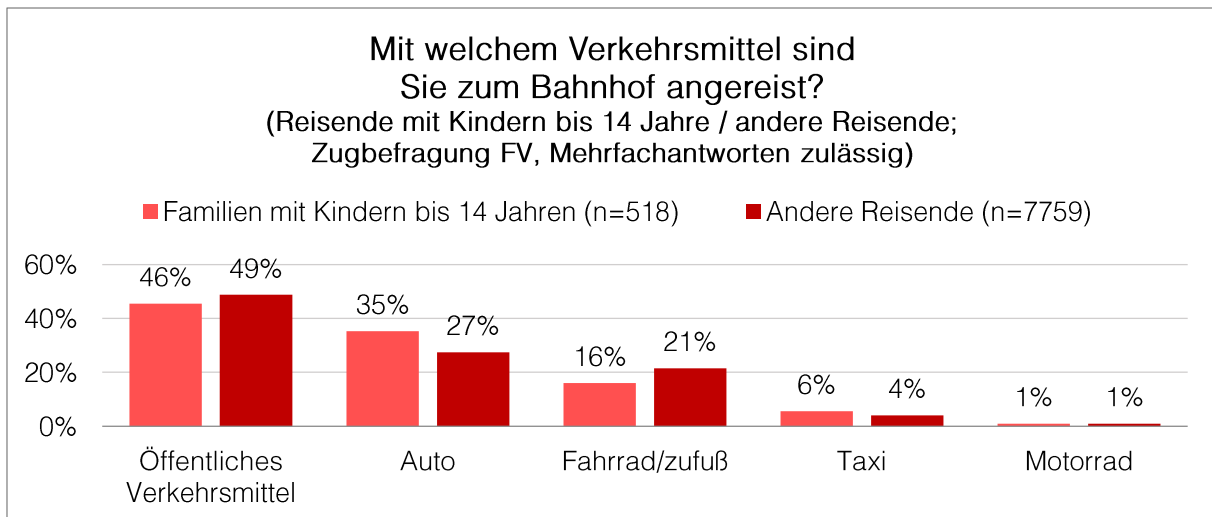


Abb. 6.1 Anreiseverkehrsmittel zum Bahnhof; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von GEPÄCKLOS (2014).

## 6.1.2 Aufenthalt am Bahnhof

### Ankunft am Bahnhof

Zwischen der Anreise zum Bahnhof und der Zugfahrt liegt in jedem Fall ein **Aufenthalt** am Bahnhof. Die Länge des Aufenthalts hängt stark von persönlichen Präferenzen, insbesondere der frühzeitigen Anreise zum Bahnhof zur Vermeidung unvorhergesehener Ereignisse, aber auch vom Kauf von Fahrkarten oder Reiseproviant ab (HIKADE 2011, 15). Auch bei etwaigen Verspätungen verlängert sich die Zeit, die Reisende am Bahnhof verbringen.

Bei Urlaubsreisen ist generell eine **frühere Ankunft** am Bahnhof festzustellen. Gründe dafür können die geringere Routine von Urlaubsreisenden im Vergleich zu Berufsreisenden oder der Wunsch nach größeren Zeitreserven sein. Etwa die Hälfte aller Urlaubsreisenden sind zehn bis 20 Minuten vor Abfahrt des Zuges am Bahnhof. Je ein weiteres Viertel ist unter zehn bzw. mehr als 20 Minuten vor Abfahrt des Zuges am Bahnhof (HIKADE 2011, 14). Insgesamt halten sich etwa 75 % derer, die Privat- oder Urlaubsreisen unternehmen, länger als 10 Minuten am Bahnhof auf (HIKADE 2011, 30).

Am Beispiel des Wiener Westbahnhofs wurde 2011 ermittelt, dass etwa ein Viertel der Reisenden während der Aufenthaltszeit Einkaufsmöglichkeiten und ein weiteres Viertel gastronomische Angebote nutzt. Der größte Teil der Reisenden, 35 %, nutzt **keine Serviceeinrichtungen** bei der Wartezeit am Bahnhof (HIKADE 2011, 16). In der Fokusgruppe äußerten sich die Teilnehmer positiv über gastronomisches und Einkaufsangebot auf Bahnhöfen, bemängelten jedoch, dass es an **konsumfreien Orten mangle**. (FOKUSGRUPPE, 2017)

„Mit Familie schauen wir oft, dass wir nicht in Stress kommen und früher am Bahnhof sind. Problem - wir wissen oft nicht, was wir tun sollen. Es gibt fast keine konsumfreie Zone, die überdacht ist und wo die Kinder sich austoben können, man muss überall konsumieren. Es gibt oft nicht einmal Platz, wo man sich hinsetzen kann...“

Vater, 2 Kinder (6 und 8 Jahre), gelegentlicher Bahnbenutzer

## Familienbereiche und Kinderbetreuung am Bahnhof

Für die Überbrückung der Wartezeit kommen unter anderem **Familienbereiche** und das Angebot der **Kinderbetreuung** in Frage, die es beide bereits auf ausgewählten deutschen Bahnhöfen gibt (Kapitel 6.3.2). Die Ergebnisse der Befragung hierzu fallen unterschiedlich aus: etwa 35 % der Familienreisenden geben an, an Familienbereichen grundsätzlich (eher) Bedarf zu haben, während sich 65 % der befragten Familienreisenden (eher) dagegen aussprechen. In Bezug auf Kinderbetreuung merken über 90 % der Fahrgäste an, eine solche nicht oder eher nicht zu benötigen (vgl. Abb. 6.2). Insgesamt kann also ein **gewisser Bedarf** an Familienbereichen am Bahnhof festgestellt werden, wohingegen **Kinderbetreuungsangebote** von der überwiegenden Zahl der Familienreisenden (eher) **nicht gewünscht** werden.

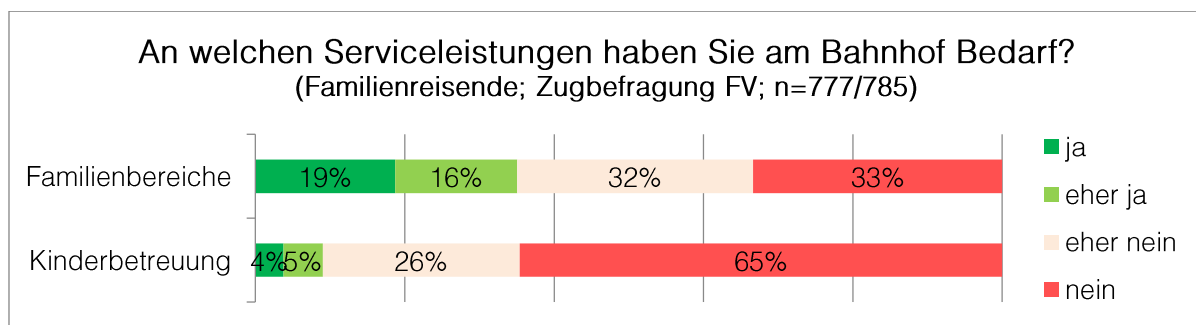


Abb. 6.2 Serviceleistungen für Familien am Bahnhof: Familienbereiche und Kinderbetreuung. Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016).

Seitens der Fokusgruppe kam zum Ausdruck, dass es gerade für bahnreisende Familien, die tendenziell besonders früh am Bahnhof sind, eine Möglichkeit der **Wartezeitüberbrückung** geben sollte. Da Bahnhöfe aufgrund der zentralen Lage und anderer Funktionen (z.B. Einkaufen), nicht nur (wie etwa Flughäfen) von Reisenden genutzt werden, herrschte die Meinung vor, Familienbereiche mit **Zugangsbeschränkungen** auszustatten. (FOKUSGRUPPE, 2017)

„Ein solcher Bereich sollte auf jeden Fall zugangsbeschränkt (mit Bahnkarte) sein. Das würde den Bahnhof sehr viel attraktiver machen. Gerade mit Kindern erzeugt schon das Warten auf Bahnhöfen Stress, der so leicht abbaubar wäre.“

Mutter, 2 Kinder (17 und 19 Jahre), gelegentliche Bahnbenutzerin

In weiterer Folge wurde das Thema „Familienbereiche“ in einer Befragung detaillierter betrachtet (Abb. 6.3a-c). Im Hinblick auf die **Beaufsichtigung** von Familienbereichen gibt die Mehrheit der Familien mit Kindern an, eine Beaufsichtigung durch Personal einer Videoüberwachung vorzuziehen. In der Fokusgruppe wurde dieses Ergebnis mit dem Bedürfnis nach **Ansprechpartnern** auf Bahnhöfen erklärt, die als weniger präsent empfunden werden als früher. (FOKUSGRUPPE, 2017)

Eine große Mehrheit (83 %) der befragten Familien mit Kindern verneint, **Eintrittsgelder** für Familienbereiche auf Bahnhöfen bezahlen zu wollen. In puncto **Ausstattung** von Familienbereichen ziehen Familien mit Kindern auf Bahnhöfen Spielgeräte dem Freiraum zum Bewegen vor. Das Ergebnis derselben Frage in Bezug auf Spieleinrichtungen im Zug unterscheidet sich hievon (vgl. Kapitel 7), was mit dem am Bahnhof ohnehin vorhandenen Bewegungsraum erklärt werden kann.

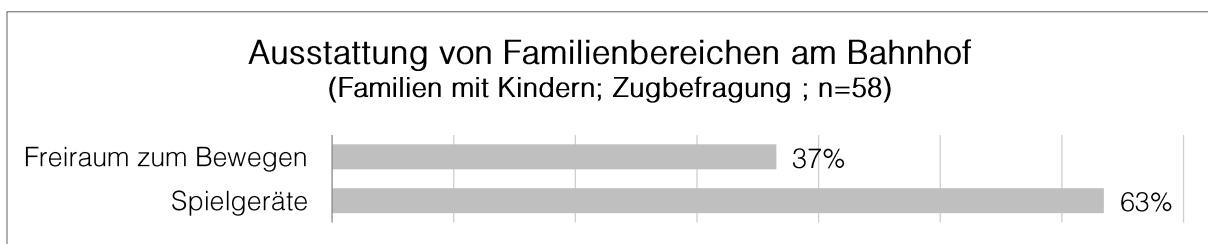
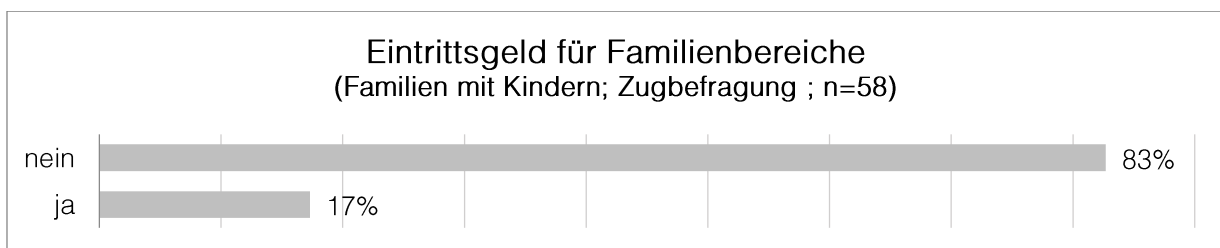
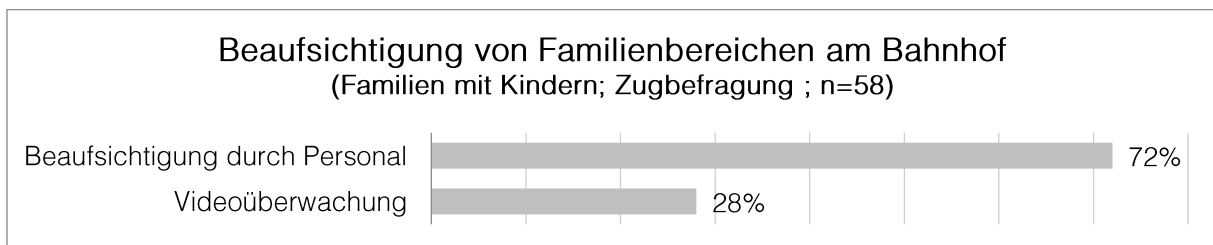


Abb. 6.3a-c Detaillierte Befragungen zu Familienbereichen; Quelle: Eigene Darstellung nach eigener Erhebung (2016)

## Orientierung am Bahnsteig

In der Fokusgruppe thematisiert wurde die Orientierung im Bahnsteigbereich. Aus Familiensicht wurden Defizite hinsichtlich der Informationsmedien am Bahnsteig (Beschilderung, Fahrpläne, Wagenstandsanzeiger) gesehen. So geben Wagenstandsanzeiger derzeit über die Position von Kinderwagenabstellplätzen und Familienabteilen nicht hinreichend Auskunft, sodass sich die Familie nicht an der richtigen Stelle am Bahnsteig postieren kann.

Es wurde darüber hinaus der Wunsch geäußert, Wagenstandsanzeiger generell auch im Nahverkehr und im Fernverkehr vorab im Internet verfügbar zu machen. Kinderwagenabstellplätze und kinderwagengerechte Einstiege sollten auf Fahrzeugen von außen besser gekennzeichnet werden. Auch die Möglichkeit, gegebenenfalls Personal mittels Sprechstellen zu Hilfe zu rufen, wurde genannt. (FOKUSGRUPPE, 2017)

## 6.2 Benchmark - Angebotsübersicht

---

### 6.2.1 Ausstattungselemente am Bahnhof

---

In **Österreich** sind die ÖBB Lounges, die kostenlose Verpflegung und angenehme Aufenthaltsqualität bieten, (nur) mit einem Ticket der 1. Klasse oder für Schlafwagen betretbar. ÖBB Lounges sind nicht für Familien oder Kinder ausgestattet, da eher mit der Zielgruppe „Geschäftsreisende“ gerechnet wird (GLANZER, 2016). WLAN ist in zahlreichen größeren Bahnhöfen kostenlos verfügbar.

Am Wiener Hauptbahnhof wurde im Reisezentrum der „**Timi Taurus Corner**“ eingerichtet, in dem sich ein Spieleteppich, Maltisch, Bücher sowie ein Kinderkino befinden (ÖBB, "Kids Corner Kinderkino & Timi Taurus", online). Auch in Linz existiert ein Familienwartezimmer. An anderen österreichischen Bahnhöfen gibt es **keine Wartezonen** für Familien.

Zur Orientierung beim Ein- und Aussteigen gibt es bereits seit Jahrzehnten **Wagenstandsanzeiger** auf Bahnsteigen. Seit einigen Jahren werden diese **digital** umgerüstet und dadurch übersichtlicher sowie im Bedarfsfall adaptierbar. Durch Piktogramme werden die Positionen des **Kinderkinos** sowie die des Hebelifts angezeigt.

ÖBB-Bahnhöfe verfügen über **Sanitäranlagen**, für deren Benutzung in der Regel ein Betrag von 50 Cent zu entrichten ist. In einem Pilotprojekt wurden „Familien WC-Kabinen“ in Damen-WCs und Herren-WCs integriert, die größer sind und über Kinder-WC-Muscheln und Kinder-Waschbecken verfügen. Wickeltische sind im Damen- und Herren-WC-Bereich platziert (PARLAMENTSDIREKTION, 2016, „Anfragebeantwortung Familienfreundlichkeit ÖBB“, online). Die meisten Bahnhofs-WCs der Firma „Sanifair“ (z.B. Wien Hauptbahnhof) sind für Kinder bis zu einer bestimmten Körpergröße kostenlos.

In **Deutschland** gibt es spezielle Wartezonen für Familien derzeit nur im Münchner Hauptbahnhof, wo bis 2017 das Konzept der „Wartewelten“ getestet wird. Ein Bereich darin ist Kindern gewidmet und mit einem Spielzeugzug zum Klettern sowie Spielen ausgestattet (DB, 2016, „BAHNHOF-WARTEWELTEN“, online)

In der **Schweiz** gab es bis Dezember 2016 in Zürich und Genf „SBB Lounges“, diese wurden allerdings aufgrund des dichten Taktfahrplans, den kurzen Wartezeiten und der dadurch geringen Auslastung geschlossen (SBB, 2016). Andere, etwa über die normalen Warteräume hinausgehenden Familien-Wartezonen, gibt es bei den SBB nicht (LÜTHY, 2017).

Die **Lounges** von sechs Bahnhöfen der **CD** in **Tschechien** dürfen neben den üblichen Zutrittsvoraussetzungen (1. Klasse-Ticket etc.) auch mit Kindern unter 10 Jahren (unabhän-

gig von der Fahrscheinart) betreten werden. Für diese gibt es in den Lounges einen eigens abgetrennten und neu eingerichteten Spielbereich (ČD, 2015, „LOUNGE“, online)

### 6.2.2 Serviceeinrichtungen am Bahnhof

---

Aufgrund der Entfernung der Kofferkulis an den meisten **österreichischen** Bahnhöfen aufgrund zu geringer Nutzungszahlen und geänderter KundInnenbedürfnisse muss an diesen Bahnhöfen Reisegepäck derzeit ohne Unterstützung transportiert werden (DIE PRESSE 2016b, online).

In **Deutschland** wird das **Gepäckträgerservice** der DB derzeit an fünf großen Bahnhöfen angeboten. Bei Voranmeldung bis eine Stunde vor Ankunft/Abfahrt (auch beim Zugpersonal möglich) ist es mit Terminvereinbarung möglich, Unterstützung beim Tragen des Reisegepäcks zu bekommen (DB (2016), „GEPÄCKTRÄGERSERVICE“, online)

Eine besonders essentielle Einrichtung an deutschen Bahnhöfen ist die **Bahnhofsmission**. Bahnhofsmissionen dienen **auf Reisen, in akuten Notlagen** und bei **existenziellen Nöten** als niederschwellige Ansprechstelle und bieten kostenlose Hilfe an (BAHNHOFSMISSION (2016b), online). Zweigstellen der Bahnhofsmission sind selbständige Einrichtungen mit Ladenlokal in oder bei Bahnhöfen, gefördert von Wohlfahrtsverbänden der evangelischen und katholischen Kirche. Die erste Bahnhofsmission wurde 1894 gegründet, in Deutschland gibt es derzeit etwa 100 Zweigstellen (BAHNHOFSMISSION (2016a), online, vgl. Abb. 6.4a für Nordrhein-Westfalen).

Für die vorliegende Arbeit ist vor allem die Unterstützung **auf Reisen** von Relevanz. Unterstützung wird bei Verständigungsschwierigkeiten, bei Mobilitätseinschränkungen und bei sonstigen Schwierigkeiten bei Bahnreisen geboten. Wird eine Pause benötigt oder geht die Fahrt nicht mehr weiter, wird mit Aufenthalts- oder Übernachtungsmöglichkeiten geholfen (BAHNHOFSMISSION (2016c), online)

Die Bahnhofsmissionen verfügen neben der allgemeinen Unterstützung über einige besonders familienrelevante Einrichtungen. Beim Warten auf den Zug können Familien in fünf Bahnhöfen Kinderlounges der Bahnhofsmission besuchen. Sie sind für Kinder bis 14 Jahren ausgelegt und mit Kletter- und Rutschlandschaften, Gesellschaftsspielen, Büchern und Videokonsolen ausgestattet (BAHNHOFSMISSION (2016d), online, vgl. Abb. 6.4b).



**Abb. 6.4a-b** Karte Bahnhofsmissionen in Nordrhein-Westfalen, Kinderlounge in der Bahnhofsmission  
 Quellen: a: BAHNHOFSSION (o.J.), „Zur nächsten Bahnhofsmission“, b: TEWES (o.J.), alle online (Ab-  
 ruf: 22.01.2017)

Bei den SBB in der **Schweiz** konnten keine selbst angebotenen weiteren Serviceleistungen wie Gepäckträger, Kofferkulis (diese wurden bereits 2013 abgeschafft, vgl. ONLINE-REPORTS.CH (2013), online) oder andere Mobilitäts-Serviceleistungen identifiziert werden.

In **Spanien** gibt es mit dem System **Atendo** der RENFE seit 2008 ein Assistenzsystem zur Erbringung von persönlichen Hilfeleistungen im Bereich spanischer Bahnhöfe und Züge. Die orange gekleideten Atendo-Mitarbeiter können am Bahnhof direkt angesprochen werden, Hilfestellungen können aber auch im Voraus gebucht werden. Geboten werden Informationen, Orientierungshilfestellungen sowie Unterstützungen beim Ein- und Aussteigen (ATENDO, online)

### 6.2.3 Exkurs: Familienreisende an Flughäfen

Auf **Flughäfen** wird Familien in der Regel ein umfangreiches infrastrukturelles und Serviceangebot geboten. Die meisten Flughäfen verfügen über Kinderspielwelten, wo die Zeit bis zum Abflug spielerisch verbracht werden kann. Sanitäreinrichtungen sind auf Flughäfen im Unterschied zu Bahnhöfen meist kostenlos zu benutzen.

Am Flughafen **Wien** gibt es seit 2014 das „Family Fun Gate“, eine 90m<sup>2</sup> große Erlebniswelt mit verschiedenen Spielstationen. Für Kleinkinder gibt es eine Wickelstation, für Eltern Sitzgelegenheiten. Leih-Kinderwägen werden angeboten, wenn der eigene nicht mitgenommen werden kann (VIENNA AIRPORT (2014), „Family Fun Gate am Flughafen Wien“, online). Bei Austrian-Flügen ist ein eigener Check in am Familien Check-In möglich, wo auch Spielgeräte bereitstehen (AUSTRIAN (2014), „Familien Check-In“, online, vgl. Abb. 6.5.).



Am Flughafen Zürich werden am Flughafen „Family Serviceleistungen“ angeboten. Dies umfasst kostenlose Leistungen für Passagiere aller Airlines, nämlich Wickeltische, Baby- pflegemittel, Schlaf- und Stillzimmer sowie eine Essecke mit Mikrowelle und Geschirr. Für ältere Kinder wird ein Spielzimmer mit Fußballtisch, Spielen und Playstation angeboten (FLUGHAFEN ZÜRICH (o.J.), Reisen mit Kindern, online)

Am Flughafen Stockholm existiert eine große Familien-Spielelandschaft am Flughafen (vgl. Abb. 6.6.). Geboten werden auch eine von der restlichen Warteschlange abgetrennte Passkontrolle für Familien mit Kindern sowie Wickeltische in Damen- und Herren-WCs.



**Abb. 6.6** Familienzone Flughafen Stockholm  
Quelle: DIETRICH (2016)



**Abb. 6.5** Family Check-In in Wien  
Quelle: AUSTRIANWINGS CREW (2014),  
online (Abruf: 23.01.2017)

---

## 7 DER AUFENTHALT IM ZUG

---

In diesem Kapitel werden der Einsteigevorgang in den Zug, die Platzsuche und die Tätigkeiten im Zug sowie spezielle Themen wie Sanitäreinrichtungen und die Qualität der Bordgastronomie thematisiert. Für die Zielgruppe Familie höchst relevant sind Familienbereiche und –abteile in Zügen, die vertieft betrachtet werden.

---

### 7.1 Anforderungen von Familienreisenden

---

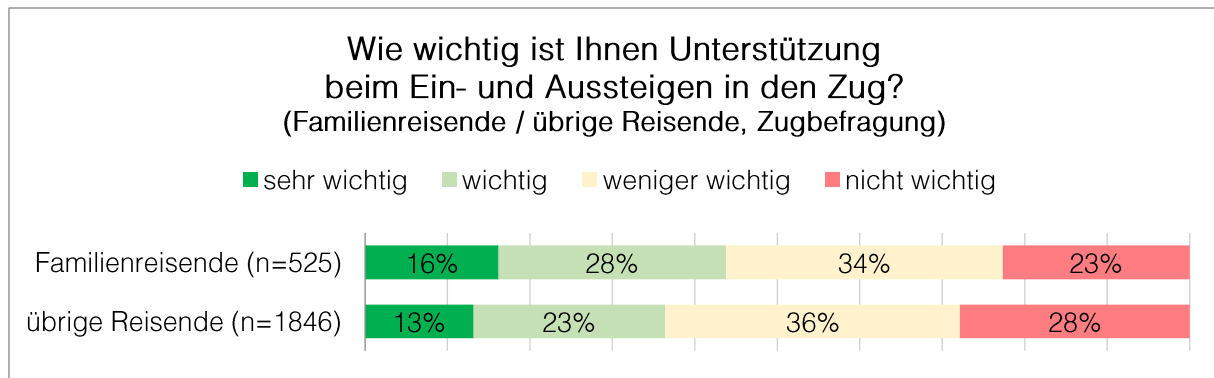
#### 7.1.1 Einsteigen und Platzsuche

---

Das **Einsteigen** findet während des Fahrgastwechsels statt, der wiederum einen Teil der Haltezeit eines Zuges im Bahnhof ausmacht. Der Ausstieg erfolgt in der Regel rascher als der Einstieg, da die Fahrgäste Vorbereitungsarbeiten bereits während der Fahrt treffen können, die Suche nach der „richtigen“ Tür wegfällt und der Bahnsteig für die aussteigenden Fahrgäste in der Regel mehr Kapazität bietet als der Auffangraum des Zuges für die Einsteigenden (TUNA 2008, 51). Die **Dauer des Einstiegs** ist im Türbereich von der Höhe der einzelnen **Stufen**, der **Einstiegshöhe** und der **Türbreite** abhängig (TUNA 2008, 52). Zusätzlich wirken sich auch die **Gestaltung** des Fahrzeuginnenraums und hier insbesondere die Faktoren Gangbreite, Sitzplatzanordnung, Gepäckunterbringung und die Größe des Auffangraums auf die Dauer des Einsteigevorgangs aus. (CIS 2009, 29). Auch eine „kritische“, also eine im Verhältnis zu anderen Einstiegen überlastete, Tür kann Einfluss auf die Flüssigkeit des Ein- und Aussteigens haben (TUNA 2008, 51). Ein Beispiel für eine „kritische Tür“ ist die Tür im railjet, die die Versorgung der aufgrund des Kinderwagenstellplatzes nicht vorhandenen Nachbartüre übernehmen muss.

Die meist gewünschte Art der **Gepäckunterbringung** beim Einstieg ist, wie bereits von PLANK (2009, 32) beschrieben wurde, unter, hinter oder zwischen den Sitzen. Auch Gepäckracks werden allgemein genutzt. Eine Gepäckunterbringung in Überkopfablagen oder im Einstiegsbereich ist von den meisten Fahrgästen aufgrund nötiger Anstrengung oder fehlenden Sichtkontakts unerwünscht.

44 % der Familienreisenden in Fernverkehrszügen empfinden **Unterstützung** beim Ein- und Aussteigen als (sehr) **wichtig** (Abb. 7.1)



**Abb. 7.1** Bedarf nach Unterstützung beim Ein- und Aussteigen in den Zug:  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

Für die **Platzsuche** ist zunächst das Vorhandensein einer **Sitzplatzreservierung** ausschlaggebend. Falls eine solche vorhanden ist, hängt die Länge der Platzsuche vor allem von **Randbedingungen** wie dem Ort des Einstiegs, der Nähe zum Sitzplatz und der Qualität der Beschriftung und Kennzeichnung des Platzes als reserviert ab. Diese Randbedingungen sind auch dann wichtig, wenn kein Platz reserviert wurde, allerdings kommen bei freier Sitzplatzwahl noch weitere fahrzeugbezogene (Abteil/Großraum, Fahrtrichtung, Tisch etc.) sowie persönliche Einflussfaktoren (Gruppengröße, Gepäck) hinzu. (CIS 2009, S. 30ff.).

Gruppen, also auch Familien, ist es wichtig, **zusammen** und möglichst ungestört sitzen zu können. Familien bevorzugen eine gewisse räumliche **Abgeschlossenheit** und halten sich bei Verfügbarkeit gerne in (Familien-)Abteilen auf. (CIS 2009, 33). Bei Abteilwagen mit Kinderspielabteilen ist zu beobachten, dass die Plätze in diesen Abteilen stets bereits zu einem sehr frühen Zeitpunkt (durchschnittlich 12 Tage vor der Reise) ausgebucht sind. Familien mit Kindern buchen daher die Plätze in diesen Abteilen bevorzugt (FEIEL 2015, 28).

In Zügen, wo sich die Möglichkeit, in Abteilen zu sitzen, gar nicht bietet (beispielsweise im ÖBB railjet oder in SBB-Zügen) möchten Familien in der Regel Plätze nahe des Kinderkinos/des Familienbereichs und vor allem nahe des Kinderwagenabstellplatzes, wenn mit einem solchen gereist wird, einnehmen, da sich Familienreisende hier wohler fühlen, sollten die Kinder lauter sein (FOKUSGRUPPE, 2017).

*„Uns wäre es wichtig, uns wohin setzen zu können, wo ich nicht böse Blicke ernte, wenn die Kinder etwas lauter sind – weil das sind sie. Ich verstehe alle, die Ruhe wollen, nur muss man die Bedürfnisse im Zug trennen.“*



Vater, 3 Kinder (1, 4 und 9 Jahre), gelegentlicher Bahnbenützer

In der Fokusgruppe wurde die Platzsuche speziell hinsichtlich jener Züge, die **ausschließlich Großraumbereiche** bieten, **problematisch** gesehen. In diesen Zügen ist aufgrund der höheren Sitzplatzzahl pro Wagen weniger Platz zum Bewegen vorhanden. Es fehlt der abgeschlossene Raum eines Abteils, damit kleinere Kinder spielen, klettern oder auf ausziehbaren Sitzen liegen können. Die Eltern merkten an, dass sie in Großraumwagen die Kinder **öfter ermahnen** müssten, ruhig auf ihren Plätzen zu sitzen, um die anderen Fahrgäste nicht zu stören. Auch für die Eltern selbst sei dies eine höhere Belastung, da man sich bei Lärm der Kinder vor anderen Fahrgästen unwohl vorkomme. Zudem besteht die natürliche Barriere der **Abteiltüre** nicht, Kinder können einfacher weglaufen. Ein wichtiger Ort in Abteilwagen, der Gang, in dem ungestörter auf- und abgegangen oder am Fenster gestanden werden kann, fällt bei Großraumwagen ebenfalls weg (FOKUSGRUPPE, 2017).

Insgesamt besteht für Familien mit kleinen Kindern daher das Bedürfnis, auch in „reinen“ Großraumzügen möglichst abgeschlossene oder abgegrenzte Räume mit ausreichend Platz vorzufinden.

*„Für uns braucht es im Zug vor allem kommunikative Plätze – wo man sich gegenüber sitzt, wo man sich unterhalten kann, auch einmal ein Spiel ausbreiten kann, einen Tisch ausklappen, aber wo man auch einmal aufstehen kann.“*

*Vater, 3 Kinder (1, 4 und 9 Jahre), gelegentlicher Bahnbenutzer*



*„Wenn man das Gewünschte beim Namen nennt, sind wir eigentlich wieder beim Abteil, das ja auch andere Fahrgäste beschützen würde vor Lärm, Gestank, was weiß ich. Man sollte einfach den Mut haben, es wieder zu machen.“*

*Vater, 2 Kinder (23 und 25 Jahre), häufiger Bahnbenutzer*



*„Warum gibt es eigentlich keine Vierersitze ohne Tisch im railjet, oder mit wegklappbarem Tisch? Oder Plätze, auf denen mehr als vier Personen sitzen können? Ich würde mir da mehr Flexibilität wünschen.“*

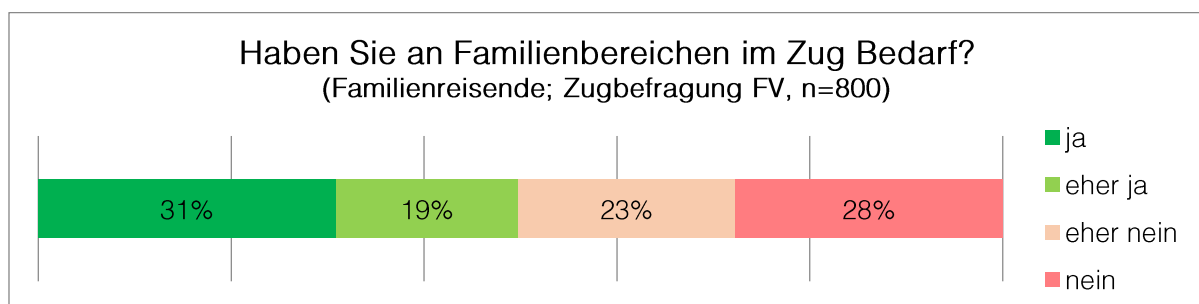
*Mutter, 2 Kinder (17 und 19 Jahre), gelegentliche Bahnbenutzerin*



### 7.1.2 Gestaltung und Funktion von Familienbereichen

Dass **Familienbereiche** bei zahlreichen Bahnunternehmen oft aus abgetrennten Abteilen bestehen und über verschiedene Annehmlichkeiten verfügen, war vielen TeilnehmerInnen der Fokusgruppe unbekannt (FOKUSGRUPPE, 2017, vgl. aber den umfangreichen Benchmark in Kapitel 7.2.2). Dies deckt sich mit den Erkenntnissen aus PRICE/MATTHEWS (2013, S.4), deren InterviewpartnerInnen ebenfalls der Ansicht waren, die Bahnbetreiber würden keine speziellen Bereiche für Familien in Fahrzeugen vorsehen. Da Familienbereiche allerdings bei fast allen Bahnbetreibern im Fernverkehr existieren gibt es in diesem Punkt offensichtlich vor allem Defizite hinsichtlich der Information der Zielgruppe.

In den Befragungen wurde von etwa der Hälfte der Familienreisenden ein **Bedarf an Familienbereichen** gesehen (Abb. 7.2).



**Abb. 7.2** Bedarf Familienreisender an Familienbereichen;  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

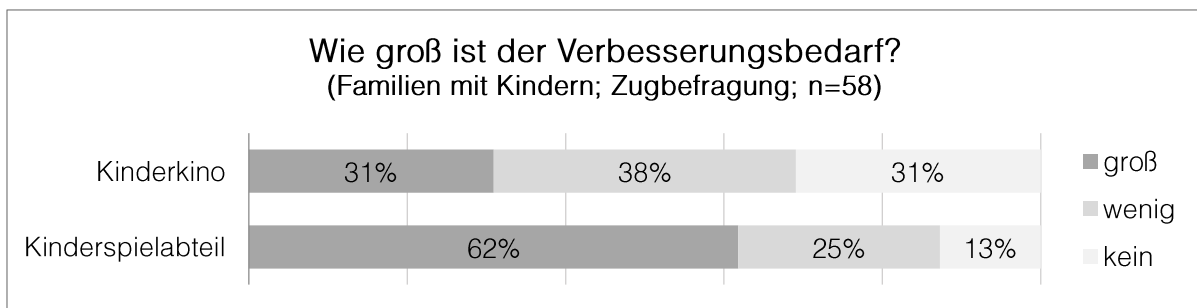
Zentrale Bedürfnisse bei der **Ausgestaltung** von Familienbereichen von Familien mit kleineren Kindern sind Platz, räumliche **Trennung** und die Möglichkeit zum **Spielen**. Neben Sitzplätzen für Kinder müssen auch ausreichend Sitzplätze für Begleitpersonen und Platz, um Kinderwagen und Gepäck abstellen zu können, dimensioniert werden.

Hinsichtlich der Altersgruppe werden vonseiten der DB Familienbereiche für Kinder bis zum Ende des **Volksschulalters** als geeignet angesehen. Mit dem schwächer werdenden Bewegungsdrang (Kapitel 3.3.) sind die Kinder ab ca. 10 Jahren **weniger** daran interessiert, Platz zum Bewegen und Spielen zu haben. Die DB sieht hier eher den Wunsch von Familien mit älteren Kindern, im „normalen“ Teil des Zuges plazierte zu werden. Aus diesem Grund wurde auch seitens der DB der „Familienbereich“ (vgl. Kapitel 7.2.2.) als „abgeschwächte“ Version des Kinderspielabteils geschaffen, der bei Nichtnutzung durch Familien auch anderweitig vergeben werden kann (GAUMANN, 2017).

Seitens der FOKUSGRUPPE (2017) wurde beim Betrachten der Referenzbeispiele (vgl. Kapitel 7.2.2.) zum Thema Familienabteile angemerkt, dass jene Bereiche, die nicht vollständig durch Spielgeräte etc. ausgefüllt sind, sondern auch Platz für eine selbstbestimmte,

multifunktionale Nutzung bieten und zum Rest des Zuges abgetrennt sind, für die Belange von Familienreisenden ausreichend sind. Es sei oft sinnvoller, **konventionelle** Abteile als Familienabteil zu deklarieren, um größtmögliche Flexibilität bezüglich der Nutzung des Abteils durch Familien und bei Nichtnutzung durch Familien auch die einfache Adaption für andere Reisendengruppen sicherzustellen. Jedenfalls sei es aber notwendig, die **Grundfunktionen Platz und Abtrennung** (mittels eines Abteils) sicherzustellen, um erhöhten Komfort und Sicherheit für Familien zu bieten (FOKUSGRUPPE, 2017).

Wie im Benchmark beschrieben, richten gewisse Bahnunternehmen, beispielsweise die ÖBB, in Fernzügen **keine** abgetrennten Kinderspielabteile, sondern **Kinderkinos** in Großraumwagen ein. 62 % der Fahrgäste wünschen dringend Verbesserungen bei Kinderspielabteilen, während 31 % der Fahrgäste Verbesserungsbedarf beim Kinderkino sehen (Abb. 7.3). Die Befragungen wurden ausschließlich in Zügen ohne Kinderspielabteil durchgeführt (diese existieren in Österreich nicht mehr), woraus sich schließen lässt, dass der Wunsch nach einem Kinderspielabteil bei der Zielgruppe durchaus vorhanden ist.



**Abb. 7.3** Meinungen von Familien zu Verbesserungsbedarf bei Kinderkino und Kinderspielabteil; Quelle: Eigene Darstellung und Durchführung der Befragung (2016).

Zum Verbesserungsbedarf beim Kinderkino wurde die Fokusgruppe nach den Gründen befragt. Angegeben wurden vor allem die **akustische Belästigung** für andere Fahrgäste, die häufige **Wiederholung** der Filme und die nach kurzem eintretende **Langeweile** bei Kindern, die auch vielfach bereits ihre eigenen elektronischen Geräte dabei hätten. (FOKUSGRUPPE, 2017)

„Die Kinder haben nach 5 Minuten den Fernseher gesehen, nach einer Viertelstunde sind sie wieder gekommen und haben gemeint, das ist fad. Dann haben wir halt Karten gespielt, das hat um einiges mehr Spaß gemacht und das, obwohl die Kinder bei uns daheim nie fernsehen.“



Vater, 3 Kinder (1, 4 und 9 Jahre), gelegentlicher Bahnbenutzer

Um nähere Informationen über die Ausgestaltung von Familienbereichen zu erlangen, wurden genauere Befragungen analog der zu Familienbereichen an Bahnhöfen (vgl. Kapitel 6.2.1) durchgeführt (Abb. 7.4a-d). Es zeigt sich, dass Familienreisende ein **Familienabteil** dem Großraum deutlich **vorziehen** (65 % zu 35 %), womit die bereits beschriebenen Tendenzen in der Fokusgruppe bestätigt werden.

In Familienbereichen sollte sich **eher Bewegungsraum** als Spielgeräte befinden (63 % zu 37 %). Diese Frage wurde im Zusammenhang mit Bahnhöfen anders beantwortet, hier hatten Spielgeräte die Mehrheit. Der Grund hierfür liegt bei den eingeschränkten Platzverhältnissen im Zug, wo Bewegungsraum als wichtig erachtet wird (vgl. Abb. 7.7)

In Hinblick auf die Ausstattung halten sich „Kinderkino“ und „Unterhaltungsmaterial“ (48 % zu 52 %) die Waage, während bei der Gepäckunterbringung eine Präferenz dafür erkenntlich ist, das Gepäck in der Nähe der Sitze (82 %) statt in Racks unterzubringen.

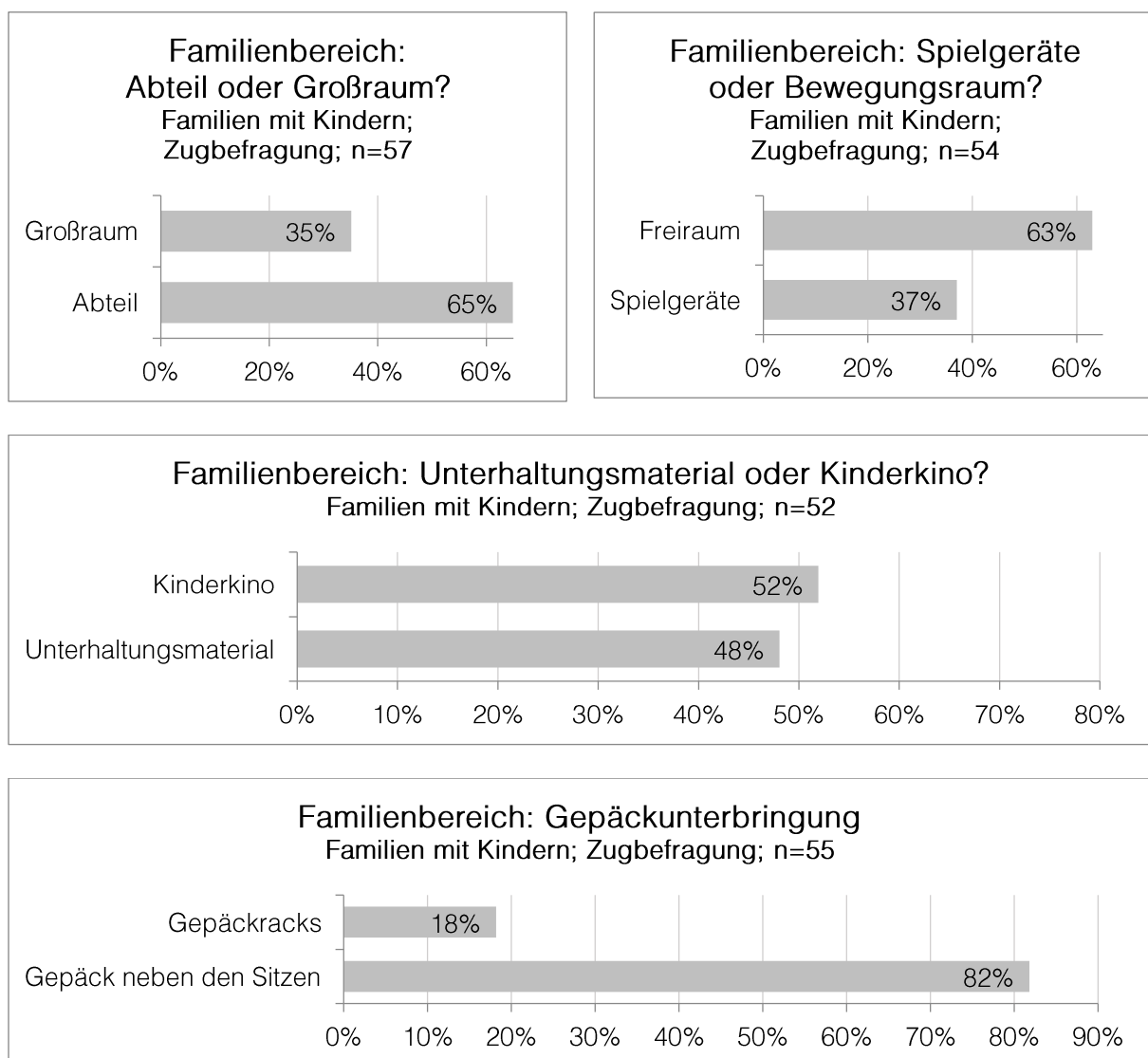
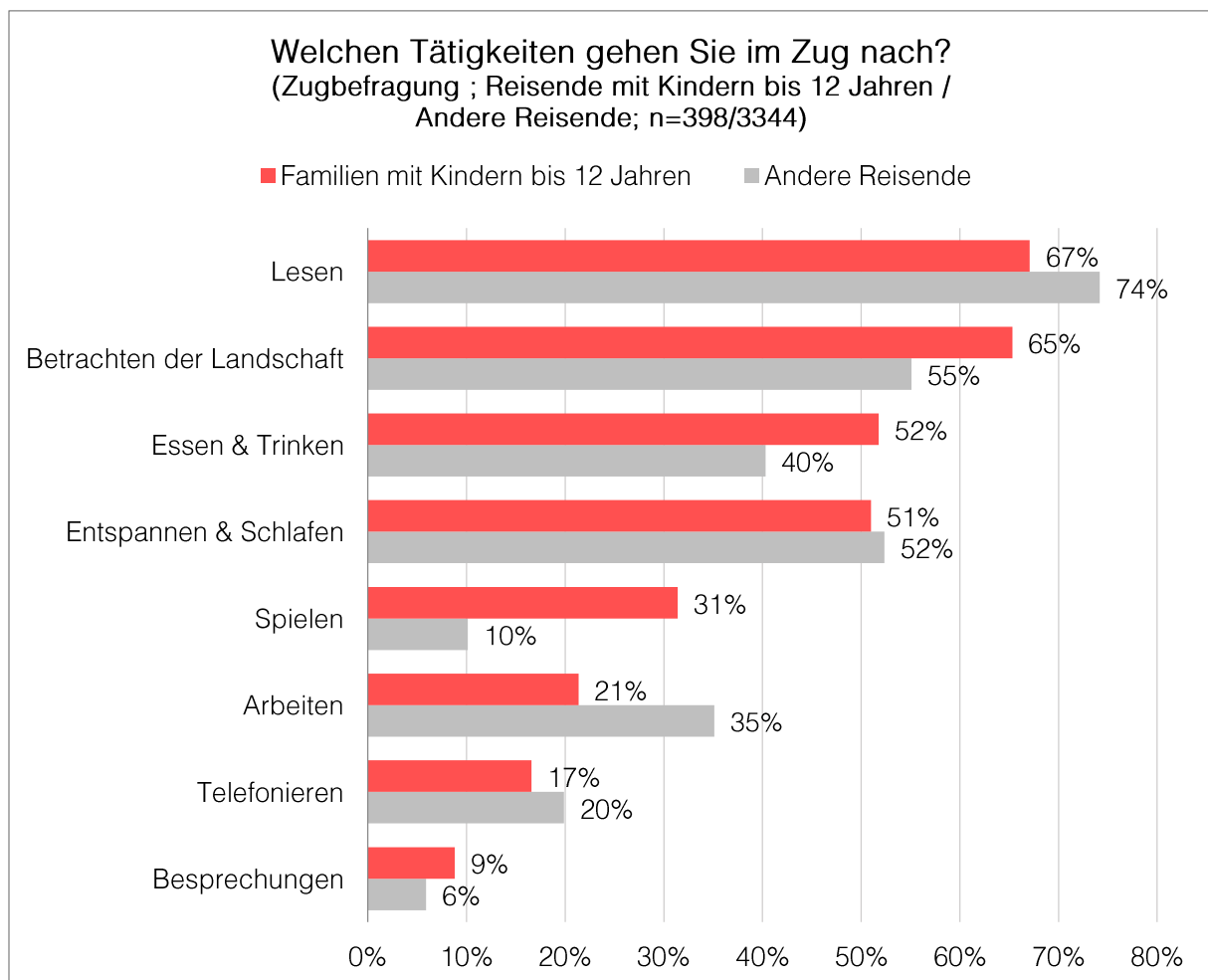


Abb. 7.4a-d Detailbefragungen Familienbereiche; Quelle: Eigene Darstellung, Eigene Befragung

### 7.1.3 Tätigkeiten und Serviceleistungen im Zug

Für die Ermittlung von Anforderungen und Bedürfnissen von Familien ist es von Relevanz, **welchen Tätigkeiten** sie im Zug nachgehen und welchen sie warum nicht nachgehen können. Hierzu wurde aus der FLEXICOACH-Studie die Gruppe „Reisende mit Kindern bis 12 Jahren“ extrahiert und den übrigen Fahrgästen gegenübergestellt.

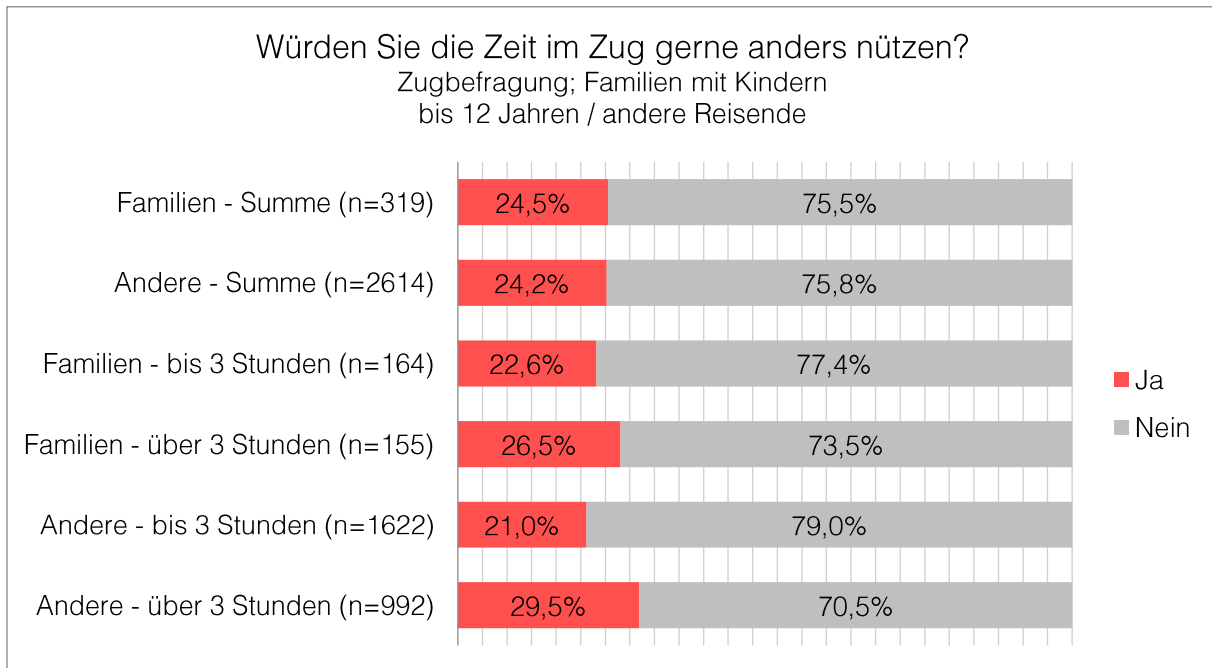
Die **Grundbedürfnisse** von Familien und allen Reisenden unterscheiden sich in einigen Punkten: Familien verbringen **mehr Zeit** mit dem Betrachten der **Landschaft**, **Essen & Trinken** sowie **Spielen**, dafür weniger Zeit mit Lesen, Arbeiten und Telefonieren, wobei die signifikantesten Unterschiede bei Spielen, Arbeiten und Betrachten der Landschaft zu verzeichnen sind (Abb. 7.5). Dies deckt sich mit den Erkenntnissen aus der FOKUSGRUPPE (2017) und Onlineforen (DREHSCHLEIBE ONLINE, 2017), wo berichtet wurde, dass die spannendsten Beschäftigungen für Kinder während einer Zugreise das Betrachten der Landschaft, gemeinsames Spielen und auch das (hier nicht abgefragte) Herumklettern und Bewegen sind.



**Abb. 7.5** Tätigkeiten, denen Familien bzw. alle Reisenden im Zug nachgehen;  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von FLEXICOACH (2012)

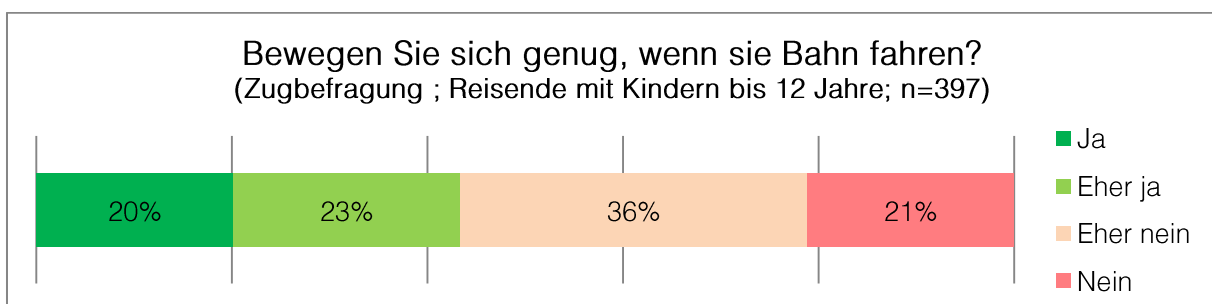


Etwa drei Viertel der Familien sind mit der **Zeitnutzung im Zug zufrieden** (Abb. 7.6). Etwa ein Viertel der befragten Reisenden würde die Zeit im Zug allerdings gerne anders nutzen. Dieser Wert ist bei den befragten **Familien** im Wesentlichen **derselbe**. Mit **zunehmender Reisedauer** (über drei Stunden Fahrtdauer) steigt das Bedürfnis, die Zeit im Zug anders zu nutzen, **nur leicht** bis zu einem Wert von knapp 30 % an.



**Abb. 7.6** Wunsch von Familien / anderen Reisenden, die Zeit im Zug anders zu nutzen, nach Fahrt-dauer (bis/über 3 Stunden); Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von FLEXICOACH (2012)

Wie bereits erwähnt, war ein in der Fokusgruppe öfters geäußerter Punkt die mangelnde Möglichkeit, sich im Zug zu **bewegen**. Die Statistik der Fahrgastbefragung ergibt dazu, dass Familienreisende mit Kindern bis 12 Jahren zu 43 % meinen, sich ausreichend im Zug zu bewegen. 57 % der Familienreisenden gibt an, (eher) nicht genügend Bewegung im Zug zu haben (Abb. 7.7). Bewegung ist somit ein **zentraler Wunsch** der Mehrheit der Familien.



**Abb. 7.7** Meinung von Familienreisenden zu ausreichender Bewegung im Zug; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von FLEXICOACH (2012)

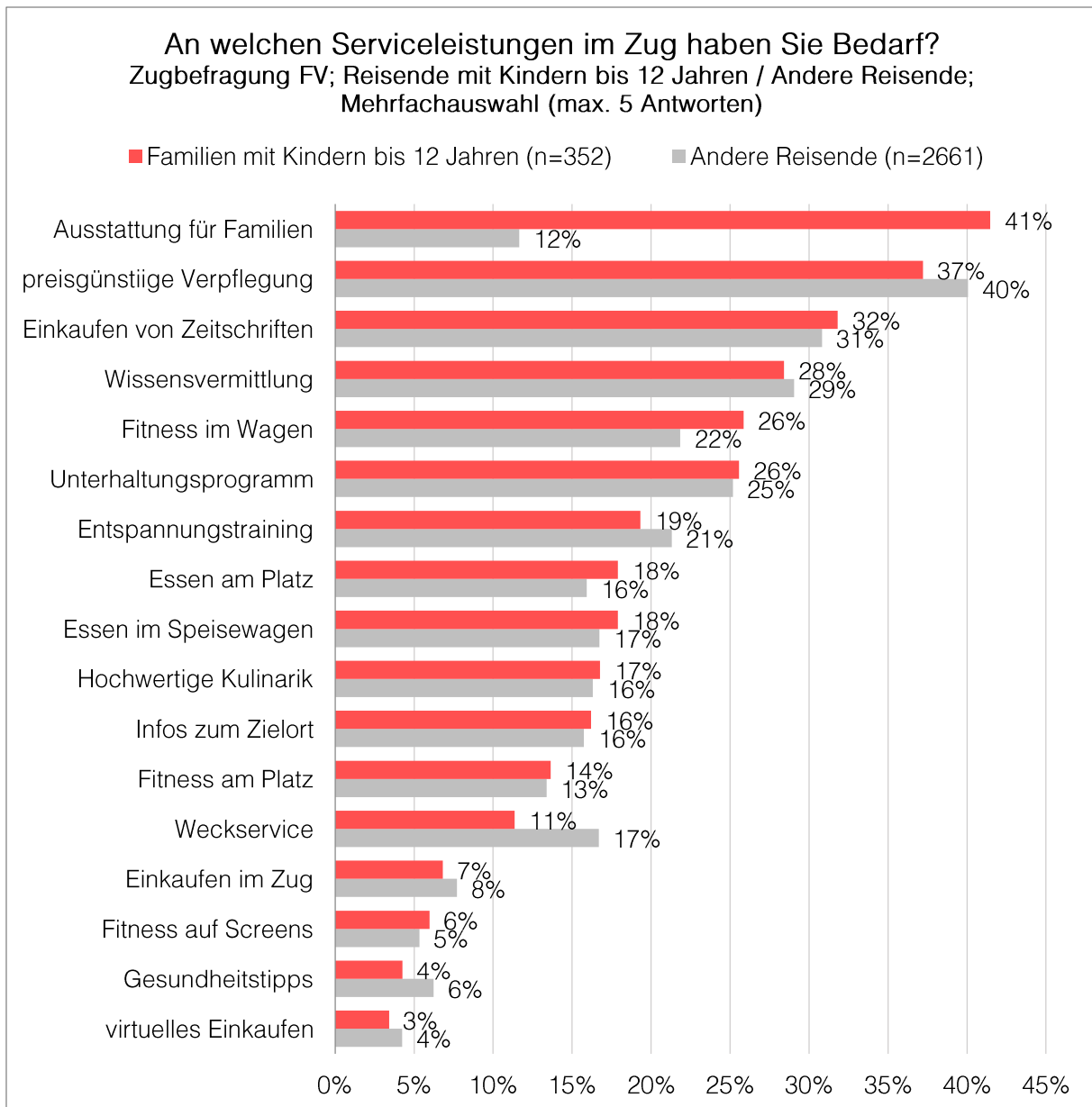
Von zahlreichen Bahnunternehmen sind bereits zahlreiche familientaugliche **Serviceleistungen** bekannt (Kapitel 7.2.1 weiter unten). Basierend auf den aktuellen (siehe Abb. 7.2.) Tätigkeiten und den Bedürfnissen wurde eine Reihe von Serviceleistungen und Angeboten auf ihr Potenzial im Fahrgastbetrieb untersucht. Die Ergebnisse daraus lassen sich aus Abb. 7.5. ablesen.

Ein substantieller Teil der Familienreisenden (41 %) hat Bedarf an **Ausstattungs-elementen** für **Familien** wie beispielsweise Familienabteilen, Kinderspielabteilen oder Familienbereichen. Betreffs kulinarische Versorgung bevorzugen etwa 40 % der Fahrgäste **preisgünstige Verpflegung**, ein geringerer Teil, rund 17 %, legt Wert auf hochwertige Kulinarik, was Leitlinien hinsichtlich des Angebots der Bordgastronomie schafft (vgl. Kapitel 7.1.5). Hinsichtlich des gewünschten **Ortes** der **Bordgastronomie** herrscht mit je etwa 18 % Gleichstand bei dem Wunsch nach Essen am Platz und im Speisewagen (**Abb. 7.8**).

Eine weitere gewünschte Serviceleistung ist der **Kauf von Zeitschriften**. Derzeit ist eine Zeitschrift in der Regel nur für Fahrgäste der 1. Klasse im Preis inbegriffen, Fahrgäste der 2. Klasse können diese nicht erwerben. In der Fokusgruppe wurde der Wunsch geäußert, Zeitschriften im Speisewagen erwerben zu können. (FOKUSGRUPPE, 2017)

Von etwa einem Viertel der Reisenden gewünscht ist **Wissensvermittlung** sowie ein Unterhaltungsprogramm, das im Wesentlichen in das elektronische On-Board-Service für Mobilgeräte integriert werden könnte. Dort bestünde auch die Möglichkeit, **Infos zum Zielort** zu präsentieren, was sich 16 % der Fahrgäste wünschen.

Bereits weiter oben erwähnt wurde das Bedürfnis nach **Bewegung** im Zug. Dieses findet sich auch in den nachgefragten Serviceleistungen wieder. Über ein Viertel der Familienreisenden wünschen sich Tipps und Hinweise zu Fitnessübungen im Zug. Anleitungen zu Entspannungstrainings würden etwa 20 % der Fahrgäste nutzen, auch diese könnten durch das elektronische Bordsystem auf Mobilgeräten der Fahrgäste verfügbar gemacht werden.

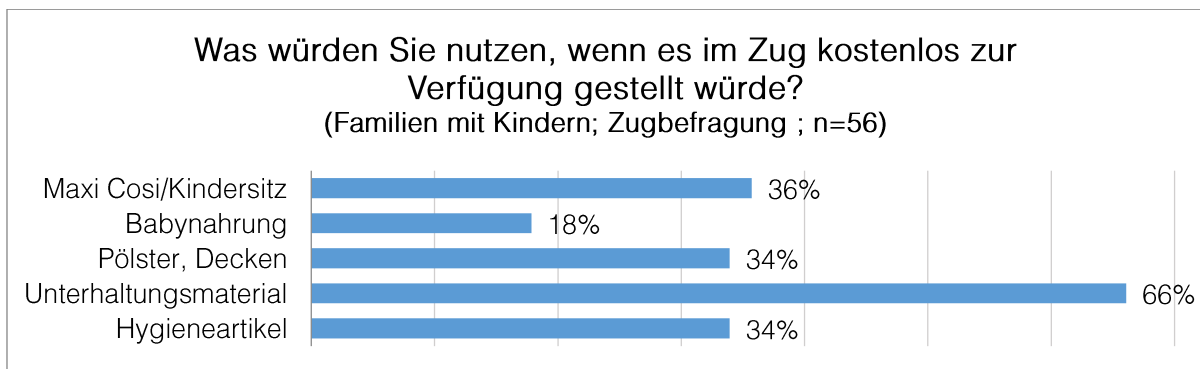
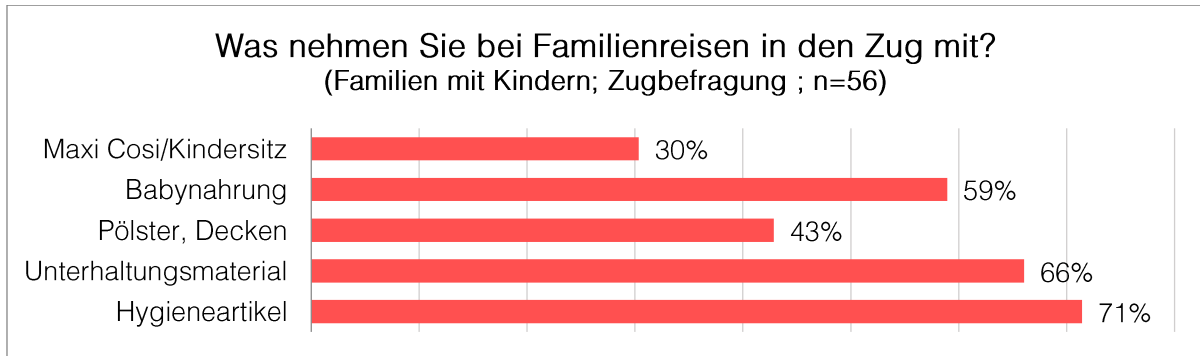


**Abb. 7.8** Bedarf nach Serviceleistungen (Familienreisende und andere Reisende).  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von FLEXICOACH (2012).

Speziell für Familienreisende stellt sich bei Zugreisen auch aufgrund der Problematik des mitzunehmenden Gepäcks (Kapitel 9) die Frage, **welche Gegenstände** in den Zug mitgenommen werden müssen. In der Befragung wurde exemplarisch für **fünf Gegenstände** abgefragt, ob sie auf Reisen mitgenommen und eventuell genutzt werden würden, wenn sie im Zug kostenlos zur Verfügung gestellt werden. Kindersitze, Babynahrung, Pölster & Decken wurden aufgrund ihrer Sperrigkeit und Unhandlichkeit aufgenommen. Unterhaltungsmaterial und Hygieneartikel werden bereits im Flugverkehr verteilt.

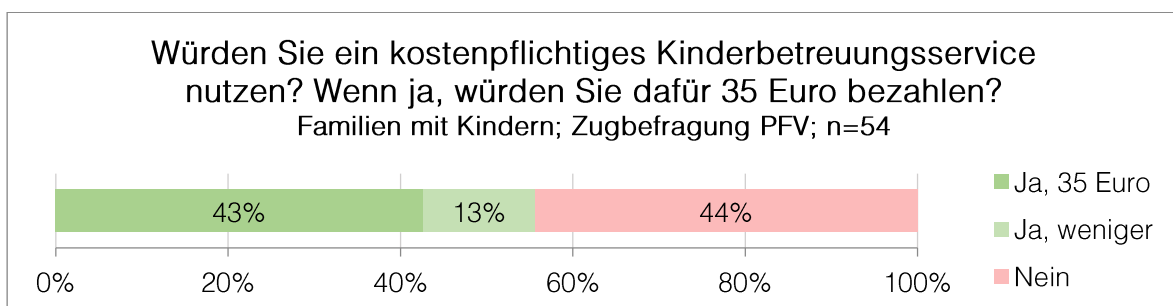
Die Ergebnisse zeigen, dass Hygieneartikel, Babynahrung und Unterhaltungsmaterial vom überwiegenden Teil der Familienreisenden (60 % und darüber) mitgenommen werden.

Pölster und Decken werden von 43 % der Familien mitgenommen, Kindersitze seltener. Würden Utensilien im Zug kostenlos zur Verfügung gestellt, würden 66 % der Familien auf Unterhaltungsmaterialien zurückgreifen. Etwa ein Drittel der Familienreisenden würde Kindersitze, Pölster/Decken und Hygieneartikel und nur 18 % würden angebotene Babynahrung nutzen (Abb. 7.9, Abb. 7.10 und 7.10).



**Abb. 7.9, Abb. 7.10** Mitgenommene Gegenstände und Nutzungsbereitschaft kostenlos zur Verfügung gestellter Gegenstände bei Familienreisen im Zug; Quelle: Eigene Darstellung und Befragung in Fernverkehrszügen (2016)

Aus dem Benchmark geht hervor, dass manche Bahnunternehmen, beispielsweise die DB, Kinderbetreuungsservices für alleinreisende Kinder in Zügen anbieten (Kapitel 7.2.2). 56 % der befragten Familien würden ein solches Service nutzen wollen. Die große Mehrheit dieser Familien (43 %) würde dafür 35 Euro (Tarif bei der DB) bezahlen, 13 % würden das Service nutzen, aber weniger bezahlen wollen (Abb. 7.11).

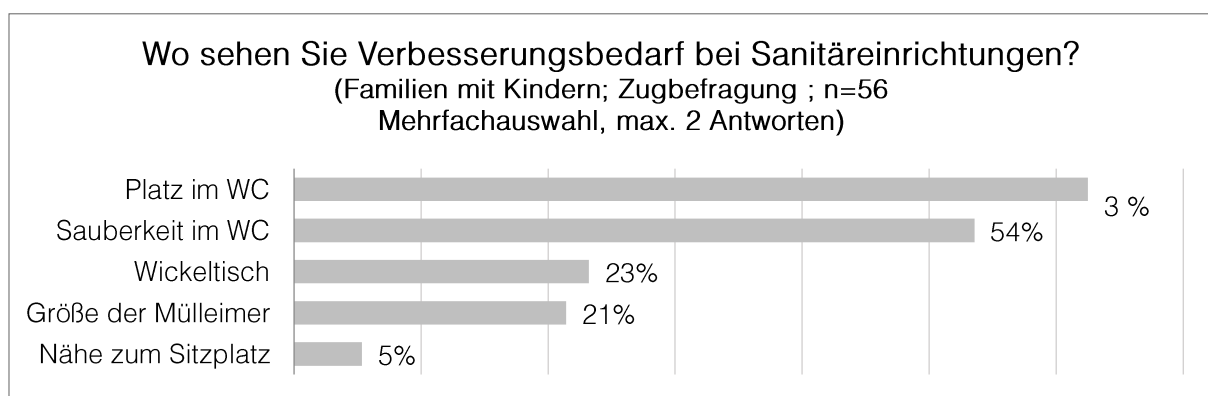


**Abb. 7.11** Zustimmungsrate und Höhe des möglichen Betrags eines Kinderbetreuungsservices  
Quelle: Eigene Darstellung, eigene Befragung

### 7.1.4 Sanitäre Einrichtungen

Aus Abb. 7.12 lässt sich das von Fahrgästen gewünschte **Verbesserungspotenzial** bei **sanitären Einrichtungen** in Fernzügen ablesen. Die meisten Defizite sehen Familienreisende durch **mangelnde Platzverhältnisse** in WCs, gefolgt von der Sauberkeit. Diese beiden Punkte werden jeweils von der Mehrheit der Fahrgäste als verbesserungswürdig genannt.

Ein gewisses Verbesserungspotenzial sehen Fahrgäste bei der **Platzierung** und Bedienung des **Wickeltisches** (23 %) sowie bei der Größe der Mülleimer (21 %). Die Positionierung der WCs wurde allgemein als nicht stark verbesserungswürdig empfunden (Abb. 7.12).



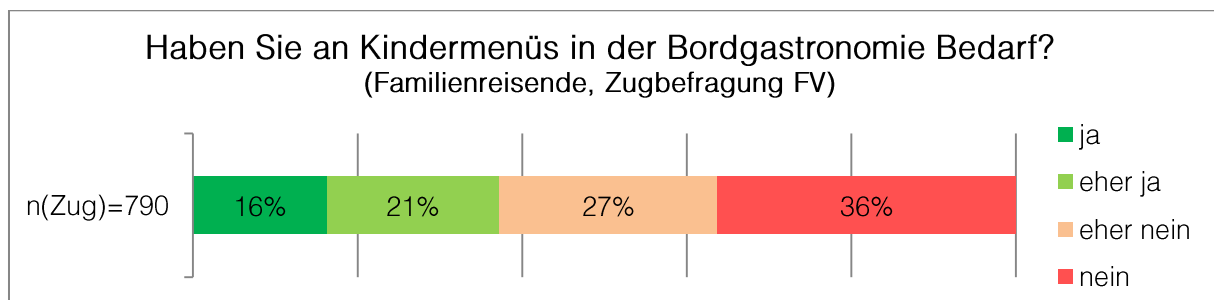
**Abb. 7.12** Verbesserungspotenzial für Familien bei sanitären Einrichtungen;  
Quelle: Eigene Darstellung und Durchführung der Befragung (2016)

Im Interview bestätigte die DB, dass die sanitären Einrichtungen und insbesondere deren **Sauberkeit** ein **oftmals kritizierter Punkt** unter Familienreisenden seien. Derzeit laufen Bewusstseinsbildungskampagnen, zusätzlich ist in Überlegung, die Toilettenanlagen mit Handdesinfektionsmitteln auszustatten (GAUMANN, 2017). Auch bei den ÖBB ist man sich bewusst, dass die sanitären Einrichtungen vorrangig Ziel von Verbesserungsmaßnahmen seien und nun nach der optischen Verbesserung von Regionalverkehrszügen ähnliche Programme in Fernverkehrszügen sowie auf Bahnhöfen starten. (WIESPEINER, 2017).

In der Fokusgruppe wurde angemerkt, dass die **Wickeltische** im ÖBB-railjet zu **weit oben** hängen würden und das gesamte WC zu **klein dimensioniert** sei, um ein Kind darin einfach wickeln zu können. Bemängelt wurde weiters, dass in manchen Nachtreisezügen keine Wickelmöglichkeit vorhanden ist. (FOKUSGRUPPE, 2017). Es wurde angeregt, die Wickeltische in den Kinder- bzw. Familienabteilen unterzubringen, wie dies teilweise schon in ICE-Garnituren der Fall ist (vgl. Kapitel 7.2.3.).

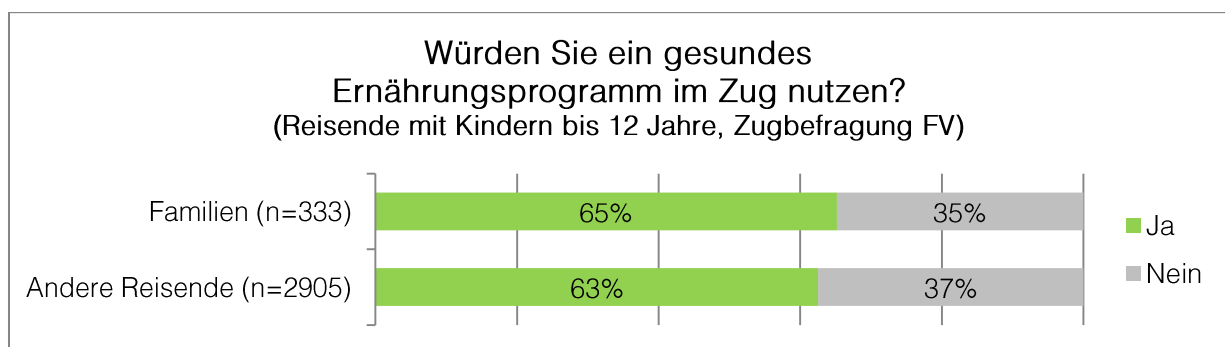
### 7.1.5 Bordgastronomie

Derzeit sind in Österreich **nahezu alle Fernzüge mit Speisewagen** oder mobiler Bordgastronomie ausgestattet. Aus Familiensicht stellt sich zum Thema Bordgastronomie vor allem die Frage nach der Nutzungsbereitschaft von kindgerechten Speisen („Kindermenüs“). Ebenfalls abgefragt wurde die Haltung zu gesunder Küche. Aus Abb. 7.13 ergibt sich, dass 37 % Familienreisenden (eher) ein Bedürfnis nach Kindermenüs in der Bordgastronomie hat. Die Mehrheit der Familienreisenden (63 %) sieht keinen Bedarf für spezielle Kindermenüs.



**Abb. 7.13** Bedarf nach Kindermenüs in der Bordgastronomie; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

Hinsichtlich gesunder Ernährung im Zug sieht die Situation anders aus: Fast zwei Drittel (65 %) der Fahrgäste mit Familie würden ein gesundes Ernährungsprogramm im Zug nutzen (Abb. 7.14). Zu beachten ist allerdings das Befragungsergebnis in Abb. 7.8, wo auf preisgünstige Verpflegung bedeutend mehr Wert gelegt wurde als auf kulinarisch hochwertige Küche.



**Abb. 7.14** Bedarf nach gesundem Ernährungsprogramm im Zug; Quelle: Eigene Daten nach Darstellung FLEXICOACH (2012)

Seitens der Fokusgruppe wurde angemerkt, dass eine Aufwärmöglichkeit für Babynahrung im Bereich der Bordgastronomie, wie sie bei der DB bereits vorhanden ist, auch bei anderen Bahnbetreibern eingeführt werden sollte. (FOKUSGRUPPE, 2017)

## 7.2 Benchmark – Angebotsübersicht

---

### 7.2.1 Serviceleistungen beim Einsteigen und im Zug

---

#### Serviceleistungen beim Einsteigen

Ein Assistenzservice für Familien mit Unterstützung beim Einsteigen und beim Gepäcktransport ist in **Österreich** bei den ÖBB derzeit nicht vorgesehen, diesen gibt es nur für mobilitätseingeschränkte Fahrgäste.

Umfangreiche Unterstützung wird beispielsweise beim privaten Unternehmen Westbahn, wo es pro Zug mindestens vier Stewards gibt, die dem Kundenservice dienen, oder bei den nightjets der ÖBB, wo sich in jedem Liege- oder Schlafwagen ein Steward befindet, geboten.

In Deutschland kann das **DB Mobilitätsservice** auch beim Reisen mit kleinen Kindern gewählt werden. Nach dem Online-Ausfüllen eines Formulars werden Hilfestellungen bei der Reiseplanung, bei Ein-, Um- und Aussteigen gewährt. Das Service ist kostenfrei (DB, „KINDER: SERVICE & TIPPS“, online)

#### Serviceleistungen im Zug

Serviceleistungen und Dienstleistungen für Familien werden auch im Zug nachgefragt. Dabei geht es vor allem um Hilfestellungen bei der Platzsuche und um die kulinarische Versorgung, aber auch um die Betreuung alleinreisender Kinder.

**Reservierte** Plätze werden in den meisten Ländern digital oder durch Reservierungszettel unmittelbar beim gebuchten Platz angezeigt. Bei manchen Zügen sind bereits außen bei den Türen jene Plätze angeschrieben, die bei Einstieg durch diese Tür direkt erreichbar sind. **Kinderwagen**abstellplätze, Familienabteile, Familienzonen und -bereiche (dazu detailliert Kapitel 4.1.1.), die Wagenklassen sowie der Speisewagen werden mittels entsprechender Piktogramme gekennzeichnet.

In **Österreich** gibt es in ÖBB-Zügen bis auf die Verteilung von Kinderfahrkarten durch das Zugpersonal und das Kinderkino keine speziellen Serviceangebote im Zug. Auch ein Begleitservice für alleinreisende Kinder existiert nicht. In der Bordgastronomie werden ein Kindermenü und eine Kinderjause angeboten (HENRY AM ZUG, „Menükarte Winter 2016“, online). Interne Verhaltenstrainings für das Zugpersonal inkludieren das Zugehen auf insbesondere Alleinreisende, aber auch Familien mit jüngeren Kindern und das Überreichen von Kinderfahrkarten, Büchern und Spielen (PARLAMENTS DIREKTION 2016, 3)

In **Deutschland** bietet die DB ein **Kinderbetreuungsservice** auf ausgewählten Strecken im ICE am Wochenende an. Ausgestattet mit Malstiften und Spielen kümmern sich geschulte BetreuerInnen um die Kinder. Das Team befindet sich stets in der Nähe des Familienbereichs, den es in allen ICE-Zügen gibt. Online sind eine Streckennetzkarte (vgl. DB „KINDERBETREUUNG KARTE“, online) und die nächsten Betreuungstermine abrufbar (DB, „KINDERBETREUER AN BORD“, online)

Im Bereich der Bordgastronomie bietet die DB **Kindermenüs** für Kinder unter 15 Jahren an. Enthalten sind in der „Snack Box“ eine Hauptspeise (wahlweise auch vegetarisch und in Bio-Qualität), ein Smoothie, Obst und eine Süßigkeit (DB, „KINDERMENÜ“, online). Es ist auch möglich, selbst mitgebrachte Babykost in der Mikrowelle erwärmen zu lassen.

Für alleinreisende Kinder wird in einer Zusammenarbeit von DB und der Bahnhofsmission das Projekt **Kids on Tour** angeboten (DB, „KIDS ON TOUR“, online). Es handelt sich hierbei um ein Begleitservice für alleinreisende Kinder zwischen sechs und 14 Jahren, das freitags bis sonntags nutzbar ist. Eine pädagogisch geschulte Begleitperson übernimmt maximal fünf Kinder und beschäftigt sie während der Fahrt ähnlich der Kinderbetreuung (s.o.). Jedes Kind darf maximal ein Gepäckstück transportieren und muss dieses selbst tragen können. Mit der Buchung (telefonisch oder online) müssen bestimmte Züge angegeben werden, in denen die Begleitung stattfindet. Das Kind muss sich 30 Minuten vor Reisebeginn in der Bahnhofsmission des Ausgangsorts und die zur Abholung genannte Person 15 Minuten vor Zugankunft in der Bahnhofsmission des Zielorts einfinden. Das Service kostet 35 Euro pro Kind zuzüglich Fahrkarte. Vor der Fahrt ist ein Vertrag zwischen Erziehungsbeschäftigten und Beförderer abzuschließen (DB, „KIDS ON TOUR – VERTRAG“, online)

Zu den weiteren Kinderunterhaltungsprogrammen der DB im Zug (Magazin LeseloK, Programm „Der kleine ICE“) vgl. auch Kapitel 4.3.

In der **Schweiz** gibt es neben dem umfangreichen baulichen Angebot (u.a. „Ticki Park“-Familienbereiche, vgl. Kapitel 7.2.2.) aufgrund zu hoher Kosten keine Kinderbetreuung durch Personal im Zug (LÜTHY, 2017). Im Bordrestaurant wird jugendlichen Mitgliedern des „Magic Ticket“-Clubs ein Rabatt von 20 % auf die Konsumation gegeben (SBB, „BAHNGASTRONOMIE“, online)

Ein **Begleitservice** für alleinreisende Kinder wird derzeit unabhängig von den SBB von der Firma Compagna angeboten, eine auf Reisebegleitungen und Reiseorganisation spezialisierte Non-Profit-Organisation (COMPAGNA, „Portrait“, online). Die Kosten werden im Gegensatz zum DB-Pauschalpreis nach Zeit verrechnet und betragen zwischen 20 und 50 CHF pro Stunde (COMPAGNA 2015, online) zzgl. Fahrtkosten für Kind und Begleitperson sowie Verpflegungsspesen. Es ist geplant, das Begleitservice der Compagna 2017 im Rah-



men eines Testbetriebs in das Produktportfolio der SBB aufzunehmen, wobei die Durchführung nach wie vor bei Compagna verbleibt. Bei erfolgreicher Nutzung überlegt die SBB ein dauerhaftes Angebot des Begleitservices (LÜTHY, 2017).

## 7.2.2 Familien- und Kinderabteile

---

Familien- und Kinderabteile zählen zu wichtigen **zielgruppenspezifischen Ausstattungsmerkmalen** europäischer Züge und kommen in verschiedenen Ländern in unterschiedlichen Zugkategorien des Fernverkehrs zum Einsatz.

Abweichend von der konventionellen Gestaltung eines Zuges als **Großraum-** oder **Abteilwagen**, dessen Innenraum im Wesentlichen durch die Raumelemente Eingangsbereich, Gang, Sitze und Gepäckablagen dominiert ist und in dem gesessen oder gestanden werden soll, kann ein Familienabteil, abhängig von der Ausgestaltung, zusätzliche Funktionen übernehmen. Ist das Familienabteil entsprechend dimensioniert, können sich Kinder darin besser bewegen als im Großraum/Abteil, gegebenenfalls stehen auch Spielgeräte zur Verfügung. Manche Familienabteile sind als Multifunktionsabteile konzipiert, besitzen eine schlichtere Ausstattung und weniger Platz und können nicht nur Familien, sondern auch anderen Reisenden mit besonderen Bedürfnissen (z.B. RollstuhlfahrerInnen) zur Verfügung stehen.

MANTHEI (2005), der die Komfort- und Serviceeinrichtungen von 45 Zügen aus 20 Bahngesellschaften im Jahre 2005 analysierte, ermittelte einen Prozentsatz von (lediglich) **23,33 %** der Züge, die spezielle Familienabteile aufwiesen. Bei der Analyse dieses Werts sind allerdings das Alter der Studie, die Zugauswahl (viele Hochgeschwindigkeitszüge) und der Faktor zu bedenken, dass nicht jedes Familienabteil auch als solches betitelt ist, sondern das „Familienabteil“ gleichzeitig auch Bereich für mobilitätseingeschränkte Reisende sein kann, für dessen Vorhandensein Manthei einen Wert von **97,78 %** der Züge ermittelt hat.

In der folgenden Übersichtstabelle finden sich exemplarisch einige derzeit in Europa verkehrende Züge unterschiedlicher Zuggattungen und ihre familiengerechte Ausstattung. Einige Beispiele aus der Liste werden nachfolgend genauer erläutert.

<i>Zug</i>	<i>Typ</i>	<i>Abteile?</i>	<i>Familienausstattung (Plätze)</i>
DB-ICE 1	Triebzug	Ja, ca. 25 %	1 Multifunktionsabteil (6), Familienbereich
DB-ICE 2	Triebzug	Nein*	1 Familienabteil (6), Familienbereich
DB-ICE 3	Triebzug	Nein*	1 Familienabteil (6), Familienbereich (16)
DB-ICE 4	Triebzug	Nein*	1 Familienabteil (5), Familienbereich
ÖBB railjet	Wagen	Nein	1 Kinderkino im Großraum (~4)
Regiojet-IC	UIC-Z	Ja, ca. 70 %	Abgetrenntes Kinderspielabteil (6)
SBB-IC 2000	Stock- wagen	Nein	Familienzone im Oberdeck des Steuerwagens (halbes Oberdeck)
VR-IC	Stock- wagen	Ja, für bes. Bedürfnisse	Familienzone im Oberdeck eines Wagens (halbes Oberdeck)
NSB-IC	Triebzug	Nein	Abgetrenntes Familienabteil

\* = mit Ausnahme des Familienabteils

*Tab. 7.1 Übersichtstabelle Familienausstattung Fernverkehr Europa  
Quelle: Eigene Darstellung (Quellen vgl. bei den jeweiligen Zügen)*

In **Österreich** bietet der seit 2008 eingesetzte **railjet** der **ÖBB** kein abgeschlossenes Familienabteil. Für Kinder gibt es in allen Zügen dieser Gattung ein Kinderkino, das im Endwagen der 2. Klasse (Wagen 21/31) situiert ist. Das Kinderkino besteht aus einem Fernseher mit Tribüne, wo bis zu sechs Kinder (ÖBB, „SONDERABTEILE“, online) Platz finden. Der Fernseher zeigt Kinderfilme und -serien nach einem voreingestellten Programm in Endloschleife. Die Lautstärke des Tons des Kinderkinos ist vom Bordpersonal (Caterer oder Zugbegleiter) einstellbar. Kopfhöreranschlüsse gibt es nicht (Abb. 7.15).



*Abb. 7.15: Kinderkino im ÖBB railjet; Quelle: DIETRICH (2016)*

Bis zur flächendeckenden Einführung des railjet verkehrten in Österreich im Fernverkehr in der Regel Wagen der Bauart „Eurofima bzw. „Modularwagen“. Von besonderem Interesse für diese Arbeit sind elf Wagen des Typs Bmz 28-91.0 (Baujahr 1977-78), die zwischen 1996 und 2001 statt der Abteile 7 bis 9 ein **großes Kinderspielabteil** erhielten (Abb. 7.16a-b). Bei zwölf weiteren Wagen (Gattung Bmz 20-91.0) wurde ein Kinderkino statt eines Abteils eingebaut.

Diese Wagen kommen seit ihrem Ausscheiden bei den ÖBB in **Tschechien** und der **Slowakei** zum Einsatz. Seit dem Verkauf der Wagen werden in den verbliebenen Intercitys der ÖBB konventionelle Sechserabteile als Kleinkindabteile bezeichnet.

Das private Bahnunternehmen **Regiojet** hat die oben erwähnten Wagen der Gattung Bmz 28-91.0 erworben. Das Kinderabteil wurde beibehalten und nur geringfügig (Beklebung etc.) umgestaltet. Es verfügt über eine große Spiellandschaft, Platz für Kinderwagen und Raum zum Bewegen sowie sechs Sitzplätze für Begleitpersonen (. Diese sind bei einer Fahrkartenbuchung auf der Homepage des Unternehmens platzgenau buchbar (REGIOJET (2016), online). Die Wagen mit Kinderkino wurden von den tschechischen Staatsbahnen **ČD** erworben. Die Einrichtung des Kinderkinos (ein Fernseher, Tribüne für Kinder, aber keine Sitzplätze für Begleitpersonen) wurde nur geringfügig verändert.



*Abb. 7.16a-b Kinderspielabteil in Regiojet-Zug; Quelle: DIETRICH (2016)*

In Deutschland verfügen die ICE-Züge aller Generationen über Familienabteile und Familienbereiche. Das **Familienabteil** ist ein für Familien mit Kleinkindern eingerichtetes und in der Regel abgetrenntes Abteil mit Türe. In manchen Zügen (siehe sogleich) verfügt es über Spielgeräte, meist aber nur über Sitze, Tisch und Abstellflächen für Kinderwagen. Ein **Familienbereich** ist ein für Familien reservierter Teil eines konventionellen Wagens.

Der ICE 1 (im Dienst seit 1991) besteht aus zwei Triebköpfen und zwölf Mittelwagen (ESTLER 2011, 12), wovon einer als Servicewagen (DIE BUNDESBAHN 1990, 1001f.) bezeichnet wird. Dieser Wagen mit der Ordnungsnummer 9 enthält Sitzplätze der 1. Klasse, Rollstuhlplätze sowie ein ehemaliges Konferenzabteil, das nun als Familienabteil bezeichnet und reservierbar ist (zur Position im Wagen und zu Bildern Abb. 7.17a-c). Das Abteil ist als Multifunktionsabteil konstruiert und bietet daher keine speziellen Annehmlichkeiten oder Spielgeräte für Familien. Es verfügt über sechs Sitzplätze und dazwischen befestigte Tische. Das im selben Wagen untergebrachte barrierefreie WC verfügt über einen Wickeltisch.

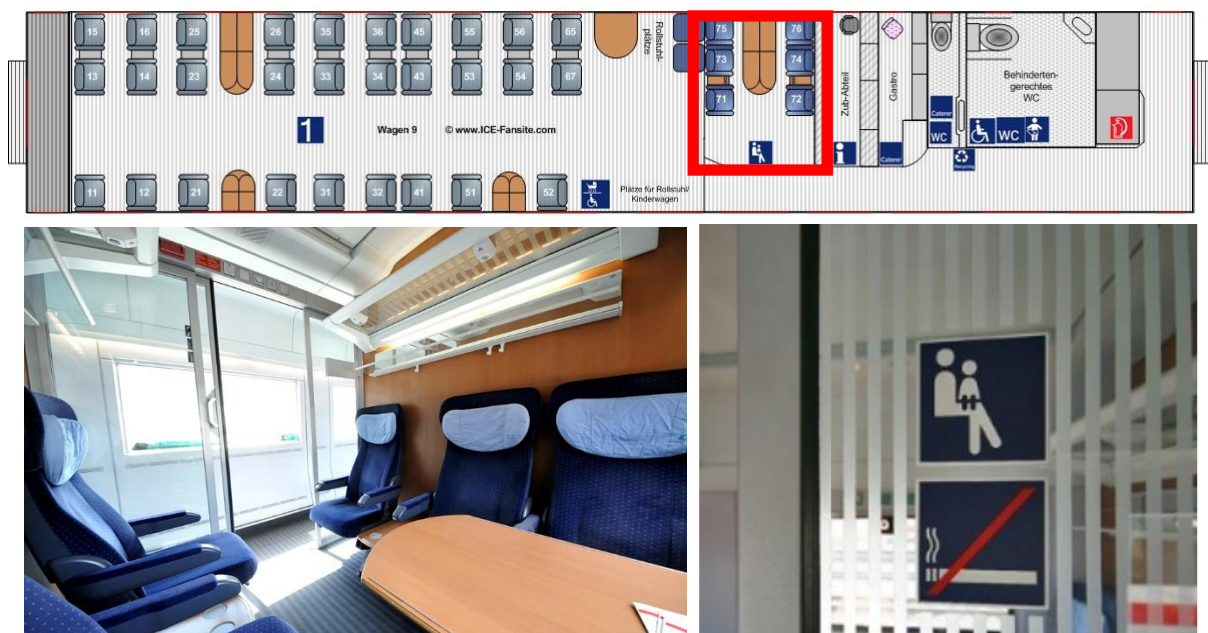


Abb. 7.17a-c ICE 1: Wagenplan und Ansichten des Familienabteils  
 Quellen: FRANKE (2016a-b, o. und r.), online; GRANZER (2016, l.)

Im ICE 2 (im Dienst seit 1995) wurde ein spezielles Kleinkindabteil eingerichtet. Dieses Abteil befand sich im Wagen 24/34 und war mit sieben Sitzplätzen sowie einem Kletterturm ausgestattet. Mit dem Redesign der ICE-2-Züge in den Jahren 2011 bis 2013 wurde der Kletterturm ausgebaut und ein Multifunktionsabteil mit acht Plätzen und zwei Abstellplätzen für Kinderwagen im Wagen 24 eingerichtet (KIDSAWAY.DE: „KLEINKINDABTEIL: ROLLENDES SPIELZIMMER IM ZUG FÜR BABY UND KLEINKIND“, online).



**Abb. 7.18a-c** ICE 2: Wagenplan nach Redesign (Familienabteil hervorgehoben, o.),  
Ansichten des Zugs (u. li. vor, u. re. nach dem Redesign)  
Quellen: a: DREHSCHLEIBE ONLINE (2012), b: FRANKE (2016d), c: DB/VOLKER EMESLEBEN (o.J.)

Im ICE 3 (Baureihe 403/406, im Dienst seit 2000) gibt es ein Multifunktionsabteil mit sechs Sitzplätzen ohne Spielgeräte, in dem auch Kinderwagen abgestellt werden können (Abb. 7.19a).

Im zur ICE-3-Familie gehörenden **Velaro D** (Baureihe 407, im Dienst seit 2013) existiert kein eigenes, abgeschlossenes Familienabteil mehr. Für Familien sind zwei Vierergruppen am Ende eines 2.-Klasse-Wagens bestimmt, die durch eine öffnbare Schiebetür vom Rest des Zuges abgetrennt sind. Der Mittelgang geht allerdings durch diesen Bereich hindurch. Dieses Abgehen vom konventionellen Familienabteil wird in der aktuellen Zuggeneration **ICE 4** jedoch wieder rückgängig gemacht.



Abb. 7.19a-b ICE 3 Familienabteil (li.), Velaro D Familienzone (re.)  
Quellen: a. FRANKE (2016e), b. ICE-TREFF (o.J.), alle online (Abruf: 11.01.2017)

Der **ICE 4** (im Einsatz seit Dezember 2016) verfügt über ein konventionelles Familienabteil mit fünf Plätzen, das bunt dekoriert ist (Abb. 7.20). Es befindet sich in Wagen 9 des zwölfteiligen Zuges. Der Familienbereich, das Abteil des Zugbegleiters und der Wickeltisch befinden sich im gleichen Wagen.



Abb. 7.20 ICE 4: Familienabteil; Quelle: DB (2016), „ICE 4 FÜR KINDER“, online (Abruf: 11.01.2017)

Neben den Familienabteilen in den vorgenannten Zügen verfügen alle ICE-Züge der Deutschen Bahn seit Dezember 2015 auch über **Familienbereiche**. Diese sind, wie erwähnt, in konventionellen Abteilen oder im Großraumbereich (Abb. 7.21a) gelegen, mit einem Piktogramm sowie einer mehrsprachigen Banderole (Abb. 7.21c) gekennzeichnet und vorrangig für Reisende mit Kindern im Volksschul- und Kindergartenalter gedacht. Die Anzahl an Sitzplätzen, die als Familienbereich gekennzeichnet sind, liegt zwischen **8 und 24** Plätzen je Zug. Der Familienbereich ist gezielt **reservierbar**, hierfür ist ein Pauschalpreis von 9 Euro pro Familie zu entrichten (DB, „FAMILIENBEREICH“, online)



**Abb. 7.21a-c:** Familienbereich, Position des Familienbereichs (gelb) und des Kinderspielabteils (rot) im ICE 3; Piktogramm und Banderole Familienbereich ICE (u.)

Quellen: a: GRANZER (2017), b. DB (2015), „INSIDE BAHN: FAMILIENBEREICHE“, c. QDB (o.J.), „FAMILIENBEREICH“ (online (b, c), Abruf: 12.01.2017)



In **Finnland** setzt die Staatsbahn **VR** auf zahlreichen Intercity-Strecken seit 2006 von Transtech OY gebaute Doppelstockwagen (Intercity sowie des Intercity 2) ein. Da finnische Züge auf Breitspur mit einer Spurweite von 1520mm und einem größeren Lichtraumprofil verkehren, sind die Platzverhältnisse weniger beschränkt als in anderen Doppelstockwagen.

Für Familien sind zwei Bereiche reserviert: einerseits ein Familienabteil im unteren Bereich des Servicewagens mit vier regulären und zwei Kindersitzen, andererseits der Kinderspielbereich im Oberdeck. Dieser ist mit einem Spielzeugzug zum Hineinsetzen, einer Rutsche, einem Spielzeugschloss und Kinderbüchern zum Lesen ausgestattet. Das gesamte Oberdeck dieses Wagens, also auch die angrenzenden Sitze, ist für Familien reserviert (Abb. 7.22a-d; VR, „FAMILIES AND CHILDREN“, online)

Der Innenraum und auch der Kinderbereich in diesen Zügen wurden vom finnischen Sitzhersteller RICA Seats gestaltet (RICA SEATS 2011, online). Für den Kinderspielbereich im Oberdeck wurde der finnischen Staatsbahn VR auf der „Railway Interiors Expo 2006“ ein Anerkennungspreis verliehen.



*Abb. 7.22a-d* Kinderspielbereich (o. und li.u.) sowie Kinderspielabteil (re.u.) im Intercity 2 der VR;  
Quelle: DIETRICH (2016)

In der Schweiz besitzen die von Schindler hergestellten Doppelstock-IC-Wagen (IC 2000), die seit 1997 verkehren, seit einer Modernisierung Ende 2013 (BAHNONLINE.CH 2013, online) ebenfalls einen Familienbereich im Oberdeck des Steuerwagens der Gattung Bt.

Für Kinder wird unter dem Markennamen „Ticki-Park“ eine Erlebnislandschaft im Zug geboten, die aus einer Rutsche, einem Klettergerüst, Höhlen zum Verstecken und weiteren Spielgeräten besteht (Abb. 7.23a-b). Weiters sind eine Anzahl Brettspieltische zu finden, wofür Spielfiguren beim Zug- und Cateringpersonal entliehen werden können (SBB, „FAMILIEN IM ZUG“, online). Unmittelbar angrenzend an den „Ticki-Park“ befindet sich ein Familientisch mit rund angeordneten Sitzen für größere Familien. Die Sitzgruppen beiderseits des „Ticki-Parks“ sind speziell für Familien reservierbar.

Auch dieses Konzept zeichnet sich durch eine aufwendige Gestaltung aus. Die Rückmeldungen der Nutzer zum entwickelten Kinderspielbereich waren überwiegend positiv. Überlegungen, den Kinderspielbereich aufgrund seines Platzverbrauchs im Zug aus ökonomischen Gründen kleiner zu dimensionieren, gab es nicht. Es ist beabsichtigt, auch bei zukünftigen Neuanschaffungen von Fernverkehrswagen ähnliche Kinderspielbereiche zu verbauen (LÜTHY, 2017)



Abb. 7.23a-b Familienbereich „Ticki Park“ der SBB; Quelle: GRANZER (2016)

In **Norwegen** setzt die **NSB** auf zahlreichen Hauptstrecken die von Strømmens Værksted bereits Ende der 1970er-Jahre gebauten **B5-Wagen** ein, deren Untergattung **BC5-3** seit einem Umbau in den Jahren 2008 – 2012 über einen großen Kinderbereich verfügt. Im Gegensatz zu den Beispielen aus Finnland und der Schweiz sind die norwegischen Familienabteile baulich abgetrennt. Geboten wird hier eine Spiellandschaft ähnlich den alten ÖBB-Eurofima-Wagen, allerdings in ein wenig größerer Dimension und auf zwei Ebenen. Im oberen Teil befindet sich eine Kriechröhre, durch die die Kinder einen weiteren Spielbereich erreichen können (Abb. 7.24a-c). Außerdem wird Holzspielzeug geboten.



**Abb. 7.24a-c** Familienbereich NSB (Wagengattung BC5-3)

Quellen: a & c: BICAN (2014), b: HELGELENDINGEN (2012); alle online (Abruf: 13.01.2017)

### 7.2.3 Sanitäreinrichtungen

Aufgrund diverser rechtlicher Rahmenbedingungen (insb. EU-Verordnung 1300/2014 über die technischen Spezifikationen für die Interoperabilität bezüglich der Zugänglichkeit des Eisenbahnsystems der Union für Menschen mit Behinderungen und Menschen mit eingeschränkter Mobilität, vgl. EUR-LEX (2014), online) bzw. entsprechender Empfehlungen entwickeln sich Sanitäreinrichtungen in Zügen in den letzten Jahren dahingehend weiter, dass in der Regel pro Zug mindestens ein barrierefreies WC („Universaltoilette“) verfügbar ist und bestimmte Mindestgrößen für WCs vorgesehen sind. Dies bringt auch Vorteile für Familien: eine Universaltoilette ist rollstuhlgerecht, bietet also **mehr Platz** als eine konventionelle WC-Anlage. Meist ist in ihr auch der **Wickeltisch** untergebracht, der in der Regel **ausklappbar** ist. In manchen Fällen, wie beispielsweise im ICE-T der DB befindet sich der Wickeltisch auch direkt im Familienabteil.

In den **Intercity 2-Zügen in Finnland** sind die Toiletten besonders familienfreundlich ausgestattet. So gibt es dort einen eigenen Topf für Kleinkinder, die nicht auf das große WC passen, weiters ein Gerät zum Erwärmen von Babynahrung (Abb. 7.26).

In den **Regiojet-Zügen in der Slowakei** und in **Tschechien** befinden sich bei den dem Kinderabteil am nächsten gelegenen WCs **Papier- und Frischetücher** in der Toilette.



**Abb. 7.25** Wickeltisch im Familienabteil (ICE-T);  
Quelle: BENKÖ (2016).



**Abb. 7.26** Toilette mit Kinder-WC und Wickeltisch in finnischem Intercity 2  
Quelle: DIETRICH (2016)

### 7.2.4 Exkurs: Serviceeinrichtungen im Flugzeug

---

Die folgenden Beispiele für Serviceeinrichtungen im Flugverkehr sollen einen Eindruck davon vermitteln, wie dort an die Thematik familiengerechten Reisens herangegangen wird.

Bei **Austrian** gibt es ab einer Flugzeit von 3:45 kostenlose Kindermenüs, die Möglichkeit der kostenfreien Mitnahme eines Kindersitzes und den kostenlosen Transport von Kinderwagen bis 10 Kilo (AUSTRIAN, „KINDER AUF REISEN“, online). An Bord gibt es kleine Spielsachen, Malsachen und Puzzles.

Bei der **Lufthansa** erhalten Kinder Spielzeug und ein „Flug-Logbuch“ von der Crew und es wird zusätzliches Bordunterhaltungsprogramm auf Bildschirmen geboten. In First und Business Class erhalten Kinder ein spezielles „Amenity Kit“, das Kinderzahnbürste, Ohrstöpsel und Spielsachen enthält. Über eine App können Bücher heruntergeladen werden (LUFTHANSA, „FLIEGEN MIT KLEINKIND“, online)

Bei **Qatar Airways** werden Kindern Musik, Lernprogramme und Videospiele über das Bordunterhaltungssystem geboten. Babys und Kleinkindern wird zusätzlich zum Priority Check-In ein Set mit Windeln, Babynahrung und einer Babyflasche geboten. Eine eigens designte Lunchbox (vorbuchbar) ist für Kinder verfügbar (QATAR AIRWAYS, „YOUNG TRAVELLERS“, online)

**Gulf Air** bietet als kostenloses Service eine durchgehende Betreuung für Kinder an: die Sky Nanny betreut Familien und Kinder bereits am Boden, hilft beim Gepäcktransport und beim Einsteigen. Während des Fluges werden kostenlose Kindermahlzeiten organisiert und für Babys an Bord mitgeführte Wiegen bereitgestellt (GULF AIR, „SKY NANNY“, online)

Insgesamt ist erkennbar, dass durch die stark eingeschränkte Platzverfügbarkeit und Sicherheitsvorschriften in Flugzeugen in der Regel keine speziellen Infrastruktureinrichtungen für Familien untergebracht werden – diese Möglichkeit bleibt der Bahn vorbehalten. Daher wird in der Regel auf zusätzliche Bordunterhaltung oder Service gesetzt.

## 8 LAST MILE UND MOBILITÄT AM URLAUBSORT

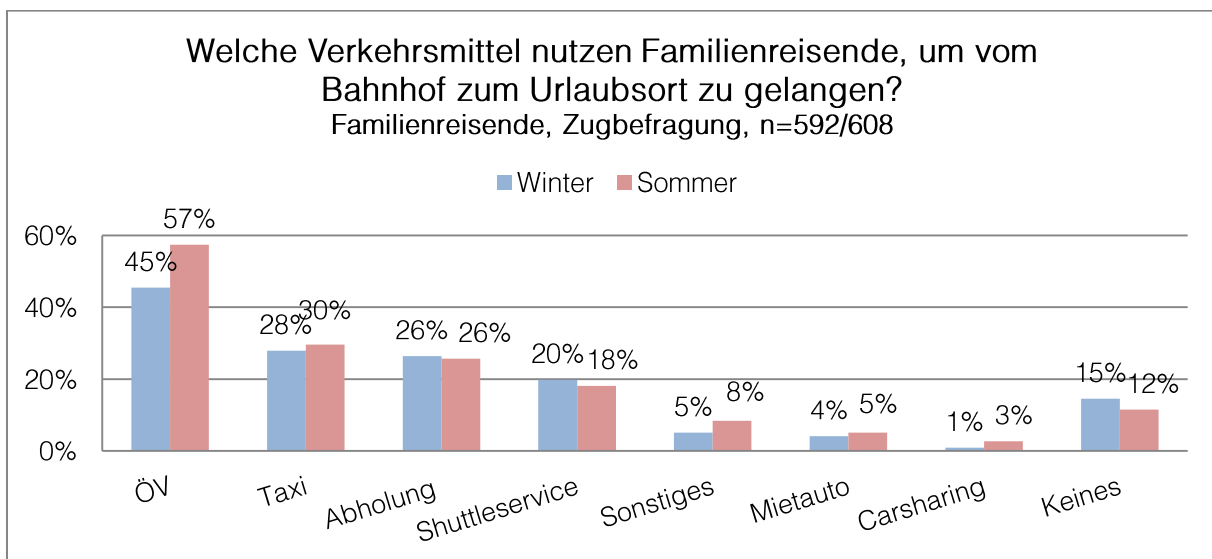
Die **letzte Meile** („Last Mile“) umfasst am Ende der Anreise den Weg von der Haltestelle der Bahn (bzw. des genutzten Verkehrsmittels) zum Zielort sowie am Beginn der Abreise den umgekehrten Weg. Dazwischen liegt der **Aufenthalt am Ziel** und damit die Phase der Mobilität am Urlaubsort.

Die möglichst nahtlose Überbrückung der letzten Meile ist ein zentrales Thema im Tourismusverkehr. 70 % der PKW-Reisenden geben an, vor allem deshalb mit dem PKW anzureisen, um die letzte Meile nicht überbrücken zu müssen und am Zielort der Reise „mobil“ zu sein (SCHOPF/FREY 2012). Da die „letzte Meile“ zumeist in einer (zumindest vor der ersten Anreise) unbekannteren Umgebung zu überwinden ist, sind auch die Mobilitätsangebote am Zielort unbekannter als etwa bei der „ersten Meile“ am Wohnort.

Bahnunternehmen bieten mitunter Lösungen zur Überbrückung der „letzten Meile“ an. Maßgeblich liegt die Zuständigkeit hierfür jedoch in der Hand der Tourismuswirtschaft sowie der lokalen Politik, die Kooperationen mit Mobilitätsdienstleistern initiieren bzw. selbst Mobilitätsangebote schaffen kann (ZECH ET AL., 2013).

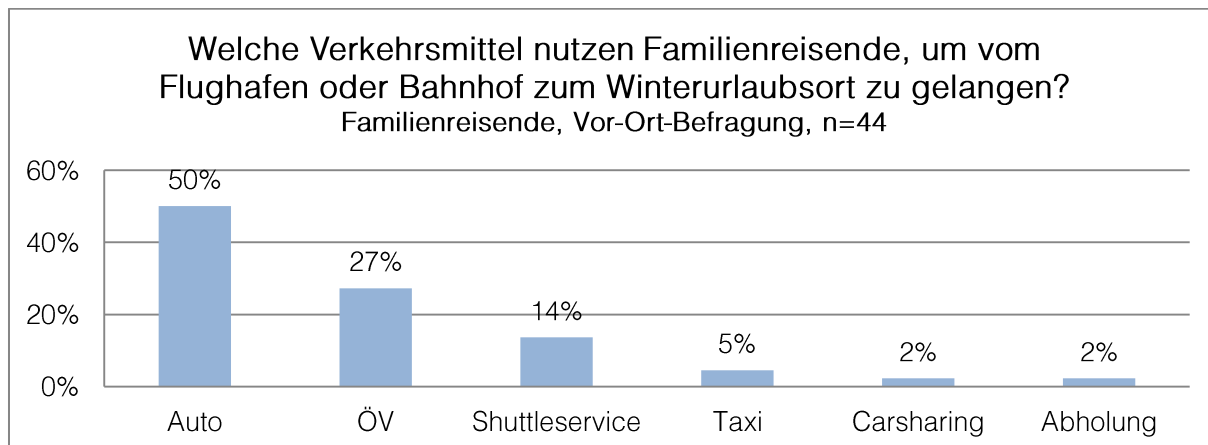
### 8.1 Anforderungen von Familienreisenden

Die Befragung von Bahnreisenden nach der Wahl des Verkehrsmittels für die letzte Meile ergab, dass der ÖV im **Winter** zu **45 %**, im **Sommer** zu **57 %** zur Überwindung der letzten Meile genutzt wird. Ein wesentlich geringerer Teil der Bahnreisenden benutzt das Taxi (ca. 30 %), lässt sich abholen oder nimmt ein Shuttleservice in Anspruch (Abb. 8.1).



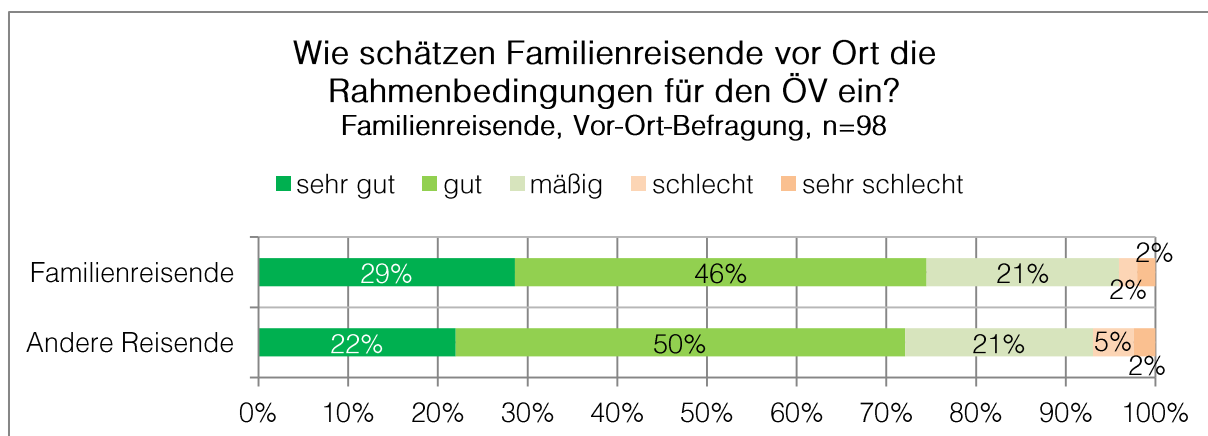
**Abb. 8.1** Verkehrsmittelwahl von Familienreisenden für die letzte Meile (Bahnreisende),  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

Aus der Stichprobe der vor Ort im Winterurlaub befragten Familien wurden zur Vergleichbarkeit jene befragt, die per Bahn, Bus oder Flugzeug angereist sind. Doch auch nach dieser Eingrenzung wird die letzte Meile von der Hälfte der Befragten mit dem Auto (vermutlich überwiegend Mietauto) zurückgelegt, nur 27 % wählen den ÖV (Abb. 8.2).



**Abb. 8.2** Verkehrsmittelwahl vor Ort befragter Familienreisender für die letzte Meile, die mit Bahn, Fernbus oder dem Flugzeug angereist sind (Vor-Ort-Befragungen). Quelle: Eigene Darstellung, Daten gemäß EASY TRAVEL (2016)

Vor-Ort-Reisende wurden (in der Region Ötztal) danach befragt, wie gut sie die Rahmenbedingungen für den öffentlichen Verkehr in der Urlaubsregion einschätzen. Dabei zeigt sich, dass die Rahmenbedingungen für den ÖV überwiegend als gut bis sehr gut eingeschätzt werden (Abb. 8.3).



**Abb. 8.3** Einschätzung der Rahmenbedingungen für den ÖV im Ötztal; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

Bahnreisende wurden auch danach befragt, wie häufig sie die Mobilitätsformen Skibus, Linienbus, eigenes bzw. Mietauto und Taxi nutzen. Die häufigste Nutzung findet sich bei **Skibussen** (40 % mindestens täglich, weitere 29 % mehrmals wöchentlich). Im Vergleich zu diesen knapp 70 % werden **Linienbusse** von 50 % der Fahrgäste genutzt, wobei ledig-

lich 7 % den Linienbus mehrmals täglich benutzen. Der eigene oder fremde PKW wird zu knapp 60 % genutzt (Abb. 8.4).

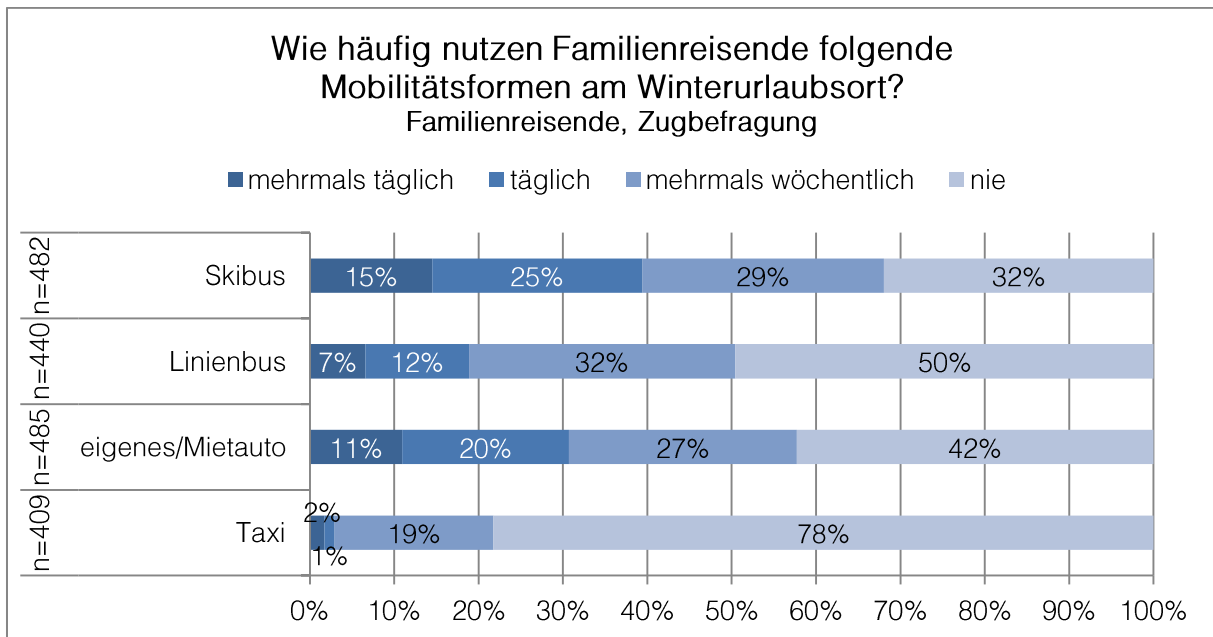


Abb. 8.4 Häufigkeit der Nutzung verschiedener Verkehrsmittel am Winterurlaubsort  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

Im Hinblick auf den öffentlichen Verkehr wurden Familienreisende danach befragt, wie oft der öffentliche Verkehr in Winterurlaubsorten unterwegs sein sollte, um genutzt zu werden. 46 % der Familienreisenden sprachen sich dafür aus, dass öffentliche Verkehrsmittel in Urlaubsregionen mindestens halbstündlich unterwegs sein sollten, 18 % waren der Meinung, dass noch häufigere Verkehre notwendig seien. Nur 15 % sind der Meinung, dass öffentliche Verkehrsmittel genutzt würden, wenn sie mehrmals pro Tag fahren. Daraus lässt sich schließen, dass ein Takt von 30 Minuten und darunter für das Gros der Familien essentiell ist, um den ÖV zur Mobilität am Urlaubsort zu benutzen (Abb. 8.5).

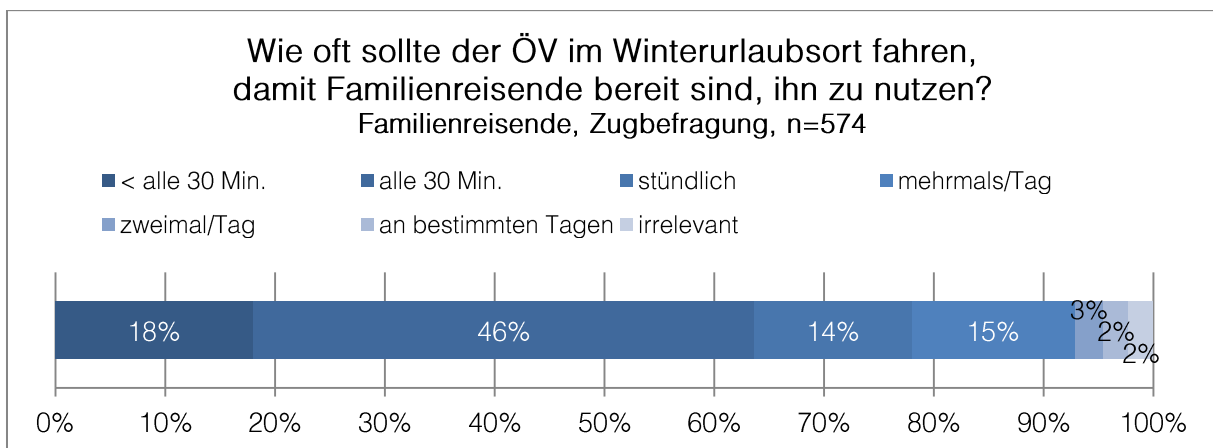


Abb. 8.5 Gewünschte Bedienungshäufigkeit von Winterurlaubsgebieten im ÖV seitens Familien  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)



## 8.2 Benchmark – Angebotsübersicht

---

Im Bereich der Last Mile und der Mobilität am Urlaubsort existieren zahlreiche Referenzprojekte und Best-Practice-Beispiele, die aufgrund des beschränkten Umfangs der Arbeit nicht in ihrer gesamten Bandbreite dargestellt werden können.

Es existieren folgende Einrichtungen zur Überwindung dieser Reisephase:

- **Leihfahrzeuge:** Fahrräder oder Autos (auch E-Carsharing)
- **Shuttlebusse** fahrplanbasiert, abgestimmt auf Bahn oder als Taxidienste
- **Angebote** für öffentlich Anreisende (z.B. Tagesticket ÖV mit Skipassrabatt)
- **Kombinationslösungen** (gesamte Phase von Ausstiegspunkt Anreise über Mobilität bis Einstiegspunkt Abreise abdeckend)

Im Folgenden werden drei besonders herausragende Projekte aus Österreich näher dargestellt. Im Anschluss werden ausgewählte Nebenbahnen sowie Kooperationsangebote von Bahnunternehmen mit Leihfahrrad-/Leihautofirmen vorgestellt.

### SAMO Werfenweng

Die SAMO (Sanft Mobil)-Karte in der Tourismusregion Werfenweng, die zu den Pionieren sanfter Mobilität in Österreich zählt, ist eine „**Kombinationslösung**“ im oben aufgezählten Sinne. Sie ermöglicht eine kombinierte Nutzung von **Last Mile** und **Vor-Ort-Mobilität** mit einer Karte. Die Karte erhält man bei Abgabe des Autoschlüssels für die Dauer des Aufenthalts. Bahnreisende können sich mit dem „Werfenweng-Shuttle“ vom Bahnhof abholen lassen. Allen Kartenbesitzern stehen E- und Erdgas-Autos, Fahrräder und Spaßfahrzeuge (Sonderfahrräder, Segway etc.) zur kostenlosen Nutzung zur Verfügung. Im Winter wird gratis Eislaufen, Langlaufen, ein Rodelverleih, Schneeschuhwandern etc. geboten (WERFENWENG.EU, „SAMO-CARD“, online).

Nach Werfenweng reisen im Winter 78 % der Reisenden per Auto und 9 % per Bahn an. Die niedrige Anzahl der Bahnreisenden kann daran liegen, dass Werfenweng **keinen** direkten Bahnanschluss hat, sondern die Gäste **vom Bahnhof** Bischofshofen **abgeholt** werden (in der benachbarten Tourismusregion Bad Hofgastein reisen 20 % der Gäste per Bahn an). Hinsichtlich der Mobilität vor Ort geben nur 52 % der Autoanreisenden an, den PKW dafür zu benötigen, das Auto wird also öfter für die Zeit des Urlaubs stehen gelassen. (SCHOPF/FREY 2012, 18.)

Insgesamt hat das Projekt in Werfenweng eine **bessere Umwelt- und Lebensqualität** für Einheimische und Gäste sowie ein höhere umweltverträgliche Mobilitätsbewusstsein be-

wirkt. Das Projekt ist überregional bedeutend und hat **Modellwirkung** im In- und Ausland (CIPRA.ORG, „MODELLVORHABEN SAMO“, online)



Abb. 8.6a-b Samo-Karte sowie Beispiele zum Fahrzeugverleih in Werfenweng; Quelle: Tourismusverband Werfenweng, online

## VVV – Skizüge und Skibusse ins Skigebiet

Der Verkehrsverbund Vorarlberg (VVV) bietet während der Winterzeit **spezielle Anreiseangebote** in den Skiurlaub an. Dabei ist herauszuheben, dass Familien bei diesem Angebot nahezu **dasselbe** wie Einzelreisende **bezahlen**, da der zweite Elternteil und Kinder umsonst fahren. Zudem wird bei Anreise mit dem öffentlichen Verkehr **Rabatt auf Liftkarten** sowie Wintersportausrüstung gewährt. Die Beschilderung in der Urlaubsregion ist so gestaltet, dass sie Autoreisende zu Parkplätzen bei Bahnhöfen leitet (beispielsweise in Lochau-Hörbranz), um zum Umsteigen zu bewegen (BMVIT, 2014, 58f.)

### Ihr VVV Ticket ins Skigebiet

**Auszug aus dem VVV Angebot**  
maximo Tagesticket Erwachsene  
13,30 Euro

maximo Tagesticket Familie  
13,30 Euro – Attraktiver Familien-Bonus: ein Elternteil bezahlt den Normalpreis, der zweite Elternteil und unversorgte Kinder fahren gratis. Voraussetzung: gültiges Ticket (Einzel- oder Tagesticket Familie oder nicht übertragbare Jahreskarte ab 160,00 Euro) des mitreisenden ersten Elternteils plus (wahlweise) ÖBB-Vorteilscard Familie oder Vorarlberger Familienpass.

**Tarifinfo**  
Tarifbestimmungen, Tarife und Zonenplan im Fahrplan Vorarlberg oder unter [www.vvmobil.at](http://www.vvmobil.at)

**Achtung: Tagestickets sind immer günstiger als Einzelftikets hin und retour!**

**Reisende aus Deutschland**  
Wir empfehlen die Tageskarte Euregio Bodensee: Infos unter [www.euregiokarte.com](http://www.euregiokarte.com)



Abb. 8.7 VVV-Kombitickets ins Skigebiet für Familien

Quelle: BMVIT (2014)

## Nationalpark Gesäuse: Gesäuse-Sammeltaxi

Das **Gesäuse-Sammeltaxi** (bis 2017: Gseispur) macht Mobilität im Nationalpark Gesäuse ohne Auto möglich. Angeboten wird zum einen ein fahrplanbasierter **Shuttleservice** von/zu den nächstgelegenen Bahnhöfen, in dem der Preis pauschal pro Fahrzeug verrechnet wird. Die ebenfalls angebotenen **Taxis** zum Festpreis ermöglichen es, außerhalb der Bedienzeiten des Shuttles jeden beliebigen Punkt der Region zu erreichen (GSEISPUR.AT, „DAS PROJEKT“, online). Zusätzlich werden ein E-Roller-Verleih sowie eine App angeboten.

## Nebenbahnen als Verkehrsmittel für Vor-Ort-Mobilität

Unter Umständen können auch **Nebenbahnen** erfolgreich Funktionen der Vor-Ort-Mobilität übernehmen. In Folge werden exemplarisch Beispiele dafür genannt.

In manchen österreichischen Urlaubsregionen bieten Nebenbahnen einen **dichten Takt** an, der auch Urlaubern zugutekommt. So bietet beispielsweise die **Zillertalbahn** (Jenbach-Mayrhofen) täglich einen 30-Minuten-Takt von Jenbach ins Zillertal an. Die Bahn wird insbesondere für die Vor-Ort-Mobilität im Sommer genutzt und ist mit der Zillertal Activcard oder dem „Superskipass“ gratis zu benutzen. (ZILLERTAL, „AKTIVCARD“, online)

Die **Südtiroler Strategie** versucht, die Gemeinden dazu zu bringen, umweltfreundliche Mobilität zu vermitteln. So werden die **Websites** der Gemeinden mit **Bezug zur Bahn** ausgestattet, es findet eine Mobilitätsberatung statt, die Gemeinden übernehmen die Erhaltung und Pflege von Haltestellen und stellen Fahrradabstellplätze bereit. Mit dem Südtirol Pass (vgl. Kapitel 5.1.2.) sind fast alle Verkehrsmittel des Landes kostenlos zu benutzen.

Die **Usedomer Bäderbahn** in Norddeutschland wird seit 1995 als Pilotprojekt für die Regionalisierung von Nebenbahnen geführt. 70 % der Fahrgäste der Bahn sind Feriengäste. Auf **Kundendienstpersonal** beim Fahrscheinverkauf wird besonders Wert gelegt, es gibt Reisezentren, Schalter und Personal im Zug, das auch **Informationen über touristische Angebote** leistet. Für die Bahn wird Werbung in Hotels betrieben, die teilweise auch Fahrkarten verkaufen. Damit möchte man TouristInnen, die mit der Bäderbahn nicht vertraut sind, unterstützen. Die Fahrkarten selbst sind aufwendig gestaltet und werden von Fahrgästen gern als Souvenir mitgenommen. Während der Bädersaison existiert ein Halbstundentakt (KNOLL 2016).

## Kooperationsangebote von Bahnunternehmen

Zur Überbrückung der Last Mile bieten manche Bahnunternehmen **Kooperationen** mit Leihauto-/Leihfahrradfirmen an.

In **Österreich** bieten die **ÖBB** reduzierte Gebühren für Carsharing in Kooperation mit **Zipcar** an. Hiefür muss die Vorteils-card mit einer Carsharing-Funktion ausgestattet werden. Zipcars können in Landeshauptstädten sowie einigen größeren Orten gemietet werden. Weiters wird von der ÖBB seit 2017 im regulären Betrieb das Service **„rail&drive“** angeboten, das Betriebsfahrzeuge der ÖBB verleiht. Allerdings ist das Service momentan nur an größeren Bahnhöfen verfügbar (ÖBB, „RAIL AND DRIVE“, online)

Zudem verfügt die ÖBB über eine Kooperation mit dem Leihfahrradanbieter **nextbike**, der in Niederösterreich und dem Burgenland 60 Fahrradstationen betreibt, die sich für Tagesausflüge oder One-Way-Distanzen eignen (WIESPEINER, 2016).

In **Deutschland** betreibt die **DB** ein eigenes Carsharingunternehmen: **Flinkster** bietet stunden- bis monatsweise Carsharingbuchung von konventionellen und Elektroautos. Kunden mit BahnCard können sich kostenlos registrieren, der Preis wird aus Stunden- und km-Satz ermittelt. Auch in der Schweiz und in den Niederlanden befinden sich Standorte. (DB, „EINFACH FLINKSTER“, online). In verschiedenen Städten bietet die DB „call a bike“, ein Leih-radsystem, zur Überwindung der letzten Meile an.

---

## 9 GEPÄCK ENTLANG DER REISEKETTE

---

Ein wesentlicher Einflussparameter für Reisen mit der Bahn ist das **Gepäck**. Hinsichtlich der **Art des mitgenommenen Gepäcks** ist der generelle Trend zu beobachten, dass selbst transportierbares Gepäck, insbesondere Trolleys oder Rucksäcke, immer öfter zur Anwendung kommen und schwerer zu transportierende Koffer und Reisetaschen verdrängen (FLEXICOACH 2014, 28.)

Der **Umfang** und die Anzahl des mitgenommenen Gepäcks hängen indes vom Reisezweck, dem Alter und der Gruppengröße der Reisegruppe ab (RÜGER 2004, 103; PLANK 2008, 36). So nehmen Reisende, die auf mehrtägige Urlaubs- und Privatreisen fahren, im Vergleich mehr Gepäck mit als Reisende, die mehrtägige Dienstreisen oder private Kurzreisen absolvieren (PLANK 2008, 29). In Bezug auf Alter und Gruppengröße der Reisenden ist festzustellen, dass bei zunehmendem Alter bzw. bei mehreren Zusammenreisenden die durchschnittliche Anzahl des Reisegepäcks pro Person sinkt (RÜGER 2004, 104). So führen Alleinreisende um 30 % mehr Gepäck mit sich als zu zweit Reisende pro Person. Grund dafür ist, dass Reiseartikel bei zusammen Reisenden geteilt werden und insgesamt weniger Gepäck anfällt (RÜGER 2004, 85).

### 9.1 Anforderungen von Familienreisenden

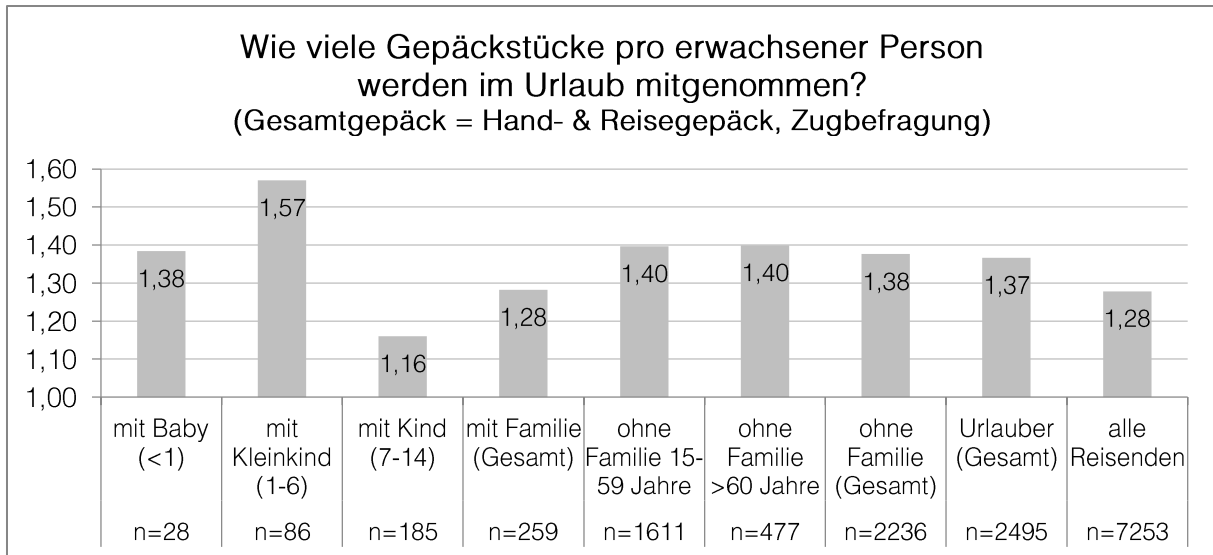
---

#### 9.1.1 Gepäckumfang bei Familienreisen

---

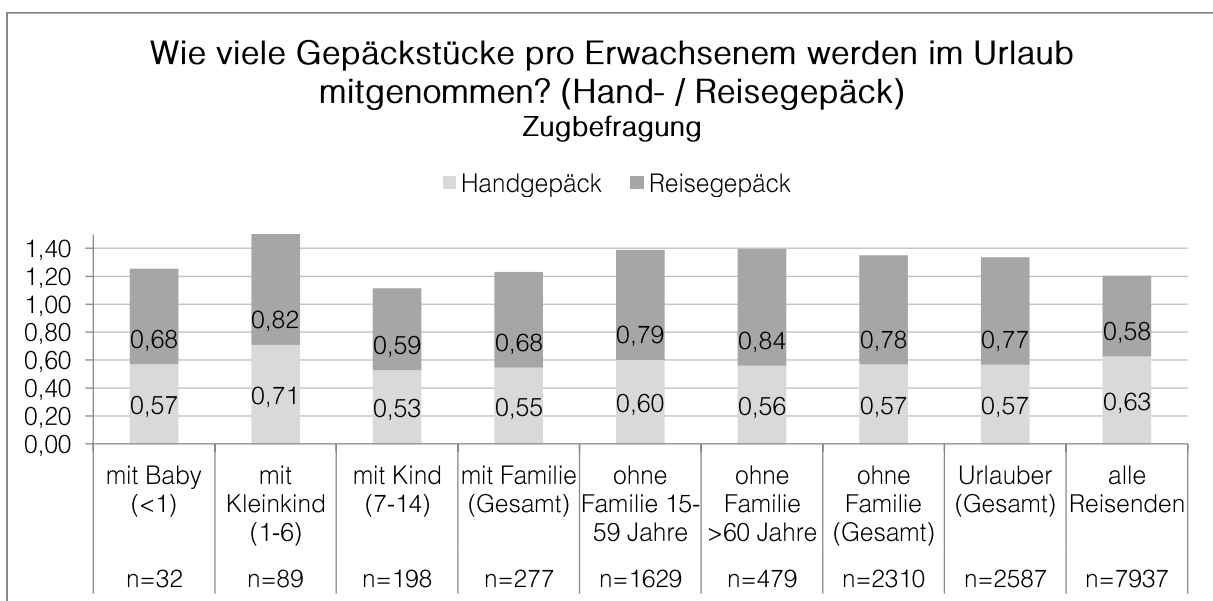
Wie bereits oben erwähnt, wird bei Familien bedeutend mehr **geteilt** als bei anderen Gruppen. Daraus könnte nun einerseits geschlossen werden, dass bei Familien generell weniger Gepäck pro Person anfällt, andererseits ist nicht zu vergessen, dass bei Familien mit kleineren Kindern durch die Mitnahme eines Kinderwagens, großer Spielsachen oder von Babywindeln rasch ein größerer Gepäckumfang entsteht.

Letztere Annahme wird durch die Ergebnisse der Befragungen im Projekt GEPÄCKLOS untermauert (vgl. Abb. 9.1): Es zeigt sich, dass Reisende **mit kleinen Kindern** mit 1,38 Gepäckstücken pro Person **mehr Gepäck** mitnehmen als **durchschnittliche Urlaubsreisende** (1,37 Gepäckstücke pro Person). Ein noch auffälligerer Unterschied tritt bei Kleinkindern (1-6 Jahre, 1,58 Gepäckstücke pro Person, Abb. 9.1) auf, was durch die besonderen Bedürfnisse bei Ernährung, eventuellem Windelwechsel, größeres Spielzeug und anderem Unterhaltungsmaterial zu erklären ist. Da viele dieser Utensilien bei älteren Kindern nicht mehr benötigt werden, die Dimensionen der Kleidung etc. aber noch nicht die von Erwachsenen erreicht haben, ist dort auch die Anzahl der Gepäckstücke pro Person geringer.



**Abb. 9.1** Anzahl mitgenommener Gepäckstücke pro Erwachsenen bei Urlaubsreisenden  
Quelle: Eigene Darstellung, Daten aus GEPÄCKLOS (2014).

Eine nachfolgende Untersuchung unter **Trennung** von **Handgepäck** (kleiner Rucksack, Handtasche, Einkaufstasche) und **Reisegepäck** (Koffer, Trolley, Reisetaschen, große Rucksäcke) zeigt, dass Urlauber generell einerseits bedeutend mehr Reisegepäck mitnehmen als Handgepäck (0,77 Stück Reisegepäck pro Person vs. 0,57 Stück Handgepäck), dass aber auch Familien insbesondere mit kleinen Kindern mehr Reisegepäck mitnehmen (müssen) als der Durchschnitt (vgl. Abb. 9.2). Gemeinsam mit Kinderwagen, ggf. Wintersportgeräten und dann natürlich noch den Kindern selber ergibt das eine wesentlich **höhere Belastung für Familienreisende** als für Urlaubsreisende ohne Kinder. Das Verhältnis Handgepäck zu Reisegepäck verändert sich indes nicht.



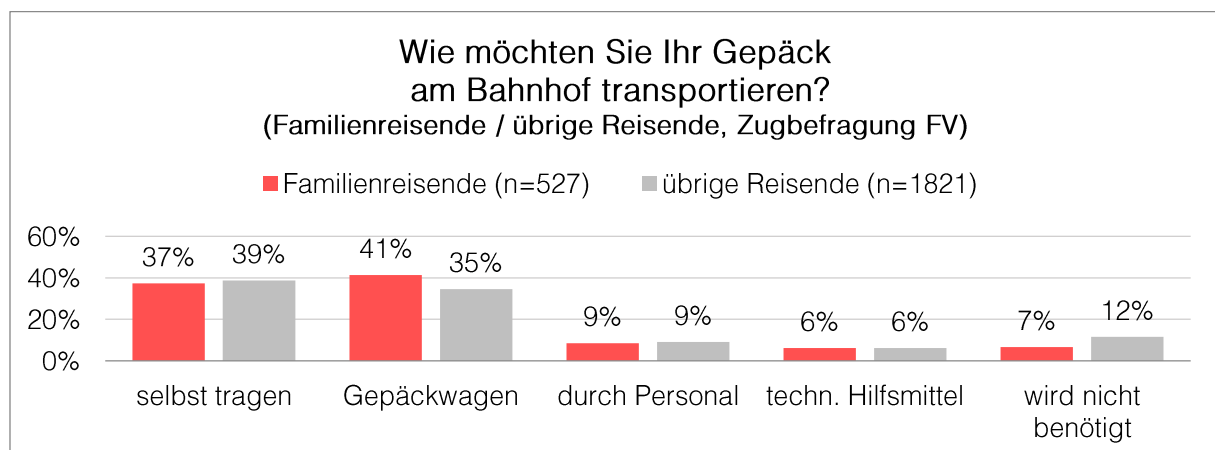
**Abb. 9.2** Anzahl mitgenommener Gepäckstücke pro Erwachsenen bei Urlaubsreisenden  
Quelle: Eigene Darstellung, Daten aus GEPÄCKLOS (2014).

## 9.1.2 Gepäcktransport am Bahnhof und im Zug

### Gepäcktransport am Bahnhof

Während des Aufenthalts am Bahnhof ist zumindest vom Ausstiegspunkt des Anreiseverkehrsmittels bis zum Bahnsteig ein Fußweg zurückzulegen. Dabei transportieren die Reisenden ihr Gepäck derzeit in der Regel selbst. Eine Erleichterung stellt die mittlerweile hohe Anzahl an rollbaren **Trolleys** dar (laut PLANK 2008, 25 liegt das Verhältnis Trolley zu Koffer bei 94 % zu 6 %), die vergleichsweise einfach selbst zu befördern sind. **Kofferkulis** für den Gepäcktransport an Bahnhöfen wurden in Österreich (vgl. DIE PRESSE, 2016b), der Schweiz und Deutschland deutlich reduziert bzw. **abgeschafft**.

Bei der Untersuchung der Präferenzen von Familienreisenden hinsichtlich des Gepäcktransports am Bahnhof zeigt sich allerdings, dass **nur 37 %** der Familienreisenden es bevorzugen, das Gepäck **selbst zu tragen** bzw. zu rollen (Abb. 9.3). Immerhin **41 %** der Familienreisenden wünschen, das Gepäck mit Gepäckwagen (**Kofferkulis**) zu transportieren. Im Vergleich zu anderen Reisenden (35 %) wird dieses Service besonders von Familienreisenden gewünscht, was mit der größeren Anzahl von Gepäckstücken und den ebenfalls zu beaufsichtigenden Kindern erklärt werden könnte. Nur 7 % der Familien benötigen keinen Gepäcktransport am Bahnhof (andere Reisende: 12 %). Es ist somit ein gewisser Bedarf an Einrichtungen zum Gepäcktransport insbesondere bei Familienreisenden erkennbar.



**Abb. 9.3** Präferenzen bei Gepäcktransport am Bahnhof; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

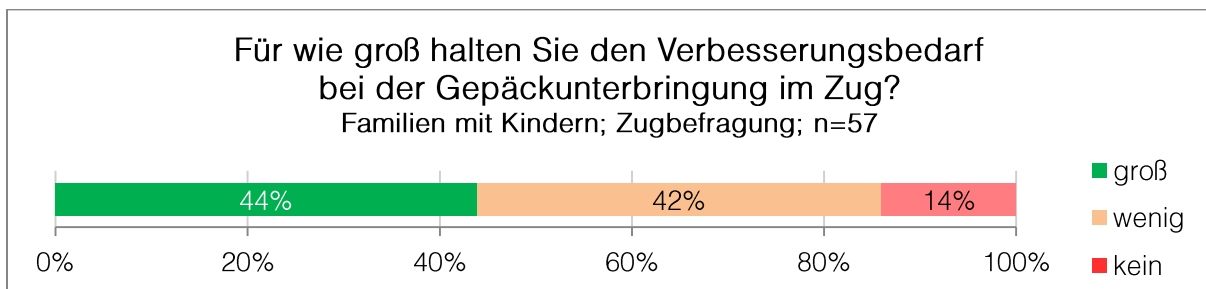
### Gepäcktransport im Zug

Das Gepäck kann in allen Fernverkehrszügen abhängig von der Konstruktion des Fahrzeuginnenraums auf **verschiedene Weise untergebracht** werden (vgl. Kapitel 9.2.2.). Im Wesentlichen gibt es drei konventionelle Arten der Unterbringung: Gepäckrack, Überkopfablage und hinter/unter den Sitzen. Die gängigste Form der Unterbringung ist die Über-

kopfablage, die den Nachteil hat, dass das Gepäck vom Reisenden **über Kopfhöhe gehoben** werden muss, was insbesondere für mobilitätseingeschränkte Fahrgäste mit viel Gepäck, also u.U. auch Familien, **störend** sein kann. Bis zu 50 % des Gepäcks werden **nicht ordnungsgemäß** in Überkopfablagen untergebracht. Die Gepäckstücke liegen dann oft auf Sitzen bzw. stehen am Gang. (CIS 2009, 48f.).

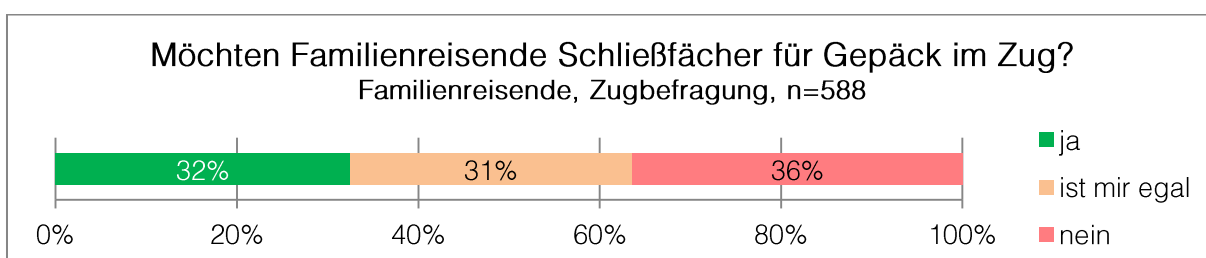
Die Unterbringung in **Gepäckracks** ist zwar ebenso platzsparend, bringt aber mit sich, dass die Fahrgäste oft nicht unmittelbar bei ihrem Gepäck sitzen und **keinen Sichtkontakt** dazu haben. Von Fahrgästen besonders gern genutzt wird Platz hinter den Sitzen, was sich besonders bei aneinandergrenzenden Rückenlehnen anbietet. Diese Unterbringung ermöglicht es, das Gepäck **ohne Heben dennoch bei sich** und nicht störend abgestellt zu haben (PLANK 2008, 50f.).

Familien sehen bei der **Gepäckunterbringung** im Zug zu insgesamt 86 % Verbesserungspotential, wobei 44 % großes Verbesserungspotential empfinden. In der Fokusgruppe wurde hierzu angemerkt, dass es vor allem zu Stoßzeiten an Abstellflächen mangle und eine große Zahl an Gepäckstücke störend abgestellt sei. (Abb. 9.4., FOKUSGRUPPE, 2017)



**Abb. 9.4** Verbesserungsbedarf bei Gepäckunterbringung im Zug; Quelle: Eigene Darstellung, Eigene Befragung 2016

Im Hinblick auf das Verstauen des Gepäcks im Zug wurde die Bereitschaft, **Schließfächer** im Zug zu benutzen, untersucht. Die Erhebung zeigt, dass die Meinungen von Familienreisenden hinsichtlich dieses Services auseinandergehen und jeweils etwa ein Drittel der Befragten Schließfächer in Fernverkehrszügen befürwortet, nicht benötigt oder der Thematik neutral gegenüber steht (Abb. 9.5).



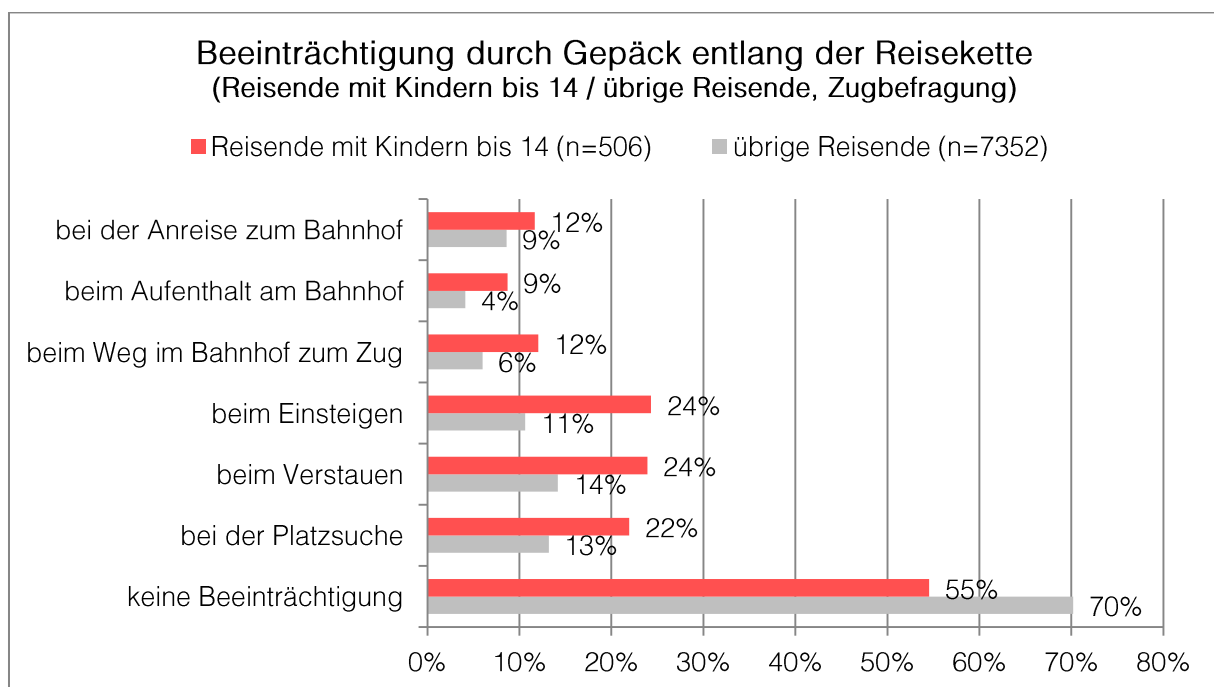
**Abb. 9.5** Bedürfnis von Familienreisenden nach Schließfächern für Reisegepäck; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)



### 9.1.3 Beeinträchtigungen durch Reisegepäck

Wie in Kapitel 9.1.1. beschrieben, nehmen Familien mit (kleinen) Kindern mehr Gepäck mit als andere Reisende und sind daher mit zusätzlichen Herausforderungen konfrontiert. Es liegt daher nahe, zu erheben, wie stark die **Beeinträchtigung** von Familienreisen durch **Gepäck** ausfällt. Während 70 % aller Reisenden sich durch die Gepäckmitnahme nicht beeinträchtigt sehen, trifft das nur auf 55 % der Familien mit Kindern bis 14 Jahren zu. Nahezu die Hälfte der Familienreisenden fühlt sich also durch Gepäck beeinträchtigt (vgl. Abb. 9.6).

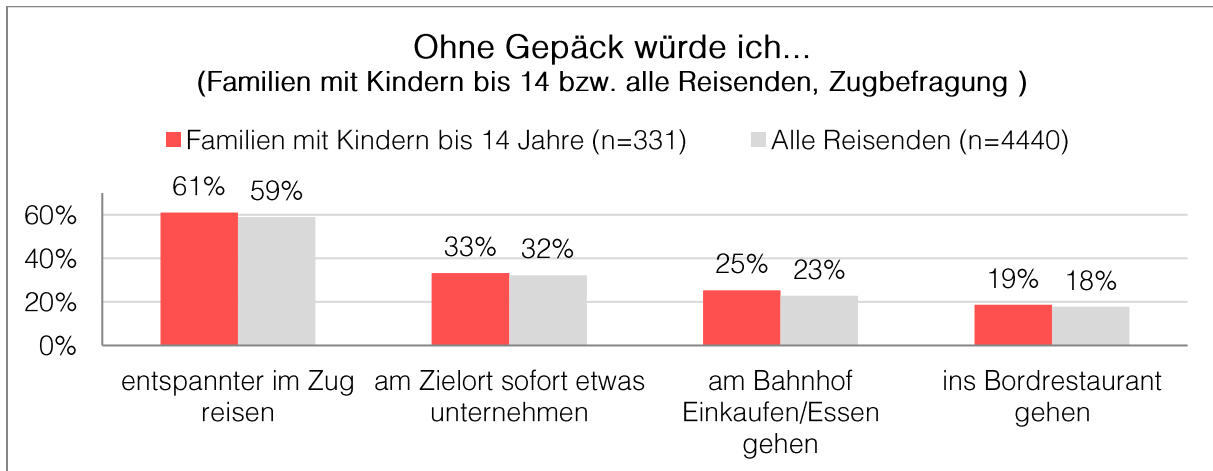
Die untenstehende Abb. 9.6 gibt Auskunft darüber, bei welchen Etappen der Reisekette die größten Beeinträchtigungen bei Familien bzw. anderen Reisenden auftreten. Besondere Beeinträchtigungen für Familien bzw. andere Reisende treten auf Wegen innerhalb des Bahnhofs (vgl. Kapitel 6.2.1.), des Fahrgastwechsels sowie der Platzsuche auf (vgl. Kapitel 7.1.1.). Die größte Beeinträchtigung ist in der Etappe rund um das **Ein- und Aussteigen** in bzw. aus dem Zug zu sehen.



**Abb. 9.6** Beeinträchtigung von Familienreisenden / anderen Reisenden durch Gepäck  
Quelle: Eigene Darstellung, Daten aus GepäckLOS (2014).

Aus Abb. 9.7 ist ersichtlich, was die Reisenden **tun würden**, wenn sie durch Gepäck **weniger eingeschränkt** wären. Bei dieser Frage waren keine nennenswerten Unterschiede zwischen Familien und anderen Reisenden feststellbar. Knapp zwei Drittel der Fahrgäste gaben an, sie würde entspannter im Zug reisen. Etwa ein Drittel der befragten Personen würde **die Zeit nutzen**, um am Zielbahnhof gleich etwas zu **unternehmen**, statt das Gepäck ins Hotel zu bringen. Ein Viertel der befragten Fahrgäste würde die Zeit, am Bahnhof zu

essen oder einzukaufen, besser ausnützen. 20 % der Fahrgäste würden ohne Gepäck das Bordrestaurant besuchen. Von wegfallendem Gepäcktransport würden also neben der Wirtschaft am Ausgangs- und Zielbahnhof auch die Betreiber des Bordrestaurants profitieren.

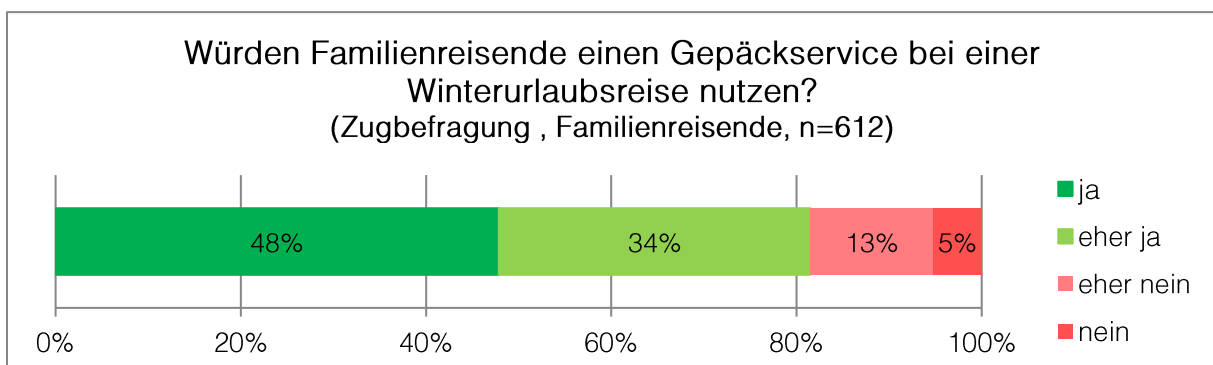


**Abb. 9.7** Alternative Tätigkeiten von Familien mit Kindern bis 14 Jahren & anderen Fahrgästen, wenn sie nicht auf Gepäck angewiesen wären; Quelle: Eigene Darstellung, Daten aus GEPÄCKLOS (2014)

#### 9.1.4 Gepäckserviceleistungen

Wie weiter unten angeführt, bieten zahlreichen Bahnunternehmen, u.a. ÖBB, DB und SBB, **Gepäckserviceleistungen** an, bei denen das Gepäck über die gesamte Mobilitätskette vom Start- bis zum Zielort **getrennt von den Reisenden** transportiert wird.

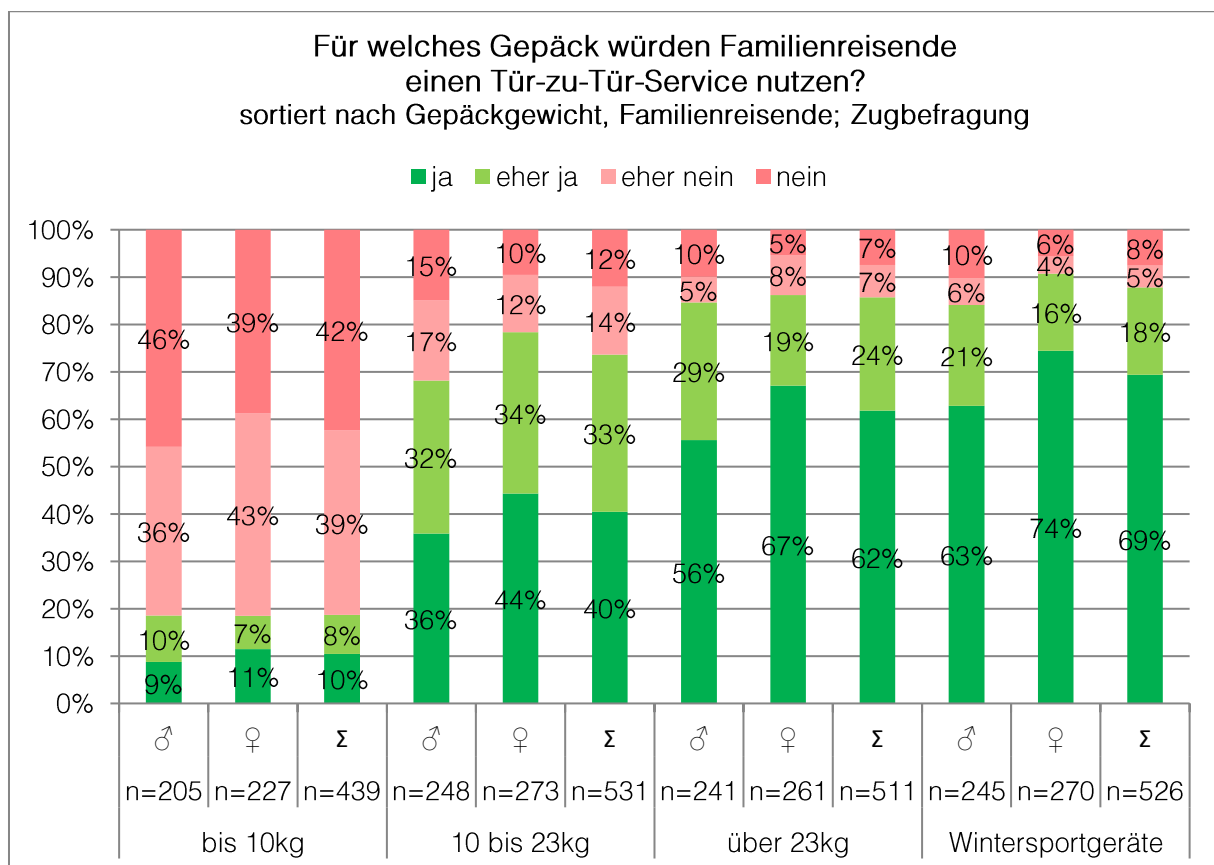
Derzeit nutzen zahlreiche Reisende dieses Service hauptsächlich aufgrund mangelnder **Bekanntheit** nicht (FOKUSGRUPPE, 2017; DER STANDARD, 2017). Befragt danach, ob Familienreisende einen solchen Service bei einer Winterurlaubsreise nutzen würden, gab fast die Hälfte aller Familienreisenden (48 %) an, einen solchen Service **jedenfalls** nutzen zu wollen. Weitere 34 % würden einen solchen Service **eher** nützen. Somit besitzen 80 % der Familienreisenden grundsätzliche Bereitschaft zum Nutzen von Gepäckserviceleistungen im Winterurlaub (vgl. Abb. 9.8).



**Abb. 9.8** Bereitschaft zur Nutzung eines Gepäckservices bei Familien; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016)

Die Bereitschaft zum **Heben oder Verstauen** des Gepäcks **nimmt** mit dem **Gewicht** des Gepäcks sowie Alter und Geschlecht der Reisenden **ab** (RÜGER 2004, 153; FLEXICOACH 2014b, 40f.).

Untenstehende Abb. 9.9 zeigt nun, dass auch die Nutzungsbereitschaft von Gepäckserviceleistungen nach **Art des Gepäcks differiert**. Dazu wurde die Nutzungsbereitschaft von Gepäckserviceleistungen bei Familienreisenden getrennt nach Gepäckgewichtsklassen abgefragt (bis 10 kg, bis 23 kg, über 23 kg). Zusätzlich wurde die Bereitschaft abgefragt, Wintersportgeräte per Gepäckservice zu verschicken. Aus der Grafik ist ersichtlich, dass nur eine Minderheit der Familienreisenden präferiert, leichte Gepäckstücke (bis 10 kg) separat zu verschicken. Ein substantieller Teil der Familienreisenden (etwa 70 %) gibt an, auch **mittleres Gepäck ab 10 kg Gewicht** (eher) mittels Gepäckservices versenden zu möchten. Diese Werte steigen bei schweren Gepäckstücken und Wintersportgeräten auf über 80 % an. Die geschlechtergetrennte Ansicht ermöglicht die Erkenntnis, dass mit Familie reisende Frauen in allen Gepäckklassen tendenziell eher einen Gepäckservice in Anspruch nehmen würden als Männer. Insgesamt kann eine starke Nutzungsbereitschaft von Gepäckserviceleistungen bei Familien für alle Gepäckstücke bejaht werden, die über Handgepäcksgewicht (10 kg) hinausgehen.



**Abb. 9.9** Bedarf an Gepäckserviceleistungen nach Gepäckgewichtsklasse und Geschlecht der Familienreisenden. Quelle: Eigene Darstellung nach EASY TRAVEL (2016).

### 9.1.5 Reisende mit Kinderwagen

Familienreisende mit jüngeren Kindern nehmen oft einen Kinderwagen mit in den Zug. Die Auswertung der Daten aus GepäckLOS (2014) zeigt, dass etwa die Hälfte der Fahrgäste mit Babys einen Kinderwagen auf die Reise mitnimmt. Dies ergibt einen Anteil von etwa 1,1 % aller Fahrgäste oder 13 % der Familienreisenden.

Reisende mit Kinderwagen haben eine ganze Reihe von **besonderen Bedürfnissen**. So kann ein Reisender mit Kinderwagen – womöglich sogar mit Kind darin – Höhenunterschiede **nicht einfach durch Stufen** überwinden. Am Bahnhof stehen mittlerweile fast überall **Aufzüge** zur Verfügung, viele Fernverkehrszüge sind aber konstruktionsbedingt in Hochbauweise ausgeführt. Zahlreiche Neubaufahrzeuge wie beispielsweise der österreichische railjet besitzen zwar einen integrierten Hebelift, der sich aber primär an Rollstuhlfahrer richtet, an einem Wagen der ersten Klasse situiert ist und vom Zugpersonal in Gang gesetzt werden muss, was Zeitaufwand während einer in der Regel kurzen Haltezeit bedeutet. Daher bleibt vielen Reisende mit Kinderwagen nur, diesen mit Unterstützung anderer Fahrgäste **in den Zug zu heben** (FOKUSGRUPPE, 2017).

Jede zweite Person, die mit Kinderwagen einen Zug besteigen muss, wünscht sich **Unterstützung** durch ein technisches Hilfsmittel (RÜGER 2010, 45). 70 % der Fahrgäste mit Kinderwägen wünschen sich **Unterstützung** durch **Personal** (RÜGER 2010, 44).

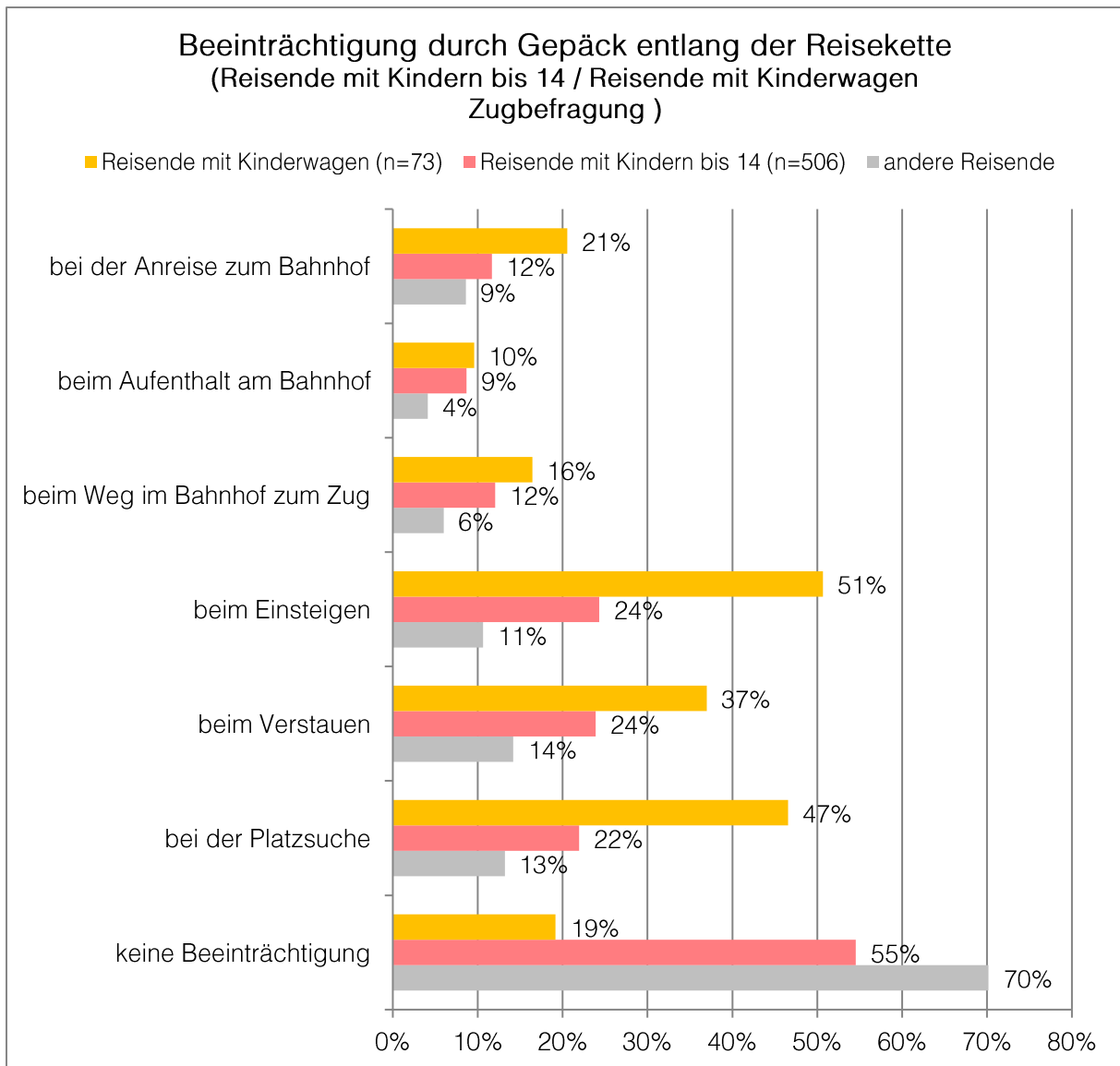
Ist der Kinderwagen einmal im Zug, gilt es, den Abstellplatz zu finden und zu erreichen, der sich meist in der Nähe der Kinderspielabteile befindet. Oftmals ist das wegen zu schmaler Durchgangsbreiten nicht möglich und der Kinderwagen muss im Zug – in der Regel behindernd – abgestellt werden (FOKUSGRUPPE, 2017).

*„Im railjet ist das leider suboptimal gelöst. Die Kinderwagenplätze sind meistens belegt und dann steht er im Weg herum. Im ICE kann man bei jeder Tür mit dem Kinderwagen einsteigen, es ist Platz zum Durchgehen und ausreichend Abstellmöglichkeit.“*



*Mutter, 2 Kinder (1 und 3 Jahre), gelegentliche Bahnbenutzerin*

Vor diesem Hintergrund ist das in Abb. 9.10 gezeigte Ergebnis erklärbar: Reisende mit Kinderwagen haben eine **bedeutend höhere Beeinträchtigung** durch Gepäck vor allem beim Einsteigen und der Platzsuche als Familienreisende oder sonstige Reisende.



*Abb. 9.10* Beeinträchtigung von Fahrgästen mit Kinderwägen durch Gepäck; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von GepäckLOS (2014)

## 9.2 Benchmark – Angebotsübersicht

---

### 9.2.1 Unterbringung des Gepäcks am Bahnhof

---

In **Österreich** gibt es an größeren ÖBB-Bahnhöfen die Möglichkeit der **Gepäckaufbewahrung** in Schließfächern. Die Verfügbarkeit der Schließfächer und deren Anzahl ist über die Bahnhofsinformation online vorab überprüfbar (ÖBB, „BAHNHOFSINFORMATION“, online)

In **Deutschland** gibt es an zahlreichen DB-Bahnhöfen Münz-Gepäckschließfächer sowie an größeren Bahnhöfen personenbediente Gepäckaufgabestellen („DB Gepäckcenter“). Das Vorhandensein, nicht aber die Größe und der Preis der Schließfächer ist online abrufbar. (DB, „Bahnhofsinformation“, online). DB Lounges können mit bahn.bonus.comfort-Karte (Vielfahrerkarte) oder mit 1. Klasse-Ticket o.ä. betreten werden (DB, „BAHN BONUS COMFORT“, online).

In der **Schweiz** gibt es an zahlreichen SBB-Bahnhöfen **personenbediente Gepäckaufgaben** und **Gepäckschließfächer**, an denen mit Münzen oder Kreditkarte bezahlt werden kann. Orte, Gebühren und Öffnungszeiten sind online abrufbar (vgl. für Zürich HB: SBB, „BAHNHOF ZÜRICH“, online)

In anderen Staaten (Frankreich, Spanien, Italien) existieren aus Sicherheitsgründen keine Gepäckschließfächer, sondern nur mehr (in geringerer Dichte) personenbediente Gepäckaufgabestellen.

### 9.2.2 Unterbringung des Gepäcks im Zug

---

In **Österreich** bieten die railjets der ÖBB **Gepäckcracks** und **Überkopfablagen** für die Unterbringung von Gepäckstücken. Die Möglichkeit, das Gepäck zwischen oder hinter den Sitzen zu deponieren, besteht aufgrund der vorherrschenden Reihenbestuhlung nur **selten**. CIS (2009, 51) ermittelte für den mittlerweile außer Betrieb gestellten Triebzug 4010 aufgrund dessen breiter Sitzabstände die meisten Möglichkeiten des Deponierens von Gepäck zwischen, hinter oder unter den Sitzen.

Beim privaten Unternehmen **Westbahn** werden **Kabel mit Schließeinrichtung** angeboten, durch die größere Gepäckstücke versperrbar deponiert werden können. Aufgrund der beschränkten Höhe befinden sich in den Doppelstockzügen sehr kleine Überkopfablagen, in denen nur eine Jacke oder Aktentasche untergebracht werden kann.

In **Deutschland** bieten manche ICE-Triebzüge ebenfalls die Möglichkeit versperrbarer Gepäckkabel (nach dem Einkaufswagenprinzip). Ansonsten herrschen auch dort Überkopfablagen und Gepäckcracks vor.

In **Finnland** besteht in den dortigen IC-Triebzügen die Möglichkeit der Gepäckunterbringung in Schließfächern in der Nähe der Türen des Fahrzeugs.

### 9.2.3 Gepäckserviceleistungen

---

Wie bereits beschrieben, stellt die Gepäckmitnahme für Familien mitunter ein großes Hindernis dar, die Bahn als Reiseverkehrsmittel im Urlaubsverkehr zu nutzen. Haus-zu-Haus-Gepäck-Serviceleistungen können hier Abhilfe schaffen.

In **Österreich** bieten die **ÖBB** das Angebot **Haus-Haus-Gepäck** (ÖBB, „HAUS-HAUS-GEPÄCK“, online) für Zustellungen von Adresse zu Adresse ins Inland oder nach Deutschland, Schweiz und Südtirol an. Abholung und Zustellung erfolgen werktags außer Samstag in einem Zeitfenster von 8 bis 17 Uhr, die Zustellung dauert einen Werktag (Ausland: 3 Werktage). Der Preis für einen Koffer beträgt € 19,40 (Ausland: € 39), Kinderwagen und Buggys gelten wie Ski als Sondergepäck und kosten € 29,40 (Ausland: € 49).

In **Deutschland** heißt das vergleichbare Angebot **DB Gepäckservice** (DB, „DB GEPÄCKSERVICE“, online) Zugestellt wird von Adresse zu Adresse ins Inland oder nach Österreich, Italien und die Schweiz. Auch an Flughäfen sowie Kreuzfahrtschiffe kann zugestellt werden. Abholung und Zustellung erfolgen werktags in einem unverbindlichen 4-Stunden-Zeitfenster von 8 bis 18 Uhr. Gegen Aufpreis kann ein verbindliches 3-Stunden-Zeitfenster gewählt werden. Die Zustellung dauert 2 Werktage (Ausland: 4-6 Werktage). Der Preis für einen Koffer oder Kinderwagen (zählt als Normalgepäck) beträgt € 17,50 (Ausland: ab € 29,90). In Deutschland ist eine Online-Sendungsverfolgung per Auftragsnummer sowie eine Online-Buchung des Gepäckservices möglich.

In der **Schweiz** werden von den **SBB** diverse Gepäckserviceleistungen (SBB, „REISE-UND FLUGGEPÄCK – PRODUKTVERGLEICH“, online) angeboten. Das Gepäck kann wahlweise an personenbedienten Bahnhöfen („Reisegepäck“) abgegeben oder an einer Schweizer Adresse („Reisegepäck Tür zu Tür“) abgeholt werden. Die Zustellung erfolgt schweizweit oder nach Deutschland. Aufgabe, Abholung und Zustellung erfolgen täglich zu je nach Ort unterschiedlichen Uhrzeiten. Zugestellt wird bei Abgabe am übernächsten, bei Abholung am nächsten und bei Wahl einer Express-Zustellung am gleichen Tag. Der Preis pro Gepäckstück beträgt einheitlich 12 CHF, je nach Angebotswahl kommt eine Sendungspauschale in Höhe von 0 bis 80 CHF hinzu. Auch Kinderwagen werden (unverpackt) befördert (SBB, 2010, ALLGEMEINER GEPÄCKTARIF, online). Beim Verreisen mit dem Flugzeug kann über die Angebote „Fluggepäck“ und „Fluggepäck Tür zu Tür“ das Reisegepäck vom Bahnhof oder der Wohnadresse bis zum Abflug- oder Zielflughafen (je nach Fluglinie) transportiert werden.

---

## 10 SCHLUSSFOLGERUNGEN

---

In diesem Kapitel werden die zentralen Schlussfolgerungen vorgestellt. Zunächst werden wichtige Forschungsergebnisse für die einzelnen Reisephasen gezeigt (Kapitel 10.1.) und daraus anschließend ausgewählte Handlungsempfehlungen abgeleitet (Kapitel 10.2.).

### 10.1 Forschungsergebnisse

---

#### 10.1.1 Entscheidungsphase

---

Um die Anreise mit der Bahn für Familien attraktiver gestalten zu können, ist es notwendig, zu wissen, warum (nicht) mit der Bahn verreist wird. Zu diesem Zwecke wurden in **Kapitel 4** in Anlehnung an die Literatur ausgewählte Determinanten der Verkehrsmittelwahl untersucht und folgende Ergebnisse ermittelt:

Familien fahren in der Regel **mit dem Auto** in den Urlaub – etwa 80 % der touristischen Reisen von Familien werden mit dem PKW durchgeführt. Die Bahn hat bei Urlaubsreisen mit der Familie nur zwischen 5 % und 10 % Marktanteil (ZECH ET AL, 2013, 20ff.; WKO 2014, 17).

#### Reisecharakteristische und sozial-psychologische Faktoren

- Familien entscheiden sich aus ähnlichen Gründen für oder gegen die Bahn wie andere Reisende. Insgesamt stellen zum Befragungszeitpunkt reisecharakteristische Faktoren (nach DE WITTE, 2013) die wichtigsten Motive dar, warum die Bahn von Familienreisenden **nicht** als Verkehrsmittel für Urlaubsreisen gewählt wird. Größte Hinderungsgründe sind der komplizierte **Gepäcktransport** (angegeben von 46 % der Familienreisenden), **die selten direkte Erreichbarkeit** des Urlaubsortes (36 %), der aufwändige **Sportgerätetransport** (31 %), oftmaliges **Umsteigen** (29 %) und die fehlende **Mobilität** am Urlaubsort (27 %, Abb. 4.3).
- Der **Preis** steht mit 24 % erst an sechster Stelle der Hinderungsgründe, allerdings mit 39 % an zweiter Stelle jener Gründe, warum sich Familien für die Bahn entscheiden. Die Preisgestaltung ist also insgesamt kein relevanter Hinderungsgrund, sondern kann für Familien vielmehr (z.B. über Angebote und spezielle Tarife) ein Anreiz dafür sein, die Bahn zu nehmen.
- Klassische **sozial-psychologische** Faktoren wie „anstrengend“, „unflexibel“, etc. sind für die (Nicht-)Wahl der Bahn als Verkehrsmittel ebenfalls wesentlich, aber nicht so häufig vertreten wie die bereits genannten reisecharakteristischen Indikatoren (Abb. 4.3).
- Um die Kombinationen der Gründe, die Bahn nicht zu nutzen, näher zu untersuchen, wurden Kategorien gebildet: 40 % der Fahrgäste geben Gründe aus zwei oder mehr Ka-



tegorien an (Gepäck, Vor-Ort-Mobilität, Preis, Direktverbindungen, sozial-psychologische Faktoren), warum sie die Bahn nicht benutzen. Somit reicht es für diese Fahrgäste nicht aus, wenn nur Verbesserungen in einer Kategorie vorgenommen werden. Es ist daher von Bedeutung, darauf zu achten, dass Verbesserungsmaßnahmen in möglichst allen genannten Kategorien durchgeführt werden, um eine hohe Zahl an Familienreisenden anzusprechen (Abb. 4.4).

- Positive Aspekte der Bahn werden vonseiten Familien vor allem in den Bereichen **Komfort** (52 % Zustimmung), **Umweltfreundlichkeit** (43 % Zustimmung) und **Kosten** (39 % Zustimmung) gesehen (Abb. 4.7).

### Soziodemografische und räumliche Faktoren

- Ein Zusammenhang zwischen der **Wahl der Bahn** als Verkehrsmittel und dem **Alter** der Kinder konnte festgestellt werden. Familien halten die Bahn zu 17 % (Befragung im Zug) bzw. 30 % (vor Ort) als für Kinder **bis zu 2 Jahren nicht geeignetes** Verkehrsmittel, hingegen sehen 97 % bzw. 91 % die Bahn als **gut geeignetes** Verkehrsmittel für ältere Kinder bis zum Schulalter (Abb. 4.8). Begründet wird dies vor allem mit dem zusätzlichen Aufwand im Bereich der Pflege und Hygiene von jüngeren Kindern, für deren Durchführung Familien der Zug als nicht geeignet genug erscheint
- Die **Haushaltsgröße** (also die Anzahl der Kinder) hat **nur geringen Einfluss** auf die Verkehrsmittelwahl. Während 19 % der Familien mit mehr als zwei Kindern die Bahn einmal jährlich oder öfter für Winterurlaube benutzen, stimmt fast dieselbe Zahl aller Familien, 16 %, dieser Aussage zu. 57 % der Familien mit mehr als zwei Kindern und 59 % aller Familien nutzen die Bahn gar nicht. Bei der Autobenutzung sind die Werte tendenziell umgekehrt, aber dennoch relativ unabhängig von der Haushaltsgröße: 85 % der Großfamilien und 87 % aller Familien nutzen das Auto ein- oder mehrmals im Jahr für den Winterurlaub.
- Die **PKW-Verfügbarkeit** hat **großen Einfluss** auf die Wahl der Bahn. Familien, die nur **gelegentlich oder nie** Zugriff auf ein Auto haben, nutzen die Bahn **bedeutend öfter** (z. B. 26 % im Vergleich zu 16 % mehrmals jährlich). Familien, die während ihrer Bahnreise befragt wurden, zeigen vielfach **höhere Bereitschaft**, mit dem Zug zu verreisen, selbst wenn sie jederzeit Zugriff auf ein Auto haben. So nutzen beispielsweise 33 % der Familienreisenden, die im Zug befragt wurden, mehrmals jährlich die Bahn für den Winterurlaub, wohingegen dieser Aussage nur 4 % der vor Ort Befragten zustimmten. (Abb. 4.11, 4.12.).

- Die **Nähe des Bahnhofs** zum Wohnort hat einen **leichten Einfluss** auf die Wahl der Bahn als Verkehrsmittel. So nutzen Personen, die am Land außerorts leben, die Bahn in leicht geringerem Ausmaß (35 %) für die Urlaubsanreise als Innenstadtbewohner (45 %), was auf die schlechtere infrastrukturelle Erschließung zurückzuführen ist (Abb. 4.13).
- Wenn der **Urlaubsort autofrei** werden würde, wäre dies für 87 % der befragten Familienreisenden **kein Grund**, von der Wahl dieses Ortes Abstand zu nehmen (**Abb. 4.14**), was zeigt, dass für das Gros der Befragten zumindest **keine negativen Assoziationen** mit autofreien Winterurlaubsorten verbunden sind.

Insgesamt ist festzuhalten, dass die Verkehrsmittelwahl als komplexer Entscheidungsprozess von einer Vielzahl an Faktoren der genannten Kategorien abhängt. Während soziodemografische und sozial-psychologische Indikatoren in der Regel von außen nicht beeinflussbar sind, können räumliche Indikatoren teils durch AkteurInnen der Raumplanung beeinflusst werden (z.B. Schaffung autofreier Tourismusorte).

### 10.1.2 Vorreisephase

---

Bei der Untersuchung der Vorreisephase in **Kapitel 5** lag der Schwerpunkt auf **Serviceleistungen** bei **Information** und **Reisebuchung** sowie **Tarifen und Angeboten**.

- **Information:** Familienreisende bevorzugen es zu 49 %, sich über die Anreise **online** über die Homepages rund um die Urlaubsdestination zu informieren (Abb. 5.1).
- **Reisebuchung:** Hinsichtlich der Reisebuchung ist festzustellen, dass derzeit noch der größte Teil des Fahrkartenskaufs (2014: 67 %) am **Automaten** oder am **Fahrkartenschalter** (2014: 23 %) erfolgt. Dennoch gewinnt der **Onlinekauf** der Fahrkarten (2014: 9 %, Abb. 5.2) über Website und App konstant an Bedeutung. Für Familien ist es dabei wichtig, dass der Onlinekauf einerseits **rasch und einfach** möglich ist, und andererseits, dass **alle** Angebote, die die Bahnunternehmen für Familien bereithalten, auch online angeboten werden. Zudem wünschen sich Familienreisende, dass über Online-Fahrkartenbuchungsportale auch Abholservices vom und zum Zug sowie Gepäckserviceleistungen buch- und Echtzeit-Informationen über mögliche Verspätungen abrufbar sind (Abb. 5.3). Von diesen Punkten wurden bei ÖBB, DB und SBB bisher nur die Echtzeit-Information umgesetzt, die Fahrgäste über die Apps bzw. per Mail erhalten. Die Online-Buchung von Abholservices ist über die Bahnunternehmen bis dato nicht möglich, die Online-Buchung von Gepäckserviceleistungen nur bei DB und SBB, nicht jedoch bei den ÖBB.

- **Fahrkarten und Reservierung:** Familien legen Wert darauf, bei Reservierungen Plätze im Familienbereich oder einem Abteil zu erhalten. Sie bevorzugen es, die Plätze selbst in einer **grafischen Reservierungsoberfläche** auszuwählen (FOKUSGRUPPE, 2017).
- **Tarife und Angebote:** Familienreisende haben **großen Bedarf** an speziellen Tarifen (76 %) und Angeboten (67 %, Abb. 5.5). Diesem Wunsch wird seitens der Bahnunternehmen bereits **Rechnung** getragen: Es existieren zahlreiche Angebote, die das Reisen mit Familie vergünstigen. Als besonders effektiv erweisen sich **Reduktionskarten** wie die Vorteils-card Family, die von großen Teilen der Familienreisenden benutzt werden. Insbesondere in der Schweiz werden umfangreiche Reduktionskarten für Familien angeboten und auch genutzt.

### 10.1.3 Anreisephase

---

In Kapitel 6 wurden die Anreise zum und der Aufenthalt am Bahnhof behandelt, Familienbereiche und Kinderbetreuung sowie Fragen zu Unterstützung und Orientierung am Bahnhof diskutiert. Es ergeben sich folgende Schlussfolgerungen:

- **Anreise zum Bahnhof:** Die Mehrzahl der Familien (46 %) reist mit **öffentlichen Verkehrsmitteln**, ein im Verhältnis zu anderen Reisenden überdurchschnittlicher Teil (35 % statt im Durchschnitt 27 %) jedoch mit dem **PKW** zum Bahnhof an. Der wichtigste Grund dafür kann in der vermehrten Gepäckmitnahme bei Familienreisen gesehen werden.
- **Ankunft am Bahnhof:** Es wurde festgestellt, dass Urlaubsreisende **früher als andere Fahrgäste** zum Bahnhof kommen (zu 50 % sind sie bereits zehn bis 20 Minuten vor Abfahrt beim Zug). Dies wohl deswegen, um ein Zeitfenster für Unvorhergesehenes zu haben. Außerdem verreisen urlaubsreisende Familien tendenziell seltener als zu anderen Reisezwecken und kennen so die Gegebenheiten und Abläufe womöglich nicht so gut. Insgesamt halten sich Familien somit länger am Bahnhof auf und haben verstärkten Bedarf nach geeigneten **Aufenthaltsmöglichkeiten** (siehe sogleich).
- **Aufenthalt am Bahnhof:** Familien kommen früher an und halten sich daher länger am Bahnhof auf. In der Fokusgruppe wurde besonders das Fehlen **konsumfreier** Orte und Sitzgelegenheiten genannt (FOKUSGRUPPE, 2017). 35 % der Familienreisenden geben weiters an, **Bedarf an Familienbereichen** auf Bahnhöfen zu haben (Abb. 6.2). Diese Familienbereiche sollten nur für Personen mit gültigem Bahnticket zugänglich und von Personal betreut sein. 83 % der befragten Familienreisenden wünschen sich, dass diese Bereiche **kostenlos** nutzbar sind, 63 % meinen, dass sie mit **Spielgeräten** ausgestattet sein sollten (Abb. 6.3). In Ansätzen wurden von manchen Bahnbetreibern derartige Bereiche bereits eingerichtet, beispielsweise in Wien und Linz sowie verschiedenen deut-

schen Bahnhöfen (z.B. „Wartewelten“ in München). In Tschechien sind die Lounges für alle Familienreisenden ungeachtet der Wagenklasse zugänglich.

- **Kinderbetreuung am Bahnhof:** Nur 9 % der befragten Familien sehen Bedarf an einer Kinderbetreuung am Bahnhof (Abb. 6.2). Allerdings existiert in Deutschland mit der **Bahnhofsmission** bereits eine erfolgreiche Einrichtung, die sich der Betreuung alleinreisender Kinder widmet und familiengerechte Aufenthaltsorte auf Bahnhöfen bereitstellt. In der Schweiz wird die Einführung eines Begleitservices aktuell geprüft.
- **Unterstützung am Bahnhof:** Familienreisende sind durch die Betreuung von Kindern und die Mitnahme schweren Reisegepäcks regelmäßig **stärker überlastet** als Durchschnittsreisende. Zur Erhöhung der Flexibilität und des Reisekomforts möchten Familienreisende daher **Unterstützung** beim Gepäcktransport, Ein-, Aus- und Umsteigen in Anspruch nehmen können (FOKUSGRUPPE, 2017). In Deutschland besteht diese Möglichkeit bereits durch das DB-Mobilitätsservice, das nach vorhergehender Anmeldung kostenlos praktische Unterstützung leistet. Das ÖBB-Mobilitätsservice ist bislang lediglich für mobilitäteingeschränkte Fahrgäste vorgesehen.
- **Orientierung am Bahnhof:** Die einheitliche **Corporate Identity** samt leicht erkennbarer Piktogrammen stellt für Reisende, die seltener mit der Bahn unterwegs sind, ein wichtiges Hilfsmittel dar. In der Fokusgruppe merkten Reisende mit Kinderwagen allerdings an, mitunter Probleme zu haben, den Wagen mit Kinderwagenabstellplatz bzw. Familienbereich zu finden, was auf unzureichende oder nicht vorhandene Beschilderung in diesen Bereichen (z.B. bei Wagenstandsanzeigern) zurückzuführen ist. (FOKUSGRUPPE, 2017)

#### 10.1.4 Aufenthalt im Zug

---

In **Kapitel 7** wurden das Einsteigen sowie die Tätigkeiten als auch Serviceleistungen im Zug, Kinder- und Familienbereiche und -betreuung im Zug, sanitäre Einrichtungen und die Bordgastronomie behandelt. Folgende Schlussfolgerungen ergeben sich daraus:

- **Einsteigen:** Das Einsteigen mit kleinen Kindern und Gepäck erfordert durch die meist zu überwindenden Stufen in den Fahrgastinnenraum **besondere Anstrengung**, vor allem, wenn durch eine überlastete Tür eingestiegen werden muss (vgl. Kapitel 7.1.1.). 44 % der befragten Familienreisenden wünscht sich beim Einsteigen Unterstützung. Bei **Niederflurfahrzeugen** (beispielsweise „KISS“-Garnituren der Westbahn oder SBB-IC 2000) wird das Einsteigen als bedeutend **angenehmer** empfunden, insbesondere mit Kinderwagen (FOKUSGRUPPE, 2017). Als zentrales Bedürfnis für Familien können daher (annähernd) niveaugleiche Einstiege festgemacht werden.

- **Platzsuche:** Die befragten Familienreisenden legen auf vom Rest des Zuges **abgeschirmte Plätze** Wert, wofür sich besonders ein Familienabteil, ein konventionelles Abteil oder ein Familienbereich eignen dürfte. Familien möchten zusammen reisen und haben daher Bedarf an entsprechend **großen Sitzgruppen**. Wird mit Kinderwagen gereist, ist es wichtig, dass dieser in der Nähe des Sitzplatzes untergebracht werden kann. In vielen Fahrzeugtypen wird das bereits durch die **Positionierung** des Kinderwagenabstellplatzes in der Nähe der für Familien vorgesehenen Plätze berücksichtigt (beispielsweise in den neueren ICE-Garnituren, den ÖBB railjets und den Stadler KISS der ‚Westbahn‘).
- **Wagenklassen:** Familienreisende verreisen nicht nur in der 2. Klasse, wo sich in der Regel Familienabteile und –bereiche befinden, sondern **überdurchschnittlich häufig** auch in der **1. Klasse**. Im Rahmen der Befragungen wurden **27 %** der Familienreisenden in der 1. Klasse befragt (Abb. 2.8, andere Fahrgäste: 23 %). Seitens der Fokusgruppe wurden als Gründe hierfür vor allem **mehr Platz** für Bewegung und Gepäck sowie höherer Komfort bei (vor allem bei Sparpreisen) geringem Preisunterschied angegeben. (FOKUSGRUPPE, 2017) Seitens der Bahnunternehmen sah man Familienreisende bei der Konstruktion der Fahrzeuginnenräume allerdings **nicht vorrangig als Zielgruppe** der 1. Klasse (GLANZER, 2016).
- **Tätigkeiten:** Mit Ausnahme des stärker vertretenen ‚Spielens‘ unterscheiden sich die restlichen Tätigkeiten der befragten Familien im Zug (Lesen, Betrachten der Landschaft, Essen) **nicht** von denen anderer Fahrgäste. Drei Viertel der Familien sind mit ihrer Tätigkeit im Zug **zufrieden**, was sich auch bei zunehmender Reisezeit nicht signifikant ändert. Um möglichst viele Tätigkeiten im Zug effizient auszuüben, werden verschiedene Platzgestaltungen gewünscht: mit Tisch, ohne Tisch, Abteil, Großraum, Viererplatz, Sechserplatz etc. (FOKUSGRUPPE, 2017).
- **Bewegung:** Zu den wichtigsten Bedürfnissen von Kindern zählt **Bewegung**. Um diese gemäß ihrer motorischen Entwicklung ausleben zu können (Kapitel 3.3), braucht es ein **großzügiges Platzangebot** vorzugsweise in der Nähe ihrer Sitzplätze. 43 % der befragten Familienreisenden möchten sich im Zug mehr bewegen (Abb. 7.7), 26 % nennen Fitness im Wagen als wichtiges Bedürfnis (Abb. 7.8) und auch in der Fokusgruppe wurde das Bewegen, d.h. wenigstens das Auf- und Abgehen im Zug und der Weg zum Speisewagen, als notwendige Anforderung beim Reisen mit Kindern während langer Zugfahrten genannt. (FOKUSGRUPPE, 2017)
- **Bedürfnisse im Zug:** Befragt nach wesentlichen Bedürfnissen während der Zugfahrt nennen Familien vor allem, Bedarf nach kostengünstiger Verpflegung (37 % Zustimmung), Zeitschriftenservices (32 %), Unterhaltungsprogramm (26 %) und Wissensver-

mittlung (28 %) zu haben. Letzteres wird bei den ÖBB mit dem neuen Portal „railnet“ (Infotainment & Service) ermöglicht.

- **Mitgenommene Gegenstände:** Untersucht wurde, inwieweit Familienreisende bestimmte Gegenstände in den Zug **mitnehmen** und/oder ob diese im Zug **angeboten** werden sollen. **Unterhaltungsmaterialien** (Bücher etc.) werden zu 66 % mitgenommen (Abb. 7.9) und würden auch als einziger der abgefragten Gegenstände von einer Mehrheit der Fahrgäste genutzt (66 %, Abb. 7.10), wenn sie bereitgestellt werden. Bücher werden bereits in manchen Familienabteilen (z.B. Schweiz, Finnland, vgl. Kapitel 7.2.2) angeboten, Spiele auf Tischen finden sich in mehreren neueren Familienbereichen.
- **Familienabteile:** Ein umfangreicher Teil des 7. Kapitels beschäftigt sich mit bereits existenten **Familienabteilen** (Kapitel 7.2.2) und den **Qualitätsanforderungen**, die Familien an solche richten (Kapitel 7.1.2). Der Bedarf nach Familienbereichen ist für 48 % der Befragten vorhanden (Abb. 7.2). Bei der Diskussion der referenzierten Familienabteile wurden jene in Finnland, der Schweiz und Norwegen als besonders aufwendig und **umfangreich ausgestattet** sowie mit ausreichend Bewegungsraum versehen wahrgenommen (FOKUSGRUPPE, 2017). Besonders die Familienabteile in den finnischen Intercity-Zügen sind **hochwertig** ausgeführt und bieten Raum für viele verschiedene Tätigkeiten. Für die Fokusgruppe war letztlich dennoch ein ohne viele Vorgaben selbstbestimmt und **multifunktional nutzbares Abteil** mit ausklappbaren Sitzen, zu schließender Tür und ausreichend Platz zur Unterbringung von Gepäck und Kinderwagen das Optimum (FOKUSGRUPPE, 2017). Vonseiten der Bahngesellschaften vertrat die DB im Interview ebenfalls die Lösung des **abgetrennten Familienabteils** für unter 10-jährige (GAUMANN, 2017). Die SBB legt Wert auf eine **platzmäßig großzügigere** Gestaltung und wählte daher die in den IC2000-Großraumwagen verwirklichte Lösung, die künftig auch in anderen Garnituren eingesetzt werden soll (LÜTHY, 2017). Die ÖBB sind der Ansicht, dass aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung mit dem **Kinderkino** ein zukunftssträchtiger Weg beschritten werde (GLANZER, 2016). Die Fokusgruppe stand der Umsetzung des Kinderkinos im railjet eher kritisch gegenüber (vgl. Kapitel 7.1.2), bemängelt wurden die Lautstärke (Beschallung des ganzen Wagens), die häufigen Wiederholungen und die zu geringe Dimensionierung. (FOKUSGRUPPE, 2017)
- **Kinderbetreuung:** Ein kostenpflichtiges Kinderbetreuungsservice für alleinreisende Kinder würde von 56 % der befragten Familienreisenden in Anspruch genommen werden. 43 % wären bereit, 35 Euro (derzeitiger DB-Preis) dafür zu bezahlen (Abb. 7.11).
- **Sanitäreinrichtungen:** Aufgrund der rechtlichen Vorgaben durch die TSI-Richtlinie (vgl. EUR-LEX 2014, online) sind Mindestgrößen für WCs und das Vorhandensein von Universaltoilette mit Wickeltisch vorgegeben sowie in den meisten Fernverkehrszügen bereits

vorhanden (vgl. Kapitel 7.2.3). Dennoch wurden die Platzverhältnisse in Toiletten von 63 % der Befragten kritisch gesehen, was daran liegen könnte, dass in railjets, in denen überwiegend befragt wurde (vgl. Kapitel 2.2.2.) in der Nähe des Familienbereiches keine Universaltoilette vorhanden und der Wickeltisch in einem normalen WC untergebracht ist. Weiters wurde von 54 % der Befragten die Sauberkeit bemängelt, wobei die Bahnbetreiber hier bereits Maßnahmen zur Verbesserung ergriffen haben (vgl. Kapitel 7.1.4).

- **Bordrestaurant:** Ein Gang zum Speisewagen wurde in der Fokusgruppe immer als besonderes Erlebnis für Kinder beschrieben. (FOKUSGRUPPE, 2017) Während bei den generellen Bedürfnissen der Befragten jenes nach kulinarischer Versorgung im **Speisewagen** eher von **geringerer** Bedeutung ist (18 %, vgl. Abb. 7.8, ähnlich dem Bedürfnis nach Essen am Platz), sprachen sich fast 65 % der befragten Familienreisenden dafür aus, ein **gesundes** Ernährungsangebot im Speisewagen nutzen zu wollen (vgl. Abb. 7.14). 37 % der Fahrgäste haben (eher) Bedarf an Kindermenüs in der Bordgastronomie. Ein immer wieder genannter Hinderungsgrund, das Bordrestaurant zu besuchen, ist das Gepäck, das von Fahrgästen nicht gerne alleine gelassen wird (Abb. 9.6).

### 10.1.5 Last Mile und Mobilität am Urlaubsort

---

In Kapitel 8 wurde der Abschnitt vom Ausstieg aus dem hauptsächlich genutzten Verkehrsmittel zum Urlaubsziel betrachtet. Es lassen sich folgende Schlussfolgerungen ziehen:

- **Verkehrsmittelwahl bei Last Mile:** Familienreisende, die bereits per Bahn anreisen, benutzen den öffentlichen Verkehr (ÖV) im Winter zu 45 % auch für die Last Mile (Abb. 8.1) und fahren etwa zu einem Drittel mit dem Taxi. Im Benchmark (vgl. Kap. 8.2) wurde eine Reihe von Lösungen zur Überwindung der Last Mile vorgestellt, die in Modellregionen Verwendung finden.
- **ÖV in der Region:** Die **Rahmenbedingungen** für den ÖV in der Beispielregion Ötztal wurden bei den Vor-Ort-Befragungen von 75 % der befragten Familien Familien als **gut** bis sehr gut eingeschätzt (Abb. 8.3). Daraus kann man schließen, dass eine Verbesserung des ÖV nicht isoliert betrieben werden darf, sondern auch auf andere Faktoren, zum Beispiel die Rahmenbedingungen für den PKW-Verkehr zu achten ist.
- **Häufigkeit der Nutzung des ÖV:** **Skibusse** sind bei den befragten Familienreisenden das öffentliche Verkehrsmittel, das am **häufigsten** benutzt wird (40 % der Befragten mindestens täglich). Linienbusse werden seltener täglich genutzt (19 %, Abb. 8.4).
- **Takt im ÖV:** Bahnreisende wurde danach befragt, welcher Takt von einem öffentlichen Verkehrsmittel gefahren werden sollte, um von den befragten Fahrgästen auch genutzt

zu werden. 64 % der Fahrgäste waren der Ansicht, dass öffentliche Verkehrsmittel in Urlaubsregionen zumindest **alle 30 Minuten fahren** sollten, um genutzt zu werden (Abb. 8.5).

### 10.1.6 Gepäck

---

In **Kapitel 9** wurden der bei Familien anfallende Gepäckumfang, die Gepäckunterbringung sowie der Gepäcktransport am Bahnhof und im Zug, Gepäckserviceleistungen und Fahrgäste mit Kinderwagen behandelt. Folgende Schlussfolgerungen können gezogen werden:

- **Gepäckumfang:** Familien verreisen abhängig vom Alter der Kinder mit mehr oder weniger großem Gepäck. Die befragten Familien mit **Kleinkindern** hatten **überdurchschnittlich viel** Gepäck dabei (1,57 Stück pro erwachsener Person), Familien mit größeren Kindern oder Babys etwas weniger (1,16 bzw. 1,38 Stück, Abb. 9.1 und 9.2).
- **Gepäck am Bahnhof:** Mangels sinnvoller Alternativen tragen Fahrgäste ihr Gepäck am Bahnhof selbst. In der Befragung würden es 41 % der Familienreisenden **bevorzugen**, Gepäck mittels **Kofferkulis** zu transportieren (Abb. 9.3), die allerdings laut ÖBB, DB und SBB mangels ausreichender Nutzung abgeschafft wurden. Zur Unterbringung des Gepäcks am Bahnhof stehen in den genannten Ländern an vielen Fernverkehrsbahnhöfen Schließfächer bzw. Gepäckaufbewahrungen zur Verfügung.
- **Gepäcksaufbewahrung im Zug:** Hinsichtlich der Unterbringung des Gepäcks im Zug sehen Familien zu insgesamt 86 % Verbesserungspotential. Unterbringungsmöglichkeiten in der **Nähe des Sitzes** (82 %) werden gegenüber der Unterbringung von Gepäckstücken in Gepäckracks (18 %) bevorzugt (vgl. Abb. 7.4d). Aus zahlreichen Voruntersuchungen (PLANK 2009, CIS 2009) ist auch bekannt, dass sich Überkopfablagen für Personen mit besonderen Bedürfnissen aufgrund des erforderlichen mühsamen Hebens nur beschränkt eignen. Bezüglich Schließfächern bzw. der Möglichkeit, Gepäck im Zug zu versperren, die es u.a. in Finnland, in manchen ICEs und den Stadler KISS der „Westbahn“ gibt, ist die Akzeptanz der Befragten uneinheitlich (32 % der Familienreisenden sind dafür, 36 % dagegen, Abb. 9.5).
- **Beeinträchtigungen durch Reisegepäck:** Familienreisende geben etwa **doppelt so häufig** wie andere Reisende an, durch ihr Reisegepäck beeinträchtigt zu sein. Dies betrifft bei Wegen im Bahnhof und zum Zug 12 % der Familienreisenden (übrige Reisende: 6 %), beim Einsteigen 24 % (übrige: 11 %), beim Verstauen des Gepäcks 24 % (übrige: 14 %) und bei der Platzsuche 22 % (übrige: 13 %, vgl. Abb. 9.6). Ohne diese Beeinträchtigungen vermuten 61 % der Familienreisenden, entspannter reisen zu können. 33 %



der Familienreisenden würden ohne Gepäck am Zielort gleich etwas unternehmen (Abb. 9.7)

- **Gepäckserviceleistungen:** Grundsätzlich besteht bei Familienreisenden eine **überdurchschnittlich hohe** Bereitschaft (80 %, vgl. Abb. 9.8) dazu, einen Haus-zu-Haus-Gepäckservice zu nutzen. Vor allem Fahrgäste, die mittleres und schweres Gepäck (über 10 kg) und Wintersportgeräte benutzen möchte, wünschen sich einen Gepäckservice (Abb. 9.9). DB, ÖBB und SBB bieten hierfür bereits verschiedene Produkte an. Während bei den ÖBB ein nicht näher spezifizierbares Zeitfenster besteht, Kinderwagen als Sondergepäck gelten und eine Onlinebuchung noch nicht möglich ist, können die Kunden bei der DB ein Zeitfenster (vier Stunden) auswählen und dieses Service auch online buchen bzw. ändern. Im umfangreichen Angebotsportfolio der SBB befinden sich u.a. eine Abholung vor Ort, eine Abgabe am Bahnhof und diverse Expresslösungen.

## 10.2 Handlungsempfehlungen

Aus den soeben behandelten Forschungsergebnissen lassen sich **Handlungsempfehlungen** ableiten. Diese sind nicht nach Reisephasen, sondern nach **Interventionsorten** gegliedert, um für Adressaten präziser fassbar zu sein. Aufgrund der Ausrichtung der Arbeit richten sich die Empfehlungen mit Ausnahme des Kapitels 10.2.4 fast ausschließlich an Bahnbetreiber. In der folgenden Tabelle sind alle Handlungsempfehlungen aufgeführt:

<i>Interventionsort</i>	<i>Handlungsempfehlung</i>
Vor der Reise	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationen über die Reise bereitstellen</li> <li>• Online-Buchungssysteme verbessern und ausweiten</li> <li>• Angebote mit Lenkungseffekt ins Portfolio aufnehmen</li> <li>• Effizientes Kinder- und Jugendmarketing betreiben</li> </ul>
Am Bahnhof	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bessere Vernetzung der Verkehrsmittel auf Bahnhöfen</li> <li>• Ausbau der Wartemöglichkeiten für Familien</li> <li>• Verbesserung der Unterstützung von Familien am Bahnhof</li> <li>• Wagenstandsanzeiger verbessern</li> <li>• Umsteigebegleitung anbieten</li> </ul>
Im Zug: Einsteigen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterstützung beim Einsteigen anbieten</li> <li>• Stufenlosen Einstieg bei neuem Wagenmaterial bevorzugen</li> <li>• Familieneinrichtungen am Zug außen kennzeichnen</li> </ul>
Im Zug: Gestaltung des Fahrzeuginnenraums	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schaffung abgetrennter Räume für Familien im Zug</li> <li>• Einrichtung von Familienabteilen und –bereichen</li> <li>• Ermöglichen von Bewegung im Zug</li> <li>• 1. Klasse „familienfit“ machen</li> <li>• Situierung von Universaltoiletten in der Nähe von Familienbereichen</li> </ul>
Im Zug: Tätigkeiten und Serviceleistungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bordunterhaltungsprogramm erweitern</li> <li>• Unterhaltungsmaterialien bereitstellen</li> <li>• Aufwertung der Bordgastronomie</li> <li>• Kinderbetreuungsservice einführen</li> </ul>
Im Zug: Gepäcktransport	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterstützung bei der Gepäcksbeförderung am Bahnhof</li> <li>• Ermöglichen der Gepäcksunterbringung in der Nähe des Sitzplatzes</li> <li>• Kinderwagenabstellplätze schaffen</li> <li>• Gepäckserviceleistungen verbessern und bewerben</li> </ul>
Raumplanung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbesserung der Information über Mobilitätsangebote</li> <li>• Bewusstseinsbildung zur Verkehrsmittelwahl forcieren</li> <li>• Verbesserung der Serviceorientierung rund um den ÖV</li> <li>• Einführung von Kombinationspackages (Anreise &amp; Aktivitäten)</li> <li>• Anbieten von Komplettlösungen für die Mobilität am Urlaubsort</li> <li>• Entwicklung einer Strategie zur Überwindung der „Last Mile“</li> <li>• Neue touristische Flächen nur bei ÖV-Anbindung</li> </ul>

Tab. 10.1 Übersicht Handlungsempfehlungen nach Interventionsorten; Quelle: Eigene Darstellung

### 10.2.1 Vor der Reise

---

- **Informationen über die Anreise bereitstellen:** Familienreisende informieren sich bevorzugt online bei der **Urlaubsdestination**. Es liegt daher in der Hand der entsprechenden Akteure (Unterkünfte, Gemeinden, Tourismusverbände) in den Urlaubsregionen, zu erwirken, dass auf den einschlägigen Websites umfangreiche und aktuelle Informationen zur Anreise und Erreichbarkeit der Urlaubsziele dargestellt werden.
- **Online-Buchungssysteme verbessern und ausweiten:** Ein leicht, intuitiv und **störungsfrei** zu bedienendes Buchungssystem wird als Grundvoraussetzung für eine stärkere Implementierung des Online-Verkaufskanals empfohlen. Familienreisende wünschen sich, gemeinsam mit der Reisebuchung auch andere Elemente der Mobilitätskette mitbuchen zu können (vgl. Abb. 5.3). Jene **Extras** der Online-Buchung, die im unmittelbaren Angebotsbereich der Bahn liegen (Gepäckserviceleistungen, Reservierungen, Kombitickets) sollten kurzfristig in die Buchungssysteme **aufgenommen** werden. Sämtliche Serviceeinrichtungen haben **intuitiv anwählbar** zu sein, was nicht nur die Auslastung, sondern auch den Bekanntheitsgrad erhöhen könnte. Mittel- bis längerfristig wird empfohlen, in ein neues, idealerweise staatenübergreifendes Fahrplan- und Buchungssystem mit gemeinsamen Platzkontingenten auch Abhol- und Zubringerservices zu integrieren.
- **Angebote mit Lenkungseffekt ins Portfolio aufnehmen:** In Südtirol wird mit dem „Südtirol Pass family“ (Kapitel 5.2.2) ein Angebot bereitgestellt, das nicht nur ein Netzticket für alle öffentlichen Verkehrsmittel darstellt, sondern aufgrund der Preisdegression auch zur verstärkten Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel durch Familien beiträgt. Derartige Angebote sind notwendig, um Familien nicht nur für die jährliche Urlaubsreise, sondern auch nachhaltig an das Verkehrsmittel Bahn **zu binden** („Lenkungseffekt“) und sind insbesondere in Deutschland und Österreich stärker zu forcieren. Da dies in der Regel nicht durch die Bahnunternehmen alleine durchführbar ist, sondern auch Interessen von Verkehrsverbänden, Politik und Planung zu berücksichtigen sind, ist eine engere **Kooperation** dieser Akteure hier besonders gefragt.
- **Effizientes Kinder- und Jugendmarketing betreiben:** Bahnunternehmen müssen sich auch bei Kindern und Jugendlichen vermarkten, um diese an sich zu binden. Dafür eignen sich einerseits Club-Marketingkampagnen wie in der Schweiz, andererseits das Verteilen von Souvenirs und die Entwicklung einer ‚starken‘ Marke wie beim „kleinen ICE“ in Deutschland (vgl. Kapitel 4.3). Wo solche Maßnahmen noch nicht ausreichend getätigt wurden (insbesondere in Österreich), empfiehlt sich deren Einführung bzw. Ausbau.

### 10.2.2 Am Bahnhof

---

- **Bessere Vernetzung der Verkehrsmittel auf Bahnhöfen.** Die Analyse hat gezeigt, dass zwar eine Mehrzahl der Familien mit öffentlichen Verkehrsmitteln zum Bahnhof kommt, ein überdurchschnittlicher Teil jedoch mit dem PKW anreist. Um die Anreise mit dem öffentlichen Verkehr zu fördern, ist auf gute **Verknüpfungen** und geringe **Wegstrecken** zwischen Stadtverkehr und Fernreisezügen sowie die Optimierung von Umsteigemöglichkeiten und Anschlüssen zu achten. Weiters ist ein Fokus darauf zu legen, die Wege für FußgängerInnen in und um den Bahnhof kurz zu halten, abwechslungsreich auszugestalten sowie Angsträume, also abgeschiedene oder dunkle Orte, zu vermeiden.
- **Ausbau der Wartemöglichkeiten für Familien.** Da sich Familien länger als durchschnittlich am Bahnhof aufhalten, wird die Schaffung **zusätzlicher Warte- und Aufenthaltsmöglichkeiten** empfohlen, wovon zumindest ein Teil auch konsumfrei nutzbar sein sollte. Hinsichtlich des bestehenden Wunsches nach Familienbereichen auf Bahnhöfen wird die Erweiterung bestehender Konzepte („Timi Taurus Corner“, „Wartewelten“ etc.) empfohlen. Dabei ist Wert auf die **Ausstattung mit Spielgeräten** zu legen, die gemäß den Grundsätzen der motorischen Entwicklung und der Raumbedürfnisse von Kindern (Kapitel 3.3.) Variantenreichtum bieten und sowohl für kleinere wie für größere Kinder nutzbar sind. Als Übergangslösung ist ein abgetrennter Bereich in Lounges mit ausreichend Platzangebot zu erwägen, der für alle Familienreisenden ungeachtet der Wagenklasse zugänglich ist.
- **Verbesserung der Unterstützung von Familien am Bahnhof:** Die Ausweitung der bereits für körperlich eingeschränkte Fahrgäste existierenden Mobilitätsservices auf Reisende mit Kindern nach dem Vorbild der DB wird empfohlen. Erwogen werden kann auch die **Bereitstellung von Hilfeleistungen** am Bahnhof ohne erforderliche Anmeldung nach Vorbild des Projekts Atendo in Spanien.
- **Wagenstandsanzeiger verbessern:** Wagenstandsanzeiger sind auf österreichischen Bahnhöfen oft nicht auf den ersten Blick zu finden und für Unerfahrene oft umständlich zu lesen. Das Anzeigen der **Wagenreihung auf der elektronischen Anzeige** wäre eine Lösung, die bereits bei der DB praktiziert wird. Auch im Nahverkehr könnte diese Lösung eingeführt werden (hier gibt es in Österreich derzeit noch keine Wagenreihung).
- **Umsteigebegleitung anbieten:** Auf Relationen, die nicht umsteigefrei angeboten werden, die aber dennoch über einen hohen Anteil an Umsteigern verfügen, könnten umsteigende Fahrgäste bei Reservierung in einen bestimmten Wagen gebucht und am Umsteigebahnhof **zum Anschlusszug begleitet** werden. Dies könnte entweder durch den Zugsbegleiter des ersten Zuges (der dann in den Zug mitwechselt) oder durch am Bahnhof stationiertes Informationspersonal durchgeführt werden.

### 10.2.3 Im Zug

---

#### Einsteigen

- **Unterstützung beim Einsteigen anbieten:** Die bereits im Vorkapitel genannte Unterstützung am Bahnhof durch Personal muss sich auch auf das Einsteigen erstrecken. Vor allem Fahrgäste mit Kinderwagen, viel Gepäck oder sehr kleinen Kindern schaffen es oft nicht, ohne Hilfe einzusteigen. In Anlehnung an das private Unternehmen Westbahn oder die ÖBB nightjets könnte die Zahl der Zugsbegleiter erhöht bzw. zusätzliches Servicepersonal angestellt werden. Ist dies aus Kostengründen nicht möglich, sind die Zugsbegleiter anzuweisen, während des Fahrgastwechsels insbesondere jene Türen im Auge behalten, an denen Reisende mit Kinderwagen und Familien einsteigen können, um diesen dabei behilflich zu sein. Alternativ ist Personal am Bahnsteig, das Familien oder anderen unterstützungsbedürftigen Personen behilflich ist, denkbar. Unabhängig davon ist die Erweiterung des bereits bestehenden Unterstützungsangebots für mobilitätseingeschränkte Personen auf Familien zu empfehlen.
- **Stufenloser Einstieg bei neuem Wagenmaterial bevorzugen:** Aufgrund mannigfaltiger Probleme beim Ein- und Aussteigen (vgl. TUNA 2008, CIS 2009) wird empfohlen, in Zukunft bevorzugt Fahrzeuge mit Niederflureinstieg für den Fernverkehr anzukaufen. Dies führt zu wesentlich geringeren Problemen beim Einsteigen, einer rascheren Fahrgastwechselzeit und Vereinfachungen für Fahrgäste mit sperrigem Gepäck, Kinderwagen oder Fahrrädern. Auf ausreichende Gangbreiten in den von Fahrgästen mit Kinderwagen bevorzugt genutzten Bereich ist zu achten. Längerfristig wird die Anschaffung von Niederflur-Steuerwägen empfohlen, da hier der Einstieg neben dem Führerstand, wo sich kein Wagenübergang befindet, mit ausreichend Platz in Niederflurbauweise mit Rampen zur normalen Wagenhöhe ausgestattet werden könnte.
- **Familieneinrichtungen am Zug außen kennzeichnen:** Um Familien am Bahnsteig die Orientierung und den Einstieg erleichtern, ist außen am Zug deutlich zu kennzeichnen, bei welchen Einstiegen Kinderwagen abgestellt werden können und wo sich Familienabteile befinden. Als Referenzbeispiele kann die kürzlich in Österreich eingeführte deutliche Kennzeichnung der Fahrradabteile außen am Zug dienen.

#### Gestaltung des Fahrzeuginnenraums

- **Schaffung abgetrennter Räume für Familien im Zug:** Familien wählen ihre Plätze so, dass sie vom Rest der Fahrgäste des Zuges eher abgetrennt sitzen. Für Familien mit kleinen Kindern besteht das Bedürfnis, auch in „reinen“ Großraumzügen möglichst ab-

geschlossene oder abgegrenzte Räume mit ausreichend Platz vorzufinden. Eine erste Lösung stellen Vierergruppen mit flexiblem (wegklappbarem) Tisch und ausreichend Fußraum dar. Für größere Familien sind auch Sitzgruppen mit mehr, beispielsweise sechs, Plätzen, oder abgegrenzte Familien-Großräume zu schaffen. Bei der Konzeption von Fahrzeuginnenräumen ist auch darauf zu achten, gut durchdachte Familienabteile/-bereiche anzulegen (siehe sogleich).

- **Einrichtung von Familienabteilen und -bereichen:** Die Befragungen haben Bedarf der Reisenden nach Familienabteilen, insbesondere für Familien mit jüngeren Kindern, bekundet. Die in Kapitel 7.2.2. vorgestellte Auswahl an Familien- und Kinderbereichen zeigt, dass viele Bahngesellschaften Familien bereits jetzt ein angepasstes Reiseerlebnis bieten wollen und auf die individuelle Gestaltung von Familienbereichen Wert legen. Stets zu beachten sind die meistgenannten Bedürfnisse Platz zum Bewegen, Abtrennbarkeit, ausreichend Sitzplätze für Begleitpersonen sowie Gepäcksunterbringungsmöglichkeiten. Zur Befriedigung der meisten dieser Bedürfnisse erscheint ein Abteil in angemessener Größe als am besten geeignet. Bei der Gestaltung ist darauf zu achten, dass neben ausreichend Platz eine möglichst selbstbestimmte, variantenreiche und flexible Nutzung des Familienabteils für die meistgewünschten Tätigkeiten von Familien (vgl. **Abb. 7.5**) ermöglicht wird. Weiters ist die Schaffung von Familienbereichen für Reisende mit älteren Kindern, wie bereits bei der DB erfolgt, zu befürworten, die bei Nichtnutzung auch anderweitig vergeben werden können.
- **Ermöglichen von Bewegung im Zug:** Die befragten Fahrgäste möchten sich im Zug mehr bewegen können. Da die Platzverhältnisse im Zug naturgemäß begrenzt sind, bietet es sich an, dafür Räume zu nutzen, die ohnehin benötigt werden bzw. eine Zweitfunktion erfüllen. Dies können beispielsweise Gänge in Abteilwagen, bei der Auf- und Abgehen mit Kindern für die anderen Fahrgäste nicht störend ist, sein, weiters größere Auffangräume oder Multifunktions-/Familienabteile (vgl. die finnische Lösung mit Telefonabteilen und größeren Auffangräumen, siehe Kapitel 7.2.2.).
- **1. Klasse „familienfit“ machen:** Nahezu ein Drittel der Familienreisenden benützt für die Fahrt die 1. Klasse. Derzeit befinden sich sämtliche Einrichtungen für Familien in der 2. Klasse, Familienreisende in der 1. Klasse müssen darauf verzichten. Es wird somit empfohlen, auch in der 1. Klasse Familienbereiche einzurichten. Jedenfalls ist eine räumliche Trennung von Familienreisenden und anderen Zielgruppen der 1. Klasse (z.B. Geschäftsreisende) zu ermöglichen. In den railjets der ÖBB eignen sich beispielsweise die räumlich getrennten, kleineren 1.-Klasse-Bereiche als Familienbereiche. Bevor diese Maßnahmen umgesetzt werden, empfiehlt sich jedoch eine Fahrgastbefragung in der 1. Klasse, um die Zustimmung der Fahrgäste für derartige Umbauten zu ermitteln.

- **Situierung von Universaltoiletten in der Nähe von Familienbereichen:** Aus den Bedürfnissen von Familienreisenden nach größeren und saubereren WCs ist abzuleiten, dass in der Nähe von Familienbereichen bevorzugt Universaltoiletten platziert sein sollten, um Familienreisenden mehr Platz zu bieten (insbesondere bei WC-Benutzung mit Kleinkindern bzw. beim Wickeln von Babys). Die Idee der DB, Desinfektionssprays zur Erhöhung der Sauberkeit in den WCs zu platzieren, ist aufzugreifen und auch von anderen Bahnunternehmen umzusetzen.

## Tätigkeiten und Serviceleistungen im Zug

- **Bordunterhaltungsprogramm erweitern:** Das Programm „railnet“ der ÖBB und die Plattformen für Kinder und Jugendliche der SBB bieten bereits eine Basis für ein über die mobilen Geräte der Reisenden abrufbares Bordunterhaltungsprogramm, das, zusätzlich angereichert mit Infotainment (beispielsweise zur Destination des Zuges) und ggf. Spielen, die geäußerten Bedürfnisse von Familienreisenden nach Unterhaltung und Wissensvermittlung befriedigen könnte. Seitens der Bahnunternehmen wurde die Wichtigkeit eines stabilen Internetzugangs für Fahrgäste mit älteren Kindern besonders betont (GAUMANN, 2017).
- **Unterhaltungsmaterialien bereitstellen:** Es erscheint aufgrund der starken Nachfrage empfehlenswert, von den in Abb. 7.9, Abb. 7.10 Mitgenommene Gegenstände und Nutzungsbereitschaft kostenlos zur Verfügung gestellter Gegenstände bei Familienreisen im Zug; Quelle: Eigene Darstellung und Befragung in Fernverkehrszügen (2016) abgefragten Gegenständen zumindest (analoge) Unterhaltungsmaterialien (z.B. Bücher, Spiele) in Zügen mitzuführen. In der Fokusgruppe wurde auch die Idee eines „offenen Bücherschranks“ in Zügen diskutiert. Zeitschriften könnten von den Mitarbeitern des Bordrestaurants verkauft werden.
- **Aufwertung der Bordgastronomie:** 52 % der Familien geben an, während der Bahnreise auch Zeit mit Essen zu verbringen (Abb. 7.5). Für die Bordgastronomie können Familienreisende daher eine wichtige Zielgruppe sein. Aus den Fahrgastbefragungen lässt sich ableiten, dass gesunde Küche zu leistbaren Preisen für Familienreisende einen Anreiz darstellen könnte, das Bordrestaurant zu besuchen. Bei der Gestaltung des Bordrestaurants sollte auf ausreichend Platz und die Möglichkeit der Verstaung von Gepäck geachtet werden. Für Familien, die ihren Sitzplatz nicht verlassen, aber dennoch essen möchten, wäre eine Ausweitung der Möglichkeit des Essens am Platz in der 2. Klasse empfehlenswert.

- **Kinderbetreuungsservice ausbauen bzw. einführen:** Über die Hälfte der Familienreisenden befürwortet die Einführung eines Kinderbetreuungsservices für alleinreisende Kinder (vgl. Abb. 7.11). Die Mehrzahl dieser Personen wäre bereit, 35 Euro dafür bezahlen, was auch derzeit bei der Bahnhofsmision für diese Leistung verrechnet wird (exkl. Fahrkarte). In Deutschland wird dieser Service teils von ehrenamtlichen Mitarbeitern der Bahnhofsmision durchgeführt, was in Österreich auch erwogen werden könnte.

## Gepäcktransport

- **Unterstützung bei der Gepäcksbeförderung am Bahnhof:** Vielen Familienreisende geben an, ihr Gepäck am Bahnhof mittels Kofferkulis transportieren zu wollen. Die Entscheidung einiger Bahnunternehmen, Kofferkulis ersatzlos aufzulassen, bringt mit sich, dass Reisende ihr Gepäck nun selbst tragen müssen und ist vor diesem Hintergrund nochmals zu evaluieren. Ein besonderer Fokus ist drauf zu legen, Fahrgästen mit schwerem Gepäck oder Kinderwagen beim Einsteigen in den Zug behilflich zu sein, wenn Stufen überwunden werden müssen. Alternativ ist das bereits erwähnte und bestehende Unterstützungsservice für mobilitätseingeschränkte Personen zu nennen, das auf Familien zu erweitern ist.
- **Ermöglichen der Gepäcksunterbringung in der Nähe des Sitzplatzes:** Wie andere Reisende bewahren auch Familienreisende ihr Gepäck im Zug bevorzugt nahe des eigenen Sitzplatzes auf, um jederzeit darauf Zugriff zu haben und Anstrengungen beim Verstauen zu vermeiden. Dies kann durch eine entsprechende Aufteilung der Sitze und das Abstandlassen zwischen Rückenlehnen, aber auch durch das Platzieren mancher Sitze auf „Gepäckpodesten“, unter denen Koffer einfach (eventuell sogar in einem Schließfach) vom Gang hineingeschoben werden könnten, realisiert werden.
- **Kinderwagenabstellplätze schaffen:** Aufgrund der geäußerten Probleme rund um die Abstellung von Kinderwägen wird empfohlen, eine höhere Anzahl von Kinderwagenabstellplätzen zu schaffen. Da etwa 1 % der Fahrgäste mit Kinderwagen verreist, kann dies als Richtwert für die zu schaffende Anzahl gelten. Die Abstellplätze sollen sich in der Nähe gekennzeichnete Einstiege, des Hebelifts und der Familienabteile oder –bereiche befinden. Um Stauungen im Zug oder an kritischen Türen zu vermeiden, muss der Kinderwagenabstellplatz von beiden Seiten erreichbar sein und die Wege zu den Türen ausreichend breit dimensioniert werden.
- **Gepäckserviceleistungen verbessern und bewerben:** Zahlreiche Fahrgäste haben keine Kenntnis von der Existenz von Gepäckserviceleistungen, hätten aber theoretisch große Bereitschaft, diese zu nutzen. In Kombination mit Verbesserungen bei Zeitfenstern



(z.B. bei der DB: 4 Stunden), Wochenendzustellung, Ausbau der Buchungskanäle und besserer Preisstaffelung sind Gepäckserviceleistungen entsprechend für Familien zu bewerben, um die Nutzung zu steigern.

#### 10.2.4 Raumplanung

---

Handlungsempfehlungen für die Raumplanung lassen sich vor allem aus den Kapiteln zur **Entscheidungsphase** und der Phase der **Last Mile** sowie der Mobilität am Urlaubsort ableiten. AkteurInnen der Raumplanung, an die sich die Empfehlungen richten, sind im Wesentlichen Gebietskörperschaften, Tourismusverbände sowie Planungsverantwortliche auf lokaler und regionaler Ebene.

Das Portfolio an möglichen Empfehlungen ist sehr umfangreich. Aufgrund der breiten thematischen Streuung können an dieser Stelle nur einzelne Aspekte behandelt werden.

- **Verbesserung der Information über Mobilitätsangebote:** Wie aus Kapitel 5 hervorgeht, informiert sich der Großteil der Familienreisenden **online** über die Anreise zum Urlaubsort. Es liegt in der Hand der die Information bereitstellender Akteure (z.B. Tourismusverbände, Hotels, Gemeinden), nicht nur die Anreise mit dem öffentlichen Verkehr ins Zentrum zu rücken, sondern auch bereits vorweg über **Mobilitätsangebote vor Ort** zu **informieren**. Vor Ort, also in Broschüren, auf Plakaten, in Hotels, gilt es dann, übersichtliche Informationen zu Mobilitätsangeboten darzustellen, da Familienreisende als ortsfremde TouristInnen die Gegebenheiten meist nicht so gut kennen wie Einheimische. Wichtiger als bisher wird es in Zukunft werden, Informationen über Mobilitätsangebote in den Regionen für Mobilgeräte bereitzustellen oder in bereits existente **Mobilitätsapps** einzupflegen. Ein Online-Auskunftssystem, das auch Angebote zur Vor-Ort-Mobilität von TouristInnen darstellt, eignet sich dafür. Mobilitätszentralen und die Verkehrsauskunft, die bereits existieren, sollen hier Unterstützungsarbeit leisten.
- **Bewusstseinsbildung zur Verkehrsmittelwahl forcieren:** Bereits bestehende oder neu geschaffene Angebot für die letzte Meile müssen von AkteurInnen auf lokaler und regionaler Ebene sowie von der Tourismusbranche klar mit dem Ziel kommuniziert werden, mit dem Auto reisende Gäste anzusprechen und vor Ort zur Wahl eines alternativen Verkehrsmittels zu überzeugen.
- **Verbesserung der Serviceorientierung rund um den öffentlichen Verkehr:** Seitens der Gemeinden und Tourismusverbände ist Wert darauf zu legen, die **Serviceorientierung** rund um Anreiseverkehrsmittel und Mobilität zu fördern. Dies inkludiert umfangreiches Informationsmaterial, Beratungsleistungen durch Personal, Hilfestellungen bei der Nutzung öffentlicher Anreise oder Vor-Ort-Mobilität, aber auch infrastrukturelle Verbes-

serungen rund um den ÖV (Haltestellen in Ortszentren, Zugangswege zu Haltestellen gering und angenehm gestalten, abgestimmte Fahrpläne, Wochenendverbindungen). Hiefür ist es für die angesprochenen AkteurInnen und Akteure nötig, eng mit den Mobilitätsdienstleistern zusammenzuarbeiten (vgl. die Empfehlungen in den vorigen Kapiteln).

- **Einführung von Kombinationspackages von Anreise und Aktivitäten:** Manche Urlaubsregionen bieten in Kooperation mit Bahnbetreibern bereits **Urlaubskombinationspackages** an (z.B. „ÖBB Plus“). Nach diesem Vorbild sollte auch in anderen Tourismusregionen Angebote geschaffen werden, die zusätzlich mit Besuch familienrelevanter Tourismus- und Freizeitzielen mit Übernachtungen in der Region sowie An- und Abreise mit dem ÖV kombiniert werden können. Hier sind auch spezielle **Familienpackages** denkbar, die unter Beachtung der Grundsätze des Kinder- und Jugendmarketings spezielle Tarifpakete, Freizeitangebote und Dienstleistungen wie z.B. Gepäcktransport anbieten.
- **Anbieten von Komplettlösungen für die Mobilität am Urlaubsort:** Referenzbeispiele wie SAMO zeigen, dass es möglich ist, eine Komplettlösung für die Anreise und die Mobilität am Urlaubsort zu entwerfen, die dazu führt, dass statt des eigenen Autos Leihfahräder, E-Bikes, Taxidienste etc. verwendet werden. Es sollte erwogen werden, mehr derartige **Komplettlösungen mit Lenkungseffekt** einzuführen. Die Eignung für Familienreisende kann speziell auch dann, wenn die zur Verfügung stehenden Fahrzeuge nicht nur Transport-, sondern auch Unterhaltungszwecken dienen können, gesehen werden.
- **Entwicklung einer Strategie zur Überwindung der „letzten Meile“:** Aus Kapitel 4.1 sowie Abb. 8.3 geht hervor, dass zwar eine große Mehrheit der Familienreisenden das Auto für die Anreise zum Urlaubsort nutzt, die Rahmenbedingungen für öffentliche Verkehrsmittel zumindest in der Urlaubsregion Ötztal aber ebenfalls als gut empfunden werden. Die mangelhafte Nutzung des ÖV für die ‚letzte Meile‘ in Urlaubsregionen von Familien liegt somit nicht unbedingt an schlechter Qualität des öffentlichen Verkehrs, sondern an anderen Gründen, offenkundig ist das Auto noch immer ‚zu attraktiv‘ für UrlauberInnen. Hiefür ist allerdings weiterer Forschungsbedarf vonnöten.
- **Neue touristische Flächen nur bei ÖV-Anbindung:** Bei Neuwidmungen von touristischen Flächen ist eine entsprechende Entfernung zur Haltestelle sowie eine Mindestanforderung an die Bedienungshäufigkeit im ÖV für die Widmung vorzuschreiben, um die Anreise mit dem ÖV auch vom traditionell raumplanerischen Kerninstrument der Widmung her zu stärken. Im SALZBURGER RAUMORDNUNGSGESETZ (2017) findet sich in § 28 Abs 4, dass Bauland nur dann ausgewiesen werden darf, wenn die Flächen „mit öffentlichen Verkehrsmitteln ausreichend erschlossen“ sind.

---

## 11 VERZEICHNISSE

---

### 11.1 Abkürzungsverzeichnis

---

- **Abb.:** Abbildung
- **ca.:** circa
- **ČD:** České dráhy
- **DB:** Deutsche Bundesbahn
- **et. al.:** et alii (und andere)
- **etc.:** et cetera (und so weiter)
- **FV:** Fernverkehr
- **NSB:** Norges Statsbaner (Norwegische Staatsbahnen)
- **ÖBB:** Österreichische Bundesbahnen
- **ÖV:** Öffentlicher Verkehr
- **SBB:** Schweizerische Bundesbahnen
- **Tab.:** Tabelle
- **vgl.:** vergleiche
- **VOR:** Verkehrsverbund Ost-Region
- **VR:** VR-Yhtymä (Finnische Bahn)
- **VVV:** Verkehrsverbund Vorarlberg

### 11.2 Printquellen

---

- **AMANN, A.**, (2015), Auswirkungen der Änderung des Angebots im Personenfernverkehr der Bahnzwischen Wien, Dresden und Berlin im Fahrplan 2015 – eine quantitative Befragung in den Zügen EC 172/173 "Vindobona", Wien.
- **ARNHOLD, G.** (2014), Zeitnutzungsvorteil der Bahn im Vergleich zu Flug und PKW, FH St. Pölten.
- **CIRILLO, C./AXHAUSEN, K.**, (2002), Mode choice of complex tours. a panel analysis. ETH Zürich.
- **DEWITTE ET AL** (2013), Linking modal choice to motility: A comprehensive review, Transportation Research Part A 49, 329–341.
- **DORSCH, M.** (2010), Verkehrswirtschaft – eine Einführung, Plauen.
- **EASY TRAVEL** (2016), diverse Projektmaterialien und -ergebnisse (nicht veröffentlicht).
- **ESTLER, T.** (2011), Schnelle Züge weltweit, Stuttgart.
- **FEIEL, S.** (2015), Sitzplatzpräferenzen in Fernreisezügen, St. Pölten.
- **FLEXICOACH** (2012), diverse Projektmaterialien und -ergebnisse (nicht veröffentlicht)
- **GURSCHLER, S.** (2016), Da staut sich was: Tirols Infrastruktur und der Tourismus, In: Wirtschaftsblatt, 4.5.2016.
- **HAID, K.** (2004), Werbung für Bus, Bahn und Bim : Soft Policies für eine Veränderung der Verkehrsmittelwahl zugunsten des umweltfreundlichen öffentlichen Personennahverkehrs, Kammer für Arbeiter und Angestellte, Wien.
- **HIKADE, P.** (2011), Aufenthaltszeit von Fernreisenden am Bahnhof, St. Pölten.
- **HÖHNE/SADOVNIK** (2014), Motorische Entwicklung - Haltung und Bewegung am Beispiel der frühkindlichen Entwicklung, Skriptum zur Lehrveranstaltung "Motorische Entwicklung" an der FH Campus Wien, Studienjahr 2014/15. Wien.
- **KNOLL, O.**, Vortrag "Schienenverkehr abseits großer Ballungsräume", TU Wien, 9.11.2016.
- **KOTTENHOFF, K.** (1999), Evaluation of passenger train concepts: Methods and results of measuring travellers' preferences in relation to cost, Stockholm: KTH.
- **MANTHEI, T.** (2004), Der europäische Nachtzug und seine Zukunft, o.O.
- **MANTHEI, T.** (2005), Komfort und Services in europäischen Fernreisezügen, o.O.
- **MICHELBERGER/BLAUENSTEINER** (2015), GepäckLOS, Bericht-Arbeitspaket 4
- **PLANK, V.** (2008), Dimensionierung von Gepäckablagen in Reisezügen, Wien.
- **PRICE, L./MATTHEWS, B.** (2013), Travel time as quality time: parental attitudes to long distance travel with young children, Journal of Transport Geography 32, 49–55.
- **RESCH-KRÖLL** (2015), Entwicklung durch Bewegung, NWV, Graz.
- **RÜGER, B.** (2004), Reisegepäck im Eisenbahnverkehr, Wien.

- **RÜGER, B.** (2005), Bereitschaftselastizität - Empirische Ermittlung zum Verkehrsmittelwahlverhalten, Wien.
- **RÜGER, B.** (2010), Public Transportation - Accessibility for All, Deliverable 2.1., Endbericht, TU Wien.
- **SCHOPF, J./FREY, H.** (2012), Endbericht Projekt LastMileLink, <http://www.netwiss.at/294610/LML---Last-Mile-Link> (Abruf: 26.04.2017).
- **TISCHLER, S.** (2016), Mobilität, Verkehr und Raumnutzung in alpinen Regionen. Wien, Springer Verlag.
- **TUNA, D.** (2008), Fahrgastwechselzeit im Personenfernverkehr, Wien.
- **ZECH, S. ET AL.** (2013), Studie Tourismusmobilität in Österreich 2030, Wien. Auch online: <http://media.obvsg.at/AC11603853-2001> (Abruf: 15.02.2017).
- **ZELLMANN/MAYRHOFER** (2015), Die Urlaubsrepublik - Die Zukunft des Tourismus in Österreich, Wien.

### 11.3 Onlinequellen

---

- **ARBEITERKAMMER WIEN** (2014), Mobilität und Verteilungsgerechtigkeit, [https://emedien.arbeiterkammer.at/viewer/image/AC11620888\\_2014\\_6/3/#topDocAnchor](https://emedien.arbeiterkammer.at/viewer/image/AC11620888_2014_6/3/#topDocAnchor) (Abruf: 15.02.2017)
- **ATENDO** (2016), <http://www.renfe.com/EN/viajeros/atendo/> (Abruf: 20.01.2017).
- **AUSTRIAN** (2014), "Familien check in", <http://www.myaustrianblog.at/2014/07/neu-fuer-unsere-kleinen-gaeste-der-austrian-family-check-in/> (Abruf: 23.01.2017)
- **AUSTRIAN** (2016), "Kinder auf Reisen", [https://www.austrian.com/Info/Flying/TravellingChildren.aspx?sc\\_lang=de&cc=AT](https://www.austrian.com/Info/Flying/TravellingChildren.aspx?sc_lang=de&cc=AT) (Abruf: 23.01.2017)
- **BAHNHOFSMISSION** (2016a), "Über uns", <http://www.bahnhofsmmission.de/UEber-Uns.9.0.html> (Abruf: 20.01.2017)
- **BAHNHOFSMISSION** (2016b), "Start" <http://www.bahnhofsmmission.de/Start.3.0.html> (Abruf: 20.01.2017)
- **BAHNHOFSMISSION** (2016c), "Auf Reisen", <https://www.bahnhofsmmission.de/Auf-Reisen.26.0.html> (Abruf: 20.01.2017)
- **BAHNHOFSMISSION** (2016d), "Kinderlounge", <https://www.bahnhofsmmission.de/Kinderlounge.533.0.html> (Abruf: 20.01.2017)
- **BARTH** (1998), Die schriftliche Befragung, <https://www.hb-fh-muenster.de/opus/fhms/volltexte/2011/713/pdf/SchriftlicheBefragung.pdf> (Abruf: 12.05.2017)
- **BAHNONLINE.CH** (2013), <http://www.bahnonline.ch/wp/63337/alle-40-familienwagen-umgebaut-sbb-kinderwoche-kinder-am-zug.htm> (Abruf: 13.01.2017)
- **BMVIT** (2013a), Mobilität im Alter, [https://www.bmvit.gv.at/service/publikationen/verkehr/gesamtverkehr/downloads/mobilitaetalter\\_lang.pdf](https://www.bmvit.gv.at/service/publikationen/verkehr/gesamtverkehr/downloads/mobilitaetalter_lang.pdf) (Abruf: 15.02.2017)
- **BMVIT** (2013b), Österreich unterwegs, Ergebnisbericht zur österreichweiten Mobilitätsenerhebung, [https://www.bmvit.gv.at/verkehr/gesamtverkehr/statistik/oesterreich\\_unterwegs/](https://www.bmvit.gv.at/verkehr/gesamtverkehr/statistik/oesterreich_unterwegs/) (Abruf: 15.02.2017)
- **BMVIT** (2014), Leitfaden nachhaltiger Mobilität im Tourismus, [https://www.bmfwf.gv.at/Tourismus/Veranstaltungen/Documents/Leitfaden\\_Mobilitaet\\_Web\\_Doppelseite.pdf](https://www.bmfwf.gv.at/Tourismus/Veranstaltungen/Documents/Leitfaden_Mobilitaet_Web_Doppelseite.pdf) (Abruf: 11.05.2017)
- **BMFWF** (2011), Tourismus und Familienstrukturen, Die Dynamik der Familienstrukturen und deren Einfluss auf das Nachfrageverhalten im Bereich des Tourismus, <http://www.bmfwf.gv.at/Tourismus/TourismusstudienUndPublikationen/Documents/Tourismus%20und%20Familienstrukturen%20KF.pdf> (Abruf: 05.02.2017)
- **BRAUNECKER** (2016), How to do Empirie, how to do SPSS, Utb Verlag, Wien.
- **ČD** (2015), "Lounge", <https://www.cd.cz/de/sc-pendolino/navazne-sluzby/cekarny/-19835/> (Abruf: 20.01.2017)
- **CIPRA.ORG**, Modellvorhaben "Samo", <http://www.cipra.org/de/good-practice/84> (Abruf: 11.05.2017)
- **CIS, P.** (2009), Auslastungsgrad von Eisenbahnwagen in Abhängigkeit von individuellem FAHRGASTVERHALTEN, Wien.

- COMPAGNA (2015), <http://www.compagna-reisebegleitung.ch/de/medien-downloads.html> (Abruf: 21.01.2017)
- COMPAGNA (o.J.), "Portrait", <http://www.compagna-reisebegleitung.ch/de/portrait.html> (Abruf: 21.01.2017)
- DB (2015), „Inside Bahn: Der kleine ICE – Entstehung“, [https://inside.bahn.de/der-kleine-ice-entstehung/?dbkanal\\_007=L01\\_S01\\_D001\\_KIN0011\\_-\\_KINDER-KLEINERICEONLINE-INSIDEBAHN-KLEINERICE\\_LZ01](https://inside.bahn.de/der-kleine-ice-entstehung/?dbkanal_007=L01_S01_D001_KIN0011_-_KINDER-KLEINERICEONLINE-INSIDEBAHN-KLEINERICE_LZ01) (Abruf: 19.01.2017)
- DB (2016), "Bahnhofsinformation" <http://www.bahnhof.de/bahnhof-de/bahnhofsinformationen/> (Abruf: 20.01.2017)
- DB (2016), "Bahnhof-Wartewelten" <https://inside.bahn.de/bahnhof-wartewelten/> (Abruf: 20.01.2017)
- DB (2016), "Gepäckträgerservice", [https://www.bahn.de/p/view/service/buchung/gepaeck/gepaecktraegerservice.shtml?dbkanal\\_007=L01\\_S01\\_D001\\_KIN0011\\_-\\_KINDER-SERVICE-UND-TIPPS\\_LZ01](https://www.bahn.de/p/view/service/buchung/gepaeck/gepaecktraegerservice.shtml?dbkanal_007=L01_S01_D001_KIN0011_-_KINDER-SERVICE-UND-TIPPS_LZ01) (Abruf: 20.01.2017)
- DB (2016), "Kinder: Service & Tipps", [https://www.bahn.de/p/view/service/barrierefrei/mobilitaetsservice.shtml?dbkanal\\_007=L01\\_S01\\_D001\\_KIN0011\\_-\\_KINDER-SERVICE-UND-TIPPS\\_LZ01](https://www.bahn.de/p/view/service/barrierefrei/mobilitaetsservice.shtml?dbkanal_007=L01_S01_D001_KIN0011_-_KINDER-SERVICE-UND-TIPPS_LZ01) (Abruf: 20.01.2017)
- DB (2016), "Start ICE 4", [http://www.deutschebahn.com/de/bahnwelt/start\\_ice4](http://www.deutschebahn.com/de/bahnwelt/start_ice4) (Abruf: 13.01.2017)
- DB (2016), „Bahnsnop – Der kleine ICE“, [https://bahnsnop.de/junior/der-kleine-ice.html?dbkanal\\_007=L01\\_S01\\_D001\\_KIN0011\\_-\\_KINDER-EXTRAS-BAHNSHOP\\_LZ01](https://bahnsnop.de/junior/der-kleine-ice.html?dbkanal_007=L01_S01_D001_KIN0011_-_KINDER-EXTRAS-BAHNSHOP_LZ01) (Abruf: 16.01.2017)
- DB (2016), „Freizeitkarte für Familien - Gesamtdeutschland“, [https://www.bahn.de/p/view/mdb/bahnintern/zielgruppen\\_-\\_msc/teens\\_twens/kids/kinderkonzept\\_2016/mdb\\_224338\\_db\\_infografik\\_gesamtuebersicht\\_horizontaal.pdf](https://www.bahn.de/p/view/mdb/bahnintern/zielgruppen_-_msc/teens_twens/kids/kinderkonzept_2016/mdb_224338_db_infografik_gesamtuebersicht_horizontaal.pdf) (Abruf: 19.01.2017)
- DB (o.J.), "Familienbereich", <https://www.bahn.de/p/view/service/familie/angebote/familienbereich.shtml> (Abruf: 12.01.2017)
- DB (o.J.), "Familienreservierung", <https://www.bahn.de/p/view/service/familie/angebote/familienreservierung.shtml> (Abruf: 20.01.2017)
- DB (o.J.), "Kids on Tour - Vertrag", [https://www.bahn.de/p/view/mdb/bahnintern/zielgruppen\\_-\\_msc/teens\\_twens/kids/kids\\_on\\_tour/mdb\\_162695\\_muster-vertrag\\_kids\\_on\\_tour.pdf?dbkanal\\_007=L01\\_S01\\_D001\\_KIN0011\\_-\\_KINDER-KIDS-ON-TOUR\\_LZ01](https://www.bahn.de/p/view/mdb/bahnintern/zielgruppen_-_msc/teens_twens/kids/kids_on_tour/mdb_162695_muster-vertrag_kids_on_tour.pdf?dbkanal_007=L01_S01_D001_KIN0011_-_KINDER-KIDS-ON-TOUR_LZ01) (Abruf: 21.01.2017)
- DB (o.J.), "Kids on Tour", <https://www.bahn.de/p/view/service/familie/angebote/kids-on-tour.shtml> (Abruf: 21.01.2017)
- DB (o.J.), "Kinderbetreuer an Bord", [https://www.bahn.de/p/view/service/familie/extras/kinderbetreuer\\_an\\_bord.shtml](https://www.bahn.de/p/view/service/familie/extras/kinderbetreuer_an_bord.shtml) (Abruf: 21.01.2017)
- DB (o.J.), "Kinderbetreuung Karte" [https://www.bahn.de/p/view/mdb/bahnintern/zielgruppen\\_-\\_msc/teens\\_twens/kids/kinderkonzept\\_2016/mdb\\_242422\\_strecken\\_kinderbetreuung\\_karte\\_lotta.pdf](https://www.bahn.de/p/view/mdb/bahnintern/zielgruppen_-_msc/teens_twens/kids/kinderkonzept_2016/mdb_242422_strecken_kinderbetreuung_karte_lotta.pdf) (Abruf: 21.01.2017)
- DB (o.J.), „DB Gepäckservice“, <https://www.bahn.de/p/view/service/buchung/gepaeck/db-gepaeckservice.shtml> (Abruf: 22.01.2017)
- DB (o.J.), „Fahrkarten für Kinder“ [https://www.bahn.de/p/view/service/familie/angebote/fahrkarten\\_fuer\\_kinder.shtml?dbkanal\\_007=L01\\_S01\\_D001\\_KIN0011\\_-\\_KINDER-UEBERBLICK\\_LZ01](https://www.bahn.de/p/view/service/familie/angebote/fahrkarten_fuer_kinder.shtml?dbkanal_007=L01_S01_D001_KIN0011_-_KINDER-UEBERBLICK_LZ01) (Abruf: 19.01.2017)
- DB (o.J.), „Kindermenü“, <https://www.bahn.de/p/view/service/familie/extras/kindermenue.shtml> (Abruf: 21.01.2017)
- DB (o.J.); "Einfach flinkster", <https://www.bahn.de/p/view/service/bahnhof/carsharing.shtml>
- DER STANDARD (2017), „Mit dem Zug in die Semesterferien“, Beitrag im Standard-Mobilitätsforum. <https://derstandard.at/jetzt/livebericht/2000038950135/1000077750/mobilitaetsforum-mit-dem-zug-in-die-semesterferien> (Abruf: 12.02.2017)
- DIE BUNDESBAHN, Ausgabe 10/1990, ICE: Roll-out der ersten Zwischenwagen in Salzgitter.
- DIE PRESSE (2016a), [http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4976040/Neue-OeBBWebseite\\_Mehr-TicketVerkaeufe-mehr-Beschwerden](http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4976040/Neue-OeBBWebseite_Mehr-TicketVerkaeufe-mehr-Beschwerden) (Abruf: 21.01.2017)
- DIE PRESSE (2016b), [http://diepresse.com/home/panorama/oesterreich/4971018/Bahnhoefe\\_Der-leise-Abschied-vom-Kofferkuli](http://diepresse.com/home/panorama/oesterreich/4971018/Bahnhoefe_Der-leise-Abschied-vom-Kofferkuli) (Abruf: 20.01.2017)

- **DREHSCHIEBE ONLINE** (2017), „Bahnreisen mit Familie – internationale Referenzbeispiele“, <https://www.drehscheibe-online.de/foren/read.php?030,8090706> (Abruf: 12.05.2017)
- **DUDEN** (2016), Familie, <http://www.duden.de/rechtschreibung/Familie> (Abruf: 04.02.2017)
- **DUDEN** (2016), Tourismus, <http://www.duden.de/rechtschreibung/Tourismus> (Abruf: 04.02.2017)
- **EUR-LEX** (2014), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/de/ALL/?uri=CELEX%3A32014R1300> (Abruf: 22.01.2017)
- **FLEXICOACH** (2012), diverse Projektmaterialien und -ergebnisse (nicht veröffentlicht)
- **FLUGHAFEN ZÜRICH** (o.J.), "Reisen mit Kindern", <https://www.flughafen-zuerich.ch/passagiere-und-besucher/airport-services/aufenthalt-und-lounges/family-services> (Abruf: 23.01.2017)
- **FUR** (2016), Reiseanalyse 2016, Erste Ergebnisse, [http://www.fur.de/fileadmin/user\\_upload/RA\\_2016/RA2016\\_Erste\\_Ergebnisse\\_DE.pdf](http://www.fur.de/fileadmin/user_upload/RA_2016/RA2016_Erste_Ergebnisse_DE.pdf) (Abruf: 05.02.2017)
- **GABLER** Wirtschaftslexikon (o.J.), „Benchmarking“, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/benchmarking.html> (Abruf: 05.01.2017)
- **GEPÄCKLOS** (2014), diverse Projektmaterialien und -ergebnisse (nicht veröffentlicht)
- **gseispur.at** (o.J.), "Das Projekt", <http://www.gseispur.at/project.php> (Abruf: 11.05.2017)
- **GULF AIR** (o.J.), "Sky nanny", <https://www.gulfair.com/on-board/sky-nanny> (Abruf: 23.01.2017)
- **HENRY AM ZUG** (2016), [http://www.henryamzug.com/media/161704/henryamzug\\_menuekarte\\_winter\\_2016\\_\\_2016-12-23.pdf](http://www.henryamzug.com/media/161704/henryamzug_menuekarte_winter_2016__2016-12-23.pdf) (Abruf: 21.01.2017)
- **INSTITUT FÜR MOBILITÄTSFORSCHUNG** (2007), Motive und Handlungsansätze im Freizeitverkehr. Wien, Springer Verlag.
- **KIDSAWAY.DE** (o.J.), „Reisen per Fernbus – eine gute Idee für Familien?“, <http://www.kidsaway.de/reiseplanung/andere-verkehrsmittel/verkehrsmittel-check-reisen-per-fernbus-eine-gute-idee-fuer-familien/> (Abruf: 23.01.2017)
- **KIDSAWAY.DE**: „Kleinkindabteil: Rollendes Spielzimmer im Zug für Baby und Kleinkind“, <http://www.kidsaway.de/bahn-zug/kleinkindabteil-rollende-spielzimmer-im-zug-fuer-baby-und-kleinkind/> (Abruf 11.01.2017)
- **LAIMER** (2016), Urlaubsreiseverhalten der Österreicherinnen und Österreicher – Quo vadis?, [http://www.oerv.at/de/index.php?mact=News,cntnt01,detail,0&cntnt01articleid=127&cntnt01lang=de\\_DE&cntnt01returnid=15](http://www.oerv.at/de/index.php?mact=News,cntnt01,detail,0&cntnt01articleid=127&cntnt01lang=de_DE&cntnt01returnid=15) (Abruf: 05.02.2017).
- **LOCOMORE** (2016), Tarif 3.6.(6), <https://locomore.com/download/locomore-tarif-2016-11-08.pdf> (Abruf: 20.01.2017)
- **LUFTHANSA** (o.J.), "Fliegen mit Kleinkind", <http://www.lufthansa.com/de/de/Fliegen-mit-Kleinkind> (Abruf: 23.01.2017)
- **MOBILITÄT OHNE BARRIEREN** (2011), <http://www.mobilitaetohnebarrieren.at/start.asp?ID=306> (Abruf: 20.01.2017)
- **ÖBB** (2014), "Kids Corner Kinderkino & Timi Taurus", <https://www.blog-oebb.at/langeweile-war-gestern-heute-gibt-es-kids-corner-kinderkino-und-timi-taurus/> (Abruf: 20.01.2017)
- **ÖBB** (2016), "Broschüre Nightjet", [https://www.oebb.at/file\\_source/reiseportal/angebote-und-ermaessigungen/Nightjet%20NEU/Folder%20%C3%96BB%20Nightjet%202017.pdf](https://www.oebb.at/file_source/reiseportal/angebote-und-ermaessigungen/Nightjet%20NEU/Folder%20%C3%96BB%20Nightjet%202017.pdf) (Abruf: 16.01.2017)
- **ÖBB** (2016), „Bahnhofsinformation“, <http://www.oebb.at/de/leistungen-und-services/ambahnhof/bahnhofsinformation> (Abruf 20.01.2017)
- **ÖBB** (2016), „Langeweile war gestern, heute gibt es Kids Corner“, <https://www.blog-oebb.at/langeweile-war-gestern-heute-gibt-es-kids-corner-kinderkino-und-timi-taurus/> (Abruf: 16.01.2017)
- **ÖBB** (2017), „Rail and Drive“, <https://www.railanddrive.at/de/so-gehts> (Abruf: 14.05.2017)
- **ÖBB** (o.J.), "Mit Kindern unterwegs", <http://www.oebb.at/de/leistungen-und-services/im-zug/mit-kindern-unterwegs> (Abruf: 21.01.2017)
- **ÖBB** (o.J.), "ÖsterreichCard", <http://www.oebb.at/de/angebote-ermaessigungen/ermaessigungskarten/oesterreichcard> (Abruf: 19.01.2017)
- **ÖBB** (o.J.), „Familienabteil im Nachtreisezug“, <http://www.oebb.at/de/angebote-ermaessigungen/familienabteil-nachtreisezug> (Abruf: 22.01.2017)
- **ÖBB** (o.J.), „Fragen und Antworten – Vorteils card Family“, <https://www.oebb.at/de/fragen-und-antworten/fragen-und-antworten?kategorie=Vorteils-card%20Family> (Abruf: 19.01.2017)
- **ÖBB** (o.J.), „Haus-Haus-Gepäck“, <http://www.oebb.at/de/leistungen-und-services/haus-haus-gepaeck> (Abruf: 22.01.2017)

- **ÖBB** (o.J.), „Sonderabteile“, <http://www.oebb.at/de/leistungen-und-services/im-zug/sonderabteile> (12.01.2017)
- **ÖBB** (o.J.), Ticketshop, online
- **ÖIF** (2016), Familien in Zahlen 2016, [http://www.oif.ac.at/fileadmin/OEIF/FIZ/fiz\\_2016.pdf](http://www.oif.ac.at/fileadmin/OEIF/FIZ/fiz_2016.pdf) (Abruf: 15.02.2017)
- **ONLINEREPORTS.CH** (2013), <http://www.onlinereports.ch/News.117+M57276ebee8a.0.html> (Abruf: 20.01.2017)
- **ORF** (2017), Keine Wiener Linien auf Google Maps, <http://wien.orf.at/news/stories/2836970/> (Abruf: 27.04.2017)
- **ÖSTERREICH WERBUNG** (2014), T-MONA Basisinfo Familienurlauber in Österreich, <https://www.austriatourism.com/tourismusforschung/t-mona-urlauberbefragung/themenzielgruppen/familie/> (Abruf: 05.02.2017)
- **PARLAMENTS DIREKTION** (2016), "Anfragebeantwortung Familienfreundlichkeit ÖBB", [https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXV/AB/AB\\_08075/imfname\\_527642.pdf](https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXV/AB/AB_08075/imfname_527642.pdf) (Abruf: 23.01.2017)
- **QATAR AIRWAYS**, "Young travellers", <http://www.qatarairways.com/global/en/young-travellers.page> (Abruf: 23.01.2017)
- **REGIOJET** (2016), <https://www.regiojet.cz/servis/sluzby-ve-vlaku> (Abruf: 12.01.2017)
- **RICA SEATS** (2011), <http://www.ricaseats.com/products/childrens-playground-within-train> (Abruf: 12.01.2017)
- **SALZBURGER RAUMORDNUNGSGESETZ** (2017), <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=LrSbg&Gesetzesnummer=20000615> (Abruf: 14.05.2017)
- **SBB** (2010), Allgemeiner Gepäcktarif, [http://www.sbb.ch/content/dam/sbb/de/pdf/bahnhof-services/dienstleistungen/Kundendienst/Deutsch/T601\\_d.pdf](http://www.sbb.ch/content/dam/sbb/de/pdf/bahnhof-services/dienstleistungen/Kundendienst/Deutsch/T601_d.pdf) (Abruf: 22.01.2017)
- **SBB** (2016), "Generalabo Kind", <http://www.sbb.ch/abos-billette/abonnemente/ga/ga-kind.html> (Abruf: 19.01.2017)
- **SBB** (2016), "SBB schließt Lounges in Zürich und Genf", [https://www.sbb.ch/sbb-konzern/medien/medienmitteilungen.newsdetail.2016-10-1010\\_2.html](https://www.sbb.ch/sbb-konzern/medien/medienmitteilungen.newsdetail.2016-10-1010_2.html) (Abruf: 20.01.2017)
- **SBB** (2016), „Bahnhof Zürich“, [https://www.sbb.ch/content/sbbshop/de/zuerich/09\\_ug1\\_zg\\_schliessfaecher.html](https://www.sbb.ch/content/sbbshop/de/zuerich/09_ug1_zg_schliessfaecher.html)
- **SBB** (2016), <http://www.sbb.ch/abos-billette/abonnemente/junior-karte-kinder-mitfahrkarte.html> (Abruf: 20.01.2017)
- **SBB** (o.J.), „Bahngastronomie“, <http://www.sbb.ch/bahnhof-services/im-zug/bahngastronomie.html> (Abruf: 21.01.2017)
- **SBB** (o.J.), „Das ist Ticki Park“, <http://www.tickipark.ch/erlebe-ticki-park/das-ist-ticki-park/> (Abruf: 16.01.2017)
- **SBB** (o.J.), „Familien im Zug“, <http://www.sbb.ch/bahnhof-services/im-zug/familien.html> (Abruf: 13.01.2017)
- **SBB** (o.J.), „Gleis 7 – Abos“, <http://gleis7.ch/abos-billette/abos/gleis-7-abo> (Abruf: 16.01.2017)
- **SBB** (o.J.), „Gleis 7 – Shop“, <http://gleis7.ch/profitieren/shop> (Abruf: 16.01.2017)
- **SBB** (o.J.), „Magic Ticket – Spaß & Wissen“, <https://www.magicticket.ch/spass-wissen/> (Abruf: 16.01.2017)
- **SBB** (o.J.), „Reise- und Fluggepäck – Produktvergleich“, <http://www.sbb.ch/bahnhof-services/dienstleistungen/reise-und-fluggepaeck/produktvergleich-reisegepaeck.html> (Abruf: 22.01.2017)
- **SBB** (o.J.), „SBB – Schul- und Erlebniszug“, <http://www.sbb.ch/sbb-konzern/ueber-die-sbb/sbb-fuer-schulen/schul-und-erlebniszug.html> (Abruf: 16.01.2017)
- **SBB** (o.J.), „Ticki Park – Downloads“ <http://www.tickipark.ch/fuer-unterwegs/download-pdfs/> (Abruf: 16.01.2017)
- **SBB** (o.J.), „Ticki Park – Vorteile für Mitglieder“, <https://www.magicticket.ch/fuer-eltern/vorteile-fuer-mitglieder/> (Abruf: 16.01.2017)
- **SBB** (o.J.), „Ticki Park-Apps“, <http://www.tickipark.ch/fuer-unterwegs/ticki-park-apps/> (Abruf: 16.01.2017)
- **SDI-RESEARCH.AT** (2009), <http://www.sdi-research.at/lexikon/fokusgruppen.html> (Abruf: 26.04.2017)
- **STATISTIK AUSTRIA** (2012): Familien- und Haushaltsstatistik. Ergebnisse der Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung 2012.

- **STATISTIK AUSTRIA** (2015a), Urlaubs- und Geschäftsreisen 2015, [http://www.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET\\_PDF\\_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=107824](http://www.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_PDF_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=107824) (Abruf: 05.02.2017)
- **STATISTIK AUSTRIA** (2015b), Tourismus in Zahlen, Folder, [http://www.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET\\_PDF\\_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=020477](http://www.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_PDF_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=020477) (Abruf: 05.02.2017)
- **STATISTIK AUSTRIA** (2015c), Familien nach Typ & Zahl <15-jähriger Kinder, [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/menschen\\_und\\_gesellschaft/bevoelkerung/haushalte\\_familien\\_lebensformen/familien/023079.html](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bevoelkerung/haushalte_familien_lebensformen/familien/023079.html) (Abruf: 05.02.2017)
- **STATISTIK AUSTRIA** (2015d), Familien nach Familientyp und ausgewählter Altersgruppen, [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/menschen\\_und\\_gesellschaft/bevoelkerung/haushalte\\_familien\\_lebensformen/familien/023080.html](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bevoelkerung/haushalte_familien_lebensformen/familien/023080.html)
- **STATISTIK AUSTRIA** (2015e), Ausgaben nach Haushaltsgröße, [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/menschen\\_und\\_gesellschaft/soziales/verbrauchsausgaben/konsumerhebung\\_2014\\_2015/110333.html](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/soziales/verbrauchsausgaben/konsumerhebung_2014_2015/110333.html) (Abruf: 05.02.2017)
- **STATISTIK AUSTRIA** (2015f), Haushaltseinkommen, [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/menschen\\_und\\_gesellschaft/soziales/haushaltseinkommen/022295.html](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/soziales/haushaltseinkommen/022295.html) (Abruf: 05.02.2017)
- **STATISTIK AUSTRIA** (2016a), Familien; [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/menschen\\_und\\_gesellschaft/bevoelkerung/haushalte\\_familien\\_lebensformen/familien/index.html](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bevoelkerung/haushalte_familien_lebensformen/familien/index.html) (Abruf: 05.02.2017)
- **STEINGRUBE** (2001) in: **SPEKTRUM DER WISSENSCHAFT** (2001), Lexikon der Geographie, online <http://www.spektrum.de/lexikon/geographie/tourismus/8175> (Abruf: 04.5.2017)
- **SÜDTIROL MOBIL** (2016), "Südtirol Pass", <http://www.sii.bz.it/de/tickets/suedtirol-pass-ein-pass-fuer-alle> (Abruf: 20.01.2017)
- **SÜDTIROL MOBIL** (2016), „Südtirol Pass – Abo Plus“, <http://www.sii.bz.it/de/tickets/suedtirol-pass-abo-plus> (Abruf: 20.01.2017)
- **TIROL WERBUNG** (2014), Mobilität aus der Perspektive Tourismus, Erfolg durch strategische Kooperationen, Vortrag Dr. Brandl, [https://www.bmwfw.gv.at/Tourismus/Veranstaltungen/Documents/Mobilit%C3%A4tstag2014\\_Referat\\_Brandl.pdf](https://www.bmwfw.gv.at/Tourismus/Veranstaltungen/Documents/Mobilit%C3%A4tstag2014_Referat_Brandl.pdf) (Abruf: 13.05.2017)
- **TOURISMUSVERBAND WERFENWENG**, [https://www.kommunalnet.at/news/einzelansicht/mit-e-scooter-und-nachtmobil-durch-den-ur-laub/news/detail.html?cHash=f78846878a3024385633e34e307c87a8&no\\_cache=1&sword\\_list%5B0%5D=werfenweng](https://www.kommunalnet.at/news/einzelansicht/mit-e-scooter-und-nachtmobil-durch-den-ur-laub/news/detail.html?cHash=f78846878a3024385633e34e307c87a8&no_cache=1&sword_list%5B0%5D=werfenweng)
- **VIENNA AIRPORT** (2014), „Family Fun Gate am Flughafen Wien“, [http://www.viennaairport.com/unternehmen/presse\\_\\_news/presseaussendungen\\_\\_news\\_2?news\\_beitrag\\_id=1394548623083](http://www.viennaairport.com/unternehmen/presse__news/presseaussendungen__news_2?news_beitrag_id=1394548623083) (Abruf: 23.01.2017)
- **VOR** (o.J.), „Schüler & Lehrlinge“, <https://www.vor.at/tickets/schuelerinnen-lehrlinge/> (Abruf: 20.01.2017)
- **VR** (o.J.), „Families and children“, [https://www.vr.fi/cs/vr/en/families\\_and\\_children](https://www.vr.fi/cs/vr/en/families_and_children) (Abruf: 12.01.2017)
- **VR** (o.J.), „Sleeping berths“, [https://www.vr.fi/cs/vr/en/sleeping\\_berths](https://www.vr.fi/cs/vr/en/sleeping_berths) (Abruf: 22.01.2017).
- **WERFENWENG.EU** (o.J.), "SAMO-Card", <http://www.werfenweng.eu/SAMO/Card/> (Abruf: 11.05.2017)
- **WESTBAHN MANAGEMENT GMBH** (2016), <https://westbahn.at/sonstiges/agbs/> (Abruf: 19.01.2017)
- **WKO** (2014), Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft: Tourismus und Freizeitwirtschaft in Zahlen, Wien.
- **ZILLERTAL, "AKTIVCARD"**, <https://www.zillertal.at/tipps/sommer/zillertal-activcard.html> (Abruf: 12.05.2017)



## 11.4 ExpertInneninterviews & Fokusgruppe

---

- **FOKUSGRUPPE (2017)**, 6 Teilnehmer, durchgeführt persönlich am 09.01.2017 in der TU Wien (vgl. Kapitel 2.3)
- **GAUMANN, CORNELIA (2017)**, Deutsche Bahn Fernverkehr AG, Produktmanagement Kundenservices. Interview durchgeführt per Telefon am 10.02.2017.
- **GLANZER, EDUARD (2016)**, Österreichische Bundesbahnen, Personenverkehr AG. Abteilung Architektur, Fahrzeuggestaltung. Interview durchgeführt persönlich am 21.09.2016.
- **LÜTHY, DOMINIC (2017)**, Schweizerische Bundesbahnen, Abteilung Kinder- und Jugendmarketing. Interview durchgeführt per Telefon am 14.01.2017
- **SADOVNIK, KATHARINA (2016)**, FH Campus Wien, Physiotherapeutin, Motorische Entwicklung. Interview durchgeführt persönlich am 23.09.2016.
- **WIESPEINER, SILVIA (2017)**, Österreichische Bundesbahnen, Personenverkehr AG. Abteilung Marketing & Kommunikation. Interview durchgeführt per E-Mail am 30.01.2017

## 11.5 Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

---

### Abbildungen

- **Abb. 1.1** Mobilitätskette;  
Quelle: Eigene Darstellung ..... 12
- **Abb. 2.1** Befragte nach Datum (Familienreisende und übrige Reisende)  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) ..... 18
- **Abb. 2.2** Familienreisende (nach Definition EASY TRAVEL)  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) ..... 19
- **Abb. 2.3** Altersklassenerhebung bei Familienreisenden / übrigen Reisenden  
Quelle: Eigene Darstellung, Daten aus EASY TRAVEL (2016). ..... 19
- **Abb. 2.4** Geschlecht der befragten Familienreisenden  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) ..... 20
- **Abb. 2.5** Herkunft der Befragten;  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von Easy Travel (2016) ..... 20
- **Abb. 2.6** Befragte nach Wohnort;  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) ..... 21
- **Abb. 2.7** Familienreisende und andere Reisende nach Zugtyp  
Quelle: Eigene Erhebung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) ..... 21
- **Abb. 2.8** Befragte Reisende nach Wagenklassen  
Quelle: Eigene Erhebung nach Daten von Easy Travel (2016) ..... 22
- **Abb. 2.9** Anteil der Fahrgäste, die mit mindestens einem Kind bis 19 Jahre verreisen  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von FLEXICOACH (2012) ..... 22
- **Abb. 2.10** Anzahl der Kinder  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) ..... 23
- **Abb. 2.11** Zweck der Bahnreise von Familien-, Allein- und übrigen Reisenden  
Quelle: Eigene Darstellung, Daten aus FLEXICOACH (2012) ..... 24
- **Abb. 2.12** Letzte Reise in den Winterurlaub von Familien und anderen Befragten  
Quelle: Eigene Darstellung nach EASY TRAVEL (2016) ..... 24
- **Abb. 2.13** Winterurlaubsreisende bei der aktuellen Reise, Familienreisende / Familienreisende Arlberg / andere Reisende;  
Quelle: Eigene Darstellung nach EASY TRAVEL (2016) ..... 25
- **Abb. 2.14, Abb. 2.15** Zurückgelegte Kilometer und Fahrtstunden von Familienreisenden bei einer Fahrt in den Winterurlaub;  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) ..... 25
- **Abb. 4.1** Anreiseverkehrsmittel von Familienreisenden und anderen Reisenden bei Vor-Ort-Befragungen im Ötztal 2016.  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von Easy Travel (2016). ..... 35
- **Abb. 4.2** Klassen aus DE WITTE (2013) als Rahmen für Indikatoren der Verkehrsmittelwahl  
Quelle: DE WITTE (2013), 4. .... 36

• <b>Abb. 4.3</b> Gründe, weshalb Familien bzw. andere Reisende selten oder nie mit der Bahn in den Winterurlaub fahren. Farbliche Darstellung nach zusammengehörigen Kategorien Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) .....	39
• <b>Abb. 4.4</b> Anzahl der Entscheidungsgründe gegen die Bahn, die angegeben wurden. Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016). .....	40
• <b>Abb. 4.5</b> Kombination der Entscheidungsgründe gegen die Bahn Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016). .....	40
• <b>Abb. 4.6</b> Gründe, warum die Bahn von Familienreisenden / Familienreisenden in Tirol an Anreiseverkehrsmittel in den Winterurlaub gewählt wurde, Quelle: Eigene Darstellung, Daten EASY TRAVEL (2016) .....	42
• <b>Abb. 4.7</b> Beweggründe für die Wahl der Bahn von Reisenden mit Kindern unter 12 Jahren, Urlaubsreisenden mit Kindern unter 12 Jahren und allen Reisenden im Vergleich. Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von FLEXICOACH (2012).....	43
• <b>Abb. 4.8</b> Eignung der Bahn für Familienreisende als Anreisetransportverkehrsmittel in den Winterurlaub; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von Easy Travel (2016) .....	44
• <b>Abb. 4.9</b> Nutzung der Bahn bzw. des Autos für Winterurlaube, unterteilt nach Anzahl der Kinder; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von Easy Travel (2016). .....	45
• <b>Abb. 4.10</b> PKW-Verfügbarkeit bei den befragten Reisenden; Quelle: Eigene Darstellung nach EASY TRAVEL (2016).....	46
• <b>Abb. 4.11a-b</b> Häufigkeit des Verreisens in den Winterurlaub per Bahn bzw. Auto je nach Autoverfügbarkeit. Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von Easy Travel (2016) .....	47
• <b>Abb. 4.12a-b</b> Häufigkeit des Verreisens in den Winterurlaub mit Bahn bzw. eigenem Auto je nach Autoverfügbarkeit. Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von Easy Travel (2016) .....	48
• <b>Abb. 4.13</b> Wahl der Bahn als Anreiseverkehrsmittel in den Winterurlaub in den letzten fünf Jahren, abhängig von den Wohnverhältnissen der befragten Familienreisenden Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) .....	49
• <b>Abb. 4.14</b> Ausschlussquote eines autofreien Winterurlaubsorts (Familienreisende / übrige Reisende) Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von Easy Travel (2016) .....	50
• <b>Abb. 5.1</b> Informationskanäle bezüglich Anreise von Familienreisenden zu Winterurlaubsorten; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) .....	54
• <b>Abb. 5.2</b> Verkaufte Fahrscheine nach Ticketart; ÖBB Statistik 2014 Quelle: ÖBB-BLOG (2014).....	55
• <b>Abb. 5.3</b> Gewünschte Funktionen einer App/eines Webportals; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) .....	56
• <b>Abb. 5.4</b> Anzahl der Fahrgäste, die eine Vorteilscard Family besitzen; Quelle: Eigene Darstellung, Eigene Befragung (2016) .....	57
• <b>Abb. 5.5</b> Bedarfsermittlung Angebote und Tarife für Familienreisende. Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) .....	58
• <b>Abb. 5.6</b> Auslastungsanzeige SBB-Fahrplanauskunft; Quelle: Eigene Darstellung, Screenshot SBB-BILLETSHOP (2016) .....	60
• <b>Abb. 6.1</b> Anreiseverkehrsmittel zum Bahnhof; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von GEPÄCKLOS (2014). .....	66
• <b>Abb. 6.2</b> Serviceleistungen für Familien am Bahnhof: Familienbereiche und Kinderbetreuung. Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016). .....	67
• <b>Abb. 6.3a-c</b> Detaillierte Befragungen zu Familienbereichen; Quelle: Eigene Darstellung nach eigener Erhebung (2016) .....	68
• <b>Abb. 6.4a-b</b> Karte Bahnhofsmissionen in Nordrhein-Westfalen, Kinderlounge in der Bahnhofsmission Quellen: a: BAHNHOFSMISSION (o.J.), „Zur nächsten Bahnhofsmission“, b: TEWES (o.J.) .....	72
• <b>Abb. 6.5</b> Family Check-In in Wien Quelle: AUSTRIANWINGS CREW (2014), online (Abruf: 23.01.2017) .....	73
• <b>Abb. 6.6</b> Familienzone Flughafen Stockholm Quelle: DIETRICH (2016).....	73
• <b>Abb. 7.1</b> Bedarf nach Unterstützung beim Ein- und Aussteigen in den Zug; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) .....	75

- **Abb. 7.2** Bedarf Familienreisender an Familienbereichen;  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) ..... 77
- **Abb. 7.3** Meinungen von Familien zu Verbesserungsbedarf bei Kinderkino und Kinderspielabteil;  
Quelle: Eigene Darstellung und Durchführung der Befragung (2016). ..... 78
- **Abb. 7.4a-d** Detailbefragungen Familienbereiche;  
Quelle: Eigene Darstellung, Eigene Befragung..... 79
- **Abb. 7.5** Tätigkeiten, denen Familien bzw. alle Reisenden im Zug nachgehen;  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von FLEXICOACH (2012)..... 80
- **Abb. 7.6** Wunsch von Familien / anderen Reisenden, die Zeit im Zug anders zu nutzen, nach  
Fahrtdauer (bis/über 3 Stunden);  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von FLEXICOACH (2012)..... 81
- **Abb. 7.7** Meinung von Familienreisenden zu ausreichender Bewegung im Zug;  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von FLEXICOACH (2012)..... 81
- **Abb. 7.8** Bedarf nach Serviceleistungen (Familienreisende und andere Reisende).  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von FLEXICOACH (2012)..... 83
- **Abb. 7.9 und 7.10.** Mitgenommene Gegenstände und Nutzungsbereitschaft kostenlos zur  
Verfügung gestellter Gegenstände bei Familienreisen im Zug;  
Quelle: Eigene Darstellung und Befragung in Fernverkehrszügen (2016) ..... 84
- **Abb. 7.11** Zustimmungsrate und Höhe des möglichen Betrags eines Kinderbetreuungsservices  
Quelle: Eigene Darstellung, eigene Befragung..... 84
- **Abb. 7.12** Verbesserungspotenzial für Familien bei sanitären Einrichtungen;  
Quelle: Eigene Darstellung und Durchführung der Befragung (2016) ..... 85
- **Abb. 7.13** Bedarf nach Kindermenüs in der Bordgastronomie;  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) ..... 86
- **Abb. 7.14** Bedarf nach gesundem Ernährungsprogramm im Zug;  
Quelle: Eigene Daten nach Darstellung FLEXICOACH (2012) ..... 86
- **Abb. 7.15:** Kinderkino im ÖBB railjet;  
Quelle: DIETRICH (2016)..... 91
- **Abb. 7.16a-b** Kinderspielabteil in Regiojet-Zug;  
Quelle: DIETRICH (2016)..... 92
- **Abb. 7.17a-c** ICE 1: Wagenplan und Ansichten des Familienabteils  
Quellen: FRANKE (2016a-b, o. und r.), online; GRANZER (2016, l.) ..... 93
- **Abb. 7.18a-c** ICE 2: Wagenplan nach Redesign (Familienabteil hervorgehoben, o.), Ansichten  
des Zugs (u. li. vor, u. re, nach dem Redesign)  
Quellen: a: DREHSCHIEBE ONLINE (2012), b: FRANKE (2016d), c: DB/VOLKER EMESLEBEN (o.J.) ..... 94
- **Abb. 7.19a-b** ICE 3 Familienabteil (li.), Velaro D Familienzone (re.)  
Quellen: a. FRANKE (2016e), b: ICE-TREFF (o.J.), alle online (Abruf: 11.01.2017)..... 95
- **Abb. 7.20** ICE 4: Familienabteil;  
Quelle: DB (2016), „ICE 4 FÜR KINDER“, online (Abruf: 11.01.2017) ..... 95
- **Abb. 7.21a-c:** Familienbereich, Position des Familienbereichs (gelb) und des Kinderspielabteils  
(rot) im ICE 3; Piktogramm und Banderole Familienbereich ICE  
Quellen: a: GRANZER (2017), b: DB (2015), „INSIDE BAHN: FAMILIENBEREICHE“, c. QDB (o.J.),  
„FAMILIENBEREICH“ (online (b, c), Abruf: 12.01.2017) ..... 96
- **Abb. 7.22a-d** Kinderspielbereich sowie Kinderspielabteil im Intercity 2 der VR;  
Quelle: DIETRICH (2016)..... 97
- **Abb. 7.23a-b** Familienbereich „Ticki Park“ der SBB;  
Quelle: GRANZER (2016)..... 98
- **Abb. 7.24a-c** Familienbereich NSB (Wagengattung BC5-3)  
Quellen: a & c: BICAN (2014), b: HELGELENDINGEN (2012); alle online (Abruf: 13.01.2017) ..... 99
- **Abb. 7.25** Wickeltisch im Familienabteil (ICE-T);  
Quelle: BENKÖ (2016)..... 100
- **Abb. 7.26** Toilette mit Kinder-WC und Wickeltisch in finnischem Intercity 2  
Quelle: DIETRICH (2016)..... 100
- **Abb. 8.1** Verkehrsmittelwahl von Familienreisenden für die letzte Meile (Bahnreisende),  
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) ..... 102
- **Abb. 8.2** Verkehrsmittelwahl vor Ort befragter Familienreisender für die letzte Meile, die mit Bahn,  
Fernbus oder dem Flugzeug angereist sind (Vor-Ort-Befragungen).  
Quelle: Eigene Darstellung, Daten gemäß EASY TRAVEL (2016) ..... 103

• <b>Abb. 8.3</b> Einschätzung der Rahmenbedingungen für den ÖV im Ötztal; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) .....	103
• <b>Abb. 8.4</b> Häufigkeit der Nutzung verschiedener Verkehrsmittel am Winterurlaubsort Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) .....	104
• <b>Abb. 8.5</b> Gewünschte Bedienungshäufigkeit von Winterurlaubsgebieten im ÖV seitens Familien Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) .....	104
• <b>Abb. 8.6a-b</b> Samo-Karte sowie Beispiele zum Fahrzeugverleih in Werfenweng; Quelle: Tourismusverband Werfenweng, online.....	106
• <b>Abb. 8.7</b> VVV-Kombitickets ins Skigebiet für Familien Quelle: BMVIT (2014).....	106
• <b>Abb. 9.1</b> Anzahl mitgenommener Gepäckstücke pro Erwachsenem bei Urlaubsreisenden Quelle: Eigene Darstellung, Daten aus GEPÄCKLOS (2014).....	110
• <b>Abb. 9.2</b> Anzahl mitgenommener Gepäckstücke pro Erwachsenem bei Urlaubsreisenden Quelle: Eigene Darstellung, Daten aus GepäckLOS (2014).....	110
• <b>Abb. 9.3</b> Präferenzen bei Gepäcktransport am Bahnhof; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) .....	111
• <b>Abb. 9.4</b> Verbesserungsbedarf bei Gepäckunterbringung im Zug; Quelle: Eigene Darstellung, Eigene Befragung 2016.....	112
• <b>Abb. 9.5</b> Bedürfnis von Familienreisenden nach Schließfächern für Reisegepäck; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) .....	112
• <b>Abb. 9.6</b> Beeinträchtigung von Familienreisenden / anderen Reisenden durch Gepäck Quelle: Eigene Darstellung, Daten aus GepäckLOS (2014).....	113
• <b>Abb. 9.7</b> Alternative Tätigkeiten von Familien mit Kindern bis 14 Jahren & anderen Fahrgästen, wenn sie nicht auf Gepäck angewiesen wären; Quelle: Eigene Darstellung, Daten aus GEPÄCKLOS (2014).....	114
• <b>Abb. 9.8</b> Bereitschaft zur Nutzung eines Gepäckservices bei Familien; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von EASY TRAVEL (2016) .....	114
• <b>Abb. 9.9</b> Bedarf an Gepäckserviceleistungen nach Gepäckgewichtsklasse und Geschlecht der Familienreisenden. Quelle: Eigene Darstellung nach EASY TRAVEL (2016).....	115
• <b>Abb. 9.10</b> Beeinträchtigung von Fahrgästen mit Kinderwägen durch Gepäck; Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von GepäckLOS (2014).....	117

#### Tabellen

• <b>Tab. 4.1</b> Sozial-psychologische und reisecharakteristische Indikatoren der Verkehrsmittelwahl Quelle: Eigene Darstellung .....	37
• <b>Tab. 7.1</b> Übersichtstabelle Familienausstattung Fernverkehr Europa Quelle: Eigene Darstellung (detaillierte Quellen siehe bei den Zügen in Kap. 7.2.2.) .....	90
• <b>Tab. 10.1</b> Übersicht Handlungsempfehlungen nach Interventionsorten; Quelle: Eigene Darstellung .....	130





Vor-Ort-Befragung (deutsch)



Mobilitätsbefragung



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

Dieser Fragebogen wird maschinellement verarbeitet. Bitte kreuzen Sie im Interesse einer optimalen Datenerfassung direkt das Feld an:

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    | Mehrmals jährlich     | Seltener              | Nie                   |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

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:

\_\_\_\_\_

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. Demnach befinden Sie sich gerade auf einem Winterurlaub.

8. Wie oft sehen Sie mit folgenden Verkehrsmitteln in einem mehrtägigen Winterurlaub?

	Mehrmals täglich	Einmal pro Woche	Einmal pro Monat	Seltener	Nie
Bahn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fernbus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reisebus - organisierte Reise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flugzeug	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
eigenes Auto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motorrad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Wie häufig nutzen Sie folgende Mobilitätsformen am Winterurlaubsort?

	Mehrmals täglich	Täglich	Mehrmals wöchentlich	Nie
eigenes Auto/ Motorrad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uhreribus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sibus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taxi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Würden Sie weiterhin Ihren Winterurlaubsort besuchen, wenn dieser anderen werden würde?

- Ja
- Nein
- Kein Winterurlaubsort

BITTE WENDEN!

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

- Preis
- Mangelnde Mobilität vor Ort
- Fehlende Informationen
- Gepäcktransport
- Keiner der genannten Gründe
- Sport/Reiseverkehr
- Unstiegen
- Wege zum und vom Bahnhof
- Unkomfortabel
- Ich fahre oft und gerne mit der Bahn in den Winterurlaub)
- Ausgerend
- Lange Reisedauer
- Unzuverlässig
- Unhöflichkeit
- Ziel mit der Bahn nicht direkt erreichbar
- Personenzahl
- Fehlende Privatsphäre
- Sonstiges: \_\_\_\_\_

Buchung Winterurlaub

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

- Reisebüro
- Telefonisch über's Hotel
- Onlineplattform über das Hotel
- Onlineplattform über die Urlaubsdestination
- Per E-Mail an das Hotel
- Booking.com
- Snowrex
- Trip Advisor
- Expedia
- Trivago
- Check24
- Sonstige: \_\_\_\_\_

16. Würden Sie Mobilitätsangebote am Winterurlaubsort am liebsten buchen?

- Benötige ich nicht.
- Anmeldung in einer Zentrale am Urlaubsort
- Anmeldung im Hotel/in der Pension
- Online, getrennt von der Reisebuchung
- Online, mit der Reisebuchung
- Beim Ticketkauf am Bahnhof
- Direkt beim Busfahrer
- Sonstiges: \_\_\_\_\_

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

- Online über die Urlaubsdestination
- Online über das Hotel
- Über ein Reisebüro
- Ich informiere mich nicht.
- Kommentare (z.B. Trip Advisor)
- Telefonisch
- Über einen Online-Karriereforscher (z.B. Google Maps)
- Sonstiges: \_\_\_\_\_

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

- Online über die Urlaubsdestination
- Online über das Hotel
- Über ein Reisebüro
- Ich gebe das Ziel bei der Abfahrt ins NavI ein.
- Kommentare (z.B. Trip Advisor)
- Über das Verkehrsunternehmen (z.B. Google Maps)
- Sonstiges: \_\_\_\_\_

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

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Nicht wichtig
Schnellere Anreise per Bahn/Bus als mit eigenem PKW	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shuttleservice zwischen Bahnhof, Unterkunft und Aufstiegsziel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organisierter Gepäcktransport vom Wohnort bis zur Unterkunft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kostengetriggerte Pauschalangebote, welche die Anreise mit Bus/Bahn inkludieren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unterstützung für das Gepäck beim Ein-/Aussteigen in den Zug/Bus bzw. beim Umsteigen des eigenen Fahrrad in Bus/Bahn mitzunehmen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Möglichkeit der eigenen Fahrrad in Kofferboxe Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel im Zielgebiet für das, was die Bahn/Bus anreisen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kein Einbußen bei der Flexibilität	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonderangebote auf die Nutzung bestimmter Einrichtungen in der Urlaubsregion (z.B. Museen, (Jahres) bei Anreise mit Bahn/Bus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Nicht wichtig
Hotelbuchung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Buchung Anreise (Bahn, Fernbus, Flug)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ahlservice-Anreise zum Bahnhof/Flughafen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ahlservice vom Bahnhof/Flughafen zum Urlaubsort	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gepäckservice	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Freizeitaktivitätenbuchung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurantreservierungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Buchung der Mobilität vor Ort	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Buchung (E-Karten) Auto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erinnerungsfunktion für Reservierungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flug- und Bahnverspätungen in Echtzeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gate/Bahnsteigänderungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alternativen Flug- und Bahnverbindungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Empfehlung eines wetter-angepassten Freizeitprogramms	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Mobilitätsbefragung - Teil 2



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 machinellement verarbeitet. Ihre Kreuzen Sie im Interesse einer optimalen Datenerfassung direkt das Feld an:  Ja  Nein  O

**Aktuelle Winterurlaubsreise**

21. Wie weit war/ist Ihr Anreiseweg von zuhause zum Winterurlaubsort?  km  
 22. Wie lange dauert/e Ihre Anreise von zuhause bis zur Unterkunft?  Stunden

23. Welches Verkehrsmittel haben Sie hauptsächlich für die Anreise in die Winterurlaubsregion bezogen?  
 Flugzeug  Reisebus (organisierte Reise)  Öffentliche Verkehrsmittel  Mietauto  Abholung mit Auto durch Freund/Familie  
 Bahn  eigenes Auto  Taxi  Eigenes Auto  Shuttle/Service  
 Fernbus  Mietauto  (E-)Carsharing  Sonstiges:

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

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

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

- Nein  Ja, Verspätung
- Ja, erwarteter Stau  Ja, Anschluss verpasst
- 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**

Schicken Sie sich vor Ihr Gepäck wird separat von Tür-Zu-Tür befördert und Sie haben bei der kompletten Art- und Herreise nur Handgepäck gesiegt.

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 Gepäckverkleinerung eher nutzen?

- Ja  Eher ja  Eher nein  Nein

BITTE WENDEN!

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

- Öffentliche Verkehrsmittel  Mietauto  Abholung mit Auto durch Freund/Familie
- Taxi  Eigenes Auto  Shuttle/Service
- (E-)Carsharing  Sonstiges:

29. Wie beurteilen Sie die Verkehrssituation in der Winterurlaubsregion für folgende Mobilitätsformen?

	Sehr gut	Gut	Mäßig	Schlecht	Sehr schlecht
Zu Fuß gehen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Radfahren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
KEZ-Verkehr	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
KEZ-Parken (Ort)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
KEZ-Parken (Umklekabine)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Öffentliche Verkehr	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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

	Ja	Eher ja	Eher nein	Nein
Reisegepäck bis 10 kg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reisegepäck 11 bis 23 kg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reisegepäck über 23 kg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wintersportgeräte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

33. 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

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

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

- Ja  Nein  Weiß Nicht

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

36. Wann können 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. Ihnen 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 am Ende dieses Fragebogens (Frage 41) ergänzen. Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

40. Haben Sie an den folgenden Angeboten Bedarf?

	Ja	Eher ja	Eher nein	Nein
Spezielle Tarife für Familienreisen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spezielle Angebote für Familienreisen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ausstattung der Züge mit Familienzonen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ausstattung der Bahnhöfe mit Familienzonen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinderermäßigung bei der Budgetoptimierung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinderbetreuung durch pädagogisch geschultes Personal im Zug	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinderbetreuung durch pädagogisch geschultes Personal am Bahnhof	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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  Personennanzahl
- Fehlende Informationen  Wege zum und vom Bahnhof  Unflexibel  Ziel mit der Bahn nicht direkt erreichbar
- Gepäcktransport  Unkomfortabel  fehlende Privatsphäre  keine 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?

	Ja	Eher ja	Eher nein	Nein
Unbekanntheit des Gepäckservices	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reisen mit wenig Gepäck	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planungsaufwand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Angst vor Beschädigung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Angst vor Verlust	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Angst, dass das Gepäck zu spät ankommt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zu hoher Preis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erforderliche Anwesenheit zuhause bei Gepäckabholung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eventuelle erforderliche Anwesenheit am Urlaubsort bei Gepäckabholung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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 Anreiseverkehrsmittel geeignet?

	Gut geeignet	Wenig geeignet	Nicht geeignet
0-2 Jahre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3-6 Jahre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7-14 Jahre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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

- Ja  Nein