

Analyse ausgewählter Sommertourismusdestinationen in Wiennähe hinsichtlich ihrer Attraktivität für autofreie Haushalte

Verfasser:

Lukas Hobiger
BSc.

Masterarbeit für das Fachgebiet
VERKEHRSWESEN

Betreuung:

Astrid Gühnemann
Univ.Prof. Dr.rer.pol.

Wiebke Unbehaun
Univ.Ass. Dipl.-Ing. Dr. nat. techn.



Institut für Verkehrswesen
Department für Raum, Landschaft und Infrastruktur
Universität für Bodenkultur Wien

Eidesstaatliche Erklärung

Ich erkläre ehrenwörtlich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst, andere als die angegebenen Quellen nicht benutzt, die den benutzten Quellen entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe und dass diese Arbeit mit der vom Begutachter beurteilten Arbeit übereinstimmt. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch nicht veröffentlicht.

Wien, am 06.04.2021

Ort, Datum

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'R. H. H. H.', written over a dotted line.

Unterschrift

Danksagung

Ein besonderer Dank gilt Frau Dipl.-Ing. Dr. nat. techn. Wiebke Unbehau und Frau Univ.Prof. Dr. rer. pol. Astrid Gühnemann für ihr besonders ausdauerndes und stets konstruktives Engagement bei der Betreuung dieser Masterarbeit. Nicht weniger wichtig für die Erstellung der Arbeit, insbesondere was die Thematik rund um die zugrundeliegenden Daten betrifft, war Dr. Maria Juschten MSc. – vielen Dank dafür.

Mein Dank gilt auch zahlreichen Freunden und Bekannten, die sich immer wieder auf inhaltlich neue und spannende Gespräche mit mir eingelassen und damit ebenso einen wesentlichen Beitrag für die Ausarbeitung dieser wissenschaftlichen Arbeit geleistet haben. An dieser Stelle möchte ich besonders Herrn Dipl.-Ing. Michael Skoric hervorheben, der mir mit seiner beruflichen Fach Erfahrung immer wieder die richtigen Hinweise für mein Weiterkommen geben konnte. Nicht weniger wichtig war auch der unermüdliche Einsatz von Friedrich Knopper, der mich als GIS-Tutor auf wesentliche Aspekte bezüglich der Ausarbeitung mit dem Geoinformationssystem aufmerksam gemacht hat.

Von ganzem Herzen möchte ich mich bei meiner Freundin Sonja bedanken, die mich selbst in den schwersten Phasen immer gestärkt hat und mich stets motivieren konnte, mein Studium zu meistern.

Nicht zuletzt gebührt meinen Eltern der wohl größte Dank, denn ohne sie wäre mein Studium, welches ich als wunderschöne Lehrzeit an der Universität für Bodenkultur in Erinnerung behalten werde, niemals möglich gewesen.

Ich danke euch vielmals!

Kurzfassung

Auf der einen Seite stellt das Auto für heimische Sommerurlaubsreisen das dominierende Verkehrsmittel dar. Auf der anderen Seite gibt es speziell in Österreichs Großstädten immer mehr autofreie Haushalte. Als Spitzenreiter sei hierbei Wien mit einem Anteil von 42 % an autofreien Haushalten genannt. Allein anhand dieser Tatsachen wird klar, dass die Förderung und der Ausbau des öffentlichen Verkehrs, auch bei Sommertourismusdestinationen forciert werden sollte.

Jedoch sind die Unterschiede im Reiseverhalten autofreier und autobesitzender Haushalte wenig erforscht. Diese Informationen können Aufschluss darüber geben, welche Angebote tatsächlich relevant sind. Hier setzt die Masterarbeit an. Beschrieben werden räumliche und infrastrukturelle Merkmale von Reisezielen, die häufig von öffentlich anreisenden UrlauberInnen besucht werden. Abschließend wird im Detail geklärt, welche Mobilitätsangebote de facto angenommen werden bzw. vorteilhaft sind.

Die wichtigsten Erkenntnisse sind, dass eine öffentliche Verbindung mit der Bahn sehr vorteilhaft ist. Im Idealfall sollten dafür möglichst umstiegsfreie Fahrten angeboten werden. Überdies sind für die Mobilität vor Ort Fahrradverleihe, Carsharing-Angebote sowie Hotel-Abholservices zu empfehlen, da diese von öffentlich anreisenden UrlauberInnen gerne angenommen werden.

Schlagwörter: Öffentlicher Verkehr, Tourismusdestination, Verkehrsmittelwahl, Zielwahl

Abstract

On the one hand cars are the mainly used means of transport for summer vacation travelling. On the other hand, there is an increasing number of car-free households in Austria's largest cities. For example the share of car-free households in Vienna is about 42 %. These facts given, it becomes clear that the promotion and expansion of public means of transport should also be improved at summer tourism destinations.

However, the differences in the travel behaviour of car-free and car-owning households are little researched. This information can provide more exploration about which offers are actually relevant. Furthermore, spatial and infrastructural features of tourist destinations, which are frequently visited by vacationers which are travelling by public means of transport, are identified and described. Finally, the thesis clarifies in detail which mobility offers are relevant respectively advantageous.

The most important results are, that train connections are extremely significant. Ideally, trips should be offered without the need to change trains. In addition, bike rentals, car sharing offers and hotel pick-up services are recommended for on-site mobility, as these are gladly accepted by vacationers which arrive by public means of transport.

Keywords: public transport, vacation spot, mode choice, target choice

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
1.1 Ziele der Arbeit	2
1.2 Systemabgrenzung	3
1.3 Forschungsfragen und Hypothesen	3
1.4 Aufbau der Arbeit	4
2 Stand der Wissenschaft – Literaturrecherche	5
2.1 Freizeit- und Urlaubsverkehr	5
2.1.1 Definition und Abgrenzung	5
2.1.2 Entwicklung des Freizeitverkehrs	7
2.1.3 Verkehrsmittelwahl beim Urlaubsverkehr	8
2.2 Wichtige Modellansätze für die Verkehrsmittelwahl	9
2.2.1 Rational Choice Theorie	10
2.2.2 Theory of Planned Behaviour	12
2.2.3 Norm-Aktivations-Modell	14
2.2.4 Rückschlüsse der Modelle auf Determinanten der Verkehrsmittelwahl	16
2.3 Theoretische Grundlagen zur Zielwahl	22
2.3.1 Generelle Faktoren der Zielwahl	23
2.4 Autofreie Haushalte	28
2.4.1 Merkmale autofreier Haushalte	28
2.4.2 Die Entwicklung autofreier Haushalte	31
2.4.3 Beweggründe für die Autofreiheit	33
2.4.4 Kriterien zur Zielwahl bei autofreien Haushalten	35
2.4.5 Rückschlüsse auf die Unterschiede der Zielwahl	38
2.5 Räumliche Präferenzen	39
2.5.1 Autofreie Tourismusorte	40
2.5.2 Qualitätskriterien für autofreien Tourismus	41
2.5.3 Beurteilung der infrastrukturellen Bedürfnisse	43
2.6 Sanfte Mobilität	45
2.6.1 Die An- und Abreise	46
2.6.2 Intermodale Angebote	49

2.6.3 Mobilität vor Ort	49
2.6.4 Information und Kommunikation	50
2.6.5 Koordination und Kooperation	51
3 Methoden	53
3.1 Datenbasis	53
3.2 Statistische Auswertungen	56
3.2.1 Chi-Quadrat-Test	59
3.2.2 Mittelwertvergleich	60
3.3 GIS basierte Analyse	61
3.4 Merkmalkatalog	62
4 Auswertung und Ergebnisse	63
4.1 Verkehrsmittelwahl und An- bzw. Abreiseverhalten	63
4.2 Örtliches Mobilitätsverhalten	71
4.3 Bevorzugte Orte und Regionen	74
4.4 Besondere örtliche Mobilitätsangebote	82
5 Diskussion	87
6 Fazit	94
Abbildungsverzeichnis	98
Literaturverzeichnis	102
Anhang	109

Abkürzungsverzeichnis

AST	Anrufsammeltaxi
BMVIT	Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie
BMWFW	Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft
GIS	Geographisches Informationssystem
GPS	Global Positioning System
Hbf	Hauptbahnhof
MIV	Motorisierter Individualverkehr
NAM	Norm-Aktivations-Modell
ÖBB	Österreichische Bundesbahnen
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
ÖV	Öffentlicher Verkehr
TPB	Theory of planned behaviour
ZAMG	Zentralanstalt für Meteorologie und Geodynamik

1 Einleitung

Der Pkw ist als Verkehrsmittel für heimische Urlaubsreisen sehr beliebt. Immerhin nutzen 79% der ÖsterreicherInnen das Auto sowohl für Kurzurlaube, als auch für längere Urlaube, die im Inland stattfinden (Österreich Werbung, 2020). Bei längeren Urlauben wird sogar von 82,3 % der UrlauberInnen der Pkw als Verkehrsmittel verwendet (Herry, 2012). Allein diese Zahlen bieten einen guten Grund, um österreichische Sommertourismusziele auf ihre Attraktivität für eine autofreie, sprich eine öffentliche An- und Abreise zu analysieren. Im Laufe dieser Arbeit wird auf einige Maßnahmen eingegangen um bestehende Angebote zu optimieren, damit der Anteil der MIV-zurückgelegten Wege gesenkt wird.

Darüber hinaus wächst der Anteil autofreier Haushalte in Österreichs Großstädten kontinuierlich. Hierbei führt Wien dieses Ranking mit rund 42 % autofreier Haushalte; das sind etwa 379.000 Wohneinheiten, an (Statistik Austria, 2016). Überdies gibt es in der Bundeshauptstadt mittlerweile mehr Haushalte mit Wiener Linien Jahreskarten als mit einem verfügbaren Pkw (VCÖ, 2017). In Anbetracht, dass seit 2009 die Anzahl von Sommerurlaubsreisen der ÖsterreicherInnen um 13,6 % gestiegen ist und der Tatsache, dass 2018 „nur“ 45,6 % der Sommerurlaubsreisen im Inland unternommen wurden, unterstreicht dies das noch nicht voll ausgeschöpfte Potenzial von heimischen Sommertourismuszielen, deren Erreichbarkeit und Mobilitätsangebote insbesondere für autofreie Haushalte hervorstecken (Statistik Austria, 2018).

Diese Masterarbeit widmet sich zunächst im Literaturteil den Abgrenzungen zwischen Freizeit- und Urlaubsverkehr, wichtigen Modellen der Verkehrsmittelwahl sowie der Zielwahl, geht näher auf autofreie Haushalte ein und beschreibt räumliche Präferenzen sowie Aspekte der sanften Mobilität. Danach wird durch Anwendung verschiedener Methoden, wie etwa statistischer Testverfahren, GIS-Analysen, oder auch der Erstellung von Merkmalkatalogen, sukzessive versucht, die Forschungsfragen zu klären, welche sich mit der Thematik einer öffentlichen Urlaubsreise beschäftigen. Als Datengrundlage wurde ein Datensatz der REFRESH Befragung verwendet. Es handelt sich hierbei um ein institutsübergreifendes Forschungsprojekt der BOKU, welches bis Ende 2018 durchgeführt wurde.

Das abschließende Diskussionskapitel soll mehr Klarheit darüber verschaffen, welche Strukturen und welche konkreten Angebote besonders attraktiv für autofreie Haushalte sind und soll daher für Tourismusgemeinden eine Unterstützung beim Ausbau von ÖV-Angeboten bieten.

Bei einer erfolgreichen Umsetzung würden letzten Endes nicht nur der Tourismussektor und autofreie Haushalte davon profitieren, sondern auch die Umwelt, durch die Vermeidung bzw. Verlagerung von nicht notwendigen MIV-Fahrten.

Es gilt für diese Arbeit zu beachten, dass etwaige Auswirkungen der COVID-19-Pandemie nicht berücksichtigt werden. Zum einen wurden die Daten, welche in Kap. 3.1 Datenbasis beschrieben werden deutlich vor dem Ausbruch der Pandemie erhoben. Zum anderen herrscht im Jahr 2020 eine noch nie dagewesene Ausnahmesituation, die viel Unsicherheit mit sich bringt. Diese ungewöhnliche Gegebenheit würde daher mit ihrer neuartigen Komplexität den Rahmen der folgenden Arbeit sprengen.

1.1 Ziele der Arbeit

Zum einen versucht diese Masterarbeit wesentliche Unterschiede im generellen Reiseverhalten zwischen Personen aus autofreien und jenen aus autobesitzenden Haushalten aufzudecken. Zum anderen wird versucht mehr über das örtliche Mobilitätsverhalten von öffentlich anreisenden UrlauberInnen zu erfahren. Des Weiteren stellt diese Arbeit eine räumliche Analyse von Sommertourismuszielen in Wiennähe hinsichtlich ihrer Attraktivität für autofreie Haushalte dar. Abgesehen von der räumlichen Analyse wird überdies noch geprüft ob und inwiefern attraktive Urlaubsdestinationen spezielle Angebote der örtlichen Mobilität aufweisen. Für die Analyse wurde auf die zuvor genannten Daten der REFRESH Untersuchung zurückgegriffen (Juschten, Jiricka-Pürner, Unbehauen, & Hössinger, 2019; Weber et al., 2018). Das deklarierte Ziel ist die Klarstellung von unterschiedlichen Ansprüchen an Tourismusdestinationen hinsichtlich ihrer Erreichbarkeiten und der Mobilität vor Ort zwischen autofreien Haushalten und Haushalten, welche einen Pkw besitzen. Um diese Ziele zu erreichen, wurden vier aufeinander aufbauende Forschungsfragen sowie Hypothesen entwickelt bzw. formuliert, auf die in Kapitel 1.3 Forschungsfragen und Hypothesen genauer eingegangen wird.

1.2 Systemabgrenzung

Untersucht werden Sommertourismusdestinationen im ländlichen Raum Österreichs. Dabei werden explizit Urlaubsreisen behandelt, die während des Sommers stattfinden. Die maximal zugelassene Entfernung der untersuchten Urlaubsreiseziele in Österreich beträgt, wie bereits geschildert, 300 km von Wien aus. Dies war grundsätzlich so in der REFRESH Befragung vorgegeben, jedoch gab es ProbandInnen, die Destinationen außerhalb des Erhebungsgebietes angaben. In dieser Masterarbeit wurden daher für die Untersuchung keine Destinationen zugelassen, die sich im Ausland befinden. Folglich werden ausschließlich Urlaubsziele analysiert die sich in den folgenden Bundesländern befinden: Burgenland, Kärnten, Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg und der Steiermark.

1.3 Forschungsfragen und Hypothesen

An dieser Stelle werden die – für die Arbeit maßgeblichen Forschungsfragen – sowie die entsprechenden Hypothesen aufgelistet:

Zunächst soll das An- bzw. Abreiseverhalten zur Urlaubsdestination untersucht werden. Hierbei stellt sich folgende Frage: **In welchen Aspekten unterscheiden sich Verkehrsmittelwahl und Reiseverhalten im Bereich der An- und Abreise von Personen aus autofreien Haushalten im Vergleich zu autobesitzenden Personen?**

H₁ lautet daher: Personen aus autofreien Haushalten verwenden andere Verkehrsmittel für den heimischen Urlaub; als Personen aus autobesitzenden Haushalten und weisen zudem ein anderes An- bzw. Abreiseverhalten auf.

Darauf aufbauend ist weiters das Mobilitätsverhalten vor Ort von Relevanz. Da aber derzeit viele Personen aus autofreien Haushalten zum Teil gezwungen sind mit einem Pkw anzureisen, wird ab der zweiten Forschungsfrage die Untersuchungsgruppe von Personen aus autofreien Haushalten zu jenen Personen gewechselt, die tatsächlich mit dem ÖV anreisen. Für das Mobilitätsverhalten vor Ort drängt sich somit folgende Frage in den Vordergrund: **Gibt es zwischen Pkw-anreisenden und öffentlich anreisenden UrlauberInnen Unterschiede im örtlichen Mobilitätsverhalten?**

Die entsprechende H₂ geht davon aus, dass es Unterschiede bei der örtlichen Mobilität zwischen UrlauberInnen die mit einem Pkw bzw. öffentlich angereist sind, gibt.

Des Weiteren wird versucht räumliche Unterschiede festzustellen. Die genaue Frage lautet: **Welche Orte bzw. Regionen werden von öffentlich anreisenden Personen vermehrt aufgesucht und unterscheiden sich diese von jenen Destinationen, die hauptsächlich von Pkw anreisenden UrlauberInnen besucht werden?**

Aufgrund dieser Fragen postuliert H₃ folgendes: Die Wahl der Urlaubsdestination unterscheidet sich zwischen öffentlich anreisenden und mit Pkw anreisenden UrlauberInnen.

Abschließend werden noch spezielle örtliche Mobilitätsangebote untersucht, denn **es stellt sich die Frage, ob es bei Urlaubsdestinationen, die vermehrt von öffentlich anreisenden UrlauberInnen aufgesucht werden, besondere Angebote im Bereich der örtlichen Mobilität gibt?**

H₄ behauptet, dass Destinationen die hauptsächlich von öffentlich anreisenden UrlauberInnen besucht werden, ein besonderes Spektrum der örtlichen Mobilität aufweisen.

1.4 Aufbau der Arbeit

Um diese Thesen bzw. deren Forschungsfragen fachlich fundiert zu beantworten, gibt es zunächst einen Literaturteil, der literaturbasierte Antworten sowie Argumente zu den entsprechenden Fragen liefern soll und einen empirischen Teil, der die Thesen nach der Auswertung, mit Hilfe von verschiedenen Methoden, belegen soll. Diese Arbeitsschritte werden in Kapitel 3 Methoden genauer beschrieben.

Nach der Bearbeitung der Hypothesen wird ein abschließendes Diskussionskapitel verfasst, welches die gewonnenen Erkenntnisse nochmals reflektiert und letzten Endes Handlungsempfehlungen für potenzielle Sommertourismuskommunen und die diversen Stakeholder liefern soll.

2 Stand der Wissenschaft – Literaturrecherche

Für die Auswertung des empirischen Kapitels ist es im Vorfeld notwendig, sich intensiv mit der Materie auseinanderzusetzen sowie den Stand der Wissenschaft in Kapitel 2 abzubilden. Durch diese Auseinandersetzung soll eine wissenschaftlich fundierte Diskussionsgrundlage erstellt werden. Es werden zunächst Daten zu den Themen Freizeitverkehr und Urlaubsverkehr geliefert. Danach wird auf verschiedene Theorien eingegangen, die für die Ziel- und Verkehrsmittelwahlmodelle von Bedeutung sind. Abschließend werden die wichtigsten Determinanten herausgefiltert und versucht Unterschiede zwischen autofreien und autobesitzenden Haushalten aufzuzeigen, damit diese in Kapitel 4 Auswertung und Ergebnisse genauer untersucht werden können.

2.1 Freizeit- und Urlaubsverkehr

Dieses Kapitel soll im Vorfeld allgemeine Informationen über die Definition und die genauere Abgrenzung von Freizeitverkehr und in weiterer Folge Urlaubsverkehr liefern. Danach wird auf die Entwicklung des Urlaubsverkehrs der letzten Jahre und auf dessen Verkehrsmittelwahl eingegangen, bis schließlich einige verkehrswissenschaftliche Theorien vorgestellt werden.

2.1.1 Definition und Abgrenzung

„Freizeitverkehr ist – unabhängig vom benutzten Verkehrsmittel – jener Verkehr, der in Zusammenhang mit Freizeitaktivitäten [Tätigkeiten des Menschen für Erholung und Abwechslung] entsteht. Kein Freizeitverkehr in diesem Sinne ist Verkehr für unbezahlte Arbeit wie Hausarbeit, betreuen und begleiten von Kindern und älteren Menschen, unbezahlte Mitarbeit in Vereinen und politischen Organisationen. Einkaufen wird in der Regel nicht als Freizeitaktivität eingestuft“ (Bundesamt für Raumentwicklung [ARE], 2012). Die soeben genannte Definition, der Schweizer Raumentwicklung scheint sehr detailliert und lässt wenig Platz für Interpretationen zu, weshalb sie ausgewählt wurde. Die Freizeitmobilität selbst kann eine eigenständige Freizeitaktivität sein, wie beispielsweise Radfahren, zu Fuß gehen, mit dem Auto auf einer Rennstrecke fahren usw. (Lanzendorf, 2000). Die folgende Abbildung veranschaulicht, wie die prozentuelle Aufteilung der Wegzwecke in Österreich ist.

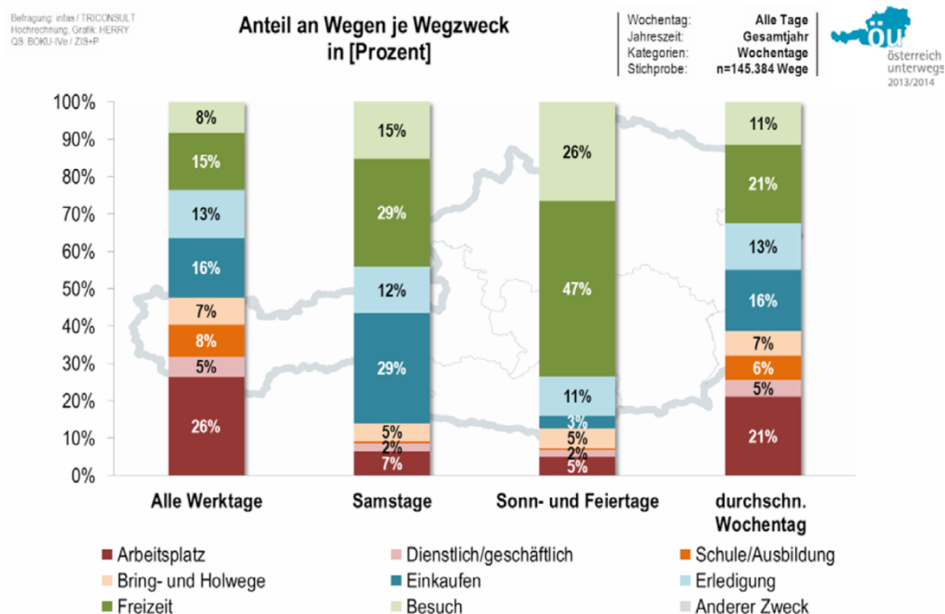


Abbildung 1: Wegzweckverteilung der ÖsterreicherInnen nach Wochentag (Quelle: BMVIT, 2016b, S. 67)

Durch diese Werte wird ersichtlich, dass Freizeitverkehr an Werktagen etwa 15% für sich beansprucht. Sonntags, bzw. feiertags ist diese Einstufung des Verkehrs mit 47% sogar recht dominant. Der Freizeitverkehr der WienerInnen weicht geringfügig vom durchschnittlichen Freizeitverkehr der ÖsterreicherInnen ab. Werktags liegt der Wert für Freizeitverkehr mit 15,5% nur minimal höher als der Durchschnitt. Ähnlich ist die Situation samstags, denn da nimmt dieser Wegzweck 30,2% ein. Sonntags und feiertags liegt dieser Wert doch etwas über dem Durchschnitt bei 52,8% (BMVIT, 2016b). In Niederösterreich liegt der sonntägliche Freizeitverkehr mit sogar 77% doch deutlich über dem österreichischen Durchschnitt (Herry, 2012). Freizeitverkehr selbst lässt sich in mehrere Unterkategorien gliedern. Grundsätzlich wird zwischen Freizeitverkehr und Urlaubsverkehr unterschieden. Unter Urlaubsverkehr versteht man alle Fahrten bzw. Wege mit mehr als fünf Tagen Dauer bzw. mit mehr als vier Übernachtungen (Brunsing, 1999). Diese Verkehrstypen können durch zeitliche Klassifikationsansätzen zusätzlich untergliedert werden. „Zeitlich kürzere Aufenthalte mit 1 – 3 Übernachtungen [...] zu nichtberuflichen Zwecken fallen nach Bundesstatistik unter Kurzurlaubsverkehr [...] längere, ein- oder mehrwöchige aperiodische Formen des Erholungsverkehrs fallen unter Urlaubsverkehr“ (Brunsing, 1999, S. 64). In dieser Arbeit wird zusätzlich ein Verkehrstyp mit der Bezeichnung „Tagesausflug“ behandelt, da dies eine Antwortmöglichkeit bei der Befragung war.

2.1.2 Entwicklung des Freizeitverkehrs

Die Forschung konzentrierte sich lange Zeit auf den Berufsverkehr, der wegen seinen periodisch vorkommenden Überlastungsphänomenen, die Aufmerksamkeit auf sich zog. Des Weiteren erschien die Beeinflussung des Modal-Splits innerhalb dieser Verkehrsart als sehr aussichtsreich, da es meistens dieselben Quell-Ziel-Beziehungen gibt. „In den letzten Jahren wird allerdings deutlich, dass der größte Teil der Verkehrszunahme im Personenverkehr auf den Freizeit- und Urlaubsverkehr zurückzuführen ist“ (Kagermeier, 1997). Schätzungen zufolge liegt der Anteil des Freizeit- bzw. Urlaubsverkehrs bei einem Drittel bis 50 Prozent. Die Tendenz ist dabei steigend (Kagermeier, 1997).

Wie aus einem Bericht des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie hervorgeht, lag der Anteil des Freizeitverkehrs in Österreich im Jahr 2005 bei 20,2%; jener des Urlauber-Lokalverkehrs lag bei 21,8%. Unter Urlauber-Lokalverkehr wird die Mobilität vor Ort, sowie die An- und Abreise der UrlauberInnen verstanden. Kombiniert ergibt das einen Wert von 42%, was mit den zuvor genannten Aussagen aus dem Jahr 1997 übereinstimmt. Überdies beinhaltet der Bericht eine Prognose für das Jahr 2025. Diese besagt, dass der Freizeitverkehr auf 20,5% leicht zunehmen wird und sich der Urlauber-Lokalverkehr sogar um 1% -auf 22,8%- erhöhen wird. Kombiniert man diese Werte der prognostizierten Verkehrszwecke, ergibt das einen Anteil von 43,3% (BMWFW, 2014; Böhm et al., n.d.).

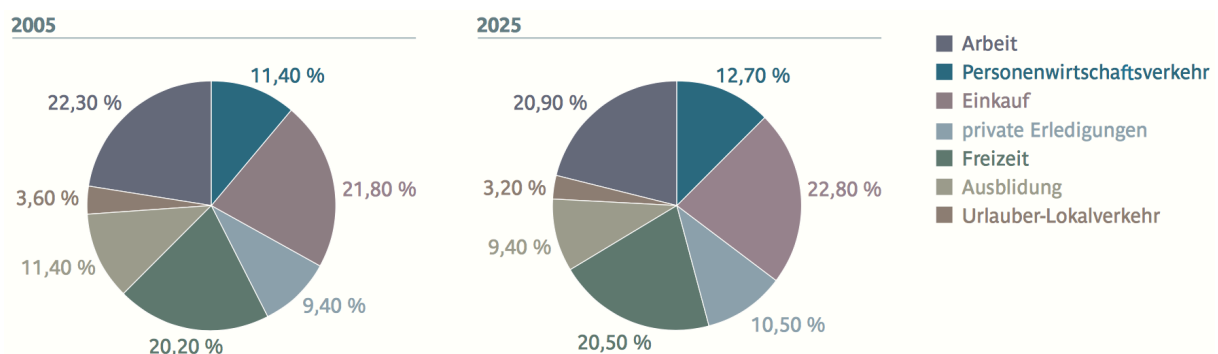


Abbildung 2: Verkehrszwecke in Österreich in Mio. Wegen pro Tag: 2005 links & Prognose für 2025 rechts (Quelle: Böhm et al., n.d., S.14)

Auch die absolute Anzahl der Haupturlaubsreisen mit mehr als 4 Übernachtungen nahm in Österreich langfristig gesehen zu, wie die folgende Abbildung, welche von der Statistik Austria stammt, widerspiegelt. Allerdings kam es in den vergangenen zehn Jahren zu einer Stagnation, welche bis heute im Wesentlichen anhält.

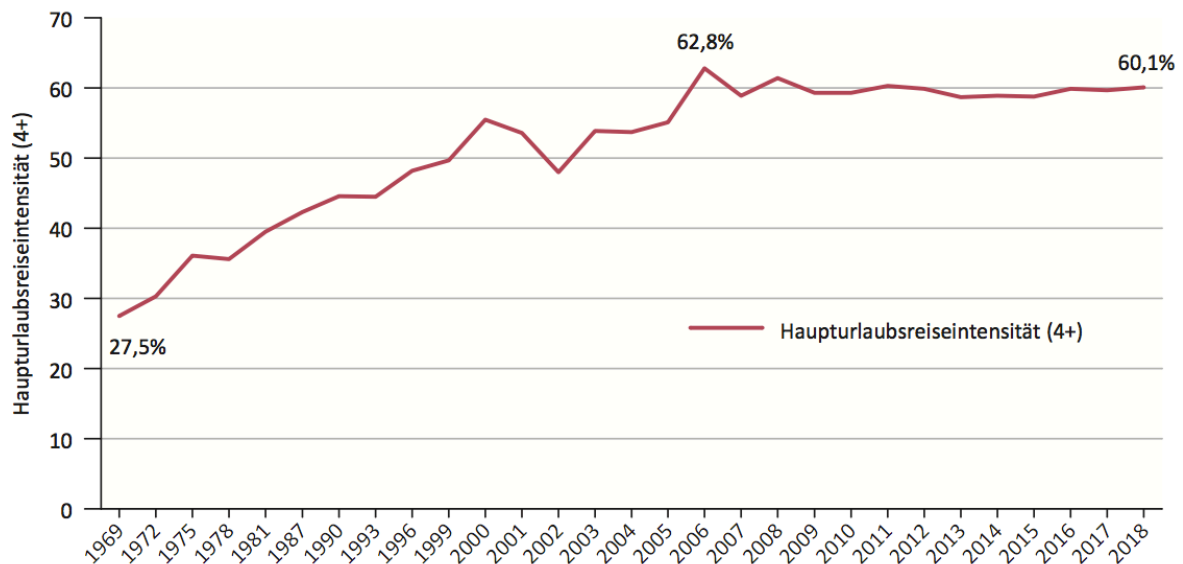


Abbildung 3: Haupturlaubsreisen 1969 bis 2018 (Quelle: Statistik Austria, 2018, S.10)

1969 unternahm nur etwa jeder/e vierte ÖsterreicherIn ab 15 Jahren eine Haupturlaubsreise. Im Jahr 2018 lag dieser Wert bei etwa 60 %.

2.1.3 Verkehrsmittelwahl beim Urlaubsverkehr

„Seit 1969 ist das wichtigste Transportmittel bei Haupturlaubsreisen der Pkw“ (Statistik Austria, 2017, S. 12). Zwischen 1969 und 2017 hat sich der Anteil des Flugzeugverkehrs verachtfacht. Im Gegensatz zu dieser Entwicklung gab es markante Einbußen vor allem bei Bahn- und Busreisen, aber auch bei PKW-Reisen. 2017 verwendeten 55,6% der UrlauberInnen aus Österreich einen Pkw als Transportmittel für den Haupturlaub. Damit liegt der Pkw-Anteil signifikant höher, verglichen mit allen anderen Verkehrsmitteln (Statistik Austria, 2017).

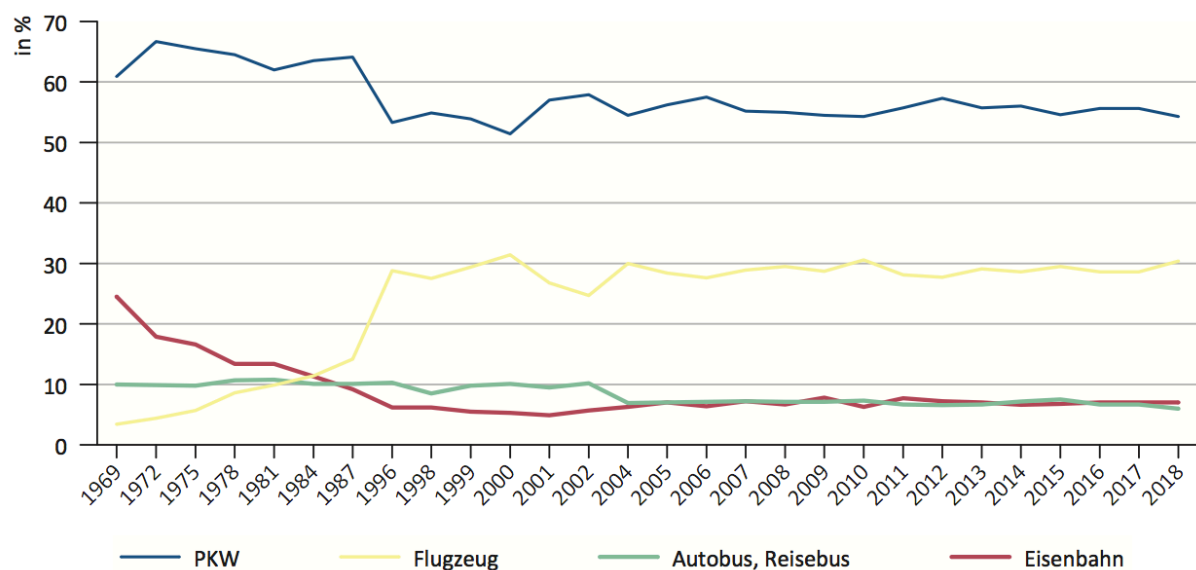


Abbildung 4: Entwicklung der Verkehrsmittelwahl bei Haupturlaubsreisen (Quelle: Statistik Austria, 2018, S.14)

Betrachtet man den Pkw-Anteil nur für die Inlands-Urlaubsreisen mit mehr als 4 Übernachtungen, so ergibt sich ein Anteil von überhaupt 82,3%. Bei 1 bis 3 Übernachtungen im Inland liegt der Pkw-Anteil bei 77,2%(Herry, 2012; Statistik Austria, 2016). Zieht man die Absichten des Weißbuchs zur EU-Verkehrspolitik von 2011 in Betracht, so ist darin das Ziel verankert, die vom Verkehr emittierten Treibhausgas-Emissionen um 60 % zu reduzieren. Gerade deswegen bedarf es auch hier – bei der Umverlagerung des Modal-Splits beim Urlaubsverkehr, eines dringenden Handlungsbedarfs (Mayer-Ertl et al., 2015). Die folgende Abbildung von der Österreich Werbung demonstriert, wie dramatisch hoch der derzeitige Anteil des Pkws bei heimischen Urlaubsreisen ist. Überdies sind die Werte der ausländischen Gäste bei der Urlaubsreise mit einem Pkw ähnlich hoch. Des Weiteren sticht hier vor allem der relativ hohe Anteil der An- und Abreisen mit einem Flugzeug hervor.

Anreisearten
Angaben in Prozent

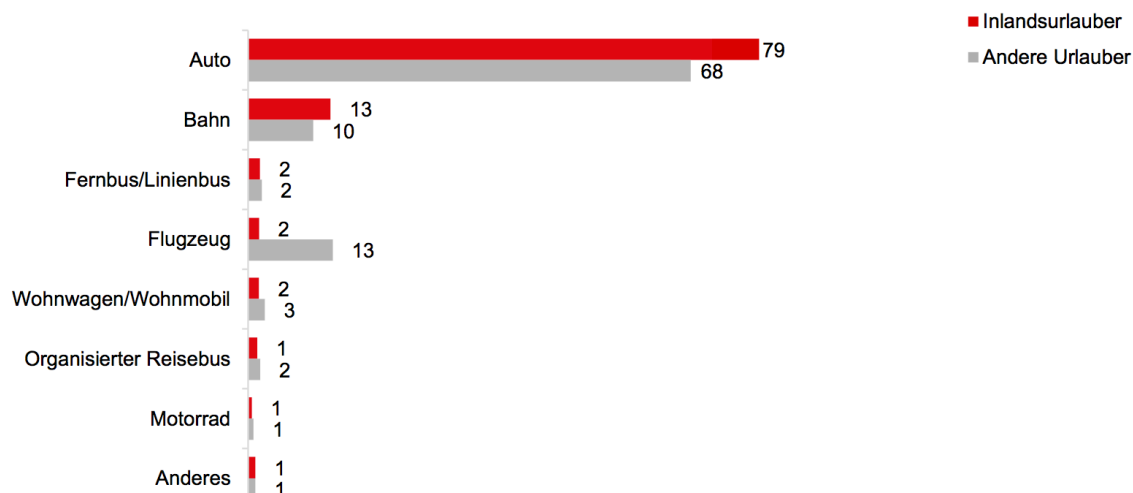


Abbildung 5: Verkehrsmittelwahl für Sommerurlaubsreisen in Österreich (Quelle: Österreich Werbung, 2020, S. 26)

2.2 Wichtige Modellansätze für die Verkehrsmittelwahl

„Aus der Verkehrsentwicklung des 20. Jahrhunderts ergab sich die Notwendigkeit, sich mit der Verkehrsmittelwahl wissenschaftlich auseinanderzusetzen. Seit geraumer Zeit [...] versuchen Wissenschaftler verschiedener Disziplinen, die grundlegenden Determinanten der Verkehrsmittelwahl und deren kausale Wechselwirkungen zu entschlüsseln. Aus der Historie zur Forschung der Verkehrsmittelwahl lässt sich auch die Etablierung verschiedener Modellansätze verstehen“ (Pripfl et al., 2010, S. 16). Demnach sind mehrere unterschiedliche Theorien zur Verkehrsmittelwahl bzw. auch zur Zielwahl entstanden, die anfangs das Ziel verfolgten, die Infrastruktur an zukünftige Verkehrsströme anzupassen. Diese

Lukas Hobiger

Theorien unterscheiden sich durch ihre verschiedenen Blickwinkel das Verhalten der NutzerInnen zu untersuchen. Die grundlegenden Modelle lassen sich in drei Gruppen aufteilen: aggregierte-, verhaltensorientierte- und einstellungsorientierte-Verkehrsnachfragemodelle, wobei die ersten beiden Modelle aus der Verkehrswissenschaft stammen und letztere aus der Sozialpsychologie (Held, 1982). Das folgende Kapitel wird drei wichtige Theorien zur Verkehrsmittelwahl und Zielwahl vorstellen, wobei die aggregierten Verkehrsnachfragemodelle nicht behandelt werden, da diese nicht auf das Individuum eingehen, was jedoch für die Abbildung der relevanten Determinanten erforderlich ist. Aggregierte Verkehrsmodelle gehen überdies auf ganze Verkehrszellen ein, wodurch eine große Fehlerkomponente erhalten bleibt (Fanning, 2016; Le Boulanger, 1971; Pripfl et al., 2010). Die folgende Abbildung liefert einen schematischen Überblick über die drei genannten Verkehrsnachfragemodelle.

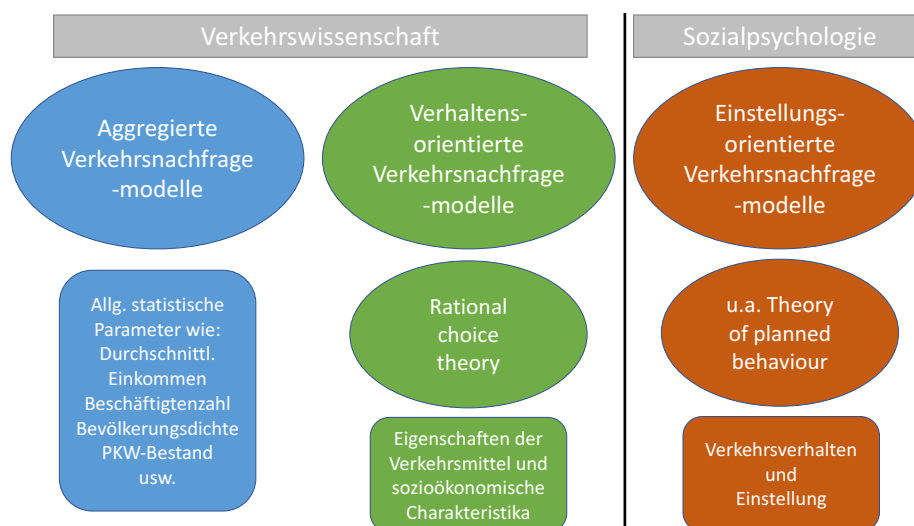


Abbildung 6: Überblick über die Verkehrsnachfragemodelle (eigene Bearbeitung)

2.2.1 Rational Choice Theorie

Die Rational Choice Theorie, die in der Verkehrsplanung auch als verhaltensorientierte Nachfragemodelle, Rational Choice Modelle, oder als disaggregierte Modelle bezeichnet werden, stellt seit Anfang der 1970er Jahre eine fundamentale Ansichtswiese in der Verkehrsforschung dar. Der größte Unterschied zu den aggregierten Verkehrsnachfragemodellen ist die Untersuchungseinheit. Während bei den Aggregierten noch nach räumlichen Gesichtspunkten eingeteilte Verkehrszellen behandelt wurden, werden bei den Disaggregierten die einzelnen VerkehrsteilnehmerInnen untersucht. Laut Held (1982) bringen die Rational Choice Modelle – verglichen mit den aggregierten Modellen – keine neuen Determinanten

zur Verkehrsmittelwahl, allerdings werden dafür verhaltenshomogene Gruppen betrachtet. *„Die Annahme dieser Modelle ist, dass die Verkehrsmittelwahl eine logische Reaktion auf bestimmte Eigenschaften der Verkehrsmittel und sozioökonomische Charakteristika des Individuums darstellt [...] Der Verkehrsteilnehmer wählt jenes Verkehrsmittel, welches ihm den größten Nutzen verspricht, wobei auf Seiten der Nutzenabwägung nur **Kosten und Zeit**, nicht zuletzt aufgrund ihrer vergleichsweise leichten Messbarkeit, Berücksichtigung finden.“* (Pripfl et al., 2010, S. 17). Im Prinzip wählt der/die VerkehrsteilnehmerIn das Verkehrsmittel, dessen Benutzung ihm bzw. ihr den größten Nutzen bringt. Nach dieser klassischen Ansichtsweise wird der Nutzen vor allem durch objektiv messbare Werte, wie Zeit oder monetäre Aufwendungen, geprägt. Des Weiteren bestimmen **sozioökonomische Faktoren** ebenfalls die Entscheidung. Diese sind u.a. **Alter, Geschlecht, Bildung und Einkommen** (Pripfl et al., 2010; Zemlin, 2005).

Die Nutzenfunktion setzt sich einerseits aus deterministischen Komponenten wie den Verkehrsattributen (z) und den soziodemographischen Merkmalen (x) sowie andererseits aus stochastischen Einflussfaktoren (e) zusammen. Überdies wird eine Skalierungskonstante (a) in die Nutzenfunktion aufgenommen. Die Nutzenfunktion für ein öffentliches Verkehrsmittel mit dem Index 1 sieht wie folgt aus:

$$1) U_{i1} = a_1 + z_{i1}b + x_{i1}c_1 + e_{i1}$$

Jene für den PKW mit Index 0 würde so aussehen:

$$2) U_{i0} = a_0 + z_{i0}b + x_{i0}c_0 + e_{i0}$$

Z steht hierbei für die Charakteristika der Verkehrsmittel, wie benötigte Zeit und monetäre Aufwendungen. Die Variable x beschreibt die soziodemographischen Merkmale. Die Stärke der jeweiligen Gewichtung wird durch b bzw. c bestimmt. Eine Person (i) wird dann den ÖV wählen, wenn $U_{i1} > U_{i0}$ ist. Umgekehrt wird die Wahl zugunsten des Autos ausfallen, wenn $U_{i1} < U_{i0}$ (Franzen, 1997)

Durch die Argumentation von Zemlin (2005) wird klar, warum verhaltensorientierte Modelle der Rational Choice Theorie unterliegen. Das individuelle Verhalten ist das Ergebnis einer persönlichen Nutzenmaximierung. In diesem Sinne kann eine rationale Entscheidung auch die Wahl einer nicht optimalen Option sein, da nicht alle Alternativen abgewogen worden sind. *„Dieses Verhalten ist deshalb rational, weil die*

von einer weiteren Suche verursachten Kosten den erwarteten Nutzen übersteigen würden“ (Zemlin, 2005, S. 45).

Empirische Auswertungen haben gezeigt, dass neben monetären Aufwendungen und Zeitkosten auch die **wahrgenommene Bequemlichkeit**, also der Komfort, die Wahl des Verkehrsmittels beeinflusst (Franzen, 1997). Im Gegensatz zu den aggregierten Modellen reichen die statistischen Daten nicht aus, da Befragungen notwendig sind. Doch gerade diese Voraussetzung schränkt die praktische Anwendbarkeit deutlich ein (Zemlin, 2005).

Hunecke kritisierte den Ansatz mit Hilfe der Rational Choice Theorie die Verkehrsmittelwahl zu untersuchen, da viele objektive Merkmale der Verkehrssituation von den ProbandInnen subjektiv wahrgenommen werden. Dies lässt sich nicht mit der objektiv konzipierten Rational Choice Theorie verknüpfen. Des Weiteren werden keine kausalen Zusammenhänge und Interkorrelationen zugelassen. **Es hat sich gezeigt, dass Einstellungen, Motive und Situationsfaktoren ebenso zur Verkehrsmittelwahl und Zielwahl beitragen können** (Hunecke, 2000).

2.2.2 Theory of Planned Behaviour

Diese Theorie entstammt aus der Sozialpsychologie und wurde zur gleichen Zeit, wie die Rational Choice Theorie entwickelt, wobei sie sehr ähnliche Ansätze verfolgt. Sie ist ein weit verbreitetes Modell um soziales Verhalten vorherzusagen, indem sie davon ausgeht, dass der Mensch nicht nur die Nutzenmaximierung durch vermeintlich objektive Merkmale sucht, sondern durch die subjektiv wahrgenommenen Merkmale der Situation und zudem die normativen Ansprüche der sozialen Umgebung miteinbezieht (Fanninger, 2016; Franzen, 1997; Pripfl et al., 2010).

Das wesentliche Zentrum dieser Theorie ist die sogenannte Intention. Je größer eine Intention ist, desto größer ist die Chance, dass ein darauf aufbauendes Verhalten ausgeführt wird. Die Intention ein Verhalten auszuführen wird durch drei Merkmale beeinflusst. Diese lauten: Einstellung, subjektive Norm und wahrgenommene Verhaltenskontrolle. Die **Einstellung** ist die Bewertung einer Person gegenüber diversen Faktoren wie etwa einer Institution, oder einem Ereignis. Die **subjektive Norm** beschreibt die Wahrnehmung von sozialem Druck, ein spezielles Verhalten

Lukas Hobiger

auszuführen. Die **wahrgenommene Verhaltenskontrolle** ist die Annahme von vorausgeahnten Schwierigkeiten oder auch positiven Reizen um ein Verhalten auszuführen. Gleichzeitig spielen nicht motivationale Gründe, wie etwa der Zugang zu benötigten Ressourcen, eine wichtige Rolle (Pripfl et al., 2010).

Die genannten Merkmale werden wiederum durch **Überzeugungen** beeinflusst. Die Einstellung über die Nutzung eines Verkehrsmittels ergibt sich aus der jeweiligen Überzeugung sowie der Einschätzung der wahrgenommenen Eigenschaften. Hat eine Person mehrere Handlungsoptionen, so wird diejenige gewählt, welche in Abhängigkeit von der Einstellung, der sozialen Erwünschtheit und der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle die stärkste Handlungsintention aufweist. In Bezug auf Verkehrsmittelwahl und Zielwahl beinhaltet das also sowohl die vorhandene Verkehrsinfrastruktur als auch die persönlichen Lebensumstände. Generell kann also festgehalten werden, dass je besser die Einstellung und die subjektive Norm gegenüber einem Verkehrsmittel ist und je höher die wahrgenommene Verhaltenskontrolle ist, desto stärker wird die Intention sein ein bestimmtes Verhalten auszuführen. Die folgende Abbildung gibt einen Überblick über das Rahmenmodell dieser Theorie (Ajzen, 1991; Franzen, 1997; Pripfl et al., 2010).

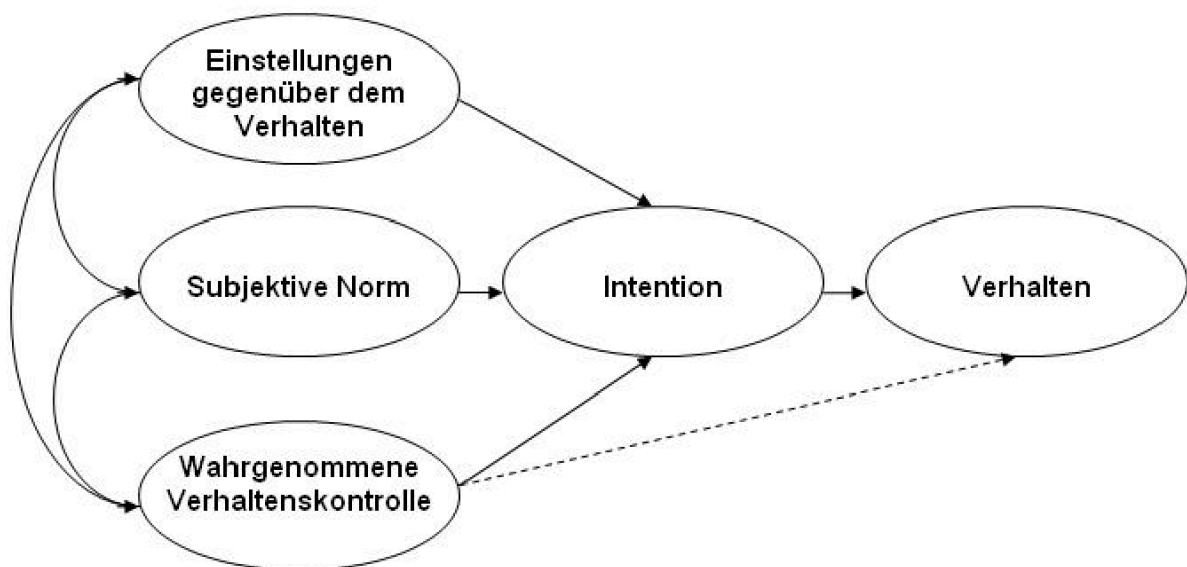


Abbildung 7: Schematische Darstellung der planned behaviour Theorie (Quelle: Pripfl et al., 2010, S. 21)

Ajzen (Ajzen, 1991) stellt klar, dass die Theorie erweitert werden kann, wenn weitere wichtige Determinanten gefunden werden und diese eine hohe Signifikanz aufweisen. Bamberg und Schmidt (Bamberg & Schmidt, 1993) fanden etwa **Gewohnheit** als signifikante Determinante heraus.

Eine kritische Meinung gibt es u.a. von Anable et al. (Anable et al., 2006), denn die Theorie soll nur zur Vorhersage von speziellen Verhaltensmustern durch binäre Antwortmöglichkeiten zur Geltung kommen. Die Autoren behaupten, dass schwierigere Zusammenhänge wie etwa die Einstellung zum Klimawandel oder zur Verkehrsmittelwahl nicht dadurch beschrieben werden können. Zudem kann die Planned Behaviour Theorie nur einen Teil der Verhaltensmuster erklären. Es müssen folglich weitere Faktoren die Verkehrsmittelwahl beeinflussen.

Die Stärken dieser Theorie liegen in der Einfachheit und Anwendbarkeit. In Kombination mit anderen Modellen kann die Planned Behaviour Theorie eine gute Grundlage für die Erforschung der Verkehrsmittelwahl sein (Anable et al., 2006).

2.2.3 Norm-Aktivations-Modell

Dieses Modell wurde speziell für die Erklärung von selbstlosem Handeln entwickelt. Es eignet sich demnach besonders zur Aufklärung der Auswirkung von ökologischer Verantwortung und moralischen Verpflichtungen auf eine Entscheidung. Nach diesem Modell wird eine Entscheidung durch einen **Abwägungsprozess** getroffen. Dieser Prozess wird durch das **persönliche Wertsystem**, den **Erwartungen anderer** und zusätzlichen, **nicht moralischen Faktoren** beeinflusst. Voraussetzung für die Aktivierung eines Verpflichtungsgefühls ist, dass ein Problem als solches erkannt wird und dass der handelnde Mensch sich der Konsequenzen des eigenen Handelns bewusst wird. Zudem muss ein Mindestmaß an Kontrolle über die Handlung vorhanden sein. Der Abwägungsprozess setzt sich mit den moralischen Überzeugungen und den nichtmoralischen Nutzen, wie etwa Kosten und Zeit auseinander (Pripfl et al., 2010). Soziale Normen stellen ein wesentliches Kriterium für Handlungen nach dem Norm-Aktivations-Modell dar. Sobald sich soziale Normen in die Persönlichkeit integrieren – man spricht dann von internalisieren, werden diese zu persönliche Normen. Werden soziale und in weiterer Folge persönliche Normen nicht eingehalten, kommt es zu Scham- und Schuldgefühlen (Fanningner, 2016). Eine Feldstudie hat gezeigt, dass sowohl soziale, als auch persönliche Normen das Verhalten beeinflussen, wobei die persönlichen Normen einen deutlich stärkeren Einfluss ausüben (Hunecke, 2000). NAM bezogene Studien zeigen einen moderaten Zusammenhang zwischen umweltbewussten Einstellungen und Umweltverhalten (Devine-Wright et al., 2008; Hunecke et al., 2001). Mehrere Autoren haben das

Modell um spezielle Faktoren, wie etwa auch hier, die **Gewohnheit** erweitert und haben somit die Signifikanz der Ergebnisse erhöht.

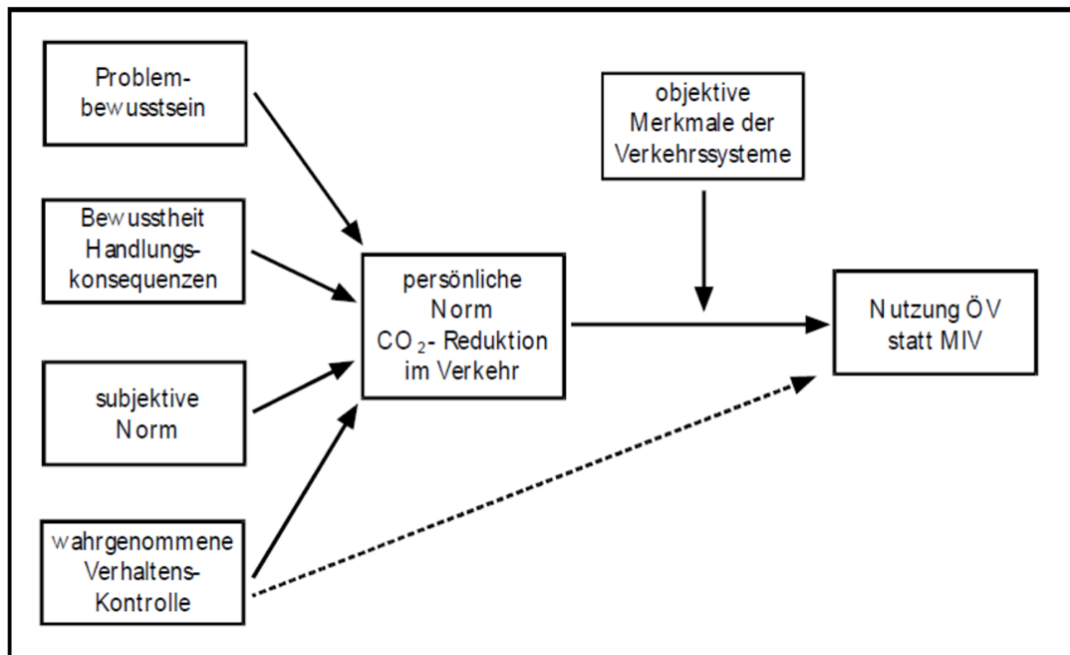


Abbildung 8: Erweitertes Norm-Aktivations-Modell in seiner Anwendung auf die Verkehrsmittelwahl (Quelle: Pripfl et al., 2010, S. 23)

Das Modell wird in einen vierstufigen Prozess geteilt:

1. Normaktivierung
2. Entstehung des Gefühls moralischer Verpflichtung
3. Abwehr
4. Reaktion

Um eine persönliche Norm zu aktivieren sind drei Schritte notwendig. Erstens muss ein bestehendes Problem als solches erkannt werden. Dies können beispielsweise die negativen Auswirkungen von MIV-Fahrten sein. Im zweiten Schritt muss der- bzw. diejenige erkennen, dass die Person selbst die Möglichkeit hat, zur Änderung eines Zustands beizutragen. Abschließend wird abgewogen, ob es sich von den materiellen bzw. psychologischen Kosten lohnt eine Änderung herbeizuführen (Fanninger, 2016).

Das Norm-Aktivations-Modell ist enger als die Theory of Planned Behaviour konzipiert, da sie ausschließlich normorientiertes Verhalten zu erklären versucht.

2.2.4 Rückschlüsse der Modelle auf Determinanten der Verkehrsmittelwahl

Durch die Darstellung der verschiedenen Modelle wird ersichtlich, dass man für die Erklärung der Verkehrsmittelwahl Erkenntnisse aus der Ökonomie und der Sozialpsychologie kombinieren muss, um genauere Ergebnisse erzielen zu können. Die **verhaltensorientierten Verkehrsnachfragemodelle** setzen sich im Wesentlichen aus Verkehrsattributen und soziodemographischen Merkmalen zusammen. Die Verkehrsattribute ergeben sich zumeist aufgrund der leichten Messbarkeit aus Kosten und Zeit. Die wichtigsten soziodemographischen Faktoren sind laut Pripfl et al. und Zemlin das Alter, Geschlecht, Bildung und Einkommen (Pripfl et al., 2010; Zemlin, 2005).

Die **Theory of Planned Behaviour** ist eine anerkannte Theorie aus der Sozialpsychologie und wird demnach zu den einstellungsorientierten Verkehrsnachfragemodellen gezählt. Sie postuliert ebenfalls, dass der Mensch eine Nutzenmaximierung anstrebt, jedoch geschieht dies nicht nur durch objektive Merkmale, sondern auch durch die subjektiv wahrgenommenen Merkmale der Situation und in weiterer Folge durch die normativen Ansprüche der sozialen Umgebung. Diese Ansprüche ergeben sich aus der Einstellung der Person, der subjektiven Norm und der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle. Sogenannte Überzeugungen beeinflussen diese Konstrukte. In der Literatur wurde auch der Faktor Gewohnheit als signifikante Determinante festgestellt.

Das **Norm-Aktivations-Modell** ist etwas enger konzipiert als die TPB. Es legt mehr Wert auf soziale sowie persönliche Normen.

Generell wird bei den **Determinanten der Verkehrsmittelwahl** zwischen:

- **rationalen Einflussfaktoren** und
- **personenbezogenen Einflussfaktoren** unterschieden.

Die folgende Abbildung liefert einen Überblick über die wichtigsten Determinanten der Verkehrsmittelwahl nach den genannten Modellen.



Abbildung 9: Determinanten der Verkehrsmittelwahl (Quelle: Fanning, 2016, S. 16)

Für Gorr (Gorr, 1997b) sind die wichtigsten Einflussfaktoren für die Verkehrsmittelwahl **Zeit, Kosten und Verkehrsmittelqualität**. Es wird demnach jenes Verkehrsmittel gewählt, welches aus diesen Faktoren als am angenehmsten empfunden wird.

Laut Gorr fallen unter **Verkehrsmittelqualität** folgende Faktoren: Bedienungsqualität, darunter fallen die Gestaltung der Sitze, Beinfreiheit, Vorhandensein einer Klimaanlage oder der Besetzungsgrad, aber auch das Thema der Schnittstellen, wie die Anzahl der Umstiege, Dauer der Wartezeiten und Schwierigkeit der Fußwege. Diese Faktoren werden jedoch unterschiedlich gewichtet. Am wichtigsten ist die Reisezeit, knapp vor den Kosten, danach folgt die Verkehrsmittelqualität. Überdies muss berücksichtigt werden, dass von rund 90 % der Autofahrer die Kosten bis zu 50 % unterschätzt werden. Die Preise für den ÖV werden hingegen realistisch eingeschätzt (Gorr, 1997a).

Zum Thema **infrastrukturelle Ausstattung** haben Hunecke et al. herausgefunden, dass Menschen im Stadtzentrum deutlich seltener das Auto verwenden, als Personen im suburbanen Bereich. Das lässt sich durch die hohe Erreichbarkeit von sozialer und wirtschaftlicher Infrastruktur durch nicht motorisierten Verkehr bzw. Öffentlichen Personenverkehr in zentraler Lage erklären (Hunecke, Haustein, Böhler, & Grischkat, 2010). In einer anderen Arbeit konnte von Haustein und Hunecke festgestellt werden, dass sich der Besitz eines Führerscheins, sowie eines, bzw. mehrerer Autos im Haushalt, positiv auf die Nutzung von MIV-Fahrten auswirken.

Besitzt man eine ÖV-Zeitkarte, hat dies einen stark negativen Einfluss auf MIV-Fahrten (Haustein & Hunecke, 2007).

Unter den **räumlichen Faktoren** ist primär die Siedlungsdichte zu berücksichtigen. Je dichter ein Areal besiedelt ist, desto eher sinkt die PKW-Nutzung. Umgekehrt steigt die Nutzung des nicht-motorisierten Individualverkehrs (NMIV) sowie des ÖVs. Dies ist einerseits auf das attraktivere ÖV Angebot und die kürzeren Wege zur nächstgelegenen Haltestelle, andererseits auf allgemein kürzere Wege, die sich innerstädtisch befinden, zurückzuführen (Fanninger, 2016).

Laut Fanninger (Fanninger, 2016) sind die wichtigsten **soziodemographischen Faktoren** Alter, Geschlecht, Haushaltsgröße, Anzahl der Kinder im Haushalt und das Beschäftigungsverhältnis. Hunecke et al. (Hunecke, Haustein, Grischkat, & Böhler, 2007) stellen fest, dass die Vollzeitbeschäftigung der wichtigste Faktor zur Autonutzung ist. In einer späteren Studie wird zudem ersichtlich, dass Haushalte mit Kindern, oder Haushalte mit mehr als 2 Personen deutlich öfter einen PKW verwenden (Hunecke et al., 2010).

In puncto Alter reisen junge Menschen bis 24 Jahre tendenziell häufiger mit dem Flugzeug und etwas weniger mit dem Pkw und dem Bus. Bei den 25 bis 49-Jährigen spielen de facto nur Pkw und Flugzeug als Verkehrsmittel eine Rolle, wobei generell der Anteil mit dem Flugzeug Reisender zunimmt und die PKW-Anteile abnehmen. Bei Personen im Alter 65+ gilt eine ähnliche Entwicklung, wobei alle Verkehrsmittelanteile etwas ausgewogener sind (ifmo, 2014).

Wie bereits des Öfteren angemerkt, nimmt auch die Haushaltsgröße einen markanten Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl ein, denn Einpersonenhaushalte verreisen deutlich öfter ohne Pkw, welcher eben in diesen Haushaltsformen seltener zur Verfügung steht. Stattdessen verwenden diese Personen vermehrt das Flugzeug, die Bahn oder auch den Bus. Umgekehrt verwenden Personen aus Haushalten mit Kindern besonders häufig einen PKW für die Urlaubsreise. Bus und Bahn weisen für Familien wenig Bedeutung auf. Generell gilt für alle Gruppen, dass die Anzahl der Flugreisen gestiegen ist (ifmo, 2014; Lamondia, Snell, & Bhat, 2010).

Wie sich aus den bisherigen Einflussgrößen ableiten lässt, spielt die PKW-Verfügbarkeit eine große Rolle in puncto Verkehrsmittelwahl für Urlaubsreisen. *„Jede zweite Urlaubsreise von Autobesitzern wird auch mit dem Auto unternommen, bei*

Personen aus autofreien Haushalten wird etwa jede fünfte Urlaubsreise mit dem Pkw gemacht [als Mitfahrer oder auch als Selbstfahrer bei geliehenem/gemietetem Fahrzeug]“ (ifmo, 2014, S. 28). Flugreisen haben bei autofreien Haushalten überproportional zugenommen (ifmo, 2014).

Des Weiteren übt auch das Einkommen einen Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl aus. Speziell Menschen mit einem Einkommen, welches sich im untersten Quartil befindet, tendieren deutlich öfters dazu den landgebundenen ÖV zu benutzen. Im Gegensatz dazu verwenden Menschen mit einem Einkommen in der obersten Gehaltsklasse signifikant öfter das Flugzeug um zur Urlaubsdestination zu gelangen. Gleichzeitig dürfte das Einkommen nicht die Wahl des Urlaubstandortes beeinflussen. Die UrlauberInnen räumen eher ihrer bevorzugten Urlaubsregion eine hohe Priorität ein und sparen, wenn es sein muss, beim Verkehrsmittel mit dem sie reisen (Lamondia et al., 2010).

Kontrollüberzeugungen finden sich in der Mobilität als ein Gefühl einer selbstbestimmten Handlung wieder. Ein konkretes Ziel in diesem Sinne ist die Pünktlichkeit. Es werden also stets Überlegungen gemacht, welches Verkehrsmittel am effizientesten ist, wobei Pkws oder Fahrräder normaler Weise besser eingeschätzt werden, da diese selbst gesteuert werden (Hunecke, 2015). Die Kontrollüberzeugungen werden am häufigsten in der Theory of Planned Behaviour beschrieben. Donald et al. fanden beispielsweise heraus, dass die wahrgenommene Verhaltenskontrolle einen sehr viel größeren Einfluss auf die Nutzung des öffentlichen Verkehrs, als auf die Pkw-Nutzung hat (Donald, Cooper, & Conchie, 2014). Wie schwer, bzw. wie einfach es ist, mit dem ÖV zum gewollten Ziel zu kommen, hat den höchsten Einfluss auf die MIV-Nutzung. Diese Einschätzung kann als ÖV-Kontrolle bezeichnet werden (Fanninger, 2016).

Einstellungen sind persönliche Bewertungen eines Objekts, einer Person, Situation oder einer Vorstellung. Sie ergeben sich aus einer eigennutzorientierten Perspektive, die sich durch individuelle Erfahrungen formt (Hunecke, 2015). Im Gegensatz dazu sind **Werte** spezielle Kriterien und Maßstäbe, die sowohl eine gesellschaftliche Richtung vorgeben, aber auch die persönlichen (sozialen) Handlungen beeinflussen (Klages, 2001).

Engel und Pötschke untersuchten im Rahmen einer Befragung das tatsächliche Mobilitätsverhalten in Kombination mit Einstellungen und Werten. Dabei teilten sie die Motive in zweckrationales Handeln und in wertrationales Handeln auf. Zweckrationales Handeln führt zu einer Handlung, welches mit der höchsten Wahrscheinlichkeit den größten Nutzen bringt. Der Nutzen wird dabei durch eine Kosten-Nutzen-Kalkulation ermittelt. Wertrationales Handeln beruht im Gegensatz dazu auf persönlichen Überzeugungen. Eine derartige Überzeugung könnte beispielsweise sein, dass der ÖV schnell, flexibel und günstig ist. Bei einer solchen Überzeugung ist es unwahrscheinlich, dass der Pkw benutzt wird. Natürlich gibt es auch negative Überzeugungen gegenüber dem ÖV, welche die Wahrscheinlichkeit einer Pkw-Nutzung deutlich steigen lässt. Engel und Pötschke sind zu dem Ergebnis gekommen, dass eine gesteigerte Wertrationalität die Autonutzung reduziert (Engel & Pötschke, 2003).

Normen gibt es in verschiedensten Formen. Es gibt soziale Normen, welche gesellschaftliche Erwartungen repräsentieren. Des Weiteren gibt es persönliche Normen, welche wiederum die internen Erwartungen steuern. Diese sind i.d.R. die internalisierte soziale bzw. moralische Norm. Überdies gibt es noch die personale ökologische Norm (Hunecke, 2015). Laut Donald et al. hat die moralische Norm einen großen Einfluss auf das Stoppen eines Verhaltens und weniger auf das Fortsetzen. Überdies übt die moralische Norm einen Einfluss auf die Intention ein öffentliches Verkehrsmittel zu fahren aus (Donald et al., 2014). Normen werden am stärksten im Norm-Aktivations-Modell behandelt (siehe Kapitel 2.2.3 Norm-Aktivations-Modell).

Zum Thema **Gewohnheit** behauptet Gorr, dass 95% aller Fahrten eben aus Gewohnheit mit einem bestimmten Verkehrsmittel stattfinden. Demnach findet nur bei 5% aller Fahrten eine tatsächliche Verkehrsmittelwahl statt. Eine Verbesserung des Angebots wird also nur in neuartigen Situationen, bei denen kein Gewohnheitsverhalten vorherrscht, wahrgenommen und in den Entscheidungsprozess involviert (Gorr, 1997a). Eine Urlaubsreise zu einer neuen Destination kann demnach zu einer neuen Informationsaufnahme und zu einem neuen Abwägungsprozess führen.

Neben diesen Determinanten üben auch die verschiedenen **Urlaubsarten** einen Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl aus. Generell dominiert der Pkw vor allem bei

Natururlauben, Familienurlauben, Aktiv- und Ausruhurlauben. Das Flugzeug hingegen wird besonders häufig für Strand-/Badeurlaue und Partyurlaube genutzt. Der Bus weist höhere Anteile bei Sightseeing-Urlauben, Städtereisen, Kultururlauben und auch bei Studienreisen auf. Die Bahn ist bei Besuchsurlauben oder auch Studienreisen besonders beliebt. In den letzten zehn Jahren ist der Anteil der Flugreisen bei fast allen Reisearten gestiegen. Ausnahmen bilden hierbei Aktivurlaube, Erlebnisurlaube und Kultururlaube (ifmo, 2014). Die folgende Abbildung gibt Auskunft über die prozentuelle Aufteilung, der beliebtesten Urlaubsarten der ÖsterreicherInnen.

Sommer	Winter
41 % Wander-/Bergsteig-Urlaub	52 % Ski/Snowboard-Urlaub
39 % Erholungsurlaub	37 % Winterurlaub im Schnee
28 % Natururlaub	22 % Erholungsurlaub
15 % Städte-Urlaub	12 % Shoppingreise* (Anteil bezieht sich nur auf Städte)
13 % Radfahr-Urlaub	11 % Städte-Urlaub
13 % Bade-Urlaub	9 % Wander-/Bergsteig-Urlaub
12 % Kultur-Urlaub	8 % Wellness/Schönheits-Urlaub
8 % Shoppingreise (Anteil bezieht sich nur auf Städte)	8 % Natururlaub
7 % Wellness-/Schönheitsurlaub	8 % Verwandten-/Bekanntenbesuch
7 % Verwandten-/Bekanntenbesuch	7 % Fun-Urlaub

Abbildung 10: Beliebteste Urlaubsarten der ÖsterreicherInnen in der Heimat (Quelle: BMVIT, 2016, S. 14)

Als weiteres Kriterium sei auch die **Reisedistanz** genannt. Bei Distanzen unter 1000 km ist der Pkw äußerst dominant. Zwischen 500 und 1000 km ist der Reisebus etwas stärker vertreten. Je größer die Entfernung wird, desto höher wird der Anteil der Flugverkehrsreisen. Bei Distanzen über 2000 km werden die Wege fast ausschließlich per Flugzeug absolviert. Überdies beeinflusst die Dauer des Urlaubs bzw. des Kurzurlaubs ebenfalls die Reisedistanz. Je länger der Urlaub dauert, desto größer wird die zurückgelegte Reisedistanz (Bieland, Sommer, & Witte, 2017; Egger & Luger, 2015; ifmo, 2014).

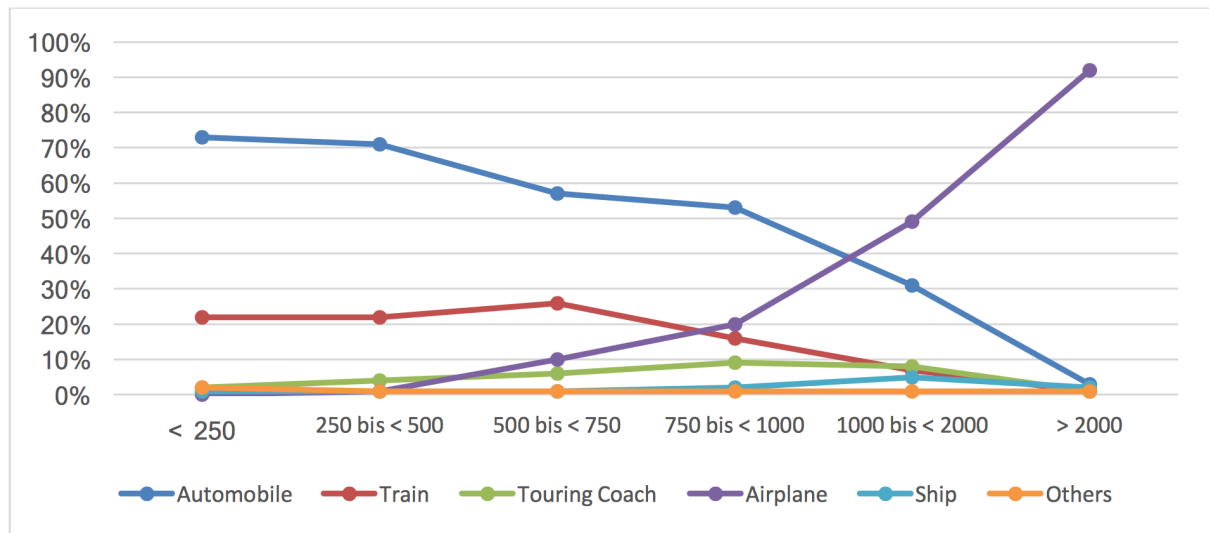


Abbildung 11: Modal-Split nach Reisedistanz (Quelle: Bieland et al., 2017, S. 3973)

Aufgrund der verschiedenen Blickwinkel der unterschiedlichen Theorien, die zudem aus unterschiedlichen Wissenschaften entstammen und der Vielzahl an Determinanten, die bis heute nicht allgemein gültig gewichtet werden konnten, ist es kaum möglich den Entscheidungsprozess vollständig zu untersuchen. Laut Zemlin ist es sogar unmöglich einen einheitlichen Erklärungsansatz zu entwickeln, der sämtliche Erkenntnisse aller Disziplinen vereinen kann (Zemlin, 2005). Dennoch konnten in diesem Kapitel Erkenntnisse gewonnen werden, die für die Auswertung der ersten Forschungsfrage von hoher Relevanz sind.

2.3 Theoretische Grundlagen zur Zielwahl

Zielwahlmodelle sind seltener anzutreffen, als Verkehrsmittelwahlmodelle. Mit der Wahl eines speziellen Ziels werden Alternativen aufgrund von räumlichen und zeitlichen Hemmnissen ausgeschlossen. Dafür ist die Methode der separaten-Wahl-Modelle (discrete choice models), welche die Zielwahl in Abhängigkeit vom Typ der Destination und der persönlichen Situation der Reisenden analysiert, geeignet (Simm, Schlich, Axhausen, & Zürich, 2002).

Separate Zielwahl Modelle gehen davon aus, dass die NutzerInnen versuchen, ihren Nutzen bei der ausgeführten Tätigkeit zu maximieren und dementsprechend die Option wählen, welche ihnen am ehesten den größten Nutzen bringt. Obwohl dieser Zugang sehr vereinfacht ist, liefert diese Methode gute Ergebnisse (ebd.). Die Zielwahl ist das Ergebnis aus fünf Schritten:

1. Definition des Wahlproblems
2. Bildung von Alternativen
3. Bewertung von Eigenschaften der Alternativen
4. Die Wahl und
5. Die Ausführung (Ben-Akiva & Lerman, 1997)

Es gibt unterschiedliche Typen von separaten Wahl-Modellen. Alle unterliegen der gleichen Annahme, nämlich dass bei einer Reihe von Alternativen, jede Person (q) einen unterschiedlichen Nutzen (U) erwartet. Jede Alternative (j) kann durch unterschiedliche Eigenschaften (x) beschrieben werden. Jeder Nutzen ist von der unterschiedlichen Beurteilung dieser Eigenschaften abhängig. Die Beurteilung kann zumindest teilweise von persönlichen Faktoren (p) wie etwa dem Geschlecht oder dem Alter abgeleitet werden. Des Weiteren ist die Beurteilung des Nutzens einer Alternative von Situationsfaktoren (s) abhängig. Dazu zählt u.a. das aktuelle Wetter oder die Reisezeit welche wiederum von Person zu Person und den Alternativen verschieden sein kann. Der stochastische Teil der Nutzen-Funktion hängt von der Annahme der Verteilung ab, was zugleich den Unterschied zwischen den verschiedenen Modellen ausmacht (Simm et al., 2002). Das einfachste und am häufigste angewendete Modell ist die multinominale logistische Regression (Ben-Akiva & Lerman, 1997).

Die Wahrscheinlichkeit (p), dass eine Alternative (j) einer Person (q) höher gelegen ist, kann als Relation zwischen Nutzen dieser Alternative und der Summe von allen Alternativen errechnet werden. Die Alternative mit der höchsten Wahrscheinlichkeit wird gewählt.

Die multinominale logistische Regression ist demnach zur Zielwahlbestimmung für ein Urlaubsziel eine geeignete Methode.

2.3.1 Generelle Faktoren der Zielwahl

In dieser Arbeit soll jedoch kein konkretes Zielwahlmodell erstellt werden, sondern es sollen an dieser Stelle allgemeine Faktoren genannt werden, welche die Zielwahl einer Tourismusdestination bestimmen. Viele Autoren, darunter auch Chetthamrongchai und Jenkins (Chetthamrongchai, 2017; Jenkins, 1999) nennen das Image einer Destination als einen wichtigen Faktor der Zielwahl. Doch die genaue Abgrenzung des Begriffs von der Vorstellung des Zielorts ist nicht ganz einfach. Laut Jenkins wird in der Literatur die Definition von Crompton am häufigsten

angewendet. Demnach setzt sich das Image aus „*the sum of beliefs, ideas and impressions that a person has of a destination*“ (Crompton, 1979, S.18) zusammen. Das Image einer Destination ist von Person zu Person verschieden (Jenkins, 1999). Stabler (Stabler, 1988) teilt die beeinflussenden Faktoren des Images in angebotsseitige und nachfrageseitige Faktoren auf. Die folgende Abbildung gibt einen kurzen Überblick, über die bestimmenden Faktoren.

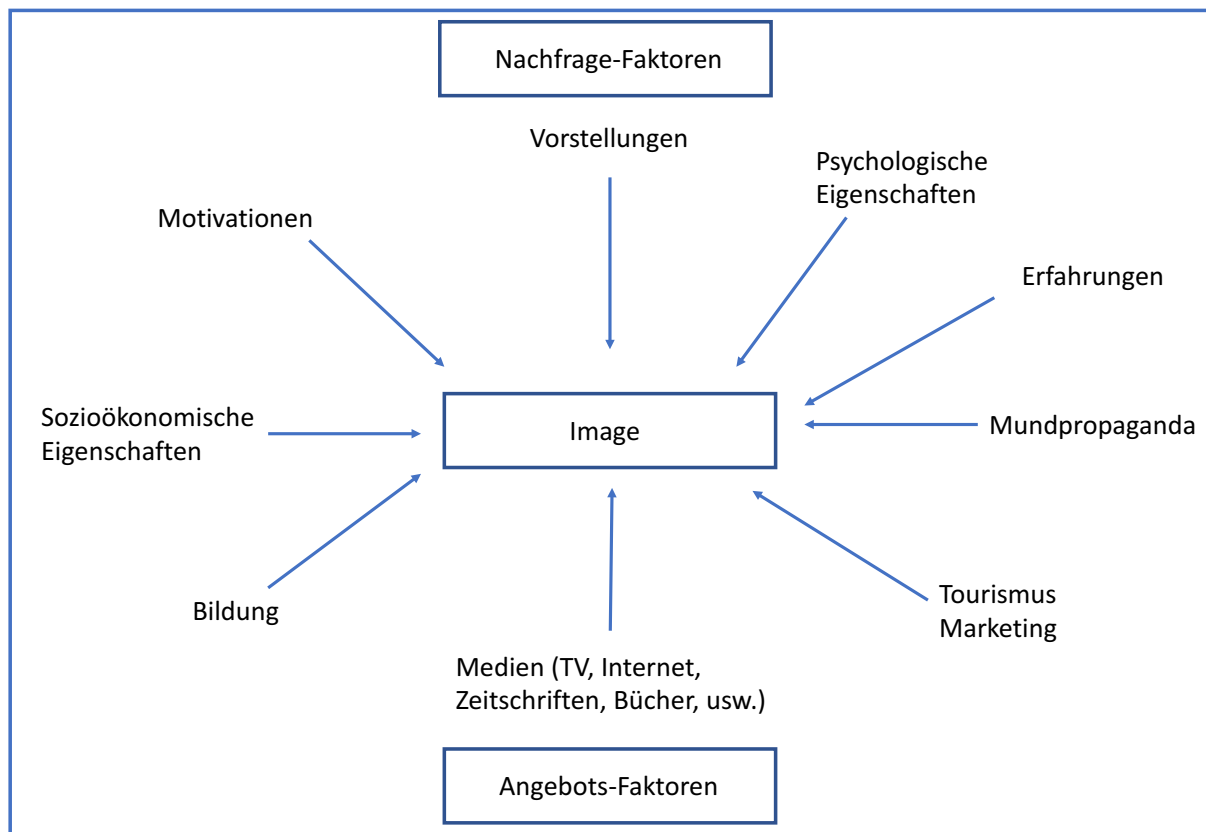


Abbildung 12: Image Faktoren (Quelle: Jenkins, 1999, S.3)

Zudem stellt Zeithaml (Zeithaml, 1981) in ihrer Arbeit fest, dass die **Menge an Information** bzw. **Wissen**, welches der/die TouristIn vor der Reise sammelt den Entscheidungsprozess mitbeeinflussen kann. Dabei muss berücksichtigt werden, dass der/die NutzerIn keineswegs die Fülle an Informationen aufsammeln und verwerten kann. Mrinmoy (Mrinmoy, n.d.) nennt in seiner Studie 20 Faktoren, die in der Literatur zur Zielwahl genannt werden. Die linke Spalte der Tabelle beschreibt die allgemeinen Komponenten, denen die Variablen zugeordnet sind. Die rechte nennt den zu messenden Faktor.

Neben den Faktoren aus Abbildung 13: Faktoren, welche die Zielwahl bestimmen (Quelle: Mrinmoy, n.d., S.3) muss der Faktor **Erreichbarkeit** berücksichtigt werden. Ein durchschnittlicher Tourist wird keinen Ort besuchen, der nicht leicht zugänglich

ist. Ebenso sind **Unterkunft, Touristenattraktionen und das Klima des Reiseziels während der Besuchszeit** ebenso wichtig für einen Touristen. Ein potenzieller Tourist wird auch die **Infrastruktur**, die in der Zieldestination verfügbar ist, in vielerlei Hinsicht abwägen. **Mundpropaganda und gezielte Kampagnen** des jeweiligen Tourismusverbandes könnten ebenfalls eine wichtige Rolle spielen (Mrinmoy, n.d.).

Broad Components	Measuring Variables
<i>Transportation</i>	Transport to the Destination.
<i>Transportation</i>	Transport within Destination
<i>Range of Facilities</i>	Availability of Suitable Accommodation
<i>Range of Facilities-Travel Cost</i>	Cost of Accommodation and Transportation.
<i>The Destination -Safety</i>	Safety
<i>Range of Facilities and Destination</i>	Drinking Water
<i>The Destination / Nuclei</i>	Main Tourist Attraction
<i>Individual Attribute of the Tourist</i>	Chance
<i>Individual Attribute of the Tourist</i>	Area of Interest
<i>The Destination / Inviolable Belt</i>	Surrounding Places
<i>The Destination – People / culture</i>	Local People / Culture
<i>Range of Facilities / Closure Zone</i>	Infrastructure
<i>The Destination</i>	Number of Tourists Visiting
<i>Individual Attribute of the Tourist</i>	Distance from Origin
<i>Consequential Affect / Closure Zone</i>	Recommendations of Earlier Visitors
<i>Promotional Affect / Closure Zone</i>	Recommendation of Tour Operators
<i>The Destination –Climate / Inviolable Belt</i>	Weather
<i>Individual Attribute of the Tourist</i>	Proximity to a Place Visited for other reasons
<i>The Destination / Nuclei</i>	Basic Nature of the Destination
<i>Individual Attribute of the Tourist</i>	Time Available

Abbildung 13: Faktoren, welche die Zielwahl bestimmen (Quelle: Mrinmoy, n.d., S.3)

Mrinmoy stellt in seiner Studie folgende Punkte fest:

- **Alter:** Menschen mittleren Alters (25-50) ist der Transport zur Destination am wichtigsten. Währenddessen ist dieser Faktor bei Personen höheren Alters (50+) deutlich weniger wichtig. Grundsätzlich konnte Mrinmoy signifikante Unterschiede in Bezug auf Zielwahl in Abhängigkeit zum Alter feststellen.
- **Motive:** Mrinmoy teilt die Touristen in folgende Gruppen ein:
 - **Ruhiger Naturgenießer**
 - **Massentourist**
 - **Konservative-Urlauber**
 - **Entdecker**
 - **Abenteurer**
 - **Spaß-Suchende**

Hier konnten lediglich Gemeinsamkeiten im Bereich des Interessengebiets (Area of interest) festgestellt werden. Überdies wurde gezeigt, dass speziell die Gruppen der Entdecker, Abenteurer und Spaß-Suchenden in der Regel sensibler auf die Faktoren reagieren.

- **Einkommen:** In der Studie konnten **Unterschiede in Bezug auf die Preise der Unterkünfte sowie des Transports** festgehalten werden (Mrinmoy, n.d.).

Laut Zellmann und Mayrhofer wird die Zielwahl der ÖsterreicherInnen durch ein sehr individuelles Motivbündel und vor allem ein insgesamt gutes Preis-/Leistungsverhältnis bestimmt (Zellmann & Mayrhofer, 2015a)

Die Autoren nennen vier übergeordnete Kategorien, deren Zusammenspiel die Zielwahl beeinflussen.

Die Gegebenheiten am Urlaubsort: Diese Faktoren bilden quantitativ die größte Gruppe an Kriterien, welche die Zielwahl bestimmen. In diese Kategorie fallen Aspekte wie: schöne Landschaft, Bademöglichkeiten oder angenehmes Klima.

Angebotsspezifische Kriterien: Hier bilden das Preis-Leistungsverhältnis, der Komfort der Unterkunft, oder auch das Preisniveau der Unterkunft das entsprechende Kriterium.

Infrastruktur im Urlaubsort: Hierzu zählt das Vorhandensein von Lokalen wie Restaurants und Cafés, besondere kulinarische Angebote, oder auch die ärztliche Versorgung.

Einstellung der GastgeberInnen: Für die ÖsterreicherInnen ist Gastfreundschaft und eine gemütliche Atmosphäre im Zielgebiet ebenfalls ein wesentliches Kriterium (ebd.).

Diese Kategorien liefern aber noch keine genaueren Ergebnisse in Bezug auf die Wichtigkeit einzelner Punkte. In der Studie werden deshalb folgende Faktoren gemäß ihrer Relevanz genannt:

Für je 100 Befragte sind für die Auswahl eines Urlaubsziels folgende Merkmale **entscheidend** bzw. haben diese Merkmale auch **tatsächlich am Urlaubsort vorgefunden** (Meta 2000, 2005, 2009, 2011 und 2015):



Abbildung 14: Die 10 wichtigsten Faktoren der Zielwahl für ÖsterreicherInnen (Quelle: Zellmann & Mayrhofer, 2015b, S.3)

Die Autoren stellen klar, dass bei der Betrachtung der einzelnen Faktoren deren Priorität tendenziell überbewertet werden. Es ist vielmehr das Zusammenspiel dieser Kriterien, welches die Zielwahl maßgeblich beeinflusst (Zellmann & Mayrhofer, 2015b).

Die Tourismusanalyse nennt zudem spezielle **demographische Entscheidungskriterien** für ein Reiseziel. Zunächst wird auf die wichtigsten **altersabhängigen** Unterschiede eingegangen.

Für die **15 - 34 - Jährigen** sind besonders wichtig:

- ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis (59 %, Ö: 54 %)
- Bademöglichkeiten (52 %, Ö: 42 %)
- eine preiswerte Unterkunft (38 %, Ö: 33 %)

Für die **35 - 54 - Jährigen** ist die Priorität wie folgt:

- gut essen können (48 %, Ö: 43 %)
- eine gemütliche Atmosphäre (46 %, Ö: 41 %)
- Sauberkeit (40 %, Ö: 36 %)

Bei den über **55 - Jährigen** wird besonders oft folgender Faktor genannt:

- ein gesundes Klima (37 %, Ö: 31 %) (Zellmann & Mayrhofer, 2015a)

Des Weiteren werden hier die wichtigsten Besonderheiten für Personen mit einem **hohen Bildungsniveau** genannt:

- ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis (60 %, Ö: 54 %)
- eine schöne Landschaft (54 %, Ö: 47 %)
- Gastfreundschaft (49 %, Ö: 45 %)

Personen mit einem **hohen Einkommen** schätzen folgende Punkte am meisten:

- eine schöne Landschaft (52 %, Ö: 47 %)
- Bademöglichkeiten (50 %, Ö: 42 %)
- Gastfreundschaft (50 %, Ö: 45 %)

Abschließend werden noch die größten Differenzen von **Familien** genannt:

- Bademöglichkeiten (50 %, Ö: 42 %)
- Sauberkeit (42 %, Ö: 36 %)
- komfortable Unterkunft (38 %, Ö: 34 %)
- gute Erreichbarkeit mit dem Auto (28 %, Ö: 22 %)

Der zuletzt genannte Punkt, nimmt in der Prioritätenreihenfolge bei den Familien zwar nicht die nächste Stelle ein, jedoch muss erwähnt werden, dass in dieser Hinsicht nur Familien ein gesteigertes Interesse bei der Erreichbarkeit mit dem Auto haben (Zellmann & Mayrhofer, 2015a).

2.4 Autofreie Haushalte

Dieses Kapitel beschreibt autofreie Haushalte gemäß der zugrundeliegenden Literatur genauer. Es wird auf die grundlegenden Merkmale derartiger Haushalte eingegangen und deren Entwicklung über die letzten Jahrzehnte beschrieben. Abschließend werden mögliche Beweggründe für diese Entscheidung präsentiert.

2.4.1 Merkmale autofreier Haushalte

Für die meisten Untersuchungen von autofreien Haushalten wurden Bevölkerungsumfragen durchgeführt. Nahezu alle Studien weisen als wesentliche Merkmale Haushaltsgröße und Haushaltseinkommen auf. Das folgende Zitat bestärkt die These, dass je größer ein Haushalt ist, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit von zumindest einem verfügbaren Pkw im Haushalt.

„Man kann davon ausgehen, dass mit wachsender Haushaltsgröße die Wahrscheinlichkeit einer Autolosigkeit sinkt, wobei der Effekt – u.a. auf Grund einer

Vollmotorisierung – sich mit einer zunehmenden Zahl von Haushaltsmitgliedern abschwächen dürfte“ (Preisendörfer & Rinn, 2003, S. 28).

Eine Schweizer Studie gibt an, dass rund 42% der autofreien Haushalte, als Einpersonenhaushalte zu zählen sind. Bei jenen autofreien Haushalten soll sich das Konsummuster erheblich vom Muster Autobesitzender unterscheiden. Autofreie Haushalte haben demnach höhere Ausgaben in den Bereichen Wohnen und Energie sowie in der Gesundheitspflege, was sich durch das höhere Durchschnittsalter jener Haushalte erklären lässt (Haefeli & Steiner, 2009). Die Ergebnisse zeigen, dass die Wahrscheinlichkeit für autolose Haushalte in größeren, kompakten Städten, mit einem gut ausgebauten Netz öffentlicher Verkehrsmittel am größten ist (Preisendörfer & Rinn, 2003). Mehrere Studien zeigen zudem, dass hohe Treibstoffpreise die Entscheidung zum Besitz eines, oder sogar mehrerer Autos deutlich beeinflussen (ebd.).

Hinsichtlich der soziodemografischen Merkmale gehören Alter, Geschlecht und Erwerbstätigkeit in jedem Fall zum Kernbestand der zu untersuchenden Faktoren. Dabei kommen folgende allgemein gehaltene Aussagen zur Geltung:

- Männer besitzen häufiger Autos als Frauen
- Junge Erwachsene, die sich speziell noch in Ausbildung befinden, sowie Senioren besitzen weniger oft ein Auto
- Erwerbstätige Personen besitzen am häufigsten ein Auto (BMVIT, 2016b)

Des Weiteren werden der Autobesitz bzw. die Autofreiheit zu einem hohen Grad durch die jeweilige Lebensphase bestimmt. Während junge Menschen noch eine vielfältige Mobilität aufweisen, wird diese nach und nach durch komplexere Alltagstätigkeiten und durch scheinbar schwierigere Wege eingeengt. Aufgrund dieser Umstellung wird der Pkw als attraktiver empfunden (SCHÖLLER, 2007).

Ein weiterer wichtiger Aspekt, der für diese Arbeit nicht außer Acht gelassen werden darf, ist die Tatsache, dass Personen ohne einer Pkw-Verfügbarkeit deutlich öfters im Besitz einer ÖV-Zeitkarte sind, als jene, die auf einen Pkw zugreifen können. Auch die Anzahl der Nutzung von Carsharing-Angeboten unterscheidet sich signifikant, denn autofreie Haushalte benützen solche Angebote etwa fünfmal häufiger als Haushalte mit einer Pkw-Verfügbarkeit (Haefeli & Steiner, 2009; Lanzendorf, 2000). Die folgende Abbildung gibt Auskunft über die jeweilige Ausstattung mit Mobilitätswerkzeugen.

		Anzahl Pkw im Haushalt			
		keiner	einer	zwei & mehr	Gesamt
		N=250	N=498	N=201	N=949
mit Motorrad	N=50	6%	5%	6%	5%
mit Fahrrad	N=763	70%	84%	92%	82%
mit ÖV-Zeitkarte	N=307	54%	26%	22%	33%
Gesamt	N=949	100%	100%	100%	100%

Abbildung 15: Ausstattung mit Motorrad, Fahrrad und ÖV-Zeitkarte nach Zahl der Pkw im Haushalt (Quelle: Lanzendorfer, 2000, S. 126)

Es gibt generell wenige Studien, die auf die Motive autofreier Haushalte eingehen. Zwei Studien befassten sich genauer mit den Absichten der Personen aus autofreien Haushalten. Oscar und Ulrike Reuter (Reutter & Reutter, 1996) sowie Müller (Müller, 1999) führten Befragungen mit den Antwortmöglichkeiten trifft zu/ trifft nicht zu durch. Müller bot 17 Fragen mit einer Ratingskala von 1 (=trifft nicht zu) bis 6 (=trifft sehr zu) an. Anhand dieser Befragungen und deren Antworten lassen sich bei Reutter und Reutter drei **Motivgruppen** ausfindig machen. Diese lauten: **Alter bzw. Gesundheit, Geld und Umweltschutz**. Müller führt eine fünfstufige Differenzierung an: **Autofreiheit als Reduktion von Aufwand, Stress und Gefahr, Autofreiheit aus gesundheitlichen Gründen, Autofreiheit aus finanziellen Gründen und Autofreiheit als Bestandteil des Lebensstils**. Zu beachten ist, dass im Normalfall mehrere Motive die Entscheidung beeinflussen (Preisendörfer & Rinn, 2003).

An dieser Stelle sollte zwischen der freiwilligen und der unfreiwilligen Autolosigkeit differenziert werden, denn die Grenze ist nicht immer ganz klar ersichtlich. Die meisten Fälle unterliegen einem speziellen Schema – denn in der Regel besitzen Menschen, die ein höheres Einkommen haben, ein Auto. Demnach könnte man davon ausgehen, dass alle besser Verdienenden im Besitz eines Pkws sind. Allerdings kann es vorkommen, dass eine wohlhabende Person, aus verschiedenen persönlichen Gründen kein Auto haben will. Soweit ist noch alles im Schema. Wie sieht es aber aus, wenn eine Person die kein Auto besitzen möchte, sich den Besitz auch gleichzeitig nicht leisten kann. Anhand dieses Beispiels wird klar, dass die Unterscheidung nicht immer Trennscharf ist und man somit keine pauschalen Behauptungen in Bezug auf Autobesitz und Autolosigkeit aufstellen kann (ebd.).

Die folgende Abbildung zeigt die prozentuelle Aufteilung der freiwillig sowie der unfreiwillig autolosen Personen, die im Rahmen einer Befragung, welche in München durchgeführt wurde, Auskunft gegeben haben.

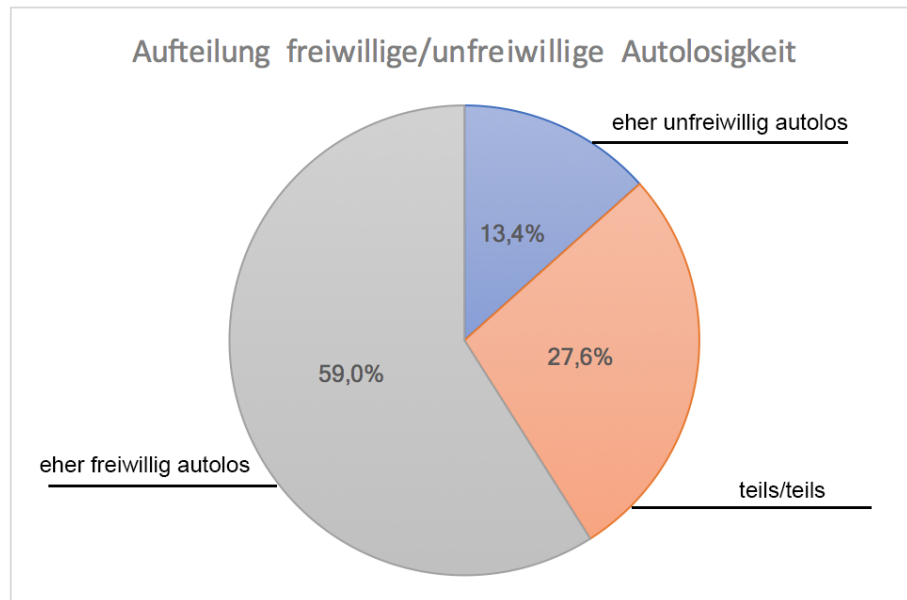


Abbildung 16: freiwillige vs. unfreiwillige Autolosigkeit (Quelle: Preisendörfer und Rinn, 2003, S.110, eigene Bearbeitung)

Das Ergebnis dieser Befragung ähnelt den Werten der Studie von Müller (Müller, 1999). Auffällig ist dabei der hohe Anteil an eher freiwillig autolosen Personen. „Man kann also davon ausgehen, dass von allen Autolosen rund 60% ihre Situation subjektiv so definieren, dass sie freiwillig autolos sind“ (Preisendörfer & Rinn, 2003, S. 110). Auch Schöller (SCHÖLLER, 2007) berichtet mit rund 50% bei der freiwilligen Autolosigkeit über vergleichbare Werte. Bei der Antwortmöglichkeit teils/teils vermischen sich die Motive, wobei eine Tendenz zur unfreiwilligen Autolosigkeit erkennbar ist (Preisendörfer & Rinn, 2003). Beachtlich ist der prozentuelle Anteil aus der Kombination aus eher unfreiwillig autolosen Haushalten und den Haushalten, die teils/teils angaben. Gemeinsam kommen diese Angaben auf 41 %, welche zusammen, tendenziell eher unfreiwillig autolos sind.

2.4.2 Die Entwicklung autofreier Haushalte

„Kaum eine andere technische ‚Errungenschaft‘ hat das Leben in der modernen Gesellschaft so stark beeinflusst und verändert wie das Auto. Ausgehend vom Startjahr 1888 [...] durchlief das Auto einen regelrechten ‚Siegeszug‘ (Preisendörfer & Rinn, 2003, S. 7). An dieser Stelle wird zunächst darauf hingewiesen wie sich der Motorisierungsgrad in den vergangenen 100 Jahren entwickelt hat, denn man muss

klar zwischen der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts und der zweiten Hälfte differenzieren. Europa – konkreter West- und Mitteleuropa, wurde bis in die 1950er Jahre von der Eisenbahn als Hauptverkehrsmittel dominiert. Doch ab der zweiten Hälfte nahm die gesamte Wirtschaft Fahrt auf, wodurch sich immer mehr Menschen ein Auto leisten konnten. Die gleiche Entwicklung beobachtete man auch in den USA; nur mit deutlich höheren Verkaufszahlen.

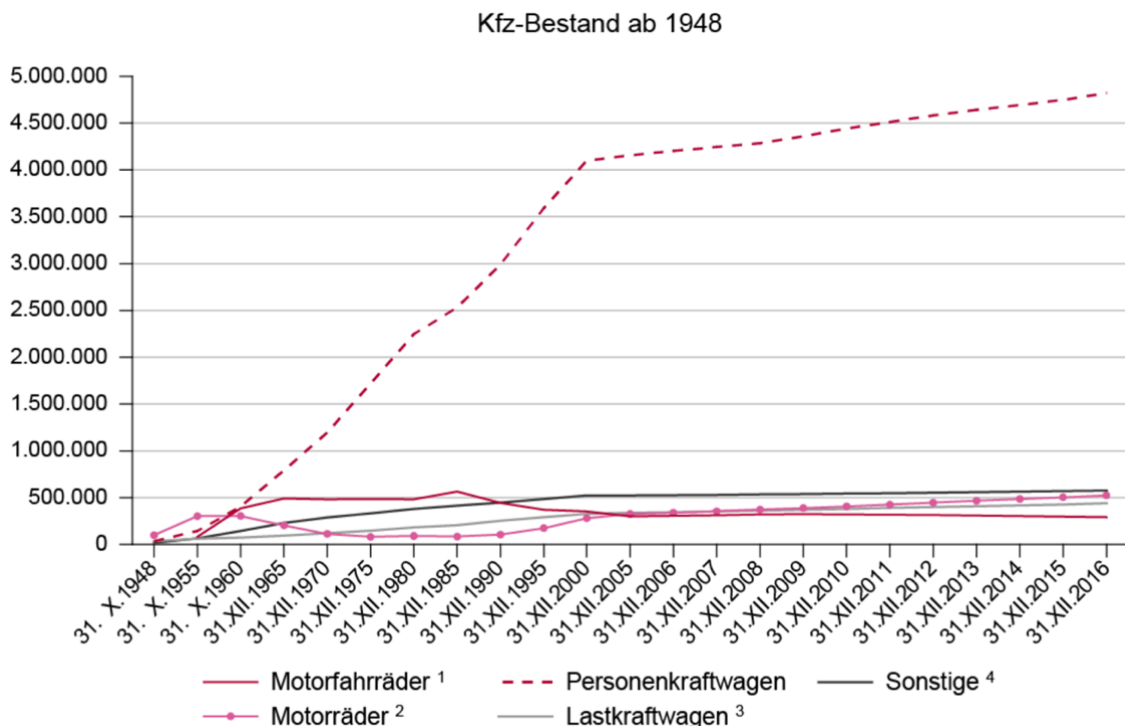


Abbildung 17: Entwicklung des Kfz Bestands in Österreich (Quelle: Statistik Austria, 2017)

Die Abbildung über die Entwicklung des Kfz-Bestands in Österreich zeigt, wie rasant diese Entwicklung in den letzten 60 Jahren von statten ging. Jedoch darf nicht außer Acht gelassen werden, dass in Großstädten bis zu über 40% der Haushalte kein Auto besitzen (Burkart, 1994; Mayer-Ertl et al., 2015; Preisendörfer & Rinn, 2003). Gerade diese Tatsache soll nochmals die Wichtigkeit dieser Arbeit unterstreichen. Die folgende Abbildung gibt Auskunft über den derzeitigen Motorisierungsgrad in Wien, sowie dessen Entwicklung über die letzten 12 Jahre. Sie veranschaulicht deutlich, dass die Anzahl an Pkws pro 1000 Einwohner in den vergangenen Jahren kontinuierlich geringer geworden ist und dass es daher im Gegenzug mehr Haushalte ohne Pkw gibt.

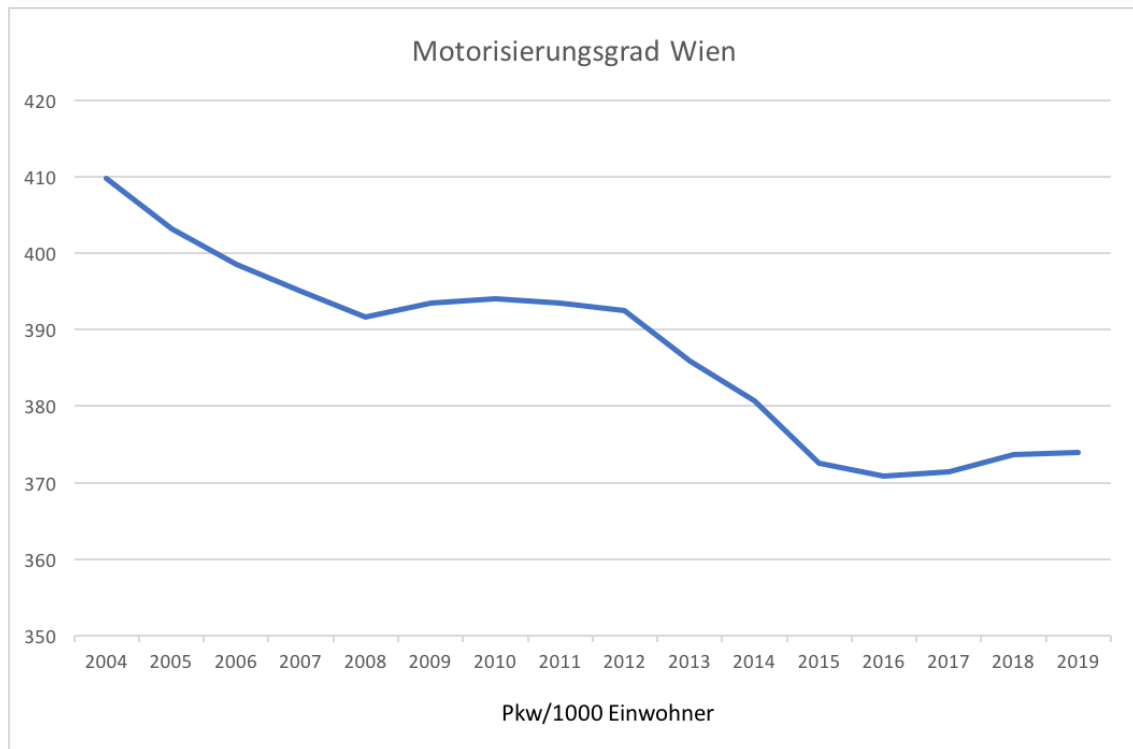


Abbildung 18: Entwicklung des Motorisierungsgrads in Wien (Quelle: Statistik Austria, 2020, eigene Bearbeitung)

In Deutschland gibt es vergleichbare Werte. Während der Anteil der autofreien Haushalte in der gesamten Bundesrepublik bei 18% liegt, ist dieser Anteil in Berlin mit 41 % ähnlich hoch wie in Wien (*Mobilität in Deutschland*, 2010).

2.4.3 Beweggründe für die Autofreiheit

Von den Autolosen dürften ökologisch orientierte Personen sowie Ältere öfter froh darüber sein, kein Auto zu besitzen. Bei den autobesitzenden Haushalten sind umgekehrt mehr Frauen dem Besitz eines Autos gegenüber positiv eingestellt. Finanzielle Einsparungen, Überflüssigkeit in der Großstadt und diverse Umweltaspekte stellen die verallgemeinerten Aspekte für die Entscheidung einer Autofreiheit dar (Preisendörfer & Rinn, 2003).

Des Weiteren haben Preisendörfer und Rinn am Ende ihrer Interviews den Befragten noch einige Vorteile von autofreien Haushalten genannt und sie um eine Angabe auf einer fünfstufigen Skala gebeten. In der folgenden Abbildung sind die Ergebnisse in Prozentangaben zu sehen.

	ganz unwichtig, unwichtig	teils/teils	wichtig, sehr wichtig
Ohne Auto leistet man einen Beitrag zum Umweltschutz	9,9	18,6	71,5
Ohne Auto lebt man mit weniger Stress	19	21,2	59,8
Ohne Auto lebt man gesünder, weil man sich mehr bewegt	19,3	20,9	58,8
Ohne Auto ist gewährleistet, dass man im Straßenverkehr niemanden durch einen Unfall ernsthaft gefährdet	24,3	20,9	54,8
Ohne Auto lernt man leichter neue Leute kennen, z.B. bei Zugfahrten, in der U-Bahn oder in der Straßenbahn	46,6	24,8	28,6

Abbildung 19: Wichtigkeitseinstufung verschiedener Vorteile der Autolosigkeit (Quelle: Preisendörfer und Rinn, 2003, S. 151)

Haefeli und Steiner (2009) nannten in ihrer Studie genauere Auswirkungen auf die Umwelt und demonstrierten das mögliche Einsparungspotenzial von Schadstoffen sowie negativen Konsequenzen. Demnach könnte der Energieverbrauch um 62%, Treibhausgase um 72%, Stickoxide um 58%, die in den aktuellen Debatten, stark kritisierten Feinpartikel um 53% und letzten Endes der Flächenverbrauch um 49% gesenkt werden, würde die Menschheit autofrei leben (Haefeli & Steiner, 2009). An dieser Stelle wird die Arbeit jedoch nicht weiter auf die ökologischen Auswirkungen des MIVs eingehen, da diese Thematik zu weit vom Untersuchungsrahmen abweicht.

Wie die Statistik Austria durch den Kfz-Bestand 2016 belegt, gibt es in Österreich hinsichtlich des Motorisierungsgrades ein deutliches Stadt-Land-Gefälle. Die größte Differenz weist das Burgenland im Gegensatz zu Wien auf. Während im Burgenland auf 1000 Einwohner 649,2 Pkws entfallen, sind es in Wien dagegen nur 370,9 Pkws („Statistik Austria, Kfz-Bestand 2016,” 2017). Hier liegt die Vermutung nahe, dass kompakte Siedlungsstrukturen und ein gutes Angebot für den ÖPNV die Entscheidung für einen autofreien Haushalt erleichtern und dadurch die Vorteile in Summe überlegen sind. Auch hier wird sichtbar, dass durchdachte Mobilitätsangebote zu und innerhalb von Sommertourismusdestinationen ein immer größer werdendes Potenzial beherbergen.

2.4.4 Kriterien zur Zielwahl bei autofreien Haushalten

Die Kriterien für die Zielwahl können nicht klar differenziert werden, da TouristInnen vielseitige Ansprüche an die Urlaubsdestination sowie an die Transportmittel haben. Bieland et al. (2017) haben die Reisegewohnheiten von BesucherInnen mit Hilfe von vorgefertigten Interview-Fragebögen im deutschen Kassel untersucht. Es konnten signifikante Unterschiede hinsichtlich der An- und Abreise, sowie der Mobilität vor Ort bei verschiedenen Zielgruppen festgestellt werden. Überdies identifizierten die Autoren spezielle Kriterien (Determinanten) für die Zielwahl der jeweiligen Zielgruppe. Die diversen Cluster unterscheiden sich durch demographische und sozioökonomische Merkmale. Des Weiteren gibt es feststellbare Diskrepanzen hinsichtlich der Dauer des Aufenthalts. Hierbei wurde zwischen Tagesausflügen und mehrtägigen Urlaubstagen mit Übernachtung(en) unterschieden (Bieland et al., 2017).

Die folgende Abbildung gibt Auskunft über die verschiedenen Gruppen, sowie deren unterschiedliche Klassifizierungskriterien.

Touristic target group	Classification criteria
Young singles and couples	- age: 18 to 25 years old - accompanied and unaccompanied - no kids
Families	- age: 18 to 65 years old - accompanied - with kids
Adults without children	- age: 25 to 65 years old - accompanied - no kids
Seniors	- age: above 65 years old
Adult single travellers	- age: 25 to 65 years old - unaccompanied

Abbildung 20: Klassifizierung von touristischen Zielgruppen (Quelle: Bieland et al., 2017, S.7)

Bei der Wahl des Transportmittels nach Kassel kristallisierten sich folgende Phänomene heraus: Sowohl eintägige, als auch mehrtägige BesucherInnen reisen hauptsächlich mit dem motorisierten Individualverkehr an. Eine ähnliche Studie von Böhler et al. (2006) kam zu vergleichbaren Werten, bei der etwa 75% der TouristInnen mit dem Pkw anreisen, wohingegen nur 20% den ÖV bevorzugten. Zudem ähneln diese Werte stark jenen aus der Analyse von Herry (2012).

Bei der Untersuchung von Bieland et al. (2017) konnte des Weiteren festgestellt werden, dass solange man die mehrtägigen Gäste miteinbezieht, es eine **hohe Korrelation zwischen den touristischen Zielgruppen und der Wahl des Transportmittels** gibt. **Generell tendieren junge Singles und Paare sowie erwachsene Singles eher dazu mit dem ÖV zu reisen.** Im Gegensatz dazu reisen Familien, Erwachsene mit Kindern und Pensionisten zu einem sehr hohen Anteil mit dem MIV (Bieland et al., 2017).

Für die eintägigen TouristInnen lassen sich ähnliche Tendenzen ableiten, wobei der ÖV-Anteil in Summe erheblich geringer ist.

Im Rahmen dieser Untersuchung konnten einige Determinanten festgestellt werden, die zu einem hohen Grad die Wahl des Verkehrsmittels der Zielgruppen erklären können. Bevor näher auf diese eingegangen wird, müssen noch zwei Determinanten genauer definiert werden. Der Ausdruck Flexibilität steht für die Möglichkeit von spontanen Aktivitäten. Diese können zu einem hohen Grad durch unabhängige und uneingeschränkte Mobilität erreicht werden. Der Begriff Transportangebote beschreibt entsprechend gute Reisezeiten, die Verfügbarkeit von öffentlichen Verkehrsmitteln und eine hohe Qualität von Umsteigemöglichkeiten.

An dieser Stelle wird nun genauer auf die bestimmenden Faktoren für die Wahl des Transportmittels für die jeweiligen Zielgruppen eingegangen.

- Außer jungen Singles und Paaren wünschen sich alle Zielgruppen einen hohen Komfort und entsprechende Transportangebote.
- Junge Singles und Paare sowie allein reisende Erwachsene nennen vermehrt die Kosten als Grund für die Wahl des Transportmittels.
- Familien bevorzugen das Auto aufgrund ihrer Gruppengröße und aus Gründen des Gepäcktransports.
- Flexibilität und Transportangebote stellen für Erwachsene ohne Kinder die wichtigsten Kriterien dar.
- Bei Pensionisten sind die Faktoren Transportangebote und Bequemlichkeit äußerst wichtig.
- Die mehrtägigen UrlauberInnen, die mit dem ÖV anreisen, empfinden das Auto im Urlaub belastend und geben des Weiteren Kosten als Grund für ihre Entscheidung an.

TouristInnen die einen Tagesausflug unternehmen, reisen – wie bereits erwähnt – vermehrt mit dem MIV an, was sich durch die eben genannten Determinanten erklären lässt, denn im Gegensatz zu den mehrtägigen UrlauberInnen wurden Kosten kaum als Grund für die Wahl des Verkehrsmittels genannt. Für die autofahrenden Gäste spielt die hohe Flexibilität eine große Rolle. Auch zeitliche Aspekte fließen in die Entscheidung bei eintägigen Gästen ein (Bieland et al., 2017).

	Overnight visitors (n=197) [%]					Same-day visitors (n=463) [%]				
	Young singles and couples	Families	Adults without children	Seniors	Adult single travellers	Young singles and couples	Families	Adults without children	Seniors	Adult single travellers
Convenience	8	18	25	26	30	24	32	30	34	19
Transit	0	3	9	4	0	6	6	6	4	0
Flexibility	8	9	19	15	0	24	8	12	5	10
Costs	46	15	8	9	40	18	6	7	4	10
Travelling in company	0	12	3	2	0	0	14	2	1	2
Transport offer (e.g. travel time)	0	15	16	15	0	12	19	23	26	26
Attached to a mode of transport	23	0	1	7	20	0	4	3	13	5

Abbildung 21: Abhängige Faktoren für die Wahl des Verkehrsmittels der Zielgruppen und des jeweiligen Zeitraums (Quelle: Bieland et al., 2017, S. 10)

In Abbildung 8 können alle wesentlichen Determinanten mit ihrer Wichtigkeit für die jeweilige Zielgruppe eingesehen werden. Die bereits erwähnte Studie von Böhler et al. (2006) deckt auf, dass oftmals **Zeit, Kosten, Gepäcktransport und im Vorfeld angenommene Komplikationen, die Benützung des ÖVs hemmen**. Überdies wird dieser Studie nach einem etwaigen Gepäcktransportservice nicht viel Vertrauen geschenkt.

Die bisherigen Analysen sind auf die Verkehrsmittelwahl bei der An- bzw. Abreise eingegangen. Nun wird das Verkehrsverhalten innerhalb der Urlaubsdestination näher betrachtet.

Allgemein lässt sich feststellen, dass sich das **Verhalten innerhalb einer Destination** sehr dem bei der **An- und Abreise ähnelt**. Erneut verwenden junge Singles und Paare, sowie erwachsene Singles den ÖV deutlich öfter, als die übrigen Zielgruppen. Eintägige UrlauberInnen verwenden auch das Auto bei der örtlichen Fortbewegung um etwa 15% häufiger, als mehrtägige BesucherInnen. Zieht man in Betracht, wie die Gäste ankommen und wie sie innerhalb der Destination unterwegs sind, so gibt es eine hohe Korrelation zwischen den Gästen, die öffentlich zur Urlaubsdestination kommen und sich dann auch öffentlich innerhalb dieser Destination bewegen. Bei mehrtägigen TouristInnen ist diese Wahrscheinlichkeit etwa fünfmal höher, als bei den mit MIV ankommenden Gästen. Bei eintägigen BesucherInnen ist diese Wahrscheinlichkeit sogar zehnmal höher. Einen hohen Einfluss auf die Mobilitätsentscheidung zur und innerhalb einer Urlaubsdestination hat überdies auch das übliche Mobilitätsverhalten einer Person. **Je häufiger ein(e) NutzerIn den ÖV nutzt, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass der ÖV auch im Urlaub genutzt wird.** Die Autoren nennen dafür eine etwa sieben Mal höhere Wahrscheinlichkeit (Bieland et al., 2017).

2.4.5 Rückschlüsse auf die Unterschiede der Zielwahl

Die Gründe für die Zielwahl von autofreien Haushalten sowie autobesitzenden Haushalten sind äußerst vielfältig. Bieland et al. (2017) konnten in ihrer Untersuchung vielversprechende Determinanten ausfindig machen, welche die Zielwahl dementsprechend beeinflussen könnten. Offensichtlich gibt es je nach Zielgruppe unterschiedliche Ansprüche an das Transportmittel, auf welche im vorherigen Kapitel genau eingegangen wurden. Die konkreten Aspekte lauten:

- Bequemlichkeit
- Überwindung einer Strecke (zum Teil mit Gepäck)
- Flexibilität
- Kosten
- Reise mit einer Gruppe
- Transportangebote
- Gebundenheit an ein Verkehrsmittel

Die Gruppen mit dem höchsten ÖV-Anteil waren in dieser Untersuchung junge Singles und Paare sowie allein reisende Erwachsene. Gerade diese beiden Zielgruppen achten im Gegensatz zu den anderen Gruppen vermehrt auf die Kosten. Im Gegenzug dazu wird eine hohe Flexibilität als weniger wichtig empfunden, als bei den vermehrt autoreisenden Zielgruppen.

Eine vergleichbare Studie konnte von Werner Gronau aus dem Jahr 2005 ausfindig gemacht werden. Er beschrieb verschiedene Freizeitverkehrsgruppen, welche unterschiedliche Ansprüche in Bezug auf Freizeitorientierung sowie auf Verkehrsorientierung aufweisen, wobei die Faktoren der Verkehrsorientierung hierbei ähnlich sind, wie die Determinanten von Bieland et al. (2017).

Auch das Deutsche Institut für Mobilitätsforschung (ifmo) liefert interessante Aspekte für eine Urlaubsreise ohne Pkw. Gründe dafür wären:

- Haushaltsgröße: Einpersonenhaushalte sind deutlich öfters nicht im Besitz eines Pkws und reisen dementsprechend häufiger mit dem ÖV.
- Alter: Junge Menschen reisen aus Kostengründen vermehrt mit dem ÖV.
- Pkw-Verfügbarkeit: Nur jede fünfte Urlaubsreise wird bei autofreien Haushalten mit dem Pkw, als Mitfahrer absolviert.
- Urlaubsart: Auch die verschiedenen Urlaubszwecke haben Einfluss auf das Mobilitätsverhalten

Abschließend kann festgehalten werden, dass die Zielwahl einer Urlaubsdestination von autofreien Haushalten durch eine Vielzahl an Faktoren abhängig ist. Die soeben zusammengefassten Aspekte weisen nach intensiver Literaturrecherche die gängigsten Gründe auf. Besonders auffällig ist der Faktor Kosten, da dieser als einziger von allen Autoren als Beweggrund für eine autofreie Mobilität genannt wird.

2.5 Räumliche Präferenzen

Dieses Kapitel versucht hinblickend auf die zweite Forschungsfrage, räumliche Präferenzen von autofreien Haushalten anhand der bestehenden Literatur zu identifizieren und darauf aufbauend infrastrukturelle Merkmale zu beschreiben. Der stetig größer werdende MIV-Anteil der TouristInnen, hat vielerorts sowohl die Planungsgrenzen der Gemeinden als auch die Toleranzgrenzen der UrlauberInnen erreicht. Ein letzter Lösungsansatz war in manchen Tourismusorten die Etablierung

von autofreien Gebieten, auf die folgend konkreter eingegangen wird, da dieses Konzept Strukturen beherbergt, die für autofreie Haushalte von größerer Bedeutung sind (Groß, 2011).

2.5.1 Autofreie Tourismusorte

Diese Orte zeichnen sich durch ein Pkw-Verbot – entweder für das gesamte Ortsgebiet oder bei wesentlichen Siedlungsbereichen, wie etwa dem Ortszentrum, aus. Aufgrund von Lieferverkehr oder auch Anrainerverkehr, gibt es jedoch nur selten vollständig autofreie Orte. Oftmals gibt es für diese Verkehrsarten Ausnahmen, oder definierte Tageszeiten, zu denen es möglich ist, die gesperrten Gebiete zu befahren (Groß, 2011).

Ideale Voraussetzungen für einen autofreien Tourismusort wären etwa **das nicht Vorhandensein von Durchgangsverkehr, oder auch kompakte Siedlungsformen, die fußläufige Gehwege ermöglichen**. Spezielle geographische Lagen können den Vorteil von nicht vorhandenen Durchgangsverkehr fördern. So wird es diese Verkehrsart nicht in alpinen Talschlussgemeinden oder bei Orten, die auf Hangterrassen oder Hochplateaus liegen, geben. Bekannte Beispiele gibt es seit Ende der 1980er Jahre. Dazu zählen v. a. die Schweizer Orte: Bettmeralp, Braunwald, Mürren, Riederalp, Rigi, Saas Fee, Stoos, Wengen und Zermatt. Österreichische Beispiele wären unter anderem: Bad Hofgastein, Kleinwalsertal, Lech, Werfenweng, Weissensee und Goldegg. Es muss jedoch erwähnt werden, dass diese Orte zumeist aufgrund ihrer geographischen bzw. topographischen Lage autofrei sind und nicht aufgrund von politischen Diskussionen. Manche waren schlichtweg zu verbaut und zu eng um einen Kfz-Verkehr zu zulassen. Die genannten Schweizer Orte sind zumeist über Zahnrad-, Stand- und Luftseilbahnen erreichbar (ebd.).

Im Jahr 2006 entstand durch zwei EU-Projekte eine neuere Organisation namens Alpine Pearls, welche ebenfalls den autofreien Tourismus forciert. Diese Gruppe *„sieht sich als Kooperation von Tourismusorten in den Alpen, die den umweltfreundlichen Tourismus mit Schwerpunkt umweltfreundlicher Mobilität fördern will und bietet unter dem Motto ‚sanfte Mobilität‘ Urlaub ohne eigenes Auto an“* (Groß, 2011, S. 376).

Befragungen von autofreien Gästen zeigten auf, dass etwa im Schweizer Ort Braunwald, 32% der Gäste die **Autofreiheit** als Grund für ihren Urlaub angaben. Mit je 20% wurden **Kinder, bzw. Familienfreundlichkeit** und **gute Erreichbarkeit** als Entscheidungsgrund angegeben. Bei der Untersuchung in Braunwald stellte sich zudem heraus, dass die Aufenthaltsdauer ebenfalls eine Rolle spielt, wie die Gäste reisen. Je länger die Urlaubsdauer ist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass die UrlauberInnen autofrei reisen. Bei einem zwei wöchigen Urlaub waren 67% der Gäste autofrei unterwegs (Groß, 2011). Auch die bereits beschriebene Untersuchung von Bieland et al. (2017) konnte ein vergleichbares Phänomen feststellen.

2.5.2 Qualitätskriterien für autofreien Tourismus

Die Organisation Alpine Pearls hat im Rahmen der Mitgliederversammlung 2007 einen detaillierten Kriterienkatalog erstellt. Dieser umfasst neben der, in folgender Tabelle inkludierten, Punkte auch Kriterien zu Natur, Umwelt- und Wohlfühlqualität, zu Kulinarischem, zur Volkskultur, zur Siedlung und Architektur, zur Bildung, zur partizipativen Planung, zur Organisation und Spaßmobilität, wie Wandern, Bergsteigen oder Radfahren. Dieser Katalog sprengt somit die Anforderungen für autofreien Tourismus und versucht auf andere Lebensbereiche einzuwirken, wie Naturschutz, Energieversorgung aus erneuerbaren Quellen, Müllvermeidung und Förderung der Verwertung regionaler Produkte (Groß, 2011).

Grundvoraussetzungen

1. Ort bekennt sich durch Beschluss zu Grundsätzen nachhaltigen Handelns
2. Kriterienerfüllung gilt verpflichtend für Kommune inkl. touristisch relevanter Einrichtungen
3. Wille zur Einhaltung der Kriterien muss bei vorhandenen Defiziten durch klar messbaren und von Gästen im darauf folgenden Jahr deutlich wahrnehmbaren Änderungsprozess erkennbar sein
4. Tourismus muss im Ort zentrale Bedeutung haben
5. Ort verfügt über von Gemeinderat beschlossenes, schriftliches Verkehrsentwicklungskonzept
6. Durch Ortskern darf keine höherrangige Straße mit > 10.000 Fahrzeugen/Tag (Jahresschnitt) führen
7. Ort verfügt über Bereiche mit hoher Aufenthaltsqualität für Fußgänger (frei von Privatautos mit Verbrennungsmotoren)
8. Orte mit dicht verbautem Ortskern und städtischen Charakter, müssen im Ortskern großflächig ausgewiesene Bereiche hoher Aufenthaltsqualität und autofreie Zone haben
9. Ort verfügt über regionaltypisches Ortsbild mit alpinem Charakter, Industrieanlagen und Betriebe, die mit hoher Lärm und Schadstoffemission Landschaftsbild beeinträchtigen, sind nicht vorhanden

Mobilität bei An- und Abreise

Ort ist auch ohne PKW durchgängig 7 Tage/Woche zw. 8:00 und 22:00 Uhr mit folgenden Dienstleistungen (eine Möglichkeit muss angeboten werden) mind. alle zwei Std. erreichbar:

- Bus und oder Bahn
- Bahnhofs-Shuttle zum nächstgelegenen Bahnhof mit Anschluss an internat. Fernverkehr
- Bedarfsverkehr zum nächstgelegenen Fernverkehrs-Bahnhof/Busbahnhof
- Gäste-Shuttle (auf Abruf) zum nächstgelegenen Fernverkehrs-Bahnhof/Busbahnhof
- Hotellerie/Gastronomie – Abhol-Service zum nächstgelegenen Fernverkehrs-Bahnhof/Busbahnhof

Mobilität in der Region

- Ort ist an regionale ÖPNV-Netz angeschlossen = Ausflugsziele sowie andere für Urlaubsgäste wichtige Ziele können täglich erreicht werden
- Umfang des ÖPNV/-Angebotes hat sich nach touristischen Nachfragebedürfnissen zu richten
- Für regionales Mobilitätsangebot ist Netzkarte für Urlaubsdauer anzubieten
- Ist regionales, öffentliches ÖPNV-Netz nicht (ausreichend) vorhanden, hat Ort für adäquates Angebot durch Shuttlebussysteme zu sorgen

Mobilität im Ort

- Ort verfügt über Mobilitätsangebot (u. a. Bus, Bahn, Ortbusssystem, Pferdekutschen oder Seilbahnen), das Erreichbarkeit touristischer Ziele in hoher Qualität gewährleistet (tägliches Angebot)
- Mobilitätsangebot kann bei sehr kleinen Orten (kurze Fußwege) entfallen

Informationsangebot im Ort – Organisatorische Vorgaben

- Ort bestimmt kompetenten Ansprechpartner zur umfassenden Beratung
- Mitarbeiter, die „Alpine Pearls“-Angebote anbieten, werden durch Ort nachweislich 1x pro Jahr über Inhalte und Philosophie von Alpine Pearls geschult
- Ort verfügt über Informationsstelle zur umweltverträglichen Mobilität (24 h, 7 Tage pro Woche (Internet und schriftliches Informationsmaterial; 6 h, sechs Tage in der Woche (Servicetelefon) und 4 h, sechs Tage in der Woche (persönlich/in der touristischen Saison))

Informationsangebot im Ort – inhaltliche Vorgaben

- Ort informiert über Möglichkeit autofreier Anreise und Mobilitätsangebote vor Ort durch schriftliches Infomaterial, allg. Hinweise in Werbebroschüren und bei Gästeanfragen, Infos auf Internetplattform (mind. Fahrplanauskunft) und bei Beschreibung der Anreisemöglichkeiten stehen Bahn-/Busanreisemöglichkeit an 1. Stelle
- Ort unterstützt und berät Gast aktiv bei Organisation der Anreise durch Suchen der günstigsten/schnellsten Verbindung von und zum Heimatort, Ticketing und Buchungsbestätigung, Sitzplatzreservierung im Zug und Abholung/Gepäckservice
- Ort verzichtet auf aktive Bewerbung der Flugreise bis 500 km; bei Flugreise > 2.000 km wird Mindestaufenthaltsdauer von sieben Tagen aktiv beworben (Angebot eines Abholservices zum nächstgelegenen Flughafen)

Abbildung 22: Qualitätskriterien von Alpine Pearls für autofreie Tourismusorte – gekürzte Fassung (Quelle: Groß, 2011, S. 381, eigene Bearbeitung)

2.5.3 Beurteilung der infrastrukturellen Bedürfnisse

Wie die bisherigen Untersuchungen zeigen, haben autofreie Haushalte ein stärkeres Bedürfnis, ihren Urlaub in autofreien Tourismusorten zu machen, als Autobesitzende. Die Alpine Pearls ist eine von mehreren Organisationen, die den autofreien Tourismus fördern will und hat bis dato den umfangreichsten Kriterienkatalog für Gemeinden, die entweder bereits Mitglied sind, oder für jene, die es noch werden wollen, erstellt. In diesem sind unter anderem gewisse Mindeststandards für den öffentlichen Verkehr festgelegt. Eine Grundvoraussetzung ist etwa die Erreichbarkeit der Destination durch den öffentlichen Verkehr 7 Tage/Woche von 8 bis 22 Uhr. Auch etwaige Abholservices der Hotellerie werden als Mindeststandard gesehen. In dieser Form gibt es noch viele weitere Auflagen für die Mobilität bei der An- und Abreise, der Mobilität in der Region und für die Mobilität im Ort, siehe gesamten Kriterienkatalog im Anhang. Ein wichtiger Grundsatz des Kriterienkataloges soll an dieser Stelle hervorgehoben werden:

Teil C – Mobilität

1. Zweckmobilität

1.1 Grundsätzliches zur Zweckmobilität

1.1.2 Bei allen Mobilitätsangeboten ist grundsätzlich auf die Mobilitätsbedürfnisse jener Gäste Rücksicht zu nehmen, die mit Bahn oder Bus anreisen oder die bereit sind, während des Urlaubes das eigene Auto nicht zu nutzen. Dabei muss in einer sehr hohen Qualität Mobilitätsgarantie geboten werden.

(Pearls, 2007)

Des Weiteren ist es auch wichtig zu klären, dass durch den Ortskern keine höherrangige Straße mit mehr als 10.000 Fahrzeugen pro Tag im Jahresschnitt führen darf. Der Ort verfügt überdies ein, vom Gemeinderat beschlossenes, umweltverträgliches Verkehrsentwicklungskonzept. Darunter fallen Pull- und Pushmaßnahmen wie etwa Verkehrsberuhigung, Stärkung des öffentlichen Verkehrs und ein Parkraummanagement (Groß, 2011).

Für die öffentlichen Freiflächen sind die Beschlüsse der Alpine Pearls, im Teil B Punkte 7 – 8 relevant:

Teil B – Grundvoraussetzungen

7. Der Ort verfügt über Bereiche mit hoher Aufenthaltsqualität für Fußgänger, die frei von Privatautos mit Verbrennungsmotoren sind (z.B. Parkanlagen, autofreie Seitentäler, ortsnahe Spaziergebiete etc.)

8. Orte, die einen dicht verbauten Ortskern aufweisen und städtischen Charakter haben, müssen im Ortskern über großflächig ausgewiesene Bereiche hoher Aufenthaltsqualität mit wenig Autoverkehr für Fußgänger und Radfahrer (z.B. verkehrsberuhigte Zonen, Straßencafés etc.) verfügen. Weiters muss es innerhalb des Ortskerns eine autofreie Zone mit besonders hoher Aufenthaltsqualität für Fußgänger (frei von Privatautos mit Verbrennungsmotoren) geben. Ladetätigkeiten zu bestimmten Zeiten müssen jedoch möglich sein.

9. Der Ort verfügt über ein regionaltypisches, ästhetisches Ortsbild mit alpinem Charakter. Industrieanlagen und Betriebe, die mit hoher Lärm- und Schadstoffemission das Landschaftsbild beeinträchtigen, sind nicht vorhanden.

(Pearls, 2007)

Der Kriterienkatalog wurde zwar von der Organisation Alpine Pearls erstellt und für die Bedürfnisse der autofreien UrlauberInnen entwickelt, die ihren Urlaub bei jenen Destinationen machen, die in den Alpen liegen; allerdings können die Inhalte des Kriterienkataloges, insbesondere die räumlichen und infrastrukturellen Anforderungen, an die Urlaubsorte in Wiennähe übertragen werden.

Ein weiterer Aspekt, der nicht außer Acht gelassen werden darf, ist die sogenannte FußgeherInnen-Zugänglichkeit. Morar und Bertolini (2013) untersuchten die Auswirkungen der pro MIV-ausgerichteten Planungen und versuchten neue Lösungsansätze für eine fußgeherInnen-gerechten Entwicklung zu konzipieren.

Es gibt zwei Ansätze, um die Zahl der FußgeherInnen zu erhöhen. Einerseits hängt der Erfolg stark von der Infrastrukturqualität wie etwa: **geeigneten Gehsteigbreiten, Sicherheit an Kreuzungen, dem Vorhandensein von Rampen, Schutz vor Elementen der Natur, Interaktion mit anderen Modi, welche die gleiche Straße teilen**, ab, andererseits müssen verschiedenste Einrichtungen in Fußreichweite sein. Die akzeptierte Reichweite beträgt dabei etwa 10 min., was einer Distanz von max. 800 m entspricht (Morar & Bertolini, 2013).

Facility	Maximum distance (m)
Neighbourhood public space	800
Local food shop	250
Neighbourhood scale food shop	500
Bus stop	400
School	800
Playground	200
Railway station	800
Residential green	150
Neighbourhood green (1ha)	400
Quarter green (1-5ha)	800
District green (5-10ha)	1600
Health clinic	3200

Abbildung 23: Service Area für FußgeherInnen (Quelle: Morar und Bertolini, 2013, S. 605)

Neben den soeben genannten Qualitäten der Infrastruktur gilt es auch, diese Grenzen der tolerierten Reichweiten in der Planung zu berücksichtigen. Bei der Einhaltung bzw. dem Vorhandensein aller erwähnten Anforderungen, ist die Chance für einen erfolgreichen autofreien Tourismusort sehr hoch.

2.6 Sanfte Mobilität

Die bisherigen Kapitel haben einige wesentliche Aspekte von Pkw-Benützung und Freizeitverkehr bis hin zu verschiedenen Freizeitverkehrsgruppen und Erfolgsfaktoren für den öffentlichen Verkehr erläutert. Nun wird konkreter auf mögliche Mobilitätsarten und Mobilitätslösungen, die unter dem Begriff sanfte Mobilität fallen, eingegangen. Dieses Kapitel soll somit literaturbasierte Erkenntnisse und Hinweise für die dritte Forschungsfrage liefern, welche mobilitätsrelevanten Angebote für die Erreichbarkeit der Destinationen und der Mobilität der autofreien Haushalte vor Ort von Bedeutung sind.

„Ob eine Destination zentral oder peripher gelegen ist, hat meist direkten Einfluss auf ihre Erreichbarkeit. Periphere Lagen, häufig in Verbindung mit einer geringen Siedlungs- und Bevölkerungsdichte, sind oft unzureichend mit öffentlichen Verkehrsmitteln erschlossen“ (BMVIT, 2016, S.6). In wenigen Fällen ist das öffentliche Verkehrsnetz ausreichend für die größeren Freizeitverkehrsspitzen ausgebaut. Egal ob ein gut funktionierendes Verkehrsnetz vorhanden ist, oder nicht, sollte eine Tourismusgemeinde stets auf sanfte Mobilität setzen. Für eine erfolgreiche Umsetzung gibt es dabei mehrere Handlungsfelder zu beachten.

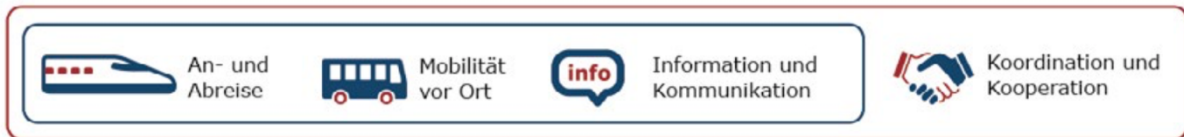


Abbildung 24: Wichtige Handlungsfelder (Quelle: BMVIT, 2016, S. 6)

Bei der Planung sollten möglichst frühzeitig alle AkteurInnen miteingebunden werden. Des Weiteren ist die interdisziplinäre Zusammenarbeit mit SpezialistInnen der Verkehrsplanung, des Naturschutzes oder auch des Tourismus unerlässlich. (BMVIT, 2016a)

Wie in Abbildung 24 zu sehen ist, gilt es die Problematik der unterschiedlichen Wegetappen, aber auch die organisatorischen Hürden der Informationsübermittlung sowie der Kooperationen, zu lösen. Darunter fällt zunächst die sprichwörtlich erste Meile.

2.6.1 Die An- und Abreise

Grundsätzlich gilt es, die gesamte An- und Abreisekette zu beachten, sodass sie lückenlos funktioniert. Darunter fallen konkret günstige Umsteigebeziehungen des ÖPNV auf das hochrangige Schienennetz, weiter auf den Regionalzug, bis hin zum ÖPNV-Anschluss vor Ort oder alternativ einem (E-) Carsharing-Angebot (BMVIT, 2016a).

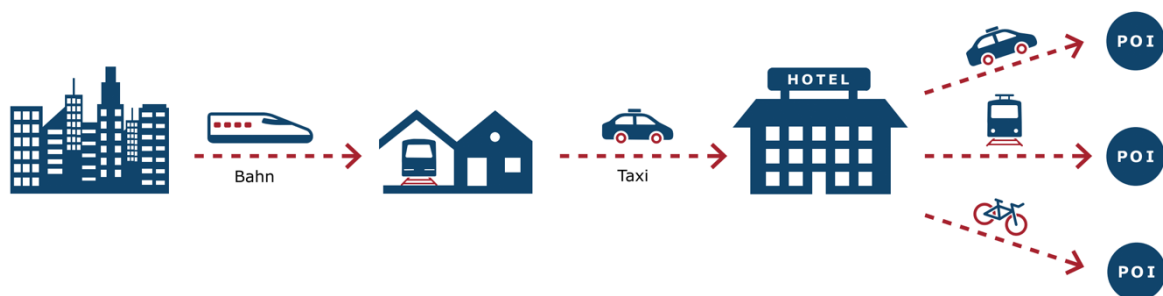


Abbildung 25: Umfassende Reiseangebote (Quelle: BMVIT, 2016, S. 8)

Folgende Maßnahmen sind für die Reisekette zu beachten und nach derzeitigem Stand vom BMVIT aus in Planung:

- Mobility as a service

Unter diesem Begriff versteht man einen Paradigmenwechsel vom selbst fahrenden zum service-nutzenden Gast. Am besten kommt dieses Konzept bei transparenten Ticketkaufmöglichkeiten, welche die gesamte Reisekette berücksichtigen und dabei

eventuelle Kombinationsangebote optional zur Verfügung stellen, zur Geltung. In diesem Schritt können gleichzeitig spezielle Angebote, wie etwa Aktionen von Freizeiteinrichtungen beworben werden. Seit Ende 2015 haben beispielsweise die österreichischen Bundesbahnen ihren Ticketshop dementsprechend erweitert (BMVIT, 2016a).

- Taktfahrplan

Die konkrete Bezeichnung dieses Projekts lautet „integrierter Taktfahrplan 2025“. Diese Strategie wurde von den ÖBB nach Vorgabe des BMVIT entwickelt und soll bis 2025 umgesetzt werden. Die Idee stammt ursprünglich von der Schweizer Bundesbahn, welche es binnen zehn Jahren geschafft hat, die gefahrenen Zugkilometer um 30 % zu steigern. Beim integrierten Taktfahrplan handelt es sich um ein gesamtes Maßnahmenbündel. Der Grundgedanke ist dabei simpel: Alle Züge sollen innerhalb eines gewissen Zeitfensters am Bahnhof ankommen, bzw. abfahren, sodass jede(r) Reisende(r) die Möglichkeit hat, innerhalb dieses Zeitraums problemlos umsteigen zu können.

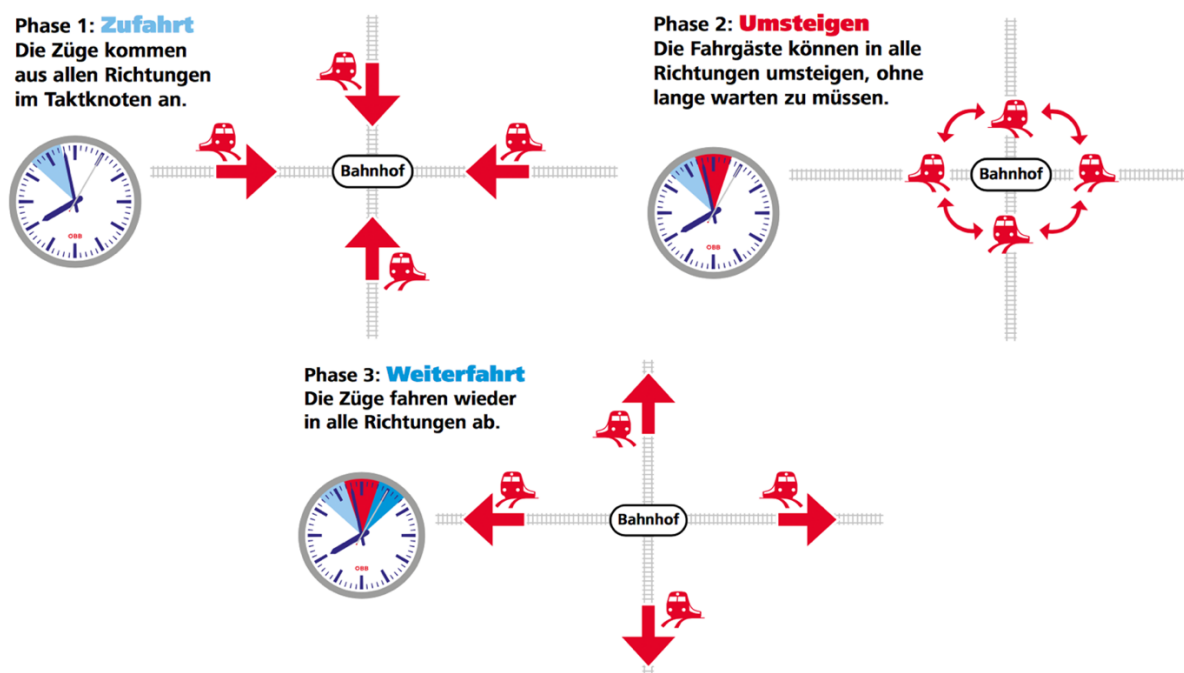


Abbildung 26: Prinzip des Taktfahrplans (Quelle: BMWFW, 2014, S. 51)

Das Ziel ist, dadurch die Wartezeiten zu minimieren und Anschlüsse für die Weiterfahrt zu optimieren. Gleichzeitig sollen gewisse Bahnstrecken ausgebaut werden, was ebenfalls die Fahrzeit verkürzen soll. Durch eine erfolgreiche

Umsetzung würden sowohl Kunden, als auch die ÖBB selbst davon profitieren (BMWWF, 2014). Die konkreten Vorteile für den Kunden wären:

- Leicht zu merkende Abfahrtszeiten
- Optimale Umsteigemöglichkeiten
- Schnellere Verbindungen
- Geringere Kosten im Vergleich zum Pkw
- Entspannung im Zug, statt Stress im Auto
- Stärkung der österreichischen Wirtschaft
- Entlastung der öffentlichen Hand durch mehr Fahrgäste
- Einsparung von CO₂-Emissionen (BMWWF, 2014)

- Gepäcklogistik

Für viele potenziell öffentlich fahrende UrlauberInnen ist gerade das Thema der Gepäcklogistik ein abschreckendes Problem. Dabei gibt es heutzutage attraktive Möglichkeiten das Gepäck zu transportieren bzw. Überstellen zu lassen. Auch hier bieten die ÖBB ein spezielles Gepäck-Service an. Optimierungsbedarf gibt es allerdings noch bei der Abholung und Zustellung des Gepäcks, denn dies ist nicht an Samstagen, Sonntagen sowie Feiertagen möglich. Des Weiteren ist auch die Integration dieses Angebotes beim Ticketverkauf noch nicht möglich (BMVIT, 2016a; ÖBB, n.d.). *„Auch im eigenen Wirkungsbereich einer Destination gibt es Möglichkeiten den Gepäcktransport für Gäste komfortabler zu gestalten, zum Beispiel durch klassische Abholservices oder auch kreative Lösungen wie etwa Handwägen oder Lastenfahrräder am Bahnhof“* (BMVIT, 2016, S.8). Die ÖBB rechnen, das etwa 38 % ihrer Fahrten der Verkehrsart Freizeit und Tourismus zuzuordnen sind. Des Weiteren schätzen speziell ältere Menschen die komfortablen sowie sicheren Fahrten und nutzen vermehrt den Haus-zu-Haus-Gepäckservice (Mayer-Ertl et al., 2015).

- Barrierefreie Mobilität

In der heutigen Zeit dürfen barrierefreie Zugänge – auch im öffentlichen Verkehr, keinesfalls fehlen. Konkrete Ziele sind die Anschaffung von Niederflurwägen oder auch mobiler Rampen. Überdies sollen auch bauliche Maßnahmen umgesetzt werden. Darunter fallen etwa Blindenleitsysteme (akustische sowie taktile), Rampen und Lifte (BMWWF, 2014).

2.6.2 Intermodale Angebote

Unter einem intermodalen Verkehrsverhalten versteht man die Verkettung bzw. Verknüpfung von mehreren Verkehrsmitteln innerhalb eines bestimmten Weges. Intermodalität ist somit eine Sonderform der Multimodalität welche besagt, dass ein(e) VerkehrsteilnehmerIn mehrere Verkehrsmittel innerhalb eines bestimmten Zeitraums verwendet (Von der Ruhren et al., 2003). Bei der Intermodalität haben die Knotenpunkte eine wichtige Bedeutung. Für eine erfolgreiche Umsetzung von intermodalen Angeboten sind zu einem großen Anteil die ÖBB oder auch in Deutschland die Deutsche Bahn AG verantwortlich. Die folgende Abbildung (hier mit speziellen Angeboten der DB) soll mögliche Angebote darstellen, die auch im Sommertourismus denkbar wären.

Bahn & Auto – Mietwagen am Bahnhof	• Kooperationspartner: Avis, Europcar, Sixt, Hertz • Mietwagenunternehmen an 40 Bahnhöfen präsent • Bahn & Auto Mietwagen Service an 80 Bahnhöfen (Bereitstellung von Mietfahrzeugen ohne Mietwagen-Counter am Bahnhof) • Ab- und Annahmestellen: Counter der Mietwagenunternehmen oder DB Reisezentrum am Counter Bahn & Auto Mietwagen Service
Bahn & Auto – DB Car-Sharing (DB Rent GmbH)	• Mit dem Car Sharing der Bahn können die Kunden europaweit auf Fahrzeuge an und über 1.600 Stationen in mehr als 550 Städten und Gemeinden zurückgreifen. In Deutschland stehen Fahrzeuge in über 130 Städten zur Verfügung, z.T. Kooperation mit lokalen Car-Sharing-Unternehmen (z.B. in Leipzig Kooperation mit teilAuto), Stunden-, tage-, wochenweise Anmietung rund um die Uhr möglich, Zeit und entfernungsabhängiger Preis inklusive Kraftstoffkosten und Freikilometern
Bahn & Bike Beförderung	• Beförderung des Fahrrads in Zügen des Nahverkehrs, in Zügen des Fernverkehrs (IC/EC, kein ICE), Radfahrer-Hotline, Fahrrad als Kuriergepäck möglich
Bahn & Bike – DB Call-a-Bike	• Spontane Fahrradmieta in den Städten München, Frankfurt am Main, Berlin, Köln, vollautomatisierter Prozess: Telefon und freies CallBike

Abbildung 27: Intermodale Angebote der DB AG (Quelle: Groß, 2011, S. 237, eigene Bearbeitung)

2.6.3 Mobilität vor Ort

Generell ist die **Verkehrssteuerung** und die **Parkraumbewirtschaftung** innerhalb einer Tourismusgemeinde bzw. einer Tourismusregion ebenfalls ein wichtiger Erfolgsfaktor. Eine Angebotsstruktur von Seiten der Unterkünfte, welche sich mit dem Tourismusverband koordinieren müssen, können durch einwöchige Pauschalpreise mit fixen An- und Abreisetagen für eine Entzerrung des Urlauberverkehrs sorgen.

Auch ein Parkraummanagement kann für eine Reduzierung des lokalen Urlauberverkehrs sorgen und gleichzeitig die Bereitschaft für die Benützung des öffentlichen Verkehrs steigern (BMVIT, 2016a).

Nicht unerlässlich ist überdies auch eine geeignete **Infrastruktur für FußgeherInnen**, denn der Trend geht zu mehr und gleichzeitig größeren Distanzen, die zu Fuß zurückgelegt werden (Schwab et al., 2012). Hierbei stehen Aspekte wie Sicherheit und Übersichtlichkeit im Vordergrund. Zusätzlich darf die Präsenz von beispielsweise Wanderwegen o. ä. im Internet nicht fehlen (BMVIT, 2016a).

Selbstverständlich sollte ein **fixer Linienverkehr** in einer Tourismusdestination angeboten werden, jedoch ist dieser nicht immer ausreichend flexibel, weshalb bedarfsorientierter Verkehr nicht immer angeboten werden kann. Überdies sollte versucht werden einen flexiblen ÖPNV zu betreiben. Für eine höhere Flexibilität können **(E-) Carsharing-Angebote** Abhilfe verschaffen. *„Mit innovativen Mobilitätssystemen können auch neue Gästegruppen angesprochen werden. Durch ein spezielles Angebot, z.B. Elektromobilität, Spaßmobile, Kutschenfahrten oder Anderes, kann sich eine Destination gegenüber anderen profilieren. Gerade im Urlaub ist die Bereitschaft oder sogar die Erwartung, Neues zu erleben [z.B. ein Elektroauto zu fahren] oft groß“* (BMVIT, 2016, S. 9).

Bedarfsorientierter Verkehr kann in Form von speziellen Servicetaxen, wie etwa ein Wandertaxi für den Transport zum Ausgangspunkt von Wanderwegen, Sammeltaxen, welche eine Zubringerfunktion zu Bus- und Bahnlinien erfüllen, oder auch durch erlebnisorientierte Angebote, wie etwa Oldtimerbusse, Draisinen, Flöße und Kanus realisiert werden (Groß, 2011).

2.6.4 Information und Kommunikation

Grundsätzlich gilt, dass sämtliche Informationen bezüglich der sanften Mobilität altersgerecht und zielgruppenorientiert vermittelt werden sollen. Dies kann in Form von **modernen Apps**, dem **Internet**, einer **dynamischen Fahrgastinformation**, aber auch mittels **analogen Medien**, wie etwa **Infoblätter**, **Fahrplanaushänge**, **Inserate** in **Gästekatalogen**, **Broschüren** usw., geschehen, um einen möglichst barrierefreien Zugang zu gewährleisten. Auch den Detaillierungsgrad der Information und die zeitliche Zurverfügungstellung gilt es zu bedenken. Einen sehr wichtigen Stellenwert nimmt die örtliche Homepage ein. Hier sollten alle relevanten

Informationen integriert werden und alle weiterführenden Links von Verkehrsverbünden und Verkehrsanbietern angeboten werden. Vor Ort sollten überdies sämtliche Angebote möglichst einfach und übersichtlich dargestellt werden. Besonders bewährt haben sich sogenannte **All-Inklusive Tickets**, die mehr oder weniger das gesamte Angebotsspektrum einer Tourismusdestination abdecken. Der Gast muss sich somit nicht mit verschiedenen Ticketanbietern befassen und profitiert von etwaigen Kombi-Angeboten (BMVIT, 2016a). *„Die Umsetzung von konkreten Mobilitätsangeboten [etwa Letzte Meile-Angebote] muss auf lokaler Ebene [lokale Tourismuspolitik und –wirtschaft] initiiert werden“* (BMVIT, 2016, S.12). Des Weiteren empfiehlt es sich **Fortbildungsangebote für Ansprechpersonen** aus der Tourismusbranche (verpflichtend) anzubieten, um das Personal gezielt für etwaige Mobilitätsfragen von Seiten der Touristen zu schulen. Für ein effizienteres Marketing sollten Vertreter aus dem Tourismusverband aktiv in die Erstellung von Werbematerial eingebunden werden (BMVIT, 2014).

Eine übergeordnete Plattform für Information bildet die 2014 initiierte **Verkehrsauskunft Österreich**, kurz VAO. Diese Homepage beinhaltet sämtlich relevanten Routinginformationen für die meisten Verkehrsmittel. Hierbei werden hochaktuelle und hochqualitative Daten wie etwa Fahrpläne, Straßennetz, Verkehrsmeldungen, Verkehrslage inkl. Prognose, Live-Daten zur Verfügbarkeit von Leihrädern u.v.m. online zur Verfügung gestellt. Eine wichtige Prämisse dieses Projekts war die diskriminierungsfreie und vollständige Informationsfreigabe aller Verkehrsunternehmen. Weitere Ziele sind die Übermittlung von Reisezeit sowie einer Umweltbilanz in Form eines CO₂-Vergleichs. Durch die Miteinbeziehung von Verkehrsmeldungen wie Staus, Baustellen oder auch ungünstigen Witterungen soll die VAO zur Umverlagerung vom MIV zu den öffentlichen Verkehrsmitteln beitragen und überdies auch zu einer Bewusstseinsbildung führen (ebd.).

2.6.5 Koordination und Kooperation

Nicht zuletzt sind diese zwei Themen wesentliche Bestandteile einer erfolgreichen Umsetzung. Für die PlanerInnen empfiehlt sich die Erstellung eines Ziel-Maßnahmen-Katalogs, um vorweg keinen notwendigen Schritt aus den Augen zu verlieren. Letzten Endes soll der Katalog als To-do-Liste dienen. Ein integrierter Umsetzungszeitraum verschafft dabei mehr Übersichtlichkeit und reiht die unterschiedlichen Prioritäten ein. (BMVIT, 2016a)

Speziell während der Anfangsphase sind neue sanfte Mobilitätsmaßnahmen nicht kostendeckend. Allerdings gibt es eine Palette an Förderungsmaßnahmen auf verschiedensten Ebenen:

- EU: Kofinanzierung bei transnationalen Projekten
- Bundesebene: Klimaaktiv mobil Förderungsprogramm sowie die Klima- und Energiefonds
- Länder: Förderungen im Bereich nachhaltige und alternative Mobilität
- Seltener auf Gemeindeebene: für nachhaltige Mobilitätsmaßnahmen

Das Ansuchen um Förderungen sollte bereits Monate vor der Umsetzung erfolgen, um das Risiko eines Fehlers wie das Verpassen einer Frist zu vermeiden. Sobald alle Informationen eingeholt worden sind, muss ein Finanzierungsplan erstellt werden, der erneut für Transparenz und Klarheit sorgt. Wird dieser genehmigt, können die ersten Umsetzungsschritte eingeleitet werden. Für einige Gemeinden empfiehlt sich eine Probephase zum Testen des Konzepts. Hier können beispielsweise E-Fahrzeuge für ein Jahr gemietet statt gekauft werden.

Abschließend sollten ein Monitoring und eine Evaluierung stattfinden, die eine erste Bilanz darstellen und die teilweise als Erfolgsnachweis für gewisse Förderprogramme verpflichtend durchzuführen sind (BMVIT, 2016a).

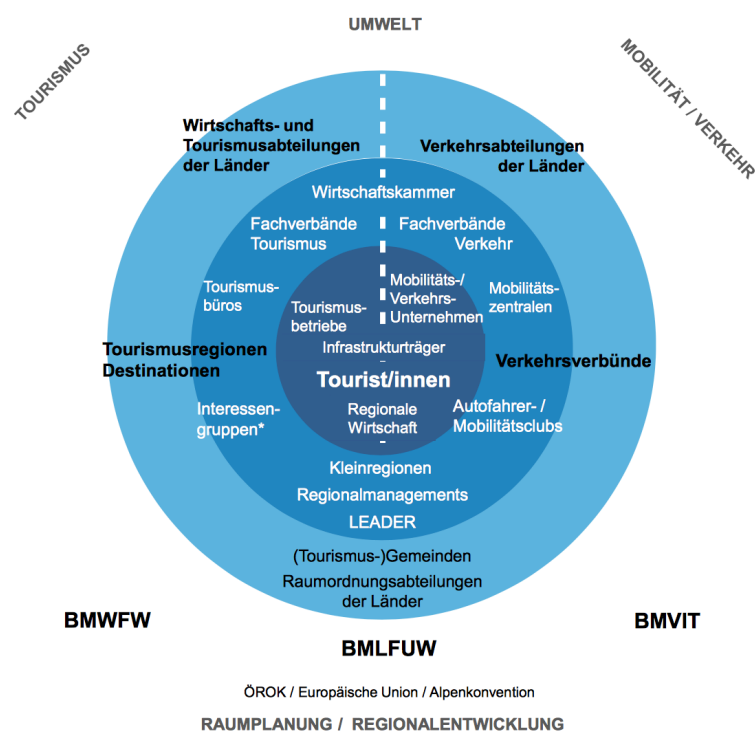


Abbildung 28: Akteure für eine sanfte Mobilität im Tourismus (Quelle: BMWFW, 2014, S. 20)

In Abbildung 28: Akteure für eine sanfte Mobilität im Tourismus (Quelle: BMWFW, 2014, S. 20) soll abschließend nochmals dargestellt werden, wie viele Akteure es für die Umsetzung einer erfolgreichen sanften Mobilität bei Tourismusdestinationen benötigt. *„Nur wenn die Vertreter/-innen aller Ebenen und alle Leistungsträger gemeinsam abgestimmt und koordiniert handeln, wird es gelingen, die tourismus-, umwelt- und verkehrspolitischen Herausforderungen der nächsten Jahre erfolgreich und nachhaltig zu bewältigen“* (BMWFW, 2014, S.20).

Gut durchgeführte Kooperationen können Vorteile für alle Beteiligten schaffen. Einen starken Aufholbedarf haben in dieser Hinsicht länderübergreifende Regionen (BMVIT, 2016). Um einen qualitativ hochwertigen Wissensaustausch zu gewährleisten findet seit 2014 einmal jährlich der „Tourismus-Mobilitätstag“ statt. Dieser bietet eine Plattform, bei der sich ExpertInnen und Akteure aus den Bereichen Mobilität, Naturschutz und Nachhaltigkeit austauschen und vernetzen können. Gleich beim ersten Event nahmen 130 TeilnehmerInnen teil. Der Tourismus-Mobilitätstag erfreut sich seither einer stetig größer werdenden Beliebtheit (Mayer-Ertl et al., 2015).

3 Methoden

Die folgenden Kapitel beschreiben die angewandten Methoden, um die in Kap. 1.3 Forschungsfragen aufgestellten Annahmen mit empirischen Daten zu belegen oder gegebenenfalls zu widerrufen. Zunächst werden jedoch die zugrundeliegenden Daten näher beschrieben.

3.1 Datenbasis

Die Auswertung beruht auf Daten, die im Rahmen des bis Ende 2018 laufenden Projektes REFRESH - Klimawandel: Chancen und Herausforderungen für agglomerationsnahe Tourismusdestinationen, in Form einer online Befragung vom Institut für Verkehrswesen der Universität für Bodenkultur Wien, erhoben und für diese Masterarbeit zur Verfügung gestellt worden sind. Die ProbandInnen haben dabei im Internet einen 44-seitigen Umfragebogen ausgefüllt, der inhaltlich von dem Reiseverhalten im Sommer, insbesondere zur Sommerfrische Österreichs, handelt. Unter dem Begriff Sommerfrische versteht man im klassischen Sinne Erholung von der überhitzten Stadt in Berg- und oder Seengebieten. Diese Regionen zeichnen sich durch ein angenehmeres Klima im Sommer, aber auch durch einen sozialen sowie

kulturellen Austausch aus. Heutzutage werden Destinationen, die zur Sommerfrische zählen, vor allem von der jüngeren Generation auch als innovativ, spannend und attraktiv eingestuft. Die Sommerfrische ist somit ein ernstzunehmender Überbegriff für kompetitive, wohltuende und entschleunigende Sommertourismusregionen in Österreich.

Die Stichprobe der Erhebung zählt 877 ProbandInnen. Da einige TeilnehmerInnen an der Befragung teilgenommen haben, obwohl sie einen Urlaub außerhalb des Erhebungsgebietes unternommen hatten, wurde die Stichprobe gefiltert. Zwar wurden Destinationen zugelassen, deren Position weiter als von der maximal vorgegebenen Luftliniendistanz von 300 km von Wien entfernt waren, allerdings wurden für die Analyse die angegebenen Destinationen der Bundesländer Tirol und Vorarlberg ausgeschlossen. Folglich wurden alle Destinationen der Bundesländer Burgenland, Kärnten, Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg und der Steiermark zugelassen. Dadurch verringert sich die Stichprobe von 877 auf 861 TeilnehmerInnen. Von den 861 Freiwilligen nahmen 419 Frauen (48,7 %) und 442 Männer (51,3 %) teil. Das durchschnittliche Alter betrug 41,8 Jahre; der Median liegt bei 42 Jahren. In der Befragung waren viele Passagen nicht verpflichtend zu beantworten, weshalb sich die Größe der Stichprobe bzw. der Substichproben durch diesen Umstand bei vielen Auswertungen verringert. Generell wurde sowohl die Verkehrsmittelwahl bei der An- und Abreise, als auch bei der Mobilität vor Ort ermittelt. Dabei konnten folgende Antwortmöglichkeiten angegeben werden: zu Fuß, Fahrrad, Bus (Linienbus, Busreise), Zug, Auto bzw. Motorrad. Für die Auswertung der 1. Forschungsfrage wären die Antwortmöglichkeiten Bus, Zug und Auto in Bezug auf die An- und Abreise zur Urlaubsdestination, grundsätzlich ausreichend. Da jedoch aus den Daten nicht hervorgeht, ob bei der Mobilitätsform zu Fuß eine eigenständige Art der Anreise über eine größere Distanz gemeint ist, oder ob damit nur der zwangsläufige Weg zum bzw. vom Bahnhof bzw. der Haltestelle angedeutet wird, wurde diese Antwortmöglichkeit bei der Auswertung ebenfalls berücksichtigt, sofern der/die ProbandIn dies in Kombination mit einer anderen Mobilitätsform angegeben hat. In Summe gaben 25 Personen an unter anderem mit dem Fahrrad angereist zu sein. Davon reisten lediglich drei Personen ausschließlich mit einem Fahrrad an. Diese 25 ProbandInnen wurden bei den Auswertungen nicht berücksichtigt.

Die primäre Untersuchung wurde zwischen Personen aus autofreien und autobesitzenden Haushalten durchgeführt. 248 TeilnehmerInnen (28,8 %) gaben in der Befragung an, keinen Pkw im Haushalt zu besitzen. Im Gegensatz dazu nahmen 613 (71,2 %) ProbandInnen aus Haushalten mit zumindest einem Auto an der Befragung teil. Der prozentuelle Anteil an ProbandInnen aus autofreien Haushalten liegt somit etwas unter den statistischen Werten für Wien, denn zur Zeit haben rund 42 % der Wiener Haushalte keinen Pkw zur Verfügung (Statistik Austria, 2016).

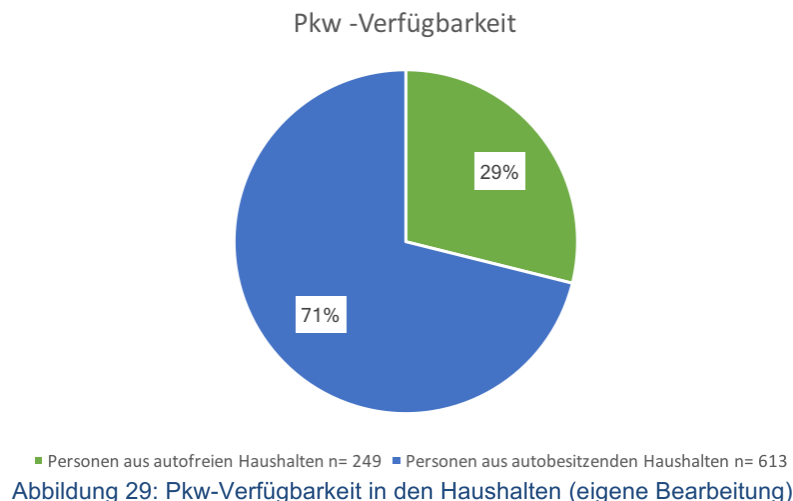


Abbildung 29: Pkw-Verfügbarkeit in den Haushalten (eigene Bearbeitung)

Die Verkehrsmittelwahl bei der Anreise bzw. bei der Mobilität vor Ort war nicht verpflichtend anzugeben, weshalb die Stichprobe in dieser Hinsicht nicht den vollen Umfang aufweist. Die Anzahl jener, die mit dem ÖV angereist sind, beträgt 132 (21,7 %). Im Gegensatz dazu sind 477 Personen (78,3 %) mit dem Auto angereist. Hierbei wurde ebenfalls die Option zu Fuß zugelassen, da man davon ausgehen kann, dass es ProbandInnen gibt, die diese Angabe aufgrund des Weges von der Wohnung bzw. dem Haus bis hin zum Auto tätigen. Diese Werte sind nahezu ident mit jenen der Publikation der T-MONA Erhebung (Österreich Werbung, 2020).

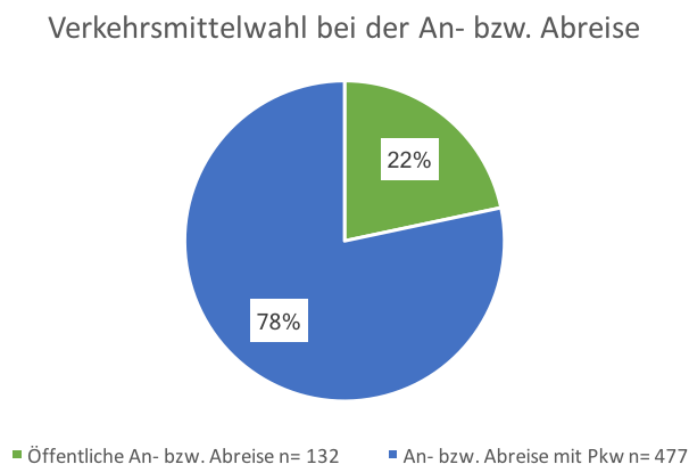


Abbildung 30: Verkehrsmittelwahl bei der Anreise aller Befragten (eigene Bearbeitung)

In Summe haben 199 ProbandInnen keine Angabe zu ihrer Verkehrsmittelwahl getätigt. Das entspricht einer Verlustquote von 23,1%. Interessant ist der Aspekt, dass 78 von den 248 (31,5%) Personen aus autofreien Haushalten keine Antwort bezüglich der Frage nach der Verkehrsmittelwahl in die Sommerfrische getätigt haben, wohingegen 121 von den 613 (19,7%) Teilnehmern aus autobesitzenden Haushalten diese Frage übersprangen.

In Summe wurden bei der Befragung 263 verschiedene Destinationen angegeben. Beschränkt man die Stichprobe nur auf die Pkw-Anreisenden, so wurden von diesen 217 verschiedene Destinationen aufgesucht. Bei den zu Fuß, mit Bus und/oder Bahn- Anreisenden werden 81 unterschiedliche Destinationen genannt. Die angegebenen Tourismusdestinationen wurden daraufhin in dem Online-Routenplaner „A nach B“ nach den diversen Verbindungen, die innerhalb eines Tages verkehren, abgefragt und dokumentiert. Hierfür wurde als Stichtag Samstag, der 06.07.2019, gewählt. Des Weiteren wurden für alle Orte, die in diesem Datensatz enthalten waren, jene Angebote der örtlichen Mobilität sowie zusätzliche touristische Maßnahmen, wie beispielsweise Tourismuskarten, die Sonderkonditionen für Mobilitätsangebote beinhalten, per Internetrecherche erhoben und ebenfalls zu diesem Datensatz hinzugefügt. Diese Daten fließen in den Merkmalskatalog ein, mit dem versucht wird, die vierte Forschungsfrage zu klären.

3.2 Statistische Auswertungen

Es wird gänzlich versucht die erste Forschungsfrage durch statistische Testverfahren zu beantworten. In dieser Arbeit stellt der vollständige Datensatz der Befragung ($n=861$) die Stichprobe dar und die öffentlich anreisenden UrlauberInnen ($n=111$), stellen beispielsweise eine Substichprobe dar. Es handelt sich somit um eine Teilmenge der Stichprobe. Im Normalfall wird ein Zusammenhang von Merkmalen in der Grundgesamtheit vermutet und als Hypothese H_1 bezeichnet. Daraufhin wird eine Gegenhypothese aufgestellt, die das Gegenteil behauptet. Diese könnte wie folgt lauten: Autofreie Haushalte haben dieselben Kriterien für die Wahl ihres Sommerurlaubziels, wie autobesitzende Haushalte. Diese Hypothese wird als H_0 bezeichnet. *„Um nun zu entscheiden, ob H_1 als statistisch gesichert angenommen werden kann oder H_0 vorläufig beibehalten werden sollte, wird ein Signifikanztest durchgeführt“* (Janssen & Laatz, 2010, S.329). H_0 , also die Hypothese, die von keinem Unterschied ausgeht, wird gewöhnlicher Weise bei einem Signifikanzniveau

von $\leq 5\%$ abgelehnt. H_1 wird bei Ablehnung von H_0 als gültig gewertet (Janssen & Laatz, 2010). Das eben genannte Signifikanzniveau gibt an, wie hoch das Risiko ist, welches man bereit ist einzugehen, eine falsche Entscheidung zu treffen. In der folgenden Arbeit wird stets ein Signifikanzniveau von 0,05 angenommen, wenn nicht gesondert darauf hingewiesen wird (Janssen & Laatz, 2010; Senn et al., 2016).

Für die unten aufgelisteten P-Werte werden folgende Begrifflichkeiten angewendet:

- $P \leq 0,05$ signifikant (Irrtumswahrscheinlichkeit ist kleiner als 5 %)
- $P \leq 0,01$ sehr signifikant (Irrtumswahrscheinlichkeit ist kleiner als 1 %)
- $P \leq 0,001$ hoch signifikant (Irrtumswahrscheinlichkeit ist kleiner als 0,1%)

Die in der Datenbasis enthaltenen Daten weisen unterschiedliche Skalenniveaus auf, was einen wesentlichen Einfluss auf die statistischen Auswertungen ausübt. Es gibt drei verschiedene Skalenniveaus, die sich in ihrem Informationsgehalt unterscheiden. Nachfolgend werden diese drei Skalenniveaus genauer erläutert.

Nominalskalierte Variablen weisen die geringste Information auf. Variablen werden dabei mit Ziffern versehen. Ein einfaches Beispiel ist etwa die Kodierung von männlich und weiblich mit 0 und 1. Es ist wichtig klarzustellen, dass nominalskalierte Variablen keine Wertigkeit im Sinne einer Rangfolge aufweisen können (Faik, 2015). „Nominalskalierte Variablen sind in ihrer Auswertungsmöglichkeit sehr eingeschränkt. [...] Solche nominalskalierten Variablen finden oft als Gruppierungsvariablen Verwendung, indem die Gesamtstichprobe nach den Kategorien dieser Variablen unterteilt wird und die entstehenden Teilstichproben gegebenenfalls mit einem passenden statistischen Test miteinander verglichen werden“ (Bühl, 2012, S. 166). Gerade die Gruppierungen wie sie bereits im Kapitel Datenbasis beschrieben wurden, finden für die Auswertung Anwendung. Diese sogenannten Substichgruppen werden im Folgenden nochmals überblicksmäßig beschrieben.

1. Einerseits werden Differenzen zwischen autofreien- und autobesitzenden Haushalten untersucht, da sich die Forschungsfrage im genauen Wortlaut auf autofreie bzw. autobesitzende Haushalte bezieht.
2. Andererseits werden UrlauberInnen untersucht, die entweder öffentlich oder mit einem Pkw angereist sind. Diese Substichgruppe gibt wichtige Aufschlüsse, da gerade diese Personen das tatsächlich ausgeführte Reiseverhalten repräsentieren.

3. Im Laufe der Auswertungen hat sich herausgestellt, dass es z.T. erhebliche Differenzen zwischen autofreien Haushalten, die öffentlich oder mit einem Pkw anreisen gibt. Aufgrund dessen wurden für unklare Determinanten weitere statistische Testverfahren für diese Stichproben durchgeführt.

Substichgruppen für statistische Testverfahren	Personen aus autofreien Haushalten n= 248	Personen, die öffentlich (zu Fuß und/oder Bus und/oder Bahn) angereist sind n= 132	Personen aus autofreien Haushalten, die öffentlich angereist sind n= 69
	Personen aus Haushalten mit Pkw n= 613	Personen, die zu Fuß und/oder Pkw angereist sind n= 477	Personen aus autofreien Haushalten, die mit Pkw angereist sind n= 67

Abbildung 31: Übersicht der Substichgruppen (eigene Bearbeitung)

Das nächst höhere Skalenniveau wird als ordinales Skalenniveau bezeichnet. Es zeichnet sich durch eine Ordnungsrelation aus, wobei die exakten Abstände nicht bekannt sind. Ein typisches Beispiel aus dem Fragebogen für ein derartiges Niveau sind jene Fragen, welche die Antwortmöglichkeiten in Form einer sogenannten Likert-Skala anbieten. Die Antwortmöglichkeiten können in diesem Fall wie folgt lauten:

- Trifft nicht zu
- Trifft eher nicht zu
- Teils/teils
- Trifft eher zu
- Trifft zu

Jene Daten, die ordinal skaliert sind, werden – gleich wie nominal skalierte Daten – durch Chi-Quadrat-Tests ausgewertet (siehe Kap. 3.2.1). Der Chi-Quadrat-Test überprüft, ob sich die beobachteten Häufigkeiten signifikant von den erwarteten Häufigkeiten unterscheiden (Bühl, 2012), wobei im folgenden Kapitel näher auf dieses Testverfahren eingegangen wird.

Das höchste Skalenniveau wird als metrisches Skalenniveau bezeichnet. Die Abstände der Daten können hierbei mehr oder weniger exakt gemessen werden (Faik, 2015). Ein klassisches Beispiel für derartige Daten wäre etwa das Alter von ProbandInnen. Metrisch skalierte Daten werden durch Mittelwertvergleiche ausgewertet (siehe Kap. 3.2.2). Sämtliche statistische Auswertungen wurden mit den Programmen „SPSS 24“ sowie „SPSS 26“ von IBM Statistics durchgeführt.

3.2.1 Chi-Quadrat-Test

Der Chi-Quadrat-Test baut sich anhand einer Kreuztabelle auf. Eine derartige Tabelle überprüft Zusammenhänge zwischen nominal- oder ordinalskalierten Variablen. Es werden dabei die Variablen X und Y in Form von absoluten Besetzungshäufigkeiten aufgetragen. Die von der Kreuztabelle außenstehenden Zeilen- bzw. Spaltensummen werden als Randverteilung von X bzw. Y bezeichnet. Aus der Randverteilung können die sogenannten erwarteten Häufigkeiten ermittelt werden, indem die Zeilen- bzw. Spaltensummen durch die Gesamtzahl aller Fälle dividiert werden. Der Chi-Quadrat-Test überprüft, ob sich die beobachteten Häufigkeiten signifikant von den erwarteten Häufigkeiten unterscheiden. Es können somit signifikante Unterschiede zwischen nominal- oder ordinalskalierten Variablen festgestellt werden (Bühl, 2012; Faik, 2015).

Für Zusammenhänge zwischen nominal-, oder höher skalierten Variablen werden Kontingenzkoeffizienten berechnet. Grundsätzlich empfehlen sich zwei unterschiedliche Koeffizienten, welche von der Größe der analysierten Tabelle abhängig sind. Bei einer 2 x 2 – Kreuztabelle mit dichotomen Variablen sollte der sogenannte Phi-Koeffizient angewendet werden. Der ϕ -Koeffizient kann einen Wert zwischen -1 und 1 annehmen. Ein Wert von 0 würde bedeuten, dass kein Zusammenhang besteht.

Bei größeren Kreuztabellen und Variablen, die mehr als 2 Ausprägungen haben, wird Cramér's V herangezogen. Dieser Wert liegt unabhängig von der Zeilen- bzw. Spaltenanzahl immer zwischen 0 und 1. Da Cramér's V immer positiv ist kann keine Aussage in die Richtung des Zusammenhangs getroffen werden. Beide Effektstärkenmaße können nach Cohen (1988) ähnlich einer Korrelation interpretiert werden.

- $0,1 \leq \phi, V < 0,3$ schwacher Zusammenhang
- $0,3 \leq \phi, V < 0,5$ mittlerer Zusammenhang
- $\phi, V \geq 0,5$ starker Zusammenhang

3.2.2 Mittelwertvergleich

Ein Mittelwertvergleich – oder auch t-Test genannt – wird verwendet um zu bestimmen, ob sich zwei Substichproben von metrisch skalierten Daten statistisch signifikant voneinander unterscheiden. Für die Durchführung eines Mittelwertvergleichs wird vorausgesetzt, dass die Stichprobe bzw. die Substichproben unabhängig und normalverteilt sind (Eid, Gollwitzer, & Schmitt, 2010).

Mittelwertvergleiche zählen zur Inferenzstatistik (schließende Statistik) und beschäftigen sich mit der Frage, ob Rückschlüsse von der Stichprobe auf die Grundgesamtheit gezogen werden können. (Hug & Poscheschnik, 2015).

Überdies kann die Effektgröße berechnet werden, welche beim t-Test für unabhängige Stichproben eine Aussage darüber trifft, wie groß der Unterschied zwischen den beiden Substichprobenmittelwerten ist. Hierfür hat sich Cohens d bewährt. Die Formel für Cohens d lautet:

$$d = \frac{\mu_1 - \mu_2}{\sigma}$$

Cohen (Cohen, 1988) hat folgende Effektstärken für d festgelegt:

- $0,2 \leq d < 0,5$ kleiner Effekt
- $0,5 \leq d < 0,8$ mittlerer Effekt
- $d \geq 0,8$ großer Effekt

Des Weiteren hat Cohen r, das ist der Korrelationskoeffizient, als weitere Möglichkeit für die Berechnung der Effektstärke definiert.

$$r = \sqrt{\frac{t^2}{t^2 + df}}$$

Cohen (Cohen, 1988) hat für r folgende Effektstärken erklärt:

- $0,1 \leq r < 0,3$ kleiner Effekt
- $0,3 \leq r < 0,5$ mittlerer Effekt
- $r \geq 0,5$ großer Effekt

Diese Werte sind jedoch normativ, was bedeutet, dass sie nicht bzw. nur wenig mit empirischen Daten errechnet worden sind. Es gibt Publikationen wie jene von Ginac

& Szodorai (2016), die eben genau das gemacht haben und dadurch zu etwas anderen Effektstärken kommen. Ginac & Szodorai legen folgende empirisch ermittelte Werte für die Effektstärken fest:

- $0,1 \leq r < 0,2$ kleiner Effekt
- $0,2 \leq r < 0,3$ mittlerer Effekt
- $r \geq 0,3$ großer Effekt

Für diese Arbeit werden in weiterer Folge sowohl die Werte von Cohen (1988), als auch die festgelegten Werte von (Ginac & Szodorai, 2016) für den Korrelationskoeffizient angegeben.

Sämtliche Mittelwertvergleiche wurden mit einem t-Test für unabhängige Stichproben durchgeführt.

3.3 GIS basierte Analyse

Für die Bearbeitung der zweiten Frage werden die vorhandenen Urlaubsdestinationen im Geoinformationssystem ArcGIS georeferenziert. Durch diesen Arbeitsschritt werden die Reiseziele der öffentlich-, aber auch der mit Pkw-anreisenden UrlauberInnen ersichtlich gemacht. Der Grund warum auch die Destinationen der Pkw Anreisenden behandelt werden liegt darin, dass durch diesen Vorgang ersichtlich wird, ob es Regionen und Destinationen gibt, die mehr oder weniger nur von Pkw anreisenden Personen aufgesucht werden. In diesem Fall sollen diese etwaigen Destinationen genauer untersucht werden, um die Gründe zu klären, warum öffentlich Anreisende diese Destinationen nicht aufsuchen.

In weiterer Folge werden die jeweiligen Häufigkeiten; also wie oft eine bestimmte Destination besucht wird, durch unterschiedlich große Symbole dargestellt. Danach wird eine räumliche Analyse durch den Befehl „Kernel-Density“ durchgeführt. Diese soll Konzentrationen sowohl von öffentlich Anreisenden, als auch von Pkw Anreisenden ersichtlich machen. Mit diesem Befehl sucht das Programm in einem speziell definierten Radius von einer Destination aus, ob sich andere Urlaubsziele darin befinden bzw. sich die Suchradien überschneiden. In der folgenden Analyse wurde ein Suchradius von 30 km angewandt. Das etwaige Vorhandensein einer bzw. mehrerer Tourismusorte in den Suchradien wird mit der Häufigkeit der besuchten Destination verschnitten. Anhand dessen können räumliche Konzentrationen, die in weiterer Folge auch als Hotspots bezeichnet werden, optisch durch farblich

unterschiedliche Flächen dargestellt werden. Es darf beim Vergleich der beiden Auswertungen nicht außer Acht gelassen werden, dass die Farbwiedergabe der Konzentrationen die gleiche ist, obwohl der Umfang der Substichgruppen ein anderer ist. Für die Interpretation sollte dies jedoch keine Auswirkung haben, da GIS die Werte zu jeweils 100 % skaliert. Überdies soll die Analyse das bestehende Schienennetz abbilden. Hierfür wird auf einen Openstreetmap-Datensatz zurückgegriffen, der sämtliche österreichischen Schienennetze beinhaltet.

Durch diese Ausführungen soll letzten Endes dargestellt werden, wo genau sich räumliche Konzentrationen von öffentlich anreisenden UrlauberInnen und mit Pkw anreisenden TouristInnen befinden. Anhand der Häufigkeit einzelner Destinationen soll erkannt werden, welche konkreten Urlaubsorte als besonders attraktiv einzuschätzen sind. Anhand der Gegenüberstellung von öffentlich Anreisenden und mit Pkw Anreisenden sollen räumliche Unterschiede ersichtlich gemacht werden. Durch das Hinzufügen des Schienennetzes sollen zusätzliche Informationen betreffend der An- und Abreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln gewonnen werden.

3.4 Merkmalkatalog

Wie bereits im Kapitel 3.1 Datenbasis beschrieben, wurde per Internetrecherche örtliche Mobilitätsangebote erhoben. In dieser Datenbank wurden Mobilitätsangebote, wie etwa Fahrradverleihe, Carsharing-Angebote, Anrufsammeltaxis, Spezialbusse, Hotel-Abholservices, Bootsverleihe oder auch Bergbahnen dokumentiert. Genau diese Angebote werden schließlich in Merkmalkatalogen der zehn beliebtesten Destinationen der öffentlich anreisenden UrlauberInnen und der zehn am häufigsten besuchten Destinationen der Pkw anreisenden Personen aufgelistet und gegenübergestellt. Dadurch soll einerseits ersichtlich werden, ob es generell spezielle Mobilitätsangebote gibt, die vorwiegend in Destinationen angeboten werden, die hauptsächlich von öffentlich verreisenden UrlauberInnen aufgesucht werden. Andererseits soll mit der Erstellung des zweiten Merkmalkataloges, das ist jener, der die zehn beliebtesten Orte der Pkw anreisenden ProbandInnen beinhaltet, klargestellt werden, dass es Mobilitätsangebote gibt, die vorwiegend von öffentlich verreisenden UrlauberInnen angenommen werden. Schlussendlich werden die Mobilitätsangebote der beliebtesten Destinationen auch mit den Durchschnittswerten aller besuchten Destinationen verglichen.

Es wurde überdies noch das Vorhandensein von Tourismusbüros, die Ausprägung der mobilitätsbezogenen Marketingpositionierung und etwaige Tourismuskarten mit Sonderkonditionen für Mobilitätsangebote erhoben und ebenfalls in einem Merkmalkatalog der beliebtesten Orte der öffentlich anreisenden Personen abgebildet. Durch diese Vorgehensweise soll demonstriert werden, dass beliebte Urlaubsdestinationen von öffentlich an- und abreisenden UrlauberInnen ein besonderes Spektrum der örtlichen Mobilität aufweisen.

4 Auswertung und Ergebnisse

In Kapitel vier werden schrittweise alle Daten mit den in Kapitel 3 erläuterten Methoden ausgewertet. Im Anschluss werden die Ergebnisse interpretiert. Die empirisch gewonnenen Erkenntnisse sollen eine profunde Basis für das darauf aufbauende Diskussionskapitel liefern.

4.1 Verkehrsmittelwahl und An- bzw. Abreiseverhalten

Im Abschnitt 3.1 Datenbasis wurde bereits darauf hingewiesen, dass von der gesamten Stichprobe, sprich von allen befragten ProbandInnen, rund 80% mit dem Auto angereist sind, wohingegen nur etwa 20% mit dem öffentlichen Verkehr verreisten. Betrachtet man die prozentuellen Anteile jener Befragten, die aus Haushalten mit bzw. ohne Autos kommen, so sind deutliche Unterschiede festzustellen: Lediglich 8% der ProbandInnen aus autobesitzenden Haushalten reisten komplett öffentlich; also ohne Auto, zu ihrer Zieldestination an. Im Gegensatz dazu teilt sich die Verkehrsmittelwahl für die Urlaubsreise bei Personen aus autofreien Haushalten stark auf. 53% führten die An- bzw. Abreise komplett öffentlich durch. Im Gegensatz dazu fahren 47% mit einem Auto, sei es ausgebaut oder gemietet, auf Urlaub.

Verkehrsmittelwahl von Personen aus Haushalten mit Pkw Verkehrsmittelwahl von Personen aus autofreien Haushalten



Abbildung 32: Verkehrsmittelwahl von Personen aus autofreien und autobesitzenden Haushalten (eigene Bearbeitung)

Der daraufhin durchgeführte Chi-Quadrat-Test hat gezeigt, dass die Verkehrsmittelwahl und der Pkw-Besitz im Haushalt in einem Zusammenhang stehen ($\text{Chi-Quadrat}(1) = 137,94$, $p = 0,000$, $n = 574$). Der Zusammenhang liegt im oberen mittleren Bereich ($\text{Phi} = 0,490$, $p = 0,000$).

Um die Verkehrsmittelwahl noch genauer zu beleuchten wurde ein derartiger Chi-Quadrat-Test nochmals durchgeführt, jedoch in Abhängigkeit von der Urlaubsdauer. Die folgende Abbildung zeigt die Chi-Quadrat-Testergebnisse, welche über alle Zeiträume hoch signifikante Unterschiede aufweisen.

Vkm-Wahl/ Pkw Verfügbarkeit	n	Pearson Chi ²	df	p	Phi	p
Tagesausflüge	153	39,008	1	0,000	0,505	0,000
Kurzurlaube	308	81,794	1	0,000	0,515	0,000
Längere Urlaube	106	22,657	1	0,000	0,462	0,000

Abbildung 33: Ergebnisse der Chi-Quadrat-Tests hinsichtlich der Verkehrsmittelwahl und der Urlaubsdauer (eigene Bearbeitung)

Die Ergebnisse der Chi-Quadrat-Tests sprechen über alle Urlaubszeiträume dafür, dass sich die Pkw-Verfügbarkeit sehr deutlich auf die Benützung eines Pkws für die Sommerurlaubsreise auswirkt. Einen sehr starken Zusammenhang gibt es dabei für Tagesausflüge sowie bei Kurzurlauben. Bei längeren Urlauben liegt die Effektstärke im mittleren Bereich. Des Weiteren sprechen die Ergebnisse über alle Zeiträume dafür, dass Personen aus autofreien Haushalten sich eher für eine öffentliche An- und Abreise entscheiden, wobei sich überraschend viele für eine Reise mit einem Pkw entscheiden.

In weiterer Instanz wurde der genaue Modal Split von den besagten Substichproben untersucht, wobei hierfür die Kombination an Wegen, welche aufgeteilt mit Pkw und

öffentlichen Verkehrsmitteln, zurückgelegt wurden, für die Auswertung zugelassen wurde. Die folgende Abbildung liefert hierzu interessante Zahlen.

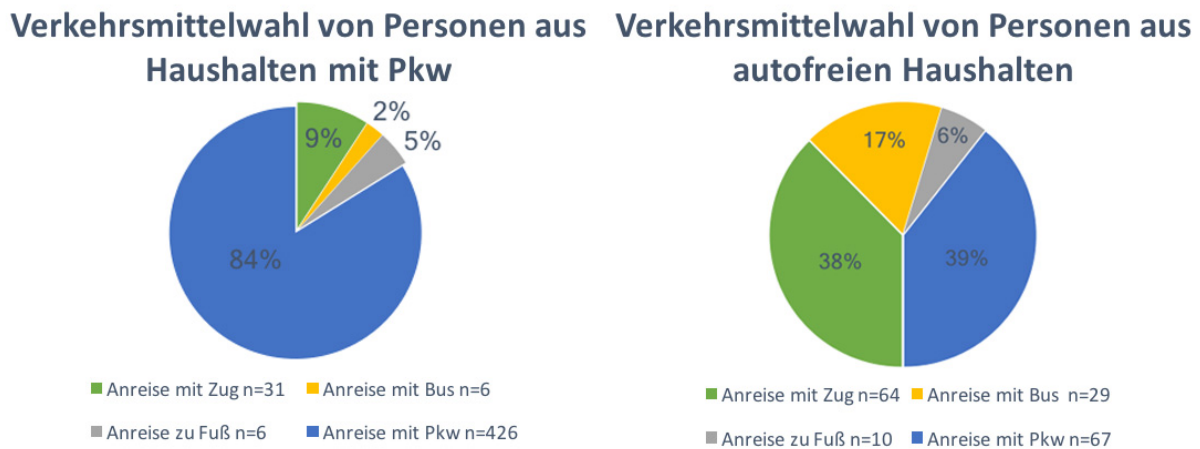


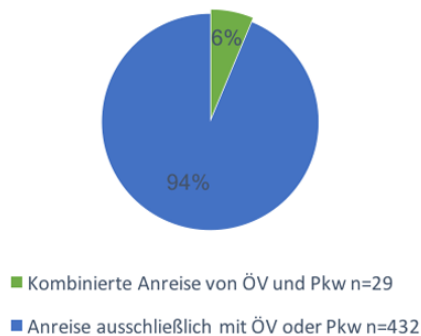
Abbildung 34: Gegenüberstellung des Modal Splits (eigene Bearbeitung)

Hier sticht erneut hervor, dass Personen aus autobesitzenden Haushalten mehrheitlich mit dem Pkw zur Urlaubsdestination fahren. Des Weiteren fällt auf, dass sobald Personen aus autobesitzenden Haushalten öffentlich zur Urlaubsdestination reisen, sie eher dazu geneigt sind, dies mit dem Zug machen. Busse nehmen hingegen mit nur 2% eine untergeordnete Rolle ein.

Bei den ProbandInnen aus autofreien Haushalten wird ebenfalls für die An- und Abreise zur Sommerfrische der Zug als Verkehrsmittel deutlich bevorzugt. Auch hier hat der Bus einen nicht ganz so hohen Stellenwert. Dennoch fuhren 17% der UrlauberInnen zumindest eine Teilstrecke mit einem Bus. Auch bei diesem Vergleich bestätigt der Chi-Quadrat-Test, dass es Unterschiede im Modal Split zwischen Personen aus autofreien und autobesitzenden Haushalten gibt. ($\chi^2(4) = 296,488$, $p = 0,000$, $n = 677$). Der Zusammenhang liegt im mittleren Bereich ($Cramers V = 0,438$, $p = 0,000$).

Des Weiteren wurde versucht festzustellen, ob es Unterschiede im Bereich der Intermodalität, also der kombinierten An- bzw. Abreise mit Pkw und öffentlichen Verkehrsmitteln, zwischen Personen aus autofreien und autobesitzenden Haushalten gibt. Abbildung 35: Gegenüberstellung der Intermodalität (eigene Bearbeitung) veranschaulicht deutlich, dass kaum Differenzen festzustellen sind.

Intermodaler Verkehr von Personen aus Haushalten mit Pkw



Intermodaler Verkehr von Personen aus autofreien Haushalten

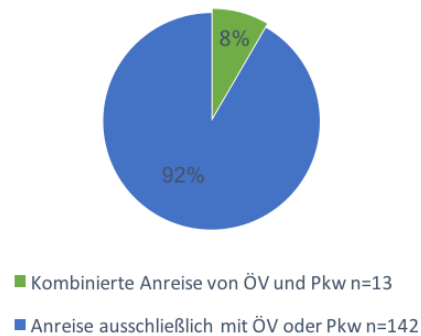


Abbildung 35: Gegenüberstellung der Intermodalität (eigene Bearbeitung)

Offensichtlich nimmt die kombinierte Anreise zur Urlaubsdestination von öffentlichen Verkehrsmitteln und einem Pkw sowohl bei Personen aus autofreien, als auch von autobesitzenden Haushalten eine deutlich untergeordnete Rolle ein. Mit einer Signifikanz von 0,370 bestätigt der Chi-Quadrat-Test, dass es keine Unterschiede im Bereich der Intermodalität zwischen Personen aus autofreien und autobesitzenden Haushalten gibt. ($\text{Chi-Quadrat}(1) = ,802$ $p = 0,370$, $n = 616$). Der Zusammenhang ist nicht nennenswert ($\text{Phi} = 0,036$, $p = 0,370$).

Nach diesen Auswertungen tat sich die Frage auf, ob und inwiefern sich der Besitz von ÖV-Zeitkarten bzw. Ermäßigungskarten auf die Verkehrsmittelwahl bei der Urlaubsreise bei Personen aus autofreien und autobesitzenden Haushalten auswirkt. Aus diesem Grund wurden weitere Chi-Quadrat-Tests zwischen Personen aus den eben genannten Substichgruppen, sowie öffentlich anreisenden und mit Pkw anreisenden Personen durchgeführt. Die Ergebnisse bestätigen, dass es durchaus signifikante Unterschiede zwischen den genannten Substichgruppen gibt. Diese sind zwischen öffentlich anreisenden und mit Pkw anreisenden Personen stärker ausgeprägt. So lässt sich ein hoch signifikanter Unterschied zwischen den beiden zuletzt genannten Untersuchungsgruppen in Bezug auf den Besitz einer Wiener Linien Zeitkarte bestätigen. ($\text{Chi-Quadrat}(1) = 12,152$, $p = 0,000$, $n = 574$). Die Effektgröße ist jedoch klein ($\text{Phi} = -0,146$, $p = 0,000$). Gleiches gilt beim Besitz einer ÖBB-Vorteilscard ($\text{Chi-Quadrat}(1) = 37,825$, $p = 0,000$, $n = 574$). Obwohl der Phi-Wert etwas höher ist, liegt die Effektstärke bei den ÖBB-Ermäßigungskarten immer noch im niedrigen Bereich ($\text{Phi} = -0,257$, $p = 0,000$). Etwas geringere Differenzen, die dennoch sehr signifikant sind, gibt es beim Besitz einer anderen Ermäßigungskarte.

($\chi^2(1) = 7,709$, $p = 0,005$, $n = 574$). Auch hier ist die Effektstärke gering ($\Phi = -0,116$, $p = 0,005$).

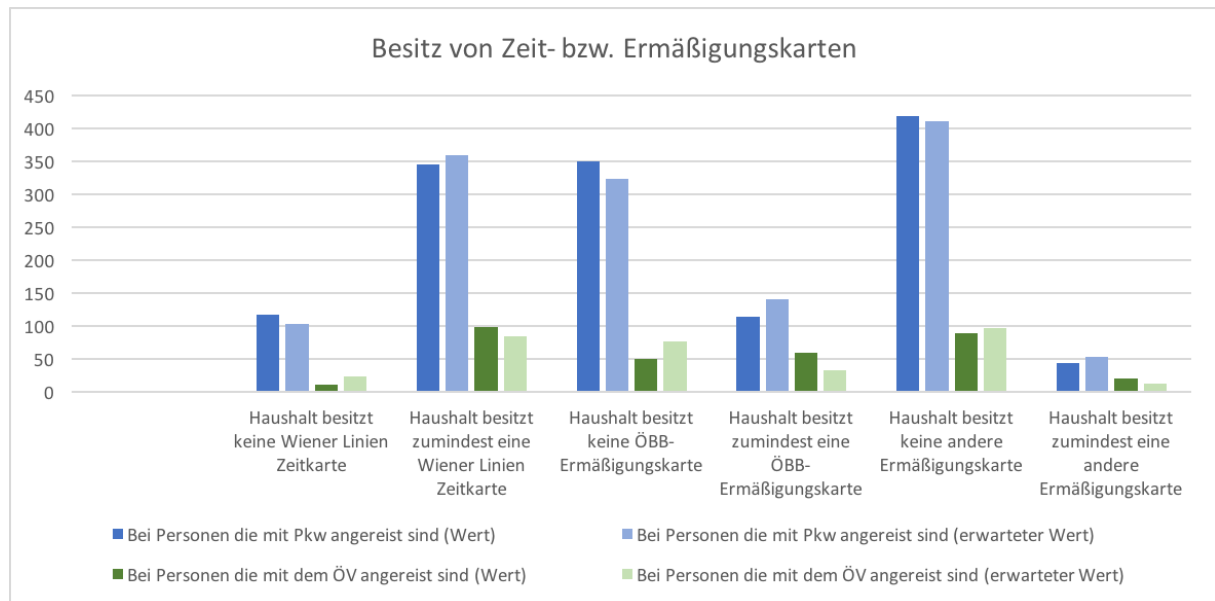


Abbildung 36: Übersicht der unterschiedlichen Besitzverhältnisse der Mobilitätskarten (eigene Bearbeitung)

Durch die Abbildung wird ersichtlich, dass die öffentlich reisenden ProbandInnen deutlich häufiger Wiener Linien Zeitkarten sowie ÖBB-Vorteilskarten besitzen, als vom Chi-Quadrat Test angenommen. Umgekehrt besitzt ein Großteil der mit dem Pkw anreisenden UrlauberInnen Wiener Linien Zeitkarten. Gleichzeitig haben nur wenige Personen, die mit dem Pkw angereist sind eine ÖBB-Vorteilscard. Gerade dieser Unterschied sticht hervor.

Abgesehen von der Verkehrsmittelwahl wurde im Rahmen der ersten Forschungsfrage auch das Reiseverhalten im Bereich der An- und Abreise untersucht. Hierzu bietet sich in erster Instanz die Gegenüberstellung des Reisemusters zwischen Personen aus autobesitzenden und autofreien Haushalten an. Durch den durchgeführten Chi-Quadrat Test konnte mit einem sehr signifikanten Unterschied bestätigt werden, dass es Unterschiede gibt. ($\chi^2(3) = 16,082$, $p = 0,001$, $n = 620$). Die Effektstärke ist allerdings gering ($\Phi = 0,161$, $p = 0,001$).

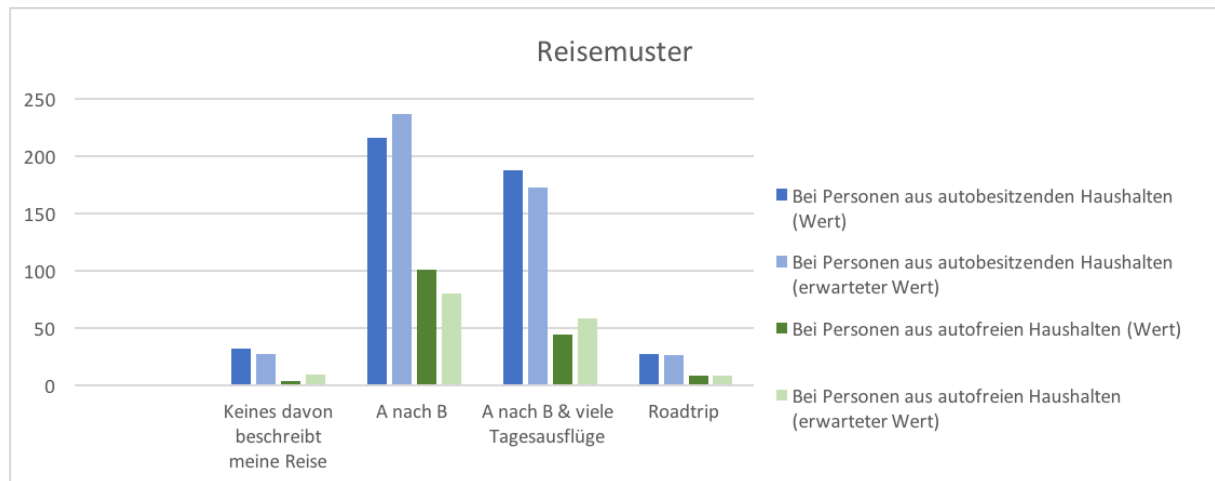


Abbildung 37: Gegenüberstellung der Reisemuster (eigene Bearbeitung)

Bei näherer Betrachtung der Werte sowie der Abbildung wird ersichtlich, dass tendenziell jene UrlauberInnen aus einem autobesitzenden Haushalt eher dazu geneigt sind ihren Urlaub in der Sommerfrische mit weiteren Tagesausflügen zu kombinieren. Im Gegensatz dazu fahren Personen aus autofreien Haushalten häufiger nur von ihrer Heimat zu ihrer Sommerurlaubsdestination als erwartet. Weitere Tagesausflüge werden hingegen seltener als angenommen durchgeführt.

Als weiterer Indikator für das Reiseverhalten wurde die gefahrene Distanz von Wien zur Sommerurlaubsdestination mit einem ungepaarten t-Test zwischen jenen ProbandInnen, die öffentlich angereist und jenen die mit dem Pkw gefahren sind untersucht. Hierzu wurden für beide Substichproben die Pkw-Kilometer separat über den Online-Routenplaner „A nach B“ erhoben und gegenübergestellt. Als Ausgangspunkt für diese Erhebung wurde der Hauptbahnhof Wien festgelegt. Als Zielpunkt wurde der örtliche Bahnhof bzw. die zentrale Bushaltestelle, sofern in der Zieldestination kein Bahnhof vorhanden ist, gewählt. In der Substichprobe der öffentlich Anreisenden wurden etwas höhere Werte ($M = 176,47$, $SD = 106,18$) als in der Substichprobe der mit Pkw-anreisenden UrlauberInnen ($M = 174,07$, $SD = 95,94$) beobachtet. Dieser Unterschied konnte als nicht signifikant nachgewiesen werden ($t(494) = 0,212$, $p = 0,832$).

Zu einem ganz ähnlichen Ergebnis ist ein zweiter t-Test gekommen, der die unterschiedlichen Distanzen (in Pkw-Kilometer) zwischen Personen aus autofreien und autobesitzenden Haushalten, unabhängig ihrer Verkehrsmittelwahl hinsichtlich der Reise in die Sommerfrische, untersucht hat. Dabei erzielten Personen aus autofreien Haushalten niedrigere Werte ($M = 172,73$, $SD = 103,52$) als jene

ProbandInnen aus autobesitzenden Haushalten ($M = 177,33$ $SD = 97,20$) Auch diese Differenz konnte als nicht signifikant belegt werden ($t(557) = -0,482$, $p = 0,630$).

Als logischer Folgeschritt wurde die Fahrzeit zwischen jenen ProbandInnen die öffentlich angereist und jenen die mit einem Pkw angereist sind gegenübergestellt. Dabei wurde über den Online-Routenplaner „A nach B“ die jeweils kürzeste Fahrzeit mit öffentlichem Verkehr und mit Pkw ermittelt und anhand eines t-Tests untersucht. Die UrlauberInnen, welche mit dem ÖV angereist waren, weisen längere Fahrzeiten auf ($M = 150,78$, $SD = 72,687$) als jene, die mit einem Auto angereist waren ($M = 123,21$, $SD = 57,830$). Dieser Unterschied konnte als sehr signifikant nachgewiesen werden ($t(115,3) = 3,369$, $p = 0,001$). Es wurden für diese Differenz auch die Effektmaße d sowie r berechnet. Für d kann mit einem Wert von 0,45 eine eher niedrige Effektstärke angenommen werden. Da für r der aufgerundete Wert 0,30 berechnet wurde, kann nach (Ginac & Szodorai, 2016) eine mittlere bis starke Effektstärke angenommen werden.

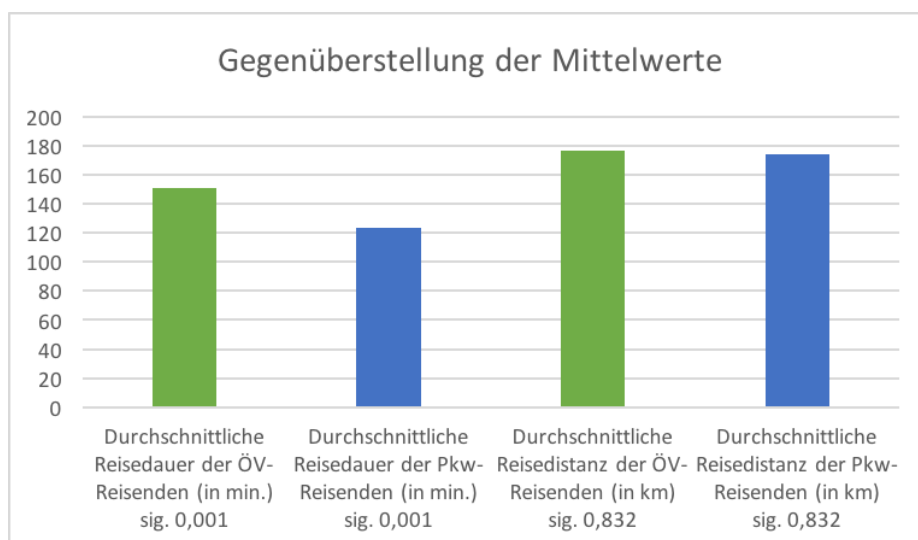


Abbildung 38: Vergleich der Reisezeit und der Reisedistanz (eigene Bearbeitung)

Als abschließender Faktor für die erste Forschungsfrage wurde versucht zu klären, ob es Unterschiede hinsichtlich begleitenden Personen bei der Reise zwischen UrlauberInnen aus autofreien Haushalten und autobesitzenden Haushalten gibt. Zunächst wurde im Rahmen eines weiteren Chi-Quadrat Tests festgestellt, dass es einen Zusammenhang zwischen Personen aus autofreien Haushalten und autobesitzenden Haushalten hinsichtlich der Urlaubsreise ohne Begleitung; also jenen ProbandInnen die alleine gereist sind, gibt. ($Chi\text{-}Quadrat(1) = 4,323$ $p = 0,040$, $n = 574$). Die Effektstärke ist allerdings äußerst gering. ($Phi = -0,086$, $p = 0,040$). Die

Daten sprechen dafür, dass die UrlauberInnen mehrheitlich nicht alleine auf Urlaub fahren. Entscheiden sie sich doch für die Reise alleine, so handelt es sich eher um Personen aus autofreien Haushalten.

Unterschiede gibt es auch, wenn Freunde bei der Urlaubsreise mitfahren. ($\chi^2(1) = 19,403$ $p = 0,000$, $n = 574$) Auch hier gibt es einen nur schwachen Effekt. ($\Phi = -0,184$, $p = 0,000$). Das Ergebnis erweckt den Anschein, als würden tendenziell mehr Personen aus autofreien Haushalten mit Freunden auf Urlaub fahren, als Personen aus autobesitzenden Haushalten.

Ein nicht unwichtiges Ergebnis ist der hoch signifikante Unterschied zwischen Personen aus autofreien und jenen aus autobesitzenden Haushalten bezüglich des Beiseins eines Partners bei der Urlaubsreise. ($\chi^2(1) = 51,058$ $p = 0,000$, $n = 574$). Die Effektstärke liegt dabei nahezu im mittleren Bereich. ($\Phi = 0,298$, $p = 0,000$). Es deutet alles darauf hin als würden Personen aus autofreien Haushalten seltener mit einem Partner auf Urlaub fahren. Anders ausgedrückt wirkt sich ein(e) PartnerIn positiv auf das Verreisen mit einem Pkw aus. Vergleichbar ist zusätzlich noch eben jener Test mit etwaigen Kindern als Begleitung. Auch dieser liefert einen hoch signifikanten Unterschied. ($\chi^2(1) = 19,271$ $p = 0,000$, $n = 574$) Die Effektstärke befindet sich hier jedoch nur im schwachen Bereich. ($\Phi = 0,183$, $p = 0,000$).

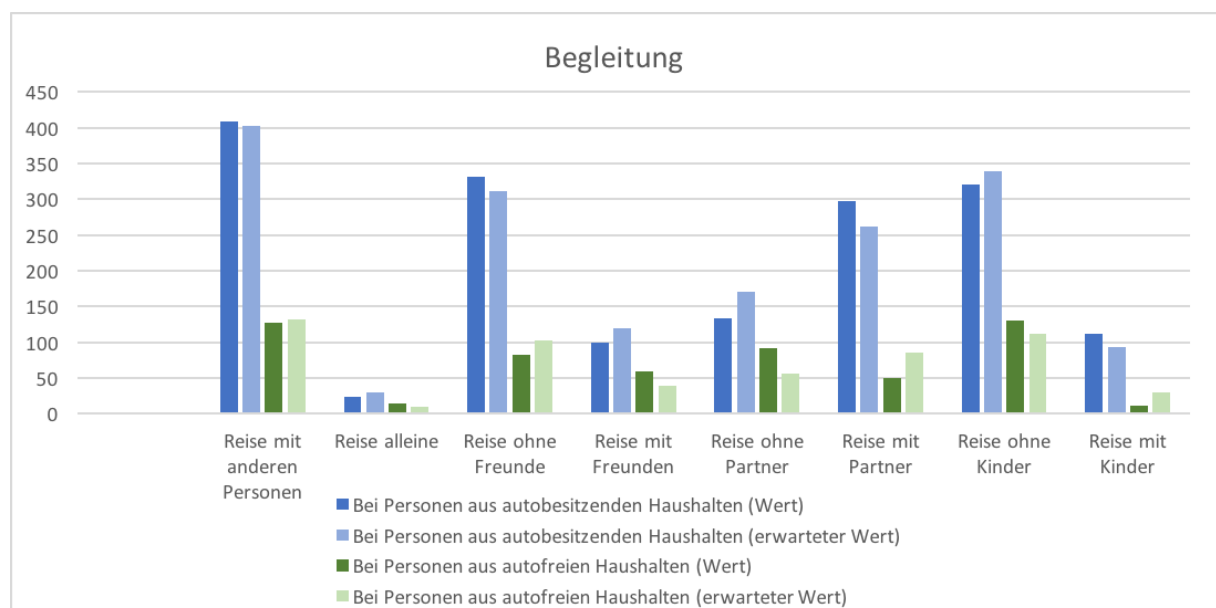


Abbildung 39: Gegenüberstellung der Begleitung bei der Urlaubsreise (eigene Bearbeitung)

4.2 Örtliches Mobilitätsverhalten

Nachdem die wichtigsten Aspekte des generellen Reiseverhaltens insbesondere der An- und Abreise untersucht worden sind, wird der Fokus nun auf das Mobilitätsverhalten vor Ort gelegt. Untersucht werden dabei mögliche Unterschiede zwischen Personen die ausschließlich mit dem Pkw angereist sind und jenen UrlauberInnen, welche die Anreise öffentlich bestritten haben. Zunächst wird der Modal Split dieser Stichproben gegenübergestellt und erneut mit statistischen Tests analysiert. Bei dieser Untersuchung wurde die Kombination mit verschiedenen Verkehrsmitteln zugelassen, da bei beiden Untersuchungsgruppen mit etwa 65 % der Großteil der ProbandInnen die Verkehrsmittel für die örtliche Mobilität kombiniert hat. Sofern keine Verkehrsmittel kombiniert worden sind, gingen die ProbandInnen mehrheitlich Ihre Wege bei der Urlaubsdestination zu Fuß.

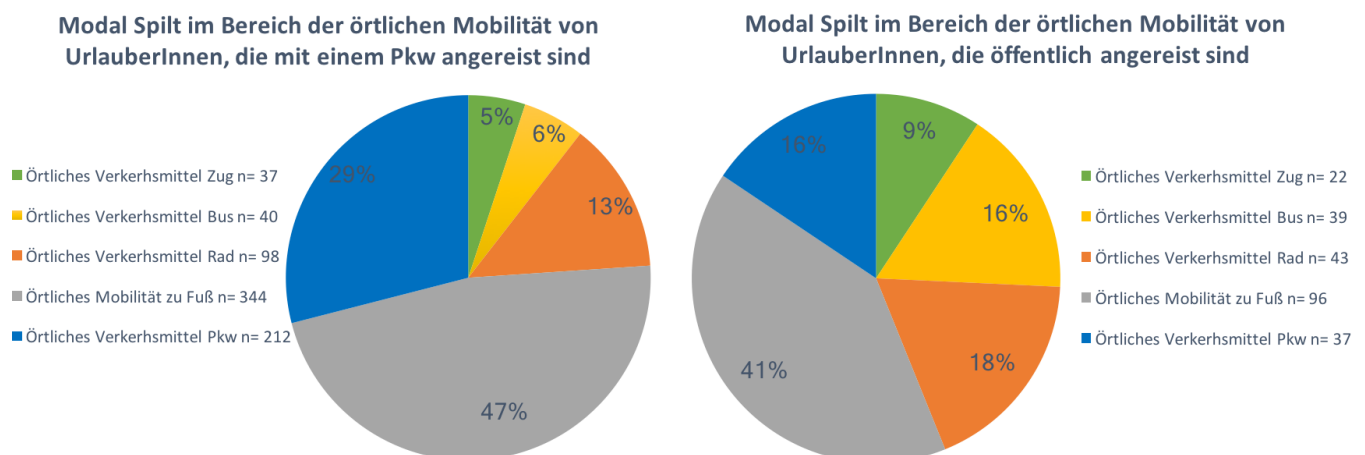


Abbildung 40: Gegenüberstellung des Modal Splits im Bereich der örtlichen Mobilität (eigene Bearbeitung)

Auch beim Modal Split der nun die Kombination mit verschiedenen Verkehrsmitteln abbildet gehen sowohl jene UrlauberInnen, die mit einem Auto angereist sind, als auch jene, die öffentlich verreisten, Ihre Wege bei der Urlaubsdestination mehrheitlich zu Fuß. Da das Mobilitätsverhalten in diesem Aspekt recht ähnlich ist, konnte der durchgeführte Chi-Quadrat-Test keinen signifikanten Unterschied feststellen. ($\chi^2(1) = 0,30$ $p = 0,863$, $n = 610$).

Das Fahrrad scheint für die Mobilität innerhalb der Sommerurlaubsdestination einen hohen Stellenwert zu haben, denn es wird von beiden Untersuchungsgruppen sogar etwas häufiger verwendet, als die öffentlichen Verkehrsmittel. Der Chi-Quadrat-Test liefert dennoch auf die Frage, ob es Unterschiede zwischen UrlauberInnen, die öffentlich angereist sind, oder mit einem Pkw, einen sehr signifikanten Unterschied.

(*Chi-Quadrat*(1) = 7,056 $p = 0,008$, $n = 577$). Der Zusammenhang ist jedoch nur schwach. ($\Phi = -0,111$, $p = 0,008$). Dieser Unterschied legt nahe, dass jene UrlauberInnen, die öffentlich anreisen, das Fahrrad für die örtliche Mobilität häufiger nutzen, als jene, die mit einem Pkw anreisen.

Zu einem noch eindeutigeren Ergebnis kommt der Test hinsichtlich der Nutzung des öffentlichen Verkehrs vor Ort. Hierbei kristallisiert sich ein hoch signifikanter Unterschied heraus. Öffentlich anreisende UrlauberInnen nutzen somit die öffentlichen Verkehrsmittel häufiger vor Ort, als die mit Pkw anreisende UrlauberInnen. (*Chi-Quadrat*(1) = 36,025 $p = 0,000$, $n = 610$). Die Effektstärke ist allerdings auch hierbei nur schwach. ($\Phi = -0,243$, $p = 0,000$). Auffällig ist, dass die mit einem Pkw anreisenden UrlauberInnen Bus und Zug etwa gleichermaßen für die örtliche Mobilität nutzen. Anders sieht es diesbezüglich bei den öffentlich anreisenden ProbandInnen aus, denn nur etwa 9% nutzten einen Zug vor Ort, wohingegen 16% einen Bus für die örtliche Mobilität genutzt haben.

Des Weiteren liefert der Chi-Quadrat-Test über die Nutzung eines Autos vor Ort ebenfalls einen hoch signifikanten Unterschied zwischen den beiden Untersuchungsgruppen. (*Chi-Quadrat*(1) = 11,525 $p = 0,001$, $n = 609$). Die Effektstärke liegt bei diesem Test ebenfalls im schwachen Bereich. ($\Phi = 0,138$, $p = 0,001$). Der Test beweist, dass jene die mit einem Pkw anreisen, eher dazu geneigt sind diesen auch, zumindest für Teilstrecken im Ort, zu verwenden. Auffällig ist, dass von den insgesamt 493 ProbandInnen, die mit einem Pkw angereist sind, nur noch 212 den Pkw in Kombination mit anderen Verkehrsmitteln für die örtliche Mobilität verwendet haben. Das entspricht einer Reduktion von 57 %. Lediglich 67 Personen, das sind etwa 13,5% aller mit Pkw anreisenden ProbandInnen haben sich ausschließlich mit einem Auto vor Ort bewegt. Legt man den Fokus auf jene UrlauberInnen die öffentlich angereist sind, so zeigt sich, dass 37 ProbandInnen (28 %) ein Auto für die örtliche Mobilität verwendet haben. Von diesen Personen haben jedoch nur vier ausschließlich einen Pkw für die örtliche Mobilität verwendet.

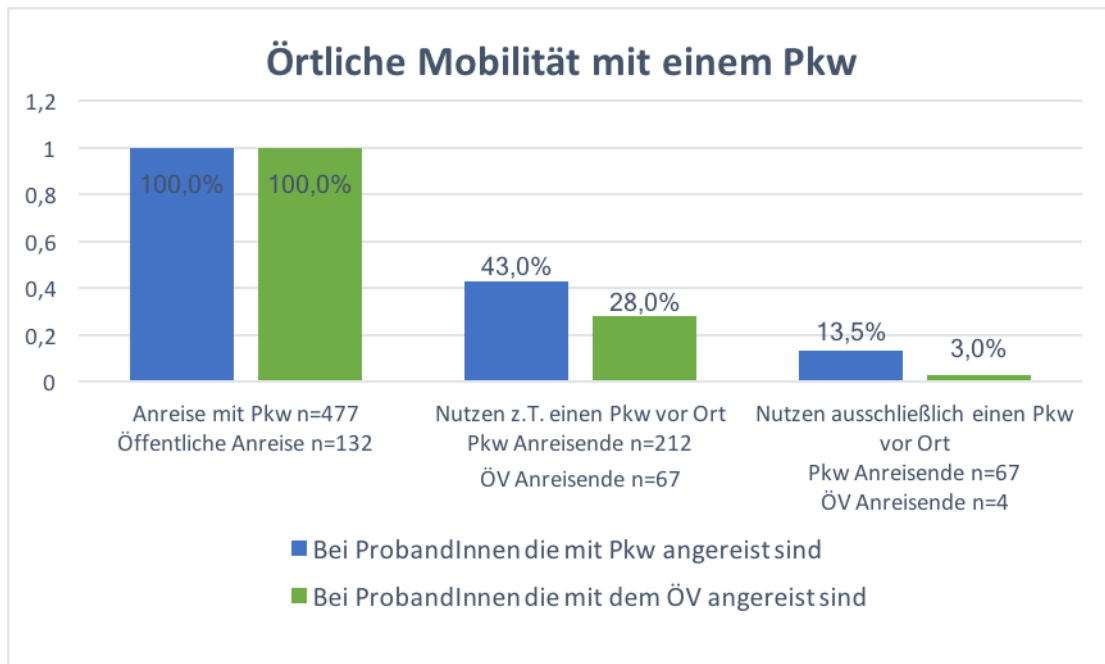


Abbildung 41: Gegenüberstellung der örtlichen Mobilität mit einem Pkw (eigene Bearbeitung)

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass von jenen UrlauberInnen die mit einem Pkw anreisen, ein Großteil das Auto für die örtliche Mobilität nicht mehr verwendet und wenn, dann in Kombination mit anderen Verkehrsmitteln. Umgekehrt verwenden rund 28 % der öffentlich anreisenden UrlauberInnen einen Pkw für gewisse Teilstrecken bei der Urlaubsdestination. Nur ein verschwindend kleiner Teil dieser Personen verwendet ausschließlich ein Auto für die Mobilität vor Ort.

Abschließend wurde noch mittels eines t-Tests analysiert, ob es zwischen den Untersuchungsgruppen Differenzen bei der Anzahl der vor Ort verwendeten Verkehrsmittel gibt. Hierbei stellt sich abermals ein signifikanter Unterschied zwischen jenen ProbandInnen die öffentlich angereist sind und jenen die mit einem Pkw angereist sind heraus. Jene UrlauberInnen die öffentlich verreisen nutzen im Bereich der örtlichen Mobilität mehr verschiedene Verkehrsmittel ($M = 1,80$, $SD = 1,424$), als jene die mit einem Pkw reisen ($M = 1,53$, $SD = 1,002$). Der t-Test liefert dazu einen signifikanten Unterschied. ($t(168,830) = 2,019$, $p = 0,045$). Um die Effektstärke angeben zu können wurde sowohl Cohens's d sowie r berechnet. Sowohl $d = 0,256$, als auch $r = 0,154$ deuten auf einen schwachen Zusammenhang hin.

4.3 Bevorzugte Orte und Regionen

Im Methodenkapitel 3.3 GIS basierte Analyse wurde bereits der Arbeitsprozess mit dem Geoinformationssystem genauer beschrieben. Folglich werden nun im Auswertungs- und Ergebnisteil die ausgearbeiteten Karten präsentiert und auf die ersten Auffälligkeiten eingegangen. Gleich die folgende Abbildung zeigt jene Urlaubsdestinationen, die von den UrlauberInnen besucht wurden, die die An- bzw. Abreise mit einem Pkw durchgeführt haben.

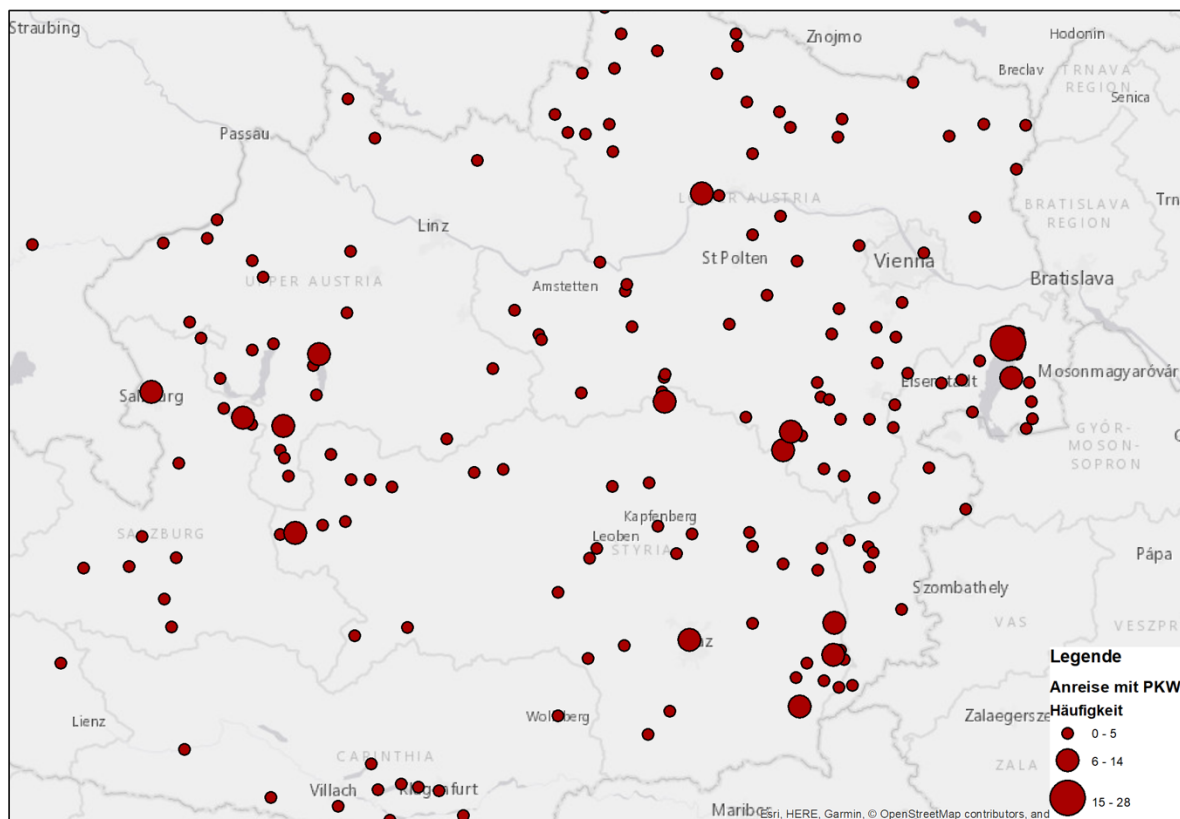


Abbildung 42: Destinationshäufigkeiten von autoanreisenden UrlauberInnen (eigene Bearbeitung)

Hierbei ist auffällig, dass die allgemeine Verteilung sehr dispers ist. Es gibt kaum Regionen, die nicht von UrlauberInnen aufgesucht werden, die mit dem Auto anreisen.

In weiterer Folge wird nun die inhaltlich gleiche Karte dargestellt, diesmal jedoch nur mit ProbandInnen, die mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu ihrer Sommerfrische-Destination gereist sind.

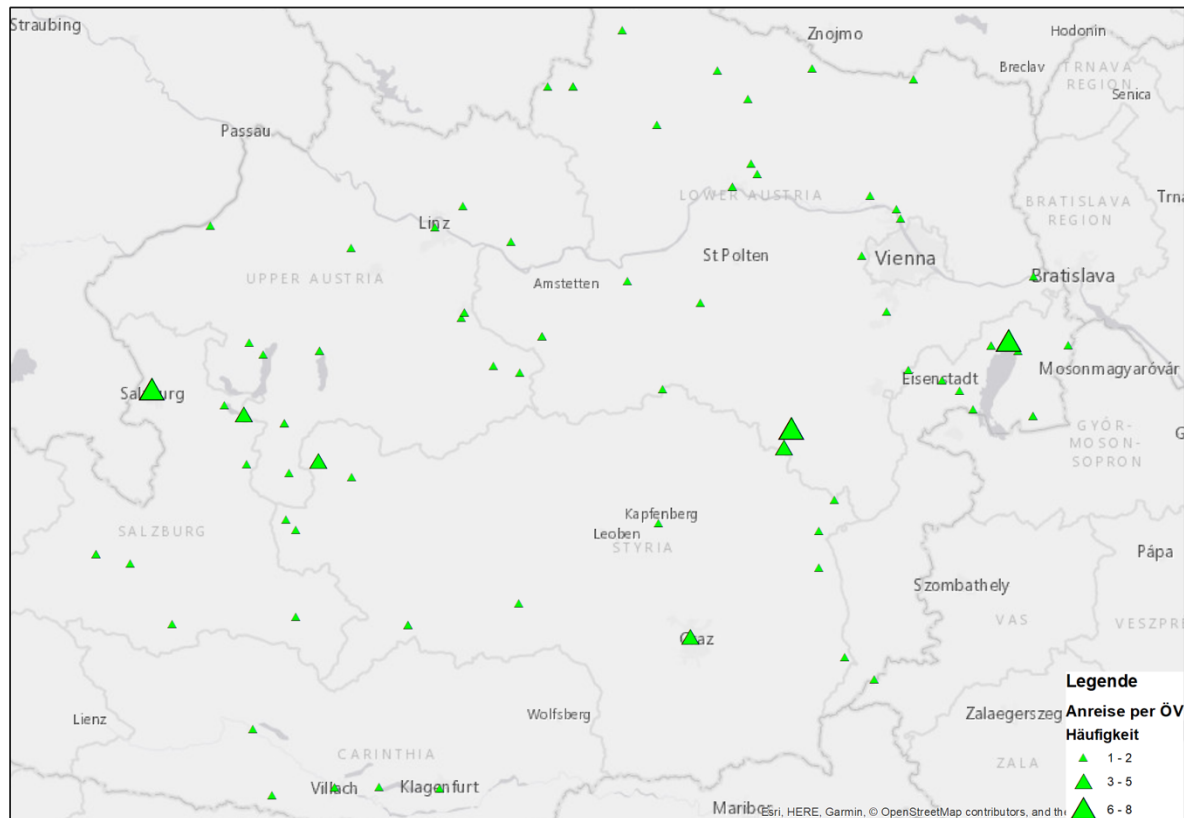


Abbildung 43: Destinationshäufigkeiten von öffentlich Anreisenden (eigene Bearbeitung)

Bei dieser Abbildung wird schnell ersichtlich, dass die Verteilung ungleichmäßiger und weniger dicht ist, als bei den Auto-Anreisenden. Dies kann einerseits an der geringeren Stichprobe liegen, andererseits kann es ein Indikator für eine schlechte Erreichbarkeit von gewissen Regionen mit dem öffentlichen Verkehr sein. So werden etwa große Teile der Steiermark, das Mittel- und Südburgenland sowie das östliche Weinviertel kaum aufgesucht. Auf diese vermeintlich schlechtere Erreichbarkeit wird etwas später in diesem Kapitel eingegangen.

In Kapitel 4.1 Verkehrsmittelwahl und An- bzw. Abreiseverhalten wurde anhand eines t-Tests bereits festgestellt, dass es keinen nachweisbaren Unterschied bei der durchschnittlichen Reisedistanz gibt. Auch beim Vergleich dieser zwei Karten fällt auf den ersten Blick ein derartiger Unterschied nicht auf.

Um festzustellen ob es Regionen gibt, die augenscheinlich unterschiedlich stark besucht werden, wurden die zwei Karten übereinandergelegt.

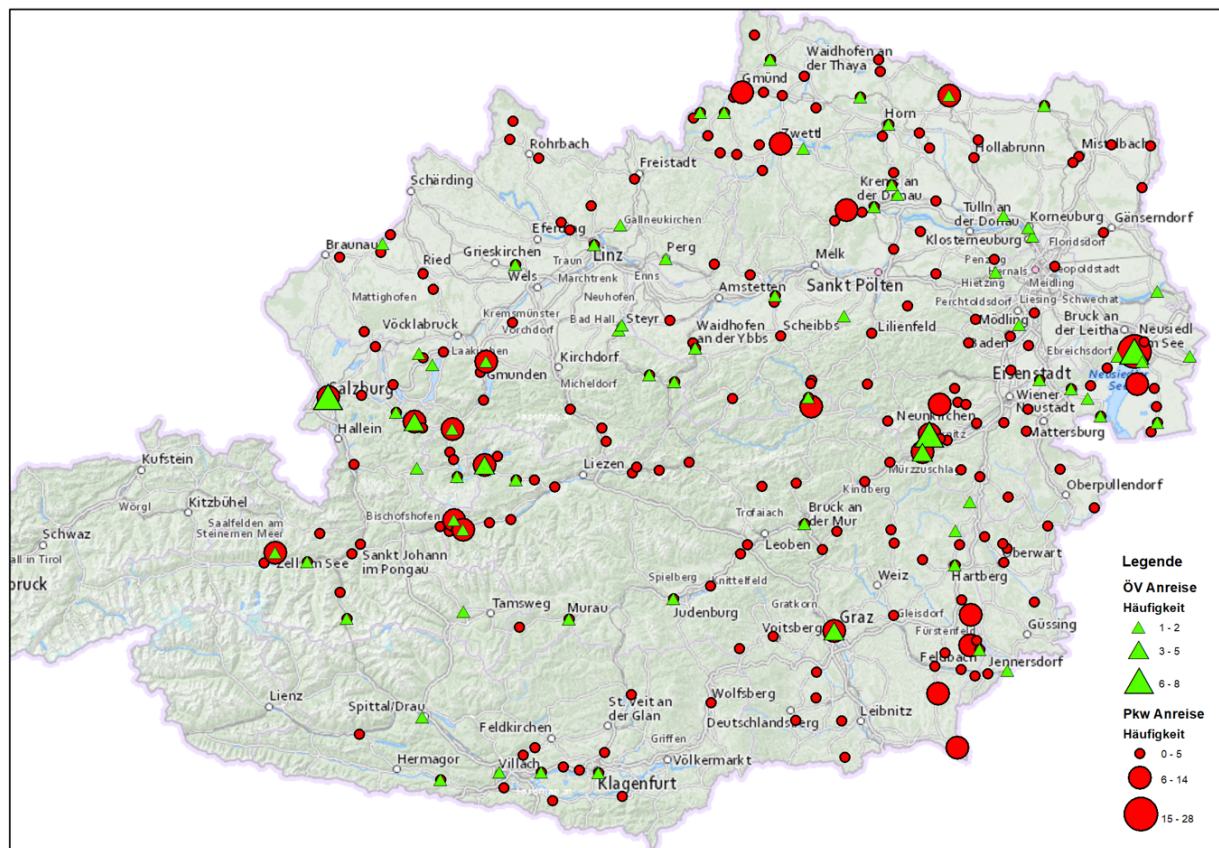


Abbildung 44: Gegenüberstellung der aufgesuchten Urlaubsdestinationen (eigene Bearbeitung)

Durch die Überlappung der beiden Karten wird ersichtlich, dass es Regionen gibt, die sowohl von den öffentlich Anreisenden, als auch von den mit Pkw anreisenden UrlauberInnen vermehrt aufgesucht werden. Es handelt sich dabei um folgende Regionen bzw. Städte:

- Salzkammergut
- Salzburg - Stadt
- Rax-Schneeberg-Gruppe sowie der Semmering
- Region Neusiedlersee
- Graz

Auf der anderen Seite wird das steirische Vulkanland hauptsächlich von Pkw-anreisenden UrlauberInnen aufgesucht, denn bei dieser Region gibt es so gut wie keine ProbandInnen, die mit dem ÖV verreist sind. Des Weiteren gibt es im Waldviertel eine stärkere Konzentration von UrlauberInnen die mit dem Pkw angereist sind. Zwar gibt es in diesem Gebiet auch Destinationen, die von öffentlich Anreisenden besucht werden, jedoch fällt auf, dass überproportional viele ProbandInnen mit dem Pkw in diese Region verreist sind. Um diese rein visuellen

Auffälligkeiten zu verifizieren wurden, wie in Kap. 3.3 *GIS basierte Analyse* bereits geschildert, Karten mit Informationen zu häufig aufgesuchten Regionen erstellt. Diese Abbildungen wurden mit dem Befehl Kernel-Density generiert und sollen dadurch empirische Daten miteinfließen lassen.

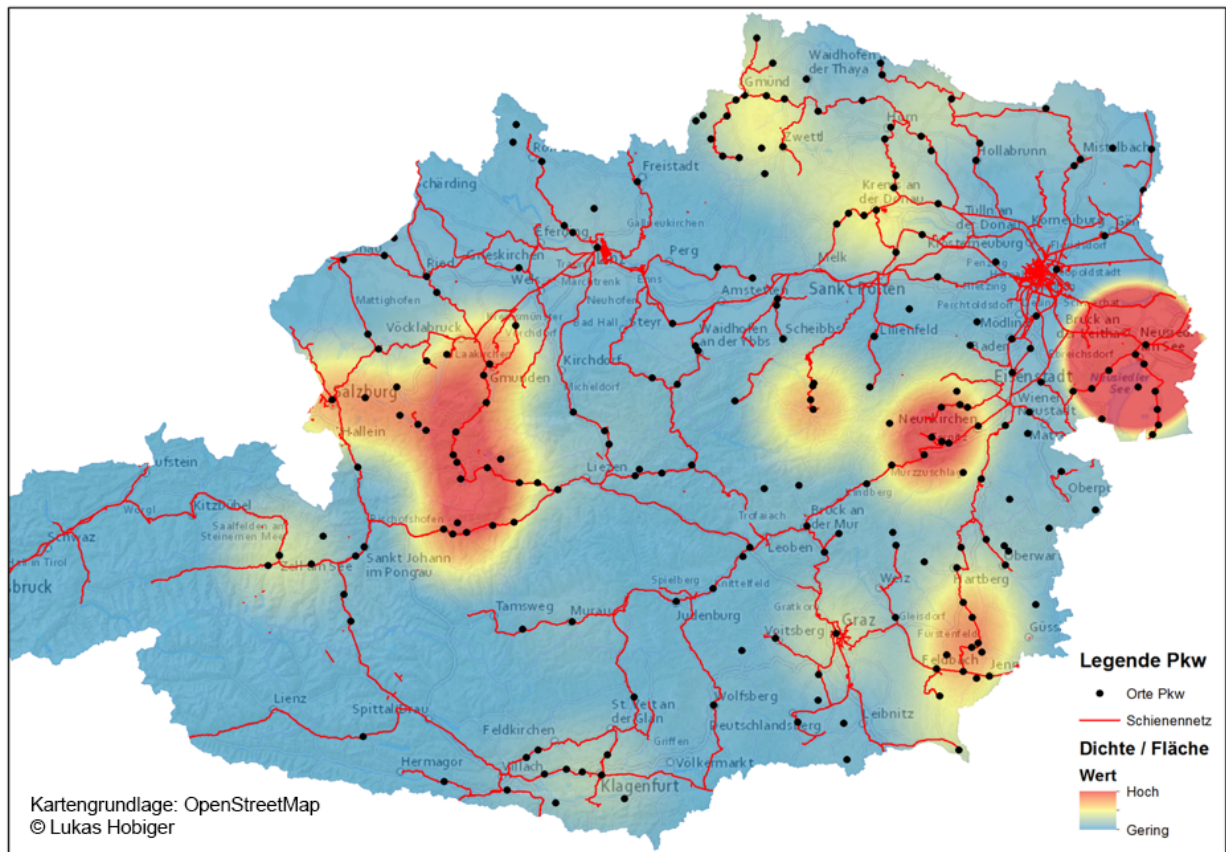


Abbildung 45: Beliebte Orte und Regionen die von UrlauberInnen die mit einem Pkw anreisen besucht werden (eigene Bearbeitung)

Durch die GIS-Karte, welche sich auf die Daten der Refresh Befragung stützt, kann bestätigt werden, dass die zuvor genannten Städte und Regionen vermehrt von Pkw anreisenden Personen aufgesucht werden. Zusätzlich scheint bei dieser Karte noch die Gegend rund um Mariazell als häufig besucht auf. Interessant ist der Aspekt, dass offensichtlich ein großer Teil dieser Destinationen entlang des Schienennetzes liegt. Etwa 75% dieser Destinationen besitzen tatsächlich einen Bahnhof. Jene Ziele, die nicht direkt am Schienennetz liegen, befinden sich wiederum nicht allzu weit davon entfernt.

In weiterer Folge bildet die nachstehende Abbildung jene Urlaubsorte ab, die von öffentlich anreisenden ProbandInnen besucht wurden.

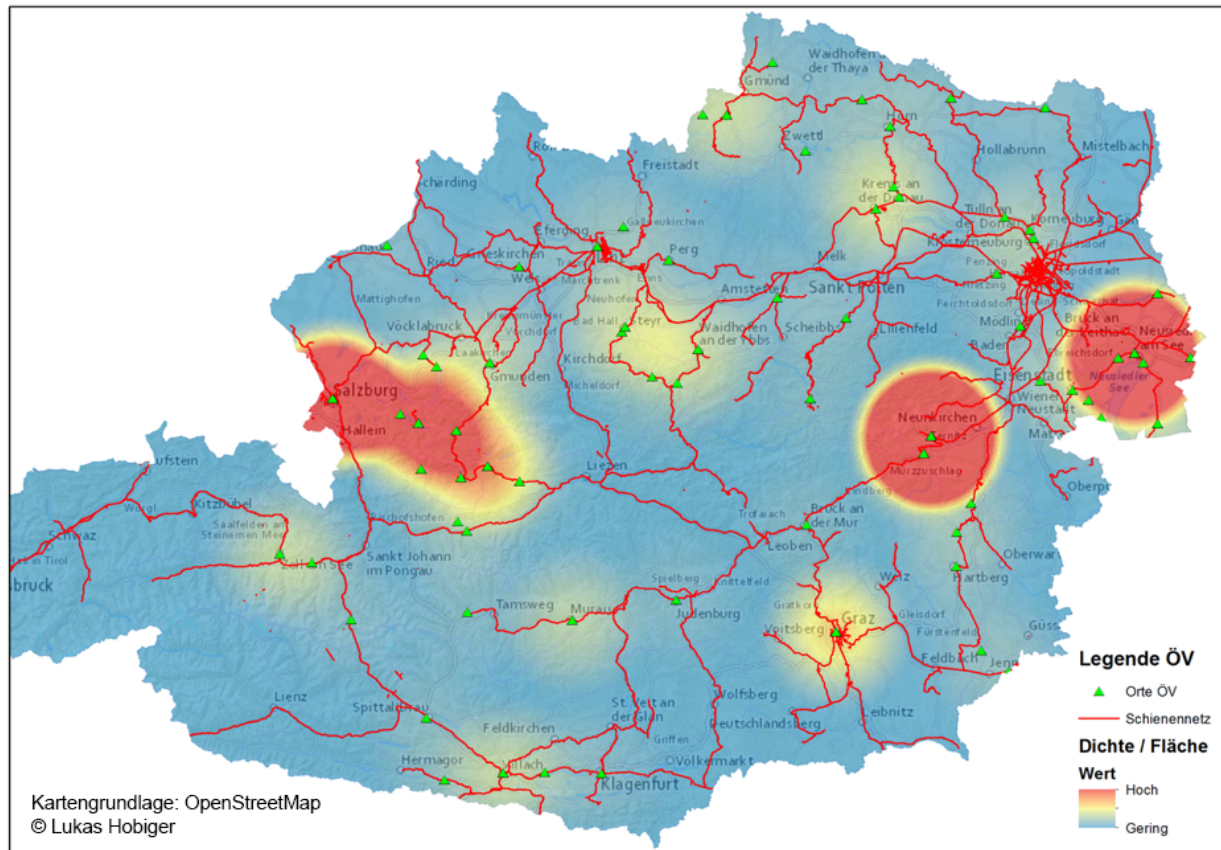


Abbildung 46: Beliebte Regionen von öffentlich Reisenden (eigene Bearbeitung)

Auch bei dieser Karte bestätigt sich die Annahme, dass zum größten Teil das Salzkammergut, die Rax-Schneeberg Gruppe, sowie der Semmering und die Region Neusiedlersee am häufigsten besucht werden. Überdies sind auch die Städte Salzburg und Graz für die öffentlich reisenden UrlauberInnen beliebte Urlaubsmöglichkeiten. Etwa 87 % der Destinationen verfügen über einen örtlichen Bahnhof. Wie auch zuvor schon beschrieben, bestätigt diese Karte, dass das steirische Vulkanland und auch das Mariazeller Land im Gegensatz zu den Pkw anreisenden UrlauberInnen kaum aufgesucht werden.

Um weitere Unterschiede zwischen öffentlich Reisenden und mit Pkw Reisenden UrlauberInnen hinsichtlich ihrer Zielwahl klarzustellen wurde ein weiterer t-Test gemacht, der die Unterschiede bei der Destinationsgröße untersucht. Die Größe der Urlaubsziele wurde dabei durch die Einwohnerzahl definiert. Öffentlich reisende UrlauberInnen reisen zu größeren Urlaubsdestinationen ($M = 34710,36$, $SD = 69782,324$) als mit Pkw verreisende UrlauberInnen ($M = 13791,53$, $SD = 42066,968$). Dieser Unterschied konnte als sehr signifikant nachgewiesen werden. ($t(105,142) = 2,750$, $p = 0,007$). Auch für diesen t-Test wurden die Effektstärkemaße Cohen's d und

r berechnet. Sowohl der Wert von 0,427 für Cohen's d und 0,259 für r sprechen für eine kleine Effektstärke. Nach Ginac & Szodorai, 2016 entspricht r einer mittleren Effektstärke.

Nachdem nachgewiesen werden konnte, dass öffentlich reisende UrlauberInnen zu größeren Urlaubsdestinationen fahren, wird als nächstes überprüft, ob genau diese UrlauberInnen auch eher zu Orten fahren, die einen Bahnhof haben. Der durchgeführte Chi-Quadrat-Test bestätigt genau diese Annahme durch einen sehr signifikanten Unterschied. ($\text{Chi-Quadrat}(1) = 6,585$ $p = 0,010$, $n = 640$). Jedoch ist die Effektstärke nur schwach ($\text{Phi} = -0,101$ $p = 0,010$).

Um den Faktor der Erreichbarkeit genauer zu thematisieren, wurden die am häufigsten und die am seltensten von öffentlich reisenden UrlauberInnen besuchten Städte bzw. Ortschaften auf ihre Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr geprüft. Es wird daher überprüft, wie viele Anbindungen es in Summe vom Wiener Hauptbahnhof aus am genannten Samstag gibt, wie viele Umstiege erforderlich sind und ob es preislich interessante Angebote zu diesen Destinationen gibt. Zusätzlich werden die benötigten Fahrminuten bzw. Fahrsekunden pro gefahrenem Kilometer verglichen. Um die gefahrenen ÖV-Kilometer zu ermitteln wurde der Routenplaner von ARBÖ angewandt, da dieser im Gegensatz zu den meisten anderen Routenplanern nicht nur die Pkw-Kilometer, sondern auch die ÖV-Kilometer angibt. Für die Anzahl und Dauer der Reisen wurde der Routenplaner „A nach B“ verwendet. Hierbei wurde als Stichtag, wie bereits erwähnt, Samstag der 06.07.2019 gewählt. Darüber hinaus werden die Preise pro gefahrenem Kilometer gegenübergestellt. Dieser Vergleich soll Klarheit darüber schaffen, ob es in Relation preisliche Differenzen bei der Anreise zu den Urlaubsdestinationen gibt. Die folgende Abbildung fasst sämtlich genannte Faktoren, der von ÖV-Anreisenden häufig besuchten Orte, zusammen.

Wien nach	Neusiedl am See n ÖV*=7 n Pkw*=28	Payerbach- Reichenau n ÖV*=8 n Pkw*=7	Semmering n ÖV*=3 n Pkw*=9	Bad Aussee n ÖV*=3 n Pkw*=10	St. Wolfgang n ÖV*=4 n Pkw*=9	Salzburg n ÖV*=8 n Pkw*=10
Anzahl der umstiegsfreien Verbindungen	19	22	8	1	0	62
Anzahl der Verbindungen mit ≥ 1 Umstieg	0	16	17	33	32	1
Σ der Zugverbindungen	19	38	25	34	32	63
Kürzeste Zeit (min.)	36	70	76	211	225	142
Dauer (Min.) / Strecke (Km)	0:40	0:50	0:43	0:40	0:49	0:27
Preis (€) pro Strecke	11,4	16,9	21	19	23,5	19
Preis (€) pro Km	0,21	0,20	0,20	0,06	0,09	0,06

Abbildung 47: Öffentliche Anbindungen von sehr häufig besuchten Orten (eigene Bearbeitung)

*Anzahl der mit ÖV bzw. mit Pkw anreisenden UrlauberInnen

Um nun besser interpretieren zu können, warum vor allem die Orte des steirischen Vulkanlandes – im Gegensatz zu oben dargestellten Destinationen – von öffentlich anreisenden ProbandInnen deutlich seltener aufgesucht werden, wird folgende Abbildung herangezogen.

Wien nach	Bad Blumau n ÖV*=0 n Pkw*=7	Übersbach n ÖV*=0 n Pkw*=6	Bad Gleichenberg n ÖV*=0 n Pkw*=6	Bad Radkersburg n ÖV*=0 n Pkw*=6	Mariazell n ÖV*=1 n Pkw*=10	Podersdorf n ÖV*=0 n Pkw*=11
Anzahl der umstiegsfreien Verbindungen	0	0	0	0	1	0
Anzahl der Verbindungen mit ≥ 1 Umstieg	9	15	7	10	14	13
Σ der Zugverbindungen	9	15	7	10	14	0
Kürzeste Zeit (min.)	150	169	299	236	177	68
Dauer (Min.) / Strecke (Km)	0:56	0:58	1:05	0:49	1:14	0:59
Preis (€) pro Strecke	9	9	15,4	19	29,4	16
Preis (€) pro Km	0,06	0,06	0,06	0,07	0,21	0,23

Abbildung 48: Öffentliche Anbindungen zu kaum besuchten Orten von ÖV-Reisenden (eigene Bearbeitung)

Beim Vergleich der ersten Zeilen von Abbildung 47 und Abbildung 48 wird ersichtlich, dass offenbar umstiegsfreie Verbindungen einen wesentlichen Unterschied

darstellen. Häufig besuchte Destinationen weisen eine weitaus höhere Anzahl an umstiegsfreien Verbindungen auf. Auch die absolute Anzahl an Verbindungen an einem Tag weist Differenzen auf. Hier gilt selbiges; sprich oft besuchte Orte weisen mehr Verbindungen innerhalb eines Tages auf. Ein weiterer Indikator für eine attraktive öffentliche An- und Abreise ist die benötigte Zeit pro gefahrenem Kilometer (Min/Km). Dieser Indikator stellt ein Raum-Zeit-Verhältnis dar und gibt unabhängig von der Entfernung der Destination Auskunft darüber, wie schnell bzw. langsam die Distanz vom ÖV-Angebot bewältigt werden kann. Eine geringe Zeit bedeutet, dass die bestehende Verbindung sehr hochwertig ist. Umgekehrt bedeuten hohe Werte, dass bei diesen Destinationen Optimierungsbedarf besteht. Hier werden sehr große Unterschiede ersichtlich. Die Extremwerte bilden dabei Salzburg mit 27 Sekunden/Kilometer und Mariazell mit 74 Sekunden/Kilometer. Die prozentuelle Differenz beträgt 164,3 %. Die durchschnittlich benötigte Zeit pro Kilometer der untersuchten Orte, die häufig besucht wurden, liegt bei 41,5 Sekunden. Jener Durchschnittswert der kaum aufgesuchten Destinationen beträgt 60,2 Sekunden. Die prozentuelle Differenz der beiden Mittelwerte beträgt 45,1 %.

Abschließend wurden für die Analyse der An- und Abreise die Preise pro gefahrenem Kilometer verglichen. Hierbei stellt sich heraus, dass die An- bzw. Abreise näherer Destinationen im Verhältnis eher teurer ist. Weiter entfernte Destinationen sind in Relation etwas günstiger. Das teuerste Strecken-Kosten-Verhältnis bildet Podersdorf am See mit 0,23 €/km. Gleich mehrere Destinationen sind in diesem Verhältnis mit 0,06 €/km deutlich günstiger. Die prozentuelle Differenz zwischen diesen Extremwerten beträgt 283,4 %. Weiter entfernte Destinationen sind demnach von der Preisgestaltung nicht benachteiligt (siehe Preis (€) pro Km) in Abbildung 47: Öffentliche Anbindungen von sehr häufig besuchten Orten (eigene Bearbeitung) *Anzahl der mit ÖV bzw. mit Pkw anreisenden UrlauberInnen Abbildung 48: Öffentliche Anbindungen zu kaum besuchten Orten von ÖV-Reisenden (eigene Bearbeitung).

Es kann somit festgestellt werden, dass eine hohe Anzahl an umstiegsfreien Verbindungen die Attraktivität der An- und Abreise maßgebend bestimmt. Außerdem beeinflusst das Vorhandensein derartiger Angebote das Raum-Zeit-Verhältnis. Die Gegenüberstellung von Abbildung 47 und Abbildung 48 hat gezeigt, dass die mit dem ÖV kaum aufgesuchten Destinationen aus Abbildung 48, welche de facto keine

umstiegsfreien Verbindungen vorweisen können, ein deutlich höheres Raum-Zeit-Verhältnis aufweisen. Anders sieht es beim Preis-Distanz-Verhältnis aus. Hier hat sich gezeigt, dass weiter entfernte Destinationen nicht benachteiligt sind, da diese ein günstiges, wenn nicht sogar billigeres Preis-Distanz-Verhältnis darbieten.

4.4 Besondere örtliche Mobilitätsangebote

Die letzte Forschungsfrage wird versucht mittels eines Merkmalkataloges zu beantworten. Hierbei werden nun die am zehn häufigsten besuchten Orte von den öffentlich reisenden ProbandInnen genauer analysiert und schließlich mit den am zehn beliebtesten Destinationen von den Pkw anreisenden UrlauberInnen verglichen. Vorweg sollte nicht unerwähnt sein, dass sich gleich fünf Ortschaften bei beiden Listen der beliebtesten Orte wiederfinden. Die folgende Abbildung listet die Urlaubsdestinationen in der Reihenfolge ihrer Beliebtheit auf. Jene Orte in Rot sind diejenigen, die sowohl von öffentlich anreisenden, als auch von Pkw anreisenden UrlauberInnen am häufigsten aufgesucht worden sind.

10 beliebteste Urlaubsdestinationen von öffentlich anreisenden UrlauberInnen	10 beliebteste Urlaubsziele von Pkw anreisenden UrlauberInnen
Payerbach-Reichenau n = 8	Neusiedl am See n = 27
Neusiedl am See n = 7	Bad Aussee n = 11
Salzburg n = 6	Podersdorf am See n = 11
St. Wolfgang n = 4	Gmunden n = 10
Bad Aussee n = 3	Mariazell n = 10
Graz n = 3	Salzburg n = 10
Semmering n = 3	St. Wolfgang n = 9
Krems n = 3	Payerbach-Reichenau n = 8
Weitra n = 3	Ramsau am Dachstein n = 8
Zell am See n = 3	Schladming n = 8

Abbildung 49: Auflistung der am jeweils zehn beliebtesten Urlaubsdestinationen (eigene Bearbeitung)

Zunächst werden in den folgenden Merkmalkatalogen konkrete örtliche Mobilitätsangebote aufgelistet und analysiert. Anschließend werden in einem weiteren Katalog die Punkte Information und Kommunikation separat behandelt.

Örtliche Mobilitätsangebote	Fahrradverleih	Carsharing	Anruf-sammeltaxi	Spezialbus	Hotel Abhol-service	Bootsverleih	Berg-(seil)bahn	Summe
Payerbach-Reichenau	☒	☐	☐	☐	☐	☐	☒	2/7
Neusiedl am See	☒	☒	☐	☒	☒	☒	☐	5/7
Salzburg	☒	☒	☐	☒	☐	☐	☒	4/7
St. Wolfgang	☒	☐	☐	☒	☒	☒	☒	5/7
Bad Aussee	☒	☒	☒	☒	☒	☐	☐	5/7
Graz	☒	☒	☐	☒	☒	☐	☒	5/7
Semmering	☒	☐	☐	☐	☒	☐	☒	3/7
Krems	☒	☒	☒	☐	☒	☐	☐	4/7
Weitra	☒	☐	☐	☐	☒	☐	☐	2/7
Zell am See	☒	☐	☐	☒	☒	☒	☒	5/7
Summe	10/10	5/10	2/10	6/10	8/10	3/3	6/6	

Abbildung 50: Merkmalskatalog über die örtlichen Mobilitätsangebote von den beliebtesten Orten der öffentlich Reisenden (eigene Bearbeitung)

Aus diesem Katalog sticht sofort hervor, dass jede dieser Urlaubsdestinationen zumindest einen Fahrradverleih hat. Bei der online Datenerhebung für die örtlichen Mobilitätsangebote können etwa 62 % der besuchten Sommerurlaubsziele einen Fahrradverleih vorweisen. Kapitel 4.2 Örtliches Mobilitätsverhalten hat bereits gezeigt, dass rund 18 % der öffentlich anreisenden UrlauberInnen ein Fahrrad für die örtliche Mobilität verwendet. Entsprechende Angebote können somit für die Attraktivität einer Sommerurlaubsdestination im Bereich der örtlichen Mobilität vorteilhaft sein.

In puncto Carsharing kann von den beliebtesten Reisezielen der öffentlich anreisenden UrlauberInnen jede zweite Destination ein derartiges Angebot vorweisen. Wie in Abbildung 51 ersichtlich, weist von den restlichen top Urlaubszielen der mit Pkw anreisenden UrlauberInnen nur noch eine andere Destination ein Carsharing Angebot auf. Lediglich 19,2 % aller 307 besuchten Urlaubsziele können ein Carsharing Angebot aufweisen. Zieht man in Betracht, dass von den öffentlich anreisenden ProbandInnen etwa 30 % manche Wege vor Ort mit einem Auto absolvieren, so ist es naheliegend, dass ein attraktives Carsharing Angebot für öffentlich Verreisende für die örtliche Mobilität essentiell ist.

Örtliche Mobilitätsangebote	Fahrradverleih	Carsharing	Anrufsammeltaxi	Spezialbus	Hotel Abhol-service	Bootsverleih	Berg-(seil)bahn	Summe
Neusiedl am See	☒	☒	☐	☒	☒	☒	☐	5/7
Bad Aussee	☒	☒	☒	☒	☒	☐	☐	5/7
Podersdorf am See	☒	☐	☐	☐	☒	☒	☐	3/7
Gmunden	☒	☒	☒	☒	☐	☒	☒	6/7
Mariazell	☒	☐	☐	☐	☐	☐	☒	2/7
Salzburg	☒	☒	☐	☒	☐	☐	☒	4/7
St. Wolfgang	☒	☐	☐	☒	☒	☒	☒	5/7
Payerbach-Reichenau	☒	☐	☐	☐	☐	☐	☒	2/7
Ramsau am Dachstein	☒	☐	☐	☒	☒	☐	☒	4/7
Schladming	☒	☐	☐	☐	☒	☐	☒	3/7
Summe	10/10	4/10	2/10	6/10	6/10	4/4	7/7	

Abbildung 51: Merkmalskatalog über die örtlichen Mobilitätsangebote der beliebtesten Orte von Pkw anreisenden UrlauberInnen (eigene Bearbeitung)

Anders scheint es bei dem Vorhandensein von Anrufsammeltaxis zu sein. Solche Angebote scheinen bei beiden Merkmalskatalogen jeweils nur zweimal auf. Auch bei der Erhebung hatten nur etwa 17,9 % der Destinationen ein Anrufsammeltaxi. Es scheint, als würde dieses bei Sommerurlaubsdestinationen wenig angeboten und genutzt werden.

Des Weiteren wurde das Vorhandensein eines Spezialbusses untersucht. Unter die Kategorie Spezialbus fallen Verkehrsmittel wie Panoramabusse, Bummelzüge und Wanderbusse, aber auch Straßenbahnen, obwohl letztere in österreichischen Sommerurlaubsdestinationen natürlich die Minderheit bilden. Jedenfalls gibt es in beiden Merkmalskatalogen jeweils sechs Destinationen die zumindest eines der genannten Verkehrsmittel aufweisen können. Kapitel 4.2 Örtliches Mobilitätsverhalten hat bereits gezeigt, dass etwa 18 % der öffentlich anreisenden UrlauberInnen einen Bus bzw. einen Spezialbus für die örtliche Fortbewegung nutzen. Jene ProbandInnen die mit dem Pkw angereist sind nutzen mit rund sechs % solche Verkehrsmittel kaum. 24,4 % der besuchten Destinationen bieten zumindest ein Verkehrsmittel an, das unter diese Kategorie fällt.

Als besonders erwähnenswert scheint das Angebot von Hotel Abholservices zu sein, denn von den zehn beliebtesten Urlaubsdestinationen von öffentlich Anreisenden wird ein solches Angebot in acht Destinationen angeboten. Dies ist bei sechs der zehn beliebtesten Urlaubsziele von Pkw anreisenden UrlauberInnen der Fall. In rund 53 % der besuchten Orte konnte über die online Recherche ein Hotel Abholservice gefunden werden. Bei mehr als der Hälfte dieser Services wird die Abholung vom örtlichen Bahnhof bzw. Busbahnhof zum Hotel gratis angeboten. Dieser Dienst kann eine interessante Option sein, insbesondere wenn man mit mehr Gepäck verreist.

Es wurden neben den Verkehrsmitteln, die für die herkömmliche Mobilität innerhalb eines Tourismusortes zuständig sind auch noch die Verfügbarkeiten von Mietbooten oder auch Bergbahnen erhoben. Das Vorhandensein solcher Angebote ist zwar kein Gradmesser für die Qualität von touristischen Verkehrsinfrastrukturen, jedoch liefert diese Information indirekt Aufschluss darüber wie interessant eine Sommertourismusdestination in Österreich sein kann, denn i.d.R. wird eine Gemeinde die an einem See liegt einen Bootsverleih haben und eine, die an einem Berg liegt eine Bergbahn vorweisen können. Die beiden Merkmalkataloge bestätigen im Wesentlichen die letztgenannte Vermutung, denn in Summe wurden von den öffentlich anreisenden ProbandInnen 31 Destinationen besucht, die einen Bootsverleih und/oder eine Bergbahn haben. Bei 81 aufgesuchten Urlaubszielen entspricht das einem Anteil von fast 40 %.

Wie bereits zuvor angekündigt wird an dieser Stelle nun auf die Punkte Information und Kommunikation sowie auf etwaige Tourismuskarten mit Sonderkonditionen für Mobilitätsangebote eingegangen. Der folgende Merkmalkatalog gibt eine Übersicht ob, bzw. wie gut die jeweiligen Angebote in den beliebtesten Urlaubsdestinationen für öffentlich reisende UrlauberInnen vorhanden sind. Grün bedeutet, dass die jeweilige Position vorhanden bzw. sehr gut ausgeprägt ist. Gelb deutet an, dass grundsätzlich eine derartige Maßnahme vorhanden ist; diese aber noch ausbaufähig ist. Rot bedeutet, dass der jeweilige Punkt noch nicht angeboten wird. Bei der Bewertung wird für rot kein Punkt vergeben; für gelb 0,5 Punkte und für grün 1 Punkt.

Information, Marketing und Tourismuskarten	Tourismus-Büro	Mobilitäts-bezogene Marketing-Positionierung	Tourismus-karte mit Mobilitäts-relevanten Angeboten	Summe
Payerbach-Reichenau				1/3
Neusiedl am See				2,5/3
Salzburg				3/3
St. Wolfgang				2,5/3
Bad Aussee				2/3
Graz				2/3
Semmering				1,5/3
Krems				2/3
Weitra				1/3
Zell am See				2,5/3
Summe	10/10	6/10	4/10	

Abbildung 52: Merkmalkatalog über Information, Marketing und Vorteilskarten von beliebten Destinationen öffentlich Reisender (eigene Bearbeitung)

Auf den ersten Blick fällt auf, dass sämtliche beliebten Orte ein örtliches Tourismusbüro haben. Dieses kann ein eigenständiges Gebäude sein oder oftmals auch ein Büro innerhalb des jeweiligen Gemeindeamtes. Etwa 65 % aller besuchten Orte haben ein Tourismusbüro. Bei jenen Orten, die von den öffentlich reisenden UrlauberInnen aufgesucht worden sind haben ca. 82 % ein derartiges Büro.

Nur zwei der zehn beliebtesten Orte haben keine mobilitätsbezogene Marketingpositionierung. Bei weiteren fünf Destinationen kann diese Positionierung, welche sich üblicher Weise durch eine übersichtliche und transparente Internethomepage widerspiegelt, verbessert werden. Im Normalfall werden mobilitätsrelevante Informationen entweder über die Gemeindehomepage, oder die Tourismusverbandsseite kommuniziert. Bei drei der beliebtesten Destinationen ist die Internetpräsenz gut ausgeprägt. In Summe ist bei rund 23 % aller Urlaubsziele eine mäßige Marketingpositionierung vorhanden. Bei den Destinationen, die vermehrt von ÖV Anreisenden besucht werden sind es mit ca. 32 % etwas mehr. Nur bei etwa 10 % aller besuchten Gemeinden ist die Internetpräsenz sogar sehr gut. Bei den

Destinationen die von den öffentlich anreisenden BesucherInnen aufgesucht werden liegt dieser Wert bei 24 %.

Tourismuskarten welche Sonderkonditionen für Mobilitätsangebote inkludieren sind generell eine Seltenheit. Immerhin können drei der zehn beliebtesten Destinationen der öffentlich anreisenden UrlauberInnen dahingehend ein gutes Angebot vorweisen. Bei weiteren zwei Urlaubszielen sind die Offerte solcher Tourismuskarten mäßig. Generell haben etwa 15 % aller genannten Orte ein mäßiges Angebot. Bei nur 9 % ist dieses sehr gut. Bei den Orten der öffentlich Reisenden weisen 20 % ein mäßiges Angebot auf. Bei 18 % ist dieses sogar sehr gut.

5 Diskussion

Die folgende Diskussion stellt einen Vergleich über die aus der Auswertung abgeleiteten Ergebnisse mit den bestehenden wissenschaftlichen Forschungserkenntnissen an. Auf Grundlage der entsprechenden Rückschlüsse wird auf die zu Beginn in Kapitel 1.3 formulierten Forschungsfragen bzw. Hypothesen und deren Beantwortung eingegangen.

Grundsätzlich ließe der Datensatz der REFRESH Befragung deutlich mehr Auswertungen zu, als letzten Endes durchgeführt worden sind. Es gibt zwei Gründe die gegen eine umfassendere Analyse sprechen. Einerseits würden weitere Untersuchungen zu weit von den eigentlichen Forschungsfragen abweichen, sodass eine Verifizierung bzw. Ablehnung der zugrundeliegenden Hypothesen nicht mehr möglich wäre. Andererseits wurde darauf Wert gelegt Determinanten zu untersuchen, die mit der abgebildeten Literatur in Zusammenhang gebracht werden können. Auch dies wäre bei einer Ausweitung der Untersuchungen nicht mehr möglich gewesen.

Die erste Forschungsfrage thematisiert die Verkehrsmittelwahl sowie das generelle Reiseverhalten im Bereich der An- und Abreise bei heimischen Urlauben insbesondere von Personen aus autofreien Haushalten. Kapitel 2.2.4 fasst die wichtigsten Einflussfaktoren für die Verkehrsmittelwahl aus der bestehenden Literatur zusammen und liefert dadurch bereits interessante Einblicke. Des Weiteren ist es in diesem Zusammenhang wichtig sich noch einmal vor Augen zu führen, dass rund 60 % der ÖsterreicherInnen zumindest eine Haupturlaubsreise mit mehr als vier Nächtigungen pro Jahr machen (Statistik Austria, 2018). Das beliebteste

Verkehrsmittel ist dabei der Pkw, denn etwa 80 % der ÖsterreicherInnen verwenden ein Auto für die An- und Abreise zur Urlaubsdestination im Inland (Österreich Werbung, 2020). Die Daten der REFRESH Befragung sind dahingehend äußerst repräsentativ.

Eine wesentliche Erkenntnis zur ersten Forschungsfrage ist, dass es fundamentale Unterschiede zwischen Personen aus autofreien und autobesitzenden Haushalten bei der Verkehrsmittelwahl im Bereich der An- und Abreise gibt. Im Rahmen der Untersuchung etablierte sich dabei die Pkw Verfügbarkeit eines Haushaltes als einer der wichtigsten Einflussfaktoren heraus. Nur etwa zehn Prozent der UrlauberInnen aus autobesitzenden Haushalten haben ihre Urlaubsreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln bestritten. Die Verkehrsmittelwahl von Personen aus autofreien Haushalten ist im Gegensatz dazu breiter gefächert. Nahezu die Hälfte dieser fährt ebenfalls mit einem Auto zur Urlaubsdestination. Die andere Hälfte fährt schlussendlich mit dem ÖV zum Urlaubsziel. Bei der öffentlichen An- und Abreise erweist sich der Zug als besonders beliebt. Busse nehmen hingegen eine eher untergeordnete Rolle ein. Im Bereich der Intermodalität konnten keine Unterschiede festgestellt werden, soll heißen, dass die Kombination von öffentlichen Verkehrsmitteln und einem Auto bei der Urlaubsanreise sowohl bei Personen aus autofreien Haushalten, als auch aus autobesitzenden Haushalten nur in seltenen Fällen durchgeführt wird.

Bei Tagesausflügen und Kurzurlaube wirkt sich die Pkw Verfügbarkeit besonders stark auf die Verkehrsmittelwahl aus. Bei längeren Urlauber nimmt diese Effektstärke etwas ab. Dies kann u.a. durch den erhöhten Aufwand für den Gepäcktransport begründet werden und insbesondere bei kürzeren Urlauber ein Gegenargument für eine öffentliche Anreise sein, da die UrlauberInnen diesen zusätzlichen Aufwand erst bei längeren Urlauber in Kauf nehmen. Entgegen der bestehenden Literatur konnten bei der Reisedistanz keine Unterschiede festgestellt werden. Dies kann daran liegen, dass in der Datenbasis nur Destinationen zugelassen wurden, die höchstens 300 km von Wien entfernt sind. Bieland et al. (2017) zeigen, dass die Verkehrsmittelwahl bis etwa 500 km recht konstant ist. Erst ab größeren Reisedistanzen verändert sich sukzessive die Verkehrsmittelwahl.

Hinsichtlich der Verkehrsmittelwahl konnten des Weiteren Unterschiede festgestellt werden, die sozioökonomische Hintergründe haben. So werden öffentliche

Urlaubsreisen eher von alleinstehenden Personen durchgeführt. Überdies werden öfters öffentliche Fahrten zur Urlaubsdestination zusammen mit Freunden von Personen die keine(n) PartnerIn bzw. Kinder haben, durchgeführt. Im Gegensatz dazu werden Urlaubsreisen mit dem Auto eher mit dem/der PartnerIn und etwaigen Kindern durchgeführt. Die Literatur besagt, dass der Besitz eines Pkws stark vom Einkommen und von der Haushaltsstruktur abhängig ist (Fanninger, 2016; Hunecke et al., 2010; Lamondia et al., 2010). Diese Faktoren stehen im Einklang mit den oben genannten Erkenntnissen. An dieser Stelle darf jedoch die freiwillige bzw. unfreiwillige Autofreiheit nicht außer Acht gelassen werden, denn Preisendörfer und Rinn sowie Schöller gehen von einer freiwilligen Autofreiheit i.H.v. von 50-60 % aus (Preisendörfer & Rinn, 2003; SCHÖLLER, 2007). Leider geht aus den Daten der REFRESH Befragung nicht hervor, inwiefern die ProbandInnen aus autofreien Haushalten freiwillig ohne Pkw leben, oder es aufgrund der ökonomischen Situation gezwungen sind. In diese Richtung wird somit noch weiterer Forschungsbedarf gesichtet.

Um das Reiseverhalten noch weiter zu ergründen wurde auch das Reisemuster gegenübergestellt. Hier stellt sich heraus, dass Personen aus autofreien Haushalten vermehrt „nur“ von A nach B reisen. Demgegenüber fügen Menschen aus autobesitzenden Haushalten bei ihrer Urlaubsreise öfters noch weitere Tagesausflüge hinzu bzw. unternehmen häufiger Roadtrips als jene Personen aus autofreien Haushalten.

Die Ergebnisse betreffend der zweiten Forschungsfrage, welche den Fokus auf die örtliche Mobilität bei der Urlaubsdestination legt, sind wenig überraschend. Im Rahmen dieser Untersuchung wurde hier nicht mehr das Verhalten von Personen aus autofreien und autobesitzenden Haushalten untersucht, sondern zwischen jenen die öffentlich verreist sind und jenen die mit einem Pkw angereist sind. Im Bereich der örtlichen Mobilität stellt sich heraus, dass öffentlich anreisende UrlauberInnen auch vor Ort den ÖV häufiger verwenden. Überdies verwenden diese Personen bei der Urlaubsdestination auch vermehrt Fahrräder bzw. generell mehr verschiedene Verkehrsmittel, als jene UrlauberInnen die mit einem Pkw anreisen.

Erwartungsgemäß nutzen die mit Pkw anreisenden UrlauberInnen auch vor Ort das Auto häufiger als öffentlich Anreisende. Dennoch stellte sich im Rahmen der Untersuchung heraus, dass von den Pkw Anreisenden nur noch 43 % das Auto für

manche Fahrten vor Ort verwenden. Für den Großteil dieser UrlauberInnen wird der Pkw somit ausschließlich für die An- bzw. Abreise zur Urlaubsdestination verwendet. Interessant ist weiters die Tatsache, dass von den öffentlich Anreisenden etwa 28 % einen Pkw für manche Wege bei der Urlaubsdestination verwenden. Offensichtlich werden hierzu Carsharing- bzw. Mietwagenangebote wahrgenommen.

Ein wesentlicher Aspekt ist der Anteil der Wege die zu Fuß in der Urlaubsdestination unternommen werden. Von den Pkw anreisenden UrlauberInnen wurden immerhin 47 % der Wege zu Fuß absolviert. Bei den öffentlich Anreisenden waren es auch noch ganze 41 % der Wege. Zu Fuß gehen nimmt somit die wichtigste Art der Fortbewegung bei den Urlaubsdestinationen ein. Es konnten jedoch keine statistischen Unterschiede in diesem Mobilitätsverhalten zwischen den öffentlich anreisenden und den mit Pkw anreisenden UrlauberInnen festgestellt werden.

Um für die dritte Forschungsfrage zu profunden Erkenntnissen zu gelangen, wurden verschiedene GIS-Verfahren angewandt. In einem ersten Schritt wurden lediglich jene Destinationen auf einer Karte abgebildet, die von UrlauberInnen besucht wurden, die mit einem Pkw angereist sind. Zusätzlich wurde eine inhaltlich gleiche Karte erstellt, welche die Urlaubsziele der öffentlich Anreisenden abbildet. Bei der Gegenüberstellung dieser Karten wurde versucht, generelle Unterschiede im Erscheinungsbild festzustellen. So konnte in erster Instanz erkannt werden, dass die Verteilung der mit Pkw anreisenden UrlauberInnen wesentlich disperser ist, als jene der öffentlich Anreisenden. Die allgemeine Gültigkeit dieser Aussage gilt es jedoch zu hinterfragen, da etwa viermal so viele UrlauberInnen mit einem Pkw angereist sind, als mit dem öffentlichen Verkehr.

Aus diesem Grund wurden in einem weiteren Schritt die beiden Karten übereinandergelegt und mit der Besuchshäufigkeit der einzelnen Destinationen kombiniert. Durch diesen Arbeitsschritt konnten de facto Regionen ausfindig gemacht werden, die sowohl von öffentlich anreisenden, als auch von Pkw anreisenden UrlauberInnen vermehrt aufgesucht werden. Weiters wurde durch diese Karte ersichtlich, dass es Regionen gibt, die zwar von Pkw anreisenden UrlauberInnen häufiger aufgesucht werden, jedoch nicht von öffentlich Anreisenden.

Auch wenn diese Feststellung rein subjektiv war, konnte sie mit weiteren Karten untermauert werden. Bei diesen zusätzlichen Karten wurde im GIS die Funktion

Kernel-Density angewandt. Dieser Befehl verknüpft die Anzahl der besuchten Orte auf eine definierte Fläche und gibt somit Auskunft, ob es Regionen gibt, die vermehrt aufgesucht werden. Durch diese Funktion werden somit empirische Daten auf eine Karte projiziert und die Aussagekraft der Erkenntnisse erhöht.

Um nun mögliche Antworten zu finden warum spezielle Regionen intensiver aufgesucht werden und andere nur von Pkw Anreisenden, wurde versucht, die Qualität der öffentlichen Anbindungen gegenüberzustellen. Hierbei konnten verschiedene Faktoren ausfindig gemacht werden, welche die Entscheidung beeinflussen können. Als einer der wesentlichsten Unterschiede kristallisierte sich die Anzahl der umstiegsfreien Verbindungen vom Hbf Wien zur Urlaubsdestination hervor, denn von den beliebtesten Destinationen der öffentlich reisenden UrlauberInnen haben im Prinzip alle zumindest eine umstiegsfreie Verbindung pro Tag. St. Wolfgang bildet dahingehend die einzige Ausnahme. In der Region des steirischen Vulkanlandes, welches praktisch nicht von öffentlich anreisenden UrlauberInnen aufgesucht wird, dafür aber bei Pkw anreisenden Personen beliebt ist, gibt es demgegenüber keine umstiegsfreien Verbindungen.

In der Literatur sind sich die Wissenschaftler einig, dass die Determinanten der Zielwahl äußerst vielfältig sind und dahingehend keine pauschalen Behauptungen aufgestellt werden können. Dennoch kristallisieren sich immer wieder Faktoren wie Erreichbarkeit, Zeit, Kosten, Bequemlichkeit und Flexibilität für die Zielwahl als maßgeblich wichtig hervor (Bieland et al., 2017; Böhler, Grischkat, Haustein, & Hunecke, 2006; Mrinmoy, n.d.). Diese Determinanten würden dazu passen, dass Destinationen die keine umstiegsfreien Verbindungen haben, nicht bzw. kaum angenommen werden.

Die abschließende vierte Forschungsfrage nimmt örtliche Mobilitätsangebote der populärsten Urlaubsdestinationen von öffentlich Anreisenden in den Fokus. Dabei wurde versucht herauszufinden ob es bei den zehn beliebtesten Urlaubsdestinationen der öffentlich reisenden UrlauberInnen spezielle Mobilitätsangebote gibt. Zunächst ist im Rahmen des Merkmalkataloges aufgefallen, dass jede der top Destinationen zumindest einen Fahrradverleih vorweisen kann. Die vorherigen Untersuchungen haben bereits gezeigt, dass öffentlich anreisende UrlauberInnen sich häufiger mit einem Fahrrad vor Ort bewegen, als mit einem Pkw verreisende Personen. Dieser Zusammenhang legt nahe, dass Fahrradverleihe zu

einer gewissen Grundausstattung für attraktive Sommertourismusdestinationen zählen.

Des Weiteren haben acht der zehn beliebtesten Urlaubsziele zumindest einen Hotel-Abholservice vom örtlichen Bahnhof. Diese werden in vielen Fällen sogar kostenlos angeboten. Dieses Service kann somit ein essentielles Bindeglied für die berühmte letzte Meile sein und kann Abhilfe für den Gepäcktransport vom öffentlichen Verkehrsmittel bis hin zum Hotel schaffen.

Immerhin weist jede zweite der zehn untersuchten Destinationen ein Carsharing-Angebot auf. Wie zuvor bereits festgestellt, gibt es öffentlich an- und abreisende UrlauberInnen, die dennoch vor Ort manche Wege mit einem Pkw absolvieren. Carsharing-Angebote können somit abgesehen für die lokal ansässigen Bevölkerung auch eine Bereicherung für Touristen sein. Grundsätzlich können diese Initiativen über die Gemeinden, private Unternehmen oder auch die ÖBB erfolgen. Letztere bieten über das ÖBB Rail & Drive Programm bereits an den Bahnhöfen von 30 Standorten ein kostengünstiges Carsharing-Angebot an und stellen somit ebenfalls eine sinnvolle Ergänzung insbesondere für die letzte Meile dar. Natürlich können Carsharing-Angebote aber auch für andere Wege als für die Verbindung vom Bhf zum Hotel eingesetzt werden. Das ausgeliehene Auto bietet dann innerhalb der Urlaubsregion scheinbar wichtige Vorteile wie etwa Flexibilität und Unabhängigkeit.

Wie in Kapitel 4.4 erläutert, umfasst die Kategorie Spezialbus mehrere unterschiedliche örtliche Verkehrsmittel. Sechs der zehn beliebtesten Urlaubsziele weisen zumindest eines dieser Fortbewegungsmittel auf. Diese zählen bis zu einem gewissen Grad zur infrastrukturellen Grundausstattung einer Tourismusgemeinde und bilden das Rückgrat für die öffentliche Mobilität. Speziell die Erschließung zu touristischen Hauptattraktionen erscheint als besonders empfehlenswert.

Anrufsammeltaxis hingegen haben in der Untersuchung eine eher untergeordnete Rolle eingenommen und dürften tendenziell häufiger von der lokalen Bevölkerung wahrgenommen werden.

Es wurde zusätzlich analysiert wie viel Prozent aller Sommertourismusdestinationen, die von öffentlich reisenden UrlauberInnen aufgesucht werden, einen Bootsverleih und/oder eine Bergbahn haben. Sieben der zehn beliebtesten Orte haben ein derartiges Fortbewegungsmittel. In Summe haben 40 % aller Destinationen die von

öffentlich reisenden UrlauberInnen besucht worden sind ein derartiges Angebot, was dafür spricht, dass diese Sommerfrische-Orte zu einem großen Teil an Seen- und/oder Berggebieten liegen.

Als abschließende Qualitätskriterien von beliebten Urlaubsdestinationen der von öffentlich anreisenden UrlauberInnen wurde das Vorhandensein von Tourismusbüros, etwaiger Marketingpositionierungen oder auch Tourismuskarten mit mobilitätsbezogenen Angeboten geprüft. Hierbei konnte festgestellt werden, dass jede der top Destinationen ein Tourismusbüro hat. In Summe haben 82 % der von öffentlich Reisenden besuchten Orte ein Tourismusbüro. Egal ob in einem eigenständigen Gebäude oder im Gemeindeamt integriert, gehört ein Tourismusbüro zu einer Urlaubsdestination dazu, sofern diese im Tourismussektor erfolgreich sein will. Überdies können derartige Büros wichtige Informationen für einen autofreien Urlaub anbieten.

Eine attraktive Marktpositionierung sollte heutzutage ebenfalls zum Kernbestand einer erfolgreichen Sommertourismusdestination zählen. Die Untersuchung hat jedoch gezeigt, dass nur vier der zehn beliebtesten Urlaubsorte eine gut ausgeprägte Positionierung aufweisen. Bei vier weiteren Destinationen ist die Marketingpositionierung mäßig ausgeprägt. Dieses Ergebnis suggeriert, dass die Marktpositionierung alleine nicht notwendiger Weise öffentlich reisende Personen anzieht. Dennoch haben in Summe jene Destinationen die von öffentlich reisenden UrlauberInnen besucht werden eine besser ausgeprägte Positionierung, als jene die von Pkw Verreisenden besucht werden. Es gilt jedoch zu beachten, dass im Rahmen der Erhebung für die Bewertung der Marketingpositionierung keine konkreten Kriterien gewählt wurden und die Zuordnung somit subjektiv erfolgte.

Ähnliches gilt für Tourismuskarten mit etwaigen mobilitätsbezogenen Angeboten. Auch hier konnte festgestellt werden, dass öffentlich Reisende etwas häufiger zu Destinationen fahren, die derartige Tourismuskarten haben, als jene UrlauberInnen die mit einem Pkw verreisen. Dennoch ist der Anteil der Sommertourismusorte die eben solche Karten vorweisen können recht klein. Ob daher Tourismuskarten mit mobilitätsbezogenen Vorteilen speziell öffentlich reisende UrlauberInnen anzieht ist fraglich.

6 Fazit

Ziel der vorliegenden Masterarbeit war es, das Reiseverhalten der ÖsterreicherInnen insbesondere aber der WienerInnen bei der Sommerurlaubsreise zu untersuchen. Die Erkenntnisse sollen Sommerurlaubsdestinationen eine Hilfe sein, um Mobilitätsangebote zielgerichtet für öffentlich reisende UrlauberInnen anzupassen.

Die Vermutung, dass Personen aus autofreien Haushalten andere Verkehrsmittel für die Anreise zur Sommerurlaubsdestination verwenden und zudem ein anderes An- bzw. Abreiseverhalten aufweisen, hat sich bewahrheitet.

Die wichtigsten Ergebnisse dahingehend sind, dass erstens ein großer Anteil jener Personen aus autofreien Haushalten überraschender Weise mit einem Pkw anreisen. Letzten Endes fährt dennoch mehr als die Hälfte jener Personen aus dieser Gruppe mit dem ÖV zur Urlaubsdestination. Umgekehrt fahren weniger als zehn Prozent jener UrlauberInnen aus Pkw besitzenden Haushalten mit dem ÖV zum Urlaubsziel. Die Pkw-Verfügbarkeit eines Haushaltes nimmt demnach eine wesentliche Rolle bei der Verkehrsmittelwahl zur Urlaubsdestination ein. Zweitens gibt es Unterschiede im Bereich des Modal Splits, also bei der anteilmäßigen Nutzung verschiedener Verkehrsmittel bei der An- und Abreise. UrlauberInnen aus autofreien Haushalten nutzen deutlich häufiger Züge und Busse, wobei der Anteil der Fahrten mit dem Zug dominiert. Drittens dürfte der Besitz von ÖV-Zeitkarten bzw. Ermäßigungskarten diese Entscheidung positiv beeinflussen. Es konnte dahingehend ein signifikanter Unterschied festgestellt werden, dass Personen aus autofreien Haushalten häufiger im Besitz einer derartigen Karte sind. Besonders auffällig ist das Ergebnis hinsichtlich des Vorhandenseins einer ÖBB-Vorteilscard. Dieses Ergebnis ist eine mögliche Erklärung für den hohen Anteil an Zugfahrten. Viertens haben die Untersuchungen gezeigt, dass sich die Haushaltsstruktur ebenfalls auf die Verkehrsmittelwahl auswirkt. Personen aus autofreien Haushalten reisen häufiger alleine oder im Beisein von Freunden zur Urlaubsdestination. Umgekehrt fahren UrlauberInnen mit dem/der PartnerIn bzw. mit etwaigen Kindern häufiger mit einem Pkw zum Sommerurlaubsziel. Abschließend konnten Unterschiede im Bereich des Reisemusters festgestellt werden. Personen aus autofreien Haushalten sind eher dazu geneigt nur von ihrer Heimat zum Urlaubsziel zu reisen, wohingegen UrlauberInnen aus autobesitzenden Haushalten häufiger Tagesausflüge beim Urlaubsort hinzufügen bzw. einen Roadtrip unternehmen.

Auch die zweite Hypothese, welche besagt, dass es Unterschiede im örtlichen Mobilitätsverhalten gibt, bewahrheitet sich weitgehendst, denn es gibt bei jedem Verkehrsmittel signifikante Unterschiede zwischen den untersuchten Gruppen. Lediglich beim Zufußgehen gibt es keine Unterschiede. Öffentlich Anreisende nutzen somit häufiger den ÖV und das Fahrrad für die örtliche Mobilität. Außerdem nützt diese Gruppe in Summe mehr verschiedene Verkehrsmittel innerhalb der Urlaubsdestination. Umgekehrt nutzen Pkw Anreisende häufiger das Auto für lokale Fahrten. Überraschend war dennoch, dass rund 30 % der öffentlich Anreisenden für manche Wege ebenfalls einen Pkw verwendet haben. Gerade für diese NutzerInnen wird Potential für am Bahnhof stationierte Carsharing-Angebote gesichtet.

Der erste Teil der dritten Forschungsfrage kann nach der GIS Analyse rasch beantwortet werden, denn folgende Regionen werden vermehrt von öffentlich anreisenden UrlauberInnen besucht:

- Salzkammergut
- Salzburg - Stadt
- Rax-Schneeberg-Gruppe sowie der Semmering
- Region Neusiedlersee
- Graz

Im Verlauf der weiteren Untersuchung konnte festgestellt werden, dass mit Pkw anreisende Personen im Wesentlichen zu den identen Regionen fahren. Es ist aber eine weitere Region hervorgestochen, welche de facto nicht von öffentlich Reisenden aufgesucht wird. Es handelt sich dabei um das steirische Vulkanland. Da es unschlüssig schien, dass die populären Regionen zwischen öffentlich Anreisenden und mit Pkw Reisenden ident sind und insbesondere bei diesem Gebiet dennoch eine große Diskrepanz feststellbar war, wurde die öffentliche Anbindung genauer untersucht und mit dem Angebot der beliebten Urlaubsdestinationen verglichen. Dabei konnte festgestellt werden, dass es deutliche Unterschiede bei der Anzahl der umstiegsfreien Verbindungen gibt. Diese sind praktisch vom Hbf Wien zum steirischen Vulkanland nicht vorhanden. Dieser Umstand beeinflusst auch die Dauer um von A nach B zu gelangen. Überdies gibt es in dieser Region deutlich weniger Verbindungen pro Tag.

Es kann somit für die dritte Hypothese festgehalten werden, dass sich die Wahl der Urlaubsdestination von öffentlich reisenden UrlauberInnen dahingehend unterscheidet, dass diese den Anspruch einer möglichst umstiegsfreien, direkten und schnellen Verbindung von Ihrer Heimat zum Urlaubsort haben. Sobald das Angebot der öffentlichen Verkehrsmittel diese Qualitäten vorweist, entscheiden weitere Determinanten die genaue Zielwahl, welche sich aber rein räumlich gesehen nicht zwischen öffentlich und mit Pkw reisenden UrlauberInnen unterscheiden dürften.

Die abschließende vierte Hypothese, welche besagt, dass Urlaubsdestinationen, welche hauptsächlich von öffentlich anreisenden UrlauberInnen besucht werden, ein besonderes Spektrum der örtlichen Mobilität aufweisen, kann ebenfalls zu einem hohen Grad als wahr angesehen werden.

Die Untersuchungen haben gezeigt, dass die beliebtesten Destinationen ein deutlich erhöhtes Mobilitätsangebot im örtlichen Bereich vorweisen. Dieses Angebot ist vor allem im Bereich eines Fahrradverleihs, Carsharings, Spezialbusses oder auch eines Hotel-Abholservices deutlich ausgeprägter, als bei durchschnittlichen Sommerurlaubszielen. Die beliebtesten Urlaubsziele der öffentlich verreisenden Personen weisen zudem zu einem hohen Anteil einen Bootsverleih bzw. eine Bergbahn auf. Diese Erkenntnis suggeriert, dass ein Großteil dieser UrlauberInnen zu landschaftlich bevorzugten Urlaubsdestinationen fährt. Lediglich Anrufsammeltaxis sind selten vorhanden und werden demnach nicht häufiger als bei normalen Destinationen angeboten.

Abgesehen von den eben genannten Mobilitätsangeboten haben beliebte Orte von öffentlich verreisenden UrlauberInnen zudem häufiger ein Tourismusbüro, welches relevante Auskünfte für einen autofreien Urlaub geben kann. Auch die Marktpositionierung ist bei diesen Sommertourismusdestinationen besser ausgeprägt als bei Urlaubszielen, die von Pkw-anreisenden UrlauberInnen aufgesucht werden. Die Untersuchungen haben jedoch gezeigt, dass es für Tourismuskarten mit speziellen Mobilitätsangeboten Aufholbedarf gibt. Diese werden nur zu einem geringen Anteil angeboten und könnten mit einem interessanten Spektrum an Mobilitätsofferten für potentielle BesucherInnen ein weiteres Argument für einen autofreien Urlaub liefern.

Abschließend gilt es, wie bereits in der Einleitung erwähnt, nochmals zu betonen, dass diese Masterarbeit sich in keiner Weise mit den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf das Reiseverhalten auseinandersetzt. Dies liegt einerseits daran, dass sämtliche Daten, welche für die Auswertungen herangezogen wurden deutlich vor dem Ausbruch der Pandemie erhoben wurden, andererseits würde die Bearbeitung einer angepassten Fragestellung aufgrund der Komplexität dieser noch nie dagewesenen Situation den Rahmen der Masterarbeit sprengen. Es bleibt zu hoffen, dass die Ausbreitung dieser Krankheit eingedämmt werden kann, sodass die Erkenntnisse dieser Masterarbeit langfristig valide bleiben.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Wegzweckverteilung der ÖsterreicherInnen nach Wochentag (Quelle: BMVIT, 2016b, S. 67).....	6
Abbildung 2: Verkehrszwecke in Österreich in Mio. Wegen pro Tag: 2005 links & Prognose für 2025 rechts (Quelle: Böhm et al., n.d., S.14)	7
Abbildung 3: Haupturlaubsreisen 1969 bis 2018 (Quelle: Statistik Austria, 2018, S.10)	8
Abbildung 4: Entwicklung der Verkehrsmittelwahl bei Haupturlaubsreisen (Quelle: Statistik Austria, 2018, S.14).....	8
Abbildung 5: Verkehrsmittelwahl für Sommerurlaubsreisen in Österreich (Quelle: Österreich Werbung, 2020, S. 26)	9
Abbildung 6: Überblick über die Verkehrsnachfragemodelle (eigene Bearbeitung)..	10
Abbildung 7: Schematische Darstellung der planned behaviour Theorie (Quelle: Pripfl et al., 2010, S. 21).....	13
Abbildung 8: Erweitertes Norm-Aktivations-Modell in seiner Anwendung auf die Verkehrsmittelwahl (Quelle: Pripfl et al., 2010, S. 23).....	15
Abbildung 9: Determinanten der Verkehrsmittelwahl (Quelle: Fanninger, 2016, S. 16)	17
Abbildung 10: Beliebteste Urlaubsarten der ÖsterreicherInnen in der Heimat (Quelle: BMVIT, 2016, S. 14).....	21
Abbildung 11: Modal-Split nach Reisedistanz (Quelle: Bieland et al., 2017, S. 3973)	22
Abbildung 12: Image Faktoren (Quelle: Jenkins, 1999, S.3).....	24
Abbildung 13: Faktoren, welche die Zielwahl bestimmen (Quelle: Mrinmoy, n.d., S.3)	25
Abbildung 14: Die 10 wichtigsten Faktoren der Zielwahl für ÖsterreicherInnen (Quelle: Zellmann & Mayrhofer, 2015b, S.3).....	27

Abbildung 15: Ausstattung mit Motorrad, Fahrrad und ÖV-Zeitkarte nach Zahl der Pkw im Haushalt (Quelle: Lanzendorfer, 2000, S. 126)	30
Abbildung 16: freiwillige vs. unfreiwillige Autolosigkeit (Quelle: Preisendörfer und Rinn, 2003, S.110, eigene Bearbeitung)	31
Abbildung 17: Entwicklung des Kfz Bestands in Österreich (Quelle: Statistik Austria, 2017)	32
Abbildung 18: Entwicklung des Motorisierungsgrads in Wien (Quelle: Statistik Austria, 2020, eigene Bearbeitung).....	33
Abbildung 19: Wichtigkeitseinstufung verschiedener Vorteile der Autolosigkeit (Quelle: Preisendörfer und Rinn, 2003, S. 151)	34
Abbildung 20: Klassifizierung von touristischen Zielgruppen (Quelle: Bieland et al., 2017, S.7).....	35
Abbildung 21: Abhängige Faktoren für die Wahl des Verkehrsmittels der Zielgruppen und des jeweiligen Zeitraums (Quelle: Bieland et al., 2017, S. 10).....	37
Abbildung 22: Qualitätskriterien von Alpine Pearls für autofreie Tourismusorte – gekürzte Fassung (Quelle: Groß, 2011, S. 381, eigene Bearbeitung)	42
Abbildung 23: Service Area für FußgeherInnen (Quelle: Morar und Bertolini, 2013, S. 605)	45
Abbildung 24: Wichtige Handlungsfelder (Quelle: BMVIT, 2016, S. 6)	46
Abbildung 25: Umfassende Reiseangebote (Quelle: BMVIT, 2016, S. 8).....	46
Abbildung 26: Prinzip des Taktfahrplans (Quelle: BMWFW, 2014, S. 51)	47
Abbildung 27: Intermodale Angebote der DB AG (Quelle: Groß, 2011, S. 237, eigene Bearbeitung).....	49
Abbildung 28: Akteure für eine sanfte Mobilität im Tourismus (Quelle: BMWFW, 2014, S. 20).....	52
Abbildung 29: Pkw-Verfügbarkeit in den Haushalten (eigene Bearbeitung)	55

Abbildung 30: Verkehrsmittelwahl bei der Anreise aller Befragten (eigene Bearbeitung).....	55
Abbildung 31: Übersicht der Substichgruppen (eigene Bearbeitung)	58
Abbildung 32: Verkehrsmittelwahl von Personen aus autofreien und autobesitzenden Haushalten (eigene Bearbeitung)	64
Abbildung 33: Ergebnisse der Chi-Quadrat-Tests hinsichtlich der Verkehrsmittelwahl und der Urlaubsdauer (eigene Bearbeitung).....	64
Abbildung 34: Gegenüberstellung des Modal Splits (eigene Bearbeitung)	65
Abbildung 35: Gegenüberstellung der Intermodalität (eigene Bearbeitung)	66
Abbildung 36: Übersicht der unterschiedlichen Besitzverhältnisse der Mobilitätskarten (eigene Bearbeitung).....	67
Abbildung 37: Gegenüberstellung der Reismuster (eigene Bearbeitung)	68
Abbildung 38: Vergleich der Reisezeit und der Reisedistanz (eigene Bearbeitung) .	69
Abbildung 39: Gegenüberstellung der Begleitung bei der Urlaubsreise (eigene Bearbeitung).....	70
Abbildung 40: Gegenüberstellung des Modal Splits im Bereich der örtlichen Mobilität (eigene Bearbeitung).....	71
Abbildung 41: Gegenüberstellung der örtlichen Mobilität mit einem Pkw (eigene Bearbeitung).....	73
Abbildung 42: Destinationshäufigkeiten von autoanreisenden UrlauberInnen (eigene Bearbeitung).....	74
Abbildung 43: Destinationshäufigkeiten von öffentlich Anreisenden (eigene Bearbeitung).....	75
Abbildung 44: Gegenüberstellung der aufgesuchten Urlaubsdestinationen (eigene Bearbeitung).....	76
Abbildung 45: Beliebte Orte und Regionen die von UrlauberInnen die mit einem Pkw anreisen besucht werden (eigene Bearbeitung)	77

Abbildung 46: Beliebte Regionen von öffentlich Reisenden (eigene Bearbeitung) ...	78
Abbildung 47: Öffentliche Anbindungen von sehr häufig besuchten Orten (eigene Bearbeitung).....	80
Abbildung 48: Öffentliche Anbindungen zu kaum besuchten Orten von ÖV-Reisenden (eigene Bearbeitung)	80
Abbildung 49: Auflistung der am jeweils zehn beliebtesten Urlaubsdestinationen (eigene Bearbeitung).....	82
Abbildung 50: Merkmalskatalog über die örtlichen Mobilitätsangebote von den beliebtesten Orten der öffentlich Reisenden (eigene Bearbeitung)	83
Abbildung 51: Merkmalskatalog über die örtlichen Mobilitätsangebote der beliebtesten Orte von Pkw anreisenden UrlauberInnen (eigene Bearbeitung) ..	84
Abbildung 52: Merkmalkatalog über Information, Marketing und Vorteilskarten von beliebten Destinationen öffentlich Reisender (eigene Bearbeitung)	86

Literaturverzeichnis

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organisational Behaviour and Human Decision Process*, 50, 179–211.
- Anable, J. B. L. et al. (2006). *An evidence base review of public attitudes to climate change and transport behaviour*. London.
- Bamberg, S., & Schmidt, P. (1993). Verkehrsmittelwahl – eine Anwendung der Theorie des geplanten Verhaltens. *Zeitschrift Für Sozialpsychologie*, 25–35.
- Ben-Akiva, M., & Lerman, S. R. (1997). *Discrete Choice Analysis: Theory and Application to Travel Demand* (7. Auflage). Cambridge: MIT Press.
- Bieland, D., Sommer, C., & Witte, C. (2017). Uncommon leisure traffic - Analyses of travel behaviour of visitors. *Transportation Research Procedia*, 25, 3975–3988. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2017.05.236>
- BMVIT. (2016a). *Anleitung für Praktiker / innen*. Wien.
- BMVIT. (2016b). *Österreich unterwegs*. Wien. Retrieved from https://www.bmvit.gv.at/verkehr/gesamtverkehr/statistik/oesterreich_unterwegs/downloads/oeu_2013-2014_Ergebnisbericht.pdf
- BMWFW. (2014). *Nachhaltige Mobilität im Tourismus*. Wien. Retrieved from https://www.bmvit.gv.at/verkehr/gesamtverkehr/tourismus/downloads/leitfaden_mobilitaet.pdf
- Böhler, S., Grischkat, S., Haustein, S., & Hunecke, M. (2006). Encouraging environmentally sustainable holiday travel. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 40(8), 652–670. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2005.12.006>
- Böhm, M., Flechl, B., Menzel, G., Pfliegl, R., Russ, M., & Zwick, K. (n.d.). *IVS-Aktionsplan Österreich*. Wien.
- Brunsing, J. (1999). *Chancen und Potentiale des öffentlichen Freizeitverkehrs*. Aachen: Shaker Verlag.
- Bühl, A. (2012). *SPSS 20 - Einführung in die moderne Datenanalyse* (13., aktua). München: Pearson.

- Bundesamt für Raumentwicklung [ARE]. (2012). Faktenblatt Strategie Freizeitverkehr des Bundes, 9. Retrieved from <http://www.are.admin.ch/themen/verkehr/00250/00462/index.html?lang=de>
- Burkart, G. (1994). Individuelle Mobilität Und Soziale Integration. Zur Soziologie Des Automobilismus. *Soziale Welt, Vol. 45, No. 2*, 216–241.
- Chetthamrongchai, P. (2017). The Influence of Travel Motivation , Information Sources and Tourism Crisison Tourists ' Destination Image, 6(2). <https://doi.org/10.4172/2167-0>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behaviorial sciences*. New York: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Crompton, J. L. (1979). An Assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Journal of Travel Research, 17*, 18–23.
- Devine-Wright, & et al. (2008). Interactions Between Perceived Behavioral Control and Personal-Normative Motives: Qualitative and Quantitative Evidence From a Study of Commuting-Mode Choice. *Journal of Mixed Methods Research, 2*(1), 63–86.
- Donald, I. J., Cooper, S. R., & Conchie, S. M. (2014). An extended theory of planned behaviour model of the psychological factors affecting commuters ' transport mode use. *Journal of Environmental Psychology, 40*, 39–48. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2014.03.003>
- Egger, R., & Luger, K. (2015). *Tourismus und mobile Freizeit: Lebensformen, Trends, Herausforderungen*. Norderstedt: Books on demand.
- Eid, M., Gollwitzer, M., & Schmitt, M. (2010). *Statistik und Forschungsmethoden* (1. Auflage). Weinheim: Beltz Verlag.
- Engel, U., & Pötschke, M. (2003). *Auto und sonst nichts? Zum Verständnis von Umweltschutz und Verkehrsmittelwahl*. Münster: Lit Verlag.
- Faik, J. (2015). *Statistik für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler* (1. Auflage). Weinheim: WILEY Verlag.

- Fanninger, S. (2016). *Auswirkungen von ausgewählten verkehrspolitischen Maßnahmen auf die Verkehrsmittelwahl in Wien*. Technische Universität Wien.
- Franzen, A. (1997). Umweltsoziologie und Rational Choice: Das Beispiel der Verkehrsmittelwahl. *Umweltpsychologie*, 2, 40–50.
- Ginac, G., & Szodorai, E. (2016). Effect size guidelines for individual differences researchers. *Elsevier*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.06.069>
- Gorr, H. (1997a). *Die Logik der individuellen Verkehrsmittelwahl. Theorie und Realität des Entscheidungsverhaltens im Personenverkehr*. Gießen: Focus Verlag.
- Gorr, H. (1997b). *Verkehrsmittelwahl im Alltag. Möglichkeiten und Grenzen der Beeinflussung*. Düsseldorf: VDI Verlag.
- Groß, S. (2011). *Tourismus und Verkehr*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.
- Haefeli, U., & Steiner, D. (2009). Ohne eigenes Auto mobil. *Verkehrszeichen*, (1), 4–7.
- Haustein, S., & Hunecke, M. (2007). Reduced Use of Environmentally Friendly Modes of Transportation Caused by Perceived Mobility Necessities : An Extension of the Theory of Planned Behavior 1, 1856–1883.
- Held, M. (1982). *Verkehrsmittelwahl der Verbraucher: Beitrag einer kognitiven Motivationstheorie zur Erklärung der Nutzung alternativer Verkehrsmittel*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Herry, M. (2012). VERKEHR IN ZAHLEN Ausgabe 2011. *Verkehr in Zahlen*, 1–286.
- Hug, T., & Poscheschnik, G. (2015). *Empirisch forschen: die Planung und Umsetzung von Projekten im Studium* (2. Auflage). Konstanz: UVK.
- Hunecke, M. (2000). *Ökologische Verantwortung, Lebensstile und Umweltverhalten*. Heidelberg: Asanger.
- Hunecke, M. (2015). *Mobilitätsverhalten verstehen und verändern. Psychologische Beiträge zur interdisziplinären Mobilitätsforschung*. Dortmund: Springer VS.

- Hunecke, M., & et al. (2001). Responsibility and Environment: Ecological Norm Orientation and External Factors in the Domain of Travel Mode Choice Behavior. *Environment and Behaviour*, 33(6), 830–852.
- Hunecke, M., Haustein, S., Böhler, S., & Grischkat, S. (2010). Groups to Reduce the Ecological Impact of Daily Mobility Behavior, 3–43.
- Hunecke, M., Haustein, S., Grischkat, S., & Böhler, S. (2007). Psychological, sociodemographic, and infrastructural factors as determinants of ecological impacts caused by mobility behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 27.
- ifmo. (2014). Langstreckenmobilität - Aktuelle Trends und Perspektiven - Grundlagenstudie, 49(0).
- Janssen, J., & Laatz, W. (2010). *Statistische Datenanalyse mit SPSS* (7., neu be). Heidelberg: Springer.
- Jenkins, O. H. (1999). Understanding and Measuring Tourist Destination Images, 15.
- Juschten, M., Jiricka-Pürner, A., Unbehauen, W., & Hössinger, R. (2019). The mountains are calling! An extended TPB model for understanding metropolitan residents' intentions to visit nearby alpine destinations in summer. *Tourism Management*, 75, 293–306.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.05.014>
- Kagermeier, A. (1997). Freizeit/Tourismus und Verkehr: Strukturen – Probleme – Lösungsansätze, 1–13.
- Klages, H. (2001). *Werte und Wertewandel . Handwörterbuch zur Gesellschaft Deutschlands*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lamondia, J., Snell, T., & Bhat, C. R. (2010). Traveler Behavior and Values Analysis in the Context of Vacation Destination and Travel Mode Choices European Union Case Study, (2156), 140–149. <https://doi.org/10.3141/2156-16>
- Lanzendorf, M. (2000). *Unterwegs in Sachen sozial-ökologischer Mobilitätsforschung*. Universität Trier.
- Le Boulanger, H. (1971). Research into the urban traveller's behaviour. *Transportation Research*, 5, 113–125.

- Mayer-Ertl, K., Holzer, V., Lung, E., Molitor, R., Zehetgruber, C., Habersatter, S., & Lüthard, J. (2015). RS-THEMA, (Verkehrspolitik, Nahverkehr, Nachhaltige Mobilität).
- Mobilität in Deutschland*. (2010). Bonn und Berlin. Retrieved from www.mobilitaet-in-deutschland.de
- Morar, T., & Bertolini, L. (2013). Planning for Pedestrians : A Way Out of Traffic Congestion. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 81, 600–608.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.06.483>
- Mrinmoy, S. K. (n.d.). DESTINATION CHOICE PATTERN AND TOURIST SEGMENTS. *Tourist Behaviour: A Psychological Perspective*, 137–149.
- Müller, H. (1999). *Autofreie Haushalt. Ihre Mobilität und die Folgen für Verkehrsplanung und Verkehrspolitik*. Bern: Eidgenössische Drucksachen- und Materialzentrale.
- ÖBB. (n.d.). Haus- Haus- Gepäck: Ihr persönlicher Gepäckträger. Retrieved January 15, 2018, from <http://www.oebb.at/de/leistungen-und-services/haus-haus-gepaeck>
- Österreich Werbung. (2020). *Inlandsurlauber in Österreich, T-MONA Sommer 2019*.
- Pearls, A. (2007). Kriterienkatalog (p. 18). Werfenweng, Österreich: Alpine Pearls.
- Preisendörfer, P., & Rinn, M. (2003). *Haushalte ohne Auto*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-95016-1>
- Pripfl, J., Aigner-Breuss, E., Fördös, A., & Wiesauer, L. (2010). *Verkehrsmittelwahl und Verkehrsinformation Emotionale und Kognitive Mobilitätsbarrieren und deren Beseitigung mittels multimodalen Verkehrsinformationssystemen*. Wien.
- Reutter, O., & Reutter, U. (1996). *Autofreies Leben in der Stadt – Autofreie Stadtquartiere im Bestand*. Dortmund: Dortmunder Vertrieb für Bau und Planungsliteratur.
- SCHÖLLER, O. (2007). Sozialwissenschaftliche Mobilitätsforschung zu Beginn des 21. Jahrhunderts. *Soziologische Revue*, 30(3).
<https://doi.org/10.1524/srsr.2007.30.3.252>

Schwab, et al. (2012). *Fußverkehr in Zahlen*. Wien.

Senn, S. J., Rothman, K. J., Carlin, J. B., Poole, C., Goodman, S. N., Altman, D. G., ... Poole, C. (2016). Statistical tests , P values , confidence intervals , and power : a guide to misinterpretations. *European Journal of Epidemiology*, 31(4), 337–350. <https://doi.org/10.1007/s10654-016-0149-3>

Simma, A., Schlich, R., Axhausen, K. W., & Zürich, E. T. H. (2002). Destination choice modelling for different leisure activities, (May).

Stabler, M. J. (1988). *The image of destination regions: theoretical and empirical aspects*. (B. Goodall & G. Ashworth, Eds.). London: Routledge.

Statistik Austria. (2016). *Urlaubs- und Geschäftsreisen*. Wien.

Statistik Austria. (2017). *Urlaubs- und Geschäftsreisen*. Wien.

Statistik Austria. (2018). *Sommerurlaubsreisen 2018: Kurzurlaubsreisen nehmen zu; Österreich, Italien und Kroatien bleiben die wichtigsten Reisedestinationen*. Wien. Retrieved from https://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/tourismus/119733.html

Statistik Austria. (2016). *Konsumerhebung 2014/15*. Wien.

Statistik Austria, Kfz-Bestand 2016. (2017). Retrieved from http://www.statistik.at/web_de/statistiken/energie_umwelt_innovation_mobilitaet/verkehr/strasse/kraftfahrzeuge_-_bestand/index.html

VCÖ. (2017). Autofreie Haushalte. Retrieved from <https://www.vcoe.at/news/details/vcoe-mehr-als-850-000-haushalte-in-oesterreich-sind-ohne-eigenes-auto-mobil>

Von der Ruhren, S., Rindsfuser, G., Beckmann, K. J., Kuhimhof, T., Chlond, B., & Zumkeller, D. (2003). *Bestimmung multimodaler Personengruppen-Schlussbericht FR-Nr. 70.724/2003*. Aachen/Karlsruhe.

Weber, F., Juschten, M., Fanninger, M., Brandenburg, C., Jiricka-Pürner, A., Czachs, C., & Unbehauen, W. (2018). "Sommerfrische" in Times of Climate Change: A Qualitative Analysis of Historical and Recent Perceptions of the Term. In T. Ohnmacht, J. Priskin, & J. Stettler (Eds.), *Contemporary Challenges of Climate*

Change, Sustainable Tourism Consumption, and Destination Competitiveness
(Vol. 15, pp. 7–23). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1871-317320180000015003>

Zeithaml, V. (1981). Marketing of services. *American Marketing Association*.

Zellmann, P., & Mayrhofer, S. (2015a). *Die Urlaubsrepublik*. Wien: Manz.

Zellmann, P., & Mayrhofer, S. (2015b). *Was die Wahl des Urlaubsziels entscheidet*
(Vol. 5/15).

Zemlin, B. (2005). *Das Entscheidungsverhalten bei der Verkehrsmittelwahl* (1. Auflage). Köln: Josef Eul Verlag GmbH.

Anhang

Ergebnisse der statistischen Auswertungen

Chi² –Test über die Verkehrsmittelwahl Seite 64

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
sf_vkm_Pkw * hh_Pkw	611	100,0%	0	0,0%	611	100,0%

sf_vkm_Pkw * hh_Pkw Crosstabulation

Count

		hh_Pkw		Total
		Autofreier Haushalt	Autobesitzender Haushalt	
sf_vkm_Pkw	Rein öffentliche Anreise	82	51	133
	Anreise nur mit Pkw	70	408	478
Total		152	459	611

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	123,038 ^a	1	,000		
Continuity Correction ^b	120,536	1	,000		
Likelihood Ratio	110,272	1	,000		

Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	122,837	1	,000		
N of Valid Cases	611				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 33,09.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	,449	,000
	Cramer's V	,449	,000
N of Valid Cases		611	

Chi² –Test über die Verkehrsmittelwahl bei Tagesausflügen Seite 64

hh_Pkw * sf_anr_Pkw_tagesausflüge Crosstabulation

			sf_anr_Pkw_tagesausflüge		
			Öffentliche Anreise	Anreise mit Pkw	Total
hh_Pkw	Autofreier Haushalt	Count	20	20	40
		Expected Count	7,1	32,9	40,0
	Autobesitzender Haushalt	Count	7	106	113
		Expected Count	19,9	93,1	113,0
Total		Count	27	126	153
		Expected Count	27,0	126,0	153,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	39,008 ^a	1	,000		
Continuity Correction ^b	36,052	1	,000		
Likelihood Ratio	34,646	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	38,753	1	,000		
N of Valid Cases	153				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,06.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

	Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal Phi	,505	,000
Cramer's V	,505	,000
N of Valid Cases	153	

Chi² –Test über die Verkehrsmittelwahl bei Kurzurlaube Seite 64

hh_Pkw * sf_anr_Pkw_kurzurlaub Crosstabulation

			sf_anr_Pkw_kurzurlaub		
			Öffentliche Anreise	Anreise mit Pkw	Total
hh_Pkw Autofreier Haushalt	Count		39	33	72
	Expected Count		13,1	58,9	72,0

Autobesitzender Haushalt	Count	17	219	236
	Expected Count	42,9	193,1	236,0
Total	Count	56	252	308
	Expected Count	56,0	252,0	308,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	81,794 ^a	1	,000		
Continuity Correction ^b	78,668	1	,000		
Likelihood Ratio	70,571	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	81,529	1	,000		
N of Valid Cases	308				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,09.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

	Value	Approximate Significance
Phi	,515	,000

Chi² –Test über die Verkehrsmittelwahl bei längeren Urlauben Seite 64

hh_Pkw * sf_anr_Pkw_langurlaub Crosstabulation

			sf_anr_Pkw_langurlaub		Total
			Öffentliche Anreise	Anreise mit Pkw	
hh_Pkw	Autofreier Haushalt	Count	14	9	23
		Expected Count	5,4	17,6	23,0
	Autobesitzender Haushalt	Count	11	72	83
		Expected Count	19,6	63,4	83,0
Total	Count		25	81	106
	Expected Count		25,0	81,0	106,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	22,657 ^a	1	,000		
Continuity Correction ^b	20,092	1	,000		
Likelihood Ratio	20,082	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	22,443	1	,000		
N of Valid Cases	106				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,42.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	,462	,000

Cramer's V	,462	,000
N of Valid Cases	106	

Chi² –Test des Modal Splits Seite 65

		hh_Pkw	
		Autofreier Haushalt	Autobesitzender Haushalt
		Anzahl	Anzahl
\$Modal_Split	sf_anr_vkm_fuß	10	9
	sf_anr_vkm_bus	32	12
	sf_anr_vkm_zug	74	47
	sf_anr_vkm_Pkw	78	415

Chi-Quadrat-Tests nach Pearson

		hh_Pkw
\$Modal_Split	Chi-Quadrat	296,488
	df	4
	Sig.	,000

Chi² –Test über den intermodalen Verkehr Seite 66

sf_anr_vkm_intermodal * hh_Pkw Kreuztabelle

		hh_Pkw		Gesamt
		Autofreier Haushalt	Autobesitzender Haushalt	
sf_anr_vkm_intermodal	Anreise ausschließlich mit Pkw oder ÖV	142	432	574

Kombinierte Anreise von Pkw und ÖV	13	29	42
Gesamt	155	461	616

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	,802 ^a	1	,370		
Kontinuitätskorrektur ^b	,506	1	,477		
Likelihood-Quotient	,769	1	,380		
Exakter Test nach Fisher				,362	,234
Zusammenhang linear-mit-linear	,801	1	,371		
Anzahl der gültigen Fälle	616				

a. 0 Zellen (0,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 10,57.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Symmetrische Maße

	Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß Phi	-,036	,370
Cramer-V	,036	,370
Anzahl der gültigen Fälle	616	

Chi²-Test hinsichtlich einer Wiener Linien Zeitkarte Seite 66

sf_vkm_anr_Pkw * hh_zeitk Kreuztabelle

		hh_zeitk		
		Haushalt kein Linien	besitzt Wiener Zeitzkarte	besitzt zumindest Wiener Zeitzkarte eine Linien
				Gesamt
sf_vkm_anr_Pkw	öffentliche Anreise	Anzahl	11	99
		Erwartete Anzahl	24,7	85,3
	Anreise mit Pkw	Anzahl	118	346
		Erwartete Anzahl	104,3	359,7
Gesamt	Anzahl		129	445
	Erwartete Anzahl		129,0	445,0

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Signifikanz (2- seitig)	Exakte Signifikanz (1- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	12,152 ^a	1	,000		
Kontinuitätskorrektur ^b	11,283	1	,001		
Likelihood-Quotient	13,987	1	,000		
Exakter Test nach Fisher				,000	,000
Zusammenhang linear-mit- linear	12,131	1	,000		
Anzahl der gültigen Fälle	574				

a. 0 Zellen (0,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 24,72.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweis e Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	-,146	,000
	Cramer-V	,146	,000

Anzahl der gültigen Fälle	574	
---------------------------	-----	--

Chi²-Test über den Besitz einer ÖBB-Ermäßigungskarte Seite 66

sf_vkm_anr_Pkw * hh_ermae Kreuztabelle

			Haushalt besitzt keine ÖBB Vorteilskarte	Haushalt besitzt zumindest eine ÖBB Vorteilskarte	Gesamt
sf_vkm_anr_Pkw	öffentliche Anreise	Anzahl	50	60	110
		Erwartete Anzahl	76,7	33,3	110,0
	Anreise mit Pkw	Anzahl	350	114	464
		Erwartete Anzahl	323,3	140,7	464,0
Gesamt	Anzahl	400	174	574	
	Erwartete Anzahl	400,0	174,0	574,0	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Signifikanz (2- seitig)	Exakte Signifikanz (1- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	37,825	1	,000		
Kontinuitätskorrektur	36,419	1	,000		
Likelihood-Quotient	35,307	1	,000		
Exakter Test nach Fisher				,000	,000
Zusammenhang linear-mit- linear	37,759	1	,000		
Anzahl der gültigen Fälle	574				

Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	-,257	,000
	Cramer-V	,257	,000
Anzahl der gültigen Fälle		574	

Chi²-Test über den Besitz einer anderen Ermäßigungskarte Seite 67

sf_vkm_anr_Pkw * hh_kart_and Kreuztabelle

			Haushalt besitzt keine andere Mobilitätsermäßi- gungskarte	Haushalt besitzt zumindest eine andere Mobilitätsermäßi- gungskarte	Gesamt
sf_vkm_anr_Pkw	öffentliche Anreise	Anzahl	89	21	110
		Erwartete Anzahl	97,4	12,6	110,0
	Anreise mit Pkw	Anzahl	419	45	464
		Erwartete Anzahl	410,6	53,4	464,0
Gesamt		Anzahl	508	66	574
		Erwartete Anzahl	508,0	66,0	574,0

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	7,709	1	,005		
Kontinuitätskorrektur	6,813	1	,009		

Likelihood-Quotient	6,879	1	,009		
Exakter Test nach Fisher				,008	,006
Zusammenhang linear-mit-linear	7,695	1	,006		
Anzahl der gültigen Fälle	574				

Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	-,116	,005
	Cramer-V	,116	,005
Anzahl der gültigen Fälle		574	

Chi²-Test betreffend das Reisemuster Seite 67

hh_Pkw * sf_art_bes Kreuztabelle

			sf_art_bes				
			keines davon beschreibt meine Reise	A nach B	A nach B viele Tagesausflüge	Roadtrip	Gesamt
hh_Pkw	autofreier Haushalt	Anzahl	4	101	44	8	157
		Erwartete Anzahl	9,1	80,3	58,7	8,9	157,0
	autobesitzender Haushalt	Anzahl	32	216	188	27	463
		Erwartete Anzahl	26,9	236,7	173,3	26,1	463,0
Gesamt		Anzahl	36	317	232	35	620
		Erwartete Anzahl	36,0	317,0	232,0	35,0	620,0

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	16,082 ^a	3	,001
Likelihood-Quotient	16,767	3	,001
Zusammenhang linear-mit-linear	2,318	1	,128
Anzahl der gültigen Fälle	620		

a. 0 Zellen (0,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 8,86.

Symmetrische Maße

	Wert	Näherungsweis e Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß Phi	,161	,001
Cramer-V	,161	,001
Anzahl der gültigen Fälle	620	

t-Test über die Reisedistanz jener ProbandInnen die öffentlich angereist sind und jener, die mit Pkw angereist sind. Seite 68

Gruppenstatistiken

	sf_anr_Pkw	N	Mittelwert	Standardabweic hung	Standardfehler des Mittelwertes
dst_entf_Pkw_km	Öffentlich Anreisende	91	176,4725	106,18488	11,13120
	Mit Pkw Anreisende	405	174,0667	95,94085	4,76734

Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
dst_entf_Pkw_km	Varianzen sind gleich	2,975	,085	,212	494	,832	2,40586	11,35581	-19,90577	24,71750
	Varianzen sind nicht gleich			,199	125,108	,843	2,40586	12,10913	-21,55942	26,37114

t-Test über die Reisedistanz von ProbandInnen aus autofreien und autobesitzenden Haushalten. Seite 69

Gruppenstatistiken

	hh_Pkw	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
dst_entf_Pkw_km	autofreier Haushalt	145	172,7310	103,52377	8,59718
	autobesitzender Haushalt	414	177,3261	97,19839	4,77704

Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
dst_entf_Pkw_km	Varianzen sind gleich	2,946	,087	-,482	557	,630	-4,59505	9,54107	-23,33593	14,14583
	Varianzen sind nicht gleich			-,467	238,713	,641	-4,59505	9,83522	-23,96997	14,77986

t-Test über die Reisedauer zur Zieldestination zwischen öffentlich Reisenden und mit Pkw Reisenden. Seite 69

Gruppenstatistiken

	sf_vkm_anr_Pkw	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
dst_dau_oev_Pkw_min	öffentliche Anreise	90	150,78	72,687	7,662
	Anreise mit Pkw	405	123,21	57,830	2,874

Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
dst_dau_oev_Pkw_min	Varianzen sind gleich	10,089	,002	3,892	493	,000	27,568	7,083	13,651	41,485
	Varianzen sind nicht gleich			3,369	115,297	,001	27,568	8,183	11,359	43,776

Deskriptive Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Standardabweichung
dst_dau_oev_Pkw_min	495	24	349	128,22	61,646
Gültige Werte (Listenweise)	495				

Chi²-Test über das Reisen ohne Begleitung Seite 69

hh_Pkw * sf_begl_all Crosstabulation

sf_begl_all		Total
Reise mit anderen Personen	Reise alleine	

hh_Pkw	Autofreier Haushalt	Count	127	15	142
		Expected Count	132,4	9,6	142,0
	Autobesitzender Haushalt	Count	408	24	432
		Expected Count	402,6	29,4	432,0
Total	Count		535	39	574
	Expected Count		535,0	39,0	574,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	4,232 ^a	1	,040		
Continuity Correction ^b	3,478	1	,062		
Likelihood Ratio	3,866	1	,049		
Fisher's Exact Test				,053	,035
Linear-by-Linear Association	4,225	1	,040		
N of Valid Cases	574				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,65.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	-,086	,040
	Cramer's V	,086	,040
N of Valid Cases		574	

hh_Pkw * sf_begl_fri Crosstabulation

			sf_begl_fri		Total
			Reise ohne Freunde	Reise mit Freunden	
hh_Pkw	Autofreier Haushalt	Count	82	60	142
		Expected Count	102,4	39,6	142,0
	Autobesitzender Haushalt	Count	332	100	432
		Expected Count	311,6	120,4	432,0
Total	Count		414	160	574
	Expected Count		414,0	160,0	574,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	19,403 ^a	1	,000		
Continuity Correction ^b	18,465	1	,000		
Likelihood Ratio	18,438	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	19,369	1	,000		
N of Valid Cases	574				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 39,58.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	-,184	,000
	Cramer's V	,184	,000
N of Valid Cases		574	

Chi²-Test über das Reisen mit dem/der PartnerIn Seite 70

hh_Pkw * sf_begl_par Crosstabulation

			sf_begl_par		
			Reise ohne Partner	Reise mit Partner	Total
hh_Pkw	Autofreier Haushalt	Count	92	50	142
		Expected Count	55,9	86,1	142,0
	Autobesitzender Haushalt	Count	134	298	432
		Expected Count	170,1	261,9	432,0
Total	Count		226	348	574
	Expected Count		226,0	348,0	574,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	51,058 ^a	1	,000		
Continuity Correction ^b	49,653	1	,000		
Likelihood Ratio	50,329	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000

Linear-by-Linear Association	50,969	1	,000		
N of Valid Cases	574				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 55,91.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	,298	,000
	Cramer's V	,298	,000
N of Valid Cases		574	

Chi²-Test über das Reisen mit Kindern Seite 70

hh_Pkw * sf_begl_kind Crosstabulation

			sf_begl_kind		
			Reise ohne Kinder	Reise mit Kindern	Total
hh_Pkw	Autofreier Haushalt	Count	130	12	142
		Expected Count	111,3	30,7	142,0
	Autobesitzender Haushalt	Count	320	112	432
		Expected Count	338,7	93,3	432,0
Total		Count	450	124	574
		Expected Count	450,0	124,0	574,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	19,271 ^a	1	,000		
Continuity Correction ^b	18,253	1	,000		
Likelihood Ratio	22,357	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	19,237	1	,000		
N of Valid Cases	574				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 30,68.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

	Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal Phi	,183	,000
Cramer's V	,183	,000
N of Valid Cases	574	

Chi²-Test über das örtliche Mobilitätsverhalten zu Fuß Seite 71

sf_vkm_ort_fuss * sf_anr_Pkw Crosstabulation

Count

		sf_anr_Pkw		
		Öffentliche Anreise	Anreise mit Pkw	Total
sf_vkm_ort_fuss	Vor Ort wird NICHT zu fuß gegangen	36	134	170

	Vor Ort wird zu Fuß gegangen	96	344	440
Total		132	478	610

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,030 ^a	1	,863		
Continuity Correction ^b	,004	1	,950		
Likelihood Ratio	,030	1	,863		
Fisher's Exact Test				,913	,479
Linear-by-Linear Association	,030	1	,863		
N of Valid Cases	610				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 36,79.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	-,007	,863
	Cramer's V	,007	,863
N of Valid Cases		610	

Chi²-Test über das örtliche Mobilitätsverhalten mit dem Rad Seite 72

sf_vkm_ort_rad * sf_anr_Pkw Crosstabulation

			sf_anr_Pkw		Total
			Öffentliche Anreise	Anreise mit Pkw	
sf_vkm_ort_rad	Vor Ort wird NICHT mit dem Rad gefahren	Count	76	370	446
		Expected Count	86,6	359,4	446,0
	Vor Ort wird mit dem Rad gefahren	Count	36	95	131
		Expected Count	25,4	105,6	131,0
Total		Count	112	465	577
		Expected Count	112,0	465,0	577,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	7,056 ^a	1	,008		
Continuity Correction ^b	6,404	1	,011		
Likelihood Ratio	6,639	1	,010		
Fisher's Exact Test				,012	,007
Linear-by-Linear Association	7,044	1	,008		
N of Valid Cases	577				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 25,43.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	-,111	,008
	Cramer's V	,111	,008
N of Valid Cases		577	

Chi²-Test über das örtliche Mobilitätsverhalten mit dem ÖV Seite 72

sf_vkm_ort_oev * sf_anr_Pkw Crosstabulation

Count

		sf_anr_Pkw		
		Öffentliche Anreise	Anreise mit Pkw	Total
sf_vkm_ort_oev	Vor Ort wird der ÖV NICHT verwendet	87	418	505
	Vor Ort wird der ÖV verwendet	46	59	105
Total		133	477	610

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	36,025 ^a	1	,000		
Continuity Correction ^b	34,483	1	,000		
Likelihood Ratio	31,756	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000

Linear-by-Linear Association	35,966	1	,000		
N of Valid Cases	610				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 22,89.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	-,243	,000
	Cramer's V	,243	,000
N of Valid Cases		610	

Chi²-Test über das örtliche Mobilitätsverhalten mit dem Pkw Seite 72

sf_vkm_ort_Pkw * sf_anr_Pkw Crosstabulation

Count

		sf_anr_Pkw		Total
		Öffentliche Anreise	Anreise mit Pkw	
sf_vkm_ort_Pkw	Vor Ort wird der Pkw NICHT verwendet	95	265	360
	Vor Ort wird der Pkw verwendet	37	212	249
Total		132	477	609

Chi-Square Tests

Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
-------	----	--	--------------------------	--------------------------

Pearson Chi-Square	11,525 ^a	1	,001		
Continuity Correction ^b	10,856	1	,001		
Likelihood Ratio	11,932	1	,001		
Fisher's Exact Test				,001	,000
Linear-by-Linear Association	11,506	1	,001		
N of Valid Cases	609				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 53,97.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	,138	,001
	Cramer's V	,138	,001
N of Valid Cases		609	

t-Test zur Anzahl der vor Ort verwendeten Verkehrsmittel Seite 73

Group Statistics

	sf_anr_Pkw	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
sf_vkm_ort_sum	Öffentliche Anreise	132	1,80	1,424	,124
	Anreise mit Pkw	473	1,53	1,002	,046

Independent Samples Test

Levene's Test for Equality
of Variances

t-test for Equality of Means

		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
sf_vkm_ort_su m	Equal variances assumed	28,320	,000	2,449	603	,015	,267	,109	,053	,481
	Equal variances not assumed			2,019	168,830	,045	,267	,132	,006	,528

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
sf_vkm_ort_sum	605	0	5	1,59	1,112
Valid N (listwise)	605				

t-Test bezüglich der Destinationsgröße Seite 78

Group Statistics

	sf_anr_Pkw	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
dst_gr	Ausschließlich öffentliche Anreise	91	34710,36	69782,324	7315,175
	Reise nur mit Pkw	405	13791,53	42066,968	2090,324

Independent Samples Test

Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
							Lower	Upper

dst_gr	Equal variances assumed	39,931	,000	3,732	494	,000	20918,834	5605,056	9906,145	31931,524
	Equal variances not assumed			2,750	105,142	,007	20918,834	7607,972	5833,867	36003,801

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
dst_gr	496	54	261726	17629,46	48942,502
Valid N (listwise)	496				

Chi²-Test über das Vorhandensein von Bahnhöfen Seite 79

sf_anr_Pkw * bhf_ort Crosstabulation

			bhf_ort		Total
			Kein Bahnhof im Ort vorhanden	Bahnhof im Ort vorhanden	
sf_anr_Pkw	Öffentliche Anreise	Count	19	109	128
		Expected Count	30,0	98,0	128,0
	Anreise mit Pkw	Count	131	381	512
		Expected Count	120,0	392,0	512,0
Total	Count		150	490	640
	Expected Count		150,0	490,0	640,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	6,585 ^a	1	,010		

Continuity Correction ^b	6,000	1	,014		
Likelihood Ratio	7,125	1	,008		
Fisher's Exact Test				,010	,006
Linear-by-Linear Association	6,575	1	,010		
N of Valid Cases	640				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 30,00.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	-,101	,010
	Cramer's V	,101	,010