

Hochschule Bremen
Fakultät 3
Internationaler Studiengang Angewandte Freizeitwissenschaft (B.A.)



Bachelor-Thesis

Reisen mit Interrail durch Europa: Eine Potenzialanalyse vor dem Hintergrund des Klimawandels

1. Gutachter: Prof. Dr. Rainer Hartmann
2. Gutachter: Prof. Dr. Bernd Stecker

Eingereicht von: Rebecca Pengemann
Matrikelnummer: 5145382

Eingereicht am: Bremen, 13.02.2024

Zusammenfassung

Die vorliegende Bachelor-Thesis untersucht die Attraktivität und Zukunftsfähigkeit von Interrail im Kontext des fortschreitenden Klimawandels. Tourismus ist gleichermaßen Mitverursacher sowie Leidtragender von negativen Auswirkungen, weshalb Handlungsbedarf für zunehmende Nachhaltigkeit erforderlich ist. Dabei wird herausgestellt, dass Zugreisen klimafreundlich sind und dadurch Interrail in Europa eine klimafreundliche Reisealternative bietet. Mithilfe einer Potenzialanalyse basierend auf einer Literaturanalyse und einer quantitativen empirischen Erhebung werden die Attraktivität und Zukunftsfähigkeit von Interrail untersucht. Die Ergebnisse werden in einer SWOT-Analyse hinsichtlich der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken von Interrail analysiert.

Die Ergebnisse zeigen, dass Interrail großes Potenzial als attraktive Reiseform besitzt, insbesondere aufgrund seiner Flexibilität, der zahlreichen Reisemöglichkeiten und der Budgetfreundlichkeit für die primäre Zielgruppe. Dennoch gibt es Bereiche die Handlungsbedarf erfordern, um das Produkt weiter zu verbessern und Hindernisse zu beseitigen, damit Reisende sich in Zukunft vermehrt für Interrail als klimafreundliche Alternative entscheiden.

Abstract

This bachelor thesis examines the attractiveness and sustainability of Interrail in the context of ongoing climate change. Tourism is both a contributor to and a victim of negative impacts which highlights the need for increased sustainable action. Emphasizing that train travel is environmentally friendly, Interrail in Europe can be identified as a climate friendly travel alternative. A potential analysis based on a literature review as well as quantitative empirical research, investigates the attractiveness and future potential of Interrail. The findings are analyzed in a SWOT-analysis regarding the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of Interrail.

The results indicate that Interrail has significant potential as an attractive travel option, especially due to its flexibility, variety of travel options and affordability for the primary target audience. However, there are areas requiring action to further enhance the product and overcome obstacles, so that travelers will increasingly choose Interrail as an environmentally friendly travel alternative in the future.

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	IV
1. Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung	2
1.2 Aufbau der Arbeit	3
1.3 Methodisches Vorgehen	3
1.4 Interrail-Pässe	4
2. Mobilität in Europa	5
2.1 Megatrends und Nachhaltigkeitsrelevanz	5
2.2 Reiseverkehr im Umweltvergleich	8
2.3 Schienenverkehr im Fokus	12
2.3.1 Schienenpersonenverkehrsmarkt in Deutschland und Europa	13
2.3.2 Herausforderungen des grenzübergreifenden Schienenverkehrs	15
2.3.3 Bahnreiseanbieter und Konkurrenz	17
3. Das Reiseprodukt Interrail	18
3.1 Die Entwicklung von Interrail	19
3.2 Eigenschaften von Interrail-Reisen	21
3.3 Primäre Zielgruppe von Interrail	25
4. Empirische Nachfrageanalyse	26
4.1 Erhebungsmethode	26
4.2 Aufbau des Fragebogens	28
4.3 Auswertung der Ergebnisse	30
5. SWOT-Analyse	42
5.1 Stärken-Schwächen-Analyse	42
5.2 Chancen-Risiken-Analyse	46
5.3 Handlungsempfehlungen	50

6. Fazit.....	54
6.1 Bewertung der Attraktivität und Zukunftsfähigkeit	54
6.2 Reflexion und Schlussbemerkung	55
Quellenverzeichnis.....	V
Abbildungsverzeichnis	XII
Tabellenverzeichnis	XIII
Anhang	XIV
A Fragebogen der Umfrage.....	XIV
B Inhalt und Beschreibung beigefügter Daten	XXVI
Eidesstaatliche Erklärung	XXVII

Abkürzungsverzeichnis

AG	Aktiengesellschaft
AVE	Alta Velocidad Española (spanische Hochgeschwindigkeitszüge)
B.V.	Besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid (niederländisches Äquivalent zu GmbH)
CO ₂	Kohlenstoffdioxid
DB	Deutsche Bahn
ERTMS	European Rail Traffic Management System
EU-Rail JU	Europe's Rail Joint Undertaking
ICE	Intercityexpress
PKM	Gramm pro Personenkilometer
PKW	Personenkraftwagen
SBB	Schweizerische Bundesbahnen
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (dt.: Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken)
TEN	Trans-European Network
TGV	Train à grande vitesse (französische Hochgeschwindigkeitszüge)
THG	Treibhausgase
UIC	International Union of Railways (dt.: Internationaler Eisenbahnverband)

1. Einleitung

Das gegenwärtige Zeitalter ist charakterisiert durch die fortlaufende Entwicklung des Klimawandels. Nach Olefs et al. (2021, S. 19f.) liegt die Ursache in der vermehrten Freisetzung von Treibhausgasen (THG) wie Kohlenstoffdioxid (CO₂), welche die Wärmestrahlung der Erde absorbieren und zum Teil wieder zu ihr zurückstrahlen. Als Konsequenz nimmt die atmosphärische Gegenstrahlung und somit der Energieeintrag zur Erdoberfläche und erdnahen Luftschichten zu. Dies hat zur Folge, dass sich die Erde erwärmt. Allerdings ist der Temperaturanstieg nicht die einzige Konsequenz. Das Wetter wird extremer, Niederschläge und die Sonneneinstrahlung verändern sich. Die Ausprägungen sind dabei regional unterschiedlich (vgl. Olefs et al. 2021, S. 19f.).

Um diese Entwicklung zu beeinflussen oder zu verlangsamen, werden Maßnahmen auf unterschiedlichen Ebenen ergriffen. Politisch wurde unter anderem durch das Pariser Klimaabkommen ein Anstieg der Erderwärmung auf 1,5 bzw. maximal 2 Grad in diesem Jahrhundert beschlossen (vgl. Lohmann et al. 2020, S. 14). Um dies zu erreichen, müssen globale Emissionen drastisch reduziert werden, was einen Wandel der Gesellschaft erforderlich macht (vgl. Olefs et al. 2021, S. 20).

Tourismus ist sowohl Verursacher des Klimawandels als auch direkt von diesem betroffen (vgl. Lohmann et al. 2020, S. 19). Zum einen trägt dieser zu einem erheblichen Anteil der Erzeugung menschengemachter THG-Emissionen bei. Bereits im Jahr 2005 konnten 5 % der weltweiten Emissionen dem Tourismus zugeschrieben werden (vgl. World Tourism Organization und International Transport Forum 2019, S. 12). Derzeit wird geschätzt, dass ca. 8 % der globalen Emissionen aus dem Tourismus stammen und davon etwa die Hälfte dem touristischen Verkehr zugeordnet werden können (vgl. Pröbstl-Haider et al. 2021, S. 2).

Hinzu kommt, dass Tourismus ein schnell wachsender Wirtschaftssektor ist und die Branche in der Regel um ca. 3 bis 5 % pro Jahr wächst (vgl. World Tourism Organization 2017, S. 2; vgl. Gonstalla 2019, S. 41). Eine systematische Erfassung des weltweiten Tourismusaufkommens durch die „United Nations World Tourism Organization“ (UNWTO) seit 1950 zeigt einen fast kontinuierlichen Anstieg touristischer Ankünfte: Im Jahr 2019 wurden knapp 1,5 Milliarden Ankünfte gezählt (vgl. World Tourism Organization 2024). Die Corona-Pandemie hat seit Anfang des Jahres 2020 durch die weltweite Verbreitung der Krankheit COVID-19 zu deutlichen Einschränkungen in der Tourismusbranche geführt, von denen sie sich langsam erholt (vgl. Lohmann et al. 2020, S. 20ff.). Folglich ist die Entwicklung der touristischen Ankünfte durch die Pandemie in den Jahren 2020 und 2021 eingebrochen, doch 2022 lag die Anzahl der Ankünfte bereits wieder bei über 960 Millionen Menschen (vgl. World

Tourism Organization 2024). An dieser Stelle ist zu erwähnen, dass sich in der vorliegenden Arbeit aufgrund der Pandemie häufig auf Daten bis einschließlich 2019 bezogen wird. Aktuellere Entwicklungen sind noch vom Einfluss der Pandemie geprägt.

Tourismus selbst ist jedoch auch in hohem Maße vom Klimawandel bedroht und negative Auswirkungen wie Extremwetterereignisse, Biodiversitätsverlust oder der Verlust natürlicher Attraktionen können sich unmittelbar negativ auf den Sektor auswirken (vgl. World Tourism Organization und International Transport Forum 2019, S. 11). Entsprechend ist der Schutz des Klimas und die Erhaltung natürlicher Ressourcen auch für den Tourismus selbst elementar.

Das Wachstum der Tourismusbranche bei gleichzeitiger Verschärfung der globalen Klimasituation resultiert in Herausforderungen, denen sich die Branche stellen muss (vgl. Gronau und Groß 2019, S. 182f.). Neben nachhaltigen Angeboten ist dabei auch seitens der Nachfrager*innen zunehmend klimaschonendes Verhalten erforderlich (vgl. Pröbstl-Haider et al. 2021, S. 2). Großer Handlungsbedarf ist vor allem in Bezug auf den touristischen Verkehr zu identifizieren, da dieser für den größten Anteil der Freisetzung von THG-Emissionen im Tourismus verantwortlich ist (vgl. Gronau und Groß 2019, S. 182f.; vgl. Pröbstl-Haider et al. 2021, S. 2). Die Förderung klimafreundlicher Mobilitätsangebote als Alternative kann einen Schlüsselaspekt für nachhaltige Verbesserungen darstellen.

1.1 Problemstellung und Zielsetzung

Im Kontext des voranschreitenden Klimawandels rückt Interrail als potenziell zukunftsfähiges Reiseprodukt in den Fokus, da Züge mit als die klimafreundlichsten Verkehrsmittel gelten. Dabei ist unklar ob Interrail attraktiv genug ist, um tatsächlich eine Alternative zu weniger umweltfreundlichen Reiseoptionen darzustellen. In diesem Kontext stellt sich die zentrale Forschungsfrage, wie das Potenzial von Interrail als attraktives und zukunftsfähiges Reiseprodukt eingeschätzt werden kann.

Dabei soll sich neben den Analysen des Markts und des Angebots auch auf die Nachfrage (potenzieller) Interrail-Reisender fokussiert werden, um zu untersuchen, welche Stärken und Schwächen diese bei Interrail identifizieren und welche Rolle der Umweltaspekt, bei der Wahl, mit Interrail zu reisen, spielt.

Ziel dieser Arbeit ist, mithilfe einer Potenzialanalyse das Reiseprodukt Interrail zu analysieren und als Alternative zu bewerten. Dafür soll eine SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)-Analyse auf Basis gesammelter Erkenntnisse Auskunft über die Stärken und Schwächen von Interrail geben sowie Chancen und Risiken herausstellen. Aus der SWOT-Analyse sollen sich Handlungsempfehlungen ableiten lassen können, inwiefern die

Attraktivität von Interrail gesteigert werden könnte, um eine substantielle Veränderung im Reiseverhalten zu erreichen.

1.2 Aufbau der Arbeit

Zu Beginn der vorliegenden Bachelor-Thesis erfolgt eine Darlegung relevanter Entwicklungen und Trends sowie Erläuterung der Nachhaltigkeitsrelevanz in diesem Zusammenhang. Im Anschluss wird der Reiseverkehr konkret betrachtet und Reiseverkehrsmittel hinsichtlich ihrer Umweltfreundlichkeit differenziert. In konkreter Betrachtung des Schienenverkehrs wird der Schienenpersonenverkehrsmarkt in Deutschland und Europa dargelegt sowie die Herausforderungen grenzüberschreitenden Schienenverkehrs analysiert. Außerdem werden Bahnreiseanbieter und die Konkurrenz skizziert.

Im nächsten Kapitel erfolgt die Produktanalyse von Interrail. Die Entwicklung von Interrail wird beschrieben, Eigenschaften von Interrail analysiert und die primäre Zielgruppe des Produkts hergeleitet.

Es folgt die empirische Nachfrageanalyse. Die Erhebungsmethode wird erläutert sowie der Aufbau des Fragebogens dargelegt und die Ergebnisse der Analyse präsentiert.

Das folgende Kapitel beinhaltet die SWOT-Analyse, welche auf Erkenntnissen der vorherigen Kapitel aufbaut. Es thematisiert die Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken von Interrail in Form einer Stärken-Schwächen- und Chancen-Risiken-Analyse. Diese resultieren schlussendlich in den Handlungsempfehlungen für Interrail.

Im letzten Kapitel der Bachelor-Thesis wird die Forschungsfrage hinsichtlich der Attraktivität und Zukunftsfähigkeit von Interrail beantwortet sowie eine Reflexion und das Schlusswort formuliert.

1.3 Methodisches Vorgehen

Die Potenzialanalyse dieser Arbeit wird sowohl auf einer Literaturanalyse, als auch auf einer empirischen Erhebung aufbauen und die Erkenntnisse gebündelt mittels der SWOT-Analyse hinsichtlich ihrer Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken bewertet. Daraus leiten sich die Handlungsempfehlungen ab.

Die Literaturanalyse stützt sich auf Sekundärdaten aus der Literatur sowie verschiedener Studien. Die Analyse dient der Darlegung und Analyse von Entwicklungen und Trends, der Nachhaltigkeitsrelevanz sowie des Marktes, auf dem sich Interrail platziert. Dabei wird der Markt zunehmend konkretisiert. Insgesamt dient die Analyse primär der späteren Identifikation von Chancen und Risiken für die SWOT-Analyse.

Die Analyse des Reiseprodukts Interrail basiert ebenfalls auf der Literaturanalyse. Diese Analyse dient primär der Identifikation von Stärken und Schwächen des Produkts für die spätere SWOT-Analyse. Die Herleitung der primären Zielgruppe dient als Überleitung zu der anschließenden empirischen Erhebung.

Die empirische Erhebung erfolgte in Form einer quantitativen Umfrage. Dieser lag das Ziel zugrunde, Erkenntnisse zu dem Potenzial des Produkts hinsichtlich der Stärken und Schwächen seitens der (potenziellen) Nachfragenden zu sammeln, sowie einen Eindruck von der Relevanz des Umweltaspekts zu erhalten. Dazu wurde eine Online-Umfrage durchgeführt. Die Erhebungsmethodik wird in Kapitel 4.1 vor der Auswertung der Ergebnisse eingehend beschrieben und der Aufbau des Fragebogens in Kapitel 4.2 erläutert.

Die Ergebnisse der Literaturanalyse und empirischen Erhebung werden mittels einer SWOT-Analyse zusammengeführt. Die SWOT-Analyse ist ursprünglich für Unternehmensanalysen konzipiert, doch wird an dieser Stelle auf das Produkt Interrail angewendet. Diese strategische Analyseermöglicht auf Basis der Literaturanalyse sowie der empirischen Erhebung interne Stärken und Schwächen sowie externe Chancen und Risiken von Interrail zu analysieren. Obwohl Interrail an sich kein eigenständiges Unternehmen ist, repräsentiert es ein komplexes Reiseprodukt, dessen Marktumfeld, Komponenten und Nachfrage untersucht werden. Durch diese Anwendung ermöglicht die SWOT-Analyse die Ableitung konkreter Handlungsempfehlungen zur Verbesserung, Anpassung und Vermarktung von Interrail zur Attraktivitätssteigerung. In dieser Bachelor-Thesis wurde „ChatGPT“ zur Rechtschreib- und Grammatikprüfung sowie zur Inspiration verwendet.

1.4 Interrail-Pässe

Interrail-Pässe sind Bahntickets, die flexibles Reisen innerhalb Europas ermöglichen. Nach Eurail (2023, S. 3) umfasst das Konzept das Reisen mit Zügen in bis zu 33 Ländern Europas, während eines vorher definierten Zeitraums. Interrail-Pässe sind in verschiedenen Varianten erhältlich. Die Passoptionen umfassen eine Reisedauer von drei Tagen bis zu drei Monaten (vgl. Eurail 2023, S. 3). Dabei kann entweder mit einem „Global Pass“ (dt.: Global-Pass) in allen teilnehmenden Ländern gereist werden oder mit einem „One Country Pass“ (dt.: Ein-Länder-Pass) in einem einzelnen Land (vgl. Eurail 2024a). Die Preise der Pässe differenzieren sich je nach Reisedauer, Passauswahl und dem Alter des Reisenden (vgl. Eurail 2023, S. 9f.). Generelle Voraussetzung für den Erwerb von Interrail-Pässen ist ein Wohnsitz in Europa oder eine europäische Staatsbürgerschaft (vgl. Eurail o.J.a).

Hinter Interrail steckt das Unternehmen „Eurail B.V.“ („Besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid“; niederländisches Äquivalent zu GmbH) mit Hauptsitz in Utrecht, welches von über 35 Bahn- und Fährgesellschaften besessen wird und sowohl die Interrail-, als auch

die dem Unternehmen gleichnamigen Eurail-Pässe für Menschen mit außereuropäischem Wohnsitz vertreibt (vgl. Eurail 2023, S. 2).

Diese Arbeit konzentriert sich ausschließlich auf die innerhalb Europas gültigen Interrail-Pässe, welche im dritten Kapitel detailliert analysiert werden.

2. Mobilität in Europa

Mobilität ist ein vielschichtiger Oberbegriff, der sowohl die realisierte Beweglichkeit als auch Fähigkeit zur Bewegung umfasst (vgl. Groß 2017, S. 38). Der Fokus in dieser Arbeit liegt auf der physischen, räumlichen Mobilität.

Nach Groß (2017, S. 39) beschreibt räumliche Mobilität die Ortsveränderung innerhalb eines physischen Raumes. Diese Bewegung im Raum ist eine Voraussetzung für den Tourismus, denn Ortswechsel liegen touristischen Reisen unabdingbar zugrunde (vgl. Groß 2017, S. 36). Individuen bewältigen die Durchführung dieser Ortswechsel auf verschiedenen Verkehrswegen mithilfe verschiedener Verkehrsmittel (vgl. Gronau und Groß 2019, S. 183).

Entlang der touristischen Wertschöpfungskette können diese entweder für die Beförderung zwischen Quell- und Zielgebieten (Anreise und Abreise) oder für die Erreichung von Ausflugszielen und Attraktionen vor Ort genutzt werden (Transport vor Ort) (vgl. Hartmann 2018, S. 72; vgl. Gronau und Groß 2019, S. 181). Neben der Funktion als reine Fortbewegungsmethode können Verkehrsmittel zudem das Grundelement einer Reise, wie bei einer Kreuzfahrt darstellen, eine Attraktion selbst sein, oder zur körperlichen Betätigung und Erholung wie beim Fahrradfahren dienen (vgl. Gronau und Groß 2019, S. 181f.).

Im Folgenden werden Trends und die Nachhaltigkeitsrelevanz als übergeordnete Einflüsse erörtert, der Umwelteinfluss des Verkehrs differenziert betrachtet und der Markt, auf dem sich Interrail positioniert, analysiert.

2.1 Megatrends und Nachhaltigkeitsrelevanz

Der Entwicklung von touristischen Reisen liegen Trends zugrunde, welche nachfolgend kurz umrissen werden, da diese sowohl Angebot als auch Nachfrage derzeit und in Zukunft beeinflussen können. Zudem wird die Nachhaltigkeitsrelevanz bei Nachfrager*innen in diesem Kontext dargelegt.

Das Zukunftsinstitut identifiziert zwölf zentrale Megatrends dieser Zeit: Individualisierung, Gender Shift, Silver Society, Wissenskultur, New Work, Gesundheit, Neo-Ökologie,

Konnektivität, Globalisierung, Urbanisierung, Mobilität und Sicherheit (vgl. Zukunftsinstitut 2023a).

Im Folgenden werden nur ausgewählte Megatrends skizziert, die im weiteren Kontext relevant sind und in der späteren SWOT-Analyse konkret berücksichtigt werden.

Der Megatrend *Mobilität* „(...) beschreibt die Entstehung einer mobilen Weltkultur, die Veränderungen durch neue Produkte und Services sowie die künftige Nutzung von Verkehrsmitteln“ (Zukunftsinstitut 2023b). Das Zukunftsinstitut (2023b) erläutert, dass zukünftig das Auto an Bedeutung verliert und durch eine Verstärkung von E-Mobilität das Ende verbrennungsmotorischer Antriebe zur Emissionsfreiheit zunehmend angestrebt wird. Im Kontext der Nachhaltigkeit wird zudem die Entwicklung hin zum „Slow Travel“ (dt.: langsames Reisen) als Subtrend der Mobilität hervorgehoben (vgl. Zukunftsinstitut 2023b). Slow Travel kann als emissionsarmes, achtsames Reisen beispielsweise mit längeren Aufenthalten und weniger Ortswechseln definiert werden (vgl. Klarin et al. 2023, S. 1). Qualität und Erlebnisse stehen bei vielen Reisenden zunehmend im Vordergrund sowie eine nachhaltige Orientierung weg vom Massentourismus (vgl. Zukunftsinstitut 2023b). Dies reflektiert auch den Megatrend *Individualisierung* (vgl. Zukunftsinstitut 2023a).

Die Entwicklung der mobilen Weltkultur steht in Zusammenhang mit dem Megatrend *Globalisierung* (vgl. Zukunftsinstitut 2023a). Die Corona-Pandemie führte dazu, dass räumliche und besonders internationale Mobilität eingeschränkt wurde und der Tourismus zwischenzeitlich fast vollständig zum Erliegen kam. Trotz Aufwärtsentwicklung sind die Auswirkungen nach wie vor spürbar und die Erholung fortlaufend (vgl. Lohmann et al. 2020, S. 20). Dennoch zeichnet sich in Deutschland beispielsweise, ein positiver Trend bezüglich des Reisen-Wollens der Nachfrager*innen ab, wovon die Zukunft des Tourismus maßgeblich abhängt (vgl. Lohmann et al. 2020, S. 118f.).

Die zunehmende Digitalisierung trägt dazu bei, dass Reisende mobiler werden und gewinnt im Rahmen des Megatrends *Konnektivität* an Bedeutung (vgl. Zukunftsinstitut 2023a). Digitalisierung umfasst dabei nicht ausschließlich den Prozess technischer Digitalität, sondern hat einen Einfluss auf die Gesellschaft und dessen Bedeutung für das soziale Leben (vgl. Jarke 2018, S. 5). Nutzer*innen sind zunehmend online-affiner und können mit smarten Technologien umgehen (vgl. Lohmann et al. 2020, S. 18). Nach dem Zukunftsinstitut (2023b) gewinnt „Seamless Mobility“ (dt.: nahtlose Mobilität) in diesem Kontext an Bedeutung. Dabei handelt es sich um autonome Dienste, die nahtlos miteinander verbunden sind und Mobilitätsangebote anhand von Echtzeitdaten verknüpfen (vgl. Zukunftsinstitut 2023b).

Sicherheit ist ein weiterer Megatrend, der im Kontext von Reisen an Bedeutung gewinnt (vgl. Zukunftsinstitut 2023a). Kriege, Terrorismus und andere Unruhen gelten als Bedrohung der Reisesicherheit und haben einen großen, wenngleich derzeit selten dauerhaften Einfluss auf

die Wahl der Destination von Tourist*innen (vgl. Lohmann et al. 2020, S. 13). Zu einer präsenten Bedrohung zählt der seit Februar 2022 andauernde russische Angriffskrieg in der Ukraine, welcher neben den dramatischen Auswirkungen innerhalb der Ukraine, politische Maßnahmen in ganz Europa zur Konsequenz hat (vgl. Bundeszentrale für politische Bildung 2024). Darüber hinaus können Naturkatastrophen die Sicherheit reduzieren und sich direkt auf das Reiseverhalten von Nachfrager*innen auswirken (vgl. Lohmann et al. 2020, S. 19).

Nach Lohmann et al. (2020, S. 10) zeigt sich demografischer Wandel als eine Veränderung in der Altersstruktur der Gesellschaft, durch eine Zunahme in der Anzahl älterer Menschen bei gleichzeitiger Abnahme in der Anzahl jüngerer Menschen. In Deutschland wird beispielsweise ein Rückgang der Altersgruppe 15- bis 34-Jähriger prognostiziert (vgl. Lohmann et al. 2020, S. 11). Es entsteht die *Silver Society* (vgl. Zukunftsinstitut 2023a).

Über die Trends hinaus gibt es weitere Entwicklungen und Einflussfaktoren die sich auf touristische Reisen auswirken können, doch an dieser Stelle nicht weiter angeführt werden. In dieser Arbeit steht der Klimawandel als Prozess mit langfristigen Auswirkungen als Rahmenbedingung im Fokus. Dennoch bleiben anderen Umfeldentwicklungen nicht vollkommen unberücksichtigt.

Im Kontext des Klimawandels wird über die Megatrends hinaus die Relevanz und der Einfluss der Nachhaltigkeit betrachtet.

Nach Freericks et al. (2010, S. 244f.) befriedigt eine nachhaltige Entwicklung die Bedürfnisse der aktuellen Generation, ohne die Bedürfnisbefriedigung der zukünftigen Generationen zu gefährden. Dabei umfasst Nachhaltigkeit die ökologische, ökonomische und soziale Dimension und für eine nachhaltige Entwicklung „(...) sind Lösungen anzustreben, die ökologisches Gleichgewicht, ökonomische Sicherheit und soziale Gerechtigkeit zusammenführen und auf lange Sicht weltweit stabilisieren können“ (Freericks et al. 2010, S. 244).

In der Reiseanalyse wird thematisiert, dass in Deutschland die Nachhaltigkeit von Urlaubsreisen zunehmend von Reisenden berücksichtigt wird: In den Jahren von 2013 bis 2020 hatten 39 % der Bevölkerung eine positive Einstellung zu ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit und 60 % eine positive Einstellung zu einem der beiden Aspekte (vgl. Lohmann et al. 2020, S. 112f., 44).

Dennoch legen Ergebnisse des auf den Daten der Reiseanalyse basierenden Monitoringberichts zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen 2023, dar dass bisher keine bevölkerungsweite Entwicklung zu einem nachhaltigeren Reiseverhalten erkennbar ist. Dieser Bericht von Kuhn et al. (2023, S. 14) zeigt, dass Entwicklungen zu umweltfreundlicherem Reiseverhalten während der Corona-Pandemie von temporärer Dauer und mehr der eingeschränkten Möglichkeiten als einer dauerhaften Umorientierung geschuldet waren.

Reiseentscheidungen wurden bisher überwiegend basierend auf dem gewünschten Urlaubserlebnis und weniger in Abhängigkeit von der Nachhaltigkeit der Reiseform getroffen (vgl. Kuhn et al. 2023, S. 14ff.). „Insgesamt kann also eine positive Einstellung eher als Akzeptanz, denn als Präferenz für nachhaltiges Reisen interpretiert werden“ (Lohmann et al. 2020, S. 45).

Diese Erkenntnis lässt sich auf die Nachfrage in Europa insgesamt übertragen. Die Ergebnisse einer Studie zu nachhaltigen Reiseentscheidungen von Europäer*innen belegen, dass CO₂-Emissionen zu einem der unwichtigsten Faktoren bei der tatsächlichen Reiseentscheidung zählen und viele Produktattribute wie Kosten oder Bequemlichkeit wichtiger sind (Nikolić et al. 2021, S. 21). Tatsächlich stellt vor allem der Reisepreis ein zentrales Kriterium für Reiseentscheidungen dar (vgl. Hermann 2019, S. 25). Folglich beeinflussen diese Attribute, als wie attraktiv ein Reiseprodukt wahrgenommen wird.

In diesem Kontext wird auch von der „Attitude-Behaviour-Gap“ gesprochen. Konsument*innen haben umweltfreundliche Einstellungen (engl. attitudes) welche sich allerdings nicht in ihrem tatsächlichen Verhalten (engl. behaviour) reflektieren (vgl. ElHaffar et al. 2020, S. 3). So entsteht eine Diskrepanz zwischen Einstellung und Verhalten.

Nach Bünstorf (2022, S. 24) liegt die Ursache für diese Diskrepanz im Rahmen der Theorie des geplanten Verhaltens in der Stärke der Intention zum Verhalten. Demzufolge gibt es zahlreiche Einflussfaktoren auf diese Intentionen. Dazu zählt beispielsweise das soziale Umfeld oder ob umweltfreundliches Verhalten positiv belohnt wird (vgl. Bünstorf 2022, S. 27). Ein weiterer Ansatz identifiziert Ursachen beispielsweise in dem Gefühl der Machtlosigkeit als Einzelne*r oder dem Ausnahmecharakter von Urlaubsreisen an sich (vgl. Juvan und Dolnicar 2014, S. 91).

Insgesamt können verschiedene Gründe die Diskrepanz zwischen Einstellungen und Verhalten hinsichtlich nachhaltiger Reiseentscheidungen hervorrufen. Attraktive, nachhaltige Reiseangebote können dazu beitragen, diese Diskrepanz zu überbrücken und Nachfrager*innen dazu zu bewegen, sich aufgrund der Attraktivität eines Produkts dafür zu entscheiden (vgl. Kuhn et al. 2023, S. 15f.).

Welche Eigenschaften bei Interrail in diesem Kontext herauszustellen sind, wird in Kapitel 3.2 analysiert. Nachfolgend wird der Verkehr hinsichtlich der Klimaauswirkungen verglichen.

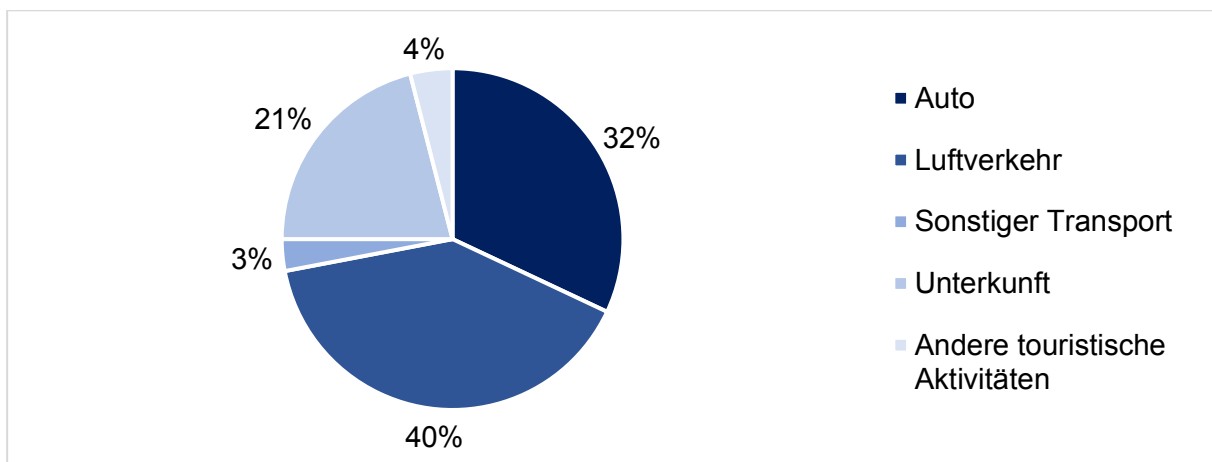
2.2 Reiseverkehr im Umweltvergleich

Im Kontext der räumlichen Mobilität dient Verkehr der Durchführung eines Ortswechsels (vgl. Groß 2017, S. 39f.).

Die dafür notwendige Verkehrsinfrastruktur umfasst verschiedene Verkehrsmedien (Land, Wasser, Luft), Verkehrsträger (z.B. Straßenverkehr oder Eisenbahn) und Verkehrsmittel (z.B. Schiffe oder Flugzeuge) (vgl. Groß 2017, S. 44).

Auf Reisen stellt Verkehr neben der Beherbergung eine der zwei Hauptreiseleistungen dar (vgl. Hartmann 2018, S. 34). Die Verknüpfung besteht darin, dass mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln Verkehrswege von Reisenden bestritten werden (vgl. Groß 2017, S. 44). Dabei werden Emissionen freigesetzt.

Abbildung 1: Anteile der Tourismussektoren an touristischem CO₂-Erzeugnis



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an World Tourism Organization und International Transport Forum 2019, S. 12

Wie in Abbildung 1 zu entnehmen, stammen rund 75 % der tourismusbezogenen Emissionen aus dem touristischen Verkehr. Beherbergung und Verpflegung tragen nach dem touristischen Verkehr am zweitmeisten zu der Erzeugung von Emissionen bei (vgl. Hartmann 2018, S. 72). Technische Lösungen wie neue Antriebsformen und die zunehmende Tendenz zu elektrischen Antrieben sowie Brennstoffzellen auf Wasserstoffbasis verringern den CO₂-Abdruck von Verkehr bereits im Allgemeinen (vgl. Lohmann et al. 2020, S. 18). Dennoch sind gängige Verkehrsmittel wie Autos, Züge oder Flugzeuge alle für negative Umweltauswirkungen wie Lärm, Luftverschmutzung und die Abgabe von THG-Emissionen verantwortlich (vgl. Hergesell und Dickinger 2013, S. 596).

Bei Betrachtung verschiedener Verkehrsmittel fallen signifikante Unterschiede hinsichtlich der erzeugten Emissionsmenge auf. Hervorzuheben ist, dass im Vergleich von dem derzeitigen Stand der Technik ausgegangen wird und technologische Veränderungen für zunehmende Klimafreundlichkeit bei den einzelnen Verkehrsmitteln zu Änderungen beitragen können. Beispielweise wird derzeit an einer technischen Weiterentwicklung von Solarflugzeugen gearbeitet (vgl. Brinkmann 2021, S. 247). Zudem können konkrete

Emissionswerte abweichen, je nachdem, ob Bahnen beispielsweise mit Diesel oder Elektronik angetrieben werden, wie beladen Verkehrsmittel sind etc. (vgl. Geiger und Diekmann 2013, S. 27). Dennoch können die angegebenen Werte als Richtwerte angesehen werden.

Flugzeuge werden derzeit als am schädlichsten für die Umwelt angesehen. Dies ist sowohl auf die überwiegende Nutzung fossiler Brennstoffe und große Menge an Emissionen pro Flug zurückzuführen als auch darauf, dass Emissionen in großer Höhe abgegeben werden und einen verstärkten Einfluss auf die Erderwärmung haben (vgl. Hergesell und Dickinger 2013, S. 596). Der Radiative Forcing Index (RFI) des Flugverkehrs, der zu der Messung dieser Auswirkungen auf die Erderwärmung verwendet wird, beträgt ca. 2,7 (vgl. Gühnemann et al. 2021, S. 63). Dies bedeutet, dass aufgrund des Zusammenwirkens der Emissionen mit der Atmosphäre in großer Höhe die Auswirkungen 2,7-fach stärker wirken als es das CO₂ an sich tun würde. Nach dem Umweltbundesamt (2022) erzeugt ein Inlandsflug ca. 238 g / PKM (Gramm pro Personenkilometer) THG-Emissionen. Bei einem Kurzstreckenflug von Berlin nach London (hin und zurück) werden beispielweise bis zu 530 kg CO₂ pro Person freigesetzt und bei einem Langstreckenflug von Berlin nach Bangkok (hin und zurück) etwa 5100 kg CO₂ pro Person (vgl. Gonstalla 2019, S. 41).

Das Reisen mit dem PKW (Personenkraftwagen) erzeugt im Vergleich weniger Treibhausgasemissionen als das Fliegen (vgl. Gühnemann et al. 2021, S. 63). Bei einer Fahrt mit dem PKW werden ca. 166 g / PKM THG-Emissionen erzeugt (vgl. Umweltbundesamt 2022).

Dennoch gelten Bahn und Bus im Vergleich des Oberflächentransports als die umweltfreundlicheren Verkehrsmittel, vor Autos, Caravans und Motorrädern (vgl. Hergesell und Dickinger 2013, S. 597). Bahnen und Busse im Fernverkehr erzeugen im Vergleich nur ca. 31 g / PKM THG-Emissionen (vgl. Umweltbundesamt 2022). Die Klimafreundlichkeit im Vergleich zu anderem Oberflächentransport ist unter anderem damit zu begründen, dass Busse und Bahnen in der Regel öffentliche Verkehrsmittel sind und daher viele Menschen gleichzeitig befördern können. Autos und Motorräder dagegen sind dem individuellen Verkehr zuzuordnen (vgl. Groß 2017, S. 42). Dies impliziert, dass Routen (ohne Umstiege) individuell festgelegt werden können.

Seit 1990 haben sich laut der Europäischen Kommission (2023, S. 3) in Europa die von Bahnen erzeugten Emissionen trotz steigendem Verkehrsaufkommen stetig verringert. Der gesamte Schienenverkehr in der EU verursachte im Jahr 2020 0,4 % der Treibhausgas- und CO₂-Emissionen und 1,9 % des Energieverbrauchs im Verkehrssektor, was auf eine geringe Verschmutzung und hohe Energieeffizienz hindeutet (vgl. Europäische Kommission 2023, S. 3).

Zurückzuführen ist dies vor allem auf eine zunehmende Elektrifizierung des Schienennetzes und eine abnehmende Kohlenstoffintensität des europäischen Strommixes (vgl. Europäische Kommission 2023, S. 16). Der Anteil erneuerbarer Energie am Strommix steigt, während der Anteil fossiler Energieträger abnimmt: 2023 wurde über 43 % des Stroms aus erneuerbaren Energien gewonnen (vgl. Fraunhofer ISE 2024).

Zudem können durch Modernisierungen und eine beschleunigte Umgestaltung des Schienenverkehrs dessen Umweltfreundlichkeit weiter erhöht und zunehmend zu der Dekarbonisierung des Verkehrs im fortschreitenden Klimawandel beigetragen werden (vgl. Europäische Kommission 2023, S. 16ff.).

Das steigende Bewusstsein für die jeweiligen Umweltauswirkungen der Verkehrsmittel führt zu wachsender Aufmerksamkeit nicht nur in Anbetracht des Angebots verschiedener Leistungsträger, sondern auch bei der aktiven Wahl jeweiliger Verkehrsmittel seitens der Reisenden (vgl. Hergesell und Dickinger 2013, S. 596).

Der PKW war in Deutschland im Jahr 2019 das beliebteste Verkehrsmittel bei Urlaubsreisen und wurde von 44 % der Reisenden gewählt, 42 % wählten das Flugzeug und jeweils 6 % Bahn und Bus als Verkehrsmittel (vgl. Lohmann et al. 2020, S. 96).

Weltweit ist die Präferenz des Flugverkehrs deutlich zu erkennen: 2016 erfolgten 59 % der internationalen Tourist*innenankünfte per Flugzeug, 31 % mit Autos und 7 % mit dem Bus und 3 % mit der Bahn (vgl. World Tourism Organization und International Transport Forum 2019, S. 23). Es lässt sich schlussfolgern, dass die Bahn tendenziell im Vergleich der Reiseverkehrsmittel am wenigsten genutzt wird. Hier lässt sich im Kontext des Klimawandels Handlungsbedarf erkennen.

Palonen (2020, S. 66) betont, dass in der europäischen Verkehrspolitik bereits viel über die notwendige Veränderung des Verkehrs in Form einer Reduzierung des Flugverkehrs und Einschränkungen im Autoverkehr diskutiert wurde, ohne dass weitreichende Maßnahmen ergriffen wurden.

Lohmann et al. (2020, S. 31) legen dar, dass in Deutschland eine Maßnahme zur Attraktivitätssteigerung von Bahntickets ist, dass durch eine Senkung der Mehrwertsteuer an Kund*innen weitergegebene Preise sinken sollen, bei gleichzeitiger Verteuerung von Flugtickets durch eine erhöhte Luftverkehrssteuer. Zudem resultieren aus dem Anstieg der CO₂-Bepreisung auch bei der PKW-Nutzung Preissteigerungen (vgl. Lohmann et al. 2020, S. 31). Die Bemühungen haben das Ziel, dass sich Reisende aufgrund eines günstigeren Preises für den ökologisch nachhaltigeren Bahnverkehr entscheiden.

2.3 Schienenverkehr im Fokus

Der Schienenverkehr kann anhand verschiedener Kriterien systematisiert werden und ist Teil eines facettenreichen Marktes, der verschiedene Züge, Antriebssysteme, Spurweiten und mehr umfasst (vgl. Groß 2017, S. 301). Für einen präzisen Überblick wird der Schienenverkehr abgegrenzt, der im Kontext von Interrail betrachtet wird. Wie in Tabelle 1 dargestellt, liegt der Fokus ausschließlich auf dem Schienenverkehr als Ganzem, wobei andere Arten von Bahnen, wie beispielsweise Bergbahnen, nicht berücksichtigt werden.

Tabelle 1: Systematisierung des Verkehrs in Bezug auf Interrail

Systematisierungskriterien nach Groß (2017)	Interrail-Reisen
Verkehrsart	Schienenverkehr
Räumliche Ausdehnung des Verkehrsvorgangs	Nah- und vor allem Fernverkehr, grenzüberschreitend
Produktionszweck	Fremdverkehr ¹
Gesetzlicher Beförderungsanspruch	Nutzung des öffentlichen Verkehrs
Art des Beförderungsvorganges	Gebrochener und ungebrochener Verkehr ²
Regelmäßigkeit der Verkehrsleistungserstellung	Linienverkehr
Umweltverträglichkeit	Umweltverträgliche Verkehrsmittel
Zustand	Fließender Verkehr
Verkehrsmittel	Öffentliche Verkehrsmittel (Bahnen)
Motiv/Zweck	Urlaubsverkehr

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Groß 2017, S. 41f.

Zudem spielt der Schienenverkehr nicht nur im Personenverkehr, sondern auch im Güterverkehr eine entscheidende Rolle (vgl. Stoll et al. 2017, S. 36f.). Allerdings wird dieser

¹ „Verkehrsleistungen, die für andere durchgeführt werden, unabhängig davon, ob dies entgeltlich oder unentgeltlich erfolgt, Unterarten des Fremdverkehrs sind gewerblicher, gemeinnütziger und Gefälligkeitsverkehr“ (Groß 2017, S. 41)

² „gebrochener Verkehr = im Personenverkehr muss Umsteigenotwendigkeit bei der Fahrt gegeben sein“ (Groß 2017, S. 42); ungebrochener Verkehr = direkter „Haus-zu-Haus-Verkehr“, wie z. B. Fahrt mit Pkw zum Zielort oder im Schienenverkehr zwischen zwei Gleisanschlüssen“ (Groß 2017, S. 42)

aufgrund des Fokus auf das Reisen von Personen mit der Bahn in dieser Arbeit nicht weiter berücksichtigt.

2.3.1 Schienenpersonenverkehrsmarkt in Deutschland und Europa

Der Verkehr auf der Schiene in Deutschland hat langjährige Tradition. Groß (2017, S. 301 ff.) erläutert, dass die erste deutsche Eisenbahnstrecke bereits 1835 eingeführt wurde. Ab diesem Zeitpunkt wuchs das Netz weiter und 1895 wurden Bahnen aus Gründen der Koordination verstaatlicht. 1924 wurde die Deutsche Reichsbahn-Gesellschaft gegründet, welche mit Gründung der Bundesrepublik Deutschland 1949 in Deutsche Bundesbahn umbenannt wurde. Trotz Zerstörungen durch den Zweiten Weltkrieg ermöglichten Innovationen und Aufbau eine stete Weiterentwicklung. Ab 1950 wurde die erste elektrifizierte Fernstrecke genutzt und 1971 startete der „Intercity“-Verkehr. Herausforderungen durch verschiedene Interessengruppen und die Reform des Schienenverkehrs 1993/1994 führten zur Gründung einer privaten Aktiengesellschaft (AG) in den Folgejahren und Ausgliederung von fünf Geschäftsbereichen der Deutschen Bahn (DB). Die DB hat eine private Rechtsform und ist dennoch Eigentum des Bundes (vgl. Groß 2017, S. 301ff.).

Die DB AG ist einer der offiziellen Partner von Interrail (vgl. Eurail o.J.a).

Das deutsche Schienennetz umfasst (Stand 2022) fast 39.000 km (vgl. Eurostat 2024). Damit ist es eines der längsten in Europa. 2022 wurden in Deutschland fast zwei Milliarden Menschen mit dem Schienenpersonenverkehr der DB befördert und der Höchststand betrug im Jahr 2019 (vor Beginn der Corona-Pandemie) über 2,6 Milliarden Fahrgäste*innen (vgl. Deutsche Bahn 2022, S. U5). Nach der Verkehrsverflechtungsprognose 2030 der Reiseanalyse wird dennoch eine Zunahme der Verkehrsleistung der Eisenbahn von 6,9 % bis 2030 prognostiziert (vgl. Lohmann et al. 2020, S. 17). Insgesamt ist daher von Wachstum des Schienenpersonenverkehrs auszugehen. Zudem hat sich nach Lohmann et al. (2020, S. 14) die Deutsche Bundesregierung im Kontext des Klimawandels zu dem Klimaschutzprogramm 2030 verpflichtet, welches das touristische Angebot und den Verkehr, beispielsweise durch die CO₂-Bepreisung beeinflusst. In diesem Rahmen soll der Schienenpersonenverkehr gefördert werden. Dazu zählt auch auf lange Sicht, dass die DB bis 2038 ausschließlich mit Ökostrom fahren will (vgl. Lohmann et al. 2020, S. 30).

In Europa hat nach Palonen (2020, S. 74) die Implementierung von Schnellzügen in den 1980er Jahren den europäischen Schienenverkehr grundlegend verändert. Auf den „Train à grande vitesse“ (TGV) in Frankreich folgten der „Intercityexpress“ (ICE), „Eurostar“, „Pendolino“ und „Alta Velocidad Española“ (AVE). Heutzutage verfügen viele europäische Länder über Schnellzüge (vgl. Palonen 2020, S. 74).

Diese führen zu einer Reduzierung der Reisezeit bei gleichzeitig erhöhtem Komfort (vgl. Stoll et al. 2017, S. 36). Vor allem die reduzierte Reisedauer hat zu einer entscheidenden Attraktivitätssteigerung des Angebots beigetragen (vgl. Brinkmann 2021, S. 248). Die Länge des Hochgeschwindigkeitsnetzes nahm von 2015 bis 2020 um ca. 1500 km zu, was (trotz Regression während der Corona-Pandemie) in der Zukunft für einen weiteren Ausbau spricht (vgl. Europäische Kommission 2023, S. 1). In einer Studie von „Europe’s Rail Joint Undertaking“ (EU-Rail JU) wird geschlussfolgert, dass sich eine Erweiterung des Hochgeschwindigkeitsnetzes in Europa positiv auf die europäische Gesellschaft und Wirtschaft in Zukunft auswirken wird (vgl. Europe’s Rail JU 2023, S. 17).

Das gesamte europäische Schienenverkehrsnetz umfasst ca. 300.000 km und ist damit nach dem amerikanischen Netz das zweitlängste weltweit (vgl. Groß 2017, S. 311f.). Es ist zu beachten, dass die konkrete Längenangabe in verschiedenen Quellen variiert. Innerhalb von Europa sind nach Deutschland in Frankreich mit über 27.000 km und Polen mit fast 20.000 km Länge (Stand 2022) die längsten Schienennetze zu finden (vgl. Eurostat 2024). Das europäische Schienenverkehrsnetz gehört insgesamt zu einem der sichersten der Welt (vgl. Europäische Kommission 2023, S. 11).

Die Europäische Kommission (2023, S. 1) legt dar, dass die Entwicklung des Personenverkehrsaufkommens bis zum Beginn der Corona-Pandemie positiv verlief und jährlich um 3 % anstieg. Die Personenkilometer pro Einwohner haben bis einschließlich 2019 ebenfalls stetig zugenommen und betragen vor Beginn der Pandemie durchschnittlich 934 km (vgl. Europäische Kommission 2023, S. 5). Insgesamt lässt sich somit sowohl eine Zunahme in der Nutzung als auch in der zurückgelegten Strecke feststellen.

Die konkrete Anzahl europäischer Eisenbahnunternehmen ist in verschiedenen Quellen unterschiedlich angegeben. Dennoch ist festzustellen, dass gemessen anhand der Personenkilometer (Stand 2021) die größten europäischen Bahnunternehmen (absteigend) die französische „Société nationale des chemins de fer français“ (SNCF), der „Deutsche Bahn-Konzern“, die italienische „Ferrovie dello Stato Italiane“ (FS Italiane), die spanische „Renfe Operadora“, die „Schweizerischen Bundesbahnen“ (SBB) und die niederländische „Nederlandse Spoorwegen“ (NS) sind (vgl. Community of European Railway and Infrastructure Companies 2022, S. 26). Diese Unternehmen arbeiten alle unter anderem mit Eurail B.V. zusammen (die Ferrovie dello Stato Italiane durch das Tochterunternehmen „Trenitalia“) (vgl. Eurail o.J.a).

Im Jahr 2020 waren insgesamt 910.000 Menschen im europäischen Eisenbahnsektor tätig, was sowohl den Bereich der Eisenbahnunternehmen als auch Arbeiten für die bestehende Infrastruktur umfasst (vgl. Europäische Kommission 2023, S. 15).

Neben den Bahnunternehmen gibt es sowohl auf nationaler als auch internationaler Ebene zahlreiche Institutionen und Verbände, die in dem Sektor tätig sind. Dazu zählt auf

internationaler Ebene zum Beispiel die „International Union of Railways“ (UIC) (dt.: Internationaler Eisenbahnverband), welche sich dafür einsetzt, die Bedingungen des internationalen Schienenverkehrs, welcher mit verschiedenen Herausforderungen konfrontiert ist, zu verbessern und zu vereinheitlichen (vgl. Groß 2017, S. 304). Auf diese Herausforderungen wird nachfolgend näher eingegangen.

2.3.2 Herausforderungen des grenzübergreifenden Schienenverkehrs

Herausforderungen im europäischen Eisenbahnbetrieb, wie von Stoll et al. (2017, S. 37) beschrieben, resultieren primär aus der Unvereinbarkeit nationaler Bahnunternehmen in der Zusammenarbeit. Dies umfasst sowohl technische Hürden wie die Unterschiedlichkeit von Spur- und Oberleitungssystemen oder Spurweiten, als auch betriebliche Hindernisse bei unternehmensübergreifenden Prozessen (vgl. Stoll et al. 2017, S. 37).

Entscheidungsfindungen können zudem durch behördliche Prozesse beider Seiten erheblich verzögert werden, was die Umsetzung verlangsamt (vgl. Caesar et al. 2018, S. 211). Diese Faktoren erschweren länderübergreifende Abstimmungen bei der Planung des grenzübergreifenden Schienenverkehrs und fallen vor allem bei Abweichungen vom Fahrplan ins Gewicht (vgl. Stoll et al. 2017, S. 37).

Infolgedessen kann es zu Konsequenzen für den grenzübergreifenden Schienenpersonenverkehr kommen. Beispielsweise dürfen laut Gafafer (2023) nach einem Beschluss der SBB aus dem Jahr 2023 nur noch wenige Züge aus Deutschland in die Schweiz einfahren, da es in der Vergangenheit durch häufige Verspätungen zu Problemen für den Schweizer Fahrplan gekommen sein soll. Als Konsequenz dürfen viele ICE nur noch bis zum Bahnhof Basel SBB fahren und Passagiere, die eine Weiterreise in der Schweiz planen, müssen umsteigen (vgl. Gafafer 2023).

Auch die Überlastung von Fahrtwegen stellt ein Problem für den reibungslosen Ablauf des Schienenverkehrs allgemein dar (vgl. Europäische Kommission 2023, S. 10f.). Die Ursache liegt unter anderem darin, dass sich in Europa der Güter- und Personenverkehr das gleiche Schienennetz teilen (vgl. Meier et al. 2013, S. 162). Außerdem bestehen häufig enge Verflechtungen von Pendlerströmungen in den Grenzräumen (vgl. Caesar et al. 2018, S. 209). Somit muss für manche Züge Priorität eingeräumt werden und andere müssen ihre Weiterfahrt abwarten. Die durchschnittliche Pünktlichkeit des Personenverkehrs hat sowohl im Nah- und Regional-, als auch im Fernverkehr von 2015 bis 2020 abgenommen, was vor allem im grenzüberschreitenden Verkehr zu verzeichnen war (vgl. Europäische Kommission 2023, S. 11).

Neben Unzuverlässigkeit können auch die Länge von Zugreisen, Anzahl notwendiger Umstiege oder hohe Passagierzahlen zu Unannehmlichkeiten für Reisende führen und als unpraktisch wahrgenommen werden (vgl. Palonen 2020, S. 70). Nicht alle Bahngesellschaften stellen internationale Zugtickets zur Verfügung und die Buchung von Einzeltickets kann zu Problemen im Zusammenhang mit Fahrgastrechten oder Buchungsbedingungen führen (vgl. Fokuhl 2024). Zu weiteren Hindernissen zählen auch Bahnstreiks, die zur Zeit vor allem in Deutschland zu mehrtägigen flächendeckenden Zugausfällen führen können, was Bahnreisen erschweren kann (vgl. Wiederwald 2024).

Eine allgemein-europäische Disparität lässt sich auch in Bezug auf die unterschiedliche Entwicklung des Schienenverkehrs in West- und Osteuropa feststellen. Die Entwicklung in Osteuropa im Schienenverkehr ist weniger fortschrittlich als im Westen (vgl. Endemann 2019, S. 157). Es gibt tendenziell weniger Züge und diese fahren häufig langsamer und werden als unbequemer wahrgenommen (vgl. Palonen 2020, S. 72f.). Dies hat die Zunahme des PKW- und Luftverkehrs in den betroffenen Ländern begünstigt (vgl. Endemann 2019, S. 157).

Derzeitige Ereignisse stellen weitere Herausforderungen für den Sektor dar. Dieser erholt sich langsam von der Corona-Pandemie, welche eine erhebliche Reduzierung des Personenaufkommens auslöste (vgl. Europäische Kommission 2023, S. 16). Zudem führt der seit Anfang des Jahres 2022 andauernde russische Angriffskrieg in der Ukraine neben den offensichtlichen Sicherheitsrisiken und Einschränkungen für Reisende, bei der DB beispielsweise auch auf regionaler Ebene dazu, dass Züge verkürzt oder reduziert werden müssen, da wichtige Ersatzteile aus der Ukraine nicht geliefert werden können (vgl. Der Spiegel 2022). Außerdem beeinflussen steigende Energiekosten die Mobilitätspreise und Inflation wirkt sich auf die Kaufkraft von Reisenden aus (vgl. Lohmann et al. 2020, S. 16).

Im Kontext des demografischen Wandels stellen zudem die „Überalterung“ der Belegschaft und das geringere Nachrücken junger Arbeitskräfte ein Risiko für die Stabilität der Arbeitskraft in dem Schienenverkehrssektor dar (vgl. Europäische Kommission 2023, S. 15).

Um Hindernisse abzubauen, bemüht sich die Europäische Union um Vereinheitlichung in Form des transeuropäischen Verkehrsnetzes „Trans-European Network“ (TEN). Dies bringt technische Vorgaben mit sich, wie beispielsweise Eisenbahnkorridore mit dem „European Rail Traffic Management System“ (ERTMS) auszurüsten (vgl. Stoll et al. 2017, S. 37). Dem Bereitstellungsplan des Signalsystems ERTMS zufolge, sollten bis 2023 15.683 km damit ausgerüstet sein, doch zum Zeitpunkt der Messung seitens der Europäischen Kommission für den achten Bericht über die Überwachung der Entwicklung des Schienenverkehrsmarkts von 2023 waren erst 5906 km ausgerüstet, was eine Verzögerung darstellt (vgl. Europäische Kommission 2023, S. 10). Darüber hinaus stellt das TEN verpflichtende technische

Spezifikationen, wie Anforderungen an neu gebaute Fahrzeuge oder Strecken (vgl. Stoll et al. 2017, S. 37).

Ferner wurde 2021 die europäische Partnerschaft EU-Rail JU für Forschung und Innovation im Schienenverkehr gegründet (vgl. Europe's Rail JU o.J.). Die Partnerschaft hat zum Ziel „(...) einen raschen Übergang zu einem attraktiveren, benutzerfreundlichen, wettbewerbsfähigen, erschwinglichen, wartungsfreundlichen, effizienten und nachhaltigen europäischen Eisenbahnsystem zu gewährleisten, das in das allgemeine Verkehrssystem integriert ist“ (Europäische Kommission 2023, S. 17f.). Das im gleichen Jahr durchgeführte „European Year of Rail“ (dt.: Europäisches Jahr der Schiene) sollte durch Initiativen und Veranstaltungen Aufmerksamkeit auf den Schienenverkehr und dessen Dimension lenken (vgl. Bundesministerium für Digitales und Verkehr 2021).

Trotz der politischen Bemühungen sind nach Stoll et al. (2017, S. 38) grundlegende Hindernisse weiterhin präsent, vor allem durch Vereinbarungen zu Sonderfällen, ausstehenden Umbauten und Interpretationsspielraum bei Anwendung der Vereinbarungen.

2.3.3 Bahnreiseanbieter und Konkurrenz

Bahnunternehmen (wie die DB) als Anbieter von Bahnreisen sind sowohl mit intramodalem als auch intermodalem Wettbewerb auf dem Markt konfrontiert (vgl. Guihéry 2019, S. 3).

Intramodal werden europäische Bahnreisen, bzw. die dafür notwendigen Tickets, sowohl direkt, beispielsweise über unternehmenseigene Websites (z.B. bei der DB) als auch von externen Anbietern (z.B. über das Vergleichsportale „Rail Europe“) auf dem Markt verkauft (vgl. Deutsche Bahn o.J.; vgl. Rail Europe o.J.). Flixtain stellt zum Beispiel eine Konkurrenz zu der DB auf dem deutschen Markt dar (vgl. Guihéry 2019, S. 3).

Darüber hinaus gibt es Bahnreiseangebote, die über standardisierte Bahnfahrten hinausgehen. Ein alternatives Angebot stellen beispielsweise die Nachtzüge der „Österreichischen Bundesbahnen“ (ÖBB) dar, mit denen europaweit Destinationen über Nacht erreicht werden können. Dazu zählen über 25 europäische Metropolen und es kann je nach gewünschtem Komfort ein Schlaf-, Liege- oder Sitzwagen gebucht werden (vgl. ÖBB o.J.).

Eine weitere Sonderform, welche sich aus dem Konzept der Schlafwagen heraus entwickelt hat, sind Luxuszüge. Luxuszüge gibt es in über 50 Ländern und ein Beispiel ist der „Venice Simplon-Orient-Express“ (VSOE) welcher zwischen London, Paris, Venedig und Prag unterwegs ist (vgl. Groß 2017, S. 333f.).

In Anlehnung daran gibt es auch Angebote, die mehrere Leistungen miteinander kombinieren. Ein Beispiel stellt eine Panoramareise mit dem „Gotthard Panorama Express“ dar, die sowohl eine Schiff- als auch eine Zugfahrt umfasst (vgl. SBB o.J.).

Interrail stellt eine weitere spezielle Ticketform auf dem europäischen Bahnreisemarkt dar, welche in Kapitel 3 näher analysiert wird.

Intermodal stellen Unternehmen für Reisen mit anderen Verkehrsmitteln, wie beispielsweise mit Fernbussen, eine Konkurrenz zu Bahnreiseanbietern dar. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf Flixbus, als Marktführer von preiswerten Fernbusreisen in Europa (vgl. Guihéry 2019, S. 3, 6).

In Anbetracht der Preisrelevanz und Reisedauer, zählen des Weiteren emissionsintensive Low-Cost-Carrier unter den Airlines zur Konkurrenz (vgl. Clewlow et al. 2014, S. 136).

Insgesamt ist Mobilität für touristische Ortsveränderungen unabdingbar notwendig. Sowohl die Nachfrage als auch das Angebot sind von Trends und externen Entwicklungen beeinflusst, wobei Reiseentscheidungen im Kontext des Klimawandels auch vom klimafreundlichem Verhalten der Reisenden abhängen. Dabei stehen ihnen verschiedene Fortbewegungsmöglichkeiten zur Verfügung, die sich in ihrem Umwelteinfluss differenzieren. Züge als besonders klimafreundliche Verkehrsmittel bilden die Grundlage für Interrail-Reisen und platzieren sich auf dem Schienenpersonenverkehrsmarkt. Der Markt birgt Herausforderungen für den grenzüberschreitenden Verkehr und umfasst verschiedene Anbieter sowie Bahnreiseangebote. Eines der Angebote sind Interrail-Pässe.

3. Das Reiseprodukt Interrail

Interrail-Pässe wurden ursprünglich eingeführt, um das intra-europäische Reisen anzukurbeln, Aufmerksamkeit auf europäische Probleme zu lenken und eine europäische Identität zu entwickeln (vgl. Timothy und Zhu 2021, S. 255).

Palonen (2020, S. 71ff.) legt dar, dass das Umherreisen eine alte europäische Tradition ist, basierend auf der Grand Tour³ junger Männer. In Anbetracht der möglichen Reisebewegungen zu einer Destination hin, von einem Ort weg oder von Ort zu Ort zählt das Reisen mit Interrail demnach konzeptuell zu der letzten Gruppe. Die Reise mit Interrail bezieht sich folglich nicht auf das reine Erreichen von Destinationen, sondern stellt das Reisen mit dem Zug an sich in den Vordergrund, welcher neben dem Transportmittel der Wahl zusätzlich auch als Unterkunft dienen kann (vgl. Palonen 2020, S. 71ff.).

³ Reisen junger adeliger Männer durch Europa zu Bildungszwecken im 18. Jahrhundert (vgl. Luger 2022, S. 86)

Das Motiv des Umherreisens stellt dabei Urlaub dar, denn „Urlaubstourismus umfasst private Übernachtungsreisen zu einem Reiseziel außerhalb des gewöhnlichen Umfeldes mit einer Dauer von weniger als einem Jahr“ (Lohmann et al. 2020, S. 4).

Anhand dieser Definition lässt sich darlegen, dass Interrail-Reisen als Urlaubsreisen kategorisiert werden können. Aufgrund der mehrtägigen Reismöglichkeiten kann von Reisen mit Übernachtungen ausgegangen werden, die Pässe können nicht zu mehrtägigen Reisen im eigenen Land genutzt werden, weshalb automatisch das gewöhnliche Umfeld verlassen wird und die maximale Reisedauer beträgt drei Monate. Der Urlaubstourismus ist das ökonomisch wichtigste Segment des Tourismus (vgl. Lohmann et al. 2020, S. 3f.).

Die Anzahl der Reisenden mit Interrail-Pässen lag im Jahr 2019 bei 300.000 Reisenden und die Länge der Reisewege bei 250.000 km (vgl. Eurail 2019). Interrail-Pässe sind demnach für eine breite europäische Zielgruppe erhältlich und werden bereits von zahlreichen Reisenden genutzt.

Die Pässe haben sich von einem „traditionellen“ Ein-Monats-Ticket zu einer Menge unterschiedlicher Ticketoptionen mit unterschiedlichen Reiseoptionen entwickelt (vgl. Palonen 2020, S. 70). Interrail-Reisen liegen einem Erlebnischarakter zugrunde und werden assoziiert mit Abenteuer, Freiheit und Flexibilität (vgl. Eurail 2023, S. 7).

Nachfolgend werden die Entwicklung von Interrail, Eigenschaften des Produkts und die primäre Zielgruppe analysiert.

3.1 Die Entwicklung von Interrail

Die UIC führte Interrail 1972 als ein Projekt zu seinem Jubiläum ein, welches sich grundlegend an den bereits 1959 eingeführten Eurail-Pässen orientierte (vgl. Eurail 2023, S. 4; vgl. Manka 2022, S. 220f.). Folglich sind die Interrail-Pässe bereits seit über 50 Jahren auf dem Markt. Zunächst konnten Interrail-Pässe nur von Menschen unter 21 Jahren erworben werden, erst ab 1998 waren sie für alle Altersstufen erhältlich (vgl. Timothy und Zhu 2021, S. 255). Dennoch gestaltete sich das Wachstum von Beginn an rasant: Im ersten Jahr 1972 wurden insgesamt 87.375 Pässe verkauft und 1973 bereits 122.305 Pässe (vgl. Manka 2022, S. 223).

Ursprünglich konnten nur bis zu 21 Länder mit dem Pass entdeckt werden (vgl. Eurail 2023, S. 4). Manka (2022, S. 221f.) legt jedoch dar, dass die Anzahl teilnehmender Länder mit den Jahren schrittweise anstieg. Gleichmaßen nahm die allgemeine Popularität von Interrail in Europa zu, was vor allem an der Budgetfreundlichkeit der Tickets lag. Mit dem Beitritt nordeuropäischer Länder wie Finnland und Norwegen zu Beginn der 70er-Jahre, ergab sich erstmalig eine bezahlbare Möglichkeit diese Länder zu bereisen. 1990 erreichte die Beliebtheit mit 370.000 verkauften Pässen einen Höhepunkt und sank in den Folgejahren deutlich, was

auf finanzielle Krisen der Länder zurückgeführt wird. Im Jahr 1993 wurden beispielsweise nur 132.000 Pässe verkauft (vgl. Manka 2022, S. 221f.).

Rückblickend auf die dargelegten Zahlen von Eurail (2019), ist die Anzahl Reisender wieder angestiegen. Es lässt sich schlussfolgern, dass externe Einflüsse sich auf die Verkaufszahlen von Interrail auswirken.

Eurail (2023, S. 4) gibt an, dass sich das gemeinsame Management der Pässe im Jahr 2001 etablierte und 2006 die Website „Interrail.eu“ gelauncht wurde. 2013 folgte die dazugehörige „Rail Planner“ App, über die zur Reiseplanung unter anderem Fahrpläne und Verbindungen gesucht und Reservierungen getätigt werden können (vgl. Eurail 2023, S. 4).

Als Initiative der EU wurde 2018 „Discover EU“ mit dem Ziel gelauncht, einer jungen Zielgruppe zu zeigen, dass Zugreisen durch Europa möglich und praktisch sind (vgl. Palonen 2020, S. 74). Die Umsetzung erfolgt durch die jährliche Verlosung kostenloser Interrail-Pässe in großer Zahl an 18-jährige Erwachsene, welchen ermöglicht werden soll Europa zu entdecken, unabhängiger zu werden und die europäischen „Werte“ kennenzulernen (vgl. Eurail 2023, S. 8).

Eurail (202, S. 4) legt dar, dass es die Pässe seit 2020 auch digital gibt. Die papierlose Option soll Reisenden noch mehr Freiheit geben. Der Pass kann jederzeit gekauft werden und ist elf Monate lang einlösbar. Daher ist es bis zum Reisebeginn nicht (mehr) notwendig, das Datum vorab festzulegen. Zudem kann das Ticket der Rail Planner App hinzugefügt werden. Im Falle des Verlusts des Handys kann das Ticket kostenfrei ersetzt werden (vgl. Eurail 2023, 11f.).

Darüber hinaus engagierte sich Eurail (2020, S. 4) im Rahmen des European Year of Rail gemeinsam mit der europäischen Reisekommission und launchte einen Award für die beste touristische Bahnreisekampagne in diesem Zusammenhang. 2022 feierte Interrail den 50. Geburtstag und veränderte das eigene Design (vgl. Eurail 2023, S. 4).

Die Entwicklung von Interrail ist insgesamt eng mit der europäischen Geschichte verbunden. Eurail (2023, S. 6) stellt sich selbst als Pionier der Verbindung europäischer Nachbarländer durch Verringerung des „Grenzgefühls“ und in der Bewerbung von Reisen mit der Bahn als effiziente und umweltfreundliche Reisemöglichkeit dar. Entwicklungen und Produktveränderungen können nach wie vor als im Wandel betrachtet werden: Beispielsweise wurden Estland und Lettland erst 2020 aufgenommen, in Frankreich wurden Züge von der Nutzung mit dem Pass ausgeschlossen und in Dänemark wurden Grenzkontrollen wieder eingeführt (vgl. Palonen 2020, S. 74).

Die Entwicklung von Interrail zeigt insgesamt einen Wandel hin zu einem zunehmend umfassenden und digitalen Produkt mit erweiterten Möglichkeiten.

3.2 Eigenschaften von Interrail-Reisen

Das Unternehmen Eurail B.V. kategorisiert sechs grundlegende Eigenschaften von Reisen mit Interrail: Freiheit, Flexibilität, Preis-Leistungs-Verhältnis, Freundschaften, Komfort und Unterstützung (vgl. Eurail o.J.b). Diese werden im Folgenden analysiert, da sie der Herausstellung von Attraktivitätsmerkmalen dienen und Hinweise auf Vor- und Nachteile des Produkts geben.

Freiheit

Eurail (o.J.b) legt Freiheit als erstes Hauptmerkmal von Reisen mit Interrail dar. Laut des Unternehmens können mit Interrail-Pässen theoretisch bis zu 40.000 Ziele erreicht werden und das ohne die Notwendigkeit einer vollständigen Planung oder Festlegung im Vorhinein. Reisende genießen die Freiheit, sowohl ihre Ziele als auch ihre Begleitung frei zu wählen (vgl. Eurail o.J.b).

Nach Palonen (2020, S. 70) dienen verschiedene Ticketoptionen dazu, den verschiedenen Reisegründen, aus denen sich Reisende auf den Weg machen, gerecht zu werden und haben die Freiheit, mit einem solchen Ticket zu reisen, weiter erhöht.

Mit einem Global Pass kann unbegrenzt in bis zu 33 Länder gereist werden (vgl. Eurail 2024a). Dieser ist als „Flexi Pass“ (dt.: Flexi Pass) für: vier Tage innerhalb eines Monats, fünf Tage innerhalb eines Monats, sieben Tage innerhalb eines Monats, zehn Tage innerhalb von zwei Monaten und 15 Tage innerhalb von zwei Monaten erhältlich (vgl. Eurail 2023, S. 9). Die Reisetage können dabei innerhalb des vorgegebenen Zeitraums eigenständig festgelegt werden und gelten von Mitternacht bis Mitternacht an einem Tag (vgl. Eurail 2024a). Außerdem gibt es laut Eurail (2023, S. 9) den Global Pass als „Continuous Pass“ (dt.: fortlaufender Pass), mit dem entweder 15 oder 22 Tage in Folge sowie ein, zwei oder drei Monate lang durchgängig gereist werden kann. Ein One Country Pass ermöglicht unbegrenztes Reisen in einem Land. Als Flexi Pass ist dieser für drei, vier, fünf, sechs, sieben, acht, zehn oder fünfzehn Tage innerhalb eines Monats erhältlich. Als Continuous Pass ermöglicht er das Reisen für vier, fünf, sieben, zehn oder fünfzehn Tage in Folge. Als letzte Kategorie gibt es den „Greek Island Pass“ (dt.: Griechischer Inseln Pass), mit dem die griechischen Inseln bereist werden können. In Griechenland kann damit entweder vier Tage innerhalb eines Monats unbegrenzt mit nationalen, teilnehmenden Fähren oder sechs Tage innerhalb eines Monats in Griechenland und Italien mit internationalen, teilnehmenden Fähren gereist werden (vgl. Eurail 2023, S. 9). Bestseller sind laut Eurail (o.J.c) der Global-Pass mit 5 Reisetagen und der Global-Pass mit 7 Reisetagen. Insgesamt können je nach individuellem Reisewunsch das passende Ticket und die Destinationen frei gewählt werden. Zu beachten ist, dass bis auf für die „Outbound

Journey“⁴ und „Inbound Journey“⁵ (bei dem Global Pass) die Pässe nicht zu Reisen im Wohnsitzland genutzt werden dürfen (vgl. Eurail 2024a).

Ursprünglich fanden Interrail-Reisen klassischerweise nach dem Schulabschluss im Sommer statt, was diese häufig zu einer ersten unabhängigen europäischen Reiseerfahrung machte (vgl. Timothy und Zhu 2021, S. 255). Dabei stieß der Interrail-Trend von Beginn an auf große Akzeptanz bei den Eltern der Reisenden, da dies als sicherer wahrgenommen wurde als anderen freiheitsbezogenen Reisetrends zu folgen, wie zum Beispiel dem des Trampens (vgl. Manka 2022, S. 221). Die Idee der Initiative „Discover EU“ fördert das unabhängige Reisen von 18-Jährigen. Reisende sollen europäische Vielfalt erleben und die schönsten Ecken Europas entdecken (vgl. Eurail 2023, S. 5). Werbesprüche wie „Global Pass – Free to Explore Europe“ spiegeln diesen Gedanken in dem Marketing der Pässe wieder (vgl. Jensen et al. 2015, S. 112).

Insgesamt bietet Interrail vor allem jungen Erwachsenen eine freie und unabhängige Reisemöglichkeit.

Flexibilität

Flexibilität ist eine weitere Eigenschaft von Interrail-Reisen (vgl. Eurail o.J.b). Eurail (o.J.b) betont, dass sowohl der Zeitpunkt der Reise als auch die Destinationen und Aufenthaltszeiten individuell und flexibel festgelegt werden können. Dass digitale Pässe jederzeit gekauft und aktiviert werden können, trägt zu zunehmender Flexibilität bei (vgl. Eurail 2023, S. 12).

Zudem ist das Konzept des Backpackings, welches flexibles Reisen in den Vordergrund stellt, kompatibel mit Interrail. Europa ist eine beliebte Destination für Backpacking und das Reisen mit dem Zug ist in diesem Kontext die gängigste Fortbewegungsmethode (vgl. Timothy und Zhu 2021, S. 255).

Dennoch kann sich die Flexibilität durch notwendige Planungen im Vorfeld auch reduzieren. Nach Eurail (2023, S. 13) sind Sitzplatzreservierungen in manchen Zügen verpflichtend (z.B. in Nachtzügen oder Schnellzügen wie dem TGV und AVE) und können in anderen freiwillig dazugebucht werden. Die Reservierungen verursachen zusätzliche Kosten welche bei 1–140 € pro Sitzplatz liegen und bis zu drei Monate im Voraus getätigt werden können (vgl. Eurail 2023, S. 13). Diese Reservierungen sind in manchen Zügen erforderlich, während dies zum Teil in anderen Zügen auf den gleichen Strecken nicht erforderlich ist (vgl. Palonen 2020, S. 74). Dies kann Verwirrung stiften und schränkt die Planungsfreiheit ein, vor allem wenn diese zum Beispiel in der Hochsaison länger im Voraus gebucht werden müssen. In der App gibt es

⁴ Reise ins Ausland (vgl. Eurail 2024a)

⁵ Rückreise ins Wohnsitzland (vgl. Eurail 2024a)

die Möglichkeit „Nicht reservierungspflichtige“ Verbindungen zu suchen die unter Umständen allerdings länger dauern (vgl. Eurail 2024a).

Preis-Leistungs-Verhältnis

Den Angaben von Eurail (o.J.b) zufolge, haben Interrail-Pässe in Anbetracht der Reiseoptionen bei gleichzeitiger Spontanität und Flexibilität ein gutes Preis-Leistungsverhältnis.

Die Preise der Pässe unterscheiden sich nach den Altersgruppen der Reisenden. Eurail (2023, S. 10) gibt an, dass Erwachsene von 28 bis 59 Jahren den vollen Preis bezahlen. Jugendliche und junge Erwachsene von 12 bis 27 Jahren erhalten 25 % Ermäßigung auf den Reisepreis des Global-Passes und bis zu 20 % Ermäßigung auf den Ein-Länder-Pass. Kinder von 0 bis 11 Jahren reisen kostenfrei (vorausgesetzt mindestens ein Erwachsener ist dabei. Ein Erwachsener kann bis zu zwei Kinder mitnehmen). Senior*innen ab 60 Jahren erhalten 10 % Ermäßigung auf den Reisepreis. Der Preis unterscheidet sich zudem je nach Reiseklasse (vgl. Eurail 2023, S. 10).

Es lässt sich feststellen, dass abgesehen von Kindern, welche nicht allein reisen können, die Tickets für Jugendliche und junge Erwachsene im Vergleich am günstigsten sind und das beste Preis-Leistungs-Verhältnis haben.

Die Preise differenzieren sich bei dem One Country Pass neben der Altersgruppe der Teilnehmenden und der Reisedauer auch je nach Ländergruppe. Drei Tage durch Großbritannien reisen kostet für die ermäßigte Altersgruppe in der 2. Klasse derzeit beispielsweise 188 € während drei Tage in derselben Kategorie durch Bulgarien zu reisen 58 € kosten (vgl. Eurail 2024b).

Preislich profitieren Reisende bei Erwerb eines Tickets von zusätzlichen Vorteilen und Rabatten auf ihrer Reise (vgl. Eurail 2023, S. 3). Dazu zählen bis zu 10 % auf Attraktionen und Touren, 10 % in einigen Hostels, 10 % im „Hard Rock Café“ und bis zu 50 % auf „City Cards“ (dt.: Stadtausweise) sowie auf Fährfahrten in Europa. Außerdem gibt es ermäßigte Eintritte in Museen und Sehenswürdigkeiten, Rabatte bei Gepäckaufbewahrung und in Modeoutlets. Erste-Klasse-Tickets ermöglichen zusätzlich Eintritt in erste Klasse Lounges an ausgewählten Bahnhöfen in Europa (vgl. Eurail 2023, S. 14). Folglich umfasst das Produkt Vorteile, die zusätzliche Reisekosten senken können.

Freundschaften

Eurail (o.J.b) hebt hervor, dass Interrail-Reisen Gelegenheiten bieten, andere Reisende oder die lokale Bevölkerung kennenzulernen und auf Reisen neue Freundschaften zu schließen. Das Unternehmen betont in der eigenen Pressemappe von 2023: „We believe that travelling opens minds, brings cultures closer together, and deepens our understanding and empathy

for one another" (Eurail 2023, S. 7). Manka (2022, S. 236) hebt hervor, dass die Zugehörigkeit zu der Gemeinschaft anderer Interrail-Reisender bereits seit Einführung der Pässe eine wichtige Eigenschaft war. Eine in diesem Kontext durchgeführte qualitative Befragung ehemaliger finnischer Interrail-Reisender ergab, dass das Zugehörigkeitsgefühl zu der Gruppe junger Reisender ein wesentlicher Motivationsfaktor für die Reise bei ihnen war. Dabei wurde hervorgehoben, dass neben dem Besuch neuer Orte auch das Kennenlernen neuer Menschen aus verschiedenen Ländern im Fokus stand (vgl. Manka 2022, S. 232).

Das Unternehmen stützt diesen Gedanken mit der „Eurail Community“ (dt.: Eurail Gemeinschaft), die über eine Unterseite der offiziellen Interrail-Website Interrail.eu erreichbar ist. Neben dem Austausch von Erfahrungen und Tipps bietet die Community auch die Möglichkeit, einen sogenannten „Travel buddy“ (dt.: Reisepartner*in) zu finden, um gemeinsam mit Interrail zu reisen (vgl. Eurail o.J.d).

Komfort

Komfort ist laut Eurail (o.J.b) eine weitere Eigenschaft von Zugreisen mit Interrail. Dazu zählt, dass in der Regel die Möglichkeit gegeben ist, sich frei im Zug zu bewegen und zum Beispiel Panoramablicke aus dem Fenster genossen werden können (vgl. Eurail o.J.b).

Zu den Sitzplatzreservierungen wird hervorgehoben, dass diese neben dem Platz oder Bett weitere Services wie WLAN enthalten können, die den Reisekomfort erhöhen (vgl. Eurail 2024a).

Wer sich zudem generell mehr Komfort auf Interrail-Reisen wünscht, kann für einen um 25 % höheren Preis ein Erste-Klasse-Ticket wählen (vgl. Palonen 2020, S. 70).

Unterstützung

Durch das gemeinsame Management der Pässe unter Eurail (o.J.b) wird den Reisenden gebündelt Unterstützung bei der Vorbereitung der Reise und unterwegs geboten. Dazu zählen zum Beispiel Buchungen und Sitzplatzreservierungen (vgl. Eurail o.J.b).

Interrail-Pässe können direkt auf der Website Interrail.eu gebucht werden und diverse Informationen werden bereitgestellt (vgl. Eurail o.J.c). Durch die zunehmende Digitalisierung des Produkts werden Informationen außerdem direkt über die App bereitgestellt, und Reservierungen können mobil über diese getätigt werden (vgl. Eurail 2023, S. 11 ff.). Informationen können beispielsweise Benachrichtigungen sein, wenn Behinderungen des Schienenverkehrs in Destinationen z.B. durch Streiks auftreten. Informationen zu Echtzeit-Verspätungen sind davon allerdings ausgenommen (vgl. Jensen et al. 2015, S. 123).

Website und App sind im Corporate Design⁶ gestaltet und optisch aufeinander abgestimmt.

3.3 Primäre Zielgruppe von Interrail

Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene von 12 bis 27 Jahren reisen durch den 25 % bzw. 20 % ermäßigten Reisepreis im Vergleich am günstigsten mit einem Interrail-Pass (vgl. Eurail 2023, S. 12). Ein Global Pass, um einen Monat lang durchgängig reisen zu können, kostet für die Zielgruppe in der 2. Klasse derzeit beispielsweise 522 €, während er für Erwachsene ab 28 Jahren 696 € kostet (vgl. Eurail 2024c).

Dies lässt darauf schließen, dass sich der Preis bewusst für diese Zielgruppe am attraktivsten darstellen soll. Zudem waren die Pässe, wie in der Entwicklung in Kapitel 3.1 dargelegt, ursprünglich nur für Jugendliche und junge Erwachsene zu erwerben und erst später für alle Altersstufen erhältlich (vgl. Timothy und Zhu 2021, S. 255). Nachfolgend wird diese Altersgruppe daher als die „primäre Zielgruppe“ von Interrail bezeichnet.

Diese Zielgruppe gehört zu der Generation Z. Obwohl keine einheitliche Abgrenzung für die Generation Z existiert, wird sie in der Regel auf Personen bezogen, die zwischen 1995 und 2010 geboren wurden (vgl. Parment 2023, S. 3). Somit liegt das Alter der Generation Z derzeit zwischen 12 und 27 Jahren, was alterstechnisch der ermäßigten Zielgruppe von Interrail entspricht.

In zusammenfassender Betrachtung verschiedener Studien (Albert et al. 2019; Nagaj und Žuromskaite 2023; Hergesell und Dickinger 2013) lassen sich Erkenntnisse über die Generation und zugleich der primären Zielgruppe von Interrail ableiten. Im Folgenden wird Wesentliches skizziert.

Reisemotive der jungen Generation differenzieren sich sehr und werden häufig von der äußeren Umwelt beeinflusst (vgl. Nagaj und Žuromskaite 2023, S. 6). Dabei ist viel zu reisen der Generation Z im Vergleich zu vorherigen Generationen wichtiger (vgl. Parment 2023, S. 128). Das Sicherheitsbedürfnis auf Reisen ist insgesamt hoch, was vor allem auf Krisenereignisse wie Terror, den Klimawandel etc. zurückzuführen ist (vgl. Nagaj und Žuromskaite 2023, S. 6). Die Sorge um die Zukunft ist bei vielen befragten Jugendlichen in Deutschland groß (vgl. Albert et al. 2019, S. 314).

Insgesamt haben die Jugendlichen und jungen Erwachsenen ein gesteigertes Umwelt- und Klimabewusstsein und sind sich den allgemeinen Auswirkungen ihres Verhaltens auf die

⁶ Visuelles Erscheinungsbild, das das Unternehmen als Einheit erscheinen lässt (z.B. durch das Logo) (vgl. Esch 2018)

Umwelt sehr bewusst (vgl. Nagaj und Žuromskaite 2023, S. 13). Der Mehrheit ist daher umweltbewusstes Verhalten wichtig (vgl. Albert et al. 2019, S. 315).

Dennoch fällt nach Nagaj und Žuromskaite (2023, S. 9) die Entscheidung bei der Reiseverkehrsmittelwahl in der Regel primär auf solche, mit denen Reiseziele schnell erreicht werden können: Flugzeuge und Züge. Die Studie ergibt, dass die Wenigsten Reiseentscheidungen abhängig davon treffen, wie viele Emissionen freigesetzt werden.

Hergesell und Dickinger (2013, S.606ff.), legen dar, dass im Vergleich die Kosten das wichtigste Produktattribut für die Reisenden sind. Daraus ist abzuleiten, dass ein Produkt an erster Stelle dann für diese Zielgruppe attraktiv ist, wenn es günstig ist. Das zweitwichtigste Attribut nach der Studie ist die Reisedauer und die Bequemlichkeit spielt nur eine untergeordnete Rolle.

Darüber hinaus ist festzustellen, dass ein hoher Medienbezug bei der Zielgruppe existiert (vgl. Albert et al. 2019, S. 322). Das Internet hat einen hohen Stellenwert (vgl. Nagaj und Žuromskaite 2023, S. 6). Es werden überwiegend Smartphones für Online-Aktivitäten genutzt und insgesamt ist eine hohe digitale Affinität und Nutzungsmobilität bei der Zielgruppe festzustellen (vgl. Albert et al. 2019, S. 322).

Zusammenfassend verfügt das Reiseprodukt Interrail über langjährige Marktpräsenz und ist durch spezifische Eigenschaften charakterisiert, die als Attraktivitätsmerkmale wahrgenommen werden können. Die primäre Zielgruppe wird durch ermäßigte Ticketpreise abgegrenzt und bildet den Fokus für eine vertiefende Analyse der Nachfrage.

4. Empirische Nachfrageanalyse

Das folgende Kapitel legt die durchgeführte empirische Untersuchung dar. Es befasst sich mit der Erhebungsmethode, dem Aufbau des Fragebogens und den Ergebnissen der Umfrage.

4.1 Erhebungsmethode

Im Rahmen der Potenzialanalyse galt es mithilfe der empirischen Untersuchung weitere Erkenntnisse über die Attraktivität von Interrail zu sammeln, um darauf aufbauend das Potenzial einschätzen zu können. Aus diesem Grund wurde ein quantitatives Forschungsdesign gewählt, um Informationen zu dem Produkt aus Sicht der Reisenden zu sammeln.

Nach Kromrey et al. (2016, S. 23) wird im Rahmen der quantitativen Forschungsmethode ein Fragebogen erstellt, um Daten von Teilnehmer*innen statistisch erfassen zu können. Um dabei

möglichst objektive Resultate zu erhalten, wird ein hohes Maß an Standardisierung für die einzelnen Schritte der Erhebung angestrebt (vgl. Kromrey et al. 2016, S. 32). Der Fragebogen stellt das verwendete Messinstrument dar (vgl. Krebs und Menold 2022, S. 550). Der entworfene Fragebogen war teilstandardisiert in Bezug auf die formulierten Fragen (vgl. Raab-Steiner und Benesch 2015, S. 49).

Nach Krebs und Menold (2022, S. 550f.) stellt die angestrebte Objektivität eines dreier Gütekriterien dar, die zur Qualitätssicherung der Messinstrumente dienen. Dies sollte bei der Durchführung, der Auswertung und der Interpretation der Ergebnisse angestrebt werden (vgl. Krebs und Menold 2022, S. 550f.). Bei dieser Umfrage wurde dies vor allem durch eine neutrale Formulierung der Fragen, vollständige Anonymität der Teilnehmenden und statistische Auswertungen angestrebt. Als zweites Gütekriterium gilt die Reliabilität, eine erneute Durchführung der Umfrage würde zu den gleichen Ergebnissen führen (vgl. Krebs und Menold 2022, S. 551). Da sich diese Umfrage auf die Sammlung von Erkenntnissen resultierend aus persönlichen Überlegungen oder Erfahrungen bezog, wurde dies nicht als ein allumfassendes Kriterium festgesetzt. Vor allem Erfahrungen können von externen Ereignissen abhängig sein. Dennoch sollten durch überwiegend geschlossene Fragen und die Verwendung von 5-Punkt-Skalen möglichst vergleichbare Werte ermittelt werden. Dies ist im Anhang B nachzuvollziehen. Als drittes Kriterium ist die Validität zu nennen, welche darlegt, ob gemessen wird, was gemessen werden soll (vgl. Krebs und Menold 2022, S. 556). In dieser Umfrage wurde dies durch eine Kommunikation des Ziels der Umfrage zu Beginn und eine Konkretisierung dessen, was gemessen werden soll, angestrebt. Zudem wurden Teilnehmende am Anfang der Umfrage darauf hingewiesen, so ehrlich und präzise zu antworten, wie möglich.

Im Kontext der quantitativen Forschung ist im Vorhinein eine Grundgesamtheit zu definieren, damit anhand der Daten Aussagen über diese getroffen werden können (vgl. Baur und Blasius 2022, S. 14). Zielgruppe der Umfrage waren Jugendliche und junge Erwachsene jeden Geschlechts von 15 bis 27 Jahren mit Wohnsitz in Deutschland. Diese stellen die Grundgesamtheit der Umfrage dar. Abgeleitet ist diese Zielgruppe von derer, an die sich das ermäßigte Interrail-Angebot richtet: Jugendliche und junge Erwachsene von 12 bis 27 Jahren mit europäischer Staatsbürgerschaft oder Wohnsitz in Europa (vgl. Eurail 2023, S. 10). Da nicht überprüft werden konnte, ob die Teilnehmenden bereits einsichtsfähig sind, wurde die Gruppierung der Kinder bei der Umfrage ausgeklammert und das Mindestalter auf 15 Jahre festgesetzt. Zudem erfolgte die Umfrage auf Deutsch, weshalb die Auswahl weiter auf Teilnehmende mit Wohnsitz in Deutschland eingeschränkt wurde.

Da Repräsentativität als Voraussetzung gilt, um Aussagen über die Grundgesamtheit tätigen zu können, wurde für die Umfrage eine Mindestteilnehmer*innenzahl von 100 Teilnehmenden angestrebt (vgl. Baur und Blasius 2022, S. 14). Auf diese Art und Weise sollten sich insgesamt möglichst repräsentative Aussagen über die primäre Zielgruppe von Interrail treffen lassen können.

Die vorab festgelegte Altersstruktur der Zielgruppe lässt diese als überwiegend aktive Internetnutzer*innen einstufen (vgl. Wagner-Schelewsky und Hering 2022, S. 1055). Dies legte die Durchführung einer Online-Umfrage nahe, da von einer hohen Erreichbarkeit ausgegangen werden konnte. Die Durchführung erfolgte anonym, ohne die Möglichkeit, die Daten auf bestimmte Personen zurückführen zu können. Dies wurde zum Schutz der Daten der Teilnehmenden festgelegt. Ein besonderes Augenmerk lag dabei auf dem Schutz der befragten Minderjährigen. Diese wurden zusätzlich zu der vorhandenen Datenschutzerklärung vor der ersten inhaltlichen Seite darauf hingewiesen, Eltern oder andere erziehungsberechtigten Personen um Erlaubnis zu bitten, ob sie an der Umfrage teilnehmen durften.

Hauptziel der Umfrage war, Erkenntnisse zum Potenzial von Interrail hinsichtlich Stärken und Schwächen aus Sicht der Reisenden sammeln und das Nebenziel, einen Eindruck von der Relevanz des Umweltaspekts zu erhalten.

4.2 Aufbau des Fragebogens

Der Fragebogen wurde mithilfe der Online-Umfrage-Anwendung „LimeSurvey“ entworfen. Die gute Bedienbarkeit von LimeSurvey für die Teilnehmenden, stellte einen entscheidenden Faktor bei der Auswahl der Anwendung dar, da diese für einen digitalen Fragebogen essenziell ist (vgl. Baur und Blasius 2022, S. 21). Ein weiterer Grund stellte die Möglichkeit dar, mit bedingten Fragen zu arbeiten. Da sowohl bereits mit Interrail gereiste als auch noch nicht mit Interrail gereiste Personen befragt wurden, ermöglichten komplexe Bedingungen Fragen abhängig von der Reiseerfahrung stellen zu können. Viele der Fragen waren zwar unterschiedlich für die beiden Gruppierungen formuliert, doch mit ähnlichen oder gleichen Antwortmöglichkeiten konzipiert. Beide Gruppierungen zu analysieren, ermöglichte einen zusätzlichen Vergleich zwischen erlebten Wahrnehmungen und fiktiven Vorstellungen. Zudem ermöglicht die Teilnahme an der Umfrage unabhängig von vorausgegangener Reiseerfahrung, einen tendenziell realistischeren Querschnitt der entsprechenden Zielgruppe zu erreichen. Würden nur solche befragt, die bereits Erfahrung mit Interrail gemacht haben, könnte beispielsweise vermutet werden, dass eine generelle Reiseaffinität bei den Teilnehmenden vorhanden ist und die Daten nur von einer Zielgruppe mit einer ähnlichen Orientierung in

diesem Bereich gesammelt würden. Durch die Befragung beider Gruppierungen konnte dies vermieden werden. Wenige Fragen wurden direkt an die Gesamtheit aller Teilnehmenden gestellt.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit werden im weiteren Verlauf mit Interrail gereiste Teilnehmende als „Gereiste“ und noch nicht mit Interrail gereiste Teilnehmende als „potenzielle Reisende“ bezeichnet.

Der Fragebogen umfasste sowohl geschlossene und offene Fragen als auch Mischformen der beiden. Mischformen ermöglichen ergänzende Antwortalternativen, da häufig nicht alle möglichen Antworten abgedeckt werden können (vgl. Raab-Steiner und Benesch 2015, S. 54). Die Fragen wurden dabei grundsätzlich geschlossen gestellt, um die statistische Auswertbarkeit zu gewährleisten, doch durch ein Textfeld unter „Sonstiges“ oder „Anderes“ ergänzt. Die Verwendung weniger offener Fragen gab den Teilnehmenden zusätzlich die Möglichkeit frei ihre Meinung zu äußern (vgl. Baur und Blasius 2022, S. 21). Aus diesem Grund wurden (optionale) offene Fragen an Stellen verwendet, an denen Kritik geübt oder Verbesserungsvorschläge seitens der Gereisten gegeben werden konnte.

Gewählte Fragetypen waren:

- Einfachauswahl / Ja/Nein-Fragen
- Mehrfachauswahl (teilweise mit Eingabeoption)
- Matrixfragen
- 5-Punkte-Skalen
- Textbasierte offene Fragen

Zusätzlich wurde eine Textanzeige zur optionalen Hilfestellung potenzieller Reisender verwendet.

Nachfolgend werden die Inhalte der einzelnen Fragengruppen in Kürze chronologisch dargelegt. Jede Fragegruppe entspricht einer Seite der digitalen Umfrage. Insgesamt gibt es sechs Fragegruppen.

Die erste Fragegruppe umfasste die Voraussetzungen der Teilnehmenden, daher das Vorhandensein der Interrail-Erfahrung und die Rahmenbedingungen (Häufigkeit der Interrail-Reisen und Auswahl Ticket/s) bei den Gereisten. Zudem wurde überprüft, ob die potenziellen Reisenden wussten, was Interrail ist und bei Verneinung eine kurze Erklärung dargelegt, damit die Umfrage mit diesem Wissen weiterbearbeitet werden konnte.

Die zweite Fragegruppe beschäftigte sich mit den Reisepräferenzen der Teilnehmenden. Es wurden tatsächliche und überlegte primäre Motive für eine Reise mit Interrail abgefragt sowie die Relevanz von Aspekten wie dem Preis, der Digitalität, Klimafreundlichkeit etc. Zudem

wurden alle Teilnehmenden zu der Wichtigkeit von Klimafreundlichkeit bei der Wahl des Reiseverkehrsmittels generell befragt.

Die dritte Fragegruppe bezog sich auf die Reiseplanung der Teilnehmenden. Die Informationsquellen und genutzten oder hypothetisch bevorzugten Buchungsstellen wurden abgefragt sowie die Wahl der Unterkünfte bei einer Interrail-Reise. Zudem wurde eine Frage nach dem investierten und maximal zu investierenden Budget für die Reise gestellt.

Die vierte Fragegruppe umfasste die Erfahrungen und Erwartungen der Teilnehmenden, daher welche positiven und negativen Erfahrungen gemacht wurden bzw. erwartet oder befürchtet werden würden.

Die fünfte Fragegruppe umfasste Zukunftsaussichten und die Teilnehmenden wurden befragt, wie wahrscheinlich sie in Zukunft (wieder) mit Interrail reisen würden. Bei einer Beantwortung, die darlegte, dass es (sehr) unwahrscheinlich ist, wurde nach den Gründen dafür gefragt. Zudem wurden Gereiste befragt, was für Verbesserungsmöglichkeiten sie vorschlagen.

Die letzte Fragengruppe umfasste soziodemografische Angaben der Teilnehmenden in Bezug auf ihr Alter, Geschlecht und ihre derzeitige Beschäftigung. Diese wurden bewusst an das Ende des Fragebogens platziert, da diese als sensible Fragen angesehen werden können. Sensible Fragen sollten erst am Ende einer Umfrage gestellt werden (vgl. Baur und Blasius 2022, S. 21).

Der Fragebogen kann im Anhang B nachvollzogen werden.

Bei vollständig ausgefüllten Fragebögen beantworteten die Gereisten, je nach gewählten Antworteten 17 bis 18 Fragen und die potenziellen Reisenden 15 bis 16 Fragen. Um vorzeitige Abbrüche zu vermeiden, waren dabei nicht alle Fragen als Pflichtfragen gekennzeichnet. Die Anzahl der Pflichtfragen lag immer bei neuen Fragen. Somit wurde sichergestellt, dass bei einem erfolgreichen Abschluss des Fragebogens, mindestens die Hälfte aller vorhandenen Fragen beantwortet worden sind.

4.3 Auswertung der Ergebnisse

Die Datenbasis der Auswertung besteht aus Rohdaten in LimeSurvey in Form von 116 Zeilen mit 151 Merkmalen. Die geringere Fragen- als Merkmalsanzahl lässt sich durch die teilweise bedingten Fragen mit Mehrfachantworten und Matrixfragen erklären, die als einzelne Merkmale ausgegeben wurden. Die Datenaufbereitung der Ergebnisse erfolgte mithilfe von „Excel“. Es gibt eine Vielzahl von Programmen, die zu diesem Zweck verwendet werden können, doch an dieser Stelle konnte Excel die benötigten Funktionen erfüllen und wurde deshalb ausgewählt.

Nach dem Export der Daten aus LimeSurvey in Excel wurden die Rohdaten bereinigt. Unvollständige, abgebrochene Antworten und Teilnehmende außerhalb der Zielgruppe der Umfrage wurden entfernt. Die Gesamtteilnehmerzahl von 116 Teilnehmer*innen reduzierte sich aufgrund von 10 unvollständigen Antworten auf 106 Teilnehmer*innen. Zudem entsprachen fünf Teilnehmer*innen nicht der Zielgruppe in Bezug auf das Alter und wurden herausgefiltert. In Anbetracht der konkret abgegrenzten Zielgruppe basiert die nachfolgende Analyse auf 101 relevanten Antworten.

Aufgrund der überwiegend inhaltlich relevanten Ergebnisse wurde eine deskriptive Statistik angewendet, mit dem Ziel, die Erkenntnisse übersichtlich darzustellen und die Aufmerksamkeit auf wesentliche Erkenntnisse zu lenken (vgl. Kromrey et al. 2016, S. 394). Die Ergebnisse dieser Analyse werden nachfolgend vorgestellt.

5-Punkte-Skalen liegen dabei folgenden Einteilungen zugrunde:

Tabelle 2: Skalen-Legende

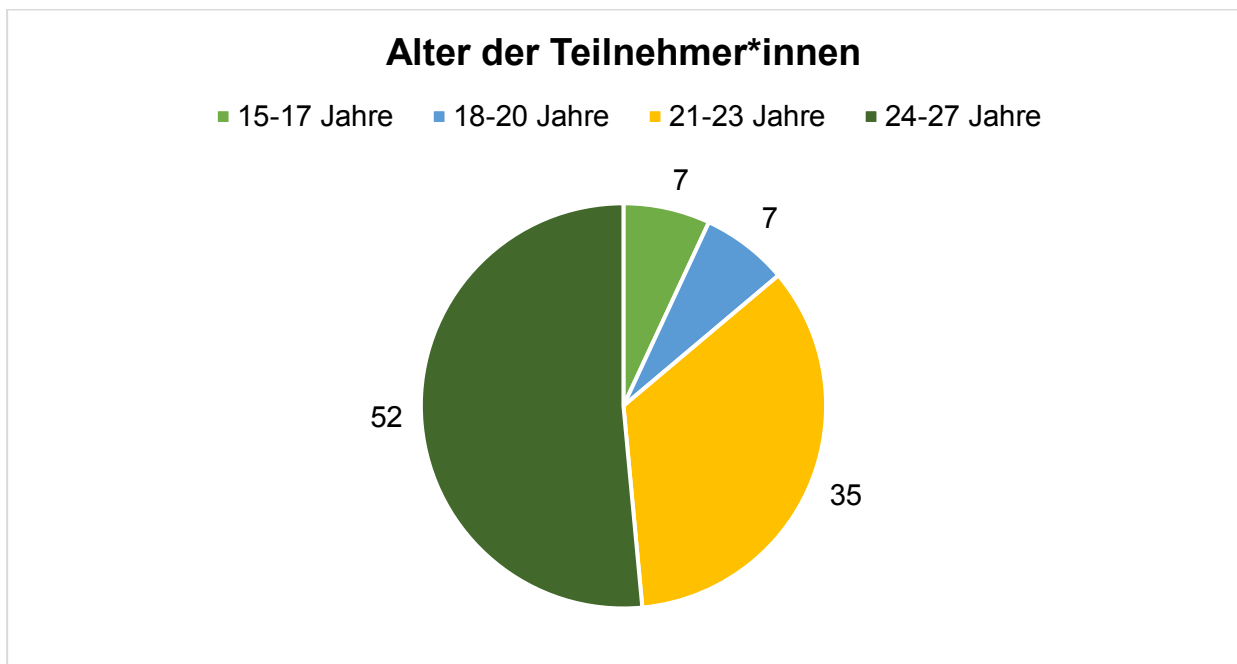
Zahl	Wichtigkeit (Relevanz)	Wahrscheinlichkeit
1	Sehr wichtig	Sehr wahrscheinlich
2	Wichtig	Wahrscheinlich
3	Neutral	Neutral
4	Unwichtig	Unwahrscheinlich
5	Sehr unwichtig	Sehr unwahrscheinlich

Quelle: Eigene Darstellung

Soziodemografische Angaben

Die meisten Teilnehmer*innen, 52 von 101, gaben an zwischen 24-27 Jahren alt zu sein. Dies entspricht der Mehrheit. Die zweitgrößte Gruppe stellen die 21- bis 23-Jährigen dar (Abbildung 2). Durch die Berechnung der mittleren Altersgrenzen ergibt sich ein geschätzter Altersdurchschnitt der Teilnehmenden von etwa 22 bis 24 Jahren.

Abbildung 2: Alter der Teilnehmer*innen



Quelle: Eigene Darstellung

72 der Teilnehmer*innen identifizieren sich als weiblich, 27 als männlich und zwei als divers. Die Mehrheit der Teilnehmenden, 78 von 101, studieren. 16 sind berufstätig, 8 gehen zur Schule, 2 machen eine Ausbildung/Lehre und eine Person hat derzeit keine Beschäftigung.

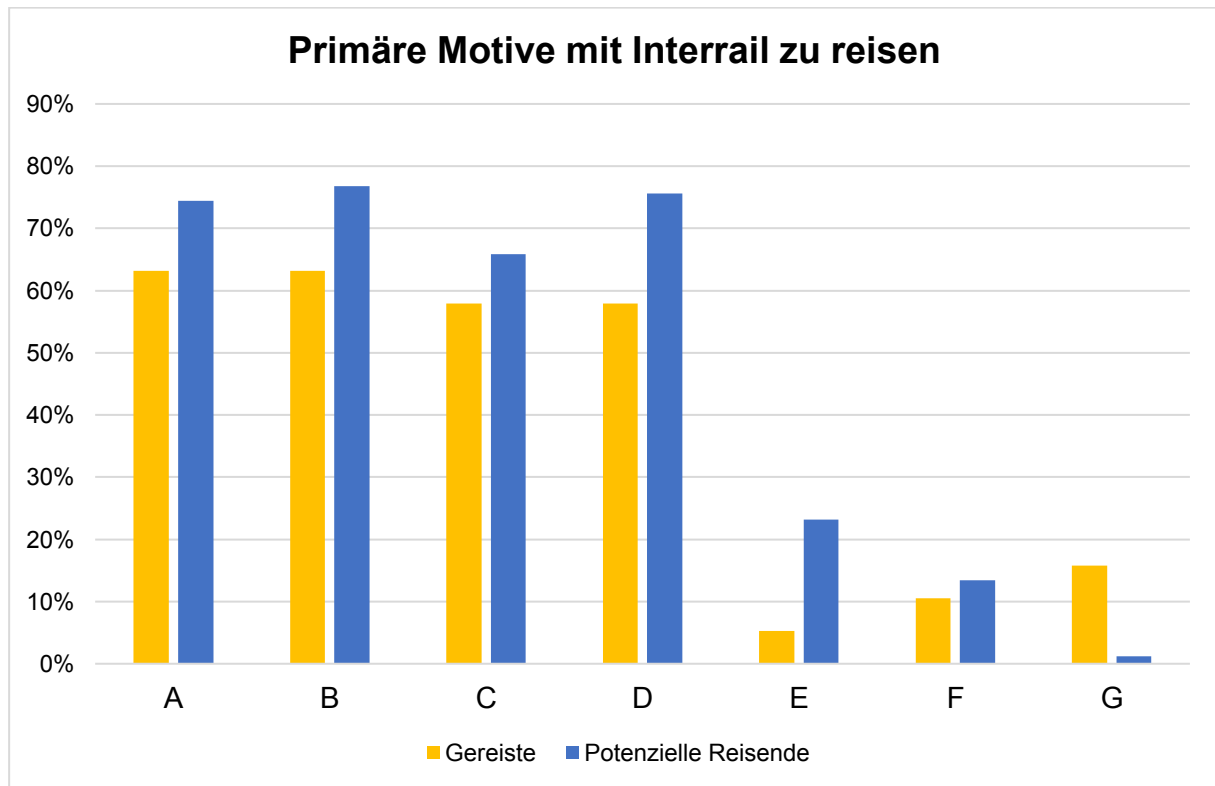
Interrail-Erfahrung

Von den 101 Teilnehmenden sind 19 bereits mit Interrail gereist. Die durchschnittliche Anzahl der Interrail-Reisen liegt bei 1,84 und weist darauf hin, dass Gereiste im Durchschnitt etwa zwei Reisen unternommen haben. Es ist jedoch anzumerken, dass die Mehrheit der Befragten nur eine Reise angegeben hat, während wenige Teilnehmende, die mehrfach mit Interrail gereist sind, den Durchschnitt erhöhen. Die am häufigsten für die Reisen genutzten Interrail-Pässe waren der Flexi Pass für vier Tage innerhalb eines Monats (7-mal gewählt) und der Flexi Pass für sieben Tage innerhalb eines Monats (6-mal gewählt). Andere Pässe wurden jeweils nur von maximal einem/r Teilnehmer*in verwendet. Global-Pässe wurden insgesamt am meisten gewählt, während Ein-Länder-Pässe weniger häufig genutzt wurden.

82 Teilnehmer*innen sind noch nicht mit Interrail gereist. Davon wussten 57 der potenziellen Reisenden zu Beginn der Umfrage, was Interrail ist. Folglich ist ca. 70 % der Befragten potenziellen Reisenden Interrail bekannt, ohne bisher Reiseerfahrung gemacht zu haben.

Reisepräferenzen

Abbildung 3: Primäre Motive mit Interrail zu reisen



Quelle: Eigene Darstellung

Tabelle 3: Legende Abbildung 3

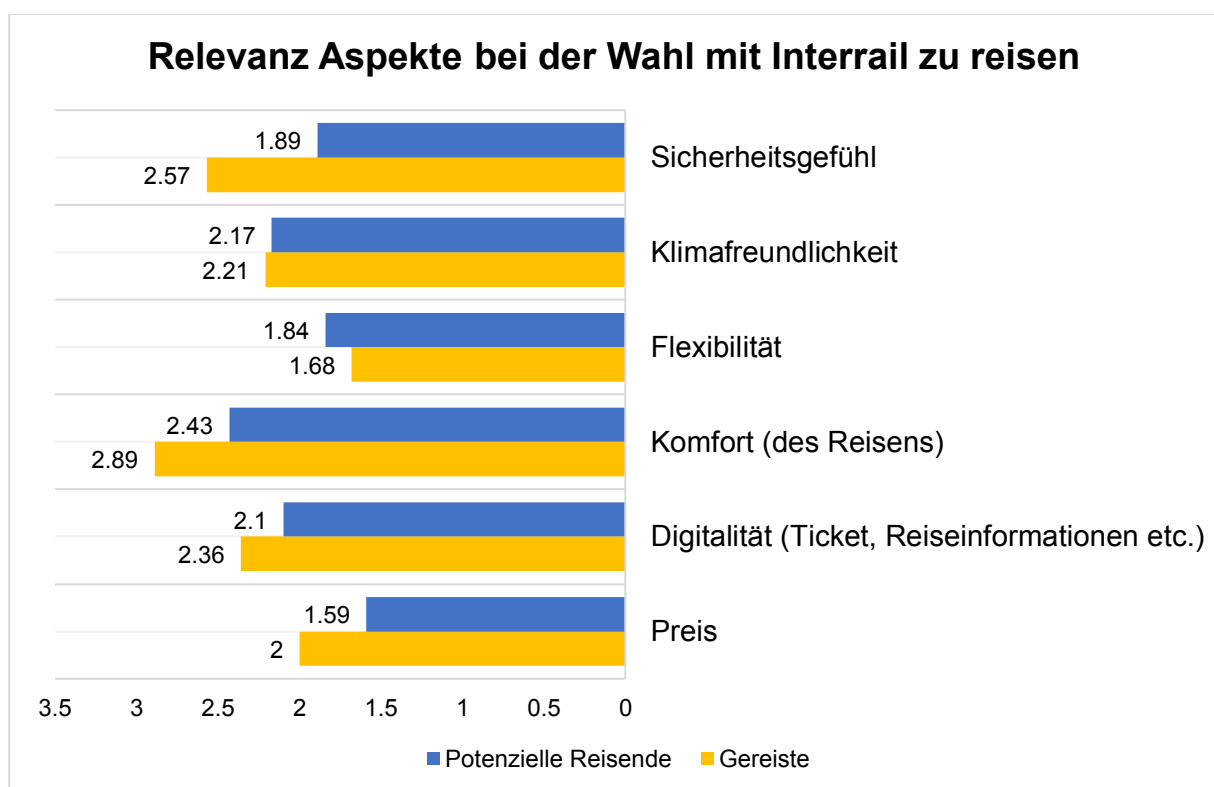
Bezeichnung	Antwortmöglichkeit
A	Flexibel reisen ohne (vollständige) Planung vorab
B	Viele Destinationen in kurzer Zeit bereisen
C	Möglichst klimafreundlich reisen
D	Budgetfreundlichkeit im Vergleich zu anderen Reiseformen
E	Gleichgesinnte kennenlernen
F	Europäische Verbundenheit erleben
G	Sonstiges

Quelle: Eigene Darstellung

Die primären Reisemotive in Abbildung 3 (mit der Legende siehe Tabelle 3) stellen sich in den beiden Gruppierungen ähnlich dar, wobei die vier Hauptmotive von jeweils über der Hälfte der Teilnehmenden geteilt werden. Unter den Gereisten gaben jeweils 63,16 % an, dass ihre Hauptmotive darin bestanden, „Flexibel [zu] reisen ohne (vollständige) Planung vorab“ und

„Viele Destinationen in kurzer Zeit [zu] bereisen“. Zweiteres nannten über 76,82 % der potenziellen Reisenden als Hauptmotiv, mit nur etwa einem Prozent weniger Abstand zu „Budgetfreundlichkeit im Vergleich zu anderen Reiseformen“. Bis auf „Sonstiges“ sind alle Motive bei potenziellen Reisenden prozentual größer. Die größten Diskrepanzen zwischen den Gruppierungen zeigen sich bei „Budgetfreundlichkeit im Vergleich zu anderen Reiseformen“ und „Gleichgesinnte kennenlernen“. Unter „Sonstiges“ gaben Teilnehmende der Gruppe A zweimal an, dass sie Interrail nutzen, um Geld zu sparen, und einmal, dass sie Tickets gewonnen hatten.

Abbildung 4: Relevanz verschiedener Aspekte bei der Wahl mit Interrail zu reisen



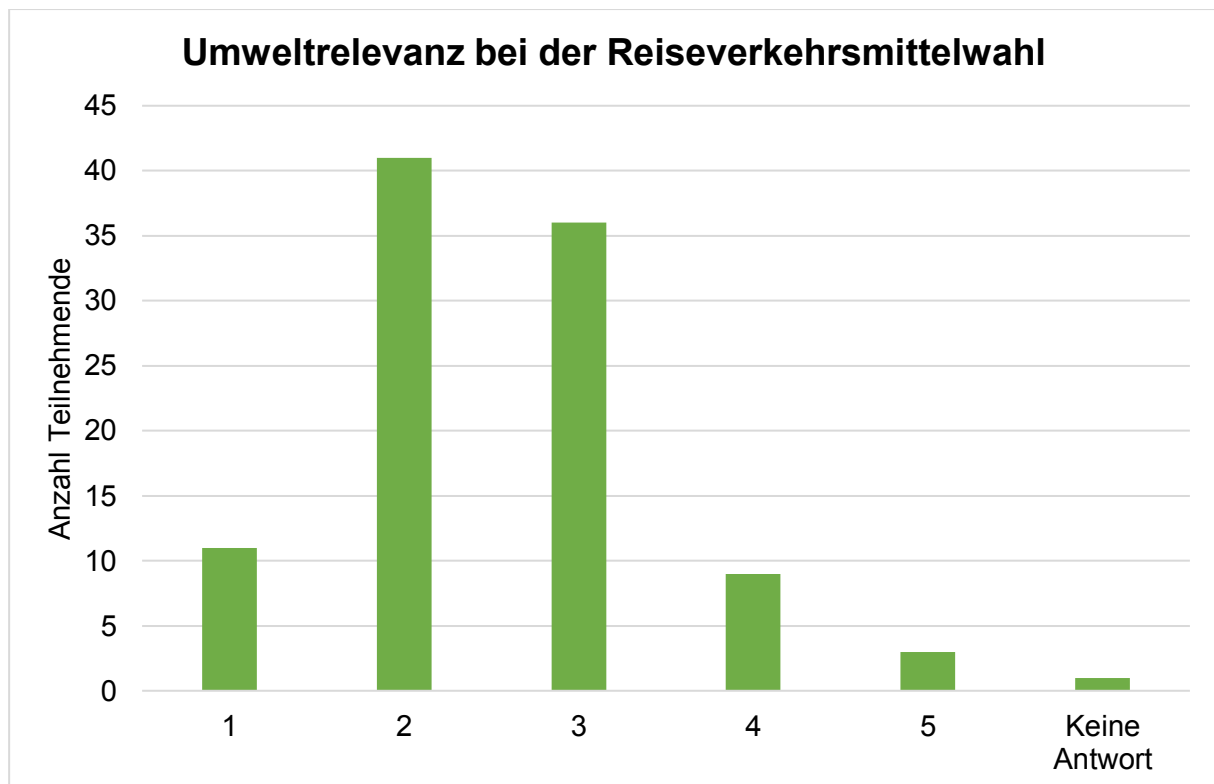
Quelle: Eigene Darstellung

Die durchschnittliche Relevanz konkreter Aspekte, bei der Wahl mit Interrail zu reisen stellt sich in Abbildung 4 dar (Skala siehe Legende in Tabelle 2). Für Gereiste ist Flexibilität mit einem Durchschnittswert von 1,68 am wichtigsten, gefolgt vom Preis. An dritter Stelle steht die Klimafreundlichkeit. Für potenzielle Reisende ist der Preis mit einem Durchschnittswert von 1,59 am wichtigsten. Die Bedeutung von Flexibilität und Sicherheitsgefühl ist nahezu gleich. Die Klimafreundlichkeit liegt auf dem vorletzten Platz und ist dennoch mit einem Gesamtdurchschnitt von 2,17 etwas wichtiger als für Gereiste. Mit Ausnahme von Flexibilität sind alle Aspekte für potenzielle Reisende tendenziell wichtiger. Komfort ist im Vergleich für

beide Gruppierungen als am wenigsten wichtig bewertet. Insgesamt liegt kein Aspekt bei 3 oder unwichtiger.

Die Wichtigkeit (Skala siehe Legende in Tabelle 2) der Umweltfreundlichkeit (bei der Verkehrsmittelwahl allgemein) wird separat vertiefend analysiert:

Abbildung 5: Umweltrelevanz bei der Reiseverkehrsmittelwahl



Quelle: Eigene Darstellung

41 Teilnehmenden ist Umweltfreundlichkeit wichtig und 36 stehen neutral dazu. Teilnehmer*innen, denen die Umweltfreundlichkeit wichtig ist, (1 und 2 zusammengefasst) bilden die Mehrheit. Die statistischen Kennzahlen zeigen einen Mittelwert von 2,52 und eine Standardabweichung von 0,91, basierend auf vorhandenen 100 Antworten. Eine Person hat die Frage nicht beantwortet.

Reiseplanung

Im Kontext der Informationsquellen gaben 84,21 % der Gereisten an, dass sie sich über die offizielle Interrail-Website informiert haben. 68,42 % haben sich über Empfehlungen von Freunden/Familie informiert. Soziale Medien, Websites von Bahnunternehmen und Reiseblogs oder Reiseforen wurden nur vereinzelt genutzt. Die Mehrheit buchte zu 78,95 %

ebenfalls über die offizielle Interrail-Website. Nur zu geringen Anteilen von jeweils 5,36 % wurde über Websites von Drittanbietern oder an Bahnhofsschaltern gebucht und niemand buchte bei Websites von Bahnangebern. Zwei Teilnehmer*innen bekamen einen Pass geschenkt.

Da sich potenzielle Reisende nicht voraussetzend bereits über Interrail informiert haben, wird bei den 57, die bereits zu Beginn angegeben haben, dass sie wissen was Interrail ist, betrachtet, wie sie auf Interrail aufmerksam geworden sind. Es ist festzustellen, dass 82,96 % dieser Gruppierung über Empfehlungen von Familie/Freunden und 56,14 % über die sozialen Medien auf Interrail aufmerksam geworden sind. Websites von Bahnunternehmen sowie Reiseblogs und Reiseforen wurden von jeweils 14,04 % und die offizielle Interrail-Website kaum angegeben. Sonstige Angaben waren „Werbung“ oder „Deutsch-Französische Freundschaftsticket(s)“. Die präferierten Buchungsquellen der 82 potenziellen Reisenden wären im Kontrast für 84,15 % die offizielle Interrail-Website sowie für 53,66 % Websites von Bahnunternehmen. Alternativen würden nur von wenigen potenziellen Reisenden bevorzugt genutzt werden.

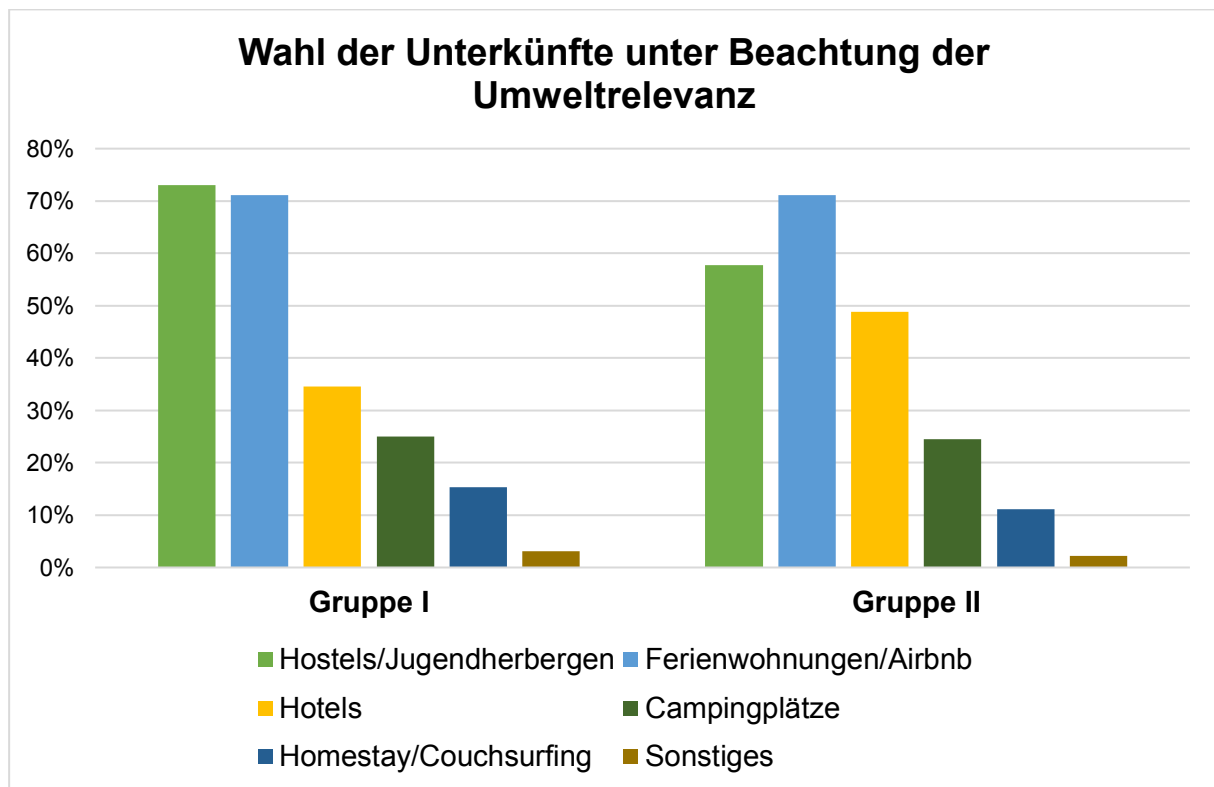
Gesammelte Daten zur Unterkunftswahl werden in Hinblick auf die Umweltrelevanz analysiert. Unterkünfte differenzieren sich in der Menge erzeugter Emissionen (pro Kopf und Übernachtung). In Hotels werden tendenziell am meisten Emissionen erzeugt, wenngleich es sich je nach Kategorie und Standards von Hotels in der Menge unterscheidet (vgl. Gössling et al. 2021, S. 79). In gemieteten Wohnungen und Zweithäusern werden durchschnittlich weniger Emissionen als in Hotels freigesetzt und Campingplätze haben insgesamt den niedrigsten Verbrauch (vgl. Castellani und Sala 2012, S. 143). Folglich können diese tendenziell als am klimafreundlichsten eingestuft werden.

Es wurden zwei Gruppen unabhängig von der Reiseerfahrung gebildet, um zu untersuchen, ob die Priorisierung der Umweltfreundlichkeit bei der Wahl des Reiseverkehrsmittels mit ähnlichen Tendenzen bei der Auswahl von Unterkünften einhergeht:

- Gruppe I: Die Umweltfreundlichkeit bei der Wahl des Reiseverkehrsmittels wurde als „Sehr wichtig“ (1) oder „Wichtig“ (2) eingestuft.
- Gruppe II: Die Umweltfreundlichkeit bei der Wahl des Reiseverkehrsmittels wurde als „Neutral“ (3) oder „Unwichtig“ (4) eingestuft.

Zu der Gruppe I zählen 9 Gereiste und 43 potenzielle Reisende (= 52 Teilnehmende). Zu der Gruppe II zählen 8 Gereiste und 37 potenzielle Reisende (= 45 Teilnehmende).

Abbildung 6: Wahl der Unterkünfte unter Beachtung der Umweltrelevanz



Quelle: Eigene Darstellung

Die Ergebnisse zeigen, dass sowohl in Gruppe I als auch in Gruppe II Hostels/Jugendherbergen sowie Ferienwohnungen/Airbnb primär als Unterkünfte gewählt werden. Der Anteil derjenigen, die Hostels/Jugendherbergen wählen, liegt in Gruppe I etwa 15 % höher als in Gruppe II. Im Gegensatz dazu wählen fast die Hälfte der Teilnehmer*innen in Gruppe II Hotels als Unterkunft, während dieser Anteil in Gruppe I niedriger ist. Der Anteil bei Campingplätzen ist mit ca. 25 % in beiden Gruppen fast gleich. Der Anteil von Homestay/Couchsurfing ist im Vergleich in beiden Gruppen gering (Abbildung 6).

Um das durchschnittliche Budget für Interrail-Reisen (Pass und Unterkünfte), welches ausgegeben wurde bzw. maximal ausgegeben werden würde, ermitteln und vergleichen zu können, wurden den Antwortkategorien mittig liegende Werte zugeordnet:

- Unter 200 € → 100 €
- 201–400 € → 300 €
- 401–600 € → 500 €
- 601–800 € → 700 €
- 801–1000 € → 900 €
- 1001 € oder mehr → 1100 €

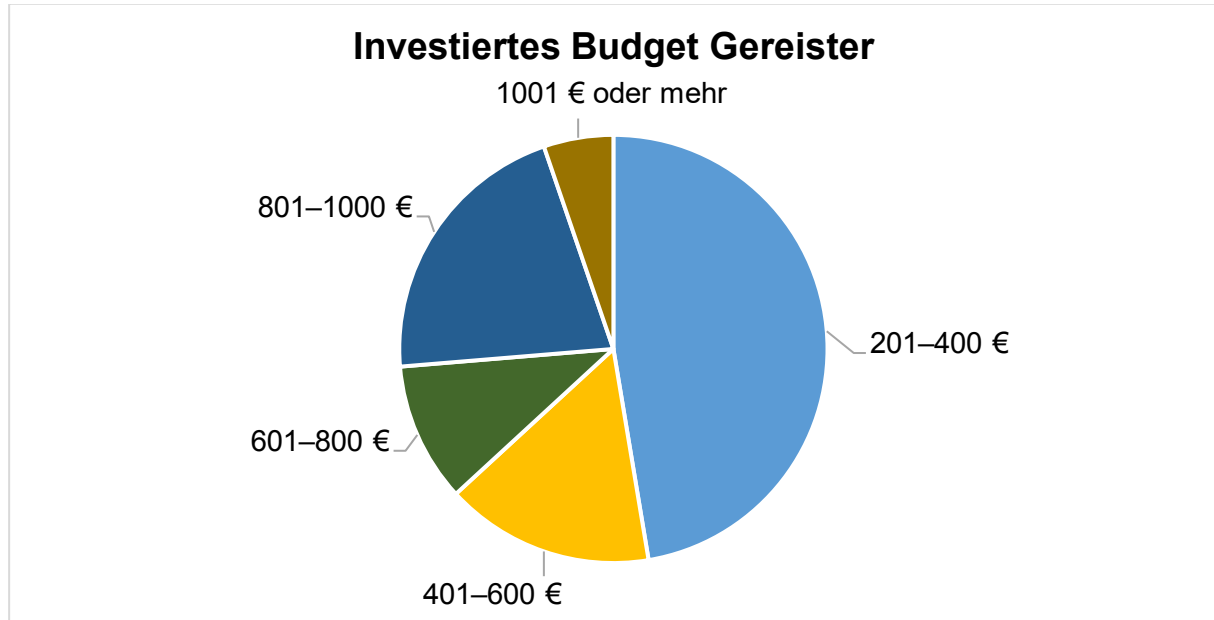
Durch die Berechnung des mittleren Budgets ergibt sich ein durchschnittliches ausgegebenes Budget der Gereisten von ca. 542,11 €. Da 19 der potenziellen Reisenden das Budget nicht einschätzen konnten, wurde das durchschnittliche (maximale) Budget der potenziellen Reisenden von 62 potenziellen Reisenden ermittelt. Dies beträgt ca. 514,29 €. Das tatsächlich investierte und potenziell zu investierende Budget nähert sich an. Das tatsächlich investierte Budget ist durchschnittlich um 27,28 € höher.

Fast die Hälfte der gereisten Teilnehmer*innen gab an, dass sie 201–400 € in die Reise (für Ticket und Unterkünfte) investiert haben. Darüber hinaus haben die meisten anderen Reisenden mehr Geld ausgegeben, der nächstgrößte Anteil liegt bei 801–1000 € (Abbildung 7).

Bei den potenziellen Reisenden liegen die größten Anteile (abnehmend) in den mittleren Preiskategorien, 401–600 €, 201–400 € und 601–800 € (Abbildung 8).

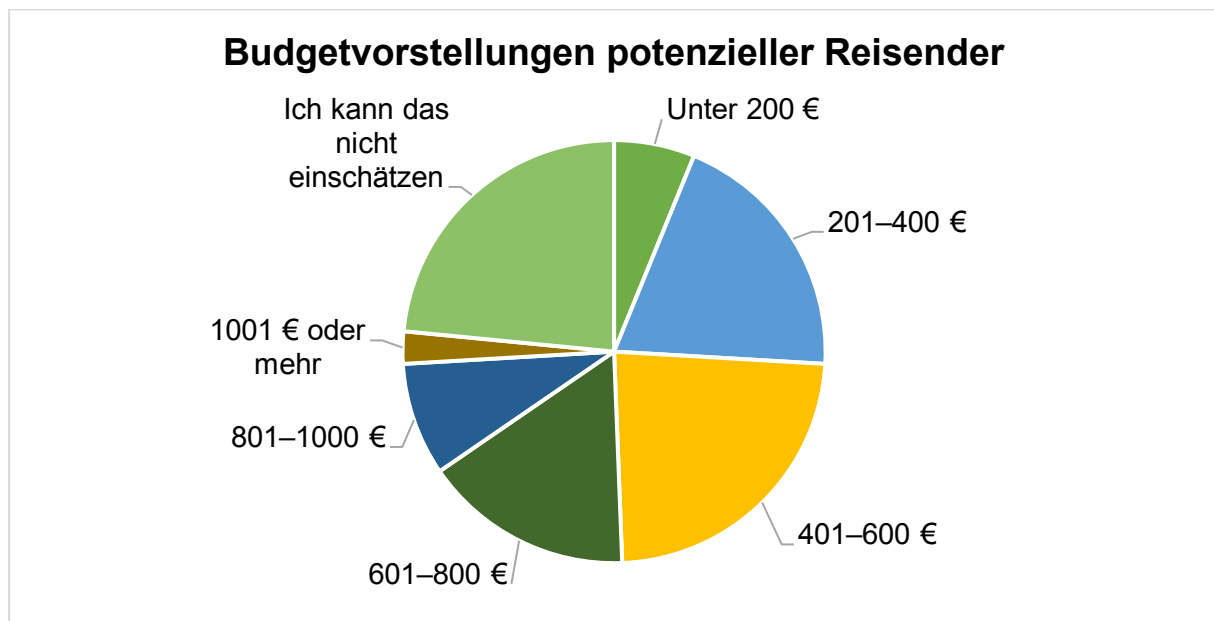
Die Budgetangaben wurden zusätzlich nach den Altersgruppen der Teilnehmenden gefiltert. Es konnte keine Korrelation festgestellt werden.

Abbildung 7: Investiertes Budget Gereister



Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 8: Budgetvorstellungen potenzieller Reisender



Quelle: Eigene Darstellung

Erfahrungen und Erwartungen

Ergebnisse der Erfahrungen Gereister oder Erwartungen potenzieller Reisender sind nachfolgend im Vergleich prozentual in zwei Tabellen dargestellt:

Tabelle 4: Positive Erwartungen/Erfahrungen (potenzieller) Reisender

Nr.	Positive Erfahrung/Erwartung	Gereiste	Potenzielle Reisende
1	Flexibel neue Destinationen entdecken	57,89 %	86,59 %
2	Komfortable Zugreisen genießen	57,89 %	29,27 %
3	Kulturelle Einblicke erhalten, z.B. lokale Traditionen kennenlernen	42,11 %	79,27 %
4	Mit lokaler Bevölkerung interagieren	47,37 %	37,80 %
5	Europa besser kennenlernen	68,42 %	81,71 %
6	Gleichgesinnte treffen/Neue Freundschaften schließen	31,58 %	41,46 %
7	Sprachkenntnisse verbessern	42,11 %	41,46 %
8	Keine	5,26 %	0,00 %
9	Sonstiges	0,00 %	0,00 %

Quelle: Eigene Darstellung

Die positiven Erfahrungen und Erwartungen in Tabelle 4 legen zum Teil eine Diskrepanz dar. Die Nummern 1, 3, 5 und 6 zeigen höhere Erwartungen potenzieller Reisender als tatsächliche Erfahrungen Gereister auf. Die Diskrepanz liegt teilweise bei über 25 %. Die Nummern 2 und 4 zeigen diese Abweichung entgegengesetzt auf. Eine Annäherung ist nur bei Nummer 7 zu erkennen. Die positive Erfahrung, die am häufigsten gemacht wurde, ist, dass Europa besser kennengelernt wurde. Die am meisten erwartete positive Erfahrung, ist, dass flexibel neue Destinationen entdeckt werden können. Insgesamt gibt es prozentual mehr positive Erwartungen als gemachte Erfahrungen. Hervorzuheben ist, dass eine Person angab keine positiven Erfahrungen bei einer Interrail-Reise gemacht zu haben.

Tabelle 5: Negative Befürchtungen/Erfahrungen (potenzieller) Reisender

Nr.	Negative Befürchtung/Erfahrung	Gereiste	Potenzielle Reisende
1	Eingeschränkte Flexibilität (z.B. durch Sitzplatzreservierungen/ausgebuchte Züge)	73,68 %	48,79 %
2	Zusatzkosten (z.B. durch Sitzplatzreservierungen)	73,68 %	47,56 %
3	Unzuverlässigkeit der Züge (z.B. durch Unpünktlichkeit oder Ausfall)	26,32 %	84,15 %
4	Schwierigkeiten bei der Unterkunftssuche	5,26 %	42,68 %
5	Überforderung durch Auswahlmöglichkeiten	21,05 %	19,51 %
6	Keinen/Kaum Kontakt zur lokalen Bevölkerung	15,79 %	15,85 %
7	Einsamkeit	5,26 %	21,95 %
8	Keine	5,26 %	2,44 %
9	Sonstiges	0,00 %	3,66 %

Quelle: Eigene Darstellung

Bei den negativen Erfahrungen und Befürchtungen in Tabelle 5 zeigen Nummer 1 und 2, dass weniger als die Hälfte der potenziellen Reisenden befürchtet von eingeschränkter Flexibilität oder Zusatzkosten betroffen zu sein, doch über 70 % der Gereisten diese negativen Erfahrungen gemacht haben. Diese beiden Aspekte stellen die negativen Erfahrungen dar, die von den meisten Gereisten gemacht wurden. Die größte Diskrepanz ist in Bezug auf die Unzuverlässigkeit der Züge festzustellen, welche bei Nummer 3 von über 84 % der potenziellen Reisenden befürchtet wird, doch nur 26,32 % der Gereisten erfahren haben. Die Unzuverlässigkeit ist die größte Befürchtung potenzieller Reisender. Auch bei Nummer 4 und 7 sind die durchschnittlichen Erwartungen höher als Erfahrungen. Annäherungen sind bei

Nummer 5 und 6 zu erkennen. Als sonstige negative Erfahrungen wurden fehlerhafte Routen, die vorgeschlagen wurden, sowie mangelnde Sicherheit bzw. Diebstahl angegeben.

Zukunftsansichten

In Bezug darauf, wie wahrscheinlich Teilnehmer*innen (nochmal) mit Interrail verreisen würden, lässt sich eine tendenziell hohe Wahrscheinlichkeit beider Gruppierungen analysieren. Die statistischen Kennzahlen zeigen bei den Gereisten einen Mittelwert von 2,05 was gemessen an der Skala (siehe Legende in Tabelle 2) zeigt, das durchschnittlich wahrscheinlich nochmal mit Interrail gereist werden wird. Die Standardabweichung liegt bei 1,15. Dies spiegelt wider, dass einige Teilnehmende deutlich von dem Durchschnitt abweichen. Ein/e Teilnehmer*in hat sehr unwahrscheinlich ausgewählt unter der Angabe, dass es zu unkomfortabel ist.

In Bezug auf potenzielle Reisende liegt der statistische Mittelwert bei 2,66 und die Standardabweichung bei 0,99. Hier ist die Wahrscheinlichkeit einer Reise im Vergleich durchschnittlich etwas geringer, doch tendenziell noch wahrscheinlich. Es gibt etwas weniger Abweichungen vom Mittelwert. Neben persönlichen Gründen und Interessen wurden als Begründungen zu unwahrscheinlichen Antworten die Art des Reisens angegeben (manche Teilnehmende wollen nicht so häufig den Ort wechseln) sowie Unzuverlässigkeit und Unpünktlichkeit, die Preise und die Altersgrenze der (ermäßigten) Altersgruppe.

Zehn der 19 gereiste Teilnehmer*innen, haben textbasierte Verbesserungsvorschläge für Reisen mit Interrail gegeben. Mehrfach genannt wurde der Vorschlag eines einheitlichen Buchungssystems z.B. für Sitzplatzreservierungen sowie der Wunsch nach der vollständigen Abschaffung der Reservierungspflicht und Senkung der Gebühren für Reservierungen. Der Vorschlag wurde formuliert, Interrail besser in regionale Buchungsplattformen zu integrieren, lokale Eisenbahnunternehmen wie S-Bahnen einzubeziehen und länderspezifische Informationen bezüglich des Zugfahrens zur Verfügung zu stellen. Außerdem wurde vorgeschlagen, Regelungen für verspätete Verbindungen zu finden, wenn aufgrund dessen ein weiterer Reisetag notwendig ist.

Die Ergebnisse der empirischen Erhebung vermitteln Erkenntnisse zum Potenzial von Interrail aus Sicht der Reisenden und lassen Rückschlüsse über die Relevanz des Umweltaspekts zu. Diese Erkenntnisse dienen mitunter als Ausgangspunkt für die Identifizierung und Bewertung interner und externer Faktoren, die das Potenzial von Interrail beeinflussen.

5. SWOT-Analyse

Das nachfolgende Kapitel umfasst die SWOT-Analyse basierend auf den Erkenntnissen der Literaturanalyse und der (empirischen) Nachfrageanalyse.

SWOT steht für die englischen Begriffe Strengths, Weaknesses, Opportunities und Threats (vgl. Runia et al. 2019, S. 79). Nach Hartmann (2018, S. 122ff.) werden bei der SWOT-Analyse interne Unternehmensaspekte sowie externe Umweltfaktoren berücksichtigt. Auf Basis gesammelter Informationen wird ein detailliertes Stärken-Schwächen-Profil erstellt und externe Chancen sowie Risiken analysiert. Diese werden in einer Key-Issue-Matrix (Tabelle 6) zueinander in Beziehung gesetzt. Ziel dabei ist, die Beziehung zwischen den internen und externen Faktoren zu untersuchen, um strategische Erfolgspositionen als Potenziale zu identifizieren und Handlungsempfehlungen geben zu können (vgl. Hartmann 2018, S. 122ff.).

Tabelle 6: Key-Issue-Matrix

SWOT	Strengths (Stärken)	Weaknesses (Schwächen)
Opportunities (Chancen)	SO (Stärke – Chance)	WO (Schwäche – Chance)
Threats (Risiken)	ST (Stärke – Risiko)	WT (Schwäche – Risiko)

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Runia et al. 2019, S. 81

Anhand dieser Methode werden die gesammelten Erkenntnisse nachfolgend analysiert.

5.1 Stärken-Schwächen-Analyse

Im Folgenden werden die Stärken und Schwächen von Interrail präsentiert, welche aus Erkenntnissen der Analyse des Produkts sowie der empirischen Nachfrageerhebung resultieren. Die tabellarische Einteilung ist in Tabelle 7 nachvollziehbar.

Züge als primäre Reiseverkehrsmittel sind eine *Stärke* von Interrail. Im Vergleich zu anderen Verkehrsmitteln verursachen Züge geringe Treibhausgasemissionen und sind somit als klimafreundlich einzustufen. Dies steht im Einklang damit, dass Klimafreundlichkeit einige Reisende dazu motiviert, Interrail als Reiseform zu wählen und es dem Durchschnitt befragter Personen bei der Wahl des Reiseverkehrsmittels wichtig ist.

Allerdings verursacht Bahnverkehr Emissionen, was als *Schwäche* identifiziert werden kann, da Interrail-Reisen trotzdem Emissionen zugeschrieben werden können.

Eine zentrale *Stärke* von Interrail ist, dass flexibel in viele Destinationen gereist werden kann. Flexibilität ist eines der hauptsächlichen Reismotive, dass potenzielle Reisende zu Reisen mit Interrail motiviert und das Produkt von anderen Bahnreisemöglichkeiten abhebt. Reiseentscheidungen können individuell auf eigene Vorstellungen abgestimmt getroffen werden.

Dennoch wird die Flexibilität von Gereisten teilweise als eingeschränkt wahrgenommen, was auf Einschränkungen durch Sitzplatzreservierungen zurückgeführt wird. Außerdem verursachen Reservierungen zusätzliche Kosten, die viele Reisende bezahlen mussten. Folglich stellen die Sitzplatzreservierungen eine zentrale *Schwäche* von Interrail dar, da es die Reisefreiheit einschränkt und Flexibilität ein wichtiges Motiv bei der Wahl ist, mit Interrail zu reisen.

Darüber hinaus ist die Vielfältigkeit der Passoptionen von Interrail eine *Stärke*, da diese unterschiedliche Reisedauer- und Destinationswünsche sowie Budgetvorstellungen bedienen können. Die Global-Pass-Optionen waren bei gereisten Personen insgesamt beliebter. Dies lässt sich dadurch begründen, dass viele Destinationen in kurzer Zeit zu bereisen mehrheitlich das Hauptreisemotiv ist. Interrail bietet dabei eine freie und unabhängige Reisemöglichkeit. Die Pässe fördern die europäische Verbundenheit und die Mehrheit Gereister gibt an, die Destination Europa besser kennengelernt zu haben, was eine weitere *Stärke* darstellt. Unabhängig Europa kennenzulernen, wird z.B. durch die Initiative Discover-EU gefördert. Eine *Schwäche* der Ein-Länder-Pässe ist dagegen die eingeschränkte Destinationswahl. Das Global-Pässe tendenzieller beliebt sind, zeigt sich auch darin, dass die beiden Bestseller Global-Pässe mit kürzerer Reisedauer sind. Zudem können Interrail-Pässe nicht zu Reisen im eigenen Land genutzt werden (außer für Ein- und Ausreisen), was ebenfalls eine *Schwäche* darstellen kann, da es die Freiheit der Reisenden einschränkt.

Auch die breite Zielgruppe (Menschen jeden Alters, mit europäischer Herkunft oder Wohnsitz in Europa) stellt eine *Stärke* von Interrail dar, da die Pässe potenziell von vielen Menschen genutzt werden könne. Für alle Reisenden gibt es dabei weitere Rabattvorteile, die eine *Stärke* des Produkts darstellen können.

Für die primäre Zielgruppe junger Reisender stellt eine Ermäßigung auf das Ticket eine *Stärke* als Vorteil im Preis-Leistungs-Verhältnis dar. Dies lässt sich dadurch begründen, dass für die befragte Zielgruppe Budgetfreundlichkeit im Vergleich zu anderen Reiseformen mehrheitlich ein wichtiges Reismotiv ist. Gemessen an dem Budget, welches Reisende der primären

Zielgruppe maximal bereit sind in eine Interrail-Reise zu investieren, stellen die Preise der Pässe mit langer Reisedauer eine *Schwäche* dar. Wenn das durchschnittlich maximal (für Pass und Unterkünfte) zu investierende Budget potenzieller Reisender bei ca. 514 € liegt, liegen Global-Pässe ab einem Monat Reisedauer oberhalb dieser Budgetgrenze und Kosten für Unterkünfte sind nicht berücksichtigt (vgl. Eurail 2024c).

In diesem Kontext kann es eine *Schwäche* von Interrail darstellen, dass die Pässe nur die Hauptreiseleistung Transport und keine Unterkünfte umfassen. Selbst wenn Züge theoretisch auch als Unterkunft genutzt werden können, was wiederum als *Stärke* gewertet werden kann, gaben Gereiste und potenzielle Reisende hauptsächlich Hostels/Jugendherbergen und Ferienwohnungen/Airbnb als Unterkünfte der Wahl an. Einige potenzielle Reisende befürchten Probleme bei der Unterkunftssuche und zusätzliches Geld muss in der Regel für Unterkünfte investiert werden. Dies kann eine Herausforderung darstellen, da die meisten der Teilnehmenden angeben nicht berufstätig zu sein, was sich auf ihr Budget auswirken kann.

Die Community-Bildung durch Interrail stellt eine weitere *Stärke* dar. Dies lässt sich dadurch begründen, dass sich einige potenzielle Reisende wünschen, Gleichgesinnte kennenzulernen bzw. neue Freundschaften zu schließen. Zudem könnte neben den tatsächlichen Reisen der Austausch dazu beitragen, Sprachkenntnisse zu verbessern, was sowohl von einem Teil Gereister erlebt als auch zum Teil von potenziellen Reisenden erwartet wird.

Ferner wird vor allem von potenziellen Reisenden zum Teil Einsamkeit auf der Reise befürchtet, was durch das unabhängige Reisen als *Schwäche* identifiziert werden kann. Jedoch könnte dies als Teil der Community vermieden werden.

Eine weitere *Stärke* von Interrail stellt die langjährige Erfahrung und Marktpräsenz dar, mithilfe dessen sich das Produkt anpassen konnte und zum Beispiel digitaler geworden ist. Digitalität ist sowohl für Gereiste als auch potenzielle Reisende tendenziell wichtig, weshalb die Digitalisierung des Produkts eine *Stärke* darstellt. Dies zeigt sich in der hohen Bedeutung der Website für Reisende, sowohl als Informations-, als auch als Buchungstool der Interrail-Pässe. Das gemeinsame Management unter Eurail B.V. ist folglich auch als *Stärke* von Interrail zu werten, da es vor allem über Website und App den Reisenden Unterstützung bietet, um Unsicherheiten zu reduzieren oder der zum Teil von Reisenden befürchteten Überforderung durch Auswahlmöglichkeiten entgegenzuwirken.

Aufmerksamkeit durch Mund-zu-Mund Empfehlungen und Werbung über soziale Medien stellen eine *Stärke* von Interrail dar. Dies zeigt sich dadurch, dass potenzielle Reisende, die zu Beginn der Umfrage (mehrheitlich) wussten, was Interrail ist,angaben vor allem über Freunde/Familie und die sozialen Medien auf Interrail aufmerksam geworden zu sein.

Dieser Informationsweg kann auch eine *Schwäche* darstellen, da vermittelte Informationen nicht zwangsläufig vollständig sind. In der Umfrage äußern potenzielle Reisende teilweise Bedenken gegenüber Interrail, die auf Missverständnissen beruhen. Dazu zählt beispielsweise die Annahme, dass längere Aufenthalte an bestimmten Orten nicht möglich seien, obwohl dies mit einem Flexi Pass durchaus machbar ist. Ebenso wurden falsche Annahmen bezüglich einer oberen Altersgrenze formuliert, die es nicht mehr gibt. Aktive Recherche, beispielsweise über die offizielle Website – von der jedoch nur wenige potenzielle Reisende Kenntnis hatten – wäre erforderlich, um ein umfassendes Verständnis aller Möglichkeiten von Interrail zu erlangen. Eine weitere *Schwäche* allerdings, stellen die begrenzten Funktionen der Website und App im Kontext von Echtzeitinformationen und Buchungen über Interrail hinaus dar.

Insgesamt zeigt die Stärken-Schwächen-Analyse, dass Interrail aufgrund diverser Stärken eine attraktive Reiseoption für Reisende sein kann. Allerdings gibt es auch einige Schwächen im System, die die Attraktivität für potenzielle Kunden beeinträchtigen können und bei der Weiterentwicklung des Produkts berücksichtigt werden sollten.

Tabelle 7: Stärken-Schwächen-Tabelle Interrail

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> - Züge als primäres Reiseverkehrsmittel klimafreundlich - Flexibilität bei Reisen (in bis zu 33 Ländern) - Vielfältige Passoptionen je nach Reisedauer- und Destinationswünschen - Global-Pässe ermöglichen viele Destinationen in kurzer Zeit zu bereisen - Freie und unabhängige Reisemöglichkeit - Europa kennenlernen - Breite Zielgruppe (Pässe für Menschen jeden Alters in Europa erhältlich) 	<ul style="list-style-type: none"> - Reisen mit der Bahn verursacht Emissionen - Sitzplatzreservierungen reduzieren Flexibilität und verursachen Zusatzkosten - Eingeschränkte Destinationswahl bei One Country Pässen - Keine Reisen im eigenen Land (bis auf Ein- und Ausreisen) möglich - Pässe mit langer Reisedauer (zu) teuer für die primäre Zielgruppe - Pässe umfassen keine Unterkünfte, erfordert zusätzliches Budget - Unabhängigkeit kann zu Einsamkeit führen - Aktive Recherche für korrekte Informationen über Interrail erforderlich

<ul style="list-style-type: none"> - Preisgestaltung mit Rabattvorteilen und Ermäßigung für primäre Zielgruppe = Budgetfreundlichkeit - Züge als Verkehrsmittel und theoretisch auch Unterkunft - Förderung von Community-Bildung - Verbesserung von Sprachkenntnissen im Austausch - Langjährige Erfahrung - Digitalität des Produkts - Interrail-Website als wichtiges Informations- und Buchungstool - Gemeinsames Management und Unterstützung durch Eurail B.V. - Aufmerksamkeit durch Mund-zu-Mund Empfehlungen und soziale Medien 	<ul style="list-style-type: none"> - Begrenzte Funktionen digitaler Anwendungen
---	--

Quelle: Eigene Darstellung

5.2 Chancen-Risiken-Analyse

Nachfolgend erfolgt die Chancen-Risiken-Analyse des Reiseprodukts Interrail. Diese leiten sich aus der Analyse der Trends und Nachhaltigkeitsrelevanz, des Markts und der empirischen Nachfrageanalyse ab. Die tabellarische Einteilung ist in Tabelle 8 nachvollziehbar.

Ortswechsel stellen eine Grundvoraussetzung für den Tourismus dar. Dies bietet Interrail eine grundlegende *Chance*, da die Relevanz von Verkehrsmitteln im Tourismus bestehen bleibt. Jedoch ist der Transport im Tourismus, ein maßgeblicher Treiber des Klimawandels aufgrund der Freisetzung von Treibhausgasemissionen.

Ein geringes *Risiko* für Interrail stellen weitere Maßnahmen zur Emissionsreduktion im Bahnverkehr dar, die die Reiseinfrastruktur von Interrail beeinflussen können. Zum Beispiel könnten weitere Umrüstungen, zu Baustellen und vorübergehenden Streckensperrungen führen, was die Reiseplanung auf bestimmten Strecken erschweren könnte. Die negativen Auswirkungen des Klimawandels stellen jedoch zentrale *Risiken* für den Tourismus und somit auch für Interrail dar. Beispielsweise können europäische Reiseziele von extremem Wetter betroffen sein.

Das Wachstum und die Erholung der Tourismusbranche (seit der Corona-Pandemie) sowie das allgemeine Reisen-Wollen im Kontext der Globalisierung stellen eine grundlegende *Chance* für Interrail dar. Die meisten Befragten wollen zudem zukünftig wahrscheinlich mit Interrail reisen. Dennoch verändert sich bedingt durch den demografischen Wandel die Altersstruktur in der Gesellschaft und tendenziell nimmt die Anzahl derer, die alterstechnisch der primären Zielgruppe von Interrail entsprechen mit Entstehung der Silver Society ab. Dies stellt ein *Risiko* für Interrail dar, da es weniger Menschen gibt, die potenziell mit den ermäßigten Pässen reisen können.

Das zunehmende Umweltbewusstsein bietet Interrail eine *Chance*, sich als umweltfreundliche Reiseoption zu etablieren, vor allem bei der jungen Zielgruppe. Über die Hälfte (potenzieller) Reisender gab an, dass Umweltfreundlichkeit bei der Wahl des Reiseverkehrsmittels wichtig oder sehr wichtig ist. Allerdings bedeuten positive Einstellungen nicht unbedingt, dass entsprechend gehandelt wird. Die Attitude-Behaviour-Gap stellt ein *Risiko* für Interrail dar. Dies lässt sich dadurch erkennen, dass bei Untersuchung der Gruppierung die Umweltfreundlichkeit bei Wahl des Reiseverkehrsmittels wichtig findet, keine eindeutigen Tendenzen bei der Wahl der Unterkunft festgestellt werden konnte. Zwar war der Anteil von Hotels etwas geringer, doch gab es beispielsweise keine vermehrte Auswahl von Campingplätzen. Fast alle anderen Beherbergungsarten waren deutlich beliebter.

Produktattribute wie der Preis sind relevanter für Reisende als Klimafreundlichkeit, besonders für solche die noch keine Reiseerfahrung mit Interrail haben. Wenn der Preis von Reisenden als unangemessen wahrgenommen wird, entscheiden sie sich nicht unbedingt für Interrail, trotz Klimafreundlichkeit, was ein *Risiko* darstellt.

Das EU-Netz gilt als eines der sichersten der Welt, was eine *Chance* für Interrail darstellt. Das Sicherheitsgefühl stellt bei Befragung der Hauptzielgruppe, vor allem für potenzielle Reisende, einen wichtigen Faktor in Bezug auf Interrail-Reisen dar. Dabei ist die Reisesicherheit durch Kriege, Terror und andere extreme Ereignisse bedroht, was ein *Risiko* für den Tourismus allgemein und auch für Interrail darstellt. Zum aktuellen Zeitpunkt zählt dazu unter anderem der russische Angriffskrieg auf die Ukraine, der als Konsequenz Energiekosten und somit auch Mobilitätskosten steigen lässt. Eine Verteuerung ausgelöst durch extreme Ereignisse oder Inflation und andere Marktveränderungen stellen ebenfalls *Risiken* für Interrail dar, da der Preis am entscheidendsten bei der Produktwahl ist und es vor allem für die primäre Zielgruppe budgetfreundlich bleiben muss.

Im Kontext der Mobilität eröffnet der Trend zu Slow Travel Interrail eine *Chance*. Reisende, die eine verlängerten Reisedauer nicht als störend empfinden, können Interrail als Reiseform wählen, um diesem Trend zu entsprechen. Zudem reduzieren Schnellzüge in vielen Ländern die Reisezeit und die Länge der Hochgeschwindigkeitsnetze nimmt zu, was eine *Chance* für Interrail darstellt und nicht bewusst langsam gereist werden „muss“. Außerdem ist das Reisen in Schnellzügen häufig besonders komfortabel, was als *Chance* anzusehen ist.

Trotzdem bürden Vorteile anderer Reiseverkehrsmittel wie eine kürzere Reisedauer bei Flugreisen, eine Vermeidung von Umstiegen bei Autoreisen oder gegebenenfalls günstigere Preise bei Busreisen ein *Risiko* für Interrail. Diese Alternativen stellen eine Konkurrenz für Bahnreisen, einschließlich Interrail, dar. Außerdem spielt für die meisten Befragten der primären Zielgruppe Komfort beim Reisen nur eine untergeordnete Rolle, was als weiteres *Risiko* für Interrail in diesem Kontext angesehen werden kann.

Selbst wenn Bahnreisen mit der Klimabilanz vor Flugzeug und Autos überzeugen, wird auch bei diesen an technologischen Weiterentwicklungen für zunehmende Umweltfreundlichkeit gearbeitet. Gleichermäßen können technologische Weiterentwicklungen und zunehmende Digitalisierung auch eine *Chance* für Interrail darstellen, digitale Möglichkeiten zu erweitern. Im Rahmen zunehmender Konnektivität nehmen die Trends zur digitalen Mobilität und Seamless Mobility nehmen zu.

Vereinheitlichungen, die in der EU durch die Einführung des TEN und Umrüstungen angestrebt werden, stellen eine *Chance* für Interrail für zunehmend reibungslose Abläufe dar. Zudem bieten politische Maßnahmen zur Stärkung des Bahnreiseverkehrs, Interrail die *Chance* von staatlicher Unterstützung zu profitieren.

Dennoch stellen die teilweise Unvereinbarkeit der Standards nationaler Bahnunternehmen zum aktuellen Zeitpunkt ein *Risiko* für Interrail dar. Sie erschweren den grenzübergreifenden Verkehr und sind eine Ursache von Unzuverlässigkeit und Unpünktlichkeit. Interrail-Reisen sind abhängig von funktionierenden Zugverbindungen. Dies ist ein weiteres *Risiko* für die Attraktivität von Interrail, denn vor allem potenzielle Reisende befürchten mehrheitlich mit diesem Problem bei einer Interrail-Reise konfrontiert zu sein. Allerdings ist festzuhalten, dass nur ca. ein Viertel der Gereisten diese Unzuverlässigkeit negativ erlebt hat, was darauf hindeutet, dass das Image schlechter ist als die tatsächliche Situation europaweit. Auch Bahnstreiks oder komplette Ausfälle stellen dabei ein *Risiko* für Interrail dar, da sie das Reiseerlebnis negativ beeinflussen können.

Insgesamt zeigt die Chancen-Risiken-Analyse, dass es für Interrail eine Vielzahl von Chancen gibt, sich als umweltfreundliche und attraktive Reiseoption zu positionieren. Jedoch sind auch

Risiken wie potenzielle Einschränkungen, Herausforderungen und Konkurrenz zu beachten, die sich negativ auf das Produkt auswirken können.

Tabelle 8: Chancen-Risiken-Tabelle Interrail

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> - Ortswechsel Grundvoraussetzung für den Tourismus, Verkehrsmittel elementar - Wachstum und Erholung der Tourismusbranche seit Corona - Allgemeines Reisen-Wollen - Steigendes Umweltbewusstsein bei der jungen Zielgruppe - EU-Netz als eines der sichersten weltweit - Trend zu Slow Travel - Schnellzüge reduzierte Reisezeit - Reisen in Schnellzügen komfortabel - Netzausbau, vor allem bei Hochgeschwindigkeitsnetzen - Zunehmende Digitalisierung - Vereinheitlichung in der EU durch TEN angestrebt - Politische Maßnahmen stärken Bahnreiseverkehr 	<ul style="list-style-type: none"> - Tourismus als Treiber des Klimawandels - Maßnahmen zur weiteren Emissionsreduktion von Bahnverkehr - Negative Auswirkungen durch Klimawandel (z.B. auf Reiseziele) - Demografischer Wandel verkleinert primäre Zielgruppe - Attitude-Behaviour-Gap - Produktattribute wie Preis sind wichtiger als Klimafreundlichkeit - Reisesicherheit durch Kriege, Terror und andere extreme Ereignisse bedroht - Verteuerung und Inflation - Vorteile anderer Verkehrsmittel wie kürzere Reisedauer und dessen technologische Weiterentwicklung - Komfort weniger wichtig - Unvereinbarkeit nationaler Bahnunternehmen mit unterschiedlichen Standards - Abnehmende Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit von Bahnen - Bahnstreiks

Quelle: Eigene Darstellung

5.3 Handlungsempfehlungen

Auf Basis der SWOT-Analyse werden im Folgenden Handlungsempfehlungen abgeleitet, die die Attraktivität von Interrail steigern können. Diese ergeben sich aus der Zusammenführung von relevanten Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken in einer Key-Issue-Matrix (Tabelle 9):

- SO (Stärke – Chance)
 - ST (Stärke – Risiko)
 - WO (Schwäche – Chance)
 - WT (Schwäche – Risiko)
- (vgl. Runia et al. 2019, S. 80f.)

Tabelle 9: Key-Issue-Matrix Interrail

SWOT	Stärken	Schwächen
Chancen	<p>S: Interrail-Website zur Information und Buchung beliebt</p> <p>O: Zunehmende Digitalisierung und Technik-Affinität → Erweiterung der App</p> <p>S: Mehrere Länder können in kurzer Zeit bereist werden</p> <p>O: Ausbau Schienennetz in Europa → Vergrößerung des Ländernetzwerks</p>	<p>W: Passoptionen mit langer Reisedauer teuer</p> <p>O: Slow Travel → Sensibilisierung und zusätzlichen Wert durch Angebote in Kombination mit Pässen ab einem Monat; Anhebung Dauer One Country Pässe</p> <p>W: Unterkünfte kein Bestandteil der Pässe</p> <p>O: Ortswechsel liegen Reisen zugrunde → Routen-Angebote mit integrierten (klimafreundlichen) Unterkünften</p>
Risiken	<p>S: Züge als Reiseverkehrsmittel klimafreundlich</p> <p>T: Attitude-Behaviour-Gap</p>	<p>W: Sitzplatzreservierungen reduzieren Flexibilität und verursachen Kosten</p>

	<p>→ Zusätzliche Anreize z.B. durch themenbezogene Rabattaktion oder Vorbilder</p> <p>S: Flexibilität bei Interrail-Reisen</p> <p>T: Unzuverlässigkeit des Schienenverkehrs</p> <p>→ Kooperationen mit Anbietern alternativer Transportmittel</p>	<p>T: Konkurrenz vor allem durch andere Reiseverkehrsmittel</p> <p>→ Reservierungen reduzieren oder vermeiden</p> <p>W: Zusatzkosten bei begrenztem Budget primärer Zielgruppe</p> <p>T: Steigende Mobilitätskosten</p> <p>→ Erhöhung Ermäßigung; Pass mit kürzerer Reisedauer</p>
--	---	---

Quelle: Eigene Darstellung

1. Handlungsempfehlung (SO)

Die Interrail-Website ist ein starkes Informations- und Buchungstool. Zunehmende Digitalisierung und Technik-Affinität vor allem der primären Zielgruppe bietet die Chance digitale Anwendungen zu erweitern. Es wird empfohlen, die Funktionen der Rail Planner-App durch Nahverbindungssuchen zu ergänzen, selbst wenn diese nicht im Ticket enthalten sind. So müssen Reisende keine ergänzenden Apps in den Destinationen herunterladen und können alle Suchvorgänge in einer App tätigen. Dies fördert den Gedanken der Seamless Mobility und durch einen Hinweis, dass für die Strecke ein zusätzliches Ticket gekauft werden muss, kann Verunsicherung vermieden werden. Vorteilhaft wäre, wenn die Nahverkehrstickets ebenfalls direkt über die App gekauft werden könnten oder eine Weiterleitung zu der richtigen Nahverkehrs-Website existiert.

2. Handlungsempfehlung (SO)

Die Option, mehrere Länder in kurzer Zeit zu bereisen, gepaart mit dem wachsenden Schienennetz in Europa, eröffnet Interrail die Möglichkeit zur simultanen Erweiterung seines Netzwerks. Bemühungen, weitere Länder in das Interrail-Netzwerk aufzunehmen, könnten dazu beitragen, dass die Pässe für verschiedene Zielgruppen noch attraktiver und wertvoller werden. Darüber hinaus könnte die Integration von regionalen Zugverbindungen innerhalb der bereits integrierten Länder dazu beitragen, dass Reisende mit dem Pass noch mehr Destinationen bereisen und entdecken können.

3. Handlungsempfehlung (ST)

Das Reisen mit Zügen bei Interrail-Reisen ist klimafreundlich, doch die Attitude-Behaviour-Gap bei Reisenden stellt das Risiko dar, dass die Klimafreundlichkeit nicht zur Wahl von Interrail als Reiseform bewegt, sondern zum Beispiel eher der Preis. Es kann entsprechend empfohlen

werden, preisliche Anreize zu schaffen, die es für Reisende „vereinfachen“ aufgrund einer positiven Klimaeinstellung entsprechend zu handeln. Eine Idee wäre den „Earth Day⁷“ (dt.: Tag der Erde) für eine Rabattaktion zu nutzen, bei der mit klimafreundlichen Interrail-Reisen geworben wird und bei dem Kauf eines Tickets an dem Tag 10 % Preiserlass und Unterstützung eines Kompensationsprojekts zu bieten. Die Bewerbung könnte durch die Platzierung von Vorbildern erfolgen, welche mit Interrail reisen und die Klimafreundlichkeit hervorheben. Diese Kommunikation kann dazu beitragen, die umweltfreundliche Wahl der Nachfrager*innen über ihr Zugehörigkeitsbedürfnis zu erreichen (vgl. Nikolić et al. 2021, S. 14). So kann eine Kombination aus Sensibilisierung und Attraktivitätssteigerung erfolgen und Reisende dazu bewegen, sich aufgrund einer klimafreundlichen Einstellung für den Kauf eines Tickets zu entscheiden.

4. Handlungsempfehlung (ST)

Flexibilität als zentrale Stärke von Interrail sollte erhalten bleiben, selbst wenn Unzuverlässigkeit des Schienenverkehrs auftreten und es zu Ausfällen oder Streiks kommt. Durch Kooperationen mit Anbietern anderer öffentlicher Verkehrsmittel, wie von Fernbussen, könnte Interrail Reisenden die Möglichkeit bieten, bei besonderen Ausfällen einzelne Strecken mit alternativen Transportmitteln zurückzulegen. Diese Maßnahmen könnten vor allem potenziellen Reisenden vorab das Vertrauen geben, dass Lösungen gefunden werden, um trotz möglicher Unzuverlässigkeit im Schienenverkehr eine kontinuierliche Reise ohne erheblichen Zeitverlust zu ermöglichen.

5. Handlungsempfehlung (WO)

Die Passoptionen mit langer Reisedauer sind teurer und liegen häufig über den Budgetvorstellungen der primären Zielgruppe. Der aufkommende Trend des Slow Travels, bietet jedoch die Chance, diese Pässe stärker ins Rampenlicht zu rücken und den Bedürfnissen der Zielgruppe besser gerecht zu werden. Neben potenziellen Preissenkungen können gezielte Marketingstrategien, die sich auf die Ideale des achtsamen Tourismus und des Slow Travels konzentrieren, diese längeren Pässe attraktiver machen. Dies könnte beispielsweise durch die Einführung von speziellen Angeboten in Kombination mit Global-Pässen ab einer Reisedauer von einem Monat erfolgen. Solche Angebote könnten Rabatte auf lokale Kochkurse oder Workshops von regionalen Institutionen beinhalten, anstatt auf touristische Attraktionen wie das „Hard Rock Café“ zu setzen. Des Weiteren könnte die Dauer

⁷ Jährlicher Feiertag, in der Regel gefeiert am 22. April, der Errungenschaften der Umweltmaßnahmen würdigt und Aufmerksamkeit auf notwendigen Schutz natürlicher Ressourcen lenkt (vgl. National Geographic o.J.).

der Ein-Länder-Pässe von wenigen Tagen auf mehrere Wochen erhöht werden, um dem Konzept des Slow Travel innerhalb eines Landes gerecht zu werden. Eine zusätzliche Möglichkeit für diese Pässe, besteht darin vorbereitende digitale Kurse anzubieten, die den Reisenden die Chance geben, sich bereits vor Reiseantritt intensiver mit der Sprache und Kultur des Ziellandes auseinanderzusetzen und somit einen zusätzlichen Wert für die höheren Preise zu bieten.

6. Handlungsempfehlung (WO)

Ortswechsel, die den Interrail-Reisen zugrunde liegen, betonen die kontinuierliche Bedeutung der Zugreisen, wenngleich damit einhergeht, dass sich Reisende um Unterkünfte kümmern müssen, was im Vergleich zu pauschalisierten Produkten potenzielle Schwierigkeiten mit sich bringen kann. Die freiwillige Integration von Unterkünften in das Interrail-Angebot könnte dazu beitragen, Unsicherheiten hinsichtlich der Unterkunftssuche für einige Reisende zu reduzieren. Durch die Integration könnten Routen angeboten werden, die im Einklang mit dem entsprechenden Pass und den Reservierungen für Unterkünfte stehen. Dabei könnten bevorzugt solche Unterkünfte gewählt werden, die umweltfreundlich sind, um die Gesamtbilanz der Interrail-Reise hinsichtlich der Klimaauswirkungen zu erhalten oder verbessern.

7. Handlungsempfehlung (WT)

Sitzplatzreservierungen, welche die Flexibilität reduzieren und Zusatzkosten verursachen, beeinflussen die Attraktivität von Interrail und lassen die Konkurrenz, sowohl auf der Schiene als auch weniger umweltfreundliche Reisemöglichkeiten mit anderen Verkehrsmitteln, attraktiver erscheinen. Um die Attraktivität von Interrail nicht (weiter) zu gefährden, sollte die Notwendigkeit von Sitzplatzreservierungen in Zügen soweit möglich vermieden oder ganz abgeschafft werden und nur auf freiwilliger Basis erfolgen. Selbst wenn keine Sitzplätze reserviert werden und alle Sitze im Zug besetzt sind, sollten (Interrail-)Reisende die Möglichkeit haben, frei zu wählen, ob sie stehen oder einen anderen Zug nehmen möchten. Zugunternehmen die Reservierungen fordern sollten als Partner von Interrail, Sonderregelungen für Interrail-Reisende diesbezüglich einführen. Dadurch bleibt die Flexibilität bei der Reiseplanung erhalten und die Attraktivität steigt.

8. Handlungsempfehlung (WT)

Ein Großteil der primären Zielgruppe von Interrail ist nicht-erwerbstätig und der Preis stellt das entscheidende Produktattribut dar. Zusatzkosten für Reservierungen und Unterkünfte sowie die steigenden Mobilitätskosten und Verteuerung der Tickets, riskieren, dass die Kosten das Budget der primären Zielgruppe insgesamt übersteigen. Eine Erhöhung der Ermäßigung

könnte in Betracht gezogen werden, um mehr Menschen zur Nutzung von Interrail zu ermutigen. Falls eine solche Erhöhung nicht möglich ist, könnte die Einführung einer günstigeren Passoption mit kürzerer Reisedauer in Erwägung gezogen werden, beispielsweise ein Flexi Pass mit 3 Reisetagen. Dadurch könnte die Verunsicherung hinsichtlich des Preis-Leistungs-Verhältnisses verringert werden, da Interrail durch eine kostengünstigere Option „ausprobiert“ werden kann.

Basierend auf den Erkenntnissen der SWOT-Analyse können daraus abgeleitete Anpassungen, Verbesserungen und gezieltes Marketing dazu beitragen, das Potenzial von Interrail als attraktive Reiseoption weiter auszuschöpfen und die Zukunftsfähigkeit des Produkts zu stärken.

6. Fazit

Abschließend wird die Bewertung der Attraktivität und der Zukunftsfähigkeit von Interrail vor dem Hintergrund des Klimawandels zur Beantwortung der übergeordneten Forschungsfrage vorgenommen. Zudem wird diese Arbeit abschließend reflektiert und ein Schlusswort formuliert.

6.1 Bewertung der Attraktivität und Zukunftsfähigkeit

In dieser Bachelor-Thesis wurde im Rahmen der Potenzialanalyse die Attraktivität und Zukunftsfähigkeit des Interrail-Systems umfassend untersucht, indem verschiedene Aspekte analysiert wurden. Von Reisetrends, dem europäischen Schienenverkehr und dem Markt auf dem sich Interrail platziert, über Eigenschaften von Interrail zu Einstellungen Gereister und potenzieller Reisender hinsichtlich Interrail-Reisen.

Die Ergebnisse zeigen, dass Interrail vor allem aufgrund seiner Flexibilität, der vielfältigen Reisemöglichkeiten und Budgetfreundlichkeit eine attraktive Option für Reisende ist. In Kombination mit dem zunehmenden Fokus auf klimafreundliches Reisen könnte die Nachfrage nach Interrail-Pässen in Zukunft weiter steigern und das Produkt kann als zukunftsfähig eingeschätzt werden.

Jedoch gibt es auch Herausforderungen, denen Interrail gegenübersteht, wie beispielsweise der Reservierungspflicht, der Konkurrenz durch andere Verkehrsmittel, dass nur eine Hauptreiseleistung bedient wird und dem überwiegend geringen Budget der primären

Zielgruppe. Die Produkterweiterungen, die Entwicklung gezielter Marketingstrategien und die Anpassung der Preisstrukturen könnten dabei helfen, die Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit von Interrail zu stärken.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass Interrail trotz einiger Herausforderungen vielversprechende Zukunftsaussichten hat, insbesondere wenn Eurail B.V. bereit ist, das Produkt an die wandelnden Bedürfnisse und Erwartungen der Kund*innen anzupassen und innovative Lösungen anzubieten, um die Position im europäischen Reisemarkt zu festigen und die Attraktivität zu erhöhen. Interrail kann insgesamt eine attraktive Alternative zu weniger klimafreundlichen Reisemöglichkeiten darstellen.

6.2 Reflexion und Schlussbemerkung

Zum Abschluss dieser Bachelor-Thesis wird die Methodik reflektiert und Hinweise zu einer erneuten Durchführung gegeben.

Im Rahmen der Literaturanalyse konnten interessante Erkenntnisse zum Markt und Reiseprodukt Interrail gesammelt werden. Zusätzlich wäre es interessant gewesen, weitere Informationen und Einblicke in das Unternehmen Eurail B.V. zu erhalten, um Erkenntnisse darüber hinaus und spezifischer zu Interrail zu sammeln. Auf Anfragen im Rahmen dieser Arbeit hin wurde nur die Pressemappe zur Verfügung gestellt und keine weiteren Einblicke gewährt.

Im Rahmen des Forschungsprozesses hat die empirische Erhebung wertvolle Erkenntnisse geliefert, die neben der Sammlung von Informationen dazu verwendet werden konnten, die Relevanz verschiedener Aspekte im Vergleich zu bewerten und einschätzen zu können. Bei einer erneuten Durchführung könnte darauf geachtet werden, die Umfrage weniger im direkten Umfeld und mehr über unabhängige Portale zu verbreiten, um eine etwas ausgeglichene Gruppierung, vor allem hinsichtlich der Beschäftigung der Teilnehmer*innen zu erhalten. Zudem wäre denkbar, die Zielgruppe der Gereisten auch auf Menschen über 27 Jahren auszuweiten, wenn diese in der Vergangenheit mit einem ermäßigten Interrail-Pass gereist sind. Dies könnte zu einer ähnlichen Anzahl Gereister und potenzieller Reisender führen und dabei ermöglichen die Erkenntnisse dennoch ausschließlich auf die primäre Zielgruppe von Interrail-Reisen zu beziehen.

Interessant wäre darüber hinaus die gleiche Umfrage in einem anderen europäischen Land durchzuführen, um feststellen zu können, ob Ergebnisse abhängig vom Land voneinander abweichen würden.

Die SWOT-Analyse ermöglichte die Erkenntnisse zu kategorisieren und daraus Handlungsempfehlungen abzuleiten. Die Einordnung der Erkenntnisse innerhalb des Analysemodells gestaltete sich aufgrund der Vielfalt als anspruchsvoll. Dies ist darauf zurückzuführen, dass Interrail als Ticketangebot fungiert und die tatsächliche Reiseleistung von externen Anbietern erbracht wird, was eine klare Abgrenzung zwischen internen und externen Faktoren erschwerte. In einem erweiterten Kontext wäre es zudem von Interesse, die Wechselwirkungen und gegenseitigen Einflüsse der einzelnen Faktoren genauer zu betrachten.

Aufgrund einer eigenen Reiseerfahrung mit Interrail im Sommer 2023 kann ich die Perspektive der Gereisten nachvollziehen und habe viele der in dieser Thesis behandelten Stärken und Schwächen von Interrail-Reisen selbst erfahren. Insgesamt empfand ich die Erfahrung als positiv, wobei die Schwächen wie Reservierungen für mich angesichts der klimafreundlichen und flexiblen Reisemöglichkeiten in den Hintergrund traten. In Anbetracht der absehbaren Herausforderungen durch den Klimawandel bleibt zu hoffen, dass sich in Zukunft zunehmend positive Entwicklungen in Richtung eines umweltfreundlicheren Angebots und einer verstärkten Nachfrage nach nachhaltigen Reisemöglichkeiten ergeben. Klimafreundliche Alternativen wie Interrail bieten dabei eine vielversprechende Gelegenheit für eine zukunftsorientierte Veränderung.

Quellenverzeichnis

- Albert, M., Hurrelmann, K., Quenzel, G. und Schneekloth, U. (2019): Jugend 2019: Eine Generation meldet sich zu Wort. In: Hurrelmann, K., Quenzel, G., Schneekloth, U., Leven, I., Albert, M., Utzmann, H. und Wolfert, S. Jugend 2019. 18. Shell Jugendstudie. Weinheim: Beltz. S. 313–324.
- Baur, N. und Blasius, J. (2022): Methoden der empirischen Sozialforschung. Ein Überblick. In: Baur, N. und Blasius, J. (Hrsg.). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. 3. Aufl. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 1–32. doi:10.1007/978-3-658-37985-8_1.
- Brinkmann, R. (2021): Practical Sustainability. A Guide to Living a More Sustainable Life. Cham: Palgrave Macmillan. doi:10.1007/978-3-030-73782-5.
- Bundesministerium für Digitales und Verkehr. (2021): Europäisches Jahr der Schiene 2021. Klimaschützer, Wirtschaftsmotor, Innovationstreiber. Online verfügbar unter: <https://bmdv.bund.de/SharedDocs/DE/Artikel/K/europaeisches-jahr-der-schiene-2021.html>. (abgerufen am 18.01.2024).
- Bundeszentrale für politische Bildung. (2024): Krieg in der Ukraine. Online verfügbar unter: <https://www.bpb.de/themen/europa/krieg-in-der-ukraine/>. (abgerufen am 26.01.2024).
- Bünstorf, N. (2022): Einflussfaktoren der touristischen Verkehrsmittelwahl. Untersuchung auf Basis einer erweiterten Theorie des geplanten Verhaltens. Zeitschrift für Tourismuswissenschaft, 14 (1), S. 22–41. doi:10.1515/tw-2021-0021.
- Caesar, B., Heilmann, M., Saalbach, J. und Schreiner, W. (2018): Grenzüberschreitender Öffentlicher Verkehr: Immer noch Barrieren trotz EU. In: Pallagst, K., Hartz, A., Caesar, B. (Hrsg.). Border Futures - Zukunft Grenze - Avenir Frontière: Zukunftsfähigkeit grenzüberschreitender Zusammenarbeit. Hannover: Akademie für Raumforschung und Landesplanung, S. 207–231. Online verfügbar unter: <https://d-nb.info/1155850610/34>. (abgerufen am 22.12.2023).
- Castellani, V. und Sala, S. (2012): Ecological Footprint and Life Cycle Assessment in the sustainability assessment of tourism activities. Ecological Indicators, 16, S. 135–147. doi:10.1016/j.ecolind.2011.08.002.
- Clewlöw, R. R., Sussman, J. M. und Balakrishnan, H. (2014): The impact of high-speed rail and low-cost carriers on European air passenger traffic. Transport Policy, 33, S. 136–143. doi:10.1016/j.tranpol.2014.01.015.
- Community of European Railway and Infrastructure Companies. (2022): Next Generation on Track. Activity Report 2022. Online verfügbar unter: <https://www.cer.be/cer-reports/cer-activity-report-2022>. (abgerufen am 14.01.2024).

- Der Spiegel. (2022): Deutsche Bahn muss Regionalzüge verkürzen – wegen Ukrainekrieg. Der Spiegel, 18. Online verfügbar unter:
<https://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/deutsche-bahn-muss-regionalzuege-wegen-ukraine-krieg-verkuerzen-a-fec894c1-13e7-4e89-a98d-89b91a19baee#>.
 (abgerufen am 10.01.2024).
- Deutsche Bahn. (2022): Integrierter Bericht 2022. Online verfügbar unter:
https://www.deutschebahn.com/resource/blob/10431118/7022b1241d1c0b4322ae6c752157c263/Integrierter-Bericht_Download-data.pdf. (abgerufen am 07.01.2024).
- Deutsche Bahn. (o.J.): Deutsche Bahn. Online verfügbar unter: <https://www.bahn.de>.
 (abgerufen am 03.01.2024).
- ElHaffar, G., Durif, F. und Dubé, L. (2020): Towards closing the attitude-intention-behavior gap in green consumption: A narrative review of the literature and an overview of future research directions. *Journal of Cleaner Production*, 275.
 doi:10.1016/j.jclepro.2020.122556.
- Endemann, P. (2019): Long-distance passenger rail services: Review and improvement. In: Scholl, B., Perić, A., Niedermaier, M. Spatial (Ed.). *Spatial and transport infrastructure development in Europe: Example of the Orient/East-Med Corridor*. Hannover: Akademie für Raumforschung und Landesplanung, S. 156–174. Online verfügbar unter:
<http://hdl.handle.net/10419/213379>. (abgerufen am 04.01.2024).
- Esch, F.-R. (2018): Corporate Design. *Gabler Wirtschaftslexikon*. Online verfügbar unter:
<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/corporate-design-30453/version-254035>.
 (abgerufen am 03.02.2024).
- Eurail. (2019): Ausgewählte Zahlen zum Interrail-Angebot in Europa. Online verfügbar unter:
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1073322/umfrage/zahlen-zu-den-interrail-reisen-in-europa/>. (abgerufen am 15.01.2024).
- Eurail. (2023): Interrail Press Kit 2023. Utrecht. Online verfügbar unter:
https://www.interrail.eu/content/dam/_new-structure/doc/pr-comms/Interrail%20Press%20Kit_2023.pdf. (abgerufen am 20.12.2023).
- Eurail. (2024a): Interrail Pass-Guide. Online verfügbar unter:
<https://www.bahn.de/angebot/international/interrail>. (abgerufen am 02.02.2024).
- Eurail. (2024b): Preise Interrail One Country Pass. Online verfügbar unter:
<https://www.bahn.de/angebot/international/interrail>. (abgerufen am 02.02.2024).
- Eurail. (2024c): Preise Interrail Global Pass. Online verfügbar unter:
<https://www.bahn.de/angebot/international/interrail>. (abgerufen am 02.02.2024).
- Eurail. (o.J.a): Was ist ein Interrail-Pass? Online verfügbar unter:
<https://www.interrail.eu/de/support/interested-in-interrailing/what-is-a-interrail->

- Freericks, R., Hartmann, R. und Stecker, B. (2010): Freizeitwissenschaft. Handbuch für Pädagogik, Management und nachhaltige Entwicklung. München: Oldenbourg.
- Gafafer, T. (2023): Endstation Basel SBB: TGV-Züge aus Paris und ICE aus Deutschland sollen nur noch bis zur Grenze fahren. NZZ. Online verfügbar unter: <https://www.nzz.ch/schweiz/basel-sbb-tgv-zuege-aus-paris-und-ice-aus-deutschland-sollen-nur-noch-bis-zur-grenze-fahren-ld.1744025>. (abgerufen am 21.01.2024).
- Geiger, C. und Diekmann, D. (2013): Logistik und Umwelt. In: Clausen, U., Geiger, C. (Hrsg.). Verkehrs- und Transportlogistik. 2. Aufl. Berlin, Heidelberg: Springer, S. 21–32. doi:10.1007/978-3-540-34299-1_4.
- Gonstalla, E. (2019): Das Klimabuch. Alles, was man wissen muss, in 50 Grafiken. München: oekom.
- Gössling, S., Lund-Durlacher, D., Antonschmidt, H., Peters, M., Smeral, E., Pröbstl-Haider, U. und Gratzner, M. (2021): Beherbergung. In: Pröbstl-Haider, U., Lund-Durlacher, D., Olefs, M., Prettenthaler, F. (Hrsg.). Tourismus und Klimawandel. Berlin, Heidelberg: Springer, S. 75–92. doi:10.1007/978-3-662-61522-5_4.
- Gronau, W. und Groß, S. (2019): Verkehr und Tourismus: Auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Mobilität im Tourismus!?. Zeitschrift für Tourismuswissenschaft, 11 (2), S. 181–186. doi:10.1515/tw-2019-0011.
- Groß, S. (2017): Handbuch Tourismus und Verkehr. Verkehrsunternehmen, Strategien und Konzepte. 2. Aufl. Konstanz, München: UKV (UTB).
- Gühnemann, A., Kurzweil, A., Unbehauen, W. und Molitor, R. (2021): Mobilität, Transport und Erreichbarkeit von Destinationen und Einrichtungen. In: Pröbstl-Haider, U., Lund-Durlacher, D., Olefs, M., Prettenthaler, F. (Hrsg.). Tourismus und Klimawandel. Berlin, Heidelberg: Springer, S. 49–74. doi:10.1007/978-3-662-61522-5_3.
- Guihéry, L. (2019): Long Distance Coach Services in France and Germany: The new European competition between Flixbus and BlaBlaBus. Rivista di Economia e Politica dei Trasporti, Sonderausgabe in „Il trasporto automobilistico di lunga distanza“, 1. Online verfügbar unter: <https://shs.hal.science/halshs-02374703>. (abgerufen am 09.01.2024).
- Hartmann, R. (2018): Marketing in Tourismus und Freizeit. 2. Aufl. München: UKV (UTB).
- Hergesell, A. und Dickinger, A. (2013): Environmentally friendly holiday transport mode choices among students. The role of price, time and convenience. Journal of Sustainable Tourism, 21 (4), S. 596–613. doi:10.1080/09669582.2013.785555.
- Herrmann, H.-P. (2019): Psychologisches Tourismusmarketing. Thesen zu ausgewählten Aspekten. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, doi:10.1007/978-3-658-23680-9.
- Jarke, J. (2018): Digitalisierung und Gesellschaft. Soziologische Revue, 41 (1), S. 3–20. doi:10.1515/srsr-2018-0002.

- Jensen, M. T., Gyimothy, S. und Jensen, O. B. (2015): Staging interrail mobilities. *Tourist Studies*, 16 (2), S. 111–132. doi:10.1177/1468797615594740.
- Juvan, E. und Dolnicar, S. (2014): The attitude-behaviour gap in sustainable tourism. *Annals of Tourism Research*, 48, S. 76–95. doi:10.1016/j.annals.2014.05.012.
- Klarin, A., Park, E., Xiao, Q. und Kim, S. (2023): Time to transform the way we travel?: A conceptual framework for slow tourism and travel research. *Tourism Management Perspectives*, 46. doi:10.1016/j.tmp.2023.101100.
- Krebs, D. und Menold, N. (2022): Gütekriterien quantitativer Sozialforschung. In: Baur, N. und Blasius, J. (Hrsg.). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. 3. Aufl. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 549–565. doi:10.1007/978-3-658-37985-8_35.
- Kromrey, H., Roose, J. und Strübing, J. (2016): *Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung mit Annotationen aus qualitativ-interpretativer Perspektive*. 13. Aufl. Konstanz/München: UKV (UTB).
- Kuhn, F., Günther, W., Braun, M., Yaras, N., Schmücker, D. und Grimm, B. (2023): Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren. FUR (Hrsg.). Kiel: NIT. Online verfügbar unter: http://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2023/09/UBA_Nachhaltigkeit_bei_Urлаubsreisen_Bericht2023_FINAL.pdf. (abgerufen am 16.12.2023).
- Lohmann, M., Schmücker, D., Sonntag, U. und Yaras, N. (2020): *Reiseanalyse Trendstudie 2030. Urlaubsnachfrage im Quellmarkt Deutschland*. FUR (Hrsg.). Kiel.
- Luger, K. (2022): *Tourismus – Über das Reisen und Urlauben in unserer Zeit*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. doi:10.1007/978-3-658-36460-1.
- Manka, M. (2022): Interrail youth travel (re)producing communities of belonging – memories of Finnish travellers 1972–1991. *Journal of Tourism History*, 14 (2), S. 215–237. doi:10.1080/1755182X.2022.2065366.
- Meier, F., Sender, J. und Voll, R. (2013): Schienengüterverkehr. In: Clausen, U., Geiger, C. (Hrsg.). *Verkehrs- und Transportlogistik*. 2. Aufl. Berlin, Heidelberg: Springer, S. 161–177. doi:10.1007/978-3-540-34299-1_12.
- Nagaj, R. und Žuromskaitė, B. (2023): Young Travellers and Green Travel in the Post-COVID Era. *Sustainability*, 15, Multidisciplinary Digital Publishing Institute, S. 1–18. doi:10.3390/su151813822.
- National Geographic. (o.J.): *Earth Day*. Online verfügbar unter: <https://education.nationalgeographic.org/resource/earth-day/>. (abgerufen am 03.02.2024).

- Nikolić, T. M., Pantić, S. P., Paunović, I. und Filipović, S. (2021): Sustainable travel decision-making of europeans: Insights from a household survey. *Sustainability*, 13, Multidisciplinary Digital Publishing Institute, S. 1–21. doi:10.3390/su13041960.
- ÖBB. (o.J.): Reiseziele. Online verfügbar unter: <https://www.nightjet.com/de/reiseziele>. (abgerufen am 27.01.2024).
- Olefs, M., Formayer, H., Gobiet, A., Marke, T., Schöner, W., Fischer, A. und Aigner, G. (2021): Klimawandel – Auswirkungen mit Blick auf den Tourismus. In: Pröbstl-Haider, U., Lund-Durlacher, D., Olefs, M., Prettenthaler, F. (Hrsg.). *Tourismus und Klimawandel*. Berlin, Heidelberg: Springer, S. 19–46. doi:10.1007/978-3-662-61522-5_2.
- Palonen, K. (2020): Politicisation of Travelling: Interrail and Freedom. *Journal of Autonomy and Security Studies*, 4 (1), S. 64–81. Online verfügbar unter: https://jass.ax/wp-content/uploads/2020/09/JASS_Palonen.pdf. (abgerufen am 29.12.2023).
- Parment, A. (2023): Die Generation Z. Die Hoffnungsträgergeneration in der neuen Arbeitswelt. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. doi:10.1007/978-3-658-42682-8.
- Pröbstl-Haider, U., Lund-Durlacher, D., Obersteiner, G., Prettenthaler, F., Damm, A. und Stolba, P. (2021): Einführung. In: Pröbstl-Haider, U., Lund-Durlacher, D., Olefs, M., Prettenthaler, F. (Hrsg.). *Tourismus und Klimawandel*. Berlin, Heidelberg: Springer, S. 1–16. doi:10.1007/978-3-662-61522-5_1.
- Raab-Steiner, E. und Benesch, M. (2015): Der Fragebogen von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung. 4. Aufl. Wien: UTB.
- Rail Europe. (o.J.): Kaufe Bahntickets für Europa – einfach und sicher. Online verfügbar unter: <https://www.raileurope.com/de>. (abgerufen am 01.02.2024).
- Runia, P. M., Wahl, F., Geyer, O. und Thewissen, C. (2019): Marketing. Prozess- und praxisorientierte Grundlagen. 5. Aufl. Berlin, Boston: De Gruyter Oldenbourg.
- SBB. (o.J.): Gotthard Panorama Express. Online verfügbar unter: <https://www.sbb.ch/de/freizeit-ferien/ferien-schweiz/panoramareisen/gotthard-panorama-express.html>. (abgerufen am 12.01.2024).
- Stoll, F., Schüttert, A. und Nießen, N. (2017): Inoperabler Schienenverkehr in Europa. Perspektiven und Herausforderungen bei der Schaffung eines einheitlichen europäischen Eisenbahnraumes. *Internationales Verkehrswesen*, (69), 3, S. 36–39. Online verfügbar unter: https://www.via.rwth-aachen.de/downloads/36-39_m_stoll_IV201703.pdf. (abgerufen am 04.01.2024).
- Timothy, D. J. und Zhu, X. (2021): Backpacker Tourist Experiences. Temporal, spatial and cultural perspectives. In: Sharpley, R. (Ed.). *Routledge Handbook of the Tourist Experience*. London: Routledge, S. 249–261. doi:10.4324/9781003219866-22.

- Umweltbundesamt. (2022): Vergleich der durchschnittlichen Emissionen einzelner Verkehrsmittel des Linien- und Individualverkehrs im Personenverkehr in Deutschland 2022. Online verfügbar unter: <https://www.umweltbundesamt.de/bild/vergleich-der-durchschnittlichen-emissionen-0>. (abgerufen am 28.12.2023).
- Wagner-Schelewsky, P. und Hering, L. (2022): Online-Befragung. In: Baur, N. und Blasius, J. (Hrsg.). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. 3. Aufl. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 1051–1065. doi:10.1007/978-3-658-37985-8_70.
- Wiederwald, R. (2024): Nach dem Streik ist vor dem Streik. Tagesschau. Online verfügbar unter: <https://www.tagesschau.de/inland/gesellschaft/bilanz-streik-gdl-100.html>. (abgerufen am 18.01.2024).
- World Tourism Organization. (2024): Weltweites Tourismusaufkommen nach Anzahl der Reiseankünfte in den Jahren 1950 bis 2023. In: Statista. Online verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/37123/umfrage/weltweites-tourismusaufkommen-nach-reiseankuenften-seit-1950/>. (abgerufen am 04.02.2024).
- World Tourism Organization. (2017): Tourismus und die Ziele für nachhaltige Entwicklung – Eine Reise ins Jahr 2030. Madrid: UNWTO. Online verfügbar unter: https://dgvn.de/publications/PDFs/UN_Berichte/UNWTO-Bericht_web.pdf. (abgerufen am 23.12.2023).
- World Tourism Organization und International Transport Forum. (2019): Transport-related CO₂ Emissions of the Tourism Sector. Modelling Results. Madrid: UNWTO. doi:10.18111/9789284416660.
- Zukunftsinstitut. (2023a): Die Megatrend-Map. Online verfügbar unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/zukunftsthemen/die-megatrend-map>. (abgerufen am 06.01.2024).
- Zukunftsinstitut. (2023b): Der Megatrend Mobilität. Online verfügbar unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/zukunftsthemen/megatrend-mobilitaet>. (abgerufen am 06.01.2024).

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anteile der Tourismussektoren an touristischem CO ₂ -Erzeugnis	9
Abbildung 2: Alter der Teilnehmer*innen.....	32
Abbildung 3: Primäre Motive mit Interrail zu reisen	33
Abbildung 4: Relevanz verschiedener Aspekte bei der Wahl mit Interrail zu reisen.....	34
Abbildung 5: Umweltrelevanz bei der Reiseverkehrsmittelwahl	35
Abbildung 6: Wahl der Unterkünfte unter Beachtung der Umweltrelevanz.....	37
Abbildung 7: Investiertes Budget Gereister	38
Abbildung 8: Budgetvorstellungen potenzieller Reisender	39

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Systematisierung des Verkehrs in Bezug auf Interrail	12
Tabelle 2: Skalen-Legende.....	31
Tabelle 3: Legende Abbildung 3.....	33
Tabelle 4: Positive Erwartungen/Erfahrungen (potenzieller) Reisender	39
Tabelle 5: Negative Befürchtungen/Erfahrungen (potenzieller) Reisender	40
Tabelle 6: Key-Issue-Matrix.....	42
Tabelle 7: Stärken-Schwächen-Tabelle Interrail	45
Tabelle 8: Chancen-Risiken-Tabelle Interrail	49
Tabelle 9: Key-Issue-Matrix Interrail	50

Anhang

A Fragebogen der Umfrage

Reisen mit Interrail durch Europa

Liebe*r Teilnehmer*in,

danke für dein Interesse an meiner Umfrage zum Thema **Reisen mit Interrail durch Europa!** Diese Umfrage führe ich im Rahmen meiner Bachelorarbeit im Internationalen Studiengang Angewandte Freizeitwissenschaft an der Hochschule Bremen durch. Die Umfrage ist auf Deutsch und ich bitte dich nur daran teilzunehmen, wenn du einen **Wohnsitz in Deutschland** hast und zwischen **15 und 27 Jahren** alt bist.

Basierend auf deinen Erfahrungen oder Überlegungen, möchte ich Rückschlüsse über die Stärken und Schwächen von Interrail ziehen. Daher freue ich mich, wenn du teilnimmst, unabhängig davon ob du schon einmal mit Interrail verreist bist oder nicht.

Die **Ergebnisse** werde ich **anonymisiert** in meiner Bachelorarbeit verwenden, um eine fundierte Grundlage für die Einschätzung des Potenzials dieser Reiseform zu haben und Verbesserungsmöglichkeiten zu erarbeiten.

Danke, dass du mich dabei unterstützt und dir **ca. 5 Minuten Zeit** für die Umfrage nimmst.

Bitte beantworte die Fragen so **ehrlich und präzise** wie möglich.

Bei Fragen oder Anregungen zu der Umfrage melde dich gerne unter: rpengemann@stud.hs-bremen.de.

Vielen Dank!

Rebecca Pengemann

Hinweis: Solltest du minderjährig sein, sprich bitte mit deinen Eltern oder einer anderen erziehungsberechtigten Person ab, ob du an dieser Umfrage teilnehmen darfst.

Datenschutzerklärung:

Vielen Dank für deine Teilnahme an meiner Umfrage im Rahmen meiner Bachelorarbeit. Der Schutz deiner persönlichen Daten ist mir sehr wichtig. Hiermit informiere ich dich über die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung der Daten im Zusammenhang mit dieser Umfrage.

Erhebung der Daten:

- Die Umfrage erfolgt über das Tool LimeSurvey.
- Die Teilnahme an der Umfrage ist freiwillig.
- Minderjährige Teilnehmende sollten vorab mit ihren Eltern oder anderen erziehungsberechtigten Personen absprechen, ob sie an dieser Umfrage teilnehmen dürfen.
- Es werden keine weiteren als die offensichtlich durch die Fragen der Umfrage abgefragten Daten erfasst.

Zweck der Datenverarbeitung:

- Die gesammelten Daten dienen ausschließlich Forschungszwecken im Rahmen meiner Bachelorarbeit.

Nutzung der Daten:

- Alle erhobenen Daten werden anonymisiert und sind nicht auf individuelle Teilnehmende zurückführbar.
- Nach der Auswertung und Verwendung der anonymisierten Daten in meiner Bachelorarbeit, werden diese im Anschluss gelöscht.

Bei Fragen zum Datenschutz kannst du mich unter rpengemann@stud.hs-bremen.de kontaktieren.

Mit deiner Teilnahme an dieser Umfrage erklärst du dich mit der beschriebenen Verarbeitung deiner Daten einverstanden.

Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nein

Bedingung: Antwort war „Ja“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Wie häufig bist du bisher mit Interrail gereist?

Bitte als Zahl eingeben. (Beispiel: Einmal gereist = 1)

Bedingung: Antwort war „Ja“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Mit welchem/n Pass/Pässen bist du gereist?

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Flexi Pass: 4 Tage innerhalb eines Monats
- Flexi Pass: 5 Tage innerhalb eines Monats
- Flexi Pass: 7 Tage innerhalb eines Monats
- Flexi Pass: 10 Tage innerhalb von zwei Monaten
- Flexi Pass: 15 Tage innerhalb von zwei Monaten
- Continuous Pass: 15 Tage in Folge
- Continuous Pass: 22 Tage in Folge
- Continuous Pass: 1 Monat ununterbrochen
- Continuous Pass: 2 Monate ununterbrochen
- Continuous Pass: 3 Monate ununterbrochen
- One Country Pass: 3 Tage lang
- One Country Pass: 4 Tage lang
- One Country Pass: 5 Tage lang
- One Country Pass: 6 Tage lang
- One Country Pass: 8 Tage lang
- Ich weiß es nicht mehr

Bedingung: Antwort war „Nein“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Weißt du was Interrail-Pässe sind? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nein

Bedingungen: Antwort war „Nein“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“ und „Nein“ bei „Weißt du was Interrail-Pässe sind?“

Textanzeige

Interrail-Pässe sind Bahntickets, die flexibles Reisen in bis zu 33 Ländern Europas ermöglichen. Es gibt mehrere Ticketoptionen, die sich vor allem in der gewünschten Reisedauer differenzieren. Je nach Alter der Reisenden unterscheiden sich dabei die Preiskategorien. Voraussetzung für den Erwerb eines solchen Tickets ist ein Wohnsitz in Europa oder eine europäische Staatsbürgerschaft.

Bedingung: Antwort war „Ja“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Was waren deine primären Motive mit Interrail zu reisen? *

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Flexibel reisen ohne (vollständige) Planung vorab
- Viele Destinationen in kurzer Zeit bereisen
- Möglichst klimafreundlich reisen
- Budgetfreundlichkeit im Vergleich zu anderen Reiseformen
- Gleichgesinnte kennenlernen
- Europäische Verbundenheit erleben
- Sonstiges: _____

Bedingung: Antwort war „Nein“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Was würde dich primär dazu motivieren mit Interrail zu reisen? *

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Flexibel reisen ohne (vollständige) Planung vorab
- Viele Destinationen in kurzer Zeit bereisen
- Möglichst klimafreundlich reisen
- Budgetfreundlichkeit im Vergleich zu anderen Reiseformen
- Gleichgesinnte kennenlernen
- Das Gefühl der Freiheit und Ungebundenheit
- Europäische Verbundenheit erleben
- Ich würde nicht mit Interrail reisen
- Sonstiges: _____

Bedingung: Antwort war „Ja“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Wie relevant waren folgende Aspekte für dich bei der Wahl mit Interrail zu reisen? *

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	Sehr wichtig	Wichtig	Neutral	Unwichtig	Sehr unwichtig	Keine Angabe
Preis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Digitalität (Ticket, Reiseinformationen etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Komfort (des Reisens)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flexibilität	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Klimafreundlichkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sicherheitsgefühl	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bedingung: Antwort war „Nein“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Wie relevant wären folgende Aspekte für dich bei der Wahl mit Interrail zu reisen? *

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	Sehr wichtig	Wichtig	Neutral	Unwichtig	Sehr unwichtig	Keine Angabe
Preis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Digitalität (Ticket, Reiseinformationen etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Komfort (des Reisens)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Flexibilität	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Klimafreundlichkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sicherheitsgefühl	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Wie wichtig ist dir Umweltfreundlichkeit bei der Wahl deines Reiseverkehrsmittels generell?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

1 = Sehr wichtig, 2 = Wichtig, 3 = Neutral, 4 = Unwichtig, 5 = Sehr unwichtig

- 1 2 3 4 5

Bedingung: Antwort war „Ja“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Wo hast du dich bisher über Interrail informiert? *

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Offizielle Interrail-Website
- Empfehlungen von Familie/Freunden
- Soziale Medien (z.B. Instagram)
- Websites von Bahnunternehmen (z.B. DB)
- Reiseblogs oder Reiseforen
- Ich weiß es nicht mehr
- Sonstiges: _____

Bedingung: Antwort war „Nein“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Wie bist du bisher auf Interrail aufmerksam geworden? *

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Offizielle Interrail-Website
- Empfehlungen von Familie/Freunden

- Soziale Medien (z.B. Instagram)
- Websites von Bahnunternehmen (z.B. DB)
- Reiseblogs oder Reiseforen
- Ich weiß es nicht mehr
- Erst durch diese Umfrage
- Sonstiges: _____

Bedingung: Antwort war „Ja“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Wo hast du deine/n Interrail-Pass/Pässe bisher gebucht? *

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Offizielle Interrail-Website
- Websites von Bahnunternehmen (z.B. DB)
- Websites von Drittanbietern (z.B. Rail Europe)
- Bahnhofsschalter
- Sonstiges: _____

Bedingung: Antwort war „Nein“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Wo würdest du Interrail-Pässe bevorzugt buchen?

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Offizielle Interrail-Website
- Websites von Bahnunternehmen (z.B. DB)
- Websites von Drittanbietern (z.B. Rail Europe)
- Bahnhofsschalter
- Ich weiß es nicht
- Ich würde keinen Interrail-Pass buchen

Bedingung: Antwort war „Ja“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Welche Unterkünfte hast du bei deiner/n Interrail-Reise/n primär gewählt?

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Hostels/Jugendherbergen
- Ferienwohnungen/Airbnb
- Hotels
- Campingplätze
- Homestay/Couchsurfing

- Sonstiges: _____

Bedingung: Antwort war „Nein“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Welche Unterkünfte würdest du bei einer Interrail-Reise bevorzugen?

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Hostels/Jugendherbergen
- Ferienwohnungen/Airbnb
- Hotels
- Campingplätze
- Homestay/Couchsurfing
- Ich würde nicht mit Interrail reisen
- Sonstiges: _____

Bedingung: Antwort war „Ja“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Welches Budget hast du ungefähr für dich (für Interrail-Pass und Unterkünfte) in deine Interrail-Reise/n investiert?

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Unter 200 €
- 201-400 €
- 401-600 €
- 601-800 €
- 801-1000 €
- 1001 € oder mehr
- Ich weiß es nicht mehr

Bedingung: Antwort war „Nein“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Welches Budget wärst du bereit ungefähr in eine Interrail-Reise für dich (für den Interrail-Pass und Unterkünfte) zu investieren?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Unter 200 €
- 201-400 €
- 401-600 €
- 601-800 €
- 801-1000 €

- 1001 € oder mehr
- Ich kann das nicht einschätzen
- Ich würde nicht mit Interrail reisen

Bedingung: Antwort war „Ja“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Welche der folgenden positiven Erfahrungen hast du auf deiner/n Interrail-Reise/n gemacht? Bitte wähle gegebenenfalls zutreffende Optionen aus. *

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Flexibel neue Destinationen entdeckt
- Komfortable Zugreisen genossen
- Kulturelle Einblicke erhalten, z.B. lokale Traditionen kennengelernt
- Mit lokaler Bevölkerung interagiert
- Europa besser kennengelernt
- Gleichgesinnte getroffen/Neue Freundschaften geschlossen
- Sprachkenntnisse verbessert
- Keine
- Sonstiges: _____

Bedingung: Antwort war „Nein“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Welche positiven Erfahrungen erwartest du auf einer Interrail-Reise zu machen?

Bitte wähle gegebenenfalls zutreffende Optionen aus. *

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Flexibel neue Destinationen entdecken
- Komfortable Zugreisen genießen
- Kulturelle Einblicke erhalten, z.B. lokale Traditionen kennenlernen
- Mit lokaler Bevölkerung interagieren
- Europa besser kennenlernen
- Gleichgesinnte treffen/Neue Freundschaften schließen
- Sprachkenntnisse verbessern
- Keine
- Sonstiges: _____

Bedingung: Antwort war „Ja“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Welche der folgenden negativen Erfahrungen hast du auf deiner/n Interrail-Reise/n gemacht? Bitte wähle gegebenenfalls zutreffende Optionen aus. *

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Eingeschränkte Flexibilität (z.B. durch Sitzplatzreservierungen/ausgebuchte Züge)
- Zusatzkosten (z.B. durch Sitzplatzreservierungen)
- Unzuverlässigkeit der Züge (z.B. durch Unpünktlichkeit oder Ausfall)
- Schwierigkeiten bei der Unterkunftssuche
- Überforderung durch Auswahlmöglichkeiten
- Keinen/Kaum Kontakt zur lokalen Bevölkerung
- Einsamkeit
- Keine
- Sonstiges: _____

Bedingung: Antwort war „Nein“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Welche der folgenden negativen Erfahrungen befürchtest du auf einer Interrail-Reise zu machen? Bitte wähle gegebenenfalls zutreffende Optionen aus. *

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Eingeschränkte Flexibilität (z.B. durch Sitzplatzreservierungen/ausgebuchte Züge)
- Zusatzkosten (z.B. durch Sitzplatzreservierungen)
- Unzuverlässigkeit der Züge (z.B. durch Unpünktlichkeit oder Ausfall)
- Schwierigkeiten bei der Unterkunftssuche
- Überforderung durch Auswahlmöglichkeiten
- Keinen/Kaum Kontakt zur lokalen Bevölkerung
- Einsamkeit
- Keine
- Sonstiges: _____

Bedingung: Antwort war „Ja“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Wie wahrscheinlich ist es, dass du in Zukunft nochmal mit Interrail verreist? *

1 = Sehr wahrscheinlich, 2 = Wahrscheinlich, 3 = Neutral, 4 = Unwahrscheinlich, 5 = Sehr unwahrscheinlich

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- 1 2 3 4 5

Bedingung: Antwort war „Nein“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Wie wahrscheinlich ist es, dass du in Zukunft mit Interrail verreisen wirst? *

1 = Sehr wahrscheinlich, 2 = Wahrscheinlich, 3 = Neutral, 4 = Unwahrscheinlich, 5 = Sehr unwahrscheinlich

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

1 2 3 4 5

Bedingung: Antwort war „Ja“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Und „4“ oder „5“ bei „Wie wahrscheinlich ist es, dass du in Zukunft nochmal mit Interrail verreist?“

Was spricht für dich konkret dagegen nochmal eine Reise mit Interrail zu unternehmen?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

Bedingung: Antwort war „Nein“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Und „4“ oder „5“ bei „Wie wahrscheinlich ist es, dass du in Zukunft mit Interrail verreisen wirst?“

Was spricht für dich konkret dagegen zukünftig eine Reise mit Interrail zu unternehmen?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

Bedingung: Antwort war „Ja“ bei „Hast du schon eine Reise mit Interrail unternommen?“

Gibt es konkrete Veränderungen die du dir wünschen würdest, um Reisen mit Interrail zu verbessern?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

Wie alt bist du? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- 14 Jahre oder jünger
- 15-17 Jahre
- 18-20 Jahre
- 21-23 Jahre
- 24-27 Jahre
- 28 Jahre oder älter

Welcher Geschlechtsidentität fühlst du dich zugehörig?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Männlich
- Weiblich
- Divers
- Sonstiges: _____

Welcher Betätigung gehst du derzeit nach?

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Schule
- Ausbildung/Lehre
- Studium
- Berufstätigkeit
- Keine
- Sonstiges: _____

Vielen Dank für deine Teilnahme!

Deine Antworten wurden gespeichert.

B Inhalt und Beschreibung beigefügter Daten

Auf einem beigelegten USB-Stick wird eine Excel-Datei mit den Rohdaten der Umfrage bereitgestellt. Diese beinhaltet die Tabelle „Reisen mit Interrail durch Europa“ mit den gesamten exportierten Daten der Umfrage sowie weitere Tabellen zu einzelnen Berechnungen und der Erstellung ergebnisbezogener Grafiken, die in dieser Bachelor-Thesis verwendet wurden.

[Beigefügte Daten sind in dieser Version nicht enthalten]

Eidesstaatliche Erklärung

Pengemann, Rebecca

Bremen, den 13.02.2024

.....

.....

Name, Vorname

Datum

Ich versichere eidesstattlich, dass die vorgelegte Arbeit von mir ohne fremde Hilfe erstellt wurde. Ich habe alle benutzten Quellen ausnahmslos verzeichnet; wörtliche oder sinngemäße Wiedergaben von Quellen sind unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht. Soweit die Arbeit auf eigenem empirischem Material fußt, ist dieses beigefügt.

R. Pengemann

.....

Unterschrift