

# Die Rolle von Customer Engagement auf den Mobility-as-a-Service-Sektor

– eine qualitative Studie am Beispiel  
von Auto-Abo-Modellen

## Masterarbeit

Eingereicht von: **Philipp Seidl, BSc**

Studierenden-ID: **01608658**

Studium: **Masterstudium Digital Marketing Management**

Betreuer: **Dr. René Hubert Kerschbaumer**

Graz, 26. Juli 2023

*Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst, andere als die angegebenen Quellen nicht benützt und die benutzten Quellen wörtlich zitiert sowie inhaltlich entnommene Stellen als solche kenntlich gemacht habe. Die Arbeit oder Teile der Arbeit wurde(n) bisher in gleicher oder ähnlicher Form weder dieser noch einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht. Die vorliegende Fassung entspricht der eingereichten elektronischen Version.*



Graz, 26. Juli 2023

---

*Philipp Seidl, BSc*

## **Zusammenfassung**

### **Die Rolle von Customer Engagement auf den Mobility-as-a-Service-Sektor – eine qualitative Studie am Beispiel von Auto-Abo-Modellen**

**Philipp SEIDL**

Die Automobilbranche befindet sich im Wandel hin zu einem, auf Dienstleistungen basierenden Geschäftsmodell, das mit einigen Hürden verbunden ist. Gleichzeitig stehen Unternehmen vor der Herausforderung, Customer Engagement zu etablieren. Die Verbindung dieser beiden Faktoren führt zur Zielsetzung dieser Arbeit, die Rolle von Customer Engagement auf den Mobility-as-a-Service-Sektor auszumachen. Auf die Literatur aufbauend wurden halbstrukturierte Interviews, mit 10 Probandinnen und Probanden aus der derzeitigen Zielgruppe – den Early-Adopters – durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass den bisher bekannten Burdens-of-Access eine weitere Hürde bezüglich zukünftiger Folgen der Nutzung einer solchen Dienstleistung hinzugefügt werden kann. Die bisher bekannten Barrieren wurden bestätigt, des Weiteren konnte die Rolle von Customer Engagement auf eben diese erfasst werden. Neben Word-of-Mouth, der Einführung einer App und der Relevanz von Kundenfeedback ist ein professioneller Kundenservice, für die Abschwächung der Hürden, von großer Bedeutung. Die Ergebnisse dieser Arbeit liefern einen Ansatz, wie Unternehmen erfolgreich eine Customer-Engagement-Strategie auf das aufstrebende Geschäftsmodell anwenden können. Weitere Forschung bezüglich der neu erwähnten Hürde sowie eine quantitative Untersuchung der Ergebnisse ist notwendig.

*Keywords: Mobility-as-a-Service, Customer Engagement, Burdens-of-Access*

## **Abstract**

### **The role of customer engagement on the Mobility-as-a-Service-Sector – a qualitative study Using the example of Car-Subscription-Models**

**Philipp SEIDL**

The automotive industry is undergoing a transformation to a service-based business model, which comes with some burdens. At the same time, companies are facing the challenge of establishing Customer Engagement. The combination of these two factors leads this thesis to the goal of identifying the role of Customer Engagement on the Mobility-as-a-Service-Sector. Supported by the literature, semi-structured interviews, with 10 test persons from the current target group – the early adopters – were conducted. The results show that another barrier regarding future consequences of using a service can be added to the previously known burdens-of-access. The existing barriers were confirmed and the role of customer engagement on them could be captured. Besides word-of-mouth, the introduction of an app and the relevance of customer feedback, a professional customer service, is of great importance for the mitigation of the barriers. The findings of this paper provide an approach on how companies can successfully apply a customer engagement strategy to the emerging business model. Further research regarding the newly mentioned barrier as well as a quantitative study of the results is needed.

*Keywords: Mobility-as-a-Service, Customer Engagement, Burdens-of-Access*

## Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<b>Kapitel 1. Forschungshintergrund</b> .....	<b>3</b>
<b>Problemstellung</b> .....	<b>3</b>
<b>Zielsetzung und Herleitung der Forschungsfrage</b> .....	<b>6</b>
<b>Aufbau der Arbeit</b> .....	<b>8</b>
<b>Kapitel 2. Mobility-as-a-Service</b> .....	<b>9</b>
<b>Definition von Mobility-as-a-Service</b> .....	<b>9</b>
<b>Bedeutung</b> .....	<b>10</b>
<b>Begriffsabgrenzung</b> .....	<b>12</b>
<b>Ausprägungen von Mobility-as-a-Service</b> .....	<b>14</b>
Integrationsgrade von Mobility-as-a-Service .....	14
Arten von Mobilitätsdienstleistungen .....	17
<b>Faktoren für die Implementierung von Mobility-as-a-Service</b> .....	<b>22</b>
Burdens-of-Ownership.....	22
Burdens-of-Access.....	27
<b>Kapitel 3. Customer Engagement</b> .....	<b>33</b>
<b>Definition von Customer Engagement</b> .....	<b>33</b>
<b>Entstehung und Bedeutung von Customer Engagement</b> .....	<b>35</b>
<b>Begriffsabgrenzung</b> .....	<b>42</b>
<b>Ausprägungen von Customer Engagement</b> .....	<b>45</b>
<b>Kapitel 4. Empirische Untersuchung</b> .....	<b>50</b>
<b>Untersuchungsdesign</b> .....	<b>50</b>
Begründung der Wahl einer qualitativen Studie.....	51
Entwicklung eines Interviewleitfadens .....	53
Auswahl der Interviewteilnehmerinnen und -teilnehmer .....	54
Durchführung der qualitativen Interviews.....	58
Datenaufbereitung und Datenauswertung .....	59
<b>Detaillierte Darstellung der Ergebnisse</b> .....	<b>64</b>

Mobility-as-a-Service .....	64
Customer Engagement bezüglich Mobility-as-a-Service.....	69
<b>Diskussion der Ergebnisse .....</b>	<b>75</b>
<b><i>Kapitel 5. Zusammenfassung .....</i></b>	<b><i>77</i></b>
<b>Limitierung .....</b>	<b>79</b>
<b>Ausblick.....</b>	<b>80</b>
<b><i>Literaturverzeichnis .....</i></b>	<b><i>81</i></b>
<b><i>Anhang .....</i></b>	<b><i>A-1</i></b>

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Stichprobenplan .....	55
Tabelle 2: Übersicht Probandinnen und Probanden .....	57
Tabelle 3: Codierverzeichnis bezüglich Burdens-of-Access .....	60
Tabelle 4: Codierverzeichnis bezüglich Customer Engagement .....	62

## **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1 - Rahmenmodell zu Customer Engagement.....	39
Abbildung 2: Customer Engagement-Matrix .....	40

## Einleitung

Die Automobilindustrie ändert ihr Business Modell, hin zu einem auf Dienstleistungen basierenden Modell, gleichzeitig sind Konsumentinnen und Konsumenten auf der Suche nach Alternativen zu ihrem aktuellen Besitz (Vitale, 2022). Für den Wandel hin zu einer veränderten Welt mit weniger privatem Besitz und hin zu einem Mobility-as-a-Service-System, stehen jedoch noch einige Hürden im Weg (Polydoropoulou et al., 2020, p. 295).

Mobility-as-a-Service beschreibt ein System, welches verschiedene Mobilitätsdienstleistungen beinhaltet, wodurch kein Besitz eines eigenen Fahrzeugs nötig ist. Das System basiert auf der Nutzung von Dienstleistungen für die individuelle Fortbewegung (Arias-Molinares & García-Palomares, 2020, p. 245). Das Erreichen der höchsten Ebene von Mobility-as-a-Service wird angestrebt, bedarf jedoch noch einiger Anpassungen hinsichtlich der Vernetzung von Partnerinnen und Partnern sowie auch der Akzeptanz der Gesellschaft (Lyons et al., 2019, p. 28). Die Hürden, die im Weg stehen, sind der Forschung aus derzeitiger Sicht zwar bekannt, diese bestehen aus der Komplexität, der Verlässlichkeit, der Verunreinigung, der Verantwortung, der Kompatibilität und dem Image, es fehlt jedoch eine Untersuchung, wie diesen Barrieren entgegengewirkt werden kann (Hazée et al., 2017, p. 442).

In den letzten Jahren setzen Unternehmen, wie auch ein Bereich der Forschung, auf Customer Engagement. Das Einbeziehen von Konsumentinnen und Konsumenten in die Entwicklung des Unternehmens bringt einige Vorteile mit sich (van Doorn et al., 2010, p. 253). Customer Engagement geht über die Betrachtung der klassischen Kundenbeziehung hinaus und bezieht nicht-transaktionelles Verhalten mit ein (Kumar, Aksoy, et al., 2010, p. 297). Unter Customer Engagement wird das Verhalten einer Kundin bzw. eines Kunden verstanden,

welches über das reine Kaufverhalten hinausgeht und dem Unternehmen nutzen stiftet (van Doorn et al., 2010, p. 253).

Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Verbindung zwischen Mobility-as-a-Service, im Speziellen mit Auto-Abo-Modellen und Customer Engagement. Es wird erforscht, welche Hürden, die in der Theorie aufscheinen, erkannt werden und wie Customer Engagement dazu beitragen kann, dass diese abgeschwächt werden. Die vorliegende Masterarbeit bietet eine Grundlage für Unternehmen, wie auch die weitere Forschung, um eine erfolgreiche Strategie für ein Mobility-as-a-Service-Modell zu etablieren.

## **Kapitel 1.      Forschungshintergrund**

Die Automobilindustrie steht vor großen Herausforderungen. Durch die steigende Bedeutung von umweltfreundlicher Fortbewegung muss die Branche viele ihrer traditionellen Business-Modelle überdenken. Neben dem technologischen Wandel sowie der Entstehung von Elektroantrieben ist das Konzept von Mobility-as-a-Service auf der Überholspur (Mola et al., 2020, p. 10). Laut Prognosen wird bis zum Jahr 2030 allein die Nutzung von Auto-Abomodellen auf 40 % ansteigen (Fleetpool, 2020). Gleichzeitig müssen Unternehmen Marketing-Trends in die Unternehmensaktivitäten mit aufnehmen. Customer Engagement wird als wichtiger Bestandteil im Marketing der Zukunft gesehen. Mit Komponenten wie beispielsweise AI, Augmented Reality, Storytelling oder Gamification müssen sich Unternehmen auf die Bedürfnisse ihrer Kundinnen und Kunden einstellen (Lim et al., 2022, pp. 451–452).

Die Kombination dieser beiden zukunftsreichen Änderungen für Unternehmen führt zu der Grundlage dieser Masterarbeit. In diesem Kapitel wird nachfolgend die Problemstellung aufgezeigt und anschließend die Zielsetzung anhand einer Forschungsfrage dargelegt. Zuletzt wird der Aufbau dieser Arbeit erläutert.

### **Problemstellung**

Die neuen Entwicklungen in der Automobilbranche führen zu erheblichen Änderungen sowohl innerhalb als auch außerhalb von Unternehmen. Speziell im Bereich von Mobility-as-a-Service sind viele Unternehmen darauf angewiesen, mehrere Stakeholderinnen und Stakeholder miteinzubeziehen (Karlsson et al., 2020, p. 286). Der Ansatz von Mobility-as-a-Service beinhaltet mehrere Formen von Dienstleistungen, wie beispielsweise Sharing-Plattformen und öffentliche wie auch private Transportanbieterinnen und -anbieter (Hensher

et al., 2020, p. 6). Ebenfalls steigt die Variation von Anbietern für Auto-Abo-Modelle auf dem Markt. Hier unterscheiden sich die Unternehmen hinsichtlich ihrer Verbindung zu Automobilherstellern, Mietmodellen und Angebotsvielfalt (Dudenhöffer & Alfred, 2022, p. 499).

Klassische Anbieter von Mietautos wie beispielsweise Sixt und Autohersteller wie Volvo und Volkswagen bieten mittlerweile Auto-Abo-Modelle an. Die Unternehmen können so nicht nur die Wartezeiten auf Neuwägen überbrücken, sondern den Trend von Mobility-as-a-Service unterstützen (Auto-Abo im Vergleich, 2023).

Das Business-Modell von Mobility-as-a-Service, bzw. Product-as-a-Service ist jedoch in der Automobilindustrie weit nicht so verbreitet wie in anderen Branchen. Sowohl die Automobilhersteller als auch die Autohändler selbst müssen den Bedürfnissen ihrer Kundinnen und Kunden folgen. Für Autohersteller sind die Entwicklungszeiten eines neuen Produktes enorm und ein Ausfall einer Produktreihe kann erhebliche Folgen haben. Dadurch wird die Implementierung neuer Möglichkeiten im Unternehmensumfeld, wie es Mobility-as-a-Service darstellt, zu einem noch wichtigeren Erfolgsfaktor (Kesavapanikkar et al., 2022, p. 44).

Die Attraktivität des Mietens, anstatt des Kaufens, nimmt zu und wird von Konsumentinnen und Konsumenten immer häufiger angenommen (Lawson et al., 2016, p. 2620). Die seit den 90er-Jahren steigende Servitization hat die Automobilbranche erreicht. Es entstehen viele strategische Herausforderungen, da sich dieses Business Modell essentiell von den bisherigen Strategien unterscheidet (Genzlinger et al., 2020, p. 215). Das Dienstleistungskonzept stellt große Herausforderungen für Unternehmen dar, es werden neue Prozesse eingeführt und eine neue Art von Kapazitätsmanagement wird betrieben. Bei der Miete eines Autos handelt es sich um ein tangibles Gut als Wertschöpfungsobjekt. Die

Wertschöpfung selbst erfolgt auf einem anderen Weg zwischen Anbieter und Nutzerinnen und Nutzern als bei einem Business Model mit Eigentumsweitergabe (Wirtz & Ehret, 2009, p. 383).

Kundinnen und Kunden verfolgen unterschiedliche Motive, die zur Nutzung zugangsbasierter Produkte führen. Hierbei stellt der Preis nur einen anfänglichen Anreiz dar. Da dieser Beweggrund für die Nutzung nur anfangs gegeben ist, müssen Unternehmen ebenfalls die Hürden, welche sich später ergeben, berücksichtigen (Mola et al., 2020, p. 10). Reisende sind bei der Planung und Durchführung einer Reise unterschiedlichen physischen, kognitiven und affektiven Reizen ausgesetzt. Diese können für Mobility-as-a-Service ein Hindernis darstellen. Die Interaktion mit den Konsumenten kann somit durch die Erhöhung der Integrationsstufe von Mobility-as-a-Service zu einer größeren Akzeptanz führen (Lyons et al., 2019, p. 29).

Viele Personen sind mit ihrem Besitz sehr verbunden, und der Umstieg auf die Alternative der zugangsbasierten Nutzung bringt diesbezüglich weitere Hürden mit sich, dies betrifft somit auch die neuen Abo-Modelle in der Automobilbranche (Polydoropoulou et al., 2020, p. 295). Die Hürden umfassen die Komplexität, die Zuverlässigkeit, die Hygienebedenken, die übertragene Verantwortung, die Kompatibilität und das Image. Unternehmen müssen einen Weg finden, diese Hürden zu verringern oder Personen auf anderen Wegen von den Angeboten überzeugen (Hazée et al., 2017, p. 447).

Erkennen die Unternehmen die Hürden von Access-based-Services, gibt es unterschiedliche Wege, mit diesen umzugehen. Die Studie von Hazee et al. (2017) zeigt, dass die Meldung von Schäden durch die Benutzerin bzw. den Benutzer einen positiven Effekt auf die Überwindung der Hürden hat. Wie jedoch das gezielte Miteinbeziehen der Kundinnen und Kunden zur Minimierung der Hürden verwendet werden kann, ist jedoch noch nicht erforscht.

So geben Hazee et al. (2017) in ihrer Studie an, dass bei Customer Engagement noch eine Entwicklung und Validierung hinsichtlich dem Engagement-Verhaltens der Kundinnen und Kunden aussteht. Für die Servicegestaltung spielt Customer Engagement jedoch eine zentrale Rolle (Hazée et al., 2017, p. 453).

Customer Engagement gibt es in den unterschiedlichsten Ausprägungen, wobei Co-Creation einen wichtigen Teil darstellt. Hierbei können beispielsweise die Meinungen von Kundinnen und Kunden zu Veränderungen beim Produkt und Service führen (Kumar et al., 2019, pp. 155–156). Dass E-Mail Customer Engagement positive Auswirkungen auf die Profitabilität von Subscription Modellen aufweist, wurde bereits nachgewiesen (Y. Wang et al., 2020, p. 16). Wie jedoch gezieltes Customer Engagement eingesetzt werden kann, um speziell den Hürden von Access-based-Services entgegenzuwirken, bleibt durch die bisherigen Studien noch offen.

### **Zielsetzung und Herleitung der Forschungsfrage**

Bei den bisherigen Untersuchungen zu Mobility-as-a-Service und den damit verbundenen Hürden gibt es keine Hinweise darauf, welche Rolle Customer Engagement für die Ausgestaltung der angebotenen Dienstleistungen spielt. Die vorliegende Masterarbeit basiert darauf, folgende Forschungsfrage zu beantworten:

***Welche Rolle spielt Customer Engagement, um den Hürden von Access-based-Services entgegenzuwirken?***

Durch die Untersuchung soll festgestellt werden, welche Customer Engagement-Maßnahmen Unternehmen einsetzen können, um die Hürden von Access-based-Services abzuschwächen.

Das sehr breite Thema von Mobility-as-a-Service, mit Ausprägungen wie Car- und Bikesharing, Auto-Mieten, P-2-P-Auto-Mieten und vielen weiteren, wird in dieser Arbeit auf die Komponente Auto-Abos reduziert. Die Personalisierungen der unterschiedlichen Services, innerhalb von Mobility-as-a-Service, sind verschieden, wie auch die Verfügbarkeit und Preise (Jittrapirom et al., 2017, pp. 16–18). Eine umfassende Studie zu allen Faktoren bezüglich Mobility-as-a-Service ist im Rahmen dieser Masterarbeit somit nicht möglich. Die Einschränkung auf Auto-Abo-Modelle dient der Fokussierung und soll zu eindeutigeren Ergebnissen der Studie führen. Die Fokussierung auf dieses Themengebiet kann ebenso begründet werden, da für die letzte Ausbaustufe von Mobility-as-a-Service nach Lyons et al. (2019) das Auto-Abo eine essenzielle Rolle spielt. Für die Gewährleistung der gesamten Mobilitätsabdeckung hinsichtlich des Komfortstatus des Autos als Eigentum, werden Mietwägen bei intensiver Nutzung und Langstrecken vorgesehen (Lyons et al., 2019, p. 30).

Die derzeitigen Studien von Hazée et al. (2017), Polydoropoulou et al. (2020) und Kerschbaumer et al. (2022) zeigen lediglich die Hürden auf, welche bei den Servicemodellen vorliegen. Da derzeit keine Studien vorliegen, ob und wie Customer Engagement dazu beitragen kann, Hindernisse für die Nutzung abzuschwächen, kann auch auf kein bestehendes Modell zurückgegriffen werden. Für die Feststellung eines Zusammenhangs wird in dieser Arbeit eine Studie in Form von qualitativen Interviews durchgeführt. Auf Basis dieser Forschung sollte ein Ansatz für eine Theorie entstehen, welche eine Grundlage für weitere Untersuchungen bieten wird. Gleichzeitig führen die erstellten Ergebnisse zu Handlungsempfehlungen für Unternehmen.

## **Aufbau der Arbeit**

Das erste Kapitel behandelt zunächst die Problemstellung, welche die derzeitige Forschung wie auch die Relevanz für die Wirtschaft zeigt. Dies führt sowohl zur Herleitung der Forschungsfrage als auch zur Zielsetzung der vorliegenden Arbeit.

Im Anschluss an dieses Kapitel werden die theoretischen Grundlagen zu Mobility-as-a-Service erläutert. Neben der Definition von Mobility-as-a-Service wird auch die Bedeutung der unterschiedlichen Begriffe, wie beispielsweise Smart Mobility oder Sustainable Mobility, dargelegt. Die Ausprägungen von Mobility-as-a-Service werden anhand der Stufenmodelle von Lyon et al. (2019) und Sochor et al. (2018) erklärt, außerdem werden die differenten Arten an Mobilitätsdienstleistungen aufgezeigt. Der Hauptfokus liegt auf den Faktoren für die Implementierung eines Mobilitätsservice-Systems. Hierzu werden einerseits die Burdens-of-Ownership erklärt und andererseits die Burdens-of-Access beschrieben.

Im dritten Kapitel folgen die theoretischen Hintergründe zu Customer Engagement. Es wird wiederum eine Definitionsdarstellung angeführt, gleichzeitig werden die Modelle zur Entstehung von Customer Engagement sowie dessen derzeitige Bedeutung für Unternehmen und die Forschung erklärt. Der Begriff wird abschließend zu ähnlichen Begrifflichkeiten wie beispielsweise Customer Involvement, Customer Satisfaction oder Customer Loyalty abgegrenzt und die Ausprägungen von Customer Engagement werden dargestellt.

Die empirische Untersuchung folgt in Kapitel 4, welche auf einer qualitativen Studie beruht. Das Untersuchungsdesign inklusive der Entwicklung des Leitfadens, der Auswahl der Probandinnen und Probanden sowie der Datenaufbereitung wird erläutert. Anschließend werden die Ergebnisse detailliert dargestellt und diskutiert.

Den Abschluss bildet Kapitel 5 mit einer Zusammenfassung aller Erkenntnisse sowie einer Limitierung und einem Ausblick auf zukünftige Forschungsmöglichkeiten.

## Kapitel 2. Mobility-as-a-Service

Nachfolgendes Kapitel legt den theoretischen Hintergrund zu Mobility-as-a-Service dar. Zuerst wird der Begriff definiert, welcher später zu anderen Bezeichnungen abgegrenzt wird. Der Fokus liegt auf den Ausprägungen von Mobility-as-a-Service, mit einerseits den unterschiedlichen Integrationsgraden und andererseits den verschiedenen Arten. Abschließend werden die Faktoren für die Implementierung aufgezeigt durch die Burdens-of-Ownership und die Burdens-of-Access.

### Definition von Mobility-as-a-Service

Um von A nach B zu gelangen, verwenden viele Reisende eine Kombination aus unterschiedlichen Verkehrsmitteln, wie beispielsweise Taxi, Bus und Zug. Die einzelnen Dienstleistungen werden von unterschiedlichen Unternehmen angeboten, Mobility-as-a-Service vereint diese Anbieter unter einer Plattform (van den Berg et al., 2022, p. 203). Sonja Heikkilä (2014) hat Mobility-as-a-Service 2014 definiert als: *„Ein System, in dem ein umfassendes Angebot an Mobilitätsdienstleistungen von Mobilitätsanbietern für Kundinnen und Kunden bereitgestellt wird.“* Bei dieser Definition vereint MaaS unterschiedlichste Dienstleistungsanbieterinnen und -anbieter und rückt so die Kundinnen und Kunden in den Mittelpunkt (Heikkilä, 2014, p. 65). Die Mobilitätslösungen werden basierend auf die individuellen Bedürfnisse angepasst. Bei einer vollständigen Integration von Mobility-as-a-Service in das Transportnetzwerk umfasst das Angebot somit unterschiedliche Bündel von Transportmöglichkeiten durch eine Schnittstelle (Mukhtar et al., n.d., p. 8).

Hingegen setzt Sakai (2019) Mobility-as-a-Service in ein Verhältnis zum privaten PKW. Seine Definition lautet: *„Mobility-as-a-Service can be considered as all the modes of transport other than private cars.“* (Sakai, 2019, p. 207). Seine Definition für Mobility-as-a-Service

beinhaltet daher alle Verkehrsdienstleistungen, auch ohne Bündelung untereinander. Diese Auslegung schließt alle Modelle des öffentlichen Verkehrs – wie Zug, Bus und Taxi – mit ein. Ebenfalls werden weitere Transportmöglichkeiten inkludiert, diese beinhalten unter anderem: Mietwägen, Carsharing, Bikesharing, Mitfahrgelegenheiten und Subscription Modelle (Sakai, 2019, p. 207).

Was alle Autoren unter Mobility-as-a-Service vereinen, ist der Wandel weg vom Besitz eines Fahrzeugs, hin zu der Nutzung unterschiedlicher Dienstleistungen. Kundinnen und Kunden kaufen Pakete von Mobilitätsdienstleistern oder bezahlen nur für die Nutzung, anstatt ein Auto oder Fahrrad zu besitzen (Arias-Molinares & García-Palomares, 2020, p. 245).

Einer vollständigen Integration von Mobility-as-a-Service Anbietern in das gesamte Verkehrsnetz stehen noch einige Probleme gegenüber. Neben Nachhaltigkeitsaspekten und dem Verhalten von Endnutzerinnen und Endnutzern sind technische Aspekte und die Reisegrenzen zu beachten. Eine Implementierung von Mobility-as-a-Service muss daher nach und nach erfolgen, beginnend bei den bestehenden Angeboten unterschiedlicher Mobilitätspakete (Giesecke et al., 2016, p. 10).

## **Bedeutung**

Die Untersuchungen von Korothe et al. (2018) in der Studie zu „Disruptive Innovation in Automotive Retail“ zeigen, dass Kundinnen und Kunden in Zukunft wesentliche Veränderungen in der Automobilbranche erzeugen. Neben der Nutzung des Internets für den Zugang zu Mobilität steigt das Interesse an intelligenten Lösungen für nachhaltige Mobilität. Für die Automobilindustrie ist jedoch der Wandel weg vom Besitz, hin zu effizientem Zugang zu Mobilität in Form von Abonnement-Modellen ausschlaggebend (Korothe et al., 2019, p. 54).

Das neue Konzept von Mobility-as-a-Service hat Auswirkungen auf Privatpersonen wie auch auf Unternehmen. Neben den Anbietern von öffentlichen Verkehrsmitteln ist auch die gesamte produzierende Branche von Fahrzeugen betroffen. Wenn keine individuelle Mobilität mehr vorhanden ist, wird ein Umdenken der Automobilhersteller nötig sein (Krauss et al., 2022, p. 2). Die Coronapandemie zeigte die Schwächen des Automobilhandels, wie er bisher betrieben wird, auf. Online ein Auto zu kaufen, ist bei der zugrundeliegenden Händlerstruktur kaum vorstellbar. Auf die Branche kommt durch die steigende Digitalisierung ein Wandel im Geschäftsmodell zu. Das Agenturmodell wird eingeführt und Händler fungieren lediglich als Schnittstelle der Hersteller (Vitale, 2022). Dies ermöglicht eine Änderung von derzeitigen Problematiken bei einem Autokauf im stationären Handel, wie beispielsweise Preisverhandlungen, Formalitäten oder Fahrzeugverfügbarkeiten (Deloitte, 2018, p. 29).

Mobility-as-a-Service ist sowohl für Unternehmen als auch die gesamte Gesellschaft von Bedeutung. Die Erwartungen an das Zukunftsmodell von Mobility-as-a-Service ist hoch. Dennoch stehen derzeit noch einige Herausforderungen bevor, die unter anderem ein Eingreifen von politischer Seite benötigen. Themen wie Sicherheit, Datenschutz, Gleichberechtigung und die Gefahr vor marktbeherrschenden Anbietern müssen behandelt werden. Es steht jedoch fest, dass Mobility-as-a-Service unser derzeitiges Verkehrssystem maßgeblich verändern kann (Enoch & Potter, 2023, p. 38). Die Ausprägungen von Mobility-as-a-Service sind je nach Gegebenheiten der vorhandenen Infrastruktur unterschiedlich. Die Konzepte sind in städtischen Gebieten durch andere Prioritäten als in ländlichen Gegenden geprägt. Beide Konzepte haben das Ziel, den öffentlichen Verkehr zu ergänzen und zu erweitern. Während jedoch das städtische Konzept für Mobility-as-a-Service durch die Bewältigung von Herausforderungen wie Klimawandel, Verkehrsstaus und lokaler

Umweltverschmutzung motiviert wird, konzentriert sich das ländliche Konzept hauptsächlich darauf, Verkehrsarmut zu reduzieren (Hult et al., 2021, pp. 11–12). Bei der Implementierung der Dienstleistungen kann die Infrastruktur in der Stadt genutzt werden, diese ist in ländlichen Gebieten derzeit oft nicht vorhanden. Vor der vollständigen Integration von Mobility-as-a-Service muss somit erst die Infrastruktur geschaffen werden, um ein effizientes System implementieren zu können (Jittrapirom et al., 2020, p. 284).

Die Infrastruktur stellt nicht die einzige Herausforderung bei der Einführung von Mobility-as-a-Service dar. Weitere Bedenken liegen bezüglich gesetzlicher Auslegungen vor, so sind beispielsweise die Besteuerung der unterschiedlichen Mobilitätsarten und die Rolle zwischen öffentlichen und privaten Anbietern wesentliche Faktoren (Karlsson et al., 2020, pp. 286–287).

### **Begriffsabgrenzung**

Als verwandter Begriff zu Mobility-as-a-Service kann Smart Mobility gesehen werden. Bei Smart Mobility werden Informations- und Kommunikationstechnologien eingesetzt, um ein Verständnis für Präferenzen von Nutzerinnen und Nutzern zu erhalten. Durch diese intelligente Vernetzung von Verkehrsmitteln können personalisierte Mobilitätsdienstleistungen zur Verfügung gestellt werden. Die Nutzung von Big Data und künstlicher Intelligenz führt durch Reduzierung von Kosten, Staus, Verkehrsunfällen und Emissionen zu einem persönlichen wie auch sozialen Mehrwert. Die Implementierung von Smart Mobility führt zur höchsten Ausbauebene von Mobility-as-a-Service, durch die Erweiterung hinsichtlich vernetzter Technologien wird dies die derzeitigen Verkehrslösungen nachhaltig ändern (So et al., 2020, pp. 1–2).

Eine weitere Abgrenzung kann zu Sustainable Mobility gezogen werden. Das Konzept der nachhaltigen Mobilität beschäftigt sich mit der Reduzierung von Auswirkungen auf die Umwelt, bei gleichzeitiger Erfüllung der wirtschaftlichen und sozialen Rolle von Mobilitätsangeboten. Seit der ersten Erwähnung von Sustainable Mobility 1992, in der Veröffentlichung „Green Paper on the Impact of Transport on the Environment“ der Europäischen Kommission, nahm die Bedeutung des Begriffes stark zu. Die ersten Konzepte für einen umweltfreundlicheren Verkehr beinhalteten lediglich technische Änderungen von Fahrzeugen, später wurde dies durch Auslegungen hinsichtlich weiterer sozialer Aspekte erweitert (Holden et al., 2019, p. 1).

Einige Dienstleistungen innerhalb von Mobility-as-a-Service können unter dem Überbegriff von Product-as-a-Service eingeordnet werden. Ein Produkt als Service anzubieten, eröffnet Unternehmen ein neues Geschäftsmodell. Dieses ist für unterschiedliche Produktkategorien anwendbar, angefangen bei einem Smartphone und Drucker, über Kleidung und Kunst bis hin zu Fahrzeugen (Lacy & Rutqvist, 2015, p. 99). Über alle Industrien hinweg steigt das Interesse von Konsumentinnen und Konsumenten für das Abo-Modell von Produkten (Kerschbaumer et al., 2022, p. 201). Mobility-as-a-Service, wie beispielsweise ein Auto-Aboservice, zählt somit zu einer Art von Product-as-a-Service Modellen. Im Gegensatz zu anderen Industrien hinkt die Verbreitung des Business Models in der Automobilindustrie jedoch hinterher (Kesavapanikkar et al., 2022, p. 44).

## **Ausprägungen von Mobility-as-a-Service**

Dieses Kapitel gibt einen Überblick über die Einteilung der unterschiedlichen Services im Mobility-as-a-Service-Konzept. Zunächst wird der Integrationsgrad erläutert, in welche Schritte sich die angebotenen Services einteilen lassen. Im Anschluss daran erfolgt eine Erläuterung der unterschiedlichen Arten von Mobility-as-a-Service, wobei der Fokus auf Auto-Abo-Modellen liegt.

### ***Integrationsgrade von Mobility-as-a-Service***

Das Konzept von Mobility-as-a-Service kann anhand unterschiedlicher Integrationsgrade eingeteilt werden. Diese zeigen, wie weit die Entwicklung von Mobility-as-a-Service gesehen wird (Lyons et al., 2019, p. 28). Die Grundlagen hierfür haben Sochor et al. und Lyons et al. mit einem Stufenmodell gebildet.

Das Modell von Sochor et al. besteht aus fünf Stufen mit den Levels 0-4, welche die Integrationsniveaus beschreiben. Diese Niveaus können folgendermaßen klassifiziert werden (Sochor et al., 2018, pp. 7–8):

- Level 0 – Keine Integration
- Level 1 – Integration von Informationen

In dieser Stufe werden Informationen für Nutzerinnen und Nutzer bereitgestellt. Dies kann als Entscheidungshilfe für die Reiseplanung dienen (Sochor et al., 2018, p. 8).

- Level 2 – Integration von Buchung und Zahlung

Die Integration von Buchung und Zahlung dient als One-Stop-Shop für Kundinnen und Kunden. Auf diesem Level werden die Informationen gesammelt, außerdem bietet es die Möglichkeit, Fahrten zu suchen und im weiteren Verlauf auch zu buchen sowie zu bezahlen (Sochor et al., 2018, p. 9).

- Level 3 – Integration des Serviceangebots, inklusive Verträge und Verantwortlichkeiten

Im Gegensatz zu Stufe 2 steht bei Stufe 3 das gesamte Mobilitätsbedürfnis der Kundinnen und Kunden im Mittelpunkt. Das auf Abonnementbasis beruhende Konzept vereint alle Eventualitäten der Mobilität und stellt somit eine umfassende Alternative zum Autobesitz dar (Sochor et al., 2018, pp. 10–11).

- Level 4 – Integration von gesellschaftlichen Zielen

Die letzte Ausbaustufe von Mobility-as-a-Service nimmt gesellschaftliche Ziele auf. Es wird die Verringerung von Privatfahrzeugen angestrebt. Außerdem werden die Dienstleistungen auf die regionalen Gegebenheiten angepasst, um durch eine Erhöhung der Lebensqualität einen Mehrwert zu schaffen (Sochor et al., 2018, pp. 11–12).

Die einzelnen Stufen sind nicht voneinander abhängig, ebenso kann auch keine Stufe als besser betrachtet werden als eine andere. Die Ebenen bilden einen Zusammenhang zwischen potenziellen gesellschaftlichen Auswirkungen und den damit einhergehenden Geschäftspotenzialen. In dieser wechselseitigen Beziehung können die unterschiedlichen Stufen wiederum unterschiedliche Mehrwerte bringen, daher kann keines der fünf Niveaus bevorzugt werden. Eine Abhängigkeit der Stufen ist auch nicht gegeben. Einzelne Mobilitätsdienstleistungen können verschiedenen Eigenschaften der einzelnen Stufen annehmen oder auch ohne diese ausgelegt sein (Sochor et al., 2018, p. 7).

Das Modell von Lyons et al. ist ähnlich aufgebaut, wie das von Schor et al., welches jedoch aus sechs unterschiedlichen Niveaus besteht. Es legt die Integrationsstufen auf ein Tür-zu-Tür-Erlebnis aus und geht auf den kognitiven Anspruch der Benutzerinnen und Benutzer ein (Lyons et al., 2019, p. 29). Die Levels 0-5 prägen sich folgendermaßen aus:

- Level 0 – Keine Integration

Bei Level 0 besteht kein Austausch zwischen unterschiedlichen Verkehrsunternehmen. Es handelt sich um Einzelfahrten, beispielsweise mit Zug oder Bus, wobei die Buchung auf diese Fahrt beschränkt ist (Lyons et al., 2019, pp. 29–30).

- Level 1 – Basis Integration

Anders als bei Stufe 0 gibt es eine Informationsplattform mit der Vernetzung von unterschiedlichen Mobilitätsanbietern. Die Buchung ist jedoch nur gesondert bei den einzelnen Anbietern möglich (Lyons et al., 2019, p. 30).

- Level 2 – Limitierte Integration

Die Stufe 2 beinhaltet die fortbewegungsmittelübergreifende Buchungsmöglichkeit. Es werden Informationen über die unterschiedlichen Reisemöglichkeiten bereitgestellt, wobei ebenfalls Mobilitätsanbieter integriert sind, für welche eine Buchung nicht möglich ist. Diese Stufe vereint somit alle Informationen sowie die Buchungsmöglichkeit von beispielsweise öffentlichen Verkehrsmitteln, beinhaltet jedoch nicht die Buchungsmöglichkeit eines möglicherweise erforderlichen Fahrradverleihs (Lyons et al., 2019, p. 30).

- Level 3 – Partielle Integration

Unternehmen der Stufe 3 vereinen sowohl Planung, Buchung als auch Bezahlung unter einer Schnittstelle für alle Mobilitätsanbieter einer Reiseaktivität. Sie ermöglichen somit innerhalb einer geografischen Zone eine vollständige Abdeckung der Mobilität, wobei die Reisemöglichkeiten auf diese Zone begrenzt sind (Lyons et al., 2019, p. 30).

- Level 4 – Volle Integration unter bestimmten Bedingungen

Im Gegensatz zu Level 3 bietet diese Stufe ein Tür-zu-Tür-Erlebnis. Es werden hier alle Ebenen der Reisemöglichkeiten genutzt und verschiedener Mobilitätsanbieter kombiniert (Lyons et al., 2019, p. 30).

- Level 5 – Volle Integration unter allen Bedingungen

Die letzte Ausbaustufe erfüllt das Mobilitätsbedürfnis auf ähnliche Weise wie ein privater PKW. Es beinhaltet beispielsweise Mietwagen für längere Strecken, aber auch andere Verkehrsmittel für kurze Fahrten (Lyons et al., 2019, p. 30).

Der kognitive Aufwand, welchem Nutzerinnen und Nutzer gegenüberstehen, wird mit jeder Integrationsstufe verringert. Die Level 0 bis 2 werden mit einem hohen kognitiven Aufwand assoziiert, wobei die Level 3-5 mit einem geringen kognitiven Aufwand verbunden werden. Angestrebt wird ein Komfortlevel, welches auf jenem des eigenen Autos liegt. Level 5 liegt hierbei am ehesten bei den Eigenschaften eines Autobesitzes und bezieht speziell Auto-Abo-Systeme mit ein (Lyons et al., 2019, p. 29).

### ***Arten von Mobilitätsdienstleistungen***

Nach der Definition von Sakai (2019) werden alle Fortbewegungsarten anders als der Besitz von Fahrzeugen als Mobility-as-a-Service betrachtet. Auch unter Heikkilä (2014) müssen alle Arten von Mobilitätsdienstleistungen im Mobility-as-a-Service-System betrachtet werden.

Eine Unterteilung von Dienstleistungen kann in nachfolgende Kategorien vorgenommen werden, wobei die erste als Abgrenzung den Schwerpunkt dieser Arbeit darstellt:

#### **Auto-Abo-Modell**

Eine der unterschiedlichen Ausprägungen von Mobility-as-a-Service ist das Auto-Abo-Modell. Hierbei können Fahrzeuge monatsweise abonniert werden, wobei die Laufzeit flexibel ist und die Preise vom Modell und von weiteren Faktoren abhängen. Der Besitz des Fahrzeuges geht nicht in das Eigentum der Nutzerin bzw. des Nutzers über, ebenso wenig wie die Verpflichtung der Wartung und Reparatur (Chaudhuri et al., 2022, p. 6). Gegenüber Miet- bzw. Leasingmodellen unterscheidet sich ein Autoabonnement-Modell durch zwei

wesentliche Punkte. Zunächst ist die Dauer des Leistungszeitraums unterschiedlich, bei Abo-Verträgen handelt es sich um einen Zeitraum von mehreren Monaten mit monatlichen Raten, wo hingegen sich die Nutzung bei klassischen Mietangeboten auf kurzzeitige Leistungen, mit zumeist nur ein paar Tagen oder Wochen, beläuft (Smania et al., 2023, pp. 185–186). Bezüglich Dienstleistungen wie Wartung, Versicherung und Reparatur des Fahrzeugs trägt bei einem Leasingmodell die Nutzerin bzw. der Nutzer die Verantwortung. Für die im Abonnement enthaltenen Fahrzeuge ist der Anbieter selbst zuständig und hat die zuvor genannten Dienstleistungen selbst zu begleichen, lediglich die individuellen Tankkosten sind nicht im Preis inkludiert (Kalka & Leven, 2020, p. 6).

Derzeit liegt die Nutzung von diesem Modell noch im Bereich von 0,2 % des Privatkundenmarktes in Deutschland. Laut derzeitigen Prognosen wird diese Zahl bis zum Jahr 2030 einen Wert von bis zu 40 % erreichen, somit würde dies einen erheblichen Teil der privaten Fahrzeugnutzung ersetzen (Fleetpool, 2020). Die Relevanz für Anbieter in diesem Bereich ist somit gegeben, wobei dies lediglich den Privatkundenbereich betrifft, bei Gewerbekunden wird mit einem Prozentsatz von bis zu 76 % gerechnet (ZDK, 2021). Derzeit ist die Bekanntheit von Auto-Abos noch sehr gering, nur rund 7 % der Befragten gaben an, sich mit dem Thema bereits beschäftigt zu haben, und über 30 % haben noch nie etwas von einem solchen Service gehört (DAT, 2021). Die Bekanntheit der Anbieter wird durch den Mietwagenanbieter Sixt mit 46 % dominiert, darauf folgen Automobilhersteller wie Volvo, Mercedes und BMW mit gesamt 36 % (puls Markforschung, 2020).

Nachfolgend wird eine Übersicht von derzeitigen Anbietern in Österreich gegeben. Hierbei handelt es sich um eine exemplarische Aufzählung, welche nicht alle Anbieter umfasst.

- **Sixt:** Der Mietautoanbieter Sixt bietet mit seinem Angebot Sixt+ ein Auto-Abo Modell für Privatkunden als auch für Geschäftskunden an. Die Angebote starten bei einem Preis von 369 € pro Monat und einem flexiblen Abo ab 30 Tagen Mindestvertragsdauer. Das Angebot umfasst eine Vollkaskoversicherung, eine Haftpflichtversicherung, eine 24/7 Pannenhilfe, sowie Wartung und Steuern. Die Pakete lassen sich durch weitere Kilometerpakete und Versicherungen erweitern. Bei den Fahrzeugen handelt es sich entweder um einen Neuwagen oder ein neuwertiges Fahrzeug unterschiedlicher Hersteller. Die Fahrzeuge lassen sich flexibel in jeder Sixt-Station abholen. Eine App für die Buchung ist ebenfalls verfügbar (Sixt, 2023).
- **Ocay:** Das 2020 gegründete Start-up bietet Auto-Abos von deren Firmensitz in Wels aus an. Das Unternehmen wirbt mit dem Slogan „sensationell günstiger monatlicher Fixpreis“. Das preislich niedrigste Fahrzeug ist ab 366 € pro Monat erhältlich. Die Bindung liegt bei 12 Monaten, wobei jede Kundin und jeder Kunde nach diesem Jahr einen aktuellen Neuwagen erhält. Es sind Fahrzeuge diverser Hersteller verfügbar, von preiswerten Modellen bis hin zur Premiumklasse. Versicherung, Wartung und Anmeldekosten sind inkludiert, die Abholung und Rückgabe ist jedoch nur in Wels möglich (Ocay, 2023).
- **Vogl Autohaus – Miete dein Auto:** Das Autohaus Vogl in der Steiermark hat eine Langzeitmiete für Autos eingeführt, mit einer Laufzeit ab drei Monaten. Verfügbar sind alle Modelle, welche das Autohaus anbietet. Wie bei anderen Anbietern sind die Versicherungs-, Wartungs- und Servicekosten im Preis inkludiert. Preislich beginnen die Angebote für das Abo-Modell bei 229 € pro Monat, eine Abholung ist in allen Autohäusern der Vogl-Gruppe möglich, (Miete dein Auto, 2023).

- **BMW-Abo:** Als Autohersteller bietet BMW ein Abo ab 6 Monaten Laufzeit an, welches ab 634,90 € pro Monat startet. Das Unternehmen kooperiert mit ViveLaCar. Neben der inkludierten Versicherung, der Wartung und des Reifenwechsels wird auch eine Fahrzeuglieferung angeboten. Für weitere Leistungen lassen sich zudem Zusatzpakete buchen (BMW Abo, 2023).

### Mietauto

Mietwagensysteme sind ähnlich wie die des Auto-Abo-Modells aufgebaut, wobei den größten Unterschied die Mietdauer darstellt. Bei Mietwägen handelt es sich um kurzzeitige Mieten von einigen Stunden bis hin zu mehreren Wochen. Die Buchung erfolgt jedoch auf Basis einer Einmalzahlung und funktioniert dadurch nicht wie ein Auto-Abo mit einer monatlichen Rate. Ein Mietwagen eignet sich speziell für kurzfristige Notwendigkeiten – Beispiele hierzu sind Umzug, Urlaub oder geschäftliche Reisen. Es gibt eine Vielzahl an Anbietern, welche Fahrzeuge den Kundinnen und Kunden zur Verfügung stellen, wobei meist eine große Vielfalt an diversen Fahrzeugtypen mit unterschiedlichen Preisen verfügbar ist (Ecocar, 2023).

### Sharing-Modelle

Diese Form von Mobility-as-a-Service basiert auf der kurzzeitigen Nutzung von Fahrzeugen für die individuellen Fortbewegungsbedürfnisse. Das auf Buchungsplattformen basierende Modell bietet eine Vermittlung zwischen verfügbaren Fahrzeugen und Nutzerinnen und Nutzern. Anbieter stellen ihre Fahrzeuge zur Verfügung, welche von mehreren Personen genutzt werden können. Die Buchung erfolgt einzeln, wobei nicht jedes Mal ein Vertragsabschluss erforderlich ist, dies erfolgt auf Basis der Mitgliedschaften oder Abonnements. Aufgrund der erhöhten Nachfrage steigen viele Dienstleistungsanbieter und Automobilhersteller in das System ein (Nansubuga & Kowalkowski, 2021, pp. 55–56). Neben

der Möglichkeit, Autos zu mieten, werden auch Fahrräder und Scooter angeboten. Die Angebote unterscheiden sich zwischen privaten Sharing-Modellen, bei denen der Besitz des Fahrzeugs in privater Hand liegt und gewerblichen Anbietern, zwischen der Mietdauer, dem Verleihort und der Art der Rückgabe am selben Ort oder an unterschiedlichen Orten (Calderón & Miller, 2020, p. 318).

### Ridehailing

Ridehailing gewinnt speziell durch die Unternehmen Uber und Lyft an Bekanntheit. Das System verbindet Fahrzeuglenkerinnen und -lenker mit Nutzerinnen und Nutzern und basiert auf dem Teilen von Fahrtstrecken mit mehreren Fahrgästen. Ridehailing ist auch bekannt unter Ridesharing, wobei der Fokus auf dem Preis liegt. Durch das Teilen von Fahrten durch mehrere Fahrgäste kann ein niedriger Preis angeboten werden (Calderón & Miller, 2020, pp. 320–321).

### Carpooling

Bei Carpooling, oder auch Mitfahrgelegenheit genannt, wird ähnlich zum Ridehailing eine Fahrt durch mehrere Personen geteilt. Der Unterschied liegt darin, dass die Fahrerin bzw. der Fahrer selbst auch an den Zielort gelangen will. Die Vermittlung erfolgt über eine Peer-to-Peer-Plattform. Diese Art von Mobility-as-a-Service bedeutet eine finanzielle Entlastung für die Besitzerin oder den Besitzer des Fahrzeugs und eine kostengünstige Variante der Fortbewegung für die Mitfahrenden. Ein weiterer Vorteil liegt in der Reduzierung der Umweltbelastung und des allgemeinen Verkehrs (Hartl et al., 2020, pp. 663–664).

## **Faktoren für die Implementierung von Mobility-as-a-Service**

Eines der größten Probleme für die Implementierung von Mobility-as-a-Service stellt der private Besitz von Autos dar. Viele Personen wollen diesen nicht aufgeben, ganz im Gegenteil – derzeit steigt der Besitz von Fahrzeugen weiter an (Mulley, 2017, p. 249). Die Faktoren, die für oder gegen Mobility-as-a-Service sprechen, können in Burdens-of-Ownership und Burdens-of-Access eingeteilt werden. Ersteres zeigt Punkte auf, die gegen den Besitz von Eigentum sprechen – diese würden somit das Konzept von Mobility-as-a-Service bestärken. Die Burdens-of-Access hingegen verhindern eine Akzeptanz der Nutzerinnen und Nutzer für die Einführung solcher Services. Nachfolgend werden die Ausführungen näher ausgeführt.

### ***Burdens-of-Ownership***

Da Kundinnen und Kunden vor dem Kauf eines Produktes nicht das endgültige Ergebnis des Kaufes kennen, besteht immer ein gewisses Risiko. Die Ungewissheit über den Ausgang eines Kaufes führt zu unterschiedlichem Verbraucherverhalten bei einer Kaufentscheidung (Taylor, 1974, p. 54).

Sehr wichtige Unterschiede, die bei der Entscheidung zwischen Eigentum und zugangsbasiertem Konsum beachtet werden sollen, stellen die Risiken sowie die Verantwortungen dar, welche mit dem Besitz einhergehen (Moeller & Wittkowski, 2010, p. 179). Der Begriff Burdens-of-Ownership wurde bereits 1973 von Berry und Maricle geprägt, wobei diese vier Faktoren definiert haben. Jene Punkte beinhalten das Risiko der Veralterung eines Produktes, das Risiko der falschen Wahl eines Produktes, die Verantwortung hinsichtlich Wartung, Reparatur und Transport sowie die vollen Kosten auch bei geringer Nutzung (Berry & Maricle, 1973, p. 44).

In einer Studie über die Gründe für die Bevorzugung des Mietens konnten Moeller et al. (2010) aus sieben variablen Faktoren nachweisen, die für die Präferenz, etwas nicht zu besitzen gelten. Neben der Bequemlichkeit spricht auch die Trend-Orientierung von Konsumentinnen und Konsumenten für die Nutzung von zugangsbasiertem Konsum. Einzig die vollkommenen Rechte an der Sache selbst hindern Personen an der Akzeptanz eines solchen Modells (Moeller & Wittkowski, 2010, pp. 185–186). Denn mit einem Gut, welches gemietet wird, erhält die Mieterin bzw. der Mieter nur das Recht, eine Ware zu nutzen und den Ertrag aus der Nutzung einer Ware zu behalten. Die Rechte, die Struktur und Form zu verändern und das Eigentumsrecht auf andere zu übertragen, verbleiben bei der Vermieterin bzw. dem Vermieter (Furubotn & Pejovich, 1972, pp. 1146–1148).

Eine weitere Einstufung von Kaufentscheidungen und das damit verbundene Risiko nimmt DelVecchio et al. (2005, p. 185) vor. Dieser bezieht sich auf das finanzielle, leistungsbezogene und soziale Risiko, welchem Konsumentinnen und Konsumenten gegenüberstehen, wenn ein Produkt gekauft wird, wobei sich hier das wahrgenommene Risiko aus zwei Komponenten zusammensetzt. Einerseits gibt es das erwartete Ergebnis, welches durch den Kauf entsteht und sowohl positiv als auch negativ ausgerichtet sein kann, andererseits stellt die Eintrittswahrscheinlichkeit die zweite Risikokomponente dar, mit der dieses Ergebnis erzielt wird (DelVecchio, 2005, p. 185).

Die Wahrnehmung des Risikos ist nicht der einzige Faktor, welcher Konsumentinnen und Konsumenten zu der Nutzung eines zugangsbasierten Dienstes treibt. Einkommensunterschiede können ebenso eine treibende Kraft für Anbieter darstellen, da die Zugehörigen der unteren Einkommenschichten eher zu Access-based-Services greifen als jene der höheren Schichten. Das durch die geringere finanzielle Belastung sinkende Risiko durch Kapitalausgaben erhöht die Wahrscheinlichkeit der Nutzung von

einkommensschwachen Personen. Dieser Faktor hat Auswirkungen auf die Regionen, in denen Anbieter solche Dienste zur Verfügung stellen (Schaefers et al., 2021, p. 2073).

Es gibt jedoch Menschen, die zwingend auf ein Auto angewiesen sind. Diese Situation beschreibt der Begriff Forced-Car-Ownership. Die Ursache hierfür kann einerseits eine schlechte Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz in ländlichen Gebieten sein, andererseits kann der Besitz auch durch Angst vor sozialer Ausgrenzung erfolgen. Der erzwungene Besitz geht mit einer erhöhten wirtschaftlichen Belastung einher und kann so zu einem erheblichen Risiko werden. Das sozial wahrgenommene Risiko weist länderspezifische Unterschiede auf. Angebotene zugangsbasierte Dienste können eine mögliche Lösung für das Abdämpfen des wirtschaftlichen Risikos darstellen (Mattioli, 2017, pp. 157–159).

Ob Konsumentinnen und Konsumenten den Kauf oder eine andere Art des Konsums wählen, hängt mit den individuellen Bedürfnissen jeder einzelnen Person zusammen. Der Wunsch nach Abwechslung kann die Nutzung von Access-based-Services unterstützen. Ebenfalls kann der Aufwand hinsichtlich Wartung und Reparatur als Treiber für Mobility-as-a-Service förderlich sein. Der Spaß am Fahren kann schließlich auch ein Indiz dafür sein, welches Modell des Konsums jemand wählt. Für Personen, die hohen Wert auf Fahrspaß legen, entwickelt sich ein Trend, der weg vom Kauf führt (Trocchia & Beatty, 2003, pp. 36–37).

Welche Hürden von Eigentum als Treiber für Mobility-as-a-Service gelten, wurde von Schaefers et al. (2021) näher untersucht. Diese beziehen sich auf die Kaufentscheidungsphase und das wahrgenommene Risiko während dieser. In Bezug auf die Risikofaktoren halten sie sich an die drei Faktoren, welche durch DelVecchio und Smith (2005) definiert wurden (Schaefers et al., 2016, p. 571). Diese werden nachfolgend näher erläutert.

## **Finanzielles Risiko**

Das finanzielle Risiko, welches mit dem Kauf und infolgedessen mit dem Besitz einhergeht, ergibt sich aufgrund der großen Investition zu einem fixen Zeitpunkt. Im Gegensatz zu zugangsbasiertem Konsum müssen Käuferinnen und Käufer einen hohen Betrag auf einmal aufbringen (Schaefers et al., 2021, pp. 571–572). Produkten mit einem höheren Preis wird in der Regel eine höhere Qualität von Kundinnen und Kunden zugesprochen. Bei Mietmodellen wird der Preis anders wahrgenommen, da er stark vom Service und dem jeweiligen Mietzeitraum abhängt. Anbieter müssen eine Revenue-Management-Strategie implementieren. Dies ermöglicht es, auf die Preissensibilität von Konsumentinnen und Konsumenten einzugehen (Lovelock & Gummesson, 2004, p. 36). Bei Access-based-Services erfolgt die Zahlung je nach Abrechnungszeitraum oder Nutzung, wodurch sich eine Risikominderung durch die kontrollierten Beträge ergibt, welche mit den Zahlungen durch die jeweilige Nutzung in Zusammenhang stehen (Schaefers et al., 2016, pp. 571–572). Auf lange Sicht können die Zahlungsströme für zugangsbasierte Services jedoch die des Einmal-Kaufes übersteigen. Für diesen Zeitraum bis zur Rentabilitätsschwelle besteht allerdings ein Risiko auf Seiten des Käufers gegenüber dem Modell des Mietens (Durgee & O'Connor, 1995, p. 102).

## **Leistungsrisiko**

Das Leistungsrisiko hängt mit der erwarteten Leistung eines Produktes zusammen. Vor dem Kauf eines Produktes kann keine Sicherheit über die tatsächliche Leistung hergestellt werden. Die Angst, die mit der Entscheidung des Kaufes einhergeht, entsteht durch die Freiheit der Auswahl. Durch die fixierte Auswahl, ein Produkt zu kaufen, übernimmt die Käuferin bzw. der Käufer auch die gesamte Verantwortung für das Produkt (Taylor, 1974, p. 55). Werden die vom Produkt erwarteten Eigenschaften erfüllt, trägt die Käuferin bzw. der

Käufer weiterhin das Risiko des Ausfalls. Für die Reparaturen, die Wartung oder den Ersatz eines Gerätes ist die Konsumentin bzw. der Konsument selbst verantwortlich. Dies kann zu erheblichen Kosten nach dem Kaufabschluss führen. Bei zugangsbasierter Nutzung von Produkten ist der Anbieter für den Erhalt zuständig und trägt somit auch die Kosten, welche entstehen können. Werden die Erwartungen einer Kundin bzw. eines Kunden nicht erfüllt, steht es diesem ebenfalls frei, die Nutzung jederzeit zu unterbrechen oder den Anbieter zu wechseln (Schaefers et al., 2016, p. 572).

### **Soziales Risiko**

Die Nutzung von Access-based-Services kann mit einem gewissen Risiko hinsichtlich sozialer Akzeptanz verbunden sein. Der Kauf eines Produktes zeigt eine Verbundenheit durch die Dauerhaftigkeit des Besitzes. Gesellschaftlich zeugt dies von höherer Akzeptanz und sendet Signale des „One’s self“ an das soziale Umfeld. Die Wahrnehmung dieses Risikos hängt jedoch stark von der eigenen Persönlichkeit ab. Jene Menschen, welche Akzeptanz aufgrund eines Besitzes suchen, neigen zu einer höheren Risikowahrnehmung von Access-based-Services (Schaefers et al., 2016, p. 572). Die differenzierte Sicht, was Personen als Besitz wahrnehmen, spielt ebenso eine Rolle. Wenn das Gefühl, materielle Dinge zu besitzen, für einen selbst mit dem Kauf einhergeht, kann dies auf Personen des sozialen Umfelds auch durch das Mieten von Produkten hergestellt werden (Belk, 1988, p. 160). Die Anerkennung durch andere spielt eine große Rolle für die Kaufentscheidung bzw. für die Wahl eines anderen Konsum-Modells. Leasingnehmer suchen beispielsweise nach mehr sozialer Anerkennung durch die Wahl ihres Fahrzeuges als Personen, welche das Fahrzeug kaufen (Trocchia & Beatty, 2003, p. 37).

### ***Burdens-of-Access***

Den Burdens-of-Ownership, welche das Model des nutzungsbasierten Konsums vorantreiben, stehen die Burdens-of-Access gegenüber. Dies sind Faktoren, die gegen die Nutzung von Access-based-Services sprechen und somit das Eigentum begünstigen. Da der Besitz von Produkten als ideale Form des Konsums verbreitet ist, kommen bei anderen Modellen Hindernisse auf, welche in Konflikt mit der Konsumententscheidung stehen. Beispielsweise stehen der Nutzung neben der geringen Verbreitung von Access-based-Services Hindernisse wie die Sicherheit oder auch die Verfügbarkeit im Weg (Hazée et al., 2017, p. 442).

Die, im Gegensatz zum Kauf, neuere Art des Konsums weist in einigen Branchen Innovationscharakter auf. Dies führt in diesen Branchen hinsichtlich der Annahme eines solchen Services zu Barrieren. Die Charakteristiken der Innovation sind ausschlaggebend wie groß die Ablehnung der Kundinnen und Kunden ist. Diese können sich in Nutzung, Wert, Risiko, Tradition und Image ausdrücken. Je nach Person sind diese individuell und führen zu Widerständen unterschiedlicher Art, die Innovation anzunehmen (Laukkanen, 2016, p. 1). Mit dem Umstieg von Besitz auf die neue Mobilitäts-Dienstleistung, muss sich die Konsumentin bzw. der Konsument damit auseinandersetzen, um die Burdens-of-Ownership zu umgehen. Das höher geforderte Involvement der Konsumentinnen und Konsumenten bei Service-Business-Modellen kann zu Abneigung einer solchen Dienstleistung führen (Hazée et al., 2017, p. 442). Je nach angebotenen Produkt befindet sich die Einbeziehung der Kundinnen und Kunden ohnehin auf einem hohen Niveau. Bei der Kaufentscheidung eines Autos ist eine Person mit etlichen Faktoren, die viel Engagement erfordern, konfrontiert. Die Barrieren, welche daher durch das höhere Involvement auftreten, können somit von Produkt zu Produkt unterschiedlich ausgeprägt sein (Laurent & Kapferer, 1985, p. 44).

Die Forschung von Bardhi et al. (2012) und Lawson et al. (2016) zeigt, dass Konsumentinnen und Konsumenten zugangsbasierte Modelle nutzen, um den Burdens-of-Ownership zu entgehen. Hazée et al. (2017) zeigt hingegen die Burdens-of-Access auf, also die Hürden, welchen Personen gegenüberstehen, die diese Access-based-Services nutzen möchten. Seine Untersuchungen beziehen sich auf den Sektor der Mobilitätsdienstleistungen und passen daher in den Forschungsrahmen der vorliegenden Arbeit (Hazée et al., 2017, p. 442). Nachfolgend werden diese, in sechs Kategorien definierte Hürden aufgeführt, welche die Nutzung von zugangsbasierten Services verhindern:

### **Komplexität**

Anders als beim Kauf eines Produktes hängt die Nutzung von Access-based-Services mit unterschiedlichen Schritten zusammen, um die Dienste nutzen zu können. Diese reichen von der Informationsbeschaffung über das Einleiten bis hin zum Beenden der Dienstleistung. Da vielen Personen die Erfahrungen fehlen und es zu einer wahrgenommenen Schwierigkeit der Nutzung führt, wird dies als komplex betrachtet (Claudy et al., 2015, p. 530). Je nach angebotener Dienstleistung steht die Kundin bzw. der Kunde auch vor der Herausforderung eines komplexen Systems, die eine Zugänglichkeit zum Produkt umfassend erscheinen lässt. Die Konsumentinnen und Konsumenten können so im Hinblick darauf mit Produktknappheiten, der Verfügbarkeit von Stationen, der Nähe der Produkte oder der Auffindbarkeit der Produkte konfrontiert werden. Ebenfalls können die Zahlungsarten, welche mit der Transaktion verbunden sind, als komplex betrachtet werden (Talke & Heidenreich, 2014, p. 899).

### **Verlässlichkeit**

Die Zuverlässigkeit eines Services wird von Kundinnen und Kunden auf unterschiedlichen Ebenen bewertet. Zunächst spielt die dem Produkt zugeschriebene

Verlässlichkeit selbst eine wichtige Rolle. Die Erwartungen, welche Leistungen ein Produkt aufbringen muss, sind von Person zu Person verschieden. Eine einwandfreie Funktion ohne Wartungs- und Reparaturprobleme wird jedoch vorausgesetzt, um Vorteile aus der Nutzung zu ziehen (Claudy et al., 2015, p. 542).

Die Technologie, welche hinter dem Service steckt, spielt eine weitere Rolle für die Ungewissheit, ob ein Service verlässlich ist oder nicht. Die einfache Nutzung sowie die Informationsbeschaffung bilden daher einen weiteren wichtigen Punkt in Bezug auf die Verlässlichkeit. Technische Informationen sollten für Konsumentinnen und Konsumenten durch die Anbieter so dargestellt werden, dass die Angaben zuverlässig erscheinen. Können die Informationen als verlässlich erachtet werden, kann dies in weiterer Folge die Barriere in Hinblick auf die Nutzung abschwächen (Blut et al., 2016, p. 403).

Andere Kundinnen und Kunden spielen für die Ablehnung von Access-based-Services ebenso eine wichtige Rolle. Die Abhängigkeit zu diversen Personen stellt eine wichtige Dimension der Zuverlässigkeitsbarriere dar. Die Sorge um eine konsistente Leistung der Produkte kann durch mögliche Fehlerhaftigkeit oder den schlechten Zustand – verursacht durch andere Nutzerinnen und Nutzer – erhöht werden. Nicht nur andere Konsumentinnen und Konsumenten stellen eine Hürde hinsichtlich der Zuverlässigkeit dar, auch das eigene Nutzungsverhalten wird in Frage gestellt. Die Nutzung erfordert technische wie auch psychologische Fähigkeiten. Negative Folgen durch die Verwendung eines Produktes können nicht ausgeschlossen werden. Die eigene Zuverlässigkeit ist von großer Wichtigkeit, ob die Access-based-Services genutzt werden sollen, und macht dies als weitere Barriere ganz deutlich (Hazée et al., 2017, p. 447).

## **Verunreinigung**

Die Abhängigkeit von anderen Konsumentinnen und Konsumenten spielt auch eine Rolle in Bezug auf die Hygiene der Produkte. Dadurch, dass keine Informationen über die vorangegangenen Benutzerinnen und Benutzer des Produktes vorliegen, ist der Faktor der möglichen Verunreinigung für die Akzeptanz der Serviceleistung sehr wichtig. Durch eine tatsächliche oder eingebildete Kontamination des betreffenden Produktes scheuen sich viele Nutzerinnen und Nutzer davor, das Produkt zu verwenden (Hazée et al., 2017, p. 447). Nicht nur das Wissen darüber, dass das Produkt mit anderen Verwenderinnen und Verwendern in Berührung war, spielt eine Rolle, sondern auch die Anzahl wie viele Nutzerinnen und Nutzer dies bereits in Anspruch genommen haben (Argo et al., 2006, p. 89).

## **Verantwortung**

Eine weitere Barriere stellt die Verantwortung dar, welche mit der Nutzung einhergeht. Dadurch, dass es sich nicht um das eigene Gut handelt, sehen Kundinnen und Kunden mehr Verantwortung bezüglich der Benutzung des Produktes. Verursachte Schäden können zu finanziellen wie auch sozialen Folgen führen. Die Sorge, dass die Nutzung negative Konsequenzen mit sich zieht, wird als subjektive Verlufterwartung definiert (Hazée et al., 2017, p. 448). Die Verantwortung über den Schutz des Eigentums des Anbieters liegt durch die Verwendung von zugangsbasierten Services in den Händen der Nutzerin bzw. des Nutzers. Durch die Rechte, die mit der Nutzung einhergehen, werden ebenso Pflichten auferlegt. Diese beinhalten einerseits den sachgemäßen Umgang mit den Produkten wie auch die Verpflichtung soziale Normen einzuhalten (Hilbrandt & Dimitrakou, 2022, p. 71). Neben der eigenen Gewissenhaftigkeit kommt auch die Komponente der Verantwortung für andere Nutzerinnen und Nutzer mit der Verwendung von Access-based-Services hinzu. Durch andere Konsumentinnen und Konsumenten verursachte Schäden können bei der Übernahme eines

Produktes zur eigenen Verantwortung werden. Neben der Klärung von Haftungen liegt es an der Nutzerin bzw. dem Nutzer, das Unternehmen zu kontaktieren (Claudy et al., 2015, p. 535).

### **Kompatibilität**

Die Kompatibilität stellt eine psychologische Barriere dar. Die Nutzerinnen und Nutzer stehen im Konflikt mit bisherigen Erfahrungen eines Services, geltenden sozialen Normen, Verhaltensmustern oder auch dem Lebensstil (Hazée et al., 2017, p. 443). Entspricht Mobility-as-a-Service nicht den Werten und Vorstellungen einer Person sinkt die Akzeptanz aufgrund von internen Konflikten und Überzeugungen. Die bisherigen Erfahrungen von Benutzerinnen und Benutzern können Auswirkungen auf den wahrgenommenen Nutzen haben (Karahanna et al., 2006, pp. 792–795).

### **Image**

Die Image-Barriere zählt ebenfalls zu den psychologischen Hindernissen, welche bei der Nutzung von Access-based-Services auftreten können. Negative Erfahrungen mit der Marke des Anbieters stellen eine Hürde für die Nutzung dar. Eine Marke kann sowohl ein positives wie auch ein negatives Image aufweisen. Bestimmte Produkte werden aufgrund eines durch den Kauf verliehenen Status gekauft. Gegensätzlich können Produkte oder Dienstleistungen gemieden werden, sollte das Image sich ungünstig auf die Käuferin bzw. den Käufer auswirken (Hazée et al., 2017, p. 443). Speziell bei neuen Innovationen kann ein Informationsmangel zur Ablehnung führen. Die Einschätzung, ob sich ein Produkt bzw. eine Marke als Standard etabliert oder nicht, ist aufgrund fehlender Erfahrung schwierig. Bei Innovationen kann bei bestehenden Unternehmen ein Imagetransfer auf die neuen angebotenen Produkte oder Dienstleistungen erfolgen. Bei bereits existierenden Unternehmen ist der Informationsinhalt und das damit verbundene Image höher, dadurch kann die Barriere für Kundinnen und Kunden verringert werden (Antioco & Kleijnen, 2010, p. 1706). Aber auch das Image einer

Person selbst, welches eine Wirkung auf das soziale Umfeld hat, spielt bei der Entscheidung eine Rolle. Durch die Nutzung von gewissen Produkten oder Services kann ein Ansehen erreicht werden, das sowohl positiv als auch negativ sein kann. Die Einschätzung welche Vorteile durch die Nutzung von zugangsbasierten Services entsteht, hängt ebenfalls mit den erwarteten Reaktionen des Umfeldes zusammen (Claudy et al., 2015, p. 531).

### **Kapitel 3. Customer Engagement**

Im nachfolgenden Kapitel werden die theoretischen Grundlagen zu Customer Engagement erläutert. Nach der Definition wird die Bedeutung und Entstehung anhand von Modellen erklärt. Im Anschluss erfolgt eine Begriffsabgrenzung und eine Auflistung möglicher Ausprägungen von Customer Engagement.

#### **Definition von Customer Engagement**

Unternehmen versuchen, mit Ihren Kundinnen und Kunden in Kontakt zu treten und diese durch erfolgreiches Customer-Relationship-Management an das Unternehmen zu binden. Bis in die 1990er-Jahre hat sich Marketing auf die Transaktionen von Konsumentinnen und Konsumenten konzentriert (Hilton et al., 2020, pp. 361–362). Daraufhin folgte die Pflege des Kundinnen- bzw. Kundenstamms ohne lediglich auf das Wiederkaufsverhalten zu blicken. Die Bindung zu den Kundinnen und Kunden mit dem Ziel, Vertrauen und Bindung zum Unternehmen aufzubauen, rückte in den Vordergrund. Darüber hinaus verfolgt der Aufbau von Customer Engagement eine emotionale und zufriedene Kundenbindung, die über das reine Kaufverhalten hinausgeht (van Doorn et al., 2010, p. 253).

Es gibt unterschiedliche Definitionen von Customer Engagement, jedoch beinhaltet dies ähnliche Ansätze und dienen somit alle als Grundlage der Definition des Beziehungsmarketings. Eine mögliche Definition liefert Vivek et al. (2012), diese sehen Customer Engagement als *„die Intensität der Beteiligung eines Individuums an den Angeboten und/oder Aktivitäten eines Unternehmens, die entweder von der Kundin bzw. dem Kunden oder vom Unternehmen selbst initiiert werden“*. Diese führen jedoch auch auf, dass der Begriff Engagement selbst bereits unterschiedlich definiert werden kann. In der Psychologie

beispielsweise wird der Begriff im Zusammenhang mit Arbeit, Rolle oder Beschäftigungsverhältnis gesehen (Vivek et al., 2012, p. 128).

Brodie et al. (2011) hingegen identifiziert fünf fundamentale Aussagen zu Customer Engagement, setzt diese in Relation zu verwandten Konzepten – beispielsweise Involvement, Kundenzufriedenheit oder Loyalität – definiert Customer Engagement daher folgendermaßen:

*“Customer engagement is a psychological state that occurs by virtue of interactive, cocreative customer experiences with a focal agent/object (e.g., a brand) in focal service relationships. It occurs under a specific set of contextdependent conditions generating differing Customer Engagement levels; and exists as a dynamic, iterative process within service relationships that cocreate value. Customer Engagement plays a central role in a nomological network governing service relationships in which other relational concepts (e.g., involvement, loyalty) are antecedents and/or consequences in iterative Customer Engagement processes. It is a multidimensional concept subject to a context- and/or stakeholder-specific expression of relevant cognitive, emotional and/or behavioral dimensions.”* (Brodie et al., 2011, p. 260)

Diese Definition stellt Customer Engagement als multidimensionalen, psychologischen Zustand dar, welcher Auswirkungen auf kognitive und emotionale Verhaltensdimensionen hat (Brodie et al., 2011, p. 260)

Eine weitere Grundlage für die Definition bietet Kumar et al. (2010), welche den Customer Engagement-Value beschreiben. Dieser Wert eines Kunden setzt sich aus vier Komponenten zusammen, die folgende Schwerpunkte beinhalten: die Transaktionen eines Konsumenten, dessen Empfehlungsverhalten, die Ermutigung, weitere Kundinnen und Kunden zu einem Kauf zu bewegen, und zuletzt das Feedback, welches dem Unternehmen

entgegengebracht wird, um weitere Ideen in Form von Innovationen oder Verbesserungen voranzutreiben (Kumar, Aksoy, et al., 2010, p. 307).

### **Entstehung und Bedeutung von Customer Engagement**

Ein Beziehungsaufbau zu Kundinnen und Kunden ist nicht nur relevant für den Erfolg des Unternehmens, sondern auch dafür, sich von der Konkurrenz abzuheben – dies hat direkte Auswirkungen auf den Unternehmenswert (Verhoef et al., 2010, pp. 249–250). Aufgrund der zunehmenden Relevanz von Customer Engagement für Unternehmen werden Kundinnen und Kunden nicht mehr nur als Wert-Empfängerinnen und -Empfänger betrachtet, vielmehr werden Kundinnen und Kunden als Value-Co-Creators gesehen (Braun et al., 2017, p. 111). Kundinnen und Kunden können durch Empfehlungen von Produkten, Dienstleistungen oder Marken die Marketingaktivitäten von Unternehmen unterstützen. Die Entwicklung neuer Dienstleistungen und Produkte wird ebenfalls durch die kundenspezifischen Erfahrungen unterstützt (Brodie et al., 2011, p. 253).

Die Ausprägung von Customer Engagement kann in zwei Überkategorien unterteilt werden. Die erste Kategorie umfasst die Co-Creation durch Kundinnen und Kunden. Anhand von Feedback, Ideen und Informationsaustausch werden Produkte oder Dienstleistungen eines Unternehmens verbessert. Die Kommunikation der Kundinnen und Kunden umfasst die zweite Kategorie. Diese kann zwischen den Kundinnen und Kunden selbst erfolgen oder aber auch an das Unternehmen gerichtet sein. Gleichzeitig können diese Informationen sowohl positiv als auch negativ ausgeprägt sein. Durch die vermehrte Nutzung von Social Media wird die Art des E-Word-of-Mouth verstärkt und bekommt somit eine erhöhte Aufmerksamkeit (Braun et al., 2017, p. 116).

Customer Management ist eines der Hauptthemen im Forschungsbereich Marketing. Der Hauptfokus lag einige Jahre lang bei der geschäftlichen bzw. monetären Seite der Kundenbeziehung. Der Schwerpunkt der Forschung lag in der Eruierung von Kundenverhalten, Customer-Lifetime-Value und Customer-Equity (Verhoef et al., 2010, pp. 247–248). Durch die reine Betrachtung der Kundenbeziehung hinsichtlich Cash-Flows wird ein wichtiger Teil des nicht-transaktionellen Verhaltens nicht berücksichtigt. Dies kann wiederum zu einer falschen Bewertung der Kundin bzw. des Kunden führen (Kumar, Aksoy, et al., 2010, p. 297). Die von Kumar et al. (2010) beschriebenen Faktoren – Customer-Lifetime-Value, Customer-Referral-Value, Customer-Influencer-Value, Customer-Knowledge-Value – können Unternehmen dienen, um die Kundenbeziehung zu messen. Diese vier Komponenten lassen sich mit Einstellungs-, Verhaltens- und Netzwerk-Metriken verbinden und führen so zu Marketingmaßnahmen für Unternehmen. Der Customer-Lifetime-Value ist durch das Verhalten der Kundinnen und Kunden hinsichtlich Kaufhäufigkeit, Akquisitionskosten, Cross-Buying und weiteren Faktoren zu bestimmen, die Einstellungs-Metriken sind beispielsweise Zufriedenheit, Kaufabsicht oder Markenwertschätzung (Kumar, Aksoy, et al., 2010, p. 303). Die Anzahl der Empfehlungen sowie die dadurch gewonnenen Kundinnen und Kunden zählen zu den Verhaltens-Metriken für den Customer-Referral-Value. Bezüglich der Einstellungs-Metriken sind die Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung und die Tendenz der Nutzung von Social-Media zu messen, wobei das Netzwerk mit der Anzahl an Kontakten berücksichtigt werden muss (Kumar, Petersen, et al., 2010, pp. 15–16). Die Menge an Kontakten ist ebenso für den Customer-Influencer-Value von Bedeutung, wobei dieser das Verhalten durch die Anzahl an Bewertungen, die Meinungsführerschaft oder die durch Einfluss gewonnen Kundinnen und Kunden miteinbezieht. Der Faktor des Customer-Knowledge-Value bezieht

sich auf das Produktwissen von Personen, der Wahrscheinlichkeit von Feedback und den damit erreichten Kontakten (Kumar, Aksoy, et al., 2010, p. 303).

Eine Konferenz in Deutschland im Jahr 2009 mit dem Titel „Managing the Interface between Firms and Customers“ führte zu einer Fokussierung des Themas Customer Engagement (Tian, 2019, p. 127).

Aus der Literatur lassen sich drei Entwicklungen in Hinblick auf das Customer Engagement feststellen. Die Evolution führte von den funktionellen über die beziehungsorientierten bis hin zu den transformatorischen Ansätzen (Barari et al., 2021, p. 459). Der funktionelle Ansatz setzt monetäre Anreize, um Engagementverhalten bei den Kundinnen und Kunden hervorzurufen. Diese extrinsische Motivation, wie sie beispielsweise durch den Erhalt von Gutscheinen bei Weiterempfehlung hervorgerufen wird, führt jedoch nur zu einem kurzfristigen Erfolg für das Unternehmen (Harmeling et al., 2017, p. 319). Der beziehungsorientierte Ansatz verfolgt das Ziel des sozialen Austausches, wobei der Aufbau einer Beziehung zum Unternehmen von der Kundin bzw. dem Kunden selbst ausgeht. Durch die Verbesserung der Beziehungsqualität wird die Konsumentin bzw. der Konsument zum Mitschöpfer von Werten, der sich nach der Zeit auf verschiedene Art und Weise für das Unternehmen engagiert (Bowden, 2009, pp. 67–69). Den jüngsten Ansatz stellt der transformatorische Ansatz dar, dieser wurde durch den Einsatz neuer Technologien ermöglicht. Die Unternehmen-Kunden-Interaktionen können beispielsweise anhand von Augmented-Reality und Virtual-Reality oder sozialen Netzwerken auf ein neues Level gehoben werden und ermöglichen so eine personalisierte Kundenbeziehung (Steinhoff et al., 2019, p. 369). Unternehmen profitieren von unterschiedlichen Möglichkeiten, die zur Beeinflussung des Engagement-Verhaltens beitragen, aus Kundensicht kann sich der Wert der

Beziehung zum Unternehmen erhöhen, des Weiteren besteht die Chance, eine Verbindung zu anderen Kundinnen und Kunden herzustellen (Barari et al., 2021, p. 460).

Das Model von Verhoef et al. (2010) zeigt die Auswirkungen von Customer Engagement auf die Marketingaktivitäten eines Unternehmens, wie auch auf den Unternehmenswert. Die dabei herangezogenen Publikationen betrachten zum einen die Auswirkungen auf die Bewertung der Kundenbeziehung, zum anderen die Folgen der Marketing-Metriken auf die Unternehmensstrategie, aber auch die Effekte von neuen Medien und die damit verbundenen Channel-Strategien (Verhoef et al., 2010, pp. 249–250).

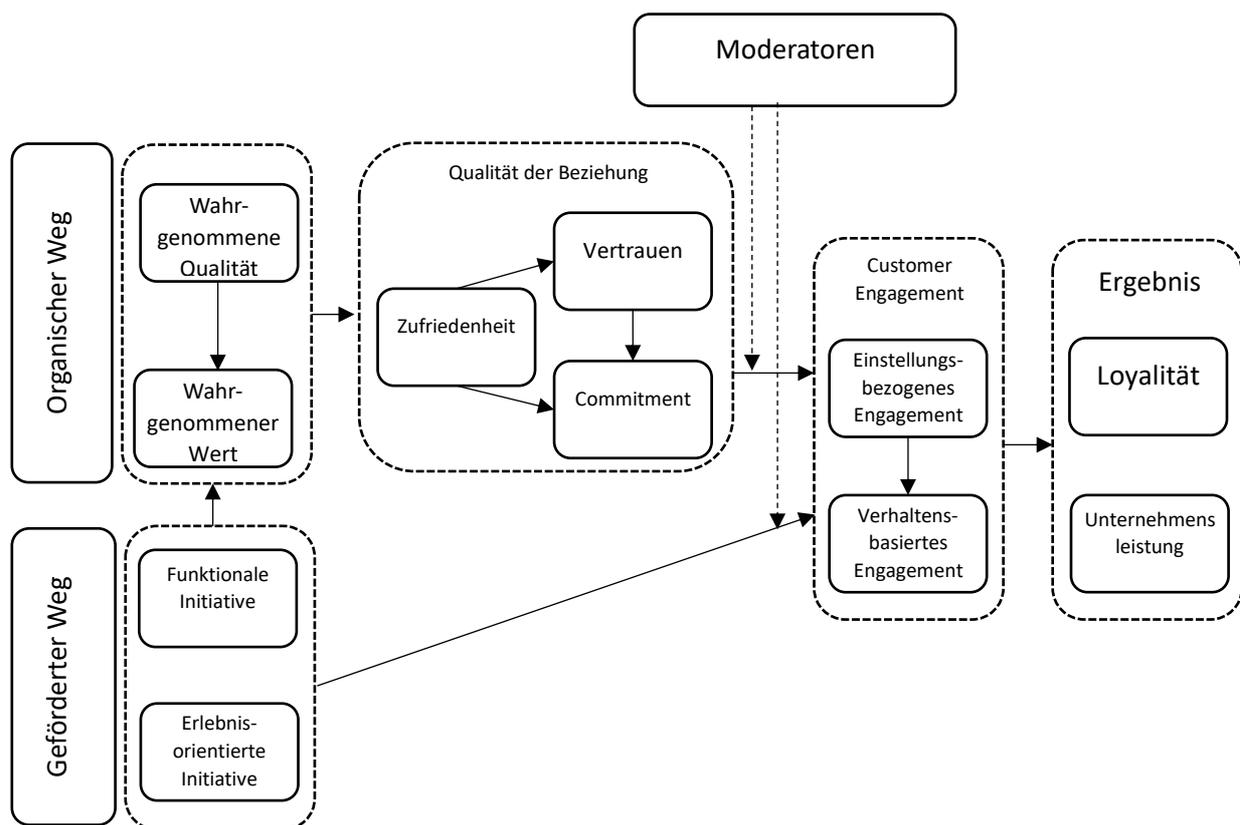
Für die Entstehung von Customer Engagement stellen Barari et al. (2020) ein Rahmenmodell auf und unterscheiden zwischen zwei Perspektiven für die Erzeugung. Dabei gibt es den organischen Weg, welcher über die Zeit durch die Kundenbeziehung entsteht, dem gegenüber steht der geförderte Weg, um Engagement hervorzurufen. Hier werden entweder monetäre Anreize geschaffen oder hedonische sowie soziale Werte genutzt, um Engagementverhalten zu erzeugen (Barari et al., 2021, p. 460).

In Abbildung 1 werden die beiden Wege genauer dargestellt, wobei die Moderatoren, welche zum Beispiel auf den Engagement-Kontext, den Industrietyp oder auch den Produkttyp zurückzuführen sind, nicht abgebildet sind. Diese Faktoren können einerseits auf die Bildung von Customer Engagement Einfluss nehmen, andererseits können diese ausschlaggebend für mögliche Inkonsistenzen in bisherigen Forschungen sein (Barari et al., 2021, p. 461).

Der organische Weg beginnt mit der wahrgenommenen Qualität eines Produktes oder einer Dienstleistung und der damit einhergehenden Qualität in Bezug auf die Kundenerfahrung (Pansari & Kumar, 2017, p. 303). Gemeinsam mit dem wahrgenommenen Wert, den ein Unternehmen liefert, bildet dies die Grundlage für die Zufriedenheit einer

Kundin bzw. eines Kunden (Anderson et al., 1994, pp. 55–56). Diese Zufriedenheit wiederum hat positive Auswirkungen auf Vertrauen und Commitment von Kundinnen und Kunden (Bowden, 2009, pp. 70–71). Zusammen bilden diese drei – die Zufriedenheit, das Vertrauen und das Commitment – die Qualität der Kundenbeziehung (Lemon & Verhoef, 2016, p. 72). Das Commitment bzw. die Hingabe zum Unternehmen weist einen direkten Einfluss auf das einstellungsbezogene Engagement auf (Bowden, 2009, pp. 71–72), dieses beeinflusst abermals das Engagementverhalten positiv (Barari et al., 2021, p. 470).

**Abbildung 1 - Rahmenmodell zu Customer Engagement**



Anmerkung: Es handelt sich um das Rahmenmodell von Barari et al. (2020), welches die zwei Wege hin zu Customer Engagement zeigt, die Abbildung wurde ins Deutsche übersetzt, die einzelnen Moderatoren sind nicht in der Grafik enthalten.

Dem organischen Weg steht der geförderte Engagementpfad gegenüber, welcher als funktioneller Ansatz betrachtet werden kann. Durch die Nutzung von Belohnungen als Anreiz für Engagement ergibt sich ein signifikanter direkter Einfluss auf das Engagementverhalten von Kundinnen und Kunden (Wirtz et al., 2019, p. 1981).

Diese zwei Wege können zu einer Erhöhung des Customer Engagements führen. Als Resultat geht hervor, das Customer Engagement zu einer Steigerung der Loyalität (Sprott et al., 2009, p. 101) und des Unternehmenserfolgs führen kann (Verhoef et al., 2010, p. 250).

Dieses Modell von Barari et al. (2020) beinhaltet keine emotionalen Werte einer Kundin bzw. eines Kunden. Es kann daher durch das Modell der Customer Engagement-Matrix von Pansari & Kumar (2017) ergänzt werden, da diese neben der Zufriedenheit auch auf die hohe oder niedrige Emotionalität von Konsumentinnen und Konsumenten eingehen. In Abbildung 2 werden die vier unterschiedlichen Kategorien von Kundinnen und Kunden aufgezeigt, welche jeweils eine andere Strategie für ein effektives Customer Management benötigen (Pansari & Kumar, 2017, p. 306).

**Abbildung 2: Customer Engagement-Matrix**

Hohe positive Emotionen	Leidenschaft	Wahre Liebe
Niedrige positive Emotionen	Indifferenz	Anziehungskraft
	Niedrige Zufriedenheit	Hohe Zufriedenheit

Anmerkung: In Anlehnung an die Customer Engagemet-Matrix von Pansari & Kumar (2017).

Indifferente Kundinnen und Kunden weisen eine niedrige Zufriedenheit wie auch niedrige Emotionen auf. Die Gleichgültigkeit der Konsumentinnen und Konsumenten kann auf unterschiedliche Ursachen zurückzuführen sein, eine Interaktion mit dem Unternehmen erfolgt lediglich bei der Erfüllung eines aktuellen Bedürfnisses (Pansari & Kumar, 2017, p. 307).

Leidenschaftlich Konsumierende besitzen eine hohe emotionale Bindung zu einem Unternehmen, aufgrund von Faktoren wie beispielsweise nicht erfüllten Erwartungen oder schlechtem Service besitzt diese Gruppe jedoch ein geringes Zufriedenheitsniveau. Diese Zielgruppe kann durch die Verbesserung der unternehmenseigenen Qualitätsansprüche emotional erreicht werden und dabei helfen, neue Kundinnen und Kunden zu gewinnen (Pansari & Kumar, 2017, p. 307).

Wertorientierte Personen werden in die Kategorie der Anziehungskraft eingeteilt. Es besteht ein geringes Level an emotionaler Bindung, jedoch sind diese Kundinnen und Kunden zu einem hohen Grad mit den Leistungen des Unternehmens zufrieden. Die Wiederkauftrate ist aufgrund der Zufriedenheit hoch, jedoch sollten Maßnahmen zur Erhöhung der emotionalen Bindung vorgenommen werden, um diese Gruppe langfristig an das Unternehmen zu binden (Pansari & Kumar, 2017, p. 307).

Die letzte Fraktion stellt die der wahren Liebe dar. Hierbei handelt es sich um Personen mit hoher Zufriedenheit und gleichzeitiger hoher Emotionalität gegenüber dem Unternehmen – das Engagement dieser Kundinnen und Kunden ist enorm. Unternehmen versuchen dieses Segment auszubauen, da dieses ein hohes Umsatz- bzw. Gewinnpotential mit sich bringt (Pansari & Kumar, 2017, p. 307).

## **Begriffsabgrenzung**

Nachfolgend werden ähnliche Begrifflichkeiten definiert, welche von Customer Engagement abgegrenzt werden können, wie auch einen Teil von Customer Engagement darstellen.

### **Customer Brand Engagement:**

Im Gegensatz zu Customer Engagement bezieht sich Customer Brand Engagement auf das Verhalten sowie die emotionale Bindung von Kundinnen und Kunden direkt auf eine ganz spezifische Marke. Customer Brand Engagement fokussiert sich nicht direkt auf die Interaktionen mit dem Unternehmen, schließt diese jedoch in der Definition nicht aus (Hollebeek, 2011, pp. 790–792).

### **Customer Involvement:**

Customer Involvement ist ein Teilbereich von Customer Engagement und beinhaltet die Einbindung von Kundinnen und Kunden in Unternehmensaktivitäten bzw. den Kaufprozess. Involvement kann das Verhalten von Verbraucherinnen und Verbrauchern bei der Informationssuche, der Verarbeitung von Informationen sowie bei der Überzeugung beeinflussen (Gordon et al., 1998, pp. 445–446). Durch das Involvieren der Konsumentinnen und Konsumenten wird eine zielgerichtete Motivation ausgelöst, welche die Relevanz der Personen erhöht, dadurch steigt auch langfristig die Loyalität und führt zu einer Ignoranz von widersprüchlichen Informationen gegenüber dem Unternehmen oder einem Produkt (Bowden, 2009, p. 68). Es kann unter einer Vielzahl von Involvement-Arten unterschieden werden, so beispielsweise zwischen dauerhaftem und situativem, zwischen emotionalem und nicht-emotionalem sowie zwischen persönlichem Involvement und allgemeinem Involvement. Individuelle Produkte benötigen unterschiedliche Ausprägungen in Bezug auf

den Einsatz der Kundinnen und Kunden, beispielsweise verlangt ein Autokauf mehr Involvement als ein Kauf von Lebensmitteln (Laurent & Kapferer, 1985, pp. 42–45).

### **Customer Satisfaction:**

Die Kundenzufriedenheit beschreibt die Gesamtbewertung, die eine Kundin bzw. ein Kunde in Bezug auf die eines Unternehmens oder eines Produktes tätigt. Es beinhaltet Kriterien wie die Servicequalität, die Produktqualität sowie kostentechnische Faktoren und bezieht auch die Erfahrungen mit dem Produkt selbst mit ein. Die Kundenzufriedenheit kann einen ausschlaggebenden Wert für die Kundenbeziehung darstellen (Gustafsson et al., 2005, pp. 210–211). Die Kundenzufriedenheit hat ebenfalls einen wesentlichen Einfluss auf das Customer Engagement-Verhalten (Barari et al., 2021, p. 461).

### **Customer Loyalty**

Loyalität lässt sich in mehrere Perspektiven einteilen und ist ebenfalls ein Faktor für die Bildung von Customer Engagement nach dem Modell von Barari et al. (2021). Eine dieser Ansichten ist die behavioristische Auffassung, die sich auf messbare und beobachtbare Faktoren bezieht. Beispielsweise fließen hier Werte wie Kaufintensität, Zuneigung, Zeitdauer seit dem letzten Einkauf oder die Wiederkauftrate mit ein, somit handelt es sich um eine vergangenheitsbezogene Betrachtung (Foscht et al., 2017, pp. 241–246). Die zweite Betrachtungsweise ist der Neo-Behaviorismus. Dieser Ansatz stellt die psychische Komponente in den Vordergrund – die Verhaltensabsicht der Konsumentinnen und der Konsumenten als auch die Wiederkaufabsicht sind an dieser Stelle zu erwähnen. Die Werte sind nicht direkt messbar, da es sich um eine Zukunftsbetrachtung handelt, welche als Einstellung der Kundin bzw. des Kunden definiert wird (Diller, 1996, p. 87). Aus der Kombination der Wiederkauftrate und der Einstellung kann ein Zusammenhang mit unterschiedlichen Loyalitätsausprägungen gebildet werden. Dies ergibt abermals vier

Ausprägungen, die sich in hohe und niedrige Wiederkaufsraten sowie hohe und niedrige Einstellungen einteilen lassen, daraus ergeben sich folgende Dimensionen von Loyalität (Dick & Basu, 1994, p. 101)

- Latente Loyalität

Kunden besitzen eine hohe positive Einstellung dem Unternehmen gegenüber, jedoch ist die Wiederkauftrate niedrig. Ein Beispiel hierzu ist die positive Kaufintention, welche allerdings einen Mangel an finanziellen Möglichkeiten mit sich bringt.

- Loyalität

Den Idealfall stellt die Loyalität dar, hierbei ist der Kunde positiv eingestellt, und zeigt diese auch durch eine hohe Wiederkauftrate.

- Keine Loyalität

Hier besteht weder eine aussichtsreiche Einstellung noch eine hohe Wiederkauftrate. Dies ist möglich, wenn es viele ähnliche und austauschbare Produkte gibt und somit kein enger Bezug zum Produkt hergestellt werden kann.

- Pseudo-Loyalität

Bei negativer Einstellung und einer gleichzeitig hohen Wiederkauftrate hat der Kunde oft keine andere Alternative zum Produkt. Dies stellt ein Problem dar, da mit dem Aufkommen einer weiteren Option der Verlust des Kunden bevorsteht.

### **Customer Commitment**

Die Bindung von Kundinnen und Kunden zum Unternehmen stellt eine dauerhafte Beziehung zwischen den zwei Parteien her. Durch Customer Commitment bindet sich eine Konsumentin bzw. ein Konsument dauerhaft an das Unternehmen. Es bedarf einer langfristigen Betrachtung der Kundenbeziehung, ob eine Person Commitment zu einem Unternehmen aufbaut oder nicht, im Normalfall ändert sich die Bindung jedoch nur selten

(Ojasalo, 2002, p. 302). Diese Bindung stellt die dritte Komponente für die Beschreibung der Qualität einer Beziehung nach dem Modell von Barari et al. (2021) dar. Kundinnen und Kunden, welche die nötige Einsatzbereitschaft aufweisen, setzen sich für das Unternehmen ein und bilden somit die Basis für ein erfolgreiches Customer Engagement. Durch den Austausch mit dem Unternehmen werden Konsumentinnen und Konsumenten, die eine Bindung aufweisen, zufriedener – es wird zwar anderen alternativen Unternehmen und Produkten ein gewisses Maß an Aufmerksamkeit entgegengebracht, jedoch werden diese nicht in Betracht gezogen (Dwyer et al., 1987, p. 19).

### **Ausprägungen von Customer Engagement**

Customer Engagement lässt sich in drei unterschiedliche Verhaltensweisen gliedern. Die erste Art besteht aus dem Ressourcenaustausch zwischen Kundinnen und Kunden und Unternehmen in Form von Feedback, Beschwerden oder Vorschlägen. Zweitens gibt es den Austausch zwischen Kundinnen und Kunden, dieser kann beispielsweise durch Word-of-Mouth oder Kommentare erfolgen. Die letzte Kategorie bildet die direkte Beeinflussung von Kundinnen und Kunden, hierbei wird die Einstellung oder das Verhalten unmittelbar durch Weiterempfehlungen gelenkt (Barari et al., 2021, p. 459). Diese drei unterschiedlichen Kategorien können durch unterschiedliche Ausprägungen verwirklicht werden. Nachfolgend werden einige dieser Ausprägungen beschrieben:

#### **Word-of-Mouth:**

Empfehlungsmarketing, auch als Word-of-Mouth bekannt, hat bereits seit einigen Jahrzehnten enorme Aufmerksamkeit erlangt. Bei der Customer-to-Customer Kommunikation nehmen positives wie auch negatives Word-of-Mouth Einfluss auf die emotionale Einstellung und weiters auch auf die Verhaltenseinstellung und -absicht (Kundu

& Rajan, 2016, pp. 2–3). Luo (2009) legt das Augenmerk auf den finanziellen Einfluss von negativem Word-of-Mouth. Das negative Empfehlungsmarketing, welches sich durch ablehnende Informationen, Erfahrungen und Bewertungen ausdrückt, zeigt einen wesentlichen Einfluss auf die kurzzeitigen als auch langzeitigen Cash-Flows und Aktienkurse eines Unternehmens (Luo, 2009, p. 148).

### **Kundenfeedback:**

Im Gegensatz zu Word of Mouth bezieht sich Kundenfeedback auf die Kommunikation von Unternehmen und Konsumentin bzw. Konsument. Durch dieses Feedback von Kundinnen und Kunden können Organisationen zukünftige Werte verbessern oder erst schaffen. Das Feedback kann unterschiedlichen Ursprungs sein. Einerseits gibt es die Beschwerde, andererseits das Kompliment, und oft sind es einfach nur Gedanken zu Produkten oder Services. Unternehmen, welche kundenorientiert ausgelegt sind setzen vermehrt auf Kundenfeedback, um deren Zufriedenheit zu erhöhen (Celuch et al., 2015, pp. 280–281). Eine kundenorientierte Reaktion kann sich positiv auf das Feedbackverhalten auswirken und so das Wohlbefinden und das weitere Engagement-Verhalten steigern (Sahadev et al., 2014, p. 73)

### **Brand Communitys:**

Brand Communitys sind Gemeinschaften, die sich auf Grundlage einer Marke verbinden (Sung et al., 2010, p. 432). Unternehmen können von Communitys auf drei unterschiedliche Weisen profitieren. Durch den Austausch mit Kundinnen und Kunden kann ein Unternehmen zum einen Feedback zu Produkten und Dienstleistungen erhalten, zum anderen kann die Kundenbeziehung gestärkt werden und zusätzlich können potenzielle Konsumentinnen und Konsumenten erreicht werden. Zudem kann die Markentreue und -bindung verbessert werden (Chan et al., 2014, pp. 84–85).

**Co-Creation:**

Durch das Miteinbeziehen von Kundinnen und Kunden entstehen sowohl für das Unternehmen als auch für die Konsumentinnen und Konsumenten selbst wichtige Werte. Durch das gemeinsame Arbeiten an Produkten oder Dienstleistungen kann ein Unternehmen die Lösungen an die Kundinnen und Kunden anpassen, die Bindung zu Konsumentinnen und Konsumenten stärken, wie auch die Innovationskraft des Unternehmens verbessern (Yen et al., 2020, p. 1). Co-Creation kann auf unterschiedliche Weise erfolgen. Beispielsweise gibt es Kundinnen und Kunden, welche die eigenen Ressourcen in Unternehmens-Aktivitäten integrieren oder für den Erfolg eines Produktes Werte schaffen, die den eigenen Bedürfnissen besser entsprechen – beispielsweise durch eine Produktnutzung, welche vom Unternehmen nicht beabsichtigt ist. Ein Unternehmen kann in diesem Fall die Benutzerinnen und Benutzer von Produkten und Dienstleistungen direkt in den Entwicklungsprozess miteinbeziehen, so werden Kundinnen und Kunden zum Beispiel als Testpersonen für ein Unternehmen tätig. Weitere Arten der Wertschöpfung durch Kundinnen und Kunden stellen die Weiterempfehlung in Form von positivem Word-of-Mouth als auch die konkrete Aufforderung von Mitmenschen dar, mit dem Ziel, sich ebenfalls in Form von Co-Creation für das Unternehmen einzusetzen (Jaakkola & Alexander, 2014, pp. 254–256).

**Brand Ambassador:**

Markenbotschafterinnen und -botschafter können bezahlte Personen sein, wie beispielsweise Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oder prominente Persönlichkeiten, aber auch Personen, welche sich dem Unternehmen verbunden fühlen. Durch die Verbundenheit zu den Produkten und Dienstleistungen eines Unternehmens können diese Personen den Prozess wie auch Details für die Verwendung an andere weitergeben. Brand Ambassador,

welche sich für ein Unternehmen einsetzen, können ein positives Image erzeugen und beim Aufbau einer emotionalen Bindung mitwirken (F. Wang & Hariandja, 2016, pp. 294–295).

### **Customization:**

Die Personalisierung von Produkten und Dienstleistungen führt dazu, dass Unternehmen diese an die Bedürfnisse ihrer Kundinnen und Kunden anpassen können (Coelho & Henseler, 2012, p. 332). Hierbei muss die Personalisierung in zwei Kategorien eingeteilt werden, einerseits gibt es die Individualisierung (Personalization), bei welcher Unternehmen die Produkte oder Dienstleistungen aufgrund der Daten der Kundinnen und Kunden an diese anpassen, andererseits übernehmen bei der zweiten Art der Personalisierung (Customization), die Kundinnen und Kunden einen Teil der Wertschöpfung proaktiv (Arora et al., 2008, p. 306). Die Produkte oder Dienstleistungen können durch unterschiedliche Module oder Anpassungsmöglichkeiten individualisiert und somit auf die jeweilige Kundin bzw. den Kunden angepasst werden. Durch diese Vielfalt kann jedoch auch die Komplexität steigen, welche wiederum zu einer Unzufriedenheit führen kann (Dellaert & Stremersch, 2005, p. 219).

### **Gamification:**

Bei der Gamification werden Elemente eines Spiels in einen unternehmerischen Kontext gesetzt, um das Engagement der Kundinnen und Kunden zu erhöhen. Zu den Inhalten von Gamification gehören in der Regel Abzeichen, Punktesysteme oder unterschiedliche Level. Durch dieses System können bei Konsumentinnen und Konsumenten die emotionalen Werte gegenüber dem Unternehmen gesteigert werden, wodurch eine Loyalität zu dem Spiel und gleichzeitig auch zum Unternehmen aufgebaut wird (Harwood & Garry, 2015, pp. 535–536). Bei Verwendung einer App können Daten über die Nutzerinnen und Nutzer gesammelt werden, welche als Teil der Co-Creation genutzt werden können. Ebenfalls ist es möglich, die

Ergebnisse oder Fortschritte mit anderen zu teilen, was zu einer Erhöhung des Einflusses auf andere Personen in sozialen Netzwerken führt (Eisingerich et al., 2019, p. 201).

### **Mobile-Application**

Durch App-Anwendungen können Unternehmen den Kundinnen und Kunden ein Omnichannel-Einkaufserlebnis bieten. Das Ermöglichen eines Informationsaustausches in Echtzeit zwischen Unternehmen und Kundinnen bzw. Kunden erlaubt eine individuelle Customer Experience (Rasool et al., 2020, p. 97). Eine mobile Anwendung für Smartphones bietet Unternehmen ein erhöhtes Engagement-Verhalten ihrer Nutzerinnen und Nutzer, gleichzeitig ist es in wettbewerbsintensiven Märkten ein nützliches Tool zur Kundenbindung und dient dem Erhalt der Kundendaten (van Heerde et al., 2019, p. 420)

## Kapitel 4. Empirische Untersuchung

Nach der Darstellung des Forschungshintergrunds und den damit verbundenen, theoretischen Grundlagen erfolgt in diesem Kapitel die empirische Untersuchung, um die Forschungsfrage beantworten zu können. Zunächst wird die Basis des Untersuchungsdesigns dargelegt, die Wahl dieses Designs erläutert sowie die Entwicklung des Interviewleitfadens aufgezeigt. Im Anschluss daran werden die Probandinnen und Probanden ausgesucht und deren Auswahl theoretisch begründet. Abschließend erfolgt sowohl die Durchführung der Interviews als auch die Datenaufbereitung und schlussendlich die Darstellung der Ergebnisse.

### Untersuchungsdesign

Die empirische Untersuchung soll dazu dienen, die Forschungsfrage, welche in Kapitel 1 aus der Problemstellung und Relevanz hergeleitet wurde, zu erforschen sowie zu beantworten. Aus der bisherigen Literatur ergab sich somit folgende Forschungsfrage:

***Welche Rolle spielt Customer Engagement, um den Hürden von Access-based-Services entgegenzuwirken?***

Um diese Frage beantworten zu können, müssen die Ausprägungen von Customer Engagement mit den Hürden bei Access-based-Services in Verbindung gebracht werden. Da ein solches Modell bisher noch nicht bekannt ist, wird eine qualitative Studie dazu genutzt, Erkenntnisse zu erlangen, welche Maßnahmen von Customer Engagement Auswirkungen auf Mobility-as-a-Service haben. Hierbei liegt eine Beschränkung auf den Bereich der Auto-Abo-Modelle vor. Langfristig würde die Studie mit einem Automobilhersteller Sinn ergeben, der sowohl Fahrzeuge verkauft als auch Abo-Modelle anbietet. Dies ist jedoch im Rahmen dieser Masterarbeit aufgrund der zeitlichen Einschränkungen nicht durchführbar.

Durch qualitative Interviews mit potenziellen Nutzerinnen und Nutzern von Abo-Modellen in der Automobilbranche sollen zunächst die Hürden erneut geprüft werden, welche durch Haze et al. (2017) bisher aufgezeigt wurden. Weiters sollen sich die Interviews auf die Beteiligung von Kundinnen und Kunden in Form von Customer Engagement konzentrieren. Hierbei wird der Einfluss auf die Hürden festgestellt und so können Handlungsempfehlungen für Unternehmen entstehen.

Um den Kriterien für qualitative Forschung zu entsprechen, wurde auf die vier Faktoren – Wahrheitsgehalt, Anwendbarkeit, Konsistenz und Neutralität – nach Lincoln und Guba (1985) geachtet. Um sicher zu stellen, dass die Daten vertrauenswürdig sind, wurde Literatur unterschiedlicher Autoren herangezogen, wie auch die Meinung von Studienkolleginnen und -kollegen eingeholt (Lincoln & Guba, 1985, p. 301). Die Übertragbarkeit der Daten ist sichergestellt, da eine klare Abgrenzung des Themas auf Mobility-as-a-Service angegeben ist. Die Nachvollziehbarkeit des gesamten empirischen Prozesses wird in diesem Kapitel beschrieben, dies dient dazu die Zuverlässigkeit der Daten sicherzustellen. Die Objektivität wurde stets beachtet, wobei bei der Interpretation der Ergebnisse immer eine gewisse Subjektivität erhalten bleibt (Döring & Bortz, 2016, p. 109). Die gesamte Arbeit inklusive der empirischen Studie gewährleistet daher die Reliabilität, Objektivität und Validität.

### ***Begründung der Wahl einer qualitativen Studie***

Da es sich um eine Forschungsfrage handelt, die noch nicht in direktem Zusammenhang mit den beiden Faktoren Mobility-as-a-Service und Customer Engagement steht, kann kein klares Modell als Grundlage herangezogen werden. Eine quantitative Methode kann somit ausgeschlossen werden, da notwendige Hypothesen durch quantitative Fragestellungen nicht nachgewiesen werden können (Coulter, 2005, pp. 33–34). Aus diesem Grund wird anhand

teilstrukturierter Einzelinterviews, welche dem Gebiet der qualitativen Forschungsmethode zuzuordnen sind, der Zusammenhang zwischen den Themen erforscht (Mey & Mruck, 2011, p. 263).

Hierfür eignet sich die Inhaltsanalyse nach Mayring. Diese zielt gegenüber der Grounded-Theory auf eine vorhandene Fragestellung ab. Es handelt sich um eine Methode der qualitativen Sozialforschung zur systematischen Analyse von Texten, Bildern oder anderen Arten von Inhalten. Hierbei ist durch die Literatur eine klare Struktur gegeben, wodurch sich eine Kategorisierung unterschiedlicher Faktoren ableiten lässt. Dies spricht für die Inhaltsanalyse nach Mayring (Kühlmeier et al., 2020, pp. 6–7).

Der Prozess für die Inhaltsanalyse sieht folgende Schritte vor (Mayring, 2000, p. 4):

- Festlegung einer Forschungsfrage
- Festlegung der Kategorisierungen zur Analyse
- Entwicklung des Codier-Baumes
- Codierung der Untersuchungen
- Prüfung auf Reliabilität
- Auswertung der Daten
- Interpretation der Ergebnisse

Durch einen interpretativen Prozess sollen so die Inhalte von Texten systematisch erfasst und interpretiert werden. Die Festlegung der Kategorisierung hilft, den zu untersuchenden Text inhaltlich und strukturell zu codieren. Hierbei werden die Kategorien aus der Literatur abgeleitet. Der Codierungsbaum hilft dabei, eine Einteilung der Kategorien zu bilden und diese bei der späteren Analyse interpretieren zu können (Bücker, 2020, p. 7).

Der Prozess nach Mayring sieht eine erste Codierung aus der Literatur vor, welche deduktiv gebildet wird. Durch die iterative Methode werden die Kategorien jedoch

schrittweise überprüft und angepasst sowie im Anschluss durch induktive Codierungen ergänzt. Die Inhaltsanalyse nach Mayring bietet die Möglichkeit, Meinungen, Einstellungen, Werte und Handlungen von unterschiedlichen Personen zu erfassen (Mayring, 2000, pp. 2–5).

Die Interviews erfolgen auf Basis eines halbstrukturierten Interviews. Die Grundfragen werden aus der Literatur abgeleitet, diese können aber durch situationsbedingte Erweiterungsfragen ergänzt werden (Döring & Bortz, 2016, pp. 372–373).

Durch diese Form der Erhebung kann die jeweilige Position der einzelnen Interviewpartnerinnen und -partner sehr genau erfasst werden (Döring & Bortz, 2016, pp. 356–359). Im Gegensatz zu einer Fokusgruppe ergibt sich eine höhere Sprechzeit pro Teilnehmerin und Teilnehmer, außerdem findet keine gegenseitige Beeinflussung statt (Döring & Bortz, 2016, pp. 380–381).

### ***Entwicklung eines Interviewleitfadens***

Der Interviewleitfaden dient bei halbstrukturierten Interviews einer kontrollierten Vorgehensweise über alle Interviews hinweg. Die Struktur bietet gleichzeitig die Möglichkeit, weitere Fragen miteinfließen zu lassen (Döring & Bortz, 2016, pp. 372–373).

Der Leitfaden deckt vier Themenbereiche ab. Zu Beginn werden Fragen zur Person selbst sowie zur Automobilnutzung gestellt. Sind diese Fragen abgeschlossen, erfolgt die Erklärung eines Beispiels für ein Auto-Abo-Modell. Dies soll die Überleitung zum Thema Mobility-as-a-Service darstellen. Das weitere Vorgehen sieht eine Befragung bezüglich möglicher Hürden bei der Nutzung von Abo-Services in der Automobilindustrie vor. Daraufhin folgen Fragen zu Customer Engagement, wobei die Verbindung zu den unterschiedlichen Hürden hergestellt werden soll.

Der Interviewleitfaden befindet sich im Anhang 1. Der Aufbau wurde in vier Teilaspekte gegliedert: Thema, Aspekt, Fragestellung und Anknüpfungspunkte. Insgesamt umfasst der Leitfaden 41 Hauptfragen und 17 Nebenfragen. Im Anschluss an den Leitfaden befindet sich noch die Erklärung zu Mobility-as-a-Service. Dies beinhaltet die Darlegung eines fiktiven Beispiels zu Auto-Abo-Services. Die Zahlen und Leistungen wurden aus Angeboten zusammengestellt, die derzeit auf dem Markt erhältlich sind.

Die angegebenen Fragen basieren auf der Literatur zu dem Thema Mobility-as-a-Service, Access-based-Services und Customer Engagement. Der Aufbau der Interviews erfolgt durch die Erklärung des gewählten Auto-Abo-Modell-Beispiels. Anhand dessen sollen die Befragten mögliche Hürden hinsichtlich der Nutzung aufzeigen und wie diese darauf Einfluss haben würden. Anschließend werden die Probandinnen und Probanden mit konkreten, aus der Theorie abgeleiteten, Maßnahmen konfrontiert und deren Äußerungen diesbezüglich erfasst.

### ***Auswahl der Interviewteilnehmerinnen und -teilnehmer***

Die Auswahl der Interviewteilnehmerinnen und Interviewteilnehmer erfolgt anhand einer absichtsvollen Stichprobenziehung. Hierbei wird das theoriegesteuerte Verfahren angewendet, da aus der Literatur bzw. dem Untersuchungsgegenstand keine sinngemäßen Faktoren für die Einteilung abgeleitet werden können (Schreier, 2011, pp. 239–240).

Für die Auswahl wird zunächst auf die Faktoren bezüglich des Automobilnutzungsverhalten eingegangen. Hier lassen sich drei Aspekte ableiten, welche als Kriterium vor Beginn des Interviews abgefragt werden. Als erstes Kriterium wird der Besitz eines eigenen Automobils festgelegt, wobei hier die uneingeschränkte dauerhafte Nutzung als Merkmal gilt, nicht die im Kaufvertrag eingetragene Person. Des Weiteren wird die

Verbundenheit der interviewten Personen zur Automobilindustrie dahingehend abgefragt, ob diese sich selbst als „autobegeistert“ einstufen. Als letzter Punkt ist die Kaufabsicht für ein neues Automobil in näherer Zukunft von Bedeutung. Aus diesen drei Faktoren ergibt sich ein Stichprobenplan mit acht unterschiedlichen Zellen, welcher in nachfolgender Tabelle 1 dargestellt ist:

**Tabelle 1: Stichprobenplan**

	Eigenes Auto	Ja	Nein
Autobegeisterung			
Ja		Kaufabsicht Ja Kaufabsicht Nein	Kaufabsicht Ja Kaufabsicht Nein
Nein		Kaufabsicht Ja Kaufabsicht Nein	Kaufabsicht Ja Kaufabsicht Nein

Anmerkung: Bei dieser Tabelle handelt es sich um eine eigene Darstellung, welche den Stichprobenplan für die Auswahl der Probandinnen und Probanden zeigt.

Diese acht Felder des Stichprobenplans sollen anhand der Stichprobe repräsentiert werden. Hierzu wird für jede Ausprägung eine Probandin bzw. ein Proband ausgewählt. Für die Kategorie „kein eigenes Auto“, „nicht Autobegeistert jedoch eine Kaufabsicht“ ließ sich keine Person zum Zeitpunkt der Interviews ausmachen. Daher fehlt diese Ausprägung in der Studie, wobei dies keine große Einschränkung darstellen sollte. Dies deckt die Auswahlkriterien hinsichtlich des Theorieblocks von Mobility-as-a-Service ab. Als Merkmal bezüglich Customer Engagement wird die Nutzung von Social-Media miteinbezogen. Hier ist es wichtig, dass Teilnehmerinnen und Teilnehmer in der Stichprobe enthalten sind, welche Social-Media gar nicht oder kaum nutzen. Eine genauere Einteilung in Bezug auf das

Nutzungsverhalten sowie die Nutzungsintensität ist aufgrund der Stichprobengröße nicht vorgesehen.

Personen, welche Mobility-as-a-Service in Form von Auto-Abo-Modellen bereits nutzen, wurden aus der Stichprobe ausgeschlossen, da diese die Burdens-of-Access bereits überwunden haben. Die Untersuchung fokussiert sich auf die Hürden von zugangsbasierten Produkten, sind diese nicht mehr vorhanden, kann die Studie ein verfälschtes Ergebnis aufweisen.

Aus derzeitiger Sicht befindet sich Mobility-as-a-Service noch in einer Phase, in der die Ansprache an Early-Adopters gerichtet ist. Für Mobility-as-a-Service-Dienstleistungen liegt diese Gruppe in einem Altersbereich von 21 bis 34 Jahren (Jittrapirom et al., 2020, p. 286). Somit wurde die Studie auch auf eben jenen Altersbereich begrenzt.

Bezüglich des beruflichen Hintergrunds der Interviewpartnerinnen und -partner wurde darauf geachtet, dass deren Einkommen im mittleren bis höheren Bereich in Österreich liegt, da die Early-Adopters auch für Innovationen in diesem Bereich liegen (Yi et al., 2006, p. 404). Aus Gründen des Datenschutzes wurde lediglich der berufliche Hintergrund und nicht das tatsächliche Einkommen der Personen abgefragt.

Nachfolgend werden die zehn Probandinnen und Probanden aufgelistet, welche zum Interview eingeladen wurden. Die Tabelle zeigt eine Einteilung in Geschlecht, Alter sowie Beruf und wird durch die zuvor beschriebenen Faktoren der Auswahlkriterien erweitert.

**Tabelle 2: Übersicht Probandinnen und Probanden**

Probandinnen und Probanden	Geschlecht	Alter	Beruf	Eigenes Auto	Autobegeistert	Kaufabsicht	Social Media
Proband 1	M	27	Angestellter in der Energiebranche	Ja	Ja	Ja	Nein
Proband 2	M	26	Angestellter in der Automobilbranche	Ja	Ja	Nein	Ja
Probandin 3	W	23	Marketing-Mitarbeiterin	Ja	Ja	Nein	Ja
Probandin 4	W	26	Marketing-Mitarbeiterin	Ja	Nein	Ja	Ja
Proband 5	M	29	Angestellter in der Finanzbranche	Nein	Ja	Nein	Ja
Probandin 6	W	27	Studentin	Nein	Nein	Nein	Ja
Proband 7	M	26	Angestellter eines Logistikunternehmens	Nein	Ja	Ja	Ja
Proband 8	M	22	Softwareentwickler	Ja	Nein	Nein	Nein
Proband 9	M	30	Angestellter	Ja	Nein	Ja	Nein
Probandin 10	W	24	Lehrerin	Ja	Nein	Nein	Ja

Anmerkung: Bei dieser Tabelle handelt es sich um eine eigene Darstellung, welche die Probandinnen und Probanden sowie deren Eigenschaften aufzeigt.

Diese Auswahl soll zu einer weitgehend heterogenen Stichprobe mit möglichst großer Bandbreite an Meinungen, Einstellungen und Werten führen, wobei anhand einer qualitativen Studie in dieser Form die Abdeckung der gesamten Population nicht möglich ist (Naderer, 2011b, pp. 244–247). Mit einer Anzahl von zehn Interviews sollen die Ergebnisse zu einer ersten Beantwortung der Forschungsfrage führen. Nach Durchführung der Interviews soll eine Abdeckung aller in der Literatur vorhandenen Hürden für Access-based-Services vorliegen. Zeigt sich keine Deckung mit der Literatur und Eindeutigkeit der Ergebnisse, werden weitere Interviews bzw. eine Fokusgruppe in Betracht gezogen (Boddy, 2016, pp. 426–427).

### ***Durchführung der qualitativen Interviews***

Die Interviews wurden im Zeitraum von März bis Juli 2023 je nach zeitlicher Verfügbarkeit der Teilnehmerinnen und Teilnehmer durchgeführt. Alle Interviews erfolgten online über die Plattform „Google Meet“. Für die Aufnahme wurde das am Computer bereits installierte Programm „Xbox Game Bar“, welches sich als Standardprogramm auf jedem Windowsrechner befindet, verwendet. Das Programm nimmt einerseits den Bildschirm wie auch den Ton auf. Zur Absicherung wurden ebenfalls die Funktionen der Software des „MeetGeek-Bots“ verwendet. Dieses AI-Basierte Programm verlinkt sich mit dem Meeting, nimmt Ton und Bild auf und schreibt gleichzeitig das gesprochene Wort nieder (MeetGeek, 2023). Vor Beginn der Interviews wurden mit den Probandinnen und Probanden sowohl der Datenschutz, als auch die Zustimmung zur Bild- bzw. Tonaufnahme abgeklärt. Die Aufnahmen wurden mit der ersten Frage gestartet und mit der letzten Frage beendet. Gespräche außerhalb dieses Rahmens sind nicht Teil der Aufzeichnung und werden auch nicht im Rahmen dieser Arbeit verarbeitet. Der zeitliche Aufwand pro Interview belief sich auf einen Zeitraum zwischen 30 bis 40 Minuten.

### ***Datenaufbereitung und Datenauswertung***

Die erhobenen Interviews, welche als Tonaufnahme vorliegen, wurden mit Hilfe des Programms „MAXQDA“ verschriftlicht. Die Codierung der Ergebnisse wurde ebenfalls in diesem Programm vorgenommen. Der Vorteil der Software ist in der kurzen Einarbeitungszeit und Nutzerfreundlichkeit sowie der Vielzahl an Auswertungsmöglichkeiten zu sehen (Döring & Bortz, 2016, p. 609). Die Interviews befinden sich im Anhang 2-11 inklusive der codierten Textpassagen.

Die qualitative Inhaltsanalyse der Interviews erfolgt laut Mayring anhand von drei Grundformen der Interpretation: Die Zusammenfassung, die Explikation und die Strukturierung. Unter der Zusammenfassung wird die Reduktion der Interviews auf die wesentlichen Bestandteile verstanden. Die Explikation beschäftigt sich mit der Ausarbeitung von Bedeutung und Zusammenhang der Inhalte. Bei der Strukturierung wiederum werden die Textteile inhaltlich kategorisiert und eingeteilt (Naderer, 2011a, pp. 419–420).

Die Hürden von Access-based-Services sowie die Burdens-of-Ownership sind bekannt, ebenso die unterschiedlichen Ausprägungen von Customer Engagement. Aus diesen lassen sich einzelne Codierungen ableiten. Die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring sieht eine induktive – aus dem Text gearbeitete – oder deduktive – aus der Literatur abgeleitete – Codierung vor. Die deduktive Codierung ist daher sinnvoll um alle in der Literatur beschriebenen Faktoren zu berücksichtigen als auch nicht beschriebenen Faktoren aufzuzeigen. Die Codierung kann jedoch um neue Hürden oder Customer Engagement-Ausprägungen erweitert werden, falls diese in den Interviews Erwähnung finden (Mayring & Brunner, 2009, pp. 672–674).

Der von Mayring beschriebene Prozess der Inhaltsanalyse sieht einen, sich mit mehreren Durchläufen wiederholenden Ansatz vor, wobei die Codierung mit den gefundenen

Ergebnissen überarbeitet wird. Auf diese Weise entsteht eine Erweiterung des Code-Baumes (Mayring, 2000, p. 4).

Aus der Literatur lassen sich nachfolgende Codierungen ableiten, wobei die Definitionen aus den Ausfertigungen in Kapitel 2 und 3 entstammen und die Ankerbeispiele sich auf die durchgeführten Interviews beziehen. Den deduktiv gebildeten Codierungen wurden drei Induktive-Codierungen hinzugefügt. Dem Codierverzeichnis bezüglich Burdens-of-Access wird der Code „Weitere Hürden“ hinzugefügt und jenem von Customer Engagement „Ansprechperson“ und „Kundenservice“. Das Codierverzeichnis ist auf zwei Tabellen aufgeteilt, Tabelle 3 beinhaltet alle Ausführungen zu Burdens-of-Access, und Tabelle 4 die Inhalte zu Customer Engagement.

**Tabelle 3: Codierverzeichnis bezüglich Burdens-of-Access**

Kategorie	Codierung	Definition	Ankerbeispiel
Burdens-of-Access	Komplexität	wahrgenommene Schwierigkeiten bezüglich der Komplexität, wie beispielsweise ein komplexes System, Verfügbarkeit, Auffindbarkeit	<i>„... diese Einstiegshürde, dieses Knowhow, wie das funktioniert muss niedrig sein. Damit ich mich eben so wenig wie möglich damit beschäftigen muss.“ (Proband 9, 237, persönliche Kommunikation, 12.7.2023)</i>
	Verlässlichkeit	Zuverlässigkeit der Produkte, der Technologie und des Services	<i>„Ja, das auf alle Fälle, alle Reparaturen, Service und so, dass muss halt top sein.“ (Proband 9, 168, persönliche Kommunikation, 12.7.2023)</i>
	Hygiene	Verunreinigungen durch andere Nutzerinnen und Nutzer	<i>„Hygiene ist natürlich definitiv ein Thema, also gerade, wenn man ja reinlicher Mensch ist, dann ist es vielleicht etwas ekelhaft“ (Proband 5, 128, persönliche Kommunikation, 28.3.2023)</i>
	Verantwortung	Verantwortung durch die Nutzung von	<i>„Risiken ansonst, ... ja bis auf das, dass man glaube ich viel mehr Angst vor</i>

		Produkten und der damit verbundenen Folgen	<i>einem Schaden hat, wie wenn es mein eigenes Auto ist weil dann ist es halt mein eigenes." (Proband 8, 120, persönliche Kommunikation, 12.7.2023)</i>
	Kompatibilität	Konflikte, welche durch die soziale Normen, den Lebensstil, die Werte sowie die Vorstellungen entstehen	<i>"Genau, aufgrund meiner Wohnsituation und meiner, der Lage meiner Arbeit, meiner Wohnungslage und meiner Lebenssituation würde ein Auto, dass sie regelmäßig nutzen kann, nicht sonderlich viel dazu beitragen das es besser wäre." (Proband 5, 156, persönliche Kommunikation, 28.3.2023)</i>
	Image	negative Erfahrungen und schlechtes Image eines Unternehmens, wie auch das Image einer Person selbst auf das Umfeld	<i>„Die Hauptprobleme im System, sind am Anfang mal wahrscheinlich fehlendes Vertrauen, ...“ (Proband 9, 220, persönliche Kommunikation, 12.7.2023)</i>
	Weitere Hürden	Bedenken bezüglich Folgen nach der Nutzung einer Dienstleistung	<i>„... ein Nachteil ist, dass du, wenn du kein eigenes Auto hast, niemals in deiner eigenen Versicherungstufe nach unten rutschen wirst.“ (Proband 5, 144, persönliche Kommunikation, 28.3.2023)</i>
Burdens-of-Ownership	Finanzielles Risiko	Risiko aufgrund der hohen Investition zu einem bestimmten Zeitpunkt	<i>"Die Minderung des hohen Erstinvests, die ich bei dem Kauf von einem Fahrzeug hätte und also das wäre für mich glaube ich der größte finanzielle Vorteil." (Proband 7, 116, persönliche Kommunikation, 28.3.2023)</i>
	Leistungsrisiko	Risiko aufgrund der erwarteten Leistung und der damit verbundenen Reparatur, der Wartung oder eines Ersatzkaufs	<i>"Also möglicherweise die Pauschalisierung von Service oder Unfall oder Wartung wo du im Gegensatz zum Neuwagen zum Beispiel überhaupt keine hast." (Proband 1, 133, persönliche Kommunikation, 21.3.2023)</i>
	Soziales Risiko	Risiko aufgrund sozialer Akzeptanz	<i>„... weil das psychologisch schonmal was anders ist, wenn du etwas besitzt, das ist nicht nur beim Auto so ...“ (Proband 9, 184, persönliche Kommunikation, 12.7.2023)</i>

Anmerkung: Bei dieser Tabelle handelt es sich um eine eigene Darstellung, welche die unterschiedlichen Codierungen bezüglich der Burdens-of-Access und der Burdens-of-Ownership zeigt, inklusive der Definitionen und Ankerbeispiele.

**Tabelle 4: Codierverzeichnis bezüglich Customer Engagement**

Kategorie	Codierung	Definition	Ankerbeispiel
Customer Engagement	Word-of-Mouth	Empfehlungen durch andere Personen oder an andere Personen	„Ich empfehle Unternehmen weiter, wenn ich mit der Leistung wirklich außerordentlich zufrieden bin.“ (Proband 7, 212, persönliche Kommunikation, 28.3.2023)
	Brand Communities	Personen, die sich über eine Marke/Unternehmen austauschen	Für diese Form von Customer Engagement konnte keine Textpassage ausgemacht werden.
	Customer Feedback	Feedback von Kundinnen und Kunden an das Unternehmen	„Also wenn ich natürlich super Feedback habe, es hat alles reibungslos funktioniert, gebe ich sehr sehr gerne Rückmeldung, ... Also wenn es ein sehr negatives Feedback ist, gebe ich das normalerweise gerne direkt dem Anbieter,...“ (Probandin 4, 212, persönliche Kommunikation, 27.3.2023)
	Brand Ambassador	Personen, welche sich mit einem Unternehmen verbunden fühlen und Informationen über das Unternehmen und die Produkte teilen	„...wenn ich natürlich ein Markenbotschafter bin, so in die Richtung bin, dann würde ich schon gerne meine mehr Benefits dafür haben...“ (Proband 7, 248, persönliche Kommunikation, 28.3.2023)
	Co-Creation	Personen welche Ressourcen einsetzen, um Aktivitäten des Unternehmens mitzugestalten	„... aber was dann die Lösungsansätze dafür sind, finde ich immer recht spannend, insofern mitgestalten wäre schon ganz lustig.“ (Proband 5, 220, persönliche Kommunikation, 28.3.2023)
	Customization	Kundinnen und Kunden, die einen Teil der Wertschöpfung übernehmen und das	„Genug Möglichkeit die die Modalitäten irgendwie anzupassen. Also Dauer oder vielleicht eine Suchfunktion mit so lang brauche ich es, so viel

	eigene Produkt den Bedürfnissen anpassen	<i>soll es im Monat kosten oder über den Zeitraum kosten, die Motorisierung oder diese Motorstärke brauche ich, mit so und so viel Türen oder so und so einer Größe so ähnlich.“ (Proband 5, 268, persönliche Kommunikation, 28.3.2023)</i>
Gamification	Elemente eines Spiels, die in die Customer Experience eingebaut werden	<i>„Genau vielleicht ein Punktesystem, also das auch quasi Kundenbeziehungsmanagement über das die App stattfinden könnte.“ (Probandin 4, 260, persönliche Kommunikation, 27.3.2023)</i>
App	eine App für das Smartphone, welche den Informationsaustausch ermöglicht	<i>„Ja definitiv, wenn es eine Austauschmöglichkeit zum Beispiel ein App von dem Anbieter geben würde.“ (Probandin 4, 216, persönliche Kommunikation, 27.3.2023)</i>
Geförderter Weg	monetäre Anreize, um Engagement hervorzurufen	<i>„Wenn ich dafür eine Gegenleistung bekomme, also wenn sie dann sagen, okay du kriegst zwei Monate das Auto gratis und dafür schreibst du uns irgendwas.“ (Probandin 6, 268, persönliche Kommunikation, 28.3.2023)</i>
Ansprechperson	Ansprechperson im Unternehmen	<i>„Also von Anfang an einen Ansprechpartner deine offene Kommunikation pflegt“ (Probandin 4, 192, persönliche Kommunikation, 27.3.2023)</i>
Customer Service	Kundenservice welchen Kundinnen und Kunden kontaktieren können	<i>„Und was noch, also besser machen können ist natürlich super Verfügbarkeit von Kundenservice.“ (Proband 9, 220, persönliche Kommunikation, 12.7.2023)</i>

Anmerkung: Bei dieser Tabelle handelt es sich um eine eigene Darstellung, welche die unterschiedlichen Codierungen bezüglich Customer Engagement zeigt, inklusive der Definitionen und Ankerbeispiele.

## **Detaillierte Darstellung der Ergebnisse**

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse aus den Interviews aufgeführt. Im ersten Schritt erfolgt die Analyse der Hürden bezüglich der Nutzung von Mobility-as-a-Service, im Anschluss daran werden diese mit den Möglichkeiten von Customer Engagement verknüpft. Bei der Auswertung wurde darauf geachtet, dass eine Übereinstimmung über alle Probandinnen und Probanden hinweg vorliegt, gegensätzliche Aussagen wurden folglich aufgefasst und in die Ergebnisse miteingebunden.

### ***Mobility-as-a-Service***

Zunächst wurde anhand der Daten überprüft, ob die mittels Theorie identifizierten Burdens-of-Access auch auf diese Studie zutreffen. Sollte dies nicht der Fall sein, so ist eine Überprüfung der Befragungsmethode erforderlich. Die Burdens-of-Access nach Hazée et al. (2017), wie in Kapitel 2 beschrieben, beinhalten die Komplexität, die Verlässlichkeit, die Verunreinigungen, die Verantwortung, die Kompatibilität sowie das Image. Gleichzeitig können durch die Nutzung eines Servicemodells die Burdens-of-Ownership vermieden werden, welche von DelVecchio und Smith (2005) definiert wurden.

### **Komplexität**

Die Komplexität wird für das beschriebene Beispiel teilweise wahrgenommen, wie zum Beispiel in Bezug auf die generelle Bekanntheit, und die vertraglichen Rahmenbedingungen oder auch die Verfügbarkeit unterschiedlicher Modelle (Probandin 4, 104, persönliche Kommunikation, 27.3.2023; Proband 8, 112, persönliche Kommunikation, 12.7.2023; Proband 2, 128, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Probandin 4; 116, persönliche Kommunikation, 27.3.2023). Probandin 4 (92) hebt in Zusammenhang mit der Bekanntheit hervor: „... . Für mich ist glaube ich, aktuell noch die Lage oder die fehlende Informationslage, dass man einfach sich noch mit dem Thema befasst und dieses Thema auch, ich glaube

*vielleicht mehr publik wird, dass wir dann höhere Akzeptanz in dem Bereich haben...“.* Auch für Proband 8 (112) stellt dies eine Barriere dar: *„Nachdem ich jetzt so wirklich so keinen Anbieter kenne. Es müsste schon irgendwie was wirklich, ..., weiß ich nicht, ein großes stabiles Unternehmen sein. Einfach wo man weiß, dass da, ... wenn man Auto wechseln will, kann man Auto wechseln, wenn meines kaputt ist. Also es ist eher die Vertrauensbasis, die jetzt nicht habe, weil es nicht kenne...“.* Des Weiteren wird der Vertrag als sehr aufwändig wahrgenommen, so argumentiert Proband 2 (128) wie folgt: *„Ja wie schon gesagt also beim Vertrag ist es immer da hat man allgemein seine Ängste.“.* In Verbindung mit der Verfügbarkeit wird einerseits der Kundenservice und andererseits die Verfügbarkeit von unterschiedlichen Modellen angesprochen: *„... dass einfach die Verfügbarkeit der Mitarbeiter oder der Servicemitarbeiter gegeben ist.“* (Proband 4, 236) und *„Ist das Auto dann auch wirklich verfügbar, werde ich enttäuscht?“* (Probandin 4, 116, persönliche Kommunikation, 27.3.2023). Ebenso wird die Komplexität aufgrund der Tatsache, dass es sich um ein Auto handelt, sehr hervorgehoben. Die Auswirkungen eines Unfalls oder die Deckung der Versicherung bereitet fast allen Probandinnen und Probanden Sorgen und erschafft somit eine Barriere. Probandin 6 (286) macht dies deutlich: *„Das heißt es kommt wirklich auf den Gegenstand drauf an und beim Auto ist es so komplex“.*

### Verlässlichkeit

Die Verlässlichkeit beinhaltet einerseits Faktoren bezüglich der Leistung eines Produktes und bedingt die Verlässlichkeit von Informationen (Blut et al., 2016, p. 403; Claudy et al., 2015, p. 542; Hazée et al., 2017, p. 447). Diese ergeben sich auch aus den durchgeführten Interviews. Hinsichtlich der Leistung werden besonders die Probleme im Rahmen eines Unfalls hervorgehoben. Proband 8 (92) erwähnt: *„Also ich glaube jetzt mal speziell im Fall eines Unfalls. Das wird wahrscheinlich nicht so leicht sein. Parkschäden,*

*Diebstahl.*“. Jedoch werden auch die Pflichten der Anbieter als positiv empfunden, da im Beispielfall anfallende Reparaturen sowie die Wartung mitinbegriffen sind. Hier wird gegenüber dem Besitz eines Fahrzeugs ein Vorteil wahrgenommen. „...wenn der Dienstleister das übernimmt die Reparatur etc., dann ist es für mich eigentlich leichter oder ich stelle es mir zumindest einfacher vor.“ (Probandin 3, 124, persönliche Kommunikation, 28.3.2023). Diese Aussage bestätigt das Leistungsrisiko, welches mit dem Besitz einhergeht (Schaefers et al., 2016, p. 572). Die Informationssuche und der Informationszugang sind für alle Probandinnen und Probanden wichtig, einerseits ist es essenziell, wo diese Informationen zu finden sind, andererseits gilt zu klären, wie schnell diese Informationen zugänglich sind. So erwähnt Proband 5 (308) den Zugang zu Informationen über die Website: „Wenn ich Kunde werden möchte und mir vielleicht Informationen schnell abholen möchte, die jetzt vielleicht auf der Website nicht sofort finde“.

### Verunreinigungen

Die Verunreinigung durch andere Benutzerinnen und Benutzer stellt ebenfalls eine Hürde dar (Hazée et al., 2017, p. 447). Diese wird auch in den Interviews von den Probandinnen und Probanden wiedergegeben, jedoch wird eine Abschwächung gegenüber anderen Modellen gesehen, wenn die Mietdauer über einen längeren Zeitraum stattfindet. So stellt es Proband 9 (172) in das Verhältnis zu Mietautos: „Bei Vertragslaufzeiten von mindestens einem Monat habe ich jetzt keine Probleme, also beim Mietauto geht es ja sowieso auch bei kürzeren Zeiten.“ Die Reinigung durch den Anbieter vor der Übergabe wird jedoch als Grundvoraussetzung gesehen (Proband 10, 128; Probandin 6, 116, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Proband 5, 128, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Proband 2, 152, persönliche Kommunikation, 28.3.2023).

## Verantwortung

Die Nutzung eines Produktes, welches sich nicht im eigenen Besitz befindet, bringt eine gewisse Verantwortung mit sich, gegenüber dem Besitzer wie auch gegenüber anderen Nutzerinnen und Nutzern (Claudy et al., 2015, p. 535; Hazée et al., 2017, p. 448). Die Verantwortung in Hinblick auf den sachgemäßen Umgang mit dem Auto sorgt beispielsweise bei Proband 8 (120) für Bedenken: „... ja bis auf das, dass man glaube ich viel mehr Angst vor einem Schaden hat, wie wenn es mein eigenes Auto ist...“. Probandin 4 (184) weist auch auf die Verantwortung gegenüber der Nachmieterin bzw. des Nachmieters hin: *„Naja das ich es im Ursprungszustand wieder zurückgebe. Das heißt ich muss schon schauen, dass das Auto ja wieder so zurückgegeben wird wie ich es vorgefunden habe das auch die Nachmieter wieder eine Freude mit dem Auto haben. Also so sehe ich meine Verantwortung in dem Modell.“* In Bezug auf das eigene Fahrzeug würden die meisten jedoch ein zugangsbasiertes Auto nicht anders handhaben, Bedenken gibt es lediglich in Hinblick auf die Versicherung, denn diese muss unbedingt ausreichend gedeckt sein (Proband 2, 136, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Proband 7, 140, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Proband 9, 200, persönliche Kommunikation, 12.7.2023).

## Kompatibilität

Eine psychologische Barriere wie die Kompatibilität bezieht sich auf die Lebensumstände und die Erfahrungen von Personen (Hazée et al., 2017, p. 443). Für Proband 5 (68), welcher in einer Stadt lebt und kein Auto benötigt, müsste sich die Lebenssituation ändern, um ein Auto-Abo in Betracht zu ziehen. Bei Proband 8 (164) spricht die eigene Einstellung gegen ein Auto-Abo-System, da dieser den Kauf bevorzugt: *„Nachdem ich Sachen gern kaufen, bin ich eher skeptisch dem ganzen gegenüber.“*

## Image

Das Image stellt eine weitere psychologische Hürde dar, welche aus dem Image des Anbieters resultiert, wobei ein Imagetransfer des bestehenden Unternehmens auf die als Service angebotenen Produkte erfolgen kann. Das gleiche Phänomen ist beim Image einer Person auf das soziale Umfeld (Antioco & Kleijnen, 2010, p. 1706; Claudy et al., 2015, p. 531; Hazée et al., 2017, p. 443). Der Imagetransfer wird hier auf die Automobilmarken übertragen, es wird ein Unterschied zwischen kostengünstigen Herstellern und namhaften Herstellern gesehen. „*Ich glaube es macht guten Eindruck, wenn es Mercedes, VW, Audi sind, so irgendwie bekannte große Automarken sind und nicht Dacia und was weiß ich irgendwelche billigen Autos.*“ (Proband 2, 324, persönliche Kommunikation, 28.3.2023). Das eigene Image dem Umfeld gegenüber geht aus den Interviews nicht hervor, wobei Proband 9 (60) angibt, dass ein Auto kein großes Statussymbol für ihn darstellt. Die emotionale Bindung zu einem Fahrzeug ist jedoch bei manchen Personen trotzdem gegeben, dies lässt sich in weiterer Folge auch nicht auf ein Abo-Modell übertragen (Probandin 10, 164, persönliche Kommunikation, 12.7.2023).

## Weitere Hürden

Aus den Interviews geht eine weitere Hürde hervor, welche den oben genannten nicht zugeordnet werden kann. Proband 5 (144) erwähnt, dass die Versicherungsanmeldung auf Seiten des Anbieters liegt, dadurch erfolgt die Anmeldung nicht auf einen selbst. Im österreichischen Bonus-Malus-System kann somit eine Nutzerin bzw. ein Nutzer nicht in der eigenen KFZ-Versicherungsstufe herabgestuft werden (*Versicherungsprämie*, 2023). Dieses Problem kann als Hürde bezüglich zukünftiger Bedingungen gesehen werden, wobei dies umgangen wird, sollte eine Person dauerhaft auf ein Abo-Modell zurückgreifen. Die Hürde entsteht nur in jenem Fall, dass sich eine Person für einen gewissen Zeitraum für ein Auto-

Abo-Modell entscheidet. Nutzerinnen und Nutzer können bedenken bezüglich dem Zeitraum nach der Nutzung aufweisen, da für die Zeit nach der Nutzung ein Nachteil entsteht.

### ***Customer Engagement bezüglich Mobility-as-a-Service***

Zur Beantwortung der Forschungsfrage werden die oben dargelegten Hürden bezüglich Access-based-Services mit den Interviewaussagen bezüglich Customer Engagement verknüpft.

Zunächst wird die Bekanntheit betrachtet, welche einen Teil des Komplexitätsproblems darstellt. Das System der monatweisen Miete eines Autos war bisher nur einer Interviewperson bekannt, welche es in Schweden bei einem Autoverleih entdeckt hatte (Proband 2, 96, persönliche Kommunikation, 28.3.2023), für alle anderen Probandinnen und Probanden ist dies derzeit noch unbekannt. Jedoch ist die Relevanz bei einigen der Befragten hoch, da diese vor einer Neuanschaffung stehen (Proband 8, 44, persönliche Kommunikation, 12.7.2023; Probandin 4, 56, persönliche Kommunikation, 27.3.2023; Proband 1, 52, persönliche Kommunikation, 21.3.2023). Die Relevanz von Word-of-Mouth ist anhand des Interviews mit Proband 8 (337) gegeben, welcher folgende Aussage tätigt: *„Also ich werde nicht wirklich auf die Idee kommen, wenn es mir nicht wirklich jemand erzählt.“*. Die Empfehlungen werden erhöht, wenn die Kundinnen und Kunden zufrieden oder sogar mehr als zufrieden sind (Proband 8, 261, persönliche Kommunikation, 12.7.2023; Proband 7, 212, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Probandin 6, 212, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Proband 5, 252, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Probandin 4, 252, persönliche Kommunikation, 27.3.2023; Proband 2, 256, persönliche Kommunikation, 28.3.2023). Diese Zufriedenheit zeigt sich auch im Modell nach Barari et al. (2020). Mit zufriedenen Kundinnen und Kunden lässt sich somit das Weiterempfehlungsverhalten

beeinflussen, welches sich wiederum positiv auf die Komplexitätsbarriere auswirken kann. Die Komplexität spielt auch eine Rolle in Bezug auf die Informationen sowie die Übersicht aller vertraglichen und formellen Angelegenheiten (Probandin 10, 112, persönliche Kommunikation, 12.7.2023; Proband 9, 237, persönliche Kommunikation, 12.7.2023; Probandin 6, 80, persönliche Kommunikation, 28.3.2023). Proband 9 (325) bezieht sich auf eine App für das Smartphone und tätigt folgende Aussage: „... es müsste eigentlich den ganzen Prozess, im besten Fall voll automatisiert drinnen haben. Von, du kannst Autos auswählen, du kannst also, ... du kannst einfach nur den ersten Vorschlag verwenden und das sofort abschließen über Kreditkartennummer zum Beispiel. Genauso wie mit jedem Handyvertrag heutzutage auch geht oder wenn du über Amazon irgendwas kaufst. Also dass da diese Schwelle sehr niedrig gehalten wird ...“. Ebenfalls beschreibt Probandin 3 (236) eine ähnliche Situation: „... also in dieser App alle zum Beispiel Verträge auch hätte, wenn ich dadurch leichter mit dem Unternehmen kommunizieren könnte oder eben auch so Probleme oder Schäden oder Sonstiges melden könnte“. Dies zeigt, dass eine App den Einstieg für Kundinnen und Kunden erleichtern und so die Komplexität weiter auflösen würde. Proband 2 (264) hebt sogar hervor, dass speziell bei einem Auto-Abo eine App als sinnvoll erachtet wird.

Die Verlässlichkeit zeigt sich im Besonderen bei Unfällen und der damit verbundenen Informationssuche (Proband 5, 308, persönliche Kommunikation, 28.3.2023). Der Customer-Service-Bereich findet hier spezielle Erwähnung, wobei das Erreichen über unterschiedliche Plattformen bevorzugt wird. Im Falle eines Schadens oder Unfalls steht meist ein direkter Anruf im Vordergrund, sowie eine App mit Chatfunktion (Proband 5, 188, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Proband 8, 273, persönliche Kommunikation, 12.7.2023). Bezüglich Rückfragen und Informationen selbst stellt die Website mit Kontaktformularen den bevorzugten Weg dar, aufgrund der kurzen Reaktionszeit kann jedoch auch Social Media wie

Instagram oder Whatsapp als attraktive Lösung angesehen werden (Proband 7, 264, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Probandin 6, 278, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Proband 9, 373, persönliche Kommunikation, 12.7.2023; Probandin 4, 304, persönliche Kommunikation, 27.3.2023). Die Art und Weise der Ausgestaltung spielt hier jedoch eine entscheidende Rolle, für fast alle Befragten ist sowohl ein Chat, welcher durch einen Bot kommuniziert, als auch das Ausfüllen eines Formulars auf einer Website undenkbar – besonders bei dringenden Anliegen wie einem Unfall (Proband 8, 281, persönliche Kommunikation, 12.7.2023; Proband 7, 232, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Probandin 6, 236, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Proband 2, 228, persönliche Kommunikation, 28.3.2023). Die dauerhafte Erreichbarkeit ist dabei essenziell, um eine Vertrauensbasis zu schaffen, die Reaktionszeit muss in einem annehmbaren Rahmen liegen (Probandin 4, 236, persönliche Kommunikation, 27.3.2023).

Die Reinigung des Fahrzeuges sehen alle Probandinnen und Probanden auf Seiten des Anbieters (Proband 5, 128, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Probandin 6, 116, persönliche Kommunikation, 28.3.2023). Eine grundsätzliche Reinigung vor der Rückgabe würden jedoch alle Befragten grundsätzlich vornehmen. Auch eine zusätzliche Reinigung auf Kosten des Unternehmens oder in Verbindung mit einem Bonussystem wäre denkbar, wobei dies wiederum in den Faktor Wertgenerierung durch die Konsumentinnen und Konsumenten fällt, da die aufgewendete Zeit nicht durch das Unternehmen erfolgen muss. Gamification trifft hier ebenfalls zu, da das Bonussystem als Teil eines Punktesystems mit Spielcharakter gesehen werden kann (Proband 2, 192, persönliche Kommunikation, 28.3.2023).

Die bestehende Verantwortung, gilt speziell dem Erhalt des Fahrzeuges. Kundenfeedback spielt hier eine essenzielle Rolle. Die Meldung von Schäden am Auto oder an den Verschleißteilen, welche einem Wechsel bedürfen, finden im Normalfall erst bei

Rückgabe des Fahrzeuges beim Anbieter statt. Erfolgt jedoch ein vorzeitiges Feedback durch die Nutzerinnen und Nutzer, kann ein Reparaturbedarf frühzeitig erkannt werden. Nahezu alle Befragten geben an, im Schadensfall Kontakt mit dem Unternehmen aufnehmen zu wollen, jedoch nur dann, wenn sie durch das Problem bei der Nutzung eingeschränkt werden (Proband 8, 200, persönliche Kommunikation, 12.7.2023; Proband 7, 160, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Proband 5, 184, persönliche Kommunikation, 28.3.2023).

Die Personalisierung des Angebots sehen alle Probandinnen und Probanden als großen Vorteil. So steigt die Flexibilität, wodurch Kundinnen und Kunden ein Auto-Abo an die jeweilige Lebenssituation anpassen können. Proband 8 (108) tätigt hierzu folgende Aussage: *„... ich fahre immer nur Kurzstrecken in der Stadt, kann ich ein kleines Auto nehmen. Ich will auf Urlaub fahren oder muss etwas transportieren können, auf ein großes Auto wechseln...“*. Ebenso wird hervorgehoben, dass eine persönliche Konfiguration eine gute Möglichkeit ist, das Angebot auf die eigenen Bedürfnisse anzupassen (Proband 7, 136, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Probandin 6, 196, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Probandin 4, 132, persönliche Kommunikation, 27.3.2023). Auch individuelle Angebote und Preisnachlässe können auf die jeweilige Lebenssituation Einfluss haben, beispielsweise dann, wenn ein Treueprogramm zu einer Vergünstigung von höheren Autoklassen führt (Proband 9, persönliche Kommunikation, 12.7.2023; 345; Probandin 10, 288, persönliche Kommunikation, 12.7.2023). Die Personalisierung kann jedoch die Komplexität erhöhen. Proband 8 (241) erwähnt, dass am Anfang vorgefertigte Pakete von Vorteil sind und eine weitere Konfiguration erst zu einem späteren Zeitpunkt nötig ist, da die Erfahrungen mit dem Produkt noch sehr gering sind. Dies wird auch durch die Forschung von Dellaert und Stremersch (2005) bestätigt, laut der Kundinnen und Kunden mit hohen Produktkenntnissen zu einem höheren Grad der Anpassung neigen (p. 219).

Das Image der Anbieter lässt sich entweder von den jeweiligen Autoherstellern übertragen oder wird über die Zeit aufgebaut (Proband 9, 216, persönliche Kommunikation, 12.7.2023; Proband 2, 324, persönliche Kommunikation, 28.3.2023). Die Meinung von Bekannten und Freunden hat jedoch einen großen Einfluss auf das Image der Anbieter, so erwähnt Probandin 4 (244): *„Weiterempfehlung von dem engen Bekanntenkreis Familienfreunde eigentlich den höchsten Stellenwert für mich“*. Außerdem werden vor der Nutzung eines Services und im Speziellen bei Objekten mit hohem Preis – wie einem Auto – die Kommentare und Bewertungen online gelesen, wodurch ebenfalls ein Image-Gewinn oder -Verlust entstehen kann (Proband 2, 224, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Probandin 4, 248, persönliche Kommunikation, 27.3.2023). Die Reaktion des Unternehmens auf das abgegebene Feedback von Kundinnen und Kunden beeinflusst dessen Image ebenso (Probandin 3, 196, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Proband 9, 277, persönliche Kommunikation, ). Für Probandin 6 (176) ist dies sogar ein Grund, den Anbieter nicht mehr zu nutzen, sollte eine falsche Reaktion erfolgen.

Neben den Customer-Engagement-Faktoren, welche sich auf die Hürden von Access-based-Services beziehen, konnten noch weitere Faktoren ausgemacht werden, welche die Verbreitung von Mobility-as-a-Service fördern.

Unter den Probandinnen und Probanden befinden sich sechs Personen, welche sich als Testpersonen für ein Auto-Abo anbieten würden. Mit Ausnahme einer Person sind alle autobeegeistert und besitzen teils auch selbst eine gewisse emotionale Bindung zu ihrem eigenen Auto. Die Testpersonen würden auch mit den Unternehmen zusammenarbeiten, um den Service zu verbessern. Beispielsweise wäre dies durch Feedback und konstruktive Kritik möglich. Neben Testberichten wären die Personen ebenfalls bereit, Meetings mit den Unternehmen abzuhalten. Oftmals muss die Gegenleistung für die Testpersonen kein

finanzieller Vorteil sein, eine Vergünstigung des Mietpreises wird jedoch von allen als positiv erachtet. Sowohl der geförderte als auch der organische Weg von Customer Engagement wird dadurch angesprochen (Proband 2, 292, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Probandin 3, 260, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Probandin 4, 272, persönliche Kommunikation, 27.3.2023).

Im Sinne der Co-Creation von Kundinnen und Kunden wären einige Probandinnen und Probanden bereit, gemeinsam mit dem Unternehmen Angebote zu verbessern. Neben Umfragen auf Social-Media-Kanälen oder auf der Website wird auch die Möglichkeit der direkten Mitgestaltung und der intensiven Arbeit an Ideen vorgeschlagen. Dies zeigt ein hohes Interesse an der Thematik der vorliegenden Masterarbeit (Proband 5, 224, persönliche Kommunikation, 28.3.2023, Probandin 4, 208, persönliche Kommunikation, 27.3.2023; Proband 2, 244, persönliche Kommunikation, 28.3.2023).

Wie bereits angesprochen, wird eine App als nutzbringend erachtet, dies stellt einen einfachen Weg dar, um mit den Kundinnen und Kunden zu interagieren. Proband 5 (312) empfindet eine App bereits vor der Nutzung der Dienstleistung als wichtige Informationsquelle. Auch Proband 9 (341) würde sich die App vorab ansehen, um die Qualität der Anbieter zu bewerten. Hierbei geht es im Wesentlichen darum, zu entscheiden, welcher Anbieter am ansprechendsten ist.

Ein hervorzuhebender Faktor ist der Customer-Service, welcher von allen Probandinnen und Probanden als wichtig erachtet wurde. Hier sind nicht nur der Kommunikationsweg und die Reaktionszeit relevant, auch wird eine fixe Ansprechperson, am besten in unmittelbarer Nähe, als wichtig erachtet. (Probandin 4, 108, persönliche Kommunikation, 27.3.2023; Proband 2, 108, persönliche Kommunikation, 28.3.2023; Probandin 10, 212, persönliche Kommunikation, 12.7.2023).

## Diskussion der Ergebnisse

Die im letzten Abschnitt dargestellten Ergebnisse können nun für die Beantwortung der Forschungsfrage herangezogen werden. Alle Probandinnen und Probanden nehmen ganz klar wahr, welche Hürden der Nutzung von Mobility-as-a-Service und in diesem speziellen Fall einem Auto-Abo im Weg stehen. Unterschiedliche Ausprägungen von Customer Engagement finden Erwähnung. Es kann somit eine klare Struktur für die Beantwortung der Forschungsfrage: „**Welche Rolle spielt Customer Engagement, um den Hürden von Access-based-services entgegenzuwirken?**“ dargelegt werden. Angesichts der unterschiedlichen Hürden konnten verschiedene Arten von Customer Engagement ausgemacht werden, welche diesen entgegenwirken können.

Für die Komplexität ist die Einführung einer App, über die die Nutzerinnen und Nutzer mit dem Unternehmen interagieren können, sinnvoll. Die Erhöhung der Zufriedenheit von Bestandskundinnen und -kunden kann zu einem positiven Word-of-Mouth führen, welches wiederum die Komplexitätsbarriere abschwächen kann.

Ein verlässlicher Kundenservice, welcher über mehrere Wege für Konsumentinnen und Konsumenten erreichbar ist, wirkt der Hürde hinsichtlich der Verlässlichkeit entgegen. Aufgrund der Tatsache, dass es sich hierbei um ein Auto handelt und dies mit vielen Risiken und Sorgen verbunden ist, wird von der Nutzung eines Chatbots abgeraten.

Um die Verunreinigungsbarriere zu umgehen, wird vorausgesetzt, dass das Unternehmen selbst für die Reinigung des Fahrzeuges zuständig ist. Bei Einführung eines Bonussystems – durch beispielsweise Gamification – für eine zusätzliche Reinigung würden diese die Nutzerinnen und Nutzer auch selbst durchführen.

Das Kundenfeedback ist speziell für die Hürde der Verantwortung wichtig. Damit die Schäden am Fahrzeug nicht nur zum Zeitpunkt der Fahrzeugrückgabe gemeldet werden, ist die Einführung eines einfachen Kundenfeedback-Systems erforderlich.

Die Personalisierung kann dabei helfen, dass unterschiedliche Personen die Angebote auf deren derzeitige Lebenssituation anpassen, wodurch die Kompatibilitätsbarriere abgeschwächt wird.

Das Image des Unternehmens bzw. der Produkte ist mitunter ein ausschlaggebender Grund für die Nutzung eines solchen Services. Hier kann wiederum die Erhöhung der Zufriedenheit und das damit erhöhte Weiterempfehlungsverhalten der Bestandskunden einen erheblichen Einfluss aufweisen, ebenso sind die Onlinebewertungen auf der Website oder auf Google ausschlaggebend. Während der Nutzung ist es wichtig, eine angemessene Reaktion auf das von den Nutzerinnen und Nutzern eingebrachte Feedback sicher zu stellen.

Eine weitere Rolle für die Nutzung von Mobility-as-a-Service stellt die Professionalität der mobilen App wie auch die des Kundenservice dar. Förderlich kann auch das Miteinbeziehen der Kundinnen und Kunden in den Gestaltungsprozess des Angebotes sowie das Anbieten eines Tests für potenzielle Nutzerinnen und Nutzer sein.

Als weiteres wichtiges Ergebnis kann die neu ausgemachte Hürde bezüglich zukünftiger Bedingungen gesehen werden. Diese Barriere findet in der bisherigen Forschung noch keine Erwähnung und bedarf infolgedessen einer weiteren Erläuterung sowie empirischen Untersuchung, wobei diese Barriere auf die Wahrnehmung mehrerer Personen überprüft werden muss. Aufgrund des Bezuges auf das Versicherungssystem kann diese Hürde auch lediglich in Verbindung mit dem Automobil-Sektor auftreten.

Diese Ergebnisse zeigen, dass Customer Engagement auf unterschiedliche Weise genutzt werden kann, um den Hürden von Access-based-services entgegenzuwirken.

## Kapitel 5. Zusammenfassung

Die Automobilindustrie steht vor einem Umbruch, der zur Veränderung ihrer Geschäftsmodelle führt. Bei dieser Umstellung entstehen einige Hürden, welche überwunden werden müssen. Diese Arbeit liefert einen Ansatz, wie diesen Barrieren von zugangsbasierten Geschäftsmodellen mithilfe von Customer Engagement entgegengewirkt werden kann und beantwortet gleichzeitig die Frage: „Welche Rolle spielt Customer Engagement, um den Hürden von Access-based-services entgegenzuwirken?“. Die theoretischen Hintergründe sind zu Beginn näher erläutert worden. Die bisherige Forschung zu Mobility-as-a-Service als Basis dieser Arbeit zeigt, dass Auto-Abosysteme in der höchsten Stufe von Mobility-as-a-Service unverzichtbar sind. Es können sechs unterschiedliche Hürden bezüglich Access-based-services ausgemacht werden, diese beinhalten die Komplexität, die Verlässlichkeit, die Verunreinigung, die Verantwortung, die Kompatibilität und das Image (Hazée et al., 2017, p. 442). Im Anschluss an die Ausführungen zu Mobility-as-a-Service ist die Bedeutung von Customer Engagement dargelegt worden. Durch diverse Ausprägungen von Customer Engagement kann die Unternehmensleistung gesteigert werden.

Auf die theoretischen Grundlagen folgend wird die Ausführung zur empirischen Studie erläutert, welche die Forschungsfrage beantworten soll. Die Auswahl der zehn Probandinnen und Probanden ist anhand der derzeitigen Zielgruppe erfolgt. Der Interviewleitfaden ist auf Basis der theoretischen Grundlage entstanden und zeigt sowohl die Hürden als auch die Ausprägungen von Customer Engagement auf. Die Interviews sind online durchgeführt und im Anschluss daran transkribiert worden, eine Codierung ist mithilfe des theoretischen Hintergrunds festgelegt worden. Die Auswertung hat anhand von Mayrings qualitativer Inhaltsanalyse stattgefunden.

Die Ergebnisse bestätigen einerseits die aus der Theorie abgeleiteten Hürden zu Access-based-service. Diesen Barrieren konnte ein weiterer Punkt hinzugefügt werden. Die Hürde bezüglich zukünftiger Bedingungen, bildet Einschränkungen bzw. Probleme ab, welche in Zukunft entstehen können, wenn ein zugangsbasierter Dienst nicht mehr genutzt wird.

Andererseits zeigen die Ergebnisse zu Mobility-as-a-Service in Verbindung mit Customer Engagement auch, dass unterschiedliche Ausprägungen von Customer Engagement den Hürden entgegenwirken können. Neben Word-of-Mouth, der Einführung einer App, Gamification oder eines Feedback-Systems für Kundinnen und Kunden ist ein professioneller Kundenservice von großer Bedeutung. Die Forschungsfrage kann somit schließlich beantwortet werden und der Einfluss von Customer Engagement wird zudem deutlich.

## **Limitierung**

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Rolle von Customer Engagement auf den Mobility-as-a-Service-Sektor, wobei die Ausführungen auf Auto-Abo-Modelle eingeschränkt worden sind. Welche Rolle dies auf das Gesamtmodell von Mobility-as-a-Service hat ist fraglich, daher sind weitere Studien nötig.

Im Rahmen dieser Arbeit sind aufgrund der zeitlichen Einschränkung zehn Interviews durchgeführt worden, für eine Bestätigung der Ergebnisse sind erneute empirische Erhebungen sinnvoll. Durch weitere qualitative Interviews können die Einflussfaktoren von Customer Engagement genauer erhoben werden, durch quantitative Umfragen können die Ergebnisse überprüft und bestätigt werden. Eine quantitative Studie ist daher sinnvoll, um die Faktoren mittels einer repräsentativen Population zu bestätigen. Aufgrund der Theorie, die bereits Ergebnisse aus anderen Studien miteinbezieht ist die Auswahl der Probandinnen und Probanden erfolgt. Durch die Einschränkung auf diese Gruppe kann eine Verzerrung auftreten, folglich können die Ergebnisse nicht auf die gesamte Population übertragen werden.

Die qualitativen Interviews unterliegen der Auslegung und Beurteilung des Verfassers dieser Arbeit, dadurch fließt dessen subjektive Meinung in die Ergebnisse mit ein. Um dieser subjektiven Ansicht entgegenzuwirken, können die Ergebnisse von unabhängigen Personen analysiert werden. Die Subjektivität bezieht sich jedoch bereits auf die theoretischen Ausarbeitungen und besonders auf den daraus entstandenen Interviewleitfaden.

Eine weitere Limitierung besteht darin, dass nur Personen befragt worden sind, welche diesen Service bislang noch nicht nutzen. Erfolgt eine Befragung von bestehenden Nutzerinnen und Nutzern, können abweichende Ergebnisse entstehen, dies wiederum lässt sich beispielsweise durch eine quantitative Studie nachverfolgen.

Die Erhebung wurde anhand von Personen durchgeführt, welche in Österreich leben und arbeiten. Die geringe Verbreitung von Auto-Abo-Modellen kann daher zu einem Nachteil führen. Eine Studie, welche sich auf einen Markt bezieht in dem Auto-Abo-Modelle bereits weiter verbreitet sind kann die Ergebnisse verändern.

### **Ausblick**

Diese Arbeit liefert erste Ansätze, wie Customer Engagement bei der Abschwächung von Hürden bezüglich Access-based-services eingesetzt werden kann. Dies kann für Unternehmen hilfreich sein, um eine passende Strategie für das Kundenmanagement zu wählen. Für die Forschung dient diese Masterarbeit als Grundlage weitere Ansätze zwischen Customer Engagement und Mobility-as-a-Service herzustellen. Für die Verifizierung der Ergebnisse ist eine quantitative Studie nötig, diese kann die einzelnen Aspekte von Customer Engagement als messbare Größe darstellen und damit die Auswirkungen auf die Burdens-of-Access bestätigen.

Bezüglich der neu entdeckten Hürde, welche sich auf die Auswirkungen nach der Nutzung von Mobility-as-a-Service bezieht, sind weitere Bestätigungen nötig. Dies kann durch einen quantitativen Ansatz nachgewiesen werden. Eine Untersuchung, ob diese Hürde auch auf weiter zugangsbasierte Produkte zutrifft, ist nötig.

## Literaturverzeichnis

- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings From Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53. <https://doi.org/10.1177/002224299405800304>
- Antioco, M., & Kleijnen, M. (2010). Consumer adoption of technological innovations: Effects of psychological and functional barriers in a lack of content versus a presence of content situation. *European Journal of Marketing*, 44(11/12), 1700–1724. <https://doi.org/10.1108/03090561011079846>
- Argo, J. J., Dahl, D. W., & Morales, A. C. (2006). Consumer Contamination: How Consumers React to Products Touched by Others. *Journal of Marketing*, 70(2), 81–94. <https://doi.org/10.1509/jmkg.70.2.081>
- Arias-Molinares, D., & García-Palomares, J. C. (2020). The Ws of MaaS: Understanding mobility as a service from literature review. *IATSS Research*, 44(3), 253–263. <https://doi.org/10.1016/j.iatsr.2020.02.001>
- Arora, N., Dreze, X., Ghose, A., Hess, J., Iyengar, R., Jing, B., Joshi, Y., Kumar, V., Lurie, N., Neslin, S., Sajeesh, S., Su, M., Syam, N., Thomas, J., & Zhang, Z. (2008). Putting one-to-one marketing to work: Personalization, customization, and choice. *Marketing Letters*, 19(3/4), 305–321. <https://doi.org/10.1007/s11002-008-9056-z>
- Auto-Abo im Vergleich: Anbieter, Fahrzeuge, Kosten - AUTO BILD*. (2023, February 14). [autobild.de. https://www.autobild.de/ratgeber/auto-abo/#1787701279](https://www.autobild.de/ratgeber/auto-abo/#1787701279)
- Barari, M., Ross, M., Thaichon, S., & Surachartkumtonkun, J. (2021). A meta-analysis of customer engagement behaviour. *International Journal of Consumer Studies*, 45(4), 457–477. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12609>
- Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2012). Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing. *Journal of Consumer Research*, 39(4), 881–898. <https://doi.org/10.1086/666376>
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139. <https://doi.org/10.1086/209154>
- Berry, L. L., & Maricle, K. E. (1973). Consumption without ownership: What it means for business. *Management Review*, 62(9), 44.
- Blut, M., Wang, C., & Schoefer, K. (2016). Factors Influencing the Acceptance of Self-Service Technologies. *Journal of Service Research*, 19(4), 396–416. <https://doi.org/10.1177/1094670516662352>

- BMW Abo. (2023, July 13). *Das original BMW Abo—Ihr BMW im flexiblen Abo.*  
<https://www.bmw-abo.at/>
- Boddy, C. R. (2016). Sample size for qualitative research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 19(4), 426–432. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2016-0053>
- Bowden, J. L.-H. (2009). The Process of Customer Engagement: A Conceptual Framework. *Journal of Marketing Theory & Practice*, 17(1), 63–74.  
<https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679170105>
- Braun, C., Hadwich, K., & Bruhn, M. (2017). How do different types of customer engagement affect important relationship marketing outcomes? An empirical analysis. *Journal of Customer Behaviour*, 16(2), 111–144.  
<https://doi.org/10.1362/147539217X14909732699525>
- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Jurić, B., & Ilić, A. (2011). Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research. *Journal of Service Research*, 14(3), 252–271. <https://doi.org/10.1177/1094670511411703>
- Bücker, N. (2020). Kodieren – aber wie? Varianten der Grounded-Theory-Methodologie und der qualitativen Inhaltsanalyse im Vergleich. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 21(1), Article 1. <https://doi.org/10.17169/fqs-21.1.3389>
- Calderón, F., & Miller, E. J. (2020). A literature review of mobility services: Definitions, modelling state-of-the-art, and key considerations for a conceptual modelling framework. *Transport Reviews*, 40(3), 312–332.  
<https://doi.org/10.1080/01441647.2019.1704916>
- Celuch, K., Robinson, N. M., & Walsh, A. M. (2015). A framework for encouraging retail customer feedback. *Journal of Services Marketing*, 29(4), 280–292.  
<https://doi.org/10.1108/JSM-02-2014-0062>
- Chan, T. K. H., Zheng, X., Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O., & Lee, Z. W. Y. (2014). Antecedents and consequences of customer engagement in online brand communities. *Journal of Marketing Analytics*, 2(2), 81–97. <https://doi.org/10.1057/jma.2014.9>
- Chaudhuri, R., Chatterjee, S., Ghosh, A., Vrontis, D., & Thrassou, A. (2022). Sustainable innovation for shared mobility: Contextual and consumer factors of an Indian car subscription business model. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. <https://doi.org/10.1108/IJEER-01-2022-0090>

- Claudy, M., Garcia, R., & O'Driscoll, A. (2015). Consumer resistance to innovation—a behavioral reasoning perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(4), 528–544. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0399-0>
- Coelho, P. S., & Henseler, J. (2012). Creating customer loyalty through service customization. *European Journal of Marketing*, 46(3/4), 331–356. <https://doi.org/10.1108/03090561211202503>
- Coulter, K. S. (2005). An Examination of Qualitative vs. Quantitative Elaboration Likelihood Effects. *Psychology & Marketing*, 22(1), 31–49. <https://doi.org/10.1002/mar.20045>
- DAT. (2021). *Auto-Abonnements—Bekanntheit*. Statista. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1229205/umfrage/umfrage-zur-bekanntheit-von-auto-abos-in-deutschland/>
- Dellaert, B. G. C., & Stremersch, S. (2005). Marketing Mass-Customized Products: Striking a Balance between Utility and Complexity. *Journal of Marketing Research*, 42(2), 219–227. <https://doi.org/10.1509/jmkr.42.2.219.62293>
- Deloitte. (2018). *2018 Deloitte Global Automotive Consumer Study. Module 2: Advanced Technology Update & Customer Experience*.
- DelVecchio, D. (2005). Brand-Extension Price Premiums: The Effects of Perceived Fit and Extension Product Category Risk. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(2), 184–196. <https://doi.org/10.1177/0092070304269753>
- Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99–113. <https://doi.org/10.1177/0092070394222001>
- Diller, H. (1996). Kundenbindung als Marketingziel. *Marketing ZFP*, 18(2), 81–94. <https://doi.org/10.15358/0344-1369-1996-2-81>
- Döring, N., & Bortz, J. (2016). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-41089-5>
- Dudenhöffer, F., & Alfred, P. (2022). Auto-Abos oder Subscription-Modelle verändern den Markt nach individueller Mobilität. In M. Bruhn & K. Hadwich (Eds.), *Smart Services: Band 2: Geschäftsmodelle – Erlösmodelle – Kooperationsmodelle* (pp. 499–522). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-37346-7>

- Durgee, J. F., & O'Connor, G. C. (1995). An Exploration into Renting as Consumption Behavior. *Psychology & Marketing, 12*(2), 89–104. <https://doi.org/10.1002/mar.4220120202>
- Dwyer, F. R., Schurr, P. H., & Oh, S. (1987). Developing Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing, 51*(2), 11–27. <https://doi.org/10.2307/1251126>
- Ecocar. (2023, July 13). *Was ist ein Mietwagen und wie funktioniert es?* <https://www.ecocar.com.tr/de/blog/was-ist-ein-mietwagen-und-wie-funktioniert-es>
- Eisingerich, A. B., Marchand, A., Fritze, M. P., & Dong, L. (2019). Hook vs. hope: How to enhance customer engagement through gamification. *International Journal of Research in Marketing, 36*(2), 200–215. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2019.02.003>
- Enoch, M., & Potter, S. (2023). *MaaS (Mobility as a Service) market futures explored | Elsevier Enhanced Reader*. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2023.02.007>
- Fleetpool. (2020). *Anteil der Auto-Abo-Verträge im Privatkundenmarkt für Pkw*. Statista. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1278352/umfrage/anteil-der-auto-abo-vertraege-im-privatkundenmarkt-fuer-pkw/>
- Foscht, T., Swoboda, B., & Schramm-Klein, H. (2017). *Käuferverhalten*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-17465-1>
- Furubotn, E. G., & Pejovich, S. (1972). Property Rights and Economic Theory: A Survey of Recent Literature. *Journal of Economic Literature, 10*(4), 1137.
- Genzlinger, F., Zejnilovic, L., & Bustinza, O. F. (2020). Servitization in the automotive industry: How car manufacturers become mobility service providers. *Strategic Change, 29*(2), 215–226. <https://doi.org/10.1002/jsc.2322>
- Giesecke, R., Surakka, T., & Hakonen, M. (2016). Conceptualising Mobility as a Service. *2016 Eleventh International Conference on Ecological Vehicles and Renewable Energies (EVER)*, 1–11. <https://doi.org/10.1109/EVER.2016.7476443>
- Gordon, M. E., McKeage, K., & Fox, M. A. (1998). Relationship marketing effectiveness: The role of involvement. *Psychology and Marketing, 15*(5), 443–459. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1520-6793\(199808\)15:5<443::AID-MAR3>3.0.CO;2-7](https://doi.org/10.1002/(SICI)1520-6793(199808)15:5<443::AID-MAR3>3.0.CO;2-7)
- Gustafsson, A., Johnson, M. D., & Roos, I. (2005). The Effects of Customer Satisfaction, Relationship Commitment Dimensions, and Triggers on Customer Retention. *Journal of Marketing, 69*(4), 210–218. <https://doi.org/10.1509/jmkg.2005.69.4.210>

- Harmeling, C., Moffett, J., Arnold, M., & Carlson, B. (2017). Toward a theory of customer engagement marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(3), 312–335. <https://doi.org/10.1007/s11747-016-0509-2>
- Hartl, B., Kamleitner, B., & Holub, S. (2020). Take me on a ride: The role of environmentalist identity for carpooling. *Psychology & Marketing*, 37(5), 663–676. <https://doi.org/10.1002/mar.21340>
- Harwood, T., & Garry, T. (2015). An investigation into gamification as a customer engagement experience environment. *Journal of Services Marketing*, 29(6/7), 533–546. <https://doi.org/10.1108/JSM-01-2015-0045>
- Hazée, S., Delcourt, C., & Van Vaerenbergh, Y. (2017). Burdens of Access: Understanding Customer Barriers and Barrier-Attenuating Practices in Access-Based Services. *Journal of Service Research*, 20(4), 441–456. <https://doi.org/10.1177/1094670517712877>
- Heikkilä, S. (2014). *Mobility as a Service – A Proposal for Action for the Public Administration Case Helsinki*.
- Hensher, D. A., Wong, Y., Mulley, C., Ho, C., Wong, Y., Smith, G., Nelson, J. D., Hensher, D. A., Mulley, C., & Ho, C. (2020). *Understanding Mobility As a Service (MaaS): Past, Present and Future*. Elsevier. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/wirtschaft/detail.action?docID=6193166>
- Hilbrandt, H., & Dimitrakou, I. (2022). Responsibility for housing: Property, displacement, and the rental market. *Geoforum*, 131, 69–78. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2022.02.008>
- Hilton, B., Hajihashemi, B., Henderson, C. M., & Palmatier, R. W. (2020). Customer Success Management: The next evolution in customer management practice? *Industrial Marketing Management*, 90, 360–369. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.08.001>
- Holden, E., Gilpin, G., & Banister, D. (2019). Sustainable Mobility at Thirty. *Sustainability*, 11(7), 1965. <https://doi.org/10.3390/su11071965>
- Hollebeek, LindaD. (2011). Demystifying customer brand engagement: Exploring the loyalty nexus. *Journal of Marketing Management*, 27(7–8), 785–807. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2010.500132>

- Hult, Å., Perjo, L., & Smith, G. (2021). Shared Mobility in Rural Contexts: Organizational Insights from Five Mobility-as-a-Service Pilots in Sweden. *Sustainability*, *13*(18), Article 18. <https://doi.org/10.3390/su131810134>
- Jaakkola, E., & Alexander, M. (2014). The Role of Customer Engagement Behavior in Value Co-Creation: A Service System Perspective. *Journal of Service Research*, *17*(3), 247–261. <https://doi.org/10.1177/1094670514529187>
- Jittrapirom, P., Caiati, V., Feneri, A.-M., Ebrahimigharehbaghi, S., González, M. J. A., & Narayan, J. (2017). Mobility as a Service: A Critical Review of Definitions, Assessments of Schemes, and Key Challenges. *Urban Planning*, *2*(2), 13–25. <https://doi.org/10.17645/up.v2i2.931>
- Jittrapirom, P., Marchau, V., Van Der Heijden, R., & Meurs, H. (2020). Future implementation of mobility as a service (MaaS): Results of an international Delphi study. *Travel Behaviour and Society*, *21*, 281–294. <https://doi.org/10.1016/j.tbs.2018.12.004>
- Kalka, R., & Leven, M. (2020). Abo-Modelle in der Automobilbranche aus Kundensicht. *Forschungsberichte des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Düsseldorf*, *55*, 138. <https://doi.org/10.20385/2365-3361/2020.55>
- Karahanna, E., Agarwal, R., & Angst, C. M. (2006). Reconceptualizing Compatibility Beliefs in Technology Acceptance Research. *MIS Quarterly*, *30*(4), 781–804. <https://doi.org/10.2307/25148754>
- Karlsson, I. C. M., Mukhtar-Landgren, D., Smith, G., Koglin, T., Kronsell, A., Lund, E., Sarasini, S., & Sochor, J. (2020). Development and implementation of Mobility-as-a-Service – A qualitative study of barriers and enabling factors. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, *131*, 283–295. <https://doi.org/10.1016/j tra.2019.09.028>
- Kerschbaumer, R. H., Foscht, T., & Eisingerich, A. B. (2022). Smart Services and the Rise of Access-based Subscription Models. In M. Bruhn & K. Hadwich (Eds.), *Smart Services: Band 2: Geschäftsmodelle – Erlösmodelle – Kooperationsmodelle* (pp. 179–205). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-37346-7>
- Kesavapanikkar, P., Amit, R. K., & Ramu, P. (2022). Product as a service (PaaS) for traditional product companies: An automotive lease practice evaluation. *Journal of Indian Business Research*, *15*(1), 40–54. <https://doi.org/10.1108/JIBR-04-2022-0107>

- Korothe, A. K., Mazurek, G., & Pater, P. (2019). Disruptive Innovation in Automotive Retailing. *Journal of Management & Business Administration. Central Europe*, 27(1), 44–59. <https://doi.org/10.7206/jmba.ce.2450-7814.238>
- Krauss, K., Moll, C., Kohler, J., & Axhausen, K. (2022). *Designing mobility-as-a-service business models using morphological analysis | Elsevier Enhanced Reader*. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2022.100857>
- Kühlmeier, K., Muckel, P., & Breuer, F. (2020). Qualitative Inhaltsanalysen und Grounded-Theory-Methodologien im Vergleich: Varianten und Profile der ‘Instruktionalität’ qualitativer Auswertungsverfahren. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 21(1), Article 1. <https://doi.org/10.17169/fqs-21.1.3437>
- Kumar, V., Aksoy, L., Donkers, B., Venkatesan, R., Wiesel, T., & Tillmanns, S. (2010). *Undervalued or Overvalued Customers: Capturing Total Customer Engagement Va...*
- Kumar, V., Petersen, J. A., & Leone, R. P. (2010). Driving Profitability by Encouraging Customer Referrals: Who, When, and How. *Journal of Marketing*, 74(5), 1–17. <https://doi.org/10.1509/jmkg.74.5.1>
- Kumar, V., Rajan, B., Gupta, S., & Pozza, I. D. (2019). Customer engagement in service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(1), 138–160. <https://doi.org/10.1007/s11747-017-0565-2>
- Kundu, S., & Rajan, C. R. S. (2016). *Word of Mouth: A Literature Review*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2973022>
- Lacy, P., & Rutqvist, J. (2015). The Product as a Service Business Model: Performance over Ownership. In P. Lacy & J. Rutqvist (Eds.), *Waste to Wealth: The Circular Economy Advantage* (pp. 99–114). Palgrave Macmillan UK. [https://doi.org/10.1057/9781137530707\\_8](https://doi.org/10.1057/9781137530707_8)
- Laukkanen, T. (2016). Consumer adoption versus rejection decisions in seemingly similar service innovations: The case of the Internet and mobile banking. *Journal of Business Research*, 69(7), 2432–2439. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.01.013>
- Laurent, G., & Kapferer, J.-N. (1985). Measuring Consumer Involvement Profiles. *Journal of Marketing Research (JMR)*, 22(1), 41–53. <https://doi.org/10.2307/3151549>
- Lawson, S. J., Gleim, M. R., Perren, R., & Hwang, J. (2016). Freedom from ownership: An exploration of access-based consumption. *Journal of Business Research*, 69(8), 2615–2623. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.021>

- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Lim, W. M., Rasul, T., Kumar, S., & Ala, M. (2022). Past, present, and future of customer engagement. *Journal of Business Research*, 140, 439–458. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.11.014>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. SAGE.
- Lovelock, C., & Gummesson, E. (2004). Whither Services Marketing?: In Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives. *Journal of Service Research*, 7(1), 20–41. <https://doi.org/10.1177/1094670504266131>
- Luo, X. (2009). Quantifying the Long-Term Impact of Negative Word of Mouth on Cash Flows and Stock Prices. *Marketing Science*, 28(1), 148–165. <https://doi.org/10.1287/mksc.1080.0389>
- Lyons, G., Hammond, P., & Mackay, K. (2019). The importance of user perspective in the evolution of MaaS. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 121, 22–36. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2018.12.010>
- Mattioli, G. (2017). ‘Forced Car Ownership’ in the UK and Germany: Socio-Spatial Patterns and Potential Economic Stress Impacts. *Social Inclusion*, 5(4), 147–160.
- Mayring, P. (2000). Qualitative Content Analysis. *Forum: Qualitative Social Research*, 1(2), 105–114.
- Mayring, P., & Brunner, E. (2009). *Qualitative Marktforschung: Konzepte - Methoden - Analysen* (R. Buber, Ed.; 2., überarb. Aufl). Gabler.
- MeetGeek. (2023, July 12). *MeetGeek | Record, Transcribe & Share Meeting Notes*. Meetgeek Bot. <https://meetgeek.ai/>
- Mey, G., & Mruck, K. (2011). Qualitative Interviews. In G. Naderer (Ed.), *Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis: Grundlagen, Methoden, Anwendungen* (2., überarb. Aufl, pp. 257–288). Gabler.
- Miete dein Auto. (2023, July 13). *Miete dein Auto*. Miete dein Auto. <https://www.mietedeinauto.at/>
- Moeller, S., & Wittkowski, K. (2010). The burdens of ownership: Reasons for preferring renting. *Managing Service Quality: An International Journal*, 20(2), 176–191. <https://doi.org/10.1108/09604521011027598>

- Mola, L., Berger, Q., Haavisto, K., & Soscia, I. (2020). Mobility as a Service: An Exploratory Study of Consumer Mobility Behaviour. *Sustainability*, 12(19), 8210. <https://doi.org/10.3390/su12198210>
- Mukhtar, D., Karlsson, M., Koglin, T., Kronsell, A., Lund, E., Sarasini, S., Sochor, J., & Wendle, B. (n.d.). *Institutional conditions for integrated mobility services (IMS)*.
- Mulley, C. (2017). Mobility as a Services (MaaS) – does it have critical mass? *Transport Reviews*, 37(3), 247–251. <https://doi.org/10.1080/01441647.2017.1280932>
- Naderer, G. (2011a). Auswertung & Analyse qualitativer Daten. In G. Naderer (Ed.), *Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis: Grundlagen, Methoden, Anwendungen* (2., überarb. Aufl, pp. 405–436). Gabler.
- Naderer, G. (Ed.). (2011b). *Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis: Grundlagen, Methoden, Anwendungen* (2., überarb. Aufl). Gabler.
- Nansubuga, B., & Kowalkowski, C. (2021). Carsharing: A systematic literature review and research agenda. *Journal of Service Management*, 32(6), 55–91. <https://doi.org/10.1108/JOSM-10-2020-0344>
- Ocay. (2023, July 13). *Deine Fragen zum Autoabo | ocay.at*. [https://ocay.at/faq?\\_gl=1\\*1k8giuz\\*\\_up\\*MQ..&gclid=Cj0KCQjwnrmlBhDHARIsADJ5b\\_kwqu163TCX\\_p6FoBFSp4IxDnEaCyz0lWd3f59Sd\\_2JUrz7XTIH6caAkthEALw\\_wcB](https://ocay.at/faq?_gl=1*1k8giuz*_up*MQ..&gclid=Cj0KCQjwnrmlBhDHARIsADJ5b_kwqu163TCX_p6FoBFSp4IxDnEaCyz0lWd3f59Sd_2JUrz7XTIH6caAkthEALw_wcB)
- Ojasalo, J. (2002). Customer Commitment in Key Account Management. *Marketing Review*, 2(3), 301.
- Pansari, A., & Kumar, V. (2017). Customer engagement: The construct, antecedents, and consequences. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(3), 294–311. <https://doi.org/10.1007/s11747-016-0485-6>
- Polydoropoulou, A., Pagoni, I., & Tsirimpa, A. (2020). Ready for Mobility as a Service? Insights from stakeholders and end-users. *Travel Behaviour and Society*, 21, 295–306. <https://doi.org/10.1016/j.tbs.2018.11.003>
- puls Marktforschung. (2020). *Umfrage zur Bekanntheit von Auto-Abo-Anbietern 2020*. Statista. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1223370/umfrage/umfrage-zur-bekanntheit-von-auto-abo-anbietern-in-deutschland/>
- Rasool, A., Shah, F. A., & Islam, J. U. (2020). Customer engagement in the digital age: A review and research agenda. *Current Opinion in Psychology*, 36, 96–100. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.05.003>

- Sahadev, S., Seshanna, S., & Purani, K. (2014). Effects of competitive psychological climate, work-family conflict and role conflict on customer orientation: The case of call center employees in India. *Journal of Indian Business Research*, 6(1), 70–84. <https://doi.org/10.1108/JIBR-09-2012-0079>
- Sakai, K. (2019). MaaS trends and policy-level initiatives in the EU. *IATSS Research*, 43(4), 207–209. <https://doi.org/10.1016/j.iatssr.2019.11.001>
- Schaefers, T., Lawson, S. J., & Kukar-Kinney, M. (2016). How the burdens of ownership promote consumer usage of access-based services. *Marketing Letters*, 27(3), 569–577. <https://doi.org/10.1007/s11002-015-9366-x>
- Schaefers, T., Narayanamurthy, G., Moser, R., & Leban, M. (2021). The sharing economy at the base of the economic pyramid: How access-based services can help overcome ownership risks. *Psychology & Marketing*, 38(11), 2073–2088. <https://doi.org/10.1002/mar.21541>
- Schreier, M. (2011). Qualitative Stichprobenkonzepte. In G. Naderer (Ed.), *Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis: Grundlagen, Methoden, Anwendungen* (2., überarb. Aufl, pp. 231–245). Gabler.
- Sixt. (2023, July 13). *Auto Abo von SIXT+ » Auto zum Fixpreis abonnieren, alles inclusive*. <https://www.sixt.de/plus/>
- Smania, G. S., Arakaki, I. R. Y., Oliveira, A. F., Cauchick-Miguel, P. A., & Mendes, G. H. D. S. (2023). Car subscription services: Automakers' shift towards servitized and sustainable business models. *Sustainable Production and Consumption*, 36, 184–193. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.12.024>
- So, J. (Jason), An, H., & Lee, C. (2020). Defining Smart Mobility Service Levels via Text Mining. *Sustainability*, 12(21), 9293. <https://doi.org/10.3390/su12219293>
- Sochor, J., Arby, H., Karlsson, I. C. M., & Sarasini, S. (2018). A topological approach to Mobility as a Service: A proposed tool for understanding requirements and effects, and for aiding the integration of societal goals. *Research in Transportation Business & Management*, 27, 3–14. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2018.12.003>
- Sprott, D., Czellar, S., & Spangenberg, E. (2009). The Importance of a General Measure of Brand Engagement on Market Behavior: Development and Validation of a Scale. *Journal of Marketing Research*, 46(1), 92.

- Steinhoff, L., Arli, D., Weaven, S., & Kozlenkova, I. V. (2019). Online relationship marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(3), 369–393. <https://doi.org/10.1007/s11747-018-0621-6>
- Sung, Y., Kim, Y., Kwon, O., & Moon, J. (2010). An Explorative Study of Korean Consumer Participation in Virtual Brand Communities in Social Network Sites. *Journal of Global Marketing*, 23(5), 430–445. <https://doi.org/10.1080/08911762.2010.521115>
- Talke, K., & Heidenreich, S. (2014). How to Overcome Pro-Change Bias: Incorporating Passive and Active Innovation Resistance in Innovation Decision Models. *Journal of Product Innovation Management*, 31(5), 894–907. <https://doi.org/10.1111/jpim.12130>
- Taylor, J. W. (1974). The Role of Risk in Consumer Behavior. *Journal of Marketing*, 38(2), 54–60. <https://doi.org/10.2307/1250198>
- Tian, J. (2019). Customer Engagement in Value Co-creation of Xiaomi: A Case Study. *DEStech Transactions on Social Science, Education and Human Science*, ermas. <https://doi.org/10.12783/dtssehs/ermas2018/27023>
- Trocchia, P. J., & Beatty, S. E. (2003). An empirical examination of automobile lease vs finance motivational processes. *Journal of Consumer Marketing*, 20(1), 28–43. <https://doi.org/10.1108/07363760310456937>
- van den Berg, V. A. C., Meurs, H., & Verhoef, E. T. (2022). Business models for Mobility as an Service (MaaS) | Elsevier Enhanced Reader. *Transportation Research Part B*, 157, 203–229. <https://doi.org/10.1016/j.trb.2022.02.004>
- van Doorn, J., Lemon, K. N., Mittal, V., Nass, S., Pick, D., Pirner, P., & Verhoef, P. C. (2010). Customer Engagement Behavior: Theoretical Foundations and Research Directions. *Journal of Service Research*, 13(3), 253–266. <https://doi.org/10.1177/1094670510375599>
- van Heerde, H. J., Dinner, I. M., & Neslin, S. A. (2019). Engaging the unengaged customer: The value of a retailer mobile app. *International Journal of Research in Marketing*, 36(3), 420–438. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2019.03.003>
- Verhoef, P. C., Reinartz, W. J., & Krafft, M. (2010). Customer Engagement as a New Perspective in Customer Management. *Journal of Service Research*, 13(3), 247–252. <https://doi.org/10.1177/1094670510375461>

- Versicherungsprämie.* (2023, July 16). Konsumentenfragen. <https://www.konsumentenfragen.at/konsumentenfragen/Versicherung/KFZ-Versicherung/Versicherungspraemie.html>
- Vitale, S. (2022, January 24). *Die Zukunft des Autohandels: Agentur gegen Vertragshändler.* auto motor und sport. <https://www.auto-motor-und-sport.de/verkehr/zukunft-des-autohandels-agenturmodell-vs-vertragshaendler/>
- Vivek, S. D., Beatty, S. E., & Morgan, R. M. (2012). *Customer Engagement: Exploring Customer Relationships Beyond Purchase.*
- Wang, F., & Hariandja, E. (2016). *THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR ON BRAND IMAGE AND CONSUMER PURCHASING DECISION: A CASE OF TOUS LES JOURS IN INDONESIA.*
- Wang, Y., Lu, L. X., & Shi, P. (2020). *Does Customer Email Engagement Improve Profitability? Evidence from a Field Experiment of a Subscription-Based Service Provider.*
- Wirtz, J., & Ehret, M. (2009). Creative reconstruction – how business services drive economic evolution. *European Business Review*, 21(4), 380–394. <https://doi.org/10.1108/09555340910970463>
- Wirtz, J., Orsingher, C., & Cho, H. (2019). Engaging customers through online and offline referral reward programs. *European Journal of Marketing*, 53(9), 1962–1987. <https://doi.org/10.1108/EJM-10-2017-0756>
- Yen, C.-H., Teng, H.-Y., & Tzeng, J.-C. (2020). Innovativeness and customer value co-creation behaviors: Mediating role of customer engagement. *International Journal of Hospitality Management*, 88, 102514. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102514>
- Yi, M. Y., Fiedler, K. D., & Park, J. S. (2006). Understanding the Role of Individual Innovativeness in the Acceptance of IT-Based Innovations: Comparative Analyses of Models and Measures. *Decision Sciences*, 37(3), 393–426. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5414.2006.00132.x>
- ZDK. (2021). *Nutzung von Abo-Modellen und Full-Service-Leasing beim nächsten Auto.* Statista. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1248822/umfrage/umfrage-zur-nutzung-von-abo-modellen-und-full-service-leasing-beim-naechsten-auto/>

## **Anhang**

### **Anhangsverzeichnis**

Anhang 1: Interviewleitfaden	A-1
Anhang 2: Interview Proband 1	A-7
Anhang 3: Interview Proband 2	A-23
Anhang 4: Interview Probandin 3	A-40
Anhang 5: Interview Probandin 4	A-56
Anhang 6: Interview Proband 5	A-72
Anhang 7: Interview Probandin 6	A-88
Anhang 8: Interview Proband 7	A-100
Anhang 9: Interview Proband 8	A-113
Anhang 10: Interview Proband 9	A-128
Anhang 11: Interview Probandin 10	A-145

## Anhang 1 Interviewleitfaden

# Die Rolle von Customer Engagement auf den Mobility-as-a-Service-Sektor

Datum und Uhrzeit des Interviews:

Person:

- Vorstellen der eigenen Person und der Masterarbeit:
- Frage zu Datenschutz: „Alle Daten werden vertraulich behandelt. Alle Daten und Angaben werden in der Arbeit anonymisiert“
- Auf die Aufzeichnung hinweisen und Einverständnis einholen. „Das Interview werde ich Aufzeichnen, um es später zu transkribieren, sind Sie damit einverstanden?“  Ja  Nein
- Der befragten Person mitteilen, wie lange das Interview ungefähr dauern wird.
- Die Person darum bitten, offen und ehrlich ihre persönlichen Ansichten mitzuteilen.

Thema	Aspekt	Fragestellung	Anknüpfungspunkte für weitere Fragen
	Icebreaker	Was bedeutet Mobilität für Sie?	
	Person	Was machen Sie beruflich?	Benötigen Sie beruflich ein Auto?
		Was ist Ihre höchst Ausbildung?	
		Wie alt sind Sie?	
		Seit wann besitzen Sie einen Führerschein?	
Automobilnutzung	Nutzungsverhalten	Was ist Ihr Hauptfortbewegungsmittel?	
		Besitzen Sie ein eigenes Auto? (Oder haben Sie dauerhaft Zugang zu einem Auto?)	Ist das Auto gekauft oder geleast?
		Wie oft benutzen Sie in der Woche Ihr Auto?	
		Haben Sie vor sich in den nächsten zwei Jahren ein Auto zu kaufen/leasen?	

	Emotionen	Fühlen Sie sich Ihrem Auto emotional verbunden?	
	Awareness	Kennen Sie andere Möglichkeiten statt dem Kauf/Leasing eines Autos? Wenn ja, welche?	Haben Sie diese bereits benutzt bzw. unter welchen Umständen würden Sie diese Nutzen?
Mobility-as-a-Service		Hürden zu Access-based-Services	<b>Erklärung zu Mobility-as-a-Service</b>
	Haben Sie bereits von solchen Anbietern gehört?		Wenn ja, von welchen Anbietern haben Sie gehört?
	Generelle Meinung	Wie finden sie einen solchen Service?	
		Wie müsste der Service gestaltet sein, dass Sie ihn nutzen würden?	
		Welche Vorteile sehen Sie in solch einem Service?	
		Welche Gründe sprechen gegen eine Nutzung?	
	Komplexität	Erscheint Ihnen ein solcher Service als zu Komplex?	Bei welchem Teil des Services sehen Sie die größte Komplexität?
	Zuverlässigkeit	Wie zuverlässig erscheint Ihnen ein solcher Service?	Welche Teile sehen Sie als nicht zuverlässig?
	Risiken	Welche Risiken birgt ein solches Service aus Ihrer Sicht?	Sehen Sie ein Risiko von versteckten Kosten? (Abo-Falle)
		Sie werden nicht immer einen Neuwagen erhalten. Stellt dies ein Problem dar?	Wie sehen Sie das Problem mit vor Schäden konfrontiert zu werden? Welche Gedanken kommen Ihnen,

				wenn Sie an die Hygiene denken?
		Finanzielle Risiken	Welchen finanziellen Vorteil geht mit dem Service einher?	Wie sieht es mit Reparatur und Versicherung aus?
		Verantwortung	Würden Sie mit einem gemieteten Auto anders umgehen wie mit einem eigenen Auto?	Wie finden Sie die Tatsache, dass Sie selbst nicht der Eigentümer des Autos sind?
		Kompatibilität	Wie würde Ihre Flexibilität steigen?	
			Welche Verantwortung bringt die Nutzung mit sich?	
			In welcher Art wäre so ein Service komfortabel?	
		Customer Engagement	Generell	Welche Maßnahmen können Anbieter setzen, um diesen besprochenen Problemen entgegenzuwirken?
Kundenfeedback	Wenn Sie einen Service nutzen, unter welchen Umständen teilen Sie Probleme dem Anbieter mit?			
	Wann nutzen Sie Kommentar und Bewertungsfunktionen?			
	Als Serviceanbieter ist der Austausch mit Kundinnen und Kunden wichtig. Hätten Sie mehr Vertrauen in die Nutzung, wenn Sie sich mehr mit dem Anbieter austauschen können?			
	Wie reagieren Sie, wenn ein Unternehmen auf Ihr Feedback eingeht?		Steigert dies die Wahrscheinlichkeit den Service zu nutzen?	
	Würden Sie Feedback an den Anbieter geben, wenn Probleme bei der Nutzung auftreten?		Über welche Plattform würden Sie dies tun?	

	Co-Creation	Wenn Ihnen die Möglichkeit der Mitgestaltung des Services gegeben wird, wie würden Sie dies nutzen?	(Direkt beim Anbieter, Online, Social Media,....)
	Word of Mouth	Wenn Freunde und Bekannte Ihnen ein Unternehmen empfehlen, unter welchen Umständen würden Sie bei diesem Unternehmen Kunde werden?	Wie sieht es mit negativen Erfahrungen von Freunden und Bekannten aus?
		Unter welchen Umständen empfehlen Sie selbst Unternehmen weiter?	
	Gamification	Würden Sie eine App bei einem solchen Anbieter als sinnvoll erachten?	Welche Funktionen müsste diese App besitzen?
		Wie würden Sie reagieren, wenn ein solcher Anbieter ein Belohnungs- oder Treueprogramm einführt?	
	Markenbotschafter	Würden Sie als Testperson für ein Auto-Abo agieren?	
		Ein Unternehmen bietet Ihnen an den Service gemeinsam mit Ihnen zu verbessern. Unter welchen Umständen würden Sie mit dem Unternehmen zusammenarbeiten?	
	Social Media	Welche sozialen Netzwerke nutzen Sie?	
		Wie könnten Sie Social Media nutzen, um sich über den Service zu informieren?	Würden Sie nach dem Anbieter suchen oder sich einer Online Community anschließen
	Allgemein	Gibt es noch weitere Punkte, die Sie gerne zum Abschluss ergänzen würden?	

## **Erklärung zu Mobility-as-a-Service**

Eine der unterschiedlichen Ausprägungen von Mobility-as-a-Service ist das Auto-Abo-Modell. Hierbei können Fahrzeuge monatsweise abonniert werden, wobei die Laufzeit flexibel ist und die Preise vom Modell und weiteren Faktoren abhängen. Der Besitz des Fahrzeuges geht nicht in das Eigentum der Nutzerin bzw. des Nutzers über, ebenso wenig wie die Verpflichtung der  
Wartung und Reparaturen

Beispiel:

Anbieter: Campus 02 Autoaboservice

Fahrzeugmodell: Kompaktwagen

Mindestvertragsdauer: 1 Monat

Kilometerstand: 1000 km pro Monat (flexibel anpassbar)

Leistungen:

- Wartung und Reparatur des Fahrzeugs
- Versicherung mit einer Selbstbeteiligung
- 24/7 Pannenhilfe
- Ersatzfahrzeug bei Reparatur oder Wartung
- Sommer- und Winterreifen
- Kraftstoffkosten sind nicht enthalten
- Fahrzeugwechsel ist jedes Monate nach Verfügbarkeit möglich

1 **Ich - 4:39 PM:**

2 *Was bedeutet für dich Mobilität?*

3 **Proband 1 - 4:39 PM:**

4 *Von A nach B kommen, zu jeder Zeit, zu der ich will, zu jedem Ort an den ich will. Sprich, wenn ich zu einer Skitour will steige ich nicht in den Bus ein.*

5 **Ich - 4:39 PM:**

6 *Ist glaube, ist sehr klar. Was machst du beruflich?*

7 **Proband 1 - 4:39 PM:**

8 *Angestellte bei einem Energieversorgungsunternehmen.*

9 **Ich - 4:39 PM:**

10 *Benötigst du für deine berufliche Tätigkeit ein Auto?*

11 **Proband 1 - 4:39 PM:**

12 *Kommt darauf an? Was ist damit gemeint, zum Arbeitsplatz oder dann während der Arbeit?*

13 **Ich - 4:39 PM:**

14 *Eher während der Arbeit?*

15 **Proband 1 - 4:40 PM:**

16 *Ja, teilweise könnt ich aber wahrscheinlich auch öffentlich fahren. Aber das ist glaube ich nicht die Frage.*

17 **Ich - 4:40 PM:**

18 *Wird dir das Auto vom Arbeitgeber, wenn du eines brauchst, zur Verfügung gestellt?*

19 **Proband 1 - 4:40 PM:**

20 *Ja.*

21 **Ich - 4:40 PM:**

22 *Was ist deine höchste Ausbildung?*

23 **Proband 1 - 4:40 PM:**

24 *Was ist die HTL?*

25 **Ich - 4:40 PM:**

26 *Okay höhere technische mit Maturaabschluss.*

27 **Proband 1 - 4:40 PM:**

28 *Was ist dieser Sekundärstufe?*

29 **Ich - 4:40 PM:**

30 *Seit wann besitzt du einen Führerschein?*

31 **Proband 1 - 4:40 PM:**  
32 *2012.*  
33 **Ich - 4:40 PM:**  
34 *Das heißt, seitdem du 17 bist. Was ist dein  
Hauptfortbewegungsmittel?*  
35 **Proband 1 - 4:40 PM:**  
36 *Sichere das Auto? An Kilometer gemessen und wahrscheinlich auch  
an Zeit, sicher das Auto*  
37 **Ich - 4:41 PM:**  
38 *Das heißt, du besitzt dein eigenes Auto?*  
39 **Proband 1 - 4:41 PM:**  
40 *Ja.*  
41 **Ich - 4:41 PM:**  
42 *Das Auto ist gekauft oder geleast.*  
43 **Proband 1 - 4:41 PM:**  
44 *Gekauft oder geschenkt, es ist mein Eigentum.*  
45 **Ich - 4:41 PM:**  
46 *Okay, wie oft in der Woche benutzt du dein Auto?*  
47 **Proband 1 - 4:41 PM:**  
48 *Wenn es regnet sieben Mal die Woche wahrscheinlich und sonst im  
Sommer vielleicht zweimal.*  
49 **Ich - 4:41 PM:**  
50 *Hast du vor, dir in den nächsten zwei Jahren ein Auto zu kaufen oder  
zu leasen?*  
51 **Proband 1 - 4:41 PM:**  
52 *Ja.*  
53 **Ich - 4:41 PM:**  
54 *Kaufen?*  
55 **Proband 1 - 4:41 PM:**  
56 *Kaufen.*  
57 **Ich - 4:41 PM:**  
58 *Einen Neuwagen?*  
59 **Proband 1 - 4:41 PM:**  
60 *Nein.*  
61 **Ich - 4:42 PM:**  
62 *Okay, fühlst du dich mit deinem Auto emotional verbunden?*

63 **Proband 1 - 4:42 PM:**

64 *Warte mal, ernsthaft eigentlich nicht.*

65 **Ich - 4:42 PM:**

66 *Das ist nur ein Gegenstand für dich, wie jeder andere?*

Image

67 **Proband 1 - 4:42 PM:**

68 *Eigentlich schon.*

69 **Ich - 4:42 PM:**

70 *Kennst du andere Möglichkeiten statt dem Autokauf oder Leasing eines Autos? Wenn ja, welche?*

71 **Proband 1 - 4:42 PM:**

Komplexität

72 *Ja das Mieten, aber ist eine Form des Leasings eigentlich, oder? Nein also das Kurzzeitmieten oder das mit Leasing kenne ich?*

73 **Ich - 4:42 PM:**

74 *Hast du sowas schon mal benutzt?*

75 **Proband 1 - 4:42 PM:**

76 *Im Urlaub, sonst nicht.*

77 **Ich - 4:42 PM:**

78 *Das heißt Automieten im Urlaub?*

79 **Proband 1 - 4:42 PM:**

80 *Ja genau.*

81 **Ich - 4:42 PM:**

82 *Dann gebe ich dir jetzt eine kurze Erklärung zum Mobility as a Service bzw. zu Auto Abos eine der unterschiedlichen Ausprägungen vom Mobility as a Services ist das Auto Abo Modell. Hier können Fahrzeuge monatsweise abonniert werden, wobei die Laufzeit flexibel ist und die Preise vom Modell und weiteren Faktoren abhängt. Der Besitz des Autos geht nicht in das Eigentum der Nutzerin bzw. des Nutzers über, ebenso wenig wie die Verpflichtung der Wartung und der Reparatur. Als Beispiel man hat ein Anbieter Campus 02 Autoabo Service. Fahrzeugmodelle sind Kompaktwagen, Mindestvertragsdauer ist ein Monat, das heißt monatlich kündbar. Kilometerstand man kann 1000 km pro Monat fahren, wobei das flexibel anpassbar ist. Von den Leistungen her ist dabei: Wartung und Reparatur des Fahrzeugs, die Versicherung mit einer Selbstbeteiligung, 24 Stunden Pannenservice ein Ersatzfahrzeug, falls es zur Reparatur muss, Sommer-, Winterreifen. Kraftstoff ist nicht enthalten, das heißt Benzin, ist selber zu zahlen und ein Fahrzeugwechsel ist alle zwei Monate möglich. Das heißt die nächsten Fragen, was kommen ...*

83 **Proband 1 - 4:44 PM:**

84 *Warte, wenn es monatlich kündbar ist könnte ich ja eigentlich monatlich wechseln.*

- 85 **Ich - 4:44 PM:**
- 86 *Wobei du dann einen neuen Vertrag abschließen müsstest, ja.*
- 87 *Das heißt, die nächsten Fragen die kommen beziehen sich alle auf dieses Modell und dieses Beispiel. Hast du bereits von solchen Anbietern gehört? Also kennst du solche Anbieter?*
- 88 **Proband 1 - 4:45 PM:**
- 89 *Ja.*
- 90 **Ich - 4:44 PM:**
- 91 *Wenn ja, welche Anbieter kennst du die sowas anbieten?*
- 92 **Proband 1 - 4:45 PM:**
- 93 *Instdrive oder Instant, nein Instdrive oder wie heißt das? Ahm das glaub ich war es, nein Lemon irgendwas ,..*
- 94 **Ich - 4:45 PM:**
- 95 *Wie findest du solche Services? Also die generelle Meinung dazu?*
- 96 **Proband 1 - 4:45 PM:**
- 97 *Positiv! Glaub es die bessere Variante zum Leasing wenn man schon nicht kaufen kann, aus diversen Gründen.*
- 98 **Ich - 4:45 PM:**
- 99 *Okay, warum würdest du das als bessere Variante sehen?*
- 100 **Proband 1 - 4:45 PM:**
- 101 *Weil es das All Inclusive Paket ist und beim Leasen mehr oder weniger nur die Nachteile auf dich übertragen werden.*
- 102 **Ich - 4:45 PM:**
- 103 *Würdest du so einen Service auch nutzen? Also beziehungsweise wie müsste der Service gestaltet sein, dass du ihn nutzen würdest?*
- 104 **Proband 1 - 4:46 PM:**
- 105 *Es müsste preislich attraktiver als das Eigentum sein.*
- 106 **Ich - 4:46 PM:**
- 107 *Okay, das heißt, du würdest rechnen und schauen, dass es preislich passt?*
- 108 **Proband 1 - 4:46 PM:**
- 109 *Genau!*
- 110 **Ich - 4:46 PM:**
- 111 *Gibt es andere Faktoren die dafürsprechen würden?*
- 112 **Proband 1 - 4:46 PM:**
- 113 *Außerdem die finanziellen?*

Komplexität

Finanzielles Risiko

Leistungsrisiko

Finanzielles Risiko

	114	<b>Ich - 4:46 PM:</b>
	115	<i>Ja</i>
	116	<b>Proband 1 - 4:46 PM:</b>
Kompatibilität	117	<i>Möglicherweise der Fahrspaß? Da man immer vielleicht ein oder zwei oder drei Monate oder über den Sommer anders Auto nehmen kann oder ein coolerer Auto, ein stärkeres Auto also, vielleicht.</i>
	118	<b>Ich - 4:46 PM:</b>
	119	<i>Das heißt, was sind die Vorteile, die du siehst in dem Service?</i>
	120	<b>Proband 1 - 4:46 PM:</b>
	121	<i>Die Flexibilität einfach.</i>
	122	<b>Ich - 4:46 PM:</b>
	123	<i>Welche Gründe sprechen gegen einen Service?</i>
	124	<b>Proband 1 - 4:47 PM:</b>
Kompatibilität	125	<i>Naja, hängt wahrscheinlich immer stark von den persönlichen Gegebenheiten ab, allerdings wenn man da einige Sachen selber machen kann oder vielleicht irgendwo im Umfeld irgendwem hat, der das machen kann, dann bist du mit Eigentum immer billiger. Sprich die ganzen, ..., es ist wieder nur finanziell eigentlich.</i>
Finanzielles Risiko		
	126	<b>Ich - 4:47 PM:</b>
	127	<i>In welcher Hinsicht finanziell? Was spricht da alles dafür?</i>
	128	<b>Proband 1 - 4:47 PM:</b>
	129	<i>Fürs Eigentum oder für Mobility as a Service?</i>
	130	<b>Ich - 4:47 PM:</b>
	131	<i>Also was spricht gegen die Nutzung finanziell vom Preis her? Gibt es da zum Beispiel irgendwelche Faktoren wo man sagt das ist der große ausschlaggebende Punkt oder ist es nur das Kaufen sozusagen, der Kaufpreis?</i>
	132	<b>Proband 1 - 4:47 PM:</b>
Finanzielles Risiko	133	<i>Ja, der große ausschlaggebende Punkt ist, dass in dem Preis, den im monatlich zahle, sämtliche Servicegebühren aliquotiert drin sind und lange Zeit fährst du wahrscheinlich einen Wagen ohne irgendeiner Servicegebühr. Sprich, da kommt dir das wieder billiger. Also möglicherweise die Pauschalisierung von Service oder Unfall oder Wartung wo du im Gegensatz zum Neuwagen zum Beispiel überhaupt keine hast.</i>
Leistungsrisiko		
	134	<b>Ich - 4:48 PM:</b>
	135	<i>Erscheint dir ein solcher Service als sehr komplex?</i>
Komplexität	136	<b>Proband 1 - 4:48 PM:</b>
	137	<i>Nein.</i>
	138	<b>Ich - 4:48 PM:</b>

	139	<i>Okay, bei welchen Teilen könnten Komplexitäten auftreten?</i>
	140	<b>Proband 1 - 4:48 PM:</b>
Komplexität	141	<i>Wenn es möglicherweise zu Schäden kommt, Unfälle oder,... ja, das wars.</i>
	142	<b>Ich - 4:48 PM:</b>
	143	<i>Wie zuverlässig schätzt du einen Service ein?</i>
	144	<b>Proband 1 - 4:49 PM:</b>
Verlässlichkeit	145	<i>Grundsätzlich gehe ich davon aus, das die Leute die sich das überlegt haben, haben da schon mal ein bisschen länger darüber noch gedacht. Folglich zuverlässig.</i>
	146	<b>Ich - 4:49 PM:</b>
	147	<i>Welches Risiko birgt denn so ein Service?</i>
	148	<b>Proband 1 - 4:49 PM:</b>
	149	<i>Für mich als Person?</i>
	150	<b>Ich - 4:49 PM:</b>
	151	<i>Für dich ja.</i>
	152	<b>Proband 1 - 4:49 PM:</b>
Kompatibilität	153	<i>Keine Ahnung was birgt das? Möglicherweise übernehme ich mich mit meiner finanziellen Situation.</i>
	154	<b>Ich - 4:49 PM:</b>
	155	<i>Das heißt das monatliche Zahlen während das Problem?</i>
	156	<b>Proband 1 - 4:49 PM:</b>
	157	<i>Wahrscheinlich oder, sonst sehe ich kein Risiko?</i>
	158	<b>Ich - 4:49 PM:</b>
	159	<i>Abofalle zum Beispiel wäre also das Problem?</i>
	160	<b>Proband 1 - 4:49 PM:</b>
	161	<i>Ja genau.</i>
	162	<b>Ich - 4:49 PM:</b>
	163	<i>Okay, du wirst nicht immer einen Neuwagen erhalten, wenn du das buchst. Würdest du das als Problem sehen?</i>
	164	<b>Proband 1 - 4:50 PM:</b>
Verlässlichkeit	165	<i>Nein würde ich nicht, wenn es transparent ist.</i>
	166	<b>Ich - 4:50 PM:</b>
	167	<i>Was heißt transparent?</i>
	168	<b>Proband 1 - 4:50 PM:</b>
Verlässlichkeit	169	<i>Wenn mir bei Vertragsabschluss klar gemacht wird, dass es kein</i>

Verlässlichkeit

*Neuwagen ist, den ich bekomme.*

170 **Ich - 4:50 PM:**

171 *Okay, das heißt, es müsste vorher klar kommuniziert sein, dass das kein Neuwagen ist.*

172 **Proband 1 - 4:50 PM:**

173 *Genau!*

174 **Ich - 4:50 PM:**

175 *Wie sieht es denn aus, wenn man keinen Neuwagen bekommt und der Wagen hat zum Beispiel Vorschäden? Würdest du dies als großes Problem sehen?*

176 **Proband 1 - 4:50 PM:**

177 *Als Problem nicht, aber generell wieder müsste hier alles dokumentiert sein, schriftlich festgelegt sein, damit es dann später bei der Rücknahme nicht zu etwaigen Problemen kommt oder zu irgendwelchen Haftungsproblemen.*

Komplexität

Verlässlichkeit

178 **Ich - 4:51 PM:**

179 *Was dann wieder auf gewisse Art und Weise komplex ist, oder?*

180 **Proband 1 - 4:51 PM:**

181 *Richtig, das kann ein weiterer komplexer Punkt sein.*

182 **Ich - 4:51 PM:**

183 *Würdest du da auch die Hygiene als Problem sehen, wenn du keinen Neuwagen bekommst?*

184 **Proband 1 - 4:51 PM:**

Hygiene

185 *Solange er grundgereinigt ist bzw nicht ausschaut wie Sau würde ich das nicht als Problem sehen.*

186 **Ich - 4:51 PM:**

187 *Welche finanziellen Vorteile siehst du in dem Service?*

188 **Proband 1 - 4:51 PM:**

Finanzielles Risiko

189 *Weniger Risiko. Ja, keine Gebundenheit von Kapital, sprich, du kannst es also ja, du kannst dein Geld anderswertig investieren.*

190 **Ich - 4:52 PM:**

191 *Wie sieht es da mit Reparaturen und Versicherungen aus? Ist das ein Punkt, wo man sagt, da hat man einen finanziellen Vorteil?*

192 **Proband 1 - 4:52 PM:**

193 *Wieder sehr individuell, teilweise ja, teilweise nein. Kommt sehr auf dich drauf an.*

194 **Ich - 4:52 PM:**

195 *In was für einer Situation würdest du es als Vorteil sehen?*

Leistungsrisiko

Kompatibilität

196 **Proband 1 - 4:52 PM:**

197 *Wenn ich zwei linke Hände habe und alle meine Freunde auch linke Hände haben und ich generell nichts an dem Auto selber machen kann, ist das sicher ein Vorteil, weil ich mich um nicht scheren muss.*

198 **Ich - 4:52 PM:**

199 *Das heißt, die Reparaturen, wenn man nicht selber machen kann, dann ist es ein Nachteil.*

200 **Proband 1 - 4:52 PM:**

201 *Genau oder schwarz.*

202 **Ich - 4:52 PM:**

203 *Würdest du mit einem gemieteten Auto, wie das in dem Beispiel ist, anders umgehen als mit einem eigenen Auto, das du jetzt hast?*

204 **Proband 1 - 4:53 PM:**

205 *Don't be gental it's a rental.*

206 **Ich - 4:53 PM:**

207 *Das heißt ja?*

208 **Proband 1 - 4:53 PM:**

209 *Nein, würde ich nicht, aber ich glaube in der Gesellschaft ist das durchaus ein Problem.*

210 **Ich - 4:53 PM:**

211 *Das heißt generell siehst du es als Problem, du selber würdest aber gleich umgehen?*

212 **Proband 1 - 4:53 PM:**

213 *Ja.*

214 **Ich - 4:53 PM:**

215 *Und wie findest du die Tatsache, dass es nicht dein Eigentum ist, was du da hast?*

216 **Proband 1 - 4:53 PM:**

217 *Ist mir völlig egal.*

218 **Ich - 4:53 PM:**

219 *Die Flexibilität ist ein großer Vorteil, oder? Warum würdest du sagen, dass das ein großer Vorteil ist?*

220 **Proband 1 - 4:53 PM:**

221 *Weil ich mir mein Auto aufgrund meiner veränderten Lebensbedingungen anpassen kann.*

222 **Ich - 4:53 PM:**

223 *Und welche Verantwortung bringt die Nutzung mit sich?*

Verantwortung

Verantwortung

Soziales Risiko

Image

Kompatibilität

	224	<b>Proband 1 - 4:53 PM:</b>
Verantwortung	225	<i>Die, die der Vertrag vorschreibt.</i>
	226	<b>Ich - 4:54 PM:</b>
	227	<i>Okay, siehst du da irgendeine Verantwortung, wenn du dir vorstellst, dass du sowas mietest. Siehst du da irgendeine Verantwortung?</i>
	228	<b>Proband 1 - 4:54 PM:</b>
Verantwortung	229	<i>Naja man soll verantwortungsbewusst mit dem Gegenstand umgehen. Allerdings, ... ja, das muss eh alles vertraglich festgelegt sein. Im Sinne von vielleicht, dass ich keine Stiegen runter fahre.</i>
	230	<b>Ich - 4:54 PM:</b>
	231	<i>Das heißt, das schließt ja alles wieder einen sehr komplexen Vertragsabschluss mit ein.</i>
	232	<b>Proband 1 - 4:54 PM:</b>
Komplexität	233	<i>Der Vertragsabschluss glaube ich, ist nicht komplex, möglicherweise dann die juristische Auslegung im Nachgang: Was sachgemäßer Umgang heißt.</i>
Verantwortung	234	<b>Ich - 4:54 PM:</b>
	235	<i>Aber in welcher Art würdest du den Service als komfortabel sehen?</i>
	236	<b>Proband 1 - 4:54 PM:</b>
Verlässlichkeit	237	<i>Er ist komfortabel, weil ich wirklich mehr oder weniger keine Sorgen habe, keine Scherereien, ich komme immer von A nach B ohne dass man sich um irgendwas kümmern muss und wenn das Auto nicht funktioniert rufe ich an.</i>
	238	<b>Ich - 4:55 PM:</b>
	239	<i>Das der Service dahinter wäre, wäre auch sehr wichtig für dich.</i>
	240	<b>Proband 1 - 4:55 PM:</b>
	241	<i>Ja.</i>
	242	<b>Ich - 4:56 PM:</b>
	243	<i>Welche Maßnahmen könnten Anbieter setzen, damit den Problemen sozusagen entgegengewirkt wird, die wir jetzt gehabt haben. Zum Beispie Schäden und Unfälle, dass das komplex ist. Probleme im Nachgang mit Vorschäden und so weiter.</i>
	244	<b>Proband 1 - 4:55 PM:</b>
Geförderter Weg	245	<i>Vielleicht Preisnachlässe bei den monatlichen Raten oder bei den monatlichen Zahlungen?</i>
	246	<i>Hat es irgendeine Vertragslaufzeit oder ist es immer, ...?</i>
	247	<b>Ich - 4:56 PM:</b>
	248	<i>Das ist monatlich kündbar</i>
	249	<b>Proband 1 - 4:56 PM:</b>

- 250 *Open End, ... aber es ist Open End quasi es hat keinen Ablaufdatum. Muss man sich das dann monatlich jährlich irgendwie überprüfen lassen?*
- 251 **Ich - 4:56 PM:**
- 252 *Das ist jetzt nicht vorgesehen, wobei die Wartung vom Fahrzeug mit inkludiert ist.*
- 253 **Proband 1 - 4:56 PM:**
- 254 *Jährlich passiert.*
- 255 **Ich - 4:56 PM:**
- 256 *Das heißt, die Wartung wird natürlich jährlich mit dem Pickerl auch passieren.*
- 257 **Proband 1 - 4:56 PM:**
- 258 *Ja, dann würde ich bei den Wartungsintervallen oder Pickerlintervallen je nachdem, vielleicht durch irgendeinen Check oder ähnliches finanzielle Anreize geben, damit man aufpasst auf das Produkt.*
- 259 **Ich - 4:56 PM:**
- 260 *Siehst du solche Wartungssachen zum Beispiel eher auf Seiten des Anbieters oder musst du dich darum kümmern? Das heißt, würdest du das eher vom Anbieter erwarten, dass er sich meldet und dir sagt es muss eine Wartung durchgeführt werden oder wäre das eher auf deiner Seite?*
- 261 **Proband 1 - 4:57 PM:**
- 262 *Das ist eine Dienstleistung, definitiv muss er zu mir kommen oder irgendwie sich melden.*
- 263 **Ich - 4:57 PM:**
- 264 *Wenn du jetzt dieses Service nutzen würdest, unter welchen Umständen teilst du Probleme dem Anbieter mit?*
- 265 **Proband 1 - 4:57 PM:**
- 266 *Telefonisch, E-Mail und dergleichen?*
- 267 **Ich - 4:57 PM:**
- 268 *Aber unter welchen Umständen das heißt, wann würdest du was mitteilen?*
- 269 **Proband 1 - 4:57 PM:**
- 270 *Immer wenn es entweder um Wertminderung geht, also um irgendwelche Beschädigungen geht oder ich nicht mehr mobil bin, so in der Richtung?*
- 271 **Ich - 4:57 PM:**
- 272 *Das heißt wenn Probleme am Auto auftreten im Sinne von Schäden oder das Fahrzeug nicht mehr funktioniert.*
- 273 **Proband 1 - 4:58 PM:**

Geförderter Weg

Kundenservice  
Verlässlichkeit

Customer Feedback  
Verlässlichkeit

Customer Feedback



274 *Ja genau.*

275 **Ich - 4:58 PM:**

276 *Wenn man jetzt daran denkt, es gibt ja immer Bewertungssysteme beispielsweise Google Bewertungen oder bei Social Media kann man was kommentieren? Wann würdest du Kommentare schreiben beziehungsweise Bewertungsfunktionen nutzen?*

277 **Proband 1 - 4:58 PM:**

278 *Wenn ich dadurch bei einem Gewinnspiel teilnehmen kann oder ich wirklich überwältigt bin von der Qualität des Services.*

279 **Ich - 4:58 PM:**

280 *Das heißt, wenn du so ein Autoservice nutzen würdest, würdest du das unter Umständen machen, wenn der Service wirklich enorm gut ist.*

281 **Proband 1 - 4:58 PM:**

282 *Genau oder enorm schlecht.*

283 **Ich - 4:58 PM:**

284 *Das heißt in beide Richtungen positiv sowie negativ. Als Serviceanbieter ist ja der Austausch mit Kunden sehr wichtig. Hättest du mehr Vertrauen in die Nutzung von so einem Service, wenn du dich mehr mit dem Anbieter austauschen könntest, das heißt mehr Kontakt mit dem Anbieter haben könntest?*

285 **Proband 1 - 4:59 PM:**

286 *Nein nicht unbedingt so lange der Web Auftritt seriös ist und dann hat die ganze Vertragsabwicklung und so weiter seriös ist dann glaube ich werden zusätzliche Kontakte dann nicht unbedingt darauf einwirken.*

Image

Customer Feedback



287 **Ich - 4:59 PM:**

288 *Über was für Plattformen würdest du generell in Kontakt treten mit so einem Anbieter?*

289 **Proband 1 - 4:59 PM:**

Kundenservice



290 *Ja eigentlich nur über deren Homepage und sonst eigentlich nichts.*

291 **Ich - 5:00 PM:**

292 *Social Media ist zum Beispiel kein Thema?*

293 **Proband 1 - 5:00 PM:**

294 *Für mich nicht, weil ich es nicht nutze.*

295 **Ich - 5:00 PM:**

296 *Wie reagierst du, wenn das Unternehmen auf dein Feedback eingeht? Das heißt beispielsweise, du schreibst eine Kundenanfrage oder du kommentierst irgendwo. Wie reagierst du drauf, wenn ein Unternehmen, das macht?*

297 **Proband 1 - 5:00 PM:**

Customer Feedback

298 *Kommt stark auf den Kontext an, aber grundsätzlich eher positiv im Sinne von ist ja schön, wenn man erhört wird.*

299 **Ich - 5:00 PM:**

300 *Wird es die Wahrscheinlichkeit von der Nutzung von dem Service auch erhöhen? Wenn jetzt beispielsweise auf die Kommentare von Social Media reagiert wird?*

301 **Proband 1 - 5:00 PM:**

302 *Wahrscheinlich ja.*

303 **Ich - 5:01 PM:**

304 *Das heißt du würdest auch Feedback dem Anbieter geben, wenn Probleme bei der Nutzung auftreten? Auch wenn es jetzt kein grobes Problem ist, das heißt, wenn du einfach den Service verbessern würdest, auch wenn jetzt keine Schäden entstanden sind.*

305 **Proband 1 - 5:01 PM:**

Customer Feedback

306 *Ja, allerdings würde ihn dann nicht jetzt gleich informieren, sondern vielleicht beim nächsten Wartungsintervall oder sonstiges.*

307 **Ich - 5:01 PM:**

308 *Das heißt der Kontakt, es wäre sozusagen nicht wichtig das jetzt zu machen.*

309 **Proband 1 - 5:01 PM:**

310 *Nein.*

311 **Ich - 5:01 PM:**

312 *Über welche Plattformen würdest du das machen?*

313 **Proband 1 - 5:01 PM:**

Customer Feedback

App

314 *Möglicherweise Homepage oder App oder irgendwie sowas. Wenn es bei einer Wartung ist, kann ich mir vorstellen wird es wahrscheinlich praktisch sein über eine App wenn du da die Intervalle und Benachrichtigungen bekommst und da dann auch irgendwo eine Funktion ist, wo du in Kontakt treten kannst oder irgendwie Feedback geben kannst.*

315 **Ich - 5:02 PM:**

316 *Das heißt eine App wäre generell auch möglich zur Nutzung zu dem Service dazu?*

317 **Proband 1 - 5:02 PM:**

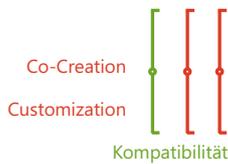
318 *Ja.*

319 **Ich - 5:02 PM:**

320 *Wenn du die Möglichkeit hättest, den Service mitzugestalten, würdest du das nutzen?*

321 **Proband 1 - 5:02 PM:**

322 *Inwiefern wie weit kann ich mitgestalten?*



323 **Ich - 5:02 PM:**

324 *Wann würde es das sozusagen machen? Was für ein Auswirkungen müsste es haben, also wie groß müsste die Mitgestaltungsmöglichkeit sein?*

325 **Proband 1 - 5:02 PM:**

326 *Vielleicht, wenn es irgendwie möglich wäre, die Flexibilitäten noch zu erhöhen, sprich vielleicht wöchentlich dann irgendwie sowas zu machen oder dass ich das Auto kurzzeitig wechseln kann; irgendwie so in die Richtung.*

327 **Ich - 5:03 PM:**

328 *Würdest du das Mitgestalten aktiv über beispielsweise die Homepage oder Social Media machen, das heißt auch Abstimmungen bei Social Media beispielsweise oder würdest du da lieber direkt mit dem Anbieter in Kontakt treten mit einer Person?*

329 **Proband 1 - 5:03 PM:**

330 *Das kann gerne über so Umfragen sein.*

331 **Ich - 5:03 PM:**

332 *Wenn Freunde oder Bekannte dir ein Unternehmen, empfehlen die das Anbieten. Unter welchen Umständen würdest du eher sozusagen den Service nutzen? Das heißt wie müsste die Empfehlung ausschauen und hat es einen Einfluss überhaupt?*

333 **Proband 1 - 5:03 PM:**

334 *Hat einen Einfluss, müsste so überzeugend sein oder so gut sein, dass ich es mir auch mal anschau.*

335 **Ich - 5:03 PM:**

336 *Ist es mit negativen Erfahrungen genauso? Das du es dann eher nicht nutzt?*

337 **Proband 1 - 5:04 PM:**

338 *Sowieso.*

339 **Ich - 5:04 PM:**

340 *Und unter welchen Umständen empfiehlst du selbst Unternehmen weiter?*

341 **Proband 1 - 5:04 PM:**

342 *Genau wieder dasselbe, wenn ich davon wirklich überzeugt bin und ich generell sehr zufrieden mit dem Produkt oder der Firma bin.*

343 **Ich - 5:04 PM:**

344 *Das mit der App haben wir schon kurz angesprochen. Welche Funktionen müsste eine App besitzen, dass man davon überzeugt ist, dass man es nutzen würde. Bzw. was würdest du gut finden in der Hinsicht?*

345 **Proband 1 - 5:04 PM:**

Co-Creation {

Word-of-Mouth {

Word-of-Mouth {

Word-of-Mouth {

		346	<i>Müsste einen Überblick liefern über meine Vertragsinhalte, zumindest einen groben. Den Zeitraum oder das Datum für die nächste Wartung, Service. Irgendwo eben, wie wir schon geredet haben, die Möglichkeit in Kontakt zu treten mit dem Unternehmen. In der App vielleicht einen Notruf integrieren.</i>
	App		
		347	<b>Ich - 5:05 PM:</b>
		348	<i>Beispielsweise auch, dass man Schäden melden kann über die App?</i>
	App		
		349	<b>Proband 1 - 5:05 PM:</b>
Customer Feedback		350	<i>Ja genau ist auch super.</i>
		351	<b>Ich - 5:05 PM:</b>
		352	<i>Okay, und wie würdest du reagieren, wenn ein solcher Anbieter ein Belohnungs- bzw. Treuesystem einführt?</i>
		353	<b>Proband 1 - 5:05 PM:</b>
		354	<i>Ja glaube ich habe ich anfangs schon erwähnt, so finanzielle Anreize finde ich generell gut. Egal, ob man jetzt gut mit dem Produkt und dem Auto umgeht oder vielleicht Loyalitätspunkte sammelt, finde ich auch gut.</i>
Gamification			
		355	<b>Ich - 5:05 PM:</b>
		356	<i>Das heißt, wenn das zum Beispiel in der App integriert ist, wäre es ein natürlicher Faktor, der verbessert den Service generell.</i>
		357	<b>Proband 1 - 5:05 PM:</b>
		358	<i>Ja, wär allerdings nur, wenn sie es finanziell auszahlt. Wenn das nur so eine Farce ist, dann würde ich es eher als Verarschung sehen</i>
Gamification			
		359	<b>Ich - 5:06 PM:</b>
		360	<i>Das heißt Treuepunkte wo man dann ein Goodie bekommt wäre jetzt nicht,...</i>
		361	<b>Proband 1 - 5:06 PM:</b>
		362	<i>Ja genau.</i>
		363	<b>Ich - 5:06 PM:</b>
		364	<i>Würdest du als Testperson für ein Auto-Abo agieren? Beziehungsweise unter welchen Umständen würdest du als Testperson agieren?</i>
		365	<b>Proband 1 - 5:06 PM:</b>
		366	<i>Ja, könnte ich mir vorstellen, wenn es ein cooles Auto ist, besser als mein Fünfer-Golf und mich das nichts kostet.</i>
Brand Ambassador			
		367	<b>Ich - 5:06 PM:</b>
		368	<i>Das heißt, was ist wenn das mit weiteren Verpflichtungen einhergeht? Das heißt man muss Berichte schreiben und so weiter.</i>
Brand Ambassador			
		369	<b>Proband 1 - 5:07 PM:</b>
		370	<i>Wäre ok.</i>

Brand Ambassador {  
Co-Creation }

371 **Ich - 5:07 PM:**

372 *Und unter welchen Umständen würdest du mit dem Unternehmen zusammenarbeiten, das der Service sozusagen verbessert wird?*

373 **Proband 1 - 5:07 PM:**

374 *Als Testperson?*

375 **Ich - 5:07 PM:**

376 *Als Testperson.*

377 **Proband 1 - 5:07 PM:**

378 *Ja mit den Berichten und so weiter fungiere ich eh schon als Informationsgeber, oder?*

379 **Ich - 5:07 PM:**

380 *Das heißt, wie sieht's mit weiteren Sachen aus, gemeinsame Meetings zum Beispiel, ...?*

381 **Proband 1 - 5:07 PM:**

Co-Creation {

382 *Solange sie sich in Grenzen halten und nicht zum Vollzeitjob werden, könnte ich es mir vorstellen.*

383 **Ich - 5:07 PM:**

384 *Dann noch eine Frage: Welche sozialen Netzwerke nutzt du?*

385 **Proband 1 - 5:07 PM:**

386 *Readit und hin und wieder LinkedIn.*

387 **Ich - 5:07 PM:**

388 *Siehst du es als positiv, wenn solche Anbieter dort vertreten sind?*

389 **Proband 1 - 5:07 PM:**

390 *Ist weder positiv noch negativ. Werbung wird überall geschaltet; es ist ja erst Schritt - Werbung oder Präsenz, also ist mir egal.*

391 **Ich - 5:08 PM:**

392 *Würdest du es auch, ... also würdest du Social Media auch als Informationsquelle für solche eine Sache nehmen?*

393 **Proband 1 - 5:08 PM:**

394 *Nein, nur bedingt, eben aus dem Grund weil es vorwiegend Werbung ist. Da geht ich lieber auf die Homepage und schaue mir das genauer an als wie auf solche Kanäle.*

395 **Ich - 5:08 PM:**

396 *Und würdest du Social Media verwenden, um Dich zum Beispiel in einer Community, Online Community zu vernetzen oder mit dem Anbieter irgendwie zu vernetzen und dem Anbieter zu folgen?*

397 **Proband 1 - 5:09 PM:**

398 *Nein*

399 **Ich - 5:09 PM:**

400 *Das heißt Social Media Nutzung ist sehr gering. Okay, gibt es noch weitere Punkte, die du irgendwie ergänzen möchtest?*

401 **Proband 1 - 5:09 PM:**

402 *Ja*

403 **Ich - 5:09 PM:**

404 *Okay, gibt es noch weitere Punkte die, was du irgendwie ergänzen möchtest?*

- 1 **Ich - 9:13 AM:**  
2 *Okay, erste Frage, was bedeutet Mobilität für dich? Du kannst deine Antworten so sehr ausschmücken, wie du willst.*
- 3 **Proband 2 - 9:14 AM:**  
4 *Mobilität für mich bedeutet Freiheit und weiß nicht, also das ist Lebensqualität - Mobilität. Also weiß nicht, ob du meinst Mobilität im Sinne von mit dem Auto oder das ich selbst mobil bin. Aber generell würde ich sagen Freiheit, also es ist ein Stück weit Lebensqualität, das zu machen, was du willst. Du kannst rausgehen, du kannst überall hingehen. Ich kann jetzt zu dir fahren und wir können spazieren gehen, reisen, Urlaub machen. Lebensqualität und Freiheit.*
- 5 **Ich - 9:14 AM:**  
6 *Okay, sehr schön, was machst du beruflich?*
- 7 **Proband 2 - 9:14 AM:**  
8 *Genau das. Softwareentwicklung, Softwareentwicklung, Tools und Infrastruktur.*
- 9 **Ich - 9:15 AM:**  
10 *Brauchst Du beruflich ein Auto?*
- 11 **Proband 2 - 9:15 AM:**  
12 *Ja wir entwickeln Software für Autos. Jetzt haben wir es,... brauchen,... theoretisch würde es auch ohne gehen, aber man testet ja auch hin und wieder. Also ich muss nicht ins Büro, aber wenn wir testfahren, dann ist es schon cool, wenn man sieht, was man macht.*
- 13 **Ich - 9:15 AM:**  
14 *Aber die Autos hast du vom Arbeitgeber zur Verfügung gestellt bzw. sind nur Testautos?*
- 15 **Proband 2 - 9:15 AM:**  
16 *Die Autos, die wir beruflich fahren, ja, aber ich muss ja ins Büro kommen und ich bin relativ weit weg von meinem Arbeitsplatz, wo der Zug zwei Stunden fahren würde und mit dem Auto bin ich 50 Minuten da. Also brauchen ist relativ, aber es ist ein sehr großer angenehmer Faktor.*
- 17 **Ich - 9:15 AM:**  
18 *Was ist eine höchste Ausbildung?*
- 19 **Proband 2 - 9:16 AM:**  
20 *Masterabschluss, Diplom-Ingenieur.*
- 21 **Ich - 9:16 AM:**  
22 *Seit wann besitzt du einen Führerschein?*
- 23 **Proband 2 - 9:16 AM:**  
24 *2013, Mai 2013.*
- 25 **Ich - 9:16 AM:**  
26 *okay, das heißt mit 17 gemacht?*
- 27 **Proband 2 - 9:16 AM:**  
28 *Ja*
- 29 **Ich - 9:16 AM:**  
30 *Was ist dein Hauptfortbewegungsmittel?*
- 31 **Proband 2 - 9:16 AM:**  
32 *Mein Hauptfortbewegungsmittel? Ich würde sagen das Auto oder je nachdem, wenn zu Fuß auch zählt?*
- 33 **Ich - 9:16 AM:**

34 *Ich würde als Fortbewegungsmittel eben irgendein Fahrzeug definieren.*

35 **Proband 2 - 9:16 AM:**  
36 *Dann eben das Auto.*

37 **Ich - 9:16 AM:**  
38 *Besitzt du ein eigenes Auto?*

39 **Proband 2 - 9:16 AM:**  
40 *Ja.*

41 **Ich - 9:16 AM:**  
42 *Das Auto ist gekauft oder geleast?*

43 **Proband 2 - 9:16 AM:**  
44 *Ahm, es ist ein Firmenauto. Es ist, ich denke, es wird wenn du die Frage stellst in Leasing reinfallen, wenn du nur die zwei Auswahlen gibst.*

45 **Ich - 9:17 AM:**  
46 *Das Auto ist über den Arbeitgeber gekauft oder gehört dem Arbeitgeber?*

47 **Proband 2 - 9:17 AM:**  
48 *Gehört? Es gehört dem Arbeitgeber und ich zahl monatlich dafür, was ja dann Leasing monatlich entspricht.*

49 **Ich - 9:17 AM:**  
50 *Okay, wie oft in der Woche benutzt du dein Auto?*

51 **Proband 2 - 9:17 AM:**  
52 *Wie oft in einer Woche, jeden Tag. Also es gibt eigentlich kaum Tage an denen es still steht. Ja, ich würde sagen, ... sechs bis sieben Mal.*

53 **Ich - 9:17 AM:**  
54 *Hast du vor, in den nächsten zwei Jahren ein Auto zu kaufen oder zu leasen?*

55 **Proband 2 - 9:17 AM:**  
56 *Im August bekomme ich das nächste.*

57 **Ich - 9:17 AM:**  
58 *Das heißt, du bekommst vom Arbeitgeber ein neues Auto.*

59 **Proband 2 - 9:17 AM:**  
60 *Ja.*

61 **Ich - 9:17 AM:**  
62 *Fühlst du dich emotional verbunden mit deinem Auto?*

63 **Proband 2 - 9:17 AM:**  
64 *Nein.*

65 **Ich - 9:17 AM:**  
66 *Also es ist nur ein Gegenstand sozusagen?*

Soziales Risiko

67

**Proband 2 - 9:18 AM:**

68

*Ja, also wenn du jetzt oder meine Freundin irgendwo anfahren würdest, das würde mir nichts machen, also keine Emotionen.*

69

**Ich - 9:18 AM:**

70

*Kennst du andere Möglichkeiten statt dem Kauf oder Leasing eines Autos? Wenn ja, welche?*

71

**Proband 2 - 9:18 AM:**

72

*Naja, es gibt Carsharing, wenn du es nur tageweise brauchen würdest, benutzen würdest. Du könntest es aber auch mieten, was nicht sehr rentabel ist, aber ich habe auch von Leuten gehört die das machen. Weil wenn du es nicht oft brauchst es doch auch billiger ist als Kaufen oder Leasen. Und sonst das klassische Ausleihen bei Freunden, Verwandten, Familien.*

Finanzielles Risiko

73

**Ich - 9:18 AM:**

74

*Hast du sowas bereits benutzt oder würdest du sowas benutzen? Unter welchen Umständen würdest du sowas nutzen?*

75

**Proband 2 - 9:19 AM:**

76

*Na gut, im Urlaub habe ich schon Auto gemietet, bei einer Mietstation einer klassischen. Ich habe natürlich schon bei den Eltern früher, wo man kein eigenes Auto hat, leiht man sich das Auto bei den eigenen Eltern aus, aber nein sonst nicht.*

77

**Ich - 9:19 AM:**

78

*Okay, ich werde dir jetzt eine Erklärung zu Mobility as a Service geben und die weiteren Fragen beziehen sich dann auf das Beispiel. Eine der unterschiedlichen Ausprägungen vom Mobility as a Service ist das Auto Abo-Modell. Hierbei können Fahrzeuge monatsweise abonniert werden, wobei die Laufzeit flexibel ist und die Preise von Modell und weiteren Faktoren abhängig. Der Besitz des Fahrzeugs geht nicht in das Eigentum der Nutzerinnen beziehungsweise des Nutzers über, ebenso wenig wie die Verpflichtung der Wartung und Reparatur. Als Beispiel Anbieter Campus 02 Autoabo Service, Fahrzeugmodell Kompaktwagen, Mindestvertragsdauer ist ein Monat. Kilometerstand sind 1000 km pro Monat. Die Leistungen, die dabei sind, sind: Wartung und Reparatur von Fahrzeug, Versicherung mit Selbstbeteiligung, 24/7 Pannenhilfe, Ersatzfahrzeug bei Reparatur Wartung. Was nicht dabei ist, ist der Kraftstoff. Der Fahrzeugwechsel ist monatsweise möglich. Das wäre sozusagen das Beispiel. Hast du von solchen Anbietern schon mal gehört?*

79

**Proband 2 - 9:20 AM:**

80

*Ja, habe ich; in Schweden, als wir ein Auto ausgeliehen haben, bin ich dann eben auch drauf gestoßen, dass du es monatsweise abonnieren kannst so ein Auto, was natürlich viel billiger ist als ausleihen.*

Komplexität

81

**Ich - 9:21 AM:**

82

*Okay, das heißt dort kennst du so Anbieter? Kennst du weitere Anbieter?*

83

**Proband 2 - 9:21 AM:**

Komplexität	84	<i>Also ich weiß, dass es in Deutschland zum Beispiel eben Sixt macht. Aber weitere Anbieter weiß ich nicht. Ich kann mir vorstellen, es macht Europcar oder andere Autovermietungen auch das weiß ich nicht, ist nur Spekulation.</i>
	85	<b>Ich - 9:21 AM:</b>
	86	<i>Wie findest du solche Services?</i>
	87	<b>Proband 2 - 9:21 AM:</b>
	88	<i>Ich würde das jetzt googeln.</i>
	89	<b>Ich - 9:21 AM:</b>
	90	<i>Nicht vom Ding ,...</i>
	91	<b>Proband 2 - 9:21 AM:</b>
	92	<i>Achso,...</i>
	93	<b>Ich - 9:21 AM:</b>
	94	<i>..wie kommst du dazu, ob du das gut findest oder schlecht findest?</i>
Kompatibilität	95	<b>Proband 2 - 9:21 AM:</b>
	96	<i>Ich hätte es in Anspruch genommen, also kann ich sie nicht so schlecht finden. Tatsächlich ging es in Schweden dann nicht, aber das war eben, ich hatte ein Auto für zwei Wochen gemietet. Was mich glaub 700 Euro 600 -700 Euro gekostet hat und das Monatsabo wäre 800 Euro gewesen für das Auto. Also ich hätte es in Anspruch genommen, weil es sich eben ab 2 Wochen oder so rentiert, wenn man es wirklich benutzt.</i>
	97	<b>Ich - 9:21 AM:</b>
	98	<i>Okay, das heißt, wenn du es länger mieten müsstest, wäre es sozusagen eine Option?</i>
Kompatibilität	99	<b>Proband 2 - 9:22 AM:</b>
	100	<i>Wenn es keine Bindung hat, natürlich haben wir immer die Angst vor den Bindungen.</i>
	101	<b>Ich - 9:22 AM:</b>
	102	<i>Und was macht jetzt den Unterschied zu deinem Auto, du besitzt dein Auto vom Arbeitgeber und zahlst genauso monatlich. Wenn du das jetzt in Relation setzt mit dem, was spricht für das eine, was spricht für das andere?</i>
Finanzielles Risiko	103	<b>Proband 2 - 9:22 AM:</b>
Customization	104	<i>Ich würde mal stark behaupten, der Arbeitgeber gibt es mir billiger, viel billiger und verhältnismäßig eben, ja. Das ist das eine, das andere ist auch noch die Kilometerleistung, was auch wieder wahrscheinlich sich preislich niederschlägt. Und, ja, ich glaube das sind eigentlich die Hauptfaktoren.</i>
	105	<b>Ich - 9:22 AM:</b>
	106	<i>Wie müsste das Service gestaltet sein, dass du ihn nutzt?</i>
	107	<b>Proband 2 - 9:22 AM:</b>
Ansprechperson	108	<i>Ich würde sagen es müsste erstmal einen Ansprechpartner in der Nähe vielleicht oder irgendwie generell Ansprechpartner geben.</i>



*Ansprechpartner in der Nähe, wenn man eben ein Problem hat oder das Auto ist, ... ich mache es nicht online sowas, sondern ich will ja mit irgendjemanden reden. Es muss eben, wie gesagt, preislich attraktiv sein, somit billiger als meine derzeitigen Kosten und dann eben mit den Kilometern relativ flexibel sein. Es ist schwerer vorhersehbar wie viel ich fahre, aber teilweise fahr ich sehr viel. Und wenn ich dann in irrsinnige Umkosten komme oder das Auto dann nicht nutzen will, weil ich sonst über die Kilometer drüber komme, dann denke ich mir dann brauche ich es nicht, weil Ich will, ja kein Auto haben wo ich dann mir jedes Mal überlegen will, ob ich noch fahren kann oder darf oder ob ich über die Kilometer drüber bin.*

109 **Ich - 9:23 AM:**

110 *Das wäre der Grund, was gegen die Nutzung spricht. Gibt es noch weitere Gründe die dagegen sprechen?*

111 **Proband 2 - 9:24 AM:**

112 *Ja, das wiederum ist auch der Kostenfaktor Langzeitkosten müsste man mal gegenüber einem Kauf abwiegen. Ab wann, ab wann rentiert es sich ein Auto zu kaufen, wobei natürlich immer das Risiko dabei ist, aber, ja, das wäre ein Grund. Und ein weiterer Grund, kommt drauf an wenn es alle Modelle gibt oder sowas oder wenn es gute Modelle gibt, dann gibt es nicht viel dagegen zu sagen.*



113 **Ich - 9:24 AM:**

114 *Welche Vorteile siehst du in dem Service?*

115 **Proband 2 - 9:24 AM:**

116 *Wie du schon gesagt hast, du hast keine Reparaturen, keine Servicekosten, keine Reifenprobleme, Kaufen von irgendwelchen Reifen. Oder ja, du hast zur Wartung von den Autos keine Sorgen und ich weiß gar nicht ob du das angesprochen hast, vielleicht sind es auch immer Neuwägen, je nachdem.*



117 **Ich - 9:25 AM:**

118 *Sind es nicht, kommen wir aber dann noch dazu.*

119 **Proband 2 - 9:25 AM:**

120 *Aber man hat halt wahrscheinlich immer ein Auto in einen guten Zustand und das eben auch in einem guten Zustand gehalten wird. Und man muss halt keine Kosten tragen, die unvorhersehbar sind.*



121 **Ich - 9:25 AM:**

122 *Erscheint so ein Service als sehr komplex?*

123 **Proband 2 - 9:25 AM:**

124 *Erscheint mir recht überschaubar.*

125 **Ich - 9:25 AM:**

126 *Das heißt, es würde auch, ... was ist mit Punkten wie dem Vertrag zum Beispiel?*

127 **Proband 2 - 9:25 AM:**

128 *Ja wie schon gesagt also beim Vertrag ist es immer so, da hat mal allgemein seine Ängste, ob man irgendwie in eine Kostenfallen tappt, irgendwelche Bindungen oder Abo-Fallen tappt. Da muss man sich*



		<i>halt erkundigen, aber ich denke mal, wenn man sich den Vertrag einmal zu Herzen nimmt, wird das schon überschaubar sein. Also komplex glaube ich nicht. Wie gesagt, das Problem mit den Kilometern, vielleicht was ein bisschen komplizierter sein kann.</i>
	129	<b>Ich - 9:26 AM:</b>
	130	<i>Wie zuverlässig erscheint dir so ein Service?</i>
	131	<b>Proband 2 - 9:26 AM:</b>
Image Verlässlichkeit	132	<i>Wenn das eine große seriöse Firma macht, dann scheint mir das schon zuverlässig. Also kann mir schon vorstellen, dass das gut funktioniert.</i>
	133	<b>Ich - 9:26 AM:</b>
	134	<i>Welche Risiken könnte so ein Service noch bieten, du hast schon die Abofalle angesprochen?</i>
	135	<b>Proband 2 - 9:26 AM:</b>
Verantwortung	136	<i>Ja genau, eben die Abofalle oder andere versteckte Kosten durch, ... auch eine große Angst sind Schäden am Auto, wenn ich jetzt kleine Kratzer rein mache mit was auch immer an der Außenseite, ist immer ein Thema. Es ja oftmals ein Versicherungsfall, wenn das vollkaskoversichert ist, je nach dem Parkschaden oder sowas ist ja schnell mal abgedeckt, aber kleinere Kratzer und Felgen sind womöglich Kosten die dich, ... wo du womöglich zur Kassa gebeten wirst ungewollt. Aber auch ein großes Thema ist der Innenraum, weil der von keiner Versicherung abgedeckt wird und natürlich, wenn du da drinnen Abnutzung hast oder irgendwas kaputt machst, sei es du ziehst an einem Knopf oder so oder ähm was weiß ich Handschuhfachöffner und das bricht ab. Du hast aber wahrscheinlich auch die Kosten oder wirst ordentliche zur Kasse gebeten, weil du halt ein Auto hin machst das nicht dir gehört.</i>
Finanzielles Risiko		
	137	<b>Ich - 9:27 AM:</b>
	138	<i>Das heißt, das wäre auf eine gewisse Art wieder sehr komplex das Ganze.</i>
	139	<b>Proband 2 - 9:27 AM:</b>
Komplexität	140	<i>Das wird es womöglich komplex machen. Jetzt gerade auch, ich weiß es bei mir ist es so, die Außenschäden sind schnell mal abgedeckt, weil das die Versicherungen regelt. Muss man jetzt auch nicht immer, ... er wird auch nicht bei jedem Kratzer repariert. Ja aber eben innen wirds womöglich kompliziert, wenn du sagst du verschüttet was auf den Sitz. Wie wird das abgerechnet? Zahlst du den ganzen Sitz, das ganze Auto? Musst du die Reparatur zahlen? Was ist, wenn es nicht raus geht, wenn Gerüche bleiben? Da ist schon ein gewisses Risiko.</i>
	141	<b>Ich - 9:28 AM:</b>
	142	<i>Das schließt doch irgendwie auf den nächsten Punkt. Du wirst nicht immer einen Neuwagen bekommen, wenn du ein Auto mietest, stellt dies ein Problem dar?</i>
	143	<b>Proband 2 - 9:28 AM:</b>
Verlässlichkeit	144	<i>Nicken hilft nicht. Nee ich denke es stellt kein Problem dar, wie gesagt, ist auch wieder so eine Mobilitätsgarantie, wenn man die hat,</i>

<p>Verlässlichkeit</p>	<p>145</p> <p>146</p>	<p><i>dann muss das ja kein neues Auto sein. Ich will halt nicht liegen bleiben, wenn du ein altes Auto hast und ich habe Probleme dann will ich ihren Service haben. Pannendienst, wie schon erwähnt, der dabei ist, dann sollte es kein Problem darstellen.</i></p>
<p>Image</p> <p>Soziales Risiko</p>	<p>147</p> <p>148</p>	<p><b>Ich - 9:28 AM:</b></p> <p><i>Wie würdest du das sehen, wenn du mit Vorschäden konfrontiert wirst, wenn du das Auto übernimmst.</i></p> <p><b>Proband 2 - 9:28 AM:</b></p> <p><i>In gewissen Maßen okay. Also ich würde nicht mit dem Auto rumfahren, beim dem die halbe Stoßstange runter hängt, weil das halt einfach aussieht, als würde man mit einer Schrottkiste fahren. Aber wenn da Kratzer drin sind oder Gebrauchsspuren, normale Gebrauchsspuren drin sind, ein paar Dellen so, das ist glaube ich kein Problem. Ist dann auch wieder die Frage, ob es vielleicht die Nutzbarkeit einschränkt, wenn du sagst, du hast innen Schäden, weil die Sitzheizung kaputt ist und du dann den Komfort verlierst, die Sitzheizung zu verlieren ist halt ärgerlich. Da würde man dann wahrscheinlich eher drüber nachdenken.</i></p>
<p>Kompatibilität</p>	<p>149</p> <p>150</p>	<p><b>Ich - 9:29 AM:</b></p> <p><i>Und wie sieht es mit der Hygiene aus, hättest du da Bedenken?</i></p>
<p>Hygiene</p>	<p>151</p> <p>152</p>	<p><b>Proband 2 - 9:29 AM:</b></p> <p><i>Seit Covid denke ich mir, werden die hoffentlich irgendwie auch desinfiziert oder so, oder mindestens einmal gereinigt. Was weiß ich, einmal im Monat, ... das ist wenn man es monatsweise hat, kann man schon erwarten, dass das dann auch gereinigt wird.</i></p>
<p>Finanzielles Risiko</p> <p>Verlässlichkeit</p>	<p>153</p> <p>154</p> <p>155</p> <p>156</p>	<p><b>Ich - 9:29 AM:</b></p> <p><i>Okay, also grundsätzlich schaut es so aus, dass du es eben monatsweise mieten kannst. Du kannst aber natürlich ein Abo abschließen und dass es länger ist. Dann ist es deine Verantwortung es sauber zu halten. Welche finanziellen Vorteile würdest du in dem Service sehen?</i></p> <p><b>Proband 2 - 9:30 AM:</b></p> <p><i>Vorhersehbare Kosten, du hast monatliche Fixkosten. Du weißt, was auf mich zukommt, du hast keine Verträglichkeiten mit Versicherungen, weil es alles dabei ist. Und somit hast du eigentlich einfach, ... kannst du gut abschätzen, was deine Kosten sind. Und ja das würde ich als einen Vorteil sehen und auch keine hohen Einmalkosten schätzungsweise. Einmalkosten wurden jetzt nie erwähnt.</i></p>
<p>Verantwortung</p>	<p>157</p> <p>158</p> <p>159</p> <p>160</p>	<p><b>Ich - 9:30 AM:</b></p> <p><i>Würdest du mit einem gemieteten Auto anders umgehen wie mit deinem eigenen Auto?</i></p> <p><b>Proband 2 - 9:30 AM:</b></p> <p><i>Hm, eine ehrliche Antwort, ... nein wobei wahrscheinlich nicht, weil ich auch, ... also ich würde nicht weniger gut drauf aufpassen, weil ich wahrscheinlich Angst habe, dass man danach wieder eben Schäden mir irgendwie anschuldet. Irgendwelche Schäden oder Flecken oder sowas, also vermutlich nicht.</i></p>

Image  
Soziales Risiko

161 **Ich - 9:31 AM:**  
162 *Wie sieht es mit der Tatsache aus, dass es nicht dein Eigentum ist?*

163 **Proband 2 - 9:31 AM:**  
164 *Ist es jetzt auch nicht, ich fahre die ganze Zeit mit nicht meinem Eigentum.*

165 **Ich - 9:31 AM:**  
166 *Das heißt kein Problem damit?*

167 **Proband 2 - 9:31 AM:**  
168 *Kein Problem.*

169 **Ich - 9:31 AM:**  
170 *Wie würdet deine Flexibilität steigen?*

Kompatibilität

171 **Proband 2 - 9:31 AM:**  
172 *Steigen würde ich, ... da ich ein ähnliches Modell jetzt habe, würde ich nicht sagen, dass es sich steigert.*

173 **Ich - 9:31 AM:**  
174 *Wie sieht es aus mit dem monatlichen Autowechsel aus? Das wird ja jetzt nicht möglich sein.*

Kompatibilität

175 **Proband 2 - 9:31 AM:**  
176 *Es stimmt, ich glaube nicht, dass ich mein Auto monatlich wechseln würde. Eben auch um Sachen wie wir schon angesprochen haben ein bisschen zu reduzieren. Ich will nicht, denn das ist doch jedes Mal das Risiko, die Hygienestandards. Du musst ja wieder sehen, ob das sauber ist und wieder Sachen, .... lieber habe ich ein Auto längere Zeit, dann weiß ich, es ist von mir gefahren Und ja, also ich würde wahrscheinlich länger nehmen, aber das würde die Flexibilität steigern, wenn ich sage, ich habe was weiß ich, diese Woche einen Umzug und ich nehme mir einen Bus. Wenn das gehen würde, aber es würden wahrscheinlich auch andere Kosten dann wieder sein. Aber es würde dahingehend die Flexibilität schon ein bisschen steigern, wenn man es im Winter vielleicht ein größeres Auto zum Skifahren nimmt im Frühling und Herbst, wo man weniger Platz braucht, vielleicht wenn man weder Skifahren will noch auf Urlaub fährt, ein kleineres Auto nehmen kann. Das könnte flexibler sein, ja.*

177 **Ich - 9:32 AM:**  
178 *Aber was ich jetzt so rausgehört habe, siehst du ein Risiko im Autowechsel, wenn man oft wechselt?*

Verlässlichkeit

179 **Proband 2 - 9:33 AM:**  
180 *Also, man gewöhnt sich ja ein gewisses Stück an ein Auto und auch an die Verlässlichkeit für mein Auto. Ob du jetzt da komische Geräusche am Motor hörst und sowas, weil auch wenn es abgedeckt ist, dass ich liegenbleibe, irgendwo weil ich ein Rundumservice habe, was Pannenhilfe angeht, ist es so, wenn ich liegen bleibe, habe ich trotzdem Zeitverlust und Scherereien. Deswegen würde ich sagen ich wechsele es nicht so oft, weil die Autos müssen sympathisch sein, sowohl innen also auch technisch meinen Standard entsprechen. Und wenn das funktioniert und passt, dann würde ich das eher*

Verlässlichkeit

mehrere Monate fahren.

181 **Ich - 9:33 AM:**

182 Welche Verantwortung bringt die Nutzung mit sich?

Verantwortung

183 **Proband 2 - 9:33 AM:**

184 Ja respektvollen Umgang, da eben nicht dein Eigentum. Man soll schauen, dass man das auch respektiert und auf die Sauberkeit und Schadenfreiheit achtet.

185 **Ich - 9:34 AM:**

186 Welche Maßnahmen könnten Anbieter setzen, um diese besprochenen Probleme, die wir jetzt gehabt haben, wie versteckte Kosten, Schäden, zum Beispiel mit Versicherungssachen, mit fehlender Reinigung und so weiter, das die Anbieter dem entgegenwirken?

Hygiene

187 **Proband 2 - 9:34 AM:**

188 Klare Kommunikation, wenn mir gesagt wird, dass das Auto, dass ich nehme, wird gereinigt bevor ich es übernehme und ich merke, dass wenn ich einsteige, weil man merkt auf dem Auto frisch geputzt ist und auch, ... also man merkt ja ob das sauber ist oder nicht. Das wenn das klar kommuniziert wird und dann eben auch den Eindruck macht, wenn man einsteigt das es sauber ist, dann wird es schon glaube ich viel, viel ausmachen. Eben auch schon, dass man irgendwo lesen kann, wenn man sich darüber informiert, eben auch zu den versteckten Kosten klar sagen, wie ist es abgedeckt und man sollte es auf jeden Fall irgendwo erwähnen. Weil vermutlich denken die wenigsten Leute dran und dann ist es aber so, dass irgendwann mal ein Griff abbricht und oder ein Knopf kaputt wird oder so. Oder was weiß ich, Cola verschüttet wird. Klare Kommunikation, Was ist, wenn der Fall eintritt? Was ist, wenn ich jetzt, ... Was ist, wenn ich jetzt ja, Cola, ... ich glaube der typische, das typische Beispiel du fährst zum McDonald's, kaufst dir ein Cola verschüttet es.

Finanzielles Risiko

189 **Ich - 9:35 AM:**

190 Unter welchen Umständen würdest du dem Anbieter solche Probleme oder solche Schäden die auftreten, beispielsweise mitteilen?

191 **Proband 2 - 9:35 AM:**

192 Wenn die Kosten übernommen werden, würde ich die Reinigung oder, ... übernommen werden Sie wahrscheinlich nicht werden, aber sagen wir mal wenn ich dadurch einen Vorteil sehe. Ich würde so eine Reinigung womöglich selber übernehmen. Nach gutem Gewissen oder vielleicht doch nur oberflächlich das ist ein Risiko, ob man das nur oberflächlich macht und das nächste Mal ein anderes Auto nimmt. Aber man kann auch sagen, der Mensch ist nicht immer der rücksichtsvollste, aber wenn da klar kommuniziert wird, wir bieten das auch an und man hat irgendwie, ... so ein Service dabei, Reinigungsservice dabei, dann würde ich das vielleicht auch in Anspruch nehmen.

Co-Creation

Customer Feedback

Hygiene

Verantwortung

193 **Ich - 9:36 AM:**

194 Und wie sieht es aus mit Problemen die generell auftreten? Also jetzt nicht Schäden beispielsweise am Auto, sondern, dass du irgendein

*Problem hast mit dem Abo-Service mit dem ganzen Service, das die anbieten, dass da irgendein Problem auftritt?*

195 **Proband 2 - 9:36 AM:**

196 *Ach so! Also die Frage ist wie, wie was ich denn, was ich mir erwartet, was ist die Frage dann?*

197 **Ich - 9:37 AM:**

198 *Genau wann du solche Probleme mitteilst. Das heißt, wann teilst du denen mit, ich hätte dort ein Problem; es ist jetzt nichts Dringendes beispielsweise, aber das stört mich?*

199 **Proband 2 - 9:37 AM:**

200 *Wann ich es mitteile oder wie ich das am besten will, was ich mir erwarte bei einem Service?*

201 **Ich - 9:37 AM:**

202 *Wann du das mitteilst, unter welchen Umständen?*

203 **Proband 2 - 9:37 AM:**

204 *Achso unter welchen Umständen. Ich glaube, sobald ich mir auf dem Schlips getreten fühle. Sobald man sich denkt, das könnte eventuell zu meinem Nachteil sein oder was weiß ich, wenn das das mehrere Leute haben oder andere Leute das selbe Modell benutzen, andere Konditionen haben. Oder Sachen ja sobald man sich, ... man hat immer so das Gefühl man will ja nicht ausgenommen werden. Das wird man ja meistens recht schnell.*

Customer Feedback

Verlässlichkeit

205 **Ich - 9:38 AM:**

206 *Würdest du da auch Kommentare oder Bewertungsfunktionen auf Social Media oder der Website nutzen?*

Customer Feedback

207 **Proband 2 - 9:38 AM:**

208 *Meine persönliche Meinung, vermutlich nur Negatives.*

209 **Ich - 9:38 AM:**

210 *Nur Negatives?*

Word-of-Mouth

Customer Feedback

211 **Proband 2 - 9:38 AM:**

212 *Wenn ich jetzt sage ich bin unzufrieden, dann würde ich das auch öffentlich gerne bekannt geben, so weil man andere Leute davor warnen will. Weißt du, wir im Schwabenlände haben den Spruch: „Nicht geschimpft ist gelobt genug.“ Ich glaube die meiste Leute sagen, wenn sie sauer sind, weil sie unzufrieden sind, dann würden sie das, diesen Frust schon auslassen an Google Bewertungen was auch immer. Aber die wenigsten schreiben das ist ein klasser Service. Also wobei das sicher wahrscheinlich das ist, das sich so ein Anbieter mehr erwartet als die Negativen.*

213 **Ich - 9:38 AM:**

214 *Natürlich, erhofft zumindest. Als Serviceanbieter ist natürlich der Austausch mit Kundinnen und Kunden sehr wichtig. Hättest du mehr Vertrauen in die Nutzung bzw. den Anbieter, wenn der Anbieter sich mehr mit dir austauscht oder zum Beispiel auf die Kommentare reagiert und so weiter?*



215 **Proband 2 - 9:39 AM:**

216 *Auf jeden Fall, also wenn er sich, wenn man sich gesehen vorkommt, gehört vorkommt und man den Austausch erlebt, dann geht man mit dem Service oder mit den Leuten eben offener um und man ist auch aufgeschlossener Sachen gegenüber und ,...*

217 **Ich - 9:39 AM:**

218 *Wie reagierst du, wenn ein Unternehmen auf dein Feedback reagiert?*

219 **Proband 2 - 9:39 AM:**

220 *Wie gesagt ich also wie ich reagiere. Ich komme mir eben gesehen vor und wertgeschätzt vor. Wie ich reagiere hängt jetzt von dem konkreten Fall ab, wenn ich jetzt eine Kritik äußere und da kommt irgendwie eine nette Antwort, dann würde mich das zumindest schon mal freuen. Aber ja, die genaue Option ist ja abhängig von dem Fall.*



221 **Ich - 9:40 AM:**

222 *Wird dies die Wahrscheinlichkeit steigern, den Service zu nutzen oder wieder zu nutzen?*

223 **Proband 2 - 9:40 AM:**

224 *Ja, aber ich denke auch wenn man in den öffentlichen Bewertungen sieht, bei anderen Kommentaren, dass da nicht einfach nur Kommentare da gelassen wurden und die wurden nie beantwortet, sondern man sieht, dass der Service-Provider da sich darum kümmert, wird es meine Intention oder meine Motivation steigern, den Service in Anspruch zu nehmen.*



225 **Ich - 9:40 AM:**

226 *Dass du Probleme mitteilst, haben wir vorher schon geklärt. Über welche Plattformen würdest du das gerne machen, wenn Probleme auftreten?*

227 **Proband 2 - 9:40 AM:**

228 *Also jetzt direkte Probleme melden. Plattform, ich glaube ich will anrufen am liebsten. Ich glaube immer mit der menschlichen Stimme reden, wenn ich irgendwelche Sachen habe. Das müsste sich jeder,... weil am schlimmsten sind Chatbots oder sowas. Oder irgendwelche Bandansagen sonst so menschliche Stimme dahinter oder eine KI dahinter.*



229 **Ich - 9:41 AM:**

230 *Wäre das bei jedem Problem so?*

231 **Proband 2 - 9:41 AM:**

232 *Nee, ich glaube hauptsächlich bei den dringenden Problemen, größeren dringende Probleme will ich auf jeden Fall diskutieren oder auch heiklere Themen. Sag mal, wenn es eine Problem ist, dass ich jetzt verursacht habe, ein kleiner Schaden oder sowas, was ich einfach bekannt geben will, dann schreibe ich am liebsten eine E-Mail oder so. Also ja eigentlich am liebsten eine E-Mail, weil dann kann ich jetzt machen und dann hat sich das mal erledigt. Dann habe ich meine Ruhe und dann kommt irgendwann die Antwort gut überlegt.*



Verantwortung  
Customer Feedback

233 **Ich - 9:42 AM:**  
234 *Unter welchen Umständen wäre es dann der Anruf?*

235 **Proband 2 - 9:42 AM:**  
236 *Unzufriedenheit mit irgendwie dem Kontakt, Vertraglichkeiten, irgendwelche Sachen, die ich finde gar nicht gehen, weil es einfach nicht akzeptierbar sind oder Sachen wo ich Sorge trage, dass wenn es ich nicht gleich melde, dann womöglich mir angeschuldet wird.*

237 **Ich - 9:42 AM:**  
238 *Wenn dir die Möglichkeit gegeben wird, den Service mitzugestalten. Wie würdest du diese nutzen?*

239 **Proband 2 - 9:42 AM:**  
240 *Im Sinne von welcher Plattform oder generell?*

241 **Ich - 9:42 AM:**  
242 *Kann über alle Plattformen sein.*

243 **Proband 2 - 9:42 AM:**  
244 *Wenn ich den Service mitgestalten würde, eben wie gesagt, ich würde eine Hotline einrichten, wo auf jeden Fall jemand abhebt, der mit dir redet, was vermutlich das ist, was man am wenigsten hören will, weil es den meisten Aufwand bringt. Ich würde aber auch E-Mail vielleicht, oder so einen einfachen Kommunikationsweg. Ich gehe auf die Homepage, ich habe ein Kontaktformular, da kann ich auch schon teilweise, verstehe ich auch voll, teilweise auswählen, welche Probleme ich habe, dass das mir eine Vorauswahl gibt von den häufigsten Problemen. Dann sieht man, da braucht man nicht lange erklären, weil das kein ganz spezielles Problem ist, sondern auch öfters mal vorkommen kann. Wenn man so eine Auswahlmöglichkeit hätte, dann hat man das gleich bekannt gegeben. Und was auch immer gut ist, dass man dann irgendwie Bilder hochlädt oder so. Ich hatte es jetzt auch schon, dass ich irgendwas veranstalten will, wo vielleicht ein Bild dazu gehört, aber ich kein Bild hochladen kann, was einfach ärgerlich ist, weil dann kommt wieder eine Antwort. Dann müssen wir wieder per E-Mail schreiben. Ja, also entweder E-Mail ist immer gut, wenn man selbst gestalten kann, wie man will. Oder eben gut aufgestelltes Kontaktformular oder eine App, je nachdem wie viel Aufwand man betreiben will auch gut, wenn es eine App gibt.*

Co-Creation

App

245 **Ich - 9:44 AM:**  
246 *Wenn Freunde und Bekannte dir ein Unternehmen empfehlen. Unter welchen Umständen würdest du auch zu dem Unternehmen gehen?*

247 **Proband 2 - 9:44 AM:**  
248 *Wenn die begeistert sind, wenn die mir erklären, dass es mir Vorteile bringt. Aber vor allem positive Erfahrungen in Sachen und Punkte, eben Überschaubarkeit der Kosten, Behandlung der Problemfälle und Kundenservice und so.*

Word-of-Mouth  
Finanzielles Risiko  
Verlässlichkeit

249 **Ich - 9:44 AM:**  
250 *Wie sieht's mit negativen Erfahrungen von Freunden aus, nimmst du die auch ernst?*

251 **Proband 2 - 9:45 AM:**

<p>Image</p> <p>Word-of-Mouth</p>	252	<p><i>Auf jeden Fall, ich glaube viel ernster. Begeistert ist jemand schnell davon, aber wenn mir jemand negative Erfahrungen, ... beurteilt, dann würde ich die wahrscheinlich eher tendenziell absagen, ohne dass ich das genauso checke als zusage, wenn mir jemand positiven Erfahrungen sagen will. Alles immer hier kritischer.</i></p>
	253	<p><b>Ich - 9:45 AM:</b></p>
	254	<p><i>Und unter welchen Umständen empfiehlt du selbst ein Unternehmen weiter?</i></p>
	255	<p><b>Proband 2 - 9:45 AM:</b></p>
<p>Word-of-Mouth</p> <p>Kompatibilität</p>	256	<p><i>Wenn es mich überzeugt, wenn ich zufrieden bin mit den Autos in diesem Fall, wenn ich zufrieden bin mit den Autos die ich haben würde, weil das coole Autos sind und das preiswert ist und die Leute sagen würden „hey das ist ja cool“. Da würde ich sagen „Ja dann, das und das müsstet Ihr machen, das ist es auf jeden Fall wert“.</i></p>
	257	<p><b>Ich - 9:45 AM:</b></p>
	258	<p><i>Wenn es deine Erwartungen erfüllt oder wenn es deine Erwartungen übertrifft.</i></p>
	259	<p><b>Proband 2 - 9:45 AM:</b></p>
	260	<p><i>Vermutlich eher übertrifft. Ja, eher übertrifft natürlich.</i></p>
	261	<p><b>Ich - 9:46 AM:</b></p>
	262	<p><i>Du hast vorher gerade angesprochen, dass eine App vielleicht sinnvoll wäre. Wenn der Anbieter so eine App hat. Würdest du sie als sinnvoll erachten? Und welche Funktionen sollte die App besitzen?</i></p>
	263	<p><b>Proband 2 - 9:46 AM:</b></p>
<p>Verantwortung</p> <p>Customer Feedback</p> <p>Customization</p> <p>App</p> <p>Kompatibilität</p> <p>Kundenservice</p> <p>Customer Feedback</p>	264	<p><i>Ich würde es als sinnvoll erachten. Apps sind immer, ... ja man installiert es nicht immer gern zu jedem Service, zu manchen Services wie zum Beispiel das Auto, was ein großes Ding ist, würd ich es doch auch sinnvoll erachten. Was für ein Service ich mir erwarten würde, ja auf jeden Fall ein Feedback so eben einfache Rückmeldungen bzw. auch Schadensmeldungen, Problembeanstandungen, aber auch weil es interessant ist immer wieder zu sehen, vermutlich welche Autos verfügbar sind, wie die verfügbar sind, ob man die vielleicht irgendwie konfigurieren kann oder so. Man schaut ja auch gerne aus Langeweile mal in so in eine App rein und denkt sich so: „Was könnte ich mir nächstes Monat für ein Auto holen“, oder ich habe jetzt einen Urlaub geplant, mit acht Freunden und will ich vielleicht einen Neunsitzer haben. Das man sagt, da schau ich mal rein und da schaue ich mal, ob ich so ein Auto nächstes Monat haben kann und dann vielleicht auch übernächstes Monat wieder ein anderes Auto. Dass es ein bisschen vorhersehbar ist, dass ich sage ich kann nicht nächster Monat sagen, sondern dann auch übernächstes, aber ich will mein jetziges Auto wieder haben, weil ich das cool finde und nur nächstes Monat auf Urlaub fahren will und deswegen das Auto brauche. Also so ein Service wäre echt cool eigentlich, ja eigentlich das nee, was braucht man sonst. Wo man vielleicht die Nummern hat, wenn man ein extra Pannenservice anrufen muss, die Pannerservicenummern, oder einfach gleich die Nummern drinnen hat wo man sich melden kann, wenn irgendetwas ist.</i></p>

265 **Ich - 9:47 AM:**  
266 *Das heißt der Kontakt wie sieht es mit einem Chatfunktion  
beispielsweise aus?*

267 **Proband 2 - 9:48 AM:**  
268 *Chat, für auch,... für den Kontakt jetzt, also Service?*

269 **Ich - 9:48 AM:**  
270 *Für den Kontakt mit dem Anbieter, also für den Service bei  
Problemen.*

Image {

271 **Proband 2 - 9:48 AM:**  
272 *Habe ich schlechte Erfahrungen, weil es meistens ein Chatbot ist.*

273 **Ich - 9:48 AM:**  
274 *Okay, als das heißt es sollte kein Chatbot sein?*

275 **Proband 2 - 9:48 AM:**  
276 *Genau weil, wenn ich jetzt eben reinschauen und du siehst schon da  
kommt eine Antwort die künstlich lang tippt und dann kommen  
irgendwie was, was da formuliert wird aber nicht meine Antwort  
interpretiert hat. Was ja durch ChatGPT, durch GPTs, durch das  
schöne wie man das so schön sagt ja mittlerweile viel besser  
gemacht werden kann. Aber wie gesagt, ich habe schlechte  
Erfahrungen mit Chatbots.*

277 **Ich - 9:48 AM:**  
278 *Wie würdest du reagieren, wenn ein solcher Anbieter Belohnungs-  
oder Treueprogramme einführt?*

Gamification  
Word-of-Mouth

279 **Proband 2 - 9:48 AM:**  
280 *Das wäre auf jeden Fall gut. Man denkt sich oft, denen habe ich  
schon so viel Geld gespendet, da könnte man Rabatt oder Bonus  
haben. Dass wäre auf jeden Fall gut, da würde ich zum Beispiel, ...  
so etwas würde die Wahrscheinlichkeit es weiterzuempfehlen  
womöglich steigern, wenn man dadurch dann, was weiß ich, einen  
Monat lang ein teureres Auto billiger haben kann.*

281 **Ich - 9:49 AM:**  
282 *Wäre es auch in der Verbindung mit der App möglich, dass man  
gewisse Sachen machen muss?*

Gamification  
App

283 **Proband 2 - 9:49 AM:**  
284 *Ja man könnte in der App auch machen, dass man allerdings den  
Status sieht, also für sich Punkte sammeln oder sowas in der App  
sieht. Das wäre auch natürlich sinnvoll, weil es halt nicht übertrieben  
werden darf, weil z.B die Flugmeilen gehen mir schon auf dem  
Zeiger, weil die kommen dann immer und überall. Und ja das sind zu  
viel.*

285 **Ich - 9:49 AM:**  
286 *Würdest Du als Testperson für ein Auto-Abo agieren?*

Brand Ambassador {

287 **Proband 2 - 9:50 AM:**  
288 *Ja würde ich auch testen.*

Geförderter Weg  
Brand Ambassador

289 **Ich - 9:50 AM:**  
290 *Unter welchen Umständen würdest du testen?*

291 **Proband 2 - 9:50 AM:**  
292 *Natürlich die Frage dann immer welche Kosten für mich da zu kommen, ob ich irgendwie Benefit davon habe, im Sinne von billigeres Auto, wenn man jetzt sagt, ich teste das. Dann will man vielleicht, ...dann weiß man, dass man nicht einen ausgereiften Service hat. Dann will man auch nicht immer den vollen Preis zahlen, weil man vollen Preis vermutlich immer für ein Ende Produkt zahlen will. Ja, und sonst gutes Feedback auch wieder, da ist wieder die Frage wie sehr wird das wertgeschätzt, was man da testet.*

293 **Ich - 9:50 AM:**  
294 *Wenn dir ein Unternehmen jetzt anbietet, dass du als Testperson agierst. Unter welchen Umständen würdest du zusammenarbeiten? Also würdest du beispielsweise Testberichte schreiben, würdest du gemeinsam mit denen Meetings haben? Also was würdest du aufwenden, dass du sozusagen gemeinsam mit denen den Service verbessern kannst und dafür sozusagen das Abo testen kannst?*

Brand Ambassador

295 **Proband 2 - 9:51 AM:**  
296 *Ich glaube, ich würde schon auch aus Interesse und Freude würde ich da auch tatsächlich Meetings machen und Testberichte machen, da auch ein bisschen Aufwand reinstecken. Was weiß ich, wenn das jetzt am Tag oder in der Woche mal eine Stunde oder zwei Stunden sind, die ich mich da beschäftigen muss. Wenn ich dafür eben auch was habe, wie gesagt relativ preiswertes Auto oder so, dann will man das auf jeden Fall machen, aber dann weil ich es gerne machen würde.*

297 **Ich - 9:51 AM:**  
298 *Dann noch welche sozialen Netzwerke nutzt du?*

299 **Proband 2 - 9:51 AM:**  
300 *Zählen Messenger wie WhatsApp?*

301 **Ich - 9:51 AM:**  
302 *Auch ja.*

303 **Proband 2 - 9:52 AM:**  
304 *Dann ist es WhatsApp, Telegram und Instagram und Snapchat.*

305 **Ich - 9:52 AM:**  
306 *Würdest du die sozialen Netzwerke nutzen, um dich über den Service zu informieren?*

Image

307 **Proband 2 - 9:52 AM:**  
308 *Instagram vielleicht, Instagram ist wichtig für eine Firma. Ich würde behaupten, wenn es nicht auf Instagram eine Firma gibt, dann ist es nicht seriös.*

309 **Ich - 9:52 AM:**  
310 *Okay, das heißt das wäre auch wichtig, dass die dort vertreten sind.*

311 **Proband 2 - 9:52 AM:**

Image	312	<i>Ich denke ja, wie gesagt man sucht schnell mal auf Instagram oder man, ... ja doch, das wäre schon für eine Firma, ... jede Firma ist dort vertreten, das gehört mittlerweile dazu. Vermutlich weil ich jetzt auf Instagram bin, vermutlich sagen es viele Leute über andere Social Media auch. Also womöglich muss man auf allen irgendwie vertreten sein.</i>
	313	<b>Ich - 9:52 AM:</b>
Customer Feedback	314	<i>Würdest du auch dort interagieren mit dem Unternehmen, beispielsweise kommentieren oder auch über die Chatfunktion denen Probleme mitteilen?</i>
	315	<b>Proband 2 - 9:53 AM:</b>
Customer Feedback	316	<i>Kommentieren aus freien Stücken vermutlich nicht, da bin ich nicht der Typ dazu, gibt es sicher auch genügend Leute. Über die Chatfunktion was mitteilen wäre mir das jetzt nicht unbedingt der seriöseste Weg, wobei ich es womöglich auch in Erwägung ziehen würde. Sachen wie Interaktionen wie Gewinnspiele würde ich vielleicht mitmachen, weil man, wenn man eben was findet, dass einen interessiert, aber sonst interagiere ich in Social Media eher selten.</i>
	Gamification	317
318		<i>Würdest du auch irgendwie eine Onlinecommunity beitreten, Fanpages oder ähnliches?</i>
Brand Community	319	<b>Proband 2 - 9:53 AM:</b>
	320	<i>Sehe ich eigentlich nur unnötig viel nervige Werbung drin oder Nachrichten.</i>
Image	321	<b>Ich - 9:53 AM:</b>
	322	<i>Dann werden wir auch schon bei der letzten Frage. Gibt es weitere Punkte die du gerne ergänzen möchtest?</i>
Soziales Risiko	323	<b>Proband 2 - 9:54 AM:</b>
	324	<i>Zu diesen Service, was man verbessern kann oder anders machen kann. Was könnte man da verbessern oder ergänzen: Ich glaube es wäre schon wichtig für die Leute, dass es nicht irgendwelche Autos sind. Ich glaube es macht einen guten Eindruck, wenn es Mercedes, VW, Audi sind, so irgendwie bekannte große Automarken sind und nicht Dacia und was weiß ich irgendwelche billigen Autos. Weil man ja irgendwie, aber das ist wieder eine persönliche Meinung, einen gewissen Komfort gerne hat, aber auch gerne, ja weiß ich nicht, auch nicht mit dem Billigsten rumfährt und der Ruf und das Auftreten schon auch was ausmacht und vielen Leuten ist es auch wichtig. Deswegen glaube ich, vermutlich würde ich mich auch nach solchen Autos umsehen, nur irgendwelche coolen deutschen Autos. Vermutlich will man auch irgendwelche Autos haben, die man sich sonst nicht leisten kann. Deswegen wäre es ja auch cool wenn ich jetzt mal für einen Monat sage „hey ich investiere jetzt doch ich will doch mal einen Monat“ Und dann denke ich mir ich nehme jetzt doch einem Monat mal einen R8 was weiß ich, weil es mein Traumauto ist, das wollte ich immer schon mal haben, kann man sich nicht leisten, für einen Monat einmal lass es 2000 € sein, 3000 € sein. Für einmal einen Monat kann man sich das leisten. Ich glaube damit kann man auch, es ist wieder die Frage wie sehr das dann rentabel ist, für die,</i>
Finanzielles Risiko		

Finanzielles Risiko

für das Unternehmen, aber wenn man sagt, man hat einmalig die Chance für einen Monat so quasi im Alltag zu erleben mit seinen Traumauto zu fahren, was sehr viele Leute haben. Für einen Monat zu fahren, es wirklich im Alltag zu erleben, dass man dann checkt: „Hey das brauche nicht kaufen, weil so besonders ist es nicht, wenn man jeden Tag einsteigt“. Wäre glaube ich ein cooler Service, aber das ist jetzt meine Meinung, vermutlich nicht die alltägliche Meinung vermutlich die Leute, die das,...

325 **Ich - 9:57 AM:**

326 *Wie würdest Du es sehen, wenn das Angebot von einem Anbieter kommt, das heißt vielleicht auch direkt vom Autohersteller?*

327 **Proband 2 - 9:57 AM:**

328 *Dann wirkt es auf jeden Fall schon seriöser. Also wenn es ein Autohersteller macht, hat man 100% mehr Vertrauen als sonst. Das würde es auf jeden Fall besser machen.*

Image

- 1 **Ich - 1:30 PM:**  
2 *Gut, dann starten wir mal. Erste Frage: Was bedeutet Mobilität für dich?*
- 3 **Probandin 3 - 1:30 PM:**  
4 *Für mich ist Mobilität Freiheit, die Freiheit zu haben sich vorzubewegen, wann man will, wie man will, womit man will im besten Fall. Und ja, wenn ich einen Begriff nehmen würde, dann würde ich Freiheit sagen.*
- 5 **Ich - 1:31 PM:**  
6 *Was machst du beruflich?*
- 7 **Probandin 3 - 1:31 PM:**  
8 *Ich bin in der Marketing-Administration tätig eines international tätigen Unternehmens.*
- 9 **Ich - 1:31 PM:**  
10 *Benötigst du für deine berufliche Tätigkeit ein Auto?*
- 11 **Probandin 3 - 1:31 PM:**  
12 *Nein, ich benötige es nicht, aber ich fahre damit in die Arbeit ja.*
- 13 **Ich - 1:31 PM:**  
14 *Was ist deine höchste Ausbildung?*
- 15 **Probandin 3 - 1:31 PM:**  
16 *Bachelor abgeschlossen und derzeit im Masterstudium Betriebswirtschaft.*
- 17 **Ich - 1:31 PM:**  
18 *Seit wann besitzt du einen Führerschein?*
- 19 **Probandin 3 - 1:31 PM:**  
20 *Seit neun Jahren. Ja, also mit 18 gemacht.*
- 21 **Ich - 1:31 PM:**  
22 *Was ist dein Hauptfortbewegungsmittel?*
- 23 **Probandin 3 - 1:31 PM:**  
24 *Seit einem Jahr circa das Auto. Davor waren es die öffentlichen Verkehrsmittel in Graz.*
- 25 **Ich - 1:31 PM:**  
26 *Besitzt du ein eigenes Auto?*
- 27 **Probandin 3 - 1:31 PM:**  
28 *Ja.*
- 29 **Ich - 1:32 PM:**  
30 *Das Auto ist gekauft oder?*
- 31 **Probandin 3 - 1:32 PM:**  
32 *Ja, mittlerweile gehört es mir, davor wurde es geleast. Also es war ein Leasing Auto, ist mittlerweile ausbezahlt und gehört von mir.*

33 **Ich - 1:32 PM:**  
34 *Wie oft in der Woche benutzt du das Auto?*

35 **Probandin 3 - 1:32 PM:**  
36 *Viermal!*

37 **Ich - 1:32 PM:**  
38 *Viermal, das heißt zum Arbeit fahren.*

39 **Probandin 3 - 1:32 PM:**  
40 *Zum Arbeit fahren und die restlichen Tage versuche ich darauf zu verzichten bzw. eben die Öffis zu benutzen.*

41 **Ich - 1:32 PM:**  
42 *Hast du in den nächsten zwei Jahren vor, dir ein neues Auto zu kaufen oder zu leasen?*

43 **Probandin 3 - 1:32 PM:**  
44 *Nicht direkt vorhaben, aber wenn es sich ergibt, finanziell als auch modelltechnisch sag ich jetzt mal, also wenn wir was gefällt, dann ja.*

45 **Ich - 1:32 PM:**  
46 *Das heißt, es ist abhängig von der finanziellen Situation.*

47 **Probandin 3 - 1:33 PM:**  
48 *Natürlich, ja.*

49 **Ich - 1:33 PM:**  
50 *Okay, fühlst du dich emotional verbunden mit deinem Auto?*

51 **Probandin 3 - 1:33 PM:**  
52 *Hier definitiv das ist das Auto, dass ich zu meinem 18. Geburtstag bekommen habe. Und das ist mein Baby seit fast zehn Jahren, seit neuneinhalb Jahren.*

53 **Ich - 1:33 PM:**  
54 *Okay, das heißt, es ist mehr als nur ein Gegenstand?*

55 **Probandin 3 - 1:33 PM:**  
56 *Ja richtig, für mich sind Autos generell mehr als nur Gegenstände.*

57 **Ich - 1:33 PM:**  
58 *Okay, kennst du andere Möglichkeiten außer dem Autokauf oder Autoleasing?*

59 **Probandin 3 - 1:33 PM:**  
60 *Naja Auto ausborgen, ausleihen, so rent a car, solche Sachen würden mir jetzt spontan einfallen.*

61 **Ich - 1:33 PM:**  
62 *Hast du sowas schon mal benutzt?*

63 **Probandin 3 - 1:33 PM:**  
64 *Einmal im Urlaub, ja. Aber sonst nicht. Also hier in Österreich habe ich es noch nie benutzt muss ich sagen*

65 **Ich - 1:34 PM:**

66 *Für die weiteren Fragen werde ich jetzt eine kurze Erklärung zu Mobility as a Service geben. Und darauf beruhen dann die weiteren Fragen. Eine der unterschiedlichen Ausprägungen von Mobility as a Service ist das Autoabo Modell. Hierbei können Fahrzeuge monatsweise abonniert werden, wobei die Laufzeit flexibel ist und die Preise vom Modell und weiteren Faktoren abhängen. Der Besitz des Fahrzeugs geht nicht in das Eigentum der Nutzerin bzw. des Nutzers über, ebenso wenig wie die Verpflichtung der Wartung und der Reparatur. Als Beispiel der Anbieter Campus 02 Autoabo-Service, Fahrzeugmodell wären dann Kompaktwagen, Mindestvertragsdauer ist ein Monat, Kilometerstand wären 1000 km pro Monat. Die Leistungen, die inbegriffen sind, wären die Wartung und die Reparatur des Fahrzeuges, die Versicherung mit einem gewissen Selbstbehalt, eine 24/7 Pannenhilfe, ein Ersatzfahrzeug bei Reparatur oder Wartung, Sommer- und Winterreifen. Was nicht inkludiert ist, wäre der Kraftstoff. Und der Fahrzeugwechsel wäre monatlich möglich. Hast du so einem Anbieter schon mal gehört?*

67 **Probandin 3 - 1:35 PM:**

68 *Ich weiß nicht ob zum Beispiel TIM, ... gehört TIM dazu oder ist das wieder ein anderer Sektor?*

69 **Ich - 1:35 PM:**

70 *Tim ist Kurzzeitmiete von Autos, bei diesem Modell geht es darum ein Auto sozusagen monatsweise zu mieten.*

71 **Probandin 3 - 1:35 PM:**

72 *Okay, nein, habe ich dann noch nicht gehört.*

73 **Ich - 1:35 PM:**

74 *Wie findest du generell einen Service, bei dem man das Fahrzeug monatsweise mieten kann?*

75 **Probandin 3 - 1:35 PM:**

76 *Grundsätzlich interessant und für Leute, die sich ein eigenes Auto nicht leisten können oder auch wollen bestimmt eine gute Möglichkeit und definitiv auch günstigere. Für mich persönlich wäre es jetzt aber nichts muss ich sagen.*

Finanzielles Risiko

77 **Ich - 1:36 PM:**

78 *Okay, wie müsste der Service gestaltet sein, dass du den Service nutzt?*

79 **Probandin 3 - 1:36 PM:**

80 *Schwer zu sagen, ich bin generell, was das Auto betrifft, ...hm ja, generell was Autos betrifft bin ich eher so, dass ich es wenn, dann möchte ich es alleine nutzen oder zumindest in der Familie oder so mit dem Partner, der Partnerin. Aber so würde ich es jetzt nicht mit anderen teilen wollen. Einfach weil ich irgendwie nicht die Sicherheit habe, wie die anderen damit umgehen und so und dementsprechend glaube ich könnte man das Service gar nicht so anpassen, dass es jetzt mir gefallen würde, sage ich jetzt mal.*

Kompatibilität

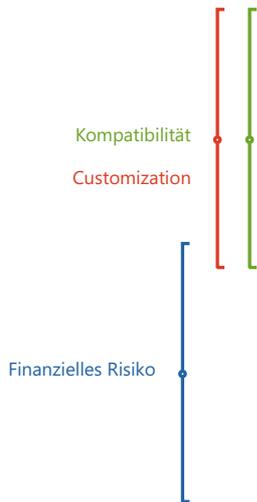
81 **Ich - 1:37 PM:**

82 *Das heißt es würde sehr ums Eigentum gehen.*

83 **Probandin 3 - 1:37 PM:**  
84 *Eigentlich schon ja bei mir beim Auto, ja definitiv!*

85 **Ich - 1:37 PM:**  
86 *Okay als Beispiel könntest du ja das Auto-Abo auch abschließen auf ein Jahr oder zwei dann hättest du sozusagen das Fahrzeug, das du monatlich bezahlst und für zwei Jahre zum Beispiel dieses Auto dann. Wäre das dann Grund es doch zu nutzen?*

87 **Probandin 3 - 1:37 PM:**  
88 *Ja dann würde ich es vielleicht schon machen, wenn man es länger nehmen könnte, wobei du hast ja vorhin was gesagt von 1000 km zum Beispiel monatlich. Also ich habe auch Monate wo ich viel mehr als 1000 km fahre, also das ist dann für mich auch etwas, wo man flexibler sein müsste. Da ist zum Beispiel eben Leasing so wie mein Auto ist, wo man sagt okay 10.000 oder 15000 Kilometer im Jahr oder halt dann 30.000 oder 40.000 auf ein paar Jahre gesehen halt. Dann müsste das auf jeden Fall auch flexibler sein. Aber wenn solche Dinge gehen würden, dann ja, wobei ich mir dann auch die Kosten gegenüberstellen würde, also im Vergleich jetzt Abo und selber besitzen oder das eigene Auto zu haben, weil es kommt natürlich auch immer auf das Auto drauf an und auf die Klasse und ich habe jetzt ein kleines Auto, relativ günstiges Auto, also günstig, bei Service und Reparatur und so, deswegen ja würde ich mir die Kosten halt auch gegenüberstellen.*



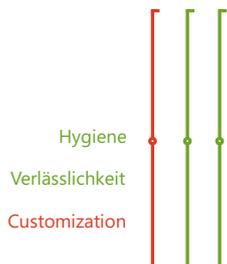
89 **Ich - 1:39 PM:**  
90 *Welche Vorteile würdest du in dem Service sehen?*

91 **Probandin 3 - 1:39 PM:**  
92 *Naja, wenn zum Beispiel dann die Anbieter eben Reparaturen und Service für mich quasi also Mitdenken unter Anführungsstrichen jetzt und sich darum kümmern, dass ich immer alles rechtzeitig habe oder mache, dann ja. Das wäre definitiv ein Vorteil. Also, dass damit ich immer die Sicherheit habe, okay ähm, da vergesse ich nichts dabei. Das ist mit Sicherheit ein Vorteil und naja auch das, dass ich es fast jederzeit oder je nach Vertrag dann wieder zurückgeben kann. Also ich bin dann, wie gesagt eben je nach Vertrag wahrscheinlich dann auch nicht so lange gebunden wie zum Beispiel bei einem Leasing-Auto.*



93 **Ich - 1:39 PM:**  
94 *Welche Gründe könnten dagegensprechen? Jetzt hast du das Eigentumsrecht sozusagen schon angesprochen und beispielsweise die Kilometer. Also sonst noch Gründe, die dagegensprechen würden.*

95 **Probandin 3 - 1:40 PM:**  
96 *Naja zum Beispiel eben wenn ich jetzt nur monatlich hätte oder so, dass es in der Zwischenzeit dann andere benutzen bzw. weiß ich jetzt nicht wie es bei solchen Dienstleistern ist, ob es möglich ist, dass man ein Auto auf zwei Monate oder mehrere Monate nimmt dann nicht mehr und dann aber ein paar Monate später doch wieder das gleiche Auto nimmt, weiß ich jetzt nicht ob sowas geht. Aber wäre für mich auch irgendwie komisch, wenn ich in der Zeit nicht*



Hygiene  
Verlässlichkeit

Customization

Verantwortung

Komplexität

Verlässlichkeit

wüsste, wer das Auto gehabt hat und wie die Person damit umgegangen ist.

**Ich - 1:40 PM:**

Würdest du anders umgehen mit deinem eigenen Auto wie mit einem Mietauto?

**Probandin 3 - 1:40 PM:**

Nein ich muss sagen ich gehe mal gleich damit um, vielleicht sogar, ziemlich sicher sogar beim Mietauto dann noch vorsichtiger, einfach weil ich weiß, okay es gehört nicht mir und wenn es dann jemand anderer nach mir bekommt, möchte ich, das alles passt und so. Und ja beim eigenen Auto ist man natürlich auch vorsichtig und je nachdem wie neu oder alt dann das Auto ist. Am Anfang ist man sicher noch vorsichtiger, aber ich glaube mit der Zeit man kennt dann auch das eigene Auto einfach und dann ist man vielleicht ein bisschen entspannter sagen wir mal. Und beim Mietauto wäre ich persönlich schon immer so, dass ich einfach vorsichtiger bin, damit vielleicht dann auch irgendwie unbewusst zu vorsichtig und da auch eben vielleicht nicht so entspannte. Keine Ahnung. Kann ich jetzt so nicht beurteilen, weil ich es noch nicht gehabt habe.

**Ich - 1:41 PM:**

Erscheint dir ein solcher Services sehr komplex?

**Probandin 3 - 1:41 PM:**

Nicht als sehr komplex, aber ich könnte mir vorstellen, dass man im Vorhinein viele Sachen ausmachen müsste, ausreden müsste mit dem Dienstleister. Vielleicht sogar ein paar Verträge mehr beziehungsweise eben die Verträge umfangreicher sind als ja, beim Leasing Auto zum Beispiel oder Kauf oder Kredite oder wie auch immer. Insofern könnte ich mir schon vorstellen, aber das Service an sich glaube ich nicht, dass es sehr kompliziert ist.

**Ich - 1:42 PM:**

Okay, das heißt am Anfang sehr kompliziert und dann wird sich das in Grenzen halten.

**Probandin 3 - 1:42 PM:**

Ja genau, so könnte man das sagen.

**Ich - 1:42 PM:**

Wie zuverlässig erscheint so ein Service?

**Probandin 3 - 1:42 PM:**

Ja, schwierig zu beantworten. Naja, ich glaube, dass, wenn man zu Beginn vielleicht oder wenn so wie es bei mir jetzt wäre, zu Beginn könnte ich mir vorstellen, dass es mehr Unsicherheiten gibt aber vielleicht auch, weil ich noch da keine Erfahrung damit habe. Aber ich könnte mir vorstellen, wenn man das dann öfters gemacht hat, dass es eigentlich keine Probleme mehr gibt damit und dementsprechend das auch zuverlässig ist oder wird eben mit der Zeit.

**Ich - 1:43 PM:**

Welche Risiken könnte so ein Service mit sich bringen?

	115	<b>Probandin 3 - 1:43 PM:</b>
	116	<i>Spontan würde mir nicht mal was einfallen was jetzt wirklich ein Risiko wäre für mich. Keine Ahnung, muss ich jetzt passen.</i>
	117	<b>Ich - 1:43 PM:</b>
	118	<i>Wie sieht's beispielsweise mit versteckten Kosten aus?</i>
	119	<b>Probandin 3 - 1:43 PM:</b>
Finanzielles Risiko	120	<i>Ja kann sein, wobei ich annehme, dass es da eben verschiedene oder auch viele Verträge im Vorhinein gibt, die man sich wahrscheinlich oder sicher gut durchlesen sollte. Ja ich könnte mir vorstellen, dass es nicht mehr versteckte Kosten sind als bei einem Leasing oder sonst, wo wenn man dann irgendwelche Zinsen oder so oder sonstiges einfach vergisst oder vernachlässigt so zu Beginn.</i>
	121	<b>Ich - 1:44 PM:</b>
	122	<i>Wenn jetzt zum Beispiel Schäden auftreten, wird es dann die Komplexität erhöhen?</i>
	123	<b>Probandin 3 - 1:44 PM:</b>
Komplexität	124	<i>Naja, wenn der Dienstleister das übernimmt die Reparatur etc., dann ist es für mich eigentlich leichter oder ich stelle es mir zumindest einfacher vor. Weil, wenn ich jetzt bei meinem Auto einen Schaden habe, dann muss ich mich ja selber darum kümmern. Muss keine Ahnung ÖAMTC anrufen oder selber in die Werkstatt fahren oder wie auch immer. Muss einen Termin machen. Ja das man das bezahlen muss, ist ja natürlich. Bei dem Service könnte ich mir dann vorstellen, dass es einfacher ist, wenn die das übernehmen.</i>
	125	<b>Ich - 1:45 PM:</b>
	126	<i>Du wirst ja nicht immer einen Neuwagen bekommen, wenn du da zum Beispiel jetzt ein Fahrzeug mietest, wie siehst du das? Siehst du das als Problem?</i>
	127	<b>Probandin 3 - 1:45 PM:</b>
Customization	128	<i>Grundsätzlich nicht, also Neuwagen würde ich jetzt auch nicht brauchen, aber wenn es zum Beispiel, ich weiß nicht, ob man sich das aussuchen kann, grundsätzlich, immer alte Autos wären oder Autos die technisch vielleicht nicht ganz so gut sind. Ja dann würde ich es auch mit den Kosten wieder abwägen, irgendwie, wenn, wenn es jetzt irgendwie relativ günstig ist und ich erwarte mir auch nicht viel von dem Auto dann ist es okay. Aber wenn es jetzt vergleichsweise eher teuer ist und dann bekomme ich ein Auto das keine Ahnung, keinen Boardcomputer hat oder kein Navi. Also das sind eigentlich heutzutage schon so ähm Standarddinge oder die Standardausstattung, das ist ja oft nicht mal mehr extra. Dann würde ich mir schon überlegen und dann wäre es schon durchaus ein Problem für mich und dann würde ich es nicht mehr nehmen, weil dann weiß ich okay, dann nehme ich entweder selber einen, also ein Leasing Auto oder einen Kredit oder sowas und bekomme aber was Besseres für mein Geld.</i>
Finanzielles Risiko	129	<b>Ich - 1:46 PM:</b>
	130	<i>Okay das wäre, wenn du mit alten Autos konfrontiert wärst. Wie sieht es aus, wenn du mit Vorschäden am Auto konfrontiert bist?</i>

Image

131 **Probandin 3 - 1:46 PM:**

132 *Kommt auch drauf an, wenn es jetzt so Kleinigkeiten sind so, so Kratzer oder so ja dann ist es jetzt nicht schlimm für mich. Wenn ich jetzt aber merke okay das dann viele Dellen oder keine Ahnung, die Felgen sind schon abgekratzt und ja, dann würde das jetzt nicht so schön finden, weil man möchte dann auch, ... Wie gesagt es kommt halt immer auf die Kosten drauf an. Wenn ich dann jetzt mehr dafür bezahle, dann möchte ich auch was Gutes für mein Geld haben.*

133 **Ich - 1:47 PM:**

134 *Okay, hättest du Bedenken bezüglich der Hygiene?*

135 **Probandin 3 - 1:47 PM:**

136 *Grundsätzlich nicht, also nicht im Vorhinein. Wenn ich jetzt das Auto bekommen würde und keine Ahnung es vielleicht ungut riechen würde oder wäre allgemein nur dreckig oder in einem schlechten Zustand oder vielleicht sogar, also was mich persönlich sehr stören würde, Zigarettengeruch. Also wirklich wo ich weiß, okay, dass das hatte jetzt einen Raucher vor mir, dann würde ich es definitiv ablehnen, weil das ist auch eben auch Hygiene und das ist ja schon ein Nogo, das würde ich dann nicht annehmen. Aber wenn es so im guten Zustand ist, denke ich mir da nichts dabei.*

137 **Ich - 1:48 PM:**

138 *Welche finanziellen Vorteile siehst du in so einem Service?*

139 **Probandin 3 - 1:48 PM:**

140 *Naja finanziell dass man sich die Anschaffungskosten spart wenn man zum Beispiel in ein eigenes Auto gleich kaufen würde oder auch leasen. Da fällt dann eben die Anzahlung weg und so. Und ja das alles allgemein aufgesplittet wird dann auf die Zeit bzw. wenn man es dann, wenn man vielleicht nicht oft oder nicht immer ein Auto braucht, sondern vielleicht jetzt nur für zwei, drei, vier Monate oder wie auch immer, ähm dann zahlt man ja nur tatsächlich die Zeit, die man es nutzt. Weil natürlich bei einem eigenen Auto ist es schon so, dass es die meiste Zeit ja schon steht, das muss man ehrlich und fairerweise sagen und man zahlt dann für etwas, was man eigentlich gar nicht nutzt. Und bei so einem Service ist dann gerade der Vorteil, dass man eben wirklich nur die Zeit zahlt, die man es auch nutzt.*

Finanzielles Risiko

141 **Ich - 1:49 PM:**

142 *Wie siehst du es mit Reparaturen und Versicherung?*

143 **Probandin 3 - 1:49 PM:**

144 *Ja eigentlich genauso, dass man das dann aufsplitten kann und eben tatsächlich dann nur das zahlt, ja was man gemacht hat oder genutzt hat?*

145 **Ich - 1:49 PM:**

146 *Den Grund, dass du das am ehesten nicht nutzen würdest, wäre ja das, dass es nicht dein Eigentum ist. Das heißt das siehst du wirklich als größtes Problem für dich?*

147 **Probandin 3 - 1:49 PM:**

148 *Ja das es nicht mein Eigentum ist und ich könnte nicht mal sagen die Flexibilität, weil es wird ja trotzdem mir gehören. Aber ja keine*

Image

Verlässlichkeit

Verlässlichkeit

Ahnung, ich muss sagen ich bin auch oft im Ausland unterwegs und ich weiß jetzt nicht, wie solche Dienstleister dann damit umgehen. Vor allem wenn es Unfälle oder allgemein Schäden gibt, die dann im Ausland passieren. Ich weiß nicht wie jetzt damit umgegangen wird. Aber wie gesagt, ich für mich bin schon bin einfach entspannter, wenn ich weiß, okay es ist mein Auto. Wenn irgendwas passiert, bin ich selber schuld bzw. weiß ich dann genau welche Versicherungen ich abgeschlossen habe, welche Möglichkeiten ich habe bei Schäden, Unfällen etc. und dann weiß ich okay. Ja, ... selber gemacht sozusagen deswegen.

149 **Ich - 1:50 PM:**

150 Würde es oder wie würde es deine Flexibilität steigern?

151 **Probandin 3 - 1:51 PM:**

152 Der Service im Allgemeinen.

153 **Ich - 1:51 PM:**

154 Genau!

155 **Probandin 3 - 1:51 PM:**

156 Ja, wenn man wirklich oder wenn ich wirklich sagen könnte, Kilometer sind vielleicht egal oder dass man zumindest einen Rahmen bekommt oder diesen auch erweitern kann, weil wie gesagt, ich habe Monate wo ich weit mehr als 1000 km fahre, das auf jeden Fall. Und vielleicht sogar, wenn man verschiedene Dinge optional dazu nehmen kann, sowas wie Versicherungen eben oder ja keine Ahnung, wenn es, vielleicht ist es auch nur die eine Vignette oder eine jährliche Autobahngebühr; keine Ahnung sowas halt.

Kompatibilität

Customization

157 **Ich - 1:51 PM:**

158 Du würdest dir das gerne auch selber irgendwie zusammenstellen können?

159 **Probandin 3 - 1:51 PM:**

160 Genau zum Beispiel!

161 **Ich - 1:51 PM:**

162 Wie siehst du die Flexibilität in Hinsicht zu dem, dass du monatlich eigentlich Auto wechseln kannst?

163 **Probandin 3 - 1:52 PM:**

164 Ich bin mir nicht sicher, ob das für mich nicht eher mehr störend wäre als flexibler, weil, ... ich meine es ist sicher cool und wenn man vielleicht sogar mal ein größeres Auto braucht, wenn man auf Urlaub fährt und dann die Möglichkeit hat in diesem Monat ein größeres zu nehmen, dann wieder ein kleineres oder wie auch immer. Ja, aber ich stelle es mir insofern dann schon wieder komplizierter vor, wenn man für jedes Auto für jedes Monat dann wieder neu Verträge unterschreiben muss, wieder überlegen muss, was da jetzt dabei ist beim Service oder was bei der Dienstleistung. Ja könnte ich jetzt so nicht sagen, ob es wirklich flexibler wäre.

Kompatibilität

Komplexität

165 **Ich - 1:52 PM:**

166 Welche Verantwortung bringt die Nutzung von so einem Fahrzeug mit sich?

	167	<b>Probandin 3 - 1:53 PM:</b>
	168	<i>Verantwortung, hmm. Naja, dass man eben vielleicht wirklich mehr auf die Umwelt auch dadurch schaut, dass man tatsächlich das Auto nur dann ausleiht, wenn man es auch tatsächlich braucht, weil ich glaube so einen Service wird niemand nutzen, der das Auto nur oder die meiste Zeit zu Hause stehen hat. Und dementsprechend glaube ich, hier der größte Faktor einfach der ist, dass man wirklich somit auch auf die Umwelt achtet.</i>
Verantwortung		
	169	<b>Ich - 1:53 PM:</b>
	170	<i>Okay, in welcher Art wäre so ein Service für dich komfortabel?</i>
	171	<b>Probandin 3 - 1:53 PM:</b>
	172	<i>Der selbe Grund eigentlich, also wenn ich wirklich weiß okay, jetzt brauche ich das Auto und ich brauche das Auto nicht und dann kann ich bestellen und wieder abbestellen sozusagen, dann wäre es für mich Komfort quasi.</i>
Kompatibilität		
Customization		
	173	<b>Ich - 1:54 PM:</b>
	174	<i>Welche Maßnahmen könnte ein Anbieter setzen, dass man diesen besprochenen Problemen entgegenwirkt? Das heißt einmal die Komplexität mit Verträgen oder das Wechseln von dem Fahrzeug oder dem Zusammenstellen von dem Service sozusagen wie du ihn brauchst. Was für Maßnahmen könnten da gesetzt werden?</i>
	175	<b>Probandin 3 - 1:54 PM:</b>
	176	<i>Also ich glaube ganz wichtig bei solchen Services ist die Transparenz, dass man wirklich sieht und weiß oder auch versteht, auch als Laie, was man da unterschreibt, was man sich da anschafft sozusagen. Und ja, das es eben keine versteckten Kosten oder Risiken gibt bzw. wenn es welche gibt, dass man auch wirklich da darauf hingewiesen wird. Also ich würde sagen definitiv Transparenz.</i>
Verlässlichkeit		
	177	<b>Ich - 1:55 PM:</b>
	178	<i>Über welche Plattformen würdest du dir da Informationen holen?</i>
	179	<b>Probandin 3 - 1:55 PM:</b>
	180	<i>Naja, ich würde sagen, wenn ich einfach danach google und dann auf die Unternehmens- oder Dienstleistungs-Webseiten/Homepages schau, da würde ich jetzt am ehesten nachschauen. Oder, was ich mir auch vorstellen könnte, das vielleicht solche Dienstleister das auch in Kooperation mit Autohäusern machen, weil es dort ja auch mit Sicherheit sogar Leute gibt, die das Auto ja vielleicht gar nicht so brauchen, aber trotzdem es brauchen, aber die Möglichkeit noch gar nicht kennen, so wie ich ja eigentlich auch. Und ich denke mir das hat schon auch viele Vorteile.</i>
Ansprechperson		
	181	<b>Ich - 1:55 PM:</b>
	182	<i>Wenn jetzt ein Problem auftritt, während du den Service nutzt, unter welchen Umständen würdest du das dann dem Anbieter mitteilen?</i>
	183	<b>Probandin 3 - 1:56 PM:</b>
	184	<i>Kommt auf das Problem darauf an, würde ich jetzt sagen, wenn es jetzt keine Ahnung, nur eine Kleinigkeit ist und wenn ich dem Anbieter sagen kann, okay, ich brauche bitte einen Servicetermin und</i>
Customer Feedback		

Customer Feedback

Verlässlichkeit

die erledigen das oder regeln das für mich dann, dann ist es okay. Wenn es jetzt immer wieder auftreten würde oder wenn es große Probleme wären, dann würde ich schon Feedback geben im Sinne von, ähm ja das Auto wurde vielleicht vorher nicht richtig durchgecheckt, nicht richtig, ... ja und so quasi ich wusste nicht, was ich bekomme oder so.

185 **Ich - 1:56 PM:**

186 Und wenn jetzt so generelle Fehler, also Probleme auftreten oder einfach wo du sagst, das passt nicht vom Service her ist aber jetzt kein Problem was dich irgendwie einschränkt oder wo was aufgetreten ist, sondern wo du einfach generell unzufrieden bist. Würdest du das auch mitteilen?

187 **Probandin 3 - 1:57 PM:**

188 Ja kommt auch drauf an, wenn ich mir denke, dass mehrere Personen dieses Problem haben könnten und dass es wirklich zur allgemeinen Verbesserung oder auch Zufriedenheit beitragen könnte, dann würde ich es schon mitteilen. Wenn es jetzt etwas ist, wo ich mir denke, okay, das stört jetzt nur mich, dann würde ich es vielleicht mal im Feedback, wenn sie mich danach fragen, erwähnen, aber ich würde jetzt nicht aktiv auf den Dienstleister zugehen.

Brand Community

Customer Feedback

189 **Ich - 1:57 PM:**

190 Okay, würdest du oder wann würdest du Kommentare oder Bewertungsfunktionen nutzen? Also sowas wie bei Social Media kommentieren oder Bewertungen auf der Homepage abgeben?

191 **Probandin 3 - 1:57 PM:**

192 Also ich muss sagen im Allgemeinen bin ich kein Mensch der auf Social Media Bewertungen abgibt. Wenn, dann gebe ich das Feedback wirklich direkt an die Dienstleister und in dem Fall, wenn es zum Beispiel eine Homepage gibt, wo man Feedback geben kann, dann mache ich das und dann wie gesagt, das mache ich dann im Grunde genau dann wenn ich etwas extrem gut gefunden habe und wirklich, wirklich dieses Unternehmen oder diese Dienstleistung das Produkt was auch immer mit guten Wissen und Gewissen weiterempfehlen kann, dann schreibe ich sowas oder wenn es das komplette Gegenteil ist. Also wenn wirklich etwas Drastisches irgendwie nicht gepasst hat und das Unternehmen vielleicht nicht mal versucht hat eine Lösung mit mir zu finden, dann möchte ich auch die Allgemeinheit so quasi davor warnen oder eben darauf hinweisen, Achtung, das kann euch auch passieren.

Customer Feedback

Word-of-Mouth

193 **Ich - 1:58 PM:**

194 Und wie reagierst du, wenn der Unternehmen auf dein Feedback eingeht?

195 **Probandin 3 - 1:59 PM:**

196 Also das kommt immer auf die Reaktion drauf an. Es gibt die klassischen Reaktionen mit. Danke für ihr Feedback, das war's dann denke ich mir „Ja okay“. Wenn es jetzt aber wirklich ein, auch ein konstruktives Feedback ist im Sinne von, ja zum Beispiel, wenn es jetzt ein schlechtes Feedback ist, wenn das Unternehmen oder eben die Dienstleistungen und dann sagen „Ja stimmt, war unser Fehler oder haben wir ausgebessert“ und sie mir vielleicht irgendetwas

Customer Feedback

Customer Feedback

anbieten im Gegenzug, dass sie dann den Fehler quasi wieder ausbessern oder so, dann finde ich das natürlich immer besser. Oder wenn es jetzt war, ... also die Antwort auf ein gutes Feedback von mir ein herzliches Danke oder ähm, so ist das, dass man eben zufrieden war mit dem Service und einfach wenn man ein bisschen mehr Interaktion dahinter hat als so Standardfloskeln. Dann finde ich das immer schön.

197 **Ich - 2:00 PM:**

198 Würde das auch die Wahrscheinlichkeit steigern, dass du den Service nutzt oder wieder nutzt?

Customer Feedback

Verlässlichkeit

199 **Probandin 3 - 2:00 PM:**

200 Ja natürlich, weil wenn Unternehmen mit Kunden interagieren oder einfach, ja in Kontakt stehen sage ich mal, ist das für mich immer interessanter als Unternehmen für die der Kunde nur eine Nummer ist und denen es eigentlich egal ist ob man jetzt Kunde ist oder eben nicht. Wäre dann schon dann attraktive für mich.

201 **Ich - 2:00 PM:**

202 Wäre das bei einem Auto wichtiger wie beispielsweise bei irgendwelchen Alltagsgegenständen die du hast?

Verlässlichkeit

203 **Probandin 3 - 2:00 PM:**

204 Ja schon einfach, weil ein Auto etwas ist, dass man sich ja normalerweise nicht so oft kauft oder anschafft und gerade da ist, finde ich die die Kundenbindung oder die Kundenbeziehung wichtig.

205 **Ich - 2:01 PM:**

206 Die Kundenbeziehung ist ja, wie du gerade angesprochen hast, ein sehr wichtiger Punkt. Wird es auch das Vertrauen in die Nutzung bzw. in den Anbieter stärken, wenn sich der Anbieter viel mit dir austauscht?

Verlässlichkeit

Customization

207 **Probandin 3 - 2:01 PM:**

208 Ja schon, weil ich dann auch irgendwie davon ausgehe, dass er mich dadurch auch besser kennt oder auch meine Präferenzen besser kennt. Und wenn er dann auch dadurch besser darauf eingeht und mir irgendwie dann Angebote schickt, die mir womöglich gefallen, dann vertraue ich auch eher darauf, dass es das Richtige ist für mich und dass er vielleicht sogar besser weiß, als ich selbst, was ich will.

209 **Ich - 2:01 PM:**

210 Wenn jetzt Probleme bei der Nutzung auftreten, die die Nutzung eben einschränken, dass du zum Beispiel das Fahrzeug nicht mehr nutzen kannst. Über welche Plattform würdest du dann gerne mit dem Anbieter in Kontakt treten?

211 **Probandin 3 - 2:02 PM:**

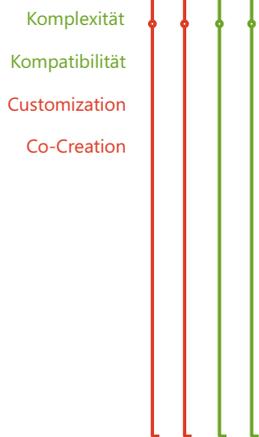
212 Ja ich bin ein Mensch ich kläre Dinge, wenn es wirklich so wichtig ist, gerne mal per Telefon also wirklich anrufen, Problem schildern und sagen okay wie können wir das lösen. Wenn es jetzt etwas ist, dass man nicht schnell lösen kann, dann eigentlich E-Mail. Also das sind so meine zwei, also der präferierten Wege.

213 **Ich - 2:02 PM:**

214 *Wir haben es vorher schon angesprochen, dass es für dich vielleicht wichtig wäre, wenn du am Anfang irgendwie mitgestalten kannst, wie der Service genau aussieht. Wie umfangreich würdest du gerne die Funktion nutzen, dass du eben das Service mitgestalteten kannst?*

215 **Probandin 3 - 2:02 PM:**

216 *Ja ich würde es schon umfangreicher machen, also zu Beginn einfach, weil ich dann eben wie gesagt weiß, was ich unterschrieben habe oder was ich bekomme. Also ich würde schon zum Beispiel unterschreiben wollen, ob ich jetzt zum Beispiel bei der also, versicherungstechnisch jetzt, nur einen Wildschaden dabei habe oder ob da auch jetzt Parkschäden dabei sind oder Vandalismus und solche Sachen. Das würde ich im Vorhinein schon gern wissen wollen und auch eigentlich gern mitentscheiden wollen. Weil, wenn ich weiß, okay, ich wohne jetzt in der Stadt, dann werde ich eher selten einen Wildschaden haben. Dann brauche ich diese Versicherung nicht und dementsprechend würde ich das auch nicht mitteilen wollen. Wenn es jetzt aber um Parkschäden geht oder Vandalismus, dann brauche ich das natürlich schon eher hier in der Stadt, als am Land und genauso sind z.B andere Kleinigkeiten wie sage ich jetzt einmal die z.B die Vignette. Es macht... wie gesagt, ich bin öfters im Ausland unterwegs, ... es macht für mich dann schon einen Unterschied, ob zum Beispiel die österreichische Vignette dabei ist, die slowenische und dann noch die kroatische Maut oder so oder eben nicht. Oder vielleicht entweder sogar vielleicht nicht, sondern nur die österreichische Vignette, da macht das alles einen Unterschied und dementsprechend würde ich lieber zu Beginn alles genau auswählen wollen. Und dann genau wissen, okay passt, das habe ich, als umgekehrt. So ich unterschreibe ein Paket oder für ein Paket und weiß dann aber später eigentlich gar nicht was, was dieses Paket beinhaltet.*

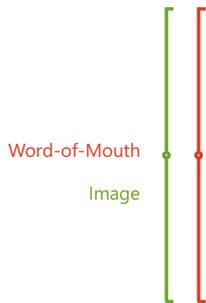


217 **Ich - 2:04 PM:**

218 *Wenn dir jetzt Freunde und Bekannte Unternehmen empfehlen, wie reagierst du da drauf und unter welchen Umständen würdest du dann dieses Unternehmen in Betracht ziehen, das zu Kunde wirst?*

219 **Probandin 3 - 2:04 PM:**

220 *Ja, wenn jetzt meine Bekannten oder allgemein Freunde, denen ich auch so nahe stehe, also mit denen ich mich gut verstehe, denen ich vertraue. Wenn sie mir jetzt etwas empfehlen und von denen sie auch selber wirklich überzeugt sind, dann bin ich schon eher so oder eher geneigt das ich es auch selber ausprobieren und mich auch gerne selber von dem überzeugen, wenn es jetzt einfach so einmal in einer großen Freundesgruppe mal so gesprochen wird und irgendeiner sagte nebenbei mal was, dann werde ich es eher nicht probieren.*



221 **Ich - 2:05 PM:**

222 *Wie sieht es mit negativen Erfahrungen von Freunden und Bekannten aus?*

223 **Probandin 3 - 2:05 PM:**

224 *Ja kommt auch drauf an wie negativ, wenn es jetzt etwas ist, dass man vielleicht nur persönlich gemacht hat, weil keine Ahnung, ja zum Beispiel Vandalismus jetzt beim Auto. Okay ja kann passieren,*



Word-of-Mouth

Verlässlichkeit

da kann jetzt der Dienstleister an sich jetzt nichts dafür, sage ich jetzt einmal dann würde ich es trotzdem probieren. Wenn es jetzt aber zum Beispiel eine negative Kritik oder negatives Feedback ist wie zum Beispiel, ja man bekommt immer nur alte Autos, dann ja würde ich es nicht machen.

225 **Ich - 2:06 PM:**

226 *Ja und unter welchen Umständen würdest du selbst das Unternehmen weiterempfehlen?*

227 **Probandin 3 - 2:06 PM:**

228 *Ja wenn wirklich alles passt oder wirklich, wo ich sage, okay das ist ein Unternehmen vielleicht sogar, wo ich auch selber arbeiten würde, wenn ich jetzt einen Job suchen würde. Oder sonst, was, wo ich mir denke, okay da stehe ich auch echt dahinter, ich könnte mir vorstellen sogar da zu arbeiten und dann sage ich okay ja nach bestem Wissen und Gewissen kann ich das empfehlen, ich stehe dahinter.*

Word-of-Mouth

229 **Ich - 2:06 PM:**

230 *Müsste es deine Erwartungen sozusagen erfüllen oder sogar übertreffen?*

231 **Probandin 3 - 2:06 PM:**

232 *Müssten sie sogar übertreffen, weil natürlich bei den Erwartungen ist immer ja schön und gut und ja aber, wenn es natürlich immer ein bisschen mehr ist, dann dann bleibt das bisschen Mehr immer mehr hängen.*

233 **Ich - 2:07 PM:**

234 *Wenn du jetzt so einen Service nutzt, würdest du eine App als sinnvoll erachten?*

235 **Probandin 3 - 2:07 PM:**

236 *Ja, wenn ich dadurch bei, also in dieser App alle zum Beispiel Verträge auch hätte, wenn ich dadurch leichter mit dem Unternehmen kommunizieren könnte oder eben auch so Probleme oder Schäden oder Sonstiges melden könnte, dann würde es auf jeden Fall Sinn machen. Wenn es jetzt aber nur eine App ist mit, keine Ahnung, den Kontaktdaten zum Unternehmen, dann wäre es nicht sinnvoll. Also es müsste schon einen Mehrwert haben.*

App

Komplexität

237 **Ich - 2:07 PM:**

238 *Das angesprochen beispielsweise, dass es einen Chat hat. Wie würdest du da reagieren, wenn das jetzt ein Chatbot wäre, beispielsweise?*

239 **Probandin 3 - 2:07 PM:**

240 *Schwierig, ich denke gerade beim Thema Autos oder beim Thema Mobilität, wenn es eben so um einen Unfall und sowas geht ist es denke ich leichter, einem echten Menschen das Problem zu schildern und eben auch dementsprechend eine Antwort zu bekommen, als mit einem Chatbot.*

Verlässlichkeit

241 **Ich - 2:08 PM:**

242 *Das heißt es ist wieder spezifisch beim Auto. Wäre das sozusagen*

ein Fall wenn du jetzt an andere Apps denkst oder andere Gegenstände wo es eine App dazu geben würde, wäre das jetzt nicht so das Problem?

243 **Probandin 3 - 2:08 PM:**

244 *Ja genau, genau aber beim Auto finde ich ist es ja doch etwas wo man dann den menschlichen persönlichen Kontakt, also persönlich muss jetzt nicht Face to Face sein, aber im Sinne von Anruf oder wenigstens E-Mail, wo man weiß, okay die Person am anderen Ende hat sich damit beschäftigt, hat sich damit auseinandergesetzt und schreibt mir jetzt konstruktiv ja ein Feedback oder eine Problemlösung oder Sonstiges.*

Verlässlichkeit  
Customer Feedback

245 **Ich - 2:09 PM:**

246 *Okay, wie würdest du reagieren, wenn ein solcher Anbieter ein Belohnungs- oder Treueprogramm hat?*

247 **Probandin 3 - 2:09 PM:**

248 *Ja kommt drauf an was, was jetzt die Belohnung oder das Treueprogramm ist, weil ich finde, es bieten schon sehr viele Unternehmen und Branchen Treue- und Belohnungsprogramme an. Es müsste definitiv einen Mehrwert für mich haben, wenn jetzt dann das Treueprogramm habe, das heißt wenn ich 1000 km fahre, bekomme ich keine Ahnung 10 km geschenkt dann ja ist das für mich jetzt ganz nett, aber jetzt nicht der Rede wert, muss ich gestehen. Aber wenn es jetzt mehr wäre, z.B, wenn man das Auto für ein Jahr nimmt keine Ahnung bekommt man das 12. Monat vielleicht gratis oder so ähnlich, dann würde ich mir das schon überlegen. Also es müsste definitiv ein Mehrwert sein.*

Geförderter Weg  
Gamification

249 **Ich - 2:10 PM:**

250 *Würdest du das auch in Verbindung mit der App irgendwie nutzen, dass du in der App irgendwas machen musst, dass du das Treuesystem beispielsweise nutzen kannst?*

251 **Probandin 3 - 2:10 PM:**

252 *Naja cool wäre es, wenn man es unabhängig davon machen könnte, weil sonst ist man immer, sonst ist man wieder fast schon gezwungen dazu, dass man die App benutzt und wie gesagt wenn die für mich oder meines Erachtens keinen Mehrwert hat, dann möchte ich auch nicht gezwungen werden, diese zu nutzen.*

Gamification  
App

253 **Ich - 2:10 PM:**

254 *Okay, würdest du als Testperson für so ein Autoabo agieren?*

255 **Probandin 3 - 2:10 PM:**

256 *Jein, kommt drauf an, würde ich jetzt echt sagen. Wenn es jetzt wirklich ein, ja ein interessantes Auto für mich ist, mit interessanten Konditionen eben, weil ich es eh schon angesprochen habe, mehr Kilometer oder so dann ja würde ich schon testen.*

Brand Ambassador  
Customization

257 **Ich - 2:11 PM:**

258 *Wenn dir jetzt so Unternehmen das anbietet, dass du Testperson bist und das Unternehmen anbietet, dass du gemeinsam den Service sozusagen verbessern würdest. Unter welchen Umständen würdest du das machen? Das heißt wie viel Aufwand würdest du da*

reinstecken?

259

**Probandin 3 - 2:11 PM:**

260

*Wenn es wirklich was „Ernstes ist“ unter Anführungsstrichen, dann würde ich mich da schon reinhängen muss ich sagen. Also dann würde ich das schon ernst nehmen. Einfach weil ich mir auch denke, dass andere von meinem Feedback dann dementsprechend profitieren können oder sich eben, ja dadurch vielleicht auch zu einem, zu so einem Service entschließen, genau. Und deswegen würde ich, würde ich da vielleicht, ich sage mal so, wenn ich jetzt einen oder zwei Monate bekommen würde zum Testen und wenn sie sagen okay ich muss jetzt keine Ahnung 100 oder sag ma 500 km Autobahn fahren, 200 in den Bergen oder Schneefahrbahn, wie auch immer dann, würde ich das definitiv machen, dann würde ich das schon cool finden, weil erstens wird es mir bestimmt Spaß machen und zweitens denke ich mir, hätten noch andere was davon*

Brand Ambassador

261

**Ich - 2:12 PM:**

262

*Würdest du dann auch Testberichte schreiben oder mit dem Unternehmen Meetings haben, bei denen du das Ganze besprichst?*

263

**Probandin 3 - 2:12 PM:**

264

*Ja, würde ich schon aus dem Grund weil ich mir denke, nur mit Feedback und auch mit neutralen Feedback oder objektiven Feedback kann man sich verbessern und der Austausch hierbei ist glaube ich das A und O, weil wenn ich nichts schreibe oder nichts sage, dann kann man auch nichts verbessern.*

Brand Ambassador

Customer Feedback

265

**Ich - 2:13 PM:**

266

*Okay und würdest du das nur machen, wenn du das Auto kostenfrei zur Verfügung gestellt bekommst oder würdest du das auch so machen, wenn du sozusagen das zahlen müsstest dafür?*

267

**Probandin 3 - 2:13 PM:**

268

*Also jetzt dadurch, dass ich selber ein Auto habe, würde ich zumindest nicht den vollen Preis dafür bezahlen. Ich würde es verstehen, dass ein gewisser Betrag vielleicht Selbstbehalt, wenn zum Beispiel ein Unfall ist, oder sowas. Das würde ich noch akzeptieren aber nicht den vollen oder sogar den normalen Preis des Services, weil ich es eben eigentlich ja nicht brauche, im Moment.*

Customer Feedback

Verantwortung

269

**Ich - 2:13 PM:**

270

*Dann: Welche sozialen Netzwerke nutzt du?*

271

**Probandin 3 - 2:14 PM:**

272

*Instagram, Facebook und LinkedIn.*

273

**Ich - 2:14 PM:**

274

*Okay, würdest du dich über Social Media über eine der genannten Plattformen über so einen Anbieter informieren?*

275

**Probandin 3 - 2:14 PM:**

276

*Eher nicht, muss ich sagen. Also wenn, dann würde ich, würde ich es eher mit, eben wie gesagt Homepage oder Website machen und eher nicht über Social Media. Social Media wäre für mich dann eher zweitrangig, weil es für mich doch etwas Seriöses ist, eigentlich so*

Image

Image

ein Auto auszuleihen und so und für mich persönlich sind jetzt zum Beispiel Facebook und Instagram eigentlich nur zu Bespaßung. Da wäre LinkedIn noch eher die richtige Wahl, aber auch für LinkedIn oder auch auf LinkedIn würde ich nicht nach so einem Service suchen.

277 **Ich - 2:15 PM:**

278 Okay, ist es wieder anders beim Auto wie bei anderen Produkten?

279 **Probandin 3 - 2:15 PM:**

280 Ja definitiv, also wenn ich jetzt an Kosmetik denke oder an Kleidung, dann würde ich das natürlich auch auf Instagram suchen. Oder, das mache ich auch aktiv, aber jetzt zum Beispiel auch nicht auf Facebook oder ja schon gar nicht auf LinkedIn. LinkedIn ist dann wieder zu seriös, das ist dann eigentlich für mich persönlich nur für die Arbeit.

281 **Ich - 2:15 PM:**

282 Okay würdest du beispielsweise, du hast jetzt ein kleines Problem, würdest du dann auch das auf Social Media beispielsweise auf Instagram oder LinkedIn kommentieren oder auch eine direkten Nachricht über diese Plattform schreiben?

283 **Probandin 3 - 2:15 PM:**

284 Nein würde ich nicht, einfach weil ich nicht der Mensch bin, der über Social Media Feedback gibt. Wenn, dann gebe ich das direkt weiter und mit direkt eben meine ich ja entweder Telefon, E-Mail oder über die Homepage Website.

Customer Feedback

285 **Ich - 2:16 PM:**

286 Okay dann wäre man auch schon bei der letzten Frage: Gibt es noch irgendwelche Abschlussergänzungen von deiner Seite?

287 **Probandin 3 - 2:16 PM:**

288 Nein danke, soweit nichts.

1 **Ich - 4:03 PM:**

2 *Passt, dann die erste Frage: Was bedeutet Mobilität für dich?*

3 **Probandin 4 - 4:03 PM:**

4 *Also Mobilität bedeutet für mich die Freiheit zu haben mich zu bewegen, mit welchem Fortbewegungsmittel auch immer, sei es öffentlicher Verkehr oder auch ein privates Kraftfahrzeug. Also einfach mobil zu sein und die Freiheit zu haben, sich fortbewegen zu können.*

5 **Ich - 4:04 PM:**

6 *Sehr schön! Was machst du beruflich?*

7 **Probandin 4 - 4:04 PM:**

8 *Ich bin im Marketing tätig in einer Firma zur Metallverarbeitung und bin dort für Online- wie auch Offline-Marketing zuständig.*

9 **Ich - 4:04 PM:**

10 *Brauchst Du beruflich ein Auto?*

11 **Probandin 4 - 4:04 PM:**

12 *Nein, zu beruflichen Zwecken nicht, lediglich damit ich in die Firma gelange.*

13 **Ich - 4:04 PM:**

14 *Okay, das heißt, du hast beruflich sozusagen kein Auto zur Verfügung gestellt.*

15 **Probandin 4 - 4:04 PM:**

16 *Nein, nicht für den täglichen Gebrauch, lediglich bei Dienstreisen natürlich Pool-Autos.*

17 **Ich - 4:04 PM:**

18 *Was ist deine höchste Ausbildung?*

19 **Probandin 4 - 4:04 PM:**

20 *Auf der Fachhochschule der Bachelorabschluss.*

21 **Ich - 4:04 PM:**

22 *Okay, seit wann besitzt du einen Führerschein?*

23 **Probandin 4 - 4:04 PM:**

24 *Seit Oktober 2014.*

25 **Ich - 4:05 PM:**

26 *Was ist dein Hauptfortbewegungsmittel?*

27 **Probandin 4 - 4:05 PM:**

28 *Das Auto.*

29 **Ich - 4:05 PM:**

30 *Das Auto.*

31 **Probandin 4 - 4:05 PM:**

32 *Ja,*

33 **Ich - 4:05 PM:**  
34 *Wie viel ist das höher gestellt als beispielsweise das Fahrrad oder  
Öffentliche Verkehrsmittel?*

35 **Probandin 4 - 4:05 PM:**  
36 *Viel höher, also wenn man ein eigenes Auto besitzt, ... schraubt man  
... oder habe ich definitiv die Nutzung des öffentlichen Verkehrs  
und des Fahrrads zurückgeschraubt. Aber es ist sicher, drei Mal so  
hoch wie das, des öffentlichen Verkehrs und des Fahrrades.  
Mindestens doppelt so hoch als die Fahrradnutzung.*

37 **Ich - 4:05 PM:**  
38 *Das heißt, du besitzt dein eigenes Auto?*

39 **Probandin 4 - 4:05 PM:**  
40 *Ja genau!*

41 **Ich - 4:05 PM:**  
42 *Ist es gekauft oder geleast?*

43 **Probandin 4 - 4:05 PM:**  
44 *Das ist gekauft.*

45 **Ich - 4:05 PM:**  
46 *War dies ein Neukauf damals oder wurde es gebraucht gekauft?*

47 **Probandin 4 - 4:05 PM:**  
48 *Es war gebraucht gekauft ein Vorführer-Modell bei einem Autohaus.*

49 **Ich - 4:05 PM:**  
50 *Und wie oft in der Woche benutzt du dein Auto?*

51 **Probandin 4 - 4:06 PM:**  
52 *Ahhmmm...Sechs Mal in der Woche oder täglich? Also sehr oft.*

53 **Ich - 4:06 PM:**  
54 *Hast du vor, in den nächsten zwei Jahren ein Auto zu kaufen oder  
zu leasen?*

55 **Probandin 4 - 4:06 PM:**  
56 *Ja, ich bin derzeit wirklich gerade im Anschaffungsprozess bzw. ich  
informiere mich gerade ob ich eines kaufen oder leasen wollen  
würde.*

57 **Ich - 4:06 PM:**  
58 *Das heißt, es wäre ein Neukauf?*

59 **Probandin 4 - 4:06 PM:**  
60 *Ja genau!*

61 **Ich - 4:06 PM:**  
62 *Fühlst du dich mit deinem Auto irgendwie emotional verbunden?*

63 **Probandin 4 - 4:06 PM:**  
64 *Ja schon, ja also mein Auto hat auch einen Namen.*

65 **Ich - 4:06 PM:**  
66 *Dein Auto hat einen Namen; das heißt, es ist nicht nur ein  
Gebrauchsgegenstand, sondern das ist schon emotional deines  
sozusagen.*

Image

67 **Probandin 4 - 4:06 PM:**  
68 *Ja, für mich hat ein Auto schon mehr Bedeutung und dadurch habe  
ich auch eigentlich eine größere Bindung als nur zu einem  
Gebrauchsgegenstand wie zu einem Handy zum Beispiel. Das ist für  
mich ein Gebrauchsgegenstand.*

69 **Ich - 4:07 PM:**  
70 *Kennst du andere Möglichkeiten außer dem Autokauf und dem  
Autoleasing? Also ein Auto zu besitzen und zu fahren.*

71 **Probandin 4 - 4:07 PM:**  
72 *Aktuell noch nicht.*

73 **Ich - 4:07 PM:**  
74 *Okay, dann komme ich jetzt zu einer Erklärung von Mobility as a  
Service Das ist ein kurzes Beispiel, anhand dessen werden dann die  
nächsten Fragen sozusagen sein. Eine der unterschiedlichen  
Ausprägungen von Mobility as a Service ist das Auto-Abo- Modell.  
Hierbei können Fahrzeuge monatsweise abonniert werden, wobei die  
Laufzeit flexibel ist und die Preise vom Modell und weiteren Faktoren  
abhängen. Der Besitz des Fahrzeugs geht nicht in das Eigentum der  
Nutzer über, ebenso wenig die Verpflichtung der Wartung und der  
Reparatur. Das heißt als beispielsweise gibt es einen Anbieter  
Campus 02 Autoabo-Service. Fahrzeugmodelle wären  
Kompaktwagen. Mindestvertragsdauer ist jeweils ein Monat. Der  
Kilometerstand wäre 1000 km pro Monat, das wäre aber flexibel  
anpassbar und unter die Leistungen fallen beispielsweise Wartung  
und Reparatur des Fahrzeugs, Versicherung mit Selbstbeteiligung,  
dann eine 24 Stunden 7 Tage Pannenhilfe, ein Ersatzfahrzeug bei  
Reparatur oder Wartung, Sommer- und Winterreifen. Der Kraftstoff  
ist nicht enthalten. Und der Fahrzeugwechsel ist immer möglich. Hast  
du schon mal von solchen Anbietern gehört?*

75 **Probandin 4 - 4:08 PM:**  
76 *Doch habe ich schon einmal gehört. Ja, also der Begriff war mir jetzt  
doch bekannt, ja.*

77 **Ich - 4:09 PM:**  
78 *Welche Anbieter kennst du bzw. wo hast du von sowas schon mal  
gehört?*

Word-of-Mouth

79 **Probandin 4 - 4:09 PM:**  
80 *Von Freunden, die haben wir von so einem erzählt, aber ich kann  
jetzt keine spezifische Firma dazu nennen.*

81 **Ich - 4:09 PM:**  
82 *Okay, wie findest du solche Services?*

Image

83 **Probandin 4 - 4:09 PM:**  
84 *Sehr ansprechend; ist eine ansprechende Alternative und ich glaube  
sehr zukunftsorientiert, da wenn man an Bezahl- oder Miet-Modelle*

Image	85	<i>wie Netflix oder pay-per-use Modelle generell denkt, das wird auf jeden Fall ein Trend in der Zukunft sein. Ja oder ein Must-Have.</i>
	86	<b>Ich - 4:09 PM:</b> <i>Unter welchen Umständen würdest du den Service dann nutzen?</i>
Kompatibilität	87	<b>Probandin 4 - 4:09 PM:</b>
	88	<i>Vielleicht als Zweitauto. Ich kann mir vorstellen, dass, sagen wir, wir haben, also wir sind quasi zu zweit im Haushalt. Wir haben ein gekauftes Auto und bei Bedarf mieten wir uns dann für ein gewissen Zeitraum ein zweites Auto. Vielleicht wenn wir in Urlaub fahren oder ja wissen, jemand ist öfter unterwegs; dann würden wir uns vielleicht das Auto dann mieten, ja.</i>
	89	<b>Ich - 4:10 PM:</b>
	90	<i>Was spricht dagegen, dass es als Ersatz sozusagen statt dem Autokauf genutzt wird?</i>
Komplexität	91	<b>Probandin 4 - 4:10 PM:</b>
	92	<i>Also ich kann es mir auch als Hauptauto vorstellen. Für mich ist, glaube ich, aktuell noch die Lage oder die fehlende Informationslage, dass man einfach sich noch mit dem Thema befasst und dieses Thema auch, ich glaube vielleicht mehr publik wird, dass wir dann eine höhere Akzeptanz in dem Bereich haben und somit kann es natürlich auch als Hauptauto fungieren.</i>
	93	<b>Ich - 4:10 PM:</b>
	94	<i>Welche Vorteile siehst du in dem Service?</i>
Finanzielles Risiko	95	<b>Probandin 4 - 4:10 PM:</b>
	96	<i>Vor allem, wie du vorher angesprochen hast, Versicherung, Schäden. Man weiß genau also was man quasi bezahlt. Das heißt, es hat schon sehr viele Vorteile, vor allem jetzt, wenn man einen Schaden, Parkschäden zum Beispiels hat, etc.</i>
	97	<b>Ich - 4:11 PM:</b>
	98	<i>Okay perfekt und welche Gründe sprechen dagegen?</i>
Image	99	<b>Probandin 4 - 4:11 PM:</b>
	100	<i>Wenn man unbedingt über einen Besitz verfügen muss, kann ich mir vorstellen, dass viele Personen eben vielleicht nicht diese emotionale Bindung aufbauen können, dass für Leute, die eben das Auto nicht als Gebrauchsgegenstand sehen, dass dann nicht ihr Besitz ist, das dann nicht passt, das kann schon sein.</i>
	101	<b>Ich - 4:11 PM:</b>
	102	<i>Erscheint dir der Service sehr komplex?</i>
Komplexität	103	<b>Probandin 4 - 4:11 PM:</b>
	104	<i>Also ich finde du hast es sehr gut erklärt und ich glaube, wenn man das einfach publik macht, ist es über,... ist es überhaupt nicht komplex. Ich glaube es mangelt eher aktuell an der Informationslage noch zu diesem Thema. Aber aus meiner Sicht ist es kein komplexes Thema, denn alle neuen Produkte oder Modelle erscheinen vielleicht im ersten Atemzug komplex. Aber jetzt sind wir zum Beispiel ein Homeoffice auch alle gewöhnt worden und das war vielleicht</i>

<p>Komplexität</p>	<p>105</p> <p>106</p>	<p><i>anfangs auch komplex.</i></p> <p><b>Ich - 4:12 PM:</b>  <i>Du hast angesprochen, dass es bei den Schäden zum Beispiel der Vorteil wäre. Würdest du es als kompliziert sehen, dass man da irgendwie Komplikationen haben könnte, wenn man jetzt den Schaden an dem Auto verursacht?</i></p>
<p>Ansprechperson</p> <p>Kundenservice</p> <p>Verlässlichkeit</p> <p>Kundenservice</p>	<p>107</p> <p>108</p>	<p><b>Probandin 4 - 4:12 PM:</b>  <i>Also man braucht definitiv einen fixen Ansprechpartner. Es muss da natürlich auch das Service stimmen. Es muss sich darum gekümmert werden. Wer kommuniziert dann eben oder gibt den Schaden dann weiter an die Versicherung? Das heißt, ich sehe da schon ein bisschen Risiko auf Konsumentenseite, dass dann auch wirklich der Ansprechpartner sofort zur Stelle ist, weil wenn das jetzt auch über Nacht passiert oder so, das man einfach eine Ansprechperson hat, ja.</i></p>
<p>Verlässlichkeit</p>	<p>109</p> <p>110</p>	<p><b>Ich - 4:13 PM:</b>  <i>Wie zuverlässig schätzt du solch einen Service ein?</i></p>
<p>Verlässlichkeit</p>	<p>111</p> <p>112</p>	<p><b>Probandin 4 - 4:13 PM:</b>  <i>Also ich glaube, wenn man Anbieter davon ist, muss man einfach die Qualität bieten und die Zuverlässigkeit bringen. Ansonsten würde der Anbieter nicht überstehen. Somit glaube ich schon, dass in Zukunft, falls solche Modelle vermehrt eingesetzt werden, auf jeden Fall Zuverlässigkeit da sein muss.</i></p>
<p>Komplexität</p> <p>Verlässlichkeit</p> <p>Customization</p>	<p>113</p> <p>114</p> <p>115</p> <p>116</p>	<p><b>Ich - 4:13 PM:</b>  <i>Welche Risiken birgt solch ein Service?</i></p> <p><b>Probandin 4 - 4:13 PM:</b>  <i>Ja eben, einerseits wenn jetzt ein Schaden ist, dass vielleicht dann doch ein Streitfall entsteht, ist dann wirklich alles gedeckt, wenn ich mutwillig eine Felge ruiniere ist das vermutlich nicht gedeckt. Also das heißt, da wird es sicher ein Risiko geben. Dann ist auch ein Risiko, ob dann auch wirklich die Autos alle immer verfügbar sind. Muss ich denn hier zum Beispiel ein Modell runterschrauben, wenn ich daran denke? Zum Beispiel, ich möchte jetzt speziell für eine Hochzeit für zwei Wochen etwas mieten oder für einen längeren Zeitraum. Ist das Auto dann auch wirklich verfügbar, werde ich enttäuscht oder nicht? Das heißt, da steckt glaube ich ganz viel Organisation im Hintergrundprozess, wo auch die Marke, das Unternehmen sehr viel Vertrauen aufbauen muss, dass ich das nicht als Konsument als Risiko empfinde.</i></p>
<p>Komplexität</p> <p>Kundenservice</p>	<p>117</p> <p>118</p> <p>119</p> <p>120</p>	<p><b>Ich - 4:14 PM:</b>  <i>Das ist natürlich ein sehr kritischer Punkt. Siehst du auch zum Beispiel versteckte Kosten, die auf dich zukommen können?</i></p> <p><b>Probandin 4 - 4:14 PM:</b>  <i>Also wenn ich so überlege, gerade bei Autoversicherungsthemen, Finanzierungsthemen kann es natürlich immer dieses Kleingedruckte geben, wo ich glaube das schon sehr viele Konsumenten vielleicht auch ein paar Bedenken haben. Ich glaube aber, dass man das im Vorfeld auf jeden Fall ausräumen kann, wenn sich eine Person,</i></p>

<p>Komplexität Kundenservice</p>	<p>121 122</p>	<p><i>das ist zum Beispiel immer der gleiche Ansprechpartner von Anbeginn an genauestens mit mir alles durchsieht und dann hoffentlich keine versteckten Kosten entstehen und somit auch alles geklärt wird, bereits im Vorfeld.</i></p> <p><b>Ich - 4:15 PM:</b> <i>Du würdest nicht immer einen Neuwagen erhalten. Würdest du das als Problem wahrnehmen?</i></p>
<p>Verlässlichkeit</p>	<p>123 124</p>	<p><b>Probandin 4 - 4:15 PM:</b> <i>Es kommt auf den Grund an wieso ich etwas miete, weil wenn ich vorhin an das Beispiel einer Hochzeit denke. Es darf natürlich keine Lackschäden oder Dellen in diesem Fall haben, weil ich möchte ja mit dem Auto vorfahren. Das muss schön aussehen, wenn ich jetzt sage, es ist für eine Reise dann machen Gebrauchsspuren nichts. Das heißt, es kommt auf den Grund für mich an, ja, und auf den Zustand des Autos. Aber generell ist ein gebrauchtes Auto im sehr guten Zustand. Ist überhaupt kein Thema für mich.</i></p>
	<p>125 126</p>	<p><b>Ich - 4:16 PM:</b> <i>Okay, das heißt mit Vorschäden konfrontiert zu werden, wäre eher situationsabhängig.</i></p>
	<p>127 128</p>	<p><b>Probandin 4 - 4:16 PM:</b> <i>Genau richtig!</i></p>
	<p>129 130</p>	<p><b>Ich - 4:16 PM:</b> <i>Wird es auch in irgendeiner Art die Komplexität steigern von dem ganzen Prozess?</i></p>
<p>Verlässlichkeit Customization</p>	<p>131 132</p>	<p><b>Probandin 4 - 4:16 PM:</b> <i>Ich kann mir das gerade so vorstellen, wie zum Beispiel auf refurbished, dass man eine Klassifizierung hat und man genau nach dieser Klassifizierung auswählt und ich weiß genau höchste Qualifizierung bedeutet keine Lackschäden, keine Dellen oder nahezu nicht sichtbare Mängel und somit ist die Nutzung zum Beispiel für das Hochzeitsbeispiel möglich.</i></p>
	<p>133 134</p>	<p><b>Ich - 4:16 PM:</b> <i>Und hättest du bezüglich der Hygiene Bedenken?</i></p>
<p>Hygiene</p>	<p>135 136</p>	<p><b>Probandin 4 - 4:16 PM:</b> <i>Nein, also davon gehe ich aus, wenn ich hier an öffentliche Verkehrsmittel denke. Ich glaube, dort geht es unhygienischer zu oder an Flugzeuge, Busse, Straßenbahnen somit hätte ich da keine Bedenken.</i></p>
	<p>137 138</p>	<p><b>Ich - 4:17 PM:</b> <i>Welche finanziellen Vorteile siehst du bei so einem Service?</i></p>
<p>Finanzielles Risiko</p>	<p>139 140</p>	<p><b>Probandin 4 - 4:17 PM:</b> <i>Es gibt natürlich Zeiten, in denen ich das Auto nicht so oft benutze oder beispielsweise ich mache drei Wochen Urlaub. Ich verbringe die Zeit im Garten, bin davon zwei Wochen nicht zu Hause, benötige das Auto überhaupt nicht. Dann würde ich mir denken ich hätte dreiviertel quasi dreiviertel des Monat für mein Auto die Versicherung bezahlt</i></p>

Finanzielles Risiko			<p>obwohl ich es nicht genutzt habe und auch den Tiefgaragenparkplatz womöglich. Somit ist es schon auch kostentechnisch an sich ein anreizendes Modell.</p>
			<p>141 <b>Ich - 4:17 PM:</b></p>
			<p>142 <i>Wie sieht es mit Reparaturen aus, wäre das auch ein Anreiz das Service eher zu nutzen?</i></p>
Leistungsrisiko			<p>143 <b>Probandin 4 - 4:17 PM:</b></p>
Finanzielles Risiko			<p>144 <i>Definitiv, also umso älter die Autos im eigenen Besitz werden, umso höher werden die Servicekosten. Ich glaube das kennt jeder, um auch das Pickerl zu bekommen. Das heißt, das ist für mich in Wahrheit der größte Anreize sogar.</i></p>
			<p>145 <b>Ich - 4:18 PM:</b></p>
			<p>146 <i>Würdest du mit einem gemieteten Auto anders umgehen als mit deinem eigenen Auto?</i></p>
Verantwortung			<p>147 <b>Probandin 4 - 4:18 PM:</b></p>
			<p>148 <i>Das kommt sehr auf die Person an. Ich persönlich würde gleich umgehen, weil ich natürlich, wenn ich mein Auto z.B herberge auch möchte das andere gleich damit umgehen. Aber ich kann mir schon vorstellen, dass andere Personen das gemietete Auto anders behandeln als das eigene und nämlich schlechter behandeln.</i></p>
			<p>149 <b>Ich - 4:18 PM:</b></p>
			<p>150 <i>Okay, wie findest du daher die Tatsache, dass es nicht dein Eigentum ist?</i></p>
			<p>151 <b>Probandin 4 - 4:18 PM:</b></p>
			<p>152 <i>Ich glaube die Frage habe ich jetzt nicht ganz verstanden.</i></p>
			<p>153 <b>Ich - 4:18 PM:</b></p>
			<p>154 <i>Also es ist ja Tatsache, dass das Auto nicht dein Eigentum ist, sondern, dass es nur gemietet ist. Und du hast vorher gesagt, dass du zum Beispiel mit deinem jetzigen Auto emotional verbunden bist. Wie siehst du das? Würde es irgendwie ein Problem darstellen für dich?</i></p>
Image			<p>155 <b>Probandin 4 - 4:19 PM:</b></p>
			<p>156 <i>Für mich überhaupt nicht. Also für mich ist es - okay überhaupt nicht stimmt nicht. Ja, aber eigentlich ist es für mich schon ein emotionaler Punkt, aber ich glaube auch oder ich könnte mir vorstellen, wenn ich dann immer beim gleichen Anbieter ein gewisses Auto miete, dass ich in Wahrheit, dann vielleicht zu dem Auto trotzdem eine Bindung aufbaue oder gerade zu dem Anbieter zum Hersteller. Das heißt, dass meine emotionale Bindung nicht dem Auto gilt, sondern dann dem Hersteller oder dem nicht Hersteller dem ,... ähm ja genau richtig.</i></p>
			<p>157 <b>Ich - 4:19 PM:</b></p>
			<p>158 <i>Dem Anbieter</i></p>
			<p>159 <b>Probandin 4 - 4:19 PM:</b></p>
			<p>160 <i>Ähm, ja genau richtig.</i></p>

	161	<b>Ich - 4:19 PM:</b>
	162	<i>Das würde übertragen werden.</i>
	163	<b>Probandin 4 - 4:19 PM:</b>
	164	Ja.
	165	<b>Ich - 4:19 PM:</b>
	166	<i>Du siehst das nicht so als Problem?</i>
	167	<b>Probandin 4 - 4:19 PM:</b>
Image	168	<i>Nein überhaupt nicht für mich. Obwohl ich aktuell davon überzeugt bin, dass ich mit meinem Auto ja eine emotionale Bindung habe. Aber das würde ich einfach auf das Unternehmen transferieren.</i>
	169	<b>Ich - 4:19 PM:</b>
	170	<i>Würde deine Flexibilität steigen?</i>
	171	<b>Probandin 4 - 4:19 PM:</b>
Kompatibilität	172	<i>Definitiv aus der Hinsicht, wenn man jetzt einen Polo fährt und das ist sein Eigentum, dann wird der Polo der Kofferraum nicht größer, auch wenn man einen Fernseher transportieren möchte, beispielsweise oder einen Umzug hat. Also ich glaube schon, dass man da einen Vorteil hat, auch wenn man sagt, man hat mehr Flexibilität. Einen Monat fährt man ein größeres Auto dann ein kleineres. Das heißt, man kann das super auf die Bedürfnisse abstimmen und was man beispielsweise auch in diesem Monat oder in diesen Zeitraum geplant hat.</i>
Customization		
	173	<b>Ich - 4:20 PM:</b>
	174	<i>Für dich wäre es auch wichtig öfters das Auto zu wechseln, wechseln zu können?</i>
	175	<b>Probandin 4 - 4:20 PM:</b>
Customization	176	<i>Ja das wird sicher interessant einfach auch mehr Marken zu fahren oder auch Elektro oder nicht Elektro, Hybrid. Also ich glaube ich würde dann mehr experimentieren. Schlussendlich hat man sonst ein Auto und wechselt es vielleicht alle paar Jahre.</i>
	177	<b>Ich - 4:20 PM:</b>
	178	<i>Welche Verantwortung würde die Nutzung mit sich bringen?</i>
	179	<b>Probandin 4 - 4:21 PM:</b>
	180	<i>Gegenüber dem Unternehmen, wo ich es gemietet habe?</i>
	181	<b>Ich - 4:21 PM:</b>
	182	<i>Beispielsweise, ja?</i>
	183	<b>Probandin 4 - 4:21 PM:</b>
Verantwortung	184	<i>Naja das ich es im Ursprungszustand wieder zurückgebe. Das heißt, ich muss schon schauen, dass das Auto wieder so zurückgegeben wird, wie ich es vorgefunden habe, damit auch die Nachmieter wieder eine Freude mit dem Auto haben. Also so sehe ich meine Verantwortung in dem Modell.</i>
	185	<b>Ich - 4:21 PM:</b>
	186	<i>Und würdest Du die Art von Service als komfortabel einstufen.</i>

	187	<b>Probandin 4 - 4:21 PM:</b>
Kompatibilität	188	<i>Ja, definitiv, wenn die Prozesse reibungslos sind, ich ein gutes Gefühl habe, wenn ich ein Problem habe oder einen Unfall, dass ich einen Ansprechpartner habe, definitiv.</i>
	189	<b>Ich - 4:21 PM:</b>
Kompatibilität	190	<i>Dann kommen wir zu einem etwas anderen Part. Welche Maßnahmen könnten aus deiner Sicht Anbieter setzen um die besprochenen Probleme wie beispielsweise mit Versicherungen, mit Schäden und so weiter, um diesen Problemen entgegen zu wirken?</i>
	191	<b>Probandin 4 - 4:22 PM:</b>
Kundenservice	192	<i>Also von Anfang an einen Ansprechpartner der eine offene Kommunikation pflegt. Das heißt, man hat den Kontakt die Kontaktperson selber und B man wird auch, ... findet auch generell Informationen zu diesen Thema, zum Beispiel in den FAQs auf der Website oder speziell zu diesem Schadensfall, dass man einen Flyer zum Beispiel auch in meinem Auto vorfindet. Das heißt, dass man nicht in Panik zum Beispiel versetzt wird, weil man ein gemietetes Auto hat. Nein, man weiß genau, was mache ich im Fall. Und im Auto finde ich auch die Anleitung dazu beispielsweise.</i>
Verlässlichkeit		
	193	<b>Ich - 4:22 PM:</b>
	194	<i>Das heißt man müsste sich leicht informieren können und auch leicht mit dem Anbieter interagieren können?</i>
	195	<b>Probandin 4 - 4:22 PM:</b>
	196	<i>Genau richtig!</i>
	197	<b>Ich - 4:23 PM:</b>
	198	<i>Wenn du so ein Service nutzen würdest, unter welchen Umständen würdest du Probleme, die auftreten, dem Anbieter mitteilen?</i>
	199	<b>Probandin 4 - 4:23 PM:</b>
Customer Feedback	200	<i>Naja, wenn ein Warnsignal aufleuchtet, würde ich natürlich sofort den Anbieter kontaktieren bei einem Unfall oder wenn zum Beispiel bei einem Elektroauto etwas mit dem Laden nicht funktioniert. Das heißt da gibt es mehrere Gründe, wieso ich dann den Kontakt suchen würde.</i>
Verlässlichkeit		
	201	<b>Ich - 4:23 PM:</b>
	202	<i>Das heißt du würdest Kontakt suchen, wenn irgendwas nicht so funktioniert wie es funktionieren sollte. Das heißt, dass du auch in der Nutzung eingeschränkt bist.</i>
	203	<b>Probandin 4 - 4:23 PM:</b>
Verlässlichkeit	204	<i>Richtig, also wenn meine Nutzung eingeschränkt ist, würde ich definitiv den Anbieter kontaktieren. Ahm positive Rückmeldung würde ich ohnehin bei der Rückgabe dann geben. Das heißt, es würde sich eher um negative oder um kurzfristig auftretende Probleme handeln.</i>
Customer Feedback		
	205	<b>Ich - 4:24 PM:</b>
	206	<i>Würdest du auch Probleme die jetzt nicht in der Nutzung zum Beispiel einschränken aber die einfach auftreten wo du sagst, man könnte es verbessern. Würdest du sowas auch dem Anbieter</i>

irgendwie mitteilen?

Co-Creation  
Customer Feedback

207  
208

**Probandin 4 - 4:24 PM:**

Ich würde es schon super finden, wenn man als Nutzer zum Beispiel eine Umfrage bekommt im Nachhinein, wo das genau abgefragt wird, weil gerade bei dem Service das jetzt für mich und viele noch neu ist; definitiv. Also ich glaube, dass das noch nicht so bekannt ist und ich würde definitiv Feedback zur Optimierung geben. Das heißt, es macht auf jeden Fall Sinn und würde ich es persönlich auch nutzen und ich gebe da auch immer gerne Rückmeldung, da das einfach dem Anbieter auch ein wichtiger Anreiz sein kann.

209  
210

**Ich - 4:24 PM:**

Unter welchen Umständen würdest du Kommentare bzw. Bewertungsfunktionen in Anspruch nehmen, auf was für einer Plattform auch immer?

Customer Feedback

211  
212

**Probandin 4 - 4:25 PM:**

Also wenn ich natürlich super Feedback habe, es hat alles reibungslos funktioniert, gebe ich sehr sehr gerne Rückmeldung, beispielsweise auf Google oder auch direkt auf der Website, falls der Anbieter das implementiert hat natürlich. Also wenn es ein sehr negatives Feedback ist, gebe ich das normalerweise gerne direkt dem Anbieter, weil natürlich dann keine Reaktion drauf kommt. Dann würde ich es auch öffentlich kommunizieren und hoffe dann auf eine Antwort. Im positiven Fall wird das dann öffentlich publiziert.

213  
214

**Ich - 4:25 PM:**

Du hast gerade angesprochen, dass der Anbieter drauf reagieren soll. Als Serviceanbieter ist ihm dem Austausch mit Kunden sehr wichtig. Hättest du mehr Vertrauen in der Nutzung von so einem Service, wenn man mit dem Anbieter sich mehr austauschen kann?

App  
Customer Feedback  
Verlässlichkeit

215  
216

**Probandin 4 - 4:25 PM:**

Ja definitiv, wenn es eine Austauschmöglichkeit zum Beispiel ein App von dem Anbieter geben würde. Ich habe eine kurze Möglichkeit dort zu chatten, weil ich kurz eine Frage habe, ganz unkompliziert und unverbindlich auch ist es definitiv ein Pluspunkt für mich.

217  
218

**Ich - 4:26 PM:**

Und wie reagierst du, wenn ein Unternehmen eben auf deine Kommentare dein Feedback reagiert?

Image  
Customer Feedback

219  
220

**Probandin 4 - 4:26 PM:**

Ja dann freue ich mich, weil es zeigt für mich natürlich, dass sie sich um mich kümmern. Das zeigt, also schafft auch mehr Vertrauen. Es schafft oder zeigt mir, dass das ernst genommen wird, meine Rückmeldung sei sie positiv oder negativ. Das heißt es macht für mich ein gutes Bild, wenn ein Unternehmen auch reagiert und ich finde in der heutigen Zeit ist es auch ein Muss, dass man darauf reagiert.

221  
222

**Ich - 4:26 PM:**

Wird es die Wahrscheinlichkeit steigern, den Service zu nutzen bzw. wieder zu nutzen?



223  
224

**Probandin 4 - 4:26 PM:**

*Ja definitiv, also ich orientiere mich auch sehr an Reaktionen, also an Kundenfeedbacks und auch an den Reaktionen der Unternehmen, wenn ich noch nicht beim Anbieter gemietet habe, In dem Fall, das heißt auf jeden Fall dient das dazu, dass ich überhaupt miete oder wieder miete, weil einfach das für einen guten Service spricht.*

225  
226

**Ich - 4:27 PM:**

*Okay, du würdest ja Feedback geben, wenn Probleme bei der Nutzung auftreten. Über welche Plattform würdest du sowas machen? Oder wie wäre es dir am liebsten?*



227  
228

**Probandin 4 - 4:27 PM:**

*Wenn ich ein App am Handy hätte und dort direkt anklicken kann. Ich habe ein Problem mit ... und dann gibt es Möglichkeiten und dann komme ich zum Beispiel direkt zu einem Chat. Es kommt natürlich auf den Fall drauf an. Wenn es ein Unfall ist würde ich direkt anrufen aber wenn es jetzt ein Problem ist z.b. der Radio, ich weiß nicht wie ich den Radio bediene zum Beispiel dann schreibe ich kurz im Chat und kriege eine Antwort vom Ansprechpartner dorthin wo es gerootet wird und das wäre für mich die optimalste Lösung.*

229  
230

**Ich - 4:28 PM:**

*Okay, das heißt beim Unfall wird man natürlich anders reagieren, wie wenn zum Beispiel jetzt nur kleiner Fehler auftritt?*

231  
232

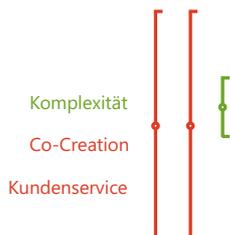
**Probandin 4 - 4:28 PM:**

*Ja genau!*

233  
234

**Ich - 4:28 PM:**

*Okay, wenn du die Möglichkeit, der Mitgestaltung eines solchen Services hättest? Wie würdest du diese nutzen? Also beispielsweise du hast irgendwie die Möglichkeiten selbst mitzugestalten wie würdest du da sozusagen agieren?*



235  
236

**Probandin 4 - 4:28 PM:**

*Also gerade noch einmal highlighten, dass einfach der Kunde das Unternehmen immer erreichen muss. Es muss eine gewisse Vertrauensbasis dadurch geschaffen werden, dass einfach die Verfügbarkeit der Mitarbeiter oder der Servicemitarbeiter gegeben ist. Das heißt, das wäre definitiv mein Input, dass der Prozess im Hintergrund so gestaltet wird, das eine schnelle und eine kurze Reaktionszeit gegeben ist.*

237  
238

**Ich - 4:29 PM:**

*Würdest du dieses Feedback zum Beispiel über eine Plattform geben wie Social Media oder eher online direkt beim Anbieter auf der Website. Und wie viel Interaktion, wie viel Aufwand würdest du da reinstecken um den Service sozusagen mitzugestalten?*

239  
240

**Probandin 4 - 4:29 PM:**

*Also wenn ich das auf Social Media sehen würde, weil ich würde wahrscheinlich nicht zufällig auf die Website stoßen. Aber wenn ich das jetzt auf LinkedIn zum Beispiel sehen würde oder auf Instagram, bin ich definitiv eine Person, die gerne kurz ihre Meinung zu dem Thema gibt, weil ich mir denke, dass das für den Anbieter immer ein*



<p>Co-Creation</p>	<p>241</p> <p>242</p>	<p><i>Vorteil ist und jeder möchte ein gut optimiertes Produkt präsentieren, somit wenn das über Social Media gespielt war oder werden würde, würde ich definitiv teilnehmen und hier auch beim Prozess mithelfen oder meine Ideen einbinden.</i></p>
<p>Verlässlichkeit</p> <p>Komplexität</p> <p>Word-of-Mouth</p> <p>Image</p>	<p>243</p> <p>244</p>	<p><b>Ich - 4:30 PM:</b></p> <p><i>Wenn Freunde und Bekannte dir das Unternehmen empfehlen; unter welchen Umständen würdest du auch Kunde werden bzw. gerade in dem Bereich, wo es Autos betrifft? Was ein sehr großes Thema ist? Wie müssten das Freunde und Bekannte dir das empfehlen, dass du sozusagen auf das wirklich reagierst?</i></p> <p><b>Probandin 4 - 4:30 PM:</b></p> <p><i>Also wenn sie mir davon erzählen und sage, das hat super geklappt, das Service war super, sie haben das richtige Modell bekommen, es hat keine Komplikationen gegeben. Dann hat natürlich die Weiterempfehlung von dem engen Bekanntenkreis bzw. Familien und Freunden eigentlich den höchsten Stellenwert für mich. Das heißt, wenn da eine positive Rückmeldung von denen kommt auf das Thema oder die mir das einfach so erzählen, glaube ich, hat das auf mich die höchste Einwirkung, dass ich den Anbieter in Betracht ziehen würde.</i></p>
<p>Image</p> <p>Word-of-Mouth</p> <p>Customer Feedback</p>	<p>245</p> <p>246</p> <p>247</p> <p>248</p>	<p><b>Ich - 4:31 PM:</b></p> <p><i>Wie sieht es mit negativen Erfahrungen von Freunden und Verwandten aus?</i></p> <p><b>Probandin 4 - 4:31 PM:</b></p> <p><i>Natürlich ist man da auch sehr beeinflussbar, wenn negativ gerade im Bekannten- und Freundeskreis über einen Anbieter gesprochen wird. Aber es ist so subjektiv, dass ich dann immer noch einmal die Bewertungen auch einsehen würde und mir selbst ein Bild schlussendlich mache. Aber natürlich ist ein negatives Feedback, das natürlich sehr ernst genommen werden würde. Ist natürlich für einen Anbieter immer schwierig auszubügeln, aber ich bin eine Person die noch mal kurz nachfragen würde hast du es auch mit dem Unternehmen besprochen, wurde es kommuniziert? Wenn ein nein kommt, hat es für mich nicht so einen hohen Stellenwert, als wenn gesagt worden wäre, ja das Unternehmen hat es erhalten, hat keine Stellung bezogen. Dann wäre es für mich keine Möglichkeit mehr, bei dem Anbieter zu mieten.</i></p>
<p>Word-of-Mouth</p>	<p>249</p> <p>250</p> <p>251</p> <p>252</p>	<p><b>Ich - 4:31 PM:</b></p> <p><i>Und unter welchen Umständen würdest du Unternehmen selbst weiterempfehlen?</i></p> <p><b>Probandin 4 - 4:32 PM:</b></p> <p><i>Also wenn ich mit dem Service zufrieden war, alles reibungslos geklappt hat, empfehle ich es auch sehr gerne weiter.</i></p>
<p>Word-of-Mouth</p>	<p>253</p> <p>254</p> <p>255</p> <p>256</p>	<p><b>Ich - 4:32 PM:</b></p> <p><i>Das heißt wenn das Service so ist wie erwartet oder würdest du es nur weiter empfehlen, wenn er die Erwartungen übertrifft?</i></p> <p><b>Probandin 4 - 4:32 PM:</b></p> <p><i>Beides also, wenn der Service wie erwartet ist, weil viele Produkte</i></p>

Word-of-Mouth		<p>oder vielleicht gerade in dem Bereich. Ich finde, man muss mal den Erwartungen überhaupt entsprechen. Und natürlich, wenn sie übertroffen worden wären, dann würde ich natürlich auch weiterempfehlen. Genau und wenn ich das Gefühl habe oder ich davon überzeugt bin, dass ich dem anderen auch etwas Gutes tue, also meinem Bekannten nämlich, dem ich das empfehle, dann empfehle ich es definitiv weiter.</p>
		<p>257 <b>Ich - 4:32 PM:</b>  258 Okay, du hast vorher schon kurz angesprochen, dass eine App vielleicht sinnvoll wäre. Unter welchen Umständen würdest du Apps sinnvoll finden und mit was für Funktionen vielleicht?</p>
Customization App Geförderter Weg Gamification		<p>259 <b>Probandin 4 - 4:33 PM:</b>  260 Also eine App, dass ich aussuchen kann, oder ich habe eine Historie was habe ich bestellt. Dann kann ich vielleicht ganz leicht sagen dieses Modell hätte ich noch mal gerne für diesen und jenen Zeitraum. Das auch kleinere Probleme über die App abgewickelt werden können. Das es eine Chat-Funktion gibt. Auch Angebote, vielleicht gibt es ja Osteraktionen zum Beispiel. Genau vielleicht ein Punktesystem, also das auch quasi Kundenbeziehungsmanagement über die App stattfinden könnte.</p>
		<p>261 <b>Ich - 4:33 PM:</b>  262 Das heißt, wie würdest du reagieren und wenn es ein Belohnungs- oder Treuepunktesystemen gibt, wäre es etwas Positives?</p>
		<p>263 <b>Probandin 4 - 4:33 PM:</b>  264 Definitiv. Dann würde ich natürlich bei dem Anbieter bleiben oder mich gar nicht umsehen nach einem anderen, weil wenn ich ja, ich abonniere, das,.... oder ich bin Teil von sehr vielen Bonussystemen. Das heißt definitiv auch in dem Bereich würde ich das nutzen und bei dem Unternehmen bleiben.</p>
		<p>265 <b>Ich - 4:34 PM:</b>  266 Würdest du auch als Testperson für so ein Auto-Abo agieren?</p>
Customer Feedback Brand Ambassador		<p>267 <b>Probandin 4 - 4:34 PM:</b>  268 Ja definitiv, wenn ich dann zum Beispiel einen vergünstigten Tarif bekomme, die Chance als Pilot Kunde zu fungieren wo ich auch wieder meine Inputs geben kann, bin ich davon überzeugt, dass ich das sicher wahrnehmen würde.</p>
		<p>269 <b>Ich - 4:34 PM:</b>  270 Mal angenommen, ein Unternehmen bietet dir das an, dass du eben gemeinsam mit dem Unternehmen das Service verbessern kannst und dafür als Testperson sozusagen eingesetzt wirst. Unter welchen Umständen würdest du da eben Zusammenarbeiten mit dem Unternehmen? Und wie sehr würdest du den Service gemeinsam verbessern wollen. Also was würdest du dafür einsetzen?</p>
Brand Ambassador		<p>271 <b>Probandin 4 - 4:34 PM:</b>  272 Also ich würde schon meine Zeit dafür einsetzen in gewisser Form wenn ich zugesichert bekomme, zum Beispiel ich kann einen Monat das Auto so nutzen, gebe ich die Rückmeldung und kann hier mitgestalten. Das heißt, wenn ich jetzt aktuell ein Auto habe, würde</p>

Brand Ambassador

Geförderter Weg

ich das wahrscheinlich sogar in der Zwischenzeit meiner Schwester, die kein Auto hat, weitergeben, dass das genutzt wird und würde vollkommen dann das Monat in der Pilotphase mit dem anderen Auto fahren und Rückmeldung geben. Aber es müsste natürlich ein Goody sein, dass ich das quasi kostenfrei nutzen kann, wenn ich aktuell ein Auto besitze. Das heißt, wenn ich keines besitzen würde, dann würde ich wahrscheinlich die Hälfte oder so bezahlen und wäre auch schon bereit Pilotkunde zu sein.

273 **Ich - 4:35 PM:**

274 Das heißt, du würdest beispielsweise auch Testberichte schreiben oder Meetings mit Personen von dem Unternehmen haben, um Feedback zu geben?

275 **Probandin 4 - 4:35 PM:**

276 Ja weil ich bin gerne eine Person bin, die man mit ihrer Meinung einbinden kann wenn es dadurch dass Service für andere in Zukunft verbessert oder einfach das nicht sagen kann. Okay ich habe dort mitgewirkt ich finde das immer schön mitzugestalten somit würde ich mir auch die Zeit nehmen, einen kurzen Testbericht auszufüllen. Also ich glaube das Unternehmen würde das auch entsprechend aufbereiten und ähm ja nicht in die Länge ziehen dann wäre das sicher kein Problem.

Brand Ambassador

277 **Ich - 4:36 PM:**

278 Aber es müsste nicht kostenlos sein sozusagen, sondern es könnte auch was kosten?

279 **Probandin 4 - 4:36 PM:**

280 Ja.

281 **Ich - 4:36 PM:**

282 Bis zu was für einer Grenze würdest du gehen? Würdest du sagen, okay, es ist mir den halben Preis wert beispielsweise, oder? Würdest du den vollen Preis bezahlen und das Unternehmen schickt dir zum Beispiel das du einen kurzen Testbericht schreibst. Würdest du das auch sozusagen kostenfrei für das Unternehmen machen?

283 **Probandin 4 - 4:36 PM:**

284 Wenn ich gerade den Bedarf zum Beispiel an einem zweiten Auto hätte oder ich habe zum Beispiel einen Polo und ich möchte ein größeres Auto haben, kann ich mir das schon vorstellen, sonst hätte ich das ohnehin mieten müssen, dass ich sage, ich bezahle die Hälfte dafür. Weil ich ja schon eine Zeit investieren muss, um auch die Rückmeldung zu geben. Das heißt, ich würde nicht den vollen Preis zahlen aber die Hälfte definitiv, weil ich ja auch meine Bedürfnisse dadurch abdecken kann und meine persönliche Meinung da einbinden kann. Und für mich hat das einen sehr hohen Stellenwert.

Brand Ambassador

285 **Ich - 4:37 PM:**

286 Dann noch zu Social Media, welche sozialen Netzwerke nutzt du?

287 **Probandin 4 - 4:38 PM:**

288 Das meiste das ich nutze, ist definitiv Instagram. LinkedIn ein bisschen, Facebook, Pinterest, WhatsApp falls der Messenger-Dienst

jetzt auch dazu zählt. ja,

289 **Ich - 4:37 PM:**

290 *Und welche sozialen Netzwerke würdest du gerne nutzen, um mit dem Anbieter zu interagieren oder auch dich zu informieren über den Service?*

291 **Probandin 4 - 4:38 PM:**

292 *Instagram.*

293 **Ich - 4:38 PM:**

294 *Instagram?*

295 **Probandin 4 - 4:38 PM:**

296 *Ja, Facebook vielleicht auch ein bisschen aber Instagram ist mein Haupt sozial,..., also der hauptsächlich der soziale Kanal und somit Instagram.*

297 **Ich - 4:38 PM:**

298 *Würdest du das schlecht finden, wenn das Unternehmen generell nicht auf Social Media ist?*

299 **Probandin 4 - 4:38 PM:**

300 *Ahm, zum, ... nein würde ich nicht finden, weil es manchmal einfach über die Website reicht, sich zu informieren. Es ist sicher für den Anbieter nett sich auf Instagram zu positionieren und dort Anzeigen zu schalten, aber mich würde es persönlich nicht stören, wenn ein Auto-Anbieter nicht auf Social Media ist.*

Image

301 **Ich - 4:38 PM:**

302 *Würdest du es auch zur Interaktion nutzen, wenn es möglich wäre? Wenn du Fragen hast zum Beispiel?*

303 **Probandin 4 - 4:38 PM:**

304 *Ja würde ich. Ich schreibe gerne auf Instagram Unternehmen kurz an, wenn ich eine kleine Frage habe, weil oftmals die Reaktionszeit auf Social Media einfach schneller ist als wenn man über die Website zum Beispiel das beim Kontaktformular ausfüllt. Zumindest ist das schon wieder schneller*

Customer Feedback

305 **Ich - 4:39 PM:**

306 *Eine lange Reaktionszeit wäre in dem Fall auch schlecht?*

307 **Probandin 4 - 4:39 PM:**

308 *Ja definitiv, also wenn ich Fragen habe, ich möchte einfach schnell eine Antwort und gerade bei solchen Themen, wenn man da nicht schnell genug reagiert, kann ich mir vorstellen, dass ich mich auch um einen anderen Anbieter umschaue.*

Customer Feedback

309 **Ich - 4:39 PM:**

310 *Und dann noch die Abschlussfrage. Gibt es weitere Punkte die du irgendwie ergänzen möchtest?*

311 **Probandin 4 - 4:39 PM:**

312 *Ich glaube nicht, ich glaube es war sehr umfangreich, aber ich bin*

*gespannt, wie es mit dem Thema weitergeht.*

313 **Ich - 4:39 PM:**

314 *Ja ich auch. Ich sage schon mal Danke.*

315 **Probandin 4 - 4:40 PM:**

316 *Gerne!*

- 1 **Ich - 11:04 AM:**  
2 *Erste Frage: Was bedeutet Mobilität für dich?*
- 3 **Proband 5 - 11:04 AM:**  
4 *Mobilität naja prinzipiell, dass ich mich in einem Raum wie in einer  
Stadt so gut wie möglich bewegen kann. Also dass ich überall wo ich  
hin muss oder hin kann in relativ wenig Zeit.*
- 5 **Ich - 11:05 AM:**  
6 *Was machst du beruflich?*
- 7 **Proband 5 - 11:05 AM:**  
8 *Finanzconsulting.*
- 9 **Ich - 11:05 AM:**  
10 *Benötigst du für deine berufliche Tätigkeit ein Auto?*
- 11 **Proband 5 - 11:05 AM:**  
12 *Nee, also nein.*
- 13 **Ich - 11:05 AM:**  
14 *Was ist deine höchste Ausbildung?*
- 15 **Proband 5 - 11:05 AM:**  
16 *Bachelor*
- 17 **Ich - 11:05 AM:**  
18 *Seit wann besitzt du einen Führerschein?*
- 19 **Proband 5 - 11:05 AM:**  
20 *5 Jahre*
- 21 **Ich - 11:05 AM:**  
22 *Was ist dein Hauptfortbewegungsmittel?*
- 23 **Proband 5 - 11:05 AM:**  
24 *Fahrrad und zu Fuß.*
- 25 **Ich - 11:05 AM:**  
26 *Okay, das heißt kein Auto?*
- 27 **Proband 5 - 11:05 AM:**  
28 *Nein.*
- 29 **Ich - 11:05 AM:**  
30 *Besitzt du ein eigenes Auto?*
- 31 **Proband 5 - 11:05 AM:**  
32 *Nein.*
- 33 **Ich - 11:05 AM:**  
34 *Okay, hast du irgendwie Zugriff auf ein Auto, dass du ein Auto fahren  
könntest, wenn du eines brauchst?*
- 35 **Proband 5 - 11:05 AM:**

36 *Ja, ja, das Auto von meiner Mama.*

37 **Ich - 11:06 AM:**  
38 *Das heißt, du benutzt in der Woche wahrscheinlich nicht sehr oft das Auto bzw. gar nicht. Wie oft benutzt das generell?*

39 **Proband 5 - 11:06 AM:**  
40 *Einmal im Monat.*

41 **Ich - 11:06 AM:**  
42 *Einmal im Monat.*

43 **Proband 5 - 11:06 AM:**  
44 *Vielleicht zweimal im Monat.*

45 **Ich - 11:06 AM:**  
46 *Okay, hast du vor, dir in den nächsten zwei Jahren ein Auto zu kaufen?*

47 **Proband 5 - 11:06 AM:**  
48 *Eher nicht.*

49 **Ich - 11:06 AM:**  
50 *Kennst du andere Möglichkeiten auch außer dem Autokauf oder -leasing ein Auto zu bekommen also auf ein Auto Zugriff zu haben?*

51 **Proband 5 - 11:06 AM:**  
52 *Ja, diese Carsharing-Plattformen. Ich glaube TIM heißt das in Graz genau, das kenne ich.*

53 **Ich - 11:06 AM:**  
54 *Ansonsten?*

55 **Proband 5 - 11:06 AM:**  
56 *Ja, Mietautos halt, Leihautos.*

57 **Ich - 11:06 AM:**  
58 *Hast du solche Möglichkeiten schon genutzt?*

59 **Proband 5 - 11:06 AM:**  
60 *Nein, habe noch nie den Bedarf gehabt.*

61 **Ich - 11:07 AM:**  
62 *Okay, ich gebe dir jetzt eine kurze Erklärung zum Mobility as a Service, worauf dann die weiteren Fragen beruhen. Eine der unterschiedlichen Ausprägungen von Mobility as a Service ist das Autoabomodell. Hier können Fahrzeuge monatsweise abonniert werden, wobei die Laufzeit flexibel ist und die Preise vom Modell und weiteren Faktoren abhängen. Der Besitz des Fahrzeugs geht nicht in das Eigentum von dir über, ebenso wenig wie die Verpflichtung der Wartung und Reparatur. Als Beispiel ein Anbieter ist der Campus 02, Fahrzeugmodell ist ein Kompaktwagen, Mindestvertragsdauer ist jeweils ein Monat, der Kilometerstand wären 1000 km pro Monat. Die Leistungen, die inkludiert sind: Wartung und Reparatur des Fahrzeugs, Versicherung mit Selbstbehalt, dann 24 Stunden 7 Tage die Woche Pannenhilfe, Ersatzfahrzeug bei Reparatur oder Wartung,*

Sommer- und Winterreifen. Was nicht inkludiert ist sind Kraftstoffkosten. Der Fahrzeugwechsel ist monatsweise möglich. Hast du von solchen Anbietern bereits gehört?

63 **Proband 5 - 11:08 AM:**

64 Nein.

65 **Ich - 11:08 AM:**

66 Okay, wie findest du so ein, so einen Service?

67 **Proband 5 - 11:08 AM:**

68 Klingt prinzipiell interessant, also ich weiß nicht, ob ich es jetzt nutzen würde. Kommt drauf an, ob sich meine Lebenssituation irgendwie ändern würde, aber wenn, dann wäre es auf jeden Fall eine Alternative zum Kauf.

Kompatibilität

69 **Ich - 11:08 AM:**

70 Okay, unter welchen Umständen würdest du sowas nutzen?

71 **Proband 5 - 11:08 AM:**

72 Wenn ich einfach mehr Bedarf für ein Auto habe, also längere Strecken zurücklegen müsste, oder öfter mal schwerere Sachen transportieren müsste oder so.

Kompatibilität

73 **Ich - 11:09 AM:**

74 Was wäre da in Relation zum Autokauf sozusagen der Vorteil?

75 **Proband 5 - 11:09 AM:**

76 Einerseits die Kosten plus natürlich das Haftungs- und Reparaturthema. Ist natürlich sehr angenehm, wenn man sich selber nicht um die Sachen kümmern muss. Plus man hat immer die Möglichkeit einen Neuwagen zu kriegen. Ich kenne es ja, also so ein ähnliches Modell gibt es ja glaube ich mit Handys und Laptops auch - finde ich ganz interessant. Vor allem also je teurer das Produkt, umso interessanter ist das Modell finde ich.

Finanzielles Risiko

77 **Ich - 11:09 AM:**

78 Welche Gründe sprechen dagegen?

79 **Proband 5 - 11:09 AM:**

80 Ja es gehört halt nicht dir. Also du gibst zwar Geld aus, aber du hast unterm Strich dann kein Asset. Also gerade bei diesen Handy-Geschichten ist es ja dann oft so, dass du gerade nur ein bisschen weniger in dem Zeitraum zahlst als das Handy kosten würde. Aber es gehört dann nicht dir, also du hast eigentlich nichts davon und zahlst fast den gleichen Preis für das, dass du dann kein Asset dem gegenüber hast.

Image

Finanzielles Risiko

81 **Ich - 11:10 AM:**

82 Das heißt, das es nicht in dein Eigentum übergeht, siehst du als Problem.

83 **Proband 5 - 11:10 AM:**

84 Ist, ... also wäre, ... könnte jetzt ein Nachteil sein je nachdem wie das Pricing ist. Also wenn der Preis so ist, dass man schon um einiges

Finanzielles Risiko

Finanzielles Risiko			<p>weniger zahlt im Vergleich zum Kauf dann schon. Aber wenn jetzt das Auto zum Beispiel 30.000 Euro kostet und du zahlst für das Abo Modell 25 in dem Zeitraum. Warum?</p>
		85	<p><b>Ich - 11:10 AM:</b></p>
		86	<p>Erscheint dir ein solche Services sehr komplex?</p>
		87	<p><b>Proband 5 - 11:10 AM:</b></p>
Komplexität		88	<p>Das Service per se wahrscheinlich nicht. Es kommt dann darauf an, wie also auf die Details wahrscheinlich.</p>
		89	<p><b>Ich - 11:10 AM:</b></p>
		90	<p>Was für Details könnten das zum Beispiel sein?</p>
		91	<p><b>Proband 5 - 11:11 AM:</b></p>
Komplexität		92	<p>Ja gerade, wenn es darum geht Autos zurück zu geben oder jemand anders kriegt das Auto ist halt die Frage, wenn irgendwas mit dem Auto passiert ist, wie weise ich das nach. Also wenn der andere das einfach hergibt und der übergibt es jetzt praktisch ohne Zwischencheck direkt an die nächste Person und die übernimmt das kaputte Auto. Wer war es dann wirklich; ist immer so ein bisschen ein kritischer Punkt. Generell auch die Abnutzung vom Fahrzeug. Also wie viel Abnutzung darfst du dem Fahrzeug in deinem in dem Zeitraum wo du es nutzt eigentlich zufügen? Jetzt denke ich an Sitzbezüge, an Kratzer im Interieur und so. Weil gerade, wenn es nicht einem selbst gehört, passen die Leute oft weniger auf.</p>
Verantwortung		93	<p><b>Ich - 11:11 AM:</b></p>
		94	<p>Würdest du generell sagen, dass du es zum Beispiel anders behandelst als wie dein eigenes Eigentum?</p>
		95	<p><b>Proband 5 - 11:11 AM:</b></p>
Verantwortung		96	<p>Nein, also ich nicht, aber ich kenne Leute.</p>
		97	<p><b>Ich - 11:12 AM:</b></p>
		98	<p>Wie zuverlässig erscheint dir so ein Service?</p>
		99	<p><b>Proband 5 - 11:12 AM:</b></p>
Verlässlichkeit		100	<p>Ja, also je nach Verfügbarkeit von Fahrzeugen schon sehr zuverlässig.</p>
		101	<p><b>Ich - 11:12 AM:</b></p>
		102	<p>Das heißt das würde auch auf das Angebot und den Hersteller, also den Anbieter ankommen, wie verfügbar, dass das ist?</p>
		103	<p><b>Proband 5 - 11:12 AM:</b></p>
Verlässlichkeit		104	<p>Genau, weil, wenn das jetzt keine Ahnung, wenn das so ähnlich wäre wie TIM und es gibt nie ein Auto wenn du eines brauchst oder nie in deiner Nähe, sondern du musst immer erst Stunden dorthin fahren bis du irgendwann zu einem Auto kommst, ist das halt eher nutzlos. Wenn es halt so was ist wie eben mit deinem Handy du zahlst so eine Flatrate und hast dann einfach für zwei Jahre praktisch ein Auto und du hast es immer zur Verfügung, dann ist das schon ganz lässig. Also, aber trotzdem muss es genug Auswahl geben. Also bei Autos gibt es glaube ich verschiedene Typen von Menschen und es gibt Leute die brauchen halt unbedingt eine sehr große Protzkarre und</p>
Customization			

*andere denen reicht irgendwie so was wie ein Kleinwagen.*

105 **Ich - 11:13 AM:**

106 *Also in dem Fall in diesem Beispiel wäre es so, dass du das Auto sozusagen monatsweise mietest und dann gehört es dir für dieses Monats. Das heißt du hast dauerhaft Zugang.*

107 **Proband 5 - 11:13 AM:**

108 *Okay, das heißt, es parkt dort, wo ich will?*

109 **Ich - 11:13 AM:**

110 *Genau das wäre sozusagen deine Verantwortung auch, dass du dx parkst, wo es gepackt werden darf, genau.*

111 **Proband 5 - 11:13 AM:**

112 *Okay, dann,... dann sehe ich es als schwierig wenn man zum Beispiel in der Stadt lebt. Ist es ja möglich praktisch so ein Dauerparkticket zu kriegen, aber nur wenn das Auto auf die Adresse gemeldet ist, was ja dann wahrscheinlich nicht der Fall wäre. Somit ist es natürlich extrem zack, wenn du das Auto ständig in der Stadt in der blauen Zone parken musst oder in einer Tiefgarage, je nachdem natürlich in der Stadt parkst du es lieber in der Tiefgarage als auf der Straße, weil es sonst leichter beschädigt, wird von außen. Also es gibt finde ich dann wieder ein bisschen Problematik, die da aufkommt. Gerade mit Parkmöglichkeiten, also das ist jetzt gar nicht so das Problem vom Car as a Service, sondern eher das Problem von der Stadt, aber ,...*

Komplexität  
Verantwortung

113 **Ich - 11:14 AM:**

114 *Macht es wieder komplexer als den Autokauf?*

115 **Proband 5 - 11:14 AM:**

116 *Genau, genau weil wenn ich es kaufe oder zumindest lease und das Auto ist auf mich gemeldet, dann kann ich relativ günstig dieses Blaue-Zone-Ticket kaufen und kann dann in einem relativ großen Bereich um meine Wohnung herumstehen und zahle nicht eine Lawine. Nur so in der Stadt stehen ist insofern problematisch, da du das Auto alle drei Stunden umparken musst. Und wenn du es jetzt einmal einen Tag nicht brauchst und du bist in der Arbeit, dann ist es schon unmöglich. Was tust du mit dem Auto?*

Komplexität

117 **Ich - 11:15 AM:**

118 *Welche Risiken könnte so ein Service birgen? Das heißt welche Risiken treten auf?*

119 **Proband 5 - 11:15 AM:**

120 *Für mich als Konsument?*

121 **Ich - 11:15 AM:**

122 *Für dich als Konsument.*

123 **Proband 5 - 11:15 AM:**

124 *Ja also gerade vielleicht Kosten, an die man nicht denkt. Jetzt gar nicht so, dass sie absichtlich versteckt werden, aber wenn man kein Auto besitzt dann weiß man oft nicht so recht über die Nebenkosten Bescheid und da kann ein Auto ja doch massive Nebenkosten*

Komplexität

Komplexität			<p>erzeugen. Plus dieses ganze Parkthema ist da sehr schwierig, wo man im ersten Moment vielleicht nicht dran denkt und so ja cool die wohnen in der Stadt jetzt brauche ich gerade im Monat öfter ein Auto. Jetzt hole ich mir das und dann kommt ich erst drauf, ach shit, wo parke ich das eigentlich? Also gerade, wenn man jetzt jemand ist, der wenig Berührungspunkte zu Autos hat und diese Dinge vielleicht nicht weiß, ist es sehr schwierig. Also wenn du jetzt zum Beispiel über diese Parkmodalitäten in Graz nicht Bescheid weißt und du holst dir sowas, kann das finde ich eine böse Überraschung sein, wenn man dann drauf kommt, ah ja cool du darfst nicht länger als drei Stunden in der blauen Zone stehen. Um dich herum gibt es nur Blau. Die Tiefgarage kosten 5 € die Stunde ja,...</p>
		125	<b>Ich - 11:16 AM:</b>
		126	<i>Du würdest ja nicht immer einen Neuwagen bekommen. Würdest du das generell als Problem sehen?</i>
		127	<b>Proband 5 - 11:16 AM:</b>
Hygiene	}	128	<i>Nachdem es monatsweise genutzt wird, kann es natürlich sein, dass das Auto ein Monat alt ist oder fünf Jahre. Ich glaube es hängt ein bisschen von der Abnutzung ab. Hygiene ist natürlich definitiv ein Thema, also gerade, wenn man ja ein reinlicher Mensch ist, dann ist es vielleicht etwas ekelhaft, wenn dann der Davor-Nutzer nicht so reinlich war und wenn das Auto dazwischen dann nicht irgendwie grundgereinigt wird und man das praktisch wirklich sauber und in Ordnung kriegt, wäre es kritisch. Also ich glaube, es gehört zumindest ein Zwischenschritt rein, wo das Auto dann gereinigt wird und geschaut wird, ob nichts beschädigt ist oder so.</i>
		129	<b>Ich - 11:17 AM:</b>
		130	<i>Die Reinigung siehst du auch auf Seiten des Anbieters, dass der das wirklich durchführt?</i>
Verantwortung Co-Creation		131	<b>Proband 5 - 11:17 AM:</b>
		132	<i>Zumindest das Überprüfen, dass es in Ordnung ist. Also kann man dann so sehen, dass es sowas gibt wie bei Airbnb, was praktisch dieser Reinigungsfee ist, den man dann zahlt. Je nachdem wie schlimm das Auto verschmutzt ist, zahlt man dann dementsprechend. Ist natürlich auch wieder ein bisschen ein problematisches Thema, weil man sich da vielleicht rechtlich ein bisschen angreifbar macht. Je nachdem wie viel man verlangt. Wenn der jetzt sagt, nein so schlimm war, so dreckig war es ja gar nicht. Wer hat dann recht?</i>
		133	<b>Ich - 11:17 AM:</b>
		134	<i>Wäre dann wieder eine Sache der Komplexität von dem Ganzen?</i>
Komplexität	}	135	<b>Proband 5 - 11:17 AM:</b>
		136	<i>Genau, man kann natürlich einfach wie, eben irgendwie bei Airbnb einfach ein Reinigungspauschale verrechnen bei jedem.</i>
		137	<b>Ich - 11:18 AM:</b>
		138	<i>Welche finanziellen Vorteile siehst du in so einem Service?</i>
Finanzielles Risiko		139	<b>Proband 5 - 11:18 AM:</b>
		140	<i>Naja, es ist also dadurch, dass ich es monatsweise auch nutze und so als Abo-Modell und das jederzeit wahrscheinlich abmelden kann</i>



oder abbestellen kann, ist es natürlich praktisch, wenn man nicht immer ein Auto braucht, sondern immer nur so phasenweise oder kurzfristiger mal so viel für gewisse Zeit. Somit ist es natürlich wesentlich kostengünstiger als jetzt da echt ein eigenes Auto.

141 **Ich - 11:18 AM:**

142 *Wie sieht's aus mit Reparaturen und Versicherung? Wäre das ein Vorteil?*

143 **Proband 5 - 11:18 AM:**

144 *Natürlich, also dadurch, dass du das Auto nicht dauerhaft nutzt, muss das natürlich jemand regelmäßig zum Service bringen. Versicherung ist jetzt natürlich die Frage wie das läuft, ob die Versicherung dann über mich läuft mit meiner Klassifizierung oder über den Hersteller mit dessen Klassifizierung, was ja wieder was ganz anderes ist. Oder ob es dann so ein Zwischending ist, was so über den Hersteller läuft aber mit meiner Klassifizierung. Nichtsdestotrotz ist es natürlich ein Vorteil, wenn du die Kosten nur dann hast, wenn du das Auto wirklich nutzt und nicht immer. Natürlich ein Nachteil ist, dass du, wenn du kein eigenes Auto hast, niemals in deiner eigenen Versicherungstufe nach unten rutschen wirst.*

145 **Ich - 11:19 AM:**

146 *Wie würde deine Flexibilität steigen?*

147 **Proband 5 - 11:19 AM:**

148 *Wenn ich jetzt so ein Service hätte?*

149 **Ich - 11:19 AM:**

150 *Wenn du so ein Service nutzt.*

151 **Proband 5 - 11:19 AM:**

152 *Aktuell gar nicht oder zu einem sehr niedrigen Prozentsatz, ich sage mal fünf bis zehn Prozent vielleicht.*

153 **Ich - 11:19 AM:**

154 *Weil du einfach kein Auto benötigst?*

155 **Proband 5 - 11:19 AM:**

156 *Genau, aufgrund meiner Wohnsituation und meiner, der Lage meiner Arbeit, meiner Wohnungslage und meiner Lebenssituation würde ein Auto, dass ich regelmäßig nutzen kann, nicht sonderlich viel dazu beitragen das es besser wäre.*

157 **Ich - 11:20 AM:**

158 *Das heißt, für dich wäre eher eine Kurzmieta besser denkbar?*

159 **Proband 5 - 11:20 AM:**

160 *Ja genau so für ein Wochenende oder für einen Tag, zwei Tage sowas in die Richtung.*

161 **Ich - 11:20 AM:**

162 *Welche Verantwortung bringen solchen Service mit sich?*

163 **Proband 5 - 11:20 AM:**

164 *Naja, also man muss natürlich auf der anderen Seite aufpassen,*

Verantwortung

dass man vorsichtig fährt und das Auto nicht total ruiniert. Also eben auch dass man es intakt hält, also dass man halt drauf aufpasst, finde ich. Wenn natürlich kann man jetzt darauf Pfeifen und das Auto einfach irgendwie behandeln und innerhalb von einem Monat dann den Neuwagen komplett ruinieren. Ist halt eher mäßig toll! Man sollte schauen, dass man das Auto so übergibt wie man dann als das nächste selber wieder kriegen würde wollen. Also ja, ob sich dann jeder dranhalten würde.

165 **Ich - 11:21 AM:**

166 *In welcher Art wäre solch ein Service komfortabel für dich?*

167 **Proband 5 - 11:21 AM:**

168 *Wie genau meinst du das?*

169 **Ich - 11:21 AM:**

170 *Also wäre es in irgendeiner Art komfortabel sowas zu nutzen im Gegensatz zu anderen Modellen wie Kauf,...*

171 **Proband 5 - 11:21 AM:**

172 *Ja so von meiner jetzigen Situation gar nicht komfortabel, weil derzeit einfach gar keine Bedarf besteht. Wenn ich jetzt natürlich meine Situation etwas ummoduliere auf eine Situation, wo ein Auto natürlich schon nützlich wäre oder zumindest ab und zu nützlich wäre, wäre es natürlich auf jeden Fall attraktiver als ein Kauf. Also aus Gründen, die ich eh schon genannt habe, weil es einfach kostengünstig ist. Wenn es aber wirklich so ist, dass ich wirklich ständig ein Auto brauche, immer und nicht nur phasenweise sehe ich die Vorteile zum Kauf geringer.*

Kompatibilität

173 **Ich - 11:22 AM:**

174 *Wenn wir jetzt davon ausgehen, dass du so ein Service nutzt, welche Maßnahmen könnte ein Anbieter setzen, um den besprochenen Problemen entgegenzuwirken? Also wie beispielsweise die Schäden am Fahrzeug die entstehen oder Details mit der Zurückgabe, die Verfügbarkeit oder die Hygiene?*

175 **Proband 5 - 11:22 AM:**

176 *Na also, das Hygiene- und Reparatur- bzw. Schadenthema lässt sich relativ leicht unterbinden, indem man so Kontrollen einführt. Eben wenn der eine das Auto zurückgibt, dann kommt es einmal zu einer Grundreinigung außer es ist schon sehr sauber und einer Inspektion praktisch wo genau überprüft wird, ob eh alles in Ordnung ist mit dem Fahrzeug und erst dann geht's an die nächste Person weiter. Also das wäre glaube ich gerade ein essentieller Punkt, dass man dazwischen kontrolliert zwischen dieser Übergabe praktisch oder im Zuge dieser Übergabe. Verfügbarkeit ist halt einfach ja, als wenn es halt genug gibt oder genug Auswahl sehe ich eigentlich kein Problem. Also ich glaube, die meisten Automobilhersteller haben genug Fahrzeuge in ihrem Portfolio, dass sie das relativ breit anbieten können.*

Verlässlichkeit

177 **Ich - 11:23 AM:**

178 *Was ist jetzt, wann es zu Problemen kommt während der Nutzung? Also während du das Abo- Modell hast, kommt es zu irgendwelchen Problemen?*

	179	<b>Proband 5 - 11:24 AM:</b>
	180	<i>Ja das ist jetzt dann natürlich die Frage wie das Auto versichert ist oder ich in dem Fall. Ob dann ich die Schäden zahle oder halt bzw. von der Versicherung den Selbstbehalt wahrscheinlich ja schon. Also ist natürlich fraglich, wie das dann gehandhabt wird. Aber normalerweise musst du ja dann bei solchen Autos, wahrscheinlich ist eh eine Vollkaskoversicherung abschließen. Also es gehört halt ausreichend versichert.</i>
Verantwortung		
	181	<b>Ich - 11:24 AM:</b>
	182	<i>Unter welchen Umständen würdest du dann diese Probleme dem Hersteller, dem Anbieter sozusagen mitteilen?</i>
	183	<b>Proband 5 - 11:24 AM:</b>
	184	<i>Naja, also je nachdem wie dringend das Problem ist, wenn es jetzt da ein kleiner Kratzer irgendwo ist, dann natürlich vielleicht jetzt nicht in der Sekunde, weil es jetzt nicht dringend ist. Aber zumindest, wenn man das Auto zurückgibt, das ist da und da und da. Also wenn es Probleme sind die, wenn man sie nicht gleich behebt nicht schlimmer werden oder kein größerer Schaden entsteht. Natürlich je größer der Schaden, umso eher meldet man das. Also ich würde mal sagen beim Steinschlag im Fenster ist ja oft das Thema, dass er dann größer werden kann, wenn man nicht aufpasst und so weiter. Sowas würde ich natürlich gleich melden.</i>
Verantwortung		
Customer Feedback		
	185	<b>Ich - 11:25 AM:</b>
	186	<i>Auf welche Art würdest du gerne mit dem Anbieter interagieren, also wie würde das gern mitteilen?</i>
	187	<b>Proband 5 - 11:25 AM:</b>
	188	<i>Das hängt jetzt natürlich auch wieder auf von der Dringlichkeit ab. Es wäre dann natürlich super, wenn es ganz dringende Dinge gibt, dass es so eine Hotline gibt, also Notfall- Hotline, wo ich zumindest das melden kann. Ansonsten E-Mail oder wie auch immer. Also wenn es nur ein Kratzer ist oder so kommt dann drauf an, ob ich das bei beim Kratzer dann praktisch zusammen zu einer Sammelstelle hinbringen kann. Also wenn die das Auto übergebe und dort jemand dann ist, der das inspiziert, dann kann ich es dort auch noch sagen. Okay da sind Kratzer. Ähm, wenn jetzt natürlich z.B die Autotür fehlt dann wäre es natürlich ganz cool wenn ich wen anrufen kann.</i>
Customer Feedback		
	189	<b>Ich - 11:26 AM:</b>
	190	<i>Und wie sieht es mit generellen Problemen aus? Zum Beispiel es sind jetzt keine Schäden entstanden, sondern du hast einfach generell ein Problem mit dem Anbieter oder mit dem Service was jetzt so allgemein gehalten ist. Würdest du sowas mitteilen und wenn ja wann und warum?</i>
	191	<b>Proband 5 - 11:26 AM:</b>
	192	<i>Hängt natürlich auch wieder davon ab, welcher Natur diese Probleme sind. Auch wenn es Probleme sind, wie ich bin mit dem Service grundsätzlich unzufrieden, dann ist es mal schon wichtig, dass ich das gleich mal wo anbringe, weil ich zahl ja dafür. Und wenn ich innerhalb der ersten drei Tage unzufrieden bin, dann findet man vielleicht eine Lösung oder ich kann das vielleicht frühzeitig</i>
Customer Feedback		

Customer Feedback

kündigen. In dem Fall wäre es natürlich auch praktisch. Also ich bin jemand der ruft einfach dann gerne an. Weil es schnell geht, weil auf eine E-Mail da schreibe hin dann bekomme vielleicht da eine automatische Antwort oder nein nicht immer Usus und dann dauert es so drei, vier, fünf Tage und dann muss man ewig lang den Schriftverkehr austauschen für Dinge die man in einem Telefonat in drei Minuten abklären kann.

Customer Feedback

193

**Ich - 11:27 AM:**

194

Würdest du auch Kommentar oder Bewertungsfunktionen nutzen, also beispielsweise auf Social Media oder auch bei Google oder auch auf der Website?

195

**Proband 5 - 11:27 AM:**

196

Nein also erfahrungsgemäß mache ich sowas nie.

197

**Ich - 11:27 AM:**

198

Wie würdest du reagieren, wenn du sowas machst und du bekommst Feedback vom Unternehmen, also wie reagierst du?

Customer Feedback

199

**Proband 5 - 11:28 AM:**

200

Auf meinen Kommentar oder auf meine Bewertung. Ich fühle mich zumindest einmal gehört oder zumindest gelesen. Also ich würde das Positiv empfinden. Aber ich bin meistens nicht jemand der solche Pro,... also für mich. Für mich ist sowas solche Kommentare und Bewertungen, das immer gleich in die Öffentlichkeit tragen, was ja per se vielleicht gar nicht notwendig ist, weil,... Ich sage mal gewisse Probleme sind vielleicht gerade auf meiner Seite, die ich einfach mit dem Service habe, die jetzt andere Leute nicht haben werden. Dann werde ich dem ganzen Service nicht eine ein Sterne Bewertung geben mit einem saftigen Text darunter für was, was eigentlich eh eher vielleicht mich selbst betrifft, weil es einfach bei mir nicht passt.

201

**Ich - 11:28 AM:**

202

Und wie reagierst du, wenn der Anbieter auf dein Feedback eingeht, was du dann zum Beispiel telefonisch gibst oder in einer E-Mail?

203

**Proband 5 - 11:28 AM:**

204

Also wenn auf das Feedback eingegangen wird, dann würde ich eventuell sogar in Erwägung ziehen das Service wieder zu nutzen, je nachdem, was dann der Grund war.

Customer Feedback

Verlässlichkeit

Image

205

**Ich - 11:29 AM:**

206

Das heißt, es wird die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass du den Service nutzt oder wieder nutzt?

207

**Proband 5 - 11:29 AM:**

208

Genau auf jeden Fall.

209

**Ich - 11:29 AM:**

210

Okay und es ist ja wichtig, dass sich der Service Anbieter austauscht mit Kundinnen und Kunden. Hättest du mehr Vertrauen in die Nutzung bzw. in den Anbieter, wenn sich der Anbieter mehr mit dir austauscht?

Customer Feedback

211 **Proband 5 - 11:29 AM:**

212 *Das, ...also gerade bei Autos ist es vielleicht, also am Anfang und am Ende wichtig, dass eher rege Kommunikation herrscht. Also, wenn ich mit dem Ganzen starte, vielleicht viele Fragen habe oder hohen Informationsbedarf. Dazwischen wahrscheinlich eher nicht. Also während ich es nutze und am Ende der Nutzungsdauer, wenn ich es zurückgebe, wäre es wahrscheinlich auch noch mal wichtig, dass ich die Möglichkeit habe Feedback zu geben, dass ich die Möglichkeit habe eben auf Schäden hinzuweisen oder auch Probleme, die es gegeben hat. Also gerade am Anfang und am Ende wäre es sehr wichtig, denke ich*

213 **Ich - 11:30 AM:**

214 *Okay, das heißt, du siehst gerade bei Autos im Gegensatz zu anderen, zu anderen Dingen mehr Interaktionsbedarf mit dem Hersteller?*

215 **Proband 5 - 11:30 AM:**

216 *Ja schon, also gerade, wenn ich jetzt an Leute denke, die nicht regelmäßig mit einem Auto fahren. Autos sind jetzt nicht sonderlich komplex, aber haben sie ihre Eigenheiten und anhand dessen, dass beim Auto gleich mal alles mit hohen Kosten verbunden ist, wie zum Beispiel du tankst einmal das Falsche. Ist jetzt nicht unbedingt ideal, kann aber gleich mal jemanden passieren, wenn er sich Null in seinem Leben bis jetzt mit Autos beschäftigt hat. Ja man hat den Führerschein gemacht vor zehn Jahren. Ist halt finde ich wichtig, dass da viel Informationen abgeben wird. Also der Informationsaustausch wäre da schon ganz wichtig.*

Komplexität

217 **Ich - 11:31 AM:**

218 *Wenn dir die Möglichkeit der Mitgestaltung des Services gegeben wird, wie würdest du die nutzen und wie sehr würdest du gerne mitgestalten?*

219 **Proband 5 - 11:31 AM:**

220 *Vielleicht also auf so Probleme die mir einfallen hinweisen und so das schon gern. Also das ist prinzipiell sehr interessant, aber was dann die Lösungsansätze dafür sind, finde ich immer recht spannend; insofern mitgestalten wäre schon ganz lustig.*

Co-Creation

221 **Ich - 11:31 AM:**

222 *Würdest du das am liebsten direkt mit dem Anbieter machen oder auch über Social Media? Es können auch nur Umfragen sein, also wie würdest du das gerne machen?*

223 **Proband 5 - 11:31 AM:**

224 *So direkt wie möglich wäre eigentlich ganz cool. Also es kommt jetzt natürlich darauf an was für Art von Mitgestaltung das ist. Aber wenn es so nach dem Schwarm Prinzip ist, dann vielleicht einfach über Umfragen. Aber wenn es darum geht, dass man,.. sie jetzt so 20 Leute suchen, aus demografisch unterschiedlichen Hintergründen und mit denen dann intensiv irgendwie an Ideen arbeiten, wie man das Service aufbaut oder verbessern kann, dann natürlich eher direkt.*

Co-Creation

225 **Ich - 11:32 AM:**

	226	<i>Hättest du dann gerne was dafür oder würdest du das auch einfach so als Spaß sozusagen machen?</i>
	227	<b>Proband 5 - 11:32 AM:</b>
Co-Creation Geförderter Weg	228	<i>Das kommt darauf an wie viel Arbeit das ist. Also wenn dann vielleicht ein Goodie oder so. Muss jetzt dann nicht irgendwie monetär sein, sondern einfach meinetwegen nutz den Service einen Monat oder so zum Ausprobieren oder irgend sowas.</i>
	229	<b>Ich - 11:32 AM:</b>
Brand Ambassador	230	<i>Das heißt du würdest auch als Testperson beispielsweise agieren für das Service?</i>
	231	<b>Proband 5 - 11:33 AM:</b>
	232	<i>Ja, zum Beispiel.</i>
	233	<b>Ich - 11:33 AM:</b>
	234	<i>Wenn dir das das Unternehmen anbietet, wie viel würdest du, du dafür aufwenden? Würdest du Testberichte schreiben eben Meetings haben wie du erwähnt hast?</i>
	235	<b>Proband 5 - 11:33 AM:</b>
Brand Ambassador Co-Creation	236	<i>Also Meetings auf jeden Fall, Testberichteschreiben jetzt eher weniger. Das ist aber eher mein persönliches Ding. Schreib einfach nicht so gern, also wenn der Testbericht ausschaut, mit, ich kann Sachen kurz formulieren ja, aber wenn das so zehn Seiten sein müssen, dann eher nicht.</i>
	237	<b>Ich - 11:33 AM:</b>
	238	<i>Und wenn dir das jetzt angeboten wird als Testperson müsste das dann gratis sein, oder wenn es die Hälfte kostet wäre es auch okay?</i>
	239	<b>Proband 5 - 11:33 AM:</b>
Brand Ambassador	240	<i>Also, hängt da wieder mit meinem verbundenen Aufwand ab. Eben also wie aufwendig das ist, je mehr Aufwand das ist, umso eher wäre klasse, wenns nichts kostet. Da findet man dann halt, also irgendwo die Skala zwischen gar kein Aufwand ist, es kostet das gleiche wie immer, mittelviel Aufwand ist das kostet die Hälfte und wenn es sehr viel Aufwand ist, es kostet einmal gar nichts oder sehr wenig.</i>
	241	<b>Ich - 11:34 AM:</b>
	242	<i>Wenn jetzt Freunde und Bekannte ein Unternehmen weiterempfehlen. Unter welchen Umständen würdest du auch Kunde werden?</i>
	243	<b>Proband 5 - 11:34 AM:</b>
Word-of-Mouth	244	<i>Sofern mein Bedarf da ist, wenn wir das von Freunden empfohlen wird und ich mich auf die verlassen kann, dann ziemlich sicher sogar.</i>
	245	<b>Ich - 11:34 AM:</b>
	246	<i>Wie sieht's mit negativen Erfahrungen von Freunden und Bekannten aus? Nimmst du das auch?</i>
	247	<b>Proband 5 - 11:34 AM:</b>
Word-of-Mouth	248	<i>Ja meistens schon also ich mache mir natürlich gerne ein eigenes Bild. Also gehe jetzt nicht blind auf alles, was andere sagen, weder</i>

Word-of-Mouth

im positiven noch im negativen. Ich schaue immer mit einem kritischen Auge drauf. Ich halte es aber praktisch immer neuen Evidenz, wenn ich schon negative Erfahrungen habe, die Hand und Fuß haben würde ich es mir natürlich eher überlegen.

249

**Ich - 11:35 AM:**

250

Und unter welchen Umständen empfiehlst du selbst ein Unternehmen weiter?

Word-of-Mouth

251

**Proband 5 - 11:35 AM:**

252

Das kommt darauf an. Also meistens, wenn ich sehr zufrieden bin mit dem Service dann sprech ich eine klare Empfehlung aus und setz mich sogar hin und sag Leuten wie sie dort praktisch Kunde werden.

253

**Ich - 11:35 AM:**

254

Das heißt, wenn es die Erwartungen übertrifft?

Word-of-Mouth

255

**Proband 5 - 11:35 AM:**

256

Genau oder eigentlich genau trifft. Meine Erwartungen sind meistens recht hoch und wenn diese Erwartungen erfüllt werden, dann kann ich mit ruhigen Gewissen sagen, ich habe das als sehr cool empfunden. Natürlich muss man es dann mit Bedürfnissen anderer Menschen abstimmen, um es weiter zu empfehlen. Aber prinzipiell, wenn jeder von also wenn meine Bedürfnisse erfüllt sind oder übererfüllt sind, dann empfehle ich das auf jeden Fall weiter.

257

**Ich - 11:36 AM:**

258

Würdest du eine App als sinnvoll erachten?

259

**Proband 5 - 11:36 AM:**

260

Eine App du meinst also wie eine Buchungsplattform praktisch?

261

**Ich - 11:36 AM:**

262

Für diesen Service eben, ja genau.

263

**Proband 5 - 11:36 AM:**

264

Ja warum nicht, also je nachdem wenn ich das immer wieder mal, ... also wenn ich es sehr, sehr hochfrequenz nutze, dieses Abbestellen und bestellen geht dann auf jeden Fall, wenn es dafür gedacht ist, dass es über mehrere Monate geht, .... warum?

Gamification  
App  
Customization  
Kompatibilität

265

**Ich - 11:36 AM:**

266

Welche Funktionen müsste die App haben?

267

**Proband 5 - 11:36 AM:**

268

Naja, also auf der Seite vielleicht kannst du dir aussuchen, welches Modell du haben möchtest. Es muss genug Informationen über das Pricing sein. Genug Möglichkeiten, die Modalitäten irgendwie anzupassen. Also Dauer oder vielleicht eine Suchfunktion mit so lang brauche ich es, so viel soll es im Monat kosten oder über den Zeitraum kosten, die Motorisierung oder diese Motorstärke brauche ich, mit so und so viel Türen oder so und so einer Größe so ähnlich. Wie wenn jetzt bei Willhaben man praktisch ein Auto suchen möchte, ungefähr in die Richtung, dass ich halt dann praktische Listen habe, mir dann aussuchen kann welches Auto ich möchte.

Customization  
Kompatibilität  
App

269  
270

**Ich - 11:37 AM:**

*Wie sieht es aus mit Funktionen beispielsweise als Chatfunktion, dass du mit dem Anbieter in Kontakt trittst oder dass du auch Schäden melden kannst über die App?*

271  
272

**Proband 5 - 11:37 AM:**

*Das ist natürlich gescheit. Das habe ich gar nicht gedacht, in dem Fall ist es natürlich sinnvoll. Hoffentlich braucht man es dann natürlich nie, also gerade für die Schäden aber macht natürlich Sinn, weil so kann man Probleme relativ direkt melden. Ja, dann in dem in dem Fall, ja.*

Customer Feedback

273  
274

**Ich - 11:38 AM:**

*Würdest du dann eher die App verwenden oder E-Mail schreiben oder doch anrufen?*

275  
276

**Proband 5 - 11:38 AM:**

*Das kommt jetzt wieder drauf an. Mein Lieblingsantwort - it depends - je nach Dringlichkeit. Also ein Chat ist natürlich schon relativ schnell, das ist super. Also wenn es so eine Funktion gibt, die gut funktioniert, würde ich sie fast mit einem Anruf gleichsetzen. Für unwichtige Dinge würde ich trotzdem glaube ich eine E-Mail verwenden, weil es einfacher ist. Wofür chatten, das ist meistens sogar aufwendiger für was das absolut unwichtig ist. Aber bei dringenden Dingen, würde ich mir dann tatsächlich sogar überlegen, ob ich anrufe oder nicht einfach direkt den Chat verwende, vor allem weil man so natürliche Bilder und so übermitteln kann und auch gleich direkt eine Antwort kriegt ist natürlich doppelt, ... also ein Chat hat natürlich mehrere Vorteile gegenüber dem Telefonat. Chat hat man natürlich gleich alles schriftlich also beide Seiten haben alles schriftlich, man kann Bilder mitübermitteln plus das Gegenüber hat trotzdem die Zeit, wenn sie jetzt da irgendwelche Informationen braucht, sich diese Informationen selber wo einzuholen. Aber wenn ich jetzt wo anrufe und der hat die Informationen nicht parat, dann kann er nur sagen okay ich muss Sie zurückrufen, ich muss mir das selber erst holen. Beim Chat habe ich das natürlich nicht dieses Problem. Wäre wahrscheinlich sogar zufriedenstellender.*

Customer Feedback

App

277  
278

**Ich - 11:39 AM:**

*Wie würdest du reagieren, wenn du jetzt den Chat nutzt und du triffst auf einen Chatbot?*

279  
280

**Proband 5 - 11:39 AM:**

*Am Anfang ist es ja normal finde ich, also gerade im ersten Teil von einem Chat. Ich muss aber sagen erfahrungsgemäß kann das extrem frustrierend sein. Also weil Chatbots einfach gewisse Eigenschaften haben, dass sie halt ja die machen manchmal ein bisschen Probleme wo es ein bisschen frustriert, weil sie einfach nicht ganz checken worum es geht oder nicht verstehen wo sie wo du hin möchtest. Beim Anrufen wäre das Problem zehnmal schlimmer. In gewisser Weise man ist ja schon dran gewöhnt, aber früher oder später will man dann glaube ich doch mit einer Person reden, gerade wenn es ein Problem an Feedback geht.*

281  
282

**Ich - 11:40 AM:**

*Wie würdest du reagieren, wenn solche Anbieter ein Belohnungs-*

oder Treueprogramm einführen?

Gamification

283

**Proband 5 - 11:40 AM:**

284

*Ist prinzipiell denke nie was Schlechtes, weil der Aufwand den man sich macht oder die Treue die man zeigt belohnt wird, also würde ich das jeden Fall als positiv empfinden.*

285

**Ich - 11:40 AM:**

286

*Das heißt, das würdest Du auch nutzen, auch zum Beispiel in Verbindung mit der App?*

Gamification

{

{

{

App

Geförderter Weg

287

**Proband 5 - 11:40 AM:**

288

*Genau, ja also solche Dinge. Incentive sind natürlich immer super.*

289

**Ich - 11:41 AM:**

290

*Welche sozialen Medien nutzt du?*

291

**Proband 5 - 11:41 AM:**

292

*Instagram hauptsächlich, YouTube, LinkedIn eher selten, aber auch Snapchat, whatsapp Facebook eigentlich gar nicht mehr.*

293

**Ich - 11:41 AM:**

294

*Wären die sozialen Netzwerke auch was, worüber du dich über den Service informierst?*

295

**Proband 5 - 11:41 AM:**

296

*Nein.*

297

**Ich - 11:41 AM:**

298

*Sollten die Anbieter trotzdem auf Social Media vertreten sein?*

299

**Proband 5 - 11:41 AM:**

300

*Das schon, also ich finde Werbung auf Social Media also gerade Instagram oder so kann auch sehr gut ziehen. Gerade wenn sie in den Stories oder so aufkommt und man sich denkt „Aha interessant, das habe ich noch nicht gesehen.“ Also das auf jeden Fall, aber es ist immer so ein bisschen die Frage. Also wenn ich mich drüber informiere, dann gehe ich lieber auf die Website einfach, weil du die Informationen eher abfragen kann als auf einer Social Media, ... wenn ich auf die Social Media Seite komme, verlinkt sie diese immer auf die Website, weil dort muss ich unterm Strich hin, wenn ich Informationen will. Ein Auftritt, Social Media Auftritt, ist natürlich eigentlich unerlässlich.*

301

**Ich - 11:42 AM:**

302

*Würdest du zum Beispiel auch Social Media nutzen, um mit dem Anbieter zu interagieren, entweder über Kommentarfunktion oder auch über die direkten Messages?*

Customer Feedback

{

303

**Proband 5 - 11:42 AM:**

304

*Vielleicht die direkten Messages, Kommentare eher nicht.*

305

**Ich - 11:42 AM:**

306

*Unter was für Umständen würdest du die Direkt-Messages verwenden?*

Customer Feedback

Verlässlichkeit

307

**Proband 5 - 11:42 AM:**

308

*Wahrscheinlich eher, bevor ich Kunde bin. Wenn ich Kunde werden möchte und mir vielleicht Informationen schnell abholen möchte, die ich jetzt vielleicht auf der Website nicht sofort finde oder so, ist es natürlich recht einfach. Wenn ich dann einfach in die Dms slide gehe und mir die Informationen dort hole.*

309

**Ich - 11:43 AM:**

310

*Das heißt es geht auch um Schnelligkeit und einfach den komfortableren Weg?*

311

**Proband 5 - 11:43 AM:**

312

*Genau genau, gerade bevor ich Kunde bin ist das dann eher der komfortable Weg, dann wenn ich Kunde bin und es gibt da die App, dann seh ich den Grund eher nicht warum wir dann über Social Media interagieren sollte.*

Komplexität

App

313

**Ich - 11:43 AM:**

314

*Würdest du auch irgendwie eine Online Community über Forum oder auch extra Instagram Seite oder sowas mit Fanpage oder sowas? Würdest du sowas folgen von so einer Anbieter?*

315

**Proband 5 - 11:43 AM:**

316

*Wenn ich davon, also wenn ich davon begeistert bin, ja, ansonsten vielleicht eher nicht.*

Brand Community

317

**Ich - 11:43 AM:**

318

*Dann die letzte Frage gibt es noch weitere Punkte die du irgendwie ausführen möchtest?*

319

**Proband 5 - 11:43 AM:**

320

*Ich denke nein, wir haben sehr ausführlich über vieles gesprochen. Ich habe fast immer mit es kommt drauf an geantwortet.*

- 1 **Ich - 2:56 PM:**  
2 *Dann fangen wir mal an. Was bedeutet Mobilität für dich?*
- 3 **Probandin 6 - 2:56 PM:**  
4 *Also Mobilität bedeutet einerseits für mich einfach ganz banal von A nach B zu kommen, aber auch flexibel zu sein, unabhängig zu sein.*
- 5 **Ich - 2:56 PM:**  
6 *Was machst du beruflich?*
- 7 **Probandin 6 - 2:56 PM:**  
8 *Ich bin Studentin.*
- 9 **Ich - 2:56 PM:**  
10 *Okay, das heißt, du brauchst kein Auto dafür.*
- 11 **Probandin 6 - 2:56 PM:**  
12 *Ich brauche kein Auto dafür. Ich bin nur öffentlich unterwegs. Genau*
- 13 **Ich - 2:56 PM:**  
14 *Was ist deine höchste Ausbildung?*
- 15 **Probandin 6 - 2:56 PM:**  
16 *Bachelor an der Uni.*
- 17 **Ich - 2:56 PM:**  
18 *Seit wann besitzt du einen Führerschein?*
- 19 **Probandin 6 - 2:57 PM:**  
20 *Seit zehn Jahren. Also mit 17,5, also circa zehn Jahren.*
- 21 **Ich - 2:57 PM:**  
22 *was ist dein Hauptfortbewegungsmittel?*
- 23 **Probandin 6 - 2:57 PM:**  
24 *Öffentliche Verkehrsmittel. Muss ich darauf genau eingehen, oder?*
- 25 **Ich - 2:57 PM:**  
26 *Passt glaube ich.*
- 27 **Probandin 6 - 2:57 PM:**  
28 *Okay.*
- 29 **Ich - 2:57 PM:**  
30 *Das heißt, du besitzt kein Auto?*
- 31 **Probandin 6 - 2:57 PM:**  
32 *Nein.*
- 33 **Ich - 2:57 PM:**  
34 *Hast du Zugang zu einem Auto, was du jederzeit nutzen könntest?*
- 35 **Probandin 6 - 2:57 PM:**  
36 *Nicht jederzeit wochenendmäßig ja, aber nicht jederzeit also unter der Woche eigentlich nicht.*

- 37 **Ich - 2:57 PM:**  
38 *Okay, wie oft benutzt du ein Auto?*
- 39 **Probandin 6 - 2:57 PM:**  
40 *Einmal im Monat.*
- 41 **Ich - 2:57 PM:**  
42 *Hast du vor, in den nächsten zwei Jahren ein Auto zu kaufen oder zu leasen?*
- 43 **Probandin 6 - 2:57 PM:**  
44 *Es kommt darauf an, ob ich es beruflich brauchen würde, ansonsten derzeit nicht. Also es hängt davon ab, ob ich es brauche oder nicht.*
- 45 **Ich - 2:58 PM:**  
46 *Das heißt für die private Nutzung würdest du keines kaufen?*
- 47 **Probandin 6 - 2:58 PM:**  
48 *Also rein für die private, ... natürlich wenn ich es dann habe, dann würde ich es auch privat nutzen, aber, es hängt davon ab, wenn ich jetzt einen Job habe, der weiter weg ist, dann würde ich mir privat ein Auto kaufen.*
- 49 **Ich - 2:58 PM:**  
50 *Okay, kennst du andere Möglichkeiten statt dem Autokauf oder dem Leasing?*
- 51 **Probandin 6 - 2:58 PM:**  
52 *Ja, Carsharing, diese ganzen Sharing Plattformen. Und oder halt auch, wie heißt das Hertz und die ganzen Sixt und so, wo man einfach ausleihen kann.*
- 53 **Ich - 2:58 PM:**  
54 *Hast du sowas schon mal benutzt?*
- 55 **Probandin 6 - 2:58 PM:**  
56 *Ja, also im Urlaub hauptsächlich und Carsharing auch in Wien jetzt.*
- 57 **Ich - 2:58 PM:**  
58 *Okay*
- 59 **Probandin 6 - 2:59 PM:**  
60 *Für private Zwecke.*
- 61 **Ich - 2:59 PM:**  
62 *Ich gebe dir jetzt eine kurze Erklärung zu Mobility as a Service. Darauf beruhen dann die nächsten Fragen. Eine der unterschiedlichen Ausprägungen von Mobility as a Services ist das Auto-Abo-Modell. Hierbei können Fahrzeuge monatsweise abonniert werden, wobei die Laufzeit flexibel ist und die Preise von Modell und weiteren Faktoren abhängen. Der Besitz des Fahrzeugs geht nicht in das Eigentum der Nutzerinnen bzw. Nutzer über, ebenso wenig wie die Verpflichtung der Wartungen und Reparaturen. Anbieter wäre beispielsweise Campus 02 Auto-Abo-Service. Fahrzeugmodelle wären Kompaktwagen, Mindestvertragsdauer ist jeweils ein Monat, Kilometerstand sind 1.000 Kilometer pro Monat. Leistungen die dabei*

sind, wären zum Beispiel Wartungen und Reparatur des Fahrzeugs, eine Versicherung mit Selbstbehalt, 24/7 Pannenhilfe, Ersatzfahrzeug bei Reparatur und Wartung, Sommer- und Winterreifen. Was nicht inkludiert ist, ist der Kraftstoff. Und das Fahrzeug könntest du monatsweise wechseln. Hast du von so einem Anbieter schon mal gehört?

63 **Probandin 6 - 3:00 PM:**

64 *Nein, überhaupt nicht.*

65 **Ich - 3:00 PM:**

66 *Wie findest du so einen Service?*

67 **Probandin 6 - 3:00 PM:**

68 *Ich finde es eigentlich ziemlich cool, weil wenn du sagst, du hast in dem Monat irgendwelche Reisen oder Urlaube geplant oder vielleicht auch wo du länger hinfahren musst und dass du,... Ich finde zwar cool, dass du nicht länger als ein Monat die Verpflichtung hast das zu machen, dass du wirklich danach kündigen kannst. Also das finde ich cool, aber kommt halt auch auf den Preis an.*



69 **Ich - 3:00 PM:**

70 *Welche Vorteile siehst du generell so in dem Service?*

71 **Probandin 6 - 3:00 PM:**

72 *Eh wie ich gesagt habe, dass du eine kurze, relativ kurze Bindung hast, das du trotzdem alle Versicherungen und so jetzt dabei hast und vor allem auch, dass es jetzt nicht in deinem Besitz ist. Also wenn was kaputt ist, nehme ich mal an, ja sicher Selbstbehalt wird man immer irgendwas haben, aber grundsätzlich, dass das dann nicht in deiner Verantwortung liegt.*



73 **Ich - 3:01 PM:**

74 *Welche Gründe sprechen gegen die Nutzung?*

75 **Probandin 6 - 3:01 PM:**

76 *Ich glaube gegen die Nutzung wird sprechen, einfach, dass man es aus Bequemlichkeit macht und auch der Umwelt jetzt schadet. Aus Bequemlichkeit sage ich, eigentlich kann man auch mit dem Zug fahren, aber ich mache das weil, weil es jetzt praktischer ist.*



77 **Ich - 3:01 PM:**

78 *Würdest du einen solchen Services sehr komplex sehen?*

79 **Probandin 6 - 3:01 PM:**

80 *Nein also aus Konsumentensicht nicht. Das Ding ist, ich weiß halt nicht auch wie das ist, wo gibt's die. Wo stehen dir die Fahrzeuge zur Verfügung. Ich weiß nicht, wenn das komplex ist oder wenn ich dann nicht wirklich will, oder wenn ich, wenn es schwer erreichbar ist, dann würde ich es auch komplex sehen aber ansonsten sehe ich nichts.*



81 **Ich - 3:02 PM:**

82 *Wir sieht es mit Verträgen beispielsweise aus, würdest du das als komplex betrachten?*

83 **Probandin 6 - 3:02 PM:**

Komplexität	84	<i>Nein, weil es eine Absicherung von beiden Seiten ist also für mich nicht komplex.</i>
	85	<b>Ich - 3:02 PM:</b>
	86	<i>Wie zuverlässig würde dir so ein Service erscheinen?</i>
	87	<b>Probandin 6 - 3:02 PM:</b>
	88	<i>Wie meinst du das, dass ich ob es immer...</i>
	89	<b>Ich - 3:02 PM:</b>
	90	<i>Ob es immer verfügbar ist, ob das mit Wartungen und Reparatur funktioniert. Das heißt die ganzen Leistungen und so weiter, wie erscheint dir das?</i>
	91	<b>Probandin 6 - 3:02 PM:</b>
Verlässlichkeit	92	<i>Ja, also es scheint schon zuverlässig, ob das dann alles funktioniert, wenn irgendwas passiert ist, ist dann halt immer die Frage. Dann weiß man glaube ich erst, ob es wirklich zuverlässig ist. Wie dann die Abhandlung ist, wenn was Schlechtes passiert. Aber ich glaube sonst, wenn alles glatt läuft dann schon zuverlässig.</i>
	93	<b>Ich - 3:03 PM:</b>
	94	<i>Welche Risiken könnten auftreten bei dem Service?</i>
	95	<b>Probandin 6 - 3:03 PM:</b>
Verlässlichkeit	96	<i>Vielleicht, dass man nicht immer was verfügbar hat und das vielleicht auch das Auto dann vom Vorgänger vielleicht oder dass halt das nicht genauso abgegeben wird wie es sein sollte oder dass irgendwelche technischen Gebrechen sind beim Auto. Das kennt man halt dann auch nicht das Auto, wenn man das nur ausborgt.</i>
	97	<b>Ich - 3:03 PM:</b>
	98	<i>Wie sieht es aus, wenn du jetzt beispielsweise einen Unfall hast oder irgendeinen Schaden verursachst, würdest du dies als Risiko sehen in irgendeiner Art?</i>
	99	<b>Probandin 6 - 3:04 PM:</b>
Komplexität	100	<i>Nein, also jetzt nicht dem Service an sich gegenüber.</i>
	101	<b>Ich - 3:04 PM:</b>
	102	<i>Siehst du da irgendwie versteckte Kosten?</i>
	103	<b>Probandin 6 - 3:04 PM:</b>
Finanzielles Risiko	104	<i>Das hängt davon ab wie Transparenz ist. Ich sage jetzt nicht allein nur im Vertrag, sondern auch allgemein beim Angebot. Was sie auf einer Webseite oder auf irgendwelchen Plattformen zeigen, weil wenn das nicht transparent ist, dann kann schon sein das versteckte Kosten sind, also da hätte ich dann schon Sorgen.</i>
	105	<b>Ich - 3:04 PM:</b>
	106	<i>Okay, du wirst ja nicht immer einen Neuwagen erhalten. Würde es für dich ein Problem darstellen?</i>
	107	<b>Probandin 6 - 3:04 PM:</b>
	108	<i>Nein, überhaupt nicht.</i>

	109	<b>Ich - 3:04 PM:</b>
	110	<i>Okay was wäre wenn du dann mit Vorschäden an dem Auto konfrontiert wirst? Wäre es irgendwie für dich ein Problem?</i>
Komplexität	111	<b>Probandin 6 - 3:04 PM:</b>
	112	<i>Es kommt drauf an wo, weil wenn es jetzt äußerliche Schäden sind die erstens mal dokumentiert sind. Wo ich wirklich, ... ich meine das Auto wird man sonst sofort anschauen, das wird mich jetzt nicht stören, aber wenn ich jetzt weiß, dass keine Ahnung, ... grobe Schäden dürfen so und so nicht sein das ich gefährdet werde. Aber wenn ich jetzt mich mit irgendwas nicht auskennen würde und wenn ich das nicht einschätzen kann selber, dann wird es mich schon stören.</i>
	113	<b>Ich - 3:05 PM:</b>
	114	<i>Okay, wie sieht es mit der Hygiene aus von dem Fahrzeug?</i>
Hygiene	115	<b>Probandin 6 - 3:05 PM:</b>
	116	<i>Das ist schon wichtig also das es eine Reinigung gibt, bevor ich das verwende, auch wenn es älter ist. Das ist auf jeden Fall, also unbedingt notwendig.</i>
	117	<b>Ich - 3:05 PM:</b>
	118	<i>Welche finanziellen Vorteile siehst du in so einem Service?</i>
Finanzielles Risiko Customization	119	<b>Probandin 6 - 3:05 PM:</b>
	120	<i>Dass ich einfach übers Jahr keine Verpflichtungen habe, was Versicherungen angeht oder so und dass ich das wirklich punktuell quasi buchen kann und entscheiden kann wann ich was zahlen will wenn ich es brauche.</i>
	121	<b>Ich - 3:05 PM:</b>
	122	<i>Das heißt Reparaturen und Versicherung siehst du auch als großen Vorteil?</i>
	123	<b>Probandin 6 - 3:06 PM:</b>
	124	<i>Ja, auf jeden Fall.</i>
	125	<b>Ich - 3:06 PM:</b>
	126	<i>Okay, würdest du mit einem gemieteten Auto anders umgehen, als mit deinem eigenen Auto?</i>
Verantwortung	127	<b>Probandin 6 - 3:06 PM:</b>
	128	<i>Ich glaube sogar ja, aber eher, dass es eigentlich vorsichtiger ist, weil beim eigenen Auto ist man was Hygiene angeht vielleicht ein bisschen toleranter, aber so vom Fahren oder so überhaupt nicht. Also gleich.</i>
	129	<b>Ich - 3:06 PM:</b>
	130	<i>Wie siehst du das generell, dass das Auto nicht dein Eigentum ist?</i>
Image	131	<b>Probandin 6 - 3:06 PM:</b>
	132	<i>Nicht problematisch, also ich finde es eher gut, dass ich die Verantwortung nicht habe, dauerhaft.</i>
	133	<b>Ich - 3:06 PM:</b>

	134	<i>Würde deine Flexibilität steigen durch so einen Service?</i>
	135	<b>Probandin 6 - 3:06 PM:</b>
Kompatibilität	136	<i>Ja, auf jeden Fall, gerade wenn man in der Stadt wohnt braucht man es nicht, aber gerade wenn es darum geht spontan irgendwo weiter weg zu fahren oder so.</i>
	137	<b>Ich - 3:07 PM:</b>
	138	<i>Würdest du auch das nutzen, dass du beispielsweise monatsweise das Auto wechseln kannst?</i>
	139	<b>Probandin 6 - 3:07 PM:</b>
	140	<i>Nein.</i>
	141	<b>Ich - 3:07 PM:</b>
	142	<i>Welche Verantwortung bringt die Nutzung mit sich?</i>
	143	<b>Probandin 6 - 3:07 PM:</b>
Verantwortung	144	<i>Verantwortung, ...ja, allgemein einfach ein Auto zu haben und mögliche Schäden, mögliche, ... auch Leute die man mitnimmt, Unfälle,...also so. Aber sonst jetzt keine Verantwortung und das ist halt vielleicht nur die Verantwortung, dass man es auch wieder rechtzeitig zurückgibt, dass man es in einem gewissen Zustand wieder zurückgibt. Also getankt und so aber sonst nicht.</i>
	145	<b>Ich - 3:07 PM:</b>
	146	<i>Wer für dich so eine Art von Service komfortabel?</i>
	147	<b>Probandin 6 - 3:07 PM:</b>
	148	<i>Ja, auf jeden Fall.</i>
	149	<b>Ich - 3:08 PM:</b>
	150	<i>Jetzt haben wir einige Probleme besprochen, die auftreten können wie Verfügbarkeit oder Vorschäden oder die Hygiene. Welche Maßnahmen könnte ein Anbieter setzen, um den besprochenen Probleme entgegen zu wirken?</i>
	151	<b>Probandin 6 - 3:08 PM:</b>
Verlässlichkeit	152	<i>Dass man weit vorausplanen kann. Das es einfach viele Autos gibt und viele Standorte gibt, wo man das holen kann oder abholen kann. Wegen Vorschäden,... ja ich meine regelmäßiges Service muss so und so sein. Ich weiß nicht, dass man trotzdem dokumentiert, einfach wirklich genau auflistet und den Leuten auch wirklich detailliert sagt okay das und das und das ist falsch und bei der Hygiene einfach wirklich jedes Mal wenn es gewechselt wird, dass es da eine,... das es eine Reinigung gibt</i>
Customer Feedback		
Hygiene		
	153	<b>Ich - 3:09 PM:</b>
	154	<i>Wenn generelle Probleme auftreten mit dem Service, wo du sagst, okay, du bist einfach unzufrieden. Unter welchen Umständen würdest du das Problem dem Anbieter mitteilen?</i>
	155	<b>Probandin 6 - 3:09 PM:</b>
Verlässlichkeit	156	<i>Es kommt halt drauf an also wenn es zum Beispiel um die Verfügbarkeit geht, dann würde ich sie nicht mitteilen, weil dann schaue ich mich einfach nach was anderem um, aber wenn es jetzt</i>
Customer Feedback		
Customer Feedback		

Customer Feedback	}	157	<b>Ich - 3:09 PM:</b>	<i>wirklich so ist ich habe das Auto, ich verwende es und es ist irgendwas. Dann würde ich es auf jeden Fall mitteilen.</i>
		158	<b>Ich - 3:09 PM:</b>	<i>Wirst du es nur mitteilen, wenn es dich in der Nutzung einschränkt. Das heißt, wenn irgendwas kaputt ist, sodass du einfach das Auto nicht mehr so nutzen kannst oder würdest du es auch bei so generellen Problemen wo du einfach unzufrieden bist mitteilen?</i>
Hygiene	}	159	<b>Probandin 6 - 3:10 PM:</b>	<i>Ja also generelle Probleme, auch weil zum Beispiel, wenn es dreckig ist dann würde ich mich aufregen. Das sehe ich jetzt nicht als grundlegendes Prinzip.</i>
Customer Feedback	}	160	<b>Ich - 3:10 PM:</b>	
		161	<b>Ich - 3:10 PM:</b>	<i>Okay, über welche Plattform würdest du gerne damit dem Anbieter in Kontakt treten?</i>
		162	<b>Probandin 6 - 3:10 PM:</b>	
Customer Feedback	}	163	<b>Ich - 3:10 PM:</b>	<i>Naja, es kommt drauf an, was für Plattformen der hat, wenn es... der direkteste Weg wäre über Social Media, also wenn sie Social Media haben und sonst über die Webseite, aber ich würde jetzt auch nichts Kompliziertes machen wenn es lang dauert.</i>
		164	<b>Ich - 3:10 PM:</b>	
		165	<b>Ich - 3:10 PM:</b>	<i>Hängt es dann auch ab von der Größe des Problems sozusagen?</i>
		166	<b>Probandin 6 - 3:10 PM:</b>	
Customer Feedback	}	167	<b>Ich - 3:10 PM:</b>	<i>Ja voll, also wenn es ein grobes Problem ist, dann nehme ich mir wahrscheinlich auch mehr Zeit und würde mehrere Wege wählen, um das anzubringen.</i>
		168	<b>Ich - 3:10 PM:</b>	
		169	<b>Ich - 3:10 PM:</b>	<i>Okay, würdest du auch Bewertungsfunktionen oder Kommentare nutzen? Entweder bei Social Media oder bei der Website?</i>
		170	<b>Probandin 6 - 3:10 PM:</b>	
Customer Feedback	}	171	<b>Ich - 3:11 PM:</b>	<i>Wie reagierst du, wenn das Unternehmen auf dein Feedback eingeht?</i>
		172	<b>Probandin 6 - 3:11 PM:</b>	
Customer Feedback	}	173	<b>Ich - 3:11 PM:</b>	<i>Naja, es kommt drauf an wenn Sie höflich sind und wenn ich mich ernst genommen fühle, dann nimmt es auch viel raus aus dem Ärger sage ich mal. Dann sicher freundlich, aber wenn sie selber nicht freundlich reagieren, oder so dann, dann macht es das halt nicht besser und dann werde ich wahrscheinlich den Service auch nicht mehr in Anspruch nehmen oder irgendwem weiterempfehlen oder so.</i>
Word-of-Mouth	}	174	<b>Ich - 3:11 PM:</b>	
		175	<b>Ich - 3:11 PM:</b>	<i>Würde es die Wahrscheinlichkeit erhöhen, wenn sich das Unternehmen viel mit dir austauscht und auf dein Feedback eingeht? Also die Wahrscheinlichkeit das du es wieder nutzt?</i>
		176	<b>Ich - 3:11 PM:</b>	
		177	<b>Ich - 3:11 PM:</b>	
		178	<b>Ich - 3:11 PM:</b>	

	179	<b>Probandin 6 - 3:11 PM:</b>
	180	<i>Was meinst du?</i>
	181	<b>Ich - 3:11 PM:</b>
	182	<i>Also die Wahrscheinlichkeit das du es wieder nutzt.</i>
	183	<b>Probandin 6 - 3:11 PM:</b>
Verlässlichkeit	184	<i>Ja, dann schon.</i>
	185	<b>Ich - 3:11 PM:</b>
Verlässlichkeit	186	<i>Und wird es auch das Vertrauen in die Nutzung bzw. den Anbieter stärken, wenn du, ... wenn sich der Anbieter sich viel mit dir austauscht?</i>
	187	<b>Probandin 6 - 3:11 PM:</b>
	188	<i>Ja.</i>
	189	<b>Ich - 3:12 PM:</b>
	190	<i>Perfekt! Wenn du die Möglichkeit hättest, das Angebot mitzugestalten. Wie würdest du das machen oder würdest du das gerne machen und auf welche Art?</i>
	191	<b>Probandin 6 - 3:12 PM:</b>
	192	<i>Allgemein was meinst du mit Angebot, den Auftritt?</i>
	193	<b>Ich - 3:12 PM:</b>
	194	<i>Einerseits das generelle Angebot, das heißt was für ein Angebot der Hersteller sozusagen hat, andererseits würdest du vielleicht gerne dein eigenes, also das Angebot was du gern hättest, mitgestalten. Das heißt konfigurieren beispielsweise welche Funktionen du gerne hättest, wann du das nutzt, dass du das selbst gestalten kannst.</i>
	195	<b>Probandin 6 - 3:13 PM:</b>
Customization	196	<i>Ja, also was wichtig ist eben, das es auf jeden Fall flexibel ist, aber das ist es eh. Das du vielleicht auch wirklich genau aussuchen kannst, was....also wirklich was du brauchst einfach, dass es so simpel wie möglich ist auch als Konsument. Wenn ich jetzt sage, ich brauche ein Auto für die oder für eine längere Fahrt oder keine Ahnung. Dass das halt wirklich simpel ist, der Weg auch zum Autofahren, wenn man sich auch nicht so auskennt. Und gerade auch, ...auch zum Thema ich kenne mich nicht aus, weil ich kenne mich mit Autos wirklich nicht aus, dass man einfach auch sagt wenn es um technische Fehler geht, dass man auch wirklich vielleicht angibt, jetzt ist wirklich ein größeres Problem oder nicht und dass das wirklich auch für Leute passt, die null Plan haben. Dass das extrem transparent einfach ist. Aber so von den allgemeinen Fähigkeiten, ob das jetzt ein integriertes Navi hat oder ob das Auto also keine Ahnung; das ist mir egal.</i>
Kompatibilität		
Komplexität		
Customization		
	197	<b>Ich - 3:14 PM:</b>
	198	<i>Wenn beispielsweise so Umfragen sind bei Social Media oder auf der Website gibt es ein Formular, wo man was Feedback geben kann, etwas mitgestalten kann. Würdest du daran teilnehmen? Würdest du das ernst nehmen?</i>
	199	<b>Probandin 6 - 3:14 PM:</b>

Co-Creation	}	200	<i>Also ich glaube, wenn es zum Beispiel auch Social Media in Stories oder so ist, würde ich es machen, weil es einfach unkompliziert ist. Wenn es auf der Webseite ist, wahrscheinlich eher nicht, weil wir dann keine Ahnung, da höre ich dann auf. Dann schaue ich vielleicht auf dem Link drauf, aber wenn es dann länger dauert, dann würd ichs nicht machen.</i>
		201	<b>Ich - 3:14 PM:</b>
		202	<i>Okay, wenn Freunde und Bekannte dir ein Unternehmen empfehlen. Unter welchen Umständen würdest du das auch nutzen? Also bzw. näher in Betracht ziehen?</i>
Word-of-Mouth	}	203	<b>Probandin 6 - 3:15 PM:</b>
Verlässlichkeit	}	204	<i>Also allgemein bei Empfehlungen von Freunden oder Bekannten würde ich das eher in Betracht ziehen, als wenn ich es einfach irgendwo online lese. Einfach, weil das Vertrauen da ist.</i>
		205	<b>Ich - 3:15 PM:</b>
		206	<i>Wie reagierst du auf negatives Feedback von Freunden und Bekannten?</i>
Word-of-Mouth	}	207	<b>Probandin 6 - 3:15 PM:</b>
		208	<i>Dann würde ich es nicht mal in Betracht ziehen. Also da würde ich,... vielleicht, wenn ich wirklich irgendwas wirklich brauche, würde ich es mir selber anschauen, mein eigenes Bild machen und es ist sicher so, dass jeder mal schlechte Erfahrungen gemacht und das heißt nicht, dass alles schlecht ist. Aber es wird mich glaube ich schon ziemlich beeinflussen oder, dass ich mir zumindest halt, wenn, wenn ich weiß, wenn das bei dem Anbieter gemacht wurde, dass ich mir einen anderen raussuche.</i>
		209	<b>Ich - 3:15 PM:</b>
		210	<i>Wäre das beispielsweise auch bei Autos was anderes wie bei anderen Artikeln bei kleineren Artikeln</i>
Word-of-Mouth	}	211	<b>Probandin 6 - 3:15 PM:</b>
		212	<i>Ja voll, es ist also gerade was was mehr Wert ist, da würde ich auf jeden Fall sensibler reagieren quasi, als wenn Dinge Gebrauchsgegenstände oder so sind.</i>
		213	<b>Ich - 3:16 PM:</b>
		214	<i>Unter welchen Umständen empfiehlst du selbst ein Unternehmen weiter?</i>
Word-of-Mouth	}	215	<b>Probandin 6 - 3:16 PM:</b>
		216	<i>Wenn ich wirklich begeistert bin.</i>
		217	<b>Ich - 3:16 PM:</b>
		218	<i>Das heißt, es muss deine Erwartungen übertreffen?</i>
		219	<b>Probandin 6 - 3:16 PM:</b>
		220	<i>Ja.</i>
		221	<b>Ich - 3:16 PM:</b>
		222	<i>Würdest du eine App für so einen Anbieter als sinnvoll erachten?</i>

		223	<b>Probandin 6 - 3:16 PM:</b>
		224	<i>Ja, auf jeden Fall, weil es einfach zugänglich ist.</i>
		225	<b>Ich - 3:16 PM:</b>
		226	<i>Welche Funktionen müsste so eine App haben?</i>
		227	<b>Probandin 6 - 3:16 PM:</b>
		228	<i>Also es muss alle Infos übers Auto geben. Es muss einfach sein das zu buchen, also dass ich quasi einmal eingebe meine Kreditkarteninfos oder so, dass es dann simpel ist, das Auto zu buchen. Und es muss mir anzeigen, wo in der Nähe ich die Möglichkeit habe, welches Auto zu finden. Also Google Maps oder so. Und auch direkt einen Chat oder so für Probleme. Also wirklich groß, dass man sagt hey wenn irgendein Problem ist, da kann man chatten oder anrufen.</i>
		229	<b>Ich - 3:17 PM:</b>
		230	<i>Okay, das heißt, von der Nutzung her es dürfte nicht sehr komplex sein das Ganze, sondern du müsstest wirklich einfach zum Buchen kommen.</i>
		231	<b>Probandin 6 - 3:17 PM:</b>
		232	<i>Genau!</i>
		233	<b>Ich - 3:17 PM:</b>
		234	<i>Du hast die Chatfunktion angesprochen. Wie würdest du reagieren, wenn jetzt bei dem Chat ein Chatbot antwortet?</i>
		235	<b>Probandin 6 - 3:17 PM:</b>
		236	<i>Es kommt drauf an, wenn das die erste Nachricht ist und da steht was für ein Anliegen du hast oder so ist es okay, aber alles weitere nicht, weil ich habe nur schlechte Erfahrungen damit gemacht.</i>
		237	<b>Ich - 3:17 PM:</b>
		238	<i>Okay, ist es wieder etwas, was vielleicht autospezifisch ist, weil es da meistens ein Problem gibt, was du meldest.</i>
		239	<b>Probandin 6 - 3:18 PM:</b>
		240	<i>Nein allgemein, also bei Chatbots allgemein</i>
		241	<b>Ich - 3:18 PM:</b>
		242	<i>Wie würdest du reagieren, wenn der Anbieter, ein Belohnungs- oder Treuesystem einführt?</i>
		243	<b>Probandin 6 - 3:18 PM:</b>
		244	<i>Ja schon gut, weil wenn es mir dann irgendwann günstiger kommt oder ich kriege mal was gratis auf jeden Fall positiv.</i>
		245	<b>Ich - 3:18 PM:</b>
		246	<i>Würde das auch nur in Verbindung mit der App für dich eine Sinn ergeben oder müsste das Treuesystem sozusagen auch außerhalb nutzbar sein?</i>
		247	<b>Probandin 6 - 3:18 PM:</b>
		248	<i>Nein, das reicht innerhalb der App.</i>

App {

App  
Gamification  
Komplexität

Gamification {

Geförderter Weg {  
Gamification {

Gamification {  
App {

	249	<b>Ich - 3:18 PM:</b>
	250	<i>Würdest du für so Autoabo als Testperson agieren?</i>
Brand Ambassador	251	<b>Probandin 6 - 3:18 PM:</b>
	252	<i>Nein.</i>
	253	<b>Ich - 3:18 PM:</b>
	254	<i>Okay, gibt es da Gründe dafür, warum du es nicht machen würdest?</i>
	255	<b>Probandin 6 - 3:18 PM:</b>
Brand Ambassador	256	<i>Weil ich lieber dann Erfahrungsberichte lese vor allem dann, über immer die negativen Erfahrungen wenn was passiert. Wie reagieren sie wirklich und wie viel Probleme schafft es dir, Probleme überhaupt, ja wenn irgendwas ist.</i>
	257	<b>Ich - 3:19 PM:</b>
Brand Ambassador	258	<i>Und wenn du es jetzt angeboten bekommst, dass du es gratis sozusagen testen könntest, wirklich als Testperson und es ist vollkommen gratis und du könntest es beispielsweise ein Monat mal nutzen. Würdest du dann probieren?</i>
	259	<b>Probandin 6 - 3:19 PM:</b>
	260	<i>Es kommt wieder auf die Bedingungen an, aber eher weniger eigentlich.</i>
	261	<b>Ich - 3:19 PM:</b>
	262	<i>Okay, das heißt, du würdest auch nicht mit dem Unternehmen irgendwie zusammenarbeiten wollen, dass du den Service irgendwie verbesserst?</i>
	263	<b>Probandin 6 - 3:19 PM:</b>
Brand Ambassador	264	<i>Nicht als Testperson, also wenn es dann schon im Laufen ist, dann schon oder auch Bewertungen für die App oder so aber jetzt nicht als Testperson, wenn ich nicht weiß was auf mich zukommt.</i>
Customer Feedback		
	265	<b>Ich - 3:20 PM:</b>
	266	<i>Okay, und wenn du jetzt angenommen, du nutzt den Service schon oder der Service ist schon sehr etabliert und du bist eben Testperson. Würdest du dann beispielsweise Testberichte schreiben oder auch mit Personen von dem Unternehmen reden, dass eben der Service verbessert wird?</i>
	267	<b>Probandin 6 - 3:20 PM:</b>
Geförderter Weg	268	<i>Wenn ich dafür eine Gegenleistung bekomme, also wenn sie dann sagen, okay du kriegst zwei Monate das Auto gratis und dafür schreibst du uns irgendwas. Es kommt natürlich auf dem Aufwand an, aber dann schauen ja.</i>
Brand Ambassador		
	269	<b>Ich - 3:20 PM:</b>
	270	<i>Dann noch: Welche sozialen Netzwerke nutzt du?</i>
	271	<b>Probandin 6 - 3:20 PM:</b>
	272	<i>Instagram, Facebook. LinkedIn, Tik tok nicht mehr. Ja, das sind eigentlich die hauptsächlichen.</i>
	273	<b>Ich - 3:20 PM:</b>

Komplexität

274 Würdest du dich über soziale Netzwerke über so einen Service informieren?

275 **Probandin 6 - 3:21 PM:**

276 *Nein, also nicht direkt, also passiv schon, wenn, wenn ich jetzt eine Werbung kriege, aber und wenn ich das gerade irgendwie brauche vielleicht, aber sonst nicht*

277 **Ich - 3:21 PM:**

278 *Okay, das heißt die Hauptinformationsquelle wäre wahrscheinlich die Website.*

279 **Probandin 6 - 3:21 PM:**

280 *Ja.*

281 **Ich - 3:21 PM:**

282 *Macht es einen Unterschied, dass das ein Auto ist bzw. so ein Service wie zum Beispiel andere Gegenstände Kleidung oder sowas? Würdest du da eher Social Media nutzen?*

283 **Probandin 6 - 3:21 PM:**

284 *Ja.*

285 **Ich - 3:22 PM**

286 *Das heißt, es kommt wirklich auf den Gegenstand drauf an und beim Auto ist es so komplex*

287 **Probandin 6 - 3:22 PM:**

288 *Ja.*

289 **Ich - 3:22 PM**

290 *Okay, dann kommen wir auch schon zur Abschlussfrage. Hast du noch Punkte zu ergänzen?*

291 **Probandin 6 - 3:22 PM:**

292 *Nein.*

- 1 **Ich - 5:00 PM:**  
2 *Dann fangen wir mal an. Was bedeutet Mobilität für dich?*
- 3 **Proband 7 - 5:01 PM:**  
4 *Für mich bedeutet Mobilität in einem gewissen Maße Freiheit und Unabhängigkeit im Privatleben als auch im Job.*
- 5 **Ich - 5:01 PM:**  
6 *Okay, was machst du beruflich?*
- 7 **Proband 7 - 5:01 PM:**  
8 *Ich arbeite im Vertrieb bei der Knapp AG und bin ja hier speziell für den europäischen Markt zuständig.*
- 9 **Ich - 5:01 PM:**  
10 *Benötigst du beruflich ein Auto?*
- 11 **Proband 7 - 5:01 PM:**  
12 *Ja, da ich sehr viele Dienstreisen habe, benötige ich berufsmäßig ein Auto. Meistens nehme ich ein Leihauto von der Firma.*
- 13 **Ich - 5:01 PM:**  
14 *Okay, das Auto wird dir sozusagen von der Firma zur Verfügung gestellt. Kannst du das Auto auch privaten nutzen?*
- 15 **Proband 7 - 5:01 PM:**  
16 *Ja, ich kann das privat nutzen, aber ich muss eine private Nutzungsvereinbarung jedes Mal unterschreiben.*
- 17 **Ich - 5:02 PM:**  
18 *Was ist deine höchste Ausbildung?*
- 19 **Proband 7 - 5:02 PM:**  
20 *Der Bachelor an der FH Campus 02.*
- 21 **Ich - 5:02 PM:**  
22 *Seit wann besitzt du einen Führerschein?*
- 23 **Proband 7 - 5:02 PM:**  
24 *Seit 2014.*
- 25 **Ich - 5:02 PM:**  
26 *Okay, was ist dein Hauptfortbewegungsmittel?*
- 27 **Proband 7 - 5:02 PM:**  
28 *Ich würde sagen die öffentlichen Verkehrsmitteln und hier vor allem der Bus mit dem ich in die Arbeit fahre oder auch dazu mit dem Steiermark Ticket und teilweise auch die Straßenbahn.*
- 29 **Ich - 5:02 PM:**  
30 *Hast du ein eigenes Auto?*
- 31 **Proband 7 - 5:02 PM:**  
32 *Nein.*
- 33 **Ich - 5:02 PM:**

34 *Hast du ein Auto irgendwie dauerhaft zugänglich, dass du das von irgendwem nutzen kannst?*

35 **Proband 7 - 5:02 PM:**

36 *Ja, ich nutze das Carsharing in der Stadt Graz namens TIM, also Täglich Intelligenten Mobil und hier leihe ich mir so c, ich würde sagen, einmal im Monat ein Auto aus.*

37 **Ich - 5:02 PM:**

38 *Okay wie oft benutzt du ein Auto? Ist das dann zweimal im Monat oder öfters, wenn du das woanders auch noch benutzen kannst?*

39 **Proband 7 - 5:03 PM:**

40 *Also privat benutze ich es zweimal im Monat circa und von der Firma aus nutze ich es jede Woche.*

41 **Ich - 5:03 PM:**

42 *Planst du in den nächsten zwei Jahren, dir ein Auto zu kaufen oder zu leasen?*

43 **Proband 7 - 5:03 PM:**

44 *Ja, ich habe daran gedacht, mir ein Auto zu kaufen, weil man dann einfach mehr Freiheit hat.*

45 **Ich - 5:03 PM:**

46 *Würdest du das Auto kaufen oder eher leasen?*

47 **Proband 7 - 5:03 PM:**

48 *Ich würde es aus jetziger Sicht eher kaufen aber das kommt auf das Modell und den Wertverlust drauf an.*

49 **Ich - 5:03 PM:**

50 *Wird das ein Neukauf sein oder eher ein gebrauchtes Auto?*

51 **Proband 7 - 5:03 PM:**

52 *Ich würde mir wahrscheinlich ein Auto kaufen das so zwei bis drei Jahre alt ist.*

53 **Ich - 5:03 PM:**

54 *Ist für dich ein Auto, ein Gegenstand oder wie man es auch bezeichnen mag, mit dem du dich emotional verbunden fühlst?*

Image

55 **Proband 7 - 5:03 PM:**

56 *Eher nicht würde ich sagen.*

57 **Ich - 5:04 PM:**

58 *Kennst du andere Modelle außer Kaufen und Leasen von Autos? Du hast jetzt schon TIM angesprochen. Kennst du da vielleicht noch weitere Modelle?*

59 **Proband 7 - 5:04 PM:**

60 *Ich kenne eigentlich nur TIM als Carsharing bzw. gibt es auch ein anderes Modell von der Stadt Wien? Wo man etwas flexibler ist als in Graz, da man das Auto überall in der Stadt abstellen kann und nicht nur an speziellen Plätzen. Aber sonst kenne ich eigentlich keine solchen Modelle. Also bis auf Leihautos vielleicht noch von Sixt oder*

wem auch immer von Ja.

61 **Ich - 5:04 PM:**

62 Für die weiteren Fragen werde ich jetzt eine Erklärung zu Mobility as a Service geben und darauf basieren dann die weiteren Fragen. Eine der unterschiedlichen Ausprägungen von Mobility as a Service ist das Auto-Abo-Modell. Hierbei können Fahrzeuge monatsweise abonniert werden, wobei die Laufzeit flexibel ist. Die Preise vom Modell und weiteren Faktoren abhängen. Der Besitz des Fahrzeugs geht nicht in das Eigentum der Nutzerin bzw. des Nutzers über, ebenso wenig wie die Verpflichtung der Wartung und Reparatur. Beispiel Anbieter Campus 02 Auto Abo Service. Fahrzeugmodell sind Kompaktwagen, die Mindestvertragsdauer ist ein Monat, Kilometerstand wären 1000 Kilometer pro Monat, das ist flexibel anpassbar. Die Leistungen sind Wartungen und Reparatur des Fahrzeugs zur Sicherung mit einer Selbstbeteiligung, 24 Stunden Pannenhilfe, Ersatzfahrzeug bei Reparaturen und Wartung, Sommer- und Winterreifen. Was nicht inkludiert ist, ist der Kraftstoff. Der Fahrzeugwechsel wäre monatlich möglich. Hast du bereits von solchen Anbietern gehört?

63 **Proband 7 - 5:05 PM:**

64 Nein, noch nicht.

65 **Ich - 5:05 PM:**

66 Wie findest du so einen Service?

67 **Proband 7 - 5:06 PM:**

68 Dass ist eine Frage des Gegenrechnens. Natürlich spart man sich ein hohes Erstinvest von einem neuen Fahrzeug bzw. von einem jung gebrauchten Fahrzeug sozusagen. Ich denke, ich würde es nützen, wenn ich aufgerechnet auf mein Jahr unter 12.000 km fahren würde und wenn die Kosten für das Abo unter meinen Reparaturkosten, Neureifen, Service etc. liegen, Versicherung.

Finanzielles Risiko

69 **Ich - 5:06 PM:**

70 Und das heißt so müsste auch das Service gestaltet sein, das es preisgünstig ist. Was gibt es sonst noch für Faktoren, dass du so einen Service nutzen würdest?

71 **Proband 7 - 5:06 PM:**

72 Also ich würde es glaube ich je nachdem wie hoch natürlich die monatlichen Kosten sind, als Student sehr praktisch finden, da ich, wie vorhin gesagt, ich mir das Erstinvestment von einem neuen Fahrzeug sparen würde. Das finde ich sehr attraktiv. Abgesehen davon, dass Wechseln vom Modell in jedem Monat. Wenn man sich so ein bisschen ein besseres Bild machen kann und ja.

Finanzielles Risiko

Kompatibilität

73 **Ich - 5:07 PM:**

74 Welche Gründe würden gegen so eine Nutzung sprechen?

75 **Proband 7 - 5:07 PM:**

76 Aus meiner Sicht in erster Linie die Kosten, je nachdem wie hoch diese sind und ansonsten finde ich es eigentlich ein sehr gutes Modell. Fraglich auch mit den Kilometern, ob das nur eine Person abonnieren kann oder mehrere auf einmal.

Finanzielles Risiko

Customization

Kompatibilität

	77	<b>Ich - 5:07 PM:</b>
	78	<i>Das heißt, ob man mehrere Fahrer haben kann bei dem Auto?</i>
	79	<b>Proband 7 - 5:07 PM:</b>
	80	<i>Genau!</i>
	81	<b>Ich - 5:07 PM:</b>
	82	<i>Okay, erscheint dir so ein Service sehr komplex?</i>
	83	<b>Proband 7 - 5:07 PM:</b>
Komplexität	84	<i>Nein, das ist aus meiner Sicht ja ähnlich zum Sharing Modell von TIM, nur dass man eben leicht andere Gegebenheiten hat mit dieser maximalen Kilometerzahl zum Beispiel, da unterscheidet es sich natürlich. Aber ich muss sagen, bei dem funktioniert es doch eigentlich einwandfrei mit dieser Stempelkarte und auch mit der Nutzung, dass es mehrere Personen nutzen können. Natürlich ist es momentan relativ preisintensiv geworden.</i>
	85	<b>Ich - 5:08 PM:</b>
	86	<i>Wie zuverlässig erscheint so ein Service?</i>
	87	<b>Proband 7 - 5:08 PM:</b>
Verlässlichkeit	88	<i>Ich denke sehr zuverlässig, also wenn es genug Autos zur Auswahl gibt und sozusagen immer eines zur Verfügung ist auch, wenn das andere bei der Reparatur ist, dann finde ich sehr zuverlässig, denke ich.</i>
	89	<b>Ich - 5:08 PM:</b>
	90	<i>Welche Risiken könnte so ein Service mit sich bringen?</i>
	91	<b>Proband 7 - 5:08 PM:</b>
Finanzielles Risiko	92	<i>Ich vermute mal hohe Kosten, ansonsten minimiere ich mein Risiko eigentlich, also ich meine meine hohen laufenden Kosten.</i>
	93	<b>Ich - 5:08 PM:</b>
	94	<i>Okay, wie sieht es aus mit Schäden oder anderen versteckten Kosten beispielsweise.</i>
	95	<b>Proband 7 - 5:09 PM:</b>
Leistungsrisiko	96	<i>Hier ist die Frage wer dafür haftet oder ob die Fahrzeuge generell eine Vollkasko haben, so wie es bei TIM zum Beispiel ist, dann wären mir die Schäden eigentlich relativ egal sozusagen, aber das wirkt sich natürlich auch auf den Preis aus - vermutlich.</i>
	97	<b>Ich - 5:09 PM:</b>
	98	<i>Würdest du das somit als komplexer sehen, wenn das sehr kompliziert ist mit der Abwicklung von Schäden?</i>
	99	<b>Proband 7 - 5:09 PM:</b>
Komplexität	100	<i>Ja natürlich eine gewisse Art von Kundenservice das dann eigentlich das Unternehmen haben muss.</i>
	101	<b>Ich - 5:09 PM:</b>
Kundenservice	102	<i>Du wirst nicht immer einen Neuwagen erhalten. Würdest du das als Problem sehen?</i>

	103	<b>Proband 7 - 5:09 PM:</b>
	104	<i>Nein aus meiner Sicht gar nicht. Das kommt natürlich darauf an wie alt das Fahrzeug ist und wie viele Kilometer drauf sind. Ob vielleicht schon irgendwelche Vorschäden vorliegen. Ansonsten ist mir das eigentlich relativ egal, solange ich, ich meine wie soll man sagen, die Grundfunktionen wie beispielsweise eine Klimaanlage habe, bin ich eigentlich voll zufrieden.</i>
Hygiene		
	105	<b>Ich - 5:10 PM:</b>
	106	<i>Und wie würdest du reagieren, wenn du mit Vorschäden konfrontiert wirst, wenn du das Fahrzeug übernimmst?</i>
	107	<b>Proband 7 - 5:10 PM:</b>
	108	<i>Ich würde jedes Mal vor der Fahrt vermutlich ein Foto machen um rechtfertigen zu können, dass ich das Fahrzeug nicht beschädigt habe. Natürlich wenn es eine Vollkasko gibt, dann ist mir das relativ egal.</i>
Komplexität		
Co-Creation		
	109	<b>Ich - 5:10 PM:</b>
	110	<i>Okay, und hättest du Bedenken bezüglich der Hygiene?</i>
	111	<b>Proband 7 - 5:10 PM:</b>
	112	<i>Nein, eigentlich muss ich sagen es gibt zum Beispiel im TIM Auto Desinfektionstücher, stört mich jetzt eigentlich nicht, wenn mehrere Personen damit fahren.</i>
Hygiene		
	113	<b>Ich - 5:10 PM:</b>
	114	<i>Okay, welchen finanziellen Vorteil würdest du in so einem Service sehen?</i>
	115	<b>Proband 7 - 5:10 PM:</b>
	116	<i>Die Minderung des hohen Erstinvests, die ich bei dem Kauf von einem Fahrzeug hätte und also das wäre für mich glaube ich der größte finanzielle Vorteil.</i>
Finanzielles Risiko		
	117	<b>Ich - 5:10 PM:</b>
	118	<i>Gibt es Vorteile hinsichtlich Reparaturen und Versicherung?</i>
	119	<b>Proband 7 - 5:11 PM:</b>
	120	<i>Ja natürlich auch die laufenden, ... ja fraglich ob die laufenden Kosten von der Versicherung und von der Reparatur oder vom Service niedriger sind als die monatlichen Abo-Kosten. Wenn das der Fall ist, dann habe ich natürlich einen finanziellen Vorteil. Wenn nicht, dann bin ich nicht wirklich im Vorteil oder je nachdem wie ich das sehe?</i>
Leistungsrisiko		
	121	<b>Ich - 5:11 PM:</b>
	122	<i>Würdest du mit einem gemieteten Auto anders umgehen als mit deinem eigenen Auto?</i>
	123	<b>Proband 7 - 5:11 PM:</b>
	124	<i>Ich für meinen Teil nicht. Ich versuche auf das Fahrzeug immer aufzupassen, vor allem auch bei TIM, aber ich glaube, dass viele Personen nicht darauf gleich gut achten würden wie wenn das ihr privates Fahrzeug wäre.</i>
Verantwortung		

	125	<b>Ich - 5:11 PM:</b>
	126	<i>Okay, wie findest du die Tatsache, dass du selbst nicht der Eigentümer des Fahrzeugs bist?</i>
	127	<b>Proband 7 - 5:11 PM:</b>
Image	128	<i>Das stört mich im Prinzip eigentlich gar nicht. Ich will ja am Ende nur meinen Vorteil haben.</i>
	129	<b>Ich - 5:12 PM:</b>
	130	<i>Würde deine Flexibilität steigen durch so einen Service?</i>
	131	<b>Proband 7 - 5:12 PM:</b>
Kompatibilität	132	<i>Momentan würde sie wahrscheinlich steigen, da ich TIM relativ wenig nutze. Ist wieder auch sehr, sehr kostenabhängig.</i>
	133	<b>Ich - 5:12 PM:</b>
	134	<i>Mit TIM bist du ja eigentlich flexibel, indem du es nur bezahlst, wenn du es nützt. Hier müsstest du auch bezahlen, wenn du es nicht nützt und ein Monat sozusagen das abgeschlossen hast, würde dich das irgendwie stören? Also müsste die Mietzeit auch kürzer sein beispielsweise?</i>
	135	<b>Proband 7 - 5:12 PM:</b>
Kompatibilität	136	<i>Aus meiner Sicht müsste die kürzer sein, weil man dann glaube ich das Abo Modell für mehrere Personen attraktiv machen kann. Außerdem würde ich dann den Preis, den mich TIM pro Tag kosten würde und ich pro Tag vermutlich keine Ahnung zwei bis drei Kilometer Fahrtrichtung annehmen würde. Würde ich dann nach einem Monat im Prinzip mit dem Abo-Modell nur drei Mal fahren, müsste dann der Preis unter dem Preis von TIM sein, dass es sich für mich rentiert zum Beispiel.</i>
Customization		
	137	<b>Ich - 5:13 PM:</b>
	138	<i>Welche Verantwortung bringt die Nutzung mit sich?</i>
	139	<b>Proband 7 - 5:13 PM:</b>
Verantwortung	140	<i>Aus meiner Sicht relativ wenig Verantwortung, wenn das Fahrzeug versichert ist. Ich glaube das ist sehr bequem, eigentlich von der Nutzung.</i>
	141	<b>Ich - 5:13 PM:</b>
	142	<i>In welcher Art wäre so ein Service komfortabel für dich?</i>
	143	<b>Proband 7 - 5:13 PM:</b>
	144	<i>Wie in welcher Art?</i>
	145	<b>Ich - 5:13 PM:</b>
	146	<i>Wäre es sozusagen irgendwie komfortabel dadurch, dass du dich um nichts kümmern brauchst? Immer ein Fahrzeug zur Verfügung hast und nur sozusagen monatlich das einzahlen musst.</i>
	147	<b>Proband 7 - 5:13 PM:</b>
	148	<i>Ja, ist natürlich sehr bequem, vor allem weil man auch keine, ...also man hat nicht das Problem wie bei einem eigenen Fahrzeug, wenn man das nicht wirklich nützt, da es ja im Prinzip nur stehende Kosten sind die einem nichts bringen und das ist da der Vorteil.</i>

149 **Ich - 5:14 PM:**

150 *Jetzt haben wir einige Probleme angesprochen, die auftreten könnten, wenn man zum Beispiel Schäden hat, dass man Kundenservice braucht von dem Hersteller, dass die Versicherung immer alles abdecken muss, die Fahrzeugauswahl und so weiter. Welche Maßnahmen könnten Anbieter setzen um den Problemen entgegenzuwirken?*

151 **Proband 7 - 5:14 PM:**

152 *Ja, natürlich könnten Sie jedes Auto mit einer Vollkaskoversicherung ausstatten. Aus meiner Sicht: Je mehr Nutzer pro Auto möglich sind, desto eher wird sich die Vollkasko rentieren aus Sicht des Unternehmens und desto profitabler wird das ganze am Ende dann als wenn beispielsweise nur eine Person das Fahrzeug nützt. Also je nachdem wie hoch natürlich die Mietkosten sind, aber da wäre mir als Unternehmen eigentlich die Vollkaskoversicherung pro Fahrzeug dann relativ egal, wenn ich am Ende meinen Return on Investment sehe. Natürlich wird das Auto wahrscheinlich auch, ...also es wäre für den Anbieter auch besser, wenn ich vermutlich eher gebrauchte Fahrzeuge hätte und nicht nur Neuwagen, weil es natürlich wieder günstiger ist. Und aus meiner Sicht würde mich das jetzt nicht stören, wenn das Fahrzeug zwei bis drei Jahre alt ist. Ja, das wären so die Maßnahmen, die mir zuerst einfallen würden.*

Finanzielles Risiko  
Verantwortung

153 **Ich - 5:15 PM:**

154 *Wenn du so einen Service nutzt, unter welchen Umständen teilst du Probleme mit, die du generell hast? Also wenn du unzufrieden bist, wenn irgendwo Probleme auftreten mit dem Service, wann teilst du das dem Anbieter mit?*

155 **Proband 7 - 5:16 PM:**

156 *Ehrlicherweise hat man bei TIM zum Beispiel eine Auscheckfunktion wo man bestätigen muss, dass das Fahrzeug nicht beschädigt ist und da hat man auch ein Pflichtfeld, ein Kommentarfeld wo man ein Kommentar angeben muss. Das ist relativ nervig, da man auch wenn das Auto im Topzustand ist, immer gut oder alles okay oder was auch immer hinschreiben muss. Aber im Prinzip gebe ich jedes Mal mein Feedback, wenn ich das Fahrzeug nutze.*

Customer Feedback  
Komplexität

157 **Ich - 5:16 PM:**

158 *Hier wäre es ja, dass du das monatsweise mietest. Das heißt, du gibst es nicht so oft zurück. Du kannst es auch über mehrere Monate mieten. Unter welchen Umständen würdest du sozusagen während der Miete Probleme mitteilen?*

159 **Proband 7 - 5:16 PM:**

160 *Natürlich, wenn ich Schäden am Fahrzeug hätte, so dass ich nicht mehr weiterfahren kann, das würde ich immer mitteilen. Wenn natürlich oder nicht nur Schäden, wenn keine Ahnung, wie soll man sagen, wenn Verbrauchsteile oder auch zum Beispiel, wenn die Batterie leer wird, würde ich das immer melden und reparieren lassen und nicht selber in die Hand nehmen. Und auf den Komfort würde ich dann eigentlich bestehen, dass mir das das Unternehmen macht, wenn ich schon eine gewisse Summe dafür zahle.*

Customer Feedback  
Verlässlichkeit

	161	<b>Ich - 5:17 PM:</b>
	162	<i>Das heißt, du würdest Probleme melden, die dich sozusagen in der Nutzung einschränken.</i>
	163	<b>Proband 7 - 5:17 PM:</b>
	164	<i>Genau!</i>
	165	<b>Ich - 5:17 PM:</b>
	166	<i>Über welche Plattform würdest du das beispielsweise gerne machen?</i>
	167	<b>Proband 7 - 5:17 PM:</b>
	168	<i>Es kommt darauf an, wie dringend das Problem ist. Ich würde wahrscheinlich in erster Linie anrufen, in zweiter Linie vermutlich eine E-Mail oder eine Whatsapp-Nachricht schicken. Je nachdem wie das Servicecenter dort aufgebaut ist, aber vermutlich würde ich in den meisten Fällen, wenn ich wirklich nicht mehr fahren kann, anrufen.</i>
Kundenservice		
	169	<b>Ich - 5:17 PM:</b>
	170	<i>Okay wenn du jetzt generell unzufrieden bist mit dem Service, also du bist nicht in der Nutzung eingeschränkt, aber du bist generell irgendwie unzufrieden. Wie würdest du das mitteilen?</i>
Customer Feedback	171	<b>Proband 7 - 5:17 PM:</b>
App	172	<i>Am ehesten auch per E-Mail vermutlich oder über eine Google Bewertung zum Beispiel oder eine App Bewertung.</i>
	173	<b>Ich - 5:18 PM:</b>
	174	<i>Das heißt du würdest Kommentarfunktion und Bewertungsfunktionen nutzen vom Anbietern.</i>
Customer Feedback		
	175	<b>Proband 7 - 5:18 PM:</b>
	176	<i>Ja.</i>
	177	<b>Ich - 5:18 PM:</b>
	178	<i>Wie reagierst du, wenn das Unternehmen auf dein Feedback reagiert?</i>
	179	<b>Proband 7 - 5:18 PM:</b>
	180	<i>Ich würde mich in erster Linie vermutlich darüber freuen. Also, sofern sie das Problem oder die Schwierigkeit wirklich versuchen zu beheben. Wenn sie meinen Kommentar eher ignorieren, keine Antwort finden, dann werde ich mir denken, „Okay? Vergebene Mühen von meiner Seite“.</i>
Customer Feedback		
Verlässlichkeit		
	181	<b>Ich - 5:18 PM:</b>
	182	<i>Okay, steigert dies die Wahrscheinlichkeit, dass du den Service nutzt oder wieder nutzt?</i>
	183	<b>Proband 7 - 5:18 PM:</b>
	184	<i>Das kommt natürlich immer darauf an, wie ich eigentlich enttäuscht worden bin. Wenn das Problem behoben wird, kann es schon sein, dass ich das Problem also, dass ich den Service wieder nütze. Natürlich ist man auch nach einer Fehlnutzung relativ frustriert als Endkunde und es ist immer, ja eine Frage - kann ich nicht hundertprozentig beantworten.</i>
Customer Feedback		

	185	<b>Ich - 5:19 PM:</b>
	186	<i>Es ist ja als Serviceanbieter sehr wichtig, sich mit den Kunden auszutauschen. Hättest du mehr Vertrauen in die Nutzung bzw. in den Anbieter wenn sich der Anbieter mehr mit dir austauscht, das heißt den Austausch aufrecht erhält beispielsweise?</i>
Customer Feedback	187	<b>Proband 7 - 5:19 PM:</b>
	188	<i>Ja natürlich das gibt es auch bei TIM zum Beispiel einmal im Jahr circa ruft eine Person an, die dann nachfragt, Wie zufrieden man ist, wie viele Stationen ich zum Beispiel benötige im Ort oder was sie besser machen können. Ich finde das schon sehr, sehr cool.</i>
	189	<b>Ich - 5:19 PM:</b>
	190	<i>Okay, wenn dir der Anbieter die Möglichkeit gibt den Service mitzugestalten, würdest du diese auch nutzen?</i>
Co-Creation	191	<b>Proband 7 - 5:20 PM:</b>
	192	<i>Ja, würde ich machen, einfach um das Gefühl beziehungsweise das Nutzungsgefühl für alle User sozusagen zu verbessern.</i>
	193	<b>Ich - 5:20 PM:</b>
	194	<i>Über welche Plattformen würdest du das machen? Würdest du das direkt an den Anbieter, sozusagen beispielsweise per Anruf oder E-Mail oder auf der Website oder Social Media machen?</i>
Customer Feedback	195	<b>Proband 7 - 5:20 PM:</b>
	196	<i>So wie vorhin beschrieben, Negativkommentare würde ich eher schreiben, denke ich und allgemeine Verbesserungsvorschläge würde ich lieber in Form von einem Gespräch vermutlich mitteilen, da das ja oft viele verschiedene Eindrücke und Gefühle sind, über die man dann spricht und deswegen würde der Text einfach zu lang werden, denke ich, dass man beim Reden um einiges schneller ist.</i>
Word-of-Mouth	197	<b>Ich - 5:20 PM:</b>
	198	<i>Okay und wenn dir jetzt jemand was empfiehlt: Ein Freund oder Bekannter empfiehlt dir ein Unternehmen weiter, unter welchen Umständen wirst du auch Kunde? Also wie reagierst du darauf?</i>
Image	199	<b>Proband 7 - 5:21 PM:</b>
	200	<i>Für mich sind Fahrzeuge eigentlich ein reines Luxusgut, das heißt ich würde es eigentlich immer gegenrechnen. Mit wie viel fahre ich wirklich? Wie viele Prozent vom Tag nütze ich das Fahrzeug und zahlt sich das für mich aus?</i>
Finanzielles Risiko	201	<b>Ich - 5:21 PM:</b>
	202	<i>Das heißt da unterscheidet sich auch eben, dass es ein Auto ist, was sehr viel wert ist, im Gegensatz zu anderen Gegenständen.</i>
	203	<b>Proband 7 - 5:21 PM:</b>
	204	<i>Genau wenn ich jetzt das Ticket für den öffentlichen Verkehr hernehme, dann zahle ich für die ganze Steiermark im Jahr ungefähr sechs bis 700 Euro. Und das ist es mir ehrlich wert. Wahrscheinlich gesagt, wenn ich für das Abo im Monat jetzt keine Ahnung 400 oder 500 € zahlen würde, dann würde ich eher mit dem Zug fahren und auf das Abo verzichten oder mir einen Service wie TIM holen, weil ich</i>

dann genauso einmal im Monat für die Fahrt wo ich es wirklich brauche auch ein Fahrzeug nutzen kann und nicht gebunden bin an eine gewisse Kilometerzahl.

205 **Ich - 5:22 PM:**

206 Und wie reagierst du auf negative Erfahrungen von Freunden und Bekannten beispielsweise?

Word-of-Mouth

207 **Proband 7 - 5:22 PM:**

208 Ich sehe diese Punkte immer sehr neutral. Natürlich beeinflusst das einen vermutlich. Kommt auch wieder auf die Probleme an, die das dann im Endeffekt sind und wie schwerwiegend die sind.

209 **Ich - 5:22 PM:**

210 Und unter welchen Umständen empfiehlst du selbst ein Unternehmen weiter?

Word-of-Mouth

211 **Proband 7 - 5:22 PM:**

212 Ich empfehle Unternehmen weiter, wenn ich mit der Leistung wirklich außerordentlich zufrieden bin und sie sozusagen meine erwartete Leistung auch übertreffen.

213 **Ich - 5:22 PM:**

214 Würdest du eine App bei so einem Anbieter von so einem Auto Aboservice als sinnvoll erachten?

215 **Proband 7 - 5:22 PM:**

216 Ja natürlich, die würde ich als sinnvoll erachten in erster Linie deshalb, weil ich zum Beispiel wenn mehrere Nutzer ein Auto nutzen würden, könnte ich gewisse Zeiten angeben in einem Kalender oder wie auch immer und das wäre relativ cool. Ich könnte zum Beispiel Kontaktdaten von dem Unternehmen rausfinden. Hätte - keine Ahnung - immer eine Chatfunktion zum Beispiel und das wäre eigentlich sehr cool oder wo das Auto dann sich befindet oder was auch immer.

App

217 **Ich - 5:23 PM:**

218 Okay, also das Auto Abo Modell ist sozusagen gedacht, dass nur du der Nutzer bist. Das heißt diese Funktion wird es dann wahrscheinlich nicht geben, weil sozusagen monatsweise nur du dieses Auto benutzen kannst.

App

219 **Proband 7 - 5:23 PM:**

220 Dann würde ich wahrscheinlich eher auf eine App verzichten.

221 **Ich - 5:23 PM:**

222 Okay.

223 **Proband 7 - 5:23 PM:**

224 Weil ich das Unternehmen auch bequem über Google hoffentlich erreichen kann, also kontaktieren kann, für Feedback oder was auch immer, dann würde ich diese Mietdauer zum Beispiel nicht eintragen müssen. Dann werden eigentlich alle Funktionen obsolet bis auf die Bewertungsfunktion nach den Fahrten zum Beispiel.

App

Customer Feedback

225 **Ich - 5:24 PM:**

226 *Angenommen, so eine App hat einen Chat, wie würdest du reagieren, wenn du das nutzt und du triffst auf einen Chatbot?*

227 **Proband 7 - 5:24 PM:**

228 *Das kommt drauf an wie gut der Chatbot auf meine Probleme reagieren kann. Wenn ich einen 0815 Smalltalk Chatbot habe der meistens nicht so gut reagiert, dann werde ich eher sehr enttäuscht sein, wenn ich keinen Mitarbeiter anstatt dem Chatbot erreiche. Also aus meiner Sicht sollte da immer eine Backup-Funktion sein, dass man dann trotzdem einen Mitarbeiter erreichen kann.*

229 **Ich - 5:24 PM:**

230 *Wenn das jetzt besonders bei Problemen die akut sind, beispielsweise einem Unfall passiert, wärst du dann sehr enttäuscht oder würdest du da direkt einen anderen Weg wählen wollen?*

231 **Proband 7 - 5:25 PM:**

232 *Ja natürlich würde ich einen anderen Weg wählen wollen, weil außer der Chatbot kann mir wirklich weiterhelfen, aber wenn ich einen Unfall habe nicht mehr fahren kann, dann mit dem Chatbot schreibe und der mir eigentlich gar nichts bringt, dann würde ich wahrscheinlich sogar in dem Fall den Service die also End-abonnieren.*

233 **Ich - 5:25 PM:**

234 *Wie würdest du reagieren, wenn so ein Anbieter, ein Belohnungs- oder Treuesystem einführt?*

235 **Proband 7 - 5:25 PM:**

Gamification

236 *Das kommt ganz darauf an, was als Belohnungen oder als Benefit von dem Treueprogramm rauskommt ist am Ende ein Kosten/Nutzen wieder für mich.*

237 **Ich - 5:25 PM:**

238 *Wenn es das beispielsweise nur in Verbindung mit der App gibt, dass du in die App einsteigen musst und irgendwas machen musst beispielsweise. Würdest du das in Kauf nehmen?*

Gamification

App

239 **Proband 7 - 5:26 PM:**

240 *Ja, ich denke schon. Es kommt natürlich auf die Höhe der Belohnung an oder wie das dann genau aussieht. Aber warum nicht? Aber, als Beispiel ein Feedback gegen eine Belohnung würde ich immer geben.*

241 **Ich - 5:26 PM:**

242 *Würdest du als Testperson für so ein Auto-Abo agieren?*

243 **Proband 7 - 5:26 PM:**

Brand Ambassador

244 *Ich denke schon, weil ich jetzt auch TIM nütze und ich finde den Service eigentlich ganz gut, ist fraglich eben wie das Modell dann wirklich aussieht im Detail.*

245 **Ich - 5:26 PM:**

246 *Wenn dir ein Unternehmen anbietet, dass du gemeinsam sozusagen den Service verbesserst und als Testperson agierst, unter welchen Umständen würdest du mit dem Unternehmen zusammenarbeiten?*

	247	<b>Proband 7 - 5:26 PM:</b>
	248	<i>Ich würde da wahrscheinlich nicht wirklich viel brauchen, je nachdem wie hoch das Abo ist. Irgendwann, wenn ich natürlich ein Markenbotschafter bin, so in die Richtung bin, dann würde ich schon gerne mehr Benefits dafür haben, aber so im Allgemeinen finde ich das Modell eigentlich nicht so schlecht.</i>
Brand Ambassador		
	249	<b>Ich - 5:27 PM:</b>
	250	<i>Würdest du auch beispielsweise Testberichte schreiben oder mit dem Unternehmen Meetings haben, dass du den Service sozusagen verbessern kannst?</i>
	251	<b>Proband 7 - 5:27 PM:</b>
Brand Ambassador	252	<i>Für diesen Service würde ich definitiv mehr verlangen und das Abo viel günstiger haben wollen als der wirkliche Preis wäre, weil das für mich ein erheblicher Aufwand ist.</i>
Geförderter Weg		
	253	<b>Ich - 5:27 PM:</b>
	254	<i>Das heißt, es müsste aber nicht gratis sein, dass du das nutzt, sondern du würdest auch was bezahlen, nur sozusagen den Rabatt als Belohnung!</i>
	255	<b>Proband 7 - 5:27 PM:</b>
Geförderter Weg	256	<i>Also, so wie die Frage gestellt ist, finde ich natürlich gratis cool.</i>
	257	<b>Ich - 5:27 PM:</b>
	258	<i>Welche sozialen Netzwerke nutzt du?</i>
	259	<b>Proband 7 - 5:27 PM:</b>
	260	<i>Ich nutze Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest und Tiktok.</i>
	261	<b>Ich - 5:28 PM:</b>
	262	<i>Okay, würdest du die sozialen Netzwerke nutzen, um dich über so einen Service zu informieren?</i>
	263	<b>Proband 7 - 5:28 PM:</b>
Finanzielles Risiko	264	<i>Nein, ich würde glaube ich hier in erster Linie auf die Webseite von dem Unternehmen gehen, da ich wirklich alle Informationen haben will, da es für mich doch finanziell zum Beispiel pro Monat ein großes Thema sein könnte, weil ich mir das relativ teuer vorstelle. Deswegen würde ich in erster Linie auf die Website gehen.</i>
	265	<b>Ich - 5:28 PM:</b>
	266	<i>Ist das anders bei anderen Artikeln, die du kaufen würdest?</i>
	267	<b>Proband 7 - 5:28 PM:</b>
Verlässlichkeit	268	<i>Ja natürlich, ich würde mir ein Küchenmesser lieber auf Tiktok anschauen als alle technischen Details dazu lesen. Genau umgekehrt, wie hier, weil ich hier denke, dass ich in einem Video beispielsweise nicht alle Infos sehen werde. Es kann natürlich für gewisse Kunden ziehen, aber für mich, ich bin da eher eine Person, die die detaillierten Dinge liest und sie versteht.</i>
	269	<b>Ich - 5:29 PM:</b>
	270	<i>Würdest du es trotzdem erwarten, dass das Unternehmen auf den</i>

sozialen Medien vertreten ist?

271 **Proband 7 - 5:29 PM:**

272 *Ja natürlich, in gewisser Art und Weise soll das Vorteile aufzeigen. Je nachdem wer die Zielgruppe ist, beispielsweise natürlich Videos posten, Beiträge posten. Um einfach eine größere Reichweite zu generieren, denke ich.*

273 **Ich - 5:29 PM:**

274 *Würdest du in gewissen Fällen auch beispielsweise Kommentare hinterlassen, bei Social Media oder auch das Unternehmen kontaktieren über die sozialen Netzwerke?*

275 **Proband 7 - 5:29 PM:**

276 *Ich bin auch bei anderen Produkten jetzt nicht wirklich die Person, die Kommentare bei Beiträgen hinterlässt und würde das glaube ich auf Social Media nicht machen.*

Customer Feedback

277 **Ich - 5:29 PM:**

278 *Okay, dann kommen wir auch schon zur Abschlussfrage. Gibt es noch weitere Punkte, die du gerne ergänzen möchtest?*

279 **Proband 7 - 5:30 PM:**

280 *Nein eigentlich nicht. Was würde das ungefähr kosten so ein Service?*

281 **Ich - 5:30 PM:**

282 *Die generellen Zahlen sind sehr hoch im Gegensatz zu Leasing derzeit. Da liegen wir bei sechs bis siebenhundert Euro.*

283 **Proband 7 - 5:30 PM:** *okay, danke für die Info.*

- 1 **Ich - 10:32 AM:**  
2 *Was bedeutet Mobilität für dich?*
- 3 **Proband 8 - 10:32 AM:**  
4 *Die Möglichkeit, meine Lokalität nach meinem Beliebens zu ändern.*
- 5 **Ich - 10:32 AM:**  
6 *Allgemeine Fragen, was machst du beruflich?*
- 7 **Proband 8 - 10:33 AM:**  
8 *Softwareentwickler.*
- 9 **Ich - 10:33 AM:**  
10 *Du brauchst dafür ein Auto oder nicht?*
- 11 **Proband 8 - 10:33 AM:**  
12 *Nein.*
- 13 **Ich - 10:33 AM:**  
14 *Was ist deine höchste Ausbildung?*
- 15 **Proband 8 - 10:33 AM:**  
16 *HTL-Abschluss.*
- 17 **Ich - 10:33 AM:**  
18 *Seit wann besitzt du einen Führerschein?*
- 19 **Proband 8 - 10:33 AM:**  
20 *Seit ich 18 bin.*
- 21 **Ich - 10:33 AM:**  
22 *Was ist dein Hauptfortbewegungsmittel?*
- 23 **Proband 8 - 10:33 AM:**  
24 *Rad.*
- 25 **Ich - 10:33 AM:**  
26 *Besitzt du ein eigenes Auto?*
- 27 **Proband 8 - 10:33 AM:**  
28 *Nein.*
- 29 **Ich - 10:33 AM:**  
30 *Okay, hast du Zugang zu einem Auto, wenn du eines brauchst?*
- 31 **Proband 8 - 10:33 AM:**  
32 *Ja*
- 33 **Ich - 10:33 AM:**  
34 *Von wem? Und ist das Auto gekauft oder geleast?*
- 35 **Proband 8 - 10:34 AM:**  
36 *Beide gekauft und das ist von Freundin oder Mama.*
- 37 **Ich - 10:34 AM:**  
38 *Wie oft in der Woche benutzt du ein Auto?*

39 **Proband 8 - 10:34 AM:**  
40 *0,1! 0,25-mal jede vierte Woche. Oder machen wir jede dritte. Wenn ich in Salzburg bin, mehr als wie in Graz.*

41 **Ich - 10:34 AM:**  
42 *Hast du vor, dir in der nächsten zwei Jahren ein Auto zu kaufen oder zu leasen?*

43 **Proband 8 - 10:34 AM:**  
44 *Nein, wenn das der Freundin jetzt kaputt wird, müssen wir ein neues kaufen, aber an sich, für mich werde ich keines kaufen.*

45 **Ich - 10:34 AM:**  
46 *Kennst du andere Möglichkeiten, Autos zu nutzen, außer dem Kauf oder dem Leasing?*

47 **Proband 8 - 10:35 AM:**  
48 *Ja du kannst es mieten, du kannst es leihen, also bei irgendwelchen, weiß ich nicht bei Tim zum Beispiel oder in Thalgau glaube ich gibt es auch zwei so Carsharing-Autos.*

49 **Ich - 10:35 AM:**  
50 *Hast du sowas schon mal genutzt?*

51 **Proband 8 - 10:35 AM:**  
52 *Das TIM habe ich schon mal genutzt und gemietet, aber das Carsharing noch nicht.*

53 **Ich - 10:35 AM:**  
54 *Okay, ich gebe jetzt eine kurze Übersicht über Mobility as a Service und auf dem Beruhen dann die weiteren Fragen. Eine der unterschiedlichen Ausprägungen von Mobility as a Service ist das Auto-Abo-Modell. Hier können Fahrzeuge monatsweise abonniert werden, wobei die Laufzeit flexibel ist und die Preise von Modell und weiteren Faktoren abhängen. Der Besitz des Fahrzeugs geht nicht in das Eigentum der Nutzerin bzw. des Nutzers über ebenso wenig wie die Verpflichtung der Wartungen und Reparatur. Als Beispiel der Anbieter Campus 02 Auto-Abo-Service. Fahrzeugmodell wären Kompaktwagen, Mindestvertragsdauer ist ein Monat. Der Kilometerstand, also die Kilometer sind 1000 Kilometer pro Monat, wobei das flexibel anpassbar ist. Die Leistungen, die dabei sind, sind Wartung und Reparatur des Fahrzeugs, Versicherung mit Selbstbehalt, 24 Stunden Pannenservice, Ersatzfahrzeug bei Reparatur oder Wartung, Sommer- und Winterreifen. Was nicht enthalten ist, ist der Kraftstoff. Der Fahrzeugwechsel wäre sozusagen immer wieder mal möglich. Hast du von solchem Anbieter schon mal gehört?*

55 **Proband 8 - 10:37 AM:**  
56 *Nein.*

57 **Ich - 10:37 AM:**  
58 *Das heißt dir ist es kein Begriff, dass man Autos monatsweise mieten kann?*

	59	<b>Proband 8 - 10:37 AM:</b>
	60	<i>Ja ich kenne es anstatt das du es dir kaufst oder least, aber ein, zwei Jahre, dass du es monatsweise machst, habe ich noch nicht gehört.</i>
	61	<b>Ich - 10:37 AM:</b>
	62	<i>Wie findest du den Service? Also findest du es gut oder schlecht?</i>
	63	<b>Proband 8 - 10:37 AM:</b>
	64	<i>Gut, weil, wenn ich schnell ein Auto brauche, kann ich mir eines mieten.</i>
	65	<b>Ich - 10:37 AM:</b>
	66	<i>Wie müsste der Service gestaltet sein, dass du den nutzt? Also was müsste er bringen?</i>
	67	<b>Proband 8 - 10:37 AM:</b>
Komplexität	68	<i>Einfach und schnell sein, also einfach und schnell möglich und wahrscheinlich sollte das Auto oder dass ich zu dem Auto kommen nicht extrem weit weg sein.</i>
	69	<b>Ich - 10:38 AM:</b>
	70	<i>Welche Vorteile siehst du in so einem Service?</i>
	71	<b>Proband 8 - 10:38 AM:</b>
Kompatibilität	72	<i>Einerseits wenn meines jetzt kaputt wird oder eben das der Freundin, kannst du für eine gewisse Zeit ein Überbrückungsauto haben, bist du wieder eines gekauft hast, bis du wieder eins hast. Und wenn es einen Grund gibt das ich sage, ich muss in einem Monat viel fahren und es geht sie nicht immer aus, dass ich mir eines ausleihen kann, dann kann ich mir eines mieten.</i>
	73	<b>Ich - 10:38 AM:</b>
	74	<i>Wäre es für dich auch eine Alternative zum Kauf?</i>
	75	<b>Proband 8 - 10:38 AM:</b>
Finanzielles Risiko	76	<i>Auf die Dauer wahrscheinlich nicht. Aber da müsste ich mich mehr mit den Zahlen beschäftigen. Was da die Mehrausgabe ist oder sein kann.</i>
	77	<b>Ich - 10:38 AM:</b>
	78	<i>Welche Gründe würden dagegensprechen?</i>
	79	<b>Proband 8 - 10:39 AM:</b>
Finanzielles Risiko	80	<i>Ja eben wenn es viel mehr kostet als eines zu kaufen, aber das ist jetzt eher von wirklich langem Zeitraum.</i>
	81	<b>Ich - 10:39 AM:</b>
	82	<i>Das heißt finanziell.</i>
	83	<b>Proband 8 - 10:39 AM:</b>
	84	<i>Ja.</i>
	85	<b>Ich - 10:39 AM:</b>
	86	<i>Würdest du sowas als sehr komplex betrachten, den ganzen Service?</i>

Komplexität	}	87	<b>Proband 8 - 10:39 AM:</b>
		88	<i>Müsste ich mir noch einmal durchlesen aber wahrscheinlich eher nicht.</i>
		89	<b>Ich - 10:39 AM:</b>
		90	<i>Wo könnte es irgendwo, irgendwie komplex werden? Also bei was für Punkten, es ist ja Versicherungen und so weiter dabei, Reparatur ist dabei.</i>
Komplexität	}	91	<b>Proband 8 - 10:39 AM:</b>
		92	<i>Also ich glaube jetzt mal speziell im Fall eines Unfalls. Das wird wahrscheinlich nicht so leicht sein. Parkschäden, Diebstahl.</i>
		93	<b>Ich - 10:39 AM:</b>
		94	<i>Was könnte das Problem sein?</i>
Komplexität	}	95	<b>Proband 8 - 10:40 AM:</b>
		96	<i>Vielleicht dass du dich mehr rechtfertigen musst bei deinem Autoverleiher oder Vermieter. In Form von es ist gestohlen worden. Oder du verschuldest selbst einen Unfall oder machst es selbst und fährst selber gegen eine Hausmauer. Wobei das meistens dann wahrscheinlich hier trotzdem Versicherung ist. aber, ...</i>
		97	<b>Ich - 10:40 AM:</b>
		98	<i>Würde deine Flexibilität irgendwie steigen durch den Service?</i>
		99	<b>Proband 8 - 10:40 AM:</b>
		100	<i>Ja.</i>
		101	<b>Ich - 10:40 AM:</b>
		102	<i>In was für einer Form?</i>
Kompatibilität	}	103	<b>Proband 8 - 10:40 AM:</b>
		104	<i>Natürlich ist man nur flexibel, wenn man ein Auto hat. Nachdem ich jetzt selbst kein eigenes besitze, dann damit mein eigenes Auto habe, bin ich dann flexibler und mobiler.</i>
		105	<b>Ich - 10:40 AM:</b>
		106	<i>Okay, wie schaut es aus mit dem Wechseln von Modellen, dass du sagst du kannst jedes Monat ein anderes Modell zum Beispiel nehmen?</i>
Customization	}	107	<b>Proband 8 - 10:41 AM:</b>
Kompatibilität		108	<i>Hört sich sehr praktisch an für die Stadt oder, wenn ich weiß, ich fahre immer nur Kurzstrecken in der Stadt, kann ich ein kleines Auto nehmen. Ich will auf Urlaub fahren oder muss etwas transportieren können, kann ich auf ein großes Auto wechseln. Hört sich gut an, also positiv.</i>
		109	<b>Ich - 10:41 AM:</b>
		110	<i>Wie zuverlässig erscheint dir das Ganze, wenn du jetzt an so einen Anbieter denkst der dir das anbietet?</i>
Komplexität	}	111	<b>Proband 8 - 10:41 AM:</b>
		112	<i>Nachdem ich jetzt so wirklich so keinen Anbieter kenne. Es müsste schon irgendwie was wirklich, ..., weiß ich nicht, ein großes stabiles</i>

Komplexität	}	<p>113 <b>Ich - 10:41 AM:</b></p> <p>114 <i>Würde das dann einen Unterschied machen ob das jetzt ein unbekanntes Startup zum Beispiel ist oder das von einem Autohersteller ausgeht?</i></p>
Verlässlichkeit	}	<p>115 <b>Proband 8 - 10:42 AM:</b></p> <p>116 <i>Ja wahrscheinlich schon, weil beim Autohersteller weiß ich, was dahintersteht.</i></p> <p>117 <b>Ich - 10:42 AM:</b></p> <p>118 <i>Welche Risiken könnten bei dem ganzen Service auftreten?</i></p>
Finanzielles Risiko	}	<p>119 <b>Proband 8 - 10:42 AM:</b></p> <p>120 <i>Versteckte Zusatzkosten. Ahm, ... Risiken ansonst, ... ja bis auf das, dass man glaube ich viel mehr Angst vor einem Schaden hat, wie wenn es mein eigenes Auto ist weil dann ist es halt mein eigenes.</i></p>
Verantwortung	}	<p>121 <b>Ich - 10:42 AM:</b></p> <p>122 <i>Du würdest ja nicht immer einen Neuwagen erhalten, wann du jetzt dort ein Auto mietest. Stellt das irgendein Problem für dich dar?</i></p>
		<p>123 <b>Proband 8 - 10:43 AM:</b></p> <p>124 <i>Nein.</i></p>
		<p>125 <b>Ich - 10:43 AM:</b></p> <p>126 <i>Was ist, wann du bei der Übernahme mit Vorschäden konfrontiert werden würdest?</i></p>
Verlässlichkeit	}	<p>127 <b>Proband 8 - 10:43 AM:</b></p> <p>128 <i>Nachdem für mich ein Auto ein Nutzfahrzeug ist und mir das ziemlich egal ist wie das aussieht, ist es mir wurscht, solange es dokumentiert ist und nicht auf meine Rechnung geht.</i></p>
		<p>129 <b>Ich - 10:43 AM:</b></p> <p>130 <i>Das müsste irgendwo dokumentiert sein?</i></p>
		<p>131 <b>Proband 8 - 10:43 AM:</b></p> <p>132 <i>Ja.</i></p>
		<p>133 <b>Ich - 10:43 AM:</b></p> <p>134 <i>Okay, wie sieht's mit Hygiene zum Beispiel im Innenraum aus?</i></p>
Hygiene	}	<p>135 <b>Proband 8 - 10:43 AM:</b></p> <p>136 <i>Das wäre schon wichtig. Also zum Beispiel, dass nicht geraucht wird oder geraucht worden ist. Und wenn da der Lurch von jemandem, der vier Monate das Auto hatte, drin ist, außer vor dem Zurückgeben. Also es wird auf jeden Fall sauber zu mir kommen und ich würde es für mich auch sauber zurückgeben. Aber da kannst du nicht von allen ausgehen.</i></p>
		<p>137 <b>Ich - 10:43 AM:</b></p>

Verlässlichkeit  
Leistungsrisiko



Verantwortung  
Co-Creation



Co-Creation  
Verlässlichkeit



Co-Creation  
Verlässlichkeit



138 Welche finanziellen Vorteile siehst du in dem Service?

139 **Proband 8 - 10:43 AM:**

140 Große Schäden werden repariert. Wahrscheinlich auch, dass man nicht viel Geld benötigt, wenn man das Auto kauft, wobei da Leasing sicher auch eine Möglichkeit ist, macht aber den Markt interessanter. Und sollte man es sich nicht mehr leisten können kann man den Vertrag kündigen und ist die Last vom Geld los. Also grundsätzlich gut! Habe ich was vergessen?

141 **Ich - 10:44 AM:**

142 Nein, passt. Würdest du mit deinem gemieteten Auto anders umgehen, als wann es dein eigenes Auto ist?

143 **Proband 8 - 10:44 AM:**

144 Ich würde mich vielleicht grundsätzlich ein bisschen weniger um Wartungsgeschichten kümmern und im Hinterkopf halten, in Form von Ölwechsel oder so. Aber sonst, ich werde jetzt nicht übermäßig mehr und schneller fahren oder so, nur weil es gemietet ist.

145 **Ich - 10:45 AM:**

146 Weil es sozusagen nicht deine Aufgabe ist, dich um Beispiel um einen Ölwechsel zu kümmern?

147 **Proband 8 - 10:45 AM:**

148 Ja.

149 **Ich - 10:45 AM:**

150 Wäre es dann irgendwas, wo der Anbieter auf dich zukommen muss, dass der das macht?

151 **Proband 8 - 10:45 AM:**

152 Naja, so wie ich das vorher verstanden habe, ist Wartung und Reparatur dabei, dementsprechend würde ich mich nicht darum kümmern. Wenn es heißt, du mietest dir das Auto ein halbes Jahr und es ist in dem Zeitraum mal ein Ölwechsel fällig. Und es heißt bitte mach den, dann mach ich den. Aber ich nehme ja ein gebrauchtes Auto entgegen, also woher soll ich das alles wissen. Reifen waren ja dabei, zum Beispiel, oder?

153 **Ich - 10:46 AM:**

154 Ja genau.

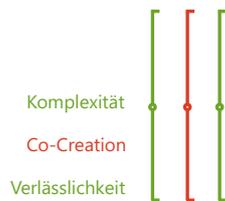
155 **Proband 8 - 10:46 AM:**

156 Ja also auch wieder, was wo ich sage, darauf schauen ja, und dann sagen „hey es gehört gewechselt“ ja, das schon. Aber ich würde den Wechsel selber wahrscheinlich nicht machen, ich meine, wenn es heißt „bitte wechseln und reiche die Rechnungen ein“ dann kann ich das genauso machen.

157 **Ich - 10:46 AM:**

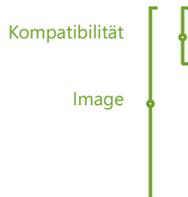
158 Okay das heißt, da würdest du sozusagen auch dein Teil beitragen, wann das dann übernommen wird?

159 **Proband 8 - 10:46 AM:**



160 *Ob es jetzt zu einer Werkstatt, ... also wenn ich es jetzt dorthin bringe wo ich es her habe und es ist dann für ein paar Stunden weg oder ich fahre zu einer Werkstätte und es ist ein paar Stunden weg oder ich bekomme ein anders Auto dann egal, also es ist zwar immer aufwendig mit Werkstätten, aber das ist normal, also vor allem wenn es eine lange Miete ist, also ja, da würde ich es machen.*

161 **Ich - 10:46 AM:**  
 162 *Wie findest du generell die Tatsache, das es nicht dein Eigentum wäre?*



163 **Proband 8 - 10:46 AM:**  
 164 *Nachdem ich Sachen gern kaufe, bin ich eher skeptisch dem Ganzen gegenüber. Ja, ich glaube das Wohlbefinden ist einfach in meinem Eigentum mehr gegeben als in was Gemieteten. Auch was Umbauten oder so betreffen würde, wenn sowas anfällt oder sowas wie, ich würde doch Träger dazu benötigen, dann mache ich das bei meinem Auto schon, beim einem gemieteten nicht.*

165 **Ich - 10:47 AM:**  
 166 *Welche Verantwortung würde so ein Service mit sich bringen?*

167 **Proband 8 - 10:47 AM:**  
 168 *Für mich?*

169 **Ich - 10:47 AM:**  
 170 *Für dich ja.*



171 **Proband 8 - 10:47 AM:**  
 172 *Extrem viel Verantwortung sehe ich eigentlich nicht. Also ich fahre damit, ich meine ja aufpassen, ich pass auf wie auf jedes andere Auto dann damit. Ich sehe keinen Mehraufwand als wie wenn es mein eigenes wäre.*

173 **Ich - 10:48 AM:**  
 174 *Und in welcher Art wäre der Service irgendwie komfortabel für dich?*



175 **Proband 8 - 10:48 AM:**  
 176 *Ja das kommt jetzt immer darauf an, von wo ich dieses Auto entgegennehmen kann und wie schnell sich solche Verträge abschließen und kündigen lassen.*

177 **Ich - 10:48 AM:**  
 178 *Okay das heißt mit der Flexibilität, wie schnell du das kündigen kannst und so weiter, wäre schon ein wichtiger Punkt?*

179 **Proband 8 - 10:48 AM:**  
 180 *Ja.*

181 **Ich - 10:48 AM:**  
 182 *Okay, jetzt haben wir einige Probleme besprochen. Erstens möchtest du finanziell sozusagen da gut aussteigen im Gegensatz zu Eigentum, Hygiene muss passen. Was für Maßnahmen könnten deiner Meinung nach Anbieter setzen, dass die sozusagen den Problemen entgegenwirken?*

	183	<b>Proband 8 - 10:48 AM:</b>
	184	<i>Ja ich meine das sich das finanziell irgendwie für den Anbieter auszahlen muss ist völlig verständlich. Also dass du da wahrscheinlich nicht extrem viel besser aussteigst, wie mit dem eigenen Auto ist voll klar. Ja mit der Hygiene ist es glaube ich eher, ...Du brauchst heute wenn, der das Auto bei der Übernahme überprüft und ist dementsprechend entweder dann Reinigung zu zahlen ist für den Vormieter oder es heißt fahr noch einmal in die Waschstraße damit. Also Putzen ist da jetzt mehr Innenbereich für mich wichtig also wie außen.</i>
Finanzielles Risiko		
Hygiene		
	185	<b>Ich - 10:49 AM:</b>
	186	<i>Würdest du da auch irgendwie das in der Verantwortung von den ganzen Personen selbst sehen, die das mieten, dass sie das reinigen oder siehst du das eher beim Anbieter?</i>
	187	<b>Proband 8 - 10:49 AM:</b>
	188	<i>Naja, wenn du eine Wohnung mietest und du gibst sie zurück muss die auch besenrein sein, also ich sehe es jetzt eher beim Mieter.</i>
Co-Creation		
Verantwortung		
	189	<b>Ich - 10:50 AM:</b>
	190	<i>Unter welche Umständen bzw. wann würdest du irgendwie mit dem Anbieter in Kontakt treten, wenn Probleme auftreten?</i>
	191	<b>Proband 8 - 10:50 AM:</b>
	192	<i>Einerseits, wenn ich ein komplett dreckiges Auto kriege, aber das ist ja dann schon bei der Übernahme. Bei Schäden, oder wenn ich eben merke, der Reifen ist zusammengefahren. Wenn ich einen Unfall habe, wenn es gestohlen ist, alles, wo ich eben den Vermieter in der vertraglichen Pflicht sehe, dass er etwas zu tun hat. Und, wenn er jede Woche von mir ein Foto haben will, dann kann ich ihm das auch machen. Ist aber glaube ich zu viel Aufwand für hn, da muss er, glaube ich, zu viele Autos überprüfen.</i>
Customer Feedback		
Verlässlichkeit		
	193	<b>Ich - 10:50 AM:</b>
	194	<i>Wenn du jetzt irgendwie ein Problem hast mit dem Service generell, das heißt, nicht jetzt du hast einen Unfall oder die Hygiene passt nicht, sondern du bist generell mit dem Service unzufrieden. Unter welchen Umstände wirst du es da mitteilen?</i>
	195	<b>Proband 8 - 10:51 AM:</b>
	196	<i>Nochmal bitte.</i>
	197	<b>Ich - 10:51 AM:</b>
	198	<i>Du hast irgendwelche Probleme mit dem Service generell, das heißt die Servicequalität vom Anbieter passt nicht, aber mit dem Auto ist alles okay. Das heißt das Auto ist sauber, du hast keinen Unfall. Wann wirst du dann irgendwas mitteilen? Also wann wirst du dann in Kontakt treten mit dem Anbieter?</i>
	199	<b>Proband 8 - 10:51 AM:</b>
	200	<i>Kommt dann wahrscheinlich eher auf die Situation an, wie stark ich gerade auf das Auto angewiesen bin. Wenn ich extrem angewiesen bin und ich habe gerade Probleme, dann sofort. Wenn ich nicht extrem angewiesen bin, dann könnte ich vielleicht darüber hinwegsehen und erst bei einem Auslaufen von einem Vertrag das</i>
Customer Feedback		
Verantwortung		

<p>Customer Feedback</p> <p>Verantwortung</p>	<p>201</p> <p>202</p> <p>203</p>	<p><b>Ich - 10:52 AM:</b></p> <p>Über was für Plattformen würdest du gerne mit dem Anbieter in Kontakt treten?</p> <p>Also wie würdest du gerne mit ihm Kontakt aufnehmen?</p>	<p><i>Ganze ansprechen oder bei einer Kündigung. Grundsätzlich glaube ich, ist je nach Problem oder je nachdem wie gravierend das ist kann man da immer irgendwo anrufen und das sagen. Also ich würde jetzt nicht irgendwie da gleich eine böse Google-Rezension schreiben oder so.</i></p>
<p>Customer Feedback</p>	<p>204</p> <p>205</p>	<p><b>Proband 8 - 10:52 AM:</b></p> <p>Ja wahrscheinlich über irgendeine Homepage, also irgendeine Plattform wo ich mir anschauen kann, das Auto kostet so viel, das Auto kostet so viel, wenn da drinnen dann irgendwie eine Chatfunktion oder ein Anfragtool ist oder dann auf E-Mail basierend ist, dann irgendwas, was geschrieben ist auf jeden Fall so. Ich glaube das du für sowas immer wo ein Vertrag dahinter steht oder ein Mieter, ist was Schriftliches sehr praktisch. Deshalb würde ich dann eher wahrscheinlich auf E-Mail zugreifen. Weil da kann man immer sagen, „Schau da hast du es geschrieben“.</p>	<p><b>Proband 8 - 10:52 AM:</b></p> <p>Ja wahrscheinlich über irgendeine Homepage, also irgendeine Plattform wo ich mir anschauen kann, das Auto kostet so viel, das Auto kostet so viel, wenn da drinnen dann irgendwie eine Chatfunktion oder ein Anfragtool ist oder dann auf E-Mail basierend ist, dann irgendwas, was geschrieben ist auf jeden Fall so. Ich glaube das du für sowas immer wo ein Vertrag dahinter steht oder ein Mieter, ist was Schriftliches sehr praktisch. Deshalb würde ich dann eher wahrscheinlich auf E-Mail zugreifen. Weil da kann man immer sagen, „Schau da hast du es geschrieben“.</p>
<p>App</p>	<p>206</p> <p>207</p> <p>208</p> <p>209</p>	<p><b>Ich - 10:53 AM:</b></p> <p>Wie siehst du es mit einer App für den Service?</p> <p><b>Proband 8 - 10:53 AM:</b></p> <p>Ja passt auch.</p>	<p><b>Ich - 10:53 AM:</b></p> <p>Wie siehst du es mit einer App für den Service?</p> <p><b>Proband 8 - 10:53 AM:</b></p> <p>Ja passt auch.</p>
<p>Customer Feedback</p>	<p>210</p> <p>211</p> <p>212</p> <p>213</p>	<p><b>Ich - 10:53 AM:</b></p> <p>Wann würdest du Kommentare oder Bewertungsfunktionen nutzen? Du hast gesagt, dass du nicht gleich eine Google Bewertung schreibst. Wann würdest du das machen?</p> <p><b>Proband 8 - 10:53 AM:</b></p> <p>Ja, wenn ich sehr zufrieden bin, wahrscheinlich bis ich meine Meinung bestätigt habe oder mir sicher bin, dass sich daran nicht mehr extrem viel ändern würde.</p>	<p><b>Ich - 10:53 AM:</b></p> <p>Wann würdest du Kommentare oder Bewertungsfunktionen nutzen? Du hast gesagt, dass du nicht gleich eine Google Bewertung schreibst. Wann würdest du das machen?</p> <p><b>Proband 8 - 10:53 AM:</b></p> <p>Ja, wenn ich sehr zufrieden bin, wahrscheinlich bis ich meine Meinung bestätigt habe oder mir sicher bin, dass sich daran nicht mehr extrem viel ändern würde.</p>
<p>Customer Feedback</p>	<p>214</p> <p>215</p> <p>216</p> <p>217</p>	<p><b>Ich - 10:53 AM:</b></p> <p>Okay, wenn es negativ ist, würdest du es dann genauso schreiben?</p> <p><b>Proband 8 - 10:54 AM:</b></p> <p>Es kommt jetzt immer drauf an wie negativ es ist, weil wenn ich da sehr emotional bin und es ist jetzt gerade sehr negativ dann kann das sein das ich es gleich schreibe.</p>	<p><b>Ich - 10:53 AM:</b></p> <p>Okay, wenn es negativ ist, würdest du es dann genauso schreiben?</p> <p><b>Proband 8 - 10:54 AM:</b></p> <p>Es kommt jetzt immer drauf an wie negativ es ist, weil wenn ich da sehr emotional bin und es ist jetzt gerade sehr negativ dann kann das sein das ich es gleich schreibe.</p>
<p>Customer Feedback</p> <p>App</p>	<p>218</p> <p>219</p> <p>220</p> <p>221</p>	<p><b>Ich - 10:54 AM:</b></p> <p>Okay</p> <p><b>Proband 8 - 10:54 AM:</b></p> <p>Wobei das halt, nachdem ich nicht der große Google-Rezessionen-Typ bin, vielleicht eher auf Feedbackbogen in einer App oder so, das dann passieren wird.</p>	<p><b>Ich - 10:54 AM:</b></p> <p>Okay</p> <p><b>Proband 8 - 10:54 AM:</b></p> <p>Wobei das halt, nachdem ich nicht der große Google-Rezessionen-Typ bin, vielleicht eher auf Feedbackbogen in einer App oder so, das dann passieren wird.</p>
<p>Customer Feedback</p>	<p>222</p> <p>223</p>	<p><b>Ich - 10:54 AM:</b></p> <p>Das heißt vorwiegend nicht öffentlich, also Homepage und dann</p>	<p><b>Ich - 10:54 AM:</b></p> <p>Das heißt vorwiegend nicht öffentlich, also Homepage und dann</p>

Google?

224 **Proband 8 - 10:54 AM:**

225 *Ja genau.*

226 **Ich - 10:54 AM:**

227 *Okay, als Anbieter ist es ja sehr wichtig, dass man sich mit den Kunden austauscht. Hättest du mehr Vertrauen in den Anbieter oder in die Nutzung, wenn du, wenn sich der Anbieter viel mit dir austauscht?*

228 **Proband 8 - 10:54 AM:**

229 *Kommt jetzt darauf an, über was er sich Austauschen möchte. Wenn er mich einmal in der Woche fragt, ob ich mit dem Auto noch zufrieden bin, dann nervt es mich wahrscheinlich irgendwann. Wenn er mich freundlich erinnert, dass irgendwie Sachen bald zum Wechseln sind, je nachdem wieviel ich gefahren bin oder ich standartmäßig eingeben muss, wieviel ich gefahren bin, dass eben gewisse Sachen im Hintergrund überprüft werden können. Durchschnittliche Reifenabnutzung, Öl oder sonst was. Also solche Eingaben einmal in der Woche ist glaube ich okay. Aber, alle paar Tage eine E-Mail oder so, sind noch alle Sachen beim Auto ok und passt es noch oder willst nicht upgraden? Das wird wahrscheinlich eher nerven.*

Verlässlichkeit

230 **Ich - 10:55 AM:**

231 *Wie reagierst du, wenn das Unternehmen auf dein Feedback eingeht, das du ihm gibst?*

232 **Proband 8 - 10:55 AM:**

233 *Nachdem ich jetzt von konstruktiver Kritik meinerseits ausgehe, würde ich mir wünschen das er sich bedankt und das dann einfach ändert. Das da jetzt ein Goodie dabei ist, wäre natürlich nett, aber muss nicht sein.*

Customer Feedback

Geförderter Weg

234 **Ich - 10:56 AM:**

235 *Wird es die Wahrscheinlichkeit steigern, dass du es wieder nutzt?*

236 **Proband 8 - 10:56 AM:**

237 *Wenn Sie auf mein Feedback eingehen?*

238 **Ich - 10:56 AM:**

239 *Ja.*

240 **Proband 8 - 10:56 AM:**

241 *Ja wahrscheinlich schon, dann merkt man, dass Sie sich darum scheren.*

Image

Customer Feedback

242 **Ich - 10:56 AM:**

243 *Okay, wenn du irgendwie die Möglichkeit bekommst, den Service mitzugestalten. Würdest du das gern nutzen?*

244 **Proband 8 - 10:56 AM:**

245 *Wenn ich zufrieden bin, wahrscheinlich nicht.*

Co-Creation

246 **Ich - 10:56 AM:**

	247	<i>Das heißt auch nicht im Vorfeld beispielsweise, falls du gebeten wirst dir sozusagen auszuschauen, wie das wie du das gerne hättest. Würdest du es dann nutzen?</i>
Co-Creation	248	<b>Proband 8 - 10:56 AM:</b>
	249	<i>Dann wahrscheinlich schon, außer ich brauche das Auto morgen und habe keine Zeit dafür.</i>
Word-of-Mouth	250	<b>Ich - 10:57 AM:</b>
	251	<i>Wenn dir Freunde und Bekannte das Unternehmen empfehlen? Steigert das die Wahrscheinlichkeit, dass du auch Kunde wirst.</i>
	252	<b>Proband 8 - 10:57 AM:</b>
	253	<i>Ja.</i>
Word-of-Mouth	254	<b>Ich - 10:57 AM:</b>
	255	<i>Ist es beim Negativen genauso, dass du nicht Kunde wirst, wenn es negative Erfahrungen von Freunden und Bekannten gibt?</i>
	256	<b>Proband 8 - 10:57 AM:</b>
	257	<i>Ja.</i>
	258	<b>Ich - 10:57 AM:</b>
	259	<i>Steigst du da immer drauf ein oder machst du dir selber dann trotzdem noch ein Bild ob du das wirklich nutzen möchtest?</i>
Word-of-Mouth	260	<b>Proband 8 - 10:57 AM:</b>
	261	<i>Kommt jetzt auf den Freund oder Bekannten an und in was für einer Dramatik das Erfahrene berichtet worden ist.</i>
	262	<b>Ich - 10:57 AM:</b>
	263	<i>Und unter welche Umstände empfiehlst du selbst ein Unternehmen weiter?</i>
Word-of-Mouth	264	<b>Proband 8 - 10:57 AM:</b>
	265	<i>Wenn ich mitkriege, dass jemand so was braucht oder wenn ich wirklich zufrieden bin.</i>
	266	<b>Ich - 10:57 AM:</b>
	267	<i>Müsstest du zufrieden sein oder müsstest du sozusagen mehr als zufrieden sein, also deine Erwartungen erfüllt oder deine Erwartungen übertroffen werden?</i>
	268	<b>Proband 8 - 10:58 AM:</b>
	269	<i>Nein da reicht mir erfüllt.</i>
	270	<b>Ich - 10:58 AM:</b>
	271	<i>Wir haben vorher schon angesprochen, dass einr App vielleicht sinnvoll wäre. Was für Funktionen müsste so eine App haben?</i>
Verlässlichkeit	272	<b>Proband 8 - 10:58 AM:</b>
	273	<i>Ja schneller Kontakt bei Schaden. Vielleicht, ... ja,.... dss wäre glaube ich das Wichtigste bei Schäden, Diebstahl oder sonst irgendwas. Wie das dann genau ausschaut, ist dann glaube ich egal, dass jetzt nicht irgendwie das da verpflichtend wie ich kann Fotos einreichen oder so,</i>
App		

	274	<b>Ich - 10:58 AM:</b>
	275	<i>Das heißt das Kontaktformular oder Chat?</i>
Customer Feedback	276	<b>Proband 8 - 10:58 AM:</b>
	277	<i>Ja</i>
	278	<b>Ich - 10:58 AM:</b>
	279	<i>In der Art wie würdest du reagieren, wann bei dem Chat jetzt ein Chatbot sozusagen auftaucht?</i>
	280	<b>Proband 8 - 10:59 AM:</b>
	281	<i>Kann, ... für die ersten Grundinformationen ist mir das glaube ich egal oder ich sage jetzt mal wir fangen irgendwie mit dem Formular an und es ist auch nur, .... ich habe einen Parkschaden, dann braucht da für mich keine Personen dahinter sitzen. Wenn ich sage ich habe einen Getriebeschaden und komme nicht mehr weg, dann werde ich da glaube ich eher schnell grantig, wenn da nicht in kurzer Zeit wirklich eine gute Antwort von einer Person kommt.</i>
Verlässlichkeit		
	282	<b>Ich - 10:59 AM:</b>
	283	<i>Könntest du dir vorstellen, dass die App auch noch irgendwas kann, was du jetzt nicht nur im Schaden- oder Problemfall brauchst?</i>
Customization	284	<b>Proband 8 - 10:59 AM:</b>
	285	<i>Ja Upgrade, kündigen, verlängern.</i>
App		
Kompatibilität	286	<b>Ich - 10:59 AM:</b>
	287	<i>Okay, das heißt vertragliche Sachen</i>
	288	<b>Proband 8 - 10:59 AM:</b>
	289	<i>Oder vielleicht da irgendwelche Angebote anzeigen oder zum, ... ja, zum Auswählen, wenn ich gerade keinen Vertrag habe, dass meine ich jetzt mit Angeboten.</i>
Gamification		
Kompatibilität		
Customization		
	290	<b>Ich - 11:00 AM:</b>
	291	<i>Das heißt, dass du das buchen kannst, direkt über die App?</i>
	292	<b>Proband 8 - 11:00 AM:</b>
	293	<i>Genau ja.</i>
	294	<b>Ich - 11:00 AM:</b>
	295	<i>Wie würdest du reagieren, wenn der Anbieter ein Belohnung- oder Treuesystem einführt?</i>
Gamification		
	296	<b>Proband 8 - 11:00 AM:</b>
	297	<i>Ja warum nicht.</i>
	298	<b>Ich - 11:00 AM:</b>
	299	<i>Wenn du jetzt dafür auch die App nutzen müsstest, wäre das okay für dich?</i>
	300	<b>Proband 8 - 11:00 AM:</b>
	301	<i>Ja ich denke schon, nachdem ich glaube, dass die App im Fall von ich will schnell anmelden, schnell und sicher und mit einer Gewissheit zum Beispiel einen Schaden melden. Ich glaube, die App</i>
App		
Gamification		

App  
Gamification

wäre sowieso von Vorteil von Anfang an. Also ich halte die eher sowieso schon als verpflichtend.

302 **Ich - 11:01 AM:**

303 Und würdest du die App zum Beispiel nutzen, dass du jetzt Fotos reinstellst, wenn du das Auto wieder übergibst, dass du sagst okay du machst ein Foto wie sauber das Auto beispielsweise ist. Das heißt bei der Rückgabe als Rückversicherung?

Customer Feedback  
Verantwortung

304 **Proband 8 - 11:01 AM:**

305 Oder auch bei der Übernahme mit „Ich habe da schon einen Kratzer gefunden“ oder sonst was.

306 **Ich - 11:01 AM:**

307 Okay, würdest du als Testperson für so ein Auto-Abo agieren?

Brand Ambassador

308 **Proband 8 - 11:01 AM:**

309 Nachdem mein derzeitiger Autokonsum gerade sehr wenig ist, sehe ich das eher sinnlos, aber grundsätzlich ja.

310 **Ich - 11:01 AM:**

311 Das heißt, du würdest es eher bevorzugen, wenn du das wirklich brauchst. Also, wenn du buchen möchtest und dir wird dann vorschlagen, du kannst das als Testperson nutzen.

312 **Proband 8 - 11:01 AM:**

313 Ja.

314 **Ich - 11:02 AM:**

315 Okay was würdest du dann dem Unternehmen dafür sozusagen anbieten? Würdest du da Testberichte schreiben und unter was für Umständen würdest du da zusammenarbeiten?

Brand Ambassador

316 **Proband 8 - 11:02 AM:**

317 Ja also auf jeden Fall Testberichte generell, wie kompliziert, unkompliziert, ob das jetzt Fragebögen sind oder kurze Berichte oder Fotos. Von mir aus auch ein kurzes Schreiben oder was dann veröffentlicht werden kann. Wie zufrieden, dass ich bin, je nachdem, was dann noch zum Zahlen ist oder ob das dann gratis ist für einen Zeitraum. Hier seh ich dann den Mehraufwand für mir als Gewinn, also ja.

318 **Ich - 11:02 AM:**

319 Dann noch: Welche sozialen Netzwerke nutzt du?

320 **Proband 8 - 11:02 AM:**

321 Keine, wobei Reddit zählt mittlerweile, glaube ich auch als soziales Netzwerk.

322 **Ich - 11:03 AM:**

323 Ist das irgendwie gut, wenn solche Anbieter auf sozialen Netzwerken sind, auch wenn es für dich weniger relevant ist?

324 **Proband 8 - 11:03 AM:**

325 Ich glaube, es ist eher, um Bandbreite und Aufmerksamkeit zu generieren, für so ein Unternehmen. Deshalb ist es wahrscheinlich

für die auf jeden Fall gut. Ich weiß nicht in welcher Hinsicht mich das stören sollte.

326 **Ich - 11:03 AM:**

327 *Aber, ...*

328 **Proband 8 - 11:03 AM:**

329 *Ich bekomme sowieso Werbung und ob es jetzt die sind, ....*

330 **Ich - 11:03 AM:**

331 *Ja ich meine für dich wäre es jetzt keine Möglichkeit, natürlich dadurch, dass du das nicht nutzt, dass du mit denen über Social Media in Kontakt trittst, würdest du das trotzdem als wichtiger erachten, dass sozusagen die dort auch vertreten sind und dass Personen dort mit denen in Kontakt treten können.*

332 **Proband 8 - 11:03 AM:**

333 *Wäre zwar war wahrscheinlich für einige schnelle Fragen oder Unklarheiten zu klären für User praktisch, aber ich glaube, dass es nicht notwendig ist, wenn sowieso irgendwie eine Chat-Funktion oder Kontakt auf der Homepage oder in der App ist, also eher nein.*

App  
Komplexität

334 **Ich - 11:04 AM:**

335 *Jetzt sind ja solche Anbieter nicht sehr bekannt. Was glaubst du, würde das Image von solchem Anbietern verbessern?*

336 **Proband 8 - 11:04 AM:**

337 *Wahrscheinlich Mundpropaganda, indem man einfach schon mal die User an sich erhöht. Also ich werde nicht wirklich auf die Idee kommen, wenn es mir nicht wirklich jemand erzählt.*

Image  
Word-of-Mouth

338 **Ich - 11:04 AM:**

339 *Dann noch eine Abschlussfrage. Hast du noch irgendwas zu ergänzen?*

340 **Proband 8 - 11:04 AM:**

341 *Wäre es markenunabhängig oder, oder wäre des, ....Okay das kommt jetzt wahrscheinlich auf den Anbieter an, weil wie vorher gesagt, wenn das von VW ist, wäre es wahrscheinlich besser als wie von Rentmycar.at.*

Image

342 **Ich - 11:05 AM:**

343 *Genau, also es würde bei dir die Wahrscheinlich erhöhen, dass du das von ein Autohersteller nimmst. Wäre das dann verlässlicher das Ganze?*

344 **Proband 8 - 11:05 AM:**

345 *Es würde für mich einfach eine größere Vertrauensbasis schaffen.*

Image

346 **Ich - 11:05 AM:**

347 *Das Image ist schon mal da vom Autohersteller.*

348 **Proband 8 - 11:05 AM:**

349 *Es muss nicht, ... es kann für mich auch ein Autohändler sein oder irgendwo, was wo ich, wo man hingehen kann oder ja.*

Image

Komplexität  
Kundenservice

350

**Ich - 11:05 AM:**

351

*Das heißt du möchtest auch irgendwo einen Ort haben, wo du mit denen in Kontakt treten kannst.*

352

**Proband 8 - 11:05 AM:**

353

*Ja, nachdem ich mal stark annehme, dass die sowieso Lager brauchten für Autos mit vielleicht einer zugehörige Werkstatt, wäre das schon gut, ja. Oder zumindest zu wissen es gibt, wo was, ob das jetzt für Österreich keine Ahnung in Wien ist, ist doch egal aber.*

- 1 **Ich - 6:16 PM:**  
2 *Was bedeutet Mobilität für dich?*
- 3 **Proband 9 - 6:16 PM:**  
4 *Mobilität ist hauptsächlich der Transport von A nach B.*
- 5 **Ich - 6:16 PM:**  
6 *Dann ein paar Fragen zu dir selbst, was machst du beruflich?*
- 7 **Proband 9 - 6:17 PM:**  
8 *Willst du Details wissen, oder?*
- 9 **Ich - 6:17 PM:**  
10 *Nein ganz kurz nur.*
- 11 **Proband 9 - 6:17 PM:**  
12 *Dann bin ich Angestellter.*
- 13 **Ich - 6:17 PM:**  
14 *Benötigst du beruflich ein Auto?*
- 15 **Proband 9 - 6:17 PM:**  
16 *Nein, beruflich nicht.*
- 17 **Ich - 6:17 PM:**  
18 *Was ist deine höchste Ausbildung?*
- 19 **Proband 9 - 6:17 PM:**  
20 *Uni Abschluss.*
- 21 **Ich - 6:17 PM:**  
22 *Seit wann besitzt du einen Führerschein?*
- 23 **Proband 9 - 6:17 PM:**  
24 *Seitdem ich 18 bin.*
- 25 **Ich - 6:17 PM:**  
26 *Was ist dein Hauptfortbewegungsmittel?*
- 27 **Proband 9 - 6:17 PM:**  
28 *Ich würde schon sagen das Auto.*
- 29 **Ich - 6:17 PM:**  
30 *Okay, besitzt du ein eigenes Auto?*
- 31 **Proband 9 - 6:17 PM:**  
32 *Ja.*
- 33 **Ich - 6:17 PM:**  
34 *Ist das Auto gekauft oder geleast?*
- 35 **Proband 9 - 6:17 PM:**  
36 *Gekauft.*
- 37 **Ich - 6:17 PM:**  
38 *Wie oft in der Woche benutzt du das Auto?*

39 **Proband 9 - 6:17 PM:**  
40 *Ja, vier bis fünf Tage wahrscheinlich.*

41 **Ich - 6:18 PM:**  
42 *Hast du vor, Dir in den nächsten zwei Jahren ein Auto zu kaufen oder zu leasen?*

43 **Proband 9 - 6:18 PM:**  
44 *Ja.*

45 **Ich - 6:18 PM:**  
46 *Okay, kaufen oder leasen?*

47 **Proband 9 - 6:18 PM:**  
48 *Kaufen.*

49 **Ich - 6:18 PM:**  
50 *Wird es ein Neuwagen oder gebraucht?*

51 **Proband 9 - 6:18 PM:**  
52 *Gebraucht.*

53 **Ich - 6:18 PM:**  
54 *Fühlst du dich emotional verbunden mit deinem Auto?*

55 **Proband 9 - 6:18 PM:**  
56 *Wenig*

57 **Ich - 6:18 PM:**  
58 *Wenig?*

59 **Proband 9 - 6:18 PM:**  
60 *Ja es ist jetzt kein Riesen-Statussymbol für mich.*

61 **Ich - 6:18 PM:**  
62 *Kennst du andere Möglichkeiten außer kaufen oder leasen um Zugang zu einem Auto zu haben?*

63 **Proband 9 - 6:18 PM:**  
64 *Zugang zu einem Auto zu haben?*

65 **Ich - 6:18 PM:**  
66 *Ja, dass du ein Auto nutzen kannst.*

67 **Proband 9 - 6:19 PM:**  
68 *Ja ein Mietauto.*

69 **Ich - 6:19 PM:**

70 *Hast du sowas schon benutzt oder unter welchen Umständen würdest du das nutzen?*

71 **Proband 9 - 6:19 PM:**  
72 *Im Urlaub habe ich es benutzt.*

Image {

73 **Ich - 6:19 PM:**  
74 *Das heißt so Kurzzeit-Miete für den Urlaub.*

75 **Proband 9 - 6:19 PM:**  
76 *Ja genau, so ein, zwei Wochen.*

77 **Ich - 6:19 PM:**  
78 *Kennst du weitere?*

79 **Proband 9 - 6:19 PM:**  
80 *Carsharing gibt es dann noch, das man zum Beispiel gemeinsam in die Arbeit fährt.*

81 **Ich - 6:19 PM:**  
82 *Okay ich werde dir jetzt eine kurze Erklärung zu Mobility as a Service geben und auf dem Beruhen dann die weiteren Fragen. Eine der unterschiedlichen Ausprägungen von Mobility as a Service ist das Auto-Abo-Modell. Hier können Fahrzeuge monatsweise abonniert werden, wobei die Laufzeit flexibel ist und die Preise von Modell und weiteren Faktoren abhängen. Der Besitz des Fahrzeugs geht nicht in das Eigentum der Nutzerin bzw. des Nutzers über ebenso wenig wie die Verpflichtung der Wartung und Reparatur. Als Beispiel der Anbieter Campus 02 Autoabo-Service, Fahrzeugmodell ist ein Kompaktwagen, Mindestvertragsdauer ist ein Monat, Kilometer wären 1000 pro Monat. Die Leistungen, die dabei sind, wären Wartung und Reparatur des Fahrzeugs, Versicherung mit Selbstbehalt, 24/7 Pannenhilfe, Ersatzfahrzeug bei Reparatur und Wartung, Sommer- und Winterreifen. Was nicht dabei ist, ist der Kraftstoff. Ein Fahrzeugwechsel wäre immer wieder möglich. Hast du von so einem Anbieter schon mal gehört?*

Komplexität {

83 **Proband 9 - 6:19 PM:**  
84 *Nein, von einem Autoabo habe ich noch nicht gehört.*

85 **Ich - 6:20 PM:**  
86 *Das heißt, wie findest du so ein Service? Also gefällt dir so ein Service?*

Customization }

87 **Proband 9 - 6:20 PM:**  
88 *Finde ich interessant, obwohl die Vertragslaufzeit zum Beispiel mit einem Monat macht für mich jetzt keinen Sinn, sondern zum Beispiel für ein Jahr.*

89 **Ich - 6:20 PM:**  
90 *Wie müsste das Service gestaltet sein, dass du es nutzen würdest?*

Finanzielles Risiko {  
Komplexität }

91 **Proband 9 - 6:21 PM:**  
92 *Naja, preislich müsste es konkurrenzfähig sein mit einem gekauften Auto und es müsste genauso komfortabel und flexibel sein, würde ich einmal sagen.*

93 **Ich - 6:21 PM:**  
94 *Was würdest du da als komfortabel oder flexibel sehen?*

Komplexität {

95 **Proband 9 - 6:21 PM:**  
96 *Komfortabel die Verfügbarkeit und auch die Ausstattung und alles*

<p>Komplexität</p> <p>Customization</p>	<p>97</p> <p>98</p>	<p><i>und flexibel, ... [längere Denkpause] ... du hast ja zum Beispiel gesagt, dass es dann verschiedene Automodelle gibt, das man wechseln kann.</i></p>
<p>Customization</p> <p>Verlässlichkeit</p>	<p>99</p> <p>100</p>	<p><b>Ich - 6:21 PM:</b> <i>Genau!</i></p> <p><b>Proband 9 - 6:21 PM:</b> <i>Da würde ich das zum Beispiel so verstehen, wenn mich das eine Auto zum Beispiel überhaupt nicht anspricht, dass ich immer wirklich dann das aussuchen kann, was mich interessiert und dass dieser Wagen verfügbar ist und von den Vertragslaufzeiten her, dass es da eben mehrere Modelle gibt. Eben wie du gesagt hast, ein Monat, ein Jahr, also so stelle ich mir das vor.</i></p>
<p>Verlässlichkeit</p>	<p>101</p> <p>102</p>	<p><b>Ich - 6:22 PM:</b> <i>Was für Vorteile siehst du in so einem Service?</i></p>
<p>Verlässlichkeit</p>	<p>103</p> <p>104</p>	<p><b>Proband 9 - 6:22 PM:</b> <i>Dass du dich nicht mit dem Ganzen, was mit dem Kauf verbunden ist, Versicherungen alles herumschlagen musst, sondern dass du das alles abgeben kannst. Und dass du nicht selber für das verantwortlich bist, eben auch für Reparaturen und alles, sondern dass du das wirklich einfach nur nutzt. Und wenn es nicht funktioniert, gibst du es zurück und bekommst eben ein Ersatzfahrzeug dafür.</i></p>
<p>Komplexität</p> <p>Verlässlichkeit</p> <p>Finanzielles Risiko</p>	<p>105</p> <p>106</p> <p>107</p> <p>108</p>	<p><b>Ich - 6:22 PM:</b> <i>Welche Gründe würden dagegensprechen?</i></p> <p><b>Proband 9 - 6:22 PM:</b> <i>Das kommt dann sehr auf die Anbieter an, wie das Funktionieren wird. Ich kenne eben noch keine Anbieter, die das so wirklich anbieten. Einerseits einmal preislich, denke ich mal, das das teurer ist, weil eben sie die ganze Verantwortung tragen und immer alles am neuesten Stand halten müssen. Ist ja bei Mietautos jetzt genau so, dass das relativ teuer ist, wenn du es eben kurzfristig mietest. Und andererseits konnte ich mir vorstellen, dass, wenn jetzt viele Anbieter zum Beispiel in Salzburg sind oder in einem Ort, dass dann generell wieder viele Autos herumstehen, weil diese dann zum Beispiel nicht genutzt werden oder sowas, weil dann, da wäre Carsharing die bessere Alternative weil sonst mietet sich jeder Einzelne wieder ein Auto und ,.....</i></p>
<p>Verantwortung</p>	<p>109</p> <p>110</p>	<p><b>Ich - 6:23 PM:</b> <i>Das heißt, das ursprüngliche Problem von der Umwelt hätten wir dann nicht gelöst.</i></p>
<p>Komplexität</p>	<p>111</p> <p>112</p>	<p><b>Proband 9 - 6:23 PM:</b> <i>Genau!</i></p>
<p>Komplexität</p>	<p>113</p> <p>114</p>	<p><b>Ich - 6:24 PM:</b> <i>Würdest du so ein Service als sehr komplex betrachten?</i></p>
<p>Komplexität</p>	<p>115</p> <p>116</p>	<p><b>Proband 9 - 6:24 PM:</b> <i>Nein, wie gesagt es ist so wie ich das jetzt verstanden habe, um</i></p>

Komplexität	117	<b>Ich - 6:24 PM:</b>	<i>einiges einfacher als selber ein Auto zu kaufen oder zu leasen oder ein eigenes Auto zu besitzen.</i>
	118		<i>Deine Flexibilität, würde die steigen dadurch?</i>
Komplexität	119	<b>Proband 9 - 6:24 PM:</b>	
	120		<i>Ich würde sagen nein, ich glaube das es relativ gleichbleiben würde, wenn ich das Auto wirklich immer verfügbar hätte, ich muss mich halt dann um die Vertragslaufzeiten kümmern, dass kommt halt dazu.</i>
Komplexität	121	<b>Ich - 6:24 PM:</b>	
Customization	122		<i>Wie schaut es aus mit dem Fahrzeugwechsel, den du angesprochen hast, wird das deine Flexibilität steigern können?</i>
	123	<b>Proband 9 - 6:24 PM:</b>	
	124		<i>Das auf jeden Fall.</i>
	125	<b>Ich - 6:24 PM:</b>	
	126		<i>Jetzt gibt es nicht wirklich Anbieter, die du kennst, aber wie zuverlässig erscheint dir so ein Service, wenn du an das Ganze denkst?</i>
Verlässlichkeit	127	<b>Proband 9 - 6:25 PM:</b>	
	128		<i>Ich sag einmal so, also ich kenne ja Software as a Service, das funktioniert ja ähnlich nur eben mit Software, dass der Anbieter eben alles managt, von Serverwartung oder alle Reparaturen und man selber ist nur der Benutzer und dadurch ist man halt immer abhängig von dem Anbieter. Ja, diese Abhängigkeit stelle ich mir dann auch schwierig vor.</i>
	129	<b>Ich - 6:25 PM:</b>	
	130		<i>Wann hättest du da mehr Vertrauen in einen Anbieter?</i>
Kundenservice	131	<b>Proband 9 - 6:25 PM:</b>	
Ansprechperson	132		<i>Das muss sich wahrscheinlich über die Zeit einspielen, dass also es wirklich ein stabiles System gibt. Und dass auch die Anbieter zum Beispiel die Verbindungen für die Werkstätten haben oder sowas, das ein Auto schnell repariert werden kann. Dass sie auch einen Fuhrpark haben, dass man ein Auto dann schnell ersetzen kann, schnell und dass da wirklich der Service dahinter passt.</i>
Image	133	<b>Ich - 6:26 PM:</b>	
	134		<i>Das heißt du siehst es wahrscheinlich einfacher für Autohersteller als für Startups?</i>
	135	<b>Proband 9 - 6:26 PM:</b>	
	136		<i>Ja genau!</i>
	137	<b>Ich - 6:26 PM:</b>	
	138		<i>Welche Risiken könnte so ein Service birgen? Das heißt wo siehst du irgendwelche Risiken für dich?</i>
Verlässlichkeit	139	<b>Proband 9 - 6:26 PM:</b>	
Kundenservice	140		<i>Für mich also eben, das basiert jetzt auf null Erfahrung, kann ich jetzt mal sagen, aber so wie ich das einschätze zum Beispiel die</i>

Verlässlichkeit

Kundenservice

Kundenservice

Finanzielles Risiko

Verlässlichkeit

Wartezeit, wenn man irgendetwas von dem Anbieter braucht. Wenn mein Auto jetzt zum Beispiel kaputt wird, kann ich sofort bei der Werkstatt anrufen, kann das herrichten lassen. Ich meine, ich bin natürlich auch wieder abhängig, aber dann ist natürlich nochmal jemand dazwischen, der viele Kunden hat. Aber je nachdem wie der Kundenservice aufgebaut ist und das ist eben meine Erfahrung bei Software as a Service, das es da zu längeren Wartezeiten kommen kann.

141 **Ich - 6:27 PM:**

142 *Wie würdest du dir das im Idealfall vorstellen? Wie würdest du gerne interagieren? Zum Beispiel mit dem Anbieter und wie muss der nachher antworten?*

143 **Proband 9 - 6:27 PM:**

144 *Naja eine 24h Verfügbarkeit für Notfälle und generell heute die Standard-Möglichkeiten: WhatsApp, telefonisch.*

145 **Ich - 6:27 PM:**

146 *Siehst du irgendwelche Risiken bezüglich Kosten für dich?*

147 **Proband 9 - 6:27 PM:**

148 *Risiken weniger, ich gehe aber davon aus, dass der generelle Preis höher sein wird als bei einem gekauften Auto.*

149 **Ich - 6:27 PM:**

150 *Okay, und wenn du an die Versicherung denkst, könnte das irgendwie ein Problem werden?*

151 **Proband 9 - 6:28 PM:**

152 *Du meinst preislich oder, ...?*

153 **Ich - 6:28 PM:**

154 *Preislich und generell als Risiko, dass da irgendwas ist oder dass es das sehr komplex macht, beispielsweise.*

155 **Proband 9 - 6:28 PM:**

156 *Nein, da habe ich eher weniger Bedenken. Weil ich schätze, dass das eben dann so ähnlich zu Mietauto-Angeboten gehen wird. Und das meiste sowieso Vollkasko sein wird. Weil ich glaube, also dass diese Anbieter dann nicht irgendwelche 20 Jahre alten Gebrauchtwagen hergeben, sondern dass die immer am neuesten Stand eigentlich sind.*

157 **Ich - 6:28 PM:**

158 *Genau, da wären wir auch schon bei der nächsten Frage, Thema Neuwagen. Du wirst nicht immer einen Neuwagen bekommen. Siehst du das irgendwie als Problem?*

159 **Proband 9 - 6:28 PM:**

160 *Ich persönlich gar nicht.*

161 **Ich - 6:28 PM:**

162 *Was ist, wenn du da mit irgendwelchen Vorschäden oder sowas am Auto konfrontiert wirst bei der Übernahme?*

Customization	]	]	163	<b>Proband 9 - 6:28 PM:</b>
			164	<i>Also ich habe damit keine Probleme und preislich eben wird das eben eine eigene Kategorie eben sein bei denen Vorschäden irgendwie berücksichtigt werden, da habe ich gar kein Problem.</i>
Verlässlichkeit	]	]	165	<b>Ich - 6:29 PM:</b>
			166	<i>Das heißt, es müsste auch irgendwo dokumentiert sein oder so?</i>
Verlässlichkeit	]	]	167	<b>Proband 9 - 6:29 PM:</b>
			168	<i>Ja, das auf alle Fälle, alle Reparaturen, Service und so, dass muss halt top sein.</i>
Hygiene	]	]	169	<b>Ich - 6:29 PM:</b>
			170	<i>Wie siehst du das mit der Hygiene im Innenraum?</i>
Hygiene	]	]	171	<b>Proband 9 - 6:29 PM:</b>
			172	<i>Bei Vertragslaufzeiten von mindestens einem Monat habe ich jetzt keine Probleme, also beim Mietauto geht es ja sowieso auch bei kürzeren Zeiten. Dann wird alles desinfiziert und dann passt es wieder, bei Rauchautos muss man aufpassen.</i>
Verantwortung	]	]	173	<b>Ich - 6:29 PM:</b>
			174	<i>Wem siehst du in der Verantwortung, wer das Auto reinigt? Ist es da der Anbieter oder muss es die Person, die es zurückgibt, machen?</i>
Co-Creation	]	]	175	<b>Proband 9 - 6:30 PM:</b>
			176	<i>Teils teils, also die Person, die das zurückgibt, ... also ich würde das Auto so reinigen wie ich es vorgefunden habe. Also nicht alles sauber, alles komplett gereinigt und weiß nicht auch nicht herausgewischt und sowas, aber einfach einmal staubgesaugt zum Beispiel, sodass einfach der größte Dreck draußen ist und den Rest dann der Anbieter.</i>
Verantwortung	]	]	177	<b>Ich - 6:30 PM:</b>
			178	<i>Würdest du mit dem Mietauto anders umgehen als mit deinem eigenen?</i>
Verantwortung	]	]	179	<b>Proband 9 - 6:30 PM:</b>
			180	<i>Nein würde ich genauso behandeln.</i>
Image	]	]	181	<b>Ich - 6:30 PM:</b>
			182	<i>Und wie siehst du generell die Tatsache, dass es nicht dein Eigentum ist?</i>
Image	]	]	183	<b>Proband 9 - 6:30 PM:</b>
			184	<i>Ja das ist ein guter Punkt, weil das psychologisch schon mal was anders ist, wenn du etwas besitzt, das ist nicht nur beim Auto so, sondern generell - Wohnungen und alles mögliche. Das ist natürlich ein Punkt der psychologisch eine Rolle spielt.</i>
Image	]	]	185	<b>Ich - 6:31 PM:</b>
			186	<i>Macht es ein Unterschied mit der Mietdauer, dass du sagst du kannst das ein oder zwei Jahre mieten oder ist es trotzdem das gleiche für dich?</i>

	187	<b>Proband 9 - 6:31 PM:</b>
Image	188	<i>Nein, ist trotzdem das gleiche für mich, aber ist wie gesagt nur ein psychologischer Punkt, weil im Endeffekt hätte es wahrscheinlich sogar Sinn, dass man ein, zwei Jahre ein Auto mietet und dann bekommt man wieder ein neues.</i>
	189	<b>Ich - 6:31 PM:</b>
	190	<i>Sicher, dass wäre dann zum Beispiel ein preislicher Vorteil, oder?</i>
	191	<b>Proband 9 - 6:31 PM:</b>
	192	<i>Richtig.</i>
	193	<b>Ich - 6:31 PM:</b>
	194	<i>Welche Verantwortung bringt die Nutzung mit sich?</i>
	195	<b>Proband 9 - 6:31 PM:</b>
	196	<i>Für mich als Fahrer oder für den Anbieter?</i>
	197	<b>Ich - 6:31 PM:</b>
	198	<i>Für dich als Fahrer.</i>
Verantwortung	199	<b>Proband 9 - 6:31 PM:</b>
	200	<i>Naja, dass ich heute das Auto gut behandle und nicht mutwillig irgendwie zu Schrott fahre, weil es eh gut versichert ist oder weil es mehr PS hat als das, was ich sonst gewohnt bin.</i>
	201	<b>Ich - 6:31 PM:</b>
	202	<i>Wenn du daran denkst, du könntest ja das Auto jeden Monat wechseln. Würdest du es beispielsweise dann, wenn es sehr dreckig ist eher zurückgeben und dir ein anderes nehmen oder würdest du dich da selber in der Pflicht sehen, dass du das sozusagen reinigst?</i>
	203	<b>Proband 9 - 6:32 PM:</b>
	204	<i>Ich hoffe, dass es zu dem Zustand nie kommen wird bei mir, das es so dreckig ist.</i>
	205	<b>Ich - 6:32 PM:</b>
Co-Creation	206	<i>Und wann du jetzt irgendwas transportiert hast, siehst du es eher in deiner Pflicht, dass du das reinigst?</i>
Verantwortung	207	<b>Proband 9 - 6:32 PM:</b>
	208	<i>Ja, natürlich!</i>
	209	<b>Ich - 6:32 PM:</b>
	210	<i>Wäre der Service komfortabel für dich?</i>
	211	<b>Proband 9 - 6:32 PM:</b>
Verlässlichkeit	212	<i>Ja könnte man schon sagen, wenn man eben den gesamten Lifecycle von einem gekauften Auto betrachtet. Weil du hast ja den Vertragsabschluss mit dem Kauf, du musst checken ob das wirklich so passt, wo ich bei so einem Anbieter jetzt eigentlich dann weniger Bedenken hätte als wirklich beim Autokauf.</i>
	213	<b>Ich - 6:33 PM:</b>
	214	<i>Das heißt, du siehst beim Autokauf zum Beispiel das Problem, dass du nicht weißt, wie das Auto jetzt wirklich ist?</i>



215 **Proband 9 - 6:33 PM:**

216 *Ja genau und da muss selber alles checken und du bist wirklich selber dafür verantwortlich. Und bei den Anbietern, ich sag mal, wenn sich das über die Zeit eingespielt hat, sind es natürlich auch seriöse Anbieter. Und dann läuft es, sage ich mal, besser, weil sie auch die Verantwortung von dem Auto behalten. Weil es ja ihr Eigentum ist, und deshalb müssen sie darauf schauen, dass das alles passt. Das ist ja dann deren Geschäftsmodell. Weil bei einem Autoverkauf ist er das Auto los und braucht sich nicht mehr um irgendwas kümmern.*

217 **Ich - 6:33 PM:**

218 *Welche Maßnahmen könnten Anbieter setzen, um den besprochenen Problemen entgegenzuwirken? Also du hast zum Beispiel angesprochen, dass es nicht dein Eigentum ist, mit der Verfügbarkeit von Customer Service, generell, dass du die Anbieter nicht kennst. Was könnten da Anbieter für Maßnahmen setzen, dass das sozusagen besser wird?*



219 **Proband 9 - 6:34 PM:**

220 *Die Hauptprobleme im System, sind am Anfang mal wahrscheinlich fehlende Vertrauen, was sich aber meiner Meinung nach mit der Zeit einspielen wird. Einfach wenn man sieht, dass das so funktioniert wie es in der Theorie funktionieren sollte generell das System. Und was noch, also besser machen können ist natürlich super Verfügbarkeit vom Kundenservice. Das macht immer sehr viel aus. Und, dass halt die Autos top in Schuss sind sag ich mal. Also das es da auch generell zu sehr wenigen Problemen kommt und das sie zum Beispiel präventiv dann schauen. Präventiv was reparieren was jetzt, also das gibt es heutzutage in Maschinenbaubetrieben zum Beispiel, dass man Berechnungen anstellt, wann geht der Bauteil kaputt und das gibt es bei Autos sowieso auch. Dass man da dann präventiv zum Beispiel schaut, okay in der Vertragslaufzeit von dem Kunden wird wahrscheinlich irgendwas kaputt werden, reparieren wir das davor, damit der keine Probleme hat.*

221 **Ich - 6:35 PM:**

222 *Du hast jetzt das Vertrauen angesprochen. Welche Punkte könnte der Anbieter setzen, dass das Vertrauen gesteigert wird in dem ganzen Service oder geht das nur mit der Zeit, dass der Anbieter sich sozusagen erst einmal beweisen muss?*



223 **Proband 9 - 6:35 PM:**

224 *Ich glaube, die Zeit ist sicher der Hauptpunkt. Weil ich sage mal generell, das ich das Gefühl habe, man ist skeptisch gegenüber einem komplett neuem System. Und vor allem ist jetzt eben jeder in dieser Gewohnheit drin, jeder besitzt ein Auto. Eben auch psychologisch ich will etwas selber besitzen und dass sie das ändert, braucht es einfach mal diesen Punkt, okay es funktioniert und es bietet auch wirklich ein Vorteil gegenüber dem jetzigen Modell. Zum Beispiel weniger herumstehende Autos weil nicht jeder drei Autos braucht, weil, wenn ich zum Beispiel einen Bus oder sowas haben will für die Sommermonate kann immer den zwei, drei Monaten mieten. Oder wenn ich in die Arbeit fahren will, miete ich ein Elektroauto und das geht nur über die Zeit, dass sich diese Gewohnheiten bei den Leuten auch einstellen, dass man sagt, dass*

Customization			das System wirklich funktioniert und das dann das Vertrauen in das System gegeben ist.
	225	<b>Ich - 6:36 PM:</b>	
	226		Wie wird dich das beeinflussen, wenn dir Freunde und Bekannte ein Unternehmen empfehlen?
	227	<b>Proband 9 - 6:37 PM:</b>	
Word-of-Mouth	228		Ich würde mal sagen sehr stark, nachdem in meinem Freundeskreis das Know-how in Sachen Autos relativ groß ist und diese Affinität und diese, ... also diese Affinität zu Mobilität und zu Innovationen auch gegeben ist. Und deshalb wird es wahrscheinlich einen starken Einfluss auf mich haben, zumindest einmal so was auszuprobieren.
Image			
	229	<b>Ich - 6:37 PM:</b>	
	230		Unter welche Umständen würdest du selber so Unternehmen weiterempfehlen, wenn du das nutzt?
	231	<b>Proband 9 - 6:37 PM:</b>	
Word-of-Mouth	232		Ich bin bei sowas immer sehr schnell begeistert, wenn so etwas sehr gut funktioniert und sehr stark abgeneigt wenn es am Anfang nicht funktioniert. Und ja, ...
	233	<b>Ich - 6:37 PM:</b>	
	234		Das heißt das müsst sehr einfach sein am Anfang?
	235		Das heißt die Komplexität müsste auch sehr niedrig sein?
	236	<b>Proband 9 - 6:38 PM:</b>	
Komplexität	237		Genau, diese Einstiegshürde, dieses Knowhow, wie das funktioniert muss niedrig sein. Damit ich mich eben so wenig wie möglich damit beschäftigen muss. Also einfache Modelle, ... ist also im Prinzip würde ich mir gerne das Auto aussuchen und die Versicherung dazu vorgeschlagen bekommen, weil zum Beispiel wenn man ein Gebrauchtauto bekommt reicht wahrscheinlich eine Haftpflicht und irgendwas Günstiges. Und das sozusagen, dass dies ein Vorschlag ist, den ich gleich akzeptieren kann und dann wird mir das Auto hergestellt und ich kann damit fahren.
Customization			
	238	<b>Ich - 6:38 PM:</b>	
	239		Okay, das heißt, das müsste eine einfache Abwicklung am Anfang sein. Würdest du das trotzdem irgendwie selbst zusammenstellen wollen, also das Paket sozusagen?
	240	<b>Proband 9 - 6:38 PM:</b>	
Customization	241		Am Anfang sicher nicht, mit der Zeit würde ich wahrscheinlich eben ausprobieren, was gibt es für Möglichkeiten, wie kann ich zwischen Autos wechseln, wenn mich einfach mal was anderes interessiert, einfach vom Fahrgefühl her zu Beispiel. Und genau?
Komplexität			
	242	<b>Ich - 6:39 PM:</b>	
	243		Wenn sich jetzt der Service Anbieter sehr viel mit dir austauscht. Wird es irgendwie dein Vertrauen in den Serviceanbieter steigern?
	244	<b>Proband 9 - 6:39 PM:</b>	
	245		Was genau meinst du mit sehr viel austauschen? Einfach Kundenbindung oder?

Customer Feedback

246 **Ich - 6:39 PM:**

247 *Kundenbindung und Umfragen zum Beispiel, wie geht es dir mit dem Auto? Zum Beispiel, wenn sich der da immer mehr mit dir austauscht wird es das Vertrauen sozusagen steigern in den Service?*

248 **Proband 9 - 6:39 PM:**

249 *Zum Teil also Umfragen und so was eher weniger. Aber so zum Beispiel nachfragen, also wirklich persönlich nachfragen passt alles oder wenn ich das Auto zurückgebe, einfach. Dann also sowieso da nochmal Feedback einholen und wirklich was Verbessern. Oder auch solche Testphasen anbieten, also wird es wahrscheinlich eh geben wie bei jedem Abo-Modell, das du 30 Tage eine Testphase hast, wo es vielleicht nicht unbedingt gratis ist aber zumindest günstiger. Und zum Beispiel auch solche Events könnte ich mir vorstellen am Salzburgring. Das der Anbieter hingehet und sagt, wir haben da jetzt 20 verschiedene Autos, könnt Ihr einmal Testfahren.*

250 **Ich - 6:40 PM:**

251 *Generell Veranstaltungen, auch wenn du Kunde bist?*

252 **Proband 9 - 6:40 PM:**

253 *Vor allem wenn ich eine Kunde bin, weil eben, so wie also, ... für mich persönlich wäre der Erstkontakt wahrscheinlich über das Internet, dass ich mir das einfachste Modell irgendwie raussuche zum Probieren für einen Monat oder sowas und dann schauen wir weiter. Und dann, wenn ich in das Stadium komme wo ich wirklich was probieren will oder was Luxuriöseres will oder eben einfach mehr andere Auto will, dann wären solche Testfahrten halt wirklich cool, wo du aus dem ganzen Fuhrpark einmal auswählen kannst und eben einmal ein paar Runden fahren kannst. Und nicht nur so standardmäßig Probefahren auf der Straße, sondern eben marketingtechnisch wäre das sicher natürlich was für den Anbieter, wenn du sagst du fährst auf einer Rennstrecke, das macht natürlich auch etwas aus.*

Komplexität

Customization

254 **Ich - 6:41 PM:**

255 *Unter was für Umständen würdest du dem Anbieter Probleme mitteilen, die auftreten?*

256 **Proband 9 - 6:41 PM:**

257 *Am Anfang auf jeden Fall sofort, wenn ich irgendwelche Kleinigkeiten oder sowas merke, einfach nur damit die sofort das Feedback haben was die noch zu verbessern haben.*

Customer Feedback

258 **Ich - 6:41 PM:**

259 *Vom Service oder vom Auto jetzt zum Beispiel?*

260 **Proband 9 - 6:42 PM:**

261 *Beides! Wenn es jetzt schon ein stabiles Unternehmen ist würde ich wahrscheinlich eher nicht sofort schreiben, sondern halt das einmal zusammensammeln und dann halt gesammelt sagen oder bei der Rückgabe dann sagen das und das hat jetzt nicht so gut gepasst und da erwarte ich mir dann zum Beispiel was Besseres in Zukunft oder auch wenn ich dann das Auto wechsle oder wenn ich einen neuen Vertrag mit denen abschließe, lass ich das dann da einfassen. Aber*

Image

Customer Feedback

Customer Feedback  
Image

bei Startups ist mir persönlich halt immer wichtig, dass man die so gut wie möglich unterstützt und würde ich das dann halt eigentlich laufend an die zurückmelden das Feedback.

262 **Ich - 6:42 PM:**

263 *Über was für Plattformen würdest du das gerne machen? Also über was für einen Weg?*

264 **Proband 9 - 6:42 PM:**

265 *Im Internet. Über Handy, Laptop ganz egal was.*

266 **Ich - 6:42 PM:**

267 *Würdest du da auch Kommentar oder Bewertungsfunktionen nutzen?*

268 **Proband 9 - 6:43 PM:**

269 *Eher weniger, weil ich ein Fan davon bin, dass man direkt mit den Leuten redet und nicht öffentlich sein Feedback irgendwo hinschreibt. Positives natürlich schon, aber ich befürchte, dass solche Kommentarfunktionen heute dafür missbraucht werden, dass man dann die ganzen Probleme öffentlich da rein schreibt und dann einem Unternehmen eine schlechte Bewertung gibt, obwohl es immer zu Problemen kommen kann, das liegt in der Natur der Sache, dass bei Autos mal was nicht funktioniert.*

Customer Feedback

270 **Ich - 6:43 PM:**

271 *Schaust du dir solche Kommentare oder Bewertungen an, bevor du sowas nutzt?*

Customer Feedback

272 **Proband 9 - 6:43 PM:**

273 *Ja, schon.*

274 **Ich - 6:43 PM:**

275 *Und wie reagierst du, wenn das Unternehmen auf dein Feedback eingeht? Steigert es die Wahrscheinlichkeit der Nutzung oder der Wiedernutzung?*

Customer Feedback  
Image

276 **Proband 9 - 6:43 PM:**

277 *Auf jeden Fall, weil ich dann weiß, das auch das Unternehmen versucht, sich weiterzuentwickeln und nicht einfach einen Standardprozess hat, der für alle Kunden genauso funktionieren muss, sondern wirklich dann auf mein Feedback eingeht.*

278 **Ich - 6:44 PM:**

279 *Wenn du die Möglichkeit bekommst den Service irgendwie mitzugestalten würdest du es nutzen?*

Co-Creation

280 **Proband 9 - 6:44 PM:**

281 *Ja interessant!*

282 **Ich - 6:44 PM:**

283 *Das hast du jetzt auch vorab gesagt, sozusagen mitarbeiten in irgendeiner Art und Weise?*

284 **Proband 9 - 6:44 PM:**

285 *Könnte ich mir vorstellen.*

	286	<b>Ich - 6:44 PM:</b>
	287	<i>Okay wie würdest du das gerne machen? Würdest du das über das Internet machen, würdest du das direkt mit einer Person machen?</i>
	288	<b>Proband 9 - 6:44 PM:</b>
	289	<i>Das kommt auf den Bereich drauf an, hast du da Beispiele?</i>
	290	<b>Ich - 6:44 PM:</b>
	291	<i>Das kann die Ausgestaltung von den verschiedenen Modellen sein, was du da gerne hättest, die Laufzeiten oder sowas, dass du einfach da sozusagen dein Feedback gibst, was du dir da vorstellst.</i>
	292	<b>Proband 9 - 6:45 PM:</b>
Co-Creation	293	<i>Ja, dann ist es wahrscheinlich eine Mischform von dem, also persönlicher Kontakt und übers Internet. Weil die Autos muss man auf jeden Fall dann einmal selber gesehen haben.</i>
	294	<b>Ich - 6:45 PM:</b>
	295	<i>Würdest du dann auch als Testperson für so ein Abo agieren?</i>
	296	<b>Proband 9 - 6:45 PM:</b>
Brand Ambassador	297	<i>Ja, würde ich mir einmal ansehen.</i>
	298	<b>Ich - 6:45 PM:</b>
	299	<i>Würdest du das jetzt auch machen, also jetzt hast du ja ein Auto, würdest du das trotzdem machen, dass du das testest?</i>
	300	<b>Proband 9 - 6:45 PM:</b>
Brand Ambassador	301	<i>Ja, zum Testen bin immer zu haben, aber das ist wirklich dann nur ein Test weil derweilen brauche ich kein Mietauto.</i>
	302	<b>Ich - 6:45 PM:</b>
	303	<i>Müsste dann auch kostenfrei sein zum Testen?</i>
	304	<b>Proband 9 - 6:45 PM:</b>
Brand Ambassador	305	<i>Ja genau, weil dann sehe ich es wirklich so als Arbeit für mich, dass ich das wirklich weiterentwickle und mache mir dann natürlich auch Gedanken dazu, wie man das dann konkret verbessern kann.</i>
	306	<b>Ich - 6:46 PM:</b>
	307	<i>Wie würdest du dann mit dem Unternehmen zusammenarbeiten? Wieder mit Mails, Meetings und so weiter?</i>
	308	<b>Proband 9 - 6:46 PM:</b>
Brand Ambassador	309	<i>Ja natürlich, persönlicher Kontakt ist da auch wichtig.</i>
	310	<b>Ich - 6:46 PM:</b>
	311	<i>Würdest du für so ein Anbieter eine App als sinnvoll erachten?</i>
	312	<b>Proband 9 - 6:46 PM:</b>
App	313	<i>In der heutigen Zeit auf jeden Fall.</i>
	314	<b>Ich - 6:46 PM:</b>
	315	<i>Okay.</i>
	316	<b>Proband 9 - 6:46 PM:</b>



317 *Obwohl ja wahrscheinlich geht es einfach über den Webbrowser.*

318 **Ich - 6:46 PM:**

319 *Was für Funktionen müsste die App haben?*

320 **Proband 9 - 6:46 PM:**

321 *Also konkret jetzt, wenn das Unternehmen schon im Produktivbetrieb ist und über die App neue Kunden anwerben will. Oder habe ich das jetzt richtig verstanden?*

322 **Ich - 6:46 PM:**

323 *Genau, also entweder über die App sozusagen neue Kunden gewinnen oder auch während der Nutzung, dass du die App nutzt. Was müsste das sozusagen haben?*

324 **Proband 9 - 6:47 PM:**

325 *Naja es müsste eigentlich den ganzen Prozess, im besten Fall voll automatisiert drinnen haben, von du kannst Autos auswählen, du kannst also, ... du kannst einfach nur den ersten Vorschlag verwenden und das sofort abschließen über Kreditkartennummer zum Beispiel. Genauso wie es mit jedem Handyvertrag heutzutage auch geht oder wenn du über Amazon irgendwas kaufst. Also dass da diese Schwelle sehr niedrig gehalten wird und andererseits ein bisschen Potenzial zum customizen, dass du deine eigenen Autos auswählen kannst, Versicherungen oder sowas. Und natürlich auch einen Link zum Kundendienst oder eine Whatsapp-Funktion.*

326 **Ich - 6:47 PM:**

327 *Wenn du zum Beispiel jetzt den Chat verwendest in der App und du triffst dort auf einen Chatbot. Würdest du dies als Problem sehen?*

328 **Proband 9 - 6:48 PM:**

329 *Ja eher schon, ich weiß es erleichtert den Kundenservice extrem bei Standardanfragen, aber ich finde den persönlichen Kontakt mit dem Menschen halt trotzdem sehr wichtig. Für das persönliche Empfinden, wie ich mit einem Unternehmen zusammenarbeite von dem ich Kunde bin.*

330 **Ich - 6:48 PM:**

331 *Siehst du das irgendwie anders dadurch, dass dies ein Autohersteller ist, also dadurch, dass es um dein Fahrzeug geht.*

332 **Proband 9 - 6:48 PM:**

333 *Mit dem Chatbot meinst du?*

334 **Ich - 6:48 PM:**

335 *Ja.*

336 **Proband 9 - 6:48 PM:**

337 *Nein die Meinung habe ich bei allen Sachen, wo so etwas verwendet wird.*

338 **Ich - 6:48 PM:**

339 *Wenn so ein Anbieter die App anbietet, und du überlegst es zu nutzen. Würdest du die App vorher runterladen bevor du das Ganze nutzt, dass du es dir anschaust, oder würdest du dies erst mit der*

App  
Image  
Komplexität

Nutzung sozusagen noch aktivieren?

340

**Proband 9 - 6:49 PM:**

341

*Ich würde mir das auf jeden Fall vorab anschauen, weil wenn die App schlecht ist, also wenn ich es zum Beispiel zur Meldung von Reparaturen oder sowas nutzen will, dann muss die App natürlich gut sein. Also das spielt dann natürlich auch wieder rein in die Entscheidung welchen Anbieter ich nehmen will.*

342

**Ich - 6:49 PM:**

343

*Wenn so ein Anbieter, Belohnungs- und Treueprogramme einführt, wie reagierst du da drauf und was stellst du dir darunter vor?*

344

**Proband 9 - 6:49 PM:**

345

*Das ist zum Beispiel wenn ich länger dabei bin, dass der Preisverlauf degressiv ist, je länger ich dabei bin oder je länger ich die Vertragslaufzeit habe. Also das ist wahrscheinlich sowieso Standard, wenn ich ein Monat miete, ist es teurer, wie wenn ich ein Jahr miete generell. Und so Treuepunkte zum Beispiel oder nicht unbedingt Treuepunkte aber wenn ich meine Autoklasse immer wieder erhöhe, also wenn ich jetzt wirklich mit einem Gebrauchtwagen, einem kleinen Kompaktwagen, anfangen und dann geht ich irgendwie zu einem SUV oder zu einem Porsche über, dass ich das dann trotzdem günstiger bekomme je länger ich dabei bin oder ich sag mal wenn ich mich da hinarbeite.*

Gamification  
Kompatibilität

346

**Ich - 6:50 PM:**

347

*Würdest du da auch aktiv was dafür machen, dass du sozusagen da belohnt wirst oder extra Treuepunkte bekommst oder sowas?*

348

**Proband 9 - 6:50 PM:**

349

*Persönlich jetzt nicht.*

Gamification

350

**Ich - 6:50 PM:**

351

*Was für soziale Netzwerke nutzt du?*

352

**Proband 9 - 6:50 PM:**

353

*Zählt WhatsApp als eigenes soziales Netzwerk?*

354

**Ich - 6:50 PM:**

355

*Kannst du dazu zählen.*

356

**Proband 9 - 6:50 PM:**

357

*Dann WhatsApp, Twitter, das war's eigentlich.*

358

**Ich - 6:51 PM:**

359

*Würdest du Informationen suchen über den Anbieter über soziale Netzwerke, also jetzt WhatsApp natürlich ausgenommen, das ist etwas schwierig.*

360

**Proband 9 - 6:51 PM:**

361

*Nein eigentlich nur über das Internet.*

362

**Ich - 6:51 PM:**

363

*Würdest du es trotzdem erwarten, dass der Anbieter auf Social Media vertreten ist?*

Image {

364 **Proband 9 - 6:51 PM:**  
365 *Ja, das ist heutzutage Standard.*

366 **Ich - 6:51 PM:**  
367 *Und würdest du, auch wenn es sich ergibt über ein soziales Netzwerk, vielleicht eben jetzt auch über WhatsApp mit dem Anbieter in Kontakt treten?*

Customer Feedback {

368 **Proband 9 - 6:51 PM:**  
369 *Über WhatsApp könnte ich mir das vorstellen.*

370 **Ich - 6:51 PM:**  
371 *Sind da andere Wege bevorzugt, also E-Mail zum Beispiel oder Funktionen auf der Website oder würdest du auch gleich auf WhatsApp sozusagen umsteigen?*

372 **Proband 9 - 6:51 PM:**  
373 *Ich finde WhatsApp immer einen sehr persönlichen Weg, das also ist positiv für mich. Ich würde aber genauso eine E-Mail oder Formular auf der Website verwenden. Und auch in der Reihenfolge ehrlich gesagt, also WhatsApp finde ich eigentlich am besten, weil es ein schneller direkter Weg ist, dann E-Mail und am wenigsten taugt mir dann so ein Formular auf der Website.*

374 **Ich - 6:52 PM:**  
375 *Was könnten Anbieter machen, dass sozusagen die Preistransparenz da ist, im Gegensatz zum Autokauf zum Beispiel?*

376 **Proband 9 - 6:52 PM:**  
377 *Einfach live mitrechnen wenn du zum Beispiel in der App dein Modell auswählst, die Versicherung live mitrechnen, was das im Endeffekt kostet. Und eben eine einfache Struktur von den Kosten. Das nicht, ... also man kann ja viel mit irgendwelchen pauschalen Aufschlägen zum Beispiel abfangen und dass man jetzt nicht jedes Detail irgendwie extra berechnet, was man anhakt oder nicht anhakt und dass da einfach also, dass man selber auch nicht viel darüber nachdenken muss, wenn ich jetzt das Feature nutzt, wie viel mehr kostet das, sondern dass das immer einfache Struktur ist.*

Customization  
Finanzielles Risiko  
Komplexität



378 **Ich - 6:53 PM:**  
379 *Jetzt haben wir besprochen, dass du zum Beispiel Probleme teilweise am Ende mitteilst, teilweise gleich, dass du über WhatsApp kommunizieren willst, dass du Bewertungsfunktionen eher weniger nutzt. Ändert es irgendwas dadurch, dass es um sozusagen so ein Produkt geht, wie das Auto was ja eine recht teure Anschaffung normalerweise ist, also ein recht wertvolles Produkt im Gegensatz zu irgendwelchen anderen Sachen die du kaufst.*

380 **Proband 9 - 6:53 PM:**  
381 *Nein eigentlich ist das Verhalten sehr ähnlich bei den anderen Produkten.*

382 **Ich - 6:53 PM:**  
383 *Dann die Abschlussfrage: Gibt es noch weitere Sachen, die du irgendwie ergänzen möchtest?*

384

**Proband 9 - 6:54 PM:**

385

*Keine. Danke!*

- 1 **Ich - 11:17 AM:**  
2 *Was bedeutet Mobilität für dich?*
- 3 **Probandin 10 - 11:17 AM:**  
4 *Das ist eine schwere Frage. Als erste was mir dazu einfällt, sind Autos. Mobilität bedeutet, dass ich mit dem Auto überall hinkomme, wo ich hinkommen will.*
- 5 **Ich - 11:18 AM:**  
6 *Das heißt immer bezogen aufs Auto?*
- 7 **Probandin 10 - 11:18 AM:**  
8 *Nicht unbedingt, nachdem ich viel mit dem Rad unterwegs bin, ist Mobilität, vermutlich in jeglicher Art und Weise. Also zu Fuß mit dem Rad oder mit was auch immer von A nach B zu kommen.*
- 9 **Ich - 11:18 AM:**  
10 *Dann ein paar Fragen zu dir selbst, was machst du beruflich?*
- 11 **Probandin 10 - 11:18 AM:**  
12 *Ich bin Lehrerin.*
- 13 **Ich - 11:18 AM:**  
14 *Benötigst du dafür ein Auto?*
- 15 **Probandin 10 - 11:18 AM:**  
16 *Nein, benötige ich nicht.*
- 17 **Ich - 11:18 AM:**  
18 *Okay, seit wann besitzt einen Führerschein?*
- 19 **Probandin 10 - 11:18 AM:**  
20 *Seit August 2017.*
- 21 **Ich - 11:19 AM:**  
22 *Okay, was ist dein Hauptfortbewegungsmittel?*
- 23 **Probandin 10 - 11:19 AM:**  
24 *Das Fahrrad.*
- 25 **Ich - 11:19 AM:**  
26 *Besitzt du ein eigenes Auto?*
- 27 **Probandin 10 - 11:19 AM:**  
28 *Ja.*
- 29 **Ich - 11:19 AM:**  
30 *Ist es gekauft oder geleast?*
- 31 **Probandin 10 - 11:19 AM:**  
32 *Es ist gekauft.*
- 33 **Ich - 11:19 AM:**  
34 *Wie oft in der Woche benutzt du das Auto?*
- 35 **Probandin 10 - 11:19 AM:**

36 Circa einmal die Woche maximal.

37 **Ich - 11:19 AM:**

38 Hast du vor, in den nächsten zwei Jahren ein Auto zu kaufen oder zu leasen?

39 **Probandin 10 - 11:19 AM:**

40 Nein, habe ich nicht vor.

41 **Ich - 11:19 AM:**

42 Fühlst du dich emotional verbunden mit deinem Auto?

43 **Probandin 10 - 11:19 AM:**

44 Ja durchaus!

Image

45 **Ich - 11:19 AM:**

46 Es ist mehr als nur ein Gegenstand?

47 **Probandin 10 - 11:19 AM:**

48 Ja, es ist mehr, als nur ein Gegenstand für mich.

49 **Ich - 11:19 AM:**

50 Okay, kennst du andere Formen außer dem Autokauf oder dem Autoleasing, damit du ein Auto zur Verfügung hast?

51 **Probandin 10 - 11:20 AM:**

52 Nein.

53 **Ich - 11:20 AM:**

54 Ich werde jetzt ein Beispiel nennen zu Mobility as a Service und auf dem Beruhen dann die weiteren Fragen. Eine der unterschiedlichen Ausprägungen von Mobility as a Services ist das Auto-Abo-Modell. Hier können Fahrzeuge monatsweise abonniert werden, wobei die Laufzeit flexibel ist und die Preise vom Modell und weiteren Faktoren abhängen. Der Besitz des Fahrzeugs geht nicht in das Eigentum der Nutzerin bzw. des Nutzers über, ebenso wenig wie die Verpflichtung der Wartung und Reparatur. Als Beispiel Anbieter Campus 02 Autoabo Service. Fahrzeugmodelle sind Kompaktwagen, Mindestvertragsdauer ist ein Monat, Kilometer wären 1000 km pro Monat. Die Leistungen die dabei sind, ist die Wartung und Reparatur des Fahrzeugs, Versicherung mit Selbstbehalt, 24 Stunden Pannenhilfe, Ersatzfahrzeug bei Wartung und Reparatur, Sommer und Winterreifen. Was nicht dabei ist, ist der Kraftstoff. Der Fahrzeugwechsel wäre immer wieder möglich. Hast du von solchen Anbietern schon mal gehört?

55 **Probandin 10 - 11:21 AM:**

56 Nein

57 **Ich - 11:21 AM:**

58 Wie findest du so ein Service? Wie klingt das für dich?

59 **Probandin 10 - 11:21 AM:**

60 Durchaus praktisch, weil wenn ich es richtig verstanden habe, muss man sich quasi um nichts kümmern.

Verlässlichkeit

	61	<b>Ich - 11:21 AM:</b>
	62	<i>Genau!</i>
	63	<b>Probandin 10 - 11:21 AM:</b>
Verlässlichkeit	64	<i>Und insofern sehe ich das als super Möglichkeit, weil ich selbst durchaus sehr schleisig bin beim Kümmern um mein Auto.</i>
	65	<b>Ich - 11:21 AM:</b>
	66	<i>Okay, das heißt für dich wäre zum Beispiel Wartung und Reparatur, das es der Anbieter macht und dafür zuständig ist ein großer Vorteil?</i>
	67	<b>Probandin 10 - 11:22 AM:</b>
	68	<i>Ja.</i>
	69	<b>Ich - 11:22 AM:</b>
	70	<i>Wo würdest du weitere Vorteile sehen?</i>
	71	<b>Probandin 10 - 11:22 AM:</b>
Customization	72	<i>Vielleicht, dass man flexibler ist verschiedene Modelle zu fahren, dass man sich nicht auf ein Auto fixieren muss und es dann kaufen muss und dann sich wieder um den Verkauf kümmern oder so. Sondern, dass man, wenn ich es richtig verstanden habe, einfach Modell wechseln könnte wenn es einem nicht zusagt oder wenn was anderes benötigt wird.</i>
Verlässlichkeit		
	73	<b>Ich - 11:22 AM:</b>
	74	<i>Was für Gründe würden, dagegen sprechen?</i>
	75	<b>Probandin 10 - 11:22 AM:</b>
Image	76	<i>Ja eben, das es einem nicht selbst gehört. Dass ich weiß, nicht, kann es da irgendwelche Konsequenzen geben, dass unter gewissen Bedingungen einem dann das Auto weggenommen wird oder so?</i>
Verantwortung		
	77	<b>Ich - 11:22 AM:</b>
	78	<i>Es ist natürlich vertraglich möglich, dass der Anbieter vom dem zurücksteigt. Das heißt du hättest Angst, dass du das irgendwie plötzlich nicht mehr nutzen kannst?</i>
	79	<b>Probandin 10 - 11:23 AM:</b>
Verantwortung	80	<i>Das sehe ich als möglichen Nachteil, ja, dass das eine Gefahr sein könnte.</i>
	81	<b>Ich - 11:23 AM:</b>
	82	<i>Okay, erscheint dir das Ganze als sehr komplex?</i>
	83	<b>Probandin 10 - 11:23 AM:</b>
Komplexität	84	<i>Insofern vielleicht nicht komplex, weil man sich um nicht viel kümmern muss. Also da habe ich jetzt das Gefühl, dass es komplexer ist weil man immer wieder darauf schauen muss, wann muss ich was machen, eben Reifenwechsel, Service und so weiter. Vermutlich wäre es sinnvoll das System dahinter gut zu verstehen. Ich weiß nicht, ob ich dazu die Motivation hätte, also vielleicht ist es insofern etwas zu komplex für mich.</i>
	85	<b>Ich - 11:24 AM:</b>
	86	<i>Das heißt die vertraglichen Rahmenbedingungen am Anfang wären</i>

vielleicht das Problem?

87 **Probandin 10 - 11:24 AM:**

88 *Ja.*

89 **Ich - 11:24 AM:**

90 *Wie würde deine Flexibilität steigen?*

91 **Probandin 10 - 11:24 AM:**

92 *Inwiefern?*

93 **Ich - 11:24 AM:**

94 *Würde es irgendwie steigen in irgendeiner Art, dass du flexibler bist?*

95 **Probandin 10 - 11:24 AM:**

96 *Ja insofern flexibler, dass ich mich nicht immer nach dem Auto richten muss, wann ich was herrichten muss oder wann wieder was anfällt.*

Komplexität

97 **Ich - 11:24 AM:**

98 *Erscheint dir sowas als sehr zuverlässig, wenn du jetzt dran denkst, dass du zu so einem Anbieter gehst?*

99 **Probandin 10 - 11:24 AM:**

100 *Das hängt vermutlich von den Rückmeldungen ab, also was man da schon so gehört hat davon, das ist finde ich so schwer einzuschätzen, aber nachdem dieser vertraglich geregelt ist, müssen die das einhalten was angeboten wird?*

Komplexität

101 **Ich - 11:25 AM:**

102 *Das heißt für dich wäre es auch wichtig, was zum Beispiel Freunde und Bekannte sagen, was in Kommentaren steht und so weiter?*

103 **Probandin 10 - 11:25 AM:**

104 *Ja, also ich würde mich auf jeden Fall auf das Feedback von anderen Personen verlassen, ja.*

Word-of-Mouth

Image

105 **Ich - 11:25 AM:**

106 *Welche Risiken könnten mit dem Service verbunden sein?*

107 **Probandin 10 - 11:25 AM:**

108 *Da fallen mir gerade keine ein.*

109 **Ich - 11:25 AM:**

110 *Was ist, wenn du jetzt an versteckte Kosten, an Versicherungssachen und so weiter denkst, siehst du das irgend als Risiko?*

111 **Probandin 10 - 11:25 AM:**

112 *Ja das wäre wieder das von vorhin, dass man die ganzen Bedingungen dahinter gut verstehen müsste, eben damit man nicht in so eine Falle oder so rein tappt.*

Komplexität

113 **Ich - 11:26 AM:**

114 *Du würdest ja nicht immer einen Neuwagen erhalten, wenn du dort was mietest, würde es irgendein Problem für dich darstellen?*

Komplexität  
Verlässlichkeit

115 **Probandin 10 - 11:26 AM:**

116 *Nein.*

117 **Ich - 11:26 AM:**

118 *Wenn du jetzt bei der Übernahme mit Vorschäden zum Beispiel konfrontiert wirst, wie würdest du damit umgehen?*

119 **Probandin 10 - 11:26 AM:**

120 *Da würde ich mich versuchen im Vorhinein schon abzusichern, dass das eben nicht passiert, also dass das eben vertraglich so geregelt ist, dass größere Vorschäden nicht der Fall sind.*

121 **Ich - 11:26 AM:**

122 *Und wenn du jetzt sozusagen einen Schaden hast am Fahrzeug, wie würdest du dich da absichern?*

Komplexität

123 **Probandin 10 - 11:27 AM:**

124 *Ich würde das gar nicht entgegennehmen, also wenn mir das Fahrzeug angeboten wird, dann würde ich es vermutlich mit gewisser Expertise dabei kontrollieren und eben schauen, ob es eh keine Probleme gibt und nur dann eben dem Vertrag zustimmen.*

125 **Ich - 11:27 AM:**

126 *Hättest du irgendwelche Bedenken bezüglich Hygiene von dem Fahrzeug?*

Hygiene  
Co-Creation

127 **Probandin 10 - 11:27 AM:**

128 *Ich hoffe, dass auch das geregelt ist, dass das vorher gereinigt wird, bevor das weitergegeben wird, aber vermutlich wäre die Notwendigkeit da, dass ich es dann selber auch noch mal putze.*

129 **Ich - 11:27 AM:**

130 *Siehst du die Reinigung eher bei der Person, die das Auto zurückgibt oder eher beim Anbieter selbst?*

Hygiene  
Co-Creation

131 **Probandin 10 - 11:27 AM:**

132 *Also eine gewisse Grundreinigung sollte bei der Person, die das zurückgibt also kann schon verlangt werden, ja, einfach aus hygienischen Gründen.*

133 **Ich - 11:28 AM:**

134 *Welche finanziellen Vorteile siehst du in dem ganzen Service?*

135 **Probandin 10 - 11:28 AM:**

136 *Ja, es werden ja insofern dann auch Schäden übernommen beim Unfall oder so.*

137 **Ich - 11:28 AM:**

138 *Genau, also Versicherung mit Selbstbehalt ist es.*

Finanzielles Risiko

139 **Probandin 10 - 11:28 AM:**

140 *Insofern hat es nicht unbedingt den Vorteil, so wenn ich ein Auto kaufe. Das ist anhand von einem Beispiel wahrscheinlich müsste man sich das anschauen wo man besser aussteigt*

	141	<b>Ich - 11:29 AM:</b>
	142	<i>Das heißt durchrechnen?</i>
	143	<b>Probandin 10 - 11:29 AM:</b>
	144	<i>Ja.</i>
	145	<b>Ich - 11:29 AM:</b>
	146	<i>Würdest du mit dem gemieteten Auto anders umgehen als mit deinem eigenen?</i>
Verantwortung	147	<b>Probandin 10 - 11:29 AM:</b>
	148	<i>Ja, vermutlich schon!</i>
	149	<b>Ich - 11:29 AM:</b>
	150	<i>Schlechter oder besser?</i>
Verantwortung	151	<b>Probandin 10 - 11:29 AM:</b>
	152	<i>Also mit dem eigenen Auto besser umgehen als mit einem gemieteten.</i>
	153	<b>Ich - 11:29 AM:</b>
	154	<i>Okay</i>
Verantwortung	155	<b>Probandin 10 - 11:29 AM:</b>
	156	<i>Wie bei den Wohnungen, wenn man eine eigene Wohnung hat schaut mal besser drauf, als wenn man nur zur Miete in eine Wohnung einzieht.</i>
	157	<b>Ich - 11:29 AM:</b>
	158	<i>Wie würdest du es generell finden, dass es nicht dein Eigentum ist?</i>
Image	159	<b>Probandin 10 - 11:29 AM:</b>
Verantwortung	160	<i>Nicht unbedingt schlecht oder nicht unbedingt als Nachteil, weil man eben gewisse Verantwortungen abgeben kann. Also damit hätte ich kein Problem.</i>
	161	<b>Ich - 11:29 AM:</b>
	162	<i>Du hast vorhin gesagt, dass du emotional verbunden bist mit deinem Auto jetzt, wäre es dann irgendwie auch übertragbar auf das, wenn du ein Auto mietest?</i>
Image	163	<b>Probandin 10 - 11:30 AM:</b>
	164	<i>Vermutlich nicht, weil ich das derzeitige Auto von meiner Mama bekommen habe und quasi in dem Auto Autofahren gelernt habe.</i>
	165	<b>Ich - 11:30 AM:</b>
	166	<i>Welche Verantwortung siehst du in der Nutzung von so einem Service?</i>
	167	<b>Probandin 10 - 11:30 AM:</b>
	168	<i>Verantwortung meinerseits, oder?</i>
	169	<b>Ich - 11:30 AM:</b>
	170	<i>Verantwortung deinerseits.</i>
	171	<b>Probandin 10 - 11:30 AM:</b>

<p>Verantwortung</p>	<p>172</p>	<p><i>Ja grundsätzlich schon, dass man aufs Auto schaut, dass man jetzt nicht selbstverständlich damit umgeht und überall anfährt oder eben auch das die Grundhygiene erhalten bleibt. Also, ja eben, dass man so darauf achtet - aufs Auto.</i></p>
	<p>173</p>	<p><b>Ich - 11:31 AM:</b></p>
	<p>174</p>	<p><i>Wir haben jetzt ein paar Probleme angesprochen die da entstehen können. Also zum Beispiel das mit der Hygiene, dass das nicht passt und so weiter. Was für Maßnahmen könnten Anbieter setzen, dass die den Problemen entgegenwirken?</i></p>
<p>Hygiene</p> <p>Verantwortung</p> <p>Customer Feedback</p>	<p>175</p>	<p><b>Probandin 10 - 11:31 AM:</b></p>
	<p>176</p>	<p><i>Extrakosten verlangen bei der Rückgabe wann es eben hygienisch zu schlecht aussieht oder wenn irgendwelche Schäden nicht gemeldet wurden oder so.</i></p>
	<p>177</p>	<p><b>Ich - 11:31 AM:</b></p>
	<p>178</p>	<p><i>Wie schaut es mit Risiken aus bezüglich irgendwelcher versteckten Kosten?</i></p>
<p>Komplexität</p> <p>Kundenservice</p>	<p>179</p>	<p><b>Probandin 10 - 11:31 AM:</b></p>
	<p>180</p>	<p><i>Ja, auf jeden Fall anbieten, dass man den Vertrag zum Beispiel gemeinsam durcharbeitet, dass jeder Punkt besprochen wird.</i></p>
	<p>181</p>	<p><b>Ich - 11:31 AM:</b></p>
	<p>182</p>	<p><i>Also sehr genauer Kundenservice.</i></p>
	<p>183</p>	<p><b>Probandin 10 - 11:31 AM:</b></p>
	<p>184</p>	<p><i>Ja.</i></p>
	<p>185</p>	<p><b>Ich - 11:32 AM:</b></p>
	<p>186</p>	<p><i>Wenn Probleme bei der Nutzung auftreten, unter was für Umständen würdest du das dem Anbieter mitteilen?</i></p>
	<p>187</p>	<p><b>Probandin 10 - 11:32 AM:</b></p>
	<p>188</p>	<p><i>Also was passieren müsste, wenn ich das Auto habe, dass ich als Nutzer beim Anbieter melde?</i></p>
	<p>189</p>	<p><b>Ich - 11:32 AM:</b></p>
	<p>190</p>	<p><i>Genau!</i></p>
<p>Customer Feedback</p> <p>Verlässlichkeit</p>	<p>191</p>	<p><b>Probandin 10 - 11:32 AM:</b></p>
	<p>192</p>	<p><i>Ja, jegliche Art von Schäden äußerlich, innerlich. Ja, wenn das Auto nicht mehr funktioniert.</i></p>
	<p>193</p>	<p><b>Ich - 11:32 AM:</b></p>
	<p>194</p>	<p><i>Und über was für eine Plattform würdest du das gerne mitteilen?</i></p>
	<p>195</p>	<p><b>Probandin 10 - 11:32 AM:</b></p>
	<p>196</p>	<p><i>Eigentlich telefonisch.</i></p>
	<p>197</p>	<p><b>Ich - 11:32 AM:</b></p>
	<p>198</p>	<p><i>Okay</i></p>
	<p>199</p>	<p><b>Probandin 10 - 11:32 AM:</b></p>
	<p>200</p>	<p><i>Ja.</i></p>

	201	<b>Ich - 11:32 AM:</b>
	202	<i>Wann würdest du Kommentar- oder Bewertungsfunktionen nutzen? Wann würdest du da was bewerten?</i>
Customer Feedback	203	<b>Probandin 10 - 11:33 AM:</b>
	204	<i>Vermutlich bei der Rückgabe wieder vom Auto. Vielleicht auch schon bei der Übernahme eines neuen.</i>
Customer Feedback	205	<b>Ich - 11:33 AM:</b>
	206	<i>Das heißt zwischendurch würdest du nicht irgendwelche Bewertungen abgeben?</i>
	207	<b>Probandin 10 - 11:33 AM:</b>
	208	<i>Eher nicht.</i>
	209	<b>Ich - 11:33 AM:</b>
	210	<i>Okay, es ist ja sehr wichtig für einen Serviceanbieter sich mit den Kunden auszutauschen. Hättest du mehr Vertrauen in der Nutzung, wenn sich der Anbieter mehr mit dir austauscht?</i>
Ansprechperson	211	<b>Probandin 10 - 11:33 AM:</b>
Verlässlichkeit	212	<i>Ja, zum Beispiel, dass man eine zuständige Person hat. Die man halt, ... mit der man quasi connected ist und die dann zuständig für einen ist bei der man sich jederzeit melden kann.</i>
	213	<b>Ich - 11:33 AM:</b>
	214	<i>Wäre es auch okay wenn der Anbieter auf dich zukommt, dir Umfragen schickt oder fragt ob alles okay ist mit dem Auto und so weiter.</i>
Customer Feedback	215	<b>Probandin 10 - 11:33 AM:</b>
	216	<i>Ja.</i>
	217	<b>Ich - 11:33 AM:</b>
	218	<i>Das heißt, das würdest du auch bevorzugen und wird das Ganze ein bisschen verlässlicher vielleicht machen.</i>
Verlässlichkeit	219	<b>Probandin 10 - 11:34 AM:</b>
Customer Feedback	220	<i>Ja und auch insofern verlässlicher, dass die Rückmeldungen kriegen, weil ich selber das sicher sonst vergesse.</i>
	221	<b>Ich - 11:34 AM:</b>
	222	<i>Wie reagierst du, wenn das Unternehmen dann auf dein Feedback eingeht?</i>
Customer Feedback	223	<b>Probandin 10 - 11:34 AM:</b>
Image	224	<i>Positiv! Weil Feedback sollte, ja verarbeitet werden und irgendwie eingebaut werden. Also das wäre sehr gut.</i>
	225	<b>Ich - 11:34 AM:</b>
	226	<i>Wird es dann die Wahrscheinlichkeit steigern, dass Du das wieder nutzt?</i>
Verlässlichkeit	227	<b>Probandin 10 - 11:34 AM:</b>
	228	<i>Ja, das zeigt auf jeden Fall die Verlässlichkeit und wenn das</i>

Verlässlichkeit     
Customer Feedback  
Image

*bewiesen ist, wäre ich da auf jeden Fall wieder dabei.*

229 **Ich - 11:34 AM:**

230 *Wenn dir die Möglichkeit gegeben wird, den Service mitzugestalten, so wie du ihn haben willst, würdest du das nutzen?*

231 **Probandin 10 - 11:34 AM:**

232 *Vielleicht insofern, wenn mir dann ein Mangel aufgefallen wäre.*

233 **Ich - 11:35 AM:**

234 *Okay, das heißt eher was das Auto betrifft.*

235 **Probandin 10 - 11:35 AM:**

236 *Nicht unbedingt nur beim Auto, sondern auch halt bei der Übernahme bei dem ganzen Prozess.*

Verlässlichkeit    
Customer Feedback

237 **Ich - 11:35 AM:**

238 *Das heißt der ganze Service?*

239 **Probandin 10 - 11:35 AM:**

240 *Ja.*

241 **Ich - 11:35 AM:**

242 *Und wenn du dein Autoservice, also dein Autoabo sozusagen selbst mitgestalten kannst, so wie das du das haben möchtest. Also mit Laufzeit, Modell und so weiter, würdest du da auch gerne eingreifen, dass du das mitgestaltest also jetzt kein Standardpaket nehmen, sondern dass das du selber zusammenstellen kannst?*

243 **Probandin 10 - 11:35 AM:**

244 *Hängt natürlich stark von der Situation ab, aber grundsätzlich wäre es vermutlich von Vorteil, wenn man sich das so machen könnte wie man es braucht.*

Customization    
Kompatibilität

245 **Ich - 11:36 AM:**

246 *Wenn dir jetzt Freunde und Bekannte das Unternehmen empfehlen, wie sehr wird das die Wahrscheinlichkeit steigern das du das auch nutzt?*

247 **Probandin 10 - 11:36 AM:**

248 *Das würde es sehr steigern.*

Word-of-Mouth 

249 **Ich - 11:36 AM:**

250 *Das heißt, hat es Einfluss auf das Image von dem ganzen Unternehmen oder wird es auch einen Einfluss haben auf die Komplexität? Das du sagst, okay, die haben mir jetzt das empfohlen und das ist recht einfach. Auf was für Punkte könnte das Einfluss haben?*

251 **Probandin 10 - 11:36 AM:**

252 *Die Frage nochmal, das habe jetzt nicht ganz verstanden.*

253 **Ich - 11:36 AM:**

254 *Wenn dir jetzt wer das, ... also Freunde empfehlen dir das Unternehmen. Und die sagen jetzt zum Beispiel es ist sehr einfach zum Abwickeln oder die Hygiene hat gepasst. Auf was für Punkte*

Hygiene  
Word-of-Mouth  
Komplexität  
Word-of-Mouth

würdest du da Vertrauen von Freunden und Verwandten, das das  
sozusagen passt und wo würdest du dir lieber selber ein Bild  
machen?

255 **Probandin 10 - 11:37 AM:**

256 *Ja, auf jeden Fall Hygiene, da denke ich, weiß ich was die Standards  
von Freunden und Familien sind. Insofern schafft das Vertrauen.  
Vielleicht das preisliche, also wie sie es einschätzen, das wäre auf  
jeden Fall ein Punkt, der da eine Rolle spielt. Eigentlich alles, mir fällt  
nichts ein, wo ich nicht die Meinung von Familie und Freunde  
berücksichtigen würde.*

257 **Ich - 11:37 AM:**

258 *Und wie sieht's mit negativen Erfahrungen aus wäre das da gleich?*

259 **Probandin 10 - 11:37 AM:**

260 *Das kommt dann auf die Menge der negativen Erfahrungen drauf an,  
also wenn das ein Einzelfall war, würde ich das nicht  
verallgemeinern, aber wenn das mehrere Male vorkommt, also ich  
würde es eher davon abhängig machen.*

Word-of-Mouth  
Image

261 **Ich - 11:38 AM:**

262 *Und unter welchen Umständen würdest du selbst ein Unternehmen  
weiterempfehlen?*

263 **Probandin 10 - 11:38 AM:**

264 *Wenn ich einen Vorteil sehe, im Gegensatz zu kaufen oder leasen.*

Word-of-Mouth

265 **Ich - 11:38 AM:**

266 *Würdest du eine App als sinnvoll erachten die so ein Anbieter hat?*

267 **Probandin 10 - 11:38 AM:**

268 *Mit Sicherheit als zusätzliches Angebot, um einen Überblick zu  
bekommen über die Angebote und so, ob jetzt App oder Internetseite  
ist für mich ziemlich egal.*

App  
Komplexität

269 **Ich - 11:38 AM:**

270 *Was für Funktionen müsste die App haben?*

271 **Probandin 10 - 11:39 AM:**

272 *Einen Überblick über die Angebote mit Autos und Laufzeit und so  
weiter und sofort. Die Bedingungen, die dann da reinfallen in das  
Ganze. Also grundsätzlich für mich einen guten Überblick bieten,  
damit ich dann weiß, wie das Ganze funktioniert und was da so  
passiert dahinter. Eben vielleicht auch Kontakte anbieten mit denen  
man in Kontakt treten kann, ob jetzt per Chat oder Telefon oder so.*

App

273 **Ich - 11:39 AM:**

274 *Ja aber wenn du sagst die Angebote dann würdest du die App  
eventuell auch vorher nutzen, bevor du das Service schon gebucht  
hast?*

275 **Probandin 10 - 11:39 AM:**

276 *Ja.*

277 **Ich - 11:39 AM:**

	278	<i>Wenn du bei dem Chat in einer App auf einen Chatbot triffst oder auch auf der Website, wie würdest du da drauf reagieren?</i>
	279	<b>Probandin 10 - 11:40 AM:</b>
	280	<i>So für Standardfragen Ist es ganz okay, mir ist aber immer der persönliche Kontakt lieber.</i>
	281	<b>Ich - 11:40 AM:</b>
	282	<i>Okay, das heißt würdest du es gerne aussuchen können, wenn du jetzt einen Chat beginnst, ob du mit dem Chatbot oder mit einer direkten Person.</i>
	283	<b>Probandin 10 - 11:40 AM:</b>
	284	<i>Ja.</i>
	285	<b>Ich - 11:40 AM:</b>
	286	<i>Wenn so ein Anbieter Belohnungs- und Treueprogramme einführen würde: Also irgendwelche Goodies ist anbieten. Wie würdest du darauf reagieren?</i>
Geförderter Weg Gamification	287	<b>Probandin 10 - 11:40 AM:</b>
	288	<i>Kommt auf die Angebote drauf an, aber wenn sich zum Beispiel preislich dadurch irgendwas verbessert oder verbilligt oder irgendwas in die Richtung, wäre es schon positiv und wenn es nicht zu lange dauert, dass man diese Goodies bekommt.</i>
Gamification	289	<b>Ich - 11:41 AM:</b>
	290	<i>Das heißt, du willst jetzt nicht viel Aufwand sozusagen da reinstecken?</i>
	291	<b>Probandin 10 - 11:41 AM:</b>
	292	<i>Nein.</i>
	293	<b>Ich - 11:41 AM:</b>
	294	<i>Würdest du als Testperson für so ein Auto Abo agieren?</i>
Brand Ambassador	295	<b>Probandin 10 - 11:41 AM:</b>
	296	<i>Wenn gerade die Notwendigkeit da ist das, dass ich ein Auto brauche schon, einfach aus Interesse nicht .</i>
	297	<b>Ich - 11:41 AM:</b>
	298	<i>Das heißt, du würdest es jetzt zum Beispiel nicht nutzen, weil du hast ja ein Auto zur Verfügung.</i>
	299	<b>Probandin 10 - 11:41 AM:</b>
	300	<i>Genau!</i>
	301	<b>Ich - 11:41 AM:</b>
	302	<i>Okay, würdest du dann auch mit dem Unternehmen zusammenarbeiten, bzw. was für ein Aufwand würdest du da reinstecken für das, dass du Testperson bist?</i>
Brand Ambassador	303	<b>Probandin 10 - 11:41 AM:</b>
	304	<i>Das kommt darauf an, was am Ende für mich rausschaut, also einfach so würde ich es nicht machen, je nachdem, was angeboten wird dafür.</i>

Brand Ambassador

305 **Ich - 11:41 AM:**

306 *Wenn es jetzt gratis ist, dass du sozusagen gratis das Testen kannst und dafür sozusagen irgendwelche Sachen schreiben musst einen Testbericht beispielsweise.*

307 **Probandin 10 - 11:42 AM:**

308 *Dafür fahre ich zu wenig mit dem Auto, dass,... diese Zeit habe ich nicht zur Verfügung.*

309 **Ich - 11:42 AM:**

310 *Dann noch die Frage was für soziale Netzwerke nutzt du?*

311 **Probandin 10 - 11:42 AM:**

312 *Instagram, Tiktok, das wars.*

313 **Ich - 11:42 AM:**

314 *Würdest du dich auch auf den sozialen Netzwerken über so einen Anbieter informieren?*

315 **Probandin 10 - 11:42 AM:**

316 *Vermutlich nur, wenn die Werbung auftaucht.*

317 **Ich - 11:42 AM:**

318 *Okay, das heißt nicht von Haus aus, dass du dort schaust, statt der Website beispielsweise.*

319 **Probandin 10 - 11:42 AM:**

320 *Da würde ich zuerst auf der Website nachschauen, ja.*

321 **Ich - 11:42 AM:**

322 *Würdest du Social Media nutzen und zum Beispiel mit dem Anbieter in Kontakt zu treten?*

323 **Probandin 10 - 11:43 AM:**

324 *Nein, ist gefühlsmäßig eher unprofessionell.*

Image

Customer Feedback

325 **Ich - 11:43 AM:**

326 *Ist es was anderes, weil es ein Auto ist oder ist es bei allen Produkten so?*

327 **Probandin 10 - 11:43 AM:**

328 *Grundsätzlich bei allem, also ich wäre jetzt noch nie über soziale Medien mit wem in Kontakt getreten, wegen Interesse an irgendeinem Produkt oder irgendwas hätte.*

329 **Ich - 11:43 AM:**

330 *Auch zur Informationssuche.*

331 **Probandin 10 - 11:43 AM:**

332 *Zur Informationssuche schon aber eben nicht bei so Sachen wie Autos.*

333 **Ich - 11:43 AM:**

334 *Würdest du bei Social Media irgendwie einen Kommentare oder Umfragen beantworten, wenn die jetzt so ein Autoanbieter einstellt?*

Customer Feedback

Co-Creation



335

**Probandin 10 - 11:44 AM:**

336

*Vermutlich, wenn es einfach so aufpoppt und gerade die Zeit da ist schon ja.*

337

**Ich - 11:44 AM:**

338

*Okay, das heißt, das müsste keinen Vorteil für dich bringen, sondern du wirst es einfach machen, wenn es schnell aufpoppt?*

Customer Feedback



339

**Probandin 10 - 11:44 AM:**

340

*Ja, und wenn es eine kurze Umfrage ist.*

341

**Ich - 11:44 AM:**

342

*Gibt es noch weitere Punkte, die du gerne ergänzen möchtest?*

343

**Probandin 10 - 11:44 AM:**

344

*Nein.*