

ÖPNV-Kundenbarometer 2022

Ergebnis-Charts

ÖPNV-Kundenbarometer

Ihre Ansprechpartner



Christian Jödden

Director

t (+49) 89 5600 1558

e christian.joedden@kantat.com



Anselm Speich

Senior Consultant

t (+49) 89 5600 1123

e anselm.speich@kantat.com



Dr. Adi Isfort

Freier Mitarbeiter Kantar

t (+49) 160 / 718 02 36

e adi.isfort@verkehrsforchung.de

1

Beschreibung der Studie in Kürze

ÖPNV-Kundenbarometer 2022

Beschreibung 1/2

- Im vorliegenden Gutachten werden die Ergebnisse des diesjährigen ÖPNV-Kundenbarometers für die Stadtwerke Verkehrsgesellschaft Frankfurt am Main mbh (VGF) im Einzelnen dargestellt.
- Kantar hat die Befragung (telefonisch und in Online-Panels) im Auftrag der VGF im Zeitraum von 01.06. bis zum 30.06.2022 1.493 Interviews durchgeführt.
- Im diesjährigen ÖPNV-Kundenbarometer wurden für die Stadtwerke Verkehrsgesellschaft Frankfurt am Main mbh (VGF) insgesamt 1493 Personen befragt. Davon sind 1438 Personen aktuelle ÖPNV-Nutzer, 55 Personen gehören zum ÖPNV-Potenzial. Das sind Personen, die den ÖPNV innerhalb der letzten fünf Jahre genutzt haben, aktuell aber keine ÖPNV-Nutzer sind.
- Für die Stadtwerke Verkehrsgesellschaft Frankfurt am Main mbh (VGF) wurde auch das 9-Euro-Ticket-Modul durchgeführt.
- Es erfolgte eine Gewichtung der Daten anhand des Alters und der Nutzungshäufigkeit je Altersgruppe, wobei Daten von repräsentativen Studien für Deutschland (ÖPNV-Nutzung in Deutschland 2016-2022) mit ca. 17.700 Interviews sowie statistische Bevölkerungsdaten zugrunde gelegt wurden.
- Insgesamt haben am ÖPNV-Kundenbarometer 2022 42 Verkehrsanbieter teilgenommen, es wurden insgesamt rund 21.000 Interviews durchgeführt.

ÖPNV-Kundenbarometer 2022

Beschreibung 2/2

- Im Kundenbarometer-Teil wurden neben mobilitäts- und soziodemografisch relevanten Parametern die Globalzufriedenheit sowie die Zufriedenheit mit einzelnen Leistungsmerkmalen erfragt.
- Die Leistungsmerkmale lassen sich in sechs Leistungspakete aufgliedern, die - empirisch ermittelt - die psychologische Grundlage der Zufriedenheitsbewertung der Fahrgäste darstellen. Zudem können die Bewertungen der Kunden in eine Beurteilungsskala übertragen werden, die anhand der Bewertungen aller Leistungsmerkmale innerhalb des Kundenbarometers entwickelt wurde (siehe Abschnitt Modellbeschreibung).
- Im Potenzial-Teil wurden die Gründe erfragt, aus denen die Zielpersonen nicht mehr den ÖPNV nutzen. Insgesamt wurde für 26 potenzielle Hemmnisse die Wichtigkeit erfragt.
- Im 9-Euro-Modul wurde vor allem ermittelt, ob neue Fahrgäste auf den ÖPNV umgestiegen sind (Neukunden), ob bisherige Nutzer den ÖPNV intensiver nutzen (Bestandskunden), und welche Anlässe und Ziele es für das 9-Euro-Ticket gab.

Befragung der Stichprobe

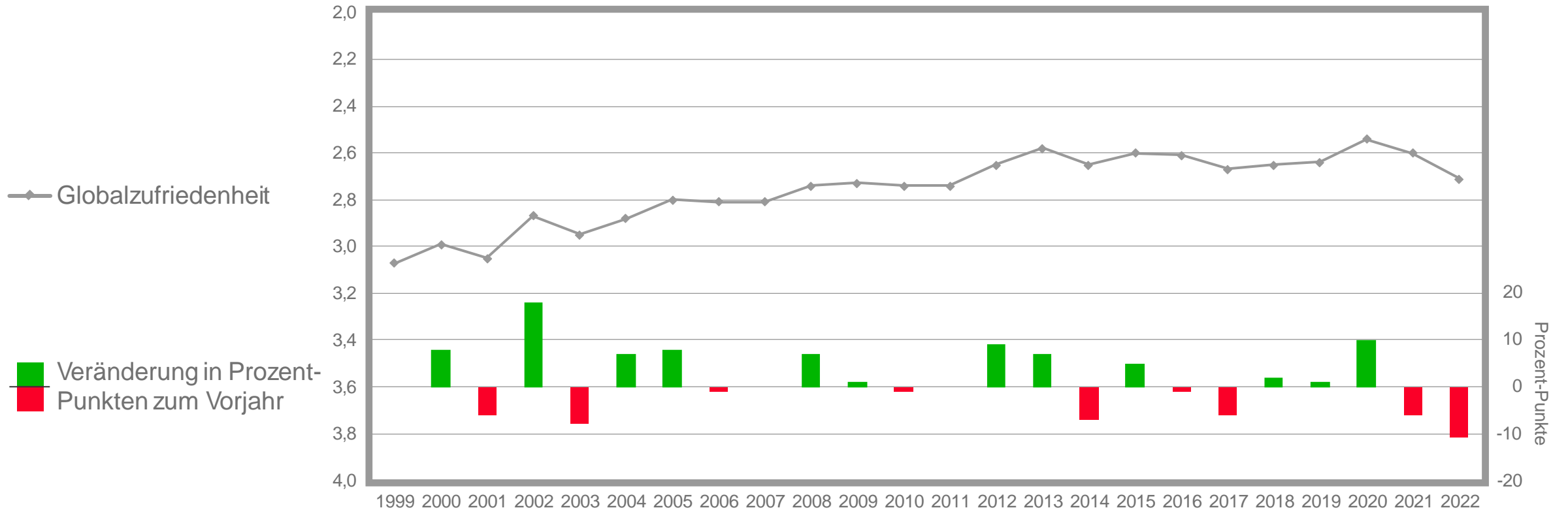
- Grundgesamtheit: Personen ab 16 Jahren, die in den letzten fünf Jahren, also seit 2018, mindestens einmal ein Verkehrsmittel des Verkehrsanbieters genutzt haben (Grundgesamtheit).
- Diese Grundgesamtheit wurde getrennt in aktuelle ÖPNV-Nutzer und ÖPNV-Potenzial.
- Auswahl:
 - Für die Telefonstichprobe wurden aus den Haushalten im Bedienungsgebiet des Verkehrsunternehmens nach einem Zufallsverfahren (Random-Last-Two-Digit-Verfahren) gezogene Telefonnummern ausgewählt. Bei maximal 50% der Interviews kamen mit dem gleichen Verfahren gezogene Telefonnummern zum Einsatz, zu denen in anderen Untersuchungen eine grundsätzliche Bereitschaft zur gelegentlichen Teilnahme an Befragungen erfragt wurde. In den ausgewählten Haushalten wurde anhand des Schwedenschlüssels die Zielperson ausgewählt, wobei anhand des Alters der Personen im Haushalt eine Person zufällig ausgewählt wird
 - Für die Online-Stichprobe wurden aus den Online-Access-Panels von Kantar Profiles und Payback Personen mit Wohnort im Bedienungsgebiet des Verkehrsunternehmens ausgewählt.
- Durchführung: Computergestützte Telefoninterviews (CATI) wurden zentral von der Telquest GmbH, den Telefonstudios von Kantar, durchgeführt und ergänzt durch eine Online-Befragung in den Access Panels von Kantar Profiles und Payback.

2

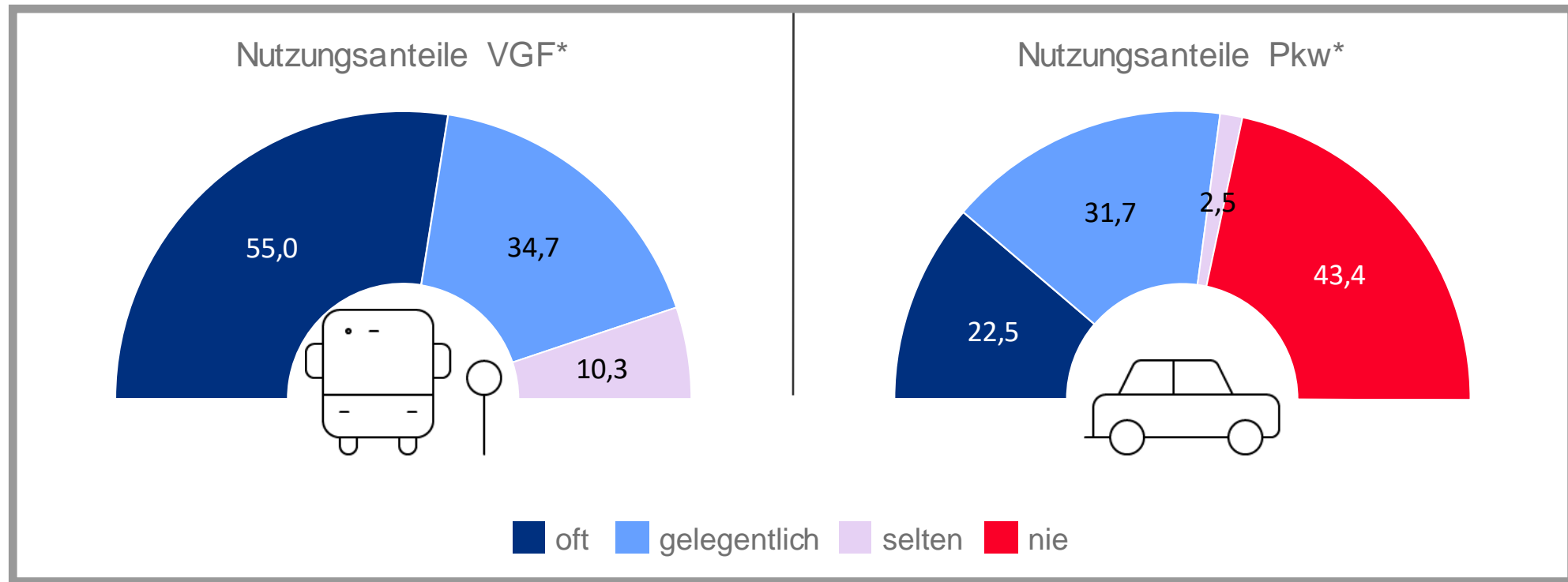
Globalzufriedenheit und
Kundenbindung

Zeitliche Entwicklung der Globalzufriedenheit

Signifikante Verschlechterung von „guten“ 2,60 auf nun „eher gute“ 2,71



Nutzungshäufigkeit VGF und Pkw

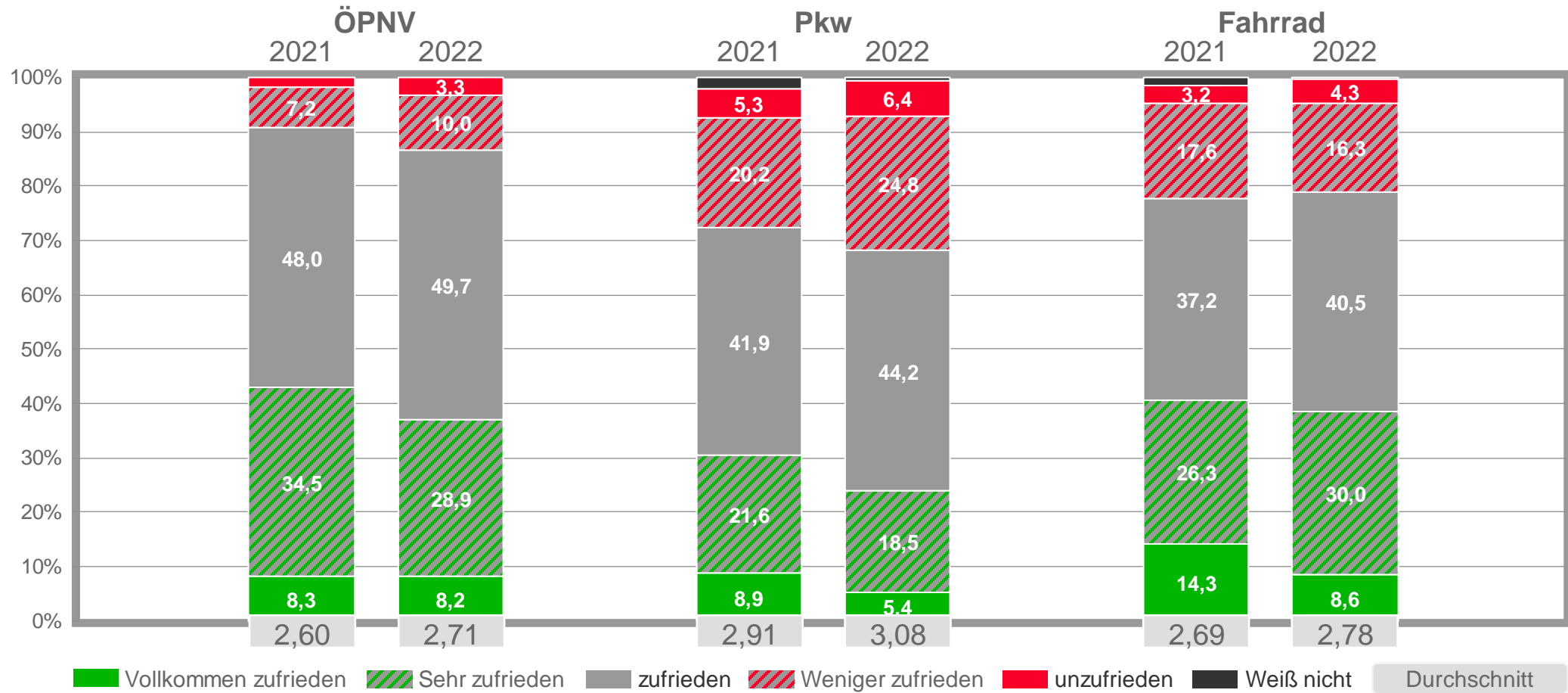


Basis: ÖPNV-Nutzer: n=1438; Angaben in Prozent

Wie oft nutzen Sie [das Verkehrsmittel] aktuell?

*) oft=täglich oder fast täglich; an drei bis 4 Tagen pro Woche, gelegentlich=an ein bis zwei Tagen pro Woche; an ein bis drei Tagen pro Monat, selten=an ein bis zwei Tagen im Vierteljahr; seltener; unregelmäßig, z.B. nur im Winter | Geänderte Darstellung gegenüber Vorwahlen. Basis für Pkw-Betrachtung sind ab 2022 alle aktuellen ÖPNV-Nutzer.

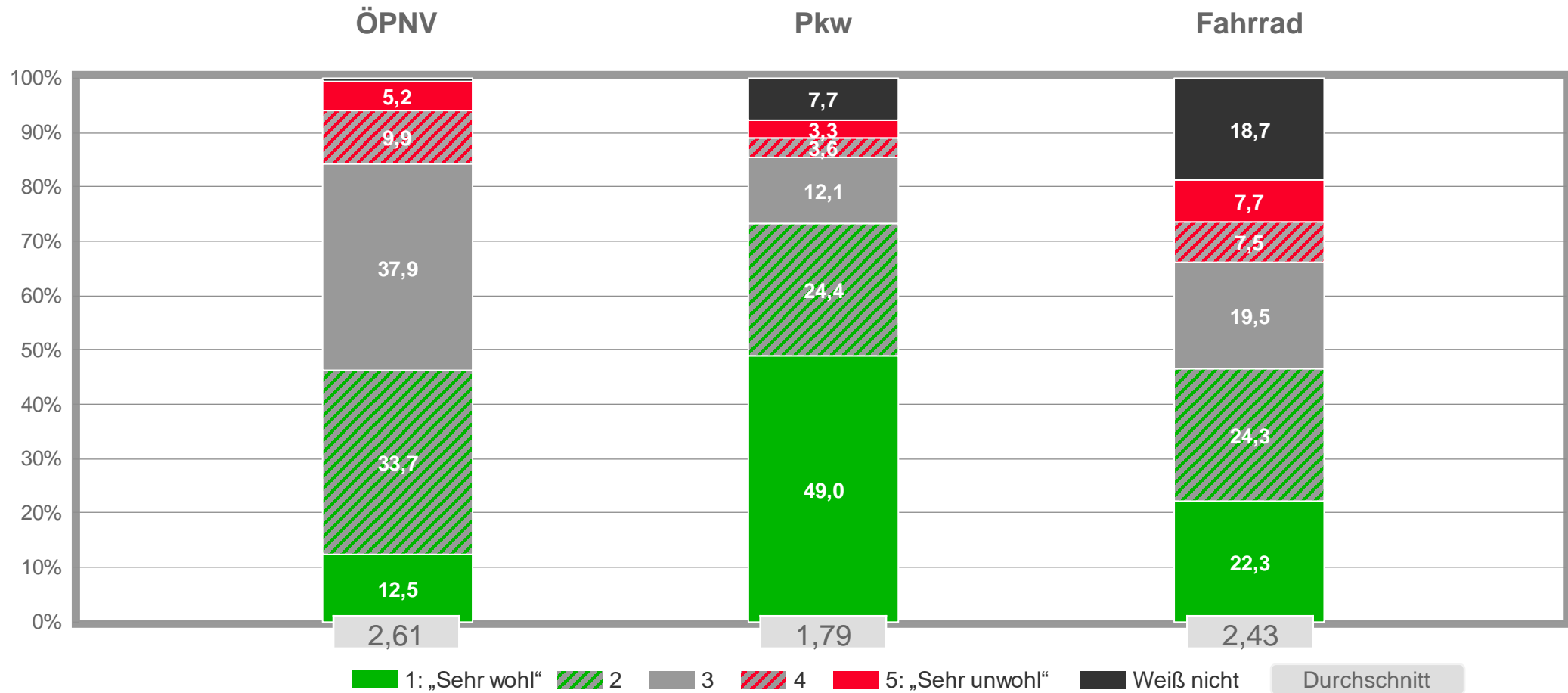
Globalzufriedenheit



Basis 2021: n=1274

Basis 2022: n=1438

Wohlfühl-Faktor



Basis 2022: n=1438

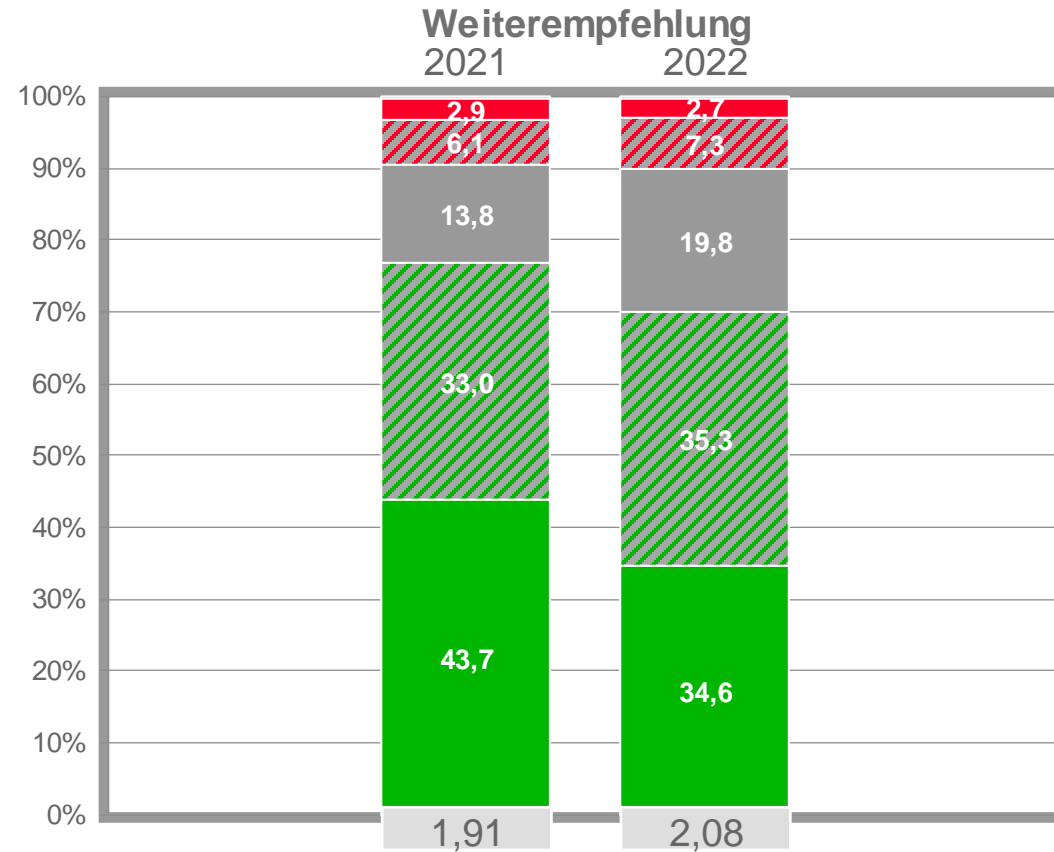
Wenn Sie sich jetzt die Nutzung der Verkehrsmittel vorstellen, wie wohl fühlen Sie sich in der aktuellen Situation beim Fahren mit den folgenden Verkehrsmitteln?

Weiterempfehlung



- Weiß nicht
- Bestimmt nicht
- ▨ Wahrscheinlich nicht
- Eventuell
- ▨ Wahrscheinlich ja
- Bestimmt

Durchschnitt



Basis 2021: n=1274

Basis 2022: n=1438



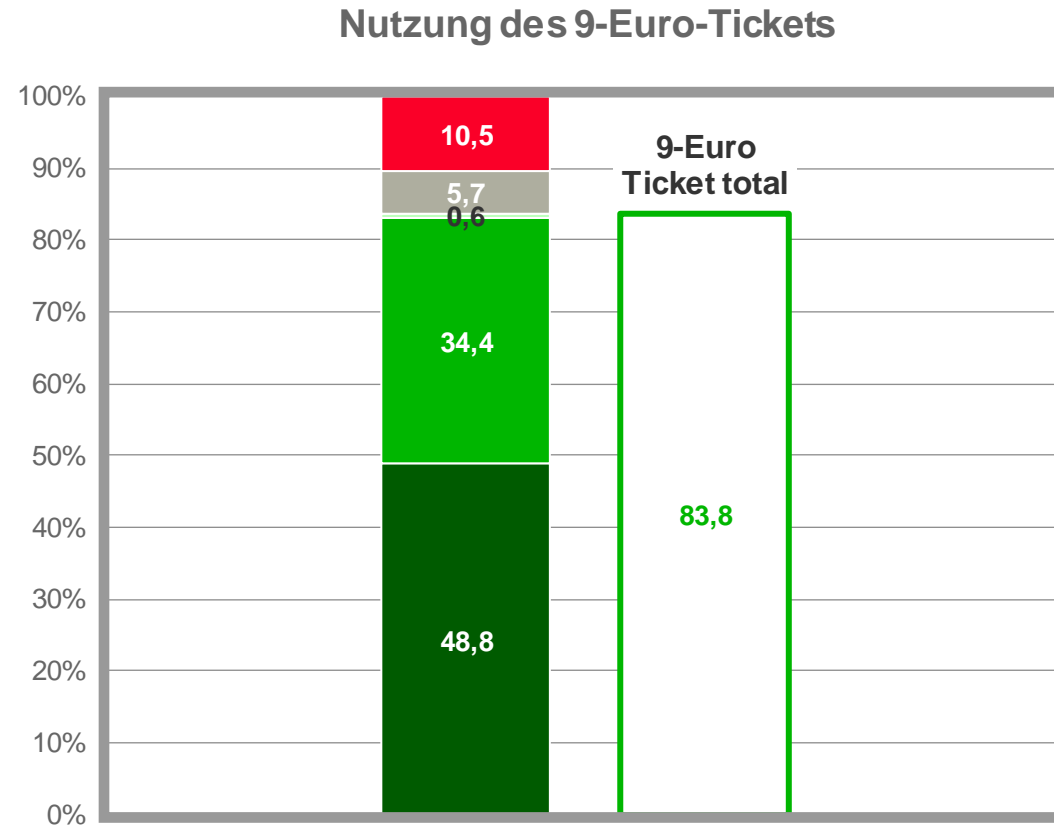
3

9-Euro-Ticket

Nutzung des 9-Euro-Tickets



- kenne das Ticket nicht
- nein
- noch kein 9-Euro-Ticket gekauft, habe aber vor, es in näherer Zukunft zu nutzen
- ja, habe ein neues Abonnement für zunächst 9 Euro oder weniger pro Monat gekauft
- ja, als Abonnent zahle ich deshalb nur 9 Euro oder weniger pro Monat
- ja, habe mir ein 9-Euro-Ticket gekauft



Es gibt jetzt ein neues Ticket, mit dem Sie den ÖPNV für 9 Euro pro Monat nutzen können. Nutzen Sie dieses 9-Euro-Ticket?

Basis aktuelle ÖPNV-Nutzer: n=1438

9-Euro-Ticket | Segmente

9 relevante Segmente



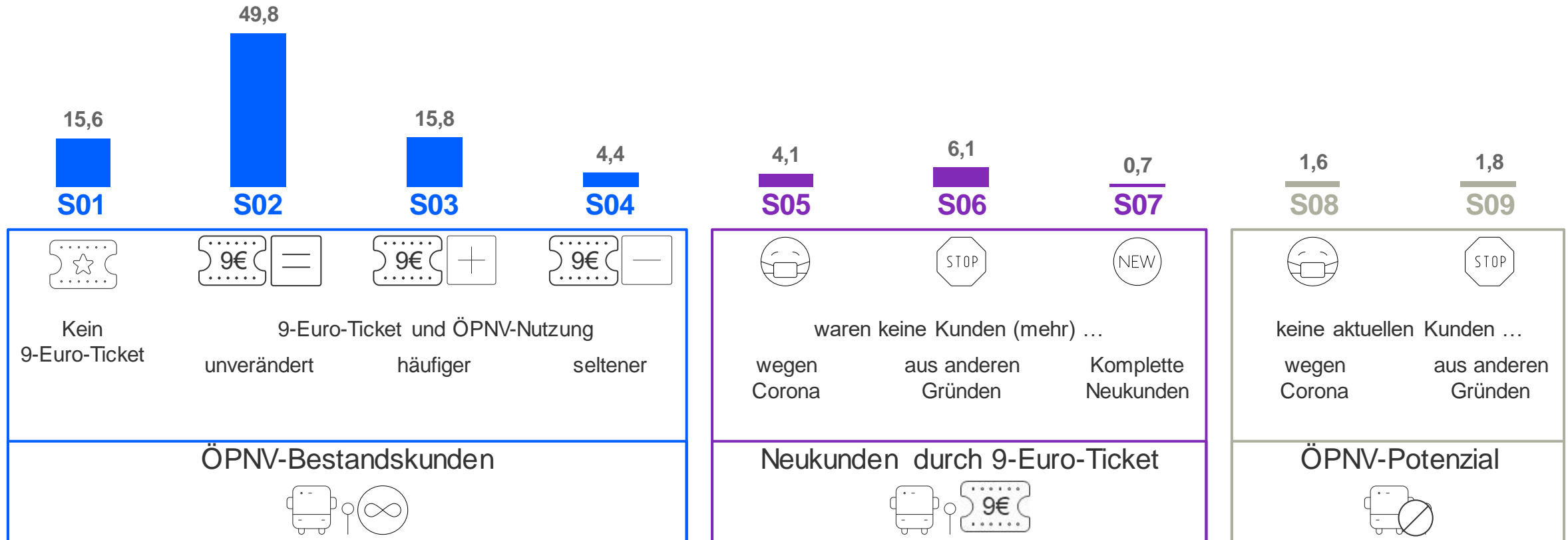
ÖPNV-Bestandskunden		
Untergruppen		
	Kein 9-Euro-Ticket	S01
	9-Euro-Ticket	
	Gleiche ÖPNV-Nutzung wie ohne 9-Euro-Ticket	S02
	Häufigere ÖPNV-Nutzung mit 9-Euro-Ticket	S03
	Seltenere ÖPNV-Nutzung mit 9-Euro-Ticket	S04

ÖPNV-Neukunden durch 9-Euro-Ticket		
Untergruppen		
	Wegen Corona gestoppt, den ÖPNV zu nutzen	S05
	Wegen anderer Gründe gestoppt, den ÖPNV zu nutzen	S06
	Ganz neue ÖPNV-Nutzer	S07

ÖPNV-Potenzial		
Untergruppen		
	Wegen Corona gestoppt, den ÖPNV zu nutzen	S08
	Wegen anderer Gründe gestoppt, den ÖPNV zu nutzen	S09

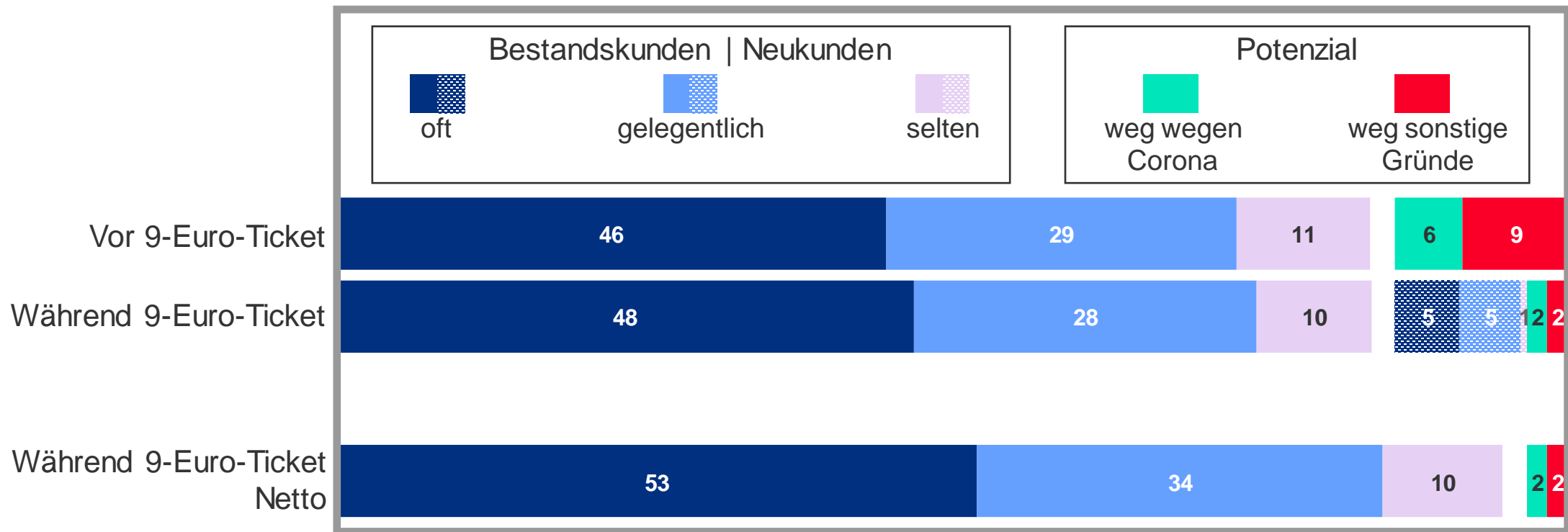
9-Euro-Ticket | Segmente

Verteilung von Kunden und Potenzial auf die 9 Segmente



Basis 2022: n=1493

Veränderung der Nutzungshäufigkeit durch das 9-Euro-Ticket



Basis: Gesamt: n=1493; Angaben in Prozent

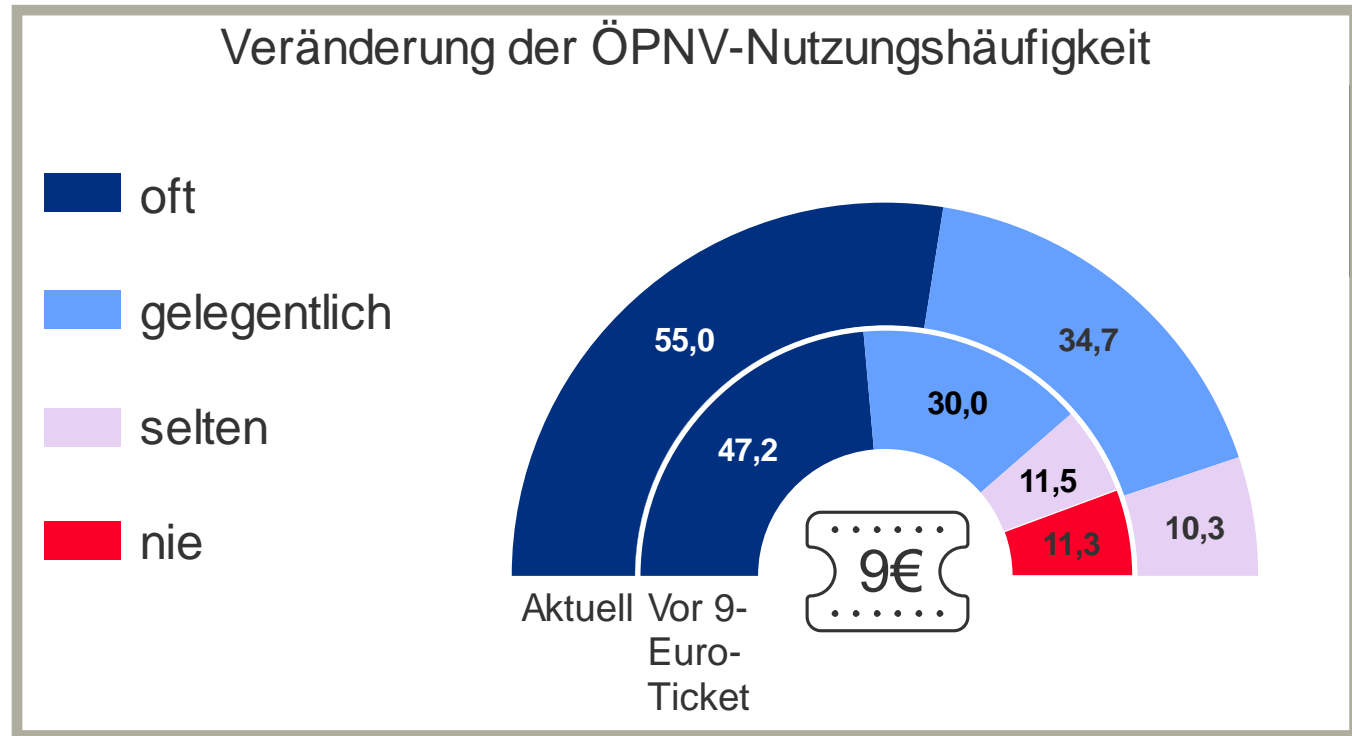
Fragen: Wie oft nutzen Sie öffentliche Verkehrsmittel der VGF aktuell? Wie oft sind Sie denn mit Verkehrsmitteln der VGF typischerweise gefahren, bevor Sie aufgehört haben, diese zu nutzen?
 oft=täglich oder fast täglich; an drei bis 4 Tagen pro Woche, gelegentlich=an ein bis zwei Tagen pro Woche; an ein bis drei Tagen pro Monat, selten=an ein bis zwei Tagen im Vierteljahr; seltener; unregelmäßig, z.B. nur im Winter bzw. Sommer

Aktuelle Nutzer und deren Nutzung vor dem 9-Euro-Ticket



Der innere Ring zeigt die Nutzungshäufigkeit des ÖPNV vor Einführung des 9-Euro-Tickets, also **vor Juni 2022**.

Der äußere Ring zeigt die Nutzungshäufigkeit des ÖPNV während des Geltungszeitraums des 9-Euro-Tickets, also **Juni bis August 2022**.



Basis 2022: n=1438

Wie oft nutzen Sie öffentliche Verkehrsmittel der VGF aktuell? Wie oft sind Sie denn vor dem 9-Euro-Ticket mit Verkehrsmitteln der VGF gefahren?

oft=täglich oder fast täglich; an drei bis 4 Tagen pro Woche, gelegentlich=an ein bis zwei Tagen pro Woche; an ein bis drei Tagen pro Monat, selten=an ein bis zwei Tagen im Vierteljahr; seltener; unregelmäßig, z.B. nur im Winter bzw. Sommer

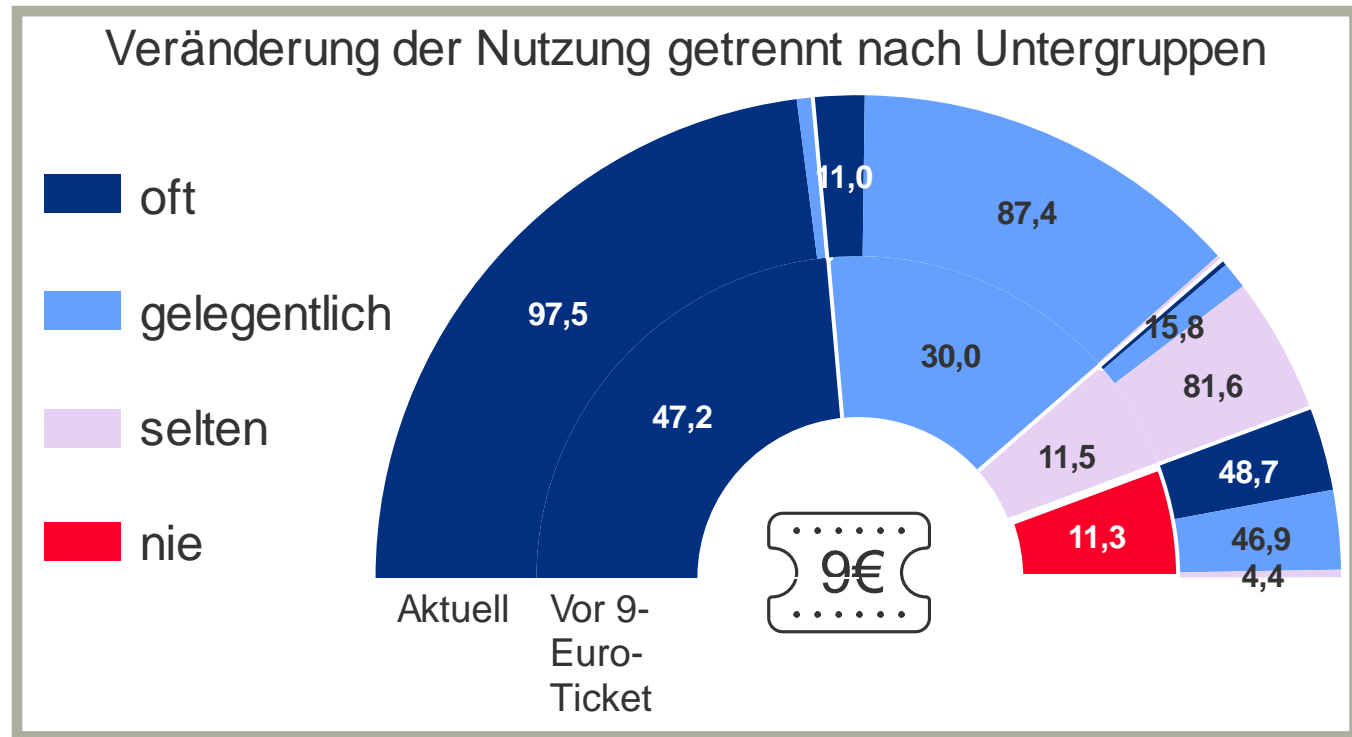
Aktuelle Nutzer und deren Nutzung vor dem 9-Euro-Ticket | Untergruppen



Der innere Ring zeigt die Nutzungshäufigkeit des ÖPNV vor Einführung des 9-Euro-Tickets, also **vor Juni 2022**.

Der äußere Ring zeigt, **getrennt für jedes Nutzersegment**, die Nutzungshäufigkeit des ÖPNV während des Geltungszeitraums des 9-Euro-Tickets, also **Juni bis August 2022**.

Bei den gelegentlichen und seltenen Nutzern ist eine Zunahme der ÖPNV-Nutzung zu erkennen.



Basis 2022: n=1438

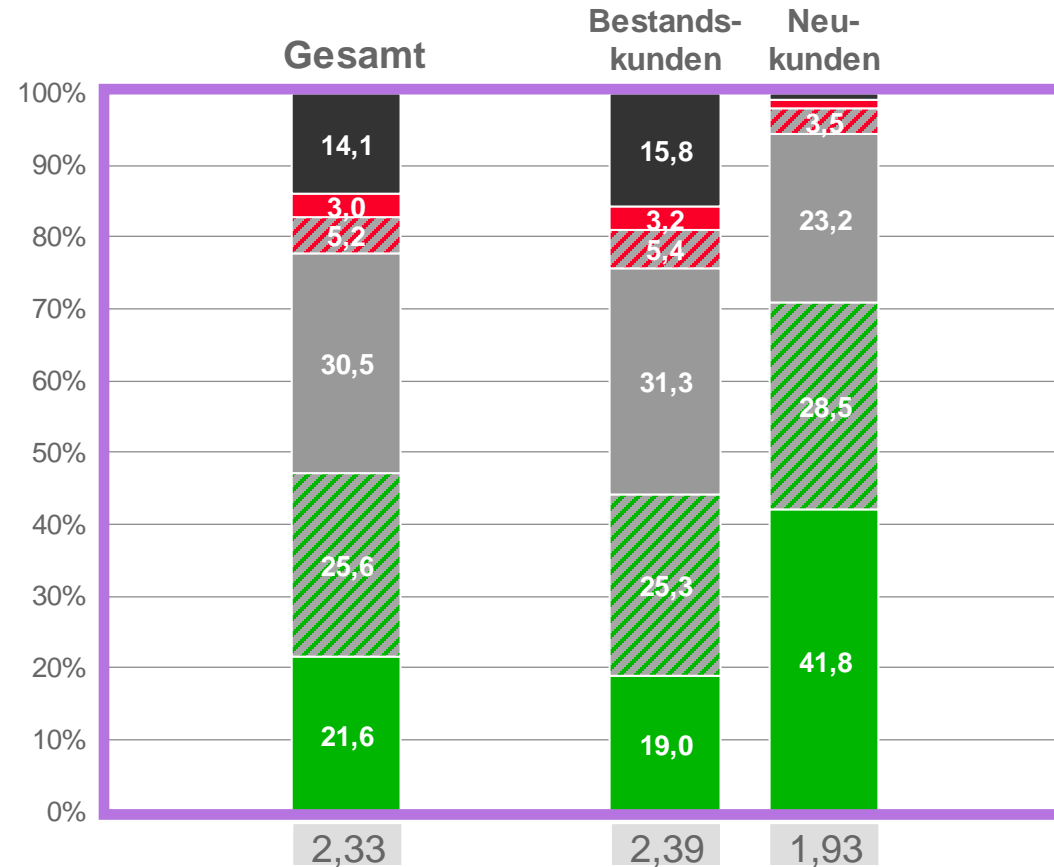
Wie oft nutzen Sie öffentliche Verkehrsmittel der VGF aktuell? Wie oft sind Sie denn vor dem 9-Euro-Ticket mit Verkehrsmitteln der VGF gefahren?

oft=täglich oder fast täglich; an drei bis 4 Tagen pro Woche, gelegentlich=an ein bis zwei Tagen pro Woche; an ein bis drei Tagen pro Monat, selten=an ein bis zwei Tagen im Vierteljahr; seltener; unregelmäßig, z.B. nur im Winter bzw. Sommer

Zufriedenheit mit der Umsetzung des 9-Euro-Tickets



Durchschnitt









Wie zufrieden sind Sie mit der Umsetzung des 9-Euro-Tickets durch die Stadtwerke Verkehrsgesellschaft Frankfurt am Main mbh (VGF)?

Basis 2022: n=1438

Anzahl der Fahrten mit dem 9-Euro-Ticket pro Woche

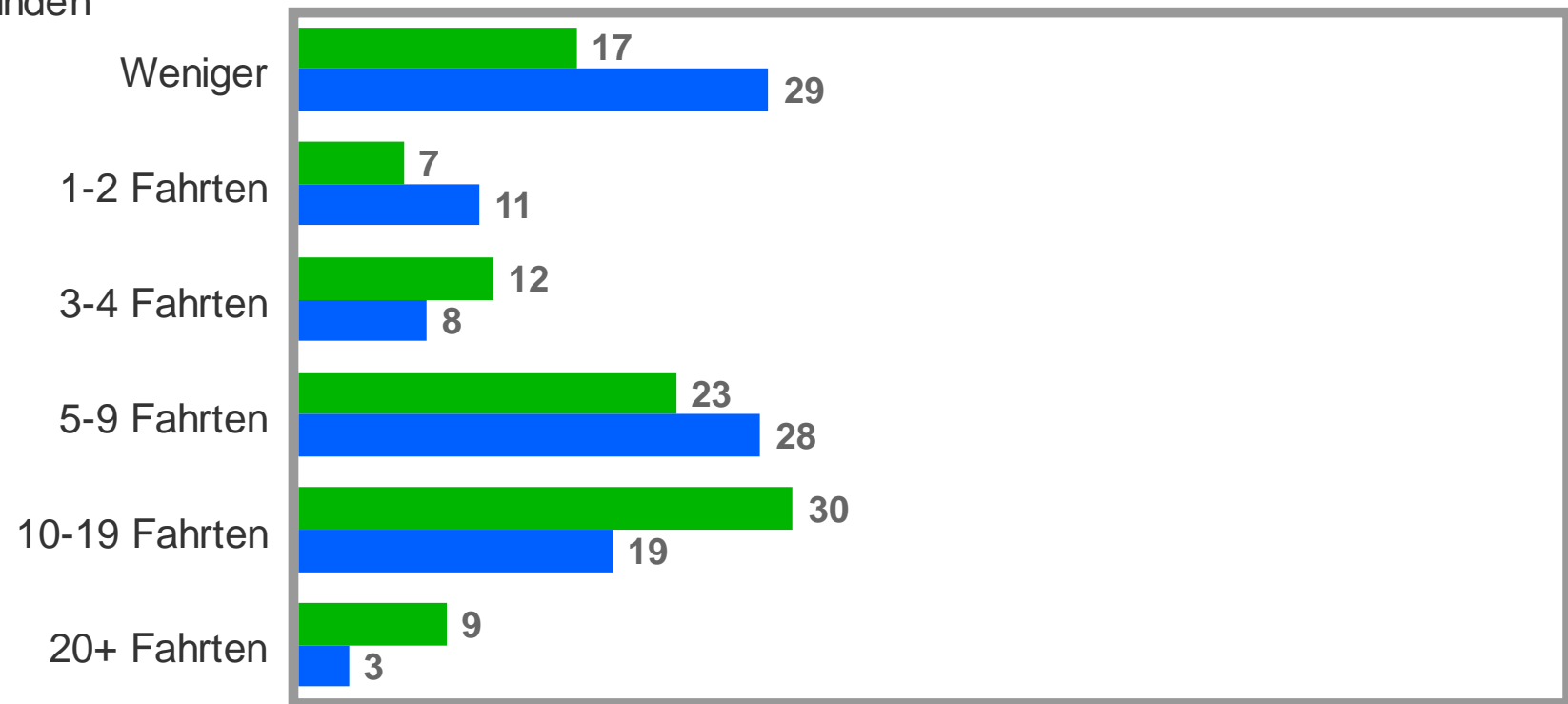


   ÖPNV-Bestandskunden
   ÖPNV-Neukunden

**Hochrechnung auf
Fahrten pro Monat**

Durchschnitt

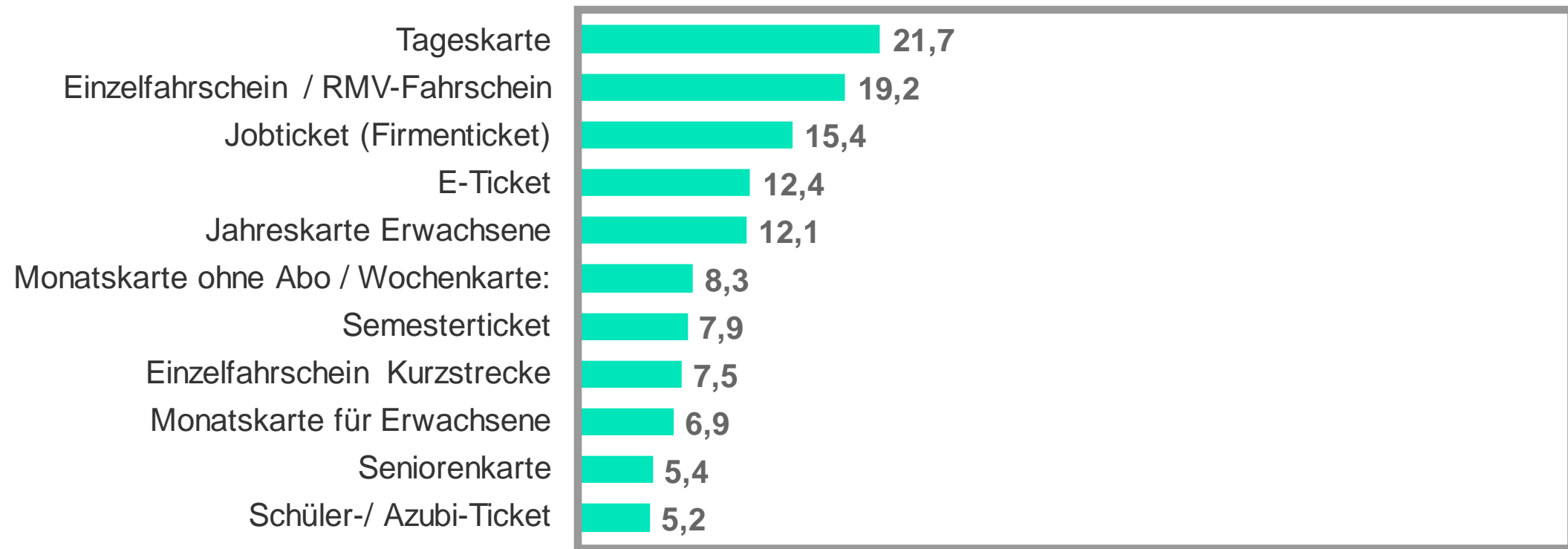
 34 Fahrten
 23 Fahrten



Wie viele Fahrten in der Woche machen Sie mit dem 9-Euro-Ticket mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Hin- und Rückfahrt sind zwei Fahrten?

Basis 2022 Nutzer des 9-Euro-Tickets: Bestandskunden n=1038; Neukunden: n=133

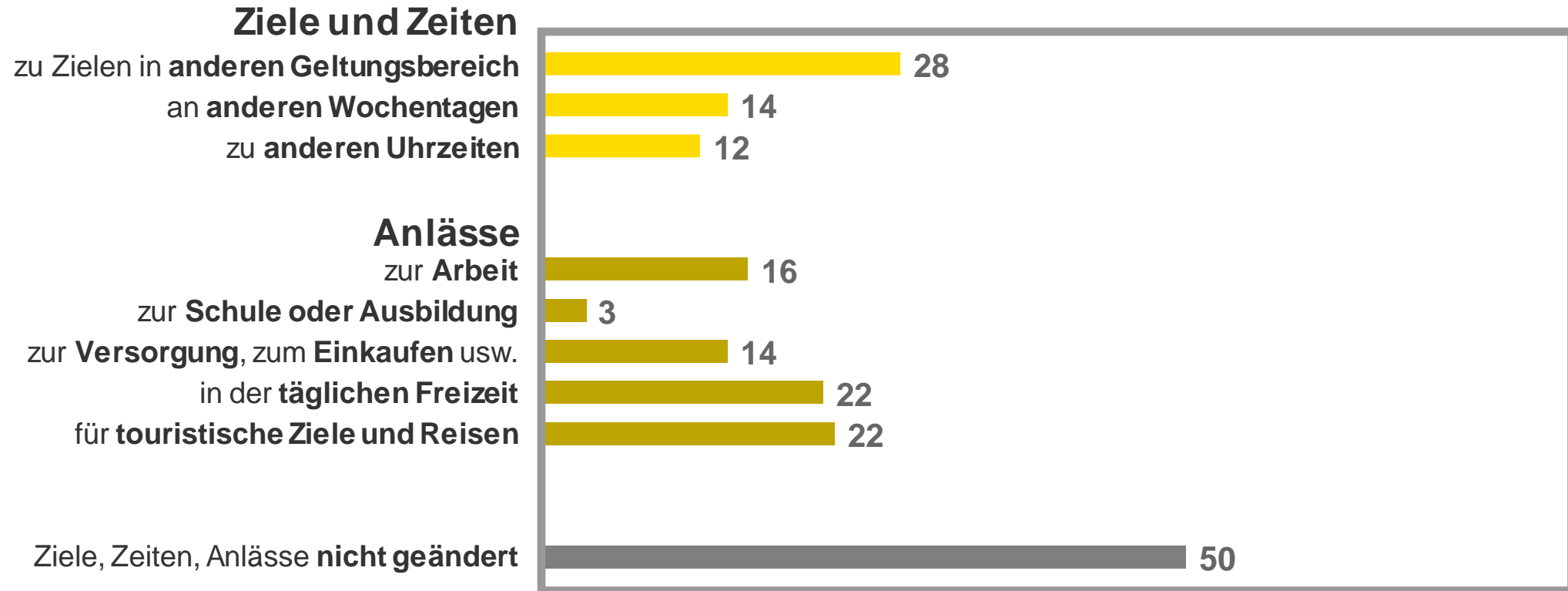
9-Euro-Ticket Nutzer: Welches Ticket wurde ersetzt?



Welche Fahrkartenart nutzen Sie anstelle des 9-Euro-Tickets normalerweise hauptsächlich, wenn Sie mit Verkehrsmitteln der VGF fahren?

Basis 2022: n=1171

ÖPNV-Nutzung durch das 9-Euro-Ticket



Fahren Sie mit dem 9-Euro-Ticket zu Zielen, Zeiten oder Anlässen, zu denen Sie ohne dieses Ticket nicht mit öffentlichen Verkehrsmitteln fahren würden?

Basis 2022 Nutzer des 9-Euro-Tickets: n=1163

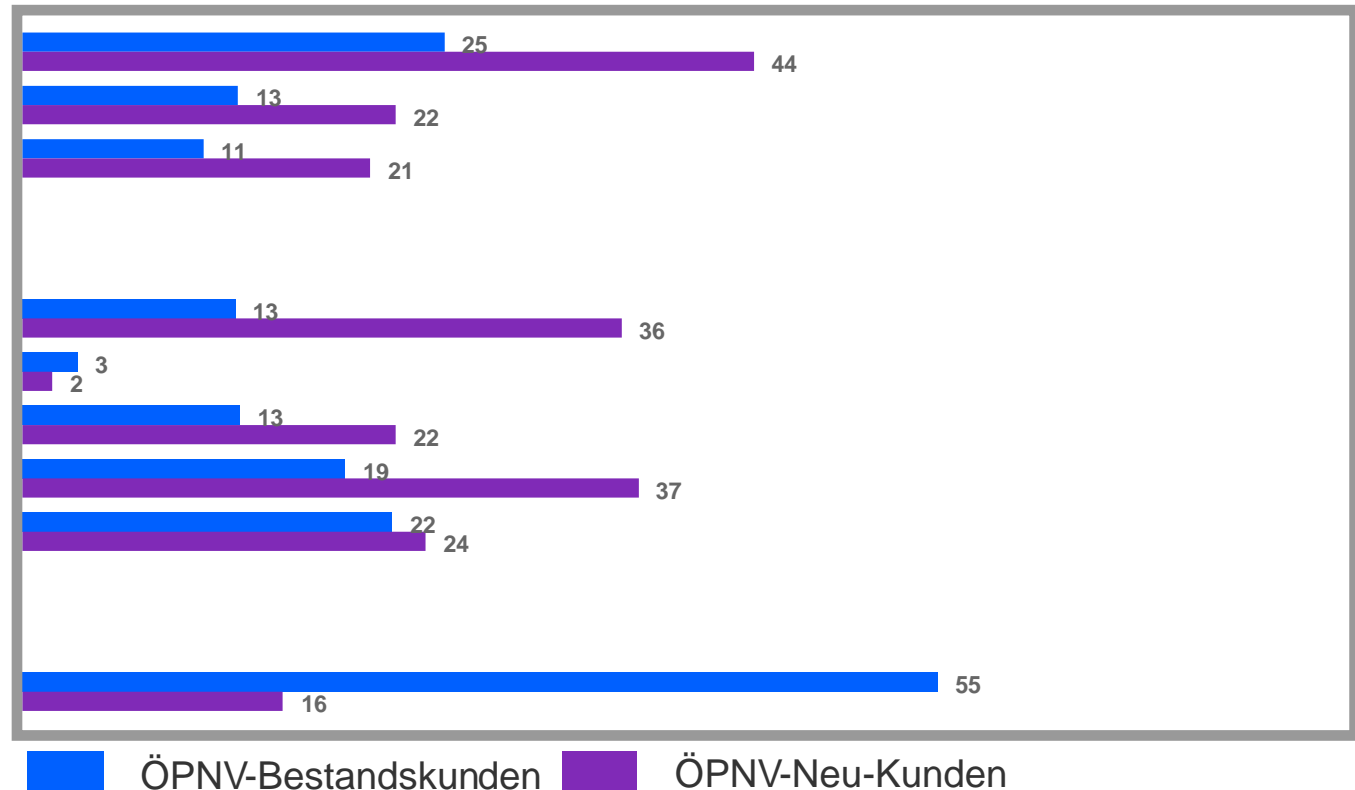
ÖPNV-Nutzung durch das 9-Euro-Ticket | Nutzergruppen



Ziele und Zeiten
zu Zielen in **anderen** Geltungsbereich
an **anderen** Wochentagen
zu **anderen** Uhrzeiten

Anlässe
zur **Arbeit**
zur **Schule oder Ausbildung**
zur **Versorgung**, zum **Einkaufen** usw.
in der **täglichen Freizeit**
für **touristische Ziele und Reisen**

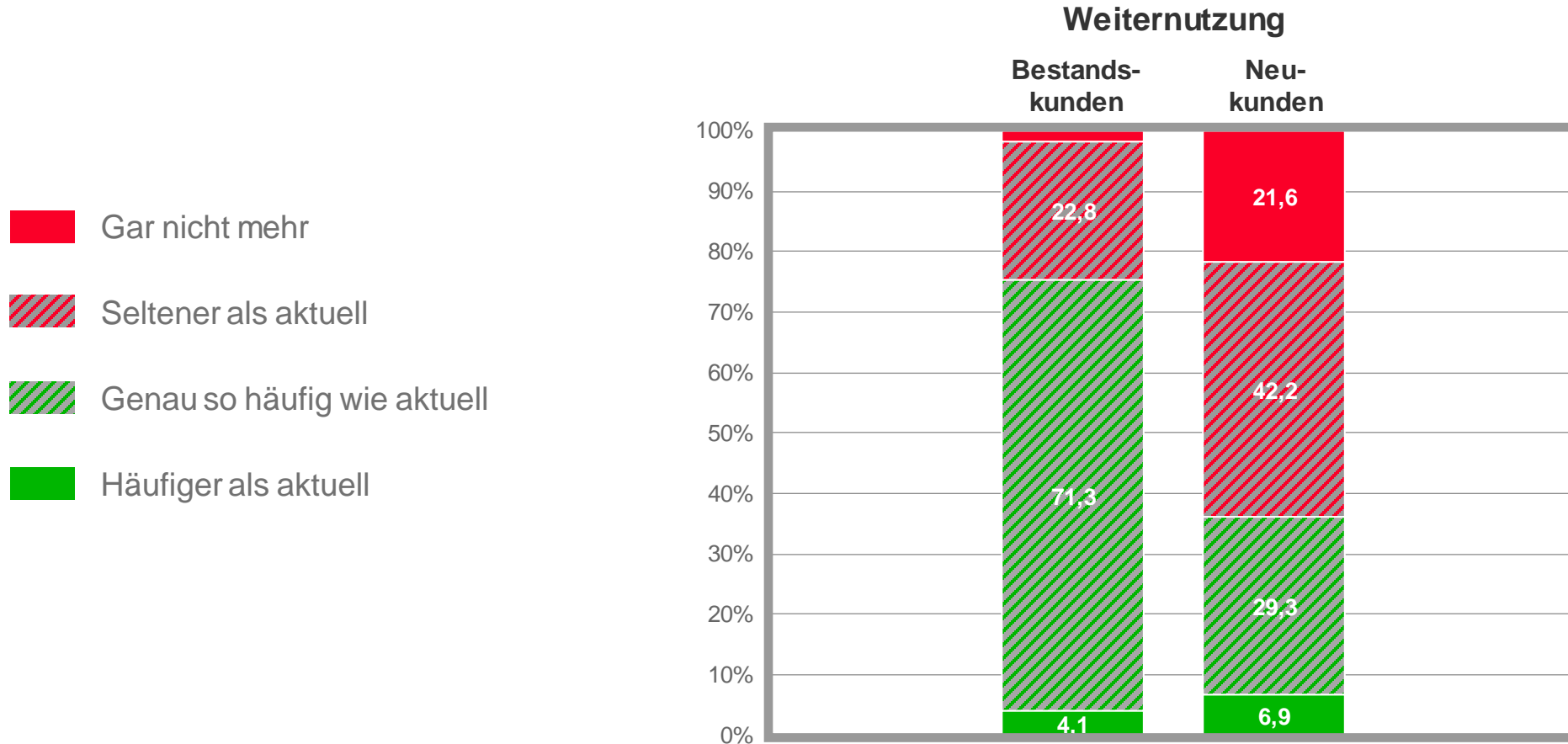
Ziele, Zeiten, Anlässe **nicht** geändert



Fahren Sie mit dem 9-Euro-Ticket zu Zielen, Zeiten oder Anlässen, zu denen Sie ohne dieses Ticket nicht mit öffentlichen Verkehrsmitteln fahren würden?

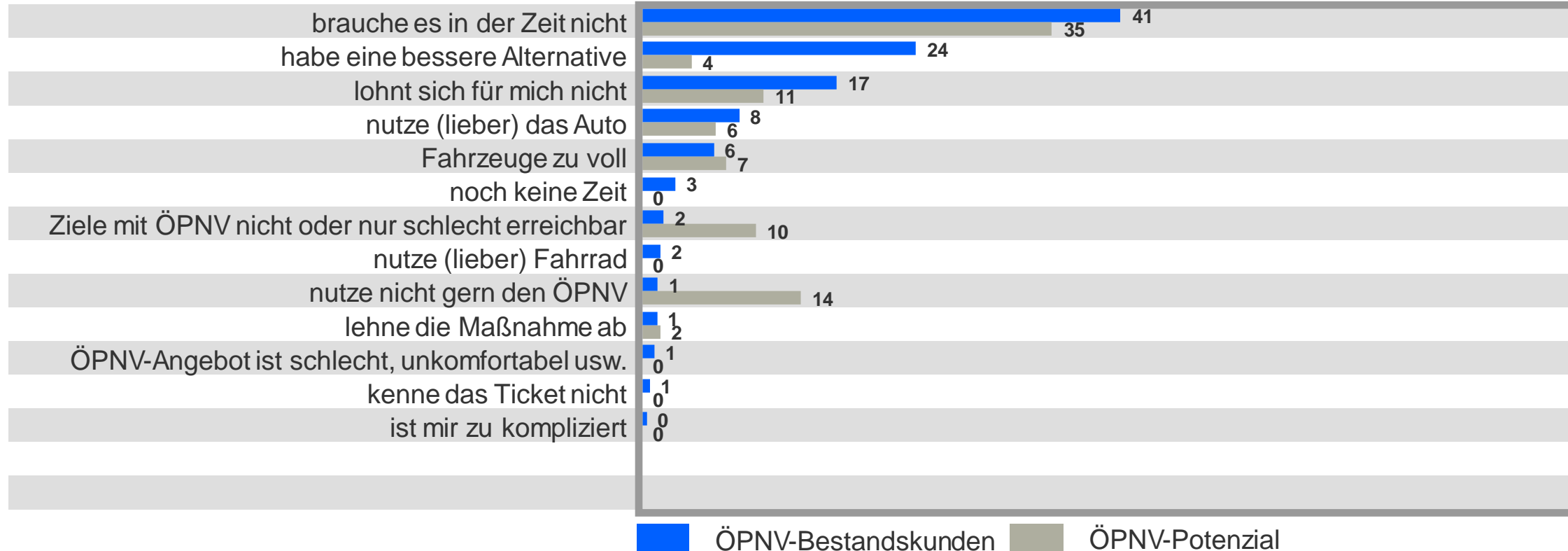
Basis 2022 Nutzer des 9-Euro-Tickets: Bestandskunden n=1038; Neukunden n=125

Weinternutzung ÖPNV nach Angebot des 9-Euro-Tickets



Fragen: Werden Sie nach dem Ende des 9-Euro-Tickets genauso häufig mit Verkehrsmitteln der VGF fahren wie zur Zeit, unabhängig von Ihren jahreszeitlich bedingten Fahrgewohnheiten?
Basis 2022 Nutzer des 9-Euro-Tickets: Bestandskunden:n=1038; Neukunden:n=133

Gründe gegen die Nutzung des 9-Euro-Tickets



Warum nutzen Sie das 9-Euro-Ticket nicht?

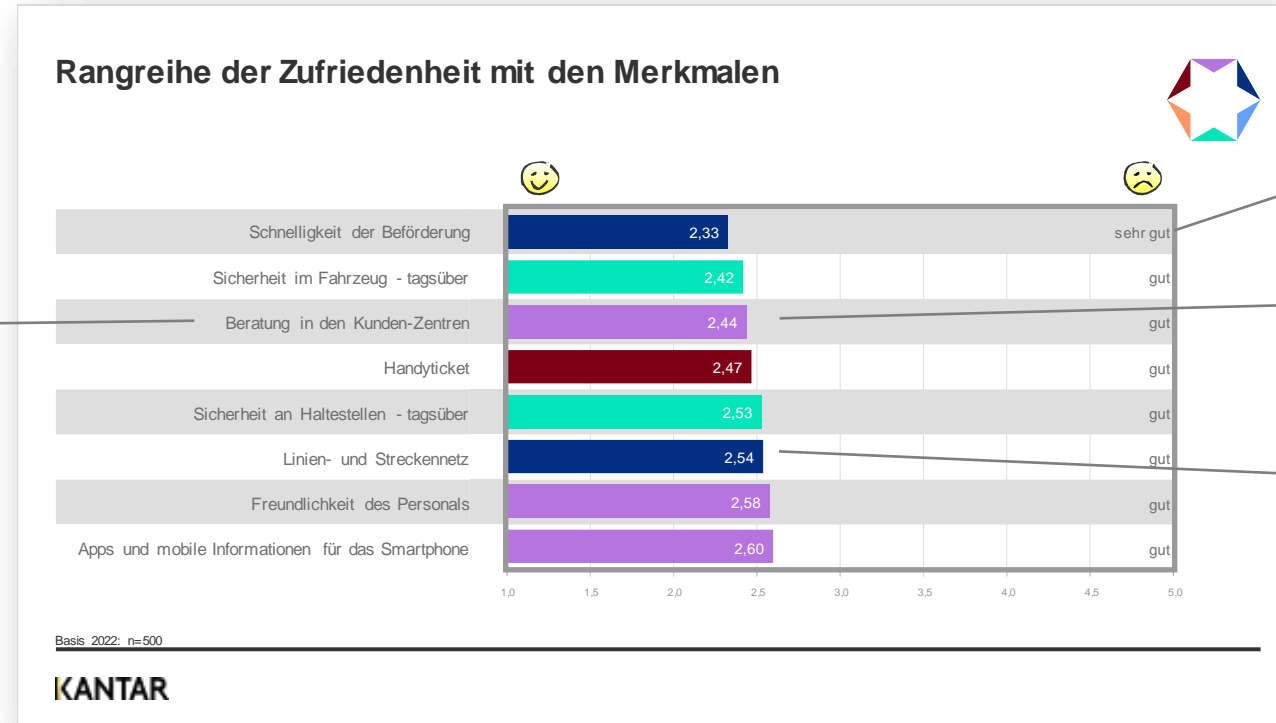
Basis 2022 Nicht-Nutzer des 9-Euro-Tickets: Bestandskunden n=267; ÖPNV-Potenzial n=55

4

Bewertung der Leistungsmerkmale

Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen

Lesebeispiel



Leistungsmerkmale sortiert nach Bewertungen der Zufriedenheit

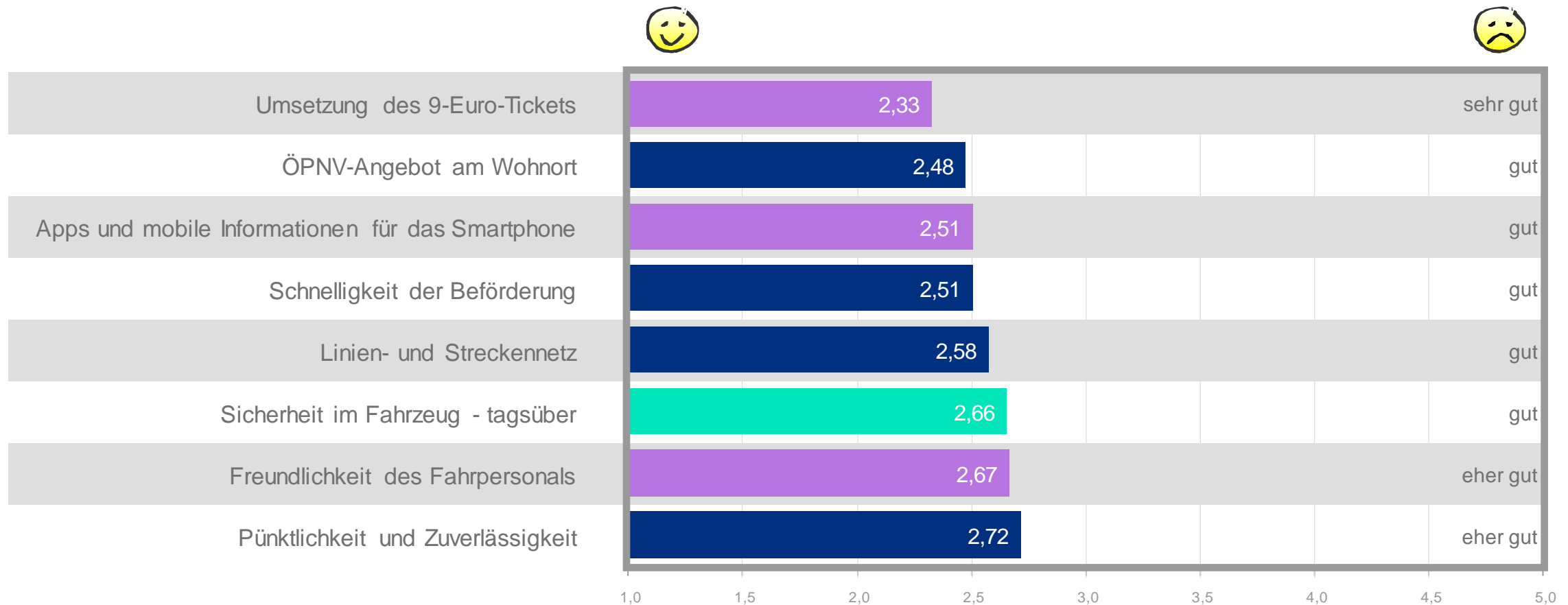
Bewertungskategorie der Zufriedenheit

Je kürzer der Balken, desto höher die Zufriedenheit.

Farbliche Zuordnung zum jeweiligen Leistungspaket

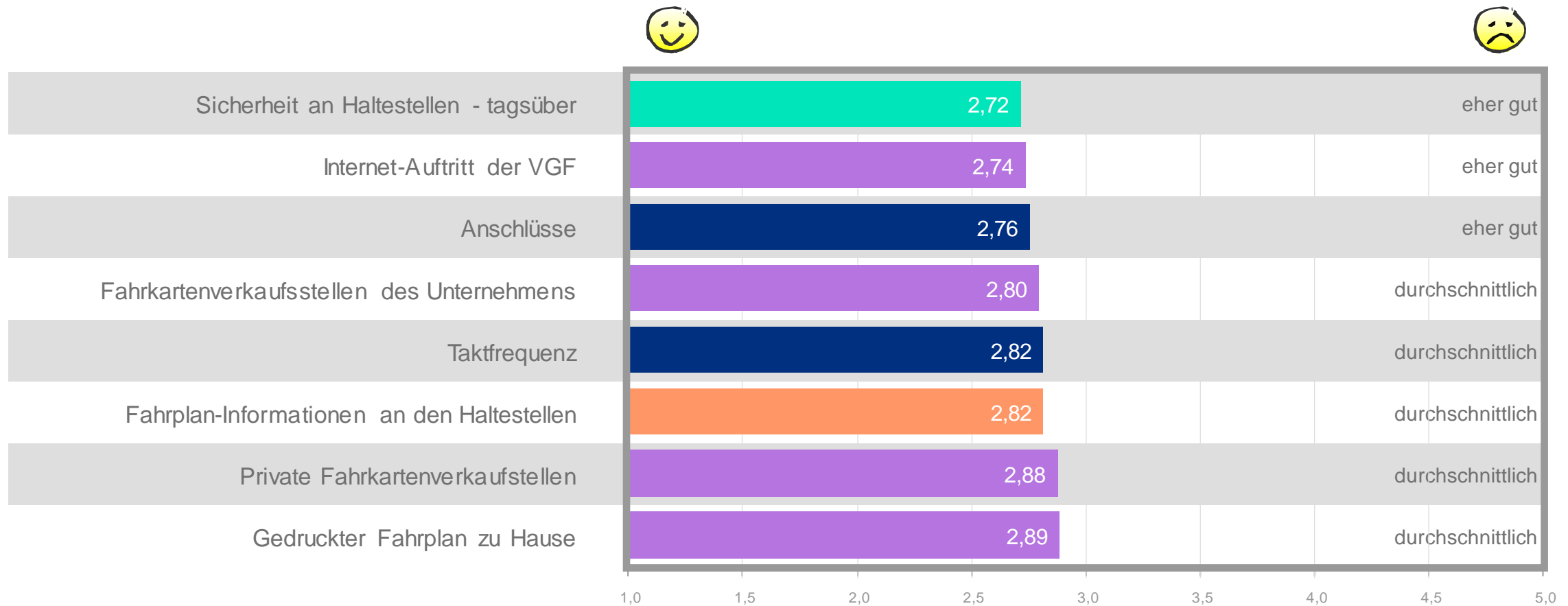
Zufriedenheitswert ist der Mittelwert auf der Skala von 1 (vollkommen zufrieden) bis 5 (unzufrieden)

Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen



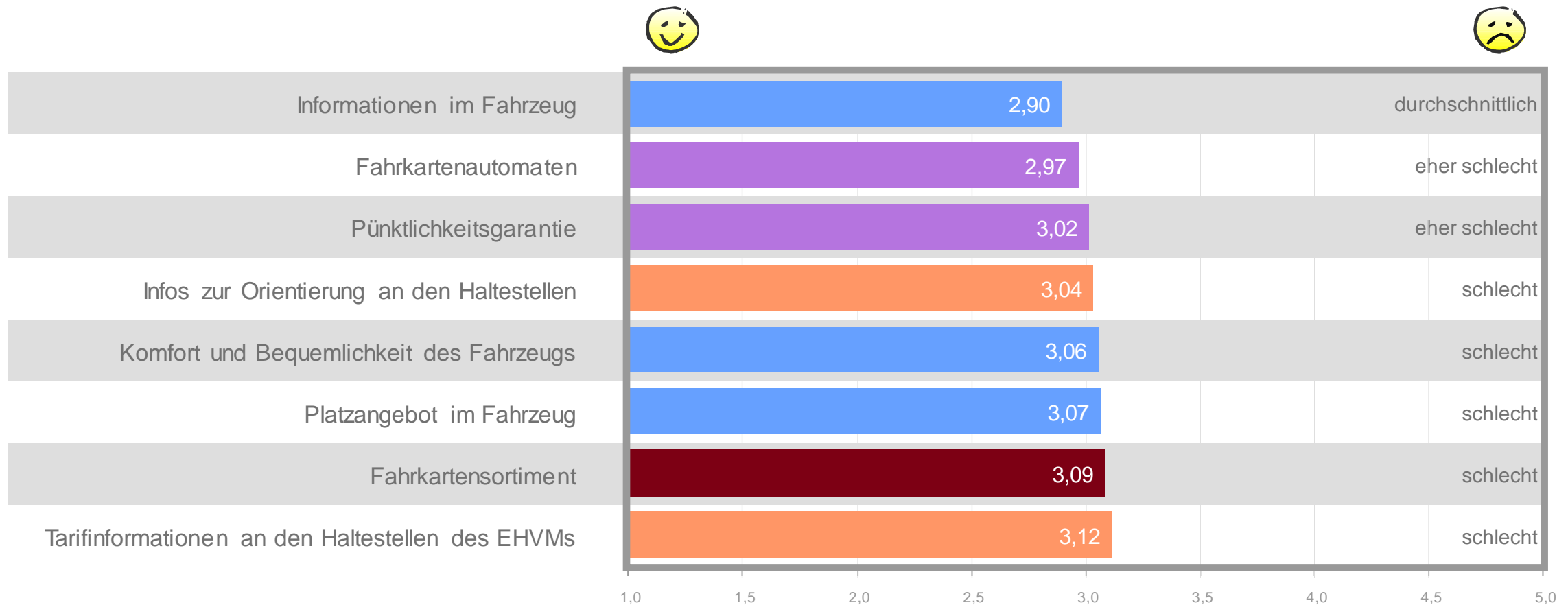
Basis 2022: n=1438

Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen



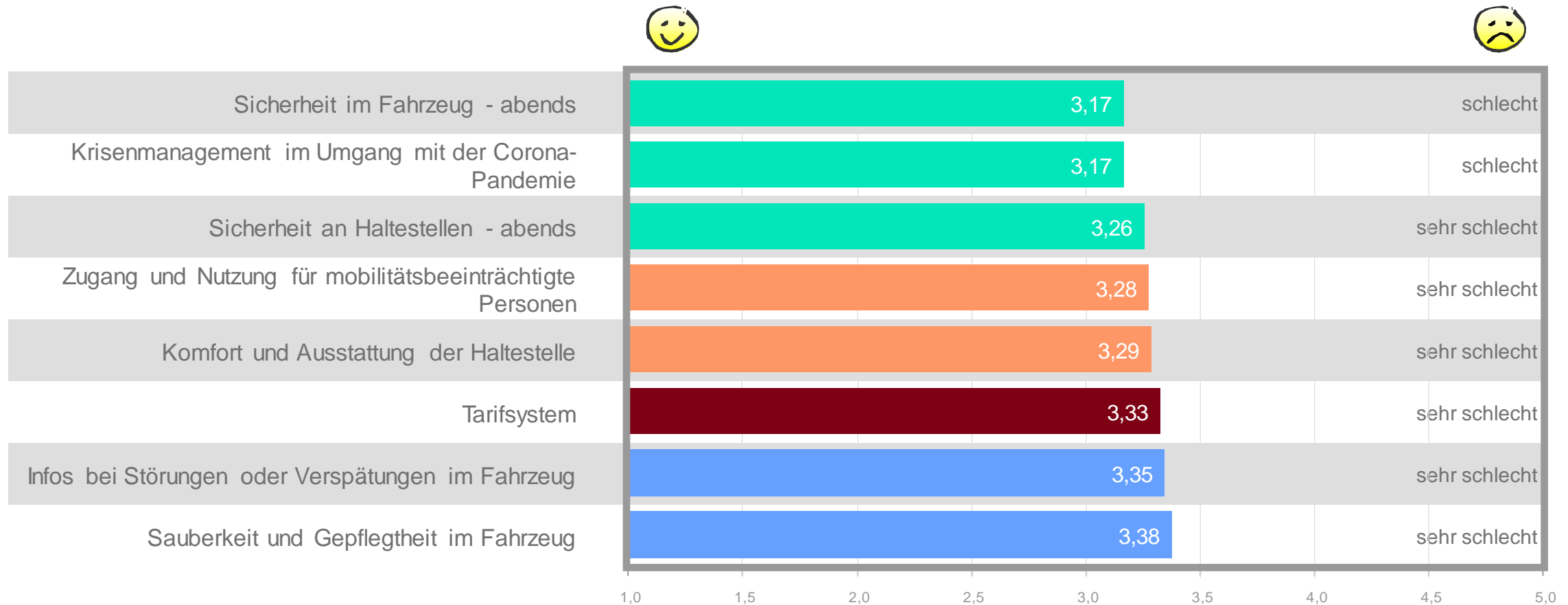
Basis 2022: n=1438

Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen



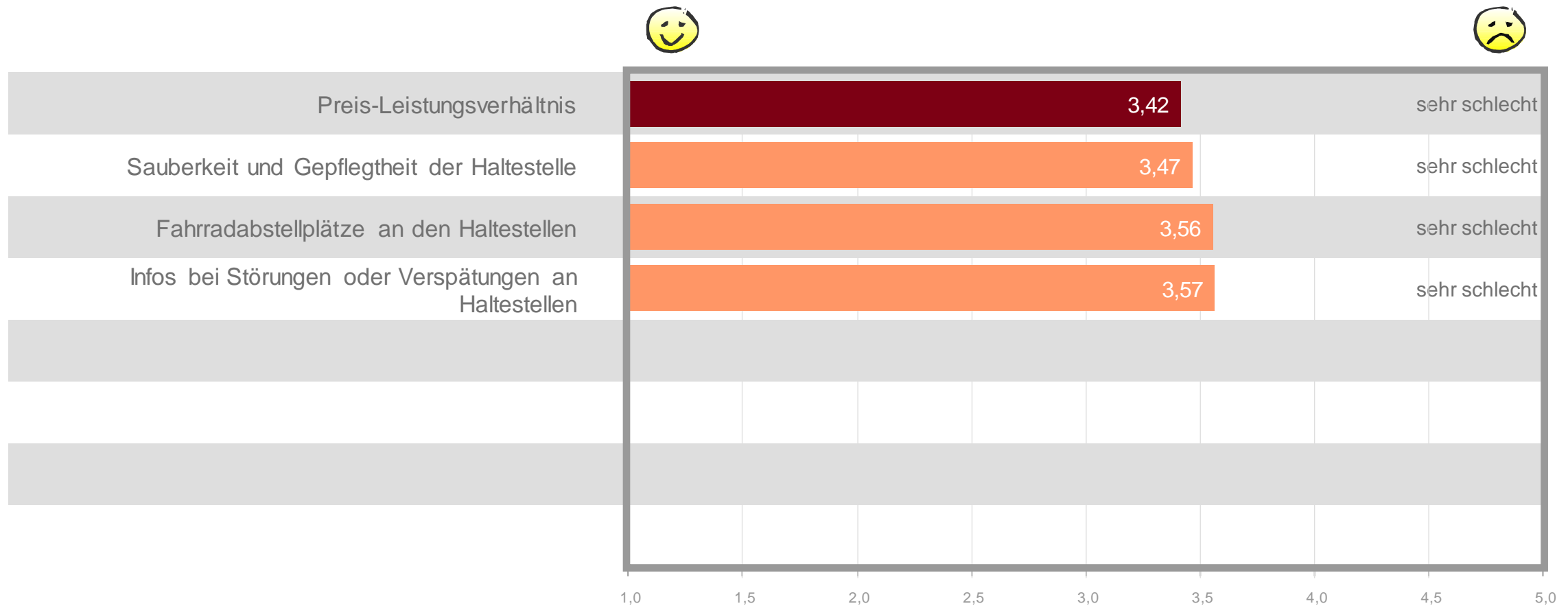
Basis 2022: n=1438

Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen



Basis 2022: n=1438

Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen



Basis 2022: n=1438

Vergleich der Merkmale 2022/2021

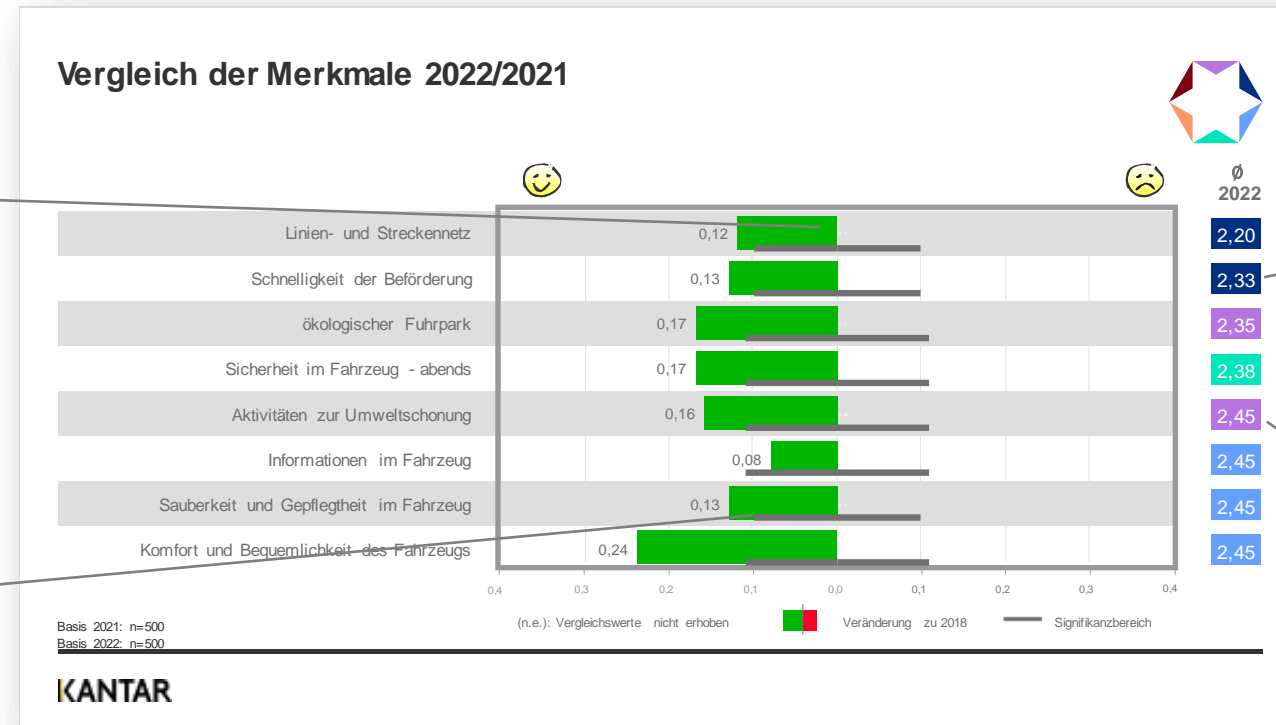
Lesebeispiel

Dargestellt wird die Differenz zwischen dem Mittelwert der aktuellen Studie zur Vorstudie.

Grün: Verbesserung
Rot: Verschlechterung

Die graue Linie unter dem Veränderungsbalken beschreibt den Signifikanzbereich.

Veränderungsbalken länger als grauer Balken: Signifikante Veränderung

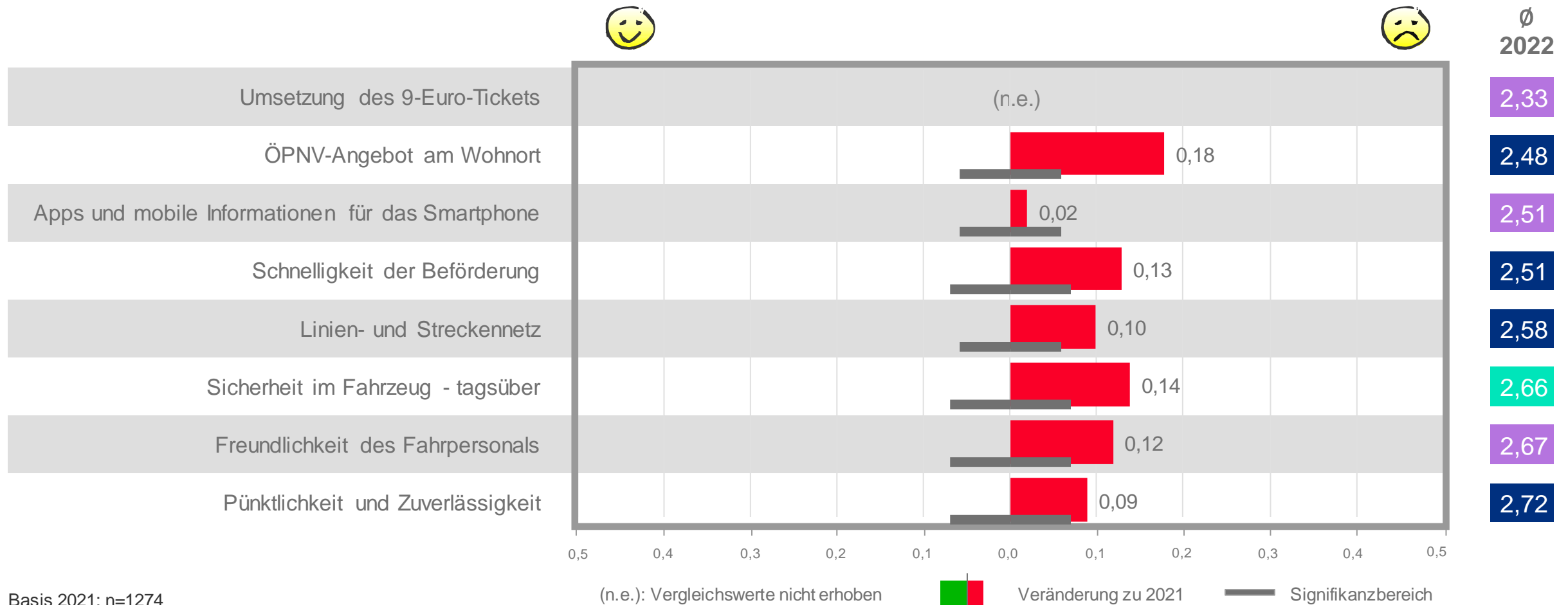


Der aktuelle Zufriedenheitswert des jeweiligen Merkmals wird dargestellt.

Die Farbe entspricht der Zuordnung zum jeweiligen Leistungspaket.

Leistungsmerkmale sortiert nach Bewertung der Zufriedenheit

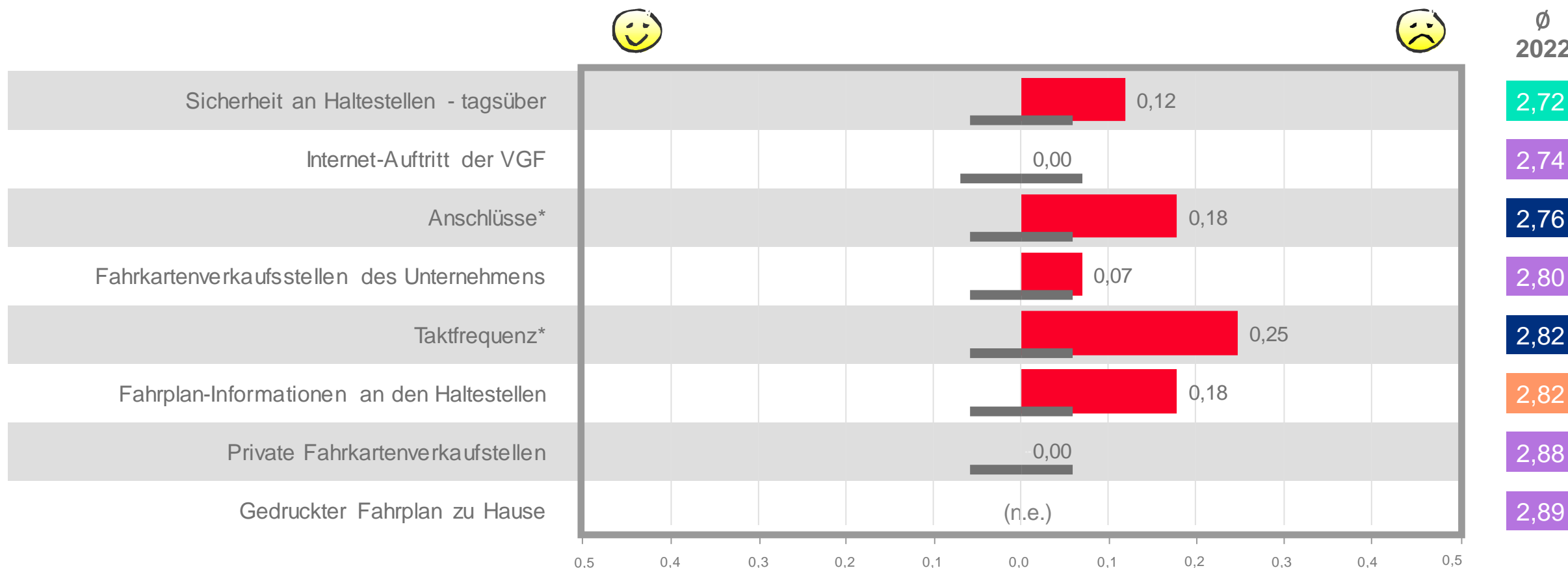
Vergleich der Merkmale 2022/2021



Basis 2021: n=1274

Basis 2022: n=1438

Vergleich der Merkmale 2022/2021



Basis 2021: n=1274
Basis 2022: n=1438

* Vergleich mit 2020

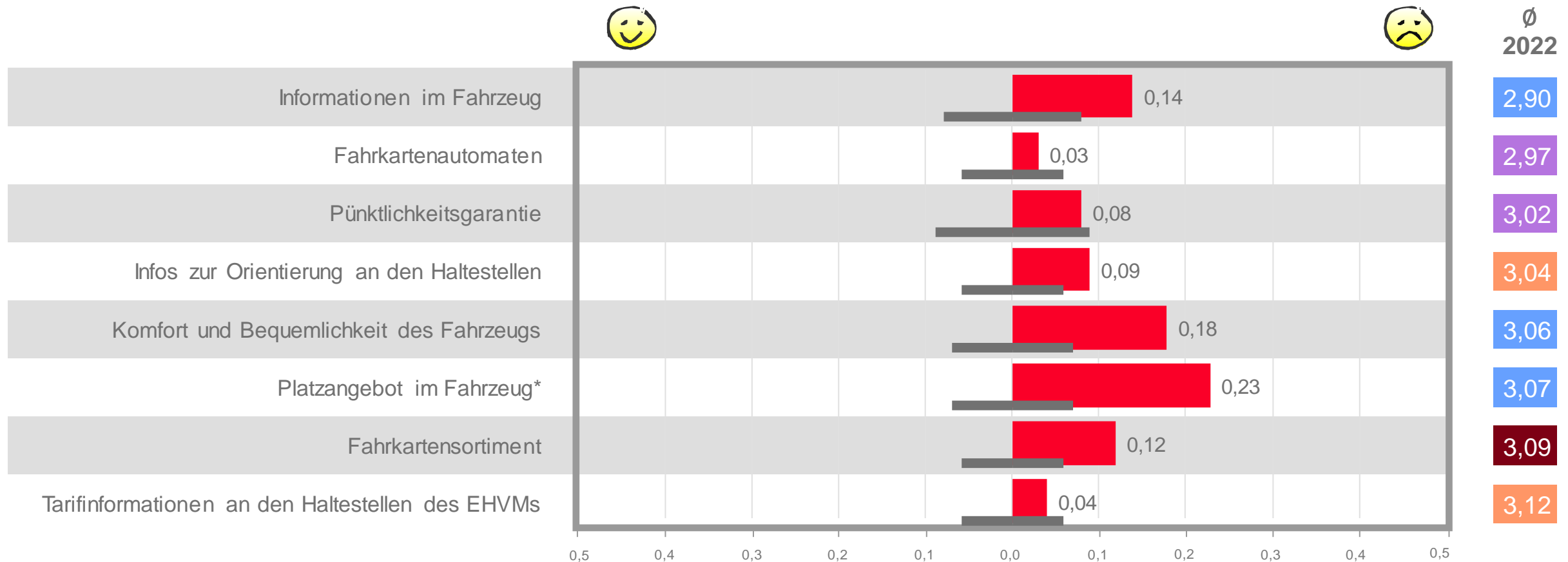
(n.e.): Vergleichswerte nicht erhoben



Veränderung zu 2021

Signifikanzbereich

Vergleich der Merkmale 2022/2021



Basis 2021: n=1274
Basis 2022: n=1438

* Vergleich mit 2020

(n.e.): Vergleichswerte nicht erhoben

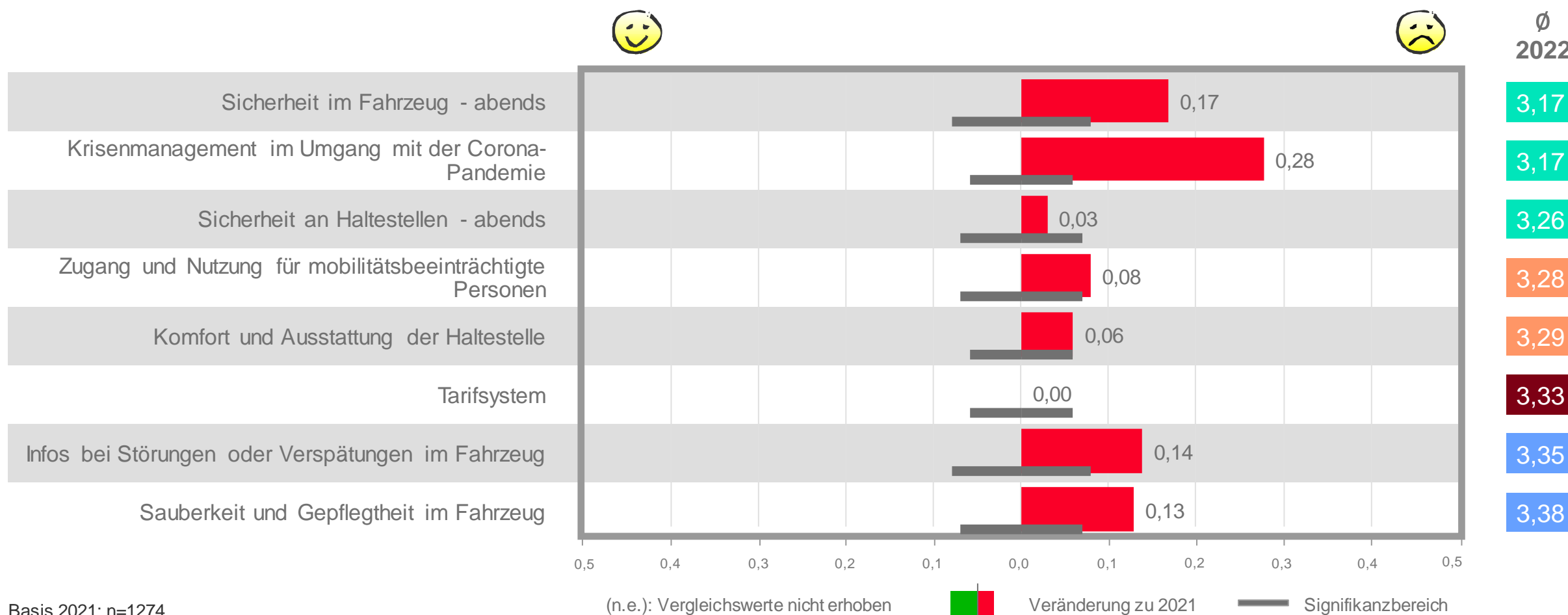


Veränderung zu 2021



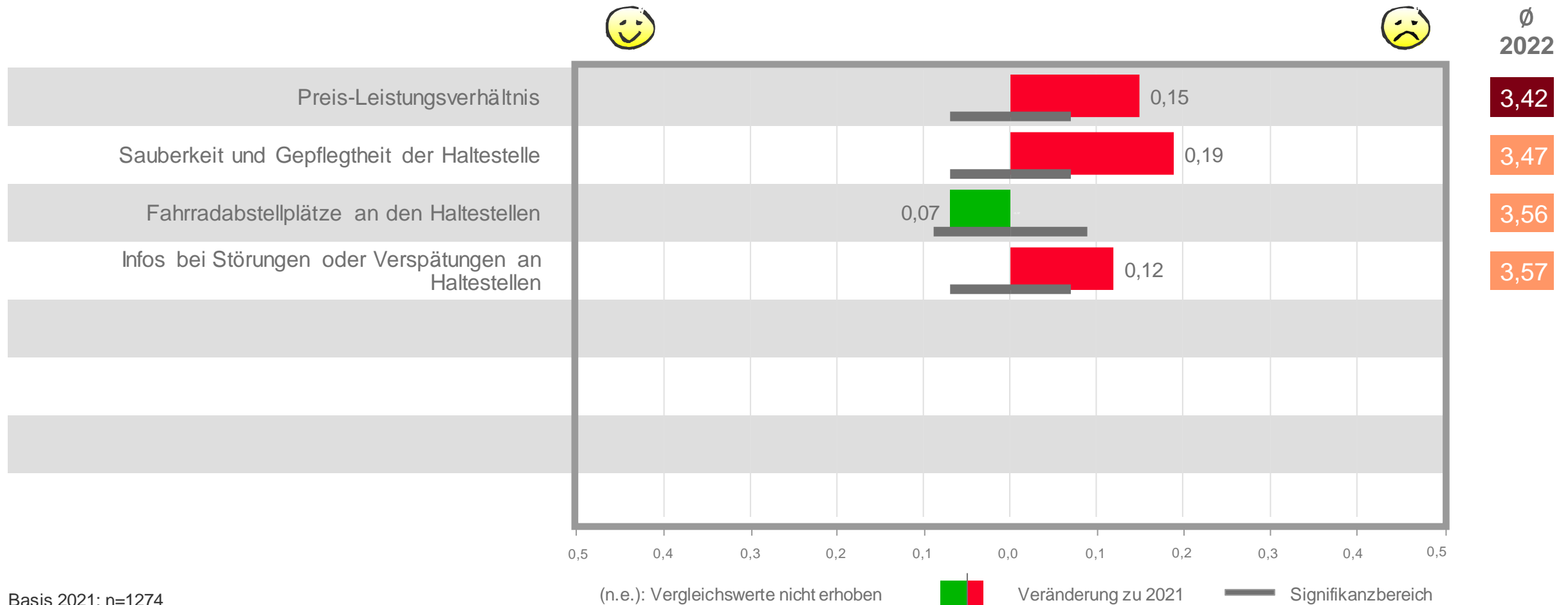
Signifikanzbereich

Vergleich der Merkmale 2022/2021



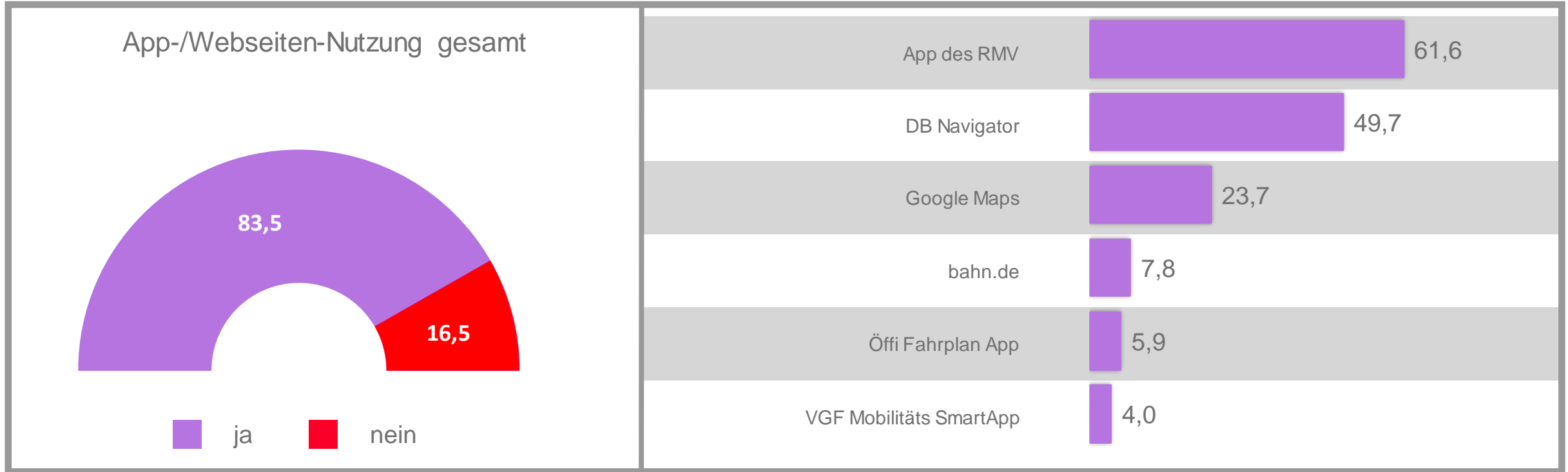
Basis 2021: n=1274
Basis 2022: n=1438

Vergleich der Merkmale 2022/2021



Basis 2021: n=1274
Basis 2022: n=1438

App- und mobile Webseiten-Nutzung zur Information über den ÖPNV



Nutzen Sie eine App oder sonstige mobile Informationen auf Ihrem Smartphone, um sich über den öffentlichen Nahverkehr zu informieren? Wenn ja, welche?

Basis Smartphone-Nutzer: n=1301; Mehrfachnennungen möglich

5

Die Leistungspakete

Handlungsrelevanz-Matrix

Lesebeispiel

Leistungsmerkmale des jeweiligen Paketes, eingeteilt in

- Stärken
- Schwächen
- Chancen
- Risiken

(Weiterführende Interpretationshilfen zu dieser Einteilung im Methodenteil)

Y-Achse – Zufriedenheit:
Oberhalb der waagerechten Grenzlinie (aktueller ÖPNV-Branchendurchschnitt) liegen die besseren Werte, unterhalb die schlechteren

Handlungsrelevanz-Matrix "Verkehrsmittel"

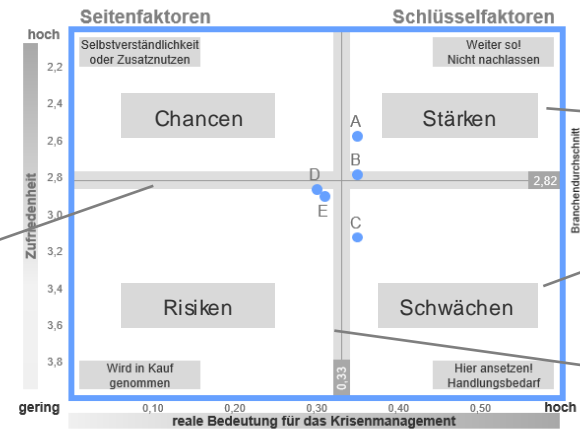
Stärken
A Informationen im Fahrzeug
B Komfort und Bequemlichkeit des Fahrzeugs

Schwächen
C Infos bei Störungen oder Verspätungen im Fahrzeug

Risiken
D Sauberkeit und Gepflegtheit im Fahrzeug
E Platzangebot im Fahrzeug

Basis 2020: n=650

KANTAR



Zuordnung zum Leistungspaket

Stärken / Schwächen:
Stärken und Schwächen werden im Verhältnis zum Branchendurchschnitt der Globalzufriedenheit (Y-Achse) bestimmt und zur genaueren Beurteilung verglichen mit den Werten der anderen Teilnehmer.

X-Achse: Reale Bedeutung (Wichtigkeit)
Rechts von der senkrechten Grenzlinie (Median der realen Bedeutungen aller Merkmale des Verkehrsunternehmens) liegen die wichtigeren Merkmale, links die weniger wichtigen

Handlungsrelevanz-Matrix "Angebot"



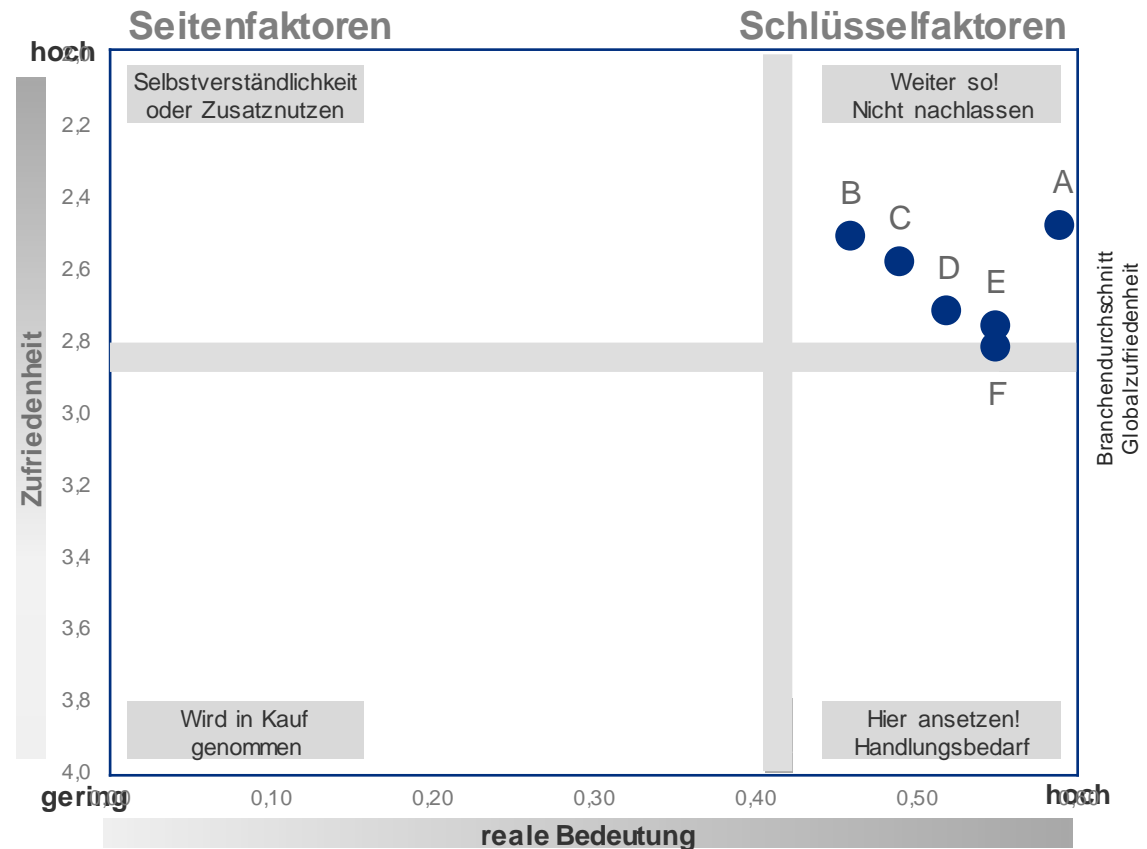
Stärken

- A ÖPNV-Angebot am Wohnort
- B Schnelligkeit der Beförderung
- C Linien- und Streckennetz
- D Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit
- E Anschlüsse
- F Taktfrequenz

Schwächen

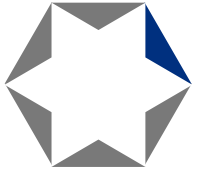
Chancen

Risiken



Basis 2022: n=1438

Veränderungen im Paket "Angebot"



	Zufriedenheit			reale Bedeutung		
	2021	2022		2021	2022	
ÖPNV-Angebot am Wohnort	2,30	2,48	↓	0,56	0,59	
Schnelligkeit der Beförderung	2,38	2,51	↓	0,44	0,46	
Linien- und Streckennetz	2,48	2,58	↓	0,52	0,49	
Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit	2,63	2,72	↓	0,44	0,52	↑
Anschlüsse*	2,58	2,76	↓	0,41	0,55	↑
Taktfrequenz*	2,57	2,82	↓	0,41	0,55	↑
			Veränderung signifikant ↑↓			
						Veränderung signifikant ↑↓

* Vergleich mit 2020

Impact-Analyse

Lesebeispiel

Handlungsempfehlung

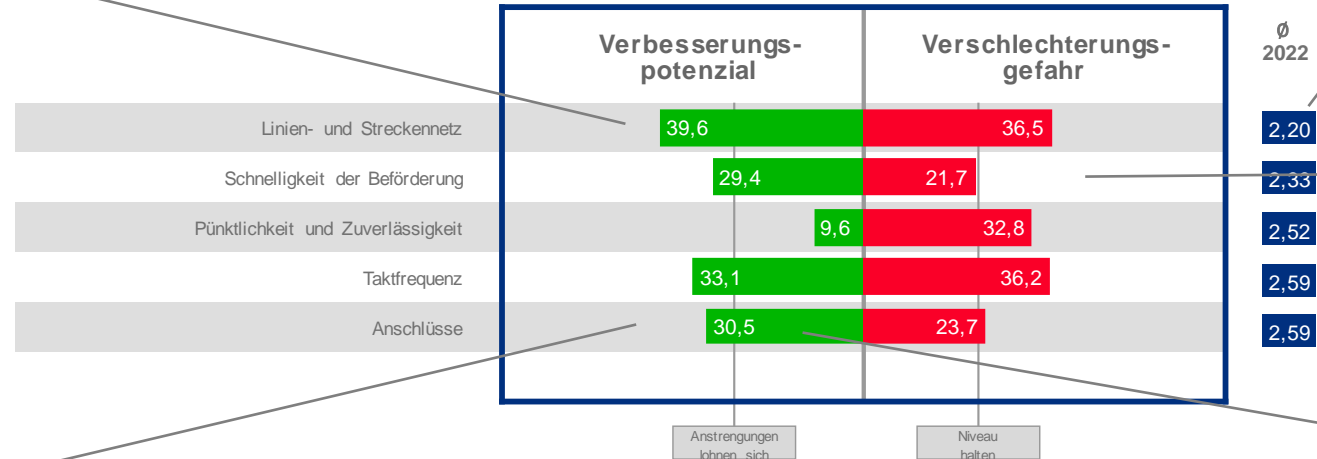
Übertreffen die Balken die Handlungsgrenze (Top Ten) im Gefahrenbereich (ROT), sollte man bei diesen Leistungsmerkmalen das Niveau unbedingt halten.

Wenn gleichzeitig auch die Handlungsgrenze im Potenzialbereich überschritten wird, sollte man in diese Leistungsmerkmale investieren.

Übertreffen die Balken die Handlungsgrenze (Top Ten) nur im Potenzialbereich (GRÜN), sollte man diese Leistungsmerkmale ausbauen.

Je länger der Balken insgesamt ist (Verschlechterungsgefahr- und Verbesserungsbalken), desto höher ist der Impact des Merkmals.

Impact-Analyse: "Angebot"



Basis: 2022: n=500

KANTAR

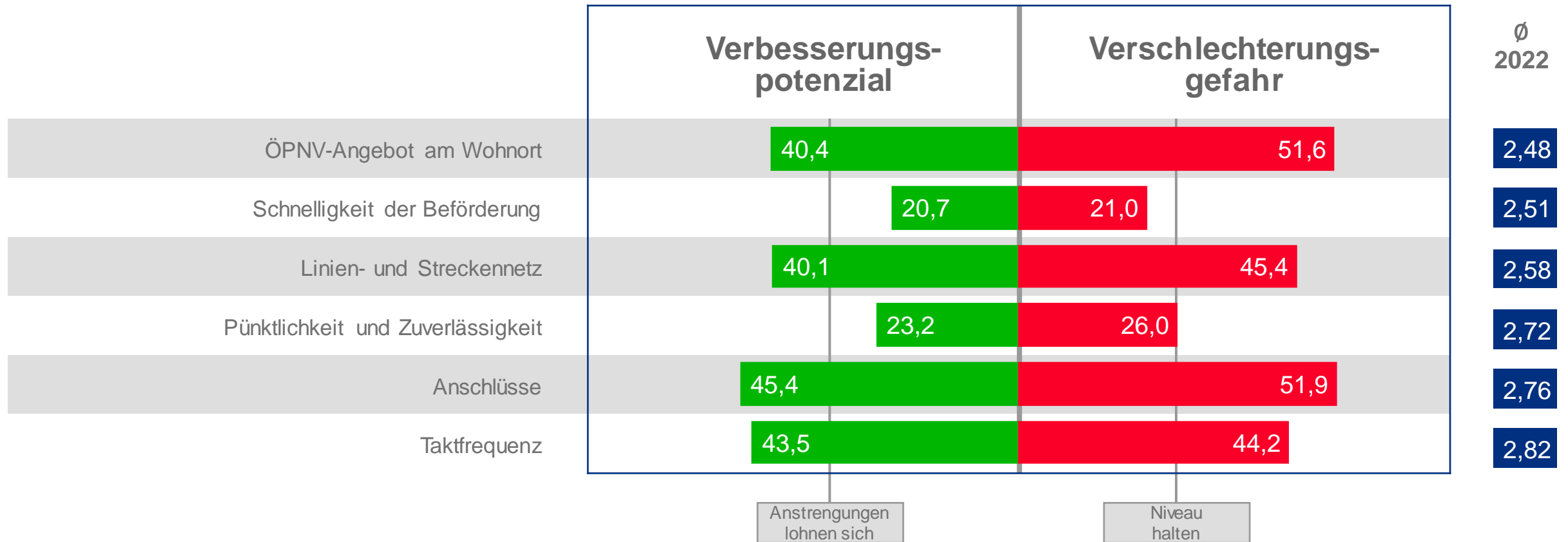
Der aktuelle Zufriedenheitswert des jeweiligen Merkmals wird dargestellt.

Die Farbe entspricht der Zuordnung zum jeweiligen Leistungspaket.

Verschlechterungsgefahr (rot): Der prozentuale Anteil der Verschlechterung des jeweiligen Items auf die Globalzufriedenheit.

Verbesserungspotenzial (grün): Der prozentuale Anteil der Verbesserung des jeweiligen Items auf die Globalzufriedenheit.

Impact-Analyse: "Angebot"



Basis 2022: n=1438

Veränderungen im Paket "Verkehrsmittel"



	Zufriedenheit			reale Bedeutung	
	2021	2022		2021	2022
Informationen im Fahrzeug	2,76	2,90	↓	0,42	0,47
Komfort und Bequemlichkeit des Fahrzeugs	2,88	3,06	↓	0,37	0,40
Platzangebot im Fahrzeug*	2,84	3,07	↓	0,36	0,41
Infos bei Störungen oder Verspätungen im Fahrzeug	3,21	3,35	↓	0,41	0,48
Sauberkeit und Gepflegtheit im Fahrzeug	3,25	3,38	↓	0,36	0,42
			Veränderung signifikant ↑↓		
				Veränderung signifikant ↑↓	

* Vergleich mit 2020

Impact-Analyse: "Verkehrsmittel"



	Verbesserungs- potenzial	Verschlechterungs- gefahr	Ø 2022
Informationen im Fahrzeug	23,1	20,6	2,90
Komfort und Bequemlichkeit des Fahrzeugs	23,0	19,4	3,06
Platzangebot im Fahrzeug	25,2	19,2	3,07
Infos bei Störungen oder Verspätungen im Fahrzeug	21,4	18,3	3,35
Sauberkeit und Gepflegtheit im Fahrzeug	23,0	17,7	3,38
	Anstrengungen lohnen sich	Niveau halten	

Basis 2022: n=1438

Handlungsrelevanz-Matrix "Sicherheit"



Stärken

Schwächen

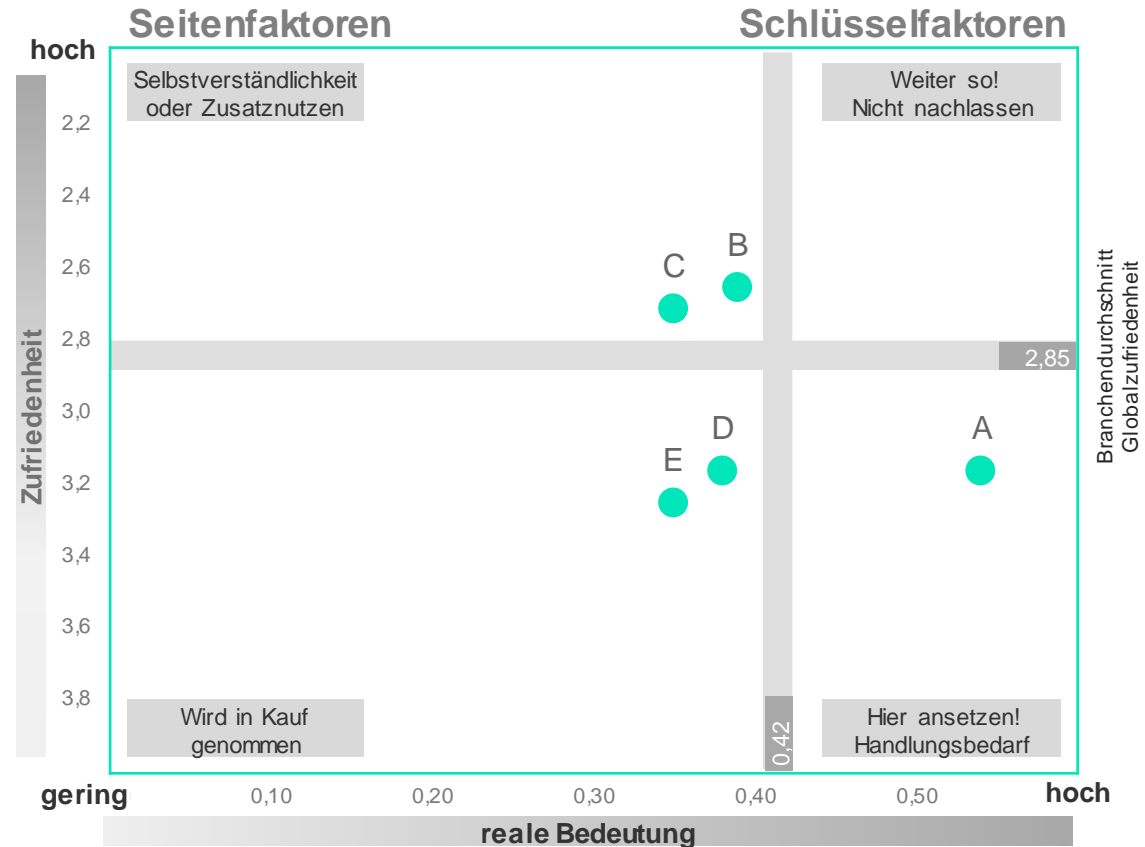
- A Krisenmanagement im Umgang mit der Corona-Pandemie

Chancen

- B Sicherheit im Fahrzeug - tagsüber
- C Sicherheit an Haltestellen - tagsüber

Risiken

- D Sicherheit im Fahrzeug - abends
- E Sicherheit an Haltestellen - abends



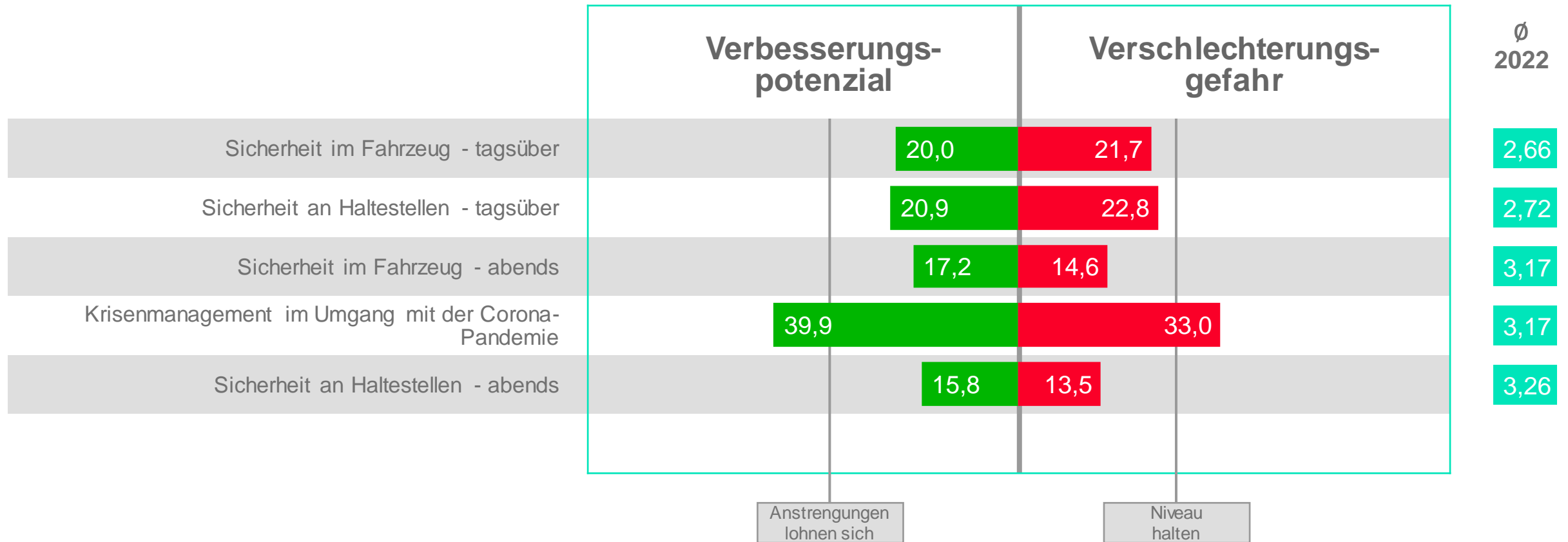
Basis 2022: n=1438

Veränderungen im Paket "Sicherheit"



	Zufriedenheit			reale Bedeutung		
	2021	2022		2021	2022	
Sicherheit im Fahrzeug - tagsüber	2,52	2,66	↓	0,37	0,39	
Sicherheit an Haltestellen - tagsüber	2,60	2,72	↓	0,37	0,35	
Sicherheit im Fahrzeug - abends	3,00	3,17	↓	0,39	0,38	
Krisenmanagement im Umgang mit der Corona-Pandemie	2,89	3,17	↓	0,45	0,54	↑
Sicherheit an Haltestellen - abends	3,23	3,26		0,37	0,35	
			Veränderung signifikant ↑↓			
				Veränderung signifikant ↑↓		

Impact-Analyse: "Sicherheit"



Basis 2022: n=1438

Handlungsrelevanz-Matrix "Haltestellen"



Stärken

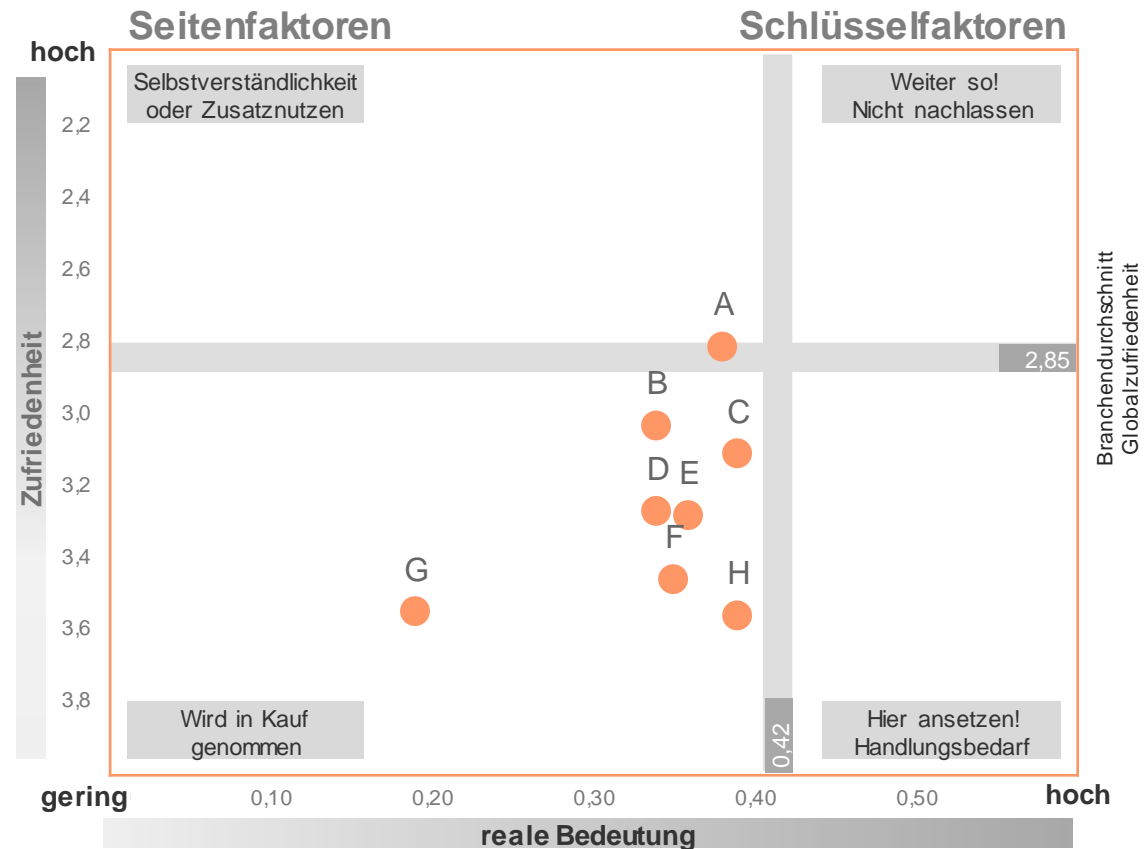
Schwächen

Chancen

- A Fahrplan-Informationen an den Haltestellen

Risiken

- B Infos zur Orientierung an den Haltestellen
- C Tariffinformationen an den Haltestellen des EHVMs
- D Zugang und Nutzung für mobilitätsbeeinträchtigte Personen
- E Komfort und Ausstattung der Haltestelle
- F Sauberkeit und Gepflegtheit der Haltestelle
- G Fahrradabstellplätze an den Haltestellen
- H Infos bei Störungen oder Verspätungen an Haltestellen



Basis 2022: n=1438

Veränderungen im Paket "Haltestellen"



	Zufriedenheit			reale Bedeutung	
	2021	2022		2021	2022
Fahrplan-Informationen an den Haltestellen	2,64	2,82	↓	0,40	0,38
Infos zur Orientierung an den Haltestellen	2,95	3,04	↓	0,36	0,34
Tarifinformationen an den Haltestellen des EHVMs	3,08	3,12		0,35	0,39
Zugang und Nutzung für mobilitätsbeeinträchtigte Personen	3,20	3,28	↓	0,30	0,34
Komfort und Ausstattung der Haltestelle	3,23	3,29	↓	0,36	0,36
Sauberkeit und Gepflegtheit der Haltestelle	3,28	3,47	↓	0,33	0,35
			Veränderung signifikant ↑↓		
				Veränderung signifikant ↑↓	

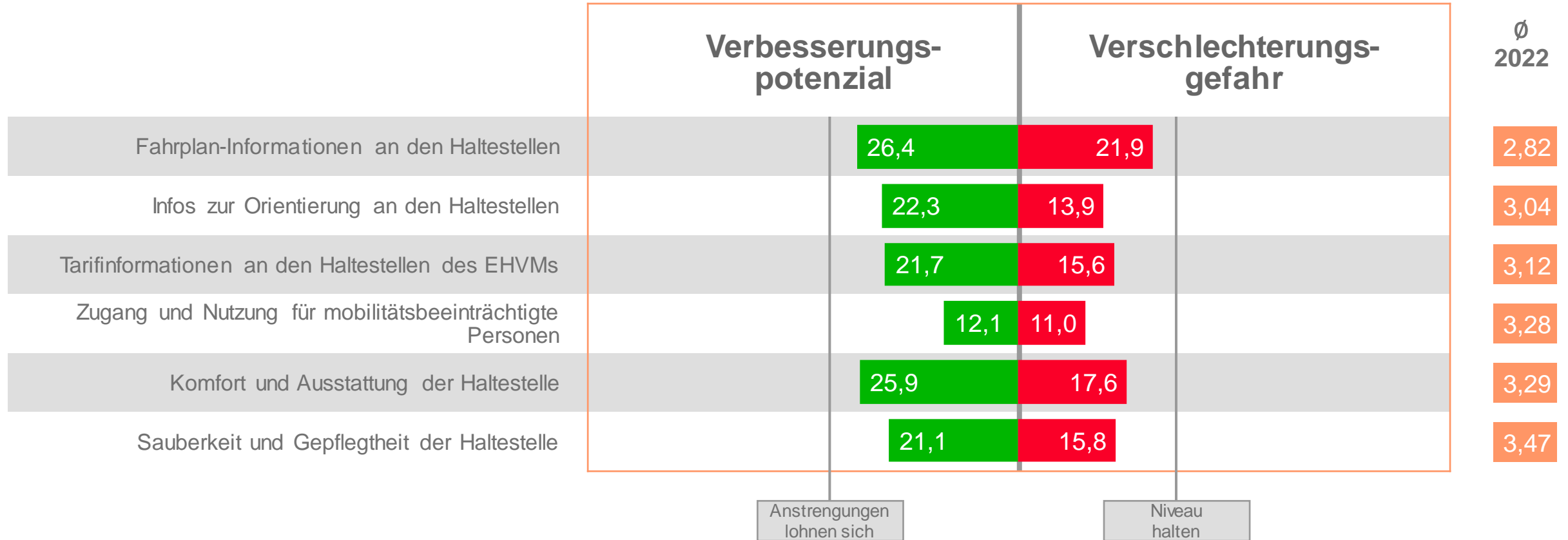
Veränderungen im Paket "Haltestellen"



	Zufriedenheit			reale Bedeutung	
	2021	2022		2021	2022
Fahrradabstellplätze an den Haltestellen	3,63	3,56		0,26	0,19
Infos bei Störungen oder Verspätungen an Haltestellen	3,45	3,57	↓	0,35	0,39

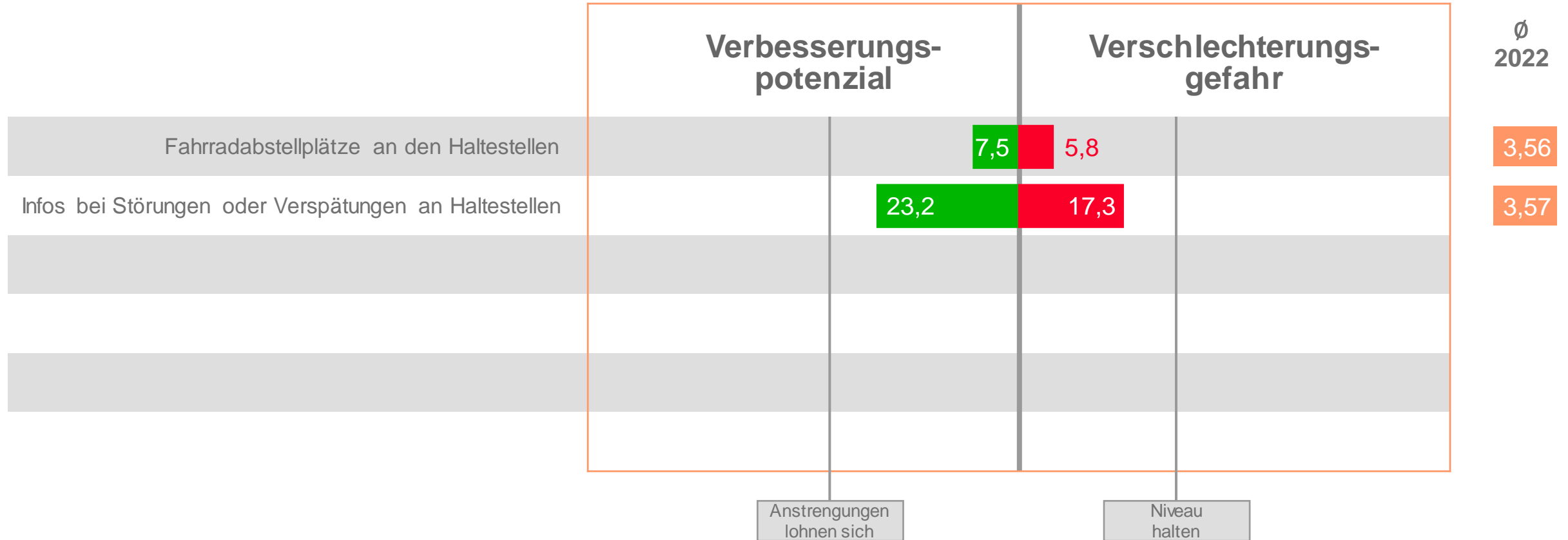
Veränderung signifikant ↑↓ Veränderung signifikant ↑↓

Impact-Analyse: „Haltestellen“



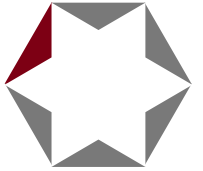
Basis 2022: n=1438

Impact-Analyse: „Haltestellen“



Basis 2022: n=1438

Handlungsrelevanz-Matrix "Tarif"



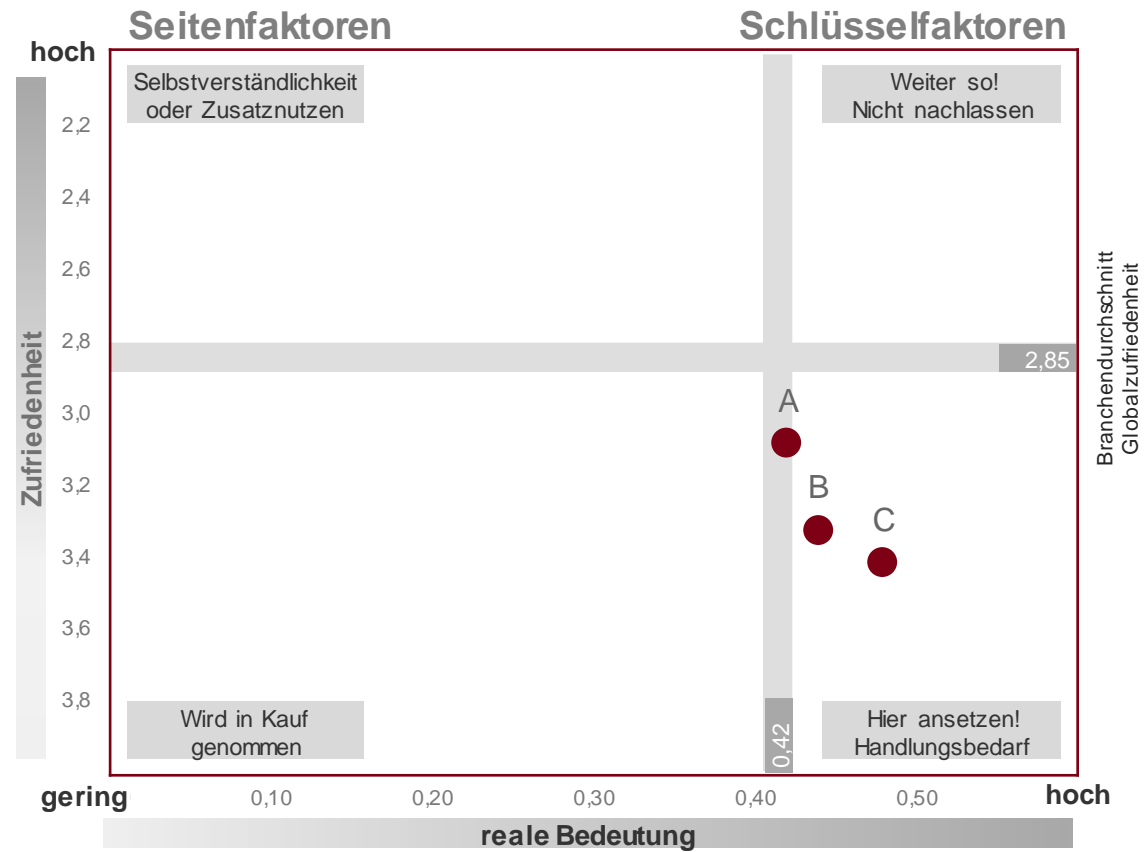
Stärken

Schwächen

- A Fahrkartensortiment
- B Tarifsystem
- C Preis-Leistungsverhältnis

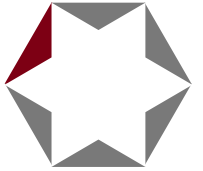
Chancen

Risiken



Basis 2022: n=1438

Veränderungen im Paket "Tarif"

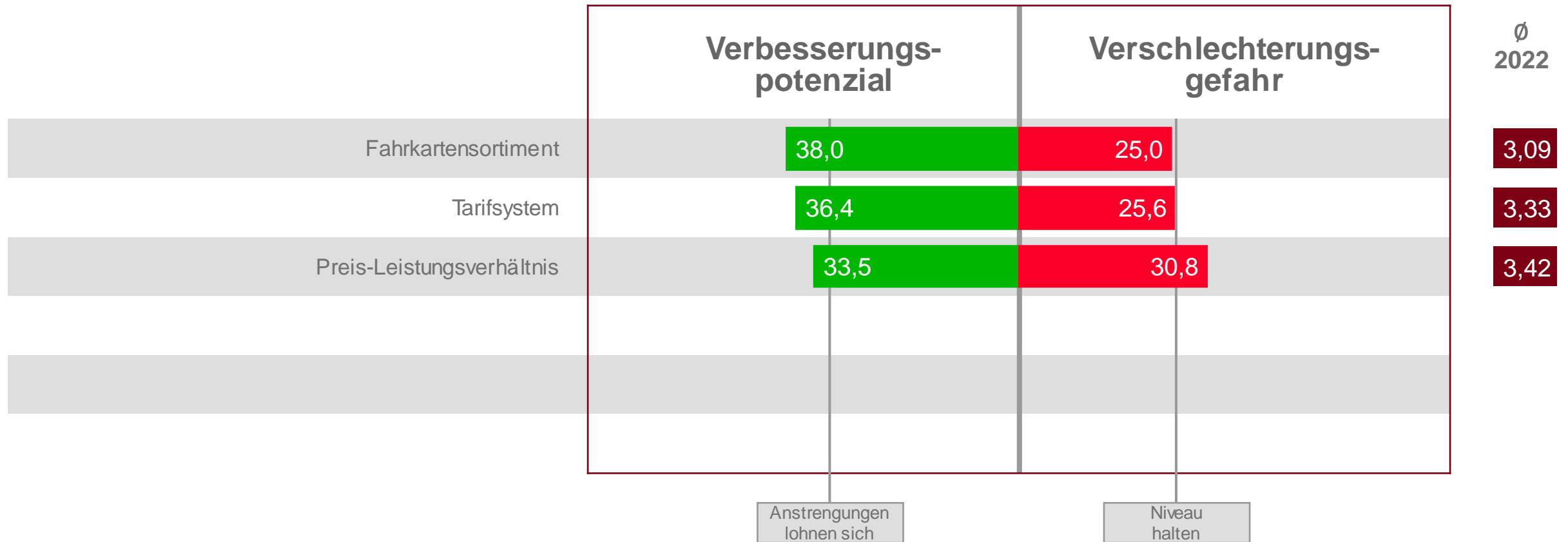
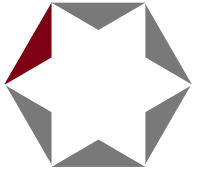


	Zufriedenheit			reale Bedeutung	
	2021	2022		2021	2022
Fahrkartensortiment	2,97	3,09	↓	0,40	0,42
Tarifsystem	3,33	3,33		0,42	0,44
Preis-Leistungsverhältnis	3,27	3,42	↓	0,48	0,48

Veränderung signifikant ↑↓

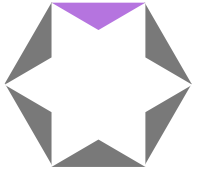
Veränderung signifikant ↑↓

Impact-Analyse: "Tarif"



Basis 2022: n=1438

Handlungsrelevanz-Matrix "Kundenbeziehung"



Stärken

- A Apps und mobile Informationen für das Smartphone
- B Freundlichkeit des Fahrpersonals
- C Internet-Auftritt der VGF
- D Fahrkartenverkaufsstellen des Unternehmens

Schwächen

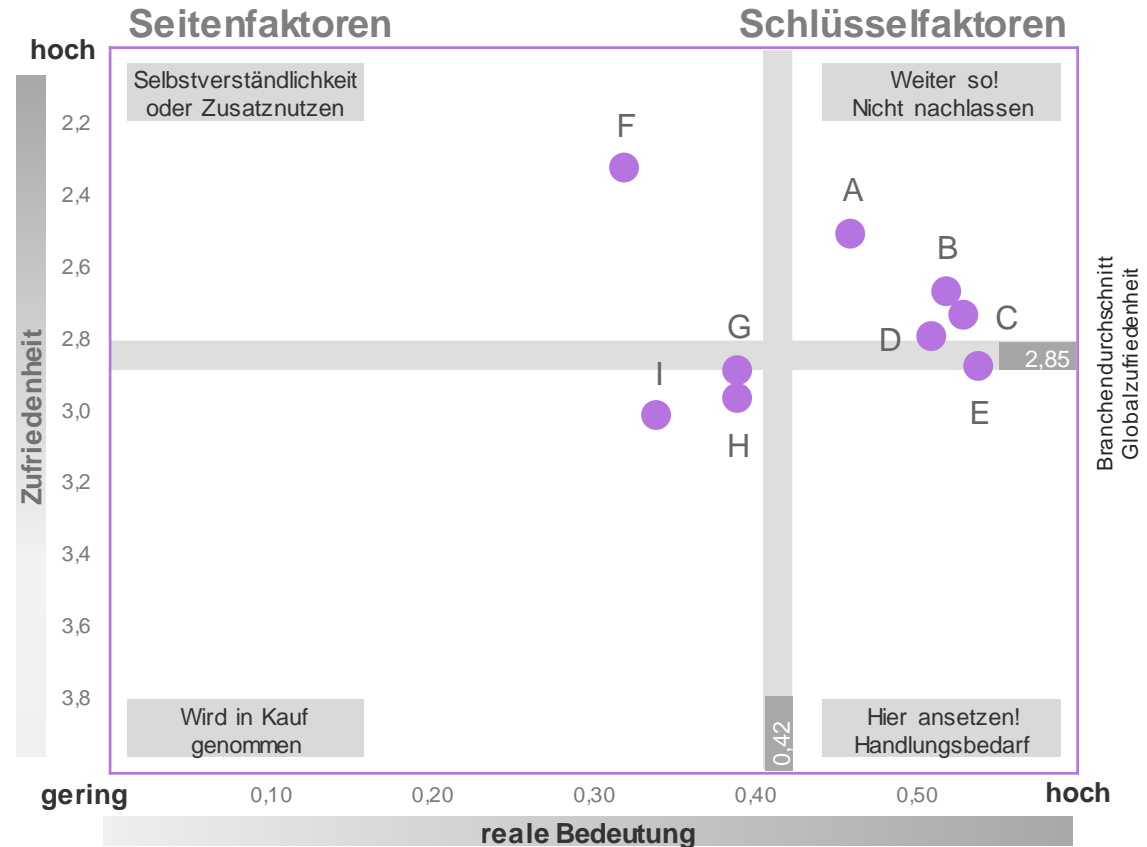
- E Private Fahrkartenverkaufsstellen

Chancen

- F Umsetzung des 9-Euro-Tickets

Risiken

- G Gedruckter Fahrplan zu Hause
- H Fahrkartenautomaten
- I Pünktlichkeitsgarantie



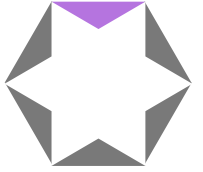
Basis 2022: n=1438

Veränderungen im Paket "Kundenbeziehung"





	Zufriedenheit			reale Bedeutung	
	2021	2022		2021	2022
Umsetzung des 9-Euro-Tickets		2,33			0,32
Apps und mobile Informationen für das Smartphone	2,49	2,51		0,44	0,46
Freundlichkeit des Fahrpersonals	2,55	2,67	↓	0,46	0,52
Internet-Auftritt der VGF	2,74	2,74		0,36	0,53
Fahrkartenverkaufsstellen des Unternehmens	2,73	2,80	↓	0,46	0,51
Private Fahrkartenverkaufsstellen	2,88	2,88		0,50	0,54
Veränderung signifikant ↑↓			Veränderung signifikant ↑↓		

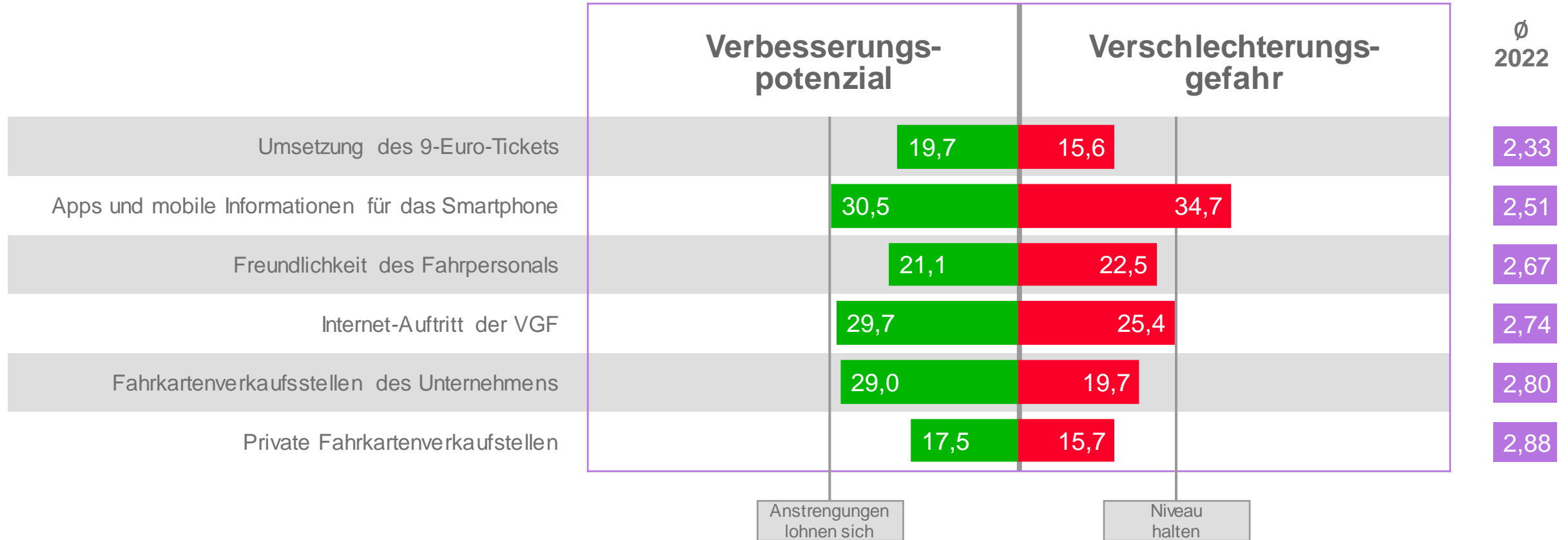
Veränderungen im Paket "Kundenbeziehung"



	Zufriedenheit		reale Bedeutung	
	2021	2022	2021	2022
Gedruckter Fahrplan zu Hause		2,89		0,39
Fahrkartenautomaten	2,94	2,97	0,34	0,39
Pünktlichkeitsgarantie	2,94	3,02	0,25	0,34

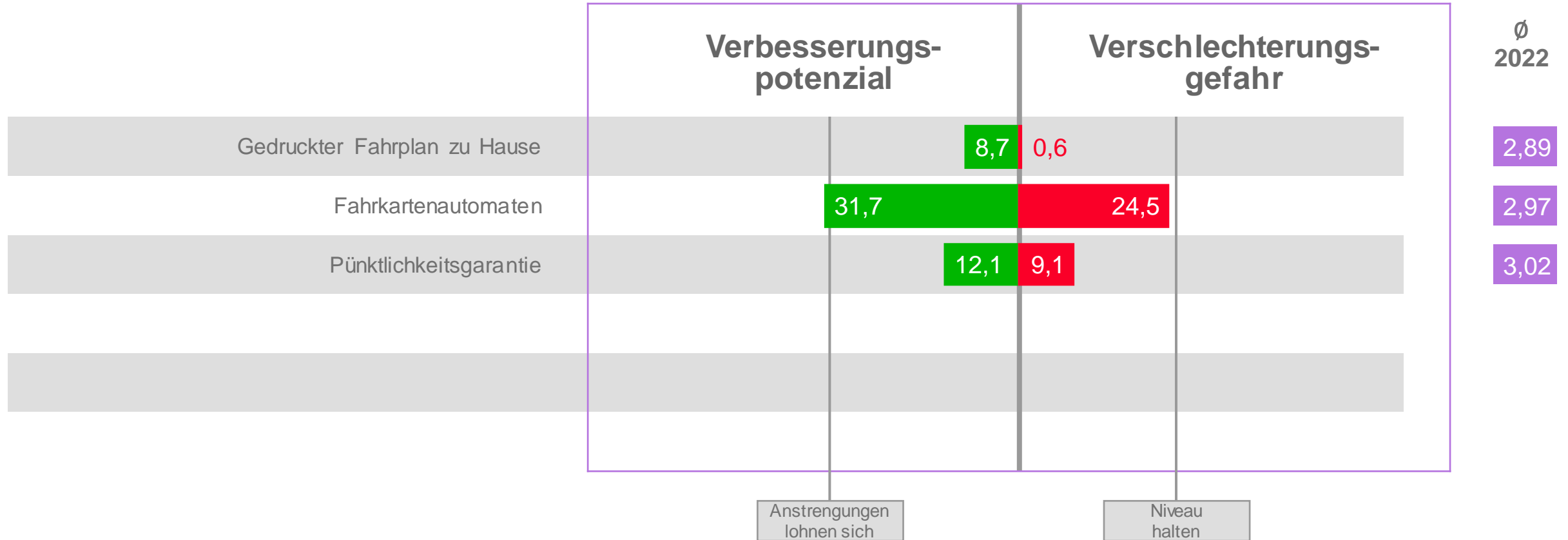
Veränderung signifikant  Veränderung signifikant 

Impact-Analyse: "Kundenbeziehung"



Basis 2022: n=1438

Impact-Analyse: "Kundenbeziehung"

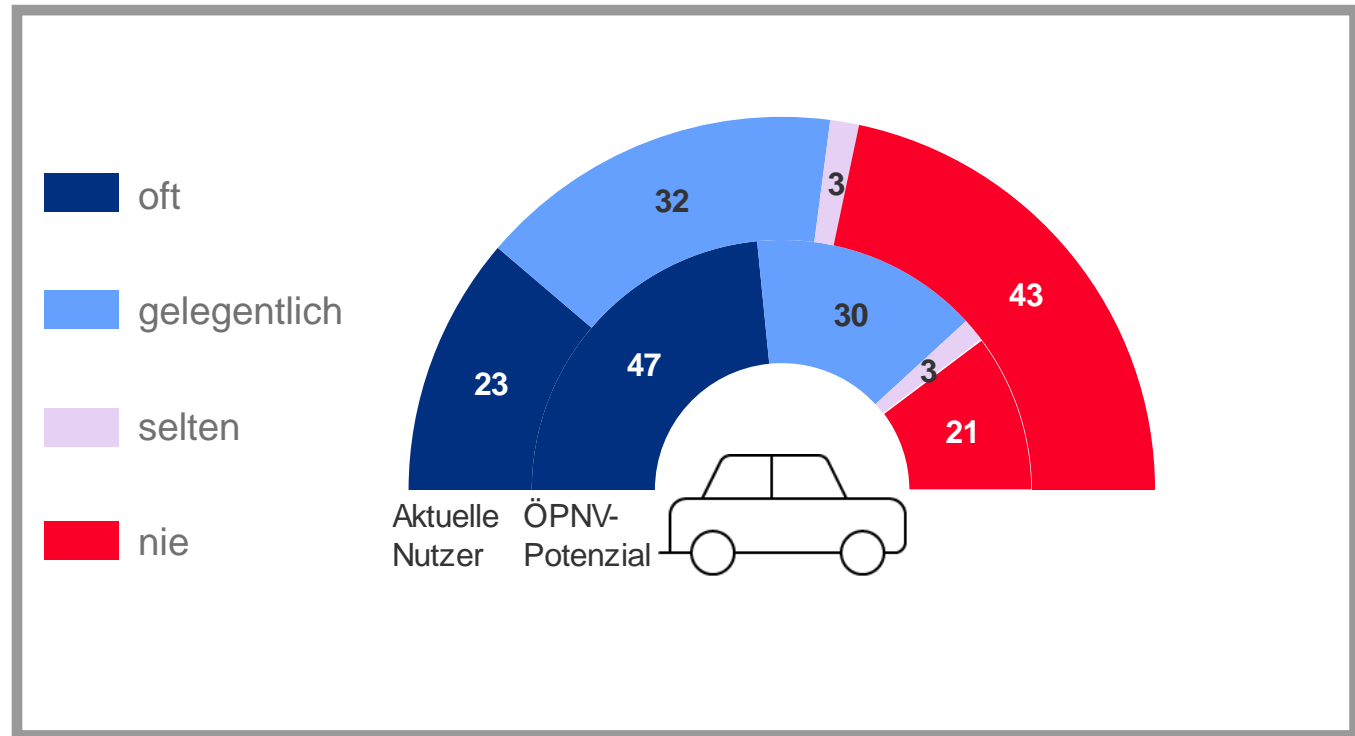
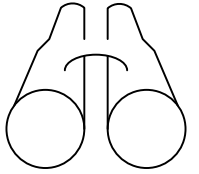


Basis 2022: n=1438

6

Potenzial

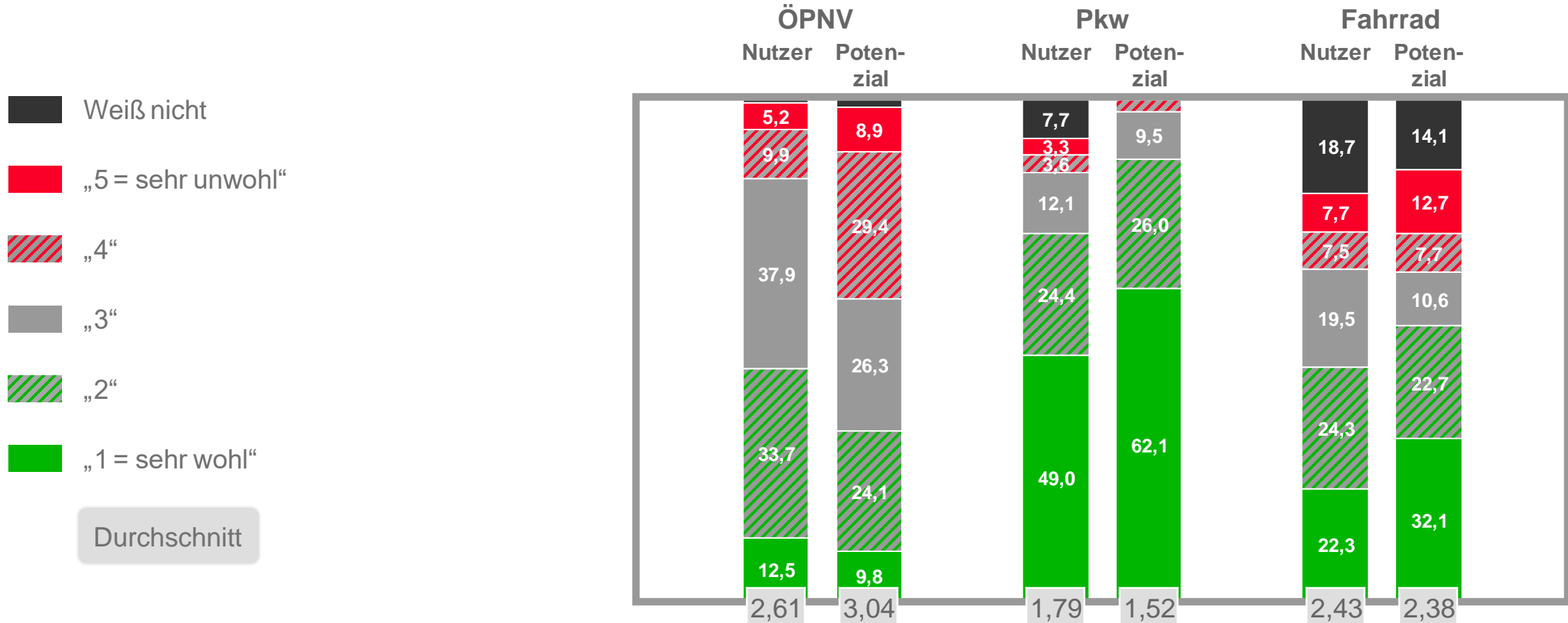
Vergleich von ÖPNV-Nutzern und ÖPNV-Potenzial bei Pkw



Denken Sie jetzt bitte an die Strecken, die Sie in dummy normalerweise zurücklegen. Welche Verkehrsmittel verwenden Sie dabei aktuell? Wie oft nutzen Sie das Auto aktuell in dummy als Fahrer oder Mitfahrer? oft=täglich oder fast täglich; an drei bis 4 Tagen pro Woche, gelegentlich=an ein bis zwei Tagen pro Woche; an ein bis drei Tagen pro Monat, selten=an ein bis zwei Tagen im Vierteljahr; seltener; unregelmäßig, z.B. nur im Winter

Basis aktuelle ÖPNV-Nutzer: n=1438; ÖPNV-Potenzial: n=55

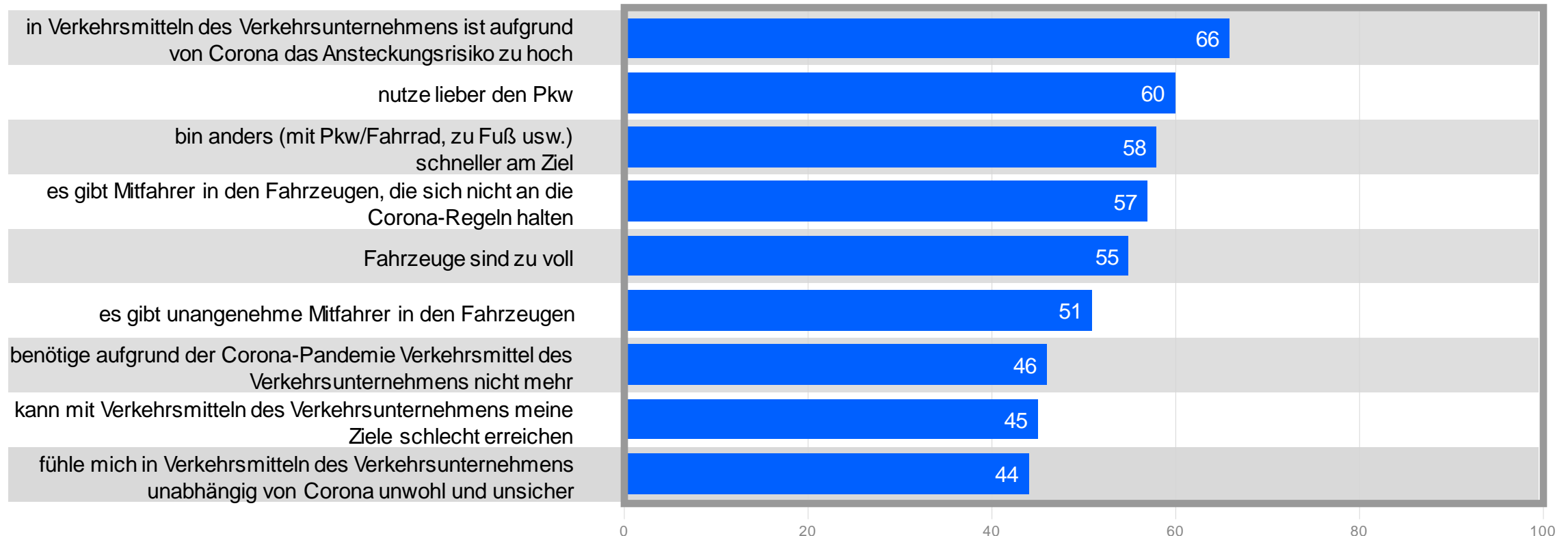
Wohlfühlfaktor im ÖPNV, Pkw und Fahrrad | ÖPNV-Nutzer und Potenzial



(Auch wenn Sie zur Zeit öffentliche Verkehrsmittel nicht nutzen:) Wie wohl fühlen Sie sich im öffentlichen Nahverkehr? Wie wohl fühlen Sie sich im Pkw? Wie wohl fühlen Sie sich beim Fahrrad-Fahren? - Antworten Sie bitte auf einer Skala von 1 bis 5, wobei 1 "sehr wohl" und 5 "sehr unwohl" bedeutet.

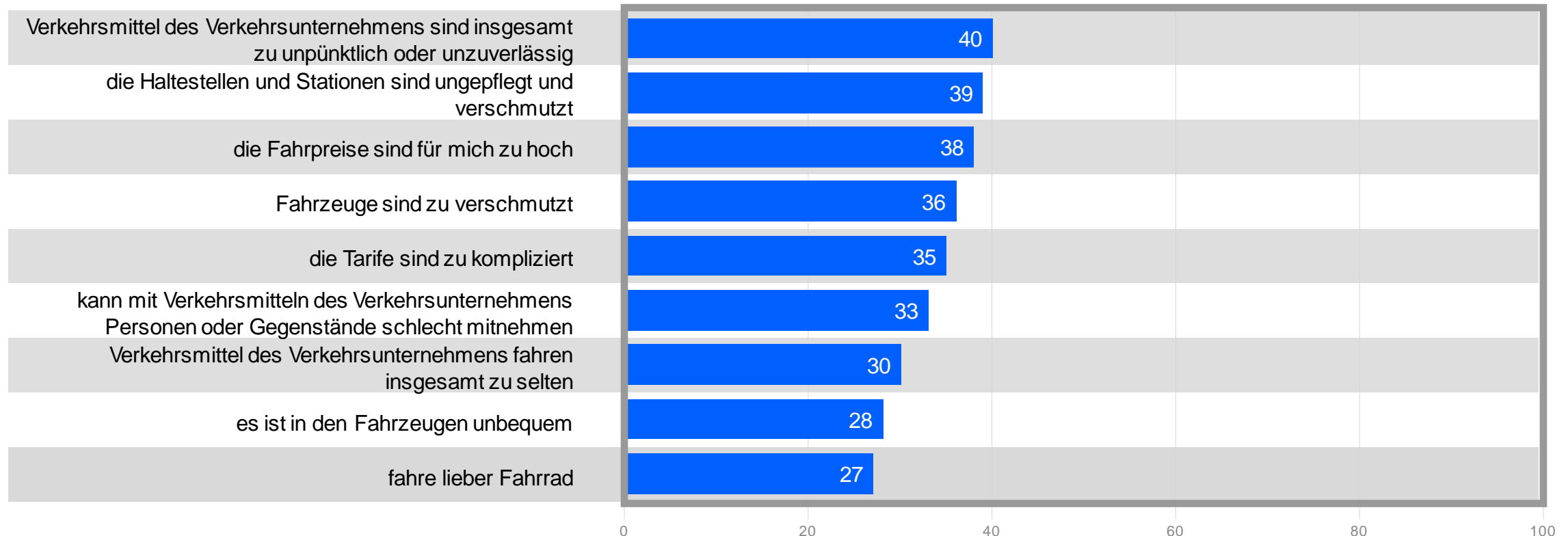
Basis aktuelle ÖPNV-Nutzer: n=1438; ÖPNV-Potenzial: n=55

Wichtige Gründe, nicht mit dem ÖPNV zu fahren



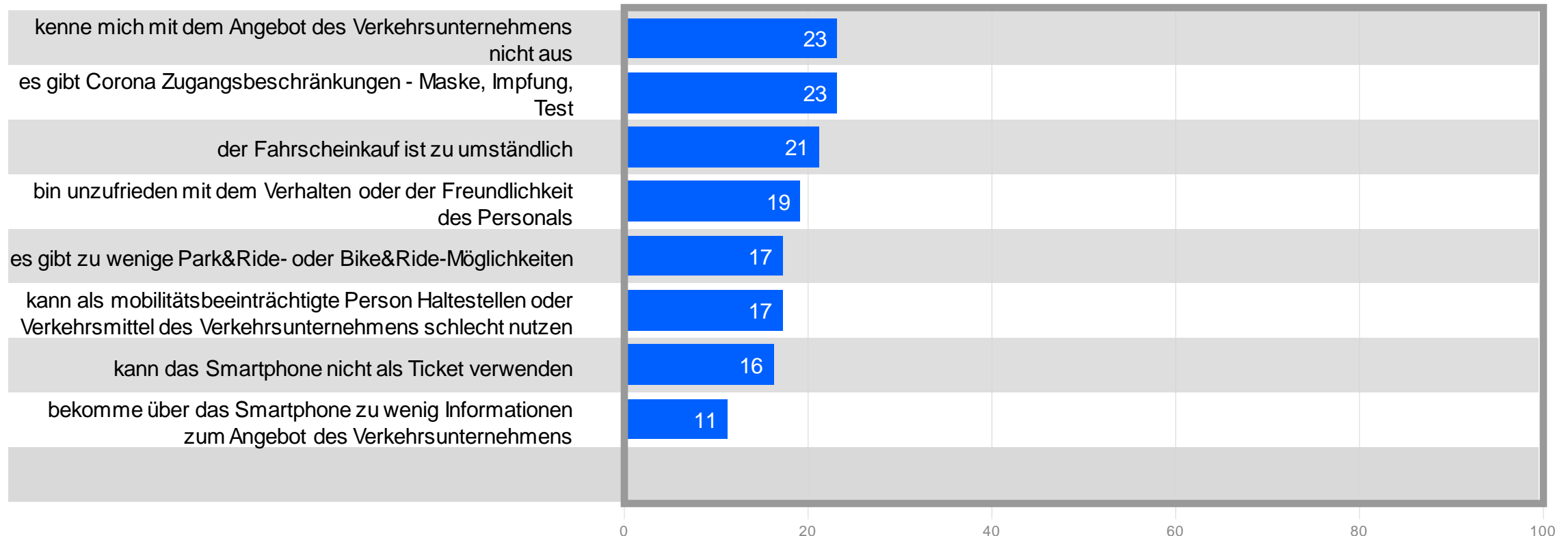
Ich nenne Ihnen nun eine Reihe von Gründen, sagen Sie mir jeweils, wie wichtig dieser Grund für Sie ist, nicht mehr mit dem ÖPNV zu fahren. Antwortmöglichkeiten von 0 („Kein Grund und völlig unwichtig“) bis 10 („Ein äußerst wichtiger Grund“); Durchschnittswert skaliert auf 0 bis 100
Basis ÖPNV-Potenzial: n=55

Wichtige Gründe, nicht mit dem ÖPNV zu fahren



Ich nenne Ihnen nun eine Reihe von Gründen, sagen Sie mir jeweils, wie wichtig dieser Grund für Sie ist, nicht mehr mit dem ÖPNV zu fahren. Antwortmöglichkeiten von 0 („Kein Grund und völlig unwichtig“) bis 10 („Ein äußerst wichtiger Grund“); Durchschnittswert skaliert auf 0 bis 100
Basis ÖPNV-Potenzial: n=55

Wichtige Gründe, nicht mit dem ÖPNV zu fahren

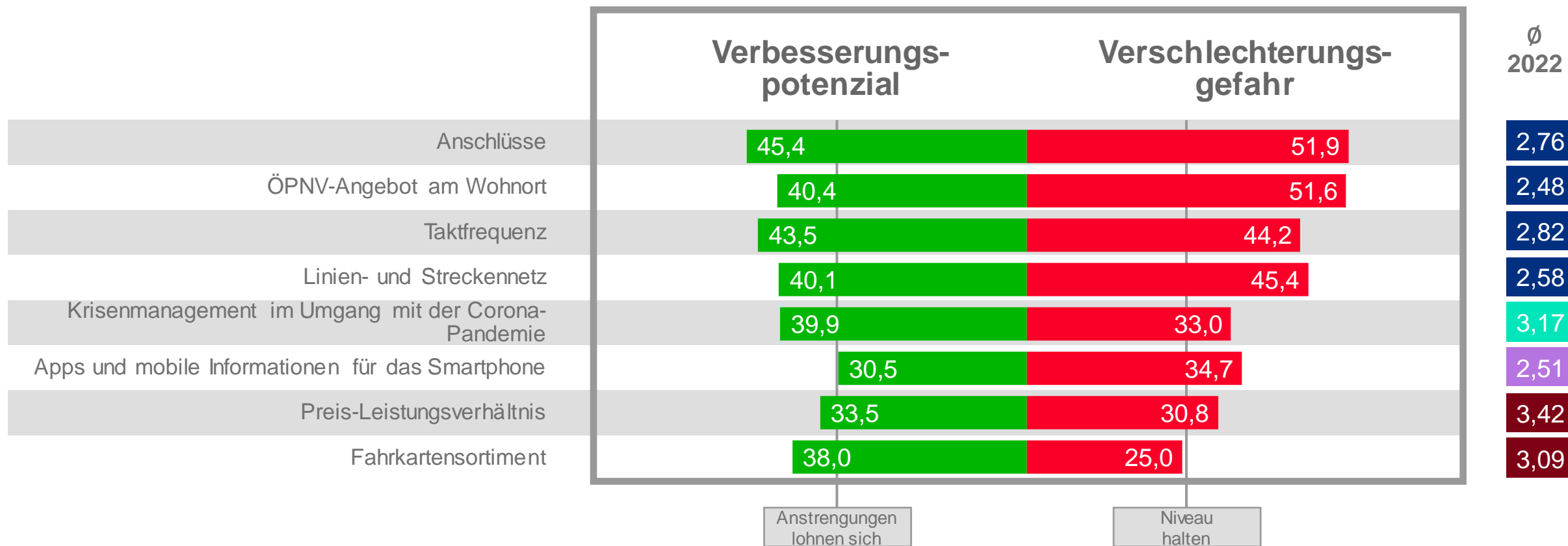


Ich nenne Ihnen nun eine Reihe von Gründen, sagen Sie mir jeweils, wie wichtig dieser Grund für Sie ist, nicht mehr mit dem ÖPNV zu fahren.
Antwortmöglichkeiten von 0 („Kein Grund und völlig unwichtig“) bis 10 („Ein äußerst wichtiger Grund“); Durchschnittswert skaliert auf 0 bis 100
Basis ÖPNV-Potenzial: n=55

7

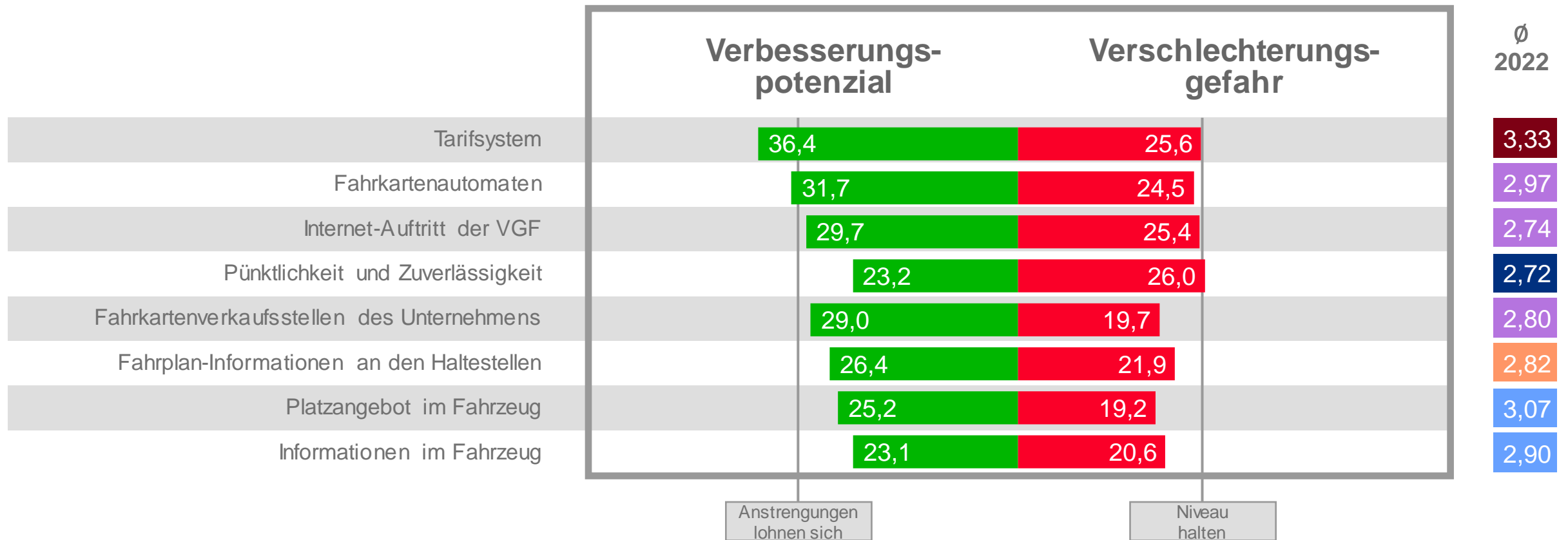
Handlungsempfehlungen

Impact-Analyse: Potenzial und Gefahr



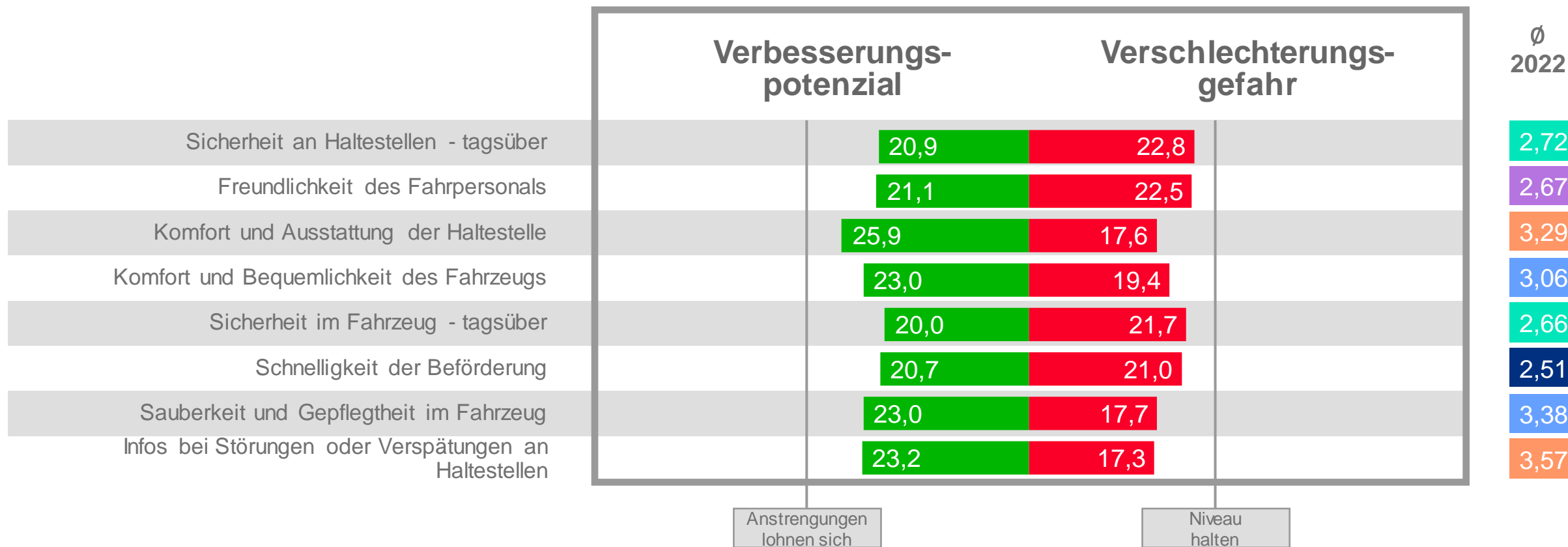
Basis 2022: n=1438

Impact-Analyse: Potenzial und Gefahr



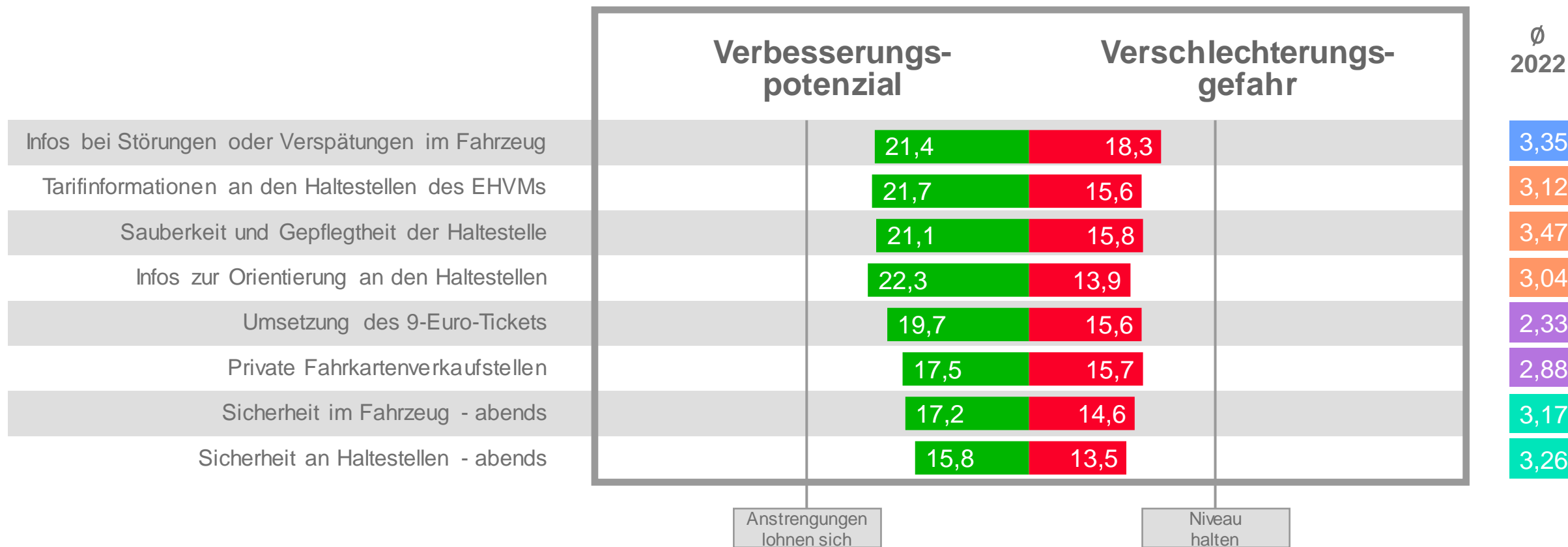
Basis 2022: n=1438

Impact-Analyse: Potenzial und Gefahr



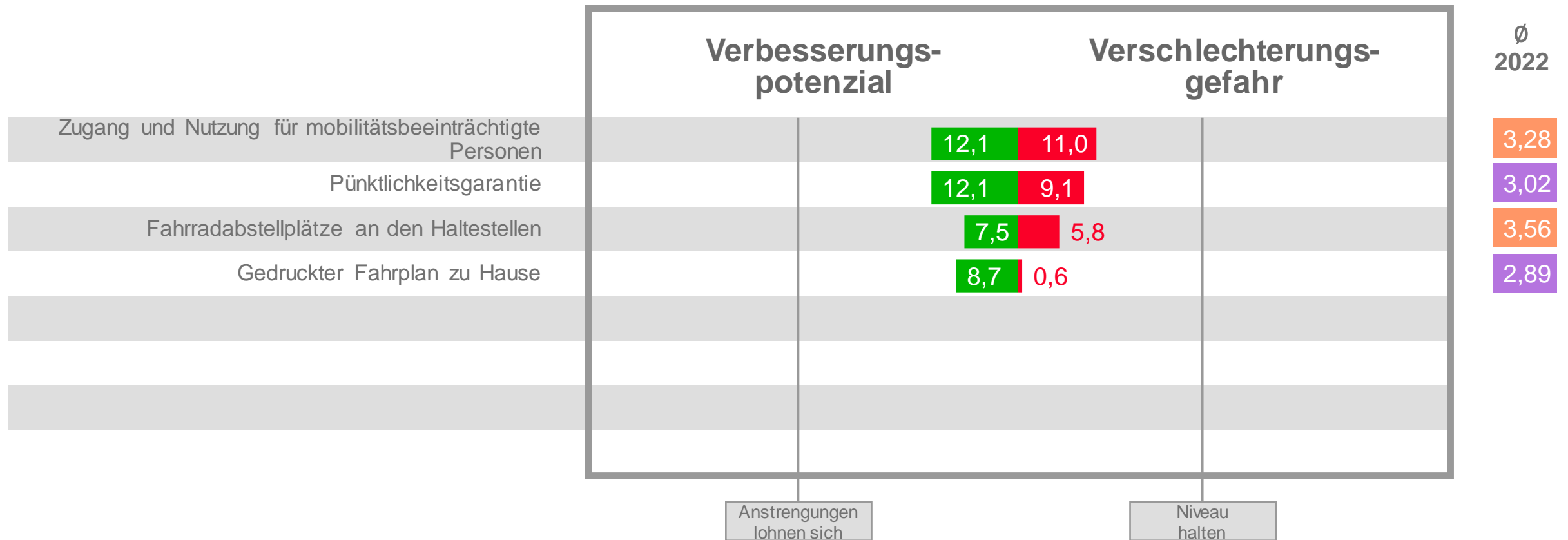
Basis 2022: n=1438

Impact-Analyse: Potenzial und Gefahr



Basis 2022: n=1438

Impact-Analyse: Potenzial und Gefahr



Basis 2022: n=1438

Lesebeispiel

Verbesserungs-Potenzial / Verschlechterungs-Gefahr

■ Die Stärken müssen als relativ betrachtet werden, da sie im Vergleich aller Teilnehmer weit hinten liegen.

Zusammenfassende Handlungsempfehlungen für die wichtigsten Stärken und Schwächen

Farbliche Zuordnung zum Leistungspaket, Angabe des aktuellen Mittelwerts

Je größer die Anzahl der Plus- oder Minus-Zeichen, desto stärker ist die Stärke bzw. Schwäche zu werten

Angabe darüber, ob das Merkmal eine sehr hohe Verschlechterungsgefahr bzw. ein sehr hohes Verbesserungspotenzial aufweist, basierend auf der Berechnung der Impact-Analyse:

P = Verbesserungs-Potenzial
G = Verschlechterungs-Gefahr



Stärken

Verbesserungs-**P**otenzial / Verschlechterungs-**G**efahr



			Ø 2022
ÖPNV-Angebot am Wohnort	P	G ++	2,48
Apps und mobile Informationen für das Smartphone		G ++	2,51
Schnelligkeit der Beförderung		++	2,51
Linien- und Streckennetz	P	G ++	2,58
Freundlichkeit des Fahrpersonals		+	2,67
Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit		G +	2,72
Internet-Auftritt der VGF		+	2,74
Anschlüsse	P	G +	2,76
Fahrkartenverkaufsstellen des Unternehmens		?	2,80
Taktfrequenz	P	G ?	2,82



Schwächen

Verbesserungs-**P**otenzial / Verschlechterungs-**G**efahr



		Ø 2022
Private Fahrkartenverkaufsstellen	?	2,88
Informationen im Fahrzeug	?	2,90
Fahrkartensortiment	P - -	3,09
Krisenmanagement im Umgang mit der Corona-Pandemie	P G - -	3,17
Tarifsystem	P G - - -	3,33
Infos bei Störungen oder Verspätungen im Fahrzeug	- - -	3,35
Sauberkeit und Gepflegtheit im Fahrzeug	- - -	3,38
Preis-Leistungsverhältnis	P G - - -	3,42



8

Modellbeschreibung

Modellbeschreibung

Unternehmensstrategie

ÖPNV-Kundenbarometer als strategisches Unternehmensinstrument

- Das ÖPNV-Kundenbarometer hilft bei der Etablierung einer auf Kundenzufriedenheit ausgerichteten Unternehmensstrategie. Dabei werden sämtliche Unternehmensprozesse aus dem Blickwinkel der Kundenzufriedenheit betrachtet.
- Es werden die Stärken und Schwächen des Nahverkehrsanbieters aufgezeigt und daraus mögliche Ansatzpunkte entwickelt. So lassen sich kurz- und mittelfristige Zielsetzungen zur Leistungsverbesserung und Marketingmaßnahmen ableiten.
- Bei einer regelmäßigen Messung lassen sich Effekte und Auswirkungen konkreter Maßnahmen und so erreichte Verbesserungen (mit Hilfe des Vorjahresvergleichs) erkennen.
- Ein ausführliches Benchmarking wird durch den Vergleich mit den Befragungsergebnissen der anderen teilnehmenden Verkehrsanbieter ermöglicht; dies erlaubt eine Einordnung der eigenen Leistungen.

Modellbeschreibung

Leitgedanken des ÖPNV-Kundenbarometers

- Kundenzufriedenheit steigert die Kundenbindung und führt im ÖPNV zu mehr Kunden, mehr Personenkilometern und mehr Ertrag. Dieser Zusammenhang wurde in einer vom BMVBS geförderten Grundlagenstudie im Rahmen eines FOPS-Projekts durch die IVT Research GmbH bestätigt¹.
- Kundenzufriedenheit mit dem ÖPNV setzt sich aus einer Reihe von Bereichen zusammen, die jeweils unterschiedliche Aspekte der Dienstleistung „Transport im Nahverkehr“ beleuchten. Diese Bereiche werden empirisch ermittelt, die Leistungsmerkmale werden diesen Bereichen zugeordnet.
- Die Zufriedenheit der Kunden mit allen Leistungen eines Verkehrsanbieters im ÖPNV werden mit Hilfe einer Verbalskala durch den impliziten Vergleich von Erwartung und Wahrnehmung ermittelt.
- Durch eine Treiberanalyse wird die Relevanz der Leistungsmerkmale und deren Einfluss auf die Globalzufriedenheit ermittelt. Hierdurch werden einerseits Stärken und Chancen, andererseits Schwächen und Risiken dargestellt.

¹Bäumer, M., Hussinger, A., Pfeiffer, M.: Bedeutung von Kundenzufriedenheit im ÖPNV: Kundenzufriedenheit und Messverfahren als Grundlage für die Anleitung von Maßnahmen der Angebotsgestaltung im Marketing-Mix. Schlussbericht FOPS-Projekt FE 70.796/2006, Mannheim 2010

Modellbeschreibung

Identifikation von Leistungspaketen – Faktorenanalyse

Tarif

Leistungsmerkmale, die den tariflichen Bereich wie Preise und Ticketsortiment beschreiben.

Haltestellen und Stationen

Leistungsmerkmale, die Gestaltung, Pflege und Informationen an Haltestellen, Stationen und Bahnhöfen beschreiben.

Kundenbeziehung

Leistungsmerkmale, die Service, Informationen und persönlichen Kontakt beschreiben.

Angebot

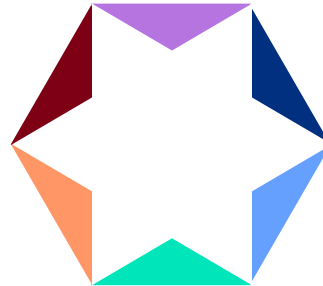
Leistungsmerkmale des Kernleistungsbereichs, die die Quantität und Qualität des zur Verfügung gestellten ÖPNV-Angebotes beschreiben.

Verkehrsmittel

Leistungsmerkmale, die Gestaltung, Pflege und Informationen im Fahrzeug beschreiben.

Sicherheit

Leistungsmerkmale, die persönliche Sicherheit in Fahrzeugen und an Haltestellen, Stationen und Bahnhöfen beschreiben.



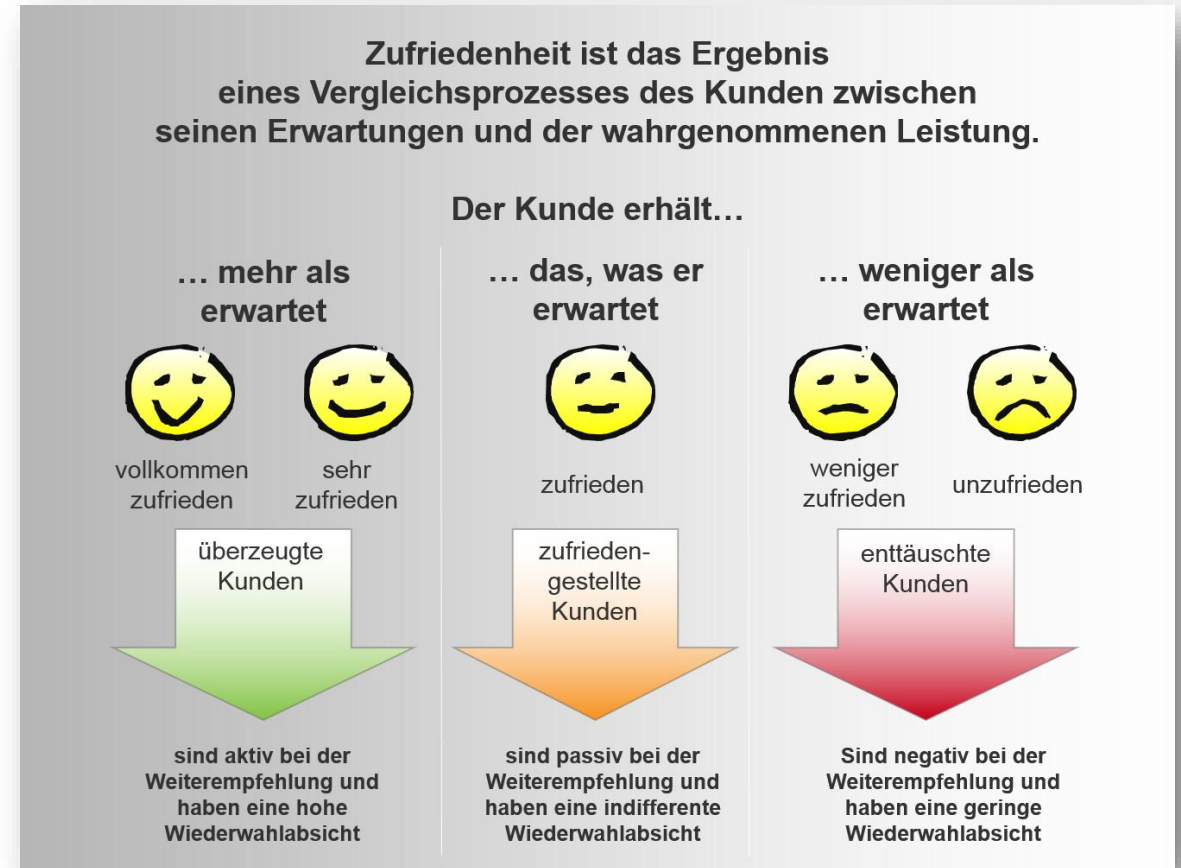
Modellbeschreibung

Kundenzufriedenheit als Vergleichsprozess und deren Auswirkung auf die Kundenbindungsparameter

Der **Vergleichsprozess** zwischen der Soll-Komponente (Erwartung, Einstellung und Wahrnehmung des Kunden) auf der einen und der wahrgenommenen Ist-Leistung auf der anderen Seite findet implizit statt.

Beide Faktoren sind durch eine hohe Subjektivität des einzelnen Kunden geprägt und können deshalb von Kunde zu Kunde deutlich variieren.

Die **Messung** der allgemeinen Kundenzufriedenheit mit dem Verkehrsanbieter und der jeweiligen Leistungsmerkmale erfolgt anhand einer Verbal-Skala, die diesen Vergleichsprozess abbildet. Diese Skala wird seit Jahren branchenübergreifend verwendet.

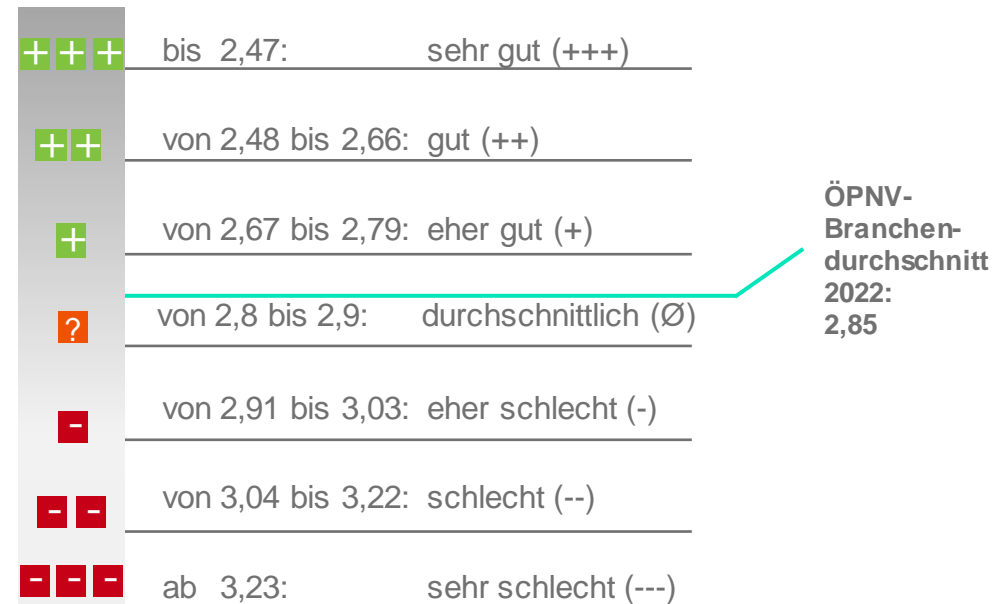


Einstufung der Bewertungsgruppen

Kategorisierung der Zufriedenheitswerte

Empirische Ermittlung der Grenzwerte zur Gruppierung der Bewertungsgruppen:

- Grundlage der Bewertungsverteilung sind die aktuellen Beurteilungen des ÖPNV-Kundenbarometers
- In die Grenzbewertungen “sehr gut” und “sehr schlecht” entfallen 10% aller Beurteilungen
- In die übrigen Gruppen fallen 16% der Beurteilungen



Modellbeschreibung

Einfluss der Leistungsmerkmale auf die Globalzufriedenheit

Die **reale Bedeutung** wird ermittelt, um die **Wichtigkeit** einzelner Leistungsmerkmale für die Globalzufriedenheit ersichtlich zu machen.

- Die Stärke des Zusammenhangs (Pearson-Korrelation) zwischen der Zufriedenheit mit einzelnen Leistungsmerkmalen und der Globalzufriedenheit wird **reale Bedeutung** genannt.
- Je enger ein Leistungsmerkmal mit der Globalzufriedenheit zusammenhängt, desto höher ist dessen Einfluss auf die Globalzufriedenheit. Da das Ziel die Steigerung der Globalzufriedenheit ist, werden mit Hilfe der realen Bedeutung wichtige von weniger wichtigen Leistungsmerkmalen unterschieden.
- Die reale Bedeutung beschreibt den **aktuellen** Zusammenhang von Merkmalen und Globalzufriedenheit.

Die **Impact-Analyse** gibt die Stärke des Einflusses an, mit der eine Veränderung von einzelnen Leistungsmerkmalen auch eine Veränderung der Globalzufriedenheit bewirkt.

- Die Stärke des Einflusses bei einer Veränderung eines Merkmals auf die Globalzufriedenheit wird als Prozentwert errechnet.
- Eine Verbesserung des Merkmals A führt zu einer entsprechend prozentualen Verbesserung der Globalzufriedenheit. Eine Verschlechterung des Merkmals A führt zu einer entsprechend prozentualen Verschlechterung der Globalzufriedenheit.
- Die Impact-Analyse beschreibt den **zukünftigen** Einfluss von Merkmalen auf die Globalzufriedenheit.

Modellbeschreibung

Erläuterungen zur grafischen Darstellung der Handlungsrelevanz-Matrix

Zusammengefasst in Leistungspakete werden alle Leistungsmerkmale auf zwei Dimensionen abgebildet.

Die reale Bedeutung (X-Achse):

Skala: Korrelation

Je weiter rechts, desto wichtiger.

Wichtige Merkmale sind Schlüsselfaktoren, unwichtige Merkmale sind Seitenfaktoren.

Wichtige und unwichtige Merkmale werden durch den Median aller Merkmale getrennt (auf jeder Seite gleich viele Merkmale).

Die Zufriedenheit (Y-Achse):

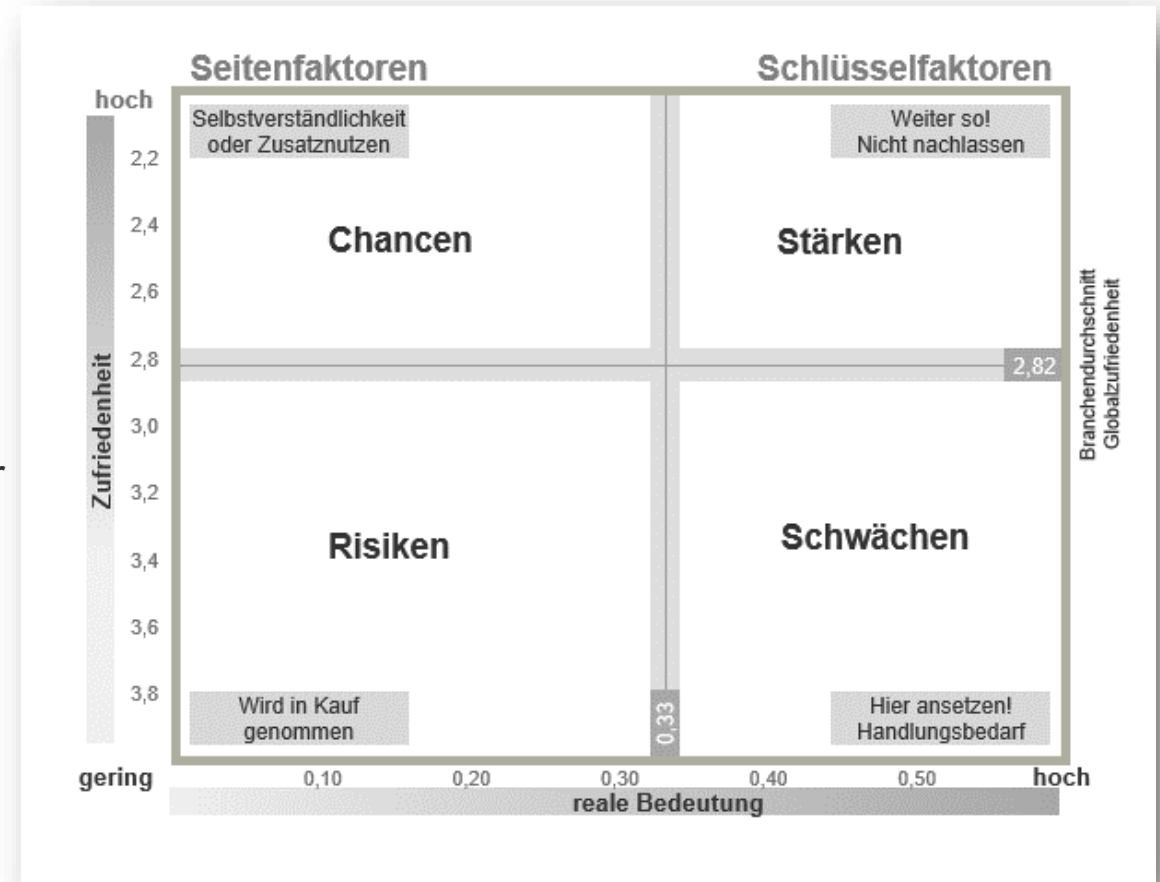
Skala:

1 = vollkommen zufrieden

5 = unzufrieden

Je weiter oben, desto höher die Zufriedenheit.

Hohe und niedrige Zufriedenheiten werden durch den empirisch ermittelten Branchendurchschnitt für die Globalzufriedenheit des aktuellen Jahres getrennt.



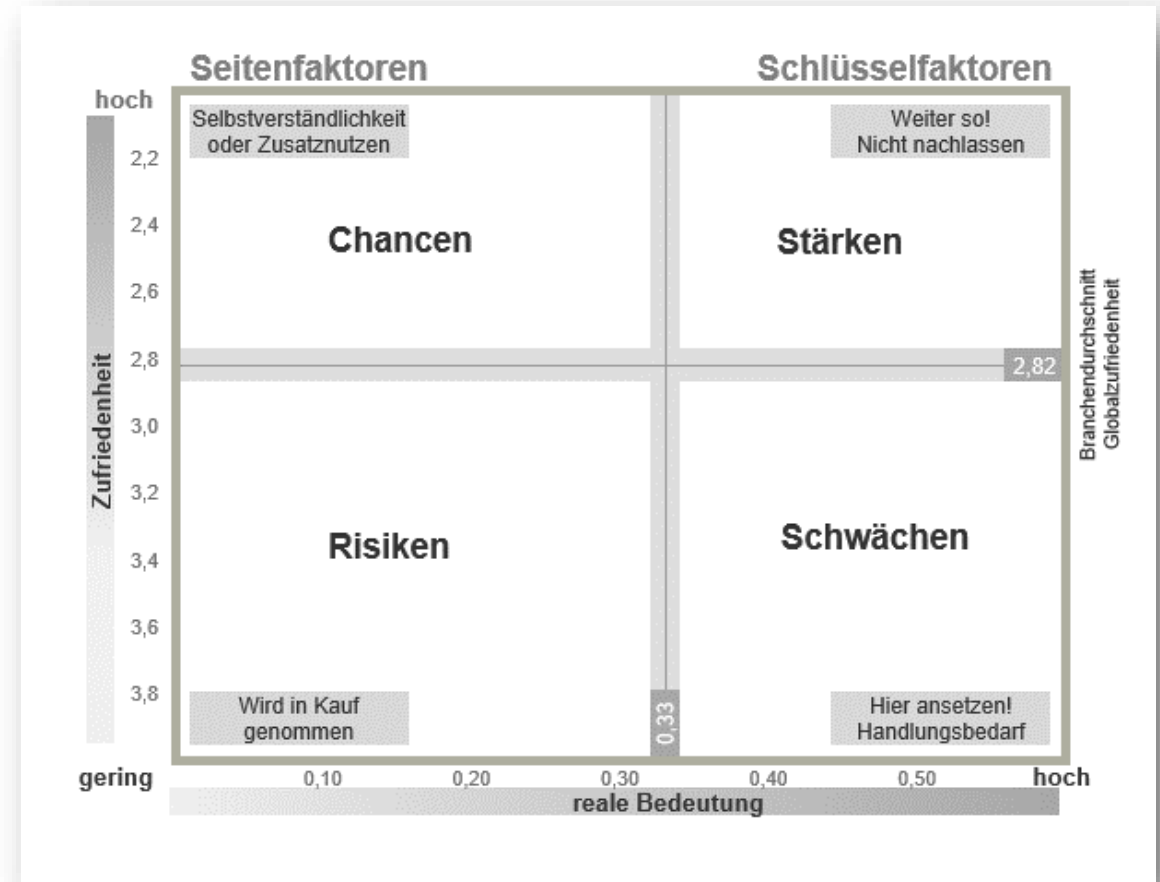
Modellbeschreibung

Handlungsrelevanz-Matrix

Mit der gemeinsamen grafischen Darstellung der Kundenzufriedenheit und der realen Bedeutung in der **Handlungsrelevanz-Matrix** lassen sich die Merkmale hinsichtlich der Bedeutung darstellen, in der sie zu Maßnahmen veranlassen.

Dabei lassen sich vier Felder unterscheiden:

- **Stärken:** Zufriedenstellende Leistungsmerkmale mit hoher Bedeutung
- **Schwächen:** Nicht zufriedenstellende Leistungsmerkmale mit hoher Bedeutung
- **Chancen:** Zufriedenstellende Leistungsmerkmale mit geringer Bedeutung
- **Risiken:** Nicht zufriedenstellende Leistungsmerkmale mit geringer Bedeutung



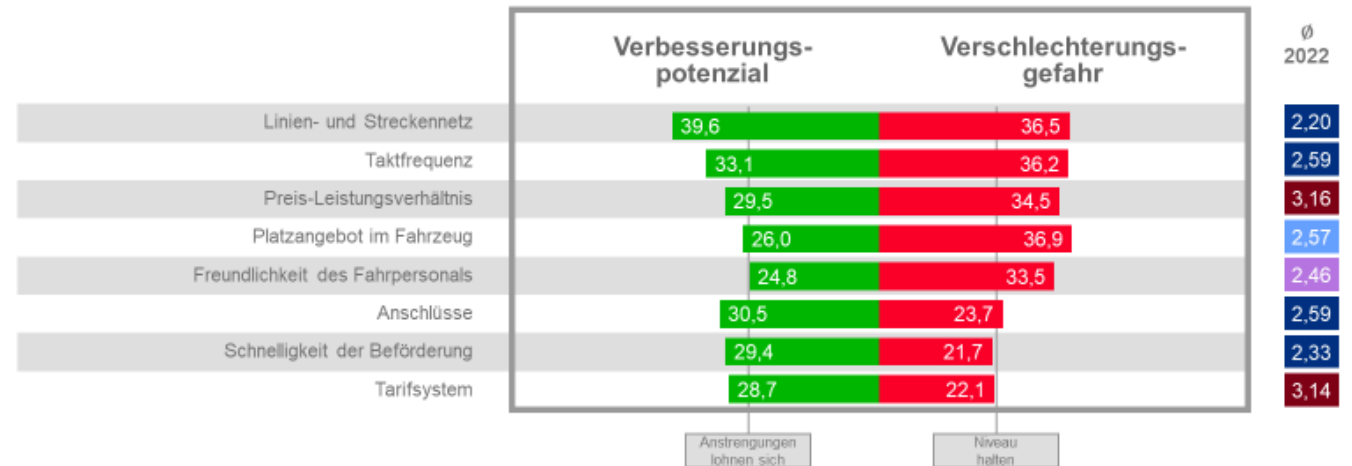
Modellbeschreibung

Erläuterungen zur Impact-Analyse

Mit der Impact-Analyse wird der Einfluss von Merkmalsveränderungen auf die zukünftige Globalzufriedenheit beschrieben.

- **Verschlechterungsgefahr (rot):**
Prozentualer Anteil, der bei einer Verschlechterung von Merkmal A auf die Globalzufriedenheit durchschlägt.
- **Niveau halten:** Innerhalb der Grenze liegen die 10 einflussreichsten negativen Merkmale
- **Verbesserungspotenzial (grün):**
Prozentualer Anteil, der bei einer Verbesserung von Merkmal A auf die Globalzufriedenheit durchschlägt.
- **Anstrengungen lohnen sich:** Innerhalb der Grenze liegen die 10 einflussreichsten positiven Merkmale

Impact-Analyse: Potenzial und Gefahr

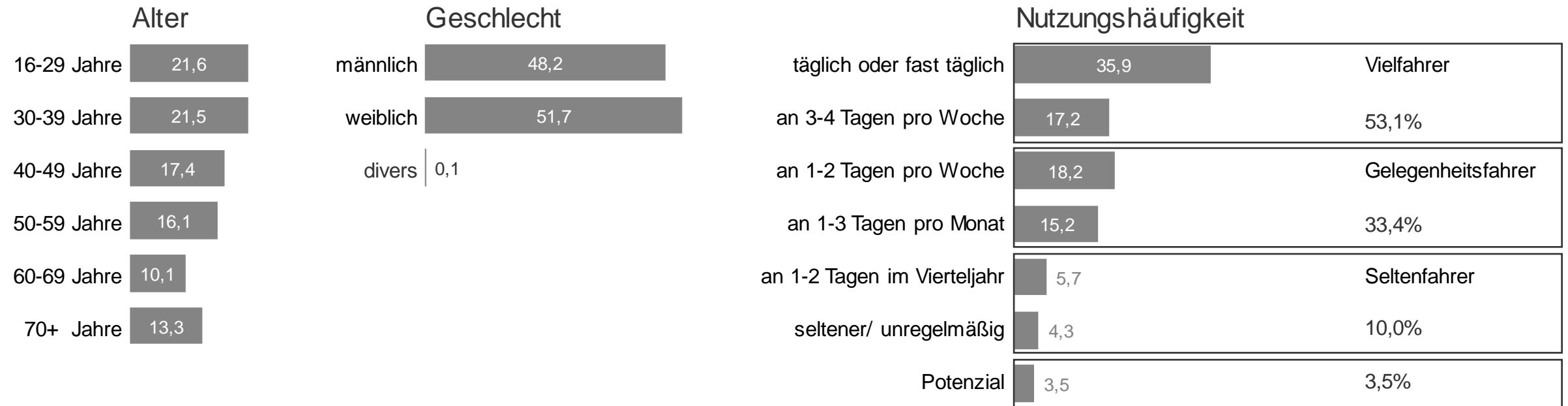


9

Soziodemografie und Methode

Soziodemografische Daten Gesamtstichprobe

Alter, Geschlecht und Nutzungshäufigkeit der Befragten



Basis 2022; n=1493, Angaben in Prozent
Eventuelle Abweichungen von 100% sind rundungsbedingt

Gewichtung

1

Transformations- gewichtung

Anhand der Anzahl der Zielpersonen im Haushalt durchgeführt, wodurch die Antreffwahrscheinlichkeit der Zielpersonen in unterschiedlichen Haushaltsgrößen ausgeglichen wird.

2

Alters- gewichtung

Eine Altersgewichtung erfolgt anhand von statistischen Informationen über die tatsächliche Altersverteilung.

3

Regional- gewichtung

Wenn die Daten in unterschiedlichen Städten, Kreisen oder Regionen geschichtet erhoben werden, werden sie anhand der Bevölkerungszahlen repräsentativ gewichtet.

4

Nutzungshäufigkeit der Altersgruppen

Die Nutzungshäufigkeit wird anhand der durchschnittlichen Nutzungshäufigkeit der Altersgruppen in Abhängigkeit der Regionsgrößenklassen, ermittelt durch repräsentative Erhebungen, berücksichtigt.

Befragungsinhalte

Aufbau Fragebogen

