

ÖPNV-Kundenbarometer 2025

Ergebnischarts

ÖPNV-Kundenbarometer

Ihre Ansprechpartner



Anselm Speich

Senior Consultant

t +49 (89) 23122 5786

e anselm.speich@kantar.com



Dr. Adi Isfort

Freier Mitarbeiter

t (+49) 160 / 718 02 36

e adi.isfort@verkehrsforschung.de



Jens Lohse

Director

+49 (89) 23122 5667

e jens.lohse@kantar.com

1

Beschreibung der Studie in Kürze

ÖPNV-Kundenbarometer 2025

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 28.04. bis zum 28.05.2025 durchgeführt.
- Im diesjährigen ÖPNV-Kundenbarometer wurden für die Stadtwerke Verkehrsgesellschaft Frankfurt am Main mbh (VGF) insgesamt 1.270 aktuell ÖPNV-Nutzende befragt. Das sind Personen, die innerhalb der letzten zwölf Monate mindestens einmal öffentliche Verkehrsmittel des ÖPNV im Bedienungsgebiet genutzt haben.
- 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 2019-2025) mit ca. 18.000 Interviews sowie statistische Bevölkerungsdaten zugrunde gelegt wurden.
- Am ÖPNV-Kundenbarometer 2025 haben 44 Verkehrsanbieter teilgenommen, es wurden insgesamt rund 25.000 Interviews durchgeführt.

ÖPNV-Kundenbarometer 2025

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. Diese Leistungspakete wurden in diesem Jahr neu berechnet und angepasst. 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).

Befragung der Stichprobe

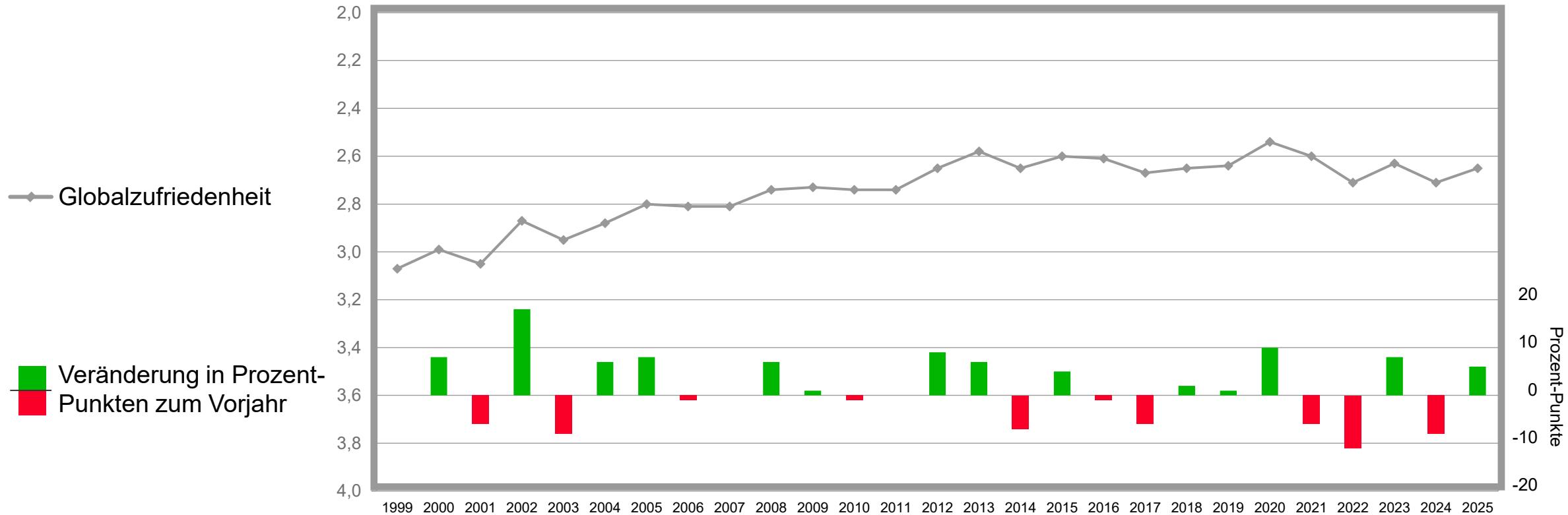
- Grundgesamtheit: Personen ab 16 Jahren, die in den letzten 12 Monaten mindestens einmal ein Verkehrsmittel des Verkehrsanbieters genutzt haben (Grundgesamtheit).
- Auswahl:
 - Für die Telefonstichprobe wurden aus den Haushalten im Bedienungsgebiet des Verkehrsunternehmens nach einem Zufallsverfahren (Random-Last-Two-Digit-Verfahren) gezogene Telefonnummern ausgewählt. Bei bis zu zwei Dritteln der Interviews kamen mit dem gleichen Verfahren gezogene Telefonnummern zum Einsatz, die in anderen Untersuchungen eine grundsätzliche Bereitschaft zur gelegentlichen Teilnahme an Befragungen erklärt haben. In den kontaktierten Haushalten wurde gemäß Schwedenschlüssel die Zielperson anhand des Alters der im Haushalt lebenden Personen zufällig ausgewählt.
 - Für die Online-Stichprobe wurden aus den Online-Access-Panels von Kantar Profiles und Payback Personen mit Wohnort im Bedienungsgebiet des Verkehrsunternehmens ausgewählt.
- Durchführung: Die empirischen Daten wurden im Rahmen einer telefonischen Befragung durch die Telquest GmbH, den Telefonstudios von Kantar, und einer Online-Befragung in den Access Panels von Kantar Profiles und Payback im Zeitraum von April bis Juli 2025 erhoben.
- Fixierung des Online-Anteils: Um die Vergleichbarkeit der Ergebnisse zu garantieren und etwaige Methodeneffekte präventiv auszuschließen, erfolgte eine einheitliche Basisgewichtung der Online- und CATI-Anteile von jeweils 50% bei allen Verkehrsunternehmen.

2

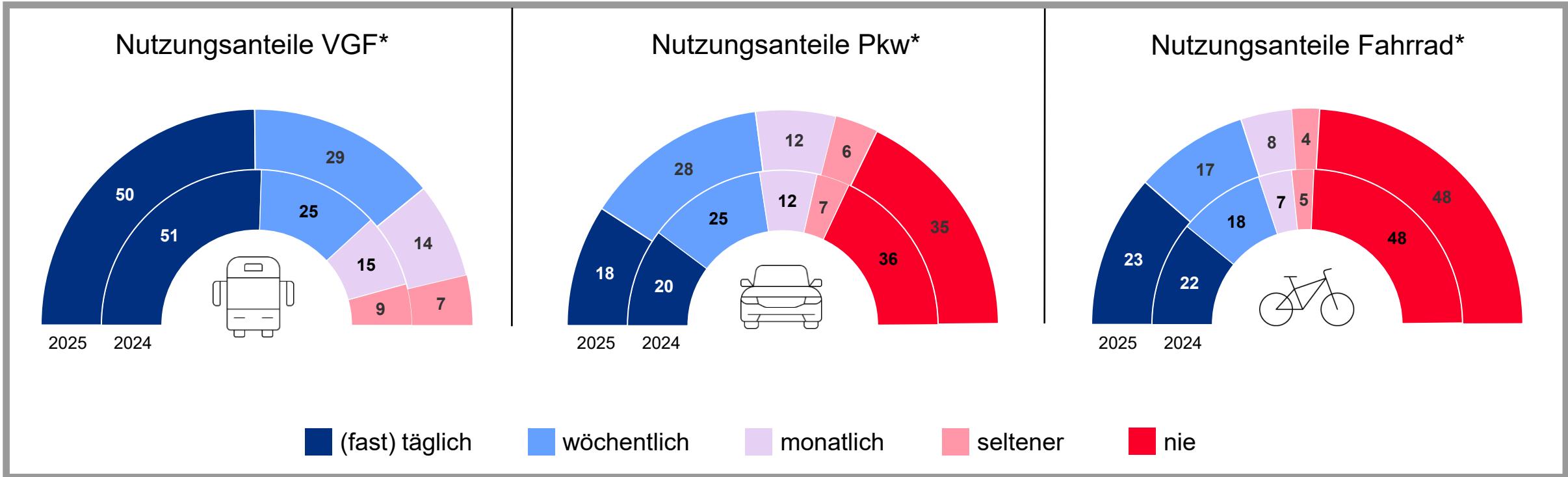
Globalzufriedenheit und Kundenbindung

Zeitliche Entwicklung der Globalzufriedenheit VGF

Tendenzielle Verbesserung von 2,71 auf weiterhin „gute“ 2,65



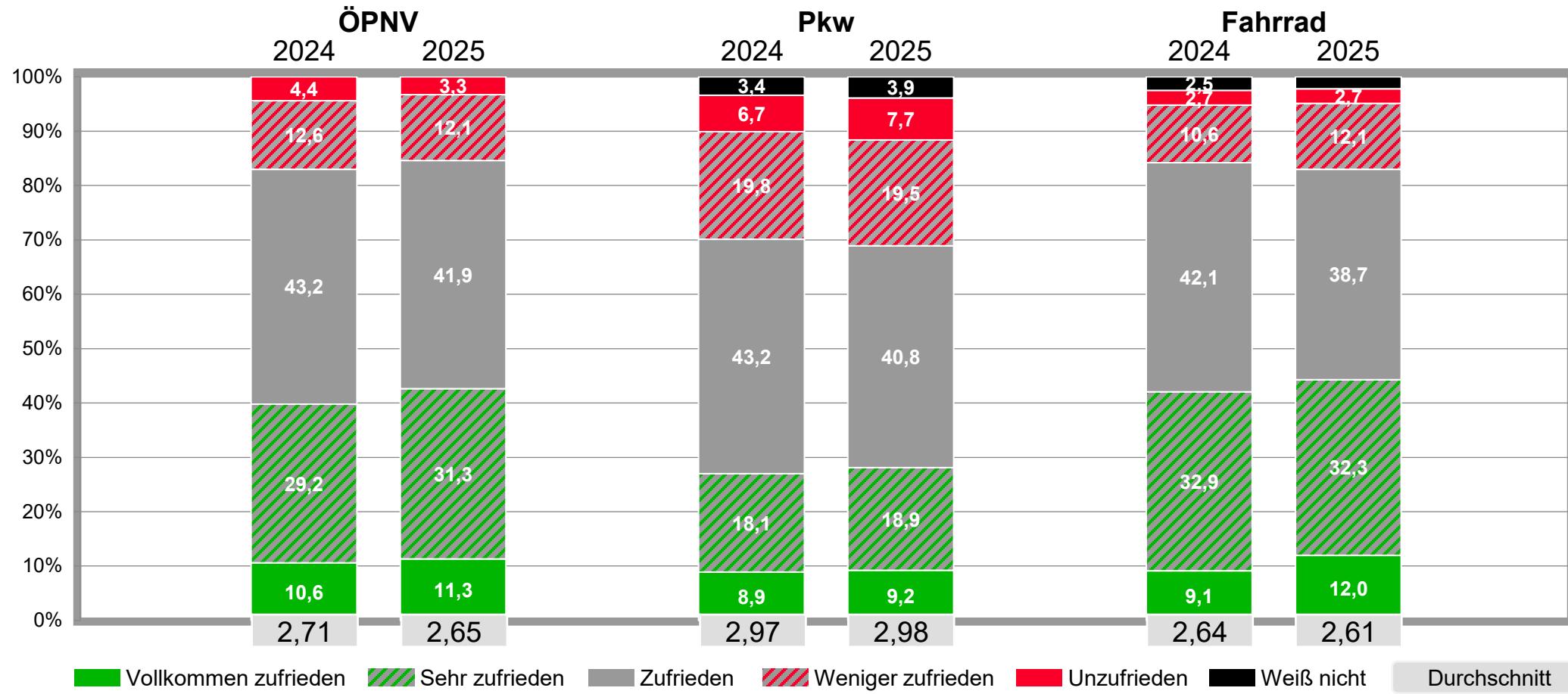
Nutzungshäufigkeit VGF, Pkw und Fahrrad



Basis: ÖPNV-Nutzende: 2024 n=1.282, 2025 n=1.270; Angaben in Prozent

Wie oft nutzen Sie [das Verkehrsmittel] aktuell? *) (fast) täglich=täglich oder fast täglich, an vier Tagen pro Woche; wöchentlich=an drei Tagen pro Woche, an ein bis zwei Tagen pro Woche; monatlich=an ein bis drei Tagen pro Monat; seltener=seltener als monatlich

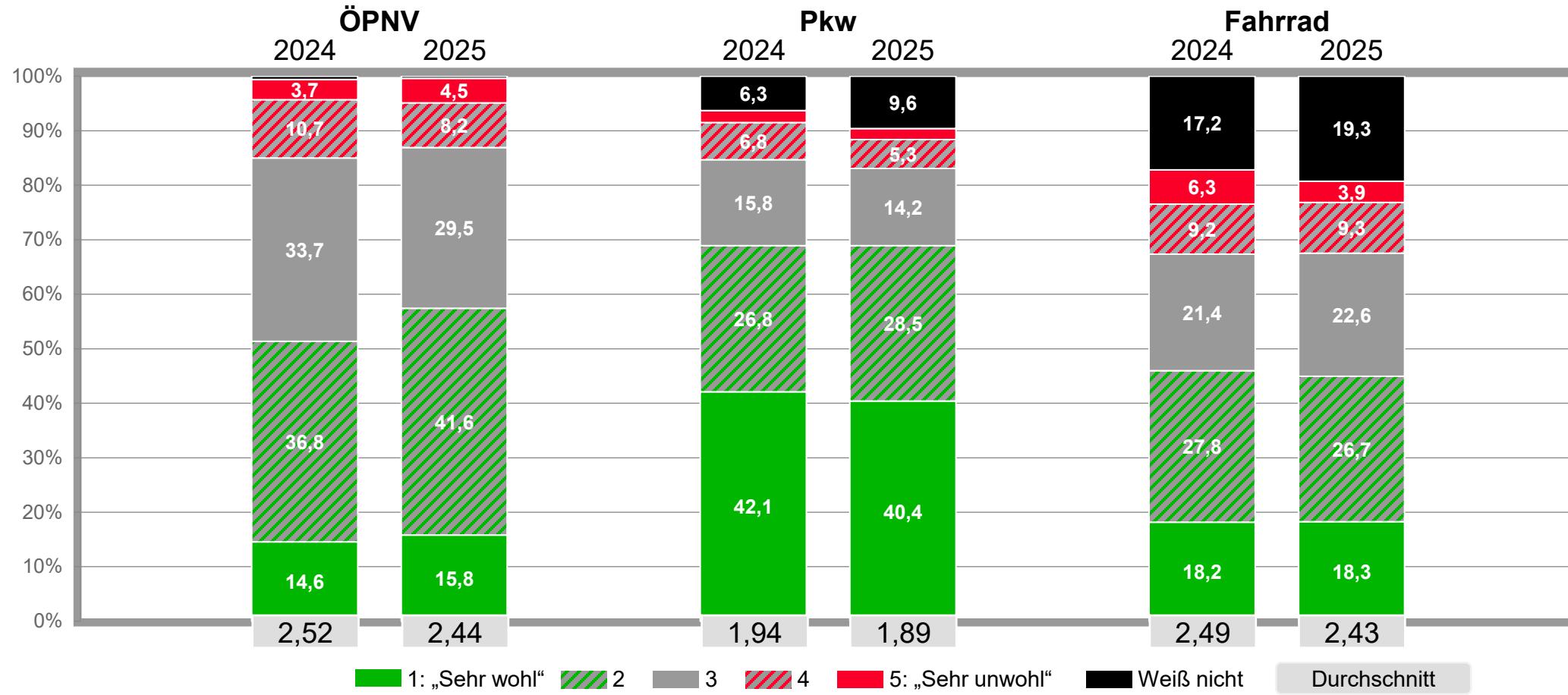
Globalzufriedenheit



Basis 2024: n=1.282

Basis 2025: n=1.270

Wohlfühlfaktor



Basis 2024: n=1.282

Basis 2025: n=1.270

Weiterempfehlung



■ Weiß nicht

■ Bestimmt nicht

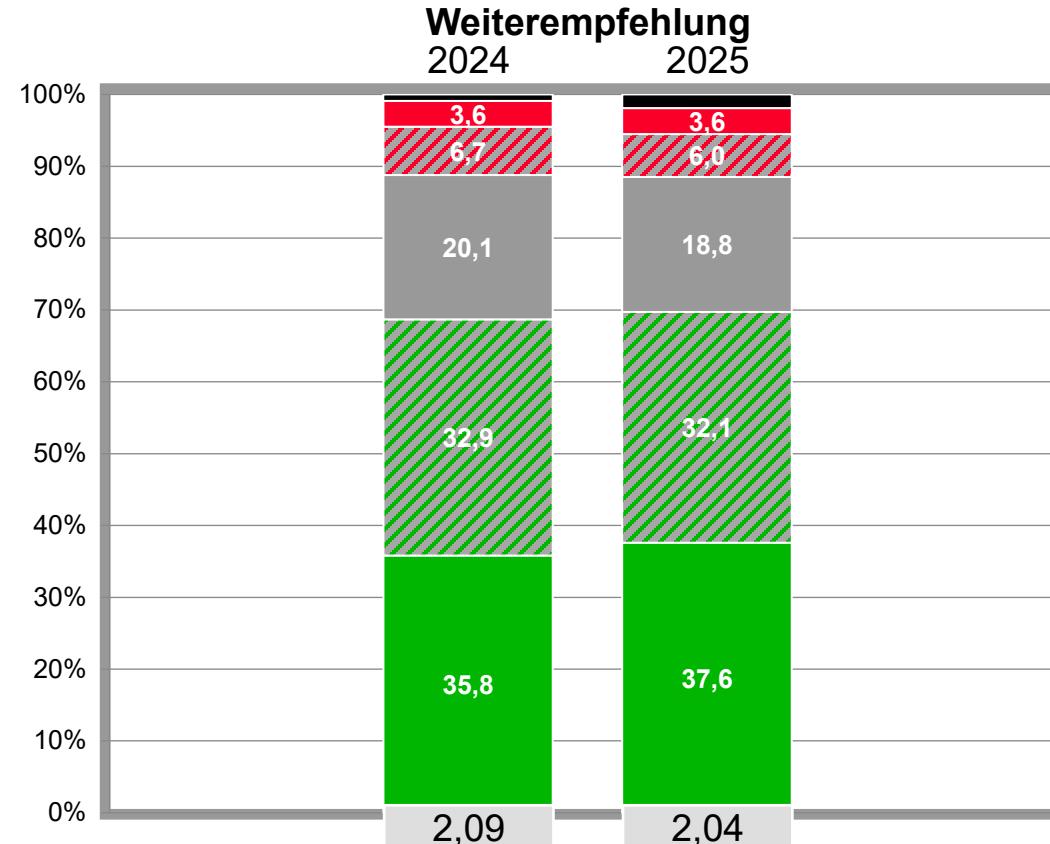
■ Wahrscheinlich nicht

■ Eventuell

■ Wahrscheinlich ja

■ Bestimmt

Durchschnitt



Basis 2024: n=1.282

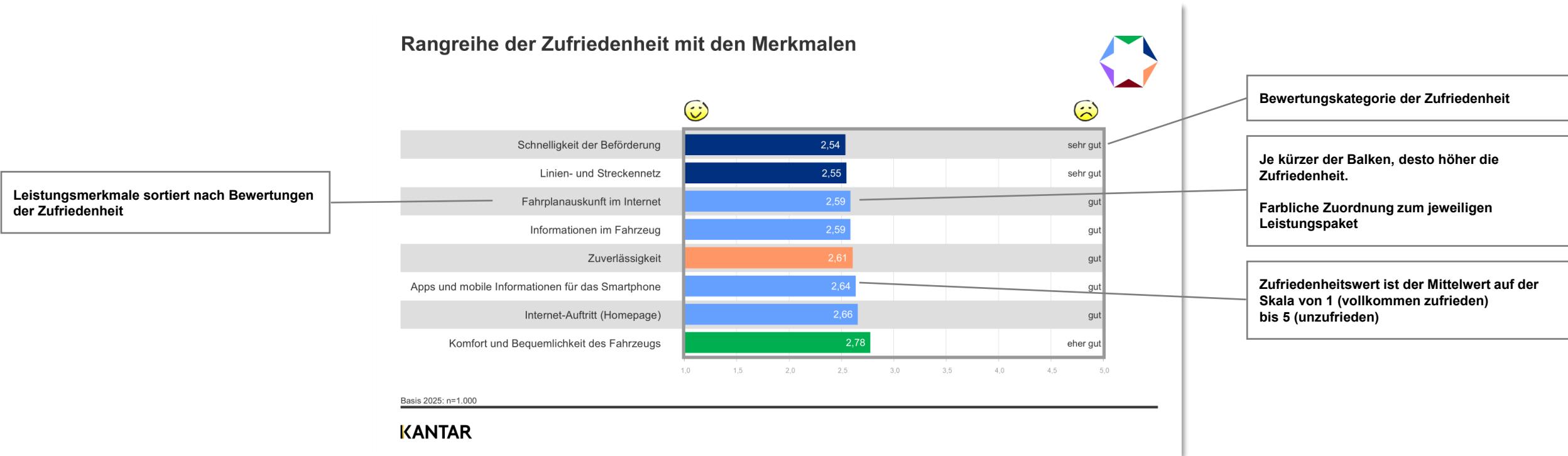
Basis 2025: n=1.270

4

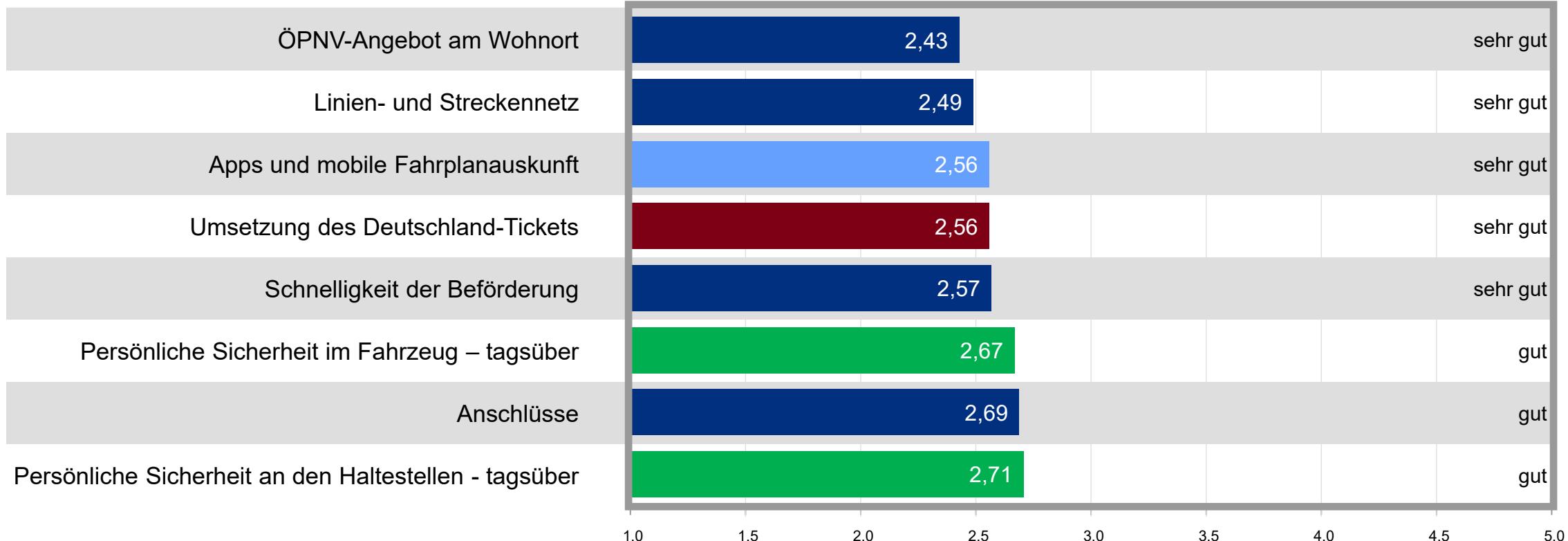
Bewertung der Leistungsmerkmale

Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen

Lesebeispiel

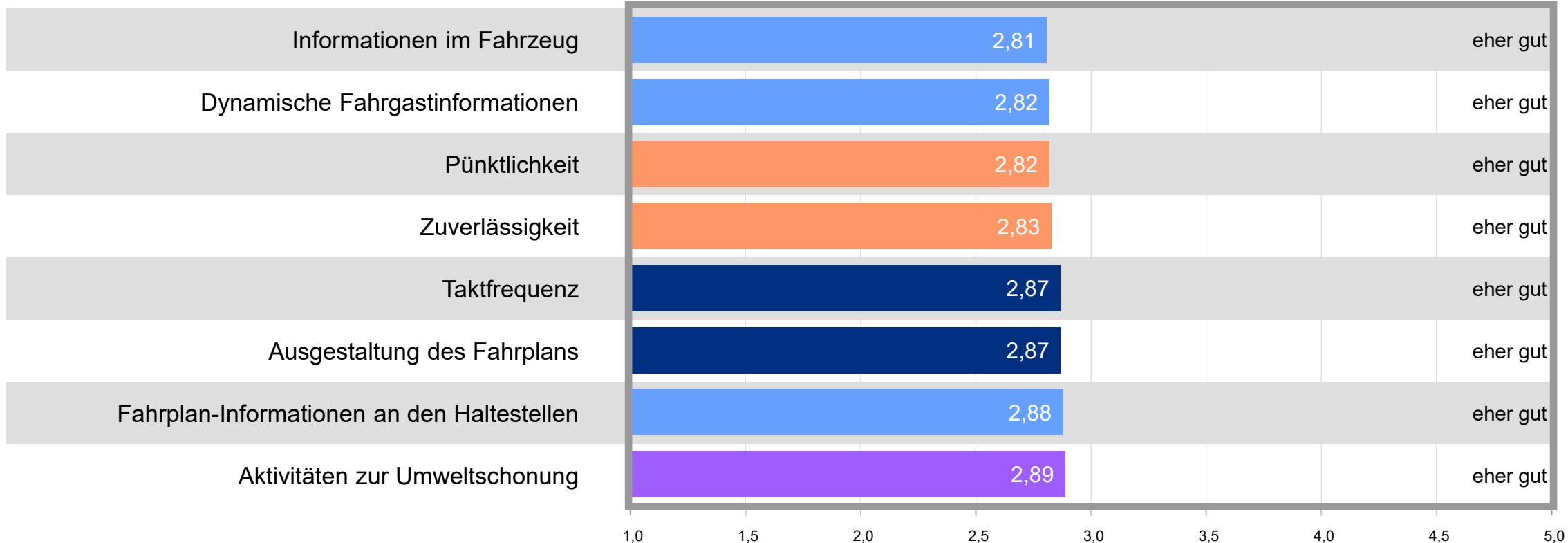


Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen



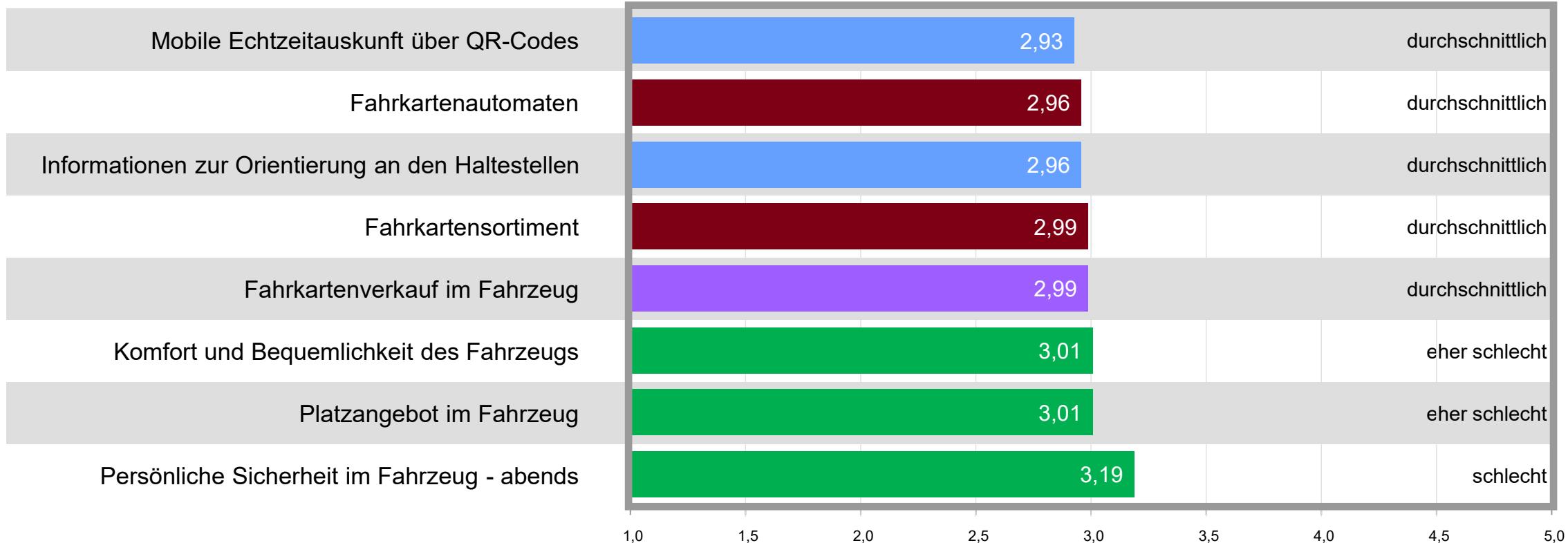
Basis 2025: n=1.270

Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen



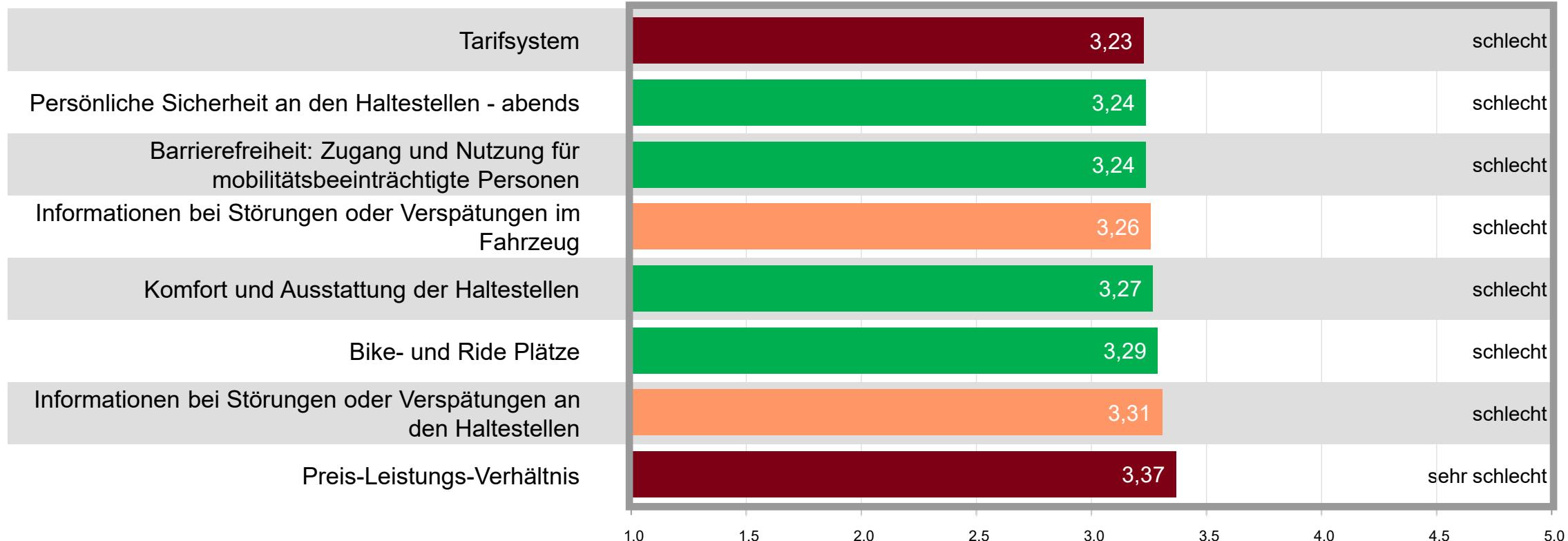
Basis 2025: n=1.270

Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen



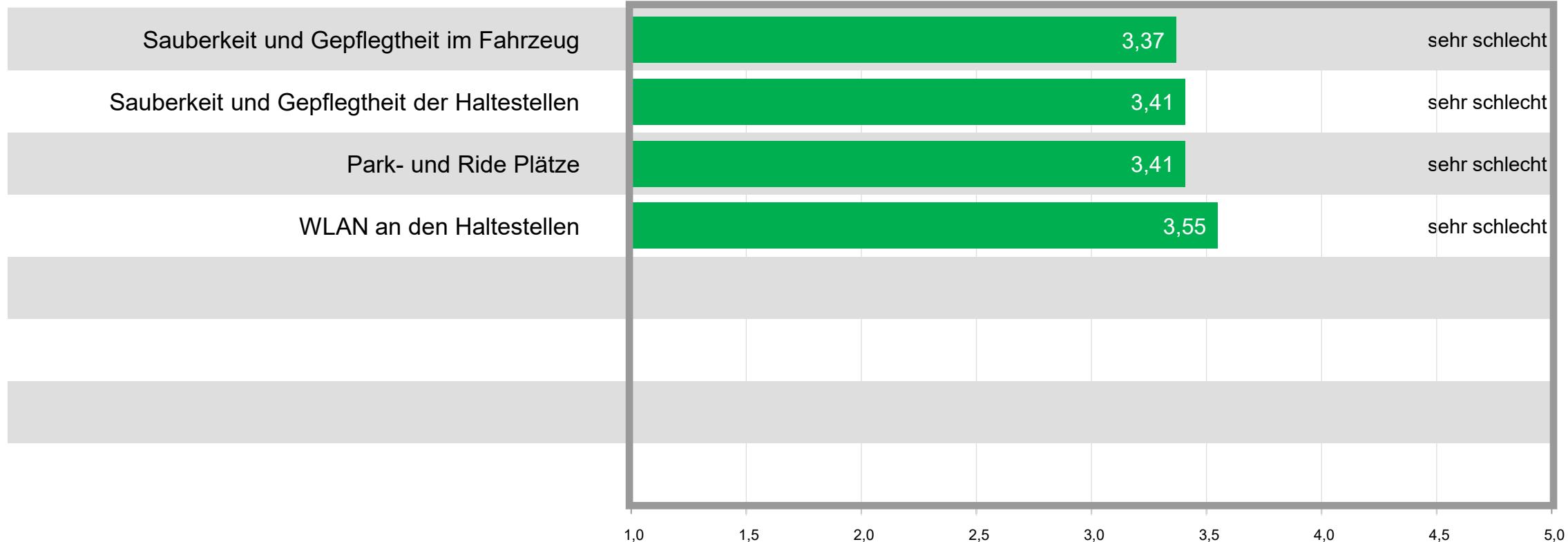
Basis 2025: n=1.270

Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen



Basis 2025: n=1.270

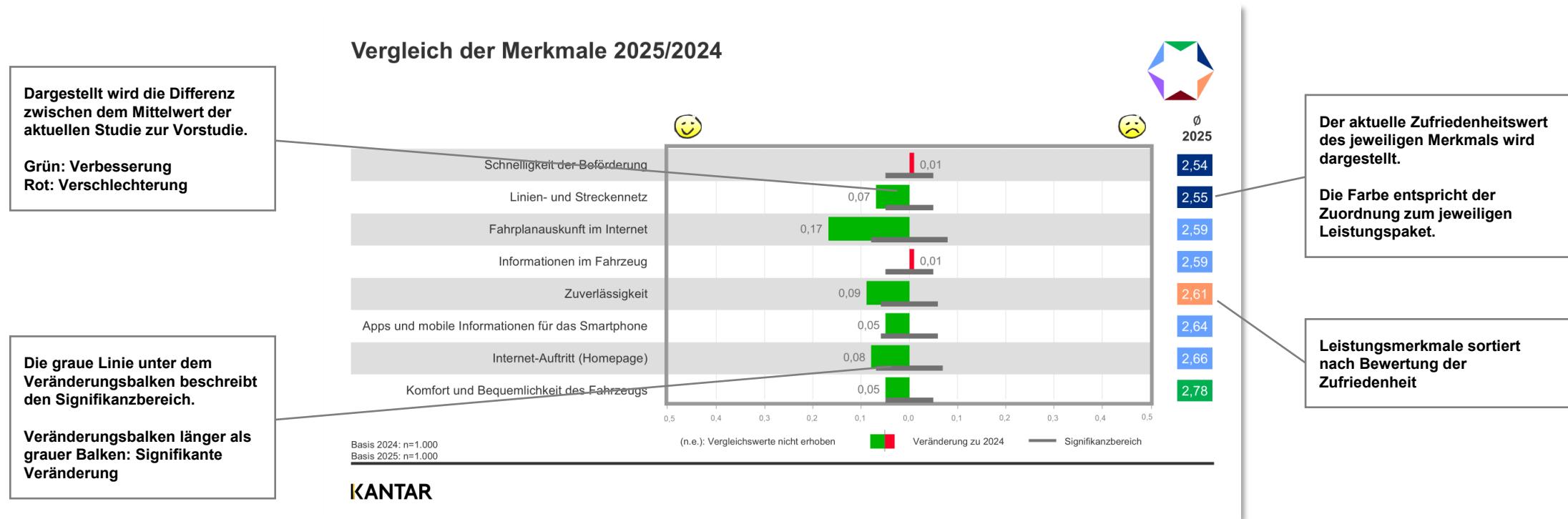
Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen



Basis 2025: n=1.270

Vergleich der Merkmale 2025/2024

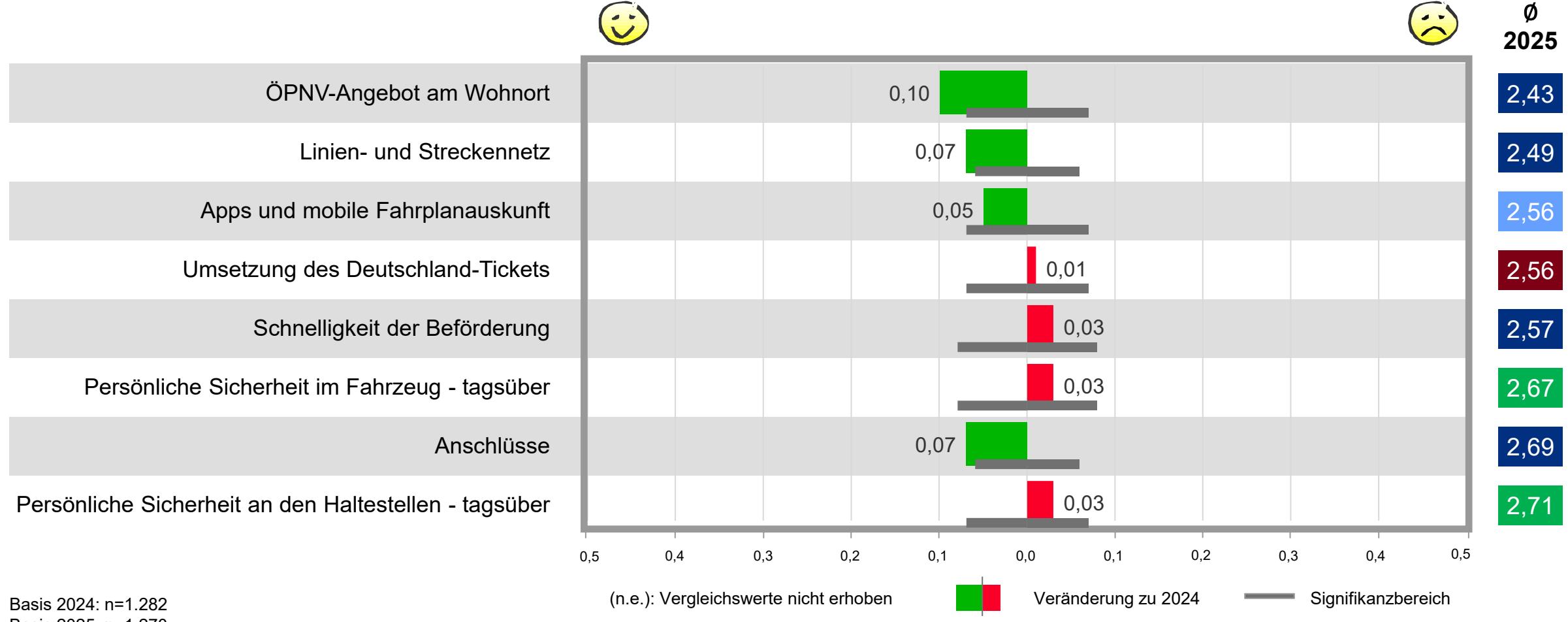
Lesebeispiel



Vergleich der Merkmale 2025/2024



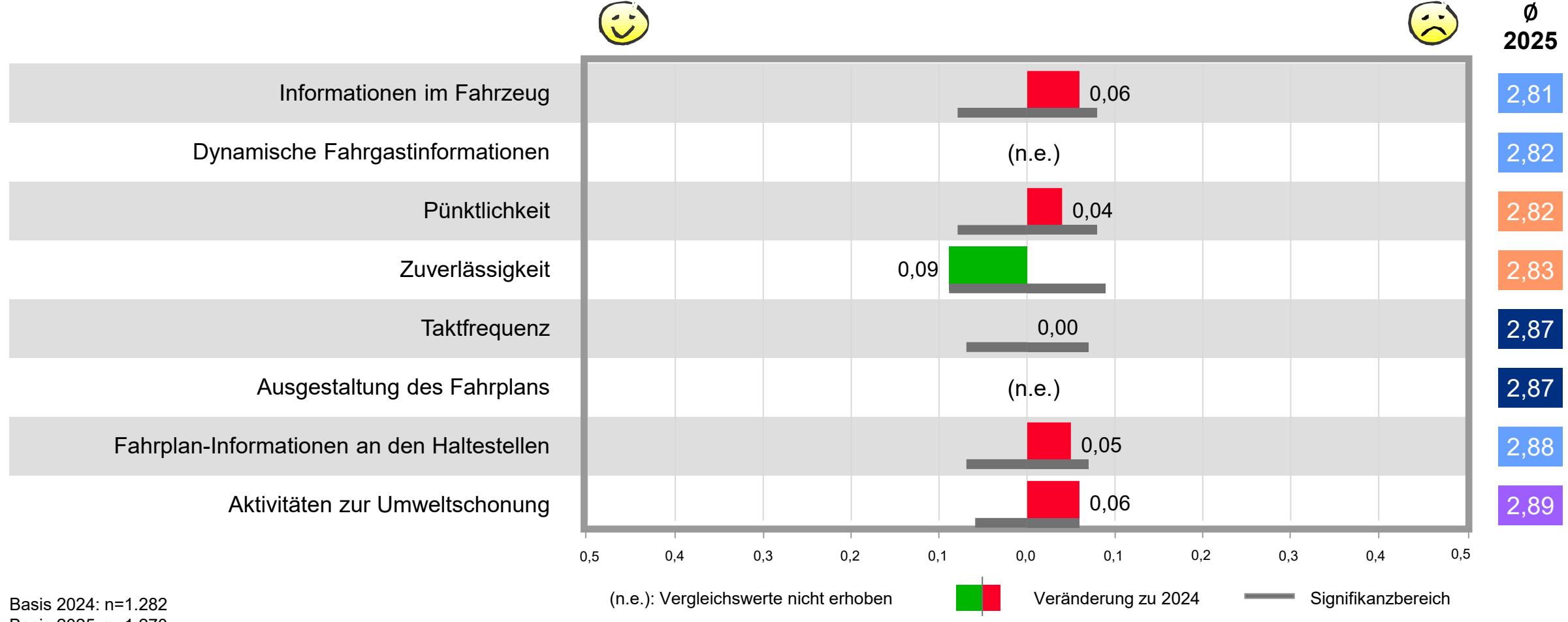
Ø
2025



Vergleich der Merkmale 2025/2024



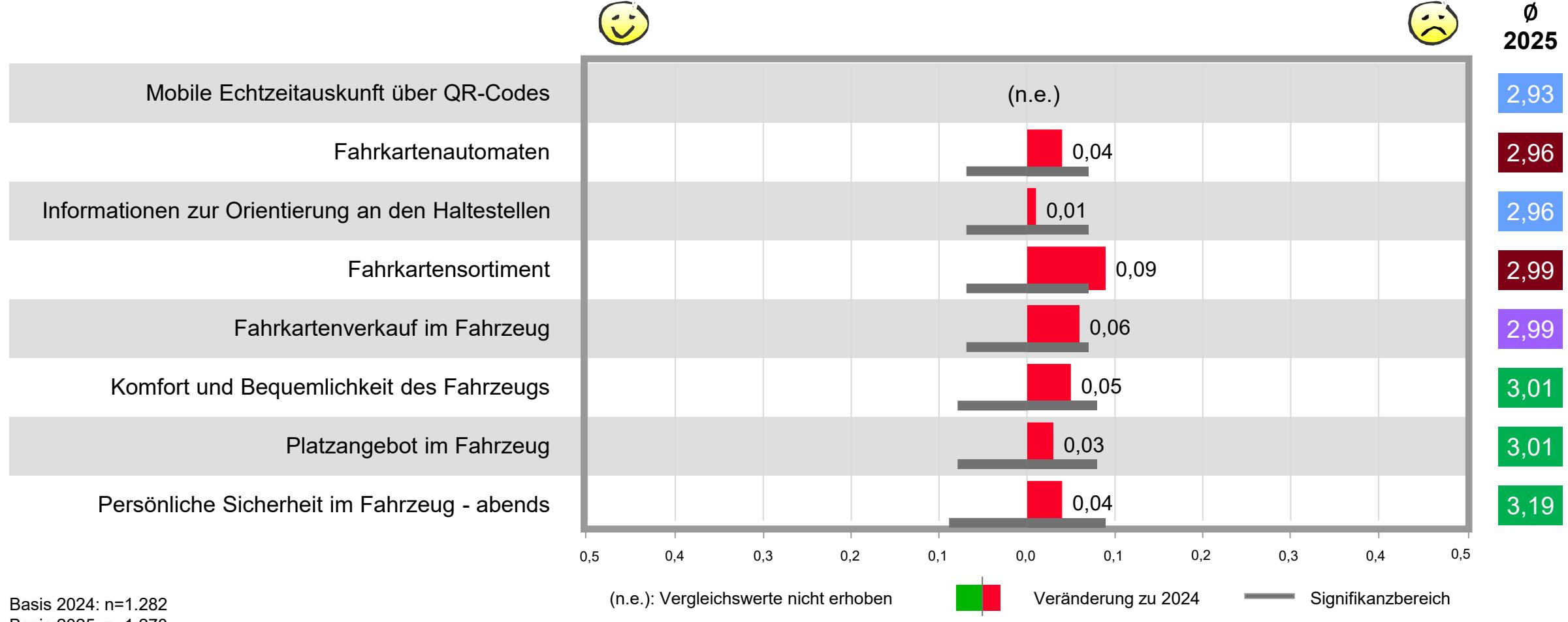
Ø
2025



Vergleich der Merkmale 2025/2024



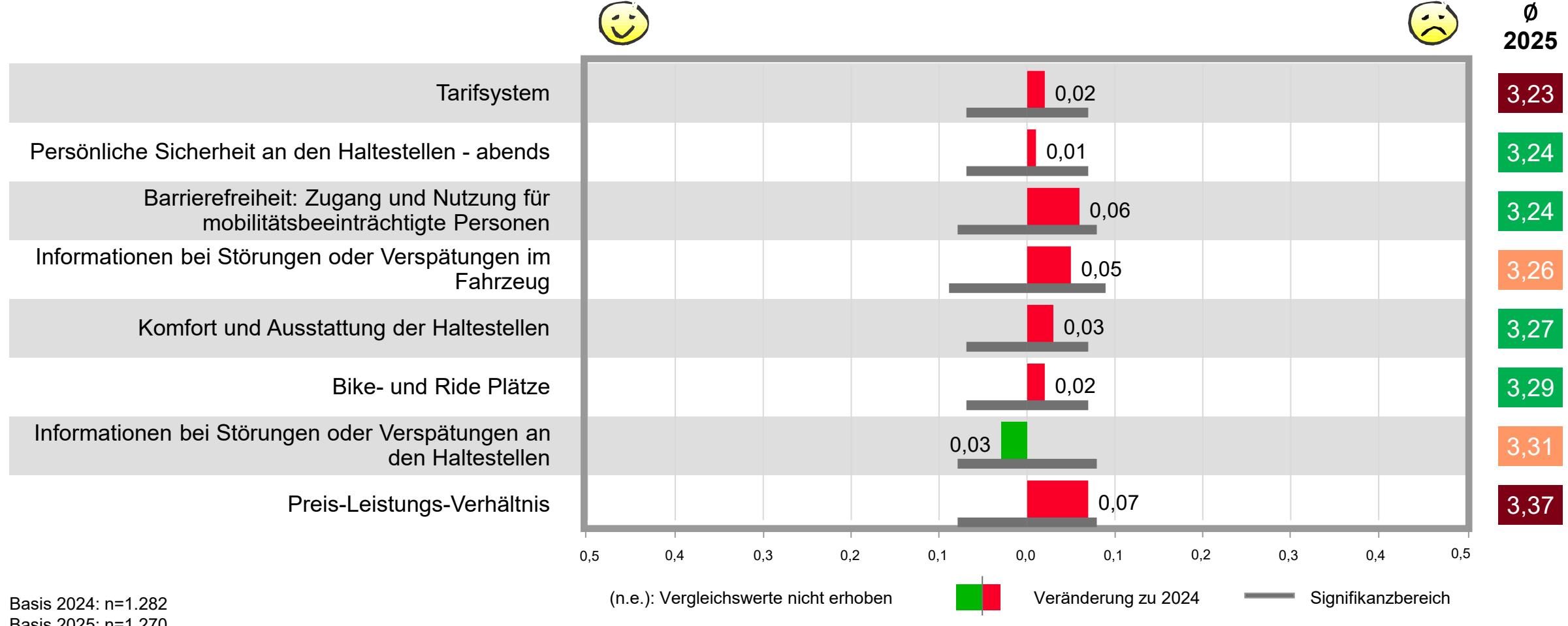
Ø
2025



Vergleich der Merkmale 2025/2024



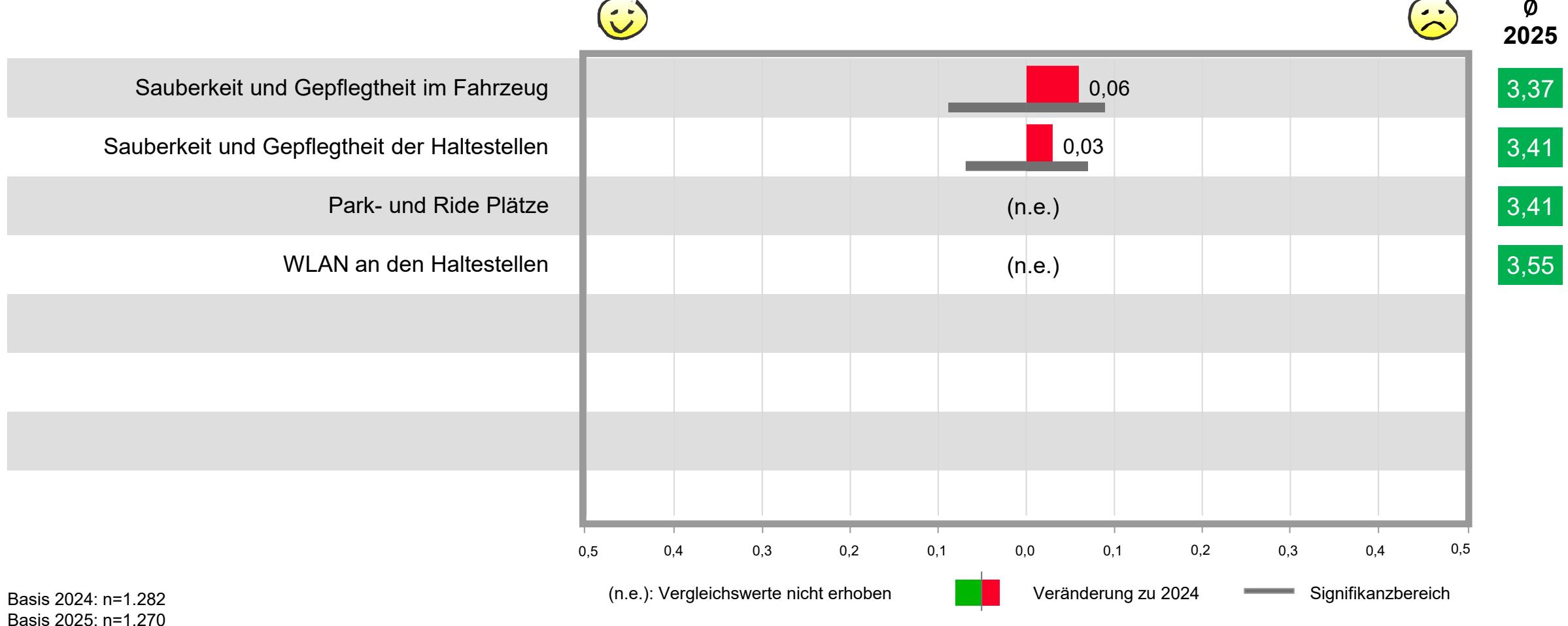
Ø
2025



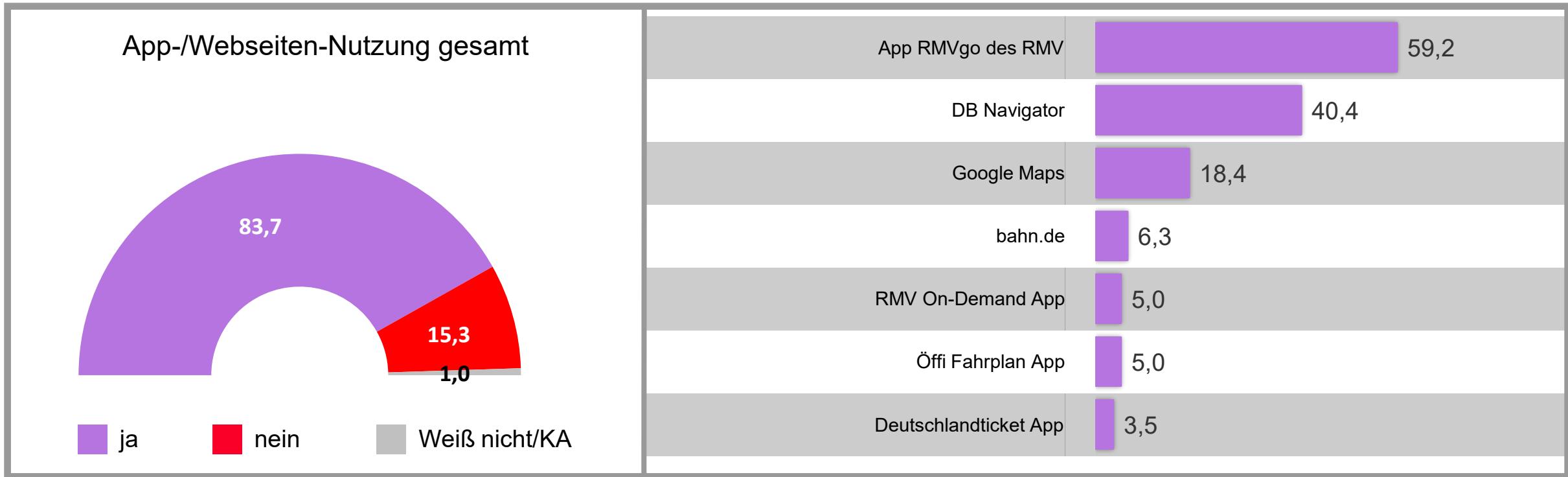
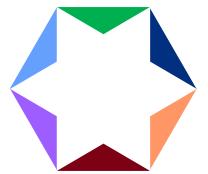
Vergleich der Merkmale 2025/2024



Ø
2025



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-Nutzende: n=1219; Mehrfachnennungen möglich

5

Die Leistungspakete

Handlungsrelevanz-Matrix

Lesebeispiel

Leistungsmerkmale des jeweiligen Paketes, eingeteilt in

- Stärken
- Schwächen
- Chancen
- Risiken

(Weiterführende Interpretationshilfen zu dieser Einteilung in der Modellbeschreibung)

Handlungsrelevanz-Matrix „Informationen“

Stärken

B Informationen im Fahrzeug

Schwächen

A Infos des ÖPNV bei Störungen oder Verspätungen

Chancen

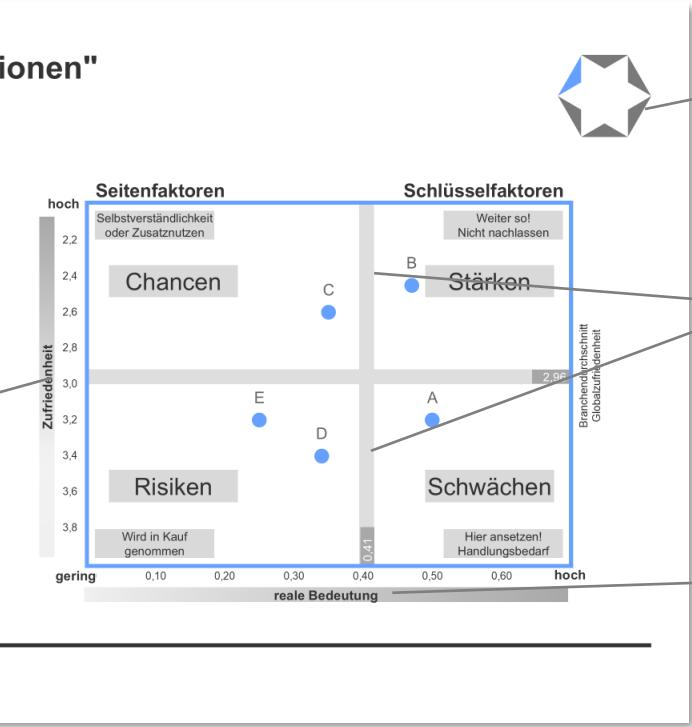
C Fahrplan-Informationen an den Haltestellen

Risiken

D Informationen zur Orientierung an den Haltestellen

E Apps und mobile Informationen für das Smartphone

Basis 2025: n=1.000
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"



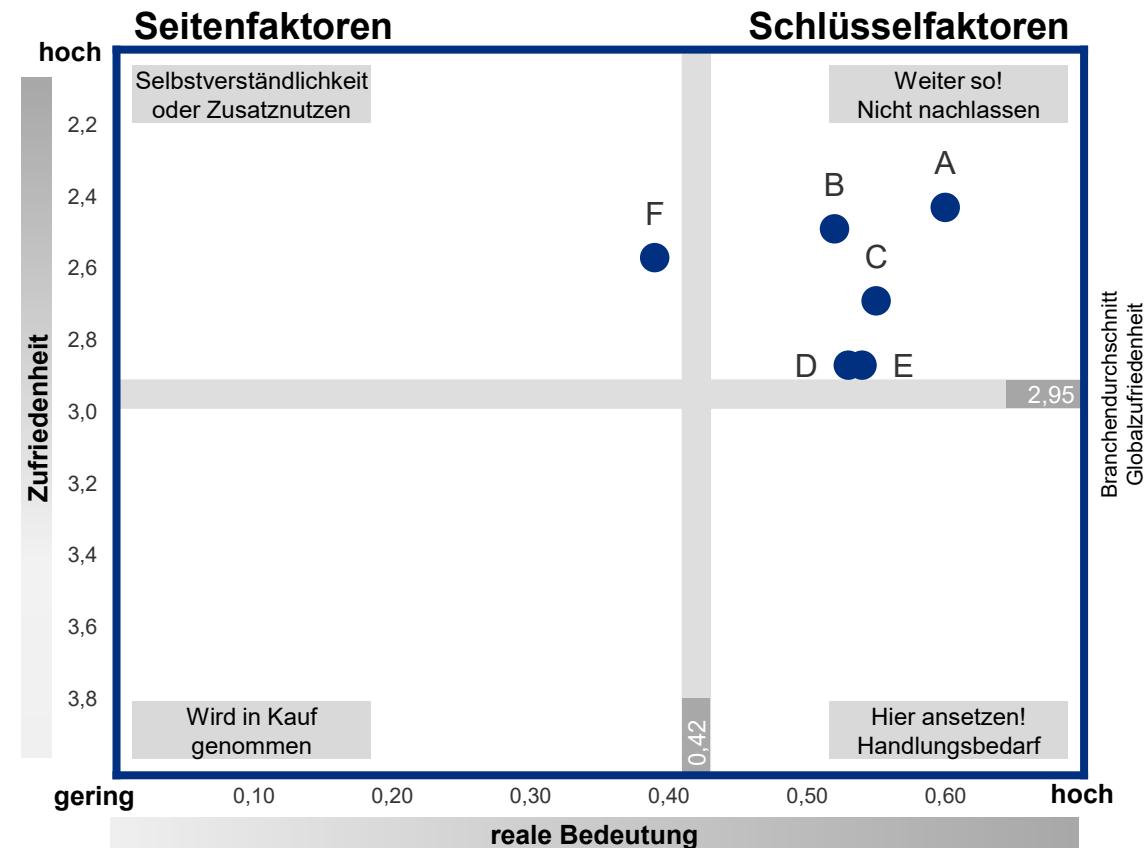
Stärken

- A ÖPNV-Angebot am Wohnort
- B Linien- und Streckennetz
- C Anschlüsse
- D Taktfrequenz
- E Ausgestaltung des Fahrplans

Schwächen

- F Schnelligkeit der Beförderung

Chancen



Basis 2025: n=1.270

Veränderungen im Paket "Angebot"



	Zufriedenheit		reale Bedeutung	
	2024	2025	2024	2025
ÖPNV-Angebot am Wohnort	2,53	2,43	0,67	0,60
Linien- und Streckennetz	2,56	2,49	0,55	0,52
Schnelligkeit der Beförderung	2,54	2,57	0,48	0,39
Anschlüsse	2,76	2,69	0,60	0,55
Taktfrequenz	2,87	2,87	0,59	0,53
Ausgestaltung des Fahrplans		2,87		0,54

Veränderung signifikant ↑↓ Veränderung signifikant ↑↓

Impact-Analyse

Lesebeispiel

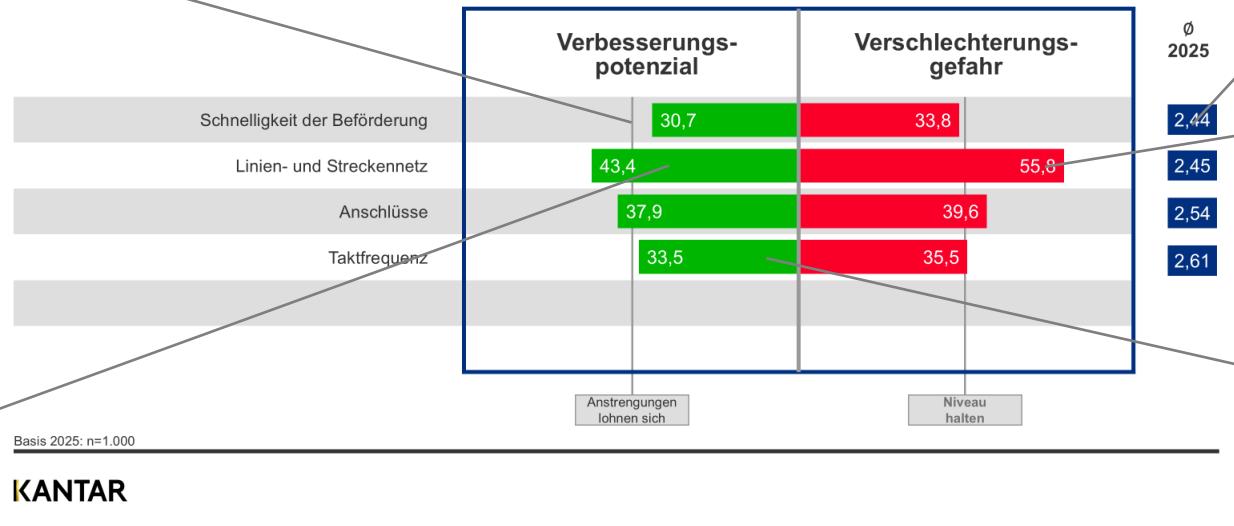
Handlungsempfehlung

Übertreffen die Balken die Handlungsgrenze (35%) 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 (35%) nur im Potenzialbereich (GRÜN), sollte man diese Leistungsmerkmale ausbauen.

Impact-Analyse "Angebot"



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



∅
2025

2,44
2,45
2,54
2,61

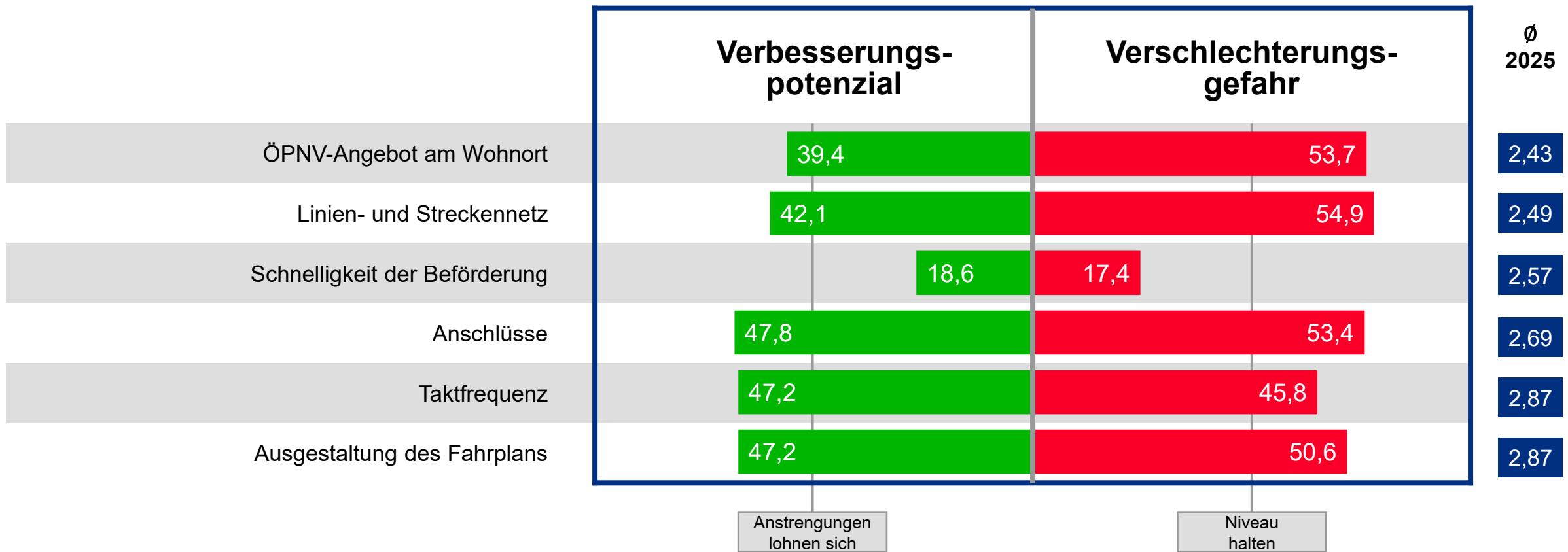
Der aktuelle Zufriedenheitswert des jeweiligen Merkmals wird dargestellt.

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 2025: n=1.270

Handlungsrelevanz-Matrix „Verlässlichkeit“



Stärken

- A Pünktlichkeit
- B Zuverlässigkeit

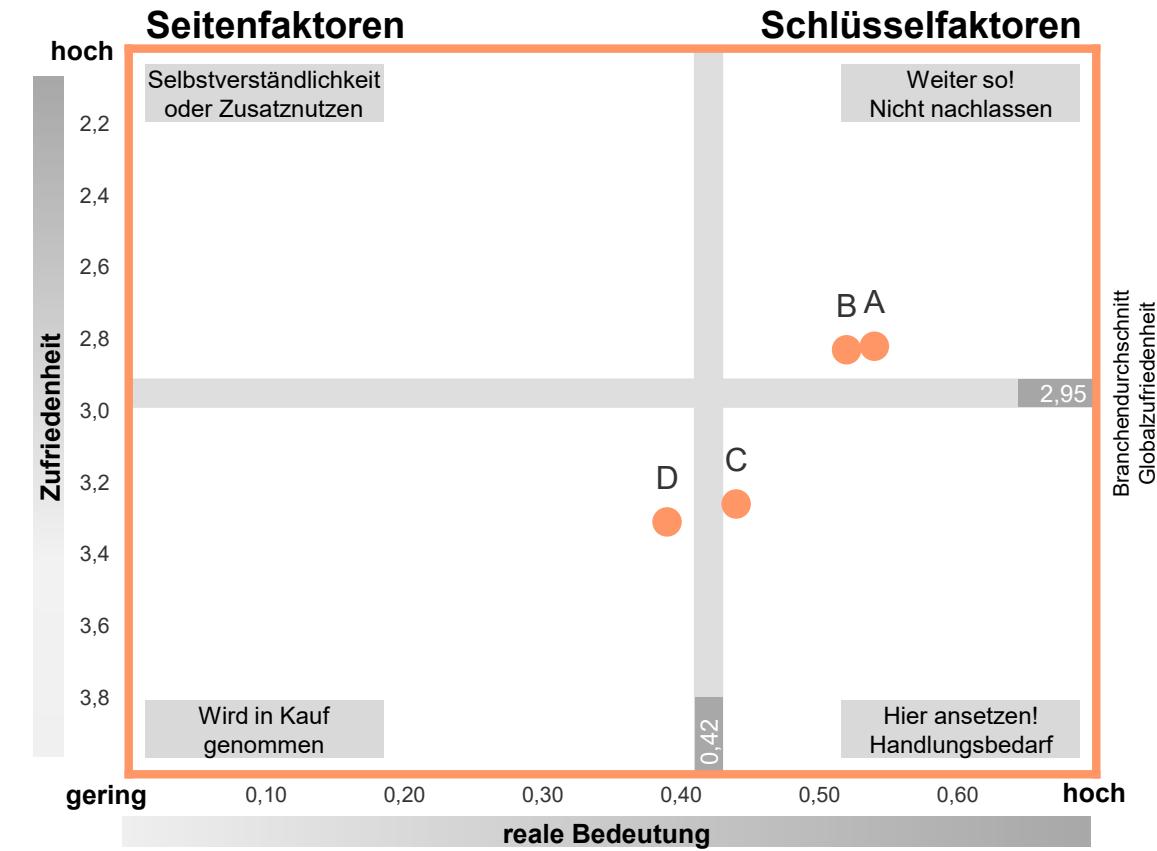
Schwächen

- C Informationen bei Störungen oder Verspätungen im Fahrzeug

Chancen

Risiken

- D Informationen bei Störungen oder Verspätungen an den Haltestellen



Basis 2025: n=1.270

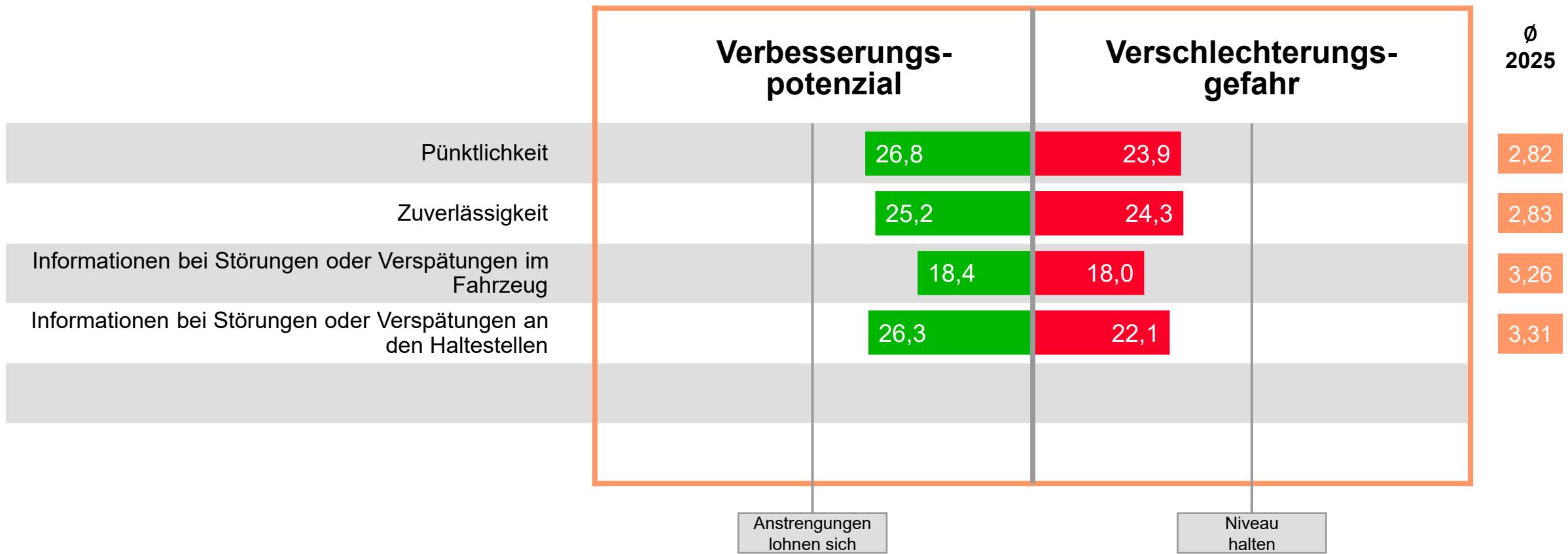
Veränderungen im Paket „Verlässlichkeit“



	Zufriedenheit		reale Bedeutung	
	2024	2025	2024	2025
Pünktlichkeit	2,78	2,82	0,52	0,54
Zuverlässigkeit	2,92	2,83	0,57	0,52
Informationen bei Störungen oder Verspätungen im Fahrzeug	3,21	3,26	0,43	0,44
Informationen bei Störungen oder Verspätungen an den Haltestellen	3,34	3,31	0,46	0,39

Veränderung signifikant ↑↓ Veränderung signifikant ↑↓

Impact-Analyse „Verlässlichkeit“



Basis 2025: n=1.270

Handlungsrelevanz-Matrix "Tarif und Tickets"



Stärken

Schwächen

A Preis-Leistungs-Verhältnis

Chancen

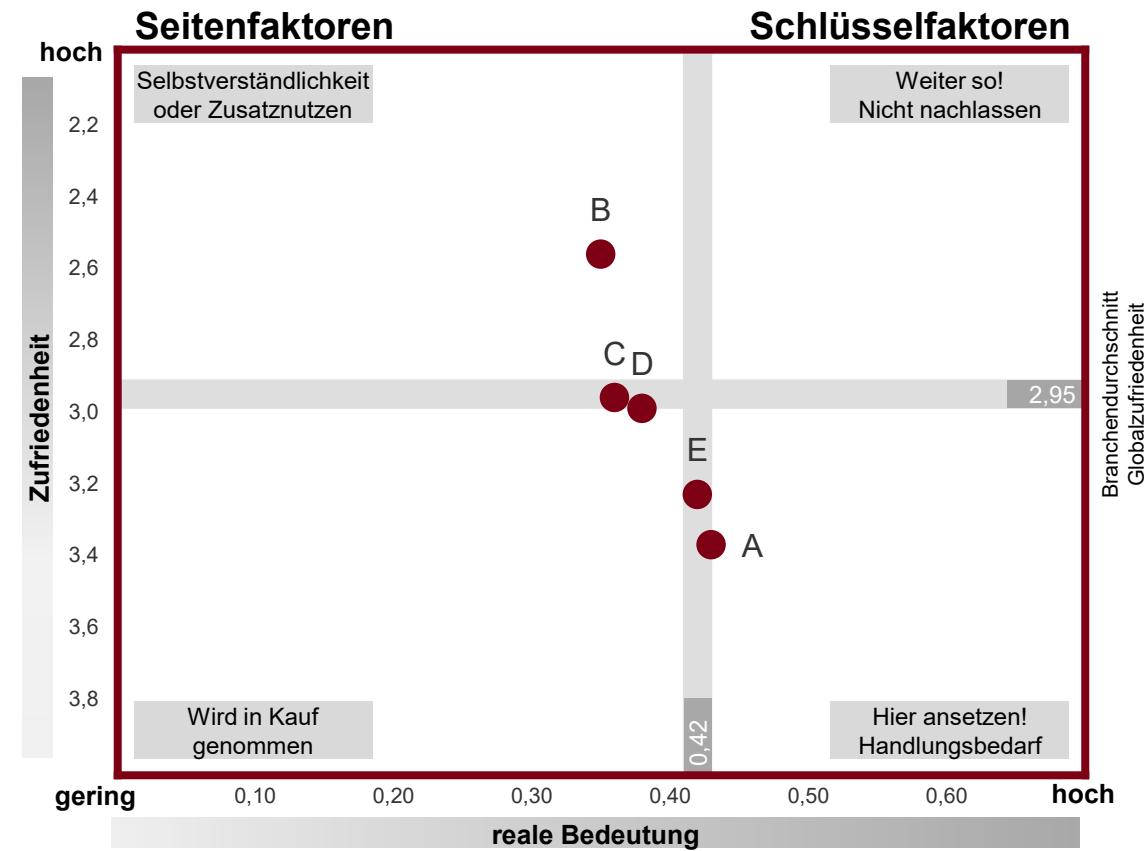
B Umsetzung des Deutschland-Tickets

Risiken

C Fahrkartautomaten

D Fahrkartensortiment

E Tarifsystem



Basis 2025: n=1.270

Veränderungen im Paket "Tarif und Tickets"

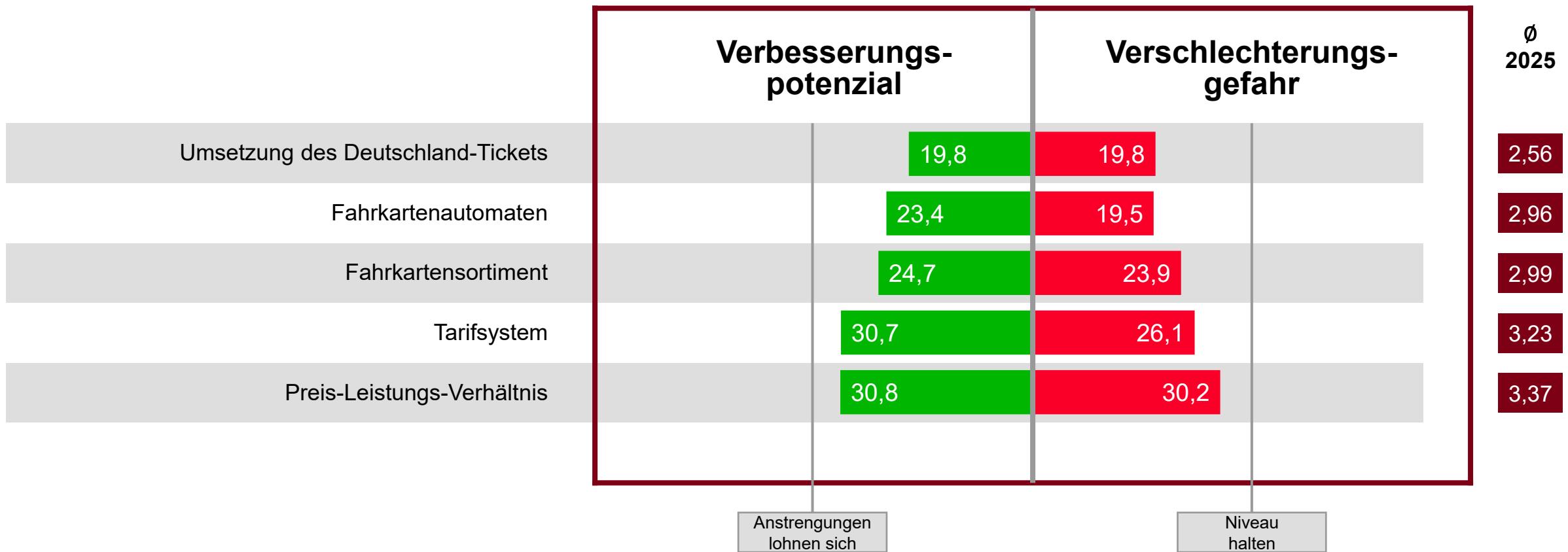


	Zufriedenheit		reale Bedeutung	
	2024	2025	2024	2025
Umsetzung des Deutschland-Tickets	2,55	2,56	0,39	0,35
Fahrkartautomaten	2,92	2,96	0,40	0,36
Fahrkartensortiment	2,90	2,99	0,39	0,38
Tarifsystem	3,21	3,23	0,35	0,42
Preis-Leistungs-Verhältnis	3,30	3,37	0,48	0,43

↓ Veränderung signifikant ↑

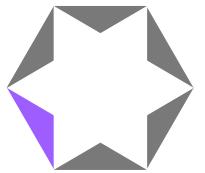
↑ Veränderung signifikant ↓

Impact-Analyse "Tarif und Tickets"



Basis 2025: n=1.270

Handlungsrelevanz-Matrix "Kundenbeziehung"



Stärken

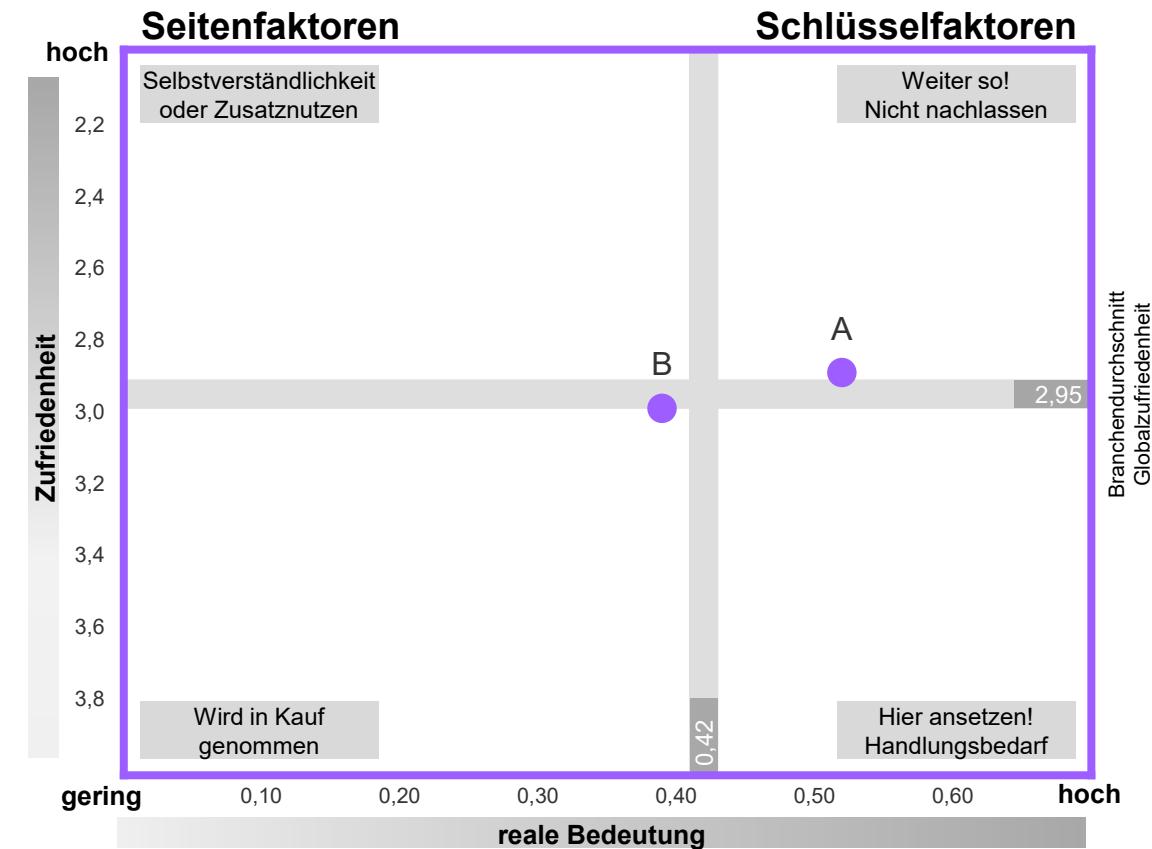
A Aktivitäten zur Umweltschonung

Schwächen

Chancen

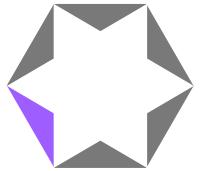
Risiken

B Fahrkartenverkauf im Fahrzeug



Basis 2025: n=1.270

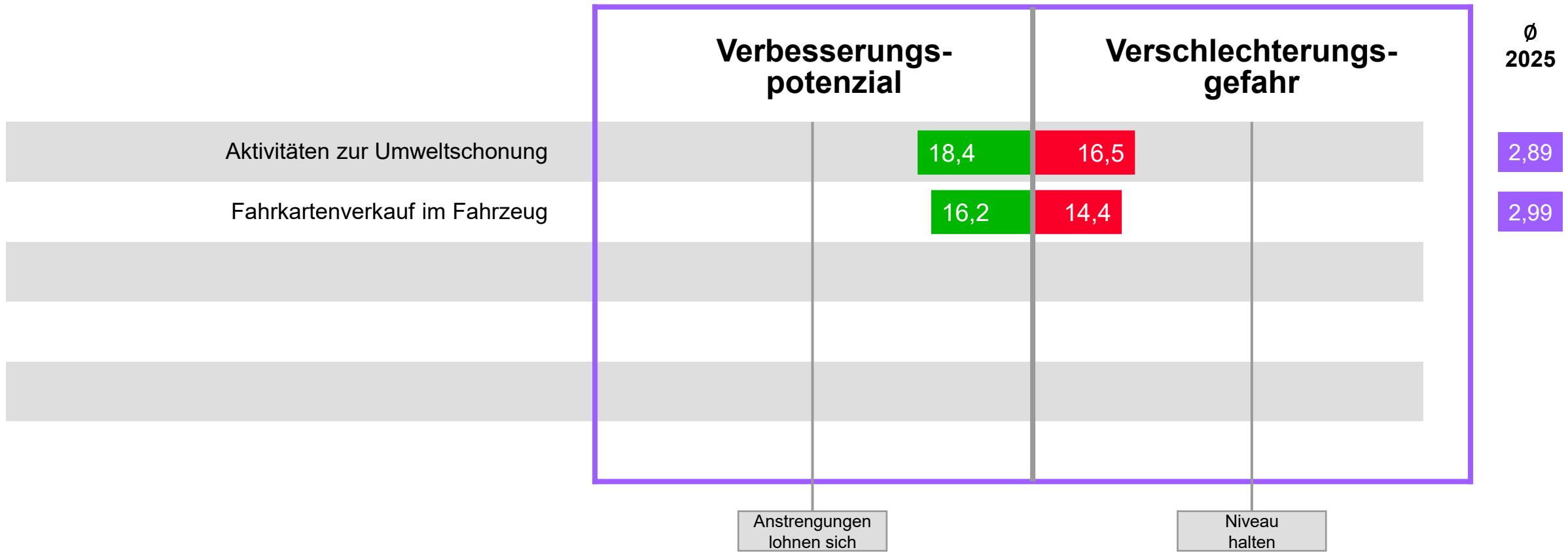
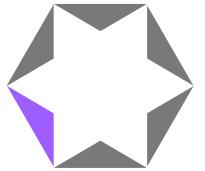
Veränderungen im Paket "Kundenbeziehung"



	Zufriedenheit		reale Bedeutung	
	2024	2025	2024	2025
Aktivitäten zur Umweltschonung	2,83	2,89	0,48	0,52
Fahrkartenverkauf im Fahrzeug	2,93	2,99	0,40	0,39

Veränderung signifikant ↑↓ Veränderung signifikant ↑↓

Impact-Analyse "Kundenbeziehung"



Handlungsrelevanz-Matrix "Informationen"



Stärken

- A Apps und mobile Fahrplanauskunft
- B Informationen im Fahrzeug
- C Mobile Echtzeitauskunft über QR-Codes

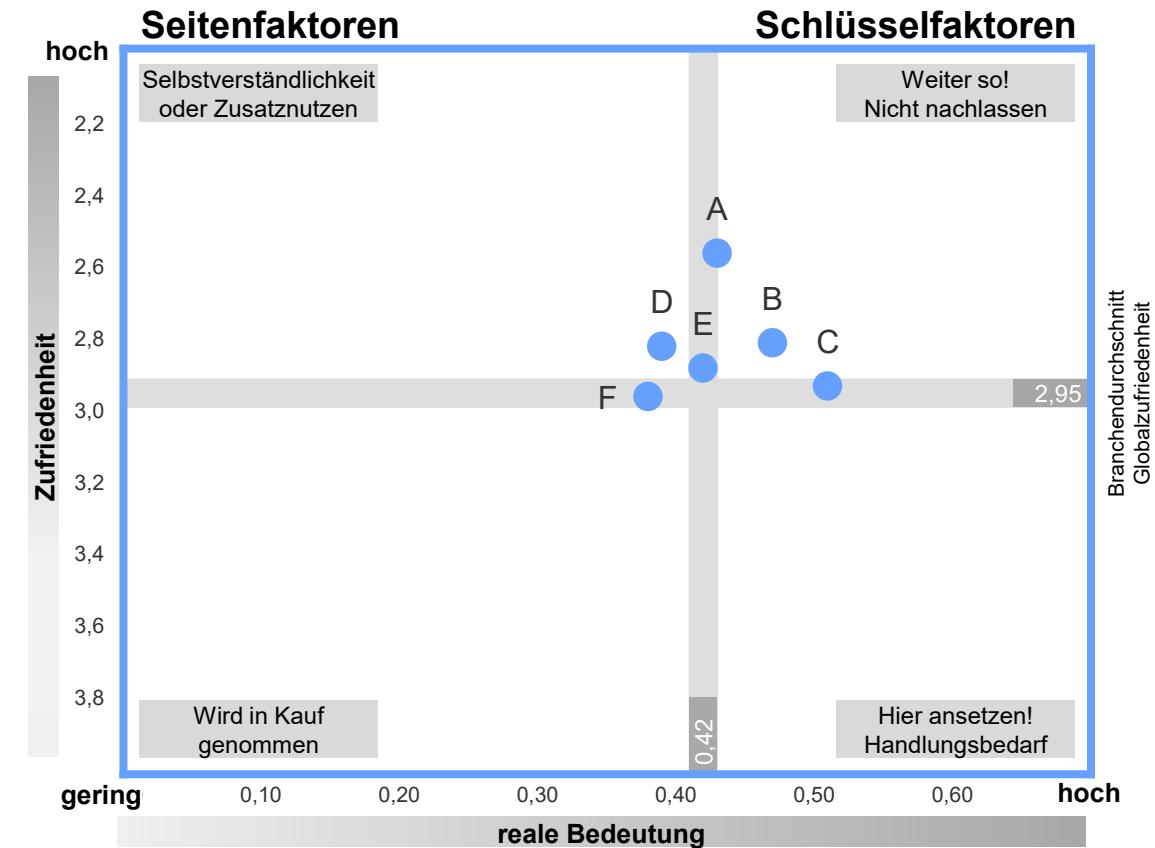
Schwächen

Chancen

- D Dynamische Fahrgastinformationen
- E Fahrplan-Informationen an den Haltestellen

Risiken

- F Informationen zur Orientierung an den Haltestellen



Basis 2025: n=1.270

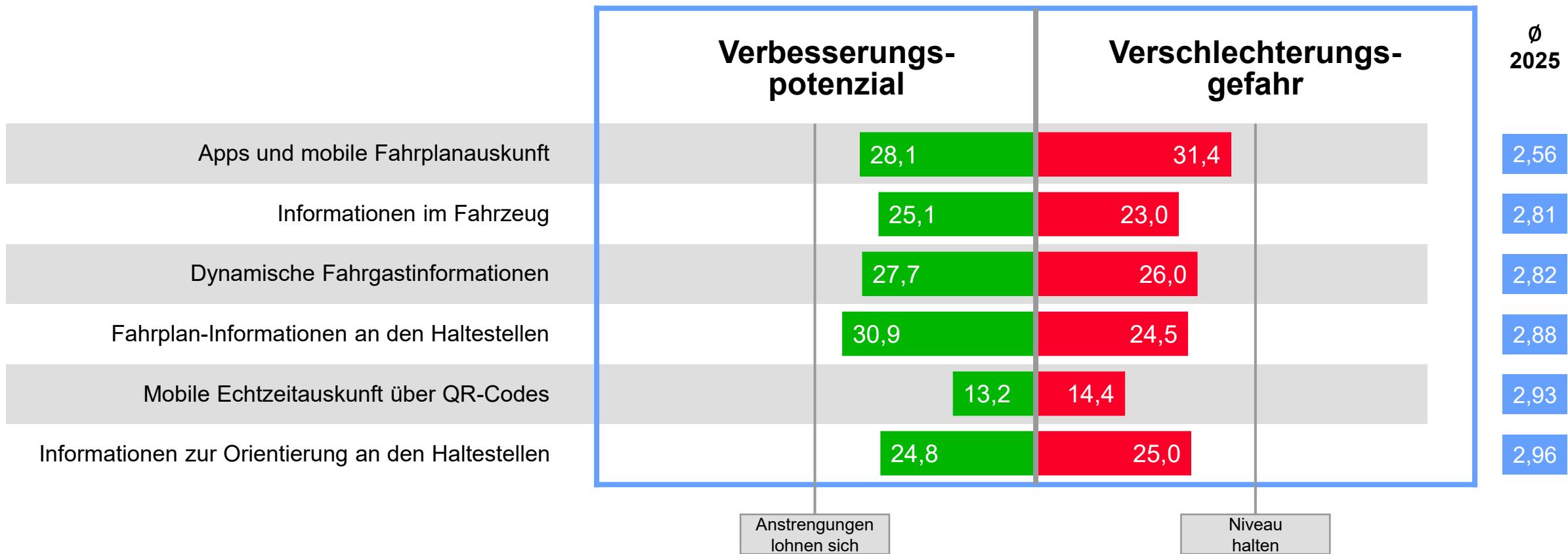
Veränderungen im Paket "Informationen"



	Zufriedenheit		reale Bedeutung	
	2024	2025	2024	2025
Apps und mobile Fahrplanauskunft	2,61	2,56	0,41	0,43
Informationen im Fahrzeug	2,75	2,81	0,39	0,47
Dynamische Fahrgastinformationen		2,82		0,39
Fahrplan-Informationen an den Haltestellen	2,83	2,88	0,36	0,42
Mobile Echtzeitauskunft über QR-Codes		2,93		0,51
Informationen zur Orientierung an den Haltestellen	2,95	2,96	0,36	0,38

Veränderung signifikant ↑↓ Veränderung signifikant ↑↓

Impact-Analyse "Informationen"



Handlungsrelevanz-Matrix "Fahrerlebnis"



Stärken

Schwächen

- A Komfort und Bequemlichkeit des Fahrzeugs
- B Sauberkeit und Gepflegtheit im Fahrzeug
- C Park- und Ride Plätze

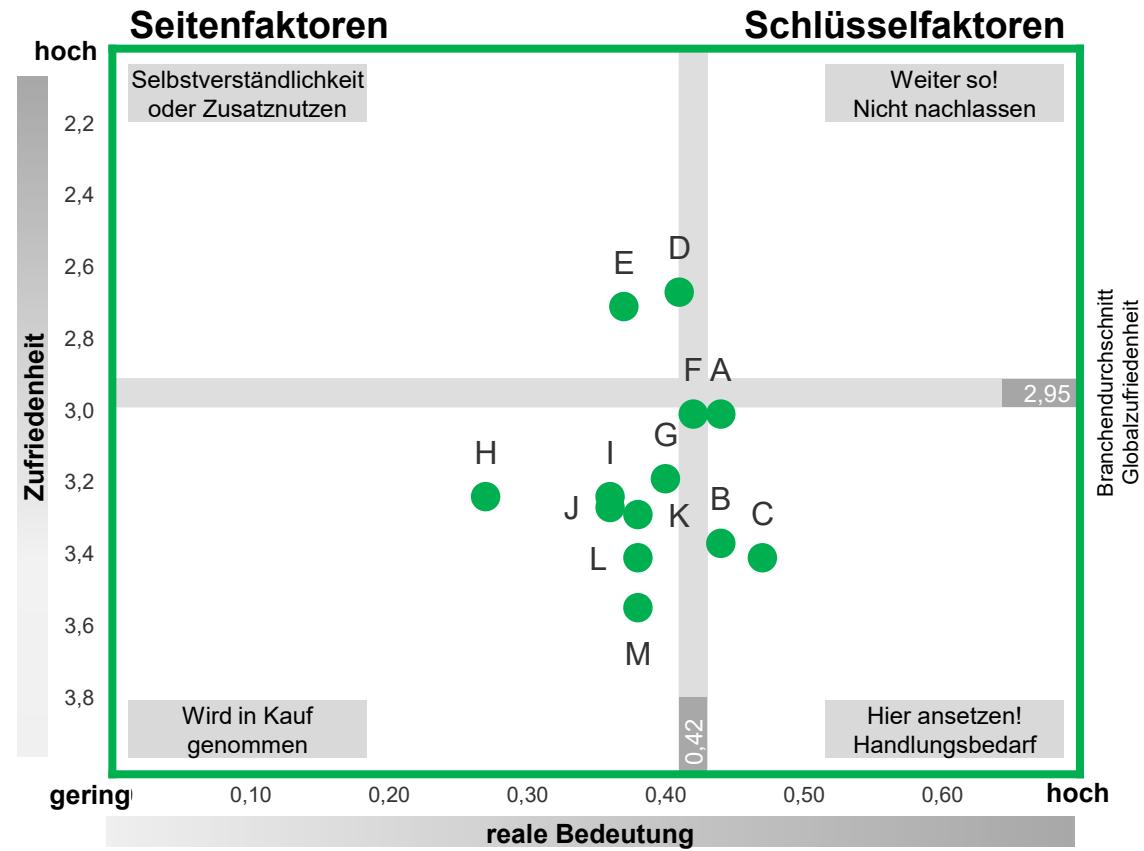
Chancen

- D Persönliche Sicherheit im Fahrzeug - tagsüber
- E Persönliche Sicherheit an den Haltestellen - tagsüber

Risiken

- F Platzangebot im Fahrzeug
- G Persönliche Sicherheit im Fahrzeug - abends
- H Barrierefreiheit: Zugang und Nutzung für mobilitätsbeeinträchtigte Personen
- I Persönliche Sicherheit an den Haltestellen - abends
- J Komfort und Ausstattung der Haltestellen
- K Bike- und Ride Plätze
- L Sauberkeit und Gepflegtheit der Haltestellen
- M WLAN an den Haltestellen

Basis 2025: n=1.270



Veränderungen im Paket "Fahrerlebnis"



	Zufriedenheit		reale Bedeutung	
	2024	2025	2024	2025
Persönliche Sicherheit im Fahrzeug - tagsüber	2,64	2,67	0,35	0,41
Persönliche Sicherheit an den Haltestellen - tagsüber	2,68	2,71	0,38	0,37
Platzangebot im Fahrzeug	2,98	3,01	0,42	0,42
Komfort und Bequemlichkeit des Fahrzeugs	2,96	3,01	0,44	0,44
Persönliche Sicherheit im Fahrzeug - abends	3,15	3,19	0,41	0,40
Barrierefreiheit: Zugang und Nutzung für mobilitätsbeeinträchtigte Personen	3,18	3,24	0,30	0,27

Veränderung signifikant ↑↓

Veränderung signifikant ↑↓

Veränderungen im Paket "Fahrerlebnis"



	Zufriedenheit		reale Bedeutung	
	2024	2025	2024	2025
Persönliche Sicherheit an den Haltestellen - abends	3,23	3,24	0,38	0,36
Komfort und Ausstattung der Haltestellen	3,24	3,27	0,42	0,36
Bike- und Ride Plätze	3,27	3,29	0,33	0,38
Sauberkeit und Gepflegtheit im Fahrzeug	3,31	3,37	0,45	0,44
Sauberkeit und Gepflegtheit der Haltestellen	3,38	3,41	0,33	0,38
Park- und Ride Plätze		3,41		0,47

Veränderung signifikant ↑↓

Veränderung signifikant ↑↓

Veränderungen im Paket "Fahrerlebnis"

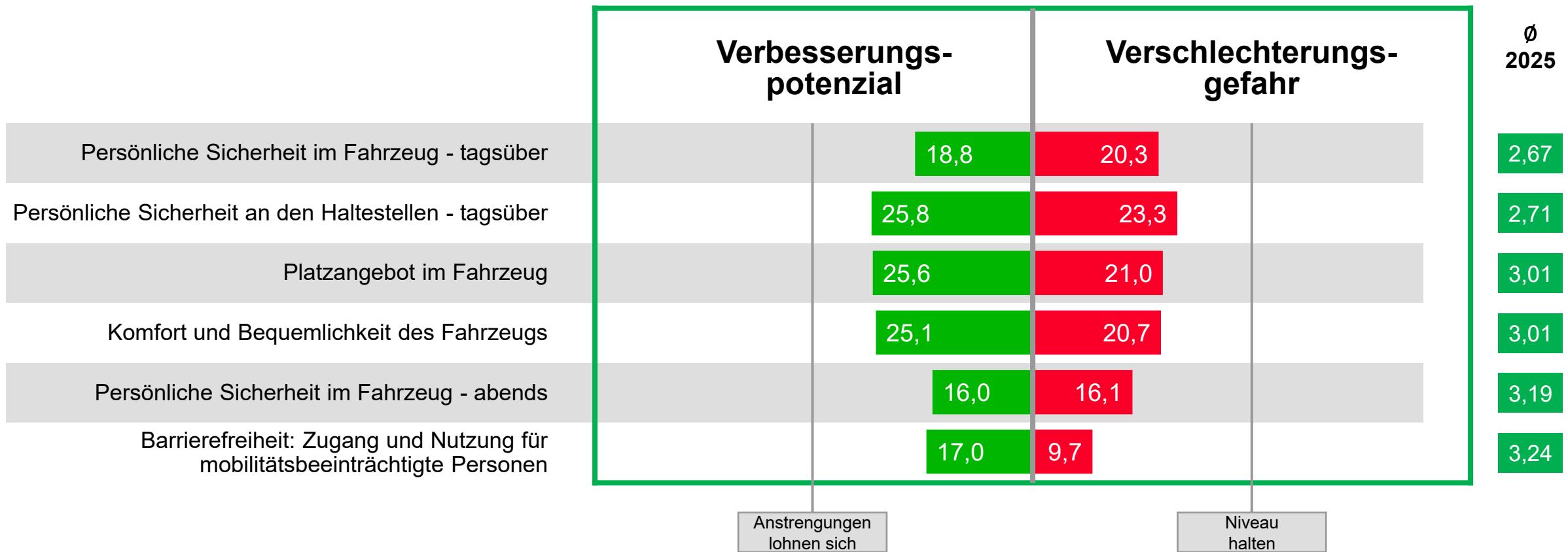


	Zufriedenheit		reale Bedeutung	
	2024	2025	2024	2025
WLAN an den Haltestellen		3,55		0,38

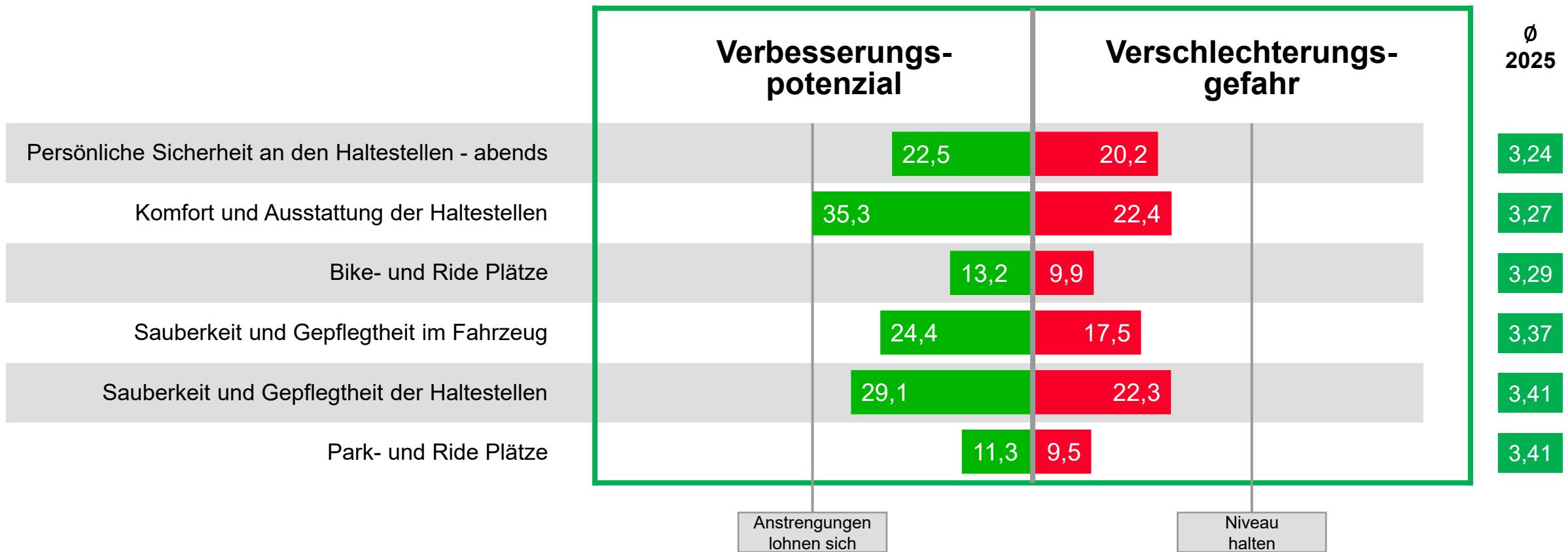
Veränderung signifikant ↑↓

Veränderung signifikant ↑↓

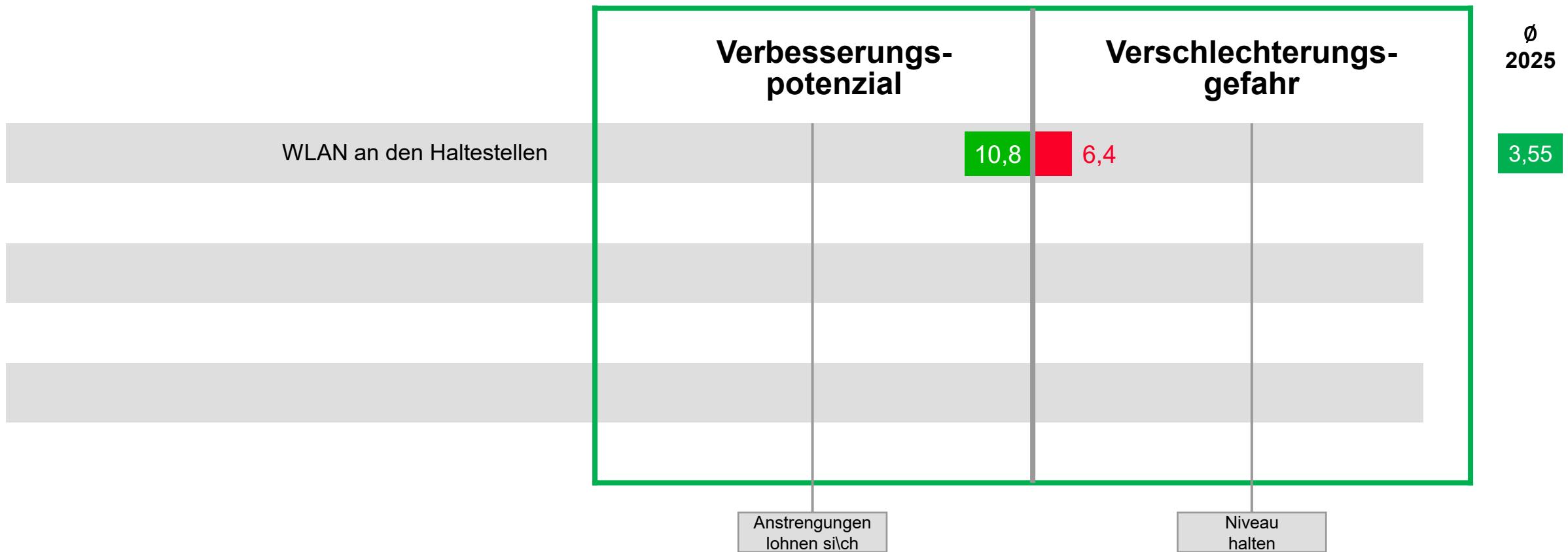
Impact-Analyse "Fahrerlebnis"



Impact-Analyse "Fahrerlebnis"



Impact-Analyse "Fahrerlebnis"



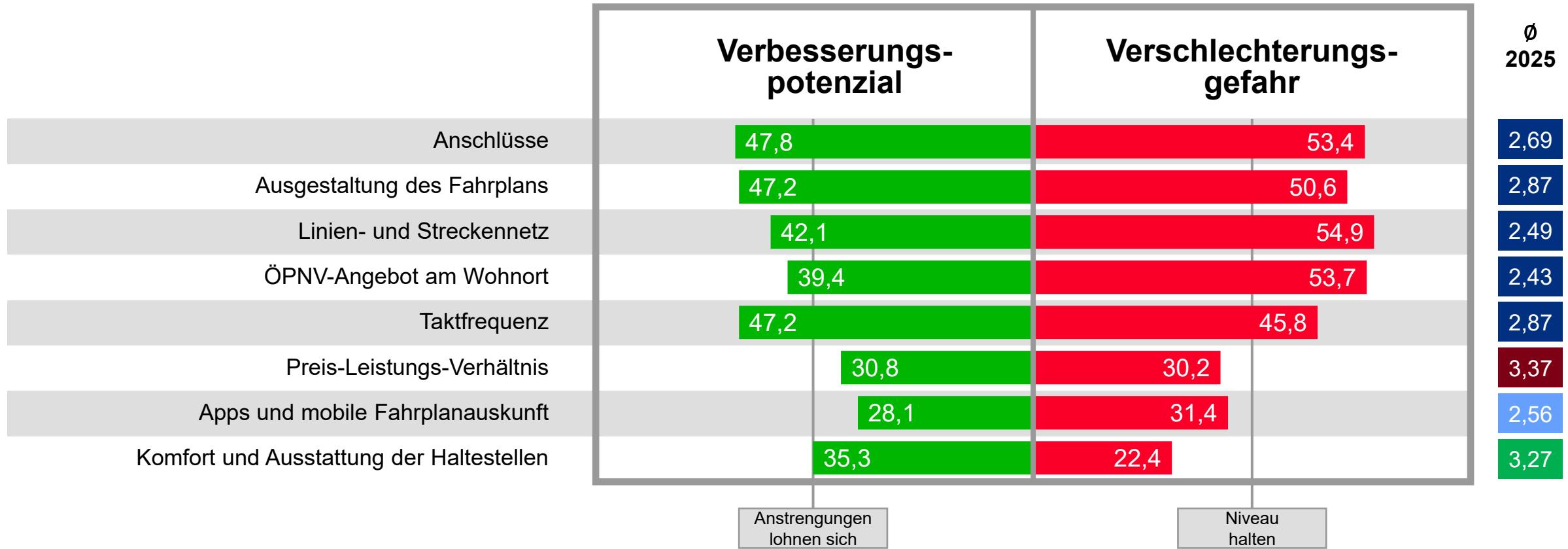
6

Handlungsempfehlungen

Impact-Analyse: Potenzial und Gefahr



∅
2025

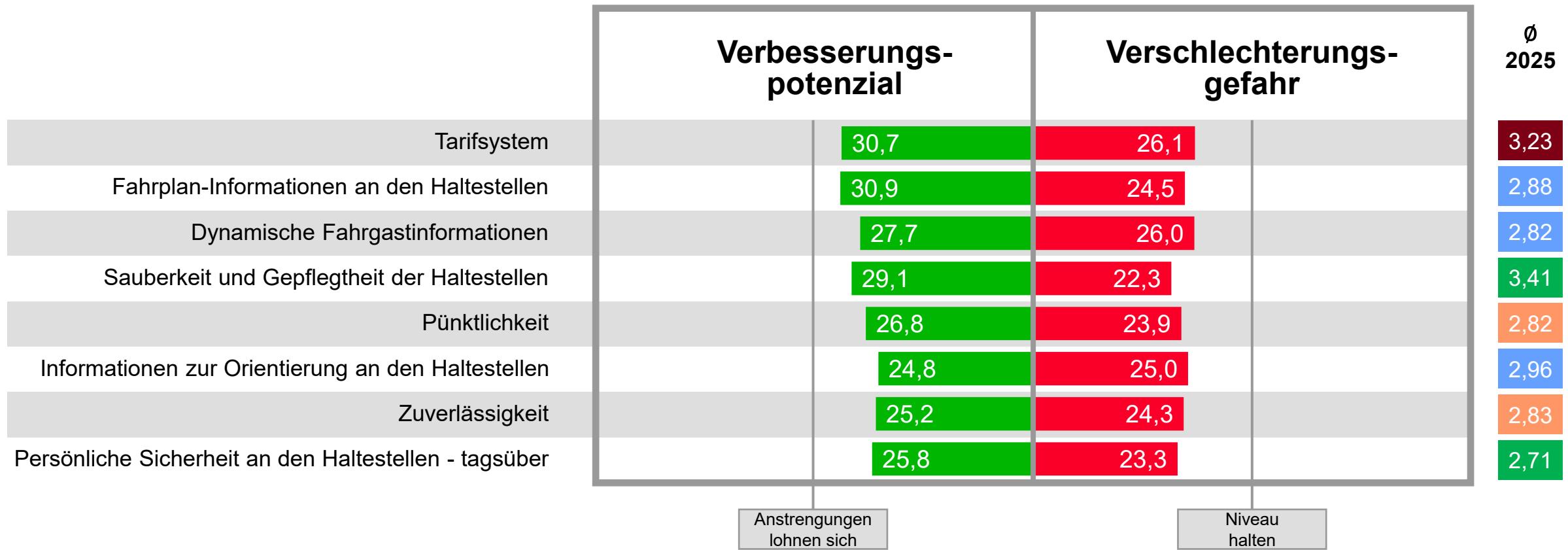


Basis 2025: n=1.270

Impact-Analyse: Potenzial und Gefahr

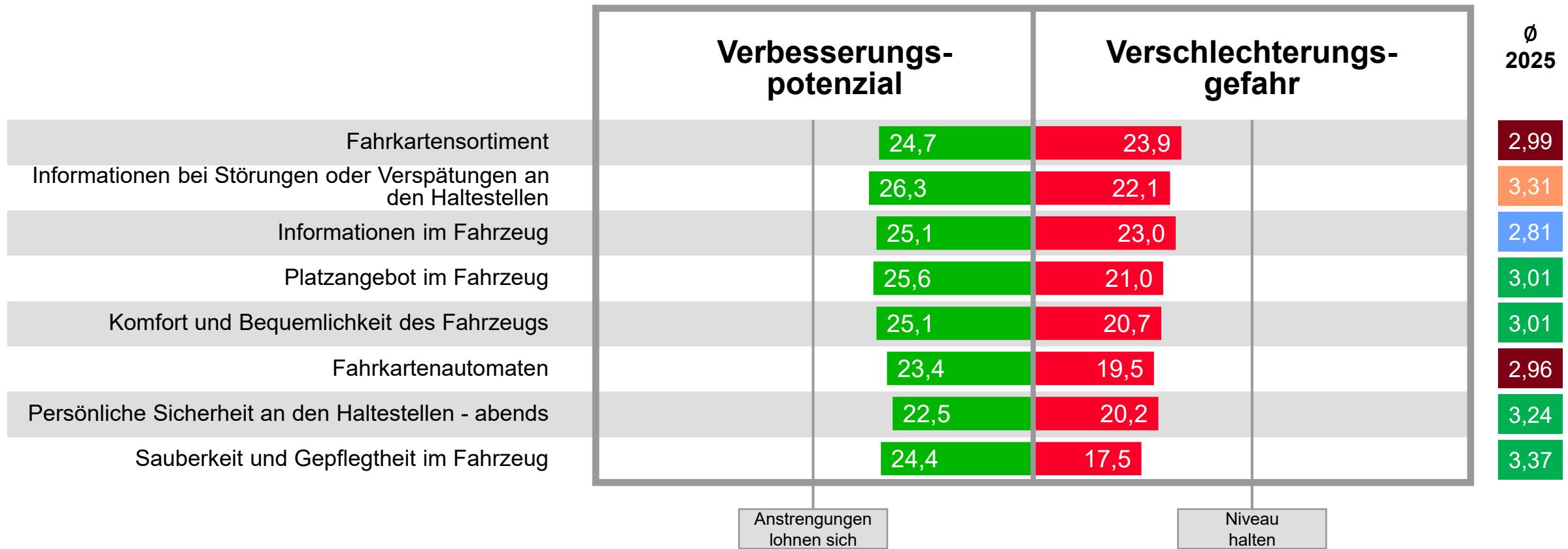


Ø
2025



Basis 2025: n=1.270

Impact-Analyse: Potenzial und Gefahr

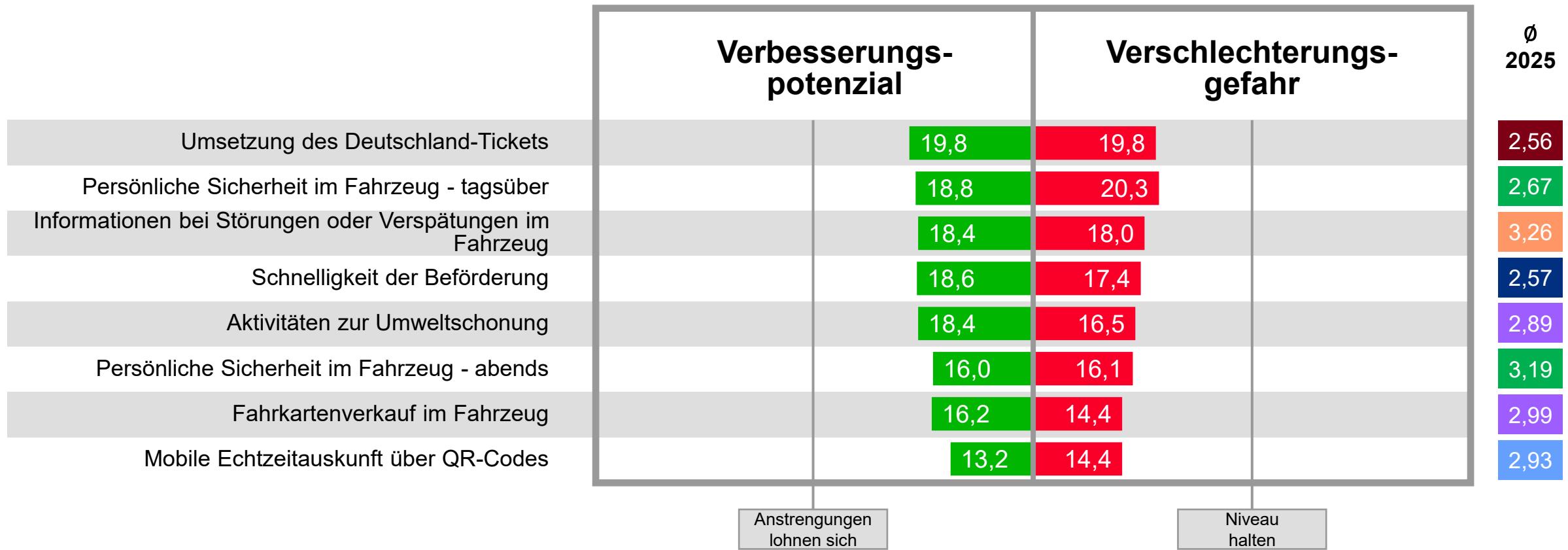


Basis 2025: n=1.270

Impact-Analyse: Potenzial und Gefahr

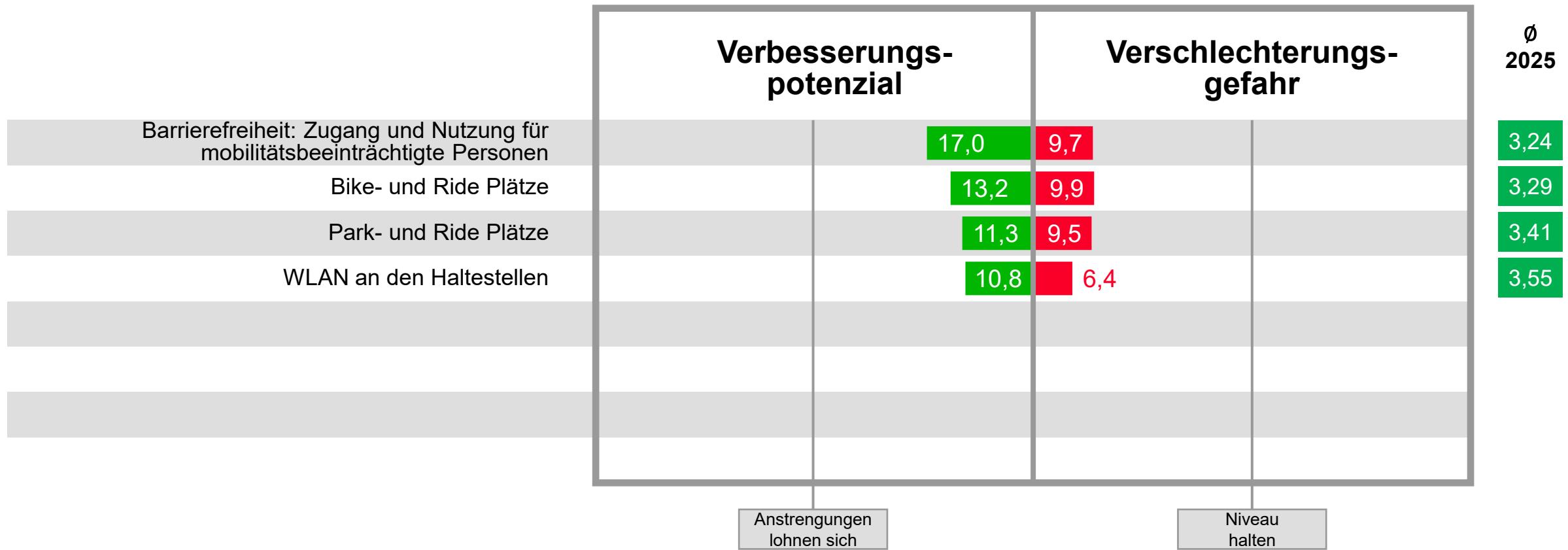


Ø
2025



Basis 2025: n=1.270

Impact-Analyse: Potenzial und Gefahr



Basis 2025: n=1.270

Stärken / Schwächen

Lesebeispiel

Separate Darstellung für Stärken und Schwächen. Zusammenfassende Handlungsempfehlungen für die wichtigsten Stärken und Schwächen als Textchart.

Stärken

Hohes Verbesserungs-Potenzial / Hohe Verschlechterungs-Gefahr



	P	G	+	+	2,55
Linien- und Streckennetz					
Zuverlässigkeit					
Apps und mobile Informationen für das Smartphone					
Internet-Auftritt (Homepage)					
Pünktlichkeit					
Anschlüsse					
Taktfrequenz					

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

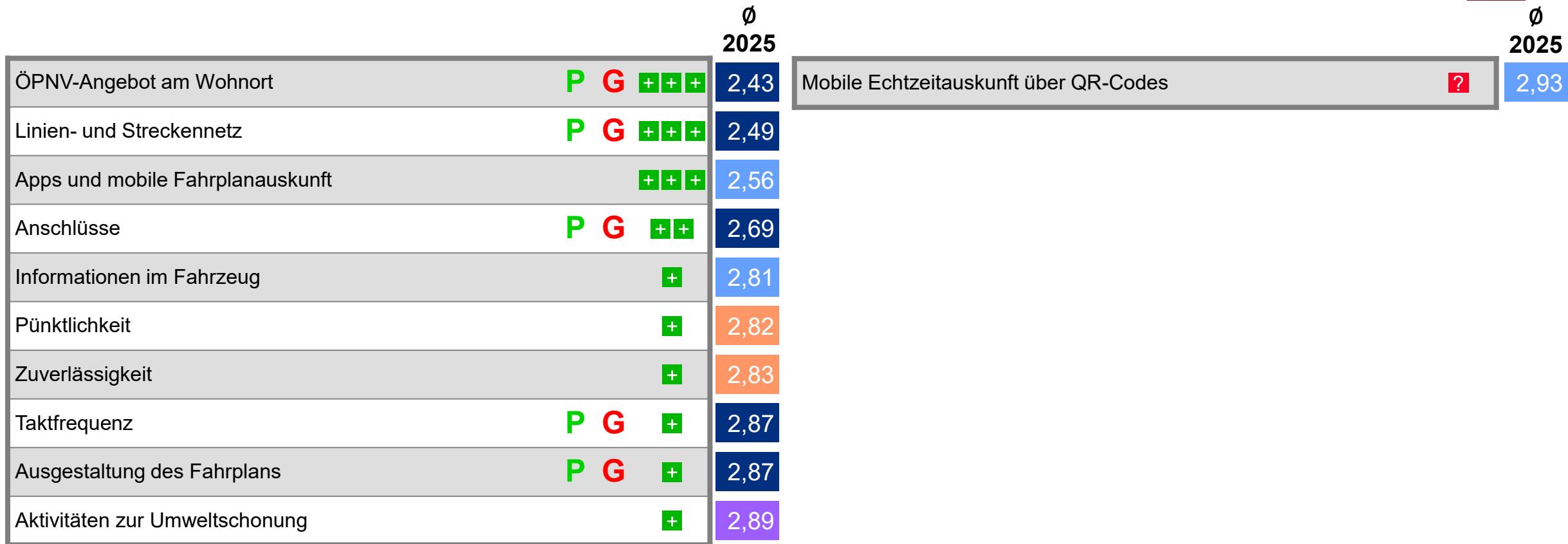
Angabe darüber, ob das Merkmal eine hohe Verschlechterungsgefahr bzw. ein hohes Verbesserungspotenzial aufweist, basierend auf der Berechnung der Impact-Analyse:
P = Verbesserungs-Potenzial
G = Verschlechterungs-Gefahr



KANTAR

Stärken

Hohes Verbesserungs-Potenzial / Hohe Verschlechterungs-Gefahr



Schwächen

Hohes Verbesserungs-Potenzial / Hohe Verschlechterungs-Gefahr



		∅ 2025
Komfort und Bequemlichkeit des Fahrzeugs	-	3,01
Informationen bei Störungen oder Verspätungen im Fahrzeug	- -	3,26
Sauberkeit und Gepflegtheit im Fahrzeug	- - -	3,37
Preis-Leistungs-Verhältnis	- - -	3,37
Park- und Ride Plätze	- - -	3,41



Modellbeschreibung

Modellbeschreibung

Unternehmensstrategie

ÖPNV-Kundenbarometer als strategisches Unternehmensinstrument

- Das ÖPNV-Kundenbarometer hilft bei der Etablierung einer auf Kundenzufriedenheit ausgerichteten Unternehmensstrategie. Dabei werden sämtliche Leistungen und Unternehmensprozesse gemäß ihrer Auswirkungen auf die Kundenzufriedenheit betrachtet.
- Es werden die Stärken und Schwächen des Nahverkehrsanbieters aufgezeigt und daraus mögliche Ansatzpunkte entwickelt. So lassen sich kurz- und mittelfristige Aktionen zur Leistungsverbesserung und Marketingmaßnahmen ableiten.
- Bei einer regelmäßigen Messung lassen sich die Effekte 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 (2010) 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 wurden im ÖPNV-Kundenbarometer 2025 neu 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

Informationen

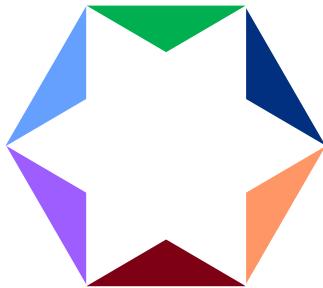
Leistungsmerkmale, die Informationsaspekte im Fahrzeug, an Haltestellen und über andere Medien (online, elektronisch, Print) betreffen

Kundenbeziehung

Merkmale, die sich unmittelbar auf die Zufriedenheit der Fahrgäste mit dem Verkehrsanbieter auswirken können, z.B. Freundlichkeit, Kompetenz, persönlicher Kontakt, Service, Umweltschutzaktivitäten

Fahrerlebnis

Persönliche Sicherheit in Fahrzeugen und an Haltestellen sowie haltestellen- und fahrzeugbezogene Merkmale, vor allem deren äußere Beschaffenheit, Platz und Komfort betreffend



Tarif und Tickets

Leistungsmerkmale, die die Fahrtkosten und somit den tariflichen Bereich wie Tarifsystem und Fahrkartensortiment betreffen

Angebot

Leistungsversprechen: Merkmale des Kernleistungsbereichs, die die Quantität und Qualität des zur Verfügung gestellten ÖPNV-Angebotes beschreiben

Verlässlichkeit

Merkmale, die das Vertrauen der Fahrgäste in die Leistung eines ÖPNV-Anbieters beschreiben, vor allem operationalisiert in Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit

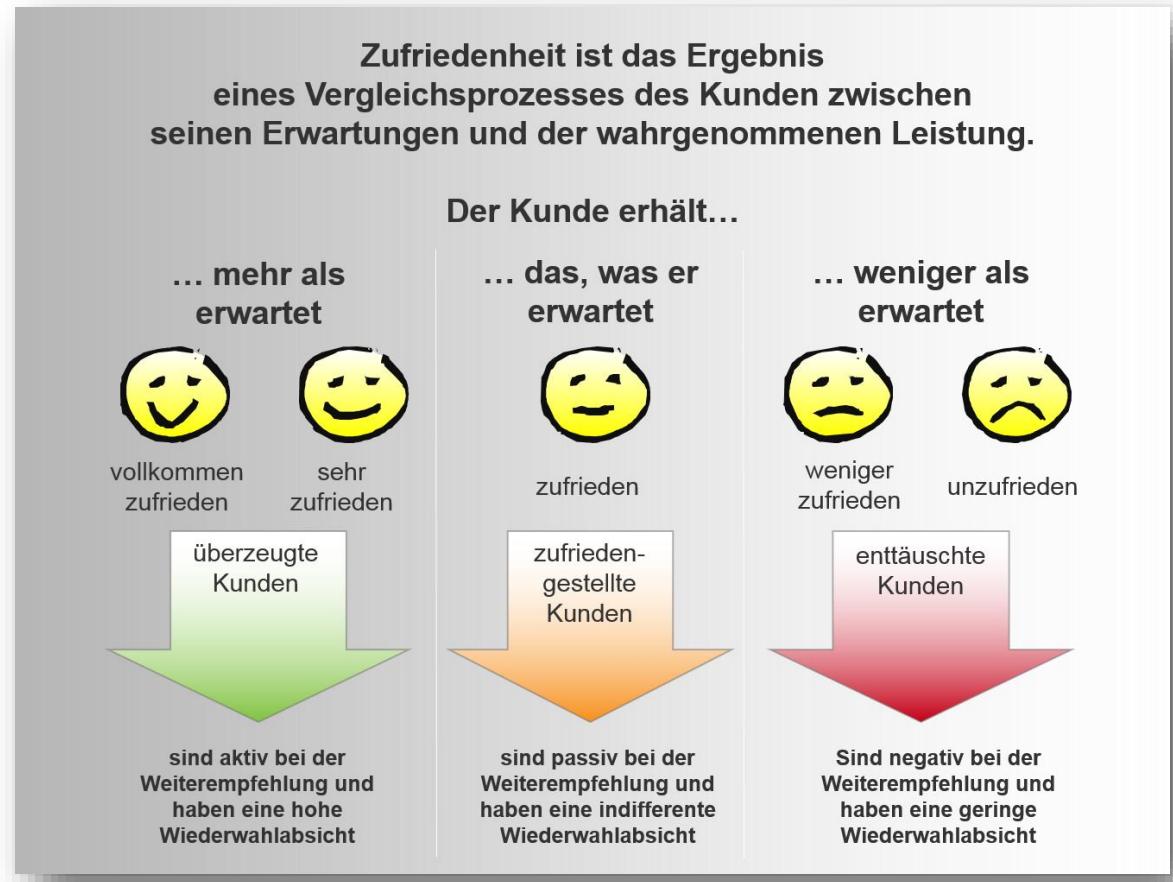
Modellbeschreibung

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 Jahrzehnten branchenübergreifend verwendet.

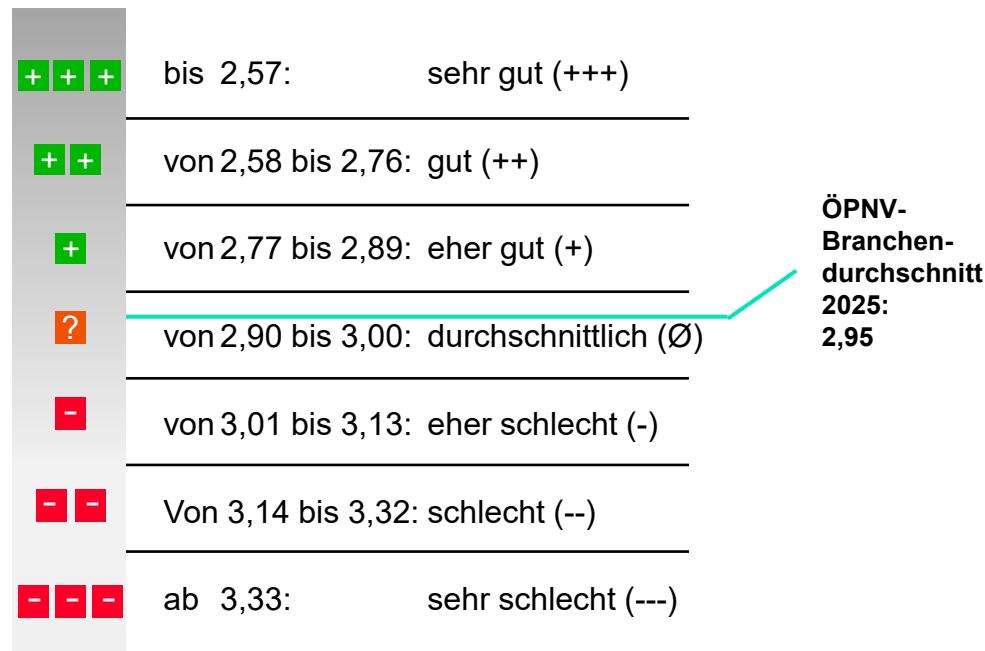


Einstufung der Bewertungsgruppen 2025

Kategorisierung der Zufriedenheitswerte

Empirische Ermittlung der Grenzwerte zur Gruppierung der Bewertungsgruppen:

- Grundlage der Bewertungsverteilung sind die aktuellen Beurteilungen des ÖPNV-Kundenbarometers
- Auf die Grenzbewertungen "sehr gut" und "sehr schlecht" entfallen jeweils 10% aller Beurteilungen
- In die übrigen Gruppen fallen jeweils 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):

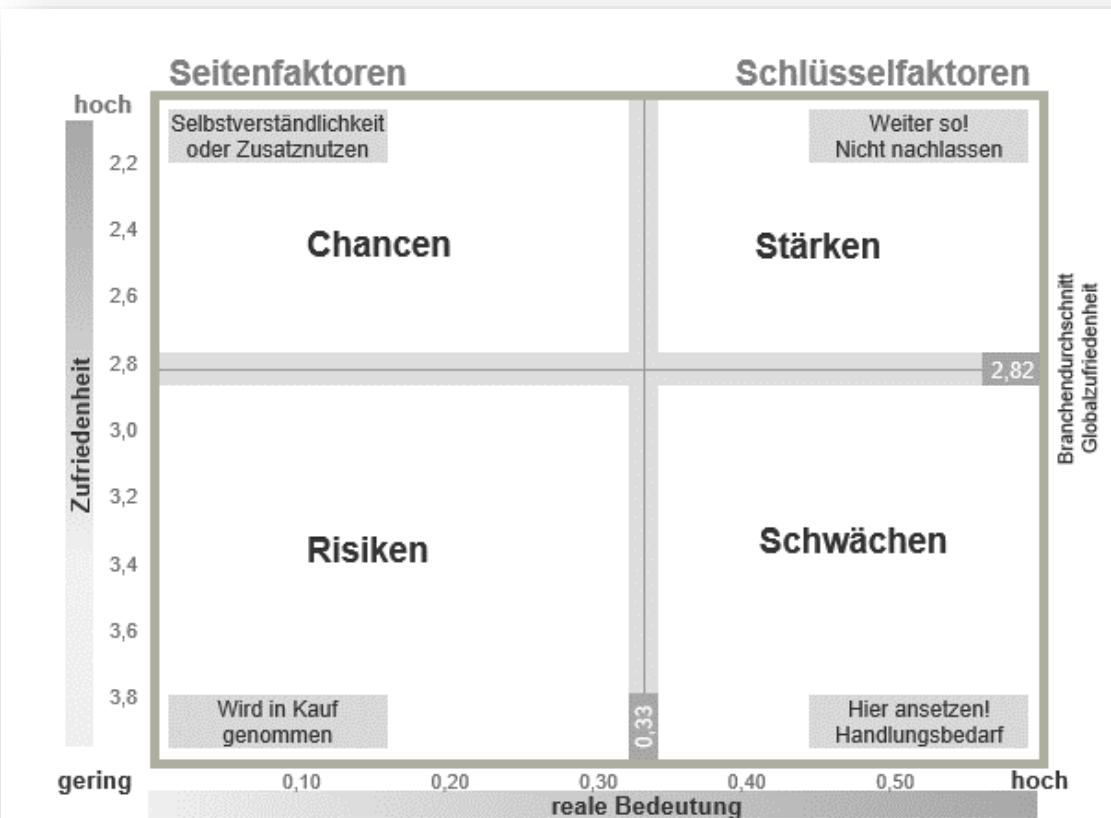
Skala:

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.



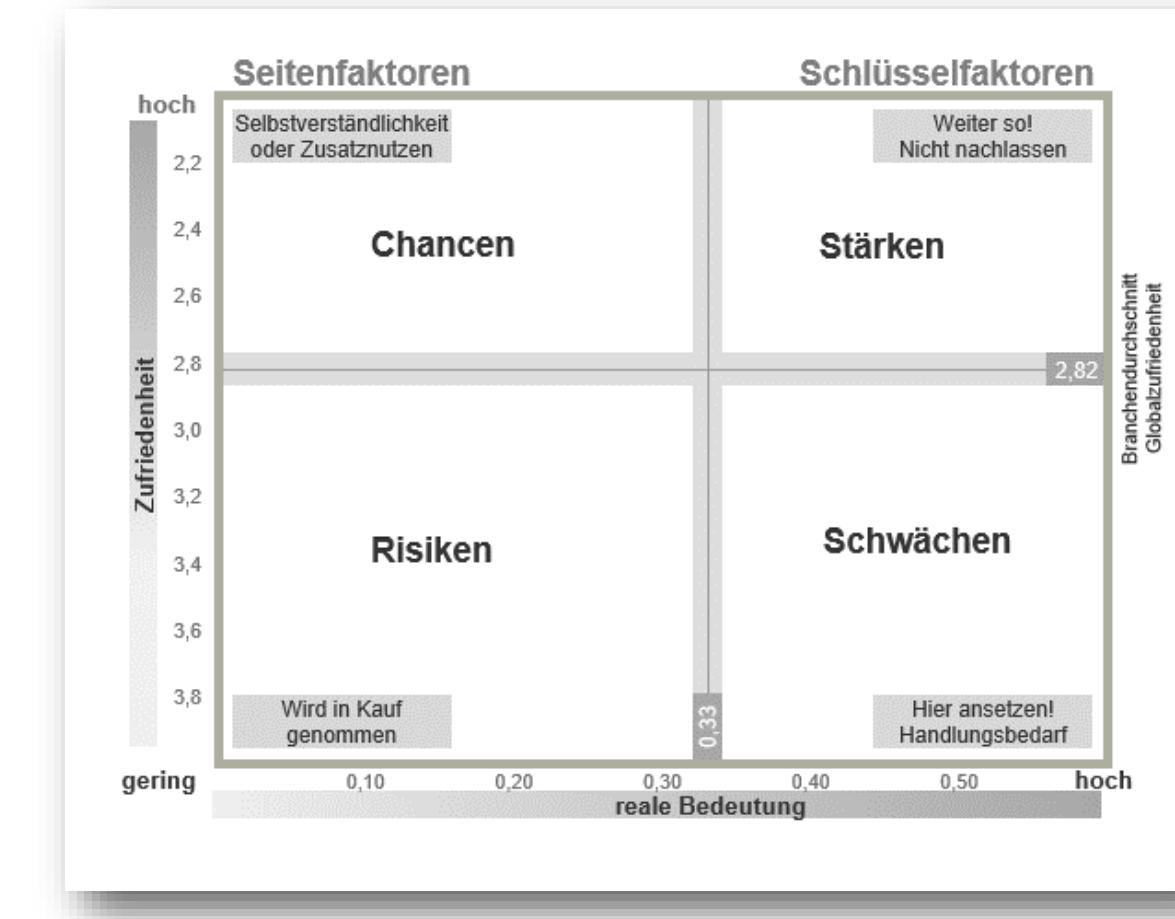
Modellbeschreibung

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



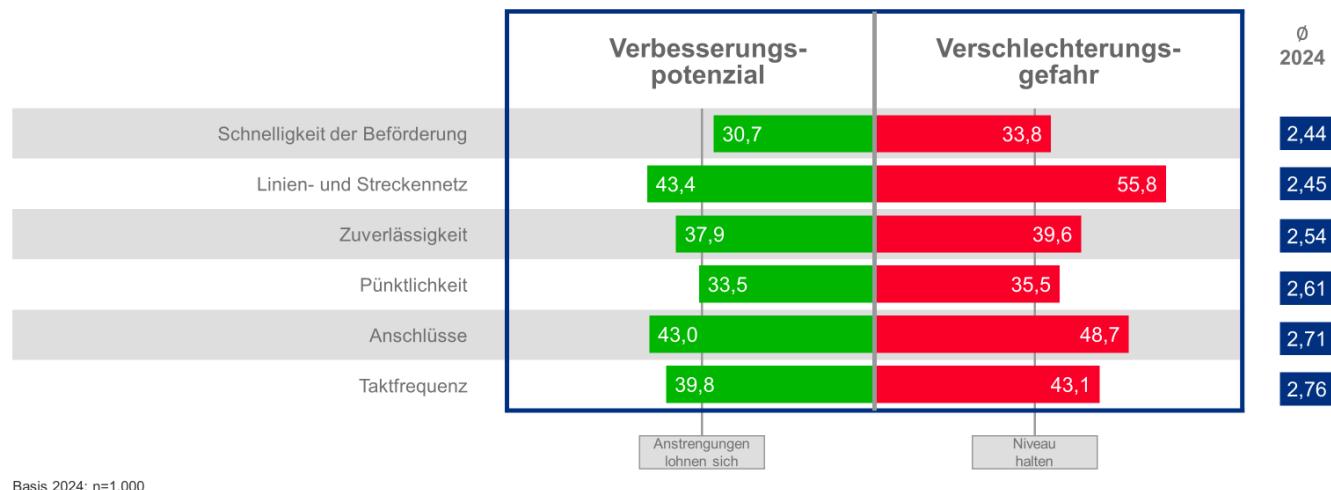
Modellbeschreibung

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:** Außerhalb der Grenze liegen die Merkmale, deren positiver Einfluss über 35% liegt.
- **Verbesserungspotenzial (grün):** Prozentualer Anteil, der bei einer Verbesserung von Merkmal A auf die Globalzufriedenheit durchschlägt.
- **Anstrengungen lohnen sich:** Außerhalb der Grenze liegen die Merkmale, deren negativer Einfluss über 35% liegt.

Impact-Analyse "Angebot"

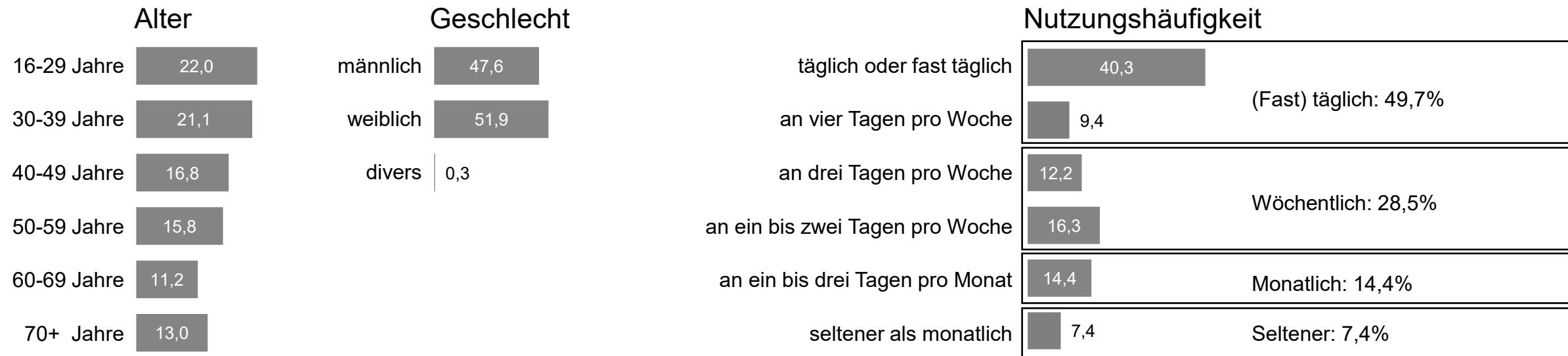


KANTAR

Soziodemografie und Methode

Soziodemografische Daten Gesamtstichprobe

Alter, Geschlecht und Nutzungshäufigkeit der Befragten



Basis 2025; n=1.270, Angaben in Prozent

Eventuelle Abweichungen von 100% sind rundungsbedingt

Gewichtung

1

Regionalgewichtung

Wenn die Daten in unterschiedlichen Städten, Kreisen oder Regionen geschichtet erhoben werden, erfolgt eine repräsentative Gewichtung der Ergebnisse anhand der Bevölkerungszahlen.

2

Nutzungshäufigkeit der Altersgruppen

Eine Altersgewichtung erfolgt anhand statistischer Informationen über die tatsächliche Altersverteilung.

Die Nutzungshäufigkeit wird auf Basis der durchschnittlichen ÖPNV-Nutzungshäufigkeit der Altersgruppen in Abhängigkeit der Regionsgrößenklassen, ermittelt auf Basis repräsentativer Erhebungen, berücksichtigt.

3

Ausgleichsgewicht Online/Telefonisch

Die je teilnehmendem Verkehrsunternehmen/-verbund unterschiedlichen Anteile der Befragungsmethoden online sowie telefonisch in den erhobenen Daten werden gewichtet, um eine methodenneutrale Vergleichbarkeit zu erzielen. Der Anteil von Online- und von telefonischen Interviews wird auf jeweils 50% gewichtet.

Damit ist die Vergleichbarkeit zwischen den Teilnehmern und über die Jahre sichergestellt.

Befragungsinhalte

Aufbau Fragebogen

