

# ÖPNV-Kundenbarometer 2023

Ergebnischarts

# ÖPNV-Kundenbarometer

Ihre Ansprechpartner



**Christian Jödden**

Director

t (+49) 89 5600 1558

e christian.joedden@kantarc.com



**Anselm Speich**

Senior Consultant

t (+49) 89 5600 1123

e anselm.speich@kantarc.com



**Dr. Adi Isfort**

Freier Mitarbeiter Kantar

t (+49) 160 / 718 02 36

e adi.isfort@verkehrsforschung.de

1

Beschreibung der Studie in Kürze

# ÖPNV-Kundenbarometer 2023

## Beschreibung 1/2

- Im vorliegenden Gutachten werden die Ergebnisse des diesjährigen ÖPNV-Kundenbarometers für die Hameln-Pyrmont mbH (Öffis) im Einzelnen dargestellt.
- Kantar hat die Befragung (telefonisch und in Online-Panels) im Auftrag der Öffis im Zeitraum von 02.05. bis zum 09.06.2023 durchgeführt.
- Im diesjährigen ÖPNV-Kundenbarometer wurden für die Hameln-Pyrmont mbH (Öffis) insgesamt 211 Personen befragt. Davon sind 191 Personen aktuelle ÖPNV-Nutzende, 20 Personen gehören zum ÖPNV-Potenzial. Das sind Personen, die den ÖPNV innerhalb der letzten fünf Jahre genutzt haben, aktuell aber keine ÖPNV-Nutzende sind.
- 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 2017-2023) mit ca. 17.700 Interviews sowie statistische Bevölkerungsdaten zugrunde gelegt wurden.
- Insgesamt haben am ÖPNV-Kundenbarometer 2023 42 Verkehrsanbieter teilgenommen, es wurden insgesamt rund 24.000 Interviews durchgeführt.

# ÖPNV-Kundenbarometer 2023

## 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 24 potenzielle Hemmnisse die Wichtigkeit erfragt.

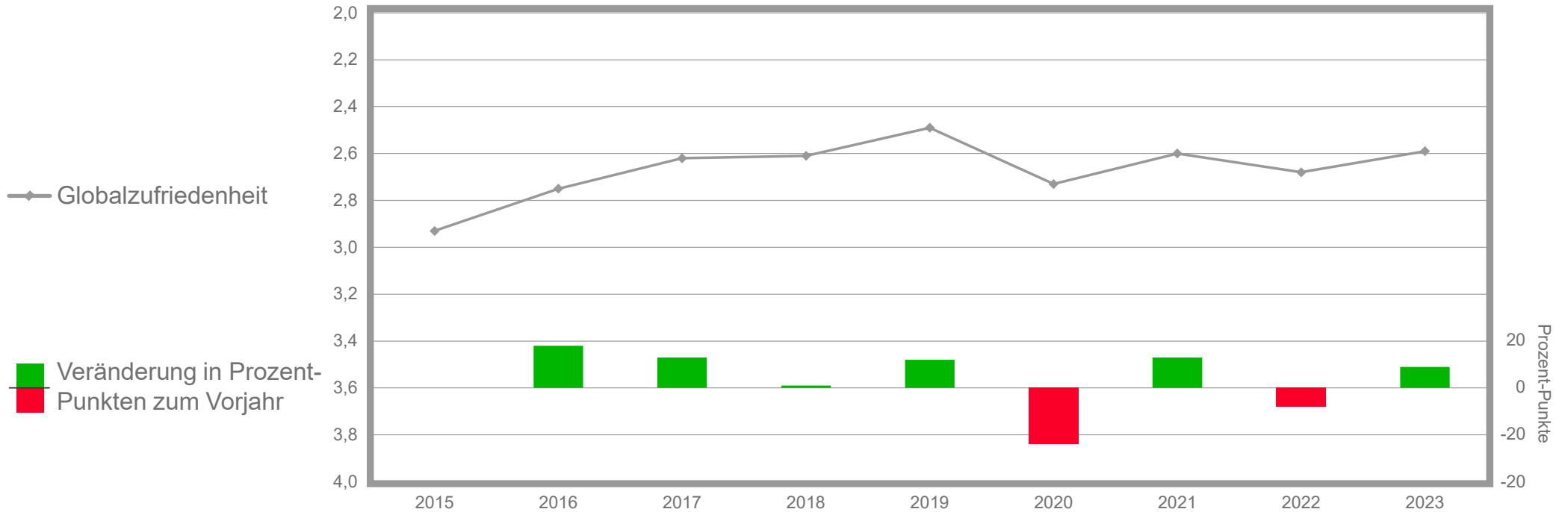
# Befragung der Stichprobe

- 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-Nutzende 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 66% 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: 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 Mai bis Juli 2023 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

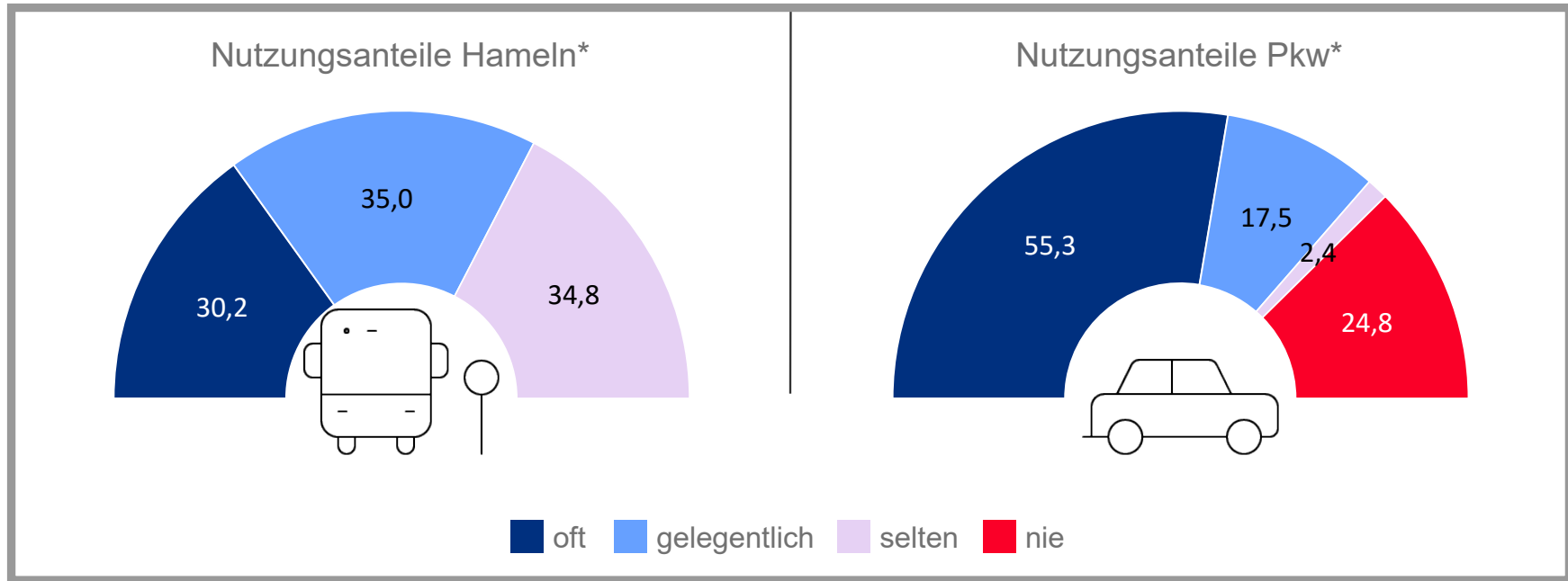
## Globalzufriedenheit und Kundenbindung

# Zeitliche Entwicklung der Globalzufriedenheit





# Nutzungshäufigkeit Hameln und Pkw

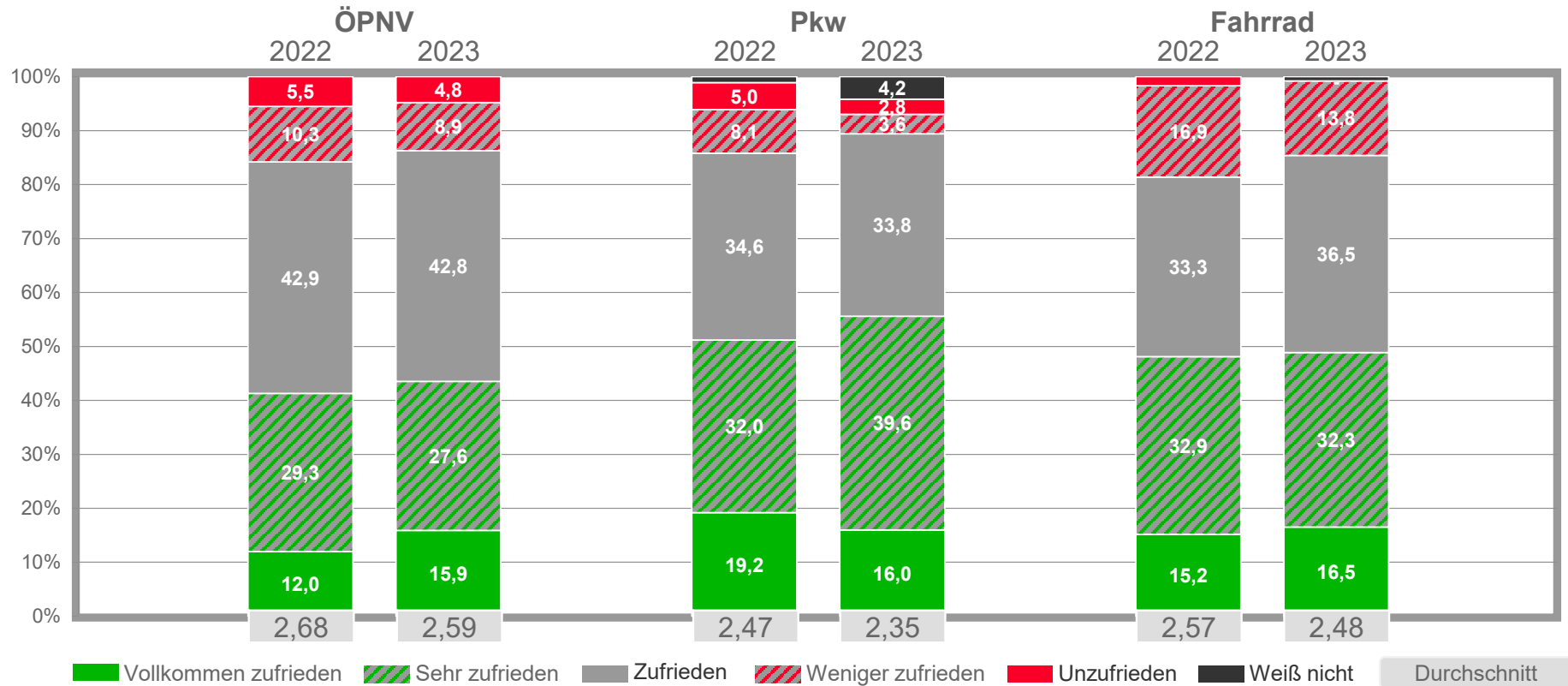


Basis: ÖPNV-Nutzende: n=191; Angaben in Prozent

Wie oft nutzen Sie [das Verkehrsmittel] aktuell?

\*) oft=täglich oder fast täglich, an drei/vier Tagen pro Woche; gelegentlich=an ein bis zwei Tagen pro Woche, an ein bis drei Tagen pro Monat; selten=seltener als monatlich | Geänderte Darstellung gegenüber Wellen bis 2021. Basis für Pkw-Betrachtung sind seit 2022 alle aktuellen ÖPNV-Nutzenden.

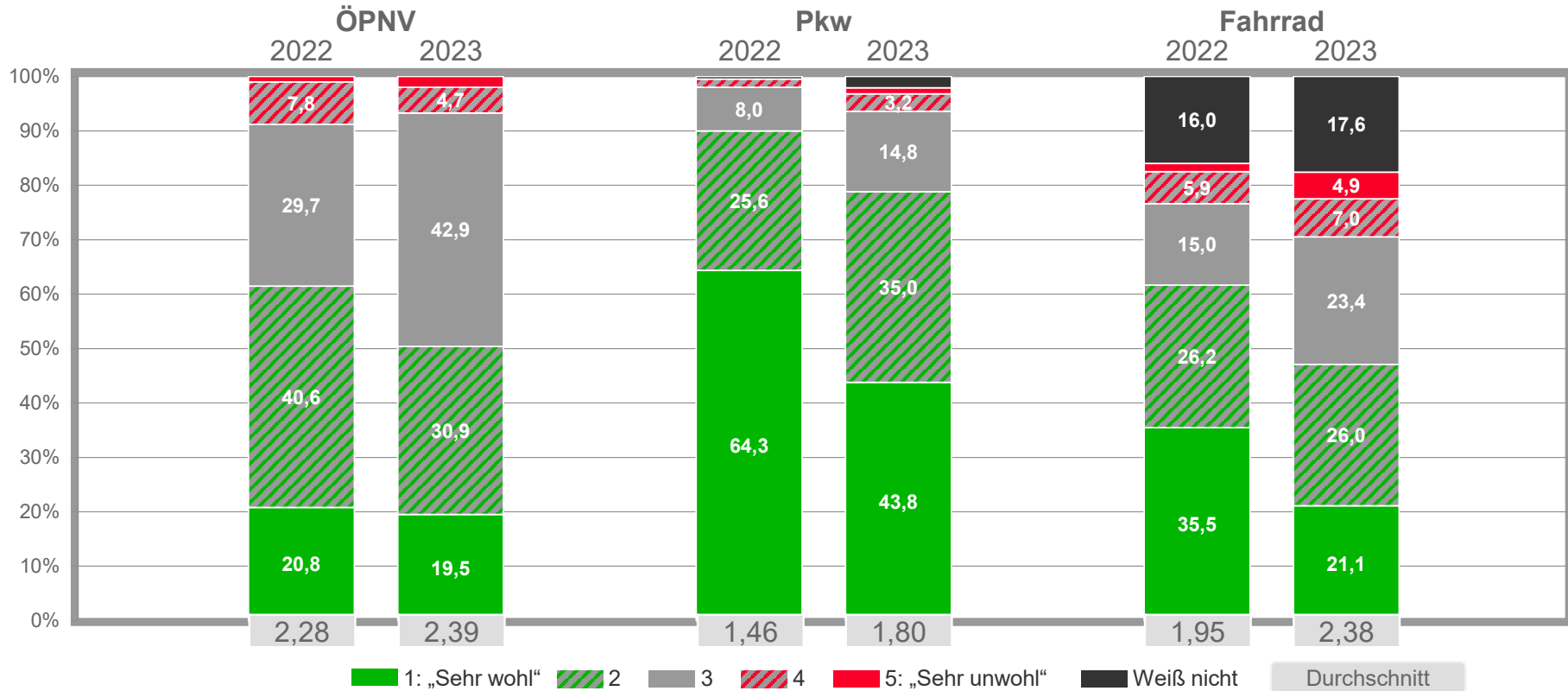
# Globalzufriedenheit



Basis 2022: n=171

Basis 2023: n=191

# Wohlfühl-Faktor



Basis 2022: n=171

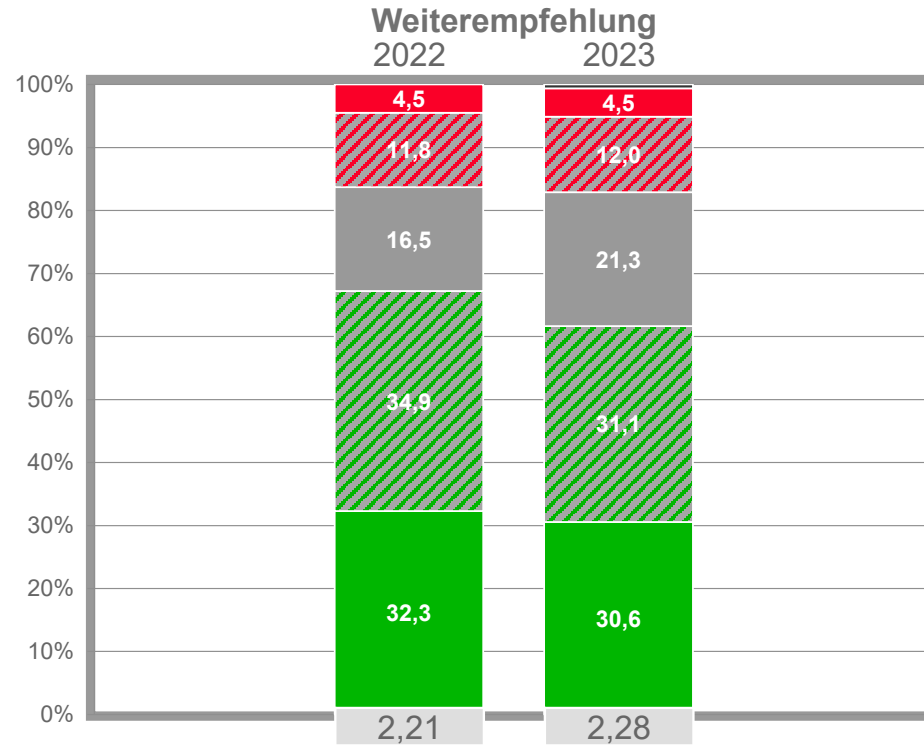
Basis 2023: n=191

# Weiterempfehlung



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

Durchschnitt



Basis 2022: n=171

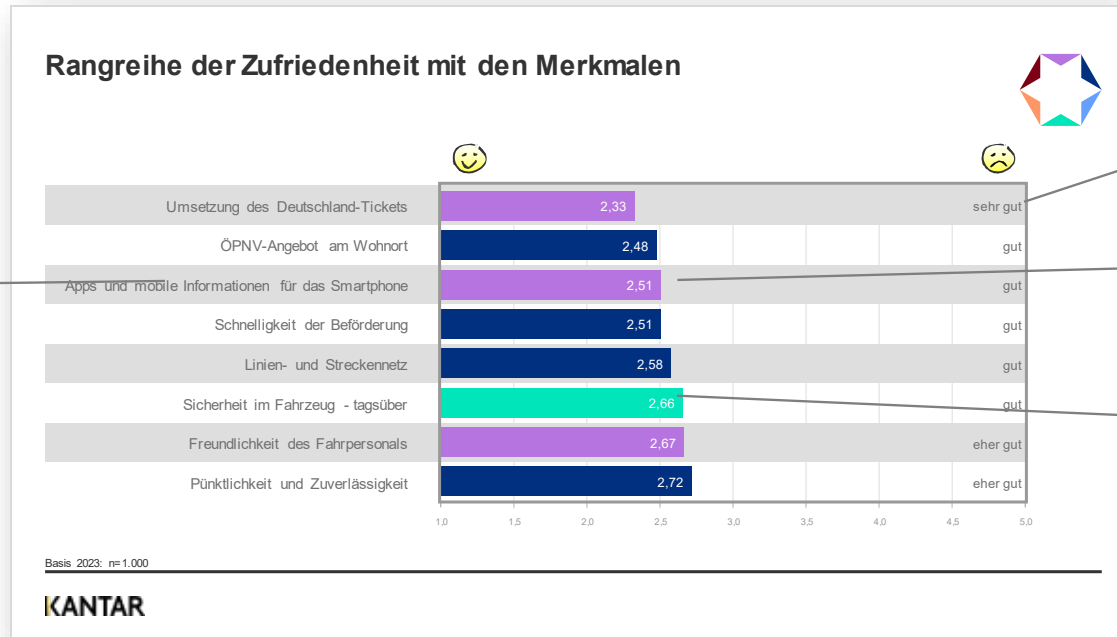
Basis 2023: n=191

3

Bewertung der Leistungsmerkmale

# Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen

## Lesebeispiel



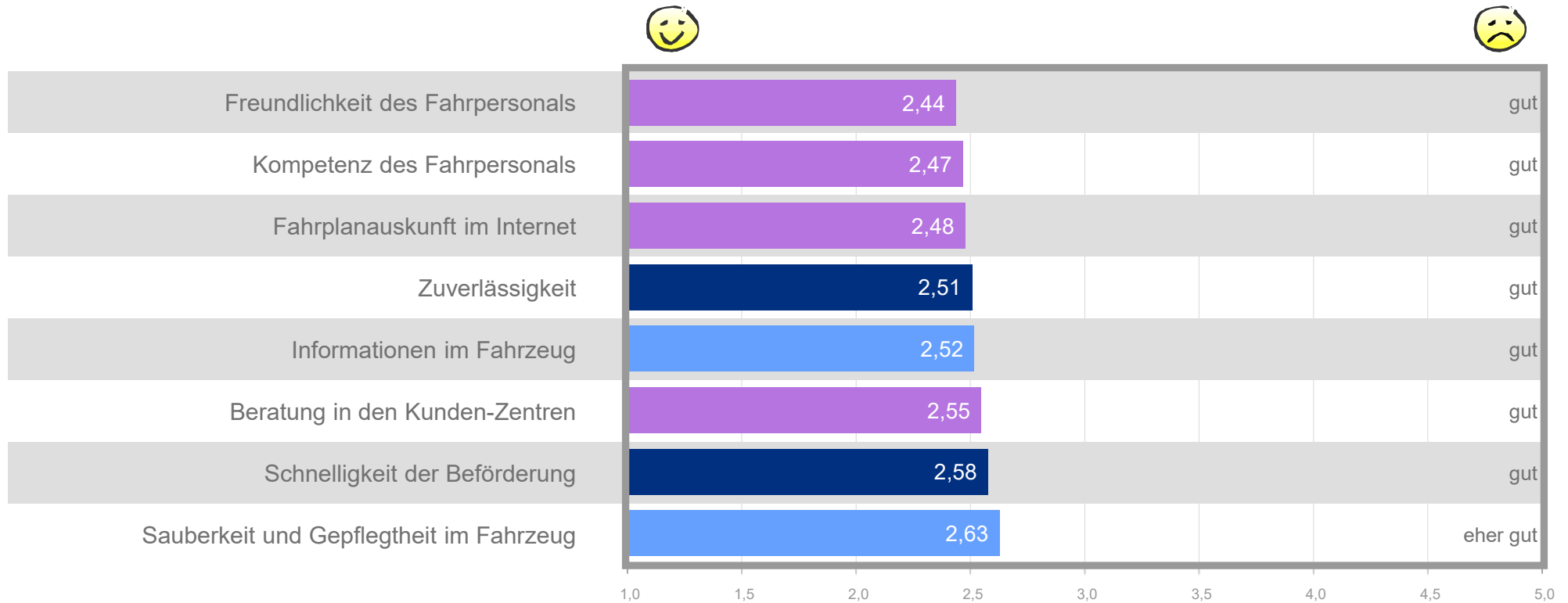
Leistungsmerkmale sortiert nach Bewertungen der Zufriedenheit

Bewertungskategorie der Zufriedenheit

Je kürzer der Balken, desto höher die Zufriedenheit.  
 Farbliche Zuordnung zum jeweiligen Leistungspaket

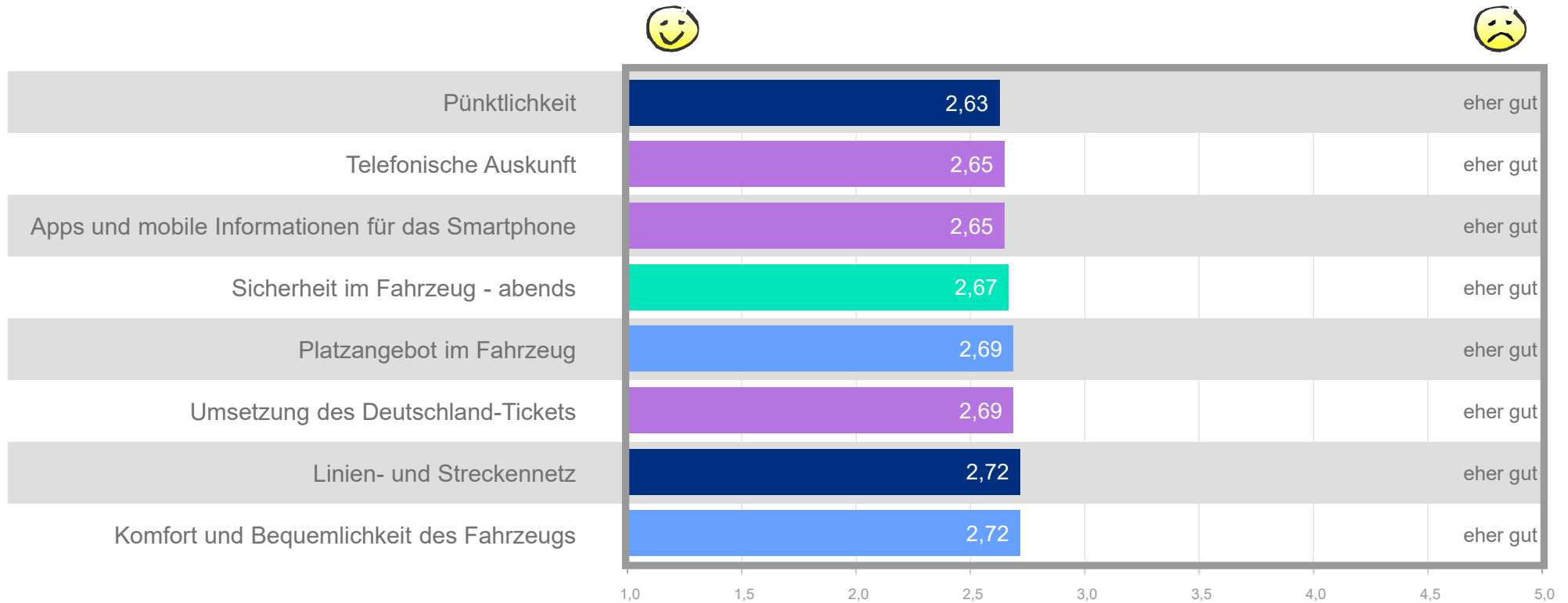
Zufriedenheitswert ist der Mittelwert auf der Skala von 1 (vollkommen zufrieden) bis 5 (unzufrieden)

# Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen



Basis 2023: n=191

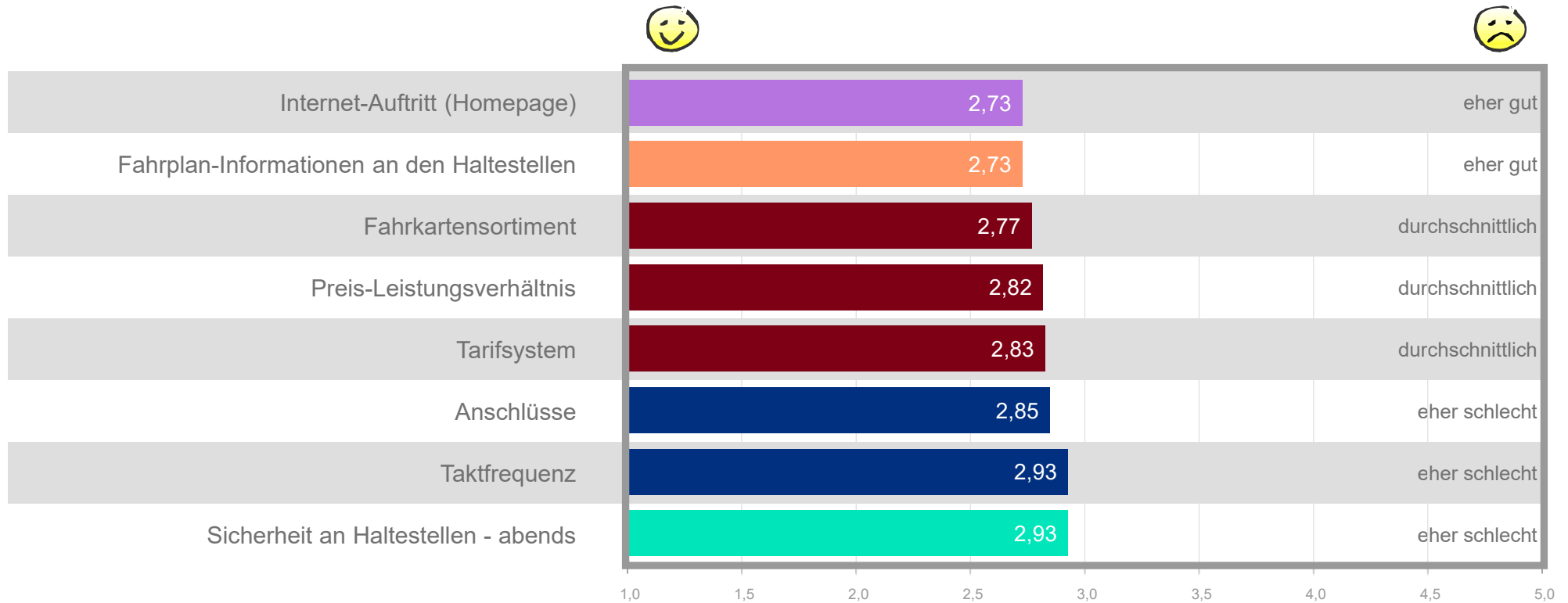
# Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen



Basis 2023: n=191

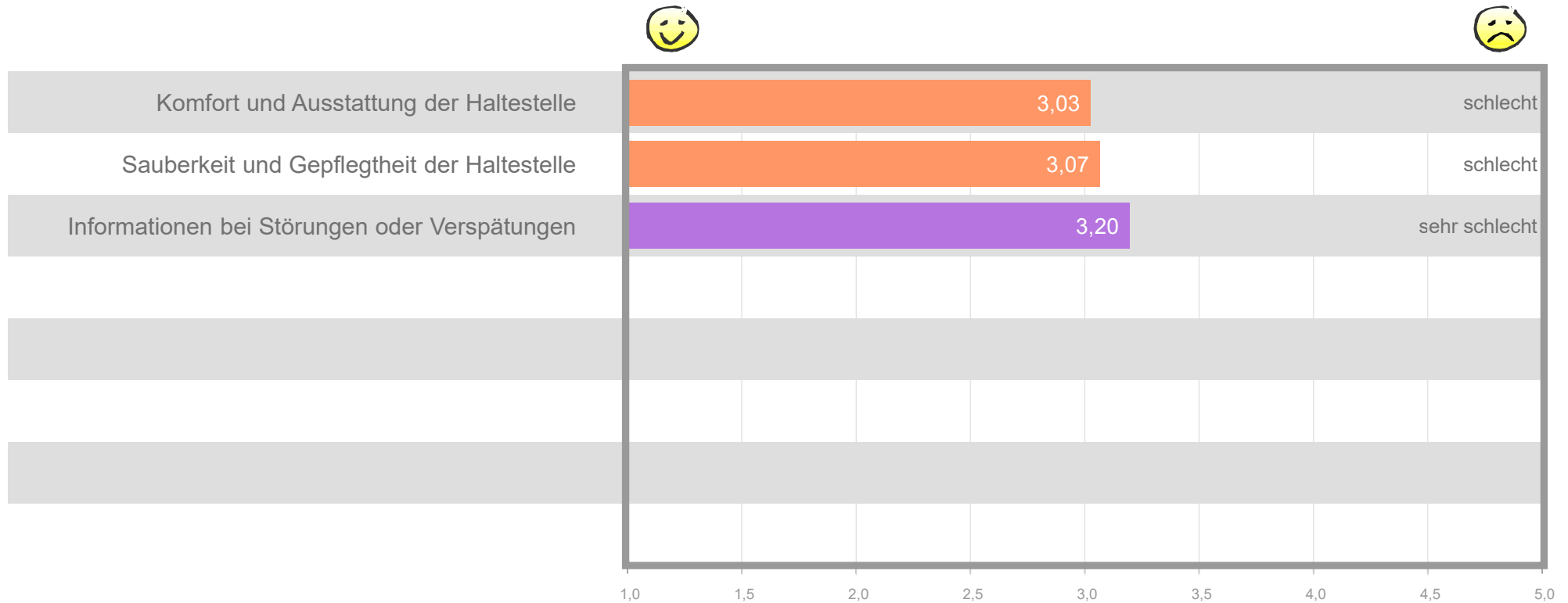


# Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen



Basis 2023: n=191

# Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen



Basis 2023: n=191

# Vergleich der Merkmale 2023/2022

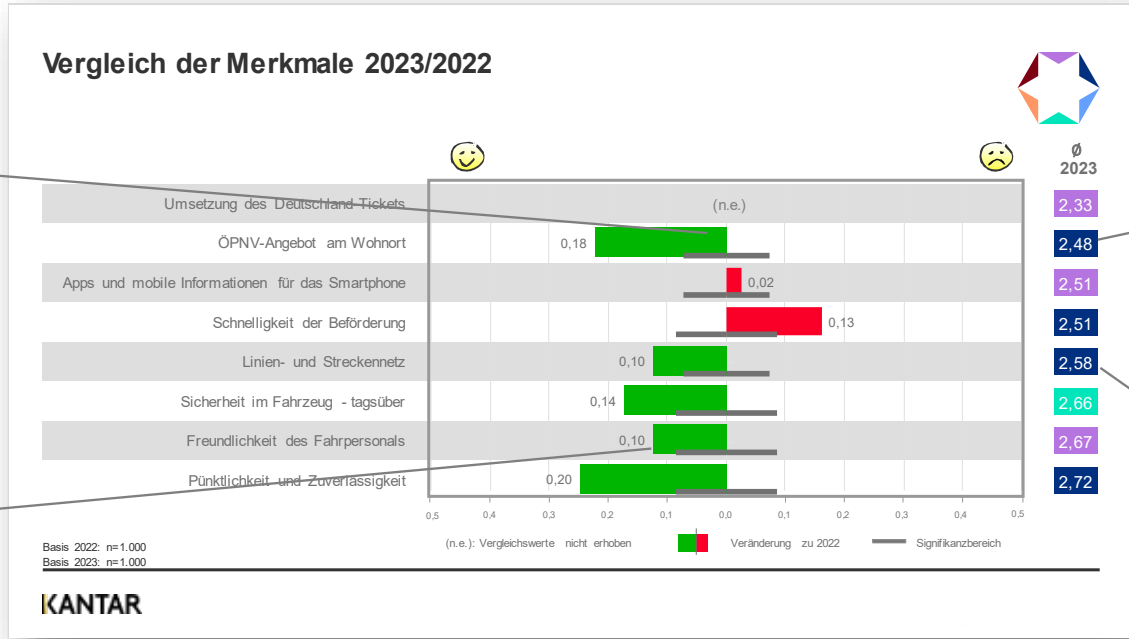
## Lesebeispiel

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

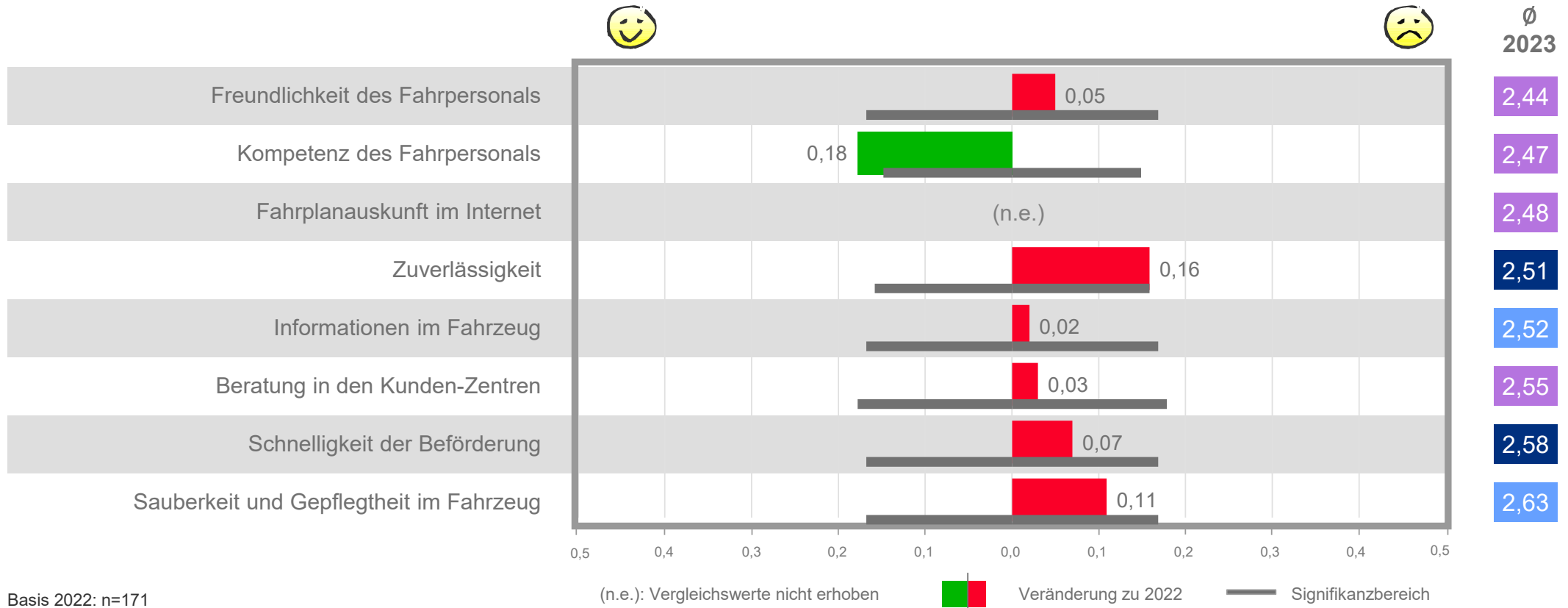


Der aktuelle Zufriedenheitswert des jeweiligen Merkmals wird dargestellt.

Die Farbe entspricht der Zuordnung zum jeweiligen Leistungspaket.

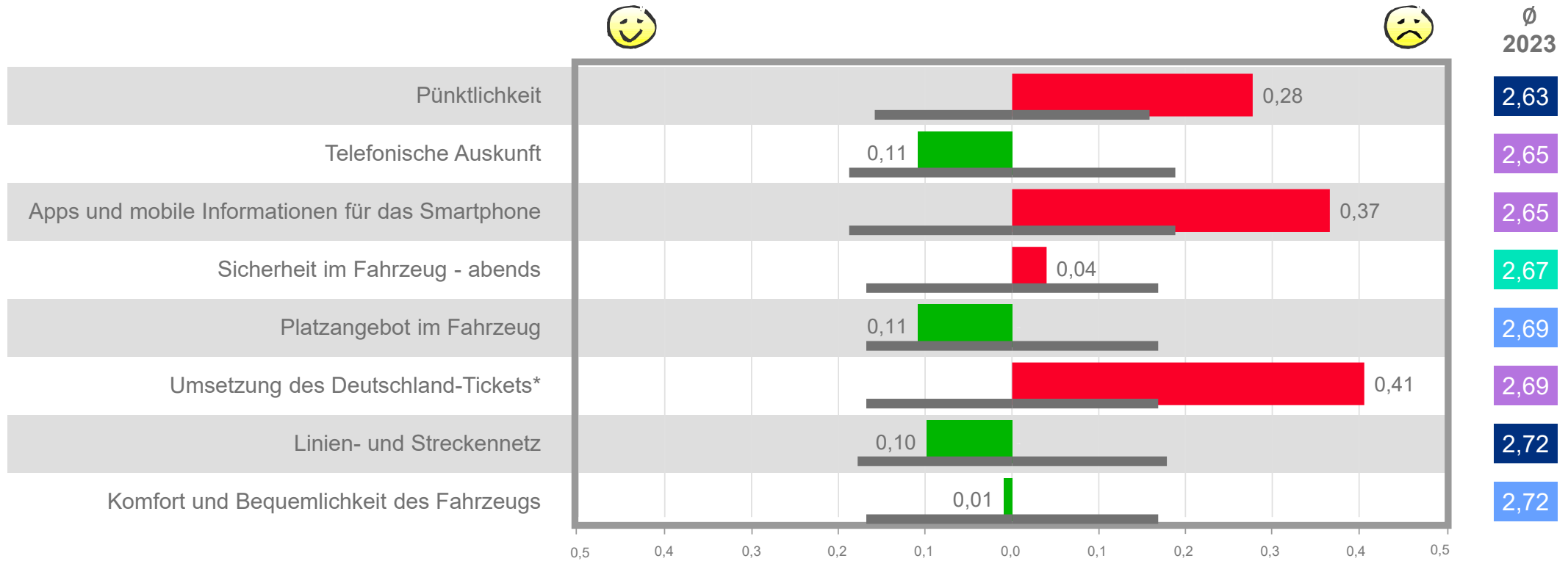
Leistungsmerkmale sortiert nach Bewertung der Zufriedenheit

# Vergleich der Merkmale 2023/2022



Basis 2022: n=171  
 Basis 2023: n=191

# Vergleich der Merkmale 2023/2022



Basis 2022: n=171  
Basis 2023: n=191

\*Umsetzung Deutschland-Ticket verglichen mit Umsetzung 9-Euro-Ticket 2022

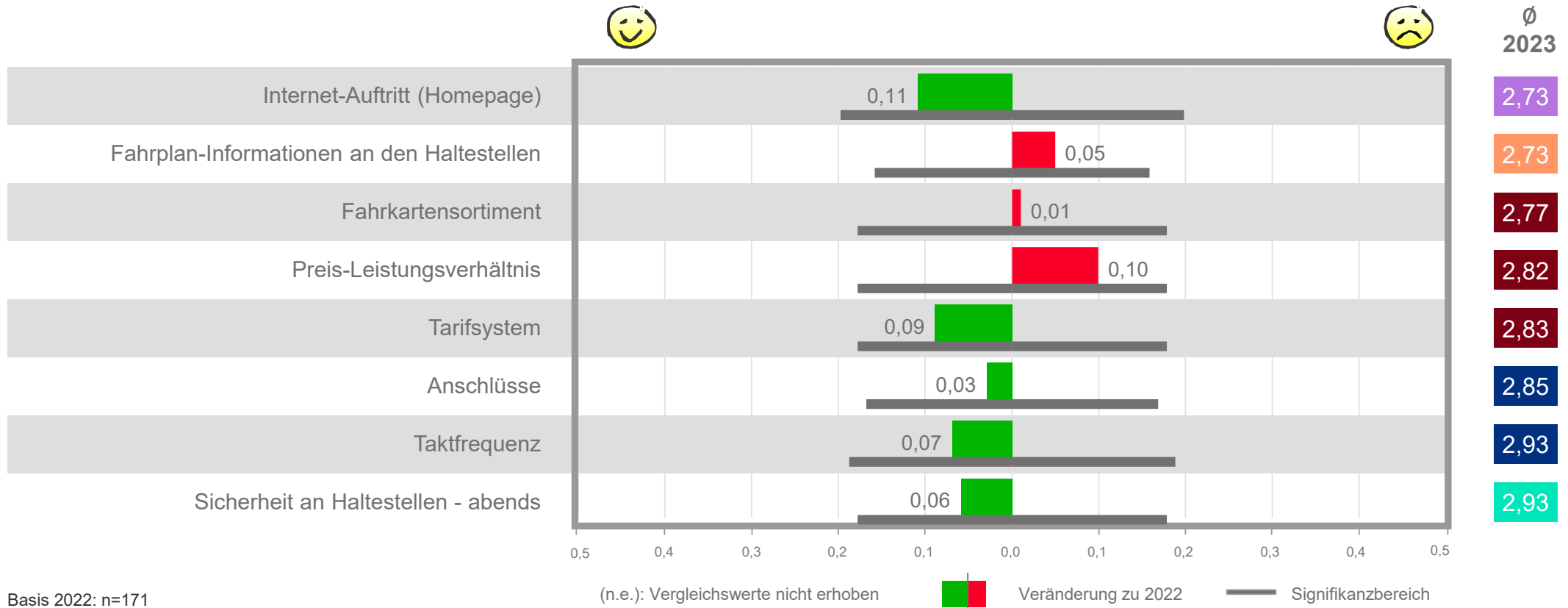
(n.e.): Vergleichswerte nicht erhoben



Veränderung zu 2022

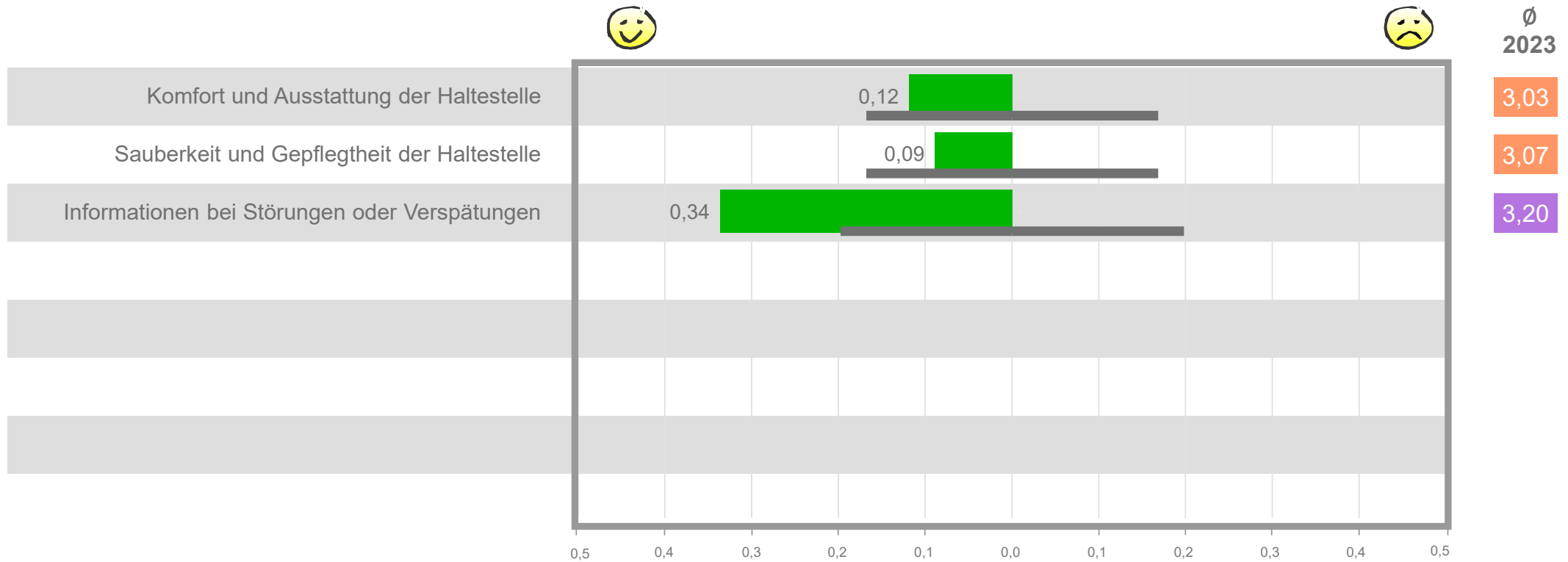
— Signifikanzbereich

# Vergleich der Merkmale 2023/2022



Basis 2022: n=171  
Basis 2023: n=191

# Vergleich der Merkmale 2023/2022



Basis 2022: n=171  
Basis 2023: n=191

(n.e.): Vergleichswerte nicht erhoben



Veränderung zu 2022

— Signifikanzbereich

# 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=175; Mehrfachnennungen möglich



4

Die Leistungspakete

# Handlungsrelevanz-Matrix

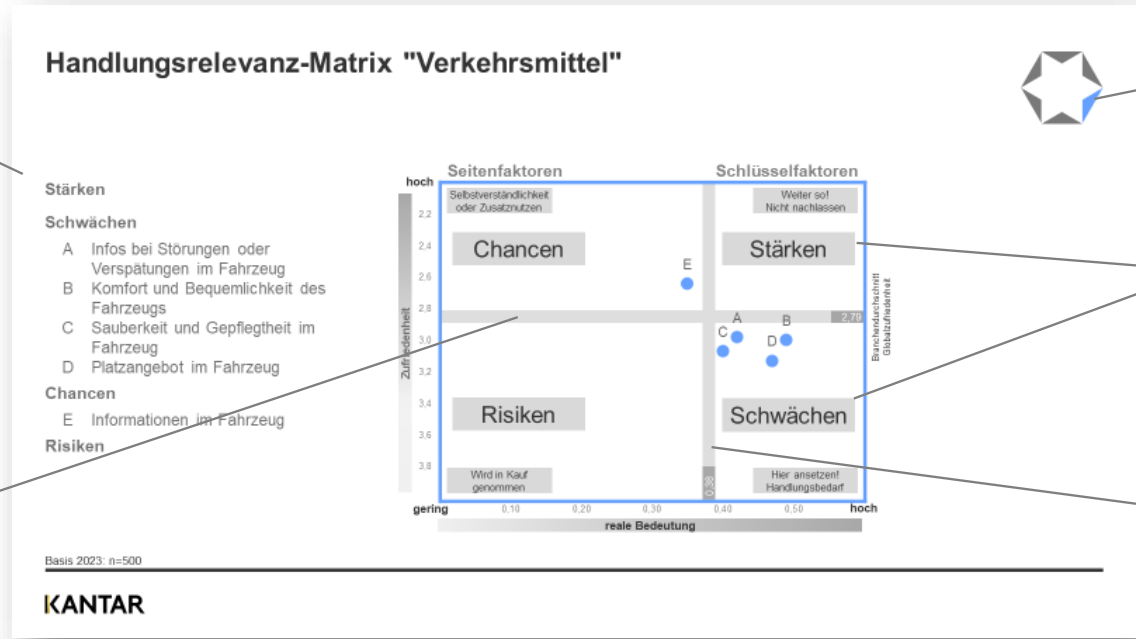
## Lesebeispiel

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



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 Zuverlässigkeit
- B Schnelligkeit der Beförderung
- C Pünktlichkeit

## Schwächen

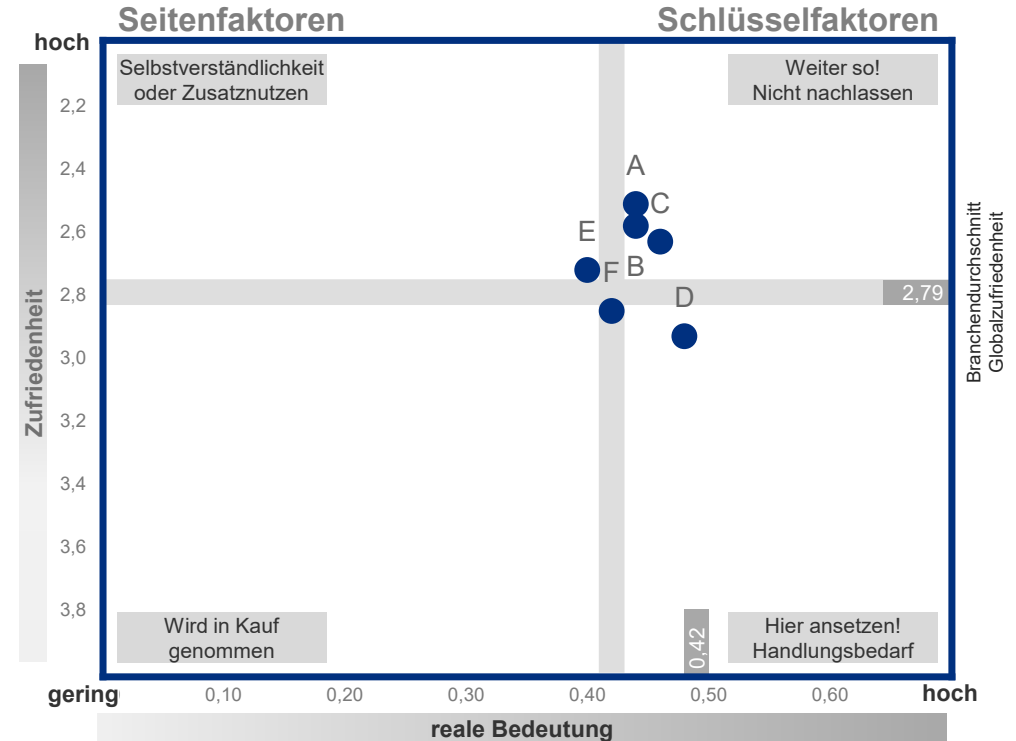
- D Taktfrequenz

## Chancen

- E Linien- und Streckennetz

## Risiken

- F Anschlüsse



Basis 2023: n=191

# Veränderungen im Paket "Angebot"



	Zufriedenheit		reale Bedeutung		
	2022	2023	2022	2023	
Zuverlässigkeit	2,35	2,51	0,47	0,44	
Schnelligkeit der Beförderung	2,51	2,58	0,47	0,44	
Pünktlichkeit	2,35	2,63	0,47	0,46	↓
Linien- und Streckennetz	2,82	2,72	0,50	0,40	
Anschlüsse	2,88	2,85	0,63	0,42	↓
Taktfrequenz	3,00	2,93	0,44	0,48	

Veränderung signifikant 
Veränderung signifikant

# Impact-Analyse

## Lesebeispiel

### Handlungsempfehlung

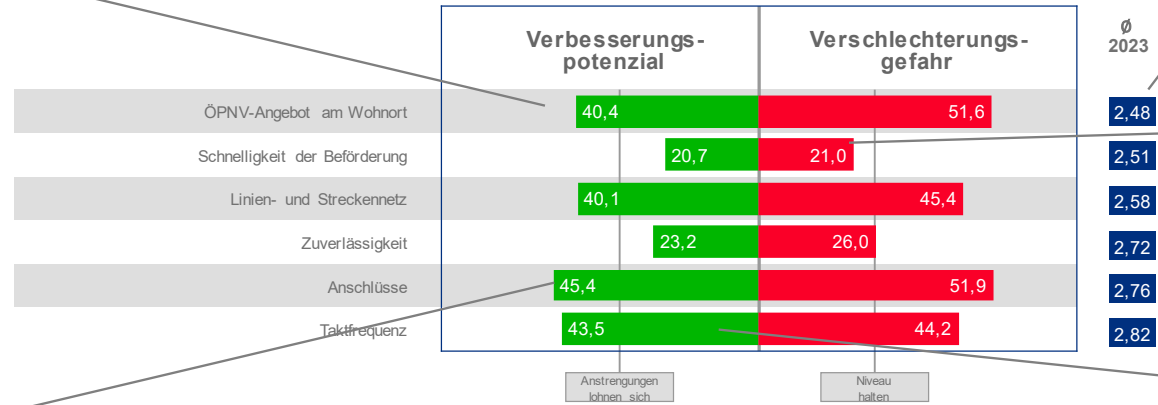
Übertreffen die Balken die Handlungsgrenze (Top Ten) im Gefahrenbereich (ROT), sollte man bei diesen Leistungsmerkmalen das Niveau unbedingt halten.

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 2023: n=1.000

KANTAR



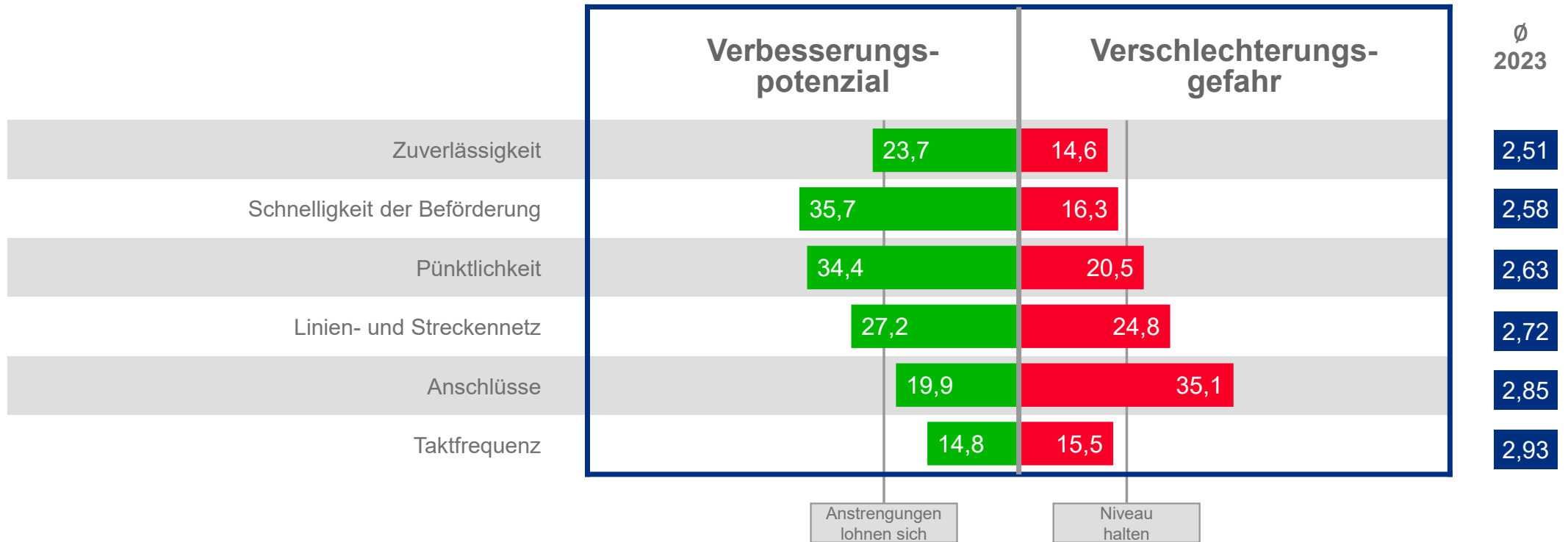
Der aktuelle Zufriedenheitswert des jeweiligen Merkmals wird dargestellt.

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 2023: n=191

# Handlungsrelevanz-Matrix "Verkehrsmittel"



## Stärken

## Schwächen

## Chancen

- A Informationen im Fahrzeug
- B Sauberkeit und Gepflegtheit im Fahrzeug
- C Platzangebot im Fahrzeug
- D Komfort und Bequemlichkeit des Fahrzeugs

## Risiken




Basis 2023: n=191

# Veränderungen im Paket "Verkehrsmittel"

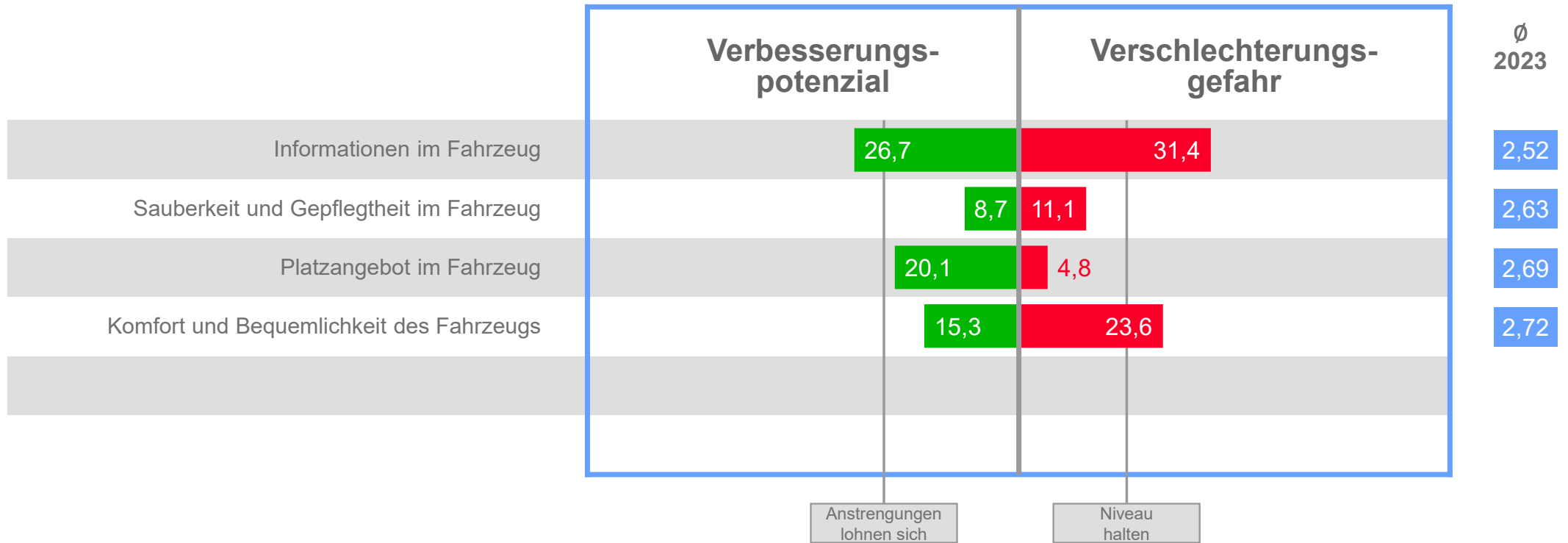


	Zufriedenheit		reale Bedeutung	
	2022	2023	2022	2023
Informationen im Fahrzeug	2,50	2,52	0,45	0,34
Sauberkeit und Gepflegtheit im Fahrzeug	2,52	2,63	0,37	0,21
Platzangebot im Fahrzeug	2,80	2,69	0,53	0,30
Komfort und Bequemlichkeit des Fahrzeugs	2,73	2,72	0,44	0,35

Veränderung signifikant  Veränderung signifikant 



# Impact-Analyse: "Verkehrsmittel"



Basis 2023: n=191

# Handlungsrelevanz-Matrix "Sicherheit"



**Stärken**

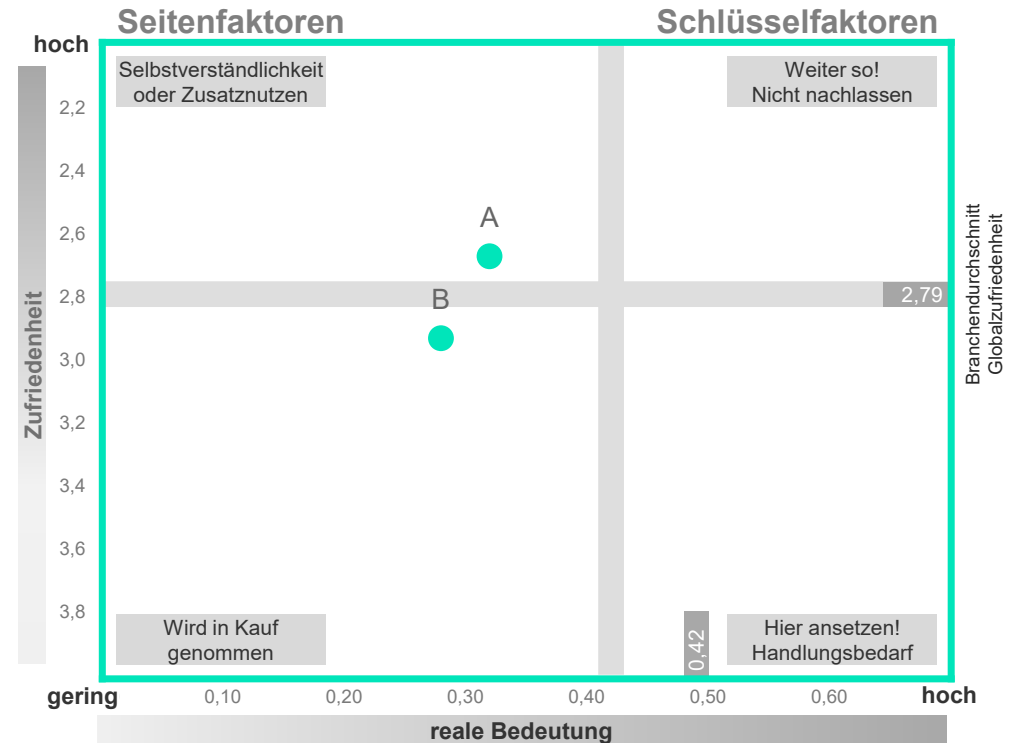
**Schwächen**

**Chancen**

A Sicherheit im Fahrzeug - abends

**Risiken**

B Sicherheit an Haltestellen - abends



Basis 2023: n=191

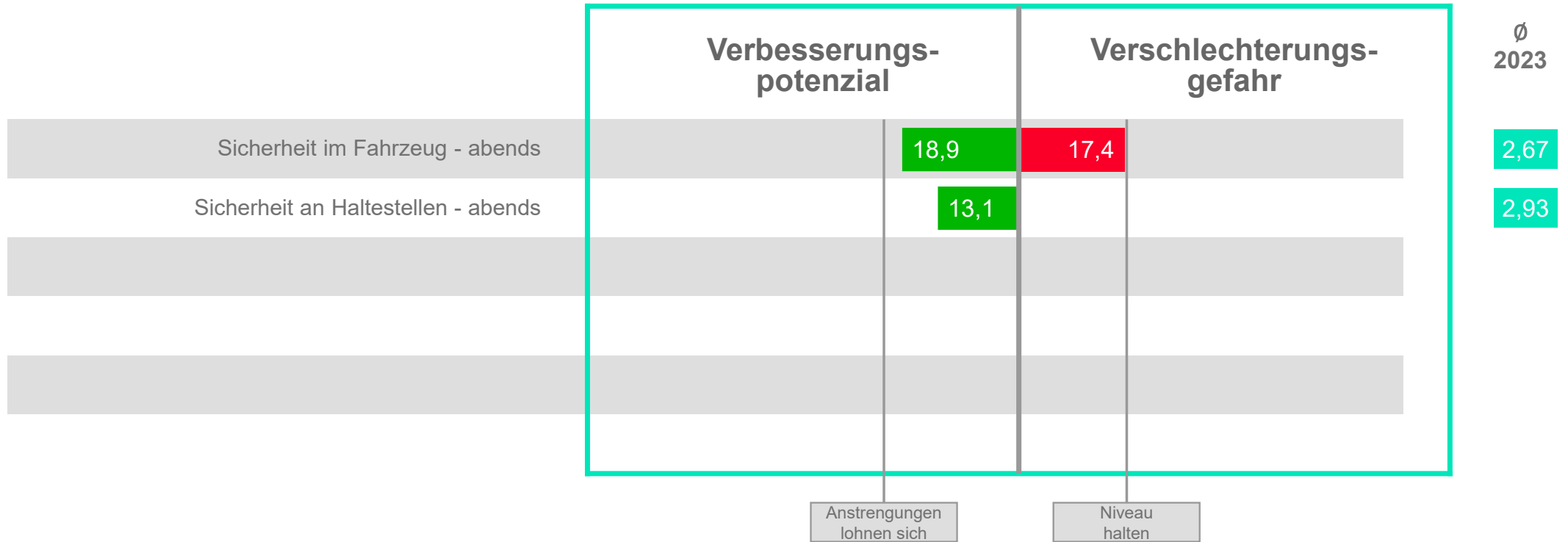
# Veränderungen im Paket "Sicherheit"



	Zufriedenheit		reale Bedeutung		
	2022	2023	2022	2023	
Sicherheit im Fahrzeug - abends	2,63	2,67	0,30	0,32	
Sicherheit an Haltestellen - abends	2,99	2,93	0,48	0,28	↓

Veränderung signifikant ↑↓      Veränderung signifikant ↑↓

# Impact-Analyse: "Sicherheit"



Basis 2023: n=191

# Handlungsrelevanz-Matrix "Haltestellen"



## Stärken

A Fahrplan-Informationen an den Haltestellen

## Schwächen

## Chancen

## Risiken

B Komfort und Ausstattung der Haltestelle

C Sauberkeit und Gepflegtheit der Haltestelle





Basis 2023: n=191

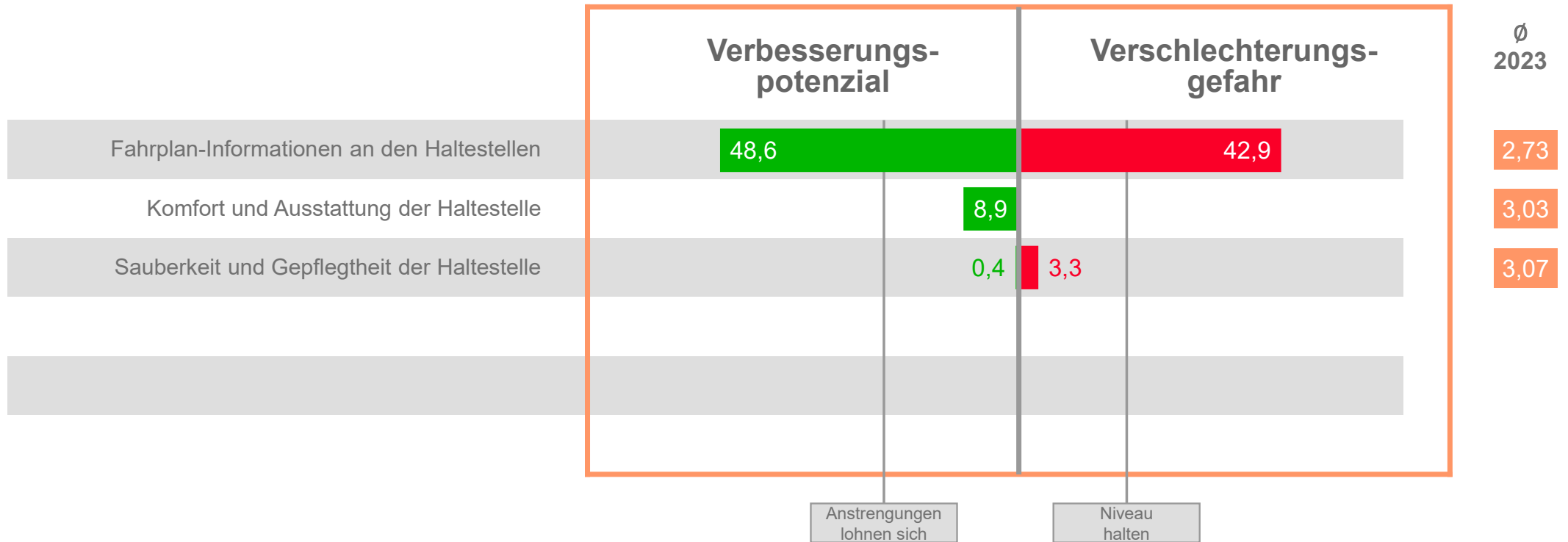
# Veränderungen im Paket "Haltestellen"



	Zufriedenheit		reale Bedeutung	
	2022	2023	2022	2023
Fahrplan-Informationen an den Haltestellen	2,68	2,73	0,55	0,52
Komfort und Ausstattung der Haltestelle	3,15	3,03	0,52	0,36
Sauberkeit und Gepflegtheit der Haltestelle	3,16	3,07	0,46	0,21

Veränderung signifikant  Veränderung signifikant 

# Impact-Analyse: „Haltestellen“



Basis 2023: n=191

# Handlungsrelevanz-Matrix "Tarif"



## Stärken

## Schwächen

- A Preis-Leistungsverhältnis
- B Tarifsystem

## Chancen

- C Fahrkartensortiment

## Risiken





Basis 2023: n=191



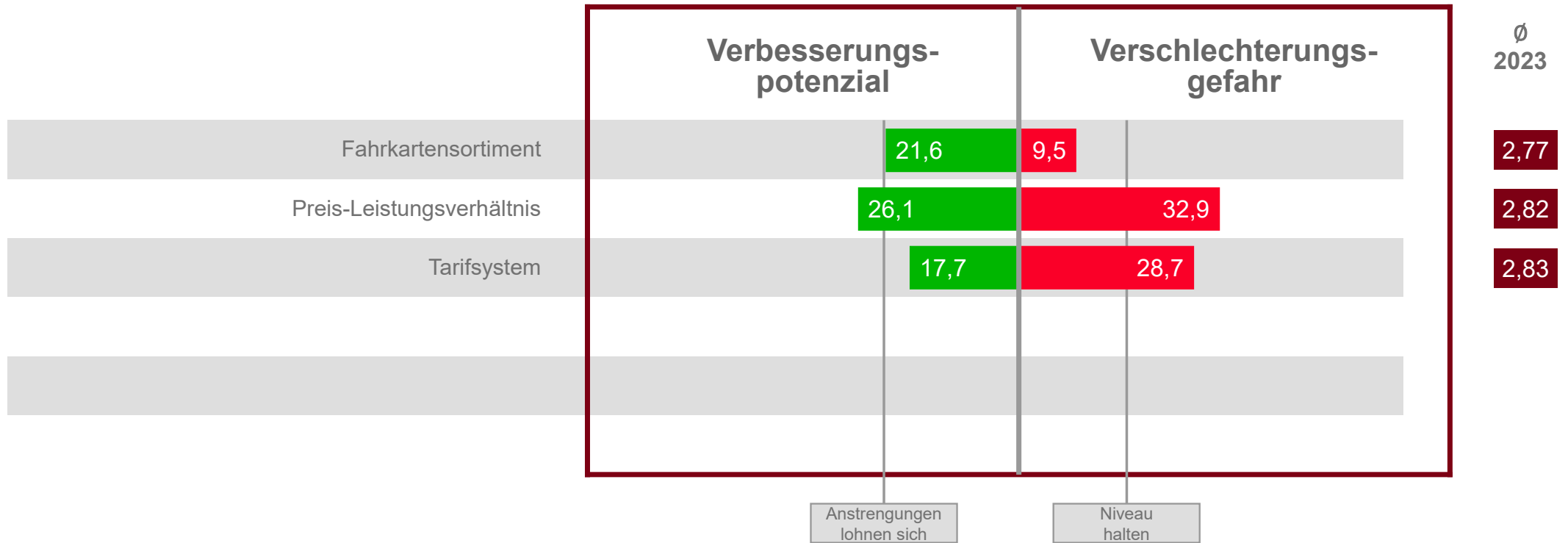
# Veränderungen im Paket "Tarif"



	Zufriedenheit		reale Bedeutung	
	2022	2023	2022	2023
Fahrkartensortiment	2,76	2,77	0,58	0,42
Preis-Leistungsverhältnis	2,72	2,82	0,56	0,50
Tarifsystem	2,92	2,83	0,44	0,45

Veränderung signifikant  Veränderung signifikant 

# Impact-Analyse: "Tarif"



Basis 2023: n=191

# Handlungsrelevanz-Matrix "Kundenbeziehung"



## Stärken

- A Fahrplanauskunft im Internet
- B Apps und mobile Informationen für das Smartphone
- C Telefonische Auskunft
- D Umsetzung des Deutschland-Tickets
- E Internet-Auftritt (Homepage)

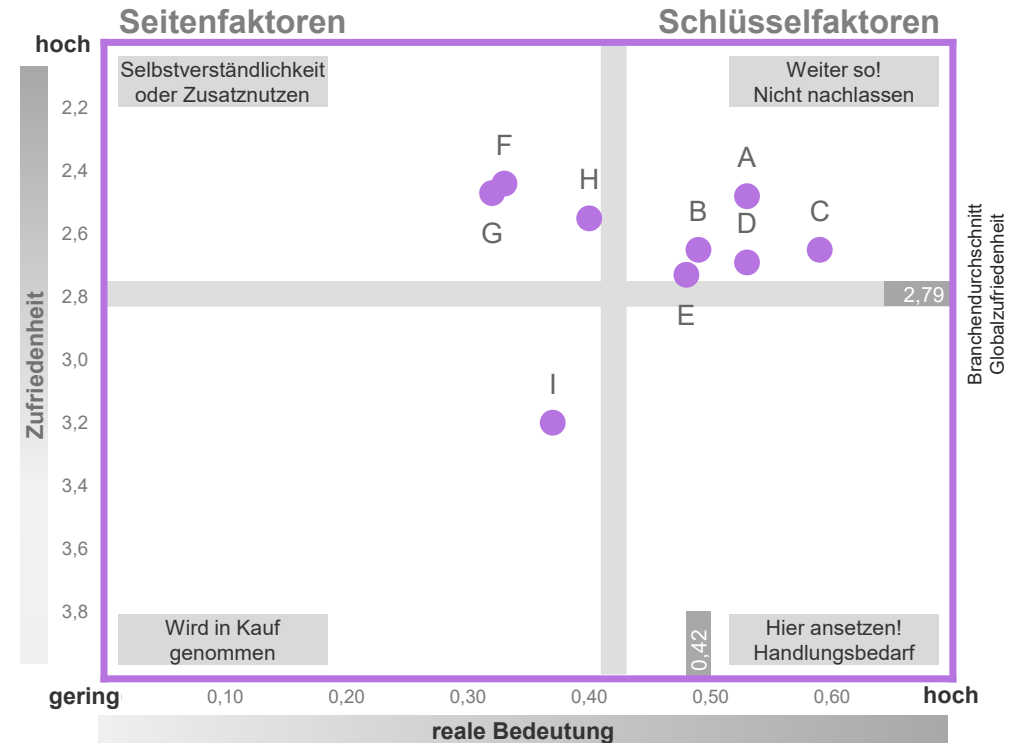
## Schwächen

## Chancen

- F Freundlichkeit des Fahrpersonals
- G Kompetenz des Fahrpersonals
- H Beratung in den Kunden-Zentren

## Risiken

- I Informationen bei Störungen oder Verspätungen



Basis 2023: n=191

# Veränderungen im Paket "Kundenbeziehung"



	Zufriedenheit			reale Bedeutung	
	2022	2023		2022	2023
Freundlichkeit des Fahrpersonals	2,39	2,44		0,46	0,33
Kompetenz des Fahrpersonals	2,65	2,47	↑	0,37	0,32
Fahrplanauskunft im Internet		2,48			0,53
Beratung in den Kunden-Zentren	2,52	2,55		0,52	0,40
Apps und mobile Informationen für das Smartphone	2,28	2,65	↓	0,57	0,49
Telefonische Auskunft	2,76	2,65		0,28	0,59

Veränderung signifikant ↑↓
Veränderung signifikant ↑↓

# Veränderungen im Paket "Kundenbeziehung"

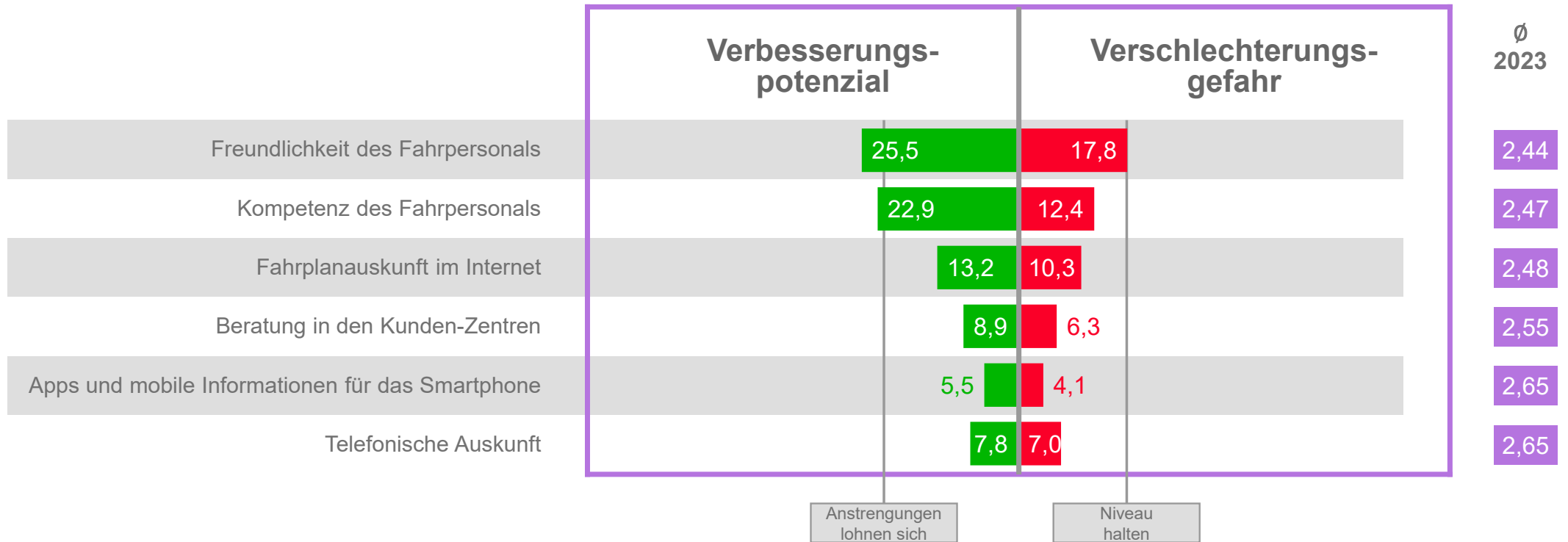


	Zufriedenheit			reale Bedeutung	
	2022	2023		2022	2023
Umsetzung des Deutschland-Tickets*	2,28	2,69	↓	0,39	0,53
Internet-Auftritt (Homepage)	2,84	2,73		0,42	0,48
Informationen bei Störungen oder Verspätungen	3,54	3,20	↑	0,56	0,37

Veränderung signifikant 
Veränderung signifikant

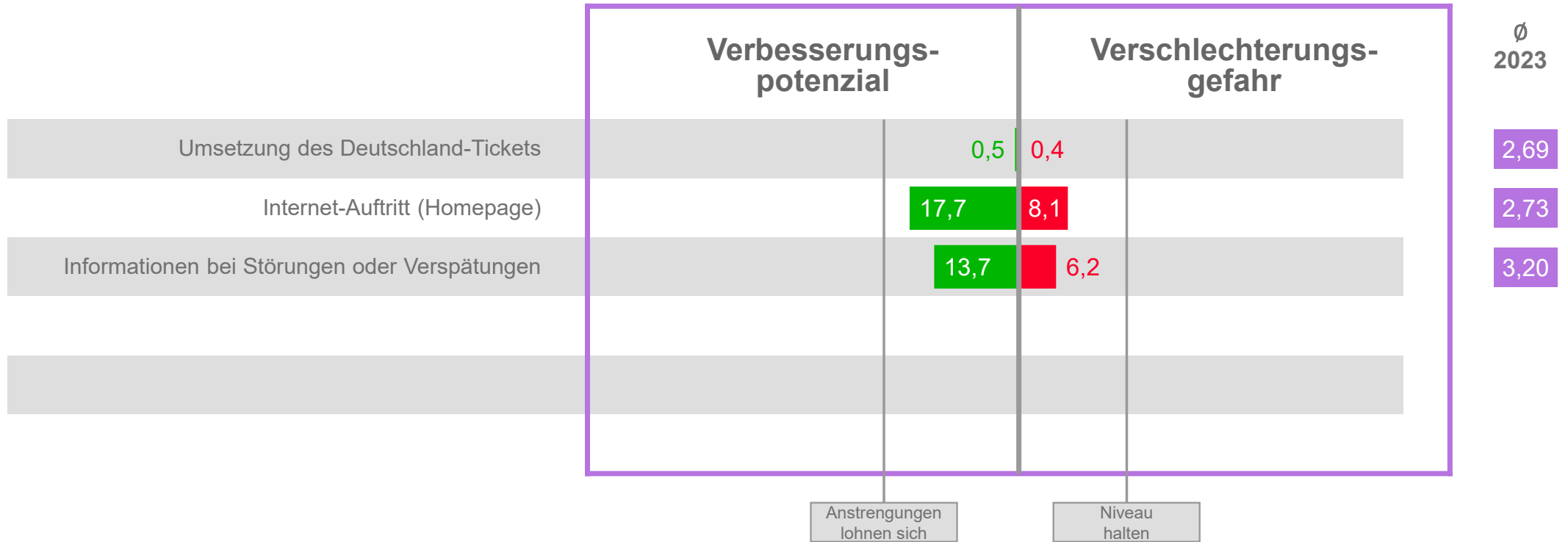
\*Umsetzung Deutschland-Ticket verglichen mit Umsetzung 9-Euro-Ticket 2022

# Impact-Analyse: "Kundenbeziehung"



Basis 2023: n=191

# Impact-Analyse: "Kundenbeziehung"



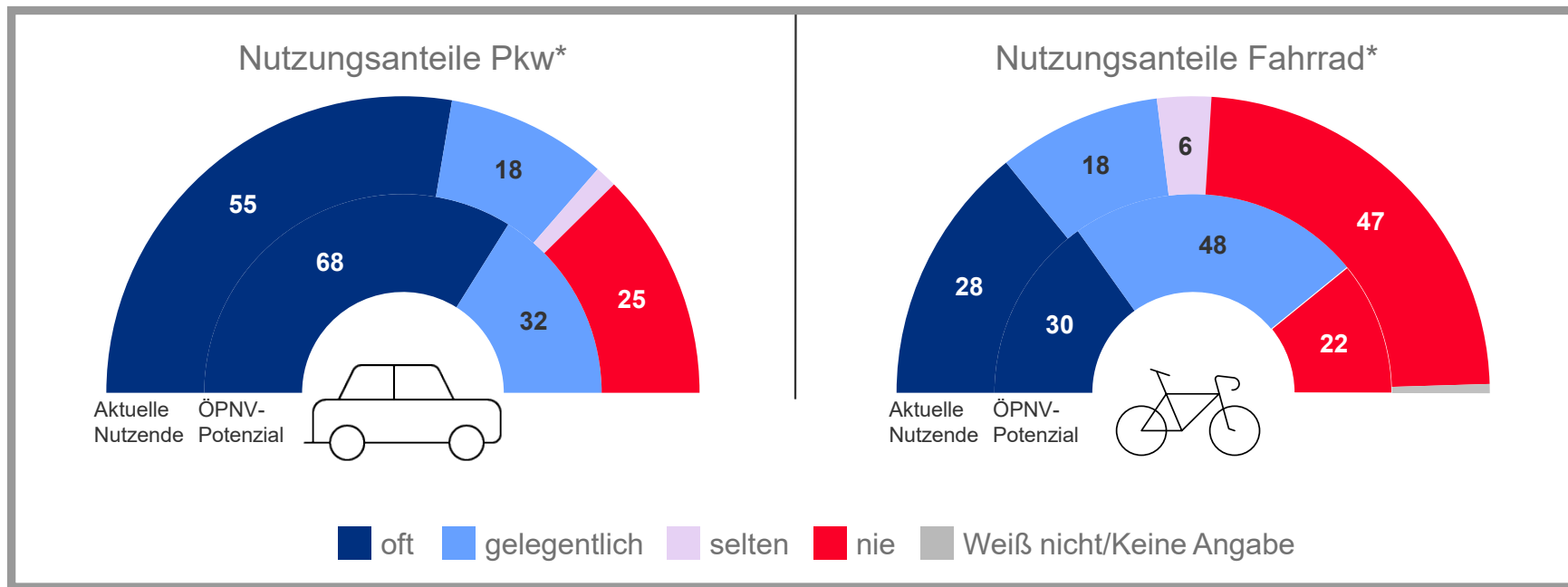
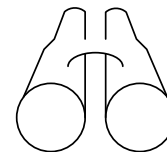
Basis 2023: n=191

5

Potenzial



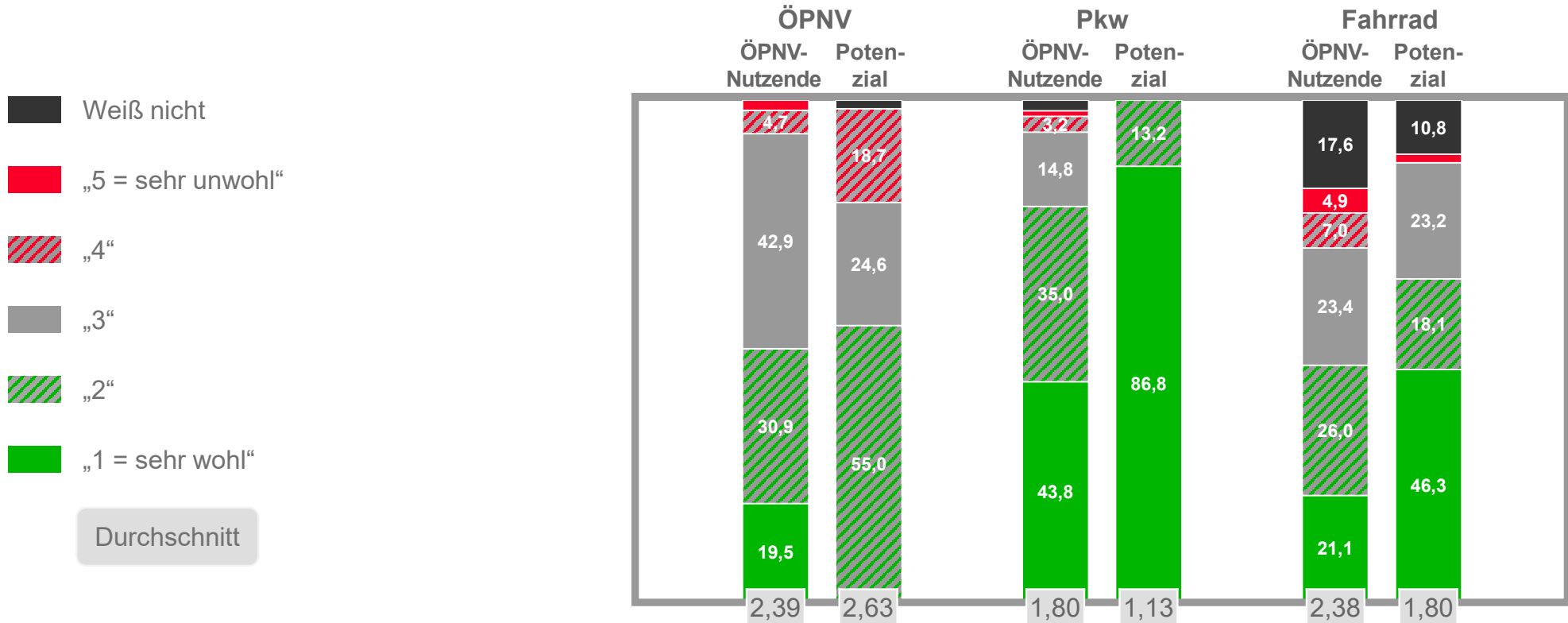
# Vergleich von ÖPNV-Nutzenden und Potenzial bei Pkw und Fahrrad



Denken Sie jetzt bitte an die Strecken, die Sie in Hameln, in Bad Pyrmont und im Landkreis Hameln-Pyrmont normalerweise zurücklegen. Welche Verkehrsmittel verwenden Sie? Wie oft nutzen Sie den Pkw aktuell? Damit sind Fahrten mit dem Pkw als Fahrer/Fahrerin oder als Mitfahrer/Mitfahrerin gemeint, auch Carsharing. Wie oft nutzen Sie das Fahrrad aktuell? \*) oft=täglich oder fast täglich, an drei/vier Tagen pro Woche; gelegentlich=an ein bis zwei Tagen pro Woche, an ein bis drei Tagen pro Monat; selten=seltener als monatlich

Basis aktuelle ÖPNV-Nutzende: n=191; ÖPNV-Potenzial: n=20

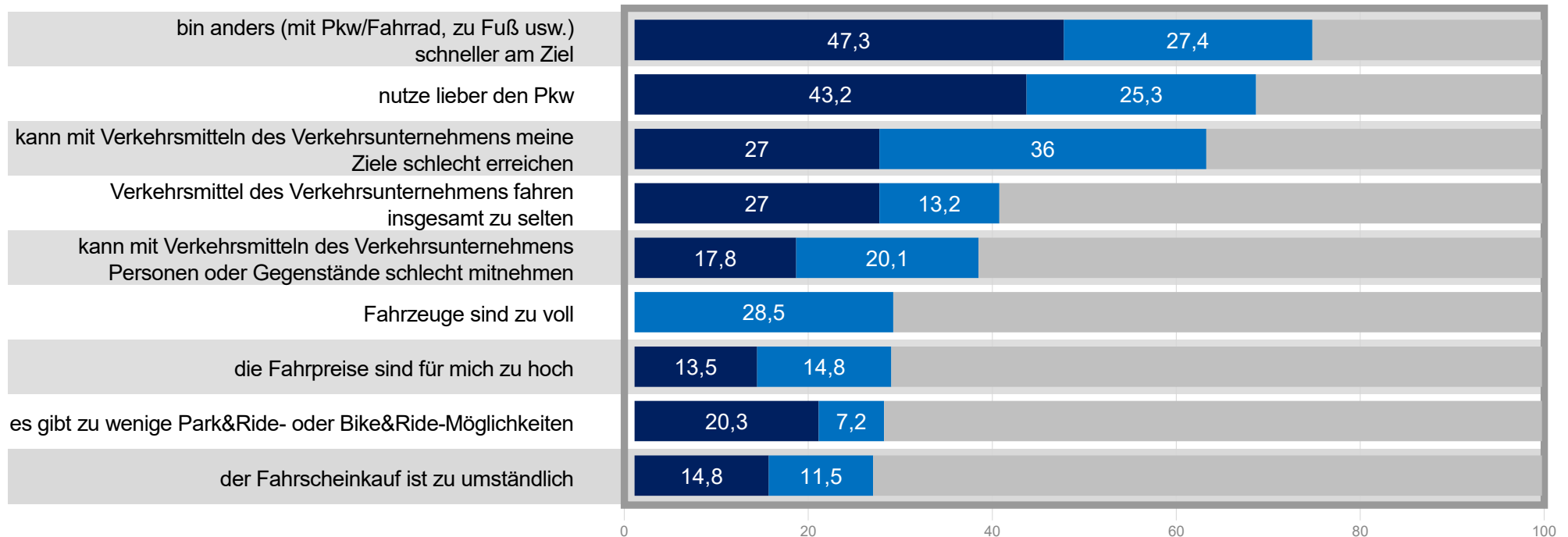
# Wohlfühlfaktor im ÖPNV, Pkw und Fahrrad | ÖPNV-Nutzende und Potenzial



(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-Nutzende: n=191; ÖPNV-Potenzial: n=20

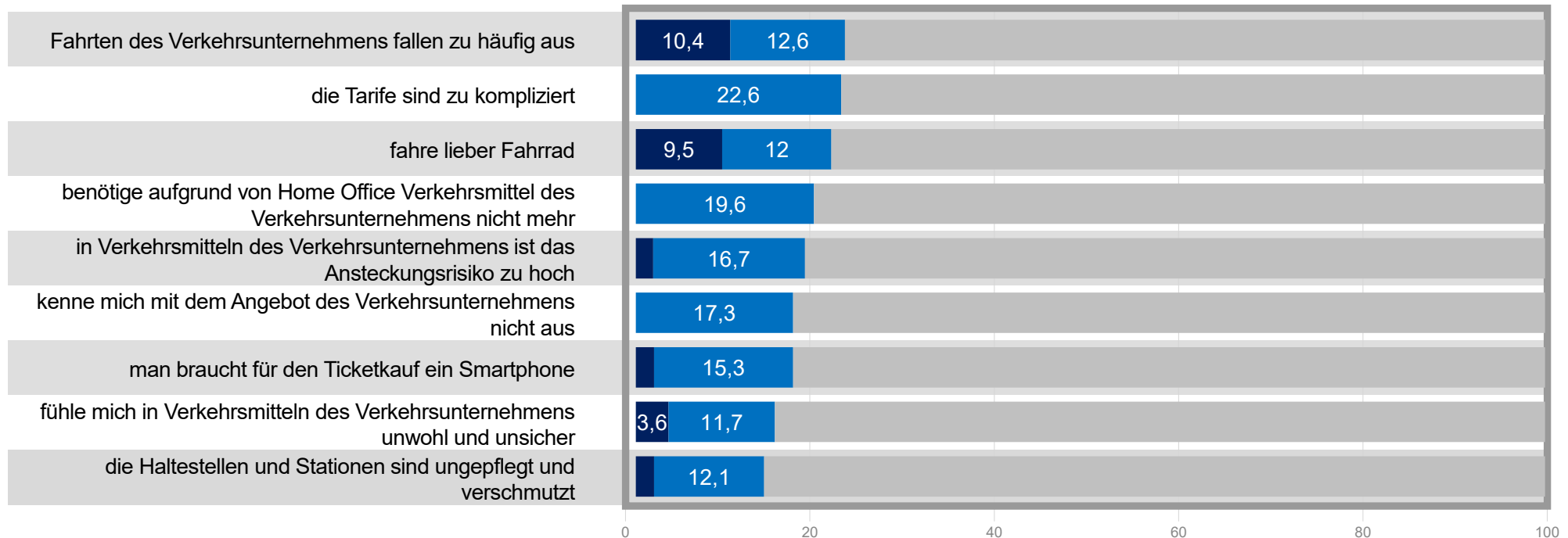
# Wichtige Gründe, nicht mit dem ÖPNV zu fahren



Wie wichtig sind die folgenden Gründe für Sie, nicht mehr mit dem ÖPNV zu fahren?  
 Antwortmöglichkeiten von 1 („Trifft voll und ganz zu“) bis 6 („Trifft überhaupt nicht zu“)  
 Basis ÖPNV-Potenzial: n=20

■ 1 (Trifft voll und ganz zu) ■ 2 ■ Σ 3-6

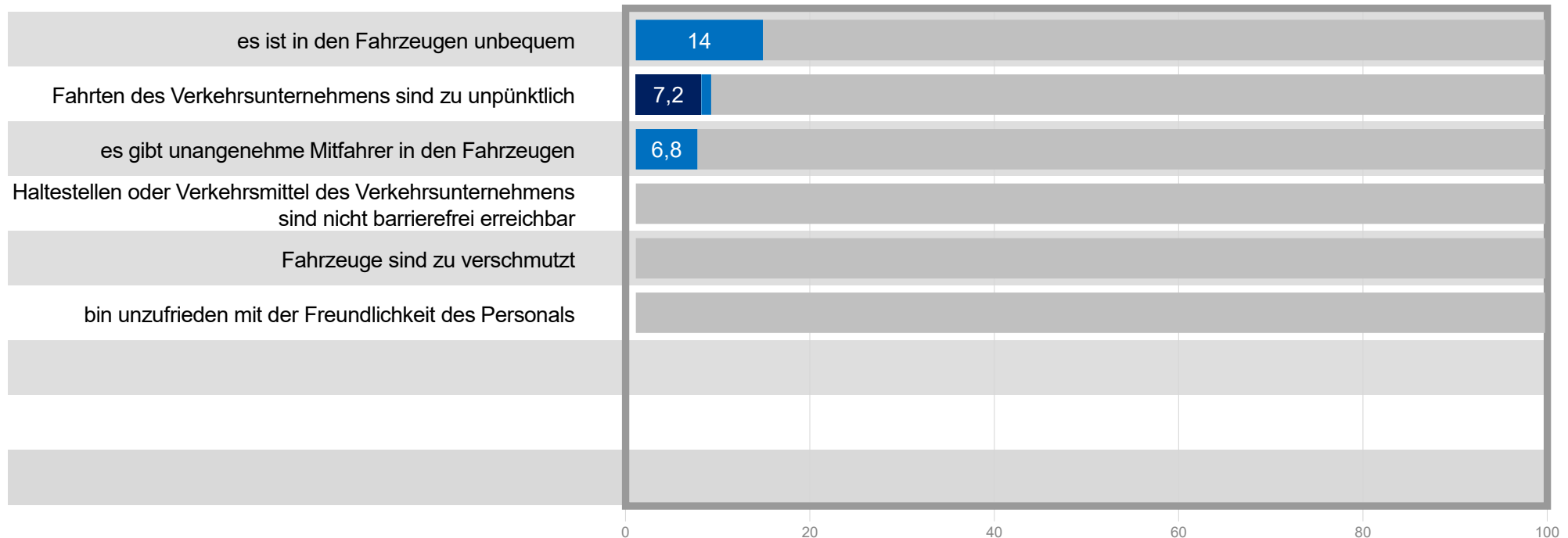
# Wichtige Gründe, nicht mit dem ÖPNV zu fahren



Wie wichtig sind die folgenden Gründe für Sie, nicht mehr mit dem ÖPNV zu fahren?  
 Antwortmöglichkeiten von 1 („Trifft voll und ganz zu“) bis 6 („Trifft überhaupt nicht zu“)  
 Basis ÖPNV-Potenzial: n=20

■ 1 (Trifft voll und ganz zu) ■ 2 ■ Σ 3-6

# Wichtige Gründe, nicht mit dem ÖPNV zu fahren



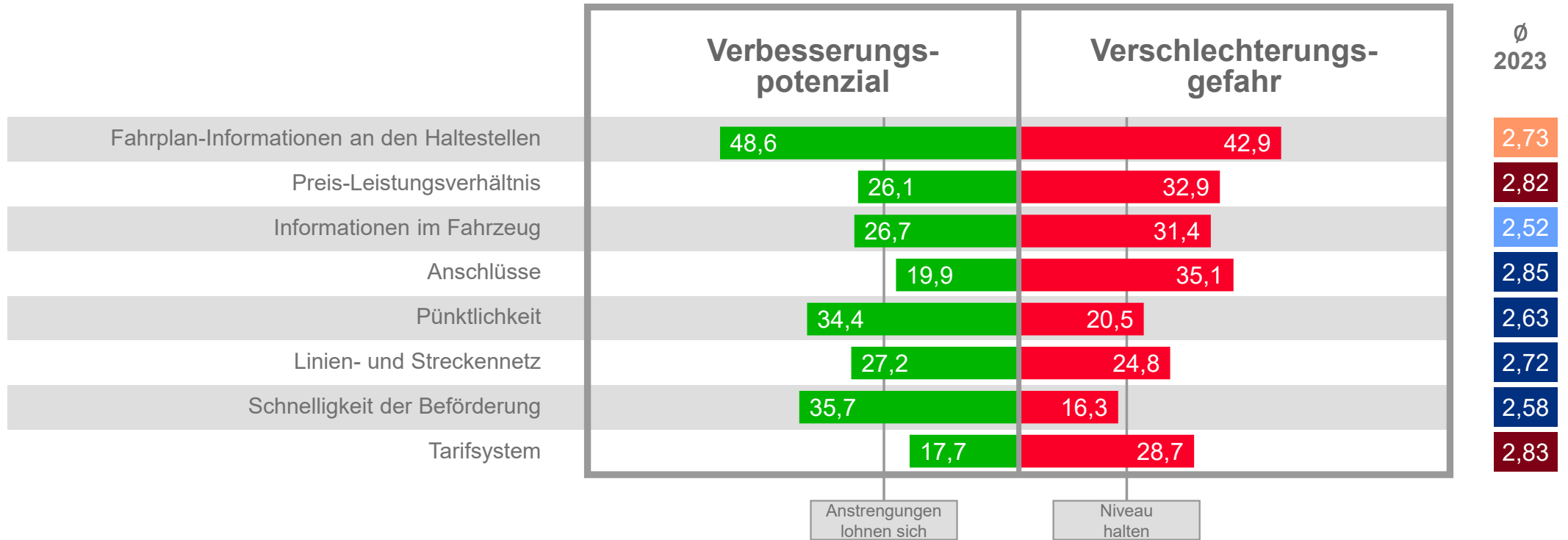
Wie wichtig sind die folgenden Gründe für Sie, nicht mehr mit dem ÖPNV zu fahren?  
Antwortmöglichkeiten von 1 („Trifft voll und ganz zu“) bis 6 („Trifft überhaupt nicht zu“)  
Basis ÖPNV-Potenzial: n=20

■ 1 (Trifft voll und ganz zu) ■ 2 ■ Σ 3-6

6

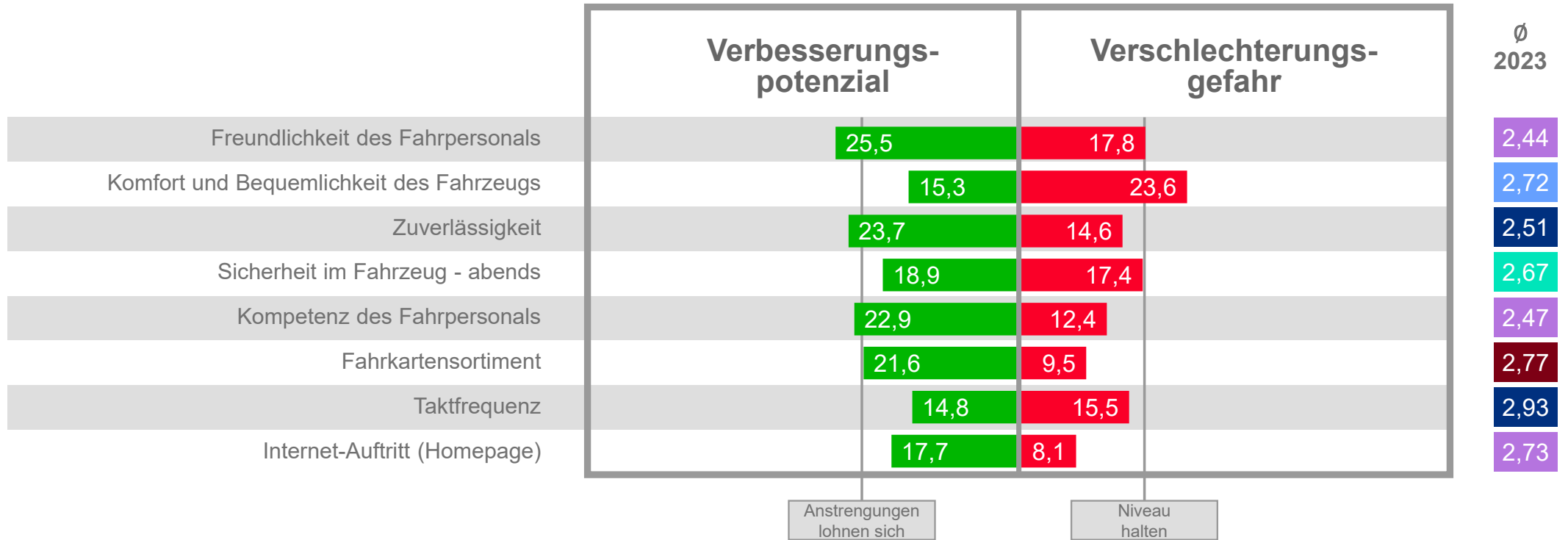
Handlungsempfehlungen

# Impact-Analyse: Potenzial und Gefahr



Basis 2023: n=191

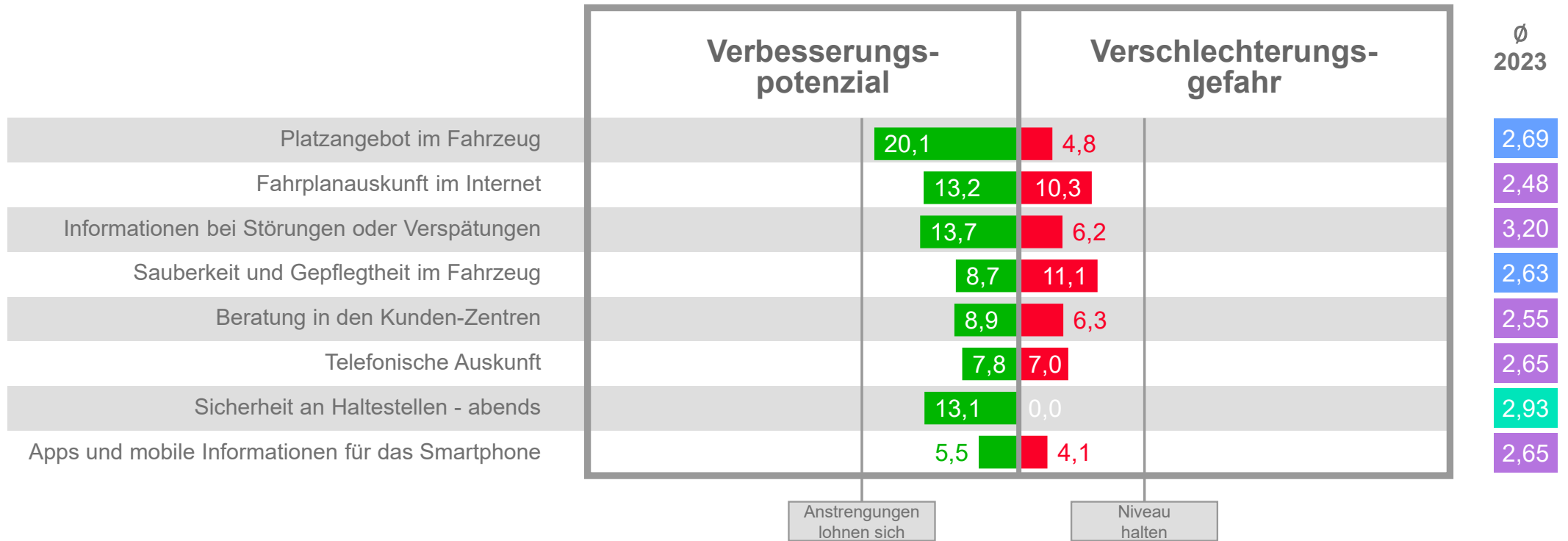
# Impact-Analyse: Potenzial und Gefahr



Basis 2023: n=191

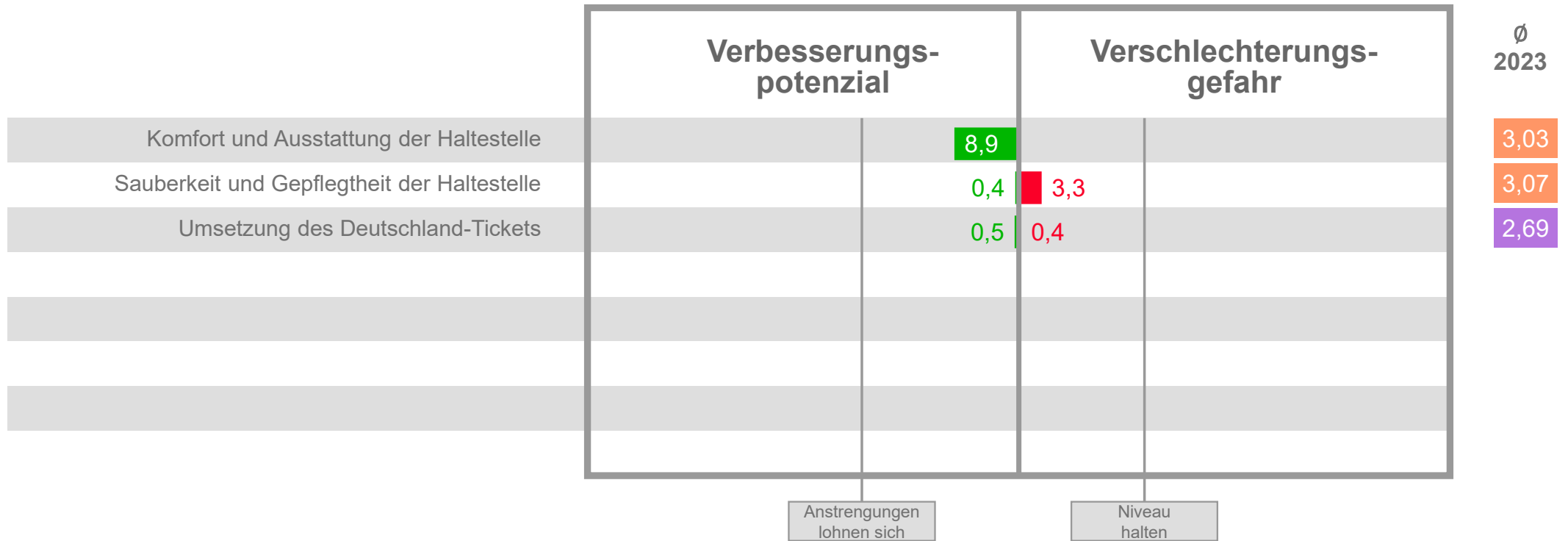


# Impact-Analyse: Potenzial und Gefahr



Basis 2023: n=191

# Impact-Analyse: Potenzial und Gefahr



Basis 2023: n=191

# Stärken / Schwächen

## Lesebeispiel

### Stärken / Schwächen

Verbesserungs-Potenzial / Verschlechterungs-Gefahr



#### Handlungsempfehlungen:

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

Schnelligkeit der Beförderung	PG	++	2,50
Freundlichkeit des Personals	G	++	2,61
Linien- und Streckennetz	PG	++	2,63
Informationen im Fahrzeug		+	2,74

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 = Verbesserung-Potenzial  
G = Verschlechterungs-Gefahr

Zusammenfassende Handlungsempfehlungen für die wichtigsten Stärken und Schwächen



KANTAR

# Stärken

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



		Ø 2023
Fahrplanauskunft im Internet	++	2,48
Zuverlässigkeit	P ++	2,51
Schnelligkeit der Beförderung	P ++	2,58
Pünktlichkeit	P G	2,63
Telefonische Auskunft		2,65
Apps und mobile Informationen für das Smartphone		2,65
Umsetzung des Deutschland-Tickets		2,69
Internet-Auftritt (Homepage)		2,73
Fahrplan-Informationen an den Haltestellen	P G	2,73



# Schwächen

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



			Ø 2023	
Preis-Leistungsverhältnis	<b>P</b>	<b>G</b>	<b>?</b>	2,82
Tarifsystem		<b>G</b>	<b>?</b>	2,83
Taktfrequenz			<b>-</b>	2,93



7

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 bestätigt<sup>1</sup>.
- 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.

<sup>1</sup>Bäumer, 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.



### Sicherheit

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

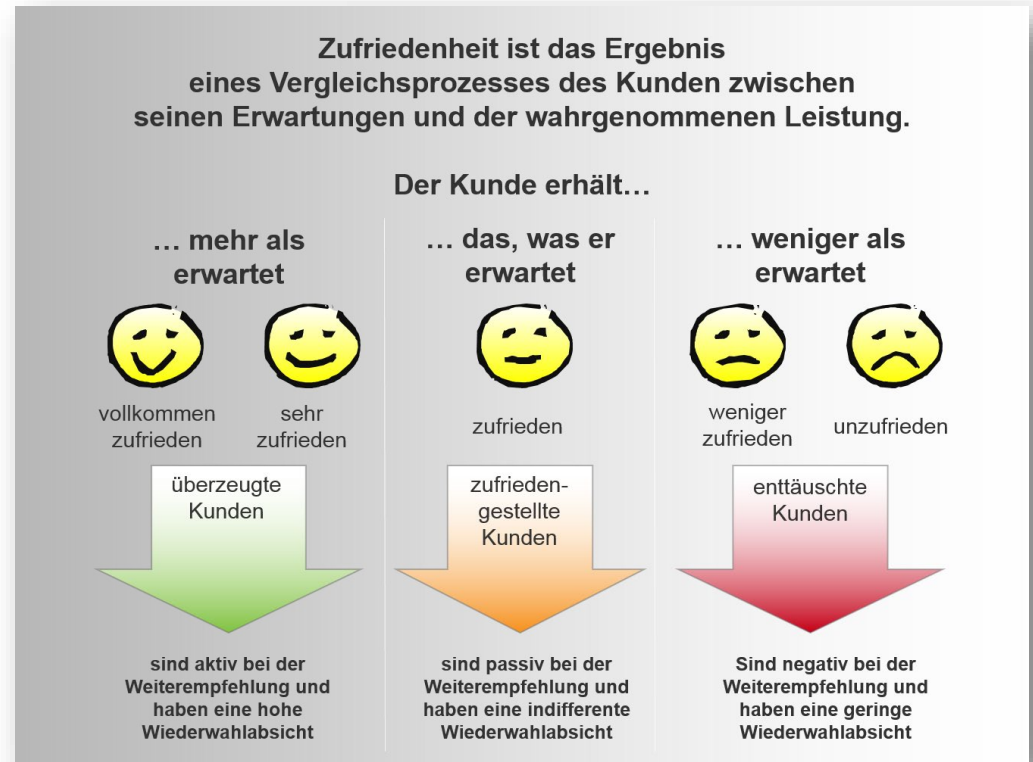
# Modellbeschreibung

## 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.

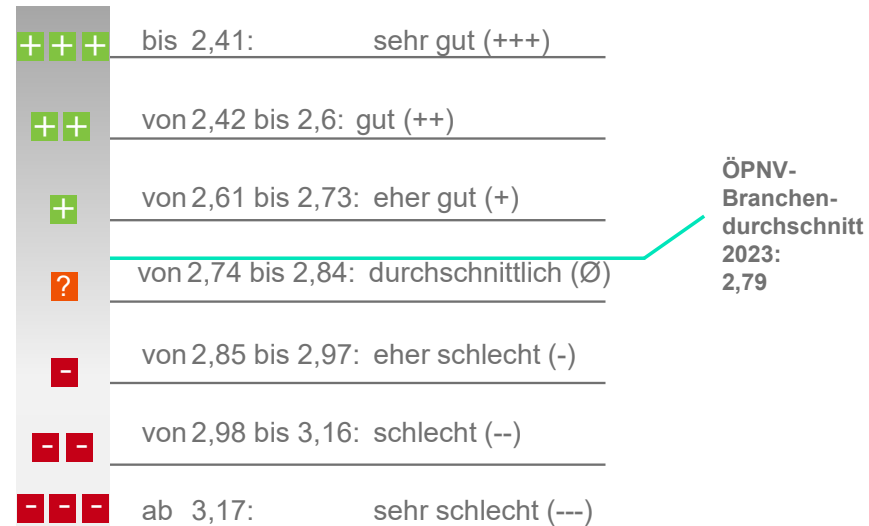


# Einstufung der Bewertungsgruppen

## 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):

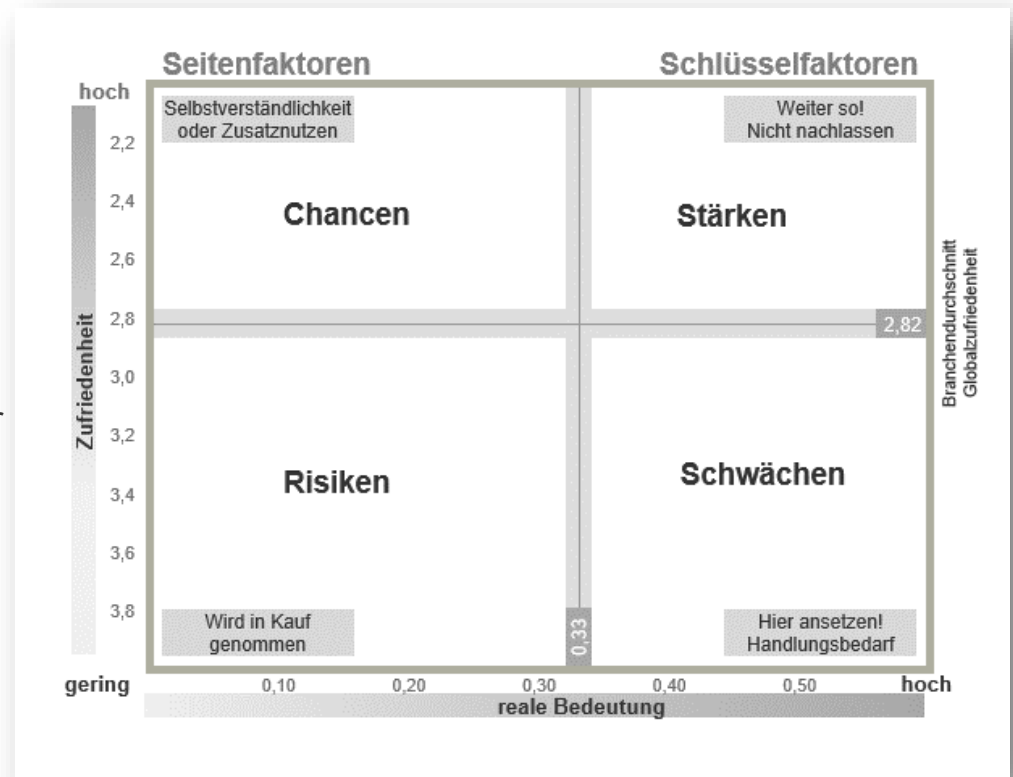
Skala:

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.



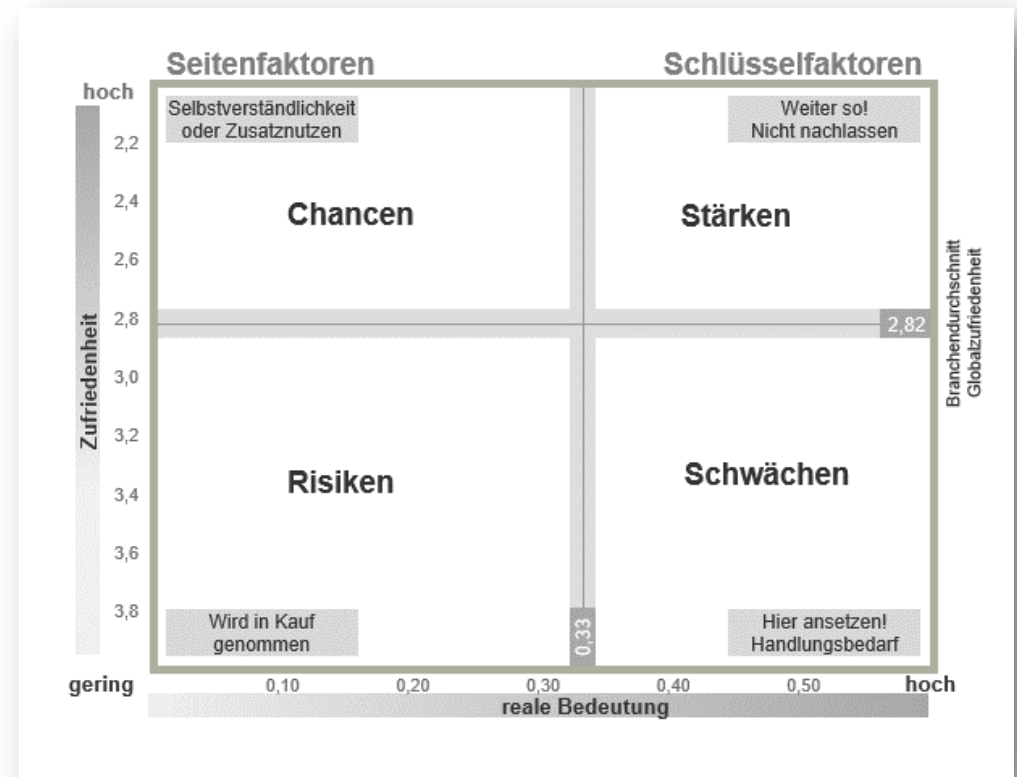
# Modellbeschreibung

## 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

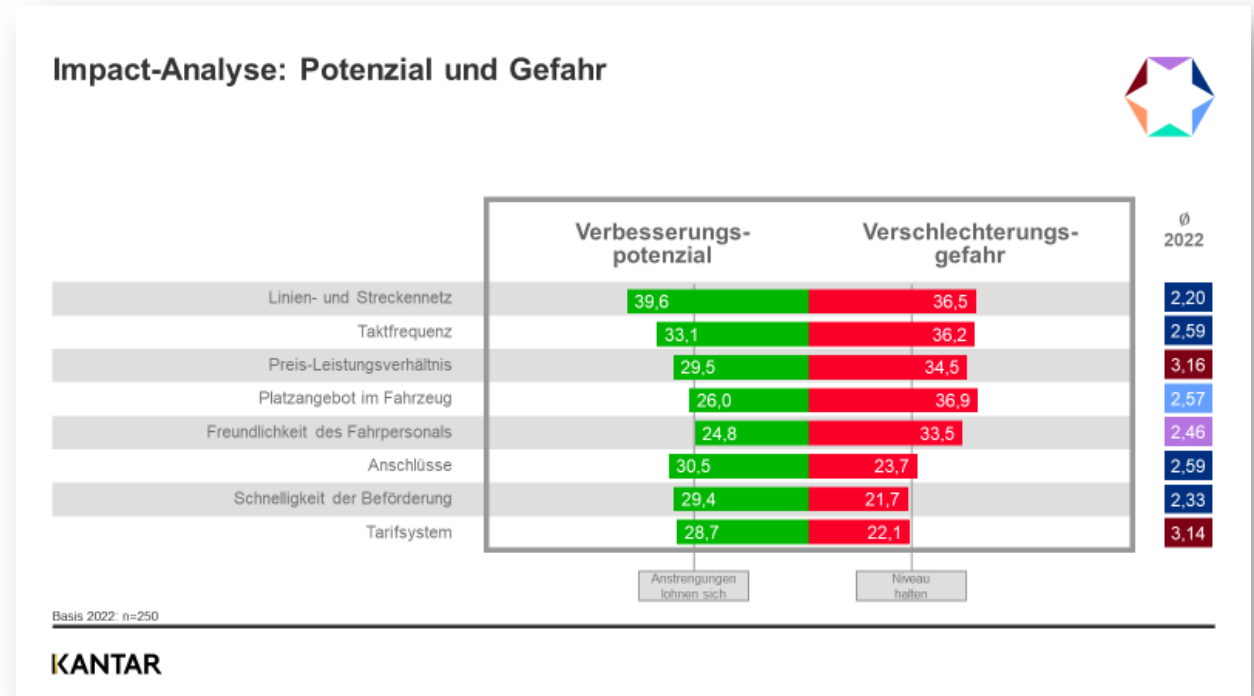


# Modellbeschreibung

## 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



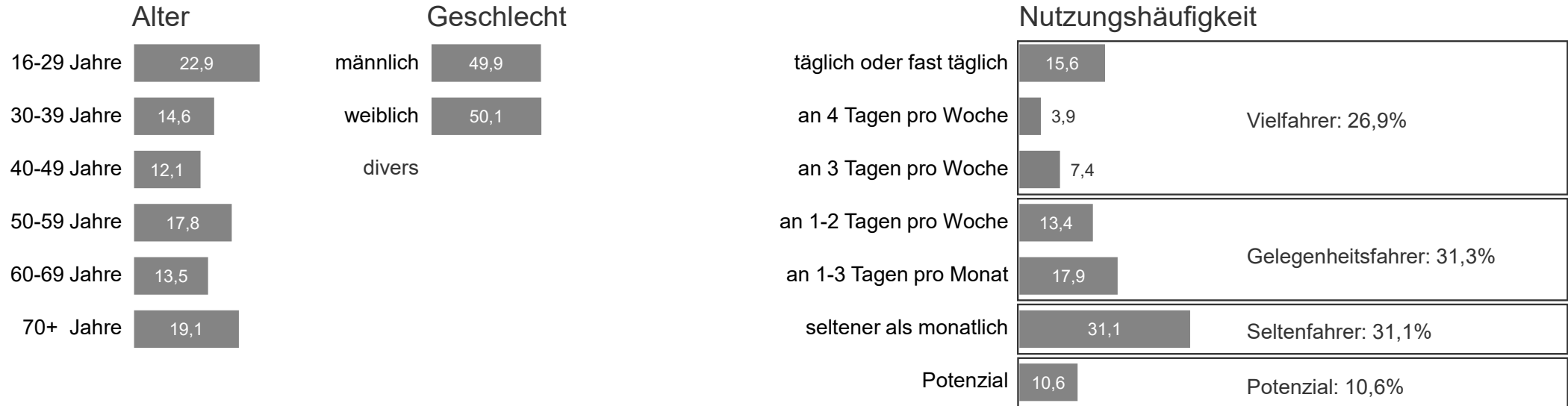
8

Soziodemografie und Methode



# Soziodemografische Daten Gesamtstichprobe

## Alter, Geschlecht und Nutzungshäufigkeit der Befragten



Basis 2023; n=211, 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

## Regional- gewichtung

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

3

## Nutzungshäufigkeit der Altersgruppen

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

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

4

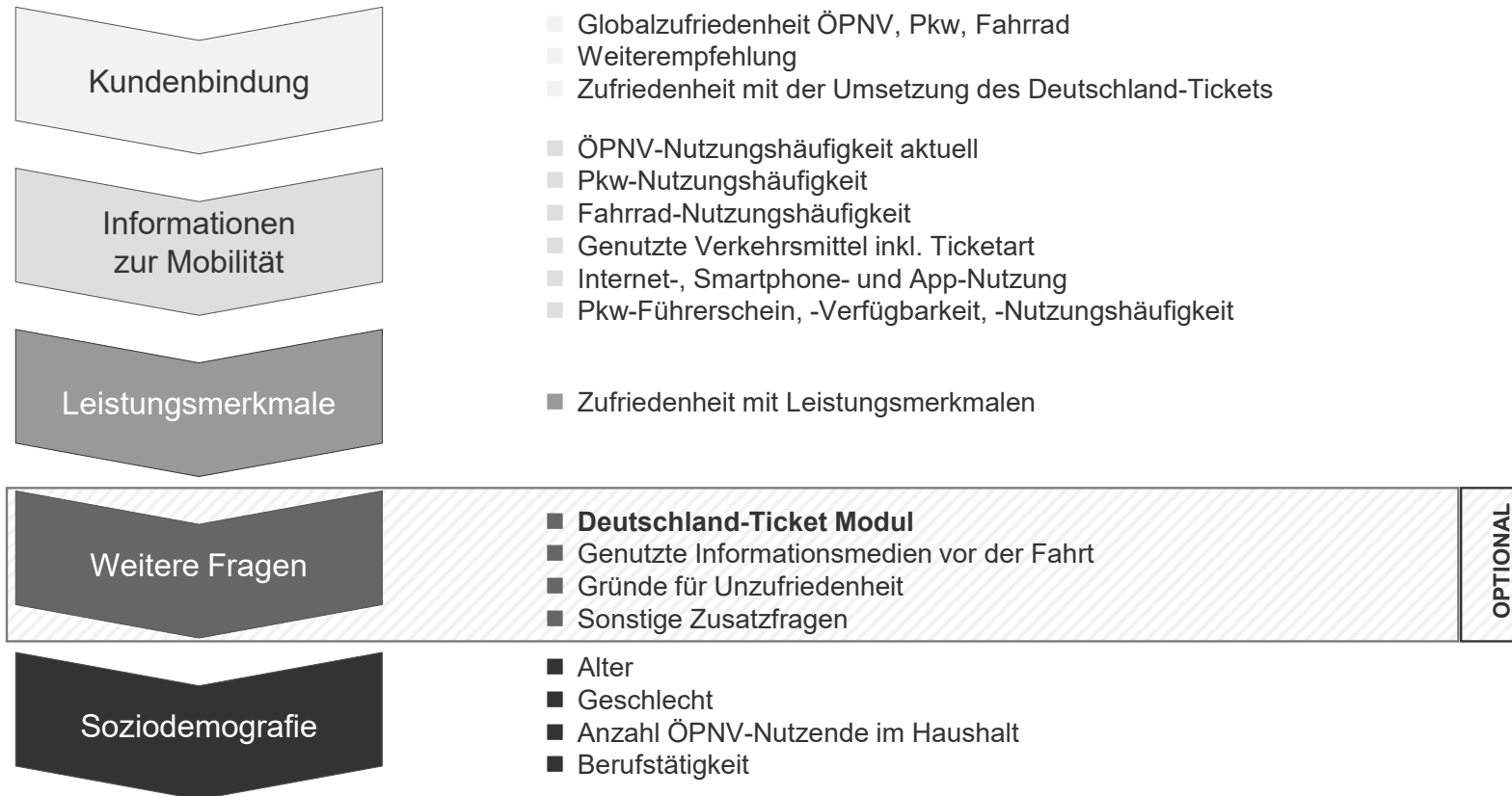
## Ausgleichsgewicht Online/Telefonisch

Die unterschiedlichen Anteile der Befragungsmethoden online und telefonisch werden gewichtet, um eine methodenneutrale Vergleichbarkeit zu garantieren. Der Anteil von Online-Interviews und telefonischen Interviews auf jeweils 50% gewichtet.

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

# Befragungsinhalte

## Aufbau Fragebogen



# Befragungsinhalte Potenzial

## Aufbau Fragebogen



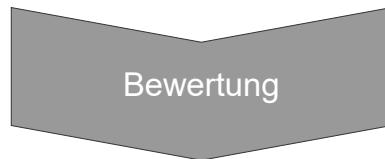
Potenzial

- Globalzufriedenheit Pkw, Fahrrad
- Wohlfühl-Faktor ÖPNV, Pkw, Fahrrad
- Ursache für Nicht-Nutzung des ÖPNV



Informationen  
zur Mobilität

- ÖPNV-Nutzungshäufigkeit vor Verzicht
- Künftige Nutzungsabsicht
- Genutzte Verkehrsmittel
- Nutzungshäufigkeit Pkw, Fahrrad
- Internet-, Smartphone- und App-Nutzung



Bewertung

- Performance-Bewertung des ÖPNV
- Gründe für aktuellen Verzicht auf den ÖPNV
- Zukünftige ÖPNV-Nutzung



Soziodemografie

- Alter
- Geschlecht
- Anzahl Personen im Haushalt
- Berufstätigkeit
- Pkw-Führerschein, -Verfügbarkeit