

# ÖPNV-Kundenbarometer

Ergebnischarts 2019

# ÖPNV-Kundenbarometer

## Ihre Ansprechpartner

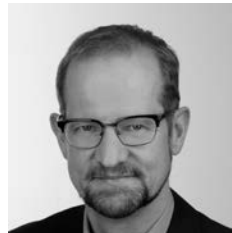


**Dr. Adi Isfort**

Associate Director

t (+49) 89 5600 1056

e [adi.isfort@kantartns.com](mailto:adi.isfort@kantartns.com)



**Anselm Speich**

Senior Consultant

t (+49) 89 5600 1123

e [anselm.speich@kantartns.com](mailto:anselm.speich@kantartns.com)

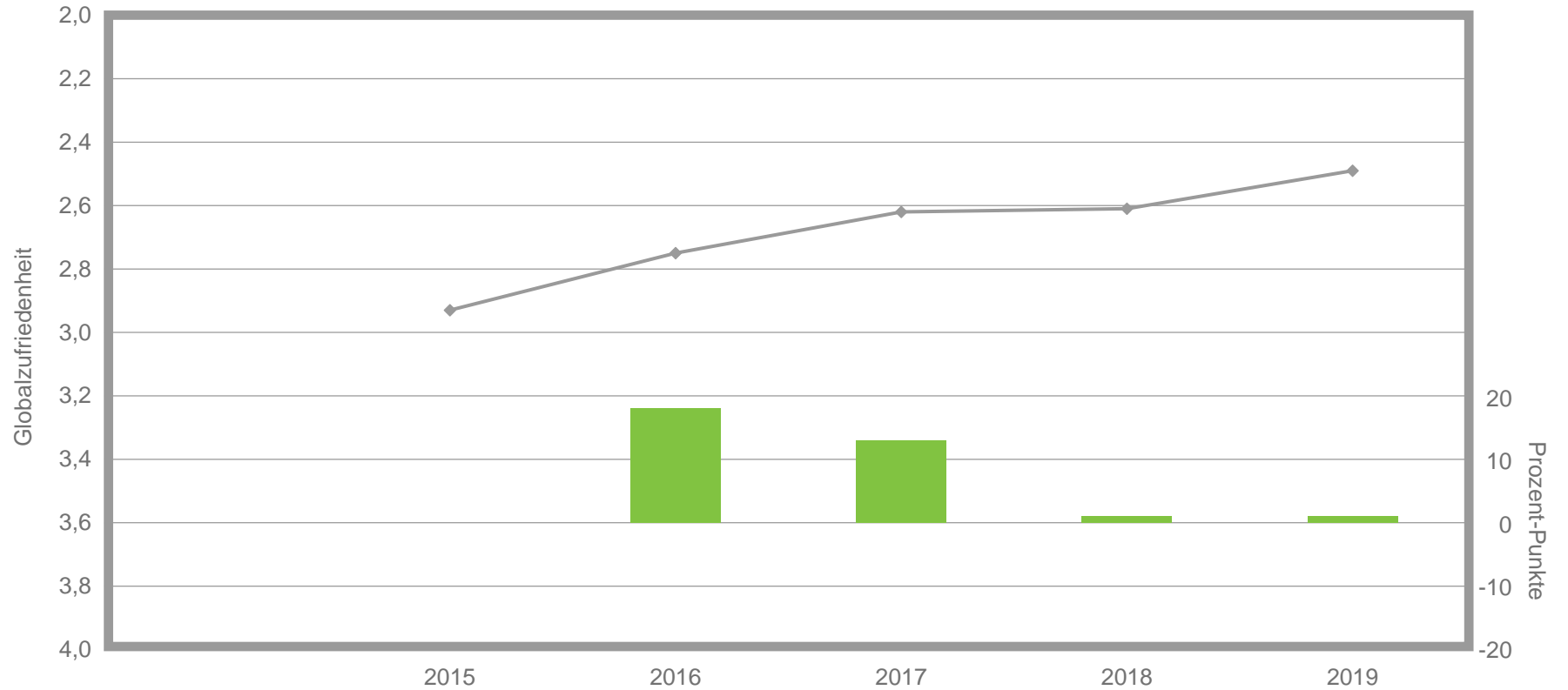
# Zeitliche Entwicklung der Globalzufriedenheit

Tendenzielle Verbesserung von 2,61 auf „gute“ 2,49



—◆— Globalzufriedenheit

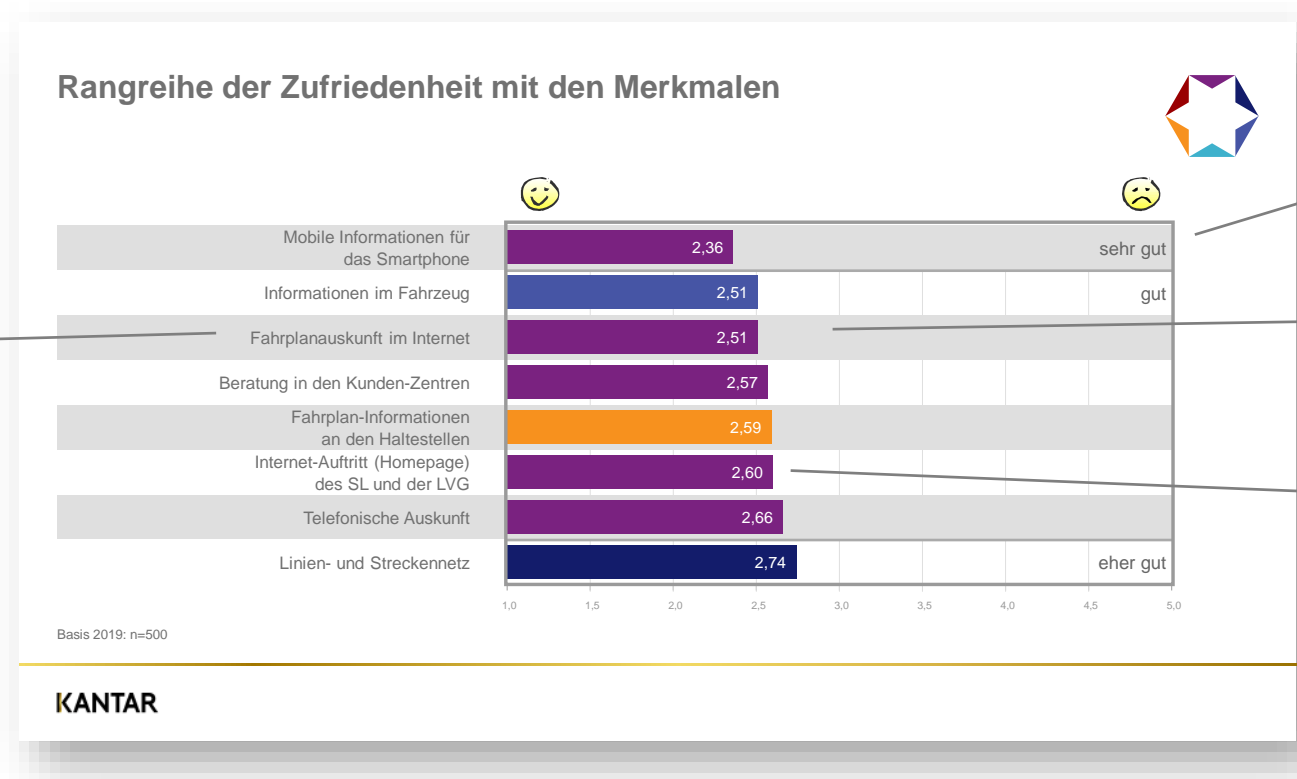
■ Veränderung in Prozent  
■ -Punkten zum Vorjahr



# Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen

## Lesebeispiel

Leistungsmerkmale sortiert nach Bewertungen der Zufriedenheit



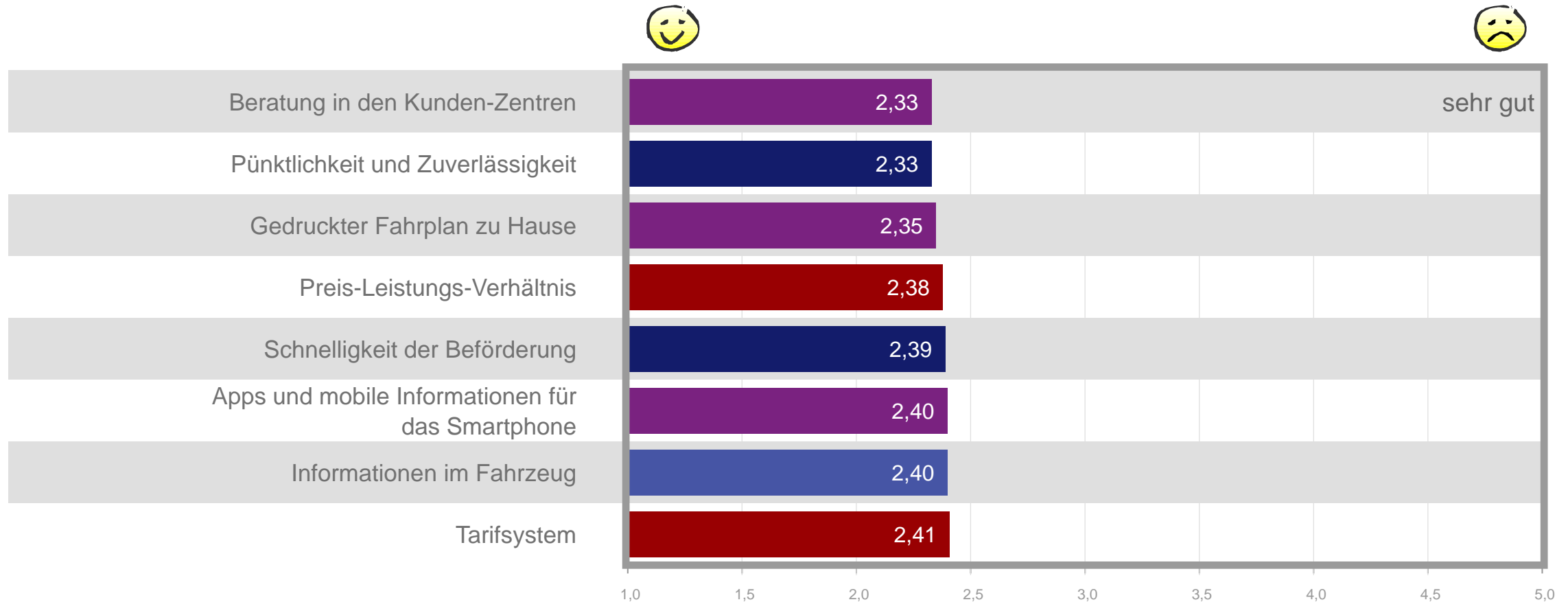
Bewertungskategorie der Zufriedenheit

Je kürzer der Balken, desto höher die Zufriedenheit.

Farbliche Zuordnung zum jeweiligen Leistungspaket

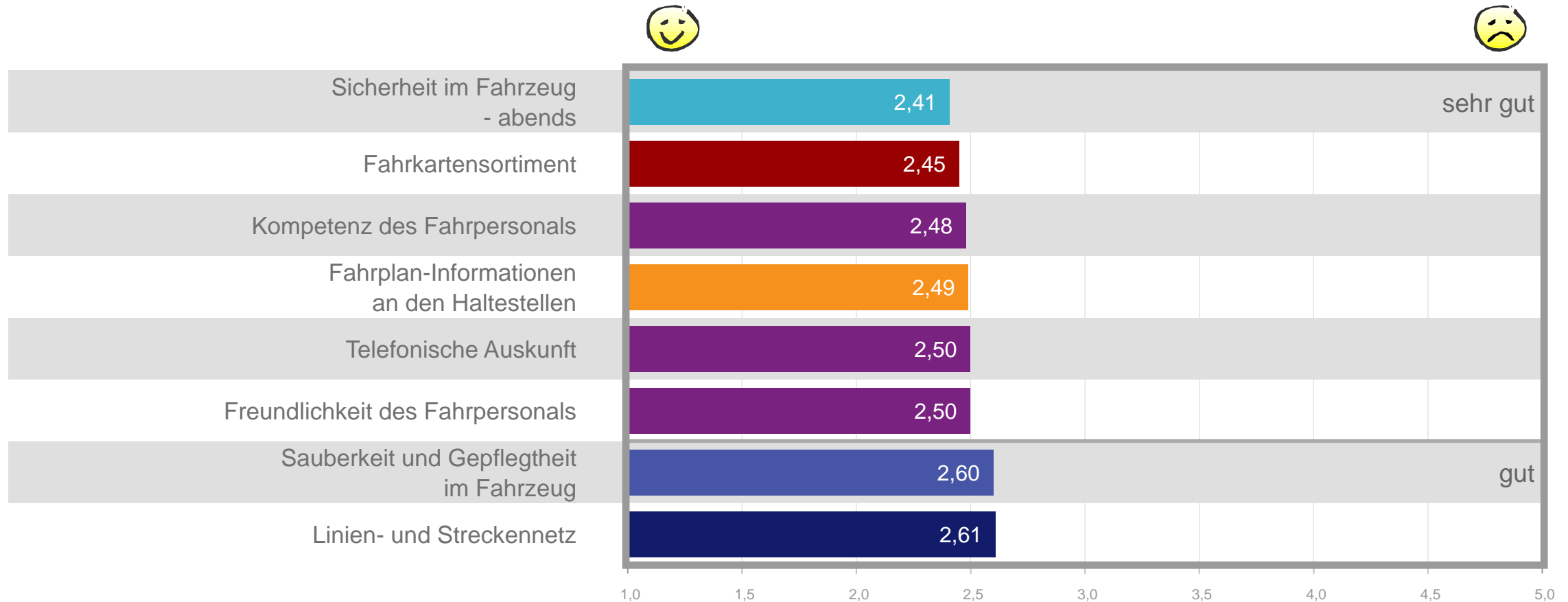
Zufriedenheitswert ist der Mittelwert auf der Skala von 1 (vollkommen zufrieden) bis 5 (unzufrieden)

# Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen



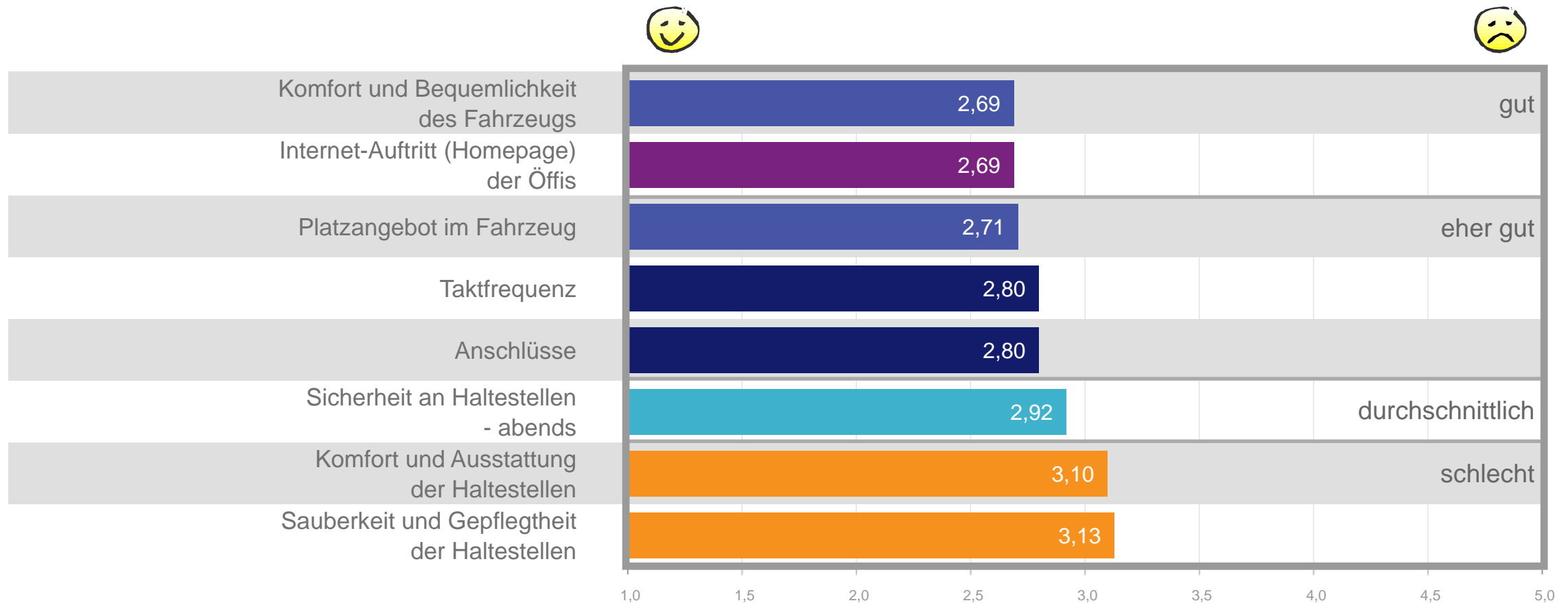
Basis 2019: n=250

# Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen



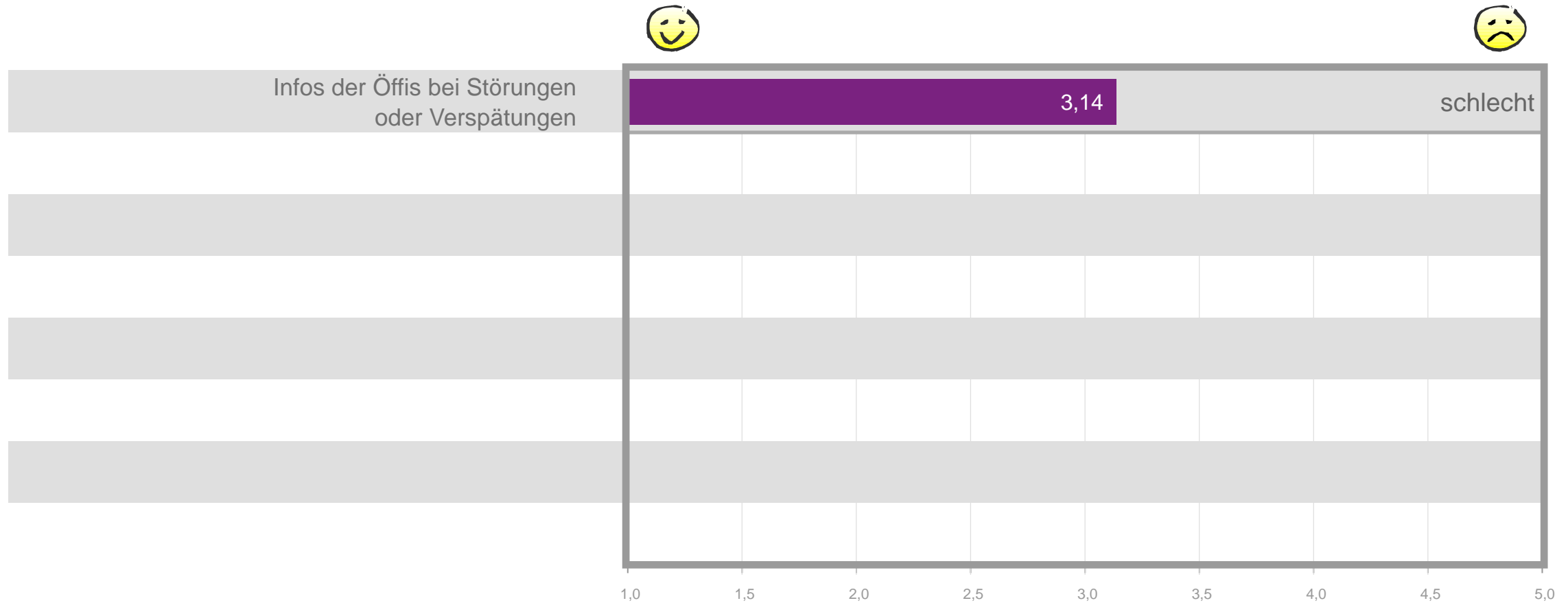
Basis 2019: n=250

# Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen



Basis 2019: n=250

# Rangreihe der Zufriedenheit mit den Merkmalen



Basis 2019: n=250



# Vergleich der Merkmale 2018/2019

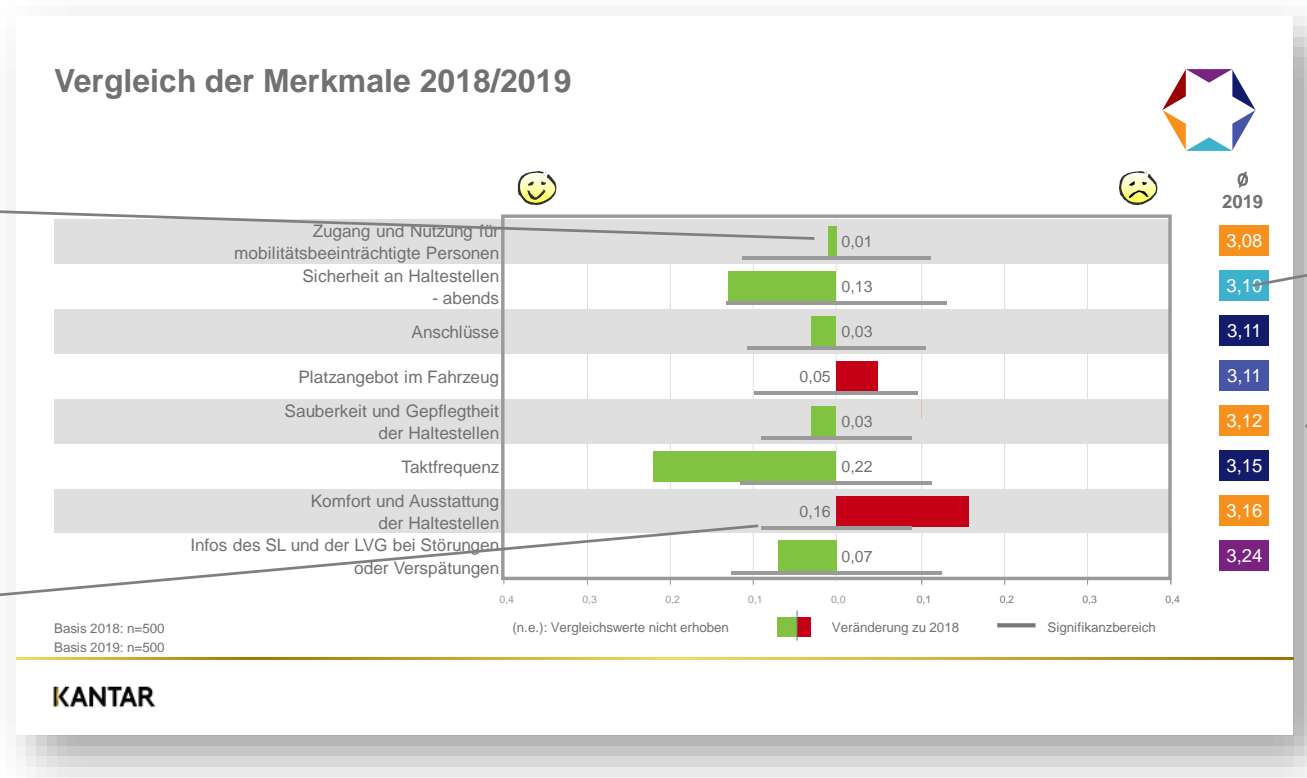
## Lesebeispiel

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

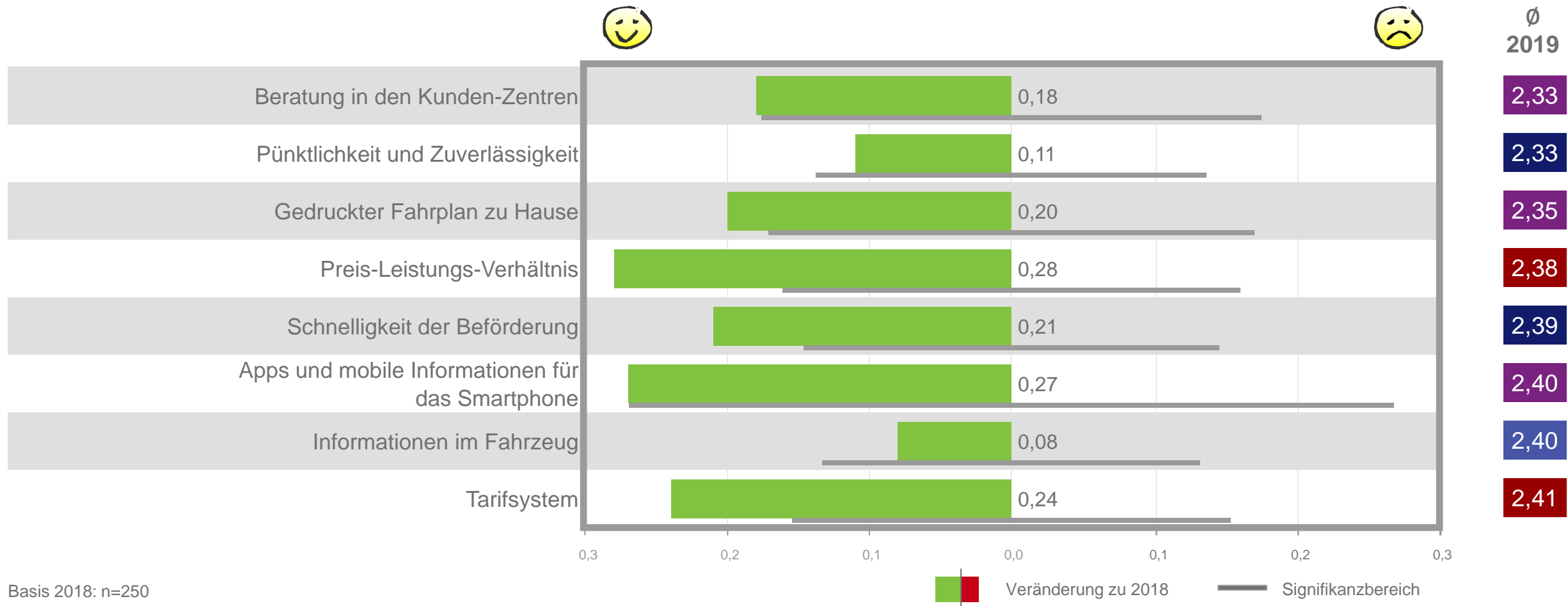


Der aktuelle Zufriedenheitswert des jeweiligen Merkmals wird dargestellt.

Die Farbe entspricht der Zuordnung zum jeweiligen Leistungspaket.

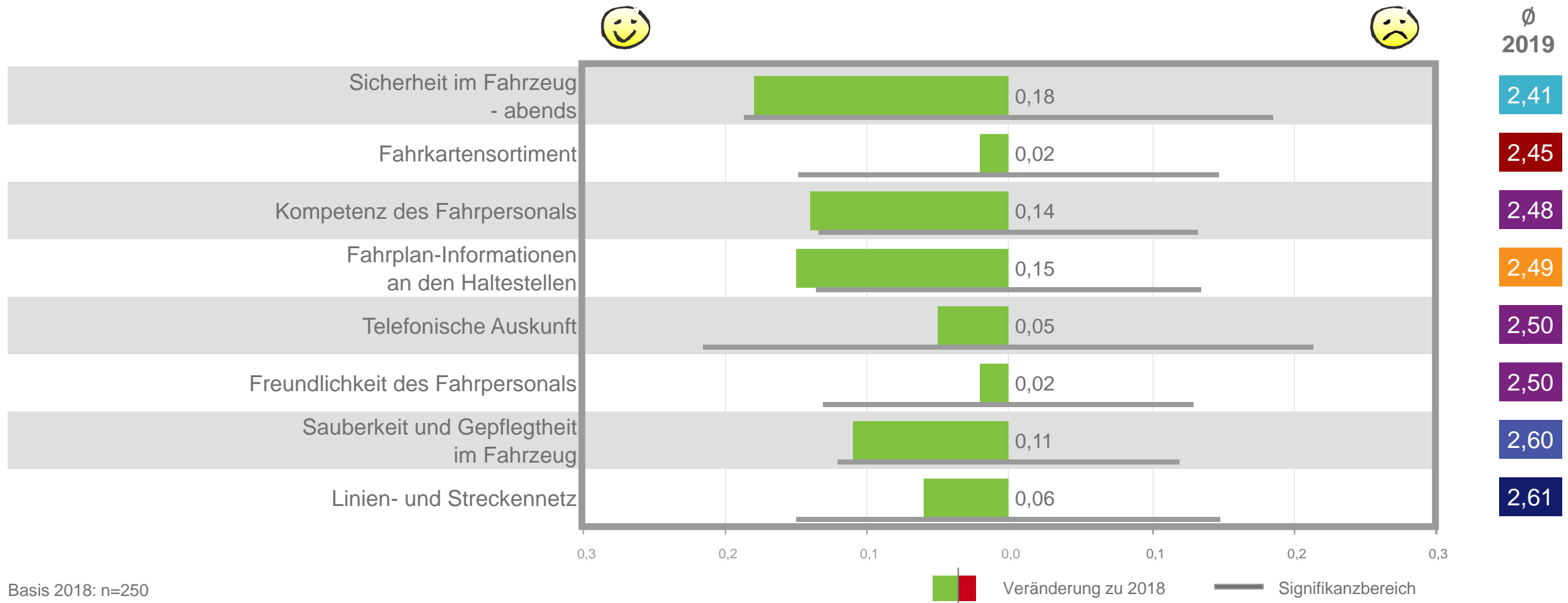
Leistungsmerkmale sortiert nach Bewertung der Zufriedenheit

# Vergleich der Merkmale 2018/2019



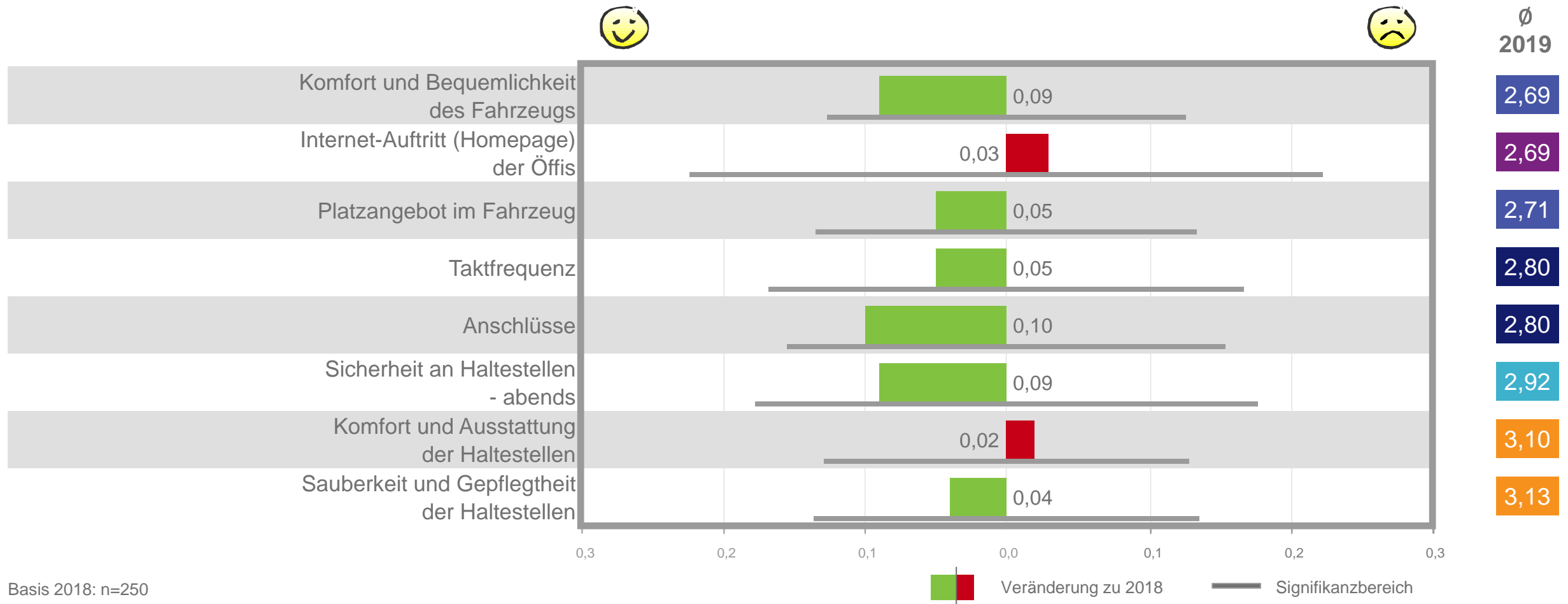
Basis 2018: n=250  
Basis 2019: n=250

# Vergleich der Merkmale 2018/2019



Basis 2018: n=250  
Basis 2019: n=250

# Vergleich der Merkmale 2018/2019

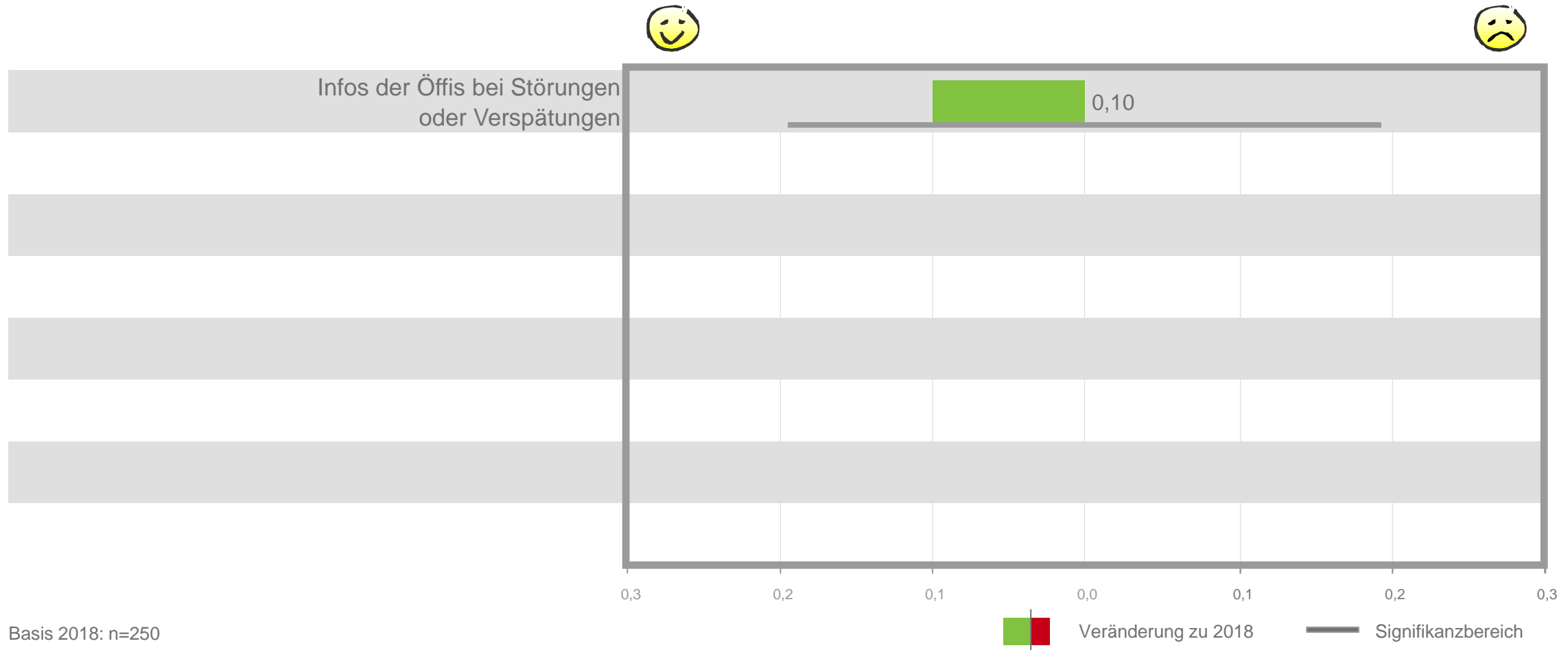


# Vergleich der Merkmale 2018/2019



Ø  
2019

3,14



Basis 2018: n=250

Basis 2019: n=250

# Handlungsrelevanz-Matrix

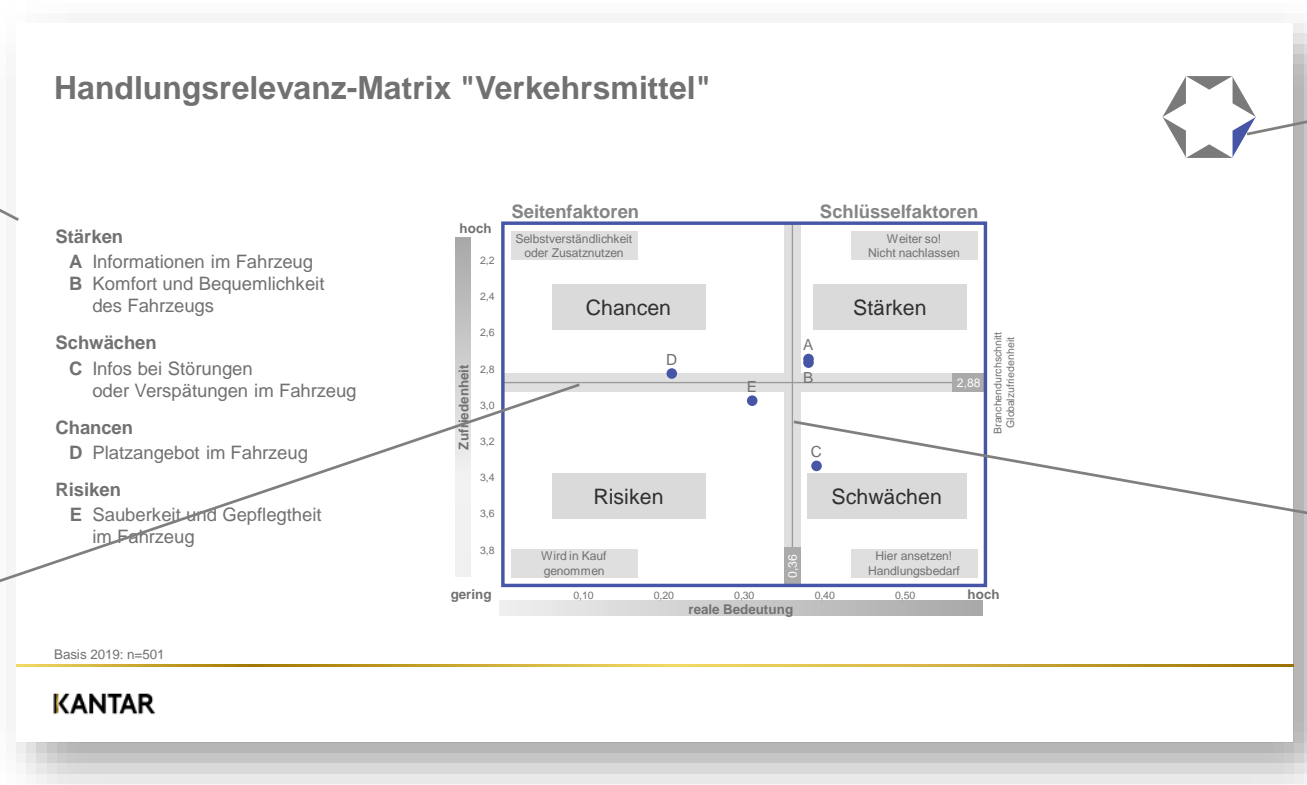
## Lesebeispiel

Leistungsmerkmale des jeweiligen Paketes, eingeteilt in

- Stärken
- Schwächen
- Chancen
- Risiken

(Weiterführende Interpretationshilfen zu dieser Einteilung im Methodenteil)

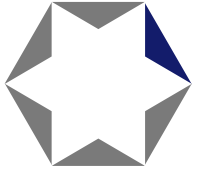
**Y-Achse – Zufriedenheit:**  
Oberhalb der waagerechten Grenzlinie (aktueller ÖPNV-Branchendurchschnitt) liegen die besseren Werte, unterhalb die schlechteren



Zuordnung zum Leistungspaket

**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"

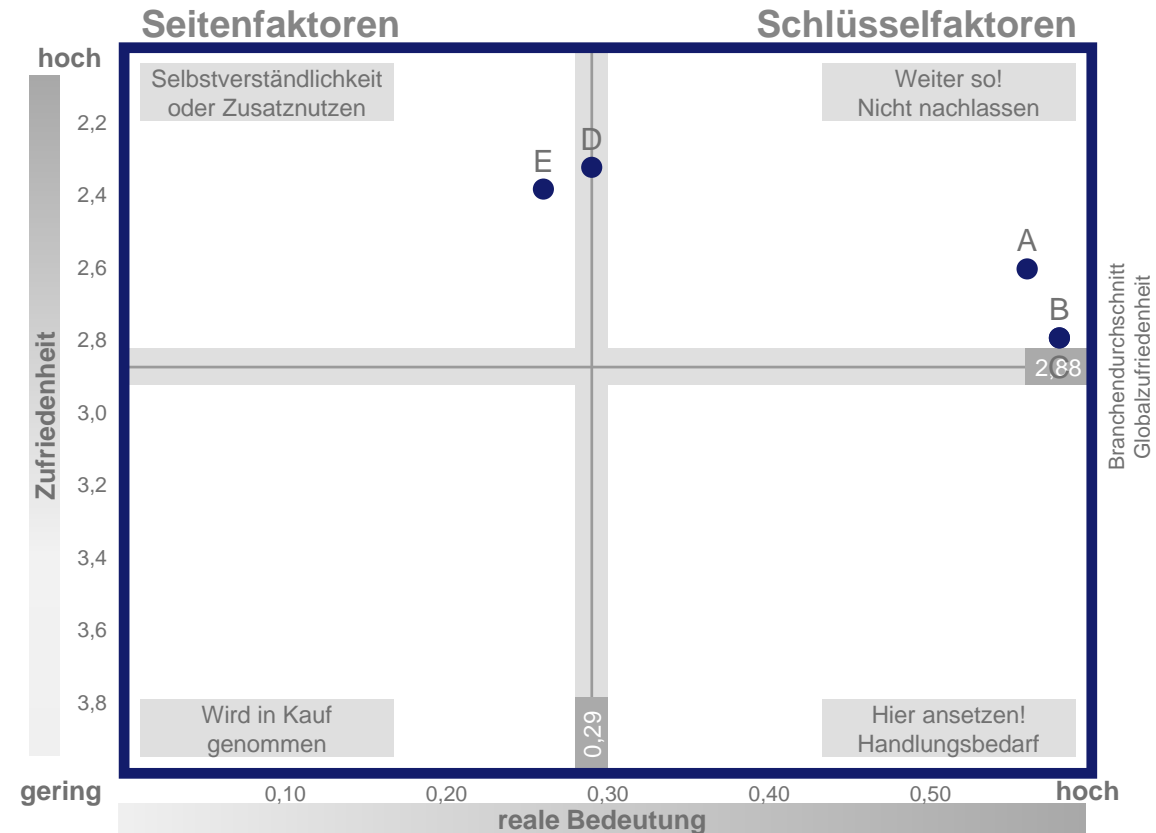


## Stärken

- A Linien- und Streckennetz
- B Taktfrequenz
- C Anschlüsse

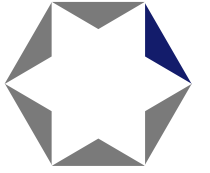
## Chancen

- D Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit
- E Schnelligkeit der Beförderung



Basis 2019: n=250

# Veränderungen im Paket "Angebot"



	Zufriedenheit			reale Bedeutung		
	2018	2019		2018	2019	
Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit	2,44	2,33		0,53	0,29	↓
Schnelligkeit der Beförderung	2,60	2,39	↑	0,50	0,26	↓
Linien- und Streckennetz	2,67	2,61		0,50	0,56	
Taktfrequenz	2,85	2,80		0,45	0,58	↑
Anschlüsse	2,90	2,80		0,47	0,58	↑

Veränderung signifikant 
Veränderung signifikant

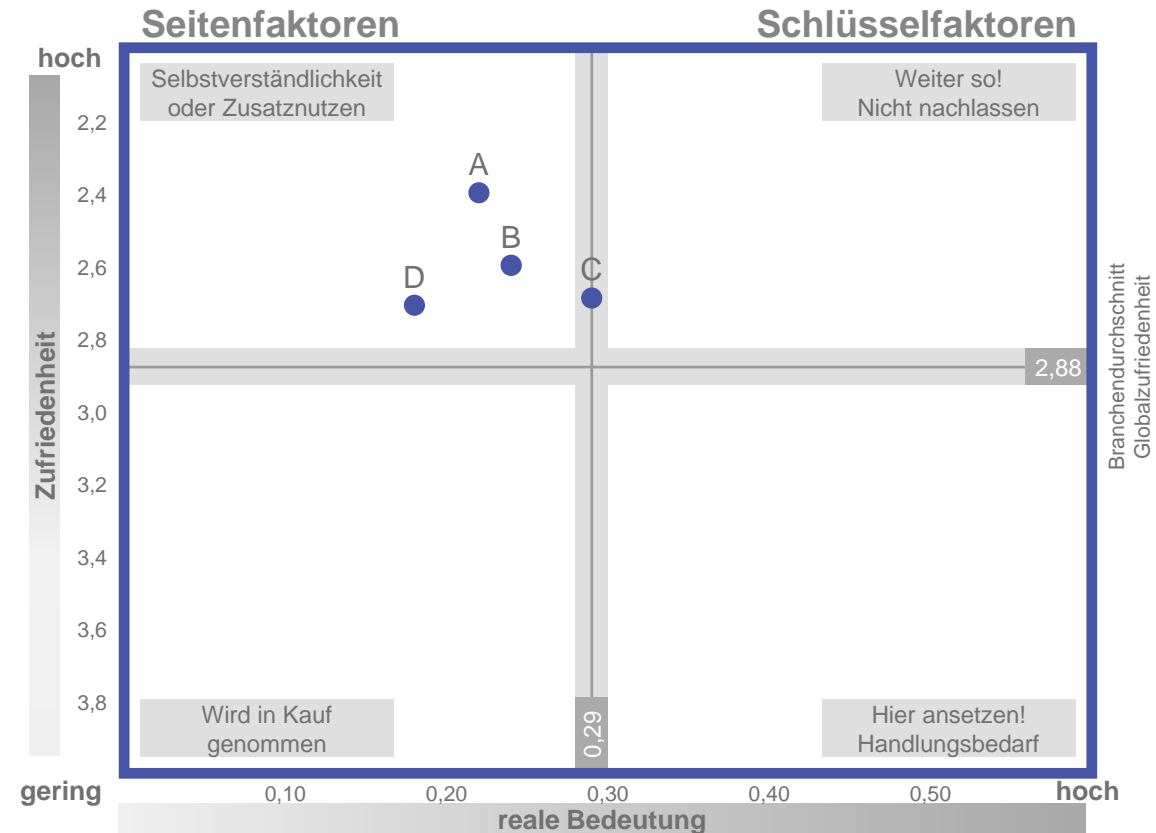


# Handlungsrelevanz-Matrix "Verkehrsmittel"



## Chancen

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



Basis 2019: n=250

# Veränderungen im Paket "Verkehrsmittel"



	Zufriedenheit		reale Bedeutung		
	2018	2019	2018	2019	
Informationen im Fahrzeug	2,48	2,40	0,44	0,22	↓
Sauberkeit und Gepflegtheit im Fahrzeug	2,71	2,60	0,37	0,24	↓
Komfort und Bequemlichkeit des Fahrzeugs	2,78	2,69	0,34	0,29	
Platzangebot im Fahrzeug	2,76	2,71	0,44	0,18	↓

Veränderung signifikant 
Veränderung signifikant

# Handlungsrelevanz-Matrix "Sicherheit"

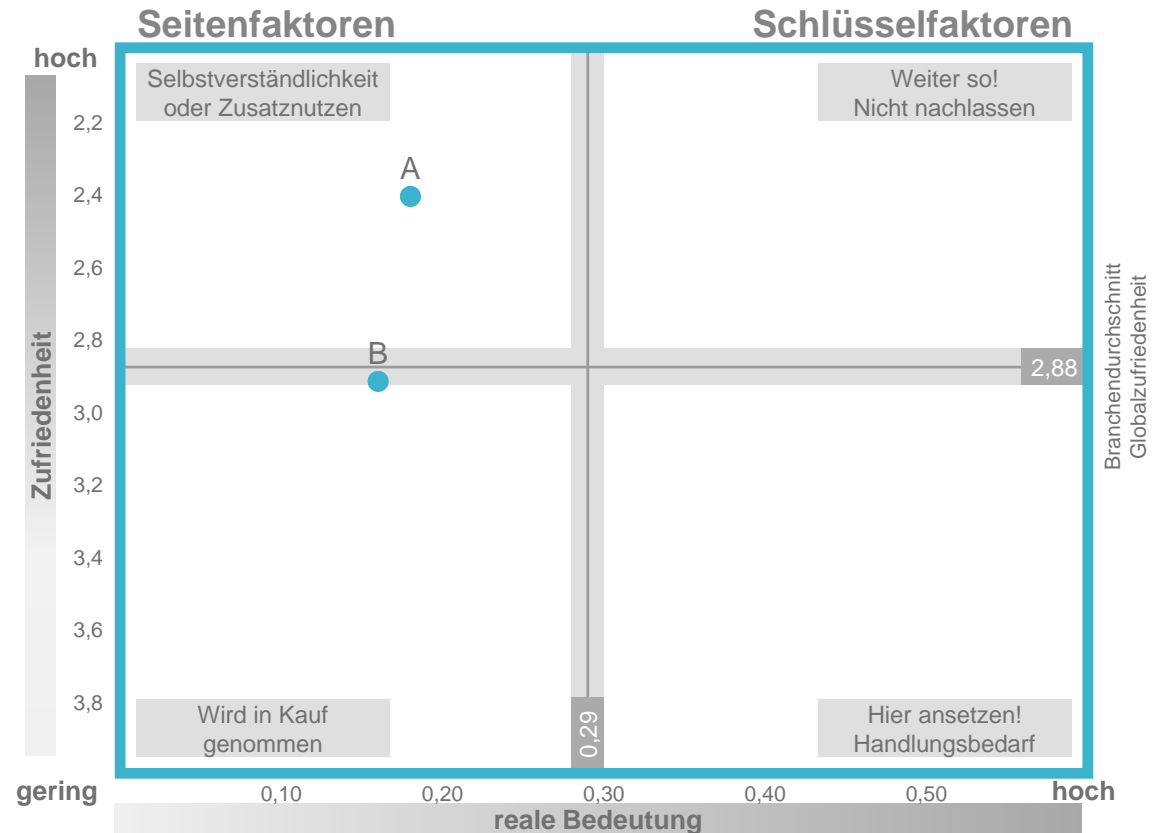


## Chancen

- A Sicherheit im Fahrzeug  
- abends

## Risiken

- B Sicherheit an Haltestellen  
- abends



Basis 2019: n=250

# Veränderungen im Paket "Sicherheit"



	Zufriedenheit		reale Bedeutung		
	2018	2019	2018	2019	
Sicherheit im Fahrzeug - abends	2,59	2,41	0,36	0,18	↓
Sicherheit an Haltestellen - abends	3,01	2,92	0,30	0,16	

Veränderung signifikant 
Veränderung signifikant

# Handlungsrelevanz-Matrix "Haltestellen"

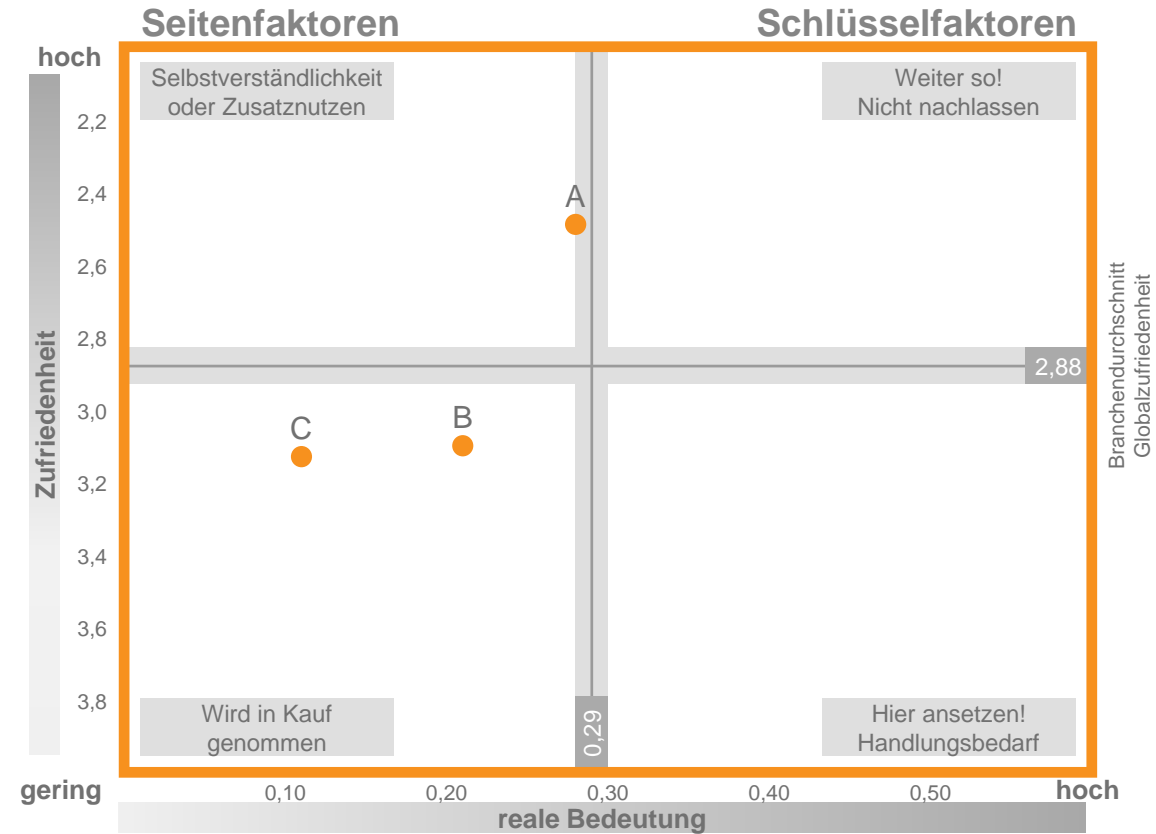


## Chancen

- A Fahrplan-Informationen an den Haltestellen

## Risiken

- B Komfort und Ausstattung der Haltestellen
- C Sauberkeit und Gepflegtheit der Haltestellen



Basis 2019: n=250

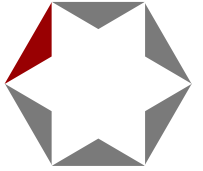
# Veränderungen im Paket "Haltestellen"



	Zufriedenheit			reale Bedeutung		
	2018	2019		2018	2019	
Fahrplan-Informationen an den Haltestellen	2,64	2,49	↑	0,32	0,28	
Komfort und Ausstattung der Haltestellen	3,08	3,10		0,20	0,21	
Sauberkeit und Gepflegtheit der Haltestellen	3,17	3,13		0,34	0,11	↓

Veränderung signifikant 
Veränderung signifikant

# Handlungsrelevanz-Matrix "Tarif"



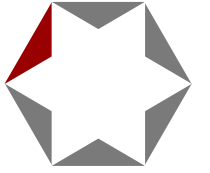
## Stärken

- A Preis-Leistungs-Verhältnis
- B Tarifsystem
- C Fahrkartensortiment



Basis 2019: n=250

# Veränderungen im Paket "Tarif"



	Zufriedenheit			reale Bedeutung		
	2018	2019		2018	2019	
Preis-Leistungs-Verhältnis	2,66	2,38	↑	0,50	0,52	
Tarifsystem	2,65	2,41	↑	0,42	0,35	
Fahrkartensortiment	2,47	2,45		0,29	0,41	↑

Veränderung signifikant ↑↓
Veränderung signifikant ↑↓



# Handlungsrelevanz-Matrix "Kundenbeziehung"



## Stärken

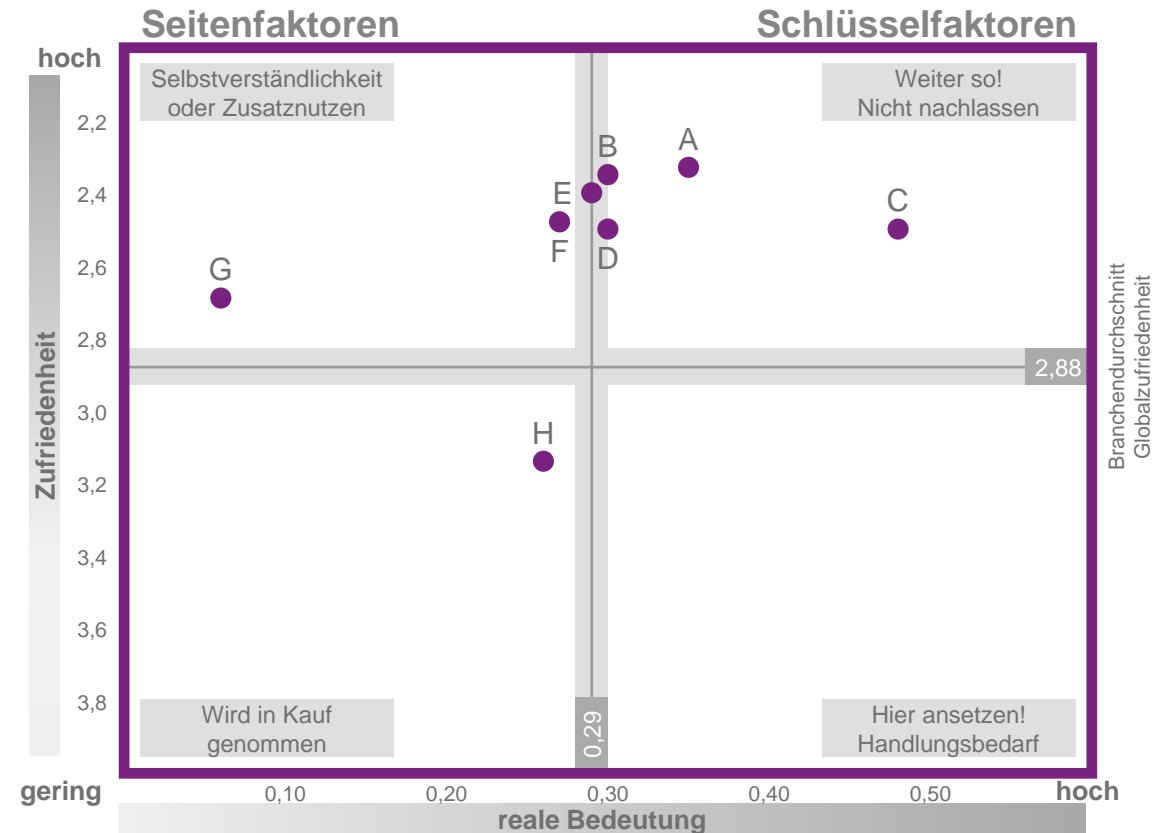
- A Beratung in den Kunden-Zentren
- B Gedruckter Fahrplan zu Hause
- C Telefonische Auskunft
- D Freundlichkeit des Fahrpersonals

## Chancen

- E Apps und mobile Informationen für das Smartphone
- F Kompetenz des Fahrpersonals
- G Internet-Auftritt (Homepage) der Öffis

## Risiken

- H Infos der Öffis bei Störungen oder Verspätungen



Basis 2019: n=250

# Veränderungen im Paket "Kundenbeziehung"



	Zufriedenheit			reale Bedeutung		
	2018	2019		2018	2019	
Beratung in den Kunden-Zentren	2,51	2,33	↑	0,22	0,35	
Gedruckter Fahrplan zu Hause	2,55	2,35	↑	0,36	0,30	
Apps und mobile Informationen für das Smartphone	2,67	2,40	↑	0,25	0,29	
Kompetenz des Fahrpersonals	2,62	2,48	↑	0,37	0,27	
Telefonische Auskunft	2,55	2,50		0,32	0,48	↑
Freundlichkeit des Fahrpersonals	2,52	2,50		0,28	0,30	

Veränderung signifikant 
Veränderung signifikant

# Veränderungen im Paket "Kundenbeziehung"



	Zufriedenheit		reale Bedeutung		
	2018	2019	2018	2019	
Internet-Auftritt (Homepage) der Öffis	2,66	2,69	0,23	0,06	
Infos der Öffis bei Störungen oder Verspätungen	3,24	3,14	0,53	0,26	↓

Veränderung signifikant 
Veränderung signifikant

# Modellbeschreibung

## Unternehmensstrategie

### ÖPNV-Kundenbarometer als strategisches Unternehmensinstrument

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

# Modellbeschreibung

## Leitgedanken des ÖPNV-Kundenbarometers

- Kundenzufriedenheit steigert die Kundenbindung und führt im ÖPNV zu mehr Kunden, mehr Personenkilometer 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.

### 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.

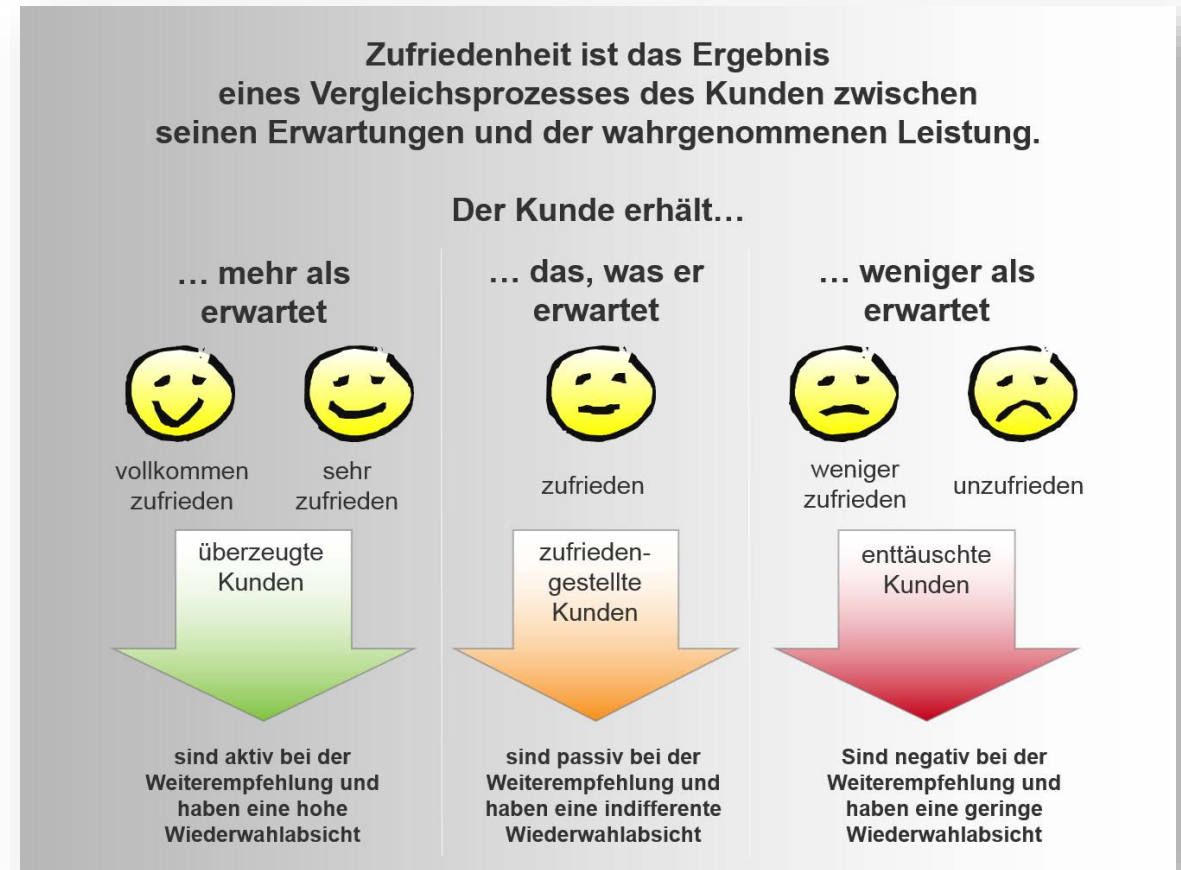
# Modellbeschreibung

## 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.

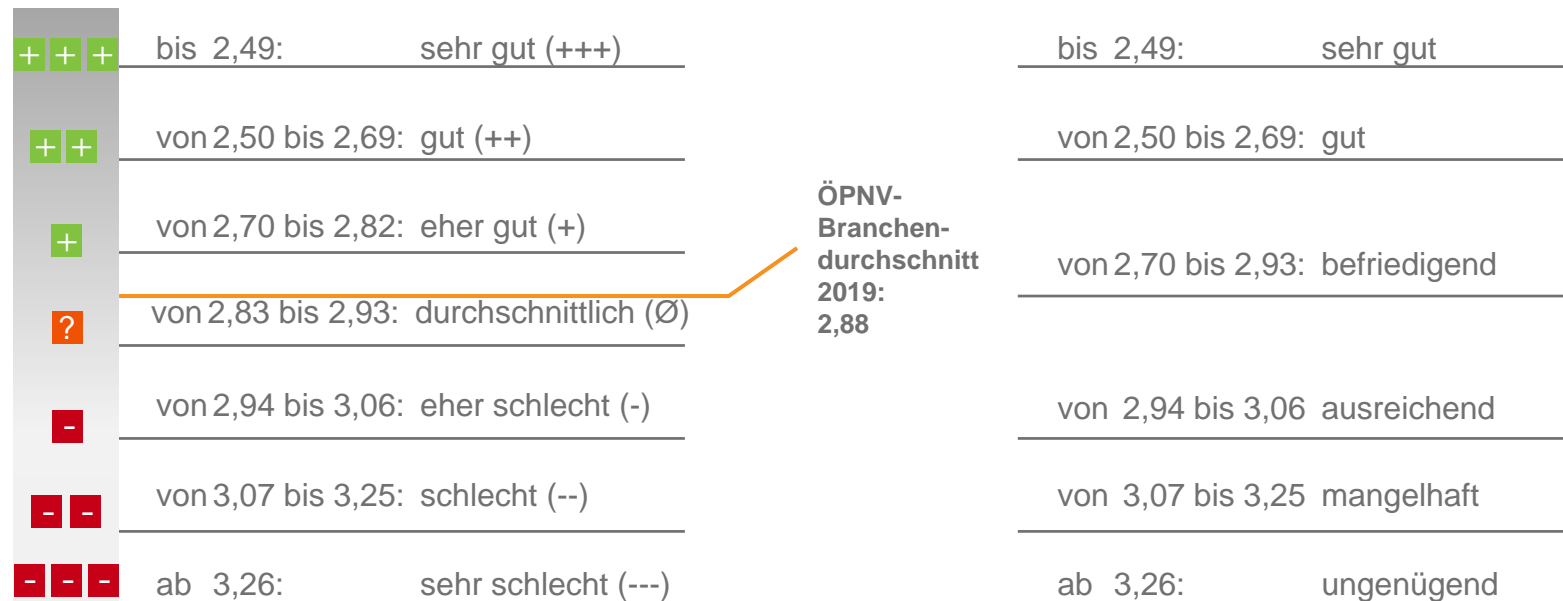


# Einstufung der Bewertungsgruppen

## 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.

# 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):

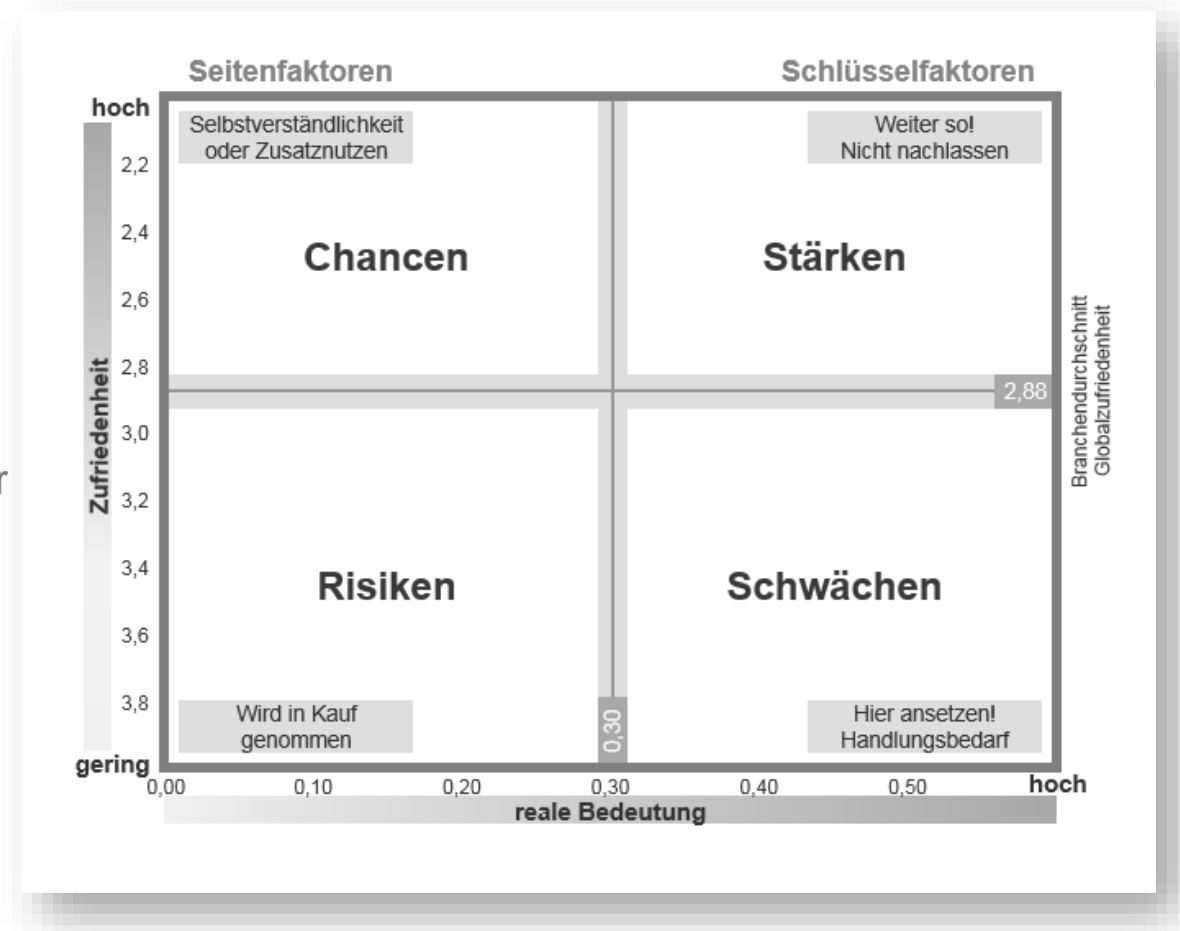
Skala:

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

