

WIE ZUFRIEDEN SIND DIE DEUTSCHEN MIT DEM ÖFFENTLICHEN PERSONENNAHVERKEHR?

Eine Umfrage unter 2.069 Fahrgästen in den zehn größten
Städten Deutschlands hinsichtlich ihrer Zufriedenheit

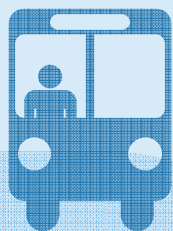
Hinweis:

Alle Studienergebnisse sind unter Nennung
der Quelle www.mymarktforschung.de und
Mitteilung an uns zur Veröffentlichung
freigegeben. Um Belegexemplare der
Veröffentlichung wird gebeten.

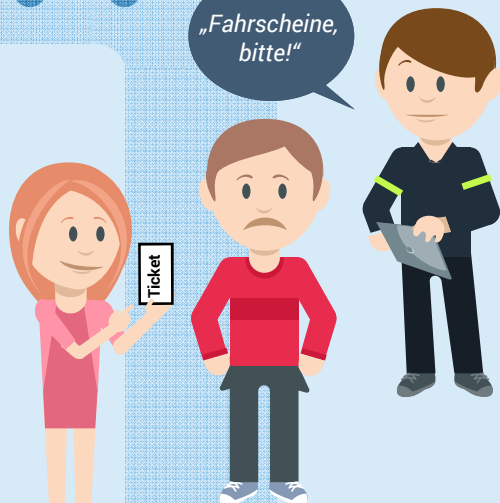
Hamburg, Juni 2017

Wie zufrieden sind die Deutschen mit dem Öffentlichen Personennahverkehr?

Eine Umfrage unter 2.069 Fahrgästen ab 18 Jahren in den zehn größten Städten Deutschlands



„Fahrscheine, bitte!“



72%

der befragten Fahrgäste sind mit dem **Service** und dem **Angebot** ihres ÖPNV zufrieden

14%

der befragten Fahrgäste fahren zumindest manchmal **vorsätzlich ohne gültigen Fahrschein...**

...und **22%** davon sind **regelmäßige Schwarzfahrer**

...und **22%** davon

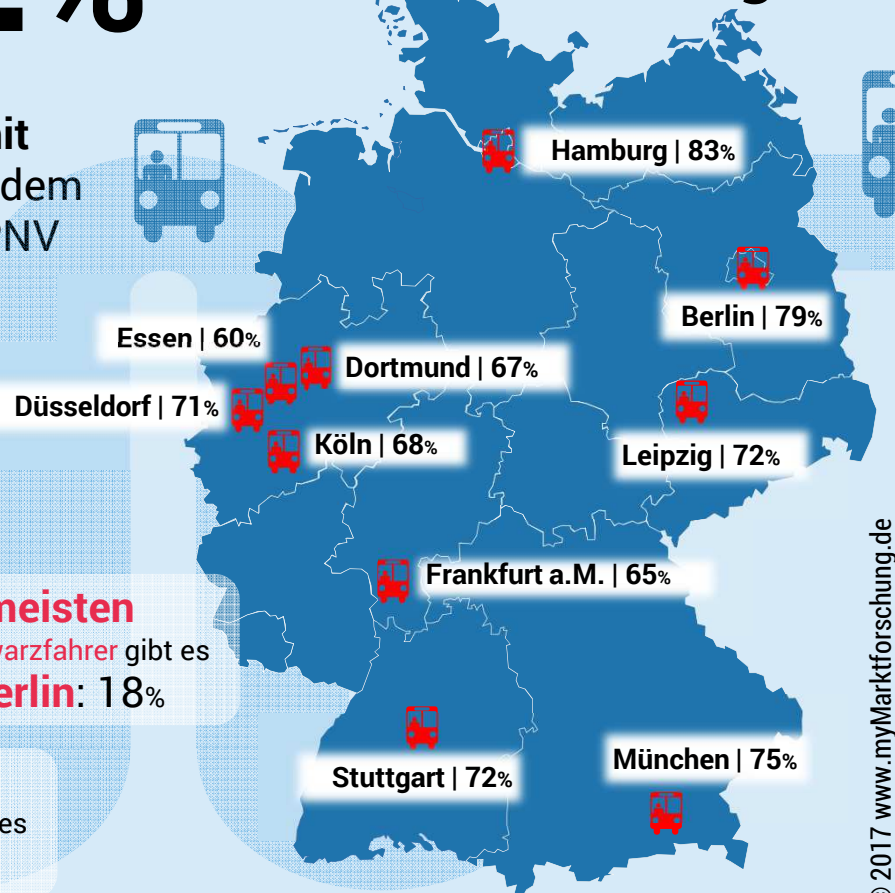
sind **regelmäßige Schwarzfahrer**



Die **wenigsten** Schwarzfahrer gibt es in **Essen**: 7%

Die **meisten** Schwarzfahrer gibt es in **Berlin**: 18%

Anteil zufriedener Fahrgäste



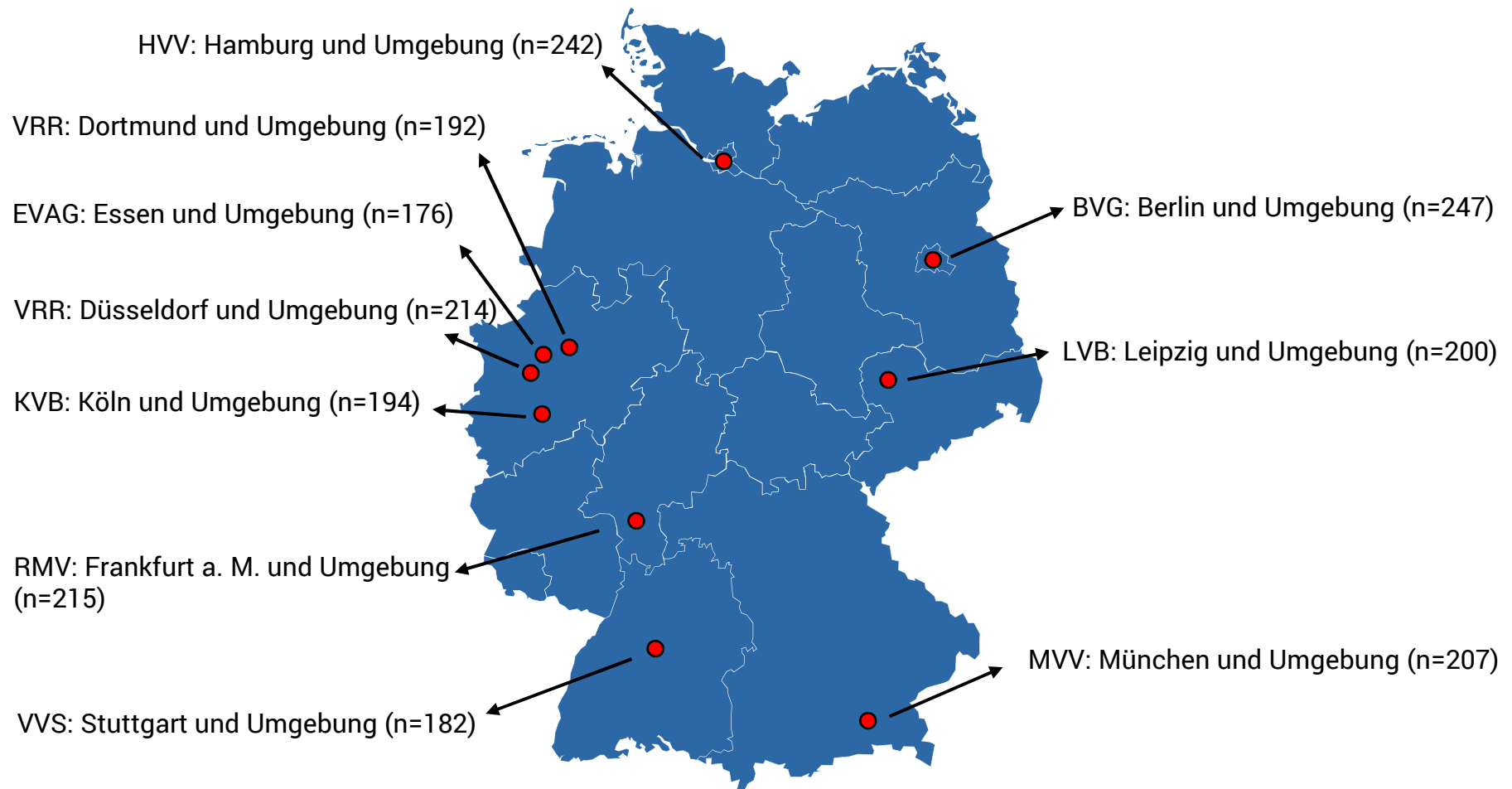
Über das Umfrageportal myMarktforschung haben 2.069 Fahrgäste die ÖPNV-Betriebe in den zehn größten deutschen Städten bewertet.

ERHEBUNGSDATEN

Untersuchungs-gegenstand	In der Studie wurde die Zufriedenheit mit dem ÖPNV in den zehn größten deutschen Städten untersucht. Dabei wurde die Fahrgastzufriedenheit insgesamt, Zufriedenheits- und Unzufriedenheitstreiber, die Akzeptanz des Fahrkartenvorzeigens und das Thema Schwarzfahren beleuchtet.
Stichprobe	Quotenstichprobe der zehn größten Städte mit n=2.069 Personen, die den ÖPNV mindestens einmal im Monat nutzen und im Abdeckungsgebiet des jeweiligen Verkehrsverbunds wohnen.
Befragungszeitraum	17.02.2017 bis 06.03.2017
Methode	Erhebung unter in Deutschland lebenden Personen zwischen 18 und 70 Jahren über das aktiv und passiv rekrutierte Online Access Panel www.myMarktforschung.de

Über das Umfrageportal myMarktforschung haben 2.069 Fahrgäste die ÖPNV-Betriebe in den zehn größten deutschen Städten bewertet.

ERHEBUNGSDATEN



Studienergebnisse

Zufriedenheit mit dem ÖPNV

Ticket-Kontrolle beim Busfahrer

Schwarzfahren

Soziodemographische Merkmale

Über myMarktforschung

Studienergebnisse

Zufriedenheit mit dem ÖPNV

Ticket-Kontrolle beim Busfahrer

Schwarzfahren

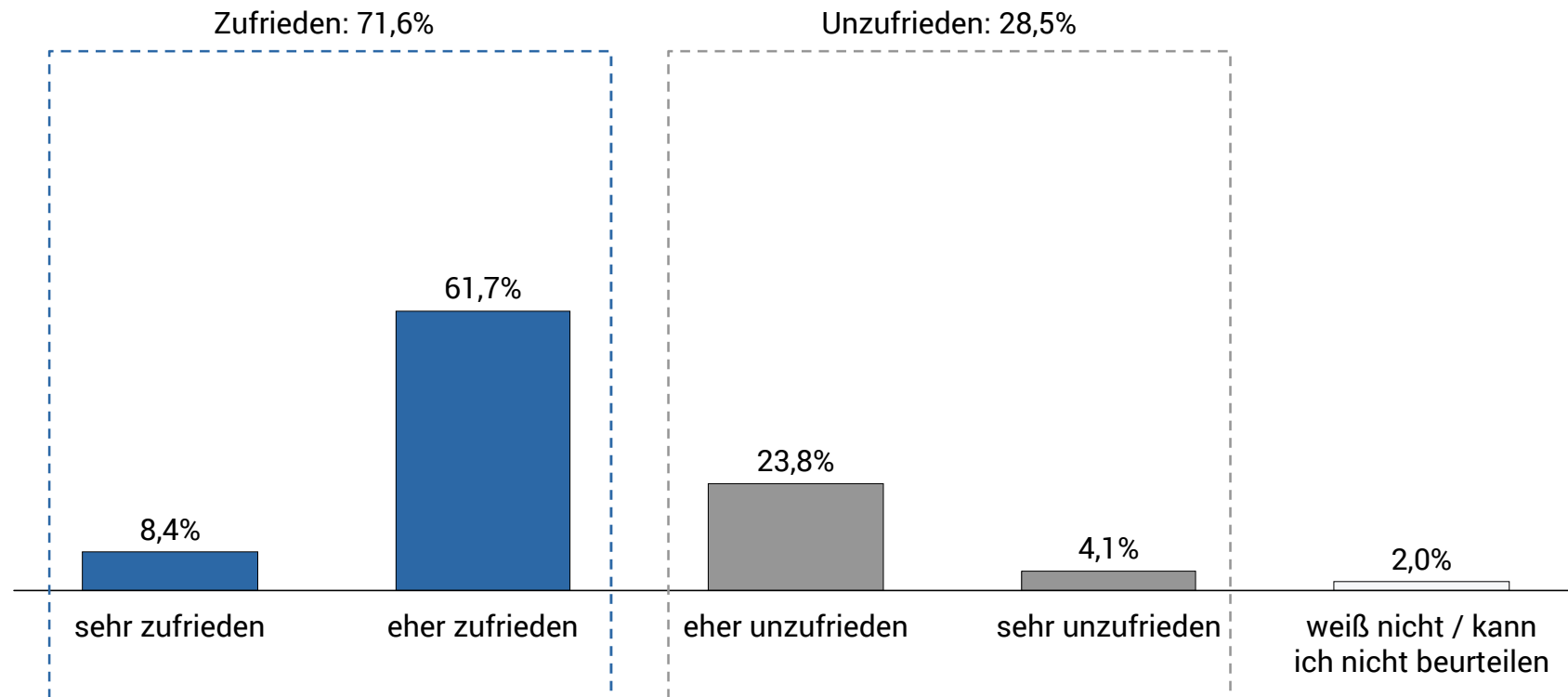
Soziodemographische Merkmale

Über myMarktforschung

Mehr als zwei Drittel der Befragten sind mit dem Service und dem Angebot ihres öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) zufrieden.

ZUFRIEDENHEIT MIT DEM ÖPNV

„Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Service und dem Angebot der örtlichen Verkehrsbetriebe bzw. des Verbunds?“

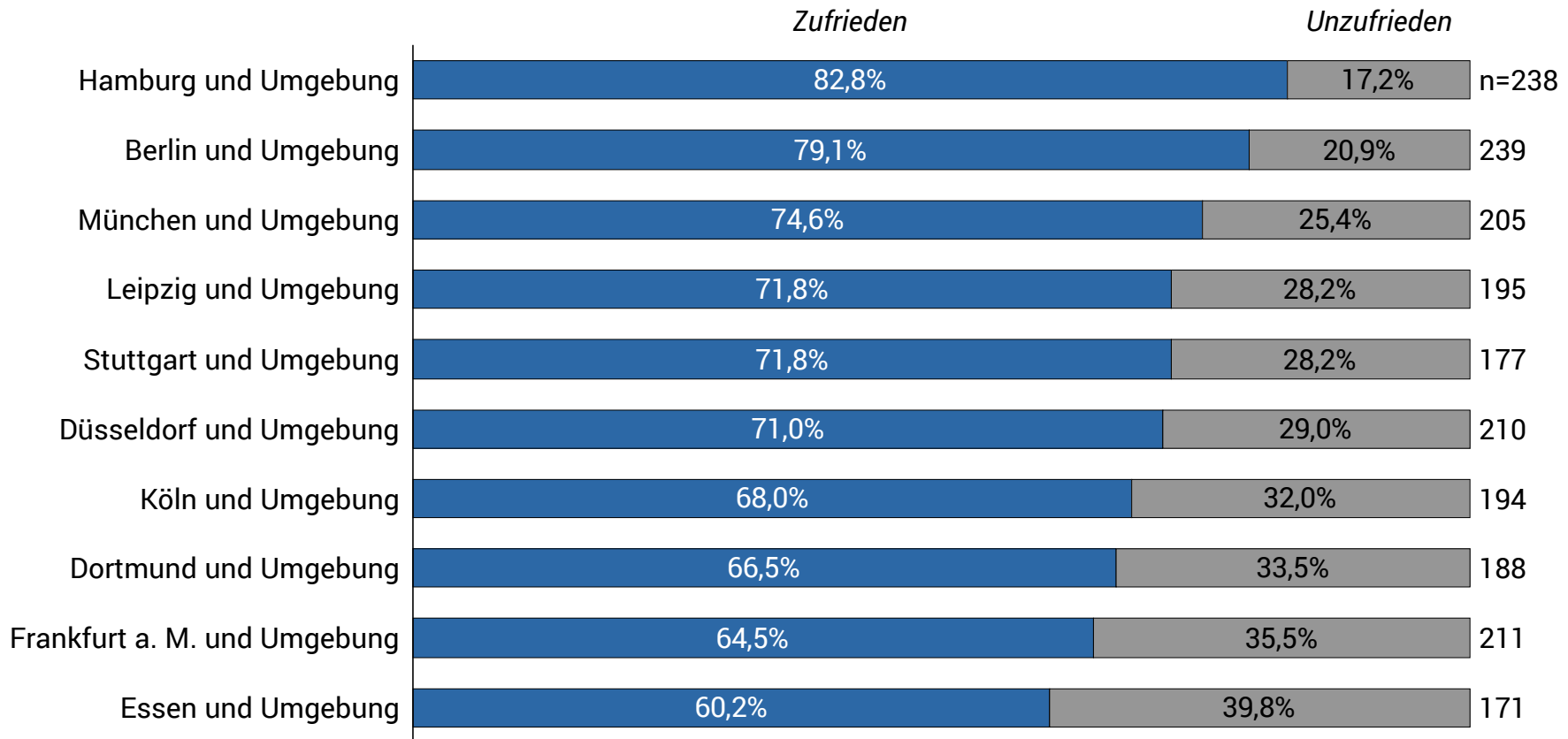


n=2.028 (Nur Personen, die zur Zufriedenheit eine Meinung haben)

Fahrgäste, die den Hamburger ÖPNV nutzen, sind am zufriedensten, während Essener Fahrgäste am unzufriedensten sind.

ZUFRIEDENHEIT MIT DEM ÖPNV NACH WOHNGEBIET

„Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Service und dem Angebot der örtlichen Verkehrsbetriebe bzw. des Verbunds?“

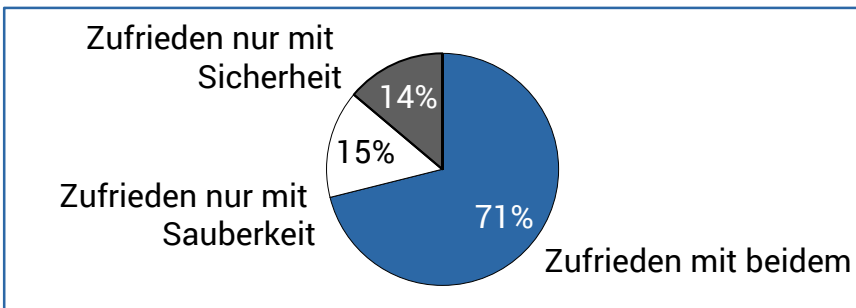
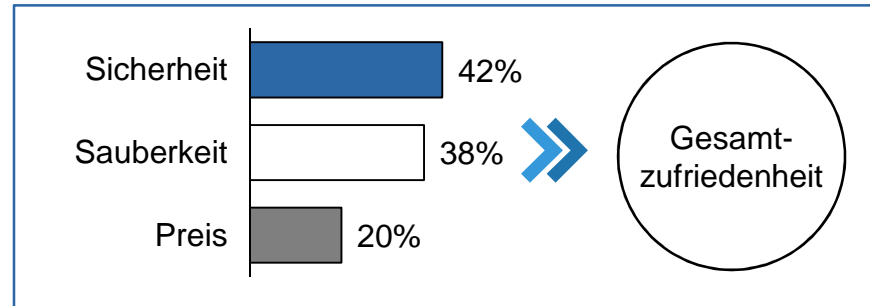


n=2.028 (Nur Personen, die zur Zufriedenheit eine Meinung haben)

Mit einer Treiberanalyse kann ermittelt werden, welchen Einfluss Teilaspekte auf die Gesamtzufriedenheit mit einem ÖPNV haben.

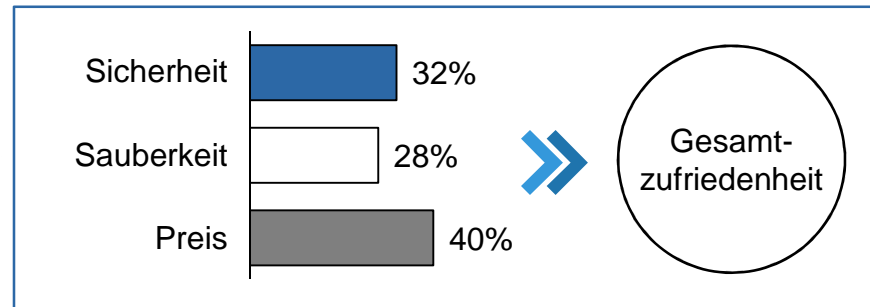
ERKLÄRUNG SHAPLEY VALUE-TREIBERANALYSE

- Um die **Gesamtzufriedenheit** der Kunden **steigern** zu können, muss ein ÖPNV wissen, welche **Teilaspekte** - z.B. Sicherheit, Sauberkeit & Preis - er **priorisieren** soll.
- Dazu wird die **Einflussstärke** der Teilaspekte auf die Gesamtzufriedenheit **statistisch errechnet**.
- Oftmals geschieht dies zunächst mit einer **multiplen Regression**.



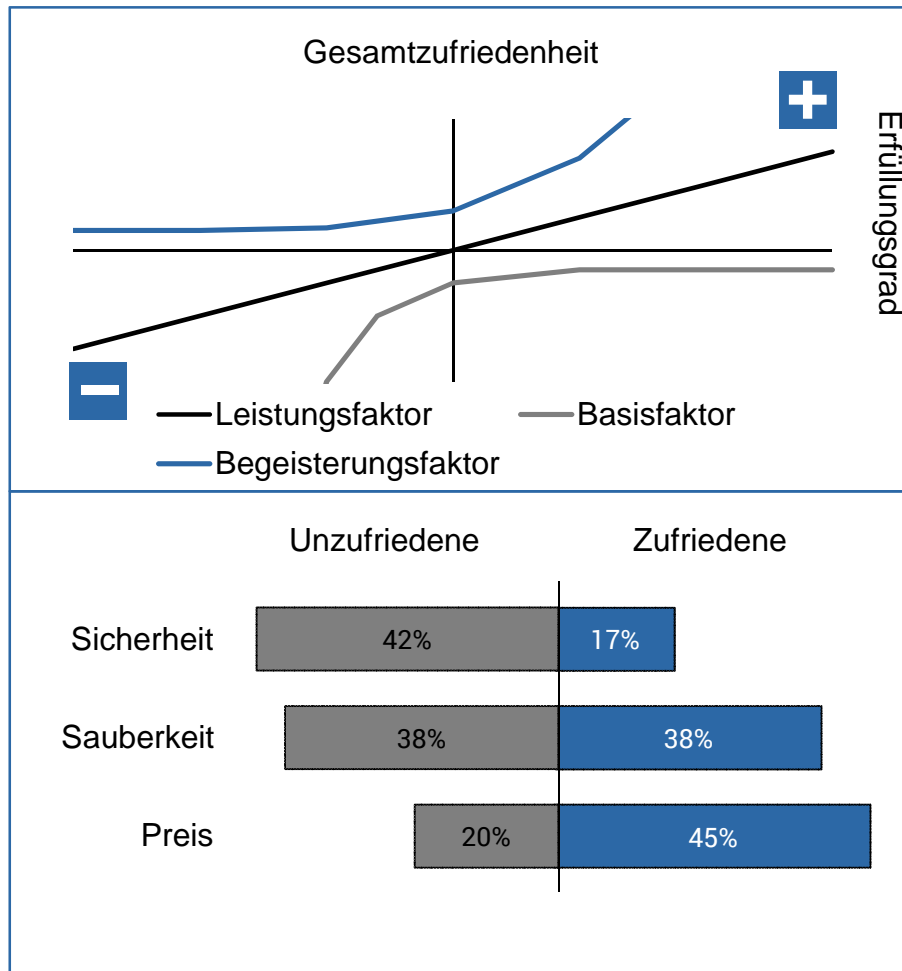
- Wir würden dann sagen: Die Gesamtzufriedenheit wird zu 42 Prozent von der Sicherheit, zu 38 Prozent von der Sauberkeit und nur zu 20 Prozent vom Preis beeinflusst.
- Allerdings: wer zufrieden mit der Sicherheit ist, ist meist auch zufriedener mit der Sauberkeit. Dann ist es nicht klar, warum er insgesamt zufrieden ist: Vor allem wegen der Sicherheit oder wegen der Sauberkeit?

- Diese Überschneidung – **Multikollinearität** genannt – kann das Ergebnis der Regression verzerren.
- Eine **Shapley Value-Regression** hilft, indem sie die Netto-Beiträge der Teilaspekte errechnet.
- Dies geschieht durch den **Vergleich der Erklärungskraft** der Modelle mit und ohne einen Teilaspekt:
 $(Y = A+B+C) - (Y = A+B) = \text{Nettoerklärungskraft von C}$



Manche Teilaspekte führen zu Unzufriedenheit, wenn sie nicht ausreichend erfüllt werden, wirken aber nicht im gleichen Maß positiv.

ERKLÄRUNG PENALTY-REWARD ANALYSE

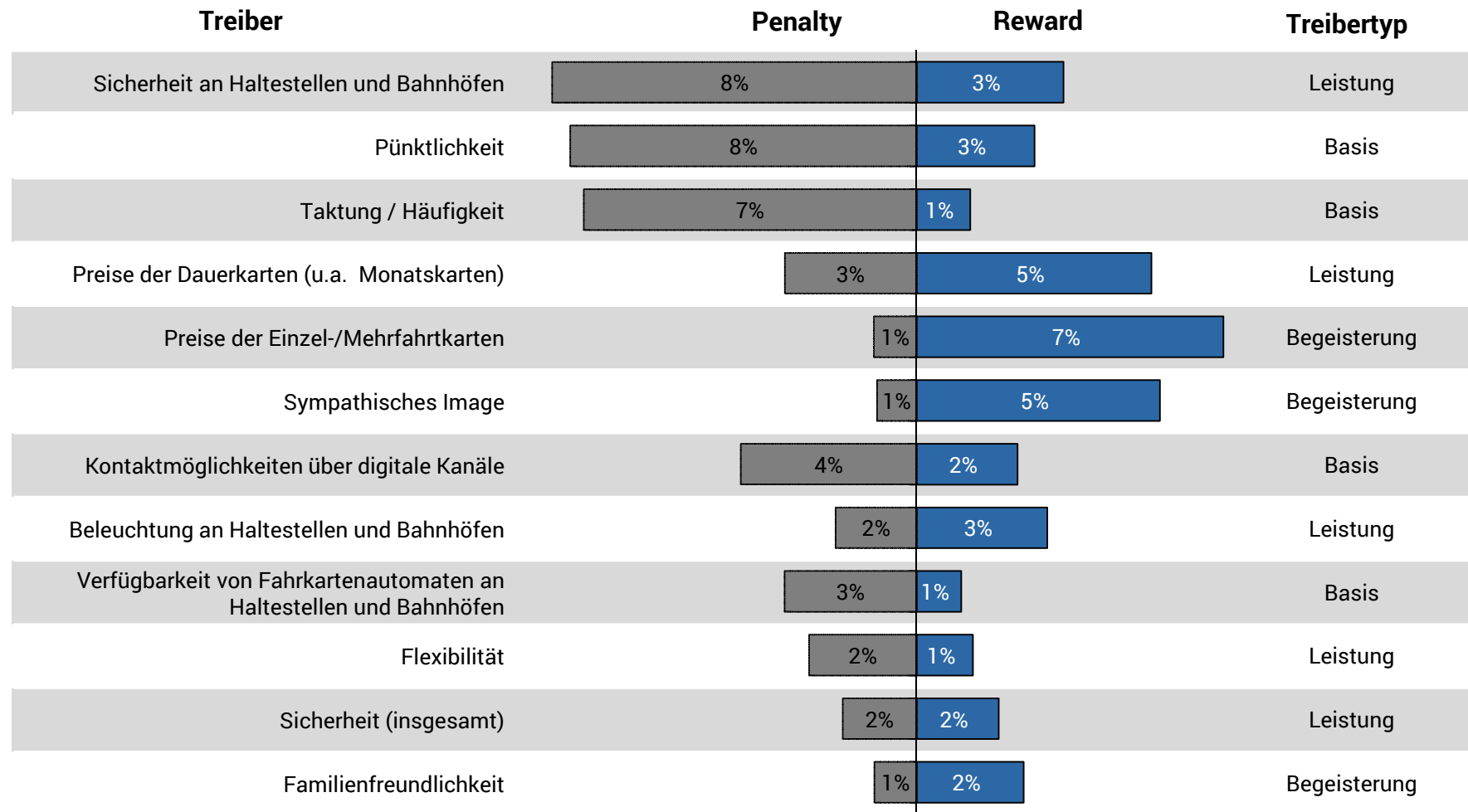


- Nicht alle **Teilaspekte** wirken sich in der gleichen Weise auf die **Gesamtzufriedenheit** aus.
- **Basisfaktoren** werden von Kunden einfach erwartet: wenn sie nicht erfüllt sind, führen sie zu Unzufriedenheit, im umgekehrten Fall aber nicht zu Zufriedenheit.
- **Leistungsfaktoren** erzeugen Unzufriedenheit, wenn sie nicht erfüllt sind und Zufriedenheit, wenn sie stark erfüllt sind.
- **Begeisterungsfaktoren** werden von Kunden nicht erwartet und erzeugen Zufriedenheit, wenn sie gegeben sind, aber keine Unzufriedenheit, wenn sie fehlen.

- Deshalb werden die Befragten in **Unzufriedene** und **Zufriedene** aufgeteilt und der **Netto-Einfluss der Teilaspekte** mit **Shapley Values** berechnet.
- Bei den Zufriedenen ist dies der **Reward**, bei den Unzufriedenen der **Penalty**.
- **Sicherheit** ist in unserem Beispiel ein **Basistreiber**, denn sie hat größeren Einfluss bei den Unzufriedenen
- **Sauberkeit** ist ein **Leistungstreiber**, weil sie gleich großen Einfluss in beiden Gruppen hat.
- Der **Preis** ist ein **Begeisterungstreiber**, denn er beeinflusst die Zufriedenen mehr als die Unzufriedenen.

Mangelnde Sicherheit an den Haltestellen, Unpünktlichkeit und schlechte Taktung führen zu Unzufriedenheit mit dem ÖPNV.

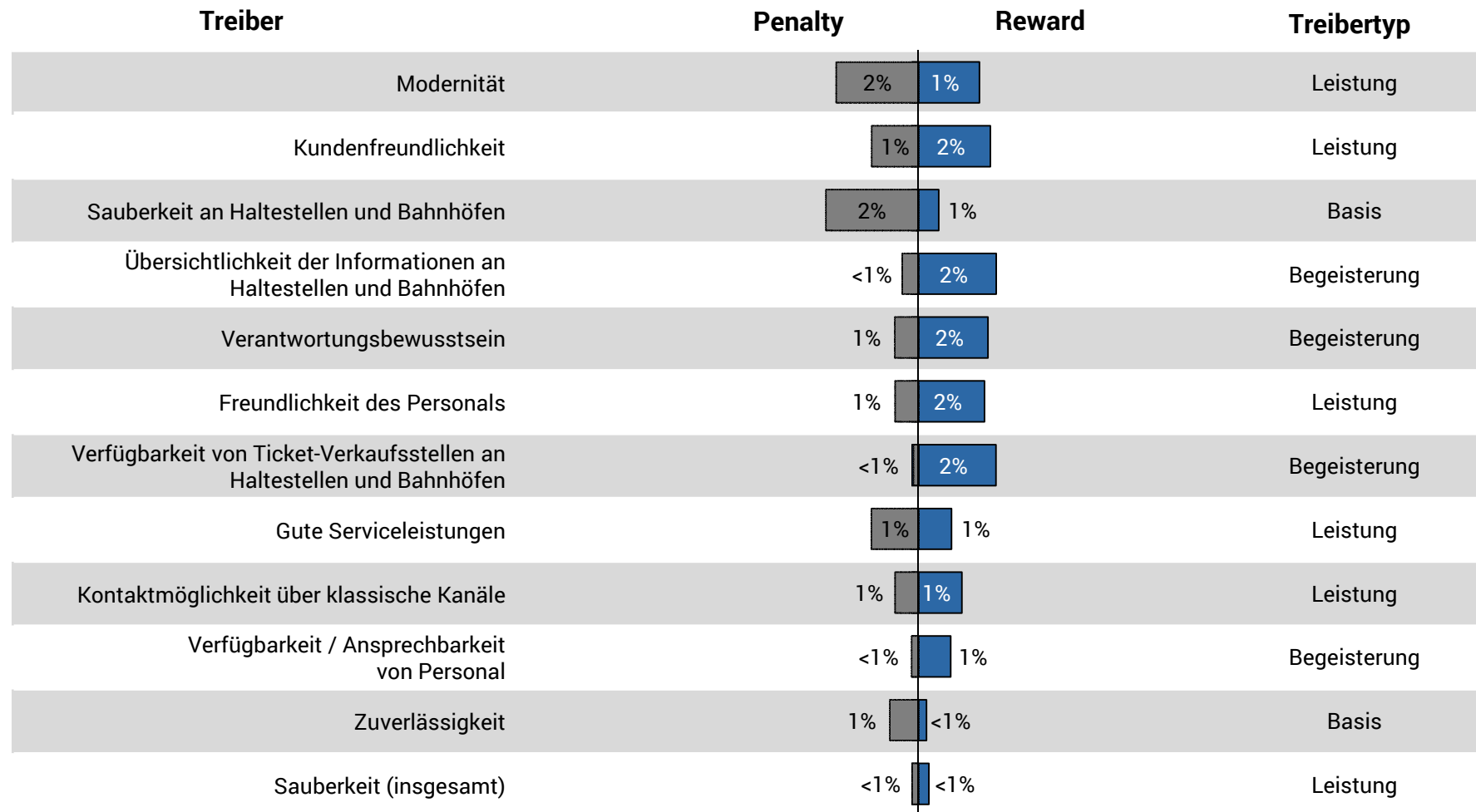
EINFLUSS EINZELNER LEISTUNGSASPEKTE AUF ZUFRIEDENHEIT UND UNZUFRIEDENHEIT MIT DEM ÖPNV – TOP 12



Angaben: Relative Wichtigkeit der Einflussstärke in Prozent (Gesamtsumme aller 24 Treiber: 100 Prozent)

Modernität, Kundenfreundlichkeit und die Sauberkeit an Haltestellen und Bahnhöfen sind mittelwichtige Teilaspekte.

EINFLUSS EINZELNER LEISTUNGSASPEKTE AUF ZUFRIEDENHEIT UND UNZUFRIEDENHEIT MIT DEM ÖPNV – BOTTOM 12



Angaben: Relative Wichtigkeit der Einflussstärke in Prozent (Gesamtsumme aller 24 Treiber: 100 Prozent)

Studienergebnisse

Zufriedenheit mit dem ÖPNV

Ticket-Kontrolle beim Busfahrer

Schwarzfahren

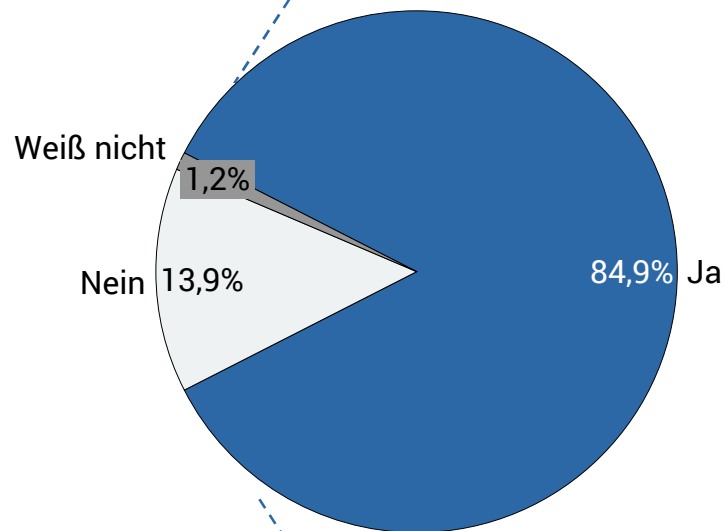
Soziodemographische Merkmale

Über myMarktforschung

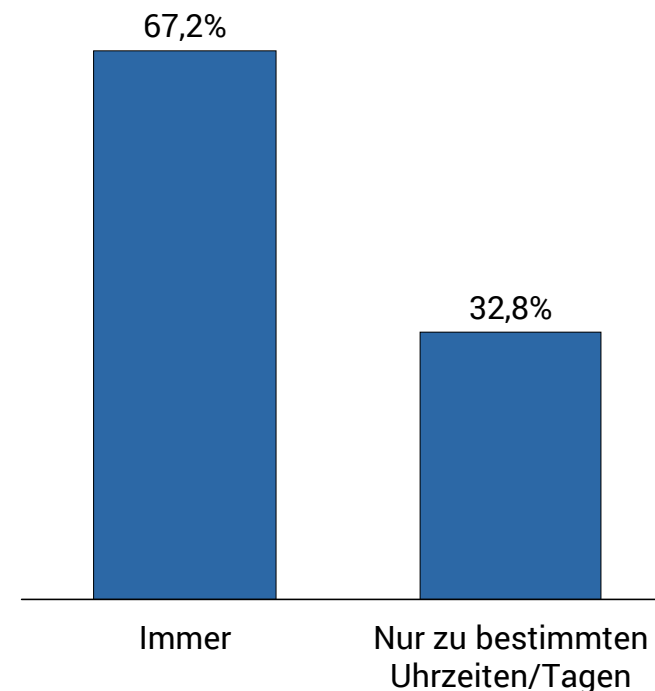
Mehr als 85 Prozent der Fahrgäste müssen ihre Fahrkarte im Linienbus vorne beim Fahrer vorzeigen.

VORZEIGEHÄUFIGKEIT DER FAHRKARTEN BEIM BUSFAHRER

„Bitte denken Sie an Fahrten mit dem Linienbus: Müssen Sie vorne beim Busfahrer einsteigen und Ihre Fahrkarte vorzeigen?“



„Wann müssen Sie vorne beim Busfahrer einsteigen und Ihre Fahrkarte vorzeigen?“

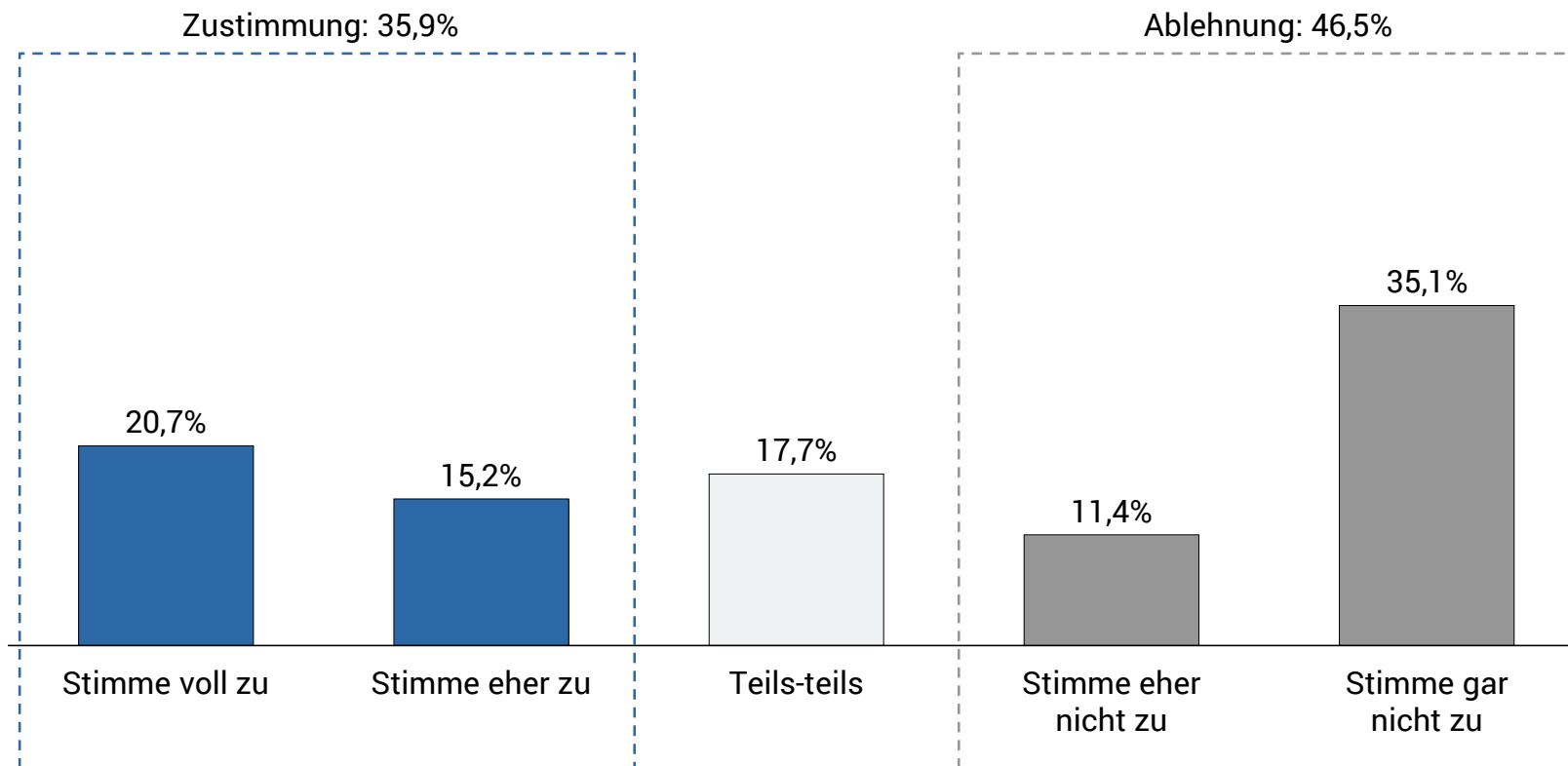


n=2.018 (Nur Personen, die den Linienbus nutzen)

Mehr als ein Drittel der Befragten stört sich daran, ihre Fahrkarte vorne beim Busfahrer vorzeigen zu müssen.

AKZEPTANZ DER TICKET-KONTROLLE BEIM BUSEINSTIEG

„Wie sehr stimmen Sie der folgenden Aussage zu?: „Mich stört es, vorne beim Busfahrer meine Fahrkarte vorzeigen zu müssen.“



n=1.713 (Nur Personen, die vorne beim Busfahrer einsteigen und ihre Fahrkarte dort vorzeigen müssen)

Studienergebnisse

Zufriedenheit mit dem ÖPNV

Ticket-Kontrolle beim Busfahrer

Schwarzfahren

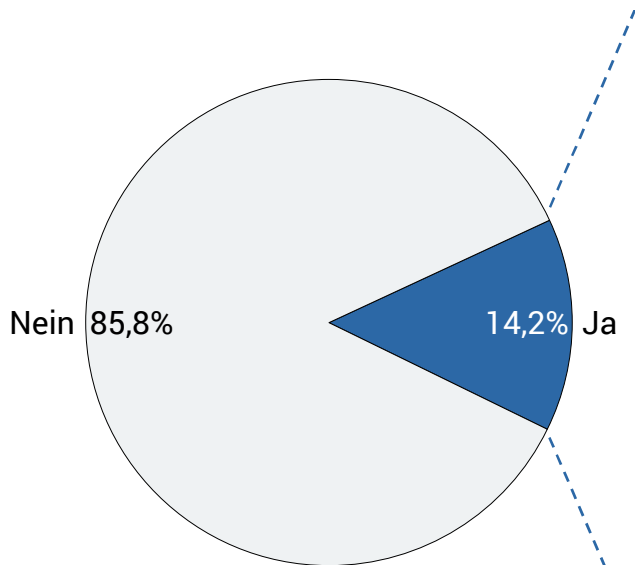
Soziodemographische Merkmale

Über myMarktforschung

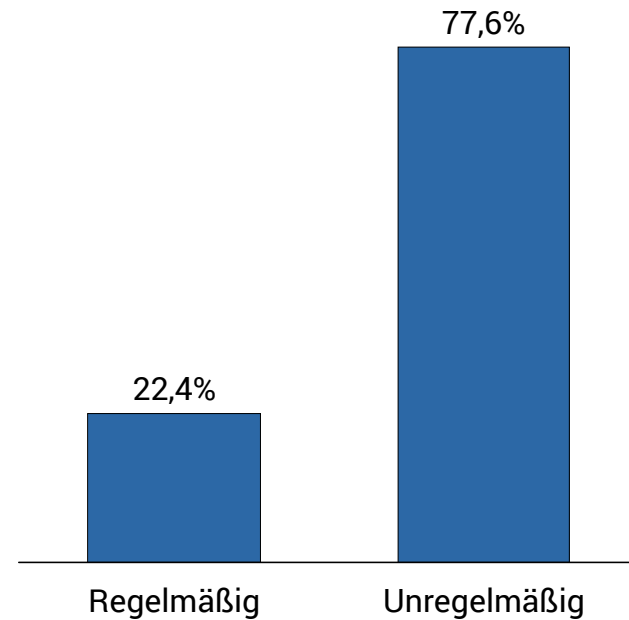
Rund 14 Prozent der befragten Fahrgäste fahren regelmäßig oder unregelmäßig ohne gültiges Ticket.

SCHWARZFAHREN IM ÖPNV (1/6) - REGELMÄSSIGKEIT

„Fahren Sie manchmal vorsätzlich auch ohne gültigen Fahrschein („schwarz“) mit dem öffentlichen Nahverkehr?“



„Wie oft fahren Sie manchmal vorsätzlich auch ohne gültigen Fahrschein („schwarz“) mit dem öffentlichen Nahverkehr?“

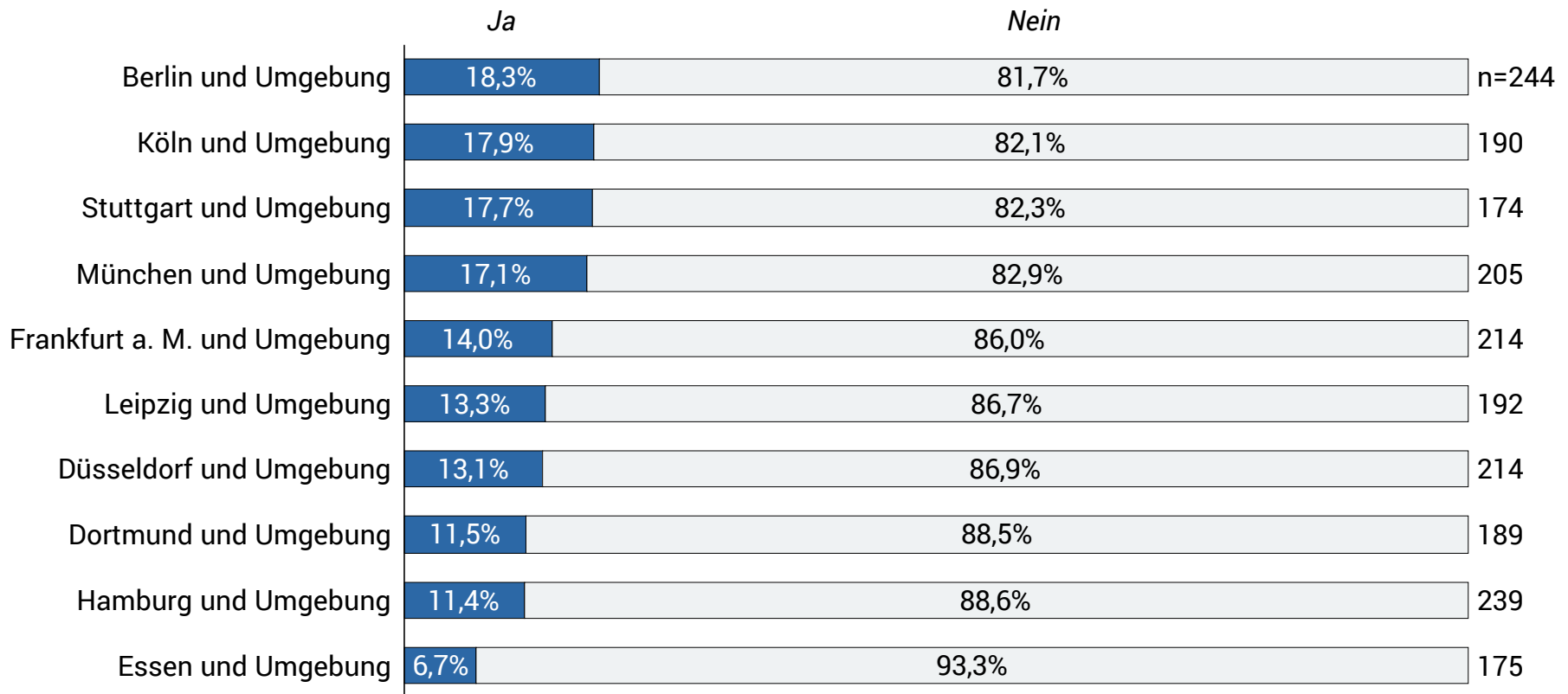


n=2.036 (Nur Personen, die die Frage beantwortet haben)

Den größten Anteil an schwarz fahrenden Verkehrsteilnehmern gibt es in Berlin.

SCHWARZFAHREN IM ÖPNV (2/6) - VERBÜNDE

„Fahren Sie manchmal vorsätzlich auch ohne gültigen Fahrschein ("schwarz") mit dem öffentlichen Nahverkehr?“

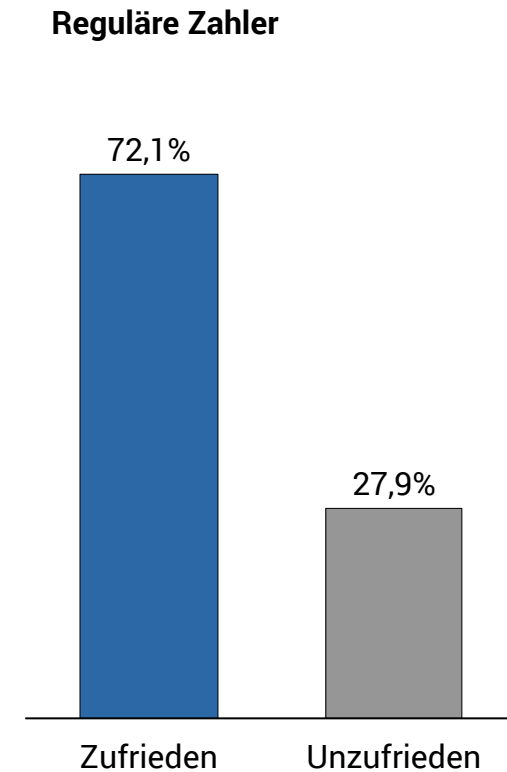
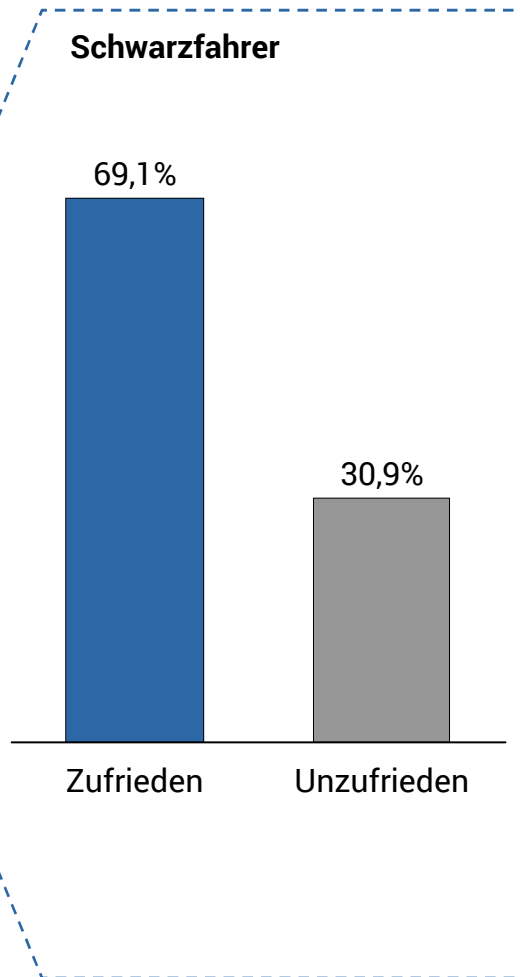
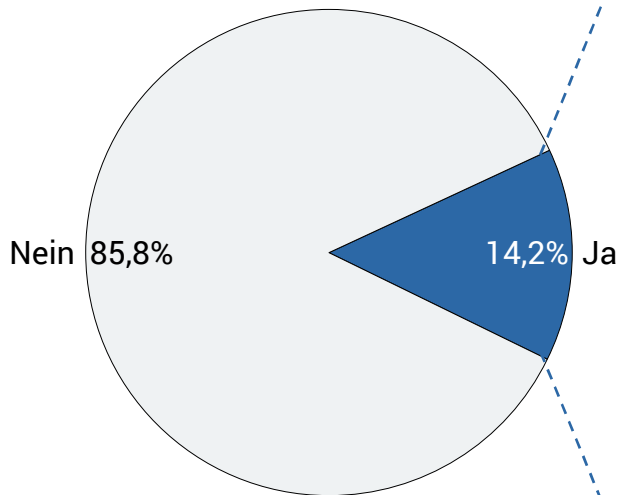


n=2.036 (Nur Personen, die die Frage beantwortet haben)

Mehr als zwei Drittel der Schwarzfahrer sind mit ihrem ÖPNV zufrieden, das sind nur drei Prozentpunkte weniger als bei regulären Zahlern.

SCHWARZFAHREN IM ÖPNV (3/6) - GESAMTZUFRIEDENHEIT

„Fahren Sie manchmal vorsätzlich auch ohne gültigen Fahrschein („schwarz“) mit dem öffentlichen Nahverkehr?“

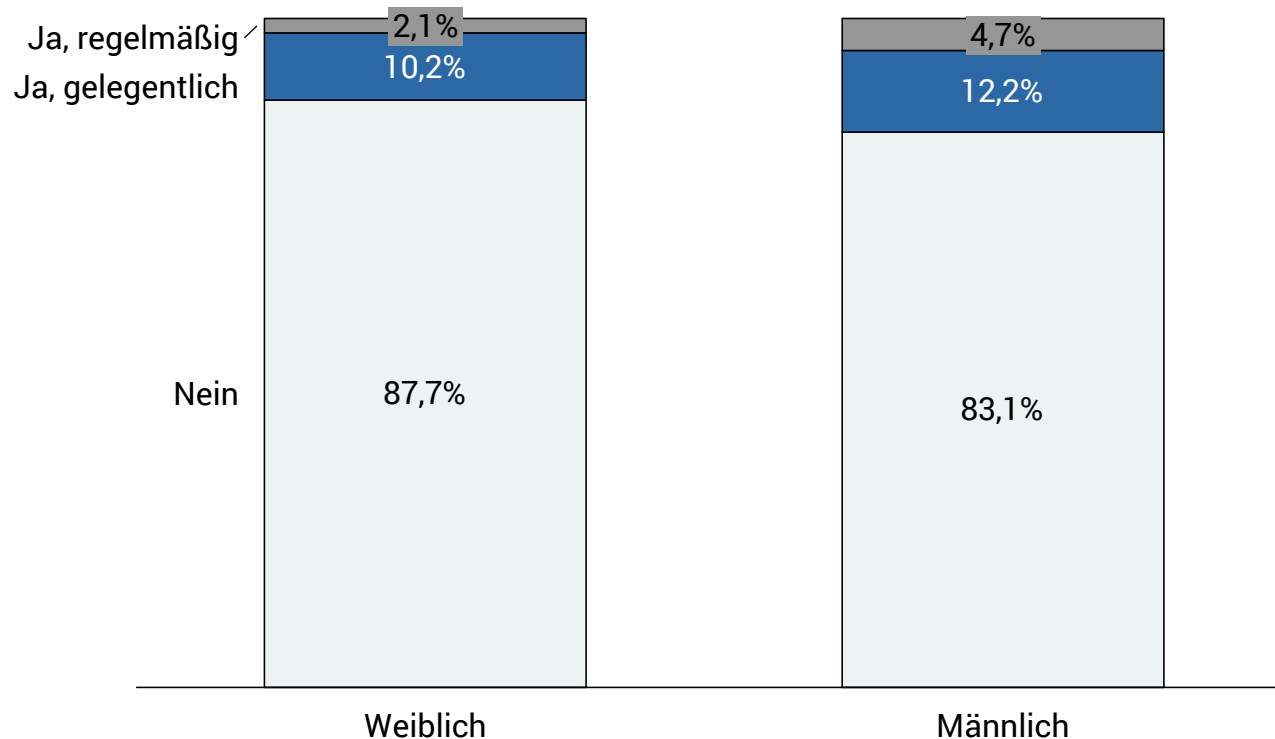


n=2.036 (Nur Personen, die die Frage beantwortet haben)

17 Prozent der Männer und 12 Prozent der Frauen nutzen den ÖPNV gelegentlich oder regelmäßig ohne gültigen Fahrausweis.

SCHWARZFAHREN IM ÖPNV (4/6) - GESCHLECHT

„Fahren Sie manchmal vorsätzlich auch ohne gültigen Fahrschein ("schwarz") mit dem öffentlichen Nahverkehr?“

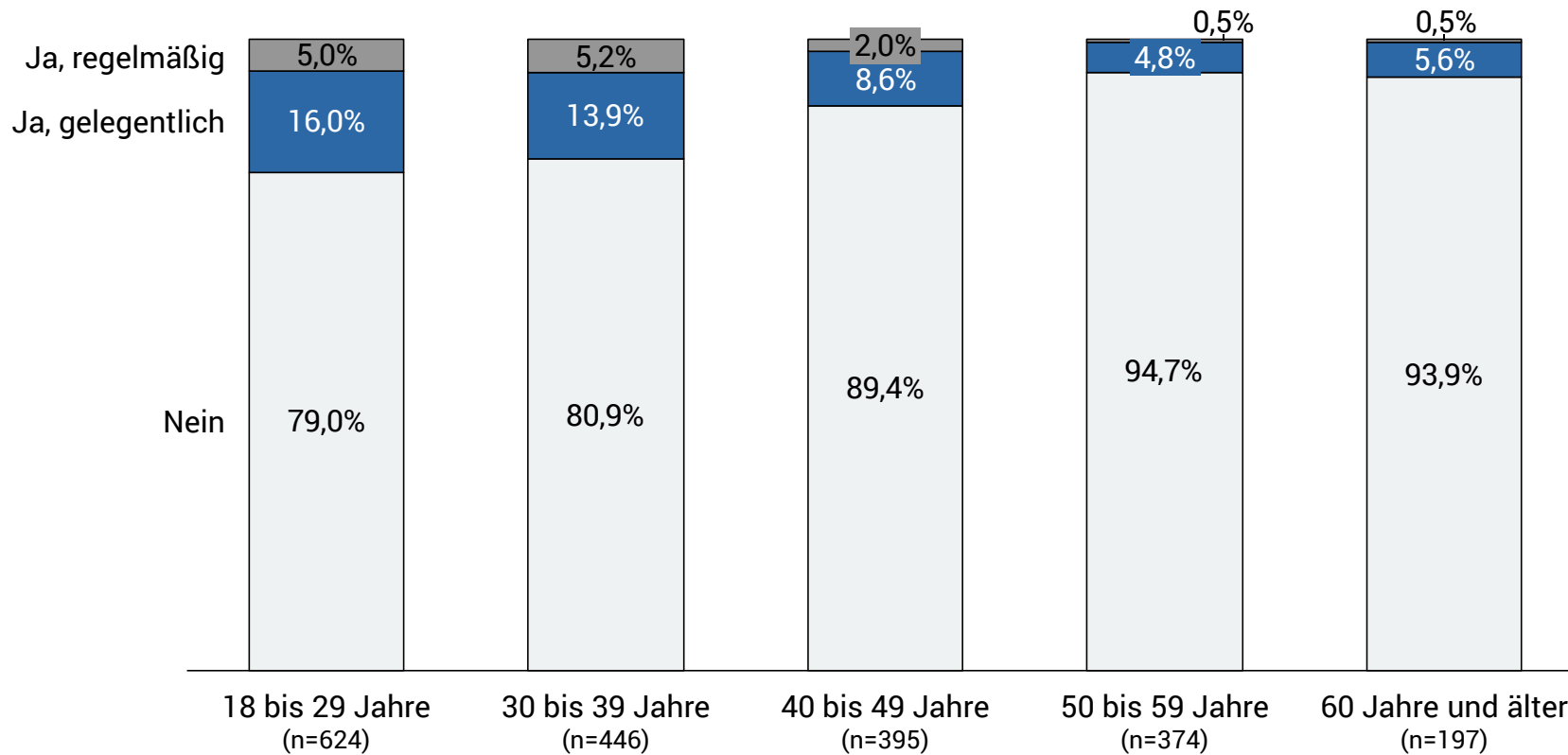


n₁=1.186 (Nur Frauen, die die Frage beantwortet haben)
n₂=850 (Nur Männer, die die Frage beantwortet haben)

Im Altersvergleich zeigt sich: Verglichen mit Älteren fahren insbesondere jüngere Befragte zumindest gelegentlich schwarz.

SCHWARZFAHREN IM ÖPNV (5/6) - ALTER

„Fahren Sie manchmal vorsätzlich auch ohne gültigen Fahrschein ("schwarz") mit dem öffentlichen Nahverkehr?“

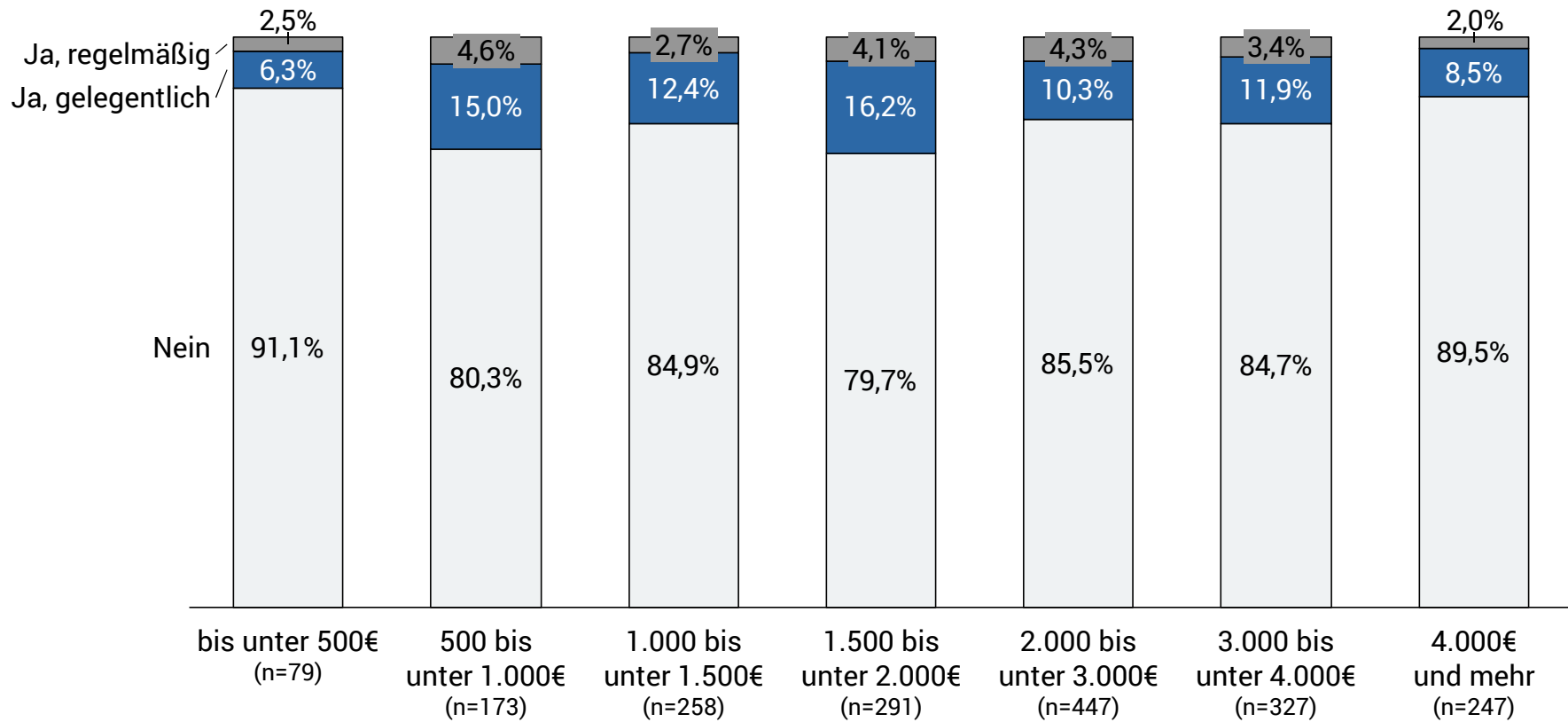


n=2.036 (Nur Personen, die die Frage beantwortet haben)

Personen, die unter 500 Euro verdienen, fahren im Vergleich zu den anderen Fahrgästen am seltensten schwarz.

SCHWARZFAHREN IM ÖPNV (6/6) - EINKOMMEN

„Fahren Sie manchmal vorsätzlich auch ohne gültigen Fahrschein ("schwarz") mit dem öffentlichen Nahverkehr?“



n=1.822 (Nur Personen, die die Frage beantwortet haben und eine Angabe zum Einkommen getätigt haben)

Studienergebnisse

Zufriedenheit mit dem ÖPNV

Ticket-Kontrolle beim Busfahrer

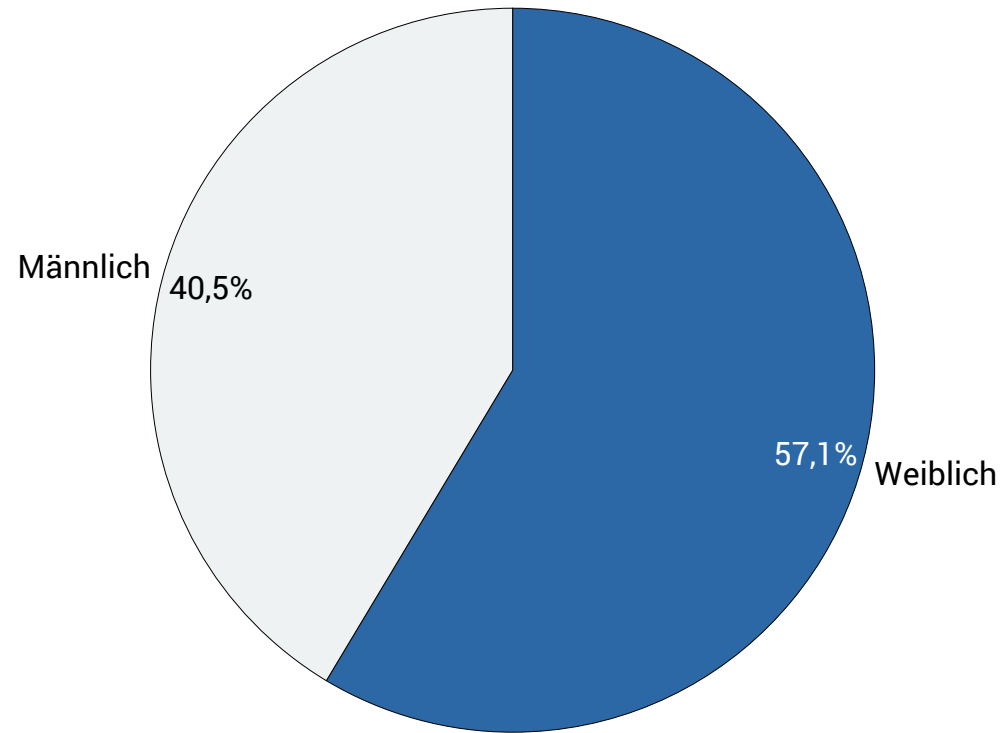
Schwarzfahren

Soziodemographische Merkmale

Über myMarktforschung

Geschlechterverteilung der Befragten

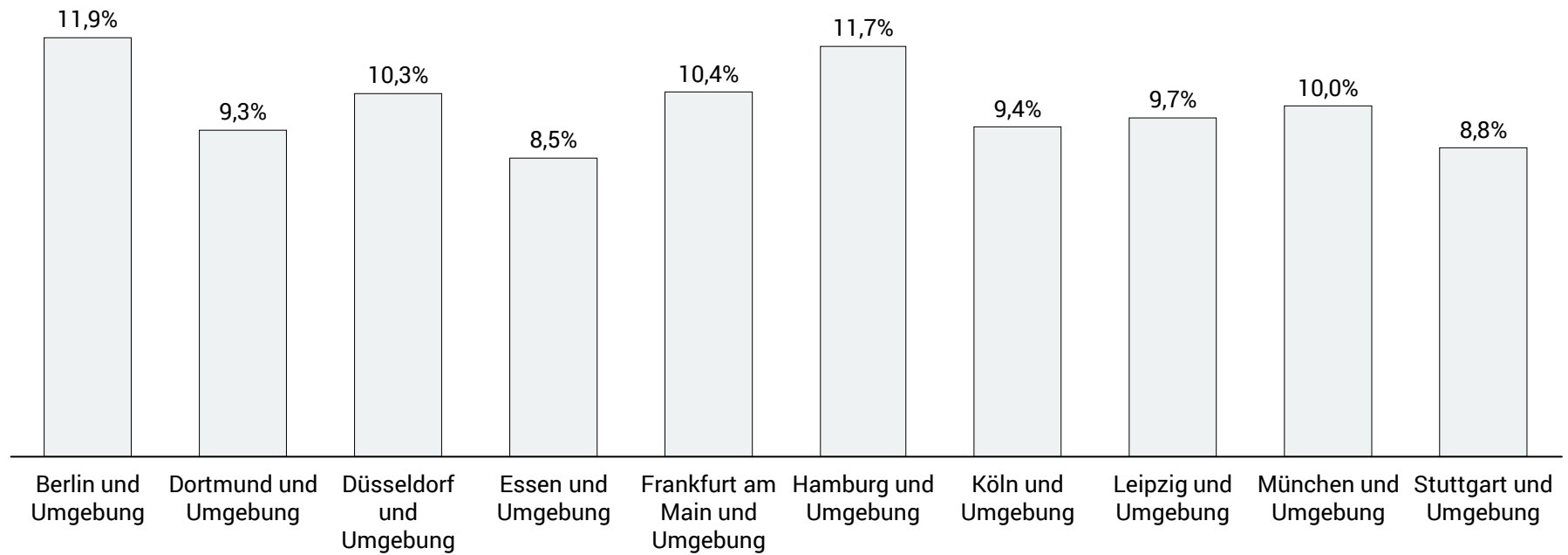
SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN (1/4)



n=2.069

Wohnorte der Befragten

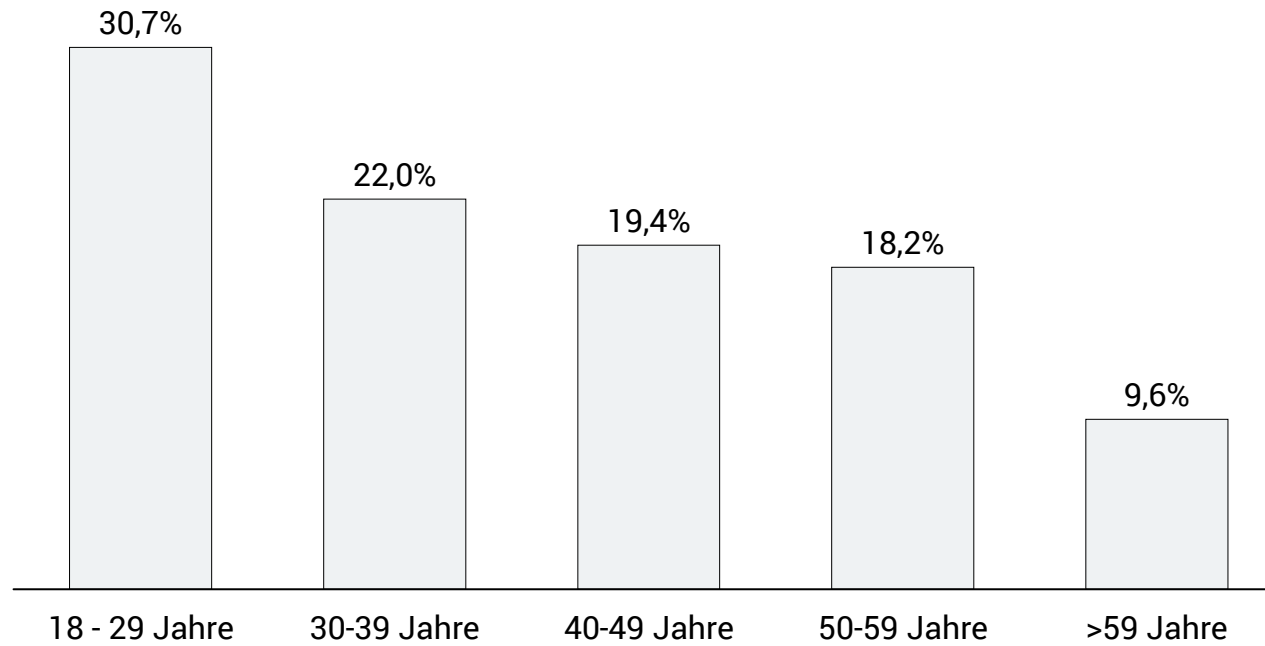
SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN (2/4)



n=2.069

Altersverteilung der Befragten

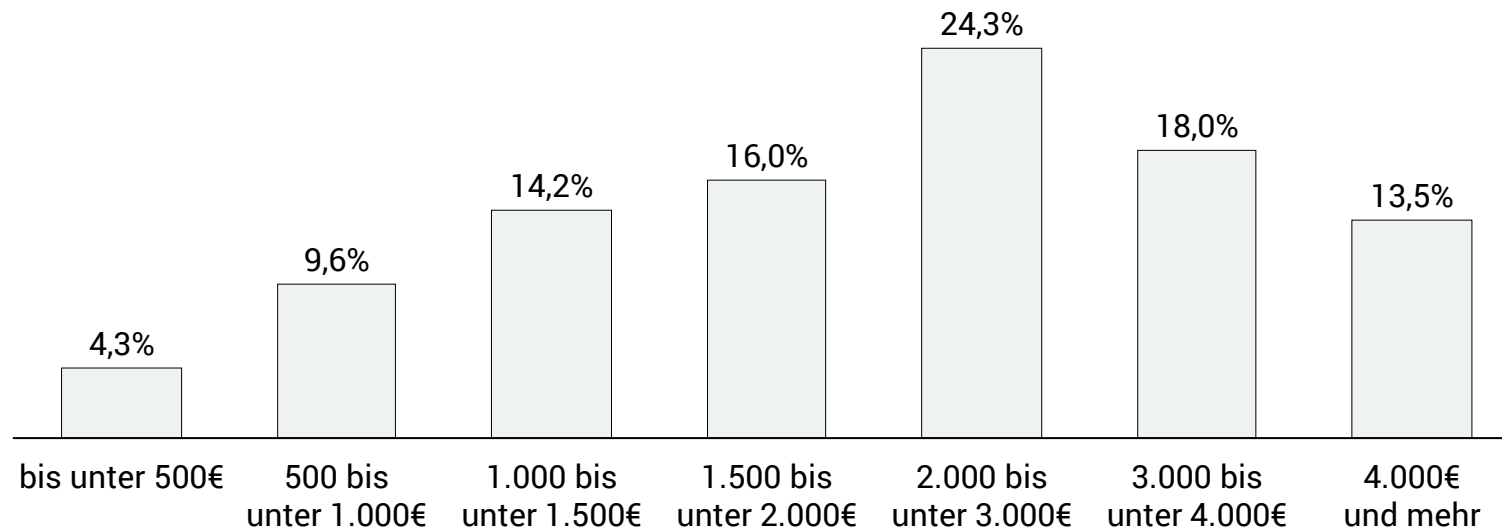
SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN (3/4)



n=2.069

Haushaltsnettoeinkommen der Befragten

SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN (4/4)



n=2.069

Studienergebnisse

Zufriedenheit mit dem ÖPNV

Ticket-Kontrolle beim Busfahrer

Schwarzfahren

Soziodemographische Merkmale

Über myMarktforschung

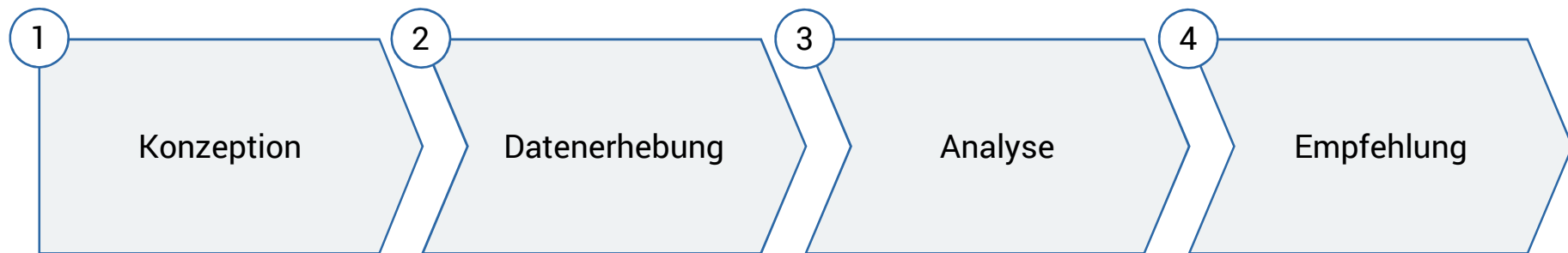
Unser Leistungsspektrum umfasst alle relevanten Themenbereiche der Marktforschung.

LEISTUNGSSPEKTRUM MARKTFORSCHUNG



Wir begleiten Sie im gesamten Prozess Ihrer Marktforschung.

UNTERSTÜTZUNG IM GESAMTEN MARKTFORSCHUNGSPROZESS



- Ist-Situation feststellen und analysieren
- Zielsetzung festlegen
- Untersuchungsdesign konzipieren
- Fragebogen / Leitfaden entwickeln
- Zeitlichen Ablauf klären

- Quantitative Primärforschung (telefonisch, schriftlich, persönlich, online)
- Qualitative Primärforschung
- Sekundäranalyse / Desk Research

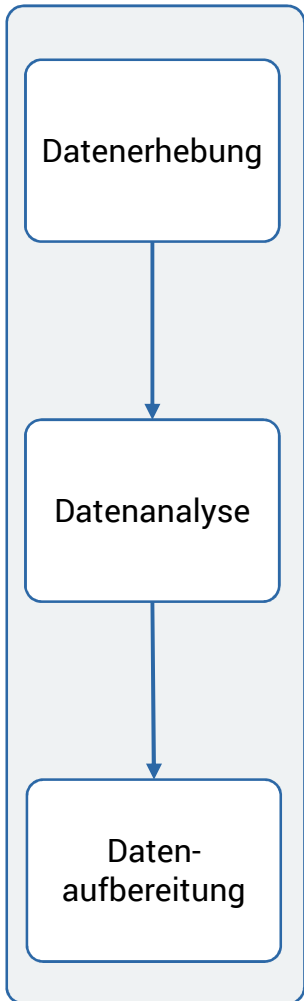
Wir führen die Datenerhebung zu 100% mit unseren eigenen Ressourcen durch.

- Datenauswertung
- Statistische Datenanalyse
- Qualitative Analyse
- Dateninterpretation
- Aussagekräftige Dokumentation

- Handlungsoptionen identifizieren und bewerten
- Implikationen ableiten
- Begleitung von Umsetzungsprozessen

Erhobene Daten liefern wir in einem ausführlichen und aussagekräftigen Schaubildreport.

ERGEBNISDARSTELLUNG / ANALYSE / REPORTING VON MARKTFORSCHUNGSDATEN



Nutzer von Telekom - Smart Home-Produkten bewerten die unterschiedlichen Aspekte weitgehend zufriedenstellend.
ZUFRIEDENHEIT MIT VERSCHIEDENEN MERKELEKEN TOP5 (1-5)

„Wie zufrieden sind Sie mit Telekom - Smart Home in Bezug auf folgende Aspekte?“

Aspekt	Zufrieden	Nicht zufrieden
Informationsangebot	87,5%	12,5%
Definiertbarkeit	87,2%	12,8%
Produktivität	81,3%	18,7%
Benutzer-Kompatibilität	75,4%	24,6%
Installation	74,4%	25,6%
Support/Service	64,3%	35,7%
Preis-Leistungsverhältnis	60,5%	39,5%

Jüngere Alterskohorten weisen höhere Nutzungsquoten von Smart Home-Anwendungen auf.
VERTEILUNG DER NUTZUNGSQUOTE VON SMART HOME-ANWENDUNGEN NACH ALTERSKATEGORIEN

Lebensbeispiel:
• Die hier erreichten Nutzungsquoten geben den Wert an, bis zu dem man sich für eine Smart Home-Anwendung interessiert, wenn man sie als optionales Produkt hat.
• Bei den 18-29-Jährigen haben sich die Nutzungsquoten für die Smart Home-Anwendungen im Vergleich zu den 60-69-Jährigen verdreifacht.
• Diese Altersgruppen sind für die Smart Home-Anwendungen am besten geeignet.

Telekom und RWE sind mit Abstand die bekanntesten Hersteller im Smart Home-Bereich; gleichwohl kennt jeder Dritte keinen Anbieter.
BEKANNTHEIT VON SMART HOME-ANBIETERN/HERSTELLERN

„Wählen der folgenden Anbieter für Smart Home-Anwendungen kennen Sie, wenn auch nur den Namen noch?“

Anbieter	Prozent
Telekom - Smart Home	95,4%
RWE SmartHome	92,5%
Autobridges	11,9%
Conrad Electronic SE	11,7%
Funkschlüssel-System Conrad FSZ	11,5%
Mediamanager Smart Home	9,9%
Bosch Jecker	9,9%
EWE smart living	9,5%
gigaset Elements	9,2%
Sonyby Talama	8,2%
GIRA	5,0%
devolo Home Control	5,0%
Teufelwerk - Jovian	4,8%
AVM	4,8%
Belkin WeMo	14,4%
Melroe	12,1%
ORICO	12,6%
Belkin Wager	12,6%
Jecker Conrad	12,4%
OMX Conrad	12,3%
digitalbyson	12,2%
ihako - etable Funk	12,0%
Lumora	11,6%
plagepar	11,0%
LEN (Laserlicht)	9,8%
Keine der genannten	34,1%

Lediglich 3 Prozent der Befragten waren von Smart Home-Anwendungen nicht überzeugt und nutzen aktuell keine mehr.
NICHT MEHR GENUTZTE SMART HOME-ANWENDUNGEN

„Gibt es Smart Home-Anwendungen, die Sie nicht genutzt haben, aber gerne nutzen?“

„Wenn ja, warum nutzen Sie diese nicht mehr?“

Grund	Prozent
Wird nicht mehr benötigt	70,9%
Hat nicht richtig funktioniert	44,1%
Interesse verloren	35,2%
Sonstige Gründe	61,8%

Der Großteil der Nutzer von Smart Home für Pflegebedürftige sieht darin einen Mehrwert für den Pflegeaufwand und das Leben der Personen.
AUSWAHL DER NUTZUNG VON SMART HOME-ANWENDUNGEN SPEZIELL FÜR PFLEGEBEDÜRFTIGE PERSONEN

„Durch den Einsatz von Smart Home-Anwendungen reduziert sich der Pflegeaufwand der Person?“

Zustimmung: 87,1% (Stimme voll zu: 69,7%, Stimme eher zu: 17,4%)
Ablehnung: 12,9% (Stimme eher nicht zu: 6,6%, Stimme überhaupt nicht zu: 6,3%)

„Smart Home-Anwendungen ermöglichen den Personen ein selbstbestimmteres Leben.“

Zustimmung: 70,9% (Stimme voll zu: 53,2%, Stimme eher zu: 17,7%)
Ablehnung: 29,1% (Stimme eher nicht zu: 12,2%, Stimme überhaupt nicht zu: 16,9%)

Die Befragten wurden nach einem bestimmten Schema Nutzungsgruppen zugeordnet.
DARSTELLUNG DER SMART HOME-NUTZUNG IN DEUTSCHLAND

- Wir führen eine fundierte statistische Datenanalyse durch.
- Sie erhalten aussagekräftige Diagramme, statt schwer zu interpretierende Daten.
- Kernaussagen werden auf den Punkt gebracht.
- Die Präsentation kann in Ihrem Unternehmensdesign angefertigt werden.
- Die Schaubilder können in Management-Präsentationen integriert werden.
- Erforderliche Maßnahmen sind einfach abzuleiten.
- Kurzum: Sie können ohne Schwierigkeiten mit den Ergebnissen arbeiten.**

Wir konnten bereits Klienten aus unterschiedlichen Branchen mit unserer Arbeit begeistern.

AUSWAHL UNSERER REFERENZEN





www.myMarktforschung.de

myMarktforschung.de ist ein Angebot von

SPLENDID RESEARCH GmbH
Barmbeker Straße 7a
22303 Hamburg
Germany

(040) 69 45 366 -0

hallo[at]mymarktforschung.de

© 2017 SPLENDID RESEARCH GmbH

Sitz der Gesellschaft: Hamburg, Amtsgericht Hamburg HRB 143505, Geschäftsführer: Dr. Gunnar Grieger, Kathleen Mahrenholz, André Wolff
All rights reserved. No part of this document may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photography, recording, or any information storage and retrieval system, without permission from SPLENDID RESEARCH GmbH.