



Bodo Schulz

Abb. 1: Der ÖPNV in Berlin ist attraktiv, hat aber hinsichtlich der Nutzungsintensität noch Potenzial, wie ein Vergleich mit Wien zeigt. Das Foto zeigt auf der Hochbahnstrecke Schlesisches Tor–Oberbaumbrücke einen Acht-Wagen-Zug der Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) vom Kleinprofiltyp IK.

ÖPNV-Nutzungsintensität und -Zufriedenheit

Empirische Studie in Deutschland, Österreich und der Schweiz*

Prof. Dr. Andreas Krämer, Bonn

Die Zufriedenheit der Marktteilnehmer sowie Erkenntnisse zu den Nutzerstrukturen stellen wichtige Parameter für die Entwicklung und Umsetzung von Marktstrategien dar. Die Kundenzufriedenheit mit dem Dienstleistungsunternehmen ist in einem einfachen Erklärungsmodell das Ergebnis eines Vergleichs zwischen der erwarteten Leistung des Anbieters und der wahrgenommenen Performance durch den Kunden [1].

Dabei stehen Kundenzufriedenheit und Unternehmenserfolg im Zusammenhang. Als Bindeglied gilt die Kundenbindung (Abb. 2). Hierzu kann festgestellt werden, dass die funktionale Abhängigkeit zwischen Kundenzufriedenheit und Kunden-

bindung positiv gestaltet ist, das heißt, je größer die Zufriedenheit mit der Leistung eines Anbieters, desto größer ist die Kundenbindung zu diesem Anbieter [2]. Dabei können unterschiedliche Zusammenhänge zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung bestehen. Die Korrelation ist nicht immer gleich stark. Dafür verantwortlich sind moderierende Variablen, welche in einem bestimmten Kontext wirken. Veränderte komplexere Rahmenbedingungen (englisch VUCA für Volatility = Volatilität, Uncertainty = Unsicherheit, Complexity = Komplexität und Ambiguity = Mehrdeutigkeit) kommen hinzu. Kundenbindung und Geschäftserfolg sind wiederum nicht gleichzusetzen. Es liegt in der Entscheidung des Unternehmens, ob der Schwerpunkt der Unternehmung darin bestehen soll, die Kunden längerfristig zu binden (dies geschieht über einen hohen

Kundennutzen, dem so genannten „Value to the customer“) oder ob die kurzfristige Maximierung des Cash-Flows im Fokus der Geschäftsstrategie steht [3]. In diesem Fall geht es für das Unternehmen darum, aus der Kundenbeziehung möglichst viel Ertrag zu extrahieren („Value of the customer“).

Die Nutzungsintensität der Dienstleistung – als Maß der Kundenbindung – gibt Aufschluss darüber, wie stark die Nutzung auf bestimmte Kundengruppen verteilt ist und welche latenten Nutzungspotenziale noch im Markt bestehen [4].

Ziel dieses Beitrags ist es, die Bedeutung der Parameter Nutzungsintensität und Zufriedenheit für den ÖPNV länderübergreifend zu untersuchen und dabei Abhängigkeiten zu beleuchten. Auf Basis einer repräsentativen Erhebung zum Mo-

* Der Autor dankt Frau Gabriela Felder (VBB), Herrn Dr. Gerd Wilger (exeo) und Herrn Dr. Robert Bongaerts (exeo) für Hinweise und Anregungen.

bilitätsverhalten der Bevölkerung in der D-A-CH-Region (Deutschland, Österreich und der Schweiz) sollen die folgenden Fragen beantwortet werden:

- Welche Unterschiede ergeben sich hinsichtlich der Nutzung beziehungsweise Nutzungsintensität des ÖPNV in Deutschland im Vergleich zu den Nachbarländern Österreich und der Schweiz?
- Worin liegen die wichtigsten Bestimmungsgründe für die Nutzung des ÖPNV? Was sind die Treiber für die empirisch gemessene ÖPNV-Nutzungsintensität?
- Welche Unterschiede ergeben sich hinsichtlich der Zufriedenheit der Bevölkerung mit dem ÖPNV (am Wohnort) in Deutschland im Vergleich zu den Nachbarländern Österreich und der Schweiz?
- Welche Abhängigkeiten bestehen zwischen der Nutzungsintensität und der Zufriedenheit mit dem ÖPNV?

Studiendesign und Methodik: „Mobilitätstrends“

Mobilitätstrends 2015 ist eine Studie zur Ermittlung und Bewertung von Trends im Mobilitätsmarkt. Sie wird mehrmals jährlich als Kooperationsprojekt der exeo Strategic Consulting AG und der Rogator AG durchgeführt. Grundlage der Untersuchung ist eine repräsentative Online-Befragung von rund 4500 Personen ab 18 Jahren (deutschsprachige Bevölkerung im D-A-CH-Gebiet). Personen, die in den letzten zwölf Monaten Reisen mit einer Entfernung von mehr als 50 km unternommen haben, sind die Kernzielgruppe der Studie. Die Erhebung gliedert sich im Kern in die Teilbereiche (a) Mobilität auf der Personenebene, (b) Reporting zur letzten Fernreise und (c) Bewertung von Trends.

Personen, die in den letzten zwölf Monaten Reisen ab einer Entfernung von 50 km einfache Strecke unternommen haben, werden bezüglich ihrer letzten Reise detailliert befragt. Zusätzlich wurden in der aktuellen 5. Untersuchungswelle (September 2015) auch Fragen zur Nutzung von Bussen und Bahnen am Wohnort, zur jeweiligen Ticketnutzung sowie zur Zufriedenheit mit dem ÖPNV gestellt. Die Einbeziehung dieser speziellen Fragen ermöglicht eine vernetzte Analyse mit anderen Parametern der Verkehrsmittelwahl. Die Studie betrachtet neben den Kunden des ÖPNV auch Nichtnutzer und damit auch Potenzialkunden [5]. Vor diesem Hintergrund ist auch zu berücksichtigen, dass der Parameter Zufrie-



Zum Autor

Prof. Dr. Andreas Krämer (47) ist Gründer und Vorstandsvorsitzender der exeo Strategic Consulting AG, einer Beratungsgesellschaft mit Sitz in Bonn. Schwerpunkte des Unternehmens liegen in der datengetriebenen Entscheidungsunterstützung im Marketing. Vor exeo-Gründung im Jahr 2000 war Krämer Hochschulassistent (Lehrstuhl für Marktlehre der Universität Bonn), später Berater in zwei international führenden Consultings. Er ist spezialisiert auf Fragestellungen zur Optimierung der Kundenbindung und Preisgestaltung. Seit 2013 ist er Fachdozent für Pricing und Kundenwertmanagement/CRM an der Business and Information Technology School (BITS) in Iserlohn.

denheit mit dem ÖPNV teilweise synonym verwendet wird zur Qualität des ÖPNV [6].

Nutzungsintensität des ÖPNV

Die Betrachtung der ÖPNV-Nutzung in der Schweiz erscheint bereits deshalb als relevant, weil die Schweizer oftmals als „Weltmeister in der Nutzung des öffentlichen Verkehrs“ betrachtet werden. Trotz der Größenunterschiede – die Einwohnerzahl der Schweiz entspricht in etwa der des VRR (rund 8 Mio) beziehungsweise des VBB (etwa 6 Mio) – lassen sich Strukturunterschiede beschreiben. Für das Nachbarland Schweiz werden besonders positive Entwicklungen konstatiert: So soll der Anteil des öffentlichen Verkehrs am gesamten Personenverkehr auf Schiene und Straße in den vergangenen zehn Jahren von 18,5 Prozent auf 20,6 Prozent gestiegen sein. Insgesamt haben die zurückgelegten Personenkilometer seit 2002 um 17 Prozent zugenommen, was das steigende Mobilitätsbedürfnis der Bevölkerung belegt. Der öffentliche Verkehr trug dabei mit einer Zunahme von über 30 Prozent deutlich mehr zum Wachstum bei als der Individualverkehr, der einen Zuwachs von 15 Prozent erreichte [7].

Die Besonderheiten der Schweiz kommen auch in der eigenen Studie zum Tragen: Etwa ein Drittel der Befragten in der Schweiz sind Stammkunden des ÖPNV (drei oder mehr Nutzungen pro Woche). Die korrespondierenden Werte für Österreich (24 Prozent) und Deutschland (16 Prozent) sind deutlich geringer. Im Kontrast zeigt sich: Der Anteil von Nichtnutzern des ÖPNV ist in Deutschland mit 53 Prozent besonders hoch. Werden die Selten-Nutzer (14 Prozent) zusätzlich einbezogen, gilt, dass etwa zwei Drittel der Bevölkerung ab 18 Jahren den ÖPNV selten oder gar nicht nutzen (Abb. 3). Die Bindung der Schweizer Wohnbevölkerung an Busse und Bahnen als Verkehrsmittel ist stark. Dies drückt sich unter anderem in dem Anteil der Bevölkerung aus, der über eine Kundenbindungs- und Rabattkarte verfügt.

Werden Bahn-Cards und Streckenzeitkarten als relevante Instrumente im Fernverkehr betrachtet, so errechnet sich für Deutschland innerhalb der mobilen Bevölkerung ab 18 Jahren ein Anteil von neun Prozent. In Österreich liegt der korrespondierende Wert bei 19 Prozent (Vorteils-Card, Österreich-Card und Streckenzeitkarten). Mit 45 Prozent wird allerdings der höchste Anteil in der Schweiz gemessen (Halbtax-Abo, General-Abo und Streckenzeitkarten) – im Alterssegment der unter 30-Jährigen sogar 60 Prozent.

Eine Besonderheit kommt hinzu: In der Schweiz sind rund 0,4 Mio General-Abonnements (GA) im Markt, also Netzkarten, die sowohl im ÖPNV als auch im Fernverkehr gültig sind. Außerdem verfügen in der Schweiz etwa 1,3 Mio Personen über eine Verbundzeitkarte [7]. Das sind etwa 20 Prozent bezogen auf die Bevölkerung ab 18 Jahren. Für Deutschland liegen die korrespondierenden Zahlen deutlich geringer: Die Bahn-Card 100 als Pendant zum Schweizer GA kommt auf etwa 40.000 Besitzer. Etwa 1,3 Mio Personen ab 18 Jahren sind im Besitz einer Jahreskarte für den öffentlichen Verkehr [8]. In Deutschland ist der Anteil der ÖPNV-Stammkunden demnach vergleichsweise gering [9]. Die Konzentration der Fahrten auf das Vielfahrersegment ist trotzdem hoch. So weist der VDV aus, dass von den etwa 10,1 Mrd Fahrgästen rund 77 Prozent auf Zeitkarten entfallen [10]. Allerdings zeigt die Studie Mobilitätstrends auch unterschiedliche Nutzungsintensitäten innerhalb der Gruppe der Jahres-Abo-Besitzer: 58 Prozent der Befragten geben an, dass sie innerhalb der letzten vier Wochen an drei oder mehr Tagen pro Woche Busse und Bahnen genutzt haben.

Treiber für die Nutzungsintensität des ÖPNV

Bei den Treibern der Nutzungsintensität des ÖPNV kann einerseits zwischen angebotsseitigen Faktoren (Netzanbindung, Taktung, Tarif-Portfolio, Preishöhe, vertriebliche Präsenz und kommunikative Faktoren) und andererseits

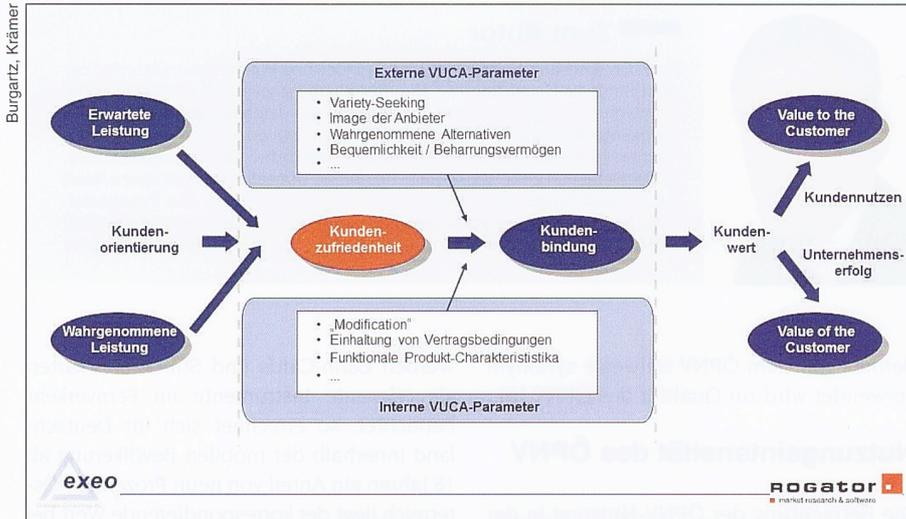


Abb. 2: Wirkungsmodell für die Entstehung von Kundenzufriedenheit und Kundenwert.

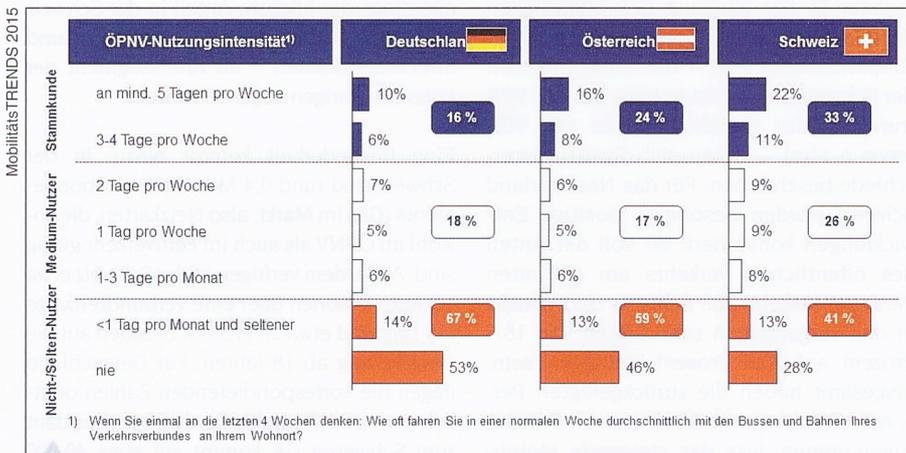


Abb. 3: Nutzungsintensität Busse und Bahnen im Wohnort.

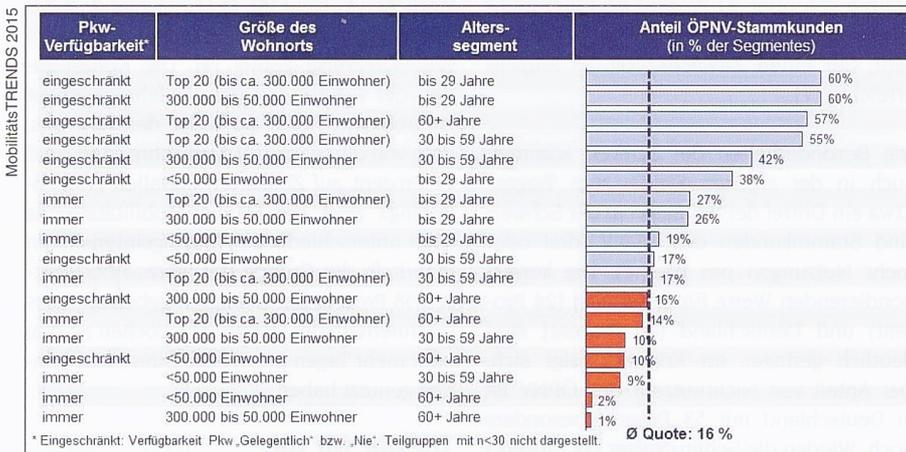


Abb. 4: Treiberanalyse für ÖPNV-Stammkunden-Anteile in Deutschland.

nachfrageseitigen Faktoren, wie Pkw-Verfügbarkeit, Relevanz des Pkw bei der Verkehrsmittelwahl und Wichtigkeit von Entscheidungsfaktoren wie wahrgenommener Preishöhe, Komfort oder Reise-

dauer der Verkehrsmittel unterschieden werden [4]. Ähnliche Faktoren wurden bereits bei der Untersuchung der Co-Modalität zwischen ÖPNV und Fernverkehr herausgestellt [11].

In erster Linie sind angebotsseitig die Komponenten Preis und Leistung zu betrachten. Zur Preishöhe kommt eine Studie aus 2011 [12] zum Ergebnis: „Misst man die Monatsticket-Preise nur am Anteil, den die jährlichen Ausgaben am Jahresbruttogehalt ausmachen, steht die Schweiz geradezu vorbildlich da: Hier müssen die Bürger nur zwischen 1 bis 1,2 Prozent ihres Jahres-Bruttoeinkommens für den Kauf von 12 Monatstickets (Jahrespreis) ausgeben. So günstig können die Bürger weder in Deutschland noch in Österreich mit den örtlichen Bussen & Bahnen fahren, obwohl es in Österreich auch recht preiswert für die Bürger ist.“ Bei einem aktuelleren Wettbewerbsvergleich des ÖPNV [13] schneidet der Schweizer öV besonders bezüglich Angebotsqualität sehr gut ab (hier belegt die Schweiz den Spitzenplatz). Berücksichtigt wurden für die Bewertung der Grad der öV-Vernetzung, die Geschwindigkeit, die Angebotsdichte und die Pünktlichkeit. Preislich liegt die Schweiz im Ländervergleich im Mittelfeld [14]. Die Unterschiede in der ÖPNV-Nutzungsintensität zwischen den untersuchten Zielländern werden deutlicher, wenn Alterssegmente als Treiber betrachtet werden: Eine besonders starke Abhängigkeit zwischen dem Anteil der ÖPNV-Stammkunden und der Altersklasse zeigt sich in Deutschland: Liegt der Anteil der ÖPNV-Stammkunden in der Altersklasse bis 29 Jahre noch bei etwa 34 Prozent, sinkt der korrespondierende Anteil bei den Senioren auf neun Prozent (Tab. 1).

Bereits bei der Betrachtung der Situation in Österreich ergeben sich leicht erkennbare Unterschiede, da die Senioren hier auf einen Stammkunden-Anteil von 19 Prozent kommen (auch hier erreicht die Altersklasse unter 30 Jahren den höchsten Anteil). Auch für die Schweiz ist ein Zusammenhang erkennbar, allerdings deutlich schwächer ausgeprägt als in den Nachbarländern. Die Altersklasse bis 29 Jahre erreicht einen Stammkundenanteil des ÖPNV von 46 Prozent. Dieser sinkt in der mittleren Altersklasse auf 31 Prozent und bleibt auch im Seniorensegment mit 28 Prozent auf einem vergleichsweise sehr hohen Niveau.

Die Pkw-Bindung der mobilen Schweizer Bevölkerung ist im Gegensatz dazu vergleichsweise gering. Eine uneingeschränkte Pkw-Verfügbarkeit ergibt sich in der Schweiz bei 64 Prozent der Befragten, während für Deutschland und Österreich 85 beziehungsweise 84 Prozent gemessen werden [11]. Insgesamt sind die ÖPNV-Stammkunden-Anteile sehr stark

	ÖPNV-Nutzungsintensität	Alter: Bis 29 Jahre	Alter 30 bis 59 Jahre	Alter: 60+ Jahre	Summe
Deutschland	Stammkunde ÖPNV	34%	16%	9%	16%
	Medium-Nutzer	20%	16%	19%	17%
	Nicht- oder Selten-Nutzer	46%	68%	73%	67%
	Summe	100%	100%	100%	100%
Österreich	Stammkunde ÖPNV	33%	25%	19%	24%
	Medium-Nutzer	20%	16%	16%	16%
	Nicht- oder Selten-Nutzer	47%	59%	65%	59%
	Summe	100%	100%	100%	100%
Schweiz	Stammkunde ÜPVN	46%	31%	28%	33%
	Medien-Nutzer	27%	24%	31%	27%
	Nicht- oder Selten-Nutzer	27%	45%	42%	41%
	Summe	100%	100%	100%	100%

Tab 1: Nutzungsintensität Busse und Bahnen in Abhängigkeit von der Altersklasse.

von den Faktoren Altersklasse, Pkw-Verfügbarkeit und Ortsgröße abhängig. Dies zeigt Abbildung 4 für die Befragten in Deutschland: In der Kombination von eingeschränkter Pkw-Verfügbarkeit, mittlerer bis hoher Einwohnerzahl des Wohnortes und der Altersklasse bis 29 Jahre ergeben sich in Deutschland ÖPNV-Stammkundenanteile von etwa 60 Prozent. Im Gegensatz dazu liegen die korrespondierenden Werte bei Kombinationen von dauerhafter Pkw-Verfügbarkeit, geringer bis mittlerer Einwohnerzahl und Senioren nur bei ein bis zwei Prozent.

Spezielle Situation in den Hauptstädten Wien und Berlin

Eine spezielle Betrachtung verdienen innerhalb der Analyse die Hauptstädte Wien und Berlin mit vergleichsweise hohen Einwohnerzahlen (1,8 Mio und 3,5 Mio). Vor allem in der Entwicklung großstädtischer Strukturen wird die Mobilität als limitierender Faktor betrachtet [15]. In Abbildung 5 sind die Nutzungsstrukturen des ÖPNV für Wien und Berlin und als Vergleich dazu die Länderergebnisse ohne die Hauptstädte dargestellt. Für Berlin kann festgestellt werden, dass der Anteil an ÖPNV-Stammkunden mit 28 Prozent in etwa so hoch liegt wie der Anteil der Nicht- und Selten-Nutzer. Insgesamt zeigt die Nutzungsstruktur eine deutliche Verlagerung von Mobilität zugunsten des ÖPNV. Für Wien zeigt sich dies in noch deutlicherer Form. Es werden

ÖPNV-Stammkundenanteile von knapp 50 Prozent gemessen. Hierbei sind folgenden Faktoren zu berücksichtigen:

- Seit dem Jahr 2003 stieg die Fahrgastzahl der Wiener Linien von 722 Mio Personen um fast 29 Prozent auf rund 931 Mio Personen im Jahr 2014 (Ø 517 Fahrten pro Einwohner). Die Zahl der Fahrgäste, die die U-Bahnen benutzen, beträgt derzeit knapp 440 Mio, jene der Fahrgäste in Straßenbahnen rund 305 Mio Personen und jene der Fahrgäste in Autobussen etwa 187 Mio [16]. Reisende in Wien finden „ein Verkehrssystem der Extraklasse“ vor, „ein zugängliches und effizientes öffentliches Transportsystem, das hervorragend funktioniert und im allgemeinen einfach zu nutzen ist“. Wien sei eine „Modellstadt für moderne Mobilität“. Zu diesem Schluss kommt eine Studie des Forschungsinstituts MRC Europe zum Thema „Complete Mobility“ [17]. In Wien liegt der Anteil von Gehen, Radfahren und Öffentlichem Verkehr an den Alltagswegen bei 71 Prozent und damit an der Spitze der österreichischen Städte [18]. 39 Prozent aller Wege in Wien wurden 2013 laut Modalsplit mit dem öffentlichen Verkehr zurückgelegt, vor 20 Jahren waren es nur 29 Prozent [19].
- Für Berlin wird festgestellt, dass Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (Pkw- Anteil: 79 Prozent, ÖPNV-Anteil: 15 Prozent) der Anteil des Pkw an der Verkehrsleistung mit 45 Prozent

relativ niedrig ist. Der ÖPNV kam 2008 nach Wegen auf einen Modalanteil von 21 Prozent [20]. Bei einer aktualisierten Berechnung für 2013 wird ein Wegeanteil des ÖPNV von 27 Prozent ausgewiesen [21]. Im Öffentlichen Personennahverkehr werden jährlich 1,4 Mrd Fahrgäste befördert, wobei eine Beförderungsleistung von 8,9 Mrd Personenkilometern erstellt wird (Ø 412 Fahrten pro Einwohner). Von dieser Verkehrsleistung entfallen 53 Prozent auf die Berliner S-Bahn sowie die Eisenbahn, 32 Prozent auf Straßen- und U-Bahnen und 15 Prozent auf Busse [22]. Ältere Personen mit eingeschränkter Pkw-Verfügbarkeit zeigen eine überdurchschnittliche ÖPNV-Nutzung. Dies bestätigen auch Sekundärquellen zur Mobilität in Berlin: „Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass für ältere Verkehrsteilnehmer der ÖPNV und das Zu-Fuß-Gehen im Vergleich zu jüngeren Altersgruppen eine deutlich höhere Bedeutung haben, während der MIV weit weniger genutzt wird“ [23].

Zufriedenheit der Bevölkerung mit Bussen und Bahn vor Ort

Auch bei der Zufriedenheit der Bevölkerung mit dem ÖPNV zeigen sich erhebliche Unterschiede in der DACH-Region. In Deutschland liegt die Zufriedenheit bei 30 Prozent (top-2-Werte). 15 Prozent sind unzufrieden

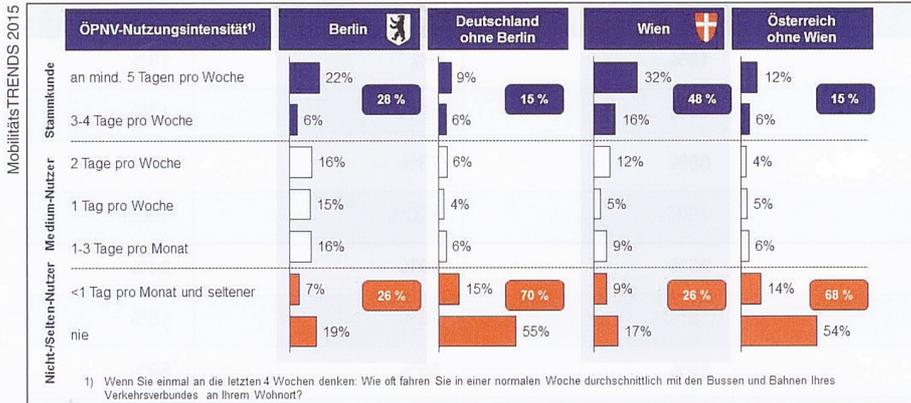


Abb. 5: Nutzungsintensität Busse und Bahnen in Berlin und Wien (Prozent der Befragten).

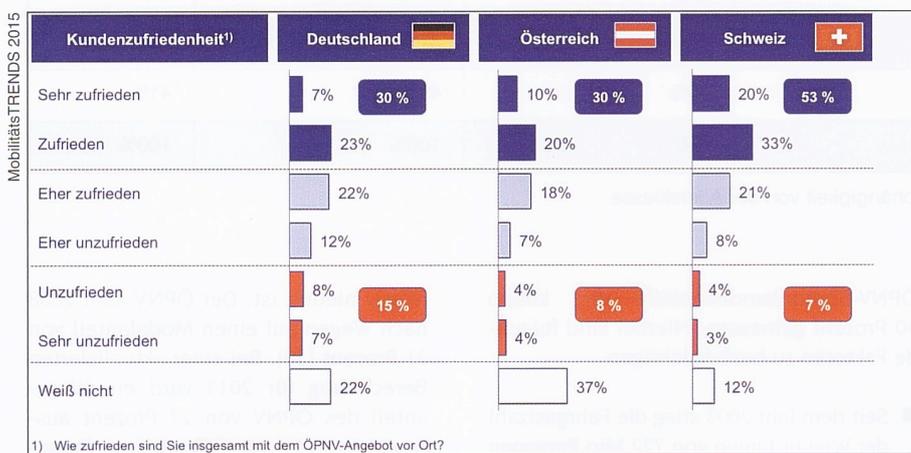


Abb. 6: Zufriedenheit mit dem ÖPNV-Angebot am Wohnort (Prozent der Befragten).

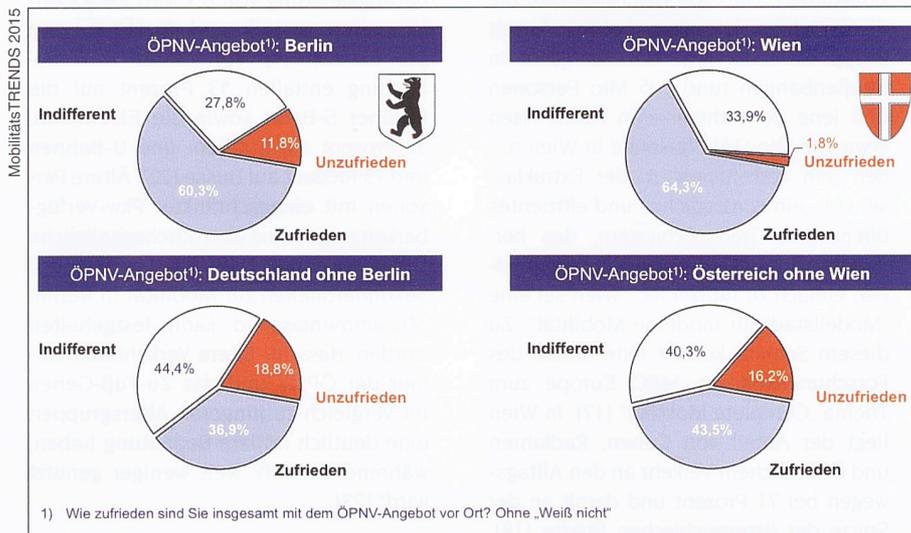


Abb. 7: Zufriedenheit mit dem ÖPNV-Angebot in Berlin und Wien (Prozent der Befragten).

und 22 Prozent geben kein Urteil ab. Österreich erreicht einen ähnlich hohen Anteil hoher ÖPNV-Zufriedenheit wie Deutschland, der Anteil unzufriedener Personen ist gering (acht Prozent), der Anteil von Personen ohne Urteil ist deutlich höher als in

Deutschland. Demgegenüber erreicht die Schweiz einen Zufriedenheitswert, der mit 53 Prozent mehr als 20 Prozentpunkte höher als in den Nachbarländern liegt. Nur etwa sieben Prozent der Bevölkerung sind mit dem ÖPNV unzufrieden (Abb. 6).

Besonderheiten, die hinsichtlich der ÖPNV-Nutzungsintensität für die Hauptstädte beschrieben wurden, sind auch in Bezug auf die Zufriedenheit mit dem ÖPNV-Angebot erkennbar (Abb. 7). In den Hauptstädten Berlin und Wien liegt die Zufriedenheit mit dem ÖPNV deutlich über dem Landesdurchschnitt: Berlin erreicht einen Wert von 60 Prozent (top-2), welcher leicht unter dem Vergleichswert in Wien liegt (64 Prozent). Allerdings wird für Wien kaum Unzufriedenheit mit dem ÖPNV gemessen. Dies entspricht auch anderen veröffentlichten Ergebnissen. So erreichen die Wiener Linien eine sehr hohe Durchschnittsnote (Schulnote) von 1,8 [19]. In einer Studie der Europäischen Kommission erreichte Wien im Ranking von 75 Städten den zweiten Platz: 53 Prozent der Bevölkerung bezeichneten sich mit den öffentlichen Verkehrsmitteln als sehr zufrieden [24].

Treiber der ÖPNV-Zufriedenheit

Wie zu vermuten war, zeigt sich bei der Prüfung der Abhängigkeiten zwischen Nutzungsintensität und ÖPNV-Zufriedenheit in allen untersuchten Ländern ein klarer Zusammenhang: Je intensiver der ÖPNV genutzt wird, desto höher ist die Globalzufriedenheit (Tab. 2). Der stärkste Unterschied in der Zufriedenheit liegt allerdings zwischen den beiden Segmenten Nutzer und Nicht-/Seltennutzer. Die Effekte sind außerdem bei differenzierter Länderbetrachtung auf unterschiedlichen Niveaus zu beobachten. Während in Deutschland Stammkunden des ÖPNV top-2-Werte der Zufriedenheit von 56 Prozent erreichen, kommen Nicht- oder Selten-Nutzer nur auf 27 Prozent. Der wiederum relativ hohe Anteil dieses Segmentes in der Bevölkerung führt zu einem vergleichsweise ungünstigen Ergebnis für Deutschland.

Bei inhaltlich ähnlichen Abhängigkeiten kommt die Schweiz zu einem erheblich besseren Resultat: Während Stammkunden des ÖPNV top-2-Werte der Zufriedenheit von 72 Prozent erreichen, kommen Nicht- oder Seltennutzern des ÖPNV. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass die dargestellten Zusammenhänge nicht linear sind. Für alle drei Zielländer gilt: Personen mit (fast) täglicher Nutzung des ÖPNV zeigen nicht die höchste Gesamtzufriedenheit.

	ÖPNV-Zufriedenheit	Stammkunden des ÖPNV	Medium-Nutzer	Nicht- oder Selten-Nutzer	Summe
Deutschland	top 2 (Skala 1+2)	56%	57%	27%	39%
	Indifferent (Skala 3+4)	37%	39%	47%	43%
	low 2 (Skala 5+6)	8%	4%	27%	18%
	Summe	100%	100%	100%	100%
Österreich	top 2 (Skala 1+2)	62%	64%	33%	49%
	Indifferent (Skala 3+4)	35%	33%	44%	39%
	low 2 (Skala 5+6)	3%	2%	23%	12%
	Summe	100%	100%	100%	100%
Schweiz	top 2 (Skala 1+2)	72%	64%	45%	60%
	Indifferent (Skala 3+4)	27%	33%	38%	33%
	low 2 (Skala 5+6)	1%	3%	16%	7%
	Summe	100%	100%	100%	100%

Tab. 2: Zusammenhang zwischen ÖPNV-Nutzungsintensität und -Zufriedenheit (Prozent der Befragten).

Implikationen für den ÖPNV

Vor dem Hintergrund der dargestellten empirischen Ergebnisse soll auf Implikationen für den ÖPNV beziehungsweise Aufgabenträger und Öffentlichkeit in Deutschland hingewiesen werden. Dies betrifft die Relevanz der Angebotsqualität für die ÖPNV-Zufriedenheit in der Bevölkerung, die Fokussierung auf das Seniorenssegment und die Vernetzung zwischen Bahn und ÖPNV.

ÖPNV-Angebot als Basis für ÖPNV-Zufriedenheit und -Nutzung

Eine grundsätzliche Erkenntnis – wenn auch nicht unbedingt neu – ist die starke Abhängigkeit der ÖPNV-Zufriedenheit von der Güte des Angebotes (Verbindungen, Taktung und cetera). Es besteht ein enger Zusammenhang zwischen der ÖPNV-Nutzungshäufigkeit und der subjektiven Einschätzung der ÖPNV-Anbindungsqualität am Wohnort. So kommt der MVV [25] zum Ergebnis, dass bei dichtem Takt einer Schienen-Anbindung über drei Viertel (77 Prozent) der Bevölkerung das ÖPNV-Angebot mindestens wöchentlich nutzen. Deutlich niedriger ist dieser Anteil bereits, wenn dieses Angebot nur noch alle 15 bis 20 Minuten besteht (52 Prozent). Für Wien zeigt eine Studie aus 2015, dass die Bevölkerung zu 28 Prozent die U- oder S-Bahn als Verkehrsmittel präferieren (zu Fuß = 25 Prozent, mit dem Auto = 23 Prozent) [26]. Somit bestehen eindeutige Wechselwirkungen

zwischen der Nutzungsintensität, Zufriedenheit und ÖPNV-Angebot [27].

Im Ranking der Zufriedenheitswerte nach deutschen Bundesländern führen die Stadtstaaten Berlin und Hamburg (Abb. 8). Die Hansestadt verfügt laut ÖPNV-Vergleich des Verkehrsclubs „Mobil in Deutschland“ (2011) über das beste Bus- und Bahnnetz unter Deutschlands Metropolen, noch vor München, Leipzig und Hannover [28]. Allerdings ergeben sich auch hier Anzeichen, dass die aufgezeigten Zusammenhänge zwischen Nutzungsintensität und Zufriedenheit nicht linear sind. Im Ranking der Bundesländer erreicht das Flächenland Brandenburg den drittbesten Rang.

Die Möglichkeiten zur Mobilisierung von bisherigen ÖPNV-Nichtkunden hängen auch davon ab, welche Affinitäten in Bezug auf den ÖPNV bestehen. Legt man die Zufriedenheit als Indikator zugrunde, ergeben sich erhebliche Unterschiede in der D-A-CH-Region. Die vergleichsweise geringen Werte in Deutschland deuten auf ein relativ starkes „Beharrungsvermögen“ und hohe wahrgenommene Nutzungsbarrieren hin.

Fokussierung auf das Seniorenssegment in Deutschland

Ein wesentliches Teilergebnis im Ländervergleich ist, dass das Seniorenssegment in Deutschland in besonders starkem

Maße vom ÖPNV abgekoppelt ist. Nur neun Prozent der Senioren in Deutschland können dem ÖPNV-Stammkundensegment zugeordnet werden (Schweiz: 28 Prozent, Österreich: 19 Prozent), der Anteil der Selten- oder Nichtnutzer ist mit 73 Prozent besonders hoch (Schweiz: 42 Prozent, Österreich: 65 Prozent). Werden die Schweizer Strukturen als Benchmark für Deutschland herangezogen, ergeben sich allerdings in allen Alterssegmenten Nachfragepotenziale, eine alterssoziodemografische Segmentierung und Marktbearbeitung erscheint daher sinnvoll [29]. Die starke Bindung der Deutschen an das Automobil ist sicherlich beides, Ursache und Konsequenz eines vergleichsweise schwächeren ÖPNV-Angebotes in Deutschland. Die uneingeschränkte Pkw-Verfügbarkeit ist in keinem Alterssegment so hoch wie bei den Senioren in Deutschland (85 Prozent).

Vernetzung zwischen Bahn und ÖPNV kritisch

Der Blick in die Nachbarländer Schweiz und Österreich gibt sowohl angebotsseitig als auch tariflich Anhaltspunkte für den vergleichsweise leistungsstärkeren ÖPNV [30]. Insbesondere in Hinblick auf das Kundenbeziehungsmanagement stellt die Schweiz einen Benchmark dar. Die Fokussierung des öffentlichen Verkehrs auf Abonnements

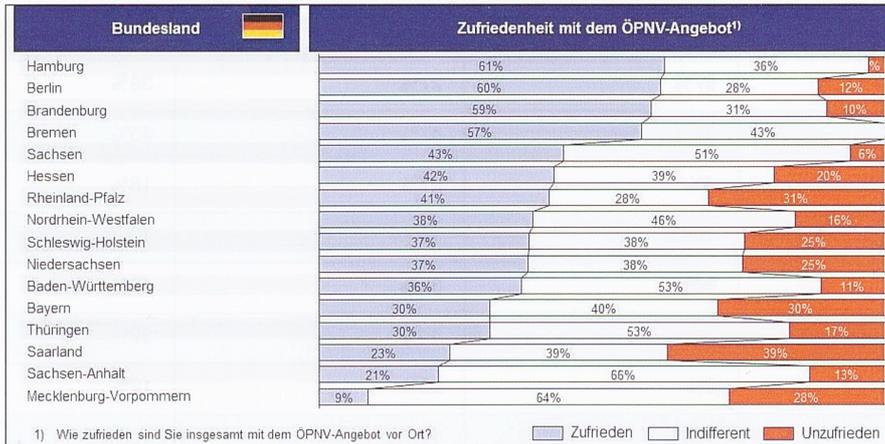


Abb. 8: ÖPNV-Zufriedenheit nach Bundesländern.

(General-Abo, Verbund-Abo) einerseits und eine starke Kundenbindungskarte wie das Halbtax-Abonnement andererseits fördern eine hohe Loyalität der Schweizer Bevölkerung in Hinblick auf den öffentlichen Verkehr. Zwar werden Abo- und Flatpreis-Angebote des ÖPNV aus wirtschaftlicher Hinsicht teilweise kritisch bewertet, besonders wenn die realen Nutzungsquoten nicht genau bekannt sind (geringer Yield pro km vs. hohe Gesamteinnahmen pro Kunde). Allerdings sind die mittel- bis langfristigen Effekte durch Kundenbindung und Sicherstellung einer Grundauslastung positiv anzusetzen. Eines kam man von den Schweizer Nachbarn lernen, die Verzahnung zwischen Kundenanforderung einerseits und einem integrierten Angebots- und Tarifportfolio auf der anderen Seite. Trotz unterschiedlicher Rahmenbedingungen (stärkere Finanzierung des ÖPNV beziehungsweise teilweise politisch beeinflusste Tarife) in den Nachbarländern ergeben sich für Deutschland Anhaltspunkte für eine Weiterentwicklung des ÖPNV.

Literatur/Anmerkungen

[1] Zum C/D-Paradigma (= Confirmation/Disconfirmation-Paradigma) vgl. Homburg, C., Giering, A. & Hentschel, F.: Der Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung. Die Betriebswirtschaft, Jg. 59, 1999, S. 174-195.

[2] Burgartz, T.: Kennzahlengestütztes Kundenbeziehungs-Controlling. Ein konzeptioneller Ansatz zur entscheidungsorientierten Planung und Kontrolle von Kundenbeziehungen, Frankfurt a.M. 2008.

[3] Burgartz, T., Krämer, A.: Measures to Understand and Control Customer Relationship and Loyalty. In: Mack et al. (Hrsg.), Managing in a VUCA World. Springer, New York 2015, S. 99-114.

[4] Schadewald, D., Ladusch, F., Krämer, A.: Mobilitäts- und Tarifbedürfnisse junger Leute im MDV. DER NAHVERKEHR, Heft 6/2014, S. 40-47.

[5] Durch die Ausrichtung des Studienansatzes auf die Gesamtbevölkerung (Einbeziehung von ÖPNV-Nichtnutzern) ergeben sich beim eigenen Studienansatz deutliche Unterschiede zur ad-hoc beziehungsweise kontinuierlich gemessenen Zufriedenheit der ÖPNV-Nutzer mit Bussen oder Bahnen, seien es isolierte Studien einzelner Verkehrsverbände oder übergreifende Studien von Marktforschungsinstituten wie infas oder TNS Infratest. Bei der Studie von „TNS Infratest“ (Pl v. 31.08.2015) nahmen insgesamt 31 Verkehrsunternehmen, vier Verkehrsverbände und eine lokale Nahverkehrsgesellschaft teil.

[6] Fonseca, F., Pinto, S., Brito, C.: Service Quality and Customer Satisfaction in Public Transports. International Journal for Quality Research, Vol. 4, No. 2, 2010, S. 125-130. "Despite literature stipulates the existence of a distinction between the constructs of quality and satisfaction, this study found that the transport company, non-customers and customers clearly do not make such a distinction."

[7] Verband öffentlicher Verkehr: Fakten & Argumente 2014/2015 zum öffentlichen Verkehr der Schweiz. Bern 2015.

[8] Die Schätzung der Zahl der Jahreskartenbesitzer basiert auf der Studie „Best-for-Planning“ 2015. Zusätzlich zu den Jahreskarten besitzen etwa 2 Mio. Personen ein Semesterticket oder ein Jobticket.

[9] Krämer, A., Jung, M., Wilger, G.: Preisdifferenzierung und Erlösmanagement im Bahnfernverkehr - Eine länderübergreifende Analyse zu den Potenzialen für Nachfragesteigerungen durch differenzierte Preisgestaltung. ZEVrail, Jg.138, Heft 10, 2014, S. 428-432.

[10] VDV: 2014 – VDV-Statistik 2014, S. 25: Aufteilung 37 % Zeitkarten für Auszubildende (Schüler, Studenten u. a. Auszubildende) und 40 % Zeitkarten für Erwachsene.

[11] Krämer, A.: Co-Modalität und wie der öffentliche Personennahverkehr gewinnen kann – eine Bestandsaufnahme zur Vernetzung von Nah- und Fernverkehr. DER NAHVERKEHR, Heft 4/2015, S. 7-11.

[12] Ab-in-den-urlaub.de (2011): 93-Städte-Studie Öffentlicher Nahverkehr in Deutschland, Österreich & Schweiz <http://www.auto.de/magazin/93-Staedte-Studie-Oeffentlicher-Nahverkehr-in-Deutschland-Oesterreich-Schweiz>. Es sei an dieser Stelle angemerkt, dass die Studie teilweise aufgrund methodischer Mängel kritisiert wurde.

[13] LITRA: Angebot und Preise des Schweizer ÖV im europäischen Vergleich. Zürich 2014.

[14] Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass bei dieser Studie nicht die absoluten Preise (umgerechnet mit offiziellen Umtauschkursen), sondern Kaufkraftparitäten zur Bewertung herangezogen wurden.

[15] Hazel, G.: People In Motion. The European v. 5.12.2010. Download am 2.1.2016 unter <http://www.theeuropean-magazine.com/george-hazel--2/6108-megacities-and-mobility>.

[16] Stadt Wien. Öffentlicher Verkehr – Statistiken. Download am 2.1.2016 unter <https://www.wien.gv.at/statistik/verkehr-wohnen/oeffentlich/>.

[17] MRC Europe Vienna A Complete Mobility Study Preliminary Version. Brussels 2009.

[18] Verkehrsclub Österreich – VCÖ / Ausgabe 2012-36 (www.vcoe.at) am 25.02.2012.

[19] Wiener Linien GmbH und Co KG: Hohe Zufriedenheit der Fahrgäste mit den Wiener Öflis. Presseinfo vom 19. Juni 2014. Download unter http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20140619_OTS0016/hohe-zufriedenheit-der-fahrgaeste-mit-den-wiener-oefflis.

[20] Mobilität in Deutschland, zu weiteren Informationen siehe auch Maaß, C., Waluga, G., Weyland, R.: Fahrscheinlos Grundlagen- und Machbarkeitsstudie Fahrscheinloser ÖPNV in Berlin, Herausgeber: Piratenfraktion im Abgeordnetenhaus von Berlin. Berlin 2015: Bezogen auf die Verkehrsleistung lag der Modalanteil des ÖPNV in 2008 bei 44 Prozent.

[21] Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt der Stadt Berlin: „Mobilität in Städten – SrV 2013“ - Neue Mobilitätsdaten für Berlin und seine Bezirke. Download unter http://www.stadtentwicklung.berlin.de/verkehr/politik_planung/zahlen_fakten/mobilitaet_2013/index.shtml.

[22] Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Statistisches Jahrbuch Berlin 2014.

[23] Technologie-Stiftung Berlin: Demografie und Mobilität in Berlin 2030. Berlin 2015.

[24] EUROPÄISCHE KOMMISSION: Meinungsbefragung der Lebensqualität in 75 europäischen Städten. Brüssel 2010.

[25] MVV: Der Öffentliche Personennahverkehr und sein Markt im Großraum München: Mobilitätsverhalten, Marktanteile und -potenziale. Daten, Analysen, Perspektiven, Band 10, München 2007.

[26] ORF (Radio Wien), März 2015; Frage: „Unabhängig von äußeren Gegebenheiten wie z.B. Parkmöglichkeiten, Vorhandensein von Radwegen, Öffi-Anbindung, Fahrplan oder Entfernung: wie würden Sie den größten Teil Ihrer täglichen Wege am liebsten zurücklegen?“

[27] Vgl. Schnieder, L.: Optimierung an der Nahtstelle zwischen individueller und kollektiver Mobilität. ZEVrail Jg. 138, Oktober 2014, S. 435 – 441.

[28] Mobil in Deutschland: Der Städte Verkehrsatlas ÖPNV – 10 Städte im Vergleich des Öffentlichen Nahverkehrs. Heft Winter 2011, S. 28 - 31.

[29] Fürst, E.W., Mallau, S.: Wie auf Megatrends reagieren? DER NAHVERKEHR, Heft 4/2014, S. 52 – 59.

[30] Leodolter, S.: Öffentlicher Verkehr – Österreich braucht mehr. Öffentlicher Verkehr hat Zukunft! Herausforderungen und Gefahren für den Öffentlichen Nahverkehr in Österreich. Tagungsband. Verkehr und Infrastruktur Nr. 49, Wien, 2013.

Zusammenfassung/Summaries

ÖPNV-Nutzungsintensität und -Zufriedenheit

Sowohl die Zufriedenheit der Kunden mit dem ÖPNV als auch die Nutzungsintensität stellen zentrale Parameter für den Erfolg der Verkehrsunternehmen dar. Im Rahmen einer empirischen Analyse erfolgen eine Bestandsanalyse und ein Vergleich für die D-A-CH-Region. Auf Basis des Benchmarking werden Schlüsse für die Weiterentwicklung des ÖPNV in Deutschland gezogen.

Intensity of use of public transit and customers' satisfaction

Both the customers' satisfaction with public transport as well as the intensity of use are central parameters for the success of the transport companies. As part of an empirical analysis the status quo and a comparison are presented for the D-A-CH region. Based on the benchmarking conclusions for the development of public transport in Germany are discussed.