

# NRW-Kundenbarometer im VRR

Verkehrsverbund Rhein-Ruhr AöR

---

Gelsenkirchen, 21.09.2021

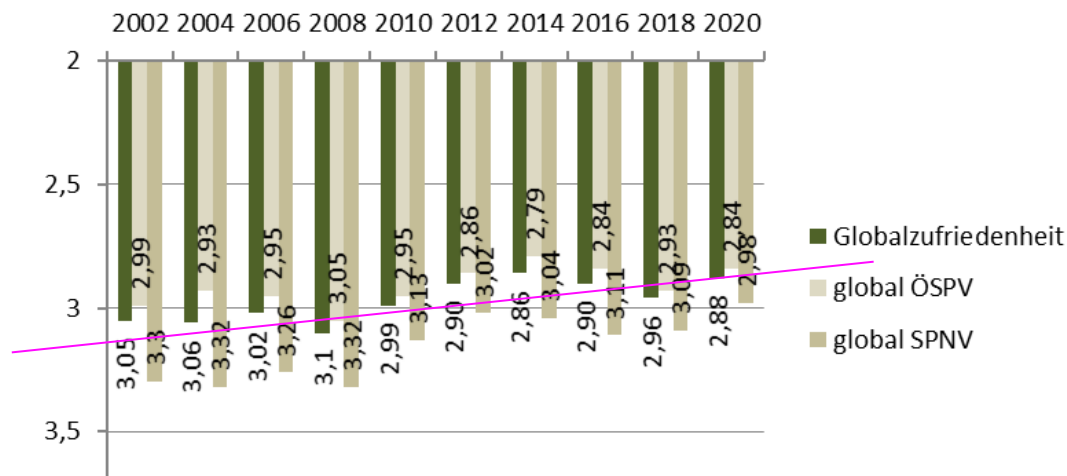


# Studienhintergrund und –anlage (1)

|                    | NRW-Kundenbarometer                                                                                                                                                |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Initiator          | Land NRW (über KCM)                                                                                                                                                |
| Ziel/Anspruch      | bevölkerungsrepräsentatives Bild über Zufriedenheit mit ÖPNV, eher „big picture“                                                                                   |
| Zielgruppe         | Alle Menschen ab 16 Jahren mit mind. 1x ÖPNV-Nutzung innerhalb der letzten 12 Monate                                                                               |
| Befragungsrhythmus | alle 2 Jahre, jew. Sep-ca. Nov.<br>seit 2001/2002 als NRW-KuBa, Vorläufer seit 1998.                                                                               |
| Stichprobe im VRR  | Basisstichprobe (zusammen mit Grundkosten finanziert durch Land NRW): 1.500 Personen<br>seit 2012: Aufstockung durch VRR: 2.800 Personen<br>gesamt: 4.300 Personen |

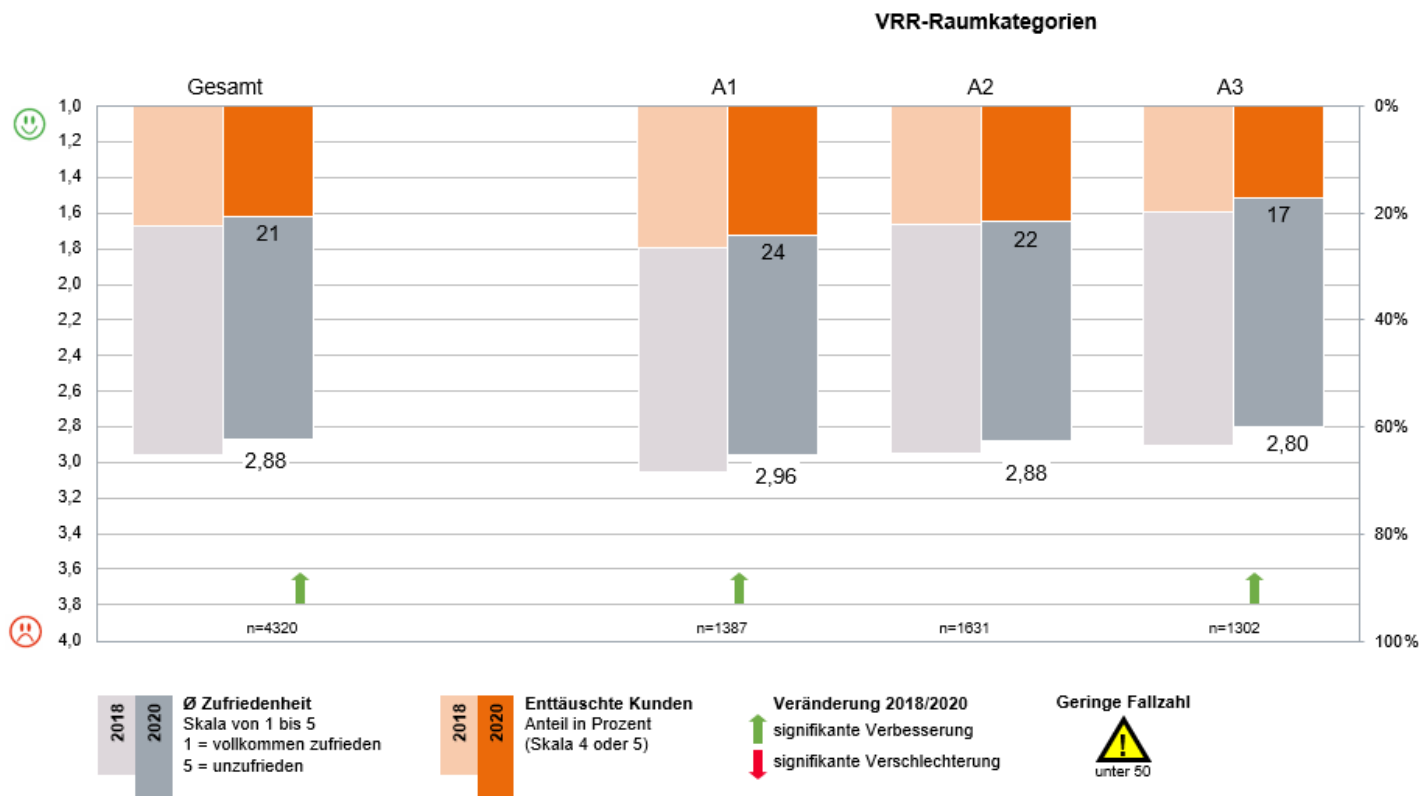
# Studienhintergrund und –anlage (2)

|                               | NRW-Kundenbarometer im VRR-Raum                         |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Methode                       | mixed mode:<br>telefonische Befragung + Onlinebefragung |
| Befragte Zufriedenheits-Items | 30                                                      |
| Skala                         | 5er-Likertskala (vollkommen zufrieden .... unzufrieden) |



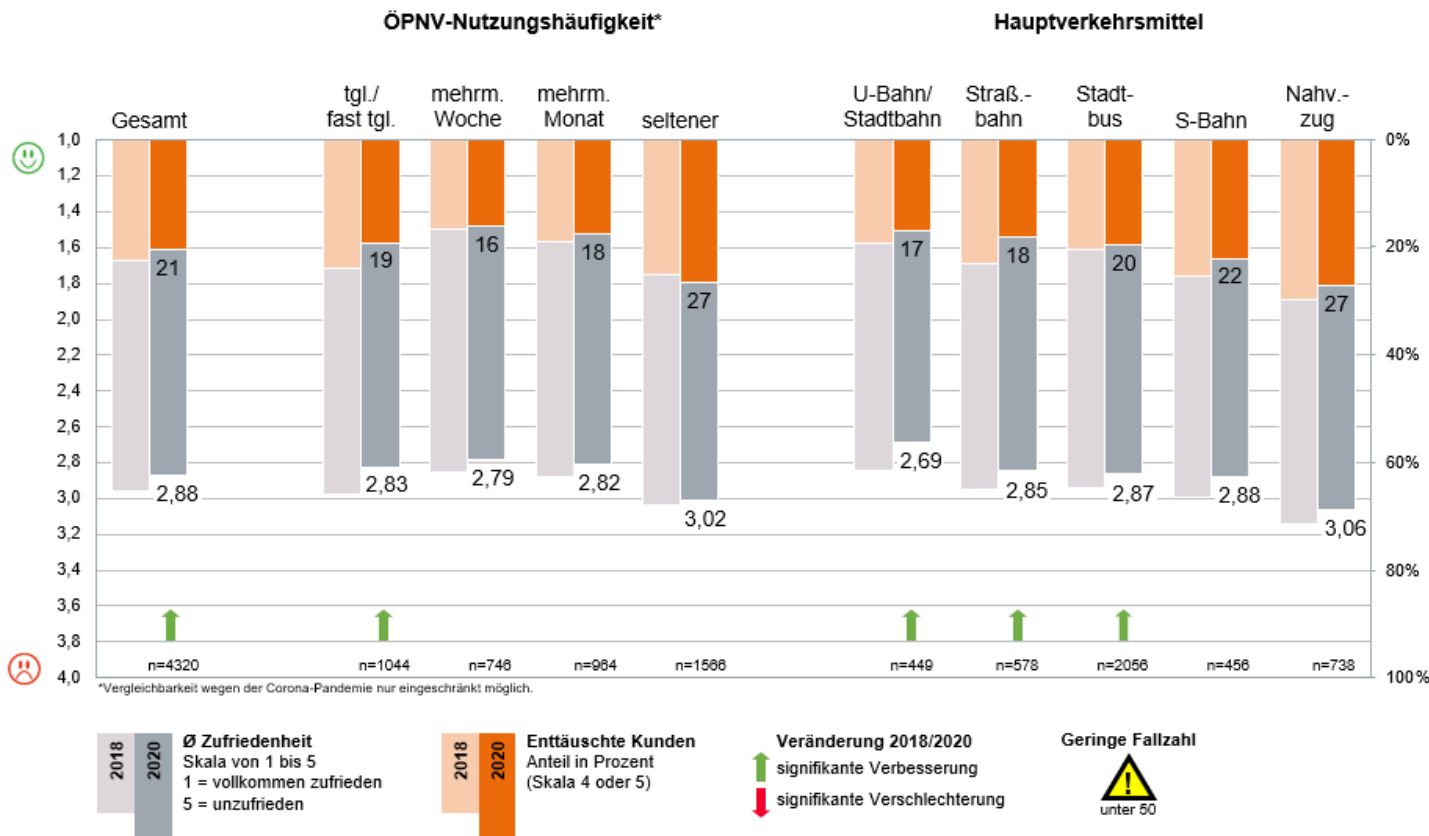
- KuBa-Ergebnisse sind nicht schnelllebig.
- Veränderungen meist im Nachkomma-Bereich  
-> Aufstockung verbessert Signifikanzniveau.

# Globalzufriedenheit nach VRR-Gebietstypen



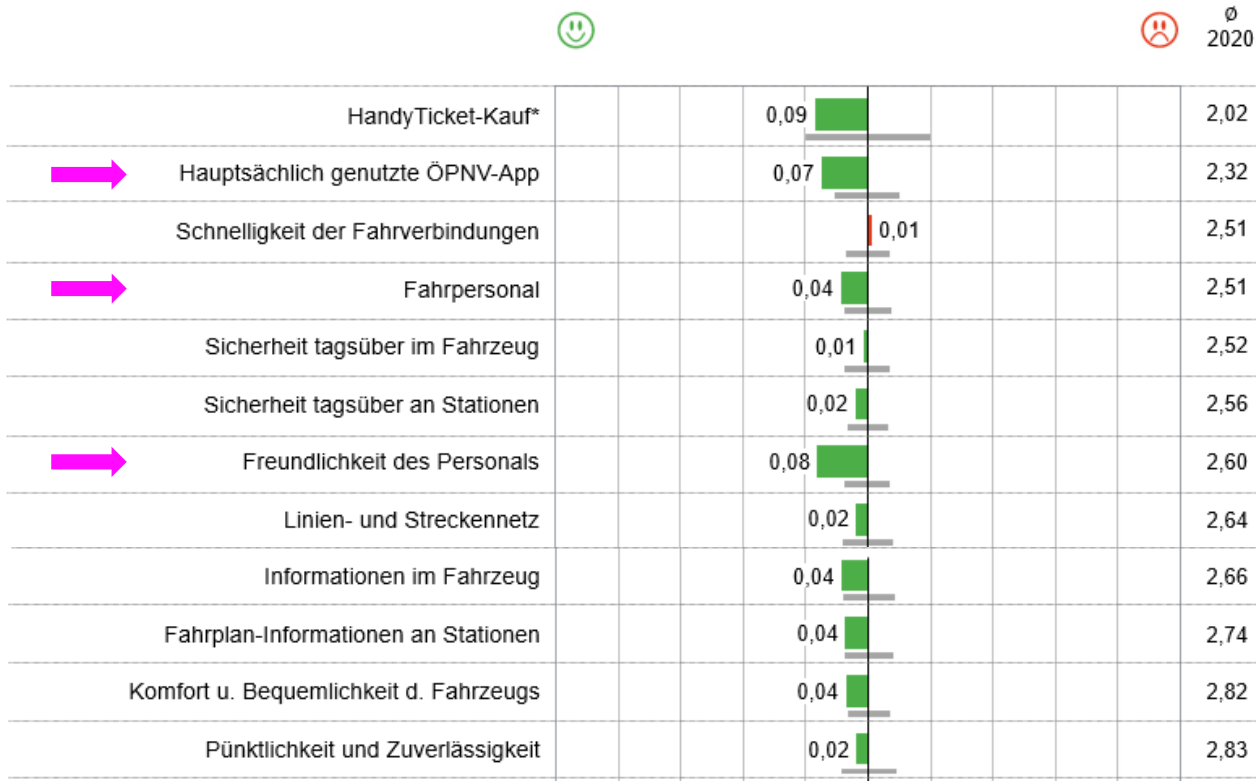
- VRR insgesamt und A1, A3 signifikant verbessert
- Zweitbester Wert seit 2014.

# Globalzufriedenheit nach Nutzungshfgk. und Haupt-VM



- Regelmäßige Nutzer\*innen grundsätzlich zufriedener
- Schnelle Stadt-Verkehrsmittel mit höchster Kundenzufriedenheit

# Zufriedenheit für einzelne Fragepunkte (1)



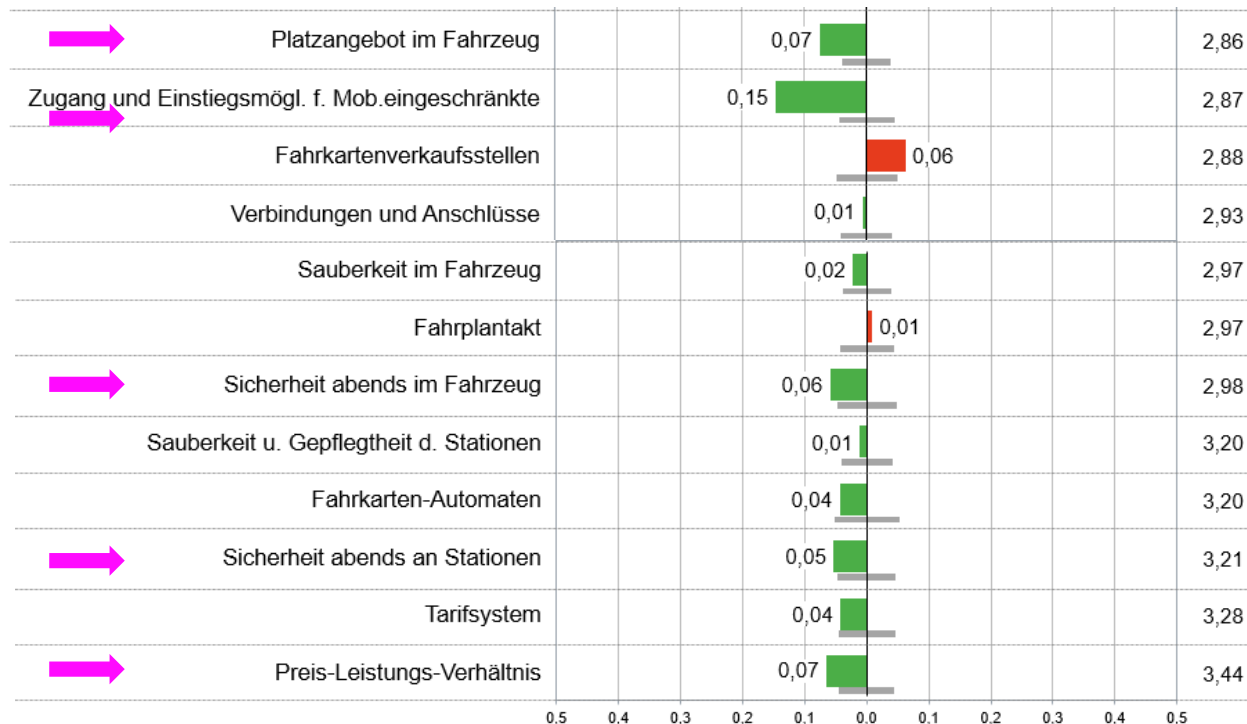
Veränderung zu 2018

Signifikanzbereich

Quelle: KuBa NRW 2020

- Statistisch signifikante Verbesserung der Zufriedenheit bei
  - App
  - Personal/Fahrpersonal

# Zufriedenheit für einzelne Fragepunkte (2)



... und bei

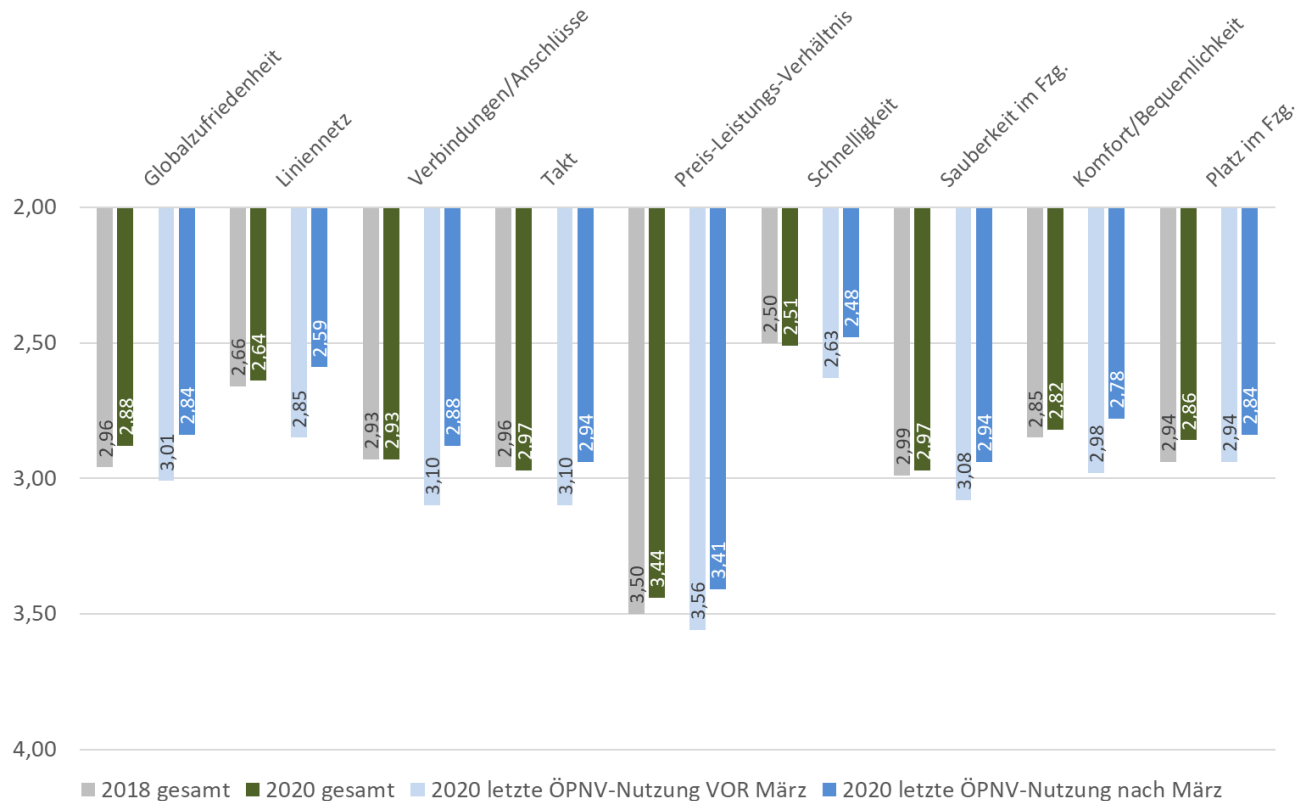
- Platzangebot
- Zugang
- Sicherheitsempfinden abends
- Preis-Leistungs-Verhältnis

- teilweise auf geringe Systemlast zurückzuführen

Veränderung zu 2018  
Signifikanzbereich

Quelle: KuBa NRW 2020

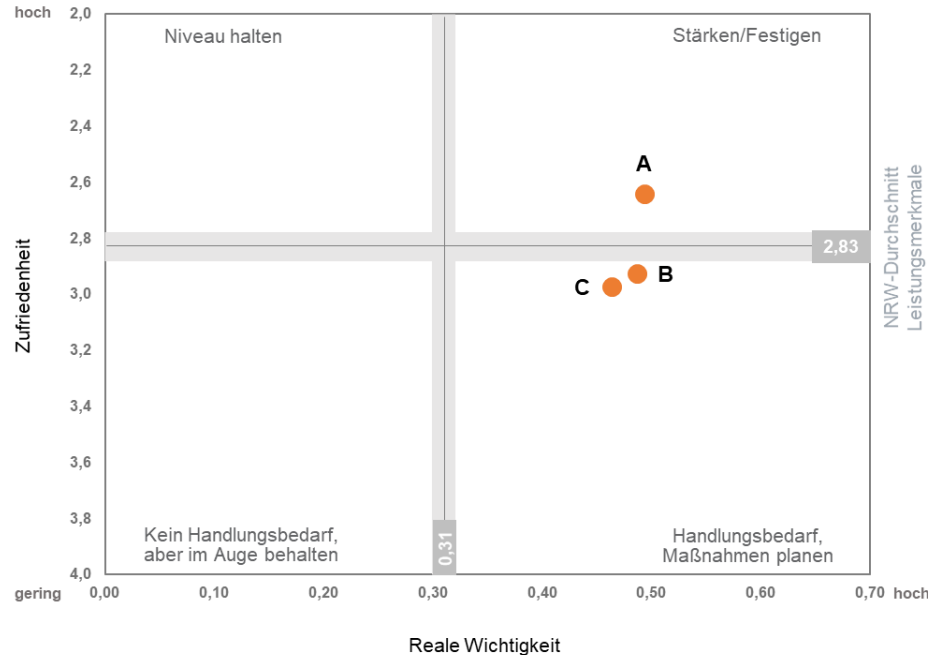
# Zufriedenheiten nach Zeitpunkt letzter ÖPNV-Nutzung



- Bessere Zufriedenheitswerte bei letzter Nutzung nach 1. Corona-Welle.
- Seit Corona
  - weniger Systemlast
  - höherer Anteil regelm. Nutzer\*innen unter den Verbliebenen
- ➔ Aufrechterhaltung Angebot richtig und anerkannt v. Kund\*innen

# Relevanzmatrix Angebot

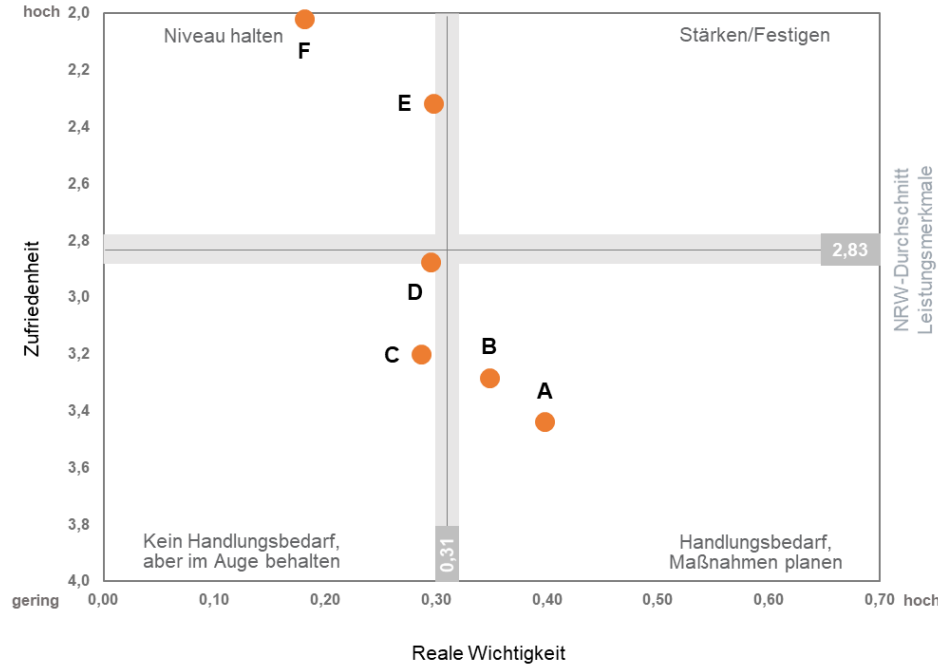
- A Linien- und Streckennetz
- B Verbindungen und Anschlüsse
- C Fahrplankontakt



- Angebotskomponenten haben von allen Zufriedenheitspunkten die größte reale Wichtigkeit (= Korrelation mit Globalzufriedenheit)
- Hier Sorge tragen, dass sich diese Zufriedenheitstreiber weiter positiv entwickeln können.

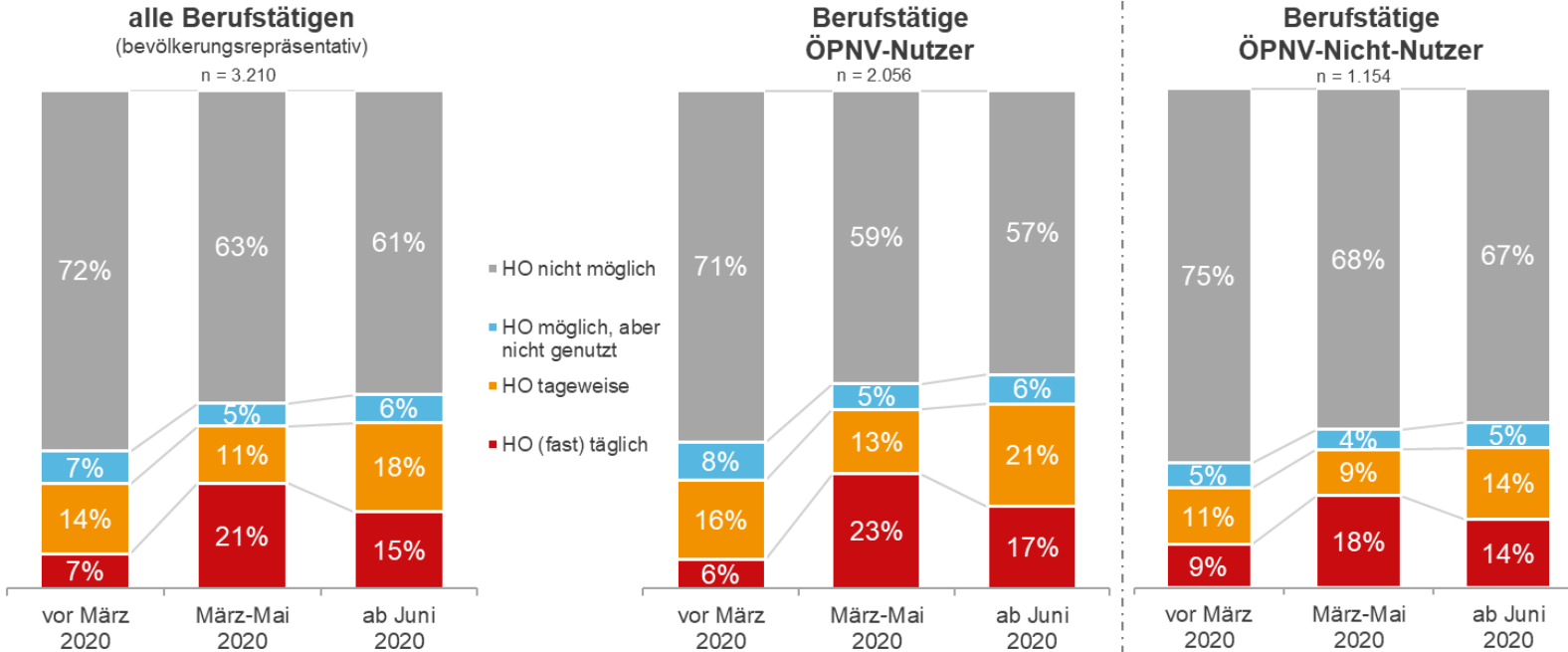
# Relevanzmatrix Tarif/Vertrieb

- A Preis-Leistungs-Verhältnis
- B Tarifsystem
- C Fahrkarten-Automaten
- D Verkaufsstellen für Fahrkarten
- E Genutzte ÖPNV-App
- F HandyTicket-Kauf



- Zufriedenheit mit Preisen für öffentliche Dienstleistungen generell eher gering.
- Strategie: Leistung stabilisieren und weiter verbessern.
- ÖPNV-Apps inkl. Ticketkaufmöglichkeit hat bei Nutzer\*innen hohe Zufriedenheit bei mäßiger realer Wichtigkeit -> Hygienefaktoren / Selbstverständlichkeit

# Homeoffice-Möglichkeit und -Nutzung



- Berufstätige ÖPNV-Nutzer\*innen affiner bzgl. Homeoffice
  - Branchen der gut mit ÖPNV erreichbaren Arbeitsplätzen
  - aktives Einsparen meist längerer Wegezeiten

# Fazit

---

- Das NRW-Kundenbarometer zeichnet ein „big picture“ der Kundenzufriedenheit mit dem ÖPNV.
- Ähnlich wie bei „Mobilität in Deutschland“ ändern sich Werte meist langsam – so wie insgesamt Einstellungen und Images im Verkehr.
- Corona hat bei vielen Menschen zu einer (zumindest vorübergehenden) Abkehr vom ÖPNV geführt, zugleich aber bei denen, die ÖPNV weiter genutzt haben, insgesamt bessere Zufriedenheitswerte in fast allen Leistungsmerkmalen bewirkt.
- Durch passende, vom KCM abgestimmte Ergänzung des Fragenkanons liefert das NRW-Kundenbarometer zusätzliche Erkenntnisse über die reinen Zufriedenheiten hinaus, diesmal z.B. zum Komplex Homeoffice/Corona.