

# ÖPNV-Kundenbarometer 2018

Der Schlüssel  
zu zufriedeneren Kunden  
und höheren Erträgen

Handlungsorientierte Analysen  
und Empfehlungen  
für höhere Kundenzufriedenheit  
und mehr Umsatz im ÖPNV

# Ihr Nutzen, wenn Sie am ÖPNV-Kundenbarometer teilnehmen

## Hohe Relevanz für den Erfolg Ihres Unternehmens

Kundenzufriedenheit ist ein wesentlicher Schlüssel zum Unternehmenserfolg. Dies bestätigte auch eine vom Bundesverkehrsministerium im Rahmen eines FOPS-Projektes geförderte Grundlagenstudie zum ÖPNV<sup>1</sup>, wonach die Kundenzufriedenheit den Unternehmensertrag positiv beeinflusst. Datengrundlage für diese Studie waren unter anderem Ergebnisse aus dem ÖPNV-Kundenbarometer, mit dem wir seit 1999 jährlich die Kundenzufriedenheit mit dem Nahverkehr in Städten und Regionen messen.

Mit dem ÖPNV-Kundenbarometer ermitteln wir die Zufriedenheit Ihrer Kunden insgesamt (Globalzufriedenheit) sowie mit allen relevanten ÖPNV-Leistungen. Zudem stellen wir Benchmark-Vergleiche zur Verfügung.

## Identifikation und Priorisierung von Handlungsfeldern

Aus diesen Ergebnissen lassen sich die Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens im Branchenvergleich ablesen, Zielwerte für kurz- und mittelfristige Leistungsverbesserungen entwickeln und Produkt-, Preis- und Kommunikations-Maßnahmen ableiten, damit Sie die Zufriedenheit Ihrer Kunden gezielt und effizient verbessern können.

---

<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 Angebotserstellung im Marketing-Mix. Schlussbericht FOPS-Projekt FE 70.796/2006, Mannheim 2010

## Plattform für den brancheninternen Erfahrungsaustausch

Über 80 Verkehrsunternehmen und Verbände haben bereits am ÖPNV-Kundenbarometer teilgenommen, um sich im Vergleich mit anderen zu messen. Mit unseren regelmäßigen Kundentagen bieten wir Ihnen zudem eine attraktive Plattform, um sich mit Vertretern anderer Teilnehmer über deren Erfahrungen auszutauschen.

### Neues in 2018

Um die Erreichbarkeit insbesondere von jüngeren Zielgruppen zu erhöhen, wird ab diesem Jahr die telefonische Stichprobe um bis zu 10 Prozent durch eine Online-Stichprobe ergänzt. Wir verwenden dabei Teilnehmer des repräsentativen Panels von Kantar-Lightspeed. Entsprechend der Stichprobenspezifikation für die telefonische Befragung werden auch die Teilnehmer aus dem Panel gezogen.

Die Befragung erfolgt mit dem gleichen Fragebogen, der von einer telefonischen Befragung auf eine Online-Befragung transformiert wird. Die Befragung wird so programmiert, dass sie sowohl auf mobilen als auch auf festen Endgeräten ausgefüllt werden kann.

Parallel wird eine Triple-Frame-Befragung repräsentativ für ganz Deutschland durchgeführt, um notwendige Gewichtungszahlen zu erhalten. Bisher wurde diese Befragung im Dual-Frame-Ansatz durchgeführt: Es wurden telefonisch sowohl Festnetz- als auch Mobilfunknummern angerufen. In diesem Jahr wird eine zusätzliche Stichprobe online im Panel gezogen und befragt, um für das ÖPNV-Kundenbarometer eine optimale Stichprobenkontrolle und -gewichtung zu gewährleisten.

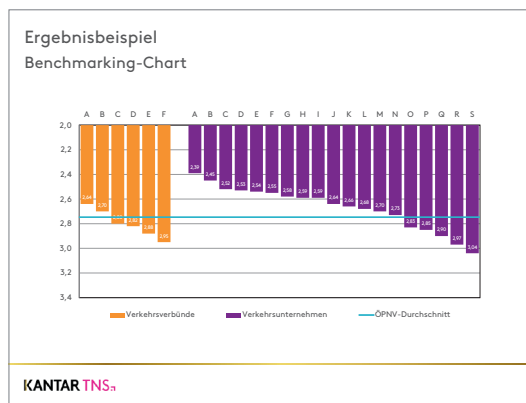
# Die zentralen Analysen

## Benchmarking-Vergleich für die Globalzufriedenheit und zentrale Leistungsmerkmale

Ein solches Benchmarking stellen wir Ihnen sowohl im Vergleich zu den anderen teilnehmenden Unternehmen als auch zum Bundesdurchschnitt zur Verfügung.

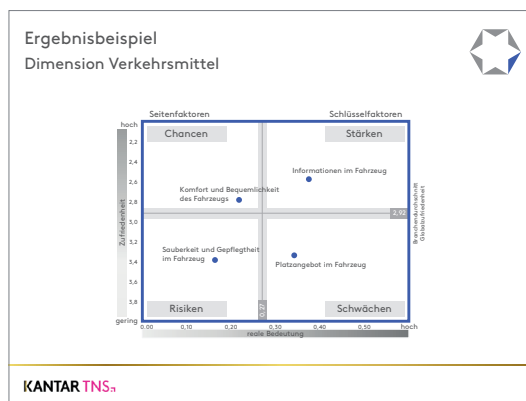
Diese Kennzahlen dienen Ihnen als Orientierung, um das Leistungsniveau, wie es von Ihren Kunden wahrgenommen wird, einordnen und in Relation zum Leistungsniveau anderer setzen zu können.

Aus dem Abstand zu anderen ergibt sich, wo Sie besser werden sollten und auch können bzw. wo Sie bereits eine sehr gute Leistung erreicht haben.



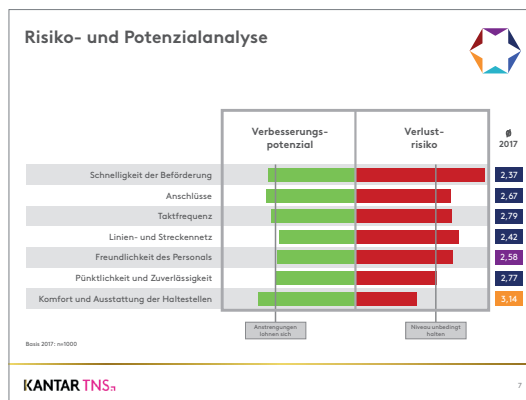
## Handlungsrelevanz-Matrix für Ihr Unternehmen

Aus der Handlungsrelevanz-Matrix lässt sich ableiten, mit welchen Leistungsverbesserungen sich die Zufriedenheit Ihrer Kunden am effektivsten steigern lässt. Wir helfen Ihnen angesichts knapper Ressourcen dabei, Prioritäten zu setzen und Stärken und Schwächen danach zu klassifizieren, wie wichtig sie für die Zufriedenheit Ihrer Kunden sind. Relevante Stärken, die wichtig sind für die Kundenzufriedenheit, gilt es zu bewahren, relevante Schwächen zu beheben. Mit Schwächen, die kaum oder keinen Einfluss auf die Zufriedenheit Ihrer Kunden haben, lässt es sich aber vielleicht auch mal leben.



## Risiko- und Potenzialanalyse zur Ermittlung der einflussreichsten Leistungsmerkmale

Die Risiko- und Potenzialanalyse zeigt auf, welche Leistungsmerkmale den größten positiven Einfluss auf die Globalzufriedenheit haben und damit das höchste Verbesserungspotenzial besitzen, wenn sie sich verbessern. Gleichzeitig wird analysiert, welche Leistungsmerkmale den größten negativen Einfluss auf die Globalzufriedenheit haben und damit das höchste Verlustrisiko besitzen, wenn sie sich verschlechtern.



# Das Untersuchungsdesign

## Qualitativ hochwertige Befragung Ihrer Kunden

Für jedes teilnehmende Unternehmen werden in dessen Bedienungsbereich mindestens 250 Interviews mit ÖPNV-Nutzern durchgeführt. Falls Sie Interesse an detaillierteren Analysen haben, vergrößern wir den Umfang der Stichprobe gerne entsprechend.

Indem wir die Zielgruppe ÖPNV-Nutzer ausreichend weit definieren (Nutzung mindestens einmal im Jahr), erreichen wir nicht nur die „echten“ Nutzer im engeren Sinne, sondern auch potenzielle ÖPNV-Nutzer. Diese verfügen über wenig eigene Produkterfahrungen, sind aber als erreichbare Zielgruppe echtes Wachstumspotenzial. Als Zusatzmodul bieten wir außerdem die Untersuchung von echten „Nicht-Nutzern“ an, bei denen wir Potenziale und Hemmnisse tiefer analysieren.

Basis der Befragung sind qualitativ hochwertige Stichproben für das jeweilige Bedienungsbereich für die telefonische Befragung mit mehrmaligem Nachkontakt bei Nichterreichbarkeit eines gezogenen Haushalts. Es erfolgt eine Beimischung von maximal 10 Prozent Online-Interviews zur verbesserten Erreichbarkeit jüngerer Zielgruppen. Wie bisher bieten wir auch weiterhin optional eine Ergänzung der Stichprobe durch zuvor onboard-rekrutierte Zielpersonen an.

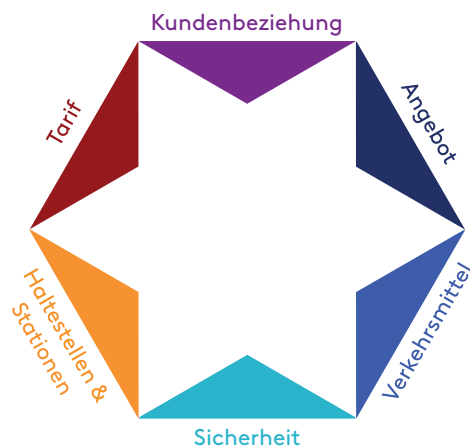
## Fragebogen

Beim Fragebogen bieten wir Ihnen die Wahl, ihn je nach Ihrem Informationsbedarf und Budget eher kürzer oder länger zu halten. Er ist deshalb modular aufgebaut.



## Die 6 Dimensionen der Kundenzufriedenheit im ÖPNV

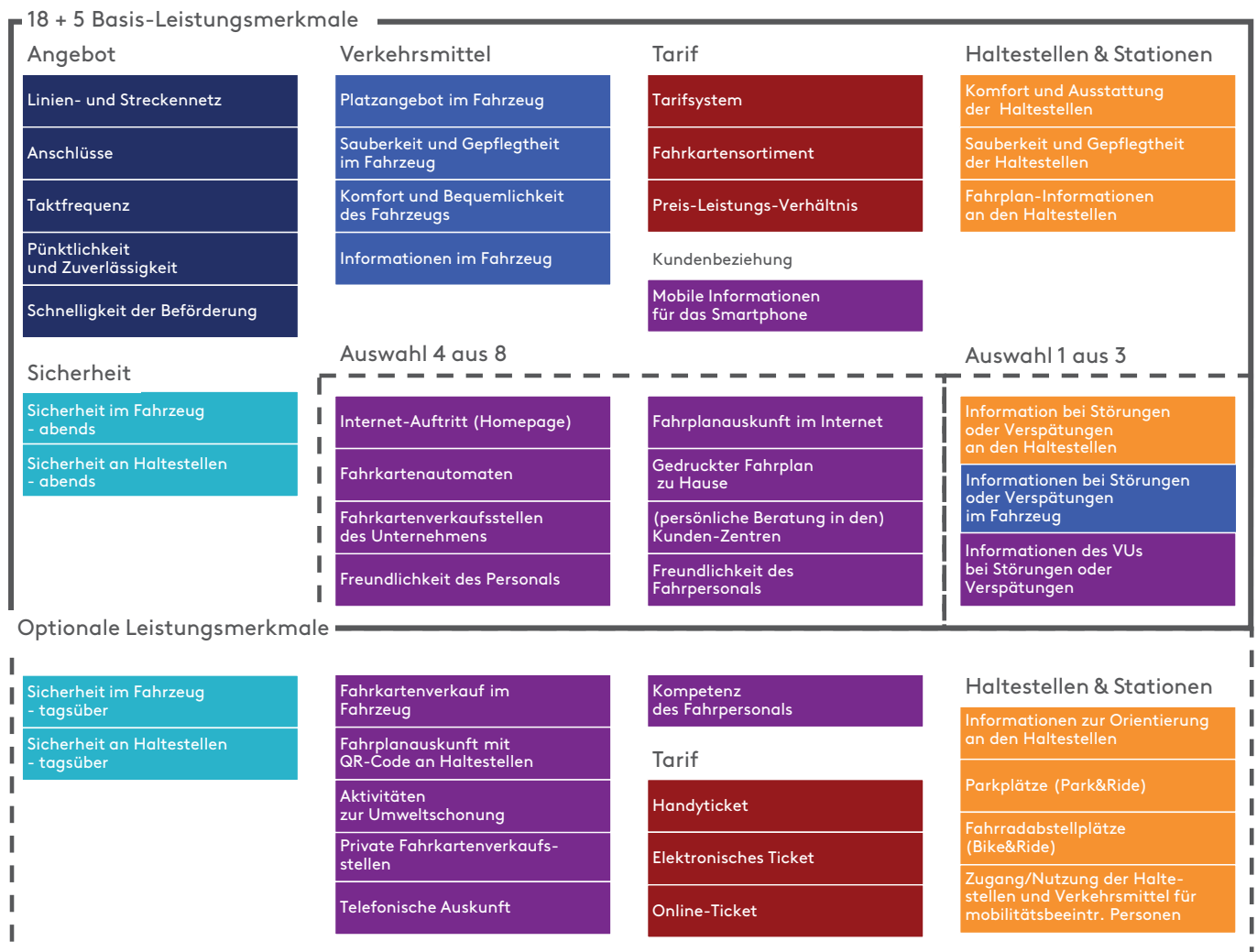
In Analysen, die wir auf Basis der Ergebnisse regelmäßig durchführen, haben wir 6 zentrale Dimensionen ermittelt, die die Kundenzufriedenheit im ÖPNV erklären.



# Die Inhalte im Detail

## Die abgefragten Leistungsmerkmale

Das Fragebogenkonzept stellt sicher, dass jede dieser 6 Dimensionen durch die abgefragten Leistungsmerkmale gut abgedeckt wird.



# Studiensteckbrief

## ÖPNV-Kundenbarometer 2018

### Die Ergebnisse, die wir Ihnen liefern

- Ein Gesamtgutachten mit Fokus auf die Darstellung und den Benchmarking-Vergleich aller teilnehmenden Unternehmen und Verbände, identisch für alle Teilnehmer
- Einen individualisierten Kurzbericht mit den Ergebnissen für Ihr Unternehmen/Ihren Verbund, inkl. Handlungsrelevanz-Matrix und den Ergebnissen für alle optional von Ihnen bestellten Themen und Fragestellungen
- Optional: Detaillierte tabellarische Auswertungen
- Optional: Erweiterte Grafikauswertung mit Untergruppendarstellung
- Optional: SPSS-Daten für eigene Auswertungen
- Optional: Persönliche Präsentation der Ergebnisse bei Ihnen vor Ort

### Zeitraumen

- Auftragsschluss ..... Februar 2018
- Feldzeit ..... März bis Juni 2018
- Auslieferung Gesamtgutachten ... Anfang August 2018
- Auslieferung individualisierter Kurzbericht ..... Anfang September 2018

### Weitere Zusatzmodule und Ergänzungen des ÖPNV-Kundenbarometers

Neben der Standard-Befragung bieten wir Ihnen eine Reihe von Ergänzungen und Modulen, mit denen Sie „Ihr“ Kundenbarometer individualisieren können.

#### Das Netzbarometer

Seit Dezember 2016 messen wir täglich sämtliche Facebook- und Twitter-Aktivitäten von ÖPNV-Unternehmen mit den meisten Social Media-Aktivitäten. Das ÖPNV-Netzbarometer erfasst und analysiert den Social Media-Buzz Ihres Unternehmens.

Damit liefert es

- einen vollständigen Vergleich (Benchmark) mit anderen, vergleichbaren Unternehmen/ Verbänden,
- eine detaillierte Darstellung, was ÖPNV-Nutzer deutschlandweit bewegt,
- das aktuelle Stimmungsbild auf den Social Media-Kanälen Ihres eigenen Unternehmens/ Verbundes inkl. der wichtigsten Kennzahlen,
- eine detaillierte Darstellung, was die eigenen Kunden bewegt,
- sowie einen Bezug zu aktuellen Ergebnissen aus dem ÖPNV-Kundenbarometer.

### Wir beraten Sie dazu gern!



**Dr. Adi Isfort**

Associate Director

t 089 5600 1056

e adi.isfort@kantartns.com



**Katharina Gollwitzer**

Senior Consultant

t 089 5600 1795

e katharina.gollwitzer@kantartns.com