

# VBN-Kundenbarometer 2021



Verkehrsverbund  
Bremen/Niedersachsen



# 1) Studiengrundlagen: VBN-Kundenbarometer

- ✓ **Repräsentative Befragung** der VBN-Nutzer im gesamten VBN-Gebiet (VBN-Nutzung mindestens einmal während des vergangenen Jahres ab Befragungstag).
- ✓ **Die Studie zielt auf die subjektive Bewertung der einzelnen Probanden ab.**
- ✓ Die Interviews wurden **telefonisch (CATI)** und auch mit Hilfe einer **Online-Befragung (CAWI)** durchgeführt.
- ✓ Personen ab 16 Jahren, die (vor der Corona-Pandemie) im Jahr 2019 oder seitdem mindestens einmal ein Verkehrsmittel des Verkehrsanbieters genutzt haben (Grundgesamtheit). Die Stichprobe wurde im **Bedienungsgebiet des VBN** gezogen.
- ✓ **Geschichteter repräsentativer Stichprobenansatz:**  
Schichten = regionale Einheiten (Landkreise und kreisfreie Städte des VBN).
- ✓ Die Interviews wurden von **Ende April bis Mitte September 2021** durchgeführt
- ✓ Insgesamt wurden **2.604 VBN-Kunden** befragt
- ✓ Die Untersuchung wurde durchgeführt von KANTAR TNS.

## 2) Das ÖPNV-Kundenbarometer - Modellbeschreibung -

### Unternehmensstrategie

#### ÖPNV-Kundenbarometer als strategisches Unternehmensinstrument

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

## 2) Das ÖPNV-Kundenbarometer - Modellbeschreibung -

### Leitgedanken des ÖPNV-Kundenbarometers

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

## 2) Das ÖPNV-Kundenbarometer - Modellbeschreibung -

Zusammenhang zwischen Einzelmerkmalen, Globalzufriedenheit und Kundenbindung

Die Einzelleistungsmerkmale beeinflussen die Globalzufriedenheit mit dem Unternehmen unterschiedlich stark

Durch die Steigerung der Globalzufriedenheit und der Kundenbindungsparameter werden der Unternehmensertrag und das Unternehmenswachstum positiv beeinflusst



Die Globalzufriedenheit wirkt sich direkt auf die Kundenbindungsparameter aus

## 2) Das ÖPNV-Kundenbarometer - 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.



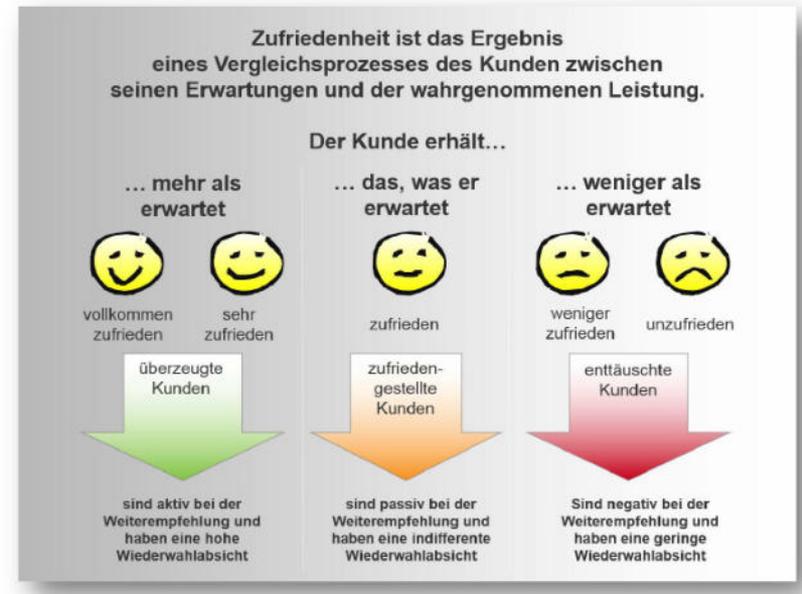
## 2) Das ÖPNV-Kundenbarometer - Modellbeschreibung -

### 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.

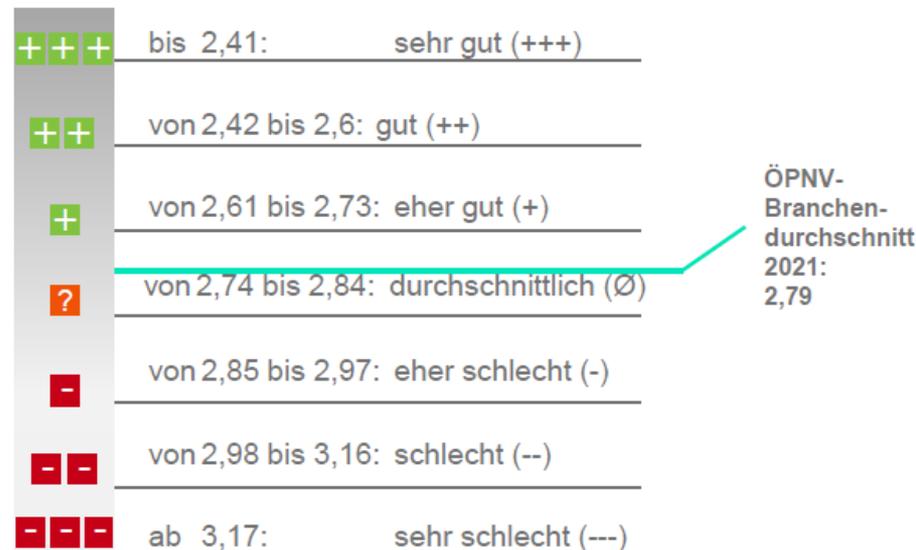
Die **Messung** der allgemeinen Kundenzufriedenheit mit dem Verkehrsanbieter und der jeweiligen Leistungsmerkmale erfolgt anhand einer Verbal-Skala, die diesen Vergleichsprozess abbildet. Diese Skala wird seit Jahren branchenübergreifend verwendet.



## 2) Das ÖPNV-Kundenbarometer - Modellbeschreibung -

Empirische Ermittlung der Grenzwerte zur Gruppierung der Bewertungsgruppen:

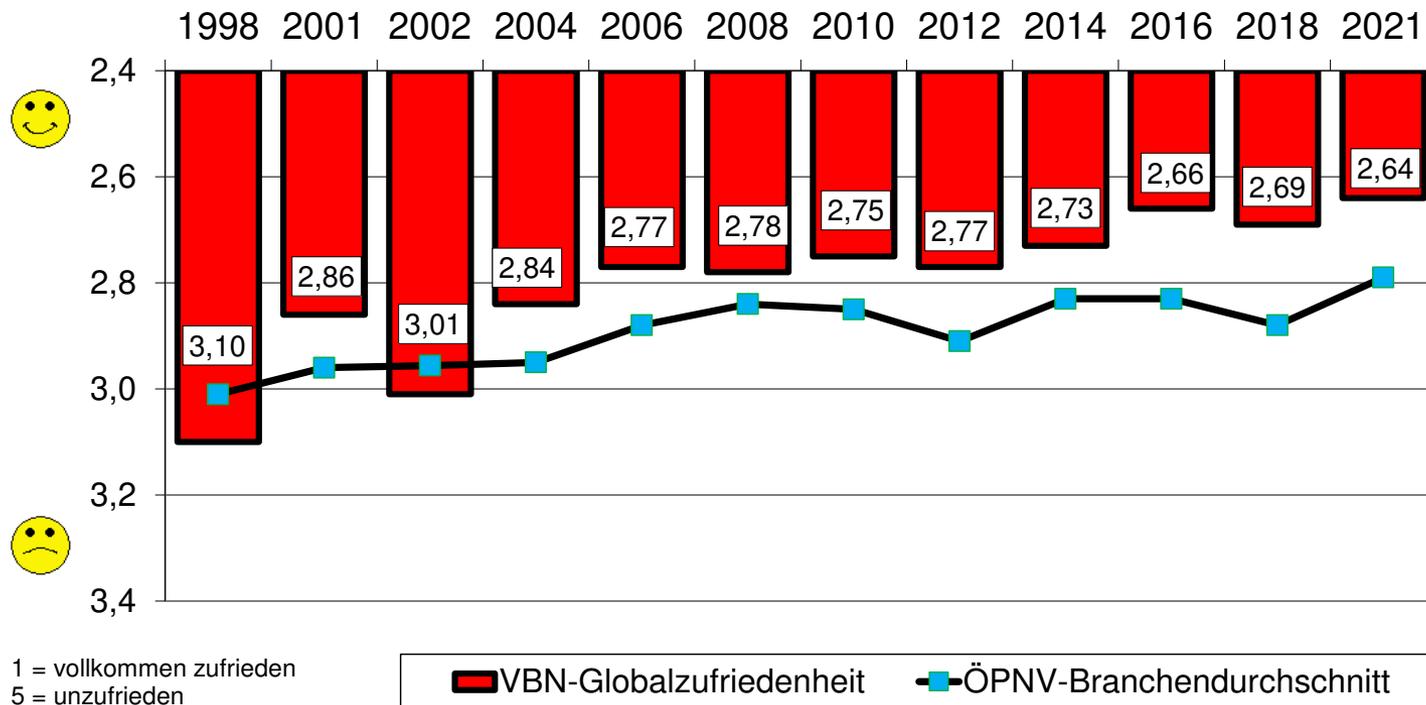
- Grundlage der Bewertung sind die aktuellen Beurteilungen des ÖPNV-Kundenbarometers
- In die Grenzbewertungen "sehr gut" und "sehr schlecht" entfallen 10% aller Beurteilungen
- In die übrigen Gruppen fallen 16% der Beurteilungen



# Ergebnisse des VBN-Kundenbarometers 2021

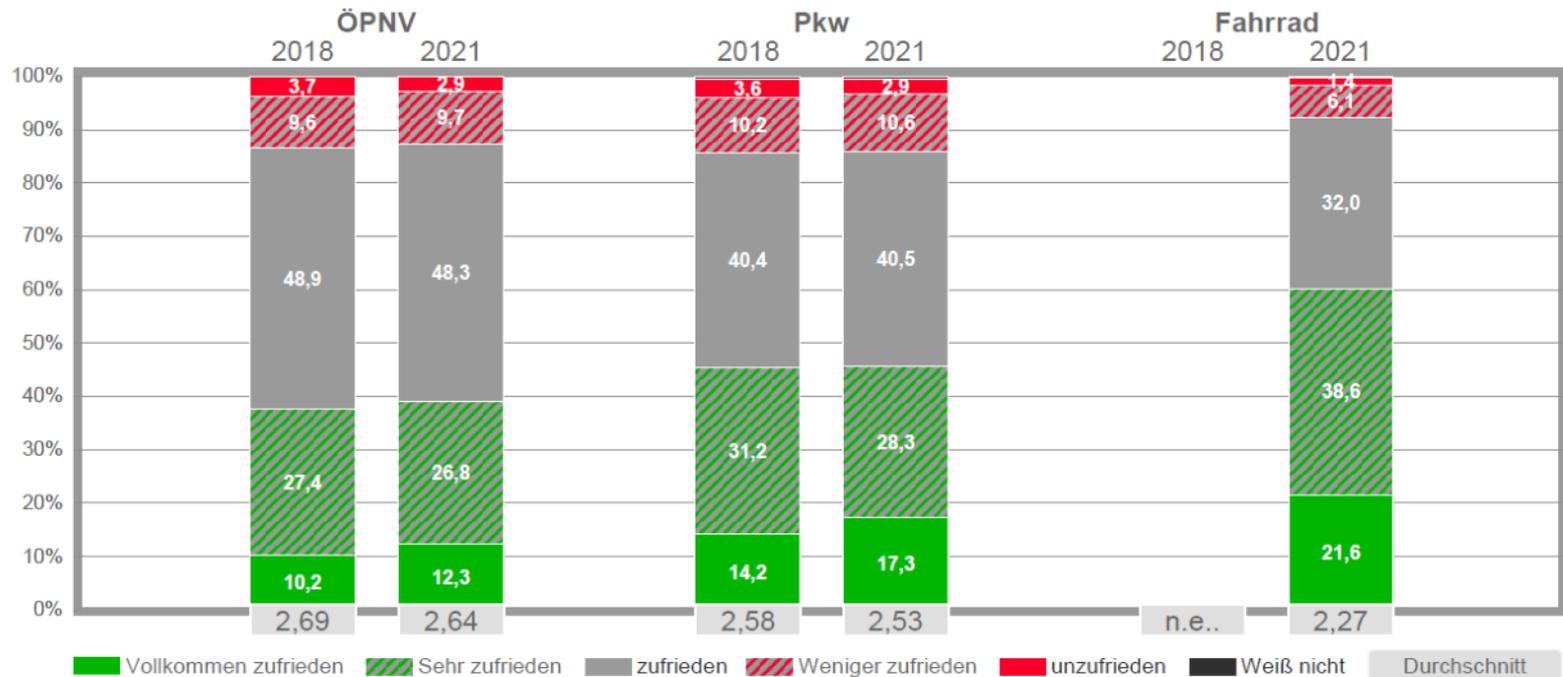


### 3) Ergebnisse VBN-Kundenbarometer für VBN-Gesamt - Globalzufriedenheit VBN-Gesamt -



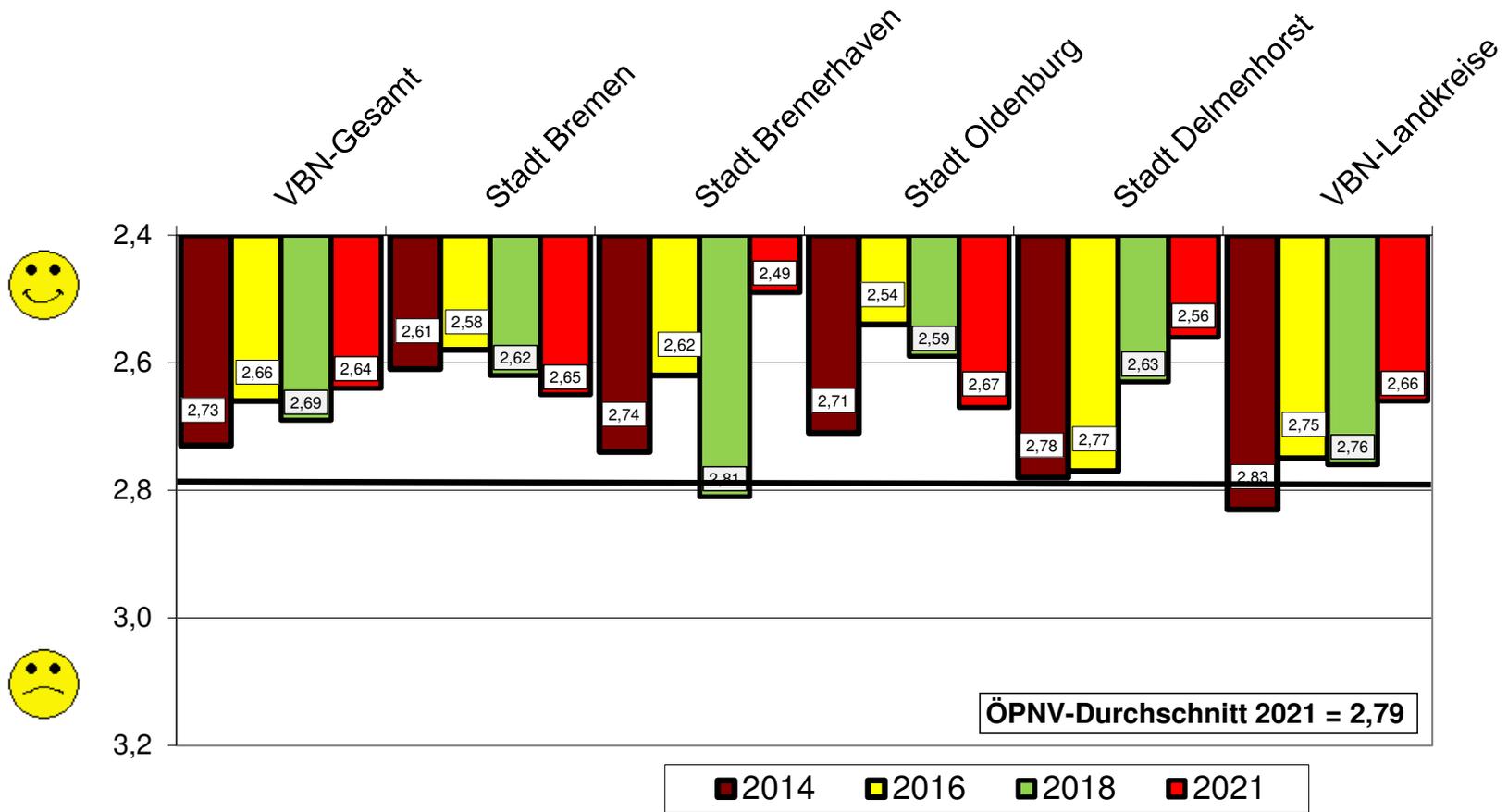
Signifikante Verbesserung von 2,69 auf „eher gute“ 2,64

### 3) Ergebnisse VBN-Kundenbarometer für VBN-Gesamt - Globalzufriedenheit ÖPNV im Vergleich mit Fahrrad und PKW -



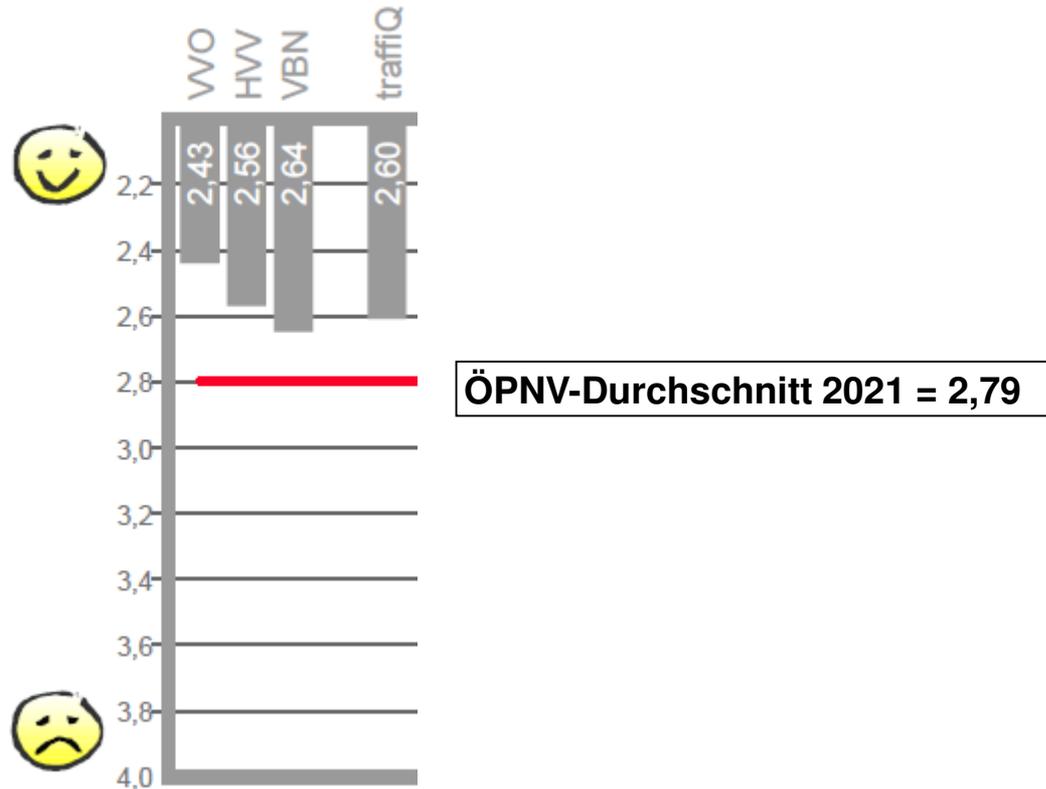
Basis 2018: n=2696  
Basis 2021: n=2604; Angaben in Prozent

### 3) Ergebnisse VBN-Kundenbarometer für VBN-Gesamt - Globalzufriedenheit je Region seit 2014 -



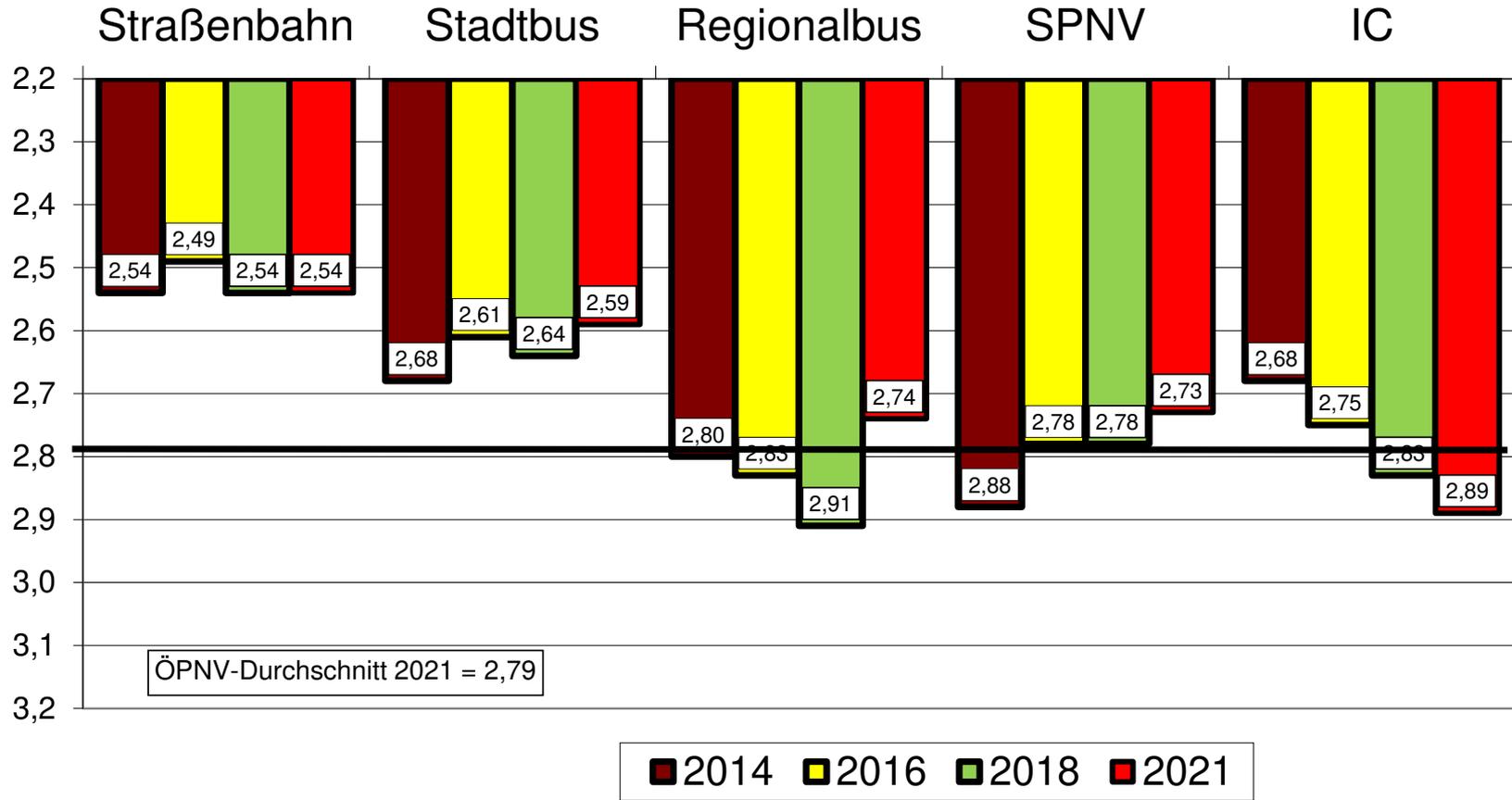
Skala: 1 = vollkommen zufrieden  
5 = unzufrieden

### 3) Ergebnisse VBN-Kundenbarometer für VBN-Gesamt - Globalzufriedenheit 2021 - VBN im Vergleich zu anderen Verbänden -

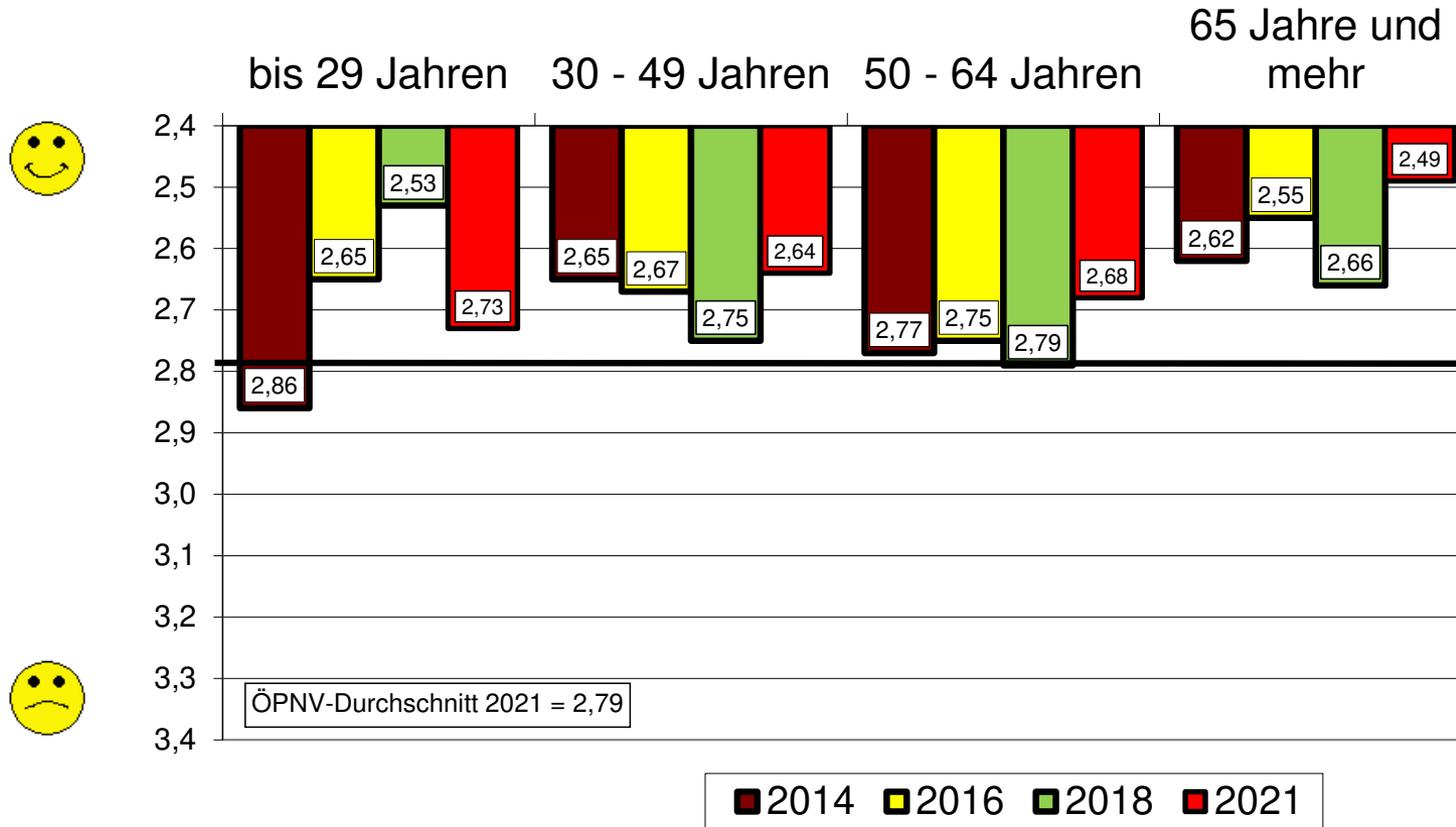


Skala: 1 = vollkommen zufrieden  
5 = unzufrieden

### 3) Ergebnisse VBN-Kundenbarometer für VBN-Gesamt - Globalzufriedenheit je Hauptverkehrsmittel -

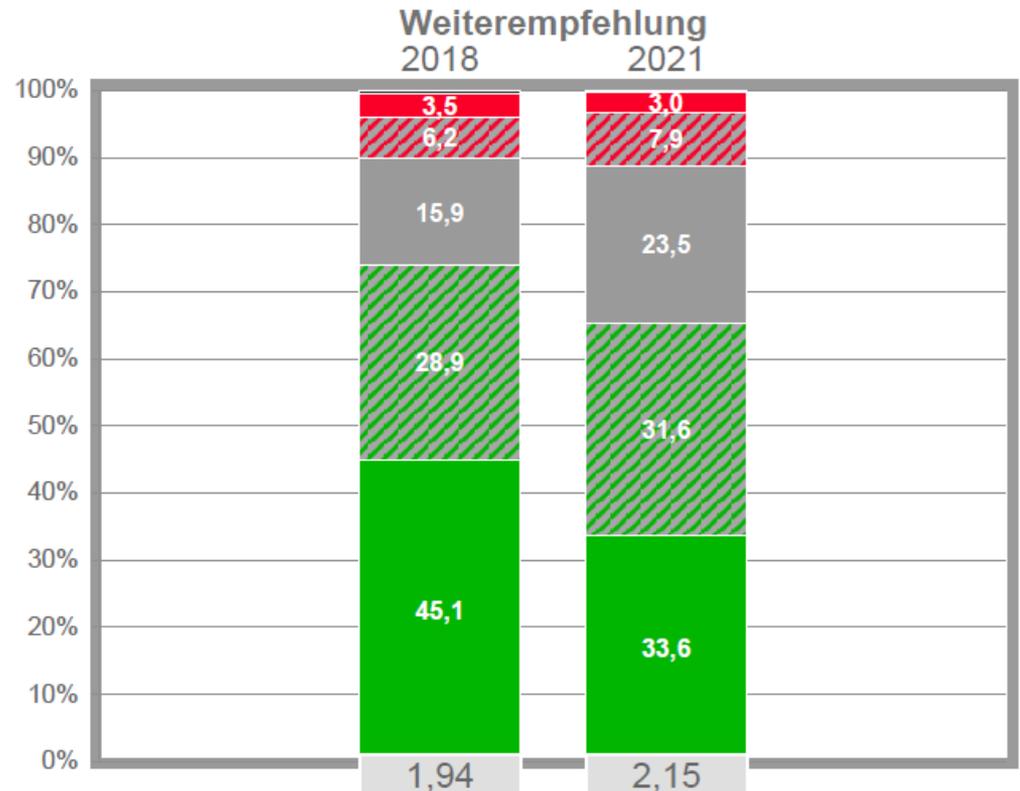


### 3) Ergebnisse VBN-Kundenbarometer für VBN-Gesamt - Globalzufriedenheit je Altersgruppe -



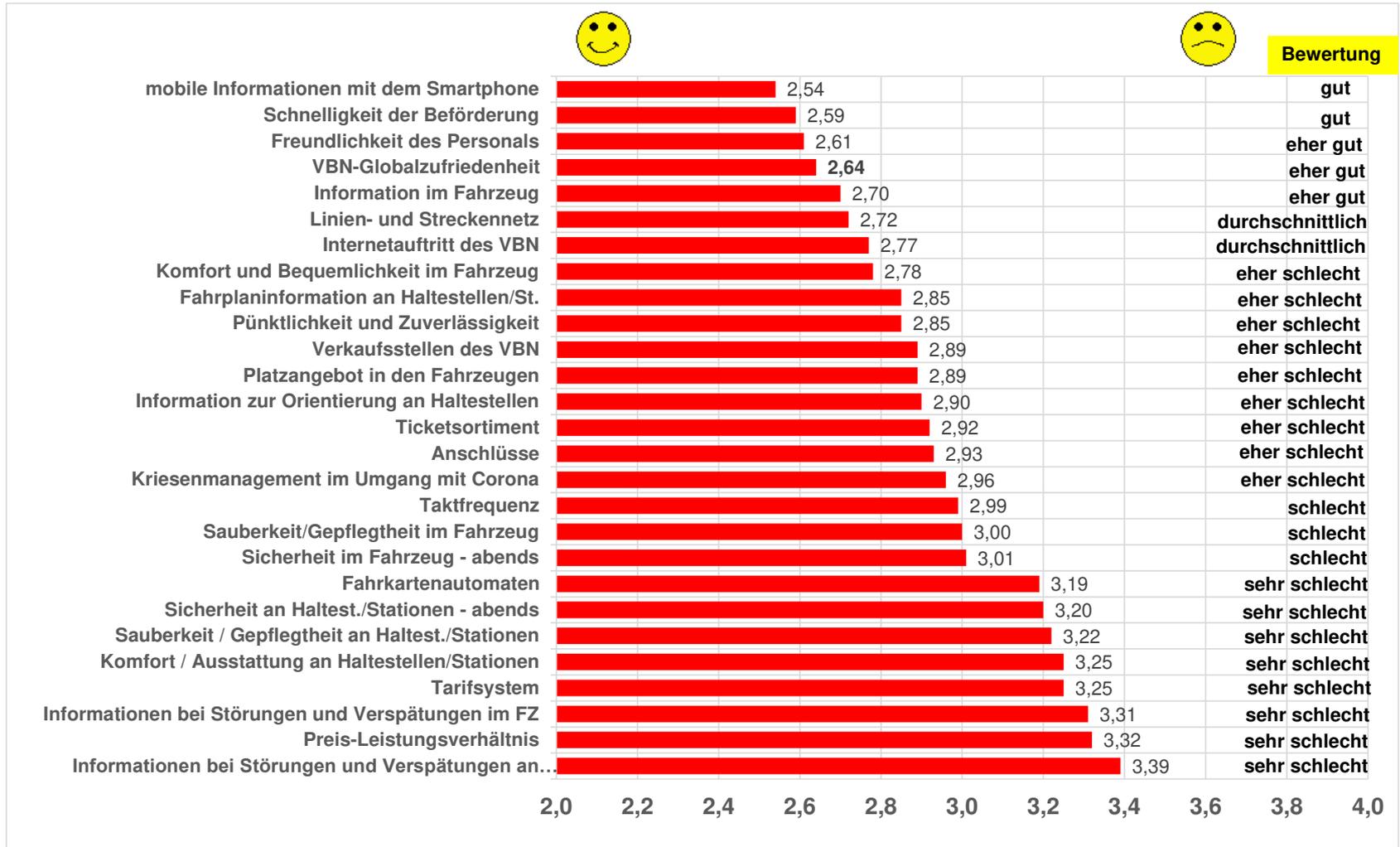
Skala: 1 = vollkommen zufrieden  
5 = unzufrieden

### 3) Ergebnisse VBN-Kundenbarometer für VBN-Gesamt - Weiterempfehlung -



Basis 2018: n=2696  
 Basis 2021: n=2604; Angaben in Prozent

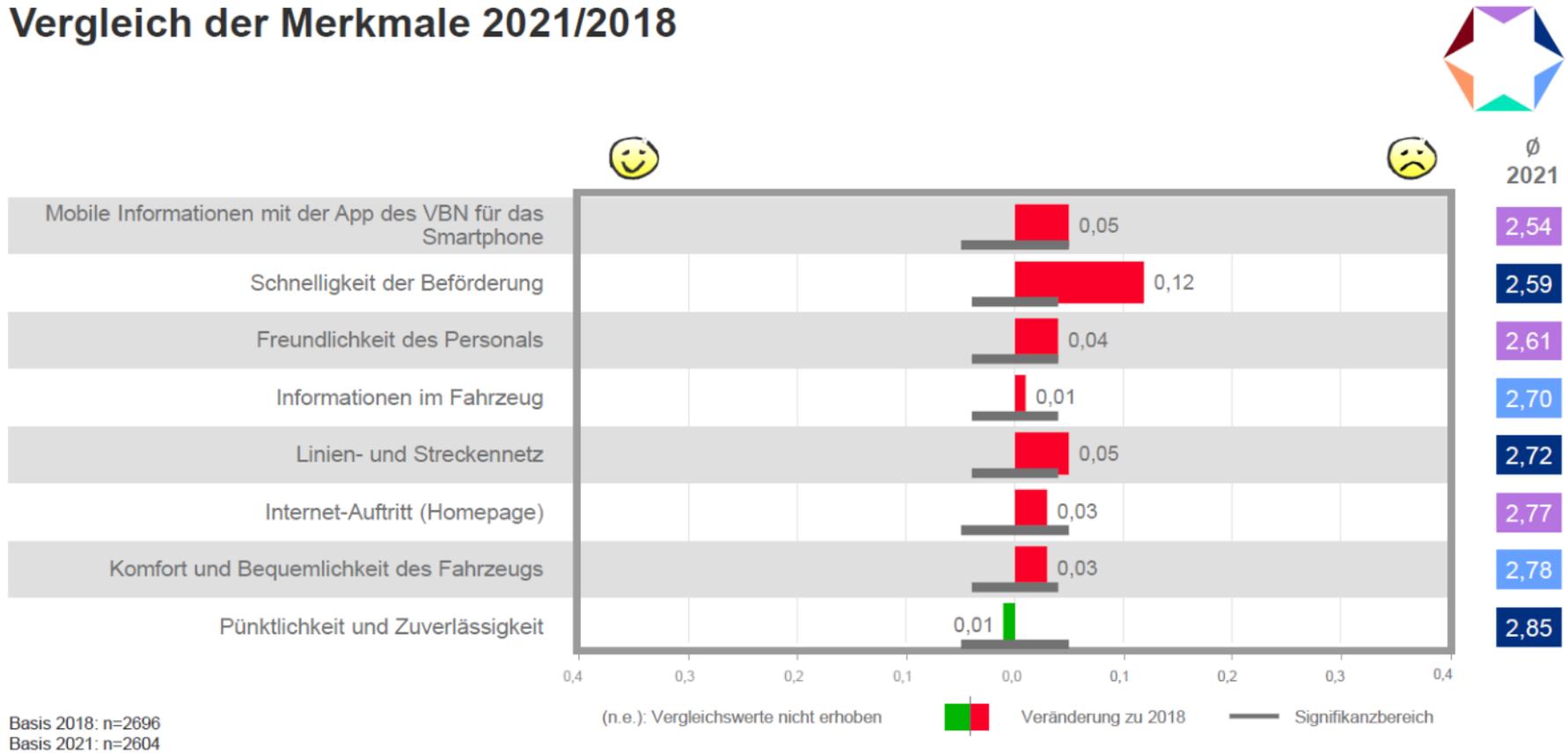
### 3) Ergebnisse VBN-Kundenbarometer für VBN-Gesamt - Die VBN-Leistungsmerkmale – Übersicht -



# 3) Ergebnisse VBN-Kundenbarometer für VBN-Gesamt

## Die VBN-Leistungsmerkmale - Veränderungen -

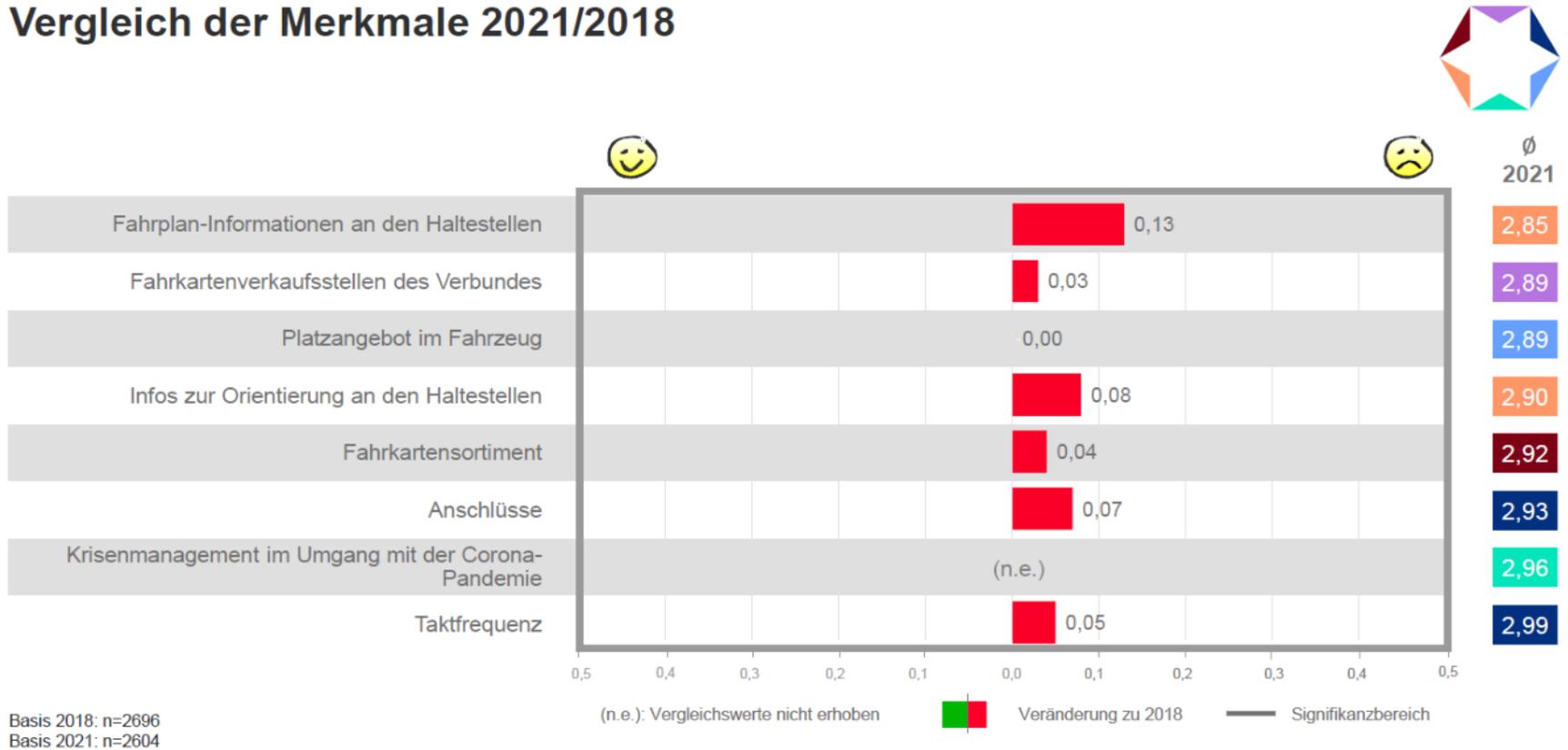
### Vergleich der Merkmale 2021/2018



# 3) Ergebnisse VBN-Kundenbarometer für VBN-Gesamt

## Die VBN-Leistungsmerkmale - Veränderungen -

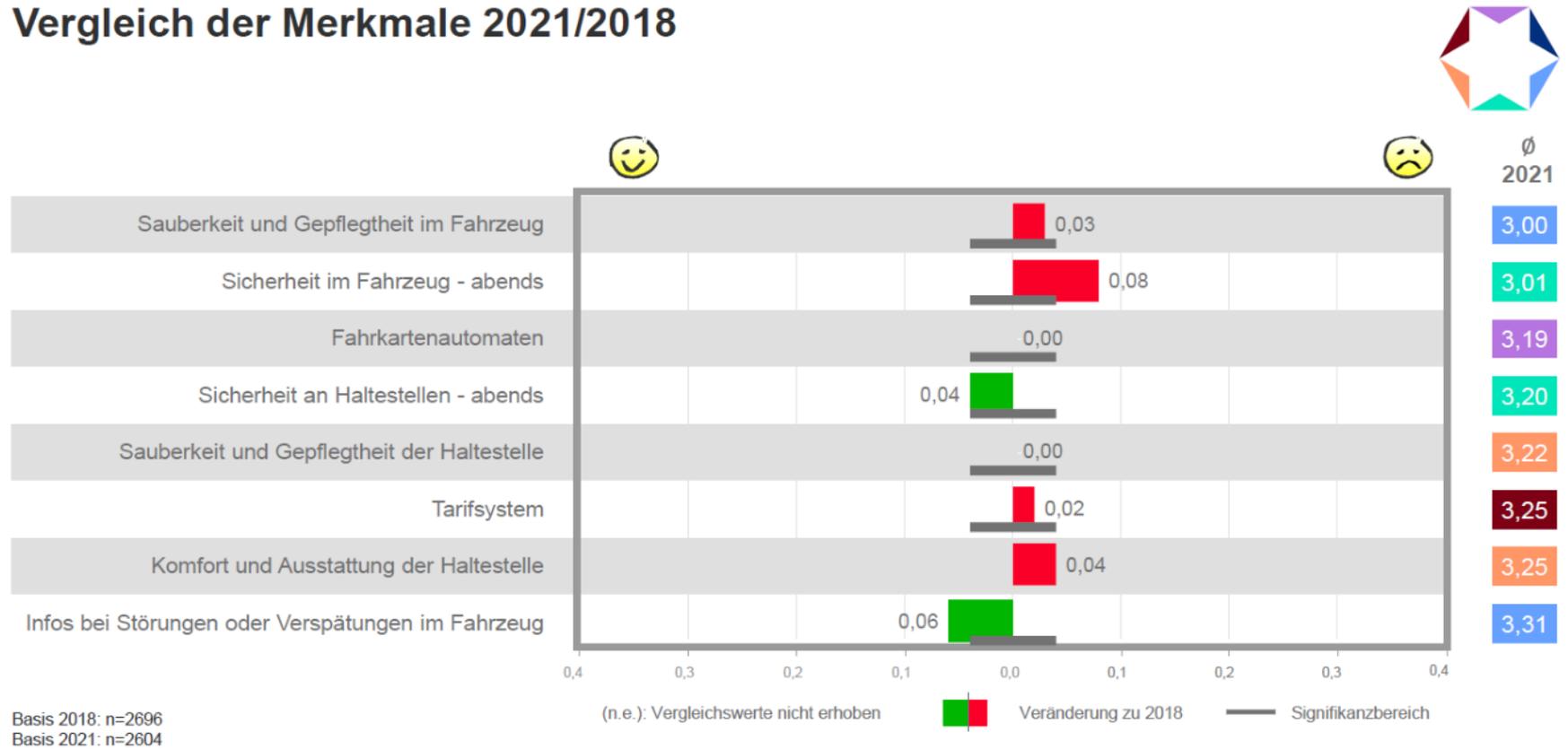
### Vergleich der Merkmale 2021/2018



# 3) Ergebnisse VBN-Kundenbarometer für VBN-Gesamt

## Die VBN-Leistungsmerkmale - Veränderungen -

### Vergleich der Merkmale 2021/2018

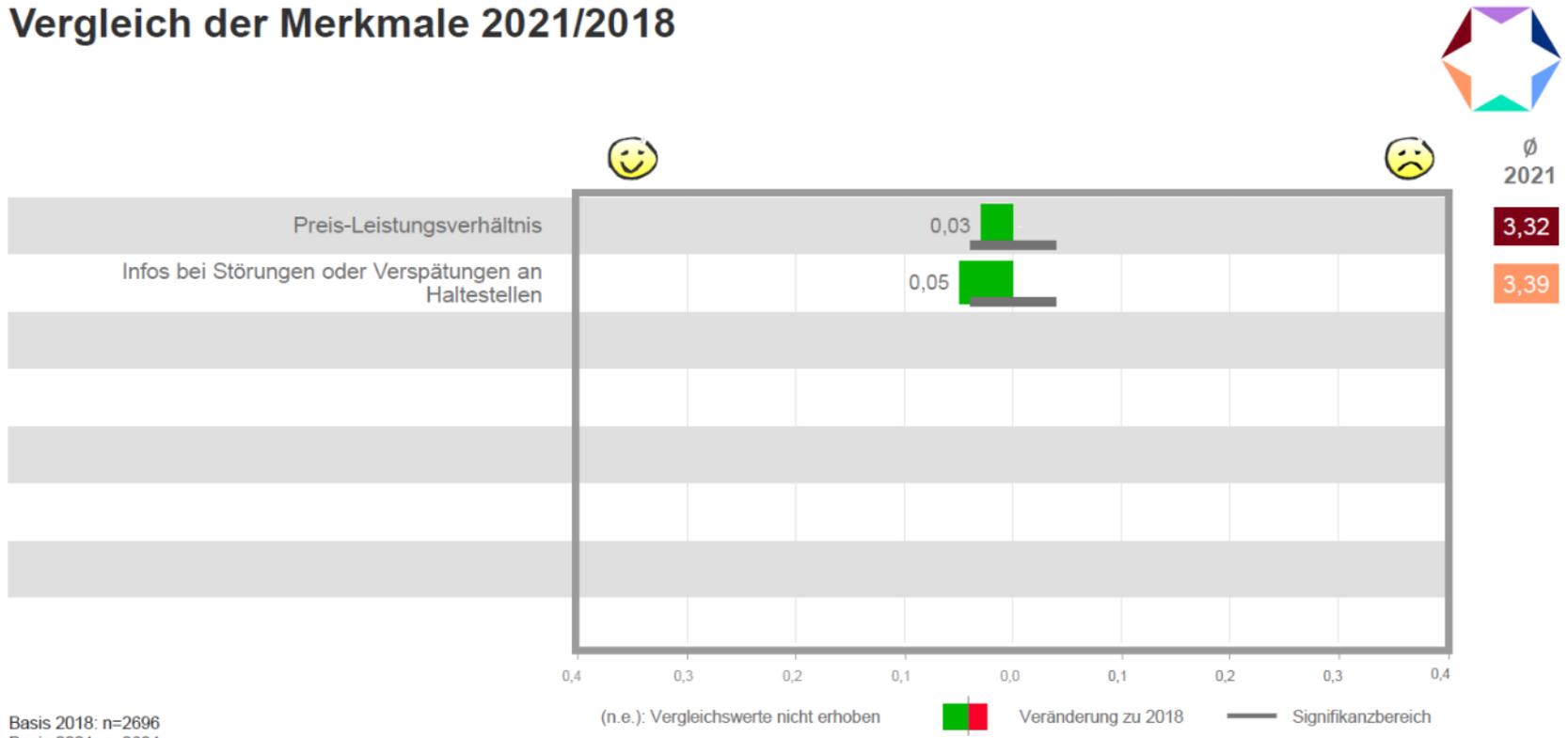


Basis 2018: n=2696  
 Basis 2021: n=2604

# 3) Ergebnisse VBN-Kundenbarometer für VBN-Gesamt

## Die VBN-Leistungsmerkmale - Veränderungen -

### Vergleich der Merkmale 2021/2018



Basis 2018: n=2696  
 Basis 2021: n=2604

### 3) Ergebnisse VBN-Kundenbarometer für VBN-Gesamt

#### Die VBN-Leistungsmerkmale – reale Bedeutung -

LM	reale Bedeutung 2021	Bewertung
Anschlüsse	0,51	Schlüsselfaktoren (haben eine hohe reale Bedeutung)
Linien- und Streckennetz	0,45	
Krisenmanagement im Umgang mit Corona	0,42	
Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit	0,42	
Preis-Leistungsverhältnis	0,41	
Tarifsystem	0,41	
Taktfrequenz	0,41	
Platzangebot in den Fahrzeugen	0,39	
Schnelligkeit der Beförderung	0,39	
Komfort und Bequemlichkeit im Fahrzeug	0,38	
Information im Fahrzeug	0,38	
Informationen bei Störungen und Verspätungen im FZ	0,37	
Ticketsortiment	0,37	
mobile Informationen mit dem Smartphone	0,36	
Fahrplaninformation an Haltestellen/St.	0,34	Seitenfaktoren (haben eine geringere reale Bedeutung)
Freundlichkeit des Personals	0,34	
Sicherheit im Fahrzeug - abends	0,33	
Verkaufsstellen des VBN	0,33	
Informationen bei Störungen und Verspätungen an Haltestellen	0,32	
Sicherheit an Haltest./Stationen - abends	0,32	
Information zur Orientierung an Haltestellen	0,32	
Sauberkeit/Gepflegtheit im Fahrzeug	0,30	
Internetauftritt des VBN	0,29	
Sauberkeit / Gepflegtheit an Haltest./Stationen	0,26	
Komfort / Ausstattung an Haltestellen/Stationen	0,25	
Fahrkartenautomaten	0,23	