

ÖPNV-KUNDENBAROMETER - BESCHREIBUNG -

- Zielsetzung
- Untersuchungsaufbau
- Berichterstattung
- Das Modell

Ansprechpartner:

Dr. Adi Isfort

Tel.: +49 89 / 56 00 – 10 56

adi.isfort@tns-infratest.com

Katharina Gollwitzer

Tel.: +49 89 / 56 00 – 17 95

katharina.gollwitzer@tns-infratest.com

Das ÖPNV-Kundenbarometer

Zielsetzung

Das ÖPNV-Kundenbarometer zielt über eine Befragung von Nutzern des ÖPNV im Bereich konkreter Verkehrsverbünde oder Verkehrsunternehmen auf eine Erfassung der Kundenzufriedenheit bezogen auf alle relevanten ÖPNV-Leistungen. Es wird seit 1999 jährlich von TNS Infratest (vorher TNS emnid) mit unterschiedlichen Teilnehmern durchgeführt. Für jedes einzelne Verkehrsunternehmen oder jeden einzelnen Verbund wird in dessen Gebiet eine feste Anzahl von 250 Netto-Interviews (oder auf Wunsch mehr) durchgeführt. Die garantierte Stichprobengröße führt zu repräsentativen und interpretierbaren Daten. Die Beschreibung des Kundenbarometer-Modells finden Sie ab Seite 10.

Telefonische Befragung

Die Befragung ist als eine regional-repräsentative Befragung der ÖPNV-Kunden angelegt. Für jeden Auftraggeber werden (mindestens) 250 Netto-Interviews durchgeführt. Dies ermöglicht ausreichend genaue Werte, um Vergleiche zwischen Verkehrsträgern anzustellen.

Die Stichprobe wird anhand der Wohnbevölkerung des Verkehrsraumes gezogen. Jeder gezogene Haushalt wird mindestens 10mal angerufen, bevor die Adresse aus dem Pool herausfällt. Dadurch ist gewährleistet, dass auch mobilere Personen in die Befragung einbezogen werden.

Es erfolgt eine telefonische repräsentative Bevölkerungsbefragung innerhalb des Verkehrsraumes der beteiligten Verbünde bzw. Verkehrsunternehmen. Die Zielgruppe sind die Nutzer von ÖPNV-Verkehrsmitteln ab 16 Jahren. Operationalisiert wird diese Zielgruppe durch die Nutzung des ÖPNV mindestens einmal im vergangenen Jahr.

Befragung in den Verkehrsmitteln

In einigen Fällen ist eine regionale telefonische Befragung nicht oder nur mit hohen Kosten möglich:

- 1) Wenn die Nutzer eines Unternehmens einen sehr kleinen Teil der Bevölkerung ausmachen, z.B. in ländlichen Regionen, in denen der Anteil der ÖPNV-Nutzer an der Bevölkerung sehr gering ist.
- 2) Wenn innerhalb eines Gebietes mehr als ein Unternehmen Verkehrsleistungen anbietet, die Fahrgäste aber kaum zwischen den Anbietern unterscheiden können.
- 3) Wenn Unternehmen die Verkehrsleistung nur für bestimmte Strecken anbieten, deren Fahrgäste nicht genau lokalisierbar sind (z.B. SPNV in der Fläche).

Für diese Fälle bieten wir seit 2004 das ÖPNV-Kundenbarometer als „Onbord“-Befragung an. Unsere Interviewer fahren in den Fahrzeugen mit und befragen die Fahrgäste während der Fahrt. Die Befragung findet (bei 250 Interviews) von montags bis freitags statt, wobei täglich ca. 50 Interviews durchgeführt werden. Die Interviews werden über den Tag verteilt. Durch diese Befragungsmethode werden die Vielfahrer überrepräsentiert, während die Gelegenheitsfahrer unterrepräsentiert sind.

Befragungsinhalte

Die Zuordnung zu den Basis-Leistungsmerkmalen hat sich bei einigen Merkmalen geändert. Die 19 Basis-Merkmale gehören zum Basismodul, zusätzlich weitere können aus den austauschbaren Leistungsmerkmalen 3 Merkmale in das Basismodul gewählt werden. Weitere aufgeführte Merkmale werden als optionale Merkmale berechnet.

Die Leistungsmerkmale teilen sich auf in

1. allgemeine, den gesamten ÖPNV betreffende,
2. das Hauptverkehrsmittel betreffende sowie
3. die Bahnhöfe und Haltestellen des Hauptverkehrsmittels betreffende Leistungsmerkmale.

Im Einzelnen werden folgende Leistungsmerkmale abgefragt:

Basis-Leistungsmerkmale:

- Linien- und Streckennetz
- Anschlüsse
- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit
- Informationen im Fahrzeug
- Platzangebot im Fahrzeug
- Sicherheit im Fahrzeug – abends
- Fahrplan-Informationen an Haltestellen und Stationen
- Sauberkeit und Gepflegtheit der Haltestellen und Stationen
- Informationen bei Störungen/ Verspätungen
- Taktfrequenz
- Tarifsystem
- Fahrkartensortiment
- Schnelligkeit der Beförderung
- Sauberkeit und Gepflegtheit im Fahrzeug
- Komfort und Bequemlichkeit im Fahrzeug
- Sicherheit an Haltestellen und Stationen – abends
- Komfort und Ausstattung an Haltestellen und Stationen
- Informationen zur Orientierung an Haltestellen und Stationen

Austauschbare Leistungsmerkmale:

- Freundlichkeit des Personals
- Fahrkartensortiment
- Fahrkarten-Verkaufsstellen
- Internet-Auftritt (allgemein)
- Freundlichkeit des Fahrpersonals
- Gedruckter Fahrplan zu Hause
- (Beratung in den) Service-Zentren

Optionale Leistungsmerkmale:

- Kompetenz des Fahrpersonals
- Telefonische Auskunft
- Mobile Informationen mit dem Smartphone
- Handyticket
- Sicherheit im Fahrzeug – tagsüber
- Park- & Ride-Plätze
- Zugang und Nutzung der Haltestellen und Verkehrsmittel für mobilitätsbeeinträchtigte Personen
- Private Fahrkarten-Verkaufsstellen
- Fahrplanauskunft im Internet
- Aktivitäten des Unternehmens zur Umweltschonung
- Elektronisches Ticket
- Sicherheit an Haltestellen – tagsüber
- Fahrradabstellplätze

Des Weiteren werden Parameter der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung erhoben (Globalzufriedenheit, Weiterempfehlung, Wiederwahl, Abwanderungswunsch bei Wahlfreiheit, zukünftige Nutzungsänderung). Außerdem werden einige Informationen zur Verkehrsmittelnutzung des ÖPNV und des Pkw erhoben. Im Abschluss werden die notwendigen soziodemographischen Kennwerte erfragt.

Zeitliche Rahmendaten für das ÖPNV-Kundenbarometer 2012

- **Auftragsschluss:** Ende Februar 2012
- **Feldzeit:** März bis Mai 2012
- **1. Lieferung: Tabellarische und grafische Auswertungen, Benchmark, Spitzenreiter, Gesamtgutachten** Mitte Juli 2012
- **2. Lieferung: Kurzkomentar** bis Ende August 2012

Berichterstattung

Die Berichterstattung erfolgt in einem grafisch unterlegten **Kurzkomentar**, der die Ergebnisse der Handlungsrelevanz-Matrix zusammenfasst und Stärken und Schwächen in Bezug auf die einzelnen Leistungsmerkmale beschreibt. Der Kurzkomentar für Ihr Verkehrsunternehmen bzw. für Ihren -verbund wird Ihnen in einer farbigen PDF-Version zur Verfügung gestellt.

Weiterhin erhalten Sie ein grafisch unterlegtes **Gesamtgutachten**, in dem alle Ergebnisse des ÖPNV-Kundenbarometers in verdichteter Form dargestellt werden. Im Vordergrund steht hier der Vergleich der Leistungen der einzelnen Verkehrsunternehmen und Verkehrsverbände. Sowohl in Bezug auf das Gesamtbild des jeweiligen Verkehrsunternehmens bzw. Verkehrsverbands als auch in Bezug auf einzelne Leistungsbereiche kann so die Position einzelner Unternehmen im Vergleich zu anderen Verkehrsunternehmen und -verbände bestimmt werden. Das Gesamtgutachten wird Ihnen in einer farbigen PDF-Version zur Verfügung gestellt.

Zusätzlich erhalten Sie einen Kurzbericht „**Die Spitzenreiter**“, in dem die Ergebnisse der jeweils drei Unternehmen und Verbände mit den besten Bewertungen aus Sicht der Fahrgäste für ausgewählte Leistungsbereiche dargestellt werden. Die „Spitzenreiter“ erhalten Sie in einer farbigen PDF-Version.

Des Weiteren sind im Lieferumfang eine **tabellarische Auswertung** für Ihr Unternehmen bzw. Ihren Verbund enthalten. Die tabellarische Auswertung enthält alle Fragen im Total sowie Aufbrüche mit folgenden Untergruppen: Nutzungshäufigkeit des ÖPNV, Fahrscheinart (Bartarif/Zeitkarte), Hauptverkehrsmittel, Geschlecht, Alter, Berufstätigkeit, Führerscheinbesitz und Pkw-Verfügbarkeit. Die tabellarische Auswertung enthält etwa 50 Tabellen auf insgesamt ca. 100 Seiten. Die Tabellen erhalten Sie als PDF-Dokument.

Zusätzlich erhalten Sie eine **tabellarische Gesamtauswertung**. Die tabellarische Gesamtauswertung enthält einen Vergleich aller ÖPNV-Kundenbarometer-Teilnehmer über alle Fragen („Gesamttabellenband“). Im Vordergrund steht auch hier der Vergleich der Leistungen der einzelnen Verkehrsunternehmen und Verkehrsverbände. Sowohl in Bezug auf das Gesamtbild des jeweiligen Verkehrsunternehmens bzw. Verkehrsverbands als auch in Bezug auf einzelne Leistungsbereiche kann so die Position einzelner Unternehmen im Vergleich zu anderen Verkehrsunternehmen und -verbände bestimmt werden. Der Gesamttabellenband umfasst ebenfalls etwa 50 Tabellen auf ca. 100 Seiten. Den Gesamttabellenband erhalten Sie als PDF-Dokument.

Alle Lieferungen erhalten Sie bei Bedarf natürlich auch als Druckversion. Im Folgenden werden die einzelnen Lieferbestandteile anhand von Beispielen ausführlich beschrieben.

Der grafisch unterlegte **Kurzkommentar** fasst die Ergebnisse der Handlungsrelevanz-Matrix zusammen und beschreibt Stärken und Schwächen in Bezug auf die einzelnen Leistungsmerkmale. Die Methode wird zusammenfassend dargestellt. Im Folgenden finden Sie Beispiele für die grafische Auswertung der Ergebnisse im Kurzkommentar (Abb. 1).

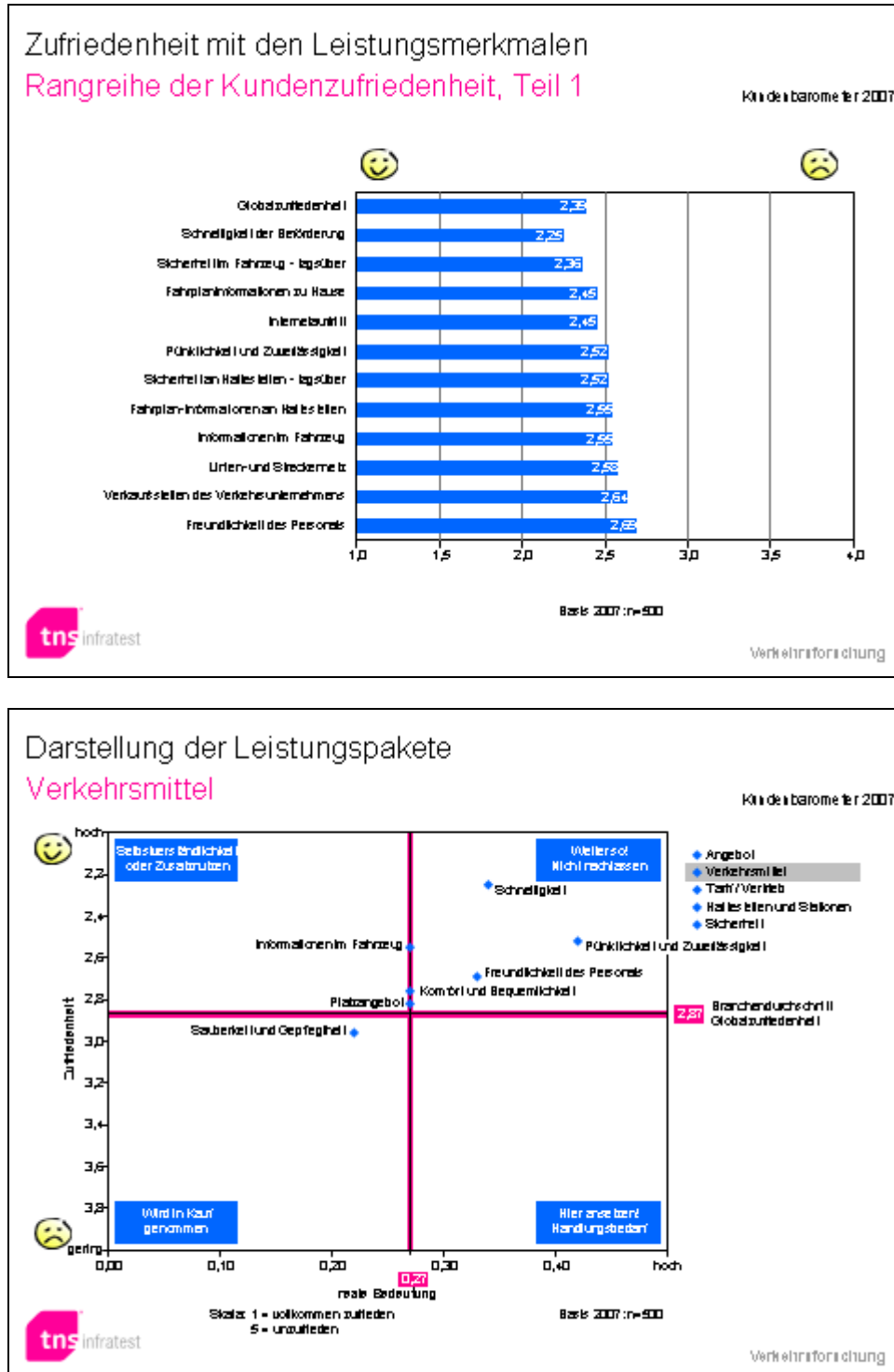


Abb. 1 Beispiel für die grafische Auswertung der Unternehmens-Ergebnisse

Im grafisch unterlegten **Gesamtgutachten** werden alle Ergebnisse des ÖPNV-Kundenbarometers in verdichteter Form dargestellt. Im Vordergrund steht hier der Vergleich der Leistungen der einzelnen

Unternehmen. Sowohl in Bezug auf das Gesamtbild des jeweiligen Unternehmens als auch in Bezug auf einzelne Leistungsbereiche kann so die Position einzelner Unternehmen im Vergleich zu anderen bestimmt werden (siehe Abb. 2).

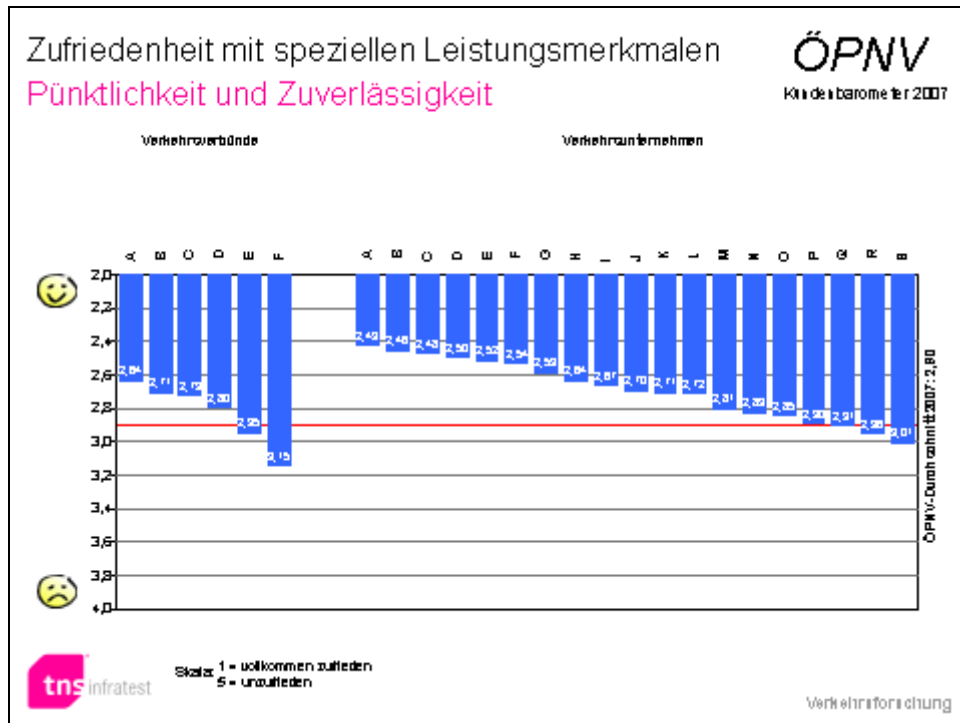
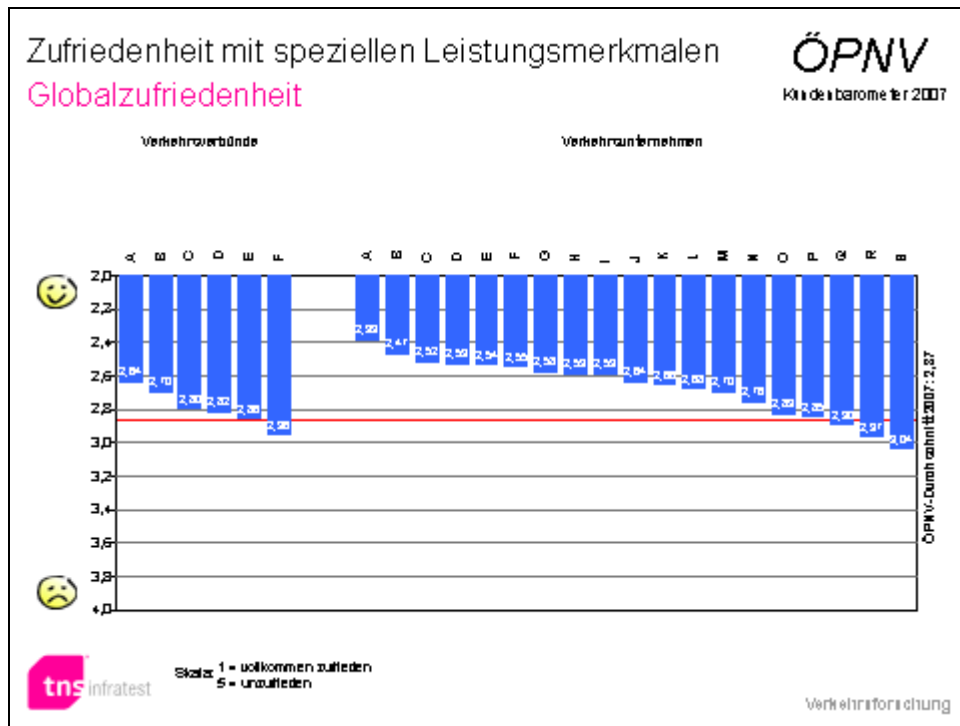


Abb. 2 Beispiel für grafische Auswertung der Gesamtergebnisse

Darüber hinaus erhalten Sie eine **Kurzfassung** der Ergebnisse des ÖPNV-Kundenbarometers („Die Spitzenreiter“). In diesem Kurzbericht werden für ausgewählte Leistungsbereiche die jeweils drei Unternehmen und Verbände mit den besten Bewertungen aus Sicht der Fahrgäste dargestellt (siehe Abb. 3).



Abb.3 Ergebnisse aus dem ÖPNV-Kundenbarometer 2007

Die tabellarische Auswertung für das Unternehmen bzw. den Verbund enthält alle Fragen im Total sowie Aufbrüche mit nachfolgenden Untergruppen: Nutzungshäufigkeit des ÖPNV, Fahrscheinart (Bartarif/Zeitkarte), Hauptverkehrsmittel, Geschlecht, Alter, Berufstätigkeit, Führerscheinbesitz und Pkw-Verfügbarkeit. In der Abbildung 4 ist als Beispiel eine Tabelle mit den angeführten Aufbrüchen dargestellt.


Seite 19

Tabelle 10: Globalzufriedenheit
Wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen des Verkehrsunternehmens insgesamt? Sind Sie ...?

	Total			PNV-Nutzungshäufigkeit			Zeitkarte/Bartarif		Kundengruppen			Hauptverkehrsmittel	
	oft	gelegentlich	selten	Zeitkarte	Bartarif	Stammkunde	Bartarif-Vollfahrer	Wenigfahrer	Stadtbahn	Stadtbus			
Beats ungewichtet	500	185	229	87	199	279	178	99	210	325	180		
Beats gewichtet (=100%)	500	185	229	87	202	279	182	93	209	329	182		
(1) vollkommen zufrieden	17.0	18.4	17.8	18.8	14.7	18.0	15.7	22.5	15.0	17.8	16.4		
(2) sehr zufrieden	34.0	37.9	34.2	24.5	38.7	28.4	38.4	37.1	28.9	34.8	31.8		
(3) zufrieden	43.4	39.5	45.1	47.3	39.8	47.0	41.9	34.5	50.8	41.5	49.0		
(4) weniger zufrieden	3.6	3.8	2.1	7.9	3.9	3.8	3.2	2.5	4.8	3.7	2.4		
(5) unzufrieden	1.8	2.8	1.0	2.0	1.9	1.4	0.8	3.5	2.0	2.0	0.4		
berzugt (1+2)	51.0	54.3	51.7	41.4	54.4	47.4	54.1	59.5	41.8	52.4	48.3		
entt. uscht (4+5)	5.4	6.2	3.2	9.9	5.9	5.2	4.0	6.0	6.8	5.7	2.8		
Durchschnitt (1-5)	2.99	2.98	2.95	2.93	2.99	2.41	2.95	2.27	2.82	2.97	2.98		
Standardabweichung	0.87	0.89	0.83	0.94	0.85	0.88	0.81	0.86	0.88	0.89	0.89		
keine Angabe	0.2	-	-	1.4	-	0.4	-	-	0.5	0.4	-		
Summe	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0		

Befragungszeitraum: TT.MM.-TT.MM.JJJJ

Bei der Interpretation der Ergebnisse ist die Gr. Gr. der jeweiligen Beats zu ber. stichtigen. Vor allem bei Gruppen von unter 200 ist die Fehlerbreitenbreite im Anhang zu beachten.



Seite 20

Tabelle 10: Globalzufriedenheit
Wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen des Verkehrsunternehmens insgesamt? Sind Sie ...?

	Total				Alter			Geschlecht				Berufst. ligit				F. hrenscheinsbesitz				Pkw-Verf. gbarkeit	
	bis 29	30-49	50-64	65+	M	W	volzt.	letz.	erbstet.	In Ausb.	Hausf./-man	Restru./Pens.	ja	nein	Innen/miet.	geleg.	nie				
Beats ungewichtet	600	142	170	89	89	210	290	182	78	21	100	48	84	414	88	349	109	89			
Beats gewichtet (=100%)	600	151	170	109	74	222	278	181	79	21	116	89	88	418	88	388	82	42			
(1) vollkommen zufrieden	17.0	11.1	17.3	20.7	23.3	15.7	18.1	17.8	12.4	24.9	13.4	17.7	21.8	17.2	18.3	18.1	14.9	13.1			
(2) sehr zufrieden	34.0	41.5	33.5	27.5	28.7	42.7	27.0	35.3	33.2	24.8	42.1	30.2	28.7	34.2	32.5	33.4	35.0	33.4			
(3) zufrieden	43.4	38.0	44.0	51.4	45.7	35.9	49.4	40.1	49.2	32.9	38.1	52.2	51.0	43.0	45.1	43.2	45.8	42.3			
(4) weniger zufrieden	3.6	7.4	3.9	0.4	-	3.3	3.9	3.8	3.1	2.1	8.5	-	-	3.4	4.9	3.9	3.3	2.3			
(5) unzufrieden	1.8	4.0	1.3	-	0.8	1.8	1.7	3.0	0.8	15.3	-	-	0.7	1.9	1.1	1.1	1.1	8.8			
berzugt (1+2)	51.0	52.6	50.8	48.2	51.9	58.4	45.0	53.0	45.5	49.7	55.5	47.8	48.4	51.4	48.8	51.5	49.9	48.5			
entt. uscht (4+5)	5.4	11.4	5.2	0.4	0.8	5.1	5.8	6.9	3.7	17.4	8.5	-	0.7	5.3	6.0	5.0	4.5	11.2			
Durchschnitt (1-5)	2.99	2.52	2.98	2.32	2.25	2.33	2.44	2.99	2.46	2.88	2.40	2.95	2.91	2.98	2.42	2.98	2.41	2.80			
Standardabweichung	0.87	0.89	0.86	0.80	0.85	0.85	0.89	0.89	0.78	1.34	0.88	0.77	0.83	0.87	0.88	0.88	0.83	1.05			
keine Angabe	0.2	-	-	-	1.8	0.5	-	1.8	-	-	-	-	-	0.3	-	0.3	-	-			
Summe	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0			

Befragungszeitraum: TT.MM.-TT.MM.JJJJ

Bei der Interpretation der Ergebnisse ist die Gr. Gr. der jeweiligen Beats zu ber. stichtigen. Vor allem bei Gruppen von unter 200 ist die Fehlerbreitenbreite im Anhang zu beachten.




Abb. 4 Tabellarische Auswertung für ein Unternehmen/Verbund

Des Weiteren erhalten Sie einen **tabellarischen Vergleich** über alle ÖPNV-Kundenbarometer-Teilnehmer über alle Fragen („Gesamttabellenband“). Die folgenden Tabellen sollen Ihnen die tabellarische Auswertung der Teilnehmer im Vergleich verdeutlichen (Abb.5).

Tabella 10: Globalzufriedenheit Verkehrsverbände
Wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen des Verkehrsverbundes insgesamt? Sind Sie ...?

Seite 1

	Verkehrsverbände					
	A	B	C	D	E	F
Basise gewichtet (=100%)	1000 %	1000 %	1001 %	500 %	1000 %	700 %
(1) vollkommen zufrieden	10.1	7.8	7.3	6.7	9.8	5.9
(2) sehr zufrieden	25.7	24.7	15.7	25.3	23.3	22.6
(3) zufrieden	50.8	51.8	55.1	51.7	57.8	55.0
(4) weniger zufrieden	9.7	12.0	15.0	11.7	4.3	12.4
(5) unzufrieden	3.2	4.1	5.8	4.2	1.8	4.1
berzuegt (1+2)	35.8	32.3	23.0	32.0	33.1	28.5
entf. uecht (4+5)	12.9	16.0	20.7	16.0	6.1	16.5
Durchschnitt (1-5)	2.70	2.80	2.96	2.82	2.94	2.98
Standardabweichung	0.80	0.88	0.82	0.88	0.80	0.88
keine Angabe	0.4	0.1	1.1	0.5	3.0	-
Summe	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Befragungszeitraum: TT.MM.-TT.MM.JJJJ

Bei der Interpretation der Ergebnisse ist die Gr. der jeweiligen Basis zu ber. uechtigen. Vor allem bei Gruppen von unter 200 ist die Fehlerratenrate bei Anhang zu beachten.




Tabella 10: Globalzufriedenheit Verkehrsunternehmen
Wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen des Verkehrsunternehmens insgesamt? Sind Sie ...?

Seite 2

	Verkehrsunternehmen																			
	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	
Basise gewichtet (=100%)	200 %	602 %	600 %	670 %	452 %	500 %	605 %	700 %	600 %	600 %	200 %	1001 %	422 %	200 %	501 %	200 %	344 %	1204 %	500 %	
(1) vollkommen zufrieden	11.2	11.2	13.1	9.7	4.8	17.0	10.2	15.8	10.4	7.8	13.3	8.4	9.8	8.1	12.2	12.8	8.0	8.7	13.7	
(2) sehr zufrieden	23.2	25.8	29.8	29.9	14.2	34.0	19.0	32.3	25.4	15.4	33.2	17.8	34.9	23.5	31.8	30.6	20.1	25.4	25.2	
(3) zufrieden	48.3	52.3	48.9	54.2	60.0	43.4	53.0	42.4	52.4	55.8	44.0	54.8	44.9	59.7	48.8	47.1	52.4	50.7	50.3	
(4) weniger zufrieden	8.9	8.3	6.9	5.5	14.1	3.8	12.8	7.8	8.8	13.3	5.8	13.0	6.0	6.5	5.7	8.4	12.2	11.4	7.7	
(5) unzufrieden	4.5	2.8	2.3	1.1	6.5	1.8	5.0	1.7	3.0	7.3	3.3	5.8	3.5	1.8	1.7	1.1	5.7	3.6	1.9	
berzuegt (1+2)	40.4	36.8	42.7	38.8	18.9	51.0	29.1	48.1	35.8	23.2	48.4	28.2	44.8	31.8	44.0	43.4	28.1	34.1	38.8	
entf. uecht (4+5)	11.4	10.9	9.2	6.6	20.7	5.4	17.8	9.3	11.8	20.8	9.1	18.8	9.5	8.1	7.3	9.5	17.9	15.0	9.6	
Durchschnitt (1-5)	2.64	2.66	2.55	2.59	3.04	2.39	2.83	2.47	2.68	2.97	2.52	2.90	2.59	2.70	2.53	2.54	2.85	2.78	2.89	
Standardabweichung	0.93	0.88	0.89	0.79	0.98	0.87	0.95	0.91	0.88	0.95	0.91	0.83	0.88	0.78	0.84	0.86	0.95	0.90	0.89	
keine Angabe	-	-	1.2	0.6	0.4	0.2	0.2	0.2	0.2	0.6	0.5	0.3	1.0	0.6	-	-	0.6	0.2	1.2	
Summe	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

Befragungszeitraum: TT.MM.-TT.MM.JJJJ

Bei der Interpretation der Ergebnisse ist die Gr. der jeweiligen Basis zu ber. uechtigen. Vor allem bei Gruppen von unter 200 ist die Fehlerratenrate bei Anhang zu beachten.




Abb. 5 Beispiel für tabellarische Gesamtauswertung

Das ÖPNV-Kundenbarometer

Grundüberlegungen im Rahmen des Modells

Ein modernes Dienstleistungsunternehmen muss darauf bedacht sein, die Kunden zufrieden zu stellen. Dies geschieht nicht als Selbstzweck, sondern aus der Notwendigkeit heraus, die Kundenbindung zu erhöhen. Denn die Kundenzufriedenheit beeinflusst direkt die Wiederwahl und die Nachfrage des Angebotes sowie dessen Weiterempfehlung. Insgesamt wird eine stärkere Loyalität des Kunden dem Dienstleister gegenüber festzustellen sein (Abwanderungsresistenz), was nichts anderes bedeutet als eine verstärkte Kundenbindung.

Daher muss auch die Kundenzufriedenheit vor allem in den relevanten Bereichen verbessert werden, d.h. in den Bereichen, die der Kunde – wenn er zufrieden ist - mit erhöhter Nutzungshäufigkeit und Abwanderungs-Resistenz und möglicherweise mit gesteigerter Weiterempfehlungsrate quittiert. Es müssen vor allem die Bereiche verbessert werden, die für die Kundenbindung wichtig sind. Wie wichtig sind die einzelnen Leistungsmerkmale? Je stärker der gemessene Zusammenhang zwischen der jeweiligen Zufriedenheit mit den einzelnen Leistungsmerkmalen und der Globalzufriedenheit ist, desto größer ist die reale Bedeutung der Merkmale und desto eher ist damit die Globalzufriedenheit positiv oder negativ zu beeinflussen.

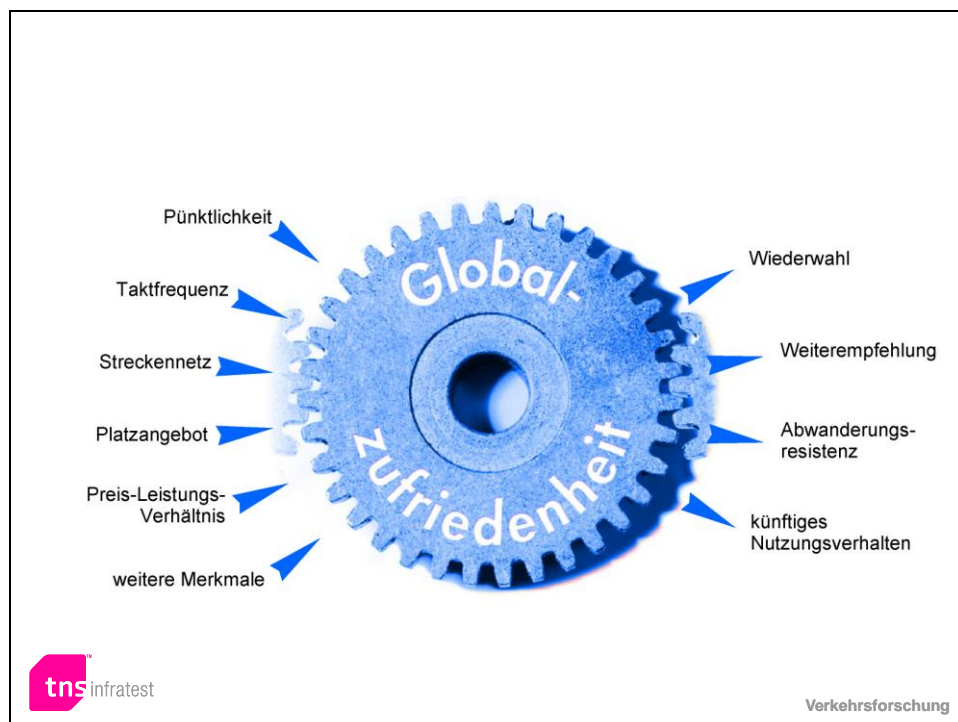


Abb. 6 Modell des ÖPNV-Kundenbarometers

Zufriedenheit ist keine starre Größe, sondern abhängig von den Erwartungen der Kunden. Anhand des Vergleichs der Erwartungen mit den erhaltenen Leistungen lassen sich drei Kundengruppen identifizieren:

Der Kunde erhält mehr, als er erwartet hat = überzeugte Kunden,
 er erhält in etwa, was er erwartet hat = zufriedengestellte Kunden,
 er erhält weniger, als er erwartet hat = enttäuschte Kunden.

Diese asymmetrische 5er-Skala (vollkommen zufrieden - sehr zufrieden - zufrieden - weniger zufrieden - unzufrieden) ist in über 300.000 Interviews des Kundenmonitor Deutschland erprobt worden und wird instituts- und branchenübergreifend eingesetzt. Die Befragten antworten anhand einer Verbal-Skala, die inhaltlich definiert wird, und nicht anhand einer numerischen Skala (zwischen 1 und 5).

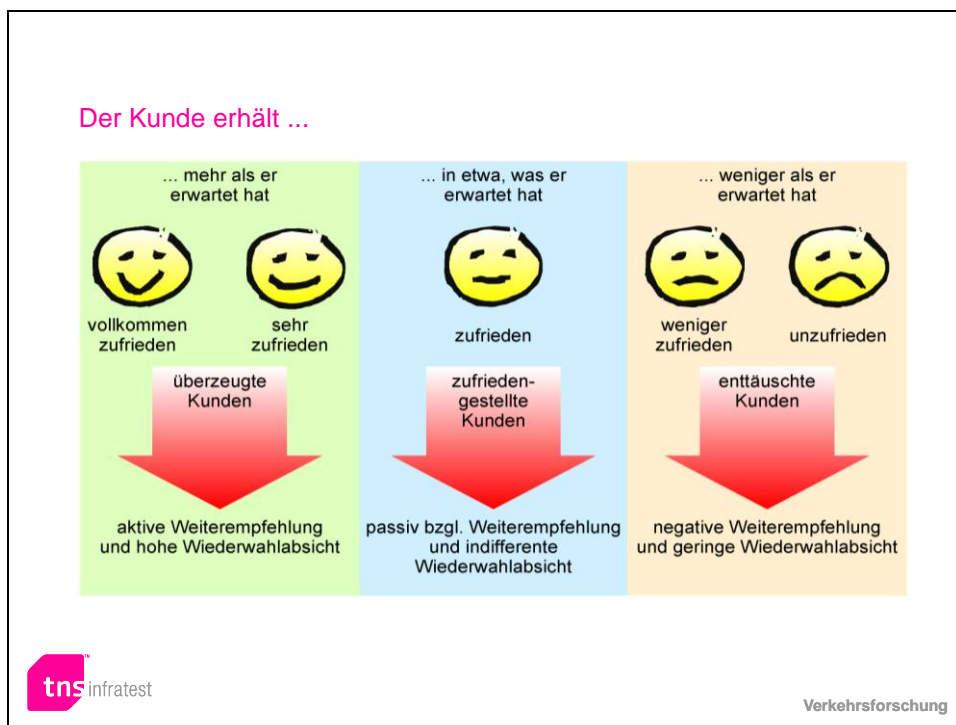


Abb. 7 Die Kundenzufriedenheits-Skala

Auswertungsmodell

Die Studie verfolgt den Zweck, die Zufriedenheit von ÖPNV-Kunden festzustellen, wichtige Leistungsbereiche festzustellen und Kennzahlen für Kundenzufriedenheit und Kundenbindung zur Verfügung zu stellen. Insbesondere sollen für einzelne Verkehrsunternehmen und Verkehrsverbände repräsentative Vergleichszahlen zur Verfügung gestellt werden.

Grundlage des im folgenden beschriebenen Auswertungsmodells ist eine differenzierte Erhebung einzelner Zufriedenheitswerte anhand einer ausführlichen Liste von Leistungsmerkmalen. Um die Kundenzufriedenheit zu messen, ist es notwendig, eine Erwartung mit einer erlebten Leistung zu vergleichen. Aus diesen Gründen wird die beschriebene Skala des Kundenmonitors Deutschland über-

nommen. Die Asymmetrie erklärt sich aus der Absicht, die positiven Wertungen - die erfahrungsgemäß häufiger genannt werden - noch besser differenzieren zu können.

In einem ersten Schritt erfolgt eine Beschreibung der Kundenzufriedenheit mit den einzelnen Leistungsmerkmalen. Die Zufriedenheit der Kunden wird für jedes einzelne Merkmal auf der 5er-Skala des Kundenbarometers ermittelt. Für jedes dieser Merkmale werden die Werte für die jeweilige Zufriedenheit ausgewiesen. Diese Zufriedenheitswerte werden in eine Rangreihe gebracht, um Stärken und Schwächen schnell erkennen zu können.

Bei der Analyse der Kundenzufriedenheit reicht es nicht aus, lediglich einzelne Zufriedenheitswerte und die Globalzufriedenheit unabhängig voneinander zu betrachten. Eine weitergehende Beschreibung bezieht sich auf die **reale Bedeutung** der Zufriedenheitswerte: Eine hohe Zufriedenheit mit einem wichtigen Merkmal ist für die Globalzufriedenheit von größerer Bedeutung als eine hohe Zufriedenheit mit einem weniger wichtigen Merkmal.

In einem **zweiten Schritt** erfolgt daher die Ermittlung der realen Bedeutung der einzelnen Leistungsmerkmale. Die Grundüberlegung im Rahmen des Modells besteht darin, dass die Stärke des Zusammenhangs zwischen der Zufriedenheit mit den einzelnen Leistungsmerkmalen und der Globalzufriedenheit ein Indiz für die reale Bedeutung der Merkmale ist. Wenn z.B. die Zufriedenheit mit der Freundlichkeit des Personals eng mit der Globalzufriedenheit zusammenhängt (korreliert), ist dieses Merkmal wichtiger als andere, weniger stark mit der Globalzufriedenheit zusammenhängende Merkmale. Anhand der Korrelation der einzelnen Leistungsmerkmale mit der Globalzufriedenheit wird die reale Bedeutung der einzelnen Zufriedenheitswerte ermittelt.

Die Darstellung der realen Bedeutung erfolgt mit Hilfe der sogenannten Handlungsrelevanz-Matrix. In dieser Matrix werden die Kundenzufriedenheitswerte bezüglich der einzelnen Leistungsmerkmale gemeinsam mit der realen Bedeutung dieser Leistungsmerkmale dargestellt.

Um die Leistungsmerkmale, die für den Kunden zufriedenstellend angeboten werden, von denen, die nicht zufriedenstellend angeboten werden, unterscheiden zu können, ist ein Maßstab notwendig. Der aktuelle Durchschnittswert der Globalzufriedenheit bezogen auf den ÖPNV in ganz Deutschland (repräsentativ) wird als Trennlinie zwischen zufriedenstellend und nichtzufriedenstellend angebotenen Leistungsmerkmalen verwendet. So ist es möglich, die einzelnen Leistungsmerkmale jeweils mit der Gesamtbeurteilung des ÖPNV zu vergleichen.

Bei einer grafischen Verknüpfung der realen Bedeutung von Leistungsmerkmalen mit der Kundenzufriedenheit ergibt sich ein zweidimensionales Koordinatensystem, auf dessen X-Achse die reale Bedeutung abgetragen wird, die Y-Achse zeigt die tatsächlich erreichte Kundenzufriedenheit. Je höher die reale Bedeutung der Leistungsmerkmale, desto wichtiger ist es, diese entsprechenden Leistungsmerkmale auch zufriedenstellend anzubieten. Bei geringer Kundenzufriedenheit bezüglich der einzelnen Leistungsmerkmale wird die Handlungsrelevanz um so größer, je höher die Bedeutung ist.

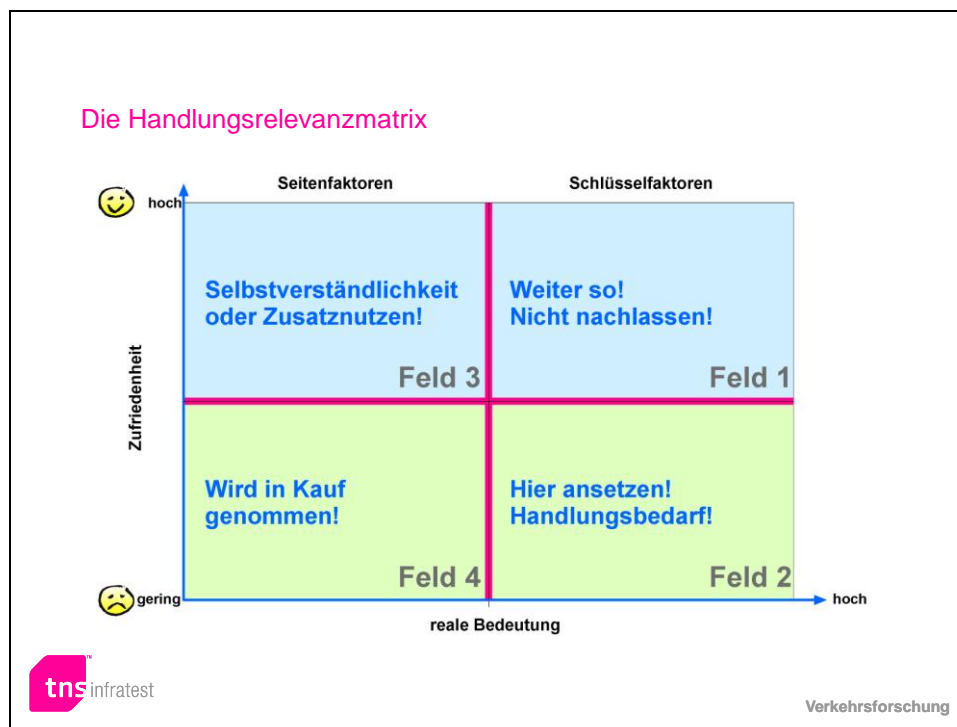


Abb. 8 Handlungsrelevanz-Matrix

Durch die zwei Trennlinien entsteht eine Vierfelder-Matrix, mit deren Hilfe unterschiedliche Handlungsrelevanz-Typen identifiziert werden können. Die waagerechte Unterteilung wird vom ÖPNV-Branchen-Durchschnittswert der Globalzufriedenheit in Deutschland (aus der repräsentativen Untersuchung in ganz Deutschland) gebildet. Dadurch werden die Leistungsmerkmale in unter- und überdurchschnittlich bewertete Merkmale - verglichen mit der Globalzufriedenheit des ÖPNV-Durchschnitts - aufgeteilt. Eine senkrechte Unterteilung erfolgt nach der Stärke des Zusammenhangs zwischen der Zufriedenheit bei den einzelnen Leistungsmerkmalen und der Globalzufriedenheit. Als Trennlinie wird der Median gewählt.

Insgesamt ergeben sich vier Felder, die unterschiedliche Handlungsrelevanz signalisieren

(Siehe Abb. 8).