

Combined Competence

Software | Market Research | Employee Research

ROGator

EXPERTS IN FEEDBACK & SOFTWARE

Presseinformation

Rogator / exeo untersuchen innerstädtische Mobilitätsveränderungen durch die Corona-Krise in Deutschland, Österreich, der Schweiz und in Schweden:



„ÖPNV: Kontaktängste und veränderte Arbeitsorganisation bestimmen die Nachfrageentwicklung bei Bussen und Bahnen in 2021“

Datum: Nürnberg, 12. Januar 2021

Verantwortlich für die Studie:

Johannes Hercher

ROGator
EXPERTS IN FEEDBACK & SOFTWARE

Rogator AG

Emmericher Straße 17, D-90411 Nürnberg
Tel: +49 (0) 911 8100 558
Fax: +49 (0) 911 8100 570
j.hercher@rogator.de
www.rogator.de

Prof. Dr. Andreas Krämer

exeo
Strategic Consulting AG

exeo Strategic Consulting AG

Wittelsbacherring 24, D-53115 Bonn
Tel: +49 (0) 178 256 22 41
Fax: +49 (0) 228 629 78 51
andreas.kraemer@exeo-consulting.com
www.exeo-consulting.com



Vorstand: Johannes Hercher
Vorsitzender des Aufsichtsrates: Dr. Stephan Raum
Registernr.: Nürnberg HRB 19335 USt.-IdNr. DE222205375

Rogator AG
Emmericher Str. 17
D - 90411 Nürnberg

fon: +49 911 8100 - 550
fax: +49 911 8100 - 570
mail: info@rogator.de

„ÖPNV: Kontaktängste und veränderte Arbeitsorganisation bestimmen die Nachfrageentwicklung bei Bussen und Bahnen in 2021“

Veränderte Mobilitätsstrukturen in Stadtgebieten: Verlierer ist der ÖPNV / Kundenbindung bei Nutzern von Verbund-ABOs mit Fragezeichen / Gefühlte Unsicherheit der Kunden vor einer Ansteckung trotz Maskenpflicht in öffentlichen Verkehrsmitteln hoch / Top-Thema: Kontrolle und Durchsetzung der Maskenpflicht im ÖPNV

Vor der Krise noch auf einem stetigen Wachstumspfad hat sich das ÖPNV-Fahrtenvolumen kurzzeitig Richtung Null bewegt, um sich nach Ende des ersten Lockdowns ab Mai 2020 wieder zu erholen. Abschätzungen der „Nationalen Plattform Zukunft der Mobilität“ gingen vor der Corona-Pandemie davon aus, dass die CO₂-Reduzierungsziele im Verkehrssektor erreichbar sind, falls der Modal-Split des ÖPNV am Gesamtverkehr bis 2030 um ein Drittel ansteigt. Allerdings wurde die langjährig positive Entwicklung im ÖPNV durch die Corona-Krise dramatisch unterbrochen. Umso mehr stellt sich die Frage, welche Entwicklungsmöglichkeiten für Busse und Bahnen bis zum Ende und nach der Pandemie bestehen.

„Besondere Herausforderungen für eine positive Nachfrageentwicklung von Bussen und Bahnen in 2021 sind zum einen die weiter bestehenden Kontaktängste der Kunden in den Fahrzeugen. Denn diese werden auch bestehen bleiben, wenn größere Anteile der Bevölkerung geimpft sind. Und zum anderen zeigt sich die veränderte Arbeitsorganisation (häufig mit dem Stichwort Homeoffice gleichgesetzt) als große Herausforderung“, betont Johannes Hercher, Vorstand der Rogator AG.

Die Ergebnisse der Studie im Überblick:

Veränderte Mobilitätsstrukturen in Stadtgebieten: Verlierer ist der ÖPNV

Der ÖPNV verliert in der Corona-Krise zweifach: Erstens ist die Mobilität während der Corona-Krise in Städten insgesamt gesunken. Während 2018 noch 42 % der Befragten angaben, jeden Tag im Stadtgebiet unterwegs zu sein, ist der korrespondierende Werte im Nov./Dez. 2020 auf 22 % zurückgegangen (ein starker Treiber ist dabei die Tätigkeit im Homeoffice). Lag der Anteil von Personen, die nicht im Stadtgebiet unterwegs sind in 2018 bei ca. 4 %, hat sich dieser in Zeiten von Corona mehr als verdoppelt (9 %). Zweitens hat eine Verlagerung zwischen den Verkehrsmitteln stattgefunden, und zwar zu Lasten des ÖPNV. Eine Nutzung von Bahn/S-Bahn/U-Bahn/Straßenbahn geben aktuell nur 15 % der im Stadtgebiet mobilen Bevölkerung an (2018: 26 %), bei Bussen sind dies 18 % (2018: 22 %). Weiterhin dominierend ist der Pkw als Verkehrsmittel. Einen starken Zuwachs bei der Nutzerquote erreicht das Fahrrad (aktuell 26 % vs. 19 % in 2018) und die Mitfahrt im Pkw (aktuell 13 % vs. 8 % in 2018). Zwar lassen sich auch Zuwächse im Bereich der Sharing Economy identifizieren, diese spielen aber weiterhin für die Stadtmobilität nur eine eingeschränkte Rolle.

Kundenbindung bei Nutzern von Verbund-ABOs mit Fragezeichen

Für die örtlichen Verkehrsunternehmen haben die Besitzer von Zeitkarten eine strategische Bedeutung, entfallen doch die größten Anteile der Fahrten und Einnahmen auf dieses Kundensegment. In Deutschland besitzen 19 % der Befragten ein Verbund-ABO (25 % in Öster-

reich, 27 % in der Schweiz und 21 % in Schweden). Mehr als jeder zehnte ABO-Besitzer beabsichtigt, das Verbund-ABO zukünftig nicht mehr zu nutzen. Bei Befragten mit Besitz eines Verbund-ABOs und mehr als 50 % Tätigkeit im Homeoffice ist das „Exit-Risiko“ aus dem ABO stark erhöht (16 % vs. 8 % bei Tätigkeit ohne Homeoffice). In den Ergebnissen kommt einerseits eine überwiegend hohe Loyalität der ÖPNV-Stammkunden zum Ausdruck, andererseits auch die zukünftig zunehmende Arbeit von zuhause als Treiber für den ABO-Bestand. Geeignete Maßnahmen, um einen Bestandsrückgang bei Abonnenten zu vermeiden, werden aktuell stark diskutiert. Dabei stehen vielfach alternative Ticketmodelle im Vordergrund.

Gefühlte Unsicherheit der Kunden vor einer Ansteckung trotz Maskenpflicht ist in öffentlichen Verkehrsmitteln hoch

Auch fast ein dreiviertel Jahr nach Ausbruch der Pandemie spielen die Aspekte Maskenpflicht und Abstandsregelungen eine weiterhin wichtige Rolle. In der Schweiz fühlen sich 63 % der Befragten durch die Maskenpflicht in öffentlichen Verkehrsmitteln sicher vor einer Ansteckung, 37 % fühlen sich trotz Maskenpflicht nicht sicher. Deutlich schlechter ist die Momentaufnahme für Deutschland: Nur 42 % der Deutschen fühlen sich im ÖPNV sicher vor einer Infektion, 58 % dagegen nicht. Bei älteren Fahrgästen ist die gefühlte Unsicherheit besonders groß. Die kritischen Ergebnisse für Deutschland haben auch dann Bestand, wenn nur die ABO-Besitzer als Stammkunden des ÖPNV untersucht werden.

Top-Thema: Kontrolle und Durchsetzung der Maskenpflicht im ÖPNV

Kontrolle und Durchsetzung der Maskenpflicht im ÖPNV werden von den Befragten in der DACH-Region als Top-Maßnahmen zur Förderung des ÖPNV während der Corona-Krise bewertet (53 % in Deutschland, 55 % in Österreich, 49 % in der Schweiz). Ebenfalls hoher Handlungsbedarf betrifft Aspekte wie Kontrolle und Durchsetzung klarer Abstandsregelungen in Bussen und Bahnen, Hinweise auf Einhaltung der Masken- und Abstandsregeln, Verbesserung der Hygiene in den Fahrzeugen (Desinfektion, Reinigung) und Bereitstellung von zusätzlicher Fahrzeug-Kapazität. Ungefähr jeder vierte Studienteilnehmer sieht tarifliche Maßnahmen (z.B. Flexibilisierung von ABO-Angeboten, neue Ticketangebote) als geeignete Instrumentarien zur Nachfragesteigerung im ÖPNV.

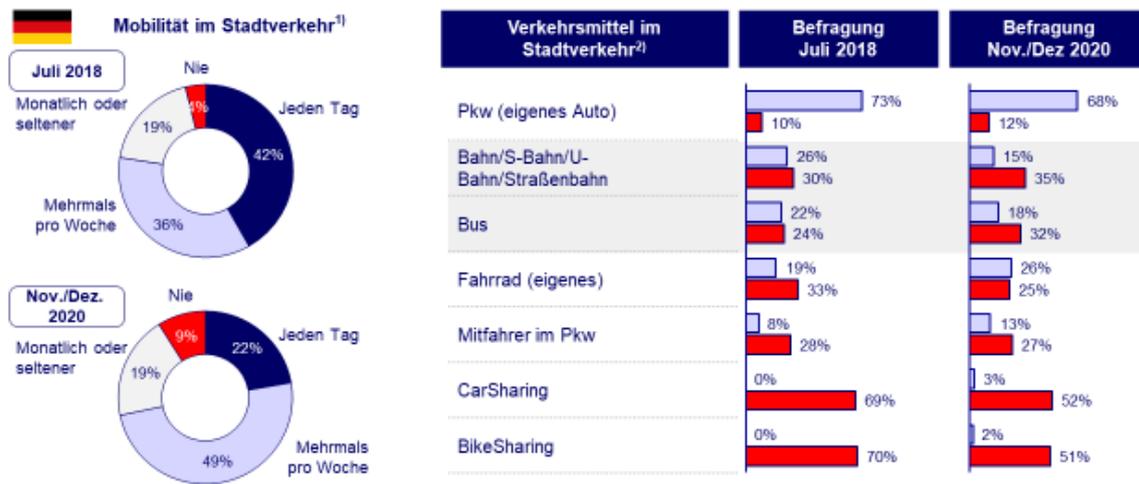
Langfristig ergeben sich für die Verkehrsunternehmen sehr wohl Chancen für die Rückgewinnung von Kunden, die während der Corona-Krise an andere Verkehrsmittel verloren gegangen sind. So sind die Angaben der Befragten zur ÖPNV-Nutzung vor und nach der Corona-Krise relativ ähnlich. Umso wichtiger ist, dass durch geeignete Maßnahmen und eine zielgerichtete Kommunikation ein Vertrauensaufbau erfolgt.

„Die Studienergebnisse sind insofern ernüchternd, als dass auch nach vielen Monaten mit verordneter Maskenpflicht eine ernst zu nehmende Unzufriedenheit mit der Umsetzung der Masken- und Abstandsregelungen besteht. Auch wenn Verstöße gegen die Regelungen objektiv eine absolute Ausnahme darstellen sollten, sind sie subjektiv stark präsent und führen bei den Fahrgästen zu Verunsicherung“, resümiert Prof. Dr. Andreas Krämer, CEO der exeo Strategic Consulting AG und Co-Autor der aktuellen Studie OpinionTRAIN.

Kostenfreier Studienbericht: <https://www.rogator.de/oepnv-kontaktaengste-arbeitsorganisation-nachfrageentwicklung-bussen-bahnen-2021/>

Während der Corona-Krise ist die Mobilität in Städten verringert – zusätzlich ist eine Verlagerung zwischen den Verkehrsmitteln erkennbar

Opinion
TRAIN



- Wie häufig sind Sie persönlich seit März 2020 im Stadtverkehr (eigener Wohnort oder andere Stadt) unterwegs? In 2018 Frage bezogen auf die letzten 12 Monate
- Welche Verkehrsmittel nutzen Sie, wenn Sie innerhalb der Stadt unterwegs sind? (Geändert in 2020: Welche Verkehrsmittel nutzen Sie seit März 2020, wenn Sie innerhalb der Stadt unterwegs sind?). Und: Welche dieser Verkehrsmittel kommen grundsätzlich nicht in Betracht, wenn Sie innerhalb der Stadt unterwegs sind?

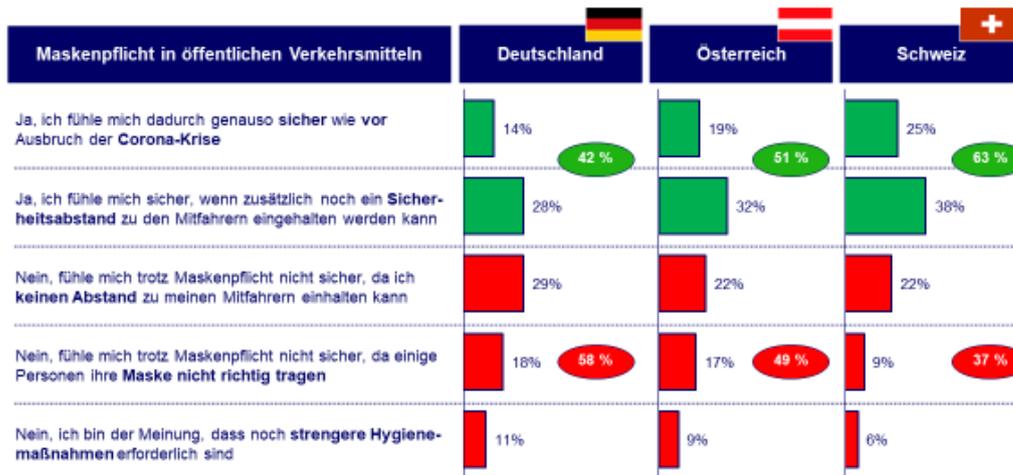
Genutzt (blau), Kommt nicht in Frage (rot)

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

In der Schweiz fühlen sich 63 % der Befragten durch die Maskenpflicht in öffentlichen Verkehrsmitteln sicher vor einer Ansteckung (D: 42 %)

Opinion
TRAIN

Bewertung der Maskenpflicht in öffentlichen Verkehrsmitteln (% aller Befragten)¹⁾



- Fühlen Sie sich durch die Maskenpflicht in öffentlichen Verkehrsmitteln sicher vor einer Ansteckung? Alle Befragten.

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

Hintergrund der Studie: „OpinionTRAIN“ ist eine repräsentativ angelegte Studie zur Bewertung von Trends und des Wertewandels in der Bevölkerung (Kooperation von der Rogator AG und der exeo Strategic Consulting AG). Grundlage der Untersuchung ist eine Online-Befragung von 2.500 Personen (18 - 80 Jahre) in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Schweden. Im Nov./Dez. 2020 wurde die zweite Erhebung durchgeführt (2. Lockdown), nachdem die erste Erhebung (Apr./Mai 2020) die Situation der Menschen zur Zeit des ersten Lockdowns beleuchtete.

Über die Herausgeber der Studienreihe „OpinionTRAIN“

Rogator AG

Die Rogator AG steht seit **20 Jahren** für **leistungsstarke Software** und **erfolgreiche Online-Forschung**. Erfolgsgarant des Unternehmens ist dabei die Kombination aus zuverlässigen Softwareprodukten, fundierten methodischen Kenntnissen im **Online-Kunden- und Mitarbeiterfeedback** sowie einem umfassenden Full-Service-Angebot: „**Combined Competence**“ für jedes Befragungsprojekt. Getreu der Philosophie „more than you ask for“ denkt Rogator dabei immer einen Schritt weiter für maximale Kundenorientierung sowie innovative, maßgeschneiderte und sichere Lösungen. Qualität und Datenschutz bilden dabei die Basis des Handelns. Johannes Hercher ist Vorstand der Rogator AG.

exeo Strategic Consulting AG

Die exeo Strategic Consulting AG mit Sitz in Bonn wurde im Jahr 2000 gegründet und ist auf die datenbasierte Entscheidungsunterstützung im Marketing ausgerichtet. Schwerpunkte der Beratungsgesellschaft liegen im Bereich Mobilitäts-, Kundenwert- und Preismanagement. Zur Erarbeitung konkreter Empfehlungen setzt exeo auf die Verknüpfung unterschiedlicher Datenquellen, zu denen auch innovative Befragungen zählen. Prof. Dr. Andreas Krämer ist Vorstandsvorsitzender der exeo Strategic Consulting AG in Bonn und unterrichtet u.a. Preismanagement, CRM, Marktforschung und Statistik an der University of Applied Sciences Europe, Fachbereich Wirtschaft in Iserlohn. Seit 2014 hat er eine Professur für Pricing und Customer Value Management.

Die Studienreihen „OpinionTRAIN“, „Pricing Lab“ und „MobilitätsTRENDS“ sind **Kooperationsprojekte** der **Rogator AG** und der **exeo Strategic Consulting AG**.