

Kundenzufriedenheitsmessung 2011

SVP Stadtverkehr Pforzheim / Veolia-Verkehr-Gruppe

August 2011



Dipl.-Soziologin Karin Hagstotz
Dipl.-Betriebswirt (FH) Christian Weiß

HAGSTOTZ · ITM GmbH
St.-André-Str. 9, 75203 Königsbach-Stein

Telefon 0 72 32 / 3 19 09 - 0, Fax: 0 72 32 / 3 19 09 - 19
www.hagstotz-itm.de, E-Mail: info@hagstotz-itm.de



Unsere Themen

- 1. Aufgabenstellung und Untersuchungsmethode**
- 2. Struktur der Kunden und Nichtkunden**
- 3. Kunden der SVP**
 - 3.1 Nutzungsverhalten
 - 3.2 Fahrkarten-Kauf und Kenntnis der Kundenrechte
 - 3.3 Gesamtzufriedenheit
 - 3.4 Einzelzufriedenheiten
- 4. Nichtkunden: Barrieren der Nutzung**
- 5. Zusammenfassung und Empfehlungen**

Unsere Themen

- 1. Aufgabenstellung und Untersuchungsmethode**
- 2. Struktur der Kunden und Nichtkunden**
- 3. Kunden der SVP**
 - 3.1 Nutzungsverhalten
 - 3.2 Fahrkarten-Kauf und Kenntnis der Kundenrechte
 - 3.3 Gesamtzufriedenheit
 - 3.4 Einzelzufriedenheiten
- 4. Nichtkunden: Barrieren der Nutzung**
- 5. Zusammenfassung und Empfehlungen**

Aufgabenstellung

- Im Zusammenhang mit der Übernahme der Pforzheimer Verkehrsbetriebe durch die Veolia-Verkehr-Gruppe wurde mit der Stadt Pforzheim ein Verkehrsvertrag geschlossen, der Vorgaben zur Messung von Kundenzufriedenheit beinhaltet. Die erste Zufriedenheitsmessung erfolgte im Jahr 2007.
- Entsprechend diesen Anforderungen wurden folgende Rahmenbedingungen für die Studie 2011 berücksichtigt:
 - Befragung von Kunden und Nichtkunden (Bevölkerungsrepräsentativ für Pforzheim)
 - Beibehaltung wesentlicher Fragestellungen für Zeitvergleiche und Anpassungen an aktuelle Fragestellungen. 2011 wurden drei neue Leistungsmerkmale aufgenommen.
- Die Studie soll insbesondere zu folgenden Themen Aufschluss geben:
 - Soziodemografische Struktur von Kunden und Nichtkunden
 - Gesamtzufriedenheit mit SVP
 - Einzelzufriedenheiten mit wesentlichen SVP-Leistungsmerkmalen
 - Nutzungsbarrieren von Nichtkunden
- Die Ergebnis-Präsentation schließt einen Vergleich zu den Vormessungen in den Jahren 2007 und 2010 ein.

Hintergrundinformation

- Ende Juni kam es beim SVP zu Betriebsausfällen. Hintergrund war eine Auseinandersetzung um eine geplante Fahrergesellschaft. Daraufhin kam es Ausfällen von mehreren Fahrten auf unterschiedlichen Buslinien im Stadtgebiet Pforzheim.
- Aufgrund dieser Ereignisse wurde die telefonische Erhebung der Kundenzufriedenheit um eineinhalb Wochen nach hinten verschoben, bis die Sachlage geklärt war.
- Da bereits im Vorfeld vermutet wurde, dass sich diese Ereignisse negativ in der Kundenmeinung niederschlagen könnten, wurde eine Zusatzfrage zur Art der Betroffenheit der Betriebsausfälle am Ende des Fragebogens aufgenommen.
- Mittels dieser Frage können zentrale Ergebnisse, wie die Gesamt- und Einzelzufriedenheiten differenziert nach „Betroffene“, „Nichtbetroffene“ der Betriebsausfälle unterschieden werden.

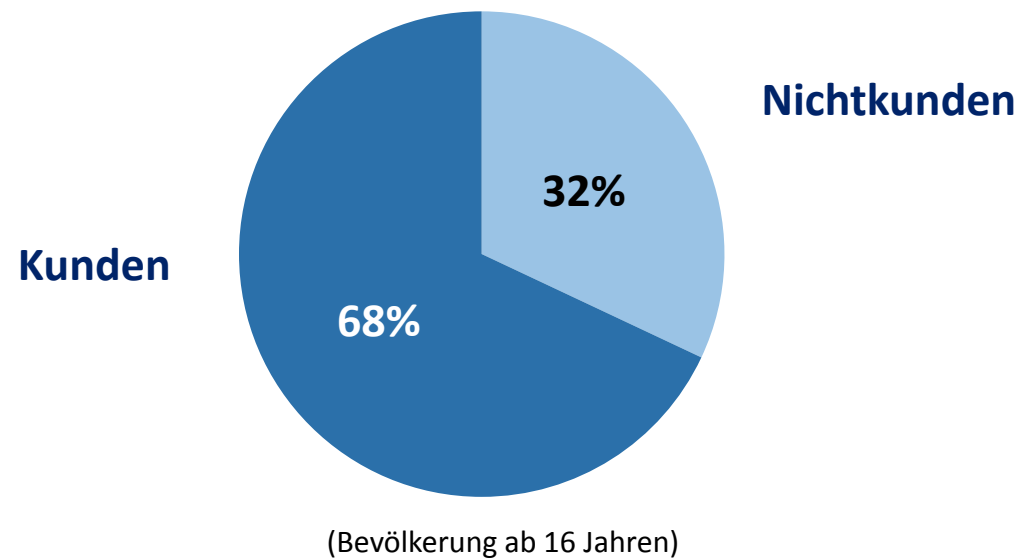
Untersuchungsmethode

- Vorliegende Kundenzufriedenheitsmessung basiert auf einer repräsentativen Bevölkerungstichprobe für den Stadtkreis Pforzheim (= Geschäftsgebiet der SVP).
- Telefonische Befragung (CATI) anhand eines standardisierten Fragebogens
- Ein Langzeitvergleich ist ab dem Jahr 2007 möglich
- Befragungszeitraum: KW 27 bis KW 29 2011
- Fallzahlen: 500 Kunden und 500 Nichtkunden
- Gewichtung:
Zur Sicherstellung repräsentativer Ergebnisse wurden wesentliche soziodemografische Merkmale der Stichprobe mit der soziodemografischen Struktur des Stadtkreises Pforzheim verglichen und gewichtet nach den Merkmalen Geschlecht und Alter.

Unsere Themen

- 1. Aufgabenstellung und Untersuchungsmethode**
- 2. Struktur der Kunden und Nichtkunden**
- 3. Kunden der SVP**
 - 3.1 Nutzungsverhalten
 - 3.2 Fahrkarten-Kauf und Kenntnis der Kundenrechte
 - 3.3 Gesamtzufriedenheit
 - 3.4 Einzelzufriedenheiten
- 4. Nichtkunden: Barrieren der Nutzung**
- 5. Zusammenfassung und Empfehlungen**

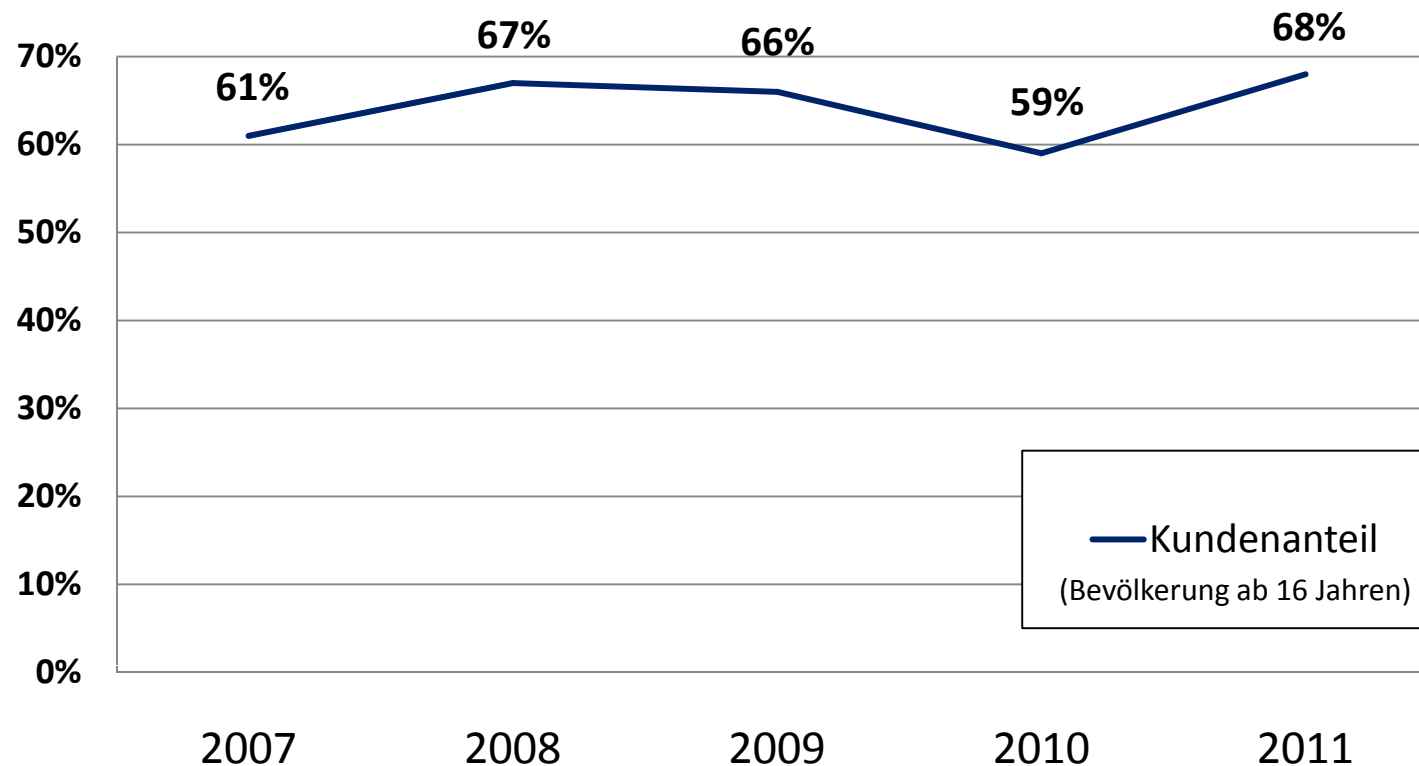
SVP Kundenanteil 2011



Zwei Drittel der Pforzheimer Bevölkerung ab 16 Jahren hat im letzten halben Jahr die SVP-Busse genutzt.

Basis: n=739, Quotenmerkmal: Kundenstatus

SVP Kundenanteil von 2007 bis 2011

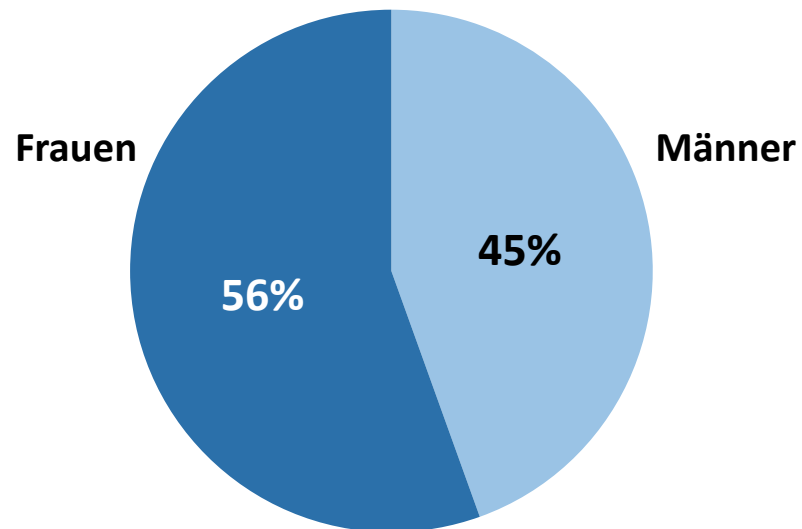


Nach einem Rückgang im Vorjahr befindet sich der Kundenanteil 2011 auf einem Höchststand.

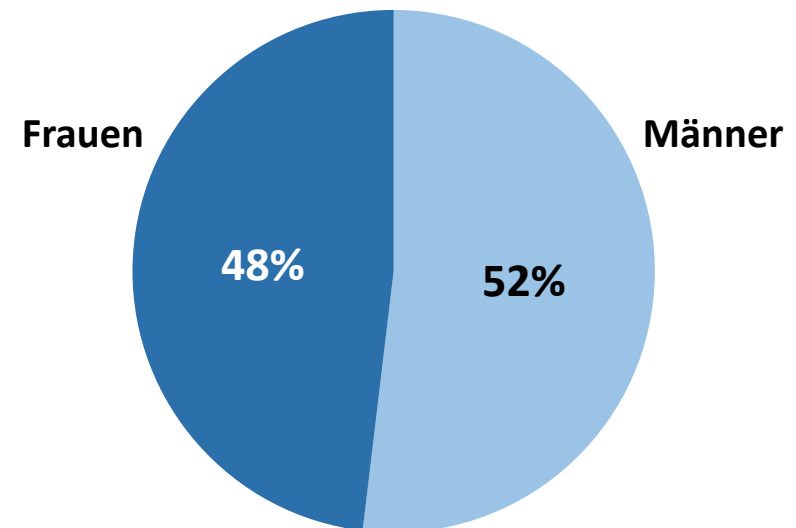
Basis: 2007/2008/2009/2010/2011, n=796/736/746/829/739, Quotenmerkmal: Kundenstatus

Geschlecht

Kunden:

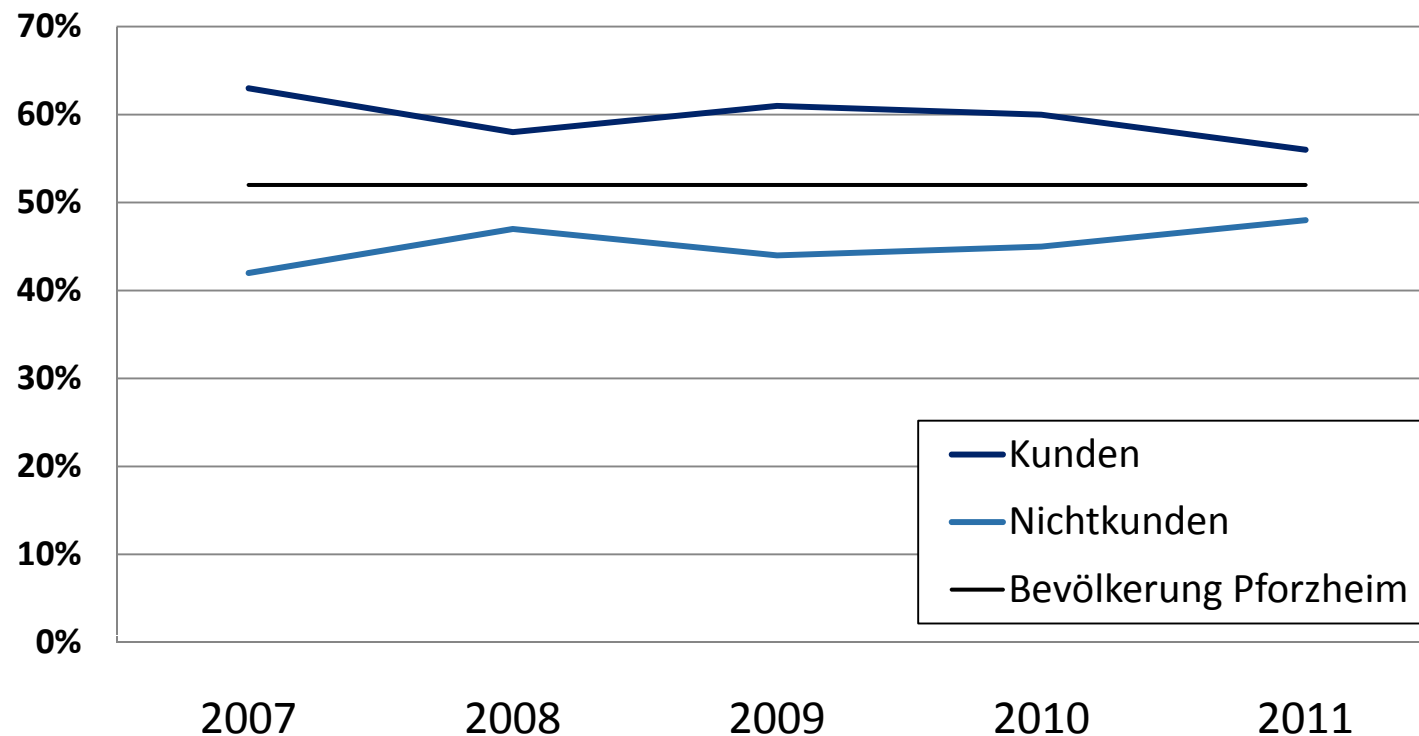


Nichtkunden:



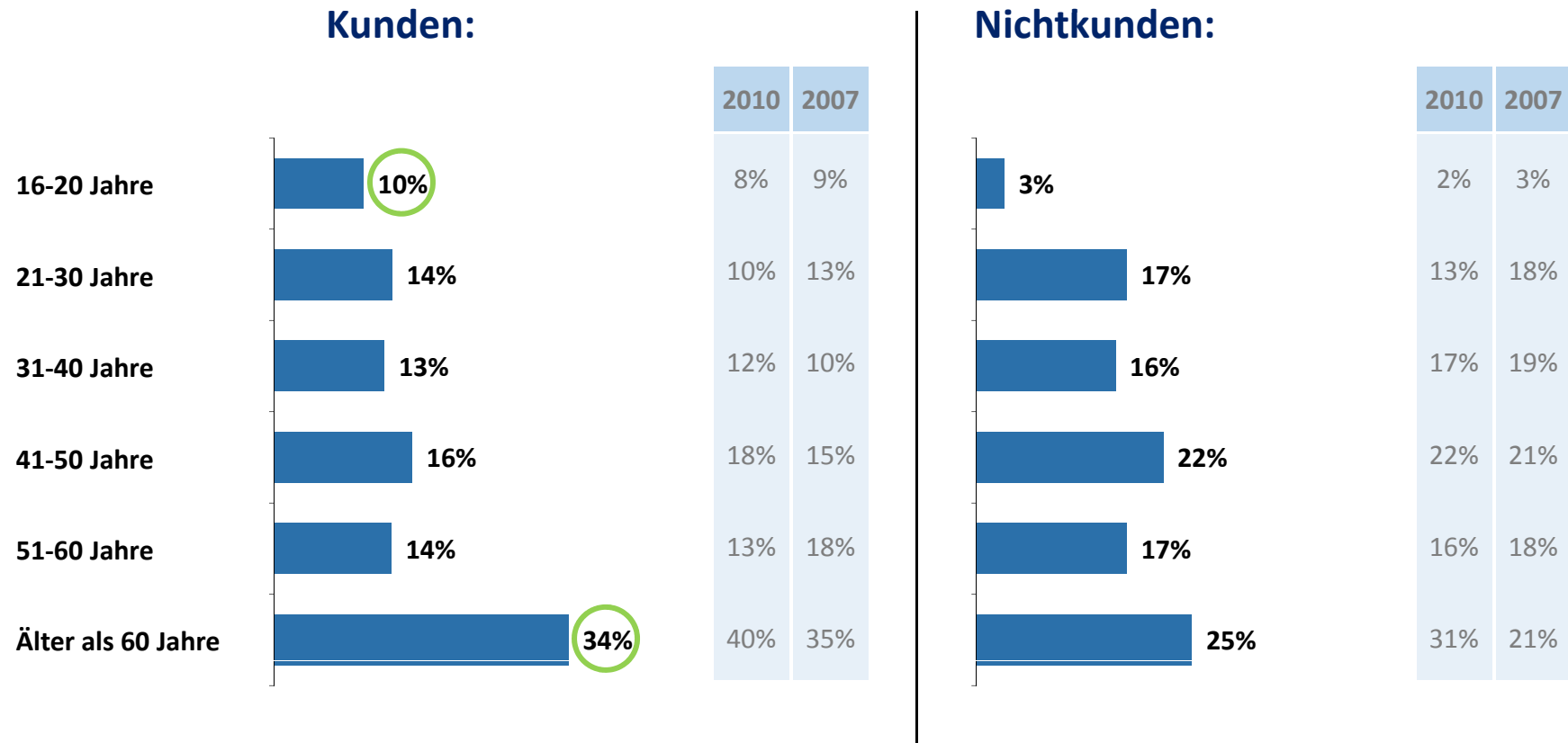
Generell im ÖPNV ist der Frauenanteil unter den Kunden erhöht.

Anteil Frauen von 2007 bis 2011



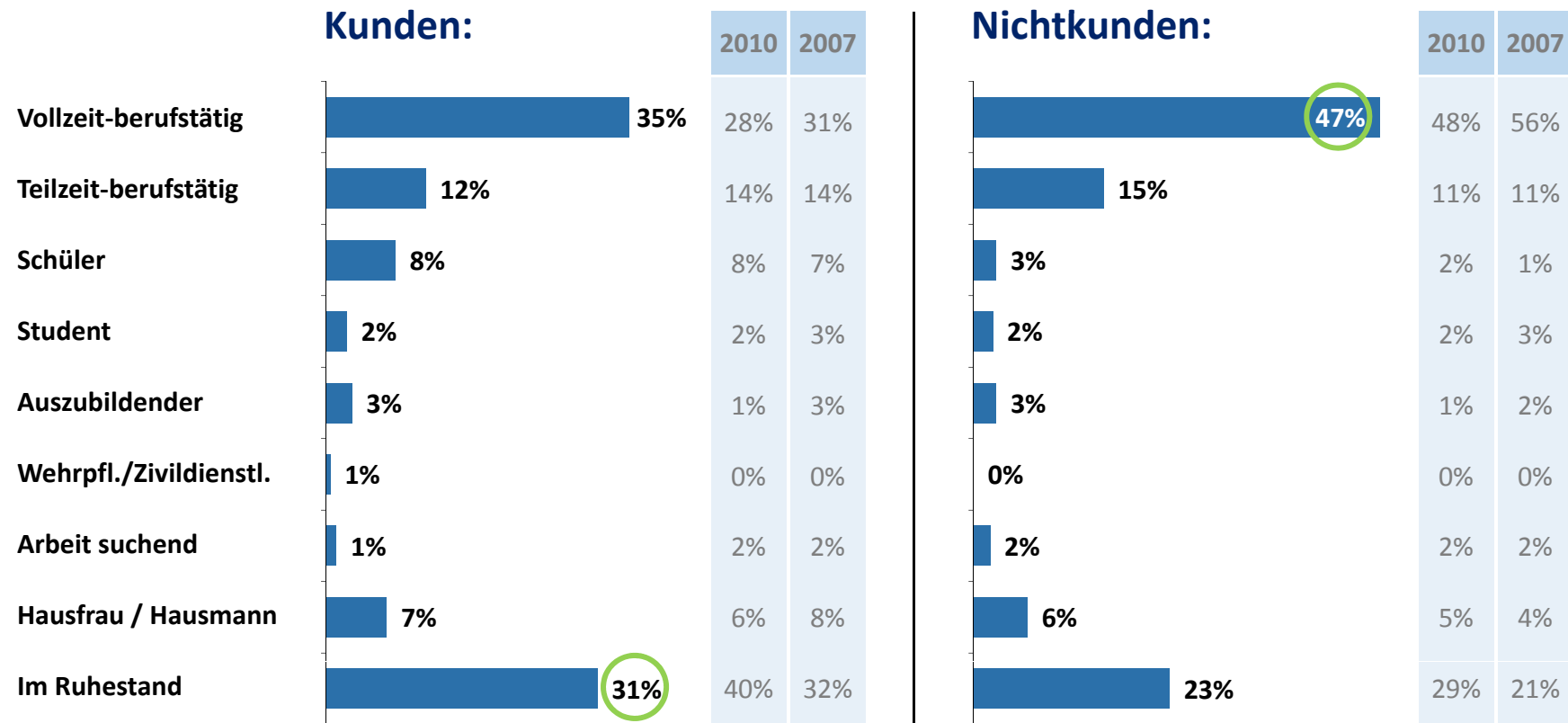
Das Merkmal Geschlecht wird zunehmend weniger wichtig, da sich der Frauenanteil weiter an die Verteilung in der Bevölkerung annähert.

Alter



Vor allem die über 60 Jährigen nutzen die SVP, aber auch die Jüngeren (Schüler) fahren verstärkt Bus.

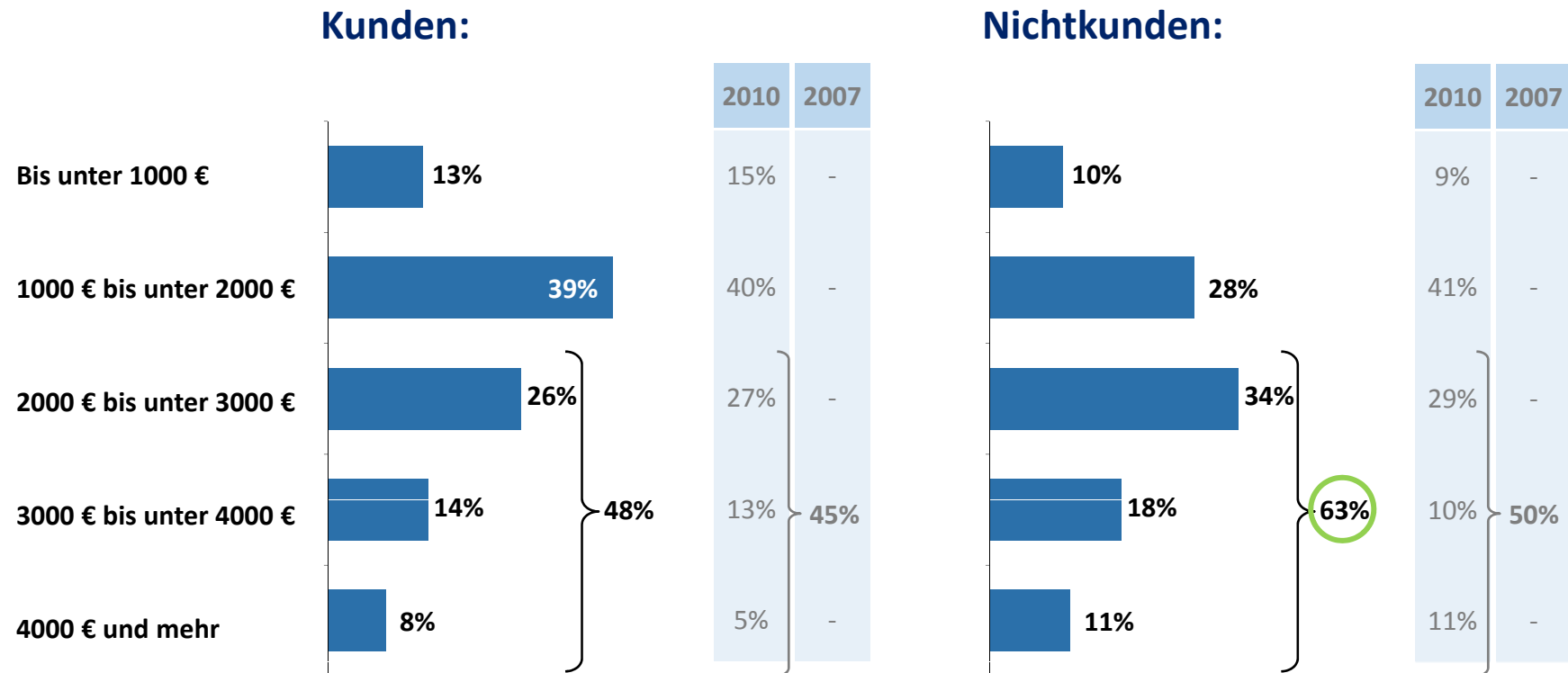
Erwerbstätigkeit



Zwar ist ein Drittel der Kunden Vollzeit-berufstätig, jedoch weitaus weniger stark vertreten als im Bereich der Nichtkunden. Rentner nutzen verstärkt die SVP.

Basis: 2007/2010/2011, Kunden, n=475/475/494, Nichtkunden n=510/495/480, Frage 24/12/14: Welche Beschäftigung haben Sie zurzeit?

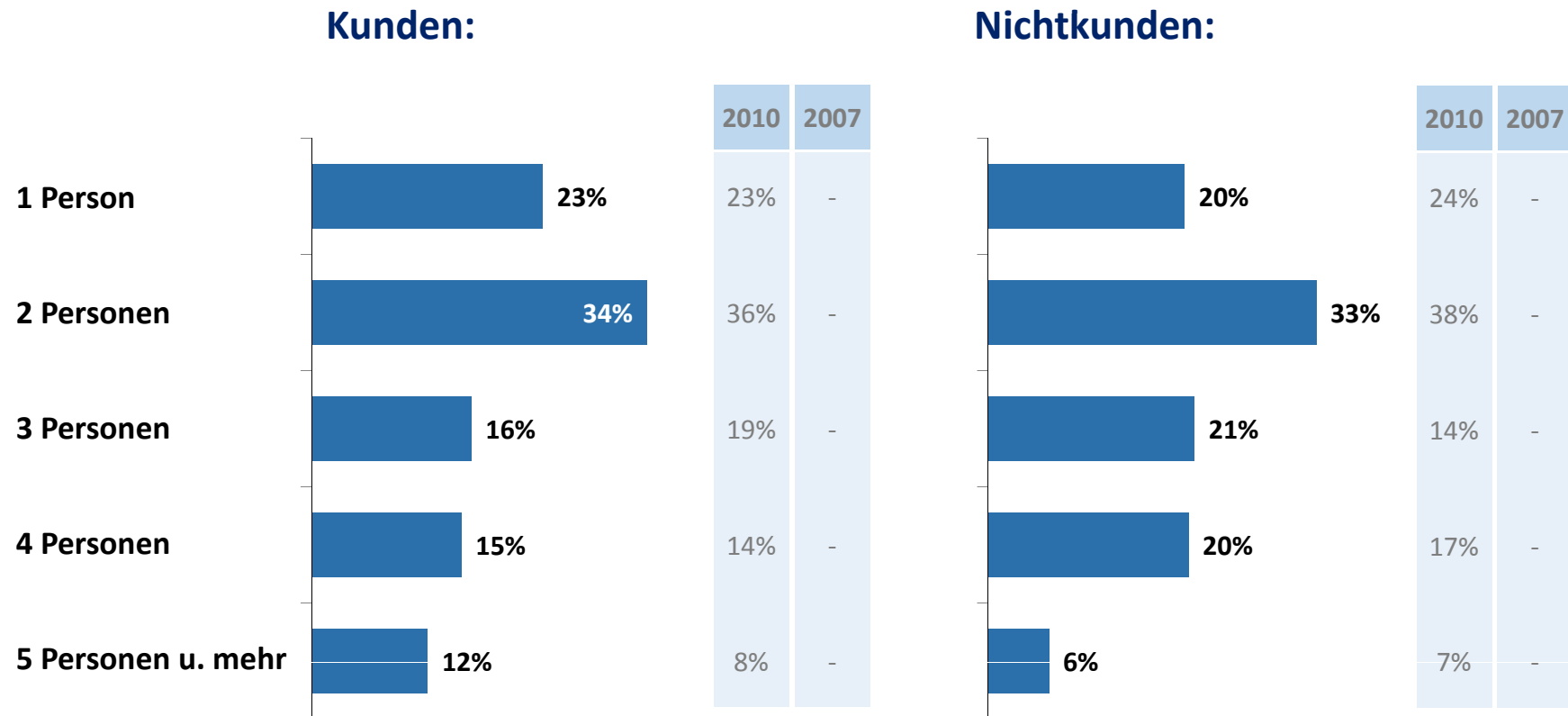
Haushalts-Nettoeinkommen



Der Einkommensunterschied ist im Vergleich zum Vorjahr gewachsen: Nichtkunden haben ein höheres Einkommen.

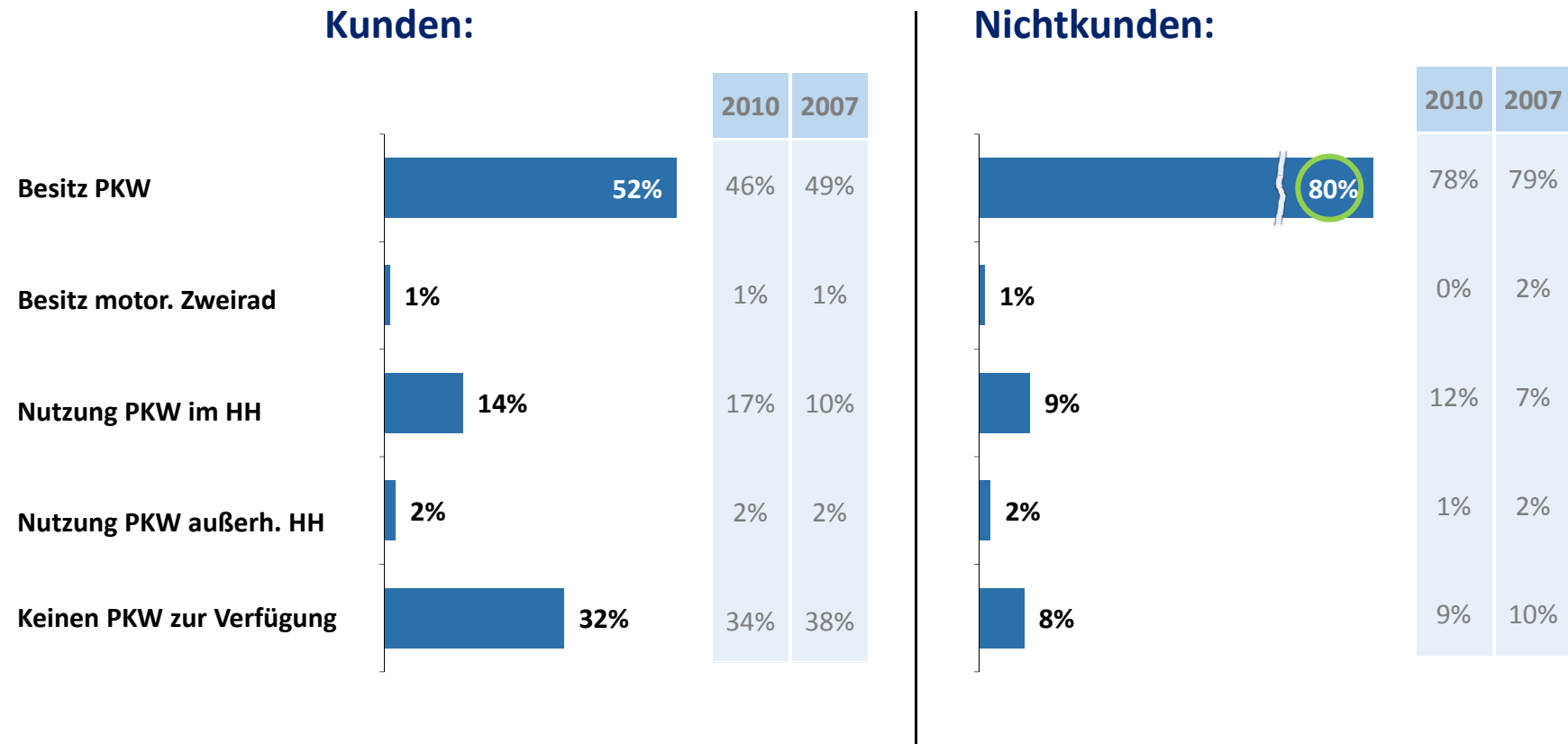
Basis: 2010/2011, Kunden, n=230/307, Nichtkunden, n=275/318, Frage 17/19: Wie hoch ist etwa das monatliche Nettoeinkommen, das Sie alle zusammen im Haushalt haben? 2007 nicht erhoben

Haushalts-Größe



Kaum Unterschiede zwischen den Gruppen bezüglich der Haushaltsgröße.

PKW/Zweirad-Verfügbarkeit (letzte 6 Monate)



Seit Jahren unverändert: 4 von 5 Nichtkunden besitzen einen PKW. Damit liegt die PKW-Besitzquote der Nichtkunden deutlich über der der Kunden.

Zwischenfazit 1: Struktur der Kunden und Nichtkunden

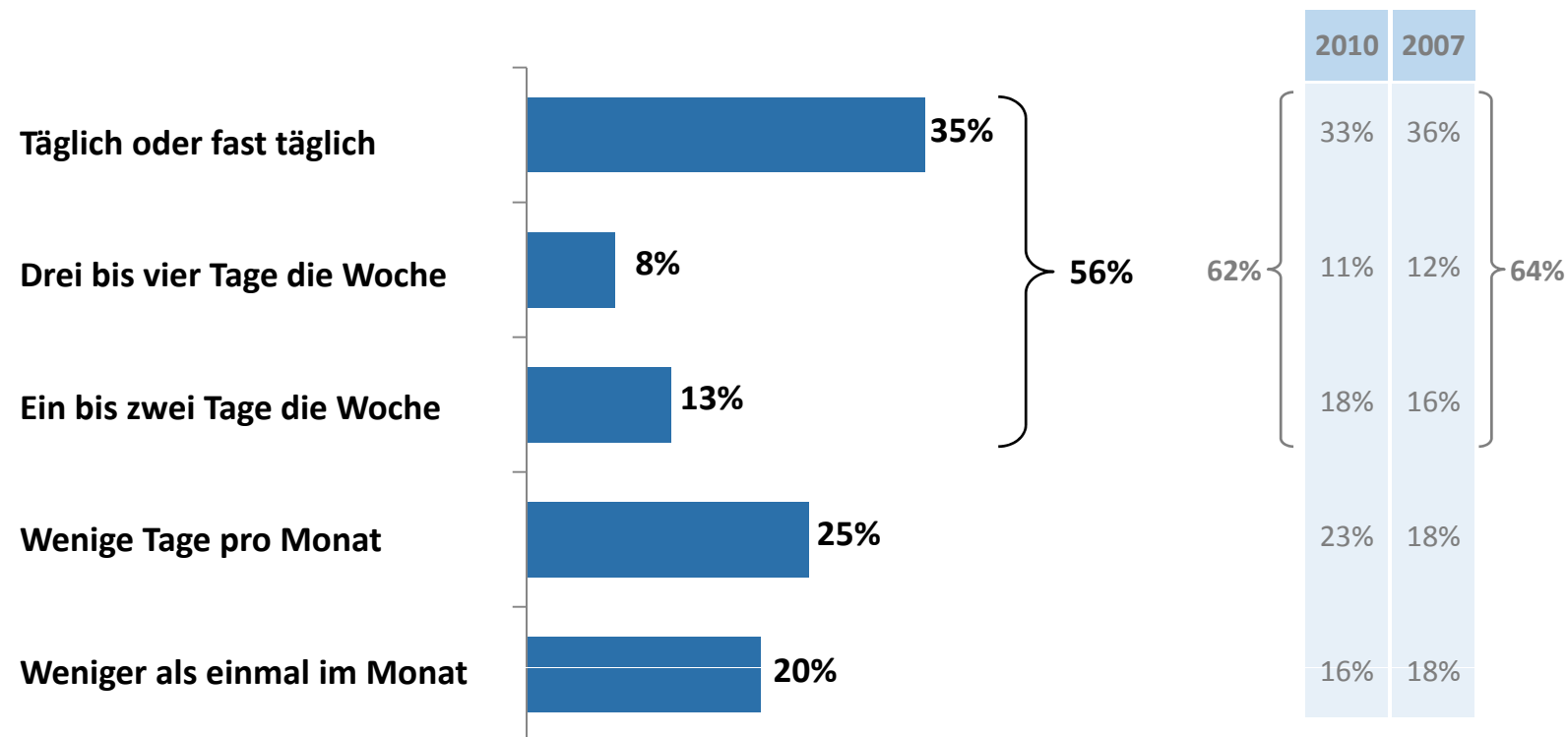
- Wie generell aus unseren Studien zum ÖPNV bekannt, unterscheiden sich Kunden und Nichtkunden strukturell.

	Kunden	Nichtkunden
Geschlecht	+ weiblich	
Alter	+ über 60 Jährige + 16-20 Jährige (Schüler)	+ mittleres Alter
Erwerbstätigkeit	+ im Ruhestand + Schüler	+ Berufstätige
Einkommen	+ niedrigeres Einkommen	+ höheres Einkommen
Haushaltsgröße	<i>Keine Unterschiede zwischen den Gruppen</i>	
PKW-Verfügbarkeit	+ kein PKW verfügbar	+ PKW-Besitz

Unsere Themen

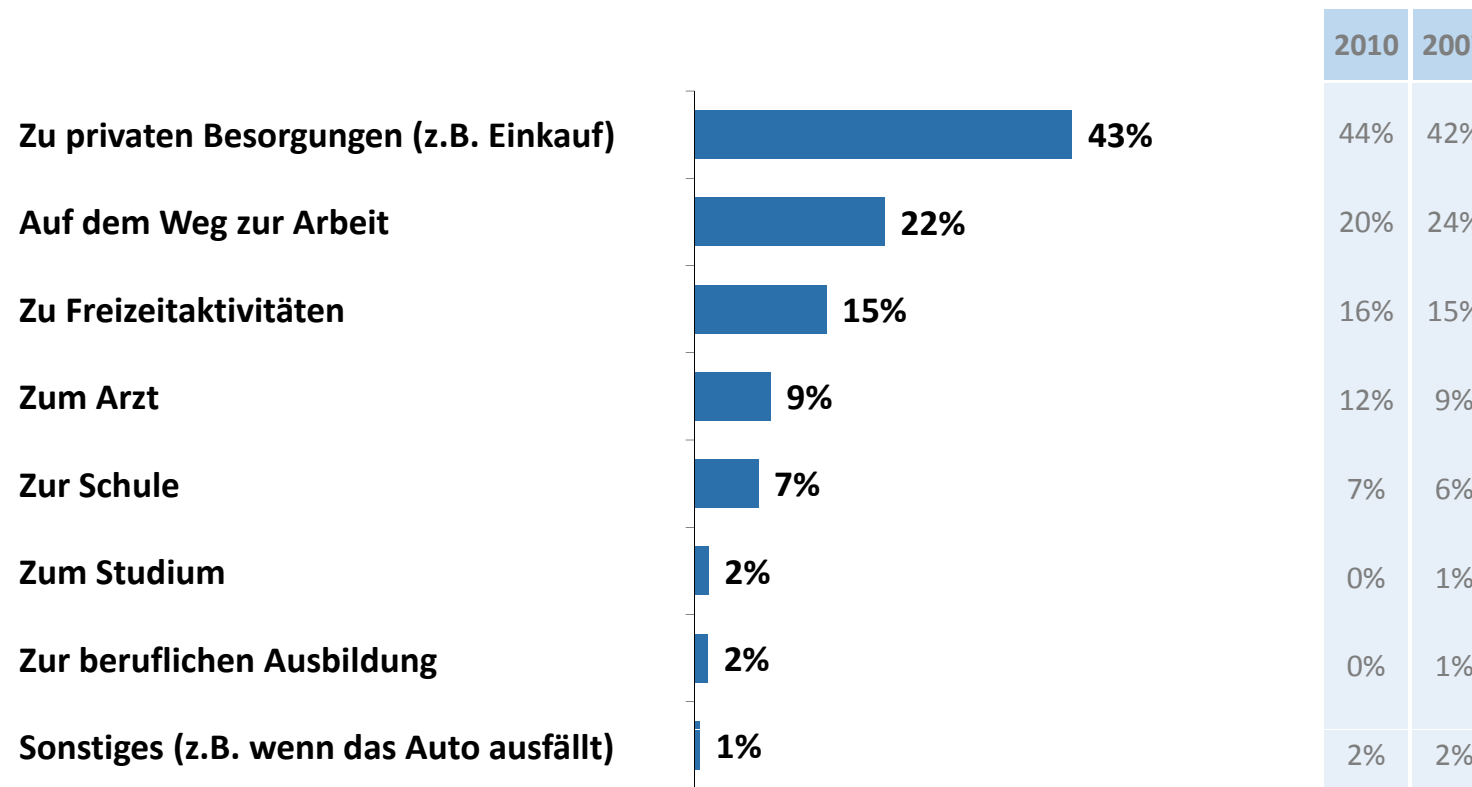
- 1. Aufgabenstellung und Untersuchungsmethode**
- 2. Struktur der Kunden und Nichtkunden**
- 3. Kunden der SVP**
 - 3.1 Nutzungsverhalten
 - 3.2 Fahrkarten-Kauf und Kenntnis der Kundenrechte
 - 3.3 Gesamtzufriedenheit
 - 3.4 Einzelzufriedenheiten
- 4. Nichtkunden: Barrieren der Nutzung**
- 5. Zusammenfassung und Empfehlungen**

SVP-Nutzung der letzten sechs Monate



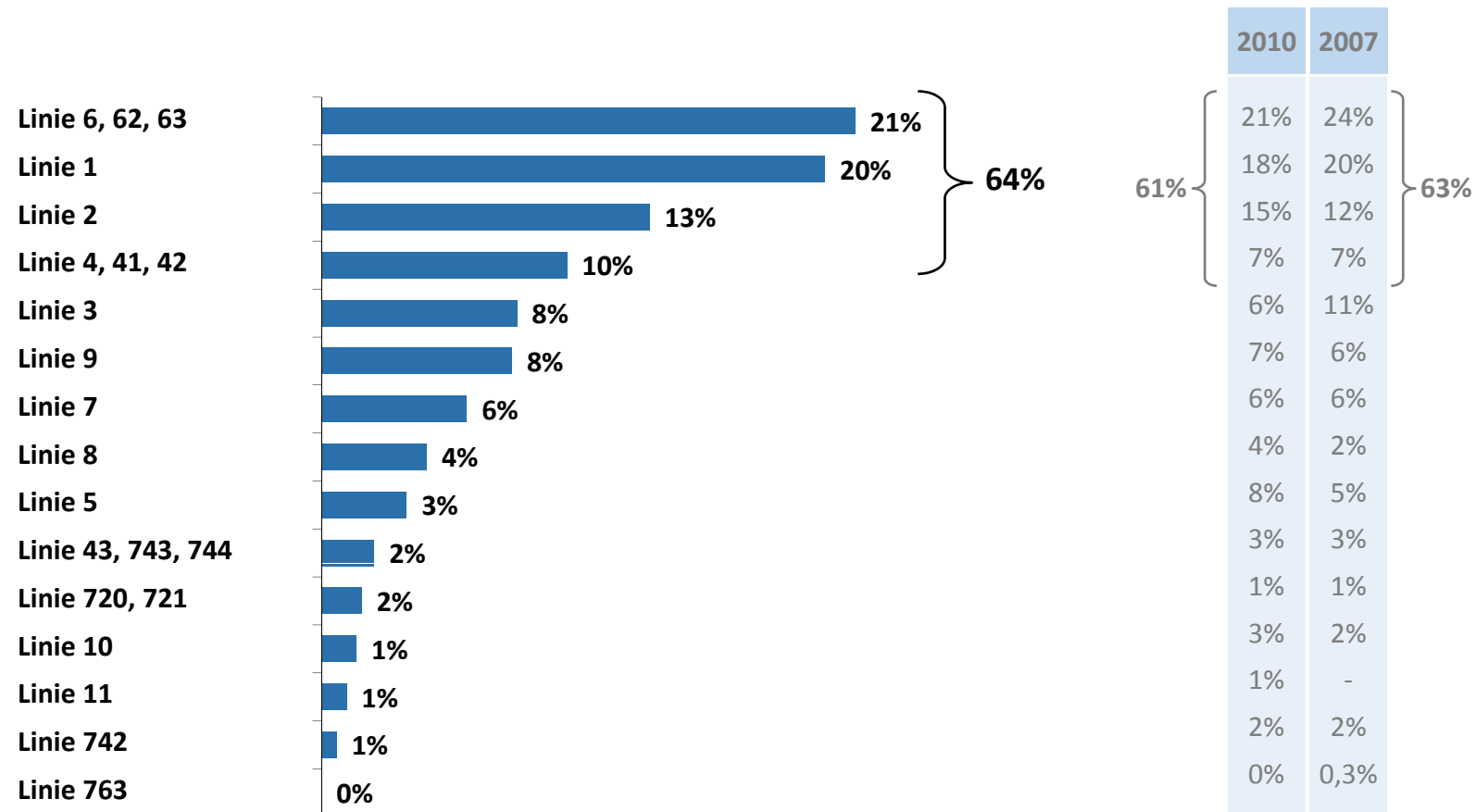
Ein leichter Rückgang zum Vorjahr, aber immer noch mehr als die Hälfte der Kunden nutzt die SVP-Busse mindestens wöchentlich.

Haupt-Anlässe zur SVP-Nutzung



Ähnliche Nutzungsanlässe seit 2007: SVP- Busse werden vorwiegend aus privaten Gründen (Einkauf und Freizeit) genutzt, sowie um zur Arbeitsstätte zu gelangen.

Hauptsächlich genutzte Linien

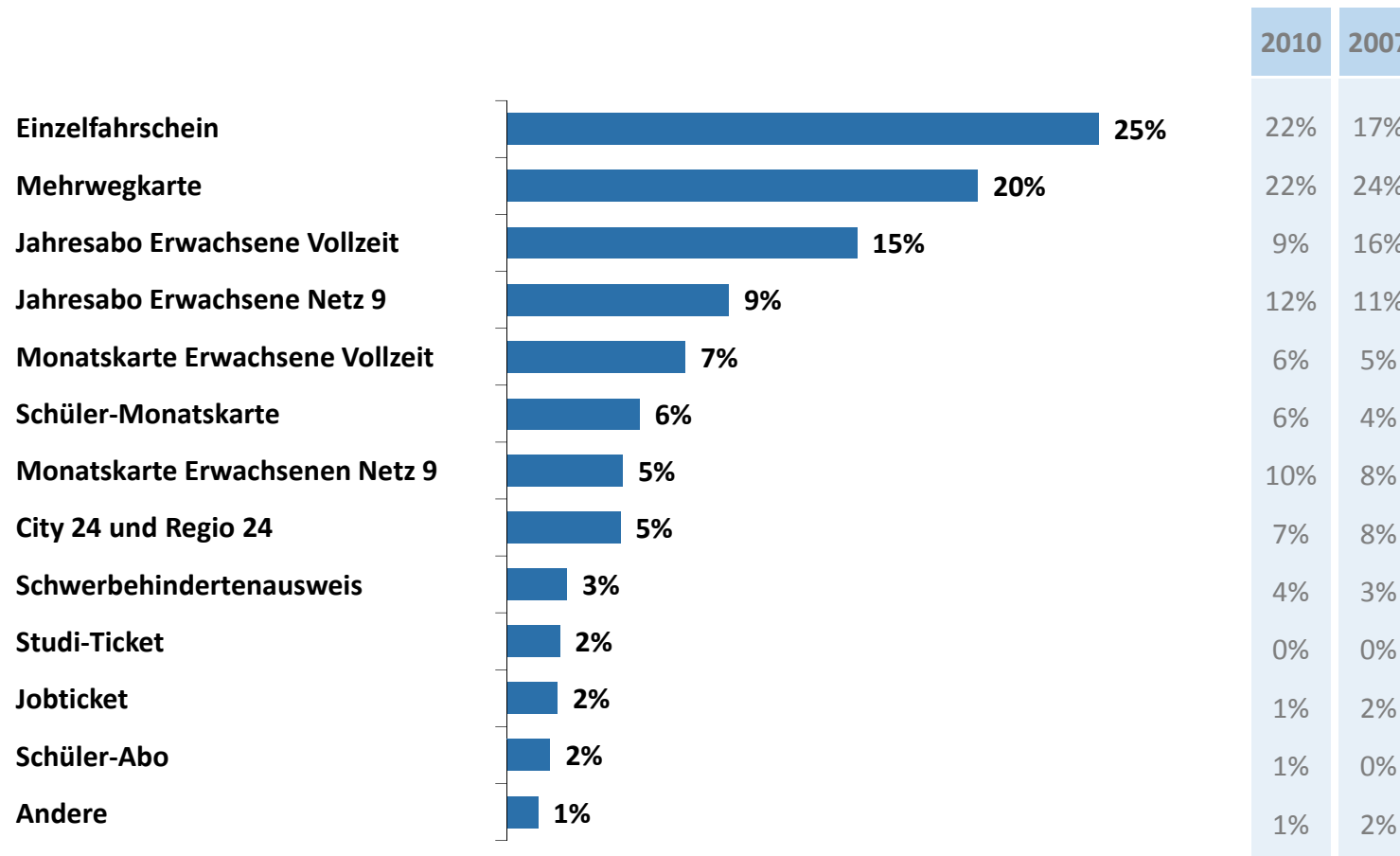


Wie schon in den Vorwellen: Zwei Drittel der Kunden nutzen vier Hauptlinien.

Unsere Themen

1. Aufgabenstellung und Untersuchungsmethode
2. Struktur der Kunden und Nichtkunden
3. Kunden der SVP
 - 3.1 Nutzungsverhalten
 - 3.2 Fahrkarten-Kauf und Kenntnis der Kundenrechte
 - 3.3 Gesamtzufriedenheit
 - 3.4 Einzelzufriedenheiten
4. Nichtkunden: Barrieren der Nutzung
5. Zusammenfassung und Empfehlungen

Hauptsächlich gekaufte Fahrkarte

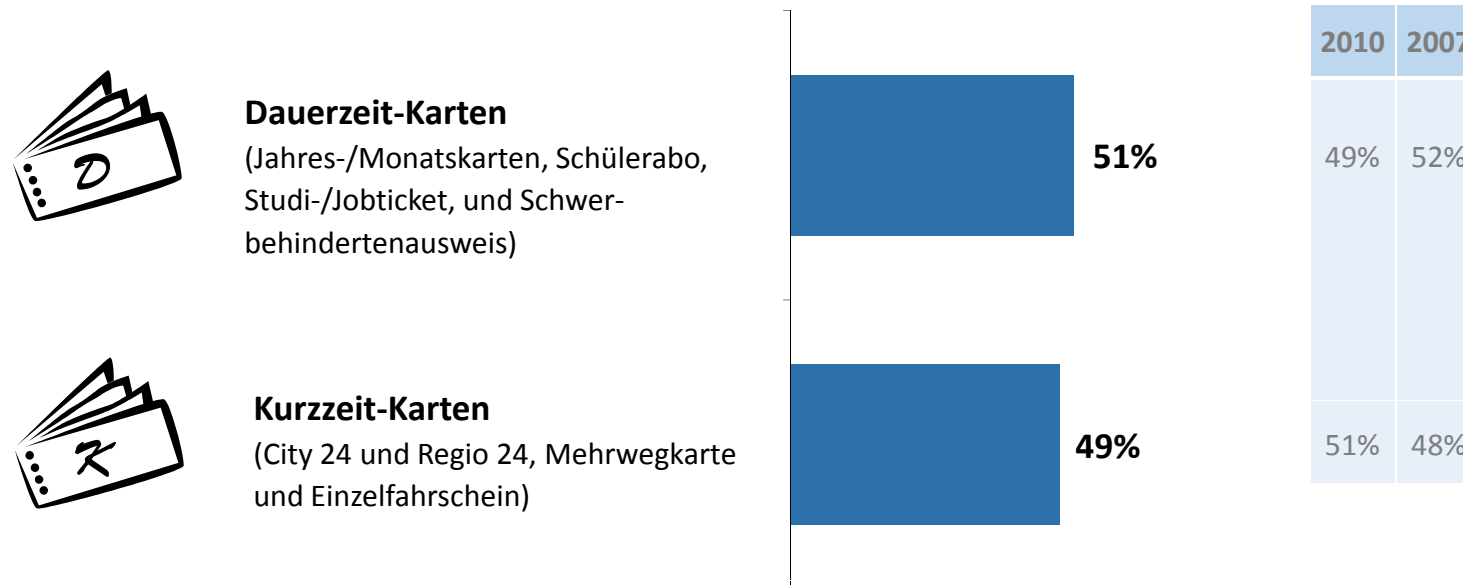


Der Einzelfahrschein gewinnt weiter an Bedeutung und liegt erstmals vor der Mehrwegkarte auf Platz 1. Dies passt zur Zunahme der unregelmäßigen Nutzer und zur Aktion „Vorne rein“.

Basis: 2007/2010/2011, Kunden, n=483/487/500, Frage 10/6/6: Welche Fahrkarte nutzen Sie hauptsächlich, wenn Sie mit den Bussen der SVP fahren?

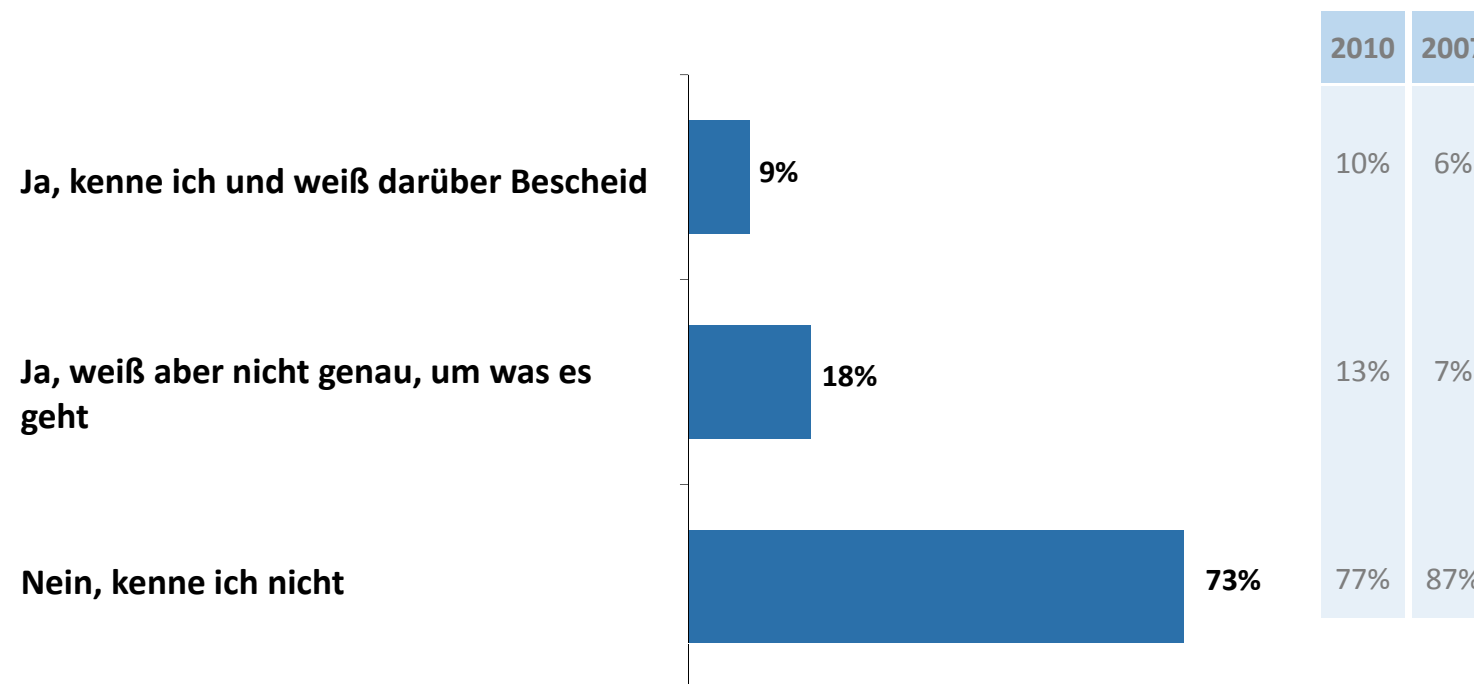
23

Hauptsächlich gekaufte Fahrkarte (Kartengruppen)



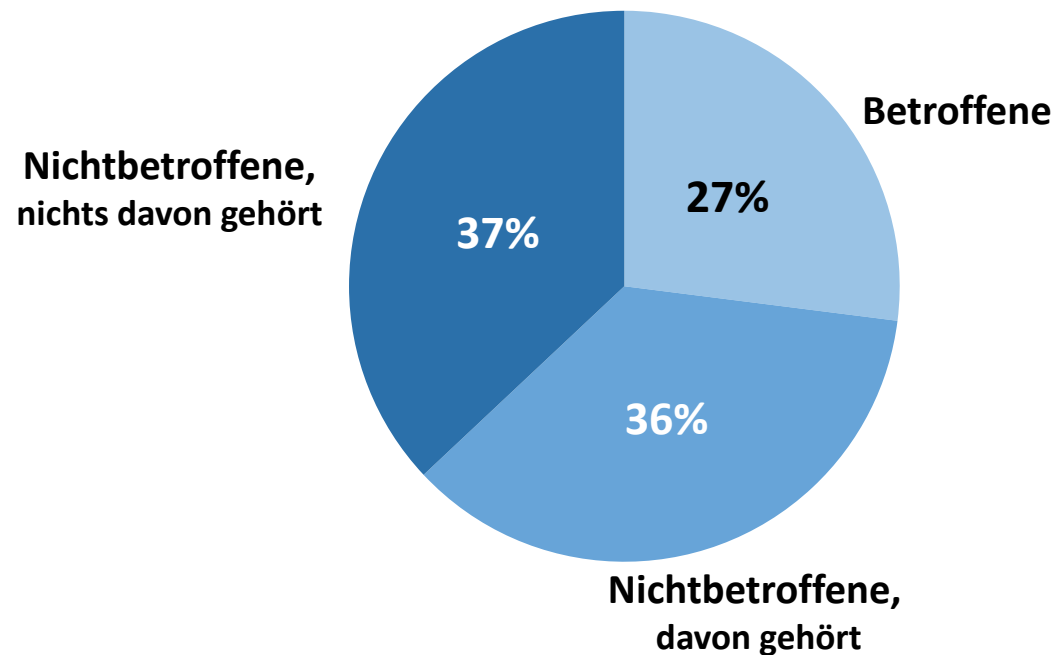
Trotz häufigerer Nutzung des Einzelfahrscheins bleibt das Verhältnis Dauerzeit- zu Kurzzzeit-Karte identisch zu den Vorjahren.

Kenntnis der Kundenrechte



Die Kundenrechte bleiben weiterhin unbekannt. Wie in den Vorjahren hat nur jeder Zehnte Kenntnis davon.

Betroffene vs. Nichtbetroffene (1) Verteilung innerhalb der Kunden



Die Mehrheit der Kunden war nicht betroffen!
Nur 27% der Kunden waren direkt von den Betriebsausfällen betroffen.

Basis: Kunden, n=500, Frage 20: Bei der SVP gab es Ende Juni Busausfälle: Haben sie etwas davon mitbekommen?

26

Betroffene vs. Nichtbetroffene (2)

Übersicht Soziodemographie

	Betroffene	Nichtbetroffene
PKW-Verfügbarkeit	+ kein PKW verfügbar	+ PKW-Besitz
Nutzungshäufigkeit	+ Häufignutzer	+ Gelegenheitsnutzer
Nutzungsanlass	+ Weg zur Arbeit bzw. zur Schule	+ Private Besorgungen und Freizeitaktivitäten
Fahrkartennutzung	+ Dauerzeit-Karten	+ Kurzzeit-Karten

Betroffen von den Betriebsausfällen waren vor allem die Kunden, die auf die Busse angewiesen sind.

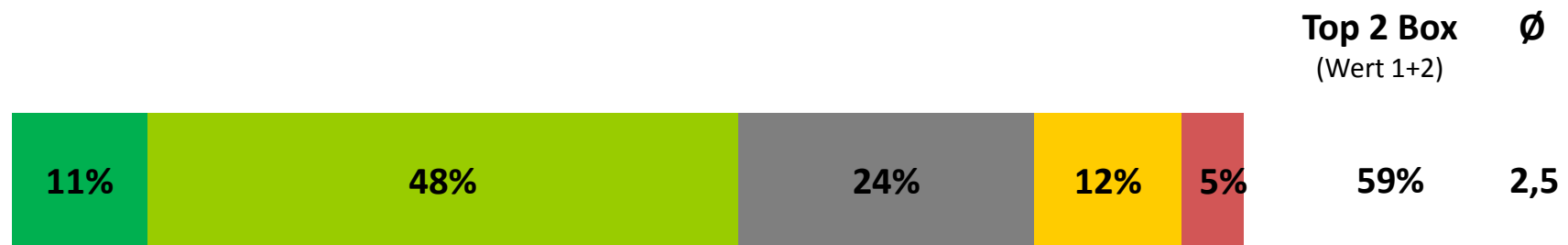
Zwischenfazit 2: Nutzungsverhalten, Fahrkarten und Kundenrechte

- Der Kundenanteil in der Bevölkerung ist so hoch wie nie zuvor!
- Die SVP-Kunden sind Häufignutzer mit wöchentlicher Nutzungsfrequenz.
- Die Hauptanlässe bleiben die selben wie in den letzte Jahren: Private Besorgungen und Freizeitaktivitäten, sowie Fahrten zur Arbeitsstelle stehen an vorderster Stelle.
- Wenige Hauptlinien (Linie 1, 2, 4 und 6) bedienen fast zwei Drittel der Kundschaft. Linie 4 hat hier an Bedeutung gewonnen und Linie 5 etwas an Bedeutung verloren.
- Die Relevanz des Einzelfahrscheins setzt den Trend des Vorjahres fort und ist nun die häufigste genutzte Fahrkarte. Dies könnte eine weitere Entwicklung der die Aktion „Vorne rein“ sein.
- Der Kartenverkauf insgesamt verteilt sich weiterhin gleichmäßig auf Dauerzeit-Karten und Kurzzeit-Karten.
- Hintergrundinfo Betriebsausfälle: Nur ein knappes Drittel der Kunden war betroffen, aber das waren vor allem diejenigen, die auf die Busse angewiesen sind.

Unsere Themen

- 1. Aufgabenstellung und Untersuchungsmethode**
- 2. Struktur der Kunden und Nichtkunden**
- 3. Kunden der SVP**
 - 3.1 Nutzungsverhalten
 - 3.2 Fahrkarten-Kauf und Kenntnis der Kundenrechte
 - 3.3 Gesamtzufriedenheit
 - 3.4 Einzelzufriedenheiten
- 4. Nichtkunden: Barrieren der Nutzung**
- 5. Zusammenfassung und Empfehlungen**

Gesamtzufriedenheit



- vollkommen zufrieden (1)
- zufriedenen (2)
- überwiegend zufrieden (3)
- weniger zufrieden (4)
- unzufrieden (5)

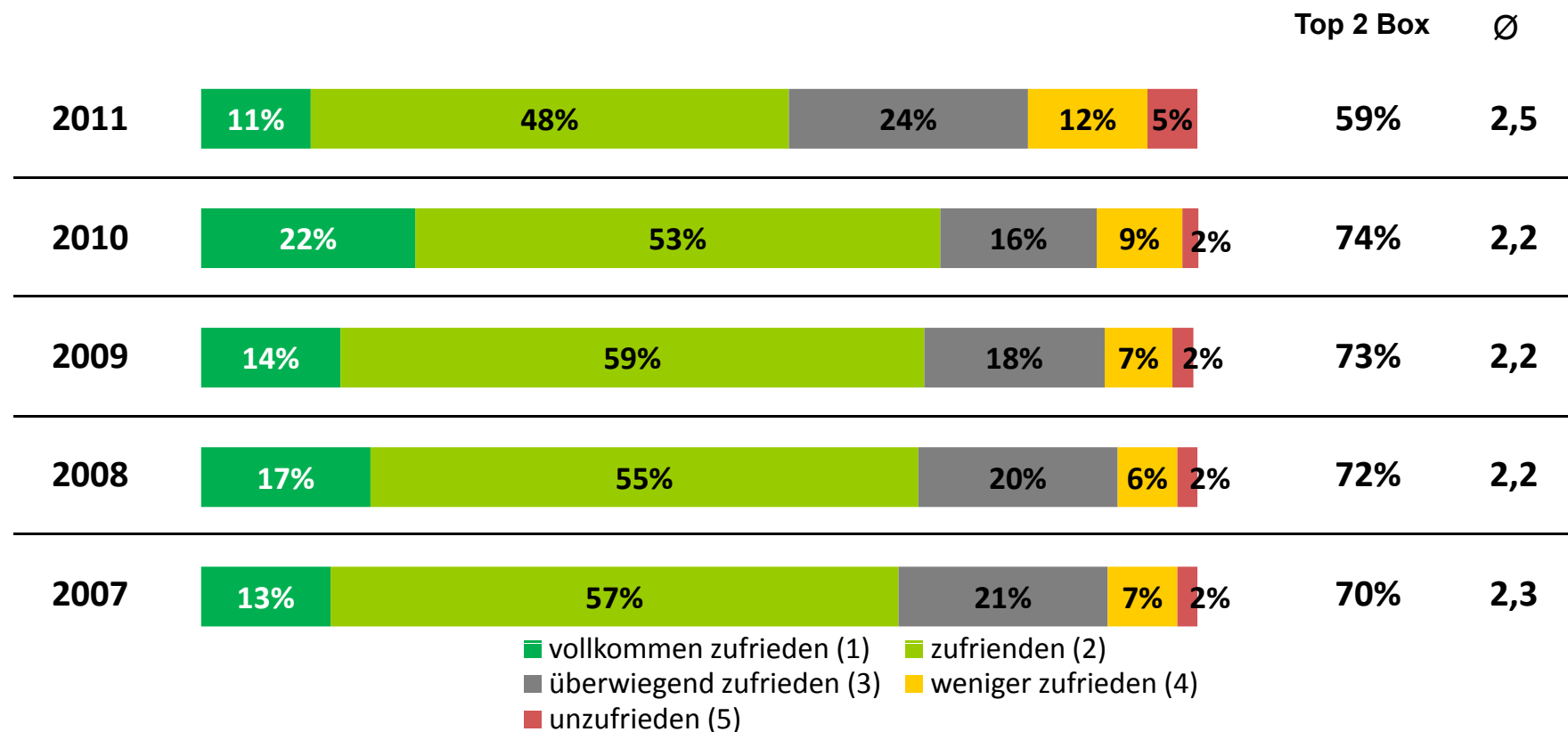
Benchmark Durchschnittliche Gesamtzufriedenheit ÖPNV

Hagstotz ITM*:	71%	2,2
TNS Infratest**:	--	2,8

Bedingt durch die Betriebsausfälle: Die Gesamtzufriedenheit liegt in diesem Jahr auf einem niedrigen Niveau von 59%.

Basis: Kunden, n=500, Frage 7: Wenn Sie jetzt einmal an die SVP alles in allem genommen denken, wie zufrieden sind Sie dann mit der SVP?
*Quelle: HITM Studien zum Thema ÖPNV, **Quelle: TNS Infratest - ÖPNV-Kundenbarometer 2009/2011

Gesamtzufriedenheit Vergleich 2007 bis 2011

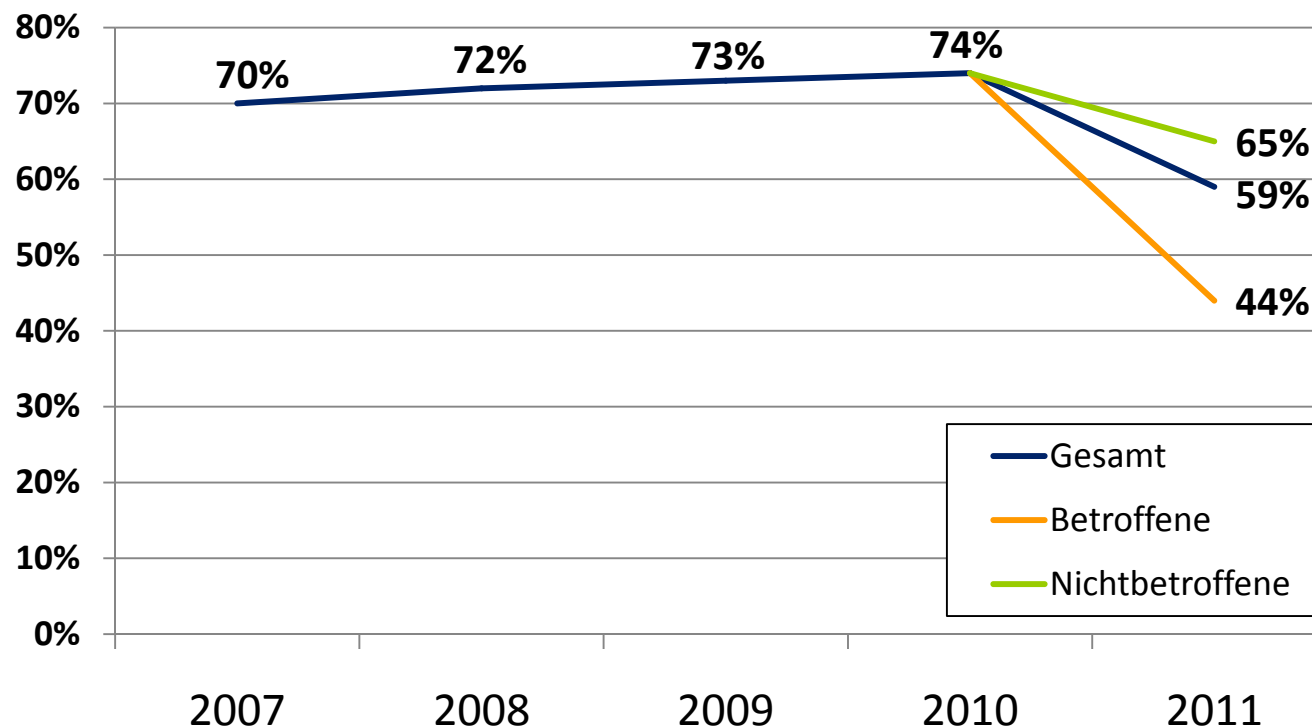


Nach Jahren der kontinuierlich gesteigerten hohen Gesamtzufriedenheit, sinkt diese in 2011 stark ab, vor allem der Anteil der „überwiegend Zufriedenen“ nimmt stark zu.

Basis: 2007/2008/2009/2010/2011, Kunden, n=483/495/487/487/500, Frage 12/7/7/7: Wenn Sie jetzt einmal an die SVP alles in allem genommen denken, wie zufrieden sind Sie dann mit der SVP?

31

Gesamtzufriedenheit 2007 bis 2011 Betroffene vs. Nichtbetroffene

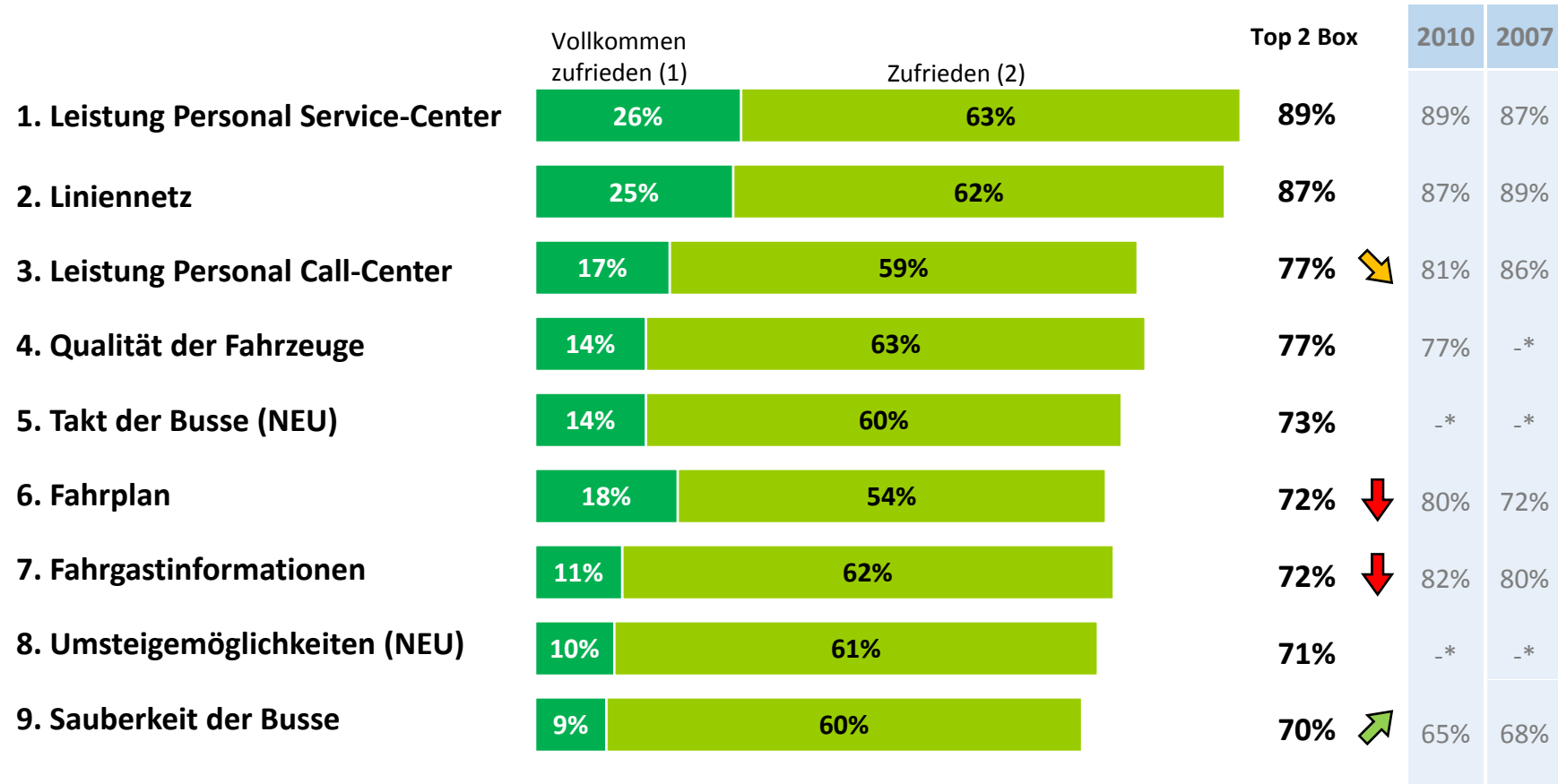


Der Einbruch der Gesamtzufriedenheit muss neben den Betriebsausfällen noch weitere Ursachen haben, da Nichtbetroffene auch deutlich unzufriedener sind.

Unsere Themen

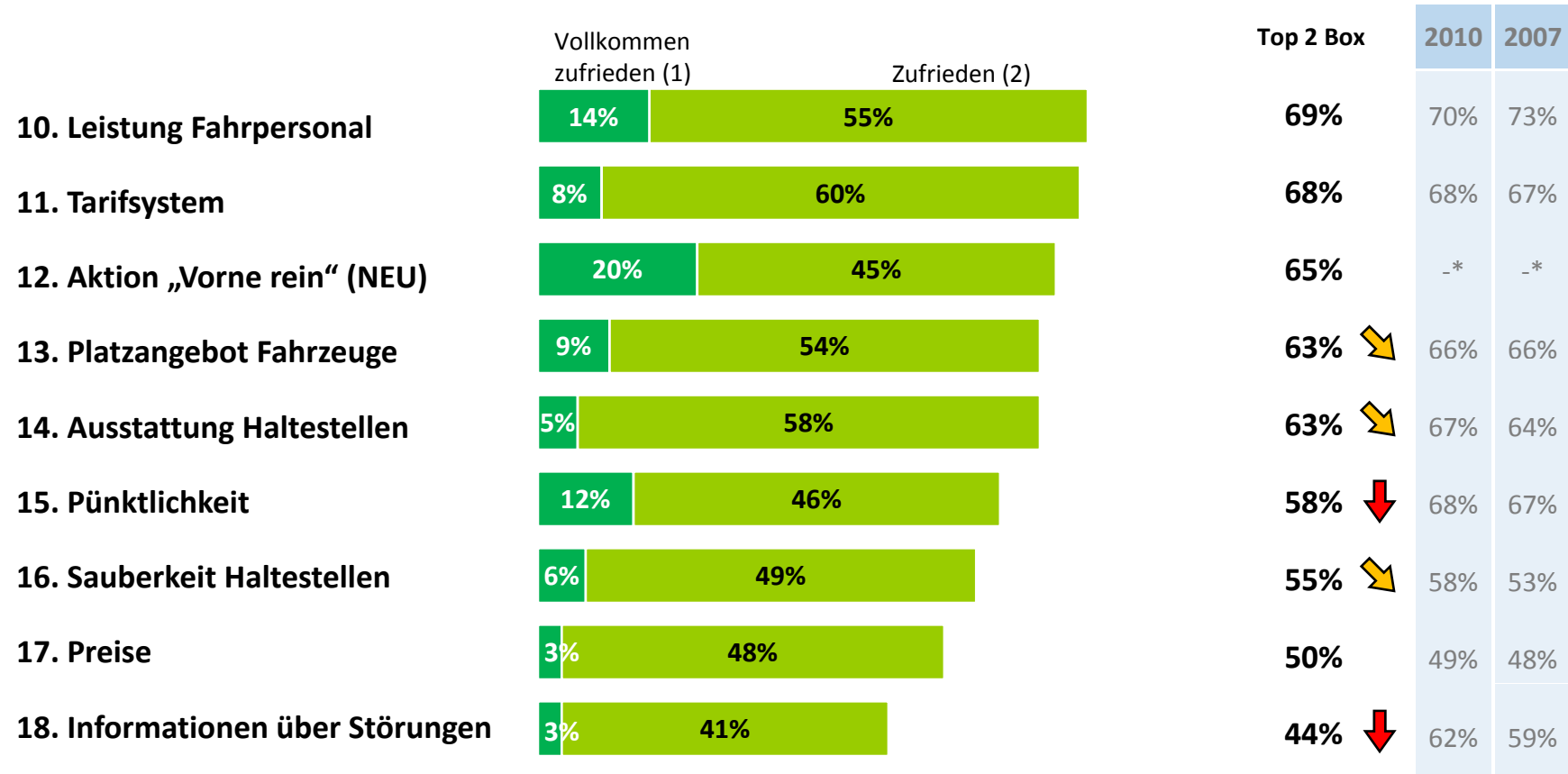
1. Aufgabenstellung und Untersuchungsmethode
2. Struktur der Kunden und Nichtkunden
3. Kunden der SVP
 - 3.1 Nutzungsverhalten
 - 3.2 Fahrkarten-Kauf und Kenntnis der Kundenrechte
 - 3.3 Gesamtzufriedenheit
 - 3.4 Einzelzufriedenheiten
4. Nichtkunden: Barrieren der Nutzung
5. Zusammenfassung und Empfehlungen

Einzelzufriedenheiten (1)



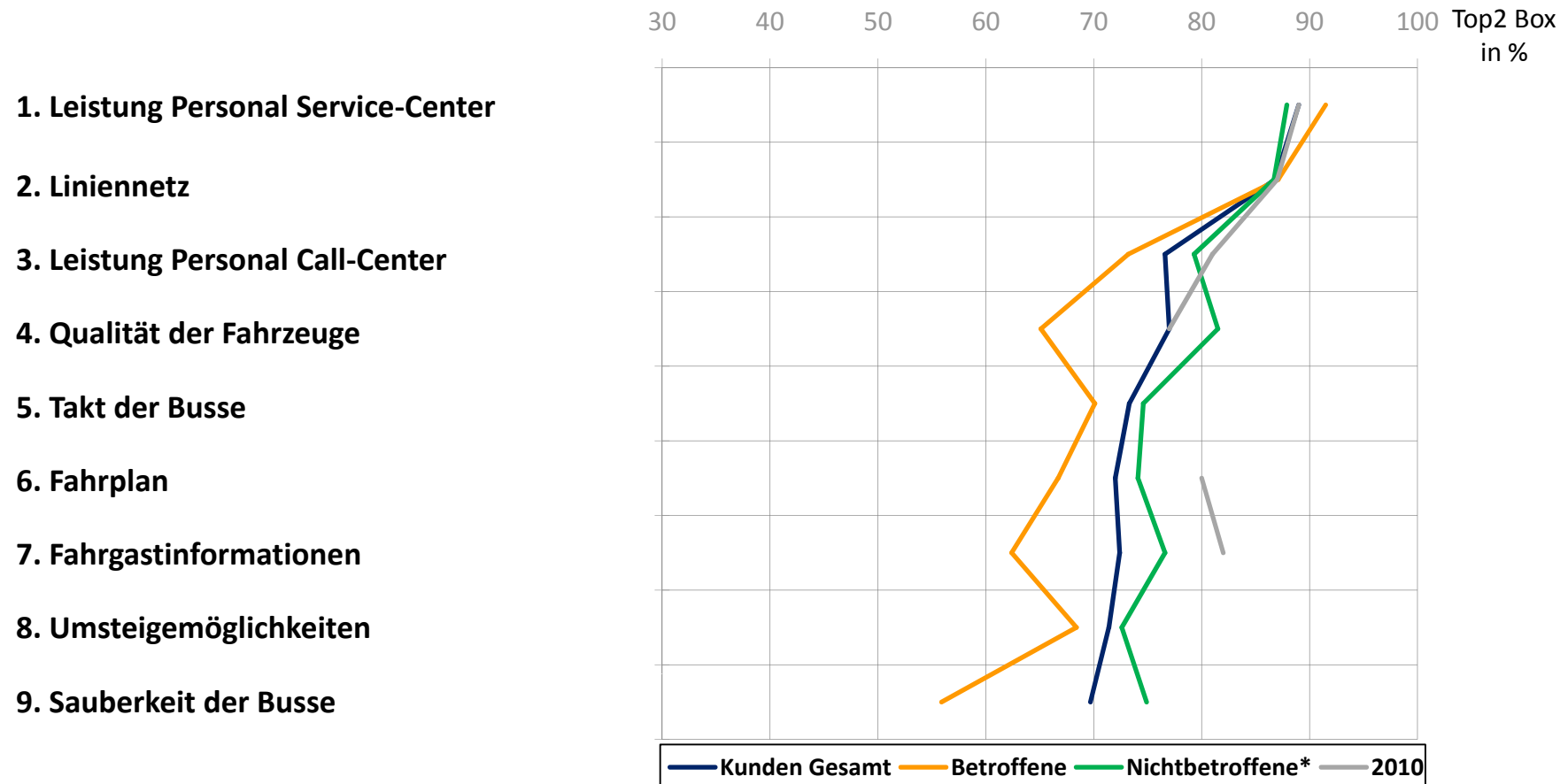
Themenbereiche, die nicht im Zusammenhang mit den Betriebsausfällen stehen, werden identisch zum Vorjahr bewertet.

Einzelzufriedenheiten (2)



Unzufriedenheit im Vergleich zum Vorjahr herrscht vor allem bei Pünktlichkeit und Fahrplan, sowie bezüglich des Informationsverhaltens (Störungen und Fahrgastinfo).

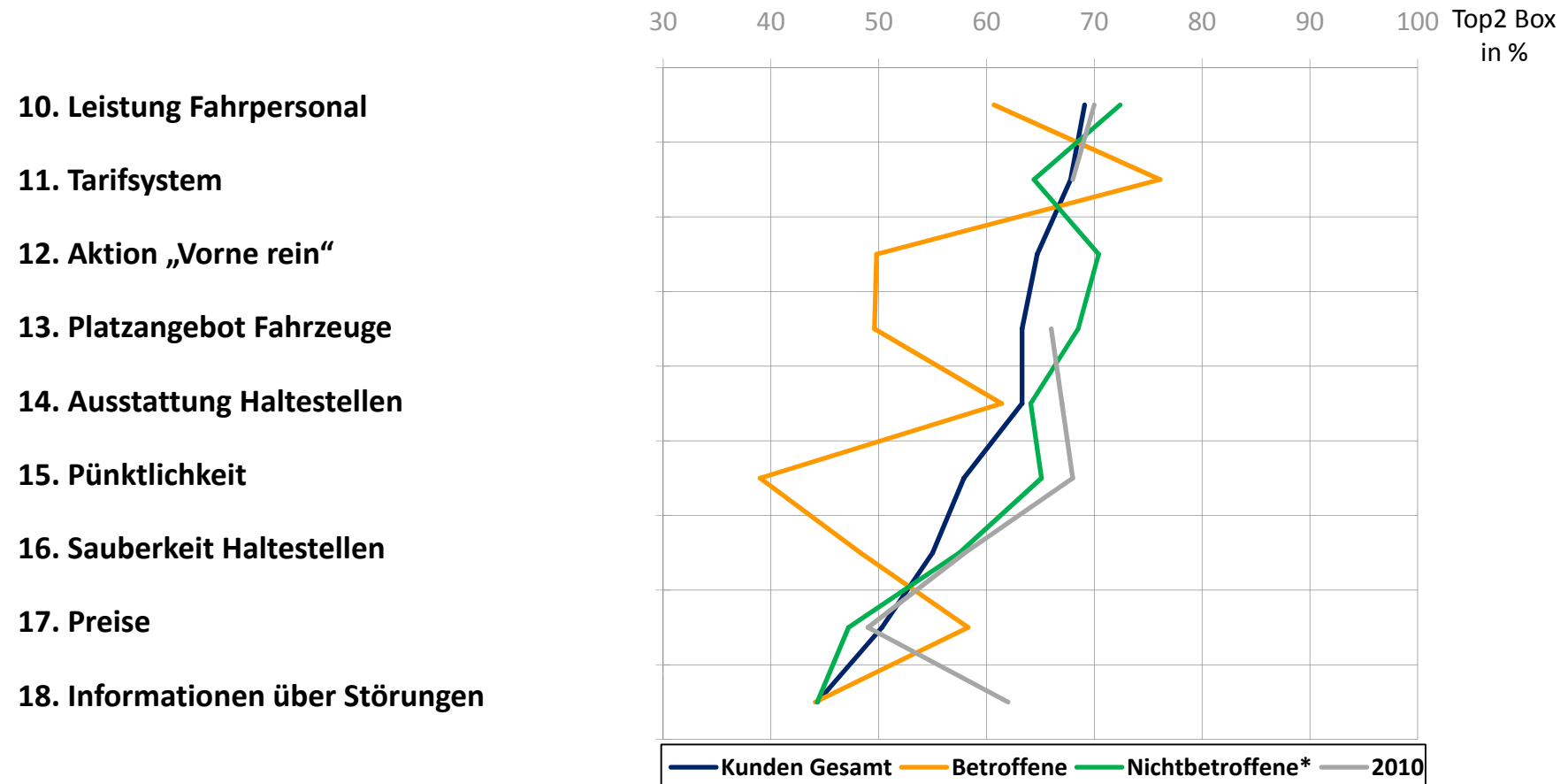
Einzelzufriedenheiten Betroffene vs. Nichtbetroffene (1)



Die von den Betriebsausfällen Betroffenen sind generell etwas unzufriedener mit den einzelnen Leistungsbereichen, urteilen aber differenziert.

Basis 2011, Kunden n=500, vom Ausfall betroffene Kunden n=137, nicht betroffene Kunden n=362, Frage 8: Bitte sagen Sie mir jedes mal, wie zufrieden Sie mit den einzelnen Leistungen sind?
Angaben in Prozent. Frage 20: Bei der SVP gab es Ende Juni Busausfälle. Haben Sie etwas davon mitbekommen? * Ja, ich habe davon gehört / Nein, ich habe nichts davon mitbekommen.

Einzelzufriedenheiten Betroffene vs. Nichtbetroffene (2)



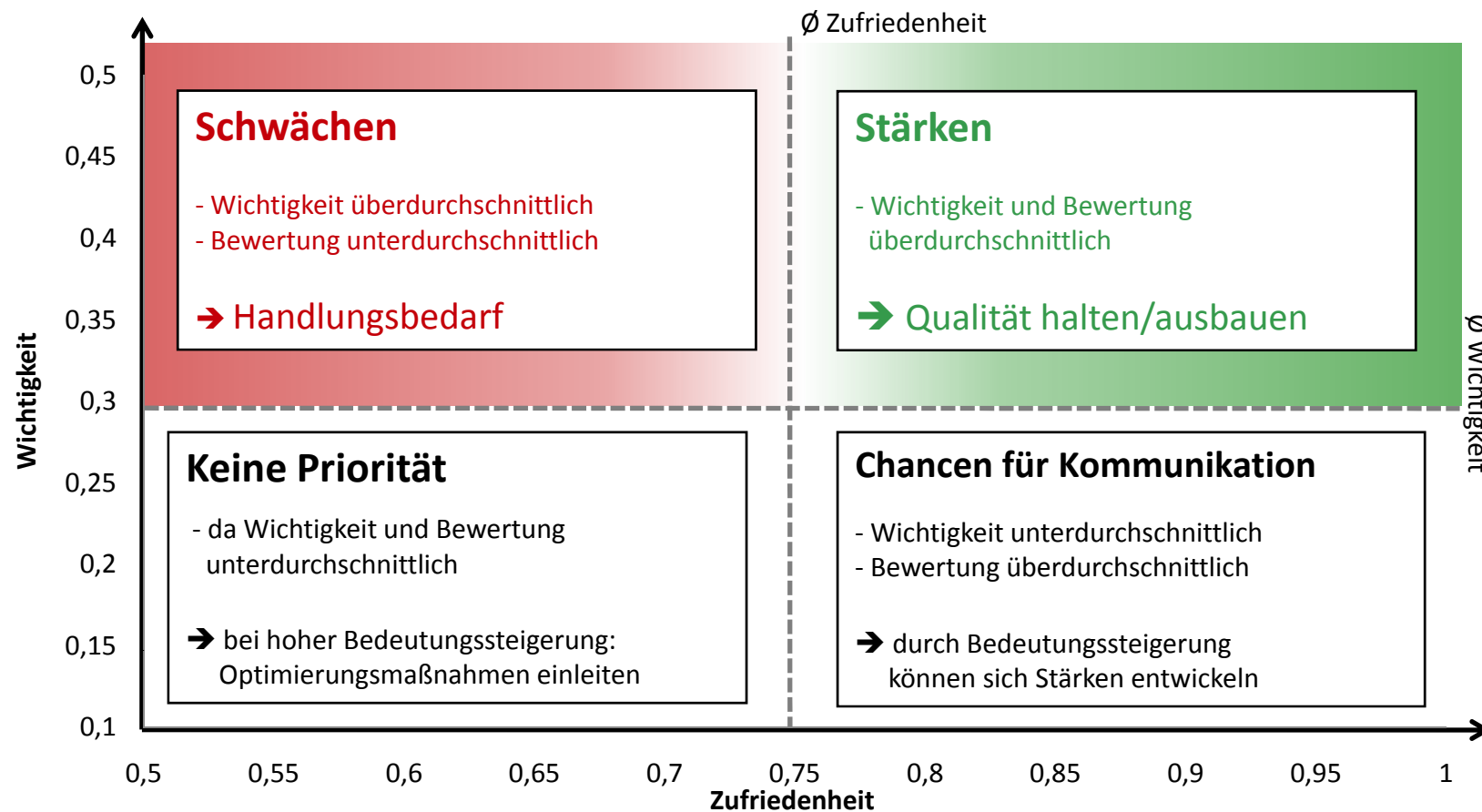
In der Belastungssituation von Betriebsausfällen werden Qualität und Service besonders kritisch bewertet. Preise und Tarifsystem bleiben davon unberührt.

Basis 2011, Kunden n=500, vom Ausfall betroffene Kunden n=137, nicht betroffene Kunden n=362, Frage 8: Bitte sagen Sie mir jedes mal, wie zufrieden Sie mit den einzelnen Leistungen sind?
Angaben in Prozent. Frage 20: Bei der SVP gab es Ende Juni Busausfälle. Haben Sie etwas davon mitbekommen? * Ja, ich habe davon gehört / Nein, ich habe nichts davon mitbekommen

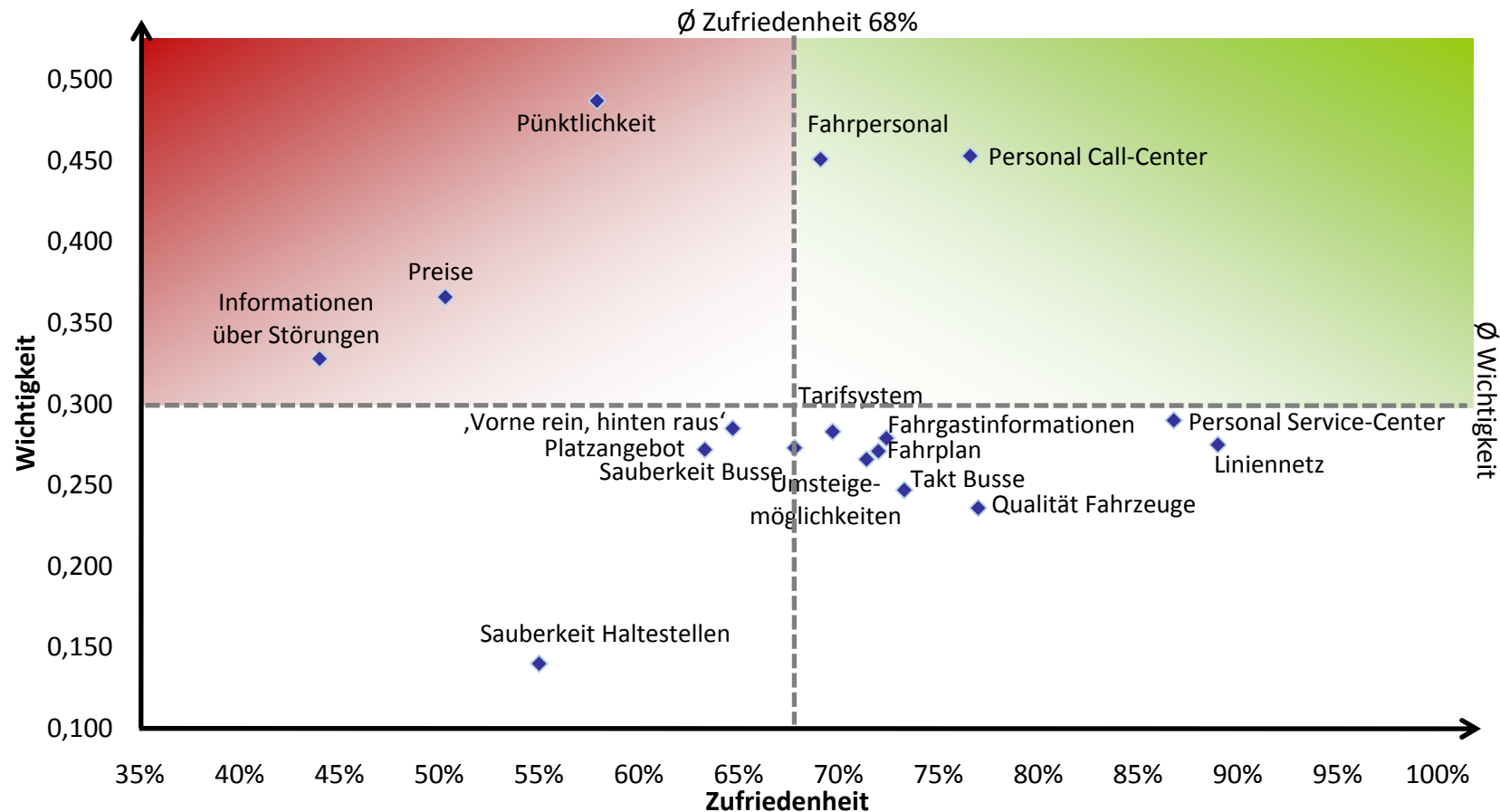
Zwischenfazit 3: Gesamt- und Einzelzufriedenheit

- Die seit 2007 kontinuierlich gestiegene Gesamtzufriedenheit, die im Vorjahr bei 74% lag, sinkt in diesem Jahr auf ein niedriges Niveau von 59%. Neben den Betriebsausfällen muss es noch weitere Ursachen geben für den Einbruch der Zufriedenheit, da auch die Nichtbetroffenen deutlich unzufriedener sind als im Vorjahr. Möglicherweise hat hier die angespannte Baustellensituation in Pforzheim einen Einfluss gehabt.
- Themenbereiche, die nicht im Zusammenhang mit den Betriebsausfällen stehen, werden identisch zum Vorjahr bewertet.
- Als Folgen der Betriebsausfälle und Baustellen im Stadtgebiet werden Service und Qualität deutlich schlechter beurteilt, ebenso wie das Informationsverhalten über Unregelmäßigkeiten (Fahrgastinformation und Informationen über Störungen).
- Die Betriebsausfälle werden nicht dem Fahrpersonal angelastet. Hier liegt die Bewertung auf dem Vorjahresniveau.
- Die 2011 neu integrierten Bereiche „Takt der Busse“ und Umsteigemöglichkeiten“ werden überdurchschnittlich gut bewertet. Die „Aktion ‘Vorne rein, hinten raus‘“ liegt etwas unter dem Durchschnittsniveau.

Stärken-Schwächen-Portfolio Portfolio-Interpretation

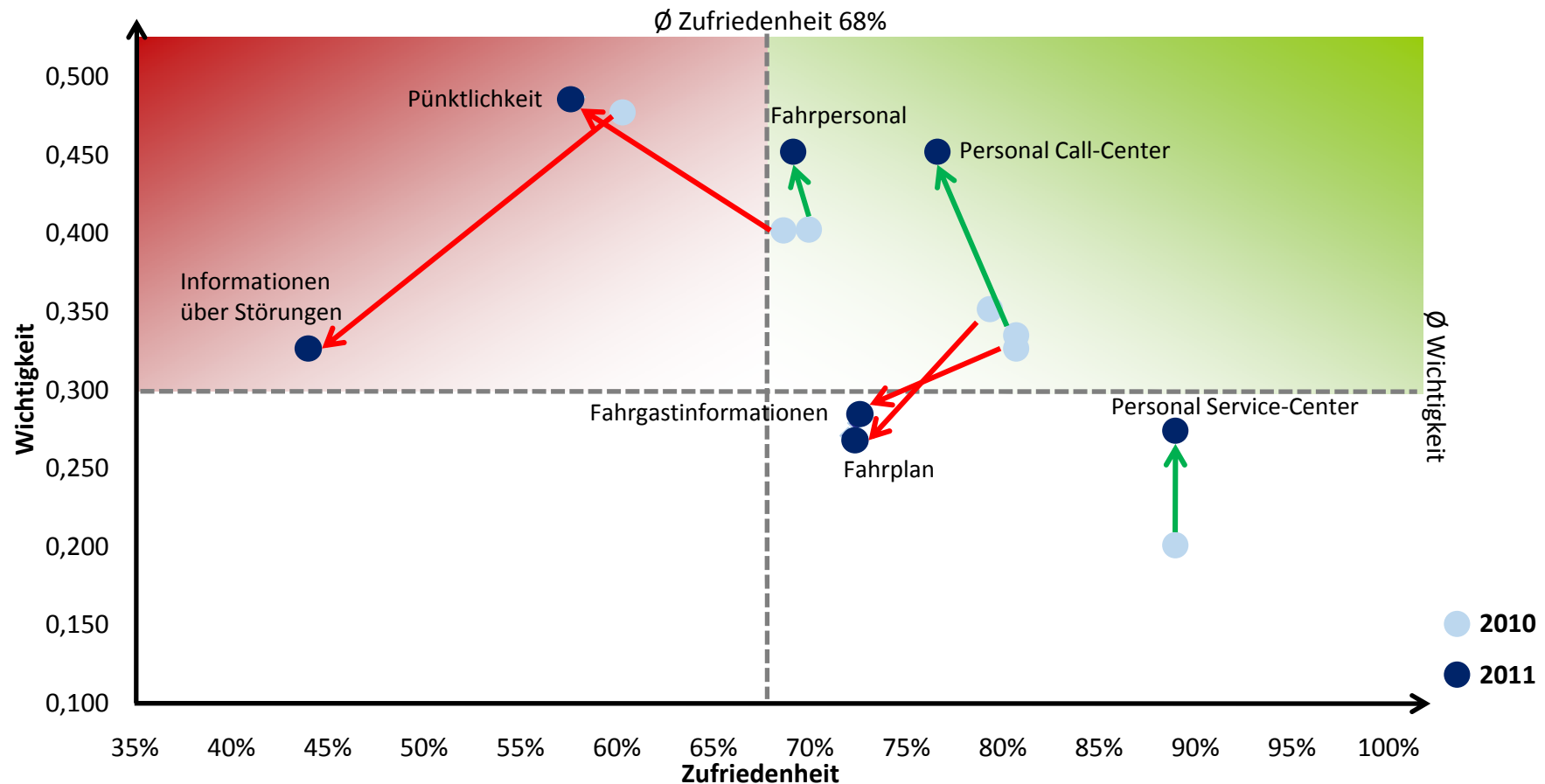


Stärken-Schwächen-Portfolio Kunden gesamt



Die durchschnittliche Wichtigkeit liegt auf dem Vorjahresniveau die Bewertung der Einzelkriterien sinkt nur leicht. Die Stärken der SVP liegen im Personalbereich.

Stärken-Schwächen-Portfolio Kunden gesamt - Vergleich 2010 und 2011



Zwei wesentliche Veränderungen zu 2010: Schwachpunkte sind aufgrund der Ausfälle Informationssysteme und Pünktlichkeit. Das Personal gewinnt hingegen an Bedeutung.

Basis: 2010/2011, Kunden, n=487/500; Zufriedenheiten: Frage 8, Angaben in Prozent, TOP 2 BOX (vollkommen zufrieden/ zufrieden); Wichtigkeiten: Korrelation mit Gesamtzufriedenheit (Frage 7)

41

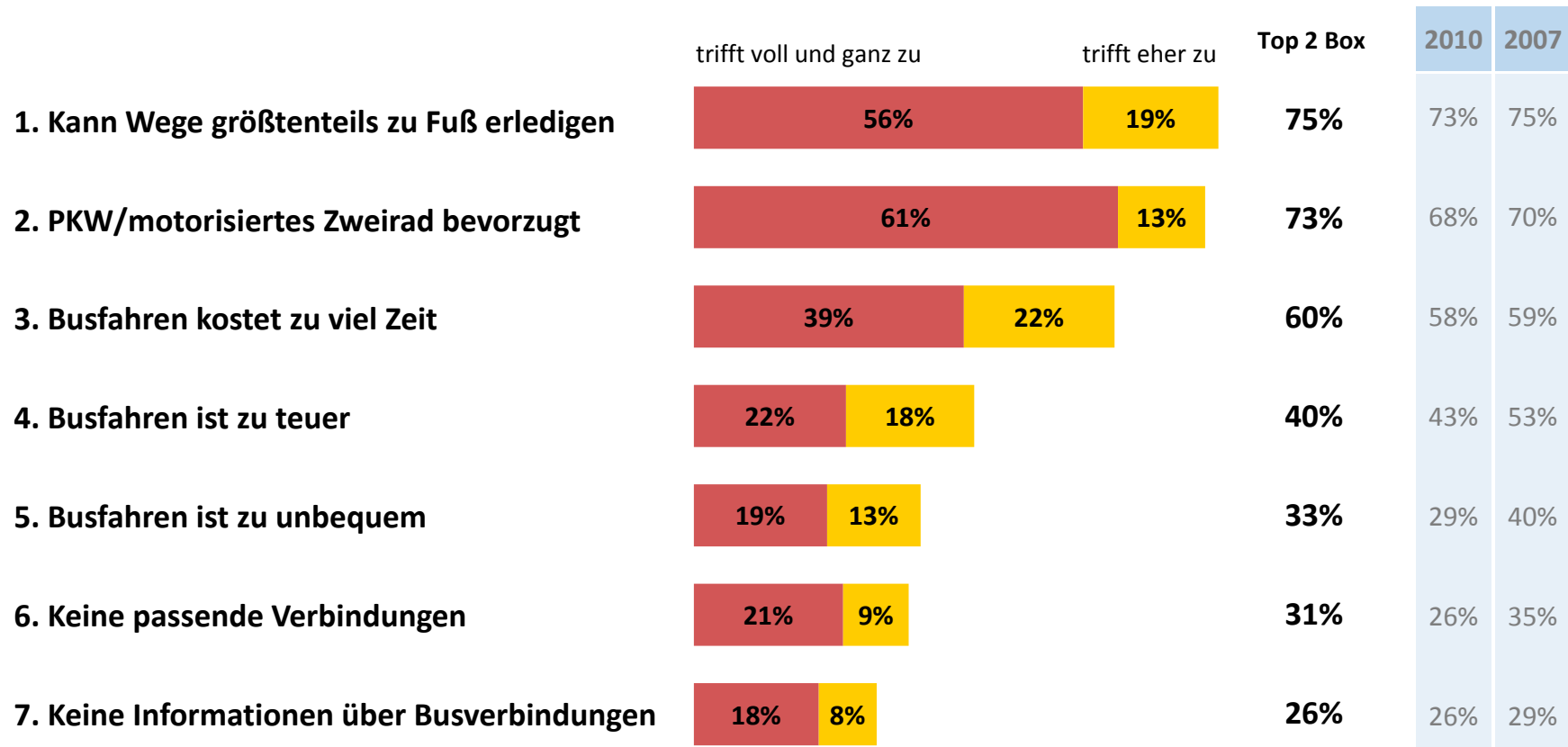
Zwischenfazit 4: Stärken-Schwächen-Portfolio

- Die Bedeutung der Einzelkriterien liegt auf dem Vorjahresniveau und die durchschnittliche Bewertung der Einzelkriterien sinkt nur leicht, da die Kunden die Themenbereiche differenziert zu den Betriebsausfällen bewertet haben.
- Insgesamt gesehen, zeigen sich zwei wesentliche Veränderungen zum Vorjahr die vor allem den Ausfällen geschuldet sind:
 - Einbrüche in der Wahrnehmung zeigen sich bei Pünktlichkeit und bereitgestellten Informationen (Fahrplan, Fahrgast- und Störungsinformation),
 - Die Bewertung des Personals hat sich kaum verändert, ist aber in der Wichtigkeit auf allen Ebenen gestiegen.

Unsere Themen

- 1. Aufgabenstellung und Untersuchungsmethode**
- 2. Struktur der Kunden und Nichtkunden**
- 3. Kunden der SVP**
 - 3.1 Nutzungsverhalten
 - 3.2 Fahrkarten-Kauf und Kenntnis der Kundenrechte
 - 3.3 Gesamtzufriedenheit
 - 3.4 Einzelzufriedenheiten
- 4. Nichtkunden: Barrieren der Nutzung**
- 5. Zusammenfassung und Empfehlungen**

Nichtkunden Barrieren der Nutzung (1)



Zwei Hauptbarrieren: Die individuelle Mobilität (zu Fuß oder per PKW/Zweirad) wird bevorzugt und Busfahren ist zu zeitaufwändig.

Basis: 2007/2010/2011, Nichtkunden, n=516/512/500, Frage 21/10/11: Es gibt viele Gründe den Stadtverkehr nicht oder nur selten zu nutzen. Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Gründen, inwieweit die Begründung jeweils auf Sie persönlich zutrifft. Angaben in Prozent, *nicht erhoben

Nichtkunden Barrieren der Nutzung (2)

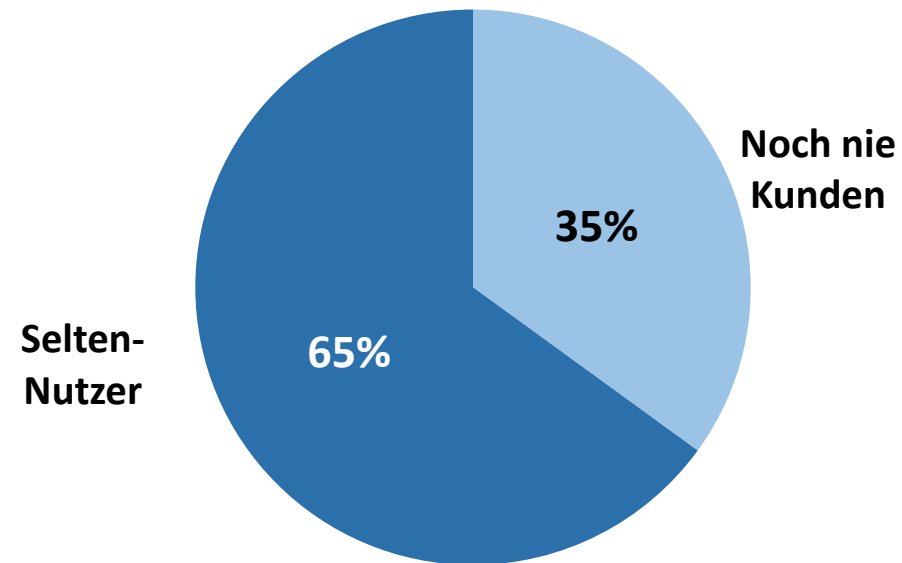
	trifft voll und ganz zu	trifft eher zu	Top 2 Box	2010	2007
8. Fahrrad bevorzugt	13%	8%	21%	18%	21%
9. Unübersichtliches Tarifsystem	9%	12%	21%	19%	23%
10. Keine Haltestelle in der Nähe	10%	4%	13%	15%	20%
11. Buskarten-Kauf schwierig	7%	6%	13%	12%	-*
12. Mit SVP schlechte Erfahrungen gemacht	6%	6%	12%	9%	10%
13. Wenig Gutes über SVP gehört	4%	8%	12%	9%	11%
14. Unfreundliches Personal bei SVP erlebt	4%	8%	11%	11%	11%
15. Busfahren zu gefährlich	2%	1%	3%	2%	-*

Trotz der Betriebsausfälle ist das Image des SVP keine Nutzungsbarriere für Nichtkunden.

Basis: 2007/2010/2011, Nichtkunden, n=516/512/500, Frage 21/10/11: Es gibt viele Gründe den Stadtverkehr nicht oder nur selten zu nutzen. Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Gründen, inwieweit die Begründung jeweils auf Sie persönlich zutrifft. Angaben in Prozent, *nicht erhoben

45

Nichtkunden: Differenzierung Nichtkunden

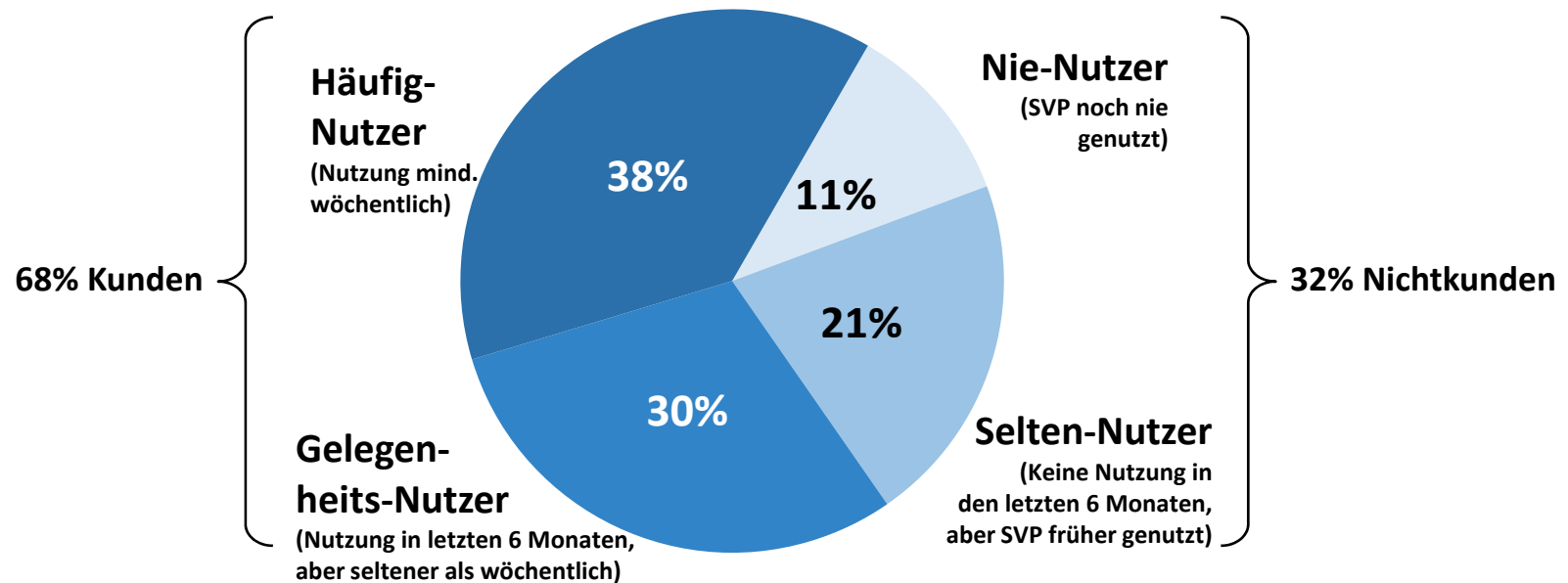


Auch von den Nichtkunden hat die große Mehrheit Erfahrungen mit dem SVP. Nur ein Drittel sind noch nie mit SVP-Bussen gefahren.

Basis: Nichtkunden, n=499, Frage 10: Waren Sie in der Vergangenheit, also vor über 6 Monaten, bereits einmal Bus-Fahrgast des SVP?

46

Unterscheidung in 4 Nutzergruppen



Umgerechnet auf die Bevölkerung Pforzheims bedeutet dies für die Strategie des SVP: Selten-Nutzer als Kunden gewinnen.

Zwischenfazit 5: Nichtkunden - Barrieren der Nutzung

- Hauptsächliche Nutzungsbarrieren: Die individuelle Mobilität zu Fuß oder per PKW bzw. motorisiertem Zweirad wird bevorzugt, da hier die Flexibilität höher und der Zeitaufwand geringer ist. Der Zeitaufwand des Busfahrens ist gleichzeitig auch die zweite Hauptbarriere.
- Für Nichtkunden nimmt das Image des SVP trotz der Betriebsausfälle keinen Schaden und stellt keine Nutzungsbarriere dar.
- Ebenfalls keinen Hinderungsgrund stellen das Personal, Fahrkartenkauf und Vorhandensein von Haltestellen dar, was für eine gute Infrastruktur spricht.
- Zwei Drittel der Nichtkunden waren vor über 6 Monaten bereits einmal Fahrgast des SVP. Neben den allgemeinen Nichtnutzungsgründen hat diese Gruppe bereits etwas häufiger schlechte Erfahrungen mit der SVP im Allgemeinen und mit dem Fahrpersonal im Speziellen gemacht.
- Personen die noch nie Kunden der SVP waren, ist nicht die individuelle Mobilität besonders wichtig, sondern sie scheinen eher generelle Busverweigerer zu sein.

Unsere Themen

- 1. Aufgabenstellung und Untersuchungsmethode**
- 2. Struktur der Kunden und Nichtkunden**
- 3. Kunden der SVP**
 - 3.1 Nutzungsverhalten
 - 3.2 Fahrkarten-Kauf und Kenntnis der Kundenrechte
 - 3.3 Gesamtzufriedenheit
 - 3.4 Einzelzufriedenheiten
- 4. Nichtkunden: Barrieren der Nutzung**
- 5. Zusammenfassung und Empfehlungen**

Zusammenfassung und Empfehlungen (1)

- **Der SVP-Kundenanteil ist gestiegen:**
Zwei Drittel der Pforzheimer Bevölkerung ab 16 Jahren hat im letzten halben Jahr die SVP-Busse genutzt.
- **Weiterhin strukturelle Unterschiede zwischen Kunden und Nichtkunden:**
Kunden sind eher weiblich, im Ruhestand, mit niedrigerem Einkommen und haben keinen PKW zur Verfügung.
- **Die SVP-Kunden sind immer noch Häufignutzer:**
Mehr als die Hälfte nutzt die Busse wöchentlich.
- **Einzelfahrscheins ist mittlerweile die häufigste genutzte Fahrkarte:**
Der Trend, vermutlich durch die Aktion „Vorne rein“ ausgelöst, setzt sich fort.
- **Ein Drittel der Kunden war von den Betriebsausfällen betroffen:**
Dies waren vor allem diejenigen, die auf die Busse angewiesen sind.

Zusammenfassung und Empfehlungen (2)

- **Die Gesamtzufriedenheit sinkt auf 59%:** Der positive Trend seit 2007 wurde unterbrochen. Hier muss der SVP verstärkt auf die Kundenbedürfnisse eingehen, um die generelle Zufriedenheit wieder zu steigern. Mögliche Ansatzpunkte sind vor allem die direkten Berührungspunkte der Betriebsausfälle und Baustellensituation :
 - **Pünktlichkeit der Busse:** Nach der Verbesserung im Vorjahr durch die Entspannung der Baustellensituation muss dieser Punkt wieder verstärkt in Angriff genommen werden.
 - **Fahrplan:** Die Busausfälle haben hier zu einer schlechten Bewertung des Fahrplans geführt, da sich die Kunden nicht darauf verlassen konnten. Nach Beendigung der Diskussion um die Fahrergesellschaft sollte wieder für Zuverlässigkeit gesorgt werden.
 - **Fahrgastinformation und Informationen über Störungen:** Die Unregelmäßigkeiten im Betriebsablauf haben hier Schwachstellen aufgezeigt, da die Kunden sich nicht ausreichend informiert fühlten. Weil den Kunden diese Informationen wichtig sind, sollte die Informationsbereitstellung zukünftig optimal gewährleistet werden und in Extremsituationen (wie z.B. Betriebsausfällen und Baustellen) forciert werden.
 - **Personal allgemein:** Busfahrer und Call-Center Mitarbeiter haben während der Betriebsausfälle an Bedeutung gewonnen. Neben Schulungsansätzen hinsichtlich Kundenfreundlichkeit und Serviceorientierung sollte das Beschwerdemanagement in Angriff genommen werden, um hier nicht in der Kundenzufriedenheit abzurutschen.

Zusammenfassung und Empfehlungen (3)

- Die Betriebsausfälle hatten keine Auswirkungen auf die Nichtkunden: Die Werte sind stabil zum Vorjahr.
- Die Potentiale im Bereich der Nichtkunden sind höher als bisher angenommen. Als Strategie für den SVP empfehlen wir die Aktivitäten hinsichtlich der Selten-Nutzer zu verstärken, um diese als Kunden gewinnen zu können, denn diese Zielgruppe steht dem SVP recht Nahe.
Hier bieten sich Aktionen an, die die Vorteile des Busfahrens in den Vordergrund stellen. Ein guter Ansatzpunkt war hier das Hitzeticket im vergangenen Sommer. Eine ähnliche Aktion könnte im Herbst oder Winter als „Schlechtwetterticket“ laufen.
- Wir sind gespannt, ob sich diese Punkte in der nächsten Messung belegen lassen und ob es gelingt den negativen Auswirkungen der Betriebsausfälle positiv entgegen zu wirken.

Kontakt



Dipl. - Soz. Karin Hagstotz
Geschäftsführung

Tel: 07232 / 31 90 9 11
E-Mail: karin.hagstotz@hagstotz-itm.de



Dipl. - BW (FH) Christian Weiß
Projektmanagement

Tel: 07232 / 31 90 9 21
E-Mail: christian.weiss@hagstotz-itm.de

HAGSTOTZ · ITM GmbH
St.-André-Str. 9
D - 75203 Königsbach-Stein
Telefon 0 72 32 / 3 19 09 - 0
Fax: 0 72 32 / 3 19 09 - 19
E-Mail: info@hagstotz-itm.de
www.hagstotz-itm.de