

Kundenzufriedenheitsmessung 2007

Im Auftrag der SVP Stadtverkehr Pforzheim / Veolia-Verkehr-Gruppe
September 2007

Dipl.-Soziologin Karin Schmitt-Hagstotz
Dipl.-Betriebswirt (FH) Hans-Christian Schübert

Unsere Themen

- 1. Aufgabenstellung**
- 2. Untersuchungsmethode**
- 3. Wer wurde befragt?**
- 4. Nichtkunden: Barrieren der Nutzung**
- 5. Kunden der SVP**
 - 5.1 Kundenstruktur und Nutzungsverhalten
 - 5.2 Fahrkarten-Kauf und Fahrtplanung
 - 5.3 Gesamtzufriedenheit
 - 5.4 Zufriedenheiten mit einzelnen Leistungsdimensionen
 - 5.5 Kundenbindung
 - 5.6 Wahrnehmung der SVP im Zeitverlauf

1. Aufgabenstellung

1. Aufgabenstellung

- Im Zusammenhang mit der Neuaufstellung der Pforzheimer Verkehrsbetriebe als Gemeinschaftsunternehmen der Veolia-Verkehr-Gruppe und der Stadt Pforzheim wurde mit der Stadt Pforzheim ein Rahmenverkehrsvertrag geschlossen, der Vorgaben zur Messung von Kundenzufriedenheit beinhaltet.
- Gemäß diesen Vorgaben wurden folgende Aspekte für die Studie berücksichtigt:
 - Bevölkerungs-repräsentative Befragung von Kunden und Nichtkunden
 - Konzeptionierung eines Fragebogens, der Grundlage für eine kontinuierliche Messung der kommenden 10 Jahre bietet.
- Die Studie hat das Ziel, insbesondere zu folgenden Themen Aufschluss zu geben:
 - Struktur soziodemografischer Merkmale für Kunden und Nichtkunden
 - Globalzufriedenheit mit SVP
 - Einzelzufriedenheiten mit wesentlichen SVP-Leistungsmerkmale
 - SVP-Nutzungsintensität
 - Barrieren der Nutzung (Nichtkunden).

2. Untersuchungsmethode

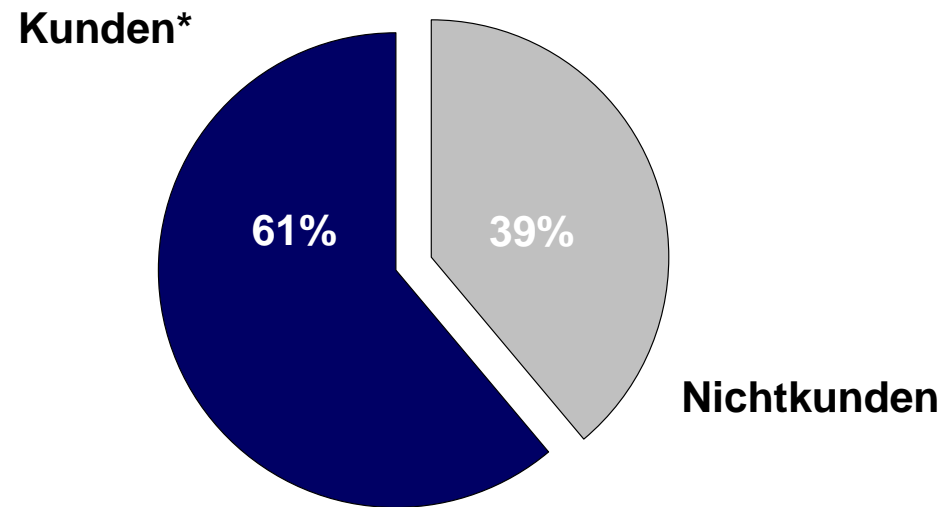
2. Untersuchungsmethode

- Diese Kundenzufriedenheitsmessung basiert auf einer repräsentativen Bevölkerungstichprobe für den Stadtkreis Pforzheim bei Personen ab 16 Jahren.
- Die Befragung wurde anhand eines standardisierten Fragebogens durchgeführt, um die Vergleichbarkeit mit Folgemessungen zu gewährleisten.
- Stichprobengröße: Kunden, n=500, Nichtkunden, n=500
- Erhebungsmethode: CATI (Computergestützte Telefoninterviews)
- Erhebungszeitraum: KW 30 bis KW 33, 2007
- Die ausgewiesenen Ergebnisse beruhen auf der gewichteten Stichprobe mit folgender Neuverteilung der Fallzahlen: Kunden, n=483, Nichtkunden, n=517.

3. Wer wurde befragt?

3. Wer wurde befragt? (1)

SVP Kundenanteil



* Definition Kunde: Personen, die innerhalb der letzten 6 Monate mit SVP Bus gefahren sind und eine SVP Linie bzw. Linie eines Subunternehmers genutzt haben.

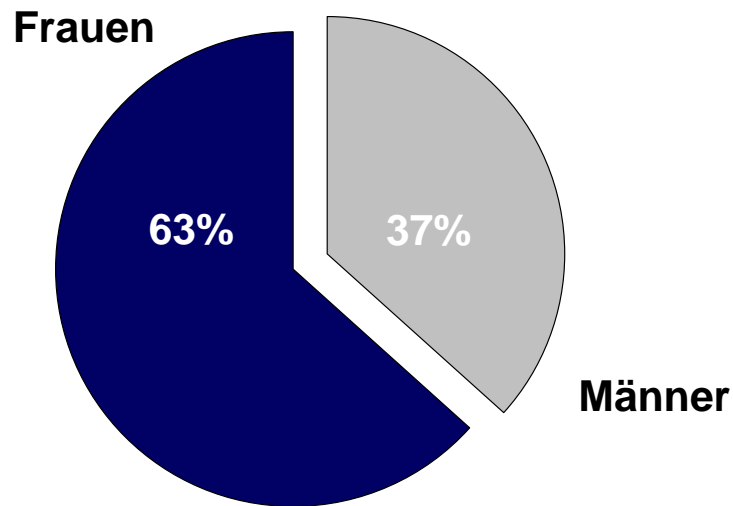
Rund zwei Drittel der Pforzheimer Bürger nutzt SVP-Busse.

Basis: n=796

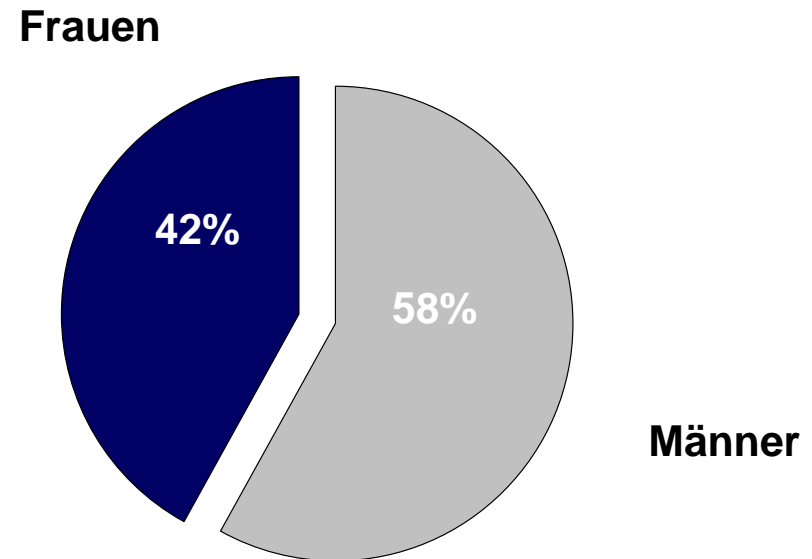
Quotenmerkmal: Kundenstatus

3. Wer wurde befragt? (2)

Kunden: Geschlecht



Nichtkunden: Geschlecht

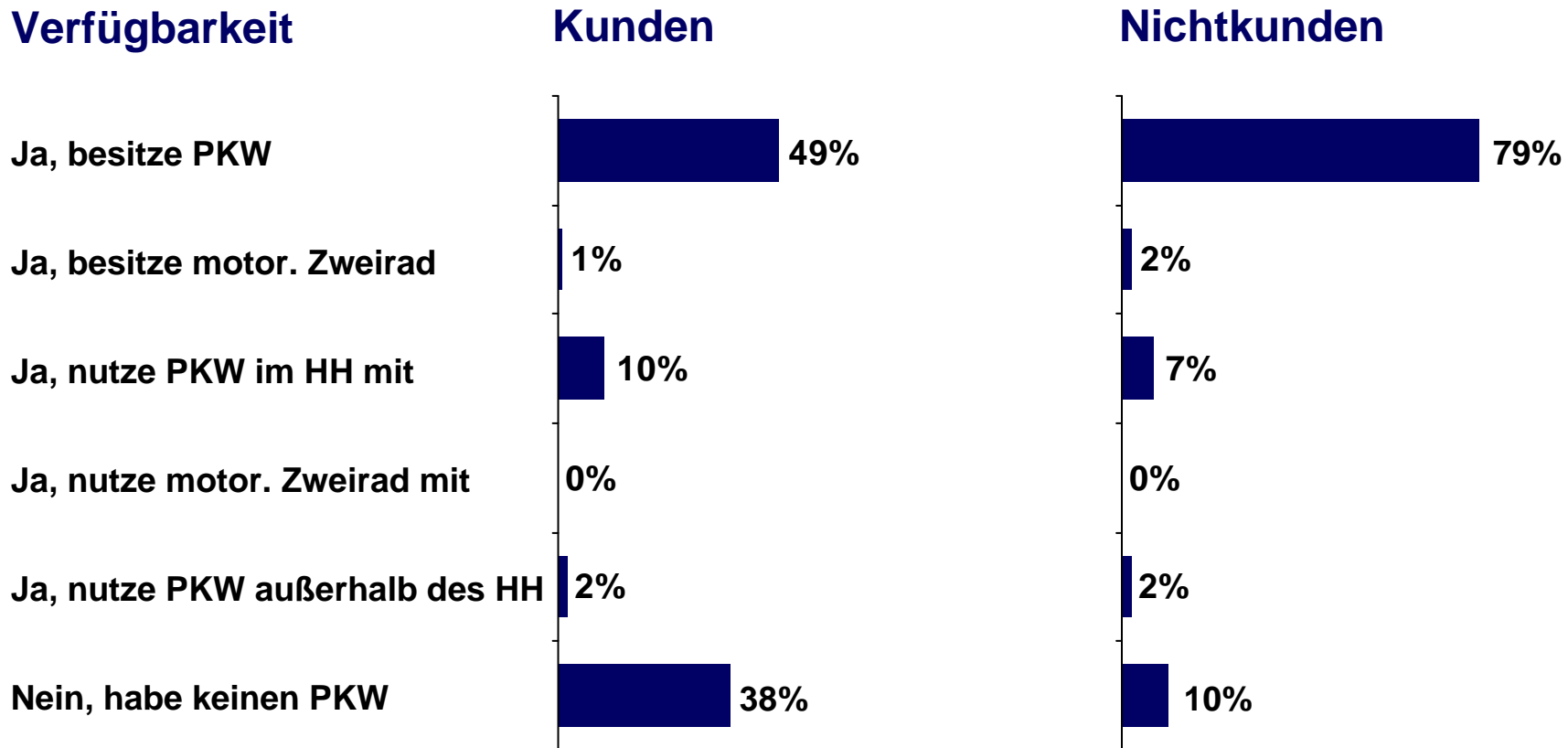


Frauen nutzen die SVP-Busse stärker als Männer.

Basis: Kunden, n=483, Nichtkunden, n=517
Geschlecht?

3. Wer wurde befragt? (3)

PKW/Zweirad-Verfügbarkeit



Kunden haben im Vergleich zu Nichtkunden eine eingeschränkte PKW-Verfügbarkeit.

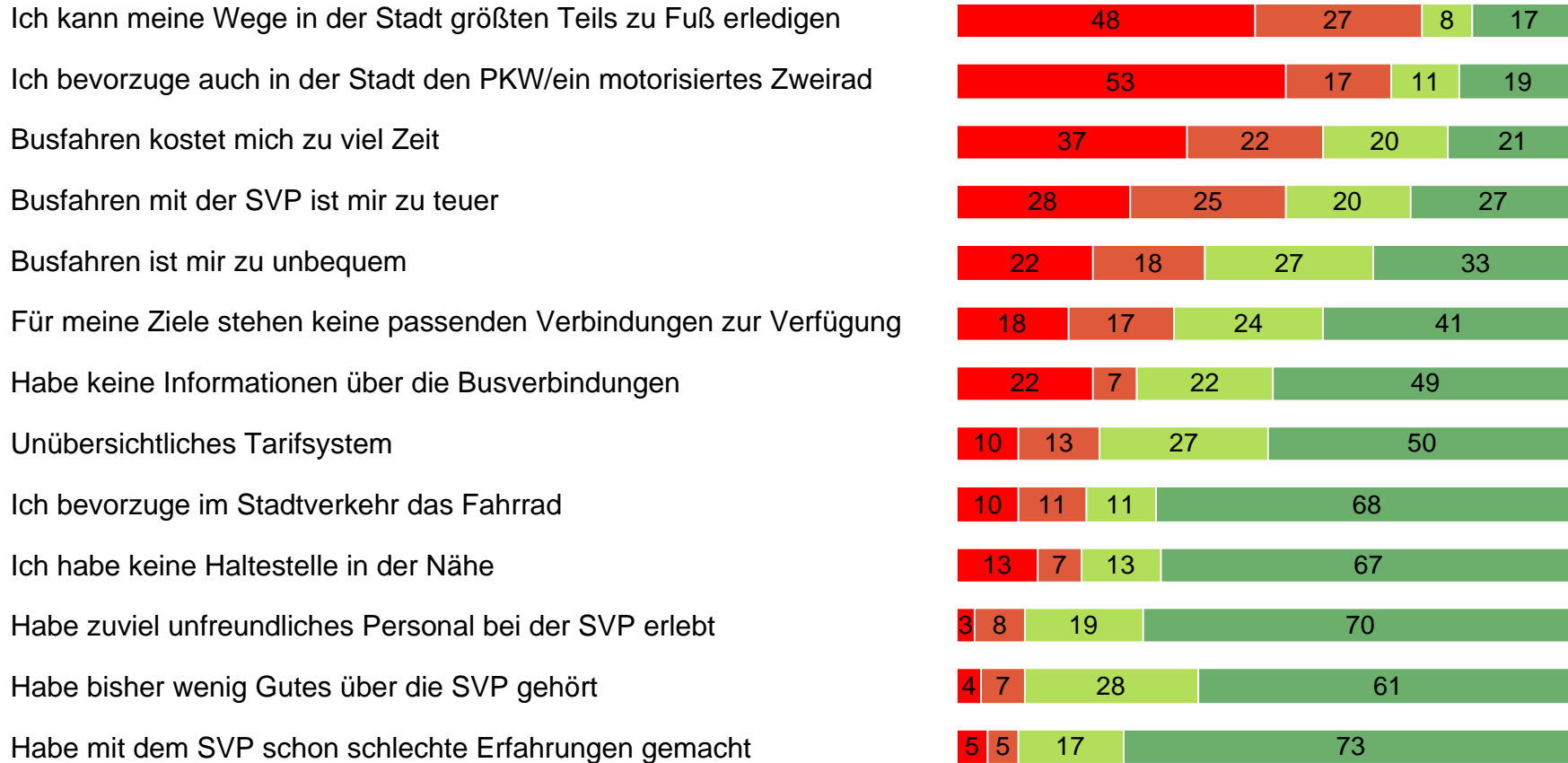
Basis: Kunden, n=476, Nichtkunden, n=512

Frage 26: Haben Sie privat in den letzten sechs Monaten einen PKW oder ein motorisiertes Zweirad, also Mofa, Roller oder Motorrad, zur Verfügung gehabt?

4. Nichtkunden: Barrieren der Nutzung

4. Nichtkunden: Barrieren der Nutzung

trifft voll und ganz zu (1) bis trifft überhaupt nicht zu (4)



Barrieren der Busnutzung fußen primär auf Bequemlichkeit und Kostenüberlegungen.

Basis: Nichtkunden, n=516

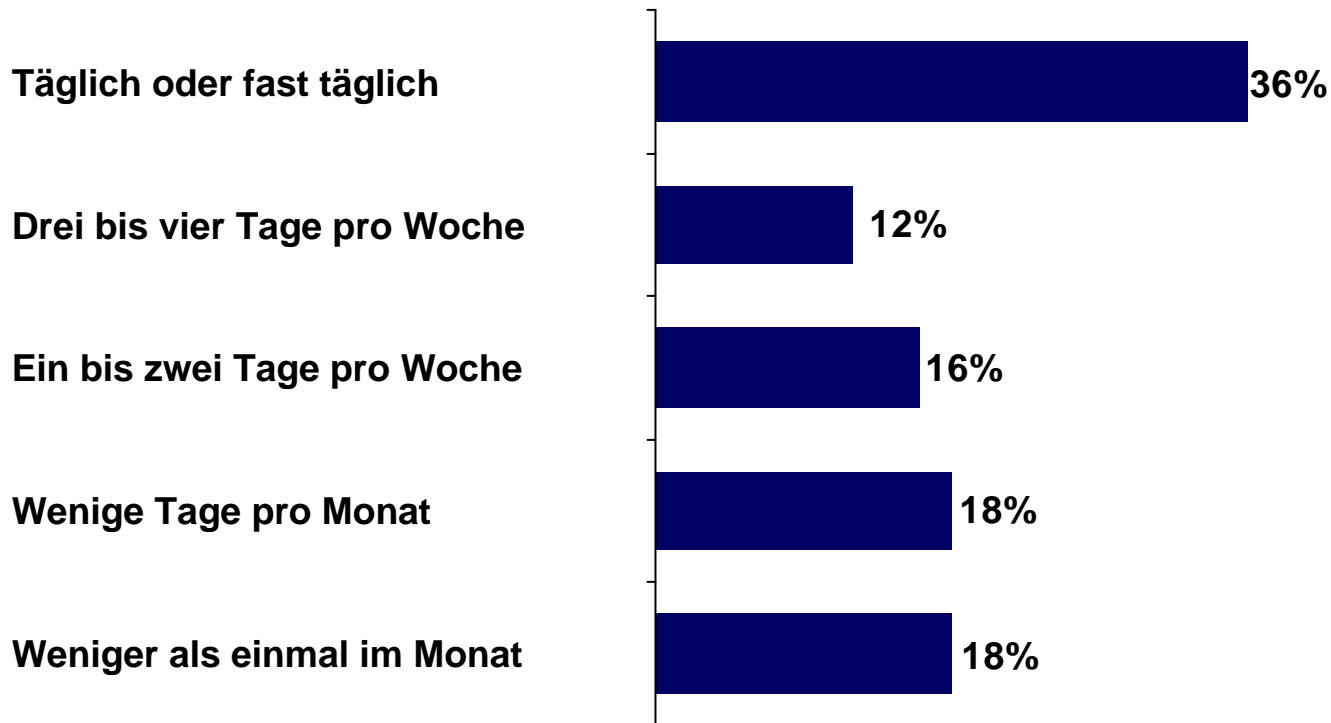
Frage 21: Es gibt viele Gründe, den Stadtverkehr SVP nicht oder nur sehr selten zu nutzen. Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Gründen inwieweit die Begründung jeweils auf Sie persönlich zutrifft.

5. Kunden der SVP

- 5.1 Kundenstruktur und Nutzungsverhalten
- 5.2 Fahrkarten-Kauf und Fahrtplanung
- 5.3 Gesamtzufriedenheit
- 5.4 Zufriedenheiten mit einzelnen Leistungsdimensionen
- 5.5 Kundenbindung
- 5.6 Wahrnehmung der SVP im Zeitverlauf

5.1 Kundenstruktur und Nutzungsverhalten (1)

SVP-Nutzung der letzten sechs Monate



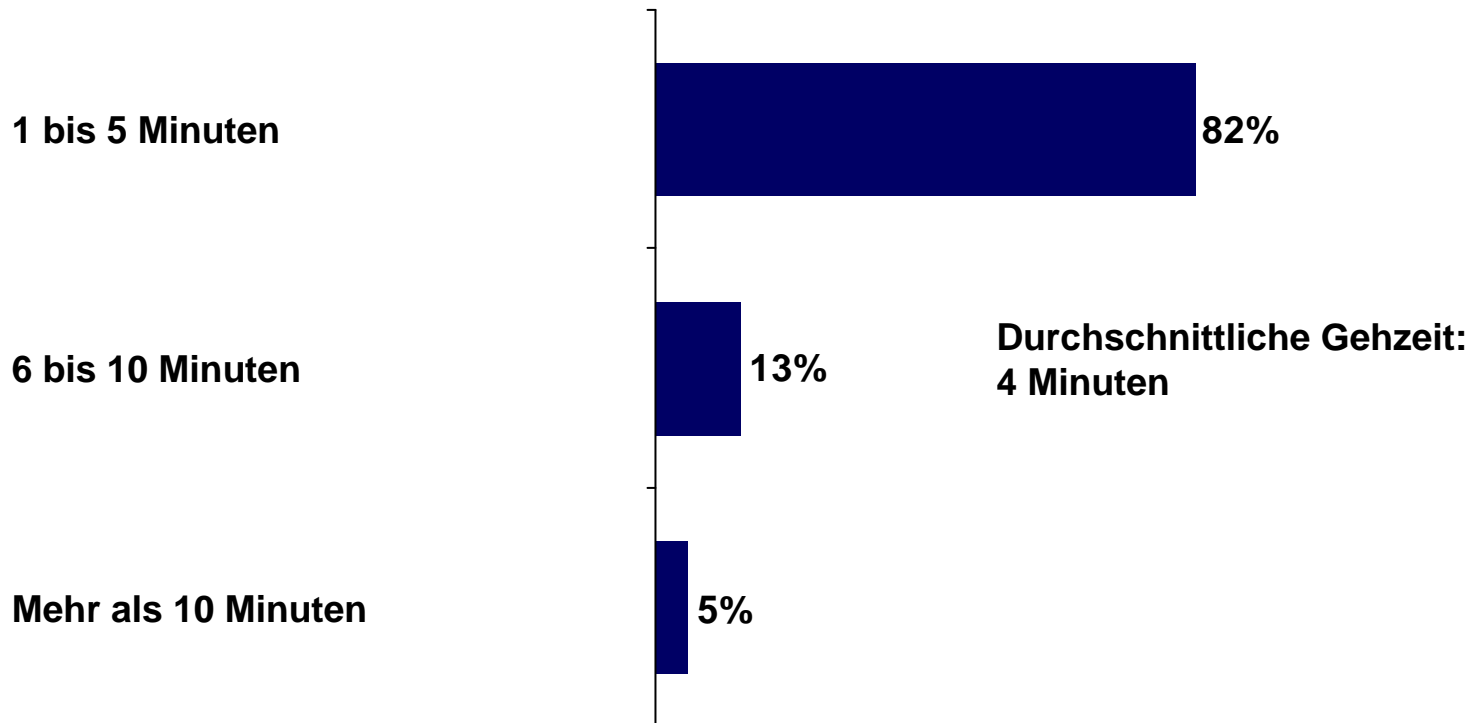
Zwei Drittel der Kunden sind häufige Nutzer, die SVP-Busse wöchentlich nutzen.

Basis: Kunden, n=483

Frage 2: Und wie oft haben Sie in den vergangenen sechs Monaten die SVP genutzt?

5.1 Kundenstruktur und Nutzungsverhalten (2)

Gehzeit zur Haltestelle



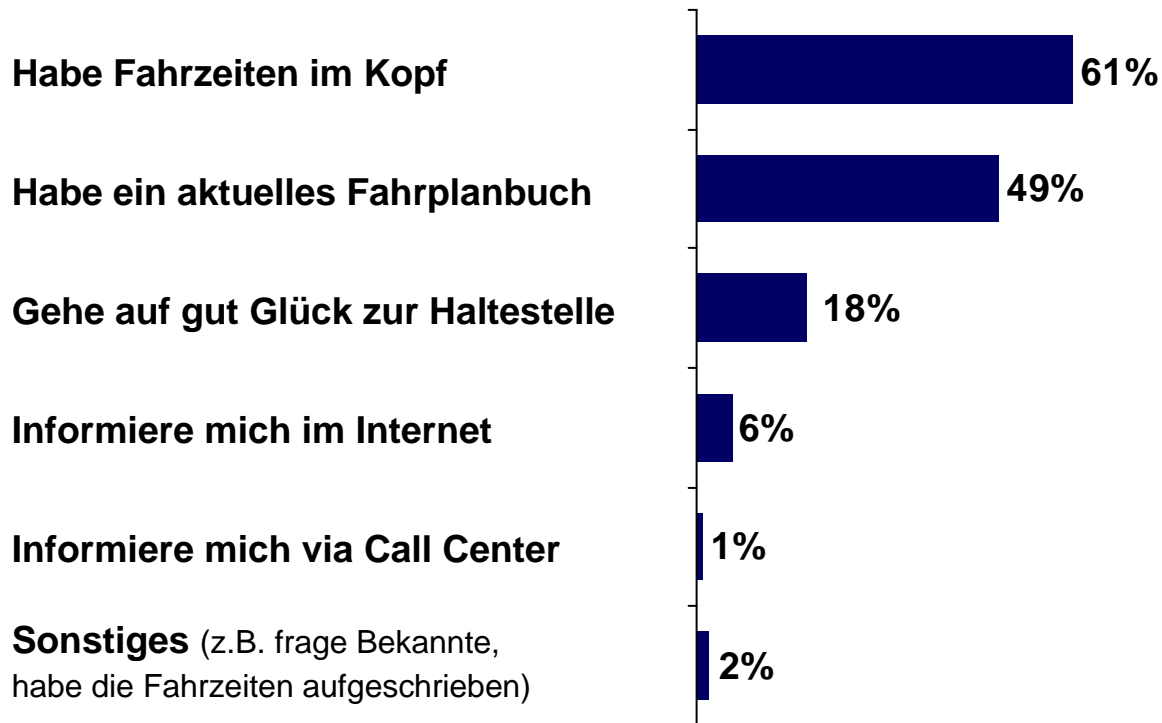
Die meisten Kunden haben kurze Wege zur Haltestelle.

Basis: Kunden, n=481

Frage 8: Wie lange dauert ungefähr Ihr Fußweg von Ihrer Wohnung zu Ihrer Haltestelle?

5.2 Fahrkarten-Kauf und Fahrtplanung

Fahrtplanung



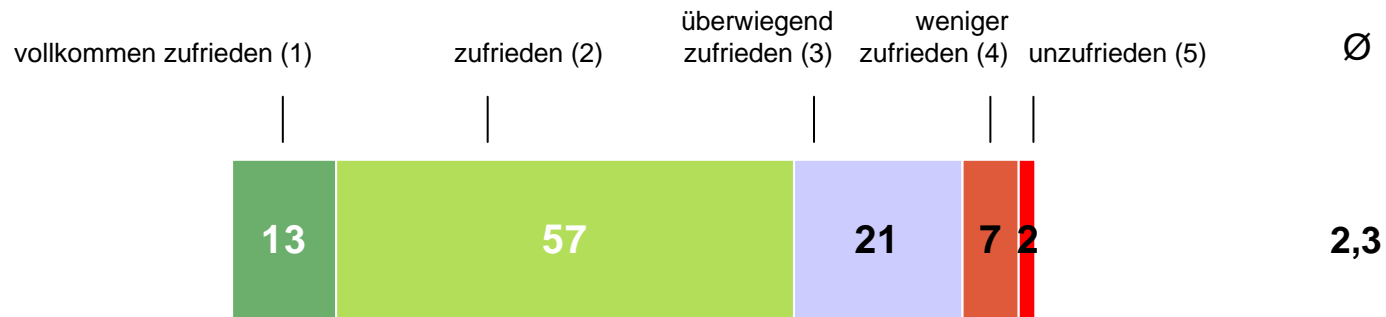
Die meisten Kunden wissen die Fahrzeiten auswendig.

Basis: Kunden, n=483

Frage 15: Wie plane Sie Ihre Abfahrzeiten? Mehrfachnennungen

5.3 Gesamtzufriedenheit (1)

Gesamtzufriedenheit mit SVP



Benchmarks zur Gesamtzufriedenheit

- **ÖPNV Kundenbarometer 2006 (Quelle: tnsinfratest, Bielefeld):** ÖPNV insgesamt 2,9*
- **Bürgerumfrage 2007, Stadt Pforzheim (Quelle: Stadt Pforzheim):**
Bewertung der öffentlichen Verkehrsmittel: 2,2**

* 5er-Skala, vollkommen zufrieden bis unzufrieden
** 5er-Skala, sehr zufrieden bis sehr unzufrieden

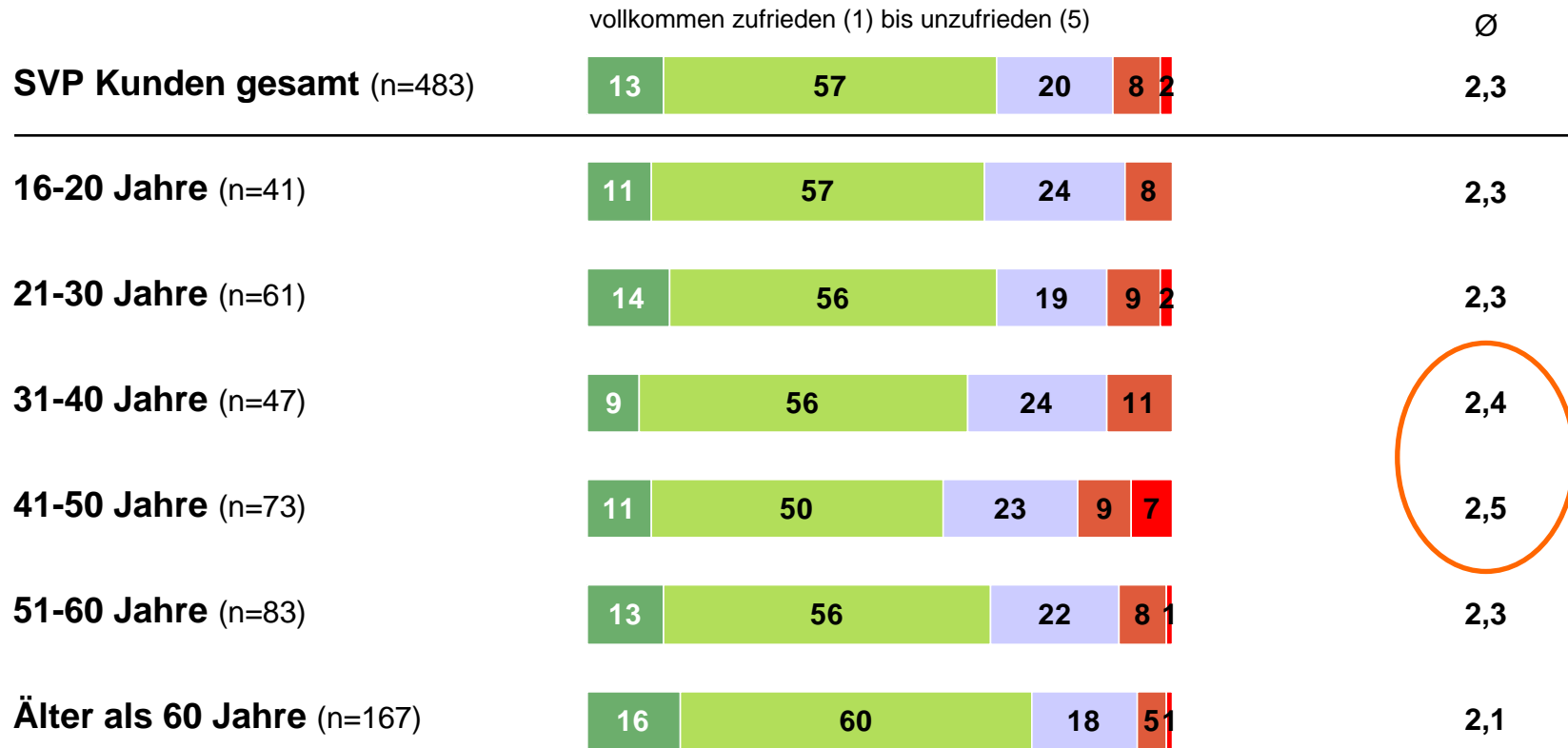
Die SVP-Gesamtzufriedenheit liegt im guten Mittelfeld.

Basis: Kunden, n=483

Frage 12: Wenn Sie jetzt einmal an die SVP alles in allem genommen denken, wie zufrieden sind Sie dann mit der SVP? Angaben in Prozent

5.3 Gesamtzufriedenheit (2)

Gesamtzufriedenheit nach Altersgruppen

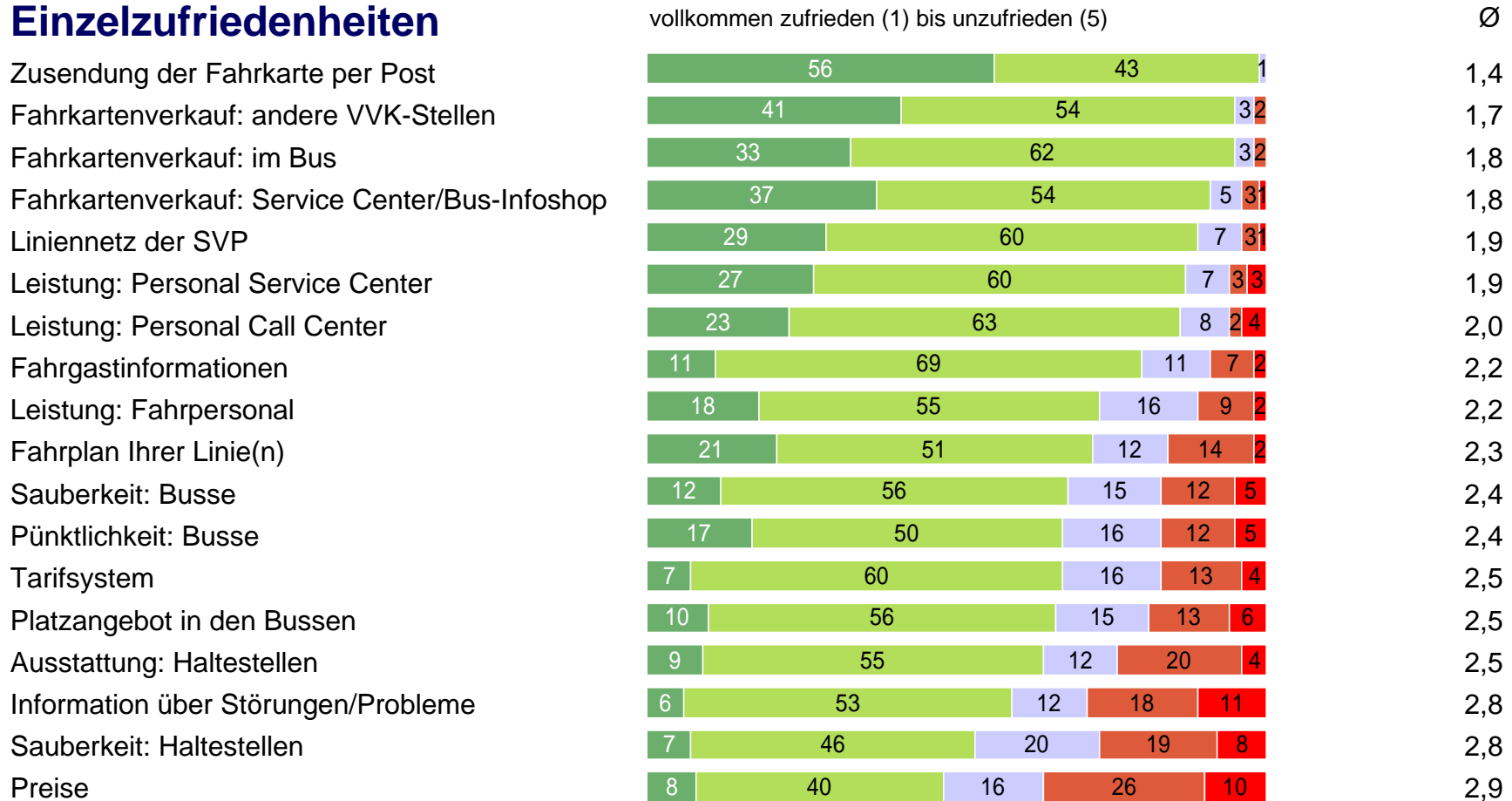


In den mittleren Altersgruppen fällt die Zufriedenheit leicht ab.

Frage 12: Wenn Sie jetzt einmal an die SVP alles in allem genommen denken, wie zufrieden sind Sie dann mit der SVP? Angaben in Prozent

5.4 Zufriedenheiten mit einzelnen Leistungsdimensionen

Einzelzufriedenheiten



SVP-Leistungen werden sehr differenziert bewertet. Top ist der Fahrkartenverkauf.

Basis: Kunden, n=483

Frage 13: Bitte sagen Sie mir jedes Mal wie zufrieden Sie mit den einzelnen Leistungen sind? Angaben in Prozent, Mittelwerte (5er-Skala)

5.5 Kundenbindung (1)

Weiterempfehlungsbereitschaft



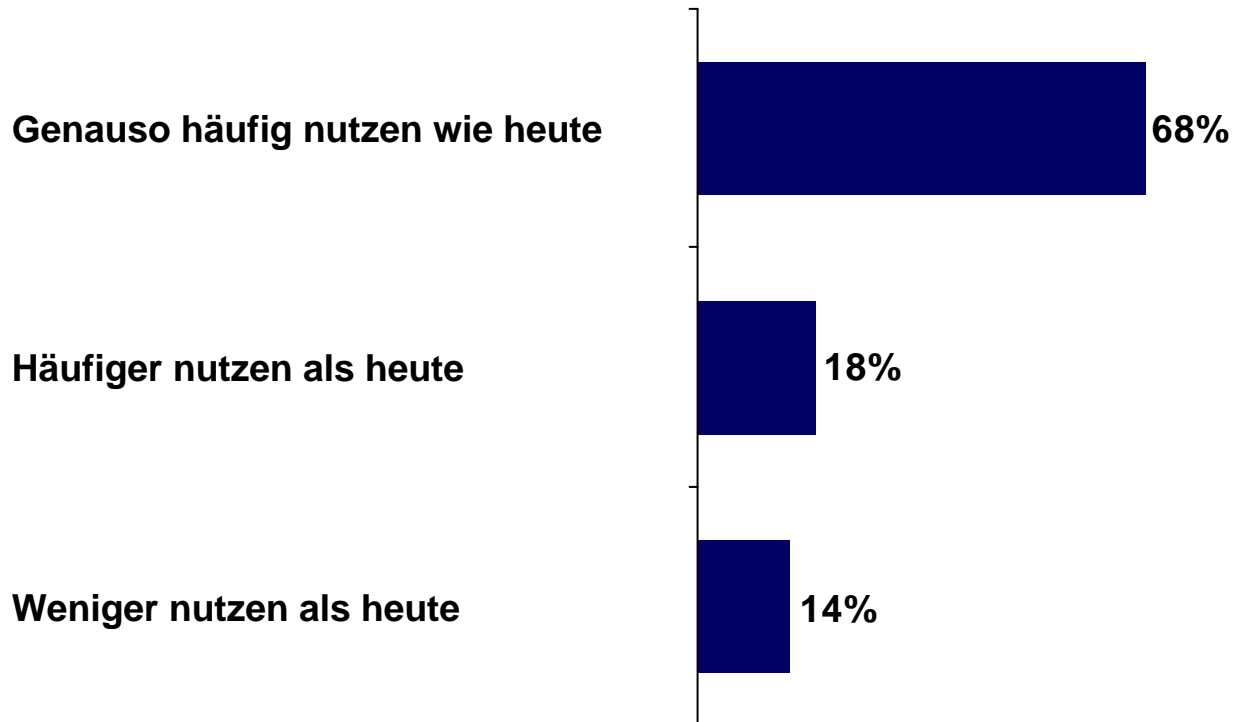
75% der Kunden empfehlen die SVP häufig, eher häufig oder eher selten weiter.

Basis: Kunden, n=458

Frage 18: Wenn Sie jetzt an die SVP denken: Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu? Freunden und Bekannten empfehle ich schon mal, die SVP zu nutzen.

5.5 Kundenbindung (2)

Künftige Nutzungsbereitschaft



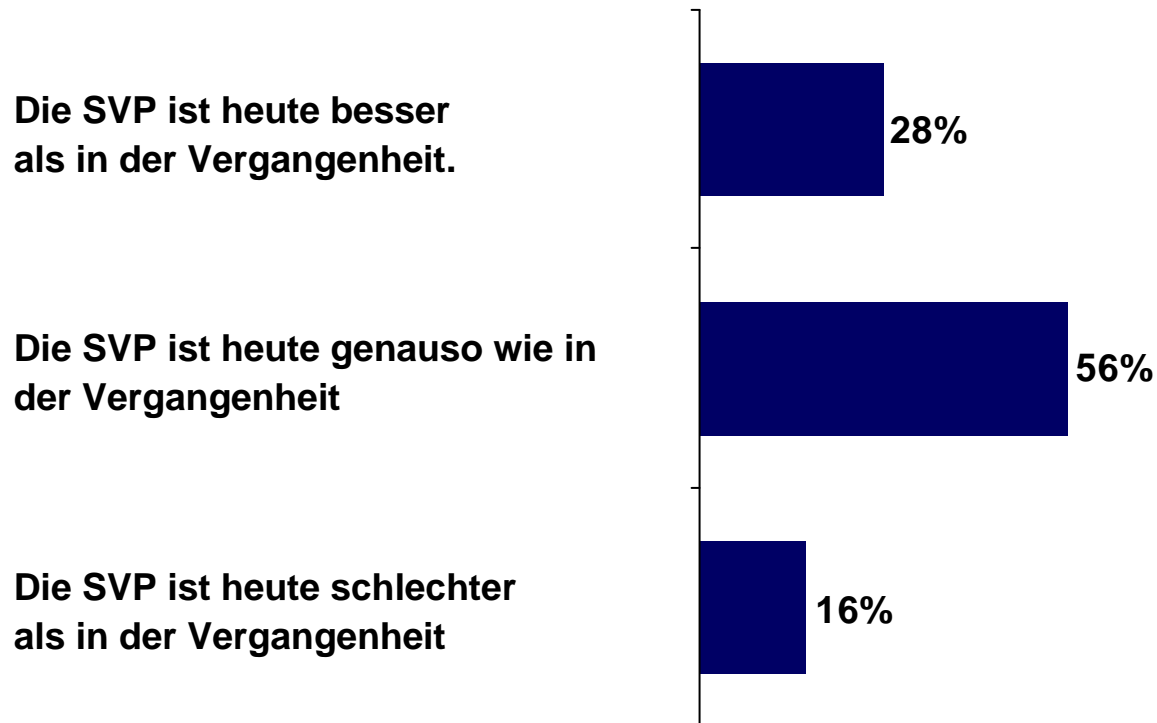
Die deutliche Mehrheit beabsichtigt die SVP zukünftig genauso häufig oder häufiger zu nutzen als heute.

Basis: Kunden, n=437

Frage 20: Wenn Sie an die kommenden zwei Jahre denken: werden Sie in Zukunft die SVP ...

5.6 Wahrnehmung der SVP im Zeitverlauf

Leistungsvergleich: vor ein/zwei Jahren vs. heute



Die SVP bleibt in der Kundenwahrnehmung über die Zeit stabil – mit positiver Tendenz.

Basis: Kunden, n=389

Frage 19: Wenn Sie die Leistungen der SVP vor ein oder zwei Jahren mit denen der heutigen SVP vergleichen: würden Sie dann sagen ...