

Gutachten

ÖV-Qualitätsmonitoring

Im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands e. V.

infas Institut für angewandte
Sozialwissenschaft GmbH

Kurt-Schumacher-Straße 24
53113 Bonn
T +49 (0)228 38 22-0
F +49 (0)228 31 00 71
info@infas.de
www.infas.de

Bericht an

Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.
Rudi-Dutschke-Straße 17

10969 Berlin

Vorgelegt von

infas Institut für angewandte
Sozialwissenschaft GmbH
Kurt-Schumacher-Straße 24
53113 Bonn

Kontakt

Jana Hölscher
Projektleiterin

Tel. +49 (0)228/38 22-463
E-Mail j.hoelscher@infas.de

Projekt

7882
Bonn, Oktober 2023
Ha, Tj

© infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH
Der Inhalt dieses Berichts darf ganz oder teilweise
nur mit unserer schriftlichen Genehmigung veröffentlicht,
vervielfältigt, gedruckt oder in Informations- und
Dokumentationssystemen (information storage and
retrieval systems) gespeichert, verarbeitet oder ausgegeben
werden.

infas ist zertifiziert
nach ISO 20252 für die Markt-,
Meinungs- und Sozialforschung

ISO 20252



infas ist Mitglied im
Arbeitskreis Deutscher Markt- und
Sozialforschungsinstitute e.V.
(ADM) und ESOMAR

ADM

ESOMAR
member

Zusammenfassung

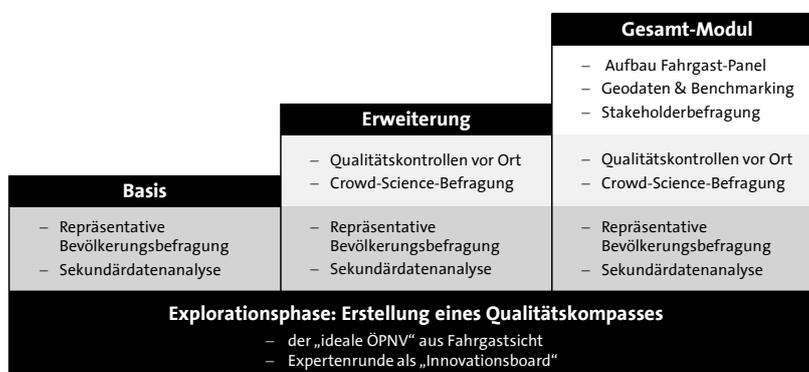
Der Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv) hat dieses Gutachten in Auftrag gegeben, um ein umfassendes Monitoring des öffentlichen Verkehrs (ÖV) in Deutschland zu entwickeln. Die Aufgabe dieses Gutachtens ist die Entwicklung eines neutralen und unabhängigen Erhebungskonzepts für den Nah- und Fernverkehr – sowohl im Hinblick auf objektive Qualitätskriterien als auch in Bezug auf die subjektive Wahrnehmung der derzeitigen und potenziellen Fahrgäste. Auch die zeitliche wie regionale Vergleichbarkeit der Ergebnisse soll ermöglicht werden. Mit diesem Konzept soll den politischen Akteuren ein konkreter Vorschlag unterbreitet werden, wie ein ÖV-Qualitätsmonitoring aufgebaut und langfristig weiterentwickelt werden kann. Ein ganzheitliches und vor allem von den Verkehrsunternehmen unabhängiges Monitoring, wie es etwa in Dänemark oder Großbritannien bereits existiert, gibt es in Deutschland bisher nicht. Das Gutachten benennt hierfür die (finanziellen) Voraussetzungen und adressiert mit einem in drei Stufen gegliederten Konzept auch mögliche Umsetzungshürden.

Das Gutachten gliedert sich in fünf Kapitel. Im ersten Kapitel wird das Ziel des ÖV-Qualitätsmonitorings definiert und von anderen Konzepten abgegrenzt. Der methodische Ansatz wird in Kapitel 2 erläutert. In Kapitel 3 werden geeignete inhaltliche Kategorien für eine Qualitätsmessung sowie passende Indikatoren vorgestellt. In Kapitel 4 geht es um die Aufbereitung der Erhebungsdaten sowie die Kommunikation der Ergebnisse. Im Anschluss daran werden in Kapitel 5 konkrete Vorschläge im Hinblick auf die Umsetzung des Konzepts vorgestellt. Kapitel 6 schließt das Gutachten mit einem Fazit.

Methodisches Konzept

Das methodische Konzept trägt finanziellen und zeitlichen Restriktionen Rechnung, indem die Möglichkeit eines schrittweisen Aufbaus des Monitorings dargestellt wird.

Abbildung 1 Module und dazugehörige Erhebungsinstrumente des ÖV-Qualitätsmonitorings



Quelle: infas eigene Darstellung

Das Konzept gliedert sich in drei Module: das Basis-Modul, das Erweiterungs-Modul und das Gesamt-Modul. So wird deutlich, was die methodische Basis eines ÖV-Qualitätsmonitorings bildet und welche Methoden schrittweise bzw. mit mehr finanziellen Mitteln hinzukommen können. Alle Methoden zusammen – die sowohl subjektive als auch objektive Qualitätskriterien mit einbeziehen – vervollständigen Stück für Stück das Bild von der Qualität des öffentlichen Verkehrs in Deutschland:

- Eine **qualitative Explorationsphase** dient der Entwicklung eines inhaltlichen Qualitätskompasses für die späteren Erhebungen und wird den anderen Modulen vorausgestellt. Je nach Zeithorizont des Monitorings bietet es sich auch an, die Explorationsphase nach ein paar Jahren zu wiederholen, um neue Entwicklungen aufzugreifen.
- Das **Basis-Modul** umfasst die repräsentative quantitative Befragung von (Nicht-)Nutzerinnen und -Nutzern sowie eine Analyse von Sekundärquellen. Beides ist zeitnah und – je nach Umfang und Erhebungsmodi – relativ kostengünstig umzusetzen. Es kann zugleich bereits eine Vielzahl an inhaltlichen Indikatoren abdecken.
- Das **Erweiterungs-Modul** enthält Instrumente, die sowohl inhaltlich als auch methodisch noch mehr Varianz ermöglichen, jedoch gleichzeitig mehr Planung und Budget benötigen. Es umfasst eine objektive Qualitätsmessung, beispielsweise in Zügen und Bahnhöfen. Ein anderer methodischer Ansatz, bei dem der Messfokus stärker auf bestimmten Fahrgastsituationen liegt, ist die User-Experience-Methode, z. B. in Form einer stillen Beobachtung. Auch Onlinebefragungen in Form eines Crowd-Science-Ansatzes können als innovative Erhebungsform neue inhaltliche Impulse liefern.
- Im **Gesamt-Modul** wird das Portfolio um vier weitere Instrumente ergänzt: eine Befragung von Betreibern, Personal und Stakeholdern, ein Fahrgast-Panel, Geodaten per App sowie Benchmarking. Das Gesamt-Modul bietet somit eine erweiterte Ebene der Analyse und tiefere Einblicke in die Leistung und den Service im öffentlichen Verkehr.

Indikatoren des ÖV-Qualitätsmonitorings

Die vier inhaltlichen Überkategorien **Angebot (3.1)**, **Tarif (3.2)**, **Infrastruktur (3.3)** sowie **Kommunikation und Aufenthaltsqualität (3.4)** umfassen eine Vielzahl an Einzelindikatoren.

- Das Thema **Angebot** ist insofern wichtig, als es die Verfügbarkeit von verschiedenen Verkehrsmitteln und Streckenoptionen bestimmt. Leitfragen thematisieren die Zufriedenheit mit dem Angebot, der Taktung und der Pünktlichkeit, aber auch die Nutzung von Informations- und On-Demand-Diensten. Auch die Hürden für die Nutzung des Angebots im ÖV sollten abgefragt werden.
- Der **Tarif** im öffentlichen Verkehr spielt für den Fahrgast eine wesentliche Rolle, da er die Kosten für die Nutzung von Bus und Bahn festlegt. Dabei geht es nicht nur um die Höhe der Kosten für die Fahrgäste, sondern auch um die Verständlichkeit des Tarifs und das wahrgenommene Preis-Leistungs-Verhältnis.

- Die Kategorie **Infrastruktur** beschäftigt sich nicht nur mit dem Zustand der Bahnhöfe, Haltestellen und Fahrzeuge, sondern auch mit der Anbindung an den jeweiligen Bahnhof, inklusive der Barrierefreiheit. Auch das Thema Sicherheit sowie die Sauberkeit spielen eine Rolle bei der Bewertung durch die Fahrgäste.
- Die **Aufenthaltsqualität und Kommunikation** bilden die letzte dargestellte Überkategorie. Hier geht es neben der Sympathie für das Verkehrsunternehmen bzw. Verkehrsmittel darum, wie die Kommunikation mit den Kundinnen und Kunden bewertet wird und wie gerne die Fahrgäste mit dem ÖV unterwegs sind. Dabei können der Komfort, ein schneller Internetzugang, aber auch die Akustik oder Temperatur eine Rolle spielen.

Datenauswertung und Kommunikation

Nicht nur die eigentliche Messung entscheidet über den Erfolg eines ÖV-Qualitätsmonitorings, auch die Datenauswertung und die Kommunikation der Ergebnisse sind diesbezüglich ausschlaggebend. Um die Ergebnisse des ÖV-Qualitätsmonitorings besser interpretieren und einordnen zu können, eignet sich ein Mobilitäts- bzw. Verkehrsindex. Ein wichtiger Bestandteil dessen sind Fahrgast-Benchmarks, welche es ermöglichen, verschiedene Aspekte des ÖVs aus Fahrgastsicht zu beurteilen. Die Nutzung externer Daten ist eine weitere Möglichkeit, Befragungsergebnisse zu vertiefen oder mit anderen Kennwerten zu vergleichen.

Eine strategische Kommunikation ist entscheidend dafür, welche Inhalte zu welcher Zeit an welche Zielgruppe und über welchen Kommunikationsweg vermittelt werden. Eine eigene Website ist ein Aushängeschild für ein professionelles und langfristig angelegtes ÖV-Monitoring und sollte daher fachlich adäquat umgesetzt werden. Auch eine Projekt-App würde im Hinblick auf bestimmte flexible Befragungsmethoden Vorteile bieten. Beide fördern gleichermaßen die Forschungstransparenz, indem sie Fahrgästen und Verkehrsbetreibern gleichermaßen eine umfassende Sicht auf die Projektbestandteile bieten.

Umsetzung und Kosten eines ÖV-Qualitätsmonitorings

Der Erfolg der Umsetzung des ÖV-Qualitätsmonitorings hängt wesentlich von der Legitimation der Studie auf verschiedenen Ebenen sowie der Finanzierung und Professionalität der Umsetzung ab. Sowohl in Dänemark als auch in Großbritannien werden ÖV-Monitorings vom jeweiligen Verkehrsministerium finanziert, was sowohl die Legitimation der Forschung als auch die Unabhängigkeit von den gewinnorientierten Verkehrsunternehmen unterstreicht.

Der schrittweise Aufbau des Monitorings trägt finanziellen und zeitlichen Restriktionen Rechnung. So ist als Einstieg zunächst die Umsetzung der Explorationsphase sowie des Basis-Moduls im ersten Jahr denkbar (ca. 250.000 Euro netto/Jahr). Empfehlenswert ist dann die Ergänzung um andere Instrumente aus dem Erweiterungs-Modul. Für dessen Umsetzung sollten insgesamt ca. 350.000 Euro netto/Jahr eingeplant werden. Für ein umfassendes ÖV-Qualitätsmanagement, wie es das Gesamt-Modul widerspiegelt, muss ein jährlicher Kostenbeitrag von etwa 500.000 Euro netto eingeplant werden. Hinzu kommen Kosten für Kommunikation, technische Mittel und die Projektkoordination durch die auftraggebende Institution (ca. 140.000–200.000 Euro netto/Jahr).

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	9
1.1	Zielsetzung des Gutachtens	11
1.2	Definition und Abgrenzung des ÖV-Qualitätsmonitorings	12
2	Methoden des ÖV-Qualitätsmonitorings	15
2.1	Überblick des methodischen Gesamtkonzepts	18
2.1.1	Blick über den Tellerrand: Watchdogs in Dänemark und Großbritannien	18
2.2	Explorationsphase: Entwicklung eines Qualitätskompasses	20
2.3	Basis-Modul des ÖV-Qualitätsmonitorings	22
2.4	Erweiterungs-Modul des ÖV-Qualitätsmonitorings	26
2.5	Gesamt-Modul des ÖV-Qualitätsmonitorings	30
3	Indikatoren des ÖV-Qualitätsmonitorings	36
3.1	Angebot	37
3.2	Tarif	39
3.3	Infrastruktur	40
3.4	Kommunikation und Aufenthaltsqualität	42
3.5	Soziodemografie und Kundensegmentierung	44
4	Datenaufbereitung und Kommunikation	46
4.1	Nutzung der Leitindikatoren der „Mobilität in Deutschland“	48
4.2	Erstellung eines Mobilitäts- bzw. Verkehrsindex	48
4.3	Website und App als vielfältige Nutzungsplattform	49
5	Umsetzung des ÖV-Qualitätsmonitorings	52
5.1	Projektbeirat zur Beratung und Einbindung	55
5.2	Finanzielle Einordnung der Erhebungsinstrumente	55
6	Fazit	57
	Literaturverzeichnis	58

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Module und dazugehörige Erhebungsinstrumente des ÖV-Qualitätsmonitorings	3
Abbildung 2	Datenaufbereitung als Karte auf Basis von TRAM-Ergebnissen	10
Abbildung 3	Verkehrs- und Tarifverbände in Deutschland	13
Abbildung 4	Grundlegende Kriterien für das ÖV-Qualitätsmonitoring	16
Abbildung 5	Module und dazugehörige Erhebungsinstrumente des ÖV-Qualitätsmonitorings	19
Abbildung 6	Darstellung Basis-Modul	23
Abbildung 7	Darstellung Erweiterungs-Modul	27
Abbildung 8	Crowd-Science-Aktion der ARD zur Einführung des Deutschlandtickets	29
Abbildung 9	Darstellung Gesamt-Modul	30
Abbildung 10	Beispielansicht infas Panel-App	32
Abbildung 11	Übergeordnete Messkriterien entlang der vorgestellten Erhebungsinstrumente	46
Abbildung 12	Beispiel: Startseite der Website von „Mobilität in Deutschland“	50
Abbildung 13	Beispiel: Startseite der Website der Studie „Transport Focus“	50

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Mögliche Organisation von Fokusgruppen	21
Tabelle 2	Beispiel Analyseraster Literaturrecherche	25
Tabelle 3	Zusammenfassung Indikatoren Angebot	38
Tabelle 4	Zusammenfassung Indikatoren Tarif	39
Tabelle 5	Zusammenfassung Indikatoren Infrastruktur	41
Tabelle 6	Zusammenfassung Indikatoren Kommunikation	42
Tabelle 7	Zusammenfassung Indikatoren Kommunikation	43
Tabelle 8	Beispiel für die Erstellung eines Mobilitäts- bzw. Verkehrsindex	49
Tabelle 9	Risiken und Lösungsansätze für das ÖV-Qualitätsmonitoring	54
Tabelle 10	Darstellung Instrumente nach geschätzten Kosten	56

1 Einführung

„Personenverkehr, also die Beförderung von Menschen zwischen verschiedenen Orten, verbindet Menschen und schafft damit eine wichtige Voraussetzung für Arbeit, Bildung, Einkauf, Freizeit und vieles mehr.“¹ Der öffentliche Personenverkehr macht im Jahr 2022 einen Anteil von knapp 15 Prozent an der gesamten Verkehrsleistung aus, während der motorisierte Individualverkehr mit gut 80 Prozent nach wie vor den mit Abstand größten Anteil darstellt.² Das im Bundes-Klimaschutzgesetz (KSG) festgesetzte Ziel, die Treibhausgasemissionen des Verkehrs bis zum Jahr 2030 fast zu halbieren³, scheint momentan außer Reichweite. Der Druck auf die Politik ist demnach groß, Klimaschutzmaßnahmen im Verkehrssektor schneller wirksam umzusetzen. Die Stärkung von Bus und Bahn ist ohne Zweifel ein wichtiger Schritt in diese Richtung.

Die öffentlichen Verkehrsmittel, insbesondere der öffentliche Personennahverkehr, nehmen jedoch nicht nur umwelt- sondern auch sozialpolitisch eine wichtige Rolle in der Gesellschaft ein. Die Armutsgefährdung in Deutschland hat aufgrund der Corona-Pandemie und der starken Inflation zuletzt einen Höchststand erreicht.⁴ Für Personen, die sich kein Auto leisten können bzw. wollen, spielt der öffentliche Verkehr eine entscheidende Rolle für die gesellschaftliche Teilhabe. Dennoch können langfristig nur öffentliche Verkehrsmittel mit dem Auto konkurrieren, die von den Menschen gerne genutzt werden – sei es im Fern- oder Nahverkehr. Dass die Nutzungszahlen für den ÖV seit Jahren stagnieren⁵ (und während der Corona-Pandemie sogar einbrachen) zeigt, dass das Auto lange nicht nur in den Köpfen der Menschen, sondern auch in der deutschen Verkehrsplanung den Dreh- und Angelpunkt für Mobilität bildete.

Während der Umstieg vom Auto auf das Fahrrad oder auf öffentliche Verkehrsmittel in einigen Städten schon ganz gut funktioniert, sind solche Entwicklungen auf dem Land vielfach undenkbar. Es fehlt dort in erster Linie an Angeboten und der Infrastruktur, um das Auto adäquat zu ersetzen. In Städten führen vor allem Ausfälle und Verspätungen dazu, dass Bus und Bahn vielfach nicht als verlässliche Alternative wahrgenommen werden. So werden die Erwartungen und Bedürfnisse vieler (potenzieller) Fahrgäste sowohl im Fern- als auch im Nahverkehr häufig nicht erfüllt.

In Bezug auf die ÖV-Kunden lässt sich dies auch anhand der folgenden Karte zeigen, die Zufriedenheitsanteile der Nutzerinnen und Nutzer von Bus und Bahn jeweils nach Region aufschlüsselt. Die Ergebnisse stammen aus dem infas-Projekt „TRAM – Mehr Kunden für Bus und Bahn“, bei dem Messungen zur Kundenzufriedenheit und Kundenbindung im Zentrum standen.

1 www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Transport-Verkehr/Personenverkehr/_inhalt.html (letzter Aufruf: 04.07.2023)

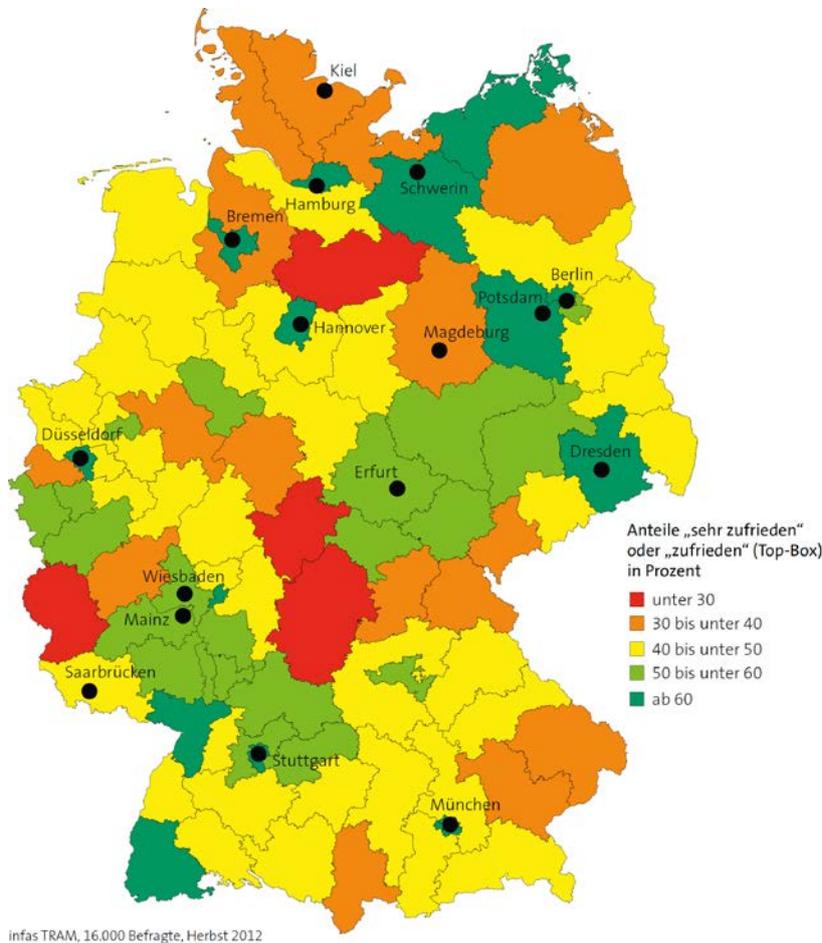
2 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/168397/umfrage/modal-split-im-personenverkehr-in-deutschland/> (letzter Aufruf: 15.09.2023)

3 www.umweltbundesamt.de/themen/verkehr/klimaschutz-im-verkehr#rolle (letzter Aufruf: 04.07.2023)

4 www.bpb.de/kurz-knapp/hintergrund-aktuell/516505/armut-in-deutschland-waechst/ (letzter Aufruf: 04.07.2023)

5 MiD 2017 und Mobicor 2020 bis 2022

Abbildung 2 Datenaufbereitung als Karte auf Basis von TRAM-Ergebnissen



Quelle: infas eigene Darstellung

Ähnliche Fragestellungen sind auch im Rahmen eines ÖV-Monitorings wichtig, sollten jedoch sowohl inhaltlich als auch methodisch ergänzt werden, um neue und umfassende Erkenntnisse zum Status quo sowie zu den Bedürfnissen der (Nicht-)Nutzerinnen und -Nutzer zu erfassen.

Die Einführung des Deutschlandtickets ist zumindest in der Wahrnehmung vieler Fahrgäste im Hinblick auf die Vereinfachung des Tarifs ein Schritt in die richtige Richtung. Doch ein guter und als gerecht empfundener Tarif ist nur ein Baustein für die positive Wahrnehmung des öffentlichen Verkehrs – Angebot, Taktung, Pünktlichkeit, Sauberkeit oder Barrierefreiheit sind nur einige von weiteren wichtigen Indikatoren. Die Bewertung der Qualität und Zufriedenheit von Fahrgästen, aber auch Wünsche und Hemmnisse der bisherigen Nichtnutzerinnen und -nutzer stellen die empirische Grundlage dar, um sowohl positive als auch negative Entwicklungen zu beobachten und Veränderungspotenziale zu formulieren. Was läuft bisher schon gut und wo gibt es Verbesserungsbedarf? Und schließlich: Wie können Veränderungen im Sinne der Nutzerinnen und Nutzer umgesetzt werden? Um diese Fragen zu beantworten, braucht es ein umfassendes und unabhängiges Qualitätsmonitoring für den öffentlichen Verkehr. Als Auftraggeber dieses

Gutachtens verfolgt der Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv) das Ziel, ein solches aus Verbrauchersicht wichtiges Monitoring des öffentlichen Verkehrs in Deutschland zu etablieren.

In diesem Gutachten sollen ein Konzept für ein deutschlandweites ÖV-Qualitätsmonitoring vorgestellt und Vorschläge für dessen Umsetzung unterbreitet werden.

1.1 Zielsetzung des Gutachtens

Bisherige Untersuchungen zur Zufriedenheit der Fahrgäste finden derzeit in erster Linie im Auftrag von Verkehrsunternehmen oder -verbänden statt. Dies lässt zum einen an der Neutralität zweifeln und zum anderen ist die Vergleichbarkeit nur eingeschränkt möglich, da sich Qualität und Quantität der Befragungen teils erheblich unterscheiden. Eine umfassende und unabhängige Untersuchung der Qualität des öffentlichen Verkehrs und hieraus abgeleitet der Zufriedenheit der Fahrgäste, aber auch die Erwartungen der Nichtnutzerinnen und -nutzer sind die Bausteine für ein zukunftsfähiges ÖV-Qualitätsmonitoring. Übergeordnetes Ziel eines ÖV-Qualitätsmonitorings ist es, die gewonnenen Erkenntnisse dazu nutzen zu können, die Anzahl an ÖV-Kundinnen und -Kunden nachhaltig zu erhöhen.

Die konkrete Aufgabe dieses Gutachtens ist die Entwicklung eines robusten Erhebungskonzepts für die unterschiedlichen Erhebungsgegenstände (Nah- und Fernverkehr) – sowohl im Hinblick auf objektive Qualitätskriterien als auch in Bezug auf die subjektive Sicht der derzeitigen und potenziellen Fahrgäste. Die zeitliche als auch regionale Vergleichbarkeit der Ergebnisse soll ermöglicht werden. Die Bedürfnisse und Einstellungen aktueller Kundinnen und Kunden stehen ebenso im Zentrum wie die Darstellung von bisherigen Hürden und die Analyse von Wünschen aktueller Nichtnutzerinnen und -nutzer. Für eine ganzheitliche, auf die Zukunft gerichtete Sichtweise ist es ebenso wichtig, konkurrierende Verkehrsmittel wie auch neue Mobilitätsangebote („mobility on demand“) im Blick zu haben.

An den Zielen des ÖV-Qualitätsmonitorings orientiert sich auch der Aufbau des Gutachtens:

- In Kapitel 2 werden die Methoden für ein ÖV-Qualitätsmonitoring vorgestellt. Die Entwicklung eines ganzheitlichen Erhebungskonzepts benötigt sowohl Zeit als auch Mittel, die voraussichtlich nicht von Beginn an zur Verfügung stehen. Das Gutachten trägt diesem Umstand Rechnung, indem die vorgestellten Instrumente sich auf drei Module aufteilen – das Basis-Modul, das Erweiterungs-Modul und das Gesamt-Modul. So wird deutlich gemacht, was die methodische Basis eines ÖV-Qualitätsmonitorings bildet und welche Methoden im Laufe der Zeit hinzukommen können.
- In Kapitel 3 werden geeignete inhaltliche Kategorien für eine Qualitätsmessung sowie dazu passende Indikatoren vorgestellt.
- In Kapitel 4 geht es um die Aufbereitung der Daten sowie die Kommunikation. Beides ist im Hinblick auf den Erfolg eines ÖV-Qualitätsmonitorings ebenso entscheidend wie die Inhalte und Erhebungsmethoden.

- In Kapitel 5 werden Empfehlungen für die konkrete Umsetzung des Monitorings erarbeitet, wobei mögliche Hürden beleuchtet und Lösungswege aufgezeigt werden.
- Kapitel 6 schließt das Gutachten mit einem Fazit.

1.2 Definition und Abgrenzung des ÖV-Qualitätsmonitorings

Die Struktur und Organisation des öffentlichen Verkehrs und vor allem des Nahverkehrs in Deutschland zu überblicken ist eine Herausforderung. Daher ist es unabdingbar, die Rahmenbedingungen zu kennen, um daraus resultierende Herausforderungen zu verstehen. Auch in Bezug auf dieses Gutachten sind die Definition und Abgrenzung des ÖV-Qualitätsmonitorings wichtig, um bei der Entwicklung des Konzepts einerseits nicht über das Ziel „hinauszuschießen“ und andererseits alle relevanten Akteure im Blick zu haben. Wichtig ist hier, die Perspektive der Bürgerinnen und Bürger zu berücksichtigen: Bus oder Bahn sollen sie zuverlässig und möglichst schnell von A nach B bringen – unabhängig davon, um welchen Anbieter es sich handelt und ob die Fahrt mit dem Fern-, dem Nahverkehr oder beidem stattfindet. Daher gilt auch für das ÖV-Qualitätsmonitoring, dass sowohl der Fern- als auch der Nahverkehr anbieterübergreifend berücksichtigt werden sollte – auch wenn das Konzept sowie dessen Umsetzung dadurch komplexer werden. In diesem Kapitel werden zunächst kurz die wichtigsten hier verwendeten Begrifflichkeiten erläutert. Außerdem wird beschrieben, welchen öffentlichen Verkehr das Gutachten bzw. das Konzept zum Qualitätsmonitoring adressiert.

Die im Folgenden genutzten Definitionen stammen vom Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV).⁶ Nach dem VDV umfasst der **Öffentliche Verkehr (ÖV)** „Verkehrs- und Transportangebote, die jedermann im Rahmen der jeweiligen Beförderungsbestimmungen in Anspruch nehmen kann. Bezogen auf den **Personenverkehr** zählen hierzu beispielsweise allgemein zugängliche Fernverkehre mit Eisenbahnen oder Bussen sowie der gesamte **Öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV)**. Bezogen auf den **Güterverkehr** gehören zum ÖV allgemein nutzbare Angebote der Bahnen, der Binnenschiffer sowie der Straßentransporteure.“ Im Rahmen dieses Gutachtens und des darin beschriebenen Konzepts ist ausschließlich der Personenverkehr gemeint.

Der **Fernverkehr** bezieht sich auf den überregionalen Personenverkehr, der größere Distanzen zwischen verschiedenen Städten und Regionen im Land abdeckt. Er spielt eine wichtige Rolle bei der Anbindung von weit entfernten Zielen und bietet schnelle Transportmöglichkeiten für Mittel- und Langstreckenreisen innerhalb des Bundesgebiets. In diesem Gutachten fokussieren wir uns auf die Deutsche Bahn (DB), den Hauptakteur im Schienenpersonenfernverkehr in Deutschland: Sie transportierte im Jahr 2022 132 Mio. Fahrgäste⁷. Nachtzüge und Fernbusse finden im Rahmen des ÖV-Qualitätsmonitorings keine Berücksichtigung,

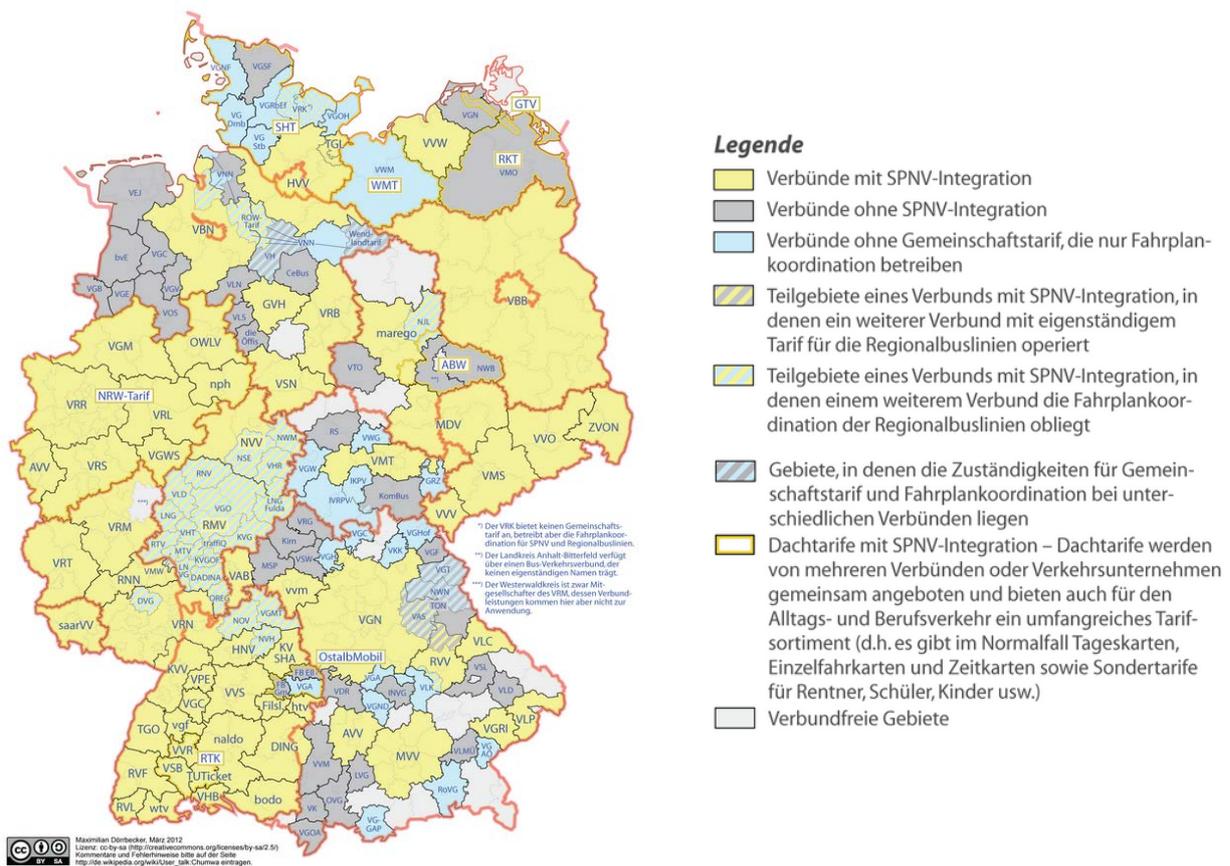
⁶ www.mobi-wissen.de/Verkehr, letzter Aufruf: 05.07.2023

⁷ <https://kpi.deutschebahn.com/de/starke-schiene>

da diese einen vergleichsweise geringen Anteil am Fernverkehrsangebot ausmachen und auch nicht von der DB betrieben werden.

Während die Qualitätsmessung im Fernverkehr sich weitgehend auf einen Anbieter konzentrieren muss, ist die Verkehrslandschaft im ÖPNV ungleich komplexer. Der **ÖPNV** ist „der Sammelbegriff für Angebote im Nahverkehr, die nach einem regelmäßigen Fahrplan verkehren und die jeder nutzen kann. Als Nahverkehr gelten Verkehre im Stadt-, Vorort- und Regionalverkehr, wobei die Mehrzahl der Beförderten im Regelfall höchstens 50 Kilometer bzw. eine Stunde fährt. ÖPNV gilt als gemeinwirtschaftliche Leistung.“ Die Verkehrsmittel im ÖPNV umfassen neben Bussen die Züge im Schienenpersonennahverkehr (SPNV), darunter Regionalzüge, S-Bahnen, Straßenbahnen und U-Bahnen.

Abbildung 3 Verkehrs- und Tarifverbünde in Deutschland



Quelle: www.nahverkehr-info.de/images/karteverbund.png

Die Abbildung verdeutlicht die Komplexität der ÖPNV-Landschaft in Deutschland anhand der Darstellung der Verbünde. Die Anzahl der Verkehrsunternehmen ist noch ungleich größer. 2015 – aktuellere Zahlen sind nicht ermittelbar – waren im Schienennahverkehr und im gewerblichen Straßenpersonenverkehr rund 2350 Unternehmen tätig.⁸

Das ÖV-Qualitätsmonitoring hat wie bereits erläutert nicht das primäre Ziel, einzelne Verkehrsunternehmen oder -verbünde zu bewerten. Die Ergebnisse sollen jedoch regionalisierbar sein, sodass positiv wahrgenommene Angebote des öffentlichen Verkehrs, aber auch besonders problematische ÖV-Regionen identifiziert und analysiert werden können. Neben der Zufriedenheit der aktuellen Fahrgäste soll das Monitoring auch Personen im Blick haben, die Bus und Bahn nicht (mehr) nutzen. Außerdem sollen möglichst alle Bevölkerungsschichten, z. B. auch Personen mit Behinderungen oder wenig mobile Personen, mit einbezogen werden, um die Repräsentativität der Ergebnisse zu erhöhen. Abzugrenzen ist das hier vorgestellte ÖV-Qualitätsmonitoring auch von einem Fahrgastrechte-Tool, das dem Fahrgast einen generellen Fahrgastservice mit juristischem Beistand leistet.

2 Methoden des ÖV-Qualitätsmonitorings

Die Kapitelinhalte kurz zusammengefasst:

- Ein umfassendes ÖV-Qualitätsmonitoring braucht die Kombination aus unterschiedlichen Methoden.
- Die verschiedenen Erhebungsinstrumente sollten zusammen Kriterien wie Repräsentativität und Regionalisierbarkeit abdecken sowie subjektive wie objektive Qualitätskriterien erfassen. Dafür ist der Einsatz von quantitativen und qualitativen Erhebungsinstrumenten sinnvoll.
- Es werden drei unterschiedlich umfassende Module vorgestellt, die eine kurz-, mittel- und langfristige Perspektive in den Blick nehmen. Umfang und Komplexität des entsprechenden Monitorings richten sich nach den vorhandenen finanziellen Möglichkeiten sowie dem angestrebten Untersuchungszeitraum.
- Vor der Einführung des ÖV-Qualitätsmonitorings ist die Durchführung einer Explorationsphase mit Fokusgruppen und Expertengesprächen sinnvoll, um einen Qualitätskompass zu entwickeln.
- Das **Basis-Modul**, das sich relativ kurzfristig und mit einem weniger großen Budget umsetzen lässt, umfasst eine repräsentative Bevölkerungsbefragung sowie eine Sekundärdatenanalyse.
- Das **Erweiterungs-Modul** umfasst die beiden genannten Instrumente des Basis-Moduls sowie zusätzlich Qualitätskontrollen vor Ort in Bahnhöfen/an Haltestellen und in Fahrzeugen sowie eine Crowd-Science-Befragung.
- Das **Gesamt-Modul** beinhaltet die Instrumente der anderen Module und erweitert diese um den Aufbau eines Fahrgast-Panels, Geodaten und Benchmarking sowie eine Stakeholderbefragung.

Im Folgenden werden die möglichen Methoden für ein umfassendes Qualitätsmonitoring vorgestellt. Um die vielfältigen Fragestellungen zu beantworten sowie alle relevanten Zielgruppen zu erreichen, ist die Kombination aus verschiedenen Erhebungsinstrumenten empfehlenswert. Nicht alle Instrumente müssen bereits zu Beginn des ÖV-Qualitätsmonitorings oder regelmäßig angewendet, sondern können je nach Handlungsspielraum (Zeit und Geld) flexibel eingesetzt werden.

Je nach Zielgruppe und Befragungsinhalt können der Einsatz von quantitativen oder qualitativen Methoden, eine deutschlandweite bzw. regionale Befragung oder auch ein innovativer Forschungsansatz sinnvoll sein. Alle Methoden zusammen vervollständigen Stück für Stück – ähnlich wie bei einem Puzzle – das Bild von der Qualität des öffentlichen Verkehrs in Deutschland. Ein Blick über den Tellerrand nach Dänemark oder Großbritannien (siehe S. 19) zeigt, dass die Kombination aus unterschiedlichen Methoden (mixed methods) notwendig ist, um ein langfristiges und möglichst von staatlicher Stelle finanziertes Monitoring aufzubauen. Ein solches Gesamtkonzept lässt sich nicht kurzfristig realisieren, sollte aber dennoch das erklärte Ziel für die Zukunft sein.

In Abbildung 4 sind sechs grundlegende Kriterien dargestellt, von denen jedes der im folgenden Kapitel vorgestellten Erhebungsinstrumente unterschiedliche erfüllt. In einem umfassenden ÖV-Qualitätsmonitoring sollten alle Kriterien durch ein oder mehrere Erhebungsmethoden abgedeckt werden.

Abbildung 4 Grundlegende Kriterien für das ÖV-Qualitätsmonitoring



Quelle: infas eigene Darstellung

infas

Repräsentativ: Wird im Rahmen dieses Gutachtens von einer repräsentativen Stichprobe gesprochen, hatte jede Person der Grundgesamtheit eine berechenbare Wahrscheinlichkeit (größer null), in die Stichprobe zu gelangen, was eine Zufallsauswahl voraussetzt. Zudem sollten die Non-Responder (Personen, die nicht an der Befragung teilnehmen), völlig zufällig aus der Stichprobe ausscheiden (*missing completely at random*) und das Antwortverhalten sollte sich dementsprechend nicht systematisch vom Antwortverhalten der Teilnehmenden unterscheiden. Trifft dies alles zu, sind die Ergebnisse übertragbar auf die Grundgesamtheit, sprich repräsentativ. Im Rahmen des Monitorings wird es vor allem um Erhebungen gehen, die repräsentativ für die Bevölkerung ab 16 oder 18 Jahren sein sollen. Dies setzt voraus, dass theoretisch alle Bevölkerungsgruppen die Möglichkeit haben sollen, Teil der Stichprobe zu sein. Das ist deshalb so wichtig, da das langfristige Ziel ist, bisherige Nichtkundinnen und -kunden von Bus und Bahn zu überzeugen und damit Neukunden für den ÖV zu gewinnen. Die Berücksichtigung der Bedürfnisse bisheriger Fahrgäste einerseits und von Nichtnutzerinnen bzw. -nutzer andererseits, kann nur im Rahmen einer repräsentativen Bevölkerungstichprobe erfolgen.

Regionalisierbar: Man kann sowohl in spezifischen ÖV-Regionen messen als auch Ergebnisse einer z. B. deutschlandweiten Erhebung regional auswerten. Für Letzteres ist in der Regel eine bestimmte Sample-Größe notwendig. Die räumlichen Auswertungsmöglichkeiten sind vielfältig – beispielsweise nach Bundesländern, der Regionalstatistischen Raumtypologie (RegioStaR), BIK-Gemeindegrößenklassen, Verkehrsverbänden oder anderen räumlichen Einheiten. Auf der anderen Seite kann es auch sinnvoll sein, bestimmte Erhebungen aus Kostengrün-

den oder aus methodischen Gründen nur in spezifischen Regionen durchzuführen. Denkbar sind z. B. qualitative Studien oder auch die Erforschung von Best-Practice-Beispielen. Hier können Ergebnisse im Nachgang auf andere, ähnliche ÖV-Regionen übertragen werden.

Quantitativ: Quantitative Erhebungsmethoden sind standardisierte Verfahren, die die statistische Verteilung von Merkmalskombinationen aufdecken bzw. messbar machen. Oft liegen der quantitativen Erhebung Theorien oder Hypothesen zugrunde, die überprüft werden sollen. Die Gütekriterien⁹, mit denen die Qualität der Forschung sichergestellt wird, sind Objektivität, Reliabilität und Validität. Diese müssen im Prozess der Operationalisierung, aber auch der Datenauswertung beachtet werden. Die quantitative Messung kann in Form von Befragungen, aber auch anhand objektiver Auszählungen oder anderer statistischer Auswertungen stattfinden.

Qualitativ: Im Gegensatz zu quantitativen Verfahren geht es bei qualitativen Methoden mehr darum, Ursachen und Zusammenhänge zu beleuchten. In der empirischen Sozialforschung häufig angewendete qualitative Methoden sind zum Beispiel Fokusgruppen oder Experteninterviews. Beide Instrumente werden später in das Konzept integriert. Zum einen in einer Explorationsphase – hier geht es darum, vertiefte Erkenntnisse über die Vorstellung von (Nicht-)Kundinnen und -Kunden zum idealen ÖV zu erhalten sowie die Meinung einer Expertenrunde im Rahmen der späteren Indikatorenauswahl zu berücksichtigen. Zum anderen werden zu einem späteren Zeitpunkt des Monitorings weitere qualitative Interviews mit anderen Zielgruppen (Stakeholdern, Personal) vorgeschlagen, um eine neue Perspektive auf den öffentlichen Verkehr mit einzubeziehen.

Objektiv: Als ein Gütekriterium der quantitativen Sozialforschung bedeutet Objektivität, dass keine ungewollten Einflüsse durch involvierte Personen entstehen. In Bezug auf die im Folgenden vorgestellten Instrumente ist mit Objektivität gemeint, dass es nicht um Meinungen oder Erfahrungen von Personen (z. B. Fahrgästen) geht, sondern objektive Kriterien gemessen werden. Dies erfolgt anhand von Zählungen – sei es in Form von standardisierten Qualitätskontrollen durch Personen oder aber durch technische Messungen, z. B. der Aufzeichnung von Verkehrswegen und ÖV-Verbindungen per App-Tracking.

Subjektiv: Subjektivität bedeutet, dass Personen im Rahmen der Erhebung ihre persönlichen Meinungen, Bewertungen, Einschätzungen oder auch Wünsche formulieren. Dies ist unabhängig davon, ob es sich um eine standardisierte oder qualitative Befragung handelt und betrifft daher alle im Erhebungskonzept vorgestellten Instrumente, die keine objektive Messung (siehe oben) sind. Denn der tatsächliche Ist-Zustand im öffentlichen Verkehr deckt sich nicht zwangsläufig mit den Wahrnehmungen und dem Image aufseiten der Bürgerinnen und Bürger. Die objektive Messung muss daher durch die subjektiven Befragungen ergänzt werden.

⁹ Als Gütekriterien werden eine Reihe von Merkmalen bezeichnet, die dazu dienen, die Qualität von Messinstrumenten und Erhebungsverfahren, ihrer Konzeption und Anwendung einzuschätzen. (siehe dazu: home.uni-leipzig.de/methodenportal/guetekriterien/).

2.1 Überblick des methodischen Gesamtkonzepts

Andere Länder, wie Großbritannien und Dänemark, sind im Hinblick auf ein unabhängiges Monitoring-Instrument des öffentlichen Verkehrs schon einen Schritt weiter als Deutschland. Hier gibt es bereits unabhängige „Watchdogs“, die mittels eines evidenzbasierten Ansatzes die Qualität der öffentlichen Verkehrsmittel messen und die Ergebnisse relevanten Entscheiderinnen und Entscheidern, aber auch der interessierten Öffentlichkeit zugänglich machen. In beiden Ländern werden unter einer Dachmarke unterschiedliche Erhebungsinstrumente vereint, die das übergeordnete Ziel haben, ÖV-Nutzerbedürfnisse zu identifizieren und den ÖV aus Fahrgastsicht zu verbessern.

2.1.1 Blick über den Tellerrand: Watchdogs in Dänemark und Großbritannien

Transport Focus vertritt seit 2017 die Interessen der ÖV-Nutzerinnen und -Nutzer in Großbritannien. Finanziert wird es vom britischen Verkehrsministerium. Ziel ist es, empirische Mobilitätsforschung auf Basis der Fahrgäste sowie der Nicht-ÖV-Nutzerinnen und -Nutzer zu betreiben. Anhand der Ergebnisse sollen den Entscheidungsträgern (Stakeholder) die Interessen der (potenziellen) Fahrgäste nähergebracht werden, um sicherzustellen, dass deren Bedürfnisse und Anliegen angemessen berücksichtigt werden. Darüber hinaus unterstützt der *watchdog* Fahrgäste bei Fragen rund um Fahrgastrechte und setzt sich für mehr Transparenz ein. Dabei verfolgt die Organisation unter anderem folgende Kampagnenarbeit: Mit *Make delay pay* möchte Transport Focus die Fahrgäste motivieren, Schadensersatzansprüche bei Verspätungen oder Ausfällen geltend zu machen. Mit dem Projekt *Give bus a go* nutzen sogenannte *basketeers* Busse (wieder) und berichten anschließend über ihre Erfahrungen. Hintergrund ist, dass – nach Angabe der Organisation – rund ein Fünftel aller MIV-Fahrten in GB gut durch den Bus ersetzt werden könnten.¹⁰

Ein weiteres *watchdog*-Beispiel ist **Passager Pulsen**, eine unabhängige ÖV-Nutzerlobby in Dänemark, die seit 2014 besteht und vom dänischen Verkehrsministerium finanziert wird. Die Verbraucherschutzorganisation agiert als Sprachrohr für die Fahrgäste und vertritt deren Interessen gegenüber den Verkehrsunternehmen, den Kommunen und den politischen Entscheidungsträgern. Die Organisation arbeitet eng mit den Behörden zusammen, um Verbesserungen im ÖV zu erreichen. Darüber hinaus engagiert sich die Lobbyorganisation aktiv in der Verbraucherberatung und informiert die Öffentlichkeit über Rechte und Pflichten von Fahrgästen. Die Organisation bietet Unterstützung bei Reklamationen und Beschwerden, um sicherzustellen, dass die Bedürfnisse der Fahrgäste ernst genommen und respektiert werden. Vulnerable Gruppen stehen hier besonders im Fokus. Die Organisation führt die nationale Zufriedenheitsumfrage unter Fahrgästen durch und unterhält dafür ein Online-Fahrgast-Panel mit rund 10.000 Personen. Des Weiteren fungieren rund 200 Personen als sogenannte Fahrgastbotschafter, indem sie ihre Fahrerlebnisse umfassend dokumentieren. In Interessensgruppenforen werden Fahrgäste zu ihren Erfahrungen und Meinungen im Hinblick auf unterschiedlichste Fahrgastthemen und darüber hinaus befragt.¹¹

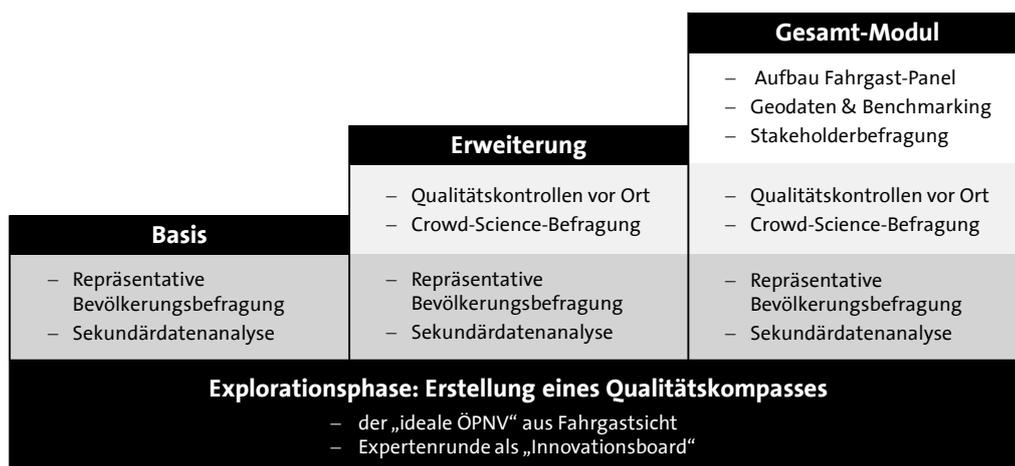
¹⁰ www.transportfocus.org.uk

¹¹ www.passagerpulsen.taenk.dk/english

Obwohl die Beispiele aus dem Ausland zeigen, dass es eine Kombination aus verschiedenen methodischen Ansätzen für ein umfangreiches Monitoring braucht, ist die ad-hoc-Umsetzung aus einer Vielzahl von Erhebungsinstrumenten aus verschiedenen Gründen unrealistisch. Welche Hürden bei der Umsetzung zu beachten sind und wie eine erfolgreiche Umsetzung dennoch ermöglicht werden kann, wird in Kapitel 5 thematisiert. Das in diesem Gutachten vorgestellte Gesamtkonzept, das nach einer vorangegangenen Explorationsphase zunächst mit einem Basis-Modul beginnt und dann schrittweise um weitere Module mit zusätzlichen Erhebungsinstrumenten erweitert werden kann, trägt diesem Umstand Rechnung.

Abbildung 5 fasst das Gesamtkonzept zusammen, welches in den folgenden Kapiteln detailliert vorgestellt wird.

Abbildung 5 Module und dazugehörige Erhebungsinstrumente des ÖV-Qualitätsmonitorings



Quelle: infas eigene Darstellung

Vor der Durchführung des Basis-Moduls des ÖV-Qualitätsmonitorings bietet sich zunächst die Umsetzung einer **qualitativen Explorationsphase** an, die sowohl aus Fahrgastsicht als auch aus Sicht von Expertinnen und Experten die grundlegenden Inhalte der späteren Befragung feststellen soll. Diese stellt die Weichen für spätere Erhebungen und bildet eine Art Qualitätskompass, der die unterschiedlichen inhaltlichen Dimensionen des ÖV-Qualitätsmonitorings abbildet. In der Explorationsphase geht es vor allem um inhaltliche Fragen – nicht gemeint ist die methodische Testung des Instruments bzw. verschiedener Instrumente, was Ziel einer Pilotphase wäre (siehe Kapitel 5).

Das **Basis-Modul** umfasst die repräsentative quantitative Befragung sowie eine Analyse von Sekundärquellen. Beides ist zeitnah und – je nach Umfang und Erhebungsmodi – auch relativ kostengünstig umzusetzen und kann gleichzeitig bereits eine Vielzahl an Indikatoren abdecken. Das **Erweiterungs-Modul** beinhaltet Instrumente, die sowohl inhaltlich als auch methodisch noch mehr Varianz ermöglichen, aber auch mehr Planung und Budget bedürfen. Jedes der vorgestellten Instrumente im Erweiterungs-Modul kann jedoch – ausreichend Zeit und Budget

vorausgesetzt – auch unabhängig oder zeitgleich zum Basis-Modul umgesetzt werden. Das **Gesamt-Modul** ist für die langfristige Perspektive gedacht und baut stärker auf den Instrumenten der anderen Ebenen auf. Die verschiedenen Möglichkeiten, die das Konzept in der langfristigen Perspektive bietet, sollten daher zumindest von Anfang an bekannt sein. So können schon bei der Umsetzung der repräsentativen Befragung Voraussetzungen für spätere Erweiterungen geschaffen werden (z. B. die Abfrage der Panelbereitschaft bei Befragten), auch wenn die konkrete Umsetzung bei der Einführung des ÖV-Monitorings noch nicht machbar ist.

2.2 Explorationsphase: Entwicklung eines Qualitätskompasses

Welche Vorstellungen haben Kundinnen und Kunden und bisherige Nichtnutzerinnen und -nutzer von einem idealen ÖV? Welche Nutzungshürden gibt es bisher? Solche und ähnliche Fragen sollen im Rahmen einer Explorationsphase geklärt werden – mit dem Ziel, einen inhaltlichen Qualitätskompass für die späteren Befragungen zu entwickeln. Dabei stehen einerseits Indikatoren auf dem Prüfstand, die üblicherweise im Rahmen von Kundenzufriedenheitsbefragungen abgefragt werden, andererseits sollen Qualitätsdimensionen abgeleitet werden, die bisher weniger Beachtung fanden und eine Neuerung zu bisherigen Qualitätsmessungen im ÖV darstellen. Für eine Projekt-Pilotphase, die sich auf zwei bis drei Jahre erstreckt, ist eine einmalig vorgeschaltete Explorationsphase denkbar. Im Anschluss daran kann die Wiederholung der Exploration sinnvoll sein, um Veränderungen bei den Einstellungen und Wünschen, aber auch veränderte Rahmenbedingungen zu berücksichtigen. Wiederholungen können auch bei einer langfristigen Perspektive im Hinblick auf das Monitoring von Vorteil sein.

Für die Aufgabenstellung erscheint die Erfahrung von zwei Personengruppen besonders hilfreich: einerseits die ÖV-(Nicht-)Kundinnen und -Kunden selbst und andererseits Expertinnen und Experten, die sich mit Mobilität und primär mit dem öffentlichen Verkehr beschäftigen.

Fokusgruppen „Der ideale ÖV“

Als klassisch qualitative Methode eignen sich Fokusgruppen, die einmalig im Vorfeld des Basis-Moduls stattfinden könnten, vor allem für Fragestellungen, bei denen es darum geht, Erfahrungen, Erwartungen und Bedürfnisse von (potenziellen) ÖV-Kundinnen und -Kunden aufzunehmen. Diese können mithilfe geeigneter Techniken erarbeitet werden. Damit eignet sich die Methode, um die Motive und Überlegungen, die hinter den alltäglichen Mobilitätsentscheidungen und -routinen stehen, aufzudecken. Neben der Erörterung des Status quo steht die Frage im Mittelpunkt, wie der ideale ÖV der Zukunft aussehen sollte. Welche Mobilitätsoptionen wünschen sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Fokusgruppen und welchen Stellenwert räumen sie dem ÖV in ihrem persönlichen Mobilitätsmix ein?

In einer Fokusgruppe diskutieren sechs bis zehn Teilnehmer über das Untersuchungsthema. Geleitet wird die Diskussion von einem oder zwei Moderatorinnen bzw. Moderatoren. Zur Strukturierung der Gruppen wird ein Leitfaden erarbeitet, der die relevanten Themen und Moderationstechniken festlegt. Die Reihenfolge

der Themen sowie die Dauer, mit der die Fragestellungen behandelt werden, können in gewissem Rahmen an die Resonanz der Gruppe angepasst werden. In einem guten Leitfaden ist immer ein zeitlicher Puffer eingebaut, um wichtige Themen vertiefen zu können, ohne andere Themen zu vernachlässigen. Auf diese Weise können in Fokusgruppen auch immer neue Inhalte zur Sprache kommen, die im Leitfaden eventuell nicht berücksichtigt wurden. Die dynamische Situation in einer Gruppendiskussion entspricht in vielerlei Hinsicht der Auseinandersetzung mit einem Thema im Alltag und ist sehr geeignet, alltägliche Entscheidungsprozesse nachzuvollziehen.

Im Hinblick auf die vorgestellten Indikatoren sollte im Vorfeld eine Priorisierung zu den Themen Angebot, Tarif, Infrastruktur sowie Kommunikation und Wohlfühl-Faktoren stattfinden. Gegebenenfalls ist auch die Aufteilung der Themenpakete auf unterschiedliche Fokusgruppen sinnvoll. Auch unterschiedliche Zielgruppen, Regionen und Altersgruppen können – je nach Anzahl der geplanten Fokusgruppen – geplant werden.

Tabelle 1 Mögliche Organisation von Fokusgruppen

4 Zielgruppen	4 Regionen	4 Themen	3 Altersgruppen
Nutzer/-innen – städtischer Raum – ländlicher Raum	Westen Norden Süden	Angebot Tarif Infrastruktur	18–35 Jahre 36–59 Jahre ab 60 Jahren
Nichtnutzer/-innen – städtischer Raum – ländlicher Raum	Osten	Kommunikation und Aufenthaltsqualität	

Expertenrunde als „Innovationsboard“

Die Zielsetzung einer Expertenrunde im Rahmen der Explorationsphase besteht ebenso wie bei den Fokusgruppen darin, über den idealen ÖV der Zukunft zu diskutieren. Die Expertenrunde, die sich in dieser Funktion als „Innovationsboard“ versteht, kann sowohl im Rahmen der Explorationsphase vorgelagert zusammenkommen als auch bei Bedarf jährlich wiederholt über bisherige Ergebnisse und die Ausrichtung des Projekts diskutieren. Aufgrund der vielfältigen Fragestellungen erscheint es sinnvoll, nicht nur Fachleute aus dem Bereich des öffentlichen Verkehrs in die Expertenrunde einzuladen. Es sollten ebenso Personen mitdiskutieren, die aus einer anderen Perspektive auf das Thema Mobilität schauen. Dies könnten beispielsweise Expertinnen und Experten aus Kommunikationsagenturen, Big-Data-Spezialisten, Journalisten oder Expertinnen und Experten für nachhaltige Themen sein. Die Zusammensetzung der Experten soll einen „Blick über den Tellerrand“ ermöglichen und neue, innovative Impulse für die inhaltliche Umsetzung des ÖV-Qualitätsmonitorings liefern. Die Besetzung der Runde kann daher auch jährlich wechselnd sein. Die Durchführung dieses Innovationsboards fungiert damit gleichzeitig als Legitimationsinstrument in die ÖV-Branche hinein.

Inhaltlich könnte die Expertenrunde sich stärker als die Fokusgruppen an der eigentlichen Qualitätsmessung, wie sie später im Rahmen des Gesamtkonzepts stattfinden soll, orientieren. Dabei könnten neben den Dimensionen von Qualität auch die Aufbereitung der Daten und Kommunikation der Ergebnisse Gegenstand des Innovationsboards sein. Die in Kapitel 3 vorgestellten Indikatoren können dabei als Diskussionsgrundlage dienen. Ziel ist es, eine Priorisierung der bestehenden Indikatoren vorzunehmen und über fehlende Indikatoren nachzudenken. Die anschließende Auswertung der Befragungsdaten (und ggf. Verknüpfung mit externen Daten) sowie die Kommunikation der Ergebnisse nach außen sollten dabei stets mitbedacht werden.

Im Rahmen der Expertenrunde könnten daher diese übergeordneten Fragestellungen eine Rolle spielen:

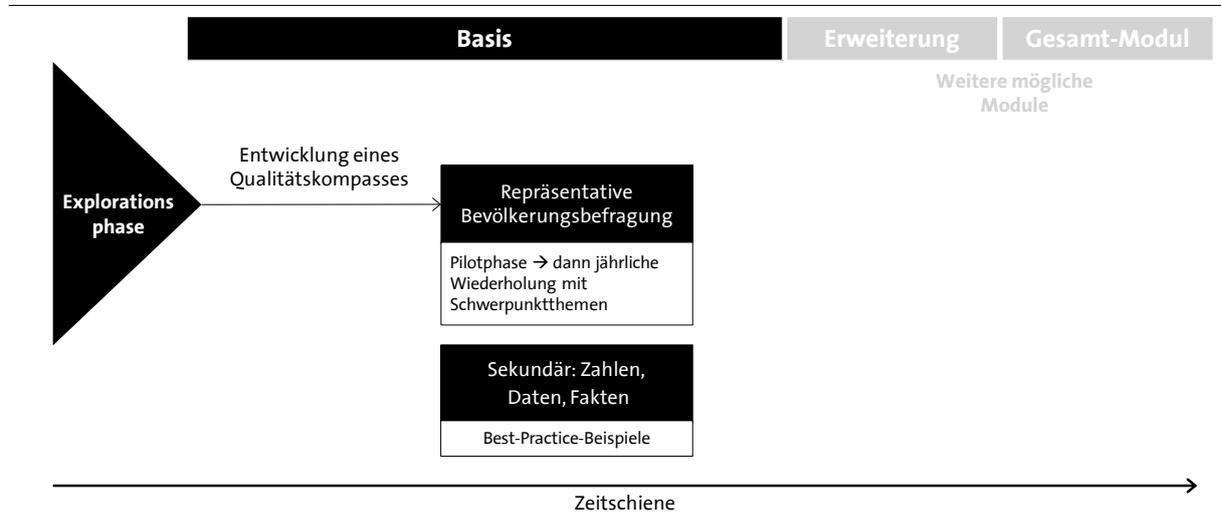
- Welche Dimensionen umfasst eine umfassende Qualitätsmessung?
- Welche Dimensionen bzw. Indikatoren sind möglicherweise noch nicht bedacht worden? Worauf kann man verzichten, da bereits genügend Erkenntnisse vorliegen?
- Welche externen Daten stehen zur Verfügung, die die empirische Qualitätsmessung ergänzen können?
- Wie können die Inhalte später in die Öffentlichkeit transportiert werden? Was sind aktuelle Entwicklungen, die z. B. das Schwerpunktthema für die erste Befragung bilden können?

Die Ergebnisse der Fokusgruppen sowie des Innovationsboards können vor der eigentlichen Erhebung einem Projektbeirat (siehe Kapitel 5.1) vorgestellt und finalisiert werden, um Legitimation im Hinblick auf die endgültige Auswahl der Indikatoren zu schaffen.

2.3 Basis-Modul des ÖV-Qualitätsmonitorings

Das Basis-Modul des ÖV-Qualitätsmonitorings beinhaltet eine quantitative, repräsentative Bevölkerungsbefragung, die bereits eine Vielzahl an Fragestellungen und Indikatoren abdeckt. Um Entwicklungen im Zeitverlauf zu beobachten, sollte die Bevölkerungsbefragung in regelmäßigem Turnus wiederholt werden – der inhaltliche Umfang sowie die Größe der Stichprobe sind dabei variabel. Die repräsentative Befragung ist zugleich Ausgangslage für die Erweiterung des Monitorings um weitere Instrumente (siehe Kapitel 2.4 und 2.5).

Abbildung 6 Darstellung Basis-Modul



Quelle: infas eigene Darstellung

infas

Repräsentative Bevölkerungsbefragung unter Fahrgästen und Personen ohne ÖV-Nutzung

Die repräsentative Bevölkerungsbefragung innerhalb der deutschen Bevölkerung bildet sozusagen das Herzstück des ÖV-Qualitätsmonitorings, da sie

1. einen Großteil der Indikatoren zur Messung der Qualität und Zufriedenheit der Fahrgäste abbilden soll,
2. die Befragung von Nichtnutzerinnen und -nutzern ermöglicht und
3. ab einer bestimmten Stichprobengröße auch regionale Vergleiche zulässt.

Die repräsentative Bevölkerungsbefragung bildet nach den vorgelagerten Fokusgruppen den Auftakt des Qualitätsmonitorings und ist gleichzeitig ein Instrument, das regelmäßig wiederholt werden sollte, um Entwicklungen im Zeitverlauf beobachten zu können. Somit erfüllt die Bevölkerungsbefragung bereits eine Reihe an Anforderungen eines ÖV-Qualitätsmonitorings.

Der Stichprobenumfang sowie der Fragenkatalog können je nach Budget und Zeitrahmen angepasst werden. Durch eine Screening-Frage zur Verkehrsmittelnutzung zu Beginn der Befragung können verschiedene Zielgruppen (z. B. ÖV-Nutzer, ÖV-Nichtnutzer, Autofahrer, Radfahrer) gezielt angesteuert werden. Gerade die Gründe und Motive von Nichtnutzerinnen und -nutzern sind von besonderem Interesse, da es langfristig darum geht, auch diese als Kundinnen und Kunden zu gewinnen. Es ist daher ebenso relevant, Hürden für die ÖV-Nutzung zu identifizieren sowie die Zufriedenheit von Kundinnen und Kunden zu erfahren.

Die standardisierte Befragung sollte möglichst im Rahmen einer **Kombination aus telefonischen und Online-Interviews** erfolgen. Der Methodenmix ist wichtig, um der Anforderung an Repräsentativität gerecht zu werden. Optimal im Sinne einer Zufallsstichprobe wäre der Einsatz einer Einwohnermeldeamts-Adressstichprobe – dieser Zugang ist jedoch zum einen sehr kostenintensiv und

zum anderen eher bei einer regionalen Befragung verfügbar, da die Einwohnermeldeämter die Verpflichtung zur Datensparsamkeit bei der Herausgabe personenbezogener Daten haben. Obwohl bei der Kombination einer telefonischen und Online-Befragung zwei unterschiedliche Erhebungsmodi und möglicherweise auch verschiedene Stichprobenzugänge eingesetzt werden, überwiegen die Vorteile eines Mixed-Mode-Ansatzes gegenüber den Nachteilen.

Die beiden größten Vorteile sind zum einen Verzerrungen hinsichtlich bestimmter Bevölkerungsgruppen (z. B. ältere Personen, online-affine Personen) zu minimieren und zum anderen die Teilnahmebereitschaft durch die Wahlmöglichkeit zu erhöhen. In reinen Telefonstichproben sind ältere Altersgruppen überproportional vertreten und es können Personen erreicht werden, die über keinen Internetzugang verfügen oder diesen kaum nutzen. Auf der anderen Seite sind bei Online-Befragungen ältere Zielgruppen eher unterrepräsentiert und jüngere, online-affine Gruppen naturgemäß überrepräsentiert. Dementsprechend ergänzen sich beide Erhebungsmodi, was die demografische Ausgewogenheit der Stichprobe angeht. Beide Stichproben sollten nach Abschluss der Befragung im Rahmen einer elaborierten Gewichtung zusammengeführt werden, um Verzerrungen zu vermeiden. Dafür eignet sich der Ansatz der sogenannten *Blended Calibration*. Anhand dieses von infas eingeführten Gewichtungsverfahrens können Erhebungen auf Basis einer Quotenstichprobe (z. B. Online-Access-Panels), die nicht auf einer Zufallsstichprobe basieren, mit einer (kleineren) Erhebung auf Basis einer Zufallsstichprobe (z. B. Telefon- oder Face-to-Face-Befragungen) kombiniert werden. Der zusammengeführte Datensatz erfüllt die sozialwissenschaftlichen Anforderungen in annähernd ähnlicher Weise wie ein komplett auf einer Zufallsstichprobe basierender und ist gleichzeitig kostengünstiger.¹²

Doch auch die repräsentative Bevölkerungsbefragung im Mixed-Mode-Design hat methodische und inhaltliche Grenzen. So können keine regionalspezifischen Fragen, beispielsweise nach bestimmten Bahnhöfen, Zügen oder Verbindungen, gestellt werden. Dieses Ziel kann besser durch Qualitätsmessungen und Befragungen in Zügen und an Bahnhöfen (Kapitel 2.4) oder im Rahmen eines Fahrgast-Panels erreicht werden. Des Weiteren sollte die Befragung eine Maximallänge nicht überschreiten. Diese ist bei telefonischen sowie Online-Erhebungen leicht unterschiedlich, rangiert aber etwa zwischen 15 bis 25 Minuten. Dementsprechend müssen der Fragenkatalog bzw. die abgefragten Indikatoren (siehe Kapitel 3) priorisiert werden. Bei einem regelmäßigen Turnus eignen sich ein Basis-Fragenkatalog und jeweilige aktuelle Schwerpunktthemen, die sich im Anschluss auch gut vermarkten lassen.

Bestandsaufnahme aktueller Literatur und Studienergebnisse (inkl. Best-Practice- Beispiele)

Die regelmäßige Bestandsaufnahme aktueller Literatur, Medien, empirischer Daten oder auch von Praxisbeispielen kann das Instrumentarium des ÖV-Qualitätsmonitorings ergänzen und helfen, empirische Erhebungen vorzubereiten und die

¹² Mehr zu Blended Calibration unter www.infas.de/blended-calibration-infas-fuehrt-verfahren-zur-kalibrierung-von-non-probability-erhebungen-mit-hilfe-von-probability-samples-ein/ (letzter Zugriff: 25.09.2023)

Ergebnisse von Befragungen oder Qualitätsmessungen in einen größeren Zusammenhang einzuordnen. Im Rahmen einer regelmäßigen Desktop-Recherche können so Entwicklungen im ÖV-Bereich verfolgt werden und die Erkenntnisse in empirische Erhebungen einfließen. Die Methode ist zudem kostengünstig. Die gesammelten Daten oder Statistiken können auch für die Entwicklung eines Mobilitätsindex (siehe Kapitel 4.2) im Rahmen der Datenauswertung genutzt werden.

Zur Strukturierung der Ergebnisse der Sekundär- und Literatursammlung eignet sich die Erstellung eines Analyserasters, das bestimmte inhaltliche Dimensionen vorgibt:

Tabelle 2 Beispiel Analyseraster Literaturrecherche

Themenbereich	Thema	Art des Dokuments	Titel	Inhalt/ Methodik	Herkunft/ Quelle Erscheinungsdatum
Angebot/Tarif	9-Euro-Ticket	PPT-Präsentation	Abschlussbericht zur bundesweiten Marktforschung	Bundesweite Repräsentativerhebung (Online)	VDV 16.12.2022
Tarif	Bürgerticket im ÖPNV	Buch	Das Bürgerticket für den öffentlichen Personennahverkehr Nutzen – Kosten – Klimaschutz	Theoretisches Konzept	Wuppertal Institut 2017
Nachhaltigkeit/ Kommunikation	Nachhaltige Mobilitätskultur	Schlussbericht	Entwicklung eines integrierten Konzepts der Planung, Kommunikation und Implementierung einer nachhaltigen, multioptionalen Mobilitätskultur	Theoretisches Konzept	Institut für sozialökologische Forschung (ISOE) GmbH 2006
Mobilitätsdaten	Offene Mobilitätsdaten und B2B-Austausch	Datensatz	Mobilithek	Datensammlungsplattform	www.mobilithek.info
sozialwissenschaftliche Mobilitätsforschung	Veränderungen des Verkehrsgeschehens in Deutschland	Reports	Mobilitätsreport 01–08	Datenanalyse und Aufbereitung empirischer Mobilitätsdaten	www.infas.de/forschung-mobilitaet/mobilitaetsreports/

Besonderen Stellenwert in der Sekundäranalyse sollte die Erfassung von **Best-Practice-Beispielen** haben, da sich auch andere Regionen oder Betriebe an positiven Beispielen orientieren können. Da die Mobilität sich immer wieder wandelt bzw. wandeln muss, sind auch im öffentlichen Verkehr stetig neue Entwicklungen zu beobachten. Ein Beispiel ist die große Zunahme an On-Demand-Diensten im ÖPNV. Dabei handelt es sich um ein Transportmodell, bei dem Fahrgäste nur auf Anfrage via App, Webseite und teilweise auch per Telefon ein Fahrzeug anfordern können, das sie zum Zielort bringt. Diese Form der Mobilität bietet sich als Ergänzung zum ÖV-Linienbetrieb insbesondere in weniger stark besiedelten Gebieten an, um den geringen Fahrgastbedarf bedienen zu können und dabei möglichst kosteneffizient zu bleiben. Anfang 2019 gab es rund zehn On-Demand-Verkehrsangebote, Ende 2023 werden es bereits 80 Projekte sein.¹³ Gerade die intelligente Verknüpfung des öffentlichen Verkehrs mit anderen Verkehrsmitteln wird

¹³ www.vdv.de/ondemandumfrage22.aspx (letzter Aufruf: 05.07.2023)

in Zukunft eine entscheidende Rolle für den Erfolg des öffentlichen Verkehrs spielen.

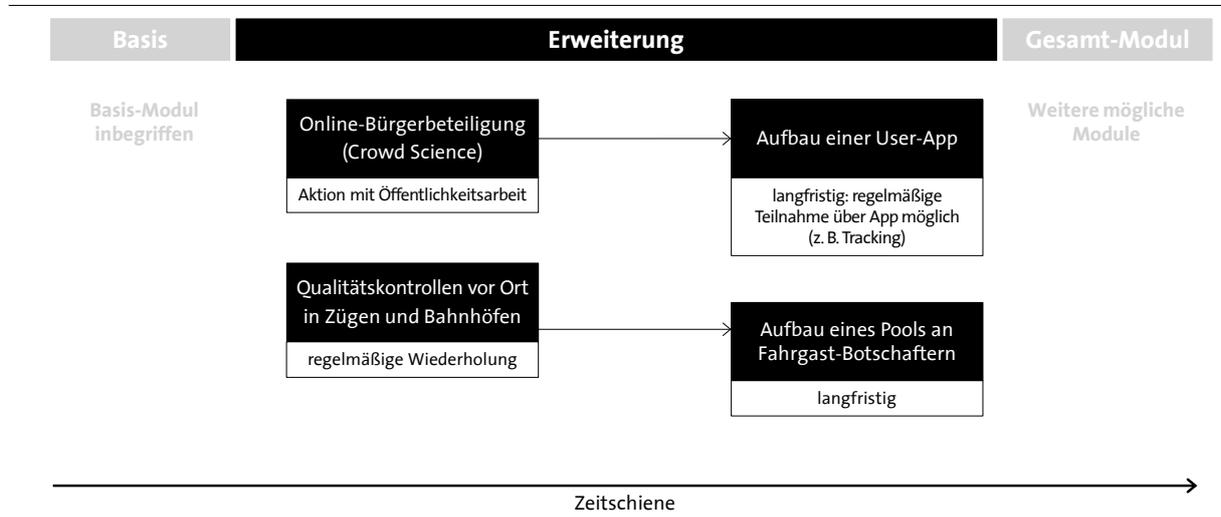
Best-Practice-Beispiele in diesem Zusammenhang können beispielweise Mitfahr-Apps sein, die Pendlerinnen und Pendler mit privaten Fahrerinnen und Fahrern anhand des Abgleichens von Fahrtwegen und -zeiten zusammenbringen und auf diese Weise das ÖPNV-Netz ergänzen können. Für Nutzerinnen und Nutzer mit Abo-Ticket ist das Mitfahren teilweise kostenlos. Fahrende bekommen eine Kostenbeteiligung, die auf unterschiedlichste Weise finanziert wird. Dies soll langfristig Emissionen einsparen, die generelle Pkw-Auslastungsquote erhöhen und so den Pkw-Verkehr insgesamt reduzieren.

Ebenso sind On-Demand-Systeme, die von kommunalen Verkehrsunternehmen betrieben werden, von besonderer Relevanz, da diese das ÖPNV-Linienangebot sinnvoll ergänzen können. Beispielsweise ist hier ein Modellprojekt zu nennen, welches sogenannte Regionskommunen – als Ergänzung zum klassischen Linienverkehr – miteinander verbindet. Das Angebot wird derzeit von rund 1.500 Fahrgästen pro Tag genutzt, bis Ende des Jahres sollen zwölf Kommunen mit insgesamt 120 Fahrzeugen (davon 25 E-Fahrzeuge) bedient werden. Das On-Demand-Angebot ist in alle gängigen ÖPNV-Websites und -Apps integriert, die eine direkte Buchung ermöglichen und sicherstellen, dass das Angebot tatsächlich nur dann genutzt werden kann, wenn keine adäquate Bus- oder Bahnverbindung vorhanden ist. Durch virtuelle Haltestellen soll gewährleistet werden, dass jeder Fahrgast im Einzugsgebiet max. 200 m von seinem Abfahrts- bzw. Zielort entfernt den On-Demand-Service mit einer maximalen Wartezeit von 20 Minuten nutzen kann. Solche Produktentwicklungen und innovativen Konzepte werden im Rahmen regelmäßiger Sekundäranalysen berücksichtigt und fließen in die Entwicklung empirischer Instrumente und Indikatoren mit ein.

2.4 Erweiterungs-Modul des ÖV-Qualitätsmonitorings

Obwohl regelmäßige repräsentative Bevölkerungsbefragungen fester Bestandteil des Qualitätsmonitorings sein sollten, ist die Ergänzung und Vertiefung durch andere Erhebungsinstrumente wünschenswert, um das Bild zu vervollständigen und Inhalte vertiefen zu können. Zudem spiegelt die Repräsentativerhebung die subjektive Meinung der befragten Personen wider. Eine Ergänzung durch objektive Qualitätsmessungen, beispielsweise in Zügen und Bahnhöfen, stellt somit eine sinnvolle Ergänzung dar. Hierbei ist auch die Einbeziehung regionaler Besonderheiten möglich. Neben den klassischen empirischen Instrumenten könnten Online-Befragungen im Rahmen eines Crowd-Science-Ansatzes helfen, die regionale Tiefe des Qualitätsmonitorings auszubauen. Mithilfe einer App können Echtzeit-Befragungen durchgeführt, sowie Eindrücke von Nutzerinnen und Nutzern des ÖPNVs in Form von Texten, Bildern oder Videos gesammelt werden. Dies stellt auch methodisch noch einmal eine innovative Ergänzung zu den üblichen klassischen Methoden dar.

Abbildung 7 Darstellung Erweiterungs-Modul



Quelle: infas eigene Darstellung

Qualitätskontrollen in Zügen und Bahnhöfen

Die Idee von **Qualitätskontrollen** in Fahrzeugen und ausgewählten Bahnhöfen ist es, Qualitätskriterien wie beispielsweise Sauberkeit, Barrierefreiheit, Pünktlichkeit oder Kundenkommunikation einer objektiven Messung zu unterziehen. Damit die bei der Qualitätskontrolle gewonnenen Ergebnisse zwischen den einzelnen Untersuchungseinheiten vergleichbar sind, müssen alle Testerinnen und Tester dieselben Bewertungsmaßstäbe ansetzen, d. h., die Kontrolle eines Fahrzeugs bzw. eines Bahnhofs zu einer bestimmten Zeit muss stets zum selben Ergebnis führen, unabhängig von der Testperson. Um diese Anforderung zu erfüllen, müssen die subjektiven Einflüsse auf die Bewertung der Testperson minimiert werden. Die Vorbereitung der Testerinnen und Tester für ihren Einsatz und die Eindeutigkeit der Testanweisungen sind dabei maßgeblich. Wie auch bei telefonischen oder persönlichen Befragungen werden daher im Vorfeld der Qualitätsmessungen umfangreiche Schulungen durchgeführt, die beispielsweise auch in der Durchführung eines Vor-Ort-Termins bestehen können. Hierbei begutachten die Testerinnen und Tester gemeinsam mit dem Auftraggeber oder dem durchführenden Institut ein oder mehrere Verkehrsmittel bzw. Haltestellen oder Bahnhöfe, um verschiedene Zustände der Fahrzeuge und Einrichtungen als Referenzmaßstäbe für die Bewertung kennenzulernen.

Für Qualitätskontrollen vor Ort ist jedoch die Kooperation des zuständigen Verkehrsunternehmens eine wichtige Voraussetzung. Allerdings kann es vorkommen, dass Verkehrsunternehmen bzw. -betriebe an einer Qualitätskontrolle aus unterschiedlichen Gründen nicht interessiert sind. Daher könnte es im Hinblick auf Vor-Ort-Befragungen in öffentlichen Verkehrsmitteln und/oder an Bahnhöfen/Haltestellen zu einer Zugangsproblematik kommen, wenn notwendige Genehmigungen nicht erteilt werden. Aus diesem Grund sind eine frühzeitige Planung und Kontaktaufnahme mit den entsprechenden Unternehmen notwendig. Mögliche Alternativen – z. B. ein Ausweichen auf andere Regionen oder ggf. andere Erhebungsmethoden – sollte von vornherein mit bedacht werden.

Die Vorteile von objektiven Qualitätskontrollen sind die gute Vergleichbarkeit zwischen verschiedenen Anbietern oder Regionen (siehe Benchmarking in Kapitel 2.5) oder der Abgleich der Ergebnisse mit den subjektiven Wahrnehmungen der Fahrgäste. Dabei kann festgestellt werden, welche Verbesserungen den Nutzerinnen und Nutzern am wichtigsten sind und welche vorhandenen Qualitätskriterien bereits als besonders positiv wahrgenommen werden.

Ein anderer methodischer Ansatz, bei welchem der Messfokus stärker auf bestimmten Fahrgastsituationen liegt, ist die **User-Experience-Methode**, z. B. in Form einer **stillen Beobachtung**. Darunter wird die Zählung oder verdeckte Beobachtung von ÖV-Kundinnen und -Kunden in bestimmten Nutzungssituationen verstanden, die mit einem Beobachtungsprotokoll dokumentiert wird. Die Beobachtung kann beispielsweise genutzte Wege, Aufenthaltsbereiche im Bahnhof oder Probleme beim Überwinden von Barrieren einbeziehen oder das verbale Verhalten (Kommentare, Reaktionen) von ÖV-Nutzerinnen und -Nutzern umfassen.

Für beide Methoden können – wie es auch in Dänemark bei Passenger Pulsen der Fall ist – ÖV-Nutzerinnen und -Nutzer als sogenannte **Fahrgast-Botschafterinnen** und **-Botschafter** engagiert und im Rahmen des Qualitätsmonitorings etabliert werden. Dieses Team aus ehrenamtlichen Helferinnen und Helfern kann in unterschiedlichen Regionen in Deutschland private Fahrten nutzen, um Qualitätschecks in Zügen und Bahnhöfen durchzuführen und gleichzeitig als Sprachrohr der Fahrgäste zu dienen. Dieses Instrument ist zwar im Aufbau aufwendiger und erfüllt keine Repräsentativitätsansprüche, kann aber langfristig eine kostengünstige Methode sein, um zeitnah das Feedback der Fahrgäste in Bezug auf Veränderungen in Zügen und Bahnhöfen einzuholen oder auch Stimmungen einzufangen. Die Erkenntnisse können wiederum als Grundlage für weitere empirische Befragungen dienen.

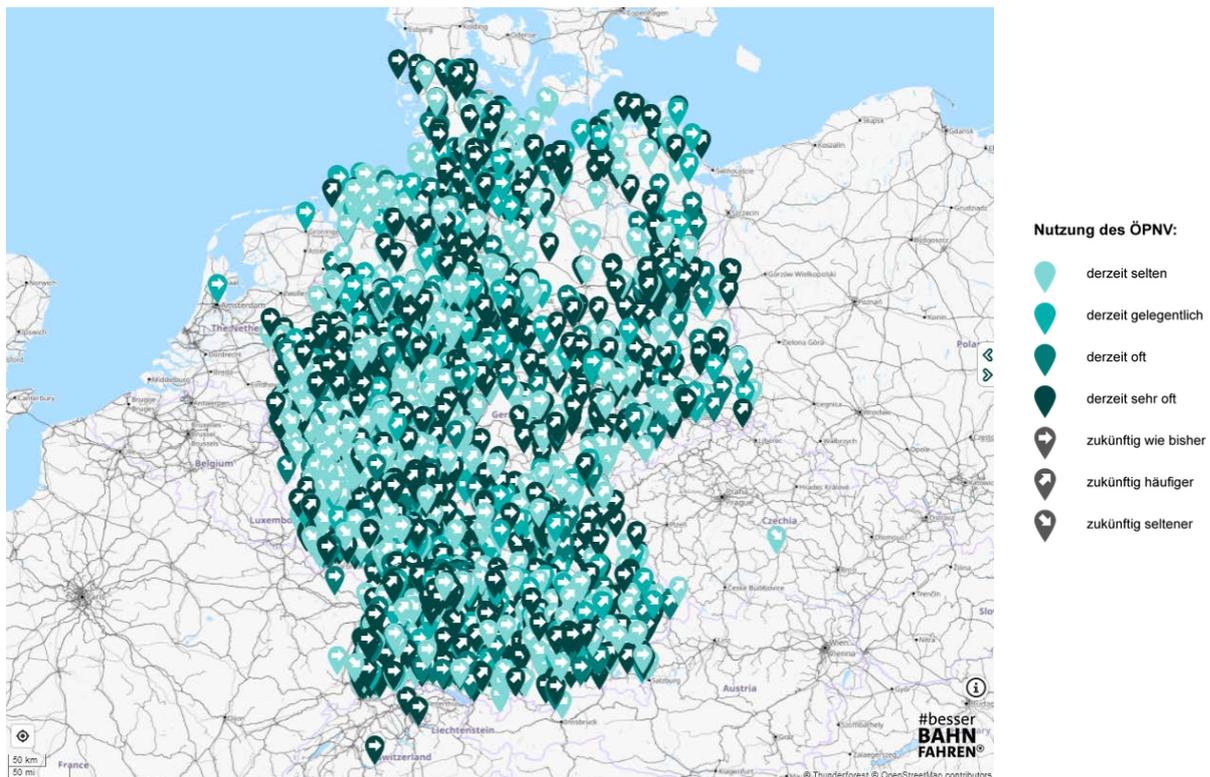
Online-Befragungen im Rahmen eines Crowd-Science-Ansatzes

Zum Start des Deutschlandtickets startete die ARD die Crowd-Science-Aktion „#besserBahnfahren“, bei der Nutzerinnen und Nutzer ihre persönlichen ÖV-Erfahrungen schildern können. Dabei geht es um die Identifikation vorhandener Schwachstellen bei Bus und Bahn aus Fahrgastsicht, aber auch um die Schilderungen positiver ÖV-Erlebnisse. Jede Person kann an der Aktion teilnehmen und etwas aus der eigenen Region, Stadt oder von der persönlich genutzten Haltestelle beitragen. Die qualitativen Beiträge werden von zwei empirischen Befragungen flankiert. Diese für alle ÖV-Nutzerinnen und -Nutzer offene Mitmachaktion ist zwar keine repräsentative Erhebung, jedoch ein gutes Beispiel für einen innovativen und unabhängigen Forschungsansatz, der die Bedürfnisse der Fahrgäste in den Blick nimmt und stärker die direkte Kommunikation mit den Nutzerinnen und Nutzern sucht.

Der Vorteil von Crowd-Science-Aktionen ist, dass auch Personen bei den Aktionen mitmachen können, die im Rahmen einer repräsentativen Auswahl möglicherweise keine Möglichkeit gehabt hätten, ihre Ideen, Vorschläge oder Kritik mitzuteilen. Ursprünglich ist die Idee der „Mitmachforschung“ häufiger im naturwissenschaftlichen Bereich angewandt worden, indem Laien z. B. helfen, bestimmte Tiere zu zählen oder Wasserstände zu messen. Die Forscher Henry Saueremann

vom Georgia Institute of Technology in Atlanta und Chiara Franzoni vom Politecnico di Milano kamen bei einer Untersuchung solcher auch *Citizen Science* genannten Projekte zu dem Ergebnis, dass die Hobbyforscher pro Projekt Arbeit im Wert von 200.000 Dollar leisteten und solche Art von Projekten eine beachtliche Anzahl Freiwilliger anziehen könne.¹⁴

Abbildung 8 Crowd-Science-Aktion der ARD zur Einführung des Deutschlandtickets



Quelle: www.daserste.de/information/reportage-dokumentation/besser-bahnfahren/mitmachaktion/index.html

Auch im Rahmen eines ÖV-Qualitätsmonitorings könnten Crowd-Science-Aktionen neue Impulse – sowohl im Hinblick auf weitergehende Forschung, aber auch die konkrete Umsetzung – bringen und die Ergebnisse der Aktionen öffentlichkeitswirksam aufbereitet werden. Sowohl die Art der Erfassung von Informationen, beispielsweise über eine eigene Website oder App, die Informationen selbst (Texte, Bilder oder Videos) als auch die Möglichkeiten der Aufbereitung, z. B. in Form einer Karte (siehe Beispiel), als Grafiken oder auch Illustrationen, sind vielfältig und je nach Zeitrahmen und Budget anpassbar. Die Nutzung einer Projekt-App, über die User in Echtzeit-Situationen bewerten, Reaktionen posten oder auch an Befragungen teilnehmen können, ist langfristig eine Option, um den Kontakt zu Nutzerinnen und Nutzern zu intensivieren (siehe dazu auch Kapitel 4.3). Es gibt darüber hinaus unterschiedliche Möglichkeiten, Menschen zum Mitmachen zu

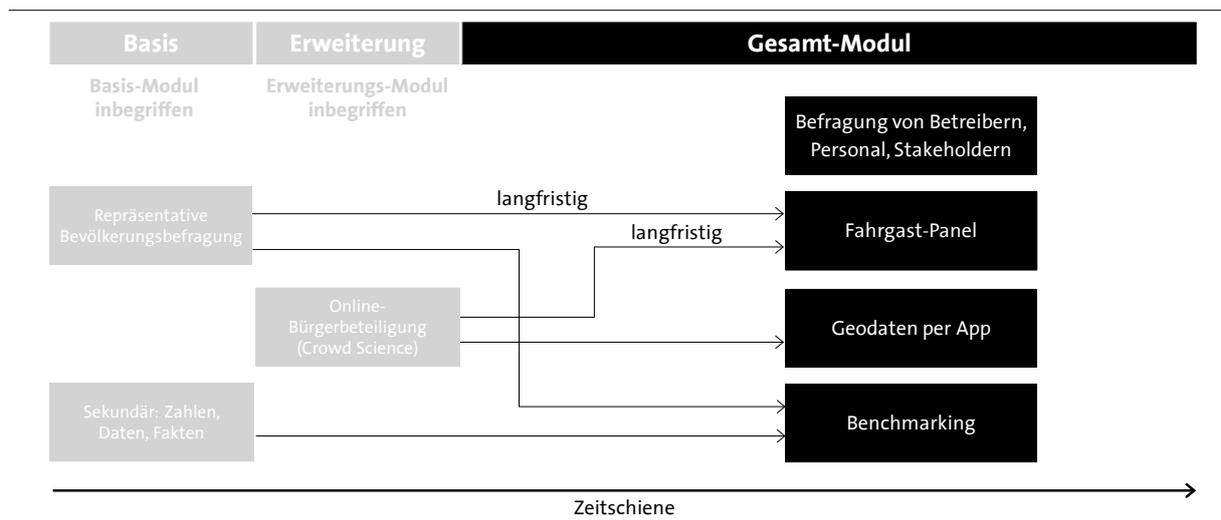
¹⁴ www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/crowd-science-mitmachforschung-ist-hunderttausende-dollar-wert-a-1011374.html (letzter Aufruf: 10.08.2023)

motivieren – regionale Wettbewerbe, Rätsel oder einfach die Chance, die eigene Stimme oder Idee „sichtbar“ zu machen, stellen nur eine Auswahl verschiedener Möglichkeiten dar.

2.5 Gesamt-Modul des ÖV-Qualitätsmonitorings

Im Premium-Modul wird das Portfolio um vier weitere Instrumente ergänzt: eine Befragung von Betreibern, Personal, Stakeholdern, ein Fahrgast-Panel, Geodaten per App sowie Benchmarking. Das Premium-Modul bietet somit eine erweiterte Ebene der Analyse und tiefere Einblicke in die Leistung und den Service im öffentlichen Verkehr. Mittels dieses Moduls können neben den grundlegenden Aspekten der Fahrgasterfahrung auch komplexere Datenmuster identifiziert und umfassende Vergleiche mit Branchenstandards durchgeführt werden.

Abbildung 9 Darstellung Gesamt-Modul



Quelle: infas eigene Darstellung

Befragung von Betreibern, Personal und Stakeholdern

Um dem Anspruch eines ganzheitlichen ÖV-Qualitätsmonitorings im Hinblick auf die Legitimation und Umsetzungsorientierung gerecht zu werden, ist die Expertise einer weiteren Personengruppe für das Verständnis von Veränderungsprozessen wichtig: nämlich von Personen, die einer beruflichen Tätigkeit in diesem Feld nachgehen, wie dem Personal in Zügen und Bussen, Verkehrsmittelbetreibern, Zulieferern und politischen Entscheidungsträgern. Diese neue Perspektive auf den öffentlichen Verkehr kann zusätzliche Einsichten und Informationen liefern, die insbesondere im Hinblick auf die Umsetzung von Maßnahmen hilfreich wären. Der Blick über die Perspektive von Verbraucherinnen und Verbrauchern hinaus hilft außerdem, ein Verständnis dafür aufzubauen, wie aus dieser Sichtweise Veränderungsprozesse ablaufen, wie mit der Kritik an Qualitätsmängeln umgegangen wird und welche Handlungsspielräume es überhaupt gibt.

Inhaltliche Leitfragen wären in diesem Zusammenhang:

- Welche Sichtweise haben Personal/Betreiber/Politiker auf die Qualität im öffentlichen Verkehr? Wo werden die wichtigsten Stellschrauben für Verbesserungen vermutet?
- Welche Bedürfnisse haben die Verkehrsmittelbetreiber hinsichtlich der Planung und Umsetzung von Maßnahmen zur Verbesserung der Qualität?
- Welche Ziele verfolgen relevante politische Entscheidungsträger? Wo liegen ihre Grenzen?
- Generell: Wie wird der ÖV der Zukunft gesehen? Welche Herausforderungen gibt es? Welche Qualifikationen werden benötigt?

Die qualitative Methode kann in Form von Expertenrunden stattfinden (siehe dazu Explorationsphase) oder auch in **Einzel-Experteninterviews**. In Einzelgesprächen entsteht – anders als in einer Gruppe – eine noch persönlichere Gesprächssituation, die es ermöglicht, stärker auf kritische Erfahrungen oder Gefühle des Gesprächspartners einzugehen. Im Vorfeld der Interviews wird ein Leitfaden abgestimmt, der wichtige Themen oder Fragestellungen umfasst, der interviewten Person aber gleichzeitig die Freiheit lässt, eigene Themenschwerpunkte zu setzen.

Fahrgast-Panel

Sowohl Transport Focus in Großbritannien als auch Passenger Pulsen in Dänemark haben im Rahmen ihrer Forschungstätigkeit ein Fahrgast-Panel aufgebaut, das regelmäßige Umfragen mit Nutzerinnen und Nutzern bestimmter Verkehrsmittel oder bestimmter Strecken durchführt. Langfristig ist dies auch für ein Qualitätsmonitoring in Deutschland eine sinnvolle Ergänzung.

Der Vorteil eines Fahrgast-Panels liegt insbesondere in der Schnelligkeit, mit der Befragungen durchgeführt werden können. Anders als bei der im Basis-Modul vorgestellten deutschlandweiten Befragung, liegt das Ziel hierbei nicht primär darin, repräsentative Ergebnisse zu erhalten, sondern ein schnelles Feedback für aktuelle Fragestellungen zu bekommen. Je nachdem, wie viele Personen das Panel umfasst, können zudem regionale Aspekte besser beleuchtet werden als in einer deutschlandweiten Befragung. Der Aufbau eines Panels kann langfristig auch mithilfe regelmäßiger repräsentativer Befragungen erfolgen. Dafür wird am Ende des Fragebogens die Einwilligung zur Panel-Teilnahme von den Befragten eingeholt. Diese kann vonseiten der Befragten jederzeit widerrufen werden. Sofern beim Aufbau des Panels ein längerer Zeitrahmen einkalkuliert wird und die Anfangsinvestition sowie die Panel-Pflege langfristig budgetär abgedeckt werden, kann ein Nutzer-Panel im Gesamtportfolio eine kostengünstige und besonders dynamische Befragungsvariante darstellen.

Besonders hilfreich zur Panel-Pflege, aber auch zur Vereinfachung der Kommunikation mit den Panelisten ist eine Panel-App. Über die App haben Teilnehmerinnen und Teilnehmer einen einfachen und ortsunabhängigen Zugang zu Befragungen und weiteren Informationen. Die folgende Abbildung zeigt beispielhaft anhand der infas Panel-App eine mögliche Nutzeroberfläche sowie Anwendungsmöglichkeiten.

Abbildung 10 Beispielansicht infas Panel-App

Datenschutz



Quelle: infas eigene Darstellung

Wie bereits im vorherigen Kapitel beschrieben, sind im Rahmen des ÖV-Qualitätsmonitorings noch weitere Anwendungsmöglichkeiten für eine App denkbar. Die Panel-App könnte beispielsweise auch als Tracking-Tool genutzt werden, bei der die Panelisten passiv ihre Mobilitätsdaten aufzeichnen. Diese Möglichkeit wird im folgenden Kapitel beschrieben.

Geodaten per App (Tracking)

Geodaten sind Informationen, die die räumliche Lage bzw. den geografischen Standort von Objekten, Orten oder Phänomenen beschreiben. Sie können mittels geografischer Informationssysteme (GIS) verarbeitet werden, um insbesondere räumliche Analysen durchzuführen. Sowohl die Daten als auch die daraus gewonnenen Erkenntnisse können anschließend in der Verkehrs- und Stadtplanung berücksichtigt werden. Diese Daten können beispielsweise in Form von Koordinaten (Längen- und Breitengrad), Adressen, Höhenangaben, Satelliten- und Luftbildern, geografischen Grenzen, Umweltdaten, Wetter- und Klimadaten sowie Verkehrs- und Mobilitätsdaten vorliegen.

Bei Letzterem handelt es sich insbesondere um Informationen über Verkehrsstaus, Verkehrsmittelrouten, Verkehrsmittelverfügbarkeit, Geschwindigkeiten im Verkehr und Verkehrsflüsse, die zusammengefasst die Bewegung von Fahrzeugen aller Art, Personen sowie Gütern ermitteln und analysieren. In Bezug auf das ÖV-Qualitätsmonitoring ist zur Gewinnung von Geodaten der Einsatz einer Tracking-App das Mittel der Wahl, um das Mobilitätsverhalten der Nutzerinnen und Nutzer (Etappen, Wege und Aufenthalte) automatisch aufzuzeichnen. Dabei greift eine vorab installierte App auf die GPS-Daten des Smartphones zurück, um beispielsweise Wege und genutzte Verkehrsmittel der Smartphone-Besitzer zu erfassen. So können Echtzeitdaten der Fahrgäste gesammelt werden, um Aspekte wie Pünktlichkeit, Sauberkeit und Kundenzufriedenheit ortsbezogen zu erfassen.

Die App ermöglicht eine genaue Standortverfolgung von Fahrzeugen, was zu präzisen Daten bezüglich Verspätungen und Routen führt.

Die Vorteile einer Tracking-App gegenüber einer Befragung liegen unter anderem in

- der passiven Messung ohne Nutzerinteraktion: kein Vergessen von Verkehrsmittelnutzungen, minimaler Erhebungsaufwand,
- der hohen Genauigkeit und automatischen Zuordnung von Fahrplaninformationen: genaue Erfassung aller Wege, auch intermodale Kombinationen, Zuordnung zu Echtzeitdaten möglich und damit zu spezifischen Zugnummern,
- zahlreichen Praxiserfahrungen in verwandten Anwendungsfällen sowie der
- Erfassung vollständiger Mobilitätsmuster mit einer hohen Nutzerbeteiligung.

Das Tracking kann zudem mit bestehenden Befragungsdaten verknüpft werden, um Informationen zu vervollständigen oder zu erweitern. Technisch ist es ebenso möglich, Befragungen während des Trackings durchzuführen. So kann über die App ein Pop-up eingeblendet werden und eine zur Fahrsituation passende kurze Befragung ermöglichen. Die Möglichkeit des Trackings lässt sich beispielsweise gut im Rahmen eines Fahrgast-Panels realisieren.

Benchmarking

Benchmarking ist ein Prozess, bei dem eine Organisation ihre Leistungen, Praktiken oder Prozesse mit den besten Praktiken und Leistungen vergleichbarer Organisationen oder Branchen misst und sie analysiert, um Verbesserungspotenziale zu identifizieren und umzusetzen. Verkehrsbetriebe und Eisenbahnverkehrsunternehmen können durch Schwachstellenidentifikation die Bedürfnisse der Fahrgäste ermitteln und durch Best-Practice-Beispiele ihre eigene Leistungsfähigkeit steigern, um so langfristig die ÖV-Qualität zu optimieren. Die im Folgenden dargestellten Benchmarks für den ÖV sind aus Fahrgastsicht relevant und knüpfen an die Indikatoren des ÖV-Qualitätsmonitorings an (vgl. 3.1 – 3.4). Zur Bildung der Benchmarks können sowohl empirische Befragungsdaten, Qualitätsmessungen als auch vorliegende Statistiken herangezogen werden. Letztere werden insbesondere bei Verkehrsmittelbetreibern bzw. Verkehrsunternehmen vorliegen, sodass eine Kooperation oder zumindest Auskunftswilligkeit der jeweiligen Betreiber hilfreich wäre:

1. **Infrastruktur:** Hier geht es um die allgemeine Zugänglichkeit der ÖV-Verkehrsinfrastruktur für verschiedene Nutzergruppen. Für einen attraktiven ÖV ist auch der Zugang zu Haltestellen und Bahnhöfen insbesondere für Fußgängerinnen und Fußgänger sowie Fahrradfahrerinnen und Fahrradfahrer ein wichtiges Qualitätsmerkmal. Im Hinblick auf eine inklusive Gesellschaft ist die Barrierearmut bzw. -freiheit als Teil der strategischen Benutzerfreundlichkeit ebenso zu berücksichtigen, da rund zehn Prozent aller Fahrgäste hierauf angewiesen sind. Im Rahmen von Qualitätsmessungen kann beispielsweise die Anzahl der funktionierenden Aufzüge mit zugehöriger Transportkapazität an unterschiedlichen Bahnhöfen und Haltestellen verglichen werden oder die

Anzahl der Stellplätze für Rollstühle, Kinderwägen und Fahrräder in unterschiedlichen Verkehrsmitteln.

2. **(Technologische) Innovation:** Fahrgäste schätzen funktionierende und verständliche Durchsagen und Anzeigen im ÖV. Informationen zur punktuellen (Sitzplatz-)Auslastung, Echtzeitinformationen, innovativen Steuerungssystemen bei Störungen und auch möglichst einfache (digitale) Ticketkaufoptionen sind ein Plus. Als Benchmark ließe sich beispielsweise die Anzahl digital verfügbarer Tickets oder digitaler Anzeigen an Haltestellen heranziehen.
3. **Ökologische Aspekte:** Umwelt- und Klimaschutzaspekte werden für die Menschen immer wichtiger. Gerade hier kann der ÖV gegenüber dem motorisierten Individualverkehr (MIV) und dem Flugverkehr punkten. Eine strategische Kommunikation, die die Vorteile hervorhebt und insbesondere die deutlich geringeren Treibhausgasemissionen thematisiert, kann den Verkehrsbetrieben und -unternehmen einen Vorteil verschaffen. Über Befragungen können Kundinnen und Kunden die wahrgenommene Klimafreundlichkeit von Verkehrsunternehmen einschätzen. Auch vorliegende Daten zur Reduktion von CO₂ bei Verkehrsunternehmen, beispielsweise durch die Umstellung auf E-Busse, können in diesem Zusammenhang ausgewertet werden.
4. **Tarif:** In erster Linie sind die direkten Kosten für die Fahrgäste von besonderer Relevanz. Die Einführung des Deutschlandtickets hat für viele eine finanzielle Entlastung in Verbindung mit einer deutlichen Vereinfachung der Tariflandschaft mit sich gebracht. Der Tarif lässt sich sowohl rein objektiv vergleichen – wo ist Bus- und Bahnfahren am günstigsten? Natürlich können auch Leistungsaspekte, sprich das Preis-Leistungs-Verhältnis, herangezogen werden. Hierfür ist insbesondere die Wahrnehmung aufseiten der Kundinnen und Kunden entscheidend.
5. **Auslastung:** Zur Vermeidung von sogenannten Spitzenlastproblematiken müssen Fahrzeuge die erforderlichen Platzkapazitäten ermöglichen, die die Fahrgastnachfrage inklusive Rollstuhl, Kinderwagen und Fahrrad bedienen. Hier kann man mit möglichst hohem Platzaufkommen bei den Fahrgästen punkten. Um einen Vergleich zwischen den Verkehrsmittelbetreibern zu ermöglichen, sind die Messung und der Vergleich des Platzangebots und der Platznachfrage denkbar, ebenso die Befragung von Pendlerinnen und Pendlern, die die Verkehrsmittel zu Hauptzeiten nutzen.
6. **Sicherheit:** Sowohl subjektive als auch objektive Sicherheit sind für Fahrgäste wichtig. Nur wenn sich die Fahrgäste sicher fühlen und die tatsächliche Sicherheit gewährleistet ist, werden sie diese Benchmark auch positiv bewerten. Dies kann z. B. durch Sicherheitspersonal, Beleuchtung und kurze Wege verbessert werden. Während die Erfassung der subjektiven Sicherheit ausschließlich mittels Befragungen erfolgen kann, ist die objektive Sicherheit durch die Betrachtung relevanter Sicherheitsmerkmale zu quantifizieren.
7. **Ausstattung der Fahrzeuge:** Ausstattungsmerkmale wie Displayanzeigen, an die Fahrgastanzahl angepasste Sitz- bzw. Stehflächen, ausreichende Platzkapazitäten für Kinderwägen Rollstühle, Gepäck oder Fahrräder, generell als ausreichend empfundene Ein- und Ausstiegsmöglichkeiten, diverse Sauberkeitsmerkmale, Erste-Hilfe-Sets sowie funktionierende Klimaanlage und Heizungen sind Pluspunkte bei der wahrgenommenen Qualität durch die

Fahrgäste. Hierzu können Statistiken der Verkehrsbetreiber, Kontrollen vor Ort sowie die Befragung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Informationen liefern.

8. **Fahrzeit:** Wichtig sind der Distanz entsprechende, angemessene Reisezeiten, die dem MIV möglichst nahekommen oder – im besten Falle – diesen sogar übertreffen. Entscheidend ist hier der Faktor Zeit: Misst man durchschnittlichen Reisezeiten zu unterschiedlichsten Tages- und Wochenzeiten unter Berücksichtigung der Verspätungs- und Ausfallwahrscheinlichkeit, kann der benötigte Zeitbedarf realistisch ermittelt werden.
9. **Taktfrequenz und Netzabdeckung:** Dieser Benchmark beinhaltet Aspekte wie die Erreichbarkeit von Zielen aller Art, die Anzahl der zu tätigenen Umstiege und die Umstiegszeit sowie die zu benutzenden Verkehrsmittel. Während die Taktfrequenz mithilfe der Anzahl der Fahrten beispielsweise pro Stunde oder pro Tag ermittelt werden kann, ist im Hinblick auf die Netzabdeckung die Entfernung zur nächsten Haltestelle bzw. zum nächsten Bahnhof ausschlaggebend.
10. **Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit:** Beide Indikatoren messen, ob und wie häufig die Verkehrsmittel gemäß Fahrplan verkehren und auch ihre vorgesehenen Ziele erreichen. Eine entsprechende Pünktlichkeitsrate bzw. Verspätungswahrscheinlichkeit mit einem vorab definierten Toleranzbereich kann dies beispielsweise in Prozent abbilden. Diese Indikatoren bilden eine direkte Schnittstelle zur Fahrzeit (Punkt 8), da hier Verspätungen und Ausfälle mit einkalkuliert werden müssen.

All diese Benchmarks sind maßgeblich für die Kundenzufriedenheit. Nur wenn es gelingt, dem Fahrgast ein für ihn attraktives Angebot zu machen, ist er auch langfristig zur ÖV-Nutzung bereit. Der Erfolg oder Misserfolg der öffentlichen Verkehrsmittel basiert wiederum auf der Nutzungsbereitschaft der Bevölkerung.

3 Indikatoren des ÖV-Qualitätsmonitorings

Die Kapitelinhalte kurz zusammengefasst:

Es werden vier Überkategorien vorgestellt, die relevante Einzelindikatoren für ein ÖV-Qualitätsmonitoring zusammenfassen:

- Das **Angebot** ist für Fahrgäste wichtig, da es die Verfügbarkeit von verschiedenen Verkehrsmitteln und die Streckenoptionen bestimmt. Hierbei geht es insbesondere um die Taktung und Pünktlichkeit des ÖVs sowie die Vernetzung untereinander und mit angrenzenden Mobilitätsformen.
- Der **Tarif** entscheidet in hohem Maße über die Nutzungsmöglichkeiten für Menschen unterschiedlicher Einkommensklassen sowie die tatsächliche Nutzung von Bus und Bahn im Wettbewerb mit anderen Verkehrsmitteln. Auch die Verständlichkeit des Tarifs und das Preis-Leistungs-Verhältnis sind für (potenzielle) Nutzerinnen und Nutzer ein wichtiges Bewertungskriterium.
- Die **Infrastruktur** umfasst sowohl die Ausstattung und Instandhaltung von Fahrzeugen und Strecken als auch die Infrastruktur an Bahnhöfen und Haltestellen. Eine moderne Infrastruktur trägt zur Effizienz des öffentlichen Verkehrssystems bei.
- Eine gute **Kommunikation und Aufenthaltsqualität** sind für viele Fahrgäste entscheidend für ein positives ÖV-Erlebnis. Beides trägt maßgeblich dazu bei, wie Menschen das Verkehrsunternehmen bzw. die Haltestelle/den Bahnhof wahrnehmen.

Die europäische Norm EN 13816 bietet eine Zusammenstellung von Qualitätskriterien im öffentlichen Verkehr aus Sicht des Fahrgastes hinsichtlich der Kundenzufriedenheit. Sie bildet einen übergeordneten Maßstab und eine erste Orientierung im Hinblick auf Qualitätskriterien.¹⁵ Die inhaltlichen Überkategorien, die im Folgenden beschrieben werden, fokussieren dabei noch einmal stärker auf die Perspektive der Verbraucherinnen und Verbraucher und reihen sich damit zugleich in die Ergebnisse anderer Publikationen¹⁶ und empirischer Studien¹⁷ zum öffentlichen Verkehr ein. Wie im vorherigen Kapitel beschrieben, bietet sich eine Explorationsphase vor dem eigentlichen ÖV-Monitoring sowie die inhaltliche Projektbegleitung durch einen Beirat an, um die endgültige Auswahl der zu messenden Indikatoren zu treffen (siehe auch Kapitel 5.1).

Die vier inhaltlichen Überkategorien **Angebot (3.1)**, **Tarif (3.2)**, **Infrastruktur (3.3)** sowie **Kommunikation und Aufenthaltsqualität (3.4)** umfassen eine Vielzahl an Einzelindikatoren. Für die Kategorien und deren Einzelindikatoren werden im Folgenden mögliche Leitfragen formuliert, die als besonders maßgeblich für ein ÖV-Qualitätsmonitoring erachtet werden, das jeweilige Thema jedoch nicht abschließend behandeln und keine fertige Operationalisierung darstellen. Je nach Zielsetzung und Zeitrahmen der Erhebung kann jede Kategorie weiter vertieft werden. In der Spalte „Zielgruppe“ werden Personengruppen identifiziert, für die die jeweilige Frage möglicherweise besonders relevant ist. So wäre es bei späteren Be-

¹⁵ www.forschungsinformationssystem.de/servlet/is/237092/ (letzter Aufruf: 29.08.2023)

¹⁶ Siehe Hensher 2006.

¹⁷ BBSR 2022, Kantar 2022.

fragungen auch möglich, den Fokus stärker auf Zielgruppen und deren Bedürfnisse zu richten und weniger auf inhaltliche Kategorien. Diese Idee wird in Kapitel 3.5 noch einmal aufgegriffen. In der Kategorie „Ergänzende Statistik“ werden sinnvolle Erweiterungen durch anderweitige Messdaten vorgeschlagen.

3.1 Angebot

Das Angebot im öffentlichen Verkehr ist für Fahrgäste entscheidend, da es die Verfügbarkeit von verschiedenen Verkehrsmitteln und Streckenoptionen bestimmt. Je mehr Verkehrsmittel in hoher Taktung verfügbar sind, desto mehr Flexibilität und Anpassung an individuelle Bedürfnisse und Zeitpläne der Fahrgäste sind möglich. Ein gut abgestimmtes Angebot reduziert Wartezeiten, erleichtert den Umstieg zwischen Verkehrsmitteln und fördert die Nutzung des ÖV als praktische und zuverlässige Transportoption. Das Angebot hängt jedoch neben den Kapazitäten des jeweiligen Verkehrsunternehmens auch stark mit der vorhandenen Infrastruktur vor Ort zusammen. Die Indikatoren für die Kategorie „Angebot“, potenzielle Fragestellungen sowie hilfreiche Zusatzdaten bzw. Statistiken werden in Tabelle 3 exemplarisch zusammengestellt.

Tabelle 3 Zusammenfassung Indikatoren Angebot

Indikator	Mögliche Fragestellung(en)	Zielgruppe(n)	Ergänzende Statistik
Zufriedenheit mit ÖV-Angebot	Wie zufrieden sind Sie mit dem Angebot öffentlicher Verkehrsmittel in ihrer Region? – allgemein – Nahverkehr – Fernverkehr Wie wichtig sind Ihnen folgende ÖV-Angebote im Alltag? (Fernverkehr, Regionalzüge, Busse, Straßen- oder U-Bahnen)	Alle ÖV-Nutzer/innen Vielfahrer/innen und Pendler/innen	Inklusion der Taktfrequenz
Zufriedenheit mit Taktfrequenz/ Pünktlichkeit	Wie zufrieden sind Sie mit der Taktfrequenz des ÖV in Ihrer Region? Wie zufrieden sind Sie mit der Pünktlichkeit des ÖV in Ihrer Region?	Vielfahrer/innen und Pendler/innen Gelegenheitskundinnen und -kunden	Inklusion der Taktfrequenz, Verspätungs- und Ausfallstatistik
Informationsdienste vor und während der Reise	Wie zufrieden sind Sie mit Informationsdiensten (z. B. Infozentren, Apps, Beschilderungen, Durchsagen, etc.) vor und während der Reise? Welche Informationsdienste sind Ihnen am wichtigsten?	Alle ÖV-Nutzer/innen	Inklusion über Fahrgastinformationssysteme
Zufriedenheit mit On-Demand-Diensten	Wie zufrieden sind Sie mit den On-Demand-Diensten in ihrer Nähe? Würden Sie sich weitere On-Demand-Dienste wünschen?	Alle ÖV-Nutzer/innen, besonders multimodale Fahrgäste	Inklusion der Statistik über Bediengebiete und Fahrzeugflotte
Anschlussicherheit bei Umstiegen	Wie zufrieden sind Sie mit Anschluss- und Umstiegsmöglichkeiten im Allgemeinen? Wie werden die Wartezeiten beim Umstieg empfunden?	Alle ÖV-Nutzer/innen Vielfahrer/innen und Pendler/innen	Inklusion von Statistik zu Anschlusswahrscheinlichkeiten
„Letzte Meile“	Welche Verkehrsmittel nutzen Sie auf der sogenannten „letzten Meile“?	Alle Zielgruppen	Inklusion von Statistiken zur Fahrtenbewegung von Sharing-Fahrzeugen, Scootern, Leihrädern, etc.
Hürden bezüglich des Angebots	Warum nutzen Sie das Angebot XY im ÖV nicht/selten?	Nichtnutzer/innen Seltennutzer/innen	Inklusion von Nicht-ÖV-Verkehrsstatistiken
Weitere Bedürfnisse	Welche Bedürfnisse müsste das Angebot XY erfüllen, damit Sie es (öfter) nutzen würden? Welche Aspekte sind in der Zukunft für ein gutes ÖV-Angebot entscheidend?	Nichtnutzer/innen Seltennutzer/innen	Abgleich mit (politischen) Zielsetzungen und Maßnahmen für die kommenden zehn Jahre

3.2 Tarif

Der Tarif im öffentlichen Verkehr spielt für den Fahrgast eine wesentliche Rolle, da er die Kosten für die Nutzung von Bus und Bahn festlegt. Erschwingliche Tarife ermöglichen einen barrierefreien Zugang für Menschen unterschiedlicher Einkommensklassen und beeinflussen maßgeblich die Nutzung des öffentlichen Verkehrs. Ein ausgewogener Tarifansatz kann die Verkehrsnachfrage steuern, die Kundenbindung stärken und die gesamte Effizienz des öffentlichen Verkehrssystems beeinflussen. Fortfolgend werden die Indikatoren für die Kategorie „Tarif“, potenzielle Fragestellungen sowie hilfreiche Zusatzdaten bzw. Statistiken exemplarisch zusammengestellt.

Tabelle 4 Zusammenfassung Indikatoren Tarif

Indikator	Mögliche Fragestellung(en)	Zielgruppe(n)	Ergänzende Statistik
Tarif(-system)	Wie verständlich empfinden Sie die Tarife der Deutschen Bahn? Welche der folgenden Tarifmöglichkeiten sind Ihnen bekannt? (<i>Abfrage regionaler Tarifoptionen</i>) Wie verständlich empfinden Sie die den ÖPNV-Tarif in Ihrer Region?	Alle ÖV-Nutzer/innen	Statistiken zu den Tariflandschaften: insbesondere orts-, strecken- und personenbezogen sowie Zusatzoptionen bei Abonnements
Preis-Leistungs-Verhältnis	Wie empfinden Sie das Preis-Leistungs-Verhältnis - im Fernverkehr - im ÖPNV vor Ort?	Fahrgäste im - Fernverkehr - Nahverkehr	Statistik über Preislandschaft und Preisänderungen
Zahlungsbereitschaft	Bei welchem Preis würden Sie das Ticket XY als günstig/zu günstig/teuer/zu teuer betrachten? optional: Differenzierung hinsichtlich des Nah- und Fernverkehrs	Alle ÖV-Nutzer/innen	Inklusion von Verkaufszahlen aller verfügbaren Tickets
Fahrscheinerwerb	Wie häufig nutzen Sie beim Fahrscheinerwerb (<i>alle Vertriebskanäle</i>)? Wie bewerten Sie den Fahrscheinerwerb/Ticketkauf mittels (<i>alle Vertriebskanäle</i>)?	Alle ÖV-Nutzer/innen	Inklusion der Verkaufszahlen über alle Vertriebskanäle hinweg
Deutschlandticket	Besitzen Sie ein Deutschlandticket? Wie gefällt Ihnen das Deutschlandticket? Wie hat sich Ihre ÖPNV-Nutzung seit Einführung des Deutschlandtickets verändert?	Alle ÖV-Nutzer/innen Alle Deutschlandticket-Besitzer/innen Alle Deutschlandticket-Besitzer/innen	Inklusion der Verkaufszahlen mit optionalen Zusatzangeboten über alle Vertriebskanäle hinweg
Mitnahmeregelungen und -möglichkeiten	Wie bewerten Sie die Mitnahmeregelungen und -möglichkeiten im ÖV? optional: Differenzierung hinsichtlich des Nah- und Fernverkehrs	Alle ÖV-Nutzer/innen, besonders Familien	Inklusion der örtlichen Mitnahmeregelungen
Weitere Bedürfnisse	Kennen Sie ein Tarifsystem woanders, auch im Ausland, das Ihnen gut gefällt?	Alle ÖV-Nutzer/innen	

3.3 Infrastruktur

Die Infrastruktur im ÖV ist ein entscheidender Faktor für die Kundenzufriedenheit, da sie die Grundlage für zuverlässige und komfortable Transportdienste bildet. Gut gewartete Haltestellen, Bahnhöfe und Strecken sowie moderne Fahrzeuge gewährleisten pünktliche Abfahrten und Ankünfte, minimieren Unterbrechungen und verbessern die Kundenerfahrung. Eine moderne Infrastruktur ermöglicht barrierefreien Zugang, erleichtert den Umstieg zwischen verschiedenen Verkehrsmitteln und trägt zur Effizienz des gesamten öffentlichen Verkehrssystems bei. In Tabelle 3 werden die Indikatoren für die Kategorie „Infrastruktur“, potenzielle Fragestellungen sowie hilfreiche Zusatzdaten bzw. Statistiken exemplarisch zusammengestellt.

Tabelle 5 Zusammenfassung Indikatoren Infrastruktur

Indikator	Mögliche Fragestellung(en)	Zielgruppe(n)	Ergänzende Statistik
Weg zum Bahnhof/zur Haltestelle	<p>Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Anbindung durch den nächsten Bahnhof/die nächste Haltestelle?</p> <p>Wie kommen Sie üblicherweise zur Haltestelle/zum Bahnhof?</p> <p>Wie zufrieden sind Sie mit Fußwegen, Fahrradstellplätzen, Barrierefreiheit etc. auf dem Weg zum Bahnhof?</p>	Alle ÖV-Nutzer/innen	Abstand vom Wohnort zur Haltestelle
Sicherheit	<p>Wie bewerten Sie die Sicherheit in (Auflistung aller Verkehrsmittel, Bahnhöfe)?</p> <p>Wie kann Ihr Sicherheitsgefühl verbessert werden?</p> <p>Fühlen Sie sich auch nachts in (Auflistung aller Verkehrsmittel, Bahnhöfe) sicher?</p>	<p>Alle ÖV-Nutzer/innen</p> <p>Vor allem Frauen und jüngere/ältere Fahrgäste</p> <p>Alle nächtlichen ÖV-Nutzer/innen</p>	Inklusion von Kriminalitätsstatistik
Zufriedenheit mit (Sicherheits-)Personal	Wie zufrieden sind Sie mit dem (Sicherheits-)Personal in (Auflistung aller Verkehrsmittel, Bahnhöfe)?	Alle ÖV-Nutzer/innen	Inklusion von Kriminalitätsstatistik
Beschilderung	Wie bewerten Sie die Beschilderung in (Auflistung aller Verkehrsmittel, Bahnhöfe)?		Inklusion von Statistik zu digitalen Anzeigen an Bahnhöfen und Haltestellen
Barrierefreiheit	<p>Wie bewerten Sie die Barrierefreiheit in (Auflistung aller Verkehrsmittel, Bahnhöfe)?</p> <p>Was sind Ihre persönlichen Bedürfnisse im Hinblick auf Ihren Weg zur Haltestelle/zum Bahnhof/zu Wegen innerhalb des Bahnhofs und in Zügen/ Bussen?</p>	Alle ÖV-Nutzer/innen	Inklusion einer Barrierefreiheitsstatistik für den ÖV und die Bahnhöfe/ Haltestellen
Sauberkeit	Wie bewerten Sie die Sauberkeit in (Auflistung aller Verkehrsmittel, Bahnhöfe)?	Alle ÖV-Nutzer/innen	Inklusion über Frequenz der Reinigung
Auslastung	Wie voll ist (Auflistung aller Verkehrsmittel, Bahnhöfe) in der Regel, wenn Sie damit fahren?	Alle ÖV-Nutzer/innen	Inklusion der Statistik über ÖV- und Bahnhofs-auslastung
Multimodalität und neue Mobilitätsformen	<p>Wie bewerten Sie die Infrastruktur an Bahnhöfen und Haltestellen für ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Leihräder? - Carsharing/Mietfahrzeuge? - On-Demand-Dienste? 	Alle Sharing- und/oder multimodalen Nutzerinnen und Nutzer	Inklusion der Statistik über vorhandene Sharing-Angebote, deren Tarife und Abstellmöglichkeiten
Frage zu Toiletten an Bahnhöfen/ Haltestellen und in Verkehrsmitteln	<p>Wie bewerten Sie die Verfügbarkeit von Sanitäreinrichtungen (WCs) ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - an Bahnhöfen/Haltestellen? - in Verkehrsmitteln? <p>Wie bewerten Sie die Sauberkeit von Sanitäreinrichtungen...?</p>	Alle ÖV-Nutzer/innen	Anzahl der WCs an Bahnhöfen/Haltestellen und in Verkehrsmitteln; Frequenz der Reinigung; Frequenz und Dauer von Defekten bei WCs
Weitere Bedürfnisse	Was wünschen Sie sich für die Zukunft über die genannten Aspekte hinaus?	Alle ÖV-Nutzer/innen	Inklusion von zukünftigen Investitionsplänen

3.4 Kommunikation und Aufenthaltsqualität

Die strategische und verständliche Kommunikation des Verkehrsunternehmens mit den Fahrgästen verbessert das Fahrerlebnis der ÖV-Nutzerinnen und -Nutzer und trägt entscheidend dazu bei, wie Menschen das Verkehrsunternehmen wahrnehmen. So kann Kommunikation (direkt durch Mitarbeitende und indirekt durch technische Hilfsmittel) die Sympathie für ein Verkehrsunternehmen steigern – fehlende oder falsche Kommunikation kann jedoch auch schaden. Mit Aufenthaltsqualität sind Indikatoren gemeint, die die individuellen Bedürfnisse von Personen bei der Mobilität erfassen. Diese sind neben den „harten“, zuvor genannten Faktoren ebenso wichtig, da sie helfen können, vermeintlich irrationale Entscheidungen für die Verkehrsmittelwahl zu erklären. Die Indikatoren für die Kategorie „Kommunikation und Aufenthaltsqualität“ und mögliche Fragestellungen werden im Folgenden exemplarisch zusammengestellt.

Tabelle 6 Zusammenfassung Indikatoren Kommunikation

Indikator	Mögliche Fragestellung(en)	Zielgruppe(n)	Ergänzende Statistik
Kommunikation mit den Kundinnen und Kunden	Wie bewerten Sie die Kommunikation <i>ihres Verkehrsunternehmens vor Ort</i> bei Fragen und Anliegen/bei Verspätungen/Zug-/Busausfällen? Wie empfinden Sie die Kommunikation der Mitarbeitenden des Unternehmens XY mit den Kundinnen und Kunden?	Alle ÖV-Nutzer/innen	Statistik zu eingehenden Anfragen und Dauer der Antwort
Kundenservice/ Beschwerdemanagement	Wie bewerten Sie den Kundenservice <i>Ihres Verkehrsunternehmens vor Ort</i> im Allgemeinen? <i>Ergänzende Fragestellung:</i> Im Falle eines Konflikts: Wie bewerten Sie die Konfliktlösungsbemühung <i>Ihres Verkehrsunternehmens vor Ort</i> ?	Alle ÖV-Nutzer/innen	Statistik zu eingehenden Anfragen und Dauer der Antwort
Weitere Bedürfnisse	Was wünschen Sie sich im Hinblick auf die Kommunikation in Bahnhöfen/an Haltestellen und in Verkehrsmitteln? Was würde für Sie darüber hinaus die Aufenthaltsqualität verbessern?	Alle ÖV-Nutzer/innen	Planungen zur Weiterentwicklung der Wohlfühlfaktoren

Tabelle 7 Zusammenfassung Indikatoren Kommunikation

Indikator	Mögliche Fragestellung(en)	Zielgruppe(n)	Ergänzende Statistiken
Sympathie/Antipathie für das Verkehrsunternehmen XY?	Wie sympathisch empfinden Sie Ihr Verkehrsunternehmen vor Ort? Was würde Verkehrsunternehmen XY sympathischer machen? Wie wahrscheinlich würden Sie in Zukunft Bus/Bahn nutzen, wenn Ihnen das Verkehrsunternehmen sympathisch ist?	Alle ÖV-Nutzer/innen Nicht-ÖV-Nutzer/innen	Kundenzufriedenheitsstatistiken, z. B. Net Promoter Score (NPS), Customer Satisfaction Score (CSAT), Kundenzufriedenheitsindex (CSI), Customer Effort Score (CES)
Sympathie/Antipathie für das gewählte Verkehrsmittel	Wie gerne fahren Sie (<i>Auflistung aller Verkehrsmittel</i>)? Warum fahren Sie gerne/ungerne mit dem Verkehrsmittel XY? Was würde die Attraktivität des Verkehrsmittels XY erhöhen?	Alle ÖV-Nutzer/innen	Kundenzufriedenheitsstatistiken, z. B. NPS, CSAT, CSI, CES
Komfort	Wie bewerten Sie den Komfort in (<i>Auflistung aller Verkehrsmittel, Bahnhöfe</i>)? Was fehlt Ihnen an Komfort im Zug/Bus? Welche Vorteile bieten Ihnen der Zug/Bus?	Alle ÖV-Nutzer/innen	
Internetzugang	Nutzen Sie das WLAN in Verkehrsmittel XY? Wie bewerten Sie das WLAN in Verkehrsmittel XY?	Alle ÖV-Nutzer/innen	Statistik zur Internetqualität und -geschwindigkeit
Akustik/Temperatur/Lautstärke/Gerüche	Nehmen Sie den Geruch in Verkehrsmittel XY/im Bahnhofsgebäude als angenehm/unangenehm/neutral war? Wie empfinden Sie die Lautstärke im Verkehrsmittel XY/im Bahnhofsgebäude? Empfinden Sie die Temperatur in Verkehrsmittel XY als angenehm/zu kalt/zu warm?	Alle ÖV-Nutzer/innen	Statistik über Lautstärke und Temperatur in Verkehrsmitteln
Customer Journey	Wie bewerten Sie folgende Faktoren zur Aufenthaltsqualität in Bahnhöfen/Haltestellen und in Verkehrsmitteln? (<i>Sitzplätze an der Haltestelle, Verfügbarkeit von Essen und Trinken, Reservierungsmöglichkeit, Zeit für Umstiege, Klimaanlage und Heizung, WLAN, Infotainment etc.</i>)	Alle ÖV-Nutzer/innen	Statistik zur Anzahl der Faktoren an Bhf./Haltestellen und in Verkehrsmitteln

3.5 Soziodemografie und Kundensegmentierung

Neben den eigentlichen inhaltlichen Fragen sollten quantitative Erhebungen auch Informationen zur Soziodemografie, Haushaltssituation und zum bisherigen Mobilitätsverhalten der befragten Personen erheben. Dies ist sowohl im Hinblick auf die Gewichtung als auch die Datenauswertung relevant.

Soziodemografische Angaben sind unter anderem:

- Geschlecht
- Alter
- Bildungsstand
- ggf. derzeitige Haupttätigkeit (ggf. Beruf)

Informationen zum Haushalt:

- Anzahl der Haushaltsmitglieder (nach Alter)
- Haushaltseinkommen
- im Haushalt verfügbare Fahrzeuge (Autos, Fahrräder, etc.)

Informationen zum Mobilitätsverhalten:

- Nutzungshäufigkeit ÖPNV bzw. Fernverkehr
- Nutzungshäufigkeit Auto und Fahrrad und Anteil der Fußwege
- Nutzungshäufigkeit von Sharing-Angeboten: Auto, Fahrrad, E-Scooter
- Vorhandensein eines Abonnements im ÖPNV bzw. einer BahnCard
- Reisezwecke

Informationen zum Wohnort:

- Größe des Wohnorts (Großstadt/Mittelstadt/ländliche Region)
- Anbindung an Schienenfernverkehr/Nahverkehr etc.

Das bisherige **Mobilitätsverhalten**, aber auch andere **persönliche Einstellungen und Motive** können im Rahmen der Datenauswertung hilfreich sein, um die Einstellungen und Nutzung bzw. Nutzungsabsichten in Bezug auf den ÖV zu erklären und Nutzerprofile zu erstellen. Diese umfassen unter anderem:

- Einstellung zur Umwelt (z. B. Einkaufsverhalten, Ernährung)
- politische Einstellung
- Einstellung zu Statussymbolen
- Freizeitverhalten

Wie viele der aufgeführten Indikatoren in den Fragebogen einfließen, hängt sowohl vom Instrument und den Vorgaben zur Dauer der Befragung als auch von den Wünschen im Hinblick auf die Datenauswertung ab. Dies wird – genauso wie das inhaltliche Frageprogramm – in enger Abstimmung zwischen Auftraggeber, möglicherweise weiteren Gremien und durchführendem Befragungsinstitut entschieden.

Die in den Kapiteln 3.1 bis 3.4 vorgestellten Indikatoren orientieren sich größtenteils an klassischen Qualitätsmerkmalen, die aus Sicht der Kundinnen und Kunden, aber auch bisheriger Nichtnutzer relevant sind. Eine alternative Herangehensweise an empirische Erhebungen wäre es, relevante Faktoren für **spezifische Nutzergruppen** zu identifizieren und abzufragen. Dafür müsste zunächst eine Segmentierung der (potenziellen) Kundinnen und Kunden vorgenommen werden, die sich vor allem an den Bedürfnissen dieser Gruppe orientiert. Vorstellbar wären z. B. folgende Nutzergruppen:

- Pendlerinnen und Pendler
- Geschäftsreisende
- Rentnerinnen und Rentner
- Reisegruppen/Freizeitverkehr
- Familien
- Personen mit Mobilitätseinschränkungen
- Jugendliche und junge Erwachsene

Je nach Nutzergruppe sind unterschiedliche Aspekte im Hinblick auf die klassischen Indikatoren „Angebot“, „Tarif“ und „Infrastruktur“ relevant. Dies wird in den Tabellen berücksichtigt. Große Unterschiede sind jedoch besonders im Hinblick auf die Aufenthaltsqualität zu erwarten. Während Geschäftsreisende die Zeit in der Bahn vielleicht zum Arbeiten nutzen möchten und dafür in erster Linie einen schnellen Internetzugang sowie Ruhe benötigen, sind die Bedürfnisse von Familien mit Kindern oder Freizeitreisegruppen mit vielen Gepäckstücken andere. Insbesondere Bahnreisen aus der Erlebnisperspektive zu betrachten, kann dabei helfen, neue Erkenntnisse zu erhalten, die die üblichen Qualitätskriterien sinnvoll erweitern.

4 Datenaufbereitung und Kommunikation

Die Kapitelinhalte kurz zusammengefasst:

- Nicht nur die Inhalte und Methoden sind entscheidend für den Erfolg des ÖV-Qualitätsmonitorings, sondern auch die Datenauswertung und Kommunikation der Ergebnisse.
- Die Nutzung externer Daten (z. B. die Daten der MiD) ist eine weitere Möglichkeit, Befragungsergebnisse zu vertiefen oder mit anderen Kennwerten zu vergleichen.
- Ein Mobilitätsindex ist hilfreich, um die Ergebnisse des ÖV-Qualitätsmonitorings besser interpretieren und einordnen zu können.
- Für eine strategische Kommunikation ist entscheidend, welche Inhalte zu welcher Zeit an welche Zielgruppe und über welchen Kommunikationsweg vermittelt werden.
- Eine wichtige Funktion nehmen dabei auch eine professionelle Website und Projekt-App ein, da sie sowohl eine Informationsplattform bieten als auch den Kontakt zu den Befragten erleichtern.

Die in Kapitel 3 vorgestellten Indikatoren können, wie im Gutachten bereits beschrieben, im Rahmen verschiedener Befragungen oder Sekundärauswertungen erhoben und sowohl quantitativ als auch qualitativ beleuchtet werden. Die Kombination der Instrumente ergibt ein stimmiges Gesamtbild über die Qualität im öffentlichen Verkehr.

Abbildung 11 Übergeordnete Messkriterien entlang der vorgestellten Erhebungsinstrumente

	Quantitativ	Qualitativ	Repräsentativ	Regionalisierbar	
Fokusgruppen	○	●	○	●	
Repräsentative Bevölkerungsbefragung	●	○	●	●	
Qualitätskontrollen vor Ort	●	○	○	●	● Enthalten
Crowd-Science-Befragung	●	●	○	●	○ Nicht enthalten
Sekundärdatenanalyse	●	●	○	●	
Fahrgast-Botschafter	●	●	○	●	
Aufbau Fahrgast-Panel	●	○	●	●	
Geodaten & Benchmarking	●	○	○	●	
Stakeholderbefragung	○	●	○	○	

Quelle: infas eigene Darstellung

Doch nicht nur die eigentliche Messung entscheidet über den Erfolg eines ÖV-Qualitätsmonitorings, auch die Datenaufbereitung bzw. -auswertung, und die Kommunikation der Ergebnisse sind diesbezüglich ausschlaggebend.

Die **Datenauswertung** bezieht sich auf den Prozess der Analyse und Interpretation von gesammelten Daten, um sinnvolle Erkenntnisse zu gewinnen und Verhaltensmuster aufzudecken. Dabei werden statistische Methoden, Algorithmen und Techniken angewendet, um Daten in verständliche Informationen umzuwandeln. Bei standardisierten Befragungen werden die Daten nach Abschluss der Befragung geprüft, wobei als Basis die in geeignete Statistiksoftware eingelese- nen und gelabelten Datensätze dienen. Im Rahmen von repräsentativen Befragungen wird eine Gewichtung der Daten vorgenommen. Allgemein besteht das Ziel einer Gewichtung darin, auf Basis der Stichprobenerhebung auf das Vorkommen interessierender Merkmale und Merkmalkombinationen in der Grundgesamtheit (z. B. der Gesamtbevölkerung ab 18 Jahren) zu schließen. Im Anschluss können die Daten in statistischen Analyseverfahren, die sowohl deskriptiv als auch multivariat sein können, näher beschrieben werden. Dabei können die Befragungsdaten auch mit anderen Datenquellen verknüpft oder ergänzt werden (siehe Kapitel 4.1). Ebenso sind verschiedene Darstellungsmöglichkeiten denkbar, wie beispielsweise die Kartierung von Ergebnissen (siehe Abbildung 2), um diese auf einen Blick erfassen zu können.

Nachdem die Daten verständlich aufbereitet und ggf. angereichert wurden, ist eine strategische **Kommunikation** ein weiterer Erfolgsfaktor. Dabei ist entscheidend

- welche Inhalte
- zu welcher Zeit
- an welche Zielgruppe
- über welchen Kommunikationsweg

vermittelt werden. Die strategische Kommunikation umfasst auch das gesamte Framing, in dem sich das Projekt bewegt. Wie bereits beschrieben, ist hier ein positiver, konstruktiver Ansatz wichtig, der die Nähe zu den Bürgerinnen und Bürgern – unabhängig davon, ob sie den öffentlichen Verkehr nutzen – schafft, bei der aber gleichwohl die Perspektive der Umsetzungsseite nicht völlig aus dem Blick gerät. So sollte im Kommunikationsprozess eine Dachmarke für das gesamte ÖV-Qualitätsmonitoring geschaffen werden, die einen hohen Wiedererkennungswert hat und Sympathie vermittelt. Dabei sollte auch die Verbundenheit zwischen Bürgerinnen und Bürgern, die die öffentlichen Verkehrsmittel als Steuerzahlerinnen und -zahler mitfinanzieren, und dem öffentlichen Verkehr verdeutlicht werden. Intelligente Markennamen oder Slogans (z. B. UNSERE BAHN, „Wir steigen um“ etc.) können den Bürgerinnen und Bürger das Gefühl vermitteln, den öffentlichen Verkehr mitgestalten zu können. Darüber hinaus ist es wichtig, wechselnde Themen bzw. Ergebnisse, vielleicht mit einem jährlichen Themenschwerpunkt, im Rahmen einer strategischen Kommunikation zu platzieren, um die Relevanz des ÖV-Qualitätsmonitorings zu verdeutlichen.

Im Folgenden wird dargestellt, wie die Leitindikatoren der repräsentativen Studie „Mobilität in Deutschland“ (MiD) im Rahmen des ÖV-Qualitätsmonitorings genutzt werden können. Außerdem wird beschrieben, wie die Daten mithilfe eines Mobilitätsindex besser interpretiert und vergleichbar gemacht werden können.

4.1 Nutzung der Leitindikatoren der „Mobilität in Deutschland“

Die Nutzung externer Daten ist eine weitere Möglichkeit, Befragungsergebnisse zu vertiefen oder mit anderen Kennwerten zu vergleichen. In diesem Zusammenhang bietet sich die Studie „Mobilität in Deutschland“ (MiD) an. Diese von infas durchgeführte Studie umfasste erstmalig in ihrer Ausgabe von 2017 eine verkehrsträgerübergreifende Erfassung von Kundenzufriedenheitsaspekten. In diesem Umfang sind solche Ergebnisse nach unserer Recherche an keiner anderen Stelle verfügbar. Hierzu werden für den Fußverkehr, den Radverkehr und den ÖPNV jeweils Gesamtzufriedenheiten in der Wohnregion erhoben. Diese Ergebnisse haben den Vorteil einer direkten Vergleichbarkeit über den ÖPNV hinaus und einer tiefen Regionalisierungsmöglichkeit auf Basis einer ausgesprochen zuverlässigen und großen Stichprobe. Die 2017er-Ergebnisse werden 2023/24 im Auftrag des BMDV aktualisiert und stehen voraussichtlich Ende 2024 zur Verfügung. Sie können eine Differenzierung nach Einzelindikatoren, die an anderer Stelle vorgeschlagen werden, nicht ersetzen, bieten jedoch eine ausgezeichnete globale Einordnung etwa im Vergleich zum Auto- oder Radverkehr. Zudem beschränken sie sich nicht auf die Nutzerinnen und Nutzer des jeweiligen Angebots, sondern beziehen unabhängig davon auch die übrigen Personen ein.

4.2 Erstellung eines Mobilitäts- bzw. Verkehrsindex

Um die Ergebnisse des ÖV-Qualitätsmonitorings besser interpretieren und einordnen zu können, eignet sich ein Mobilitäts- bzw. Verkehrsindex. Ein wichtiger Bestandteil dessen sind die in Kapitel 2.5 vorgestellten Fahrgast-Benchmarks, welche es ermöglichen, verschiedene Aspekte des ÖVs aus Fahrgastsicht zu beurteilen. Daneben könnten angrenzende Benchmarks von Bedeutung sein, die insbesondere die Verkehrsinfrastruktur betreffen – beispielsweise die Anzahl von Verkehrsstaus und den damit verbundenen Zeitverlust sowie die Straßen- und Schienenqualität.

Es bietet sich an, die Benchmarks nach Bedeutung zu gewichten und anschließend anhand einer Bewertungsskala beispielsweise von 0 bis 100 zu evaluieren.

Tabelle 8 Beispiel für die Erstellung eines Mobilitäts- bzw. Verkehrsindex

Kategorie	Benchmarks	Benchmark-Ausprägung	Gewichtung	Bewertung (Skala 0–100)
Fahrgast-Benchmarks (vgl. 2.5)	<u>aus Fahrgastsicht:</u>	1. ... in Zügen	10 %	10
	1. Infrastruktur	2. ... in Bussen	10 %	20
	2. (Technologische) Innovation	3. ... an Bhf. und Haltestellen	10 %	30
	3. Ökologische Aspekte	4.
Stakeholder-Benchmarks	<u>aus Sicht der Stakeholder:</u>	1. Verkehrsstaus, Straßen- und Schienenqualität	10 %	40
	1. Verkehrsinfrastruktur	2. Verkehrsstaus, Verkehrsmittelrouten, Verkehrsmittelverfügbarkeit, etc.	10 %	50
	2. Verkehrs- und Mobilitätsdaten	3. Einnahmen und Ausgaben	10 %	30
	3. ÖV-Finanzierung	4.	20
Gesamtergebnis			100 %	Gesamtscore

Quelle: infas eigene Darstellung

Die daraus gewonnenen Erkenntnisse helfen, Stärken und Schwächen in der ÖV-Mobilitäts- bzw. Verkehrssituation zu erkennen und Vergleiche zwischen verschiedenen Regionen herzustellen, die zu einer möglichen Verbesserung beitragen können. Wichtig ist dabei, den Aufbau und die Gewichtung des Index auf lange Sicht konstant zu halten, um so eine temporäre Vergleichbarkeit zu ermöglichen. All dies ist insbesondere interessant für Stadt- und Verkehrsplaner, Politik, Stakeholder, Unternehmen, Forschungseinrichtungen, die interessierte Öffentlichkeit sowie (potenzielle) Investoren.

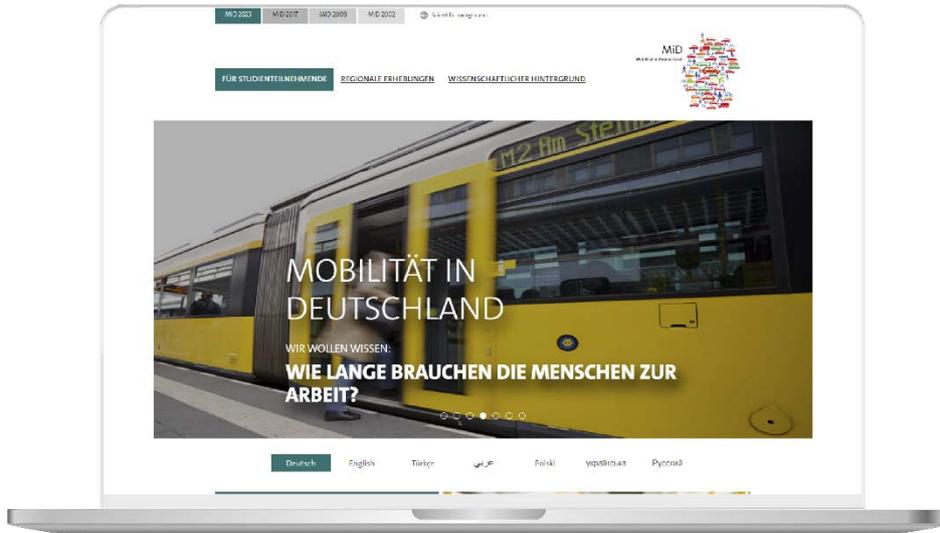
4.3 Website und App als vielfältige Nutzungsplattform

Eine eigens für das ÖV-Monitoring entworfene und fortlaufend aktualisierte **Website** erfüllt im Rahmen eines ganzheitlichen ÖV-Monitoring-Ansatzes verschiedene Zwecke:

- Voraussetzung für professionellen Auftritt nach „außen“,
- Bereitstellung von Hintergrundinformationen zum Monitoring und zu den unterschiedlichen Projekten,
- Zugriff auf Ergebnispräsentation bzw. Dokumentationen,
- Verlinkung anderer relevanter Websites oder Dokumente,
- „Zugangstor“ für die Teilnahme an Befragungen,
- Kontaktmöglichkeit für Befragte und andere Interessierte oder
- Aufbereitung von aktuellen Ergebnissen.

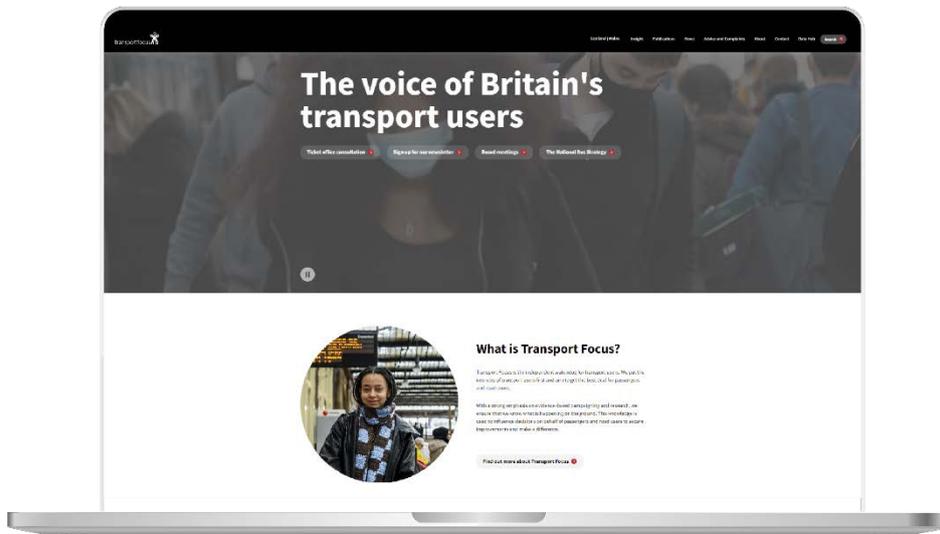
Wie die Beispiele aus Großbritannien oder die Studie „Mobilität in Deutschland“ zeigen, ist eine eigene Website auch ein Aushängeschild für ein professionelles und langfristig angelegtes ÖV-Monitoring und sollte daher fachlich adäquat, z. B. von einer Media-Agentur, umgesetzt werden. Das entsprechende Budget sollte daher von Anfang an mit einkalkuliert werden.

Abbildung 12 Beispiel: Startseite der Website von „Mobilität in Deutschland“



Quelle: www.mobilitaet-in-deutschland.de/

Abbildung 13 Beispiel: Startseite der Website der Studie „Transport Focus“



Quelle: www.transportfocus.org.uk/

Eine weitere Möglichkeit, die im Hinblick auf den Kontakt zu den Befragten oder Teilnehmenden, noch mehr Spielraum bietet, ist die eigene **Projekt-App**. Der Anteil an Smartphone- und/oder Tablet-Nutzerinnen und -nutzern steigt kontinuierlich an, sodass die potenzielle Zielgruppe für den Einsatz von Apps wächst. Gerade bei jungen oder technikaffinen Personen kann der Einsatz einer App verschiedene Vorteile bieten.

Ein Vorteil mobiler Anwendungssoftware in der Empirie ist der schnelle und von einem festen Standort bzw. einer festen Adresse losgelöste Zugang zu den Zielpersonen. Denn Smartphones sind mittlerweile zum Alltagsbegleiter geworden. Zur empirischen Datengewinnung werden Apps seit ein paar Jahren in der Mobilitätsforschung als GPS-Tracker eingesetzt. Doch Apps können im Rahmen von Projekten noch viele weitere Vorteile bringen. Ein Hauptziel besteht darin, mit den Nutzerinnen und Nutzern im Austausch zu bleiben und ihnen einen komfortablen Zugangsweg zu Informationen und Befragungen zu bieten. Des Weiteren fördert die App Forschungstransparenz, indem sie Fahrgästen und Verkehrsbetreibern gleichermaßen eine umfassende Sicht auf die Projektbestandteile bietet.

Eine professionelle **Projekt-App** verbindet somit verschiedene Vorteile, die für den langfristigen Erfolg des ÖV-Qualitätsmonitorings von zentraler Bedeutung sein können:

- Zugang zu Projektinformationen (zusätzliche Integration von Studienlogos möglich),
- Möglichkeiten der Weiterleitung auf andere Online-Inhalte, wie beispielsweise auf die studienspezifische Webseite, zur Online-Befragung oder zu einem Online-Adressportal,
- Bereitstellung der Kontaktdaten von beteiligten Projektpartnern,
- direktes Kommunikationsmedium mit der Zielperson in Form von Mitteilungen, dazu ergänzend die Möglichkeit, einzelne Mitteilungen auch als Push-Nachrichten zu schicken (sofern von der Zielperson aktiviert),
- Veränderung der Sprache innerhalb der App,
- individualisierter Zugang (Kontosteuerung) und
- Möglichkeit des Hochladens von Feedback durch Nutzerinnen und Nutzer.

5 Umsetzung des ÖV-Qualitätsmonitorings

Die Kapitelinhalte kurz zusammengefasst:

- Ziel des ÖV-Qualitätsmonitorings sollte es sein, eine konstruktive und zukunftsgerichtete empirische Grundlage zu schaffen, um die Umsetzung von Maßnahmen voranzutreiben.
- Ein Ergebnisziel in diesem Zusammenhang könnte es sein, einen konkreten „10-Punkte-Plan für einen besseren öffentlichen Verkehr“ zu entwickeln, der als Handlungsempfehlung an die (politischen) ÖV-Entscheidungsträger herangetragen wird.
- Hürden, die der Umsetzung von Maßnahmen entgegenstehen, wie beispielsweise fehlendes Budget oder eine zu kurze Laufzeit, sollten von vornherein adressiert sowie Lösungsansätze entwickelt werden.
- Ein Projektbeirat ist hilfreich, um weitere fachliche Expertise einzubeziehen und die Legitimation des Projekts zu unterstreichen.
- Ein Pilotphase ist sinnvoll, um Methoden und Inhalte in kleinerem Umfang und weniger kostenintensiv vorab zu testen.

Viele Erkenntnisse, die andere empirische Erhebungen zum öffentlichen Verkehr bereits zutage gefördert haben, aber auch Ideen, wie der ÖV zukunftsfähig gestaltet werden kann, scheitern oftmals im Hinblick auf die konkrete Umsetzung. Die komplexe Organisation des öffentlichen Verkehrs in Deutschland – auch bedingt durch den Föderalismus – spielt dabei sicherlich eine Rolle. Zum anderen scheint aber auch seitens der Verkehrsunternehmen und der Politik oftmals der Wille zu fehlen, tiefgreifende Maßnahmen umzusetzen, die zumindest kurzfristig einen höheren Investitionsaufwand bedeuten. Dass das seitens der Politik viel gepriesene Deutschlandticket nicht langfristig gesichert ist, ist nur ein Beispiel dafür, wie finanzielle Restriktionen (und in diesem Fall Streitigkeiten zwischen Bund und Ländern) innovative und zukunftsgerichtete Projekte im ÖV verhindern oder langfristig erschweren. Es sind vor allem die Lasten aus der Vergangenheit, insbesondere die jahrelange Vernachlässigung der Schieneninfrastruktur, die das Image der DB in der Öffentlichkeit prägen und positive sowie innovative Entwicklungen oft in den Hintergrund rücken lassen. Aus Sicht der Fahrgäste – und meist noch in stärkerer Weise der Nichtnutzerinnen und -nutzer – lässt die Qualität des öffentlichen Verkehrs nur allzu oft zu wünschen übrig.

Doch trotz oder gerade aufgrund dieser offensichtlichen Defizite und des teilweise schlechten Images des öffentlichen Verkehrs, ist es für ein ÖV-Qualitätsmonitoring von entscheidender Bedeutung, eine konstruktive und zukunftsgerichtete empirische Grundlage zu schaffen und nicht nur die allgemein bekannte Mängeliste zu wiederholen. Dies wäre einerseits redundant und hätte andererseits auch keinen Nachrichtenwert, der der Kommunikation zum Monitoring dienlich wäre (siehe vorheriges Kapitel). Dies bedeutet, dass der Stellenwert der üblichen, meist negativ konnotierten Qualitätskriterien (z. B. Unpünktlichkeit) in der Vorbereitung der Erhebung, aber auch bei der Vermittlung der Ergebnisse überprüft und gegebenenfalls andere Punkte stärker thematisiert werden sollten, um für den Fahrgast positivere Botschaften senden zu können. Ein Ergebnisziel in diesem Zu-

sammenhang könnte es sein, einen konkreten „10-Punkte-Plan für einen besseren, öffentlichen Verkehr“ zu entwickeln, der nicht den Status quo widerspiegelt, sondern sich an den tatsächlichen Umsetzungspotenzialen und den Verbraucherverwünschen orientiert. Dieser sollte als Handlungsempfehlung an die „Entscheiderseite“ herangetragen werden – beispielsweise im Rahmen des beschriebenen Innovationsboards.

Bevor es jedoch um die Kommunikation von Ergebnissen sowie die Ableitung von Handlungsempfehlungen geht, muss auch die Umsetzung des ÖV-Qualitätsmonitorings Hürden überwinden, um langfristig gute und sinnvolle Empirie zu liefern. Die Legitimation, Finanzierung und Professionalität sind grundlegende Voraussetzungen für ein ambitioniertes Projekt wie das ÖV-Qualitätsmonitoring. Sowohl in Dänemark als auch in Großbritannien werden die Monitorings vom jeweiligen Verkehrsministerium finanziert, was sowohl die Legitimation der Forschung als auch die Unabhängigkeit von den gewinnorientierten Verkehrsunternehmen unterstreicht. Die inhaltliche Unabhängigkeit ist auch im Hinblick auf die Kommunikation des Projekts nach außen wichtig. Ein solches Modell – sprich die Finanzierung durch die öffentliche Hand (z. B. das Bundesverkehrsministerium) und die Begleitung durch eine unabhängige Institution – wäre daher auch für Deutschland wünschenswert.

Im Rahmen der Planung des ÖV-Qualitätsmonitorings gibt es einige Risiken, die einer qualitätsgesicherten und sinnvollen Umsetzung, die langfristig ausgerichtet sein sollte, möglicherweise entgegenstehen könnten. Diese Risiken sowie Lösungsansätze, die diesen entgegenwirken, werden in der folgenden Tabelle zusammengefasst:

Tabelle 9 Risiken und Lösungsansätze für das ÖV-Qualitätsmonitoring

Risiko	Lösungsansatz
Zu kurze Laufzeit des ÖV-Qualitätsmonitorings > dadurch keine Längsschnitt-ergebnisse und fehlende Relevanz	Planung einer 3-jährigen Pilotphase, in der Instrumente und Indikatoren getestet werden können > im Anschluss Ergebnis-Workshop mit relevanten Entscheidern, um Verlängerung und Eintritt in Langzeitstudie (mind. 10 Jahre) realistisch zu planen
Fehlendes Budget	Keine Finanzierung durch „klamme“ Verkehrsunternehmen, sondern Ansiedelung im Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV) für inhaltliche Unabhängigkeit > Frühzeitige Einbeziehung von Stakeholdern und Betonung der Wichtigkeit des Projektes, um langfristige Finanzierung anzustreben
Fehlende Legitimation	Netzwerk aus Expert/-innen (z. B. in Form eines Beirats) aufbauen, um breite Expertise und Akzeptanz für das Projekt zu schaffen
Fehlender Umsetzungswille	Konkrete Umsetzungsstrategie aufzeigen, die auf einer Wachstumsstrategie basiert > zunächst kostengünstigere Pilotphase, langfristig verschiedene Erweiterungs-Module möglich
Fehlende Aktualität/Dynamik	Schnelle Kommunikationswege mit Auftraggebern, Minimierung bürokratischer Hürden im Hinblick auf Entscheidungen von Anfang an schaffen Berücksichtigung aktueller Trends und Entwicklungen (z. B. durch fortlaufende Sekundäranalysen und „schnelle“ Befragungen)
Fehlende Aufmerksamkeit	Kreative und öffentlichkeitswirksame Aufbereitung der Themen mit wechselnden Jahresschwerpunkten Schaffung einer Dachmarke zur professionellen Begleitung des Projekts mittels Kommunikationsagentur Professioneller Auftritt durch Website und ggf. App

Der Erfolg der Umsetzung hängt wesentlich von der Akzeptanz der Studie auf verschiedenen Ebenen, insbesondere auf politischer Ebene ab. In diesem Zusammenhang ist sowohl die Vorbereitung in Form einer Pilotphase sinnvoll als auch die Bildung eines Projektbeirats.

Bei einem langfristig angelegten Projekt, das darüber hinaus noch eine Vielzahl verschiedener Methoden beinhaltet, ist eine Pilotphase sinnvoll, um mögliche Unzulänglichkeiten hinsichtlich der Erhebungsinstrumente, der konkreten Arbeitsprozesse und der Kommunikation offenzulegen und diese dann im weiteren Projektverlauf anzupassen. Dabei ist es z. B. möglich, Erhebungsinstrumente zunächst nur in einem Modus (z. B. online) oder mit geringerer Fallzahl umzusetzen, um Kosten einzusparen. Eine Pilotstudie erstreckt sich in der Regel über einen längeren Zeitraum (z. B. drei Jahre).

5.1 Projektbeirat zur Beratung und Einbindung

Ein Projektbeirat hat – wie der Name schon sagt – vor allem eine beratende Funktion und begleitet das Projekt von Beginn an. In regelmäßigen Treffen (z. B. zweimal jährlich) stellt das Projektteam dem Beirat den Fortschritt des Projekts vor oder präsentiert bisher erreichte Meilensteine. Dabei werden Zwischenergebnisse zur Diskussion gestellt und kritisch bewertet.

Die Mitglieder eines Projektbeirats zum ÖV-Qualitätsmonitoring sollten über Expertise und Erfahrungen im Bereich des öffentlichen Verkehrs oder angrenzender Fachgebiete verfügen. Auf dieser Grundlage berät der Beirat das Projektteam, gibt Rückmeldung zu offenen Fragen und spricht ggf. Empfehlungen bezüglich des weiteren Vorgehens im Projektverlauf aus. Er unterstützt außerdem hinsichtlich des Wissenstransfers, der nachhaltigen Implementierung der Ergebnisse und kann auch als Multiplikator für deren Kommunikation dienen. Personen mit hoher Reputation in den Expertenrat zu berufen, hat außerdem einen weiteren entscheidenden Vorteil: Sie bringen nicht nur wichtiges Wissen mit in das Projekt, sondern machen auch Projektentscheidungen, an denen der Beirat beteiligt war, weniger angreifbar für Kritik. Dementsprechend kann der Beirat eine entscheidende Rolle im Hinblick auf die Legitimation des gesamten Projektes spielen.

5.2 Finanzielle Einordnung der Erhebungsinstrumente

Abschließend sollen die Kosten für das beschriebene ÖV-Qualitätsmonitoring grob eingeordnet werden. Um den Einstieg in ein großes ÖV-Qualitätsmonitoring zu erleichtern, wurde in diesem Gutachten eine stufenweise Vorgehensweise mit drei Modulen vorgestellt. In welchem Rahmen das ÖV-Monitoring schließlich konkret umgesetzt werden kann, hängt stark von den zeitlichen wie finanziellen Ressourcen ab. Die groben Schätzwerte dazu sind:

- ca. 250.000 Euro (netto) für die Umsetzung der Explorationsphase und des Basis-Moduls im ersten Jahr; in Folgejahren reduzieren sich die Kosten für das Basis-Modul um etwa 50.000 Euro (netto).
- ca. 350.000 Euro (netto) pro Jahr für das Erweiterungs-Modul inklusive des Basis-Moduls; in Folgejahren reduzieren sich die Kosten um etwa 80.000 Euro (netto).
- ca. 500.000 Euro (netto) pro Jahr für das Gesamt-Modul inklusive der beiden anderen Module; in den Folgejahren reduzieren sich die Kosten um etwa 100.000 Euro (netto).

Alle diese Werte beziehen sich auf die Kosten für die empirischen Erhebungen – zur professionellen Umsetzung des ÖV-Qualitätsmonitorings gehören jedoch auch Rahmenkosten für die Kommunikation und technische Ausstattung. Darunter fallen z. B. der Aufbau und die Pflege einer Website, eine Projekt-App und ggf. Werbemaßnahmen. Je nach Aufwand sollte hier ein zusätzlicher Kostenbeitrag von etwa 50.000 bis 100.000 Euro eingeplant werden. Ebenso sollte die Projektkoordination und Betreuung seitens der beauftragenden Institution mit einem Budget von etwa 90.000 Euro eingeplant werden.

Tabelle 10 Darstellung Instrumente nach geschätzten Kosten

Modul	Instrument	Annahmen/ Leistungen	Kosten- schätzung (in Euro, netto) 1. Jahr	Kosten- schätzung (in Euro, netto) 2. und folgende Jahre
Explorations- phase	Fokusgruppen mit Nutzerinnen und Nutzern sowie Expertenrunde	Entwicklung Leitfaden Durchführung 4 Fokusgruppen Auswertung	25.000	20.000
Basis-Modul	Repräsentativ- befragung Bevölkerung	Fragebogenentwicklung 5.000 Fälle > regionale Auswertung möglich 15 Minuten Methodenmix aus telefonischen und Online-Interviews Datenaufbereitung und Ergebnispräsentation	200.000	150.000
Basis-Modul	Sekundärdatenanalyse	Desktop-Recherche mit anschließendem Bericht	10.000	10.000
Erweiterungs- Modul	Qualitätskontrollen vor Ort in Zügen und an Bahnhöfen	Entwicklung Erhebungsinstrument 100 Interviewertage vor Ort Datenaufbereitung und Ergebnispräsentation	85.000	70.000
Erweiterungs- Modul	Crowd-Science-Aktion	Bekanntmachung der Aktion Entwicklung Erhebungsinstrument Datenauswertung und -darstellung (ggf. Kartierung) Ergebnispräsentation	50.000	40.000
Gesamt-Modul	Fahrgast-Panel	Aufbau eines Fahrgast-Panels Pflege des Panels Regelmäßige kurze Erhebungen Datenaufbereitung	100.000 (ohne App)	80.000 (ohne App)
Gesamt-Modul	Stakeholderbefragung	Entwicklung Leitfaden Durchführung 10 Experteninterviews Auswertung	10.000	8.000
Gesamt-Modul	Geodaten und Benchmarking		10.000	8.000
Rahmenkosten	Kommunikation und technische Ausstattung	Aufbau und Pflege Website Aufbau und Pflege Projekt-App ggf. Werbemaßnahmen	50.000 bis 100.000	50.000 bis 100.000
Rahmenkosten	Projektkoordination	Betreuung durch auftragge- bende Stelle	90.000	90.000

6 Fazit

Statt weiterer klassischer Kundenzufriedenheitsuntersuchung für Bus und Bahn braucht es ein unabhängiges Qualitätsmonitoring, das alle Gruppen innerhalb der Bevölkerung abbildet, die Möglichkeiten innerhalb der empirischen Sozialforschung ausschöpft und innovative Forschungsansätze integriert. Zu vielen Fahrgastwünschen oder Hürden bezüglich der Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel liegen bereits ausreichend Erkenntnisse vor. Ein neues ÖV-Qualitätsmonitoring sollte neue Inhalte und die tatsächliche Umsetzung von Maßnahmen daher stärker im Blick haben als bisherige Forschungsansätze. Im Hinblick auf die große Aufgabe, den öffentlichen Verkehr für neue Nutzerinnen und Nutzer attraktiver zu machen, ist es zudem hilfreich, sich im Rahmen eines übergeordneten Forschungsprojekts nicht ausschließlich auf die, wenn auch zahlreichen, kritischen Punkte aus Sicht der Fahrgäste zu fokussieren, sondern auch auf die oft weiter reichenden Ansprüche bisheriger Nichtkundinnen und -kunden sowie die Messung objektiver Qualitätskriterien. Darüber hinaus ist es sinnvoll, die Sichtweise von Stakeholdern und Entscheidern in Verkehrsunternehmen mit einzubeziehen. Dies hilft zu verstehen, welche Handlungsspielräume es gibt und wie Veränderungsprozesse ablaufen.

Für eine erfolgreiche Implementierung des ÖV-Qualitätsmonitorings ist es wichtig, den Umsetzungswillen aufseiten der Entscheider – sei es in der Politik oder bei den Verkehrsunternehmen – zu stärken. Dafür erscheint es zielführend, eine Aufbruchsstimmung zu erzeugen, ohne aktuelle Probleme in ihrer Wichtigkeit zu vernachlässigen. Dazu gehört neben einem intelligenten und konstruktiven Erhebungsansatz auch, sich mit der Umsetzung und Kommunikation der Ergebnisse zu beschäftigen und dabei insbesondere positive Entwicklungen im öffentlichen Verkehr aufzugreifen. Ein Ergebnisziel in diesem Zusammenhang könnte es sein, einen konkreten „10-Punkte-Plan für einen besseren öffentlichen Verkehr“ zu entwickeln, der nicht den Status quo widerspiegelt, sondern sich an den tatsächlichen Umsetzungspotenzialen und den Verbraucherwünschen orientiert.

Das hier dargelegte Gutachten zeigt einen Weg auf, wie die konkrete Umsetzung eines ÖV-Qualitätsmonitorings aussehen könnte. Finanzielle Restriktionen und andere Umsetzungshürden werden mit dem stufenweisen Aufbau des Monitorings adressiert. Dennoch wird ebenso ersichtlich, dass es einen bestimmten finanziellen und zeitlichen Rahmen braucht, um ein adäquates und professionelles Erhebungs-, aber auch Kommunikationskonzept umzusetzen. Während im ersten Jahr die Umsetzung einer Explorationsphase und des Basis-Moduls relativ zügig und mit weniger finanziellen Mitteln möglich ist, empfehlen wir ab dem zweiten Jahr den stufenweisen Aufbau mit einer größeren Bandbreite an Erhebungsinstrumenten, um dem Anspruch eines umfangreichen Monitorings gerecht zu werden.

Die Finanzierung durch die öffentliche Hand und die Umsetzung und Begleitung durch eine unabhängige Stelle sind entscheidende Voraussetzungen, um dem ÖV-Qualitätsmonitoring auch die notwendige Legitimation zu verleihen. Die Integration von fachlicher Kompetenz durch einen Projektbeirat ist dabei ebenfalls förderlich.

Literaturverzeichnis

BBSR – Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) (Hrsg.), 2022: Räumliche Effekte reaktiver Schienenstrecken im ländlichen Raum. BBSR-Online-Publikation 27/2022, Bonn.

Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV) (2021): Verkehr in Zahlen 2022/2023. 51. Jahrgang. Online verfügbar unter: www.bundesregierung.de/breg-de/suche/verkehr-daten-2022-2023-2153318 [zuletzt geprüft: 20.08.2023].

Hans-Böckler-Stiftung (2015): Branchenanalyse: Zukunft des ÖPNV. Entwicklungstendenzen und Chancen. Study. Nummer 302, November 2015. Online verfügbar unter: www.boeckler.de/de/faust-detail.htm?sync_id=HBS-06202 [zuletzt geprüft: 20.08.2023].

Hensher, David (2006): Customer service quality and benchmarking in public transport contracts. In: International Journal of Quality Innovation 2015, 1:4. Online verfügbar unter: www.jqualityinnovation.com/content/1/1/4 [zuletzt geprüft: 20.08.2023].

Kantar (2022): ÖPNV-Kundenbarometer 2022. Ergebnis-Charts. Online verfügbar unter: www.vgf-ffm.de/de/die-vgf/zahlen-berichte/kundenbarometer/kundenbarometer-2022 [zuletzt geprüft: 20.08.2023].

Kirchmair, Rolf (2022): Was ist qualitative Forschung? In: Bak, Peter et. al. (Hrsg.) (2019-2022): Angewandte Psychologie Kompakt. Wiesbaden: Springer VS.

Schnell, Rainer (2019): Survey-Interviews. Methoden standardisierter Befragungen. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.

Transport Focus (2023): Rail User Survey. Edition 14 – 17. Online verfügbar unter: www.transport-focus.org.uk/insight/rail-users-weekly-survey/ [zuletzt geprüft: 20.08.2023].

VDV-Akademie e.V. im Projekt ProMobiE (2017): Professionelle Mobilitätsberatung in Zeiten von Multimodalität und Elektromobilität. Online verfügbar unter: www.vdv-akademie.de/publikationen/branchenberichte/professionelle-mobilitaetsberatung/ [zuletzt geprüft: 20.08.2023].