Zehn Jahre nah am Menschen – RMV-Bevölkerungsbefragung KoMM

Tristan J. Nagel, M. Sc., Dipl.-Psych. Susanne Schubert, Dipl.-Soz. Susanne Gilsdorf; Hofheim a. T.

Wer sind unsere Kunden? Wo liegen Potenziale für den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV)? Wie hat sich die Corona-Krise auf die Mobilität der Bevölkerung ausgewirkt? Und wer kauft das Deutschlandticket und warum?

Antworten auf solche Fragen kann die Marktforschung geben. Dabei ist es sinnvoll, über bloße Fakten oder Wissensdaten hinaus auch Einstellungen, Begründungen und Emotionen zu erfassen und miteinander in Beziehung zu setzen. Es gibt nicht „den Kunden", sondern eine Reihe unterschiedlicher Kundengruppen mit besonderen Bedürfnissen und Wünschen.

Seit 2013 erhebt der Rhein-Main-Verkehrsverbund (RMV) durch die Rhein-Main-Verkehrsverbund Servicegesellschaft mbH (rms) in regelmäßigen Abständen systematisch das Mobilitätsverhalten der Bevölkerung im Verbundgebiet. Die Kontinuierliche Markt- und Mobilitätserhebung (KoMM) untersucht die Verkehrsmittelnutzung sowie Einstellungen und Erwartungen an den ÖPNV.

Die oben genannten Fragen können mit Hilfe der KoMM-Studie beantwortet werden. Sie hilft außerdem den Kollegen in den Tätigkeitsfeldern Planung, Kommunikation, Vertrieb und Tarif, über verbundweite Daten hinaus zusätzlich nach Regionstyp differenzierte Informationen zu erhalten. So sind die Anforderungen und Erwartungen an Busse und Bahnen in der Großstadt Frankfurt und dem Ballungsraum RheinMain andere als im ländlichen Raum wie beispielsweise im Landkreis Fulda, in Limburg-Weilburg oder im Odenwald.

Anlässlich des zehnjährigen Bestehens dieser Querschnittserhebung wird dargestellt, wie sie dazu beiträgt, kontinuierliche, langfristige Trends, aber auch disruptive Ereignisse in Bezug auf das Mobilitätsverhalten zu erkennen und zu analysieren.

Methode und Aufbau der KoMM-Bevölkerungsbefragung

Zwei Mal im Jahr, im Frühjahr und im Herbst, werden im Rahmen der KoMM jeweils 1000 Personen ab 15 Jahren im Verbundgebiet des RMV per Telefon (CATI) befragt. Um das gesamte Verbundgebiet ausreichend abzubilden, wird die Stichprobe nach fünf Regionen quotiert (nach Regionen geschichtete Zufallsstichprobe).

Die Regionen bilden die unterschiedliche Angebotsqualität des ÖPNV ab: Frankfurt (Gruppe 1) und die anderen RMV-Großstädte Offenbach, Darmstadt, Wiesbaden (Gruppe 2) haben ein sehr gutes Angebot bei Bussen und Bahnen, es folgen die Städte mit mehr als 50.000 Einwohnern, die in der Regel als Mittelzentren in ihren Landkreisen fungieren, wie zum Beispiel Fulda, Gießen, Hanau (Gruppe 3). Die Landkreise rund um Frankfurt und Offenbach werden in Gruppe 4 als „Landkreise im Ballungsraum" zusammengefasst. Gruppe 5 bilden die Regionen, die an den äußeren Rändern des Verbundgebietes liegen und stärker ländlich geprägt sind, weshalb sie auch als „Landkreise in der Fläche" bezeichnet werden [1].

Um der Beobachtung von langfristigen Entwicklungen und Trends Rechnung zu tragen, werden relevante Fragen, sogenannte Basisfragen, in jeder Welle der Erhebung einbezogen. Hierzu gehören allgemeine Mobilitätsfragen wie die genutzten Verkehrsmittel (Pkw, Rad, ÖPNV), Fahrkartennutzung und ÖPNV-Informationsmedien. Außerdem werden bei den Basisfragen allgemeine Kenndaten erhoben, wie beispielsweise die Berufstätigkeit und Arbeit im Homeoffice, der Digitalisierungsgrad in der Bevölkerung und die Nutzung eines internetfähigen Endgeräts (Smartphone oder Tablet).

Parallel zur Erfassung langfristiger Entwicklungen soll die KoMM-Untersuchung außerdem sicherstellen, dass spezielle Themen aus den Fachbereichen des RMV zeitnah marktforscherisch untersucht werden. Diese variablen Fragen weisen häufig einen starken Bezug zu aktuellen Entwicklungen innerhalb der ÖPNV-Branche auf. Dazu gehören zum Beispiel Fragen zur Einführung des 9-Euro-Tickets sowie des Deutschlandtickets.

Forschungsprojekt „Kompass"

Ziel des Projektes „Kompass" – Entwicklungs- und Veränderungsprozesse der Alltagsmobilität in regionalen „Zukunftslaboren" ist es, durch die Analyse vorhandener Daten wie MiD, SrV und KoMM sowie durch qualitative Auswertungen gemeinsam mit Experten Maßnahmenvorschläge und Handlungsempfehlungen für die nachhaltige Gestaltung zukünftiger urbaner Mobilitätssysteme abzuleiten.

„Kompass" wird mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unter dem Förderkennzeichen 01UV2088A gefördert. Nähere Informationen zum Forschungsprojekt finden Sie hier:

GEFÖRDERT VOM
Bundesministerium für Bildung und Forschung

Nutzung unter www.rms-consult.de zeitlich unbefristet genehmigt durch DVV Media GmbH, 2023

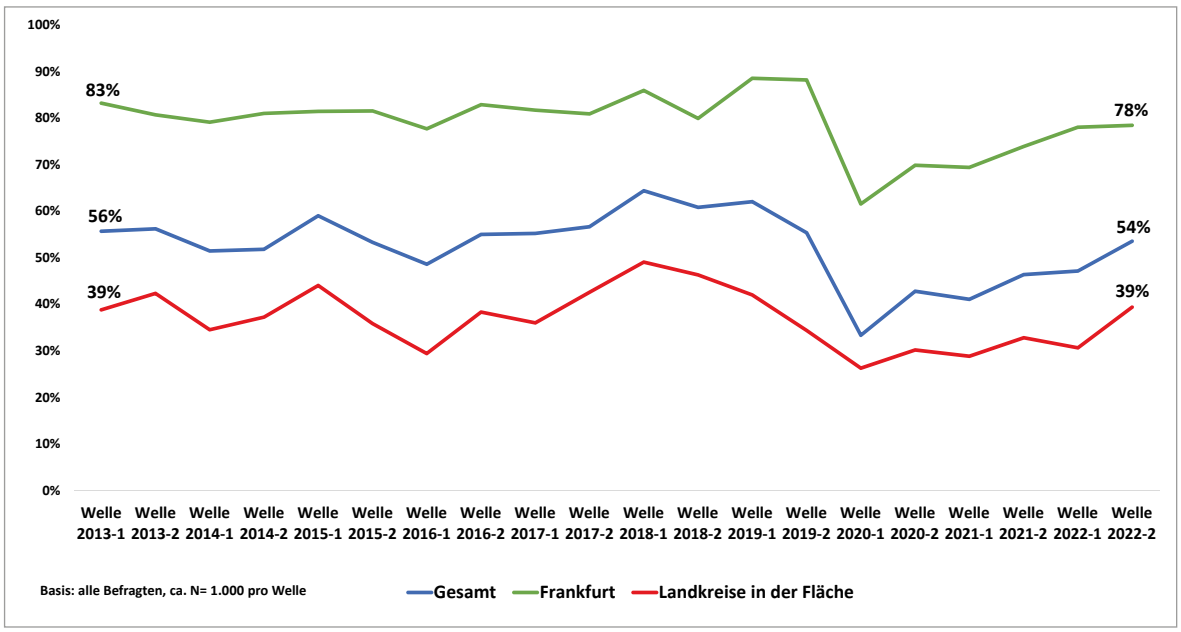

Abb. 1: Anteil ÖPNV-Nutzer an Gesamtbevölkerung ab 15 Jahre.
Grafiken: Darstellung der Autoren

KoMM-Befragung als Ergänzung im Forschungsprojekt „Kompass“

Die KoMM-Befragung bietet mit ihren RMV-Mobilitätsdaten, die seit 2013 vorliegen, eine gute Basis zum Vergleich beziehungsweise zu ergänzender Analyse mit bundesweiten Mobilitätsstudien wie „Mobilität in Deutschland“ (MiD) und „Mobilität in Städten“ (SrV). Diese beiden Datensätze MiD und SrV zu harmonisieren und damit besser nutzbar zu machen, ist ein Ziel des Forschungsprojektes „Kompass“, bei dem es um Entwicklungs- und Veränderungsprozesse der Alltagsmobilität geht.

Das Forschungsprojekt „Kompass“ wird von der Technischen Universität Dresden, genauer gesagt der Professur für integrierte Verkehrsplanung und Straßenverkehrstechnik als Konsortialführer, geleitet, der RMV ist Praxispartner.

Für die Nutzung der KoMM-Daten im Forschungsprojekt „Kompass“ wurden die Basisvariablen der einzelnen Erhebungen in einen Gesamtdatensatz integriert und als Zeitreihe ausgewertet. Insgesamt handelt es sich um eine Zeitreihe von 20 Wellen beziehungsweise zehn Jahren.

Die im Folgenden aufgezeigten Entwicklungen der ÖPNV-Nutzung und der zunehmenden Digitalisierung in der Zeitreihe sind auch ein Beitrag zur Ermittlung von Handlungsempfehlungen für die nachhaltige Gestaltung zukünftiger städtischer Mobilität.

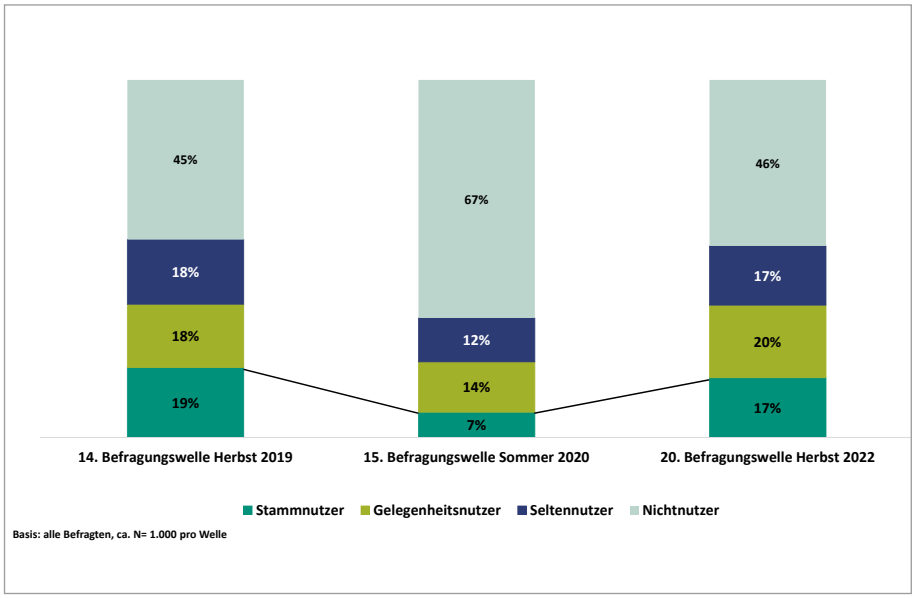

Abb. 2: Zusammensetzung der RMV-Bevölkerung nach ÖPNV-Nutzungshäufigkeit.

ÖPNV-Nutzung: Stadt-Land-Gefälle, Corona-Krise und Homeoffice

Um einen ersten Eindruck vom Mobilitätsverhalten der Bevölkerung im Verbundgebiet zu erhalten, bietet sich die Analyse der ÖPNV-Nutzung im Längsschnitt an.

Abbildung 1 zeigt den Anteil der ÖPNV-Nutzer im RMV-Gebiet in der Zeitreihe insgesamt sowie differenziert nach den Regionen mit der besten und der schlechtesten ÖPNV-Anbindung (Gruppe 1 „Frankfurt“ und Gruppe 5 „Landkreise in der Fläche“).

Zwei Aspekte werden durch diese Darstellung ersichtlich: Der erste Aspekt betrifft die große Stabilität, welche über lange Zeit beim Mobilitätsverhalten der RMV-Bevölkerung zu beobachten ist. Der ÖPNV-Nutzeranteil liegt insgesamt über den Großteil des Betrachtungszeitraums zwischen 50 und 60 Prozent.

Dies ändert sich abrupt im Frühjahr 2020 auf Grund der Corona-Pandemie. Die Abbildung verdeutlicht, welchen massiven Einfluss die Pandemie sowie die damit verbundenen Maßnahmen zum Infektionsschutz auf die ÖPNV-Nutzung hatten. Im Juni 2020

Nutzung unter www.rms-consult.de zeitlich unbefristet genehmigt durch DVV Media GmbH, 2023

(Welle 2020-1) liegt der ÖPNV-Nutzeranteil insgesamt nur noch bei rund 33 Prozent. Im ländlichen Raum gibt lediglich jede vierte Person an, Busse und Bahnen zu nutzen. Begründet wird die geringere Nutzung vor allem mit der Möglichkeit des mobilen Arbeitens. Im Rahmen einer offenen Frage zur geringen Nutzung, welche explizit nach ÖPNV-spezifischen Gründen fragt, spielen außerdem Ängste und Bedenken bezüglich einer etwaigen Ansteckung eine Rolle. In den darauffolgenden Untersuchungswellen steigen die ÖPNV-Nutzeranteile wieder und erreichen im Herbst 2022 näherungsweise das Vor-Corona-Niveau.

Der zweite Aspekt betrifft die Bedeutung der Wohnregion und die unterschiedliche Anbindungsqualität des ÖPNV. Die Differenzierung nach den Regionen „Frankfurt" und „Landkreise in der Fläche" zeigt ein ausgeprägtes Stadt-Land-Gefälle hinsichtlich der ÖPNV-Nutzung. Während in Frankfurt circa 80 Prozent der Bevölkerung ab 15 Jahre den ÖPNV nutzen, sind es in den ländlichen Gebieten stets unter 50 Prozent – dies gilt sowohl für die Zeit vor als auch nach der Corona-Pandemie.

Die Corona-Pandemie hatte nicht nur Einfluss auf den Anteil der ÖPNV-Nutzer, sondern auch auf die Häufigkeit der Nutzung von Bussen und Bahnen. Abbildung 2 verdeutlicht, dass sich die Zusammensetzung der RMV-Kundschaft während der Corona-Pandemie deutlich veränderte. Abgebildet ist der jeweilige Anteil der Nutzungshäufigkeit an allen ÖPNV-Nutzern zum jeweiligen Zeitpunkt. Als Stammnutzer gelten Personen, die den ÖPNV an vier bis sieben Tagen pro Woche nutzen. Gelegenheitsnutzer fahren definitionsgemäß an einem bis drei Tagen pro Woche mit Bussen und Bahnen, Personen mit einer geringeren Nutzungshäufigkeit gelten als Seltennutzer.

Anhand der Abbildung wird ersichtlich, dass die Nutzungsintensität zwischen der 14. Welle (Herbst 2019) und 15. Welle (Juni 2020) deutlich abnimmt. Der Anteil der Stammnutzer reduziert sich von 19 Prozent auf 7 Prozent und die relative Bedeutung der Selten- und Gelegenheitsnutzer innerhalb der RMV-Kundschaft nimmt zu. Im Einklang mit den Ergebnissen zum Nutzeranteil zeigt sich auch in dieser Darstellung bei den späteren Befragungswellen eine allmähliche Rückkehr zum Vorkrisen-Zustand, in welchem alle drei aufgeführten Kundengruppen ungefähr

Zum Autor

Tristan J. Nagel, M. Sc. (29) arbeitet seit Februar 2021 im Forschungsprojekt „Kompass" beim Rhein-Main-Verkehrsverbund. Im Rahmen seiner Tätigkeit ist er zuständig für die Analyse und Bereitstellung der Ergebnisse der Kontinuierlichen Markt- und Mobilitätserhebung (KoMM) sowie für die Organisation der sogenannten „Zukunftslabore" mit Experten aus der Mobilitätsbranche. Zuvor war er im Bereich der empirischen Sozialforschung an einem Institut in Nürnberg tätig.

Zur Autorin

Dipl.-Psych. Susanne Schubert (62) leitet seit ihrem Eintritt in die Rhein-Main-Verkehrsverbund GmbH (RMV) 1995 die Konzeption, Planung und Durchführung von Marktforschungsprojekten für die Fachabteilungen des Verbundes. Davor war sie mehrere Jahre in der Institutsmarktforschung und im strategischen Marketing eines großen Handelsunternehmens tätig. Schwerpunkte ihrer Arbeit liegen in der Mobilitätsforschung und bei der Kundensegmentierung sowie der marktforscherischen Betreuung von Forschungsprojekten wie „Kompass". Gemeinsam mit Susanne Gilsdorf ist sie maßgeblich an der Gestaltung und kontinuierlichen Weiterentwicklung der KoMM-Studie beteiligt.

Zur Autorin

Dipl.-Soz. Susanne Gilsdorf (43) ist Senior Consultant im Team Marktforschung und der Mobilitätsforschung bei der Rhein-Main-Verkehrsverbund Servicegesellschaft mbH. Ihre Tätigkeit dort hat sie 2009 begonnen, zuvor war sie bereits mehrere Jahre in der Institutsmarktforschung tätig. Sie führt für Unternehmen des Verkehrssektors quantitative und qualitative Studien durch und berät bei der Umsetzung der Ergebnisse. Gilsdorf ist seit 2019 als Projektleiterin seitens der rms für die Durchführung und Auswertung der RMV-KoMM-Studie verantwortlich. Ein weiterer Schwerpunkt ihrer Arbeit liegt im Bereich On-Demand-Verkehre.

ANZEIGE

Nutzung unter www.rms-consult.de zeitlich unbefristet genehmigt durch DVV Media GmbH, 2023

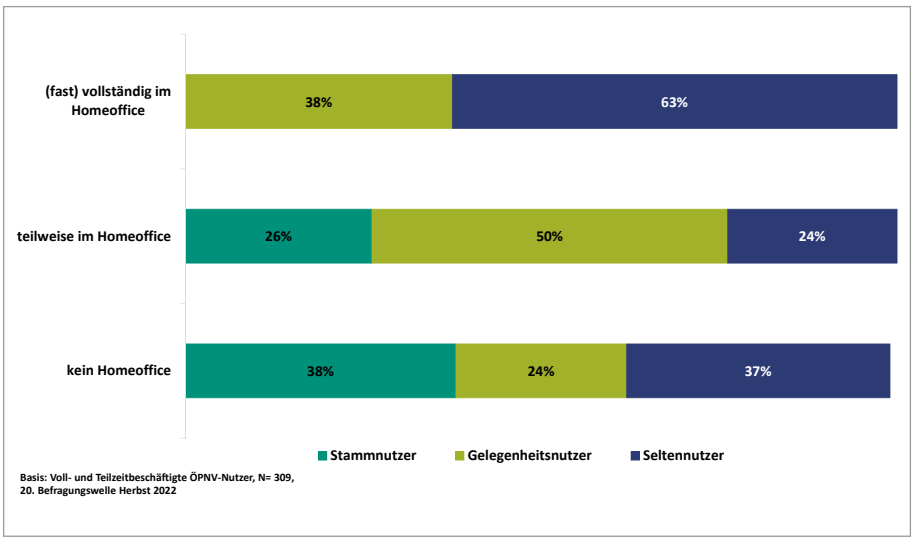

Abb. 3: Zusammenhang zwischen Homeoffice und ÖPNV-Nutzungshäufigkeit.

gleich häufig vertreten sind. Als Hauptgrund für die geringere ÖPNV-Nutzungsintensität wird in der 15. Welle das Arbeiten im Homeoffice genannt.

Das Trendbruchereignis der Corona-Pandemie steht im engen Zusammenhang mit relevanten Veränderungen der Arbeitswelt, vor allem der Notwendigkeit des Arbeitens im Homeoffice. Derzeit, im „neuen Normal", hat sich das Homeoffice – auch nach Ende der Pandemie – als dauerhafte Möglichkeit des Arbeitens für viele Berufstätige etabliert, insbesondere für Büroberufe. Die Veränderungen in der Arbeitswelt haben wiederum einen Einfluss auf das Mobilitätsverhalten. Abbildung 3 verdeutlicht diesen Zusammenhang. Dargestellt sind die ÖPNV-Nutzeranteile differenziert nach Nutzungshäufigkeit des Homeoffice bei Voll- und Teilzeitbeschäftigten im Herbst 2022. Der Anteil der Stammnutzer nimmt mit vermehrter Homeoffice-Nutzung deutlich ab. Personen, die vollständig im Homeoffice arbeiten, sind in der Regel entweder Gelegenheits- oder Seltennutzer.

Die Pandemie war nicht nur ein Beschleuniger für die Etablierung des Arbeitens im Homeoffice. Auch beim Thema der Digitalisierung lassen sich anhand der KoMM-Zeitreihe einschneidende Veränderungen während der Corona-Jahre 2020 bis 2022 erkennen. Die folgenden Veränderungen hinsichtlich der Internet-Verbreitung in allen Altersgruppen sowie die damit einhergehende steigende Nutzung von mobilen Endgeräten begannen jedoch bereits vor der Pandemie und stellten die Voraussetzung für einen besonderen Digitalisierungsschub während der Krise dar.

So zeigt Abbildung 4 die Internetnutzung im Vergleich der Jahre 2013 (erste Welle) und 2022 (20. Welle). Im Verlauf dieser zehn Jahre nimmt die Internetnutzung der Gesamtbevölkerung von circa 87 Prozent auf 94 Prozent zu. Besonders beachtenswert ist hierbei die Entwicklung hinsichtlich der Altersgruppe der ab 65-Jährigen. Nutzen im Jahr 2013 lediglich 60 Prozent dieser älteren Bevölkerungsgruppe das Internet, sind es im Jahr 2022 bereits rund 80 Prozent.

Diese Werte liegen nah an den veröffentlichten Zahlen des Statistischen Bundesamts, welches im Jahr 2022 die Gruppe der Internetnutzer insgesamt auf 95 Prozent beziffert und in der Altersgruppe der 65–74-Jährigen einen Anteil von 83 Prozent ermittelt [2]. Die ARD/ZDF-Onlinestudie gibt für Personen ab 70 Jahren im Jahr 2022 einen Internetnutzeranteil von 80 Prozent an [3]. Damit zeigen verschiedene Quellen übereinstimmend, dass hinsichtlich der Digitalisierung die Senioren aufholen beziehungsweise die Menschen, die nach und nach in diese Altersgruppe hineinwachsen und aus ihren jüngeren Lebensphasen die Vertrautheit mit digitalen Medien mitbringen. Der „digital gap" zwischen jüngeren und älteren Personen wird in den letzten Jahren immer kleiner.

Die Zeitreihe in Abbildung 5 unterstreicht diese Erkenntnis. Zum einen wird deutlich, dass sich die Smartphone-Nutzung der Gesamtbevölkerung in den letzten zehn Jahren von 48 Prozent auf 91 Prozent erhöht hat, was annähernd einer Verdoppelung entspricht. Zum anderen ist diese Zunahme besonders ausgeprägt bei der Altersgruppe der ab 65-Jährigen. Im Jahr 2013 nutzen nur 15 Prozent dieser Altersgruppe ein Smartphone. Im Jahr 2022 sind es bereits 74 Prozent. Auch dieser Indikator zeigt eine zunehmende Digitalisierung der Bevölkerung sowie ein starkes Aufholen der älteren Personen.

Der wachsende Digitalisierungsgrad innerhalb der Bevölkerung hat besondere Auswirkungen auf die Informationssuche bei ÖPNV-Fragen (Abb. 6).

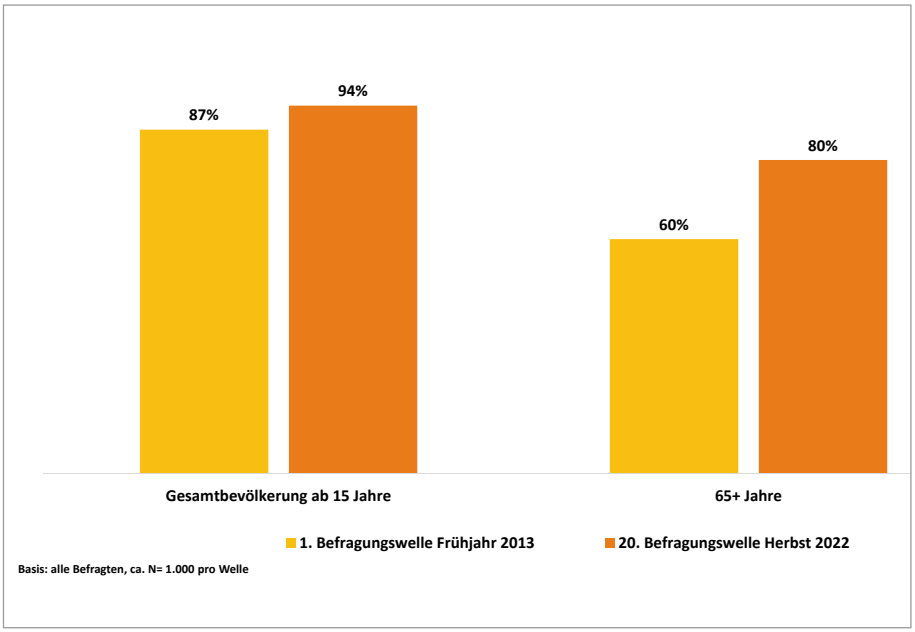

Abb. 4: Internetnutzung im Vergleich: Gesamtbevölkerung ab 15 Jahre und 65+ Jahre.

Nutzung unter www.rms-consult.de zeitlich unbefristet genehmigt durch DVV Media GmbH, 2023

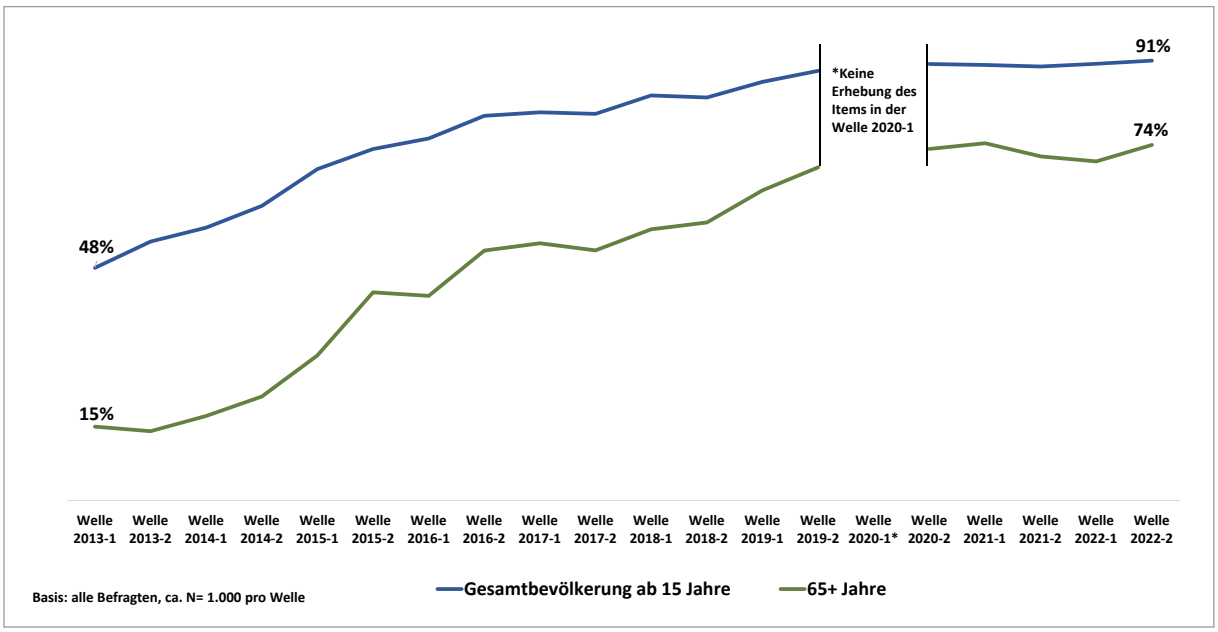

Abb. 5: Smartphone- und Tabletnutzung im Vergleich: Gesamtbevölkerung ab 15 Jahre und 65+ Jahre.

Unter den Befragten geben im Frühjahr 2022 rund 91 Prozent an, sich mit Online-Medien über Busse und Bahnen in der Region zu informieren. Auch 74 Prozent der Befragten ab 65 Jahre informieren sich über Online-Medien wie RMV-App, RMV-Homepage, aber auch andere Mobilitäts-Apps.

Offline-Medien spielen heutzutage bei der Informationsbeschaffung nur noch eine marginale Rolle. Nur wenige Befragte geben als Informationsquellen noch Broschüren, Fahrplanbücher und Fahrpläne in gedruckter Form an. Das wichtigste Offline-Medium zum Erhalt von Informationen sind Aushänge an Haltestellen und Bahnhöfen (7 Prozent Nennungen), die man während der Fahrt zur Orientierung wahrnimmt.

Die Zahlen zeigen, dass der Besitz internetfähiger Endgeräte sowie die Nutzung digitaler Medien in den letzten Jahren gesamtgesellschaftlich etabliert ist. Vor allem im Bereich der Informationssuche werden die digitalen Service-Angebote des RMV über App und Homepage von Kunden angenommen.

Anders sieht es bei den ÖPNV-Angeboten im digitalen Vertrieb aus. So kann mit Blick auf die genutzten Online-Vertriebskanäle eine „Informations-Kauf-Lücke" attestiert werden (Abb. 7). Die Grafik verdeutlicht, dass Online-Vertriebskanäle bei der ersten Erhebung 2013 einen Nischenservice darstellen, der nur von fünf Prozent der ÖPNV-Nutzer in Anspruch genommen wird. Im Laufe der letzten zehn Jahre erhöht sich dieser Anteil auf 28 Prozent, insbesondere während der Hoch-Phasen der Corona-Pandemie nimmt die Relevanz der Online-Vertriebskanäle deutlich zu.

Damit ist die Zahl der Fahrgäste, die ihre Fahrkarten online kaufen, zwar deutlich gestiegen, verglichen mit den Kunden-Anteilen, die Online-Informationen zum ÖPNV abrufen, ist dieser Anteil aber noch ausbaufähig.

Neue Angebote wie das Deutschlandticket können den Digitalisierungsschub innerhalb der ÖPNV-Branche weiter forcieren. Ziel ist es, dass das Deutschlandticket ausschließlich als digitales Ticket vertrieben werden soll. Erste Auswertungen zeigen, dass dieser Weg erfolgreich beschritten wird und sich der Kundenanteil, der sich diese Fahrkarte online gekauft hat, auf einem hohen Niveau bewegt [4]. In den nächsten KoMM-Befragungswellen wird auf dieser Fragestellung sicherlich ein Schwerpunkt liegen.

Fazit und Ausblick

Der vorliegende Beitrag soll aufzeigen, welches Potenzial in der KoMM-Zeitreihe zur Identifizierung von Mobilitätsveränderungen und gesellschaftlichen Entwicklungen liegt. Die Aus- und Nachwirkungen disruptiver Ereignisse – wie der Corona-Pandemie – können anhand der Daten nachvollzogen werden. Auch die Beobachtung und Einordnung langfristiger Trends wie der zunehmenden Digitalisierung kann durch

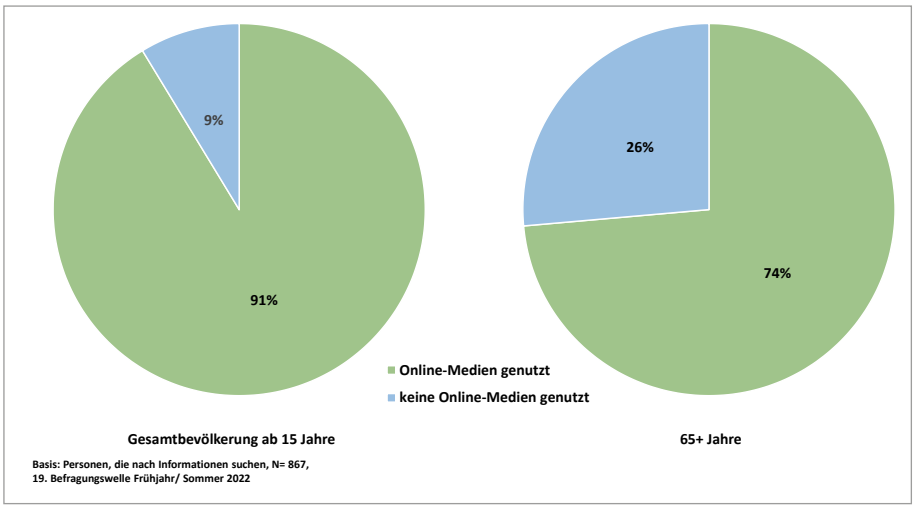

Abb. 6: Anteil ÖPNV-Informationsbeschaffung im Vergleich: Gesamtbevölkerung ab 15 Jahre und 65+ Jahre.

Nutzung unter www.rms-consult.de zeitlich unbefristet genehmigt durch DVV Media GmbH, 2023

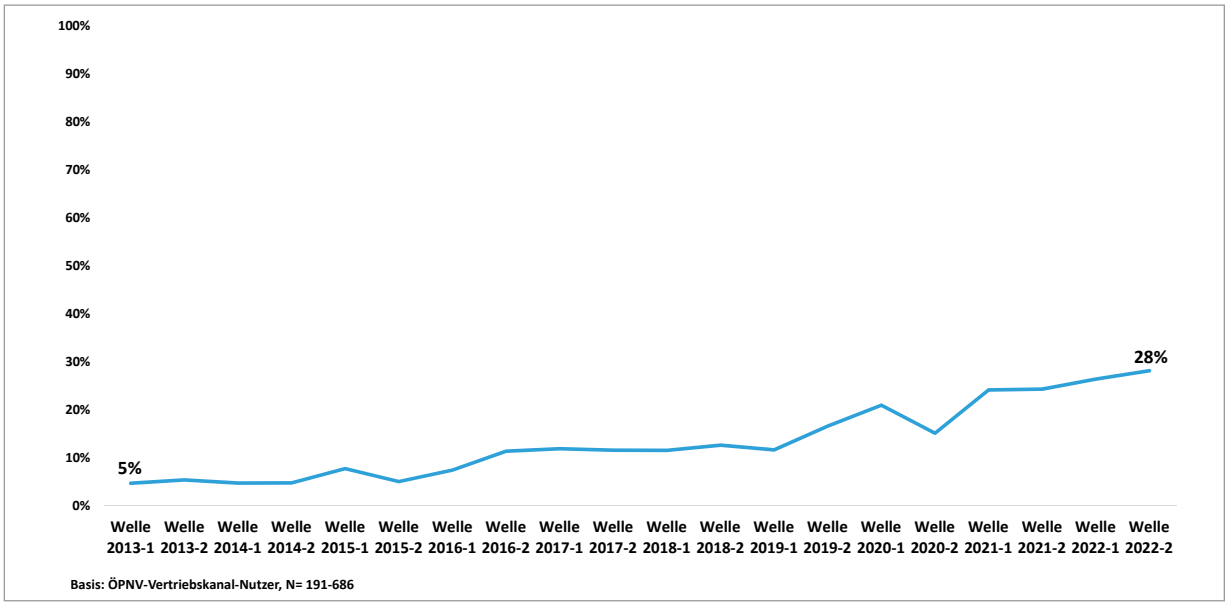

Abb. 7: Anteil Nutzung Online-Vertriebskanäle.

die Analyse der KoMM-Daten sichtbar gemacht werden.

Weiteren Nutzen entfalten die Daten durch ihre Einbindung in Forschungsprojekte wie „Kompass". Der RMV möchte damit einen Beitrag zur gesamtgesellschaftlichen Debatte um die Förderung einer nachhaltigen und klimafreundlichen Mobilität leisten.

Verbundintern bildet die KoMM-Zeitreihe ein gutes Fundament, um datengetriebene Unternehmensentscheidungen zu ermöglichen, beispielswiese in der weiteren Ausgestaltung des Online-Vertriebs. Ausgehend von diesem Fundament arbeitet der RMV daran, weitere Datenquellen mit der KoMM-Befragung in Beziehung zu setzen.

Um einen noch besseren Blick über das Marktgeschehen und die Kundenbedürfnisse zu erhalten, bietet sich die Einbeziehung der Daten aus der Automatischen Fahrgastzählung sowie aus Daten des Customer Relationship Management an.

In den nächsten Jahren wird die Verbindung und Vernetzung dieser Datenquellen eine der Kernthemen der RMV-Marktforschung sein. Die KoMM-Befragungen sollen mit diesem Ziel weitergeführt und den neuen Anforderungen entsprechend weiterentwickelt werden.

Literatur/Anmerkungen

[1] Schuchall, Philipp; Schubert, Susanne; Rabe, Matthias: Am Puls des Marktes. Kontinuierliche Markt- und Mobilitätsstudie (KoMM) im RMV (2015). In: DER NAHVERKEHR 5/2015, S. 52–55, Alba Fachverlag, Düsseldorf.

[2] Statistisches Bundesamt (Destatis) (2023): Wirtschaftsrechnungen. Private Haushalte in der Informationsgesellschaft – Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (Mikrozensus-Unterstichprobe zur Internetnutzung). Online unter: ***www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/_Grafik/_Interaktiv/it-nutzung-alter.html*** (zuletzt geprüft am 07.08.2023 um 10:30 Uhr).

[3] Beisch, Nathalie; Koch, Wolfgang (2022): ARD/ZDF-Onlinestudie: Vier von fünf Personen in Deutschland nutzen täglich das Internet. In: Media Perspektiven 10/2022. Online unter: ***www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2022/2210_Beisch_Koch.pdf*** (zuletzt geprüft am 07.08.2023 um 10:30 Uhr).

[4] Der Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) (2023): Deutschland-Ticket: die größte Tarifrevolution im ÖPNV. Online unter: ***www.vdv.de/deutschlandticket.aspx*** (zuletzt geprüft am 07.08.2023 um 10:40 Uhr).

Zusammenfassung/Summary

Zehn Jahre nah am Menschen – RMV-Bevölkerungsbefragung KoMM

Seit 2013 erhebt der Rhein-Main-Verkehrsverbund (RMV) durch die Rhein-Main-Verkehrsverbund Servicegesellschaft mbH (rms) mit einer Marktforschung systematisch das Mobilitätsverhalten der Bevölkerung im Verbundgebiet. Die Kontinuierliche Markt- und Mobilitätserhebung (KoMM) untersucht zwei Mal jährlich die Verkehrsmittelnutzung sowie Einstellungen und Erwartungen an den öffentlichen Personennahverkehr von aktuellen und potentiellen Fahrgästen. Im Rahmen des 10-jährigen Jubiläums der Studie wird dargestellt, wie sie dazu beiträgt, Trends und disruptive Ereignisse in Bezug auf das Mobilitätsverhalten zu erkennen und zu analysieren. Die Studiendaten liefern außerdem einen wichtigen Input für das Forschungsprojekt „Kompass", an dem sich der RMV als Praxispartner beteiligt. Beispielhaft wird in dem Beitrag die Entwicklung des ÖPNV-Nutzeranteils in der Zeitreihe dargestellt. Es wird verdeutlicht, wie das Mobilitätsverhalten durch Trendbruchereignisse wie die Corona-Pandemie und die damit einhergehende verstärkte Homeoffice-Nutzung beeinflusst wird. Darüber hinaus wird die Relevanz der zunehmenden Digitalisierung dargestellt. Dies geschieht am Beispiel der über die Jahre steigenden Internet- und Smartphone-Nutzung sowie der steigenden Nutzung von Online-Vertriebskanälen.

Ten years close to people – RMV population survey KoMM

Since 2013, the Rhine-Main-Transport Association (RMV) has been systematically examining the mobility behavior of the population in the association's area through market research survey by Rhine-Main-Transport Association Service Company mbH (rms). The continuous market and mobility survey (KoMM) examines twice a year the transport mode usage as well as attitudes and expectations on the public transport of real and potential passengers. As part of the study's 10th anniversary, it is outlined how it contributes to identifying and analyzing trends, disruptive events related to mobility behavior. Furthermore, the study data supply an important input for the research project "Kompass" where RMV is participating as practical partner. The development of the public transport user share in a time series is exemplary presented in this article. It becomes clear, how the mobility behavior is influenced by trend breaking events such as the Corona pandemic and the accompanying increase in home office use. Furthermore, the relevance of the increasing digitizing is presented. This is made by the example of the increasing use of the Internet and smartphones over the years as well as the increasing use of online distribution channels.

Nutzung unter www.rms-consult.de zeitlich unbefristet genehmigt durch DVV Media GmbH, 2023