

NRW-KuBa 2024, VRR-Raum



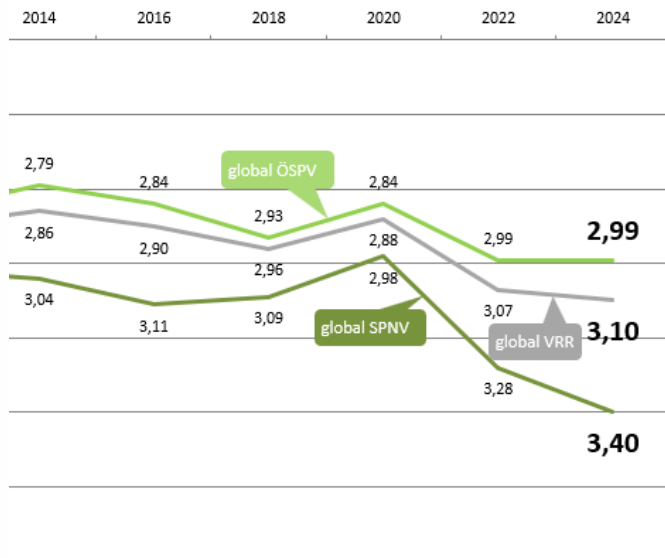
Sep – Nov 2024



- Kundenzufriedenheit
- App-Nutzung
- eezy

- Baustellen
- Vertriebsmedium und -wege
- Mobigarantie

Wie hat sich die Globalzufriedenheit entwickelt?



Die besten und die schlechtesten Werte?

Top 5 Items

Item	Wert	Veränderung zu 2022
eezy*	2,10	↗ 0,25
HandyTicket-Kauf*	2,14	=
Fahrpersonal	2,58	↗ 0,08
Infos haupts. App	2,65	=
Schnelligkeit	2,69	=

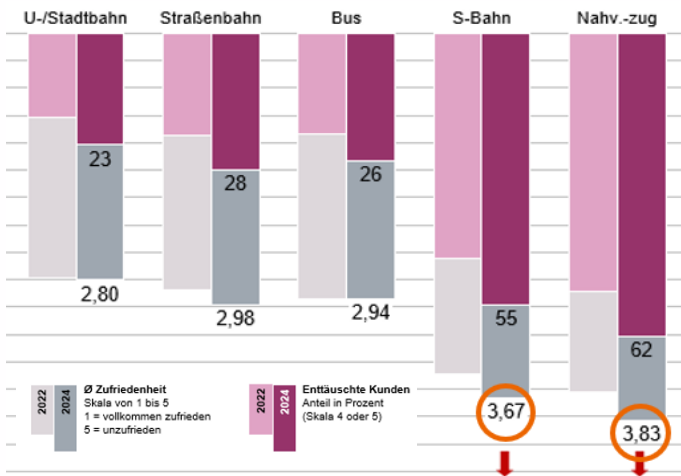
* Basis: nur Nutzer

Bottom 5 Items

Item	Wert	Veränderung zu 2022
Preis-Leistungs-Verh.	3,34	↗ 0,33
Sauberkeit Stationen	3,41	↘ 0,12
Tarifsystem	3,41	↗ 0,22
Subj. Sicherheit abends	3,49	↘ 0,18
Infos im Störfall	3,54	↘ 0,05

PLV auf historischem Bestwert dank DeutschlandTicket

Zuverlässigkeit / Pünktlichkeit des HVM



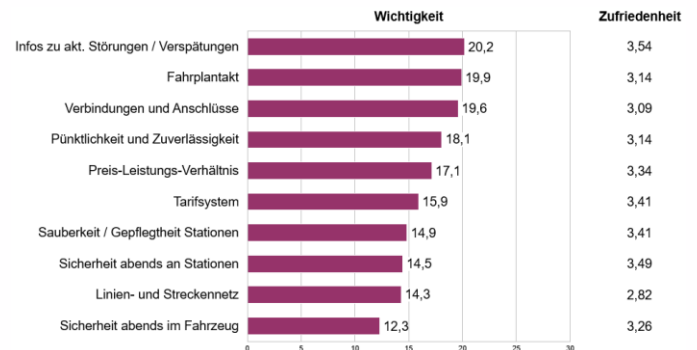
Unzufriedenheit wegen mangelnder Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit vor allem im SPNV.

Probleme bei Infrastruktur und Personalmangel spiegeln sich direkt wider: Ca. 60 % unzufriedene Kund:innen.

Wie steht es um die Bekanntheit von eezy?

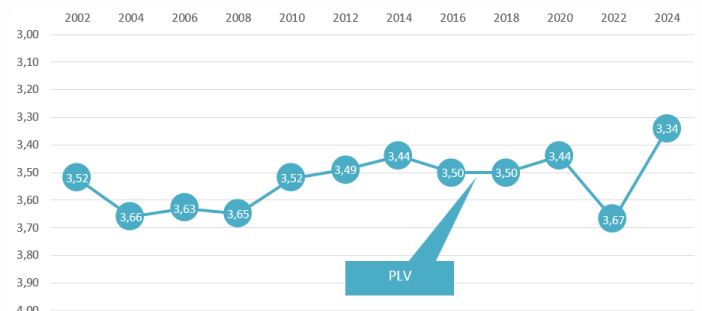
Unter ÖPNV-Nutzer:innen: 38 %
9 % schon genutzt, 29 % kennen eezy.
Nutzerquote gegenüber 2022 verdoppelt,
Bekanntheitsquote + 13 %P

Top 10 Wichtigkeitsträger für Zufriedenheit



Mäßige Zufriedenheit bei besonders wichtigen Items.
PLV, DT und Tarifsystem „retten“ mit ihren verbesserten Werten die Globalzufriedenheit.

Entwicklung Preis-Leistungs-Verhältnis



Ableitungen:

- Die VRR-Ergebnisse des NRW-Kundenbarometers spiegeln die Probleme in der Kernleistung wider, die seit einigen Jahren vermehrt auftreten: Ausfälle, Verspätungen bedingt durch hohe Krankenstände, Baustellen und Infrastrukturprobleme.
- Unzufriedenheiten damit ziehen andere Bewertungselemente mit.
- Fehlende, zu späte oder inkonsistente Information in Störungsfällen überlagert die generell vorhandene Zufriedenheit mit modernen Auskunftsmitteln.
- Da vielfältige Störungen im Kernangebot bis auf Weiteres den ÖPNV und die Nutzungserfahrung im VRR-Raum, besonders auch im SPNV, prägen werden, sollten auch weiterhin Anstrengungen für die informatorische und kommunikative Begleitung des Leistungsangebots verwendet werden.
- Das DT hat die Zufriedenheit mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis deutlich positiv verändert, insbesondere für häufigere und Intensivnutzer*innen. Wichtig ist, dass wir die große Gruppe von Gelegenheitsnutzer*innen bei der Bepreisung nicht aus dem Blick verlieren.
- Übrigens: Die eezy-Bekanntheit unter Nutzer*innen des ÖPNV hat sich seit dem letzten NRW-KuBa um 15 %P auf 38 % erfreulich erhöht. Der eezy-Nutzeranteil ist im VRR von 4 % auf 9 % angestiegen.