

# Wissenschaftliche Analyse der Wirkungen des Mobilitätsprojekts „garantiert mobil!“

## Schlussbericht

Verfasser/innen:

Hochschule RheinMain Wiesbaden  
Prof. Dr.-Ing. Volker Bleses | Sabrina Walther M.Eng.

Frankfurt University of Applied Sciences  
Prof. Dr.-Ing. Josef Becker | Lola Freyer M.Eng.

Frankfurt am Main | Wiesbaden  
Stand 17. Juli 2020



## Inhalt

1	Einführung.....	1
1.1	Kurzvorstellung des Projekts „garantiert mobil!“ .....	1
1.2	Zielsetzung der wissenschaftlichen Begleitung .....	3
2	Methodik.....	5
2.1	Überblick .....	5
2.2	Bevölkerungsrepräsentative Befragung .....	6
2.3	Befragung der „garantiert mobil!“-Kunden.....	7
2.4	Befragung der beteiligten Taxiunternehmen.....	8
3	Quantitative Entwicklung .....	10
3.1	Registrierte Kunden .....	10
3.2	Fahrtbuchungen und Mitnahmeangebote .....	11
3.3	Zwischenfazit.....	14
4	Ergebnisse der repräsentativen Bevölkerungsbefragung.....	16
4.1	Bekanntheit.....	16
4.2	Grundsätzliche Akzeptanz und Potenziale .....	19
4.3	Image .....	22
4.4	Erfahrungen und Gesamtbewertung.....	23
4.5	Zwischenfazit.....	23
5	Ergebnisse der Kundenbefragung.....	25
5.1	Eigenschaften der befragten Kunden.....	26
5.2	Generelle Nutzung von „garantiert mobil!“ .....	28
5.3	Zugangswege zu „garantiert mobil!“ .....	30
5.4	„garantiert mobil!“–Nichtnutzer .....	33
5.5	„garantiert mobil!“–Nutzer als Fahrgast .....	34
5.6	garantiert mobil! –Nutzer als Fahrtanbieter .....	39
5.7	Empfehlungen und Gesamtbewertung durch Kunden.....	40
5.8	Zwischenfazit.....	44
6	Ergebnisse der Befragung der Taxiunternehmen .....	46



6.1	Bedeutung und Motivation.....	46
6.2	Buchungsprozess und Abrechnung .....	46
6.3	Durchführung, Fahrgäste, Pünktlichkeit.....	47
6.4	Gesamtbewertung.....	47
6.5	Verbesserungsvorschläge .....	48
6.6	Zwischenfazit.....	48
7	Übergreifende Schlussfolgerungen und Empfehlungen .....	50
7.1	Zuverlässigkeit und Usability von „garantiert mobil!“ als technischer Plattform.....	50
7.2	Bekanntheit, Marketing und Image .....	51
7.3	Kunden und Nutzung .....	52
	Quellen.....	56
	Anhänge.....	57
	Anhang 1 – Quantitative Entwicklung von „garantiert mobil!“ .....	57
	Anhang 2 – Ergebnisse der bevölkerungsrepräsentativen Befragungen, 1. Welle 2017.....	58
	Anhang 3 - Ergebnisse der bevölkerungsrepräsentativen Befragungen, 2. Welle 2019 .....	59
	Anhang 4 – Ergebnisse der Kundenbefragungen.....	60
	Anhang 5 – Ergebnisse der Befragung der Taxiunternehmen .....	61
	Anlagen.....	62



## Abbildungen

Abbildung 1: Exemplarische Verbindungsauskunft auf odenwaldmobil.de (Quelle: odenwaldmobil.de, 18.11.2019) .....	2
Abbildung 2: Erhebungszeiträume (Quelle: eigene Darstellung) .....	5
Abbildung 3: Entwicklung der Anzahl der Kunden von „garantiert mobil!“ (Quelle: OREG, Weiss, 2019) .....	11
Abbildung 4: Summenkurve der Anzahl der Buchungen per App/Web von „garantiert mobil!“ (Quelle: OREG, Weiss, 2019) .....	12
Abbildung 5: Entwicklung der monatlichen Buchungen per App/Web von „garantiert mobil!“ (Quelle: OREG, Weiss, 2019) .....	12
Abbildung 6: Angebot und Buchung von Mitnahmeangeboten (Quelle: OREG, Weiss, 2019) .....	13
Abbildung 7: Entwicklung von Aktivitätskennwerten (Quelle: eigene Darstellung aus Basis von OREG, Weiss, 2019) .....	14
Abbildung 8: Bekanntheit von „garantiert mobil!“ (Quelle: rms, 2019).....	16
Abbildung 9: Bekanntheit von „garantiert mobil!“ nach Altersgruppen (Quelle: rms, 2019) .....	17
Abbildung 10: Potenzial von „garantiert mobil!“ nach Altersgruppen (Quelle: rms, 2019) .....	17
Abbildung 11: Bekanntheit und Nutzung von „garantiert mobil!“ (Quelle: rms, 2019) .....	18
Abbildung 12: Informationskanäle (Quelle: rms, 2019) .....	19
Abbildung 13: Nutzungswahrscheinlichkeit und Gründe für Nichtnutzung (Quelle: rms, 2019).....	20
Abbildung 14: Bereitschaft Fahrten anzubieten (Quelle: rms, 2019) .....	20
Abbildung 15: Potenzial von „garantiert mobil!“ (Quelle: rms, 2019).....	21
Abbildung 16: Nachbarschaftshilfe (Quelle: rms, 2019) .....	21
Abbildung 17: Image „garantiert mobil!“ (1/2) (Quelle: rms, 2019).....	22
Abbildung 18: Image „garantiert mobil!“ (2/2) (Quelle: rms, 2019).....	22
Abbildung 19: Gesamtzufriedenheit (Quelle: rms, 2019).....	23
Abbildung 20: Unterscheidung von Nutzergruppen (eigene Darstellung).....	25
Abbildung 21: Altersverteilung der befragten „garantiert mobil!“-Kunden und der Bevölkerung des Odenwaldkreises (Eigene Darstellung; Datenquelle Altersverteilung Odenwaldkreis: Hessisches Statistisches Landesamt).....	26
Abbildung 22: Führerscheinbesitz und Pkw-Verfügbarkeit der befragten „garantiert mobil!“-Kunden (Befragung 2019, eigene Darstellung).....	28
Abbildung 23: Nutzungshäufigkeiten der Angebotsoptionen von „garantiert mobil!“ (eigene Darstellung) .....	29
Abbildung 24: „garantiert mobil!“-Nutzergruppen (eigene Darstellung) .....	30
Abbildung 25: Initiale Informationsmedien für „garantiert mobil!“ (eigene Darstellung) .....	31
Abbildung 26: Motivation zur Registrierung als Nutzer (eigene Darstellung) .....	31
Abbildung 27: Beurteilung der Registrierung 2019 (eigene Darstellung) .....	32
Abbildung 28: Gründe für die Nicht-Nutzung von „garantiert mobil!“ zum Suchen von Verbindungen und Fahrten 2019 (eigene Darstellung).....	33
Abbildung 29: Nutzung von „garantiert mobil!“ für Fahrtbuchungen (eigene Darstellung) .....	34



Abbildung 30: Gründe, keine Buchungen vorzunehmen (eigene Darstellung).....	35
Abbildung 31: Nutzung der verschiedenen Angebote bei der Buchung von Fahrten (eigene Darstellung).....	36
Abbildung 32: Bewertung taxOMobil-Fahrten 2019 (eigene Darstellung).....	37
Abbildung 33: Beurteilung der Buchungsplattform 2019 als Fahrgast (eigene Darstellung) .....	38
Abbildung 34: Änderung der Verkehrsmittelnutzung durch „garantiert mobil!“ (eigene Darstellung) .....	39
Abbildung 35: Beurteilung der Buchungsplattform als Fahrtanbieter 2019 (eigene Darstellung) .	40
Abbildung 36: Einschätzungen zu Maßnahmen zur stärkeren Verbreitung von garantiert mobil 2019 (eigene Darstellung).....	41
Abbildung 37: Zufriedenheit mit Mobilitätsberatern 2019 (eigene Darstellung) .....	42
Abbildung 38: Einschätzungen zu „garantiert mobil!“ 2019 (eigene Darstellung).....	43
Abbildung 39: Gesamtzufriedenheit mit „garantiert mobil!“ (eigene Darstellung) .....	44

## Tabellen

Tabelle 1: Übersicht der durchgeführten Erhebungen [eigene Darstellung].....	5
Tabelle 2: Kenndaten der bevölkerungsrepräsentativen Befragungen [eigene Darstellung nach rms 2018 und rms 2019].....	6
Tabelle 3: Rahmenbedingungen der „garantiert mobil“- Kundenbefragungen 2018, 2019 [eigene Darstellung; Datengrundlage: „garantiert mobil!“-Kundenbefragungen aus 2018 und 2019] .....	7
Tabelle 4: Relative Verteilung der Wohnorte der garantiert mobil!-Kunden Odenwaldkreises (Eigene Darstellung; Datenquelle Einwohnerverteilung Odenwaldkreis: Hessisches Statistisches Landesamt) .....	27



# 1 Einführung

## 1.1 Kurzvorstellung des Projekts „garantiert mobil!“

Mit dem Projekt „garantiert mobil!“ wird seit 08. September 2017 eine neue Form der öffentlichen Mobilität im Odenwaldkreis angeboten. Dieses neuartige Mobilitätsangebot nimmt sich der durch den demographischen Wandel geprägten Problematik des Odenwaldkreises an und versucht, die Mobilitätsbedürfnisse der ansässigen Bevölkerung zu befriedigen und deren Verkehrsteilhabe sicherzustellen. „garantiert mobil!“ verfolgt den Ansatz der Integration von Mitnahmefahrten in die klassischen Angebote des öffentlichen Personennahverkehrs. Hierbei werden die gängigen öffentlichen Verkehrsangebote wie Bus oder Bahn um (gewerbliche oder private) Mitnahmefahrten ergänzt, sodass vorhandene zeitliche aber auch räumliche Lücken ausgeglichen werden können. Als zentrales Element des Projektes sorgt die sogenannte „Mobilitätsgarantie“ mittels Taxiunternehmen („taxOMobil“-Fahrten) auch dann für eine zuverlässige Personenbeförderung, wenn keine passenden Mitnahmefahrten angeboten werden.

Das System von „garantiert mobil!“ basiert auf einer digitalen Vermittlungsplattform für Beförderungsleistungen, die von der Odenwald-Regional-Gesellschaft mbH (OREG) betrieben wird, dem „garantiert mobil!“-Buchungsportal. Personen, die „garantiert mobil!“ nutzen möchten, müssen sich einmalig registrieren. Das Mindestalter beträgt 14 Jahre. Die Registrierung wie auch die Nutzung der übrigen Funktionalitäten ist online oder persönlich bzw. telefonisch über die Mobilitätszentrale der OREG möglich. Eine Registrierung kann sowohl als Fahrgast bzw. Mitfahrer als auch als Mitnahmeanbieter erfolgen. Für registrierte Kunden richtet die OREG ein Verrechnungskonto ein und stellt ihnen eine Kundenkarte aus, die bei Mitnahme- und taxOMobil-Fahrten der Authentifizierung dient.

Personen, die als Fahrgast bzw. Mitfahrer registriert sind, bekommen über die „garantiert mobil!“-Verbindungsauskunft neben dem regulären ÖPNV-Angebot, das konventionelle wie auch flexible Bedienungsformen umfasst, private Mitnahmefahrten oder, wenn solche im gewählten Zeitraum nicht angeboten werden, taxOMobil-Fahrten angeboten. Sie können diese bis spätestens 60 Minuten vor Fahrtantritt buchen. Im Fall der Buchung eines der Angebote erhalten der Mitnahme- bzw. taxOMobil-Anbieter alle notwendigen Informationen über die Buchung. Für die Fahrgäste sind die Fahrten vollständig in den regulären RMV-Tarif integriert; der Fahrschein kann auch über die „garantiert mobil!“-App gebucht werden.

Personen, die als Mitnahmeanbieter registriert sind, können regelmäßige oder einmalige Fahrten über das „garantiert mobil!“-Buchungsportal anbieten. Sie erhalten eine Vergütung, wenn sie Mitfahrer mitnehmen.

Abbildung 1 zeigt beispielhaft das Ergebnis einer Verbindungssuche mit einer taxOMobil-fahrt (Fahrt 3).

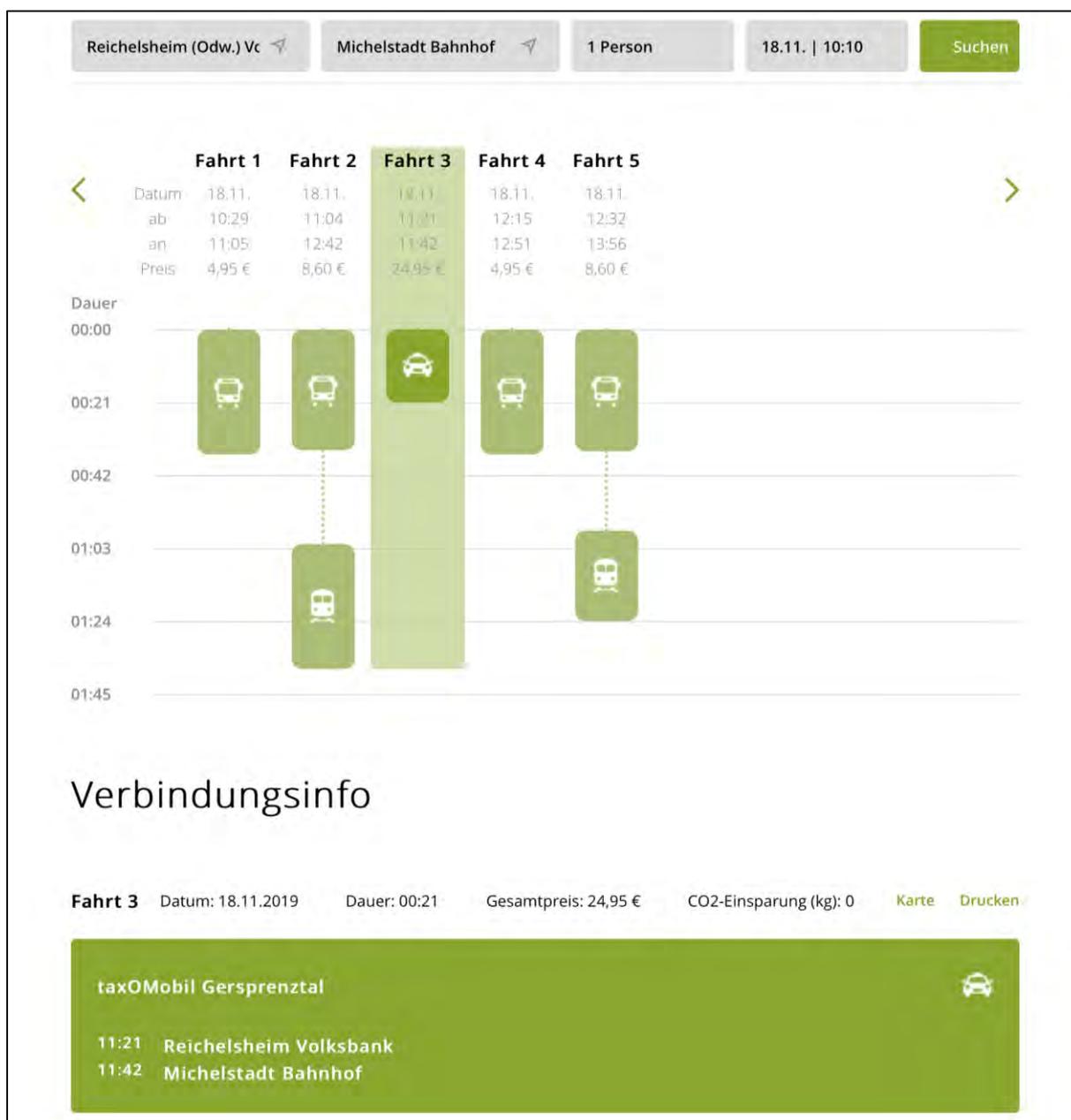


Abbildung 1: Exemplarische Verbindungsauskunft auf odenwaldmobil.de (Quelle: odenwaldmobil.de, 18.11.2019)



## 1.2 Zielsetzung der wissenschaftlichen Begleitung

Das System „garantiert mobil!“ ist für Wissenschaft und Praxis in vielerlei Hinsicht neu. Dies betrifft insbesondere

- die **Mobilitätsgarantie**, also das Versprechen einer zuverlässigen Beförderung im Gebiet des Odenwaldkreises auch außerhalb der Bedienungszeiten des ÖPNV, sowie
- die nahtlose **Integration privater Mitnahmefahrten** in das Mobilitätsangebot in der gesamten Marketingkette von Information über Buchung und Disposition bis hin zur Abrechnung.

Deshalb haben die Hochschule RheinMain und Frankfurt University of Applied Sciences in Kooperation mit der OREG die Einführungsphase von „garantiert mobil!“ gemeinsam mit wissenschaftlichen Methoden (vgl. Kapitel 2) begleitet.

Die zentralen Forschungsbereiche und Fragestellungen der wissenschaftlichen Begleitung betreffen **Wahrnehmung und Akzeptanz des Angebots „garantiert mobil!“**:

- Wie bekannt ist das Angebot „garantiert mobil!“?
- Wie wird ein solches, neuartiges Angebot von den verschiedenen Beteiligten (Angebotsnutzer, Taxiunternehmen) wahrgenommen?
- Wie können die Aspekte „Zufriedenheit“ und „Akzeptanz“ grundlegend bewertet werden?
- Wie können die Qualität und die Wirkungen der Kommunikations- und Betriebsprozesse bewertet werden?
- Welche Optimierungspotentiale und Hemmnisse können hinsichtlich der Angebotsnutzung und -gestaltung identifiziert werden?

Ziel des Projektes „Wissenschaftliche Analyse der Wirkungen des Mobilitätsprojekts „garantiert mobil!“ ist es, die genannten Forschungsfragen zu beantworten. Über die Beurteilung und Verbesserung des Angebots „garantiert mobil!“ vor Ort soll damit insbesondere auch ein Beitrag zur zukunftsfähigen Weiterentwicklung von Mobilitätsangeboten in ländlichen Räumen geleistet werden.





## 2 Methodik

### 2.1 Überblick

Um die vorgenannten Ziele zu erreichen, haben die Hochschulen mit Unterstützung der OREG und der Rhein-Main-Verkehrsverbund Servicegesellschaft mbH (rms) Daten und Informationen zur Bekanntheit und zur Bewertung des Angebots erhoben. Die Einbeziehung der drei unterschiedlichen Zielgruppen Bevölkerung, „garantiert mobil!“-Kunden und Taxiunternehmen ermöglichte nach dem Prinzip der Triangulation die Gewinnung von Erkenntnissen aus verschiedenen Blickwinkeln und Sichtweisen und damit die Verdichtung der Analyseergebnisse. Die wiederholte Durchführung der Erhebungen bei Bevölkerung und Kunden im zeitlichen Abstand von ein bzw. eineinhalb Jahren ermöglichte darüber hinaus eine Analyse der Entwicklung der Angebotswahrnehmung und –bewertung. Die unterschiedlichen Zeitpunkte der Erhebungen in der Bevölkerung und bei Kunden sind dabei forschungspraktischen Umständen geschuldet.

Die nachfolgende Übersicht zeigt sowohl die verschiedenen Erhebungen im Rahmen der wissenschaftlichen Begleitung als auch die zeitliche Abfolge der einzelnen Erhebungsschritte auf.

Table 1: Übersicht der durchgeführten Erhebungen [eigene Darstellung]

Erhebung	Erhebungsdesign & Methodik	Zeithorizont
Bevölkerungsrepräsentative Befragung	quantitative Befragung Primärdaten	Zwei Erhebungen im Abstand von ca. eineinhalb Jahren
Kundenbefragung „garantiert mobil!“	Vorher-/Nachherbefragung, quantitative Befragung Primärdaten	Zwei Erhebungen im Abstand von einem Jahr
Befragung Taxiunternehmen	Ex-post-Design, qualitative Befragung Primärdaten	einmalig

Erhebung	2017			2018												2019											
	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	März	April	Mai	Jun	Juli	Aug	Sep	Nov	Dez	Jan	Feb	März	April	Mai	Jun	Juli	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	
bevölkerungsrepräsentative Befragung																											
Kundenbefragung "garantiert mobil!"																											
Befragung Taxiunternehmen																											

Abbildung 2: Erhebungszeiträume (Quelle: eigene Darstellung)



Die einzelnen Arbeitsschritte werden in den folgenden Kapiteln 2.2 (Bevölkerung), 2.3 (Kunden) und 2.4 (Taxiunternehmen) tiefergehend behandelt.

## 2.2 Bevölkerungsrepräsentative Befragung

Im Rahmen der wissenschaftlichen Begleitung und Weiterentwicklung des Projekts wurden durch die rms charakteristische Kenngrößen für den Odenwaldkreis und „garantiert mobil!“ erhoben.

Die Befragung fand in zwei Befragungswellen statt. Die erste Befragung zum Projektstart diente gleichzeitig als Nullmessung. Bei einer Vergleichsmessung zu einem späteren Zeitpunkt konnte überprüft werden, ob die kommunikativen Maßnahmen gewirkt haben, wo gegebenenfalls Informationsdefizite bestehen und welche Nutzeranteile repräsentativ für den Odenwaldkreis erreicht werden konnten (rms 2018). In der nachfolgenden Tabelle sind die wesentlichen Rahmenbedingungen der beiden Befragungswellen dargelegt:

*Tabelle 2: Kenndaten der bevölkerungsrepräsentativen Befragungen [eigene Darstellung nach rms 2018 und rms 2019]*

	1. Befragungswelle	2. Befragungswelle
Zeitraum	05.10.2017 - 15.11.2017	29.03.2019 - 07.05.2019
Methodik	CATI-Befragung	
Grundgesamtheit	Wohnbevölkerung des Odenwaldkreises ab 15 Jahre	
Stichprobenziehung	repräsentative Haushaltsstichprobe	
Auswahl der Zielpersonen	auf Basis eines Quotenplans, der die Bevölkerungsverteilung im Kreis hinsichtlich Alter und Geschlecht widerspiegelt	
Stichprobengröße	n = 407	n = 453
Gewichtung	nach Gemeinde, Geschlecht und Alter (Kreisbasis)	



## 2.3 Befragung der „garantiert mobil!“-Kunden

Um die unter Kapitel 1 aufgeführten Ziele zu erreichen wurden die Nutzer von „garantiert mobil!“ zu ihren Erfahrungen mit dem Angebot befragt. Hierzu wurden die verschiedenen Zieldimensionen in einen Online-Fragebogen übersetzt und Befragungsstränge entsprechend der jeweiligen Nutzertypen<sup>1</sup> ausgearbeitet. Die Einladung zur Umfrage wurde durch die OREG per E-Mail an all diejenigen verschickt, die sich bislang bei „garantiert mobil!“ registriert hatten. Auch diese Befragung wurde in zwei Befragungswellen abgewickelt. In Tabelle 3 sind die wesentlichen Eckdaten der beiden Feldphasen aufgelistet.

*Tabelle 3: Rahmenbedingungen der „garantiert mobil!“-Kundenbefragungen 2018, 2019 [eigene Darstellung; Datengrundlage: „garantiert mobil!“-Kundenbefragungen aus 2018 und 2019]*

	1. Befragungswelle	2. Befragungswelle
Zeitraum	03.05.2018 - 04.06.2018	25.09.2019 - 25.10.2019
Methodik	Onlinebefragung	
Grundgesamtheit	registrierte „garantiert mobil!“-Kunden	
	N=200	691
Stichprobengröße	n = 110	n = 209
Rücklaufquote	55,0%	30,2%
	Gewinnspiel	

<sup>1</sup> Die registrierten „garantiert mobil!“-Kunden als Grundgesamtheit gliedern sich in drei Nutzertypen: „Nutzer als Fahrgast“, „Nutzer als Fahrtenanbieter“ und „Nicht-Nutzer“.



Der Fragebogen stand im engen Zusammenhang mit den Forschungszielen. Um differenzierte Aussagen bezüglich der unterschiedlichen Nutzungseigenschaften zu erhalten, umfasste der Fragebogen verschiedene Befragungsdimensionen:

1. Fragen zur Bekanntheit und zum Registrierungsprozesse
2. Bewertung des Angebots aus Sicht der Fahrgäste
3. Bewertung des Angebots aus Sicht der Fahrтанbieter
4. Gründe für die ausbleibende „garantiert mobil!“-Nutzung
5. Gesamtbewertung
6. Mobilitätsberatung von Odenwaldmobil
7. Mobilitätsressourcen
8. Soziodemographische Merkmale

Die Erhebungsinstrumente der beiden Erhebungswellen waren weitgehend identisch, um die Vergleichbarkeit der Befragungsergebnisse zu gewährleisten. Der vollständige Fragebogen wird dem vorliegenden Schlussbericht als Anlage beigefügt.

## 2.4 Befragung der beteiligten Taxiunternehmen

Zusätzlich zur Nutzerbefragung wurden die beteiligten Taxiunternehmen zu ihren Erfahrungen mit dem Angebot befragt. Ziel dieser Befragung war es die Anbietersicht zu erfahren und Verbesserungsvorschläge seitens der Unternehmen einzuholen. Hierzu wurde mit allen beteiligten Taxiunternehmen Kontakt aufgenommen und Einzelinterviews geführt. Die Befragungen wurden in Form von leitfadengestützten Tiefeninterviews durchgeführt. Folgend werden die durchgeführten Interviews aufgelistet und die Fragen des Interviewleitfadens beschrieben.

### *Durchführung*

Die Befragungen wurden teilweise in Form von persönlichen Interviews vor Ort und – falls dies nicht möglich war – als Telefoninterviews durchgeführt.

Als persönliche Befragung vor Ort (im Odenwaldkreis) wurden am 03.09.2019 folgende fünf Experteninterviews durchgeführt:

- Busverkehr Wissmüller (Herr Wissmüller)
- Köhler Transfer (Frau Wnuck)
- Jahn Transporte (Herr Jahn)
- Taxi Sauter (Herr Sauter)
- Gino`s Taxi und Mietwagen (Frau Scialo)

Weitere Unternehmen wurden im Nachgang per Telefon interviewt:

- Taxi Herzog (Herr Vogel, 19.09.2019)
- Taxi Bieber (Herr Voges, 22.10.2019)



## Fragen

Grundlage für die Interviews waren die nachfolgenden Fragen, die von den Hochschulen erarbeitet und mit der OREG abgestimmt wurden. Im Rahmen der Erhebung waren die Fragen der Leitfaden für die verschiedenen Interviews.

Fragen des Interviewleitfadens:

- Wie oft führen Sie taxOmobil-Fahrten durch?
- Welche Motivation haben Sie taxOmobil-Fahrten anzubieten?
- Welche Bedeutung haben taxOmobil-Fahrten für Ihr Unternehmen?
- Wie empfinden Sie die Zusammenarbeit mit den Kooperationspartnern / dem Organisationsteam von odernwaldmobil.de (OREG)? Wünsche, Anregungen, ...?
- Funktioniert der Buchungs- und Bestätigungsprozess zufriedenstellend? Wie zufrieden sind Sie mit dem neuen Bestätigungsprozess? Gibt es Probleme?
- Funktioniert die Durchführung der Fahrten zufriedenstellend? Gibt es Probleme? Werden Fahrten gebucht und dann nicht angetreten? Gibt es Probleme beim Übergang zu Bus und Bahn?
- Funktioniert die Abrechnung der Fahrten zufriedenstellend? Gibt es Probleme?
- Wie verhalten sich die Fahrgäste? Gibt es besondere Probleme?
- Können alle Fahrtwünsche pünktlich erfüllt werden? Warum gibt es Probleme?
- Wie würden Sie Ihre Zufriedenheit mit den taxOMobil-Fahrten insgesamt auf einer Schulnotenskala von 1 bis 6 bewerten?
- Haben Sie noch Verbesserungsvorschläge für die taxOMobil-Fahrten oder für „garantiert mobil!“ insgesamt?



### 3 Quantitative Entwicklung

Parallel zu den Befragungen, die den Kern des Projektes bilden, wurde auch die quantitative Entwicklung verschiedener Kennzahlen des Projektes betrachtet. Die vollständigen von der OREG zusammengestellten Daten sind in Anhang 1 zu finden.

#### 3.1 Registrierte Kunden

Mit 942 registrierten Kunden – davon 675 als Fahrgast und 267 als Fahrtanbieter – erreichte „garantiert mobil!“ Ende Oktober 2019 eine Kundenanzahl, die knapp 1% der Bevölkerung des Odenwaldkreises entspricht<sup>2</sup>. Dies korrespondiert sehr gut mit den Ergebnissen der repräsentativen Bevölkerungsbefragung (vgl. Abschnitt 4.1, insbesondere Abbildung 11).

Wenngleich dieser Wert absolut gesehen gering erscheint, ist doch der kontinuierliche Anstieg der Anzahl der Kunden auch im zweiten Jahr des Betriebs bemerkenswert (Abbildung 3). Dies spiegelt sich in der Anzahl der registrierten Nutzer (+81% zum 31.10.2019 im Vergleich zum Jahresende 2018) wieder, wobei bei den Registrierungen als Fahrgast ein stärkerer Anstieg zu verzeichnen ist (+96%) als bei den Registrierungen als Fahrtanbieter (+52%). Die Anzahl der Kunden mit Buchungen hat mit +94% praktisch den gleichen Zuwachs wie die Anzahl der Registrierungen, ihr Anteil an allen registrierten Kunden ist im Betrachtungszeitraum von 51% auf 55% angestiegen. Dies zeigt, dass – anders als bei vielen anderen App-basierten Mobilitätsdiensten – der Anteil der inaktiven Kunden („Karteileichen“), die sich zwar registrieren, das Angebot aber nie nutzen, verhältnismäßig gering ist.

---

<sup>2</sup> Bei der Interpretation ist zu berücksichtigen, dass Personen, die sich sowohl als Fahrtanbieter als auch als Fahrgast registrieren, zwei Mal als Kunden gezählt werden. Der Anteil solcher Doppelregistrierungen ist nicht bekannt. Die Mindestanzahl der registrierten Personen entspricht den 675 registrierten Fahrgästen.

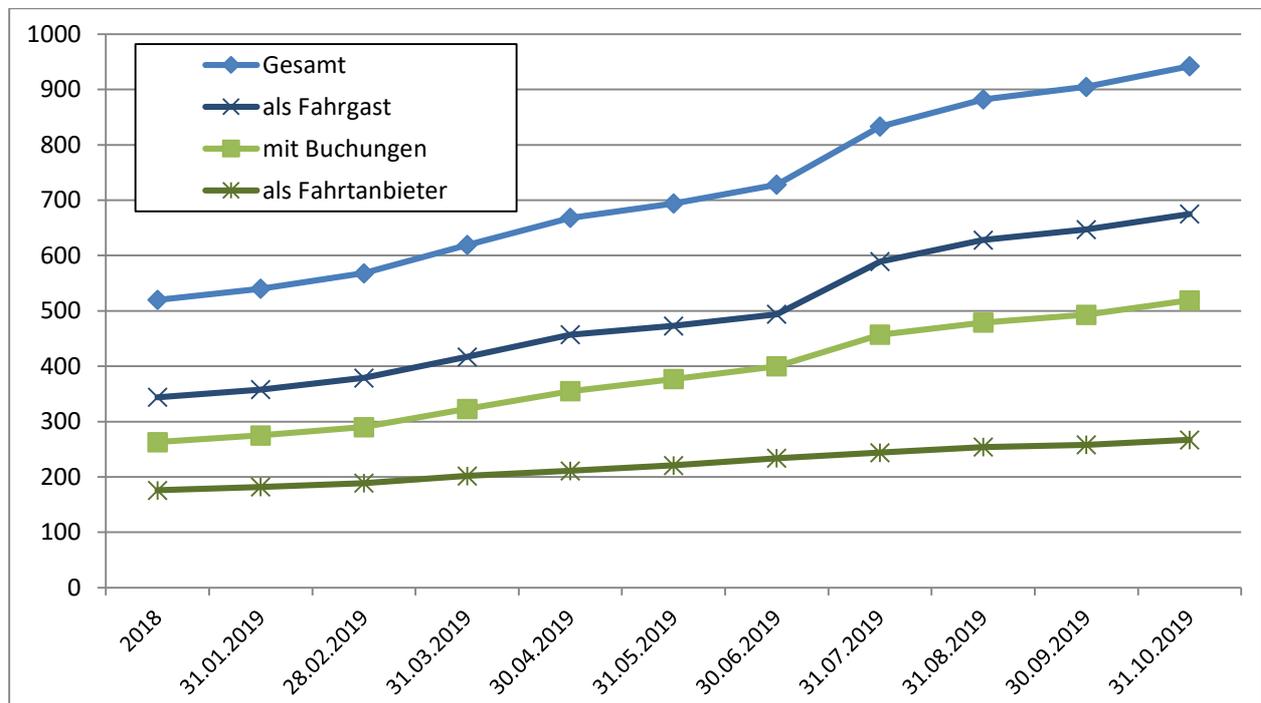


Abbildung 3: Entwicklung der Anzahl der Kunden von „garantiert mobil!“ (Quelle: OREG, Weiss, 2019)

### 3.2 Fahrtbuchungen und Mitnahmeangebote

Die Buchungen per App und Web über die „garantiert mobil!“-Plattform können Abbildung 4 und Abbildung 5 entnommen werden. Die meisten Buchungen – im Oktober 2019 rund 88% aller Buchungen – werden für Rufbus-Angebote vorgenommen. Hier bildet die elektronische Buchungsplattform offenbar eine attraktive Alternative zum klassischen telefonischen Buchungsweg. Auffällig sind die starken Schwankungen im Vergleich der Monate, die durch jahreszeitliche Effekte allein nicht zu erklären sind.

Die Anzahl der Buchungen von taxOMobil-Fahrten pro Monat hat sich im Laufe des Jahres 2019 mehr als verdreifacht und der Anteil an allen Buchungen ist von knapp 7% Ende 2018 auf gut 12% im Oktober 2019 deutlich angestiegen. Die Anzahl der Mitnahmefahrten bewegt sich demgegenüber immer noch auf sehr niedrigem Niveau, in den meisten Monaten sogar bei null.

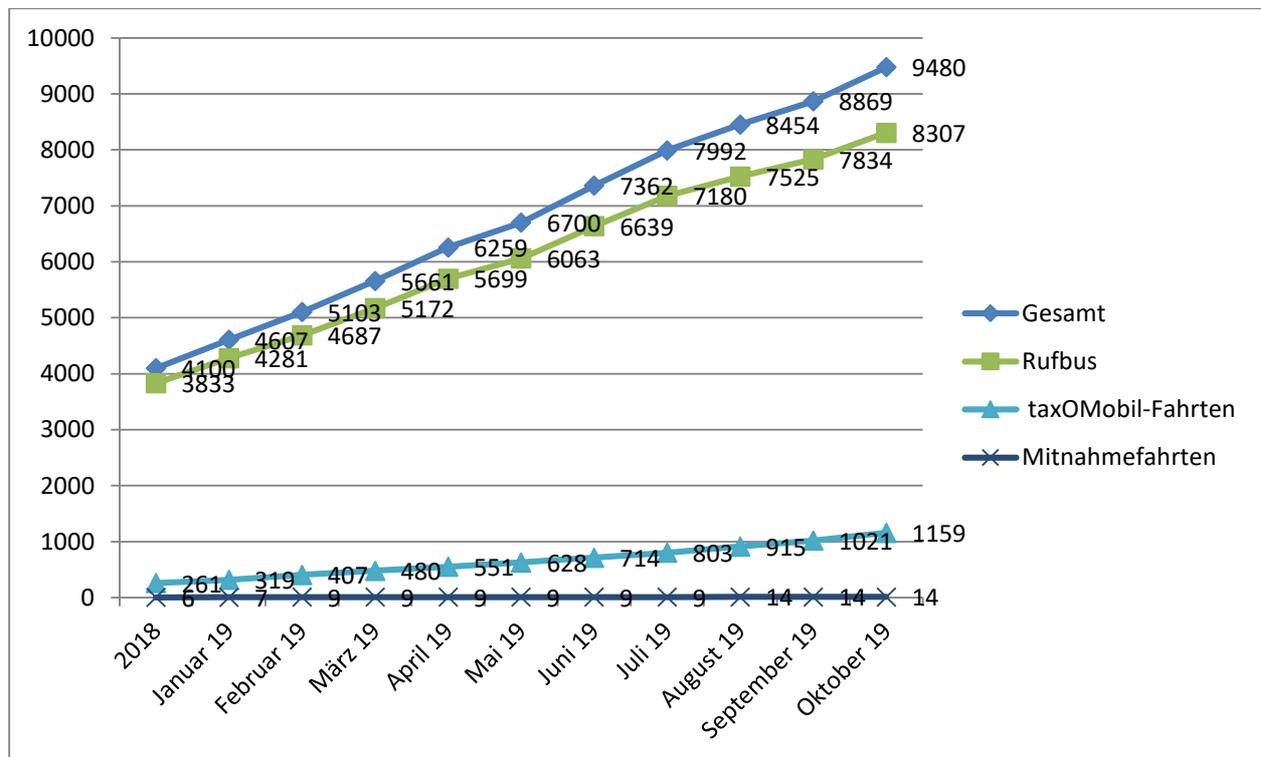


Abbildung 4: Summenkurve der Anzahl der Buchungen per App/Web von „garantiert mobil!“ (Quelle: OREG, Weiss, 2019)

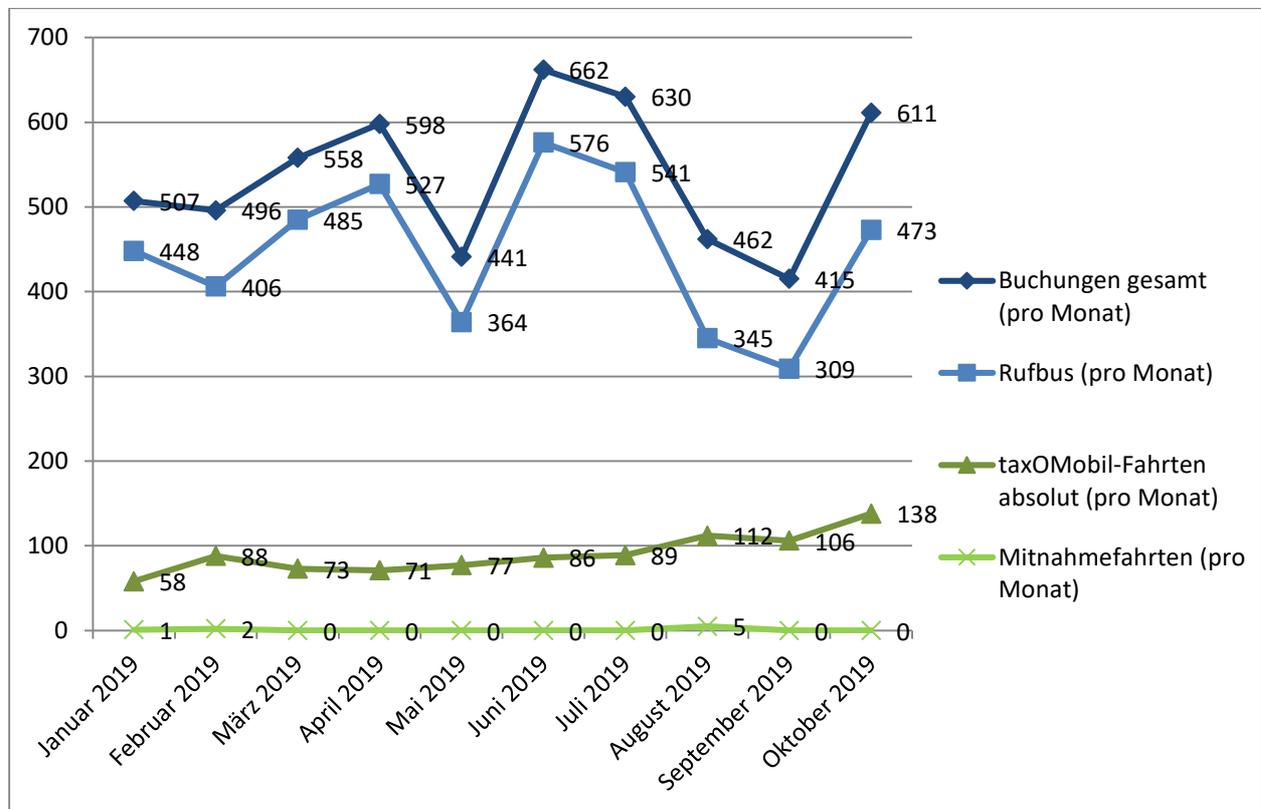


Abbildung 5: Entwicklung der monatlichen Buchungen per App/Web von „garantiert mobil!“ (Quelle: OREG, Weiss, 2019)



Die Mitnahmeangebote schwanken von Monat zu Monat deutlich (Abbildung 6). Währenddessen bleibt die Anzahl der Buchungen ernüchternd gering.

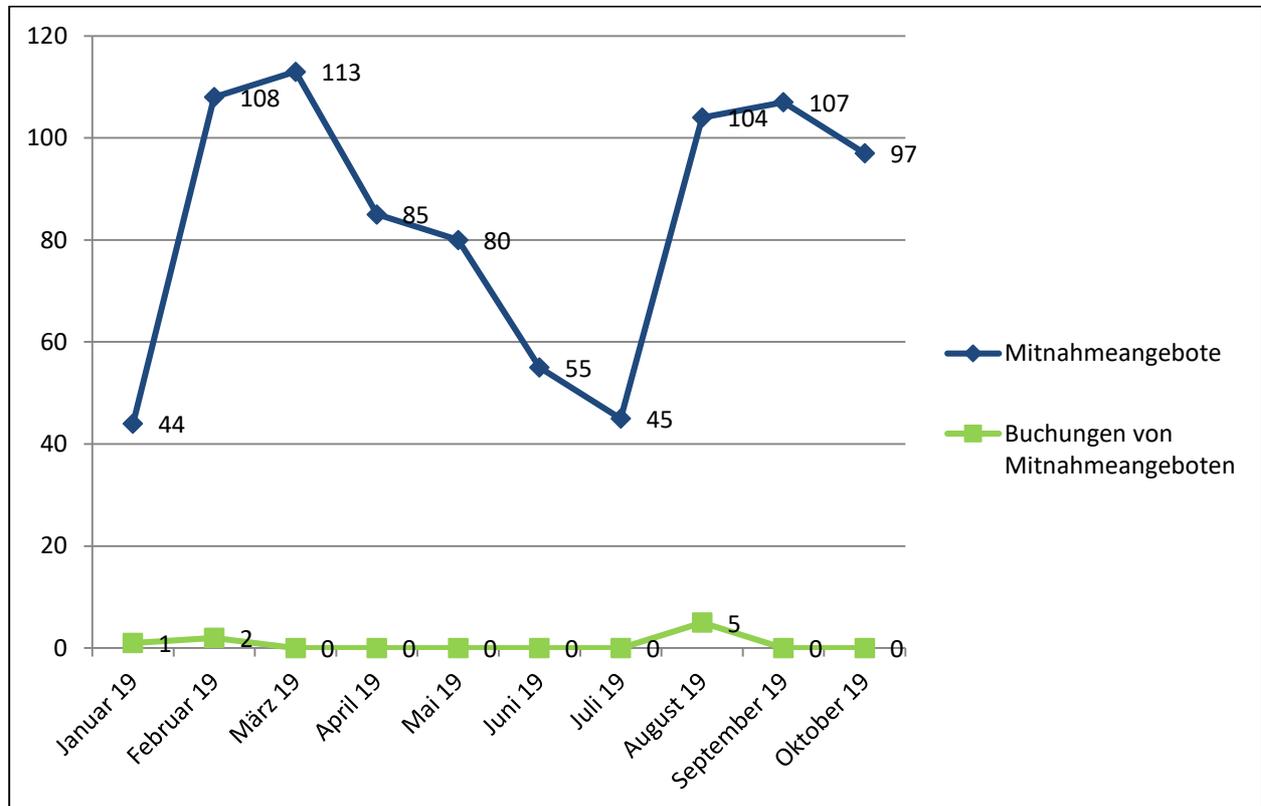


Abbildung 6: Angebot und Buchung von Mitnahmeangeboten (Quelle: OREG, Weiss, 2019)

In der Überlagerung der Kundenzahlen einerseits und der Buchungen bzw. Fahrtangeboten andererseits zeigen sich die in Abbildung 7 dargestellten Aktivitätskennwerte. Die Buchungsaktivitäten schwankten im Betrachtungszeitraum deutlich zwischen Werten von 0,64 und 1,42 Buchungen pro Monat und als Fahrgast angemeldetem Kunden. Insgesamt scheint der Trend leicht abnehmend, wobei sich hier vor allem der Anteil inaktiver Kunden bemerkbar macht. Diese Ergebnisse aus der Buchungsstatistik stehen allerdings im Widerspruch zu den Resultaten der Kundenbefragung, die einen steigenden Anteil der Kunden ergeben, die Buchungen tätigen (vgl. Abschnitt 5.5, insbesondere Abbildung 29).

Bei den Mitnahmeangeboten erscheint der Verlauf der Aktivität insgesamt stabiler, wenngleich das Niveau mit Werten zwischen 0,18 und 0,57 Angeboten je Monat und als Fahrtanbieter angemeldetem Fahrgast sehr niedrig ist. Bemerkenswert erscheint, dass sich die geringe tatsächliche Annahme von Mitnahmeangeboten nicht erkennbar auf die Mitnahmebereitschaft auswirkt.

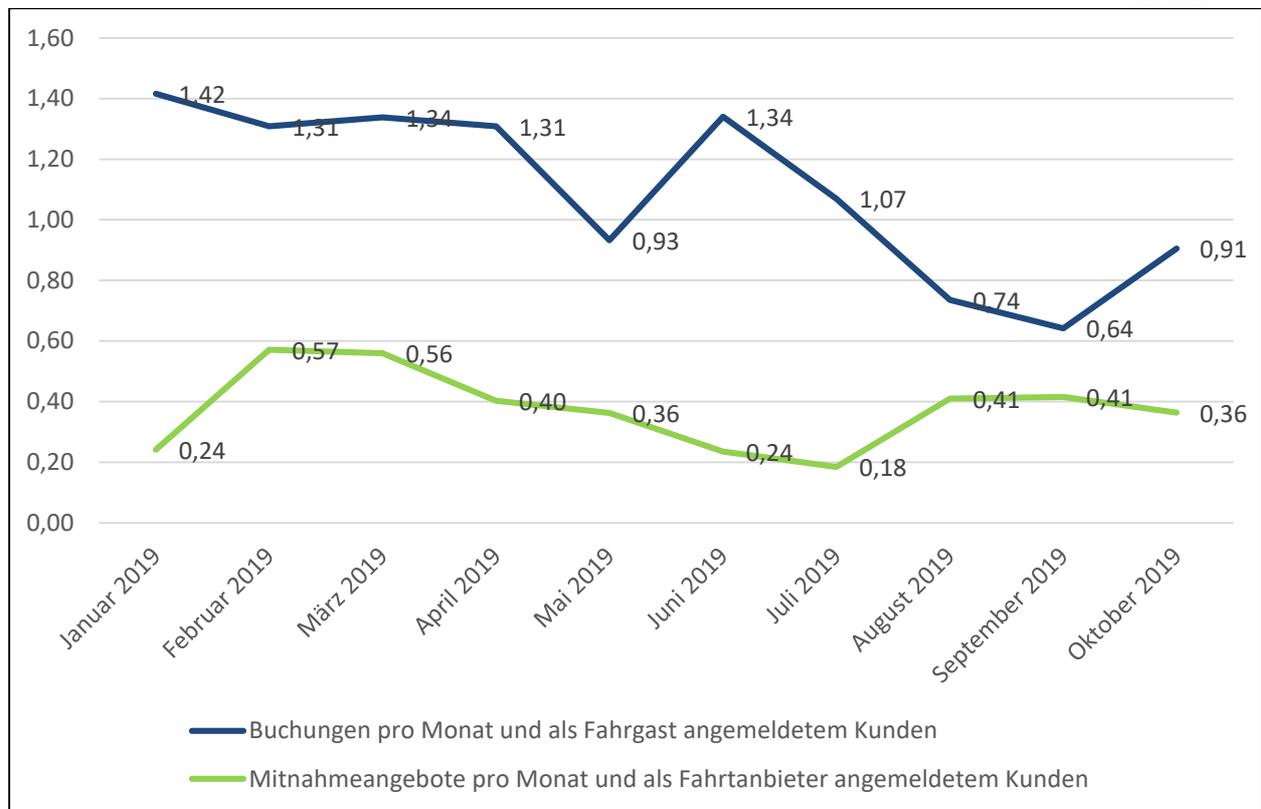


Abbildung 7: Entwicklung von Aktivitätskennwerten (Quelle: eigene Darstellung aus Basis von OREG, Weiss, 2019)

### 3.3 Zwischenfazit

Die quantitative Entwicklung im betrachteten Zeitraum 2019 ist für die meisten Kenngrößen grundsätzlich positiv. Bei der Anzahl der registrierten Kunden ist eine kontinuierliche Zunahme festzustellen. Die Anzahl der Buchungen und der Fahrtangebote ist zumindest stabil. Über den Neugierigkeitseffekt bei Einführung des Angebots hinaus scheinen demzufolge zum einen die ergriffenen Maßnahmen zur Steigerung der Akzeptanz (wie die Mobilitätsberater) zu wirken. Zum anderen kann die quantitative Entwicklung aber auch als Indiz für einen tatsächlichen Nutzwert des Angebots „garantiert mobil!“ gewertet werden.

Bemerkenswert erscheinen vor allem folgende Sachverhalte:

- Der Anteil aktiver Kunden an allen Kunden ist im Jahresverlauf leicht angestiegen, was den Schluss zulässt, dass sich viele Personen nicht nur – wie bei Online-Diensten verbreitet – aus Neugier einmalig anmelden, sondern das Angebot dann auch tatsächlich nutzen.



- Demgegenüber sinkt die Quote der monatlichen Buchungen pro Kunde leicht, was sich damit erklären lässt, dass mehr Nutzer dazukommen, die das Angebot nur gelegentlich nutzen.
- Die „garantiert mobil!“-Buchungsplattform schafft offenbar einen neuen Zugangsweg zu den klassischen Rufbusangeboten und spricht so vermutlich auch neue Kundengruppen an.
- Der Anteil der taxOmobil-Buchungen an der Gesamtzahl der Buchungen steigt deutlich an, was dafür spricht, dass damit echte Lücken in der individuellen Mobilität gefüllt werden können.
- Die Anzahl der Mitnahmeangebote bewegt sich mit maximal 113 Angeboten pro Monat auf einem sehr niedrigen Niveau, weshalb so gut wie keine Fahrtvermittlungen zustande kommen.



## 4 Ergebnisse der repräsentativen Bevölkerungsbefragung

Ein Bestandteil der Untersuchung waren zwei bevölkerungsrepräsentative Befragungen, die von rms und RMV, der OREG und den Hochschulen konzipiert und durch die rms GmbH im Herbst 2017 und im Frühling 2019 durchgeführt wurden. Die vollständigen Ergebnispräsentationen sind in Anhang 2 und Anhang 3 zu finden.

Nachfolgend werden ausgewählte Ergebnisse dieser Untersuchungen wiedergegeben. Da in der Ergebnispräsentation der zweiten Erhebungswelle die Ergebnisse der ersten Untersuchungen mit dargestellt sind, wurde für die vorliegende Ergebniszusammenfassung auf diese zurückgegriffen.

### 4.1 Bekanntheit

„garantiert mobil!“ ist (unter diesem Namen) etwa der Hälfte der Einwohner des Odenwaldkreises bekannt (Abbildung 8). Die Werte haben sich zwischen den beiden Befragungen nur leicht verbessert. Bemerkenswert ist, dass die Komponente Mitnahmefahrten 2019 den befragten Personen weniger bekannt war als 2017. Mit Blick auf den Aufwand, der bezüglich der Öffentlichkeitsarbeit getrieben wurde, mag dieser Wert zunächst enttäuschen. Nach Erfahrung der Hochschule ist dies aber nicht ungewöhnlich. Auch bei anderen Mitnahmesystemen ist es eine große und dauerhafte Herausforderung, die Bekanntheit sicher zu stellen.

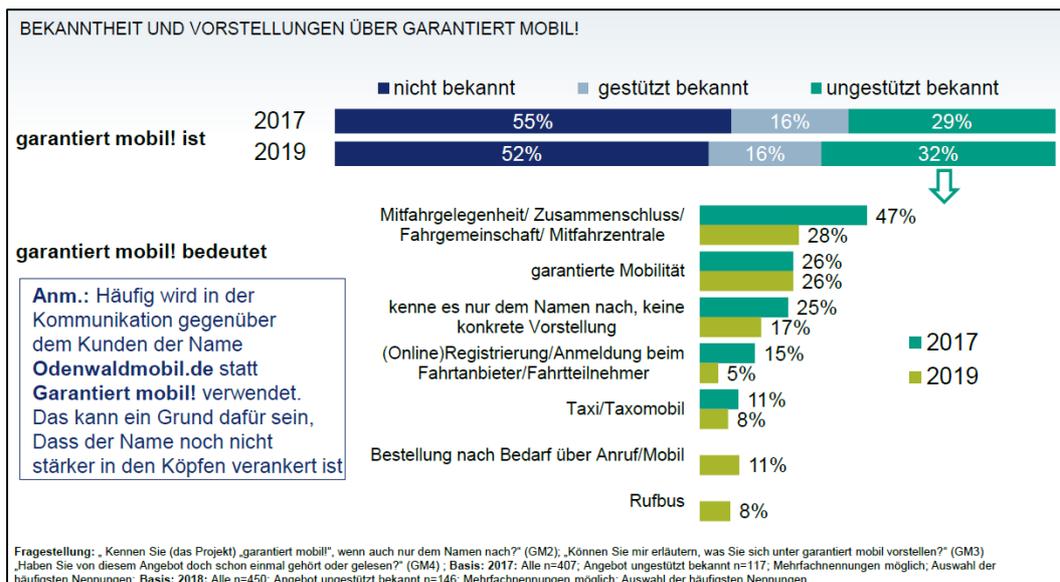


Abbildung 8: Bekanntheit von „garantiert mobil!“ (Quelle: rms, 2019)

Gestiegen ist die Bekanntheit vor allem in den jungen Bevölkerungsgruppen. Bei den Senioren ist die Bekanntheit praktisch gleich geblieben. Bei den 50 bis 64 Jahre alten Menschen ist sie sogar etwas zurückgegangen.

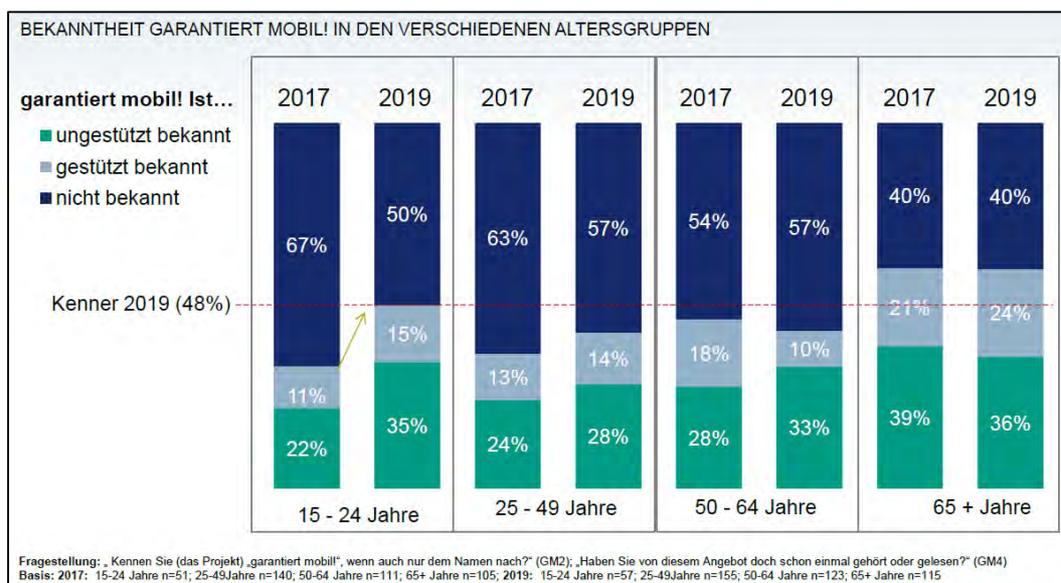


Abbildung 9: Bekanntheit von „garantiert mobil!“ nach Altersgruppen (Quelle: rms, 2019)

Wahrscheinlich beschäftigen sich die Jugendlichen stärker mit „garantiert mobil!“, da sie sich am stärksten durch mangelnde Fahrmöglichkeiten bei ihren Aktivitäten eingeschränkt fühlen (Abbildung 10).

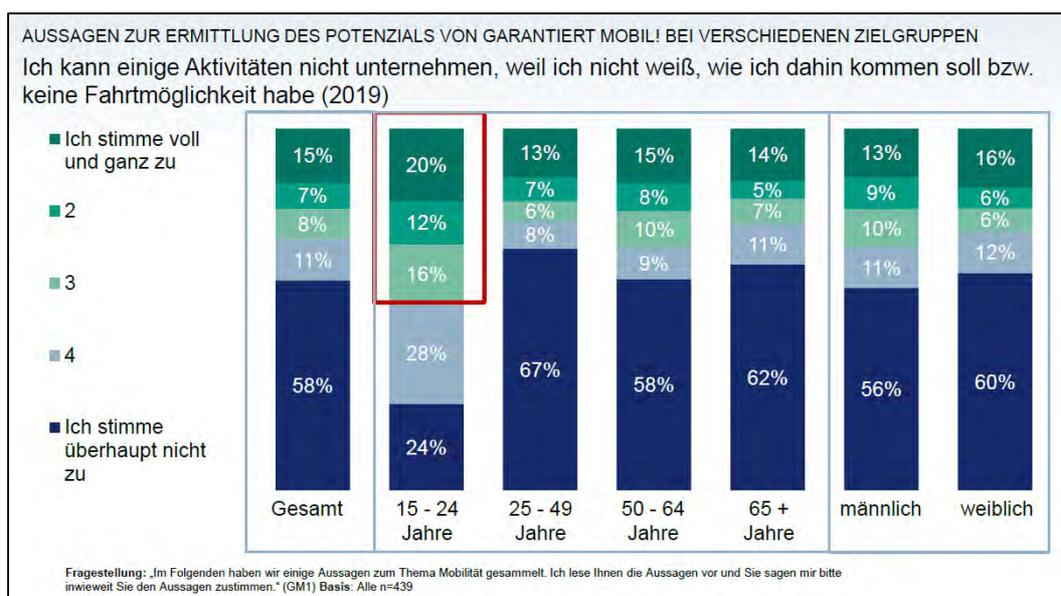


Abbildung 10: Potenzial von „garantiert mobil!“ nach Altersgruppen (Quelle: rms, 2019)



Auch unter den Menschen, die „garantiert mobil!“ kennen, geben nur wenige an, das System tatsächlich zu nutzen. Weitere Rückschlüsse zur Nutzung hieraus abzuleiten, ist aufgrund der geringen Fallzahl nicht sinnvoll. Hierzu wird auf die Ergebnisse der Kundebefragung verwiesen, die im nächsten Kapitel dargestellt werden.

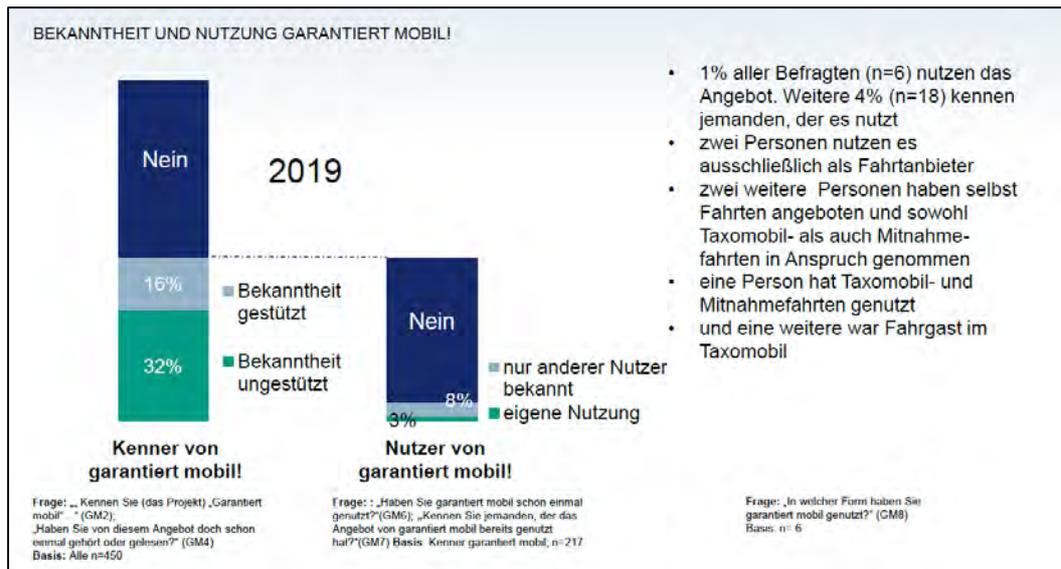


Abbildung 11: Bekanntheit und Nutzung von „garantiert mobil!“ (Quelle: rms, 2019)

Werden die Maßnahmen zur Steigerung der Bekanntheit betrachtet (Abbildung 12), fällt auf, dass die Werbung und die Mund-zu-Mund-Propaganda an Bedeutung gewonnen haben. Ein Rückgang ist vor allem bei den redaktionellen Beiträgen in Zeitungen und Zeitschriften zu beobachten. Mit Blick auf die aufwändige Pressearbeit ist dies nicht verwunderlich. Allerdings sollte dieses Feld auch in Zukunft weiter bearbeitet werden. Hier sollten auch kleinere Anlässe vor Ort genutzt werden, um einen Artikel zu platzieren.

Die Bekanntheit der Mobilitätsberater ist noch gering, da diese erst recht kurz vor dem Zeitpunkt der zweiten Befragungswelle 2019 eingestellt wurden. Dementsprechend spielen sie für die Gesamtbevölkerung als Informationskanal noch eine geringe Rolle. Umso bemerkenswerter erscheint insofern die Bedeutung bzw. Wertschätzung der Mobilitätsberater aus Sicht der „garantiert mobil!“-Kunden (vgl. Abschnitte 5.3 und 5.7).

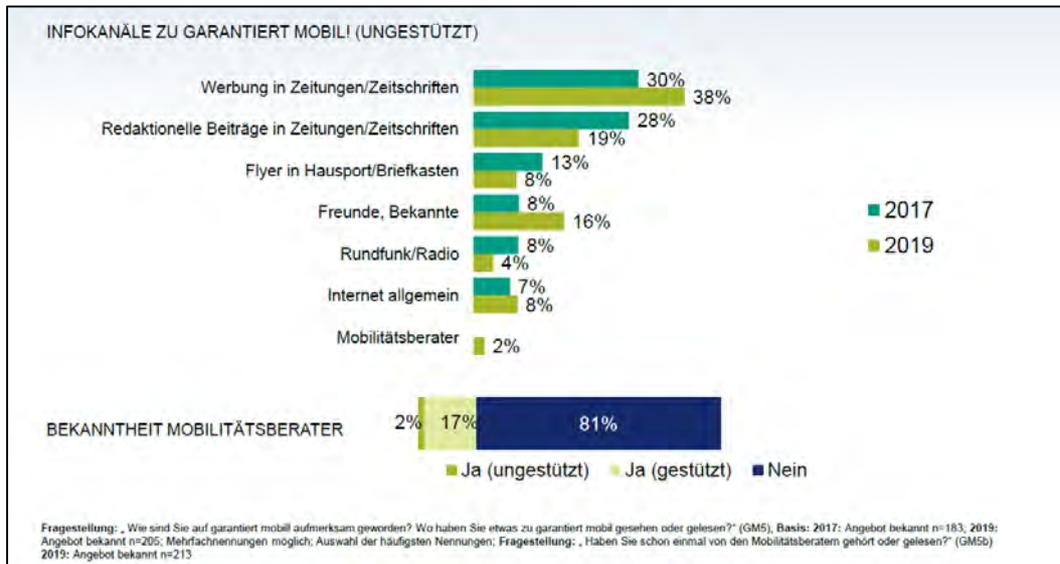


Abbildung 12: Informationskanäle (Quelle: rms, 2019)

## 4.2 Grundsätzliche Akzeptanz und Potenziale

Unter denjenigen, die „garantiert mobil!“ kennen, geben 52% der befragten Personen an, sie würden wahrscheinlich oder vielleicht das System auch nutzen (Abbildung 13). Dieser grundsätzlich nutzungsbereite Anteil der Befragten ist im Vergleich zu 2017 gesunken. Hauptgrund für die Veränderung ist die häufiger anzutreffende Einschätzung, dass das System zu unflexibel ist. Es wird lieber das eigene Auto genutzt.

Neben der mangelnden Flexibilität wird auch das mangelnde Vertrauen in fremde Menschen genannt. Dieses Argument spielt im Umkehrschluss aber bei 80% der Befragten keine wichtige Rolle.

Die Anmeldung bzw. Buchung wird hingegen nicht als Hinderungsgrund genannt.

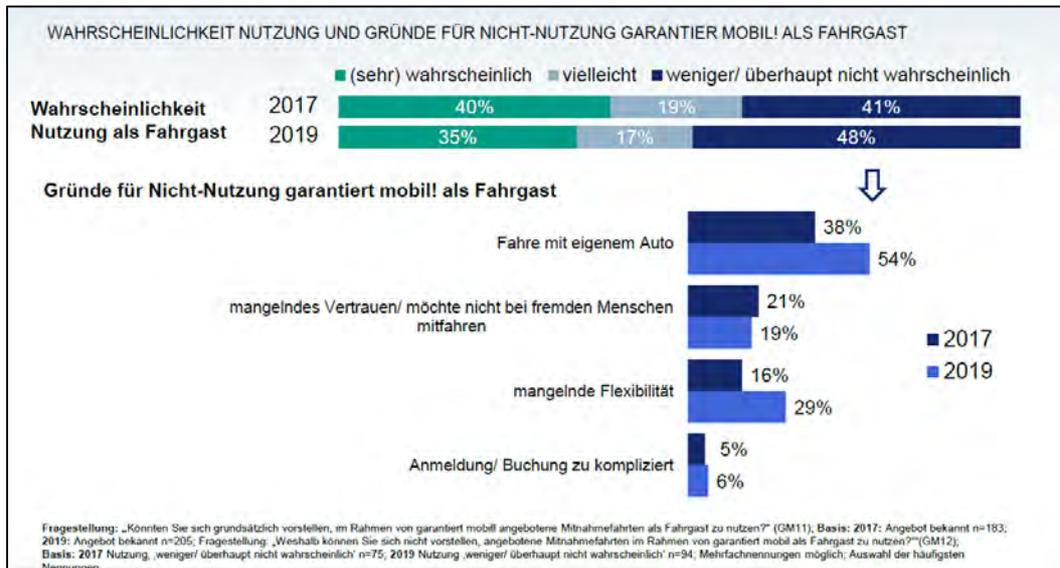


Abbildung 13: Nutzungswahrscheinlichkeit und Gründe für Nichtnutzung (Quelle: rms, 2019)

Die Bereitschaft, Menschen im eigenen Pkw mitzunehmen, ist seit 2019 von 38 auf 45% gestiegen (Abbildung 14). Unter der etwas kleiner gewordenen Gruppe derjenigen, die sehr wahrscheinlich niemanden mitnehmen, treten die Gründe für die Ablehnung stärker hervor: Mehr Befragte lehnen generell die Mitnahme ab oder scheuen die damit verbundene fehlende Flexibilität.

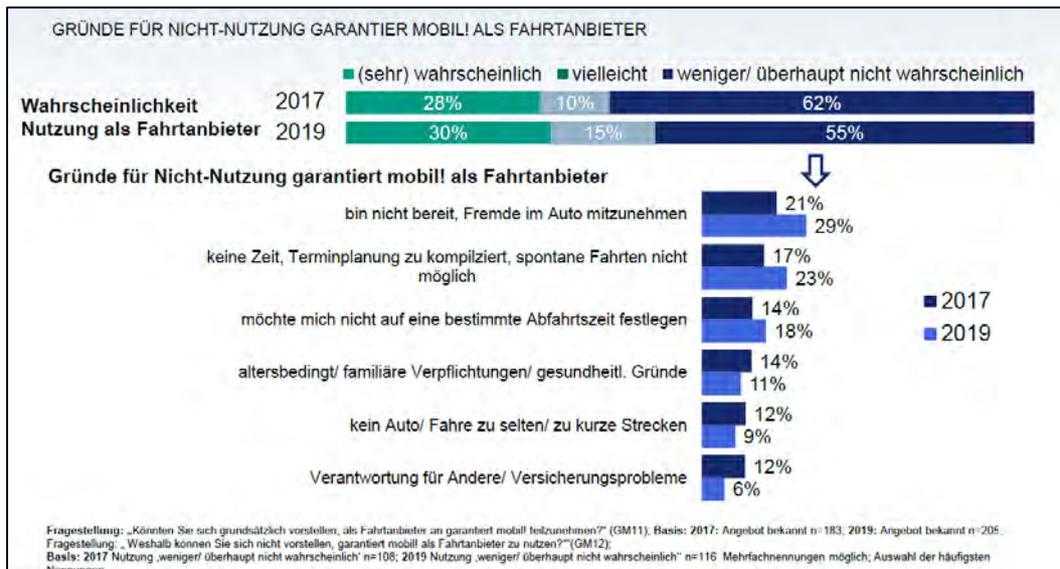


Abbildung 14: Bereitschaft Fahrten anzubieten (Quelle: rms, 2019)

Grundsätzlich ist die Mehrheit der Befragten bereit, Nachbarn und Bekannte mitzunehmen (Abbildung 15). Insbesondere ist Nachbarschaftshilfe in Form von Mitnahme be-



reits weit verbreitet (Abbildung 16). Anders sieht es bei der Mitnahme von Fremden aus. Hier ist die Bereitschaft merklich geringer.

Das Smartphone ist etwa der Hälfte der Befragten für die Organisation der Mobilität wichtig, mit steigender Tendenz. Es ist deshalb auch sinnvoll, ihm bei „garantiert mobil!“ einen großen Stellenwert einzuräumen. Es darf aber auch nicht vergessen werden, dass das bei fast der Hälfte der Bevölkerung nicht der Fall ist.

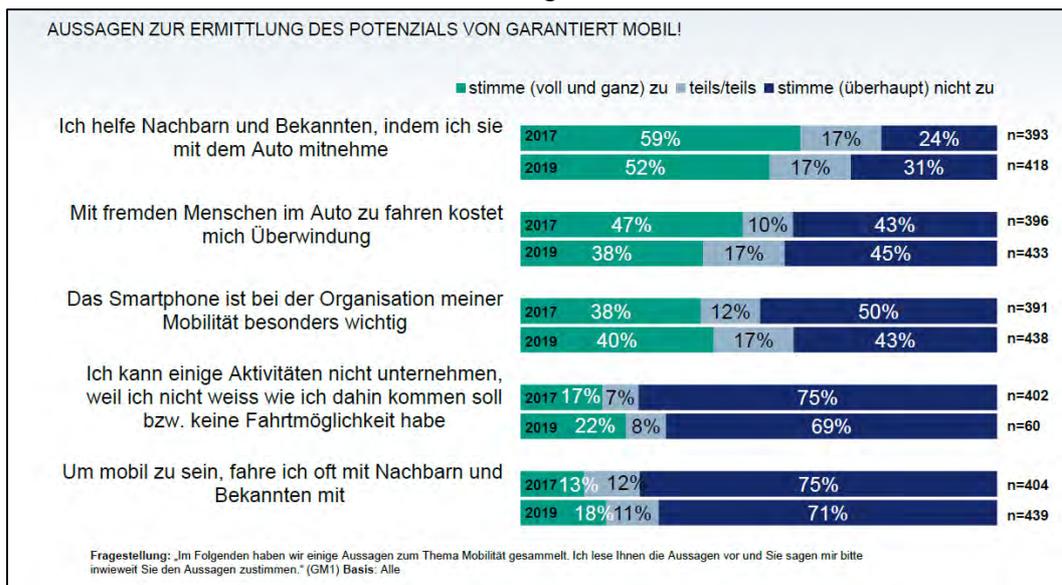


Abbildung 15: Potenzial von „garantiert mobil!“ (Quelle: rms, 2019)

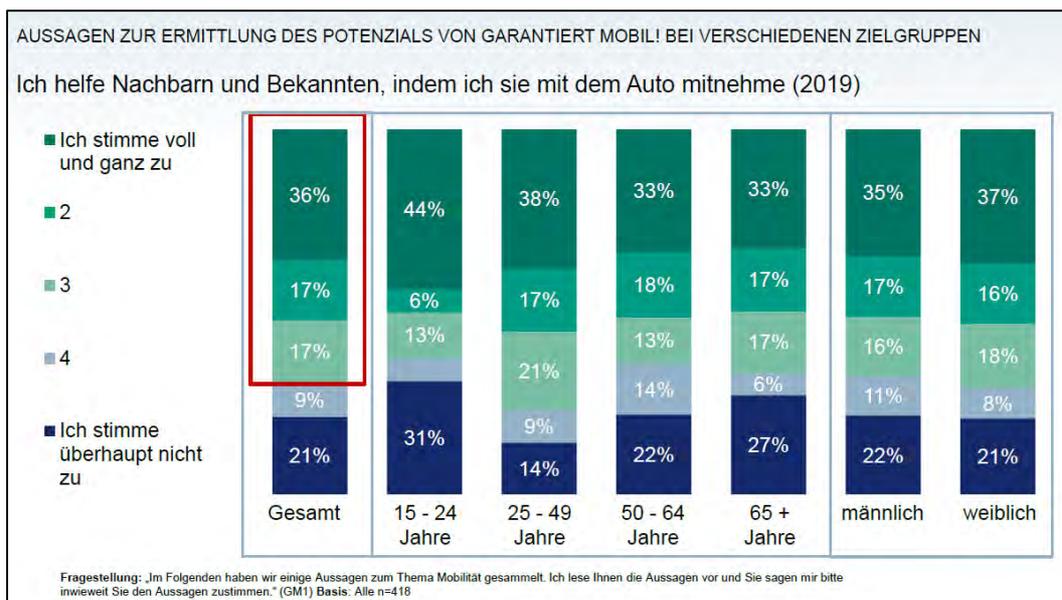


Abbildung 16: Nachbarschaftshilfe (Quelle: rms, 2019)



### 4.3 Image

Das Image von „garantiert mobil!“ ist insgesamt gut (Abbildung 17). Eine deutliche Mehrheit ist der Meinung, dass der Ansatz gut zum Odenwaldkreis passt und eine gute Ergänzung zu Bus und Bahn darstellt. „garantiert mobil!“ gilt als innovativ und kundenorientiert (Abbildung 18). Bezüglich der Leistungsfähigkeit, Qualität und Zuverlässigkeit ist das Bild noch etwas weniger eindeutig, allerdings grundsätzlich positiv.

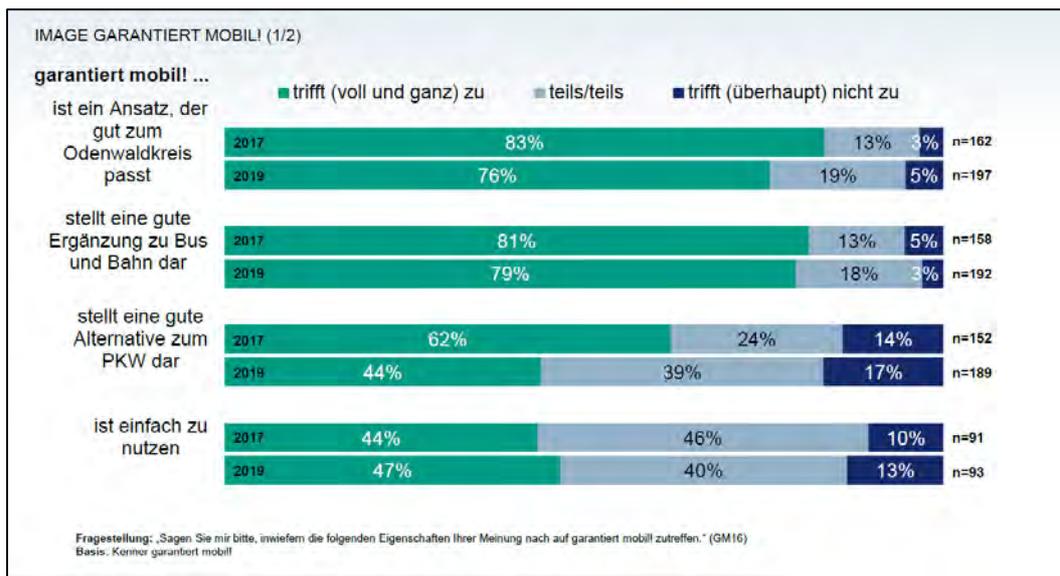


Abbildung 17: Image „garantiert mobil!“ (1/2) (Quelle: rms, 2019)

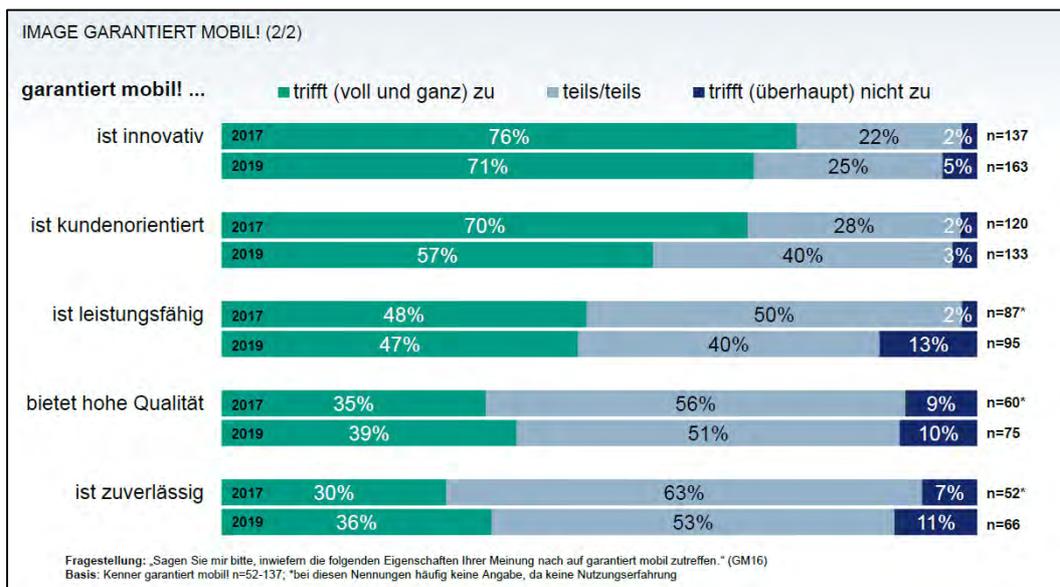


Abbildung 18: Image „garantiert mobil!“ (2/2) (Quelle: rms, 2019)



## 4.4 Erfahrungen und Gesamtbewertung

Auch wenn die Fallzahl in dieser Befragung gering ist, so ist die Bewertung durch die Nutzerinnen und Nutzer doch klar: Wer „garantiert mobil!“ bereits genutzt hat, ist so zufrieden, dass er das System wieder nutzen und weiterempfehlen wird (Abbildung 19).

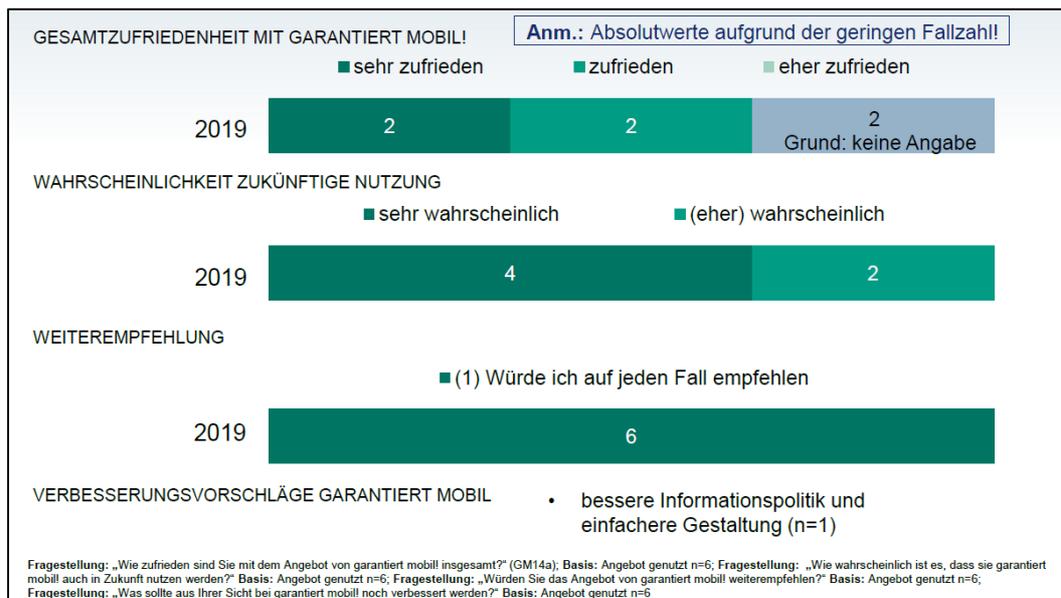


Abbildung 19: Gesamtzufriedenheit (Quelle: rms, 2019)

## 4.5 Zwischenfazit

Für die bevölkerungsrepräsentative Befragung kann folgendes Fazit gezogen werden:

Die Bekanntheit von „garantiert mobil!“ ist seit 2017 leicht von 45% auf 48% angestiegen. Mitfahrgelegenheit wird aber 2019 weniger häufig assoziiert als eineinhalb Jahre zuvor; dies korrespondiert mit der überwiegenden Nutzung von „garantiert mobil!“ als Buchungsplattform für Rufbusse und taxOMobil-Fahrten (vgl. Abschnitt 3.2). Die Bekanntheit ist bei den 15- bis 24-Jährigen am deutlichsten von 33% auf 50% gestiegen. Der Nutzeranteil ist stabil bei einem Prozent der Bevölkerung. Maßnahmen zur Steigerung der Bekanntheit bleiben dementsprechend wichtig.

Informationen zu „garantiert mobil!“ wurden weiterhin vor allem über Zeitungen/Zeitschriften (38%) wahrgenommen. Allerdings ist auch der Anteil an Mund-zu-Mund-Propaganda von 8% 2017 auf 16% 2019 gestiegen. Die Wahrnehmung über redaktionelle Artikel ist zurückgegangen. Hier sollten kontinuierlich Gelegenheiten genutzt werden, um das System zu platzieren.



Konnten sich 2017 noch 59% der Kenner grundsätzlich vorstellen das Angebot von „garantiert mobil!“ als Fahrgast zu nutzen, waren es 2019 nur noch 52%. Hingegen ist der Anteil der Kenner die (vielleicht) selbst Fahrten anbieten würden von 38% auf 45% gestiegen.

Hemmnisse sind weiterhin der Verzicht auf Flexibilität und die Abneigung, Fremde im eigenen Pkw mitzunehmen. Grundsätzlich ist Mitfahren eher vorstellbar, als Fahrten anzubieten. Die 15- bis 24-Jährigen sind am ehesten bereit das Angebot als Mitfahrer zu nutzen. Ein Grund für die geringe Anzahl der Mitnahmefahrten könnte sein, dass in der Praxis viele Mitnahmen über Nachbarn erfolgen. Die Nachbarschaftshilfe ist diesbezüglich im Odenwald gut ausgeprägt.

Wer „garantiert mobil!“ bereits genutzt hat, wird dies mit hoher Wahrscheinlichkeit wieder tun. Alle Nutzer würden das Angebot weiterempfehlen.



## 5 Ergebnisse der Kundenbefragung

Zweiter wesentlicher Bestandteil der Untersuchung waren zwei Befragungen von „garantiert mobil!“-Kundinnen und -Kunden, die von der OREG und den Hochschulen konzipiert und durch die Hochschule RheinMain im Frühjahr 2018 und im Herbst 2019 durchgeführt wurden. Nachfolgend werden ausgewählte, wesentliche Ergebnisse dieser Untersuchungen wiedergegeben. Die vollständige Ergebnispräsentation ist in Anhang 3 zu finden.

Da die Kunden an den Befragungen freiwillig und eigeninitiativ teilgenommen haben und von der Grundgesamtheit der „garantiert mobil!“-Kunden keine soziodemografischen Kenngrößen bekannt sind, die einen Vergleich mit den Befragungsteilnehmenden ermöglicht hätten, kann die Repräsentativität der Ergebnisse nicht mit statistischen Verfahren überprüft werden. Angesichts der sehr hohen Rücklaufquoten von 55% (2018) bzw. 30% (2019) kann jedoch mit hoher Zuverlässigkeit davon ausgegangen werden, dass Angaben der Befragten im Wesentlichen die Ergebnisse für die Gesamtheit der „garantiert mobil!“-Kunden widerspiegeln.

Bei der Analyse der Ergebnisse wird unterschieden zwischen Kunden, die zwar registriert sind, „garantiert mobil!“ aber nicht nutzen, und solchen, die „garantiert mobil!“ als Fahrтанbieter bzw. als Fahrgast nutzen (Abbildung 20).

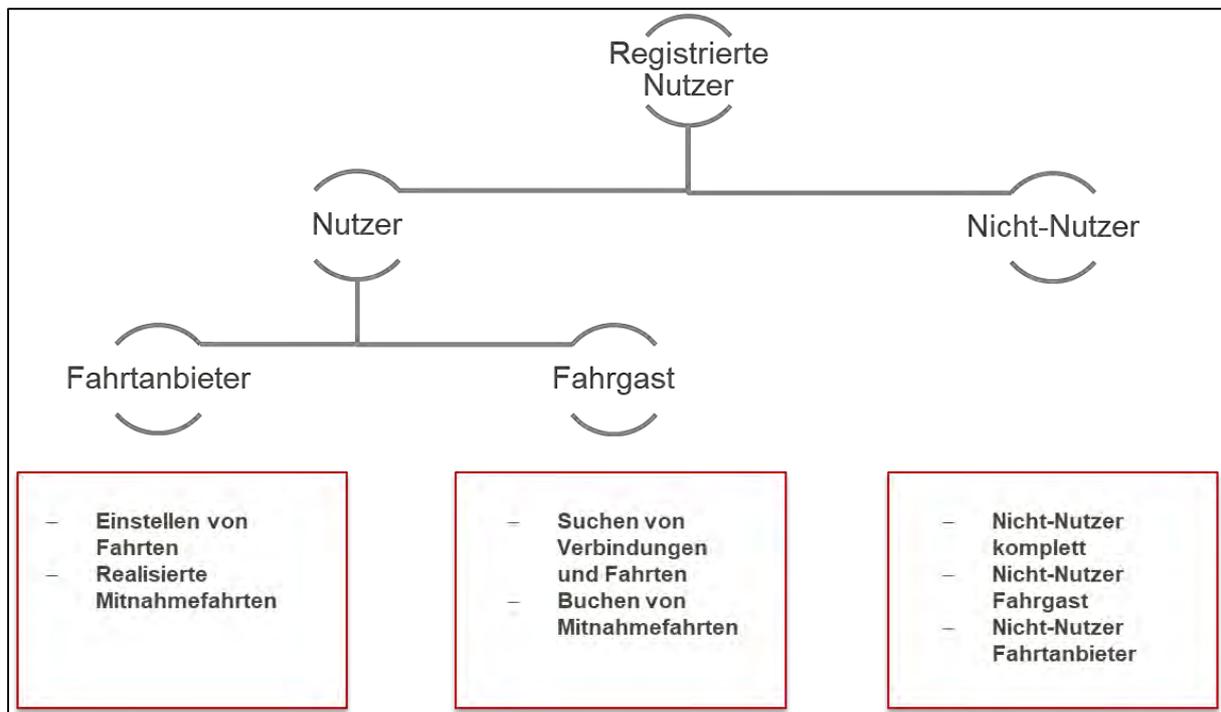


Abbildung 20: Unterscheidung von Nutzergruppen (eigene Darstellung)



## 5.1 Eigenschaften der befragten Kunden

Hinsichtlich der Altersverteilung sind bei den „garantiert mobil!“-Kunden die mittleren Altersgruppen zwischen 18 und 65 Jahren im Vergleich zur Gesamtbevölkerung des Odenwaldkreises leicht überrepräsentiert und die Altersgruppe der Senioren ab 65 Jahren deutlich unterrepräsentiert (Abbildung 21). Im Vergleich der beiden Erhebungsjahre 2018 und 2019 hat sich die Altersverteilung der Kunden allerdings erkennbar an die der Bevölkerung insgesamt angenähert, was auf eine allmähliche gleichmäßige Durchdringung aller Zielgruppen mit dem Angebot „garantiert mobil!“ schließen lässt.

Bemerkenswert erscheint, dass die Gruppe der Jugendlichen unter 18 Jahren unter den Kunden ebenso stark vertreten ist wie in der Gesamtbevölkerung. Hier dürfte die App-Affinität junger Menschen in ähnlicher Weise eine Rolle spielen wie umgekehrt die größere Distanz zu digitalen Medien bei älteren Personen für die unterdurchschnittlichen Anteile von Senioren bzw. für deren möglicherweise unterdurchschnittliche Teilnahme an der Befragung.

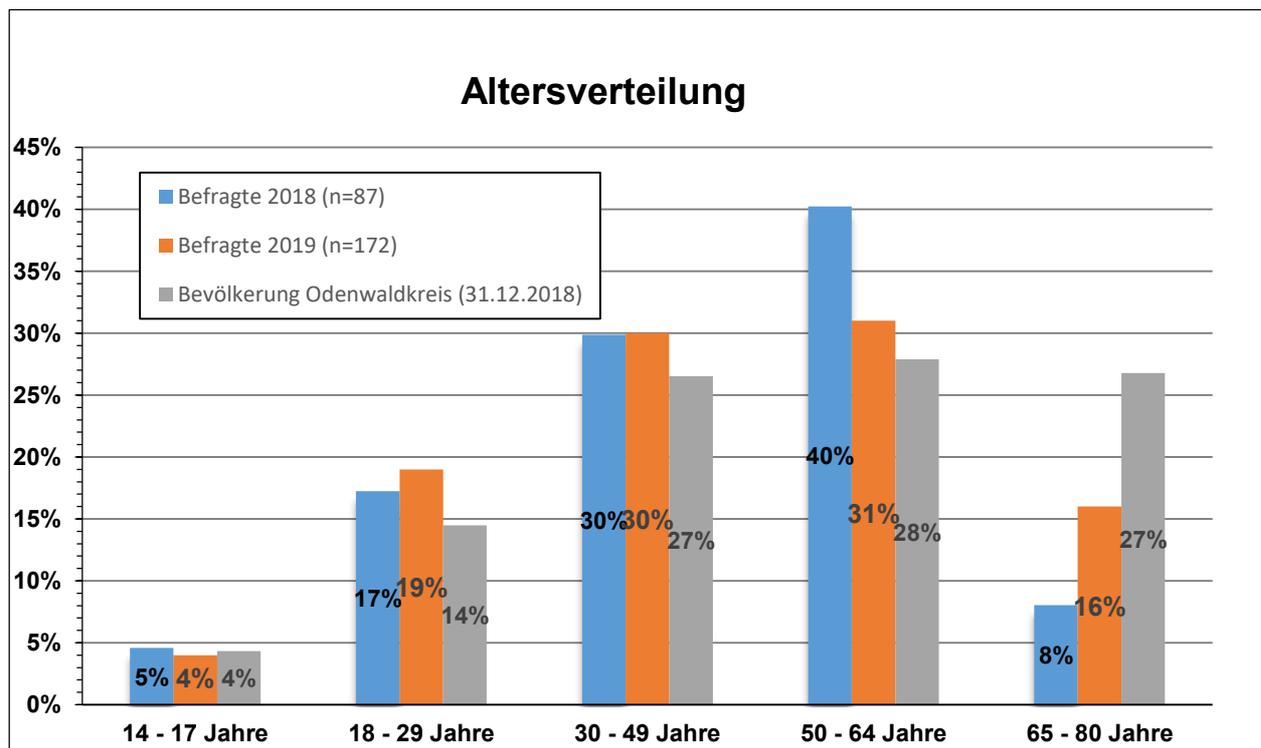


Abbildung 21: Altersverteilung der befragten „garantiert mobil!“-Kunden und der Bevölkerung des Odenwaldkreises (Eigene Darstellung; Datenquelle Altersverteilung Odenwaldkreis: Hessisches Statistisches Landesamt)

Unter den Befragten sind Männer mit einem Anteil von rund 55,6% überrepräsentiert. 8% (2018) bzw. 12% (2019) der Befragten geben an, sich in ihrer Mobilität körperlich eingeschränkt zu fühlen.



Die Altersverteilung der Nutzer spiegelt sich auch in deren Beschäftigung wider: 2019 gaben 64% der Befragten an, berufstätig zu sein, 21% sind Rentner, 13% Schüler oder Studierende. Hausmänner bzw. Hausfrauen spielen mit nur 2% eine untergeordnete Rolle. Im Vergleich zu 2018 sind die Anteile der Rentner und der Schüler bzw. Studierenden leicht angestiegen und die der Berufstätigen zurückgegangen.

Hinsichtlich der Wohnortverteilung der „garantiert mobil!“-Kunden zeigt sich ein uneinheitliches Bild (Tabelle 4). Während aus den beiden größten Städten des Odenwaldkreises, Michelstadt und Erbach, aber auch aus Mossautal überproportional viele Kunden kommen und deren Anteil im Vergleich 2018 – 2019 noch gewachsen ist, sind die Wohnorte Höchst, Reichelsheim, Lützelbach und Brensbach erkennbar unterrepräsentiert. Bei den übrigen Gemeinden entspricht der Anteil an den „garantiert mobil!“-Kunden in etwa ihren Bevölkerungsanteilen am gesamten Odenwaldkreis.

Auffällig erscheint, dass ein nennenswerter und im Vergleich 2018 – 2019 deutlich gesteigener Anteil der Kunden nicht im Odenwaldkreis wohnt: fast jeder zehnte Kunde kommt von außerhalb.

*Tabelle 4: Relative Verteilung der Wohnorte der „garantiert mobil!“-Kunden Odenwaldkreises (Eigene Darstellung; Datenquelle Einwohnerverteilung Odenwaldkreis: Hessisches Statistisches Landesamt)*

<b>Gemeinde</b>	<b>Anteil an Einwohnern im Odenwaldkreis (01.01.2019)</b>	<b>Anteil Befragte 2018 (n = 86)</b>	<b>Anteil Befragte 2019 (n = 170)</b>
Michelstadt	17%	19%	22%
Erbach	14%	17%	19%
Höchst im Odenwald	11%	2%	4%
Oberzent	11%	16%	10%
Bad König	10%	10%	8%
Reichelsheim (Odenwald)	9%	5%	4%
Breuberg	8%	6%	6%
Lützelbach	7%	3%	3%
Brensbach	5%	5%	2%
Brombachtal	4%	7%	4%
Fränkisch-Crumbach	3%	0%	1%
Mossautal	2%	5%	8%
Außerhalb Odenwaldkreis	-	4%	9%



Unter den Befragten verfügte 2019 fast jeder Fünfte nicht über einen Führerschein und ist daher auf andere Verkehrsmittel bzw. auf die Mitnahme durch andere Personen angewiesen (Abbildung 22). 2018 war der Anteil mit 11% ohne Führerschein noch deutlich geringer – hier macht sich offenbar der gestiegene Kundenanteil unter den Senioren bemerkbar.

Hinsichtlich der Pkw-Verfügbarkeit geben 2019 mehr als zwei Drittel der Antwortenden an, jederzeit ein Auto zur Verfügung zu haben, rund ein Fünftel hat immerhin gelegentlich Zugriff auf einen Pkw. Das Angebot „garantiert mobil!“ wird folglich nicht allein in der vergleichsweise kleinen Gruppe der Personen ohne Führerschein bzw. Pkw-Zugang angenommen, sondern auch bei Personen mit Zugang zu einem Auto. Die diesbezüglichen Ergebnisse 2018 sind nahezu identisch.

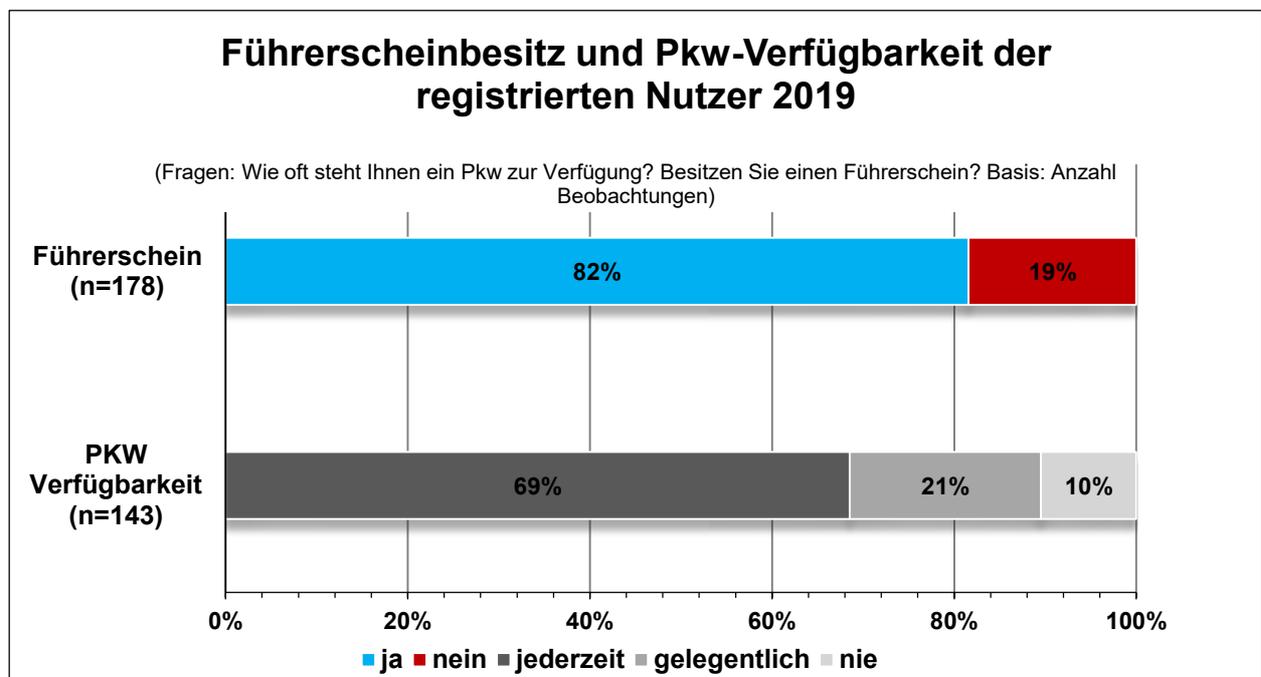


Abbildung 22: Führerscheinbesitz und Pkw-Verfügbarkeit der befragten „garantiert mobil!“-Kunden (Befragung 2019, eigene Darstellung)

## 5.2 Generelle Nutzung von „garantiert mobil!“

Die beiden generellen Optionen von „garantiert mobil!“, einerseits als Fahrtanbieter aufzutreten oder andererseits Verbindungen bzw. Fahrten zu suchen, werden von den Befragten in stark unterschiedlichem Maß genutzt (Abbildung 23).

Die Option „Fahrtanbieter“ spielt nur eine vergleichsweise geringe Rolle. Auffällig ist, dass einerseits der Anteil der Befragten, die nie als Fahrtanbieter auftreten, von 69% in



2018 auf 82% 2019 angewachsen ist, andererseits aber auch der Anteil der häufigeren Fahrtenanbieter gestiegen ist, wenngleich mit Anteilen von 4% (2018) bzw. 5% (2019) auf sehr niedrigem Niveau. Hier deutet sich eine gewisse Polarisierung der Nutzung dieser Option in Nie-Nutzer einerseits und Häufig- bzw. Regelmäßig-Nutzer andererseits an.

Ein ähnlicher Polarisierungsprozess lässt sich auch bei der Nutzung der Option Verbindungs-/ Fahrtsuche feststellen. Hier stagniert der Anteil der Nie-Nutzer bei knapp einem Viertel der Befragten, während der Anteil der häufigeren Nutzer um 70% angestiegen ist und 2019 immerhin gut zwei Fünftel der Kunden umfasst.

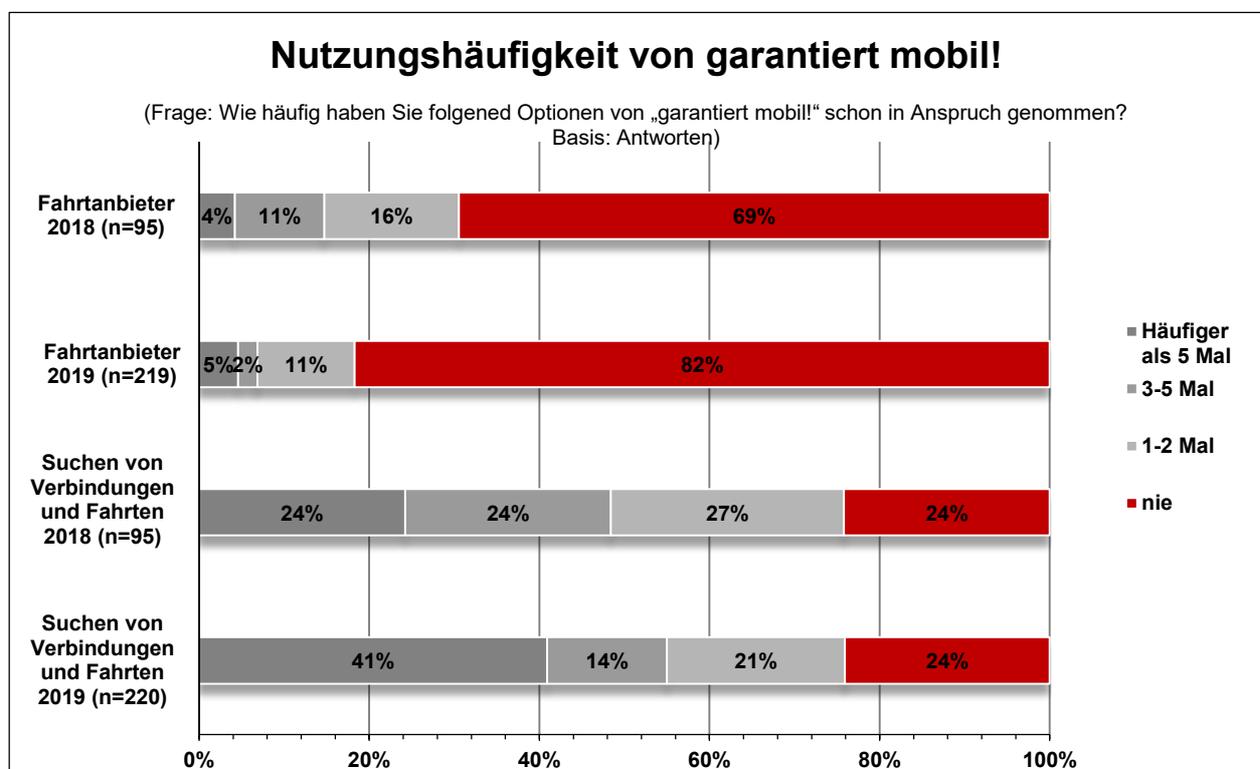


Abbildung 23: Nutzungshäufigkeiten der Angebotsoptionen von „garantiert mobil!“ (eigene Darstellung)

Aus der Nutzung der verschiedenen Optionen lassen sich die verschiedenen Nutzergruppen ableiten (Abbildung 24), die auch Grundlage für weitere Analysen in den folgenden Abschnitten sind. Generell machen die Nutzer der Verbindungs- und Fahrtsuche den größten Anteil aus (2019: 63%). Es folgen die Gruppe der Nutzer beider Optionen mit 19% und die der Nicht-Nutzer mit 13%. Der Anteil derer, die nur als Fahrtenanbieter auftritt, ist mit 5% gering. Die Ergebnisse der Kundenbefragungen stehen damit im Einklang mit der Auswertung der Kundenstatistik (vgl. Abschnitt 3) und bestätigen insbesondere den geringen Anteil von „Karteileichen“, also Kunden, die das „garantiert mobil!“-Angebot nie nutzen.



Im Vergleich der beiden Erhebungsjahre fällt vor allem eine deutliche Zunahme der Nutzer der Verbindungs- und Fahrtsuche auf. Die Anteile der übrigen Nutzergruppen haben dagegen alle um 3%-Punkte abgenommen.

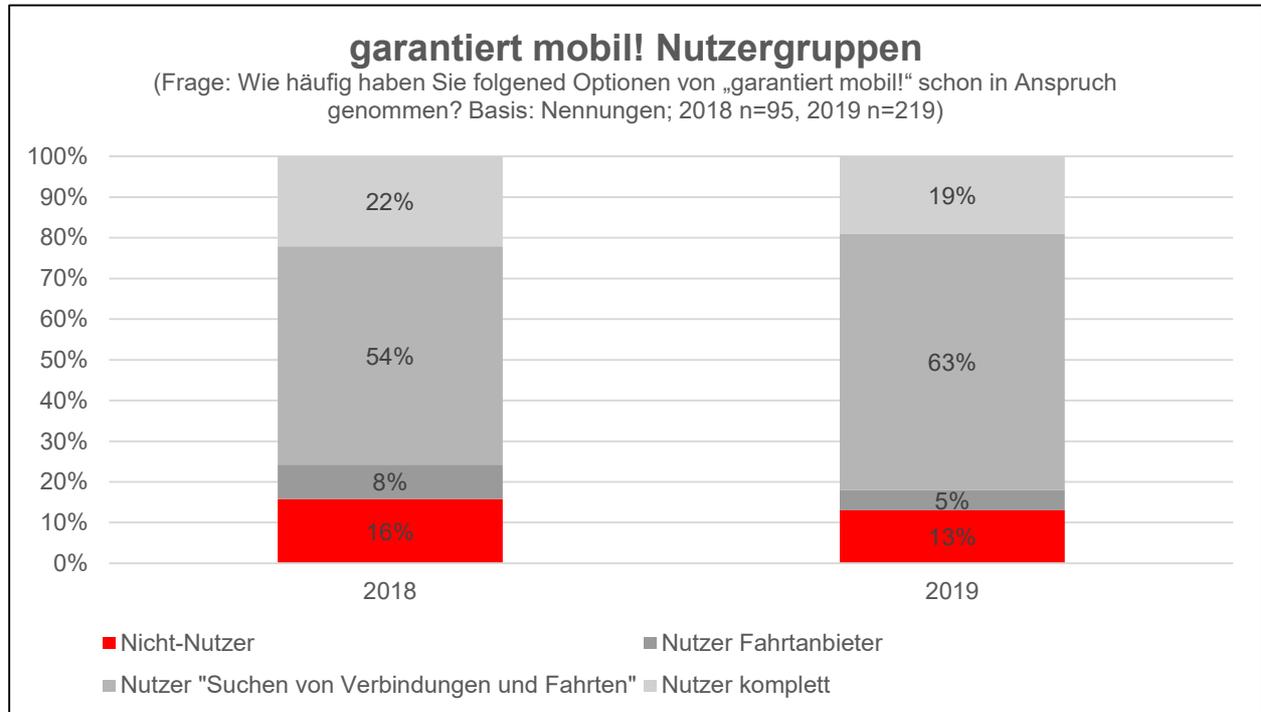


Abbildung 24: „garantiert mobil!“-Nutzergruppen (eigene Darstellung)

### 5.3 Zugangswege zu „garantiert mobil!“

Für die Einführung eines grundlegend neuen Mobilitätsangebots wie „garantiert mobil!“ ist von Interesse, auf welchen Kanälen Personen auf das Angebot aufmerksam werden.

Abbildung 25 zeigt, über welche Informationsmedien die registrierten „garantiert mobil!“-Nutzer 2018 und 2019 auf das Angebot aufmerksam geworden sind. Während 2018 Mund-zu-Mund-Propaganda (38%) die bedeutendste Rolle gespielt hat, gefolgt von Werbung in Zeitschriften und Zeitungen (27%) und der „garantiert mobil!“-Homepage (24%), steht 2019 die Homepage an der Spitze der Nennungen (28%), Freunde und Bekannte haben etwas an Bedeutung verloren (24%), und als neuer Kanal haben sich auf Platz 3 die Mobilitätsberater etabliert (19%). In den Wirkungen der übrigen genannten Kanäle kommt auch zum Ausdruck, dass zum Start des Angebots andere Kanäle bedient wurden als im laufenden Betrieb. Einzig bei Kinospots scheint die Reichweite generell gering zu sein.

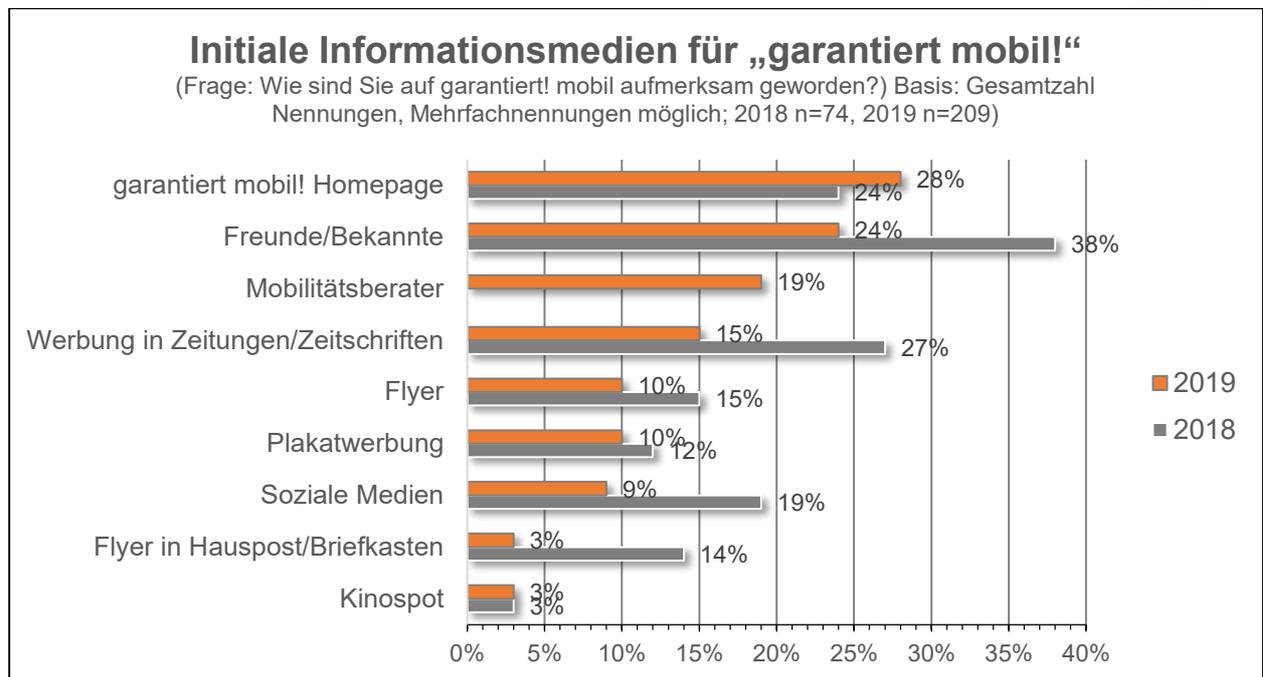


Abbildung 25: Initiale Informationsmedien für „garantiert mobil!“ (eigene Darstellung)

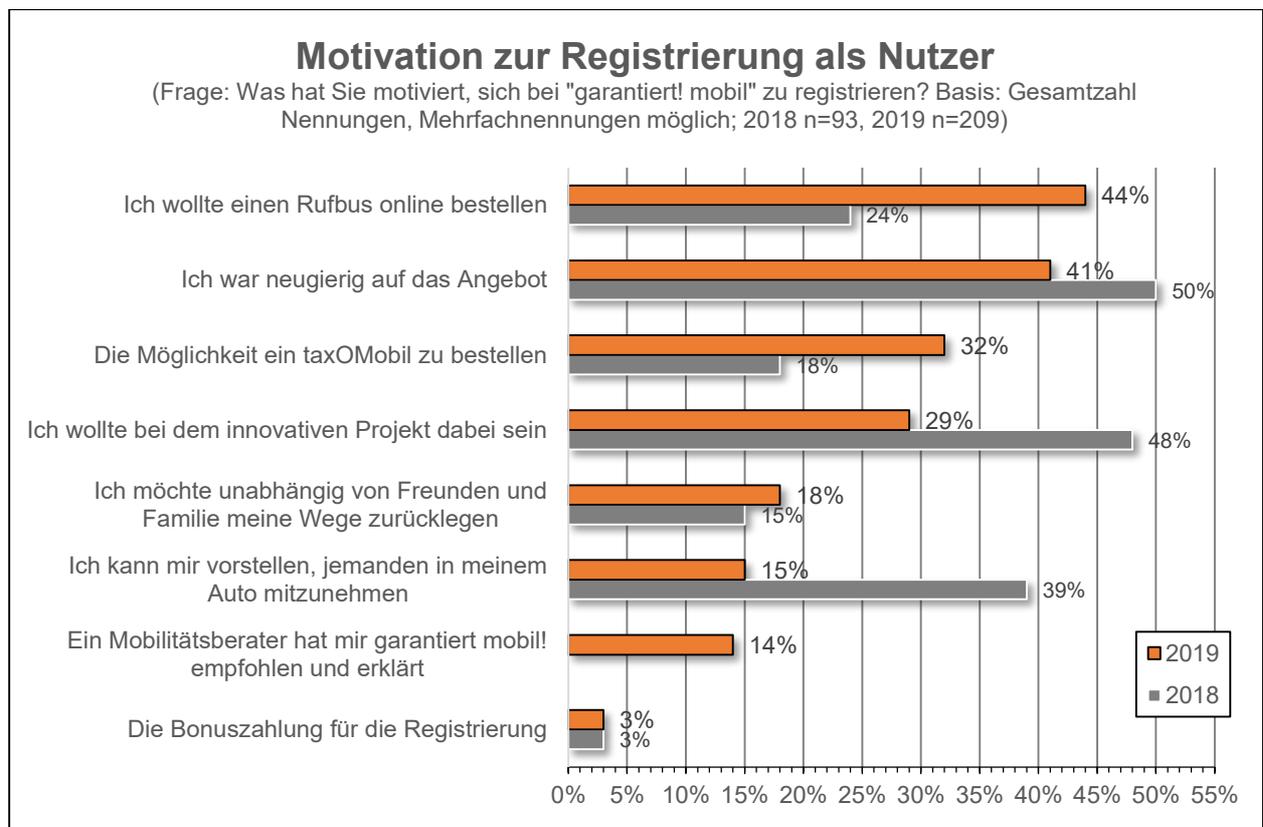


Abbildung 26: Motivation zur Registrierung als Nutzer (eigene Darstellung)



Ähnlich wie die Informationskanäle zu „garantiert mobil!“ haben sich im Vergleich der Jahre 2018 und 2019 auch die Motive zur Registrierung verändert (Abbildung 26). Standen 2018 bei Start des Angebots noch Neugierde und die Beteiligung an einer Innovation im Vordergrund, so spielen 2019 eher pragmatische Motive wie die Möglichkeiten zur Online-Buchung eines Rufbusses oder zur Bestellung einer taxOMobil-Fahrt eine bedeutende Rolle. Erheblich an Bedeutung eingebüßt hat das Motiv, Mitfahrmöglichkeiten anzubieten. Demgegenüber wirken 2019 erstmals die Mobilitätsberater als Motivatoren; in Relation zur Häufigkeit, in der sie als initialer Informationskanal genannt werden (siehe oben), scheint ihre Wirksamkeit sogar recht hoch zu sein.

Beim Zugang zu Web- oder App-basierten Angeboten spielt der Registrierungsprozess eine zentrale Rolle. Je nach Ausgestaltung kann er zur Angebotsnutzung animieren oder auch ein erhebliches Zugangshemmnis darstellen.

Wie aus Abbildung 27 am Beispiel der Befragung in 2019 zu sehen ist, wird der Registrierungsprozess ganz überwiegend positiv beurteilt. Die Zustimmung insbesondere zur Verständlichkeit des Prozesses und zur Nachvollziehbarkeit der erforderlichen Angaben ist ausgesprochen hoch. In technischer Hinsicht tauchen etwas häufiger Probleme auf. Die Ergebnisse aus 2019 unterscheiden sich nur unwesentlich von denen aus 2018.

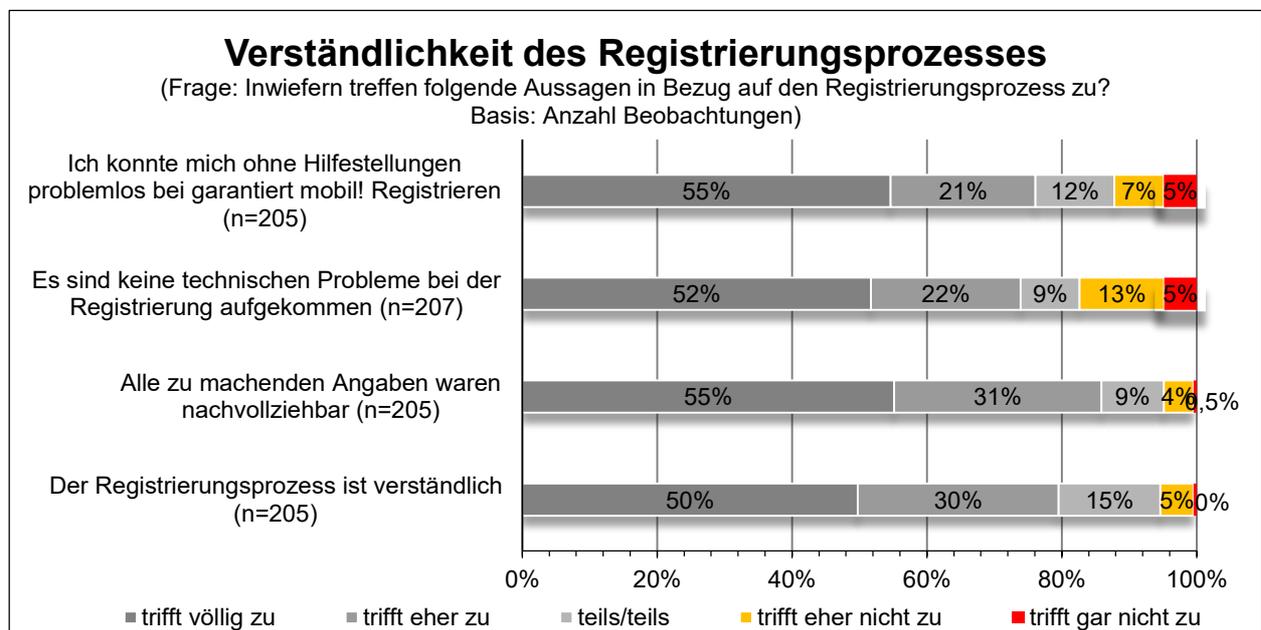


Abbildung 27: Beurteilung der Registrierung 2019 (eigene Darstellung)



## 5.4 „garantiert mobil!“–Nichtnutzer

Wie bereits in Abschnitt 5.2 (Abbildung 24) dargestellt, nutzen 13% (2019) der registrierten Kunden „garantiert mobil!“ nicht. Was auf den ersten Blick als Widerspruch erscheint – sich einerseits zu registrieren, andererseits das Angebot aber nicht zu nutzen – erscheint bei Betrachtung der genannten Gründe für die Nicht-Nutzung aber weitgehend erklärbar.

Abbildung 28 zeigt exemplarisch die bei der Befragung 2019 angegebenen Gründe, weswegen „garantiert mobil!“ nicht zum Suchen von Verbindungen und Fahrten genutzt wird; die Ergebnisse aus 2018 bieten ein sehr ähnliches Bild. Demzufolge liegt der Hauptgrund für die Nicht-Nutzung in der fehlenden Notwendigkeit bzw. in der Nutzung eines eigenen Autos. Gründe, die in den Merkmalen des Angebots selbst liegen, werden zwar ebenfalls genannt (z.B. Kompliziertheit des Buchungsportals, Unsicherheit, Ablehnung eines Prepaid-Kontos) werden zwar ebenfalls genannt, spielen demgegenüber eine geringe Rolle. Die Angaben zu sonstigen Gründen gestalten sich sehr individuell und ergeben kein erkennbares Muster.

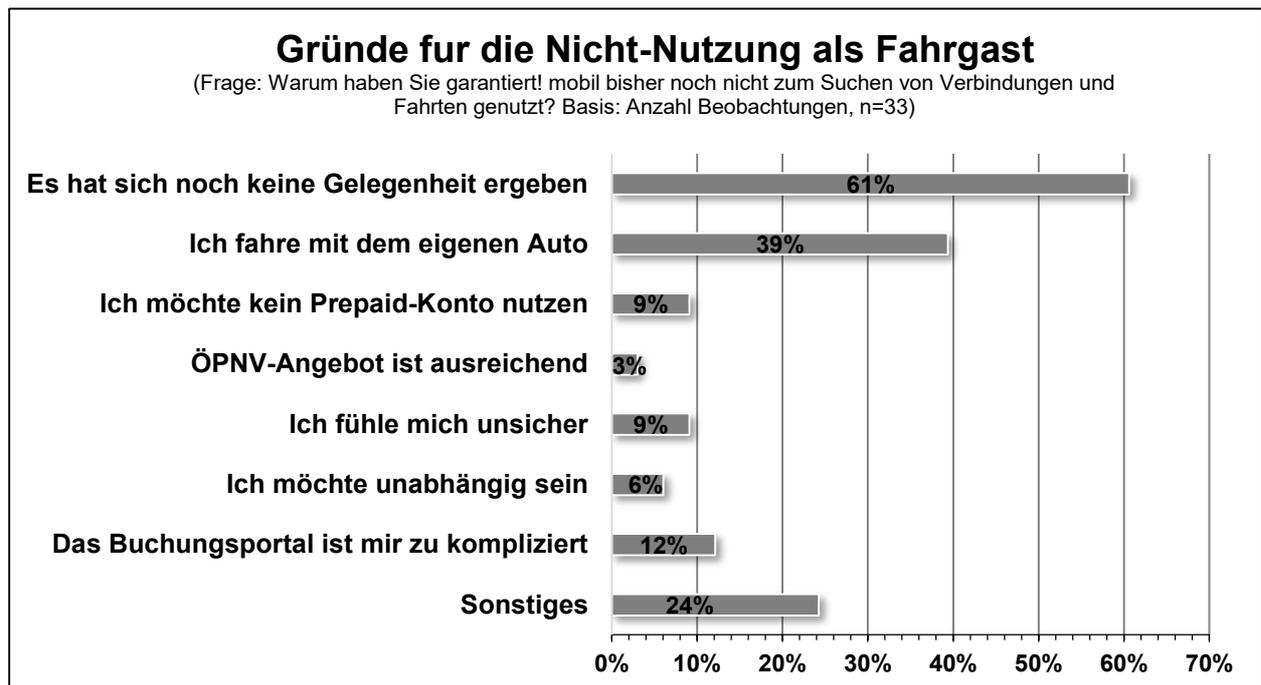


Abbildung 28: Gründe für die Nicht-Nutzung von „garantiert mobil!“ zum Suchen von Verbindungen und Fahrten 2019 (eigene Darstellung)



Korrespondierend mit den genannten Gründen gibt der ganz überwiegende Anteil der Nicht-Nutzer (2018: 93%, 2019: 88%) an, sich grundsätzlich eine Nutzung von „garantiert mobil!“ als Fahrgast vorstellen zu können.

Auch bei den Gründen, warum als registrierter Nutzer keine Fahrten angeboten werden, dominiert sowohl 2018 als auch 2019 deutlich die Angabe, dass sich noch keine Gelegenheit ergeben hat. Allerdings gibt hier auch knapp die Hälfte der Befragten an, sich eine Nutzung als Fahrтанbieter nicht vorstellen zu können.

Insgesamt ergibt sich somit das Bild, dass „garantiert mobil!“ auch bei der Gruppe der Nicht-Nutzer durchaus als Mobilitätsoption – vor allem als Fahrgast, eingeschränkt auch als Fahrтанbieter – wahrgenommen wird, im regulären Alltag dafür aber kein Bedarf besteht. Die Vermutung liegt nahe, dass „garantiert mobil!“ bei dieser Gruppe vor allem einen Nutzen als mögliches „Backup“ beim Versagen der üblichen Mobilitätsoptionen aufweist.

## 5.5 „garantiert mobil!“–Nutzer als Fahrgast

Wie bereits in Abschnitt 5.2 (Abbildung 24) dargestellt, nutzen rund vier Fünftel der registrierten Kunden „garantiert mobil!“ für die Suche nach. Nur ein Teil dieser Personen nutzt dann aber tatsächlich das System auch zur Buchung von Fahrten. Der Anteil dieser Nutzer für Buchungen hat jedoch im Vergleich zwischen 2018 und 2019 erheblich zugenommen und lag zuletzt bei knapp der Hälfte der betrachteten Gruppe (Abbildung 29).

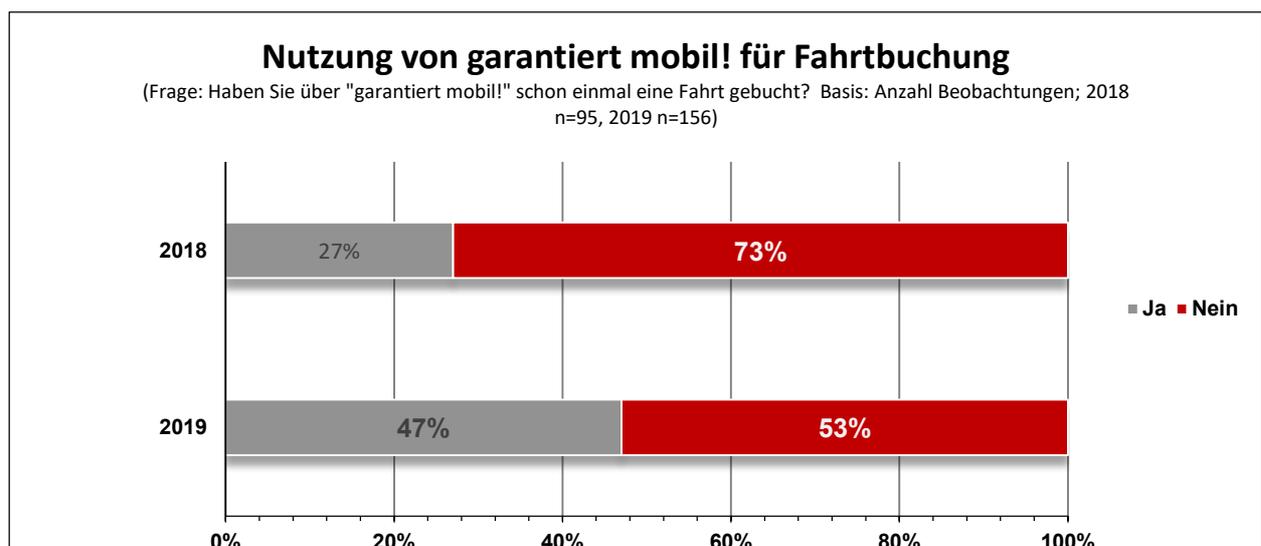


Abbildung 29: Nutzung von „garantiert mobil!“ für Fahrtbuchungen (eigene Darstellung)



Korrespondierend mit diesem Nutzungsverhalten geben 2019 60% der Gruppe „Nutzer Suche nach Fahrten und Verbindungen“ an, ihr Konto noch nicht aufgeladen zu haben. Als Grund dominiert deutlich der fehlende Bedarf an Fahrten. Sonstige Gründe, wie dass der Aufladeprozess unverständlich sei oder dass nur das Startguthaben verfahren werden sollte, spielen demgegenüber eine nachgeordnete Rolle.

Für jene 40% der in 2019 Befragten, die ihr Konto aufgeladen haben, ist PayPal mit Abstand der wichtigste Weg des Geldtransfers für „garantiert mobil!“. Überweisungen, Lastschriften und Bareinzahlungen liegen in ihrer Bedeutung etwa gleichauf, allerdings mit deutlichem Abstand zu PayPal.

Bei den Gründen, weshalb Nutzer der Fahrten- und Verbindungssuche nicht auch schon Buchungen vorgenommen haben, lassen sich im Vergleich der Jahre 2018 und 2019 deutliche Verschiebungen feststellen (Abbildung 30). Dominierten 2018 als Gründe noch fehlendes Verständnis der Funktionsweise von „garantiert mobil!“ und technische Unzuverlässigkeit der Buchungsplattform, spielten diese typischen Anlaufprobleme 2019 nur noch eine untergeordnete Rolle. Zugenommen hat demgegenüber die Bedeutung von Kostengründen.

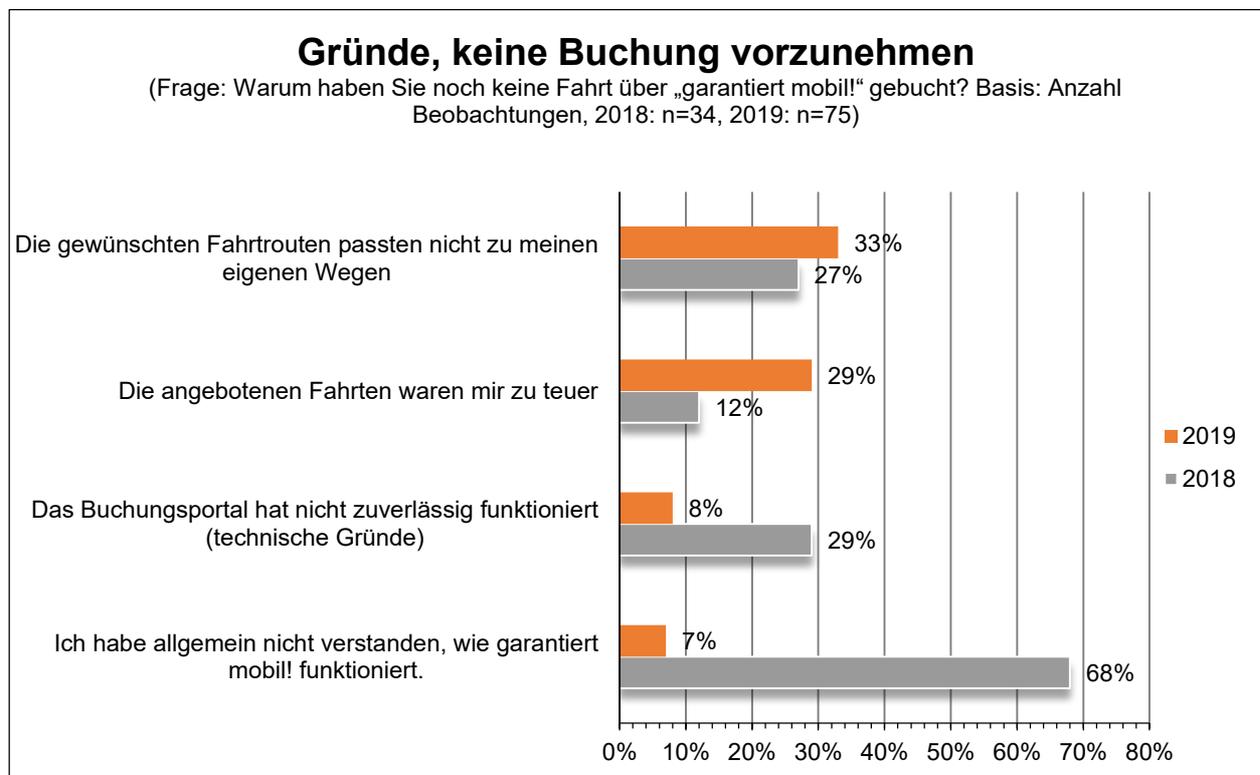


Abbildung 30: Gründe, keine Buchungen vorzunehmen (eigene Darstellung)



Unter den verschiedenen in „garantiert mobil!“ integrierten Angeboten haben taxOMobil-Fahrten die größte Bedeutung bei der Buchung von Fahrten: gut drei Viertel der befragten Buchungsnutzer gibt 2019 an, bereits eine taxOMobil-Fahrt genutzt zu haben (Abbildung 31). Der Anteil der ÖPNV- bzw. Rufbus-Nutzer liegt bei knapp drei Fünftel. Private Mitnahmefahrten machen mit 6% nur einen geringen Anteil aus. Im Vergleich der Befragungen 2018 und 2019 fällt auf, dass in der Reihung der Häufigkeit der Nennung taxOMobil und ÖPNV/Rufbus ihre Rangfolge getauscht haben und der Stellenwert privater Mitnahmefahrten weiter zurückgegangen ist<sup>3</sup>.

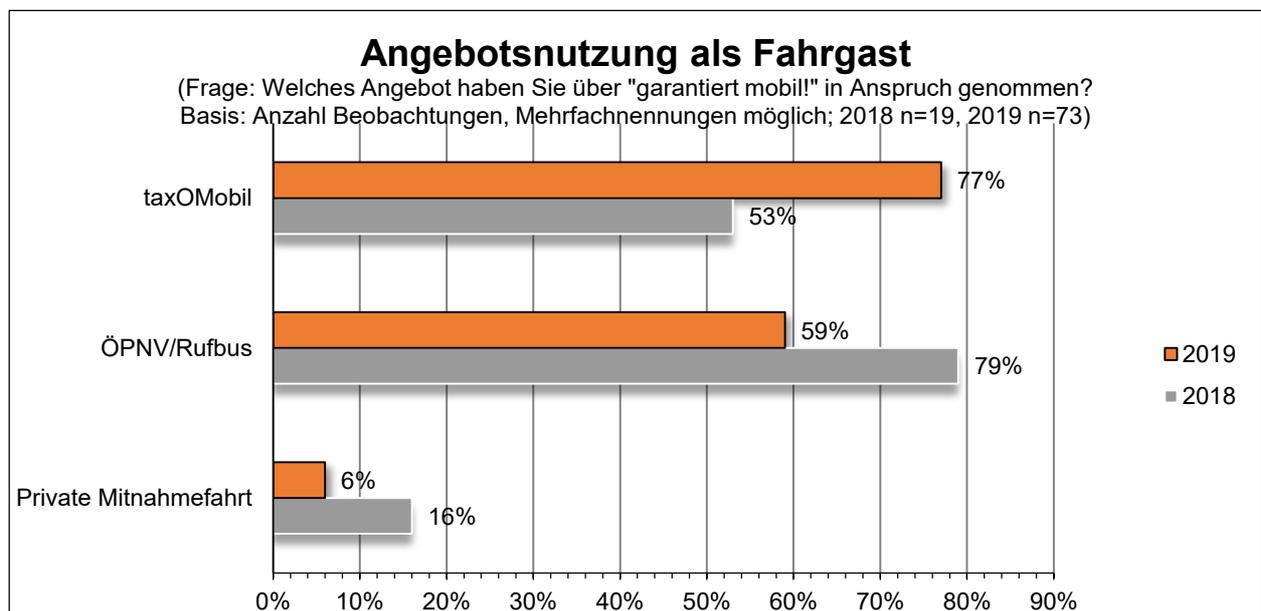


Abbildung 31: Nutzung der verschiedenen Angebote bei der Buchung von Fahrten (eigene Darstellung)

Die Zufriedenheit mit den taxOMobil-Fahrten ist ausgesprochen hoch (Abbildung 32): bei allen abgefragten Aspekten ist mindestens 90% der Befragten eher zufrieden bis sehr zufrieden. 2018 lagen die Bewertungen sogar noch etwas besser, dies allerdings bei einer weniger belastbaren Basis von nur 12 bis 14 Antworten je Teilaspekt.

Hinsichtlich der privaten Mitnahmefahrten können aufgrund der geringen Fallzahl von insgesamt nur 5 Befragten in 2018 und 2019 keine statistischen Aussagen getroffen werden. Qualitativ lässt sich sagen, dass die Resonanz und Zufriedenheit mit den Mitnahmefahrten innerhalb dieser geringen Stichprobe durchweg positiv war.

<sup>3</sup> Die Buchungsstatistik (vgl. Kapitel 3.2) zeigt demgegenüber, dass deutlich mehr ÖPNV-/Rufbus-Fahrten gebucht werden als taxOMobil-Fahrten. Diese Diskrepanz zu den Angaben der Befragten lässt vermuten, dass zwar ein geringerer Anteil der Kunden ÖV-/Rufbus-Fahrten bucht als taxOMobil-Fahrten, dies dann aber häufiger positiv bewertet wird.



Ebenfalls überwiegend positiv wird aus Fahrgastsicht die Buchungsplattform beurteilt, wie die Positionierung der Befragten zu sieben unterschiedlichen Thesen zeigt (Abbildung 33). Skepsis in nennenswertem Umfang gibt es lediglich bei der These, dass für alle Personenkreise ohne Hilfestellung eine Buchung möglich ist. 2018 fielen die Urteile überwiegend sogar noch etwas positiver aus.

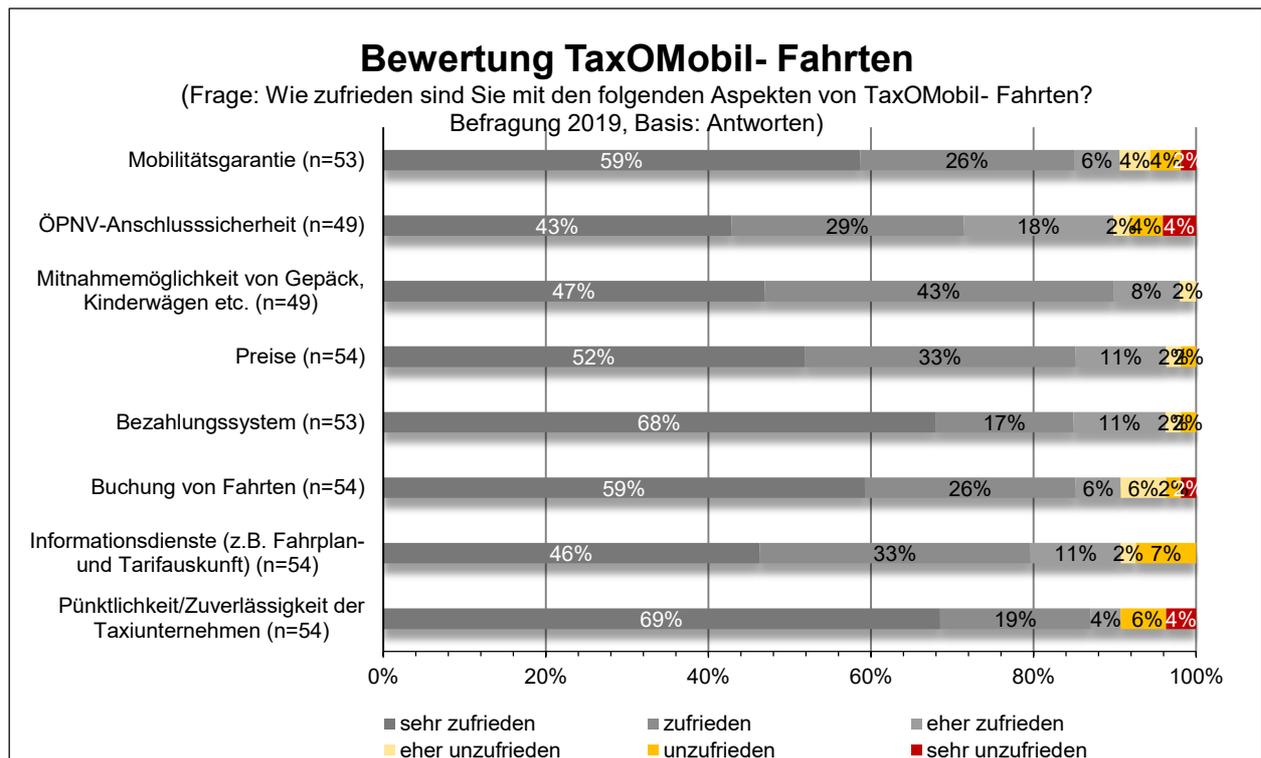


Abbildung 32: Bewertung taxOMobil-Fahrten 2019 (eigene Darstellung)

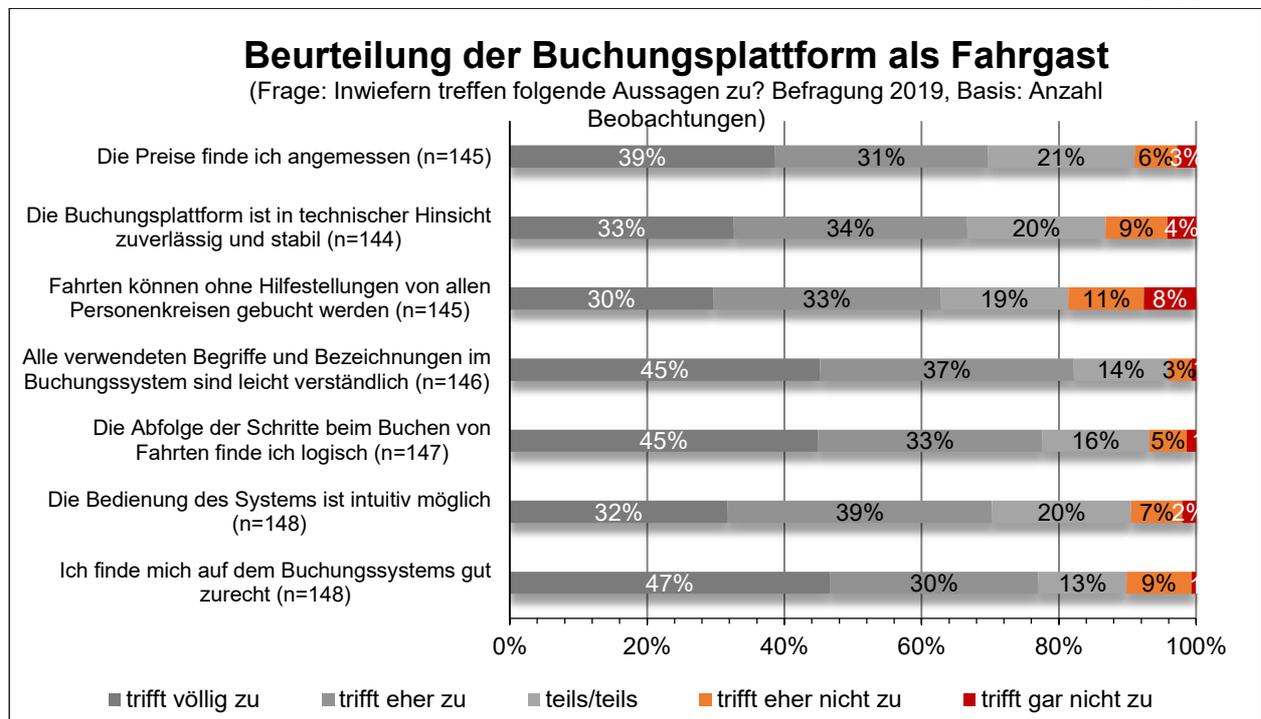


Abbildung 33: Beurteilung der Buchungsplattform 2019 als Fahrgast (eigene Darstellung)

Vor dem Hintergrund der so genannten Verkehrswende erscheint die Fragestellung besonders bedeutsam, ob und inwieweit „garantiert mobil!“ bei den Nutzern des Angebots zu einer Änderung der Verkehrsmittelwahl geführt hat. Abbildung 34 zeigt für die Befragungen aus 2018 und 2019 die Antworten auf die Frage, welches Verkehrsmittel die Befragten vor der Einführung von „garantiert mobil!“ auf den jeweiligen Wegen genutzt haben. Dabei sind im Jahresvergleich deutliche Verschiebungen erkennbar.

2019 werden durch „garantiert mobil!“-Fahrten vor allem private Hol- und Bringdienste und ÖPNV-Fahrten, aber auch Wege mit dem eigenen Pkw – immerhin von 35% der Antwortenden genannt – ersetzt. Eine geringere Rolle spielt der Ersatz von Taxi- oder Mietwagenfahrten, was zeigt, dass „garantiert mobil!“, anders als es die 2018er Ergebnisse vermuten lassen, nach seiner Etablierung für das Taxigewerbe keine starke Konkurrenz darstellt. Immerhin 17% der Antwortenden gab an, den entsprechenden Weg vor „garantiert mobil!“ nicht unternommen zu haben. In diesem Segment gelingt es „garantiert mobil!“ offenbar, bisher unerfüllte Mobilitätsbedürfnisse zu befriedigen.

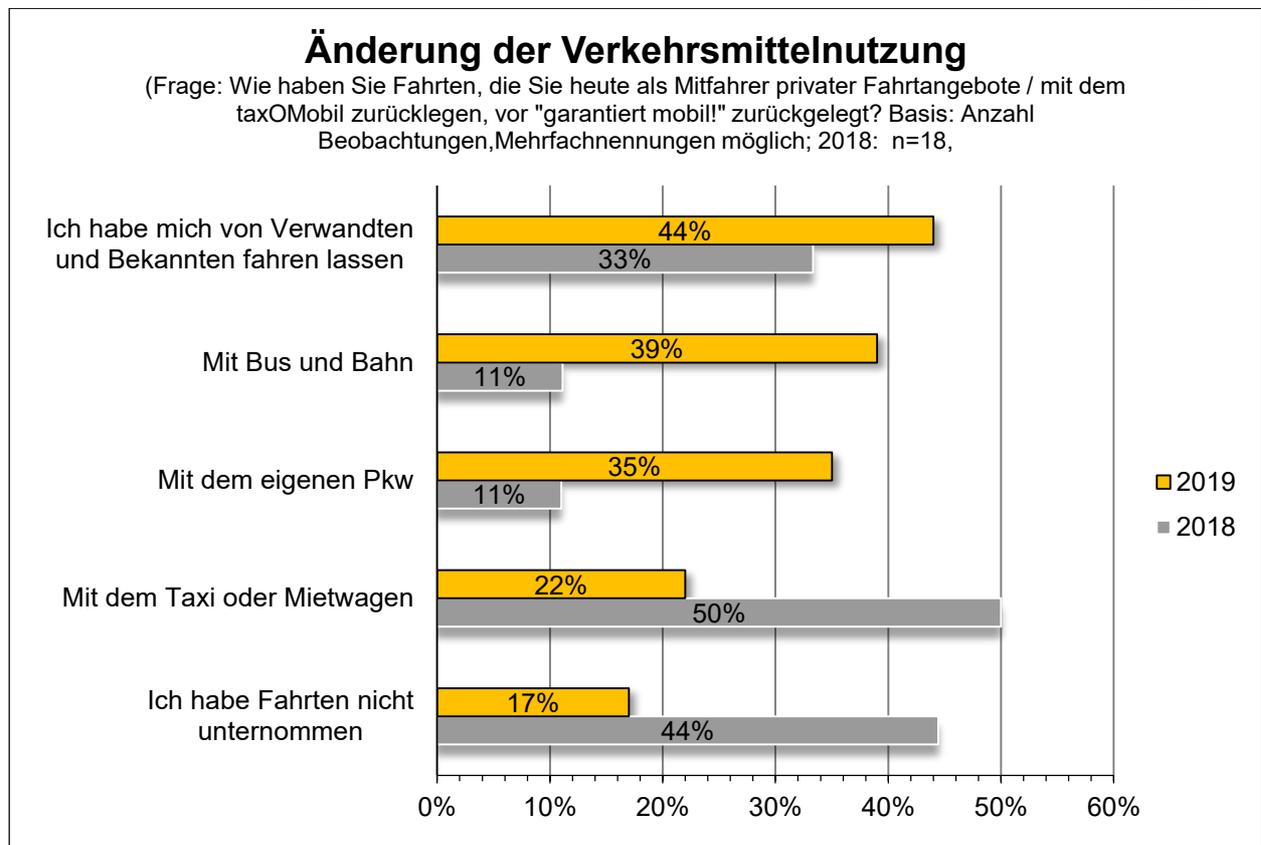


Abbildung 34: Änderung der Verkehrsmittelnutzung durch „garantiert mobil!“ (eigene Darstellung)

## 5.6 garantiert mobil! –Nutzer als Fahrtanbieter

Angesichts des vergleichsweise geringen Anteils von registrierten „garantiert mobil!“-Nutzern, die Fahrten anbieten, konzentrieren sich die Ergebnisse der Befragungen auf die Beurteilung der Buchungsplattform. In Abbildung 35 sind die Ergebnisse aus 2019 dargestellt, die sich von denen aus 2018 nicht substantiell unterscheiden.

Wie zu erkennen ist, fällt die Beurteilung des Buchungsprocederes überwiegend positiv aus. Die meisten der zu beurteilenden Statements erreichen Zustimmungsanteile von 50% bis 70%. Am kritischsten werden dabei noch die Usability des eigentlichen Vorgangs des Einstellens von Fahrten beurteilt (Logik der Schritte, intuitive Bedienung).

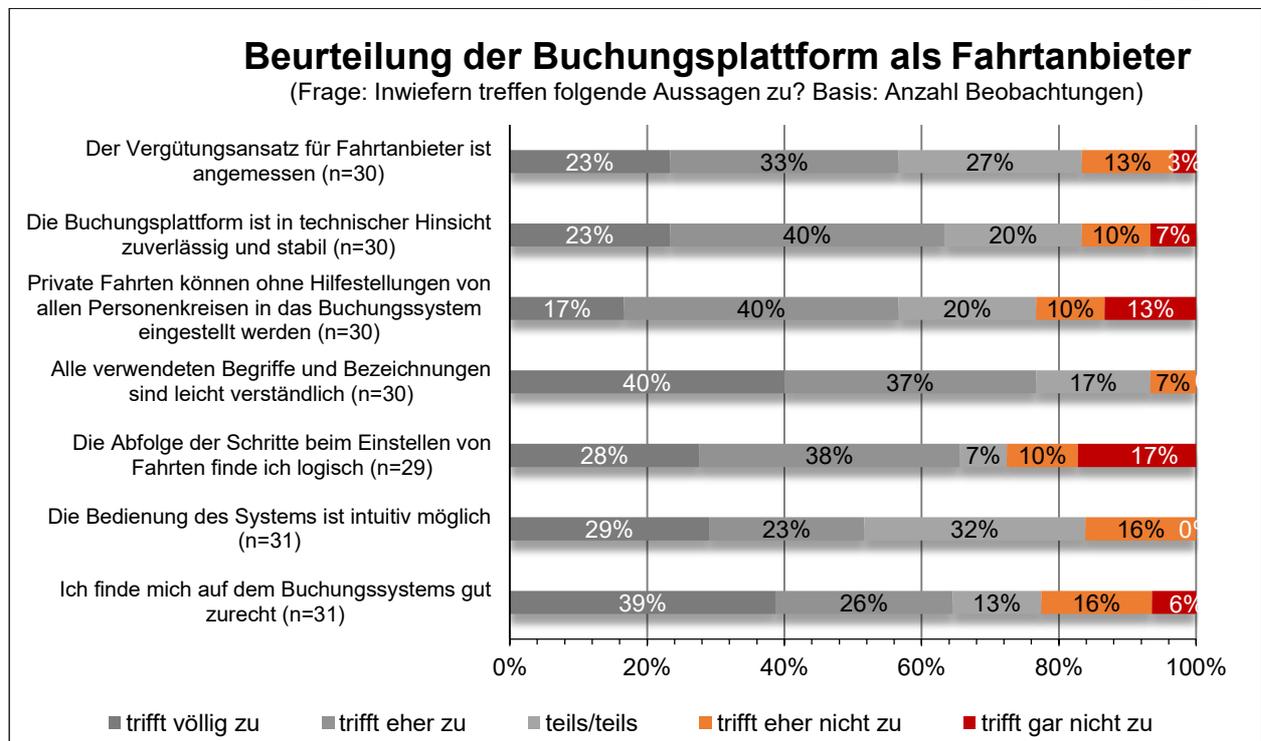


Abbildung 35: Beurteilung der Buchungsplattform als Fahrthanbieter 2019 (eigene Darstellung)

Hinsichtlich der Erfahrungen mit tatsächlich durchgeführten Mitnahmefahrten können aufgrund der geringen Fallzahl von insgesamt nur 8 Befragten in 2018 und 2019 keine statistischen Aussagen getroffen werden. Qualitativ lässt sich sagen, dass die Fahrthanbieter mit den Mitnahmefahrten innerhalb dieser geringen Stichprobe überwiegend zufrieden waren.

## 5.7 Empfehlungen und Gesamtbewertung durch Kunden

Die registrierten „garantiert mobil!“-Kunden wurden nicht allein nach ihrem eigenen Nutzungsverhalten befragt, sondern auch um Einschätzungen gebeten, wie die Verbreitung und Nutzung von „garantiert mobil!“ gestärkt werden kann. Unter den verschiedenen Vorschlägen erhielten insbesondere die gezielte Ansprache bestimmter Zielgruppen, die persönliche Vermittlung der Funktionsweise von „garantiert mobil!“ sowie Werbung in den Medien hohe Zustimmungswerte. Eher geringer Handlungsbedarf wird dagegen hinsichtlich des Buchungsportals und seiner Zuverlässigkeit gesehen.

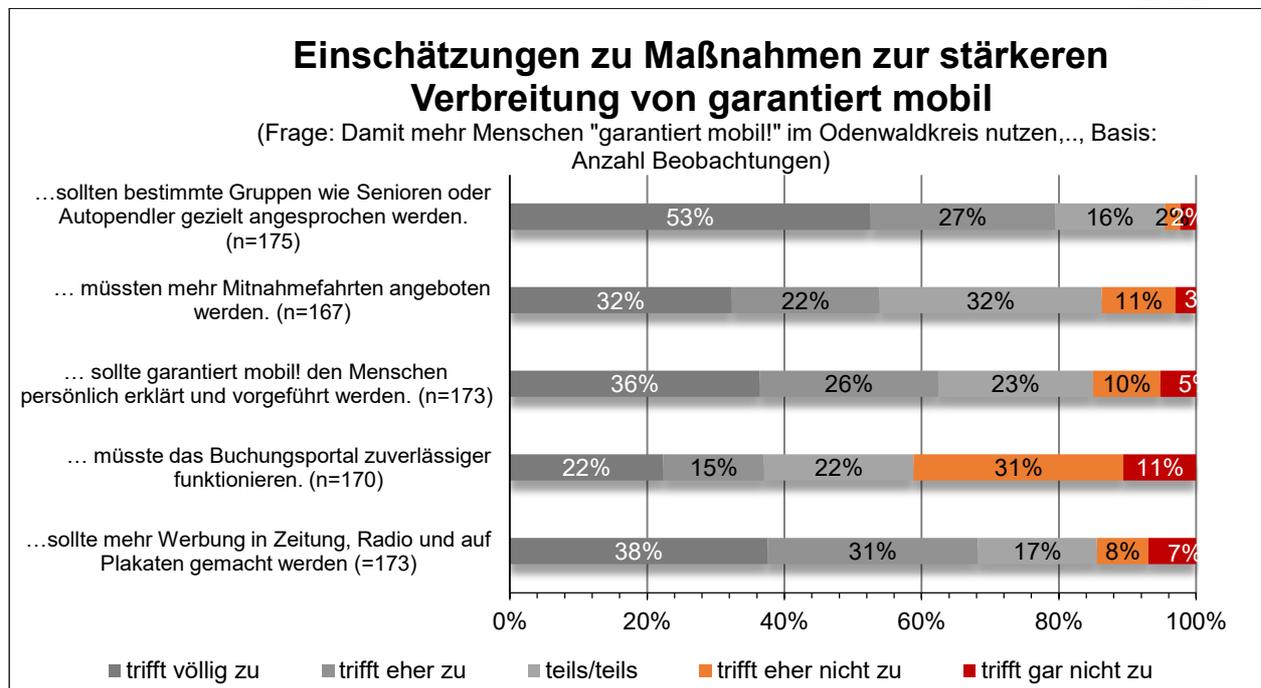


Abbildung 36: Einschätzungen zu Maßnahmen zur stärkeren Verbreitung von garantiert mobil 2019 (eigene Darstellung)

Zwei der Verbreitungsmaßnahmen mit der höchsten Zustimmung seitens der Nutzer, die Werbung bei Zielgruppen und die persönliche Ansprache und Anleitung potenzieller Nutzer, werden seit Ende 2018 von einem Team von Mobilitätsberatern der OREG betrieben. Unter den Befragungsteilnehmern 2019 gaben 44% an, noch keinen Kontakt mit einem Mobilitätsberater gehabt zu haben. Als Grund hierfür wird mit deutlichem Abstand am häufigsten (72% der Nennungen) die fehlende Notwendigkeit genannt. Lediglich ein Viertel der Personen ohne Kontakt zu Mobilitätsberatern gibt an, von deren Existenz nichts gewusst zu haben.

56% der Befragten 2019 hatten bereits Kontakt zu einem Mobilitätsberater. Häufigste Themen in der Beratung waren nach Angabe der Befragten Fahrtbuchungen (43%), gefolgt von der Registrierung (29%) und Verbindungsauskünften (19%). Fragen der Konto- beladung spielen mit 9% der Nennungen nur eine nachgeordnete Rolle.

Die Zufriedenheit mit den Mobilitätsberatern ist in allen Aspekten der Beratung ausgesprochen hoch (Abbildung 37). Das drückt sich auch darin aus, dass 70% der Teilnehmer an einer Mobilitätsberatung diese weiterempfehlen würden und 26% sie schon weiterempfohlen haben. Auch auf einer Schulnotenskala erzielten die Mobilitätsberater mit einer Durchschnittsnote von 1,67 einen ausgesprochen guten Wert.

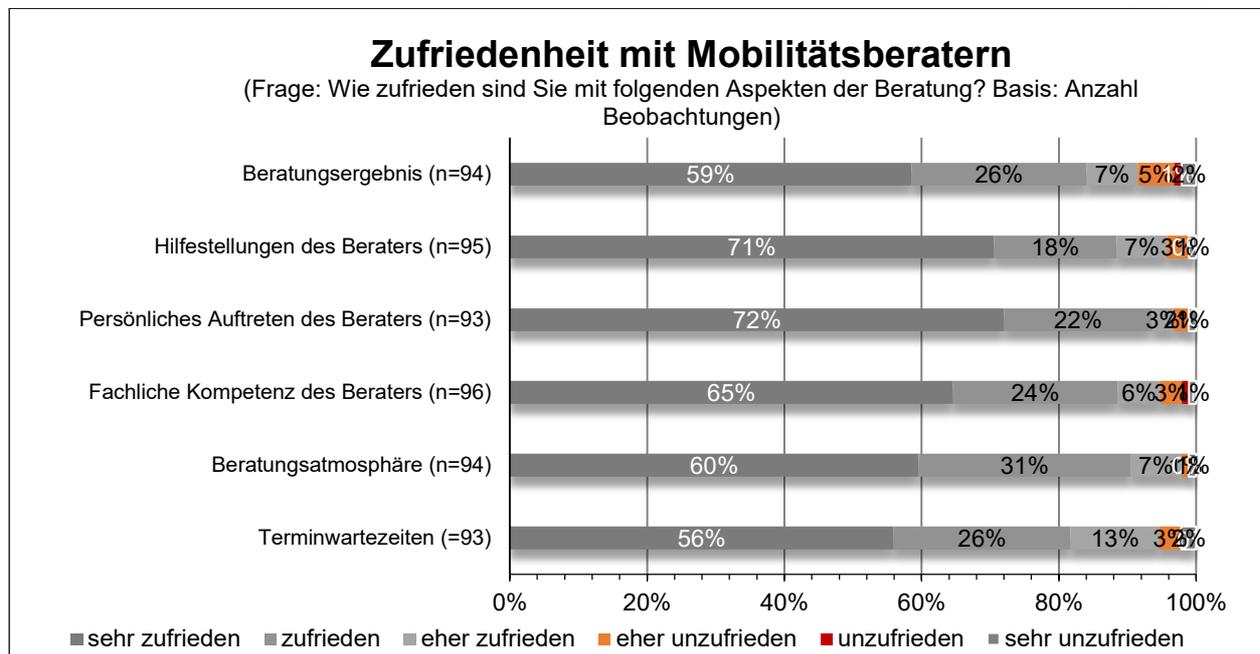


Abbildung 37: Zufriedenheit mit Mobilitätsberatern 2019 (eigene Darstellung)

Bei der Einschätzung zu verschiedenen Statements zu „garantiert mobil!“ insgesamt ist ebenfalls eine sehr hohe Weiterempfehlungsrate von 69% festzustellen (Ergebnisse 2019, Abbildung 38). Ebenfalls hohe Zustimmungsraten erreichen die Aussagen, dass „garantiert mobil!“ einfach zu nutzen ist und dass es eine gute Ergänzung zu Bus und Bahn darstellt. Die These, dass „garantiert mobil!“ das eigene Mobilitätsverhalten verändert, erhält zwar unter allen Statements die geringste Zustimmung, aber dennoch wird von immerhin 25% der Befragten ein solcher Einfluss selbst wahrgenommen; angesichts des generell problematischen Handlungsfeldes der individuellen Verhaltensänderung ist dies ein ausgesprochen hoher Wert.

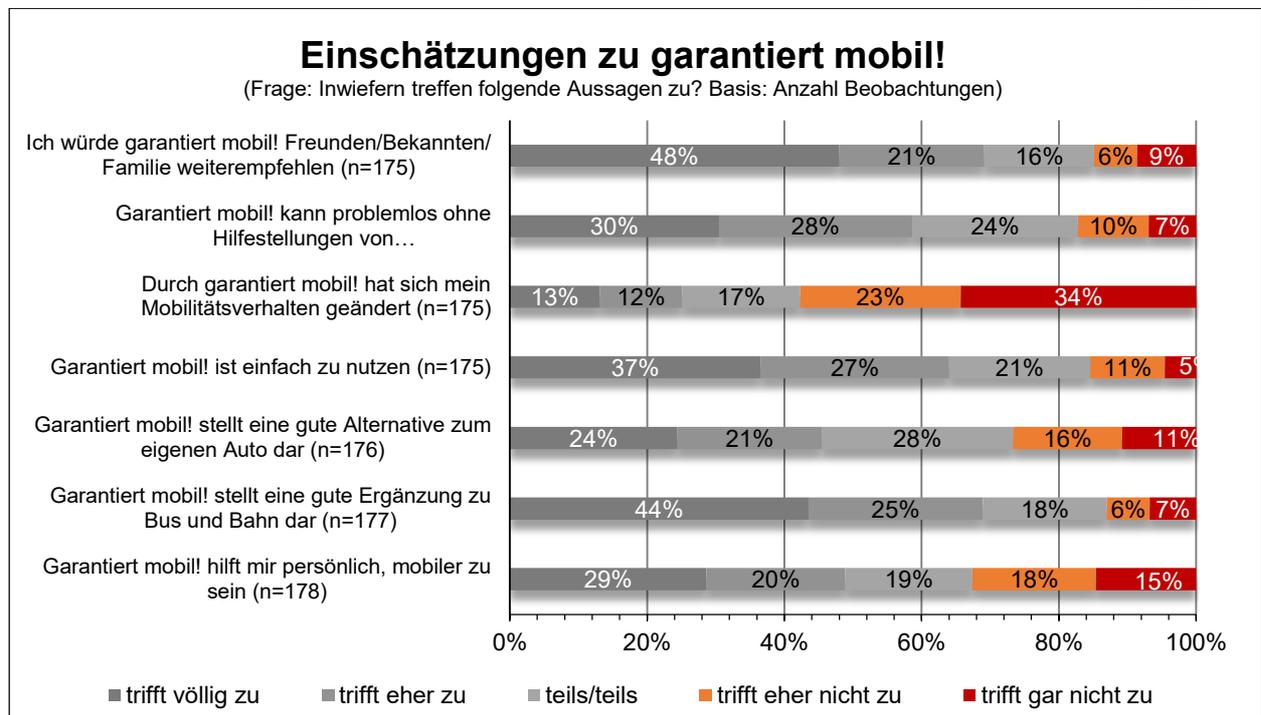


Abbildung 38: Einschätzungen zu „garantiert mobil!“ 2019 (eigene Darstellung)

In der Gesamtbeurteilung aller befragten Personen schneidet „garantiert mobil!“ sowohl 2018 als auch 2019 gut ab (Abbildung 39). Die Durchschnittsnoten unterscheiden sich mit 2,56 (2018) bzw. 2,65 (2019) nur geringfügig. Es ist aber eine etwas stärkere Polarisierung der Bewertungen erkennbar.

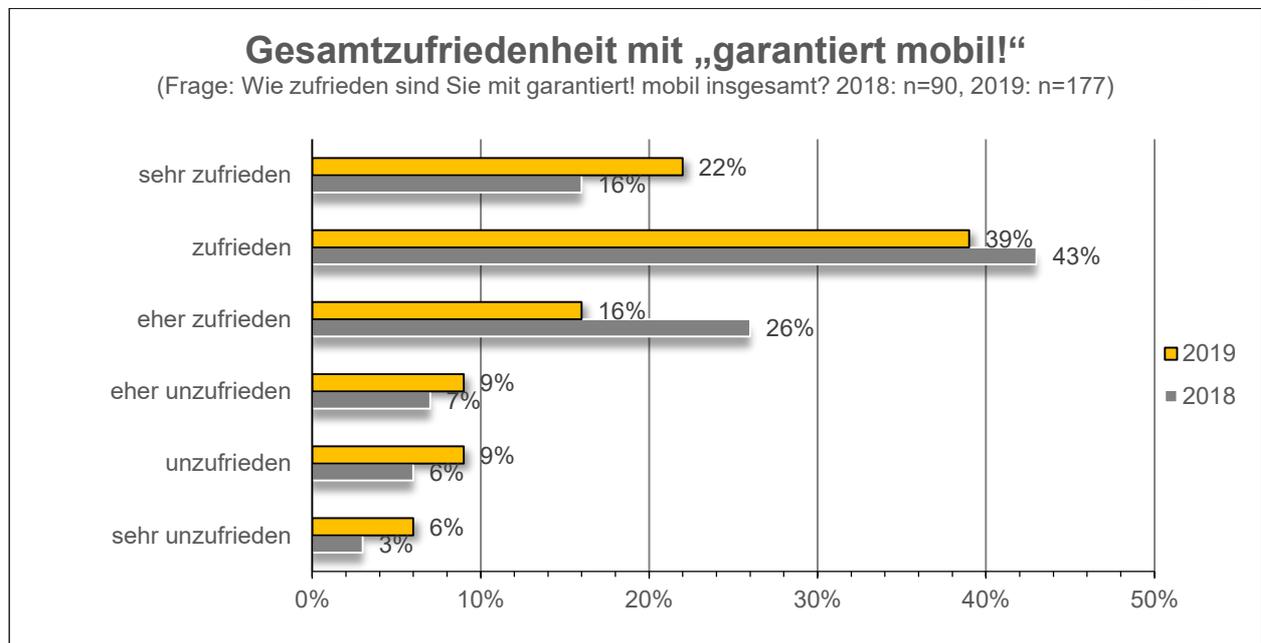


Abbildung 39: Gesamtzufriedenheit mit „garantiert mobil!“ (eigene Darstellung)

## 5.8 Zwischenfazit

Die Befragung der registrierten Kunden liefert ein ausgesprochen differenziertes Bild der Nutzung und der Einschätzungen zu „garantiert mobil!“. Als besonders wertvoll für die Beurteilung des neuartigen Mobilitätsangebots erweist sich die zweimalige Befragung im Abstand von rund eineinhalb Jahren, welche die Identifikation von Dynamiken, aber auch von Konstanten ermöglicht.

Hinsichtlich der Kundenstruktur fällt auf, dass sich unter den registrierten „garantiert mobil!“-Kunden alle Altersgruppen wiederfinden, das Angebot mithin breit in der Bevölkerung angenommen wird. Lediglich die Altersgruppe der Senioren (> 65 Jahre) erscheint unterrepräsentiert. Bezüglich der Wohnorte der „garantiert mobil!“-Kunden ist die Verteilung innerhalb des Kreisgebiets zum Teil inhomogen, was vermutlich mit der örtlich unterschiedlichen Angebotsqualität im ÖPNV zusammenhängt. Bemerkenswert erscheint, dass jeder elfte Kunde außerhalb des Odenwaldkreises wohnt, „garantiert mobil!“ folglich auch für Einpendler oder Gäste einen Nutzen hat.

Von den verschiedenen Angeboten innerhalb von „garantiert mobil!“ ist die Verbindungssuche das am häufigsten genutzte. Immerhin etwa die Hälfte der Personen, welche die Verbindungssuche nutzen, bucht auch tatsächlich über „garantiert mobil!“ ein Angebot. Das Anbieten von Mitfahrten spielt demgegenüber nur eine nachgeordnete Rolle.



Im Zeitvergleich fällt auf, dass der Anteil der Personen, die „garantiert mobil!“ häufiger nutzt, ansteigt, was auf eine zunehmende Integration in die individuellen Mobilitätsmuster schließen lässt. Dies korrespondiert auch mit dem Befund, dass bei den Motiven, sich für „garantiert mobil!“ zu registrieren, 2019 der praktische Nutzwert im Vordergrund stand und nicht mehr, wie 2018, die Neugier auf das neue Angebot.

Ein zwar geringer, aber mit 13% doch nicht zu vernachlässigender Anteil der registrierten Nutzer nutzt „garantiert mobil!“ nie. Aus den genannten Gründen der Nicht-Nutzung lässt sich ableiten, dass sie „garantiert mobil!“ in ihrem Alltag zwar nicht benötigen, es aber als Rückfallebene schätzen für den Fall, dass ihre üblichen Mobilitätsmuster nicht funktionieren.

Mehr als drei Viertel der Befragten (77%) bucht taxOMobil-Fahrten, 59% der Befragten geben an, ÖPNV bzw. Rufbusse zu buchen. Mitnahmefahrten spielen nur eine geringe Rolle. Insgesamt bietet sich aus den Angaben zur Nutzung und aus den Einschätzungen zum Angebot das Bild, dass „garantiert mobil!“

- mit dem taxOMobil-Angebot bestehende Mobilitätslücken schließt,
- neuen und breiteren Kundenkreisen einen niedrighschwelligen Zugang zu ÖPNV und Rufbus eröffnet und
- mit den privaten Mitfahrten die Lücke zwischen großem Interesse und Offenheit einerseits und geringer tatsächlicher Nachfrage noch nicht schließen konnte.

Bemerkenswert erscheint, dass „garantiert mobil!“ nach eigener Einschätzung bzw. Angaben der Kunden Veränderungen des Verkehrsmittelwahlverhaltens begünstigt und auch die Teilhabechancen verbessert.

Für eine weitere Verbreitung von „garantiert mobil!“ erscheint vor allem der Einsatz von Mobilitätsberatern für eine individuelle, persönliche und zielgruppenorientierte Beratung sinnvoll, der auch von den „garantiert mobil!“-Kunden außerordentlich positiv bewertet wird.

Insgesamt beurteilen die registrierten Kunden „garantiert mobil!“ stabil positiv.



## 6 Ergebnisse der Befragung der Taxiunternehmen

### 6.1 Bedeutung und Motivation

Die Häufigkeit der Fahrten ist bei den befragten Unternehmen sehr unterschiedlich. Es gibt Unternehmen, die mehrere Fahrten pro Tag durchführen, aber auch solche, die nur sehr wenige Fahrten haben. Gerade die Unternehmen mit mehr Fahrten beobachten eine steigende Nachfrage. Im Vergleich zur Anzahl der eingesetzten Fahrzeuge und zu den ansonsten durchgeführten Fahrten, ist die Bedeutung der taxOMobil-Fahrten nicht sehr hoch.

Eine grundlegende Motivation ist bei allen befragten Unternehmen festzustellen. Das liegt nicht nur daran, dass die Fahrten gern gesehen und für die meisten Unternehmen kostendeckend sind. Es werden auch weitergehende verkehrliche und soziale Vorteile gesehen: taxOMobil-Fahrten werden als ein wichtiger Bestandteil eines modernen, attraktiven und behindertenfreundlichen ÖPNV-Gesamtsystems wahrgenommen. Sie bedienen somit einen Markt, in den auch neuen Anbieter wie Uber drängen.

Wichtig ist dabei auch der persönliche Kontakt zwischen Fahrpersonal und Fahrgästen. Außerdem sehen die Unternehmen in den Fahrten auch eine Möglichkeit, ihr Unternehmen bekannter zu machen.

### 6.2 Buchungsprozess und Abrechnung

Die Zusammenarbeit mit der OREG und mit den anderen Taxiunternehmen wird als positiv und unproblematisch empfunden. Die OREG ist gut ansprechbar und hat immer ein offenes Ohr. Auch die Abrechnung über die Firma Wissmüller läuft mittlerweile problemlos.

Gemischte Rückmeldungen gibt es beim Buchungsprozess: Die meisten (reinen Taxi-) Unternehmen empfinden den Prozess (Nachricht per Mail, Antwort durch einen Link) als unproblematisch.

Kritik wird von den Unternehmen geäußert, die auch als Busunternehmen fungieren. Hier wird kritisiert, dass der Buchungsprozess nicht mehr vollständig per SMS abgewickelt werden kann. Aufgrund des oft schlechten Mobilfunknetzes und der dann fehlenden Internetverbindung ist die Bearbeitung per Mail nicht immer zu gewährleisten. Die Unternehmen fordern, dieses System wieder auf die ursprüngliche Buchung per SMS umzustellen.



Bei den Busunternehmen kommen die Buchungsanfragen für taxOMobil-Fahrten zusammen mit den Rufbus-Anfragen an. Dies ist unübersichtlich und die Anfragen können leicht übersehen werden. Von den Busunternehmen besteht daher der Wunsch nach einem Anruf, wenn taxOMobil-Fahrten angefragt werden.

Gelobt wird mehrfach die nun bessere Planbarkeit aufgrund der verlängerten Vorlaufzeit. Gerade bei kleinen Unternehmen ohne ständig besetzte Zentrale ist dies notwendig: Da die Fahrer - während sie fahren - keine Anfragen bearbeiten können, ist eine Bearbeitung während der Fahrtpausen notwendig. Dadurch ergeben sich Verzögerungen bei der Beantwortung von Anfragen und die Notwendigkeit einer ausreichenden Vorlaufzeit.

Die Bestätigungsmails wurden bei einigen Unternehmen als „teilweise verwirrend“ beschrieben.

Kritik an den Einnahmen für Taxiunternehmen wurden nur in einem Fall genannt. Trotzdem sollten hierzu vertiefende Gespräche geführt werden.

### **6.3 Durchführung, Fahrgäste, Pünktlichkeit**

Die Durchführung der Fahrten ist im Großen und Ganzen unproblematisch. Nach Angabe der Befragten können die Fahrten praktisch immer pünktlich durchgeführt werden. Begrüßt wird, dass die Handynummer des Fahrgastes mitgeschickt wird, so dass bei Bedarf Kontakt aufgenommen werden kann.

Auch die Anschlüsse an den Linienverkehr herzustellen, wird als unproblematisch bewertet. Hilfreich ist es, wenn die Unternehmen wissen, dass ein Anschluss erreicht werden soll. Manchmal muss das Taxi warten, wenn ein Zug unpünktlich ist.

Von einzelnen gebuchten Fahrten, die nicht angetreten werden, berichten fast alle Unternehmen. Aber es handelt sich um Einzelfälle, die trotzdem vergütet werden, so dass kein wirtschaftliches Problem entsteht.

Probleme, die angefragten Fahrten zu bedienen gibt es allenfalls in einzelnen Fällen morgens und bei Großveranstaltungen.

### **6.4 Gesamtbewertung**

Insgesamt ist die Bewertung der taxOMobil-Fahrten gut. Alle befragten Personen waren mehr oder weniger zufrieden mit dem System (im Durchschnitt Schulnote 2). Bei



der Nachfrage, warum keine noch bessere Note vergeben wurde, wurde oft die bislang noch geringe Nachfrage als Grund genannt.

## 6.5 Verbesserungsvorschläge

Von den Befragten wird vorgeschlagen, dass die Mobilitätsberater (die für sehr sinnvoll gehalten werden) auch mit den Fahrern reden. Die Fahrer sind Multiplikatoren und können Informationen über den ÖPNV an die Fahrgäste weitergeben.

Vorgeschlagen wird auch, dass gebuchte Fahrten leichter abgesagt werden können. So können unnötige Fahrten vermieden werden.

Geprüft werden sollte auch eine eigene Unternehmer-App vor, um die Bearbeitung der Anfragen zu erleichtern.

Generell sollte der Anmeldungs- und Buchungsprozess vereinfacht werden. Insbesondere für ältere Menschen ist er zu kompliziert. Hier sollten Lösungen für Menschen ohne Smartphone zu geschaffen (z.B. Zehnerkarte, „Schlemmerblock“) werden. Auch gilt es, Lösungen für Wanderer zu suchen, d.h. für Touristen, die nicht im Odenwald leben und nicht registriert sein.

Als problematisch (aber natürlich nicht im Rahmen von „garantiert mobil!“ lösbar) werden die Funklöcher angesehen, die eine flächendeckende Nutzung – sowohl für die Unternehmen als auch für die Fahrgäste – erschweren.

## 6.6 Zwischenfazit

Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen den Taxiunternehmen und der OREG funktionieren sehr gut. Dieses positive Klima gilt es aufrecht zu erhalten.

Auch die Fahrtabwicklung wird praktisch durchgehend als unproblematisch beschrieben. Die Fahrtwünsche können im Allgemeinen pünktlich erfüllt werden. Nennenswerte Kritikpunkte werden nicht benannt. Dieses Qualitätsniveau gilt es auch zukünftig (bei steigenden Buchungszahlen) aufrecht zu erhalten.

Die Anzahl der taxOMobil-Fahrten ist insgesamt noch gering. Die Taxiunternehmen würden eine höhere Fahrtenanzahl begrüßen. Die Maßnahmen, um „garantiert mobil!“ und damit auch die taxOMobil-Fahrten bekannter zu machen, sollten beibehalten oder sogar ausgebaut werden. Eine größere Bekanntheit sollte auch zu einer höheren Nachfrage bei



den taxOMobil-Fahrten beitragen. Für ältere Menschen und ortsfremde Touristen sollten einfache Möglichkeiten der Buchung (ohne Anmeldung) geprüft werden.



## 7 Übergreifende Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Die durchgeführten Untersuchungen ergeben insgesamt ein gutes und weitgehend konsistentes Bild der Akzeptanz und der Wirkungen des neuartigen Mobilitätsangebots „garantiert mobil!“. Besonders bewährt haben sich das Herangehen mit unterschiedlichen Methoden (Auswertung der Kunden- und Buchungsstatistik, repräsentative Bevölkerungsbefragung, Befragung von Kunden, Gespräche mit Taxiunternehmen) sowie – im Falle der Befragungen – der Längsschnittcharakter der Erhebungen, der eine Beurteilung der Entwicklungen im Zeitverlauf ermöglicht. Insbesondere bei der Kundenbefragung bestätigt sich die Erfahrung, dass Erhebungen kurz nach der Einführung eines neuen Angebots nur unvollkommene Schlüsse über die Akzeptanz und Nutzung des Angebots zulassen und sich ein stabiles Bild erst nach einem Zeitraum von einem Jahr und mehr einstellt.

Nachfolgend werden zusammenfassend Schlussfolgerungen gezogen und Empfehlungen zum weiteren Umgang mit „garantiert mobil!“ formuliert. Da über das generelle Ziel hinaus, die Mobilitätsversorgung im Odenwaldkreis zu verbessern, keine konkreten, messbaren Ziele für das Angebot „garantiert mobil!“ vorliegen, werden der Beurteilung allgemeine verkehrsplanerische und mobilitätswissenschaftliche Überlegungen zu Grunde gelegt.

### 7.1 Zuverlässigkeit und Usability von „garantiert mobil!“ als technischer Plattform

Der technische und organisatorische Aufbau der Buchungsplattform, die das funktionale Herzstück für „garantiert mobil!“ bildet und als größte Herausforderung des Projekts angesehen werden kann, ist offenbar sehr gut gelungen. Nach anfänglichen technischen Problemen, die sich auch in der Kundenbefragung 2018 widerspiegeln, ist die Resonanz zur Bedienbarkeit und zur Zuverlässigkeit der Plattform überwiegend positiv. Demzufolge scheinen die Anlaufschwierigkeiten nicht nachhaltig negativ auf das Image von „garantiert mobil!“ gewirkt haben. Auch aus den Gesprächen mit den Taxiunternehmen geht keine Kritik hervor.

Interessant erscheint, dass PayPal als Zahlungsweg sehr große Bedeutung gewonnen hat. Dies kann als Indiz für einen wesentlichen Erfolgsfaktor digitaler Dienste gewertet werden: „Was einfach ist, setzt sich durch“.

#### **Empfehlungen:**

Die Buchungsplattform sollte beibehalten werden. Aus der laufenden Kommunikation



mit Kunden und Partnern sollten Hinweise auf Detailprobleme und Verbesserungspotenziale aufgenommen und hinsichtlich Beseitigung bzw. Umsetzung geprüft werden.

Angesichts der raschen Fortentwicklung digitaler Medien sollte für 2021/22 ein Relaunch der Kundenschnittstelle ins Auge gefasst werden. Dabei sollte die Einfachheit und Intuitivität der Bedienung im Vordergrund stehen.

## 7.2 Bekanntheit, Marketing und Image

Das Angebot „garantiert mobil!“ ist immerhin knapp der Hälfte der Bevölkerung bekannt. Gemessen an der täglichen allgemeinen Informationsflut, dem Marketingbudget und dem Sachverhalt, dass es sich im Gesamtalltag eher um ein Nischenthema handelt, kann dies als ausgesprochen guter Wert angesehen werden. Positiv erscheint vor allem, dass der Bekanntheitswert im Verlauf der zwei Jahre nach der Einführung sogar noch leicht angestiegen ist. Die bereits anfänglich (2017) hohe Bekanntheit ist also nicht verblasst und auch die Tatsache, dass nur ein recht kleiner Teil der Bevölkerung das Angebot in irgendeiner Weise nutzt, hat offenbar nicht bewirkt, dass „garantiert mobil!“ nach dem initialen Neuigkeitseffekt wieder in Vergessenheit geraten ist.

Nachdem anfänglich vor allem verschiedene Medien die Aufmerksamkeit auf „garantiert mobil!“ gelenkt und darüber informiert haben, werden in der Kundenbefragung 2019 die Odenwaldmobil-Homepage, Freunde und Bekannte sowie die Mobilitätsberater als wichtigste Informationskanäle genannt. Der Stellenwert der Homepage spricht dafür, dass bei „werdenden Kunden“ bereits ein Grundinteresse vorhanden war und dann aktiv nach Informationen gesucht wird. Die anderen beiden Kanäle – Freunde/Bekannte sowie Mobilitätsberater – belegen die hohe Bedeutung der Peer-to-Peer-Kommunikation bei (erklärungsbedürftigen) digitalen Produkten, die auch bei vielen anderen Mobilitäts-Apps festzustellen ist. Hervorzuheben ist, dass die Mobilitätsberater offenbar binnen kurzer Zeit eine große Bekanntheit und Akzeptanz gefunden haben und dass Ihre Tätigkeit sowohl aus eigener Erfahrung der Kunden nach Beratungen als auch als Marketingstrategie sehr positiv bewertet wird.

Bemerkenswert erscheint, dass im zeitlichen Verlauf der Bekanntheitsanstieg in jüngeren Altersgruppen besonders groß ist. Hier scheint es gelungen zu sein, eine Zielgruppe anzusprechen, für deren Mobilitätsbedürfnisse „garantiert mobil!“ als digitale Plattform einen echten Mehrwert bietet.

In diesem Zusammenhang ist auch das Imageprofil von „garantiert mobil!“ interessant: dem Angebot werden mehrheitlich Eigenschaften wie „passt zum Odenwaldkreis“, „gute ÖV-Ergänzung“ und „innovativ“ zugesprochen. Dagegen werden die Attribute „Pkw-



Alternative“, „Einfachheit“, „Zuverlässigkeit“ und „hohe Qualität“ deutlich seltener mit der Mobilitätsplattform in Verbindung gebracht. Dieses Wahrnehmungsbild deutet zugleich auch die derzeitigen Erfolgsgrenzen von „garantiert mobil!“ an: das Angebot steht gleichsam für einen Premium-ÖPNV, kann aber an die vom privaten Auto gewohnten Standards nicht heranreichen und kann daher diesen auch kaum substituieren (siehe hierzu aber die folgenden Erkenntnisse zur tatsächlichen Nutzung). Eine Beurteilung dieses Sachverhalts ist ohne eine klare Zielformulierung für „garantiert mobil!“ allerdings kaum möglich.

### **Empfehlungen:**

Das grundsätzlich positive Image und der vergleichsweise große Bekanntheitsgrad bieten eine sehr solide Basis für weitere Marketingaktivitäten. Besonders bewährt haben sich dabei offensichtlich die Mobilitätsberater, aber auch andere Kanäle wie Zeitschriften, Zeitungen und soziale Medien müssen stets weiter bedient werden.

Grundsätzlich sollte die Frage geklärt werden, ob das aktuelle Image dem gewünschten Profil entspricht. Gegebenenfalls muss geprüft werden, ob das Produktprofil von „garantiert mobil!“ geschärft und damit über den Einsatz der Mobilitätsberater hinaus eine gezieltere Zielgruppenansprache als bei der bisherigen, eher breit angelegten Ansprache ermöglicht werden kann.

## **7.3 Kunden und Nutzung**

Bemerkenswert und ausgesprochen positiv erscheint, dass trotz der nur leichten Zunahme der Bekanntheit (siehe oben) im Jahresvergleich die Kundenanzahl kontinuierlich zugenommen hat. Dies kann als Indiz dafür gewertet werden, dass Neukunden sich nicht allein aus zweckfreier Neugier oder von aktueller Werbung getrieben anmelden, sondern einen echten Nutzen und Mehrwert erwarten. Bestätigt wird diese Hypothese durch die Angaben der befragten Kunden zu ihrer Motivation, sich anzumelden: neben Neugier und Innovationsfreude steht bei ihnen die pragmatische Erwägung im Vordergrund, Rufbusse und taxOMobil-Fahrten zu bestellen.

Unter den (befragten) Kunden sind Senioren unterrepräsentiert, wogegen der Anteil der Jugendlichen und jungen Erwachsenen höher ist, als zu erwarten war. Es ist anzunehmen, dass hier die altersspezifisch unterschiedliche Affinität zu digitalen Werkzeugen eine wesentliche Rolle spielt. Bemerkenswerterweise wohnt ein nennenswerter Anteil der Kunden nicht im Odenwaldkreis, was ein Indiz für den Nutzen von „garantiert mobil!“ auch für Einpendler und Besucher sein mag.



Erwartungsgemäß verfügen überproportional viele Kunden nicht über einen Führerschein bzw. über den Zugriff auf ein Auto: dies ist die Gruppe der so genannten „Captive Riders“, also der Personen, die für ihre Mobilität im Wesentlichen auf den ÖPNV angewiesen sind und für die „garantiert mobil!“ das Angebotsportfolio deutlich erweitert. Immerhin zwei Drittel der Kunden haben aber jederzeit Zugang zu einem Pkw. „garantiert mobil!“ spricht somit offenbar auch Personen an, denen eine Alternative zum ÖPNV zur Verfügung steht. Hieraus und auch aus weiteren Angaben der Befragten lässt sich ablesen, dass „garantiert mobil!“ von einem Teil der Kunden als „Backup“-Lösung verstanden wird, die von Nutzen ist, wenn die gewohnten Mobilitätsmuster mit dem eigenen Auto nicht zum Einsatz kommen können (z.B. Auto in Werkstatt, Alkoholkonsum).

Mit weniger als 1.000 angemeldeten Kunden bewegt sich die Kundenanzahl insgesamt noch auf recht niedrigem Niveau. Positiv ist jedoch zu verzeichnen, dass über die Hälfte der Kunden zumindest gelegentlich „garantiert mobil!“ nutzt. Im Vergleich zu anderen digitalen Mobilitätsdiensten erscheint diese Quote ausgesprochen hoch. Kunden, die den Dienst nicht nutzen, begründen dies vor allem mit fehlender Notwendigkeit bzw. Anlass, was wiederum die oben formulierte These von der „Backup“-Funktion des Angebots stützt.

Bei der Art und Weise der Nutzung dominiert deutlich die Verbindungssuche. Die „garantiert mobil!“-Plattform fungiert mithin in vielen Situationen in erster Linie als Informationsdienst.

Bei den Buchungen spielt vor allem die Anmeldung von Rufbus-Fahrten eine Rolle: sie machen rund vier Fünftel aller Buchungen aus. Es ist anzunehmen, dass „garantiert mobil!“ als digitaler Dienst die Zugangsschwelle zu Rufbusangeboten vor allem für jüngere und mittlere Altersgruppen senkt und damit generell einen leichteren Zugang zum ÖPNV und eine bessere Integration von ÖV-Angeboten in die individuellen Mobilitätsgewohnheiten erleichtert.

Die taxOMobil-Fahrten machen – bei steigender Tendenz – lediglich etwa ein Fünftel der Buchungen aus. Die Resonanz zu den gebuchten Fahrten ist dabei durchweg ausgesprochen positiv. Eindeutige Ursachen für die vergleichsweise geringe Nachfrage nach taxOMobil-Fahrten lassen sich aus den Erhebungen nicht identifizieren. Verschiedene Indizien legen nahe, dass Hemmschwellen gegenüber neuartigen Angeboten und fehlende Mobilitätsbedürfnisse hier gleichermaßen eine Rolle spielen. Nach Angaben der taxOMobil-Nutzer substituieren sie mit den Fahrten ganz verschiedene Verkehrsmittel vom eigenen Auto bis hin zum klassischen ÖPNV. Für einen geringen Teil der Nutzer ermöglicht das taxOMobil-Angebot auch die Realisierung von Wegen, die ohne es nicht möglich gewesen wären.



Im Hinblick auf die tatsächliche Nutzung als nahezu erfolglos hat sich ausgerechnet jenes Angebotselement von „garantiert mobil!“ erwiesen, das den höchsten Innovationsgehalt gegenüber dem klassischen ÖPNV aufweist: die Mitnahmefahrten. Sie reihen sich damit nahtlos in die geringe Akzeptanz von vergleichbaren Mobilitätsangeboten ein, welche die Autofahrten von Privatpersonen zugänglich machen sollen: auch das ähnlich angelegte Projekt Mobilfalt in Nordhessen, sowie Mitfahrbänke und Mitfahrdienste wie ‚flinc‘ (mittlerweile für Privatkunden eingestellt) verzeichnen nur marginale Nutzungszahlen. Bei der Suche nach den Ursachen ähneln die Befunde für die „garantiert mobil!“-Mitfahrangebote jenen aus den vorgenannten Angeboten: einerseits werden derartige Angebote grundsätzlich begrüßt, es besteht eine hohe Bereitschaft, Personen mitzunehmen bzw. sich mitnehmen zu lassen und eine generelle Scheu vor Mitfahrten aus Sicherheitsbedenken o.ä. ist nur bei einem geringen Anteil von Personen festzustellen. Andererseits ist die Menge der angebotenen Fahrten aber so gering, dass das Zusammenfallen eines Mitfahrangebots mit einem Mitfahrwunsch extrem unwahrscheinlich ist. Da bei „garantiert mobil!“ weitere Ursachen wie fehlende Verlässlichkeit, die bei Mitfahrbänken und Mitfahr-Apps eine Rolle spielen, systembedingt ausgeschlossen werden können, ist die Ursache für die geringe realisierte Nachfrage vorrangig in diesem Mengenproblem zu suchen.

### **Empfehlungen:**

Das kontinuierliche Kundenwachstum ist klar als Erfolg von „garantiert mobil!“ zu werten. Die Kundenstruktur weist überdies darauf hin, dass neue Kundengruppen gewonnen bzw. die Zugangsschwellen zum ÖV und speziell zu Angeboten wie Rufbussen gesenkt werden konnten. Das taxOMobil-Angebot hat sich grundsätzlich bewährt, wenn sich auch die Nutzungszahlen auf sehr niedrigem Niveau bewegen. Dagegen hat das Angebot privater Mitfahrten die Erwartungen nicht erfüllt.

Vor diesem Hintergrund stellt sich durchaus die Frage nach einer Neuausrichtung des „garantiert mobil!“-Angebotsportfolios. So erscheint es durchaus denkbar, die Mitnahmeangebote – zumindest zeitweilig – aus dem Programm zu nehmen und dadurch zugleich für eine Vereinfachung und höhere Transparenz der Angebotsformen zu sorgen.

Entsprechende Entscheidungen sollten auf eine Potenzialanalyse gestützt werden, die das Potenzial für Mitnahmefahrten (und auch taxOMobil-Fahrten) greifbar macht bzw. die erforderliche kritische Masse an Mitfahrangeboten konkretisiert. Die im Rahmen der vorliegenden Analysen erhobenen Daten liefern bereits erste Hinweise darauf, dass im Odenwaldkreis einerseits der Anteil der Kreis der auf zusätzliche Angebote angewiesenen Personen überschaubar ist, dass andererseits aber durchaus in Teilsegmenten der Bevölkerung die Bereitschaft besteht, in bestimmten Situationen auf das eigene Auto zu verzichten. Durch eine Sekundärauswertung der Daten und ergänzende Erhebungen



könnte hier zielgerichtet ein Bild zu Potenzialen entwickelt werden, das auch eine Fokussierung des „garantiert mobil!“-Angebots ermöglicht.



## Quellen

rms GmbH (2018): Marktforschung im Odenwald zum Projektstart von garantiert mobil!.  
Frankfurt am Main, 23. Januar 2018, unveröffentlicht.

rms GmbH (2019): Marktforschung im Odenwald zum Projektstart von garantiert mobil!.  
Frankfurt am Main, 19. Juni 2019, unveröffentlicht.



## Anhänge

### Anhang 1 – Quantitative Entwicklung von „garantiert mobil!“

	2018	31.01.2019	28.02.2019	31.03.2019	30.04.2019	31.05.2019	30.06.2019	31.07.2019	31.08.2019	30.09.2019	31.10.2019
<b>1. Registrierte Kunden</b>											
Gesamt	520	540	568	619	668	694	728	833	882	905	942
Anzahl neue Kunden absolut	321	20	28	51	49	26	34	105	49	23	37
davon											
als Fahrgast	344	358	379	417	457	473	494	589	628	647	675
und Fahrtanbieter	176	182	189	202	211	221	234	244	254	258	267
Kunden mit Buchungen	263	275	290	323	355	377	400	457	479	493	519
Buchungsdurchschnitt aktiver Kunden	10,66	16,75	17,60	17,53	17,63	17,77	18,41	17,49	17,65	17,99	18,27
<b>2. Fahrtbuchungen per App / Web</b>											
Gesamt*	4100	4607	5103	5661	6259	6700	7362	7992	8454	8869	9480
Buchungen absolut	3842	507	496	558	598	441	662	630	462	415	611
Tagesdurchschnitt Buchungen	5,31	9,03	9,47	9,95	10,45	10,63	11,15	11,57	11,73	11,79	12,11
davon											
RufBus / Linienverkehr	3833	4281	4687	5172	5699	6063	6639	7180	7525	7834	8307
taxOMobil-Fahrten	261	319	407	480	551	628	714	803	915	1021	1159
taxOMobil-Fahrten absolut	246	58	88	73	71	77	86	89	112	106	138
Mitnahmefahrten	6	7	9	9	9	9	9	9	14	14	14
<b>3. Mitnahmeangebote</b>											
Gesamt	951	995	1103	1216	1301	1381	1436	1481	1585	1692	1789
Fahrten absolut	570	44	108	113	85	80	55	45	104	107	97
pro Fahrtanbieter	4,78	5,47	5,84	6,02	6,17	6,25	6,14	6,07	6,24	6,56	6,70

Quelle: OREG, Weiss, 2019



## **Anhang 2 – Ergebnisse der bevölkerungsrepräsentativen Befragungen, 1. Welle 2017**



# Marktforschung im Odenwald zum Projektstart von garantiert mobil!

ZENTRALE ERGEBNISSE EINER  
BEVÖLKERUNGSREPRÄSENTATIVEN BEFRAGUNG

FRANKFURT AM MAIN, 23. JANUAR 2018

# Management Summary & Empfehlungen (1/2)

## Verkehrsmittel-Nutzung

- Bei den Verkehrsmitteln dominiert im Odenwaldkreis der Pkw: 94% der Befragten nutzen das Auto min. 1x wöchentlich. Auch unter Jugendlichen und unter Senioren dominiert die Pkw-Nutzung, wenn auch mit geringerer Frequenz.
- Die Nutzung von Bussen und Bahnen ist im Odenwaldkreis unterdurchschnittlich verglichen mit anderen RMV-Regionen. ÖPNV-Stammnutzer sind vorrangig unter 15- bis 24-Jährigen, ÖPNV-Gelegenheits- und -Seltennutzer unter Senioren zu finden.
- ÖPNV-Nutzer wie Nichtnutzer haben als häufigsten Kritikpunkt die mangelnden Verbindungen bzw. die (schlechte) Taktfrequenz. Fast 90% der Befragten nennen Mängel im ÖPNV-Bedienungsangebot, Infrastruktur und Fahrpersonal sind weniger problematisch.

## Bekanntheit und Informationsquellen von **garantiert mobil!**

- 45% der Befragten kennen **garantiert mobil!**. Kenner assoziieren Mitfahrgelegenheiten und garantierte Mobilität. Die Bekanntheit von **garantiert mobil!** ist bei Senioren mit 60% am höchsten, bei 15- bis 24-Jährigen mit 33% am geringsten.  
**Garantiert mobil!** ist bei 29% ungestützt und weiteren 16% gestützt bekannt. Der Nutzeranteil liegt mit 2% bei den Kennern sehr gering (3 Personen).
- Informationen zu **garantiert mobil!** wurden bisher vor allem über Zeitungen/Zeitschriften wahrgenommen.
- 59% der Kenner können sich grundsätzlich vorstellen das Angebot von **garantiert mobil!** als Fahrgast zu nutzen. Ein geringerer Anteil von 38% der Kenner würde (vielleicht) selbst Fahrten anbieten. Hemmnis ist oft der Verzicht auf Flexibilität und die Abneigung, Fremde im eigenen Pkw mitzunehmen.
- Grundsätzlich ist Mitfahren eher vorstellbar, als Fahrten anzubieten. Männer sind aufgeschlossener als Frauen, Ältere (bei Mitfahrten) eher nutzungsbereit als mittlere Altersgruppen.

# Management Summary & Empfehlungen (2/2)

## Image und Potenzial von garantiert mobil!

- **Garantiert mobil!** passt gut zum Odenwaldkreis – in erster Linie als Ergänzung zum ÖPNV, in zweiter Linie als Alternative zum Pkw.
- Das Image von **garantiert mobil!** wird als innovativ und kundenorientiert empfunden. Leistung und Qualität sind noch schwer einzuschätzen.
- Allgemein ist eine Mehrheit bereit, Bekannte im eigenen Wagen mitzunehmen. Die Mitnahme von Fremden kostet viele jedoch Überwindung.
- 17% der Odenwälder fühlen sich aufgrund mangelnder Fahrmöglichkeiten bei Aktivitäten eingeschränkt, eher Frauen (21%). Nachbarschaftshilfe durch Mitfahrgelegenheiten leisten rund 60% der Odenwälder, häufig Frauen (67%). Mitfahrgelegenheiten durch Bekannte/ Nachbarn nehmen in erster Linie Jugendliche, in zweiter Linie Senioren in Anspruch.

## Empfehlungen

- Garantiert mobil! erreicht wenige Wochen nach Pilotstart erfreuliche Bekanntheit und positive Imagewerte.
- Primäre Zielgruppen sind Jugendliche/ junge Erwachsene und Senioren.
- Zur Steigerung der Bekanntheit vor allem unter den jungen Zielgruppen könnte ein stärkerer Fokus auf Online-Kanälen bei der Kommunikation hilfreich sein, da bisher hauptsächlich die klassischen Printmedien erinnert werden, welche eher von älteren Zielgruppen genutzt werden.
- Eine persönliche Beratung (speziell der Zielgruppen) durch einen Mobilitätsberater erscheint sinnvoll.
- Das Thema „Mitfahrgelegenheiten bieten und nutzen“ ist im Bekannten- und Nachbarschaftskreis bereits breit akzeptiert und beliebt.
- Eine Hürde für garantiert mobil! besteht darin, bei den Zielgruppen Ängste und Befürchtungen gegenüber Mitfahrten mit bzw. durch „Fremde“ abzubauen. Hier könnten kommunikative Maßnahmen und objektive Maßnahmen zur „Sicherheit“ sowohl der Fahrt-Anbieter wie der Mitfahrer dem Projekt zu größerer Akzeptanz und Nutzung verhelfen.

## AGENDA

1. **Ausgangssituation, Zielsetzung und Methode**
2. Verkehrsmittel-Nutzung und Bewertung
3. Bekanntheit und Nutzung von **garantiert mobil!**
4. Image und Potenzial von **garantiert mobil!**

# Ausgangssituation und Zielsetzung

## Ausgangssituation

- Mit **garantiert mobil!** gibt es seit 08. September 2017 im Odenwaldkreis eine neue Form der öffentlichen Mobilität: Das klassische Angebot des öffentlichen Personennahverkehrs mit Bussen und Bahnen wird durch private Fahrten in Form von Mitfahrgelegenheiten und gewerbliche Fahrten in Form von Taxen ergänzt. Die Taxifahrten werden im Rahmen des Projektes vergünstigt angeboten.
- Die OREG begegnet damit den großen Herausforderungen, vor denen der ÖPNV in Flächenlandkreisen heute steht.

## Zielsetzung

- Ziel dieser telefonischen Befragung ist die Ermittlung von Bekanntheit, Informationskanälen und Image des neuen Angebotes **garantiert mobil!**
- Darüber hinaus soll die Nutzung bzw. die Nutzungswahrscheinlichkeit des Angebotes erhoben werden.
- Ein weiteres Ziel der Studie ist es, Nutzer-Potenziale und Optimierungsmöglichkeiten in der Kommunikation des Angebotes zu identifizieren.
- Alle Angaben werden repräsentativ für die Bevölkerung des Odenwaldkreises ab 15 Jahren erhoben.
- Diese Befragung zum Projektstart dient gleichzeitig als Nullmessung. Bei einer Vergleichsmessung zu einem späteren Zeitpunkt kann überprüft werden, ob die kommunikativen Maßnahmen gewirkt haben, wo gegebenenfalls Informationsdefizite bestehen und welche Nutzeranteile erreicht werden konnten.

# Methode

## Telefonische Befragung

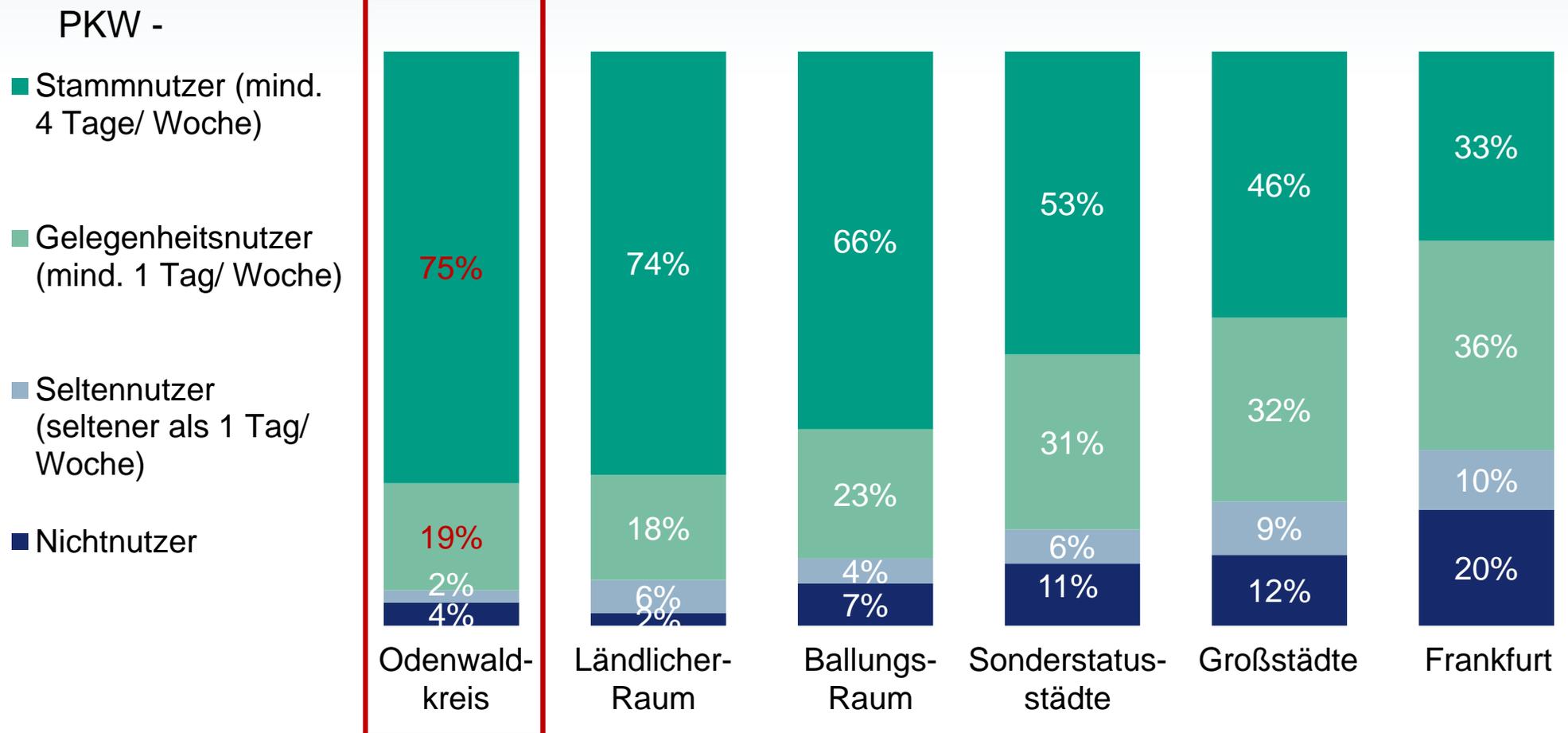
<b>Zeitraum:</b>	05. Oktober bis 15. November 2017
<b>Grundgesamtheit:</b>	Wohnbevölkerung des Odenwaldkreises ab 15 Jahre
<b>Stichprobenziehung:</b>	repräsentative Haushaltsstichprobe auf der Basis generierter Festnetz-Telefonnummern
<b>Auswahl der Zielpersonen:</b>	auf Basis eines Quotenplans, der die Bevölkerungsverteilung im Kreis hinsichtlich Alter und Geschlecht widerspiegelt
<b>Stichprobengröße:</b>	N=407
<b>Gewichtung:</b>	nach Gemeinde, Geschlecht und Alter (Kreisbasis)

## AGENDA

1. Ausgangssituation, Zielsetzung und Methode
2. **Verkehrsmittel-Nutzung und Bewertung**
3. Bekanntheit und Nutzung von **garantiert mobil!**
4. Image und Potenzial von **garantiert mobil!**

# Bei den Verkehrsmitteln dominiert im Odenwaldkreis der Pkw: 94% der Befragten nutzen das Auto min. 1x wöchentlich

PKW-NUTZUNG IN DEN VERSCHIEDENEN REGIONEN IM VERGLEICH (ERGEBNISSE KOMM 10. WELLE 2017)

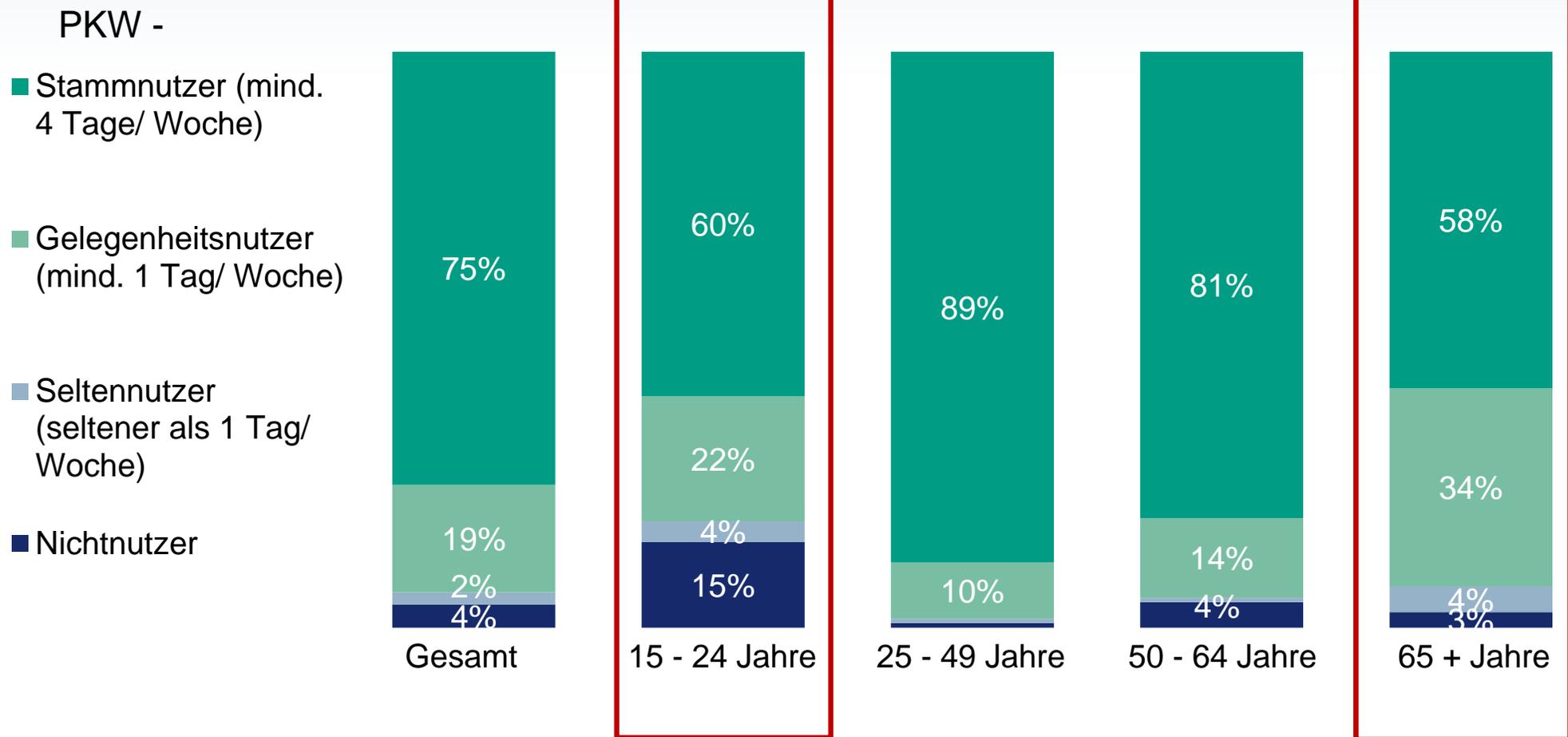


**Fragestellung:** „An wie vielen Tagen fahren Sie normalerweise pro Woche, also von Montag bis Sonntag, mit dem PKW?“

**Basis:** alle Befragte Odenwaldkreis n= 407; KoMM 10. Welle 2017: Landkreis Typ 1 n=210; Landkreis Typ 1 n=209; Sonderstatusstädte n=202; Großstädte n=221; Frankfurt n=204

# Auch unter Jugendlichen und unter Senioren dominiert die Pkw-Nutzung, wenn auch mit geringerer Frequenz

## PKW-NUTZUNG IN DEN VERSCHIEDENEN ALTERSGRUPPEN

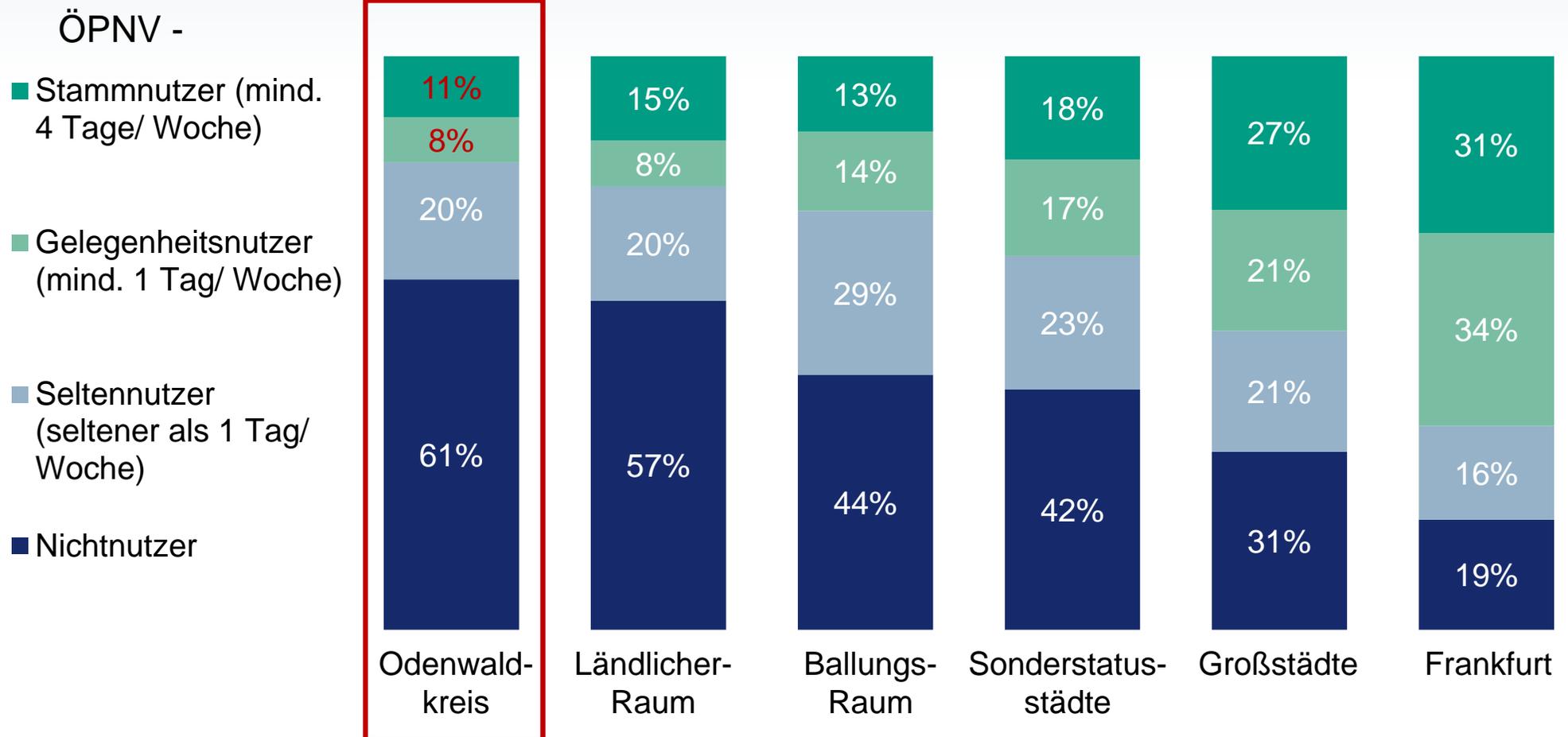


**Fragestellung:** „An wie vielen Tagen fahren Sie normalerweise pro Woche, also von Montag bis Sonntag, mit dem PKW?“

**Basis:** alle Befragte Odenwaldkreis n= 407; 15-24 Jahre n=51; 25-49Jahre n=140; 50-64 Jahre n=111; 65+ Jahre n=105

# Die Nutzung von Bussen und Bahnen ist im Odenwaldkreis unterdurchschnittlich verglichen mit anderen RMV-Regionen

ÖPNV-NUTZUNG IN DEN VERSCHIEDENEN REGIONEN IM VERGLEICH (ERGEBNISSE KOMM 10. WELLE 2017)

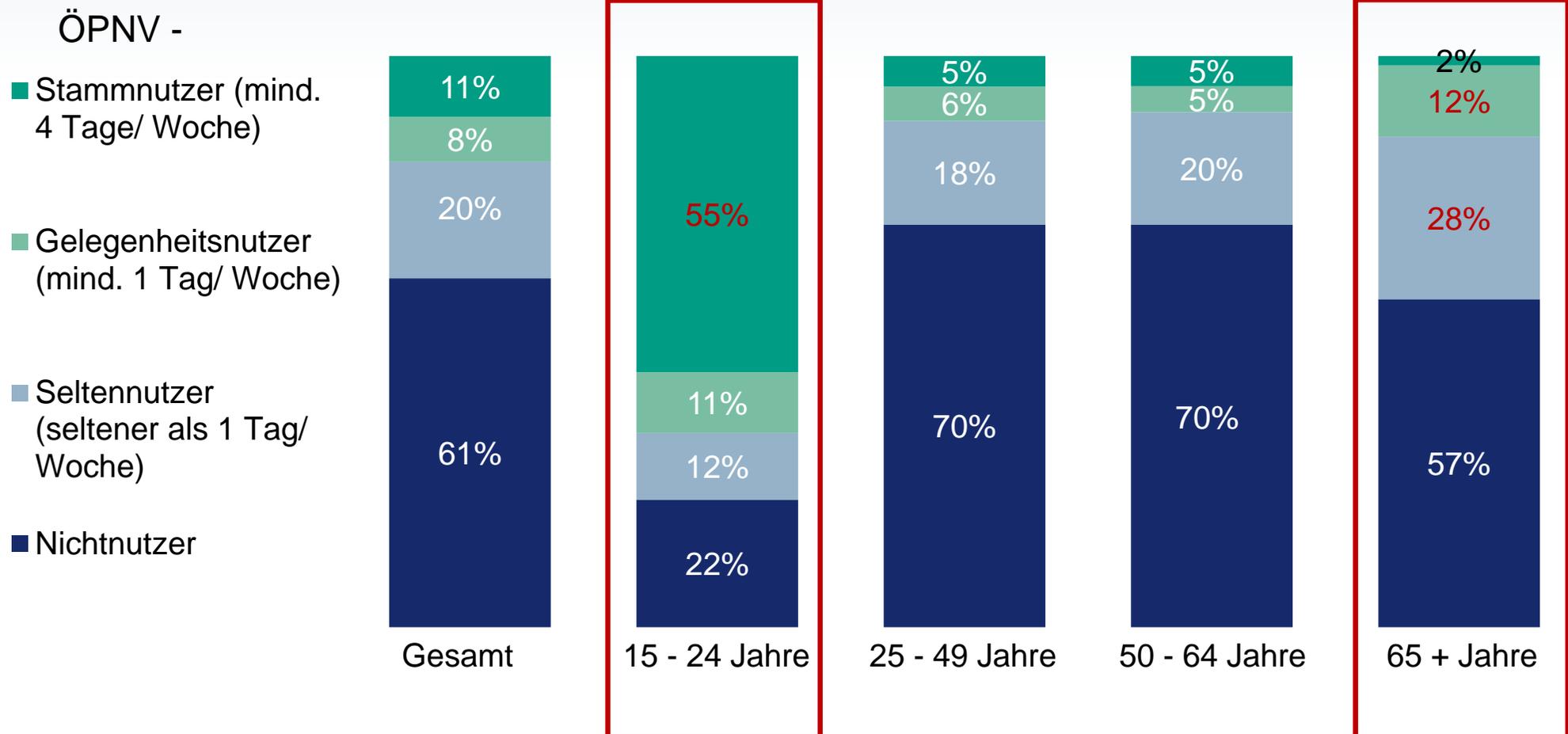


**Fragestellung:** „An wie vielen Tagen fahren Sie normalerweise pro Woche, also von Montag bis Sonntag, mit den Bussen und Bahnen des öffentlichen Personennahverkehrs?“

**Basis:** alle Befragte Odenwaldkreis n= 407; KoMM 10. Welle 2017: Landkreis Typ 1 n=210; Landkreis Typ 1 n=209; Sonderstatusstädte n=202; Großstädte n=221; Frankfurt n=204

# ÖPNV-Stammnutzer sind vorrangig unter 15- bis 24-Jährigen, ÖPNV-Gelegenheits- und -Seltennutzer unter Senioren zu finden

## ÖPNV-NUTZUNG IN DEN VERSCHIEDENEN ALTERSGRUPPEN



**Fragestellung:** „An wie vielen Tagen fahren Sie normalerweise pro Woche, also von Montag bis Sonntag, mit den Bussen und Bahnen des öffentlichen Personennahverkehrs?“

**Basis:** alle Befragte Odenwaldkreis n= 407; 15-24 Jahre n=51; 25-49Jahre n=140; 50-64 Jahre n=111; 65+ Jahre n=105

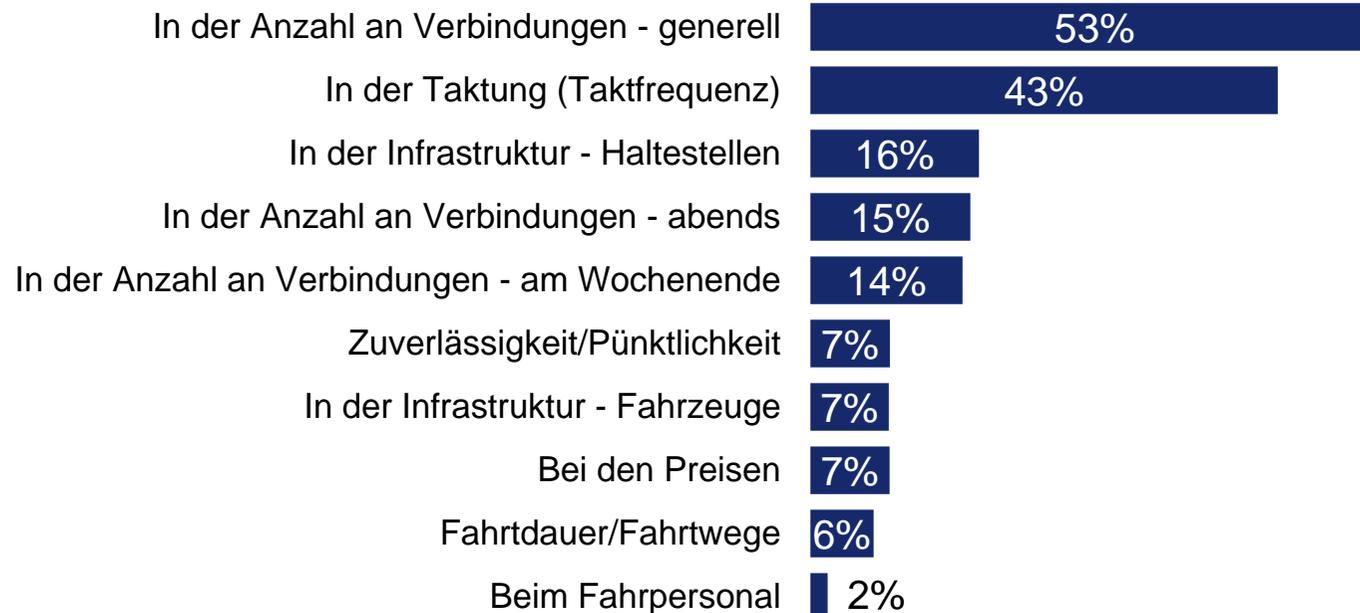
# ÖPNV-Nutzer wie Nichtnutzer haben als häufigsten Kritikpunkt die mangelnde Fahrtenanzahl bzw. die (schlechte) Taktfrequenz

MÄNGEL DES ÖPNV IN DER REGION (UNGESTÜTZT)

■ keine Mängel benannt

■ folgende Mängel benannt...

## Mängel des ÖPNV



**Fragestellung:** „Wo sehen Sie Mängel im derzeitigen ÖPNV-Angebot in Ihrer Region?“ (OV1\_b)

**Basis:** Alle n=407; Mängel benannt n=298; Mehrfachnennungen möglich; Auswahl der häufigsten Nennungen

# Fast 90% der Befragten nennen Mängel im ÖPNV-Bediengungsangebot, Infrastruktur und Fahrpersonal sind weniger problematisch

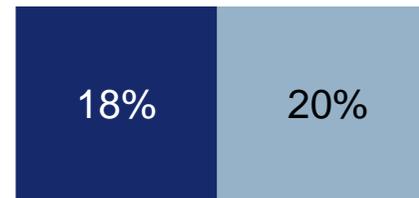
MÄNGEL ÖPNV IN DER REGION (NETTOGRUPPEN) – (UNGESTÜTZT + GESTÜTZT)

## Mängel des ÖPNV (Nettogruppen)

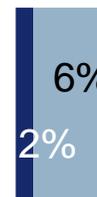
Im Bedienungsangebot - generell, wochentags, am Wochenende, abends



In der Infrastruktur - Haltestellen, Fahrzeuge



Beim Fahrpersonal



■ ungestützt  
■ gestützt

**Fragestellung:** „Wo sehen Sie Mängel im derzeitigen ÖPNV-Angebot in Ihrer Region?“ (OV1\_b) „Sehen Sie in Ihrer Region auch Mängel .....?“ (OV1\_c)

**Basis:** Alle n=407; Mängel benannt n=306; Mehrfachnennungen möglich; Nennungen wurden zu Nettogruppen zusammengefasst

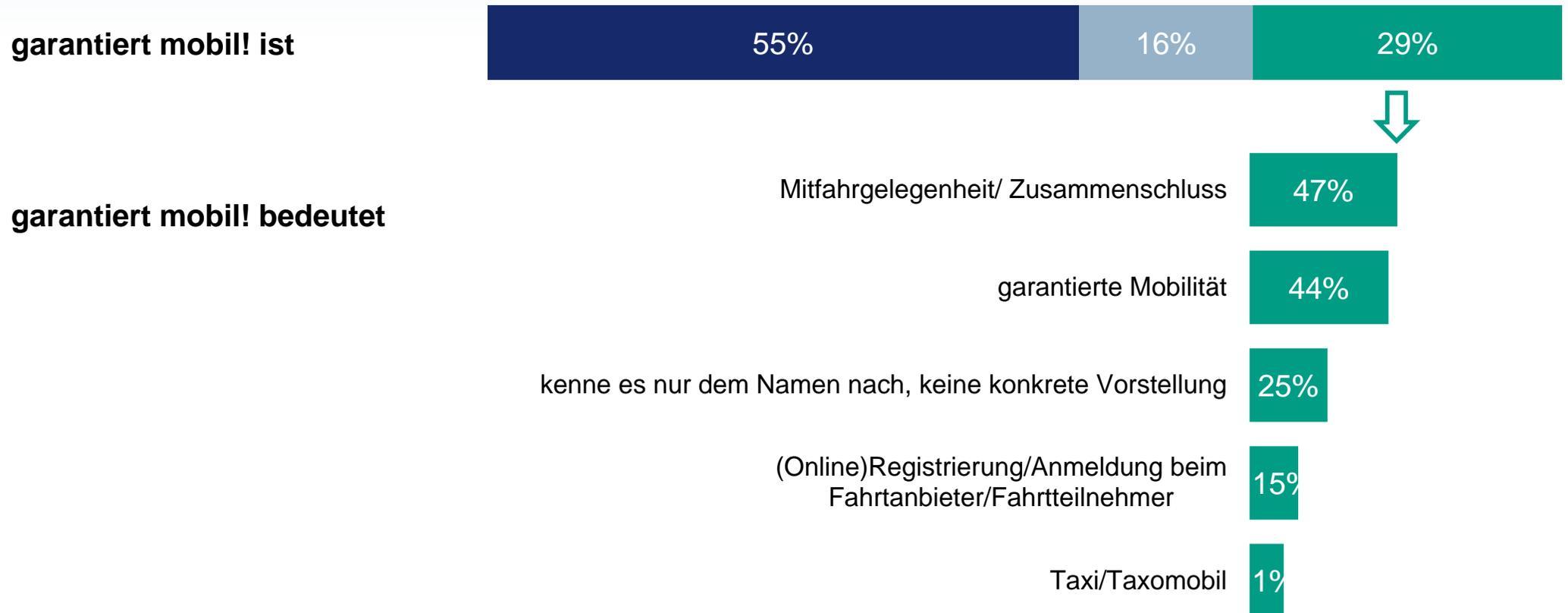
## AGENDA

1. Ausgangssituation, Zielsetzung und Methode
2. Verkehrsmittel-Nutzung und Bewertung
3. **Bekanntheit und Nutzung von garantiert mobil!**
4. Image und Potenzial von **garantiert mobil!**

# 45% der Befragten kennen **garantiert mobil!**. Kenner assoziieren Mitfahrgelegenheiten und garantierte Mobilität

## BEKANNTHEIT UND VORSTELLUNGEN ÜBER GARANTIERT MOBIL!

■ nicht bekannt ■ gestützt bekannt ■ bekannt



**Fragestellung:** „Kennen Sie (das Projekt) „garantiert mobil!“, wenn auch nur dem Namen nach?“ (GM2); „Können Sie mir erläutern, was Sie sich unter garantiert mobil vorstellen?“ (GM3)  
„Haben Sie von diesem Angebot doch schon einmal gehört oder gelesen?“ (GM4)

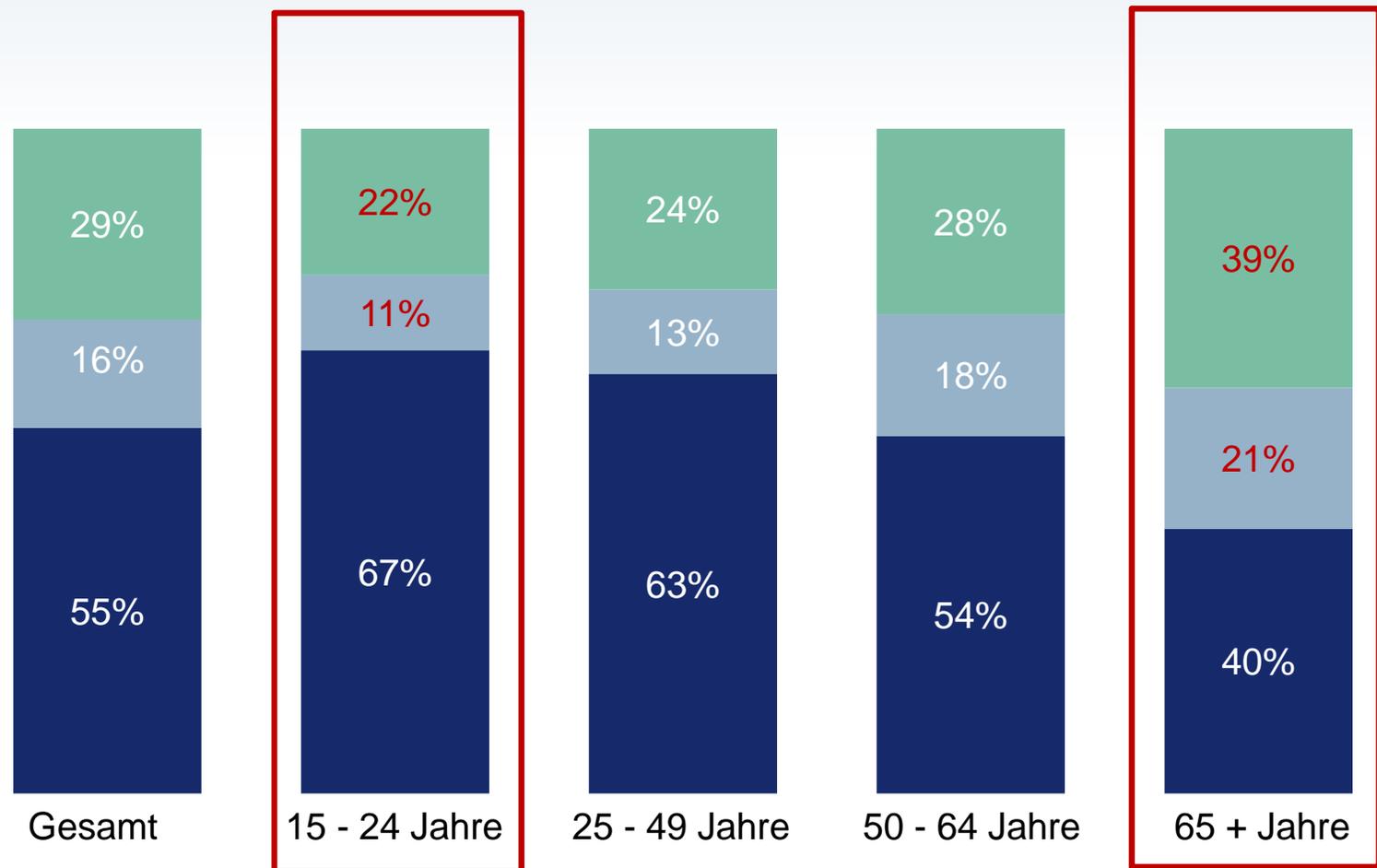
**Basis:** Alle n=407; Angebot ungestützt bekannt n=117; Mehrfachnennungen möglich; Auswahl der häufigsten Nennungen

Die Bekanntheit von **garantiert mobil!** ist bei Senioren mit 60% am höchsten, bei 15- bis 24-Jährigen mit 33% am geringsten

## BEKANNTHEIT GARANTIERT MOBIL! IN DEN VERSCHIEDENEN ALTERSGRUPPEN

### Garant mobil! Ist...

- bekannt
- gestützt bekannt
- nicht bekannt

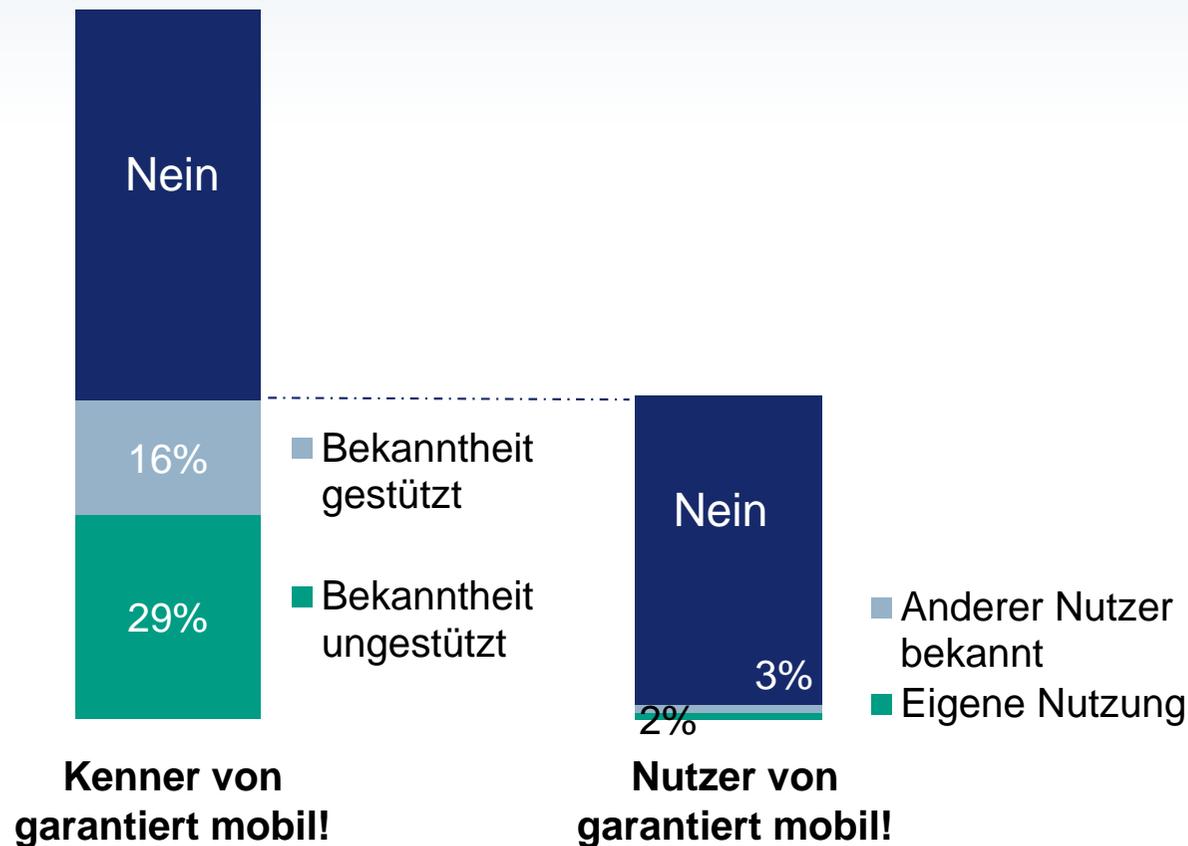


**Fragestellung:** „Kennen Sie (das Projekt) „garantiert mobil!“, wenn auch nur dem Namen nach?“ (GM2); „Haben Sie von diesem Angebot doch schon einmal gehört oder gelesen?“ (GM4)

**Basis:** Alle n=407; 15-24 Jahre n=51; 25-49Jahre n=140; 50-64 Jahre n=111; 65+ Jahre n=105

Garantiert mobil! ist bei 29% ungestützt und weiteren 16% gestützt bekannt. Der Nutzeranteil liegt mit 2% bei den Kennern sehr gering

## BEKANNTHEIT UND NUTZUNG GARANTIERT MOBIL!



- Insgesamt haben drei Befragte das Angebot bereits mindestens einmal genutzt
- zwei Personen ausschließlich als Fahrtenanbieter
- eine Person hat Fahrten angeboten und ein Taxomobil genutzt

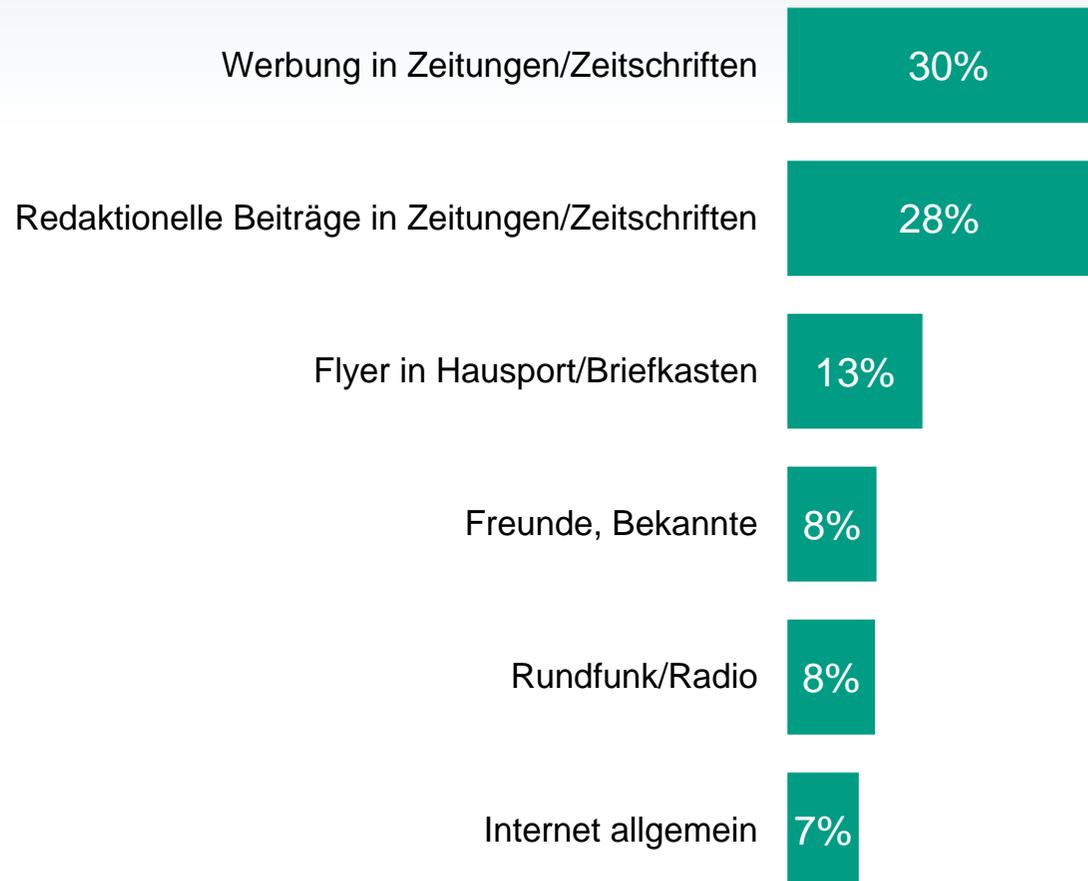
**Frage:** „Kennen Sie (das Projekt) „Garantiert mobil“...“ (GM2); „Haben Sie von diesem Angebot doch schon einmal gehört oder gelesen?“ (GM4)  
**Basis:** Alle n=407

**Frage:** : „Haben Sie garantiert mobil schon einmal genutzt?“ (GM6); „Kennen Sie jemanden, der das Angebot von garantiert mobil bereits genutzt hat?“ (GM7) **Basis:** Kenner garantiert mobil; n=183

**Frage:** „In welcher Form haben Sie garantiert mobil genutzt?“ (GM8)  
**Basis:** n= 3

# Informationen zu **garantiert mobil!** wurden bisher vor allem über Zeitungen/Zeitschriften wahrgenommen

## INFOKANÄLE ZU GARANTIERT MOBIL!



**Fragestellung:** „Wie sind Sie auf garantiert mobil aufmerksam geworden? Wo haben Sie etwas zu garantiert mobil gesehen oder gelesen?“ (GM5)

**Basis:** Angebot bekannt n=183; Mehrfachnennungen möglich; Auswahl der häufigsten Nennungen

# 59% der Kenner können sich grundsätzlich vorstellen, das Angebot von **garantiert mobil!** als Fahrgast zu nutzen

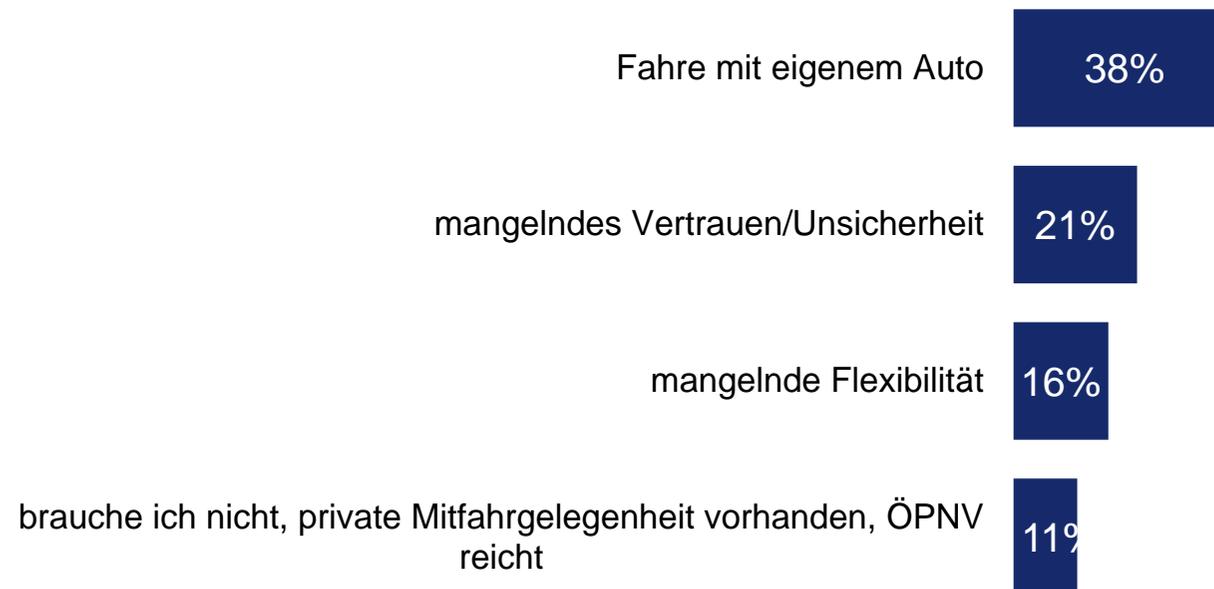
## GRÜNDE FÜR NICHT-NUTZUNG GARANTIER MOBIL! ALS FAHRGAST

■ (sehr) wahrscheinlich ■ vielleicht ■ weniger/ überhaupt nicht wahrscheinlich

### Wahrscheinlichkeit Nutzung



### Gründe für Nicht-Nutzung garantiert mobil als Fahrgast



**Fragestellung:** „Weshalb können Sie sich nicht vorstellen, angebotene Mitnahmefahrten im Rahmen von garantiert mobil als Fahrgast zu nutzen?“ (GM12);

**Basis:** Nutzung sehr wahrscheinlich n=75; Mehrfachnennungen möglich; Auswahl der häufigsten Nennungen

Ein geringerer Anteil von 38% der Kenner würde (vielleicht) selbst Fahrten anbieten. Hemmnis ist oft der Verzicht auf Flexibilität und die Abneigung, Fremde im eigenen Pkw mitzunehmen

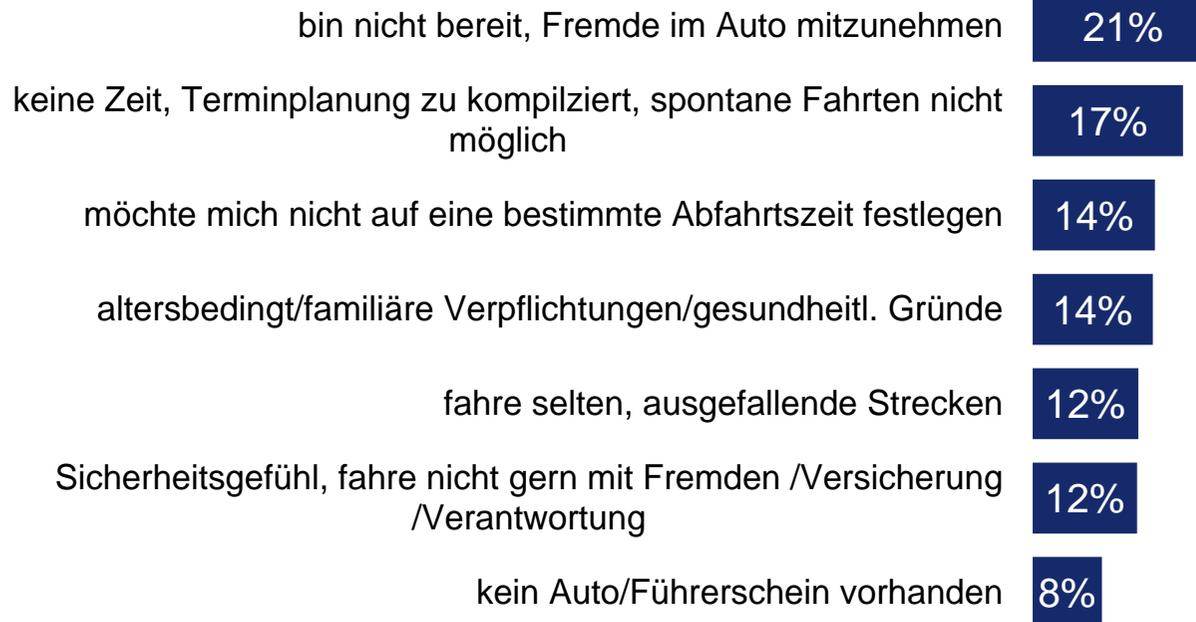
GRÜNDE FÜR NICHT-NUTZUNG GARANTIER MOBIL! ALS FAHRTANBIETER

■ (sehr) wahrscheinlich ■ vielleicht ■ weniger/ überhaupt nicht wahrscheinlich

Wahrscheinlichkeit Nutzung



Gründe für Nicht-Nutzung garantiert mobil als Fahrtanbieter



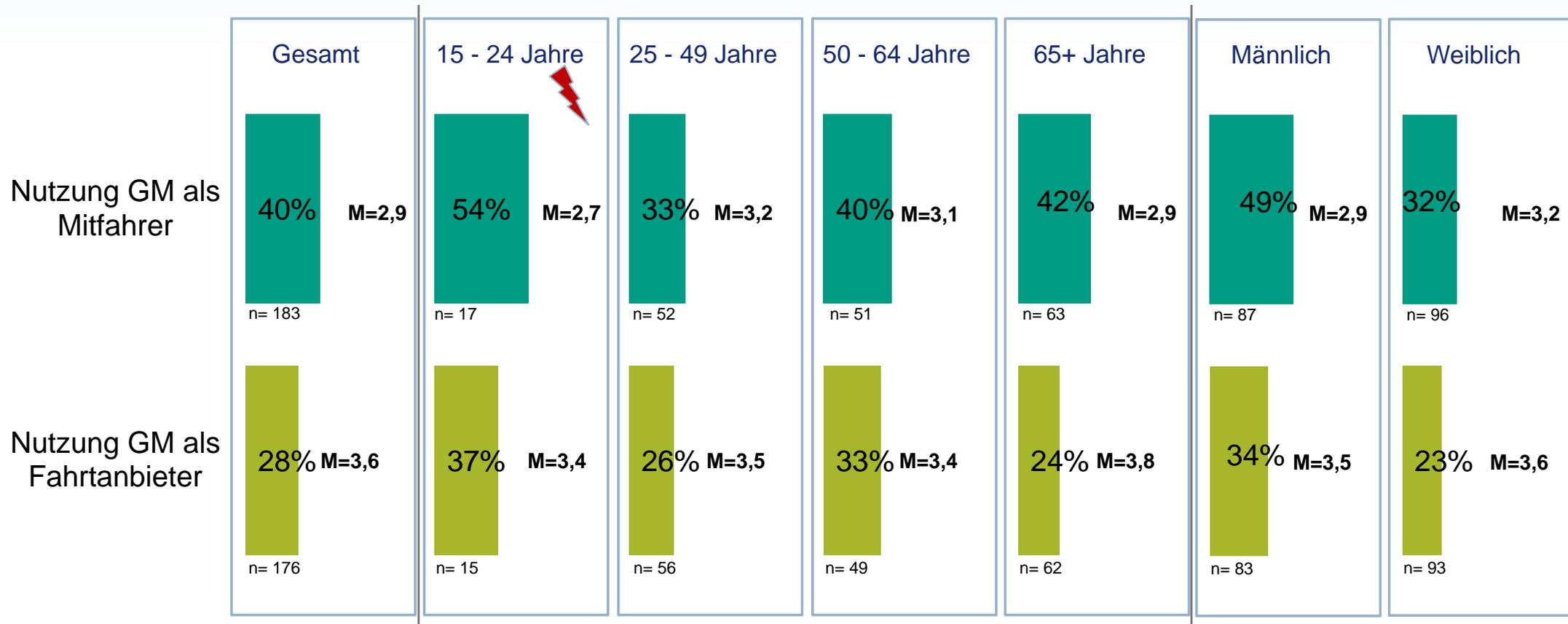
**Fragestellung:** „Weshalb können Sie sich nicht vorstellen, garantiert mobil! als Fahrtanbieter zu nutzen?“ (GM13);

**Basis:** Nutzung sehr wahrscheinlich n=108; Mehrfachnennungen möglich; Auswahl der häufigsten Nennungen

# Grundsätzlich ist Mitfahren eher vorstellbar, als Fahrten anzubieten. Männer sind aufgeschlossener als Frauen, Ältere (bei Mitfahrten) eher nutzungsbereit als mittlere Altersgruppen

WAHRSCHEINLICHKEIT NUTZUNG GARANTIERT MOBIL! MITFAHRER UND FAHRTANBIETER

## Anteil Nutzung garantiert mobil! ist (sehr) wahrscheinlich (1-2)



**Frage:** „Könnten Sie sich grundsätzlich vorstellen, im Rahmen von garantiert mobil! angebotene Mitnahmefahrten als Fahrgast zu nutzen?“ (GM11)

**Frage:** „Könnten Sie sich grundsätzlich vorstellen, als Fahrtanbieter an garantiert mobil! Teilzunehmen?“ (GM11b)

**Basis:** Kenner von garantiert mobil! n=187; **Skala:** 1 „sehr wahrscheinlich“ bis 5 „überhaupt nicht wahrscheinlich“.



**Achtung: geringe Fallzahl!**

## AGENDA

1. Ausgangssituation, Zielsetzung und Methode
2. Verkehrsmittel-Nutzung und Bewertung
3. Bekanntheit und Nutzung von **garantiert mobil!**
4. **Image und Potenzial von garantiert mobil!**

# Garantiert mobil! passt gut zum Odenwaldkreis – in erster Linie als Ergänzung zum ÖPNV, in zweiter Linie als Alternative zum Pkw

IMAGE GARANTIERT MOBIL! (1/2)

**garantiert mobil! ...**

■ trifft (voll und ganz) zu

■ teils/teils

■ trifft (überhaupt) nicht zu

■ weiß nicht/ keine Angabe

ist ein Ansatz, der gut zum Odenwaldkreis passt



stellt eine gute Ergänzung zu Bus und Bahn dar



stellt eine gute Alternative zum PKW dar



ist einfach zu nutzen

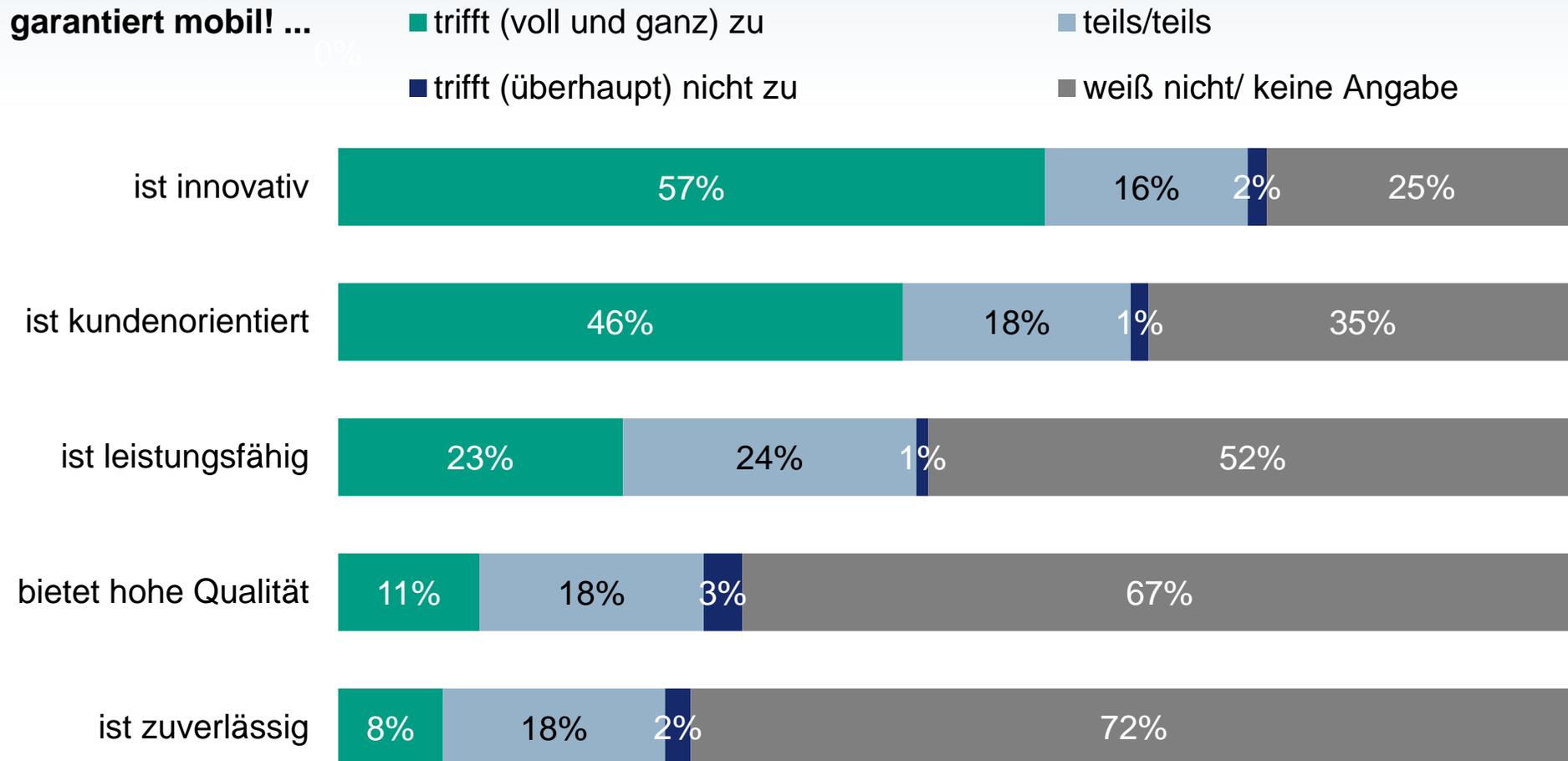


**Fragestellung:** „Sagen Sie mir bitte, inwiefern die folgenden Eigenschaften Ihrer Meinung nach auf garantiert mobil zutreffen.“ (GM16)

**Basis:** Kenner garantiert mobil! N=183

# Das Image von **garantiert mobil!** wird als innovativ und kundenorientiert empfunden. Leistung und Qualität sind noch schwer einzuschätzen

## IMAGE GARANTIERT MOBIL! (2/2)



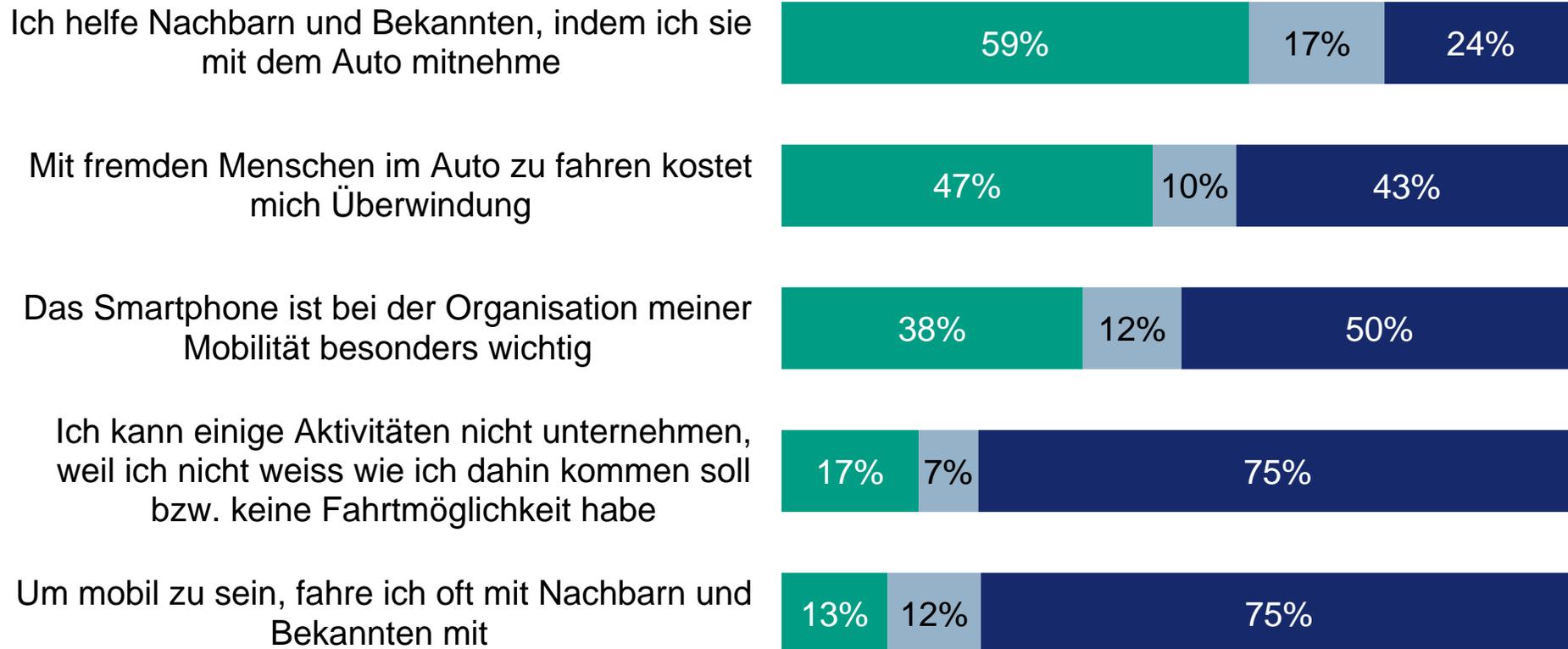
**Fragestellung:** „Sagen Sie mir bitte, inwiefern die folgenden Eigenschaften Ihrer Meinung nach auf garantiert mobil zutreffen.“ (GM16)

**Basis:** Kenner garantiert mobil! n=183

# Eine Mehrheit ist bereit, Bekannte im eigenen Wagen mitzunehmen. Die Mitnahme von Fremden kostet viele jedoch Überwindung.

## AUSSAGEN ZUR ERMITTLUNG DES POTENZIALS VON GARANTIERT MOBIL!

■ stimme (voll und ganz) zu ■ teils/teils ■ stimme (überhaupt) nicht zu

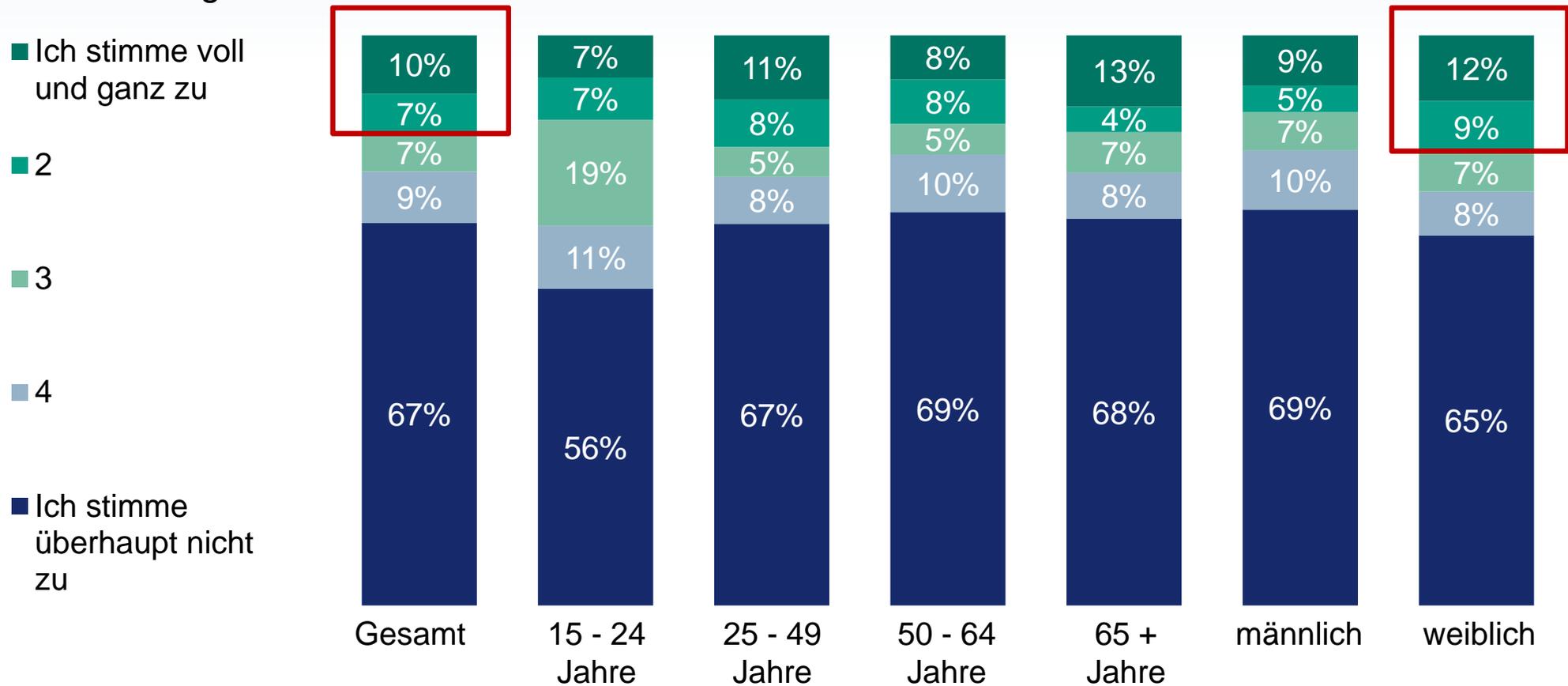


**Fragestellung:** „Im Folgenden haben wir einige Aussagen zum Thema Mobilität gesammelt. Ich lese Ihnen die Aussagen vor und Sie sagen mir bitte inwieweit Sie den Aussagen zustimmen.“ (GM1) **Basis:** Alle n=391- 404

# 17% der Odenwälder fühlen sich aufgrund mangelnder Fahrtmöglichkeiten bei Aktivitäten eingeschränkt, eher Frauen (21%)

AUSSAGEN ZUR ERMITTLUNG DES POTENZIALS VON GARANTIERT MOBIL! BEI VERSCHIEDENEN ZIELGRUPPEN

Ich kann einige Aktivitäten nicht unternehmen, weil ich nicht weiß, wie ich dahin kommen soll bzw. keine Fahrtmöglichkeit habe

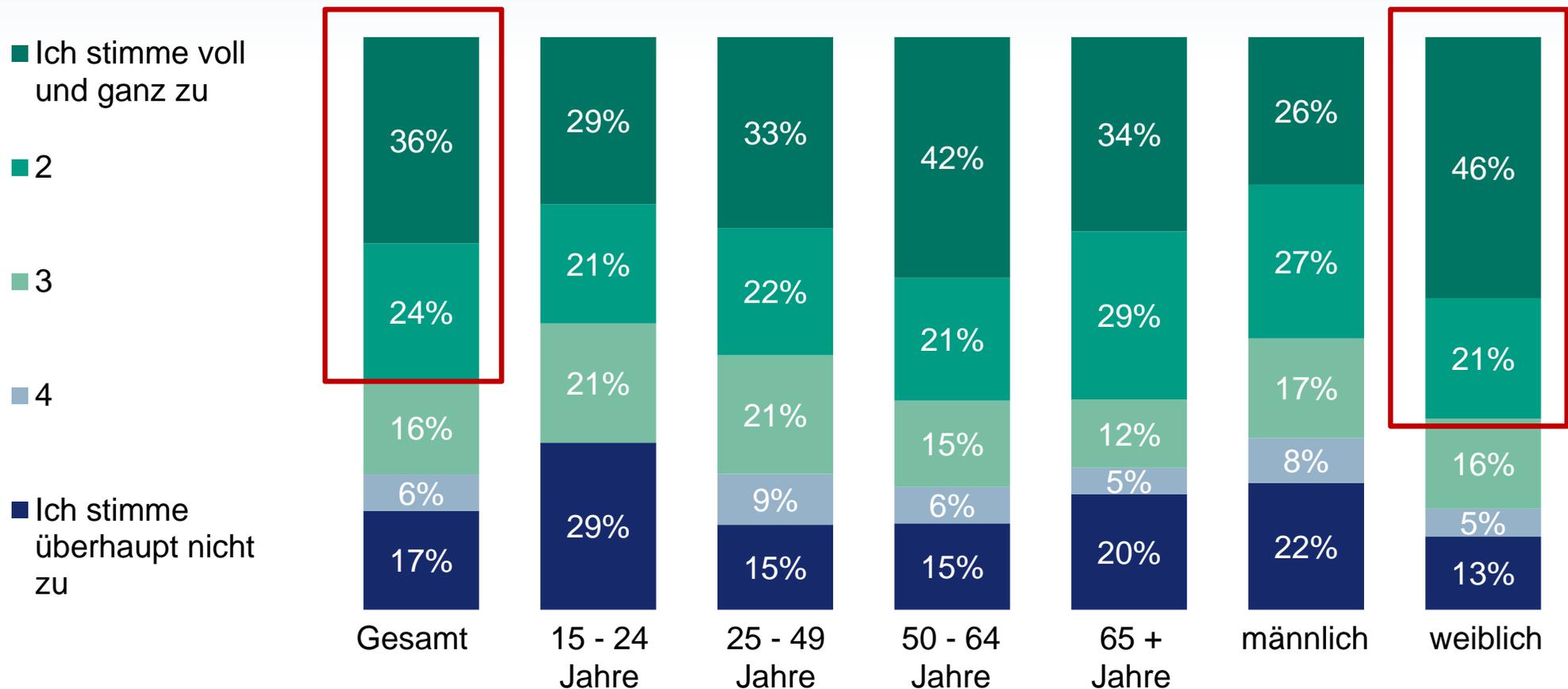


**Fragestellung:** „Im Folgenden haben wir einige Aussagen zum Thema Mobilität gesammelt. Ich lese Ihnen die Aussagen vor und Sie sagen mir bitte inwieweit Sie den Aussagen zustimmen.“ (GM1) **Basis:** Alle n=401

# Nachbarschaftshilfe durch Mitfahrgelegenheiten leisten rund 60% der Odenwälder, häufig Frauen (67%)

AUSSAGEN ZUR ERMITTLUNG DES POTENZIALS VON GARANTIERT MOBIL! BEI VERSCHIEDENEN ZIELGRUPPEN

Ich helfe Nachbarn und Bekannten, indem ich sie mit dem Auto mitnehme

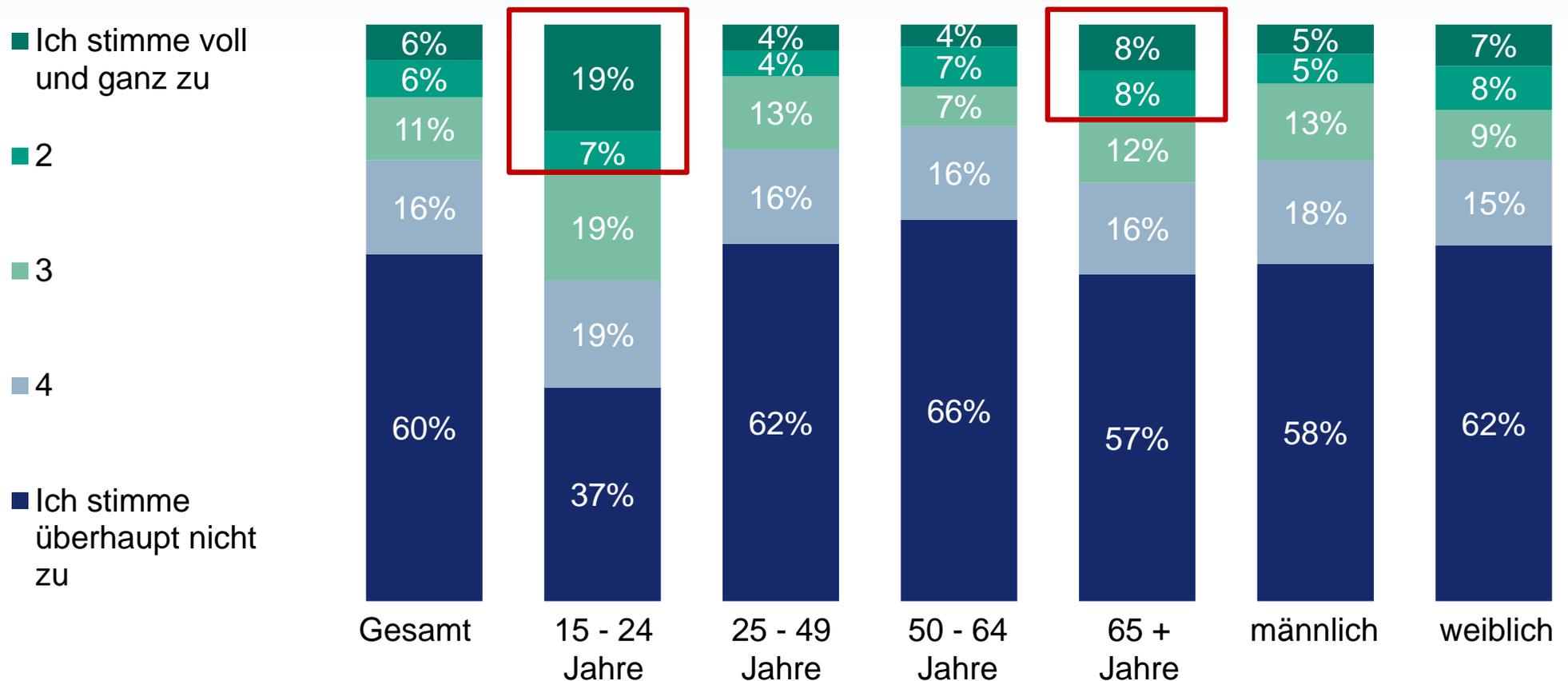


**Fragestellung:** „Im Folgenden haben wir einige Aussagen zum Thema Mobilität gesammelt. Ich lese Ihnen die Aussagen vor und Sie sagen mir bitte inwieweit Sie den Aussagen zustimmen.“ (GM1) **Basis:** Alle n=394

# Mitfahrgelegenheiten durch Bekannte/ Nachbarn nehmen in erster Linie Jugendliche, in zweiter Linie Senioren in Anspruch

AUSSAGEN ZUR ERMITTLUNG DES POTENZIALS VON GARANTIERT MOBIL! BEI VERSCHIEDENEN ZIELGRUPPEN

Um mobil zu sein, fahre ich oft mit Nachbarn und Bekannten mit



**Fragestellung:** „Im Folgenden haben wir einige Aussagen zum Thema Mobilität gesammelt. Ich lese Ihnen die Aussagen vor und Sie sagen mir bitte inwieweit Sie den Aussagen zustimmen.“ (GM1) **Basis:** Alle n=404

Herzlichen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!

**Susanne Gilsdorf, Stephanie Giese,  
Matthias Rabe,  
Susanne Schubert, Petra Märkl**

RMV- und rms-Marktforschung

Rhein-Main-Verkehrsverbund GmbH

Alte Bleiche 5

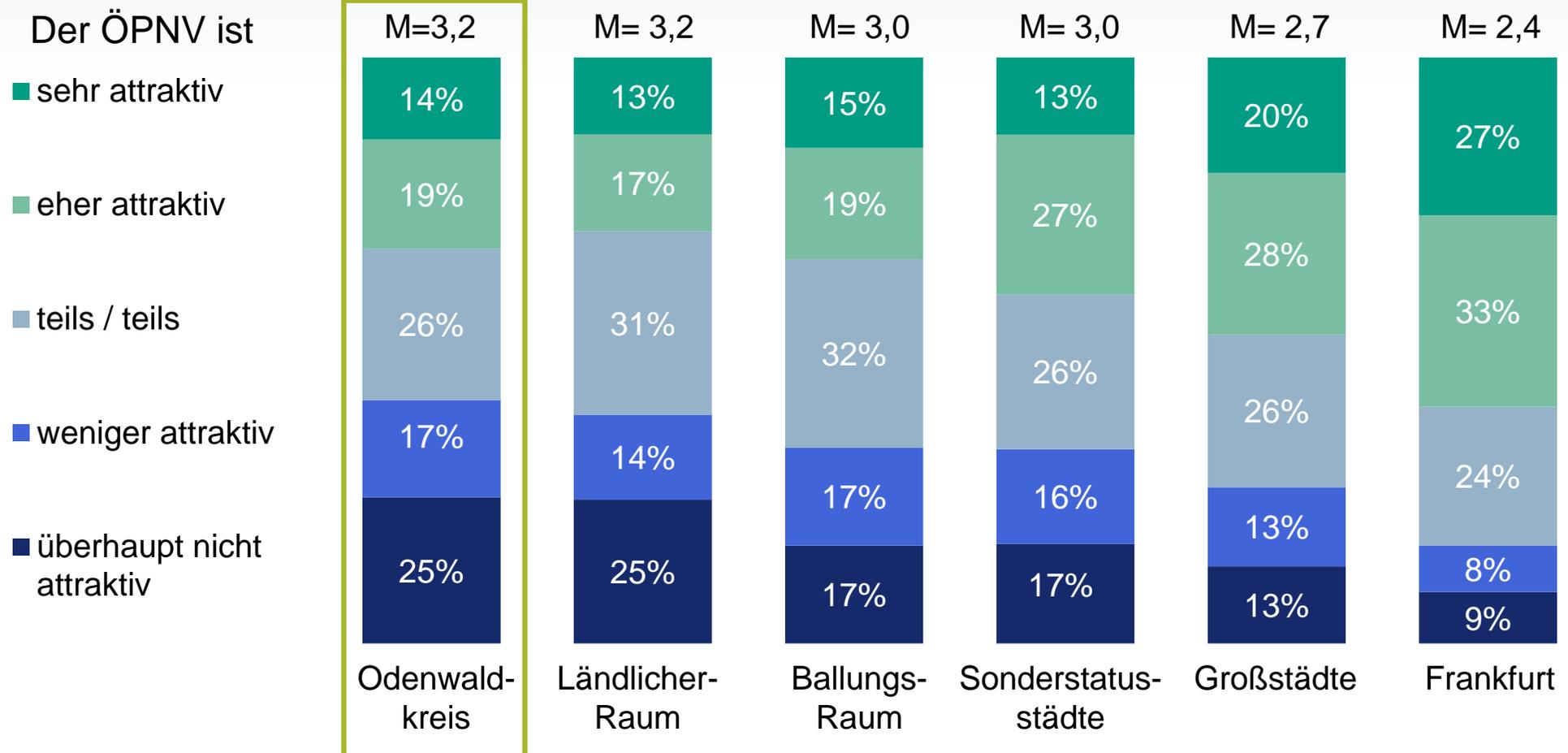
65719 Hofheim am Taunus

Telefon: (0 61 92) 294-411

# Die Attraktivität von Bussen und Bahnen ist im Odenwaldkreis ähnlich eingeschränkt wie im ländlichen RMV-Raum generell

Back-up

ATTRAKTIVITÄT ÖPNV IN DEN VERSCHIEDENEN REGIONEN IM VERGLEICH (ERGEBNISSE KOMM 10. WELLE 2017)



**Fragestellung:** „Wie attraktiv sind für Sie persönlich Bus und Bahn als Verkehrsmittel?“ Skala: 1 „sehr attraktiv“ - 5 „überhaupt nicht attraktiv“.

**Basis:** alle Befragte Odenwaldkreis n= 393; KoMM 10. Welle 2017: Landkreis Typ 1 n=205; Landkreis Typ 1 n=203; Sonderstatusstädte n=200; Großstädte n=217; Frankfurt n=204



## **Anhang 3 - Ergebnisse der bevölkerungsrepräsentativen Befragungen, 2. Welle 2019**



# Marktforschung im Odenwald zum Projektstart von garantiert mobil!

ZENTRALE ERGEBNISSE EINER  
BEVÖLKERUNGSREPRÄSENTATIVEN BEFRAGUNG

FRANKFURT AM MAIN, 14. JUNI 2019

# Management Summary & Empfehlungen

## Bekanntheit und Informationsquellen von **garantiert mobil!**

- Die Bekanntheit von **garantiert mobil!** ist seit 2017 leicht von 45% auf 48% angestiegen. Mitfahrgelegenheit wird aber weniger häufig assoziiert als vor 1,5 Jahren. Die Bekanntheit ist bei den 15- bis 24-Jährigen am deutlichsten von 33% auf 50% gestiegen
- Der Nutzeranteil ist stabil bei einem Prozent der Bevölkerung.
- Informationen zu **garantiert mobil!** wurden weiterhin vor allem über Zeitungen/Zeitschriften (38%) wahrgenommen. Allerdings ist auch der Anteil an Mund-zu-Mund-Propaganda von 8% 2017 auf 16% 2019 gestiegen
- Konnten sich 2017 noch 59% der Kenner grundsätzlich vorstellen das Angebot von **garantiert mobil!** als Fahrgast zu nutzen, sind es nun nur noch 52%. Hingegen ist der Anteil der Kenner die (vielleicht) selbst Fahrten anbieten würden von 38% auf 45% gestiegen
- Hemmnisse sind weiterhin der Verzicht auf Flexibilität und die Abneigung, Fremde im eigenen Pkw mitzunehmen
- Grundsätzlich ist Mitfahren eher vorstellbar, als Fahrten anzubieten. Die 15- bis 24-Jährigen sind am ehesten bereit das Angebot als Mitfahrer zu nutzen
- Wer **garantiert mobil!** bereits genutzt hat, wird dies mit hoher Wahrscheinlichkeit wieder tun. Alle Nutzer würden das Angebot weiterempfehlen

## AGENDA

1. **Ausgangssituation, Zielsetzung und Methode**
2. Bekanntheit und Nutzung von **garantiert mobil!**
3. Image und Potenzial von **garantiert mobil!**

# Ausgangssituation und Zielsetzung

## Ausgangssituation

- Mit **garantiert mobil!** gibt es seit 08. September 2017 im Odenwaldkreis eine neue Form der öffentlichen Mobilität: Das klassische Angebot des öffentlichen Personennahverkehrs mit Bussen und Bahnen wird durch private Fahrten in Form von Mitfahrgelegenheiten und gewerbliche Fahrten in Form von Taxen ergänzt. Die Taxifahrten werden im Rahmen des Projektes vergünstigt angeboten.
- Die OREG begegnet damit den großen Herausforderungen, vor denen der ÖPNV in Flächenlandkreisen heute steht.

## Zielsetzung

- Ziel dieser telefonischen Befragung ist die Ermittlung von Bekanntheit, Informationskanälen und Image des neuen Angebotes **garantiert mobil!**
- Darüber hinaus soll die Nutzung bzw. die Nutzungswahrscheinlichkeit des Angebotes erhoben werden.
- Ein weiteres Ziel der Studie ist es, Nutzer-Potenziale und Optimierungsmöglichkeiten in der Kommunikation des Angebotes zu identifizieren.
- Alle Angaben werden repräsentativ für die Bevölkerung des Odenwaldkreises ab 15 Jahren erhoben.
- Mit Hilfe einer Wellenbefragung mit 0-Messung kurz nach Start des Projektes und einer Folgerhebung 1,5 Jahre nach Einführung soll überprüft werden, ob die kommunikativen Maßnahmen gewirkt haben, wo gegebenenfalls Informationsdefizite bestehen und welche Nutzeranteile erreicht werden konnten.

# Methode

## Telefonische Befragung

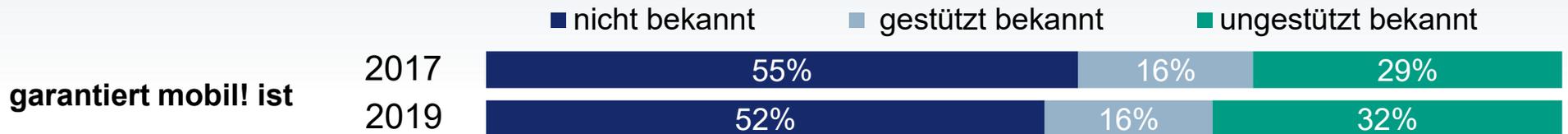
<b>Zeitraum:</b>	<b>Welle 1:</b> 05. Oktober bis 15. November 2017 <b>Welle 2:</b> 29. März bis 7. Mai 2019
<b>Grundgesamtheit:</b>	Wohnbevölkerung des Odenwaldkreises ab 15 Jahre
<b>Stichprobenziehung:</b>	repräsentative Haushaltsstichprobe auf der Basis generierter Festnetz-Telefonnummern
<b>Auswahl der Zielpersonen:</b>	auf Basis eines Quotenplans, der die Bevölkerungsverteilung im Kreis hinsichtlich Alter und Geschlecht widerspiegelt
<b>Stichprobengröße:</b>	<b>Welle 1:</b> N=407 <b>Welle 2:</b> N=453
<b>Gewichtung:</b>	nach Gemeinde, Geschlecht und Alter (Kreisbasis)

## AGENDA

1. Ausgangssituation, Zielsetzung und Methode
2. **Bekanntheit und Nutzung von garantiert mobil!**
3. Image und Potenzial von **garantiert mobil!**

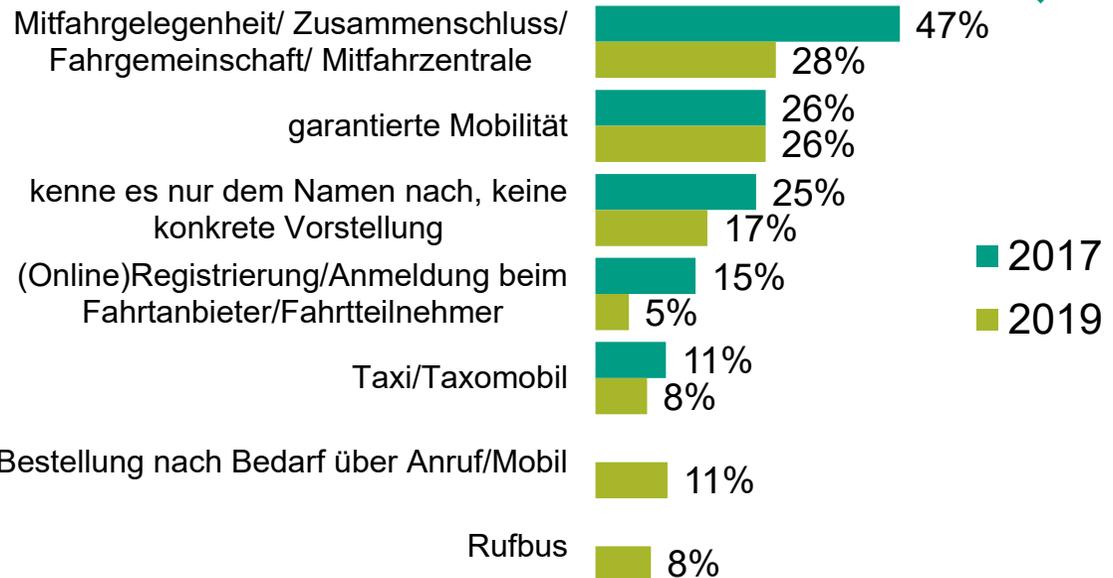
# Bekanntheit **garantiert mobil!** ist seit 2017 nur leicht gestiegen. Mitfahrgelegenheiten werden weniger häufig assoziiert

## BEKANNTHEIT UND VORSTELLUNGEN ÜBER GARANTIERT MOBIL!



## garantiert mobil! bedeutet

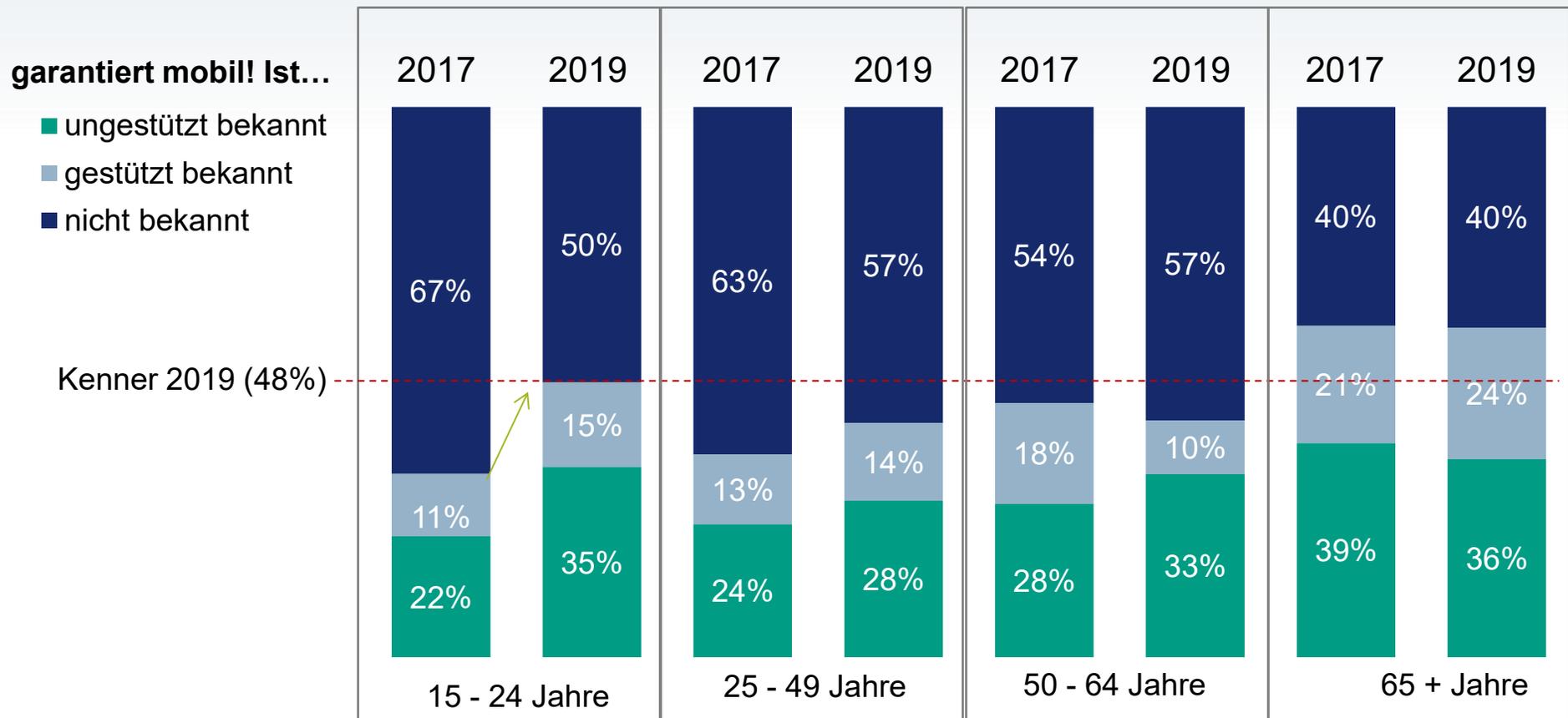
**Anm.:** Häufig wird in der Kommunikation gegenüber dem Kunden der Name **Odenwaldmobil.de** statt **Garantiert mobil!** verwendet. Das kann ein Grund dafür sein, dass der Name noch nicht stärker in den Köpfen verankert ist



**Fragestellung:** „Kennen Sie (das Projekt) „garantiert mobil!“, wenn auch nur dem Namen nach?“ (GM2); „Können Sie mir erläutern, was Sie sich unter garantiert mobil vorstellen?“ (GM3) „Haben Sie von diesem Angebot doch schon einmal gehört oder gelesen?“ (GM4); **Basis: 2017:** Alle n=407; Angebot ungestützt bekannt n=117; Mehrfachnennungen möglich; Auswahl der häufigsten Nennungen; **Basis: 2018:** Alle n=450; Angebot ungestützt bekannt n=146; Mehrfachnennungen möglich; Auswahl der häufigsten Nennungen

# Die Bekanntheit von **garantiert mobil!** ist in der Gruppe der 15-24jährigen am deutlichsten angestiegen

## BEKANNTHEIT GARANTIERT MOBIL! IN DEN VERSCHIEDENEN ALTERSGRUPPEN

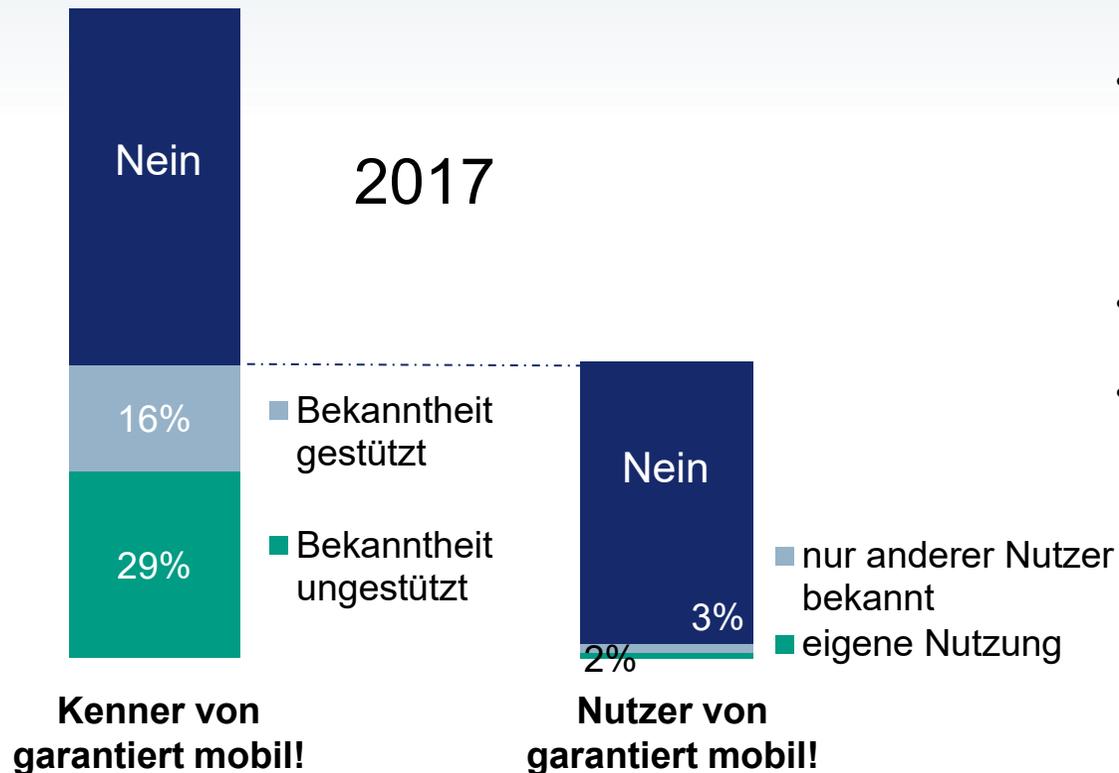


**Fragestellung:** „Kennen Sie (das Projekt) „garantiert mobil!“, wenn auch nur dem Namen nach?“ (GM2); „Haben Sie von diesem Angebot doch schon einmal gehört oder gelesen?“ (GM4)

**Basis:** 2017: 15-24 Jahre n=51; 25-49Jahre n=140; 50-64 Jahre n=111; 65+ Jahre n=105; 2019: 15-24 Jahre n=57; 25-49Jahre n=155; 50-64 Jahre n=123; 65+ Jahre n=115

Garantiert mobil! ist bei 29% ungestützt und weiteren 16% gestützt bekannt. Der Nutzeranteil liegt mit 2% bei den Kennern sehr gering

## BEKANNTHEIT UND NUTZUNG GARANTIERT MOBIL!



- Insgesamt haben drei Befragte (1%) das Angebot bereits mindestens einmal genutzt. Ein weiteres Prozent (n=5) kennt jemanden, der das Angebot nutzt
- zwei Personen ausschließlich als Fahrтанbieter
- eine Person hat Fahrten angeboten und ein Taxomobil genutzt

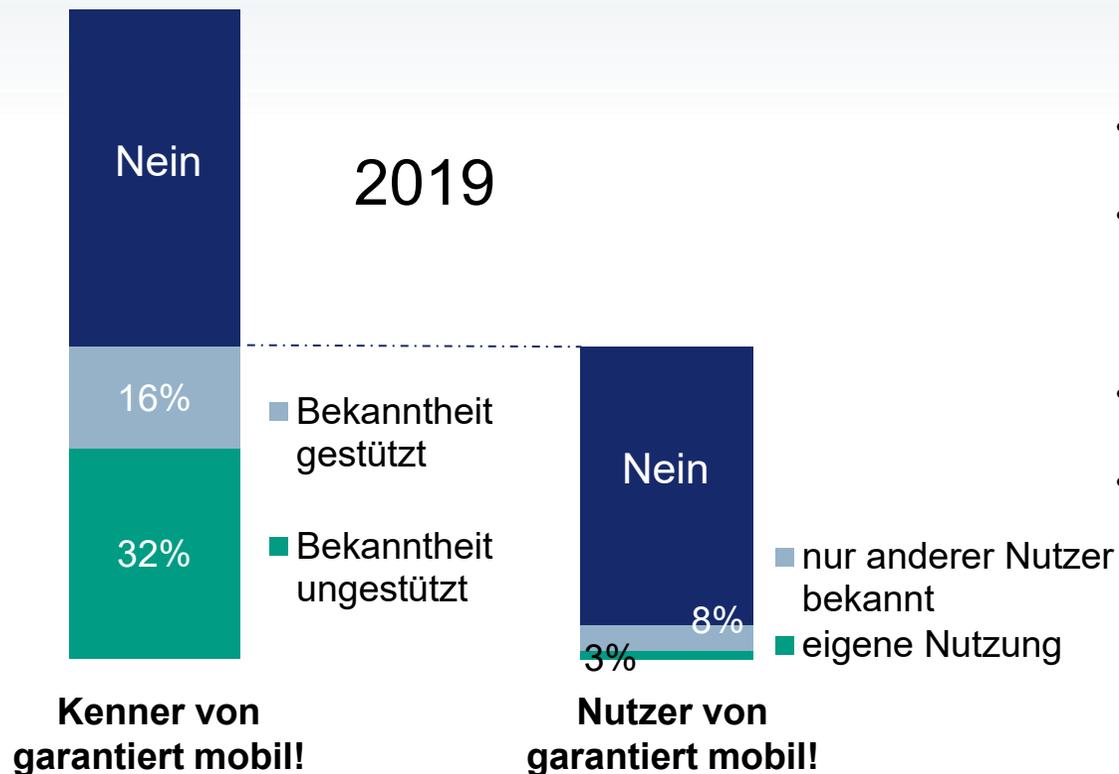
**Frage:** „, Kennen Sie (das Projekt) „Garantiert mobil“...“ (GM2); „Haben Sie von diesem Angebot doch schon einmal gehört oder gelesen?“ (GM4)  
**Basis:** Alle n=407

**Frage:** : „Haben Sie garantiert mobil schon einmal genutzt?“ (GM6); „Kennen Sie jemanden, der das Angebot von garantiert mobil bereits genutzt hat?“ (GM7) **Basis:** Kenner garantiert mobil; n=183

**Frage:** „In welcher Form haben Sie garantiert mobil genutzt?“ (GM8)  
**Basis:** n= 3

# Immerhin 5% der Befragten haben das Angebot schon einmal genutzt oder kennen jemanden der es nutzt

## BEKANNTHEIT UND NUTZUNG GARANTIERT MOBIL!



**Frage:** „Kennen Sie (das Projekt) „Garantiert mobil“...“ (GM2);  
 „Haben Sie von diesem Angebot doch schon einmal gehört oder gelesen?“ (GM4)  
**Basis:** Alle n=450

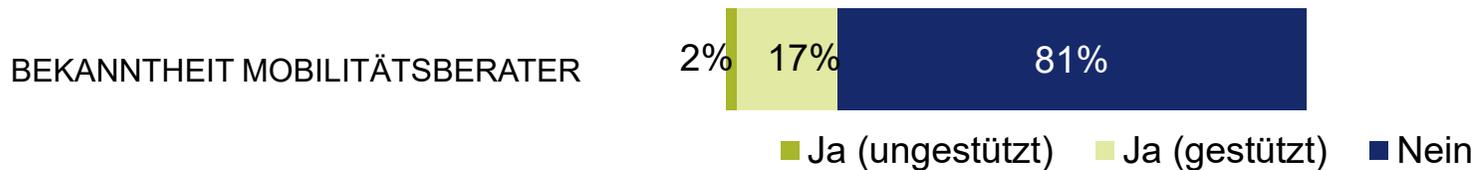
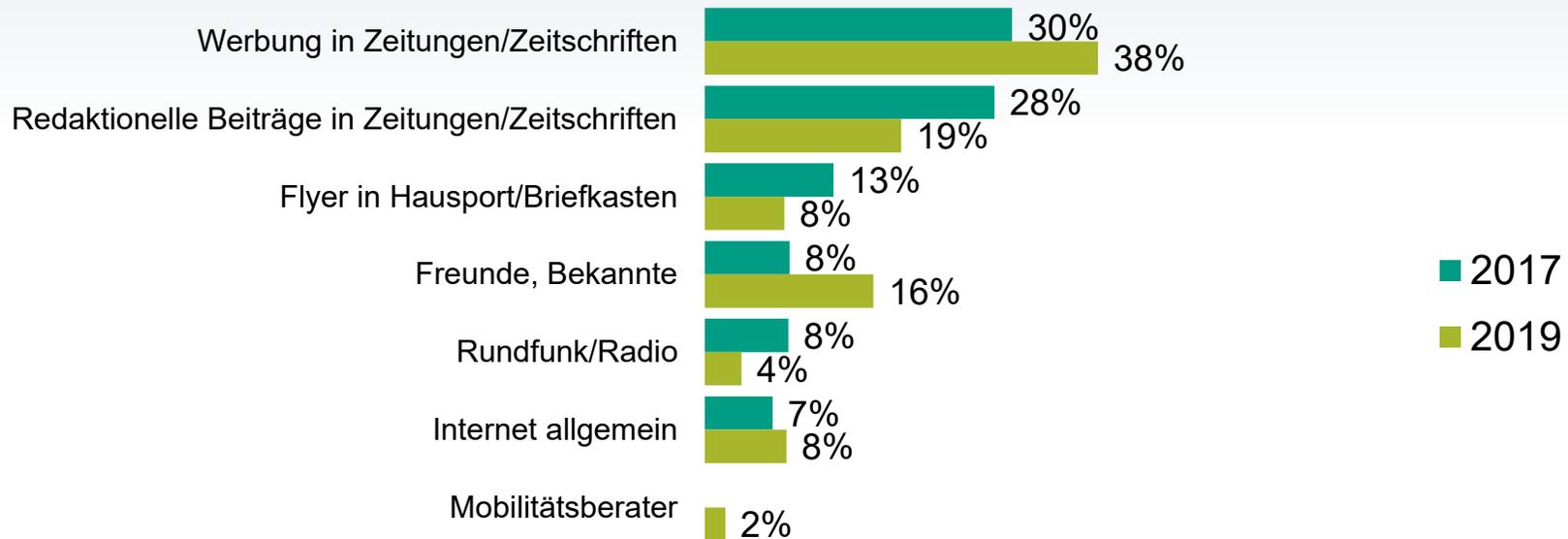
**Frage:** „Haben Sie garantiert mobil schon einmal genutzt?“ (GM6); „Kennen Sie jemanden, der das Angebot von garantiert mobil bereits genutzt hat?“ (GM7) **Basis:** Kenner garantiert mobil; n=217

**Frage:** „In welcher Form haben Sie garantiert mobil genutzt?“ (GM8)  
**Basis:** n= 6

- 1% aller Befragten (n=6) nutzen das Angebot. Weitere 4% (n=18) kennen jemanden, der es nutzt
- zwei Personen nutzen es ausschließlich als Fahreranbieter
- zwei weitere Personen haben selbst Fahrten angeboten und sowohl Taxomobilen- als auch Mitnahmefahrten in Anspruch genommen
- eine Person hat Taxomobilen- und Mitnahmefahrten genutzt
- und eine weitere war Fahrgast im Taxomobil

# Anteil an Mund-zu-Mund-Propaganda ist seit 2017 deutlich gestiegen. Die Mobilitätsberater sind insgesamt 19% bekannt

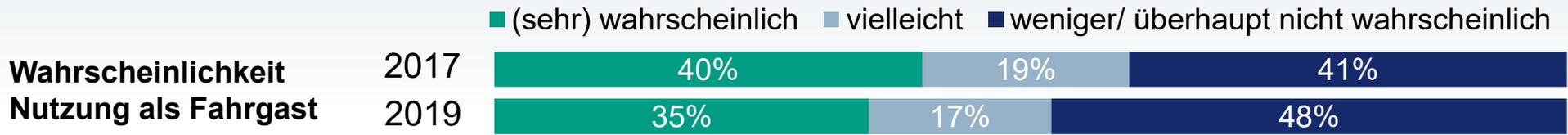
## INFOKANÄLE ZU GARANTIERT MOBIL! (UNGESTÜTZT)



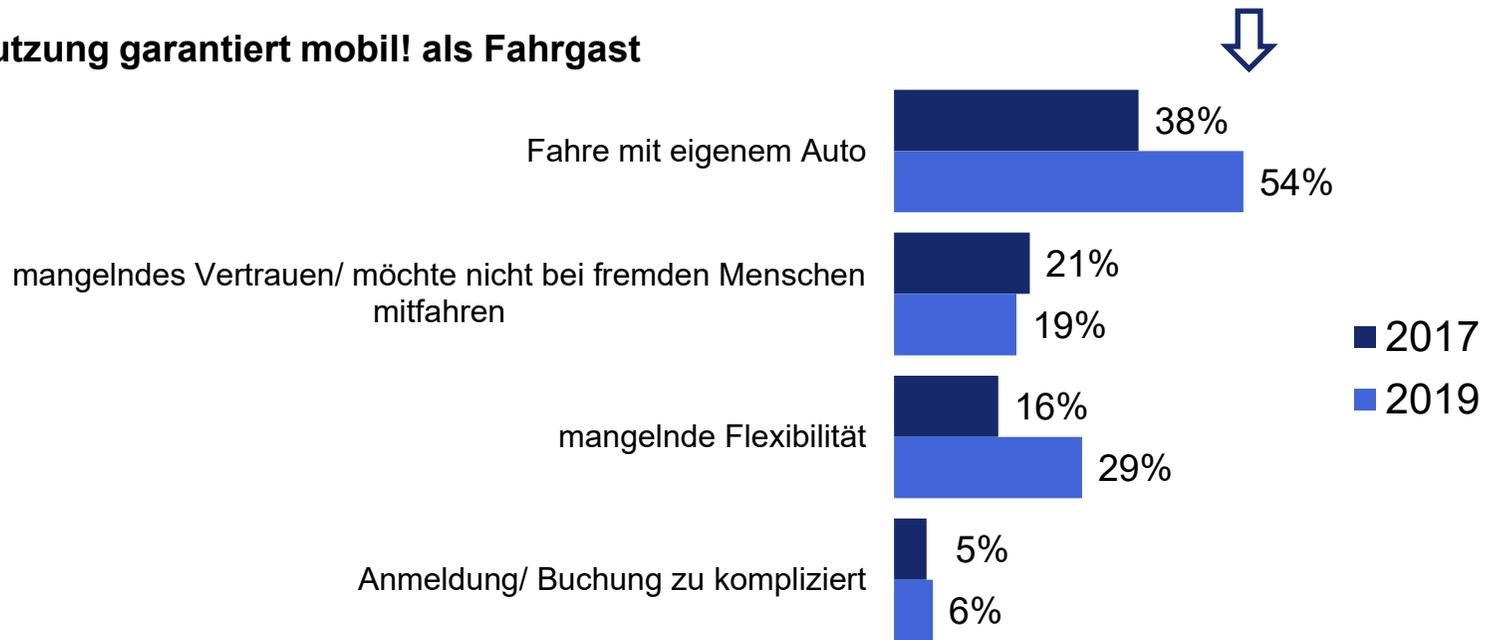
**Fragestellung:** „Wie sind Sie auf garantiert mobil! aufmerksam geworden? Wo haben Sie etwas zu garantiert mobil gesehen oder gelesen?“ (GM5); **Basis:** 2017: Angebot bekannt n=183; 2019: Angebot bekannt n=205; Mehrfachnennungen möglich; Auswahl der häufigsten Nennungen; **Fragestellung:** „Haben Sie schon einmal von den Mobilitätsberatern gehört oder gelesen?“ (GM5b) 2019: Angebot bekannt n=213

# Nur noch 52% der Kenner können sich grundsätzlich vorstellen, das Angebot von **garantiert mobil!** als Fahrgast zu nutzen

## WAHRSCHEINLICHKEIT NUTZUNG UND GRÜNDE FÜR NICHT-NUTZUNG GARANTIER MOBIL! ALS FAHRGAST



## Gründe für Nicht-Nutzung garantiert mobil! als Fahrgast



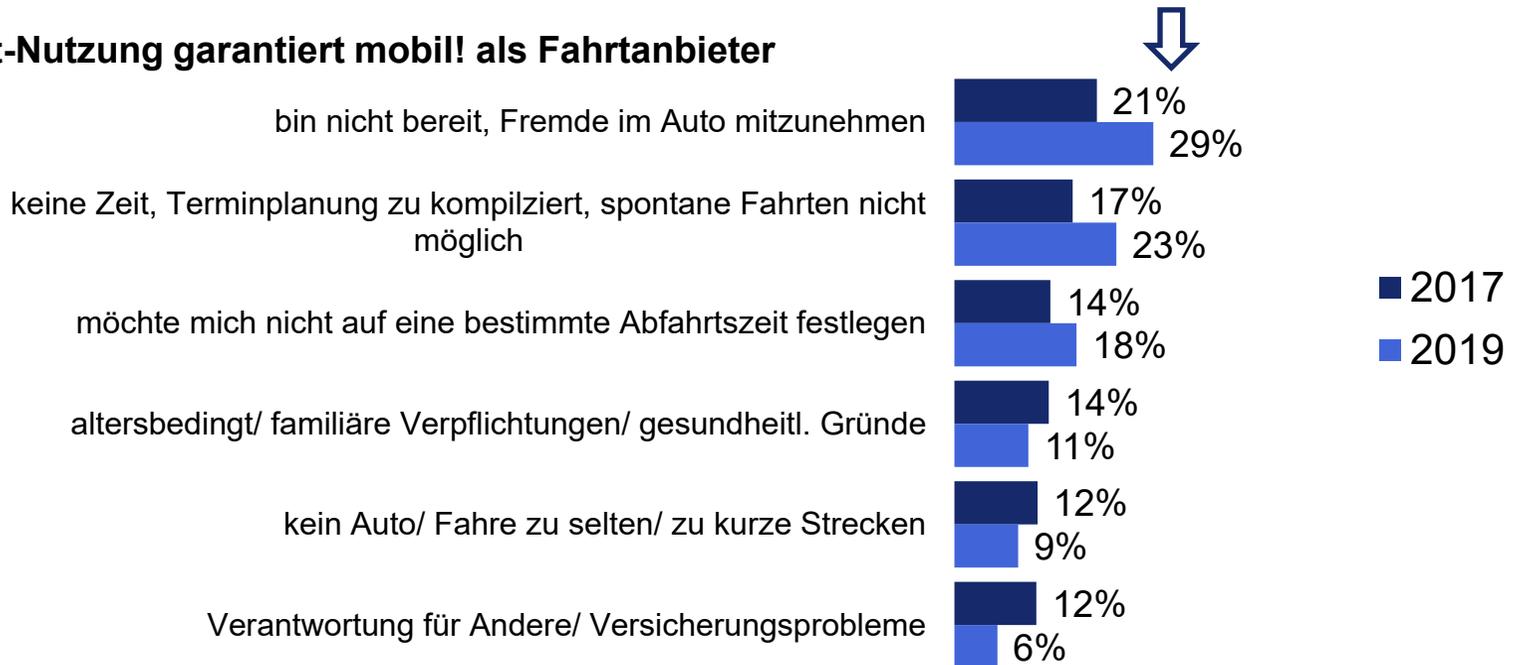
**Fragestellung:** „Könnten Sie sich grundsätzlich vorstellen, im Rahmen von garantiert mobil! angebotene Mitnahmefahrten als Fahrgast zu nutzen?“ (GM11); **Basis: 2017:** Angebot bekannt n=183; **2019:** Angebot bekannt n=205; **Fragestellung:** „Weshalb können Sie sich nicht vorstellen, angebotene Mitnahmefahrten im Rahmen von garantiert mobil als Fahrgast zu nutzen?“ (GM12); **Basis: 2017** Nutzung, ‚weniger/ überhaupt nicht wahrscheinlich‘ n=75; **2019** Nutzung ‚weniger/ überhaupt nicht wahrscheinlich‘ n=94; Mehrfachnennungen möglich; Auswahl der häufigsten Nennungen

# Die Bereitschaft Fahrten anzubieten ist seit 2017 leicht gestiegen

## GRÜNDE FÜR NICHT-NUTZUNG GARANTIER MOBIL! ALS FAHRTANBIETER



## Gründe für Nicht-Nutzung garantiert mobil! als Fahrтанbieter

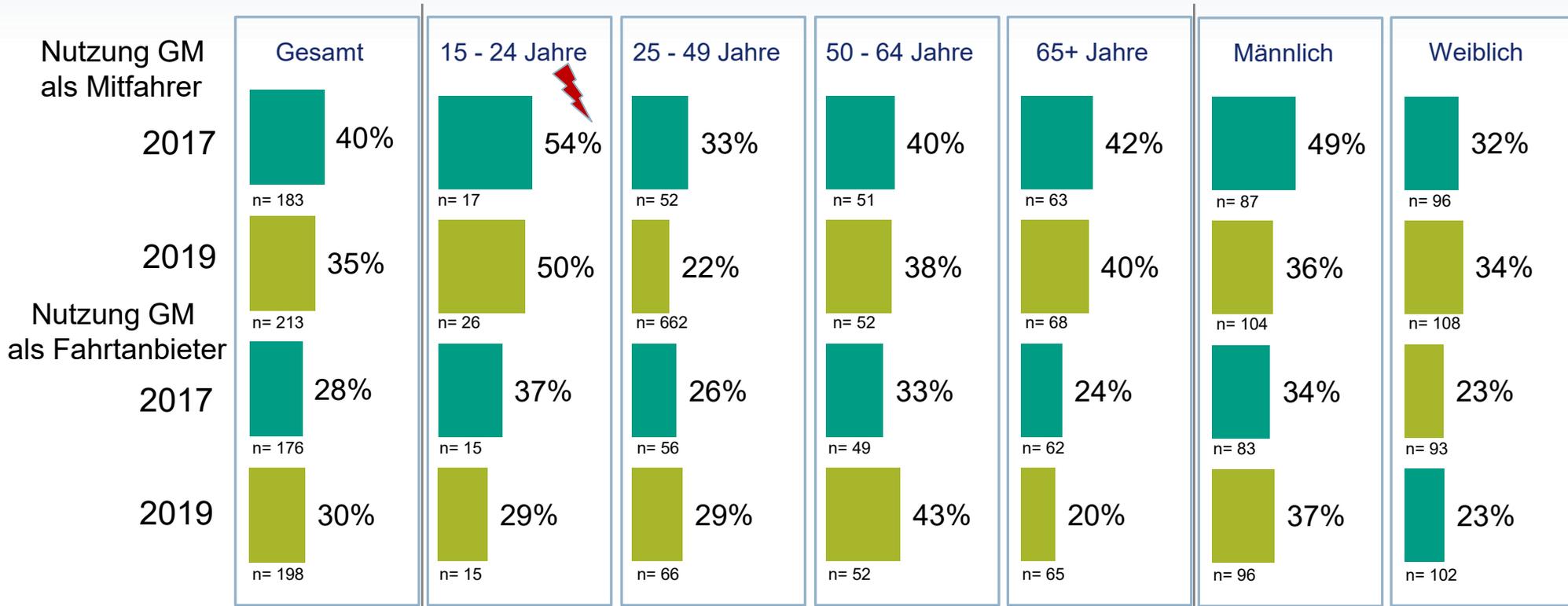


**Fragestellung:** „Könnten Sie sich grundsätzlich vorstellen, als Fahrтанbieter an garantiert mobil! teilzunehmen?“ (GM11); **Basis: 2017:** Angebot bekannt n=183; **2019:** Angebot bekannt n=205; Fragestellung: „Weshalb können Sie sich nicht vorstellen, garantiert mobil! als Fahrтанbieter zu nutzen?“ (GM12); **Basis: 2017** Nutzung ‚weniger/ überhaupt nicht wahrscheinlich‘ n=108; **2019** Nutzung ‚weniger/ überhaupt nicht wahrscheinlich‘ n=116 Mehrfachnennungen möglich; Auswahl der häufigsten Nennungen

# Der Anteil derjenigen, die sich vorstellen können garantiert mobil! als Mitfahrer zu nutzen, ist in allen Untergruppen seit 2017 gesunken

WAHRSCHEINLICHKEIT NUTZUNG GARANTIERT MOBIL! MITFAHRER UND FAHRTANBIETER

## Anteil Nutzung garantiert mobil! ist (sehr) wahrscheinlich (1-2)



Frage: „Könnten Sie sich grundsätzlich vorstellen, im Rahmen von garantiert mobil! angebotene Mitnahmefahrten als Fahrgast zu nutzen?“ (GM11)

Frage: „Könnten Sie sich grundsätzlich vorstellen, als Fahrtanbieter an garantiert mobil! Teilzunehmen?“ (GM11b)

Basis: Kenner von garantiert mobil! ; Skala: 1 „sehr wahrscheinlich“ bis 5 „überhaupt nicht wahrscheinlich“.

**Achtung: sehr geringe Fallzahl!**

## AGENDA

1. Ausgangssituation, Zielsetzung und Methode
2. Bekanntheit und Nutzung von **garantiert mobil!**
3. **Image und Potenzial von garantiert mobil!**

# Garantiert mobil! passt gut zum Odenwaldkreis – in erster Linie als Ergänzung zum ÖPNV, in zweiter Linie als Alternative zum Pkw

## IMAGE GARANTIERT MOBIL! (1/2)

### garantiert mobil! ...

■ trifft (voll und ganz) zu    ■ teils/teils    ■ trifft (überhaupt) nicht zu

ist ein Ansatz, der gut zum Odenwaldkreis passt



stellt eine gute Ergänzung zu Bus und Bahn dar



stellt eine gute Alternative zum PKW dar



ist einfach zu nutzen

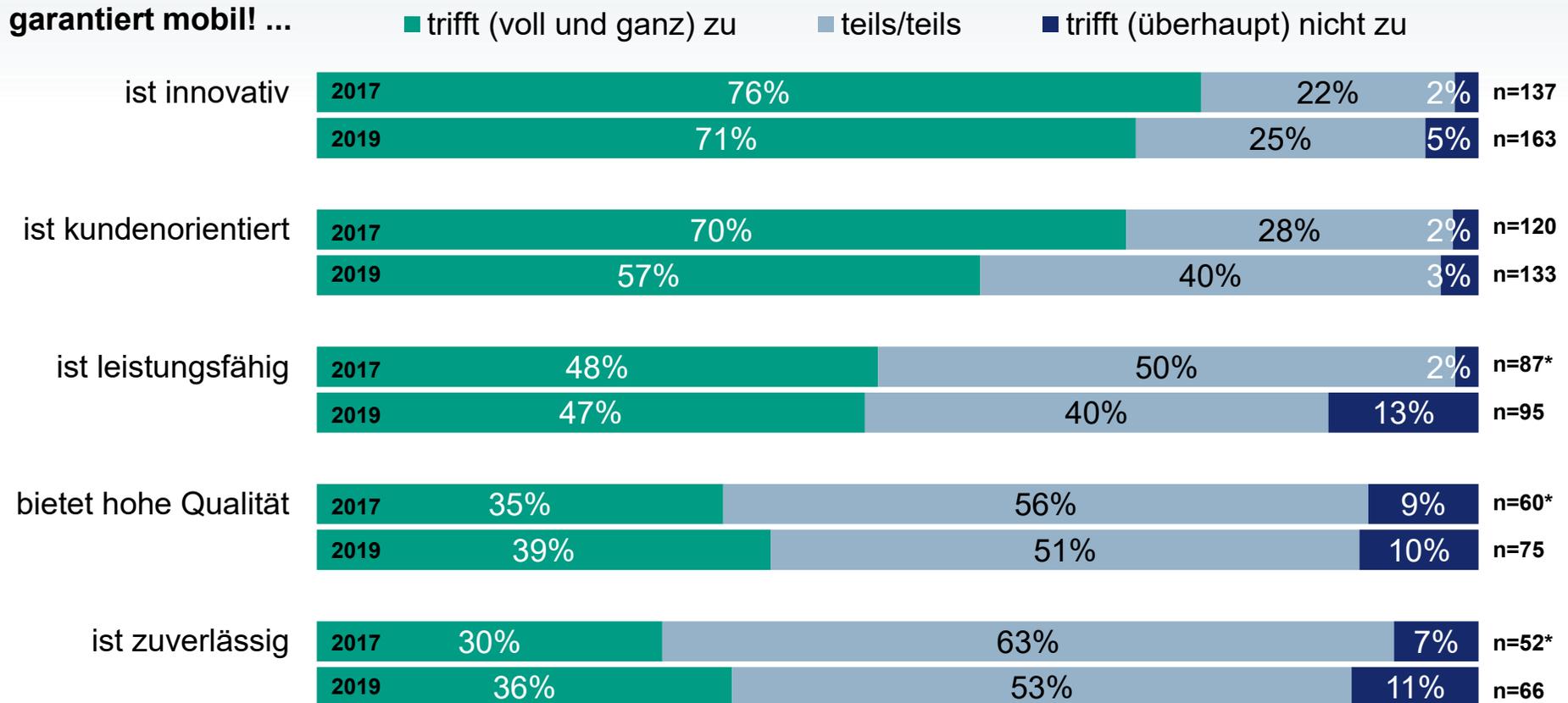


**Fragestellung:** „Sagen Sie mir bitte, inwiefern die folgenden Eigenschaften Ihrer Meinung nach auf garantiert mobil! zutreffen.“ (GM16)

**Basis:** Kenner garantiert mobil!

# Das Image von **garantiert mobil!** wird als innovativ und kundenorientiert empfunden. Leistung und Qualität sind noch schwer einzuschätzen

## IMAGE GARANTIERT MOBIL! (2/2)



**Fragestellung:** „Sagen Sie mir bitte, inwiefern die folgenden Eigenschaften Ihrer Meinung nach auf garantiert mobil zutreffen.“ (GM16)

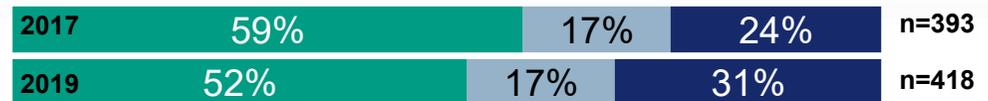
**Basis:** Kenner garantiert mobil! n=52-137; \*bei diesen Nennungen häufig keine Angabe, da keine Nutzungserfahrung

# Eine Mehrheit ist bereit, Bekannte im eigenen Wagen mitzunehmen. Die Mitnahme von Fremden kostet viele jedoch Überwindung.

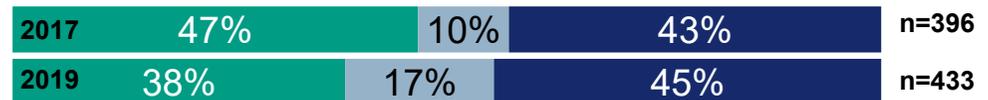
## AUSSAGEN ZUR ERMITTLUNG DES POTENZIALS VON GARANTIERT MOBIL!

■ stimme (voll und ganz) zu ■ teils/teils ■ stimme (überhaupt) nicht zu

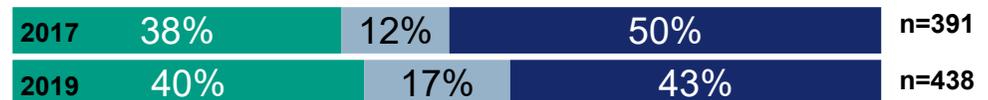
Ich helfe Nachbarn und Bekannten, indem ich sie mit dem Auto mitnehme



Mit fremden Menschen im Auto zu fahren kostet mich Überwindung



Das Smartphone ist bei der Organisation meiner Mobilität besonders wichtig



Ich kann einige Aktivitäten nicht unternehmen, weil ich nicht weiss wie ich dahin kommen soll bzw. keine Fahrtmöglichkeit habe



Um mobil zu sein, fahre ich oft mit Nachbarn und Bekannten mit



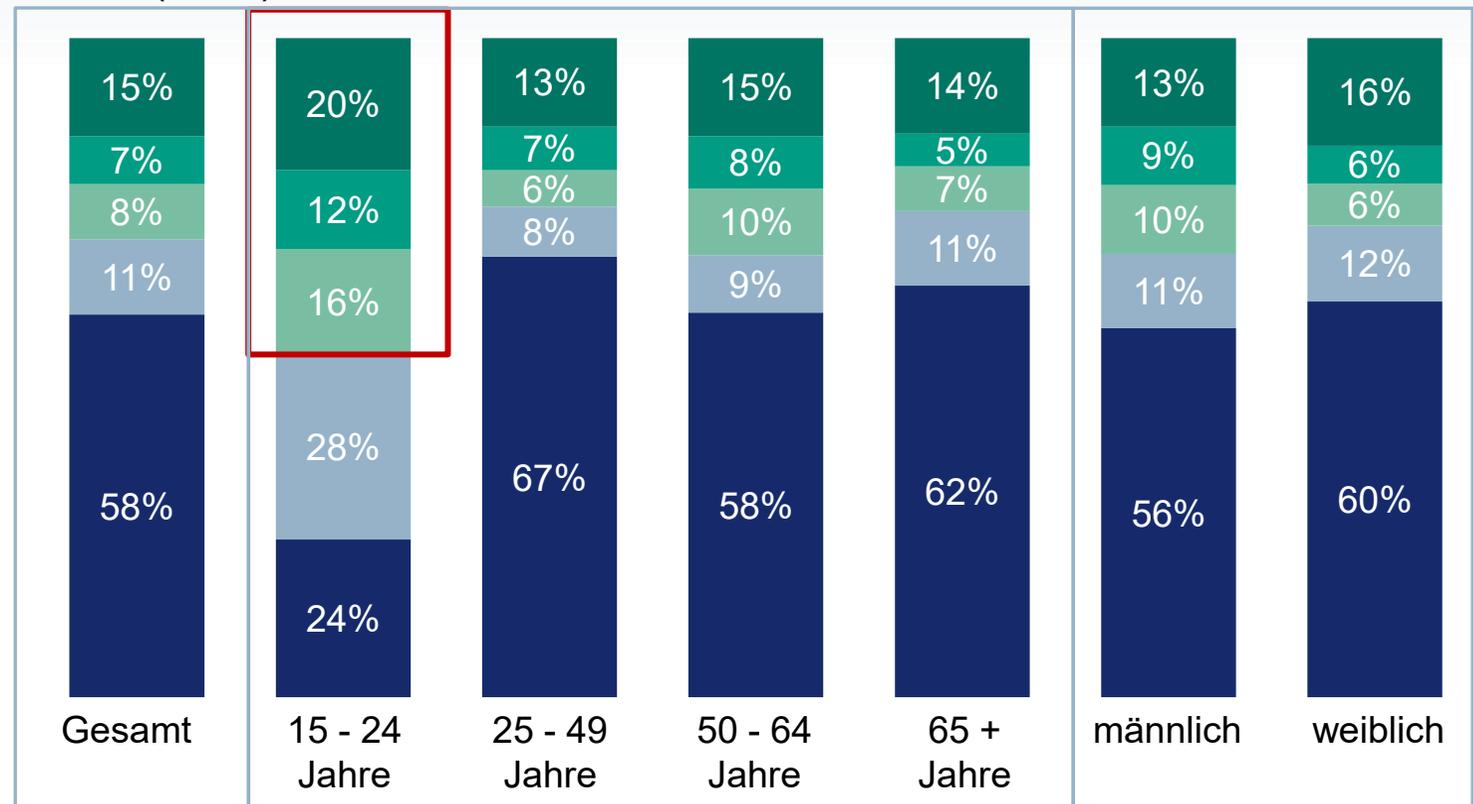
**Fragestellung:** „Im Folgenden haben wir einige Aussagen zum Thema Mobilität gesammelt. Ich lese Ihnen die Aussagen vor und Sie sagen mir bitte inwieweit Sie den Aussagen zustimmen.“ (GM1) **Basis:** Alle

# 42% der Odenwälder zw. 15 und 24 Jahren fühlen sich aufgrund mangelnder Fahrmöglichkeiten bei Aktivitäten eingeschränkt

AUSSAGEN ZUR ERMITTLUNG DES POTENZIALS VON GARANTIERT MOBIL! BEI VERSCHIEDENEN ZIELGRUPPEN

Ich kann einige Aktivitäten nicht unternehmen, weil ich nicht weiß, wie ich dahin kommen soll bzw. keine Fahrmöglichkeit habe (2019)

- Ich stimme voll und ganz zu
- 2
- 3
- 4
- Ich stimme überhaupt nicht zu

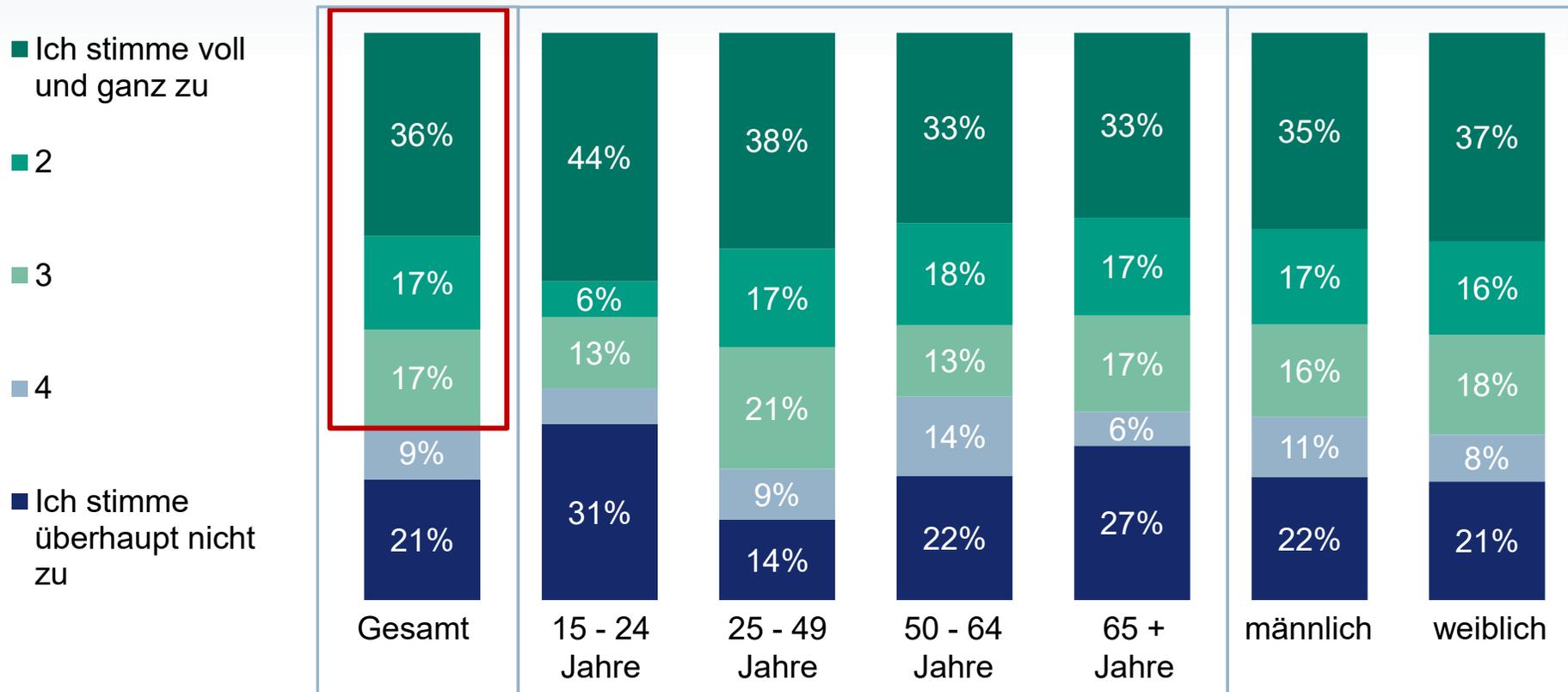


**Fragestellung:** „Im Folgenden haben wir einige Aussagen zum Thema Mobilität gesammelt. Ich lese Ihnen die Aussagen vor und Sie sagen mir bitte inwieweit Sie den Aussagen zustimmen.“ (GM1) **Basis:** Alle n=439

# Nachbarschaftshilfe durch Mitfahrgelegenheiten leisten rund 70% der Odenwälder

AUSSAGEN ZUR ERMITTLUNG DES POTENZIALS VON GARANTIERT MOBIL! BEI VERSCHIEDENEN ZIELGRUPPEN

Ich helfe Nachbarn und Bekannten, indem ich sie mit dem Auto mitnehme (2019)

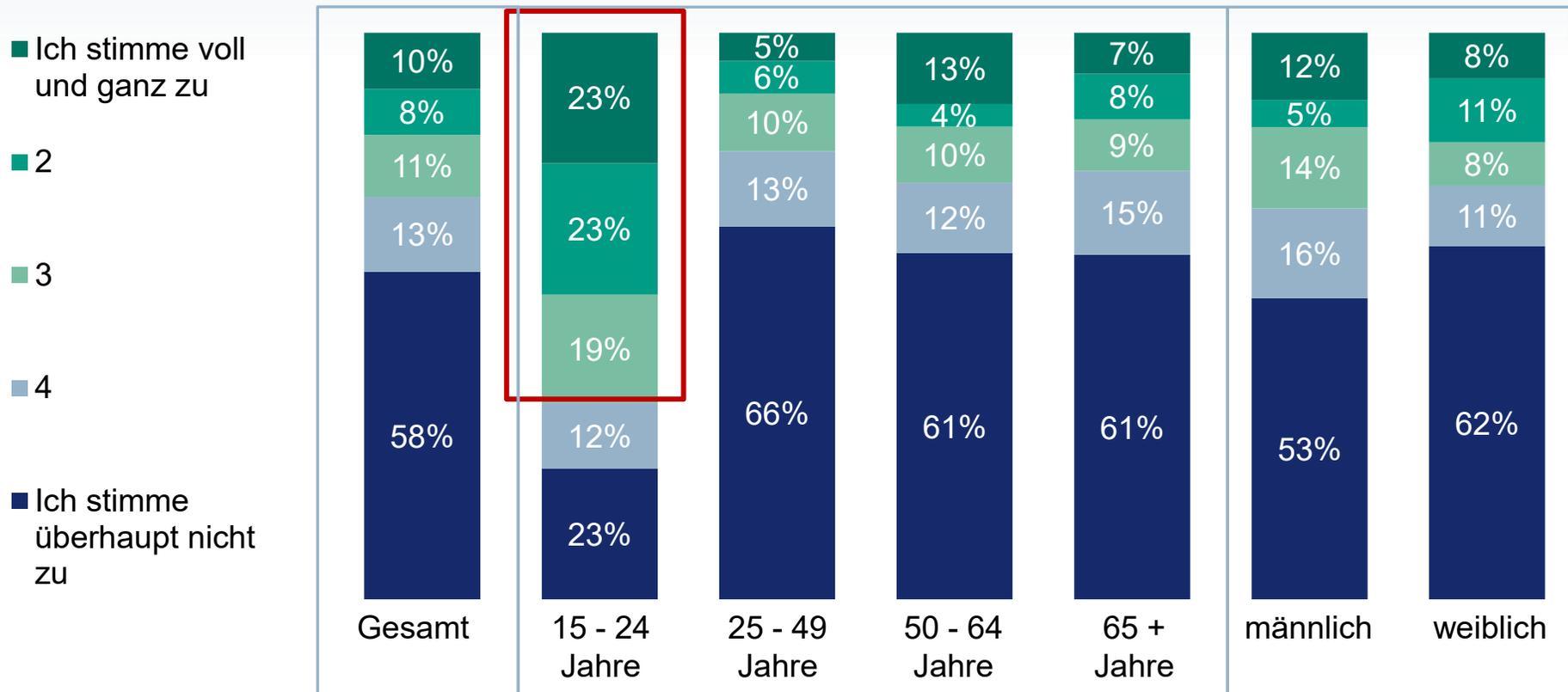


**Fragestellung:** „Im Folgenden haben wir einige Aussagen zum Thema Mobilität gesammelt. Ich lese Ihnen die Aussagen vor und Sie sagen mir bitte inwieweit Sie den Aussagen zustimmen.“ (GM1) **Basis:** Alle n=418

# Mitfahrgelegenheiten durch Bekannte/ Nachbarn nehmen in erster Linie Jugendliche in Anspruch

AUSSAGEN ZUR ERMITTLUNG DES POTENZIALS VON GARANTIERT MOBIL! BEI VERSCHIEDENEN ZIELGRUPPEN

Um mobil zu sein, fahre ich oft mit Nachbarn und Bekannten mit (2019)



**Fragestellung:** „Im Folgenden haben wir einige Aussagen zum Thema Mobilität gesammelt. Ich lese Ihnen die Aussagen vor und Sie sagen mir bitte inwieweit Sie den Aussagen zustimmen.“ (GM1) **Basis:** Alle n=445

# Wer garantiert mobil! bereits genutzt hat, wird dies mit hoher Wahrscheinlichkeit wieder tun und es auch weiter empfehlen

## GESAMTZUFRIEDENHEIT MIT GARANTIERT MOBIL!

Anm.: Absolutwerte aufgrund der geringen Fallzahl!

■ sehr zufrieden      ■ zufrieden      ■ eher zufrieden



## WAHRSCHEINLICHKEIT ZUKÜNFTIGE NUTZUNG

■ sehr wahrscheinlich      ■ (eher) wahrscheinlich



## WEITEREMPFEHLUNG

■ (1) Würde ich auf jeden Fall empfehlen



## VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE GARANTIERT MOBIL

- bessere Informationspolitik und einfachere Gestaltung (n=1)

**Fragestellung:** „Wie zufrieden sind Sie mit dem Angebot von garantiert mobil! insgesamt?“ (GM14a); **Basis:** Angebot genutzt n=6; **Fragestellung:** „Wie wahrscheinlich ist es, dass sie garantiert mobil! auch in Zukunft nutzen werden?“ **Basis:** Angebot genutzt n=6; **Fragestellung:** „Würden Sie das Angebot von garantiert mobil! weiterempfehlen?“ **Basis:** Angebot genutzt n=6; **Fragestellung:** „Was sollte aus Ihrer Sicht bei garantiert mobil! noch verbessert werden?“ **Basis:** Angebot genutzt n=6

**Susanne Gilsdorf, Stephanie Giese,  
Matthias Rabe,  
Susanne Schubert, Petra Märkl**

RMV- und rms-Marktforschung

Rhein-Main-Verkehrsverbund GmbH

Alte Bleiche 5

65719 Hofheim am Taunus

Telefon: (0 61 92) 294-411



## **Anhang 4 – Ergebnisse der Kundenbefragungen**



Hochschule **RheinMain**  
University of Applied Sciences  
Wiesbaden Rüsselsheim

# garantiert mobil!

## Auswertungsergebnisse zur Kundenbefragung

Frankfurt am Main, 12.12.2019

Prof. Dr.-Ing. Volker Bleeß | Sabrina Walther M.Eng.

Prof. Dr.-Ing. Josef Becker | Lola Freyer M.Eng.

# INHALT



- Anlass | Zielsetzung | Methodik
- Kernergebnisse der Befragung
- Fazit
- Gewinnspiel (?)
- Weiteres Vorgehen (?)



Hochschule **RheinMain**  
University of Applied Sciences  
Wiesbaden Rüsselsheim

# ANLASS | ZIELSETZUNGEN | METHODIK

# ANLASS & ZIELSETZUNGEN

## Anlass

- Mit dem Projekt garantiert mobil! wird seit 08. September 2017 eine neue Form der öffentlichen Mobilität im Odenwaldkreis angeboten.
- Die Einführung des innovativen Systems ist für Wissenschaft und Praxis in vielerlei Hinsicht neu.

## Zielsetzungen der Kundenbefragung

- Erfassung der Akzeptanz des Angebots
- Erfassung von Erfahrungen bzgl. der Angebotsnutzung
- Erfassung der Wirkungen der Kommunikations- und Betriebsprozesse
- Identifizieren von Potentialen und Hemmnissen der Angebotsnutzung von garantiert mobil!

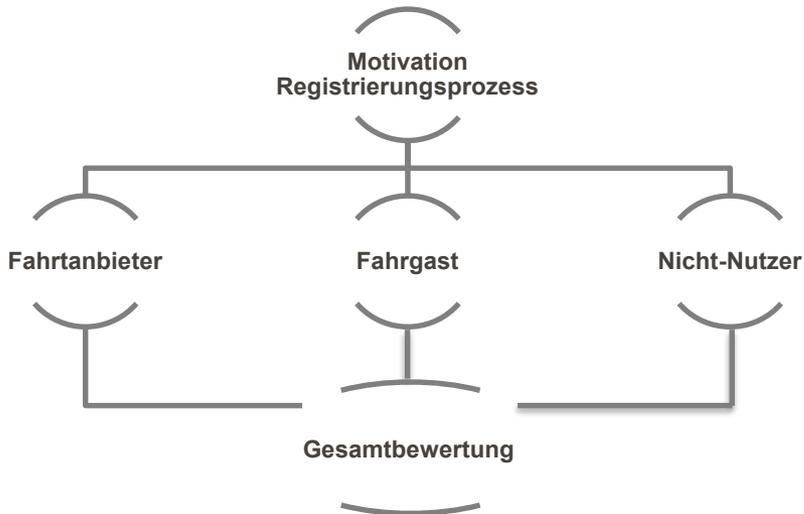
# METHODIK

## Quantitative Onlinebefragung

<b>Zeitraum:</b>	03.05.2018 – 04.06.2018
<b>Grundgesamtheit:</b>	Registrierte gm!-Nutzer (n=200)
<b>Zugang:</b>	Offener Zugang
<b>Stichprobengröße:</b>	n=110
<b>Rücklauf:</b>	55%
<b>Anreiz:</b>	Gewinnspiel über Bonusguthaben

# METHODIK

## Erhebungsinstrument



- **Motivation**
  - **Bewertung Registrierungsprozess**
- 
- **Bewertung der einzelnen Nutzungsoptionen**
  - **Identifizieren von Nutzungspotentialen**
  - **Identifizierung von Nutzungshemmnissen**
- 
- **Bewertung der Gesamtzufriedenheit**



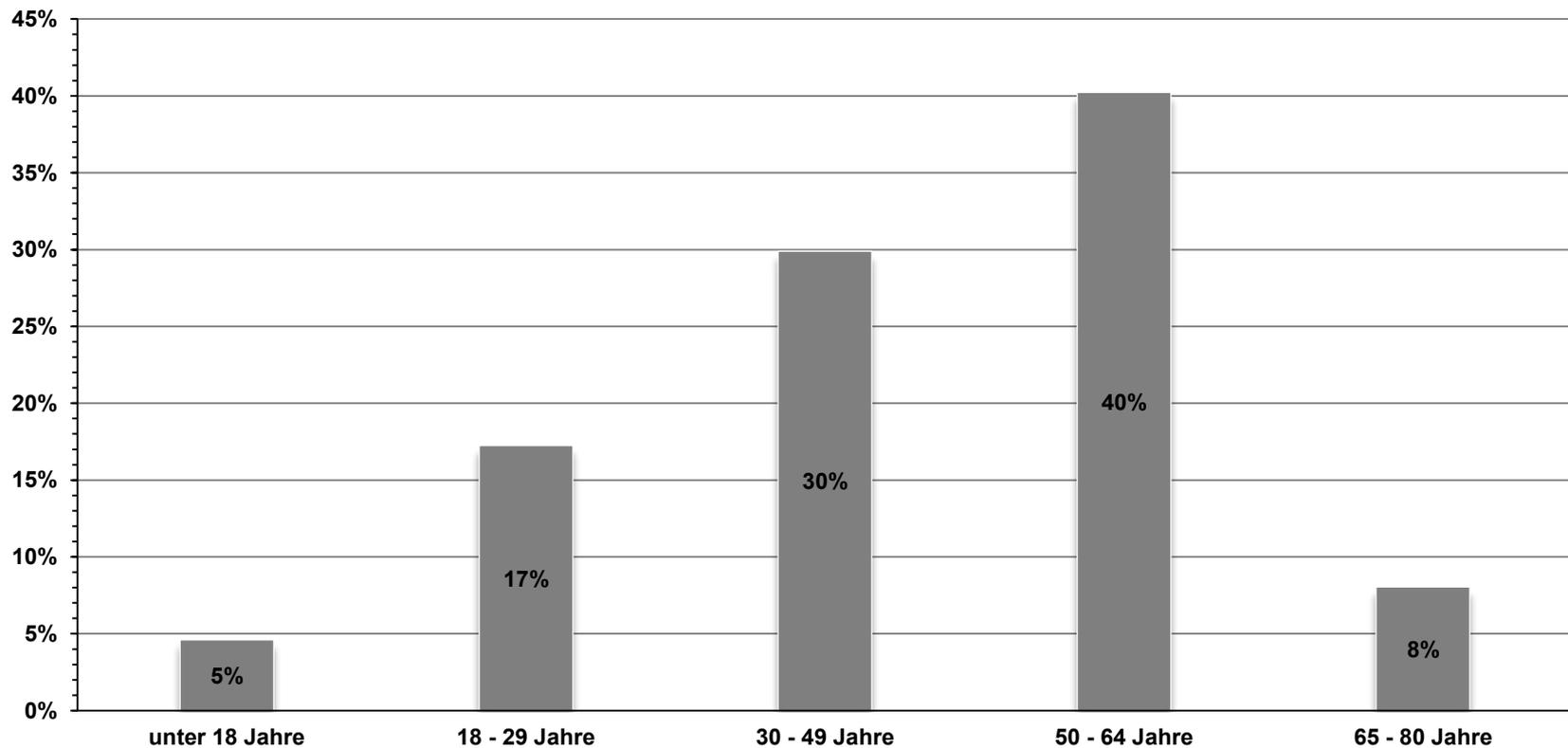
Hochschule **RheinMain**  
University of Applied Sciences  
Wiesbaden Rüsselsheim

# KERNERGEBNISSE DER BEFRAGUNG

# ALLGEMEINE ANGABEN ZUR STICHPROBE 2018

## Altersverteilung der registrierten Nutzer

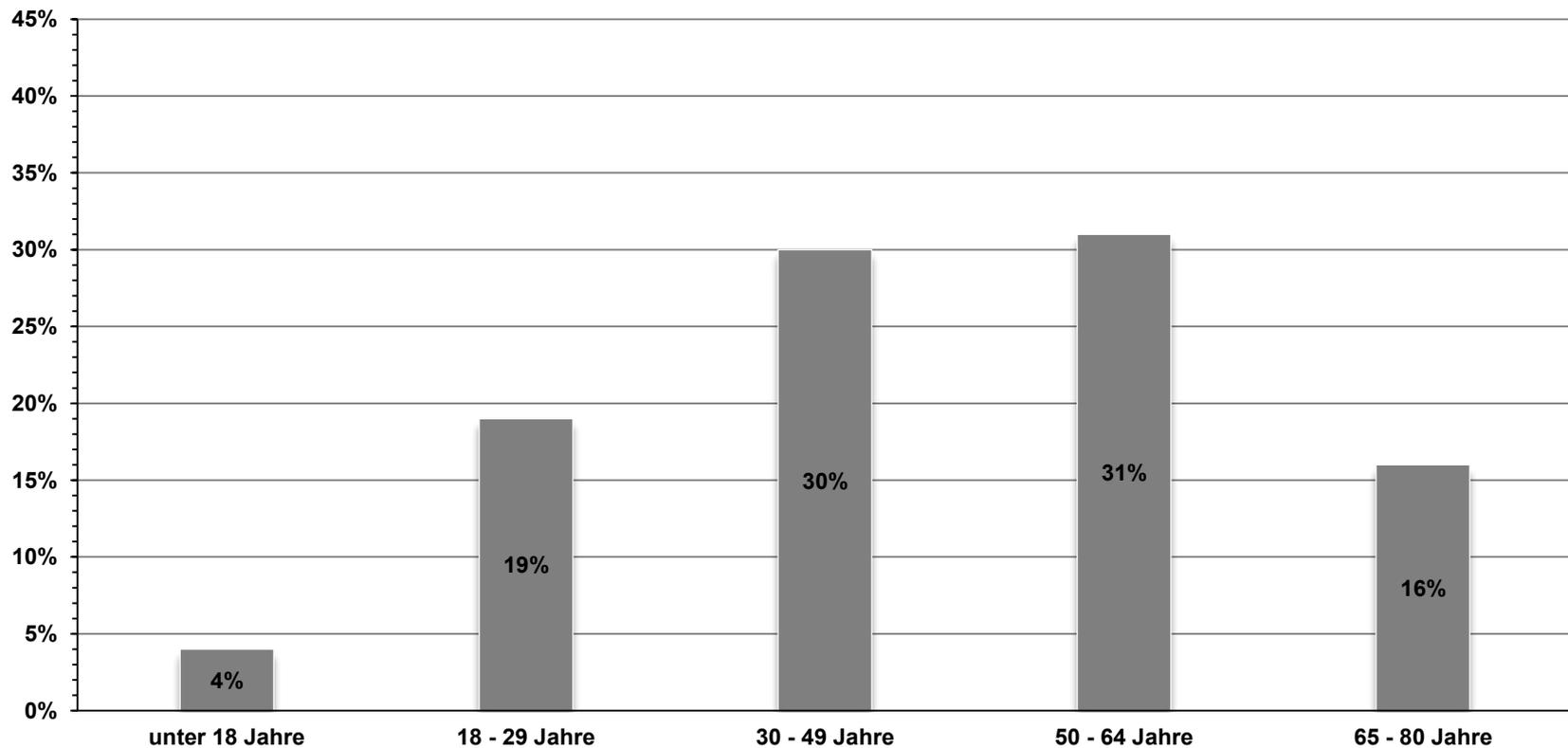
(Frage: Wie alt sind Sie? Basis: Anzahl Beobachtungen; n=87)



# ALLGEMEINE ANGABEN ZUR STICHPROBE 2019

## Altersverteilung der registrierten Nutzer

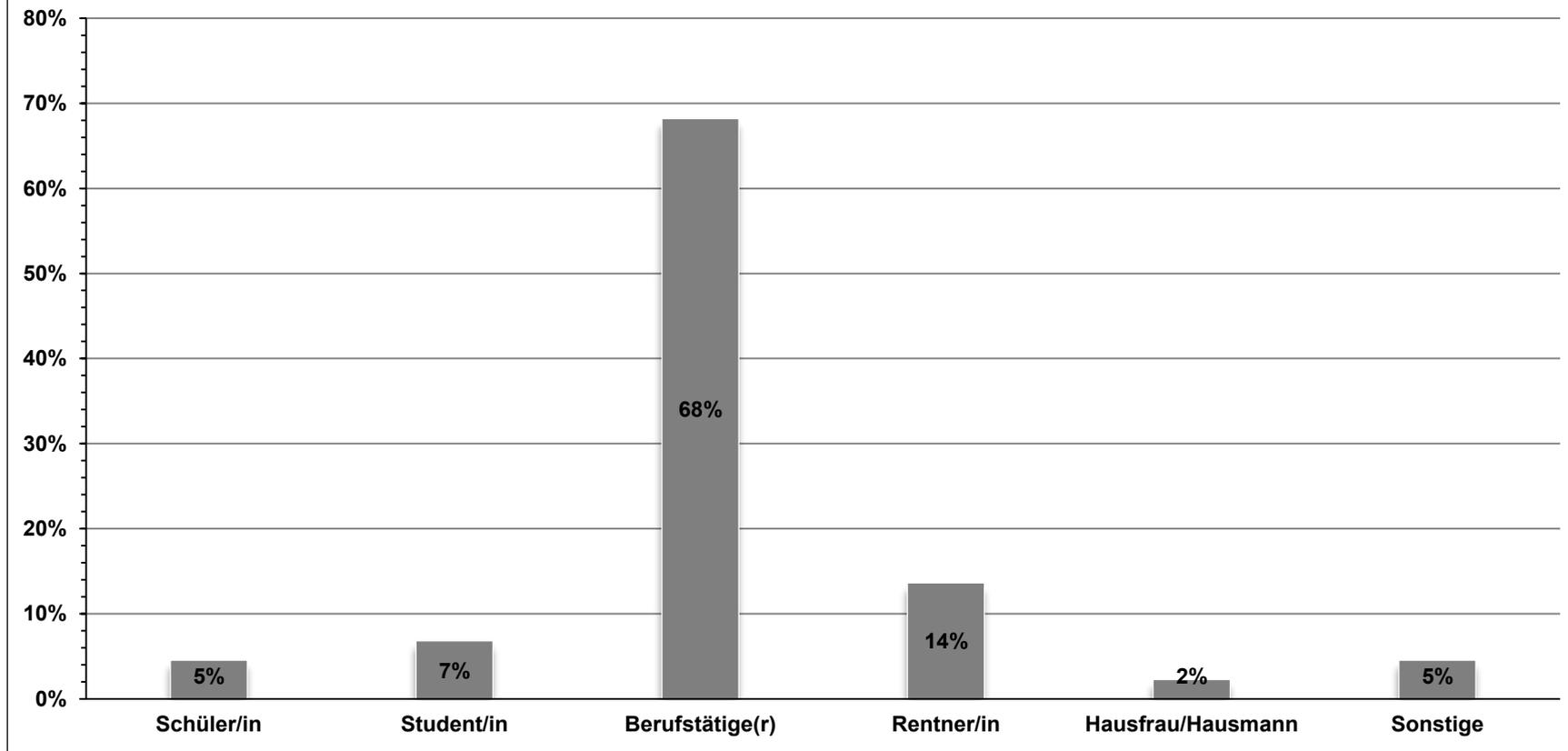
(Frage: Wie alt sind Sie? Basis: Anzahl Beobachtungen; n=172)



# ALLGEMEINE ANGABEN ZUR STICHPROBE 2018

## Beschäftigung der registrierten Nutzer

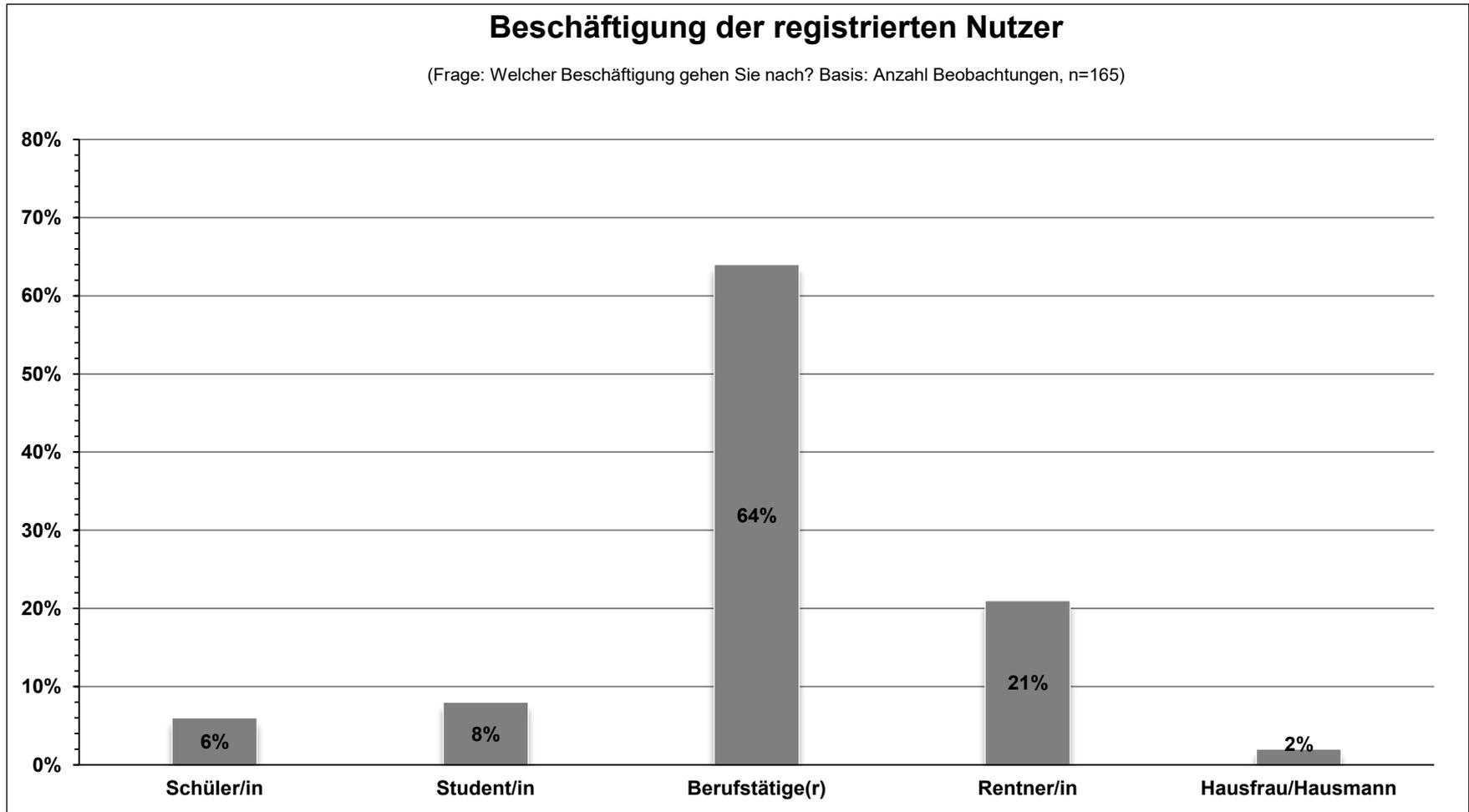
(Frage: Welcher Beschäftigung gehen Sie nach? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=88)



# ALLGEMEINE ANGABEN ZUR STICHPROBE 2019

## Beschäftigung der registrierten Nutzer

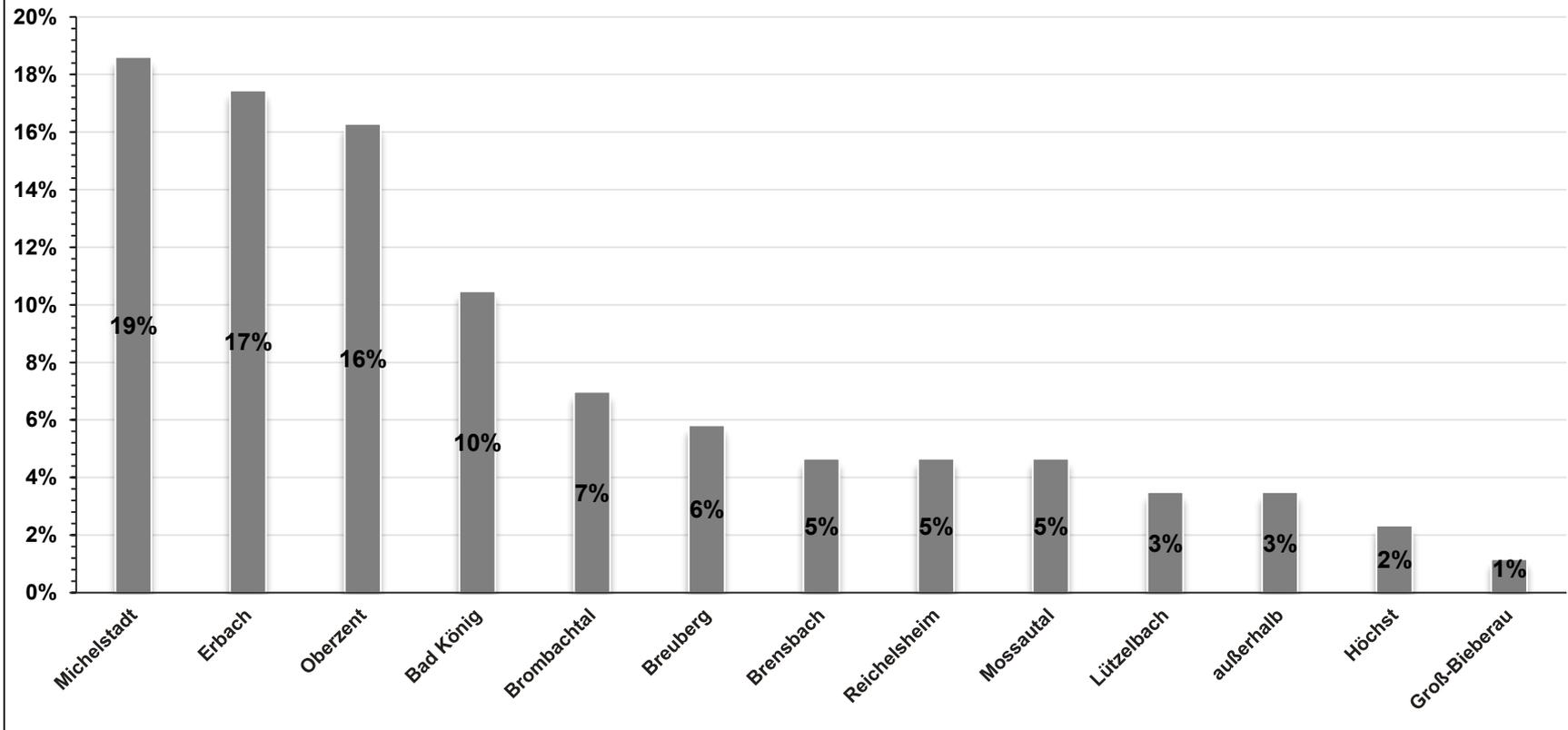
(Frage: Welcher Beschäftigung gehen Sie nach? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=165)



# ALLGEMEINE ANGABEN ZUR STICHPROBE 2018

## Wohnortverteilung

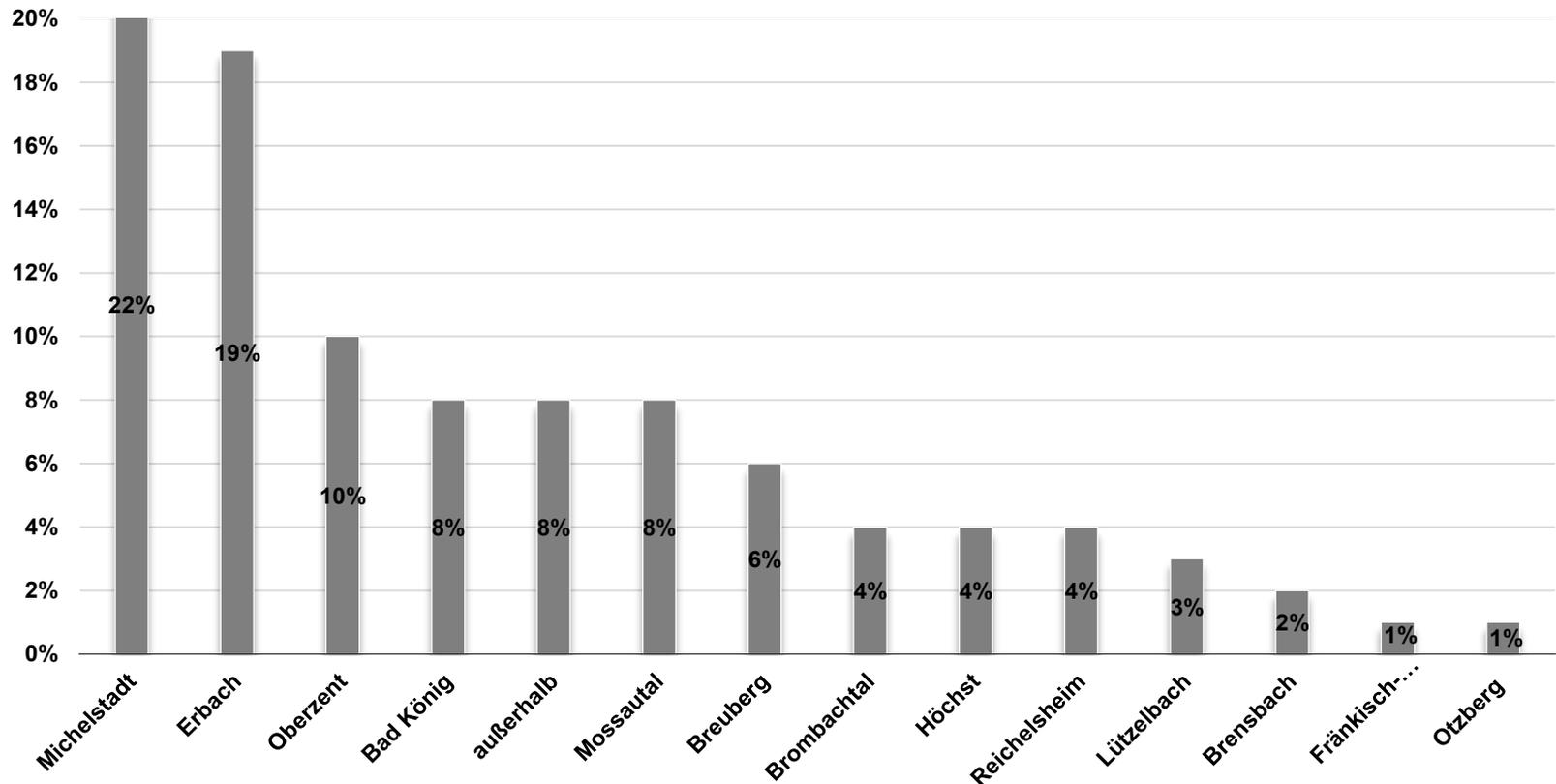
(Frage: In welcher Gemeinde (ggf. Ortsteil) im Odenwaldkreis wohnen Sie? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=86)



# ALLGEMEINE ANGABEN ZUR STICHPROBE 2019

## Wohnortverteilung

(Frage: In welcher Gemeinde (ggf. Ortsteil) im Odenwaldkreis wohnen Sie? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=170)



# ALLGEMEINE ANGABEN ZUR STICHPROBE 2018

Stadt	Einwohnerzahl	Absolute Häufigkeit der Stichprobe	Relative Häufigkeit der Stichprobe	Bevölkerungsanteil
<b>Michelstadt</b>	16088	16	19%	0,10%
<b>Erbach</b>	13630	15	17%	0,11%
<b>Oberzent</b>	10139	14	16%	0,14%
<b>Bad König</b>	9760	9	10%	0,09%
<b>Brombachtal</b>	3487	6	7%	0,17%
<b>Breuberg</b>	7387	5	6%	0,07%
<b>Brensbach</b>	5012	4	5%	0,08%
<b>Reichelsheim</b>	8550	4	5%	0,05%
<b>Mossautal</b>	2419	4	5%	0,17%
<b>Lützelbach</b>	6873	3	3%	0,04%
<b>außerhalb</b>	X	3	3%	X
<b>Höchst</b>	10102	2	2%	0,02%
<b>Groß-Bieberau</b>	4690	1	1%	0,02%

Stand: 09.2018

# ALLGEMEINE ANGABEN ZUR STICHPROBE 2019

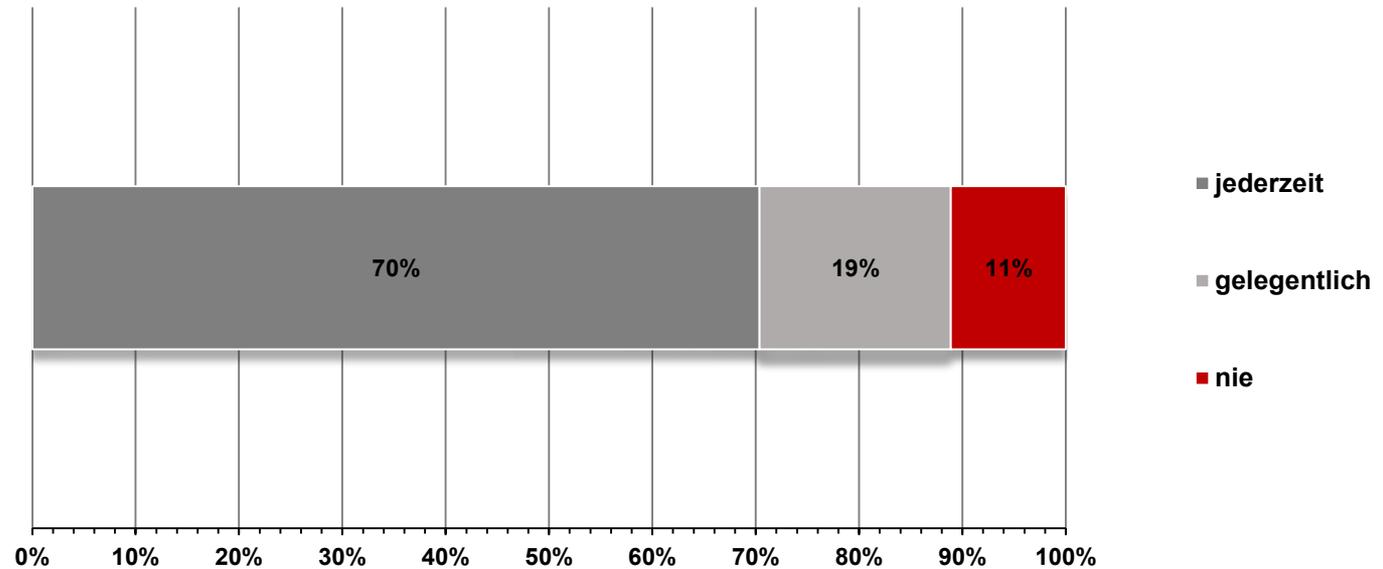
Stadt	Einwohnerzahl	Absolute Häufigkeit der Stichprobe	Relative Häufigkeit der Stichprobe	Bevölkerungsanteil
<b>Michelstadt</b>	16151	22	22%	0,13%
<b>Erbach</b>	13666	19	19%	0,14%
<b>Oberzent</b>	10180	10	10%	0,10%
<b>Bad König</b>	9762	8	8%	0,08%
<b>außerhalb</b>	x	8	8%	x
<b>Mossautal</b>	2413	8	8%	0,31%
<b>Breuberg</b>	7415	6	6%	0,08%
<b>Brombachtal</b>	3503	4	4%	0,10%
<b>Höchst</b>	10185	4	4%	0,04%
<b>Reichelsheim</b>	8581	4	4%	0,04%
<b>Lützelbach</b>	6812	3	3%	0,04%
<b>Brensbach</b>	5028	2	2%	0,04%
<b>Fränkisch-Crumbach</b>	3102	1	1%	0,02%
<b>Otzberg</b>	6424	1	1%	0,02%

Stand: 09.2018

# ALLGEMEINE ANGABEN ZUR STICHPROBE 2018

## Pkw-Verfügbarkeit

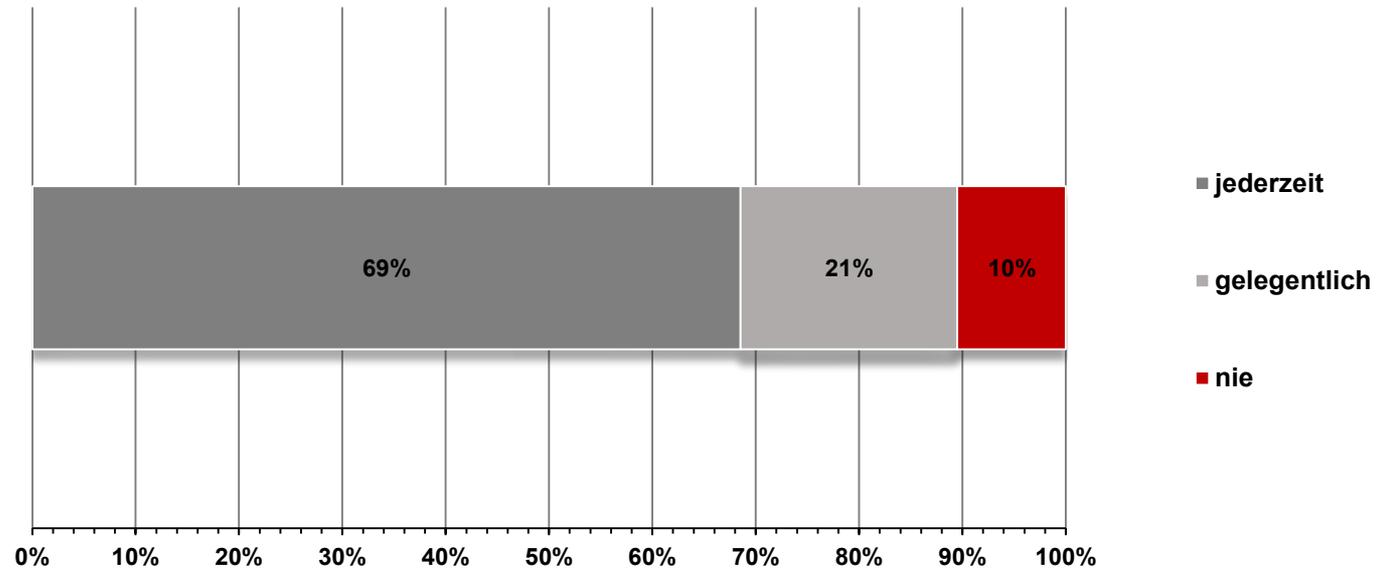
(Frage: Wie oft steht Ihnen ein Pkw zur Verfügung? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=81)



# ALLGEMEINE ANGABEN ZUR STICHPROBE 2019

## Pkw-Verfügbarkeit

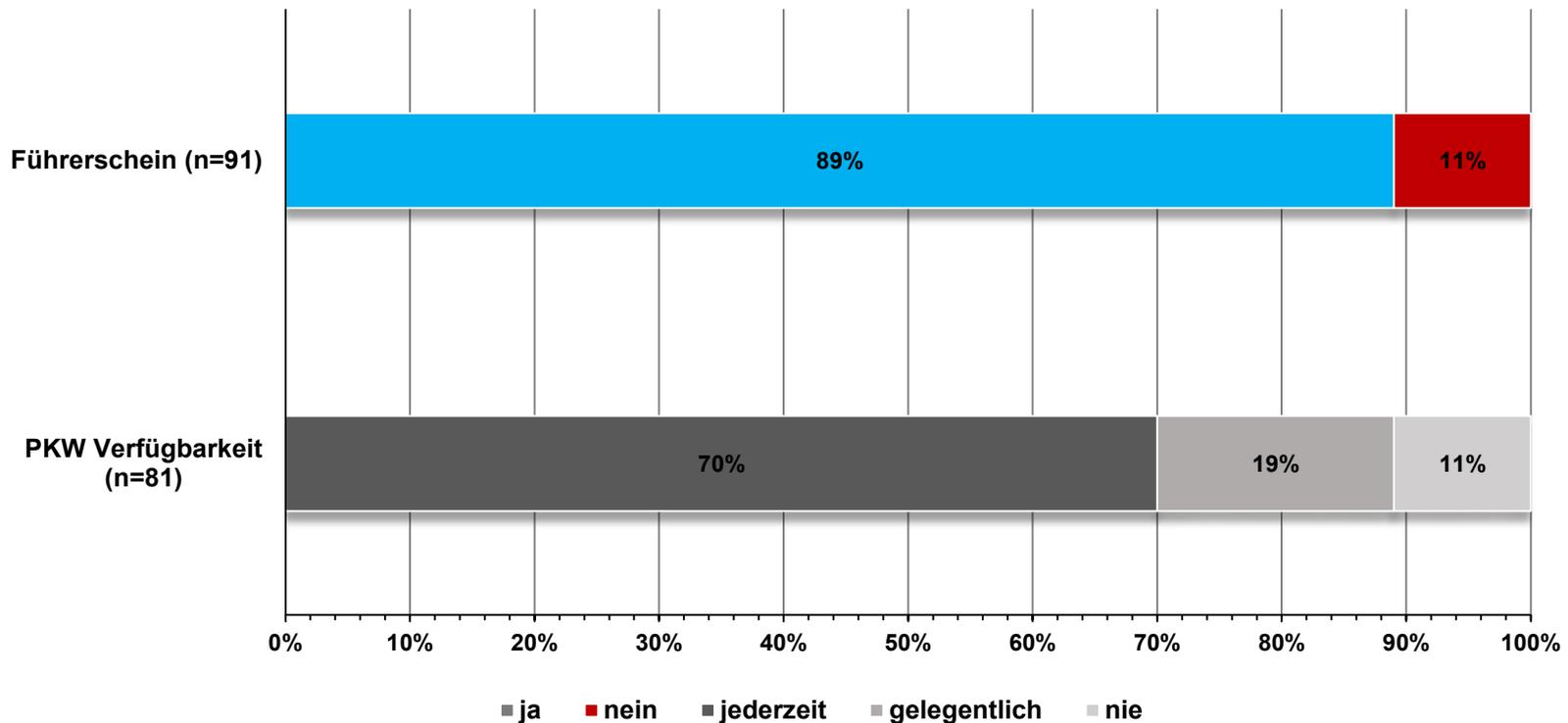
(Frage: Wie oft steht Ihnen ein Pkw zur Verfügung? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=143)



# ALLGEMEINE ANGABEN ZUR STICHPROBE 2018

## Führerscheinbesitz und Pkw-Verfügbarkeit der registrierten Nutzer

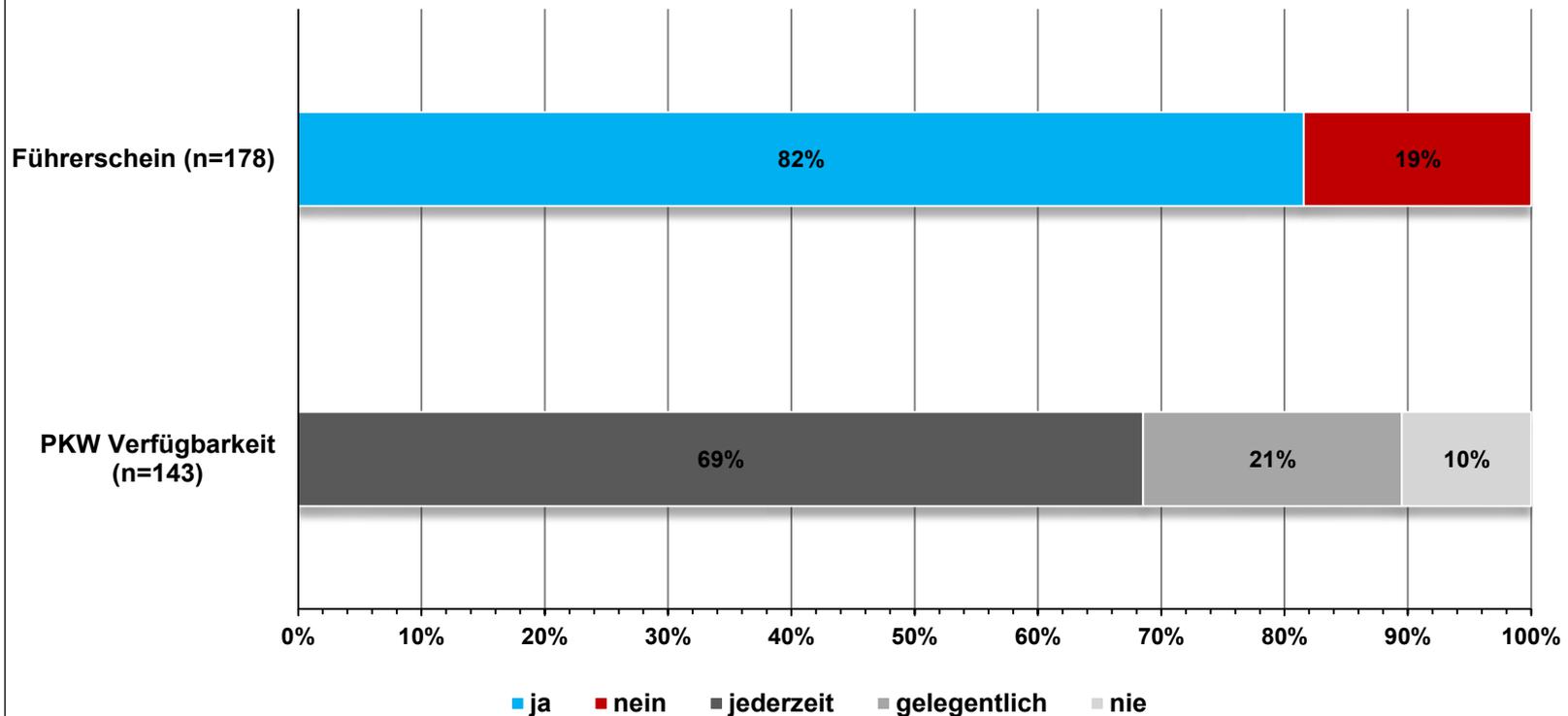
(Fragen: Wie oft steht Ihnen ein Pkw zur Verfügung? Besitzen Sie einen Führerschein? Basis: Anzahl Beobachtungen)



# ALLGEMEINE ANGABEN ZUR STICHPROBE 2019

## Führerscheinbesitz und Pkw-Verfügbarkeit der registrierten Nutzer

(Fragen: Wie oft steht Ihnen ein Pkw zur Verfügung? Besitzen Sie einen Führerschein? Basis: Anzahl Beobachtungen)

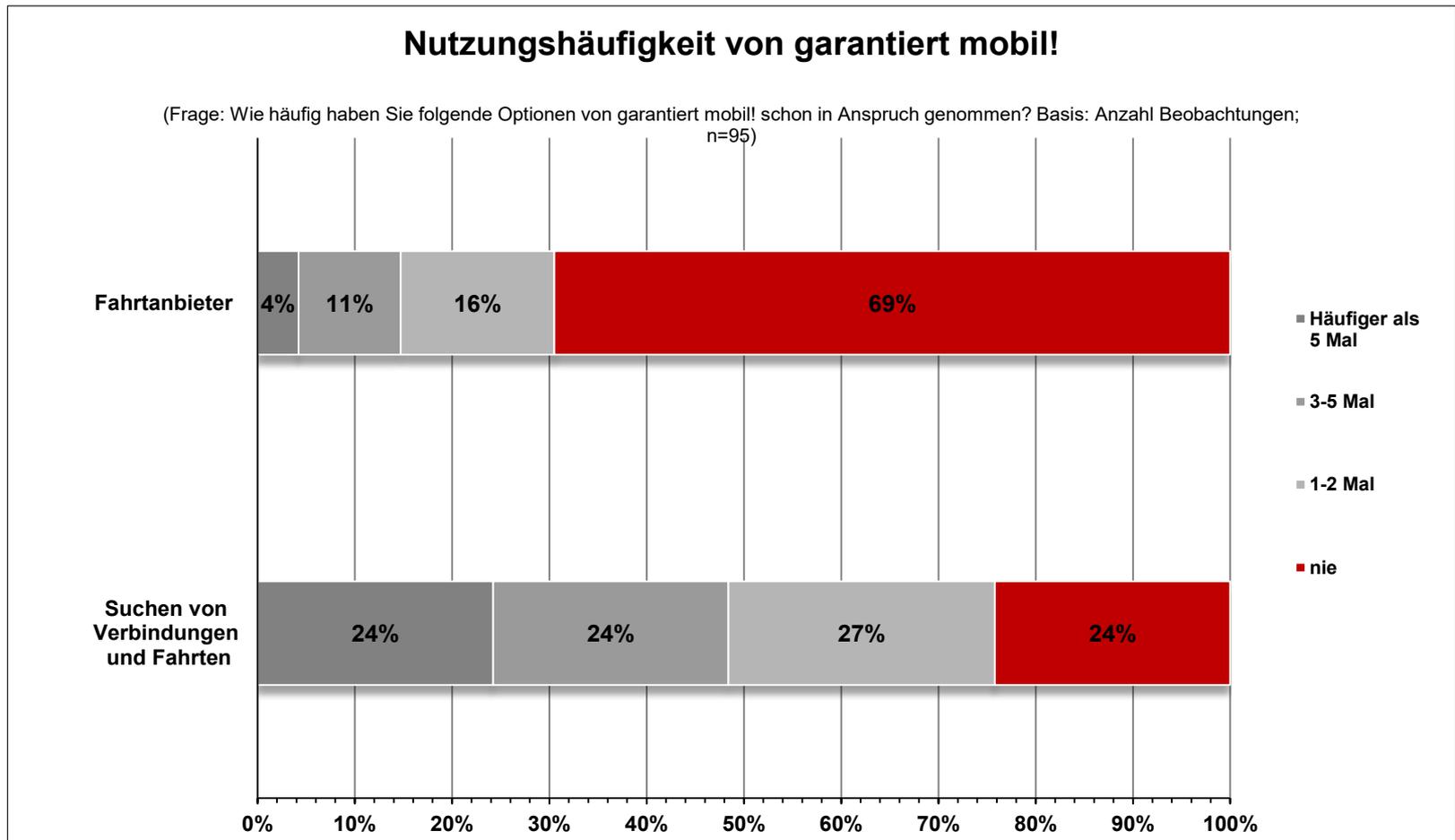




Hochschule **RheinMain**  
University of Applied Sciences  
Wiesbaden Rüsselsheim

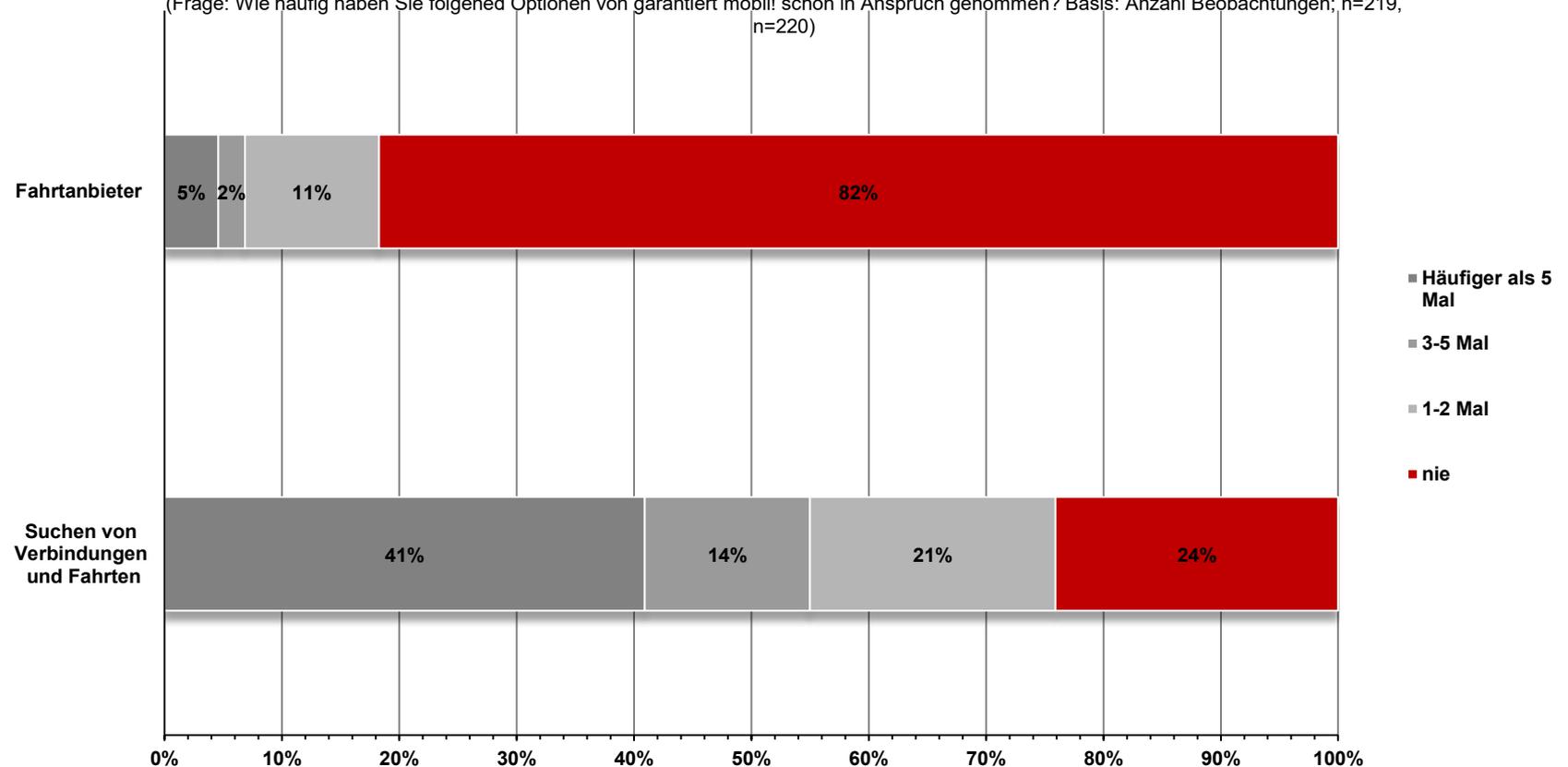
# NUTZERGRUPPEN

# NUTZERGRUPPEN 2018

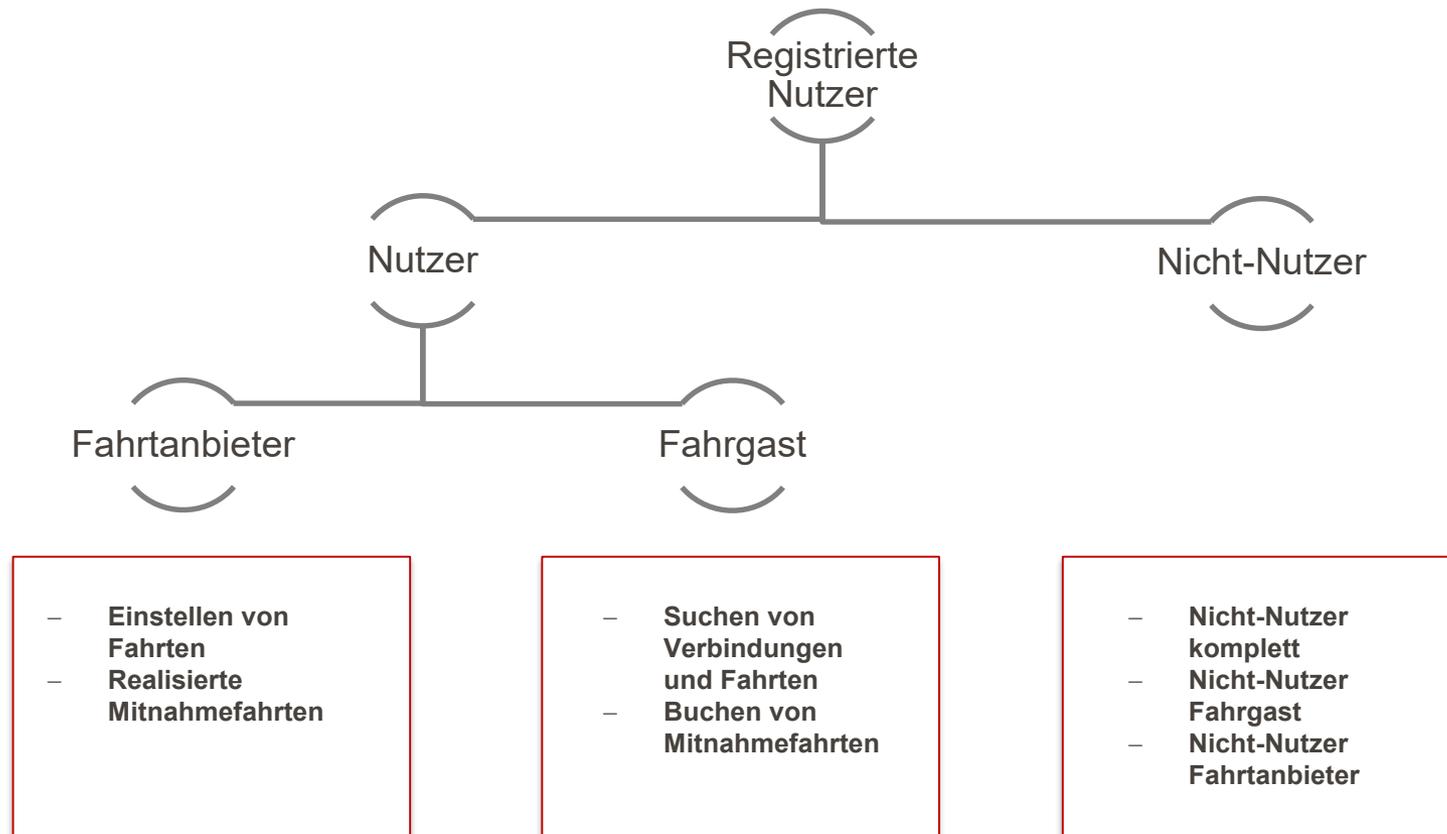


## Nutzungshäufigkeit von garantiert mobil!

(Frage: Wie häufig haben Sie folgender Optionen von garantiert mobil! schon in Anspruch genommen? Basis: Anzahl Beobachtungen; n=219, n=220)



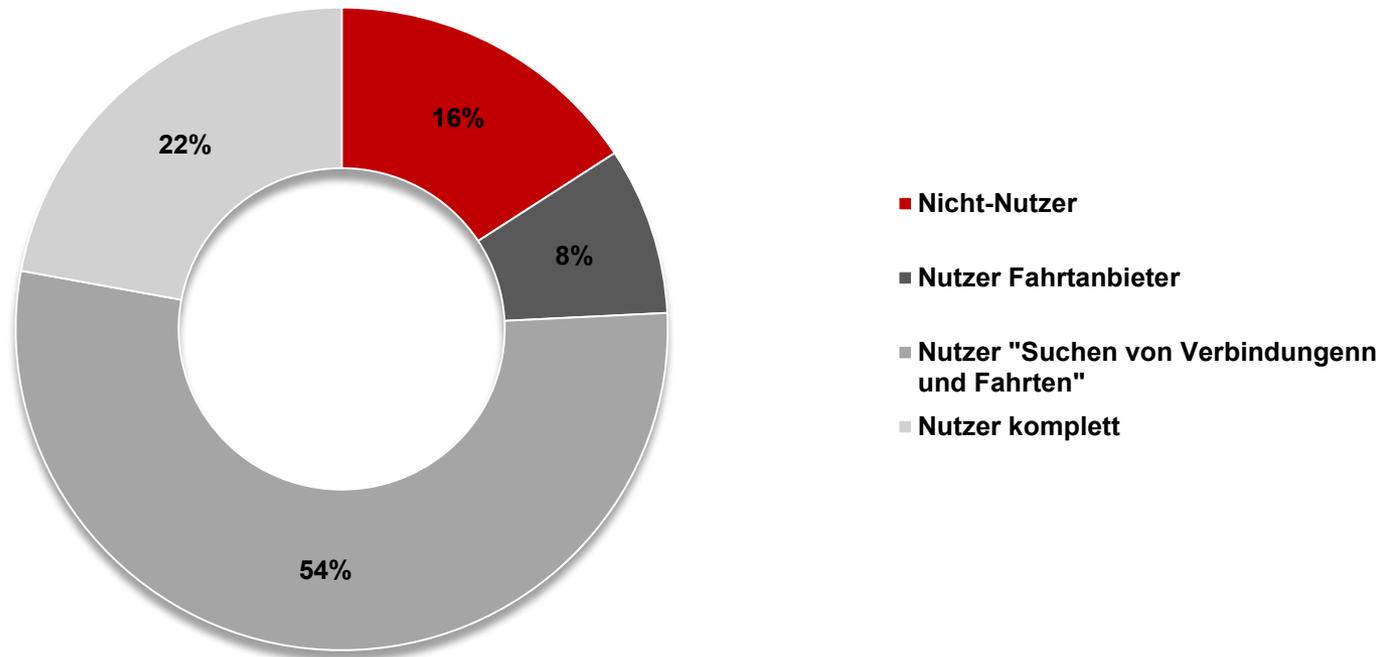
# NUTZERGRUPPEN



# NUTZERGRUPPEN 2018

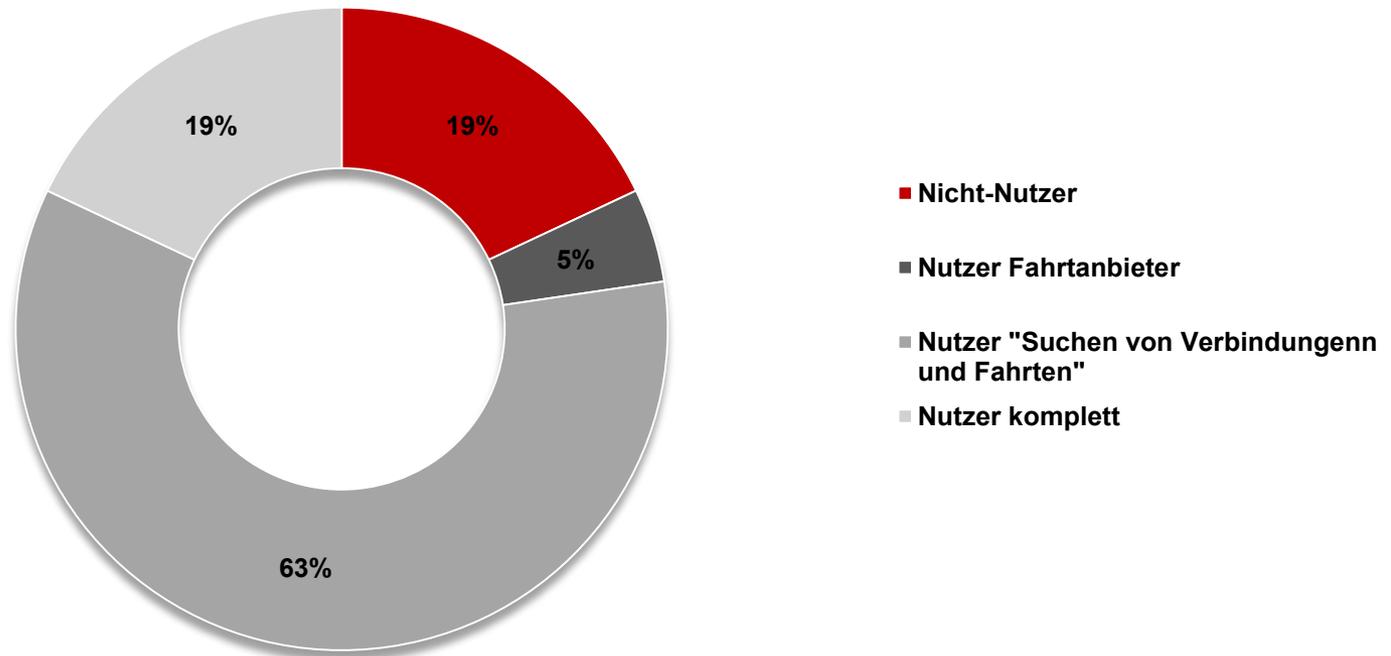
## garantiert mobil! Nutzergruppen

(Frage: Wie häufig haben Sie folgende Optionen von garantiert mobil! schon in Anspruch genommen? Basis: Nicht-Nutzer, Anzahl Beobachtungen; n=95)



## garantiert mobil! Nutzergruppen

(Frage: Wie häufig haben Sie folgende Optionen von garantiert mobil! schon in Anspruch genommen? Basis: Nicht-Nutzer; Anzahl Beobachtungen; n=219)



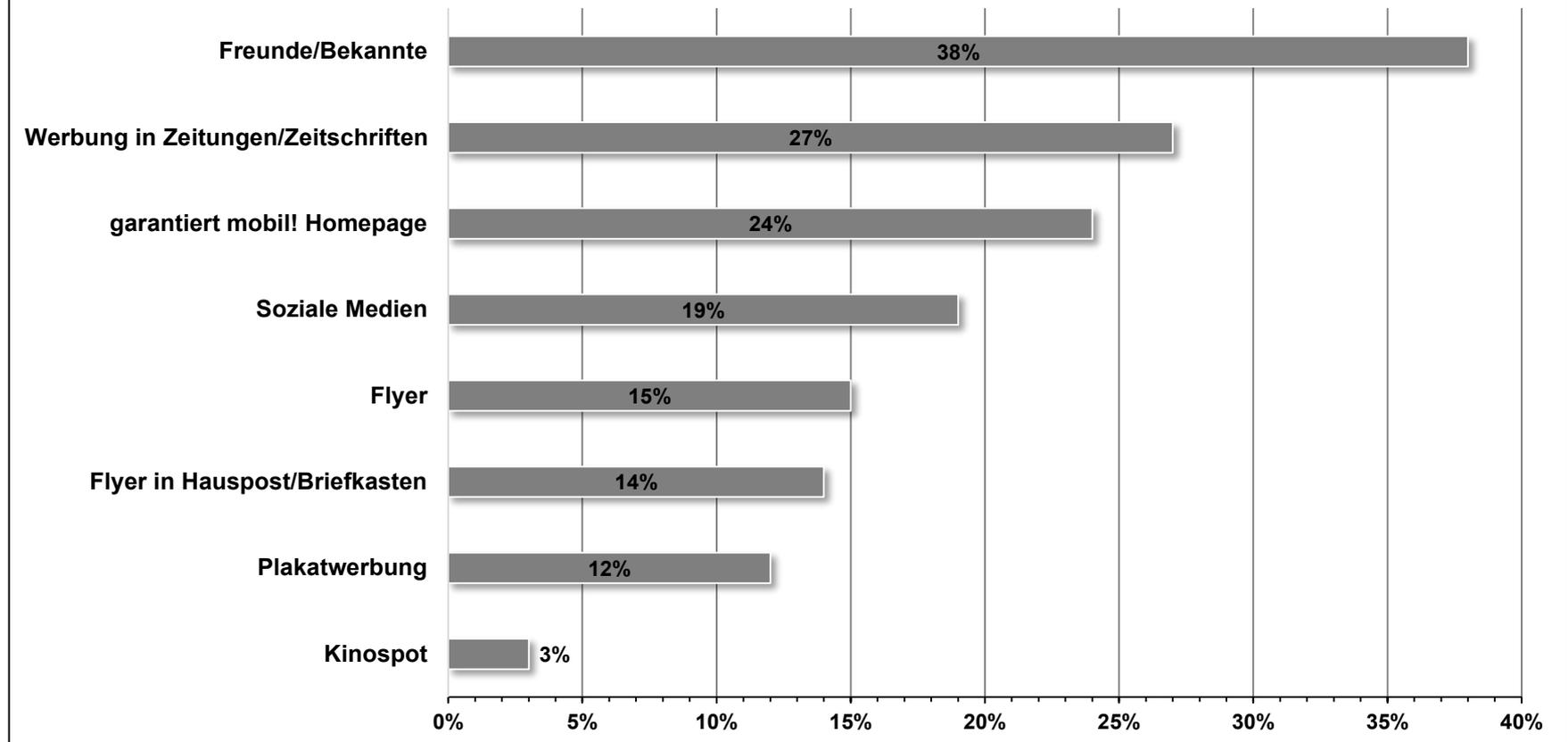


Hochschule **RheinMain**  
University of Applied Sciences  
Wiesbaden Rüsselsheim

# MOTIVATION & REGISTRIERUNGSPROZESS

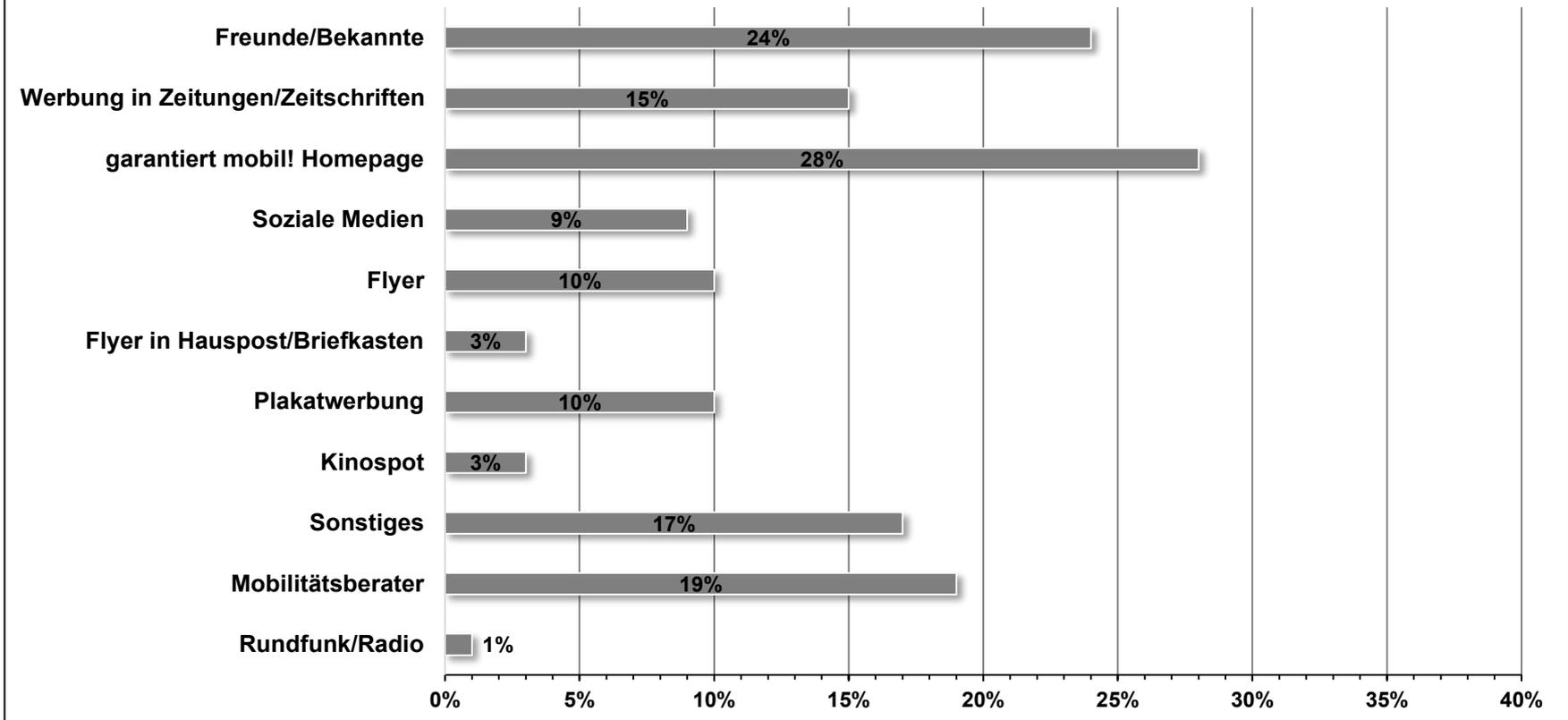
## Aufmerksamkeit garantiert! mobil

(Frage: Wie sind Sie auf garantiert! mobil aufmerksam geworden? Basis: Anzahl Beobachtungen; n=74)



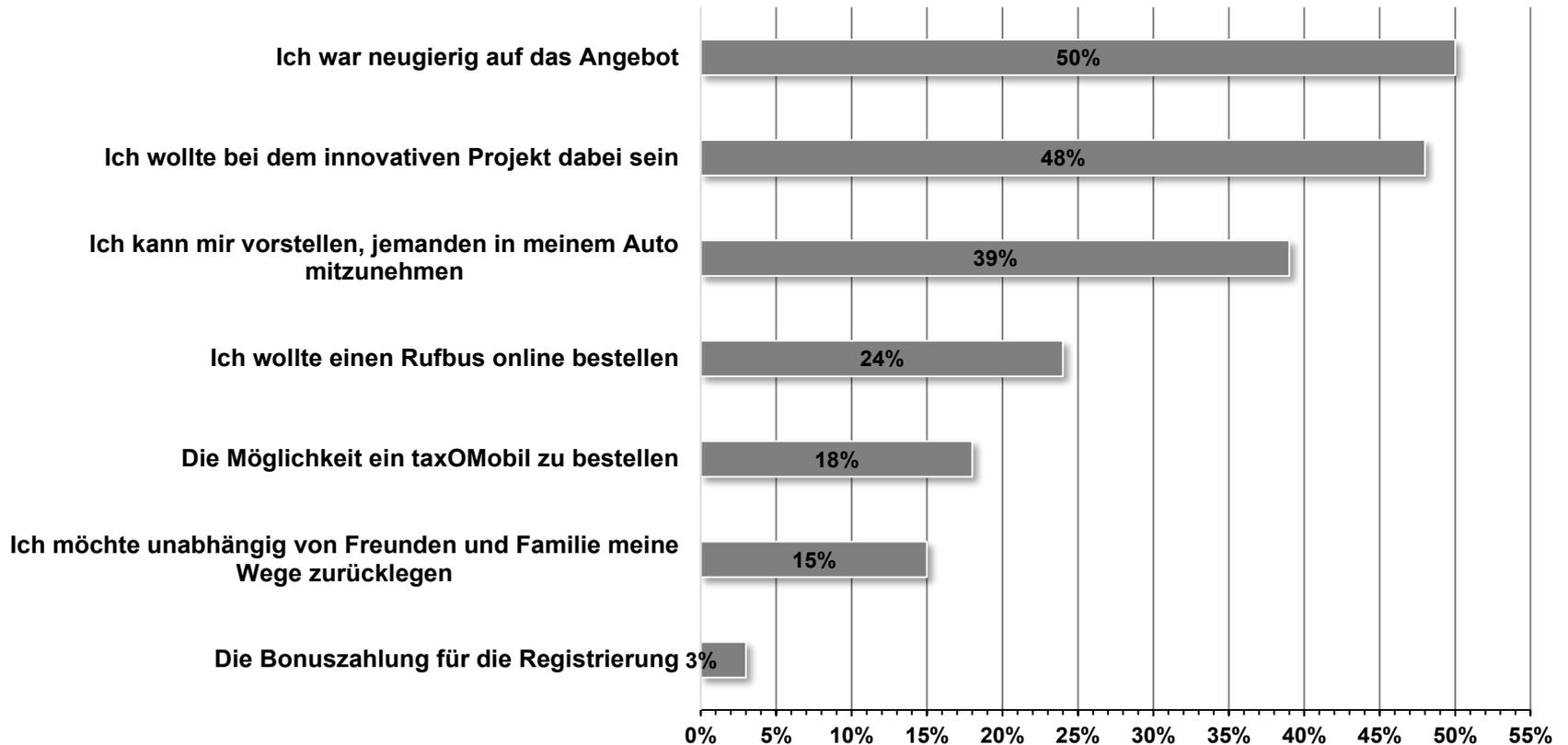
## Aufmerksamkeit garantiert! mobil

(Frage: Wie sind Sie auf garantiert! mobil aufmerksam geworden? Basis: Anzahl Beobachtungen; n=209)



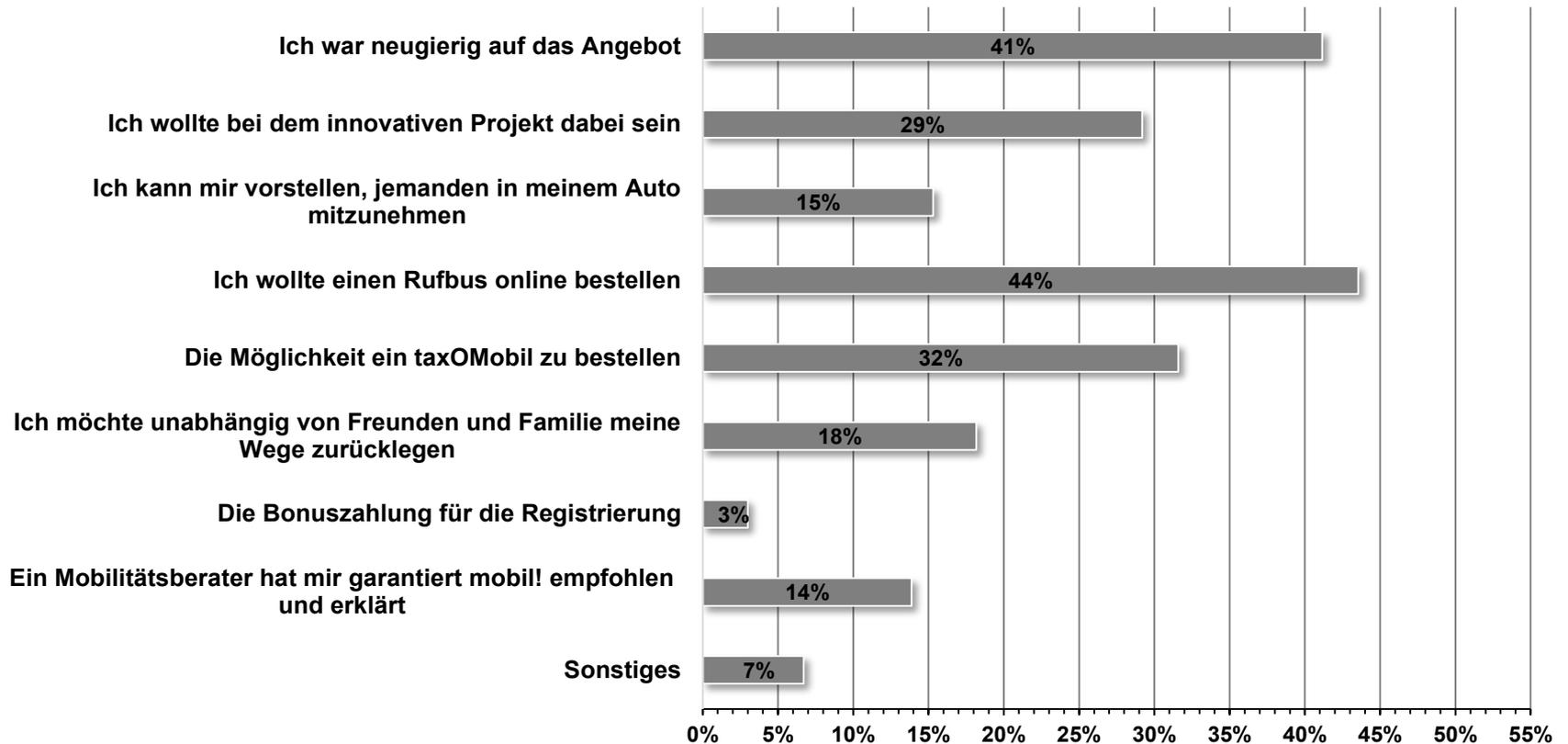
## Motivation der registrierten Nutzer

(Frage: Was hat Sie motiviert, sich bei garantiert! mobil zu registrieren? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=93)



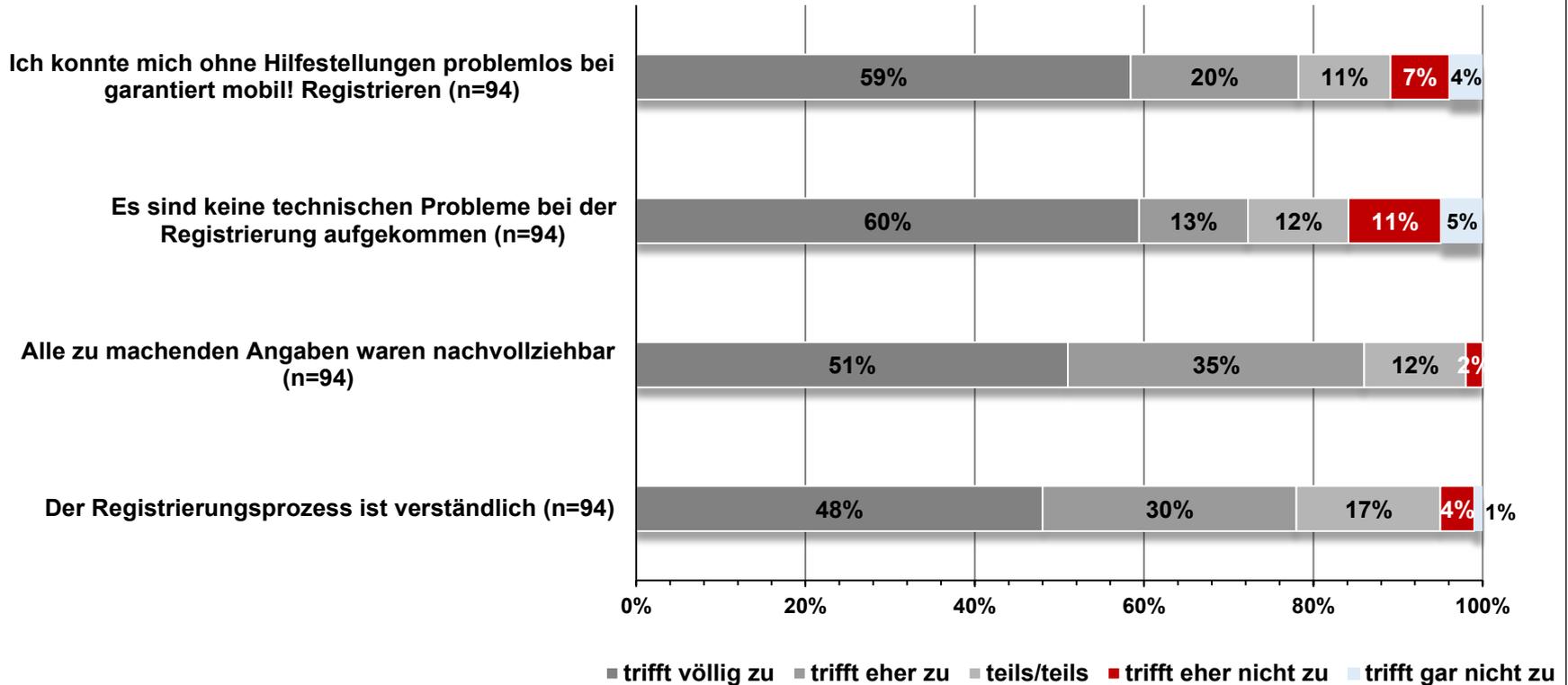
## Motivation der registrierten Nutzer

(Frage: Was hat Sie motiviert, sich bei garantiert! mobil zu registrieren? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=209)



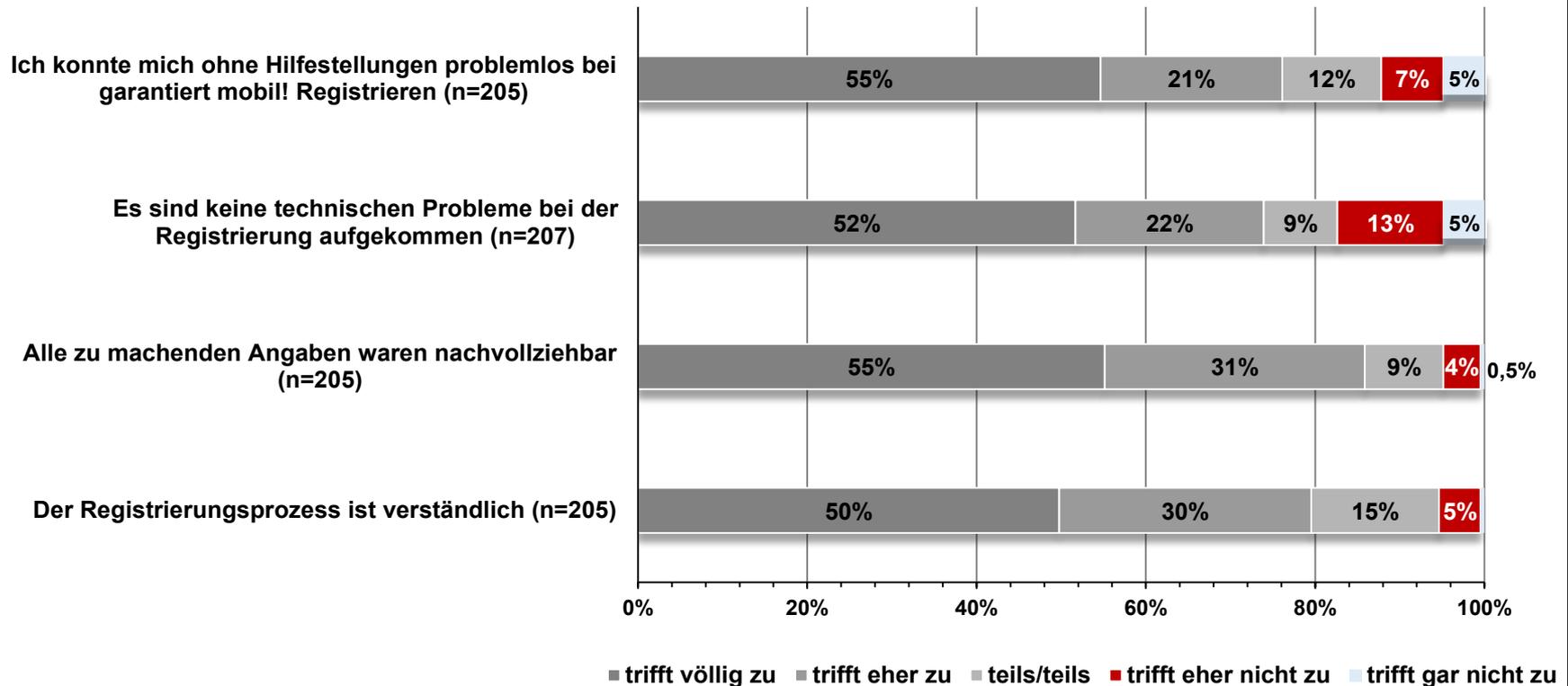
## Verständlichkeit des Registrierungsprozesses

(Frage: Inwiefern treffen folgende Aussagen in Bezug auf den Registrierungsprozess zu? Basis: Anzahl Beobachtungen)



## Verständlichkeit des Registrierungsprozesses

(Frage: Inwiefern treffen folgende Aussagen in Bezug auf den Registrierungsprozess zu? Basis: Anzahl Beobachtungen)





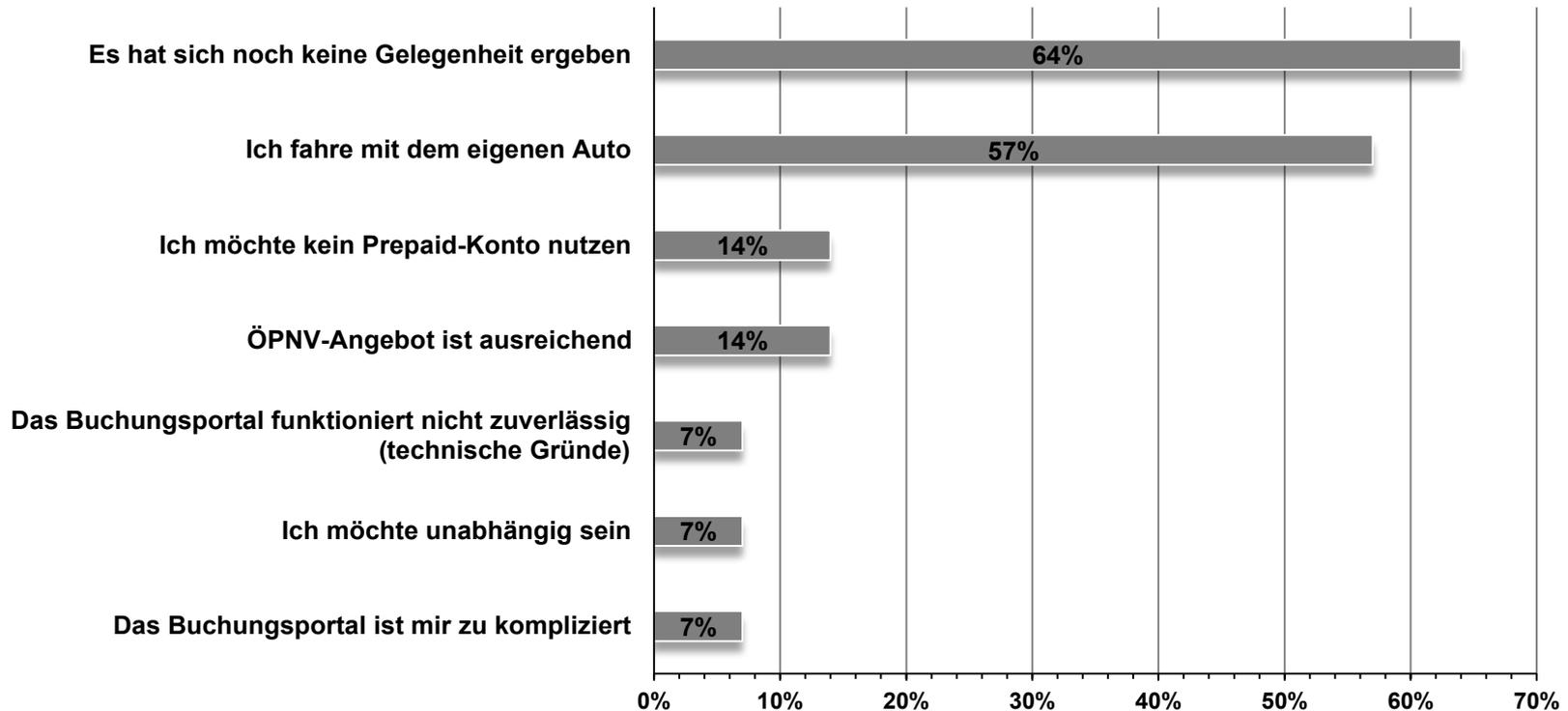
Hochschule **RheinMain**  
University of Applied Sciences  
Wiesbaden Rüsselsheim

# AUSWERTUNGSERGEBNISSE GARANTIERT MOBIL! NICHT-NUTZER

# GM!-NICHT-NUTZER

## Gründe für die Nicht-Nutzung von garantiert mobil!

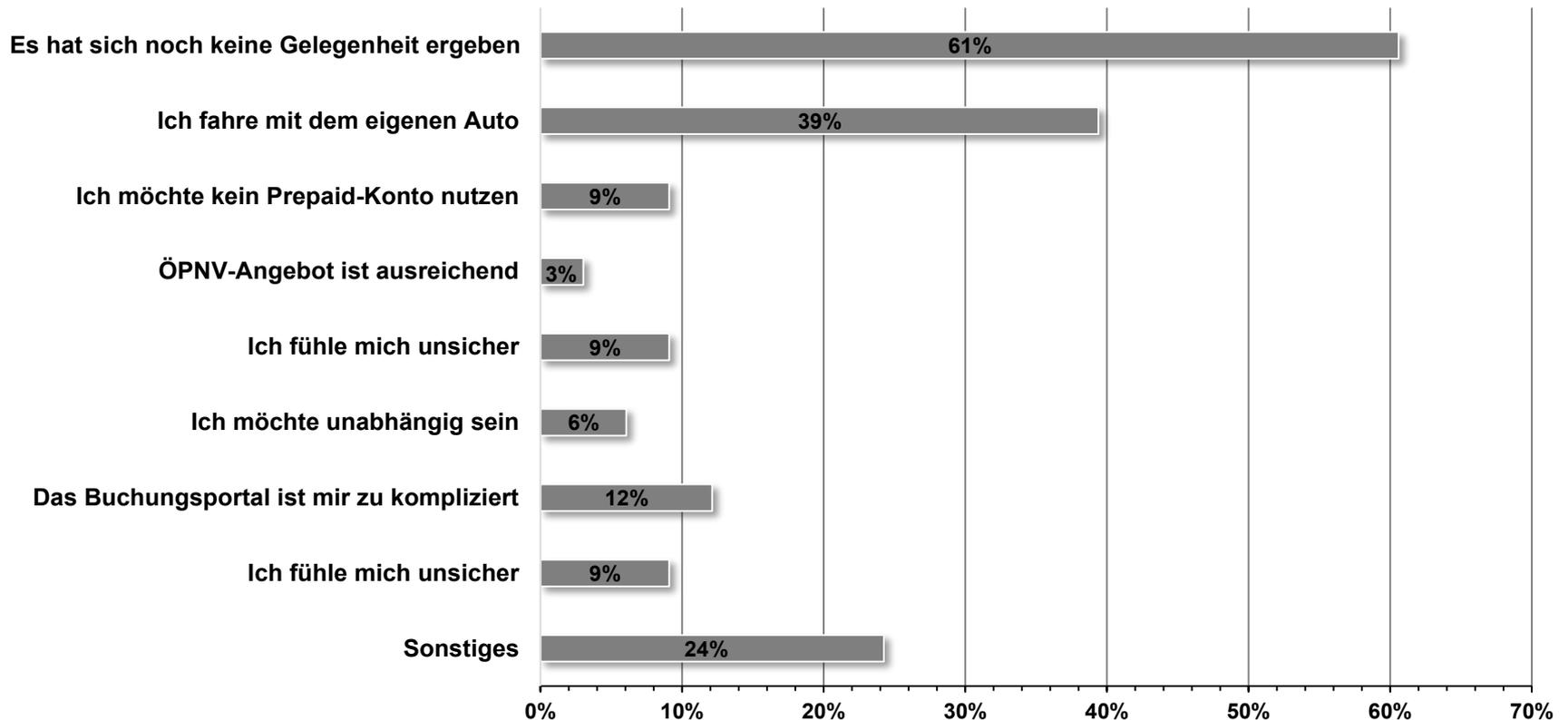
(Frage: Warum haben Sie garantiert! mobil bisher noch nicht zum Suchen von Verbindungen und Fahrten genutzt? Basis: Anzahl Beobachtungen; n=14)



# GM!-NICHT-NUTZER

## Gründe für die Nicht-Nutzung von garantiert mobil!

(Frage: Warum haben Sie garantiert! mobil bisher noch nicht zum Suchen von Verbindungen und Fahrten genutzt? Basis: Anzahl Beobachtungen, N=33)

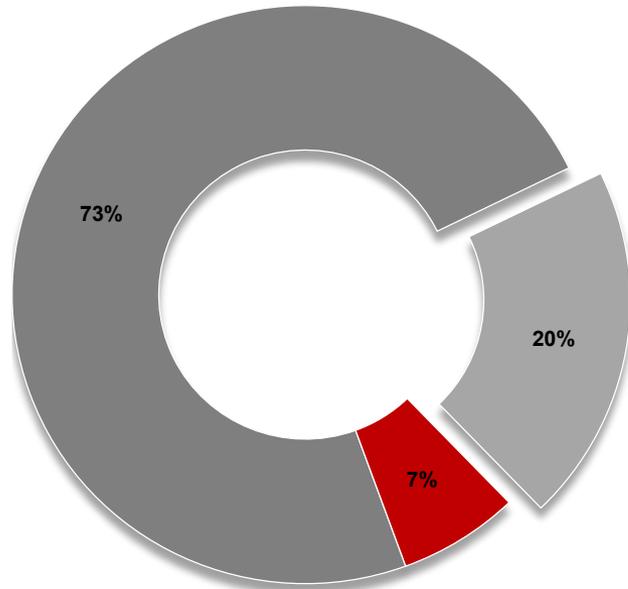


# GM!-NICHT-NUTZER 2019

## Nutzung von garantiert mobil! als Fahrgast

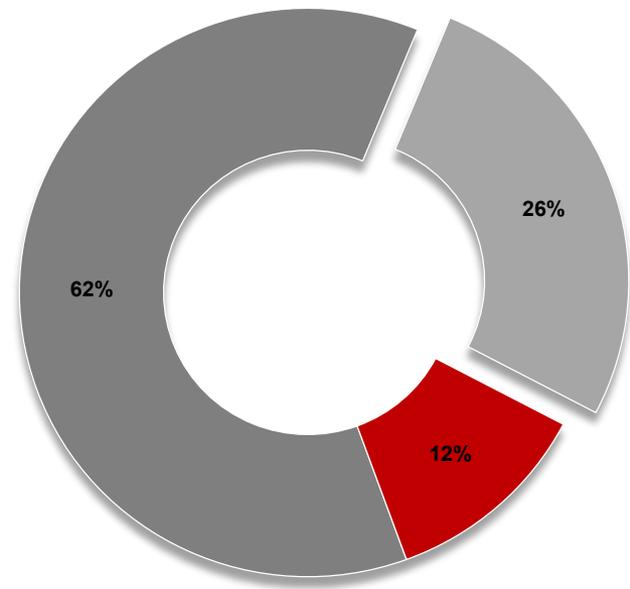
(Frage: Können Sie sich grundsätzlich vorstellen garantiert mobil! als Fahrgast zu nutzen? Basis: Anzahl Beobachtungen; Nicht-Nutzer)

2018



Nicht-Nutzer n=15

2019



Nicht-Nutzer n=34

■ Ja   ■ Ja, unter bestimmten Voraussetzungen   ■ Nein

## Nutzung von garantiert mobil! als Fahrgast

(Frage: Können Sie sich grundsätzlich vorstellen garantiert mobil! als Fahrgast zu nutzen? Basis: Antworten; Nicht-Nutzer)

### Ja, wenn...

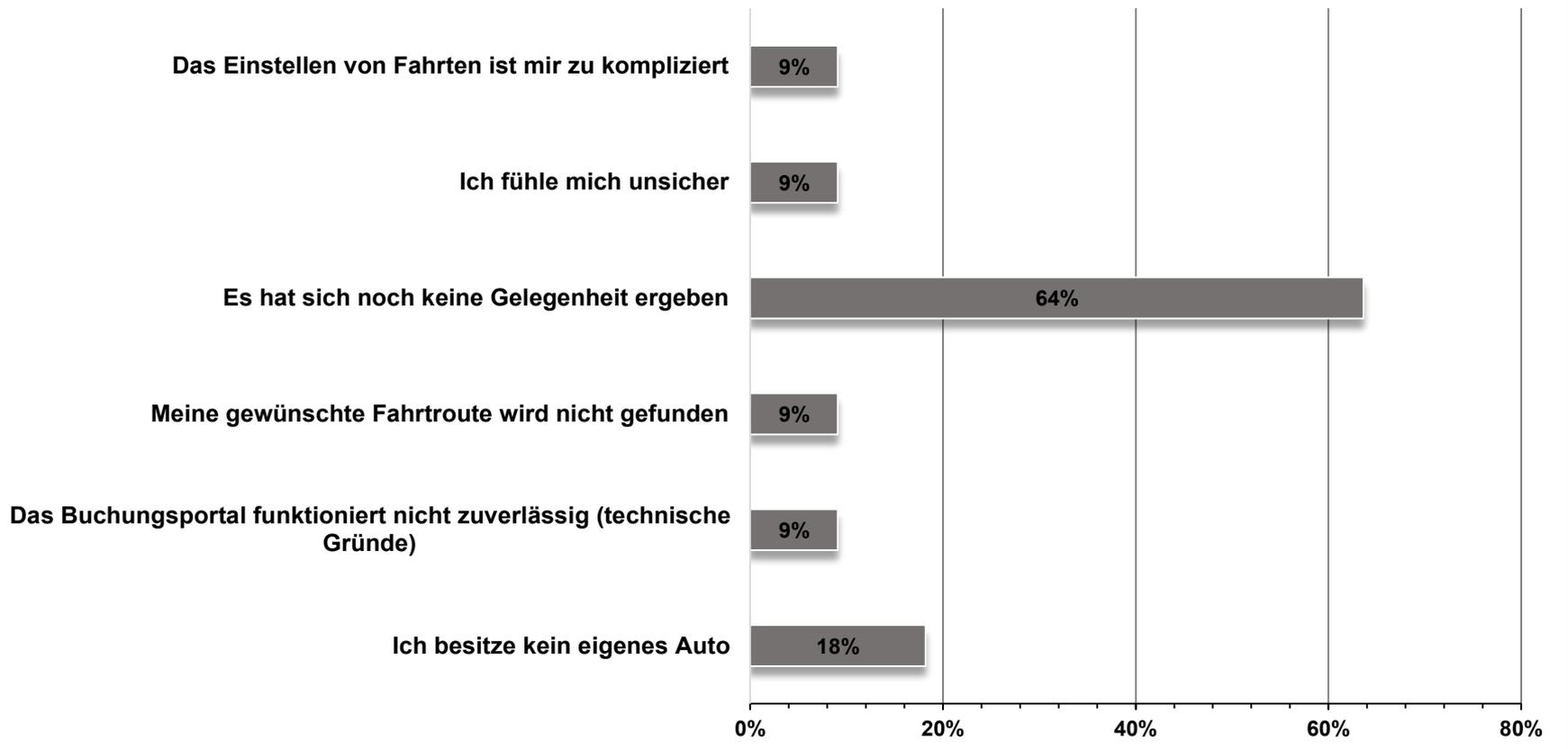
- ...mir mein eigenes Auto nicht zur Verfügung stünde
- ...es günstiger wäre
- ...spontane Fahrten möglich wären
- ...die eigene Sicherheit gewährleistet wäre
- ...ich Fahrtwünsche einstellen könnte
- ...ich als älterer Mensch von der Haustür abgeholt werden würde



# GM!-NICHT-NUTZER 2018

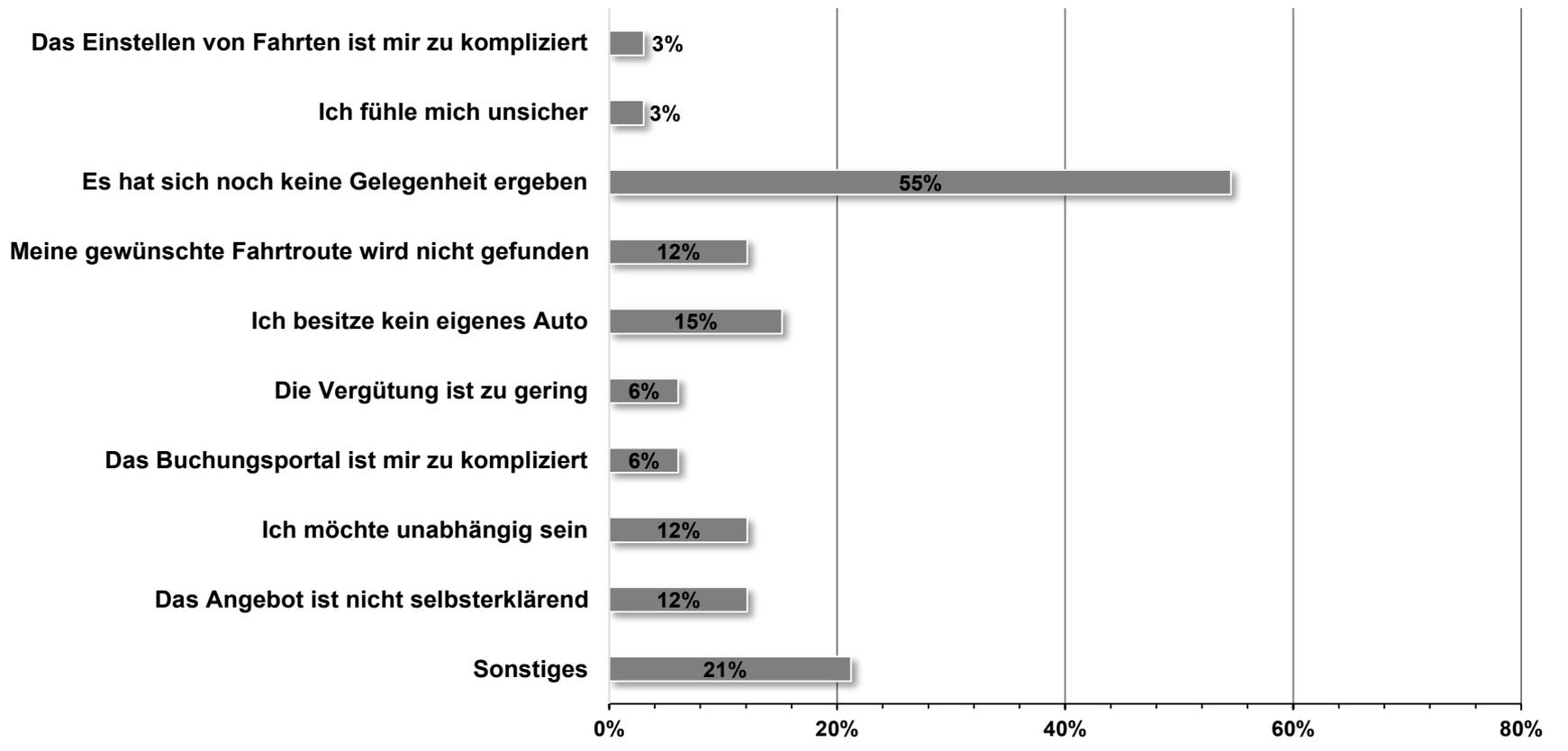
## Gründe für die Nicht-Nutzung (Anbieter)

(Frage: Warum haben Sie garantiert! mobil bisher noch nicht zum Anbieten Ihrer eigenen Fahrten genutzt? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=11)



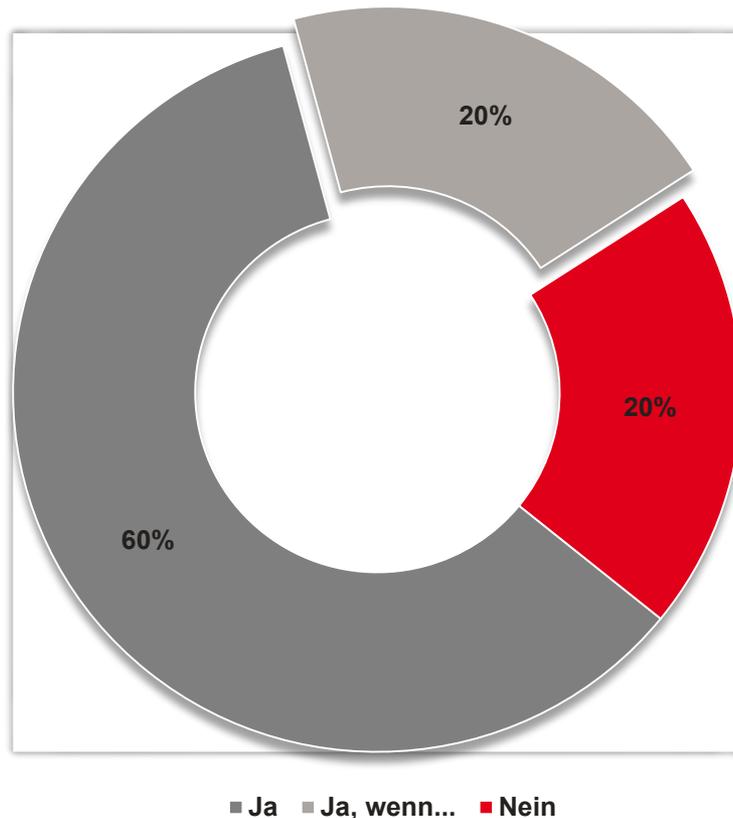
## Gründe für die Nicht-Nutzung (Anbieter)

(Frage: Warum haben Sie garantiert! mobil bisher noch nicht zum Anbieten Ihrer eigenen Fahrten genutzt? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=33)



## Möglichkeit zur Nutzung von garantiert mobil! als Fahrthanbieter

(Frage: Können Sie sich vorstellen Mitnahmefahrten als Fahrthanbieter bei "garantiert mobil!" anzubieten Basis: Anzahl Beobachtungen; Nicht-Nutzer n=15)



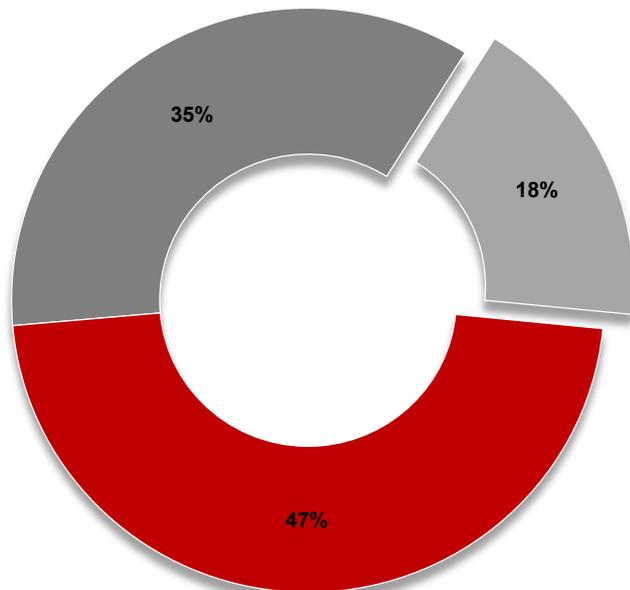
### Ja, wenn...

- ... das Einstellen von Fahrten einfacher wäre
- ... das Buchungsportal zuverlässiger funktionieren würde
- ... Fahrtrouten besser zu meinen eigenen Wegen passen würden
- ... das Anbieten von spontanen Fahrten möglich wäre
- ... ich ein eigenes Auto hätte

# GM!-NICHT-NUTZER 2019

## Möglichkeit zur Nutzung von garantiert mobil! als Fahrthanbieter

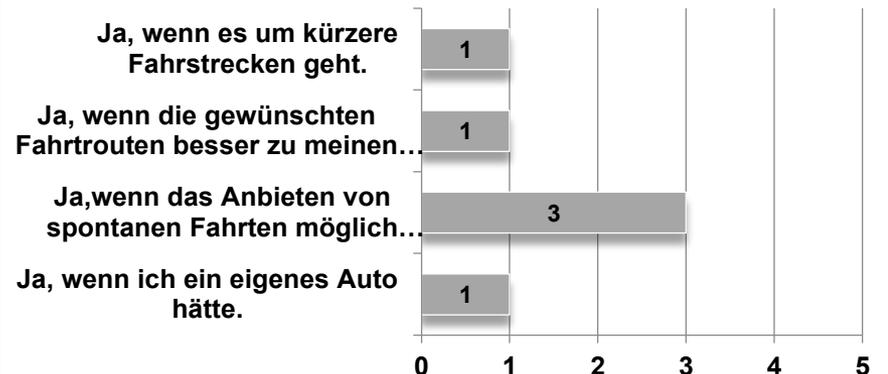
(Frage: Können Sie sich vorstellen Mitnahmefahrten als Fahrthanbieter bei "garantiert mobil!" einzustellen? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=34)



■ Ja    ■ Ja, wenn...    ■ Nein

## Gründe für die Nicht-Nutzung (Anbieter)

(Frage: Warum haben Sie garantiert! mobil bisher noch nicht zum Anbieten Ihrer eigenen Fahrten genutzt? Basis: Nennungen, N=5)





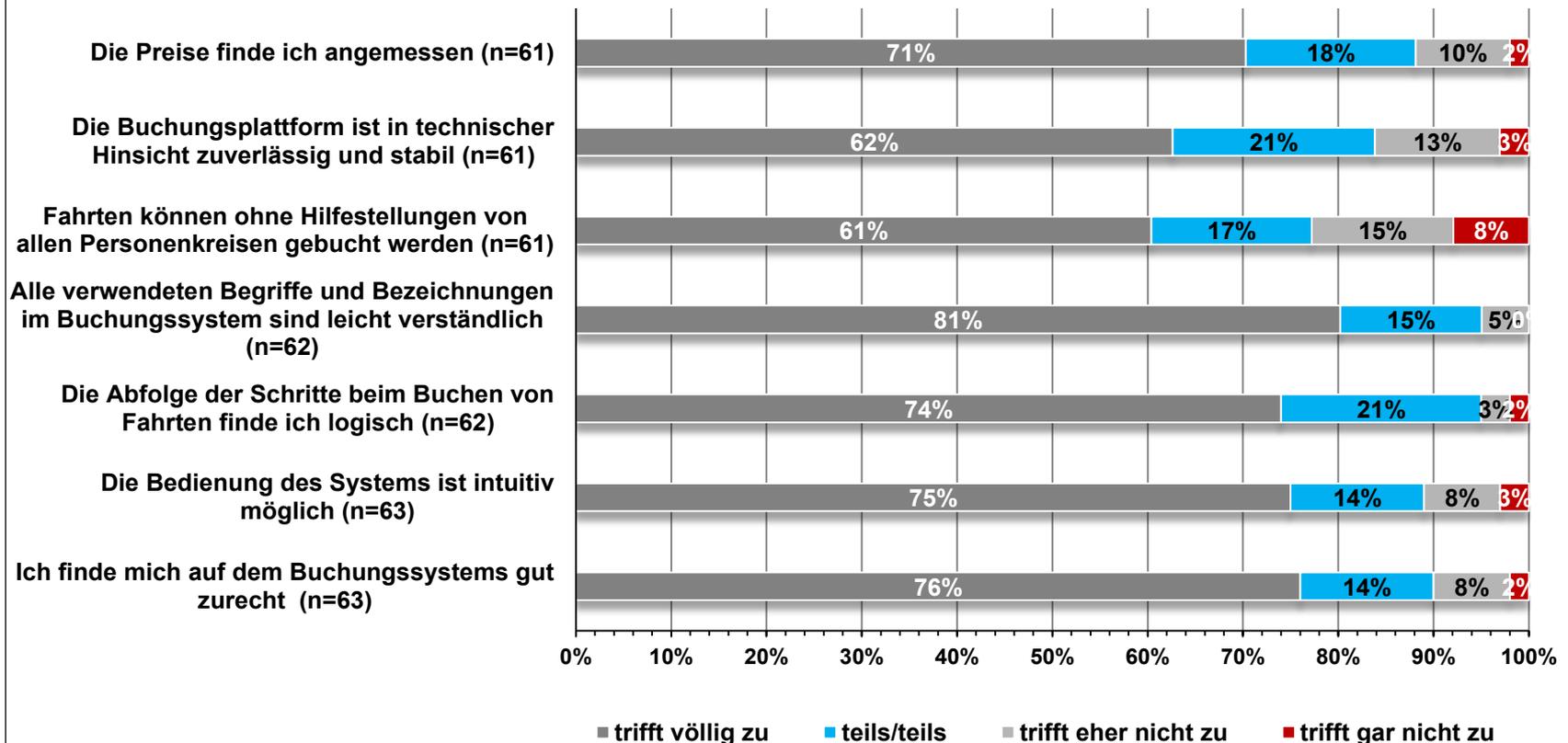
Hochschule **RheinMain**  
University of Applied Sciences  
Wiesbaden Rüsselsheim

# AUSWERTUNGSERGEBNISSE GARANTIERT MOBIL!-NUTZER FAHRGAST

# GM!-FAHRGAST 2018

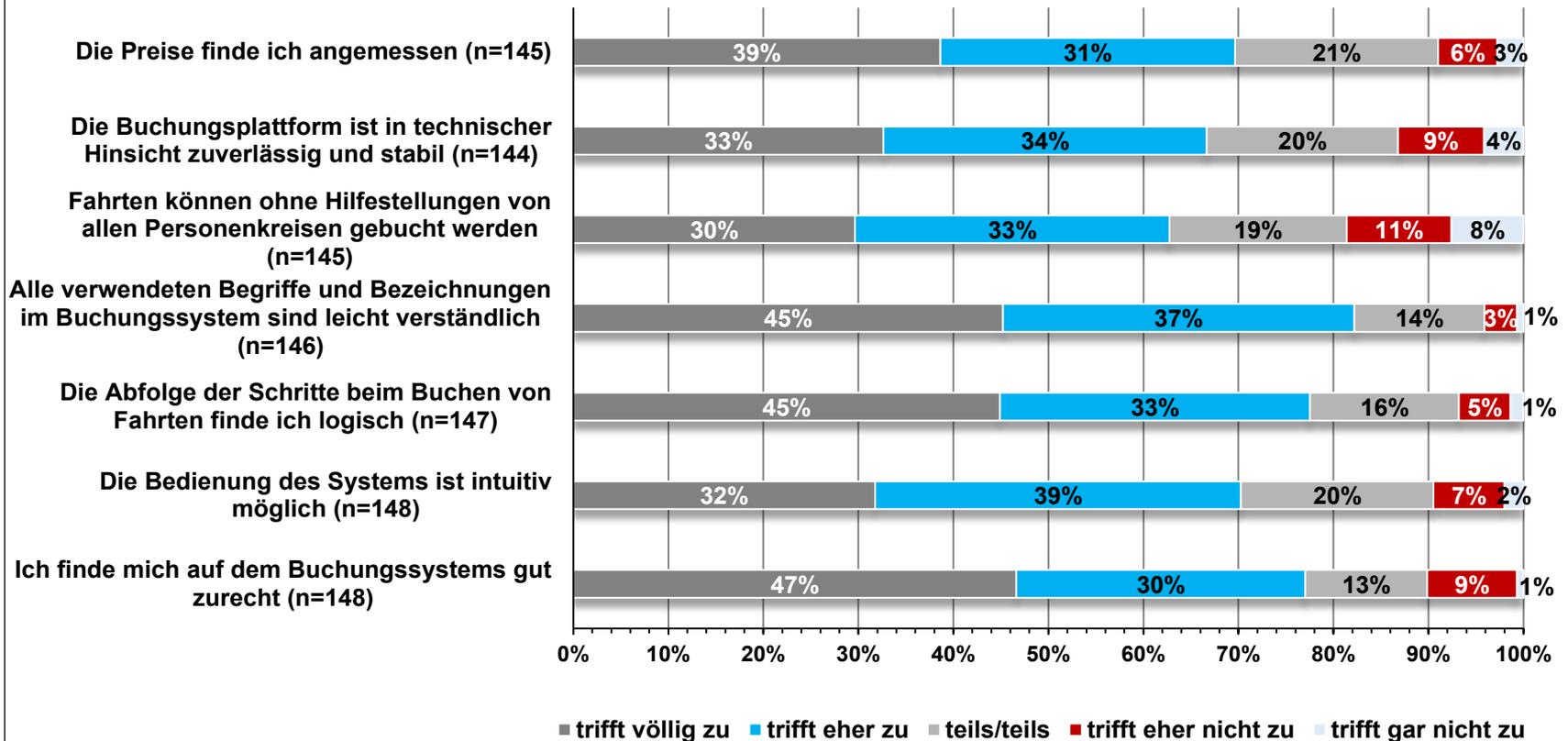
## Angebotsnutzung als Fahrgast

(Frage: Inwiefern treffen folgende Aussagen zu? Basis, Anzahl Beobachtungen)



## Angebotsnutzung als Fahrgast

(Frage: Inwiefern treffen folgende Aussagen zu? Basis: Anzahl Beobachtungen)



# GM!-FAHRGAST 2018



## Bewertung privater Mitnahmefahrten

- Aufgrund der geringen Fallzahl (n=3) keine konkreten Aussagen möglich

### **ABER:**

- Private Mitnahmefahrten werden überwiegend als zufriedenstellend eingestuft
- Aspekte wie Buchung von Fahrten oder ÖPNV-Anschlussicherheit werden mit der Skalierungsoption „sehr zufrieden“ bewertet

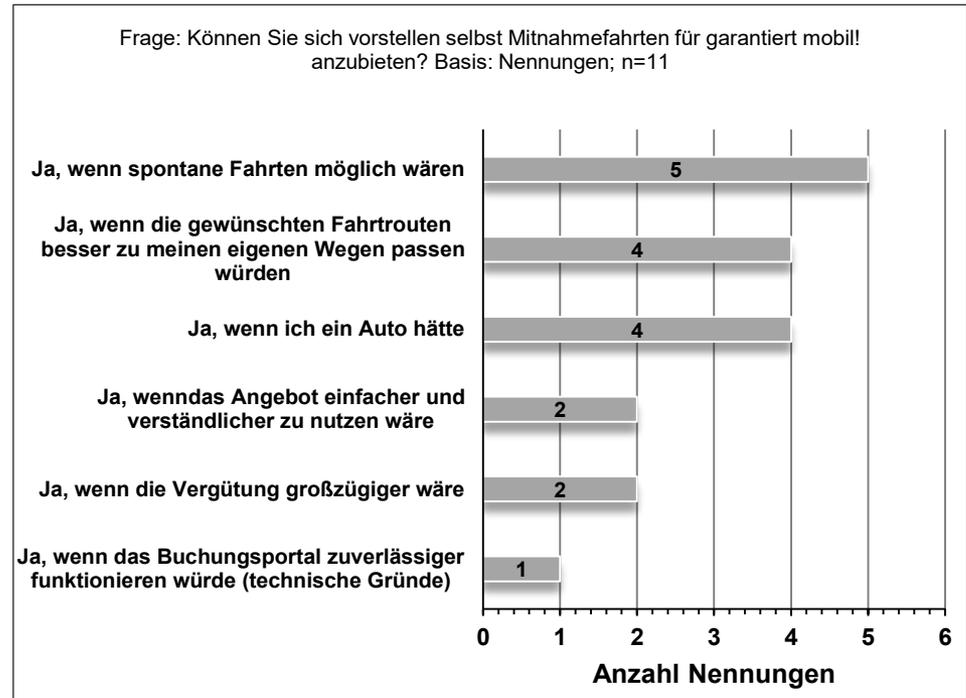
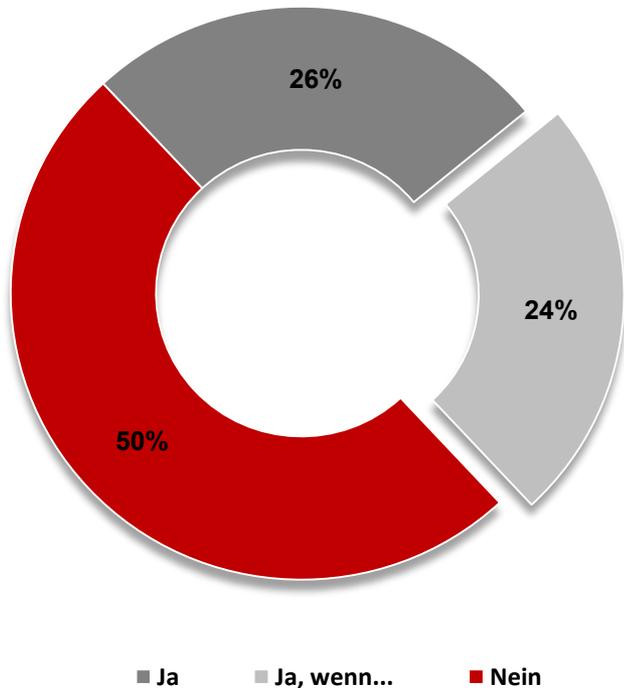
# GM!-FAHRGAST 2018

## Bewertung taxOMobil

- taxOMobil-Fahrten werden überwiegend als zufriedenstellend eingestuft; (n=15)
- **Preise:** 17% sehr zufrieden; 58% zufrieden; 25% eher zufrieden
- **Mobilitätsgarantie:** 69% sehr zufrieden; 23% zufrieden; 8% eher zufrieden
- **Zuverlässigkeit/Pünktlichkeit:** 86% sehr zufrieden; 7% zufrieden; 7% unzufrieden

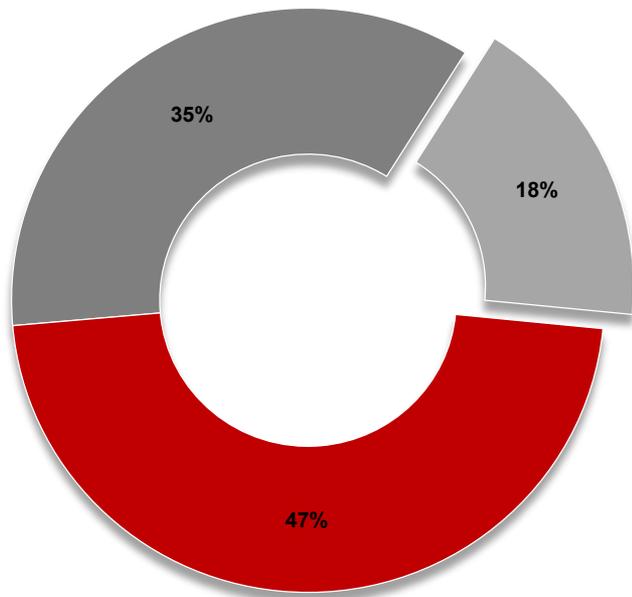
## Möglichkeit zur Nutzung von garantiert mobil! als Fahrthanbieter

(Frage: Können Sie sich vorstellen selbst Mitnahmefahrten für "garantiert mobil!" anzubieten? Basis: Antworten; n=50)



## Möglichkeit zur Nutzung von garantiert mobil! als Fahrthanbieter

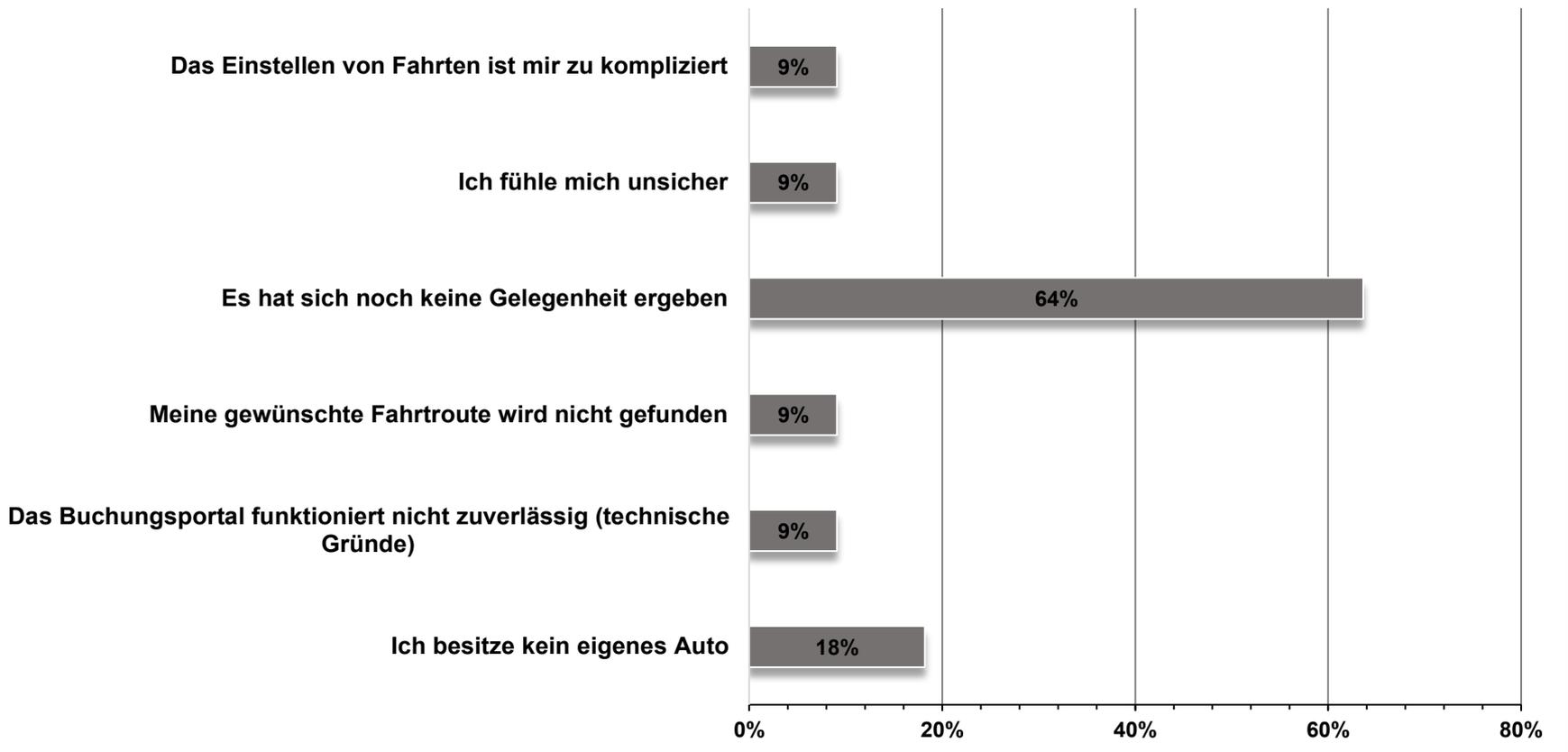
(Frage: Können Sie sich vorstellen Mitnahmefahrten als Fahrthanbieter bei "garantiert mobil!" einzustellen? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=34)



■ Ja    ■ Ja, wenn...    ■ Nein

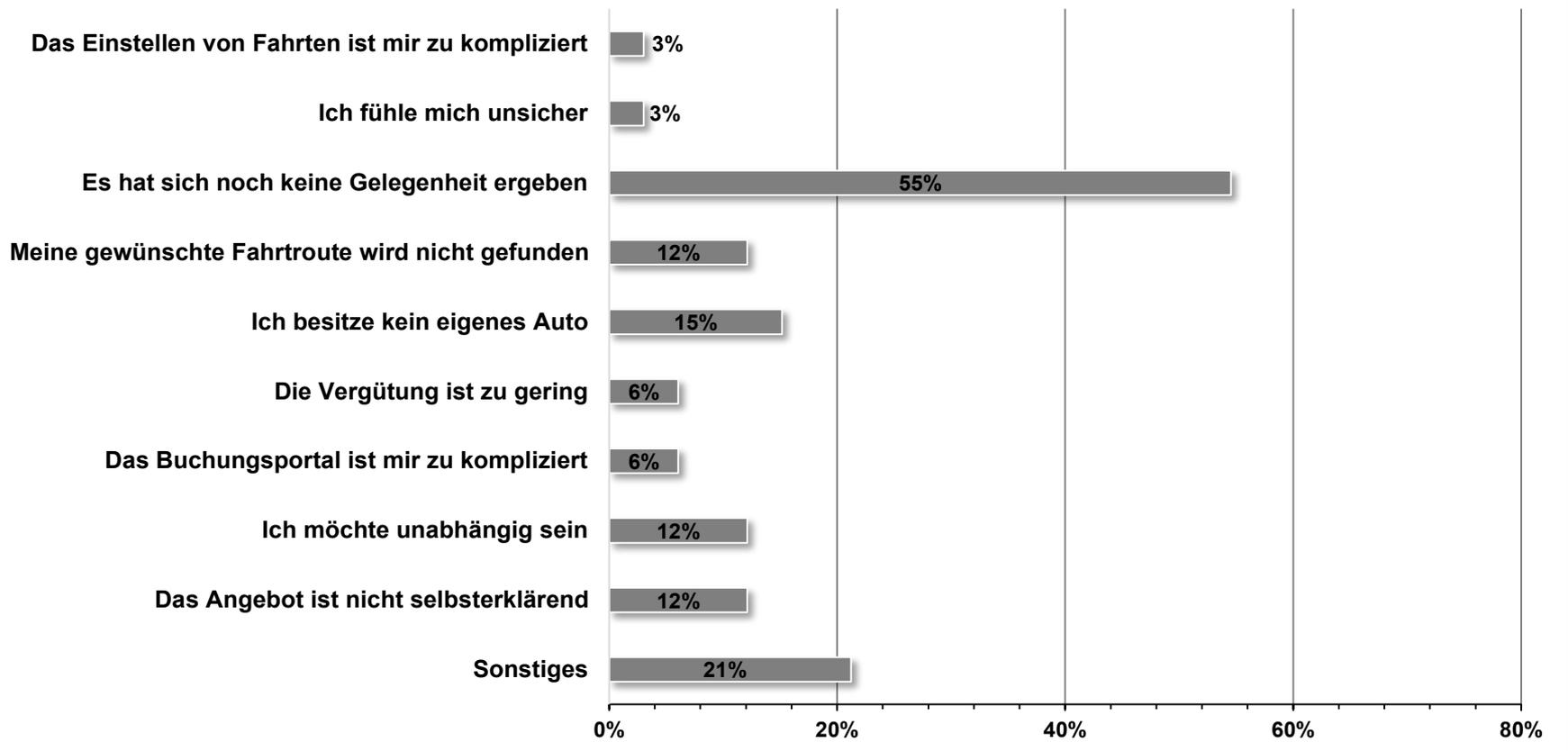
## Gründe für die Nicht-Nutzung (Anbieter)

(Frage: Warum haben Sie garantiert! mobil bisher noch nicht zum Anbieten Ihrer eigenen Fahrten genutzt? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=11)



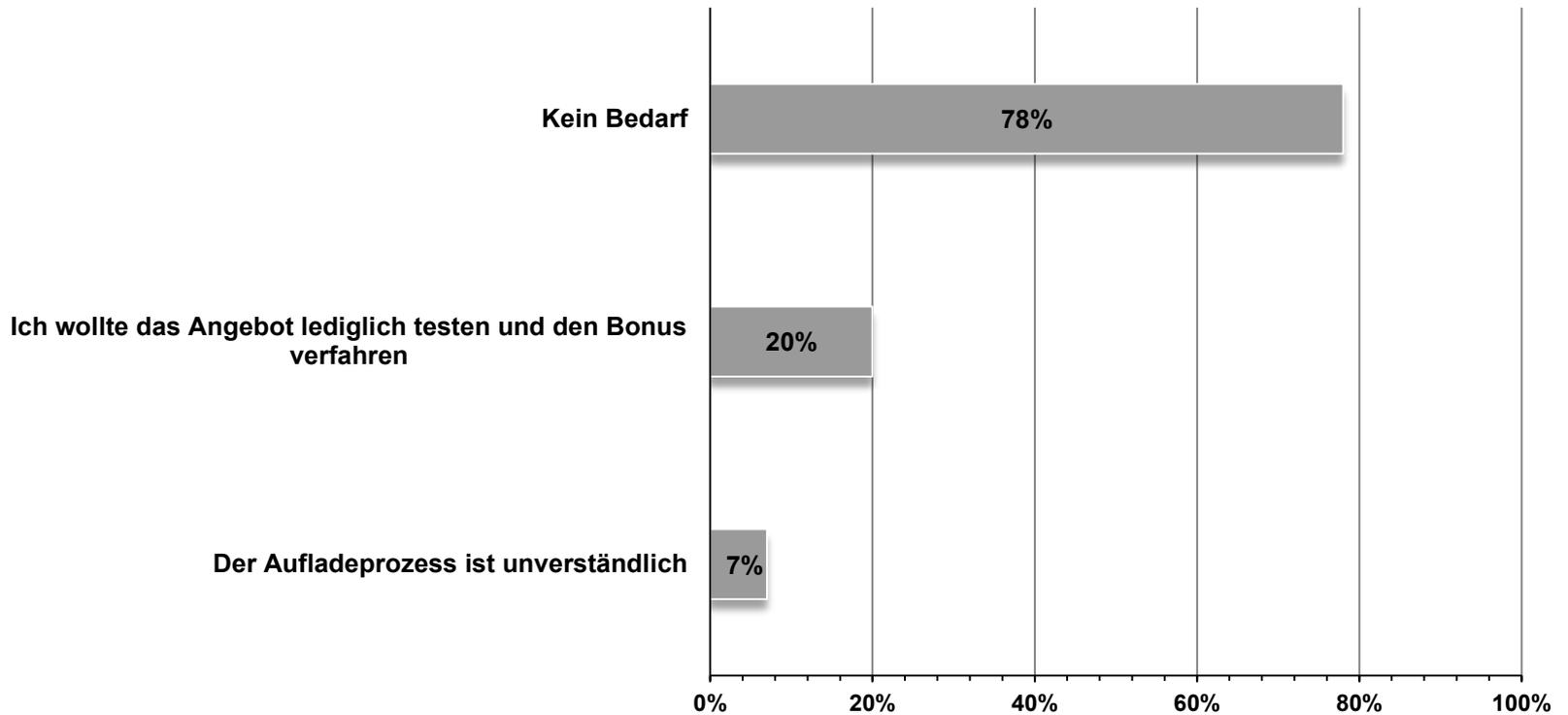
## Gründe für die Nicht-Nutzung (Anbieter)

(Frage: Warum haben Sie garantiert! mobil bisher noch nicht zum Anbieten Ihrer eigenen Fahrten genutzt? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=33)



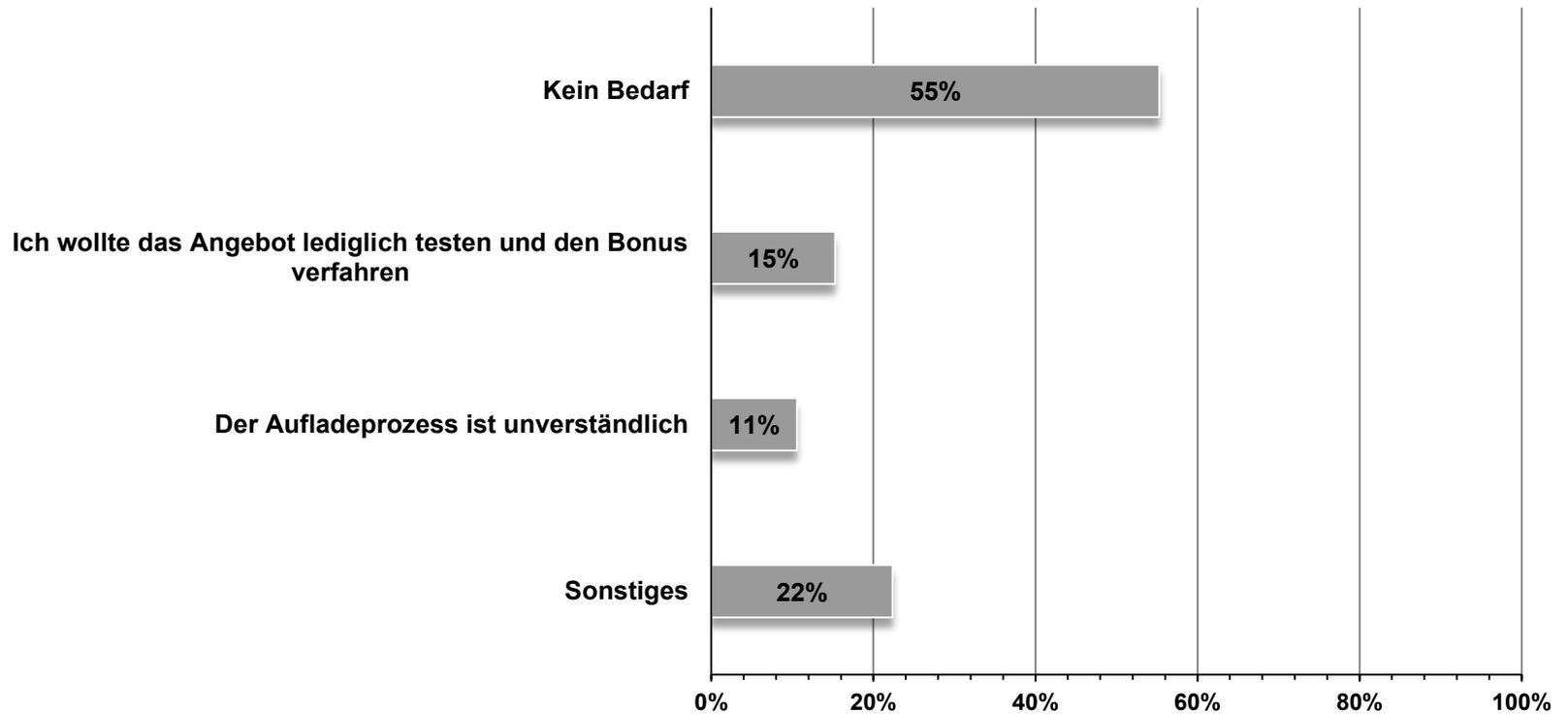
## Gründe für ausbleibende Kontoaufladung

(Frage: Warum haben Sie Ihr Konto bisher noch nicht aufgeladen? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=41)



## Gründe für ausbleibende Kontoaufladung

(Frage: Warum haben Sie Ihr Konto bisher noch nicht aufgeladen? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=85)



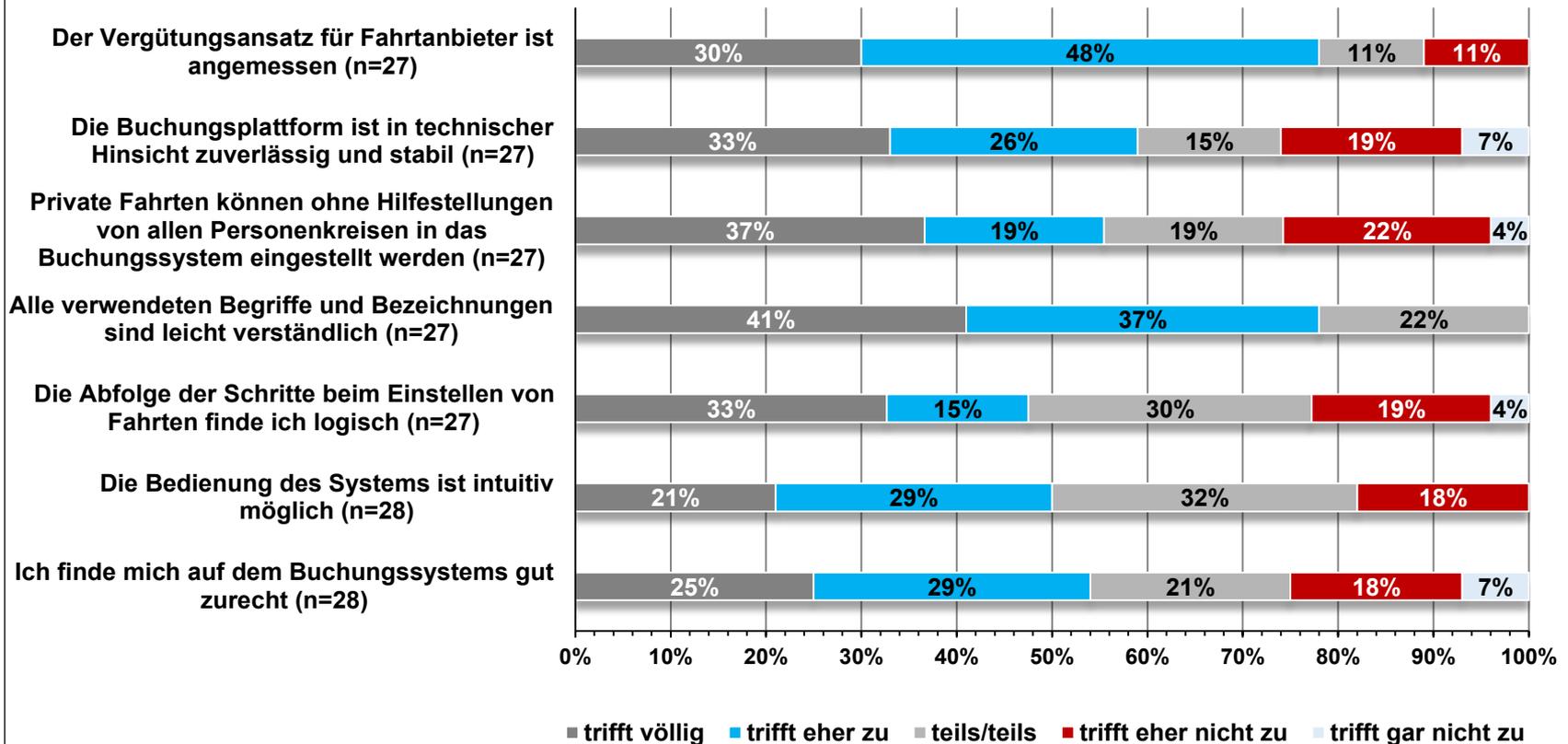


Hochschule **RheinMain**  
University of Applied Sciences  
Wiesbaden Rüsselsheim

# AUSWERTUNGSERGEBNISSE GARANTIERT MOBIL!-NUTZER FAHRTANBIETER

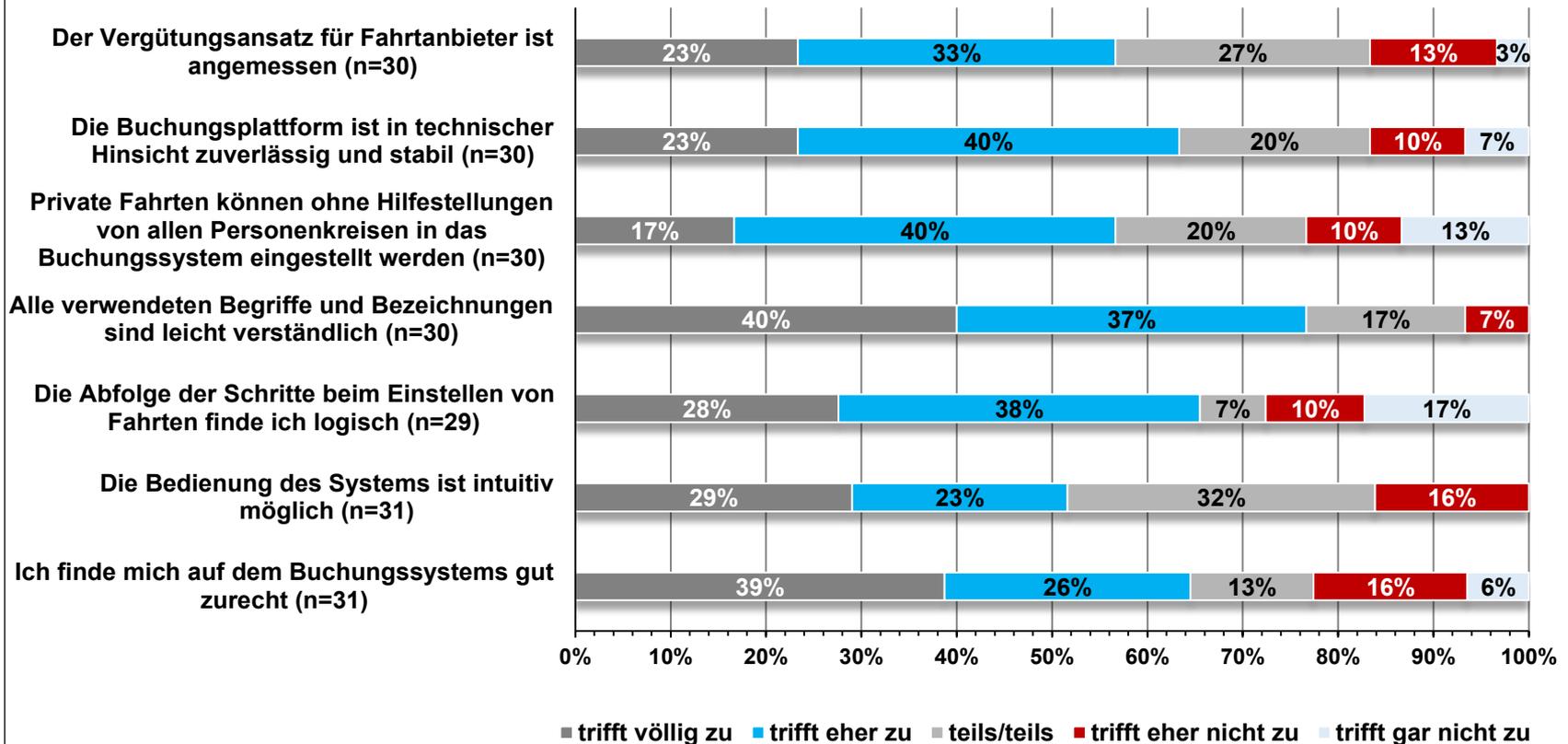
## Angebotsnutzung als Fahrтанbieter

(Frage: Inwiefern treffen folgende Aussagen zu? Basis: Anzahl Beobachtungen)



## Angebotsnutzung als Fahrtanbieter

(Frage: Inwiefern treffen folgende Aussagen zu? Basis: Anzahl Beobachtungen)



# GM!-FAHRTANBIETER

## Bewertung privater Mitnahmefahrten

- Aufgrund der geringen Fallzahl (n=3) keine konkreten Aussagen möglich

### **ABER:**

- Private Mitnahmefahrten werden grundlegend als zufriedenstellend eingestuft
- Informationsdienste, Pünktlichkeit der Fahrgäste und Abwicklung der Zahlungen von Aufwandsentschädigungen werden von 2 von 3 Probanden als sehr zufriedenstellend bewertet

# GM!-FAHRTANBIETER

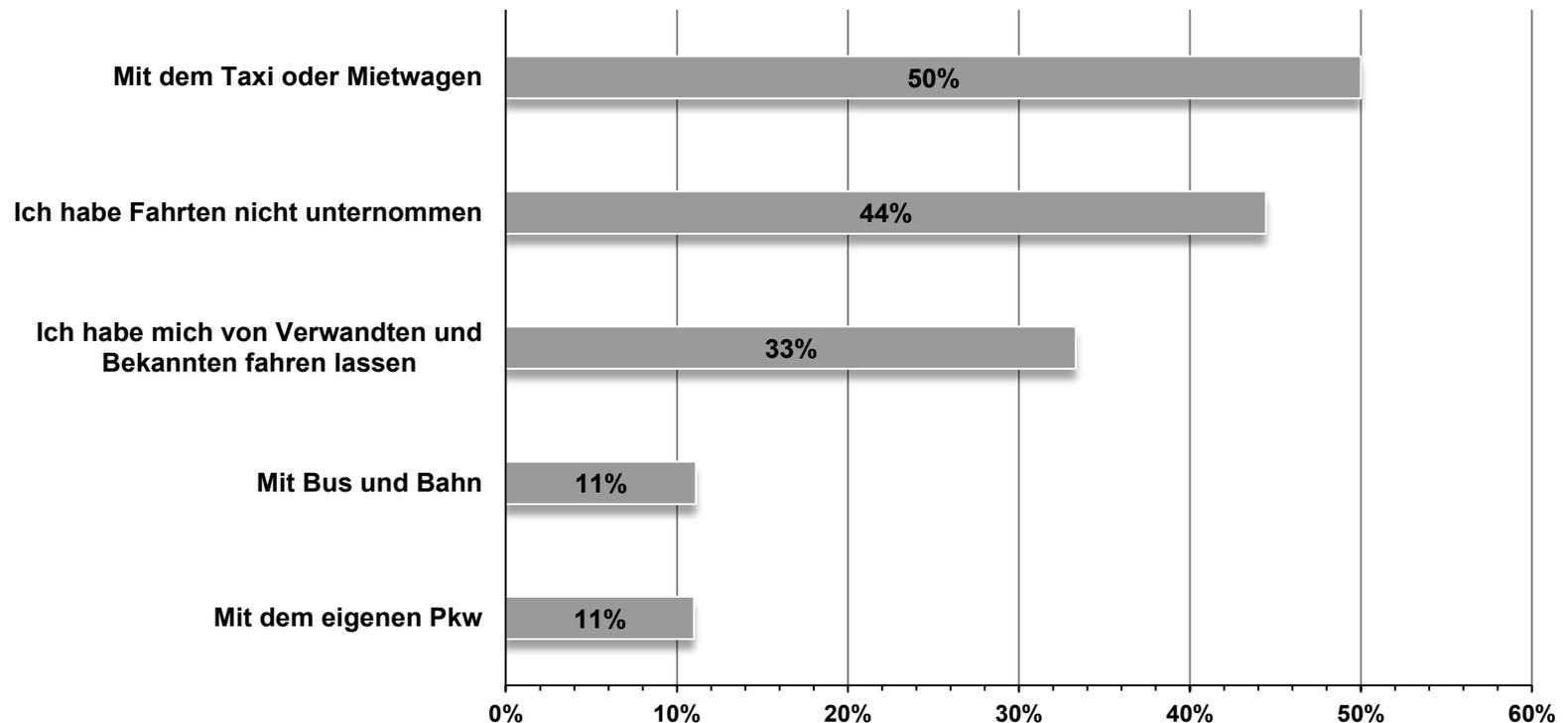
## Möglichkeit zur Nutzung von garantiert mobil! als Fahrgast

- 7 von 8 Fahrtenanbieter können sich vorstellen garantiert mobil! auch als Fahrgast zu nutzen
- Potentielle Voraussetzungen können u.a. die fehlende eigene Pkw-Verfügbarkeit oder das Wahrnehmen spontaner Fahrten darstellen

# VERÄNDERTES MOBILITÄTVERHALTEN 2018

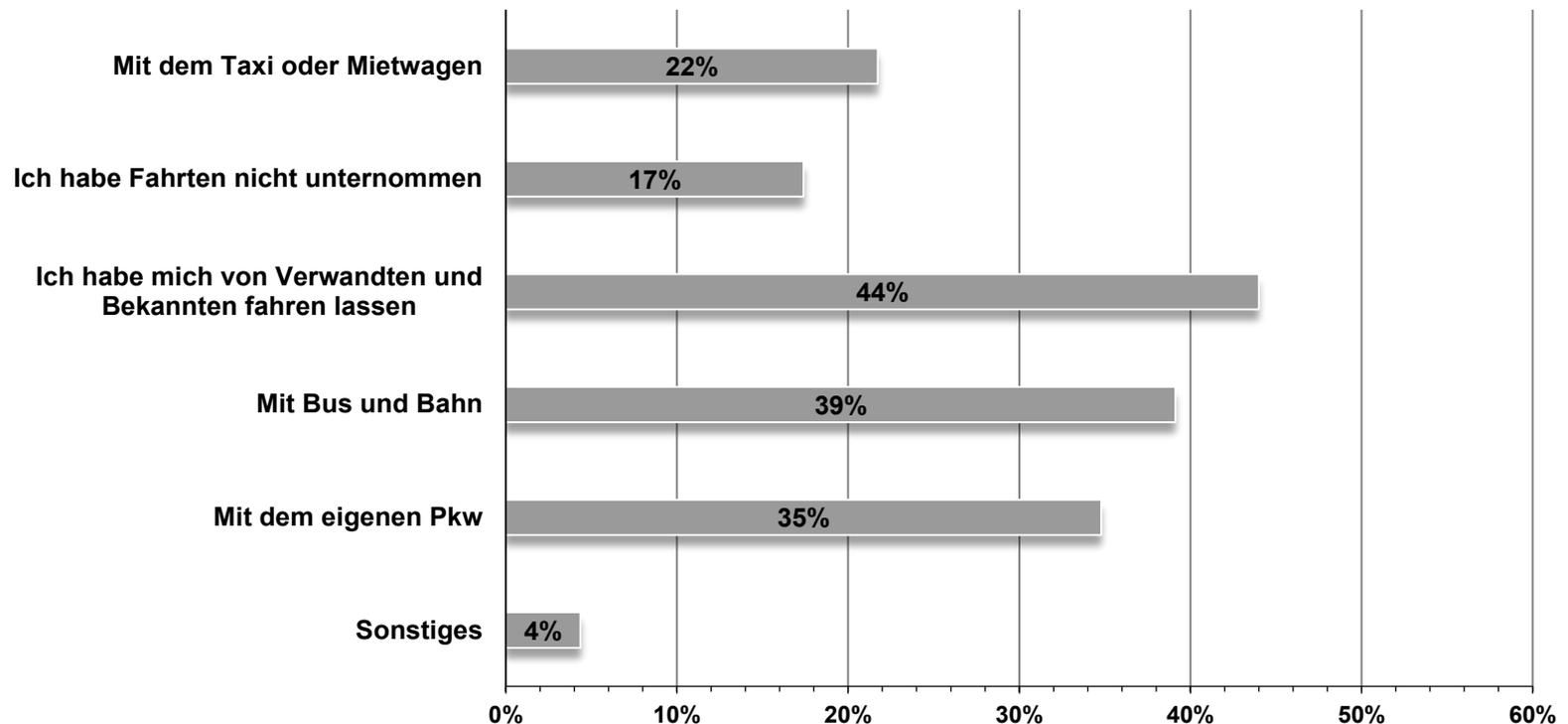
## Motivationsverhalten der registrierten Nutzer

(Frage: Wie haben Sie Fahrten, die Sie heute als Mitfahrer privater Fahrtangebote / mit dem taxOMobil zurücklegen, vor "garantiert mobil!" zurückgelegt? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=18 )



## Motivationsverhalten der registrierten Nutzer

(Frage: Wie haben Sie Fahrten, die Sie heute als Mitfahrer privater Fahrtangebote / mit dem taxOMobil zurücklegen, vor "garantiert mobil!" zurückgelegt? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=69)





Hochschule **RheinMain**  
University of Applied Sciences  
Wiesbaden Rüsselsheim

# ANREGUNGEN & GESAMTBEWERTUNG

# ANREGUNGEN | VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE



## Buchungsportal

- Technische Stabilität
- Ablauf von Prozessen
- Bedienung der Oberfläche
- Hilfestellungen



## Bekanntheit

- Marketing
- Ansprache bestimmter Zielgruppen
- Erfahrungsberichte
- Multiplikatoren



## Angebotsfülle

- Zeitliche Flexibilität
- Räumliche Flexibilität
- Matching

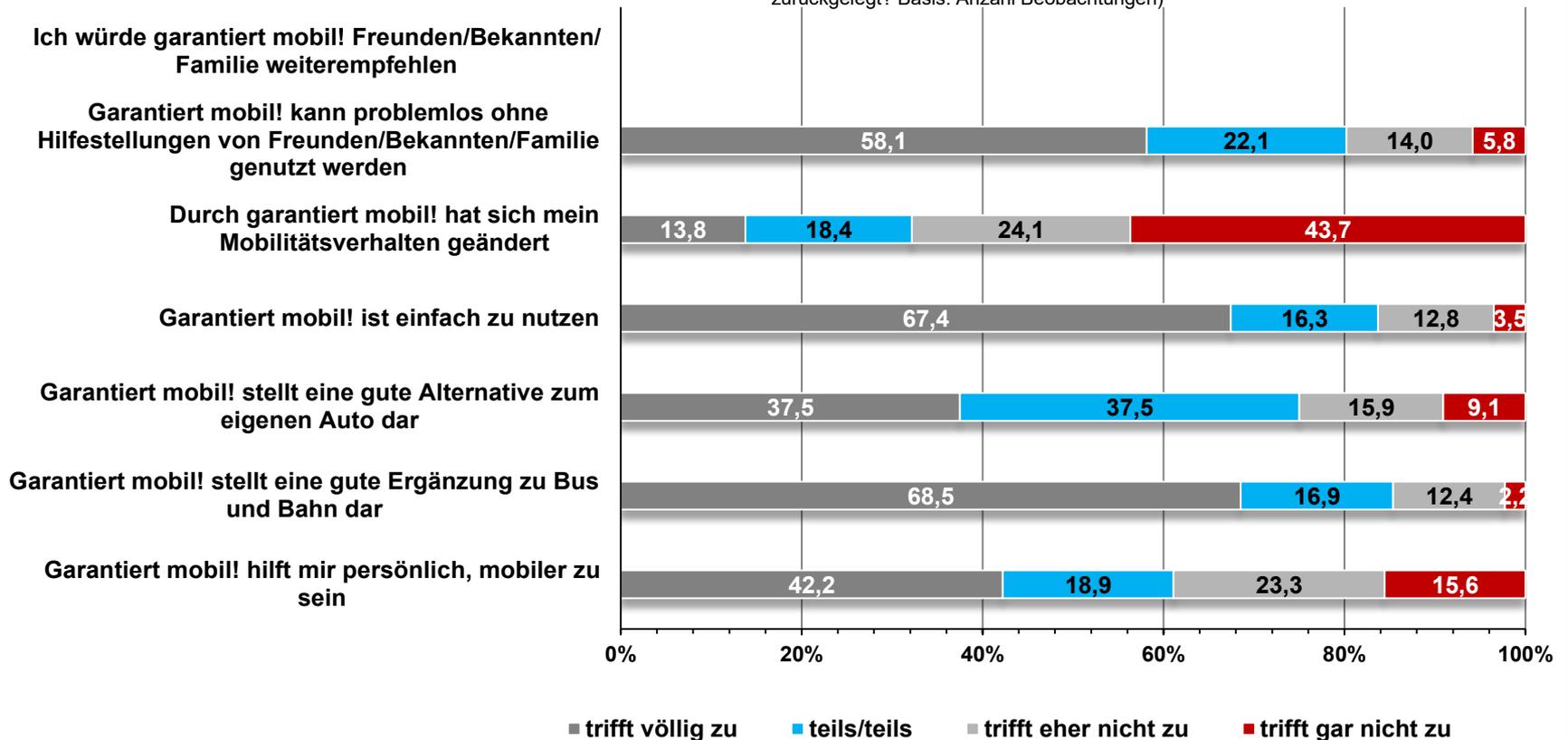


## Organisation

- Kosten
- Zeitkarten-nutzung
- Abrechnungs-modalitäten

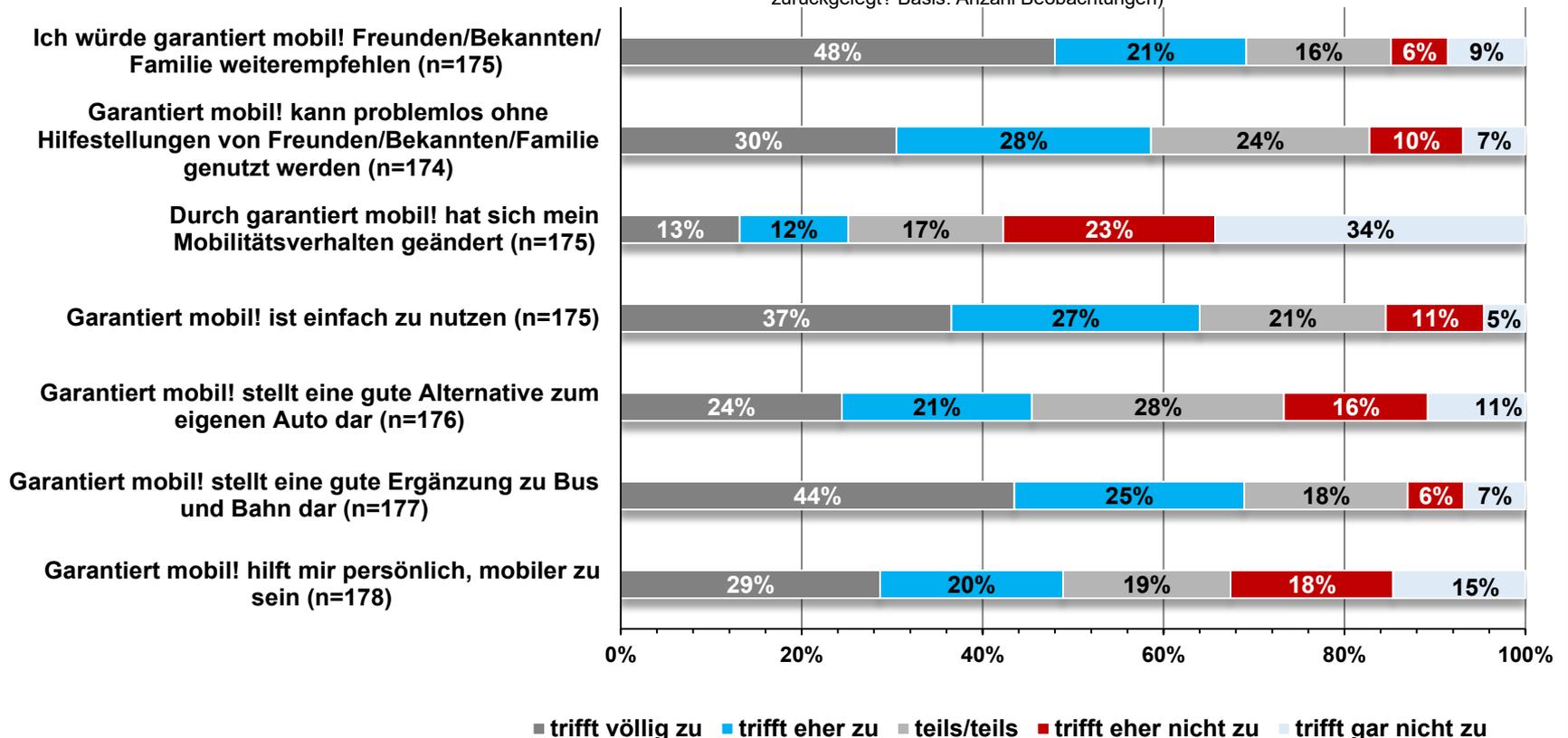
## Motivationsverhalten der registrierten Nutzer

(Frage: Wie haben Sie Fahrten, die Sie heute als Mitfahrer privater Fahrtangebote / mit dem taxOMobil zurücklegen, vor "garantiert mobil!" zurückgelegt? Basis: Anzahl Beobachtungen)



## Motivationsverhalten der registrierten Nutzer

(Frage: Wie haben Sie Fahrten, die Sie heute als Mitfahrer privater Fahrtangebote / mit dem taxOMobil zurücklegen, vor "garantiert mobil!" zurückgelegt? Basis: Anzahl Beobachtungen)

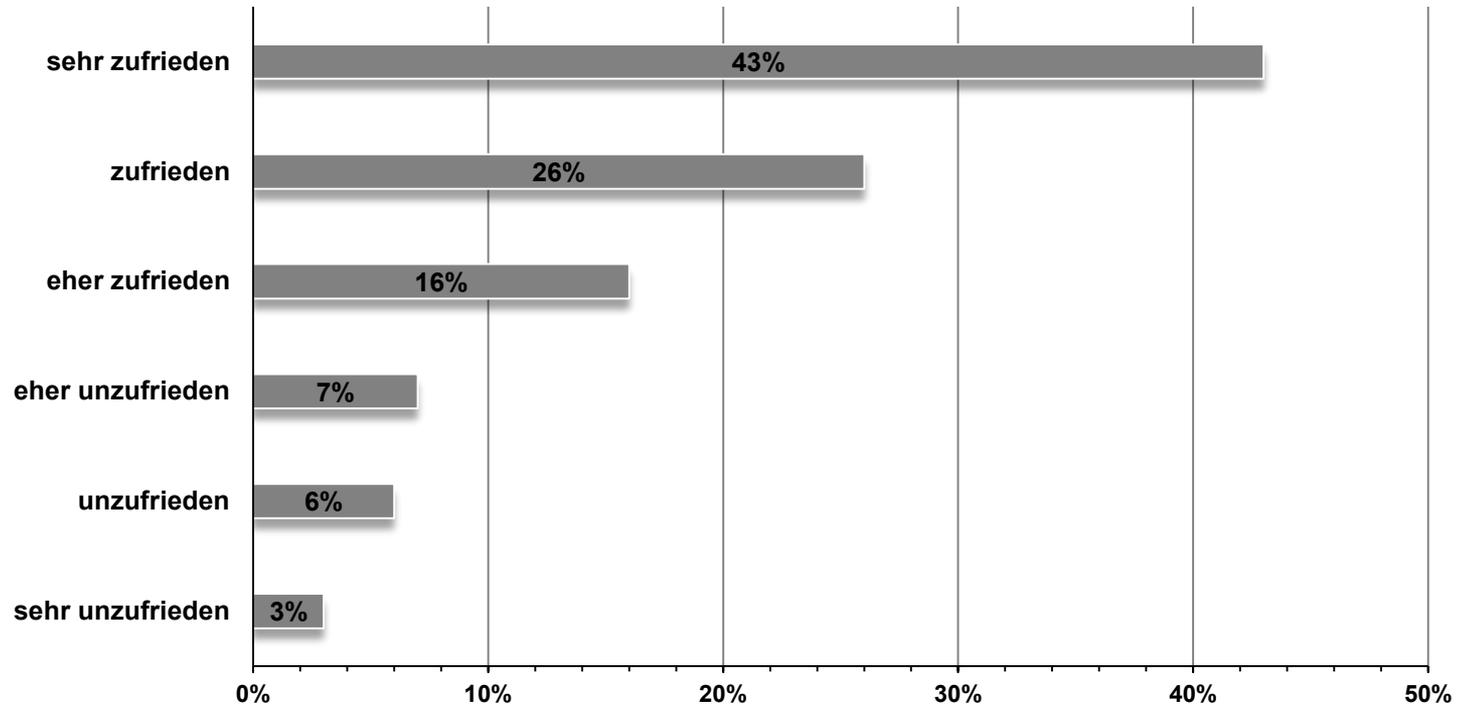


# GESAMTZUFRIEDENHEIT 2018



## Gesamtzufriedenheit

(Frage: Wie zufrieden sind Sie mit garantiert! mobil insgesamt? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=90)

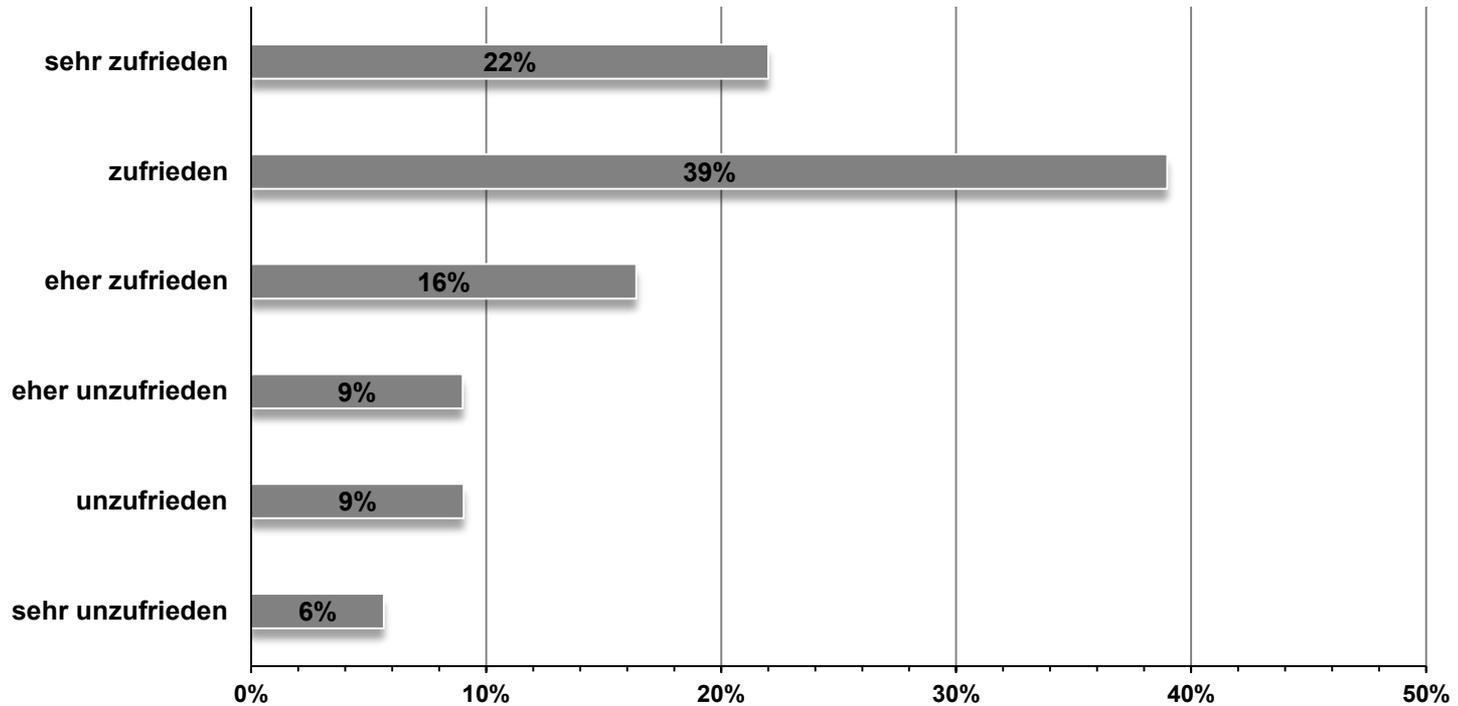


# GESAMTZUFRIEDENHEIT 2019



## Gesamtzufriedenheit

(Frage: Wie zufrieden sind Sie mit garantiert! mobil insgesamt? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=177)



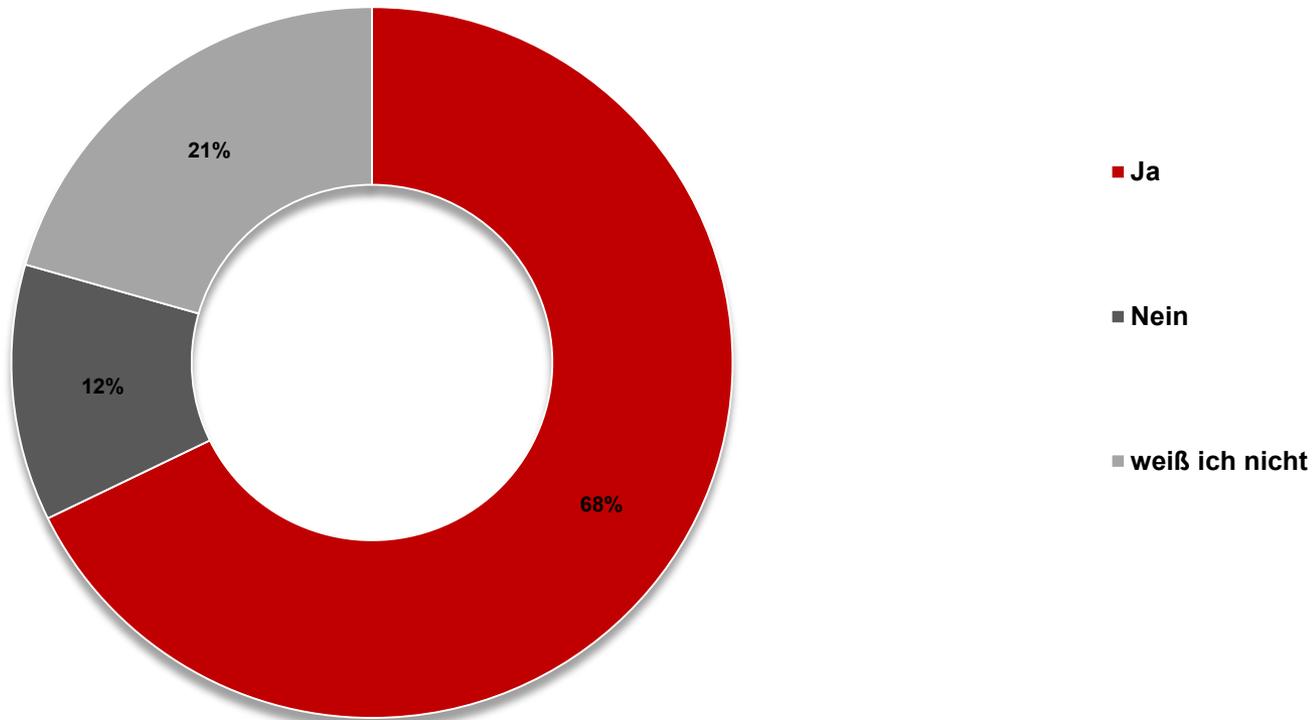


Hochschule **RheinMain**  
University of Applied Sciences  
Wiesbaden Rüsselsheim

# MOBILITÄTSBERATUNG

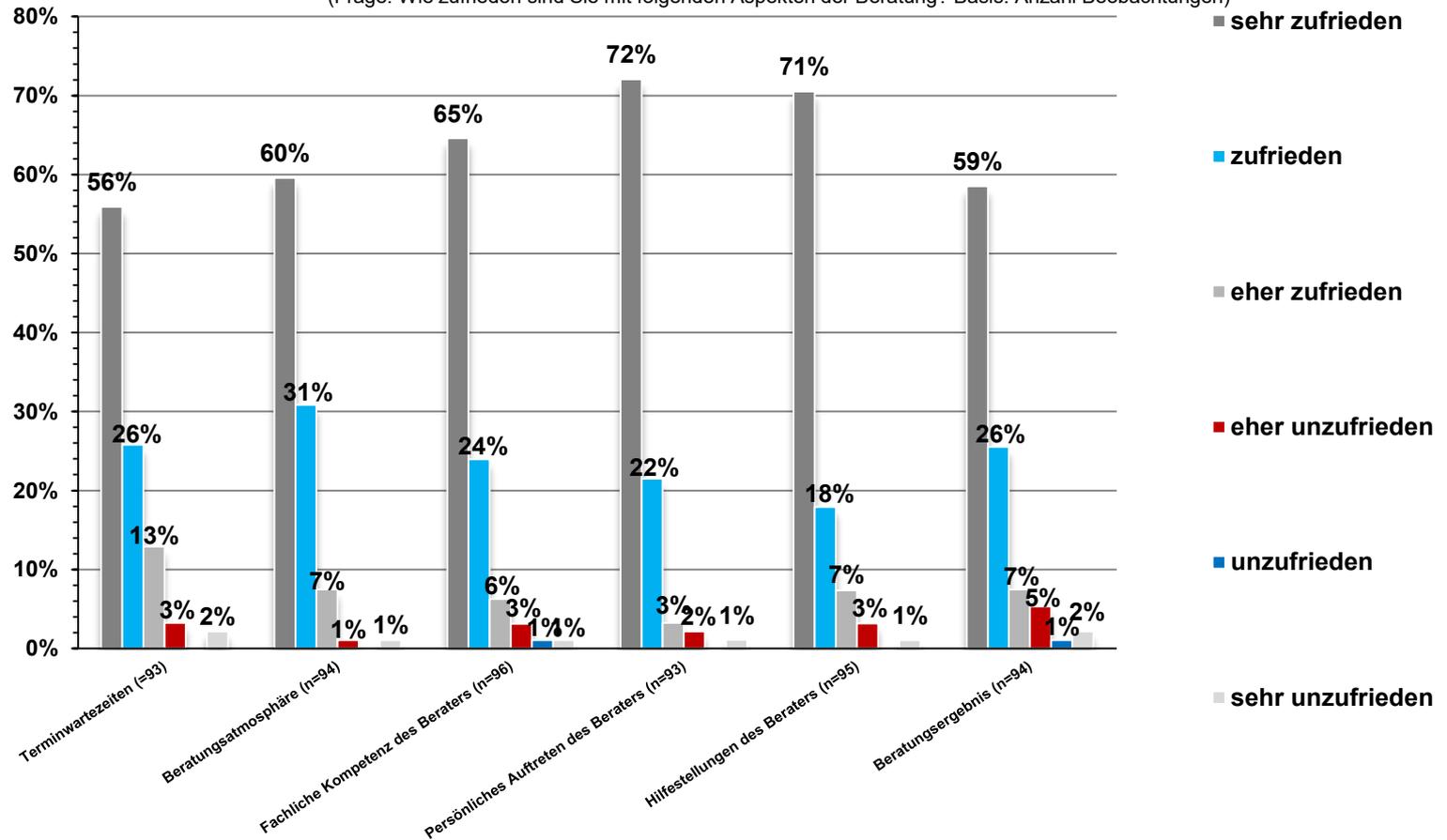
## Sinn Mobilitätsberatung

(Frage: Halten Sie eine persönliche/telefonische Mobilitätsberatung grundsätzlich für sinnvoll? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=180)



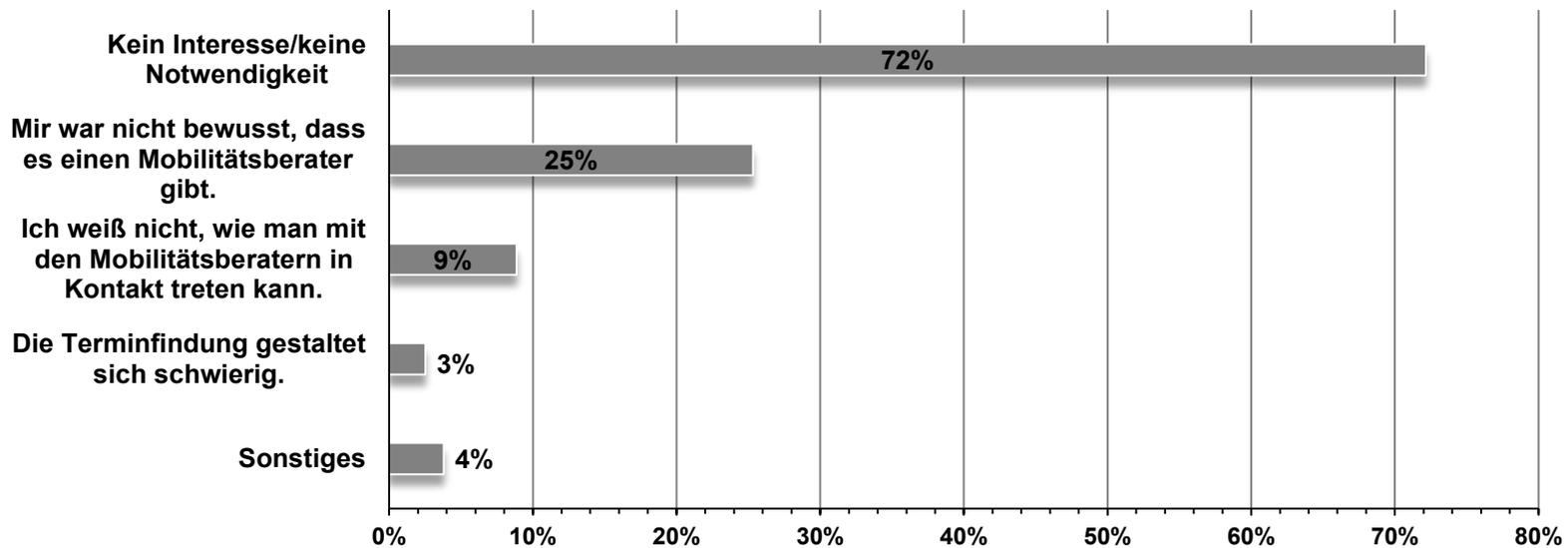
## Kontakt Mobilitätsberater

(Frage: Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten der Beratung? Basis: Anzahl Beobachtungen)



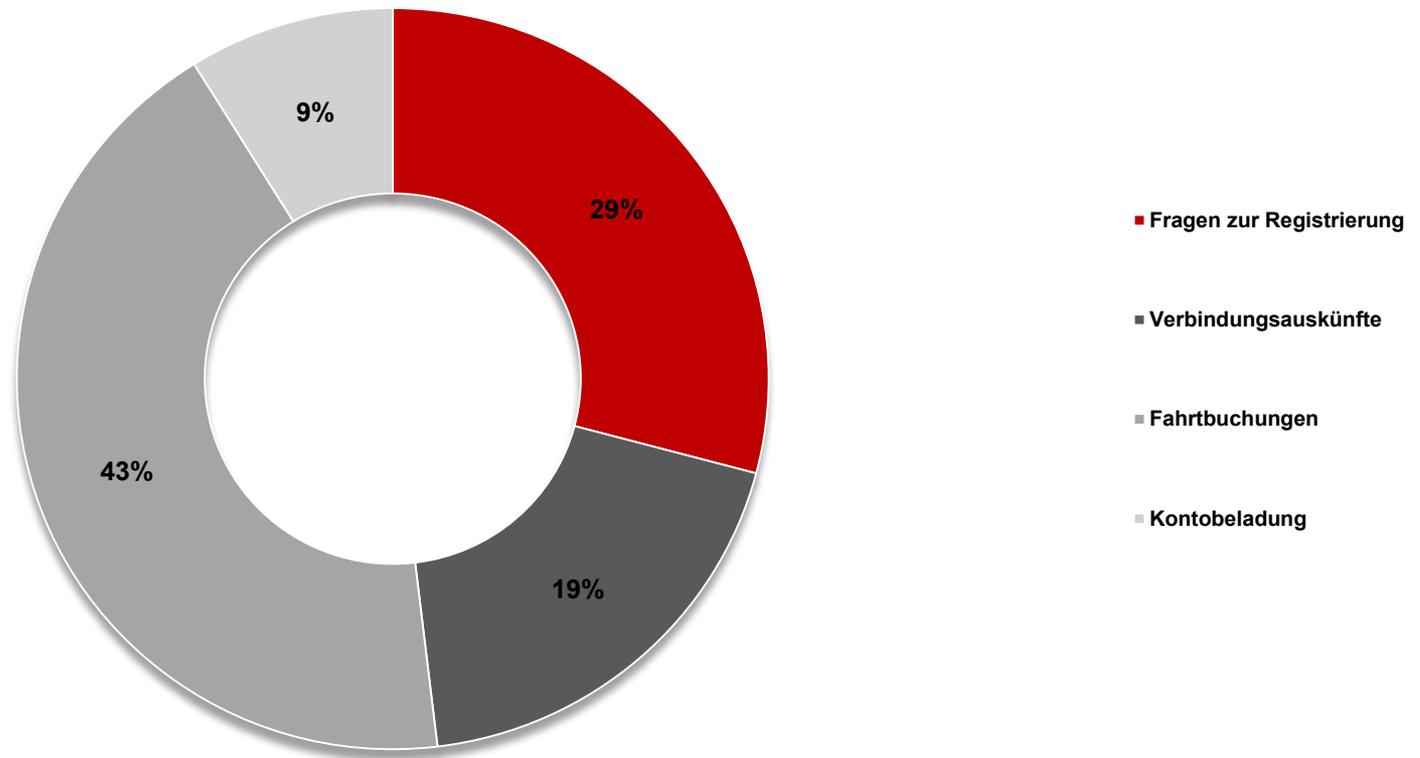
## Kontakt Mobilitätsberater

(Frage: Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten der Beratung? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=79)



## Kontakt Mobilitätsberater

(Frage: Welche Inhalte haben Sie mit den Mobilitätsberatern besprochen? Basis: Anzahl Beobachtungen, n=79)





Hochschule **RheinMain**  
University of Applied Sciences  
Wiesbaden Rüsselsheim

FAZIT

## FAZIT

- garantiert mobil! wird grundsätzlich als gutes Angebot wahrgenommen
- Maßgebende Faktoren determinieren eine weitläufigere Nutzung
  - zeitliches und räumliches Anbot
  - Fehlende Kenntnis über Angebot und Hilfestellungen
  - Sicherheitsaspekt
  - Buchungsportal
- Aktuell nutzen mehr Personen die Option „Fahrgast“ als “Fahrtenanbieter“
  - Option Rufbus ÖPNV | Taxi
  - Fehlende Pkw-Verfügbarkeit
  - Mobilitätseinschränkungen

## FAZIT

- Grundsätzlich besteht Bereitschaft zur Nutzung des Angebots auf Seiten der Fahrgäste und Fahrtenanbieter
- Pkw-Verfügbarkeit konnte Potentiale bzgl. der Ausweitung von Angeboten aufdecken
- Nicht-Nutzer sind bereit Angebot zu nutzen, wenn:
  - Angebot einfacher in der Handhabbarkeit
  - Buchungsportal zuverlässiger
  - gewährleistete Sicherheit
  - **GERINGE FALLZAHL**

# HANDLUNGSFELDER

Marketing

Stabilität  
Buchungsportal

Oberfläche  
Buchungsportal

Raum

Zeit

Multiplikatoren

Abrechnungs-  
modalitäten

Aufklärungs-  
arbeiten

Ablauf von  
Prozessen



Hochschule **RheinMain**  
University of Applied Sciences  
Wiesbaden Rüsselsheim

# garantiert mobil!

## Auswertungsergebnisse zur Kundenbefragung

Frankfurt am Main, 12.12.2019

Prof. Dr.-Ing. Volker Bleeß | Sabrina Walther M.Eng.

Prof. Dr.-Ing. Josef Becker | Lola Freyer M.Eng.



## **Anhang 5 – Ergebnisse der Befragung der Taxiunternehmen**



Hochschule **RheinMain**  
University of Applied Sciences  
Wiesbaden Rüsselsheim

# garantiert mobil! im Odenwaldkreis Befragung der Taxiunternehmen

## Ergebnisse

**Prof. Dr. Josef Becker**

**Lola Freyer M.Eng.**



Quelle: [odenwaldmobil.de](http://odenwaldmobil.de), Stand 17.9.19

# Gliederung

## Aufbau der Präsentation

- Einführung
- Methodik
- Auswertung
- Fazit



# Einführung

## **taxOMobil-Fahrten als Teil von garantiert mobil**

- Mit dem Projekt garantiert mobil! wird seit 08. September 2017 eine neue Form der öffentlichen Mobilität im Odenwaldkreis angeboten.
- Die Einführung des innovativen Systems ist für Wissenschaft und Praxis in vielerlei Hinsicht neu.
- Kern ist eine Mobilitätsgarantie, die mit Hilfe des klassischen ÖPNV-Linienverkehrs, von Rufbussen, taxOMobil-Fahrten und privater Mitnahme ein umfassendes Angebot macht.
- Bestandteil des Gesamtkonzepts sind somit auch taxOMobil-Fahrten, die von verschiedenen Taxiunternehmen vor Ort durchgeführt werden.
- Im dieser Untersuchung werden die Taxiunternehmen zu Ihren Erfahrungen mit taxOMobil-Fahrten befragt und Verbesserungsvorschläge gesammelt.

# Einführung

## Taxiunternehmen im Odenwald

Name	Straße	Ort	Telefon	E-Mail	Taxler	Rückfall- ebene
Taxi Bieber	Danziger Str. 6	64732 Bad König	Tel. 06063- 93000	<a href="mailto:zentrale@taxi-bieber.de">zentrale@taxi-bieber.de</a>	x	
Taxi Herzog	Groß- Umstädter Str. 20	64739 Höchst	Tel. 06163- 5151	<a href="mailto:taxi-herzog@t-online.de">taxi-herzog@t-online.de</a>	x	
Gino's Taxi und Mietwagen	Bahnhofstr. 56	64720 Michelstadt	Tel. 06061- 706766	<a href="mailto:zentrale@ginos-taxi.de">zentrale@ginos-taxi.de</a>	x	
Rainer's Taxi	Erbacher Str. 11	64720 Michelstadt	Tel. 06061- 2022	<a href="mailto:rainerstaxi@googlemail.com">rainerstaxi@googlemail.com</a>	x	
Köhler Transfer	Flinschstr. 57a	60388 Frankfurt	Tel. 01605576650	<a href="mailto:petra.wnuck@koehlertransfer.de">petra.wnuck@koehlertransfer.de</a>	x	
Jahn Transporte	Karl-Hans- Strobl-Str. 8	64760 Oberzent	Tel. 06068- 478844	<a href="mailto:info@jahn-transport.de">info@jahn-transport.de</a>	x	
Taxi Sauter	Hirschhorner Str. 101	64760 Oberzent	Tel. 06068- 1678	<a href="mailto:rainer.sauter@omnibus-sauter.de">rainer.sauter@omnibus-sauter.de</a>	x	x
Busverkehrs Wissmüller	Neutorstr. 10	64720 Michelstadt	Tel. 06061- 94460	<a href="mailto:busverkehr@wissmueller.de">busverkehr@wissmueller.de</a>		x
Omnibusbetrieb Lust	Industriestr. 11	64739 Höchst i. Odw.	Tel. 06163- 912220	<a href="mailto:info@reisebuero-lust.de">info@reisebuero-lust.de</a>		x

Befragt



Quelle: OREG

# Methodik

## Vorgehensweise

- Am 03.09.2019 wurden fünf Experteninterviews als persönliche Befragung vor Ort durchgeführt:
    - Busverkehr Wissmüller (Herr Wissmüller)
    - Köhler Transfer (Frau Wnuck)
    - Jahn Transporte (Herr Jahn)
    - Taxi Sauter (Herr Sauter)
    - Gino`s Taxi und Mietwagen (Frau Scialo)
  - Weitere Unternehmen wurden im Nachgang per Telefon interviewt:
    - Taxi Herzog (Herr Vogel, 19.09.2019)
    - Taxi Bieber (Herr Voges, 22.10.2019)
- Aufgrund der insgesamt geringen Fallzahl und der einheitlichen Ergebnisse sind Diagramme wenig aussagekräftig. Nachfolgend werden die Ergebnisse verbal wiedergegeben.

# Methodik

## Fragen (1/2)

Grundlage für die Interviews waren die nachfolgenden Fragen. Diese wurden abgestimmt und in einem Interviewleitfaden zusammengefasst.

- Wie oft führen Sie taxOmobil-Fahrten durch?
- Welche Motivation haben Sie taxOmobil-Fahrten anzubieten?
- Welche Bedeutung haben taxOmobil-Fahrten für Ihr Unternehmen?
- Wie empfinden Sie die Zusammenarbeit mit den Kooperationspartnern / dem Organisationsteam von oderwaldmobil.de (OREG)? Wünsche, Anregungen, ...?
- Funktioniert der Buchungs- und Bestätigungsprozess zufriedenstellend? Wie zufrieden sind Sie mit dem neuen Bestätigungsprozess? Gib es Probleme?
- Funktioniert die Durchführung der Fahrten zufriedenstellend? Gib es Probleme? Werden Fahrten gebucht und dann nicht angetreten? Gibt es Probleme beim Übergang zu Bus und Bahn?

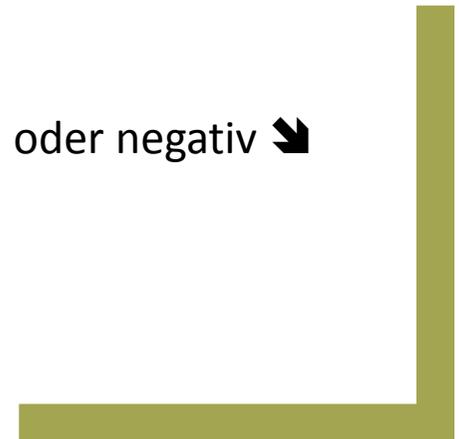
# Methodik

## Fragen (2/2)

- Funktioniert die Abrechnung der Fahrten zufriedenstellend? Gibt es Probleme?
- Wie verhalten sich die Fahrgäste? Gibt es besondere Probleme?
- Können alle Fahrtwünsche pünktlich erfüllt werden? Warum gibt es Probleme?
- Wie würden Sie Ihre Zufriedenheit mit den taxOMobil-Fahrten insgesamt auf einer Schulnotenskala von 1 bis 6 bewerten?
- Haben Sie noch Verbesserungsvorschläge für die taxOMobil-Fahrten oder für garantiert mobil insgesamt?

## Bewertung der Antworten

Die Antworten werden mit Hilfe von Pfeilen als positiv ↗ , neutral → oder negativ ↘ bewertet bzw. gekennzeichnet.



# Auswertung

## Häufigkeit und Bedeutung

- ➔ • Die Häufigkeit der Fahrten ist bei den befragten Unternehmen sehr unterschiedlich.
- ➔ • Die meisten Fahrten werden bei Gino`s Taxi (oft zwei bis drei Fahrten pro Tag) durchgeführt.
- ➔ • Bei den anderen Unternehmen sind es deutlich weniger Fahrten: Etwa fünf bis zehn Fahrten pro Monat haben beispielsweise Köhler Transfer und Sauter Taxi.
- ➔ • Andere Unternehmen haben nach eigenen Angaben aber auch weniger Fahrten, zum Beispiel Jahn Transfer mit insgesamt nur etwa 20 Fahrten seit dem Start von garantiert mobil. Bei Taxi Herzog gehen momentan praktisch keine Anfragen mehr ein (Absprung einer Stammkundin, umfangreiches Rufbusangebot). Auch bei Taxi Bieber gehen nur sehr wenige Buchungen ein.
- ➔ • Gino`s Taxi beobachtet eine steigende Tendenz.
- Im Vergleich zur Anzahl der eingesetzten Fahrzeuge und zu den ansonsten durchgeführten Fahrten, ist die Bedeutung der taxOMobil-Fahrten nicht sehr hoch. Lediglich Gino´s Taxi spricht von einer hohen Bedeutung.

# Auswertung

## Motivation

- ➔ • Eine grundlegende Motivation ist bei allen befragten Unternehmen festzustellen. Das liegt nicht nur daran, dass die Fahrten gern gesehen und in der Regel kostendeckend sind. Es werden auch weitergehende verkehrliche und soziale Vorteile gesehen.
- ➔ • Von Herrn Wissmüller wird betont, dass die taxOMobil-Fahrten ein wichtiger Bestandteil eines modernen und attraktiven ÖPNV-Gesamtsystems sind (und somit ein Markt bedient wird, in den auch neuen Anbieter wie Uber drängen).
- ➔ • Auch Herr Sauter möchte Entwicklungen am Markt erkennen und verfolgen.
- ➔ • Frau Wnuck sieht in den taxOMobil-Fahrten die Möglichkeit, älteren und behinderten Menschen mehr Mobilität zu ermöglichen. Wichtig ist dabei auch der persönliche Kontakt zwischen Fahrpersonal und Fahrgästen. Außerdem sieht sie in den Fahrten auch eine Möglichkeit, ihr Unternehmen bekannter zu machen.
- ➔ • Herr Voges sieht die taxOMobil-Fahrten als einen Versuch an (der aber nicht kostendeckend ist und deshalb nur aufgrund der geringen Nachfrage leistbar ist.)

# Auswertung

## Zusammenarbeit und Abrechnung

- ➔ • Die Zusammenarbeit mit der OREG und mit den anderen Taxiunternehmen wird als positiv und unproblematisch empfunden.
- ➔ • Die OREG ist gut ansprechbar und hat immer ein offenes Ohr. („Wenn etwas ist, dann sage ich das der OREG schon.“)
- ➔ • Auch die Abrechnung über die Firma Wissmüller läuft mittlerweile problemlos.



# Auswertung

## Buchungsprozess (1/2)

- Gemischte Rückmeldungen gibt es beim Buchungsprozess:
  - ➔ • Die meisten (reinen Taxi-)Unternehmen empfinden den Prozess (Nachricht per Mail, Antwort durch einen Link) als unproblematisch.
  - ➔ • Herr Sauter kritisiert, dass der Buchungsprozess nicht mehr vollständig per SMS abgewickelt werden kann. Aufgrund des oft schlechten Mobilfunknetzes und der dann fehlenden Internetverbindung ist die Bearbeitung per Mail für ihn schwierig. Er fordert, diese wieder umzustellen.
  - ➔ • Bei Wissmüller kommen die Buchungsanfrage für taxOMobil-Fahrten zusammen mit den Anfragen zum Rufbus an. Dies ist unübersichtlich und die Anfragen können leicht übersehen werden. Er wünscht sich einen Anruf, wenn taxOMobil-Fahrten angefragt werden.

# Auswertung

## Buchungsprozess (2/2)

- Gemischte Rückmeldungen gibt es beim Buchungsprozess:
  - ➔ • Gelobt wird mehrfach die nun bessere Planbarkeit aufgrund der längeren Vorlaufzeit.
  - ➔ • Bei Taxi Bieber wurde die unbedingte Notwendigkeit einer gewissen Vorlaufzeit betont: Es handelt sich um ein kleines Unternehmen ohne ständig besetzte Zentrale. Da die Fahrer - während sie Fahren - keine Anfragen bearbeiten können, ist eine Bearbeitung während der Fahrtpausen notwendig. Dadurch ergeben sich Verzögerungen bei der Beantwortung von Anfragen und die Notwendigkeit einer ausreichenden Vorlaufzeit.
  - ➔ • Außerdem wurden bei Taxi Bieber die Bestätigungsmails als „teilweise verwirrend“ beschrieben. Teilweise fehlt der Fahrpreis (Angabe „0 Euro“). Auch sind die Angaben unklar, wenn mehrere Personen über eine Buchung laufen.

# Auswertung

## Durchführung, Fahrgäste, Pünktlichkeit (1/2)

- • Die Durchführung der Fahrten ist im Großen und Ganzen unproblematisch.
- • Nach Angabe der Befragten können die Fahrten praktisch immer pünktlich durchgeführt werden. Begrüßt wird, dass die Handynummer des Fahrgastes mitgeschickt wird, so dass bei Bedarf Kontakt aufgenommen werden kann.
- • Auch die Anschlüsse an den Linienverkehr herzustellen, wird als unproblematisch bewertet. Hilfreich ist es, wenn die Unternehmen wissen, dass ein Anschluss erreicht werden soll. Manchmal muss das Taxi warten, wenn ein Zug unpünktlich ist.
- • Von einzelnen gebuchten Fahrten, die nicht angetreten werden, berichten fast alle Unternehmen. Aber es handelt sich um Einzelfälle, die trotzdem vergütet werden, so dass kein wirtschaftliches Problem entsteht.

# Auswertung

## Durchführung, Fahrgäste, Pünktlichkeit

- ➔ • Von Gino's Taxi wird berichtet, dass es in einzelnen Fällen morgens vorkommen kann, dass Anfragen abgelehnt werden müssen, da alle Fahrzeuge im Einsatz sind.
- Bei Taxi Bieber hab es schon einmal Probleme bei Großveranstaltungen im Brombachtal. Hier waren alle Fahrzeuge voll besetzt im Einsatz, so dass parallel keine taxOMobil-Fahrten zu dieser Veranstaltung mehr angenommen werden konnten. Die Fahrgäste konnten aber mitgenommen werden (- wahrscheinlich aufgrund spezieller Veranstaltungstarife sogar für sie günstiger).



# Auswertung

## Gesamtbewertung

- Insgesamt ist die Bewertung der taxOMobil-Fahrten gut! Alle befragten Personen waren mehr oder weniger zufrieden mit dem System.
- Bei der Nachfrage, warum keine noch bessere Note vergeben wurde, wurde oft die bislang noch geringe Nachfrage als Grund genannt.
- (Nur) bei Taxi Bieber wurde der im Vergleich zum Taxitarif zu geringe Fahrpreis als Grund genannt.
- Die genannten Schulnoten geben das nicht unbedingt wieder, so dass auf eine Berechnung eines Mittelwertes verzichtet wird.



# Auswertung

## Verbesserungsvorschläge (1/2)

- Herr Wissmüller hält es für sinnvoll, dass die Mobilitätsberater (die er für sehr sinnvoll hält) auch mit den Fahrern reden. Die Fahrer sind Multiplikatoren und können Informationen über den ÖPNV an die Fahrgäste weiter geben.
- Er wünscht sich auch, dass gebuchte Fahrten leichter abgesagt werden können. So können unnötige Fahrten vermieden werden.
- Herr Sauter ist der Meinung, dass die taxOMobil-Fahrten noch nicht bekannt genug sind. Die Mobilitätsberater sollten noch präsenter sein, zum Beispiel bei Festen.
- Herr Voges schlägt eine eigene Unternehmer-App vor, um die Bearbeitung der Anfragen zu erleichtern.



# Auswertung

## Verbesserungsvorschläge (2/2)

- Herr Jahn hält den generellen Anmeldungs- und Buchungsprozess insbesondere für ältere Menschen für zu kompliziert. Er regt an, bessere Lösungen für Menschen ohne Smartphone zu schaffen (z.B. Zehnerkarte, „Schlemmerblock“).
- Außerdem schlägt er vor, Lösungen für Wanderer zu suchen, d.h. für Touristen, die nicht im Odenwald leben und nicht registriert sein.
- Als problematisch (aber natürlich nicht im Rahmen von garantiert mobil lösbar) werden die Funklöcher angesehen, die eine flächendeckende Nutzung – sowohl für die Unternehmen als auch für die Fahrgäste – erschweren.



## Fazit

### taxOMobil-Fahrten

- Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen Taxiunternehmen und OREG funktionieren sehr gut. Dieses positive Klima gilt es aufrecht zu erhalten.
- Auch die Fahrtabwicklung wird praktisch durchgehend als unproblematisch beschrieben. Die Fahrtwünsche können im allgemeinen pünktlich erfüllt werden. Nennenswerte Kritikpunkte werden nicht benannt. Dieses Qualitätsniveau gilt es auch zukünftig (bei steigenden Buchungszahlen) aufrecht zu erhalten.
- Der Buchungsprozess wird bei den reinen Taxiunternehmen als unproblematisch und unkompliziert bewertet. Anders sieht es bei den Unternehmen aus, die auch Busverkehre anbieten. Hier passt der Buchungsprozess nicht zu den übrigen Firmenprozessen und wird deshalb kritisiert. Wenn es unproblematisch möglich ist, sollten hier Verbesserungen herbeigeführt werden, um die Zufriedenheit dieser Unternehmer zu steigern. Falls finanzierbar, könnte auch über eine App für die Unternehmen nachgedacht werden, um die Prozesse weiter zu vereinfachen.
- Kritik an den Einnahmen der Taxiunternehmen wurden nur in einem Fall genannt. Trotzdem sollten hierzu vertiefende Gespräche geführt werden.

## Fazit

### Weiterentwicklung von garantiert mobil!

- Die Anzahl der taxOMobil-Fahrten ist insgesamt noch gering. Die Taxiunternehmen würden eine höher Fahrtenanzahl begrüßen.
- Die Maßnahmen, um garantiert mobil! und damit auch die taxOMobil-Fahrten bekannter zu machen, sollten beibehalten oder sogar ausgebaut werden. Eine größere Bekanntheit sollte auch zu einer höheren Nachfrage bei den taxOMobil-Fahrten beitragen.
- Für ältere Menschen und ortsfremde Touristen sollten einfache Möglichkeiten der Buchung (ohne Anmeldung) geprüft werden.

