

Kurzfassung

In der vorliegenden Bachelor-Thesis sollte untersucht werden, welchen Stellenwert verschiedene Fahrgastinformationsmedien bei den Kunden des ÖPNV haben. Dazu wurde zunächst ein Überblick über die im ÖPNV angewandten Medien gegeben. Bei der anschließenden Vorstellung wurde dann auf die Medien genauer eingegangen, die innerhalb der Arbeit betrachtet werden sollten.

Mittels einer Umfrage sollte dabei festgestellt werden, inwieweit die untersuchten Fahrgastinformationsmedien unter den ÖPNV-Nutzern bekannt sind, genutzt werden und wie zufrieden die Fahrgäste bei vorhandener Nutzung sind. Dazu wurde eine Online-Umfrage erarbeitet, die sich an alle Teilnehmer des öffentlichen Verkehrs in den Verbundgebieten des VRR und VRS richtete. Unterschieden wurde dabei zwischen Informationen hinsichtlich Fahrplan, Verbindungsauskunft, Tarifen und Auskunftsangeboten bezüglich Baustelleninformationen und Störungsmeldungen. Die Auswertung der durchgeführten Umfrage erfolgte unter Berücksichtigung verschiedener Kundengruppen. In einem nächsten Schritt wurden die betrachteten Fahrgastinformationsmedien anhand der Ergebnisse hinsichtlich ihres Stellenwerts bei den Fahrgästen bewertet. Mit Hilfe der gewonnenen Erkenntnisse wurden im Anschluss dann Handlungsempfehlungen erarbeitet, welche sich an Verkehrsbetriebe und -verbände richten, die die untersuchten Fahrgastinformationsmedien bereitstellen.

Bei der Auswertung der durchgeführten Umfrage konnte festgestellt werden, dass die untersuchten Medien bezüglich ihres Stellenwerts starke Unterschiede aufweisen. So verfügt das Internet z.B. insgesamt über einen sehr hohen Stellenwert und ist im Vergleich das führende Informationsmedium. Das Fahrplanbuch hingegen hat nur einen eher geringen Stellenwert für die Fahrgäste. Aber auch innerhalb der verschiedenen Auskunftsbereiche eines Informationsmediums treten teilweise erhebliche Differenzen auf. Dabei sind meist die Stellenwerte von Fahrplan- und Verbindungsauskunft deutlich höher als die von der Tarifauskunft oder den Auskünften zu Baustellen und Störungen.

Tendenziell erkennt man anhand der Ergebnisse, dass die Fahrgäste die elektronischen und dabei vor allem die Online-Medien bevorzugen. Diese bieten dem Kunden meist die Möglichkeit einer aktuellen Auskunft. Aufgrund der immer höheren Ansprüche der Gesellschaft an die Verfügbarkeit und Aktualität von Informationen ist dies ein entscheidendes Kriterium für die Zufriedenheit der Fahrgäste. Anhand der Experteninterviews konnte festgestellt werden, dass sich auch die Verkehrsverbände und Verkehrsunternehmen bei der Weiterentwicklung der Medien vor allem auf deren Digitalisierung konzentrieren. Dabei legen sie, wie in den Handlungsempfehlungen vorgeschlagen, besonderen Wert auf die Verbesserung der Aktualität der bereitgestellten Informationen.

Obwohl die Printmedien innerhalb der Umfrage sehr unterschiedliche Stellenwerte bei den Fahrgästen aufweisen, ist dennoch bei den Unternehmen die Überlegung in Zukunft ganz auf diese zu verzichten. Dabei spielen neben der fehlenden Aktualität der Informationen auch die Kosten für den Druck eine Rolle. Zudem müssen diese Medien bei jedem Fahrplanwechsel neu produziert werden. Durch eine Umstellung auf digitale Medien könnten den Fahrgästen in Zukunft auch hier umfangreiche und aktuelle Informationen geboten werden. Jedoch muss auch bei dieser Entwicklung durch umfassende begleitende Untersuchungen die Akzeptanz dieser neuen Medien bei den Fahrgästen überprüft werden, um Fehlentwicklungen und daraus entstehende Kosten zu vermeiden.

Abstract

In the present bachelor thesis, the importance of the various passenger information media to the ÖPNV customers is to be examined. For this purpose, an overview of the media used in ÖPNV was given. The subsequent presentation takes a closer look at the media to be dealt with in this thesis.

By means of a survey it was to be established in how far the passenger information media examined are known among the ÖPNV customers, used by them and how satisfied they are when using the media. To this end, an online survey addressed to all public transport customers of the VRR and VRS public transport networks was developed. A distinction was made between information relating to timetable, connections, tariffs and information offered with regard to construction works and traffic disruptions. The evaluation of the survey was made in consideration of different customer groups. In a next step and on the basis of the findings, the passenger information media examined were assessed regarding their importance to the passengers. Subsequently and based on the findings attained, recommendations addressed to public transportation companies and networks providing the passenger information media examined were designed.

In the course of the evaluation of the survey it could be established that the importance of the media examined differs substantially. The Internet, e.g., has a very high importance and, compared to the other media, it is the leading information medium. The timetable booklet, however, is of only little importance to the passengers. Also within the various information groups of one medium there are, in parts, big differences. The point values of timetable and connecting information are mostly plainly higher than those of the tariff information or the information offered with regard to construction works and traffic disruptions.

On the whole, the findings reflect the passengers' tendency in favour of electronic media, above all online media. These media provide customers with the possibility of up-to-date information. Due to the higher demands of society to availability and up-to-dateness of information, this is the key criterion for passenger satisfaction. Based on the interviews with experts it could be established that the transportation networks and companies focus on the further development of the media, above all on their digitalisation. Doing so, they attach specific importance to the improvement of the up-to-dateness of the information provided, as suggested in the recommendations.

Even though the print media show very much differing grades of importance to passengers, the companies think about doing completely without them in future. Apart from the lack of up-to-dateness of the information provided, also the print costs are a factor to be considered. Moreover, these media must be reproduced with each new timetable. The changeover to digital media would allow the provision of comprehensive and up-to-date information. However, along with this development, there must be accompanying and extensive investigations as to the acceptance of these new media among the passengers to avoid undesirable developments and the costs incurred.