

Mobilitäts *TRENDS* 2014

- Sonderthema Fernlinienbusse: 3. Untersuchungswelle im Jun. 2014 -

Bonn, 10.7.2014

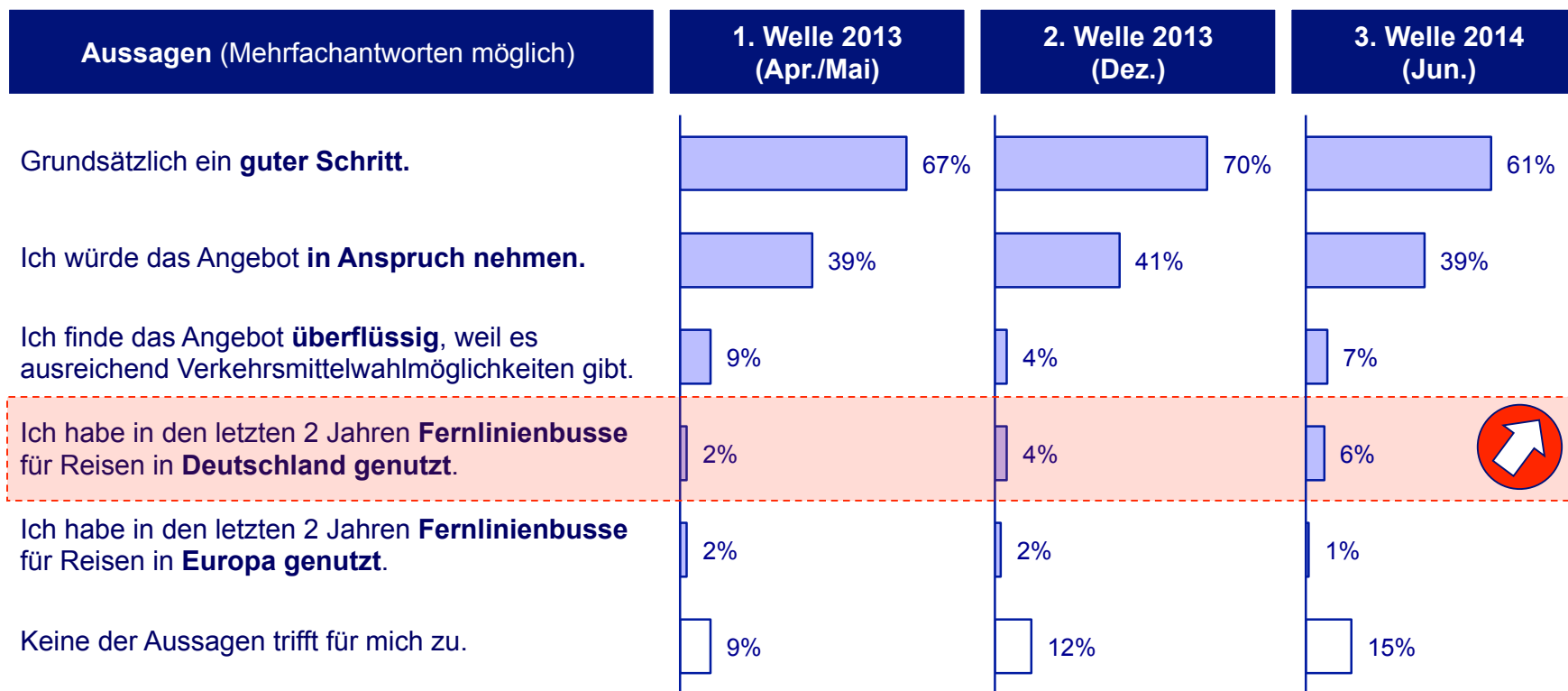
Verantwortlich:

Prof. Dr. Andreas Krämer
exeo Strategic Consulting AG
Wittelsbacherring 24, D-53115 Bonn
Tel: ++49 (0) 178 256 22 41
Fax: ++49 (0) 228 629 78 51
andreas.kraemer@exeo-consulting.com
www.exeo-consulting.com

Johannes Hercher
Rogator AG
Emmericher Straße 17, D-90411 Nürnberg
Tel: ++49 (0) 911 8100550
Fax: ++49 (0) 911 8100570
j.hercher@rogator.de
www.rogator.de

60 % der mobilen Bevölkerung halten die Möglichkeit, auf längeren Strecken einen Fernlinienbus nutzen zu können, für einen guten Schritt

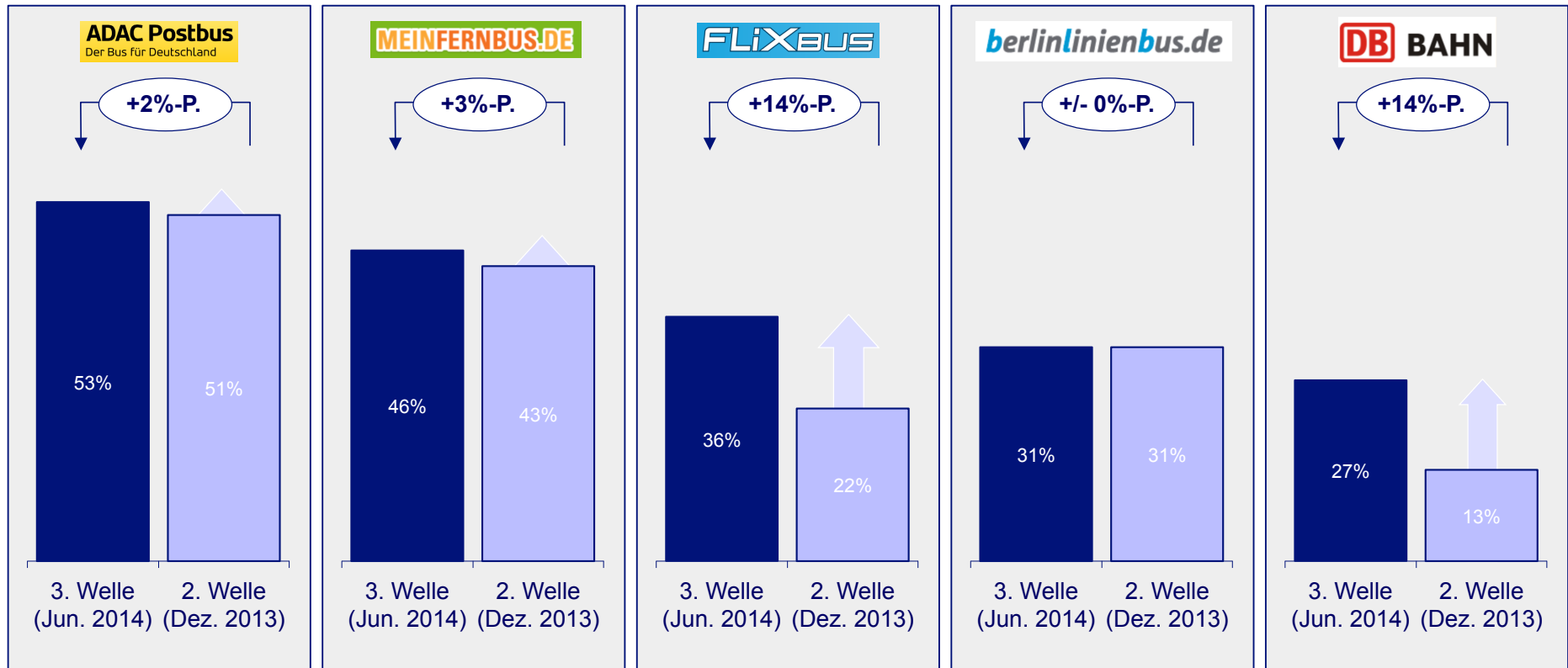
Grundsätzliche Bewertung des Angebotes an Fernlinienbussen¹⁾



1) Zur Information: Fernbuslinien vernetzen Städte über einen Linienfahrplan miteinander. Als Fernlinienbusse werden Reisebusse eingesetzt. Doppelstockbusse bieten Platz für mehr Fahrgäste und großzügigere Komforteinrichtungen (Garderobe, Minibar) sowie Sitze mit verstellbaren Lehnen, Klimaanlage und Bordtoiletten mit Waschbecken. Was halten Sie grundsätzlich von einem Fernlinienbus-Angebot? Welche Aussagen treffen Ihrer Meinung nach zu?

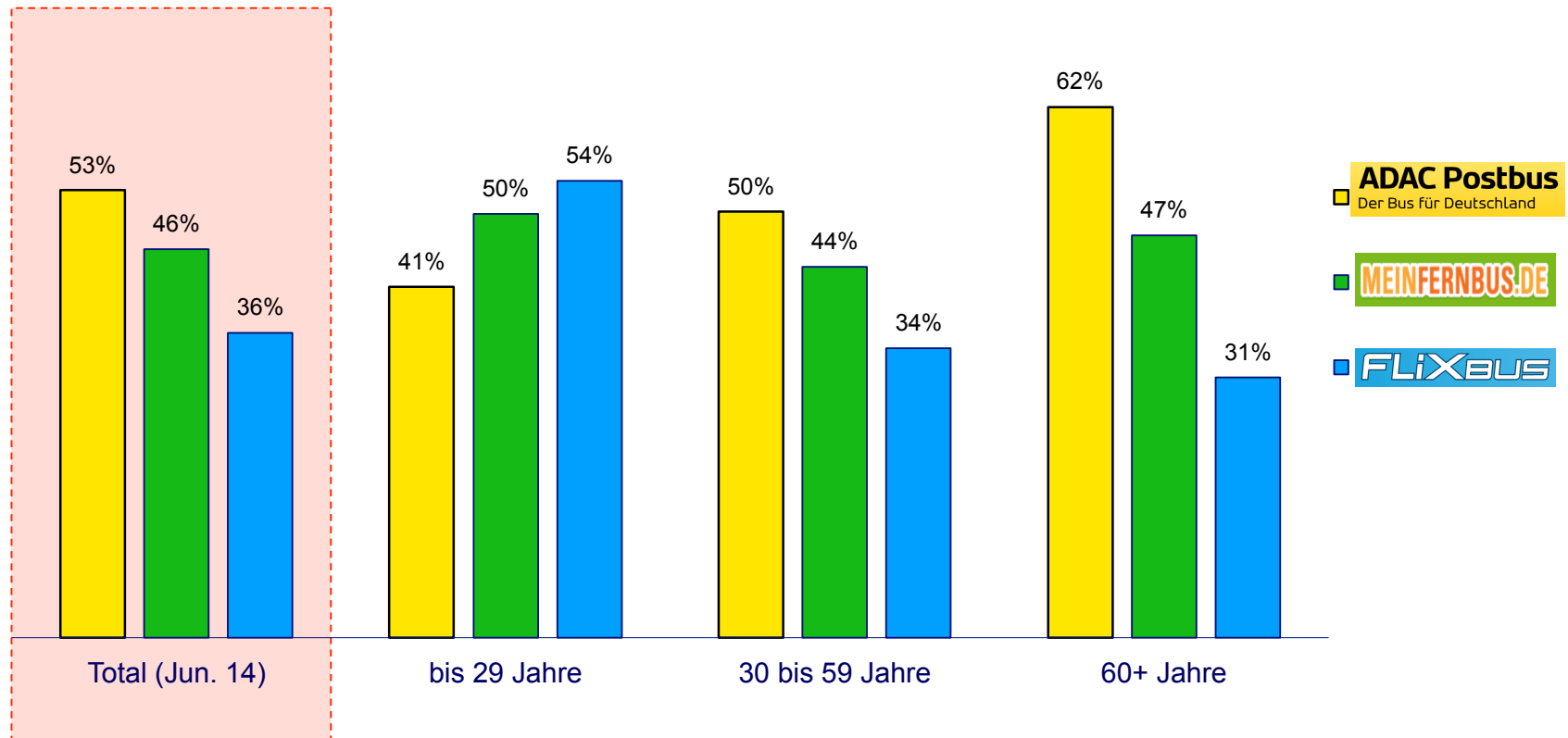
ADAC Postbus weiterhin mit dem höchsten Bekanntheitsgrad – FlixBus und IC-Bus mit deutlichen Zugewinnen

Gestützte Bekanntheit Fernlinienbusse (% der Befragten)



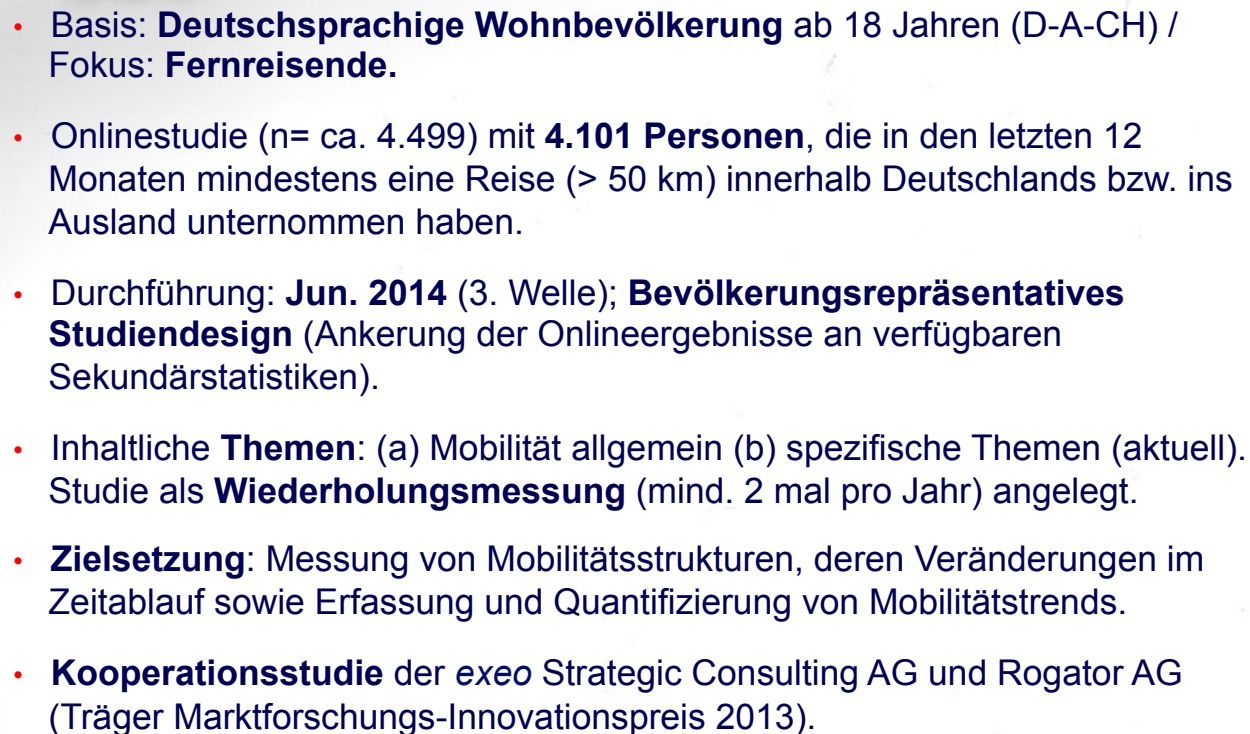
Der hohe Bekanntheitsgrad des Anbieters ADAC Postbus ist stark bestimmt durch ältere Personengruppen

Bekanntheitsgrad nach Altersgruppe im Jun. 2014 [% der Befragten]¹⁾



1) Welche Anbieter von Fernlinienbussen kennen Sie, würden Sie nutzen bzw. haben Sie schon genutzt?

Back up / Studienhintergrund

- 
- Basis: **Deutschsprachige Wohnbevölkerung** ab 18 Jahren (D-A-CH) / Fokus: **Fernreisende**.
 - Onlinestudie (n= ca. 4.499) mit **4.101 Personen**, die in den letzten 12 Monaten mindestens eine Reise (> 50 km) innerhalb Deutschlands bzw. ins Ausland unternommen haben.
 - Durchführung: **Jun. 2014** (3. Welle); **Bevölkerungsrepräsentatives Studiendesign** (Ankerung der Onlineergebnisse an verfügbaren Sekundärstatistiken).
 - Inhaltliche **Themen**: (a) Mobilität allgemein (b) spezifische Themen (aktuell). Studie als **Wiederholungsmessung** (mind. 2 mal pro Jahr) angelegt.
 - **Zielsetzung**: Messung von Mobilitätsstrukturen, deren Veränderungen im Zeitablauf sowie Erfassung und Quantifizierung von Mobilitätstrends.
 - **Kooperationsstudie** der exeo Strategic Consulting AG und Rogator AG (Träger Marktforschungs-Innovationspreis 2013).