

Combined Competence

Software | Market Research | Employee Research

ROGator 
MARKET RESEARCH | EMPLOYEE RESEARCH | SOFTWARE

Presseinformation

Rogator / exeo untersuchen das Kundenpotenzial des Bahnfernverkehrs („Pricing Lab 2019“):

„Bahnfernverkehr im Aufwind“

Datum: Nürnberg, 28. August 2019

Verantwortlich für die Studie:

Johannes Hercher

ROGator 
MARKET RESEARCH | EMPLOYEE RESEARCH | SOFTWARE

Rogator AG

Emmericher Straße 17, D-90411 Nürnberg
Tel: +49 (0) 911 8100 558
Fax: +49 (0) 911 8100 570
j.hercher@rogator.de
www.rogator.de

Prof. Dr. Andreas Krämer


Strategic Consulting AG

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



Vorstand: Johannes Hercher
Vorsitzender des Aufsichtsrates: Dr. Stephan Raum
Registernr.: Nürnberg HRB 19335 USt.-IdNr. DE222205375

Rogator AG
Emmericher Str. 17
D - 90411 Nürnberg

fon: +49 911 8100 - 550
fax: +49 911 8100 - 570
mail: info@rogator.de

Bahnfernverkehr im Aufwind

Zunehmende Akzeptanz der Spar- und Super Sparpreise / Reisende im Alterssegment unter 30 Jahren mit höchstem Nachfragepotenzial / Attraktivitätsbewertung: Bahn (Rang 2) kann den Pkw (Rang 1) nicht erreichen / Es kommt nicht nur auf den günstigen Preis an!

Die Nachfrage im Bahnfernverkehr entwickelt sich positiv. In 2019 wird die Deutsche Bahn (DB) voraussichtlich erstmals in einem Jahr eine Zahl von über 150 Millionen Reisende im Fernverkehr erreichen. Beflügelt werden die Wachstumsphantasien auch durch die anhaltenden Abgas-, Klima- und CO₂-Diskussionen. Die aktuellen Rahmenbedingungen wirken sich günstig auf die Wettbewerbsstellung der Deutschen Bahn aus. Während als Maßnahmen z.B. die Einführung einer CO₂-Steuer in der deutschen Bevölkerung abgelehnt wird, besteht eine hohe Akzeptanz für eine Preissenkung bei Bahnfahrten oder eine Preiserhöhung für Flugreisen. In diesem Kontext wird auch wiederholt die These aufgestellt, die Bahn sei bei längeren Reisen zu teuer. Innerhalb der großen Koalition wird diskutiert, die Gewinnmaximierung in der Satzung der Deutschen Bahn zu streichen und den Klimaschutz stärker zu betonen.

„In einem schwierigen Marktumfeld hat sich die Nachfrage im Bahnfernverkehr positiv verändert. Das liegt auch daran, dass sich die Bahn mit zuggebundenen Tickets und dynamischen Preisen die Zahlungsbereitschaften von einzelnen Zielgruppen im Markt besser trifft“, betont Prof. Dr. Andreas Krämer als Co-Autor der Studie Pricing Lab.

Die Ergebnisse der Studie im Überblick:

Zunehmende Akzeptanz der Spar- und Super Sparpreise

Die zuggebundenen Ticket-Angebote haben sich in den letzten Jahren zum „Wachstumsmotor“ für die Nachfrage im Bahnfernverkehr entwickelt und den Flexpreis volumenmäßig überholt. Seit Sommer 2018 wird neben dem Sparpreis auch ein Super Sparpreis ab 19,90 EUR angeboten. Etwa 58 % der Befragten kennen den Sparpreis und Super Sparpreis der Deutschen Bahn, mehr als ein Viertel hat die Angebote bereits genutzt. In bestimmten Zielgruppen, wie Nutzer der Bahn, Nutzer von Fernlinienbussen oder Besitzer einer Bahncard sind die Anteile der Sparpreis-Reisenden besonders hoch. Außerdem zeigt sich in der Bekanntheit und Nutzung eine Altersabhängigkeit: Die Bekanntheit (69 %) und die Nutzung (32 %) der Sparpreise sind in der Altersgruppe < 30 Jahren überproportional hoch. Welche Preisermittlung bestehen zum Angebot? Die Befragten wurden zum einen gebeten, den Preis für einen Sparpreis zu benennen, der als günstig wahrgenommen wird, zum anderen wurde die maximale Preisbereitschaft bestimmt (400 km; 3 Stunden Bahnfahrt, Direktverbindung, 2. Klasse). Während die Preisgünstigkeit im Mittel bei 36 EUR (9 Cent pro km) liegt, beläuft sich die Preisbereitschaft auf 75 EUR. Beide Preispunkte sind in der Altersgruppe < 30 Jahren deutlich geringer (die Preissensitivität dieses Kundensegmentes ist erhöht).

Reisende im Alterssegment unter 30 Jahren mit höchstem Nachfragepotenzial

Die besondere Attraktivität der Zielgruppe der jüngeren Reisenden aus Sicht des Bahnfernverkehrs erschließt sich gleich aus mehreren Zusammenhängen: Einerseits ist der Anteil der

Bahnnutzer in der Altersgruppe < 30 Jahren überdurchschnittlich hoch. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Personen in dieser Zielgruppe nicht nur die Bahn, sondern auch Flugzeug, Fernlinienbus und Mitfahrzentrale häufiger nutzen. Andererseits ist hier auch die Erwägung der Bahn in der konkreten Verkehrsmittelwahl verstärkt. Während im Mittel 13 % der Befragten angeben, dass es in den letzten 12 Monaten Situationen gab, in der die Bahn als Verkehrsmittel erwogen, aber letztendlich nicht genutzt wurde, sind dies in der Altersgruppe der jüngeren Reisenden 25 %.

Attraktivitätsbewertung: Bahn (Rang 2) kann den Pkw (Rang 1) nicht erreichen

Trotz der relativ schlechten Rahmenbedingungen steht das Verkehrsmittel Pkw in der Gunst der Reisenden (weiterhin) am besten da. Auf einer Skala von 0=nicht attraktiv bis 10=sehr attraktiv kommt der Pkw im Mittel auf einen Wert von 7,9 und liegt damit vor Bahn (5,3), Flugzeug (4,5) und Fernlinienbus (3,7). Auch hier erreichen Bahn, Flugzeug und Fernlinienbus in der Altersklasse < 30 Jahre eine vergleichsweise bessere Bewertung. Diese Zielgruppe ist weniger habitualisiert in der Verkehrsmittelwahl, offener für Alternativen und preissensibler. Trotz des Nachfragezuwachses der letzten Jahre nimmt die Attraktivität der Bahn auf Gesamtebene ab: 9 % der Befragten sehen Verbesserungen, 18 % sehen Verschlechterungen in den letzten 12 Monaten. Bei den Nutzern ist das Bild umgekehrt: 22 % der Befragten sehen Verbesserungen, 18 % sehen Verschlechterungen. Bei den Gründen für die Verschlechterung der Attraktivität der Bahn spielen Qualitätsprobleme eine besondere Rolle.

Es kommt nicht nur auf den günstigen Preis an

Die Studienergebnisse unterstreichen auf der einen Seite die besondere Rolle des Preises bei der Reiseentscheidung - insbesondere bei jüngeren Reisenden. In der öffentlichen Diskussion wird teilweise apodiktisch der „zu hohe Preis des Bahnfahrens“ als Nutzungshürde herausgestellt. Dabei stellen die Sparpreise und Super Sparpreise eine Möglichkeit dar, günstig mit der Bahn reisen zu können. Anders ist die Situation bei kurzfristiger Reiseentscheidung und ohne BahnCard-Besitz. Neben dem Preis kommt es bei der Nutzung der Bahn im Wesentlichen auf die Einhaltung von Kernleistungen an. Dies war in den letzten Monaten teilweise nicht der Fall: Nach den zunehmend positiven Pünktlichkeitswerten der letzten Monate, ging die Zahl der pünktlichen Fernverkehrszüge im Juni 2019 erneut zurück. Kunden, welche die Bahn durch günstige Preise von anderen Verkehrsmitteln abwirbt, gehen dann wieder verloren, wenn die wahrgenommenen Leistungen (vor allem Pünktlichkeit, aber auch Services am Bahnhof und während der Reise) nicht passen.

„Die Auslastung des Bahnfernverkehrs ist in den letzten 15 Jahren von etwa 40 % auf aktuell knapp 60 % gestiegen. Um die Bahn nachhaltig wettbewerbsfähig zu machen, sind neben günstigen Preisen Investitionen und die konsequente Einhaltung von Qualitätsstandards erforderlich“, resümiert Johannes Hercher, Vorstand der Rogator AG und Co-Autor der Studie.

Hintergrund der Studie: Pricing Lab ist eine experimentelle Studie zur Bewertung von Trends im Preismanagement (Kooperation von der Rogator AG und der exeo Strategic Consulting AG). Grundlage der Untersuchung ist eine repräsentative Befragung von 1.000 Personen ab 18 Jahren.

Studienbericht: Diesen können Sie auf Anfrage käuflich erwerben: j.hercher@rogator.de