

Combined Competence

Software | Market Research | Employee Research

ROGator 
EXPERTS IN FEEDBACK & SOFTWARE

Presseinformation

Die Studie „OpinionTRAIN 2021“ untersucht die Auswirkungen der Corona-Krise auf die Mobilitätsstrukturen:

„Corona-Krise: Siegeszug des Pkw und Niedergang der Geschäftsreisen“



Datum: Nürnberg, 28. Oktober 2021

Verantwortlich für die Studie:

Johannes Hercher

ROGator 
EXPERTS IN FEEDBACK & 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. DE22205375

Rogator AG
Emmericher Str. 17
D - 90411 Nürnberg

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

„Corona-Krise: Siegeszug des Pkw und Niedergang der Geschäftsreisen“

Siegeszug des Pkw: Ein Problem für die Verkehrswende / Niedergang der Geschäftsreisen und baldige Erholung? / Linienfernverkehr: Neue Geschäftsmodelle müssen her

Mitte September dieses Jahres veröffentlichte das Statistische Bundesamt aktuelle Ergebnisse zur Verkehrsmittelnutzung während der Corona-Krise und kommt zum Schluss, für Millionen Berufspendlerinnen und -pendler sei das Auto als Beförderungsmittel erste Wahl. Schließlich gaben in 2020 etwa 68 % von ihnen an, normalerweise mit dem Pkw zur Arbeit zu fahren. Als Beweis für die ungebrochene Dominanz des Autos als Beförderungsmittel wird auf eine Erhöhung des Pkw-Bestands um 14 % während der letzten zehn Jahre (Stichtag 1. Januar) verwiesen. Außerdem ist der Anteil der Haushalte in Deutschland, die mindestens einen Pkw besitzen, im selben Zeitraum mit 77 % ähnlich hoch geblieben.

„In unserer Erhebung haben wir unmittelbar nach Ausbruch der Corona-Krise radikale Mobilitätsveränderungen festgestellt, nicht nur ein abruptes Absenken der Mobilität, sondern auch einen starken Shift zugunsten des Pkws bei Fahrten auf kürzeren und längeren Strecken. Mittlerweile hat sich die Präferenz zugunsten des Autos verfestigt. Dies stellt aber gleichzeitig die vielbeschworene Mobilitätswende in Frage“, betont Johannes Hercher, Vorstand der Rogator AG und Co-Autor der Studie OpinionTRAIN.

Die Ergebnisse der Studie im Überblick:

Siegeszug des Pkw: Ein Problem für die Verkehrswende

In der Krisensituation verlieren auf Strecken ab 50 km alle Verkehrsmittel – bis auf den Pkw – an Attraktivität. Auf einer Skala von 0 („sehr unattraktiv“) bis 10 („sehr attraktiv“) erreicht der Pkw mittlere Bewertungen, die – ähnlich zum Niveau vor Ausbruch der Corona-Krise – bei etwa 7,5 Punkten liegen. Für andere Verkehrsmittel ergeben sich nicht nur niedrigere Bewertungen im Vergleich zum Pkw, diese liegen zudem auch deutlich niedriger als vor Ausbruch der Corona-Pandemie.

Entsprechend der Präferenzen für Verkehrsmittel sind drei Cluster identifizierbar: (1) „Pkw- und Bahn-Affine“, (2) „Pkw-Fixierte“ und (3) „Multi-Modale“. Das Segment der „Pkw-Fixierten“ ist in Deutschland mit 33 % besonders groß (Österreich: 26 %, Schweiz: 22 % und Schweden: 31 %). In diesem Segment wird für Strecken ab 50 km im Prinzip nur der Pkw als relevant betrachtet. Ein weiteres Segment, „Pkw- und Bahn-Affine“ (34 % der Befragten in Deutschland), bewertet die Attraktivität des Autos (6,9 Punkte) und der Bahn (5,4 Punkte) gleichzeitig als hoch. Das letzte Drittel der Befragten kann als „Multi-Modale“ bezeichnet werden, weil neben Pkw und Bahn auch dem Flugzeug und dem Fernbus eine hohe Attraktivität beigemessen wird. Das Segment der „Multi-Modalen“ umfasst in Schweden 40 % der Bevölkerung. Während der Pkw in der Corona-Krise anteilig stärker genutzt wird und über eine hohe Wertschätzung verfügt (er wird in allen drei Mobilitätsclustern am besten bewertet), verliert die Bahn im Fernverkehr an Zuspruch.

Niedergang der Geschäftsreisen und baldige Erholung?

Bedingt durch die Corona-Krise hat die Bahn nicht nur Privatreisende verloren, sondern vor allem die werthaltigen Geschäftsreisenden. Nur 5 % der Befragten in Deutschland geben an, in den letzten 12 Monaten Geschäftsreisen unternommen zu haben. 24 % der Studienteilnehmer unternehmen zwar grundsätzlich Geschäftsreisen, allerdings nicht in den letzten 12 Monaten. Dies entspricht auf Personenebene einem Verlust in Höhe von 83 %. Dies deckt sich auch mit der im Sep. 2021 veröffentlichten VDR-Geschäftsreiseanalyse, nach der die Reisetätigkeit der deutschen Wirtschaft im Jahr 2020 um mehr als 80 Prozent geschrumpft ist. In 2020 stürzte die Anzahl der Geschäftsreisen nach dem Rekordwert des Jahres 2019 (195 Mio.) auf 33 Mio. gegenüber dem Vorjahr (-83 %). Neben dieser rückwirkenden Betrachtung stellt sich die Frage, welches Niveau Geschäftsreisen in den kommenden Jahren wieder erreichen werden. In diesem Kontext wirken unterschiedliche Faktoren, zum Beispiel erstens, dass sich Unternehmen und Mitarbeiter zunehmend an eine Kommunikation per Videokonferenz gewöhnt und diese zu schätzen gelernt haben und zweitens, dass auch eine zukünftig verstärkte Arbeit von zuhause das Potenzial für Businessstrips reduziert. Die Einbrüche bei Geschäftsreisenden bedeuten starke wirtschaftliche Einbußen für Bahn- und Flugreisegesellschaften. So lag der Anteil an Business-Reisenden von allen Kunden des Bahnfernverkehrs vor Ausbruch der Corona-Krise bei knapp 30 % (nur in der Schweiz wurden höhere Anteile erreicht). Ein erheblicher Teil dieser Businessstrips konnte bisher nicht zurückgewonnen werden, auch weil hier die Nachfrageverlagerung eingetreten ist, und zwar zugunsten des Pkw und zulasten von Bahn und Flugzeug. Dieser Effekt ist bei inaktiven Geschäftsreisenden besonders stark.

Linienfernverkehr: Neue Geschäftsmodelle müssen her

Die eigene Untersuchung belegt, dass das Segment der Bahn-Geschäftsreisenden besonders stark von einer Tätigkeit im Homeoffice betroffen ist. Etwa 30 % der Beschäftigten verfügen über einen Anteil an Homeoffice-Arbeitstagen von 50+ %. Von den Befragten wird nicht angenommen, dass sich die Arbeitsorganisation wieder stark in Richtung „Situation vor Corona“ entwickelt. Der VDR geht zukünftig von 30 % weniger Geschäftsreisenden aus. Lufthansa-Chef Spohr rechnet Mitte Juni 2021 mit einem weniger starken Einbruch, der in der Bandbreite von 10-20 % liegen soll.

Wenn für Unternehmen wie die Deutsch Bahn oder die Deutsche Lufthansa das Volumen der Business-Reisenden nachhaltig signifikant reduziert sein wird, stellt sich auch die Frage, in welcher Form das eigene Geschäftsmodell zu überdenken ist. Business-Reisende spielten dabei bisher eine zentrale Rolle (hier wurden in der Vergangenheit die höchsten Gewinne je verkauften Sitzplatz generiert). Aber auch eine veränderte Klassenaufteilung kann gewinnbringend sein. So setzt die Deutsche Lufthansa auf einen Ausbau des Premium-Economy-Angebots, um Einnahmenverluste in der Business Class zu kompensieren. Damit verschwimmen auch die klassischen Grenzen zwischen dem Eco- und Business-Segment.

„Mit anhaltender Dauer der Pandemie wird deutlich, welche nachhaltigen Wirkungen durch Corona ausgelöst und verstärkt werden: Wenn nicht zwingend erforderliche Businessstrips entfallen, ist das ein Nettogewinn für die Volkswirtschaft; wenn Mobilität von der Bahn auf den Pkw verlagert wird, dann ist das mehrfach problematisch – es passt weder zur Verkehrswende noch zu den selbst auferlegten Klimazielen der bisherigen und zukünftigen Bundesregierung“, resümiert Prof. Dr. Andreas Krämer, CEO der exeo Strategic Consulting AG und Co-Autor der Studie OpinionTRAIN.

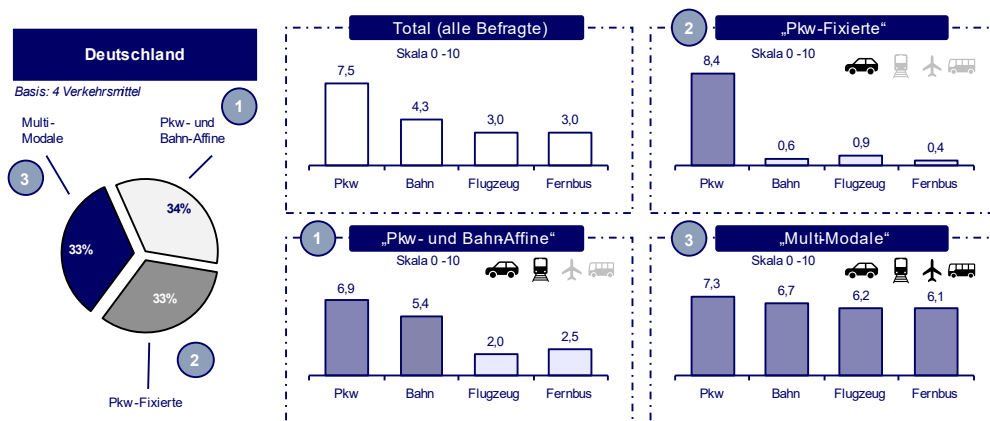
Kostenfreier Studienbericht: <https://www.rogator.de/studienberichte-opiniontrain/>

Pressemeldung: <https://www.rogator.de/corona-krise-siegeszug-pkw-niedergang-geschaeftsreisen>

„Pkw-Fixierte“ (33 %) sehen nur den Pkw als attraktives Verkehrsmittel für Strecken ab 50 km, nicht die Bahn, das Flugzeug oder den Fernbus

Opinion
TRAIN

Aug./Sep. 2021: Einordnung der Befragten in Mobilitäts-Cluster (MittelwerteSkala 0-10)¹⁾



1) Die folgenden Fragen betreffen Aspekte der Mobilität: Bitte bewerten Sie für die folgenden Verkehrsmittel, wie attraktiv die Nutzung für Reisen ab 50 km aus Ihrer Sicht seit dem Ausbruch der Corona-Krise war (also März 2020 bis August 2021), Skala 0 = „Sehr unattraktiv“ und 10 = „Sehr attraktiv“ ist.

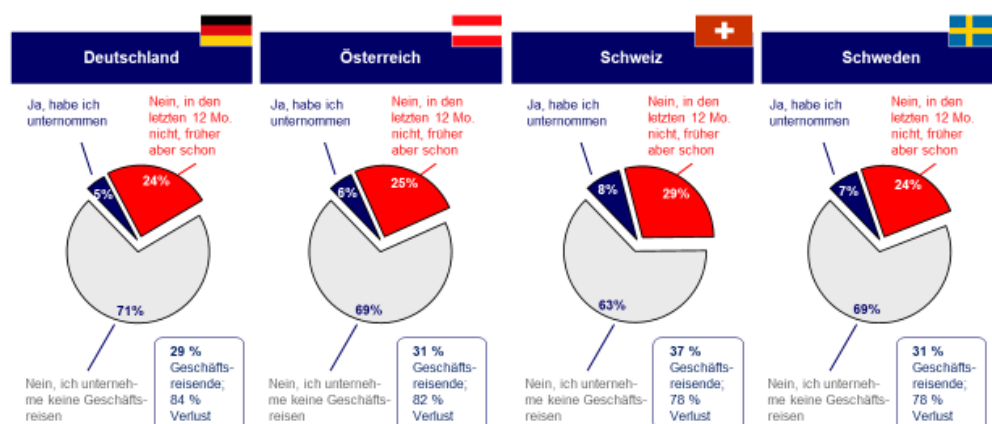
Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



Zwischen 29 % (D) und 38 % (CH) der Befragten sind Geschäftsreisende, allerdings ca. 80 % ohne Business-Reisen in den letzten 12 Monaten

Opinion
TRAIN

Aug./Sep. 2021: Geschäftsreisen in den letzten 12 Monaten nach Ländern¹⁾



1) Haben Sie in den letzten 12 Monaten Geschäftsreisen unternommen?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



Hintergrund der Studie: „OpinionTRAIN“ ist eine repräsentativ angelegte Studie zur Bewertung von Trends und des Wertewandels in der Bevölkerung (Kooperation von der Rogator AG und der exeo Strategic Consulting AG). Grundlage der Untersuchung ist eine Online-Befragung von 2.500 Personen (18-80 Jahre) in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Schweden. Im Aug./Sep. 2021 wurde die dritte Erhebung durchgeführt, nachdem die erste Erhebung (Apr./Mai 2020) die Situation der Menschen zur Zeit des ersten Lockdowns beleuchtete und die zweite Erhebung (Nov./Dez. 2020) den Fokus auf den 2. Lockdown legte.

Über die Herausgeber der Studienreihe „OpinionTRAIN“

Rogator AG

Die Rogator AG steht seit **20 Jahren** für **leistungsstarke Software** und **erfolgreiche Online-Forschung**. Erfolgsgarant des Unternehmens ist dabei die Kombination aus zuverlässigen Softwareprodukten, fundierten methodischen Kenntnissen im **Online-Kunden- und Mitarbeiterfeedback** sowie einem umfassenden Full-Service-Angebot: „**Combined Competence**“ für jedes Befragungsprojekt. Johannes Hercher ist Vorstand der Rogator AG.

exeo Strategic Consulting AG

Die exeo Strategic Consulting AG mit Sitz in Bonn wurde im Jahr 2000 gegründet und ist auf die datenbasierte Entscheidungsunterstützung im Marketing ausgerichtet. Schwerpunkte der Beratungsgesellschaft liegen im Bereich Mobilitäts-, Kundenwert- und Preismanagement. Zur Erarbeitung konkreter Empfehlungen setzt exeo auf die Verknüpfung unterschiedlicher Datenquellen, zu denen auch innovative Befragungen zählen. Prof. Dr. Andreas Krämer ist Vorstandsvorsitzender der exeo Strategic Consulting AG in Bonn und unterrichtet u.a. Preismanagement, CRM, Marktforschung und Statistik an der University of Applied Sciences Europe, Fachbereich Wirtschaft in Iserlohn. Seit 2014 hat er eine Professur für Pricing und Customer Value Management. Er ist zudem Vorstand von VARI (Value Research Institute) in Iserlohn.

Die Studienreihen „OpinionTRAIN“, „Pricing Lab“ und „MobilitätsTRENDS“ sind **Kooperationsprojekte** der **Rogator AG** und der **exeo Strategic Consulting AG**.