

management wissen, das zählt. CONSULT



Studie zur Änderung der Nachfrage und der Einnahmesituation bei Einführung eines Sozialtickets im Stadtgebiet Heidelberg

Präsentation im Sozialausschuss der Stadt Heidelberg

Heidelberg, den 26. Juni 2012

Inhalt



Untersuchungsdesign

- Untersuchungsziel:
- Erhebung des derzeitigen ÖPNV Nutzungsverhalten der Zielgruppe (Empfänger von Leistungen nach SGB II u. SGB XII, 5.000 Berechtigte)
 - Ermittlung v. Ausgestaltungspräferenzen f. ein ideales Mobilitätsangebot
 - Abfrage von Preisbereitschaften
 - Potentialschätzung für die Einführung eines solchen „Sozialtickets“
 - mögliche Einflüsse dieser Jahreskarte auf die Mobilität der Zielgruppe
- Methode: Computergestützte persönliche Interviews (CAPI) in den Räumen des Jobcenter Heidelberg (Empfangsbereich)
- Screening: Mindestalter von 18 Jahren und Höchstalter von 59 Jahren;
Bezieher von Leistungen nach SGB II oder SGB XII
- Befragungszeitraum: 26. April bis 10. Mai 2012
- Ø Interviewdauer: 12 Minuten
- Stichprobenumfang: 279 qualifizierte Interviews
(weitere 21 Interviews wg. Inkonsistenzen bei Analyse ausgeschlossen)

Das gewählte Untersuchungsdesign bildet die Zielgruppe vor dem Hintergrund ihrer Erreichbarkeit sowie der zeitlichen und budgetären Restriktionen weitgehend repräsentativ ab.

Aktuelle Mobilität der Zielgruppe (1 von 2): Nutzungshäufigkeit & Fahrtziele

- Die Zielgruppe nutzt in einer durchschnittlichen Woche mehrheitlich den ÖPNV.
- Nur 19% der Zielgruppe nutzen den ÖPNV in einer durchschnittlichen Woche nicht.
- Im Durchschnitt ist die Zielgruppe an 4,6 Tagen der Woche mit dem ÖPNV unterwegs.
- 27,2% der Zielgruppe fahren mit dem ÖPNV sogar täglich (Mo-So).
- In einem durchschnittlichen Monat unternimmt die Zielgruppe im Schnitt 73,4 Fahrten.

| | Ø Anzahl an Fahrten pro Tag | Keine Fahrt am Tag | Fahrtziele | | | |
|-----------|--------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------|--------------------------|--|---|
| | | | innerhalb meines Stadtteils | im Stadtgebiet von HD | über Stadt- gebiet HD hinaus in Nachbarorte (z.B. Dossenheim) | weiter über Stadtgebiet von HD hinaus (z.B. Walldorf oder Mannheim) |
| Mo bis Fr | 3,7 | < 1 % | 0 % | 54 % | 24 % | 22 % |
| Samstag | 2,8 | 24 % | 1 % | 58 % | 16 % | 25 % |
| Sonntag | 2,2 | 49 % | 0 % | 40 % | 32 % | 28 % |

Aktuelle Mobilität der Zielgruppe (2 von 2): Genutzte Fahrscheinvarianten und monatliche Ausgaben

- Für die Fahrten werden mehrheitlich Einzelfahrscheine zum Normalpreis und Zeitkarten verwendet.
- Ermäßigungen mit dem Heidelberg Pass werden nur von 14 % der Zielgruppe in Anspruch genommen.

| | Anteil in der Zielgruppe | Ausgaben pro Monat für die ÖPNV-Nutzung |
|---|--------------------------|---|
| Einzelfahrscheine Normalpreis | 31 % | 47,48 € |
| Ermäßigte Fahrscheine (mit Heidelberg Pass) | 14 % | 37,43 € |
| Zeitkarten | 30 % | 66,73 € |
| Sonstige Fahrscheinvarianten | 6 % | 21,71 € |
| ÖPNV-Nichtnutzer | 19 % | - € |

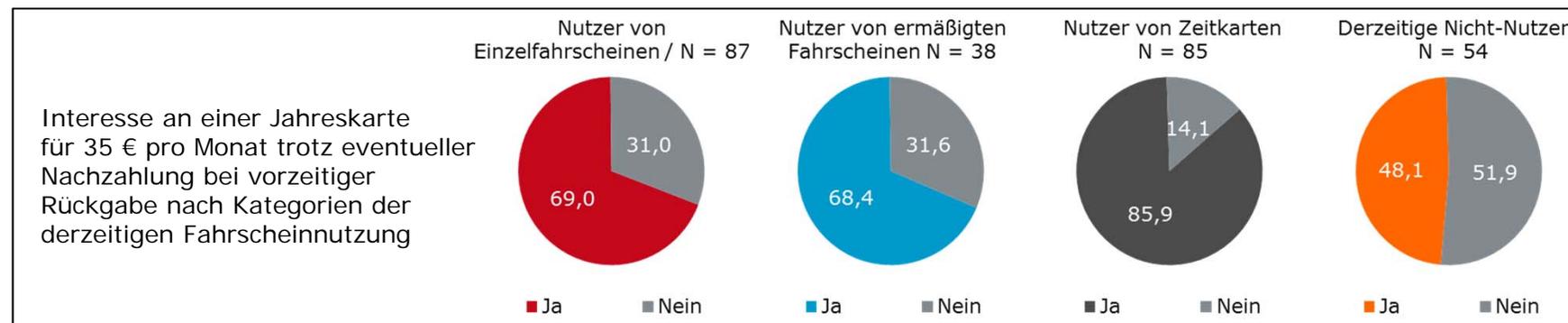
Bevorzugte Ausgestaltung der Ticketvariante (1 von 2) Präferenzen für Reichweite und Mitnahmeregelungen

- 57,0% der Zielgruppe wünschen eine verbundweite Gültigkeit der vergünstigten Jahreskarte, 30,5% wären damit gerne in Heidelberg und der näheren Umgebung unterwegs. 12,5% sind an einer Gültigkeit nur im Stadtgebiet von Heidelberg interessiert.
- 38,7% würden die vergünstigte Jahreskarte allein nutzen.
- 6,1% wünschen sich eine Mitnahmemöglichkeit am Abend, 14,0% am Wochenende und 41,2% sowohl am Abend als auch am Wochenende.
- 53,8% wären dabei gerne mit ihren Partnern unterwegs, 46,8% mit Freunden und Bekannten.
 - Bei den mitgenommenen Partnern, Freunden und Bekannten entfällt die Notwendigkeit des Kaufs der bisher mehrheitlich von diesen genutzten Einzelfahrscheine zum Normalpreis.
- 40,4% wünschen sich eine Mitnahmeregelung für Kinder bis 14 Jahren.
 - Die mitgenommenen Kinder und Jugendliche sind jedoch bereits mehrheitlich über ein „MAXX-Ticket“ mobil.
- Für die vergünstigte Jahreskarte kommen lt. den Auftraggebern grundsätzlich die Jahreskarten Jedermann Stufe 2, Rhein-Neckar-Ticket oder Job-Ticket als bestehende Angebote in Betracht.
- Wegen der verbundweiten Gültigkeit und der Mitnahmemöglichkeit trifft von den in Frage kommenden Ticketvarianten das Job-Ticket die Wünsche der Zielgruppe am besten.

Bevorzugte Ausgestaltung der Ticketvariante (2 von 2)

Preisakzeptanz

- 79,2% würden eine solche Jahreskarte für einen anvisierten Preis von 35 € pro Monat kaufen.
- 70,3% wären an einer solchen Jahreskarte auch mit der Einschränkung einer möglichen Nachzahlung bei vorzeitiger Rückgabe der Jahreskarte interessiert.
- 20,8% würden die Jahreskarte für einen Preis von 35 € pro Monat nicht kaufen. Diese Gruppe hält einen Preis von durchschnittlich 16,23 € für angemessen.
- 48,1% der derzeitigen Nichtnutzer (19% der Zielgruppe) würden - trotz der Einschränkung einer möglichen Rückzahlung - das „Sozialticket“ kaufen und wären somit Neukunden.
- 60,1% präferieren eine Zahlung in eigener Verantwortung,
39,9% würden einen Einbehalt des monatlichen Betrags durch das Job-Center wählen.



Änderung des Nutzungsverhaltens

- 68,8% der Zielgruppe würden den ÖPNV öfter bzw. viel öfter nutzen wollen als bisher.
- 25,4% würde ihr bisheriges Nutzungsverhalten beibehalten.
- Relevante Ziele, die die Zielgruppe mit dem Ticket ansteuern würden, sind dann neben Heidelberg und Mannheim vor allem die Umgebung von Heidelberg.
- Obwohl die Zielgruppe derzeit mit den öffentlichen Verkehrsmitteln mehrheitlich an Werktagen (Montag bis Freitag) und Samstagen im Stadtgebiet von Heidelberg unterwegs ist, ist eine Ausweitung des Bewegungsradius ein relevantes Motiv für den Kauf einer solchen Jahreskarte.
- An „Job-Ticket“ als mögliche Ticketbezeichnung stört sich die Zielgruppe nicht; wichtiger ist der Zielgruppe die Vermeidung sozialer Ausgrenzung.

Einschätzung zur Veränderung der Einnahmesituation

- Zur Zeit geben innerhalb der Zielgruppe die Nutzer der öffentlichen Verkehrsmittel im Schnitt einen höheren Betrag pro Monat als die angedachten 35,00 € aus. Die Differenzen belaufen sich pro Monat bei Nutzern von Einzelfahrscheinen auf -12,48 €, bei Nutzern von ermäßigten Varianten auf -2,43 € und bei Nutzern von Zeitkarten auf -31,73 €.
- Hochgerechnet auf die Grundgesamtheit von 5.000 Berechtigten würden auf Basis der vorliegenden Studie dem VRN bei Einführung eines „Sozialtickets“ Mindereinnahmen in Höhe von 56.070,50 € pro Monat entstehen. Mindereinnahmen durch Mitnahmemöglichkeiten sind dabei nicht berücksichtigt.
- Diese Mindereinnahmen würden teilweise dadurch kompensiert, dass innerhalb der Zielgruppe 48% der derzeitigen Nicht-Nutzer das neue Ticket kaufen würden. Dadurch würden Zusatzeinnahmen in Höhe von 15.750,00 € entstehen.
- Unter Berücksichtigung eines beim Job-Ticket-Modell üblichen Zuschussbetrags (min. 8,00 € pro Berechtigtem pro Jobticket und Monat) durch die Stadt Heidelberg an den VRN (bei 5.000 Berechtigten 40.000 € pro Monat) ergäbe sich für den VRN ein Delta von -320,50 € pro Monat.

management consult

Dr. Eisele & Dr. Noll GmbH

Vielen Dank für

Ihre Aufmerksamkeit!

Anhang: Soziodemographie der befragten Stichprobe

| | Gesamt |
|---|--------|
| Geschlecht | |
| Männlich | 53,0% |
| Weiblich | 47,0% |
| Besitzen Sie einen PKW-Führerschein? | |
| Ja | 59,1% |
| Nein | 40,9% |
| Steht Ihnen ein Auto zur Verfügung? | |
| Ja, immer bzw. fast immer | 29,1% |
| Ja, häufiger | 8,5% |
| Ja, aber nur selten | 19,4% |
| Nein | 43,0% |

| | Gesamt |
|-----------------------------|--------|
| Alter | |
| Ø-Alter in Jahren | 40,8 |
| Haushaltsgröße | |
| Ø-HH-Größe in Personen | 2,4 |
| Single-Haushalte | 38,7% |
| Zweipersonen-Haushalte | 22,6% |
| Dreipersonen-Haushalte | 15,1% |
| Vierpersonen plus Haushalte | 22,9% |