

Mobilität

Forschungskompetenz rund
um den Verkehr



Ansprechpartner

Robert Follmer
Bereichsleiter Markt- und
Verkehrsforschung
Dana Gruschwitz
Projektleiterin

**infas Institut für angewandte
Sozialwissenschaft GmbH**

Friedrich-Wilhelm-Straße 18
D-53113 Bonn
Tel. +49 (0)228/38 22-0
Fax +49 (0)228/31 00 71
info@infas.de
www.infas.de

Über 50 Jahre Kompetenz
in Forschung und Anwendung.

infas ist Mitglied im ADM
und bei Esomar.



Bildnachweis:
kognito gestaltung, Berlin
infas

© 2010
Alle Rechte beim
infas Institut für angewandte
Sozialwissenschaft GmbH, Bonn

Mobilität – gestern, heute, morgen

Unser Alltag ist durch Aktivitäten an verschiedenen Orten geprägt. Wir fahren zur Arbeit, ins Einkaufszentrum auf die grüne Wiese, anschließend ins Kino oder zum Treffen mit Freunden in der Nachbarschaft. Wir unternehmen Urlaubsreisen oder sind geschäftlich unterwegs. Um am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen, bewegen wir uns zwischen Plätzen – im Schnitt 90 Minuten am Tag.

Die infas-Mobilitätsforschung misst Alltagsverkehr und analysiert Marktstrukturen. Sie befragt Verkehrsteilnehmer als Kunden verschiedener Transportprodukte und -angebote. Sie zeigt Potenziale für Neuentwicklungen, Trends und Veränderungen in der Mobilität auf.

Auf der Basis von 50 Jahren Institutserfahrung liefert infas die empirischen Grundlagen für Planung, Mobilitätsmanagement und Marktbearbeitung.

Basisdaten: Alltagsmobilität heute

Die Leitstudie „Mobilität in Deutschland“ (MiD) im Auftrag der Bundesregierung¹ ist eine wesentliche Datengrundlage der deutschen Verkehrsforschung. infas hat sie zusammen mit dem DIW² 2002 und dem DLR³ 2008 konzipiert und durchgeführt. Mit einem innovativen Untersuchungsdesign und über 200.000 befragten Personen bildet die MiD die Mobilitätsausstattung der Haushalte und die Struktur der täglichen Wege ab.

Basis ist die Kombination aus Stichtagsbefragung und Fragen zur generellen Nutzung unterschiedlicher Verkehrsmittel. Damit liefert die MiD die Grundlage für exakte Hochrechnungen und Typologien. Mit ihr können die Folgewirkungen des Verkehrs in Form von CO₂-Emissionen ermittelt werden. Sie stellt umfassende Daten für die Planung und Vermarktung von Verkehrsleistungen bereit. Nicht zuletzt setzt sie methodisch international Standards – in der bisherigen Zeitreihe und mit dem Blick auf künftige Entwicklungen.

Mit „Mobilität in Regionen“ (MiR) bieten wir auch regionale Studien im MiD-Design an. Das Instrument liefert Marktforschern, Verkehrsplanern und Marketingexperten Mobilitätsdaten für ihr Verkehrsgebiet. Einheitliche Umsetzungs- und Qualitätsstandards sichern überregional vergleichbare Ergebnisse. Dies ermöglicht ein Benchmarking mit dem Bundesdurchschnitt oder anderen Regionen.

1 Auftraggeber: Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS)

2 Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e.V., Berlin

3 Institut für Verkehrsforschung am Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V., Köln

Marketingstudien: Wahrnehmung und Beurteilung des öffentlichen Verkehrs

Anbieter von Verkehrsleistungen stehen im Wettbewerb. Erfolgreiche Unternehmen gewinnen und binden ihre Kunden mit kontinuierlich optimierten Angeboten und passenden Tarifen. Mit methodisch zuverlässigen und inhaltlich innovativen Untersuchungen macht infas Marktanforderungen transparent. Wir untersuchen

- die Wahrnehmung und Beurteilung des Angebots durch Kunden und Nichtkunden,
- die Bindung von Kunden,
- Nutzungspotenziale bei vorhandenen oder neuen Streckenangeboten und Produkten,
- bestehende und geplante Tarifangebote,
- künftige Kundenpotenziale,
- Preiselastizitäten und
- Kommunikationsmaßnahmen von Anbietern im öffentlichen Verkehr.

infas setzt vielfältige Befragungstechniken und Analysemöglichkeiten ein. Dazu zählen beispielsweise – orientiert an den Projektanforderungen – Fokusgruppen, Online-, Stichtags- oder Fahrgastbefragungen sowie Conjoint-Analysen. Wir entwickeln und kombinieren die Methoden entsprechend der jeweiligen Fragestellung.

Das Verhalten



Wer ist warum, wohin, womit, wie lange und wie weit unterwegs?

Welche Nutzergruppen gibt es?

Wie sehen unsere Routinen in der Alltagsmobilität aus?

Der Markt



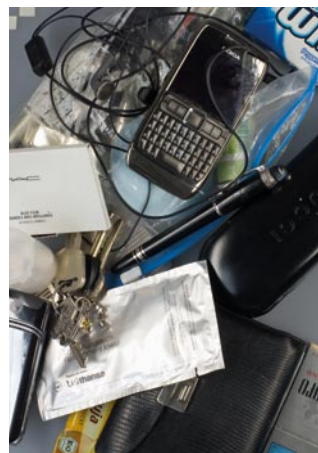
Welche Alternativen stehen zur Verfügung?

Wie werden verschiedene Verkehrsangebote bewertet?

Nach welchen Kriterien werden Verkehrsmittel gewählt?

Wie groß ist das Volumen?

Die Bedürfnisse

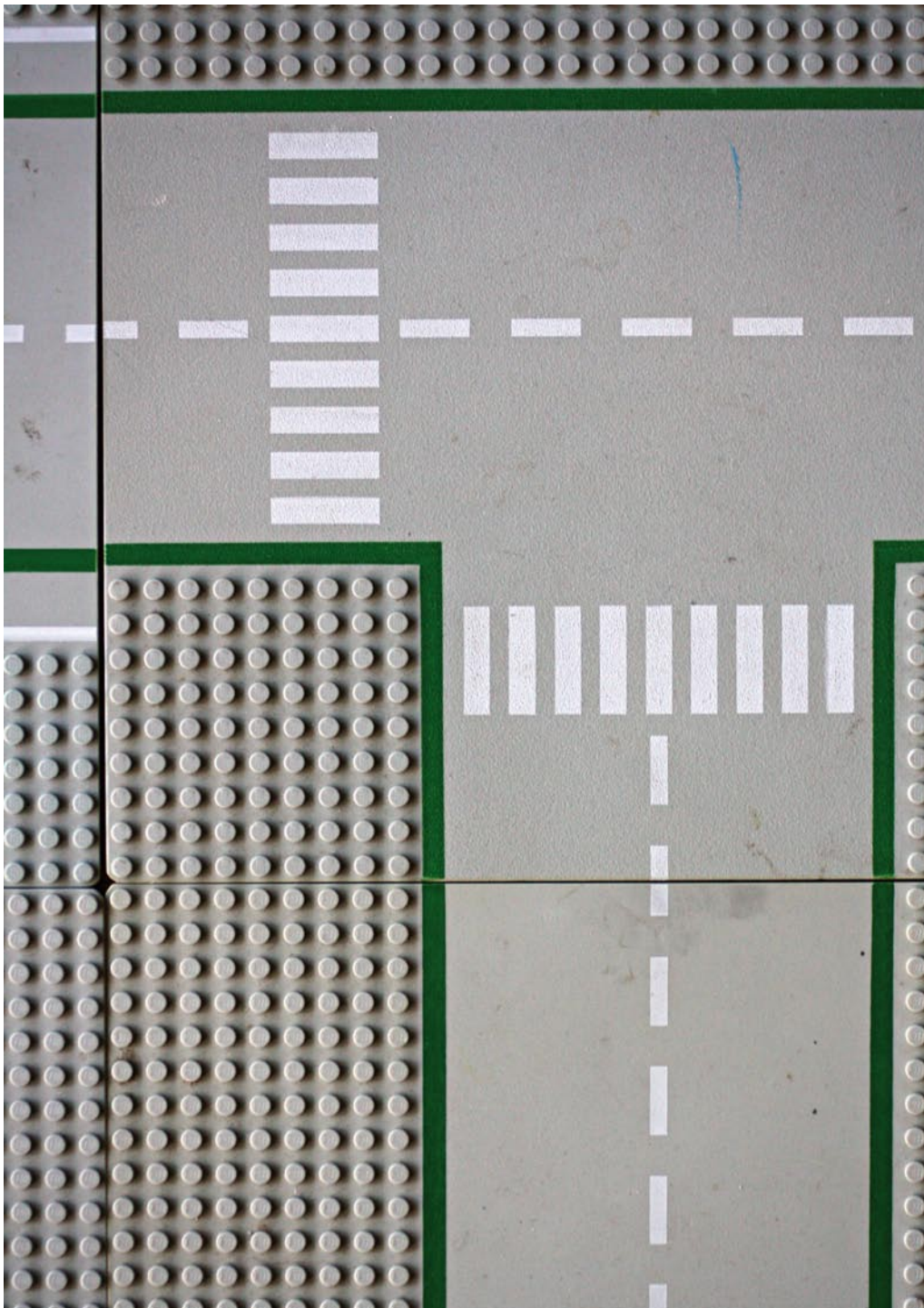


Wie groß ist das Potenzial für neue Angebote?

Welche Preise können für Produkte und Dienstleistungen erzielt werden?

Wie können verkehrsbedingte Umweltbelastungen reduziert werden?

Mobilitätsdaten
Stichtagsbefragungen
differenzierte Wegeerfassung
Kundenperspektiven
Marktpotenziale
Zielgruppensegmentierungen
mikrogeografische Ansätze
Preisakzeptanz



Unsere besten Ideen: bewährt und innovativ zugleich

Unsere erfolgreichsten Forschungskonzepte haben wir zu Produkten geformt. Eines davon ist der infas Kundenmonitor, **infas KM**. Ein flexibles Messsystem für die Kundenbeziehung, das sich auch im Bereich der Mobilität bewährt hat. Es misst Zufriedenheit, Bindung und Bedürfnisse. Das Instrument erfasst die Qualität im Kundendialog, im Service und im Beschwerdemanagement.

Für Verkehrsunternehmen sind Marktforschungsdaten, die eine mikrogeografische Zuordnung erlauben, besonders wertvoll. Genau das leistet die **regionale Marktforschung** von infas. Gesteuert über eine umfassende Regionaldatenbank können wir Potenziale nicht nur analysieren, sondern auch verorten – bis auf die Haltestelle genau. Das innovative Verfahren ermöglicht kleinräumige Stichproben, punktgenaue Ergebnisse und Maßnahmen.

Trendanalysen: Alltagsmobilität morgen

Das Bedürfnis nach Mobilität hat in den vergangenen Jahrzehnten stetig zugenommen – vor allem auf vier Rädern. Aktuelle Ergebnisse zeigen jedoch erstmals eine Stagnation. Eine Trendwende zeichnet sich ab. In den urbanen Zentren mit attraktiven Alternativen zum Pkw spielen Autobesitz und -nutzung bei jungen Erwachsenen eine geringere Rolle als noch vor einigen Jahren. Dagegen wachsen unter den älteren Bürgern gegenüber früheren Generationen die Anteile der Führerscheinbesitzer und der täglichen Pkw-Nutzer. Senioren sind nicht mehr typische Kunden der öffentlichen Verkehrsmittel. Am anderen Ende der Altersskala verlieren junge, technikaffine Autofahrer an Bedeutung. Diese Entwicklungen stellen Dienstleister und Hersteller vor neue Herausforderungen. infas unterstützt sie auf dem Weg in die Zukunft.

Mit der Zunahme des Verkehrs und einer veränderten Sensibilität rücken negative Folgen wie Lärm, Flächenverbrauch und Umweltbelastungen in den Fokus. Dies eröffnet den Markt für alternative Antriebskonzepte im motorisierten Individualverkehr, aber auch für neue Angebotsformen wie Mietfahrrad- und verbesserte Carsharing-Angebote.

Um diese Entwicklungen erfolgreich aufnehmen zu können, müssen Trends frühzeitig erspürt werden. Sie beginnen häufig unterhalb einer ruhigen Oberfläche. Erkennbar werden sie erst bei genauem Hinsehen. Dazu liefern segmentgenaue und methodisch exakte Analysen wichtige Informationen – und infas die richtigen Werkzeuge und Perspektiven.