

MVG LONG TERM COMMUNITY

Sonja Deininger, Ipsos GmbH

Gabriele Ferber-Herbst, SWM (MVG)

02.12.2025

INHALTE

1

Qualitative
Forschung
und UX

2

Benefits
der
Community

3

Methode
Community

4

Motivation
der MVG

5

Module und
Fall-
beispiele

6

Fazit und
Ausblick



Ipsos

Team Human Centered Design

Gemeinsam mit Kund:innen und Nutzer:innen gestalten wir
Produkte und Services.

Qualitative Experts + UX Researcher

Sonja Deininger



Senior Insights Consultant
Ipsos UUX



HUMAN CENTERED DESIGN

MOBILITY & TECHNOLOGY



Design tests für Individualverkehr oder öffentlichen Verkehr
Car-, Truck-, Van -Clinics, Zuglabore



Konzepttests zu Produktinnovationen und Zukunftstechnologien



Customer Journey Studien, Ethnographien
mit spezialisierten Apps



Evaluation digitaler Services



Long-Term Communities
Im B2B- und B2C-Segment

USER EXPERIENCE

Kontinuierliche Website-Evaluation
inkl. UX-Score



Usability-Tests
digitaler und nicht digitaler Services



UX-Tests im Fahrsimulator
HMI, Infotainment-System, Fahrerlebnis



Dynamische Fahrtests
Evaluation von Assistenz-Systemen



Software-Tests
Accessibility-Tests und -Audits zur digitalen
Barrierefreiheit



HUMAN CENTERED DESIGN

MOBILITY & TECHNOLOGY



Design tests für Individualverkehr oder öffentlichen Verkehr
Car-, Truck-, Van -Clinics, Zuglabore



Konzepttests zu Produktinnovationen und Zukunftstechnologien



Customer Journey Studien, Ethnographien
mit spezialisierten Apps



Evaluation digitaler Services



Long-Term Communities
Im B2B- und B2C-Segment

USER EXPERIENCE

Kontinuierliche Website-Evaluation
inkl. UX-Score



Usability-Tests
digitaler und nicht digitaler Services



UX-Tests im Fahrsimulator
HMI, Infotainment-System, Fahrerlebnis



Dynamische Fahrtests
Evaluation von Assistenz-Systemen



Software-Tests
Accessibility-Tests und -Audits zur digitalen
Barrierefreiheit



Was ist die MVG Community?



**Online
Plattform**



**120 Münchner
Fahrgäste**



**Seit 2018
laufend**

Die Methode

Hybride Longterm-Community als direkter Draht zu den Münchner Fahrgästen



Schnelle und ungefilterte Einblicke in Fahrgasterfahrungen und -meinungen



Hybridität: Offline- und Online-Forschung möglich



Hohes Involvement und großer Komfort für die Teilnehmenden



Die Methode

Basis-Community wird durch Forschungsmodule bei Bedarf ergänzt

Die Basis - der stetige Herzschlag der Community:

Kontinuierliche Aktivierung und Motivation der Teilnehmenden über:

- spielerische *Frage der Woche*
- eine *Monatschallenge* im Turnus von zwei Monaten
- zwei stets für alle TN zugängliche, moderierte Foren
 - *Urlaubsforum*
 - *Mobilität, München & ich*

Die variablen Module – nach Bedarf jederzeit zubuchbar:



Voting



Online GDs/IDIs



Tagebuchstudie



Offline Co-Creation-Workshops, GDs



Forumsdiskussion



Begleitete MVG-Nutzung

Die angeführten Modulooptionen sind nicht erschöpfend. Weitere Methoden (wie Live Chats etc.) sind möglich.



Ein großes Lob, es macht echt Spaß hier mitzuwirken und die Themen sind sehr abwechslungsreich und unterhaltsam, sodass man gerne immer wieder mitmacht! Man hat auch die Möglichkeit, seine eigenen Erfahrungen und Vorschläge zu platzieren.

Motivation der MVG

MVG online community seit 2018 – warum?

- Qualitative Forschung ist wichtig, um MVG-Kund*innen mit ihren Verhaltensmotiven etc. zu verstehen > mit der MVG online community haben wir permanent 120 Teilnehmer*innen „an der Hand“ dafür
- Teilnehmer*innen sind so zusammengesetzt, dass sie die EW Münchens widerspiegeln. Auch Studien mit bestimmten Zielgruppen möglich (z. B. Seltennutzer MVG; Personen mit Mobilitätseinschränkung)
- Verschiedene Forschungsmodule – eines passt immer zur Fragestellung (oder ipsos + MVG entwickeln den passenden Forschungsansatz dafür 😊)
- Diskussionen der Teilnehmer*innen im Forum zu Mobilitätsthemen > Einblick, wie MVG-Kund*innen denken
- Kolleg*innen in Marketing, Angebotsplanung wissen, dass qualitative Forschung zu ihrem Thema kurzfristig möglich ist > geringere „Bedenken“ zur Studiendauer, qualitative Forschung erhält hohen Stellenwert
- **Imagepflege der MVG: wir zeigen den Kund*innen, dass uns ihre Meinung wichtig ist - und zwar ausführlich und nicht nur als Kreuz auf dem Fragebogen**



Zusammensetzung der Teilnehmer*innen

Der MVG ist wichtig, dass die 120 Teilnehmenden im Wesentlichen die Bevölkerung **Münchens abbilden**.

Hauptkriterien für Quotierung / Zusammensetzung:

- Demografie
- Wohnort (nach Zonen)
- PKW im Haushalt vorhanden / nicht vorhanden
- MVG-Nutzung (häufig, gelegentlich, selten)
- Mobilitätseinschränkung gegeben: ja / nein
- App- und Ticketnutzung

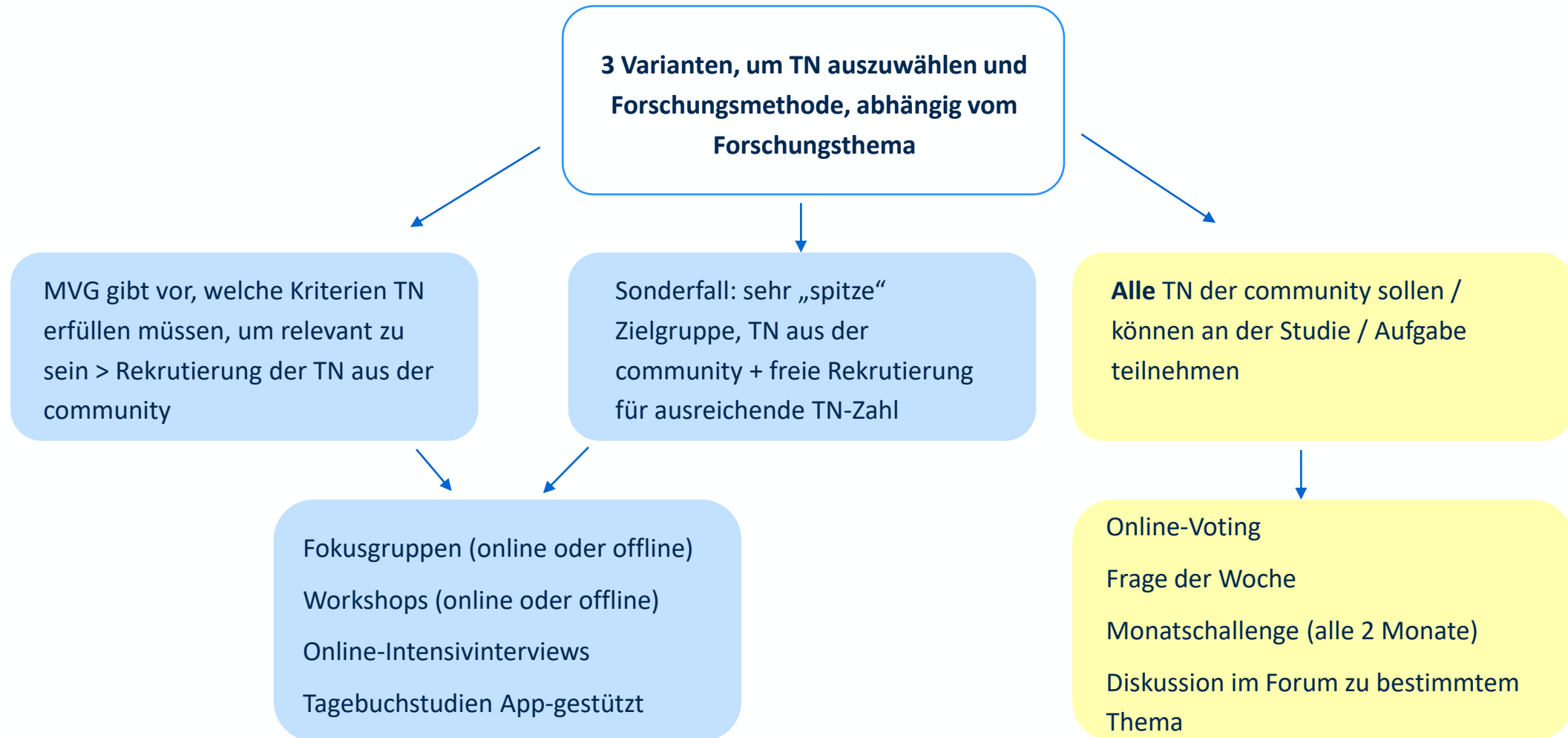


Personen sind für die MVG online community geeignet, wenn sie zu konstruktiver Teilnahme bereit sind > entspr. Screening.

Zum Start eines jeden Halbjahres werden TN ausgetauscht, sowie bei Inaktivität auch kontinuierlich unterm Jahr. Insgesamt können TN max. 1,5 Jahre in der Community aktiv sein, bevor sie ersetzt werden.

Forschungsmodule

Forschungsmodule in der MVG online community



Studien-Beispiele in der MVG online community

Studie zu „Halten auf Wunsch bei Bussen“ (2024)



Was wünschen sich manche Fahrgäste hier?

Einen möglichst kurzen / sicheren Weg vom Bus zum Ziel,
also das „Halten auf Wunsch“....

„Halten auf Wunsch“, getestet in der MVG online community

HaW bei Bussen wird von MVG außerhalb des Mittleren Rings angeboten.

Fahrgäste können nach 21 Uhr bei Fahrer*innen angeben, dass sie zwischen regulären Haltestellen aussteigen möchten.

Forschungsfragen:

- wie gut funktioniert das?
- kennen die Fahrer*innen HaW, Reaktion auf den Haltewunsch?
- wird der Wunsch (mit sicherem Ausstieg) umgesetzt?



9 Teilnehmende (Mix aus Altersgruppen und Geschlecht) aus der MVG online community testen das Angebot „live“ über 2,5 Wochen



In individuellen Online-Tagebüchern wurden von den TN 21 Fahrten protokolliert, bei denen HaW getestet wurde



Erkenntnisse für MVG:

- Überwiegend positive Erfahrungen bei Tests
- Nicht alle Fahrer*innen kennen HaW
- Nicht alle Fahrer*innen setzen HaW um bzw. an einer sicheren Ausstiegsstelle
> Schulungen dazu erforderlich

„Sicherheitsgefühl bei der MVG-Nutzung“ – Workshops

- Quantitative Zufriedenheitsstudie der MVG zeigte, dass das Sicherheitsgefühl **junger Frauen** bei MVG-Nutzung vom Sicherheitsgefühl anderer Gruppen abweicht – gerade bei Nutzung abends / nachts
- Qualitative Untersuchung des Themas mit dieser Zielgruppe erforderlich für Ableitung von Handlungsbedarf



Entscheidung für 2 Workshops **offline** im Studio > Vertrauen schaffen bei diesem sensiblen Thema.



Rekrutierung von TN für die 2 WS aus MVG online community + freie Rekrutierung, um die TN-Zahl zu erfüllen:

7 bzw. 8 Teilnehmerinnen im Alter von 18-25 Jahren; Dauer je 2,5 Stunden



Offline-Durchführung + großzügige Zeitplanung hat sich bewährt, da „umfassendes“ Thema



„Sicherheitsgefühl bei der MVG-Nutzung“ – Workshops



Erkenntnisse für MVG:

- MVG bietet einige Maßnahmen, um ein gutes Sicherheitsgefühl zu unterstützen, sie sind aber nicht ausreichend bekannt.
- Mehr Information und Kommunikation zu diesem Thema von Seiten der MVG.
- Sicherheitspersonal spielt eine wichtige Rolle und muss durchdacht eingesetzt werden, um möglichst viele Gebiete des MVG-Netzes abzudecken.
- Fahrgästen Strategien vermitteln zum Verhalten im Fall einer Belästigung oder eines Übergriffs bzw. wenn man eine solche Situation beobachtet.



Monatschallenge: „Barrierefreiheit bei der MVG“

- 51 Teilnehmer*innen (davon 9 mit Mobilitätseinschränkung) haben die MVG 5 Wochen im 1. Quartal 2024 unter dem Fokus „Barrierefreiheit – ist sie bei der MVG gegeben / was fällt Euch auf“ genutzt.
- Bericht der Erfahrungen im Forum der MVG online community und Diskussion.
- MVG erhält sehr wichtige Erkenntnisse, was bereits positiv ist bezüglich Barrierefreiheit und wo Mängel bestehen.
- Neben der Gesamtauswertung sind O-Töne im Bericht sehr, sehr hilfreich, um Kund*innen zu verstehen:



Ich finde es sehr gut, dass man in der App auch Einstellungen bezüglich der Mobilität bzw. Einschränkungen vornehmen kann.“ (Häufignutzerin, mobilitätseingeschränkt)

Konstruktive Kritik:

„Die MVG sollte sich verstärkt auf die Wartung und Funktionalität von Fahrstühlen konzentrieren und die Beschilderung für barrierefreie Wege deutlicher gestalten...“ (Gelegenheitsnutzer, nicht mobilitätseingeschränkt)



Meistens müssen diejenigen Menschen, die unbedingt die Rolltreppe brauchen (Senioren, Menschen mit Behinderung, Mütter/ Väter mit Kinderwagen etc.) ewig warten, weil Leute, die gut zu Fuß sind, die Treppe gedankenlos blockieren.“ (Seltennutzerin, nicht mobilitätseingeschränkt)

Frage der Woche

Münchner Hauptbahnhof



Der Münchner Hauptbahnhof befindet sich ja jetzt bereits seit einigen Jahren in der Umbauphase und zum Teil in provisorischem Zustand. Welche Aussage trifft dabei auf Dich zu?

Mich stört der „Baustellenzustand“ des Hauptbahnhofs sehr

49% / 44

Mich stört der „Baustellenzustand“ des Hauptbahnhofs wenig/nicht.

31% / 28

Ich bin selten / fast nie am Hauptbahnhof und kenne den aktuellen Zustand nicht

17% / 15

Das Thema Münchner Hauptbahnhof = Baustelle interessiert mich nicht

2% / 2

89 Stimmen [Löschen](#)

Buszug-Nutzung



Bei der MVG gibt es neben "Standardbussen" ja auch Busse mit Anhänger (Buszug), um die Kapazität des Fahrzeugs zu erhöhen. Was machst Du, wenn du mit dem Bus fahren möchtest und ein Bus mit Anhänger kommt?

Ich steige meistens in den vorderen Teil des Fahrzeugs ein, nicht in den Anhänger

22% / 18

Ich steige meistens in den Anhänger ein

11% / 9

Mir ist das egal, ich steige irgendwo im Bus ein

30% / 25

Ich steige dort ein, wo mehr Platz ist

35% / 29

Ich fahre (fast) nie mit dem Bus

1% / 1

82 Stimmen [Löschen](#)

Fazit / Ausblick

- MVG online community ist sehr wertvoll für kontinuierliche qualitative Forschung.
- Die Teilnehmer*innen haben einen kritischen, aber konstruktiven Blick auf die MVG. Aber: die MVG möchte keine Langzeit-Teilnehmer*innen – es ist wichtig, TN regelmäßig auszutauschen für „Auffrischung“ der community.
- Permanente enge Abstimmung und Ideenaustausch zwischen den PL bei Ipsos und MVG erlaubt sehr effektive Umsetzung von Forschungsmodulen.
- Alle Ergebnisse waren hilfreich, um die MVG möglichst gut auf die Erwartungen / Anforderungen der Fahrgäste abzustimmen.
- Auch 2026 Fortsetzung der MVG online community.

