

WAHLFREIHEIT IN DER MOBILITÄT

Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung 2024

verbraucherzentrale

Bundesverband

UNTERSUCHUNGSDESIGN

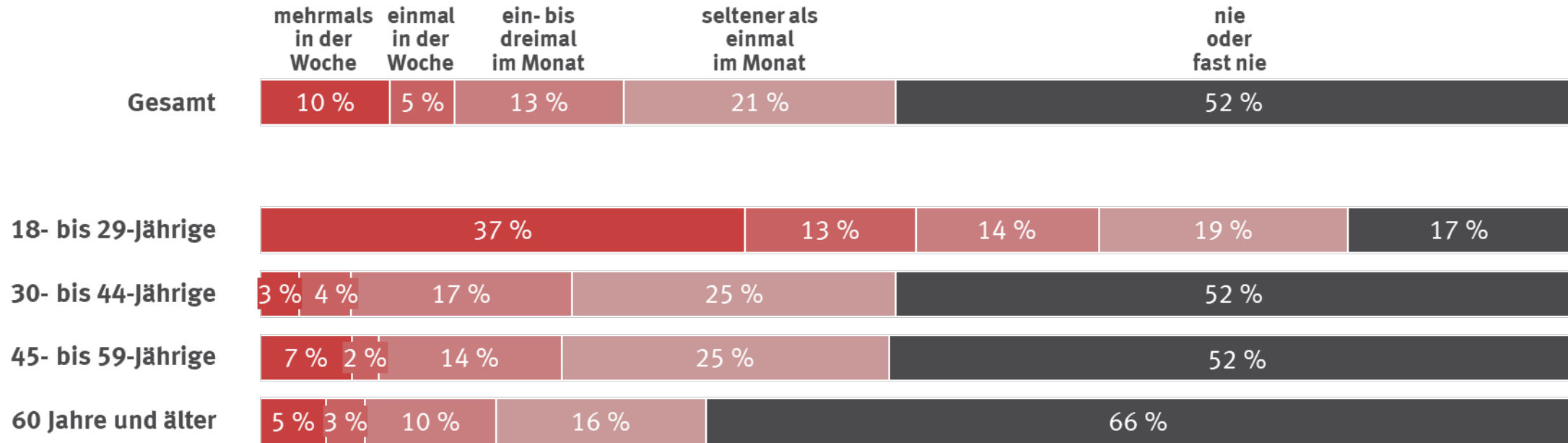
Befragungsmethode:	Computergestützte Telefoninterviews auf Basis einer Dual Frame Stichprobe
Grundgesamtheit:	Die in Privathaushalten in Deutschland lebenden deutschsprachigen Personen ab 18 Jahre
Stichprobengröße:	1.001 Befragte
Repräsentativität:	Gewichtung der Ausgangsstichprobe nach Region, Alter, Geschlecht und Bildung sowie Dual-Frame Gewicht
Statistische Fehlertoleranz:	max. ± 3 Prozentpunkte in der Gesamtstichprobe
Befragungszeitraum:	26. Juli bis 8. August 2024
Institut:	forsa GmbH, Berlin
Hinweis:	Die Summe der einzelnen Prozentwerte kann rundungsbedingt von 100 Prozent abweichen. Ebenso kann die Summe mehrerer Antwortkategorien rundungsbedingt von der Addition der dargestellten Einzelwerte abweichen.

verbraucherzentrale

Bundesverband

HÄUFIGKEIT BAHNNUTZUNG

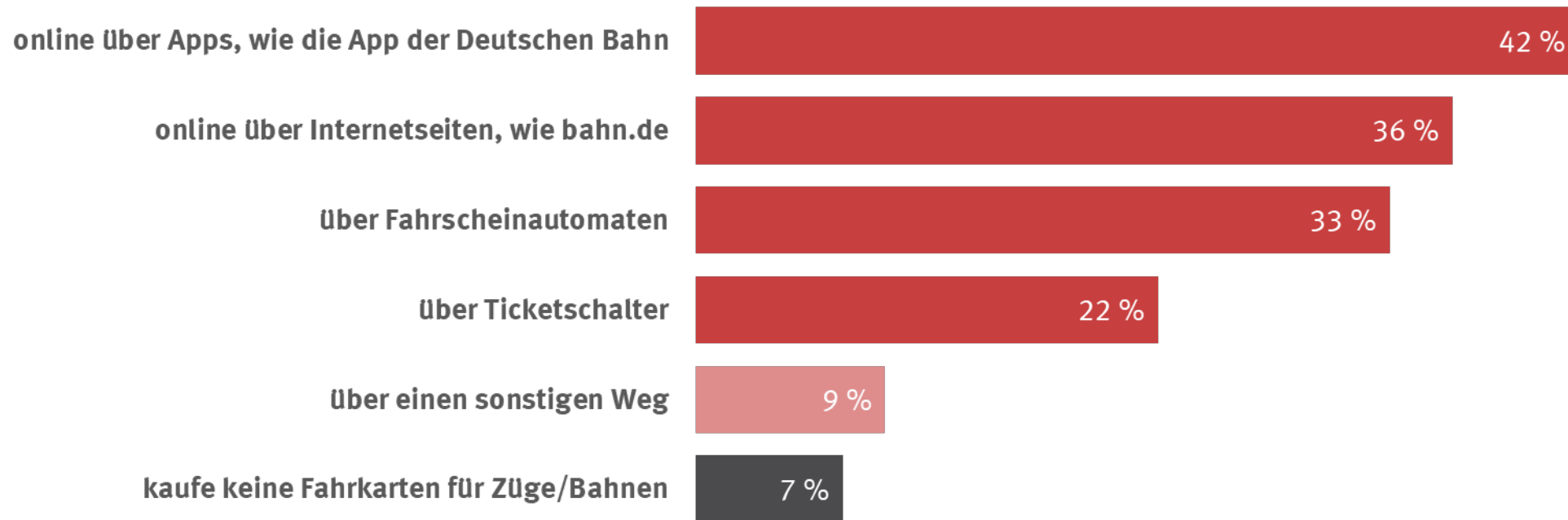
Gut die Hälfte der Befragten fährt (fast) nie mit Zügen oder Bahnen im Regional- und Fernverkehr. Bei älteren Befragten (60+ Jahre) sind es sogar knapp zwei Drittel.



Basis: 1.001 Befragte
 (86 Befragte im Alter 18 – 29 Jahre, 126 im Alter 30 – 44 Jahre, 254 im Alter 45 – 59 Jahre, 528 im Alter 60+ Jahre)
 Frage: „Wie oft fahren Sie durchschnittlich mit Zügen/Bahnen im Regional- und Fernverkehr? Fahren Sie ...“

NUTZUNG VON VERTRIEBSWEGEN

Bahnfahrer:innen kaufen ihre Fahrkarten zumeist online: Per App oder über Internetseiten. Ein Drittel nutzt jedoch auch Fahrscheinautomaten und gut ein Fünftel Ticketschalter.



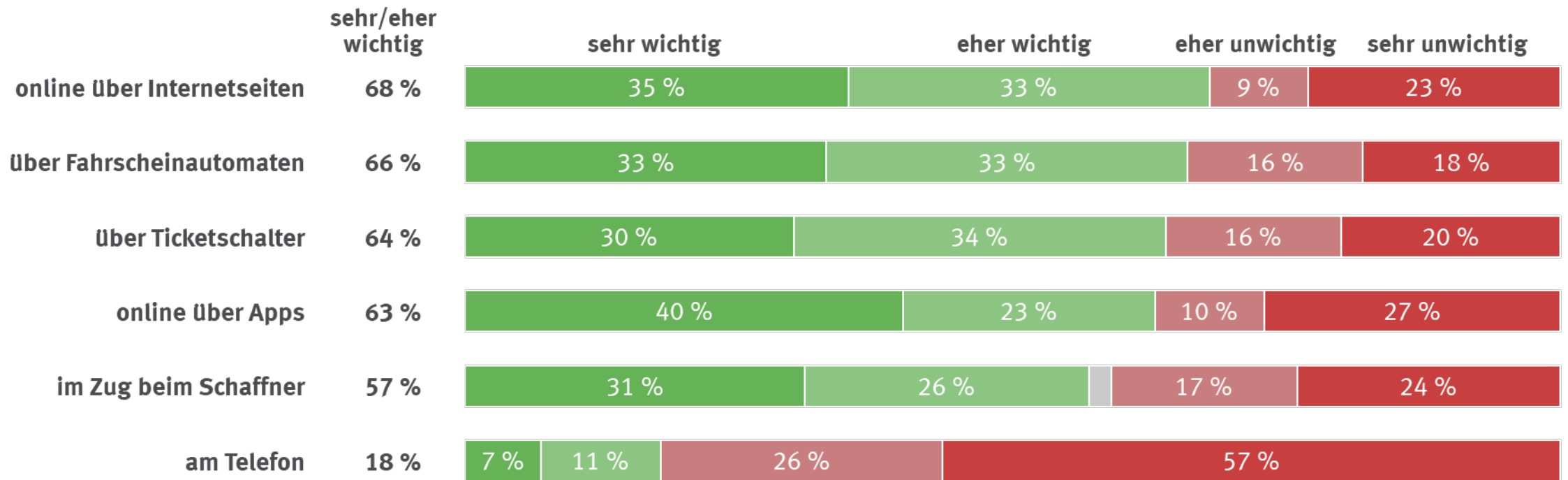
Basis: 507 Befragte, die mindestens selten im Regional- und Fernverkehr fahren
Frage: „Über welche Wege kaufen Sie normalerweise Fahrkarten – ohne Abos – für Züge/Bahnen im Regional- und Fernverkehr?
Kaufen Sie Fahrkarten ...?“ (Mehrfachnennung möglich)

verbraucherzentrale

Bundesverband

WICHTIGKEIT DER VERTRIEBSWEGE

Sowohl digitale als auch analoge Vertriebswege werden von der Mehrheit der Befragten als eher oder sehr wichtig angesehen. Lediglich der Vertrieb über das Telefon wird überwiegend als eher oder sehr unwichtig eingeschätzt.



weiß nicht / keine Angabe

verbraucherzentrale

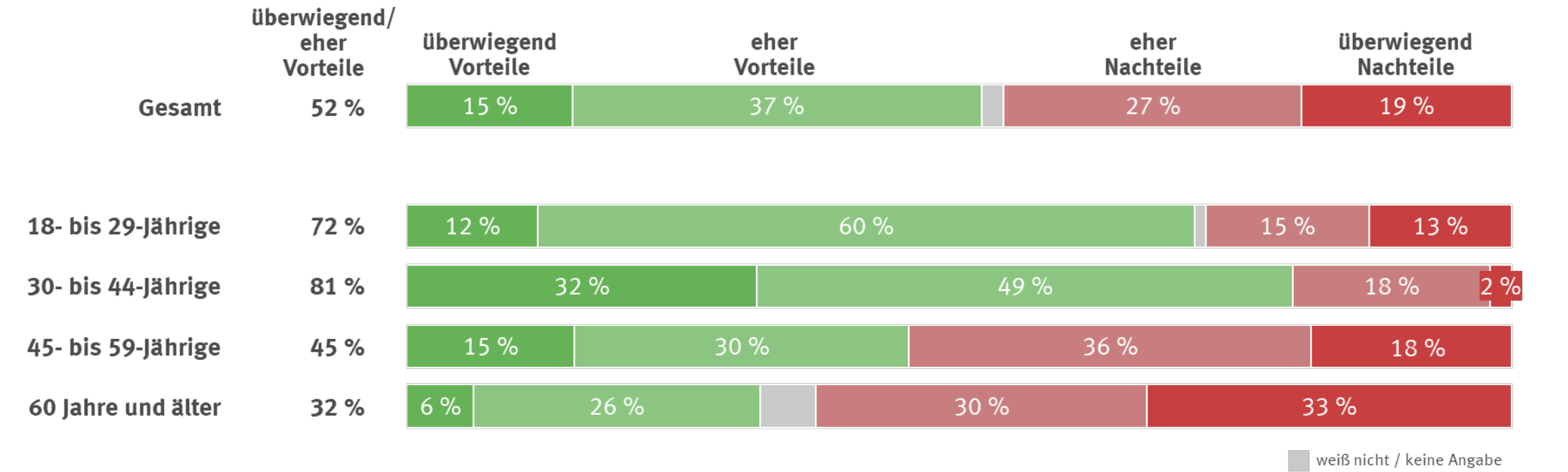
Bundesverband

Basis: 1.001 Befragte

Frage: „Ich lese Ihnen nun noch einmal einige Wege vor, über die man Fahrkarten für Züge/Bahnen im Regional- und Fernverkehr kaufen könnte. Bitte sagen Sie mir für jeden dieser Wege, ob Sie diesen als sehr wichtig, eher wichtig, eher unwichtig oder sehr unwichtig empfinden.“

VOR- VS. NACHTEILE REIN DIGITALER PRODUKTE

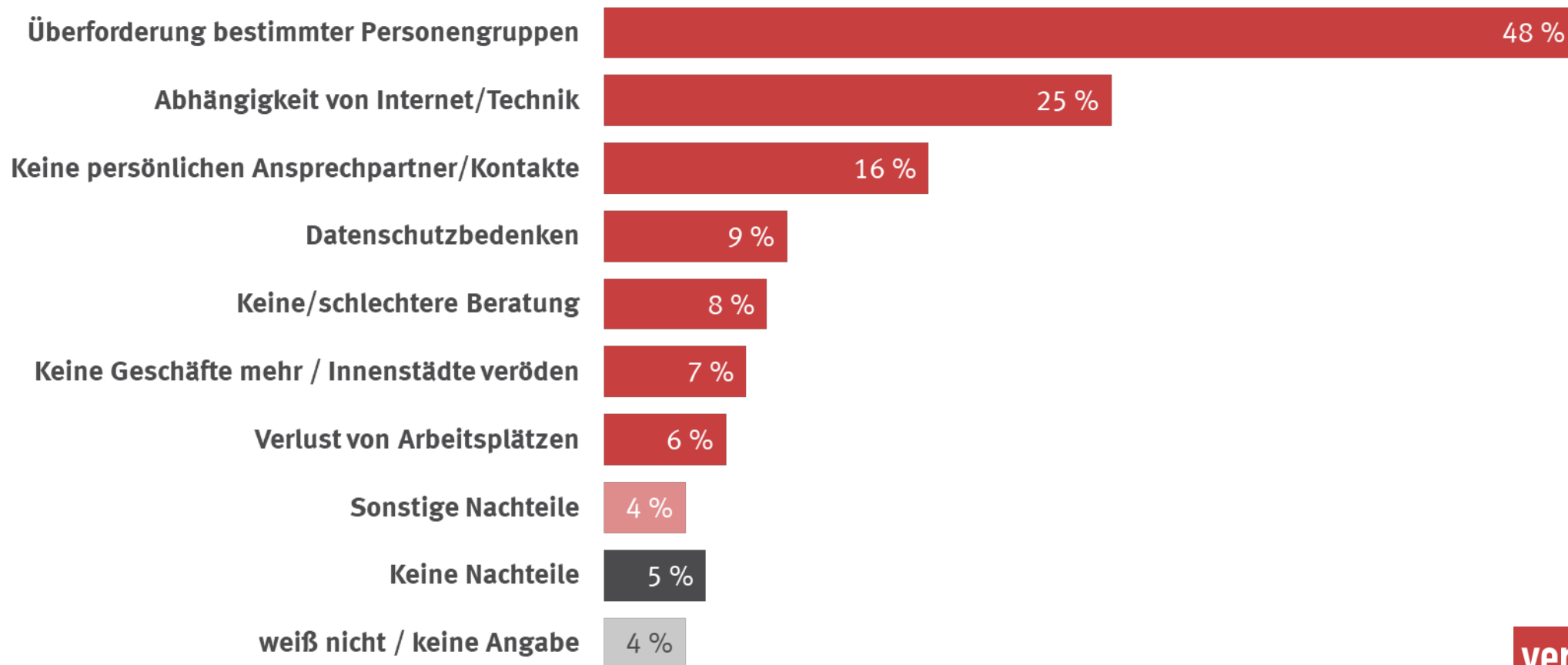
Dass Produkte und Dienstleistungen zunehmend digitalisiert und teils nur noch im Internet angeboten werden, wird insbesondere von Personen ab 45 Jahren als nachteilig angesehen. Gut die Hälfte sehen darin eher oder überwiegend einen Vorteil.



Basis: 1.001 Befragte
(86 Befragte im Alter 18 – 29 Jahre, 126 im Alter 30 – 44 Jahre, 254 im Alter 45 – 59 Jahre, 528 im Alter 60+ Jahre)
Frage: „Produkte und Dienstleistungen werden zunehmend digitalisiert und teilweise nur noch im Internet oder als App angeboten. Sehen Sie darin grundsätzlich überwiegend Vorteile, eher Vorteile, eher Nachteile oder überwiegend Nachteile?“

NACHTEILE REIN DIGITALER PRODUKTE

Nachteile sehen die Befragten vor allem darin, dass bestimmte Personengruppen von den digitalen Produkten überfordert sein könnten, gefolgt von einer Abhängigkeit von Internet und Technik.



Basis: 1.001 Befragte

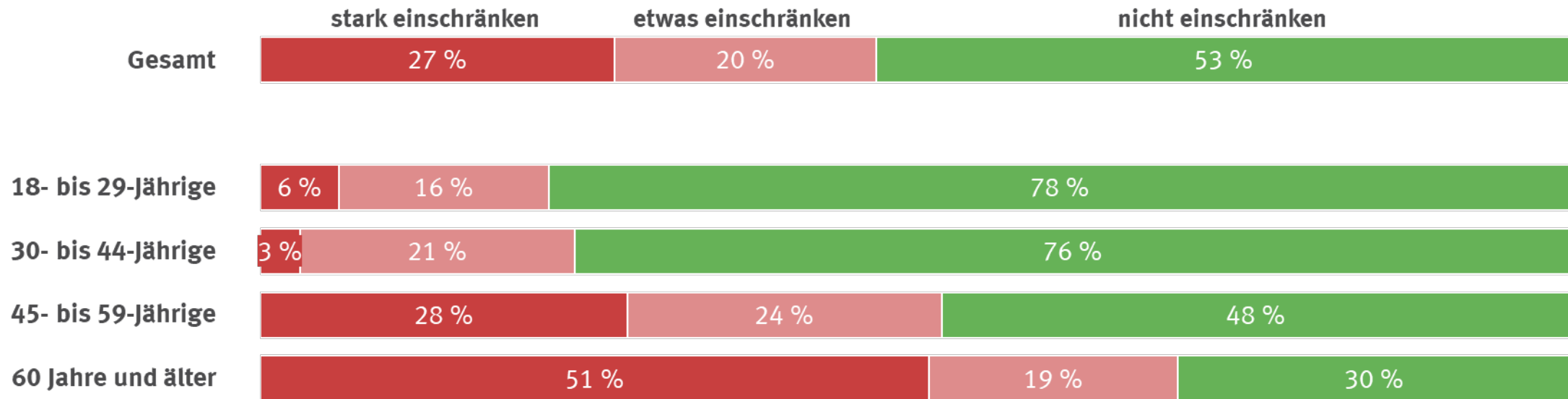
Frage: „Und welche Nachteile sehen Sie, wenn Produkte und Dienstleistungen nur noch über das Internet oder Apps angeboten werden?“
(offene Frage)

verbraucherzentrale

Bundesverband

EINSCHRÄNKUNG DURCH REIN DIGITALEN FAHRKARTENKAUF

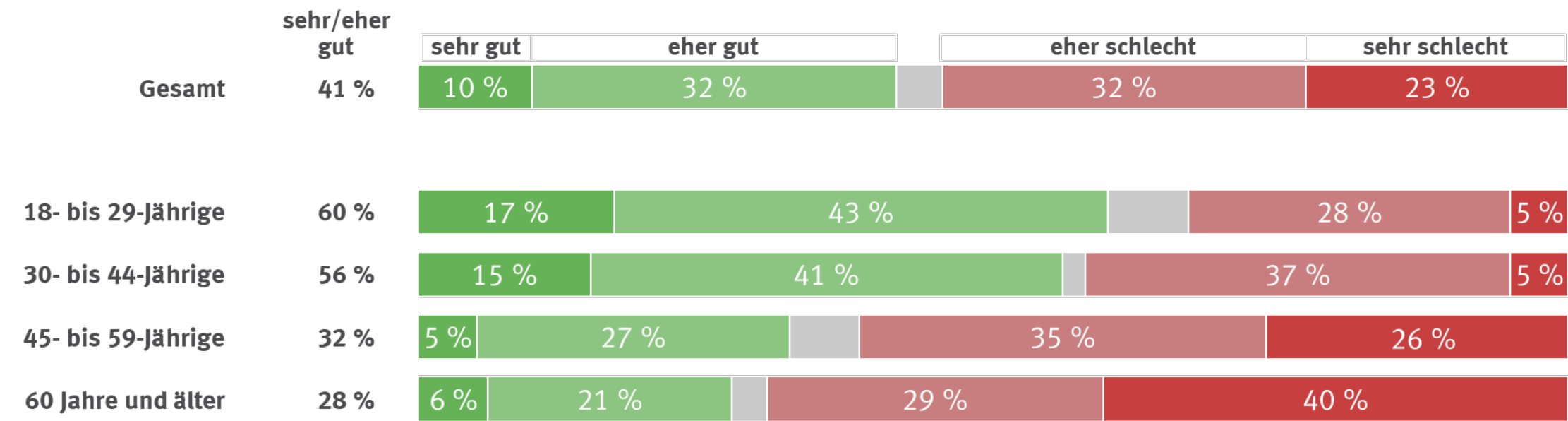
Mehr als vier von zehn Befragten würden sich zumindest etwas eingeschränkt fühlen, wenn der Fahrkartenkauf nur noch digital möglich wäre. Personen ab 45 Jahren empfinden dabei noch häufiger eine Einschränkung als jüngere.



Basis: 1.001 Befragte
(86 Befragte im Alter 18 – 29 Jahre, 126 im Alter 30 – 44 Jahre, 254 im Alter 45 – 59 Jahre, 528 im Alter 60+ Jahre)
Frage: „Angenommen der Fahrkartenkauf wäre nur noch digital, also über Webseiten oder Apps möglich. Inwieweit würde Sie das beim Fahrkartenkauf einschränken? Würde es Sie stark einschränken, etwas einschränken oder nicht einschränken?“

EINSTELLUNG ZU REIN DIGITALEN PRODUKTEN

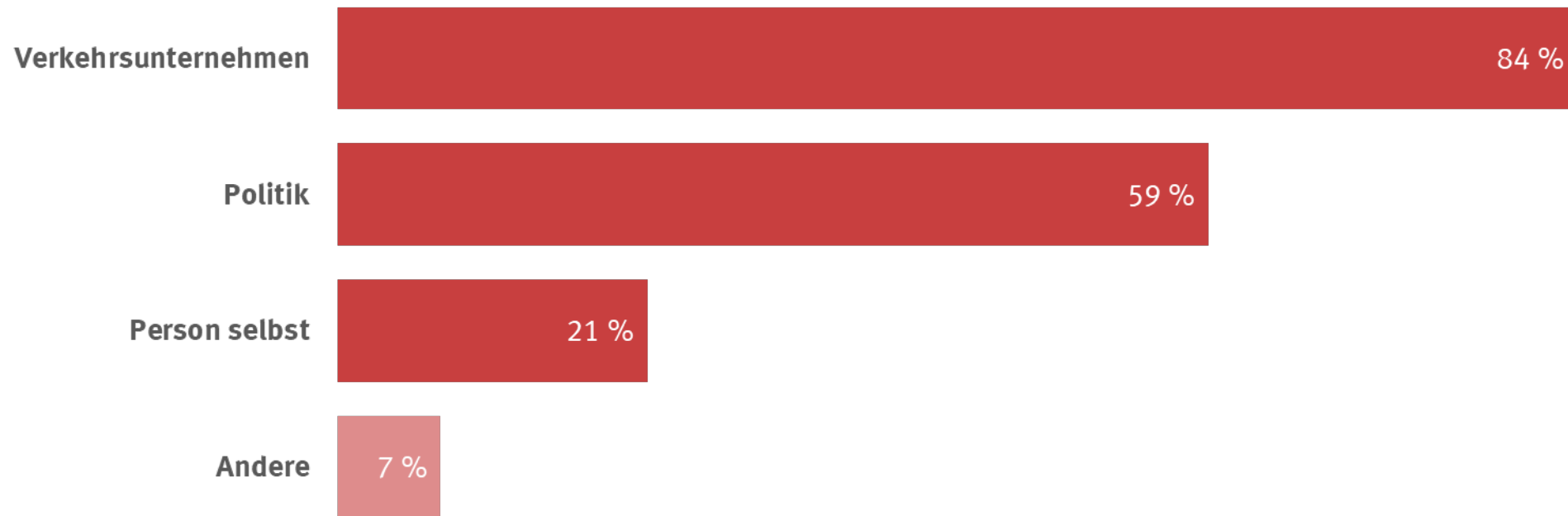
Mehr als die Hälfte findet es eher oder sehr schlecht, dass die Deutsche Bahn einige Produkte nur noch digital verkauft. Besonders ausgeprägt ist diese Einschätzung bei Personen ab 45 Jahren.



weiß nicht / keine Angabe

VERANTWORTLICHKEIT FÜR MENSCHEN OHNE INTERNET

Nach Ansicht des Großteils der Befragten liegt es vor allem in der Verantwortung der Verkehrsunternehmen, dafür zu sorgen, dass Menschen auch weiterhin Fahrkarten kaufen können, die nicht über ein Smartphone oder Internetzugang verfügen.

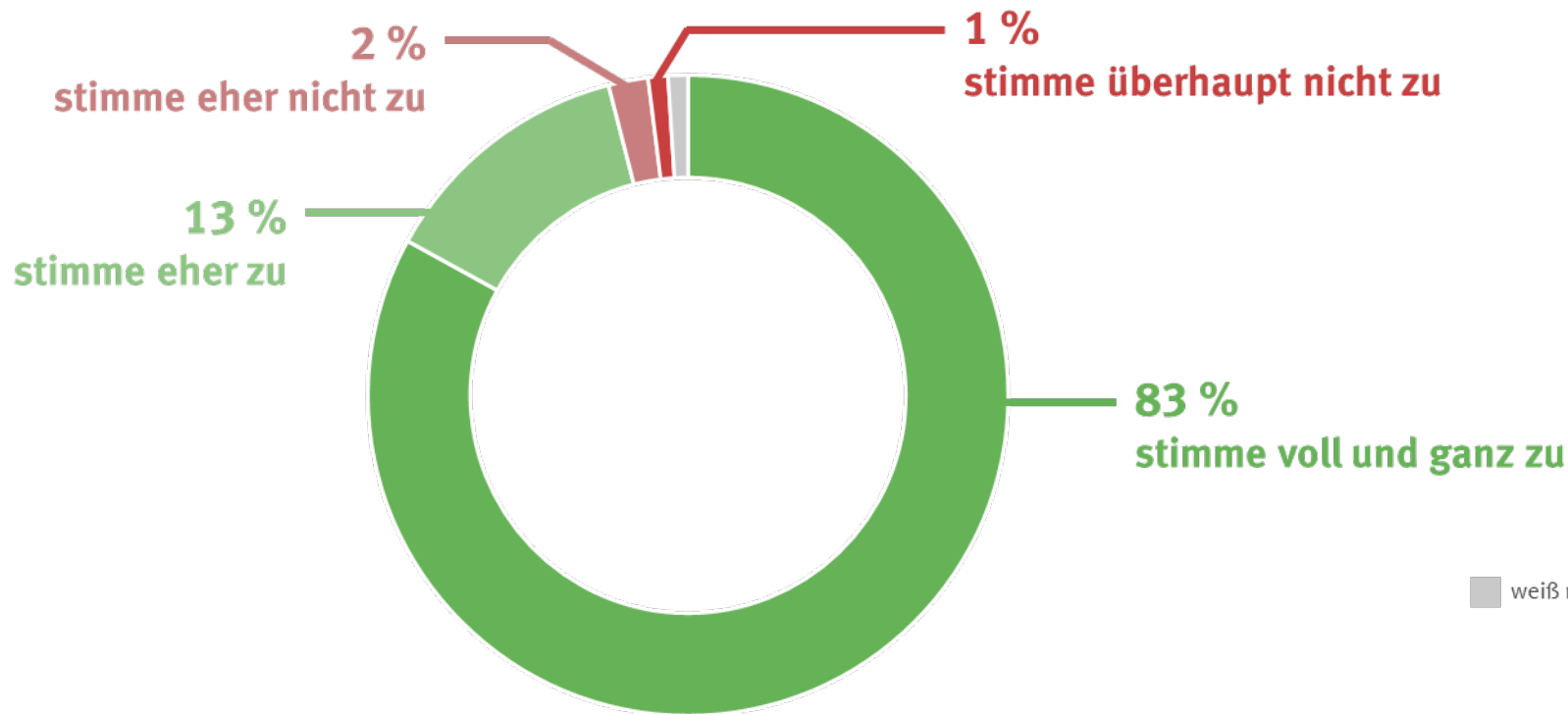


Basis: 1.001 Befragte
Frage: „Es gibt Menschen, die weder über einen Internetanschluss noch über ein Smartphone verfügen und für die der Kauf digitaler Fahrkarten daher nicht ohne weiteres möglich ist. Wer ist Ihrer Meinung nach dafür verantwortlich sicherzustellen, dass diese Menschen weiterhin Fahrkarten kaufen können?“ (Mehrfachnennung möglich)

ZUGANG ZU ANGEBOTEN DES ÖPNV FÜR ALLE

Der Großteil der Befragten stimmt voll und ganz oder eher zu, dass auch Menschen ohne Internetzugang oder Smartphone Zugang zu allen Angeboten des ÖPNV haben müssen.

„Auch Menschen ohne Internetzugang oder Smartphone müssen Zugang zu allen Angeboten im öffentlichen Personenverkehr haben.“



Basis: 1.001 Befragte

Frage: „Ich lese Ihnen nun einige Aussagen zum Thema Digitalisierung im öffentlichen Personenverkehr vor. Bitte sagen Sie mir für jede dieser Aussagen, ob Sie dieser voll und ganz zustimmen, eher zustimmen, eher nicht zustimmen oder überhaupt nicht zustimmen.“

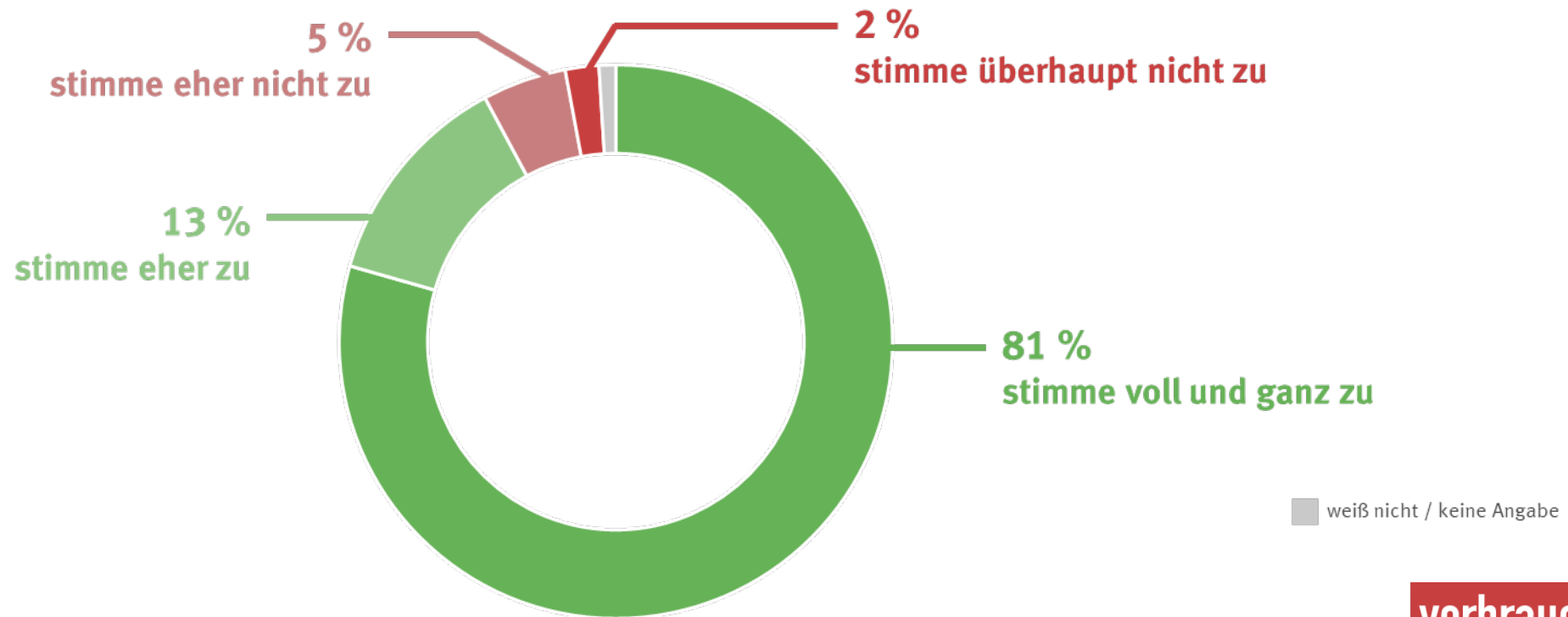
verbraucherzentrale

Bundesverband

TICKETKAUF OHNE INTERNET ODER SMARTPHONE

Der Großteil der Befragten stimmt voll und ganz oder eher zu, dass Tickets für den Regional- und Fernverkehr der DB auch ohne Internetzugang oder Smartphone zu kaufen sein sollten.

„Tickets für den Regional- und Fernverkehr der Deutschen Bahn sollte man auch ohne Internet und Smartphone kaufen können.“



Basis: 1.001 Befragte

Frage: „Ich lese Ihnen nun einige Aussagen zum Thema Digitalisierung im öffentlichen Personenverkehr vor. Bitte sagen Sie mir für jede dieser Aussagen, ob Sie dieser voll und ganz zustimmen, eher zustimmen, eher nicht zustimmen oder überhaupt nicht zustimmen.“

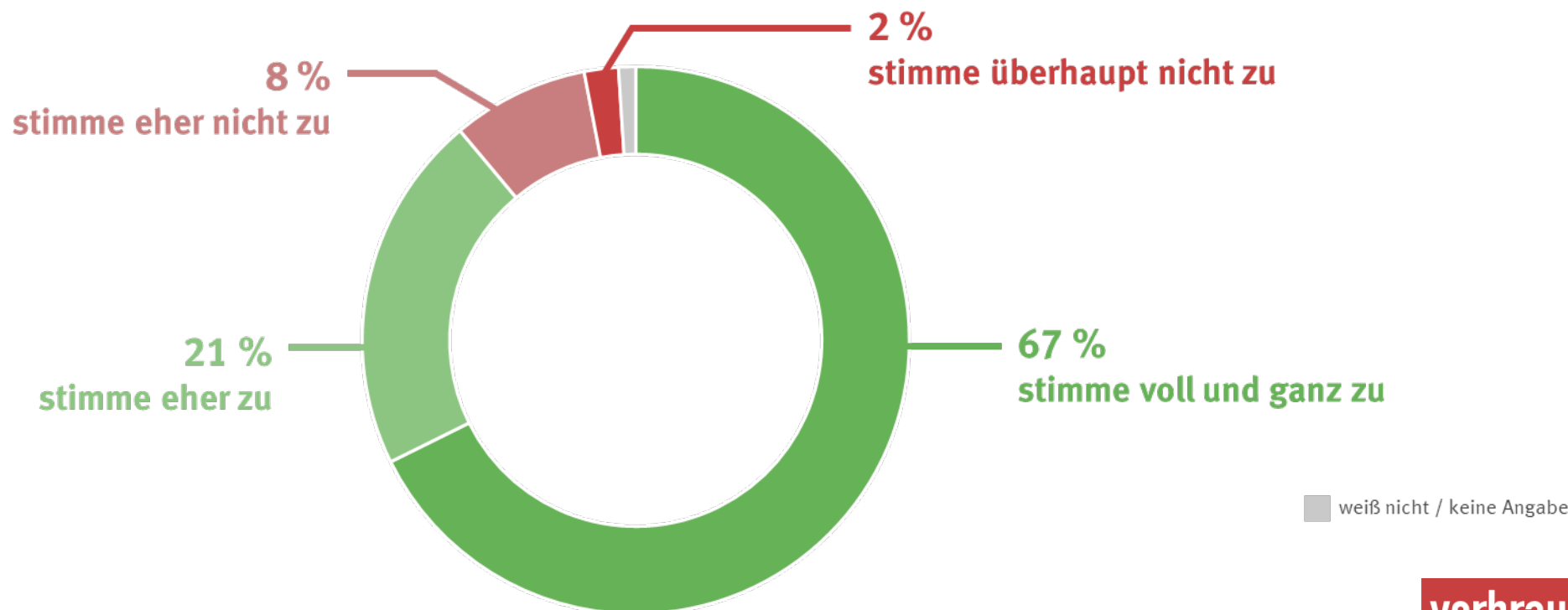
verbraucherzentrale

Bundesverband

BAHNCARD OHNE KUNDENKONTO

Der Großteil der Befragten stimmt voll und ganz oder eher zu, dass die BahnCard auch ohne Kundenkonto an Ticketschaltern oder Fahrkartenautomaten zu kaufen sein sollten.

„Die BahnCard sollte auch ohne Kundenkonto an Ticketschaltern oder Fahrkartenautomaten gekauft werden können.“



Basis: 1.001 Befragte

Frage: „Ich lese Ihnen nun einige Aussagen zum Thema Digitalisierung im öffentlichen Personenverkehr vor. Bitte sagen Sie mir für jede dieser Aussagen, ob Sie dieser voll und ganz zustimmen, eher zustimmen, eher nicht zustimmen oder überhaupt nicht zustimmen.“

verbraucherzentrale

Bundesverband