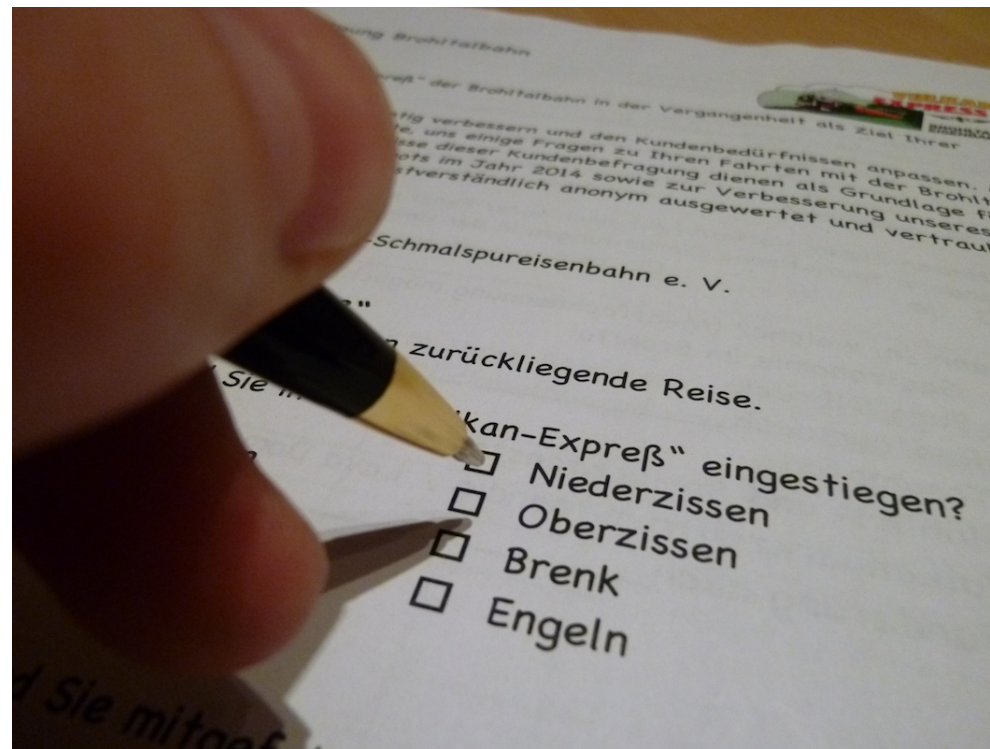
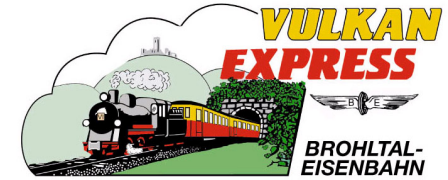


# Fahrgastbefragung 2013

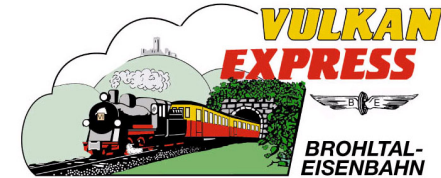
## Ergebnisse





# Gliederung

- Rahmendaten Fahrgastbefragung
- Wer sind unsere Fahrgäste?
- Wie reisen unsere Fahrgäste?
- Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste?
- Problemfelder & Chancen

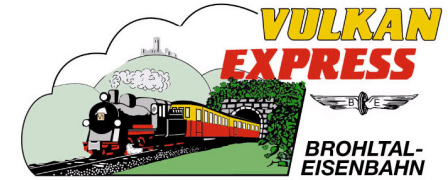


## Rahmendaten Fahrgastbefragung 2013

- 2 Erhebungswellen geplant: 13.-18. August 2013 (Ferien NRW+RLP)  
17.-22. September (außerhalb Ferien)
- 2. Welle personalbedingt leider gescheitert
- Ersatzweise: Auswertung einer Nacherhebung 20.-25. August
- Persönliche Befragung mit standardisiertem Fragebogen (28 Fragen)
- Befragung per Zufallsauswahl (jede 10. Person jeden Alters)
- Stichprobe:
  - 103 Bögen aus 1. Welle
  - 96 Bögen aus Nacherhebung
  - Gesamt: 210 Bögen

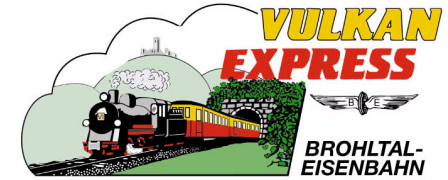
Ziel: Planungsgrundlage für Fahrplan & Service

Michael Hergarten, AK Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der IBS



## Wer sind unsere Fahrgäste? (1/6)

Anteil Männer / Frauen: 53% / 47 %



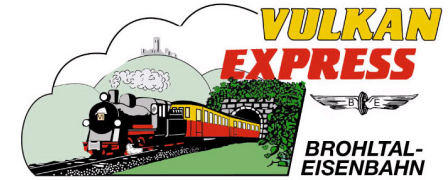
## Wer sind unsere Fahrgäste? (2/6)

Anteil Männer / Frauen: 53% / 47 %

Durchschnittsalter: 57 Jahre

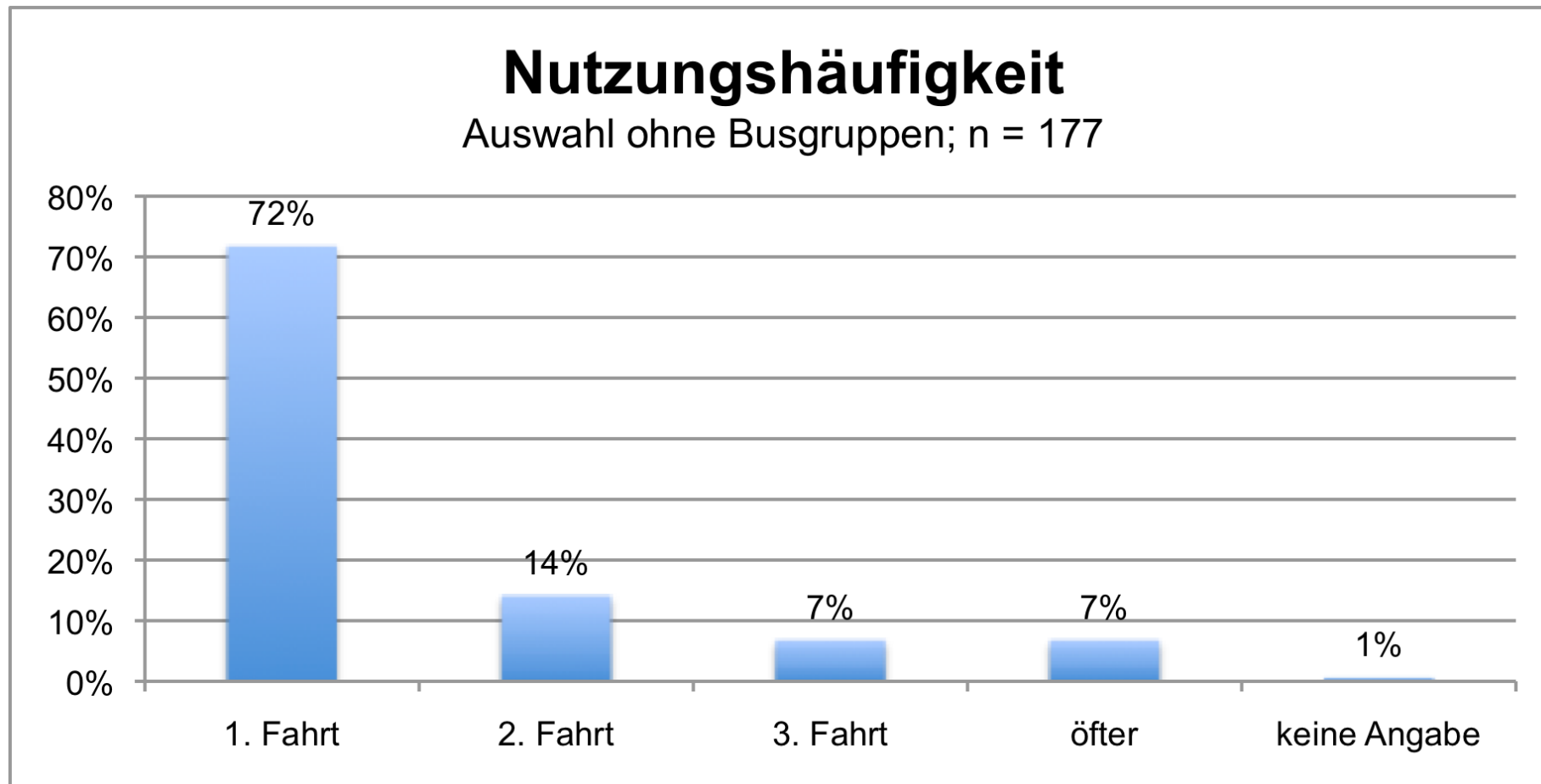


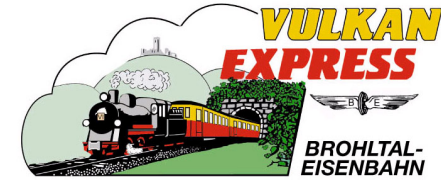
sehr hohes Durchschnittsalter!



# Wer sind unsere Fahrgäste? (3/6)

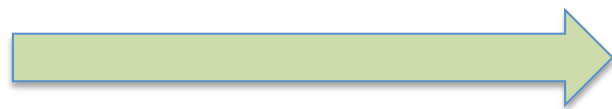
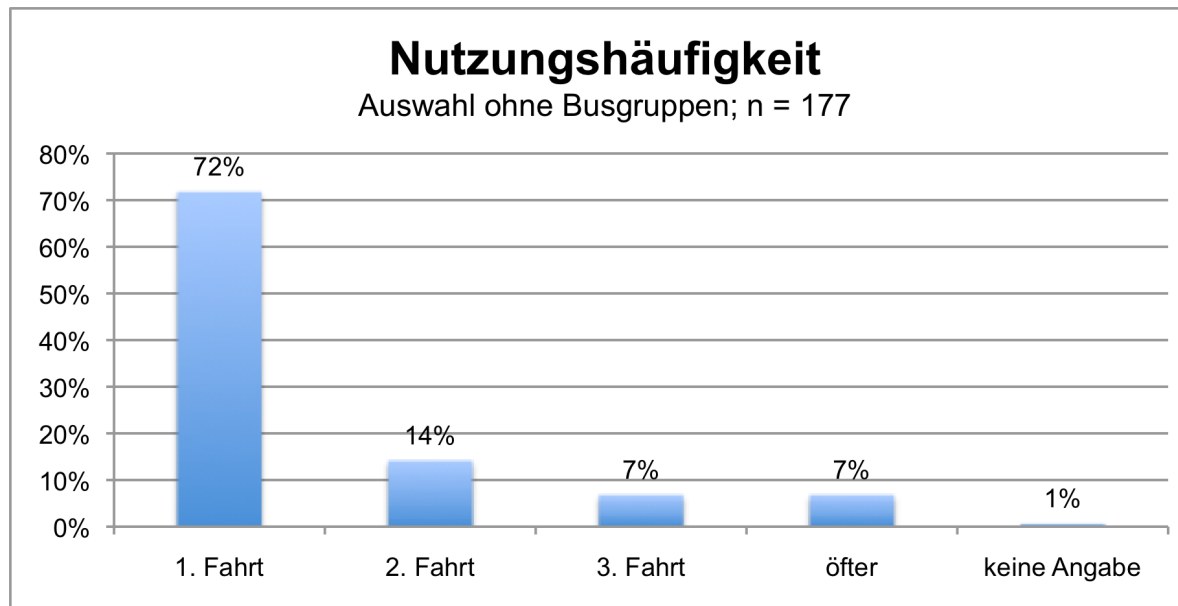
Wer ist Wiederholungstäter? Wer ist zum ersten Mal an Bord?



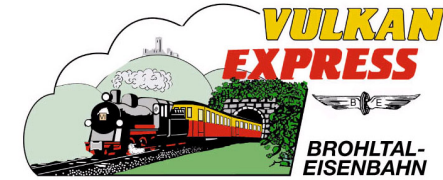


# Wer sind unsere Fahrgäste? (3/6)

Wer ist Wiederholungstäter? Wer ist zum ersten Mal an Bord?

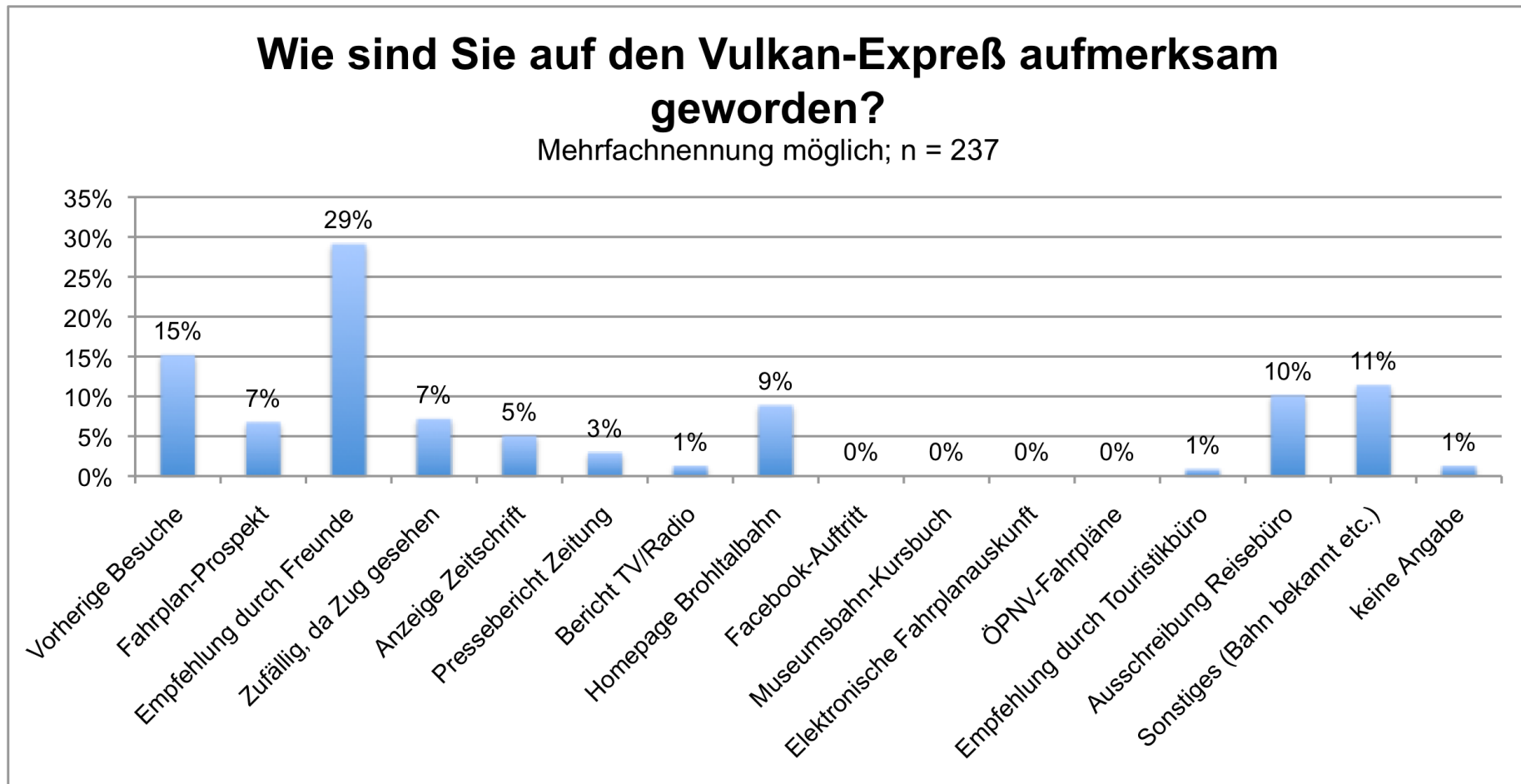


Hohes Potenzial, Wiederholungsbesuche auszulösen!

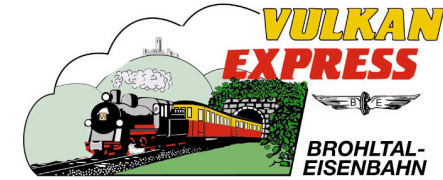


# Wer sind unsere Fahrgäste? (4/6)

Woher kennt man uns?

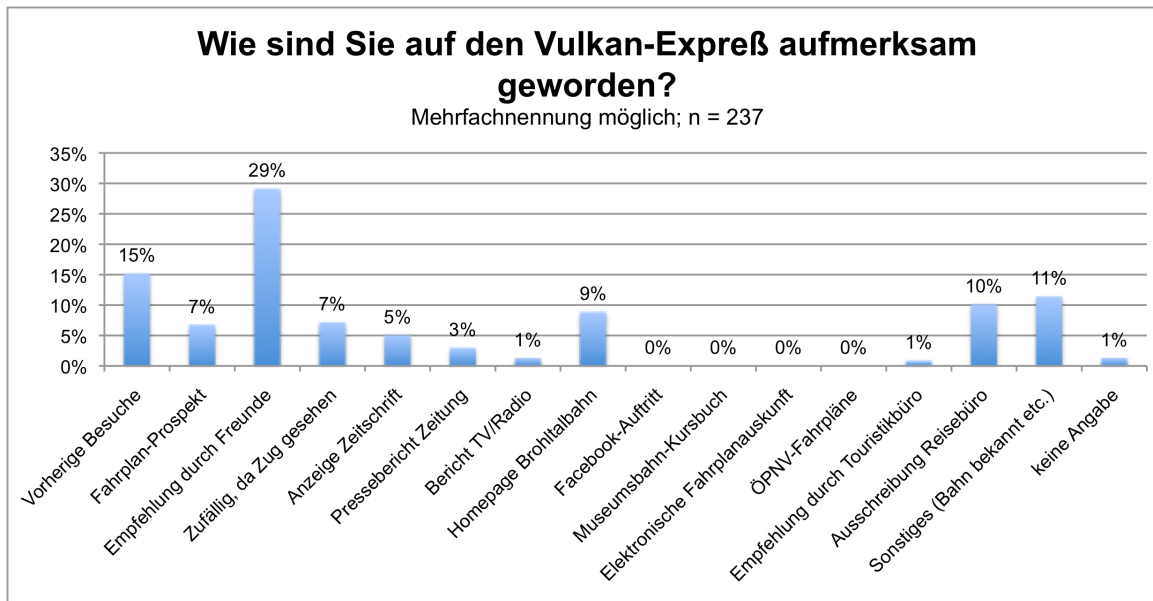




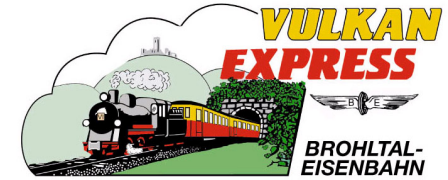


# Wer sind unsere Fahrgäste? (4/6)

Woher kennt man uns?

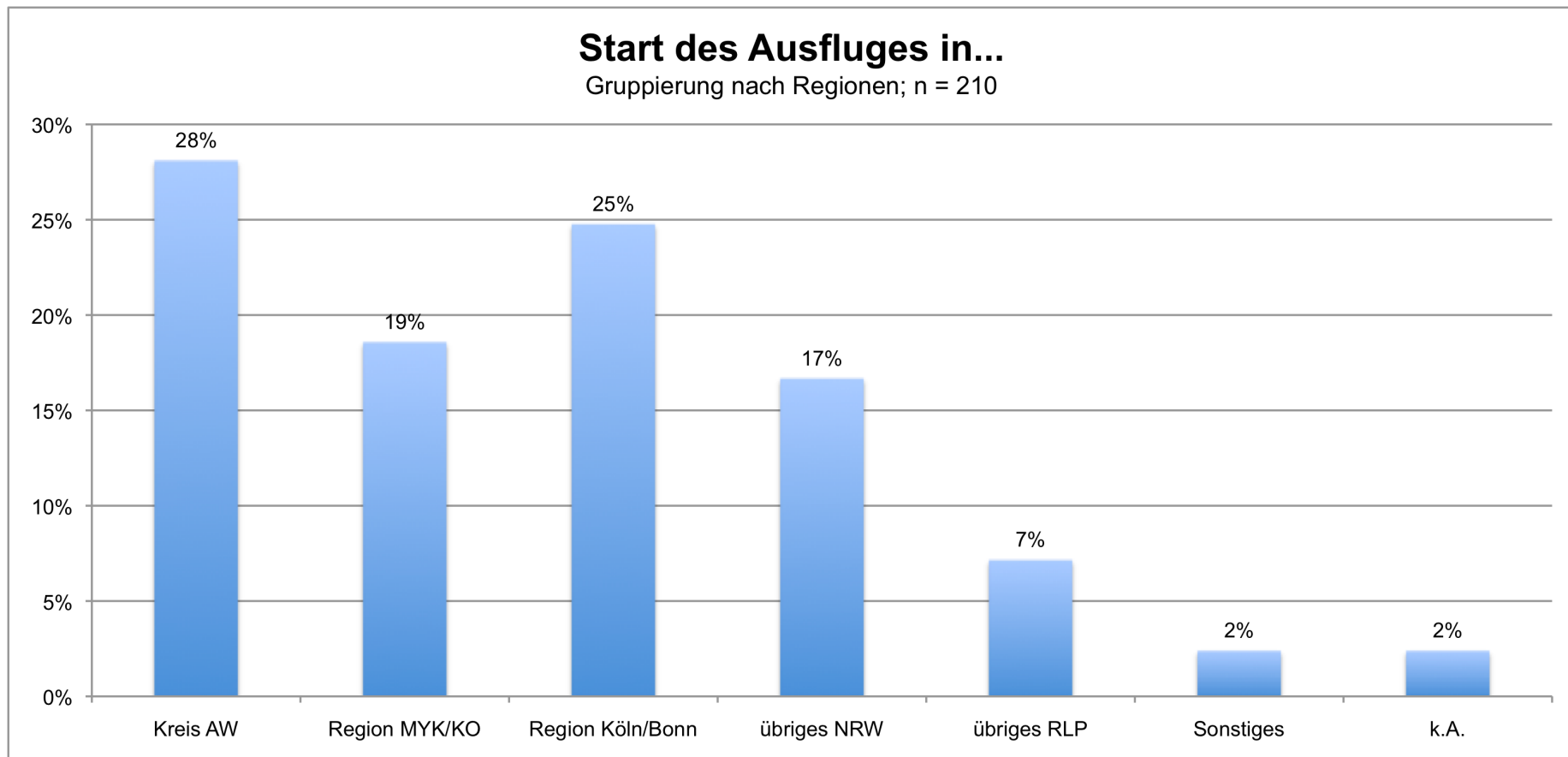


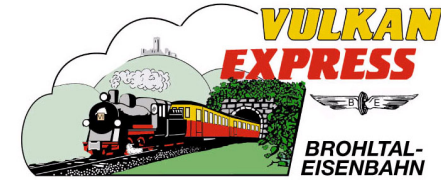
- nur 1 % Empfehlung über Touristiker
- 9 % Homepage -> ausbaubar
- 7 % Spontanbesucher nach Zugsichtung



# Wer sind unsere Fahrgäste? (5/6)

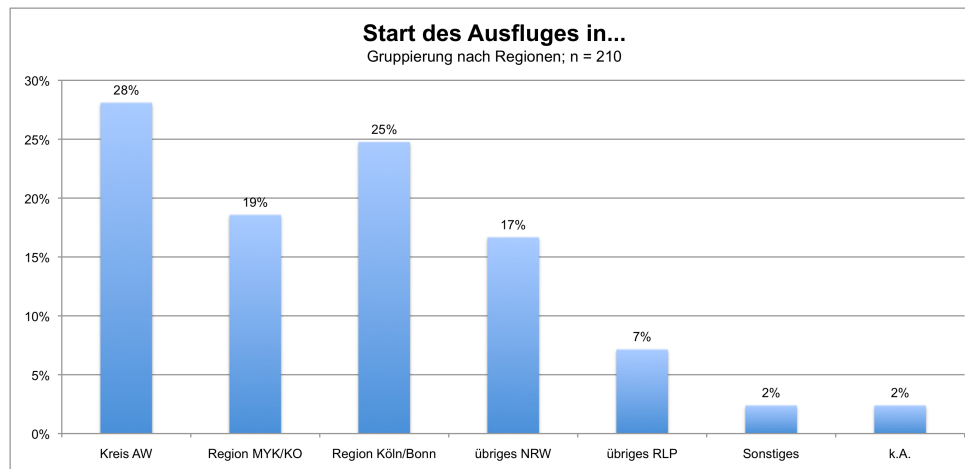
Wo beginnen unsere Fahrgäste Ihren Ausflug zu uns?





# Wer sind unsere Fahrgäste? (5/6)

Wo beginnen unsere Fahrgäste Ihren Ausflug zu uns?

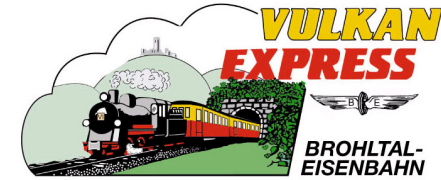


- 42 % starten in NRW, aber auch 28 % im Kreis Ahrweiler



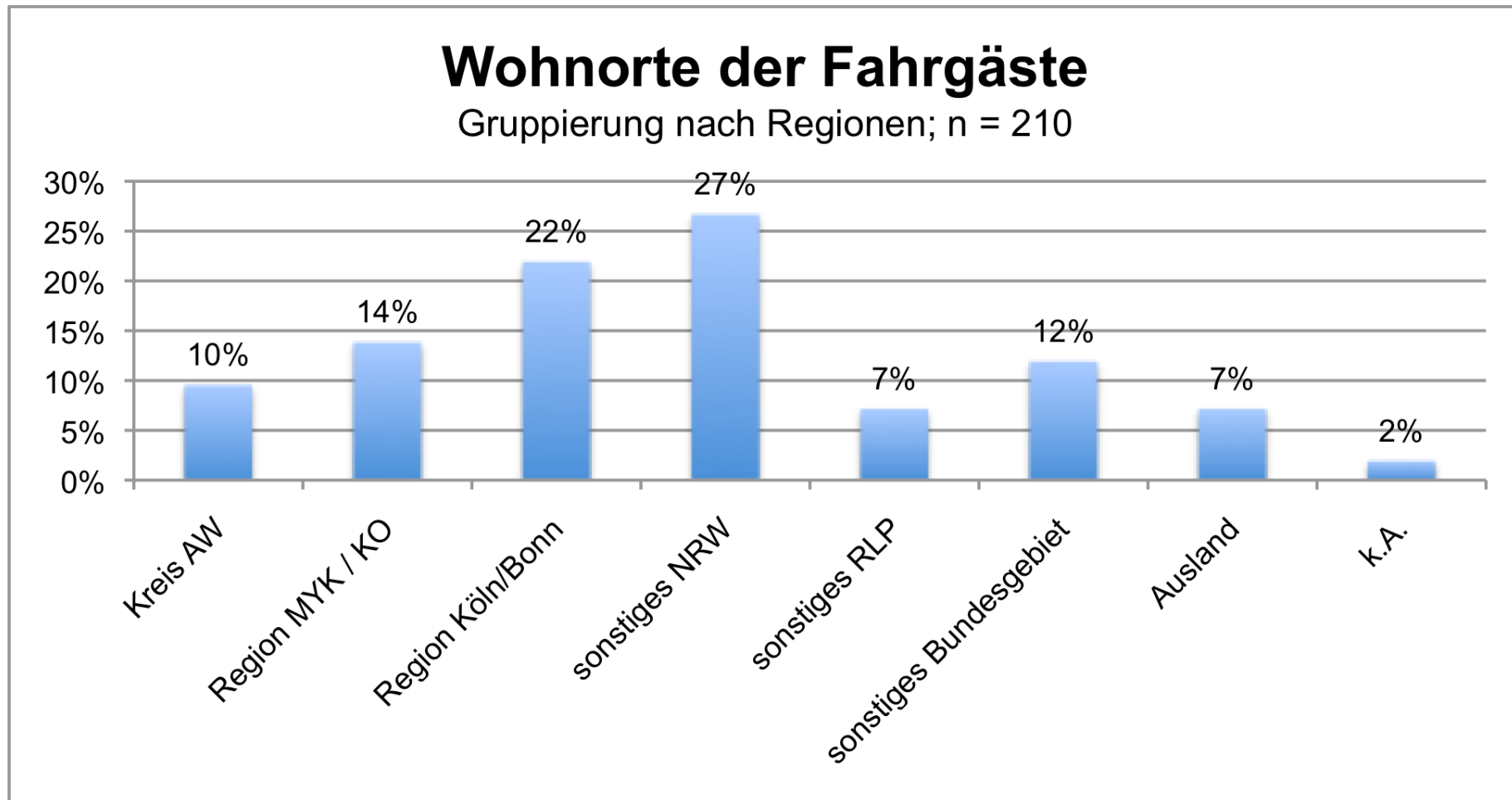
Großes Potenzial südlich von Brohl kaum genutzt.

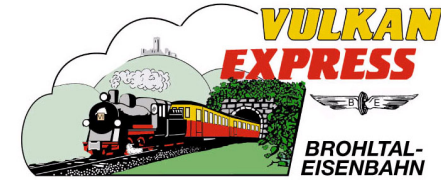
Hauptzielgruppe: „Städter aus NRW“



# Wer sind unsere Fahrgäste? (6/6)

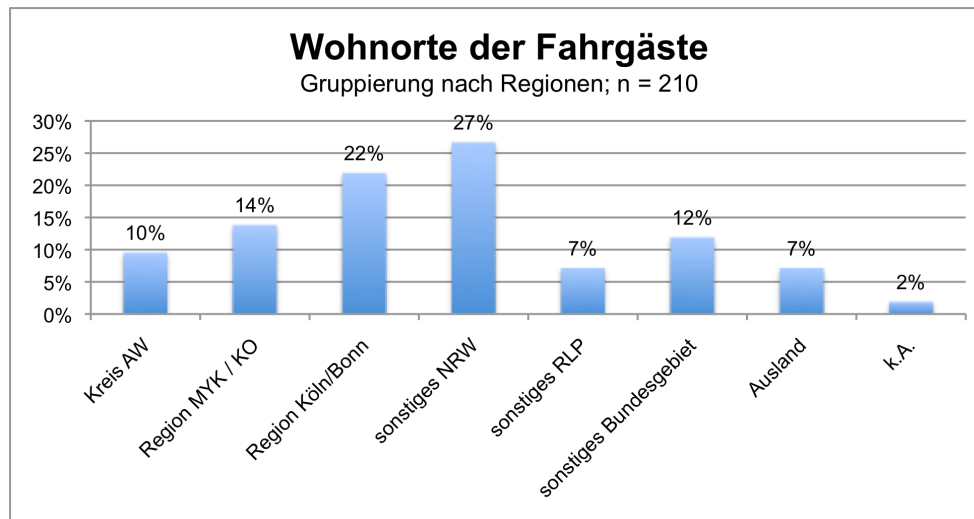
Wo wohnen unsere Fahrgäste?





# Wer sind unsere Fahrgäste? (6/6)

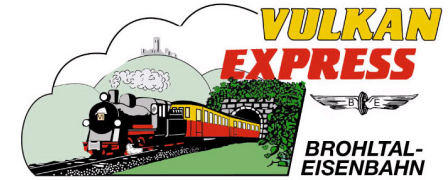
Wo wohnen unsere Fahrgäste?



- 49% wohnen in NRW (überwiegend in städtischen Regionen)
- Bewohner des Kreis AW nicht fest mit der Bahn verbunden
- 7 % aus dem Ausland!

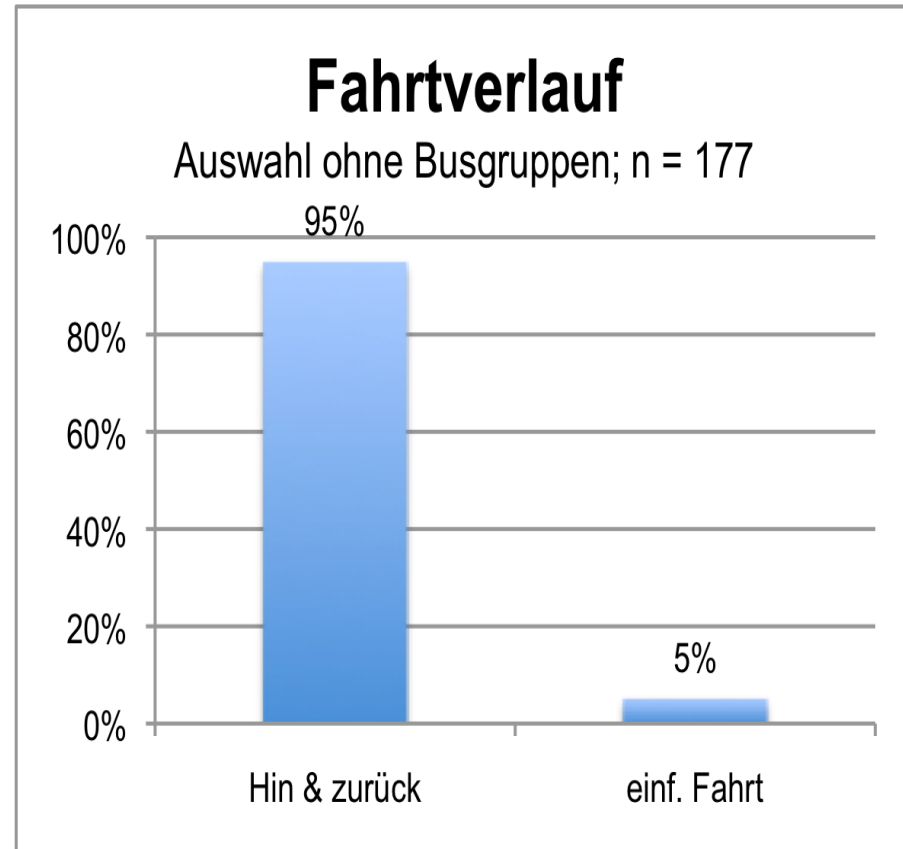
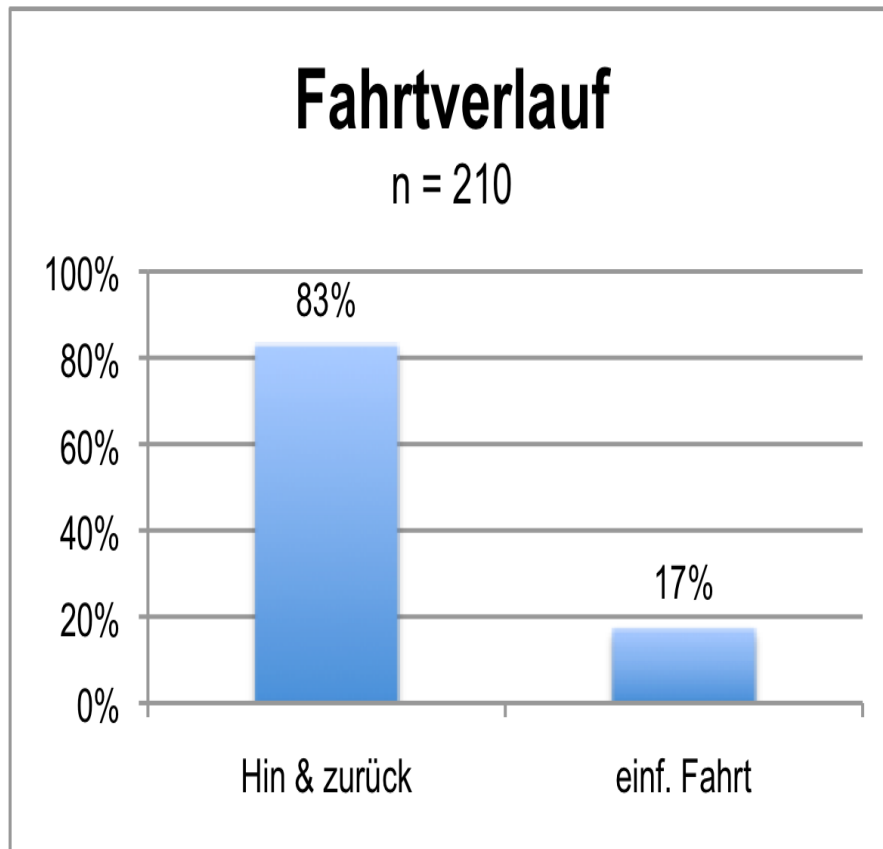


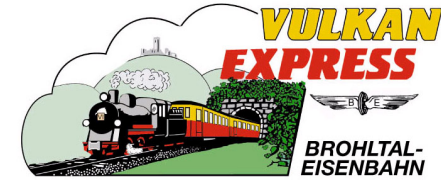
Ausrichtung an Bedürfnissen städtischer Bewohner scheint geboten. Ebenso internationale Informationsaufbereitung.



# Wie reisen unsere Fahrgäste? (1/8)

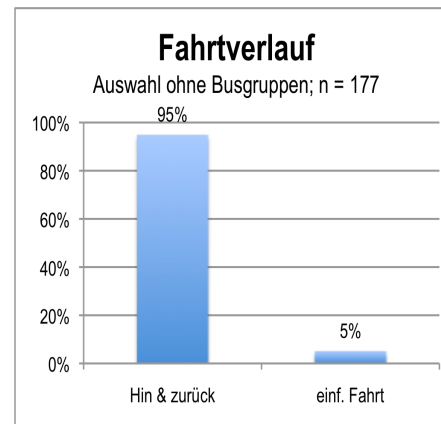
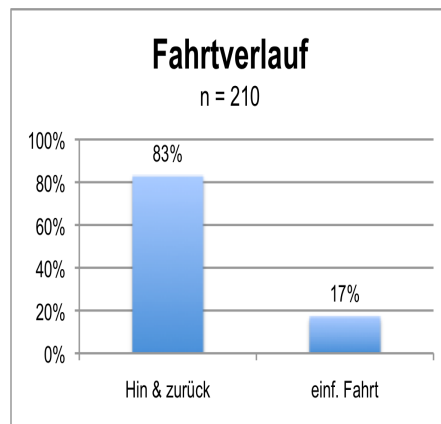
Einfach oder hin&zurück?



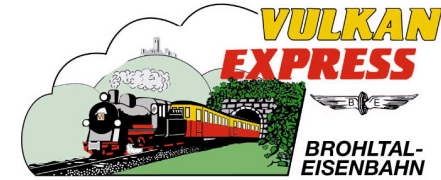


# Wie reisen unsere Fahrgäste? (1/8)

Einfach oder hin&zurück?

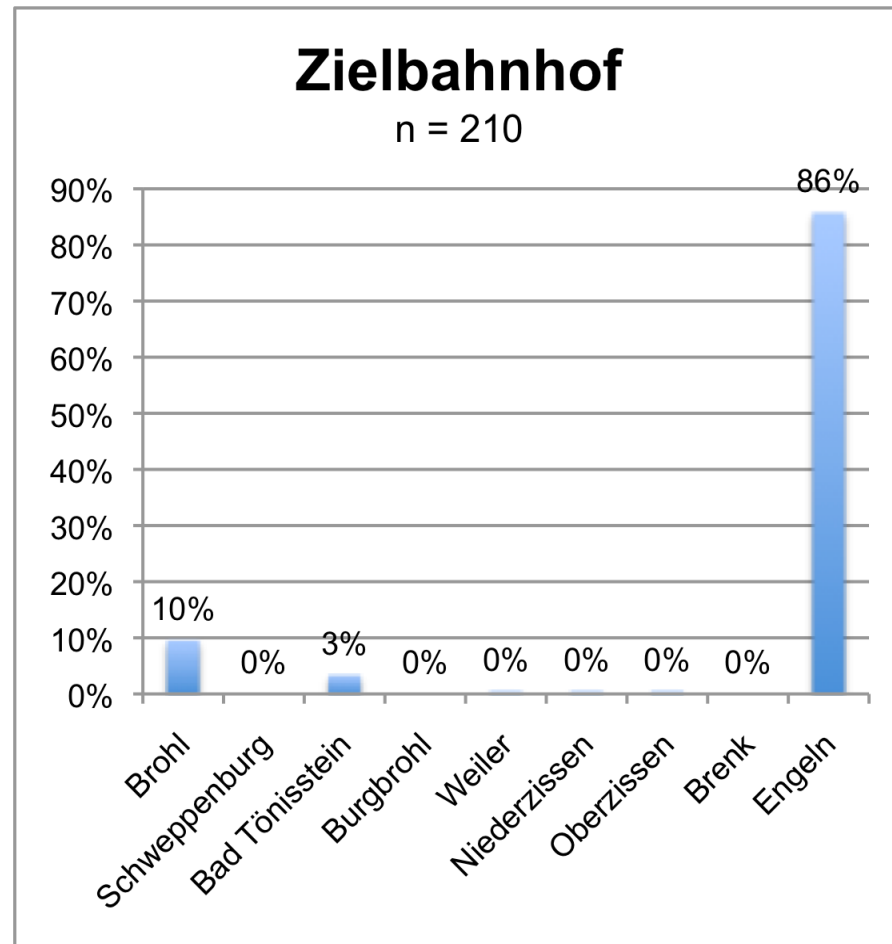
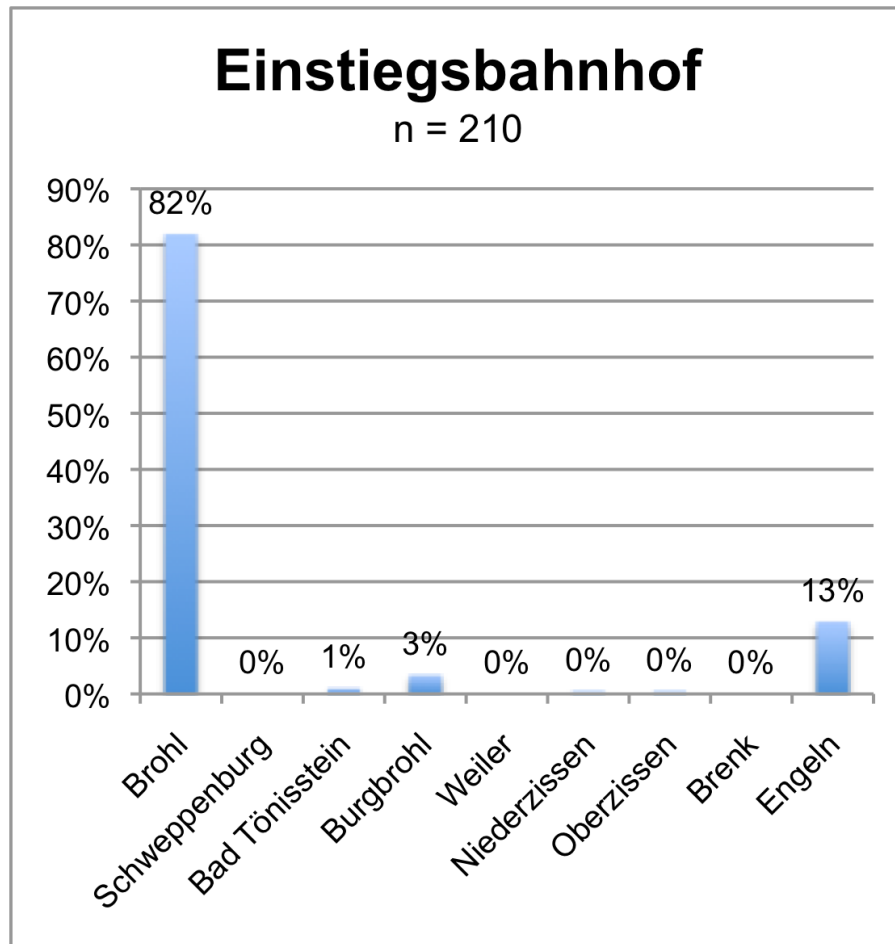


Großer Anteil von Hin- und Rückfahrern eröffnet ein großes Potenzial für die SPNV-Anreise! Damit auch Reduktion der Parkplatzprobleme.

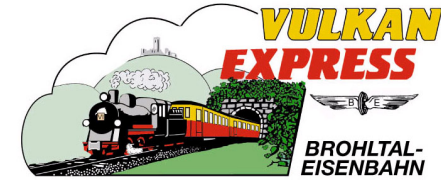


# Wie reisen unsere Fahrgäste? (2/8)

Von wo nach wo?

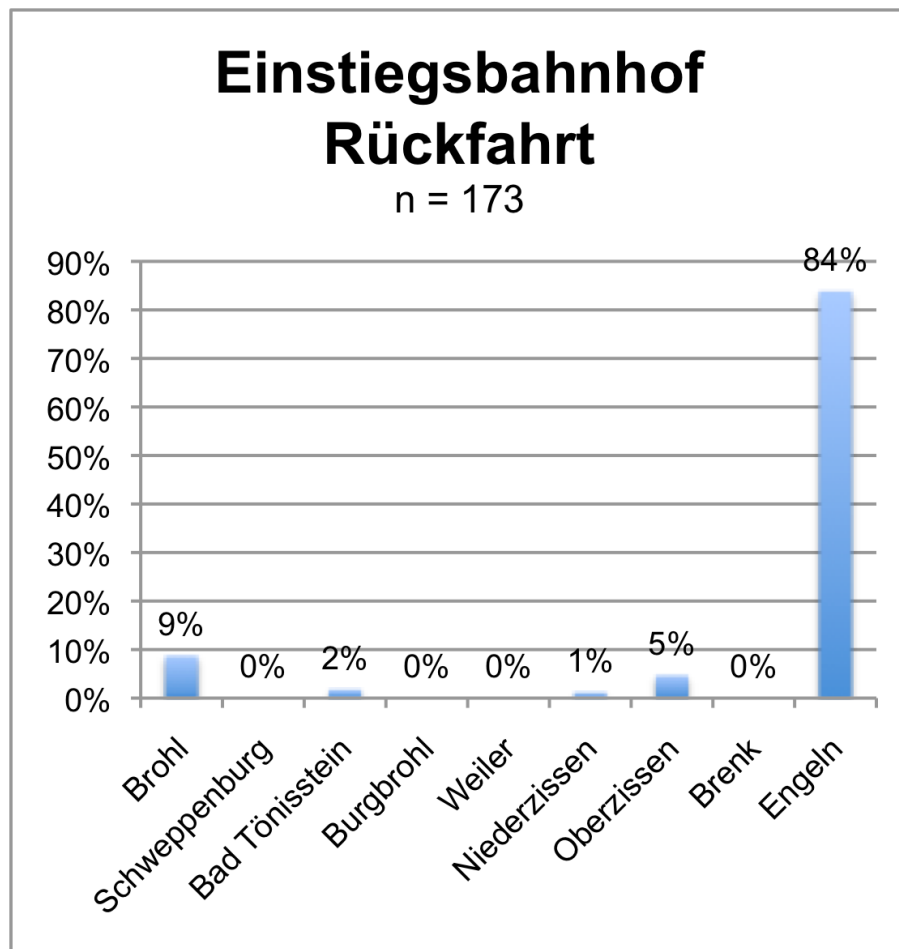


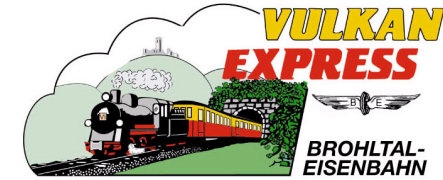




# Wie reisen unsere Fahrgäste? (3/8)

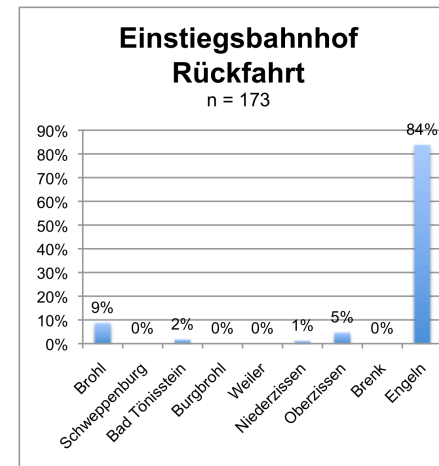
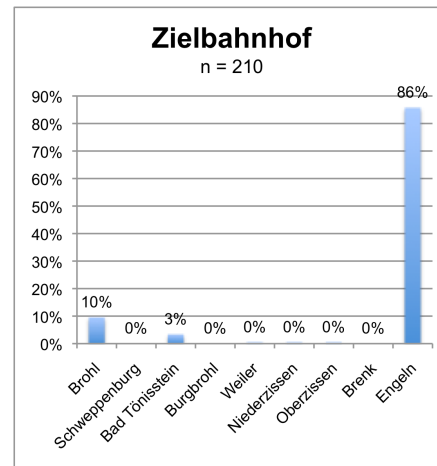
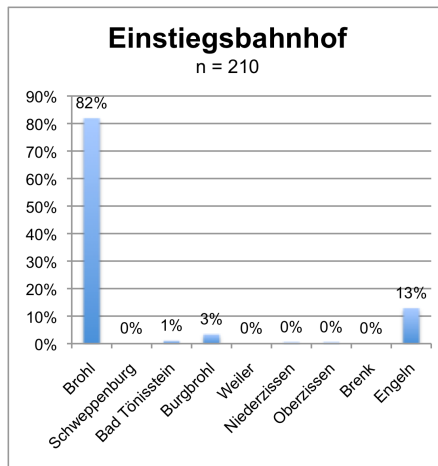
Von wo aus geht es wieder zurück?



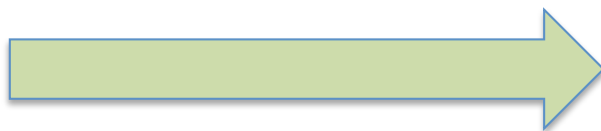


# Wie reisen unsere Fahrgäste? (2/8)

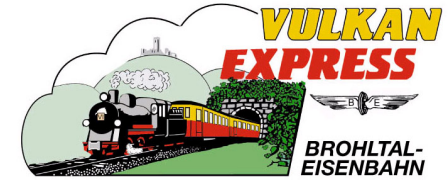
Von wo nach wo?



- Potenzial der Zwischenstationen liegt weitestgehend brach.

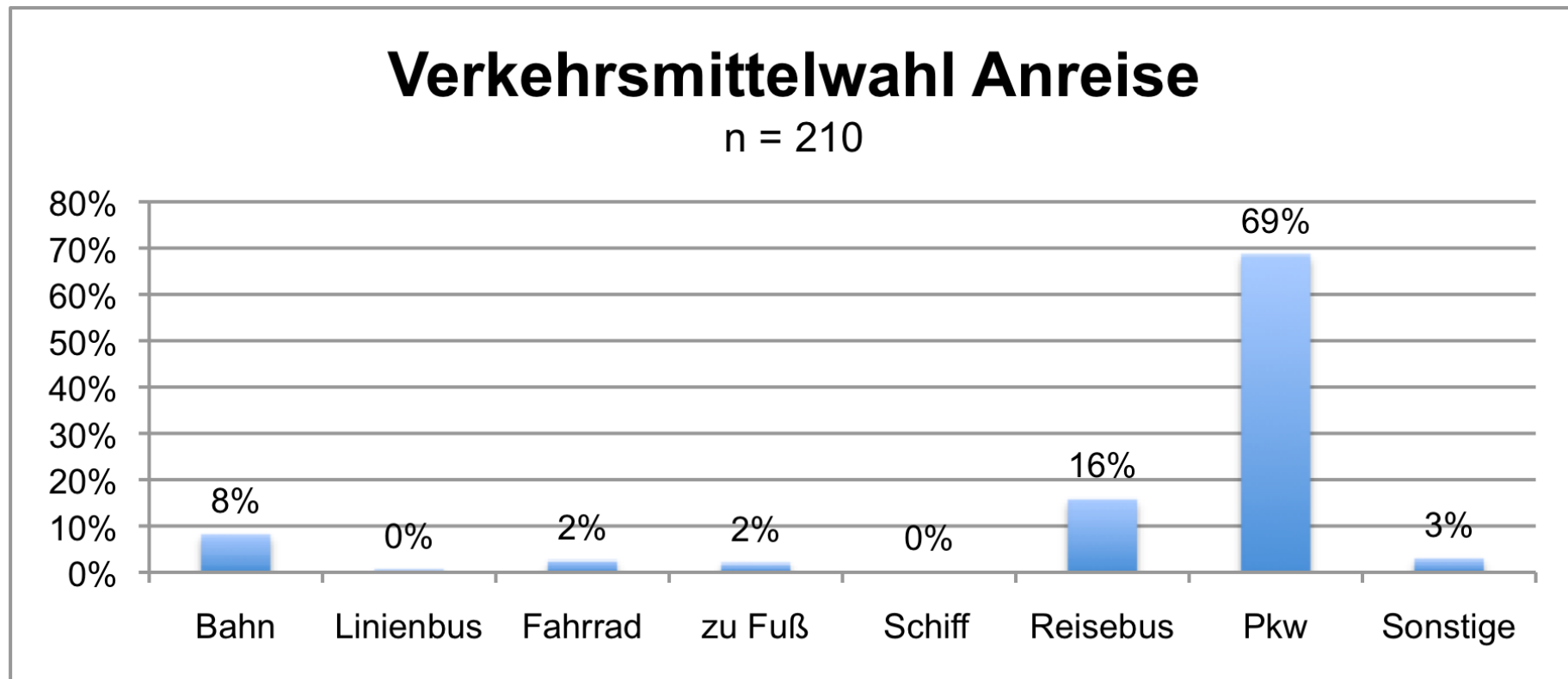


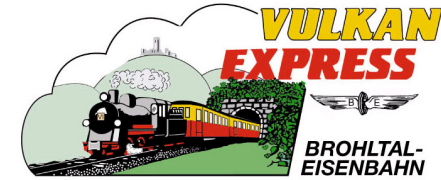
- Vernetzung mit Zielen an Unterwegstationen kann zusätzliche Kundenkreise erschließen.



# Wie reisen unsere Fahrgäste? (4/8)

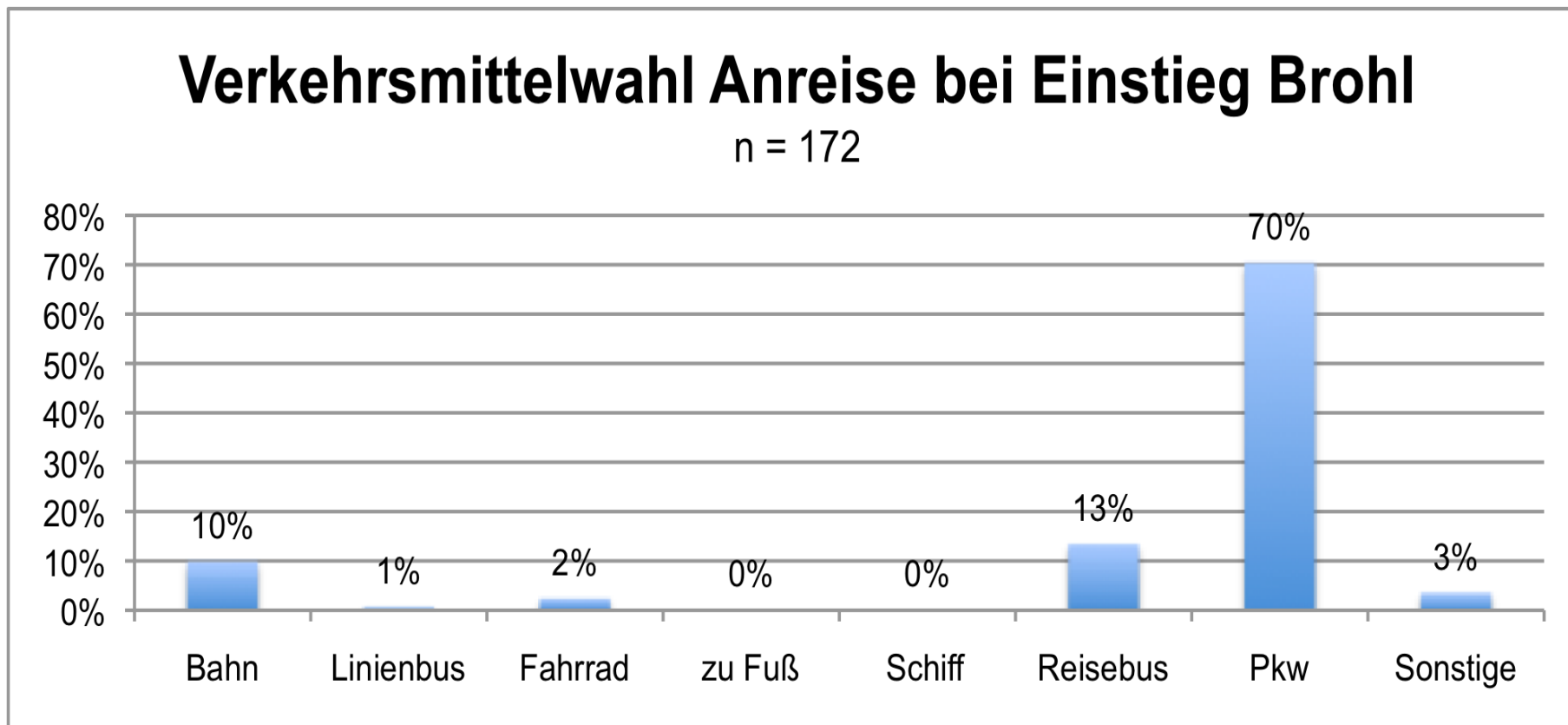
Wie kommen unsere Fahrgäste zu uns?

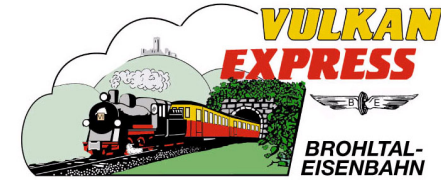




# Wie reisen unsere Fahrgäste? (4/8)

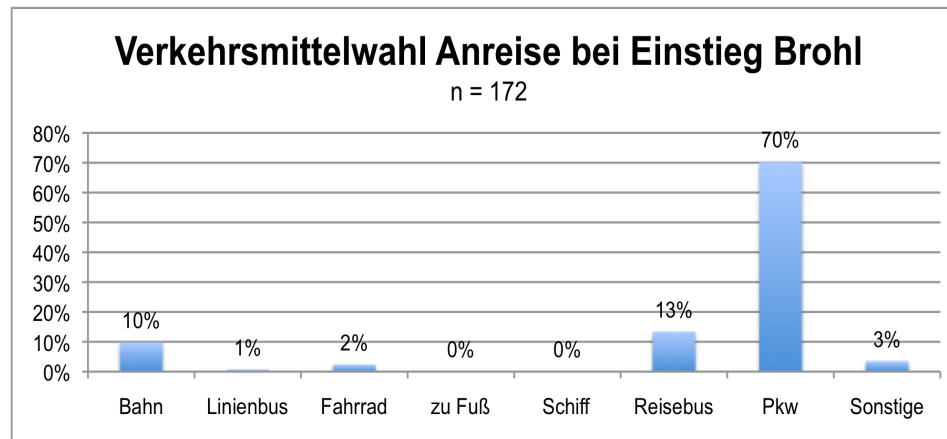
Wie kommen unsere Fahrgäste zu uns *nach Brohl*?





# Wie reisen unsere Fahrgäste? (4/8)

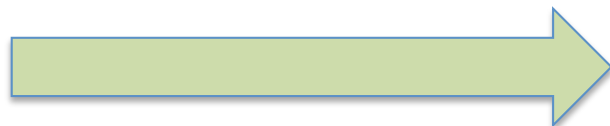
Wie kommen unsere Fahrgäste zu uns *nach Brohl*?



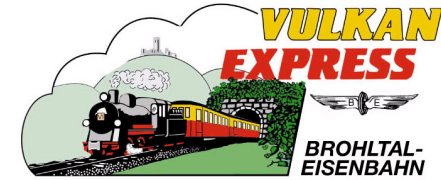
- Hoher Pkw-Anteil führt zu Problemen bei der Parkplatzverfügbarkeit und zu einem hohen Verkehrsaufkommen in einer Erholungsregion.



Potenziale der Schienenanbindung sowie des Schiffsanlegers und des Rheintalradwegs kaum genutzt.

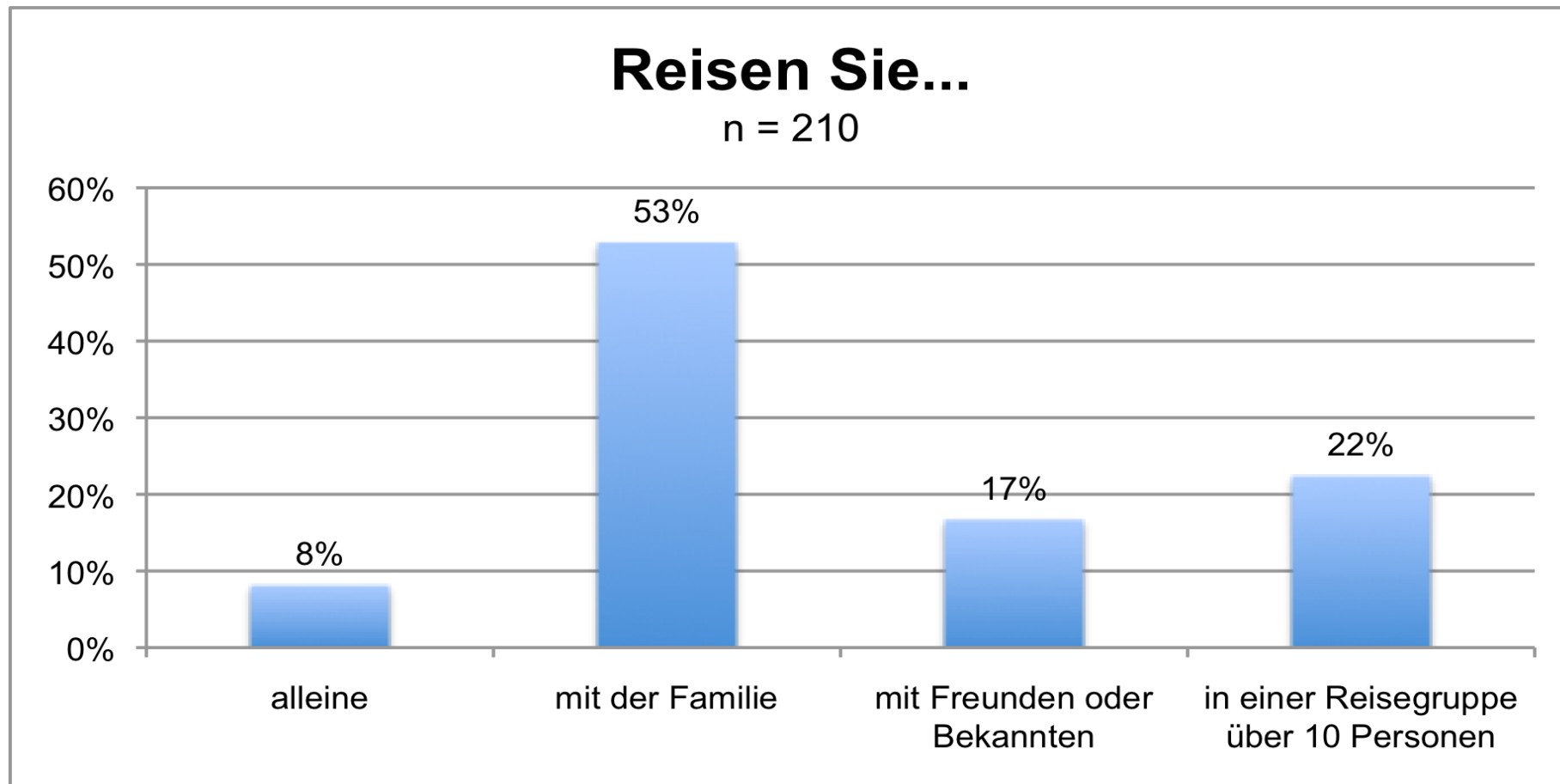


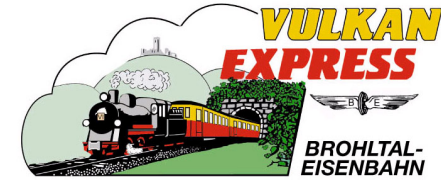
Gezielte Empfehlung der Bahn- oder Radanreise kann entlastend wirken.



# Wie reisen unsere Fahrgäste? (5/8)

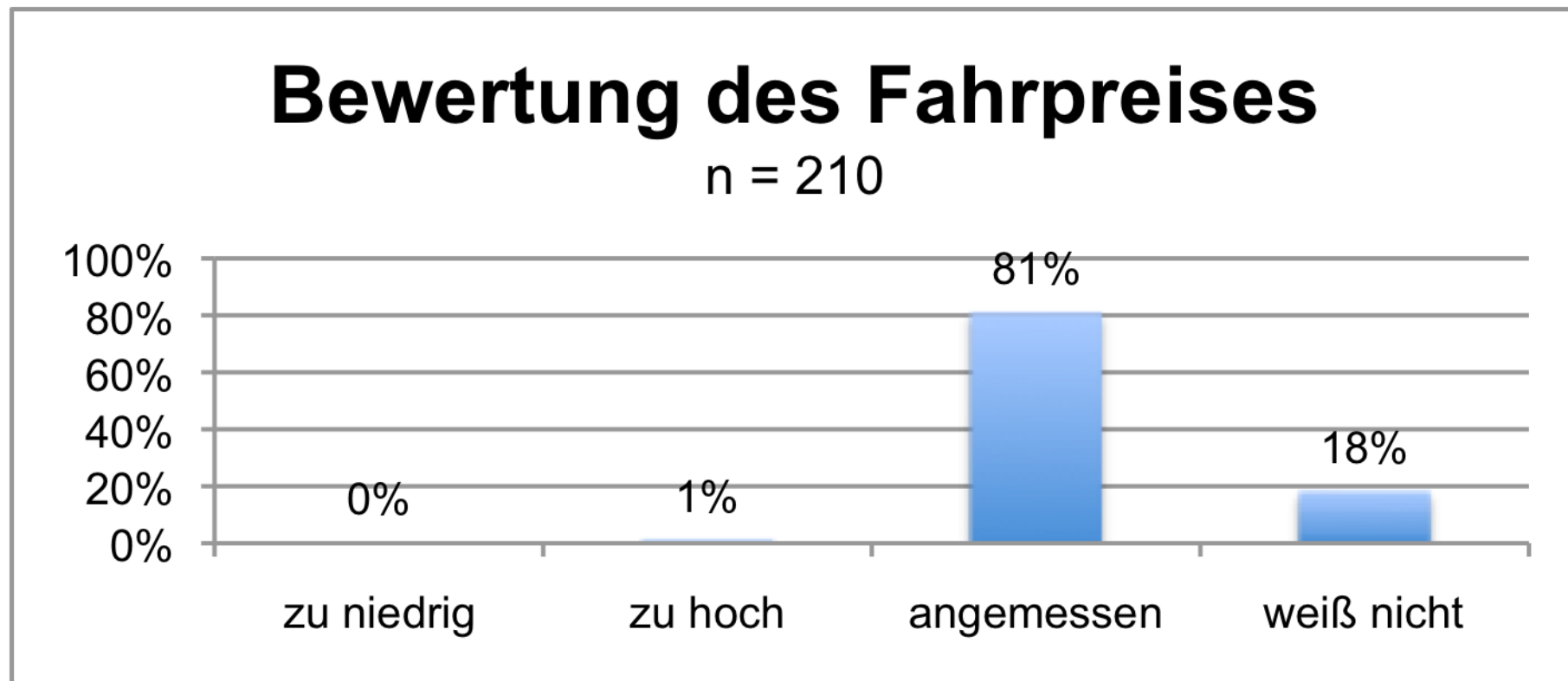
Alleine, mit Freunden oder der Family?



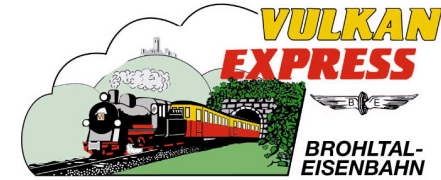


## Wie reisen unsere Fahrgäste? (6/8)

Sind unsere Fahrkarten zu teuer? Oder ist alles paletti?

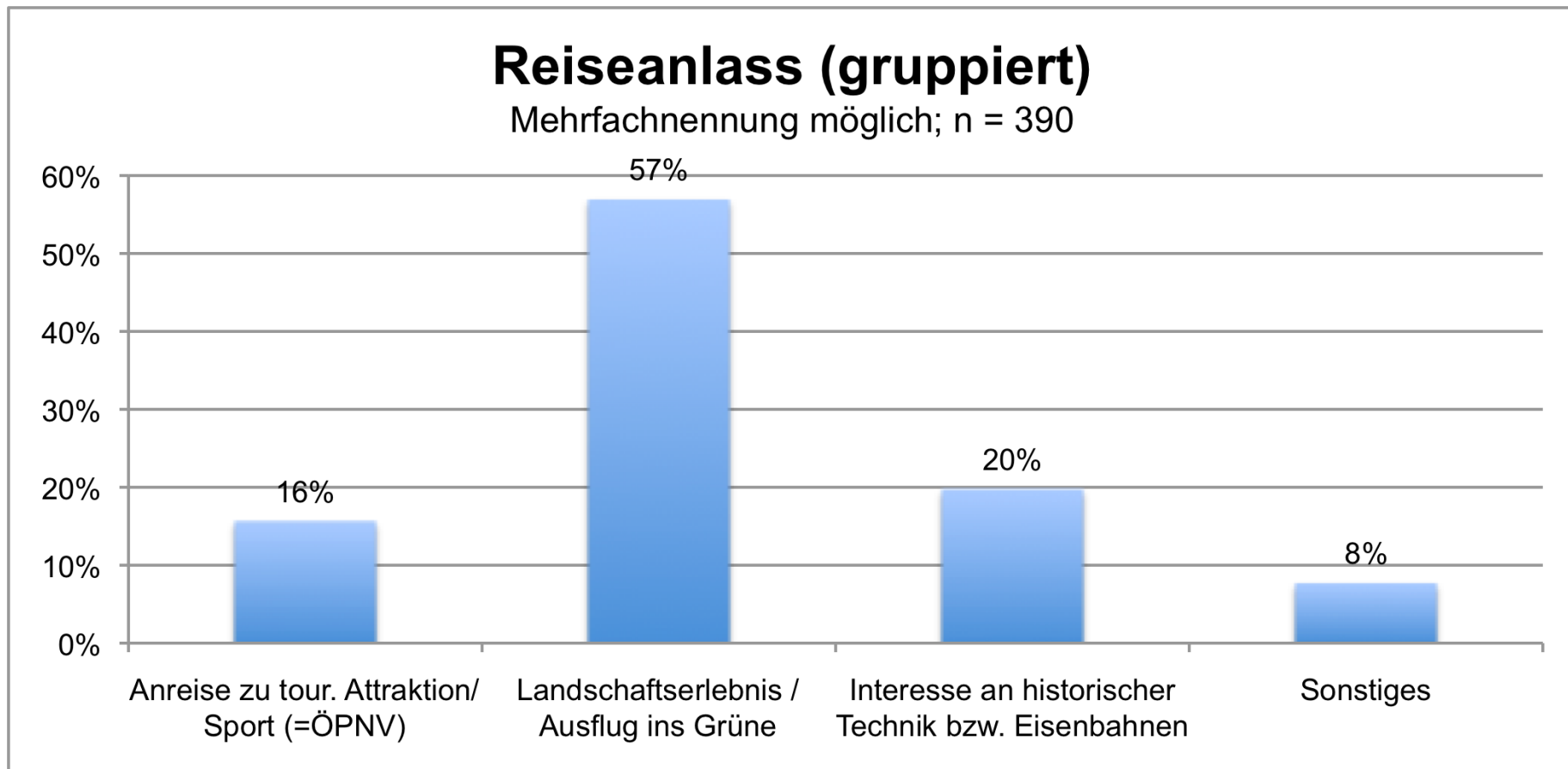


Hinweis: Mündlich wurde oft geäußert, die Preise seien sehr günstig.

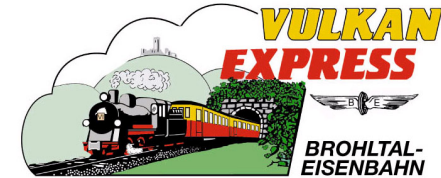


# Wie reisen unsere Fahrgäste? (7/8)

Zum Arzt oder in die Natur? Warum fährt man mit uns?

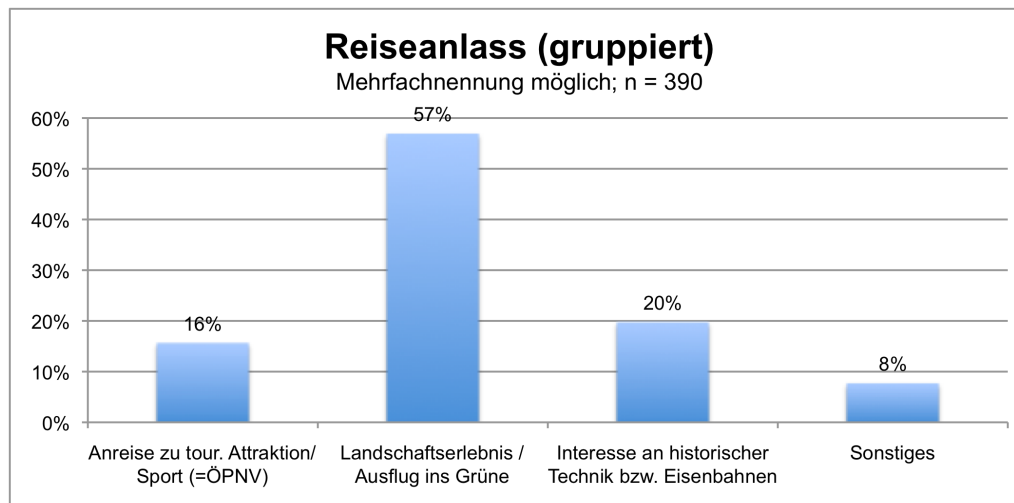






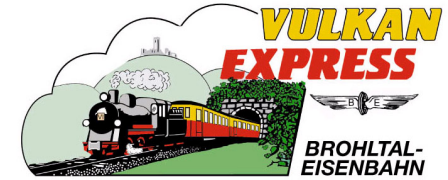
# Wie reisen unsere Fahrgäste? (7/8)

Zum Arzt oder in die Natur? Warum fährt man mit uns?



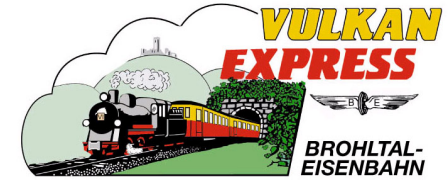
Potenzial als Verkehrsmittel noch ausbaubar. Stärkere Vernetzung mit anderen touristischen Zielen kann zusätzliche Fahrgäste erschließen, die den Zug zur Anreise dorthin nutzen.

Michael Hergarten, AK Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der IBS



# Wie reisen unsere Fahrgäste? (8/8)

Was machen unsere Fahrgäste am Ziel?

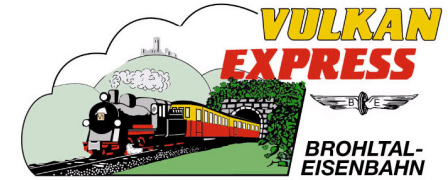


## Wie reisen unsere Fahrgäste? (8/8)

Was machen unsere Fahrgäste am Ziel?

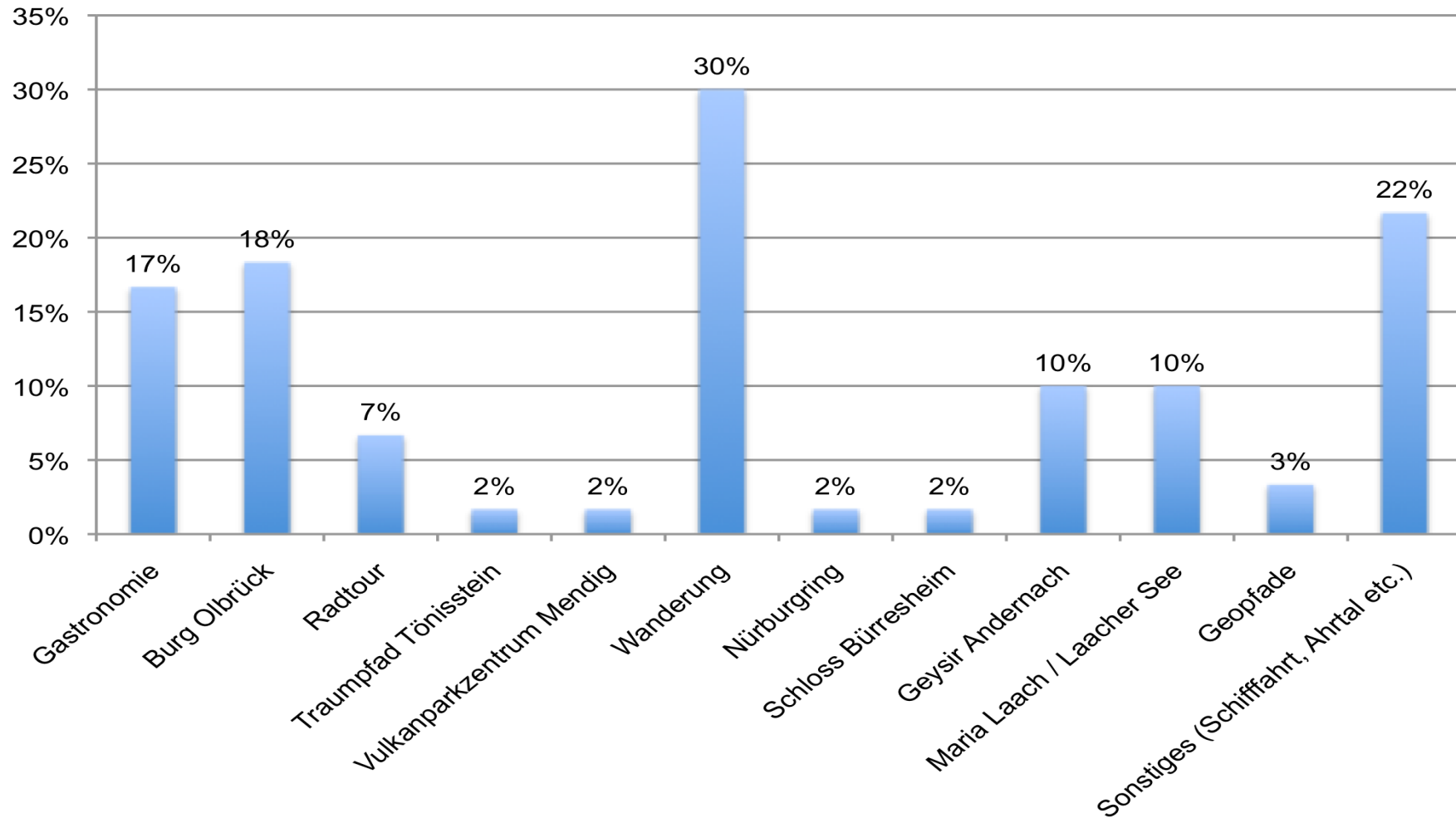
...60% leider gar nichts!

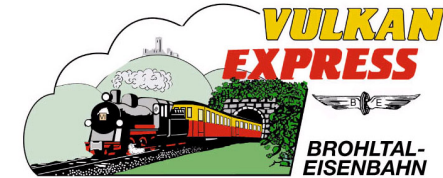
...die übrigen 39 % (1% keine Angabe) nutzt die touristischen Möglichkeiten wie folgt:



## Nutzung touristischer Ziele in der Umgebung

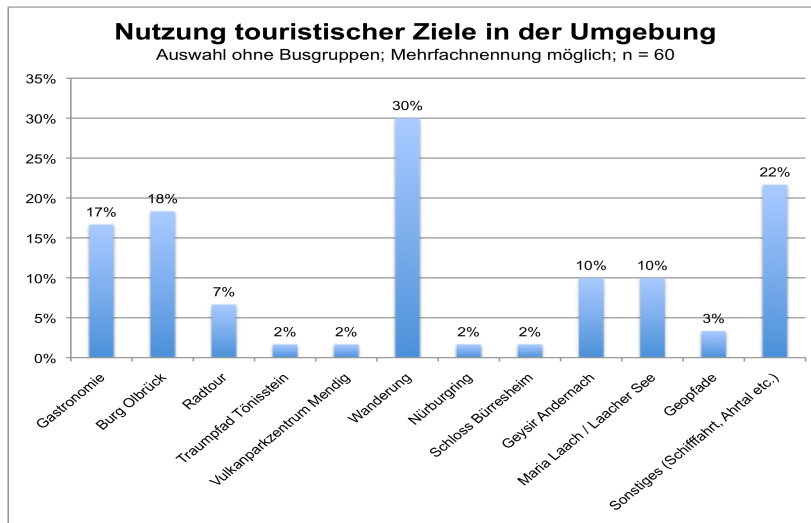
Auswahl ohne Busgruppen; Mehrfachnennung möglich; n = 60





# Wie reisen unsere Fahrgäste? (8/10)

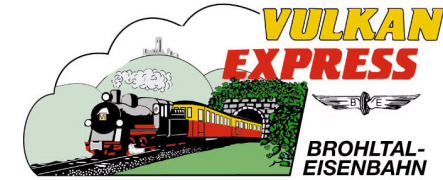
## Was machen unsere Fahrgäste am Ziel?



Die Vernetzung mit anderen Zielen ist schlecht! Sehr wenige Nutzer nutzen die Angebote der Region.

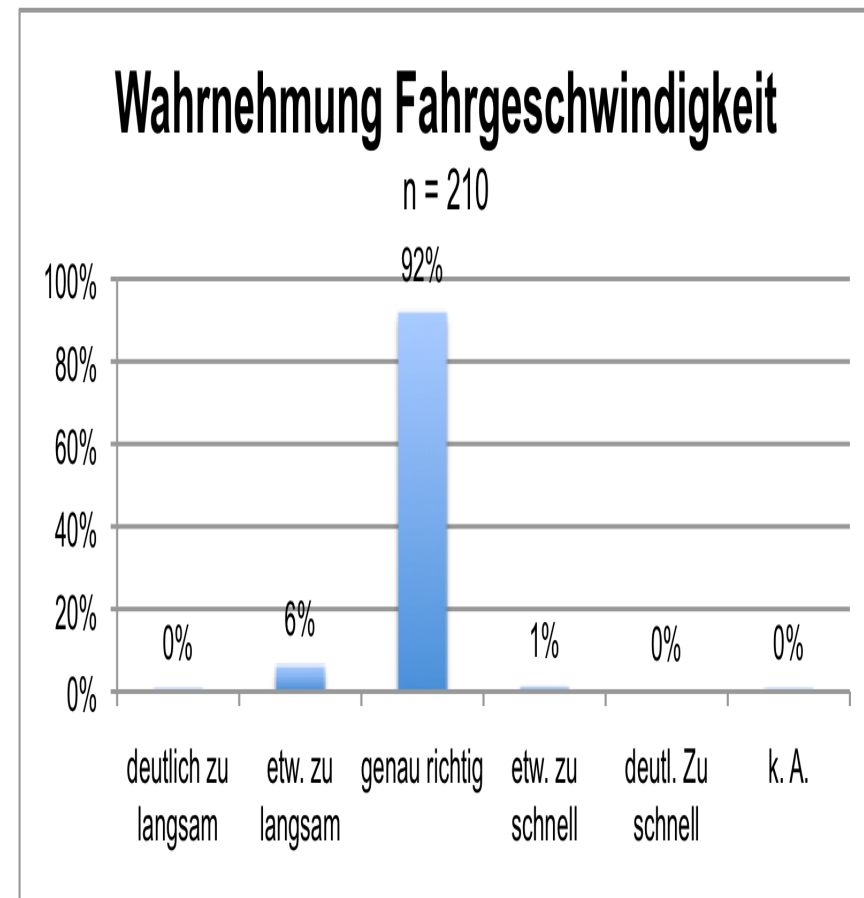
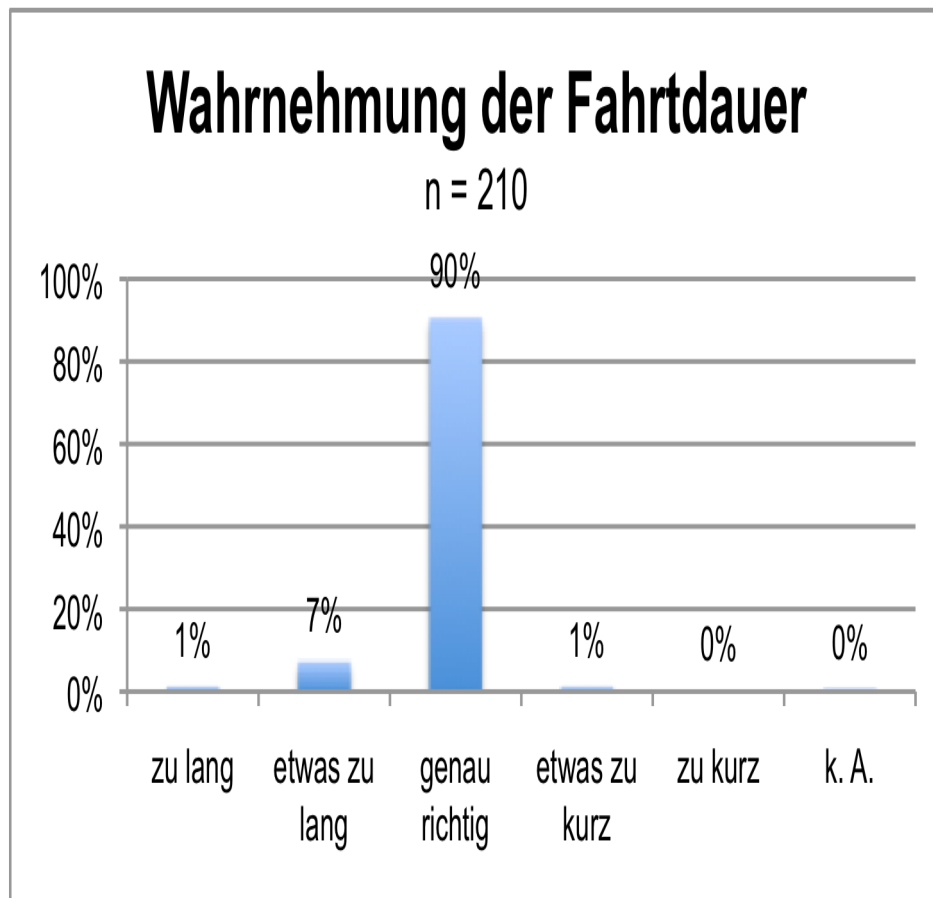


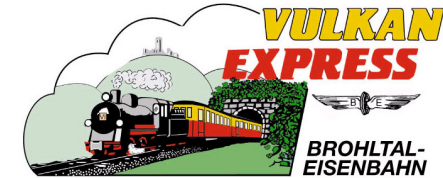
Gerade Wander- und Radangebote sowie Vulkanparkkombinationen ausbaubar.



# Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (1/8)

Eile mit Weile? Oder macht Tempo 20 nervös?



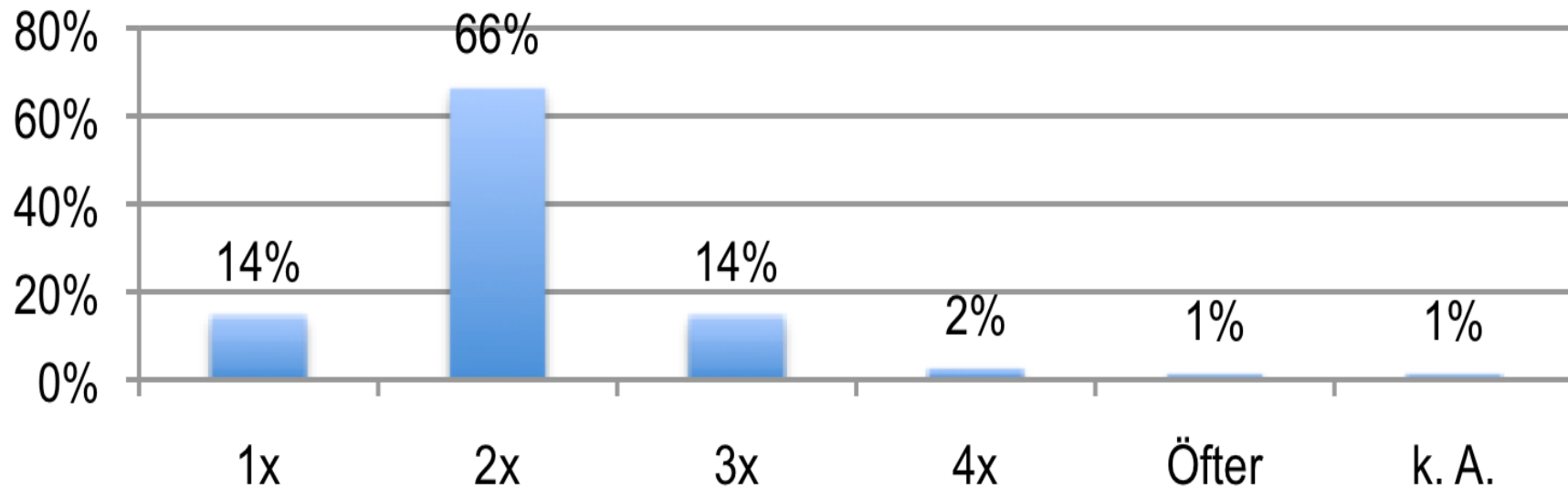


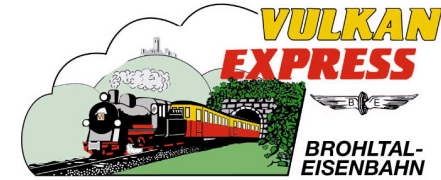
# Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (2/8)

Stundentakt oder Alibizugpaar?

## Gewünschtes Mindestangebot (ZP)

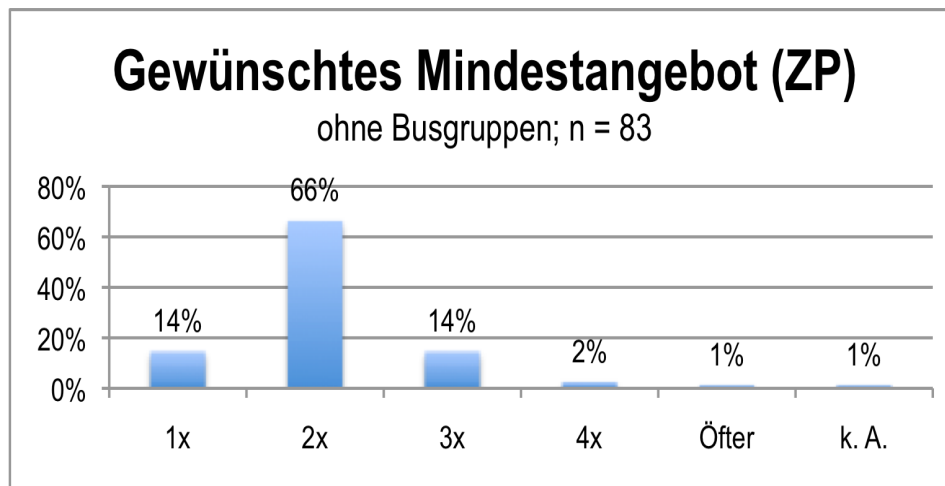
ohne Busgruppen; n = 83





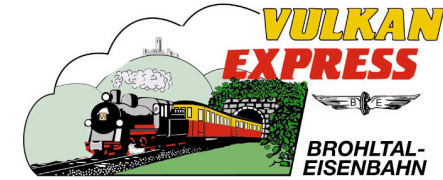
# Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (2/8)

Stundentakt oder Alibizugpaar?



Klare Präferenz zu 2 Zugpaaren. Das Angebot entspricht damit quantitativ den Erwartungen.



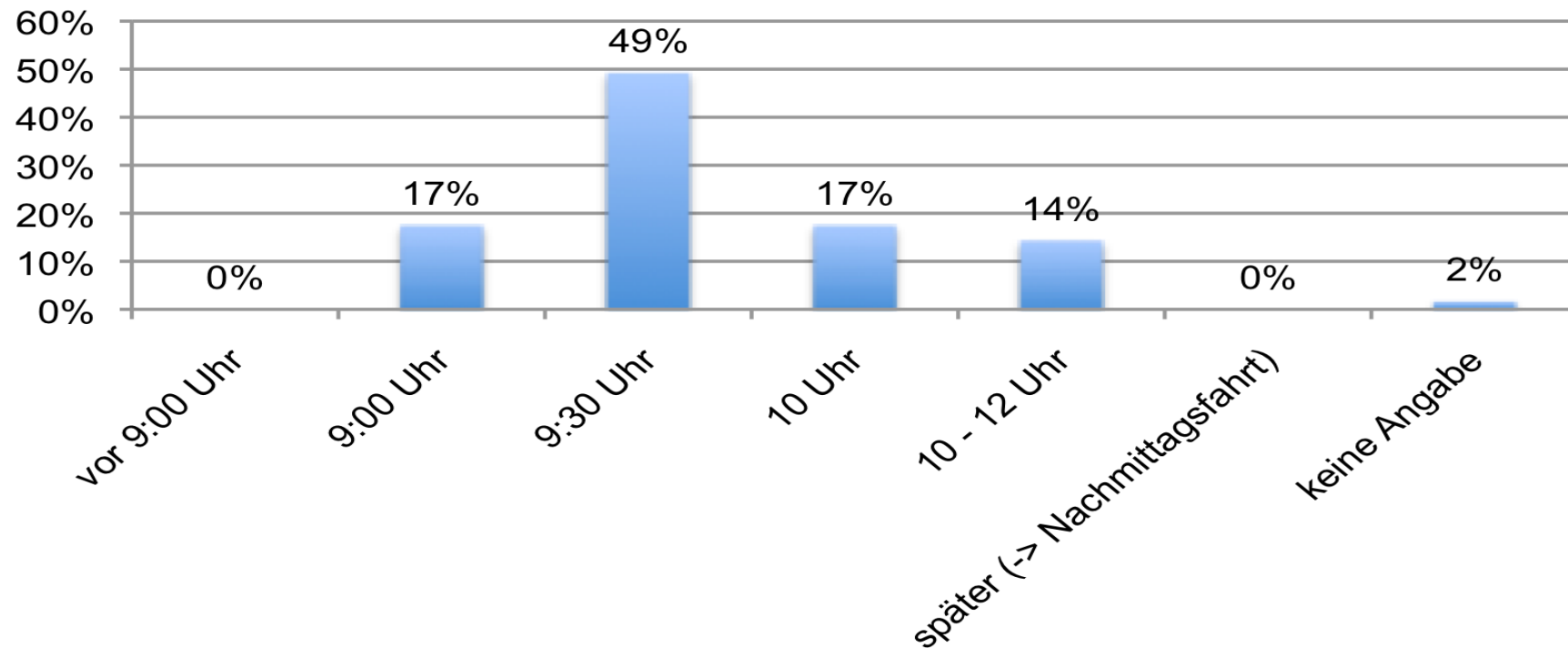


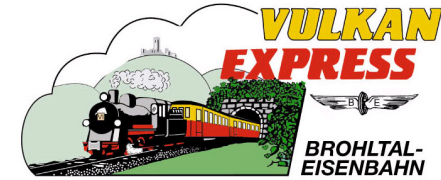
# Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (3/8)

„Im Frühtau zu Berge“ oder „Der frühe Vogel kann mich mal?“

## Früheste akzeptierte Abfahrtszeit

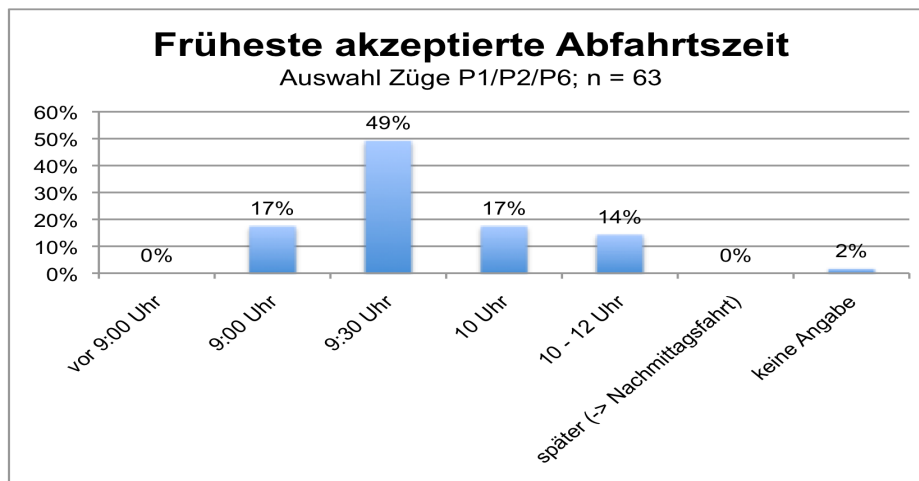
Auswahl Züge P1/P2/P6; n = 63





# Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (3/8)

„Im Frühtau zu Berge“ oder „Der frühe Vogel kann mich mal?“



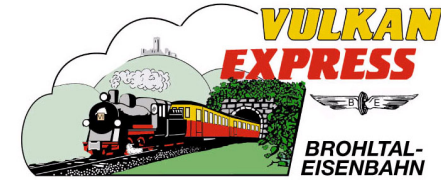
- 31 % der Frühzug-Nutzer war die Abfahrt im Grunde zu früh.
- Heutige Nichtnutzer wegen zu früher Abfahrtszeit nicht erfasst.
- Präferenz für 9:30 Uhr ergibt sich in Teilen aus Gewohnheit.



Abfahrt liegt einem Drittel der heutigen Kunden zu früh.

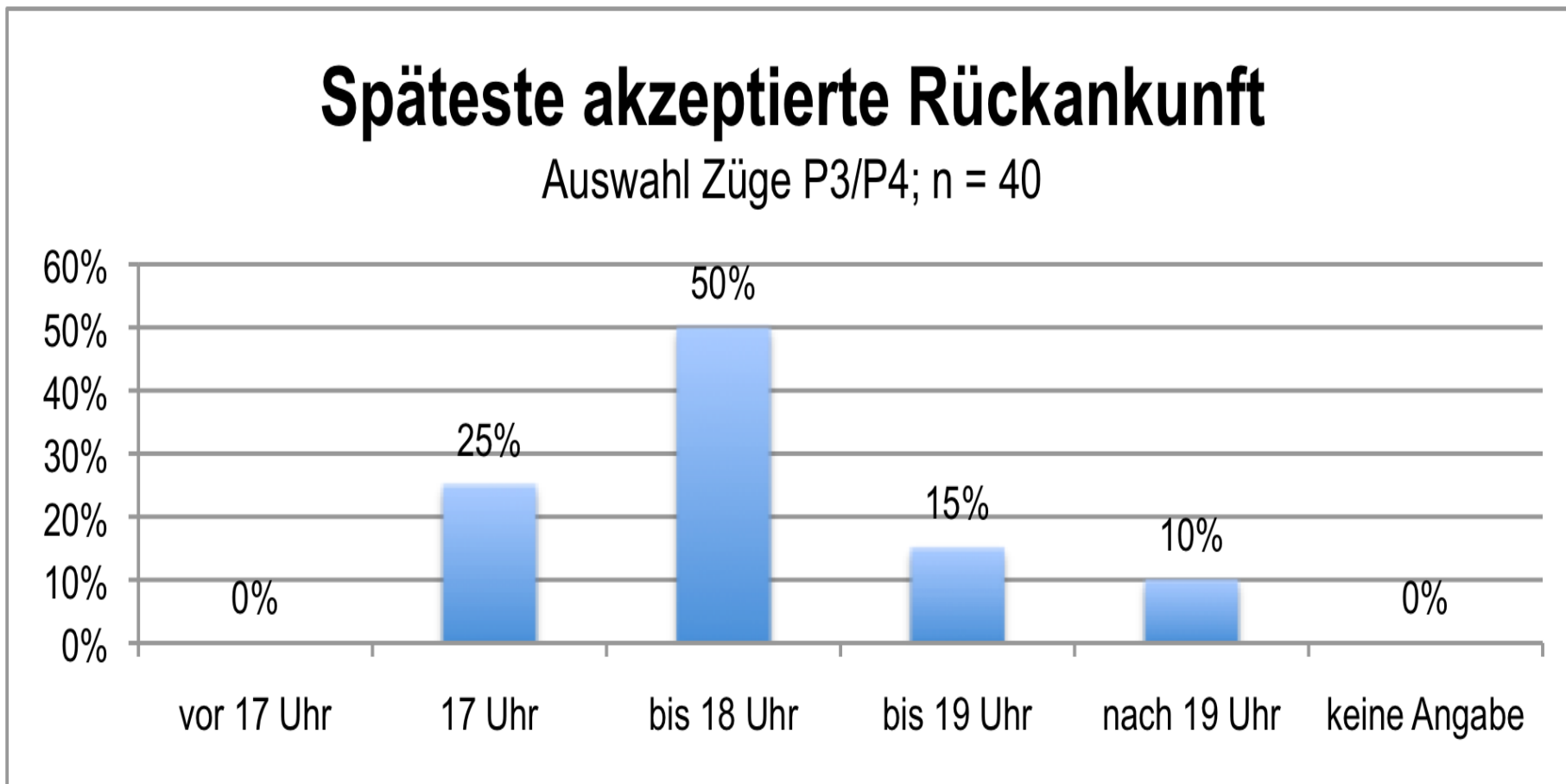


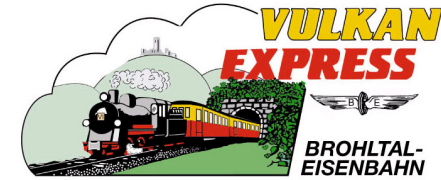
Erreichbarkeit der 9:30 Uhr-Abfahrt schlecht.



# Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (4/8)

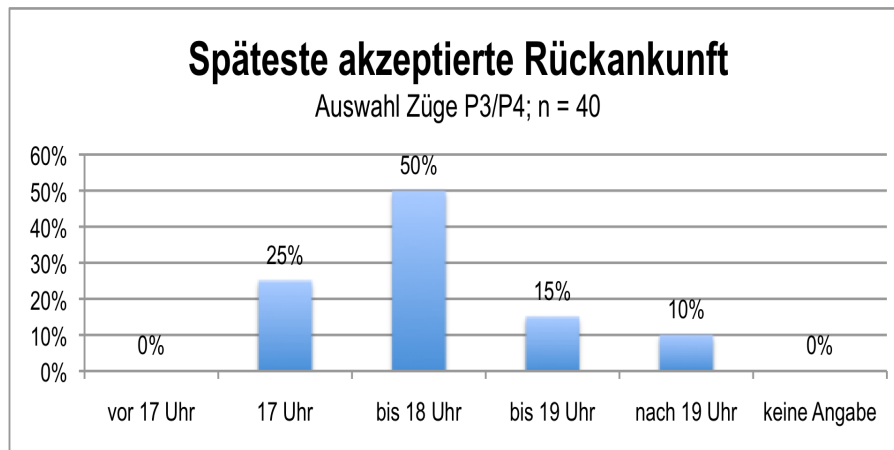
Nichts wie heim...?



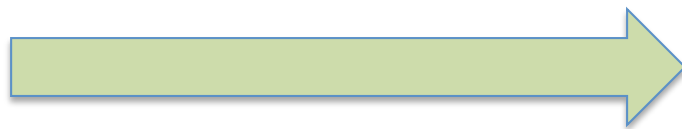


# Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (4/8)

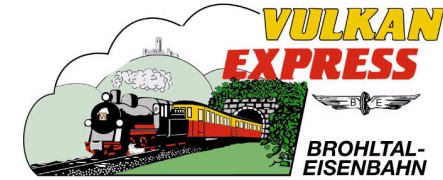
Nichts wie heim...?



- 50% wünschen eine Rückkehr gegen 18 Uhr. Dies entspricht in etwa der heutigen Lage.
- je 25% früher oder später als 18 Uhr.

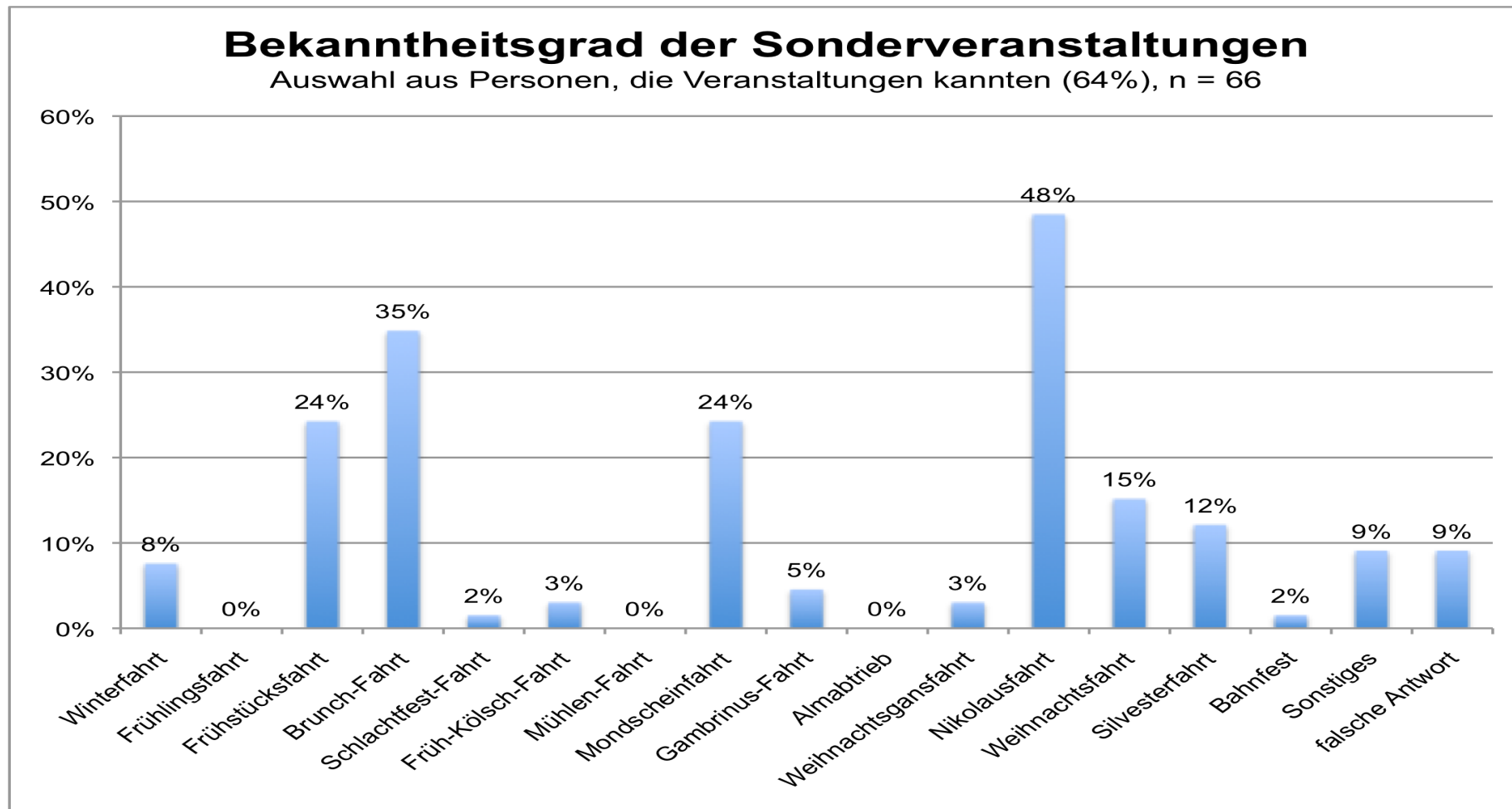


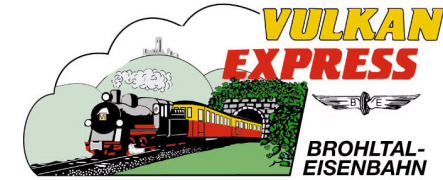
Hohe Zufriedenheit mit heutiger Rückankunft. Diese sollte nicht wesentlich später als 18 Uhr erfolgen.



# Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (5/8)

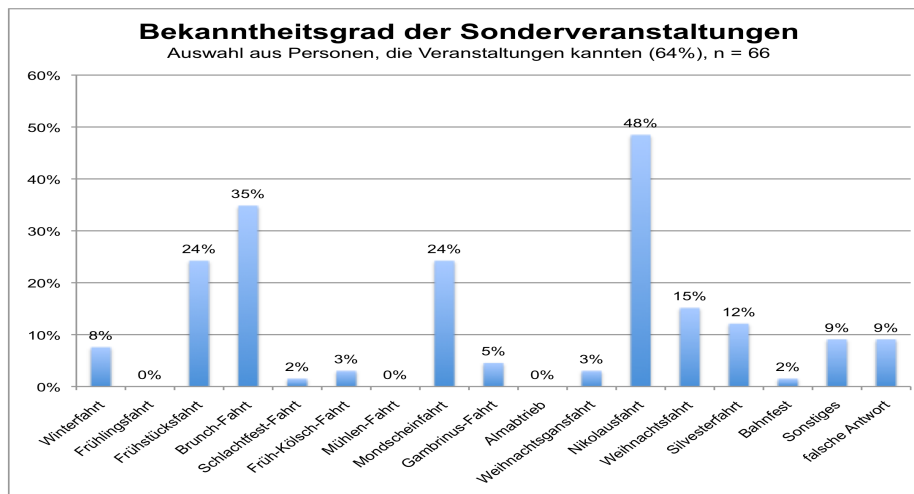
Welche Sonderveranstaltungen sind bekannt?



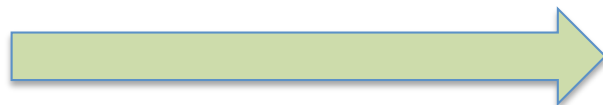


# Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (5/8)

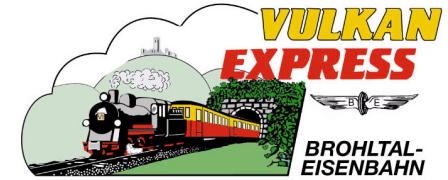
Welche Sonderveranstaltungen sind bekannt?



Nikolausfahrten als großer Werbeträger.



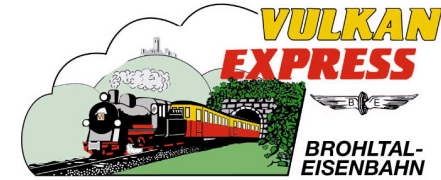
Auch Frühstücks- und Mondscheinfahrt von großer Bedeutung.



## Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (6/8)

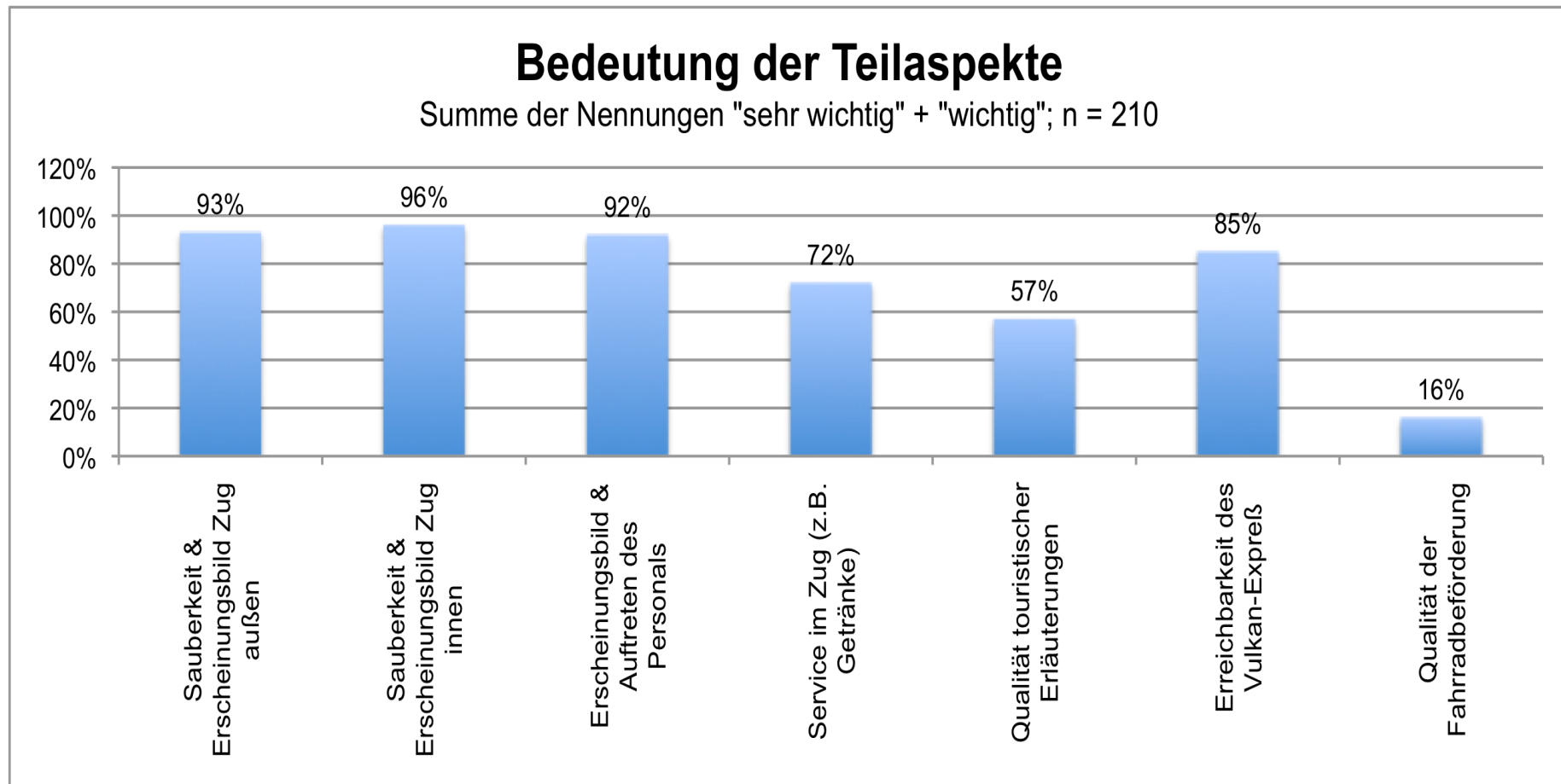
Wie gut sind wir eigentlich in Schultnoten?

- Sauberkeit & Erscheinungsbild Zug außen: 1,7
- Sauberkeit & Erscheinungsbild Zug innen: 1,7
- Erscheinungsbild & Auftreten des Personals: 1,6
- Service im Zug (z. B. Getränke): 1,7
- Qualität touristischer Erläuterungen d. Personal: 1,8
- Erreichbarkeit des Vulkan-Expresß: 1,8
- Qualität der Fahrradbeförderung: 1,7

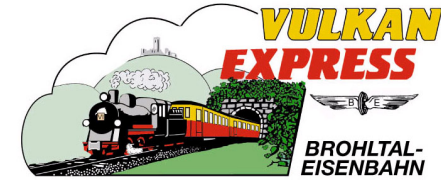


# Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (7/8)

Und was davon ist wichtig?

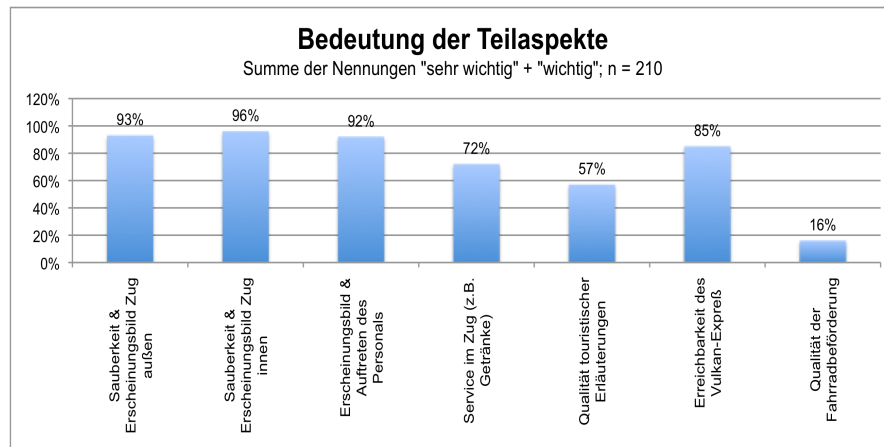






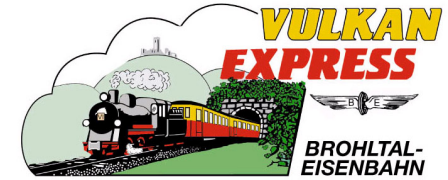
# Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (7/8)

Und was davon ist wichtig?



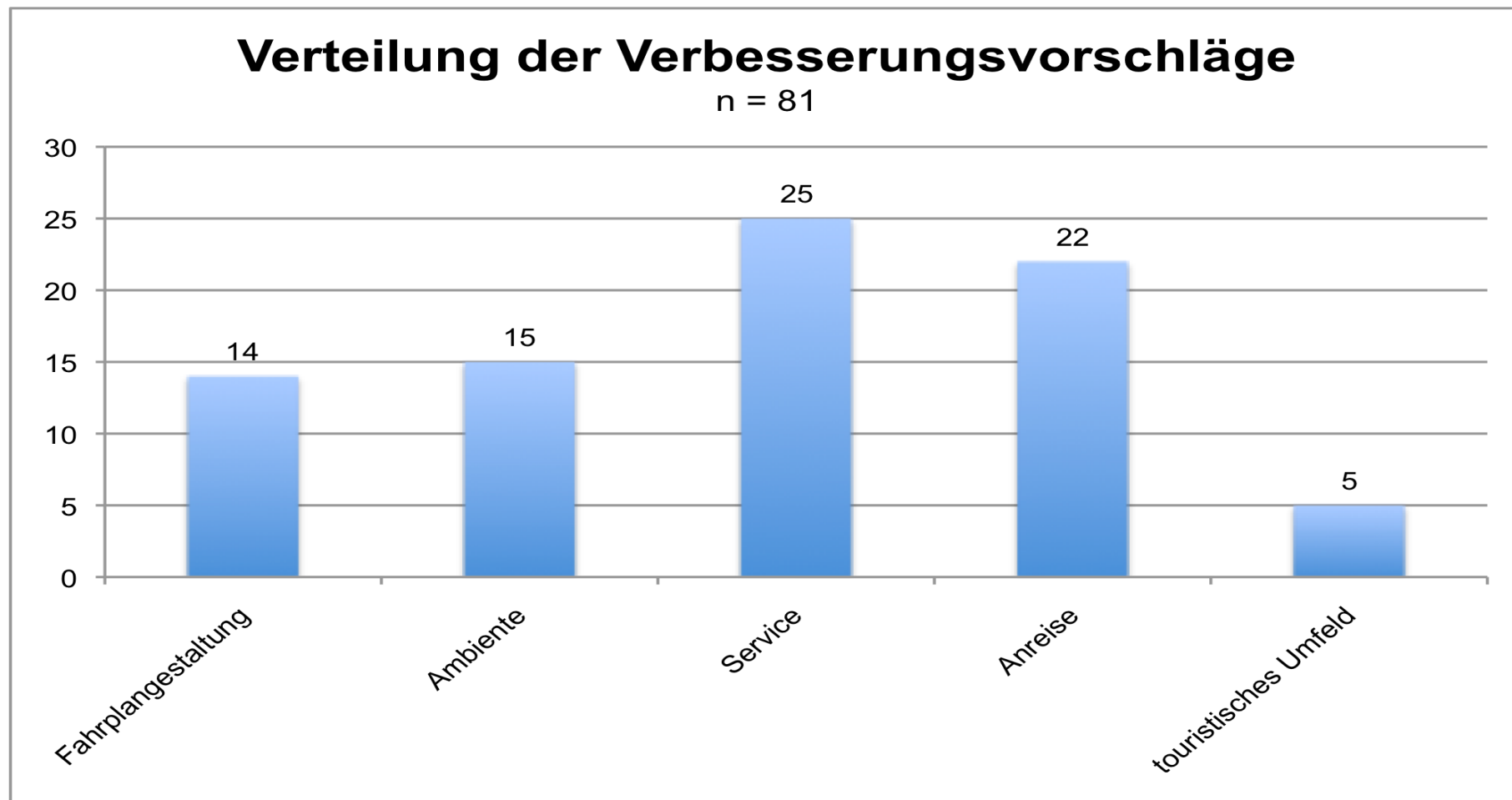
Hohe Zufriedenheit mit den Einzelaspekten.

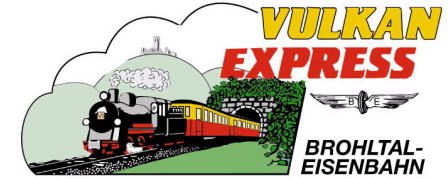
Bedeutung der Sauberkeit wichtigster Aspekt.



# Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (8/8)

Was können wir verbessern?



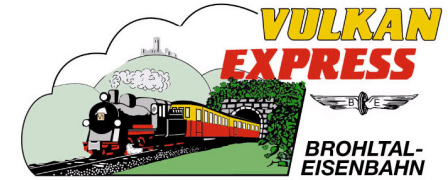


# Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (8/8)

Was können wir verbessern?

Anregungen unserer Fahrgäste:

- a) Teilbereich Fahrplangestaltung (14 Vorschläge)
  - **Spätere Rückfahrtmöglichkeit (4x)**
  - **Längere Aufenthalte in Brohl und Engeln (5x)**
  - Kürzere Reisezeiten (1x)
  - Größeres Fahrtenangebot (1x)
  - Busanschlüsse in Nachbarorte bzw. als Ergänzung zum Zug (3x)

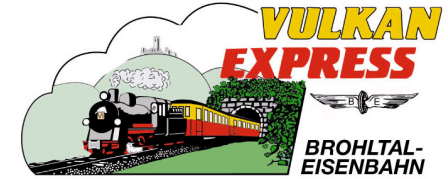


# Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (8/8)

Was können wir verbessern?

Anregungen unserer Fahrgäste:

- b) Teilbereich Ambiente (15 Vorschläge)
  - **Dampflokeinsatz (7x)**
  - **Reduktion der Fahrgeräusche (4x)**
  - Verbesserter Grünschnitt (1x)
  - Verbesserung der Sitzqualität (1x)
  - Verbesserung der Sauberkeit 2x)



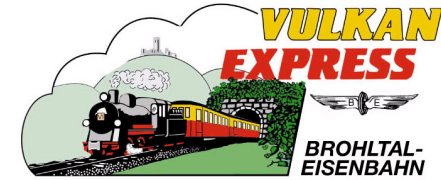
# Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (8/8)

Was können wir verbessern?

Anregungen unserer Fahrgäste:

c) Teilbereich Service (25 Vorschläge)

- **Verbesserung & Erweiterung touristischer Erläuterungen (12x)**
- Ausweitung des Gastronomie-Angebots (3x)
- Verleih von Sitzkissen (3x)
- Ausbau von englischsprachigen Informationen (2x)
- Verbesserung der Homepage (2x)
- Sonstiges (2x)



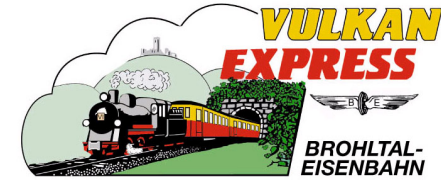
# Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (8/8)

Was können wir verbessern?

Anregungen unserer Fahrgäste:

c) Teilbereich Service (25 Vorschläge)

- **Verbesserung & Erweiterung touristischer Erläuterungen (12x)**
- Ausweitung des Gastronomie-Angebots (3x)
- Verleih von Sitzkissen (3x)
- Ausbau von englischsprachigen Informationen (2x)
- Verbesserung der Homepage (2x)
- Sonstiges (2x)

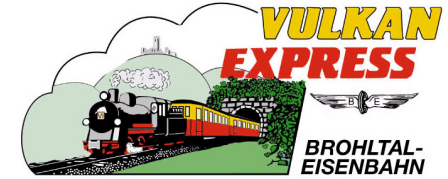


# Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (8/8)

Was können wir verbessern?

Anregungen unserer Fahrgäste:

- d) Teilbereich Anreise (22 Vorschläge)
  - **Verbesserung der straßenseitigen Beschilderung zu den Bahnhöfen (14x)**
  - **Ausbau der Parkmöglichkeiten in Brohl (6x)**
  - Behebung von Problemen bei der Anreise mit Navi (2x)



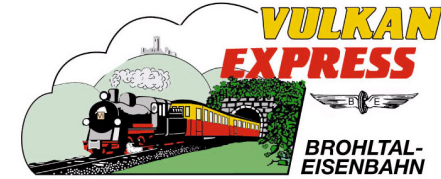
# Wie zufrieden sind unsere Fahrgäste? (8/8)

Was können wir verbessern?

Anregungen unserer Fahrgäste:

- e) Teilbereich Touristisches Umfeld (5 Vorschläge)
  - Verbesserung der Beschilderung von Wanderwegen (1x)
  - Ausbau von Kooperationen mit touristischen Partnern (1x)
  - Verbesserung der Bedingungen für den Radverkehr (2x)
  - Ausbau der Informationen zur örtlichen Gastronomie (1x)



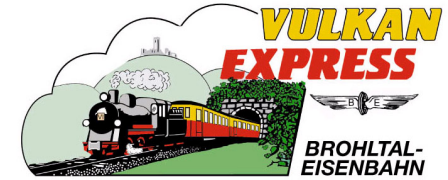


# Problemfelder & Chancen

## Zusammenfassung

### 1) Vernetzung mit der Region

- Fahrgäste nutzen kaum andere Angebote der Region in Kombination mit der Brohltalbahn.
- Potenziale der Zwischenbahnhöfe liegen weitestgehend brach.
- Touristische und verkehrliche Vernetzung mit anderen Zielen kaum gegeben
- Wander- und Radtourismus leiden unter schlechter Beschilderung und fehlenden Radwegen
- Das gastronomische Angebot in der Region wird kaum bekannt gemacht.

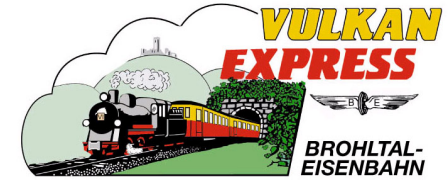


# Problemfelder & Chancen

## Zusammenfassung

### 2) Anreise zur Brohltalbahn

- Starke Kritik an den Parkmöglichkeiten
- Starke Kritik an der Beschilderung der Bahnhöfe
- Teilweise falsche Angaben auf der Homepage und in Reservierungsbestätigungen.
- Keine klare ÖPNV-Anreiseempfehlung in Reservierungsbestätigungen
- Schlechte Anschlüsse vom SPNV beim Frühzug
- Tarifliche Nachteile bei SPNV-Anreise beim Frühzug („9Uhr-Tickets“)
- Zwischenstationen & Schiffsanleger kaum genutzt

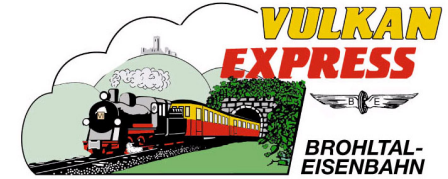


# Problemfelder & Chancen

## Zusammenfassung

### 3) Ambiente & Service

- Wunsch nach verbesserten Touristische Erläuterungen
- Wunsch nach Dampflokinsatz
- Wunsch nach Reduktion der Fahrgeräusche
- Homepage verbesserungsbedüftig
- Mangelhafte englischsprachige Informationen
- Verbesserung des Zug-Service
- Verbesserung der Sitzqualität im Zug



# Problemfelder & Chancen

## Zusammenfassung

### 4) Fahrplangestaltung

- Erste Abfahrtszeit um 09:30 Uhr für ein Drittel der bisherigen Fahrgäste zu früh.
- Frühe „letzte Abfahrt“ bereits um 14:10 Uhr (mitten am Tag)
- Fahrgastwunsch nach späteren Rückfahrten (jedoch überwiegender Wunsch, um 18 Uhr zurück zu sein.)
- Fahrgastwunsch nach längeren Aufenthalten in Engeln und Brohl
- Fahrgastwunsch nach Busanschlüssen (-> Vernetzungsgedanke mit anderen Zielen!)