

# Combined Competence

Software | Market Research | Employee Research

**ROGATOR**   
MARKET RESEARCH | EMPLOYEE RESEARCH | SOFTWARE

## Presseinformation

Rogator / exeo untersuchen die Zusammenhänge zwischen Veränderungen in der Arbeitsorganisation und den Mobilitätsstrukturen in Deutschland, Österreich, der Schweiz und in Schweden („OpinionTRAIN“):

### „Die Zukunft der Arbeit und deren Einfluss auf die Mobilität nach der Corona-Krise“



Datum: Nürnberg, 30. Juni 2020

Verantwortlich für die Studie:

**Johannes Hercher**

**ROGATOR**   
MARKET RESEARCH | EMPLOYEE RESEARCH | SOFTWARE

#### **Rogator AG**

Emmericher Straße 17, D-90411 Nürnberg  
Tel: +49 (0) 911 8100 558  
Fax: +49 (0) 911 8100 570  
j.hercher@rogator.de  
www.rogator.de

**Prof. Dr. Andreas Krämer**

  
Strategic Consulting AG

#### **exeo Strategic Consulting AG**

Wittelsbacherring 24, D-53115 Bonn  
Tel: +49 (0) 178 256 22 41  
Fax: +49 (0) 228 629 78 51  
andreas.kraemer@exeo-consulting.com  
www.exeo-consulting.com



Vorstand: Johannes Hercher  
Vorsitzender des Aufsichtsrates: Dr. Stephan Raum  
Registernr.: Nürnberg HRB 19335 USt.-IdNr. DE22205375

**Rogator AG**  
Emmericher Str. 17  
D - 90411 Nürnberg

fon: +49 911 8100 - 550  
fax: +49 911 8100 - 570  
mail: info@rogator.de

## **„Die Zukunft der Arbeit und deren Einfluss auf die Mobilität nach der Corona-Krise“**

### **Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV): Abhängigkeit von Stammkunden mit Zeitkarten / Pendeln zur Arbeit: Extrem eingeschränkt im März - Mai 2020 / Erwartete Veränderungen beim Thema Arbeit: Höhere Arbeitslosigkeit und stärkere Nutzung des Homeoffice / Herausforderungen für das Marketing: Spezifische Tarifangebote erforderlich?**

In Zeiten von Corona steht der Personennahverkehr (ÖPNV) vor besonderen Herausforderungen, soll doch die Mobilität mit Bussen und Bahnen weiter gesichert werden. Um die Nachfrage nach Beendigung der Krisenbeschränkungen wieder zu erhöhen, müssen die Fahrgäste das Vertrauen erhalten, dass Fahrten mit öffentlichen Verkehrsmitteln günstig und sicher (auch ohne Ansteckungsrisiko) sind. Gleichzeitig war der ÖPNV vor Ausbruch der Corona-Krise punktuell immer wieder durch eine hohe Auslastung gekennzeichnet, eine Vorstellung, die bei vielen potenziellen Kunden heute einen Stress-Faktor auslöst. Für den in der Regel defizitären ÖPNV stellt eine Mindestauslastung einen zentralen Bestimmungsgrund für die Sicherung der Einnahmen dar. Allerdings ist der Vertrauensaufbau nicht die einzige Herausforderung für die kommunalen und regional tätigen Verkehrsunternehmen. Veränderungen in der Arbeitswelt haben ebenfalls einen Einfluss auf die Nutzerstruktur im ÖPNV.

„Bezüglich der Nutzung des ÖPNV war vor der Krise eine sehr starke Konzentration der Fahrten auf Stammkunden und Pendler – in der Regel mit Wochen-, Monats- und Jahreskarten zu verzeichnen. Zeitkarten rechnen sich jedoch nur dann, wenn eine kontinuierlich hohe Anzahl von Fahrten auf einer Strecke planbar ist. Für viele Pendler ist das während der Krise nicht mehr der Fall“, betont Johannes Hercher, Vorstand der Rogator AG und Co-Autor der Studie OpinionTRAIN.

#### **Die Ergebnisse der Studie im Überblick:**

### **Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV): Abhängigkeit von Stammkunden mit Zeitkarten**

In der Studie wurde erfasst, wie häufig die Befragten vor Ausbruch der Krise Busse und Bahnen am Wohnort genutzt haben. Der Anteil von Stammkunden, also Personen, die den ÖPNV an mindestens 3 Tagen pro Woche nutzen, liegt in Deutschland bei 17 %. Diese verfügen in der Regel über eine Zeitkarte eines Verkehrsverbundes. Laut VDV (Verband Deutscher Verkehrsunternehmen) vereinigen in Deutschland die Besitzer von Zeitkarten etwa drei Viertel aller Fahrten auf sich. Darin kommt klar zum Ausdruck, dass der öffentliche Verkehr von diesen Kunden stark abhängig ist. Besonders große Stammkundenanteile werden einerseits für jüngere Altersklassen (<30 Jahre) und andererseits für Bewohner größerer Städte ausgewiesen. Im Ländervergleich ist der Anteil der ÖPNV-Stammkunden in Deutschland allerdings eher gering. In Schweden (19 %), Österreich (20 %) und vor allem in der Schweiz (26 %) liegen die Stammkundenanteile im ÖPNV erkennbar höher.

#### **Pendeln zur Arbeit: Extrem eingeschränkt im März - Mai 2020**

Wie die Bestandsaufnahme für den Mai 2020 während der Corona-Krise zeigt, arbeiten 24 % der Beschäftigten in Deutschland häufiger oder komplett von zuhause. Etwa 15 % geben an, dass sie sich in Kurzarbeit befinden. Nur jeder zweite Arbeitnehmer geht seiner normalen Beschäftigung uneingeschränkt nach. Das übliche Pendeln mit dem ÖPNV zur Arbeitsstätte wird somit sehr stark eingeschränkt. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, wie nachhaltig die Auswirkungen der Corona-Krise sein werden. In der Studie wurde erfasst, inwieweit die Verbraucher von nachhaltig starken Veränderungen in unterschiedlichen Bereichen der Gesellschaft ausgehen. So werden in allen untersuchten Ländern vor allem Veränderungen der Arbeitswelt erwartet (Nr. 1-Thema in Deutschland, Österreich und Schweden, Nr. 2 in der Schweiz). Diese Veränderungen haben häufig Einfluss auf die Mobilität.

### **Erwartete Veränderungen beim Thema Arbeit: Höhere Arbeitslosigkeit und stärkere Nutzung des Homeoffice**

Im Rahmen einer offenen Frage wurden die Gründe für nachhaltige Veränderungen beim Thema Arbeit exploriert. Etwa 47 % der Nennungen können dem Aspekt „verringerte Anzahl der Arbeitsplätze / höhere Arbeitslosigkeit“ zugeordnet werden. 20 % der Nennungen entfallen auf eine erwartete Zunahme des Arbeitens von zuhause (Homeoffice). Bezogen auf alle Befragten bedeutet dies einen Anteil von 8 %. Überdurchschnittliche hohe Werte ergeben sich in Teilgruppen wie bei Stammkunden des ÖPNV (11 %), in der Altersgruppe unter 30 Jahre (11 %) und bei Befragten, die zum Zeitpunkt der Befragung bereits von zuhause gearbeitet haben (19 %).

### **Herausforderungen für das Marketing: Spezifische Tarifangebote erforderlich?**

Aufgrund der Studienergebnisse ist davon auszugehen, dass die Corona-Krise den ÖPNV nicht nur durch verstärkte Kontaktängste trifft, die zu einem Komfortverlust während der Nutzung führen, sondern indirekt auch über veränderte Strukturen in der Organisation der Arbeit. Viele Verkehrsunternehmen machen sich Sorgen darüber, welche Auswirkungen auf den Bestand an Zeitkarten mittelfristig zu erwarten sind. Bei unveränderter Preisgestaltung und gleichzeitig erhöhter Anzahl der Arbeitstage im Homeoffice, wird sich für mehr Kunden die Frage stellen, ob sich eine klassische Zeitkarte weiterhin lohnt (oder dieser Break-even-Punkt sogar unterschritten wird). Der DB Fernverkehr ist unmittelbar aktiv geworden und bietet bereits ein zeitlich befristetes 20-Fahrten-Ticket an. Pendler, die nicht mehr regelmäßig ins Büro fahren, erhalten 20 Fahrten pro Monat mit einem Rabatt (ca. 33 % gegenüber Monatskarte).

„Selbst bei Vorliegen eines Impfstoffes wäre es verfrüht, von einem problemlosen „Hochfahren“ der Fahrgastzahlen im ÖPNV auszugehen. Mit der Corona-Krise sind Veränderungen in der Arbeitswelt verbunden, die mittelbar auch die Mobilität der Menschen betreffen – diese Wirkungen sollten genau beobachtet werden, um gegebenenfalls auch spezifische Tarifangebote oder konkrete Maßnahmen im Marketing umzusetzen“, resümiert Prof. Dr. Andreas Krämer, CEO der exeo Strategic Consulting AG und Professor an der University of Applied Sciences in Iserlohn als Co-Autor der Studie OpinionTRAIN.

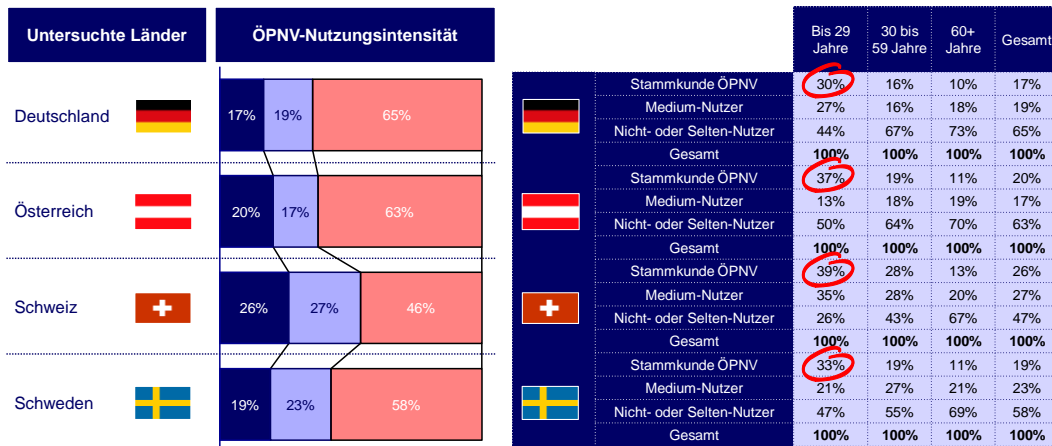
**Studienergebnisse und Key Learnings:** [kostenfreies Magazin zum Thema](#)

**Kostenfreier Studienbericht:** <https://www.rogator.de/zukunft-arbeit-einfluss-mobilitaet-corona>

**Im Ländervergleich ist der Anteil der ÖPNV-Stammkunden in Deutschland mit 17 % gering: Die Schweiz kommt auf einen Anteil von 26 %**

Opinion  
TRAIN

**Nutzungsintensität Busse und Bahnen am Wohnort vor der Corona-Krise (% aller Befragten)<sup>1)</sup>**



■ Stammkunde (Nutzung 3+ Tage pro Woche) ■ Medium Nutzer (Nutzung 1-2 Tage pro Woche) ■ Low-/Non-User (Nutzung max. 1 Tag pro Monat)

1) Wie oft sind Sie in einer normalen Woche vor Ausbruch der Corona-Krise durchschnittlich mit den Bussen und (U-/S-)Bahnen an Ihrem Wohnort gefahren?



Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

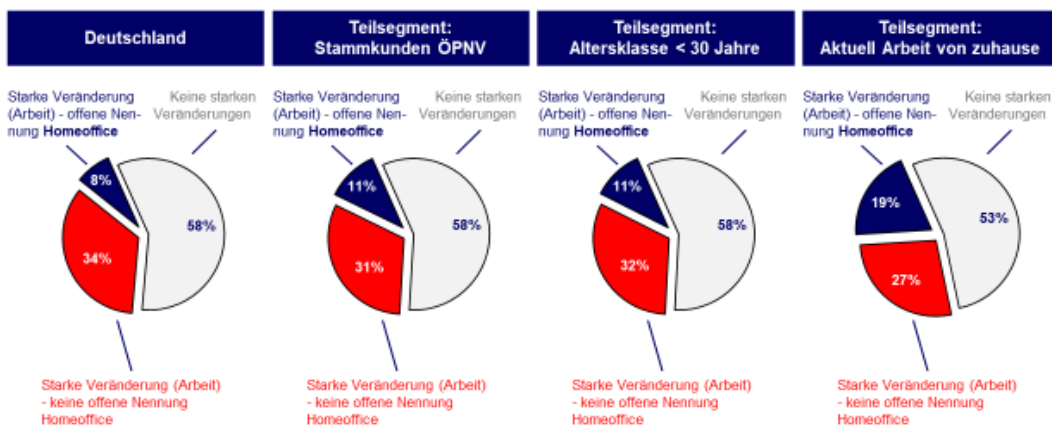


**In Deutschland erwarten 8 % starke krisenbedingte Änderungen in puncto Homeoffice-Arbeit – je nach Teilsegment ergeben sich deutlich höhere Werte**

Opinion  
TRAIN



**Erwartete nachhaltig starke Veränderung im Bereich Arbeit<sup>1)</sup>**



1) Glauben Sie, dass die Corona-Krise zu nachhaltigen Veränderungen in der Gesellschaft führen wird? In welchen Bereichen erwarten Sie besonders starke Veränderungen? Mehrfachantworten möglich. Und: Welche Veränderungen erwarten Sie beim Thema Arbeit? Offene Frage.



Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



**Hintergrund der Studie:** „OpinionTRAIN“ ist eine repräsentativ angelegte Studie zur Bewertung von Trends und des Wertewandels in der Bevölkerung (Kooperation von der Rogator AG und der exeo Strategic Consulting AG). Grundlage der Untersuchung ist eine Online-Befragung von 2.500 Personen (18 - 80 Jahre) in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Schweden.

## Über die Herausgeber der Studienreihe „OpinionTRAIN“

### Rogator AG

Die Rogator AG steht seit **20 Jahren** für **leistungsstarke Software** und **erfolgreiche Online-Forschung**. Erfolgsgarant des Unternehmens ist dabei die Kombination aus zuverlässigen Softwareprodukten, fundierten methodischen Kenntnissen im **Online-Kunden- und Mitarbeiterfeedback** sowie einem umfassenden Full-Service-Angebot: „**Combined Competence**“ für jedes Befragungsprojekt. Getreu der Philosophie „more than you ask for“ denkt Rogator dabei immer einen Schritt weiter für maximale Kundenorientierung sowie innovative, maßgeschneiderte und sichere Lösungen. Qualität und Datenschutz bilden dabei die Basis des Handelns. Johannes Hercher ist Vorstand der Rogator AG.

### exeo Strategic Consulting AG

Die exeo Strategic Consulting AG mit Sitz in Bonn wurde im Jahr 2000 gegründet und ist auf die datenbasierte Entscheidungsunterstützung im Marketing ausgerichtet. Schwerpunkte der Beratungsgesellschaft liegen im Bereich Mobilitäts-, Kundenwert- und Preismanagement. Zur Erarbeitung konkreter Empfehlungen setzt exeo auf die Verknüpfung unterschiedlicher Datenquellen, zu denen auch innovative Befragungen zählen. Prof. Dr. Andreas Krämer ist Vorstandsvorsitzender der exeo Strategic Consulting AG in Bonn und unterrichtet u.a. Preismanagement, CRM, Marktforschung und Statistik an der University of Applied Sciences Europe, Fachbereich Wirtschaft in Iserlohn. Seit 2014 hat er eine Professur für Pricing und Customer Value Management.

Die Studienreihen „OpinionTRAIN“, „Pricing Lab“ und „MobilitätsTRENDS“ sind **Kooperationsprojekte** der **Rogator AG** und der **exeo Strategic Consulting AG**.