

Anlage 15: Marktforschung und Marktauftritt

Anlage 15 spezifiziert die Methoden der Marktforschung gemäß der in § 4 beschriebenen Zielsetzungen und Vorgaben.

1. Gemeinsame Marktforschung

Die BVG und das Land führen gemeinsam eine Marktstudie zur regelmäßigen Überprüfung der Qualitätserwartungen der Fahrgäste an den ÖPNV sowie heutiger Nutzenden des motorisierten Individualverkehrs in Bezug auf die Attraktivität des ÖPNV im Verkehrsmarkt durch.

Die Grundzüge der Methode zur Marktforschung sind im Folgenden beschrieben:

(a) Anforderungen an die Marktforschung:

- Die Bedürfnisse der aktuellen und potenziellen Fahrgäste sollen in Bezug auf die Präferenzen der Verkehrsmittelwahl entsprechend der in § 4 Abs. 1 und 2 benannten Zielstellungen und Anforderungen erhoben werden. Die Bedürfnisse mobilitätseingeschränkter Fahrgäste sollen gesondert erhoben und ausgewertet werden können.
- Es soll die Attraktivität der Verkehrsmittel des ÖPNV in Berlin gemessen werden im Vergleich zu anderen Verkehrsmitteln, insbesondere zum Pkw (Selbstfahrer/Mitfahrer) sowie zum Fahrrad- und Fußverkehr, Motorrad, Taxi, Sharing Angebote (Pkw, Fahrrad, ÖPNV). Bei den Verkehrsmitteln des ÖPNV soll eine Differenzierung nach Regionalverkehr, S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn, Bus erfolgen.
- Mit den Ergebnissen der Marktforschung sollen Aussagen zum Grad der Zielerreichung in Bezug auf die § 4 Abs. 3 benannten vertraglichen Aufgaben und Prozessen getroffen werden können.
- Die Marktforschung soll differenzierte Ergebnisse für die verschiedenen Nutzungsgruppen liefern in Bezug auf
 - Nutzungshäufigkeit (täglich Nutzende, viel Nutzende, Gelegenheitsnutzende, Selten- und Nichtnutzende)
 - Wegezweck (Beruf, Ausbildung, Versorgung, Freizeit)
 - Alter (16-39 Jahre, 40-59 Jahre, 60+ Jahre)
 - Wohnort (innere / äußere Stadt, optional: Stadtumland, optional: Touristen)

(b) Der für die Ermittlung dieser Werte notwendige Fragebogen muss folgende Inhalte aufweisen

- wahrgenommene Attraktivität oder Qualität der unter Pkt. (a) benannten Verkehrsmittel mit einem einfachen und übersichtlichen Bewertungsraster von maximal 20 Kriterien (bestehend aus 15 festen und 5 flexiblen, bei Bedarf zu ändernden Variablen)
- Nutzungshäufigkeit der unter Pkt. (a) benannten Verkehrsmittel
- Angaben zu Mobilitätseinschränkungen
- Angaben zu Wegezweck, Alter, Wohnort entsprechend Pkt. (a)
- Soziodemografika (Geschlecht, Status Ausbildung/Beschäftigung/im Haushalt tätige Person/Rentner/Sonstiges)
- ein Befragungsinstrument zur Gewichtung der Kriterien aus Kundensicht, ggf. nur einmalig durchzuführen, dann nicht auf die nachfolgend benannte maximale Interviewdauer anzurechnen

(c) Weitere Anforderungen an die Stichprobe

- Durchführung einmal jährlich (optional: Aufteilung auf unterjährige Erhebungsintervalle)
- die durchschnittliche Interviewdauer sollte 10 Minuten nicht überschreiten
- Stichprobe: Größenordnung erforderliche Interviews pro Jahr abhängig von optionalen Vorgaben zur Stichprobe
- Repräsentativität für die Berliner Bevölkerung oder Fahrgäste, optional: Pendelnde aus/in Umlandgemeinden, optional: Touristen
- Ausreichende Berücksichtigung der unter a. benannten Vorgaben in Bezug auf die verschiedenen Nutzungsgruppen

(d) Anforderungen an die Leistungsvergabe

- Die Ausschreibung und Vergabe der Leistung zur Marktforschung soll auf der Grundlage der NVP Marktstudie zur Verkehrsmittelwahl erfolgen und soweit möglich eine Kontinuität und Kompatibilität herstellen. Die Bewertungskriterien zur Auswahl des Marktforschungsinstituts werden unter Berücksichtigung der Vergaberichtlinien gemeinsam erarbeitet. Für die Sicherstellung der qualitativen und quantitativen Ergebnisse im Kostenrahmen kann auch eine Online-Studie in Betracht gezogen werden. .
- Die Ausschreibung und Vergabe der Leistungen zur Marktforschung soll im Jahr 2020 erfolgen. Der erste Erhebungszyklus soll im Jahr 2021 durchgeführt werden.
- Das Verfahren soll zu ersten Revision evaluiert und bei Bedarf weiterentwickelt werden.

2. Marktauftritt

Qualitätsmerkmal	Definition	Standard/Sollwert ¹	Erfüllungskontrolle	Bewertung
<p>Fahrzeuggestaltung – frei durchsichtige Glasscheiben</p>	<p>Es gelten die Anforderungen des Nahverkehrsplans gemäß Anlage 9.</p> <p>Beklebung von Fahrzeugen mit Außenwerbefolien ist nur mit höchstmöglicher Transparenz (Window-Graphics-Folie; Sicht vom Fahrgastraum aus) und nur unter folgenden weiteren Bedingungen zulässig:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bei der U-Bahn dürfen die Fensterflächen der Fahrzeuge nicht für kommerzielle Werbung genutzt werden. • Bei der Straßenbahn dürfen 25 % der Fensterflächen je Fahrzeug für kommerzielle Werbung genutzt werden. • Beim Bus dürfen 25 % der Fensterflächen von 83 Fahrzeugen mit kommerzieller Werbung beklebt werden. 	<p>Einhaltung der Vorgaben</p>	<p>BVG führt eine Liste mit Angabe der beklebten Fahrzeuge und des Umfangs der beklebten Fensterfläche. Der Aufgabenträger kann diese Liste jederzeit einsehen.</p>	<p>Bei Leistungsmängeln Nachbesserungspflicht gemäß § 43.</p>

¹ Für den Verkehrsträger Fährer werden keine Standards definiert, da diese nicht mit vertretbarem Aufwand überprüfbar wären.

Qualitätsmerkmal	Definition	Standard/Sollwert ¹	Erfüllungskontrolle	Bewertung
	<p>Übergangsregelung:</p> <p>Die Einschränkung hinsichtlich der kommerziellen Fensterbeklebung auf 83 Fahrzeuge beim Bus und auf allen Fensterflächen der U-Bahn Fahrzeuge gilt grundsätzlich ab dem 1.1.2021. Mit dem Aufgabenträger abgestimmte Ausnahmen enden spätestens zum 31.12.2023.</p>			
<p>Haltestellenausstattung</p>	<p>Es gelten die Anforderungen des Nahverkehrsplans gemäß Anlage 9; technische Anlagen müssen funktionsfähig sein.</p> <p>Besonders wichtig sind die Vorgaben bzgl.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sitzplatzgelegenheiten • Witterungsschutz • Wegweisung zu Bahnsteigen, Ausgängen • Aktuelle Fahr- und Netzpläne 	-	-	<p>Merkmal wird nach objektiven Merkmalen bewertet</p> <p>Bei Leistungsmängeln Nachbesserungspflicht gemäß § 43.</p>

Qualitätsmerkmal	Definition	Standard/Sollwert ¹	Erfüllungskontrolle	Bewertung
	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Tarifinformation (so weit technisch, räumlich umsetzbar) • Umgebungspläne (so weit technisch, räumlich umsetzbar) 			