

# **Evaluierungsuntersuchung Kalles Road Show**

**Ergebnisse einer Wiederholungs-Befragung der Teilnehmer/innen**

**München, April 2010**

**Münchner Verkehrs- und Tarifverbund GmbH (MVV)**

## I Aufgabenstellung der Folgebefragung

Abschließende Evaluierung des Marketingprojektes Mitmach-Theater Kalles Road Show über eine Wiederholungs-Befragung der selben Teilnehmer/innen (Panel) knapp ein Dreivierteljahr nach der Erstbefragung –  
Ermittlung der Nachhaltigkeit gemessener Effekte bei

- Mobilitätsverhalten, insbesondere ÖPNV-Nutzungs-Verhalten,
- Einstellung zu Vandalismus sowie
- der kommunikativen Wirkung des Marketingprojektes bei der Zielgruppe.

Dabei waren Antworten auf folgende Fragestellungen zu ermitteln, die bereits bei der Erstbefragung in 2009 Bestandteil der Untersuchung waren:

- Wie ist das Mobilitätsverhalten der Teilnehmer/innen? Wie häufig und bei welchen Verkehrszwecken werden die verschiedenen Verkehrsarten, insbesondere der ÖPNV, genutzt?
- Wie wird Vandalismus/Zerstörung im Bereich des ÖPNV empfunden? Wie hoch ist die Bereitschaft, selbst aktiv zu werden und z. B. den Fahrer zu informieren?
- Wie nachhaltig ist das kommunikative Wirkungspotenzial und die Überzeugungskraft der Show?

## II/III

### Untersuchungsmethode / Rücklauf / Stichprobe

Schriftliche Wiederholungs-Befragung (Panel) von 324 Teilnehmern (Rücklauf) des Mitmach-Theaters Kalles Road Show mit Wohnsitz im Großraum München, die im Jahr 2009 an der Theater-Show teilgenommen hatten und bereits im Jahr 2009 einen Fragebogen beantwortet hatten. Die Aussendungen der Fragebögen (inkl. Erinnerung) fanden statt von KW 8-11 zwischen dem 23. Februar und 15. März 2010.

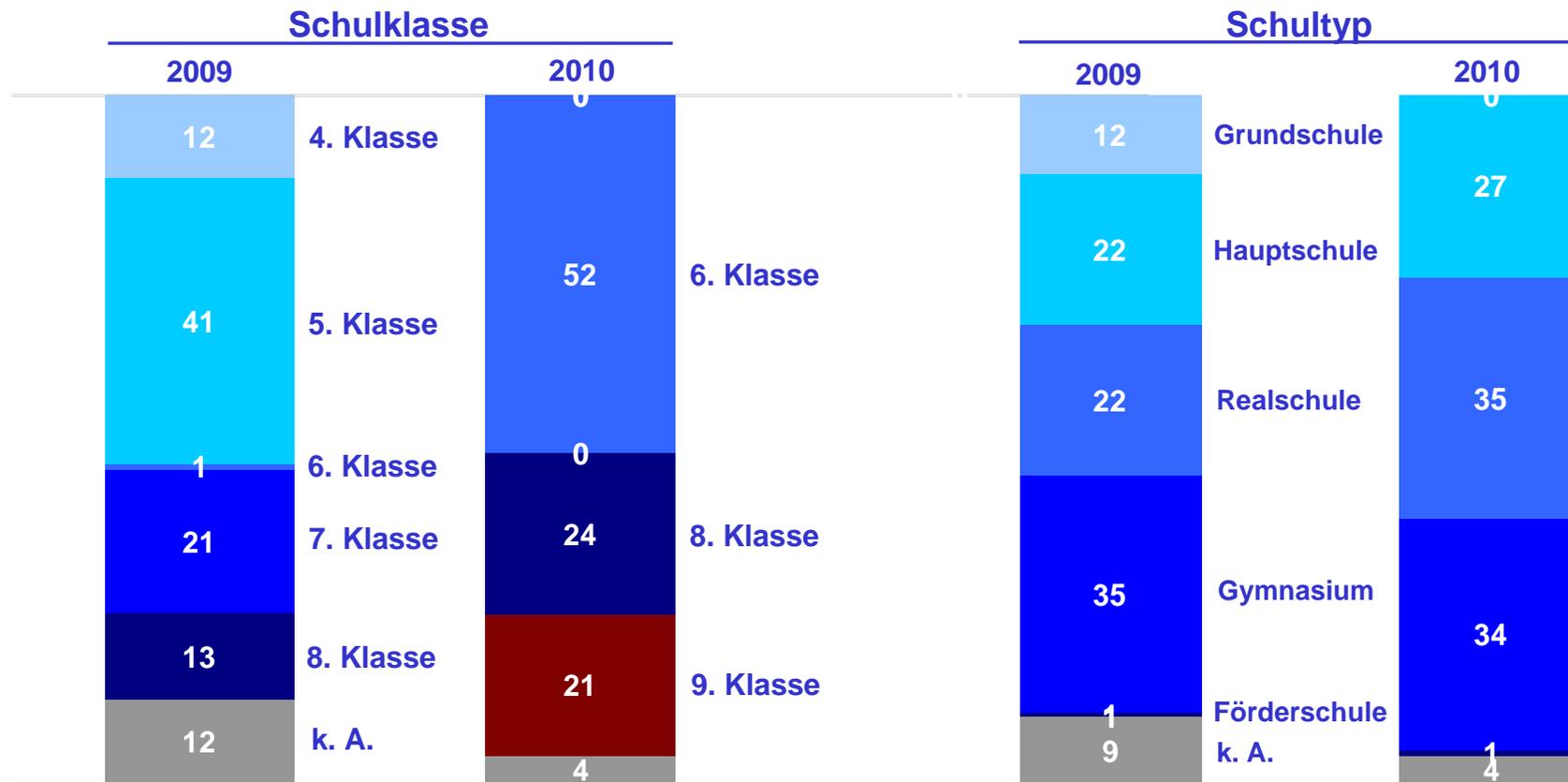
Der Rücklauf gestaltete sich wie folgt:

- Verteilte Fragebögen bei Erstbefragung 489
- Ausgangsstichprobe für Folgebefragung 489
- ./..qualitätsneutrale Ausfälle I 65 nicht mehr befragbare Schüler vierter Klassen, die in andere Schulen/Schulzweige übergewechselt sind
- Verteilte Fragebögen bei Folgebefragung 424
- ./..qualitätsneutrale Ausfälle II 12 bei Theater-Show und Erstbefragung nicht dabei gewesen
- Basis (= 100 %): 412
- Nicht-Antworte: 85
- nicht auswertbare Fragebögen: 3 (lückenhaft ausgefüllt – < 50 % – oder offensichtliche Nonsens-Antworten)
- beantwortete Fragebögen: 324
- **Responsequote:** 79 %

## IV Die Ergebnisse...

0/1 **Stichprobenmerkmale**

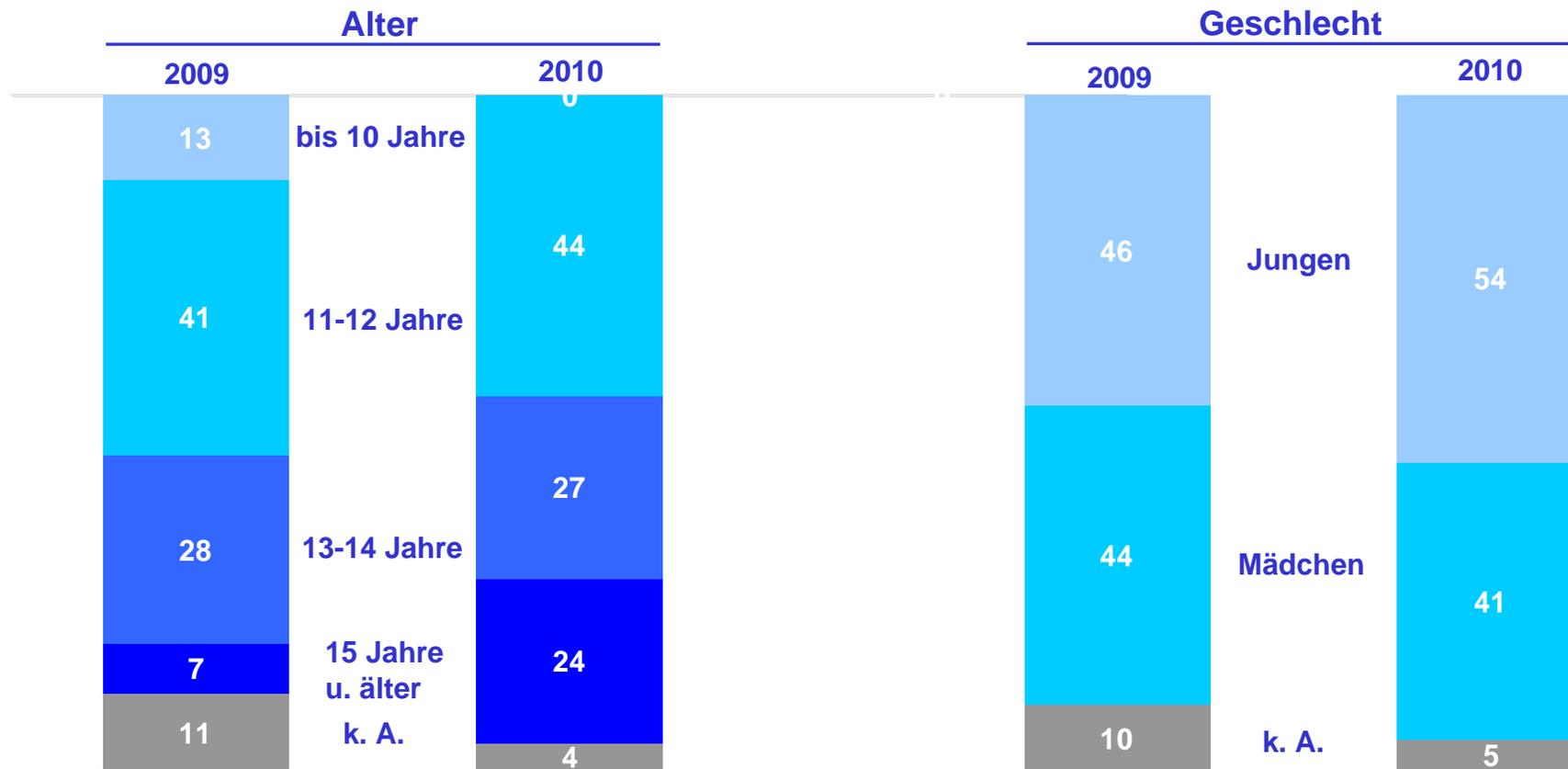
Basis Gesamt: 443/324 (2009/2010) – Prozentwerte





0/2 **Stichprobenmerkmale**

Basis Gesamt: 443/324 (2009/2010)– Prozentwerte



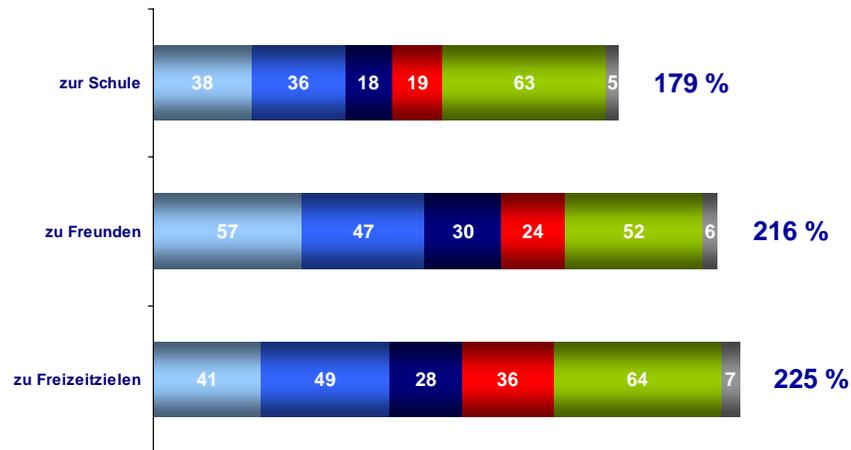


### 1/1a Verkehrsmittelnutzung nach Wegezwecken

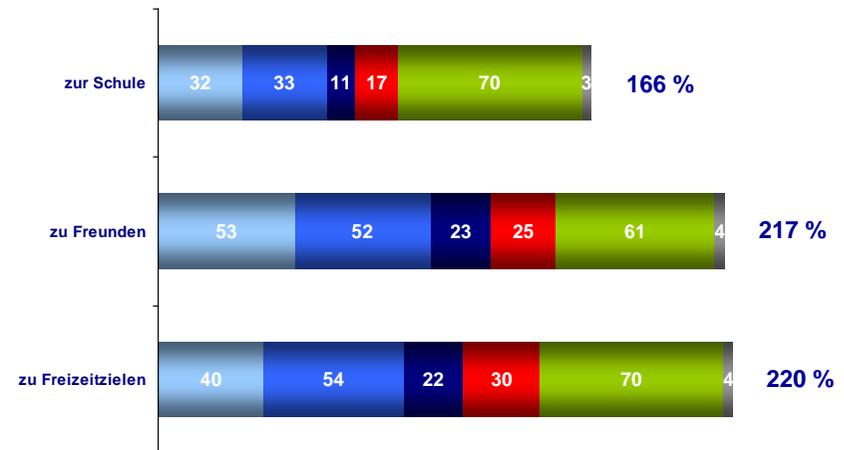
Frage: „Wie kommst Du hauptsächlich zur Schule, zu Freunden, zu Freizeitzielen?“ (Antwortvorgaben)

Basis Gesamt: n = 443/324 (2009/2010) – Prozentwerte – Mehrfachnennungen

Erstbefragung 2009



Folgebefragung 2010





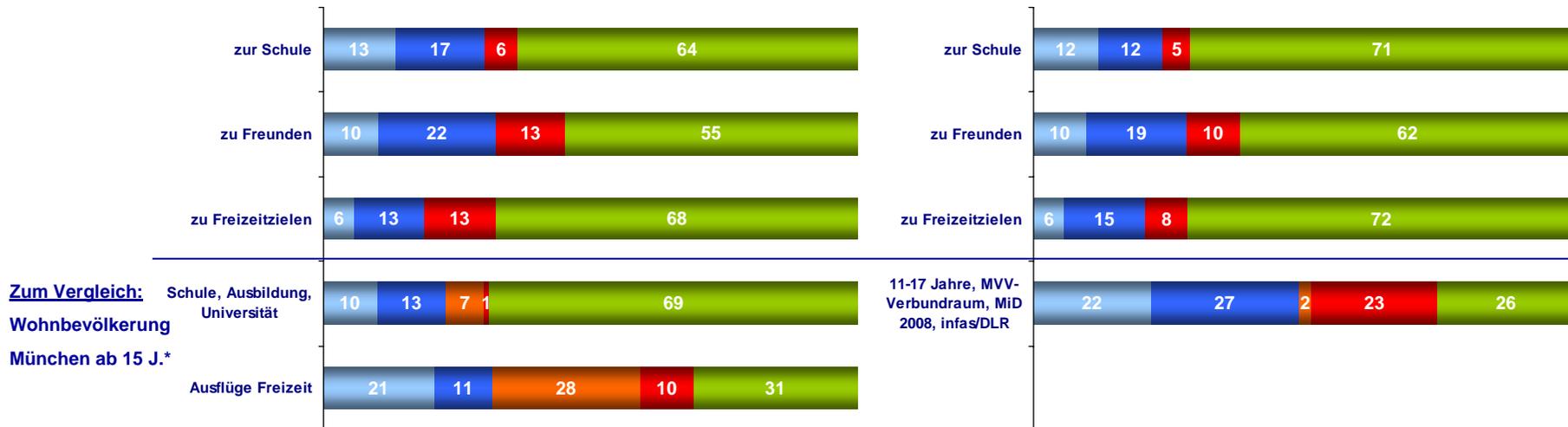
**1/1b Verkehrsmittelnutzung nach Wegezwecken (Modal Split / Hauptverkehrsmittel)**

Frage: „Wie kommst Du hauptsächlich zur Schule, zu Freunden, zu Freizeitzielen?“ (Antwortvorgaben)

Basis Gesamt: n = 443/324 (2009/2010) – Prozentwerte (ohne k. A. und nicht zuordenbare sonstige Nennungen)

Erstbefragung 2009

Folgebefragung 2010



\*Quelle: MVV-Marktanteils- und Potenzialstudie/infas 2006

■ zu Fuß 
 ■ Fahrrad 
 ■ MIV-Fahrer 
 ■ Mitfahren im Auto 
 ■ ÖPNV



ÖPNV-Nutzung bei Schulwegen: leichte Zunahme bei ÖPNV-Nutzung, z. T. altersstrukturbedingt, aber auch echte Zunahme – in der höchsten Altersgruppe

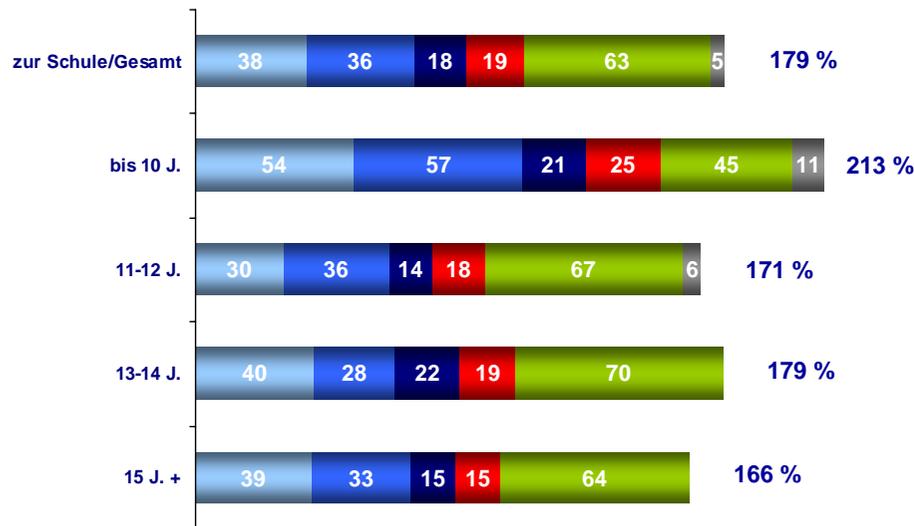


1/2a Verkehrsmittelnutzung zur Schule nach Altersgruppen

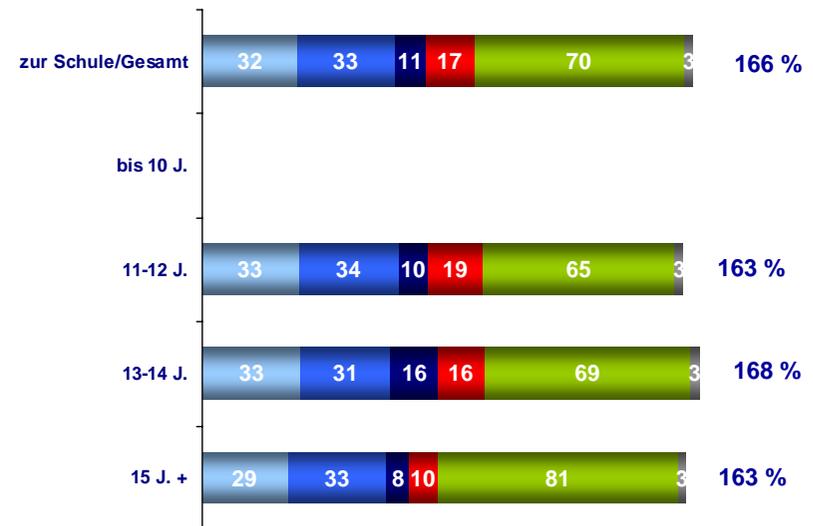
Frage: „Wie kommst Du hauptsächlich zur Schule?“ (Antwortvorgaben)

Basis Gesamt: n = 443/324 (2009/2010) – Prozentwerte – Mehrfachnennungen

Erstbefragung 2009



Folgebefragung 2010



zu Fuß
  Fahrrad in den Sommermonaten
  Fahrrad in der übrigen Jahreszeit
  Mitfahren im Auto
  ÖPNV
  Sonstiges



ÖPNV-Nutzung bei Schulwegen (Hauptverkehrsmittel): leichte Zunahme bei ÖPNV-Nutzung, z. T. altersstrukturbedingt, aber auch echte Zunahme – in der höchsten Altersgruppe



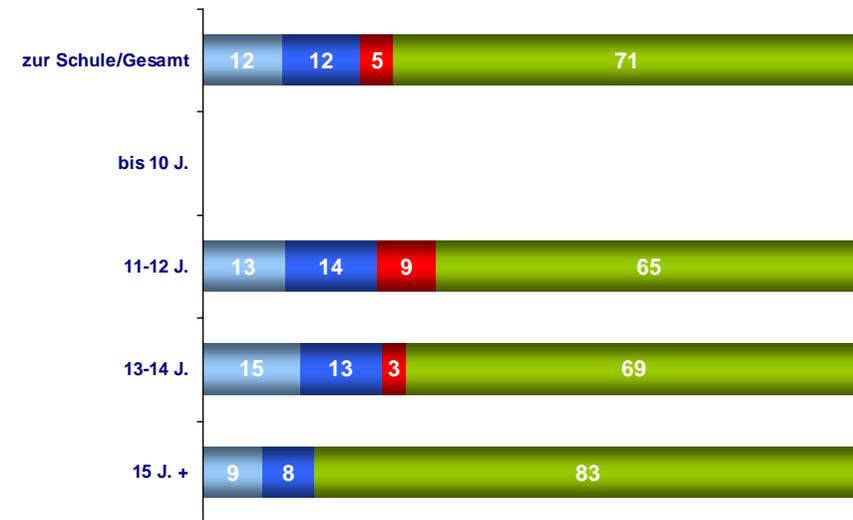
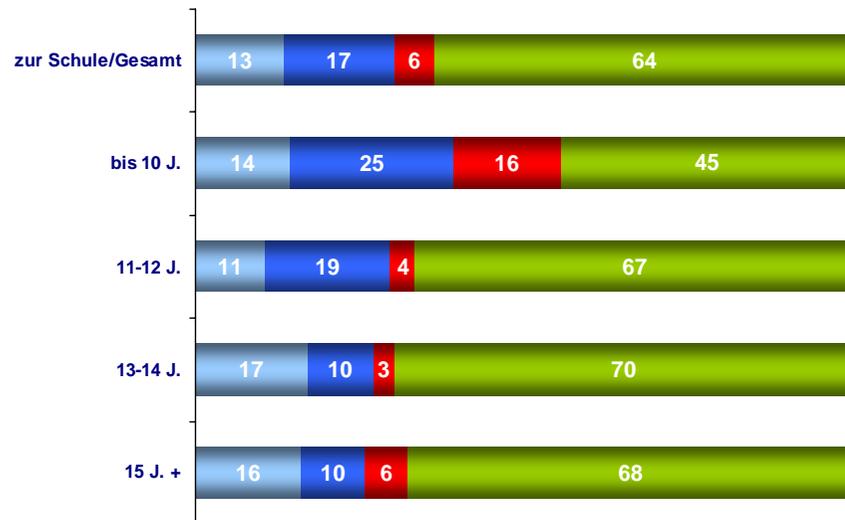
**1/2b Verkehrsmittelnutzung zur Schule nach Altersgruppen (Modal Split/ Hauptverkehrsmittel)**

Frage: „Wie kommst Du hauptsächlich zur Schule?“ (Antwortvorgaben)

Basis Gesamt: n = 443/324 (2009/2010) – Prozentwerte – (ohne k. A. und nicht zuordenbare sonstige Nennungen)

Erstbefragung 2009

Folgebefragung 2010



zu Fuß
  Fahrrad
  Mitfahren im Auto
  ÖPNV



ÖPNV-Nutzung bei Wegen zu Freunden : Zunahme bei ÖPNV-Nutzung, ebenfalls altersstrukturbedingt, aber auch leichte Zunahmen – in den Altersgruppen von 11-12 Jahren und in der höchsten Altersgruppe



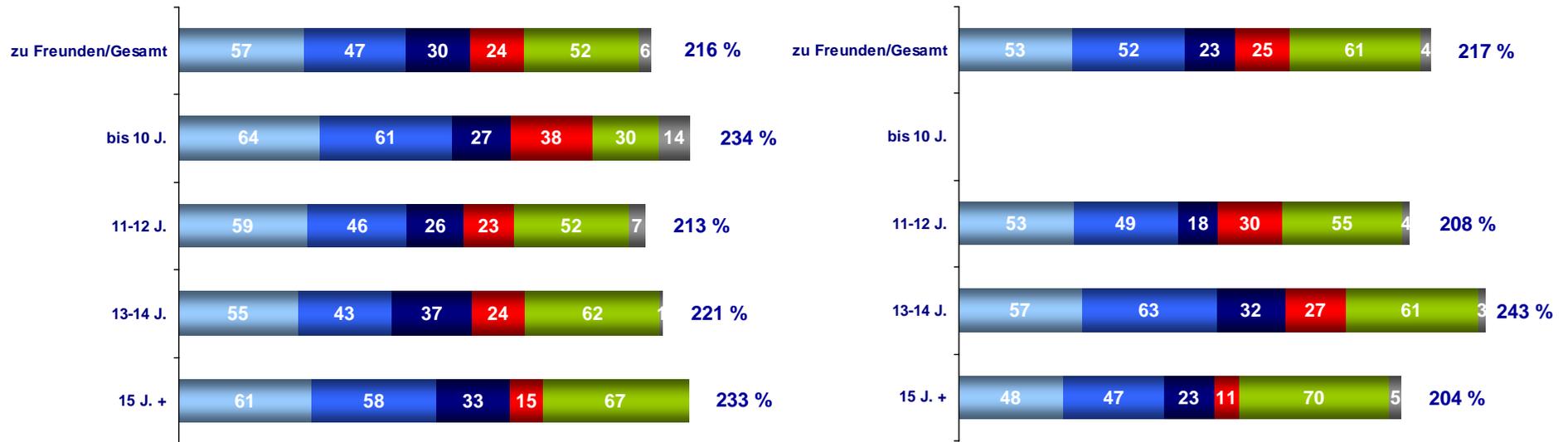
### 1/3a Verkehrsmittelnutzung zu Freunden nach Altersgruppen

Frage: „Wie kommst Du hauptsächlich zu Freunden?“ (Antwortvorgaben)

Basis Gesamt: n = 443/324 (2009/2010) – Prozentwerte – Mehrfachnennungen

Erstbefragung 2009

Folgebefragung 2010



zu Fuß
  Fahrrad in den Sommermonaten
  Fahrrad in der übrigen Jahreszeit
  Mitfahren im Auto
  ÖPNV
  Sonstiges





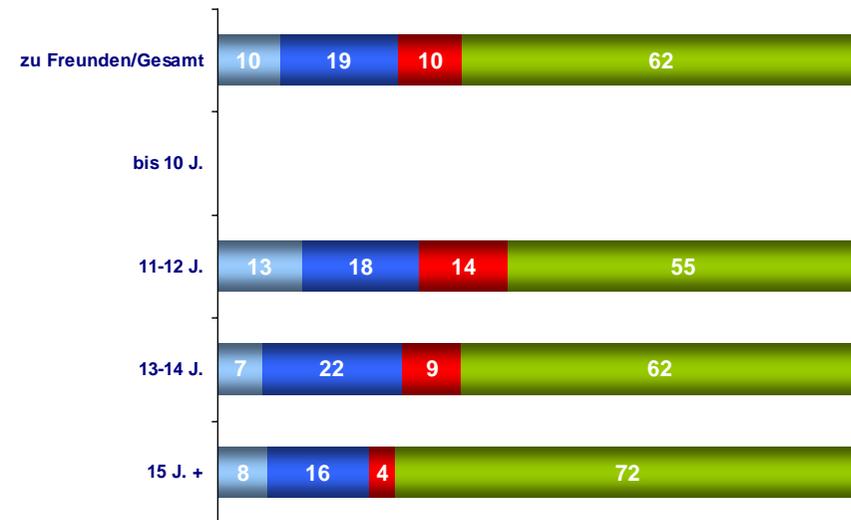
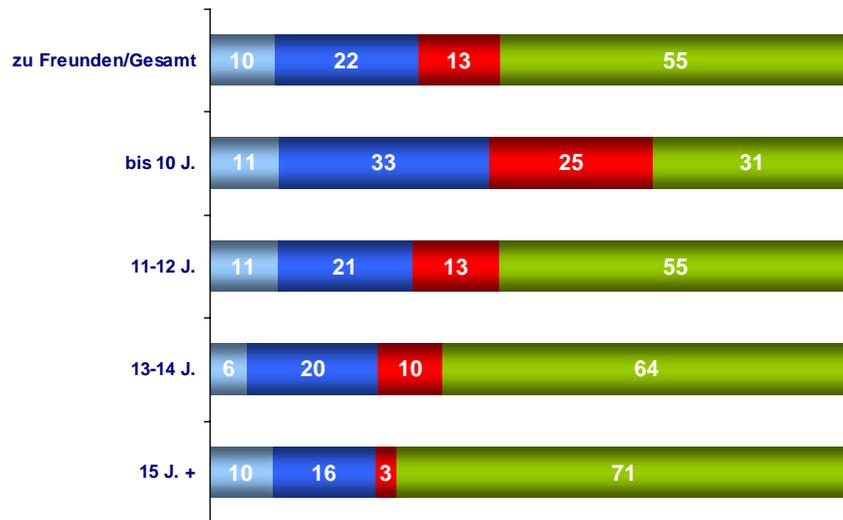
**1/3b Verkehrsmittelnutzung zu Freunden nach Altersgruppen (Modal Split/ Hauptverkehrsmittel)**

Frage: „Wie kommst Du hauptsächlich zu Freunden?“ (Antwortvorgaben)

Basis Gesamt: n = 443/324 (2009/2010) – Prozentwerte – (ohne k. A. und nicht zuordenbare sonstige Nennungen)

Erstbefragung 2009

Folgebefragung 2010



zu Fuß
  Fahrrad
  Mitfahren im Auto
  ÖPNV



ÖPNV-Nutzung bei Freizeitwegen: ebenfalls leichte Zunahme bei ÖPNV-Nutzung, ebenfalls altersstrukturbedingt, leichte Zunahmen wiederum nur in den höheren Altersgruppen von 13-14 Jahren und darüber



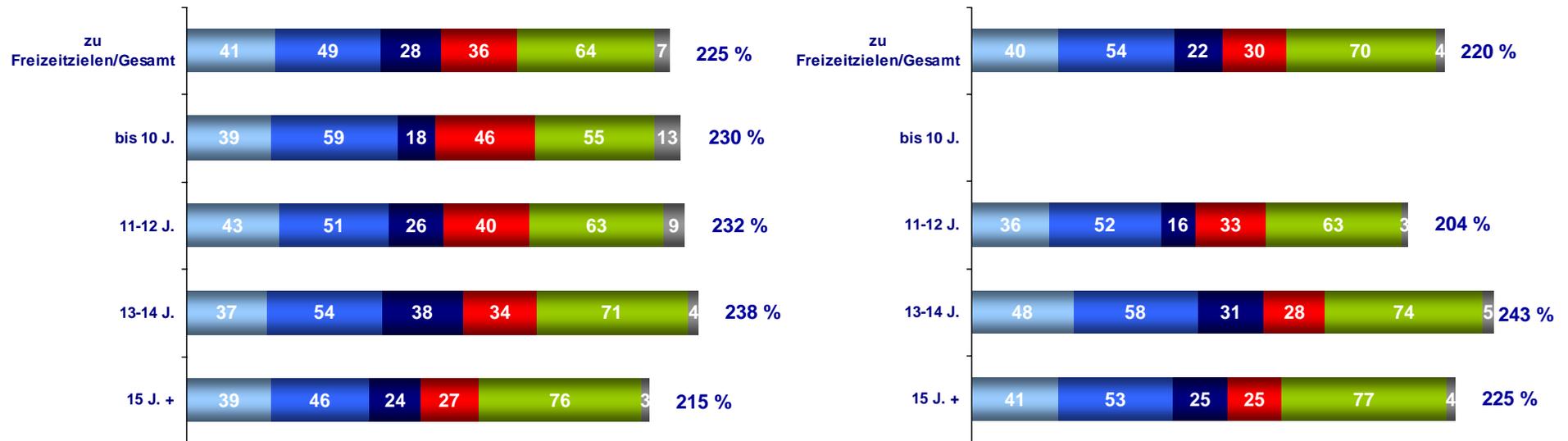
### 1/4a Verkehrsmittelnutzung zu Freizeitzielen nach Altersgruppen

Frage: „Wie kommst Du hauptsächlich zu Deinen Freizeitzielen?“ (Antwortvorgaben)

Basis Gesamt: n = 443/324 (2009/2010) – Prozentwerte – Mehrfachnennungen

Erstbefragung 2009

Folgebefragung 2010



zu Fuß
  Fahrrad in den Sommermonaten
  Fahrrad in der übrigen Jahreszeit
  Mitfahren im Auto
  ÖPNV
  Sonstiges



ÖPNV-Nutzung bei Freizeitwegen (Hauptverkehrsmittel): ganz leichte Zunahme bei ÖPNV-Nutzung, aber ebenfalls nahezu ausnahmslos altersstrukturbedingt



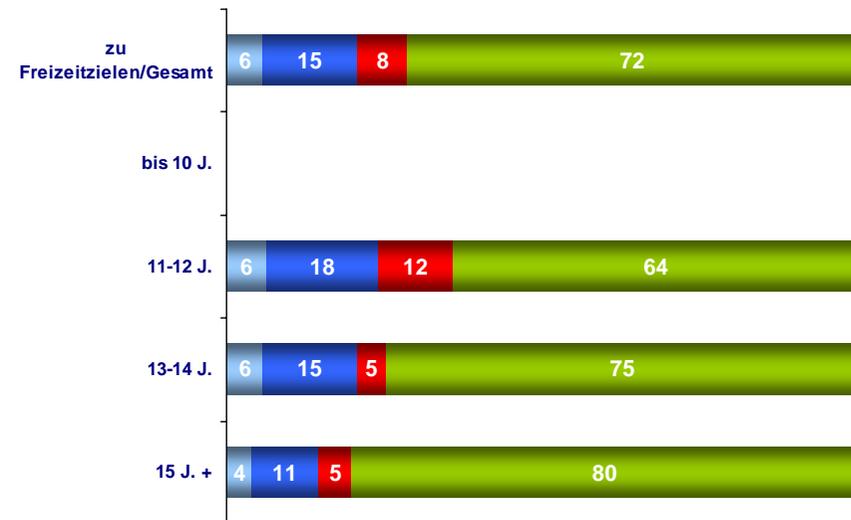
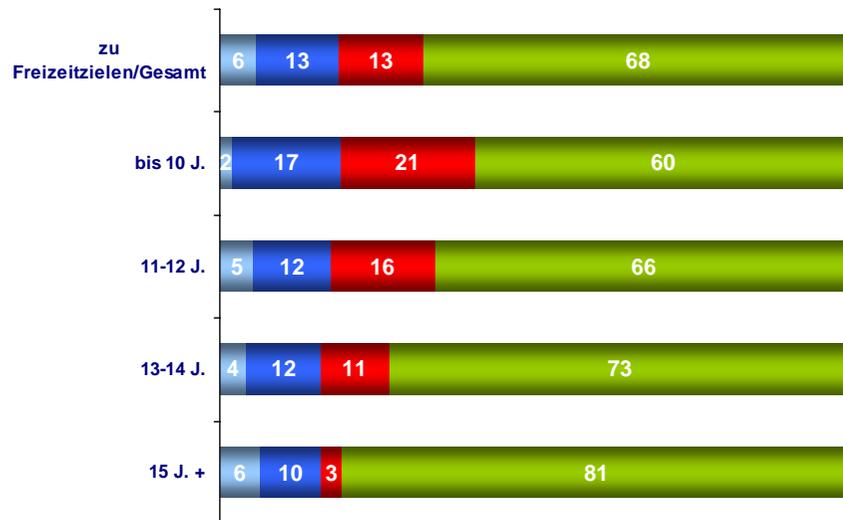
### 1/4b Verkehrsmittelnutzung zu Freizeitzielen nach Altersgruppen (Modal Split/ Hauptverkehrsmittel)

Frage: „Wie kommst Du hauptsächlich zu Deinen Freizeitzielen?“ (Antwortvorgaben)

Basis Gesamt: n = 443/324 (2009/2010) – Prozentwerte – (ohne k. A. und nicht zuordenbare sonstige Nennungen)

Erstbefragung 2009

Folgebefragung 2010



zu Fuß
  Fahrrad
  Mitfahren im Auto
  ÖPNV





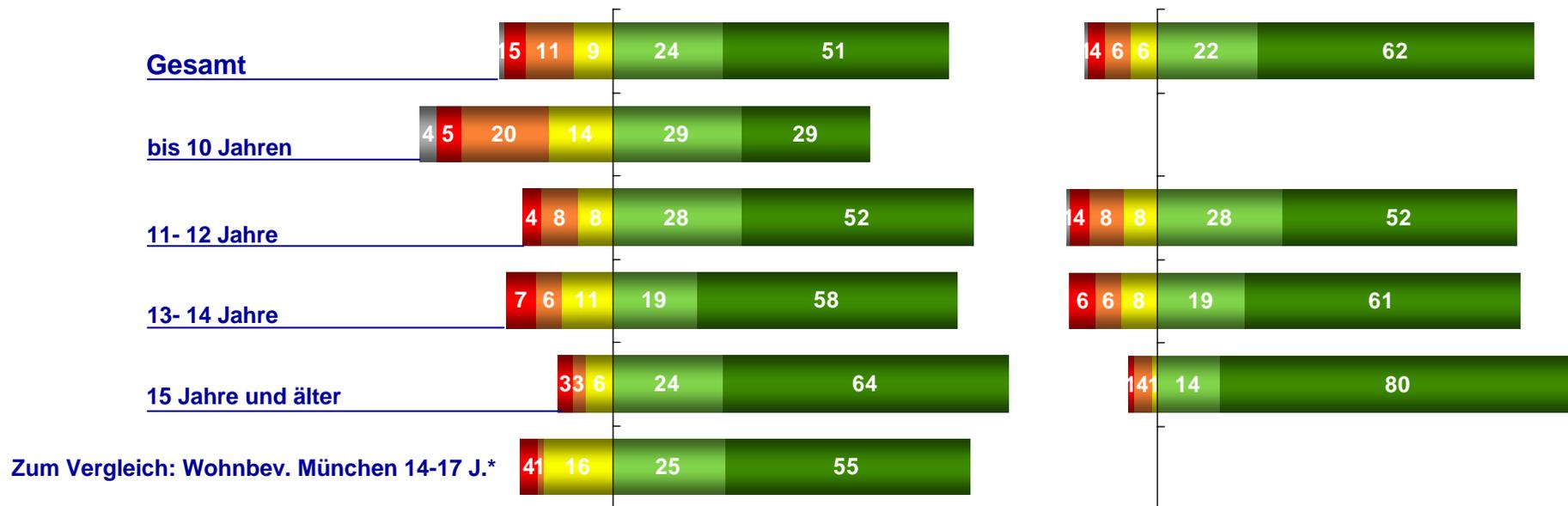
## 2 Nutzungshäufigkeit von öffentlichen Verkehrsmitteln im Großraum München

Frage: „Wie häufig benutzt Du die öffentlichen Verkehrsmittel bei Deinen Wegen in München und seiner Umgebung?“

Basis Gesamt: 443/324 (2009/2010) – Prozentwerte

Erstbefragung 2009

Folgebefragung 2010



\*Quelle: Studie „Mobilität in Deutschland“ MiD, Aufstockung MVV-Raum /infas 2008

k. A.
  (fast) nie
  seltener
  mind. monatlich
  mind. wöchentlich
  (fast) täglich



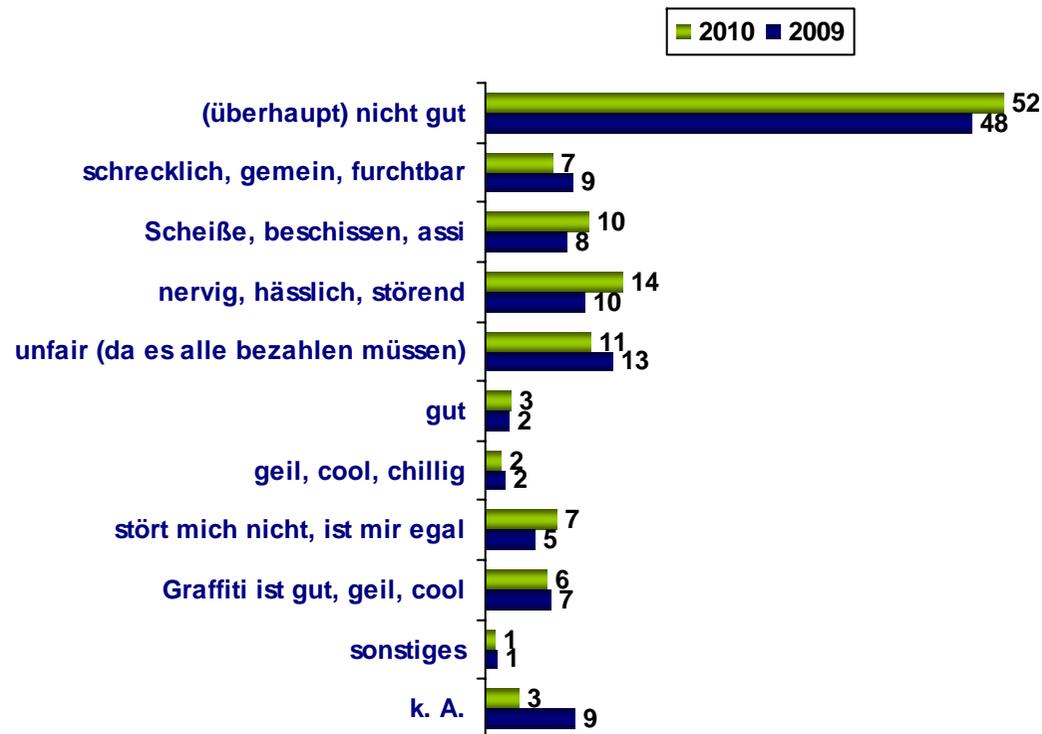
Teilnehmer lehnen Vandalismus nach wie vor mit großer Mehrheit ab; eine Minderheit von rund zehn Prozent findet dies jedoch gut, „geil“, „cool“ oder es stört sie nicht



### 3 Wie wird Vandalismus im Bereich des ÖPNV empfunden?

Frage: „Wie empfindest Du Vandalismus, Zerstörung in den öffentlichen Verkehrsmitteln, z. B. zerschnittene Sitze, Graffiti, zerkratzte Scheiben usw.“

Basis Gesamt: n = 443/324 (2009/2010) – Prozentwerte – Mehrfachnennungen



Die Mehrheit der Teilnehmer würde bei Beobachtung von Sachbeschädigungen im ÖPNV nach wie vor etwas unternehmen; die Bereitschaft dazu hat aber deutlich abgenommen. Dies ist sicher ein Effekt des Sollner Ereignisses und ähnlicher Vorkommnisse in jüngster Vergangenheit und der damit zusammenhängenden Berichterstattung; tendenziell zugenommen hat die Bereitschaft lediglich bei den älteren Teilnehmern ab 13 Jahren

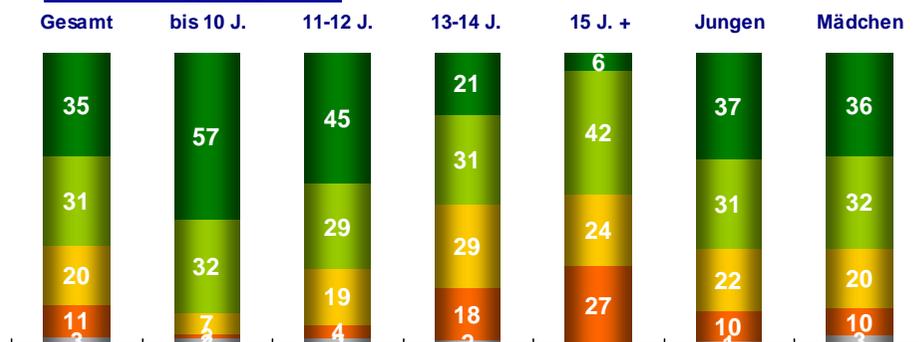


#### 4 Bei Beobachtung von Vandalismus: Würde man etwas unternehmen?

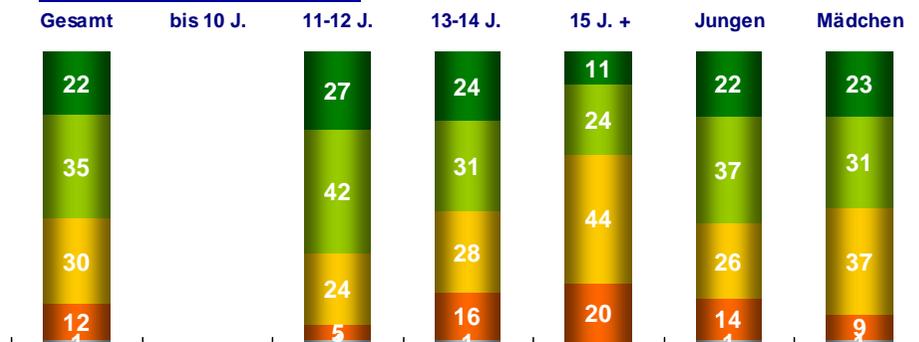
Frage: „Würdest Du etwas unternehmen, z. B. den Fahrer informieren, wenn Du jemanden beobachtest, der die Verkehrsmittel beschädigt?“

Basis Gesamt: n = 443/324 (2009/2010) – Prozentwerte

##### Erstbefragung 2009



##### Folgebefragung 2010



Der Ergebnisvergleich beim Werbewirkungstest deutet auf ein abnehmendes Wirkungspotenzial; auch dieser Effekt geht vermutlich auf das Konto von „Solln“ und ähnlicher Ereignisse. Zugenommen haben die Anteile derer, die angeben, sie hätten die gleiche Meinung oder eine etwas oder viel schlechtere Meinung über öV. Eine Mehrheit konstatiert aber nach wie vor eine positive Meinungsveränderung, wenn man vom neutralen Wert „die gleiche Meinung“ einmal absieht

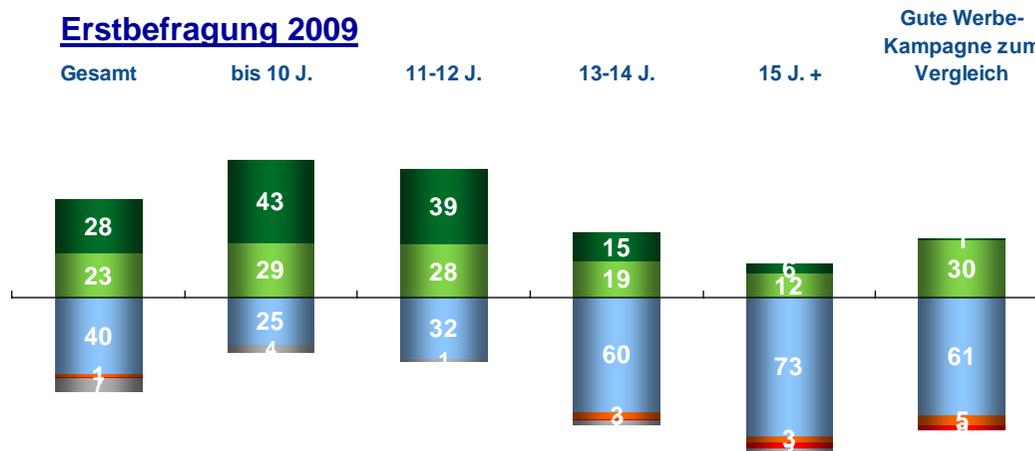


## 5 Wirkungstest: Überzeugung

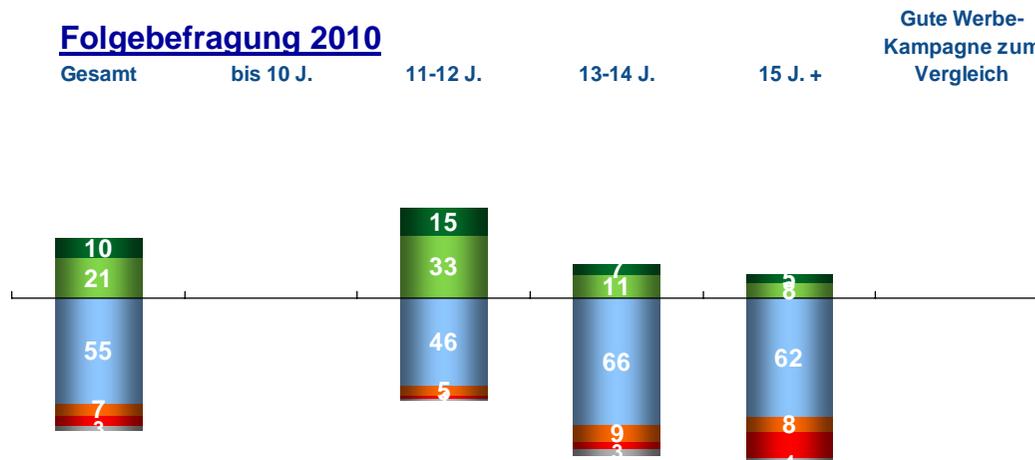
Frage: „Nachdem Du die Show gesehen hast – welche Meinung hast Du da über die öffentlichen Verkehrsmittel im MVV?“

Prozentwerte / Basis Gesamt: n = 443/324 (2009/2010) und Teilgruppen: n = 56/0, 180/144, 123/88 und 33/79

### Erstbefragung 2009



### Folgebefragung 2010



## V Zusammenfassung/ Fazit I (in aller Kürze)

- Die Folgebefragung bestätigt den Projekterfolg von Kalles Road Show:
- Das Mobilitätsverhalten ist deutlich ÖPNV-affin und auch ein Dreivierteljahr nach der Show ÖPNV-affin geblieben – im Ausbildungsverkehr (Wege von und zur Schule) sogar mit Zuwächsen
- Die Einstellung zu Vandalismus ist bei den Teilnehmern/innen auch bei der Folgebefragung deutlich ablehnend
- Ein klare Mehrheit würde bei Beobachtung von Vandalismusakten aktiv etwas unternehmen (Fahrer informieren); in Anbetracht von Ereignissen wie in Solln und den Berichten darüber steigt aber auch der Anteil derer, die hier eher nichts unternehmen würden
- Die Einstellung zum ÖPNV ist nicht mehr so positiv wie aufgrund der Erstbefragung festgestellt, aber es ist gleichwohl immer noch die deutliche Mehrheit, die eine positive Meinungsveränderung zugunsten des ÖPNV nach der Show für sich konstatiert – wenn man vom neutralen Wert „die gleiche Meinung“ einmal absieht.

### V Zusammenfassung II (ausführlicher)

**Veränderungen in der Panelstruktur** ergeben sich aufgrund der Nichtteilnahme der Schüler/innen vierter Klassen an der Folgebefragung vor allem bei der Altersstruktur: Die Altersgruppe der bis 10jährigen ist in der Stichprobe nicht mehr vertreten und das Durchschnittsalter der Befragungsteilnehmer von 12,1 Jahre auf nunmehr 13,1 Jahre gestiegen. Da in diesem Lebensalter erhebliche Entwicklungsfortschritte und Einstellungsveränderungen stattfinden, kann dies notgedrungen nicht ohne Einfluss bleiben. Durch altersspezifische Detailauswertungen wird dem jeweils Rechnung getragen.

**Teilnehmer/innen sind nach wie vor Intensivnutzer von ÖPNV, Fahrrad, Fußwegen; leichte Zunahme der ÖPNV-Nutzung vor allem bei Schulwegen.** Die Folgebefragung der Teilnehmer/innen zeigt, dass diese nach wie vor überwiegend intensive Nutzer des ÖPNV, des Fahrrades und von Fußwegen, des so genannten „Umweltverbundes“ sind. Die Nutzung des motorisierten Individualverkehrs (MIV / als Mitfahrer) ist die Ausnahme; sie spielt eher noch im Freizeitverkehr eine nennenswerte Rolle. Die Modal-Split-Darstellung unterstreicht die dominierende Rolle des ÖPNV bei allen Wegezwecken.

Es zeigt sich zudem eine leichte Zunahme der ÖPNV-Wege bei allen Wegezwecken, die bei den Freizeitwegen und bei den Wegen zu Freunden aber überwiegend alterstrukturbedingt sind: Ältere Schüler/innen nutzen tendenziell häufiger den ÖV; lediglich bei den Schulwegen gibt es einen deutlicheren und realen – und nicht nur alterstrukturbedingten – Zuwachs bei den ÖPNV-Wegen, der vor allem auf das Konto der älteren Teilnehmer-Gruppe (ab 15 Jahren) geht, die für Schulwege verstärkt den ÖPNV nutzt.

Entsprechend zeigt sich auch bei der allgemeinen Frage nach der generellen Nutzungshäufigkeit des ÖPNV eine **Zunahme der ÖPNV-Nutzung**, die vor allem bei den älteren Teilnehmerinnen und Teilnehmern ab 15 Jahren festzustellen ist.

## V Zusammenfassung II

### ***Vandalismus wird auch bei der Folgebefragung einhellig abgelehnt***

Vandalismus im Bereich des ÖPNV wird von der nach wie vor großen Mehrheit der Teilnehmer/innen als gemein, störend und unfair/unsozial abgelehnt bzw. man findet es schlicht (überhaupt) nicht gut. Neun von zehn Teilnehmern/innen äußern sich hier entsprechend negativ.

Die Mehrheit der Teilnehmer würde bei Beobachtung von Sachbeschädigungen im ÖPNV nach wie vor etwas unternehmen; die Bereitschaft dazu hat aber gegenüber der Erstbefragung deutlich abgenommen. Dies ist sicher ein Effekt des Sollner Ereignisses und ähnlicher Vorkommnisse in jüngster Vergangenheit und der damit zusammenhängenden Berichterstattung; tendenziell zugenommen hat die Bereitschaft, etwas zu unternehmen – etwa den Fahrer zu informieren – lediglich bei den älteren Teilnehmern ab 15 Jahren.

Der Befund des **Werbewirkungstests** deutet – vor allem im Vergleich mit erfolgreich getesteten Werbekampagnen – auf ein nach wie vor noch hohes Wirkungspotenzial und spricht tendenziell für eine überdurchschnittliche kommunikative Kraftentfaltung und Überzeugungskraft, aber auch hier schlägt der „Solln-Effekt“ zu Buche:

Der Ergebnisvergleich deutet beim Werbewirkungstest auf ein abnehmendes Wirkungspotenzial, ein Effekt der nicht nur altersstrukturbedingt ist, wie die abnehmenden Zustimmungswerte auch in den höheren Altersgruppen zeigen; auch dieser Effekt geht vermutlich auf das Konto von „Solln“ und ähnlicher Ereignisse. Zugenommen haben die Anteile derer, die angeben, sie hätten die gleiche Meinung oder eine etwas oder viel schlechtere Meinung über öffentliche Verkehrsmittel.

## V Fazit II

Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass das Mitmach-Theater Kalles Road Show aufgrund der Ergebnisse der Begleit- und Folgebefragung insgesamt als Erfolg angesehen werden kann.

Die Folgebefragung zeigt deutlich, dass die Teilnehmer/innen der Show in ihrer großen Mehrheit Intensivnutzer des ÖPNV bzw. des Umweltverbundes (ÖPNV, Fahrrad und Fußwege) sind und dies auch rund ein Dreivierteljahr nach der Show geblieben sind. Bei den Schulwegen gibt es sogar einen echten Zuwachs bei den ÖPNV-Wegen – vor allem wegen der geänderten Verkehrsmittelwahl der älteren Show-Teilnehmer/innen. Insofern lässt sich hier durchaus von einem nachhaltigen Verhalten sprechen. Ob dies aufgrund der Show der Fall ist und/oder aus anderen Gründen, lässt sich kaum in der notwendigen Tiefenschärfe ermitteln; auf jeden Fall widerspricht das festgestellte Mobilitätsverhalten und seine Konstanz nicht den postulierten Ansprüchen und Zielen des Projektes.

Der Vandalismus (im ÖPNV) wird von der großen Mehrheit auch bei der Folgebefragung als unsozial/unfair abgelehnt; eine Mehrheit würde auch nach wie vor etwas dagegen unternehmen, z. B. den Fahrer informieren, wenn sie Vandalismusakte beobachten; hier zeigen sich jedoch Veränderungen gegenüber den Befunden der Erstbefragung: Man würde wenige Monate nach dem Sollner Ereignis und der Berichterstattung darüber nicht mehr in dem Maße etwas zur Vereitelung bzw. Aufklärung von Vandalismus unternehmen wie davor. Die vermuteten damit verbundenen potentiellen Gefahren ergeben hier etwas weniger hohe Zustimmungen für eine entsprechende Bereitschaft, aktiv zu werden.

## V Fazit II

Die Befunde des Werbewirkungstests lassen einen ähnlichen Effekt vermuten: Gegenüber der Erstbefragung ergeben sich bei den positiven Meinungskategorien zum ÖPNV weniger hohe Zustimmungswerte.

**Die letztgenannten Einstellungsänderungen und die etwas gesunkene Bereitschaft, bei Beobachtung von Vandalismustaten aktiv etwas zu unternehmen, können natürlich nicht der Show angelastet werden, sondern gehen auf das Konto der Sollner Ereignisse und ähnlicher Vorfälle in jüngster Vergangenheit sowie der intensiven Berichterstattung darüber.**

Es kann deshalb davon ausgegangen werden, dass die nunmehr ermittelten Verhaltens- und Einstellungsmuster sich ohne diese Ereignisse vermutlich nicht in diese Richtung entwickelt hätten wie im Umkehrschluss davon ausgegangen werden kann, dass sich hier das Einstellungsmuster der Erstbefragung nach einigen „normalen“ Monaten, ohne solche Zwischenfälle, voraussichtlich wieder einstellen wird.

Als ein entscheidendes Kriterium für den Projekterfolg muss ohnehin das Mobilitätsverhalten angesehen werden, das rund ein Dreivierteljahr nach der Show deutlich ÖPNV-affin geblieben ist bzw. hier bei den Schulwegen sogar noch Zuwächse gezeigt hat. Und: auch die deutlich ablehnende Einstellung zu Vandalismus hat sich bei den Teilnehmern/innen nicht verändert.

**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!**