



Inhaltsverzeichnis

1	Hintergrund / Ausgangslage	2
2	Geforderte Leistungen im Einzelnen.....	2
2.1	Arbeitspaket 1	3
2.2	Arbeitspaket 2	3
3	Weitere Konkretisierung einzelner Leistungen.....	4
3.1	Studiendesign	4
3.2	Zielgruppen und Stichprobe	5
3.3	Vorbereitete Fragen und Antworten.....	5
3.4	Durchführung eines Vorabtests	6
3.5	Qualitätssicherungsmaßnahmen	6
3.6	Datenlieferung.....	7
4	Zeitraumen	7

1 Hintergrund / Ausgangslage

Die Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen ist eine Bundesoberbehörde im Geschäftsbereich des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie mit Sitz in Bonn. Zentrale Aufgabe der Bundesnetzagentur ist es, den Wettbewerb in den Energie-, Telekommunikations-, Post- und Eisenbahnmärkten zu fördern und die Leistungsfähigkeit der Infrastrukturen in diesen Bereichen sicherzustellen. Weiterhin ist die Bundesnetzagentur Ansprechpartner für Verbraucherfragen in den Bereichen Energie, Telekommunikation und Post und setzt sich dafür ein, dass Kundenrechte gewahrt werden.

Der Eisenbahnmarkt in Deutschland ermöglicht neben dem Schienengüterverkehr durch den Schienenpersonenverkehr eine wichtige Mobilitätsleistung für die Bevölkerung, die sie für berufliche wie private Reiseverkehre in Anspruch nimmt. Angebot, Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit des Personenverkehrs haben dabei in den letzten Jahren zunehmend die politische und gesellschaftliche Diskussion geprägt und sind damit als relevante Themen von nationaler Bedeutung anzusehen.

Nach § 67 Abs. 3 ERegG konsultiert die Bundesnetzagentur mindestens alle zwei Jahre Vertreter der Nutzer von Dienstleistungen des Schienenpersonenverkehrs. Als Vertreter kann hierbei eine repräsentative Nutzergruppe verstanden werden. Für diese Konsultation und dabei zu erhebende Erfahrungen gibt es durch das Gesetz keine inhaltlichen Vorgaben. Die Bundesnetzagentur ist bestrebt, die für die Nutzer relevanten Themenbereiche abzudecken, die außerdem Bezug zum Aufgabenkatalog der Behörde haben. Hierzu zählen aufgrund der aktuellen Diskussion beispielsweise Fragen zur Angebotsdichte, der Kapazität, Auslastungen von Verkehren sowie Erfahrungen zu baustellenbedingten Ersatzverkehren.

Die Bundesnetzagentur hat bereits in der Vergangenheit Erhebungen durchgeführt, in der Zufriedenheiten mit Bahnhöfen und Zügen, Fragen zur Pünktlichkeit und streikbedingte Auswirkungen erfasst wurden. 2024 wurden dazu erstmalig Fahrgäste direkt befragt. Dieser Ansatz wird auch für die diesjährige Befragung gewählt, allerdings mit anderen thematischen Schwerpunkten.

2 Geforderte Leistungen im Einzelnen

Es soll eine repräsentative Verbraucherbefragung der Nutzer des Schienenpersonenverkehrs in Deutschland durchgeführt werden. Im Fokus der Erhebung stehen deren Erfahrungen und Bewertungen, ihre Wünsche, Forderungen und Erwartungen an den künftigen Verkehr auf der Schiene (insbesondere Aspekte von Kapazität, Fahrplandichte, Verbindungsarten, Schienen-

ersatzverkehr und Informationen). Die Befragung soll so erfolgen, dass die durch die Stichprobe gewonnenen Daten repräsentativ für die Wohnbevölkerung in Deutschland ab 16 Jahren sind, die den Schienenpersonenverkehr nutzt. Als Nutzer gelten alle Personen, die ein Angebot des Schienenpersonenverkehrs (außer Museumsbahnen und reine Touristikverkehre) in den letzten 3 Monaten mindestens einmal genutzt haben.

Die einzelnen Leistungen sollen auf zwei Arbeitspakete wie folgt aufgeteilt werden:

2.1 Arbeitspaket 1

- Fachliche Überarbeitung des von der Auftraggeberin entworfenen Fragebogenentwurfs;
- Erstellen eines (Erhebungs-) Protokolls, das
 - die Methodik zu Definition und Ziehung der Stichprobe
 - ein Konzept zur Kontrolle der Datenqualität und ggf. nötiger Korrekturenenthält;
- Durchführung von Vorabtests (inkl. Umsetzung daraus resultierender notwendiger Anpassungen) und Erstellung eines Kurzberichts.
- Erarbeitung einer finalen Fassung des Fragebogens.

Arbeitspaket 1 soll etwa 30 % des Bearbeitungsumfangs beanspruchen. Alle Arbeitsschritte sollen in enger Abstimmung bzw. Zusammenarbeit mit der Auftraggeberin erfolgen.

2.2 Arbeitspaket 2

- Durchführung der Befragung;
- Datenaufbereitung und -bereinigung in einer für die Auftraggeberin nachvollziehbar dokumentierten Form;
- Anfertigung von tabellarischen Auswertungen aller Ergebnisdaten sowie Erstellung von Abbildungen mit zentralen Aussagen (ca. 20 Abbildungen) in Absprache mit der Auftraggeberin. Die Interpretation und Bewertung der Daten erfolgt durch die Auftraggeberin;
- Übergabe der Daten in einer für die Auftraggeberin verwertbaren bzw. weiterzuverarbeitenden elektronischen Form;
- Erstellung eines Methodenberichts, der das methodische Vorgehen der Befragung für Dritte nachvollziehbar erläutert.

Arbeitspaket 2 soll etwa 70 % des Bearbeitungsumfangs beanspruchen.

Mit Hilfe der erhobenen Daten soll u. a. erfasst werden:

- I. Thema 1: Präferenzen hinsichtlich gegenläufiger Aspekte von Kapazität, Angebotsdichte und Verbindungsarten;**
- II. Thema 2: Bewertung von Baumaßnahmen und Schienenersatzverkehren;**
- III. Thema 3: Bewertung von Informationsangeboten**
- IV. Thema 3: Nutzung des Deutschlandticket und dessen preisliche Bewertung;**
- V. Ggf. weitere Aspekte zu Wettbewerb im Fernverkehr und Barrierefreiheit**
- VI. soziodemographische und weitere personenbezogene Angaben;**

3 Weitere Konkretisierung einzelner Leistungen

3.1 Studiendesign und -methodik

- Es ist eine rein telefonische Befragung durchzuführen. Diese soll innerhalb eines Zeitraums von maximal 3 Monaten durchgeführt werden.
- Im Rahmen der telefonischen Erhebung muss eine angemessene Berücksichtigung von Mobilfunk- und Festnetznutzern sichergestellt sein (Dual-Frame-Ansatz). Dabei ist ausführlich darzulegen, wie die Auswahl der Telefonstichprobe erfolgt und wie systematische Verzerrungen der Stichprobe (bspw. durch „mobile-only user“) vermieden werden können.
- Die telefonische Befragung ist vom Hauptauftragnehmer bzw. von einem Teil der Bietergemeinschaft auszuführen. Die Durchführung der telefonischen Befragung kann nicht durch einen Unterauftragnehmer erfolgen.
- Es kommen hauptsächlich geschlossene Fragen mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten zur Anwendung. In wenigen Fällen ist die Eingabe einer freien Antwort vorgesehen. Der Entwurf des Fragebogens ist in Bezug auf die Formulierung der Fragen und hinsichtlich des Umfangs vom Auftragnehmer in Absprache mit der Auftraggeberin zu überarbeiten.
- Als Interviewer sind deutsche Muttersprachler einzusetzen oder alternativ Interviewer, die Deutschkenntnisse auf annähernd muttersprachlichem Niveau (C2 des europäischen Referenzrahmens) aufweisen, um einen reibungslosen Ablauf der Interviews – selbst in komplexen Gesprächssituationen – zu gewährleisten.
- Außerdem sind die Interviewer möglichst so auszuwählen, dass sie hinsichtlich des Eisenbahnverkehrs bzw. der Themen des Fragebogens über ausreichendes Fachwissen verfügen, um auf ggf. Rückfragen oder Unsicherheiten bei den Interviewten eingehen zu können. Sie sollten auch dazu z. B. in der Lage sein, entsprechende Fachausdrücke während der Interviews erklären zu können. Bei Bedarf kann diesbezüglich eine Schulung von Seiten der Auftraggeberin erfolgen.

- Der Auftragnehmer verpflichtet sich zur Einhaltung der allgemein anerkannten wissenschaftlich-methodischen Regeln der Marktforschung, die im ICC¹/ESOMAR² Internationalen Kodex³ für die Praxis der Markt- und Sozialforschung sowie den verschiedenen von den Branchenverbänden der deutschen Markt- und Sozialforschung (ADM⁴, ASI⁵, BVM⁶, DGOF⁷) herausgegebenen Richtlinien formuliert sind. Insbesondere gilt dies für die folgenden Richtlinien:⁸
 - Richtlinie für telefonische Befragungen⁹,
 - Richtlinie für die Befragung von Minderjährigen¹⁰,
 - Richtlinie zum Umgang mit Datenbanken in der Markt- und Sozialforschung¹¹.

3.2 Zielgruppen und Stichprobe

- Der Auswahlprozess der repräsentativen Stichprobe ist detailliert zu erläutern.
- Die Grundgesamtheit der Stichprobe basiert auf den Nutzern des Schienenpersonenverkehrs (außer Museumsbahnen und reine Touristikverkehre wie z. B. Bergbahnen) ab 16 Jahren. Als Nutzer gelten Personen, die Dienstleistungen des SPV in den letzten 3 Monaten mindestens einmal in Anspruch genommen haben. Neben Alter, Geschlecht, Bildungsstand, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße und Einkommen ist auch die regionale Bevölkerungsverteilung in der Bundesrepublik Deutschland bei der Ziehung der Stichprobe entsprechend zu berücksichtigen. Der Nettostichprobenumfang soll sich insgesamt auf **mindestens 2.000 Befragte** belaufen.
- Bei der Ziehung der Stichprobe sind sowohl Zufallsverfahren als auch bewusste Auswahlverfahren zulässig, sofern jeweils die Repräsentativität sichergestellt wird.
- Der Auftraggeberin sind Möglichkeiten einzuräumen, die Repräsentativität der Stichprobe im Hinblick auf die Grundgesamtheit zu überprüfen.

3.3 Vorbereitete Fragen und Antworten

- Die Auftraggeberin hat bereits den Entwurf eines Fragebogens zum beschriebenen Auftrag entworfen (siehe **Anlage 3a** - Fragebogenentwurf).

¹ International Chamber of Commerce

² ESOMAR (ursprünglich: The European Society for Opinion and Market Research) ist ein international tätiger Verein zur Marktforschung.

³ <https://esomar.org/uploads/attachments/ckqtgbyk301p6kdtreli3mnyf-iccesomar-code-german.pdf>

⁴ Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e. V.

⁵ Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e. V.

⁶ Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e. V.

⁷ Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e. V.

⁸ Siehe hierzu auch: <https://www.rat-marktforschung.de/branchenkodex/#kodex>

⁹ https://www.rat-marktforschung.de/wp-content/uploads/2021/01/Richtlinie_Telefonische_Befragungen_2021.pdf

¹⁰ <https://www.rat-marktforschung.de/wp-content/uploads/2021/08/RL-Minderja%CC%88hrigen-2021-23.7.2021.pdf>

¹¹ https://www.rat-marktforschung.de/wp-content/uploads/2021/01/Richtlinie_Umgang_mit_Datenbanken_2021.pdf

- Die fachlichen Fragen wurden von der Auftraggeberin bereits formuliert und nach Priorität sortiert. In Abhängigkeit der erwarteten durchschnittlichen Befragungsdauer (s.u.) sollen möglichst viele Fragen des Fragenkatalogs entsprechend ihrer Priorisierung für die Interviews ausgewählt werden.
- Eine durchschnittliche Befragung soll etwa 15 Minuten in Anspruch nehmen.
- Die zusätzlich abzufragenden soziodemographischen Merkmale werden von der Auftraggeberin vorgegeben und mit dem Auftragnehmer gemeinsam konsentiert. Die Ausformulierung der entsprechenden Fragen erfolgt ebenfalls gemeinsam mit dem Auftragnehmer.
- Der Auftragnehmer soll den gesamten Fragebogen prüfen und ggf. aus wissenschaftlicher bzw. methodischer Sicht erforderliche Optimierungsvorschläge ausarbeiten. Gemeinsam mit der Auftraggeberin wird anschließend eine entsprechende Anpassung des Fragebogens hinsichtlich Ablauf und endgültiger Formulierung durchgeführt. Für diese Abstimmung ist ein Arbeitstreffen in den Räumlichkeiten der Auftraggeberin in Bonn oder eine Videokonferenz vorgesehen.

3.4 Durchführung eines Vorabtests

- Vor Beginn der Erhebung soll der entwickelte Fragebogen hinsichtlich Verständlichkeit, Vollständigkeit und Länge geprüft werden. Der Vorabtest soll mit den Erhebungsmethoden durchgeführt werden, die auch später in der empirischen Erhebung angewendet werden.
- Das Ergebnis der Vorabtests ist durch den Auftragnehmer in einem Kurzbericht zu dokumentieren. Die aus dem Vorabtest gewonnen Erkenntnisse dienen anschließend dazu, den Fragebogen und ggf. die Analysemethodik bzw. den Ablauf der Erhebung anzupassen. Der Auftraggeberin wird die Möglichkeit gegeben, einen oder mehrere Vertreterinnen zur Beobachtung der Vorabtests zu entsenden.

3.5 Qualitätssicherungsmaßnahmen

- Eine geeignete Methodik und Erhebung sind für die Auftraggeberin von entscheidender Bedeutung. Daher werden sowohl internen Maßnahmen zur Qualitätskontrolle durch den Auftragnehmer als auch entsprechenden externen Kontrollmöglichkeiten durch die Auftraggeberin hohes Gewicht beigemessen.

- Um die Qualität der Forschungsergebnisse sicherzustellen, erwartet die Auftraggeberin eine Orientierung an den Standards zur Qualitätssicherung in der Markt- und Sozialforschung¹² (hrsg. von ADM, ASI und BVM).

3.6 Datenlieferung

- Die Daten sollen in einem elektronischen, tabellarischen Format (z. B. CSV oder SAV) geliefert werden. Weitere Einzelheiten hinsichtlich des geforderten Aufbaus der Daten werden im weiteren Projektverlauf mit der Auftraggeberin abgestimmt.
- Die Datenaufbereitung und -bereinigung erfolgt in einer für die Auftraggeberin nachvollziehbar dokumentierten Form.
- Es sollen folgende Datensätze geliefert werden:
 - Bereinigter Rohdatensatz mit sämtlichen Antworten aus der Befragung sowie den Gewichtungsvariablen und den Metadaten zur Befragung (u. a. Datum, Uhrzeit und Dauer der Befragung).
 - Bereinigter und gewichteter Rohdatensatz mit sämtlichen Antworten aus der Befragung sowie den Gewichtungsvariablen und den Metadaten zur Befragung (u. a. Datum, Uhrzeit und Dauer der Befragung).
- Darüber hinaus sollen in Absprache mit der Auftraggeberin tabellarische Auswertungen der Ergebnisdaten sowie Abbildungen mit zentralen Aussagen (ca. 20 Abbildungen) erstellt werden. Die Interpretation und Bewertung der Daten erfolgen durch die Auftraggeberin.

4 Zeitrahmen

Die erhobenen Daten sowie die tabellarischen und Auswertungen sollen **spätestens 6 Monate** nach Zuschlagserteilung übergeben werden; Arbeitspaket 1 soll dabei **spätestens 3 Monate** nach Zuschlagserteilung abgeschlossen sein. Ein detaillierter Zeitplan ist mit der Auftraggeberin zeitnah nach der Zuschlagserteilung abzustimmen.

- Der Auftragnehmer hat dafür Sorge zu tragen, dass der vorgesehene Projektzeitraum eingehalten wird. Dafür stellt er das notwendige Personal im erforderlichen Umfang ab.
- Zu Beginn des Auftrags ist ein Abstimmungsgespräch in den Räumlichkeiten der Auftraggeberin in Bonn oder in Form einer Telefon-/Videokonferenz vorgesehen (max. 1 Tag).

¹² <https://www.adm-ev.de/wp-content/uploads/2024/09/Qualitaetsstandards-in-der-Markt-und-Sozialforschung.pdf>



- Der Abschluss von Arbeitspaket 1 ist in Form eines Kurzberichts (ca. 5 Seiten) zu dokumentieren. Diesem soll auch der überarbeitete und für die Haupterhebung verwendete Fragebogen als Anlage beigelegt werden.
- Während der Projektlaufzeit sind in Abhängigkeit des Bedarfs bis zu 3 weitere optionale Arbeitstreffen (jeweils max. 1 Tag), einschließlich der Vorstellung von Zwischenergebnissen, in den Räumlichkeiten der Auftraggeberin in Bonn oder in Form von Telefon-/Videokonferenzen vorgesehen.
- Nach Fertigstellung der Studie ist eine Abschlusspräsentation, einschl. Diskussion der Ergebnisse in den Räumlichkeiten der Auftraggeberin in Bonn oder in Form einer Telefon-/Videokonferenz, vorgesehen (max. 1 Tag).