



Smarte Fakten Sichere Entscheidungen

Mit gezielter Marktforschung Veränderungen vorantreiben



Ergebnispräsentation der smart insights GmbH

SEB - Samstags einfach Busfahren – Zwischenergebnisse der Fahrgastbefragung



Agenda

1

Studiensteckbrief & Allgemeines

2

Zentrale Ergebnisse

3

Zusammenfassung und Entscheidungshilfe





Hintergrund & Zielsetzung

Hintergrund

Die Stadt Oldenburg hat zur Attraktivitätssteigerung des ÖPNV und der Belebung der Innenstadt an Samstagen die kostenlose Nutzung der Busse im Stadtgebiet beschlossen. Um diese Maßnahme umfassend zu begleiten und den Erfolg an verschiedenen Parametern beurteilen zu können, sollen punktuelle Fahrgastbefragungen über das gesamte Jahr 2025 durchgeführt werden.

Zielsetzung

Die Befragung soll dazu beitragen, den Erfolg der Maßnahme zu bewerten, die zunächst auf eine Pilotphase im Jahr 2025 beschränkt ist. Die Ergebnisse der Befragung liefern bereits belastbare Antworten auf die wesentlichen Fragen:

1. Wie gut wird das Angebot genutzt? Erschließen sich neue Kundengruppen für den ÖPNV?
2. Hat das Angebot Auswirkungen über die Aktionstage hinaus?

Studiensteckbrief



Studiensteckbrief

Institut: smart insights GmbH im Auftrag der Stadt Oldenburg und in Kooperation mit VWG und VBN

Zielgruppe: Fahrgäste am kostenlosen Samstag im Stadtgebiet Oldenburg

Methode: Quantitative Fahrgast-Befragung in den Bussen der VWG und an den Haltestellen

Befragungstage: Für den Zwischenbericht (bereits erfolgt)- 1. März, 26. April, 17. Mai, 7. Juni 2025
Für die Validierung (ausstehend) - 23. August, 8. November, 6. Dezember 2025

Dauer: ca. 3 Minuten

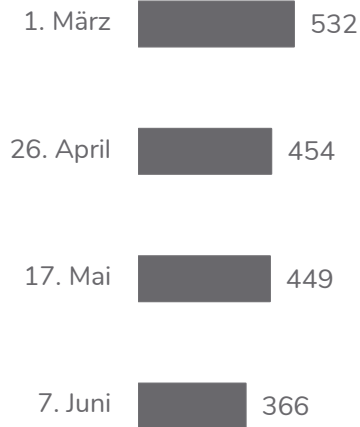
Stichprobe: n = 1.801

Ziele:

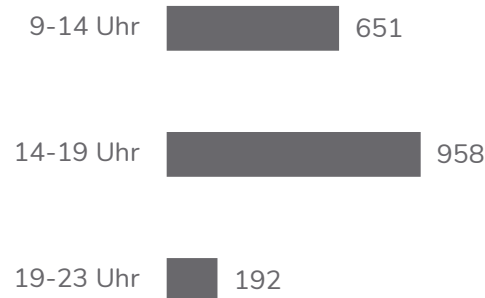
- Darstellung des Meinungsbildes der Fahrgäste über den kostenlosen Samstag
- Gewinnung von Erkenntnissen zur Entscheidungsgrundlage für die Politik und die Ausgestaltung des kostenlosen Busfahrens an Samstagen

Wann wurde befragt? – Anzahl befragter Personen

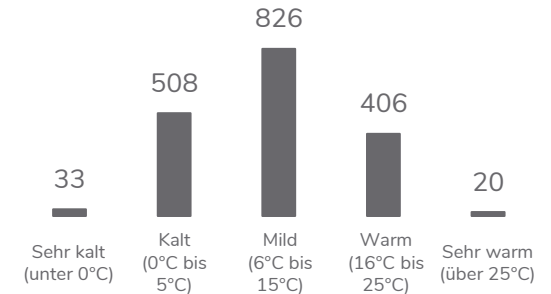
Befragungstag (in absoluten Zahlen)



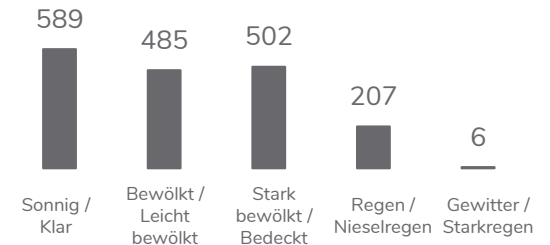
Befragungszeiten (in absoluten Zahlen)



Temperatur* (in absoluten Zahlen)



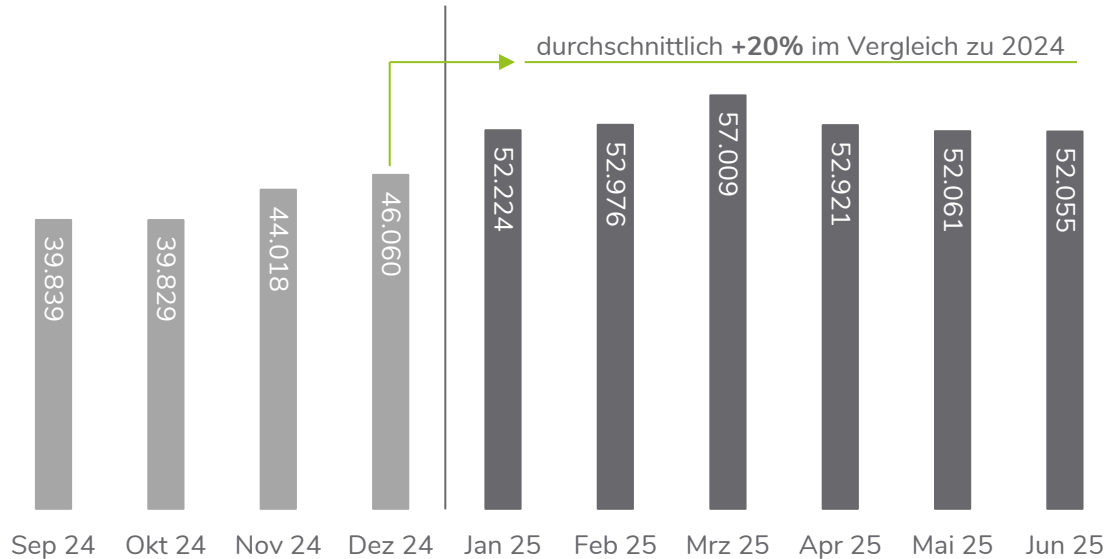
Wetterbedingungen (in absoluten Zahlen)



■ Total

Fahrgastzahlen im Befragungszeitraum

Entwicklung Fahrgastzahlen an Samstagen 2024 vs. 2025 (absolute Zahlen)



Gut zu wissen:

Eine Auswertung der Fahrgastzahlen an den Freitagen im Vergleichszeitraum hat keine signifikanten Unterschiede zwischen den Jahren ergeben.

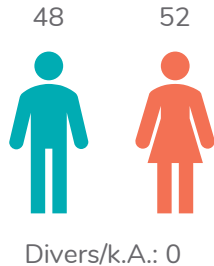
Der Freitagsvergleich zeigt damit exemplarisch, dass die Zunahmen der Fahrgastzahlen am **Samstag nicht zulasten der anderen Wochentage** gehen müssen und es im Falle des Freitags auch nicht tun.

Eine zusätzliche **Auswertung der Passantenfrequenzen** an zentralen Stellen zeigte, dass **keine Auswirkungen des SEB** festgestellt werden konnten.

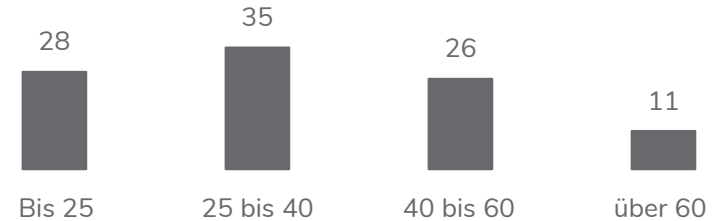
Hinweis: Daten zur Auslastung der städtischen Parkplätze an Samstagen im ersten Halbjahr 2025 liegen für den Zwischenbericht noch nicht vor. Im Endbericht Anfang 2026 werden die Daten enthalten sein und es wird ein Vergleich mit der Auslastung 2024 vorgenommen. Eine Auswertung zur Auslastung der städtischen Parkplätze (inklusive Samstage) erfolgt auch im regelmäßigen Bericht zum Monitoring zur Innenstadtentwicklung im Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Digitalisierung und internationale Zusammenarbeit

Wer fährt am Samstag mit dem Bus? – Soziodemografie

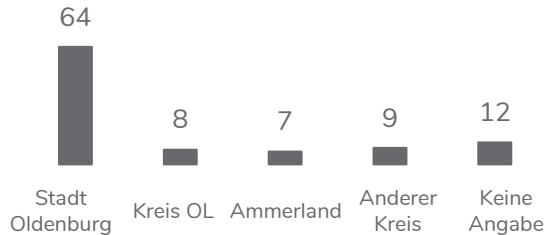
Geschlecht (in %)



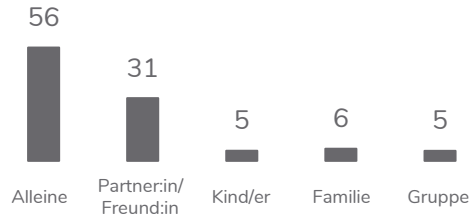
Altersgruppe (Jahre, in %)



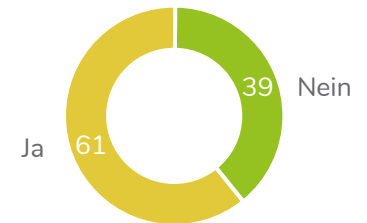
Wohnort – Angabe über PLZ (in %)



Begleitung bei der Fahrt (in %)

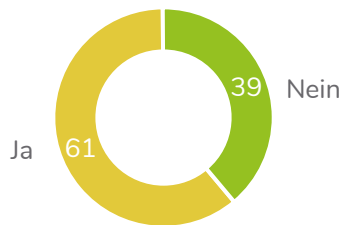


Abo-Ticket (in %)

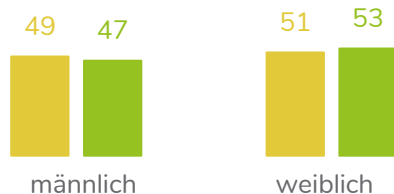


Vergleich **Abo-Kunden** vs. **Nicht Abo-Kunden**

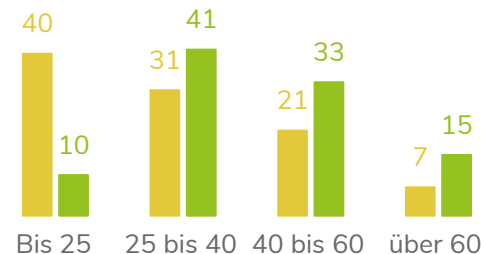
Abo Ticket vorhanden? (in %)



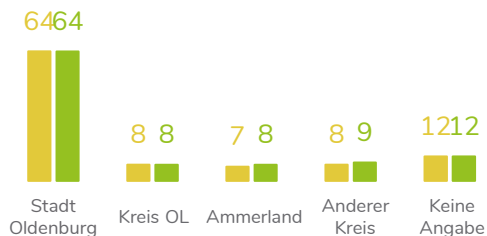
Geschlecht (in %)



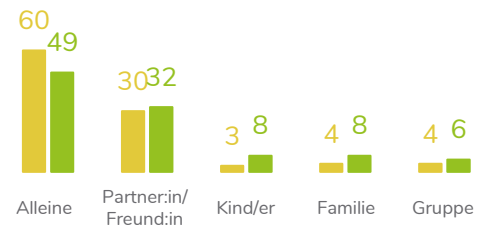
Alter (Jahre, in %)



Wohnort nach PLZ-Gebiet (in %)

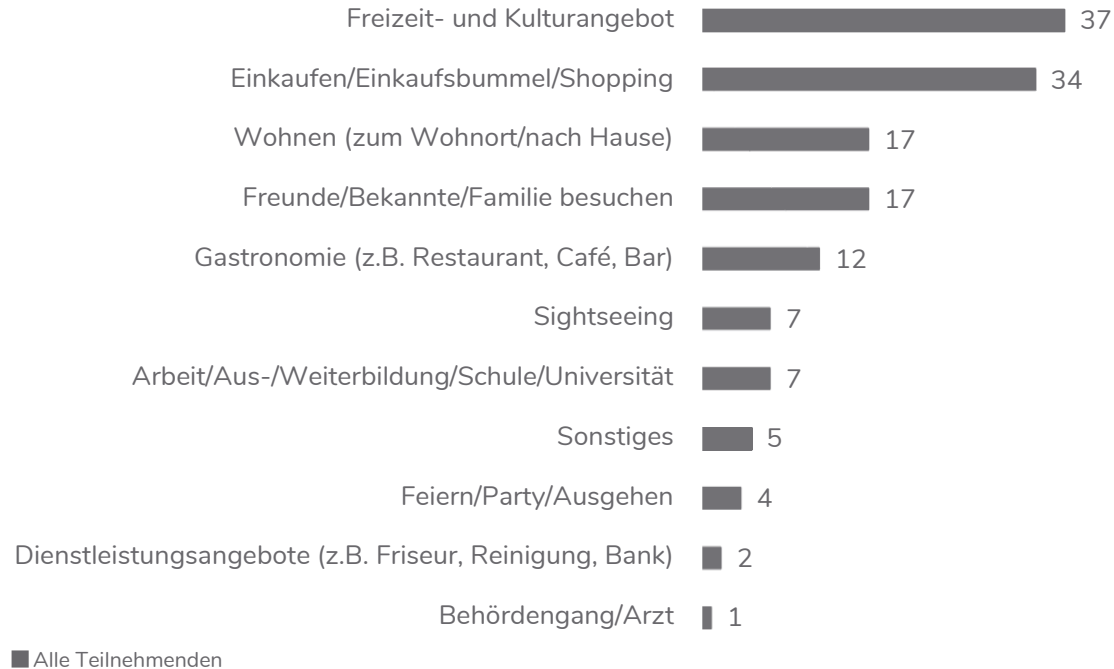


Begleitung bei der Fahrt (in %)



Was ist der Anlass für die Fahrt mit dem Bus?

Anlass für die Fahrt (in %)



Gut zu wissen:

Während 41% der über 60-Jährigen zum Shoppen kommen, trifft dies nur auf 22% der unter 25-Jährigen zu.

Was ist der Anlass für die Fahrt mit dem Bus? – Teilgruppen

Anlass für die Fahrt (in %)

	männlich	weiblich	unter 25 Jahren	25 bis 40 Jahre	40 bis 60 Jahre	Über 60 Jahre	Stadt Oldenburg	Kreis Oldenburg	Ammerland	Andere Kreise
Freizeit- und Kulturangebot	40	34	34	33	46	31	34	43	31	34
Einkaufen/Einkaufsbummel/ Shopping	30	38	22	36	42	41	34	36	32	30
Wohnen (zum Wohnort/ nach Hause)	16	18	17	18	14	23	18	26	13	12
Freunde/Bekannte/ Familie besuchen	15	18	24	16	11	13	16	9	21	26
Gastronomie (z.B. Restaurant, Café, Bar)	12	12	10	13	17	5	12	7	14	12
Arbeit/Schule/Universität	7	7	10	10	4	0	8	7	8	4
Sightseeing	6	7	6	9	5	5	5	13	4	10
Sonstiges	5	5	4	5	5	7	5	5	3	9
Feiern/Party/Ausgehen	4	4	6	5	2	3	4	0	6	8
Dienstleistungsangebote (z.B. Friseur, Reinigung)	2	2	2	2	2	2	2	0	3	3
Behördengang/Arzt	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1

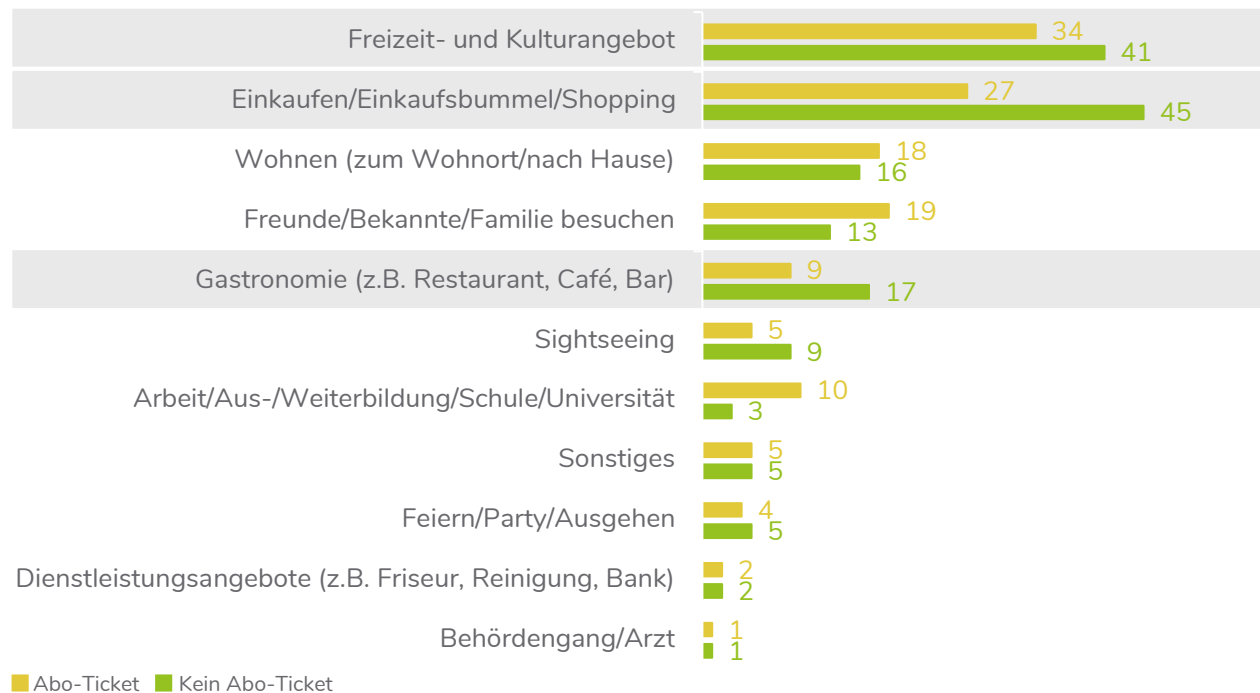
Was ist der Anlass für die Fahrt mit dem Bus? – Teilgruppen

Anlass für die Fahrt (in %)

	1. März	26. April	17. Mai	7. Juni	9 bis 13 Uhr	13 bis 19 Uhr	19 bis 23 Uhr
Freizeit- und Kulturangebot	20	35	50	46	30	38	54
Einkaufen/Einkaufsbummel/ Shopping	33	28	36	41	35	35	25
Wohnen (zum Wohnort/ nach Hause)	10	17	19	26	15	18	22
Freunde/Bekannte/ Familie besuchen	19	19	15	14	13	19	18
Gastronomie (z.B. Restaurant, Café, Bar)	6	7	18	21	7	15	17
Arbeit/Schule/Universität	11	8	6	4	10	6	5
Sightseeing	1	9	11	6	3	8	13
Sonstiges	7	6	4	3	6	5	1
Feiern/Party/Ausgehen	4	2	9	2	2	4	14
Dienstleistungsangebote (z.B. Friseur, Reinigung)	2	2	1	3	2	2	1
Behördengang/Arzt	1	2	1	1	1	1	0

Was ist der Anlass für die Fahrt mit dem Bus?

Anlass für die Fahrt (in %)



Gut zu wissen:

Während **Abo-Nutzer:innen** eher alltäglichen Aufgaben nachgehen, nutzen Personen **ohne Abo-Ticket** den Bus vermehrt, um Einzelhandelsangebote und Gastronomie in Anspruch zu nehmen.

Agenda

1

Studiensteckbrief & Allgemeines

2

Zentrale Ergebnisse

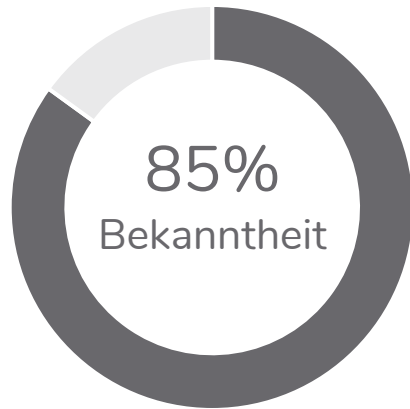
3

Zusammenfassung und Entscheidungshilfe

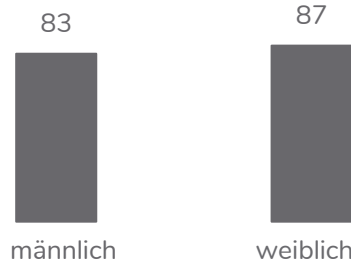


Wie Bekannt ist das Angebot des kostenlosen ÖPNV?

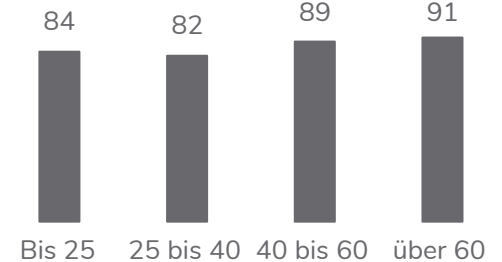
Bekanntheit - Alle Befragten (in %)



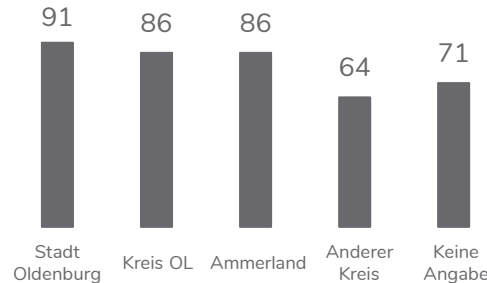
nach Geschlecht (in %)



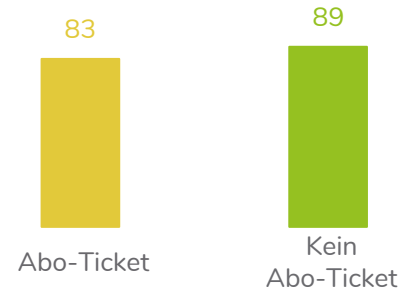
nach Alter (Jahre, in %)



nach Wohnort nach PLZ-Gebiet (in %)

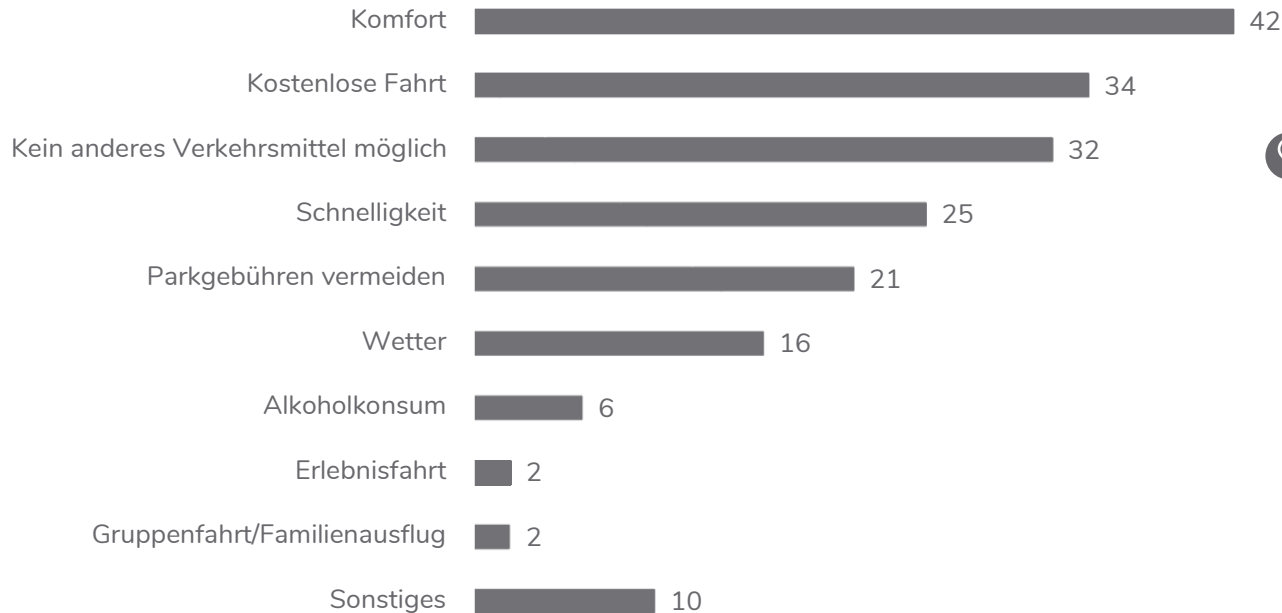


nach Besitz Abo-Ticket (in %)



Was sind die wichtigsten Gründe für die Nutzung des Busses?

Gründe für die Nutzung des Busses – Gesamt (in %)



■ Alle Teilnehmenden



Gut zu wissen:

49% aller 40–60-Jährigen geben an, den Bus insbesondere wegen der kostenlosen Fahrt zu nutzen.

Zwischen 19 und 23 Uhr liegt der Alkoholkonsum als Grund bei 19%.

Was sind die wichtigsten Gründe für die Nutzung des Busses?

Gründe für die Nutzung des Busses (in %)

	männlich	weiblich	unter 25 Jahren	25 bis 40 Jahre	40 bis 60 Jahre	Über 60 Jahre	Stadt Oldenburg	Kreis Oldenburg	Ammerland	Andere Kreise
Komfort	41	42	33	42	48	46	41	34	35	44
Kostenlose Fahrt	37	32	21	30	49	42	35	26	32	25
Kein anderes Verkehrsmittel möglich	33	32	44	31	21	34	32	39	32	36
Schnelligkeit	29	22	22	22	34	22	24	26	22	20
Parkgebühren vermeiden	19	22	13	25	24	24	18	29	21	21
Wetter	18	15	14	10	29	11	16	14	13	10
Sonstiges	9	11	10	12	8	9	11	7	16	7
Alkoholkonsum	5	6	5	7	6	1	5	3	10	6
Gruppenfahrt/ Familienausflug	2	2	3	2	2	1	2	0	3	5
Erlebnisfahrt	2	2	2	3	1	1	1	1	4	3

Was sind die wichtigsten Gründe für die Nutzung des Busses?

Gründe für die Nutzung des Busses (in %)

	1. März	26. April	17. Mai	7. Juni	9 bis 13 Uhr	13 bis 19 Uhr	19 bis 23 Uhr
Komfort	30	53	45	42	37	44	45
Kostenlose Fahrt	32	29	34	42	35	33	37
Kein anderes Verkehrsmittel möglich	29	40	35	25	33	32	34
Schnelligkeit	16	29	26	33	24	26	29
Parkgebühren vermeiden	13	26	25	21	17	23	23
Wetter	10	12	13	34	20	14	16
Sonstiges	16	5	7	11	10	11	3
Alkoholkonsum	5	4	10	3	4	4	19
Gruppenfahrt/ Familienausflug	3	2	0	3	4	1	2
Erlebnisfahrt	2	3	0	2	3	1	1

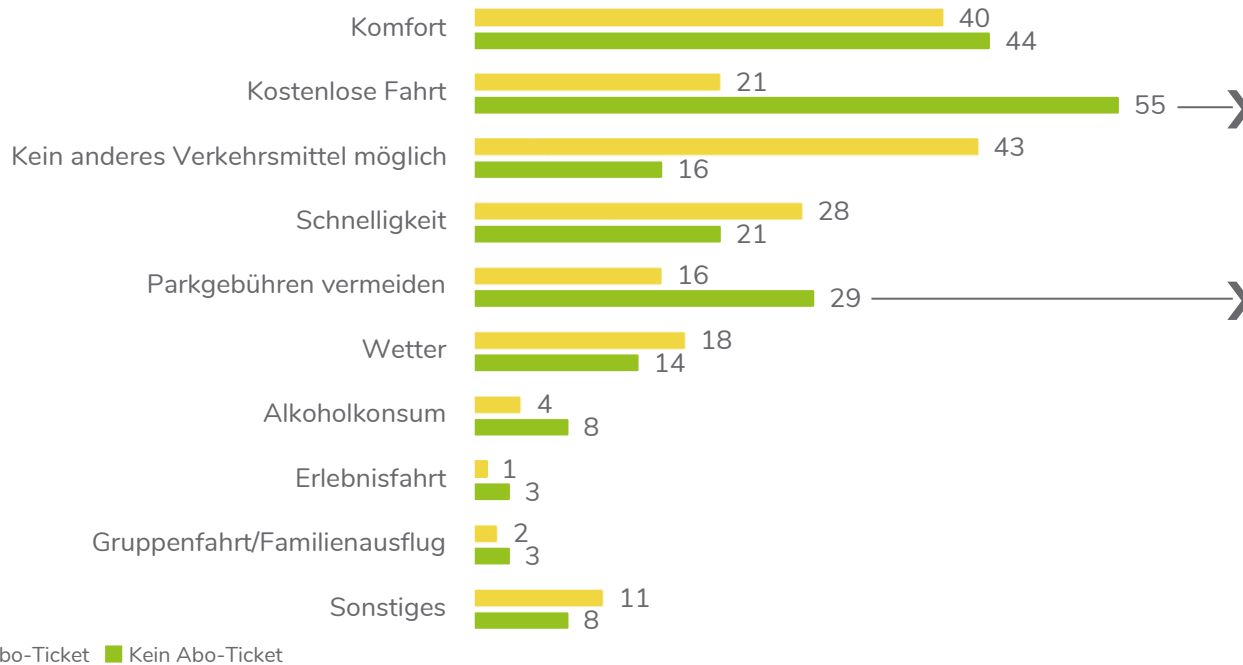


Gut zu wissen:

Aufgrund des häufigen Regens am Befragungstag 07. Juni ist der Nutzungsgrund „Wetter“ hier besonders relevant.

Was sind die wichtigsten Gründe für die Nutzung des Busses?

Gründe für die Nutzung des Busses – Besitz Abo-Ticket (in %)



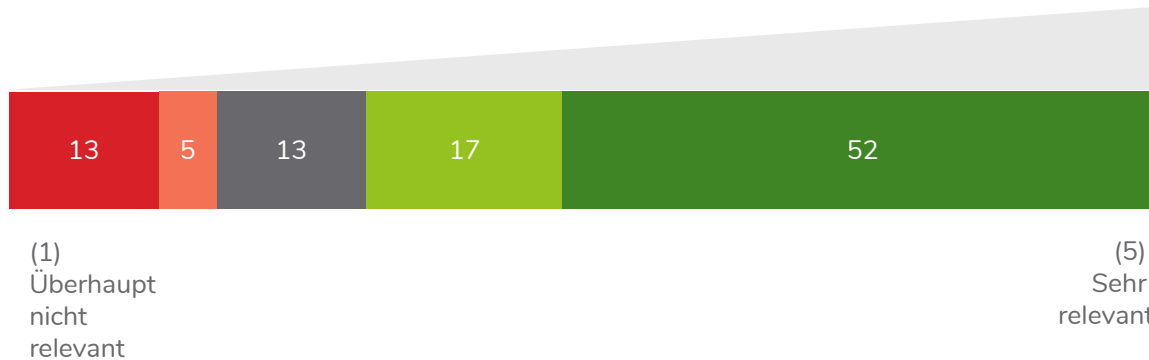
Gut zu wissen:

Die kostenlose Fahrt ist der Hauptgrund für die Nutzung des Busses ohne Abo-Ticket.

Für 29% der Nutzer:innen ohne Abo-Ticket ist die Vermeidung von Parkgebühren ein Grund.

Wie relevant ist die kostenlose Fahrt? – Nicht Abo-Kunden

Relevanz der kostenlosen Fahrt (in %)*



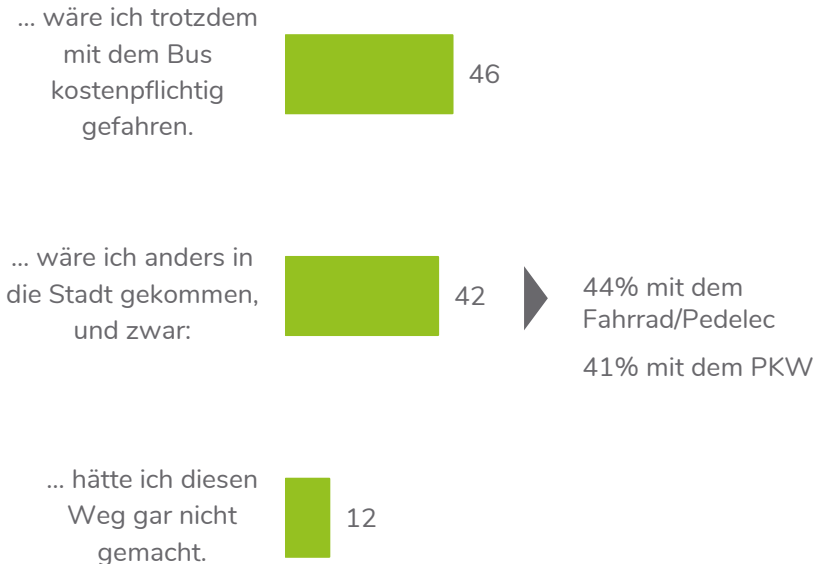
Gut zu wissen:

Für die PKW-Fahrer:innen ist die kostenlose Fahrt besonders relevant (73%).

■ Kein Abo-Ticket

Wie relevant ist die kostenlose Fahrt? – Nicht Abo-Kunden

Falls Fahrt **nicht** kostenlos (in %)



■ Kein Abo-Ticket



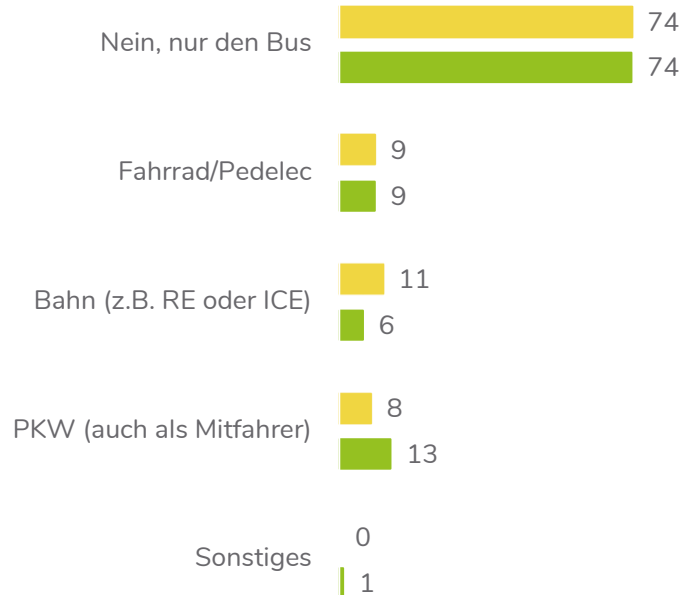
Beispielrechnung:

Bei einem durchschnittlichen täglichen Fahrgastaufkommen von etwa 50.000 Personen und einem Anteil von ca. 40% von Personen ohne Abo-Ticket (= 20.000 Personen) hätten etwa 8.400 Personen die Fahrt mit einem anderen Verkehrsmittel gemacht. Das würde bedeuten, dass etwa 3.500 Personen mehr den PKW anstelle des Busses genutzt hätten.

Mehr als 2.000 Personen hätten die Fahrt nach Hochrechnung gar nicht angetreten.

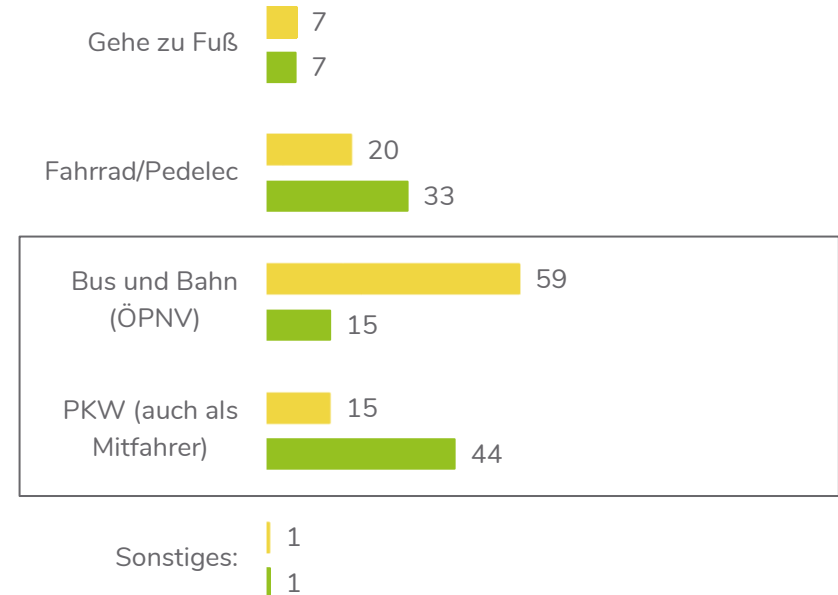
Welche Verkehrsmittel werden genutzt?

Verkehrsmittel in **Verbindung mit der aktuellen Fahrt** (in %)



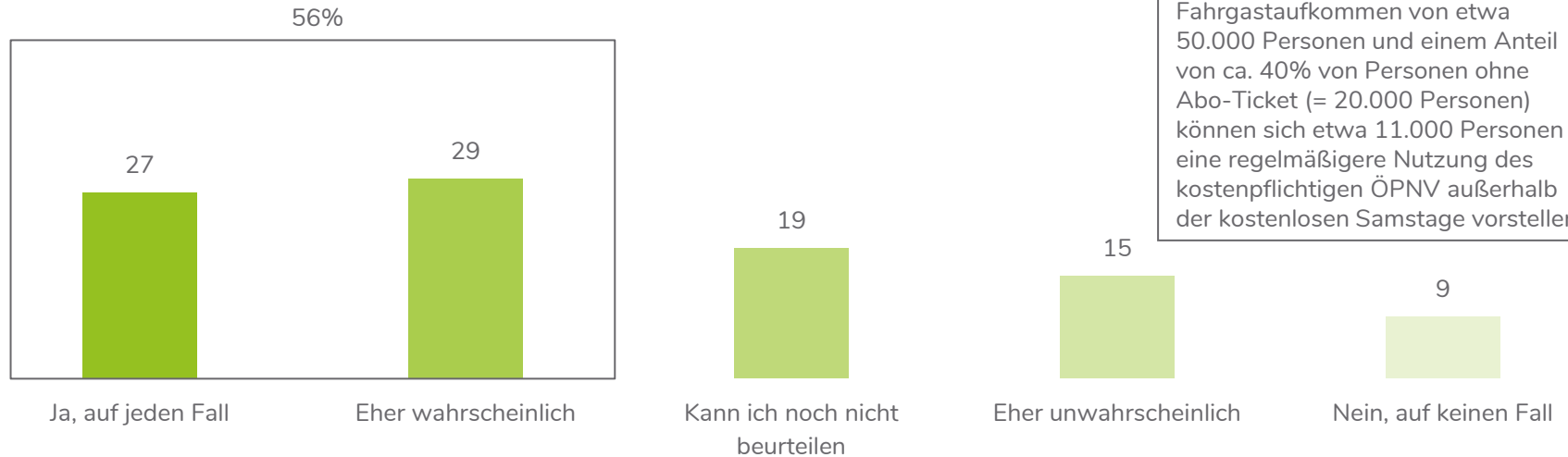
■ Abo-Ticket ■ Kein Abo-Ticket

Häufigste Verkehrsmittel generell **im Alltag** (in %)



Nicht Abo-Kunden – Potenzielle Nutzung regulärer ÖPNV

Potenziell häufigere Nutzung des kostenpflichtigen ÖPNV (in %)



Beispielrechnung:

Bei einem durchschnittlichen Fahrgastaufkommen von etwa 50.000 Personen und einem Anteil von ca. 40% von Personen ohne Abo-Ticket (= 20.000 Personen) können sich etwa 11.000 Personen eine regelmäßige Nutzung des kostenpflichtigen ÖPNV außerhalb der kostenlosen Samstage vorstellen.

■ Kein Abo-Ticket

Agenda

1

Studiensteckbrief & Allgemeines

2

Zentrale Ergebnisse

3

Zusammenfassung und Entscheidungshilfe



Zusammenfassung (1/4)

Wie entwickeln sich die Fahrgastzahlen an Samstagen?

- Es ist sichtbar, dass die Zahl der Fahrgäste an Samstagen im Jahr 2025 (Januar bis Juni) zwischen 11% und 30% über den Werten von September bis Dezember 2024 liegt. Im Schnitt lag der Fahrgastzuwachs 2024/2025 in den betrachteten Monaten bei 20%.
- Schaut man sich Monate an, die am ehesten vergleichbar sind (keine Urlaubszeit, keine Vorweihnachtszeit), liegen die Werte in 2025 circa 22% über den Werten von 2024 (September 2024: circa 40.000 Fahrgäste an einem normalen Samstag, Mai 2025: circa 52.000 Fahrgäste an einem normalen Samstag).
- Ein Vergleich der Entwicklung der Fahrgastzahlen an Freitagen zeigt exemplarisch, dass die Zugewinne an Samstagen nicht auf Kosten der Wochentage gehen (müssen).

> Die Fahrgastzahlen haben sich an kostenlosen Samstagen deutlich erhöht.

Allgemeines zur Nutzung des ÖPNV an Samstagen

- Insgesamt wird der ÖPNV in Oldenburg an Samstagen von allen Altersgruppen und Geschlechtern genutzt.
- Bei den Altersgruppen sind es vor allem die 25 bis 40-Jährigen mit einem Anteil von etwa 35% und eher weniger Personen über 60 Jahren (11%).
- Die Mehrheit der Befragten gibt als Wohnort eine PLZ aus der Stadt Oldenburg an (64%), gefolgt von Kreisen Oldenburg und Ammerland.
- 61% der Nutzer:innen sind bereits im **Besitz eines Abo-Tickets**.
- Wichtigste Anlässe sind „Shopping/Einkaufen“ und „Kultur-/Freizeitangebote“ (34% bzw. 37%).

> Der ÖPNV wird von einer breiten Bevölkerungsschicht genutzt.

Zusammenfassung (2/4)

Welche Relevanz hat das Angebot des kostenlosen ÖPNV?

- Die Bekanntheit des kostenlosen ÖPNV-Angebots an Samstagen liegt an allen Befragungstagen bei über 80%.
- Besonders hoch ist die Bekanntheit bei Personen aus der Stadt Oldenburg und Nutzer:innen **ohne Abo-Ticket** (91% bzw. 89%).
- 39% der befragten Nutzer:innen an einem Samstag sind **nicht im Besitz eines Abo-Tickets**.
- Über die Hälfte (55%) **dieser Nutzer:innen** gibt an, dass die kostenlose Fahrt (ein) Grund für die Nutzung des ÖPNV ist.
- Über 67% der **Nutzer:innen ohne Abo** sagen, dass das kostenlose Angebot (sehr) relevant war für die Wahl des Busses als Verkehrsmittel.

➤ Insbesondere Gelegenheitsnutzer:innen ohne Abo-Ticket geben den kostenlosen Samstag als Grund für die Fahrt mit dem Bus an.

Werden durch das Angebot neue Kunden gewonnen?

- 39% der befragten Nutzer:innen an einem Samstag sind **nicht im Besitz eines Abo-Tickets**.
- Mehr als die Hälfte **dieser Gruppe** (56%) geben an, dass sie sich durch die Erfahrungen mit dem kostenlosen ÖPNV vorstellen können den ÖPNV auch an kostenpflichtigen Tagen zu nutzen.

➤ Das Angebot erhöht die Bereitschaft den ÖPNV auch über das kostenlose Angebot hinaus häufiger zu nutzen.

Zusammenfassung (3/4)

Reduziert der kostenlose ÖPNV die Nutzung von PKWs?

- Fast 90% der Nutzer:innen **ohne Abo-Ticket** hätten die Fahrt in die Stadt auch gemacht, wenn die Fahrt mit dem Bus nicht kostenlos gewesen wäre.
- Etwa 46% dieser Personen hätten auch in diesem Fall den Bus genutzt.
- Die andere Gruppe hätte für die Fahrt entweder das Fahrrad/Pedelec oder den PKW genutzt (44% bzw. 41%).
- Der PKW ist für die Nutzer:innen **ohne Abo-Ticket** auch im Alltag generell das meistgenutzte Verkehrsmittel (44%) vor Fahrrad/Pedelec (33%).

> Es zeigt sich, dass gerade Nutzer:innen ohne Abo-Ticket durch das Angebot häufiger auf den PKW verzichten.

PKW Fahrer:innen im Detail

- Bekanntheit des kostenlosen Angebots ist etwas niedriger als bei den Fahrradfahrer:innen (82% zu 89%).
- 45% der (hauptsächlichen) PKW-Fahrer:innen begründen die Busfahrt mit dem kostenlosen Angebot. Zusätzlich geben 38% an Parkgebühren vermeiden zu wollen.
- 57% der (hauptsächlichen) PKW-Fahrer:innen können sich vorstellen den ÖPNV auch über das kostenlose Angebot hinaus zu nutzen.

> Das kostenlose Angebot kann Einfluss auf das PKW-Nutzungsverhalten haben.

Zusammenfassung (4/4)

Relevanz für Einzelhandel

- Wichtigste Anlässe für die Fahrt am Samstag sind „Shopping/Einkaufen“ und „Kultur-/Freizeitangebote“ (34% bzw. 37%).
- Der Vergleich zwischen den Nutzer:innen **mit** und **ohne** Abo-Ticket zeigt, dass letztere deutlich häufiger zum Shoppen & Einkaufen (45% zu 27%) sowie für die Gastronomie (17% zu 9%) unterwegs sind.
- Es ist an dieser Stelle aber nicht möglich zu beurteilen, ob das Angebot mehr Kunden in die Innenstadt bringt. Die Auswertung der Passantenfrequenzen zeigt hier keinen relevanten Effekt.

> Die Gruppe der Nutzer:innen ohne Abo-Ticket erscheint besonders relevant für Einzelhandel und Gastronomie.