



# Unterwegs mit unseren Zielgruppen

Messen statt Fragen –  
ein Paradigmenwechsel in der Mobilitätsforschung

---

12. Oktober 2023 | Frankfurt Silberturm

# MoMo Tracks ist *das* innovative Marktmessinstrument

und gilt als Impulsgeber für den gesamten DB-Konzern



## Zielgruppen



- Wir kennen die Menschen, die unterwegs sind und haben sie
- in adressierbaren Zielgruppen zusammengefasst
- Wir kennen ihre Bedürfnisse entlang der Reisekette und
- haben Informationen zu allen Marketing-Ps

## Marktdaten



- Wir stellen kontinuierlich Daten zur Entwicklung des Mobilitätsmarktes bereit und
- setzen mit unseren Zielgruppen den Fokus auf kundenzentriertes Handeln
- Wir liefern damit eine Datengrundlage für die Ziele der Starken Schiene und der Mobilitätswende

## Wissenstransfer



- Wir bedienen den gesamten Konzern mit relevanten Daten
- Zentrale KPIs werden in Dashboards zur Verfügung gestellt
- GF-spezifische Analysen erstellen wir auf Anfrage
- Zusätzlich bieten wir vertiefende Studien im MoMo an

## Innovation – MoMo Tracks



- + Zukünftig werden **Bewegungsdaten geobasiert gemessen** und **Verkehrsmittel automatisch erkannt**
- + Der **gesamte Mobilitätsmarkt** und die **gesamte Reisekette** wird kontinuierlich gemessen
- + Daten werden dadurch auch deutlich schneller verfügbar sein

# Unterwegs mit Leon & Gerda

---

Leon Locker steht für die junge Zielgruppe „Unbeschwerte“.  
Gerda Gesellig repräsentiert die „Unabhängigen Senioren“.  
Sie nehmen uns mit auf eine Reise nach München.



# Leon Locker

## locker und pragmatisch



Hallo, ich bin Leon Locker.  
Mein Leben ist echt lässig. Schau doch  
mal vorbei, wenn Du mehr über mich  
wissen möchtest.

mögen es unkompliziert

gern unterwegs

Hotel Mama

eher klassische Hobbies

Digital Natives

suchen Entspannung

Auto ist Freiheit und Erwachsensein

Familie, Partner & Freunde

bodenständig

leben im Hier und Jetzt



# Gerda Gesellig

## gesellig & aktiv



Hallo, ich bin Gerda Gesellig.  
Ich möchte mit meinen Freundinnen  
ein paar Tage wegfahren. Hast Du  
noch ein paar Tipps für günstige  
Unterkünfte und sehenswerte High-  
lights für mich?



selbstbestimmt

agil

vielseitig interessiert

selbstständig

sehr mobil

Auto = treuer Begleiter

erlebnisfreudige Genießerin

aktives Sozialleben

Schnäppchenjäger

heimatverbunden





# Unterwegs mit Leon & Gerda mit dem Regio nach München



# Unterwegs mit Leon & Gerda im Zug

Hören wir, wie es ihnen ergangen ist...



# Unterwegs mit Leon & Gerda im Zug...

und wie es ihnen ergangen ist



Für den Spontantrip nach München mit meinen Kumpels ist der ICE echt zu teuer, da hätten wir ja schon vor Monaten buchen müssen. Wir fahren mit dem Regio und kaufen uns ein Quer-durchs-Land-Ticket. Aber bis wir diese günstige Möglichkeit gefunden hatten, mussten wir ganz schön rumsuchen.

Meine Kumpels und ich haben uns im Zug unterhalten und laut Musik gehört – das hat andere Fahrgäste gestört – besonders drei ältere Frauen, die mit ihren Fahrrädern unterwegs waren. Ein eigenes Abteil nur für uns junge Leute, das wäre toll!

Auf dem Rückweg mussten wir ein paarmal umsteigen. Das war ganz schön gruselig an den Bahnhöfen und teilweise auch im Zug. Als wir dann nicht mal mehr W-LAN hatten, war ich froh, dass ich nicht alleine unterwegs war.



Ich war sehr aufgeregt am Bahnhof und es hat auch gedauert, bis wir alles gefunden haben. Zum Glück gab es ausreichend Platz für unsere Fahrräder. Das war meine größte Sorge bei der Reise mit dem Zug. Dass wir die Fahrräder nicht in den Zug bekommen. Aber die Verbindung ist ohne umsteigen und die Tickets waren echt preiswert! Zum Glück hat alles geklappt.

Die Hinfahrt war anstrengend. Wir hatten ein bisschen Angst, dass unsere Fahrräder beschädigt werden oder unser Gepäck geklaut. Es war ja nicht mal ein Schaffner im Zug und am Bahnhof war auch niemand!

Außerdem waren viele junge Leute im Zug, die offensichtlich ins Fußballstadion wollten. Sie haben gefeiert, Bier getrunken und laute Musik gehört. Das ist keine schöne Atmosphäre, da hätte ich doch lieber ein eigenes Abteil für uns gehabt!



# Unterwegs mit Leon

Wie kann die DB für Leon eine echte Alternative werden



## Promotion

**Verbindungen und Tickets leicht zugänglich anbieten**  
**Präsenz auf gängigen Apps**



## Price

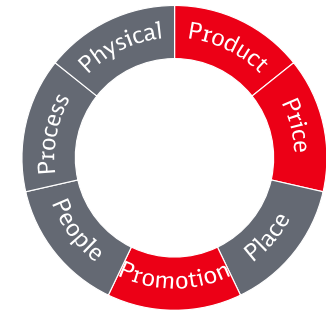
**Generell günstige Last-Minute Preise anbieten**  
**FV: Sparpreise auch kurzfristig für spontane Ausflüge verfügbar machen**



## Product

**Junge-Leute-Bereiche:**

- Party-Abteil
- Abteil für privaten Austausch und zum Telefonieren



**Durchgängiges W-LAN und SOS-Knöpfe**

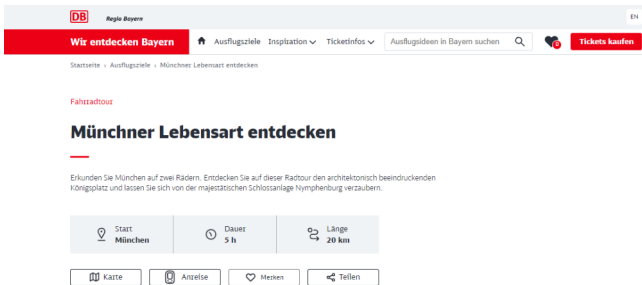
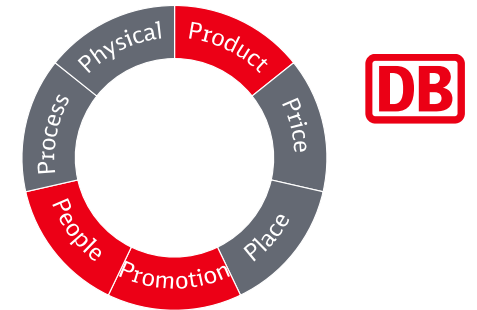
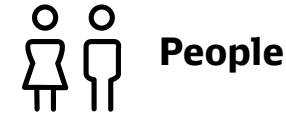


**Zielgruppe bei der Entwicklung von Zügen stärker berücksichtigen**

Option	Preis
Super Sparpreis Young (2 Kl.)	264,50 €
Sparpreis Young (2 Kl.)	309,50 €
Flexpreis (2 Kl.)	514,50 €
Quer-durchs-Land-Ticket (2 Kl.)	72,00 €

# Unterwegs mit Gerda

Wie kann die DB für Gerda eine echte Alternative werden



**Sicherheitspersonal, vor allem am Bahnhof**

**Hilfe mit dem Fahrrad**

**Personal im Zug für Auskünfte und Sicherheitsgefühl – oder Alternativen**



**Reservierung  
Fahrradmitnahme garantieren – evtl. auch im FV mit Service**

**Ruhebereiche  
Abteile mit privater Atmosphäre**

**Sichere Gepäck- und Fahrradaufbewahrung**

# Wir kennen unsere Zielgruppen gut und haben viel Wissen gesammelt



Wenn Sie sich also mal fragen...

Ob die junge Zielgruppe überhaupt noch klassisches TV schaut?

Wie hoch der Marktanteil der DB bei den Preisbewussten ist?

Warum die Zeitbewussten lieber Auto fahren?

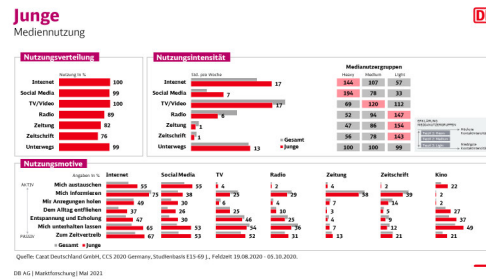
Wie das Image der DB bei den Nachhaltigen Performern ist?

Was eigentlich die Senioren am Bahnhof machen?

Einfach nur einen schnellen Überblick benötigen

Ganz tief in ihre Zielgruppen eintauchen wollen

Kontinuierlich die harten Fakten im Blick behalten wollen



## Mobilitätswelt

Wie sind sie unterwegs?



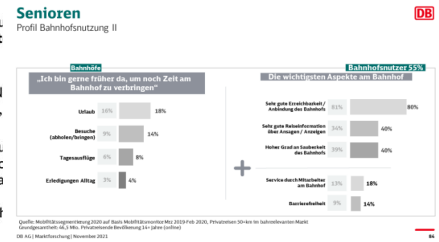
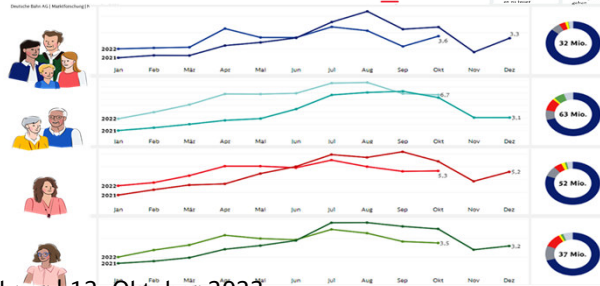
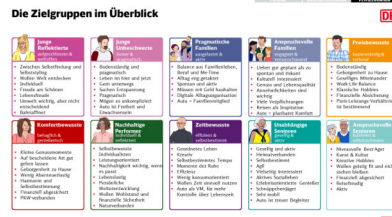
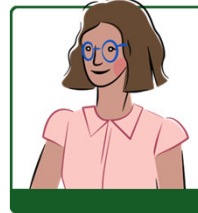
...den Auto als VM, mit dem man Macht über seine Lebenszeit hat. ...zen die Bahn als zeiteffizient - man erst mal drin sitzt. ...VM-Wahl spielt neben der Qualität der Reisezeit eine Rolle. ...möglichst ohne Zeitdruck und ohne Risiko für verschwendete Zeit unterwegs sein und entspannt ankommen.

- Digitale Helfer wie DB Navigator, N und Google Maps sind willkommen, weil sie zusätzlich Effizienz bieten.
- Sehr wichtig sind unterwegs aber auch Unterhaltungsmedien. Sie lassen sich gerne durch Musik, Streaming etc. der Fahrtzeit unterhalten und genießen, dass das Private dadurch immer mitfährt.

## Image Bahn

DB als Dienstleister aus älterer Generation, der sein Potenzial nicht ausnutzt

- Mann, Mitte 40 oder älter
- Konservativ und unflexibel



# Coming soon: Die DB-Zielgruppen im Marketingportal



## Zielgruppen für den Personenverkehrsmarkt



Die Informationen zu den Zielgruppen werden im **Marketingportal** zentral zur Verfügung gestellt:

<https://marketingportal.extranet.deutschebahn.com/marketingportal>



# Mit MoMo Tracks läuten wir einen Paradigmenwechsel ein

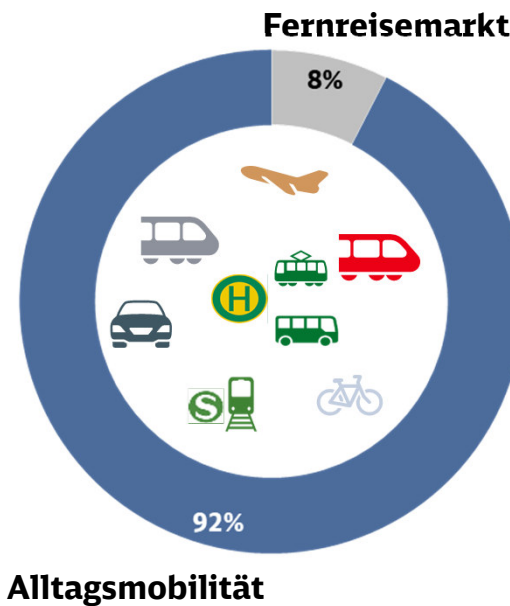


„Messen statt Fragen“ eröffnet neue Perspektiven



## 2024 Die Black Box öffnet sich

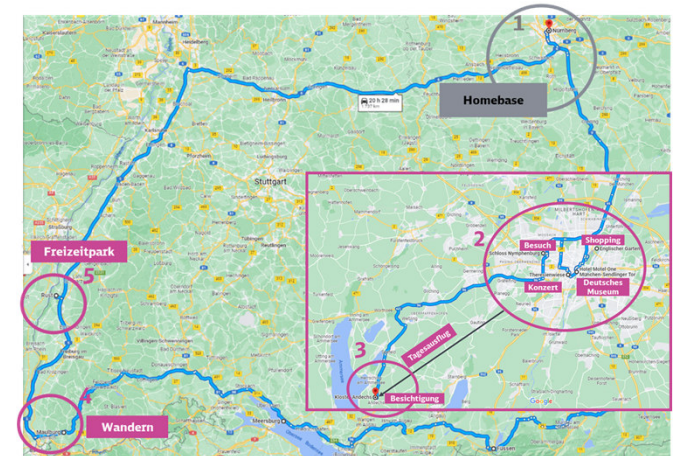
Blick auf den gesamten Mobilitätsmarkt



MoMo Tracks misst das gesamte Mobilitätsverhalten der DB-Zielgruppen

Die 5 Ws:  
**Wer, Wie, Wohin, Wann, Wie lange**

- Urlaubsreisen
- Rundreisen
- Alltagsmobilität
- Vor-Ort-Mobilität
- Kurztrips
- Kombireisen



# Unterwegs mit Leon & Gerda

---

Wir begleiten ihre Zielgruppen 24/7 im Alltag, am  
Wochenende und im Urlaub



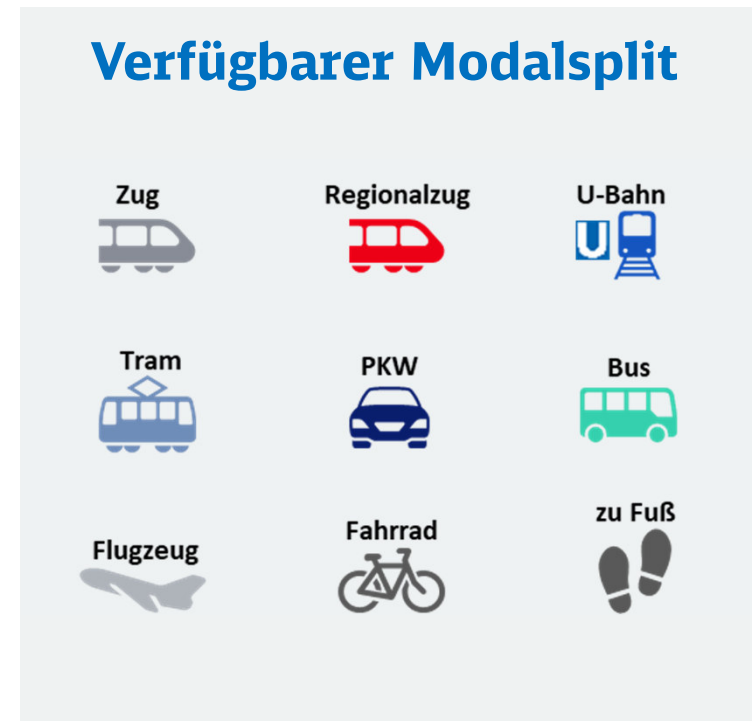


Mit MoMo Tracks wird der Mobilitätsmarkt **nicht mehr nur befragungsbasiert**, sondern mittels **Geotracking per Smartphone-App** gemessen. Durch die kontinuierliche Messung wird die **Abbildung des gesamten Mobilitätsverhaltens** ermöglicht.

Automatische Erkennung **aller genutzter Verkehrsmittel einschließlich Fußwege und Aufenthalte** für alle Entfernungen

Informationen zu Bewegungen wie **Distanz, Fahrtendauer, Geschwindigkeiten und Aufenthaltsdauer** abbildbar

Somit können wir abbilden **Wer, Wie, Wann, Wohin und Wie lange** verreist

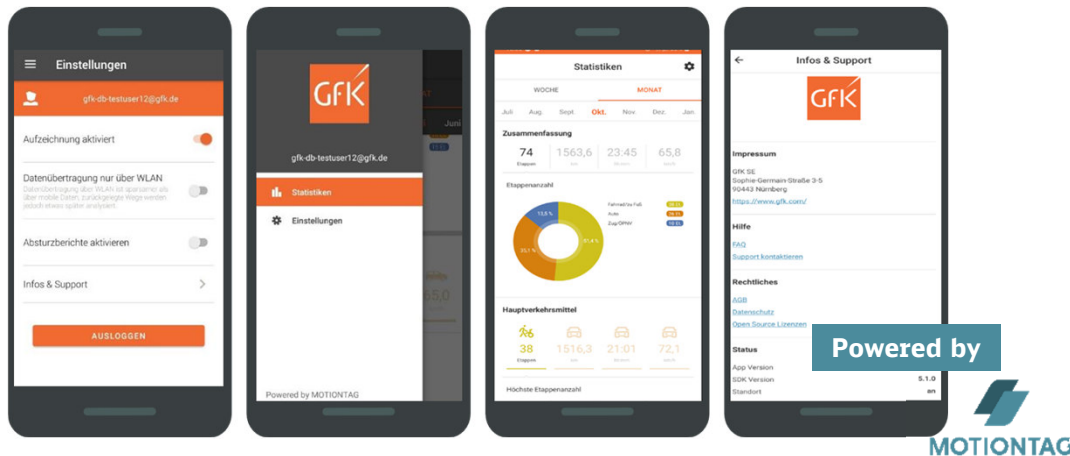


# Eckdaten & datenschutzrechtliche Bestimmungen

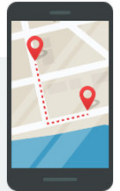


## Stichprobe & verfügbarer Zeitraum

- Ca. 4.500 Panelisten (brutto)
- Grundgesamtheit: deutsche Wohnbevölkerung ab 18 Jahren (68,2 Mio.)
- Aktuelle Datenverfügbarkeit: Jan 22 – Jul 23



## Datenschutz (DSGVO) ist im GfK-Panel jederzeit gewährleistet!

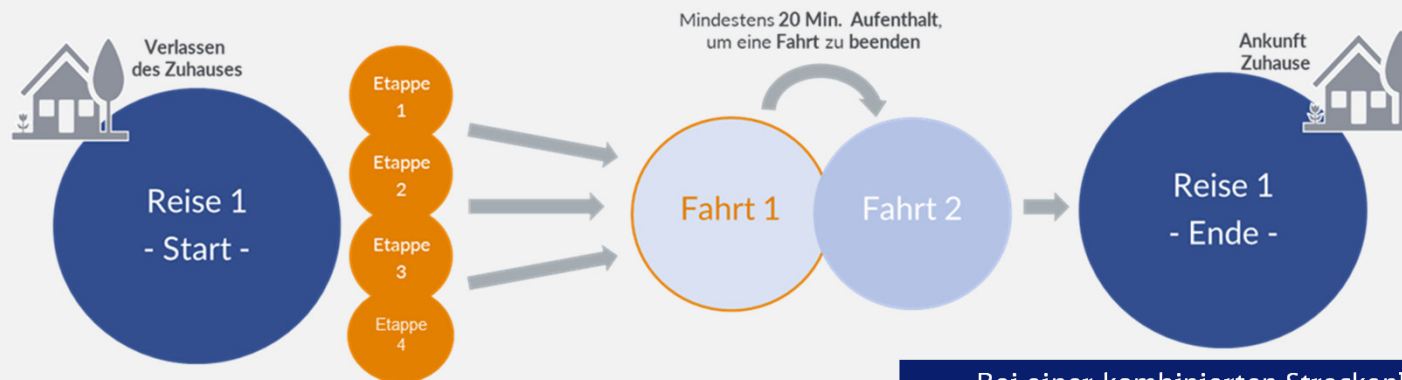
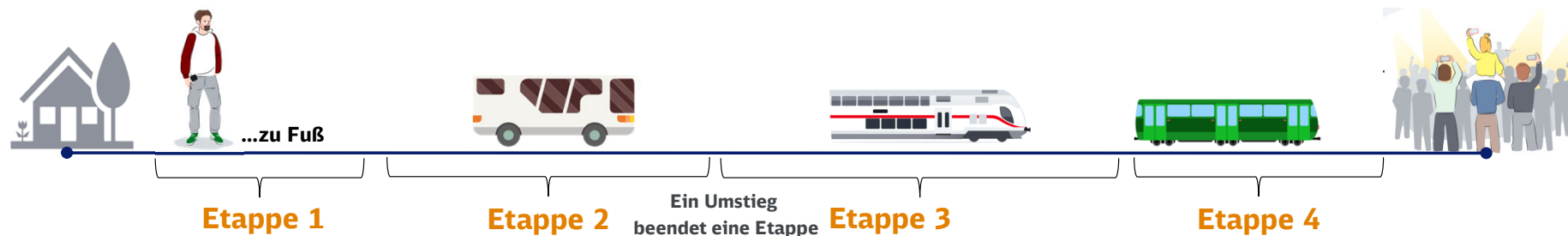


- GfK-Panelisten geben **datenschutzrechtliche Einwilligung** und Zustimmung zu den Teilnahmebedingungen bereits im Rahmen der Bereitschaftsabfrage zur Teilnahme am Projekt „GfK Move“
- Datenschutzhinweise sind neben den Teilnahmebedingungen/AGB in der App-Info **jederzeit** für die Panelisten **abrufbar**
- GfK gibt keine personenbezogenen Daten oder Standortdaten an DB oder andere Kunden weiter, sondern **nur aggregierte und anonymisierte Daten**

# Verdichtung der Bewegungen zu größeren Einheiten



Fahrtenmodell – am Beispiel einer Fahrt von Leon Locker, der junge Unbeschwerte



Bei einer kombinierten Streckenlänge ab 50 km setzt ein zusätzliches Fahrtenmodell mit angepassten Aufenthaltszeiten ein



# Unterwegs mit Leon & Gerda im Zug, in der S-Bahn und auf dem Fahrrad



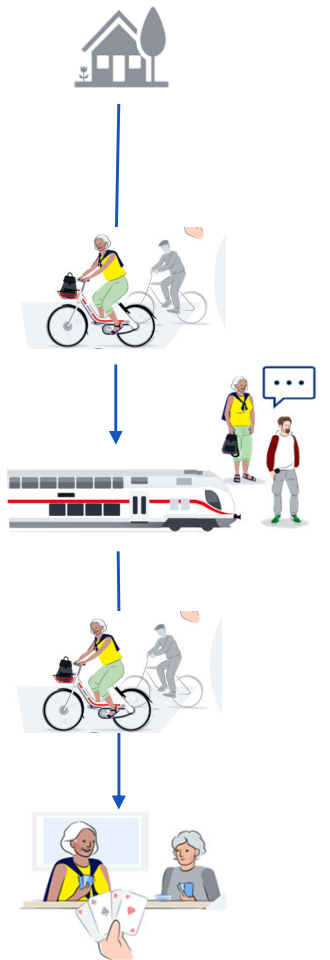
Leon Locker,  
der **junge Unbeschwerte**

Leon fährt von Mainz nach München zu einem Fußballspiel



Gerda Gesellig,  
die **unabhängige Seniorin**

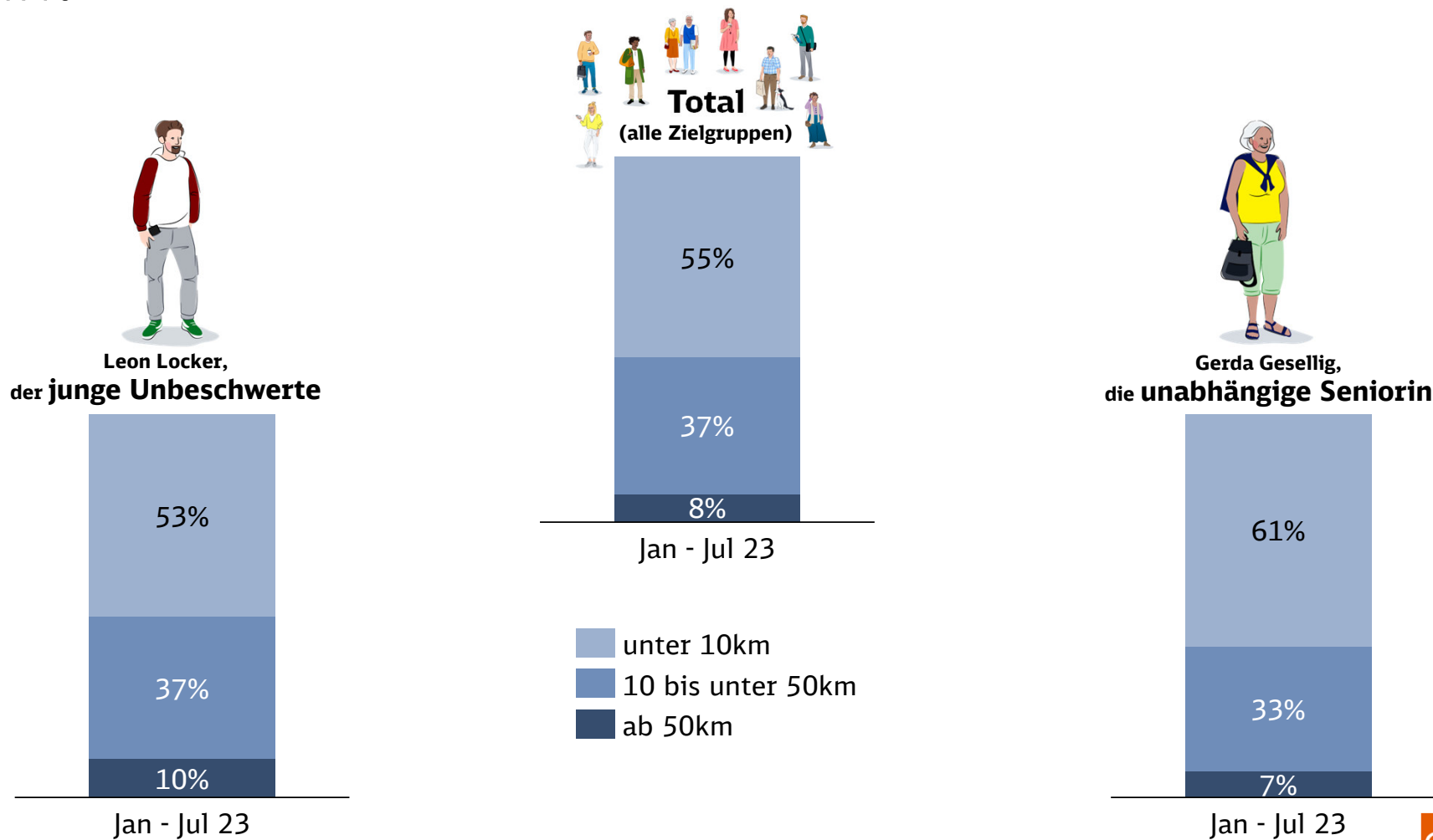
Gerda fährt von Nürnberg nach München, um sich mit einer Freundin zu treffen





# Entfernungsklassen nach DB-Zielgruppen

Fahrten in %



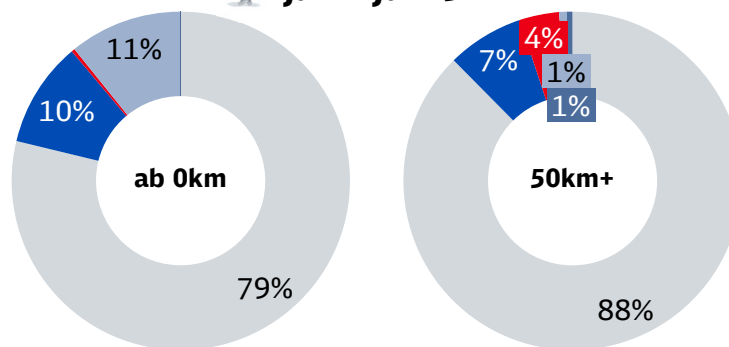
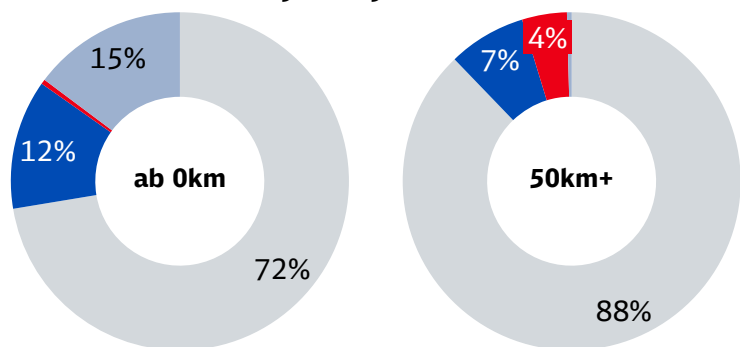


# Verkehrsmittelnutzung nach DB-Zielgruppen

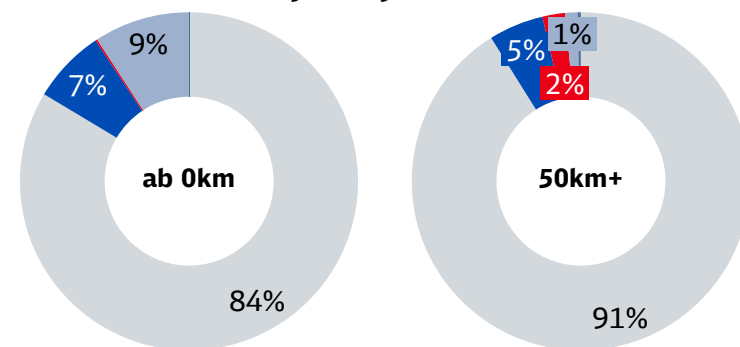
Fahrten in %



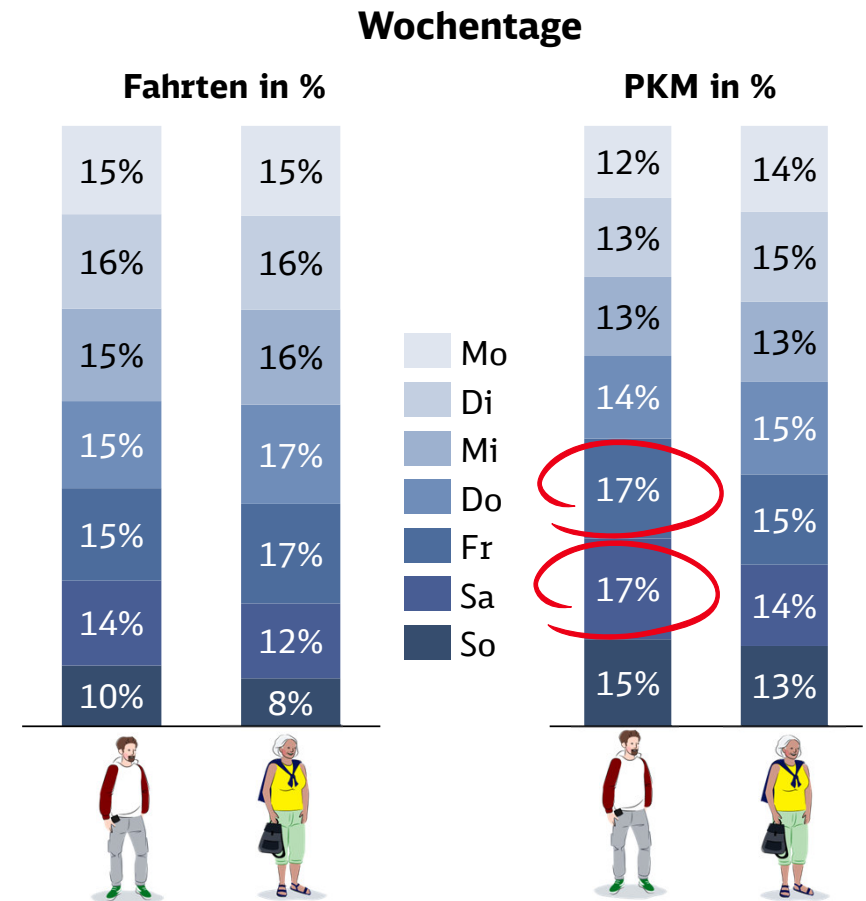
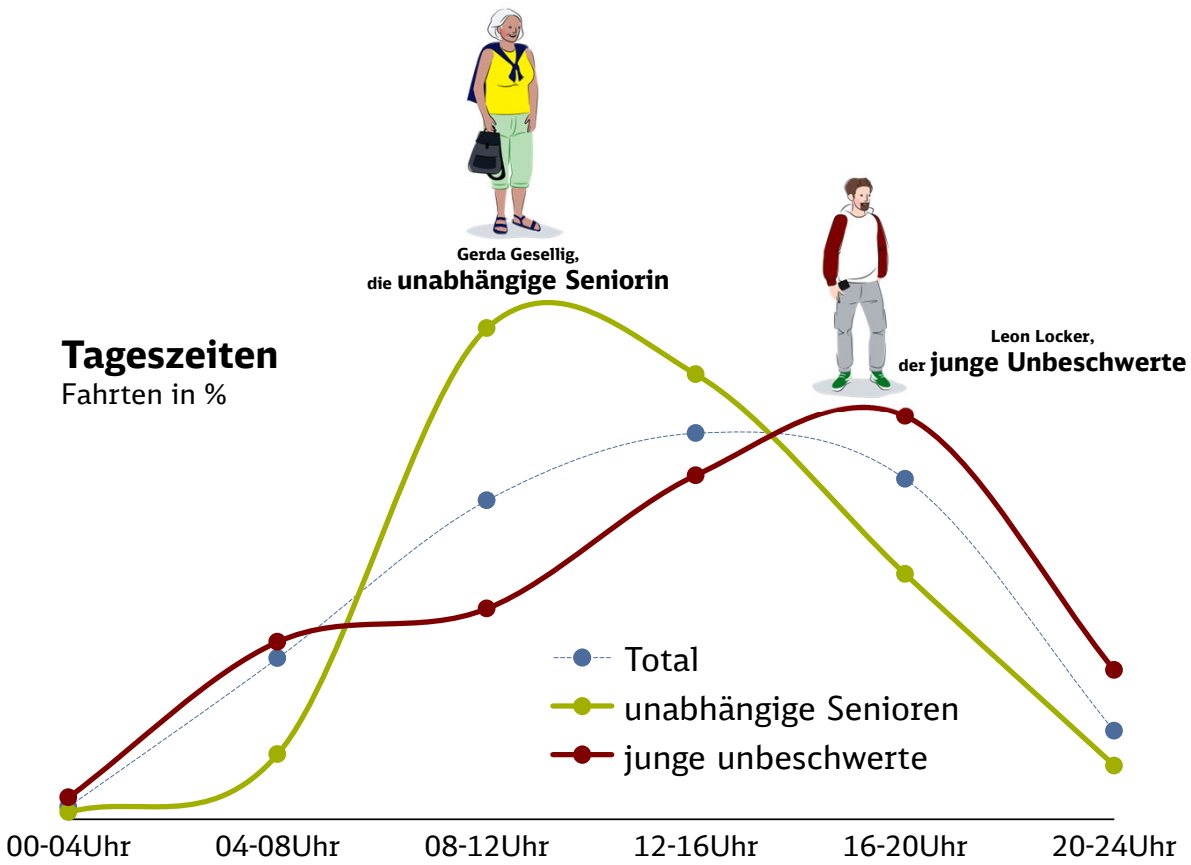
**Leon Locker,**  
der **junge Unbeschwerte**  
Jan - Jul 23



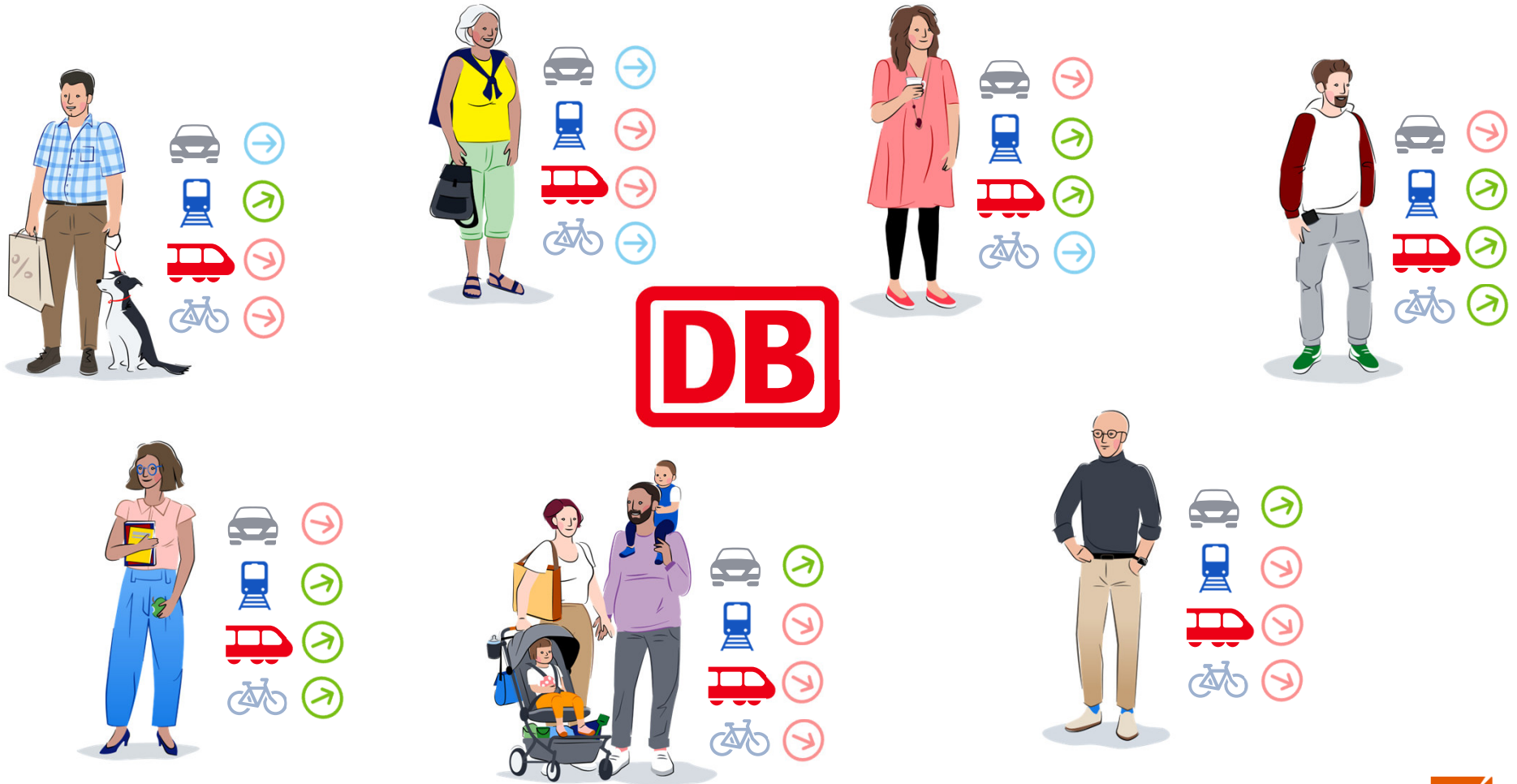
**Gerda Gesellig,**  
die **unabhängige Seniorin**  
Jan - Jul 23



# Verkehrsmittelnutzung nach Tageszeiten & Wochentagen



# Wir wissen, wo & wie die Zielgruppen unterwegs sind





A close-up photograph of a person's hands holding a bright red, hand-cut paper heart over their chest. The person is wearing a light green, ribbed t-shirt. The background is a soft, out-of-focus grey. The text "Vielen Dank" is overlaid in the center of the image in a bold, white, sans-serif font.

**Vielen Dank**