



**REPORT**

# Analyse der Zufriedenheit im Busverkehr

Landesmobilitätsagentur







## INHALTSVERZEICHNIS

- 02 \_ Die Bedeutung des öffentlichen Nahverkehrs  
Vorwort des Landesrates Thomas Widmann
- 04 \_ Das Verkehrsverbundsystem und die Neuheiten des „Südtirol Pass“  
Ein Jahr Südtirol Pass
- 05 \_ Südtirol Pass in Zahlen
- 06 \_ Fahrgäste im Blickfeld: Zufriedenheit der Busfahrgäste
- 08 \_ Zielgruppen der Untersuchung und Fragebögen
- 09 \_ Gliederung der Fragebögen
- 10 \_ Aufbereitung der Datendarstellung
- 13 \_ Daten und Zahlen: **Einheimische** die den Bus benutzen
- 25 \_ Daten und Zahlen: **Touristen** die den Bus benutzen
- 41 \_ Zusammenfassung und Vergleich mit dem Bahnverkehr
- 44 \_ Schlussbemerkungen



THOMAS WIDMANN  
*Landesrat für Mobilität  
der Autonomen Provinz Bozen*

## Die Bedeutung des öffentlichen Nahverkehrs

*In den vergangenen Jahren hat das Land Südtirol sehr viele Bemühungen in den Ausbau der Qualität und Effizienz des öffentlichen Nahverkehrs investiert. Nach der Systematisierung, Vertaktung und dem Ausbau des Bus- und Bahnangebots, der Modernisierung von Infrastrukturen, Fuhrpark und Rollmaterial und der Einführung eines Ticketangebots für Vielfahrer und Gäste, das die einfache und flexible Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel ermöglicht, arbeiten wir derzeit an der Einrichtung eines Fahrgastinformationssystems, das den Bedürfnissen der heutigen Zeit gerecht werden kann. Die verschiedenen umgesetzten Maßnahmen haben unser Land zu einer Modellregion gemacht, die im In- und Ausland anerkannt wird, wie die Aufmerksamkeit von Medienvertretern, politischen Delegationen oder Technikern aus aller Welt bestätigt. Nichtsdestotrotz wissen*

*wir, dass Erfolge und Fortschritte zeitweilig gemessen und überprüft werden müssen: Nur so können offene Schwachstellen und neu entstandene Bedürfnisse ausgemacht und die Qualität des Angebots weiter gesteigert werden.*

*Nach der kürzlich erfolgten Erhebung der Kundenzufriedenheit im Bahnverkehr seitens der EURAC hat die Landesmobilitätsagentur auch die Zufriedenheit der Fahrgäste im Busverkehr ermittelt, ebenfalls in Zusammenarbeit mit dem Bozner Forschungsinstitut. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse können Sie der vorliegenden Broschüre entnehmen; sie sind die Grundlage für die Anpassung unserer zukünftigen Bemühungen an die konkreten Anforderungen der Bürgerinnen und Bürger und leisten insofern einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung einer neuen, nachhaltigen Mobilitätskultur.*





## Das Verkehrsverbundsystem und die Neuheiten des „Südtirol Pass“

Der öffentliche Personennahverkehr in Südtirol ist durch den Zusammenschluss von verschiedenen öffentlichen Verkehrsmitteln zu einem Verkehrsverbundsystem gekennzeichnet, das heißt, dass diese in einem Tarifsysteem zusammengefasst und fahrplanmäßig aufeinander abgestimmt sind. Im Verkehrsverbund gibt es ein vielfältiges Fahrkartenangebot: neben Einzelfahrkarten und Wertkarten gibt es den Südtirol Pass, ein aufladbares Abonnement (für Einzelpersonen oder Familien) mit Fahrтарifen, die im Verhältnis zur Häufigkeit der Benutzung festgelegt sind; den Südtirol Pass 65+, einen Pass mit begünstigtem Tarif für Personen über 65 oder einen kosten-

losen Südtirol Pass für Senioren über 70; den Südtirol Pass Abo+, mit dem Schülerinnen und Schüler bis zum Abschluss der Oberschule kostenlos und Studierende für einen Pauschalpreis alle öffentlichen Verkehrsmittel des Südtiroler Verkehrsverbundsystems benutzen können; den Südtirol Pass free, der für Personen mit einer Behinderung von über 74% kostenlos ist. Des Weiteren stehen verschiedene Sonderfahrkarten (Mobilcard, Museumobilcard, Bikemobilcard) zur Verfügung, die speziell für Touristen gedacht sind und die Nutzung der örtlichen Verkehrsmittel durch weitere Angebote, wie den Zugang zu den Museen oder den Fahrradverleih, ergänzen.

### Ein Jahr Südtirol Pass

Am 14. Februar 2013 hat der Südtirol Pass seinen ersten Geburtstag mit einer überaus positiven Bilanz gefeiert. Mehr als 120.000 Personen haben diesen entgeltlich angefordert, mit einem Zuwachs der Abonnenten von 75% im Verhältnis zum Vorjahr;

fast 160.000 Personen haben den Pass unentgeltlich oder um einen Pauschalpreis erhalten (Südtirol Pass free, Südtirol Pass 65+, Südtirol Pass Abo+).

Im Jahr 2013 bietet der Südtirol Pass noch mehr: einen „ad hoc“-Tarif für den Fahrradtransport, die

Möglichkeit der Aufladung auch an den Fahrkartenautomaten, die Benutzung des „Nightliners“ zum Spezialtarif; die Entwertung bereits am Zugbahnhof von Innsbruck (mit Gültigkeit auf der Strecke Brenner-Bozen). Diese und weitere anstehende Neuhei-

ten machen den Südtirol Pass zu einem „ganzheitlichen Fahrschein“, der nicht nur für die Beförderung von Personen, sondern auch als Anreiz für eine nachhaltige Mobilität gedacht ist.



### Südtirol Pass in Zahlen

**128.887**

angeforderte Südtirol Pass (innerhalb 30. Juni 2013), davon

**35 %** mit Familienvergünstigung  
**65 %** mit Normaltarif

**31 %** Südtirol Pass mit Dauerauftrag an die Bank  
**69 %** Südtirol Pass mit aufladbarem Konto

außerdem

**4.086** Südtirol Pass „free“ für Personen mit einer Invalidität von mindestens 74%

**70.235** Südtirol Pass 65+

**63.632** Freie Beförderung (ab 70 Jahren)

**6.603** Kostenpflichtig (für Personen zwischen 61 und 69 Jahren)

**80.137** Südtirol Pass Abo+

**71.885** Freie Beförderung (für Schüler/innen)

**8.252** Kostenpflichtig für Studenten und Lehrlinge



## Fahrgäste im Blickfeld: Zufriedenheit der Busfahrgäste

Seit einigen Jahren wurde bei den Prozessen zur Steigerung der Dienstleistungsqualität die Zufriedenheit der Fahrgäste verstärkt berücksichtigt; dabei wurde der Dialog zwischen den öffentlichen Einrichtungen, den Fahrgästen und den Erbringern des öffentlichen Verkehrsdienstes intensiv gepflegt und das Kundenbeziehungsmanagement (Customer Relationship) zunehmend in den Mittelpunkt gerückt. Zwischen 2011 und 2012 wurde im Rahmen des europäischen Projekts "INTER-Regio-Rail: diminishing barriers to regional rail transport" eine erste Untersuchung über die Zufriedenheit der Zugfahrgäste durchgeführt. Die positiven Ergebnisse, die aus dieser Untersu-

chung hervorgingen, veranlassten die Landesmobilitätsagentur zur Erweiterung des Untersuchungsfeldes unter Einbeziehung des lokalen öffentlichen Busverkehrs. So ist die vorliegende Untersuchung über die Zufriedenheit der Busfahrgäste entstanden.

### Die Zufriedenheit

In der wissenschaftlichen Literatur wird die Zufriedenheit generell definiert als „Kundenbewertung einer Ware oder Dienstleistung in Bezug auf die entsprechenden Bedürfnisse und Erwartungen“<sup>1</sup>. So ist die Zufriedenheit im Zusammenhang mit den öffentlichen Verkehrsmitteln als Kennzahl der Angemessenheit der Dienstleistung, bezogen auf die Erwartungen der Passagiere, zu betrachten. Erfüllt oder übersteigt ein Dienst die Erwartungen des Fahrgasts, so ist dieser zufrieden. Entspricht der Dienst nicht seinen Erwartungen, erzeugt dies Unzufriedenheit<sup>2</sup>. Das Maß an Zufriedenheit wiederum findet einen Niederschlag in der Kundentreue, in der Wahrnehmung des Preis/Leistungsverhältnisses und in einer positiven oder negativen Mundpropaganda

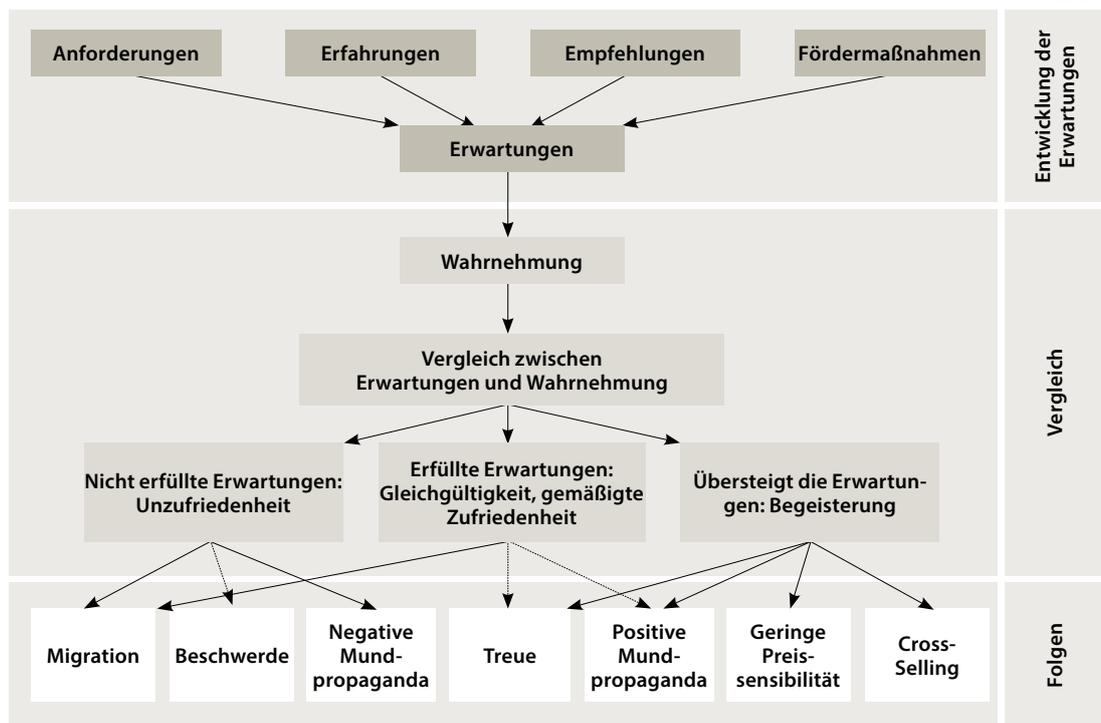
<sup>1</sup>) V. A. Zeithaml (2008), *Marketing dei servizi*, McGraw-Hill, Milano.

<sup>2</sup>) Oliver R. L. (1980), "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions", *JMR, Journal of Marketing Research*, 17(3), S. 460.  
Spreng R. A., S.B. MacKenzie and R.W. Olshavsky (1996), "A reexamination of the determinants of consumer satisfaction," *Journal of Marketing*, 60(3), S. 15.

## Die Zufriedenheit

Bild 1

QUELLE:  
Oliver R. L (1980),  
"A Cognitive Model  
of the Antecedents  
and Consequences  
of Satisfaction  
Decisions,"  
JMR, Journal  
of Marketing  
Research, 17(3),  
S. 460.



(vgl. Abb. 1). Ist demnach der Grad der Zufriedenheit der Fahrgäste bekannt, so kann sich der öffentliche Verkehrsbetrieb sowohl ihren Bedürfnissen anpassen, als auch bestimmte Entscheidungen in Hinblick auf Preise und Zielsetzungen besser bewältigen. In dem von der EURAC ausgearbeiteten Pilotprojekt wurde die Zufriedenheit mit dem Busverkehr auf direktem Wege gemessen, das heißt die Fahrgäste wurden persönlich gefragt, sich über ihre einschlägigen Erfahrungen zu äußern.

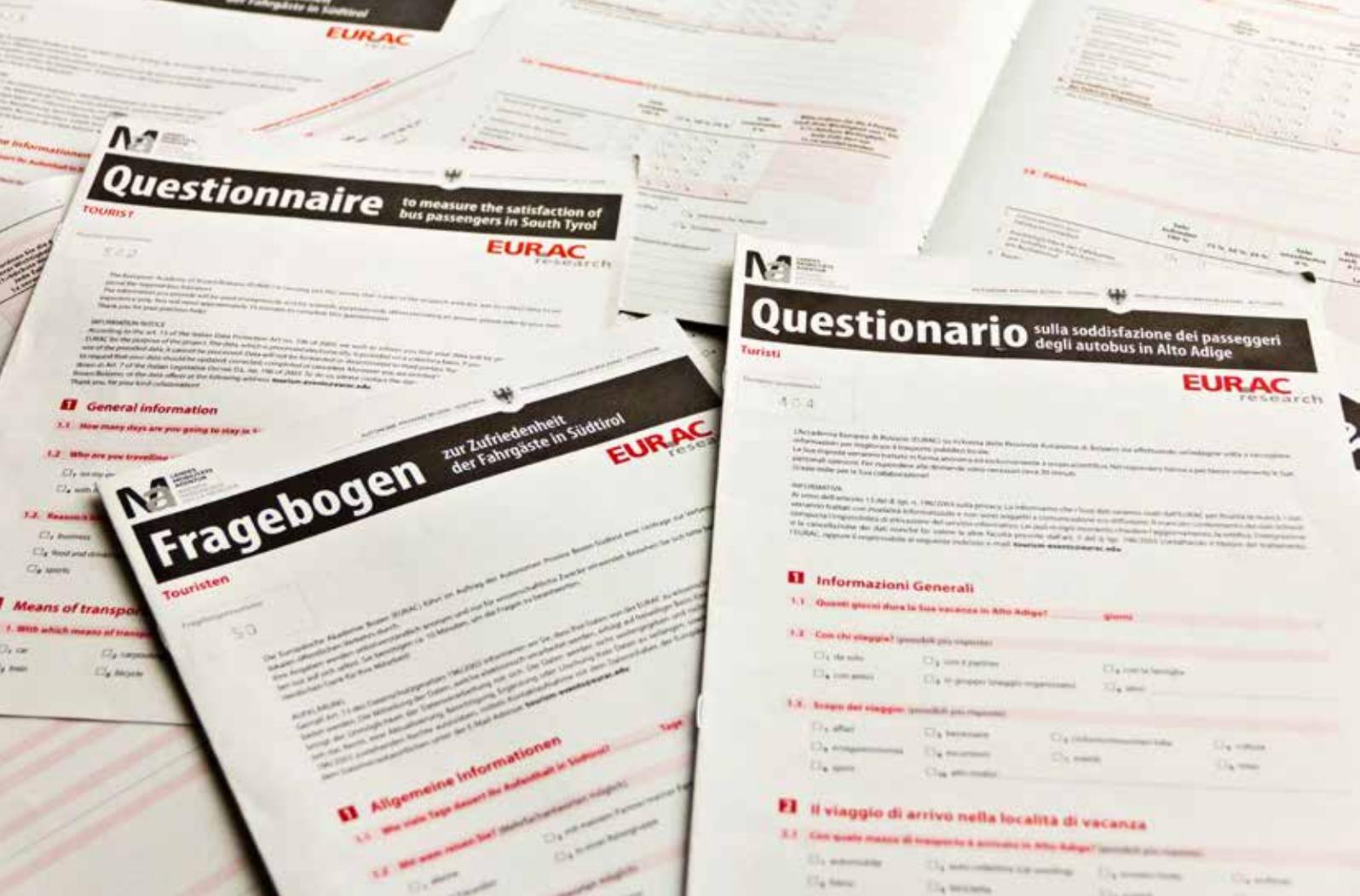
Gegenstand der Bewertung waren:

- » der öffentliche Busverkehr im Allgemeinen;
- » Makrofaktoren, die die Gesamtzufriedenheit charakterisieren;
- » Mikrofaktoren, die die einzelnen Faktoren beschreiben.

Die Zufriedenheit wurde anhand der Likert-Skala mit 5 Items gemessen, wo 0% der Bewertung „überhaupt nicht zufrieden“ und 100% der Bewertung „sehr zufrieden“ entsprach. Da jeder Makrofaktorak-

tor (und dessen Mikrofaktoren) unterschiedlich zur Zufriedenheit beitragen kann – je nach Wichtigkeit, die die Testperson diesem beimisst – wurde neben dem Grad der Zufriedenheit auch die Bewertung der Wichtigkeit gemessen, wobei die Makrofaktoren (oder dessen Mikrofaktoren) in absteigender Reihenfolge, vom wichtigsten zum unwichtigsten, skaliert wurden (Ranking).





## Zielgruppen der Untersuchung und Fragebögen

Die Untersuchung über die Zufriedenheit mit dem Busverkehr ist auf zwei Zielgruppen ausgerichtet: Touristen und Einheimische, die mit dem Bus fahren. Die Fragebögen wurden so gestaltet, dass ein Vergleich mit den für die Untersuchung INTER-Regio-Rail benutzten möglich ist. Es konnten insgesamt 2.245 gültige Fragebögen (vgl. Tabelle 1) ausgewertet werden, 1.862 davon wurden von Einheimischen und 383 von Touristen ausgefüllt.

Tabelle 1 - Fragebögen

	Einheimische	Touristen	Insgesamt
Gültige Fragebögen	1.862	383	2.245

Es wurde beschlossen, die Fragebögen auf den Bussen der wichtigsten öffentlichen Verkehrsbetriebe zu verteilen, wobei einige repräsentative Linien gewählt wurden (vgl. Tabelle 2), mit einer Mindestfahrzeit von etwa 20 Minuten, damit ausreichend Zeit für das Ausfüllen der Formulare zur Verfügung stand. Die Befragung wurde im Zeitraum von 6 Monaten (von August 2012 bis Jänner 2013) in Zusammenarbeit von Adecco Professional Solutions und deren Erheber und Erheberinnen durchgeführt.

Tabelle 2 - Von der Befragung betroffene Buslinien

Linie	Strecke
130	Überetsch - Bozen
150	Sarnatal - Bozen
170	St. Ulrich - Kastelruth - Bozen
201	Meran - Terlan - Bozen
240	Passeier - Meran
401	Brixen - Bruneck
450	Ahrntal - Sand in Taufers - Bruneck
Linie 2	Branzoll - Leifers - Bozen

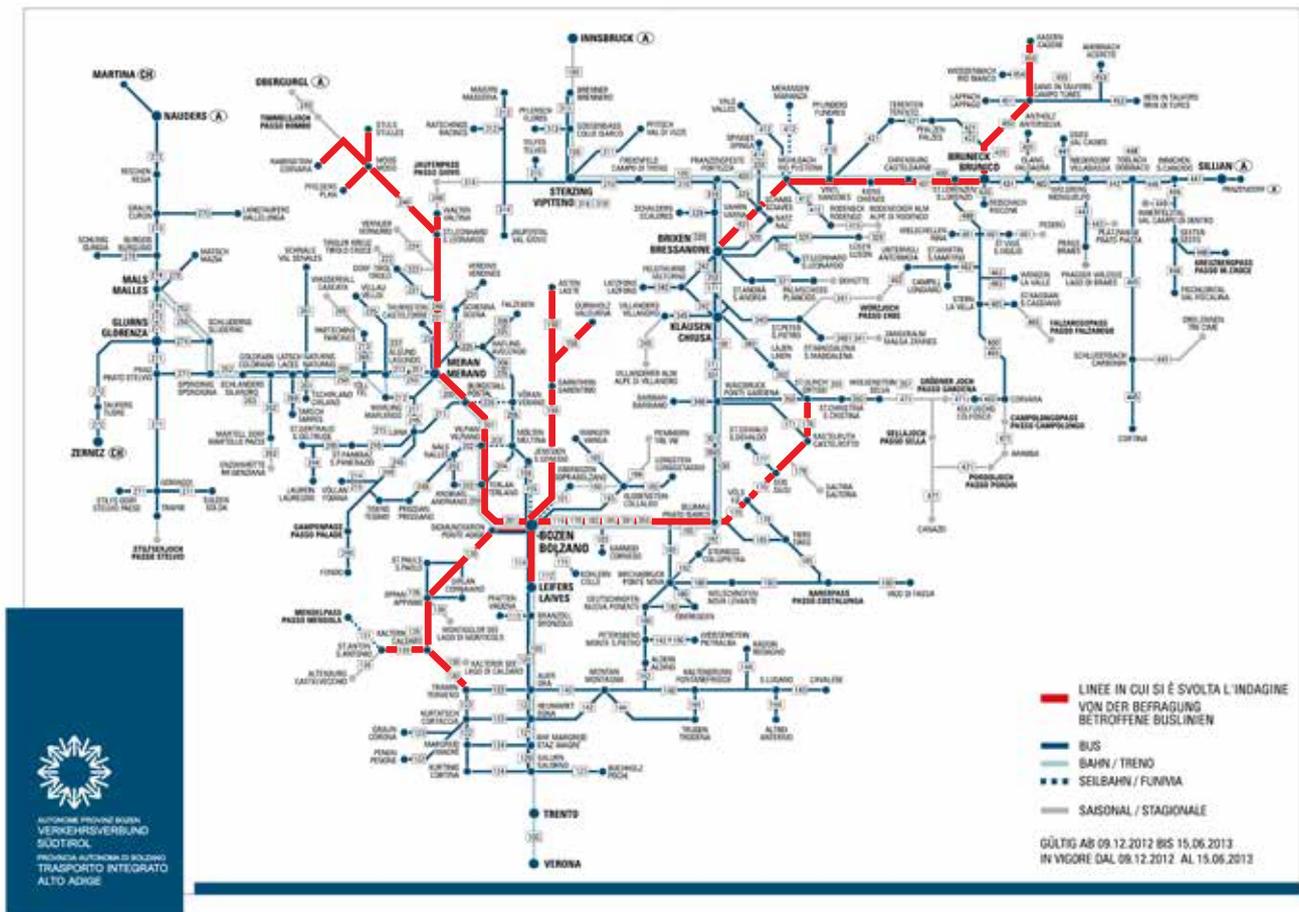
Die Fragebögen sind wie folgt gegliedert:

**Einheimische**

- » Benutzung des Autobusses
- » Zufriedenheit nach Makrofaktoren und entsprechende Mikrofaktoren
- » Wichtigkeit
- » Gesamtzufriedenheit
- » Informationen zur Person

**Touristen**

- » Allgemeine Informationen über den Urlaub
- » Informationen zu den öffentlichen Verkehrsmitteln in Südtirol
- » Benutzung des Autobusses
- » Zufriedenheit nach Makrofaktoren und entsprechende Mikrofaktoren
- » Wichtigkeit
- » Gesamtzufriedenheit
- » Informationen zur Person



## Aufbereitung der Datendarstellung

Die Ergebnisse der Umfrage sind durch Informationsgraphiken dargestellt, was großteils eine unmittelbare Interpretation erlaubt. Dennoch sind einige Erläuterungen für eine korrekte Interpretation der Ergebnisse erforderlich.

Die Ergebnisse der Zufriedenheitsumfrage werden in dreifacher Form präsentiert: *Gesamtzufriedenheit*, *Zufriedenheit nach Makrofaktoren*, *Zufriedenheit nach Mikrofaktoren* (Beispiel auf der nächsten Seite).

Die *Gesamtzufriedenheit* wird grafisch durch ein Säulendiagramm mit einem Mindestwert von 0% und einem Höchstwert von 100% dargestellt.

Die Analyse der *Zufriedenheit nach Makrofaktoren* kombiniert in einer 2D-Grafik die Wichtigkeit und die Zufriedenheit (IPA - Importance-Performance Analysis)<sup>3</sup>. Jeder Faktor ist in der 2D-Grafik als Punkt dargestellt, dem zwei Koordinaten entsprechen: eine Koordinate misst auf der Horizontalachse die Zufriedenheit des Makrofaktors, die zweite auf der Vertikalachse die Wichtigkeit dieses Faktors.

Horizontal- und Vertikalachse überschneiden sich an der Stelle der durchschnittlichen Wichtigkeit und Zufriedenheit und bilden somit vier Bereiche:

- » Bereich Schwachstelle, in dem die Makrofaktoren eine hohe Wichtigkeit, aber geringe Zufriedenheit aufweisen; in diesem Fall muss man eingreifen, um die Zufriedenheit zu steigern.
- » Bereich Wettbewerbsvorteil, in dem die Makrofaktoren einen hohen Grad an Wichtigkeit sowie Zufriedenheit aufweisen; in diesem Fall ist die gute Arbeit nur zu festigen.
- » Bereich irrelevante Überlegenheit, in dem ein hoher Grad an Zufriedenheit zu verzeichnen ist, aber die Makrofaktoren geringe Wichtigkeit aufweisen; in diesem Fall hat die Zufriedenheit mit den Makrofaktoren keinen Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit.
- » Bereich Gleichgültigkeit, in dem die einzelnen Makrofaktoren eine schwache Zufriedenheit bei geringer Wichtigkeit aufweisen; in diesem Fall ist zu klären, inwieweit es möglich und nötig ist, weiterhin in die in diesem Quadranten dargestellten Makrofaktoren zu investieren.

je nach Positionierung jedes einzelnen Makrofaktors in den vier Bereichen der Grafik (vgl. IPA-Grafik) wird verständlich, bei welchen strategischen Faktoren einzugreifen ist, um die Zufriedenheit zu steigern; gleichzeitig lassen sich jene Faktoren erkennen, bei denen Eingriffe nicht prioritär sind.

Die Analyse der *Zufriedenheit nach den Mikrofaktoren* erfolgt in Form von Säulendiagrammen. Für jeden Makrofaktor wird zunächst die Gesamtzufriedenheit definiert, es folgen darunter Säulenpaare, welche die Zufriedenheit und die Wichtigkeit mit jedem einzelnen Mikrofaktor darstellen (vgl. Grafik). Diese Art von Analyse ermöglicht einen Vergleich zwischen Wichtigkeit und Zufriedenheit jedes Mikrofaktors.

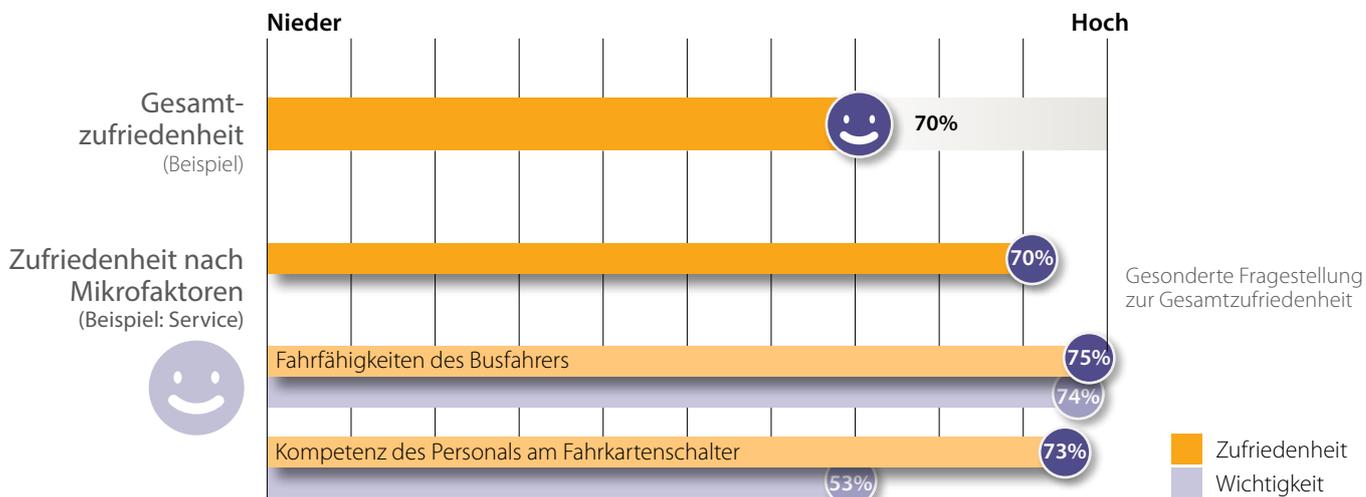
Es gilt zu betonen, dass es sich bei den Angaben zur Zufriedenheit um voneinander unabhängige Aussagen handelt. Dies bedeutet, dass die Gesamtzufriedenheit nicht dem Durchschnitt der Angaben zur Zufriedenheit nach Makrofaktoren entspricht. Gleichbedeutend entsprechen die Angaben zur Zufriedenheit nach Makrofaktoren nicht dem Durchschnitt der Angaben zu den jeweiligen Mikrofaktoren. Aus diesem Vergleich gehen unmittelbar die kritischen Mikrofaktoren hervor, d.h. jene, die einen geringen Zufriedenheitsgrad, aber einen hohen Wichtigkeitsgrad aufweisen. Bei diesen Mikrofaktoren muss man ansetzen, um die Gesamtzufriedenheit des entsprechenden Makrofaktors zu verbessern.

<sup>3)</sup> Martilla, J., James, J., (1977), Importance-Performance Analysis, Journal of Marketing, 41(1), S. 77.

IPA Grafik - Importance performance analysis

Zufriedenheit nach Makrofaktoren (Beispiel)

	Zufriedenheit	Wichtigkeit
10 Service (Beispiel)	70%	45%



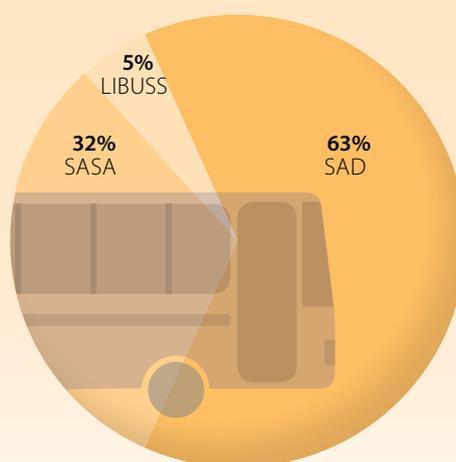


# Einheimische die den Bus benutzen

Es wurden insgesamt 1.862 gültige Befragungen der einheimischen Busfahrgäste durchgeführt; zwei Drittel auf Bussen der SAD, etwa ein Drittel der SASA und die restlichen auf Libuss-Bussen.

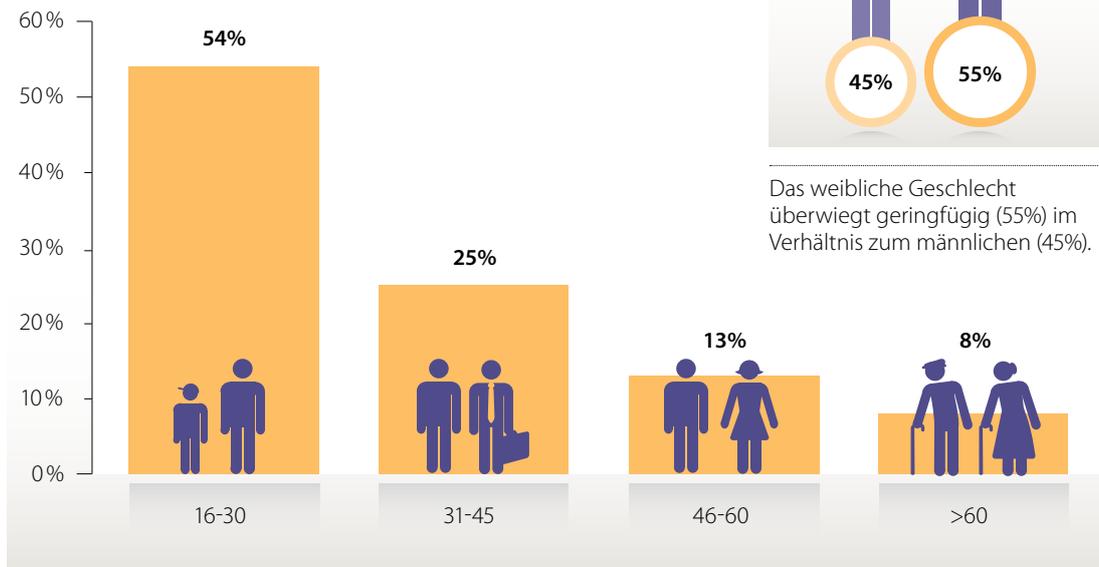
In den nächsten Seiten werden die Ergebnisse aufgezeigt, getrennt nach drei Bereichen: Informationen zur Person, Benutzung des Autobusses und Zufriedenheit der Fahrgäste.

## Busgesellschaft



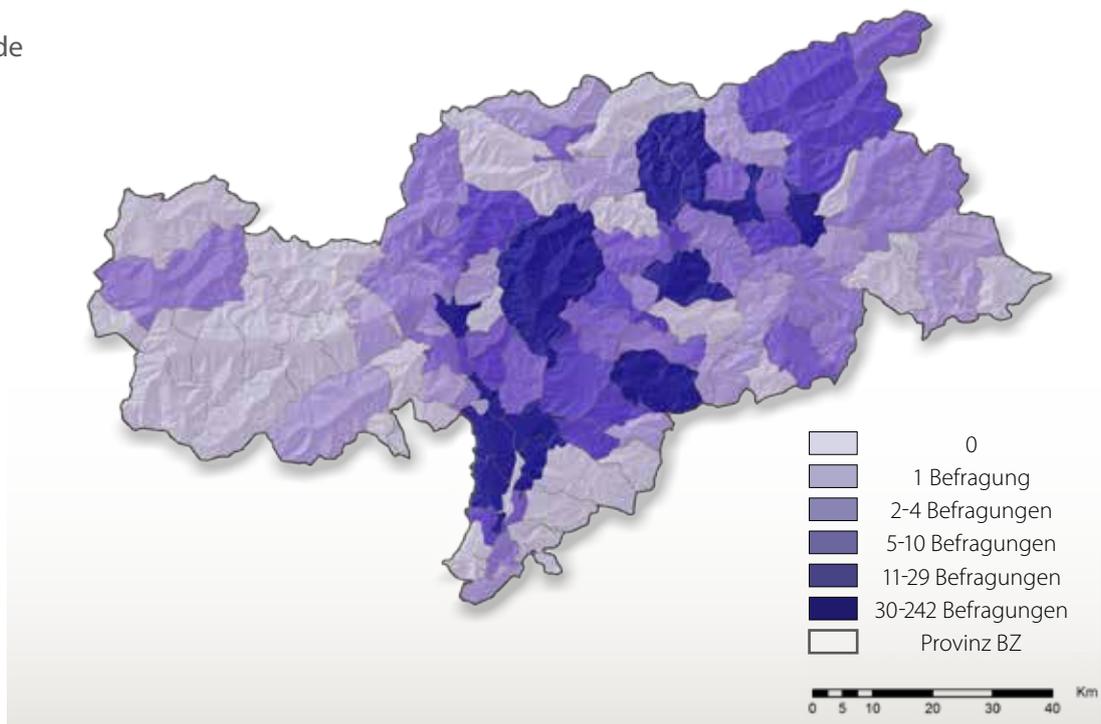
## Informationen zur Person

### Alter - Geschlecht

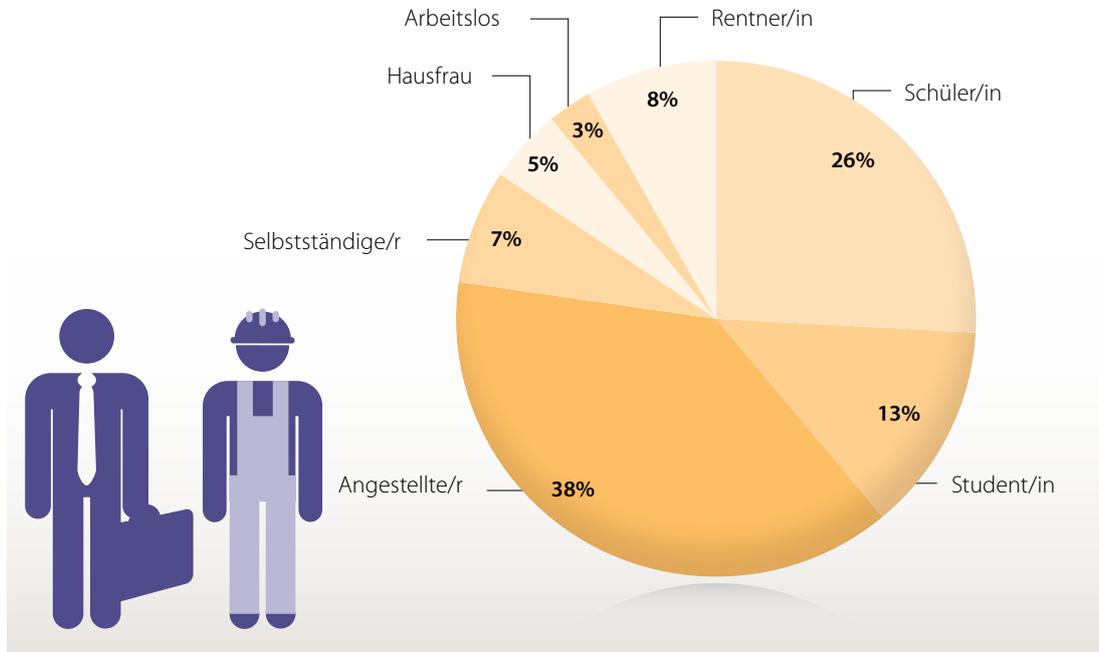


Zirka die Hälfte der Befragten (54%) hat ein Alter zwischen 16 und 30 Jahren, ein Viertel (26%) zwischen 31 und 45.

### Wohngemeinde

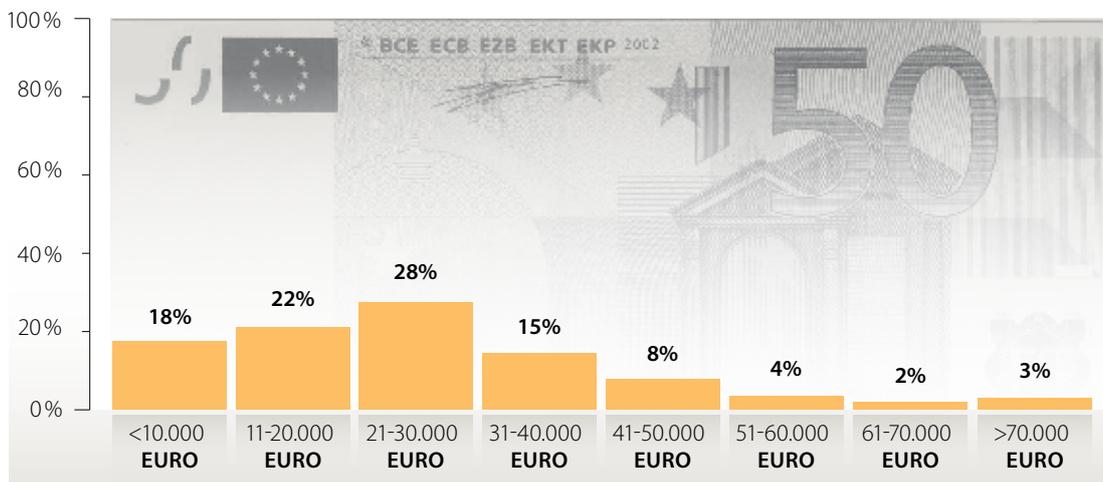


Beruf



Studierende und Lohnabhängige sind am stärksten vertreten.

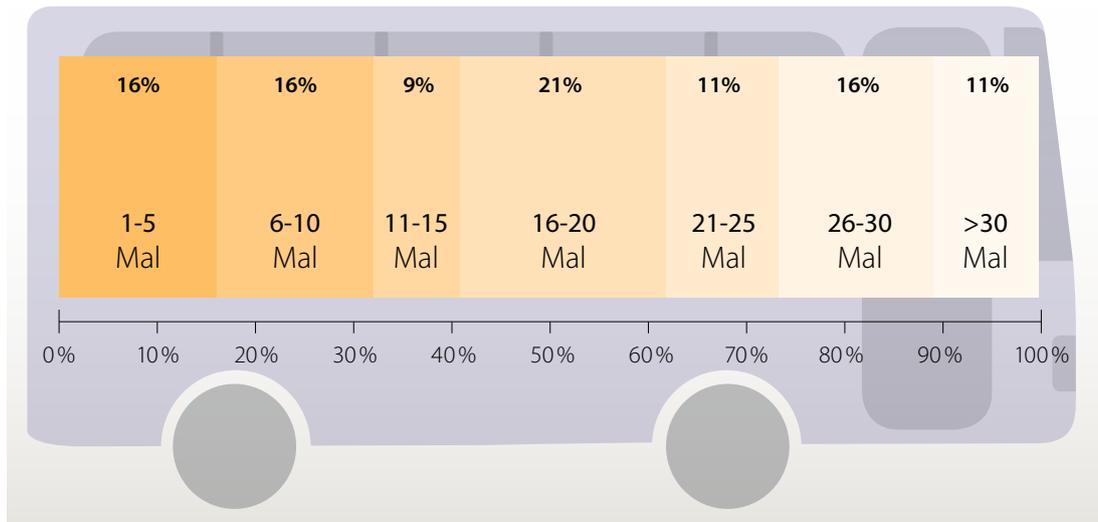
Jahreshaushaltsnettoeinkommen



Der Großteil der Befragten hat ein Einkommen unter 30.000 Euro. Am stärksten vertreten ist die Kategorie mit einem Einkommen zwischen 21.000 und 30.000 Euro (28%).

## Benutzung des Autobusses

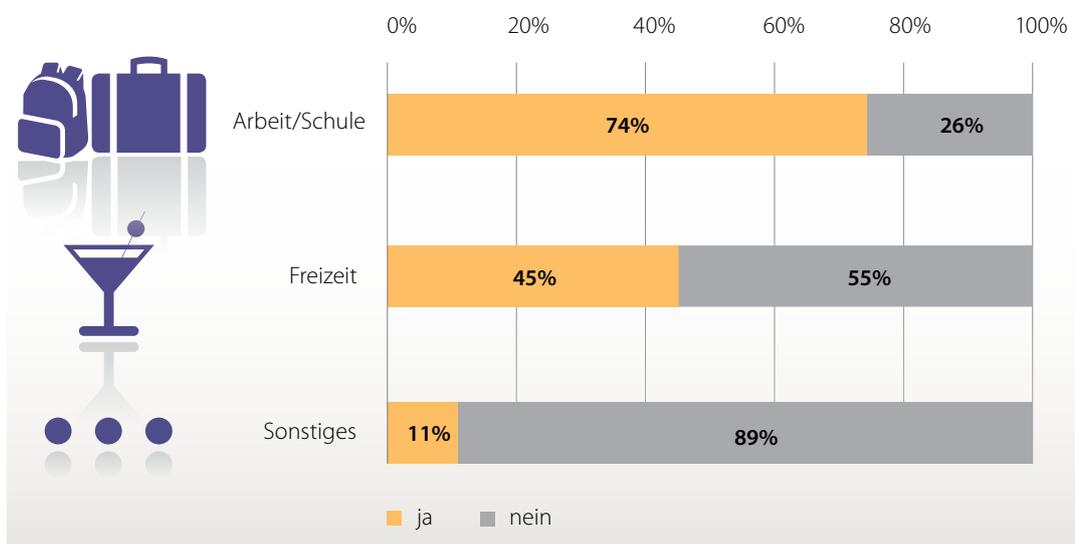
Wie oft im Monat benutzen Sie im Durchschnitt den Bus?



21% der Befragten benutzen den Autobus 16 bis 20 Mal im Monat (Pendler).  
Zirka ein Drittel der Befragten sind gelegentliche Nutzer.

16

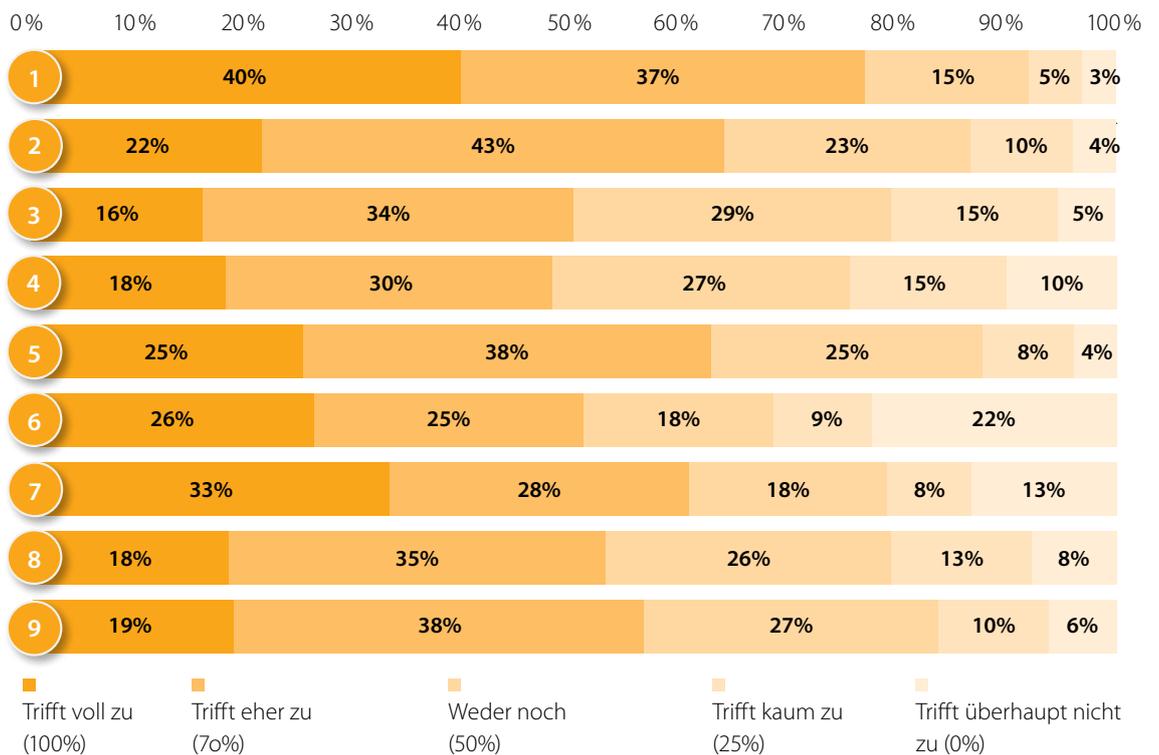
Grund des Busfahrens: (Mehrfachantworten möglich)



Hauptgründe für die Busbenutzung sind Schule und Beruf.

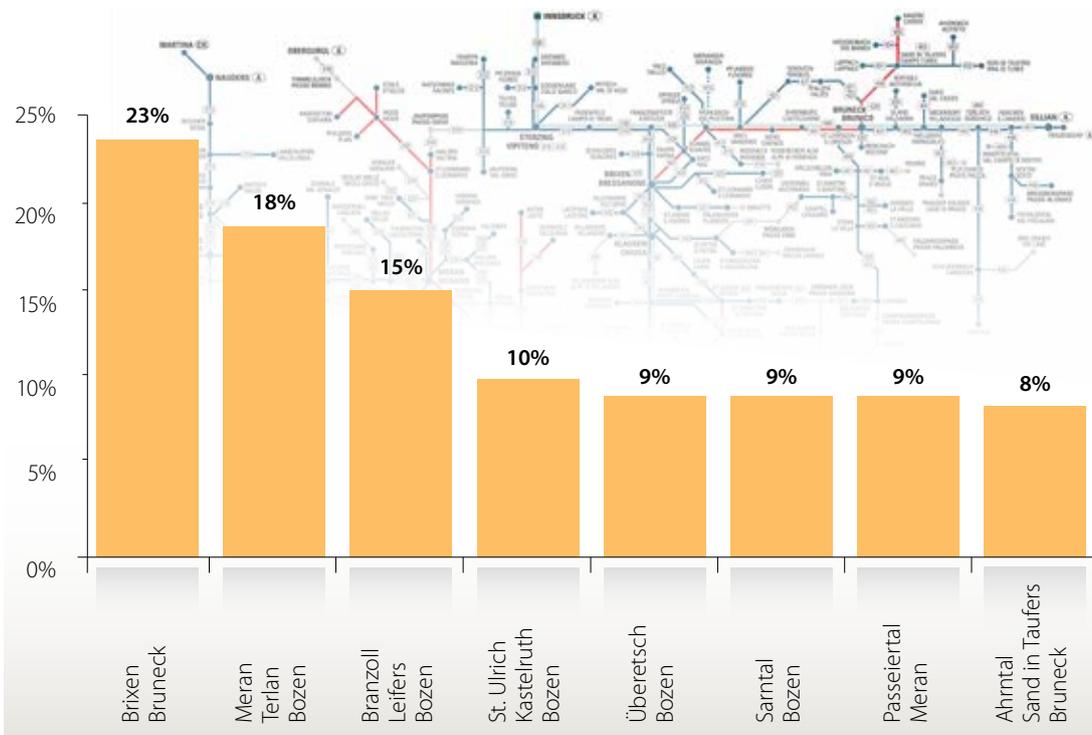
Sie benutzen den Autobus, weil...

1. er billiger ist als andere Verkehrsmittel
2. er unkomplizierter ist als andere Verkehrsmittel
3. er komfortabler ist als andere Verkehrsmittel
4. Sie gerne Bus fahren
5. er umweltfreundlicher ist als andere Verkehrsmittel
6. ihr Haushalt sonst ein zusätzliches Auto/Motorrad bräuchte
7. Sie auf den Bus angewiesen sind
8. Sie schnell zum Zielort kommen
9. die Taktung attraktiv ist



Der Bus wird hauptsächlich aus Kostengründen und wegen Mangel an alternativen Verkehrsmitteln in Anspruch genommen.

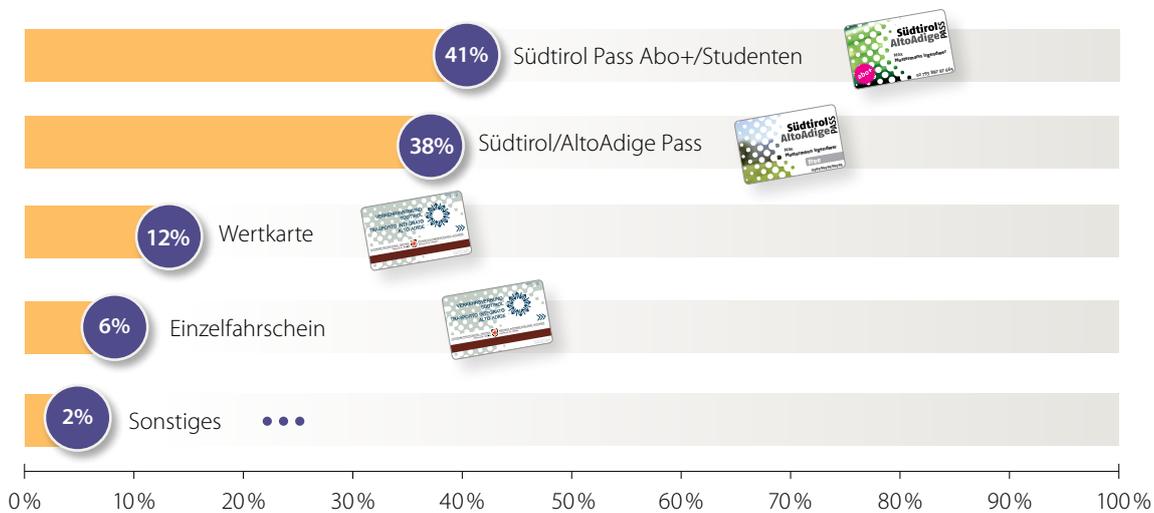
Buslinie



Der Großteil der Fahrgäste wurde auf den Strecken zwischen den größten Städten des Landes interviewt.

Welchen Fahrkartentyp benutzen Sie überwiegend?

(Mehrfachantworten möglich)

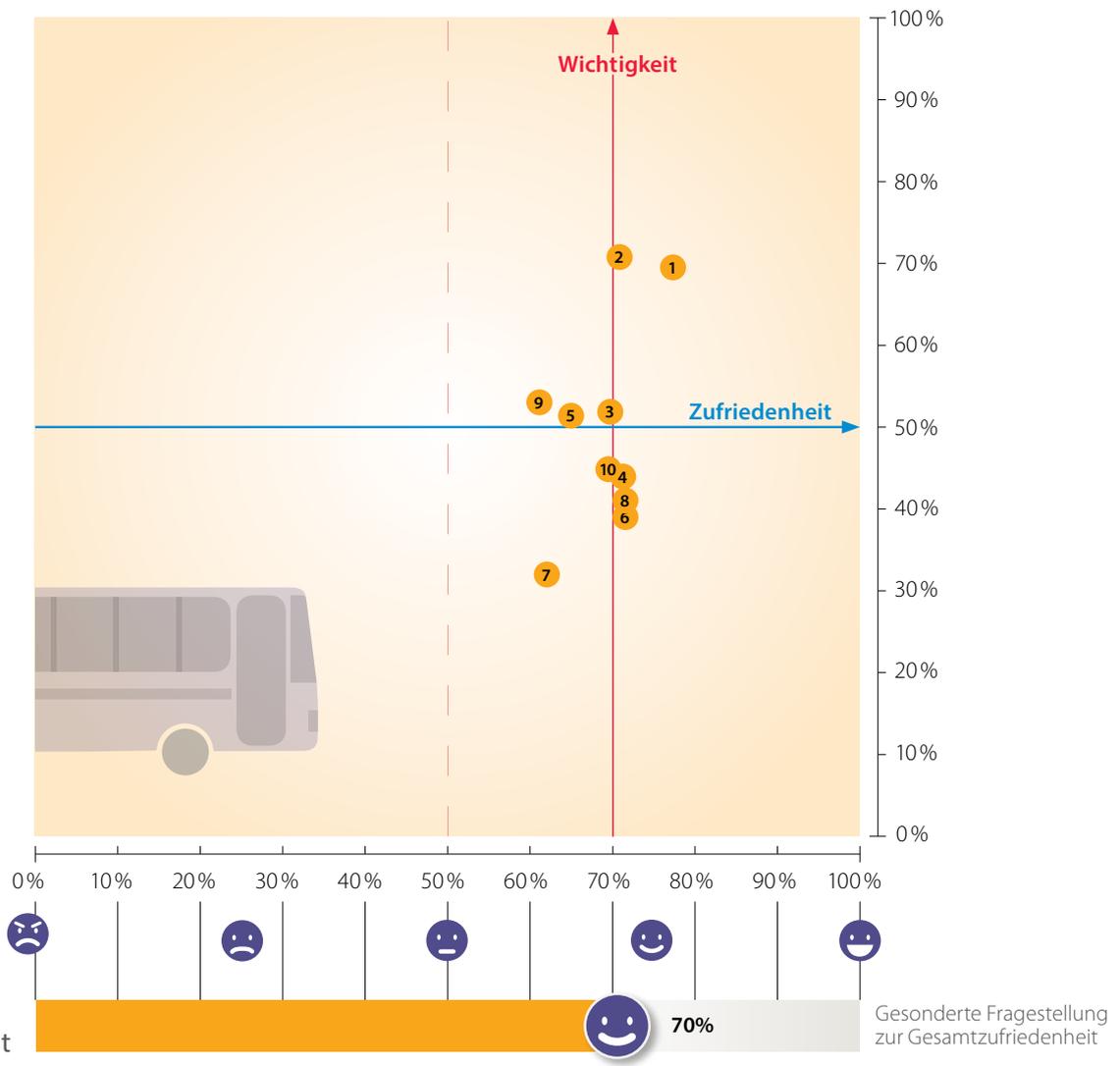


Die meistbenutzten Fahrkarten sind das Abo+ für Schülerinnen/Schüler und Studierende (41%) und der Südtirol Pass (38%).

## Zufriedenheit nach Makrofaktoren

Makrofaktoren		Zufriedenheit	Wichtigkeit
1	Erreichbarkeit	77%	70%
2	Zuverlässigkeit	72%	71%
3	Komfort	70%	53%
4	Infrastruktur	71%	45%
5	Netzqualität	66%	52%
6	Informationen vor Reiseantritt	73%	39%
7	Informationen im Autobus	63%	33%
8	Fahrkarten	72%	40%
9	Preise	61%	54%
10	Service	70%	45%

Bei den Faktoren mit überdurchschnittlicher Zufriedenheit verzeichnen die Zuverlässigkeit und die Erreichbarkeit der Haltestellen den wichtigsten Wettbewerbsvorteil. In den Bereich überdurchschnittliche Zufriedenheit fallen, nach Wichtigkeit aufgelistet: Fahrkomfort, Service, Infrastrukturen, Fahrkarten und Informationen vor Reiseantritt. Die Preise und die Netzqualität sind auch als sehr wichtig angesehen, jedoch in geringem Maße zufrieden stellend; dadurch wird ein Bedarf an Investitionen oder Maßnahmen signalisiert.

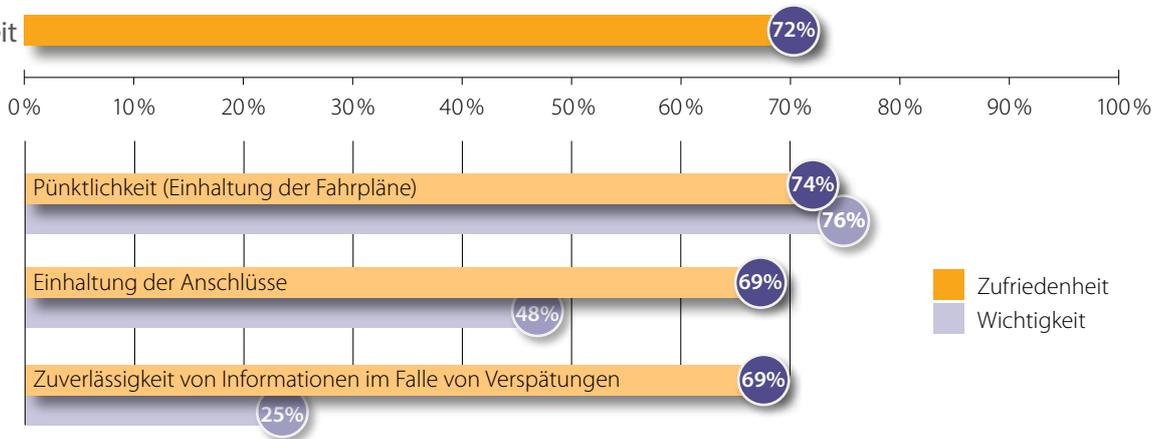


Insgesamt ist die Zufriedenheit hoch (70%).

## Zufriedenheit nach Mikrofaktoren

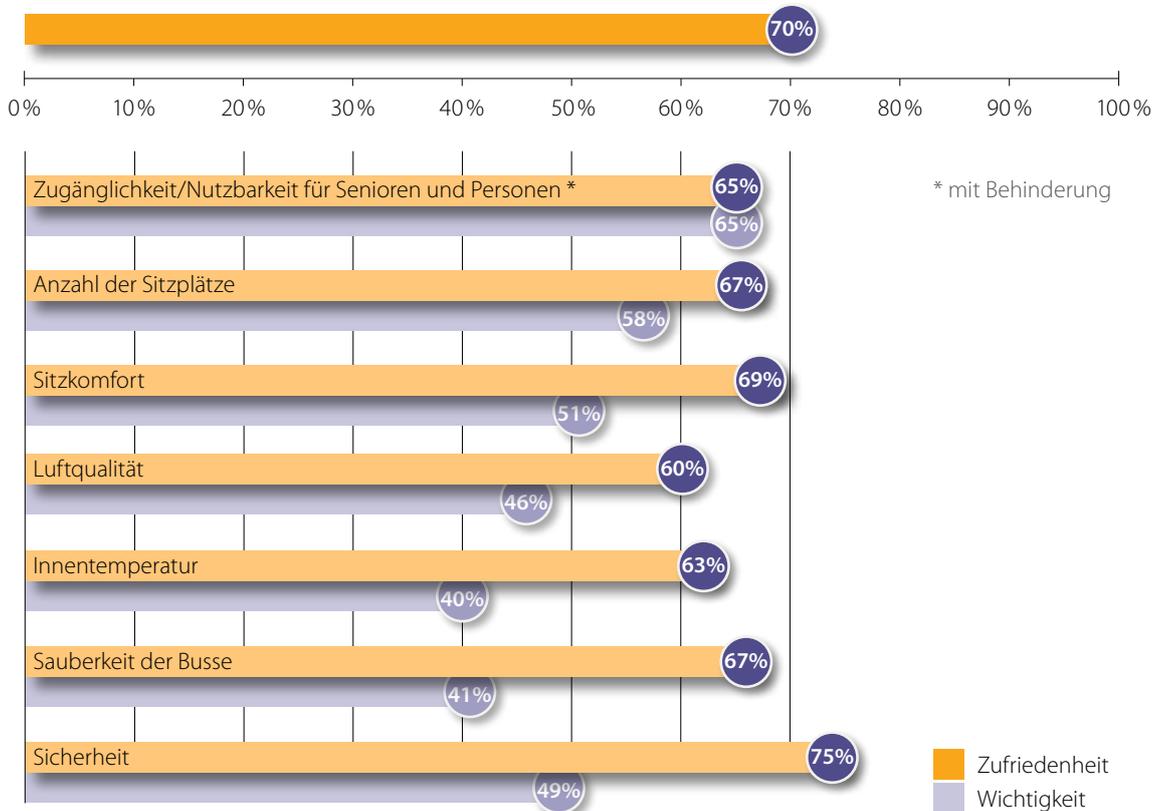
Gesonderte Fragestellung zur Gesamtzufriedenheit

### Zuverlässigkeit



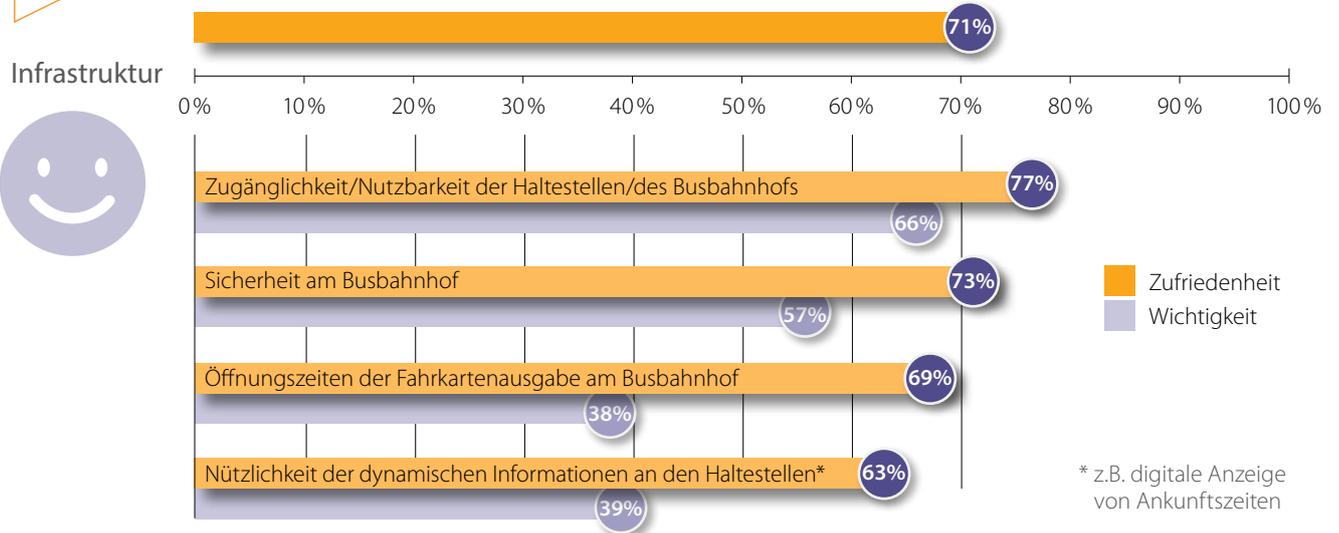
Allgemein ist die Zuverlässigkeit für die Befragten zufrieden stellend oder sehr zufrieden stellend. 22% sind sehr zufrieden und zirka die Hälfte zufrieden. Die Fahrgäste sind mit der Pünktlichkeit der Busse, die sie als den wichtigsten Aspekt betrachten, eindeutig zufrieden.

### Komfort

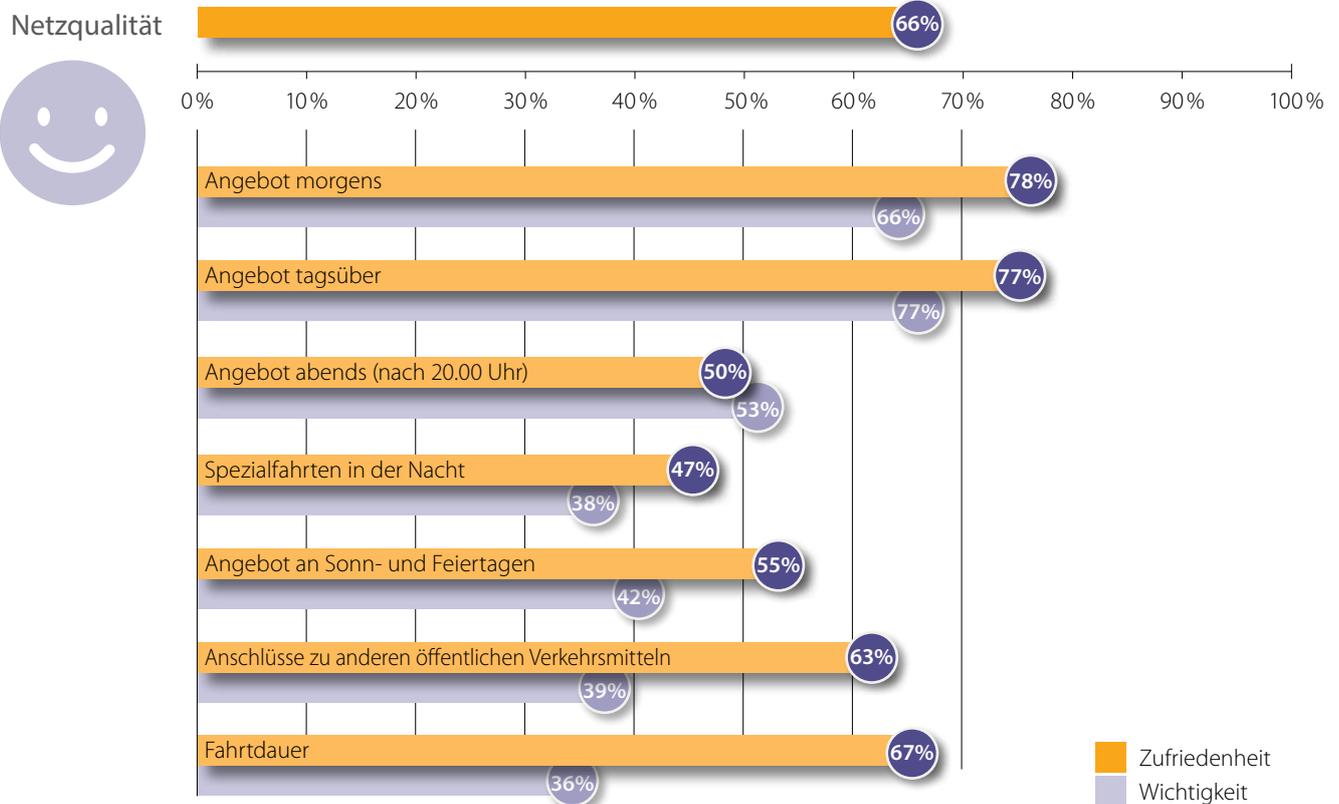


\* mit Behinderung

Der Fahrkomfort erreicht einen Zufriedenheitsgrad, der dem Grad an Zuverlässigkeit sehr nahe kommt. Zu den wichtigsten Faktoren gehört die Zugänglichkeit/Nutzbarkeit für Senioren und Personen mit Behinderung; dieser Faktor weist allerdings einen Zufriedenheitsgrad unter dem Durchschnitt auf und bedarf in Zukunft einiger Verbesserungsmaßnahmen.

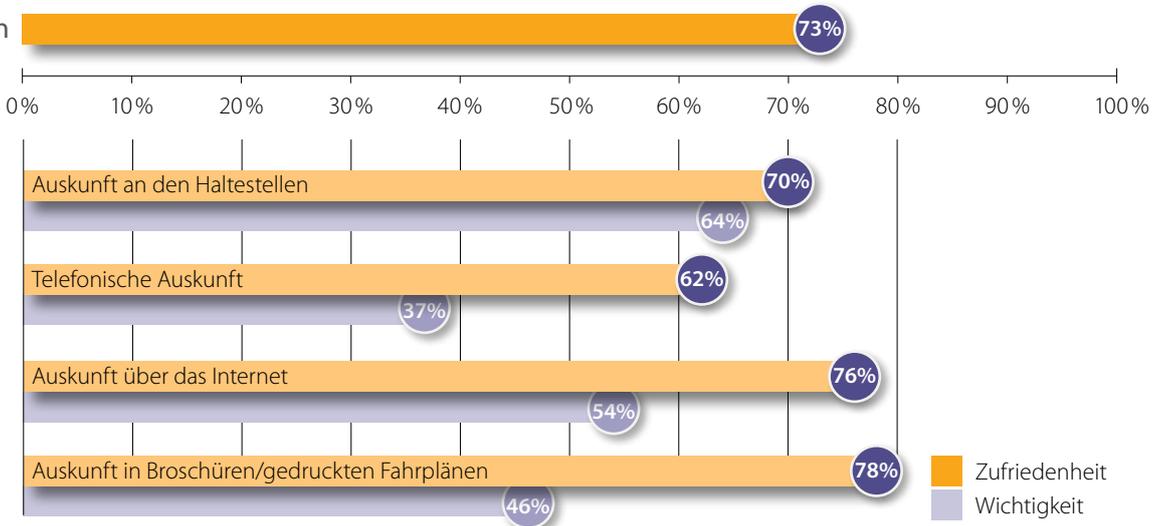


Die Infrastruktur verzeichnet einen ebenfalls annehmbaren Zufriedenheitsgrad. Auch in diesem Fall erscheint die Zugänglichkeit/Nutzbarkeit der Haltestellen/der Busbahnhöfe als wichtigstes Element. Die Zufriedenheit in diesem Belang ist recht gut.



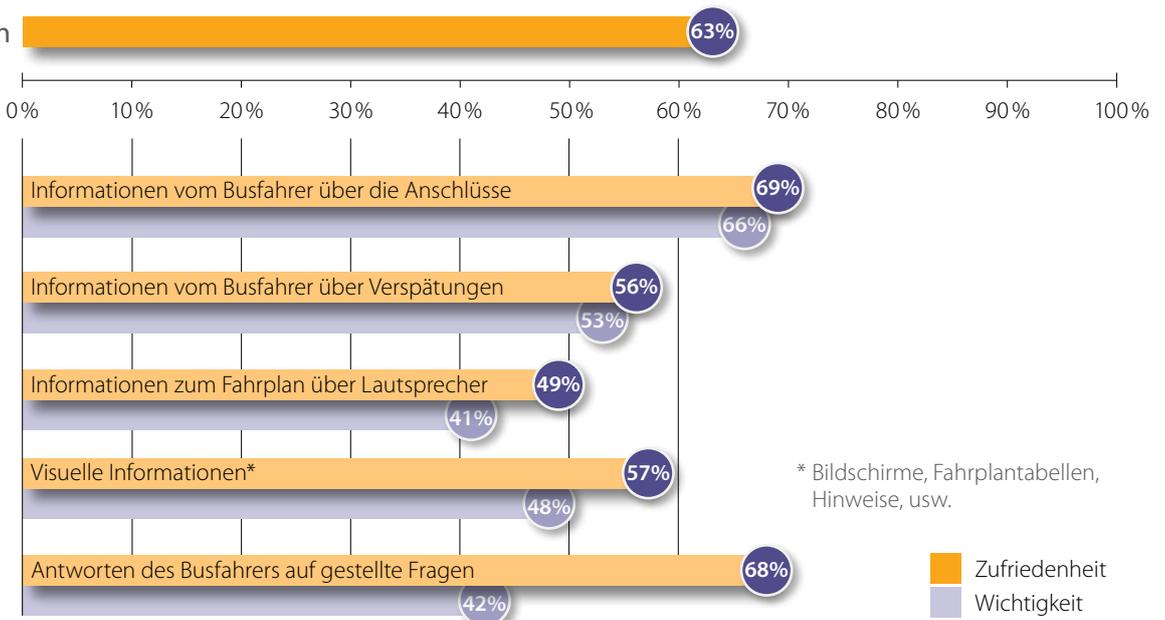
Obwohl der Grad an Zufriedenheit mit dem Verkehrsnetz insgesamt gut ist (66%), erklären sich 7% der Fahrgäste als unzufrieden und 1% als sehr unzufrieden. Kritischer Punkt sind die Abendfahrten nach 20 Uhr, die als wichtiger, aber knapp zufrieden stellender Faktor angesehen werden.

Informationen vor Reiseantritt



Die Gesamtzufriedenheit deckt sich mit den anderen Faktoren und erreicht 73 Punkte von 100. Als kritischer Punkt erweist sich die Auskunft an den Haltestellen, bei weitem der wichtigste Faktor (64%), mit einer Zufriedenheit unter dem Durchschnitt (70%).

Informationen im Autobus



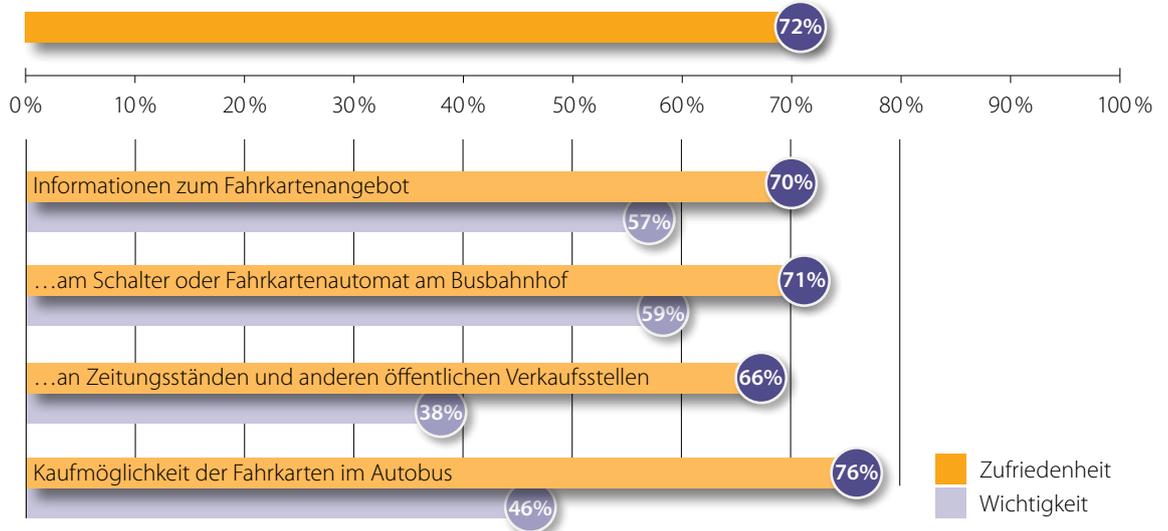
\* Bildschirme, Fahrplantabellen, Hinweise, usw.

Die während der Busfahrt gelieferten Informationen sind der dritte Faktor mit geringer Zufriedenheit bei den befragten Fahrgästen (durchschnittlich 63%). Der kritischste Faktor sind die vom Busfahrer gelieferten Informationen über Verspätungen sowie die visuellen Informationen.

Fahrkarten

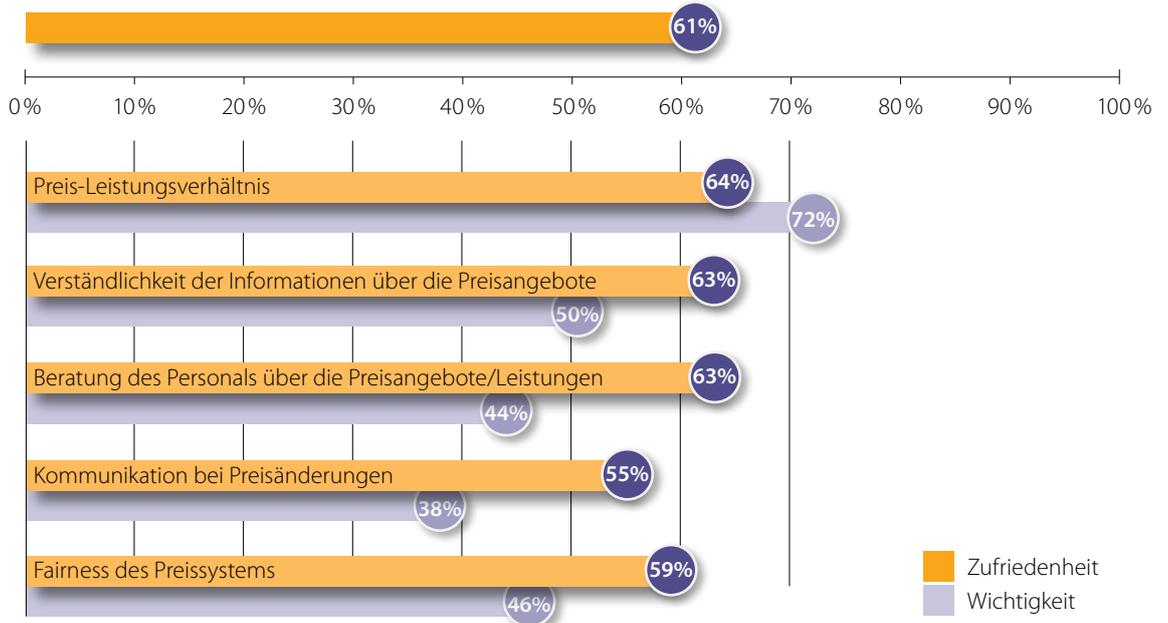


Kaufmöglichkeiten der Fahrkarten...



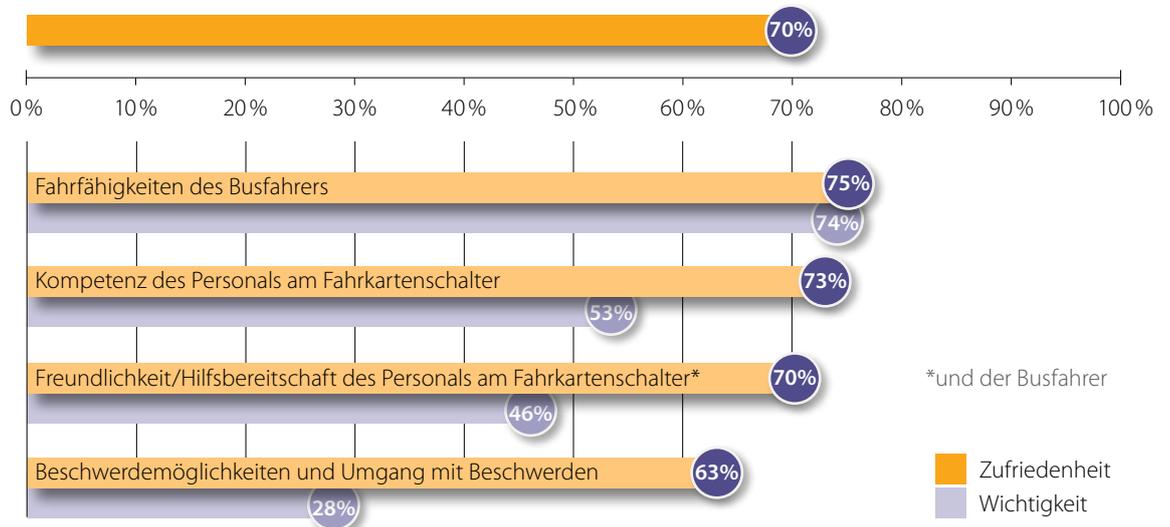
Die Fahrkarten verzeichnen einen guten Grad an Zufriedenheit bei den Befragten. Die Fahrgäste halten die Informationen zum Fahrkartenangebot für sehr wichtig und zufrieden stellend, sowie die Möglichkeit, die Fahrkarten am Schalter am Busbahnhof oder bei Fahrkartenautomaten zu kaufen.

Preise



Sind mit einem relativ geringen Zufriedenheitsgrad verbunden (durchschnittlich 61%) und gelten für die einheimischen Busfahrenden als kritischster Faktor. Kritisch ist nicht das Preis-Leistungsverhältnis, sondern vielmehr die Fairness des Preissystems und die Kommunikation bei Preisänderungen.

Service



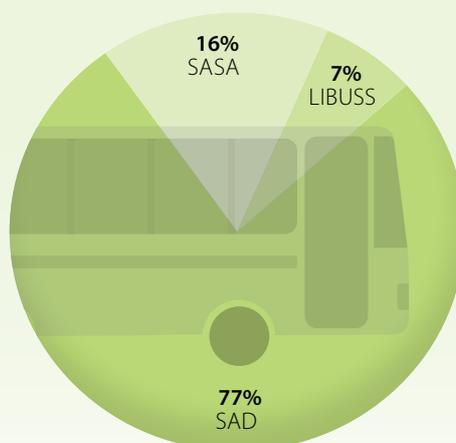
Die Mehrheit der Befragten (47%) ist mit dem Service zufrieden oder sogar sehr zufrieden (21%). Mit den als sehr wichtig erachteten Fahrfähigkeiten der Busfahrer sind die Fahrgäste recht zufrieden. Die Beschwerdemöglichkeiten werden nicht nur als weniger wichtig eingeschätzt, sie sind für die Fahrgäste auch am wenigsten zufrieden stellend.

# Touristen die den Bus benutzen

Bei den Touristen, die den Autobus in Anspruch nehmen, wurden insgesamt 383 gültige Befragungen vorgenommen. Der Großteil der Befragungen erfolgte auf SAD-Bussen (77%), also im größeren Ausmaß im Vergleich zu den Einheimischen (63%). 16% der Touristen wurden auf den SASA-Autobussen befragt, restliche 7% auf Autobussen des Konsortiums Libuss.

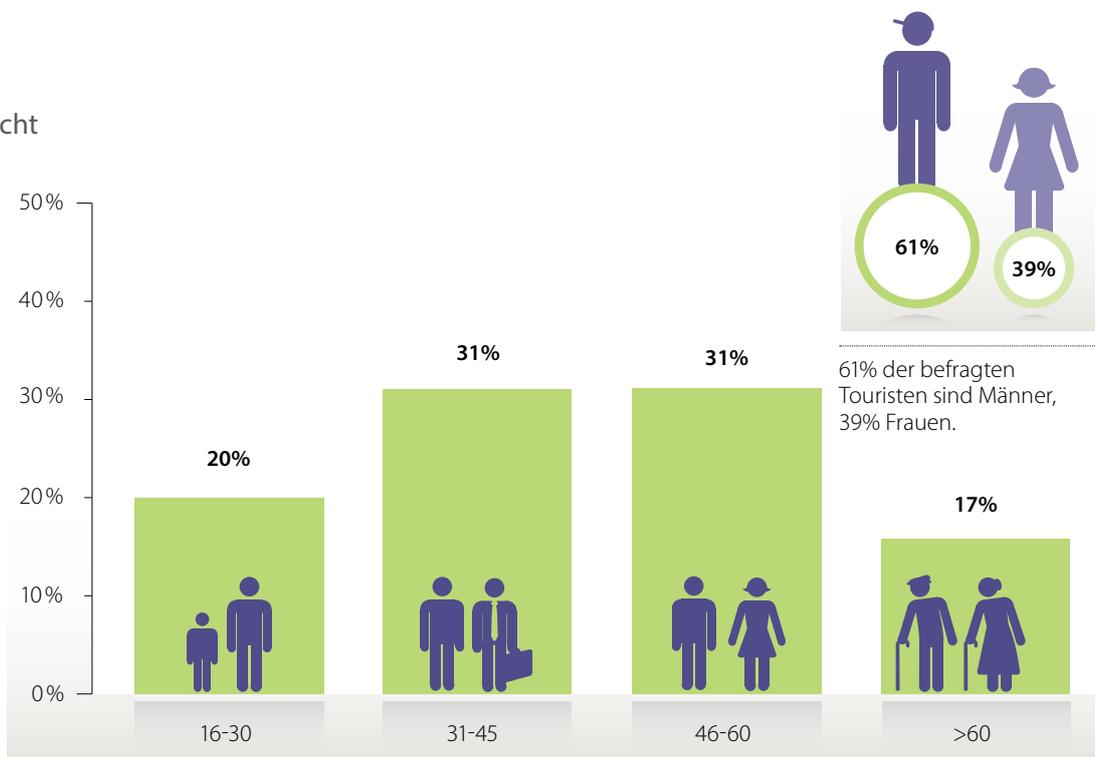
In der Folge werden die in 4 Abschnitte gegliederten Ergebnisse erläutert: Informationen zur Person, allgemeine Informationen über den Urlaub, Benutzung des Autobusses und Zufriedenheit der Fahrgäste.

## Busgesellschaft



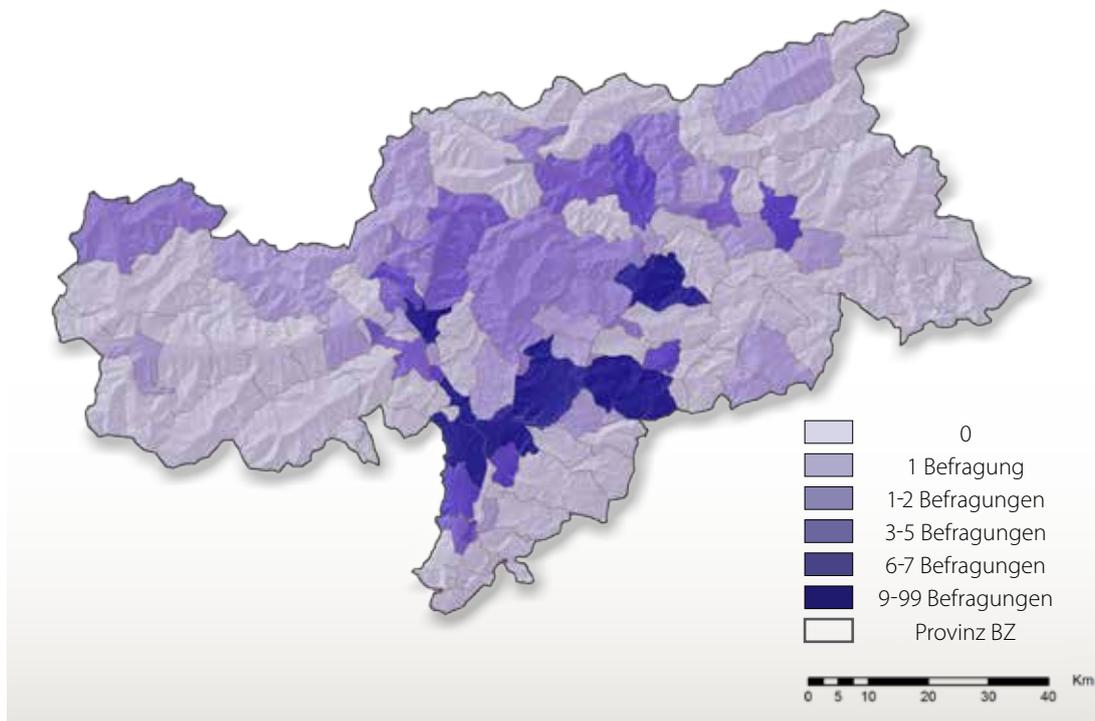
## Profil der interviewten Personen

### Alter - Geschlecht



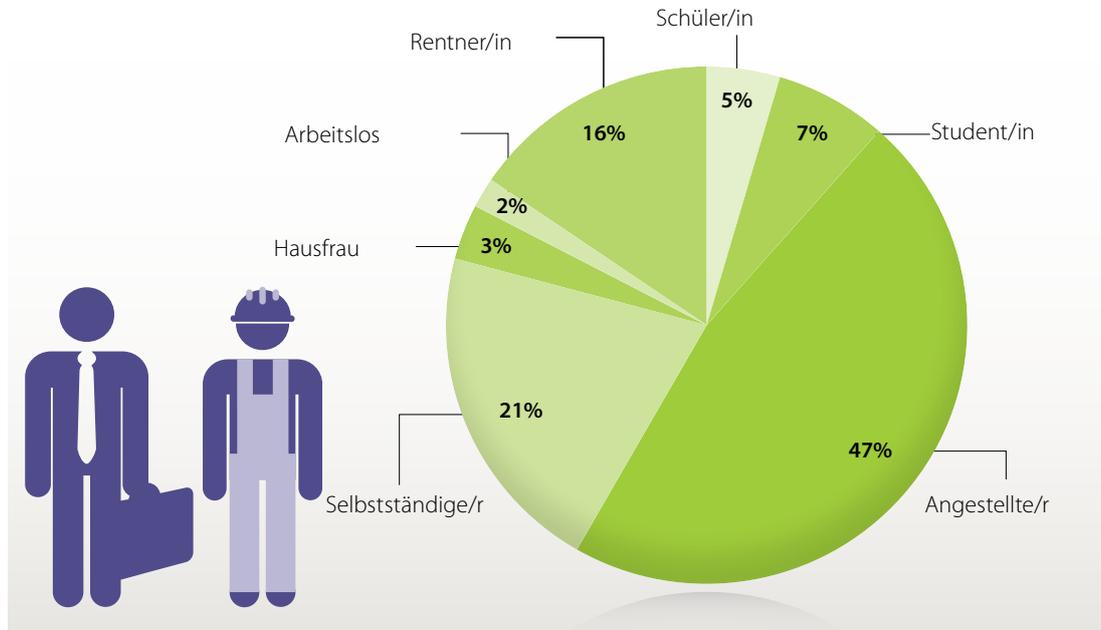
Im Unterschied zu den Einheimischen fällt der Großteil der befragten Touristen (62%) in die Altersklasse zwischen 31 und 60 Jahren. 20% der Touristen sind unter 30 und 17% über 60.

### Aufenthalts- gemeinde während des Urlaubs in Südtirol



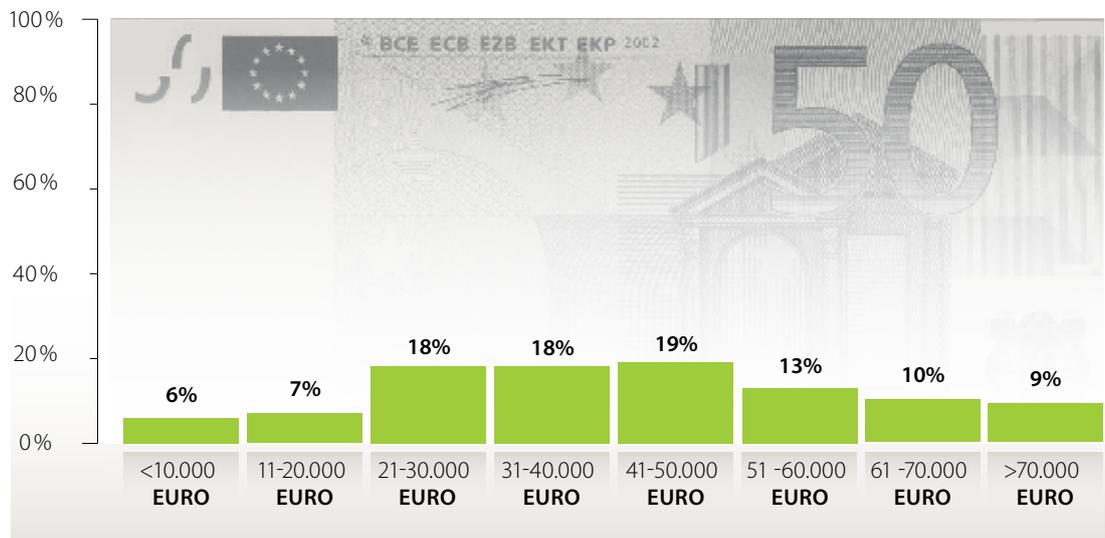
Die Mehrheit der befragten Touristen verweilt in den Städten (Bozen, Meran, Brixen, Bruneck) oder in Orten mit starkem Fremdenverkehr (Kastelruth, Ritten, Dorf Tirol). Die Verteilung auf der Karte ist wesentlich durch die Auswahl der Strecken, auf denen die Erhebung vorgenommen wurde, beeinflusst.

Beruf



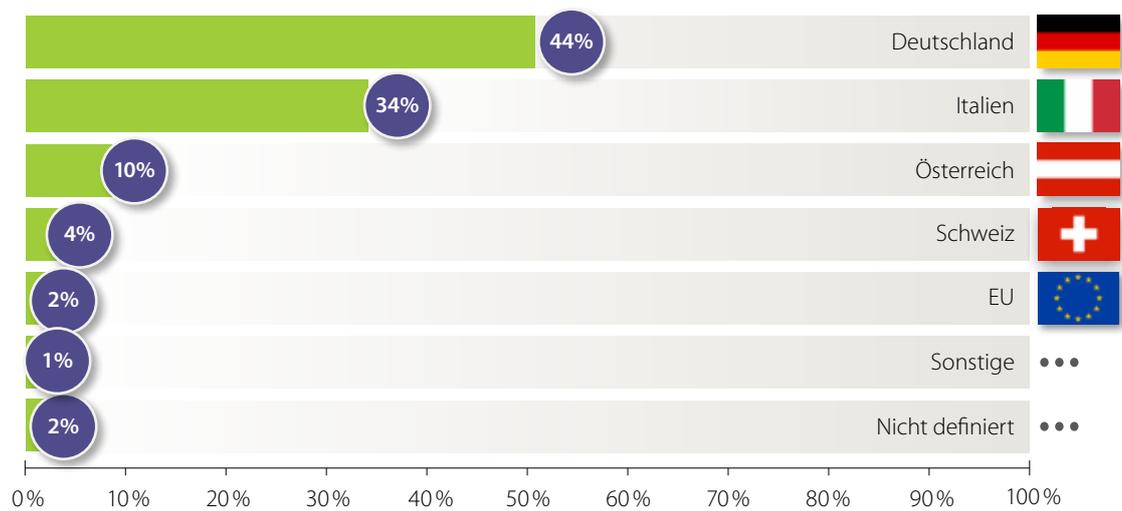
Wie vorhersehbar, sind bei den Touristen hauptsächlich Berufstätige (70%) vertreten. Es folgen Rentner und Rentnerinnen (16%) und zuletzt die Schülerinnen/Schüler und Studierenden (12%).

Jahreshaushaltsnettoeinkommen



Das Nettoeinkommen des Jahreshaushalts der Touristen ist durchschnittlich höher als das der Einheimischen. Nur 13% der Touristen (im Gegensatz zu fast 40% der Einheimischen) geben ein Einkommen unter 20.000 Euro an.

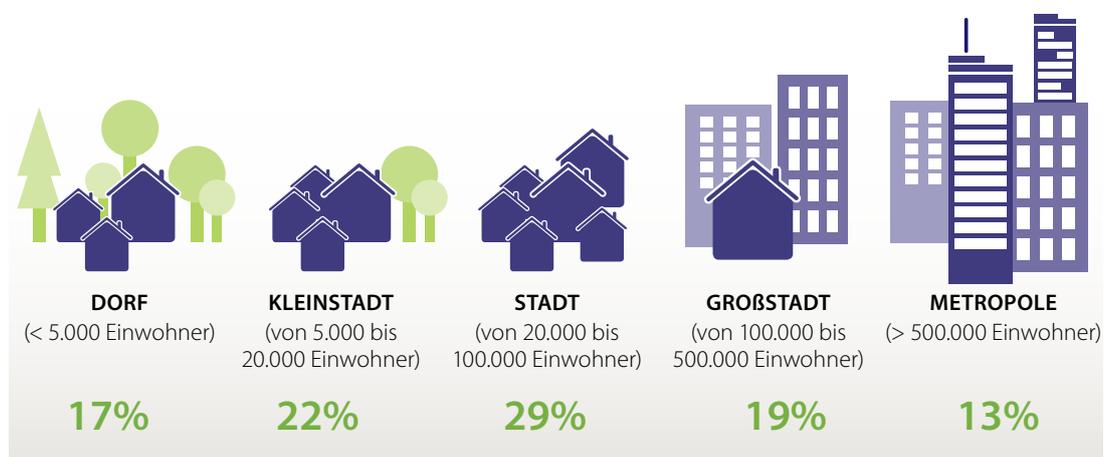
## Wohnort



Die Herkunft der befragten Touristen entspricht im Wesentlichen dem Fremdenverkehrstrend in Südtirol. 44% der Befragten haben die deutsche Staatsbürgerschaft (44% der Gesamturlauber laut ASTAT), 34% die italienische (36%) und 4% (5%) kommen aus der Schweiz.

28

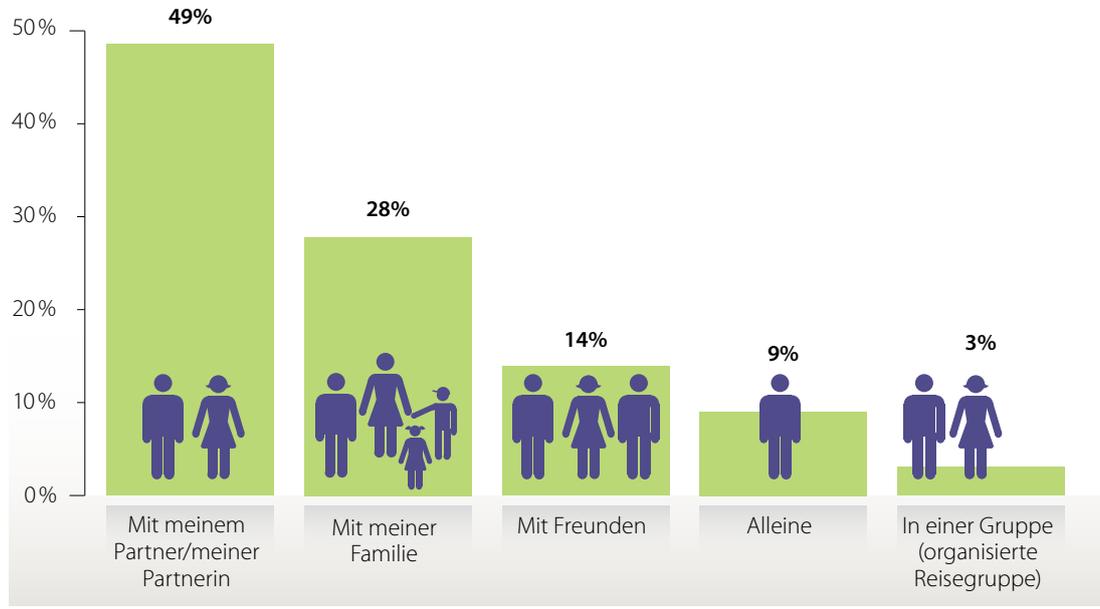
## Größe der Wohngemeinde



Fast 70% der befragten Touristen kommen aus kleinen bis mittelgroßen Städten (weniger als 100.000 Einwohner). Die restlichen 30% stammen vorwiegend aus Großstädten (19%).

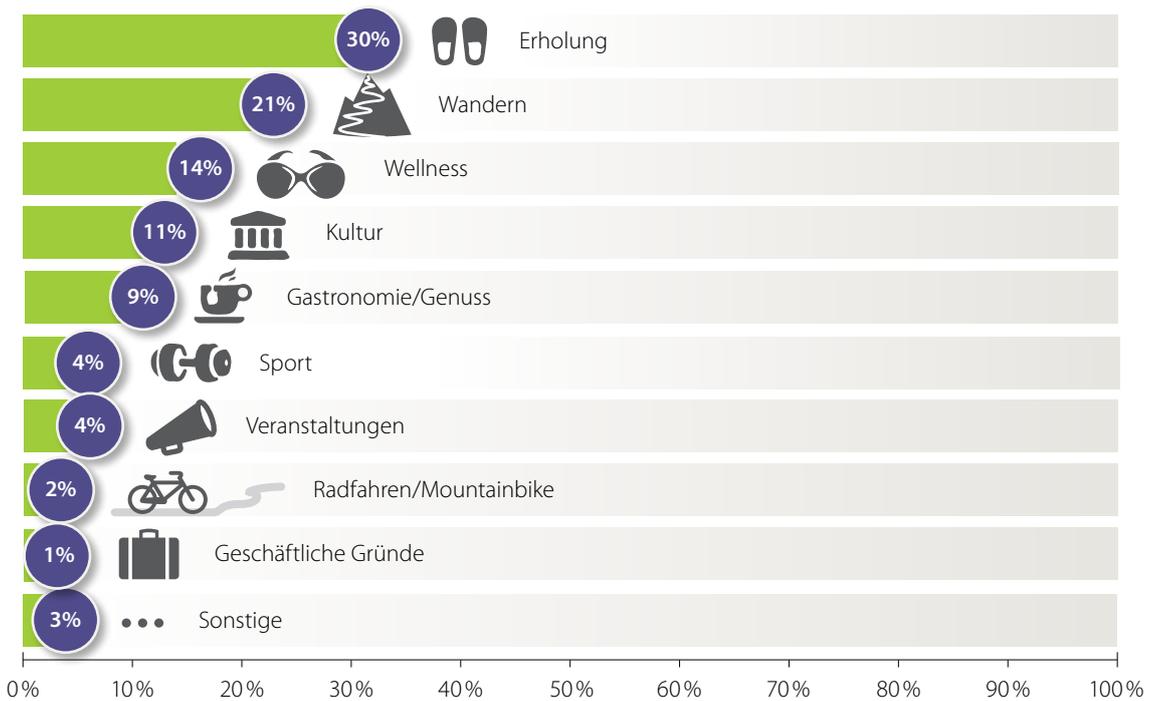
## Allgemeine Informationen über den Urlaub

Mit wem reisen Sie?



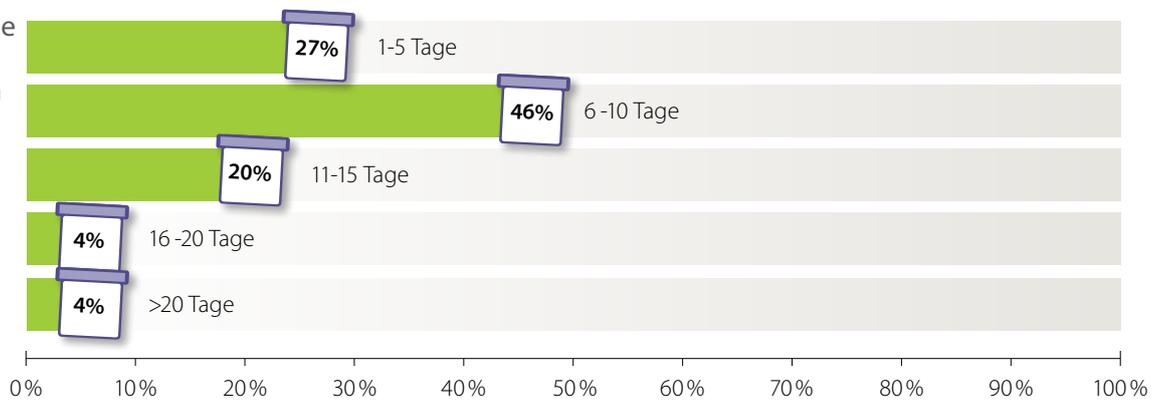
49% der Touristen reisen „mit dem Partner/der Partnerin“ und 28% „mit der Familie“.

Reisemotive (Mehrfachantworten möglich)



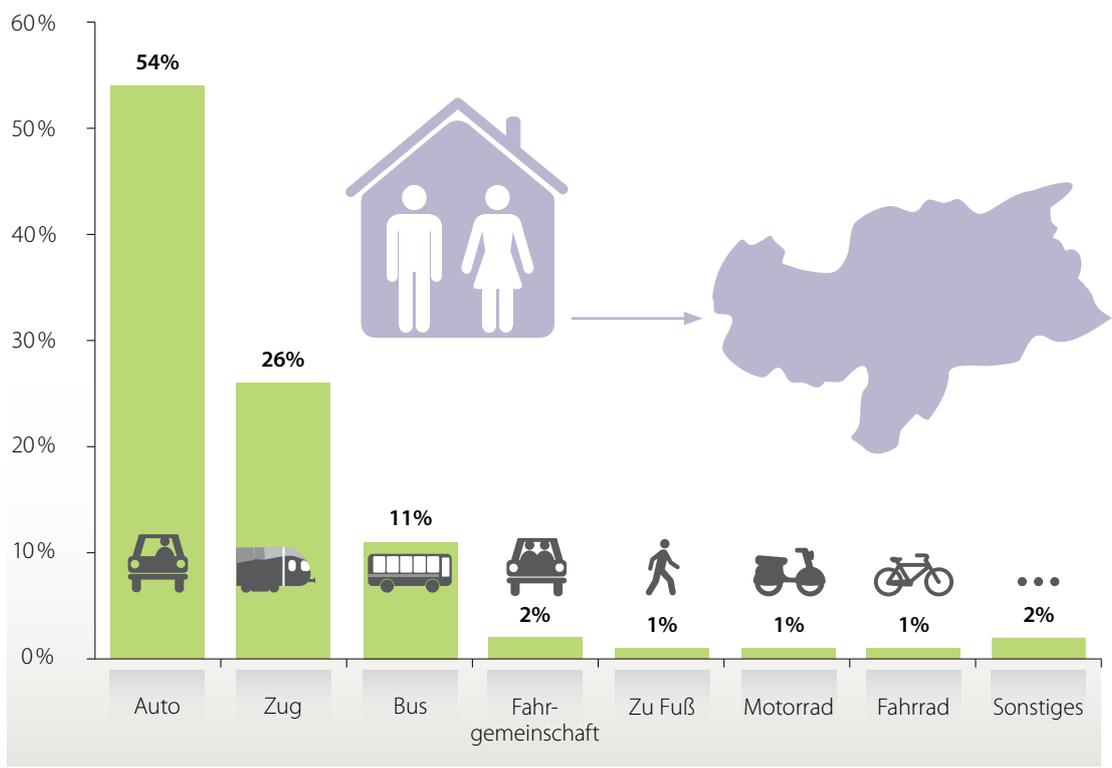
Aus der Analyse geht hervor, dass die Landschaft, das Wellness-Angebot und die Kultur an oberster Stelle in der Rangliste der Reisemotive stehen.

Wie viele Tage dauert Ihr Aufenthalt in Südtirol?



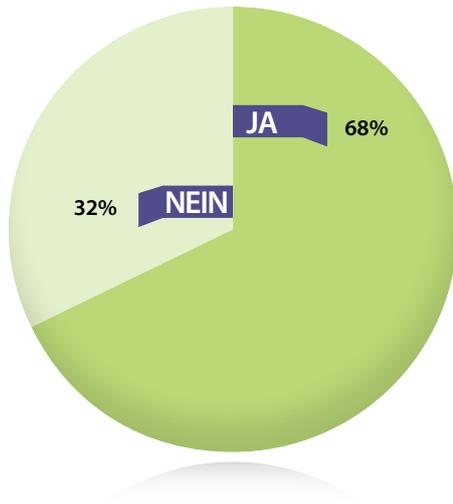
Durchschnittlich halten sich die befragten Touristen knapp über 9 Tage in Südtirol auf, also fast doppelt so lang als der durchschnittliche Südtirolaufenthalt im Jahr 2012. Man könnte annehmen, dass die Touristen, die am meisten die öffentlichen Verkehrsmittel benutzen, sich durchschnittlich länger in Südtirol aufhalten.

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie nach Südtirol gekommen?  
(Mehrfachantworten möglich)



Mehr als die Hälfte der auf den Bussen befragten Touristen (54%) hat den Fremdenverkehrsort mit dem Auto erreicht.

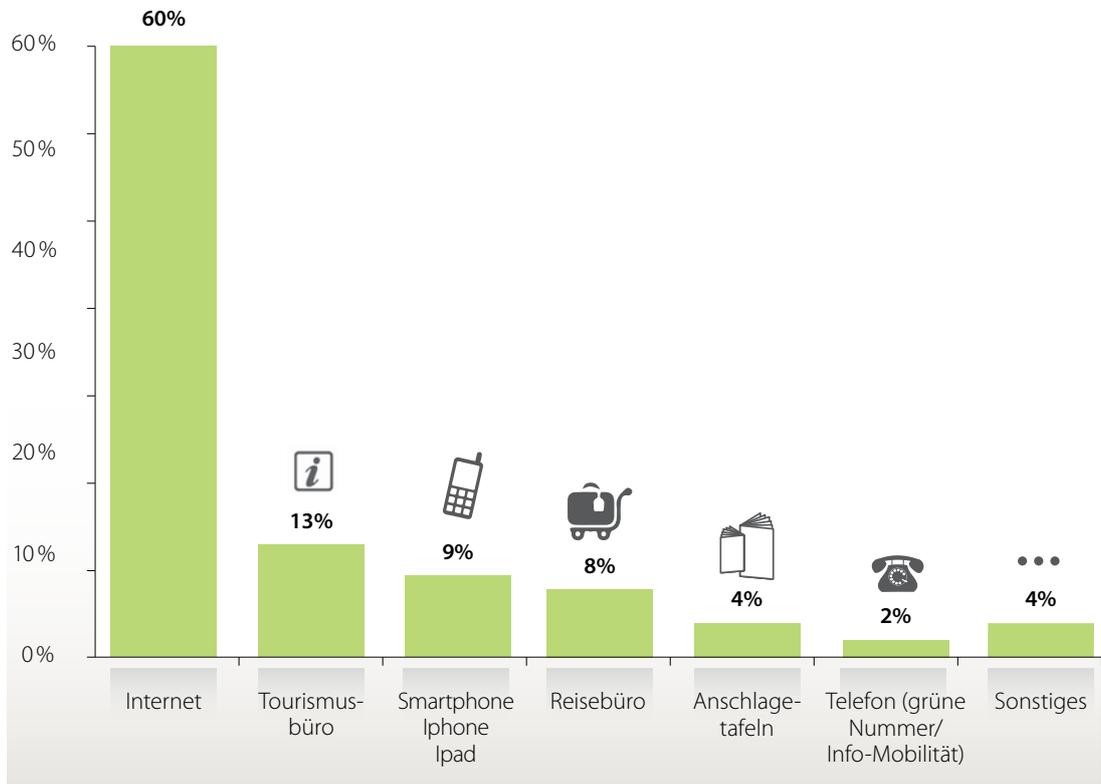
Haben Sie sich vor Ihrem Urlaubsantritt über die öffentlichen Verkehrsmittel in Südtirol informiert?



Von 383 Touristen, die geantwortet haben, hat sich zirka die Hälfte (187 Personen - 49%) bereits vor der Abreise über die öffentlichen Südtiroler Verkehrsmittel informiert.

Über welche Kanäle haben Sie sich informiert?

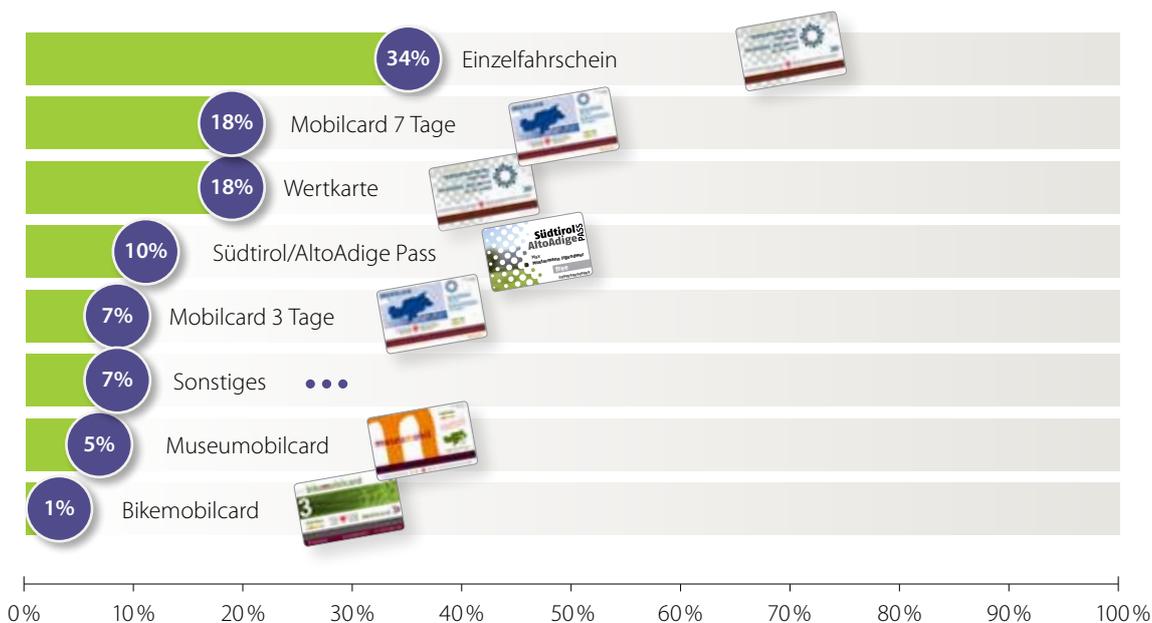
(Mehrfachantworten möglich)



Von den 187 Touristen, die sich vor ihrer Abreise über die öffentlichen Verkehrsmittel informiert haben, haben sich fast 70% auf telematischem Weg informiert (Internet 60%, Anwendungen der Mobiltelefone 9%).

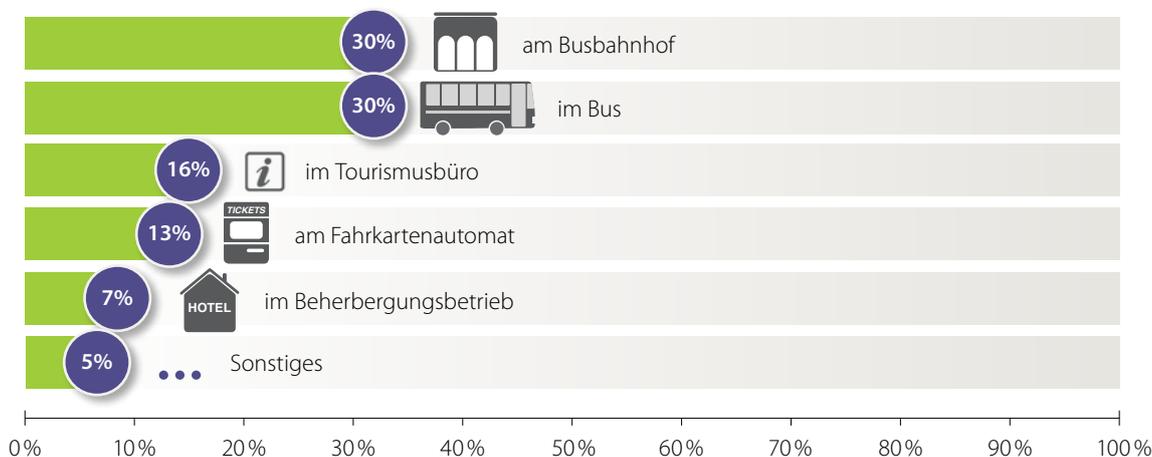
## Benutzung des Autobusses

Welchen Fahrkartentyp haben Sie gekauft?



Trotz des reichen Fahrkartenangebots, wird von den Touristen der Einzelfahrschein bevorzugt (34%).

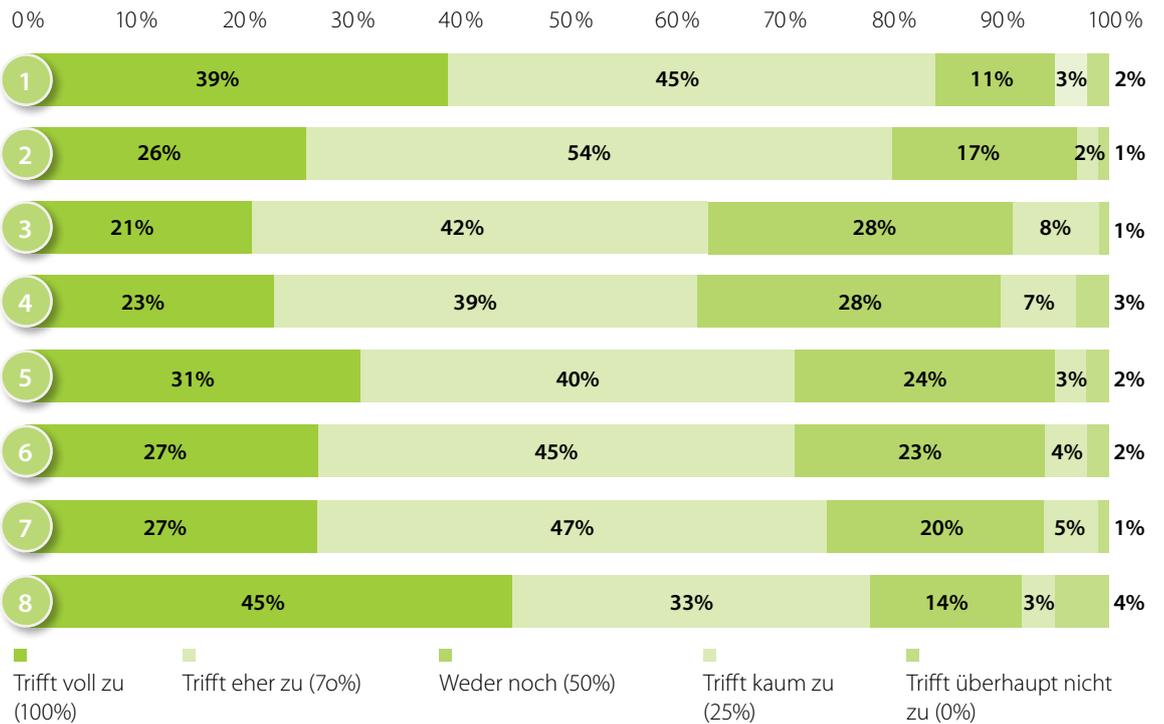
Wo haben Sie Ihre Fahrkarten gekauft?  
(Mehrfachantworten möglich)



30% der befragten Touristen haben die Fahrkarten an den Schaltern in den Busbahnhöfen gekauft. Gleich viele gaben an, die Fahrkarten direkt im Bus gekauft zu haben.

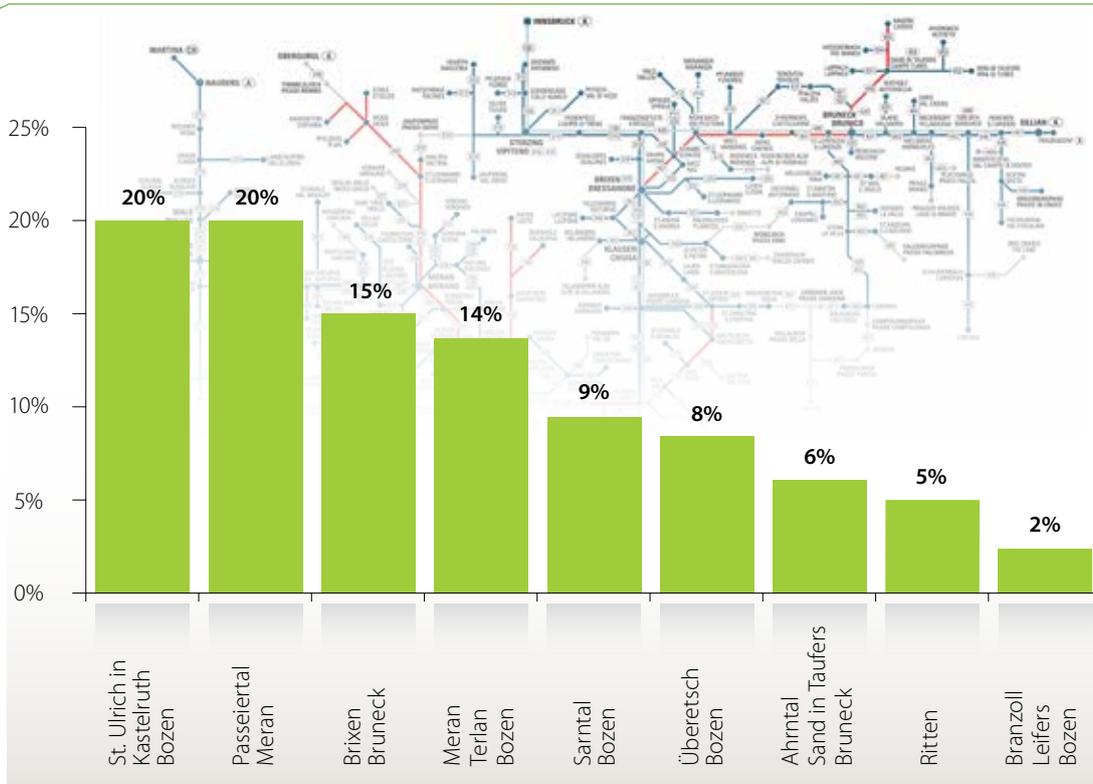
Sie benutzen den Autobus, weil...

1. er billiger ist als andere Verkehrsmittel
2. er unkomplizierter ist als andere Verkehrsmittel
3. er komfortabler ist als andere Verkehrsmittel
4. Sie gerne Bus fahren
5. er umweltfreundlicher ist als andere Verkehrsmittel
6. Sie schnell zum Zielort kommen
7. die Taktung attraktiv ist
8. Sie im Urlaub kein Auto benützen wollen



Als Begründung für die Benutzung des Autobusses galt für die Touristen hauptsächlich der Kostenvorteil, aber auch die Entscheidung, im Urlaub auf das Auto zu verzichten.

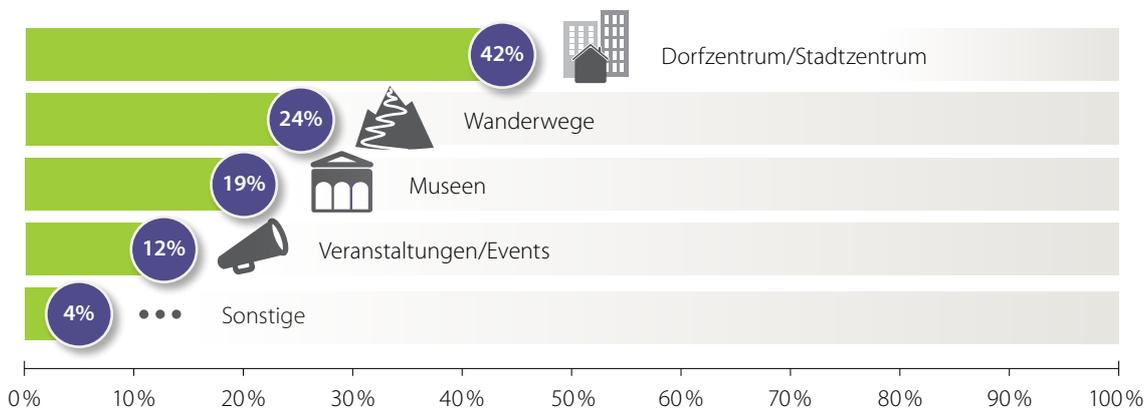
Buslinie



77 Fragebögen (20%) der insgesamt 383 gültigen wurden von den Touristen auf der Strecke St. Ulrich-Kastelruth-Bozen (Linie 170) und 75 Fragebögen (20%) auf der Strecke Passeier-Meran (Linie 240) ausgefüllt.

Welche Ziele konnten Sie mit dem Autobus erreichen?

(Mehrfachantworten möglich)

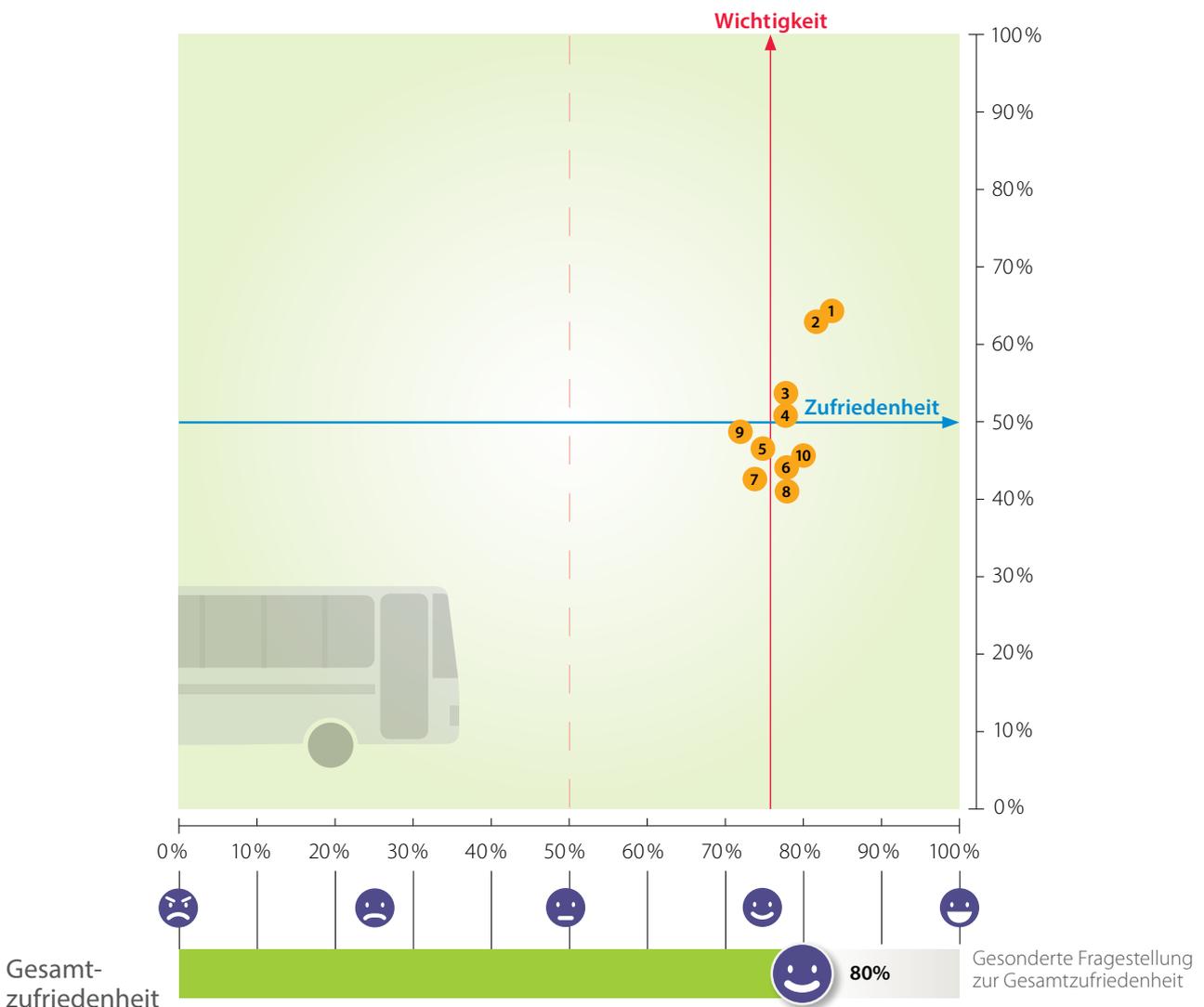


Die Touristen haben die Autobusse hauptsächlich benutzt, um Dorfzentren/Stadtzentren (42%) sowie Museen (19%) aufzusuchen. 24% der Touristen haben den Autobus benutzt, um Wanderwege zu erreichen.

## Zufriedenheit nach Makrofaktoren

Makrofaktoren	Zufriedenheit	Wichtigkeit
1 Erreichbarkeit	83%	64%
2 Zuverlässigkeit	81%	63%
3 Komfort	77%	53%
4 Infrastruktur	77%	51%
5 Netzqualität	74%	47%
6 Informationen vor Reiseantritt	77%	44%
7 Informationen im Autobus	73%	42%
8 Fahrkarten	77%	41%
9 Preise	71%	49%
10 Service	79%	46%

Die Gesamtzufriedenheit der Touristen ist eindeutig hoch. Die Zuverlässigkeit des Verkehrsmittels und die Erreichbarkeit der Haltestellen sind die Spitzenfaktoren, mit einem durchschnittlichen Zufriedenheitsgrad von über 80% und erheblicher Wichtigkeit. Der Bereich der kritischen Makrofaktoren – und zwar jener mit hoher Wichtigkeit und geringer Zufriedenheit – bleibt leer, was darauf hinweist, dass in den Augen der Touristen keine gravierenden Mängel vorliegen.

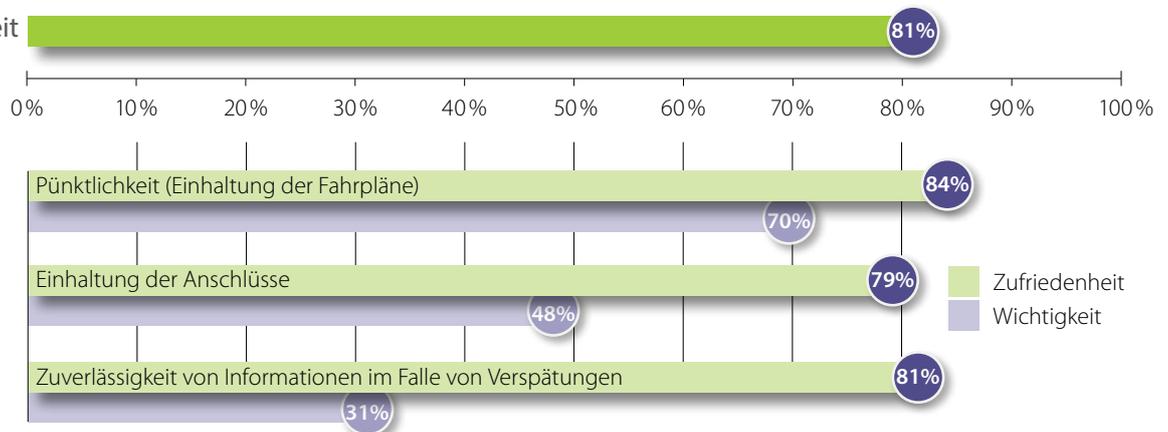


Insgesamt sind die Touristen mit dem öffentlichen Busverkehr mehr zufrieden (80%) als die Einheimischen (70%).

## Zufriedenheit nach Mikrofaktoren

Gesonderte Fragestellung zur Gesamtzufriedenheit

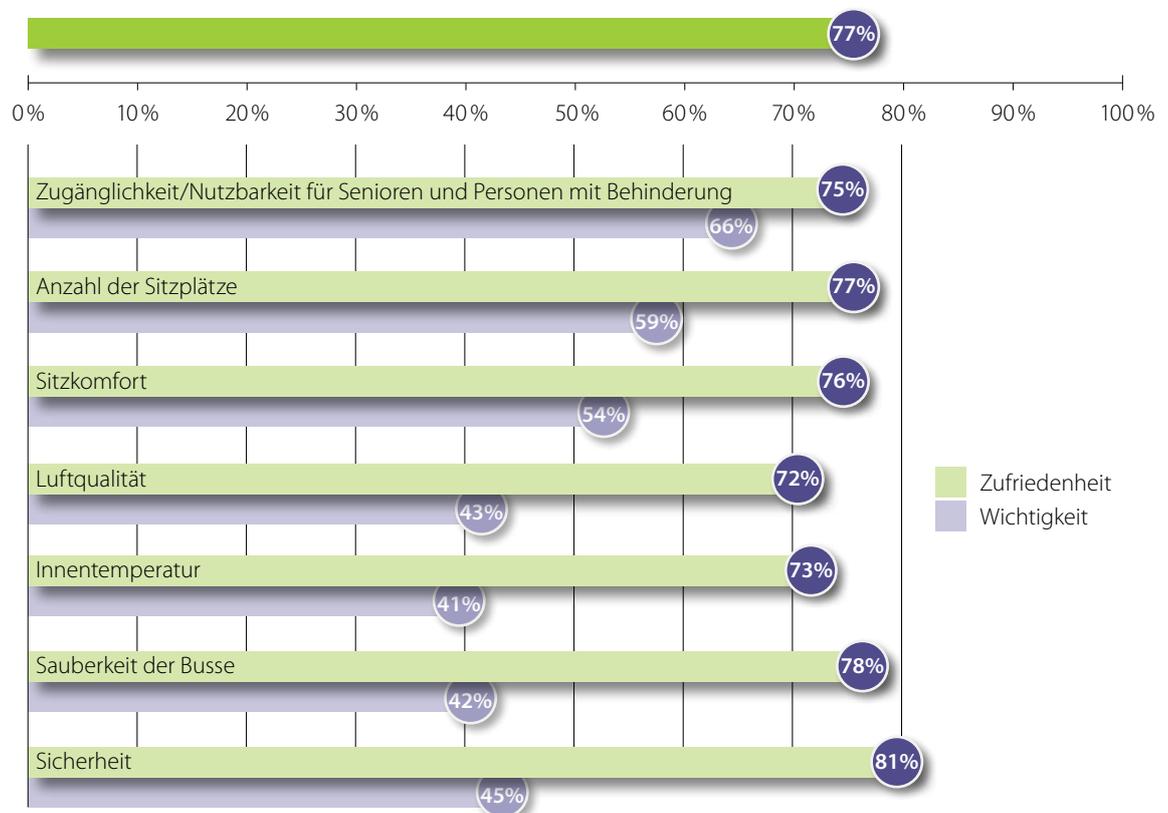
## Zuverlässigkeit



Die Touristen halten wie die Einheimischen die Pünktlichkeit für einen wichtigen Mikrofaktor, der auch als Stärke unseres öffentlichen Busverkehrs eingeschätzt wird. Die Touristen sind darüber weitaus mehr zufrieden als der Einheimische (81% gegenüber 72%).

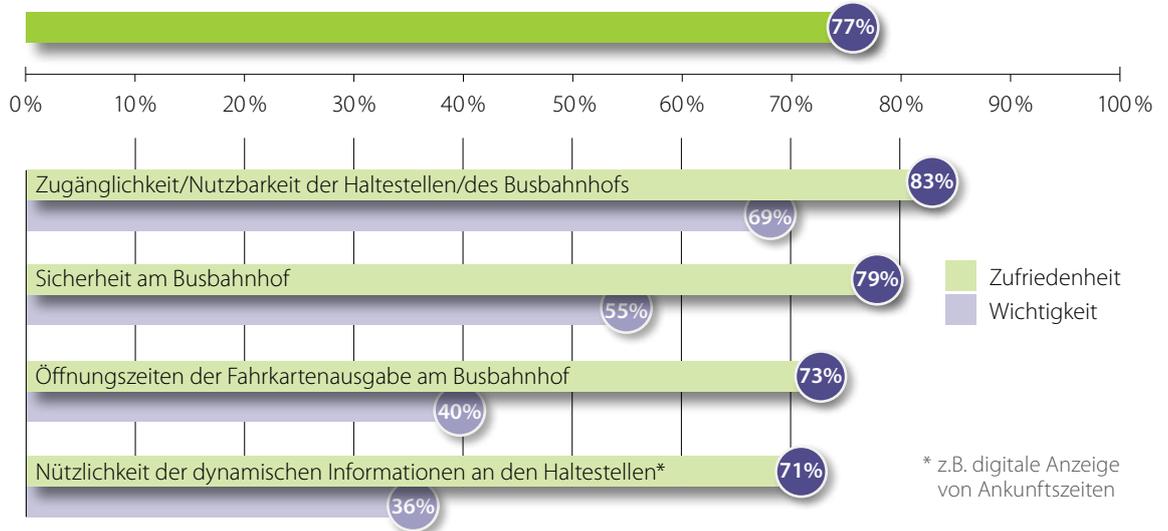
36

## Komfort



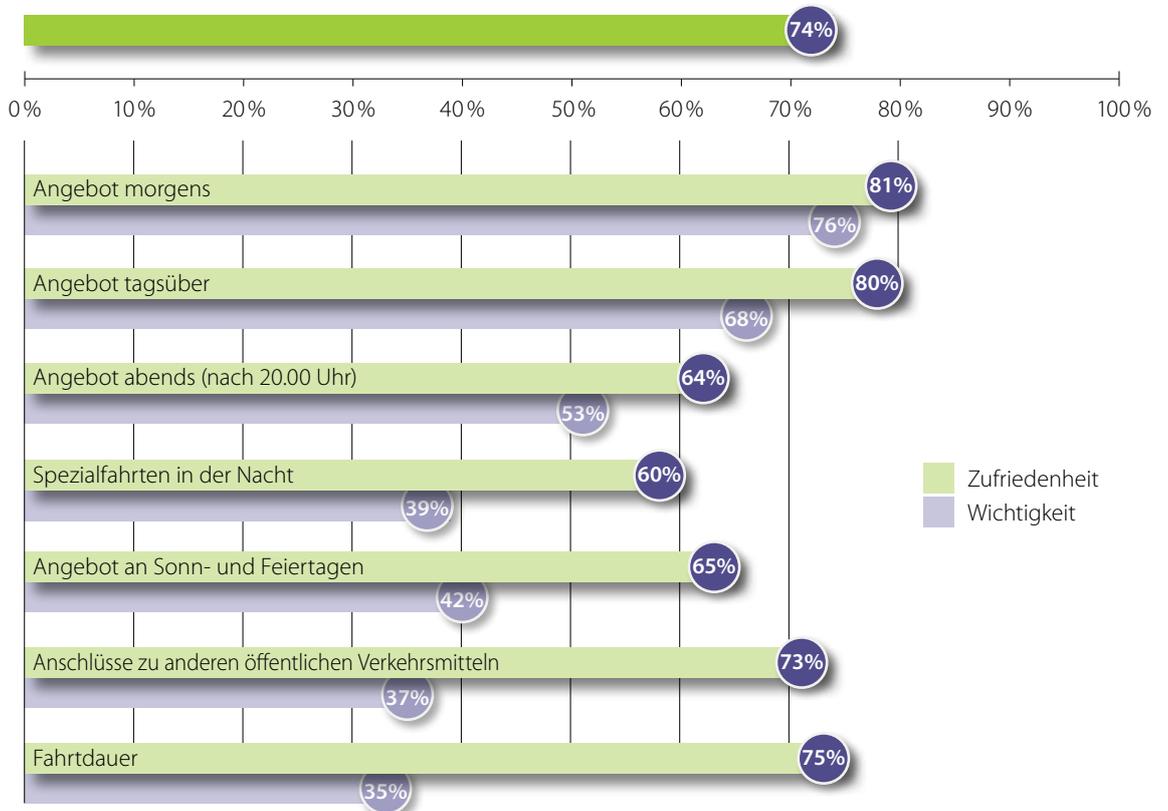
Im Vergleich zu den Einheimischen sind die Touristen auch mit dem Fahrkomfort zufriedener (77% gegenüber 70%). Besonders die Sicherheit im Bus führt zu großer Zufriedenheit bei beiden Kategorien der Befragten.

Infrastruktur



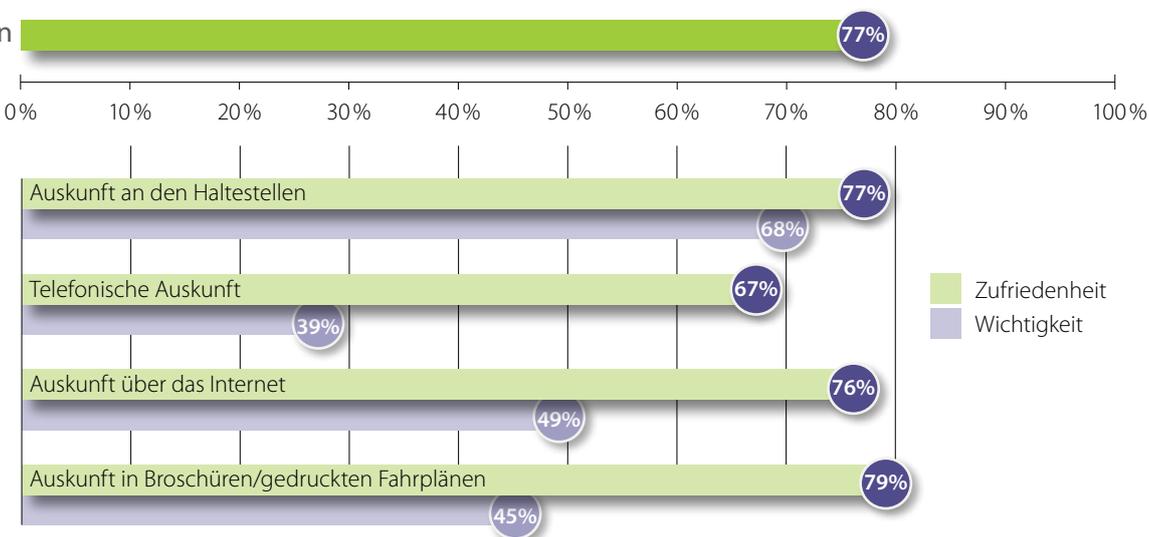
Bei den Touristen steht die Zugänglichkeit der Haltestellen an oberster Stelle, die Nützlichkeit der dynamischen Informationen interessiert sie nur am Rande. Insgesamt sind die Touristen mit der Infrastruktur zufrieden und durchschnittlich äußern sich 77% positiv dazu, was die Zufriedenheit der Einheimischen um 6 Prozentpunkte übersteigt.

Netzqualität



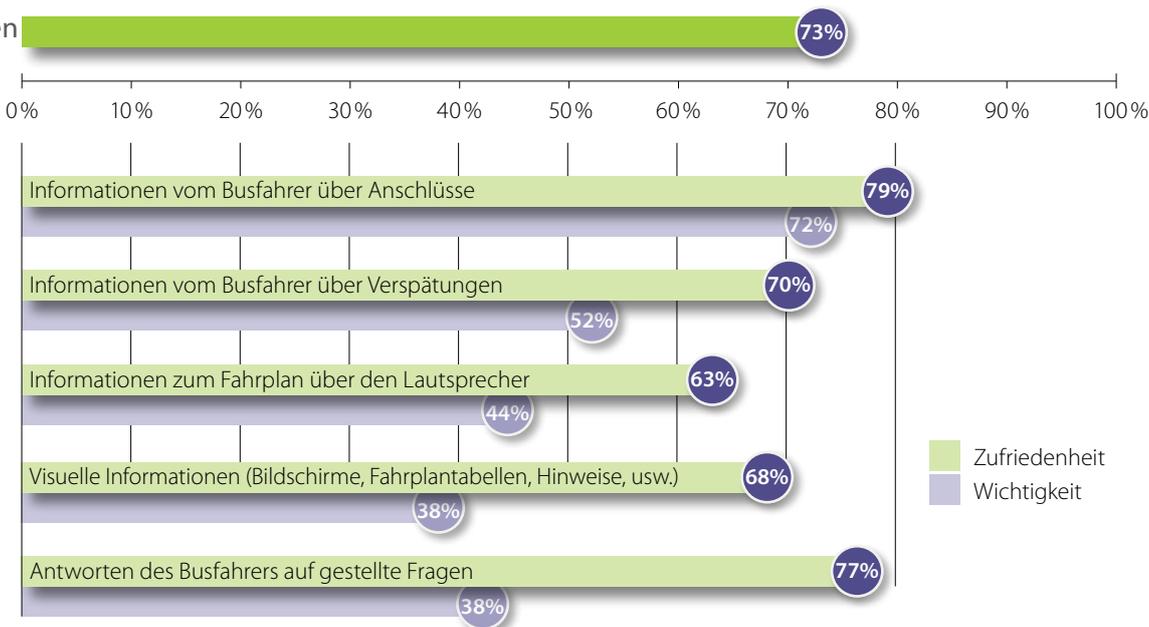
Mit der Netzqualität sind mehr als 70% der befragten Touristen zufrieden, während nur 3% leicht zufrieden oder sehr unzufrieden sind. Wie bei den Einheimischen erweisen sich die Abendfahrten als kritischer Punkt.

Informationen vor Reiseantritt



Die Touristen sind mit der Auskunft an den Haltestellen durchschnittlich zufriedener als die Einheimischen. Wie bei den Einheimischen schneidet die telefonische Auskunft auch bei den Touristen am schlechtesten ab, wird aber gleichzeitig als weniger wichtig eingestuft.

Informationen im Autobus

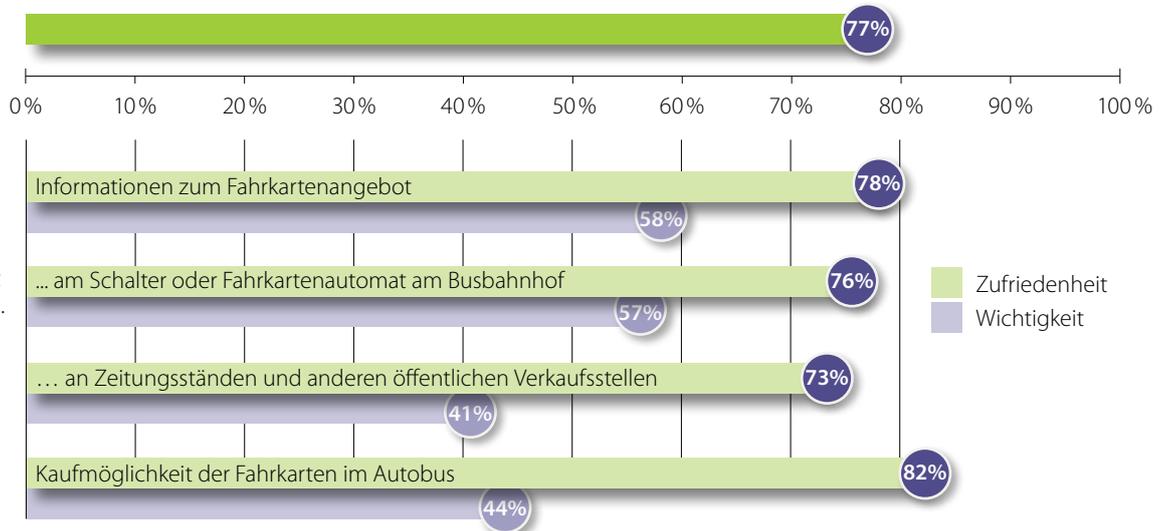


Die vom Busfahrer gelieferten Informationen werden von den Touristen als wirksamste Form der Auskunft erachtet, wobei sie sowohl mit den Informationen über Anschlüsse als auch mit anderweitigen Informationen sehr zufrieden sind.

Fahrkarten

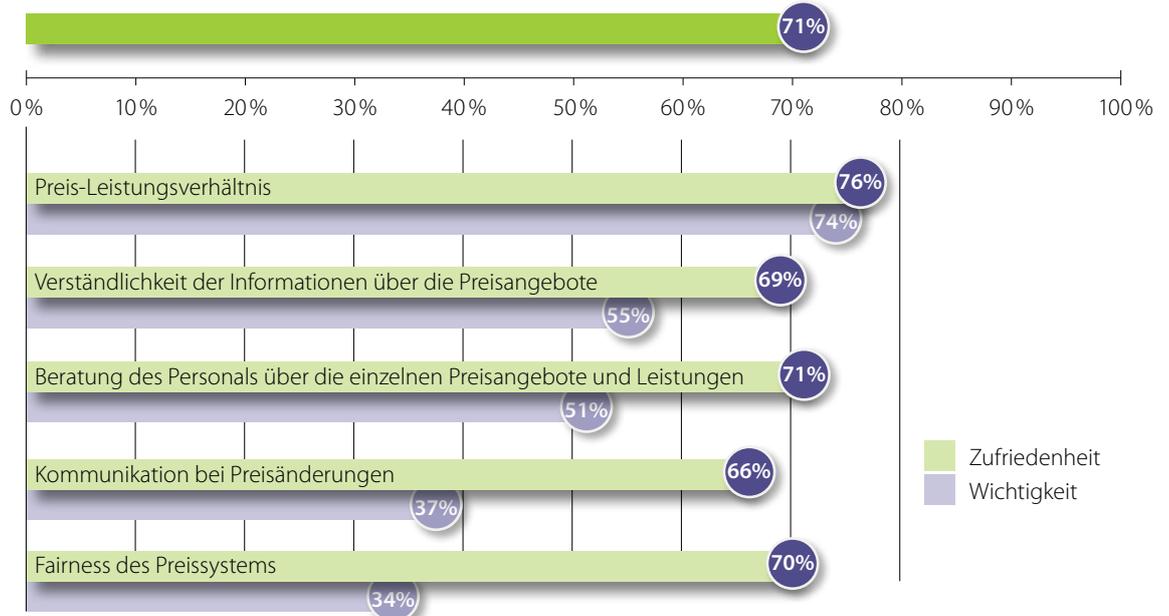


Kaufmöglichkeit der Fahrkarten...



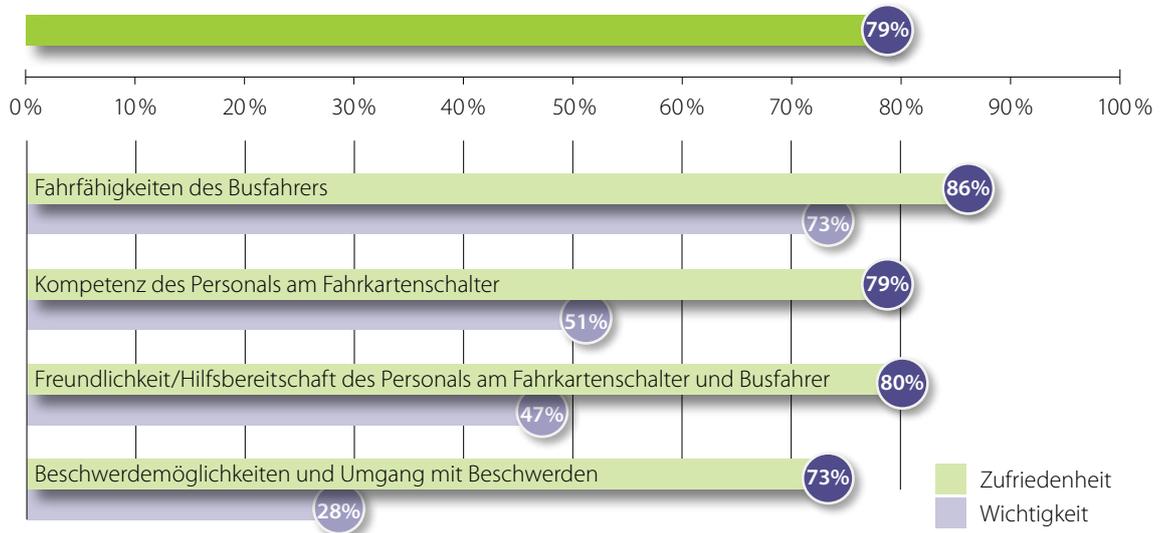
Die Informationen zum Fahrkartenangebot sowie die Möglichkeit, die Fahrkarten am Busbahnhof oder an den Fahrkartenautomaten zu kaufen, werden als wichtige Mikrofaktoren eingeschätzt. Den höchsten Zufriedenheitsgrad erreicht die Kaufmöglichkeit an Bord.

Preise



Die durchschnittliche Preiszufriedenheit der Touristen übersteigt jene der Einheimischen um 10 Prozentpunkte. Absolute Spitzenposition nimmt das Preis-Leistungsverhältnis ein.

## Service



Die Touristen bewerten den Service an Bord (Fahrer) und am Fahrkartenschalter sehr positiv, zeigen sich aber unzufrieden bezüglich des Umgangs mit Beschwerden.

# Zusammenfassung und Vergleich mit dem Bahnverkehr

Auf den nachfolgenden Seiten wird eine Zusammenfassung der Zufriedenheit der Busfahrgäste grafisch dargestellt und mit

den Ergebnissen hinsichtlich der Studie zum Bahnverkehr im Zuge des Projekts „INTER-Regio-Rail“ verglichen.





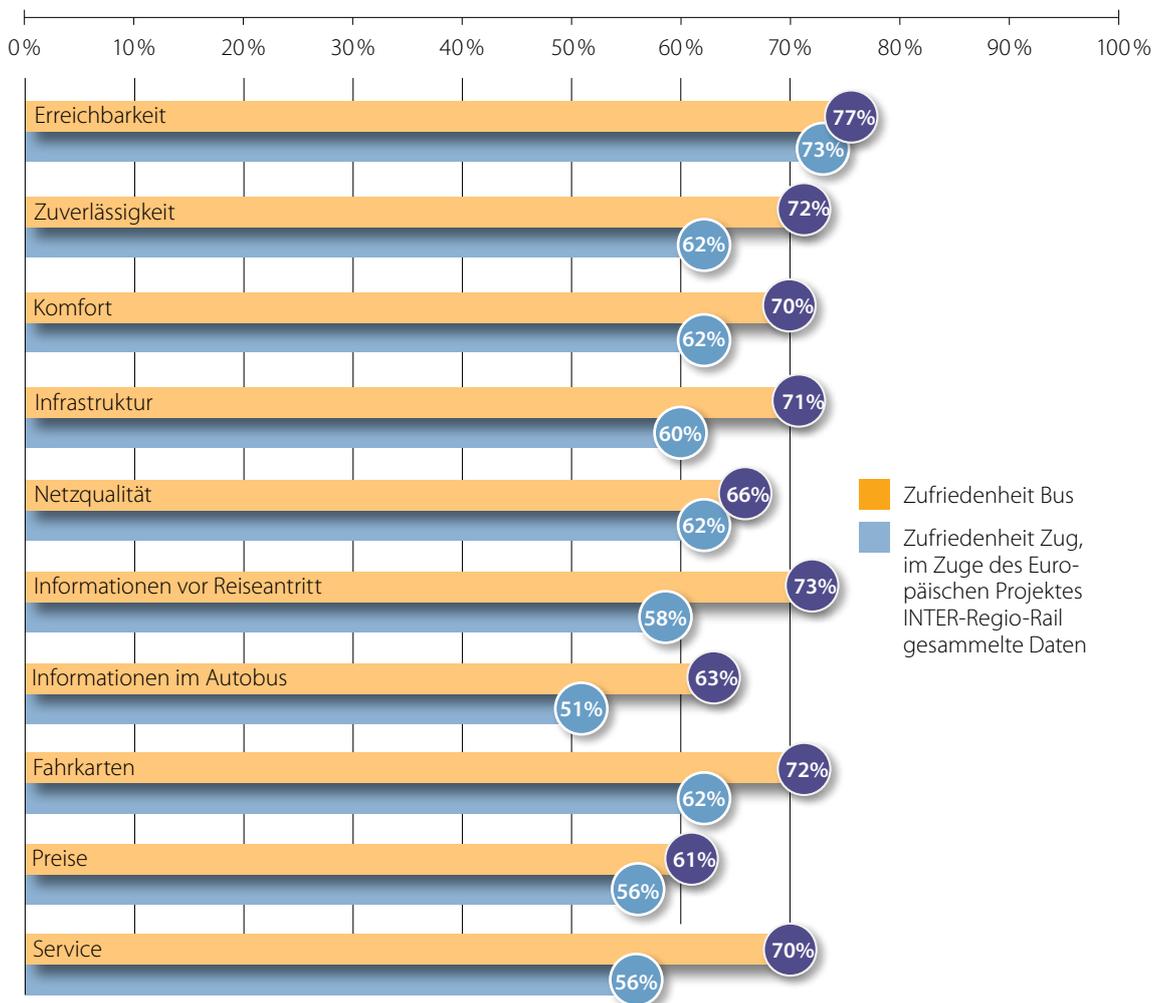
# Zufriedenheit der Busfahrgäste



## Einheimische



\* Gesonderte Fragestellung zur Gesamtzufriedenheit



Aus einer Zusammenschau sämtlicher Makrofaktoren und aus deren Vergleich mit den Daten des INTER-Regio-Rail-Projekts ergeben sich einige interessante Aspekte. Es fällt sofort auf, dass – mit Ausnahme der Erreichbarkeit der Haltestellen – beim Zugverkehr die Zufriedenheit deutlich geringer ist als beim Busverkehr.

Der Makrofaktor mit dem wichtigsten Wettbewerbsvorteil ist sowohl beim Busverkehr als auch beim Zugverkehr die Erreichbarkeit der Haltestellen. Dieser Faktor weist bei beiden Transportarten einen hohen Grad an Wichtigkeit und Zufriedenheit auf. Die recht hohen Werte (77% beim Busverkehr und 73% beim Zugverkehr) zeigen, dass die Zufriedenheit durch die Aufrechterhaltung des Erreichbarkeitsniveaus zu festigen ist.

Die Preise sind bei Busfahrgästen der Makrofaktor mit dem geringsten Zufriedenheitsgrad (61%) und verzeichnen auch bei Zugfahrgästen einen recht niedrigen Wert (56%), obwohl sie im Falle beider Verkehrsmittel als wichtiger Faktor gelten. Demzufolge besteht hier Verbesserungspotenzial, insbesondere – wie wir gesehen haben – was die Fairness des Preissystems betrifft.



## Touristen



\* Gesonderte Fragestellung zur Gesamtzufriedenheit



Der Vergleich der Ergebnisse der Befragung von Touristen auf Autobussen mit jenen des INTER-Regio-Rail-Projekts hat sich als schwieriger erwiesen. Die Stichprobe der befragten Touristen hat nämlich eine ganz andere Größenordnung, wobei die INTER-Regio-Rail-Stichprobe (44 bis 92 gültige Befragungen gegenüber 383 bei Busfahrgästen) in ihrem Umfang eher bescheiden ausfällt. Ein Vergleich der Ergebnisse zeigt, dass – im Gegensatz zu den Einheimischen – die Bewertungen der verschiedenen Makrofaktoren ziemlich ähnlich sind. In manchen Fällen wie beispielsweise für die Faktoren Erreichbarkeit, Zuverlässigkeit, Fahrkomfort und Preise ist die Bewertung bei Zugfahrgästen positiver ausgefallen als bei Busfahrgästen. Auch die Gesamtzufriedenheit ist bei Zugfahrgästen etwas höher als bei Busfahrgästen.

## Schlussbemerkungen

Die Untersuchung über die Zufriedenheit der Busfahrgäste ergänzt und vervollständigt das aus der INTER-Regio-Rail-Untersuchung hervorgegangene Bild. Die Ergebnisse beider Untersuchungen sind sehr positiv und zeigen einen guten bzw. annehmbaren Zufriedenheitsgrad. Die Touristen sind die zufriedensten Fahrgäste (82% bei Zugfahrgästen und 80% bei Busfahrgästen), während bei den Einheimischen ein geringerer Zufriedenheitsgrad (65% bei Zugfahrgästen und 70% bei Busfahrgästen) verzeichnet wurde. Diese Diskrepanz bei der Bewertung der Dienstleistung kann einerseits auf den unterschiedlichen Benutzungskontext und andererseits auf die Häufigkeit der Benutzung zurückgeführt werden.

Die Zuverlässigkeit sowie die Erreichbarkeit der Haltestellen sind ganz starke Makrofaktoren des öffentlichen Busverkehrs. Besonders hervorgehoben wurden die Pünktlichkeit und die Einhaltung der Anschlüsse. Der als wichtiger Faktor eingeschätzte Fahrkomfort wurde nur als mittelmäßig zufrieden stellend bewertet. Zur Verbesserung des Fahrkomforts ist der Zugänglichkeit/Nutzbarkeit für Senioren und Personen mit Behinderung besondere Aufmerksamkeit zu schenken.



## IMPRESSUM

**REDAKTION:** Europäische Akademie Bozen  
Institut für Regionalentwicklung und Standortmanagement  
Harald Pechlaner - Anna Scuttari - Mattias Martini - Alessandra Bonelli  
im Auftrag der Landesmobilitätsagentur - Abteilung Mobilität der  
Autonomen Provinz Bozen-Südtirol

**FOTOS (IN ALPHABETISCHER REIHENFOLGE):**  
Abteilung Mobilität, Autonome Provinz Bozen Südtirol  
EURAC Research,  
Matthias Mühlberger  
SMG-Clemens Zahn

**GRAPHIK-DESIGN:** Studio Mediamacs, Wolfgang Toechterle

**DRUCK:** Autonome Provinz Bozen - Südtirol - Typografie



