

ERGEBNISBERICHT

INHALTSVERZEICHNIS

INHALTSVERZEICHNIS	1
ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT	2
1. AUSGANGSLAGE	4
2. METHODENSTECKBRIEF	4
3. DIE KUNDEN DER LBA	5
4. DAS NUTZUNGSVERHALTEN DER KUNDEN.....	7
5. DIE ZUFRIEDENHEIT DER KUNDEN	10
5.1 KUNDENZUFRIEDENHEIT ALLGEMEIN	10
5.2 GESAMTZUFRIEDENHEIT MIT LBA	11
5.3 ERLÄUTERUNG DER INDICES UND VERGLEICH	13
5.4 TU-INDEX UND BENCHMARKS.....	14
5.5 VERTRAGS-INDEX	17
5.6 KUNDENZUFRIEDENHEIT MIT DER ANSTALT: DER LBA-INDEX.....	18
6. IMAGE DER LBA.....	21
7. VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE UND ANMERKUNGEN	22

ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT

2002 hat die LBA zum ersten Mal eine Kundenzufriedenheits-Studie durch das LINK Institut durchführen lassen, die seither im Zwei-Jahres-Rhythmus wiederholt wird. Das Ziel der Umfrage besteht einerseits in der Qualitätskontrolle des beauftragten Transport-Unternehmens, POSTAUTO SCHWEIZ. Andererseits soll die Studie auch Stärken und Schwächen sowie Verbesserungspotenzial bei jenen Kriterien aufzeigen, für welche die LBA verantwortlich ist. Die Umfrage erfolgt schriftlich, nachdem die Personen in den Bussen persönlich rekrutiert worden sind. Die vorliegende Berichterstattung bezieht sich hauptsächlich auf die jüngste Untersuchung 2008, in welcher 512 Fragebogen ausgewertet werden konnten. In ausgewählten Fragestellungen werden Vergleiche zu den Ergebnissen der Vorjahre gezogen.

- 1 Die **Kunden und Kundinnen des Liechtenstein Bus** sind alles in allem mit der Arbeit des Transportunternehmens und jener der Anstalt **zufrieden**. Auf relativ hohem Niveau ist 2008 jedoch der zweite signifikante Rückgang der gesamthaften Kundenzufriedenheit in Folge zu verzeichnen. Die Referenzwerte anderer regionaler Busbetriebe weisen jedoch darauf hin, dass dies ein allgemeiner Trend sein könnte.
- 2 Das **Image** der Liechtenstein Bus Anstalt ist **nach wie vor gut** und wurde von den sinkenden Zufriedenheitswerten kaum beeinträchtigt. LBA wird weiterhin als **zuverlässige, verantwortungsvolle und engagierte Organisation** wahrgenommen. Lediglich was die Verlässlichkeit anbelangt, ist das Image im Vergleich zur Erhebung 2004 schlechter geworden.
- 3 Das Transportunternehmen **POSTAUTO SCHWEIZ** erreicht 2008 auf einer 100-Punkte-Skala **72.5 Punkte** (TU-Index). Dies bedeutet im Vergleich zu den letzten beiden Befragungen 2004 und 2006 ein signifikanter Rückgang. Im Benchmark-Vergleich entspricht dies etwa dem Durchschnitt der öffentlichen Regionalverkehrsunternehmen in den Jahren 2004 – 2008.
- 4 Der **Vertragsindex** liegt dieses Jahr mit **81.2 von 100 möglichen Punkten** knapp tiefer als in der letzten Erhebung. Damit erreicht der Index den vertraglich festgehaltenen Minimalwert von 81.3 sehr knapp nicht. Statistisch kann jedoch nicht festgestellt werden, dass der Vertragsindex signifikant kleiner als der Minimalwert ist. Gleiches gilt für die Veränderung zum Vorjahr.

- 5 Bei **POSTAUTO SCHWEIZ** besteht nach wie vor **Handlungsbedarf** bei den **Tarif-, Orts- und Linien-Kenntnissen** und der **Fahrweise der Chauffeure**, aber auch bei der **Freundlichkeit der Fahrer**, dem **Einhalten des Fahrplans** und der **Belüftung der Busse**. Das geht sowohl aus der Analyse mittels Portfolio, wie auch aus den Schlusskommentaren der Befragten hervor.

- 6 Die Verwaltung des Liechtenstein Bus, die Liechtenstein Bus Anstalt, erreicht **2008 auf einer 100-Punkte-Skala 74.4 Punkte**. Auch dies ist ein signifikanter Rückgang im Vergleich zu den früheren Erhebungen.

- 7 Klarer **Handlungsbedarf** für die Anstalt zeigt sich **beim Komfort in den Fahrzeugen und an den Haltestellen sowie beim Fahrplan**. Insbesondere mit dem Sitzplatzangebot in den Bussen aber auch an den Haltestellen sind viele Befragte nicht mehr zufrieden. Was den Fahrplan betrifft, werden mehr Verbindungen während der Stosszeiten, am Abend sowie am Wochenende gewünscht.

- 8 Auch in den offenen Kommentaren am Schluss wird oft kritisiert, dass während der **Stosszeiten** und wenn **Schüler** unterwegs seien, zu wenige **Sitzplätze** zur Verfügung stünden. Es werden mehr Kapazitäten (dichter Takt oder grössere Busse) sowie mehr Entlastung durch (attraktivere) Schülerbusse gefordert.

1. AUSGANGSLAGE

Die Liechtenstein Bus Anstalt (LBA) ist verantwortlich für den öffentlichen Busverkehr im Fürstentum Liechtenstein. Mit der Ausführung der Transportdienstleistung, also dem Betreiben des Bus-Netzes, hat sie POSTAUTO SCHWEIZ beauftragt. Die Leistung von POSTAUTO SCHWEIZ sowie die Zufriedenheit der Fahrgäste mit der LBA werden seit 2002 regelmässig gemessen, damit die LBA einerseits kontrollieren kann, ob der Vertrag durch POSTAUTO SCHWEIZ erfüllt wird und um zu sehen, wie zufrieden die Fahrgäste im Vergleich zu ähnlichen Transportunternehmen sind (Benchmarks). Im vorliegenden Berichtband sind die Ergebnisse 2008 im Vergleich früheren Erhebungswellen dargestellt.

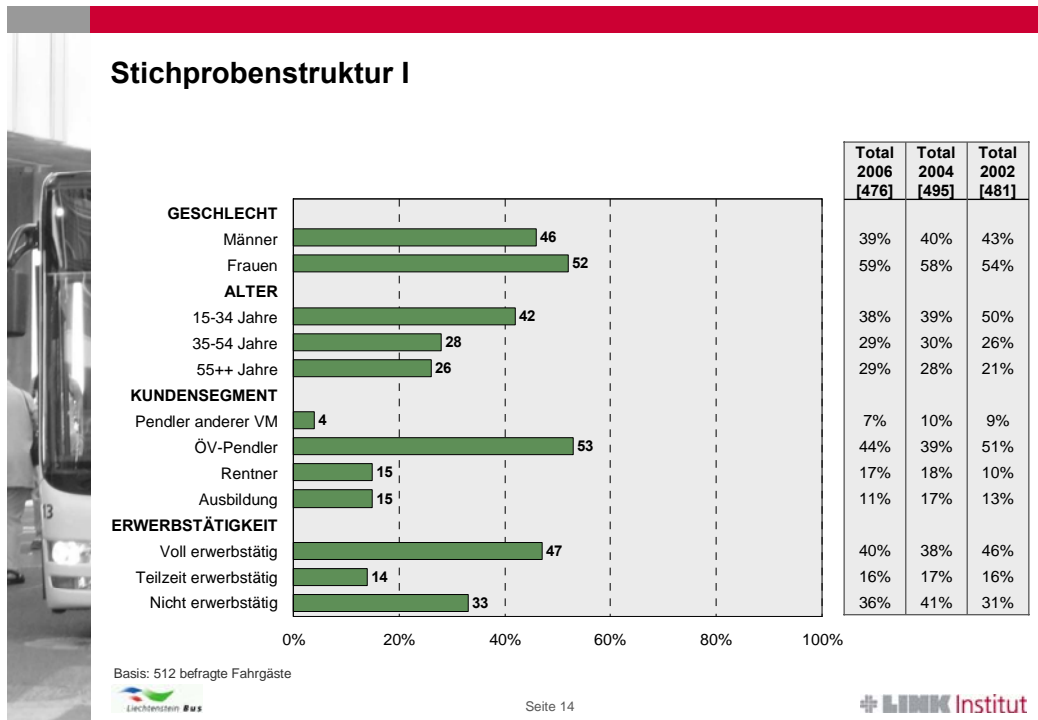
2. METHODENSTECKBRIEF

Mit der Durchführung der Befragung wurde das LINK Institut für Markt- und Sozialforschung in Luzern beauftragt.

Die schriftlichen Fragebogen wurden in den Bussen an zufällig ausgewählte Personen der Zielgruppe verteilt. Zur Zielgruppe gehören alle Deutsch sprechenden Personen ab 15 Jahren, die mindestens gelegentliche LBA-KundInnen sind. Ausgeschlossen von der Befragung sind alle Angestellten der LBA und von POTAUTO SCHWEIZ. Von den 803 verteilten Fragebogen wurden 512 ausgefüllte Bogen (63.8%) zurück an das LINK Institut gesandt. Die Fragebogen wurden vom 20. Oktober 2006 bis zum 14. November 2006 verteilt. Die Themen dieser Befragung reichen von der Zufriedenheit mit Angeboten und Leistungen der LBA über den Fahrausweisbesitz bis zum Mobilitätsverhalten.

3. DIE KUNDEN DER LBA

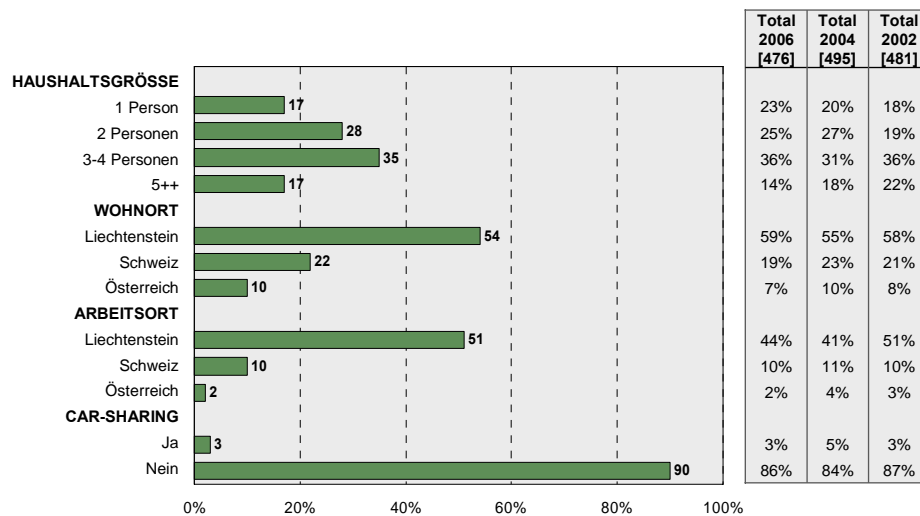
Die Betrachtung der Stichprobenstruktur ist notwendig, um die Ergebnisse der Befragung einordnen zu können.



Die Stichprobe 2008 weist eine ähnliche Altersstruktur wie die früheren Erhebungen auf. Im Vergleich zum Vorjahr ist lediglich eine leichte Verschiebung von der ältesten zur jüngsten Altersgruppe festzustellen. Anteilsmässig umfasst die Stichprobe etwas mehr Männer als in den letzten beiden Erhebungen. Bei den Kundensegmenten zeigt sich gegenüber den Erhebungen 2004 und 2006 eine Verlagerung innerhalb der Pendlergruppe. Währenddem der Anteil an ÖV-Pendlern höher liegt, ist der Anteil an Personen, die mit anderen Verkehrsmitteln pendeln, klar tiefer als in den letzten beiden Erhebungen (4% im Vergleich zu 7% 2006 und 10% 2004). Die Segmente der Auszubildenden und der Rentner sind über die Erhebungswellen stabil bei je 15%.

Anteilsmässig wurden mehr Erwerbstätige befragt als in den letzten beiden Erhebungswellen. Die Verteilung nach Erwerbstätigkeit gleicht hingegen stark den Verhältnissen im Jahr 2002. Fast die Hälfte der Befragten (47%) sind vollzeit erwerbstätig. 14% arbeitet teilzeit (weniger als 80%) und ein Drittel (33%) ist nicht erwerbstätig. Dabei gilt es zu beachten, dass das Drittel an nicht erwerbstätigen Personen auch Rentner und Personen in Ausbildung umfasst sowie Personen, die nicht bezahlte Hausarbeit bzw. Erziehungsarbeit leisten.

Stichprobenstruktur II



Basis: 512 befragte Fahrgäste



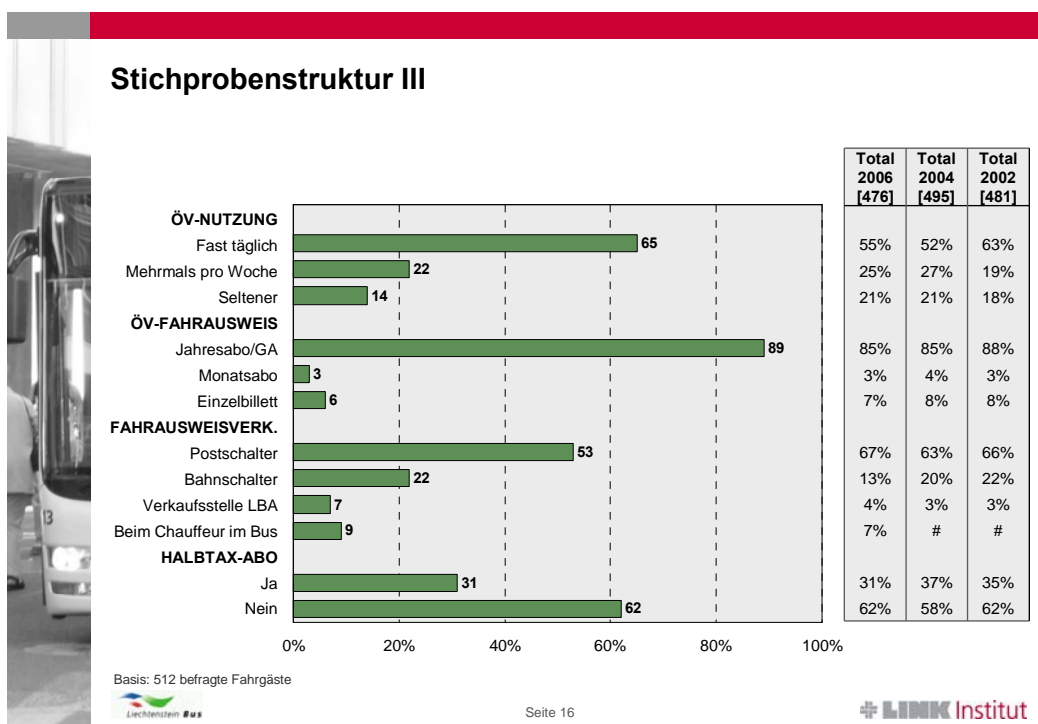
Seite 15

Wie bereits in den beiden Vorwahlen führt mehr als die Hälfte aller Befragten Liechtenstein als Wohnort auf (54%). Gut ein Fünftel (22%) der Befragten gibt die Schweiz als Wohnort an. Dieses Jahr arbeiten auch wieder mehr als die Hälfte der Befragten (51%) in Liechtenstein. Ein Zehntel (10%) der Befragten gibt als Arbeitsort die Schweiz an und nur 2% der Befragten arbeiten in Österreich.

Der Anteil an Nutzern der Car-Sharing-Angebote ist stabil auf tiefem Niveau (bei 3%). Mobility oder andere Car-Sharing-Angebote werden nur durch einen kleinen Teil der Befragten genutzt.

4. DAS NUTZungsverhalten DER KUNDEN

Wie bereits 2002 nutzen beinahe zwei Drittel (65%) der Befragten die öffentlichen Verkehrsmittel fast täglich, sei es für den Arbeitsweg oder in der Freizeit. Dieser Wert liegt aber eindeutig höher als noch in den letzten beiden Erhebungen. Es überrascht wenig, dass die beiden jüngeren Altersgruppen für Pendelfahrten zum Arbeits- oder Ausbildungsort die höhere Nutzungsfrequenz aufweisen. Bei der Freizeitnutzung ist es hingegen die mittlere Altersgruppe, die in der Nutzungsfrequenz von den andern beiden abfällt. Gut ein Fünftel (22%) der Befragten sind mehrmals pro Woche mit dem ÖV unterwegs und lediglich 14% nutzen seltener ein öffentliches Verkehrsmittel.



Fast neun von zehn Befragten (89%) sind entweder im Besitz eines Jahresabonnements oder eines Generalabonnements. Lediglich 3% haben ein Monatsabonnement und 6% sind hauptsächlich mit Einzelbileten unterwegs. 2% der Befragten machen zur Fahrausweisnutzung keine Angaben. Diese Antwortverteilung ist mit jenen der früheren Erhebungen vergleichbar.

Einige Verschiebungen ergaben sich beim Ort des Fahrausweiskaufs. In der Erhebungswelle 2006 wurde die Antwortmöglichkeit „beim Chauffeur im Bus“ eingeführt. Dieses Jahr stand diese wiederum zur Verfügung und wurde noch häufiger als in der letzten Welle angekreuzt. Nur noch 53% der Befragten gaben hingegen an, die Fahrkarten in der Regel am Postschalter zu kaufen. Dies ist im Vergleich zu den früheren Erhebungen ein signifikanter Rückgang. 22% der Befragten kaufen Ihre Tickets normalerweise am Bahnschalter, 7% an einer Ver-

kaufstelle der LBA und 9% beim Fahrer im Bus. Die letzten beiden Möglichkeiten wurden von den Befragten verglichen mit den früheren Erhebungen häufiger genutzt.

Von 2004 auf 2006 ist der Anteil der Befragten, die ein Halbtaxabonnement besitzen von 37% auf 31% gesunken. Dieses Jahr hat sich der Wert auf dem Niveau der vorangegangenen Studie stabilisiert. Wie zu erwarten, verfügen die Schweizer überdurchschnittlich oft über ein solches Abonnement, die österreichischen Befragten jedoch vergleichsweise selten. Auch die in Liechtenstein wohnhaften Befragten besaßen zu 31% ein Halbtax.

Fahrzweck und Mobilitätsverhalten

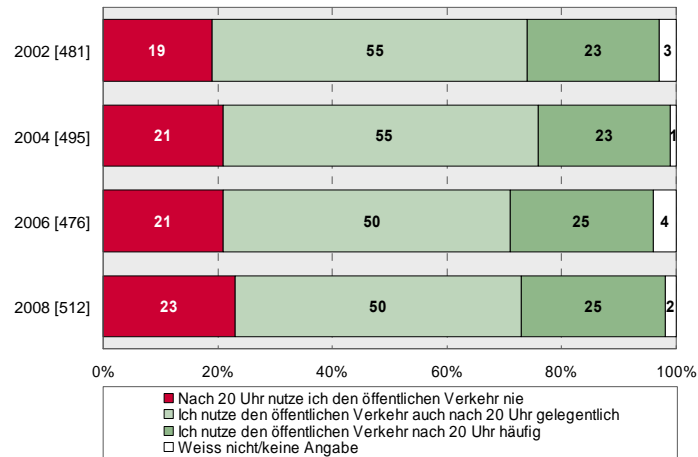
	Für den Arbeitsweg				Für Einkauf, Freizeit, Ausgehen etc.			
	ÖV		Auto, Mofa...		ÖV		Auto, Mofa...	
	2008	2006	2008	2006	2008	2006	2008	2006
5-7 Tage / Woche	54%	45%	4%	7%	14%	18%	6%	4%
2-4 Tage / Woche	16%	15%	12%	12%	31%	30%	31%	26%
1 Tag / Woche	3%	3%	9%	9%	10%	12%	17%	20%
2-3 Tag / Woche	3%	3%	9%	7%	9%	10%	8%	7%
weniger	2%	2%	11%	8%	11%	7%	6%	7%
nie	1%	2%	26%	23%	5%	4%	14%	12%
k.A.	21%	31%	30%	36%	21%	19%	19%	24%

Die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel hat sich, verglichen mit der letzten Befragung, leicht verändert: Der Anteil an Pendlern, die (fast) täglich mit dem ÖV unterwegs sind, liegt neu bei 54%. Dies ist klar höher als in den Erhebungen 2004 und 2006, jedoch ungefähr auf dem Niveau von 2002. Umgekehrt sind unter den Befragten weniger Personen, die den öffentlichen Verkehr täglich für Freizeit Zwecke oder Einkäufe nutzen.

Genau gleich viel, nämlich drei Viertel der Befragten (75%) nutzen den öffentlichen Verkehr mindestens gelegentlich abends nach 20 Uhr, ein Viertel (25%) sogar häufig. Darunter sind überdurchschnittlich viele Befragte des jüngsten Alterssegments (15 bis 34 Jahre) bzw. Personen in Ausbildung. Trotz der weitgehenden Konstanz ist in dieser Frage eine langsame Polarisierung der Kunden zu beobachten. Währenddem der Anteil an gelegentlichen Nutzern leicht zurückgeht, sind langfristig immer mehr Kunden entweder nie oder oft nach 20 Uhr unterwegs. Diese Entwicklung ist jedoch nicht signifikant.

ÖV-Nutzung nach 20 Uhr

Frage 17.00: Welche Aussage trifft auf Ihre Situation am besten zu?



Basis: [] befragte Fahrgäste



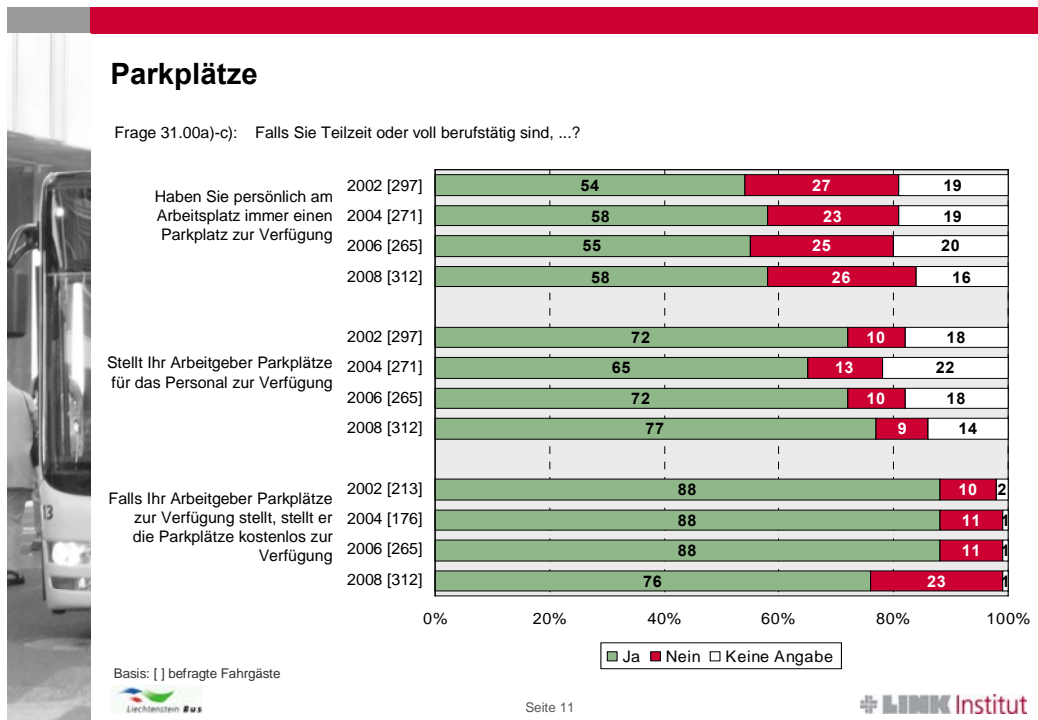
Seite 13

Aufgrund der Änderungen in der Nummerierung wie auch in der Linienführung, können die Nutzungsfrequenzen der Buslinien nicht mit den Vorjahreszahlen verglichen werden. Trotzdem ist hier die regelmässige Nutzung der einzelnen Linien aufgeführt.

Linie	Regelmässige Nutzung
	2008
L11 Trübbach/CH - Vaduz - Bendern - Eschen - Mauren - Feldkirch/AT und zurück	49%
L12 Sargans CH - Trübbach/CH - Balzers - Triesen - Vaduz Schaan Buchs/CH SBB und zurück	59%
L13 Buchs/CH SBB - Schaan - Bendern - Eschen - Mauren - Schaanwald - Feldkirch/AT und zurück	45%
L14 Vaduz Post - Schaan - Nendeln - Schaanwald - Feldkirch/AT und zurück	24%
L21 Vaduz Post - Triesenberg - Malbun und zurück	25%
L24 Meierhof - Poska - Triesen - Vaduz - Sevelen/CH und zurück	3%
L31 Bendern - Ruggell - Schellenberg und zurück	11%
L32 Bendern - Gamprin - Ruggell - Schellenberg - Hinterschellenberg und zurück	15%
L33 Hinterschellenberg - Mauren und zurück	6%
L35 Bendern - Gamprin - Schellenberg - Hinterschellenberg und zurück	8%
L36E Sargans/CH - Trübbach/CH - Balzers - Vaduz - Schaan - Bendern - Ruggell - Nofels/AT - Gisingen/AT und zurück	21%
L22 Triesenberg - Gaflei und zurück	4%
L26 Schan Post - Planken und zurück	3%

Im Vergleich zu den Früheren Buslinien ergibt sich nun eine ausgeglichenerere Verteilung. Am häufigsten regelmässig nutzen die Befragten die Linie 12. Den Resultatetabellen im Anhang dieses Berichtes kann entnommen werden, welche Linien wie oft kombiniert genutzt werden.

Mehr als der Hälfte (58%) der erwerbstätigen Befragten steht immer ein Parkplatz zur Verfügung. Dieser Anteil unterscheidet sich nicht wesentlich von jenen der Vorwahlen.



Nicht ganz drei Viertel (72%) der Erwerbstätigen arbeiten bei Firmen, die dem Personal Parkplätze zur Verfügung stellen. Die Nutzung dieser Parkplätze ist für 76% der Befragten kostenlos. Mit gut drei Vierteln ist dieser Anteil immer noch hoch, im Vergleich zu den früheren Erhebungen stellt er jedoch einen markanten Rückgang dar.

5. DIE ZUFRIEDENHEIT DER KUNDEN

5.1 KUNDENZUFRIEDENHEIT ALLGEMEIN

Eine Kundenzufriedenheitsstudie bei einem öffentlichen Transportunternehmen soll Auskunft darüber geben, wie zufrieden die Kundinnen und Kunden mit dem Transportunternehmen sind und darüber hinaus aufzeigen, in welchen Bereichen Stärken und Schwächen liegen. Die Stärken-Schwächen-Analyse deckt auf, wo allenfalls Handlungsbedarf besteht. Mit der

regelmässigen Wiederholung der Befragung können Entwicklungen der Kundenzufriedenheit verfolgt werden. Dabei lässt sich auch die Wirksamkeit von getroffenen Massnahmen überprüfen.

Zu beachten ist, dass eine Kundenbefragung nicht die Leistung des Unternehmens an sich misst, sondern die Erfüllung der Kundenerwartungen durch das Unternehmen. Die Bewertung wird beeinflusst durch die Erwartungen, welche die KundInnen haben. Deshalb kann es sein, dass...

1. ein Transportunternehmen von der KundInnen schlechter beurteilt wird als bei einer früheren Erhebung, obschon die Leistungen offensichtlich besser geworden sind (→ weil die Erwartungen stärker angestiegen sind als die Leistungen)
2. ein Transportunternehmen, das objektiv in zwei Regionen vergleichbare Leistungen erbringt, von den KundInnen der beiden Regionen unterschiedlich bewertet wird (→ weil die Erwartungen in den beiden Regionen nicht gleich sind)

Aufgabe eines Transportunternehmens ist es deshalb nicht einfach, eine bestimmte Leistung zu erbringen, sondern seine Leistung so zu optimieren, dass sie den sich wandelnden Bedürfnissen der KundInnen optimal entspricht. Dabei müssen nicht einfach nur Leistungen ausgebaut oder verbessert werden, sondern vielmehr müssen die vorhandenen Ressourcen bedürfnisgerecht eingesetzt werden. Das kann auch bedeuten, dass in Bereichen, welche für die Kundenzufriedenheit nicht zentral sind, Kosten reduziert werden können.

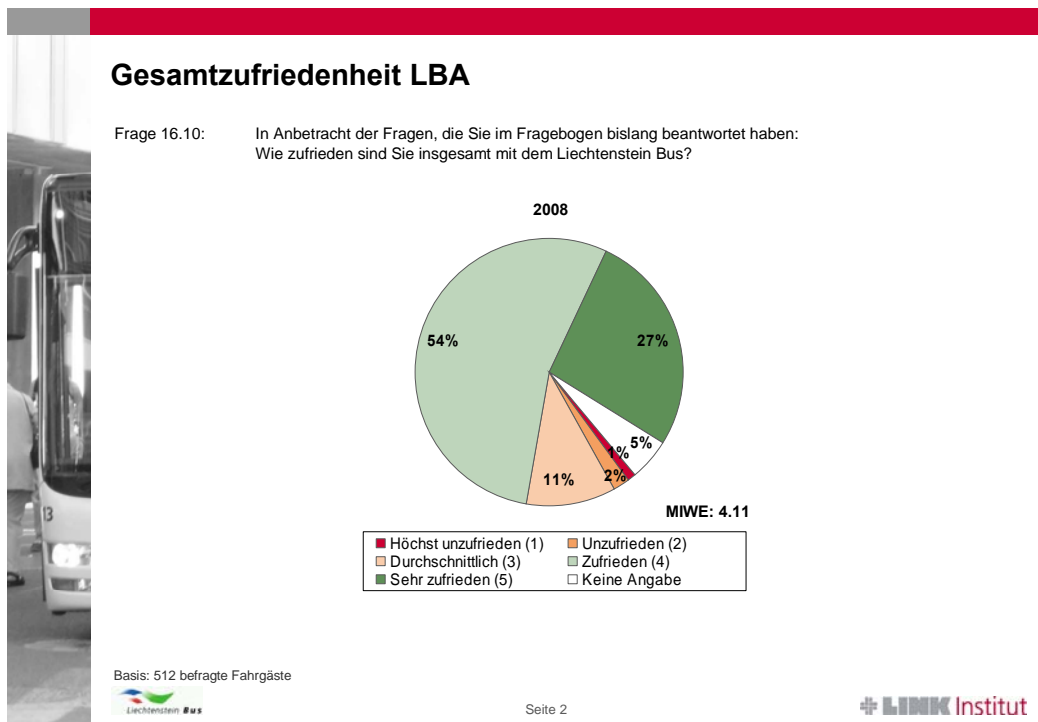
Die Kundenzufriedenheitsbefragung liefert eine Vielzahl von Ergebnissen und Erkenntnissen. Für eine rasche Analyse ist eine Verdichtung der Informationen hilfreich. Das LINK Institut für Markt- und Sozialforschung hat dazu, auch im Hinblick auf eine längerfristige Beobachtung der Kundenzufriedenheit, verschiedene Kundenzufriedenheits-Indices berechnet:

- TU-Index: Index des Transportunternehmens (POSTAUTO SCHWEIZ)
- Vertrags-Index: Basiert auf dem TU-Index, berücksichtigt jedoch die von der LBA im Vertrag definierten Zufriedenheitswerte.
- LBA-Index

5.2 GESAMTZUFRIEDENHEIT MIT LBA

Die grosse Mehrheit der Fahrgäste ist alles in allem zufrieden mit dem Liechtenstein Bus (81%), ein guter Viertel (27%) sogar sehr zufrieden. Den (sehr) zufriedenen Befragten stehen lediglich 3% gegenüber, die sich (höchst) unzufrieden äussern. Auf einer Skala von 1 (= höchst unzufrieden) bis 5 (= sehr zufrieden) ergibt sich somit der gute Mittelwert von 4.11.

Für sich betrachtet, ist dies ein sehr positiver Befund. Vergleicht man die Resultate jedoch mit den Zahlen aus den früheren Erhebungswellen so ist eine signifikante Abnahme in der durchschnittlichen Zufriedenheit festzustellen. In gewissen Kundengruppen ist der Rückgang wesentlich stärker als in anderen, auch wenn diese Unterschiede aufgrund der kleinen Fallzahlen nicht signifikant sind. Währenddem die befragten Rentner dieses Jahr sogar noch zufriedener äusserten als 2006 (Mittelwert 2008: 4.52, 2006: 4.44), fallen drei Kundengruppen mit teilweise deutlich tieferen Werten auf. Dies sind in erster Linie die Personen in Ausbildung (Mittelwert 2008: 3.89, 2006: 4.09), die Altersgruppe der 15-34jährigen (Mittelwert 2008: 3.92, 2006: 4.08) und Männer (Mittelwert 2008: 4.09, 2006: 4.25, als einzige signifikante Veränderung). Auch die Zufriedenheit der befragten Pendler ist überproportional stark zurückgegangen.



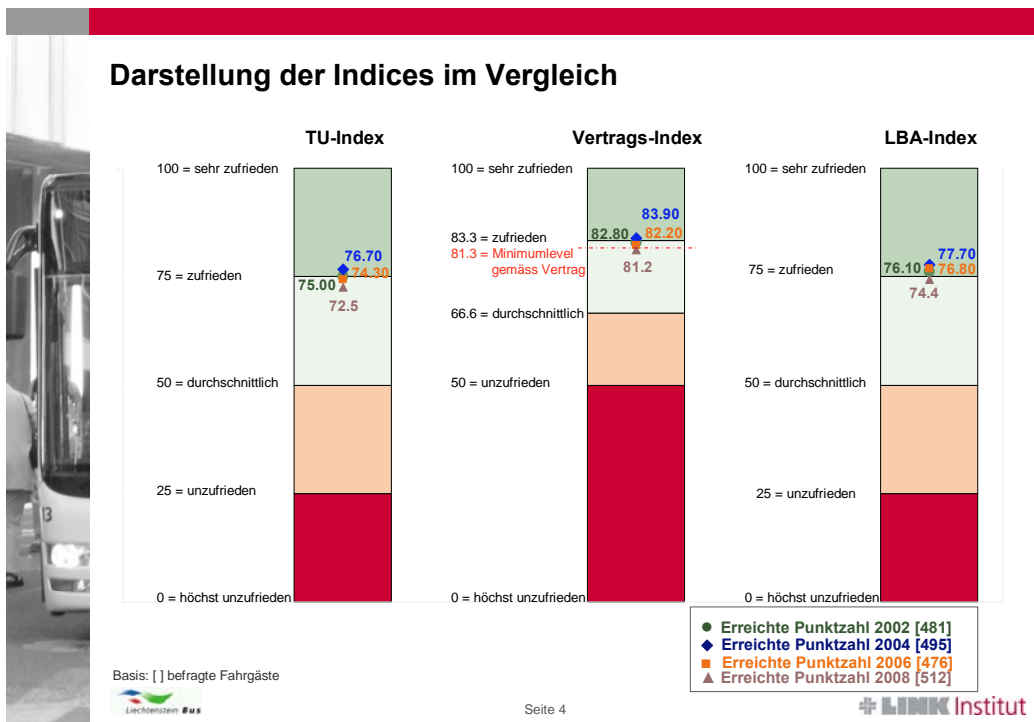
Wie schon im letzten Jahr sind Befragte ab 55 Jahren signifikant zufriedener als jüngere Befragte. Neu ist jedoch auch der Unterschied zwischen der jüngsten und der mittleren Altersgruppe signifikant. Es zeigt sich zudem, dass die Zufriedenheit mit der zunehmenden Nutzungshäufigkeit des öffentlichen Verkehrs tendenziell abnimmt. Insbesondere die täglichen sind weniger zufrieden als seltenen Nutzer.

5.3 ERLÄUTERUNG DER INDICES UND VERGLEICH

Anhand der verschiedenen Indices wird im Folgenden die Kundenzufriedenheit im Detail analysiert. Der **TU-Index** zeigt die Zufriedenheit der Befragten mit dem Transport-Unternehmen. Er ist so definiert, dass er den Maximalwert von 100 Punkten dann erreicht, wenn alle Befragten sämtliche Einzelbereiche mit „sehr zufrieden“ bewerten. Würden hingegen alle Befragten die Einzelbereiche mit „höchst unzufrieden“ klassifizieren, so würde sich ein Indexwert von 0 Punkten ergeben. Die Abstufung dazwischen erfolgt beim TU-Index linear („durchschnittlich“ = 50 Punkte).

Der auf dem TU-Index basierende **Vertrags-Index** dient zur Beurteilung des Verkehrsunternehmens (POSTAUTO SCHWEIZ) gemäss dem vereinbarten Vertrag. Er geht von den Werten des TU-Indexes aus und rechnet diese auf die Vertrags-Skala um. Die Vertragsskala ist nicht linear („durchschnittlich“ = 66 Punkte).

Der **LBA-Index** zeigt die Zufriedenheit der Kunden mit Leistungen, die von der LBA zu erbringen sind. Die Werte entsprechen der Skala, die für den TU-Index Gültigkeit haben. Der erreichte Wert von 74.4 zeigt, dass die Befragten mit den Leistungen der Anstalt etwas zufriedener sind als mit jenen des beauftragten Transportunternehmens.



5.4 TU-INDEX UND BENCHMARKS

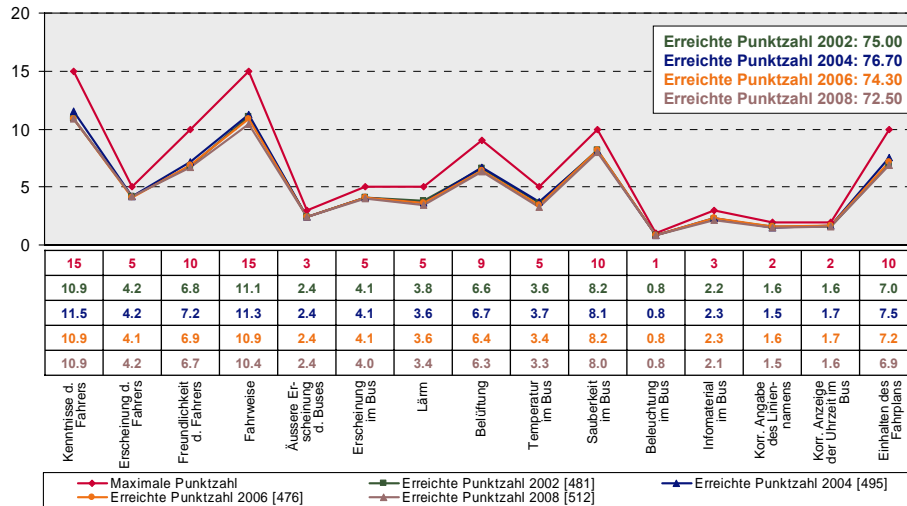
Gemäss dem TU-Index hat POSTAUTO SCHWEIZ 2008 einen **Gesamtwert von 72.5** erreicht. Der Wert ist gegenüber den früheren Erhebungswellen signifikant gesunken, und liegt jetzt im unteren Drittel der Messungen bei vergleichbaren Busbetrieben zwischen 1996 und 2008. Der signifikante Rückgang relativiert sich aber insofern, als auch der Benchmark seit 2002 relativ stark gesunken ist. Die Messungen der Leistungen **regionaler Busbetriebe** seit 1996 zeigen, dass diese **im Durchschnitt einen Wert von 74.6** erreichen. Die unten stehende Tabelle bietet einen Überblick über die verschiedenen Benchmarks.

Vergleichsgrundlage	Benchmarks Kundenzufriedenheits-Index 1996 - 2008	
	Regionale Busbetriebe	Öffentlicher Regionalverkehr allgemein
➤ Oberes Drittel der Betriebe:	76.7 bis 89.9	74.4 bis 95.2
➤ Mittleres Drittel der Betriebe:	74.6 bis 76.7	73.5 bis 74.4
➤ Unteres Drittel der Betriebe:	60 bis 74.6	60 bis 73.5
➤ Mittelwert 1996 - 2008	74.6	74.0
➤ Mittelwert der Jahre 2004 - 2008	72.4	72.4

Die folgende Grafik zeigt, dass POSTAUTO SCHWEIZ als Transportunternehmen der LBA 2008 in den einzelnen Bereichen ähnlich hohe Zufriedenheitswerte wie in den Vorjahren erreicht. Es sind keine Einbrüche zu verzeichnen, jedoch leichte Rückgänge, die kumuliert zu einem signifikanten tieferen Index führen. Am stärksten abgenommen hat die absolute Zufriedenheit im Bereich der „Information in den Fahrzeugen“. Dies könnte aus Institutssicht auch mit der Neugestaltung der Linien zu tun haben, die ein erhöhtes Informationsbedürfnis nach sich gezogen hat. Weiter ist die Zufriedenheit in den Bereichen „Fahrweise“, „Lärmpegel“ (verglichen mit den früheren Erhebungswellen), „Einhalten des Fahrplans“ (verglichen mit 2004) sowie „Angabe von Liniennummer und Fahrziel am Fahrzeug“ (verglichen mit 2006) zurückgegangen. Was die Fahrer neben der Fahrweise betrifft (Freundlichkeit, Kenntnisse, Erscheinung), sind dieses Jahr vergleichbare Zufriedenheitswerte zu verzeichnen.

Betrachtet man die einzelnen Kriterien, die von den Befragten beurteilt wurden, so besteht dort Handlungsbedarf, wo einerseits die Distanz zwischen der maximalen und der erreichten Punktzahl am grössten ist (bzw. Zufriedenheit und Erwartung am meisten auseinander klaffen), andererseits die maximale Punktzahl (bzw. die Erwartung oder Wichtigkeit) an sich hoch ist.

TU-Index



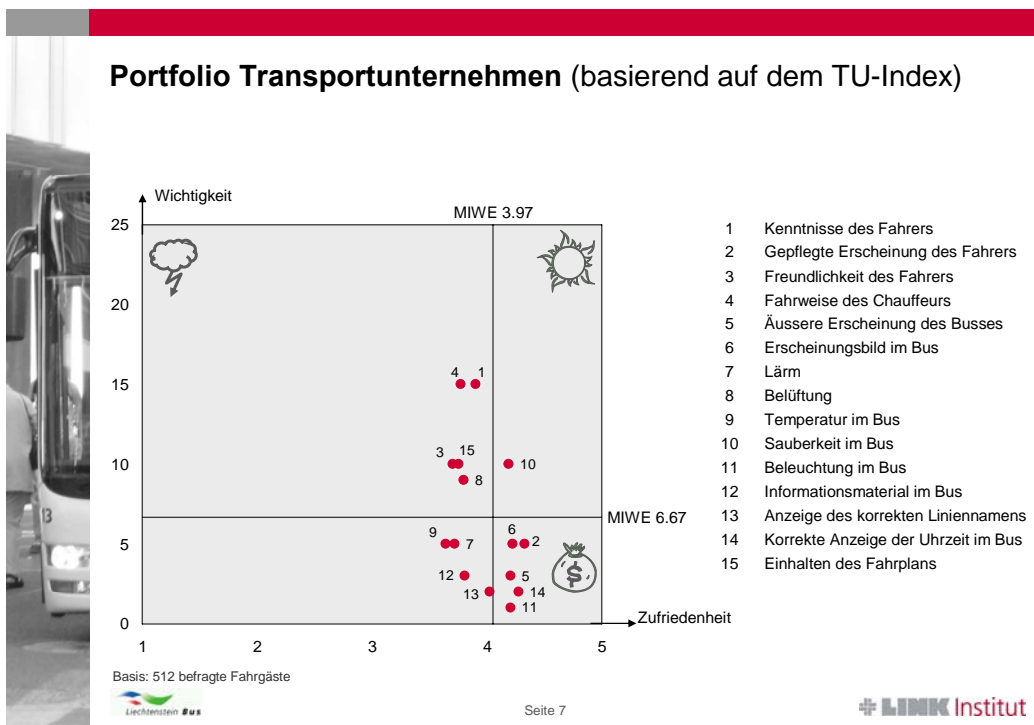
Basis: [] befragte Fahrgäste



Seite 5

Um die erreichten Werte in den verschiedenen Leistungsbereichen besser einordnen zu können, ist es hilfreich, die Zufriedenheit jeweils mit der beigemessenen Wichtigkeit zu vergleichen. Genau betrachtet werden muss die Zufriedenheit vor allem in jenen Bereichen, denen eine hohe Priorität eingeräumt wird.

Im Portfolio werden die erreichten Zufriedenheitswerte den Wichtigkeitswerten in den einzelnen Bereichen direkt gegenübergestellt. Diese Darstellung macht auf einen Blick deutlich, in welchem Verhältnis Wichtigkeit (Erwartung) und Zufriedenheit (Erfüllung) in den einzelnen Leistungsbereichen zu einander stehen. Auf der x-Achse werden die erreichten Zufriedenheitswerte als Mittelwerte auf einer Skala von 1 (= höchst unzufrieden) bis 5 (= sehr zufrieden) abgetragen, auf der y-Achse die Werte zur Wichtigkeit (berechnet). Das Fadenkreuz, das vier Sektoren unterteilt, basiert auf dem Durchschnitt der Erfüllungswerte und dem Durchschnitt der Wichtigkeitswerte.



Oberhalb des Mittelwertes für die Wichtigkeit befinden sich also jene Bereiche, die von den Kunden überdurchschnittlich wichtig eingestuft werden. Unterhalb befinden sich diejenigen, die als unterdurchschnittlich wichtig bewertet werden. Rechts des Mittelwertes der Erfüllung liegen diejenigen Themenbereiche, mit denen die Befragten überdurchschnittlich zufrieden sind. Links befinden sich jene Themenbereiche, bei denen die Zufriedenheitswerte unterdurchschnittlich ausfallen.

Handlungsbedarf besteht demnach vor allem im oberen linken Sektor mit dem Symbol der Wolke, das heisst bei den **Kenntnissen, der Fahrweise und der Freundlichkeit der Chauffeure, aber auch beim Einhalten des Fahrplans und der Belüftung des Busses**. Angesichts der allgemein sinkenden Zufriedenheitswerte sind die stabilen Resultate in den wichtigen Bereichen der Freundlichkeit und der Kenntnisse positiv zu werten. Problematischer ist die Entwicklung, was die Fahrweise und die Einhaltung des Fahrplans betrifft. Hier sinkt die Zufriedenheit trotz der grossen Wichtigkeit.

Wie schon in den vorangegangenen Studien, wird die Sauberkeit sehr zufrieden stellend beurteilt. Die hohen Erwartungen an diesen Bereich werden weitgehend erfüllt. Überdurchschnittliche Zufriedenheitswerte werden auch in den Bereichen „Anzeigen der korrekten Uhrzeit“, „Gepflegte Erscheinung des Fahrers“, „Erscheinungsbild im Bus“, „Beleuchtung im Bus“ und „Äussere Erscheinung des Busses“ erreicht. Die Erwartungen an diese Bereiche sind

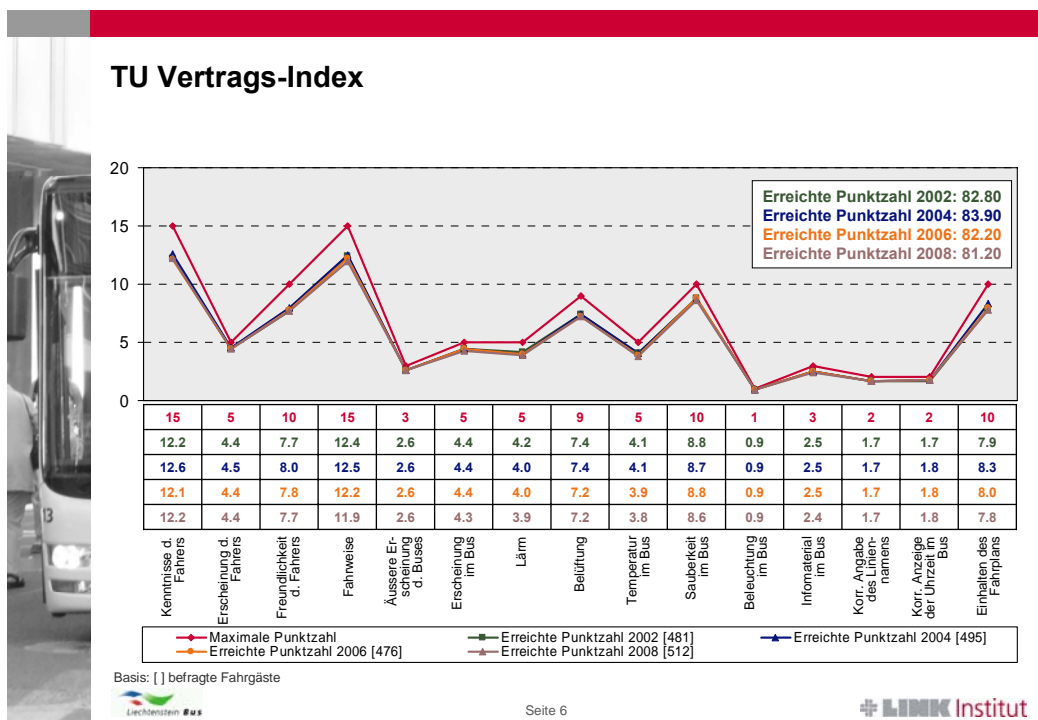
allerdings gleichzeitig relativ tief bzw. die KundInnen messen diesen Bereichen eine (z.T. stark) unterdurchschnittliche Wichtigkeit bei.

5.5 VERTRAGS-INDEX

Der Vertragsindex wird anhand derselben Daten berechnet wie der TU-Index. Lediglich die Art und Weise der Berechnung macht den Unterschied zwischen den beiden Indizes aus. Die Ursachen für die Veränderungen sind somit bei beiden Grössen die gleichen, sie haben lediglich nicht für beide Indizes die gleich starke Wirkung. Da der Vertragsindex nicht auf einer linearen sondern einer degressiven Zufriedenheitsskala basiert, verändert er sich bei Zufriedenheitsschwankungen im höheren Bereich relativ wenig. Je tiefer die mittlere Zufriedenheit in einem Bereich ist, desto grösseren Einfluss hat jedoch eine Veränderung.

Der Vertragsindex liegt mit **81.2 Punkten** knapp unter dem im Vertrag festgehaltenen Minimalwert von 81.3 Punkten. Statistisch lässt sich jedoch nicht sagen, dass der erreichte Indexwert signifikant kleiner als der Minimalwert ist. Mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5% liegt der Wert des Vertragsindexes zwischen 80.3 und 82.0 Punkten.

Da die Werte vom TU-Index auf die Werte des Vertrags umgerechnet werden, sehen die Grafiken vergleichbar aus, die Differenzen zwischen den maximalen und den erreichten Werten sind hier jedoch etwas geringer.

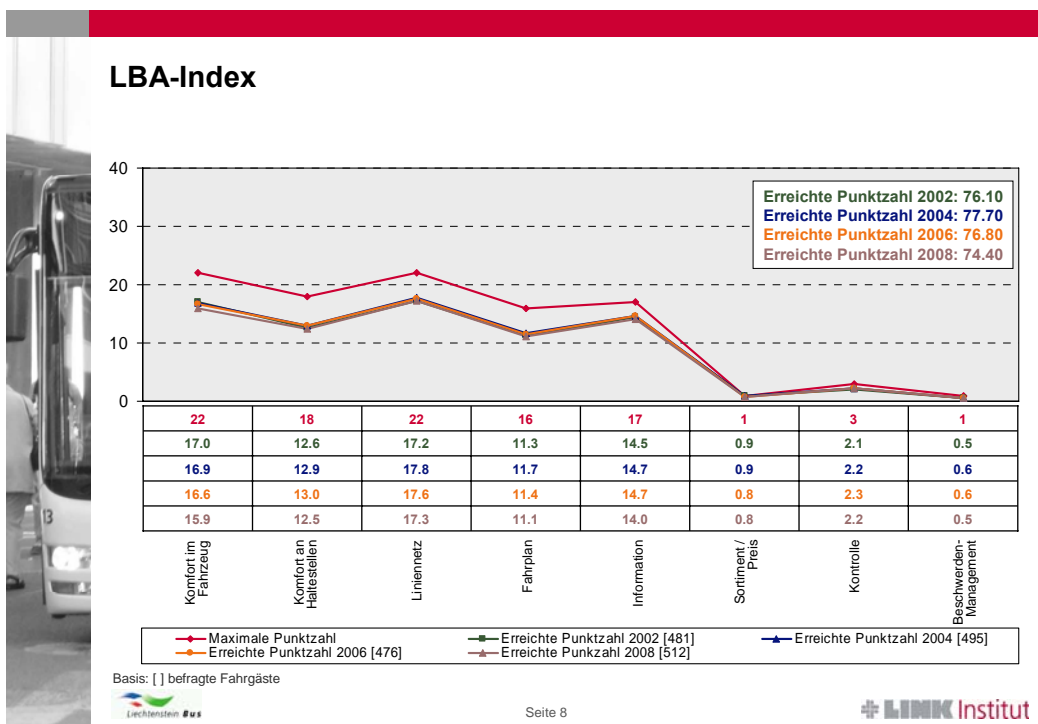


Basis: [] befragte Fahrgäste



5.6 KUNDENZUFRIEDENHEIT MIT DER ANSTALT: DER LBA-INDEX

Zur Berechnung des LBA-Indexes werden nicht die Kriterien verwendet, mit denen POST-AUTO SCHWEIZ beurteilt wird, sondern Kriterien, die nur von der LBA beeinflusst werden können wie z.B. das Streckennetz oder die Dichte des Fahrplans. Ansonsten wird der LBA-Index nach dem gleichen Prinzip kalkuliert wie der TU-Index. Von 100 möglichen Punkten erhielt die LBA in dieser Befragung **74.4 Punkte** (2006: 76.8 Punkte; 2004: 77.7 Punkte; 2002: 76.1 Punkte). Nach 2006 bedeutet dies den zweiten signifikanten Rückgang in Folge.

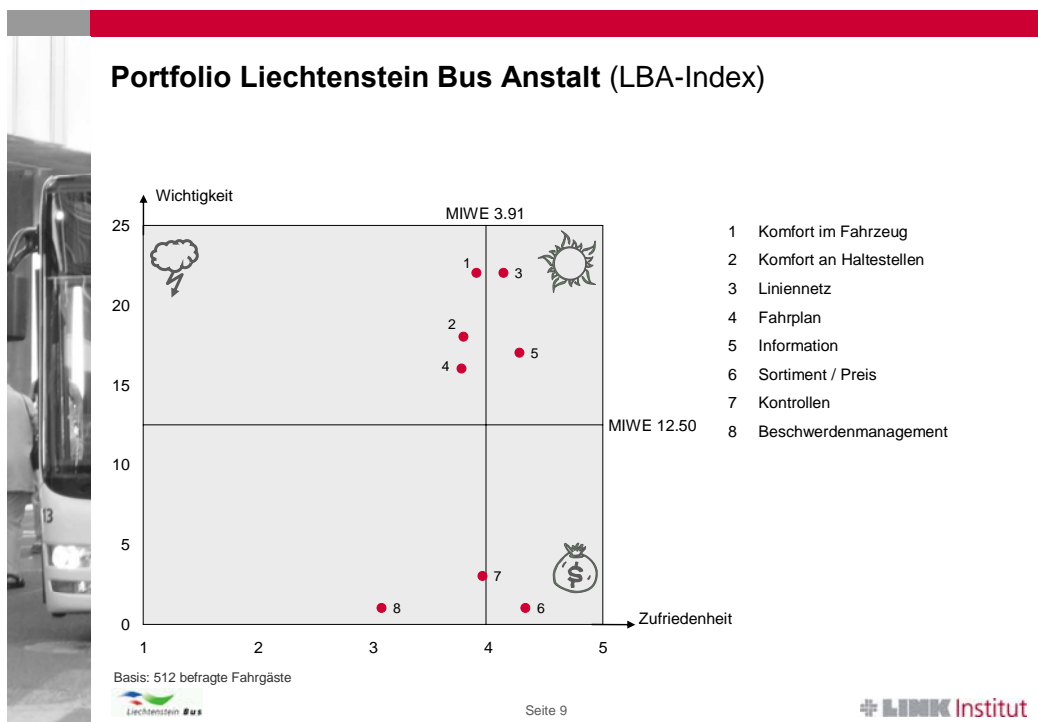


Von hoher Wichtigkeit sind vor allem der Komfort im Fahrzeug und an Haltestellen, das Liniennetz, der Fahrplan und die Information. Unter dem letzten Punkt werden Aspekte zusammengefasst, welche die Beschaffung von Informationen zu Anfahrts- und Abfahrtsmöglichkeiten betreffen. Wie im Falle des Transportunternehmens ist auch hier die Zufriedenheit im Bereich der Information am stärksten zurückgegangen. Dafür verantwortlich sind der LBA-Fahrplan, der Haltestellenfahrplan und die Telefonauskunft. Die Zufriedenheit mit diesen Informationsmöglichkeiten liegt signifikant tiefer als in der letzten Erhebung. Im Gegensatz dazu sind die Befragten mit der Homepage leicht (aber nicht signifikant) zufriedener. Am zweitstärksten gesunken ist die absolute Zufriedenheit mit dem Beschwerdemanagement. Da dieses aber nicht sehr wichtig ist, hatte diese Veränderung kaum Einfluss auf den Wert des Indexes. Ausserdem ist die Veränderung nicht signifikant, weil nur wenige Befragten sich in den letzten 12 Monaten beschwert haben. Viel wichtiger waren die Rückgänge im Bereich des Komforts im Fahrzeug und an der Haltestelle. Im ersten Bereich schlug hauptsächlich

die wachsende Unzufriedenheit mit der Verfügbarkeit der Sitzplätze zubuche. Auch was den Komfort an der Haltestelle betrifft, ist die Ursache bei der schlechteren Beurteilung der Frage nach „genügend Sitzgelegenheiten“ zu suchen.

Als einziger Bereich des Indexes werden Sortiment und Preis besser beurteilt. Nach dem starken Rückgang von 2004 auf 2006 hat sich die Zufriedenheit in diesem Punkt teilweise wieder verbessert.

Im Portfolio zeigt sich auch, dass neu der Aspekt „Sortiment/Preis“ am besten beurteilt wird. Die Information ist trotz der starken Abnahme noch der Bereich mit der zweithöchsten Zufriedenheit. Auch das Liniennetz weist sowohl in der Wichtigkeit als auch in der Zufriedenheit überdurchschnittliche Werte auf. Trotz der Neugestaltung hat sich hier keine signifikante Verbesserung ergeben. Dieser Aspekt wurde aber entgegen der allgemein kritischeren Beurteilung fast gleich wie in der letzten Erhebung bewertet. Aus dem Quadranten der Sonne verabschiedet hat sich hingegen der „**Komfort im Fahrzeug**“, was auf zunehmenden **Handlungsbedarf** hinweist. Solcher besteht weiterhin in den Bereichen des **Fahrplanes** und des **Komforts an den Haltestellen**.

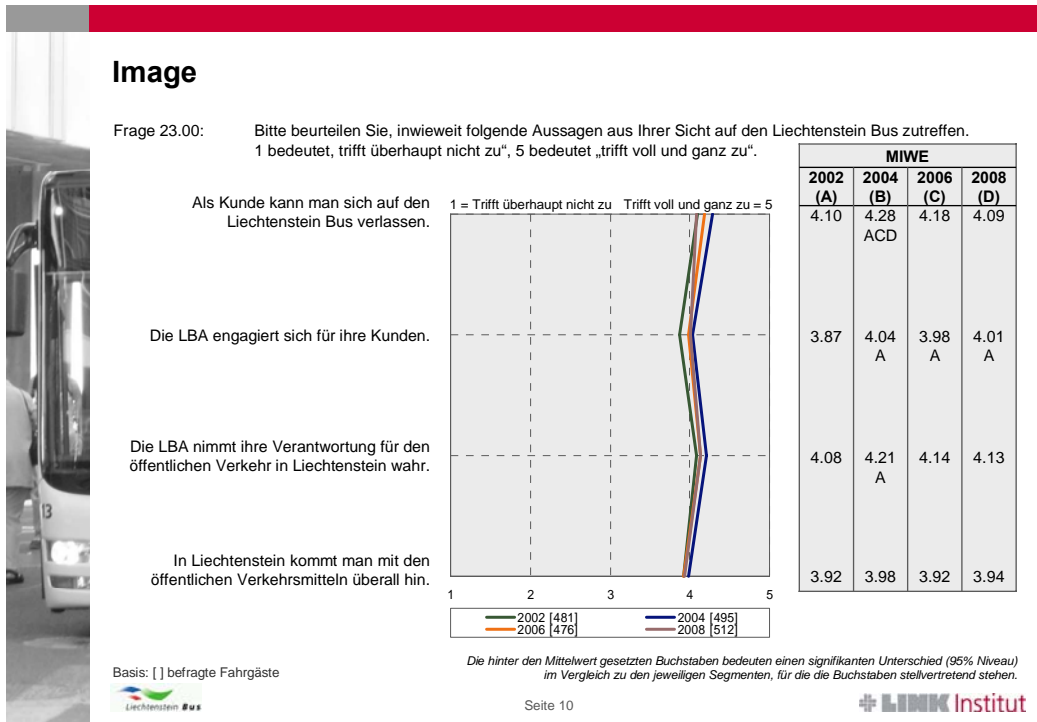


Kriterien, die unter dem Begriff **Komfort an den Haltestellen** zusammengefasst wurden, sind die Verkehrssicherheit beim Ein- und Aussteigen, die Beschriftung an den Haltestellen und die Reiseinformationen wie Fahrpläne, Liniennetze und Ortspläne, Witterungsschutz, Sitzgelegenheiten und Beleuchtung. Dabei zeigt sich, dass Schwachstellen wie schon 2006

insbesondere beim Witterungsschutz und den Sitzgelegenheiten bestehen. Unter dem Begriff **Fahrplan** werden gute Anschlüsse, also kurze Wartezeiten beim Umsteigen, häufige Abfahrten, d.h. ein dichter Fahrplan, regelmässige Abfahrtszeiten (z.B. Taktfahrplan) sowie genügend lange Betriebszeiten am Abend verstanden. Wie bereits 2006 schneiden die Betriebszeiten am Abend klar am wenigsten gut ab. Dies ist umso bemerkenswerter vor dem Hintergrund des Resultates, dass drei Viertel der befragten Kunden die Busse der LBA auch nach 20.00 Uhr nutzen (vgl. auch S.9). Allerdings herrscht bei dieser Frage auch die grösste Uneinigkeit, wie die grosse Standardabweichung zeigt. Der dritte Bereich mit Handlungsbedarf ist der **Komfort im Fahrzeug**, welcher die Punkte „bequemes Ein- und Aussteigen“, „genügend Sitzplätze“, „guten Sitzkomfort“, „attraktive Innenausstattung“ sowie „genügend Platz für Gepäck und Kinderwagen“ umfasst. Die kritischen Punkte sind dabei das Sitzplatzangebot und die Temperatur in den Fahrzeugen

6. IMAGE DER LBA

Im Vergleich zu früher wird die LBA immer noch als verantwortungsvolle und engagierte Organisation wahrgenommen, die immer noch verlässlich ist, aber nicht mehr so wie auch schon. Die Zustimmung zu den einzelnen Aussagen ist weitgehend konstant auf einem hohen Niveau, wobei der Aussage „In Liechtenstein kommt man mit dem öffentlichen Verkehr überall hin“ leicht weniger zugestimmt wird.



7. VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE UND ANMERKUNGEN

Zum Abschluss des Fragebogens wird den Befragten die Möglichkeit geboten, anhand einer offenen Frage einen Kommentar darüber abzugeben, was der öffentliche Verkehr resp. die Liechtenstein Bus Anstalt (LBA) insgesamt verbessern sollte und im Fragebogen noch nicht berücksichtigt worden ist.

Im Jahr 2008 haben rund 250 Personen (ca. 49% aller Befragten) von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht. Darunter sind auch Kommentare, die keinen Verbesserungsvorschlag beinhalten, sondern ganz allgemein die Zufriedenheit bzw. Unzufriedenheit mit dem Liechtenstein Bus ausdrücken.

Im Folgenden sind die häufigsten Nennungen stichwortartig und nach einzelnen Kategorien geordnet aufgeführt. Die Zusammenstellung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Repräsentativität. Genauere Einsichten sind anhand der Kopien der kompletten Kommentare im Anhang dieses Berichts möglich.

Bemerkungen zu den Chauffeuren:

- Die **Freundlichkeit der Buschauffeure** wird sehr unterschiedlich beurteilt: Z.T. gibt es kritische Kommentare zu Unfreundlichkeit und mangelnder Hilfsbereitschaft, in vielen Kommentaren werden die Chauffeure diesbezüglich aber auch ausdrücklich gelobt.
- **Ruppige Fahrweise**, scharfes Bremsen und ruckartiges Anfahren werden vor allem von älteren Befragten kritisiert.
- Kritisiert wird z.T., dass Chauffeure während der Fahrt „**schwätzen**“ (mit Fahrgästen / Arbeitskollegen) oder sogar **mit dem Handy telefonieren** (!) und deshalb vergessen zu halten.
- Es wird behauptet, die Fahrer hätten zum Teil zu wenig **Geduld mit älteren Menschen** beim Ein- und Aussteigen.
- Fahrer der Expresslinie E36 halten sich teilweise nicht an die offiziellen Haltestellen.
- **Ansagen** werden nicht immer gemacht.

Bemerkungen zum Fahrplan / Ausbau des Linien-Netzes:

- Viele Befragte wünschen **längere Betriebszeiten am Abend und an Wochenenden**.
- Kritik wird teilweise am **neuen Liniennetz** geübt. Aufgrund der vielen Umsteigemöglichkeiten ergeben sich zu oft Verspätungen. Es gibt aber auch Lob, insbesondere für die **Line E36**.
- Die **schlechte Abstimmung von Bus und Bahn** wird beanstandet (Anschlüsse Landquart)
- Das **Sitzplatzangebot während der Stosszeiten** wird kritisiert. Teilweise auch im Zusammenhang mit starker Schülerfrequenz. Vorschlag: Schülerbusse attraktiver machen, damit sie auch mehr benutzt werden.
- Kritisiert wird auch regelmässig eine zu **geringe Taktfrequenz**.

Bemerkungen zum Einhalten des Fahrplans:

- Häufig werden **Verspätungen aufgrund von starkem Berufsverkehr** beanstandet, die z.T. Folgeverspätungen (verpasste Anschlüsse) nach sich ziehen → Vorschlag: Vortritt der Busse an Kreuzungen und Haltestellen, separate Busspuren.
- **Anschlüsse** oft nicht gewährleistet (insbesondere von und zur Bahn). Schlechte Kommunikation zwischen Fahrer und Bahn.
- Verspätungen entstehen oft aufgrund der **Billettausgabe**. Ticketautomaten im Bus könnten Abhilfe schaffen.

Bemerkungen zu den Haltestellen:

- Gewünscht werden vermehrt **überdachte Haltestellen** / Wetterschutz.
- Mangelnde **Sauberkeit** (überall Mülleimer gewünscht) und Wartung der Beleuchtung kritisiert.

Bemerkungen zu den Bussen:

- **Bildschirme** mit den Fahrgastinformationen sollen immer in Betrieb sein.
- **Rampe** resp. die Busse sollen konsequent (nicht erst auf Bitten) abgesenkt werden, leichter Einstieg für Behinderte / alte Personen gewünscht.
- Die **Temperatur** wird als zu warm oder zu kalt empfunden.
- Z. T. wird zu starke **Kühlung / Belüftung** kritisiert (Sommer).

Allgemeine Bemerkungen:

- Auf **Beschwerden** wurde nicht eingegangen.
- Unanständige **Jugendliche** zurechtweisen (Schuhe auf Polster etc.), etwas gegen Verschmutzung / Beschädigung durch Jugendliche unternehmen.
- Häufigere **Billettkontrollen**, Schwarzfahrer häufiger büssen.