



**Kundenzufriedenheitsstudie 2009**  
**Öffentlicher Verkehr in den Kantonen Basel-Landschaft,**  
**Basel-Stadt, Solothurn**

Ergebnisbericht für: Kanton Solothurn Bus

# Volle Zufriedenheit der Kunden ist unser Ziel

2

## Die Zufriedenheit der Fahrgäste des öffentlichen Verkehrs im Kanton Solothurn ist wiederum gestiegen

Im Auftrag der Kantone Basel-Landschaft, Basel-Stadt und Solothurn wurde im Juni 2009 eine umfassende Fahrgastbefragung zur Kundenzufriedenheit im öffentlichen Verkehr durchgeführt. Dazu haben die Transportunternehmen Fragebögen auf 117 Linien an die Fahrgäste abgegeben. Insgesamt haben sich 6415 Fahrgäste die Zeit genommen, einen Fragebogen zu beantworten. Für Solothurn ist dies nach 2004 und 2006 bereits die dritte Befragung. Wir freuen uns, Ihnen mit diesem Bericht die Resultate der Kundenzufriedenheitsstudie 2009 präsentieren zu können.

Mit der Messung der Kundenzufriedenheit können die Erwartungen der Kundschaft in Bezug auf Angebot und Dienstleistungen im öffentlichen Verkehr ermittelt und Verbesserungsmöglichkeiten bei der Produkte- und Servicequalität eruiert werden.

Die Auswertung der Fragebögen zeigt für den Kanton Solothurn folgendes Ergebnis: Ausgehend von einer Skala von 1 bis 100 erreicht der öffentliche Verkehr im Jahr 2009 einen Indexwert von 76 Punkten. Dieser Wert liegt fünf Punkte über dem Wert von 2006 und kann als sehr gut bezeichnet werden. Nach einer Steigerung von 2 Punkten zwischen 2004 und 2006 bedeutet dieses Resultat eine erneute Verbesserung der Kundenzufriedenheit. Die vom Amt für Verkehr und Tiefbau definierten Verbesserungsziele wurden hiermit erfreulicherweise wiederum erreicht.

In diesem Bericht sind die Ergebnisse der Fahrgastbefragung zur Kundenzufriedenheit für Ihre Transportunternehmung beschrieben und es werden die Bereiche mit den grössten Verbesserungspotentialen aufgezeigt. Sie können daraus die wirkungsvollsten Massnahmen zur Verbesserung der Angebotsqualität ableiten. Wir bitten Sie, in Absprache mit uns, die entsprechende Umsetzung einzuleiten.

Wir danken Ihnen für Ihre wertvolle Mitarbeit und Unterstützung bei der Durchführung der Kundenbefragung sowie für Ihre laufenden Bestrebungen, das Angebot im öffentlichen Verkehr zu verbessern.

Freundliche Grüsse

Dr. Ludwig Dünbier  
Amt für Verkehr und Tiefbau  
Kanton Solothurn

# Eckdaten

3

- Befragte Zielgruppen: Benutzer des öffentlichen Verkehrs in den Kantonen Basel-Landschaft, Basel-Stadt und Solothurn
- Zeitraum der Befragung: Juni 2009
- Erhebungsmethode: Abgabe der Fragebogen in den Fahrzeugen des öffentlichen Verkehrs
- Konzeption, Analyse, Auswertung: GfK Trustmark AG
- Durchführung der Befragung: Abgabe der Fragebogen durch die Transportunternehmen in den Kantonen Basel-Landschaft, Basel-Stadt und Solothurn



# Inhaltsverzeichnis

4

- 1** Wie zufrieden sind Ihre Kundinnen und Kunden?
- 2** Kundenzufriedenheitsmodell
- 3** Bewertung der Kundenthemen
- 4** Kundenzufriedenheit steigern
- 5** Prioritäten setzen - gezielt handeln!
- 6** Detailanalyse der Kundenthemen
- 7** Allgemeine Hinweise zur Befragung



# 1 Wie zufrieden sind Ihre Kundinnen und Kunden?



# Wie zufrieden sind Ihre Kundinnen und Kunden?

6

## Wie zufrieden sind unsere Kundinnen und Kunden?

Jede Kundin, jeder Kunde hat bewusst und unbewusst eine Vorstellung davon, was eine Dienstleistung oder ein Produkt bieten muss. Werden die Erwartungen und Wünsche erfüllt oder gar übertroffen, sind sie zufrieden. Unzufriedenheit entsteht dann, wenn die Erwartungen nicht erfüllt werden.

Die Kundenzufriedenheit wird bei unserer Erhebung auf einer Index-Skala von 0 - 100 angegeben. Ermittelt wird diese Grösse aus den folgenden drei Dimensionen:

- Zufriedenheit mit Angebot und Leistung
- Erwartungserfüllung
- Nähe zur Idealvorstellung eines ÖV-Anbieters

## Legende für die Grafik:

"Benchmark TOP-3 TU" entspricht dem Durchschnitt der drei besten Transportunternehmen.

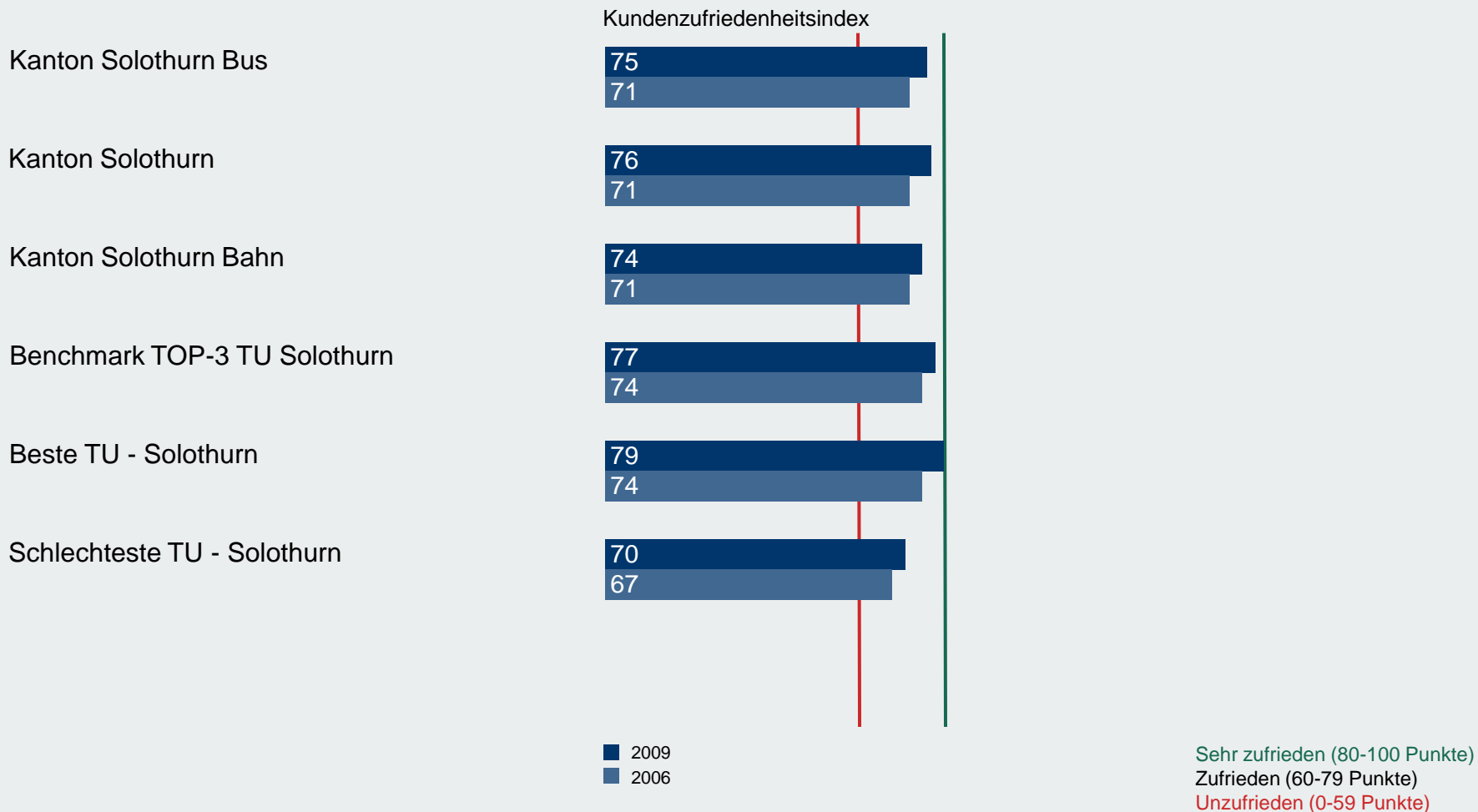
"Beste TU" entspricht der besten Transportunternehmung.

"Schlechteste TU" entspricht der schlechtesten Transportunternehmung.



# Wie zufrieden sind Ihre Kundinnen und Kunden?

7

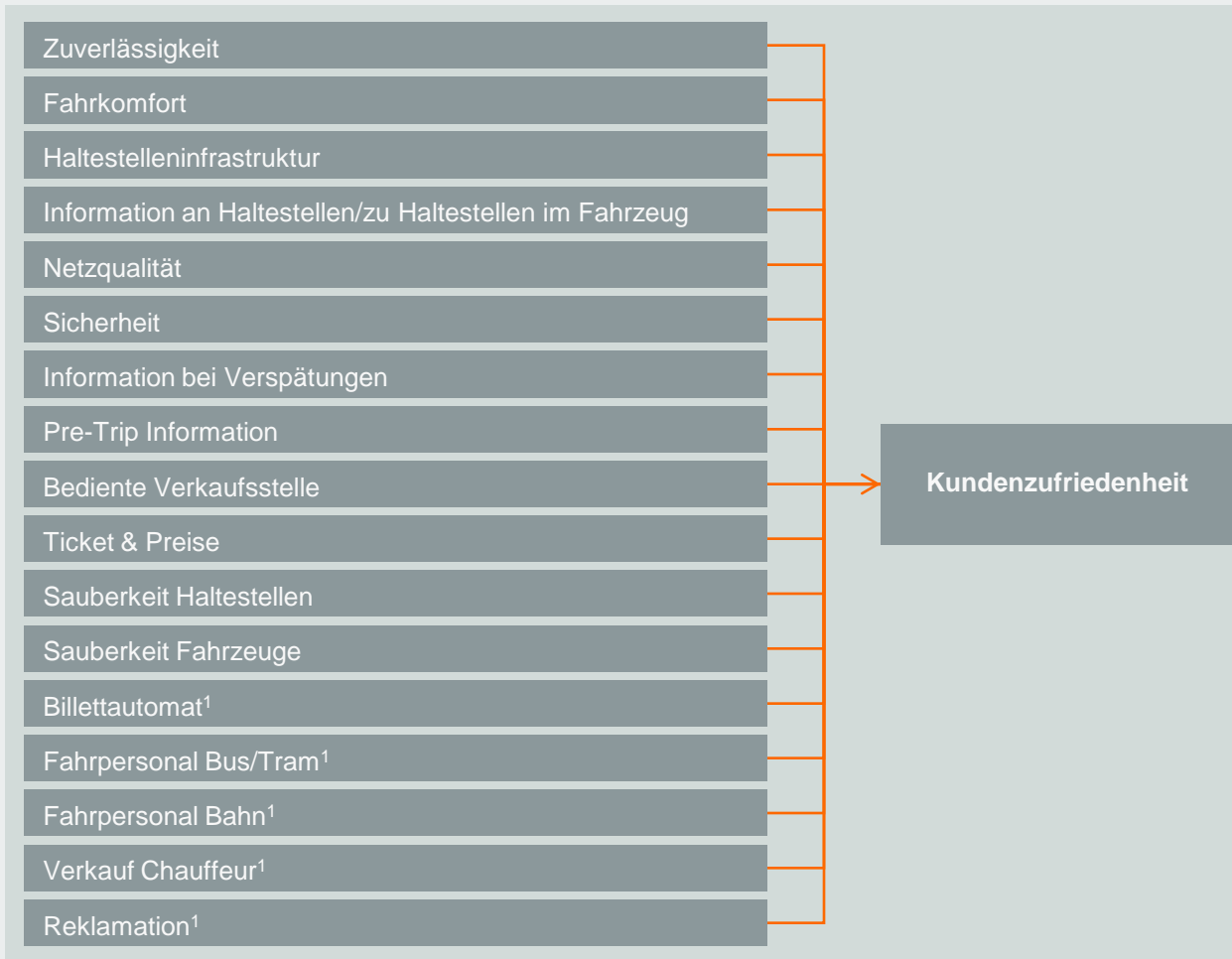


## 2 Kundenzufriedenheitsmodell



# Kundenzufriedenheitsmodell

9



## Kundenzufriedenheitsmodell

Die Kundenzufriedenheit wird durch unzählige Kundenthemen (Qualitätsfaktoren) in unterschiedlichem Ausmass beeinflusst. So besteht auch unser Messmodell aus mehreren Dimensionen.

Der Einfluss eines Kundenthemas auf die Kundenzufriedenheit wird statistisch ermittelt und nicht mittels des Fragebogens abgefragt. Das multivariate Analyseverfahren ermöglicht es, die Stärke des Zusammenhanges zwischen drei und mehr Variablen zu bestimmen. Qualitätsfaktoren mit einem hohen Einfluss auf die Kundenzufriedenheit sind dabei gute Ansatzpunkte für Verbesserungsmaßnahmen.

<sup>1</sup> Kundenthema wurde nur von einem Teil der Befragten beantwortet



### 3 Bewertung der Kundenthemen



# Bewertung der Kundenthemen

11

## Bewertung der Kundenthemen (Qualitätsfaktoren)

Die Fahrgäste beurteilen im Rahmen der Befragung eine Vielzahl von einzelnen Aussagen (sogenannten Qualitätskriterien). Aus diesen Bewertungen können die Kundenthemen (Qualitätsfaktoren) berechnet werden (vgl. weiter hinten: Detailanalyse ab Seite 25).

Die Bewertung der einzelnen Themen lässt sich folgendermassen gruppieren:

- Sehr zufrieden (80-100 Punkte)
- Zufrieden (60-79 Punkte)
- Unzufrieden (0-59 Punkte)

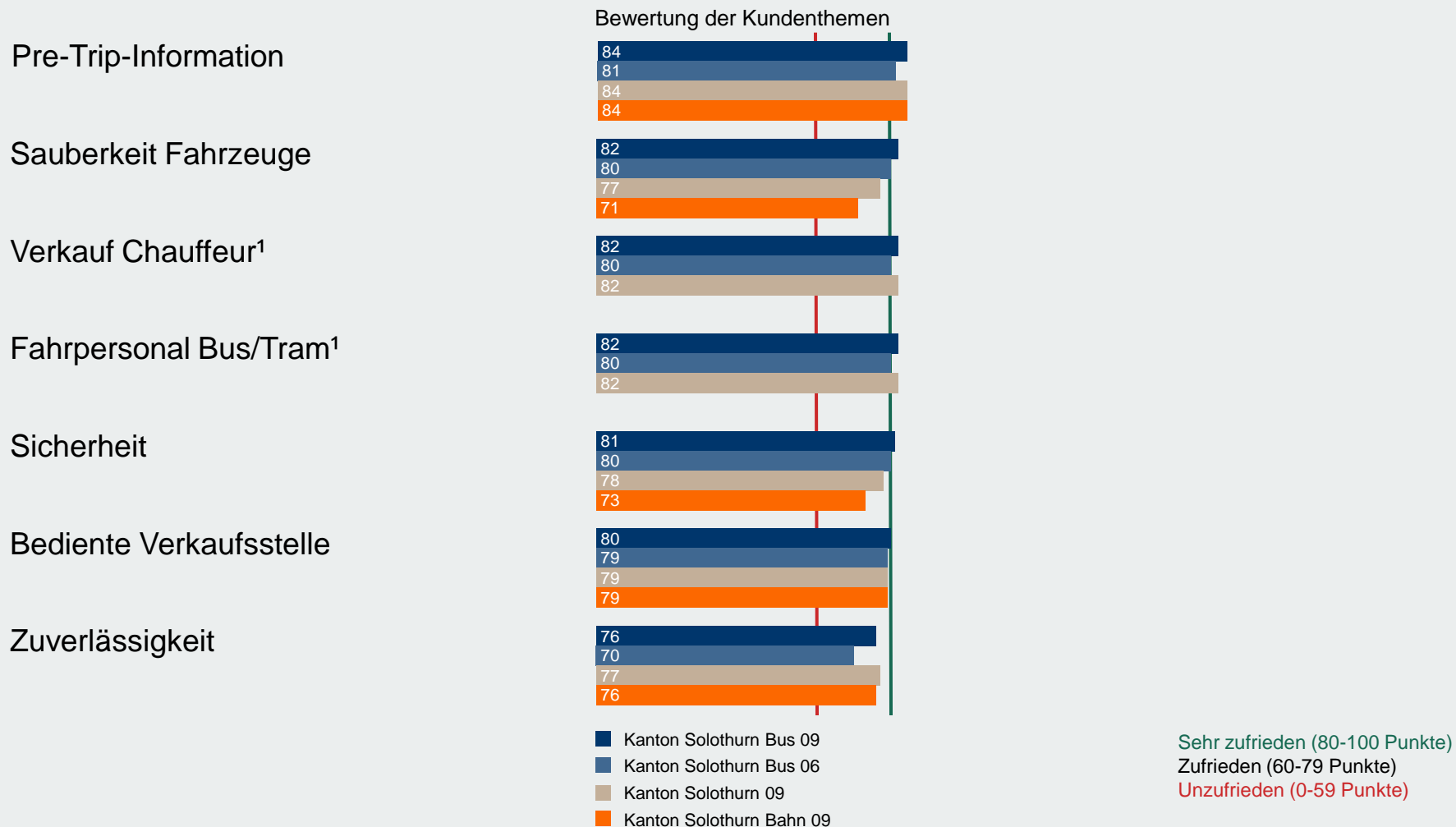
Die drei folgenden Seiten zeigen die Bewertung der einzelnen Kundenthemen. Sie ersehen daraus jeweils, ob die Kundenerwartungen erfüllt oder nicht erfüllt wurden. Die Integration in die Vergleichseinheiten erfolgt aus statistischen Gründen ab 30 ausgewerteten Fragebogen.

### Bedeutung der hochgestellten Zahlen:

- <sup>1</sup> Kundenthema wurde nur von einem Teil der Befragten beantwortet
- <sup>2</sup> Nicht im Kundenthema enthaltenes Kriterium
- <sup>3</sup> Nicht im Modell enthaltenes Kundenthema

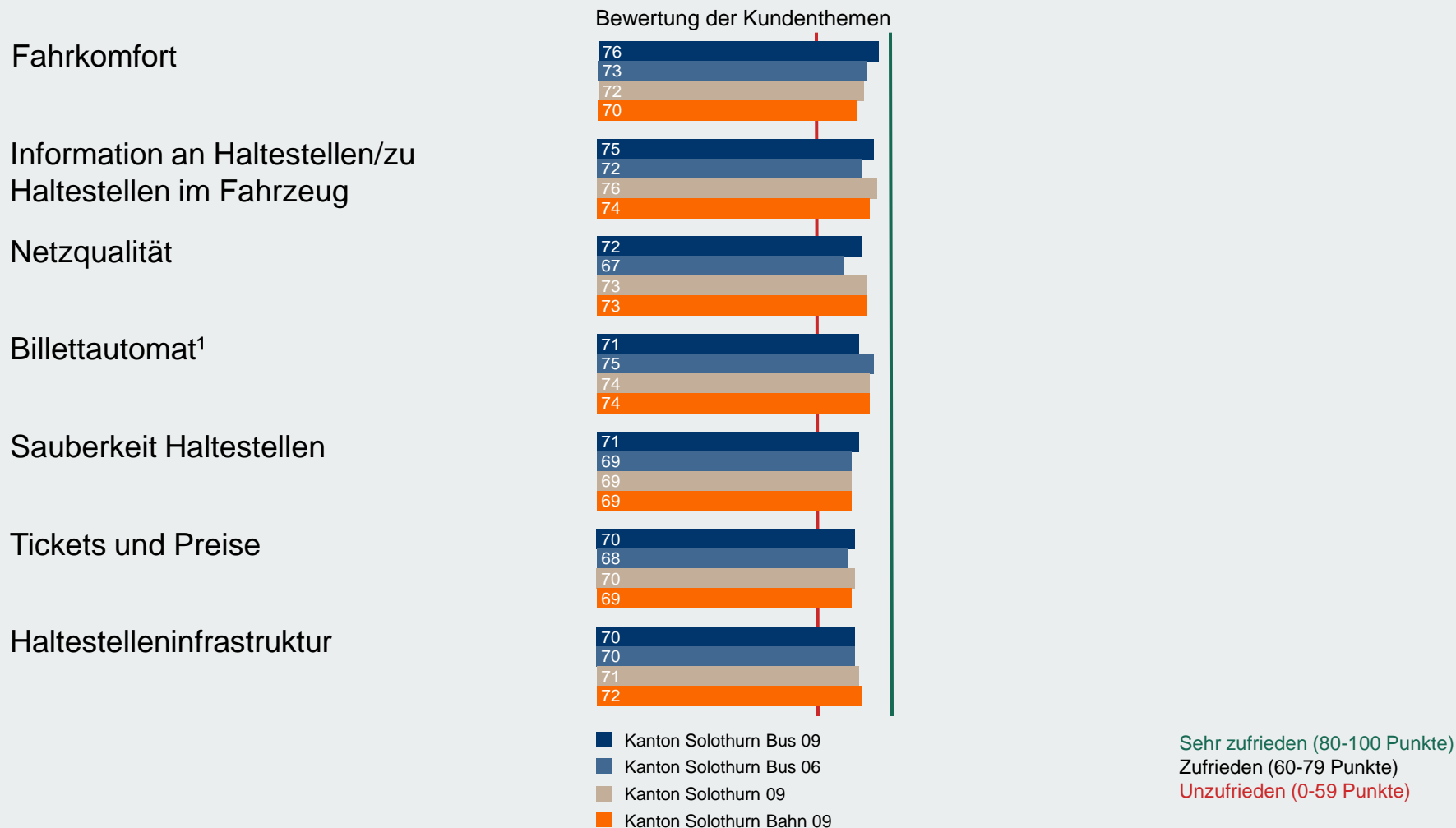
# Bewertung der Kundenthemen I

12



# Bewertung der Kundenthemen II

13



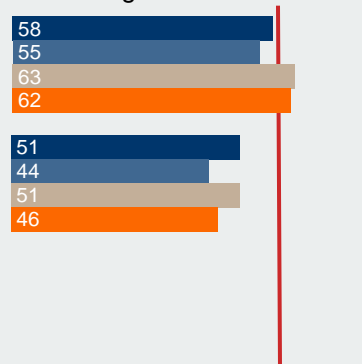
# Bewertung der Kundenthemen III

14

Information bei Verspätungen

Reklamation<sup>1</sup>

Bewertung der Kundenthemen



- Kanton Solothurn Bus 09
- Kanton Solothurn Bus 06
- Kanton Solothurn 09
- Kanton Solothurn Bahn 09

Sehr zufrieden (80-100 Punkte)  
 Zufrieden (60-79 Punkte)  
 Unzufrieden (0-59 Punkte)



Kanton Basel-Landschaft



Kanton Basel-Stadt

KANTON **solothurn**

## 4 Kundenzufriedenheit steigern



# Kundenzufriedenheit steigern

16

## Nicht alle Kundenthemen sind gleich relevant

Einige Kundenthemen (Qualitätsfaktoren) beeinflussen die Kundenzufriedenheit stärker als andere. Für die Steigerung der Kundenzufriedenheit ist es deshalb sinnvoll, sich auf diejenigen Kundenthemen zu beschränken, die einen hohen Einfluss auf die Zufriedenheit haben.

Der Einfluss drückt aus, um wieviel sich die Kundenzufriedenheit erhöht, wenn die Bewertung eines Kundenthemas um 5 Punkte gesteigert werden kann.

### Beispiel 1: Was bedeutet ein Einfluss von 0.5?

Wird das Kundenthema um 5 Punkte besser bewertet, dann steigt in unserem Beispiel die Kundenzufriedenheit um 0.5 Punkte.

### Beispiel 2: Was geschieht, wenn bei einem Einfluss von 0.5 ein Kundenthema nur um 3 Punkte höher bewertet wird?

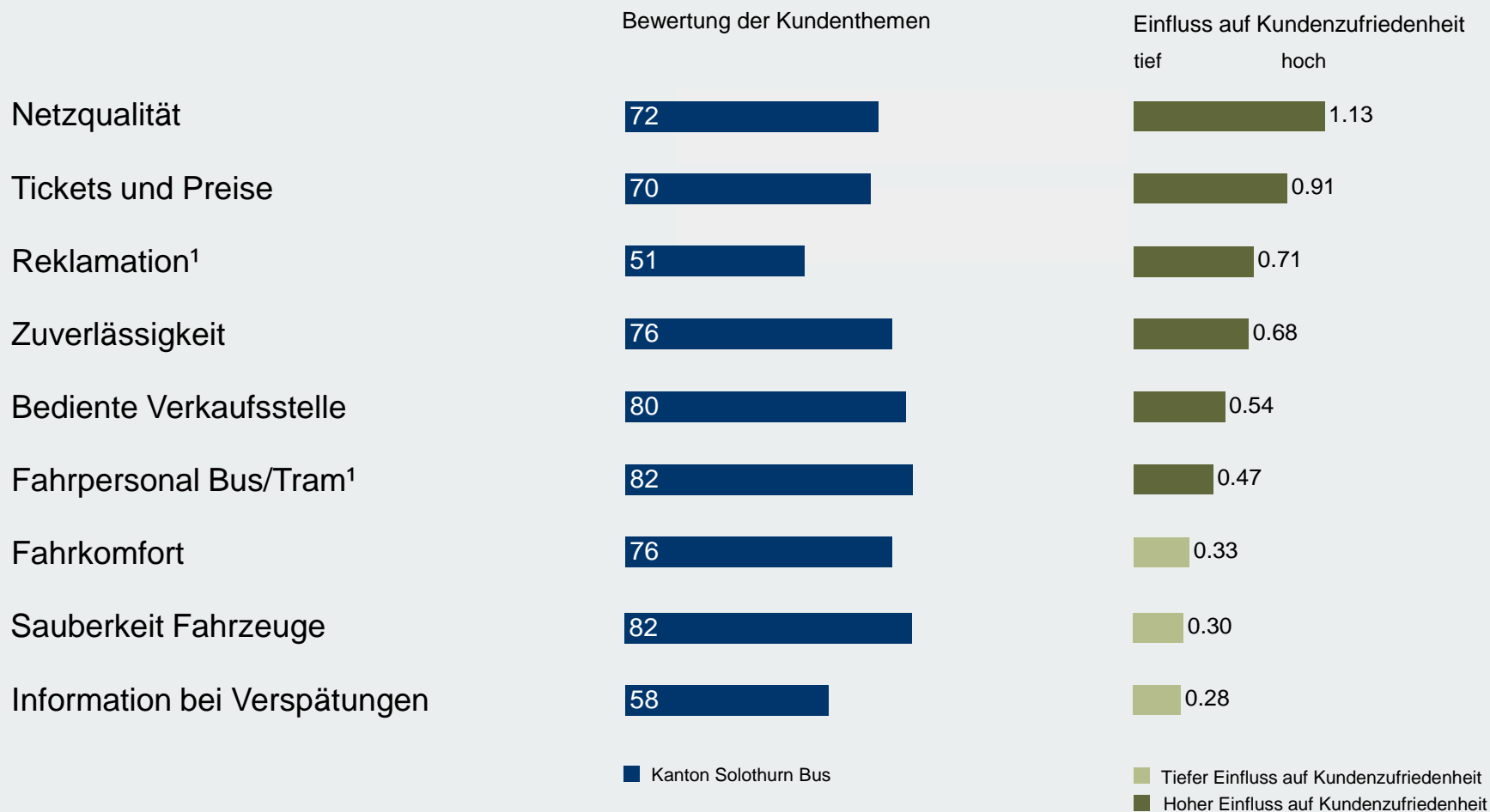
In diesem Fall erhöht sich die Kundenzufriedenheit entsprechend um 0.3 Punkte.

### Bedeutung der hochgestellten Zahlen:

- <sup>1</sup> Kundenthema wurde nur von einem Teil der Befragten beantwortet
- <sup>2</sup> Nicht im Kundenthema enthaltenes Kriterium
- <sup>3</sup> Nicht im Modell enthaltenes Kundenthema

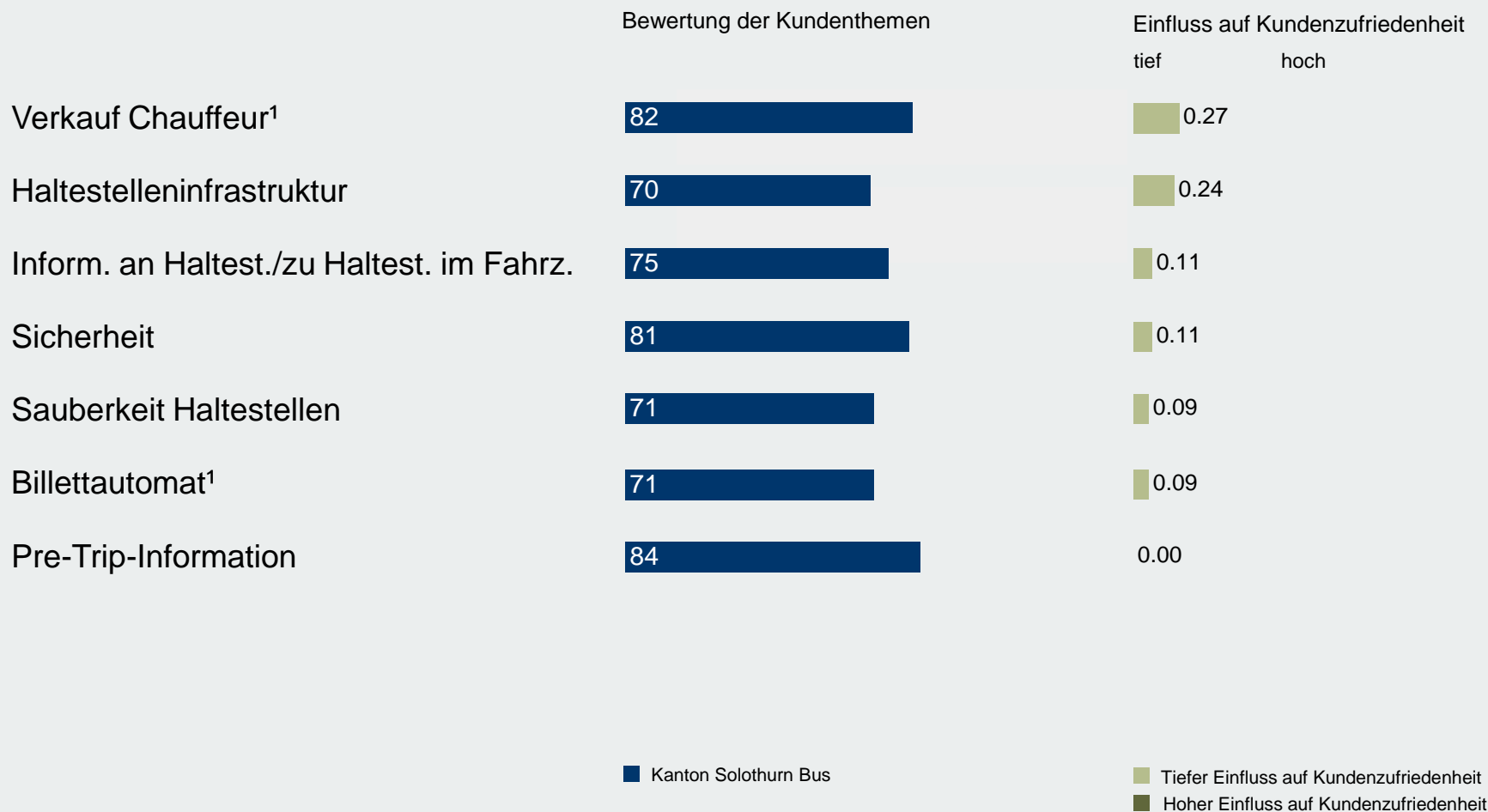
# Kundenzufriedenheit steigern I

17



# Kundenzufriedenheit steigern II

18

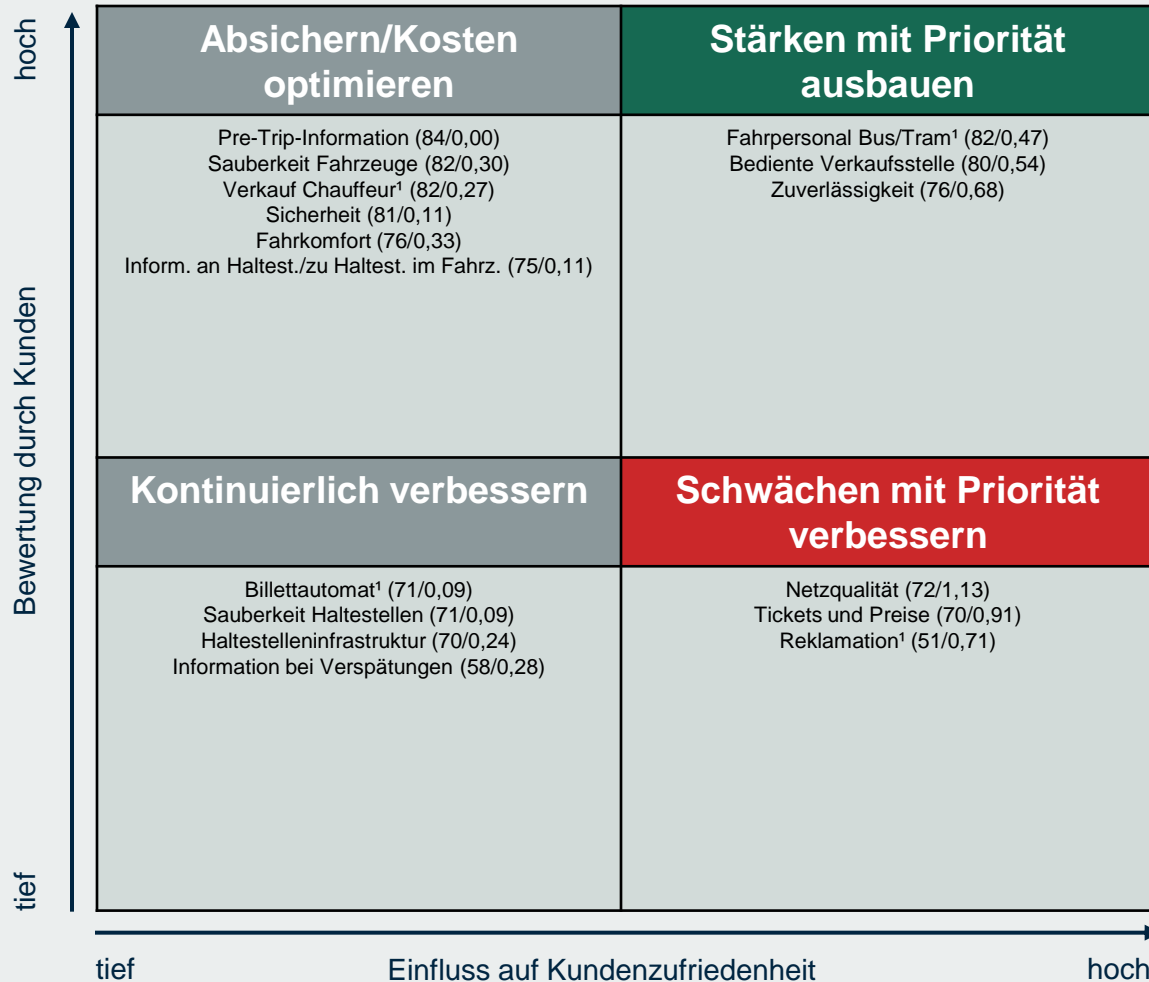


## 5 Prioritäten setzen - gezielt handeln!



# Prioritätenportfolio für die Kundenzufriedenheit

20



## Prioritäten setzen – gezielt handeln!

Die Kundenthemen (Qualitätsfaktoren) werden, ihrer Bewertung und ihrem Einfluss entsprechend, den vier Feldern zugeordnet. Die Abbildung bildet Ihr individuelles Prioritätenportfolio.

Bei der Ursachenanalyse und Massnahmenplanung sollten Sie sich primär auf die beiden rechten Felder konzentrieren.

<sup>1</sup> Kundenthema wurde nur von einem Teil der Befragten beantwortet



## 6 Detailanalyse der Kundenthemen



# Hinweise zum Lesen der Daten I

22

Die Grafiken auf den folgenden Seiten zeigen Ihnen die Bewertungen und die prozentualen Verteilungen der Antworten auf die einzelnen Aussagen im Fragebogen sowie der daraus berechneten Dimensionen.

Der **dunkelblaue Balken** stellt den Durchschnittswert aller Befragten der Berichtseinheit dar. Der **hellblaue Balken** stellt den Durchschnittswert der in der Vergleichseinheit 1 befragten Kunden dar.

Der **hellbraune Balken** stellt den Durchschnittswert der in der Vergleichseinheit 2 befragten Kunden dar.

Der **orange Balken** stellt den Durchschnittswert der in der Vergleichseinheit 3 befragten Kunden dar.

Die Zahlen zeigen, wie sich die Ergebnisse der Berichtseinheit gegenüber der Kundenzufriedenheitsstudie 2006 verändert haben.

Total Anzahl ausgewerteter Fragebogen für die Berichtseinheit.

Die **prozentuale Antwortverteilung** zeigt, wie viel Prozent der Antwortenden der Berichtseinheit mit einer bestimmten Aussage sehr zufrieden (80-100 Punkte), zufrieden (60-79 Punkte) respektive unzufrieden sind (0-59 Punkte).

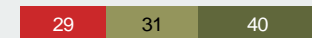
Signifikanter Unterschied: Die Abweichung ist statistisch bedeutsam und ist nicht durch Zufall zustande gekommen.



- Berichtseinheit
- Vergleichseinheit 1
- Vergleichseinheit 2
- Vergleichseinheit 3

Diff 09/06 -> -2

N -> 2484



- Unzufrieden (0-59 Punkte)
- Zufrieden (60-79 Punkte)
- Sehr zufrieden (80-100 Punkte)



# Hinweise zum Lesen der Daten II

23

Wenn keine Werte und Balken gezeigt werden, dann trifft mindestens einer der 3 folgenden Möglichkeiten zu:

- Die Anzahl auswertbarer Fragebogen ist zu gering für eine Bewertung
- Qualitätskriterium wurde nicht abgefragt
- Kein Vergleich zum Jahr 2006 möglich

Bedeutung der hochgestellten Zahlen:

- <sup>1</sup> Kundenthema wurde nur von einem Teil der Befragten beantwortet
- <sup>2</sup> Nicht im Kundenthema enthaltenes Kriterium
- <sup>3</sup> Nicht im Modell enthaltenes Kundenthema



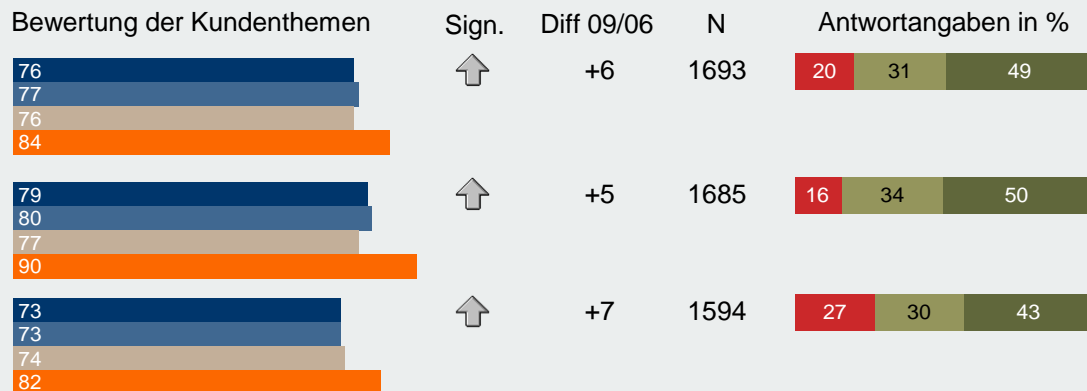
# Detailanalyse: Zuverlässigkeit

24

## Zuverlässigkeit

## Pünktlichkeit (Einhalten der Fahrpläne)

## Einhalten von Anschlüssen



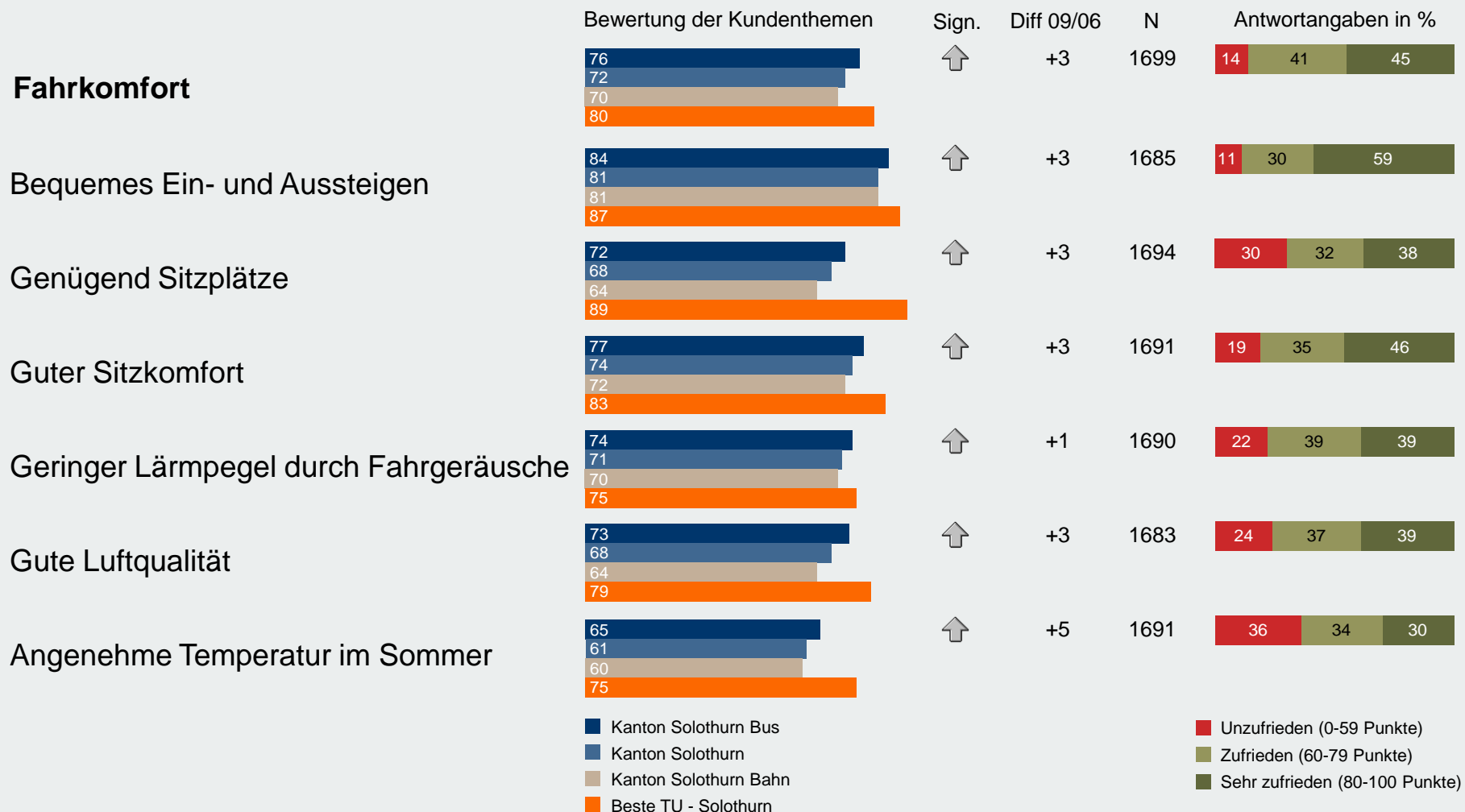
Kanton Basel-Landschaft



Kanton Basel-Stadt

# Detailanalyse: Fahrkomfort I

25



# Detailanalyse: Fahrkomfort II

26

	Bewertung der Kundenthemen	Sign.	Diff 09/06	N	Antwortangaben in %
<b>Fahrkomfort</b>		↑	+3	1699	
Angenehme Temperatur im Winter		↑	+2	1651	
Attraktive Innenausstattung der Fahrzeuge			+1	1676	
Gute Sicht durch die Fenster <sup>2</sup>			0	1689	
Genügend Platz für Handgepäck, Kinderwagen, Velo, Ski, Rollstuhl etc. <sup>2</sup>				1640	
Komfortable Stehplätze <sup>2</sup>				1620	

Kanton Solothurn Bus  
 Kanton Solothurn  
 Kanton Solothurn Bahn  
 Beste TU - Solothurn

Unzufrieden (0-59 Punkte)  
 Zufrieden (60-79 Punkte)  
 Sehr zufrieden (80-100 Punkte)



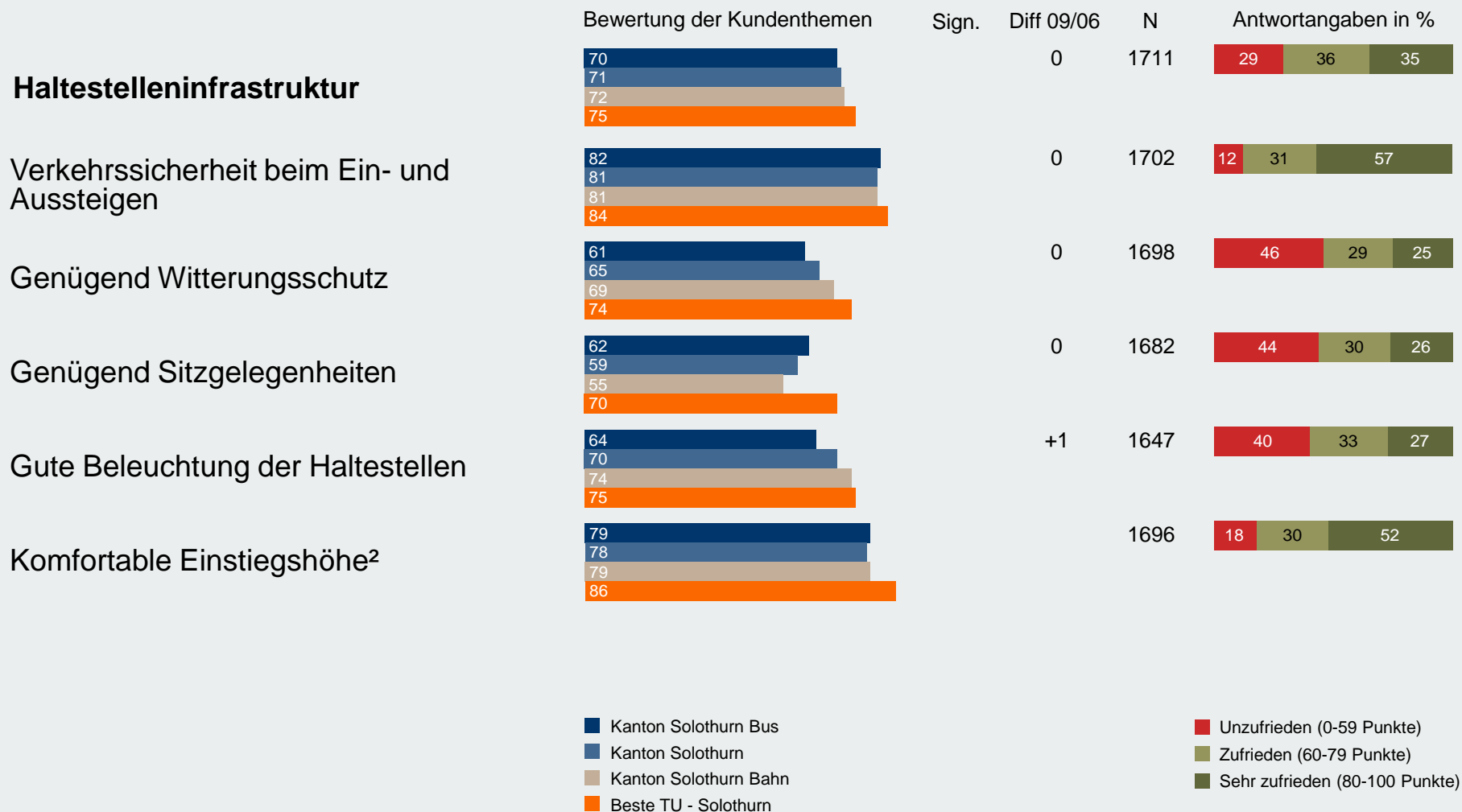
Kanton Basel-Landschaft



Kanton Basel-Stadt

# Detailanalyse: Haltestelleninfrastruktur

27



# Detailanalyse: Information an Haltestellen/zu Haltestellen im Fahrzeug

28

Informationsthema	Bewertung der Kundenthemen	Sign.	Diff 09/06	N	Antwortangaben in %
<b>Information an Haltestellen/zu Haltestellen im Fahrzeug</b>	<p>75 76 74 80</p>	↑	+3	1713	<p>18 35 47</p>
Reiseinformationen wie Fahrpläne, Ortskarten, Linienpläne an Haltestellen	<p>75 76 75 81</p>	↑	+2	1670	<p>23 32 45</p>
Klare Wegweiser, wenn man umsteigen muss	<p>73 73 71 80</p>		+1	1666	<p>25 35 40</p>
Gute Information zu Haltestellen und Umsteigemöglichkeiten im Fahrzeug	<p>75 75 73 80</p>	↑	+4	1661	<p>22 35 43</p>
Korrekte und deutliche Ansage/Anzeige der Haltestellen im Fahrzeug	<p>76 79 77 85</p>	↑	+7	1679	<p>22 31 47</p>

Kanton Solothurn Bus  
 Kanton Solothurn  
 Kanton Solothurn Bahn  
 Beste TU - Solothurn

Unzufrieden (0-59 Punkte)  
 Zufrieden (60-79 Punkte)  
 Sehr zufrieden (80-100 Punkte)



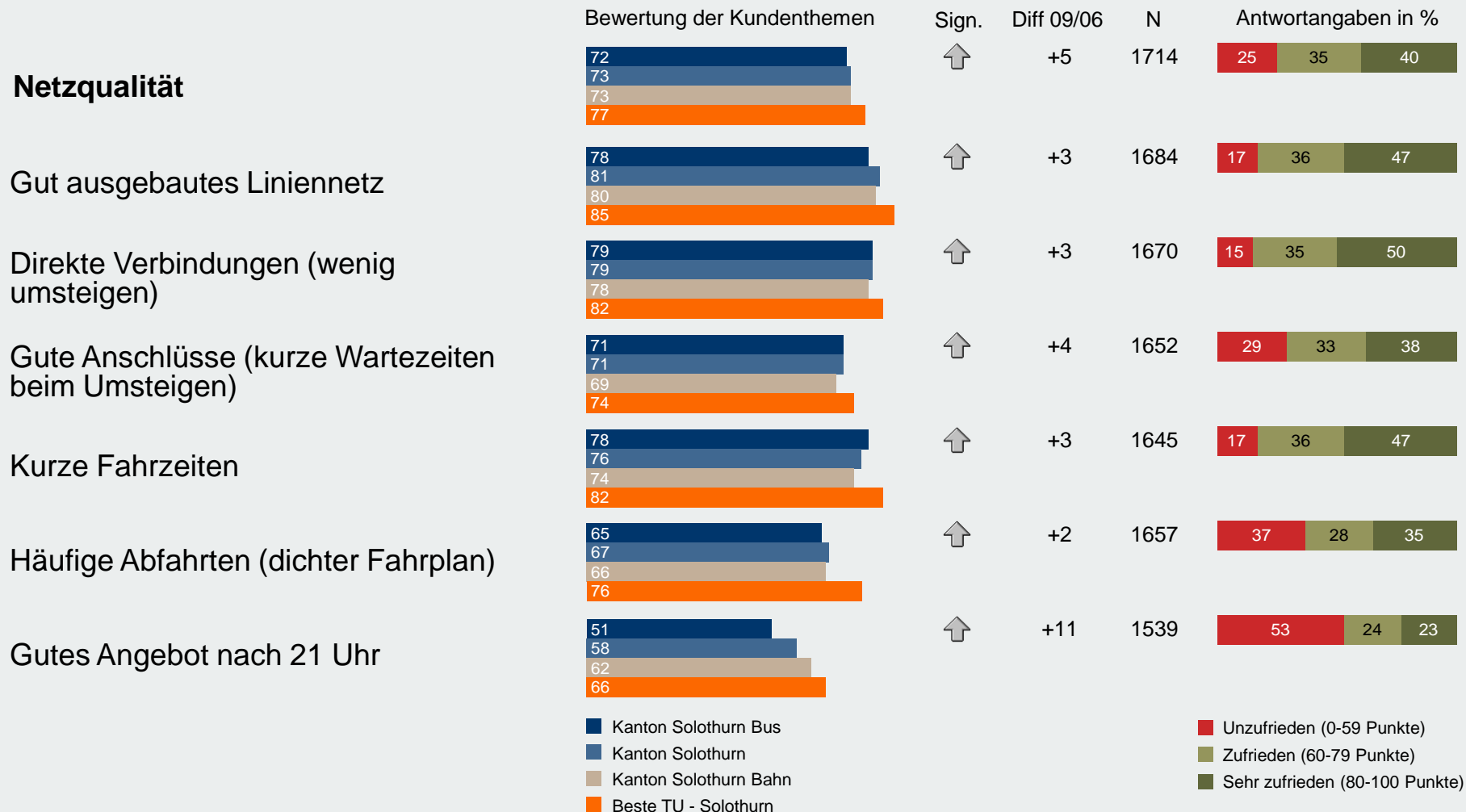
Kanton Basel-Landschaft



Kanton Basel-Stadt

# Detailanalyse: Netzqualität I

29



# Detailanalyse: Netzqualität II

30

## Netzqualität

## Gutes Angebot am Sonntag

## Gut merkbare Abfahrtszeiten und Verbindungen (Taktfahrplan)

### Bewertung der Kundenthemen



Sign.



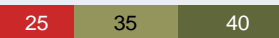
Diff 09/06

+5

N

1714

Antwortangaben in %



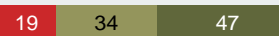
+9

1572



+5

1662



- Kanton Solothurn Bus
- Kanton Solothurn
- Kanton Solothurn Bahn
- Beste TU - Solothurn

- Unzufrieden (0-59 Punkte)
- Zufrieden (60-79 Punkte)
- Sehr zufrieden (80-100 Punkte)



Kanton Basel-Landschaft

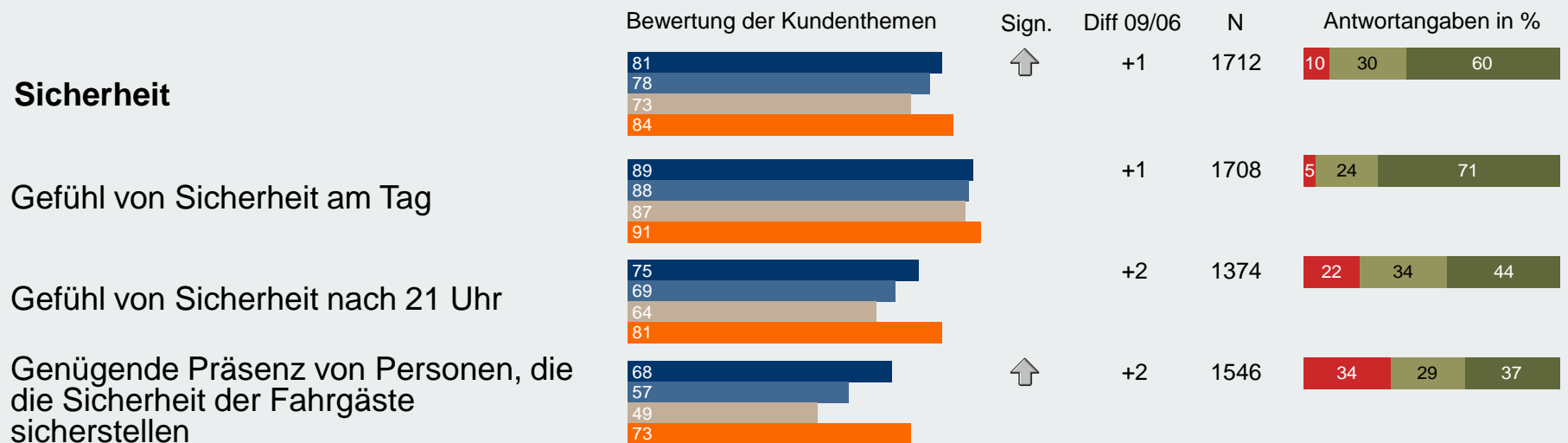


Kanton Basel-Stadt

# Detailanalyse: Sicherheit

31

## Sicherheit



Kanton Basel-Landschaft



Kanton Basel-Stadt

# Detailanalyse: Information bei Verspätungen

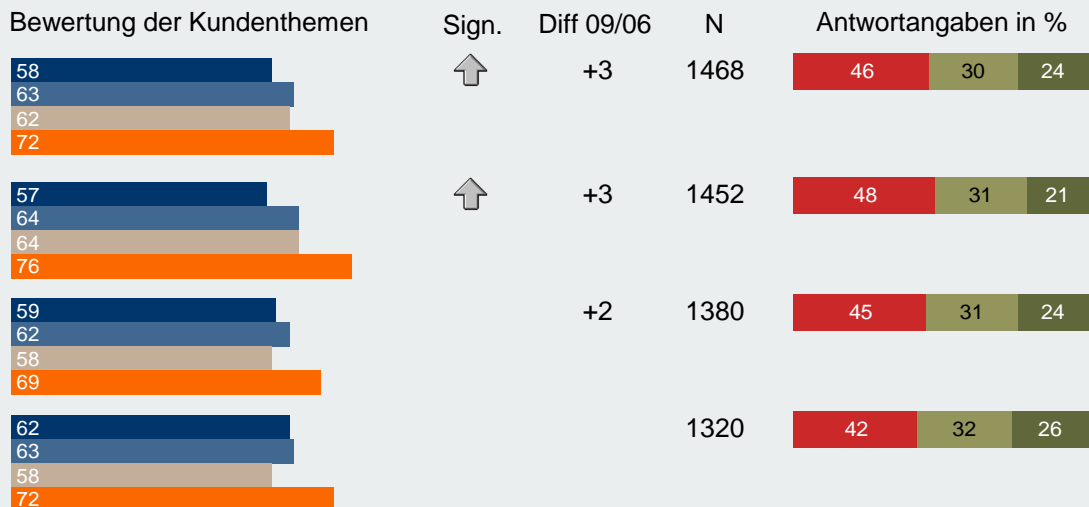
32

## Information bei Verspätungen

Schnelle Information über Verspätungen

Gute Information über Anschlüsse und mögliche Ausweichrouten bei Verspätungen

Rasches Anbieten eines Ersatzdienstes<sup>2</sup>



Kanton Basel-Landschaft



Kanton Basel-Stadt

# Detailanalyse: Pre-Trip-Information

33

## Pre-Trip-Information

Taschenfahrpläne (z.B. TNW  
Regiofahrplan, Libero-Fahrplan etc.)

Fahrplanaushänge der Haltestellen (für  
zu Hause/ins Büro)

Telefonische Auskunftsstelle

Internet-Fahrplan

Angebot an Informationen insgesamt vor  
Fahrtantritt<sup>2</sup>

Bewertung der Kundenthemen

Sign.

Diff 09/06

N

Antwortangaben in %



+3

1687



+3

1616



+4

1526



+1

953



+5

1351



+4

1608



Kanton Basel-Landschaft

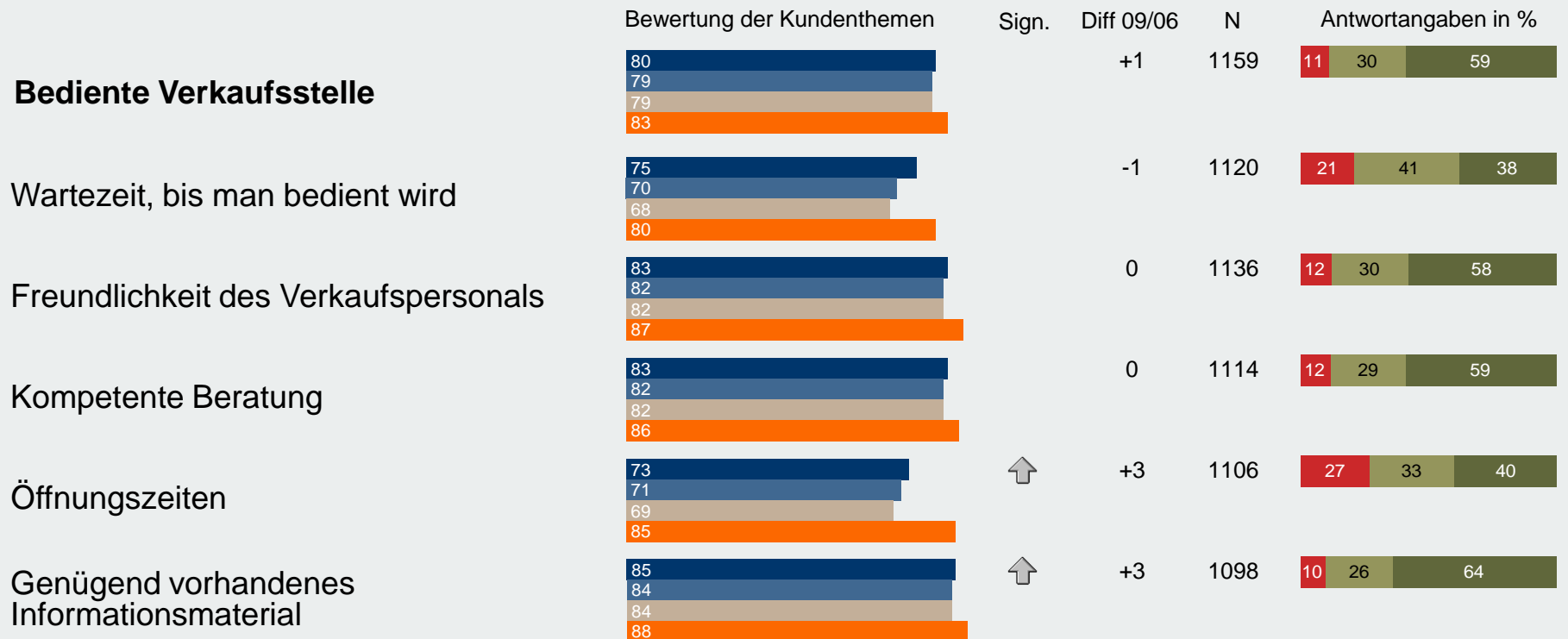


Kanton Basel-Stadt

KANTON **solothurn**

# Detailanalyse: Bediente Verkaufsstelle

34



Kanton Solothurn Bus  
 Kanton Solothurn  
 Kanton Solothurn Bahn  
 Beste TU - Solothurn

Unzufrieden (0-59 Punkte)  
 Zufrieden (60-79 Punkte)  
 Sehr zufrieden (80-100 Punkte)



Kanton Basel-Landschaft



Kanton Basel-Stadt

# Detailanalyse: Tickets und Preise

35

## Tickets und Preise

### Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis

Einfache und verständliche Regelungen für Vergünstigungen, Rückerstattungen, Anschluss- oder Velobillette

Sortiment von Billetten und Abonnementen

#### Bewertung der Kundenthemen



Sign.



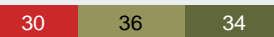
Diff 09/06

+2

N

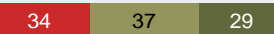
1514

Antwortangaben in %



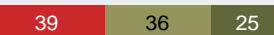
+3

1480



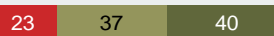
+1

1228



+3

1320



Kanton Basel-Landschaft



Kanton Basel-Stadt

KANTON **solothurn**

# Detailanalyse: Sauberkeit Haltestellen

36

Bewertung der Kundenthemen	Sign.	Diff 09/06	N	Antwortangaben in %
<b>Sauberkeit Haltestellen</b> 71 69 69 78	↑	+2	1708	24 42 34
Saubere Haltestellen 70 69 70 80		+1	1703	29 40 31
Behebung von Schäden/Schmierereien an Haltestellen 71 69 69 75	↑	+3	1652	28 40 32

■ Kanton Solothurn Bus  
 ■ Kanton Solothurn  
 ■ Kanton Solothurn Bahn  
 ■ Beste TU - Solothurn

■ Unzufrieden (0-59 Punkte)  
 ■ Zufrieden (60-79 Punkte)  
 ■ Sehr zufrieden (80-100 Punkte)



Kanton Basel-Landschaft



Kanton Basel-Stadt

# Detailanalyse: Sauberkeit Fahrzeuge

37

	Bewertung der Kundenthemen	Sign.	Diff 09/06	N	Antwortangaben in %
<b>Sauberkeit Fahrzeuge</b>		↑	+2	1711	
Saubere Fahrzeuge aussen		↑	+2	1704	
Saubere Fahrzeuge innen			+1	1704	
Behebung von Schäden/Schmierereien im/am Fahrzeug		↑	+2	1626	

Kanton Solothurn Bus  
 Kanton Solothurn  
 Kanton Solothurn Bahn  
 Beste TU - Solothurn

Unzufrieden (0-59 Punkte)  
 Zufrieden (60-79 Punkte)  
 Sehr zufrieden (80-100 Punkte)



Kanton Basel-Landschaft



Kanton Basel-Stadt

# Detailanalyse: Billettautomat

38

	Bewertung der Kundenthemen	Sign.	Diff 09/06	N	Antwortangaben in %
<b>Billettautomat<sup>1</sup></b>		↓	-4	419	
Genügend verfügbare Billettautomaten			-2	414	
Verfügbares Angebot an Billetten am Billettautomaten			-1	406	
Einfaches Bedienen der Billettautomaten		↓	-9	413	
Gute Bedienungsanweisungen auf den Billettautomaten		↓	-7	407	
Einfaches und bequemes Bezahlen am Billettautomaten			-3	411	

Kanton Solothurn Bus  
 Kanton Solothurn  
 Kanton Solothurn Bahn  
 Beste TU - Solothurn

Unzufrieden (0-59 Punkte)  
 Zufrieden (60-79 Punkte)  
 Sehr zufrieden (80-100 Punkte)



Kanton Basel-Landschaft



Kanton Basel-Stadt

# Detailanalyse: Fahrpersonal Bus/Tram

39

	Bewertung der Kundenthemen	Sign.	Diff 09/06	N	Antwortangaben in %
<b>Fahrpersonal Bus/Tram<sup>1</sup></b>		↑	+2	1700	
Gepflegte Erscheinung			+1	1686	
Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft		↑	+3	1680	
Genügend langes Warten, bis alle Fahrgäste ein- und ausgestiegen sind		↑	+2	1675	
Angenehme Fahrweise		↑	+2	1688	
Sichere Fahrweise			+1	1682	

Kanton Solothurn Bus  
 Kanton Solothurn  
 Kanton Solothurn Bahn  
 Beste TU - Solothurn

Unzufrieden (0-59 Punkte)  
 Zufrieden (60-79 Punkte)  
 Sehr zufrieden (80-100 Punkte)



Kanton Basel-Landschaft



Kanton Basel-Stadt

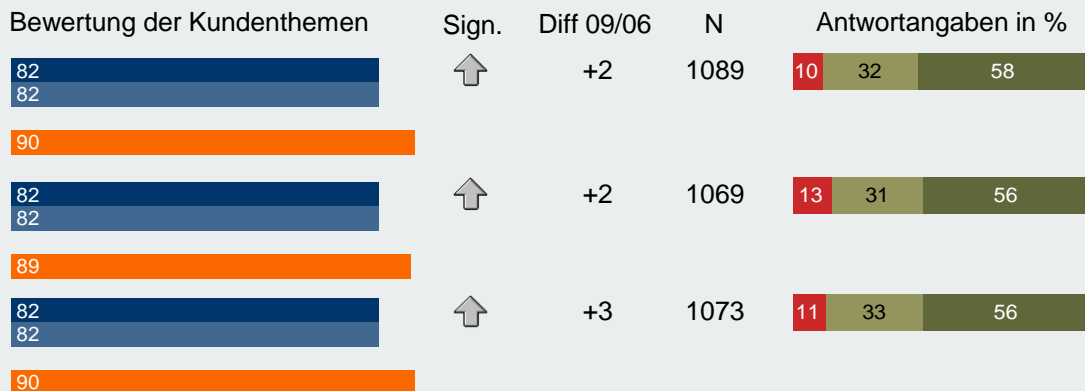
# Detailanalyse: Verkauf Chauffeur

40

## Verkauf Chauffeur<sup>1</sup>

Kompetente Auskünfte zu  
Fahrausweisen und Preisen

Speditive Abwicklung von Auskünften  
und Verkäufen



- Kanton Solothurn Bus
- Kanton Solothurn
- Kanton Solothurn Bahn
- Beste TU - Solothurn

- Unzufrieden (0-59 Punkte)
- Zufrieden (60-79 Punkte)
- Sehr zufrieden (80-100 Punkte)



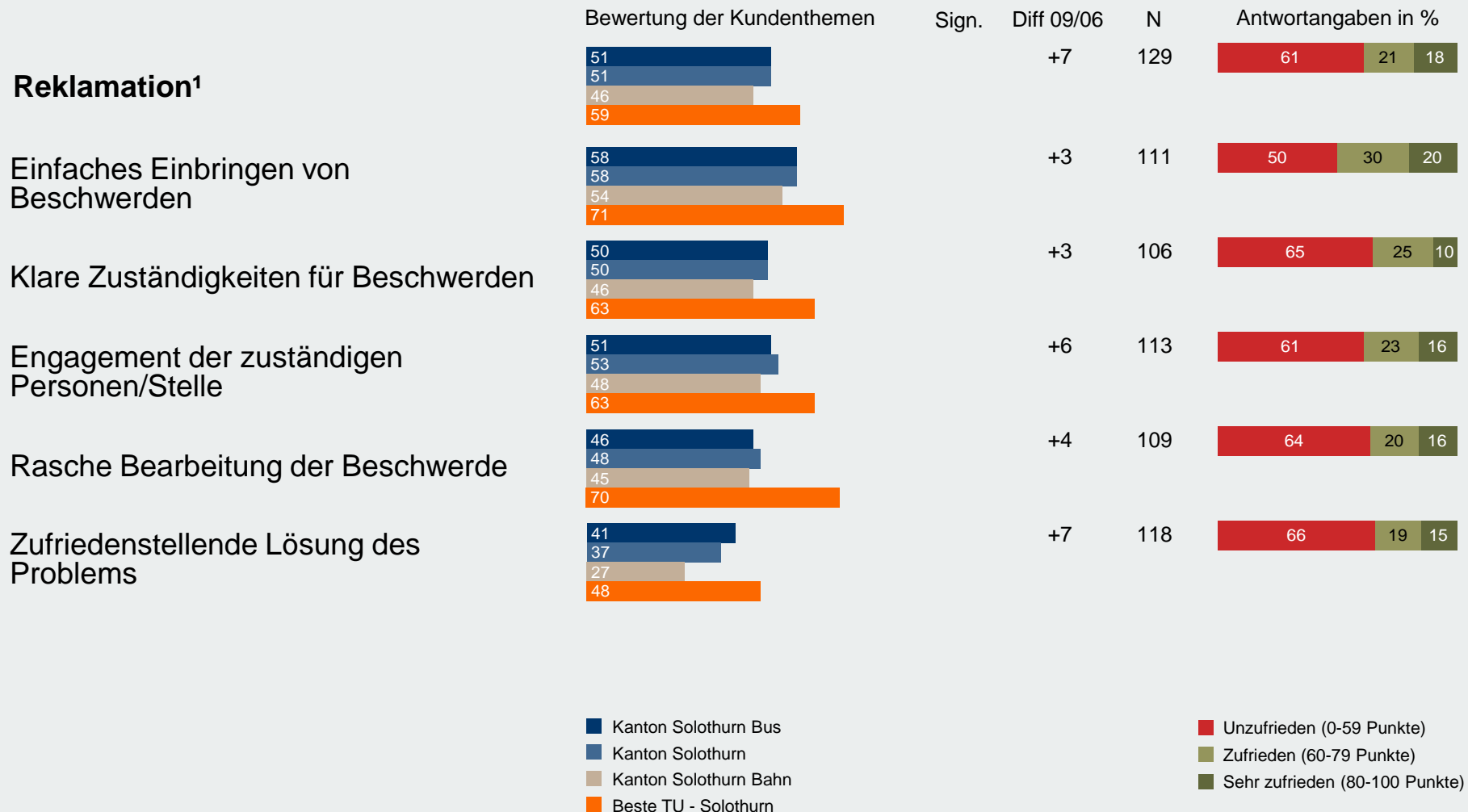
Kanton Basel-Landschaft



Kanton Basel-Stadt

# Detailanalyse: Reklamation

41



# Detailanalyse: Kundenzufriedenheit

42

	Bewertung der Kundenthemen	Sign.	Diff 09/06	N	Antwortangaben in %
<b>Kundenzufriedenheit</b>		↑	+4	1663	
Zufriedenheit insgesamt		↑	+4	1631	
Erfüllung der Erwartungen insgesamt		↑	+3	1634	
Nähe zum Ideal		↑	+3	1606	

Kanton Solothurn Bus  
 Kanton Solothurn  
 Kanton Solothurn Bahn  
 Beste TU - Solothurn

Unzufrieden (0-59 Punkte)  
 Zufrieden (60-79 Punkte)  
 Sehr zufrieden (80-100 Punkte)



Kanton Basel-Landschaft



Kanton Basel-Stadt

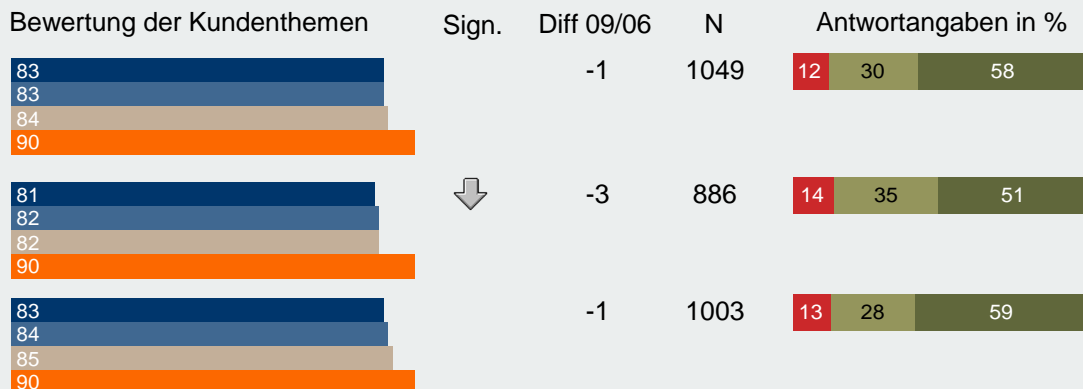
# Detailanalyse: Schriftliche Erneuerung des Abonnementes

43

## Schriftliche Erneuerung des Abonnementes<sup>3</sup>

Einfach auszufüllendes und verständliches Bestellformular resp. Benutzerführung im Internet/am Automat

Speditive Abwicklung



Kanton Basel-Landschaft



Kanton Basel-Stadt

## 7 Allgemeine Hinweise zur Befragung



# Ansprechpersonen

45

## GfK Trustmark AG:

Res Meier  
Consultant  
Seestrasse 18  
8702 Zollikon

Tel. +41 (0) 44 396 90 20  
res.meier@gfktrustmark.ch

## Kanton Basel-Landschaft:

Bruno Schmutz  
Abteilung Öffentlicher Verkehr  
Amt für Raumplanung  
Bau- und Umweltschutzdirektion  
Rheinstrasse 29, 4410 Liestal

Tel. +41 (0)61 552 55 45  
bruno.schmutz@bl.ch

## Kanton Basel-Stadt:

Stephan Herzog  
Projektleiter Mobilitätsstrategie  
Bau- und Verkehrsdepartement Basel-Stadt  
Mobilität  
Münsterplatz 11, Postfach, 4001 Basel

Telefon: +41 (0)61 267 40 18  
stephan.herzog@bs.ch

## Kanton Solothurn:

Alexandre Keller  
Amt für Verkehr und Tiefbau  
Abteilung Öffentlicher Verkehr  
Rötihof, Werkhofstrasse 65  
4509 Solothurn

Telefon: +41 (0)32 627 89 62  
alexandre.keller@bd.so.ch



# Unabhängige Prüfung der Zufriedenheit

46

## Bericht der GfK Trustmark AG für die in den Kantonen Basel-Landschaft, Basel-Stadt und Solothurn tätigen Transportunternehmen

Als unabhängiges Marktforschungsinstitut haben wir die Kundenzufriedenheit der Benutzerinnen und Benutzer des öffentlichen Verkehrs in den Kantonen Basel-Landschaft, Basel-Stadt und Solothurn geprüft.

Während die Transportunternehmen gegenüber dem Kunden für die Erbringung der Leistungen verantwortlich sind, besteht unsere Aufgabe darin, die Leistungen durch direkte Kundenbefragungen zu prüfen und zu beurteilen. Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des Verbandes Schweizer Markt- und Sozialforscher (vsms) sowie den ESOMAR-Richtlinien.



Die Leistungen der Transportunternehmen innerhalb der Kantone Basel-Landschaft, Basel-Stadt und Solothurn wurden von uns mittels Kundenerhebungen und Analysen geprüft. Die Zielgruppen, welche vordefiniert wurden, basieren auf repräsentativen Stichproben.

Gemäss unserer Beurteilung vermitteln die Resultate ein gutes Abbild der Zufriedenheit der Kunden des öffentlichen Verkehrs in den Kantonen Basel-Landschaft, Basel-Stadt und Solothurn beziehungsweise der jeweiligen Transportunternehmen.

Durch ein zweijährliches Tracking der Kundenzufriedenheit wird sichergestellt, dass Kennziffern für die Leistungsbeurteilung aus Kundensicht zur Verfügung stehen, damit allenfalls notwendige Korrekturen und Verbesserungen so rasch wie möglich eingeleitet werden können.

GfK Trustmark AG

Res Meier  
Kundenforschung

Zollikon, September 2009