



Umsteigen, wenn der Ausweis weg ist

Die Fachhochschule St.Gallen hat eine Studie

über die Busbetreiberin Wilmobil durchgeführt

Die Wilmobil AG liess im Frühling 2006 eine Studie über das Image des Betriebes sowie über die Wirksamkeit der Werbung durchführen. Jetzt wurden die Resultate publiziert.

Im Frühling des vergangenen Jahres habe die Wilmobil AG die Fachhochschule St.Gallen mit einer Umfrage beauftragt. Dies ist einer Medienmitteilung von Wilmobil zu entnehmen. Die Resultate seien Wilmobil im Dezember präsentiert worden. Die Publikation erfolgte erst diese Woche. Die Studie sei zeitgleich auch bei der Tochterfirma RTB Rheintal Bus AG durchgeführt worden. Gemäss der Primärerhebung werde das Image der Wilmobil AG als gut eingestuft. Bezüglich Freundlichkeit, Pünktlichkeit und Sauberkeit hätten die befragten Personen die Wilmobil positiv bewertet. Der Komfort hinke dagegen etwas hinterher: er sei noch als gut taxiert worden. Ausserdem fänden die meisten Personen die Website von Wilmobil gut bis sehr gut.

40 Prozent mit Abonnement

66 Prozent der befragten Personen benützen mindestens einmal pro Woche den Bus. Die Auswertung der repräsentativen Umfrage zeige, dass über 40 Prozent der Fahrgäste entweder ein Ostwind-

Abo oder aber ein Generalabonnement besitzen. 18 Prozent kaufen sich regelmässig eine Mehrfahrtenkarte. Überraschend hingegen sei der Wert des Einzelbillett-Verkaufs der mit 39 Prozent markant sei. 33 Prozent der befragten Personen gaben an, sie würden auf den öffentlichen Verkehr umsteigen, falls ihnen der Führerausweis entzogen werde, 18 Prozent würden dies tun, wenn bessere Anschlüsse bestünden, 17 Prozent bei höheren Benzinpreisen, 13 Prozent falls der Arbeitgeber das Ticket bezahlen würde, acht Prozent, wenn sich in ihrer Nähe eine Haltestelle befände, sieben Prozent, falls für Autofahrer die Null-Promille-Regelung eingeführt würde und fünf Prozent bei höheren Parkgebühren. Die Buswerbung sei lediglich ein sehr geringer Störfaktor. Nur sechs Prozent der Befragten fänden Buswerbung störend. Zugleich besitze diese Werbeform aber eine sehr hohe Beachtung. 45 Prozent der befragten Personen konnten sich ohne Bildvorlage eines Werbesujets spontan an eine Buswerbung erinnern. Der Spitzenwerte bei der spontanen Erinnerung an Buswerbung lag bei acht Prozent. Diesen erreichten zwei Firmen. Weitere, darunter die «Wiler Zeitung», wurden von fünf Prozent der Befragten genannt. Gemäss einer Studie von APG Traffic, die im Jahre 2002 durchgeführt worden sei, würden Erinnerungswerte zwischen zwei

und vier Prozent als überdurchschnittlich gelten.

Preiserhöhung prüfen

Der Vergleich mit anderen Medien habe aufgezeigt, dass Buswerbung gegenwärtig zu günstig angeboten werde, schreibt Wilmobil. Die Marketingabteilung werde sich nun aus diesem Grund eine Preiserhöhung überlegen. Die Reaktion werde aber nicht sofort erfolgen. (pd./dam.)

44 Prozent kennen den Nachtbus

Im Rahmen der Studie wurde auch der Bekanntheitsgrad der Nachtbus-Angebote von Wilmobil, welche Gebiete in den beiden Kantonen St.Gallen und Thurgau bedienen, untersucht. Die Werte seien beachtlich, schreibt Wilmobil. Von allen befragten Personen würden 44 Prozent den Nachtbus kennen. 42 Prozent nutzen das Angebot sogar regelmässig. (pd.)





Bild: dam.

Eine Studie der Fachhochschule St.Gallen hat ergeben, dass 40 Prozent der Fahrgäste von WilMobil über ein Abonnement verfügen. Dennoch sind 39 Prozent der Passagiere mit Einzelfahrkarten unterwegs.