



Wil-Mobil befragte Kunden

Die Fahrgäste der Wil-Mobil AG, die auch den Hinterthurgau bedient, sind zufrieden mit dem Angebot der Busbetreiberin. Das besagt eine Studie der Fachhochschule St. Gallen.

WIL – Im letzten Frühling beauftragte die Wil-Mobil AG die Fachhochschule St. Gallen mit einer Umfrage zum Image und zur Buswerbewirksamkeit. Gemäss Primärerhebung wird das Image der Wil-Mobil AG als gut eingestuft. Das schreibt die Busbetreiberin in einer Medienmitteilung. Bezüglich Freundlichkeit, Pünktlichkeit und Sauberkeit hätten die befragten Personen die Wil-Mobil positiv beurteilt. Der Komfort dagegen hinkt in der Beurteilung der Fahrgäste etwas hinterher und wurde noch als «gut» taxiert. Die Homepage wird als «gut bis sehr gut» befunden.

Wie Wil-Mobil weiter schreibt, wurde in der Studie auch das Kundenverhalten untersucht. 66 Prozent der befragten Personen benutzen mindestens einmal pro Woche den Bus. Die repräsentative Umfrage zeigt weiter, dass über 40 Prozent der Fahrgäste entweder ein Ostwind-Abonnement oder ein General-Abo besitzen. 18 Prozent der Passagiere kaufen sich regelmässig eine Mehrfahrtenkarte. Laut Wil-Mobil überraschend ist hingegen der mit 39 Prozent markan-

te Anteil der Einzelbillette. 18 Prozent der befragten Personen gaben an, bei besseren Anschlüssen auf den öffentlichen Verkehr umzusteigen; 17 Prozent würden dies bei höheren Benzpreisen tun, 13 Prozent wenn der Arbeitgeber das Ticket bezahlt, 8 Prozent bei Nähe zur Haltestelle, 7 Prozent wenn die 0,0-Promille-Grenze für Alkohol um Steuer eingeführt würde und 5 Prozent bei höheren Parkgebühren.

Nachtbus: Angebot bekannt

Die Bekanntheit des Nachtbusses, der die beiden Kantone St. Gallen und Thurgau bedient, hat laut Studie einen beachtlichen Grad erreicht. Von den befragten Personen kennen 44 Prozent den Nachtbus. 42 Prozent nutzen das Angebot regelmässig.

Die Buswerbung besitzt im Vergleich zu anderen Werbearten wie TV-, Zeitung-, Plakat-, Internet- und Radiowerbung einen sehr geringen Störfaktor. Lediglich 6 Prozent finden Buswerbung störend. Zugleich besitzt diese Werbeform aber mit 83 Prozent eine sehr hohe Beachtung. Mit 85 Prozent liegt nur noch die Plakatwerbung höher, schreiben die Verfasser der Studie. Ausserdem attestiert die Studie der Buswerbung hohe Nachhaltigkeit: 45 Prozent der befragten Personen konnten sich spontan an eine Buswerbung erinnern. (tz.)

