



**Steirischer Verkehrsverbund**  
**Repräsentativuntersuchung zur Bewertung der**  
**„Verbund Linie“**

Mai 2024

---

# Inhaltverzeichnis

	Seite
<b>DATEN ZUR UNTERSUCHUNG</b>	<b>3-4</b>
<b>STRUKTUR DER STICHPROBE</b>	<b>5</b>
<b>HAUPTERGEBNISSE (in Prozent und im Vergleich zu 2022)</b>	
<b>1. Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel</b>	<b>7-13</b>
<b>2. Informationsniveau / Fahrplaninformation</b>	<b>14-22</b>
<b>3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer</b>	
3.1 Allgemeine Kund*innenzufriedenheit	23-26
3.2 Weiterempfehlung	27-30
3.3 Image der Verbund Linie	31-40
3.4 Handlungsrelevanz – Matrix	41-57
<b>ZUSAMMENFASSUNG</b>	<b>58-67</b>

# Daten zur Untersuchung

## THEMA / ZIELSETZUNG:

- Image der VERBUND LINIE / Qualitätsbarometer
- Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel
- Genutzte und gewünschte Medien zur Fahrplaninformation
- Weiterempfehlungsabsicht

## METHODE:

Onlinebefragung durch Talk Online Panel, Wien

## STICHPROBENAUSWAHL:

Quotenstichprobe nach Geschlecht, Alter und Befragungsgebiet (vom Verkehrsverbund definiert), repräsentativ für die steirische Bevölkerung ab 16 Jahren

# Daten zur Untersuchung

**ERREICHTE INTERVIEWS:**

1146

**BEFRAGUNGSZEITRAUM:**

1. – 26. März 2024

**BEFRAGUNGSGEBIET:**

Steiermark, und zwar:

- Obersteiermark
- Großraum Graz
  - Korridor 1 (Nord: Bruck an der Mur, Graz-Umgebung)
  - Korridor 2 (Ost: Weiz, Hartberg, Feldbach, Fürstenfeld)
  - Korridor 3 (Süd: Leibnitz, Radkersburg)
  - Korridor 4 (West: Voitsberg / Deutschlandsberg)
  - Stadt Graz

**DURCHFÜHRENDE INSTITUTE:**

OMK, FH-Prof. Dr. Astrid Oberzaucher  
Talk Online Panel

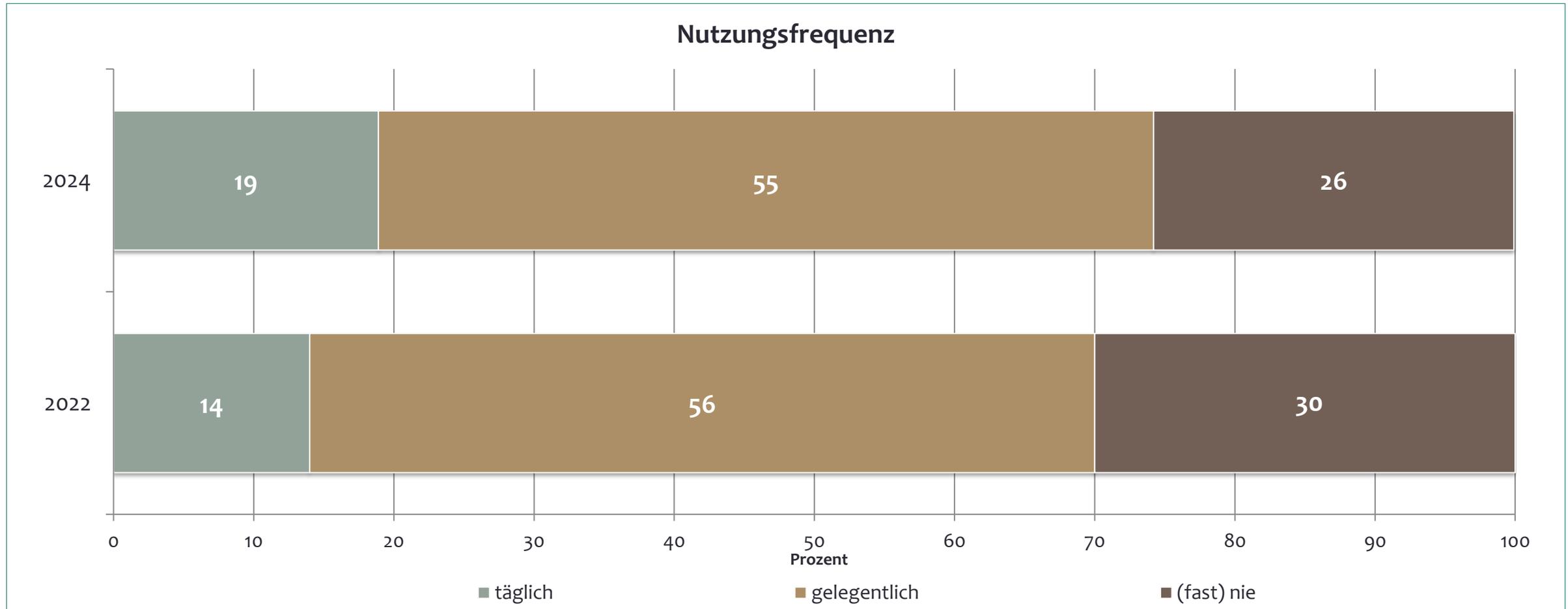
# Struktur der Stichprobe

TOTAL	1146 %	Steir. Bevölkerung %	Abweichung %	TOTAL	1146 %	Steir. Bevölkerung %	Abweichung %
<b>GESCHLECHT</b>				<b>GEBIET</b>			
männlich	48	49	-1	Obersteiermark	19	26	-7
weiblich	52	51	+1	bis 5.000 Einwohner	11		
				über 5.000 Einwohner	8		
<b>ALTER</b>				Großraum Graz	81		
16 bis 29 Jahre	18	18	-	Korridor Nord	5	5	-
30 bis 39 Jahre	17	16	+1	Korridor Ost	21	24	-3
40 bis 49 Jahre	17	15	+2	Korridor Süd	7	9	-2
50 bis 59 Jahre	18	18	-	Korridor West	17	12	+5
60 und älter	30	33	-3	Stadt Graz	31	24	+7
<b>BERUF</b>				<b>PKW ZUR VERFÜGUNG</b>			
ja	63			immer	76		
nein	37			gelegentlich/nie	24		
<b>SCHULBILDUNG</b>							
Pflicht-, Handels-, Berufsschule	53						
Matura	29						
Akademische Ausbildung	18						

## HAUPTERGEBNISSE (IN PROZENT)

# 1. Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel 2024 im Vergleich sehr hoher Anteil an täglichen Nutzer\*innen

(Basis: Total)



# 1. Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel – Soziodemografie

Tendenziell nutzen eher jüngere Personen bis 39 Jahre den öffentlichen Verkehr

	täglich %		(fast) nie %		nie innerhalb der letzten 12 Monate %	
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>(14)</b>	<b>26</b>	<b>(30)</b>	<b>12</b>	<b>(14)</b>
<b>Geschlecht</b>						
männlich	17	(14)	26	(30)	12	(14)
weiblich	21	(14)	25	(30)	13	(15)
<b>Alter</b>						
16-29 Jahre	<b>42</b>	(28)	22	(29)	7	(11)
30-39 Jahre	<b>24</b>	(13)	34	(42)	16	(19)
40-49 Jahre	12	(13)	28	(37)	11	(14)
50-59 Jahre	15	(14)	<b>28</b>	(25)	14	(15)
60 Jahre und älter	9	(8)	21	(24)	12	(14)
<b>Beruf</b>						
ja	<b>23</b>	(17)	27	(34)	11	(15)
nein	12	(10)	24	(23)	15	(14)

Werte in ( ) sind die Werte von 2022

# 1. Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel – Soziodemografie

Ein Viertel der überzeugten Kund\*innen sind tägliche Nutzer\*innen, 14% der Enttäuschten

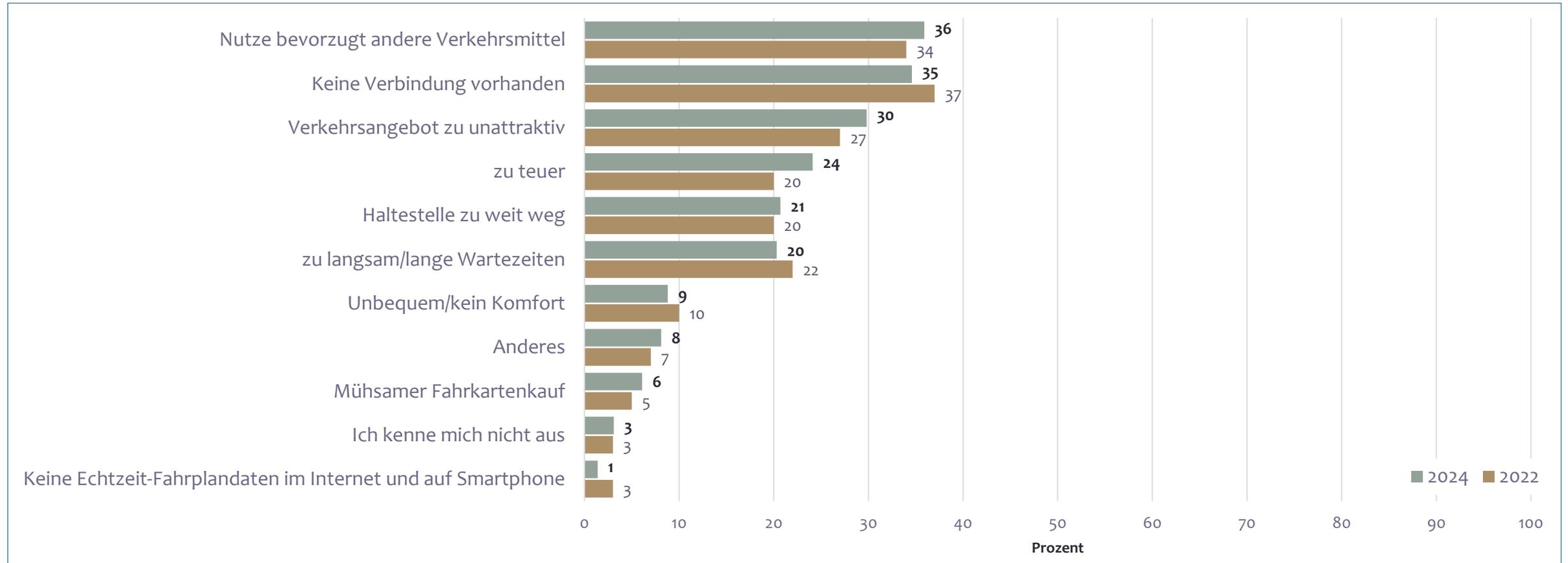
	täglich %		(fast) nie %		nie innerhalb der letzten 12 Monate %	
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>(14)</b>	<b>26</b>	<b>(30)</b>	<b>12</b>	<b>(14)</b>
<b>Gebiet</b>						
Großraum Graz	22	(16)	24	(28)	12	(18)
Korridor Nord	14	(12)	21	(30)	10	(14)
Korridor Ost	14	(8)	40	(39)	20	(23)
Korridor Süd	12	(7)	26	(38)	16	(13)
Korridor West	12	(9)	30	(29)	14	(17)
Graz	35	(27)	10	(16)	5	(6)
Obersteiermark	8	(7)	33	(38)	15	(18)
bis 5.000 Einwohner*innen	9	(6)	42	(45)	21	(21)
über 5.000 Einwohner*innen	7	(7)	21	(31)	6	(14)
<b>PKW zur Verfügung</b>						
ja	10	(12)	31	(32)	14	(15)
nein	47	(36)	8	(7)	6	(6)
<b>Kund*innenzufriedenheit</b>						
überzeugte Kund*innen	25	(19)	11	(18)	4	(7)
zufriedengestellte Kund*innen	17	(12)	28	(32)	14	(16)
enttäuschte Kund*innen	14	(12)	46	(46)	21	(23)

Werte in ( ) sind die Werte von 2022

# 1. Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel

Die Top 3 Gründe für Nicht-Nutzung liegen wieder in der Nutzung anderer Verkehrsmittel, dem Fehlen einer passenden Verbindung sowie zu unattraktiv; zu teuer um 4% Punkte gestiegen!

(Basis: nutze (fast) nie öffentliche Verkehrsmittel)

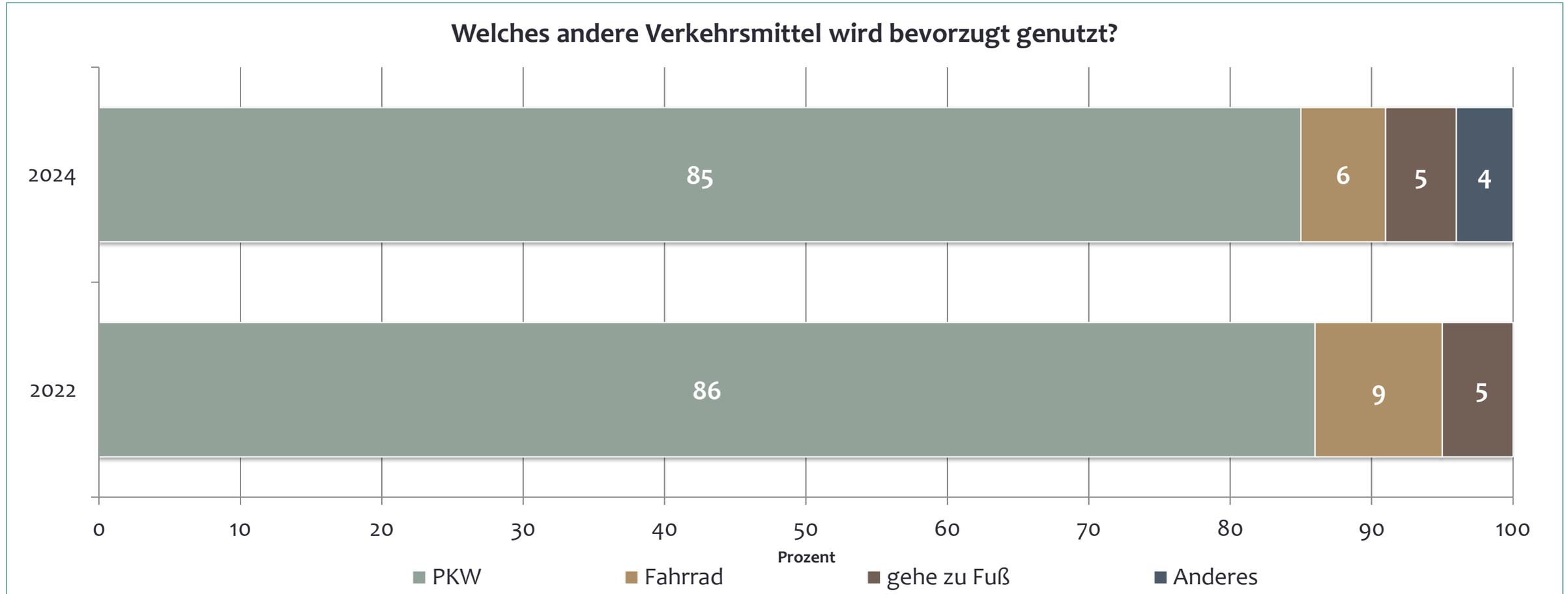


**Andere Gründe:** kein Bedarf 0,9%, körperliche Behinderung, am Land schwierig je 0,3%, Belästigungen, wegen Arbeitszeit nicht möglich je 0,2%, sonstige Einzelnennungen: fahre nicht oft in die Stadt, keine Kindersitze

# 1. Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel

## Statt öffentlichem Verkehr wird PKW genutzt

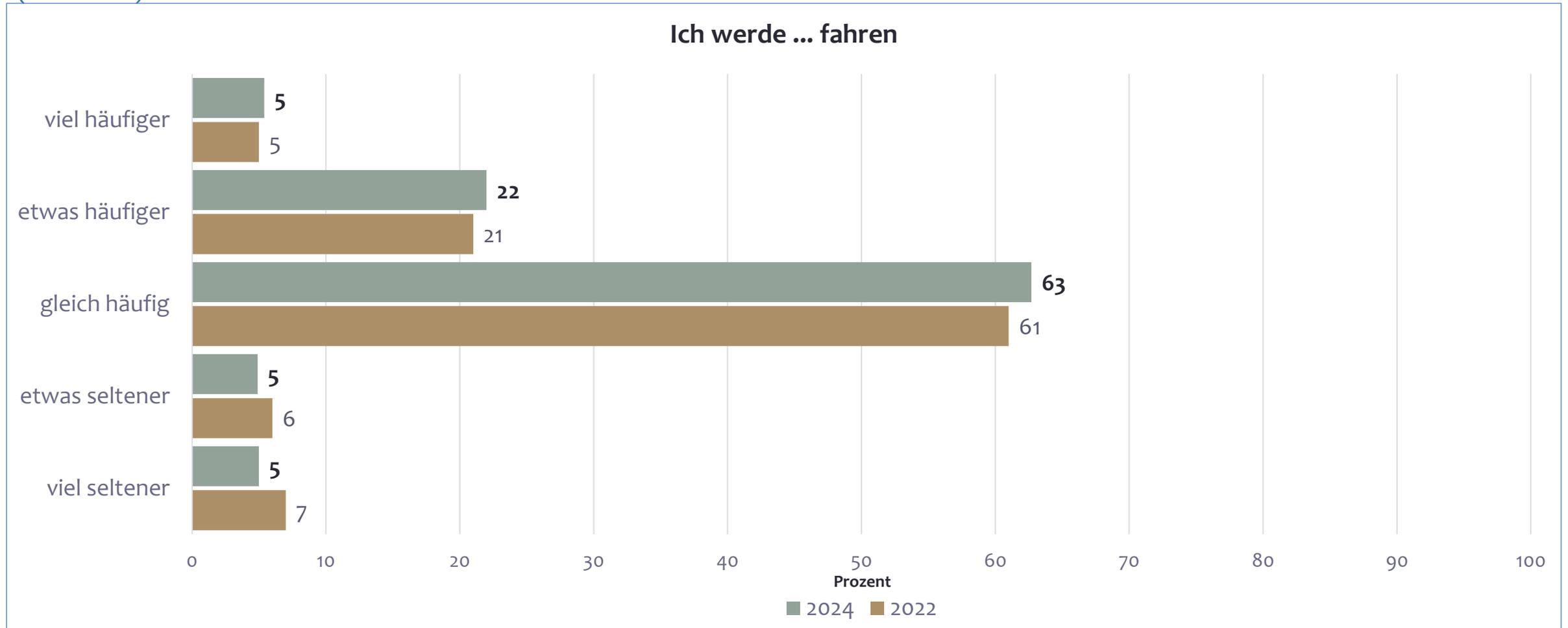
(Basis: nutze bevorzugt andere Verkehrsmittel unter den Top3 Beweggründen)



# 1. Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel

Leichte Tendenz zur geplanten etwas häufigeren Nutzung des öffentlichen Verkehrs im kommenden Jahr

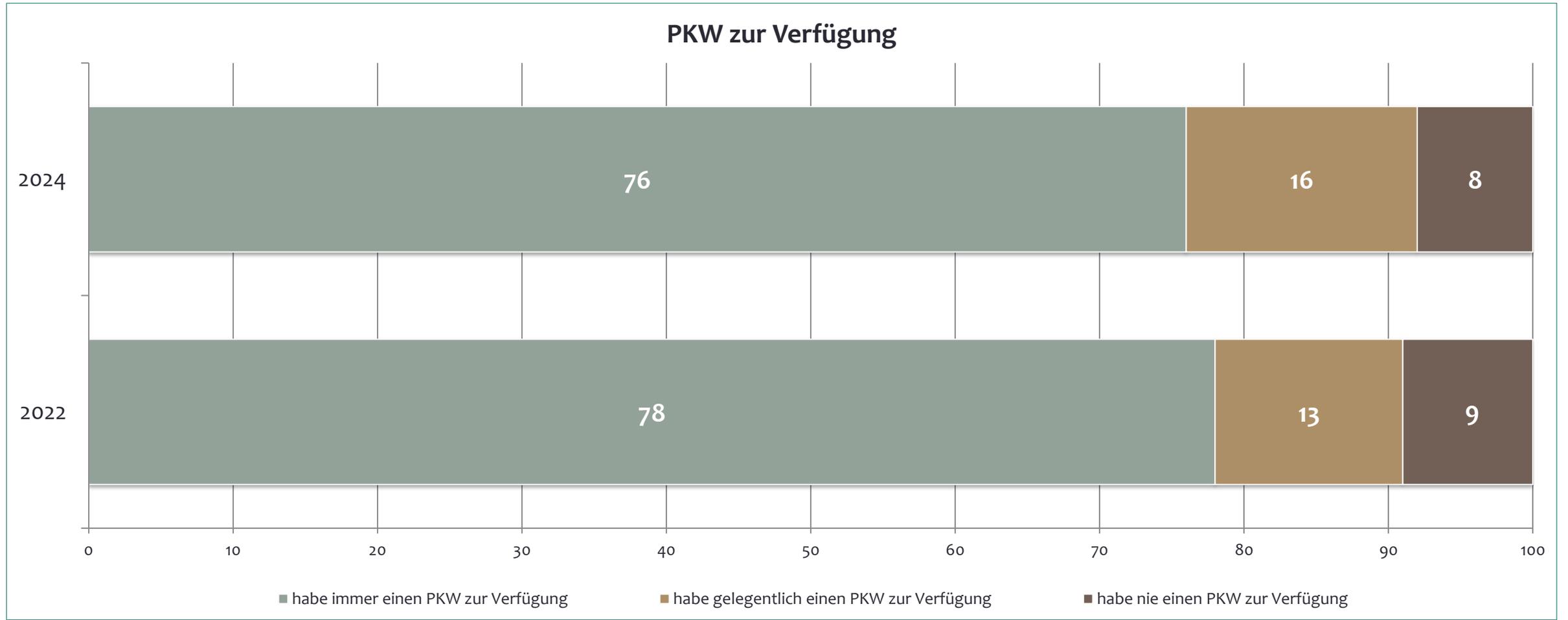
(Basis: Total)



# 1. Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel

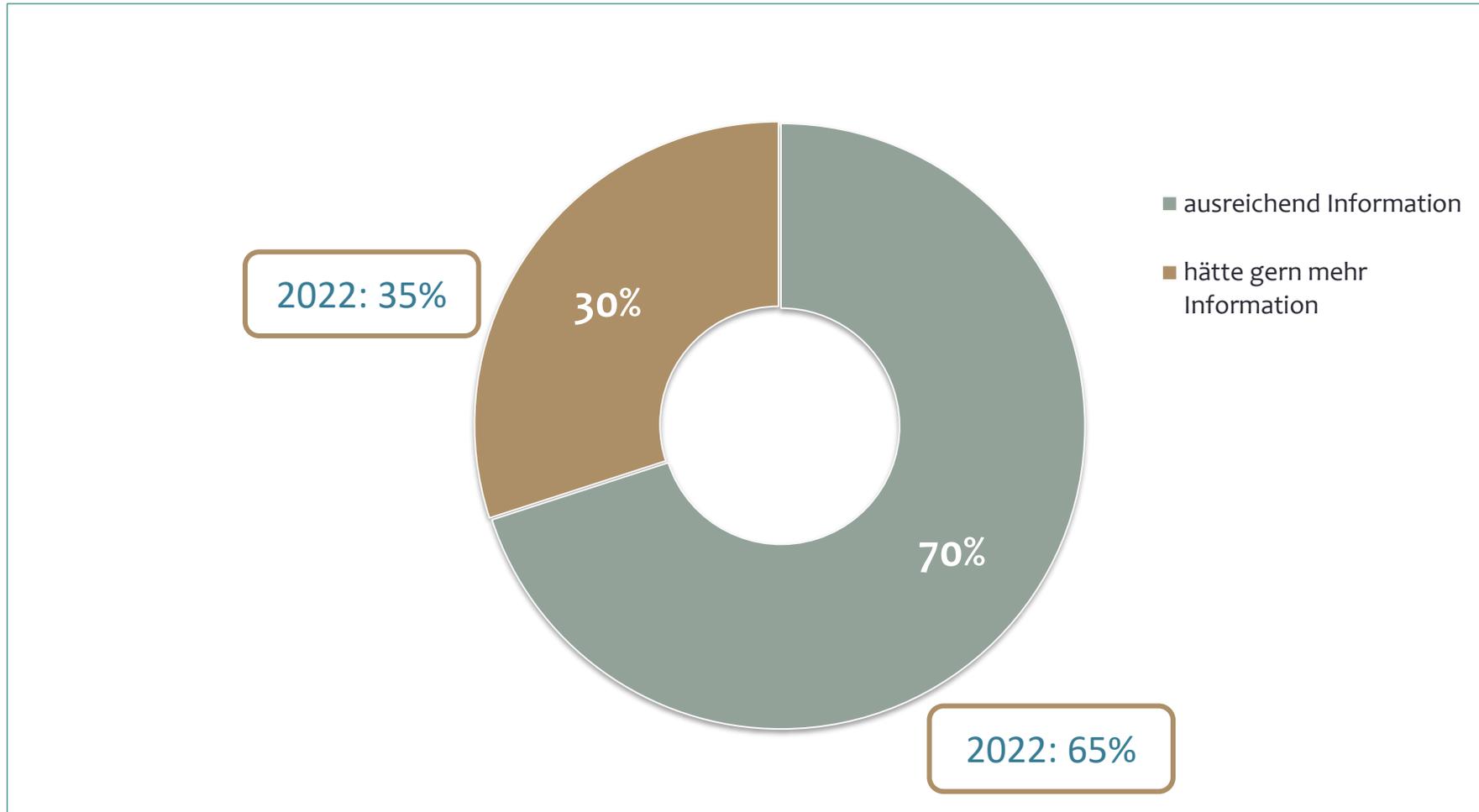
## Ständige PKW Nutzung tendenziell leicht abnehmend

(Basis: Total)



## 2. Informationsniveau / Informationskanäle

70% fühlen sich über Verbund-Linie ausreichend informiert, etwas besser als 2022

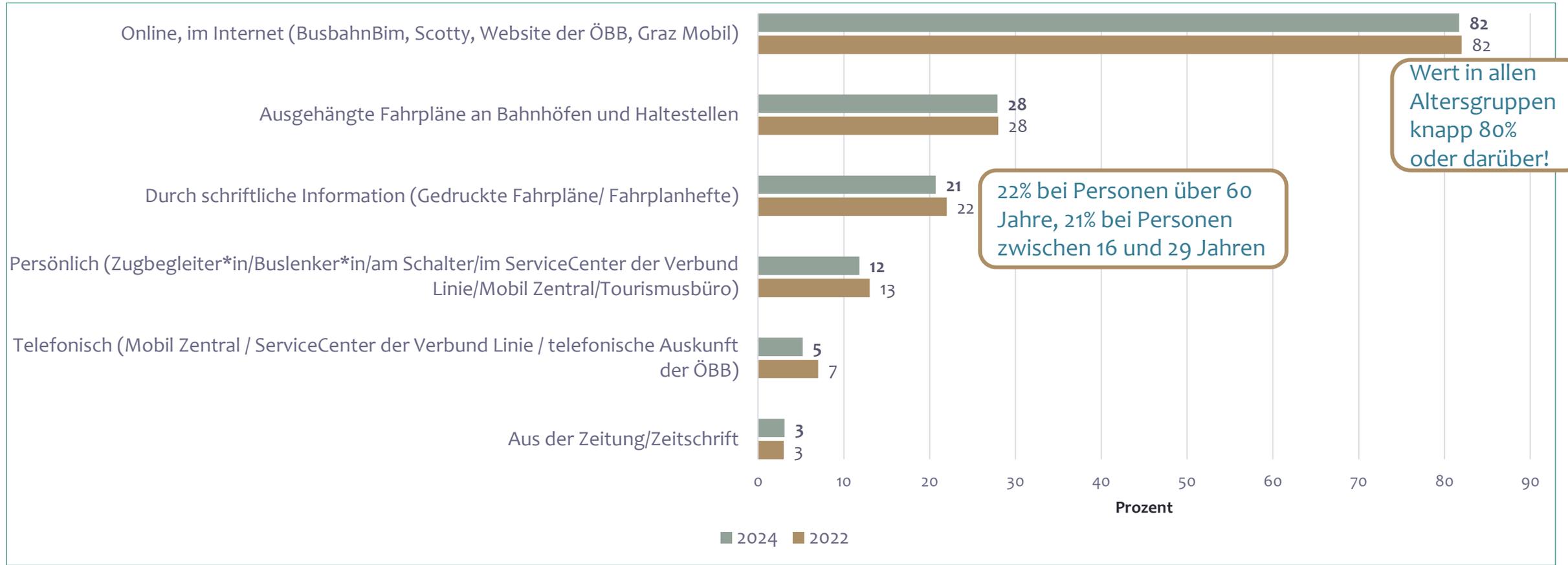


(Basis: Total)

## 2. Informationsniveau / Informationskanäle

Hauptsächlich genutzte Fahrplaninformation mit über 80% nach wie vor online, schriftliche Information nach wie vor über 20%

(Basis: jene Befragten, die sich informieren; Mehrfachnennungen möglich)

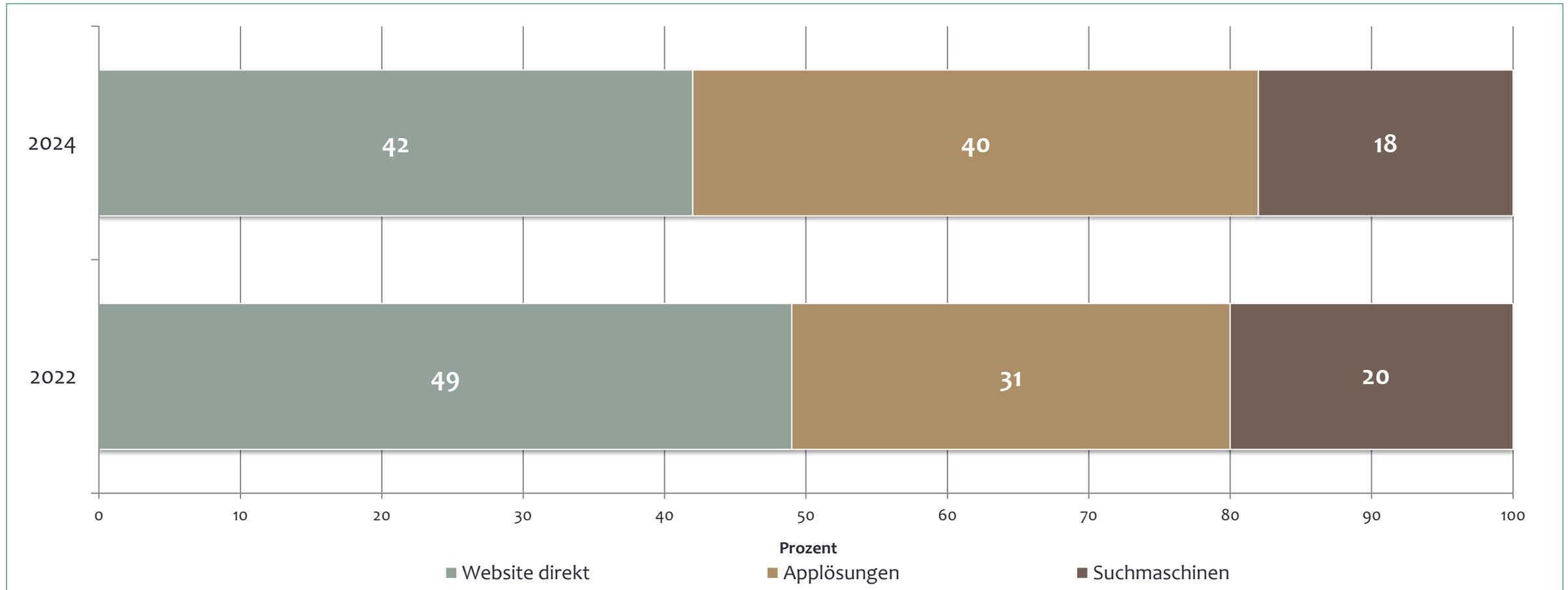


(7% der Befragten informieren sich nie über Fahrpläne, 2022 waren dies 8%)

## 2. Informationsniveau / Informationskanäle

### Online genutzte Fahrplaninformation: Information über Applösungen zunehmend

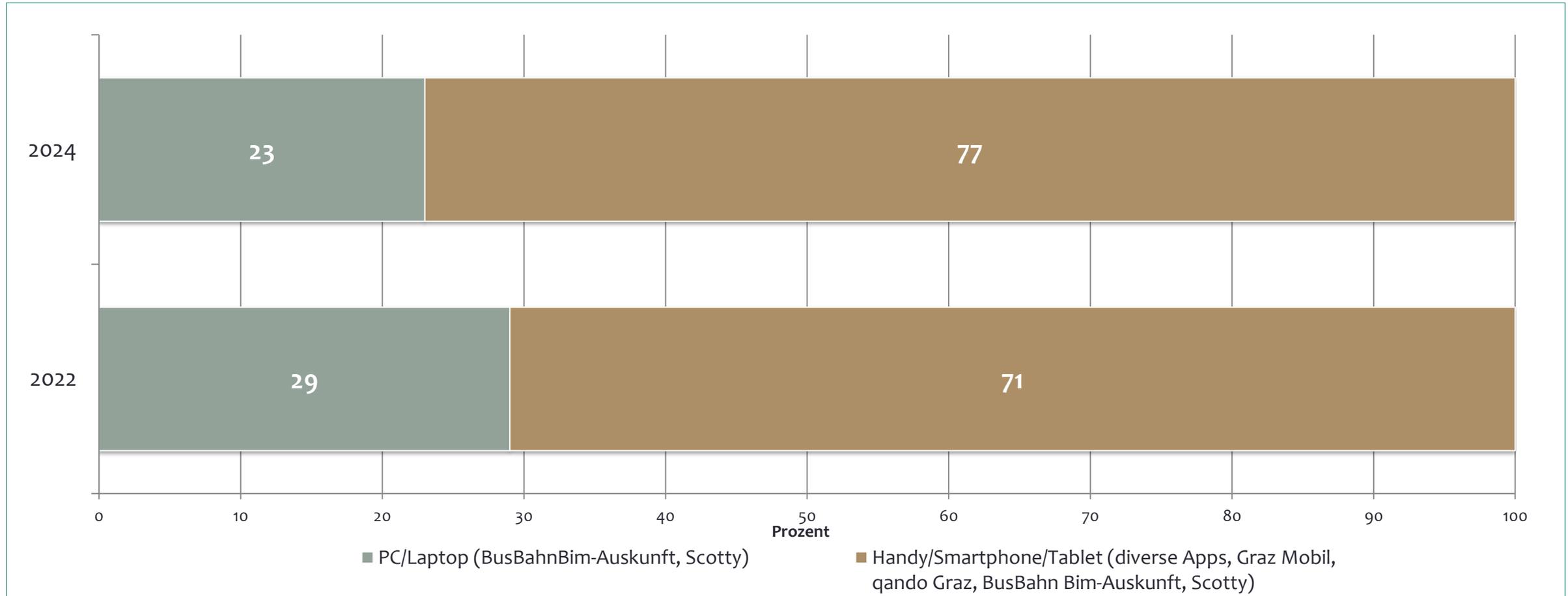
(Basis: jene Befragten, die sich online informieren)



## 2. Informationsniveau / Informationskanäle

### Bevorzugt genutztes Endgerät zunehmend Smartphone

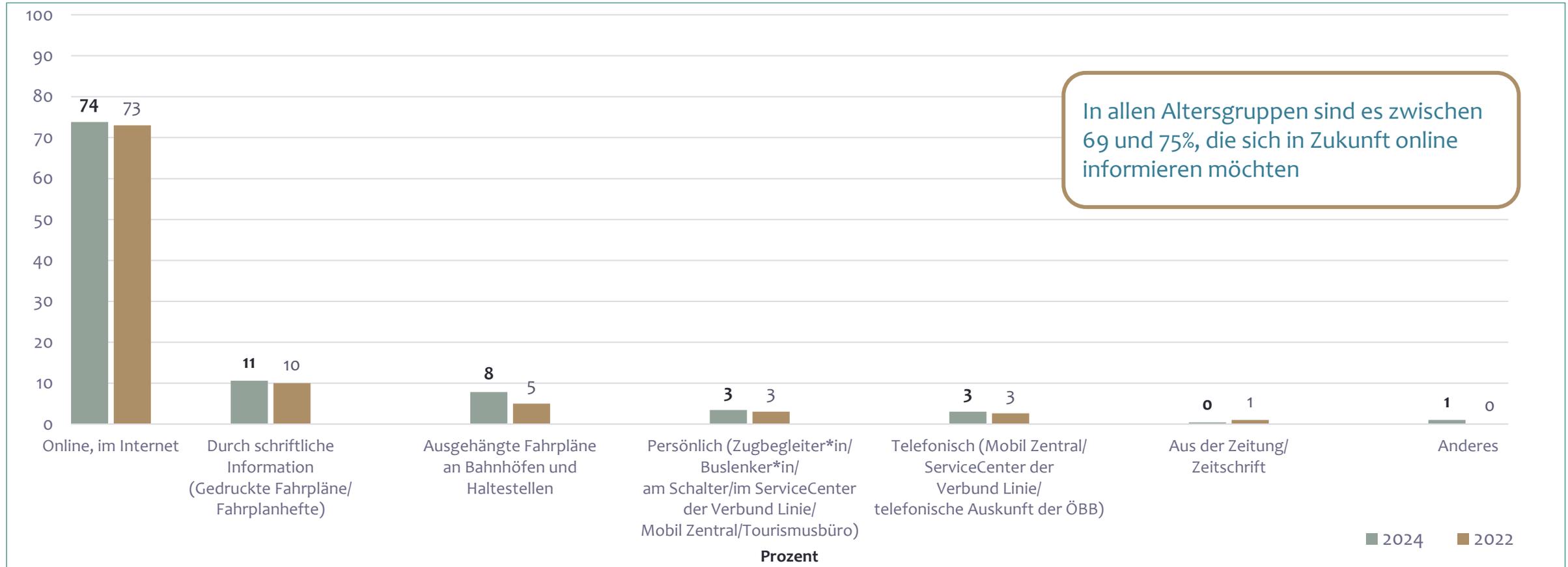
(Basis: jene Befragten, die sich online informieren)



## 2. Informationsniveau / Informationskanäle

# Zukünftig gewünschte bevorzugte Fahrplaninformation wenig überraschend nach wie vor online

(Basis: jene Befragten, die sich informieren; eine Nennung möglich)

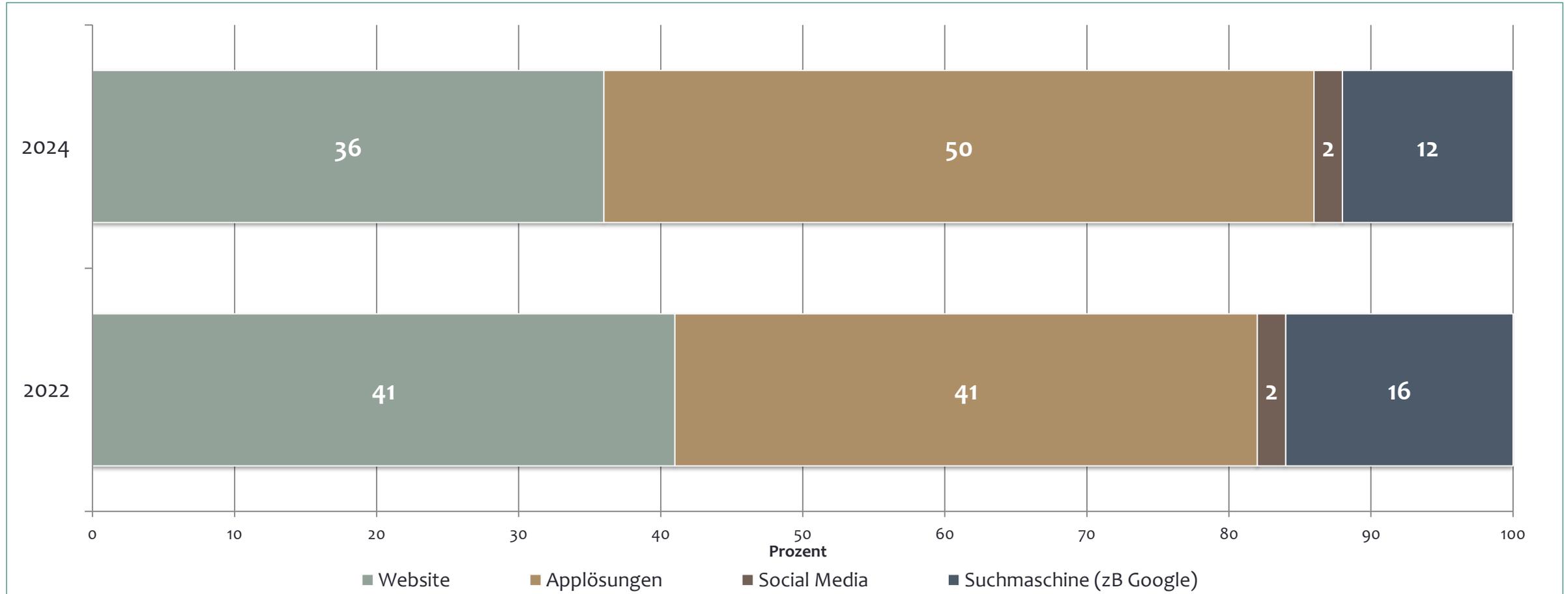


(6% der Befragten werden sich auch in Zukunft nicht über Fahrpläne informieren, 2022 waren dies 5%)

## 2. Informationsniveau / Informationskanäle

### Zukünftige online Fahrplaninformation: Applösungen weiter im Vormarsch

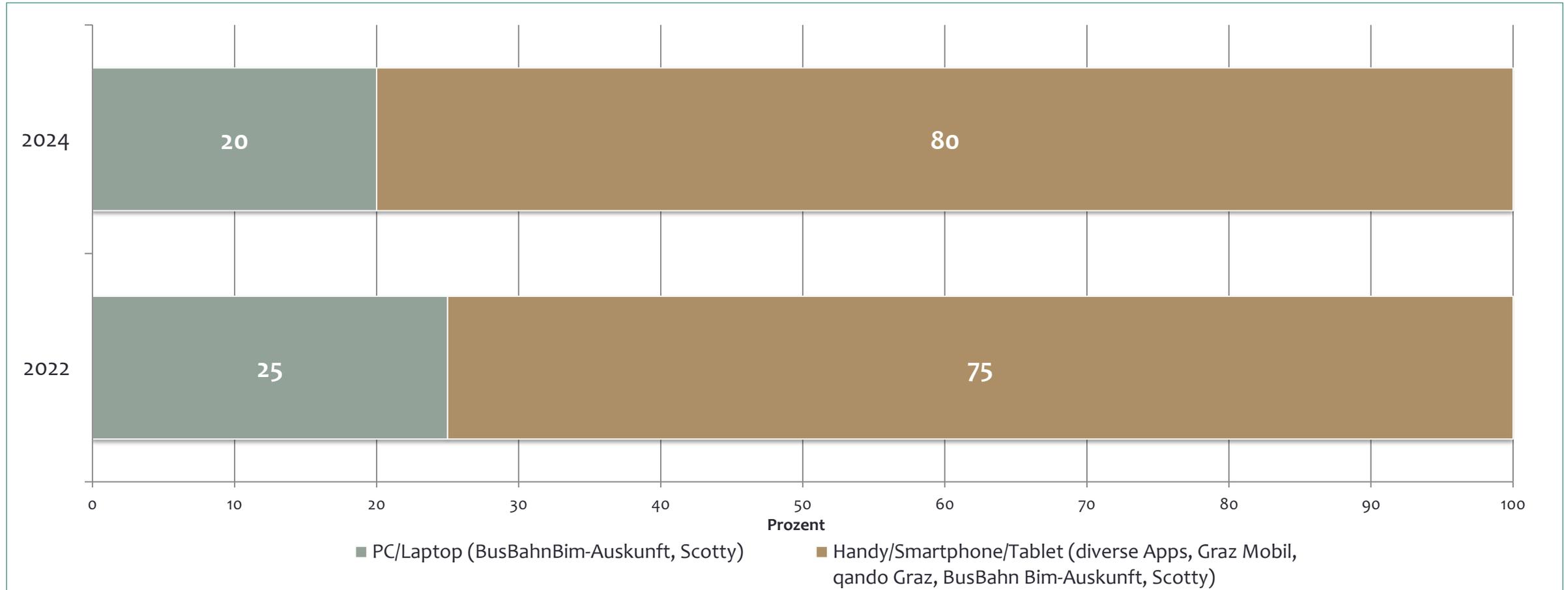
(Basis: jene Befragten, die sich online informieren)



## 2. Informationsniveau / Informationskanäle

### Zukünftig bevorzugt genutztes Endgerät: Smartphonenuutzung weiter zunehmend

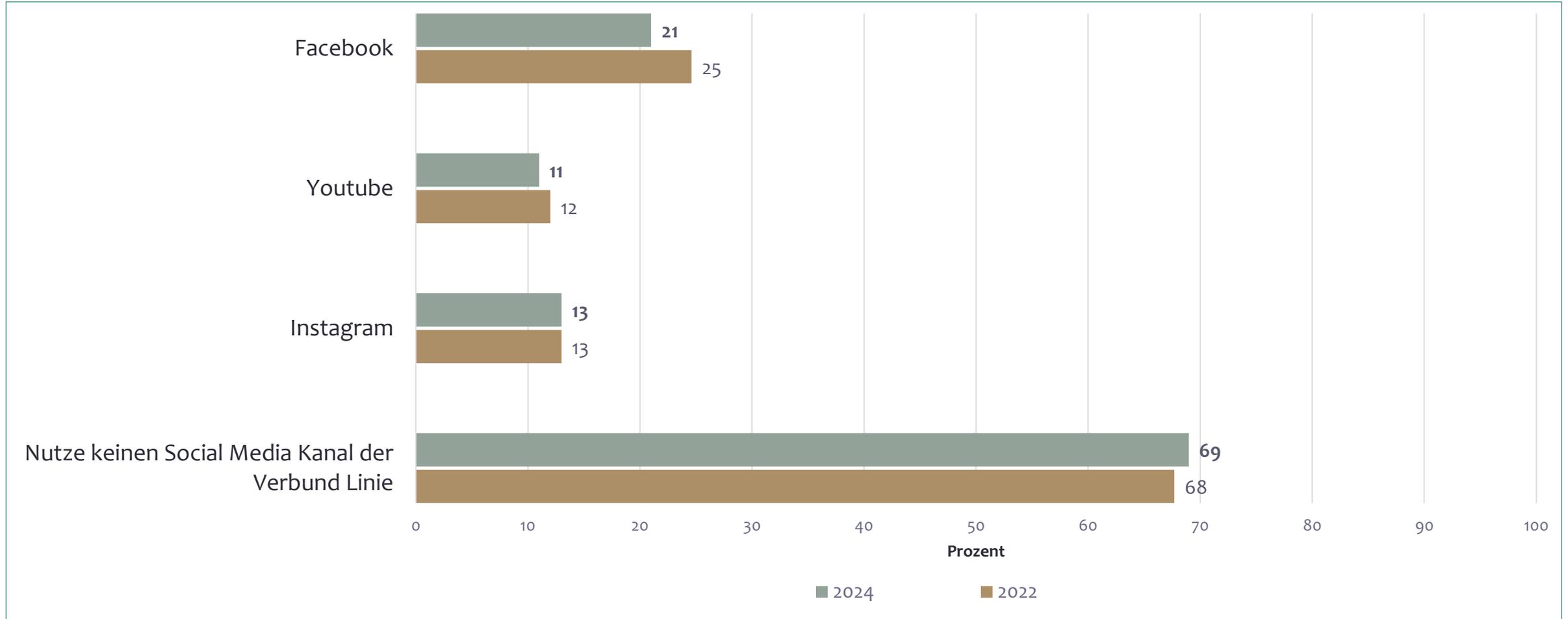
(Basis: jene Befragten, die sich online informieren)



## 2. Informationsniveau / Fahrplaninformation

### Nutzung eines Social Media Kanals der Verbund Linie ähnlich wie 2022

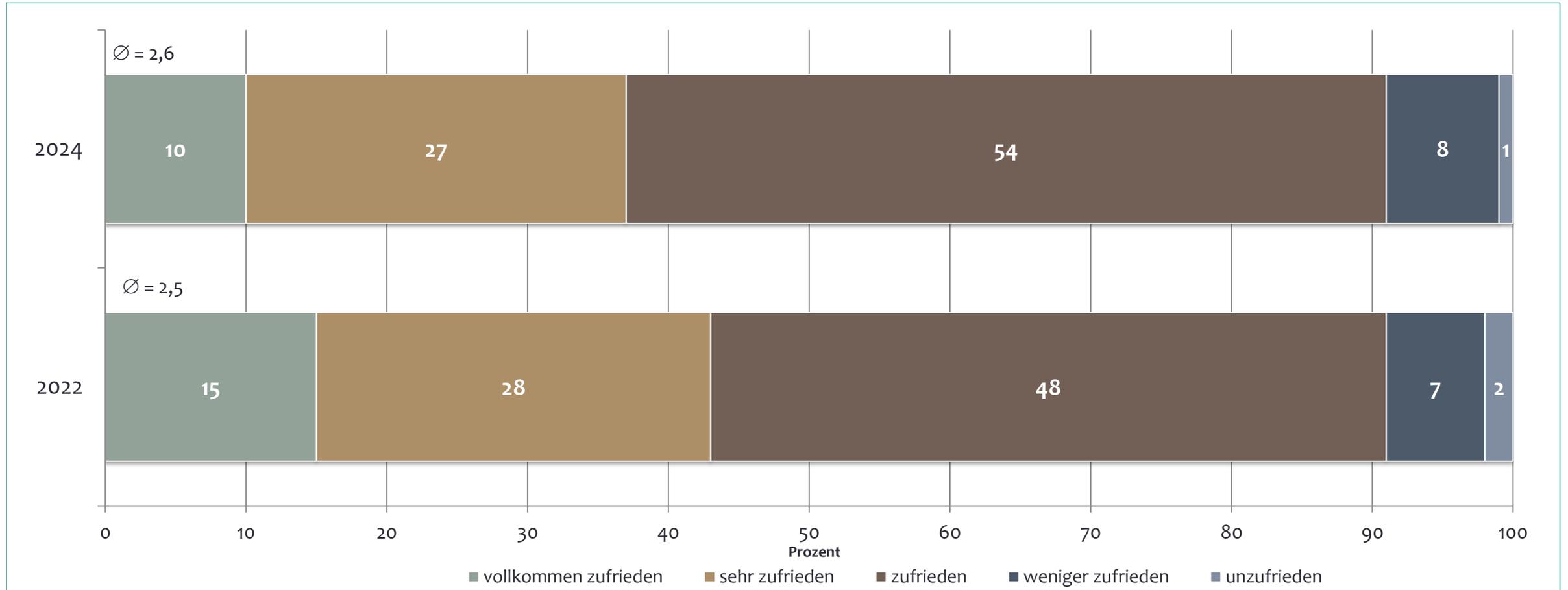
(Basis: alle Befragten)



## 2. Informationsniveau / Fahrplaninformation

# Nutzung eines Social Media Kanals der Verbund Linie: Nutzer\*innen zeigen leicht abnehmende Zufriedenheit

(Basis: jene Befragten, die Social Media Kanäle der Verbund Linie nutzen)

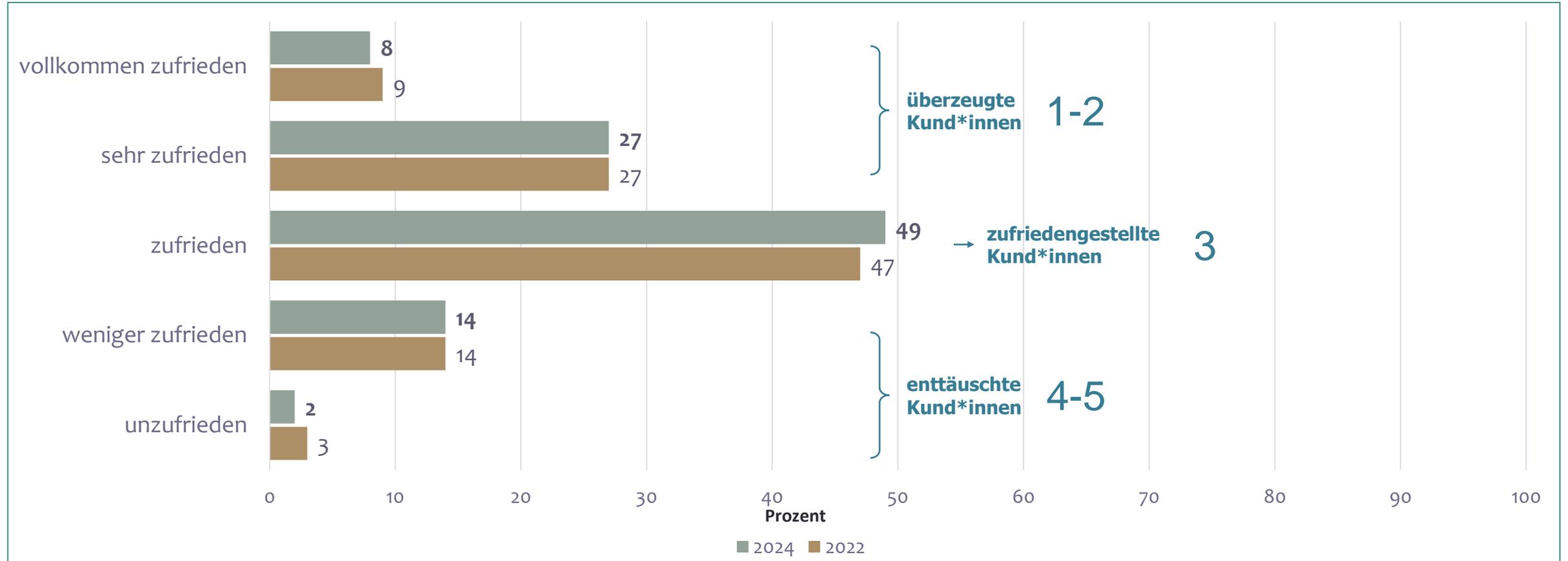


### 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

#### 3.1. Allgemeine Kund\*innenzufriedenheit – Vergleich 2024 / 2022

##### Sehr ähnliches Bild

Vergleich 2022 mit 2024 (Basis: Nutzer\*innen in den letzten 12 Monaten)

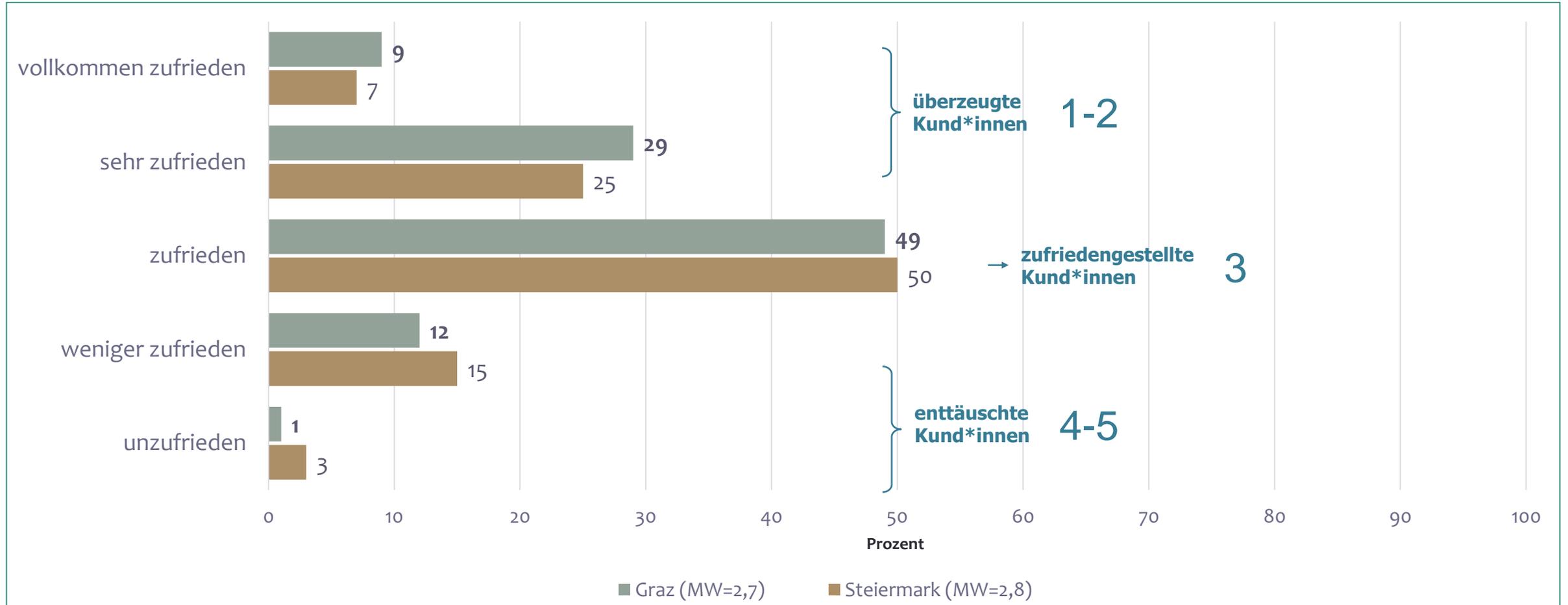


Durchschnittliche Kundenzufriedenheit 2024: 2,8 = zufrieden (tägl. Nutzer: 2,6)  
2022: 2,8 = zufrieden (tägl. Nutzer: 2,7)

### 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

#### 3.1. Allgemeine Kund\*innenzufriedenheit Vergleich Graz vs. Stmk total In der Steiermark etwas geringere Zufriedenheit

Graz vs. Steiermark 2024 (Basis: Nutzer\*innen in den letzten 12 Monaten)



### 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

#### 3.1. Allgemeine Kund\*innenzufriedenheit – Soziodemografie

#### Weniger überzeugte Kund\*innen in der Altersgruppe 30 bis 39

	überzeugte Kund*innen %		zufriedengestellte Kund*innen %		enttäuschte Kund*innen %	
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>(33)</b>	<b>50</b>	<b>(47)</b>	<b>19</b>	<b>(20)</b>
<b>Geschlecht</b>						
männlich	32	(36)	51	(45)	17	(20)
weiblich	31	(31)	50	(50)	19	(19)
<b>Alter</b>						
16-29 Jahre	34	(33)	47	(51)	<b>19</b>	(16)
30-39 Jahre	<b>25</b>	(39)	53	(42)	<b>22</b>	(19)
40-49 Jahre	29	(29)	55	(46)	<b>16</b>	(25)
50-59 Jahre	31	(34)	47	(46)	22	(20)
60 Jahre und älter	34	(32)	51	(49)	15	(19)
<b>Beruf</b>						
ja	30	(33)	51	(46)	19	(21)
nein	33	(34)	50	(49)	17	(17)

Werte in ( ) sind die Werte von 2022

### 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

#### 3.1. Allgemeine Kund\*innenzufriedenheit – Soziodemografie

#### Kleine Gemeinden Obersteiermark: Enttäuschung groß, wenig Enttäuschte im Korridor Süd

	überzeugte Kund*innen		zufriedengestellte Kund*innen		enttäuschte Kund*innen	
		%		%		%
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>(33)</b>	<b>50</b>	<b>(47)</b>	<b>19</b>	<b>(20)</b>
<b>Gebiet</b>						
Großraum Graz	33	(35)	50	(46)	17	(19)
Korridor Nord	32	(30)	52	(34)	<b>16</b>	(36)
Korridor Ost	31	(31)	47	(48)	<b>22</b>	(21)
Korridor Süd	<b>30</b>	(40)	60	(35)	<b>10</b>	(25)
Korridor West	29	(34)	51	(52)	<b>20</b>	(14)
Graz	<b>37</b>	(38)	50	(48)	13	(14)
Obersteiermark	25	(27)	50	(51)	<b>25</b>	(21)
bis 5.000 Einwohner*innen	15	(19)	52	(56)	<b>33</b>	(25)
über 5.000 Einwohner*innen	<b>39</b>	(36)	48	(46)	13	(18)
<b>Nutzung öffentl. Verkehrsmittel</b>						
täglich	42	(44)	45	(40)	13	(16)
gelegentlich	36	(38)	51	(47)	13	(15)
(fast) nie	13	(20)	54	(50)	33	(30)

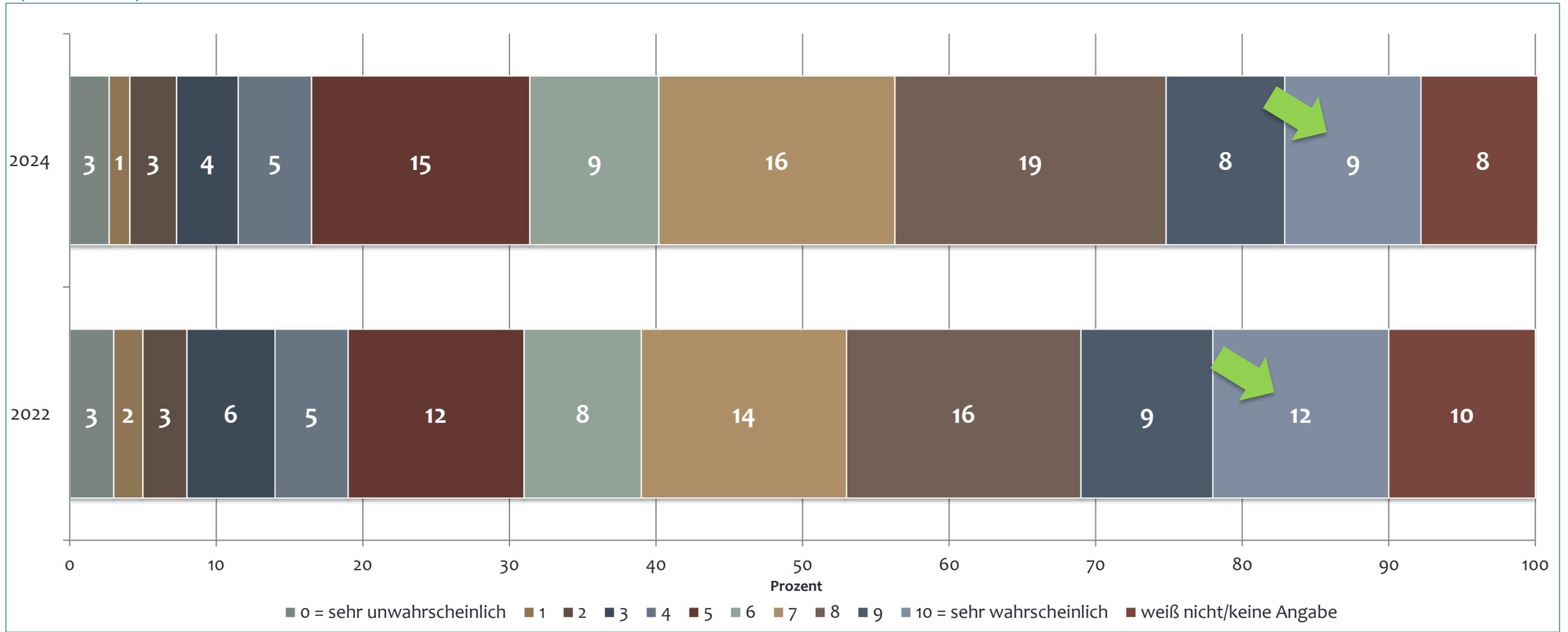
Werte in ( ) sind die Werte von 2022

### 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

#### 3.2. Weiterempfehlungsabsicht

#### Uneingeschränkte Weiterempfehlung gesunken

(Basis: Total)

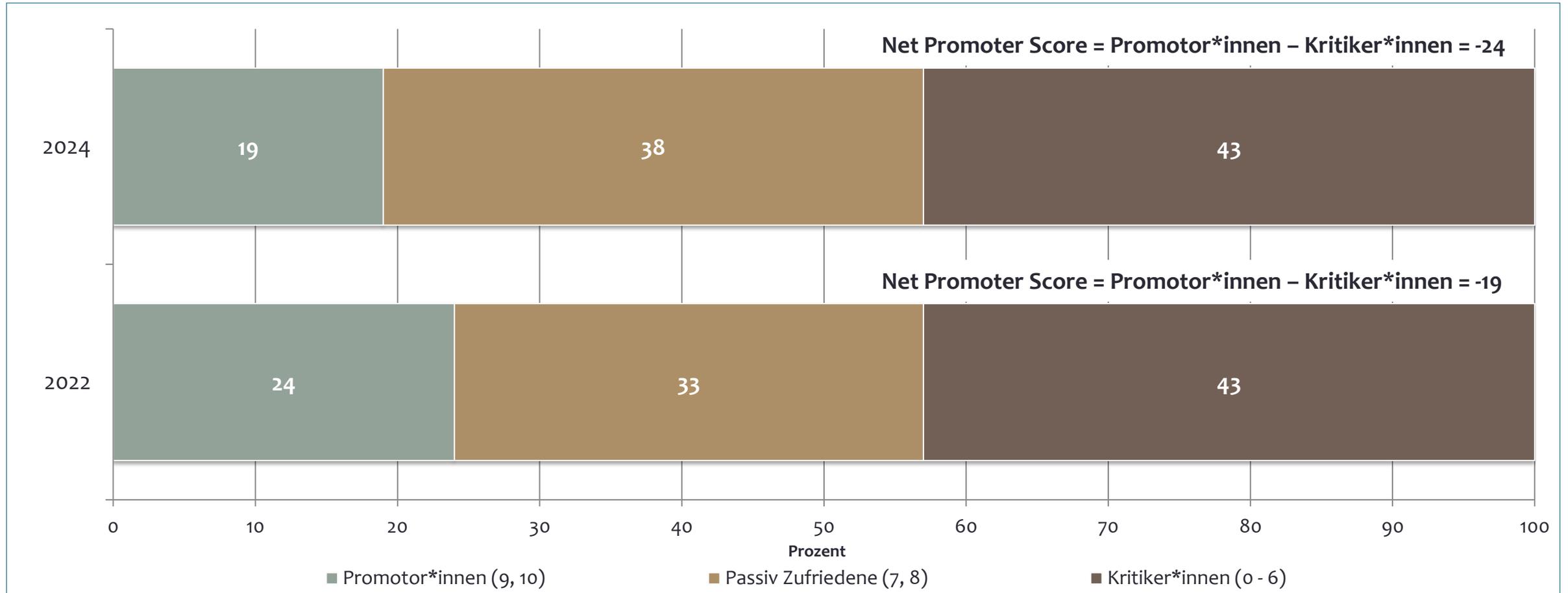


### 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

#### 3.2. Weiterempfehlungsabsicht

NPS um 5 Punkte gesunken; weniger Promotor\*innen!

(Basis: Total exkl. weiß nicht-Werte)

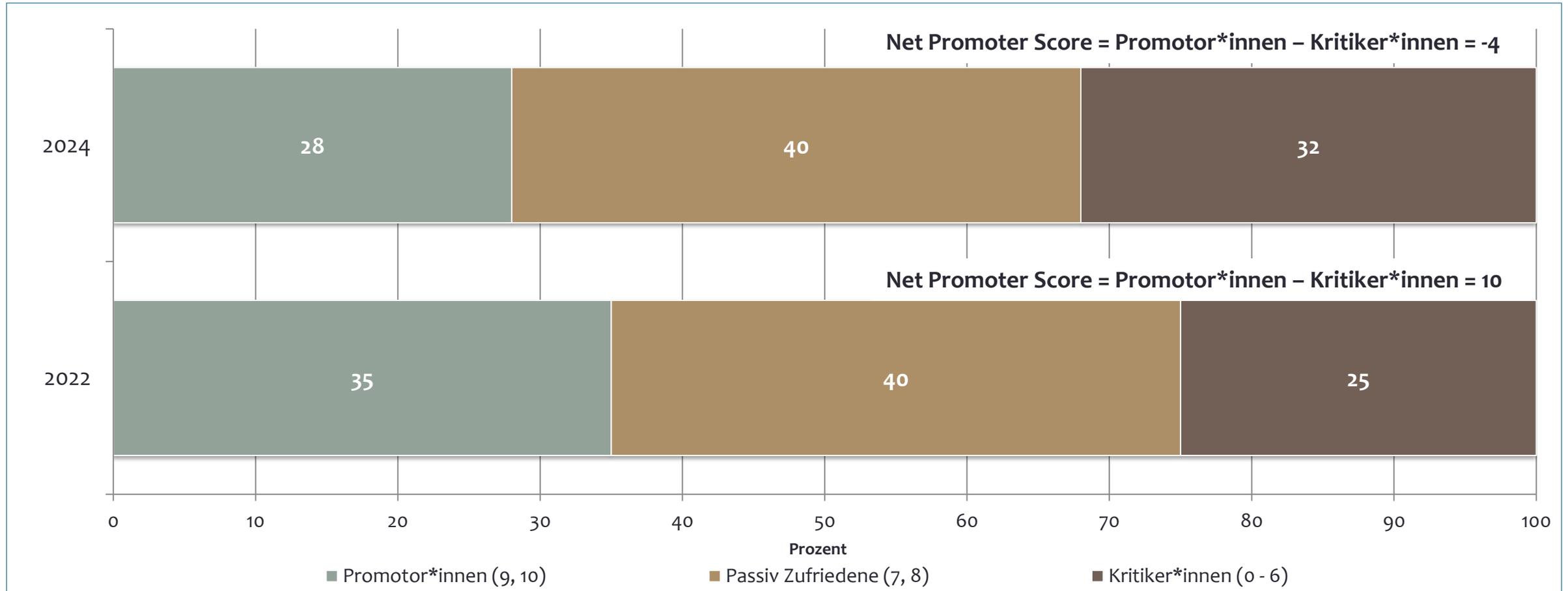


### 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

#### 3.2. Weiterempfehlungsabsicht

Tägliche Nutzer\*innen 2024 negativer NPS, mehr Kritiker\*innen, weniger Promotor\*innen

(Basis: tägliche Nutzer\*innen, exkl. weiß nicht-Werte)

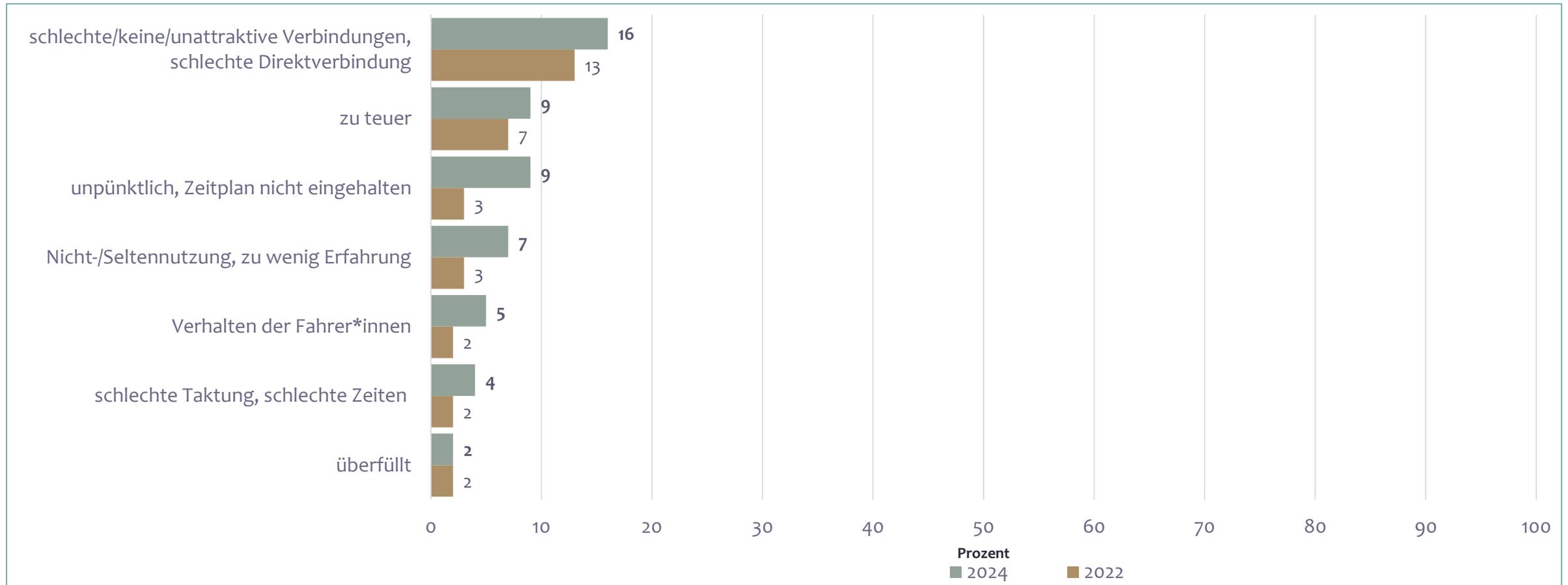


### 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

#### 3.2. Weiterempfehlung

#### Unattraktive Verbindungen Hauptkritikgrund, aber auch zu teuer

(Basis: Kritiker\*innen von 0-6, Hauptargumente ab 10 Nennungen; Liste mit Aussagen im O-Ton liegt vor)



### 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

#### 3.3. Image der Verbund Linie Durchschnitte

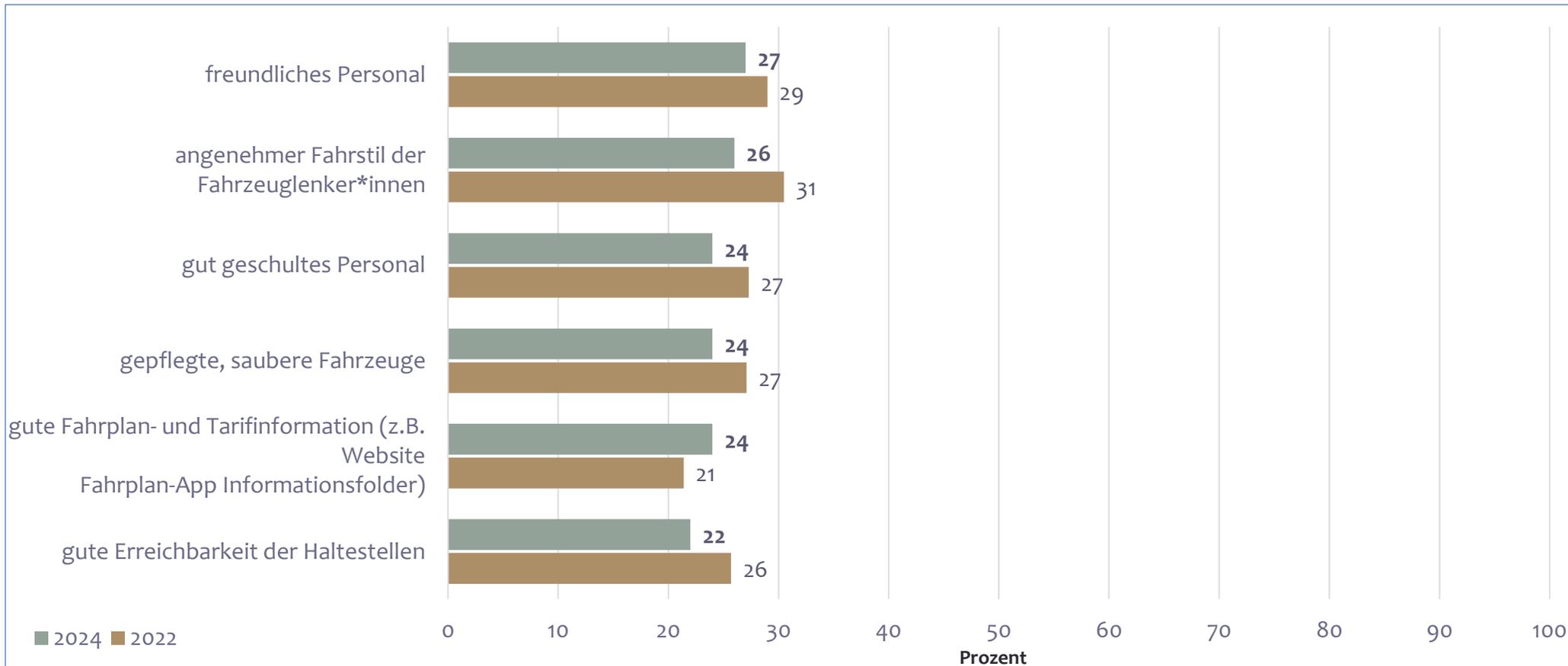
#### Tendenziell Abnahme der vollen Zufriedenheit, besonders bei Fahrstil

2024 versus 2022

„Eigenschaft trifft voll zu“ (Basis: Total exkl. weiß nicht-Werte)

unterstrichen = tendenziell besser als 2022  
kursiv/rot = tendenziell schlechter als 2022

DW 2024 / 2022  
(auf einer 5-stufigen  
Skala, 1=trifft voll zu):



2,2 / 2,1

2,2 / 2,1

2,2 / 2,1

2,2 / 2,1

2,3 / 2,3

2,3 / 2,2

### 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

#### 3.3. Image der Verbund Linie

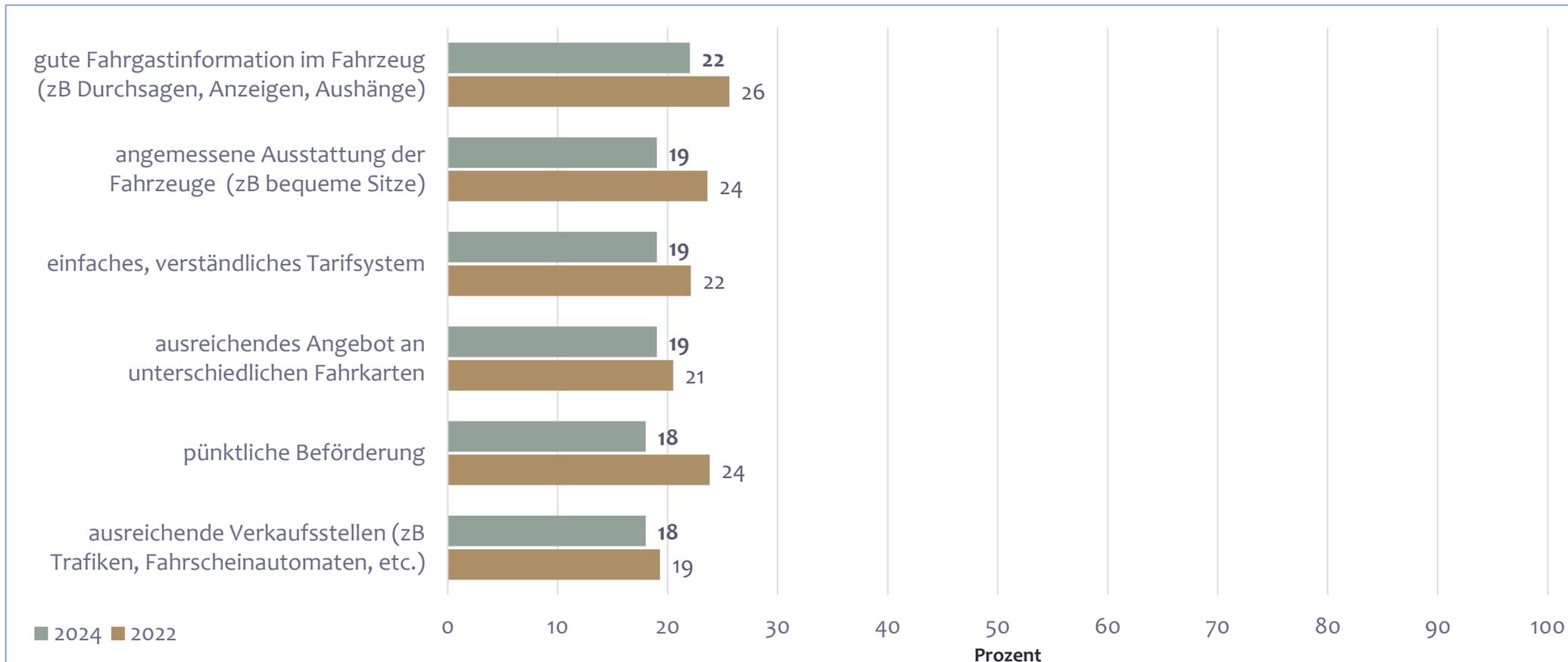
#### Tendenziell Abnahme der vollen Zufriedenheit, besonders bei Pünktlichkeit

2024 versus 2022

„Eigenschaft trifft voll zu“ (Basis: Total exkl. weiß nicht-Werte)

unterstrichen = tendenziell besser als 2022  
kursiv/rot = tendenziell schlechter als 2022

DW 2024 / 2022  
(auf einer 5-stufigen  
Skala, 1=trifft voll zu):



2,4 / 2,2

2,3 / 2,2

2,5 / 2,4

2,5 / 2,3

2,4 / 2,2

2,6 / 2,5

### 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

#### 3.3. Image der Verbund Linie

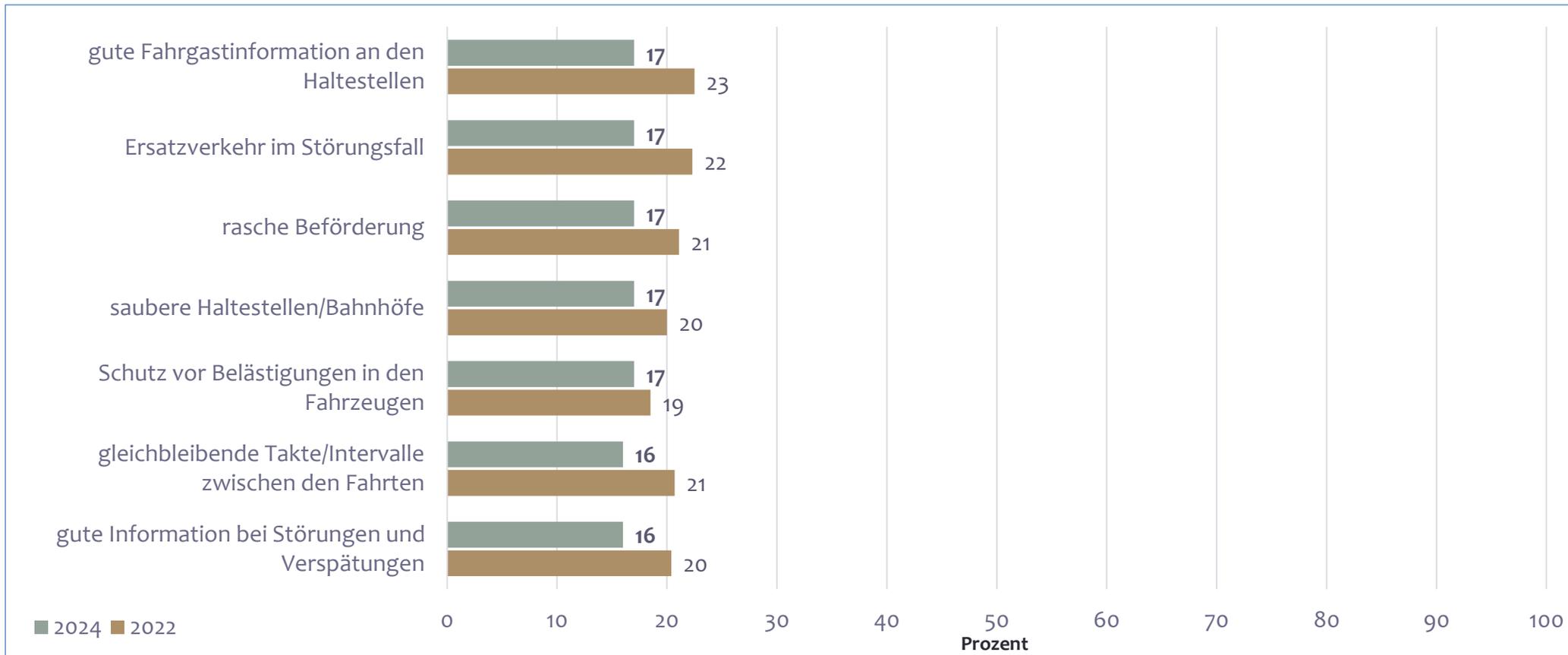
Tendenziell Abnahme der vollen Zufriedenheit, besonders bei Info an den Haltestellen

2024 versus 2022

„Eigenschaft trifft voll zu“ (Basis: Total exkl. weiß nicht-Werte)

unterstrichen = tendenziell besser als 2022  
kursiv/rot = tendenziell schlechter als 2022

DW 2024 / 2022  
(auf einer 5-stufigen  
Skala, 1=trifft voll zu):



2,5 / 2,4

2,5 / 2,3

2,5 / 2,3

2,5 / 2,3

2,6 / 2,5

2,5 / 2,3

2,7 / 2,5

### 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

#### 3.3. Image der Verbund Linie

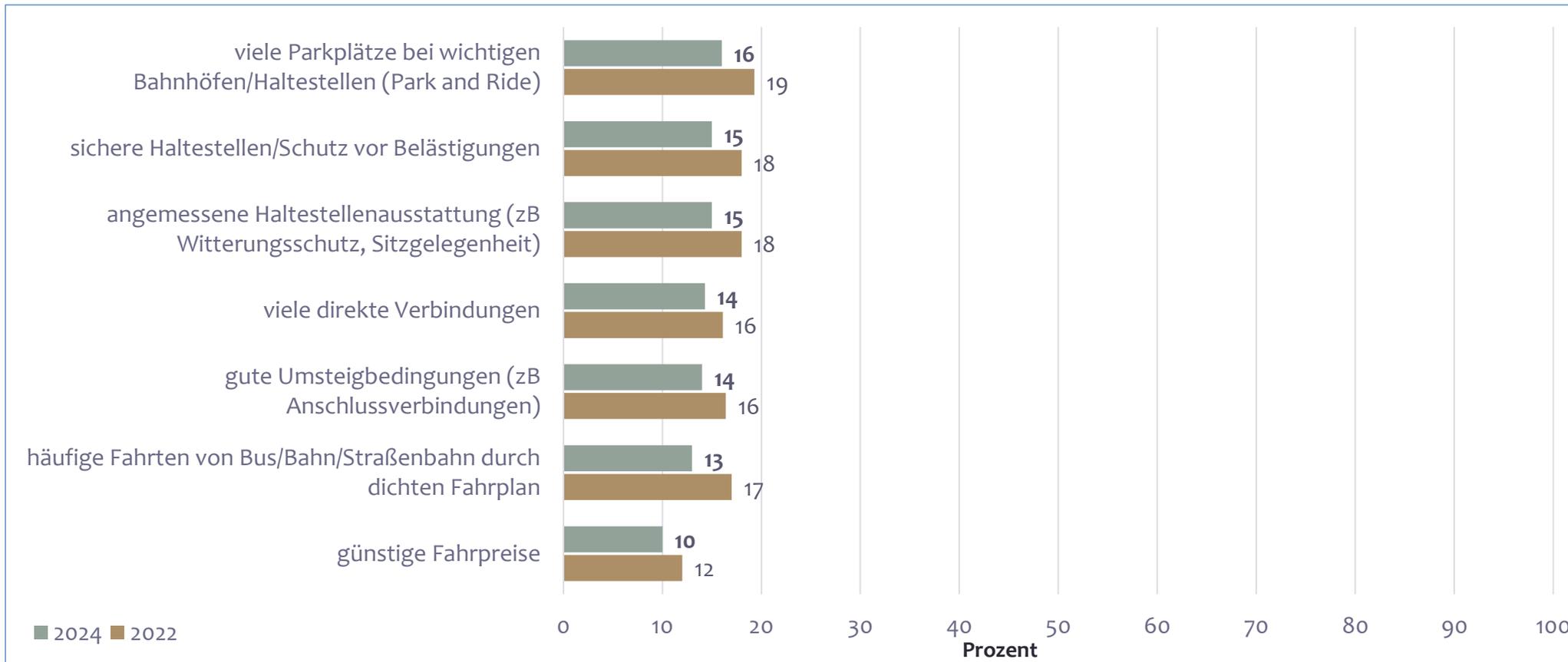
Tendenziell Abnahme der vollen Zufriedenheit, Fahrpreis durchschn. Zufriedenheit von über 3

2024 versus 2022

„Eigenschaft trifft voll zu“ (Basis: Total exkl. weiß nicht-Werte)

unterstrichen = tendenziell besser als 2022  
kursiv/rot = tendenziell schlechter als 2022

DW 2024 / 2022  
(auf einer 5-stufigen  
Skala, 1=trifft voll zu)



2,7 / 2,5  
2,7 / 2,6  
2,7 / 2,5  
2,7 / 2,6  
2,6 / 2,5  
2,7 / 2,5  
3,2 / 2,9

# 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

## 3.3. Image der Verbund Linie

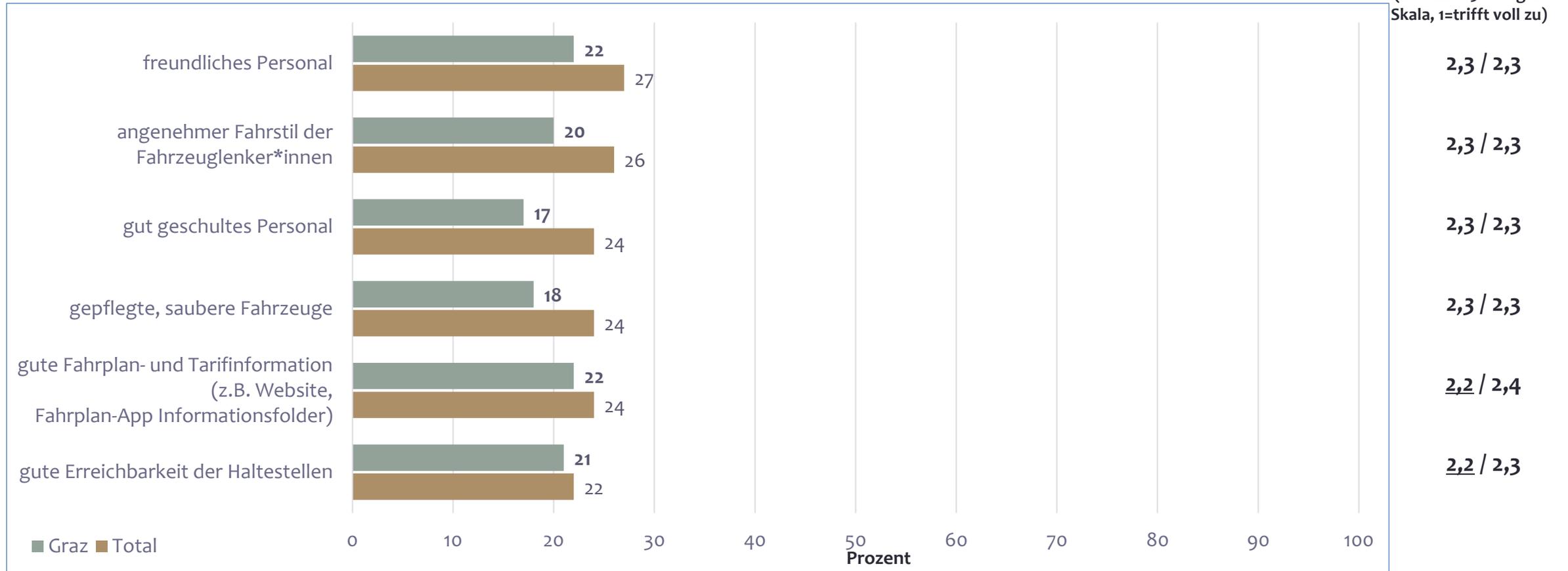
### Graz schlechtere Bewertungen, besonders hinsichtlich Personal

Graz versus Total – 2024

„Eigenschaft trifft voll zu“ (Basis: Total exkl. weiß nicht-Werte)

Graz ist unterstrichen = tendenziell besser als 2022  
kursiv/rot = tendenziell schlechter als 2022

DW 2024 / 2022  
(auf einer 5-stufigen  
Skala, 1=trifft voll zu)



### 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

#### 3.3. Image der Verbund Linie

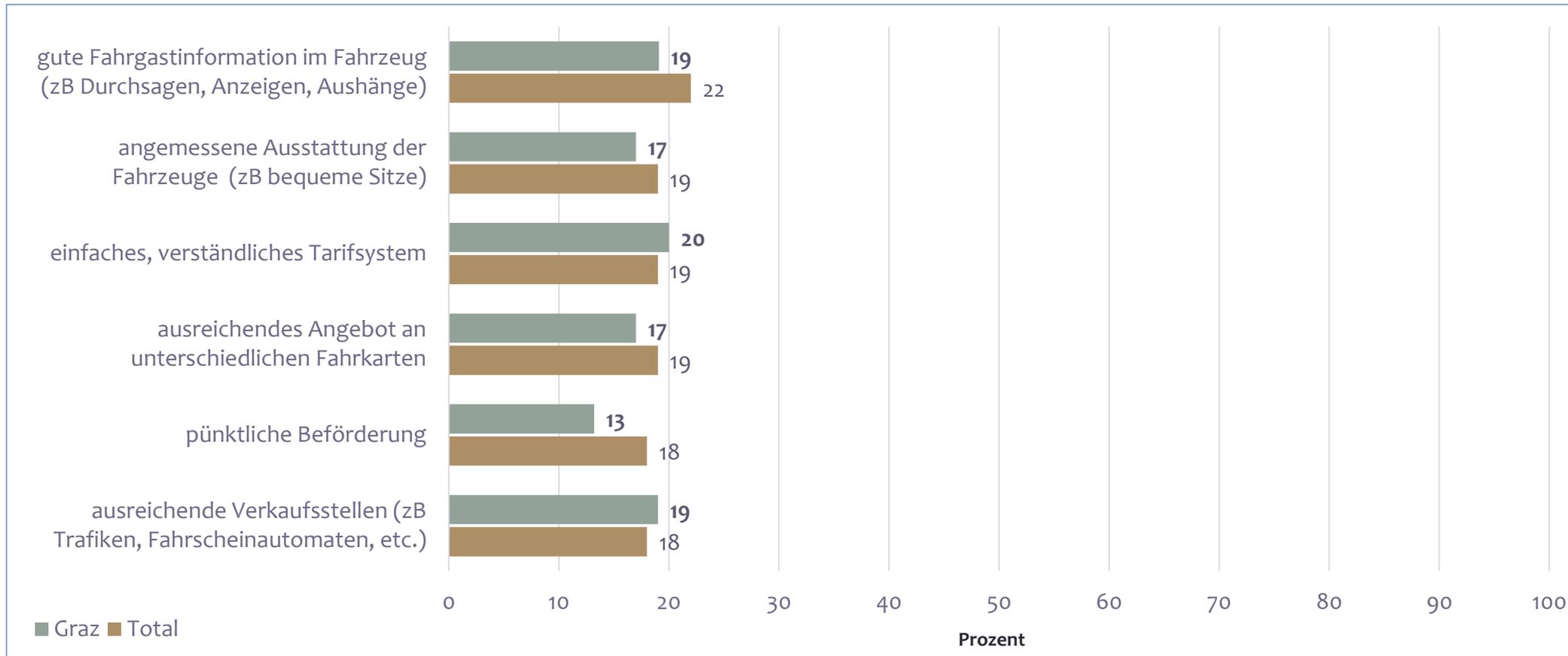
Graz wertet besonders bzgl. Pünktlichkeit schlechter, auch im Vergleich zu 2022

#### Graz versus Total – 2024

„Eigenschaft trifft voll zu“ (Basis: Total exkl. weiß nicht-Werte)

Graz ist unterstrichen = tendenziell besser als 2022  
kursiv/rot = tendenziell schlechter als 2022

DW 2024 / 2022  
(auf einer 5-stufigen  
Skala, 1=trifft voll zu)



2,4 / 2,4

2,3 / 2,2

2,4 / 2,3

2,5 / 2,3

2,5 / 2,3

2,5 / 2,6

### 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

#### 3.3. Image der Verbund Linie

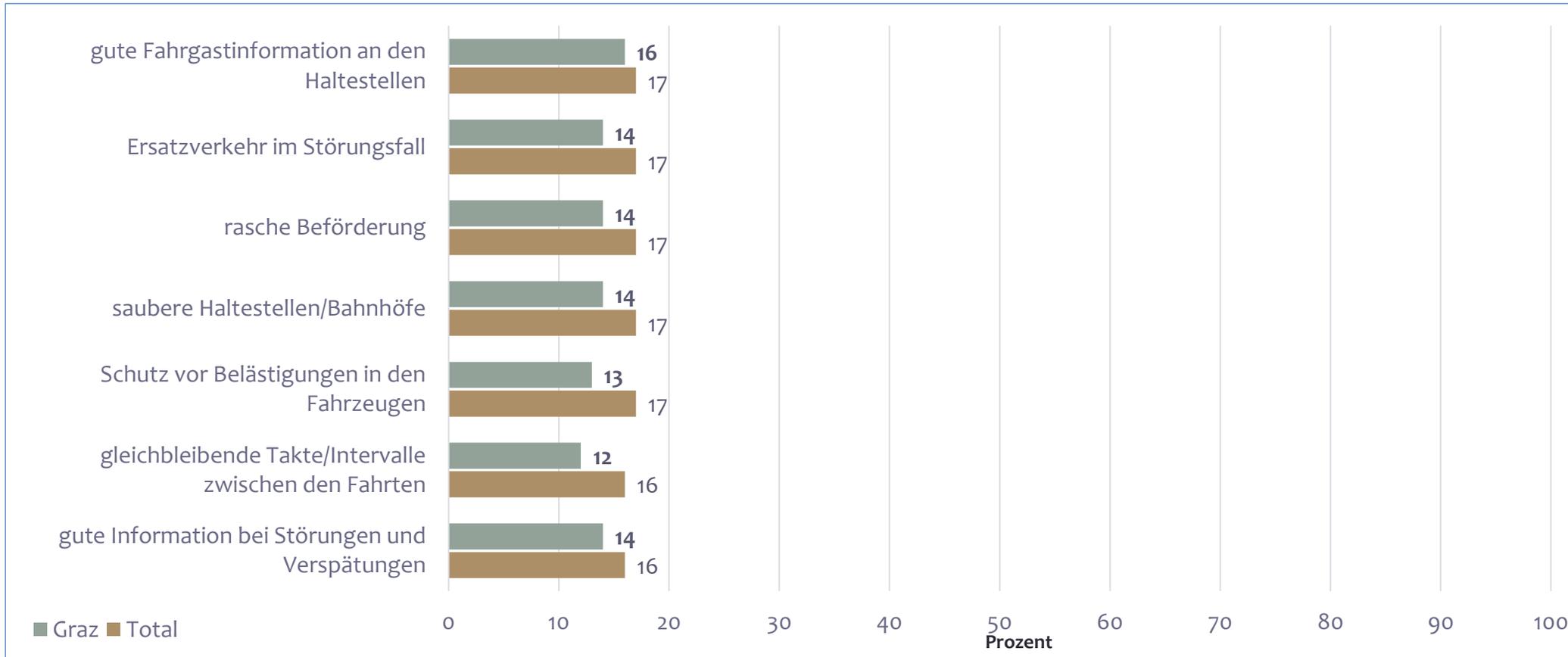
#### Graz schlechtere Werte in Bezug auf Sicherheit in Fahrzeugen, auch Info bei Störungen nicht optimal

##### Graz versus Total – 2024

„Eigenschaft trifft voll zu“ (Basis: Total exkl. weiß nicht-Werte)

Graz ist unterstrichen = tendenziell besser als 2022  
kursiv/rot = tendenziell schlechter als 2022

DW 2024 / 2022  
(auf einer 5-stufigen  
Skala, 1=trifft voll zu)



2,5 / 2,5

2,5 / 2,4

2,5 / 2,3

2,5 / 2,5

2,7 / 2,7

2,5 / 2,4

2,7 / 2,6

### 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

#### 3.3. Image der Verbund Linie

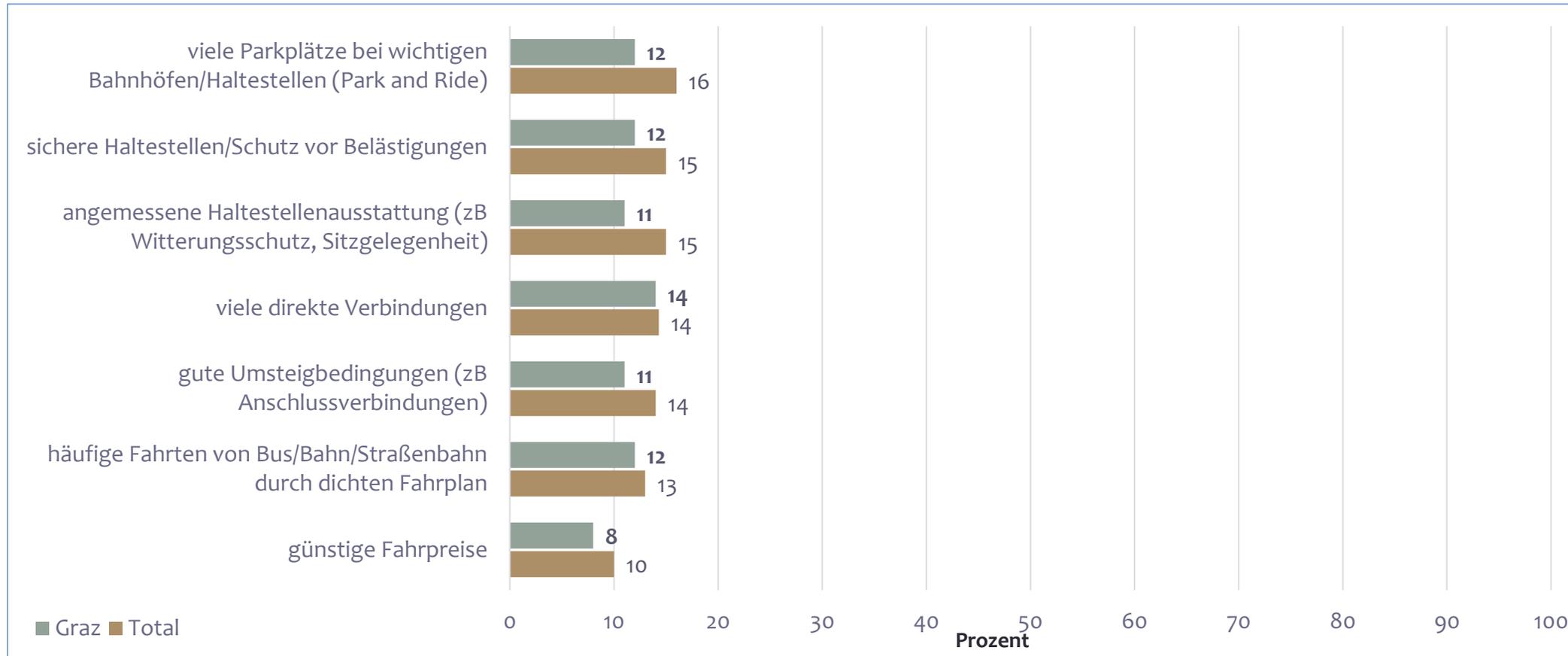
#### Fahrpreise werden in Graz noch weniger als günstig empfunden

##### Graz versus Total – 2024

„Eigenschaft trifft voll zu“ (Basis: Total exkl. weiß nicht-Werte)

Graz ist unterstrichen = tendenziell besser als 2022  
kursiv/rot = tendenziell schlechter als 2022

DW 2024 / 2022  
(auf einer 5-stufigen  
Skala, 1=trifft voll zu)



2,9 / 2,7

2,8 / 2,8

2,6 / 2,6

2,6 / 2,5

2,6 / 2,5

2,6 / 2,4

3,4 / 3,1

### 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

#### 3.3. Image der Verbund Linie – 2024

#### Nord und West besser, Ost, Graz und Obersteiermark (kleine Gemeinden) vielfach schlechter

Unterstrichen/fett = bester Wert  
Rot/fett = schlechtester Wert

Mittelwert Regionen: 1 = sehr gut, 5 = sehr schlecht

	Großraum Graz	Korridor Nord	Korridor Ost	Korridor Süd	Korridor West	Stadt Graz	Obersteier- mark	bis 5.000 Einwohner	über 5.000 Einwohner
angenehmer Fahrstil der Fahrzeuglenker*innen	2,2	<b>1,9</b>	2,1	2,0	2,1	<b>2,3</b>	2,1	2,1	2,1
freundliches Personal	2,2	<b>1,9</b>	<b>2,3</b>	2,2	2,1	<b>2,3</b>	2,0	2,1	2,0
gute Erreichbarkeit der Haltestellen	2,3	2,3	2,4	2,3	2,4	<b>2,2</b>	2,5	<b>2,7</b>	<b>2,2</b>
gepflegte, saubere Fahrzeuge	2,2	<b>2,0</b>	2,2	<b>2,3</b>	2,1	2,3	2,2	2,2	2,1
ausreichendes Fahrkartenangebot	<b>2,5</b>	<b>2,2</b>	<b>2,5</b>	<b>2,5</b>	2,4	<b>2,5</b>	<b>2,5</b>	<b>2,5</b>	2,4
gute Fahrgastinfos im Fahrzeug	2,3	<b>2,2</b>	<b>2,4</b>	2,3	<b>2,2</b>	<b>2,4</b>	<b>2,4</b>	<b>2,4</b>	2,3
angemessene Ausstattung der Fahrzeuge	2,3	<b>2,2</b>	<b>2,4</b>	<b>2,2</b>	<b>2,2</b>	2,3	<b>2,2</b>	<b>2,2</b>	<b>2,2</b>
gut geschultes Personal	<b>2,3</b>	<b>2,0</b>	<b>2,3</b>	2,1	2,2	<b>2,3</b>	<b>2,0</b>	2,1	2,0
ausreichende Verkaufsstellen	2,6	<b>2,4</b>	<b>2,7</b>	2,5	2,6	2,5	2,6	<b>2,7</b>	<b>2,4</b>
pünktliche Beförderung	2,4	2,3	<b>2,5</b>	2,4	2,3	<b>2,5</b>	2,4	<b>2,5</b>	<b>2,2</b>
gute Umsteigbedingungen	2,6	<b>2,7</b>	2,6	2,5	2,6	2,6	2,7	<b>2,9</b>	<b>2,4</b>
gute Fahrgastinfos an den Haltestellen	2,5	2,5	2,5	2,6	2,5	2,5	2,6	<b>2,7</b>	<b>2,4</b>
rasche Beförderung	2,5	2,3	2,6	2,3	2,4	2,5	2,5	<b>2,7</b>	<b>2,2</b>

### 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

#### 3.3. Image der Verbund Linie – 2024

#### Nord und West besser, Ost, Graz und Obersteiermark (kleine Gemeinden) vielfach schlechter

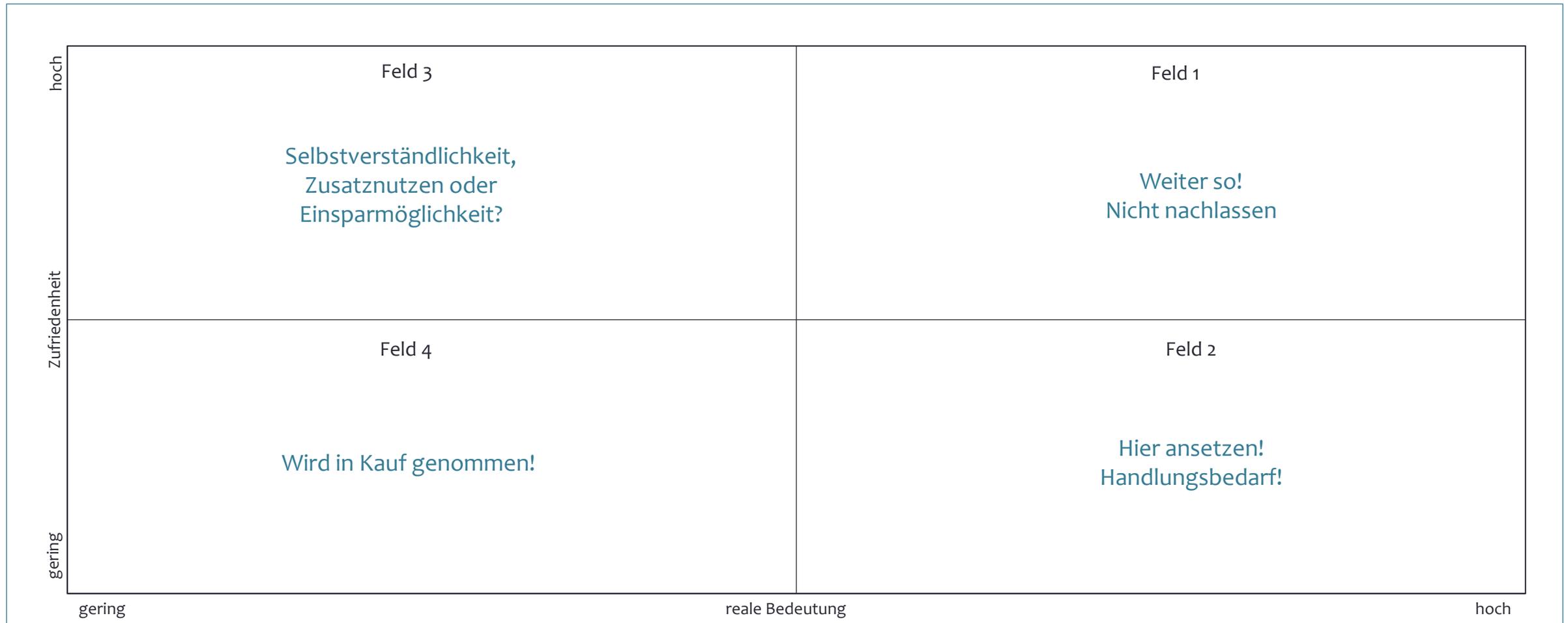
Unterstrichen/fett = bester Wert  
Rot/fett = schlechtester Wert

Mittelwert Regionen: 1 = sehr gut, 5 = sehr schlecht

	Großraum Graz	Korridor Nord	Korridor Ost	Korridor Süd	Korridor West	Stadt Graz	Obersteier- mark	bis 5.000 Einwohner	über 5.000 Einwohner
gute Fahrplan- und Tarifinformation	2,3	<b>2,2</b>	2,3	2,2	<b>2,2</b>	<b>2,2</b>	2,3	<b>2,4</b>	<b>2,2</b>
angemessene Haltestellenausstattung	2,6	2,6	2,5	2,6	2,5	<b>2,7</b>	2,6	<b>2,7</b>	<b>2,4</b>
gleichbleibende Takte/Intervalle	2,4	2,3	2,5	2,3	2,5	2,5	2,5	<b>2,7</b>	<b>2,2</b>
viele direkte Verbindungen	2,7	2,6	2,8	2,6	2,8	2,6	2,9	<b>3,2</b>	<b>2,5</b>
saubere Haltestellen/Bahnhöfe	2,5	<b>2,3</b>	2,5	<b>2,6</b>	2,4	2,5	2,5	2,5	<b>2,3</b>
einfaches, verständliches Tarifsystem	2,6	2,6	2,7	2,5	2,5	<b>2,4</b>	2,7	<b>2,8</b>	2,6
Schutz vor Belästigungen in den Fahrzeugen	2,6	<b>2,7</b>	<b>2,4</b>	2,6	<b>2,4</b>	<b>2,7</b>	2,5	<b>2,4</b>	2,6
Ersatzverkehr im Störfall	2,5	2,6	<b>2,7</b>	2,6	<b>2,4</b>	2,5	2,5	2,5	2,5
häufige Fahrten	2,6	2,7	2,8	2,5	2,7	2,6	3,0	<b>3,4</b>	<b>2,4</b>
Parkplätze bei wichtigen Haltestellen	2,7	<b>2,2</b>	2,7	2,7	2,6	<b>2,9</b>	2,6	2,7	2,4
sichere Haltestellen	2,7	2,7	2,6	<b>2,8</b>	<b>2,4</b>	<b>2,8</b>	2,7	2,7	2,7
gute Infos bei Störungen/Verspätungen	2,7	2,7	<b>2,9</b>	2,7	2,6	2,7	<b>2,6</b>	<b>2,6</b>	<b>2,6</b>
günstige Fahrpreise	3,2	<b>3,0</b>	3,1	3,2	<b>3,0</b>	<b>3,4</b>	3,1	3,2	<b>3,0</b>

# 3. Bewertung der Verbund Linie / Qualitätsbarometer

## 3.4. Handlungsrelevanz – Matrix (Aufbau)



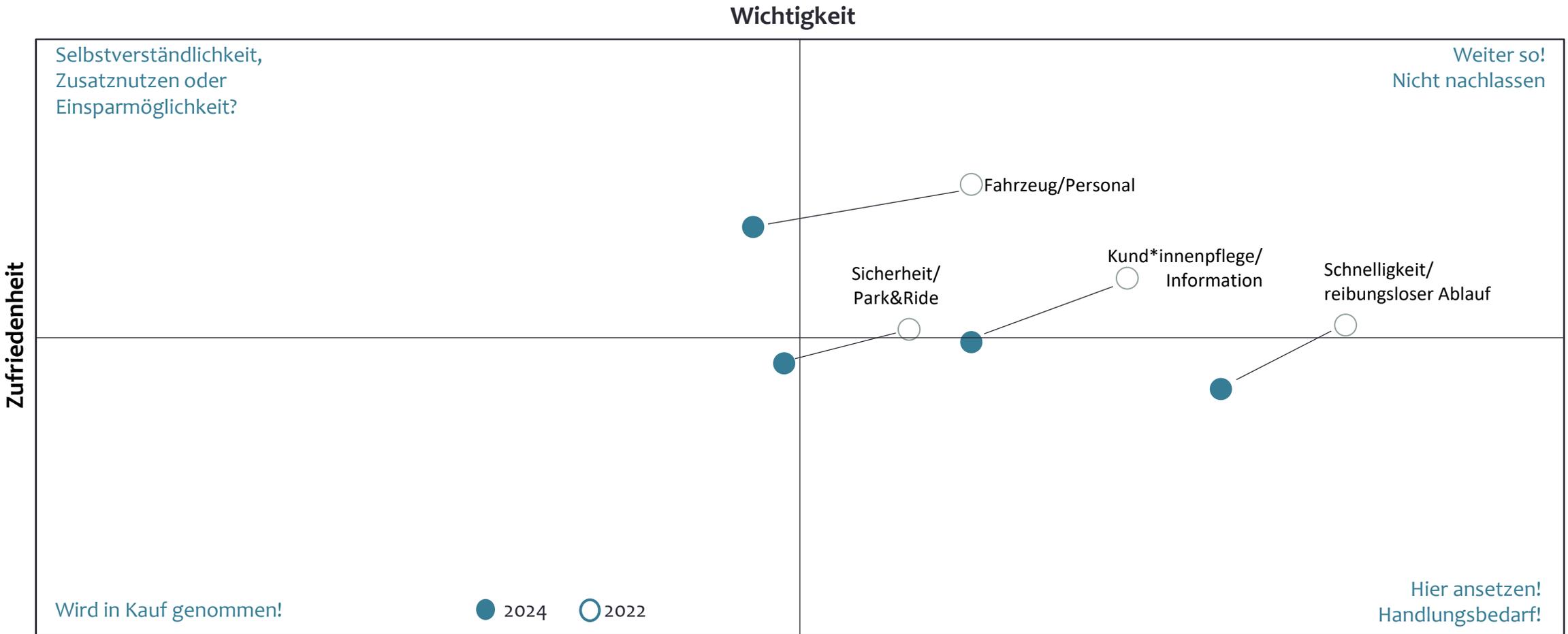
## VERGLEICH TOTAL 2024 VERSUS 2022 (ACHSENBEGRENZUNGEN WICHTIGKEIT WIE 2022)

Achsenbegrenzungen für die Zufriedenheit  
min: 3,20 Schnittpunkt: 2,50 max: 1,80  
(2022: min: 3,01 Schnittpunkt: 2,26 max: 1,50)  
Achsenbegrenzungen für die Wichtigkeit  
min: 0,04 Schnittpunkt: 0,285 max: 0,53

Die Bündel wurden mittels Faktorenanalyse neu gebildet und auch für 2022 neu berechnet.

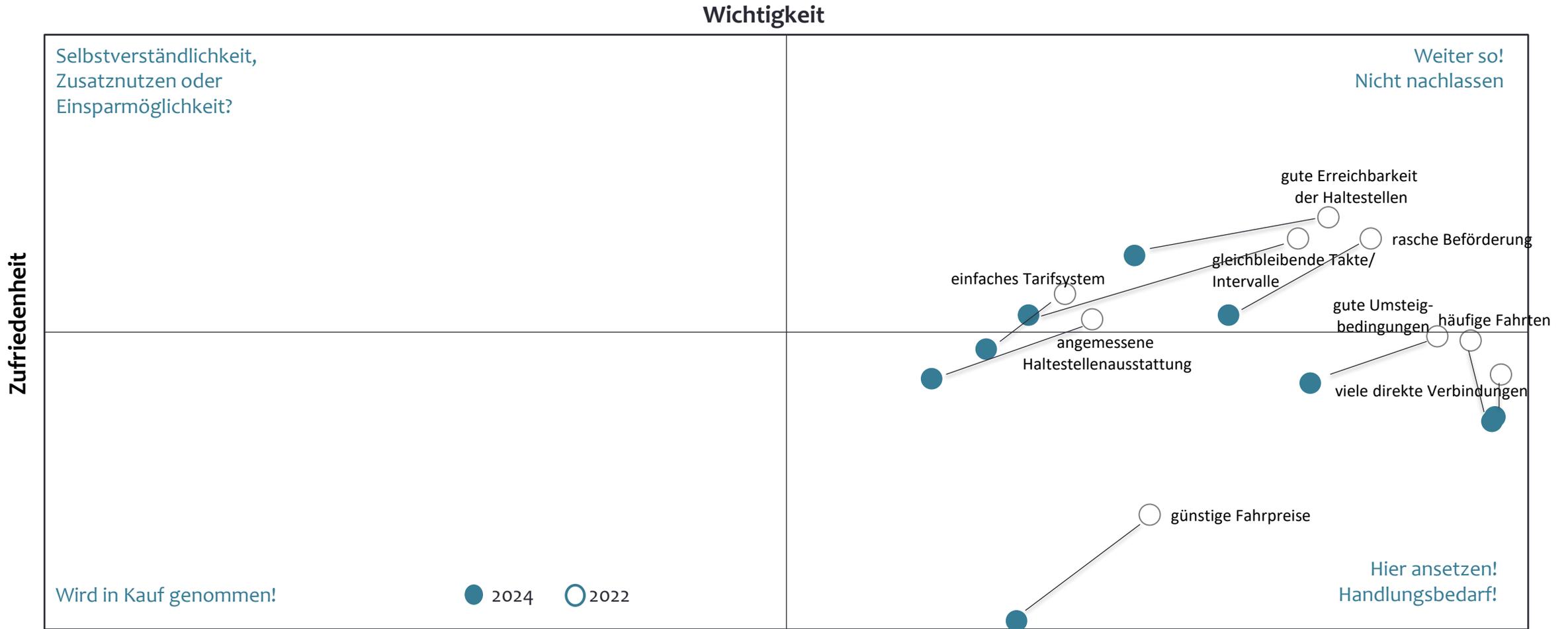
### 3.4. Handlungsrelevanz – Matrix (Leistungspakete) – TOTAL

Faktor Fahrzeug/Personal ist zur Selbstverständlichkeit geworden, stärkstes Handlungsfeld die Schnelligkeit; sowohl Wichtigkeiten als auch Zufriedenheiten gesunken



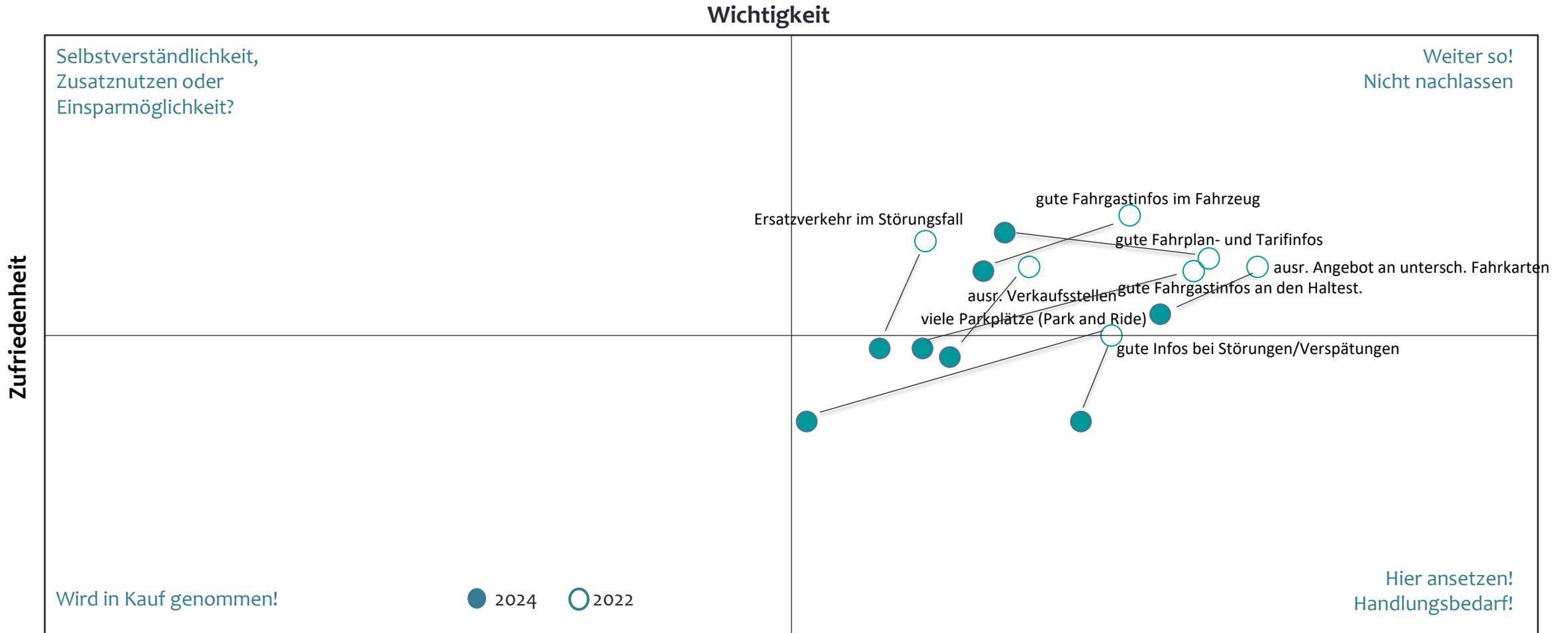
### 3.4. Handlungsrelevanz – Matrix (Produktbündel: Schnelligkeit / reibungsloser Ablauf)

Stärkster Handlungsbedarf liegt bei den Verbindungen und bei der Frequenz, zwar große Unzufriedenheit mit dem Fahrpreis, Faktor jedoch im Vergleich nicht so wichtig



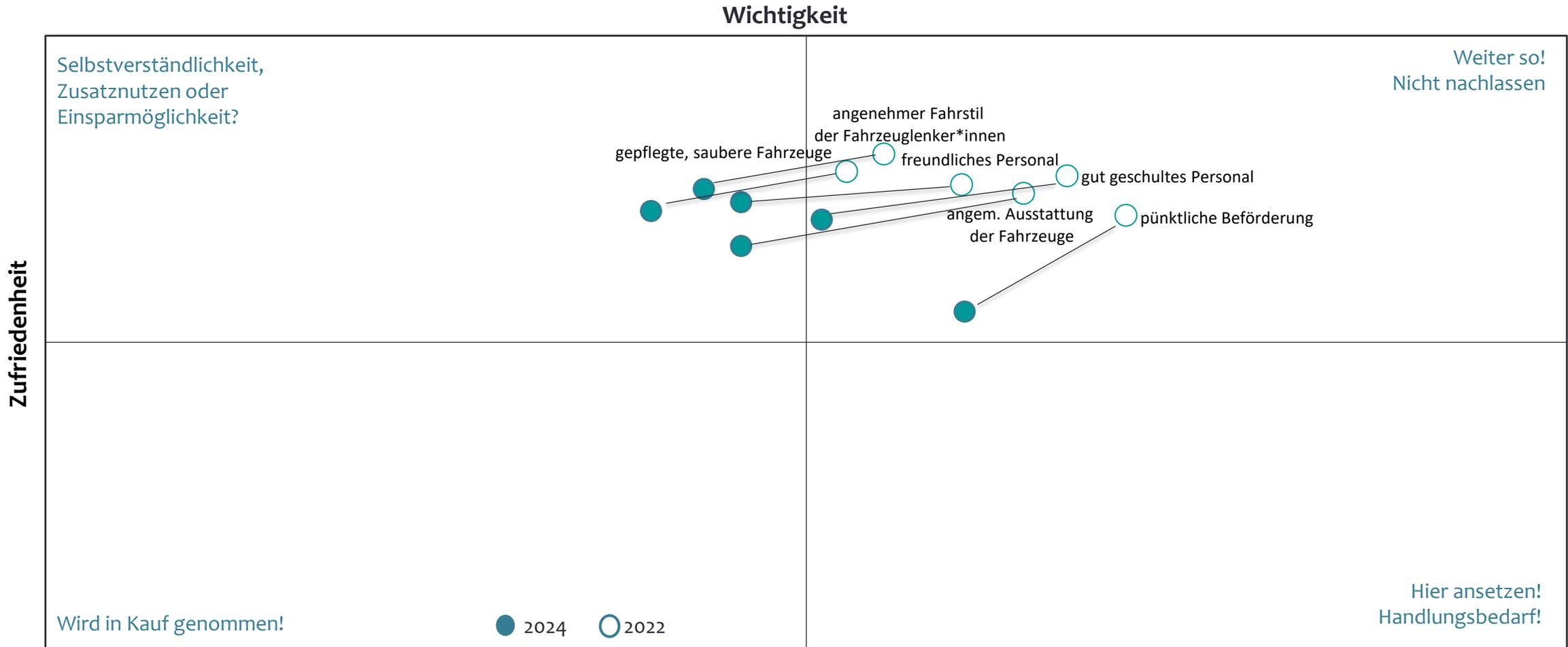
### 3.4. Handlungsrelevanz – Matrix (Produktbündel: Kund\*innenpflege / Information)

Handlungsbedarf besonders beim wichtigen Faktor „Information bei Störungen“, bei den anderen Faktoren nicht nachlassen

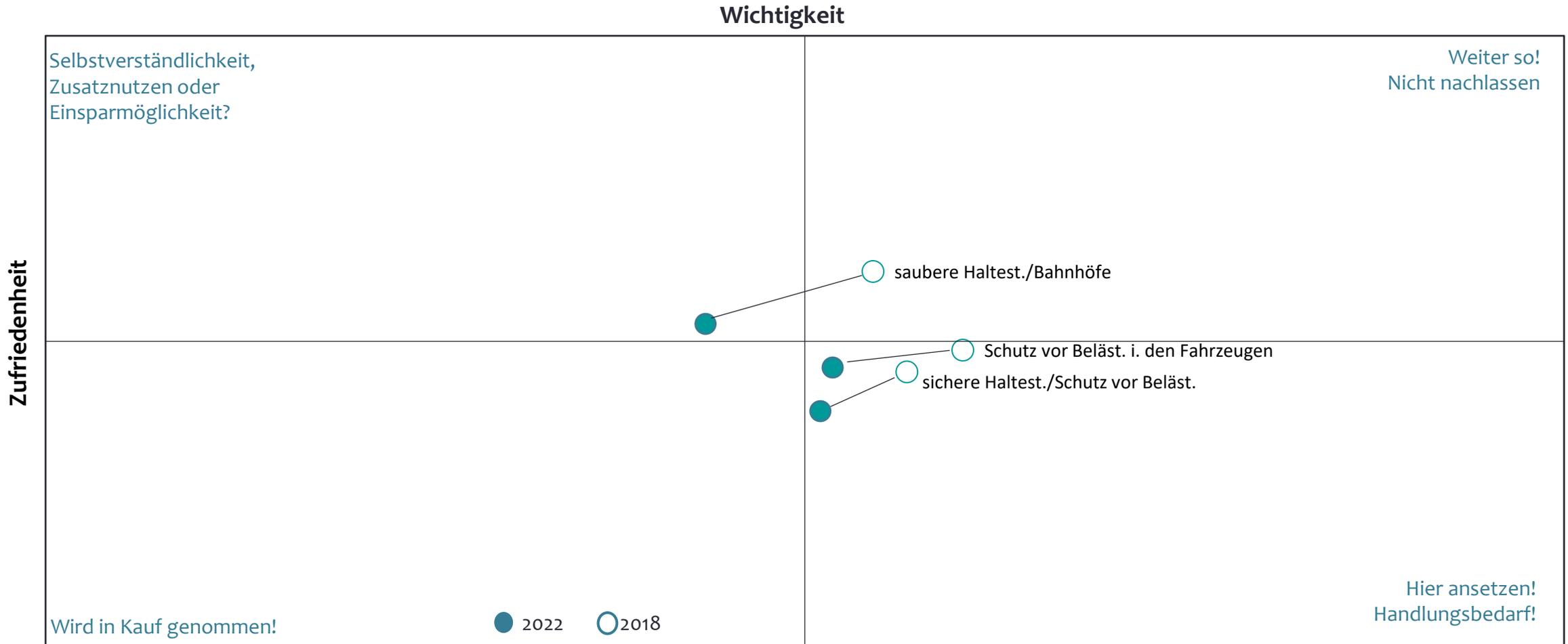


### 3.4. Handlungsrelevanz – Matrix (Produktbündel: Fahrzeug / Personal)

Abgesehen von der Pünktlichkeit werden Themen rund um Personal und Fahrzeug immer mehr zur Selbstverständlichkeit, wobei die Zufriedenheit leicht sinkt



### 3.4. Handlungsrelevanz – Matrix (Produktbündel: Sicherheit / Sauberkeit) Sauberkeit wird zur Basisanforderung, am Sicherheitsthema dranbleiben



# 3.4. Handlungsrelevanz – Matrix (Korrelationsanalyse 2024) TOTAL

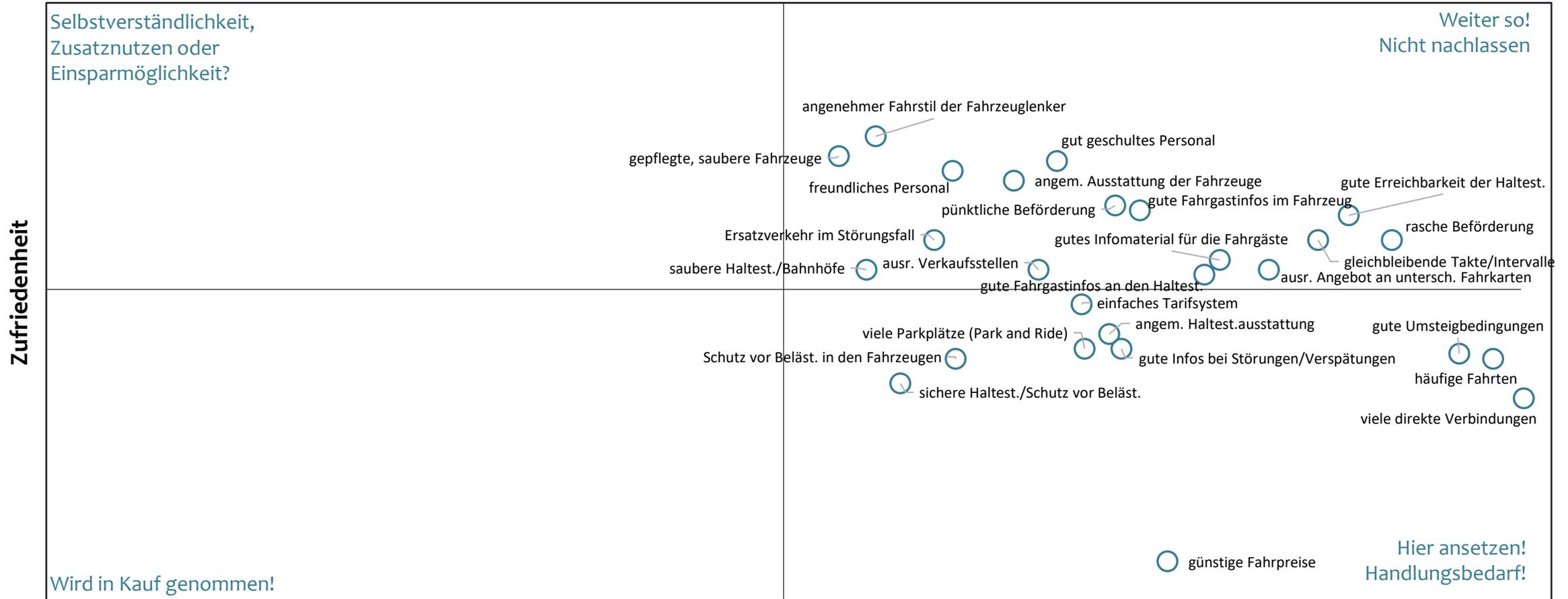
Handlungsbedarf bei zahlreichen Faktoren, wobei die Themen Verbindungen und Frequenz zentral sind, einige Faktoren werden vorausgesetzt

Wichtigkeit



# 3.4. Handlungsrelevanz – Matrix (Korrelationsanalyse 2022) TOTAL 2022 in Bezug auf Handlungsbedarf ähnlich, es gab weniger selbstverständliche Themen

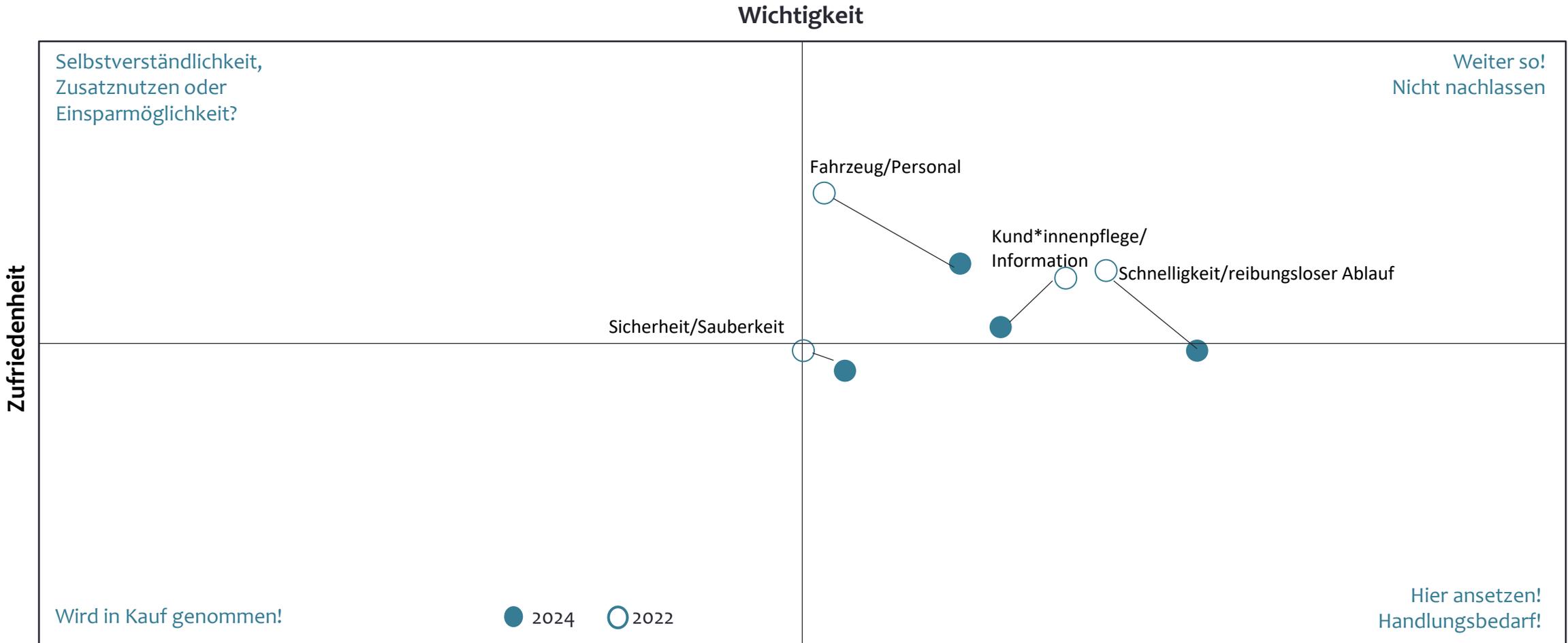
Wichtigkeit



# VERGLEICH TÄGLICHE NUTZER\*INNEN 2024 VERSUS 2022

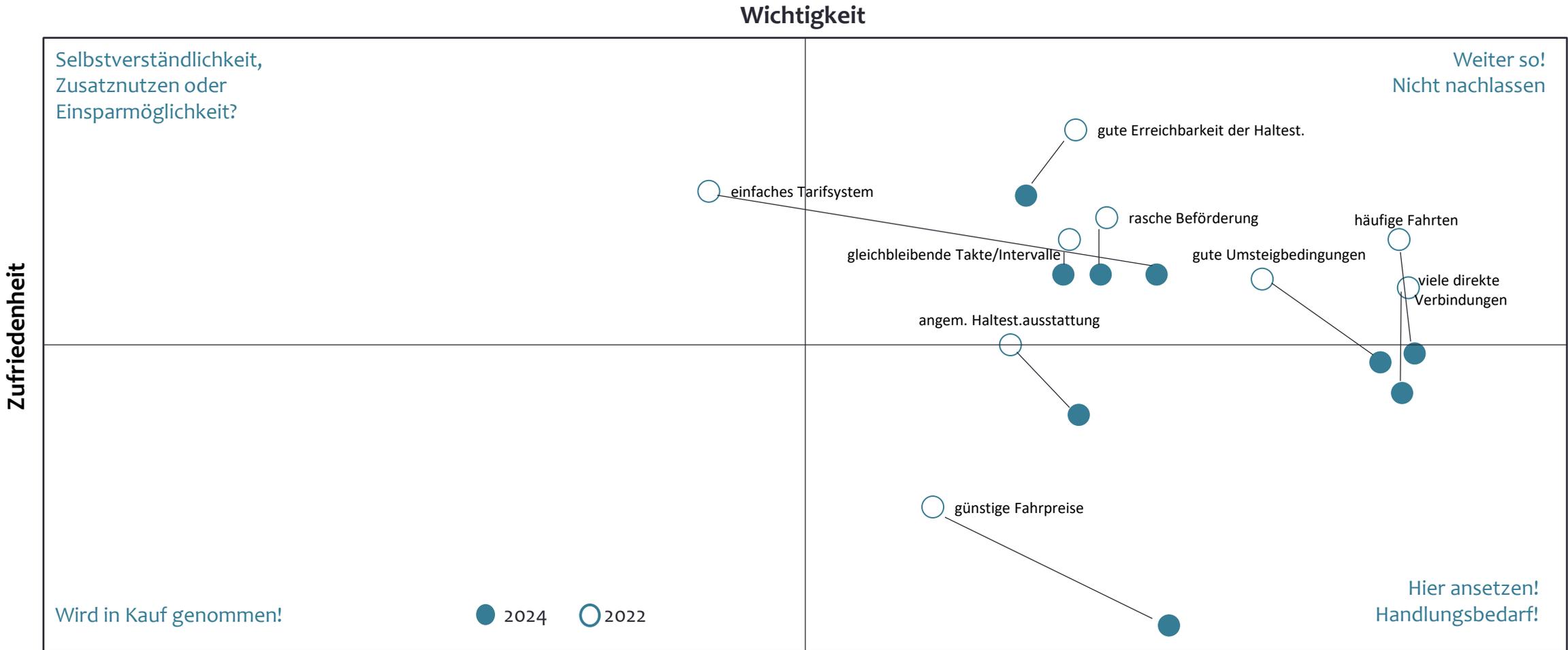
# 3.4. Handlungsrelevanz – Matrix (Leistungspakete) – TÄGLICHE NUTZER\*INNEN

Auch bei den täglichen Nutzer\*innen leichter Handlungsbedarf bzgl. Schnelligkeit, was auch wichtiger geworden ist



### 3.4. Handlungsrelevanz – Matrix (Produktbündel: Schnelligkeit / reibungsloser Ablauf)

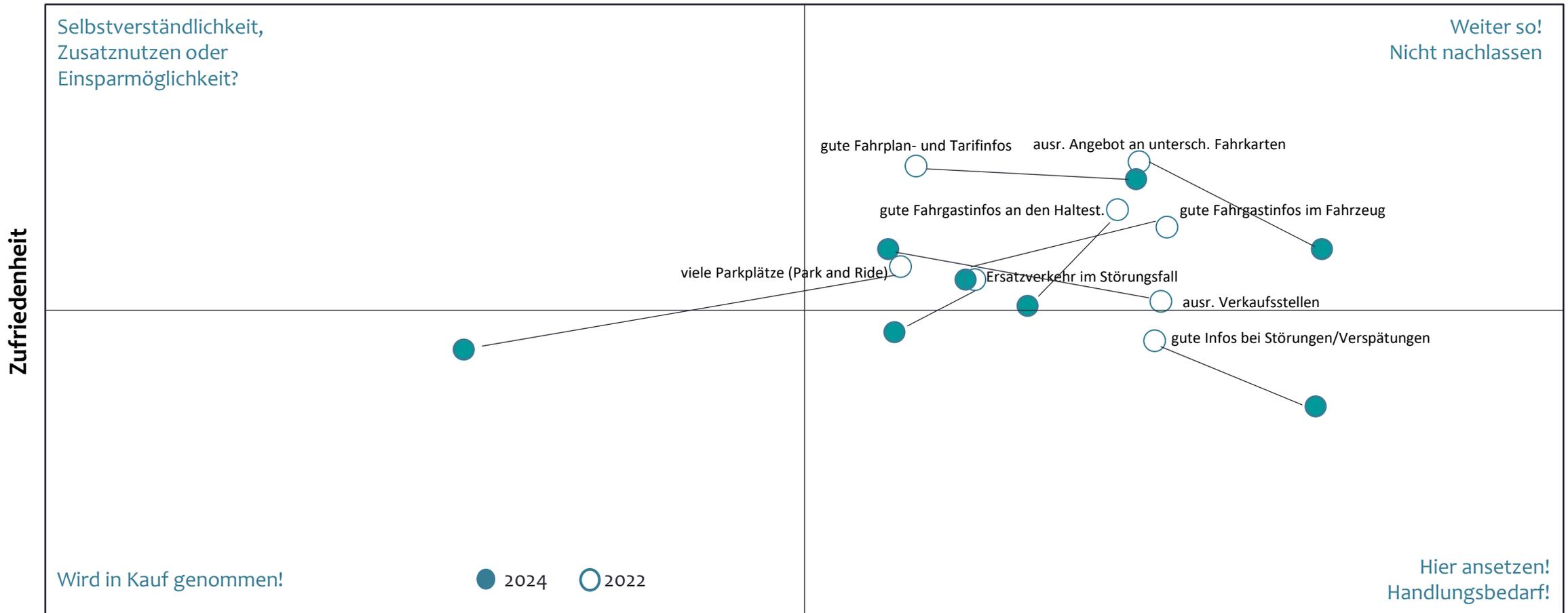
Stärkster Handlungsbedarf liegt bei den Verbindungen und bei der Frequenz, große Unzufriedenheit mit dem Fahrpreis, Faktor ist auch wichtiger geworden



### 3.4. Handlungsrelevanz – Matrix (Produktbündel: Kund\*innenpflege / Information)

Handlungsbedarf besonders beim wichtigen Faktor „Information bei Störungen“, bei den anderen Faktoren nicht nachlassen

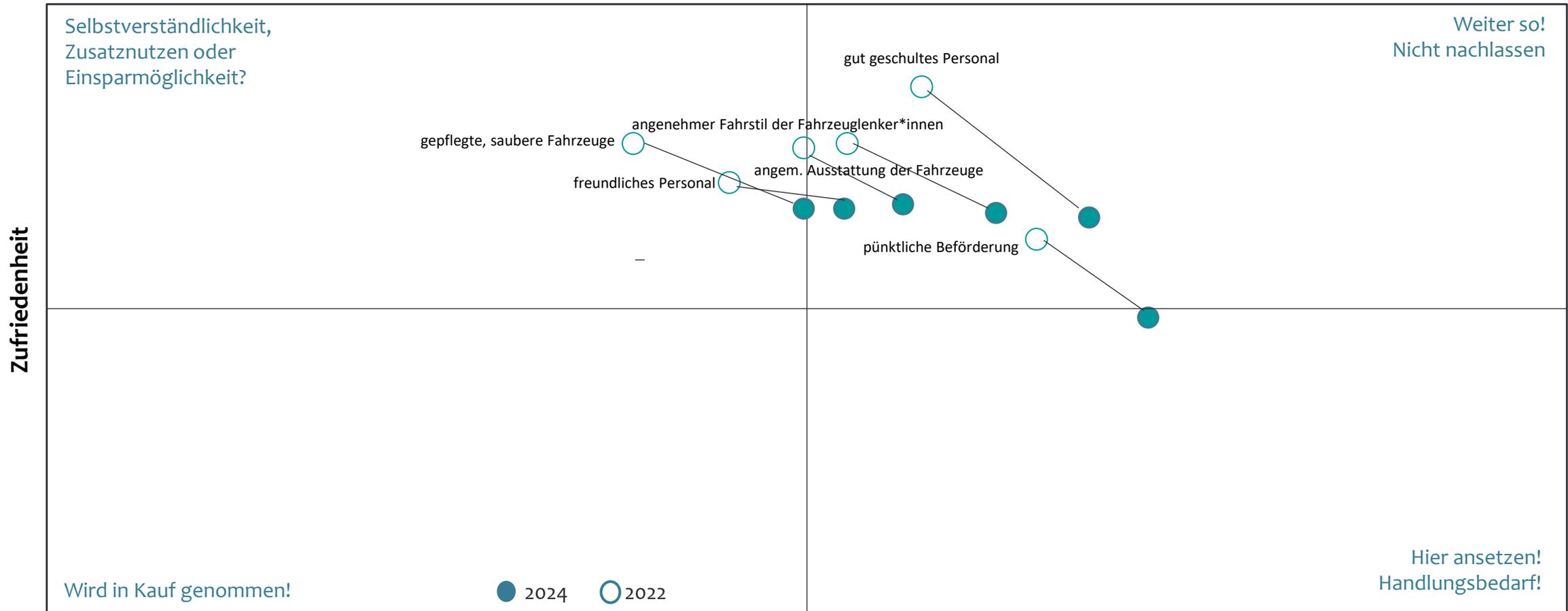
Wichtigkeit



### 3.4. Handlungsrelevanz – Matrix (Produktbündel: Fahrzeug / Personal)

Wichtigkeit der Fahrzeug/Personalthemen bei den täglichen Nutzer\*innen gestiegen, Zufriedenheit gesunken, Handlungsbedarf hinsichtlich Pünktlichkeit

Wichtigkeit



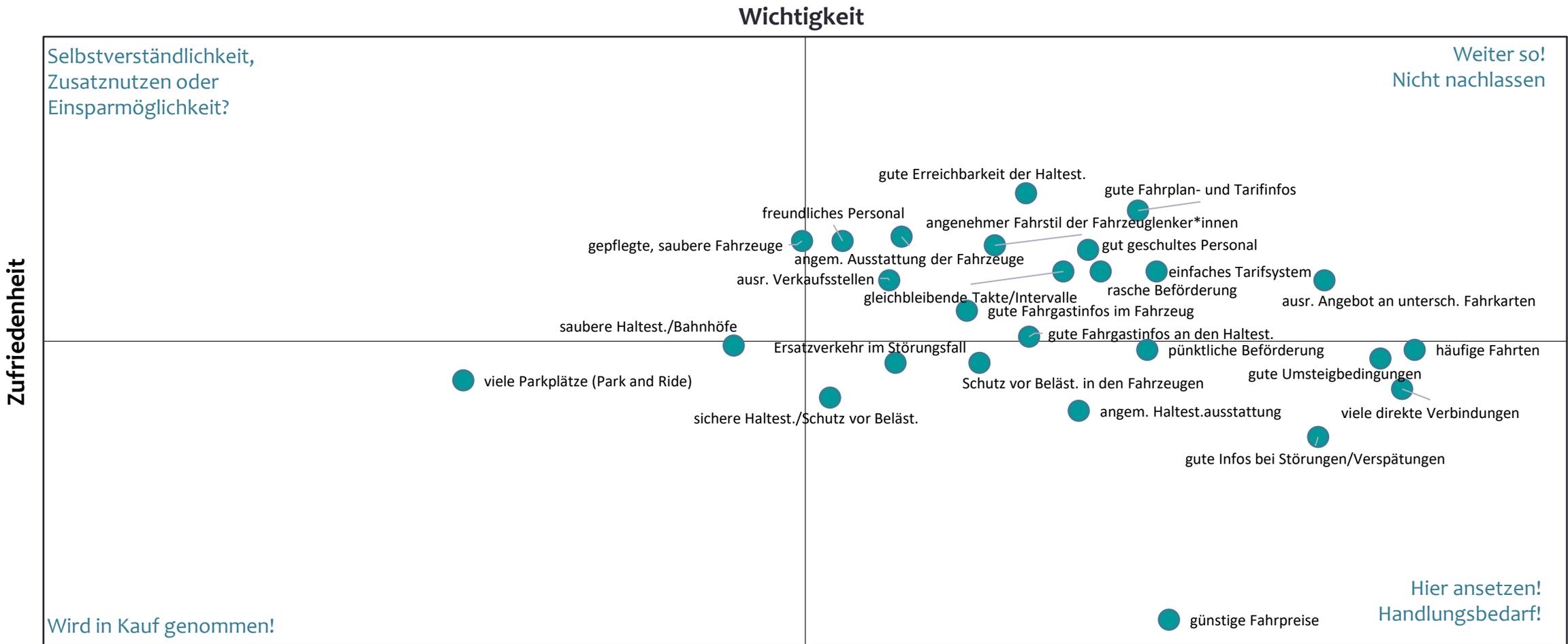
### 3.4. Handlungsrelevanz – Matrix (Produktbündel: Sicherheit / Sauberkeit)

Sauberkeit in der Wichtigkeit gestiegen und in der Zufriedenheit gesunken, am Sicherheitsthema dranbleiben

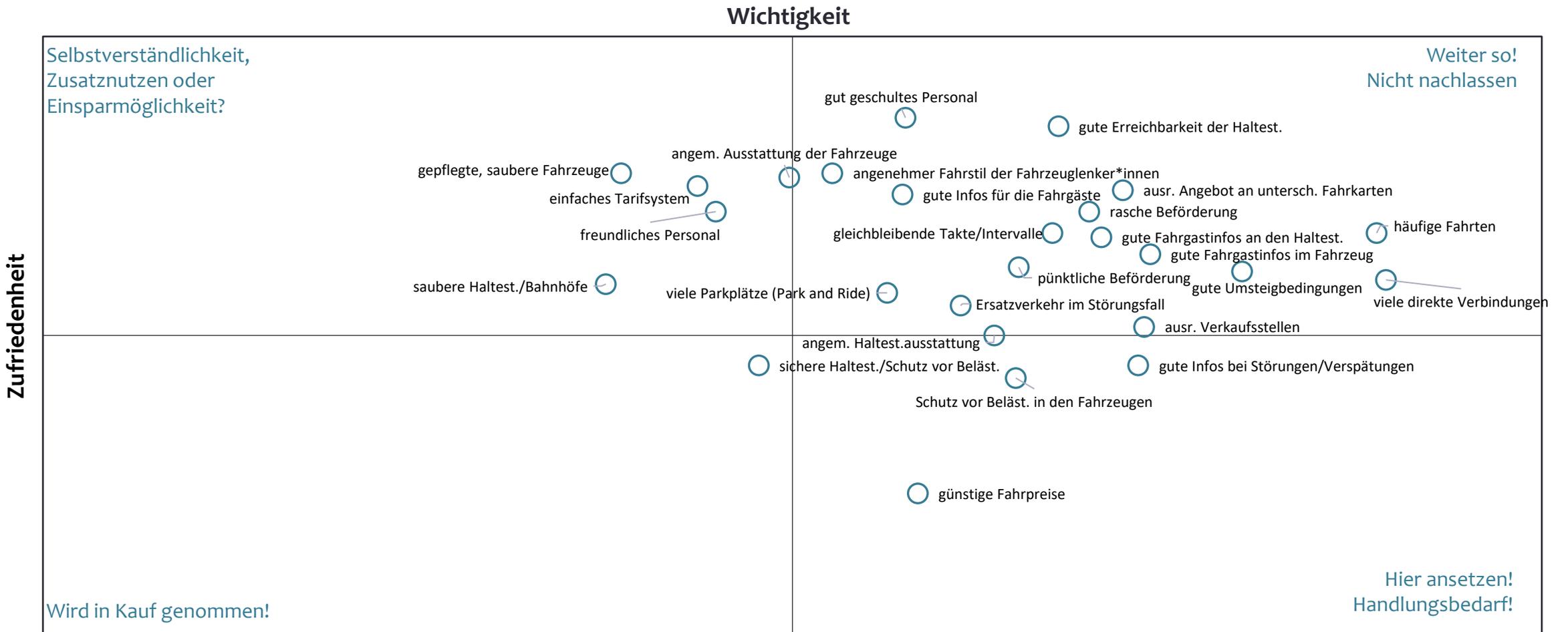


### 3.4. Handlungsrelevanz – Matrix (Korrelationsanalyse 2024) – TÄGLICHE NUTZER\*INNEN

Handlungsbedarf bei zahlreichen Faktoren, wobei die Themen Verbindungen und Frequenz zentral sind, bei den anderen Faktoren nicht nachlassen



# 3.4. Handlungsrelevanz – Matrix (Korrelationsanalyse 2022) – TÄGLICHE NUTZER\*INNEN 2022 weniger Handlungsbedarf, es gab mehr selbstverständliche Themen



# ZUSAMMENFASSUNG

# Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel

- **88% der steirischen Bevölkerung ab 16 Jahren (2022: 86%) sind innerhalb der letzten 12 Monate zumindest einmal mit Bus, Bahn oder Straßenbahn gefahren**, 19% haben öffentliche Verkehrsmittel täglich genutzt, was gegenüber 2022 einer Erhöhung von 5%-Punkten entspricht. Die Nutzungsintensität der „gelegentlichen Öffi-Fahrer“ ist quasi gleich geblieben.  
26% der Steirer\*innen (2022: 30%) bezeichnen sich selbst als (fast) nie Nutzer\*innen, wobei auch von diesen wie im Jahr 2022 immerhin 52% zumindest einmal mit Bus, Bahn oder Straßenbahn unterwegs war.
- Die **Hauptnutzer\*innengruppen nach Alter** sind die **16- bis 29-Jährigen** (42% tägliche Nutzung) vor den **30- bis 39-Jährigen** (tägliche Nutzung von 13 auf 24% gestiegen!). Bei den 50- bis 59-Jährigen ist der Anteil an (fast)nie Nutzung gestiegen. Unter den Berufstätigen ist der Anteil an täglichen Nutzer\*innen um 6%-Punkte gestiegen.
- Betrachtet man die einzelnen **Gebiete**, ist die tägliche Nutzung besonders in der Stadt Graz (um 8%-Punkte) und im Korridor Ost (um 6%-Punkte) gestiegen.
- **Ein Viertel der überzeugten Kund\*innen sind tägliche Nutzer\*innen, jedoch auch 14% der enttäuschten Kund\*innen.**

# Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel

- Als **Hauptgründe für die Nicht-Nutzung** werden wie 2022 fehlende Verbindungen als auch die Nutzung anderer Verkehrsmittel – primär des PKWs – genannt. Auf Platz 3 das unattraktive Verkehrsangebot. Auffallend ist, dass der Nichtnutzungsgrund „zu teuer“ um 4%-Punkte gestiegen ist.
- Der **Großteil** gibt auf die Frage nach einer beabsichtigten Verkehrsmittel-Nutzung im nächsten Jahr an, **gleich häufig** fahren zu wollen. Es gibt einen leichten Trend, im kommenden Jahr etwas häufiger fahren zu wollen.
- 8% der Befragten haben nie einen PKW zur Verfügung (überdurchschnittlich häufig Personen unter 30 oder über 60 Jahre aus dem städtischen Gebiet, wobei **der Wert bei den 30- bis 39-Jährigen um 7%-Punkte gestiegen ist** und bei den über 60-Jährigen um 8%-Punkte gesunken ist) und ist daher bei all seinen Fahrten auf öffentliche Verkehrsmittel angewiesen, 2022 waren dies 9%.

# Informationsniveau / Informationskanäle

- 70% der steirischen Bevölkerung (2022: 65%) fühlen sich über die Arbeit der Verbund Linie ausreichend informiert.
- **82% der Steirer\*innen**, gleich wie 2022, **beziehen Fahrplanauskünfte online**, der Wert ist in allen Altersgruppen knapp 80% und darüber. 21% nutzen hauptsächlich gedruckte Fahrpläne, wobei kein wirklicher Altersunterschied in der Nutzung festzustellen ist. Der schriftlichen Fahrplaninformation kommt damit immer noch eine größere Bedeutung zu als den persönlichen oder telefonischen Auskünften. Der Aushang von Fahrplänen wird von 28% als hauptsächlichster Informationskanal genutzt. **Gefragt nach dem zukünftig am liebsten genutzten Kanal „online“ mit 74% auf Platz 1, auf Platz 2 abgeschlagen mit 11% die schriftliche Information.**
- Jene, die sich online informieren, tun dies zu **42% direkt über die Website** (Wert gegenüber 2022 um 7%-Punkte gesunken), **40% nutzen Applösungen** (Steigerung um 9%-Punkte) und **18% Suchmaschinen**. Bevorzugt nach wie vor am **Handy/Smartphone/Tablet**, wobei eine weitere Steigerung um 6%-Punkte zu verzeichnen ist.
- In **Zukunft** wünscht man sich **Online-Fahrplaninfo zu 50% über eine Applösung, die Website diesmal mit 36% ein im Vergleich weit niedrigerer Wert**, Suchmaschinen mit 12% noch abgeschlagener als 2022. Als Endgerät wird für 80% das Handy/Smartphone/Tablet das bevorzugte Gerät sein.
- Immerhin **31% der Befragten nutzen einen Social Media Kanal der Verbund Linie**, vorrangig wird mit 21% Facebook verwendet, Instagram liegt bei 13%, Youtube bei 11%. 37% der Nutzer\*innen sind mit den Kanälen vollkommen zufrieden oder sehr zufrieden (2022: 43%), lediglich 9% weniger zufrieden bzw. unzufrieden.

# Allgemeine Kund\*innenzufriedenheit

- Die **allgemeine Zufriedenheit** mit der Verbund Linie in der **Zielgruppe der Nutzer\*innen in den letzten 12 Monaten** stellt sich in diesem Jahr **quasi gleich wie 2022 dar** (Durchschnittswert wie im Jahr 2022 2,8). Bei täglichen Nutzer\*innen ist die Gesamtzufriedenheit ebenso ähnlich (2,6 im Vergleich zu 2,7 im Jahr 2022).
- **31% aller Befragten (2022: 33%) sind überzeugte Kund\*innen, 19% aller Befragten (2022: 20%) sind enttäuschte Kund\*innen. Sieht man sich die Nutzer\*innen in den letzten 12 Monaten an, sind 35% derer überzeugte Kund\*innen (2022: 36%) und 16% enttäuschte Kund\*innen (2022: 17%).**
- Besonders in der **Altersgruppe** zwischen 30 und 39 Jahren, die im Vergleich zu 2022 die öffentlichen Verkehrsmittel nun viel stärker nutzen, ist die Anzahl der überzeugten Kund\*innen um 14%-Punkte gesunken. Mehr enttäuschte Kund\*innen unter den jungen Befragten zwischen 16 und 39 Jahren, weniger enttäuschte Kund\*innen als 2022 bei den 40- bis 49-Jährigen.
- **Überzeugte Kund\*innen** finden sich speziell in der **Stadt Graz**. In der **Obersteiermark**, insbesondere in **Gemeinden bis 5.000 Einwohner\*innen der höchste Anteil an enttäuschten Kund\*innen**. In obersteirischen Gemeinden mit über 5.000 Einwohner\*innen konnte der Anteil an überzeugten Kund\*innen gesteigert werden und jener der enttäuschten Kund\*innen verringert werden.

# Weiterempfehlung und Image

- **Die Weiterempfehlungsabsicht ist trotz ähnlicher Gesamtzufriedenheit gesunken.** Excl. weiß-nicht-Antworten stehen 19% Promotor\*innen (2022: 24%), also jene, die den Verkehrsverbund mit Begeisterung weiterempfehlen würden, 38% passiv Zufriedene (2022: 33%) und 43% sogenannte Kritiker\*innen (2022: 43%) gegenüber – die Kritik entsteht auch diesmal wieder hauptsächlich aus schlechten und unattraktiven Verbindungen / fehlenden Direktverbindungen (16% der Nennungen bei den Kritiker\*innen). Der Net Promotor Score (Promotor\*innen – Kritiker\*innen) beträgt -24. Die Verschlechterung ergibt sich aus dem gesunkenen Anteil der Promotor\*innen, die Kritiker\*innen sind gleich geblieben! Auch bei den **täglichen Nutzer\*innen** diesmal ein **negativer NPS** von -4; Promotor\*innen gesunken und Kritiker\*innen gestiegen!
- Die Imageanalyse zeigt wieder ein recht positives, wenn auch leicht schlechteres Bild als 2022. **Die Image- / Eigenschaftskriterien werden größtenteils zwischen 2,2 und 2,7 bewertet.** Am besten schneidet das Personal ab, gefolgt von gepflegten sauberen Fahrzeugen. Am kritischsten werden die Fahrpreise (Schnitt 3,2) gesehen.
- Besonders **positiv diesmal der Korridor Nord** gefolgt vom Korridor West, der schon 2022 und 2018 sehr gute Werte aufwies. Die Stadt Graz wird diesmal vielfach am schlechtesten bewertet, lediglich Topwerte bei Fahrplan- und Tarifinfo, Erreichbarkeit der Haltestellen und Tarifsysteem im Vergleich zu den anderen Regionen.
- Gemeinden mit über 5.000 Einwohner\*innen in der Obersteiermark bewerten besser als die kleineren Gemeinden (unter 5.000 Einwohner\*innen), wo hauptsächlich die Themen „häufige Fahrten“ (3,4) und Direktverbindungen (3,2) bemängelt werden.

# Handlungsrelevanz / Matrix (TOTAL)

## Faktoren für 2022 und 2024 neu gebündelt!

Ein Qualitätsbarometer, das in einer **Handlungsrelevanzmatrix** die Wichtigkeit mit der Zufriedenheit gegenüberstellt, liefert im Vergleich zur letzten Untersuchung im Jahr 2022 folgende Resultate:

- Die Bedeutung als auch die Zufriedenheit sämtlicher vier Leistungspakete **Schnelligkeit/reibungsloser Ablauf**, **Kund\*innenpflege/Information**, **Fahrzeug/Personal** und **Sicherheit/Sauberkeit** ist im TOTAL gesunken, wobei **Schnelligkeit** nach wie vor mit Abstand der wichtigste Faktor ist und besonderen Handlungsbedarf erfordert.
- Beim Bündel **„Schnelligkeit und reibungsloser Ablauf“** fällt die nach wie vor besondere Bedeutung der Faktoren viele direkte Verbindungen und häufige Fahrten auf, wo der Verbund jedoch auch die im Vergleich niedrigsten Zufriedenheitswerte erzielt.
- Die anderen Faktoren bei diesem Bündel sind in der Wichtigkeit und Zufriedenheit gesunken, hinsichtlich **Zufriedenheit ist besonders der Rückgang bei „günstige Fahrpreise“ auffällig**. Dieser Faktor ist jedoch nach der angemessenen Haltestellenausstattung und dem einfachen Tarifsystem im Vergleich am drittunwichtigsten.

# Handlungsrelevanz / Matrix (TOTAL)

- Beim Bündel „**Kund\*innenpflege / Information**“ sind die Wichtigkeiten auch ein wenig gesunken und man ist in der Zufriedenheit größtenteils leicht abgefallen. Lediglich bei den „guten Fahrplan- und Tarifinfos“ konnte man sich in der Zufriedenheit steigern. Was die „guten Infos bei Störungen/Verspätungen“ betrifft, ist ein Abfall der Zufriedenheit in das Feld „Handlungsbedarf“ zu verzeichnen. Parkplätze (Park and Ride) sind weniger wichtig als 2022, man ist weniger zufrieden.
- Abgesehen von der Pünktlichkeit werden Themen rund um das Bündel „**Fahrzeug/Personal**“ immer mehr zur Selbstverständlichkeit, wobei die Zufriedenheit leicht sinkt. Am wichtigsten hier die pünktliche Beförderung, bei der man nicht nachlassen darf.
- Bzgl. des Produktbündels „**Sicherheit / Sauberkeit**“ ebenso leichte Verringerung der Wichtigkeit und Zufriedenheit, Sauberkeit der Haltestellen ist eine Basisanforderung, bei der Sicherheit sollte man ansetzen.

**Insgesamt haben sich Wichtigkeit und Zufriedenheit – wie aus der Handlungsmatrix ersichtlich – bei vielen Kriterien von 2022 auf 2024 leicht verringert, was dazu führt, dass mehr Handlungsbedarf entsteht und auf der anderen Seite einige Faktoren zur Selbstverständlichkeit geworden sind.**

# Handlungsrelevanz / Matrix (tägliche Nutzer\*innen)

- Auch bei den **täglichen Nutzer\*innen** ist **„Schnelligkeit/reibungsloser Ablauf“** das **wichtigste Bündel** und auch gegenüber 2022 in der Wichtigkeit weiter gestiegen – allerdings ist die Zufriedenheit damit gesunken. Das Bündel **„Fahrzeug/Personal“** ist ebenso in der Wichtigkeit gestiegen, man ist im Vergleich auch zufriedener als mit dem ähnlich wichtigen Bündel **„Kund\*innenpflege/Information“**. Das vierte Bündel **„Sicherheit/Sauberkeit“** ist im Vergleich das am wenigsten wichtige, man erzielt hier die geringste Zufriedenheit.
- Beim Bündel **„Schnelligkeit/reibungsloser Ablauf“** fällt auf, dass die Zufriedenheiten vielfach gesunken sind. Die auch 2022 wichtigsten Items **viele direkte Verbindungen** und **häufige Fahrten** weisen diesmal bei niedrigerer Zufriedenheit **Handlungsbedarf** auf, ebenso die noch wichtiger gewordenen **guten Umsteigbedingungen**.
- Das Thema **„günstiger Fahrpreis“** 2022 für die täglichen Nutzer\*innen **wichtiger** als 2022, die **Zufriedenheit** damit ist jedoch **gesunken**. Ebenso wesentlich **wichtiger** diesmal das **einfache Tarifsysteem**, wo man wie bei den anderen Items aus diesem Bündel nicht nachlassen darf. Weniger zufrieden ist man auch mit der Haltestellenausstattung.

# Handlungsrelevanz / Matrix (tägliche Nutzer\*innen)

- Beim Produktbündel „**Kund\*innenpflege / Information**“ fühlen sich die täglichen Nutzer\*innen bei Störungen/Verspätungen zu wenig informiert, das Thema ist auch wichtiger geworden. Gute Fahrplan- und Tarifinfos sowie das Angebot an unterschiedlichen Fahrkarten wichtiger geworden, in der Zufriedenheit leichte Rückgänge, nicht nachlassen. Die anderen Faktoren wie Info an Haltestellen, im Fahrzeug, Ersatzverkehr und ausreichende Verkaufsstellen haben an Wichtigkeit eingebüßt, bis auf das letztgenannte auch an Zufriedenheit. Parkplätze abnehmende Bedeutung, von der Zufriedenheit her jedoch gesunken.
- Die Items rund um das Bündel „**Fahrzeug/Personal**“ sind allesamt bei den täglichen Nutzer\*innen in der Wichtigkeit gestiegen, jedoch in der Zufriedenheit gesunken. Man darf hier nicht nachlassen, das Thema Pünktlichkeit steht an der Grenze zum Handlungsbedarf.
- Bzgl. „**Sicherheit/Sauberkeit**“ ist das Thema „saubere Haltestellen“ bei den täglichen Nutzer\*innen etwas wichtiger geworden und man ist damit 2024 weniger zufrieden, ähnlich hinsichtlich Sicherheit bei den Haltestellen. Wichtig nach wie vor der Schutz vor Belästigungen in den Fahrzeugen, hier ein kleiner Anstieg in der Zufriedenheit.

**Insgesamt hat sich die Zufriedenheit bei vielen Einzelkriterien von 2022 auf 2024 leicht verringert, was dazu führt, dass mehr Handlungsbedarf entsteht. Hinsichtlich Gesamtzufriedenheit liegt der Verbund bei den täglichen Nutzer\*innen 2024 mit einem Durchschnitt von 2,6 sogar einen Hauch besser als 2022 (2,7).**

Die Gesamtkosten für die Erstellung sowie Durchführung der Befragung und die darauf basierende Studie „Repräsentativuntersuchung zur Bewertung der „Verbund Linie““ von FH-Prof. Dr. Astrid Oberzaucher, OMK Marketing & Kommunikationsberatung e.U. (<https://www.omk.co.at/>) sowie Talk Online Panel GmbH (<https://talkonlinepanel.com/at>) betragen gesamt EUR 14.132,90 netto (zzgl. 20% USt.).