

Switzerland

öV Zentralschweiz: Von Insights zu Impact

Manuel Cariappa-Schwaninger, Luca Kamer
YouGov Schweiz / Tarifverbund Passepartout
Mai 2026

Zugrundeliegende Studien

Die hier präsentierten Daten basieren auf 2 unabhängigen Studien.

Studie:	Passepartout Marktforschung 2025 (MaFo)
Auftraggeber:	Tarifverbund Passepartout, Verkehrsverbund Luzern
Projektleiter:	Manuel Cariappa-Schwaninger
Studienziel:	Steigerung der öV-Nutzung
Erhebungszeitraum:	27. Februar bis 30. März 2025
Zielgruppe:	Personen aus Luzern, Obwalden und Nidwalden ab 16 Jahren
Erhebungsmethoden:	(1) YouGov Internet-Panel; (2) QR-Codes in den öVs von Passepartout («Public»); (3) E-Mail-Einladungen an Abonnenten von Passepartout («E-Mail»)
Rücklauf:	n=3'732 Befragungen

Studie:	ÖV-Kundenzufriedenheitsumfrage Zentralschweiz 2025 (KuZu)
Auftraggeber:	Verkehrsverbund Luzern, Kanton Obwalden, Kanton Nidwalden, Kanton Uri und Zugerland Verkehrsbetriebe
Projektleiter:	Fabian Bergmann
Studienziel:	Serviceverbesserung
Erhebungszeitraum:	18. August bis 14. November 2025
Zielgruppe:	Personen ab 16 Jahren
Erhebungsmethoden:	F2F auf den öffentlichen Verkehrslinien des Verkehrsverbunds Luzern, den Kantonen Nidwalden, Obwalden, Uri sowie der Zugerland Verkehrsbetriebe
Rücklauf:	n=3'951 Befragungen

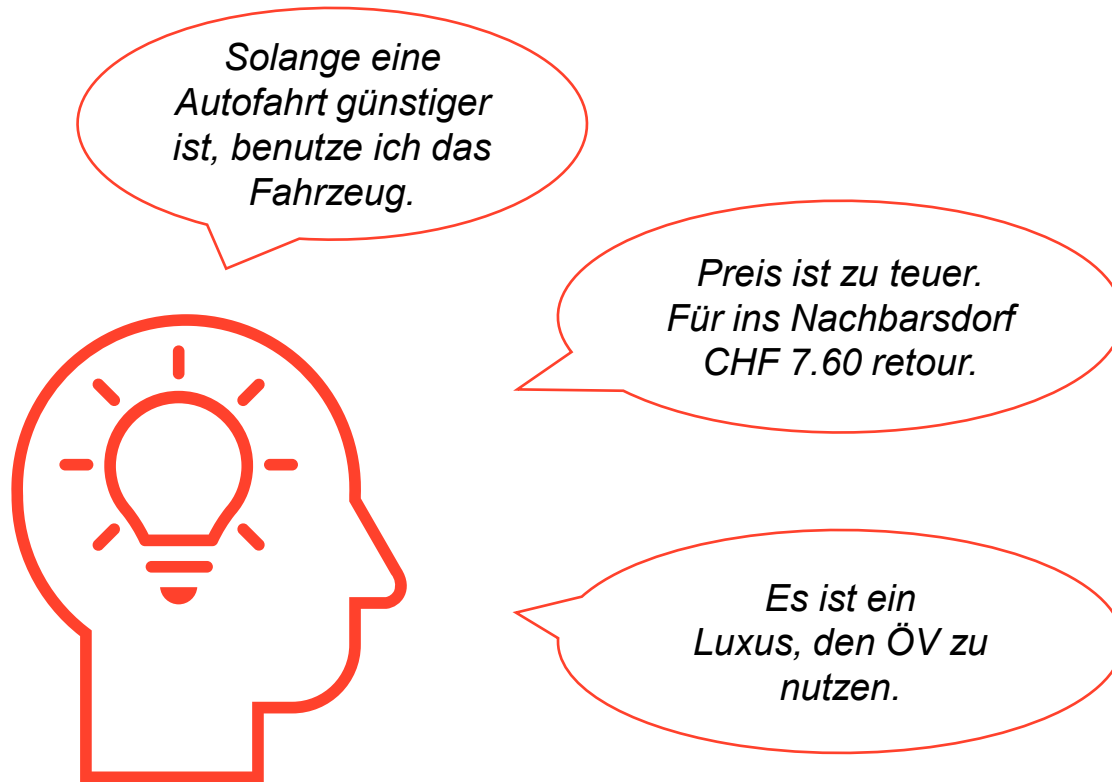
Kapitel 2

Hebel bei der Preiswahrnehmung



Wie kann man die öV-Nutzung erhöhen?

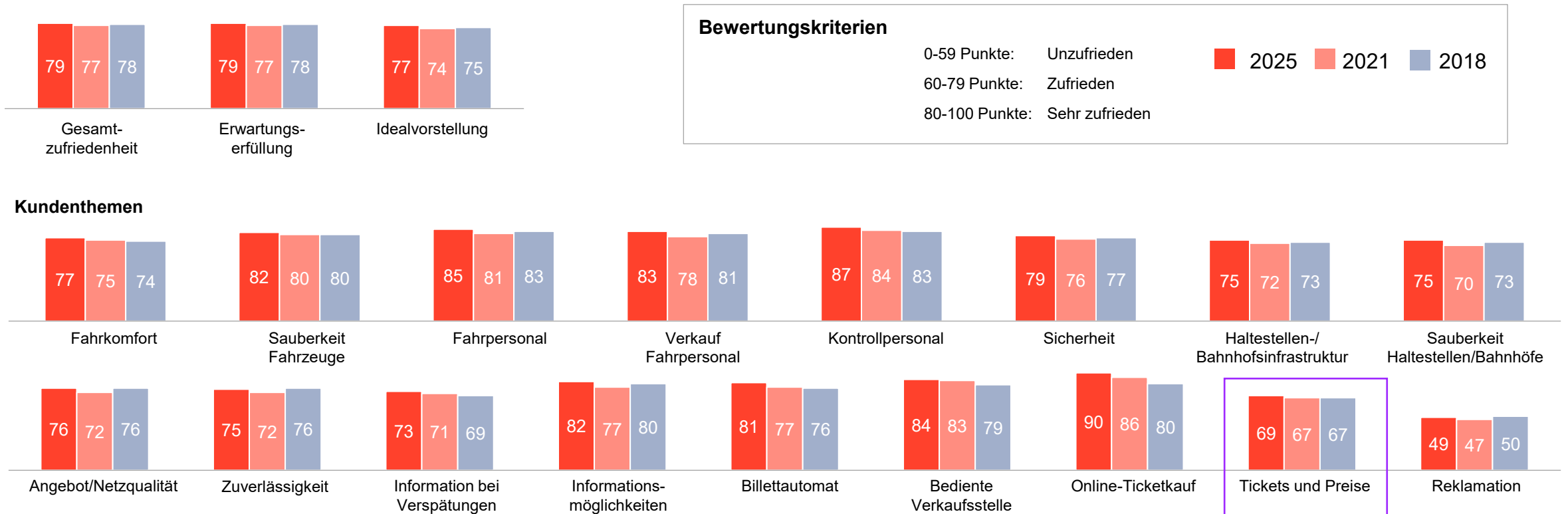
Offene Antworten der Befragten selbst.



	Total
Attraktivere Preise / bessere Konditionen	18%
Besser Pünktlichkeit / keine Verspätungen	9%
Bessere Verbindungen	9%
Häufigere Taktung / mehr Verbindungen	8%
öV ist zu langsam / dauert zu lange	7%
Überfüllter öV / kein Sitzplatz	7%
Positive Nennungen / allgemeine Zufriedenheit	6%
Besser Anschlussverbindungen	5%
Wohlfühlatmosphäre im öV/an Haltestellen verbessern	5%
Transport von Waren, Gepäck, Fahrrad	3%
Kompliziert / Unpraktisch	3%
Unflexibel	3%
Entfernung zur nächsten Haltestelle zu weit	3%
Nutze öV / besitze kein Auto	8%
Andere	5%
Keine Angabe	23%

öV-Zufriedenheit im Zeitvergleich

Der Preis ist nach den Reklamationen der am tiefsten bewertete Aspekt des öffentlichen Verkehrs.

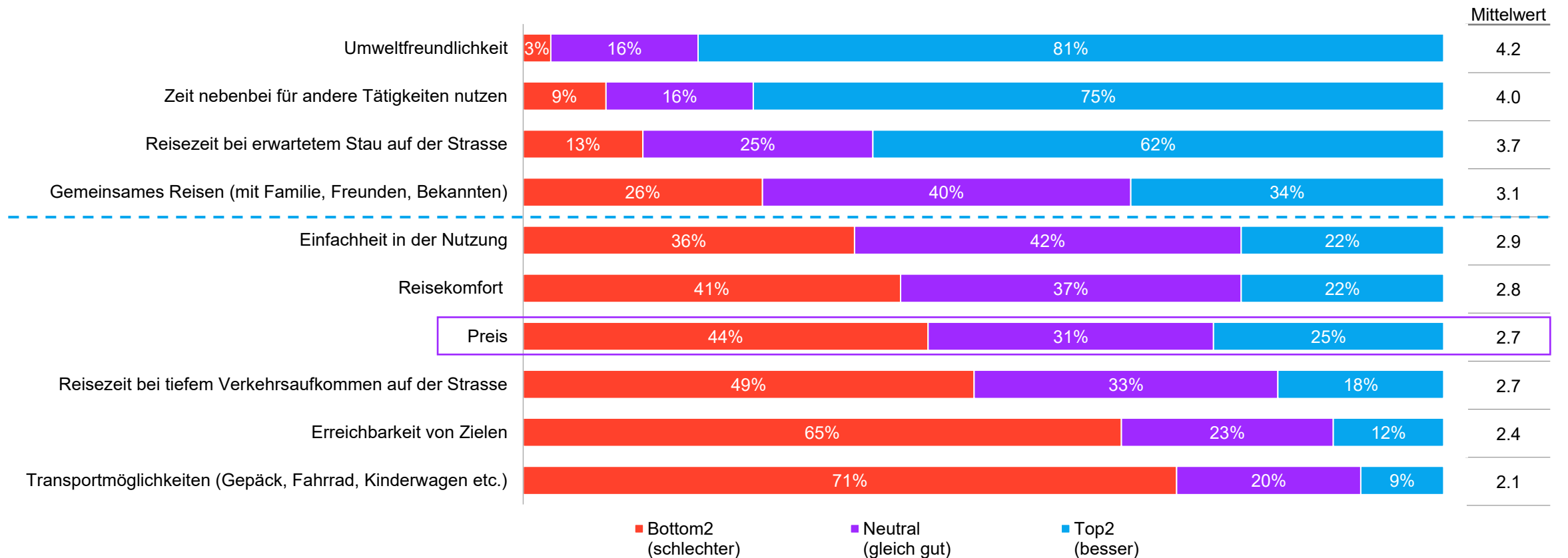


Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden öV-Leistungen?

Basis: n=3'951 | Filter: Alle Befragte Studie 2 | Skalierte Frage: 1= überhaupt nicht zufrieden bis 10= sehr zufrieden | Transformation der 10-er Skala im Fragebogen auf eine 100-er Skala.

Wie wird der öV vs. Auto bewertet?

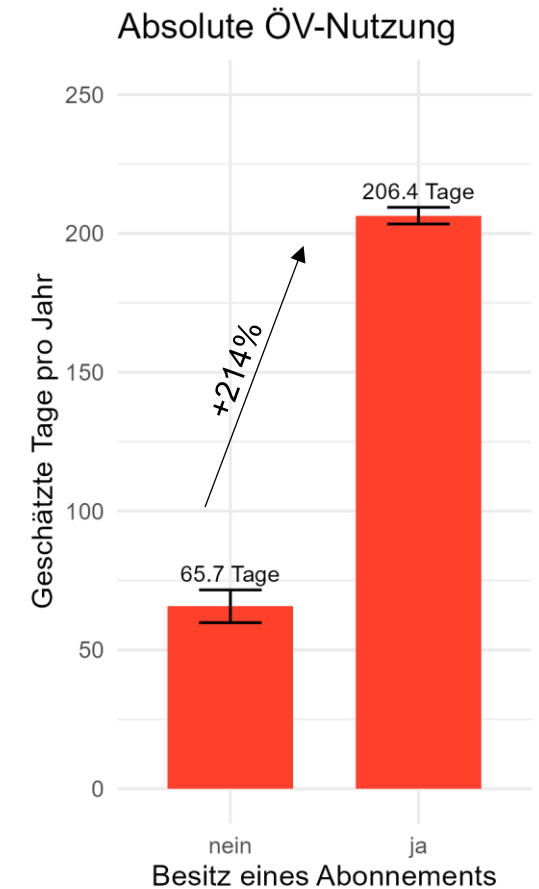
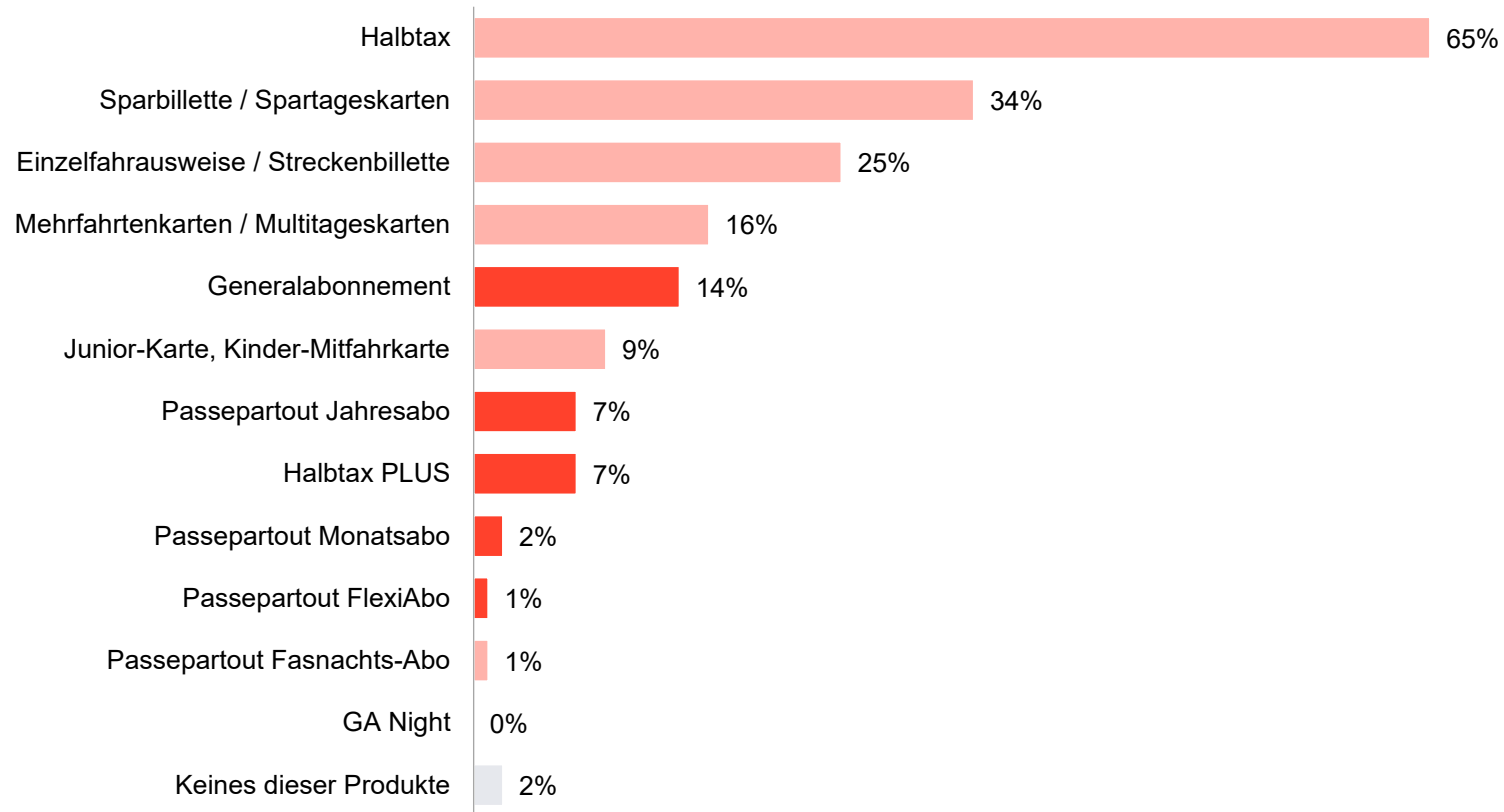
Der Preis des Autos wird besser bewertet als der öV, obwohl der öV objektiv gesehen günstiger ist.



F310: Wie bewerten Sie die öffentlichen Verkehrsmittel in Ihrer Region im Vergleich zum Auto?
 Basis: n=757 | Filter: Panel-Stichprobe Studie 1 | Geschlossene Frage | Datenbeschriftung ab 3%

Abo & öV-Nutzung

Personen mit einem Abo nutzen den öV dreimal so häufig wie Personen ohne Abo.



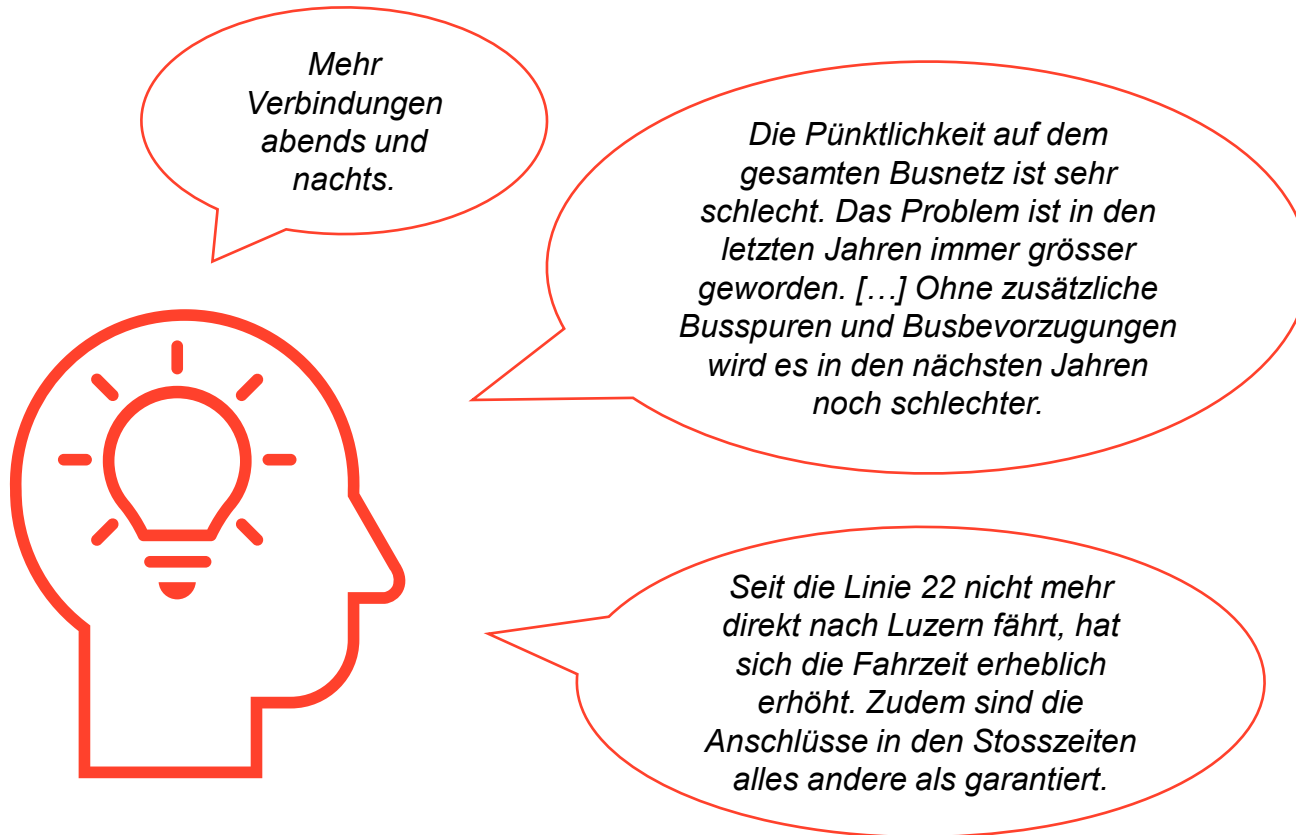
Kapitel 3

Hebel bei Netz- & Angebotsqualität



Wie kann man die öV-Nutzung erhöhen?

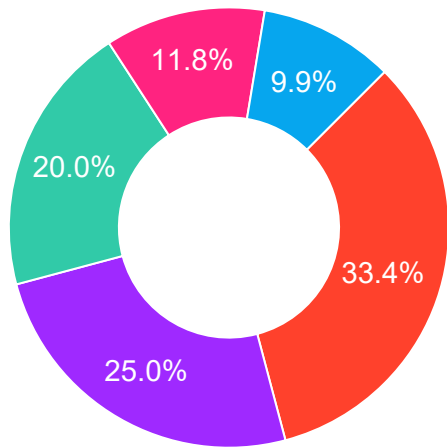
Offene Antworten der Befragten selbst.



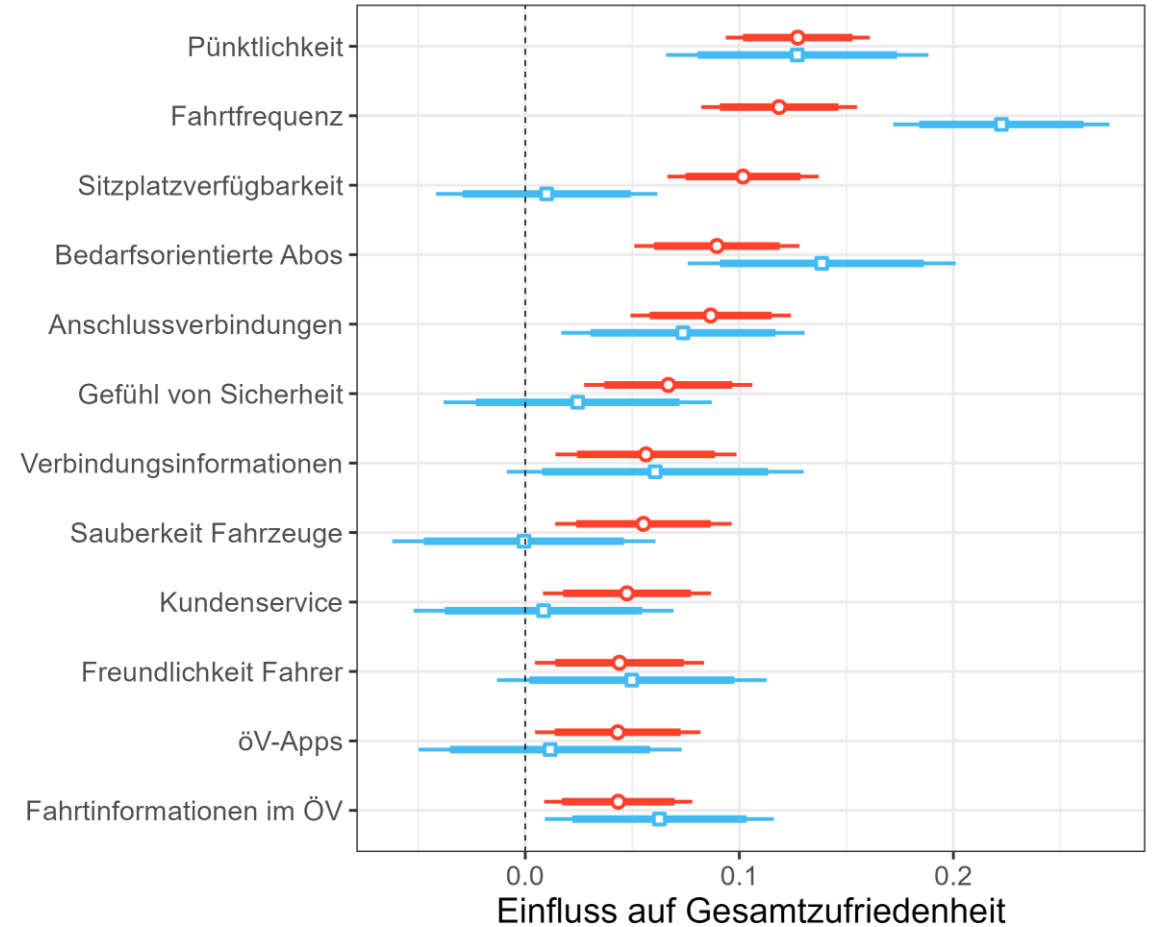
	Total
Attraktivere Preise / bessere Konditionen	18%
Besser Pünktlichkeit / keine Verspätungen	9%
Bessere Verbindungen	9%
Häufigere Taktung / mehr Verbindungen	8%
öV ist zu langsam / dauert zu lange	7%
Überfüllter öV / kein Sitzplatz	7%
Positive Nennungen / allgemeine Zufriedenheit	6%
Besser Anschlussverbindungen	5%
Wohlfühlatmosfera im öV/an Haltestellen verbessern	5%
Transport von Waren, Gepäck, Fahrrad	3%
Kompliziert / Unpraktisch	3%
Unflexibel	3%
Entfernung zur nächsten Haltestelle zu weit	3%
Nutze öV / besitze kein Auto	8%
Andere	5%
Keine Angabe	23%

Wie kann man aktuell die Zufriedenheit mit dem öV steigern?

Wichtigkeit Faktoren



- 1. Angebot & Netzqualität
- 2. Zuverlässigkeit & Information bei Verspätung
- 3. Fahrkomfort & Sauberkeit der Fahrzeuge
- 4. Fahrpersonal & Sicherheit
- 5. Infrastruktur & Sauberkeit Haltestellen/Bahnhöfe



○ Stadt □ Land

F320: Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden öV-Leistungen in Ihrer Region?
 Basis: n=3'951, 3'732 | Filter: Alle Befragte Studie 1 (links) und Studie 2 (rechts)

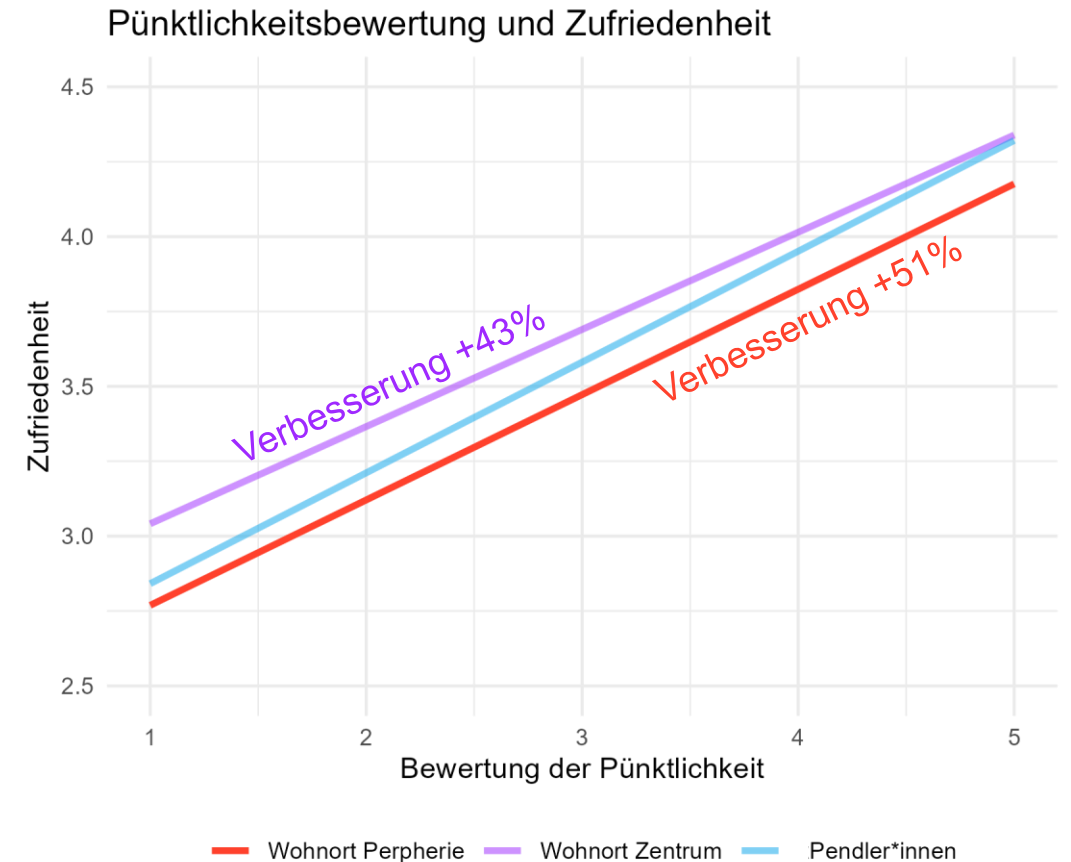
Pünktlichkeit und öV-Zufriedenheit

• Potential Pünktlichkeit

Je pünktlicher die Befragten den öV wahrnehmen, desto zufriedener sind sie mit dem öV. Die öV-Zufriedenheit kann um bis 50% durch die Pünktlichkeit erhöht werden; damit ist der Einfluss mehr als doppelt so gross wie der Einfluss der Preisbewertung auf die Zufriedenheit.

• Zufriedenheit wirkt nicht sofort auf die Nutzung

Erhöhte Pünktlichkeit und Zufriedenheit übersetzt sich nicht sofort in eine erhöhte öV-Nutzung, das Verhalten ändert sich langsamer als die Einstellungen. Zudem steigt die Chance bei häufiger Nutzung einzelne Verspätungen zu erleben, wodurch öV bei erhöhter Nutzung unpünktlicher wahrgenommen wird.



Was sind die wichtigsten Verbindungen?

• 1. Arbeitsweg

Der Arbeitsweg ist mit Abstand der wichtigste Fahrweg für die öV-Nutzung und den Abokauf. Personen, die den Arbeitsweg mit dem öV assoziieren, nutzen den öV doppelt so häufig wie Personen, die das nicht tun. Berufstätige Personen sind zudem die grösste Zielgruppe des öV.

• 2. Alltagsfahrten

Die Assoziation mit Alltagsfahrten (Arzt, Friseur, Gemeindeamt...) hat den zweitstärksten Einfluss auf die relative Nutzung und Abokäufe.

- Nachfrageseitig müsste man Kapazitäten bei Spitzenzeiten erhöhen. Angebotsseitig wird versucht die Nutzung bei Spitzenzeiten abzuflachen.



Einordnung der Ergebnisse

Evidenz der Ergebnisse:

Klare Evidenz durch 2 unabhängige Studien, deren Ergebnisse sich gegenseitig unterstützen.

Total n=7'683 Befragungen (öV-Kund/-innen und Nicht-Kund/-innen)

Total über 1'300 Stunden Kundenfeedback aus der Region Zentralschweiz

Grenzen der Untersuchung:

Die Passepartout Marktforschung 2025 und ÖV-KuZu Zentralschweiz 2025 konzentrieren sich **ausschliesslich auf die Nachfrageseite** – also auf die Perspektive von Kund/-innen (MaFo/KuZu) und Nicht-Kund/-innen (MaFo).

Aspekte der Angebotsseite, wie die Bedürfnisse und Einschränkungen der Transportunternehmen und Bestellerkantone (z. B. begrenzte Mittel der öffentlichen Hand oder Kapazitätsgrenzen in Stosszeiten etc.), sind in den Ergebnissen nicht berücksichtigt.

Trade-Off Finanzierung:

Niedrigerer Preis → potenziell weniger Einnahmen

Besseres ÖV-Angebot (Pünktlichkeit, Verbindungen, Fahrtfrequenz) → höhere Kosten

Spannungsfeld Finanzierung

Die öV-Branche Schweiz steht in einem Spannungsfeld

- **Steigende Kosten** aufgrund höherer Kosten für Energie, Material und Personal, durch die allgemeine Teuerung sowie durch Investitionen in Angebot, Infrastruktur und Fahrzeuge.
- **Begrenzte verfügbare Mittel, zunehmender Kostendruck** und **veränderte politische Rahmenbedingungen**. Dazu gehören unter anderem das Entlastungspaket 27 sowie der Wegfall der Rückvergütung der Mineralölsteuer.
- Kundenbedürfnis nach **attraktiven Preisen** und **hoher Netz- und Angebotsqualität** im öV.



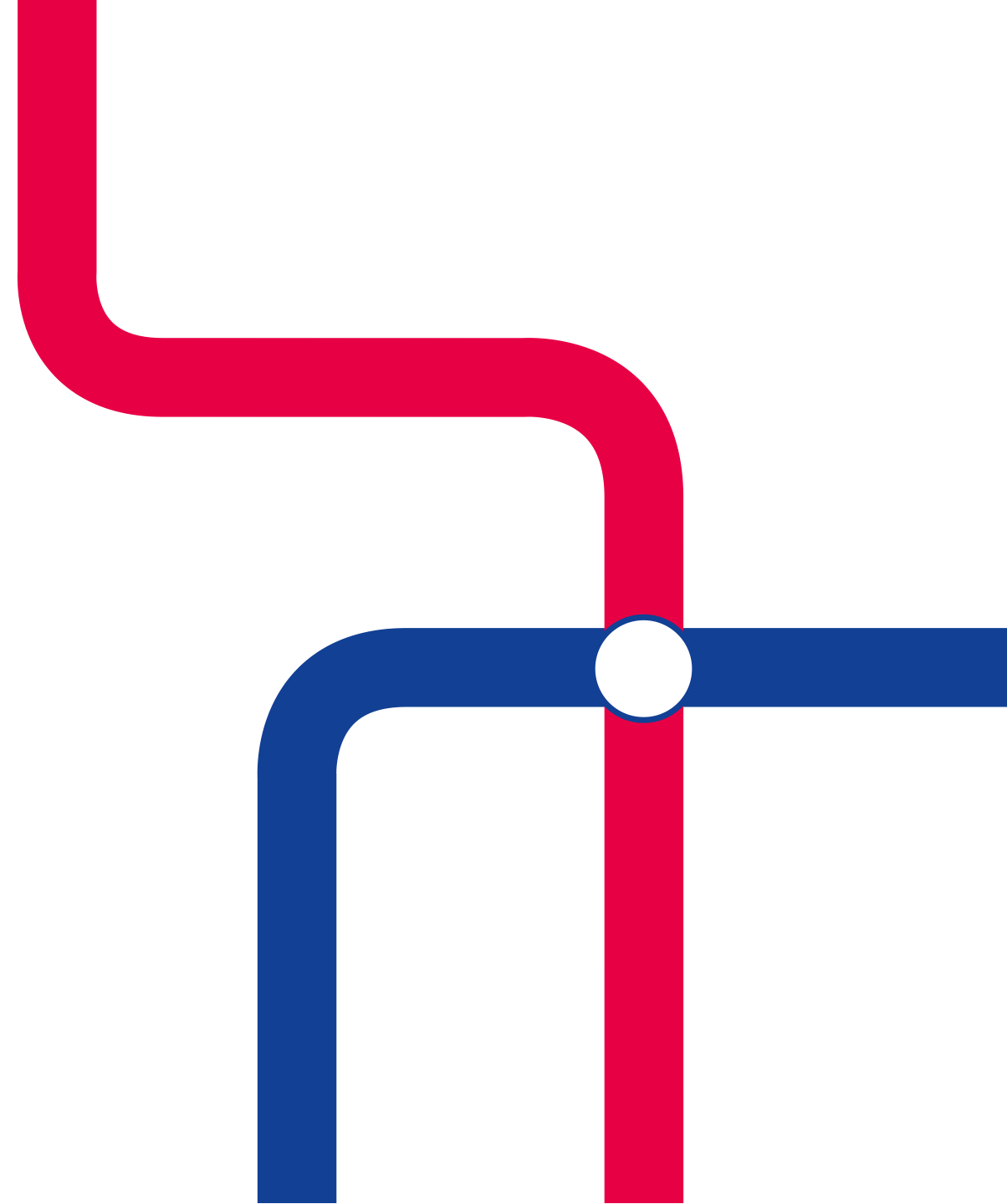
Chance Preiswahrnehmung

- Wird das **Preisverhältnis** zwischen öV und Auto zugunsten des öV besser bewertet, erhöht dies die öV-Nutzung deutlich.
- Der Preis ist auch deshalb ein wichtiger Faktor, da die **Befragten unschlüssig** sind, ob die Nutzung eines Autos oder des öV in Summe günstiger ist.
- Die Preiswahrnehmung kann durch **Preissenkungen** verändert werden, diese sind aber nicht zwingend notwendig, um die Wahrnehmung zu beeinflussen.
- Emotional ansprechende **Informationskampagnen** können die Preiswahrnehmung ebenfalls positiv beeinflussen.

Einblick

Marketingstrategie 2030

inkl. Transfer in Massnahmen



Stellschrauben mit dem grössten Hebel zur Steigerung der öV-Nutzung

Bereich Marketingkommunikation

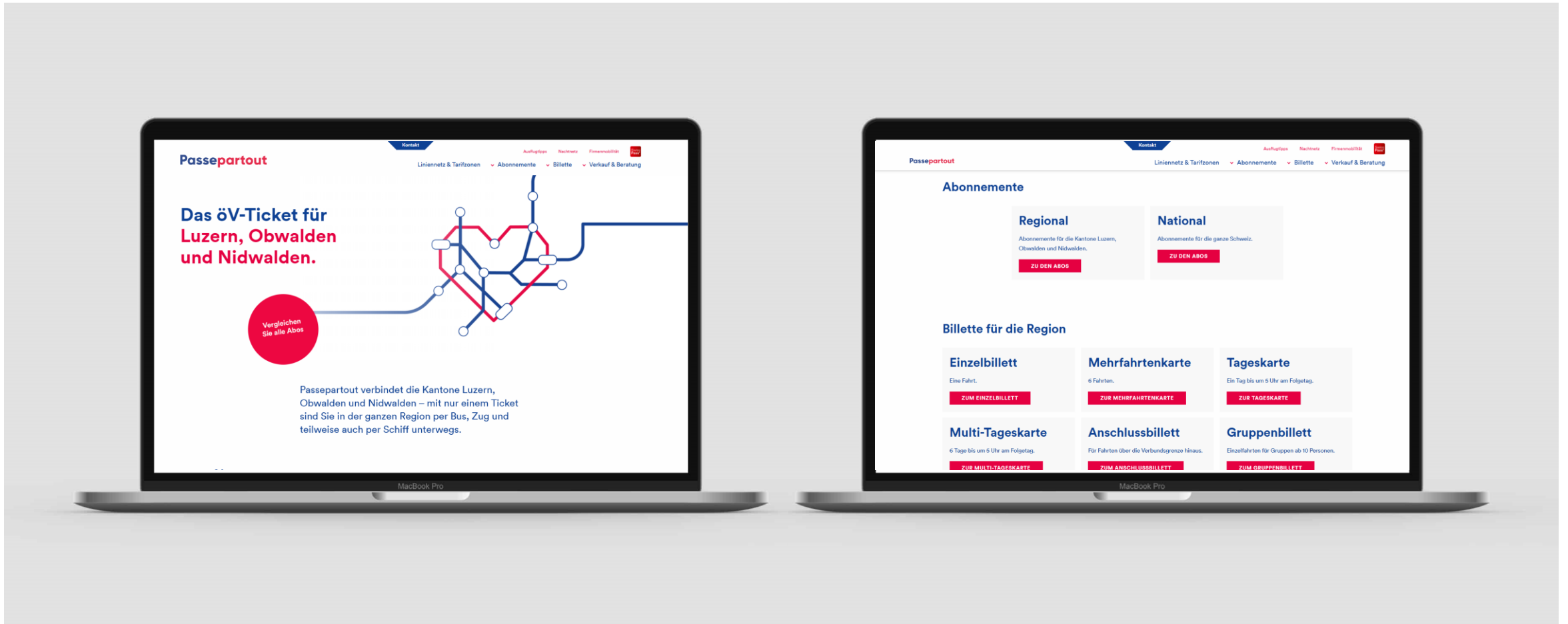
1. Aufbau Assoziationen (insbesondere Arbeitsweg, Alltagsfahrten, Besuch von Bekannten, Shopping...)
2. Verbesserung Imageaspekte (insbesondere Einfachheit in der Nutzung und Preiswahrnehmung im Vergleich zum Auto)
3. Verbesserung Zufriedenheit mit den Dienstleistungen

Zielsetzung

Den öffentlichen Verkehr in der Region für die Zielgruppen **einfacher, relevanter und emotional** wirkungsvoller machen.

→ Mehr Menschen für den öV begeistern.

Überarbeitung Webseite



Kommunikation Abonnemente



Kommunikation Fahrtgründe



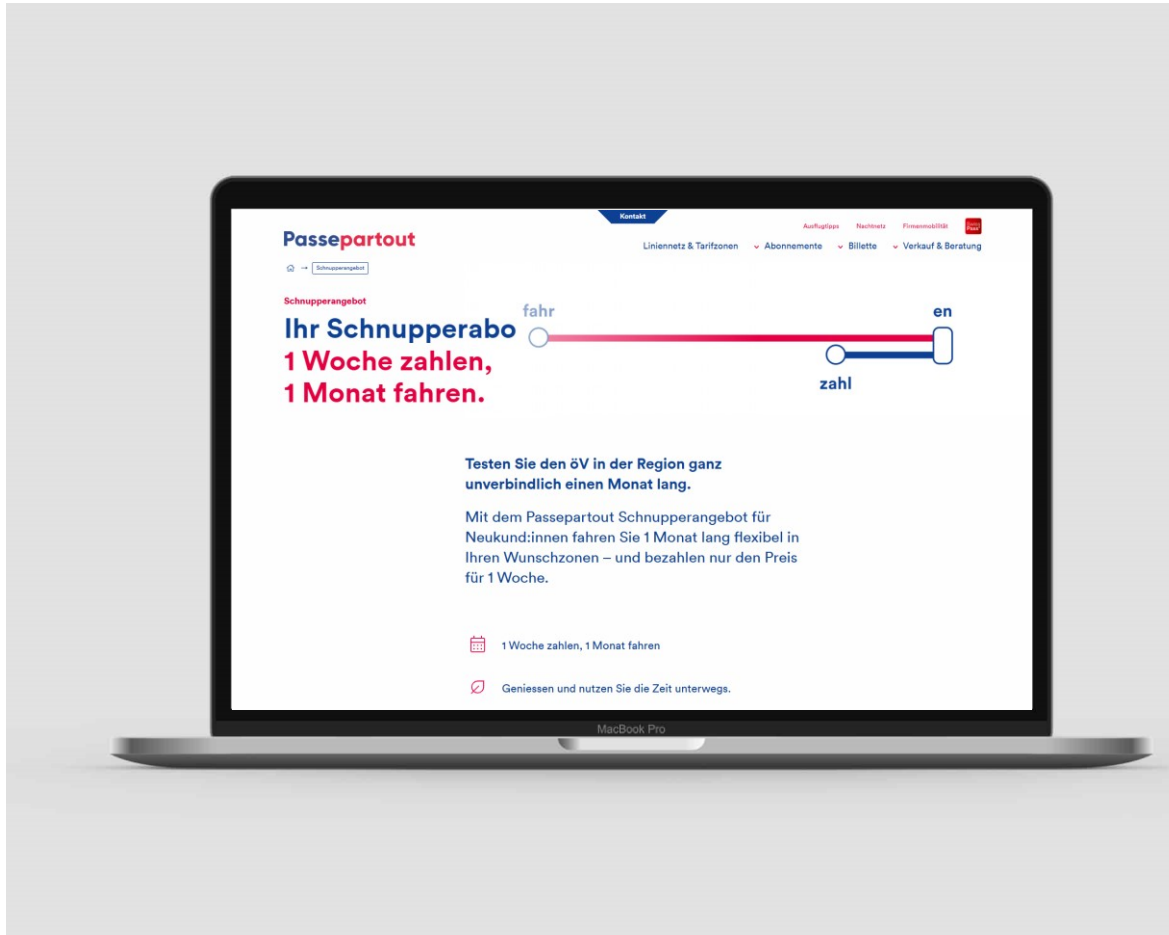
Kommunikation Fahrtgründe



Kommunikation Nachtnetz / Veranstaltungen



Passepartout Schnupperangebot B2C



Stand Einlösungen (01.11.2025-30.04.2026):

- 1'500+ Stück
- Folgekäufen: Jahresabo 1,8 %, Monatsabo 8,2 %, FlexiAbo 0,6 %.

Laufzeit:

- Bis Ende 2026 (Verlängerung denkbar)

Werbemassnahmen:

- Beilage Verkehrssteuer-Rechnungen LU
- Gemeindekanäle LU, OW, NW
- Zielgerichtet: Online Paid und Out-of-Home

Gemeinsam pünktlich ans Ziel

Initiative Bus voraus

Verlässliche Verbindungen entstehen nicht zufällig – sondern durch kluge Lösungen am richtigen Ort.

Bus voraus zeigt gezielte Massnahmen, die den Verkehr wieder in Fluss bringen.

[Bus Voraus | Home](#)

Fragen und Inputs: info@vvl.ch

Gemeinsam pünktlich ans Ziel

Pünktlichkeitsradar

KANTON LUZERN
Pünktlichkeitsradar Buslinien
Verkehrsverbund Luzern

Entwicklung der Pünktlichkeit pro Buslinie

Hier kannst du die **Pünktlichkeitswerte** einzelner Buslinien erkunden: Wähle oberhalb der Karte eine Tageszeit und sieh direkt, wie sich die Linien entsprechend einfärben. Du kannst auch auf eine Strecke in der Karte klicken und die gewünschte Linie auswählen. Für die gewählte Linie erhältst du zusätzliche Informationen sowie Diagramme zur Entwicklung der Pünktlichkeit über die letzten Jahre und für die Monate des Jahres 2025.

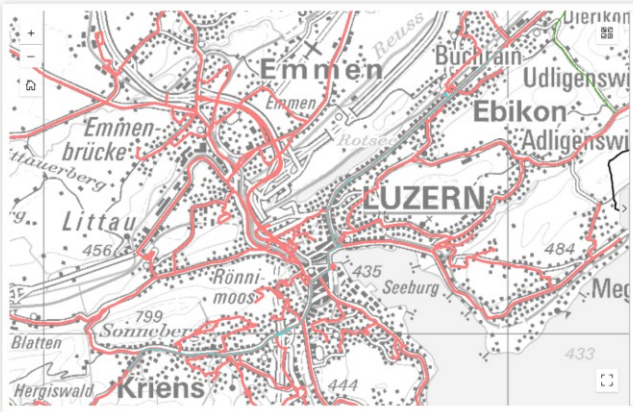
Hinweis zur Datenverfügbarkeit

Die Verfügbarkeit von Pünktlichkeitswerten einzelner Linien kann auf bestimmte Zeiträume beschränkt sein, etwa aufgrund der Datenqualität oder von Linienanpassungen.

Bei der Linie 1 gilt der Streckenteil Obernau - Luzern als Regionalverkehr, während Luzern - Ebikon dem Ortsverkehr zugeordnet ist. Die Werte von 2019 - 2022 beziehen sich deshalb nur auf den Abschnitt Obernau - Luzern. Ab 2023 bilden die Pünktlichkeitswerte den Mittelwert beider Streckenteile.

Für Suchergebnisse bitte Buslinie eingeben - ENTER - Buslinie auswählen

Durchschnittlicher Tagesverkehr (DTV)
Morgenspitze (7-8 Uhr)
Abendspitze (17-18 Uhr)



Linie 1: Obernau - Kriens - Luzern - Ebikon Fildern
60.001


Im Jahr 2025 waren in der Abendspitze (17-18 Uhr) 44 Prozent aller Fahrten der Linie 1 pünktlich. Die Linie gilt damit als unpünktlich.

Die **Pünktlichkeitsentwicklung** gegenüber dem Vorjahr ist positiv: 9 % Pkt.


Pünktlichkeitswerte öffentlicher Verkehr

- Buslinien mit Pünktlichkeitswert
- pünktlich
- unpünktlich

Jährliche Pünktlichkeitswerte der Linie 1



Monatliche Pünktlichkeitswerte der Linie 1



Der Pünktlichkeitsradar zeigt, auf welchen Linien und zu welchen Tageszeiten die Busse im Kt. Luzern zuverlässig unterwegs sind – und wo nicht.

Wichtig, um dringend notwendige Busbeschleunigungsmassnahmen zu priorisieren und umzusetzen.

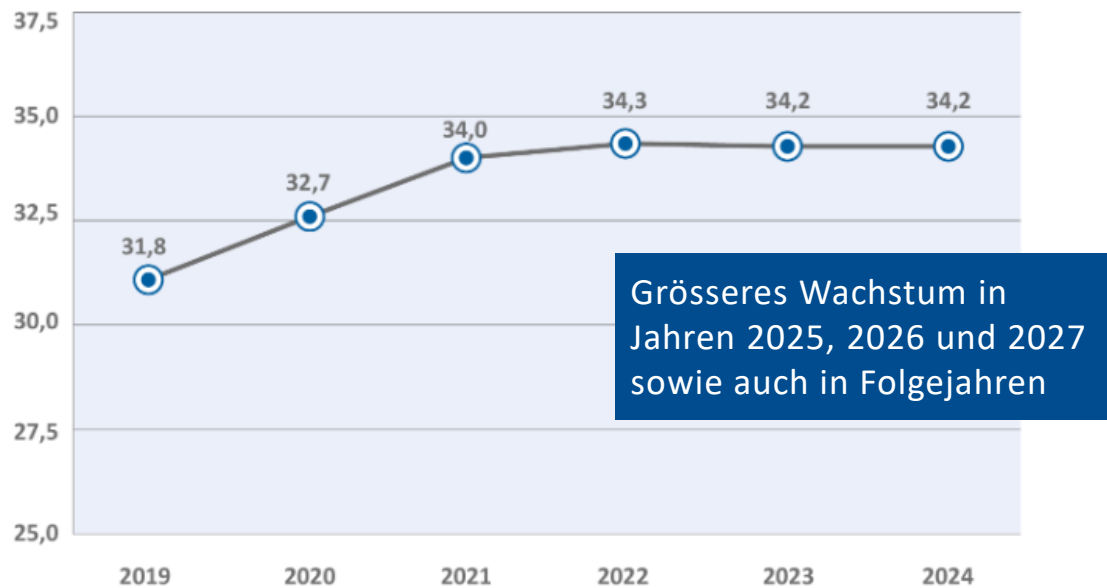
Pünktlichkeitsentwicklung - Kanton Luzern

Fragen und Inputs: martina.hauri@vvl.ch

Verbesserung Angebot und Netzqualität

Laufender Angebotsausbau

Entwicklung Kurskilometer (in Mio.)



Quelle: Geschäftsbericht 2024 VVL

Entsprechend der Kundenbedürfnisse wird das Angebot weiterentwickelt; häufiger, direkter, stabiler und teilweise auch schneller.

Gemeinsame Planung mit Gemeinden, Regionen und Nachbarkantonen

Verkehrsverbund Luzern | Luzern fährt neu
Fragen und Inputs: info@vvl.ch

Im Kern

- Wir kennen Kundenbedürfnisse und die wichtigsten **Hebel zur Steigerung der öV-Nutzung**
- Passepartout und der Verkehrsverbund Luzern treiben diese aktiv voran, stehen aber in einem **Spannungsfeld Kundenbedürfnisse versus Finanzierung öffentliche Hand**
- Wir brauchen die **Unterstützung der Politik**
(z. B. bei Pünktlichkeit/Haltestellen -> Infrastrukturen sowie
Fahrtfrequenz/Preisniveau -> mehr finanzielle Mittel öffentliche Hand)
- Wir spielen Verkehrsteilnehmende nicht gegeneinander aus:
Pünktlichere Busse nützen allen – auch Autofahrenden.

Danke für Ihre Unterstützung, damit wir mehr Menschen für den öV begeistern können.

Fragerunde

Was möchten Sie genauer wissen?

