

Kurzfassung

Im heutigen Wettbewerbsmarkt stehen die Kundenzufriedenheit (KuZi) und ihre Bedeutung im Fokus von Dienstleistungsunternehmen aller Art. Auch für die ÖPNV-Branche als einem aktiven Teil der Wirtschaft gewinnt dieses Thema immer mehr an Bedeutung. Um die ÖPNV-Leistungen qualitativ hochwertiger zu gestalten und eine positive Unternehmensimage zu erzielen sowie mehr Kundschaft zu gewinnen, ist von großer Wichtigkeit, dass die ÖPNV-Anbieter sich mehr an den Bedürfnissen und Wünschen der Kundschaft orientieren. Die Methoden und Instrumente zur Messung der KuZi werden von Zeit zu Zeit von mehreren ÖPNV-Anbietern als eine sichere Investition angefragt – und das aktuell mehr als je zuvor.

Ziel dieser Arbeit mit dem Thema „Möglichkeiten zur Messung der Kundenzufriedenheit im ÖPNV“ ist es, den Handlungsbedarf zu ermitteln und Handlungsempfehlungen abzuleiten, die zur Steigerung der KuZi führen. Die Handlungsempfehlungen beziehen sich auf die Ermittlung der KuZi durch die WSW mobil GmbH in Wuppertal.

Dazu werden zuerst die Begriffe „Dienstleistungs-Qualität“ und „Kundenzufriedenheit“ definiert und die „DIN EN 13816 für den Bereich „Öffentlicher Personenverkehr“ als Hauptquelle dieser Arbeit generell vorgestellt.

Des Weiteren werden die verschiedenen Methoden zur Messung der KuZi im ÖPNV dargestellt sowie jeweilige Vor- und Nachteile in Betracht genommen und anhand eines praxisbezogenen Beispiels nähergebracht.

Im letzten Abschnitt wird der Schwerpunkt dieser Arbeit behandelt. Die Methoden, die die WSW mobil GmbH zur Messung der KuZi nutzt, werden näher untersucht und der mögliche Handlungsbedarf wird festgestellt. Daraus werden Handlungsempfehlungen ausgesprochen, die zur Steigerung der KuZi führen.

Bei der Ausarbeitung dieser Arbeit hat sich ergeben, dass die WuppertalerInnen insgesamt mit den ÖPNV-Leistungen der WSW mobil GmbH zufrieden sind. Von besonderen Angeboten wie „WLAN“ in allen Bussen der WSW sind die Fahrgäste sogar sehr begeistert. In puncto „Fahrgastinformation“ und „persönliche Beratung“ haben die Kunden großes Lob an die WSW ausgesprochen. Ein zeitnaher Handlungsbedarf wurde bei „Pünktlichkeit“, „Sauberkeit“ und „Fahrkartenautomaten“, die oftmals durch mehrere Fahrgäste bemängelt wurden, festgestellt.

Abstract

In today's competitive market, customer satisfaction and its importance are the focus of service companies of all kinds. This subject is also becoming increasingly important for the public transport industry as an active part of the economy. In order to make public transport services more qualitative and to gain a positive corporate image as well as more customers, it is of great importance that public transport providers orientate themselves more to the needs and wishes of their customers. The methods and tools for measuring customer satisfaction are requested from time to time by more public transport providers as a secure investment than ever before.

The aim of this paper, entitled "Possibilities to measure customer satisfaction in public transport", is to identify the need for action and to derive recommendations for action that increase customer satisfaction. The recommendations for action refer to the determination of the customer satisfaction by WSW mobil GmbH in Wuppertal.

First, the terms "service quality" and "customer satisfaction" are defined and "DIN EN 13816 for public transport" is presented as the main source of this work.

After this, the various methods for measuring customer satisfaction in public transport will be presented, the advantages and disadvantages taken into consideration and brought closer with a practical example.

The last section deals with the focus of this thesis. The methods used by WSW mobil GmbH to measure customer satisfaction will be examined more closely and the possible need for action determined. From this recommendations for action are issued, which lead to an increase in the customer satisfaction.

In the preparation of this work, it emerged that the citizens of Wuppertal are satisfied with the public transport services of WSW mobil GmbH. Of special offers such as "WLAN" in all buses of the WSW, the passengers are very enthusiastic. In terms of "passenger information" and "personal advice", the customers have praised WSW. However, with the factors "punctuality", "cleanliness" and "ticket machines", which were often criticized by several passengers, a need for action was determine.