

Bericht

Geht an:
Stadt Luzern

Wirtschaft
Institut für Tourismus und Mobilität
ITM

Noah Balthasar
Wissenschaftlicher Mitarbeiter
noah.balthasar@hslu.ch

Prof. Dr. Timo Ohnmacht
Professor
timo.ohnmacht@hslu.ch

Luzern, 24. Juni 2025

ÖV-Förderung durch Vergünstigungen für Schülerinnen und Schüler der Stadt Luzern –
Analyse der eingelösten Gutscheine (Pilotjahr 1 und 2), der Verkaufs- und Sortimentsentwicklung von Billetten und Abonnements des öffentlichen Verkehrs (ÖV) und der Trendbefragung (2023, 2024 und 2025)

Datenstand: Juni 2023 bis März 2025



Bildquelle: Stadt Luzern (Zugriff am 20.04.2025)

Abstract

Im Sommer 2023 startete die Stadt Luzern ein dreijähriges Pilotprojekt zur Förderung der Nutzung des öffentlichen Verkehrs bei Schülerinnen und Schülern. Kinder, wohnhaft in der Stadt Luzern im Alter von 6 bis 16 Jahren, erhalten 2023/24, 2024/25 und 2025/26 jährlich einen Gutschein im Wert von 300 Franken für den Kauf von Abonnements und Billetten des öffentlichen Verkehrs.

Ziele der verkehrspolitischen Intervention sind:

- **Steigerung** der Nutzung des **öffentlichen Verkehrs (ÖV)** durch Schülerinnen und Schüler
- **Förderung** ihrer **Selbständigkeit** in der Mobilität (ohne Begleitung durch Erwachsene)
- **Reduktion** ihrer Abhängigkeit vom **Auto** (z.B. «Elterntaxi» zu Sport oder Schule)

Rund **60%** der Schülerinnen und Schüler nehmen das Angebot in Anspruch und lösen den Gutschein ein. Der Gutschein zeigt bereits in den ersten zwei Jahren seit seiner Einführung seine Wirkung.

Mehr ÖV-Nutzende Schülerinnen und Schüler:

Im Jahr **2025** nutzen **36%** der **Schülerinnen und Schüler** den **ÖV**; im Gegensatz zu **29%** im Jahr **2023**.

Mehr ÖV-Wege:

Im Jahr **2025** wachsen die berichteten **ÖV-Wege** der **Schülerinnen und Schüler** um **29%** gegenüber dem Referenzjahr **2023** an.

Höherer Anteil des ÖV am wegebezogenen Modal Split:

38% der Wege wurden im Jahr **2025** mit dem **ÖV** zurückgelegt. Vor der Einführung des Gutscheins im Jahr **2023** waren es noch **31%**. Dies ist ein Wachstum von **7 Prozentpunkten**.

Zudem sind Schülerinnen und Schüler hinsichtlich ihrer Anzahl Wege im Alltag (**selbständig**) **mobiler geworden**. Allerdings sind sie auch **weniger häufig mit Gleichaltrigen** unterwegs. **Autowege reduzieren** sich mengenmässig **leicht**. **Wege zu Fuss** nehmen **merklich** ab.

Die vorliegende Evaluationsstudie dient der Darstellung der Entwicklung seit Einführung des Gutscheins. Die Studie ist als **Trenddesign** angelegt und zeigt Unterschiede bezüglich der Populationsmittelwerte über die Zeit auf. Bei einem Trenddesign wird dieselbe Studie zu mehreren Zeitpunkten mit jeweils unterschiedlichen Stichproben durchgeführt. Mit Hilfe des Trenddesigns ist es möglich, Veränderungen auf Aggregatebene nachzuvollziehen (d.h.: auf Ebene der gesamten Stichprobe, die wiederum die Schülerinnen und Schüler repräsentieren soll). Von einem Paneldesign – also die Befragung derselben Kinder über drei Jahre hinweg – wurde abgesehen. Denn in diesem Zeitraum verändern Kinder ihre Aktivitäten und Aktivitätsräume stark (vor allem ihre Selbständigkeit in der Mobilität), so dass Veränderungen kaum auf den Gutschein bezogen werden können.

Die Veränderungen aus einem Trenddesign können nicht endgültig kausal bezüglich des Gutscheins interpretiert werden. Eine Intervention mit einer solchen Breitenwirkung hat jedoch einen hohen Erklärungsbeitrag an den oben aufgezeigten Veränderungen.

Die Studie legt keine verkehrspolitische Empfehlung zur Fortführung oder Beendigung der Massnahme vor, sondern stellt eine faktenbasierte Grundlage für weitere Diskussionen und künftige Entscheidungen dar.

Aus wissenschaftlicher Sicht ist die Analyse von Langzeiteffekten zu empfehlen. Daher wird angeraten, die Evaluationsstudie auch nach dem dritten Gutscheinjahr im Sommer 2025 fortzusetzen, um weitere Entwicklungen zu analysieren und die Zusammenhänge zu validieren.

Management Summary

Hintergrund

- Im Sommer 2023 startete die Stadt Luzern ein **dreijähriges Pilotprojekt** zur Förderung der Nutzung des öffentlichen Verkehrs bei **Schülerinnen und Schülern**.
- Kinder – wohnhaft in der Stadt Luzern, volksschulpflichtig, im Alter von 6 bis 16 Jahren – erhalten 2023/24, 2024/25 und 2025/26 jährlich einen **Gutschein** im Wert von 300 Franken für den Kauf von **Abonnementen und Billetten des öffentlichen Verkehrs**.

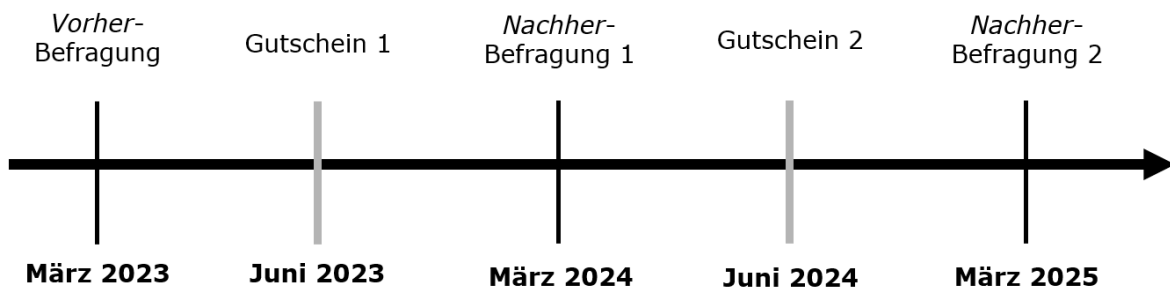


Ziele dieser verkehrspolitischen Intervention sind wie folgt:

- Steigerung** der Nutzung des **öffentlichen Verkehrs (ÖV)** durch Schülerinnen und Schüler
- Förderung** ihrer **Selbständigkeit** in der Mobilität (ohne Begleitung durch Erwachsene)
- Reduktion** ihrer Abhängigkeit vom **Auto** (z.B. «Elterntaxi» zu Sport oder Schule)

Evaluationsstudie

- Im Rahmen einer **Trendbefragung** in den Jahren **2023, 2024 und 2025** wurden insgesamt **1'846 Schülerinnen und Schüler** zu ihrem Mobilitätsverhalten **befragt**, um die Wirkung der Gutscheine auf das Verkehrsverhalten zu **evaluieren**.
- Rund fünf von zehn Schülerinnen und Schülern nehmen jeweils an den Befragungen teil (**Rücklaufquote = 50%**):



- Die Befragung im Jahr **2023** dient als **Referenzjahr** für den Vergleich mit den Folgejahren **2024** und **2025**, in denen der Gutschein eingeführt bzw. fortgeführt wurde.
- Zusätzlich werden die Befragungsergebnisse mit **Verkaufs- und Umlaufdaten** von **Billetten und Abonnementen des öffentlichen Verkehrs** in der **Stadt Luzern** abgeglichen. Diese Daten werden von den *Schweizerischen Bundesbahnen* (SBB) sowie dem Tarifverbund Passepartout zur Verfügung gestellt.

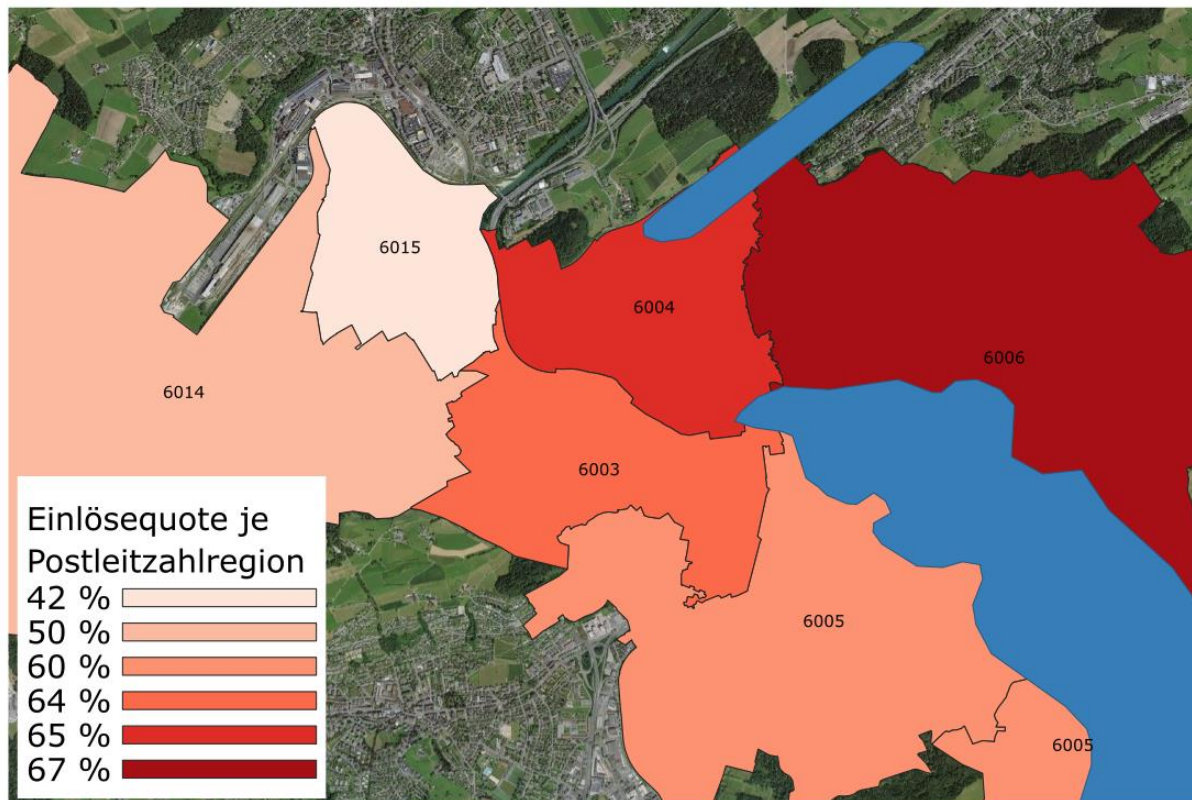
Zentrale Ergebnisse der Evaluationsstudie

- Rund **60%** der **Schülerinnen und Schüler** nehmen das Angebot in Anspruch und lösen den Gutschein ein und erwerben Billette des öffentlichen Verkehrs.



- [Abbildung MS-1] In den Postleitzahlregionen 6006, 6004 und 6003 wurde der Gutschein am häufigsten eingelöst.

Abbildung MS-1: Einlösequote nach Postleitzahlregion



- Ein zentrales Element der Befragung ist ein **Mobilitätstagebuch** für eine repräsentative Schulwoche. Hier dokumentieren die Schülerinnen und Schüler ihre Aktivitäten und Wege für die drei Wochentage: **Montag**, **Mittwoch** und **Samstag**. Aus diesen Daten wird ein «Durchschnittstag» errechnet, der nachfolgend über die drei Jahresstände verglichen werden kann.

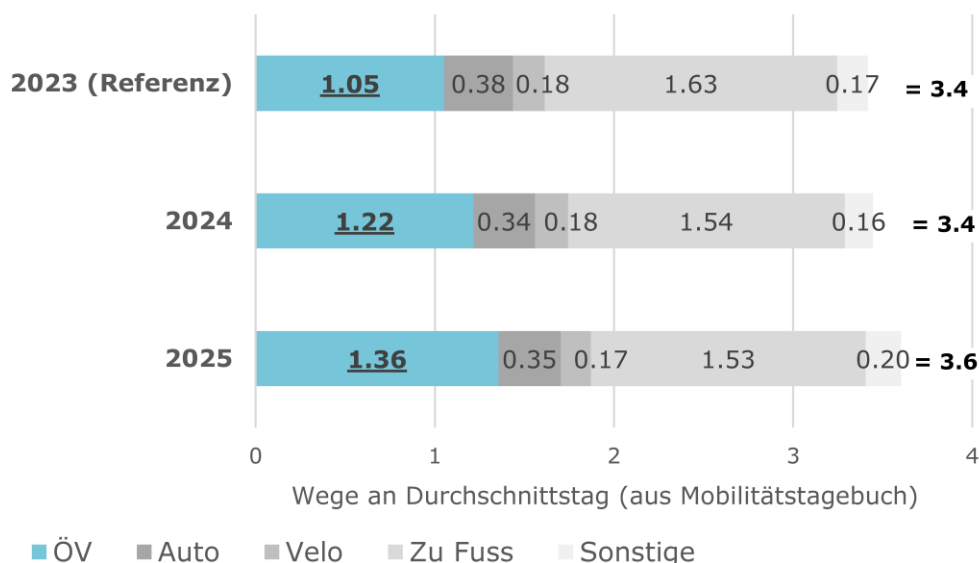
Mobilitätstagebuch



Wegeaufkommen

- [Abbildung MS-2] Im Referenzjahr 2023 werden **durchschnittlich 1.05 Wege je Schülerinnen und Schüler** mit dem **ÖV** im Mobilitätstagebuch erfasst ($\emptyset = 1.05$; 90%-Vertrauensintervall [0.93; 1.17]). Im Jahr 2025 steigt dieser Wert auf durchschnittlich 1.36 ÖV-Wege an ($\emptyset = 1.36$; 90 %- Vertrauensintervall [1.21; 1.51]).
- Dies entspricht einem signifikanten **Anstieg** um rund **0.31 Wege pro Person und Tag** bzw. einer Zunahme von **29%** im Vergleich zum Ausgangswert im Jahr 2023.

Abbildung MS-2: Anzahl Wege pro Schülerin und Schüler: Durchschnittstag aus Mobilitätstagebuch



- Für Aussagen zum veränderten Wegeaufkommen von Schülerinnen und Schülern werden die Angaben aus dem **Mobilitätstagebuch** auf ein **Schuljahr** hochgerechnet (Annahme: 38 Schulwochen).
- Bei der Hochrechnung wurde kontrolliert, dass im Jahr 2025 in der Grundgesamtheit 474 mehr Schülerinnen und Schüler als 2023 vorhanden sind. So ist die nachfolgende Aufkommensbetrachtung der ÖV-Wege nicht durch diesen Zuwachs beeinflusst.
- [Tabelle MS-1] Zwischen 2023 und 2025 steigen die Anzahl Wege der Schülerinnen und Schüler mit dem **öffentlichen Verkehr** in den 38 Schulwochen um **29% (+ 630 000 Wege)** und mit **sonstigen Verkehrsmitteln** (Skateboard, Trottinette etc.) um **14% (+ 50 000 Wege)** an.
- [Tabelle MS-1] Im selben Zeitraum nehmen die Wege **zu Fuss** um **6% (- 210 000 Wege)**, mit dem **Velo** um **5% (- 18 000 Wege)** und mit dem **Auto** um **9% (- 75 000 Wege)** ab.

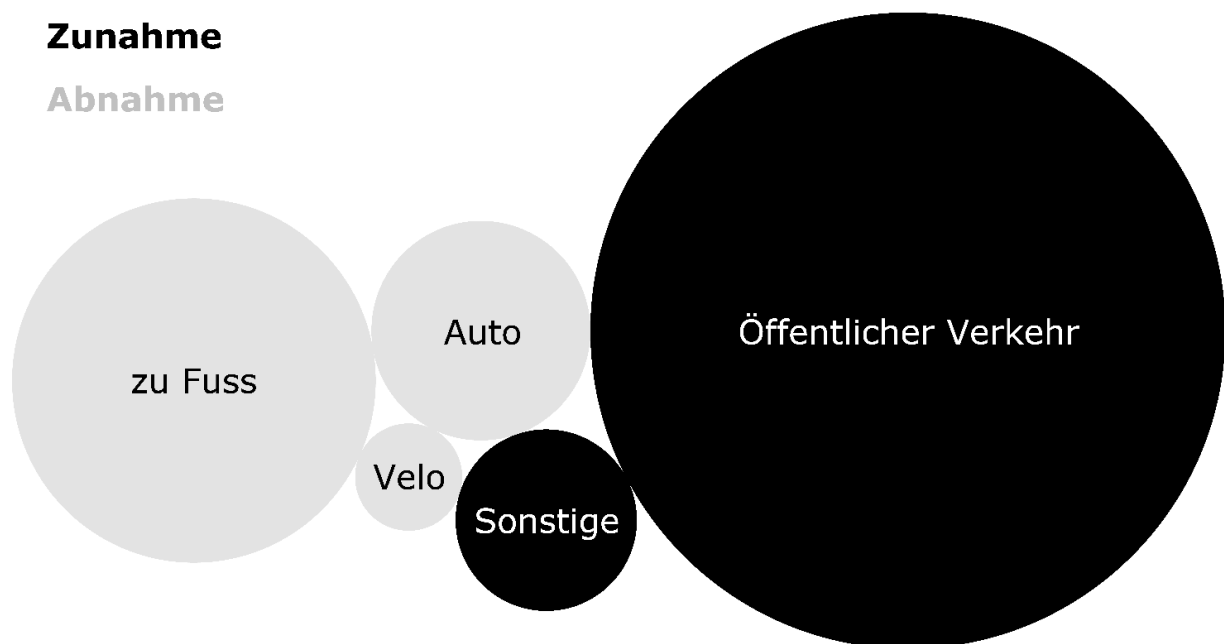
%Wachstum (2025/2023)				
 Zu Fuss -6 %	 Velo -5%	 Auto -9 %	 Sonstige +14%	 Wege ÖV +29 %
Differenz Δ (2025-2023)				
- 210'000 Wege	- 18'000 Wege	- 75'000 Wege	+ 50'000 Wege	+ 630'000 Wege

Tabelle MS-1: Veränderung Verkehrsmittel und Wege der Schülerinnen und Schüler

	Wege absolut [in Tausend]				Anteile der Verkehrsmittel an den Wegen [%]		
	2023	2025	Δ (2025- 2023)	%- Wachstum (2025/2023)	2023	2025	Prozentpunkt- differenz in % (2025-2023)
Zu Fuss	3'414	3'204	-210	-6	47.7	42.6	-5.2
Velo	370	352	-18	-5	5.2	4.7	-0.5
Auto	803	728	-75	-9	11.2	9.7	-1.6
ÖV	2'203	2'833	630	29	30.8	37.6	6.8
Sonstige	360	410	50	14	5.0	5.4	0.4
Total	7'150	7'527	377	5	100	100	-

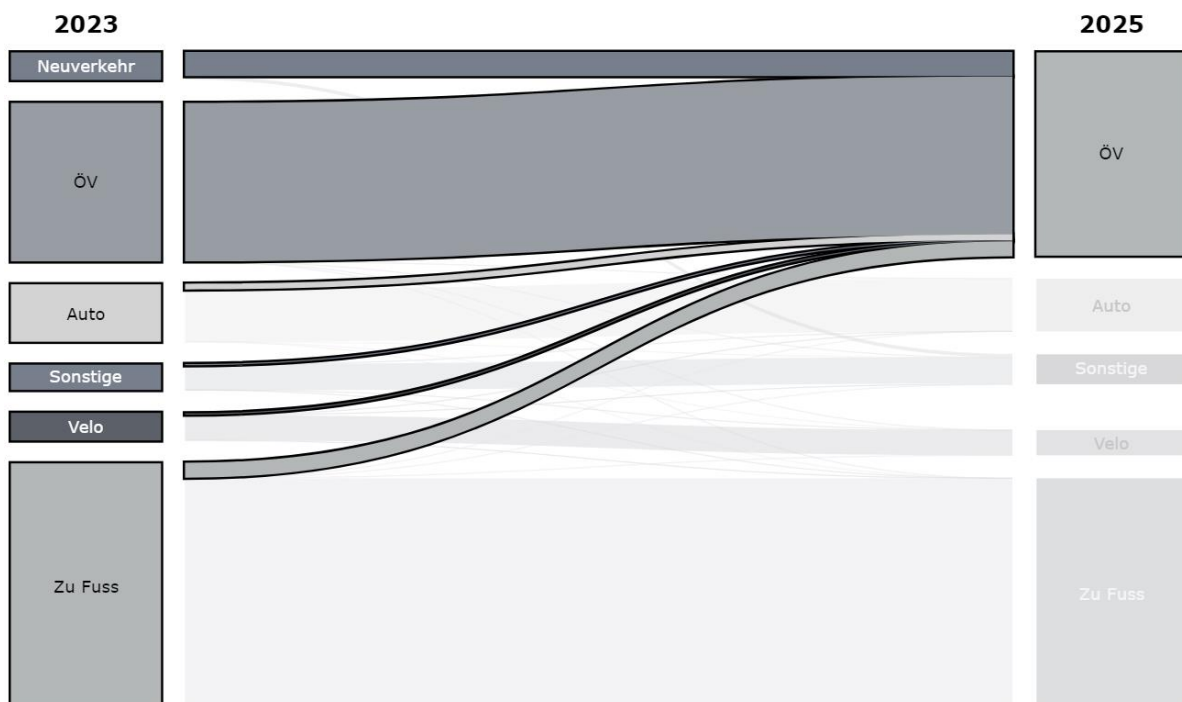
- **[Abbildung MS-3]** skaliert (indikativ) die Kreisgrösse in Abhängigkeit der Anzahl Wege, die sich zwischen 2023 und 2025 entweder verringerten oder angewachsen sind.

Abbildung MS-3: Zunahme und Abnahme der Wege nach absoluten Zahlen



- **[Abbildung MS-5]** Es werden Schätzungen zur Verlagerung der Wege zwischen 2023 und 2025 vorgenommen. Das ist möglich, da das Wachstum 2025 in erster Linie beim ÖV zu beobachten ist (**+ 630 000 Wege**).
- Die Zunahme der ÖV-Wege bestehen in absteigender Grösse aus den folgenden Komponenten: Neuverkehr (**+ 325 000 Wege**), Zu Fuss (**- 210 000 Wege**), Auto (**- 77 000 Wege**), Velo (**- 18 000 Wege**).
- Es gilt darauf hinzuweisen, dass der Zuwachs an Neuverkehr im Jahr 2025 gegenüber 2023 im öffentlichen Verkehr nicht eindeutig auf den Effekt des Gutscheins zurückzuführen ist. Schülerinnen und Schüler sind sowohl mobiler als auch ÖV-aktiver geworden.

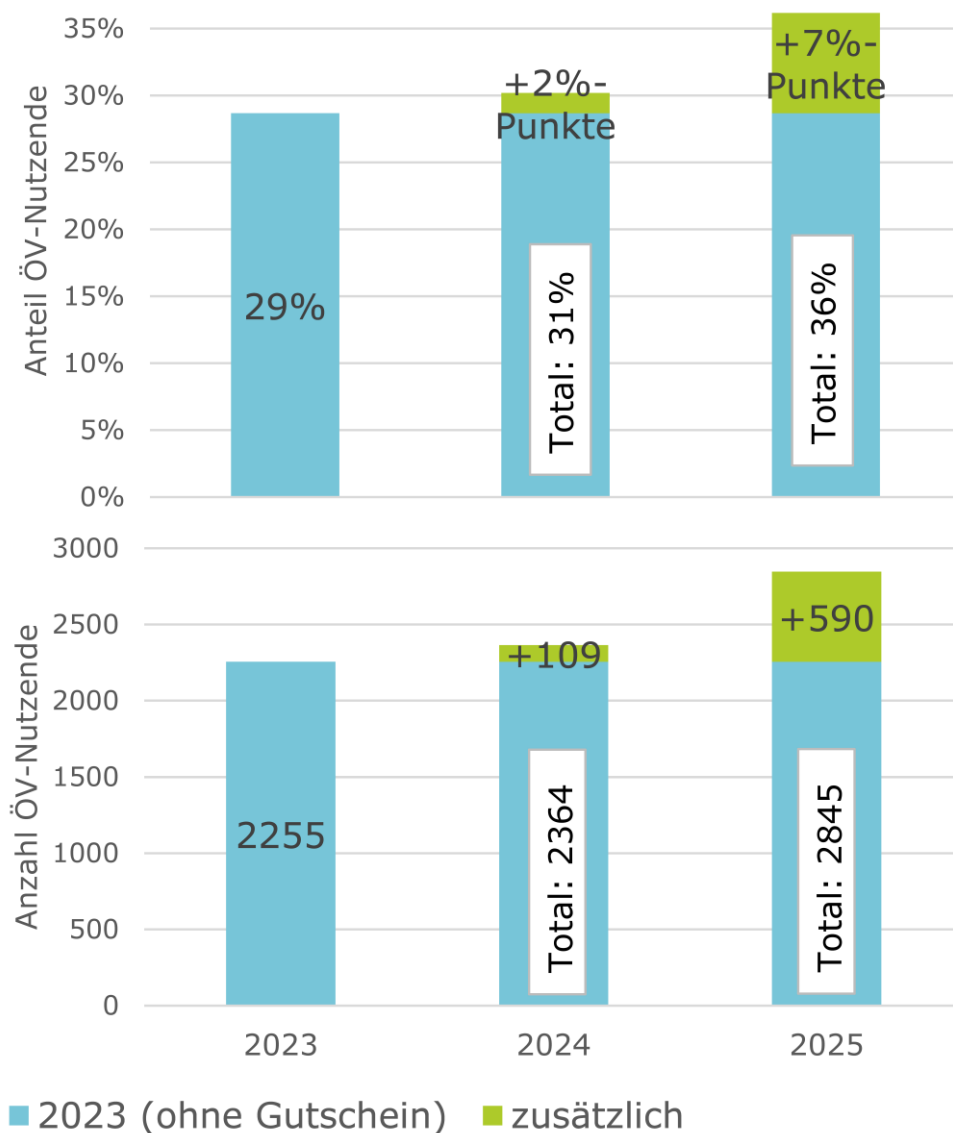
Abbildung MS-5: Neuverkehr und Wegeverlagerung: 2023 (Referenz) und 2025



Mitnahmeeffekte oder Neukunden?

- **[Abbildung MS-6]** Seit der Einführung des Gutscheins nutzen gemäss **Mobilitätstagebuch** und Hochrechnungen **590 Schülerinnen und Schüler** zusätzlich den öffentlichen Verkehr. Dies entspricht einem Zuwachs des Anteils der ÖV-Nutzenden an den **Schülerinnen und Schüler** von **29%** auf **36%** (+ 7 Prozentpunkte).
- Im Jahr 2025 gibt es damit **21% «Neukunden»** im Vergleich zum Jahr 2023. (Wiederum wurde kontrolliert, dass im Jahr 2025 insgesamt 447 mehr Schülerinnen und Schüler als 2023 vorhanden sind.)

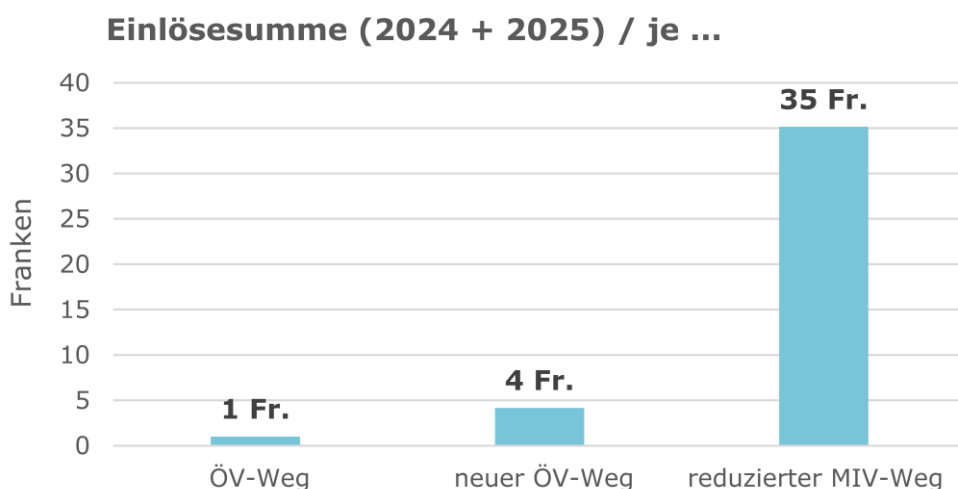
Abbildung MS-6: Nutzende des öffentlichen Verkehrs (Schülerinnen und Schüler)



Eckwerte im Verhältnis zur Einlösesumme

- **[Abbildung MS-6]** Verschiedene Eckwerte werden mit der Summe der eingelösten Gutscheine in Franken aus den Jahren 2024 und 2025 ins Verhältnis gesetzt. Jeder **ÖV-Weg** wurde anhand der Einlösesumme im Zeitraum 2024 bis 2025 theoretisch mit rund **1 Franken** subventioniert. Jeder neue **ÖV-Weg** wurde im Zeitraum 2024 bis 2025 mit rund **4 Franken** querfinanziert. Rechnet man die Einlösesumme auf die **reduzierten MIV-Wege** im Zeitraum um, **so sind es 35 Fr pro Weg**.
- Ein Beispiel: Setzt man die Einlösesumme von 2 705 491 Franken mit den 2 835 051 ÖV-Wegen ins Verhältnis, so wird jeder ÖV-Weg im Zeitraum 2024 bis 2025 theoretisch mit rund 1 Franken subventioniert.

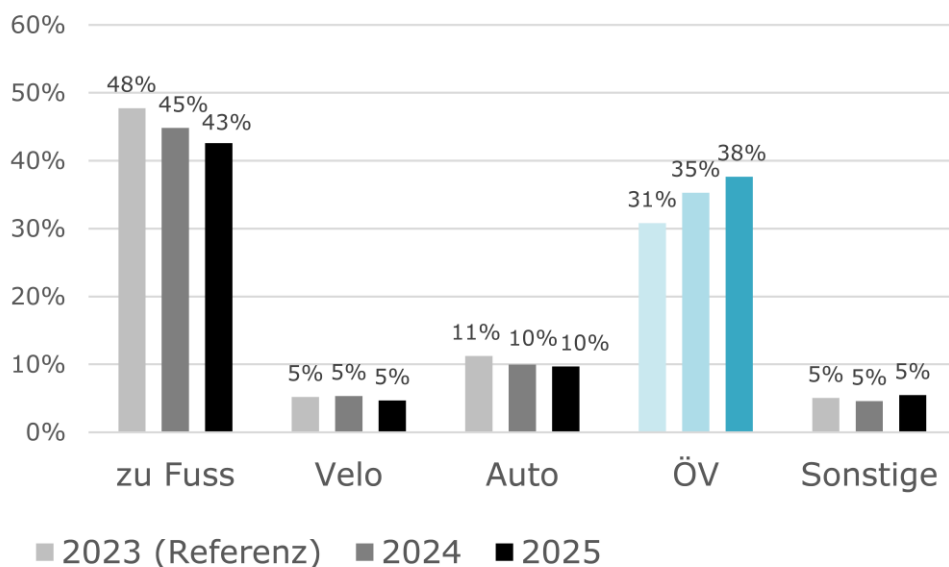
Abbildung MS-6: Einlösesumme



Wegebezogener Modal Split

- **[Abbildung MS-6]** Nebst der Betrachtung der absoluten Anzahl der Wege lassen sich auch Aussagen zu den relativen Anteilen der genutzten Verkehrsmittel treffen (**wegebezogener Modal Split**). Demnach ist der Anteil des öffentlichen Verkehrs am wegebezogenen Modal Split **um 7 Prozentpunkte gestiegen**.

Abbildung MS-6: Wegebezogener Modal Split (gemäss Mobilitätstagebuch)



Begleitung

- Die Wege der Schülerinnen und Schüler an Werktagen wurden im zweiten Jahr des Gutscheins **häufiger allein** (41 %) unternommen als im Referenzjahr (34 %). Dies gilt ebenfalls für das Wochenende (25 % vs. 19 %). Allerdings zeigt sich, dass Schülerinnen und Schüler tendenziell weniger mit Freunden und in gleichaltrigen Gruppen unterwegs sind.

Zentrale Ergebnisse zum Verkauf und Umlauf

- Analysen zum Verkauf von Billetten und Abonnements des öffentlichen Verkehrs in der Stadt Luzern anhand Daten des Tarifverbund Passepartout und der SBB zeigen, dass im Geltungsbereich der Zone 10 seit der Gutscheineinführung vor allem **mehr Mehrfahrten- und Multitageskarten** verkauft wurden.
- Während die Jahresabonnemente in ihrer Anzahl stiegen, so **reduzierten** sich die **Monatsabonnemente** merklich.
- Basierend auf den Verkaufszahlen der SBB wurden in der Stadt Luzern bei Jugendlichen **mehr GAs** und **Seven25-/GA-Night-Abos** in den Jahren mit Gutscheinen als im Referenzjahr verzeichnet.

Zentrale Aussagen aus Sicht der Ziele der Evaluationsstudie

Steigerung der Nutzung des öffentlichen Verkehrs (ÖV) durch Schülerinnen und Schüler

- Die Gutscheine wurden von den Schülern und Schülerinnen gut angenommen. Die **Einlösequote von 60%** blieb allerdings unter den Erwartungen.
- Über einen Beobachtungszeitraum von drei Jahren konnte bereits ein **merklicher** und vor allem **statistisch signifikanter Anstieg von Wegen mit dem öffentlichen Verkehr** der Schüler und Schülerinnen nachgewiesen werden.

Mehr ÖV-Nutzende:

Im Jahr **2025** nutzen **36%** der **Schülerinnen und Schüler** den **ÖV**, während es **2023** noch **29%** waren.

Mehr ÖV-Wege:

Im Jahr **2025** wachsen die berichteten **ÖV-Wege** der **Schülerinnen und Schüler** im Durchschnitt um **29%** gegenüber dem Referenzjahr **2023** an.

Höherer Anteil des ÖV am wegebezogenen Modal Split:

38% der Wege wurden im Jahr **2025** mit dem **ÖV** zurückgelegt. Vor der Einführung des Gutscheins im Jahr **2023** waren es noch **31%**.

Förderung der Selbständigkeit in der Mobilität (ohne Begleitung durch Erwachsene)

- Wege, die **allein** zurückgelegt werden, nahmen im Berichtszeitraum ebenfalls um **20% zu**. Allerdings entstammt die Zunahme vor allem durch die Abnahme gemeinsamer Wege innerhalb der gleichen Altersgruppe.

Reduktion der Abhängigkeit vom motorisierten Individualverkehr (MIV) (z.B. «Elterntaxi» zu Sport oder Schule)

- Die Evaluationsstudie zeigt, dass das **«Elterntaxi» zur Schule** nur eine geringe Bedeutung hat. Von **100** Schulwegen wird **nur einer mit dem «Auto»** zurückgelegt.
- Bei Freizeitwegen ist die **Reduktion von Autos am höchsten**: Bei **Freizeitwegen** wuchs der Anteil des öffentlichen Verkehrs im zweiten Jahr des Gutscheins um 7 Prozentpunkte an. Der Anteil des **Autos** dagegen hat **um 6 Prozentpunkte** abgenommen.

Fazit und Empfehlung

Der Gutschein zeigt bereits in den ersten zwei Jahren seit seiner Einführung im Hinblick auf die angestrebten Ziele seine Wirkung. Der Gutschein wirkt in allen Verkehrszwecken **steigernd auf die ÖV-Nutzung**. Zudem sind Schülerinnen und Schüler hinsichtlich ihrer Anzahl Wege im Alltag **(selbstständig) mobiler geworden**. Allerdings sind sie auch **weniger häufig mit Gleichaltrigen** unterwegs. **Autowege reduzieren** sich mengenmässig **leicht**. **Wege zu Fuss** nehmen **merklich** ab.

Die vorliegende Evaluationsstudie dient der Darstellung der Entwicklung seit Einführung des Gutscheins. Die Studie ist als Trendbefragung angelegt und zeigt Unterschiede bezüglich der Populationsmittelwerte auf. Die Einflüsse können nicht endgültig kausal interpretiert werden. Eine Intervention mit einer solchen Breitenwirkung hat jedoch einen hohen Erklärungsbeitrag an den aufgezeigten Veränderungen.

Die Studie legt keine verkehrspolitische Empfehlung zur Fortführung oder Beendigung der Massnahme vor, sondern stellt eine faktenbasierte Grundlage für weitere Diskussionen und künftige Entscheidungen dar.

Aus wissenschaftlicher Sicht ist die Analyse von Langzeiteffekten zu empfehlen.

Daher wird angeraten, die Evaluationsstudie auch nach dem dritten Gutscheinsjahr im Sommer 2025 fortzusetzen, um weitere Entwicklungen zu analysieren und die Zusammenhänge zu validieren.

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	1
2.	Hintergrund	2
3.	Eingelöste Gutscheine	3
3.1.	<i>Gutschein 2023/24</i>	3
3.2.	<i>Gutschein 2024/25 (bis 31.03.2025)</i>	8
3.3.	<i>Zusammenfassung</i>	13
4.	Verkaufs- und Sortimentsentwicklung	14
4.1.	<i>Verkaufsentwicklung (Tarifverbund Passepartout)</i>	15
4.2.	<i>Jährliche Sortimentsentwicklung (Tarifverbund Passepartout)</i>	16
4.3.	<i>Sortimentsentwicklung (SBB)</i>	17
4.4.	<i>Zusammenfassung</i>	18
5.	Trendbefragung	19
5.1.	<i>Zeitplan</i>	19
5.2.	<i>Auswahl der Studienteilnehmenden</i>	20
5.3.	<i>Feldbetreuung</i>	22
5.4.	<i>Rücklauf und Vergleich der Stichprobe mit der Grundgesamtheit</i>	22
5.5.	<i>Resultate der Trendstudie</i>	23
5.6.	<i>Zusammenfassung</i>	42
6.	Fazit	43

1. Einleitung

Im Sommer 2023 startete die Stadt Luzern ein dreijähriges Pilotprojekt zur Förderung der Nutzung des öffentlichen Verkehrs bei Schülerinnen und Schülern. Im Rahmen des Projekts erhalten Kinder aus der Stadt Luzern im Alter von 6 bis 16 Jahren jährlich einen Gutschein im Wert von 300 Fr. für den Kauf von Abonnements und Billetten des öffentlichen Verkehrs.

Ziel des Projekts ist es, den Anteil der Nutzung des öffentlichen Verkehrs zu erhöhen, die selbstständige Mobilität ohne Begleitung der Kinder durch Erwachsene zu fördern und die Abhängigkeit vom Auto zu verringern.

Der Bericht dokumentiert die Ergebnisse der ersten, zweiten und dritten Befragungswelle der begleitenden Trendbefragung.

Der Bericht beinhaltet zudem eine Analyse folgender Daten:

- Verteilte und eingelöste Gutscheine: Gutschein 2023/24 und 2024/25 (bis März 2025) (Datenquelle: Stadt Luzern)
- Verkaufte Billette und Abonnements des öffentlichen Verkehrs: für das Pilotjahr 1 (Juni 2023 bis und mit Mai 2024) und das Pilotjahr 2 (Juni 2024 bis und mit März 2025) (Datenquelle: Tarifverbund Passepartout)
- Umlaufende Abonnements des öffentlichen Verkehrs: für das Pilotjahr 1 (Juni 2023 bis und mit Mai 2024) und das Pilotjahr 2 (Juni 2024 bis und mit März 2025) (Datenquellen: Tarifverbund Passepartout und Schweizerische Bundesbahnen SBB) und für die Jahre 2022, 2023 und 2024 (Datenquelle: Tarifverbund Passepartout)

Basierend auf diesen Datengrundlagen wird so die Wirksamkeit der Gutscheine in Luzern bewertet.

Der Bericht ist wie folgt aufgebaut:

- In Kapitel 2 wird der Hintergrund zur Intervention vorgestellt.
- In Kapitel 3 werden die eingelösten Gutscheine analysiert.
- In Kapitel 4 werden die Gesamtverkäufe und Abonnements im Umlauf vorgestellt.
- In Kapitel 5 wird die Trendbefragung analysiert.
- In Kapitel 6 werden die Erkenntnisse diskutiert.

2. Hintergrund

Schülerinnen und Schüler der Stadt Luzern im Alter von 6 bis 16 Jahren, die in der Stadt Luzern volksschulpflichtig sind, erhalten ab Sommer 2023 während drei Jahren jährlich einen Gutschein im Wert von 300 Franken. Dieser Betrag entspricht im Jahr 2023 rund 55% der Kosten eines Jahresabonnements für Schülerinnen und Schüler in der Zone 10. Für die dreijährige Pilotphase wird ein Sonderkredit von fast 5 Millionen Franken der Stadt Luzern zur Verfügung gestellt.

Initiiert wurde das Pilotprojekt im Rahmen eines partizipativen Prozesses, der im Kinder- und Jugendparlament der Stadt Luzern verankert ist. Das Parlament nimmt an, dass die Einführung des Gutscheins einen Anreiz zur Nutzung des öffentlichen Verkehrs schafft. Denn der Preis für den öffentlichen Verkehr sollte kein Grund sein, auf Freizeitaktivitäten zu verzichten oder auf das Auto der Eltern angewiesen zu sein. Zudem wird es laut Kinder- und Jugendparlament für Kinder und Jugendliche als zu gefährlich erachtet, mit dem Velo in die Schule zu gehen, weswegen der öffentliche Verkehr eine gute Alternative darstellt. Kinder und Jugendliche zur selbstständigen Nutzung des öffentlichen Verkehrs zu bewegen, wird darüber hinaus als ein wichtiger Schritt zur Entwicklung der Selbstständigkeit in ihrem Mobilitätsverhalten angesehen (Mobilitätssozialisation).

Der Gutschein 2023/24 wurde den Erziehungsberechtigten Mitte Juni 2023 für das Schuljahr 2023/24 per Post zugestellt. Das erste Pilotjahr ging von Juni 2023 bis und mit Juni 2024. Das zweite Pilotjahr ging von Juni 2024 bis und geht bis Juni 2025. Das dritte Pilotjahr wird von Juni 2025 bis und mit Juni 2026 dauern.

Die Gutscheine haben jeweils eine Gültigkeitsdauer von einem Jahr.

Der Einsatz des Gutscheins ist auf die folgenden, vordefinierten Produkte des öffentlichen Verkehrs beschränkt:

- Monats- und Jahresabonnemente in der Tarifzone 10 und anderen Tarifzonen (Tarifzone 10 muss Bestandteil sein)
- Mehrfahrten- und Multi-Tageskarten (Tarifzone 10 muss Bestandteil sein)
- Flexi-Abonnement 100 Tage
- Generalabonnement Kind
- Generalabonnement Familia Kind

Der Versuch wird durch die Hochschule Luzern – Wirtschaft begleitet. Die Evaluationsstudie fokussiert auf drei zentrale Forschungsfragen:

- Kann die Nutzung des öffentlichen Verkehrs durch den Gutschein erhöht werden?
- Was ist die Verlagerungswirkung des Gutscheines?
- Gibt es Unterschiede mit Blick auf die Reisezwecke, insbesondere im Vergleich zwischen Schul- und Freizeitwegen?

3. Eingelöste Gutscheine

Kapitel 3 gibt einen Überblick über die eingelösten Gutscheine.

3.1. Gutschein 2023/24

Der Gutschein 2023/24 wurde am 9. Juni 2023 durch die Schweizerische Post an die Schülerinnen und Schüler der Stadt Luzern versendet und war ab dem 12. Juni 2023 in den Haushalten verfügbar. Er war bis am 30. Juni 2024 gültig.

Es wurden insgesamt 7'611 Gutscheine an die Haushalte versendet, die zum Versandzeitpunkt im Schuljahr 2023/2024 volksschulpflichtige Kinder hatten. Hinzu kommen 221 zusätzlich verteilte Gutscheine auf Anfrage (Neuzuzüger). Insgesamt wurden 7'832 Gutscheine versendet.

Es wurden insgesamt 4'757 Gutscheine eingelöst, was einem Einlöse-Anteil von 60.7% und einer Ausschöpfung des Werts in Franken von 59.9% entspricht (Tabelle 1).

Tabelle 1: Gutscheine: verteilt und eingelöst

Gutscheine	Anzahl (Absatz)	Anteil (%)	Wert (Fr.) (Umsatz)	Anteil (%)
verteilt (Juni 2023)	7'611		2'283'300	
auf Anfrage verteilt (aufgrund von Zuzug)	221		66'300	
verteilt (Total)	7'832	100	2'349'300	100
Eingelöst	4'757	60.7	1'407'295	59.9

Quelle: Eigene Tabelle, basierend auf Daten der Stadt Luzern

Aus Tabelle 1 lässt sich ableiten, dass je einlösende Schülerin und Schüler im Schnitt 295.85 von 300 Franken Gutscheinwert in Anspruch genommen wurden.

Tabelle 2 zeigt die Anteile der eingelösten Gutscheine nach Billett- und Abonnementstyp.

Tabelle 2: Aufteilung auf Billett- und Abonnementstyp

Produkte	Anzahl	Anteil (%)	Eingelöster Betrag (Fr.)	Anteil (%)
Monats- und Jahresabonne- mente	2'498	52.5	740'777	52.6
Mehrfahrten- und Multi-Tageskarten	2'094	44.0	617'723	43.9
Anderes	165	3.5	48'795	3.5
Total	4'757	100	1'407'295	100

Quelle: Eigene Tabelle, basierend auf Daten der Stadt Luzern.

Die eingelösten Gutscheine 2023/24 haben einen Wert von 84.5% des für diesen Zweck eingestellten Betrags der Stadt Luzern. Der für diesen Zweck eingestellte Betrag gründet auf einer Annahme, dass 75% der berechtigten Schülerinnen und Schüler den Gutschein einlösen. Das theoretische maximale Budget, bei einer Einlösungsrate von 100%, betrug 2'220'000 Franken (ohne zusätzlich auf Anfrage verteilte Gutscheine) (Tabelle 3).

Tabelle 3: Eingestellter Betrag der Stadt Luzern für den Gutschein 2023/24 und Ausschöpfung

	Betrag (Fr.)	Anteil (%)	Anteil (%)
Wert der Gutscheine	2'349'600	100	
Eingestellter Betrag	1'665'000	70.9	100
Eingelöster Betrag	1'407'295	59.9	84.5

Der tatsächliche Einlöse-Anteil von 59.9% (Tabelle 1) blieb somit unter den Erwartungen von 70.9%.

Der effektiv eingelöste Betrag liegt bei **1'489'910** Franken. Die nicht zuordenbare Differenz von 82'615 Franken (ca. 275 Gutscheine) kommt zustande, da zahlreiche eingelöste Gutscheine entgegen der internen Weisung nicht nach Brig gesendet wurden. Deshalb wurden diese in der Statistik nicht vermerkt, welche das Service Center zweiwöchentlich zugestellt hat.

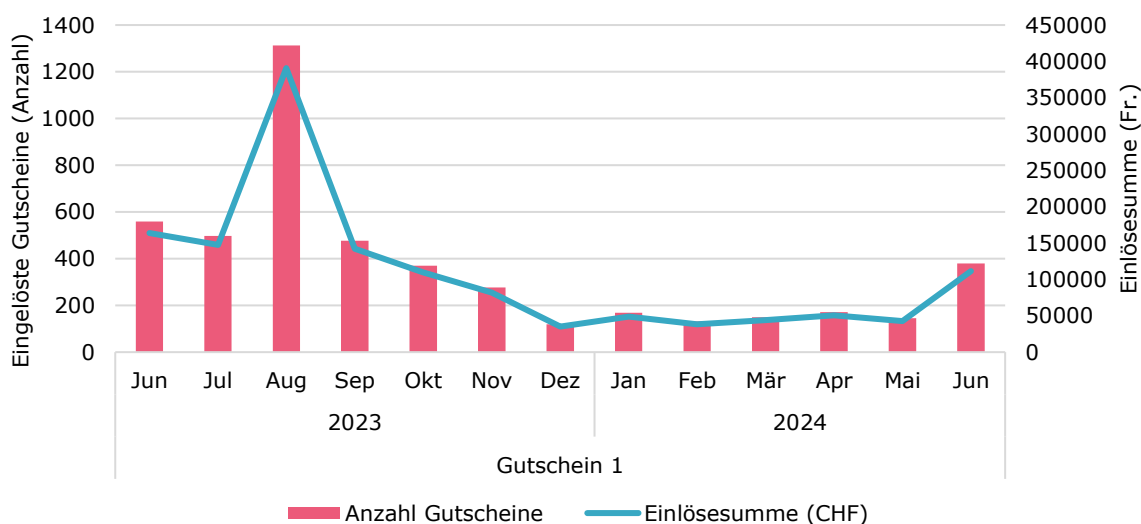
3.1.1. Datum

Die ersten Einlösungen erfolgten am 13. Juni 2023 und die Gutscheine waren bis am 30. Juni 2024 gültig.

Abbildung 1 zeigt die Anzahl eingelöster Gutscheine sowie die Einlösesumme in Franken differenziert nach Monat. Im Monat August erfolgen die meisten Einlösungen, was vermutlich mit den Sommerferien und dem Schulbeginn zusammenhängen dürfte.

39% der insgesamt versendeten Gutscheine wurden bereits vor dem offiziellen Schulstart am 21. August 2023 (Schuljahr 2023/2024) eingelöst.

Abbildung 1: Eingelöste Gutscheine und Einlösesumme nach Monat



Quelle: Eigene Abbildung, basierend auf Daten der Stadt Luzern

Pro eingelösten Gutschein stehen Daten zu sozioökonomischen Merkmalen des Kindes zur Verfügung, die nachfolgend analysiert werden.

3.1.2. Geschlecht

Tabelle 4 zeigt die Anteile der eingelösten Gutscheine nach Geschlecht.

Tabelle 4: Eingelöste Gutscheine nach Geschlecht

Geschlecht	Eingelöste Gutscheine	Anteil (%)	Anzahl Schülerinnen und Schüler insgesamt	Anteil (%)	Anteil eingelöste an verteilten Gutscheinen (%)
weiblich	2'273	47.8	3'824	48.8	59.4
männlich	2'340	49.2	4'007	51.2	58.4
Keine Angabe	144	3.0	1	0.0	-
Total	4'757	100	7'832	100	60.7

Quelle: Eigene Tabelle, basierend auf Daten der Stadt Luzern

Die Verteilung der eingelösten Gutscheine 2023/24 nach Geschlecht folgt der Verteilung in der Grundgesamtheit. Der Anteil eingelöster Gutscheine ist je Geschlecht vergleichbar hoch.

3.1.3. Jahrgang

Die Schülerinnen und Schüler, die den Gutschein 2023/24 eingelöst haben, verteilen sich auf verschiedene Jahrgänge. Tabelle 5 zeigt die Anteile der eingelösten Gutscheine nach Jahrgang.

Tabelle 5: Eingelöste Gutscheine nach Jahrgang

Jahrgang	Eingelöste Gutscheine	Anteil (%)	Anzahl Schülerinnen und Schüler insgesamt	Anteil (%)	Anteil eingelöste an verteilten Gutscheinen (%)
2007	173	3.6	223	2.8	77.6
2008	483	10.2	670	8.6	72.1
2009	497	10.4	695	8.9	71.5
2010	518	10.9	718	9.2	72.1
2011	481	10.1	720	9.2	66.8
2012	405	8.5	673	8.6	60.2
2013	448	9.4	730	9.3	61.4
2014	418	8.8	699	8.9	59.8
2015	383	8.1	743	9.5	51.5
2016	338	7.1	750	9.6	45.1
2017	319	6.7	750	9.6	42.5
2018	150	3.2	459	5.9	32.7
Keine Angabe	144	3.0	2	0.0	-
Total	4'757	100	7'832	100	60.7

Quelle: Eigene Tabelle, basierend auf Daten der Stadt Luzern

Die Verteilung der eingelösten Gutscheine 2023/24 nach Jahrgang folgt tendenziell der Verteilung der Grundgesamtheit bis zum Jahrgang 2014. Die Schülerinnen und Schüler der Jahrgänge 2010 (15.1%) lösten die meisten Gutscheine ein. Jüngere Schülerinnen und Schüler, v.a. 2016 (45.1%), 2017 (42.5%) und 2018 (32.7%) haben die Gutscheine verhältnismässig wenig eingelöst (<50%).

3.1.4. Schulstufe

Die Schülerinnen und Schüler, die den Gutschein 2023/24 eingelöst haben, verteilen sich auf verschiedene Schulstufen. Tabelle 6 zeigt die Anzahl der eingelösten Gutscheine nach Schulstufe.

Tabelle 6: Eingelöste Gutscheine nach Schulstufe

Stufe	Eingelöste Gutscheine	Anteil (%)	Anzahl Schülerinnen und Schüler insgesamt	Anteil (%)	Anteil eingelöste an verteilten Gutscheinen (%)
Oberstufe	902	19.0	1'312	16.8	68.8
Primarstufe	2324	48.9	3'797	48.5	61.2
Basisstufe	153	3.2	250	3.2	61.2
Kindergarten	512	10.8	1'228	15.7	41.7
Keine Angabe	866	18.2	1'245	15.9	-
Total	4'757	100	7'832	100	60.7

Quelle: Eigene Tabelle, basierend auf Daten der Stadt Luzern

Die Verteilung der eingelösten Gutscheine 2023/24 nach Schulstufe folgt tendenziell der Verteilung der Grundgesamtheit, wobei die Stufe Kindergarten bezüglich des Anteils der eingelösten Gutscheine unterrepräsentiert ist. Die Schülerinnen und Schüler der Primarstufe (59.7%) lösten die meisten Gutscheine ein. Schülerinnen und Schüler des Kindergartens haben die Gutscheine verhältnismässig wenig eingelöst (41.7%).

3.1.5. Schulhaus

Die Schülerinnen und Schüler, die den Gutschein 2023/24 eingelöst haben, verteilen sich auf verschiedene Schulhäuser. Tabelle 7 zeigt die Anzahl der eingelösten Gutscheine nach Schulhaus.

Tabelle 7: Eingelöste Gutscheine nach Schulhaus

Schulhaus	Eingelöste Gutscheine	Anteil (%)	Anzahl Schülerinnen und Schüler insgesamt	Anteil (%)	Anteil eingelöste an verteilten Gutscheinen (%)
Unterlöchli PS	40	0.8	48	0.6	83.3
Mariahilf PS	48	1.0	59	0.8	81.4
Hubelmatt PS	120	2.5	150	1.9	80.0
Utenberg SEK	211	4.4	276	3.5	76.4
Tribtschen SEK	114	2.4	153	2.0	74.5
Büttenen PS	31	0.7	42	0.5	73.8
Utenberg PS	48	1.0	66	0.8	72.7
Matt SEK	162	3.4	229	2.9	70.7
Felsberg PS	144	3.0	206	2.6	69.9
Geissenstein PS	92	1.9	133	1.7	69.2
Wartegg PS	308	6.5	452	5.8	68.1
Steinhof BS	62	1.3	91	1.2	68.1
Würzenbach PS	241	5.1	355	4.5	67.9
Maihof PS	185	3.9	274	3.5	67.5

Mariahilf SEK	130	2.7	195	2.5	66.7
Moosmatt PS	152	3.2	232	3.0	65.5
Säli PS	234	4.9	358	4.6	65.4
Hubelmatt SEK	145	3.0	223	2.8	65.0
St. Karli PS	116	2.4	179	2.3	64.8
Ruopigen SEK	146	3.1	236	3.0	61.9
Unterlöschli BS	58	1.2	95	1.2	61.1
Grenzhof PS	66	1.4	110	1.4	60.0
Fluhmühle PS	89	1.9	172	2.2	51.7
Büttenen BS	33	0.7	64	0.8	51.6
Littau Dorf PS	160	3.4	346	4.4	46.2
Rönnimoos PS	67	1.4	158	2.0	42.4
Staffeln PS	184	3.9	457	5.8	40.3
Rest	1'160	24.4	2'223	28.4	52.2
Keine Angabe	211	4.4	250	3.2	-
Total	4'757	100	7'832	100	60.7

Quelle: Eigene Abbildung, basierend auf Daten der Stadt Luzern. *Hinweis: Werte unter dem Anteil eingelöster Gutscheine von 0.1% wurden in die Kategorie «Rest» integriert.*

Die Verteilung der eingelösten Gutscheine 2023/24 nach Schulhaus folgt tendenziell der Verteilung der Grundgesamtheit. Die Schülerinnen und Schüler des Primarschulhauses Wartegg (6.8%) lösten die meisten Gutscheine ein. Schülerinnen und Schüler der Primarschulhäuser Littau Dorf (46.2%), Rönnimoos (42.4%) und Staffeln (40.3%) haben die Gutscheine verhältnismässig weniger häufig eingelöst (<50%).

3.1.6. Postleitzahl

Die Schülerinnen und Schüler, die den Gutschein 2023/24 eingelöst haben, verteilen sich auf verschiedene Postleitzahlen. Tabelle 8 zeigt die Anteile der eingelösten Gutscheine nach Postleitzahl (PLZ).

Tabelle 8: Eingelöste Gutscheine nach Postleitzahl (PLZ)

PLZ	Eingelöste Gutscheine	Anteil (%)	Anzahl Schülerinnen und Schüler insgesamt	Anteil (%)	Anteil eingelöste an verteilten Gutscheinen (%)
6003	623	13.1	1'035	13.2	60.2
6004	559	11.8	837	10.7	66.8
6005	1'230	25.9	1'915	24.5	64.2
6006	1'192	25.1	1'839	23.5	64.8
6014	590	12.4	1'190	15.2	49.6
6015	411	8.6	990	12.6	41.5
Keine Angabe	152	3.2	26	0.3	-
Total	4'757	100	7832	100	60.7

Quelle: Eigene Tabelle, basierend auf Daten der Stadt Luzern

Die Verteilung der eingelösten Gutscheine 2023/24 nach Postleitzahl folgt tendenziell der Verteilung der Grundgesamtheit. Die Schülerinnen und Schüler wohnhaft in der Postleitzahl 6005 lösten die meisten Gutscheine ein. Schülerinnen und Schüler wohnhaft in den Postleitzahlen 6014 und 6015 haben die Gutscheine verhältnismässig wenig eingelöst (<50%).

3.2. **Gutschein 2024/25 (bis 31.03.2025)**

Der Gutschein 2024/25 wurde am 12. Juni 2024 durch die Schweizer Post an die Schülerinnen und Schüler der Stadt Luzern versendet und war ab dem 13. Juni 2024 in den Haushalten verfügbar. Er ist bis am 30. Juni 2025 gültig. Ein Update der vorliegenden Auswertung kann daher ab Juli 2025 erfolgen.

Im Juni 2024 wurden insgesamt 7'720 Gutscheine an die Haushalte versendet, die zum Versandzeitpunkt im Schuljahr 2024/2025 volksschulpflichtige Kinder hatten. Hinzu kommen 165 zusätzlich verteilte Gutscheine auf Anfrage (Neuzuzüger). Insgesamt wurden 7'885 Gutscheine versendet.

Bis zum 31.03.2025 wurden insgesamt 4'430 Gutscheine eingelöst, was einem Einlöse-Anteil von 56.2% und einer Ausschöpfung des Werts in Franken von rund 56 % entspricht (Tabelle 9).

Tabelle 9: Gutscheine: verteilt und eingelöst

Gutscheine	Anzahl (Absatz)	Anteil (%)	Wert (Fr.) (Umsatz)	Anteil (%)
verteilt (Juni 2024)	7'720		2'315'700	
auf Anfrage verteilt (aufgrund von Zuzug)	165		49'500	
verteilt (Total)	7'885	100	2'365'500	100
eingelöst	4'430	56.2	1'298'196	54.9

Quelle: Eigene Tabelle, basierend auf Daten der Stadt Luzern

Aus Tabelle 9 lässt sich ableiten, dass je einlösende Schülerin und Schüler im Schnitt 293 Franken von 300 Franken Gutscheinwert in Anspruch genommen wurden.

Tabelle 10 zeigt die Anteile der eingelösten Gutscheine an den verteilten Gutscheinen nach Billett- und Abonnementstyp.

Tabelle 10: Aufteilung auf nach Billett- und Abonnementstyp

Produkte	Anzahl	Anteil (%)	Eingelöster Betrag (Fr.)	Anteil (%)
Monats- und Jahresabonne- mente	1'740	37.0	483'929	37.3
Mehrfahrten- und Multi-Tages- karten	2'785	59.3	762'667	58.7
Anderes	172	3.7	51'600	4
Total	4'697	100	1'298'196	100

Quelle: Eigene Tabelle, basierend auf Daten der Stadt Luzern. *Hinweis: Einige Gutscheine wurden für mehrere Produkte eingelöst.*

Die eingelösten Gutscheine 2024/25 haben einen Wert von 74.7 % des für diesen Zweck eingestellten Betrags der Stadt Luzern. Der für diesen Zweck eingestellte Betrag gründet auf einer Annahme, dass 75% der berechtigten Schülerinnen und Schüler den Gutschein einlösen. Das theoretische

maximale Budget, bei einer Einlösungsrate von 100%, betrug 2'220'000 Franken (ohne zusätzlich auf Anfrage verteilte Gutscheine) (Tabelle 11).

Tabelle 11: Eingestellter Betrag der Stadt Luzern für den ersten Gutschein und Ausschöpfung

	Betrag (Fr.)	Anteil (%)	Anteil (%)
Wert der Gutscheine	2'315'700	100	
Eingestellter Betrag	1'665'000	75	100
Eingelöster Betrag	1'298'196	56.1	74.7

Der tatsächliche Einlöse-Anteil von 56.1% (Tabelle 11) bleibt somit unter den Erwartungen von 75%.

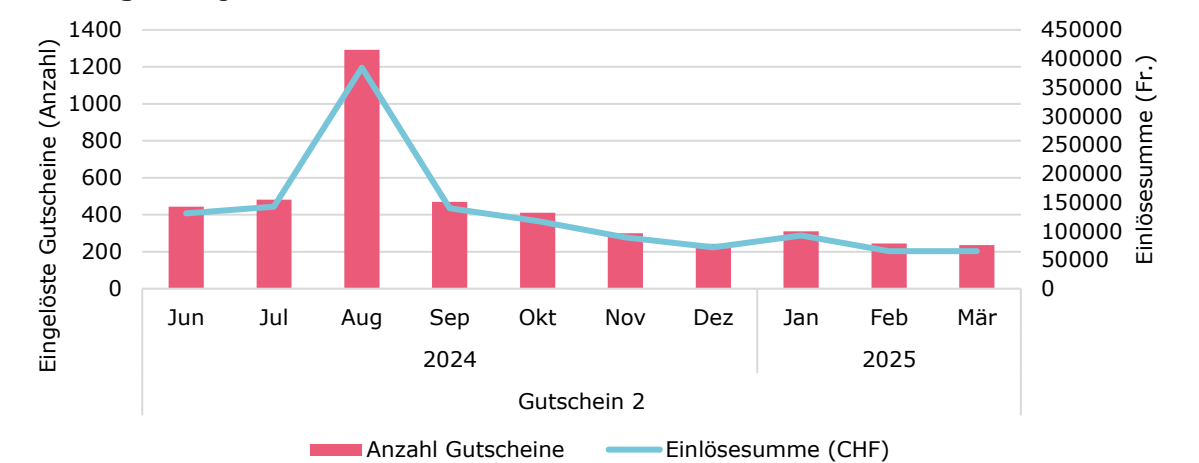
3.2.1. Datum

Die ersten Einlösungen erfolgten am 17. Juni 2024 und die Gutscheine sind bis am 30. Juni 2025 gültig.

Abbildung 2 zeigt die Anzahl eingelöster Gutscheine sowie die Einlösesumme in Franken differenziert nach Monat. Im Monat August erfolgten wiederum die meisten Einlösungen.

20.3% der insgesamt versendeten Gutscheine wurden bereits vor dem offiziellen Schulstart am 19. August 2024 (Schuljahr 2024/2025) eingelöst.

Abbildung 2: Eingelöste Gutscheine und Einlösesumme nach Monat



Quelle: Eigene Abbildung, basierend auf Daten der Stadt Luzern

Pro eingelösten Gutschein stehen Daten zu sozioökonomischen Merkmalen des Kindes zur Verfügung, die nachfolgend analysiert werden.

3.2.2. Geschlecht

Die Schülerinnen und Schüler, die den Gutschein 2024/25 eingelöst haben, verteilen sich auf verschiedene Geschlechter. Tabelle 12 zeigt die Anteile der eingelösten Gutscheine nach Geschlecht.

Tabelle 12: Eingelöste Gutscheine nach Geschlecht

Geschlecht	Eingelöste Gutscheine	Anteil (%)	Anzahl Schülerinnen und Schüler insgesamt	Anteil (%)	Anteil eingelöste an verteilten Gutscheinen (%)
weiblich	2'141	48.3	3'860	49.0	55.5
männlich	2'184	49.3	4'003	50.8	54.6
Keine Angabe	105	2.4	21	0.3	-
Total	4'430	100	7'885	100	56.2

Quelle: Eigene Tabelle, basierend auf Daten der Stadt Luzern

Die Verteilung der eingelösten Gutscheine 2024/25 nach Geschlecht folgt tendenziell der Verteilung der Grundgesamtheit. Der Anteil eingelöster Gutscheine ist je Geschlecht vergleichbar hoch.

3.2.3. Jahrgang

Die Schülerinnen und Schüler, die den Gutschein 2024/25 eingelöst haben, verteilen sich auf verschiedene Jahrgänge. Tabelle 13 zeigt die Anteile der eingelösten Gutscheine nach Jahrgang.

Tabelle 13: Eingelöste Gutscheine nach Jahrgang

Jahrgang	Eingelöste Gutscheine	Anteil (%)	Anzahl Schülerinnen und Schüler insgesamt	Anteil (%)	Anteil eingelöste an verteilten Gutscheinen (%)
2008	165	3.7	224	2.8	73.7
2009	497	11.2	690	8.8	72.0
2010	527	11.9	718	9.1	73.4
2011	517	11.7	715	9.1	72.3
2012	423	9.5	665	8.4	63.6
2013	429	9.7	719	9.1	59.7
2014	392	8.8	707	9.0	55.4
2015	357	8.1	736	9.3	48.5
2016	343	7.7	749	9.5	45.8
2017	320	7.2	750	9.5	42.7
2018	247	5.6	782	9.9	31.6
2019	107	2.4	428	5.4	25.0
2020	1	0.0	2	0.0	50.0
Keine Angabe	105	2.4	0	0.0	-
Total	4'430	100	7'885	100	56.2

Quelle: Eigene Tabelle, basierend auf Daten der Stadt Luzern

Die Verteilung der eingelösten Gutscheine 2024/25 nach Jahrgang folgt tendenziell der Verteilung der Grundgesamtheit. Die Schülerinnen und Schüler der Jahrgänge 2010 (12.2%) lösten die meisten

Gutscheine ein. Schülerinnen und Schüler jüngerer Jahrgänge, v.a. 2015 (48.5%), 2016 (45.8%), 2017 (42.7%), 2018 (31.6%) und 2019 (25%) haben die Gutscheine verhältnismässig wenig eingelöst (<50%) und bleiben unter dem Erwartungswert.

3.2.4. Schulstufe

Die Schülerinnen und Schüler, die den Gutschein 2024/25 eingelöst haben, verteilen sich auf verschiedene Schulstufen. Tabelle 14 zeigt die Anzahl der eingelösten Gutscheine nach Schulstufe.

Tabelle 14: Eingelöste Gutscheine nach Schulstufe

Stufe	Eingelöste Gutscheine	Anteil (%)	Anzahl Schülerinnen und Schüler insgesamt	Anteil (%)	Anteil eingelöste an verteilten Gutscheinen (%)
Oberstufe	1'226	27.7	1'684	21.4	72.8
Primarstufe	2'037	46.0	3'992	50.6	51.0
Basisstufe	97	2.2	198	2.5	49.0
Kindergarten	220	5.0	789	10.0	27.9
Keine Angabe	850	19.2	1'222	15.5	-
Total	4'430	100	7'885	100	56.2

Quelle: Eigene Tabelle, basierend auf Daten der Stadt Luzern

Die Verteilung der eingelösten Gutscheine 2024/25 nach Schulstufe folgt tendenziell der Verteilung der Grundgesamtheit. Die Schülerinnen und Schüler der Oberstufe (72.8%) lösten die meisten Gutscheine ein. Schülerinnen und Schüler des Kindergartens (27.9%) haben die Gutscheine verhältnismässig wenig eingelöst (<30%) und bleiben unter dem Erwartungswert.

3.2.5. Schulhaus

Die Schülerinnen und Schüler, die den Gutschein 2024/25 eingelöst haben, verteilen sich auf verschiedene Schulhäuser. Tabelle 15 zeigt die Anzahl der eingelösten Gutscheine nach Schulhaus.

Tabelle 15: Eingelöste Gutscheine nach Schulhaus

Schulhaus	Eingelöste Gutscheine	Anteil (%)	Anzahl Schülerinnen und Schüler insgesamt	Anteil (%)	Anteil eingelöste an verteilten Gutscheinen (%)
Utenberg SEK	282	6.4	344	4.4	82
Utenberg PS	41	0.9	52	0.7	78.8
Mariahilf SEK	166	3.7	220	2.8	75.5
Hubelmatt SEK	213	4.8	284	3.6	75
Matt SEK	228	5.1	330	4.2	69.1
Tribschen SEK	148	3.3	215	2.7	68.8
Ruopigen SEK	188	4.2	290	3.7	64.8
Unterlöchli PS	33	0.7	52	0.7	63.5
Würzenbach PS	218	4.9	352	4.5	61.9
Felsberg PS	148	3.3	248	3.1	59.7
Grenzhof PS	67	1.5	113	1.4	59.3

Hubelmatt PS	128	2.9	220	2.8	58.2
Geissenstein PS	73	1.6	129	1.6	56.6
Maihof PS	150	3.4	269	3.4	55.8
Säli PS	193	4.4	346	4.4	55.8
Steinhof BS	39	0.9	70	0.9	55.7
Wartegg PS	257	5.8	466	5.9	55.2
Moosmatt PS	147	3.3	284	3.6	51.8
St. Karli PS	108	2.4	213	2.7	50.7
Unterlöchli BS	40	0.9	79	1	50.6
Mariahilf PS	29	0.7	59	0.7	49.2
Büttenen PS	22	0.5	45	0.6	48.9
Fluhmühle PS	72	1.6	166	2.1	43.4
Rönnimoos PS	61	1.4	158	2	38.6
Littau Dorf PS	139	3.1	371	4.7	37.5
Büttenen BS	18	0.4	49	0.6	36.7
Staffeln PS	147	3.3	439	5.6	33.5
Rest	227	5.1	805	10.2	28.2
Keine Angabe	848	19.1	1'217	15.4	-
Total	4'430	100	7'885	100	56.2

Quelle: Eigene Tabelle, basierend auf Daten der Stadt Luzern. *Hinweis: Werte unter dem Anteil eingelöster Gutscheine von 0.1% wurden in die Kategorie «Rest» integriert.*

Die Verteilung der eingelösten Gutscheine 2024/25 nach Schulhaus folgt tendenziell der Verteilung der Grundgesamtheit. Die Schülerinnen und Schüler des Sekundarschulhauses Utenberg (7.9%) lösten die meisten Gutscheine ein. Schülerinnen und Schüler der Basisstufe Büttenen (36.7%), sowie der Primarschulhäuser Büttenen (48.9%), Mariahilf (49.2%), Rönnimoos (38.6%), Fluhmühle (43.4%), Littau Dorf (37.5%) und Staffeln (33.5) haben die Gutscheine verhältnismässig wenig eingelöst (<50%).

3.2.6. Postleitzahl

Die Schülerinnen und Schüler, die den Gutschein 2024/25 eingelöst haben, verteilen sich auf verschiedene Postleitzahlen. Tabelle 16 zeigt die Anteile der eingelösten Gutscheine nach Postleitzahl (PLZ).

Tabelle 16: Eingelöste Gutscheine nach Postleitzahl (PLZ)

PLZ	Eingelöste Gutscheine	Anteil (%)	Anzahl Schülerinnen und Schüler insgesamt	Anteil (%)	Anteil eingelöste an verteilten Gutscheinen (%)
6003	603	13.6	1'042	23.5	57.9
6004	464	10.5	788	17.8	58.9
6005	1'093	24.7	1'973	44.5	55.4
6006	1'148	25.9	1'856	41.9	61.9
6014	561	12.7	1'196	27.0	46.9
6015	444	10.0	997	22.5	44.5
Rest	12	0.3	24	0.5	50.0
Keine Angabe	105	2.4	9	0.2	-
Total	4'430	100	7885	100	56.2

Quelle: Eigene Tabelle, basierend auf Daten der Stadt Luzern. *Hinweis: Werte unter dem Anteil eingelöster Gutscheine von 0.1% wurden in die Kategorie «Rest» integriert.*

Die Verteilung der eingelösten Gutscheine 2024/25 nach Postleitzahl folgt tendenziell der Verteilung der Grundgesamtheit. Die Schülerinnen und Schüler wohnhaft in der Postleitzahl 6006 (26.5%) lösten die meisten Gutscheine ein. Schülerinnen und Schüler wohnhaft in den Postleitzahlen 6014 (46.9%) und 6015 (44.5%) haben die Gutscheine verhältnismässig wenig eingelöst (<50%).

3.3. Zusammenfassung

Rund 60% der Schülerinnen und Schüler nehmen das Angebot in Anspruch, lösen den Gutschein ein und erwerben Billette des öffentlichen Verkehrs.

Die Anzahl der eingelösten Gutscheine 2023/24 verteilen sich auf 52.5% Monats- und Jahresabonnemente des öffentlichen Verkehrs, 44% Mehrfahrten- und Multi-Tageskarten und auf 3.5% Kombinationen aus Abonnement und Mehrfahrten- und Multi-Tageskarten. Die Anzahl der eingelösten Gutscheine 2024/25 verteilen sich auf 37% Monats- und Jahresabonnemente des öffentlichen Verkehrs, 59.3% Mehrfahrten- und Multi-Tageskarten und auf 3.7% Anderes (Coupon SwissPass, GA Jahresrechnung, FlexiAbo).

Die eingelösten Gutscheine folgen tendenziell der Verteilung von Geschlecht, Jahrgang, Schulstufe, Schulhaus und Postleitzahl aller Schülerinnen und Schüler der Stadt Luzern. Die Anteile der eingelösten Gutscheine folgen der Grundstruktur der Schülerinnen und Schüler in der Stadt Luzern. Es zeigen sich folgende Auffälligkeiten:

- Schülerinnen und Schüler jüngerer Jahrgänge, wie 2016, 2017 und 2018 haben die Gutscheine verhältnismässig wenig eingelöst.
- Schülerinnen und Schüler des Kindergartens haben die Gutscheine verhältnismässig wenig eingelöst.

- Schülerinnen und Schüler der Primarschulhäuser Littau Dorf, Rönimoos und Staffeln haben die Gutscheine verhältnismässig wenig eingelöst.

4. Verkaufs- und Sortimentsentwicklung

In Kapitel 4 werden die Verkaufs- und Sortimentsentwicklung des Tarifverbund Passepartout sowie die Sortimentsentwicklung der Schweizerischen Bundesbahn (SBB) vorgestellt. Es werden folgende Zeiträume verglichen:

- **Referenzjahr:** 1.6.2022 – 31.5.2023
- **Pilotjahr 1:** 1.6.2023 – 31.5.2024
- **Pilotjahr 2:** 1.6.2024 – 31.3.2025

Folgende Datenquellen stehen zur Verfügung:

Verkaufsentwicklung des Tarifverbund Passepartout (Absatz): Für die Analyse der **Verkaufsentwicklung** der Billette und Abonnemente des öffentlichen Verkehrs stehen monatliche Daten des Tarifverbund Passepartout zur Verfügung. Der Tarifverbund Luzern/Obwalden/Nidwalden (auch genannt «Tarifverbund Passepartout») ist ein Tarifverbund des öffentlichen Personenverkehrs in der Zentralschweiz. Das Verbundgebiet ist in 29 Zonen aufgeteilt und erstreckt sich über die Kantone Luzern, Obwalden, Nidwalden, sowie einige Gemeinden in den angrenzenden Kantonen Aargau, Bern, Schwyz, Uri und Zug. Die Daten des Tarifverbund Passepartout ermöglichen Analysen getrennt für die Zone 10 und alle weiteren Zonen. Das Gebiet Zone 10 inkludiert die Stadt Luzern und beinhaltet nur Fahrausweise mit Gültigkeit vollumfänglich innerhalb der Zone 10. Alle übrigen Verkäufe, also alle Fahrausweise ausserhalb der Zone 10 oder von/nach der Zone 10 nach/von ausserhalb der Zone 10, werden allen weiteren Zonen zugeordnet.

Umlaufentwicklung des Tarifverbund Passepartout: Ergänzend sind über die **jährliche Sortimentsentwicklung** des Tarifverbund Passepartout vergleichende Analysen der Jahre 2022, 2023 und 2024 für umlaufende Abonnemente im Tarifverbund Passepartout nach Kundensegment möglich. Die Daten zeigen jährlich, wie viele Abonnemente per Ende Jahr im Verbundgebiet von Passepartout im Umlauf sind.

Umlaufentwicklung der Schweizerischen Bundesbahnen (SBB): Für die Analyse der **Sortimentsentwicklung** stehen im weiteren Daten einer Sonderauswertung der Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) zur Anzahl der umlaufenden (zum Ende des Monats vorhandenen) Abonnemente des öffentlichen Verkehrs für Kinder (unter 16 Jahren) und Jugendliche (zwischen 16 und 25 Jahren) mit Wohnsitz in der Stadt Luzern zur Verfügung.

4.1. Verkaufsentwicklung (Tarifverbund Passepartout)

Zunächst werden die Verkäufe im Verbundgebiet des Tarifverbund Passepartout vorgestellt.

Die Tabelle 17 ermöglicht einen Überblick über die Veränderungen der Verkaufsentwicklung in der Zone 10 und allen weiteren Zonen des Tarifverbundes. Letztere kann als Referenzgebiet ohne Gutscheine herangezogen werden.

Tabelle 17: Veränderungen der Verkaufsentwicklung zum Referenzjahr

	Zone 10 mit Gutschein (vollumfängliche Gültigkeit in der Zone 10)		Alle weiteren Zonen ohne Gut- schein (Abgangs- oder Bestimmungsort ausserhalb Zone 10)	
	Pilotjahr 1	Pilotjahr 2	Pilotjahr 1	Pilotjahr 2
Mehrfahrtenkarten	+19.5%	+21.7%	-7.9%	-26.4%
Multi-Tageskarten	+17.9%	+11.3%	-9.5%	-29.1%
Billette generell	+19.1%	+18.6%	-8.6%	-27.5%
Monatsabonne- mente für Kinder	-17.8%	-36.3%	+9.8%	+8.3%
Jahresabonne- mente für Kinder	+39.9%	+113%	+6.9%	+101.5%
Abonnemente für Kinder generell	-10.9%	-8.1%	+8.8%	+39.4%
Monatsabonne- mente für Jugend- liche	+2.4%	+1.5%	+7.9%	+7.4%
Jahresabonne- mente für Jugend- liche	+8.0%	+56.5%	+3.7%	+58.8%
Abonnemente für Jugendliche generell	+2.9%	+5.9%	+7.3%	+14.9%

Quelle: Eigene Tabelle, basierend auf Daten des Tarifverbund Passepartout

Tabelle 17 zeigt, dass in der Zone 10 eine Zunahme und in allen weiteren Zonen eine Abnahme an verkauften Mehrfahrtenkarten und Multi-Tageskarten stattgefunden hat.

Die Anzahl an Abonnements in der Zone 10 für Kinder hat generell abgenommen, wobei die Anzahl an Abonnements für Kinder in allen weiteren Zonen zugenommen hat.

Im Besonderen zeigt sich in der Zone 10 für Kinder, dass eine Zunahme an Jahresabonnements und eine Abnahme an Monatsabonnements stattgefunden hat.

In allen weiteren Zonen zeigt sich sowohl eine Zunahme bei den Monatsabonnements, als auch bei den Jahresabonnements für Kinder. Bei Jugendlichen zeigt sich eine generell leichte Zunahme bei Monatsabonnements, sowohl in der Zone 10 als auch in allen weiteren Zonen.

In Pilotjahr 2 zeigt sich eine stärkere Zunahme bei Jahresabonnements für Jugendliche, sowohl in der Zone 10 als auch in allen weiteren Zonen.

4.2. Jährliche Sortimentsentwicklung (Tarifverbund Passepartout)

Die Daten des Tarifverbund Passepartout zeigen jährlich, wie viele Abonnemente per Ende Jahr im Verbundgebiet von Passepartout im Umlauf sind. Die Tabelle 18 ermöglicht einen Überblick über die Veränderungen der Sortimentsentwicklung der verschiedenen Segmente zwischen der Zone 10 und allen weiteren Zonen des Tarifverbundes.

Tabelle 18: Veränderungen der Sortimentsentwicklung zu 2022

	Zone 10 mit Gutschein (vollumfängliche Gültigkeit in der Zone 10)		Alle weiteren Zonen ohne Gut- schein (Abgangs- oder Bestimmungsort ausserhalb Zone 10)	
	2023	2024	2023	2024
Monatsabonnemente für Kinder	-36.6%	-56.3%	+21.9%	+0.4%
Monatsabonnemente für Jugendliche	-1.0%	+0.5%	+4.4%	+9%
Jahresabonnemente für Kinder	+33.3%	+45.5%	+2.4%	+14.6%
Jahresabonnemente für Jugendliche	+5.2%	+13.6%	+3.3%	+5.5%

Quelle: Eigene Tabelle, basierend auf Daten des Tarifverbund Passepartout

Tabelle 18 zeigt in der Zone 10 eine Abnahme umlaufender Monatsabonnemente für Kinder sowie eine Zunahme umlaufender Jahresabonnemente für Kinder und Jugendliche in der Zone 10. In allen weiteren Zonen sind die Effekte weniger stark ausgeprägt.

4.3. Sortimentsentwicklung (SBB)

Für die Analyse stehen Daten einer Auswertung der Schweizerischen Bundesbahnen (SBB), zur Anzahl der umlaufenden (zum Ende des Monats vorhandenen) Abonnemente des öffentlichen Verkehrs für Kinder unter 16 Jahren und Jugendliche zwischen 16 und 25 Jahren mit Wohnsitz in der Stadt Luzern zur Verfügung. Die SBB stellt Daten für verschiedene Abonnementsarten zur Verfügung.

Die Auswertung beinhaltet eine vergleichende Analyse für das Jahresabonnement, das Monatsabonnement, das Generalabonnement sowie das Seven25/GA-Night Abonnement für Kinder unter 16 Jahren und Jugendliche zwischen 16 und 25 Jahren mit Wohnsitz in der Stadt Luzern. Nachfolgend wird die Anzahl umlaufender Abonnemente für Kinder unter 16 Jahren mit Wohnsitz in der Stadt Luzern vorgestellt.

Die Tabelle 19 ermöglicht einen Überblick über die Veränderungen der Sortimentsentwicklung.

Tabelle 19: Überblick über die Veränderungen der Sortimentsentwicklung zum Referenzjahr

	Kinder (unter 16 Jahren) Wohnhaft in der Stadt Luzern		Jugendliche (16 bis 25 Jahre) Wohnhaft in der Stadt Luzern	
	Pilotjahr 1	Pilotjahr 2	Pilotjahr 1	Pilotjahr 2
Monatsabonnemente	-16.4	-77.5	-4.5	-24.3
Jahresabonnemente	+61.7	+41.1	+7.1	-4.8
Generalabonnemente	+8.6	-15.6	-4.6	-28.5
Seven25/GA-Night-Abonnemente	+139.6	+129.6	+135.4	+67.8
Halbtaxabonnement	-	-	+0.9	-14.2
Generell	+26.7	-18.4	+7.1	-6.9

Quelle: Eigene Tabelle, basierend auf Daten der SBB

Tabelle 19 zeigt eine Abnahme umlaufender Monatsabonnemente, sowohl bei Kindern als auch bei Jugendlichen, wohnhaft in der Stadt Luzern. Bei Kindern, wohnhaft in der Stadt Luzern, zeigt sich dagegen eine Zunahme an Jahresabonnementen. Bei Jugendlichen zeigt sich die Zunahme eher bei Seven25/GA-Night-Abonnementen.

4.4. Zusammenfassung

In Kapitel 4 werden die Verkaufs- und Sortimentsentwicklung des Tarifverbund Passepartout sowie die Sortimentsentwicklung der SBB vor- und gegenübergestellt. Es sind die folgenden Trends zu beobachten.

- Zone 10:
 - Zunahme bei verkauften Mehrfahrtenkarten und Multi-Tageskarten.
 - Abnahme bei Monatsabonnements für Kinder, aber Zunahme bei Jahresabonnements für Kinder.
 - Zunahme bei Monatsabonnements für Jugendliche.
 - Stärkere Zunahme bei Jahresabonnements für Jugendliche im Pilotjahr 2.
- Alle weiteren Zonen:
 - Abnahme bei verkauften Mehrfahrtenkarten und Multi-Tageskarten.
 - Zunahme sowohl bei Monats- als auch Jahresabonnements für Kinder.
 - Zunahme bei Monatsabonnements für Jugendliche, ähnlich wie in Zone 10.
 - Zunahme bei Jahresabonnements für Jugendliche im Pilotjahr 2.

Für die Analyse der Sortimentsentwicklung stehen im weiteren Daten einer Sonderauswertung der Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) zur Anzahl der umlaufenden (zum Ende des Monats vorhandenen) Abonnements des öffentlichen Verkehrs für Kinder (unter 16 Jahren) und Jugendliche (zwischen 16 und 25 Jahren) mit Wohnsitz in der Stadt Luzern zur Verfügung:

- Kinder (unter 16 Jahren):
 - Zunahme bei Jahresabonnements.
 - Abnahme bei Monatsabonnements.
 - Stabile Anteile bei Generalabonnement und Seven25/GA Night.
- Jugendliche (16–25 Jahren):
 - Abnahme bei Monats- und Generalabonnements.
 - Zunahme bei Seven25/GA Night-Abonnements.

5. Trendbefragung

Zur Bewertung der Wirkung des Gutscheines auf die Wahl des Verkehrsmittels für Schul- und Freizeitwege sowie die Begleitung wird eine Trendbefragung in drei Wellen (2023, 2024 und 2025) durchgeführt, so dass Veränderungen im Zeitverlauf ermittelt werden können. Die Trendbefragung untersucht, wie der Gutschein das Verkehrsverhalten von Schülerinnen und Schülern im Alter von 6 bis 16 Jahren verändert. Die Trendbefragung zielt darauf ab, die Auswirkungen des Gutscheins auf das Verkehrsverhalten im Laufe des Projekts begleitend mit Hilfe von quantitativen Befragungen zu erfassen. Diese basiert auf einer Zufallsstichprobe aus den Volksschulen der Stadt Luzern und erlaubt es, anhand von drei Querschnitten (2023, 2024 und 2025) zeitliche Veränderungen im Verkehrsverhalten der Schülerinnen und Schüler zu ermitteln, die grundsätzlich auf die Gutscheine zurückgeführt werden können.

Zum einen interessiert, ob die Haushalte beabsichtigen, den Gutschein einzulösen. Zum anderen wird ermittelt, welche Verkehrsmittel Schülerinnen und Schüler für welche Zwecke im Allgemeinen und bezogen auf zurückgelegte Wege innerhalb einer Referenzwoche nutzen (Mobilitätstagebuch). Basierend auf der Analyse der Daten aus der Trendbefragung wird die Wirksamkeit der Gutscheine für den öffentlichen Verkehr bewertet.

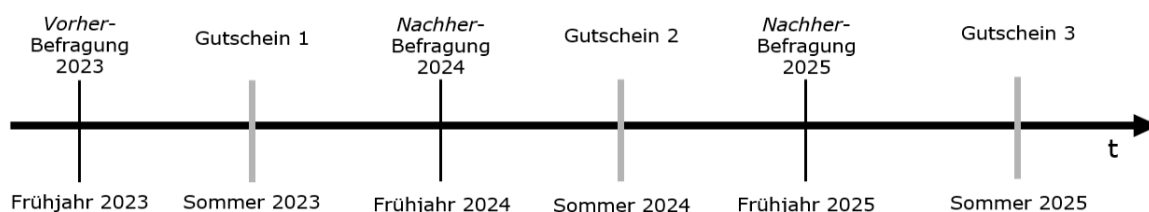
Zunächst werden die Methodik der Trendbefragung und die Ergebnisse der ersten, zweiten und dritten Befragung aus den Jahren 2023, 2024 und 2025 vorgestellt. Auf dieser Grundlage erfolgt eine Interpretation der Ergebnisse.

5.1. Zeitplan

Abbildung 3 zeigt den Zeitplan für die Ausgabe der Gutscheine und die Befragungen. Im Frühjahr 2023 – also vor der Einführung der Gutscheine – wurde ein Fragebogen an 600 ausgewählte Schülerinnen und Schüler verschickt, um das bisherige Verkehrsverhalten der Schülerinnen und Schüler zu erfassen (*Vorher-Befragung*). Im Sommer 2023 wurden der Gutschein 2023/24 an die Haushalte verteilt. Im Frühjahr 2024 wurde die Befragung erneut durchgeführt und ein Fragebogen an weitere 600 ausgewählte Schülerinnen und Schüler verschickt (*Nachher-Befragung*). Im Sommer 2024 wurde der Gutschein 2024/25 an die Haushalte verteilt. Die Befragung wurde im Frühjahr 2025 erneut durchgeführt (*Nachher-Befragung*), so dass Veränderungen im Zeitverlauf für die Jahre 2023, 2024 und 2025 ermittelt werden können. Im Sommer 2025 wird der Gutschein 3 an die Haushalte verteilt.

Abbildung 3 zeigt den Zeitplan für die Verteilung der Gutscheine und der Befragung.

Abbildung 3: Zeitplan des Gutscheins und der Befragung



Quelle: Eigene Abbildung

Die Umfrage im Jahr 2023 startete am 20.3.2023, der dritten Woche nach den Fasnachtsferien 2023 und dauerte bis am 23.4.2023. Die Umfrage im Jahr 2024 startete am 18.3.2024, der vierten Woche

nach den Fasnachtsferien 2024 und dauerte bis am 21.4.2025. Die Umfrage im Jahr 2025 startete am 17.3.2025, der zweiten Woche nach den Fasnachtsferien 2025 und dauerte bis am 20.4.2025. Referenzwoche für das Mobilitätstagebuch war somit immer die Kalenderwoche 11 des entsprechenden Jahres.

5.2. Auswahl der Studienteilnehmenden

Das Verfahren zur Auswahl der befragten Schülerinnen und Schüler und ihrer Eltern folgt einer Zufallsauswahl: Zunächst werden 8 der 19 Grundschulen der Stadt Luzern nach dem Zufallsprinzip ausgewählt. In jeder der 8 Grundschulen werden 5 Klassen nach dem Zufallsprinzip bestimmt. Somit werden jährlich 40 Schulklassen in der Stadt Luzern zufällig gewählt, in denen alle Schülerinnen und Schüler zur Teilnahme an der Befragung eingeladen werden (*Cluster-Stichprobe*). In diesen 40 Klassen wird eine Vollerhebung angestrebt, wobei mit Antwortverweigerungen zu rechnen ist. Die Angaben zur Klasse und die Adressdaten des Wohnortes stammen aus den offiziellen Registern der Volksschule.

Tabelle 20 zeigt die Cluster-Stichprobe des Jahres 2023.

Tabelle 20: Stichprobe 2023

Stufe	Anzahl Klassen (Grund- gesamtheit)	%	Anzahl Klassen (Stichprobe)	%	Anzahl Kinder (Stichprobe)	%
PS 1	32	12	6	15	75	12
PS 2	31	12	1	3	21	3
PS 3	34.5	13	9	23	107	18
PS 4	33.5	13	3	8	51	8
PS 5	32	12	9	23	119	20
PS 6	33	13	2	5	40	7
SEK 1	24	9	3	8	69	11
SEK 2	22	8	4	10	76	12
SEK 3	21	8	3	8	52	9
Total	263	100	40	100	610	100
Rücklauf	-	-	-	-	335	55

Quelle: Eigene Tabelle; PS = Primarstufe, SEK = Sekundarstufe.

Tabelle 21 zeigt die Cluster-Stichprobe des Jahres 2024.

Tabelle 21: Stichprobe 2024

Stufe	Anzahl Klassen (Grundgesamtheit)	%	Anzahl Klassen (Stichprobe)	%	Anzahl Kinder (Stichprobe)	%
PS 1	34	13	7	18	100	15
PS 2	32	12	2	5	40	6
PS 3	34	13	7	18	115	17
PS 4	35	13	4	10	70	11
PS 5	34.5	13	7	18	92	14
PS 6	31.5	12	3	8	55	8
SEK 1	25	9	4	10	75	11
SEK 2	24	9	3	8	58	9
SEK 3	22	8	3	8	59	9
Total	272	100	40	100	664	100
Rücklauf	-	-	-	-	345	52

Quelle: Eigene Tabelle; PS = Primarstufe, SEK = Sekundarstufe.

Tabelle 22 zeigt die Cluster-Stichprobe des Jahres 2025.

Tabelle 22: Stichprobe 2025

Stufe	Anzahl Klassen (Grundgesamtheit)	%	Anzahl Klassen (Stichprobe)	%	Anzahl Kinder (Stichprobe)	%
PS 1	35.5	13	6	15	73	13
PS 2	33.5	12	3	8	55	10
PS 3	35.5	13	7	18	77	13
PS 4	34.5	12	3	8	55	10
PS 5	35	12	8	20	80	14
PS 6	35	12	3	8	52	9
SEK 1	26	9	4	10	67	12
SEK 2	25	9	3	8	56	10
SEK 3	24	8	3	8	57	10
Total	284	100	40	100	572	100
Rücklauf	-	-	-	-	271	47

Quelle: Eigene Tabelle; PS = Primarstufe, SEK = Sekundarstufe.

Mit diesem Verfahren und Struktur der Datenstände über die Jahre kann der Einfluss des Gutscheines für die Grundgesamtheit aller Schülerinnen und Schüler in der Stadt Luzern im Zeitverlauf über die drei Jahre zuverlässig ermittelt werden.

5.3. Feldbetreuung

Die ausgewählten Schülerinnen und Schüler und ihre Eltern erhalten einen Brief mit einem persönlichen Anschreiben, einem physischen Exemplar des deutschen Fragebogens und einen QR-Code, der die Schülerinnen und Schüler und ihre Eltern zur web-basierten Umfrage führt. Für die Eingabe der Informationen werden somit bei der Umfrage die Kanäle online und schriftlich per vorfrankierter Briefpost angeboten. Als Erhebungsinstrument für die Online-Umfrage wird die Unipark-Umfrageplattform verwendet. Es besteht ebenfalls die Möglichkeit, eine Online-Version des Fragebogens in englischer Sprache auszufüllen.

Das Anschreiben richtet sich sowohl an die Eltern als auch an die Schülerinnen und Schüler und wurde daher in zwei verschiedenen Formen erstellt. Es wurde darauf hingewiesen, dass die Befragung idealerweise von den Schülerinnen und Schülern und ihren Eltern gemeinsam durchgeführt werden soll, wobei die Eltern die Schülerinnen und Schüler beim Ausfüllen begleiten sollen, um so die gültigen Informationen im Fragebogen abzutragen. Die Umfrage ist anonym.

Den Schülerinnen und Schülern wird keine finanzielle Entschädigung für die Teilnahme an der Umfrage geboten. Anreize können aufgrund von Selbstselektion zu Verzerrungen führen. Es wird davon ausgegangen, dass der Grund für die Umfrage – also die ausgehändigten Gutscheine – ein ausreichender Anreiz für die Teilnahme an der Umfrage ist. Zudem ist das Anschreiben so verfasst, dass es sowohl die Schülerinnen und Schüler als auch die Eltern zur Teilnahme an der Trendbefragung motiviert.

5.4. Rücklauf und Vergleich der Stichprobe mit der Grundgesamtheit

Insgesamt gingen 335 Antworten aus der Befragung 2023, 345 Antworten aus der Befragung 2024 und 271 Antworten aus der Befragung 2025 ein. Die Rücklaufquote liegt im Mittel bei rund 51%. Für die einzelnen Jahre (sh. Tabelle 20 bis 22).

Insgesamt lässt sich feststellen, dass die Klassenzusammensetzung aller Schülerinnen und Schüler der Stadt Luzern aus der Grundgesamtheit mit denen der Stichproben in den Befragungen vergleichbar sind: Die Mehrheit der befragten Schülerinnen und Schüler besucht eine Primarschule. Die Altersverteilung reicht von 6 bis 16 Jahren und ist über die Befragungen hinweg bezogen auf die Anteile vergleichbar mit der Grundgesamtheit. Dies ist eine Voraussetzung für eine vergleichende Analyse der Ergebnisse der Befragungen mit Bezug zur Grundgesamtheit (Repräsentativität).

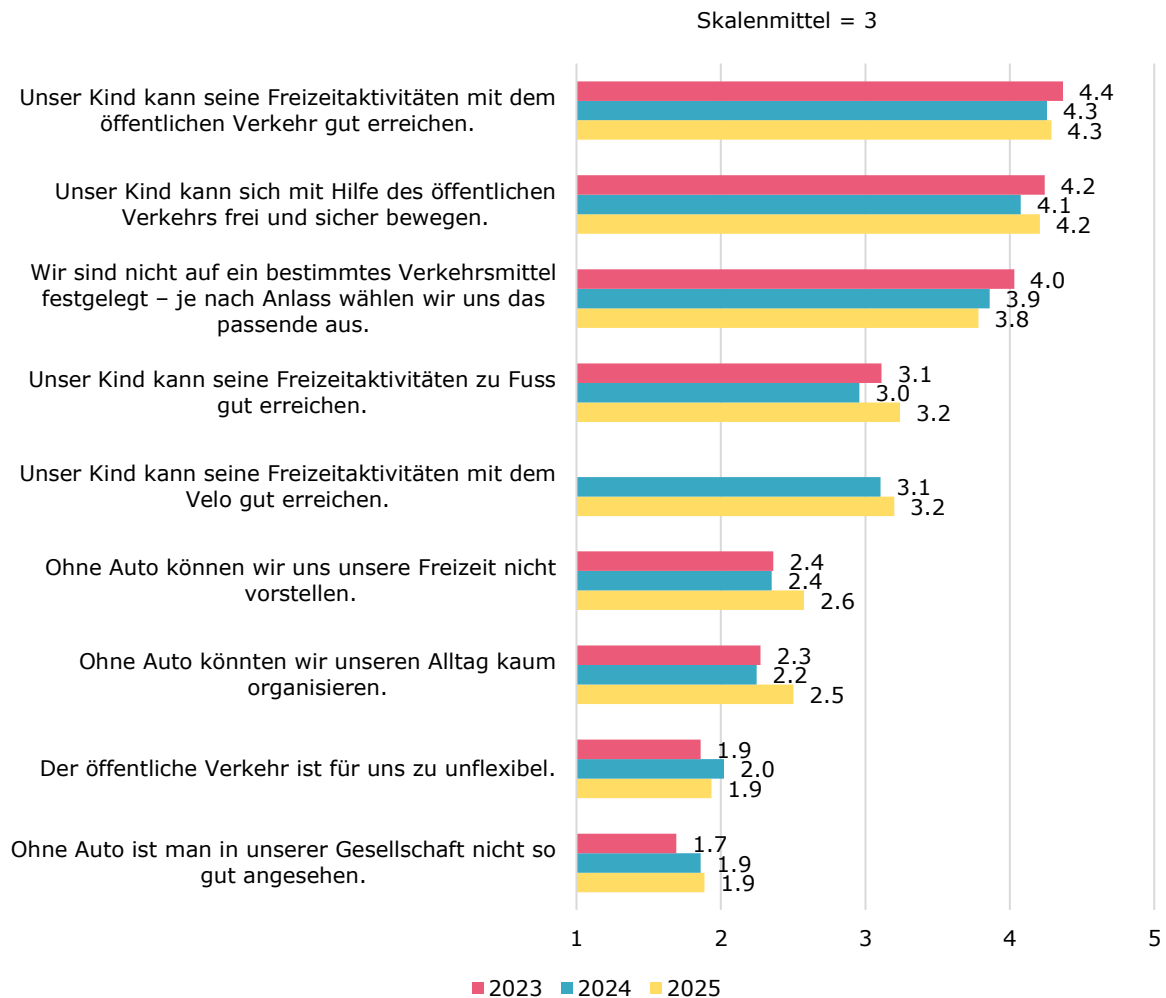
Im Folgenden werden die Ergebnisse der Befragungen 2023 (vorher), 2024 (nachher) und 2025 (nachher) verglichen.

5.5. Resultate der Trendstudie

5.5.1. Einstellung der Haushalte zur Mobilität

Für die Bewertung der Items, die sich auf die Einstellung zur Mobilität beziehen, wurden fünfstufige Likert-Skalen verwendet. Die Mittelwerte auf einer Skala von 1 (stimme überhaupt nicht zu) bis 5 (stimme voll und ganz zu) sind in Abbildung 4 angegeben. Werte über dem Skalenmittel von 3 werden als eine Zustimmung zur Aussage gewertet.

Abbildung 4: Einstellungen (Mittelwerte)



Quelle: Eigene Abbildung; 2023: n=335 Schülerinnen und Schüler; 2024: n=345 Schülerinnen und Schüler; 2025: n=271 Schülerinnen und Schüler

Abbildung 4 zeigt, dass Schülerinnen und Schüler ihre Freizeitaktivitäten mit dem öffentlichen Verkehr gut erreichen können (Mittelwert = 4.3/4.4). Auch der Aussage, dass sich Schülerinnen und Schüler mit Hilfe des öffentlichen Verkehrs frei und sicher bewegen können, wird in hohem Masse zugestimmt (Mittelwert = 4.1/4.2). Bei der Aussage, dass man sich nicht auf ein bestimmtes Verkehrsmittel festlegt und je nach Anlass das passende wählt, liegt der Mittelwert im zustimmenden Bereich (Mittelwert = 3.8/3.9/4.0). Weiterhin zeigt sich, dass alle Freizeitaktivitäten mit dem Velo (Mittelwert = 3.1/3.2) sowie zu Fuss (Mittelwert = 3.0/3.1/3.2) erreicht werden können.

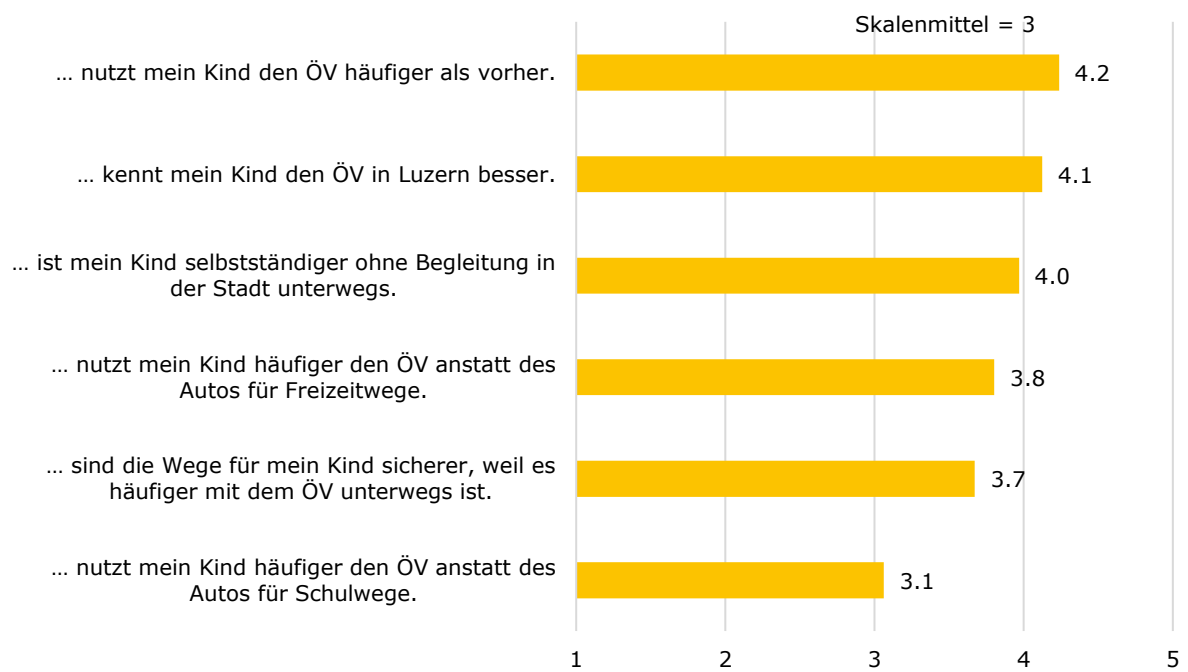
Wenig Zustimmung erhielten die Aussagen, dass man sich die Freizeit ohne Auto nicht vorstellen kann (Mittelwert = 2.4/2.6), dass man den Alltag ohne Auto kaum organisieren kann (Mittelwert = 2.2/2.3/2.5), dass der öffentliche Verkehr zu unflexibel ist (Mittelwert = 1.9/2.0) und dass man ohne Auto in der Gesellschaft nicht so gut angesehen ist (Mittelwert = 1.7/1.9).

5.5.2. Einstellungen zum Verhalten der Kinder seit Gutscheineinführung

Für die Bewertung der Items, die sich auf das Verhalten der Kinder nach der Gutscheineinführung aus Sicht der Erziehungsberechtigten beziehen, wurden fünfstufige Likert-Skalen verwendet. Die Mittelwerte auf einer Skala von 1 (stimme überhaupt nicht zu) bis 5 (stimme voll und ganz zu) sind in Abbildung 5 angegeben. Werte über dem Skalenmittel von 3 werden als eine Zustimmung zur Aussage gewertet.

Abbildung 5: Verhalten der Kinder (Mittelwerte)

Seit dem Kauf von ÖV-Billetts/Abonnements mit Hilfe des ÖV-Gutscheins...



Quelle: Eigene Abbildung; 2025: n=194 Schülerinnen und Schüler

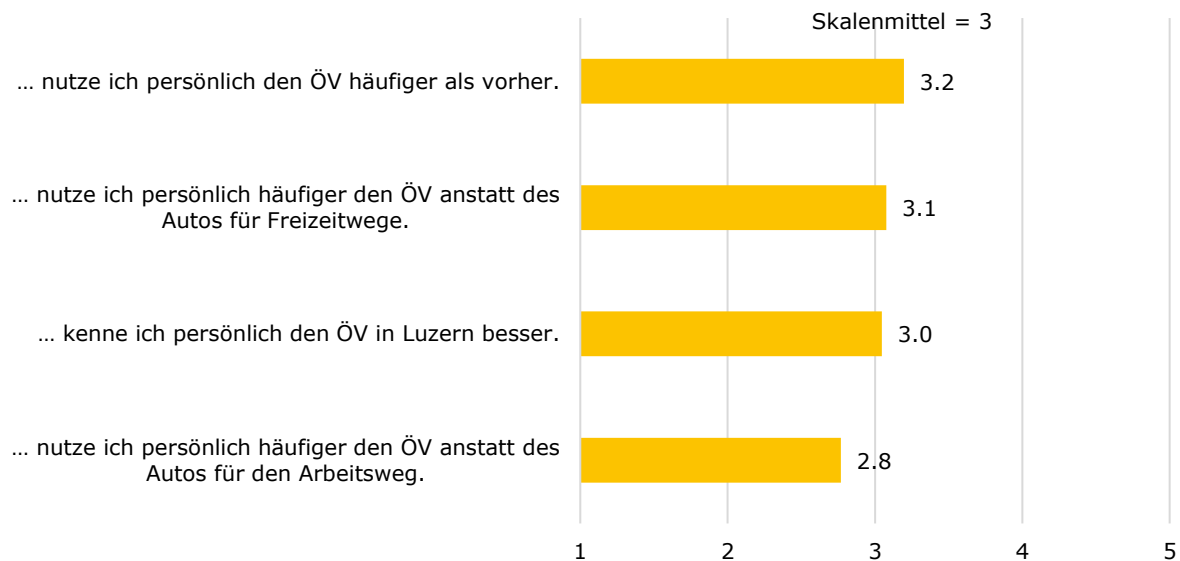
Abbildung 5 zeigt, dass Kinder gemäss Einschätzung der Erziehungsberechtigten den öffentlichen Verkehr häufiger nutzen als vorher (Mittelwert = 4.2). Auch der Aussage, dass das Kind den ÖV in Luzern besser kennt, wird zugestimmt (Mittelwert = 4.1). Bei der Aussage, dass das Kind selbstständiger ohne Begleitung in der Stadt unterwegs ist, liegt der Mittelwert ebenfalls im zustimmenden Bereich (Mittelwert = 4.0). Weiterhin zeigt sich, dass Kinder gemäss den Einschätzungen der Erziehungsberechtigten häufiger den ÖV anstatt des Autos für Freizeitwege nutzen (Mittelwert = 3.8). Zudem ist zu erkennen, dass die Wege für die Kinder als tendenziell sicherer eingeschätzt werden, weil es häufiger mit dem ÖV unterwegs ist (Mittelwert = 3.7). Zudem sind die Bewertungen neutral, dass die Kinder häufiger den ÖV statt des Autos für Schulwege nutzen (Mittelwert = 3.1).

5.5.3. Einstellungen zum Verhalten der Eltern seit Gutscheineinführung

Für die Bewertung der Items, die sich auf das Verhalten der Eltern beziehen, wurden fünfstufige Likert-Skalen verwendet. Die Mittelwerte auf einer Skala von 1 (stimme überhaupt nicht zu) bis 5 (stimme voll und ganz zu) sind in Abbildung 6 angegeben. Werte über dem Skalenmittel von 3 werden als eine Zustimmung zur Aussage gewertet.

Abbildung 6: Verhalten der Eltern (Mittelwerte)

Seit dem Kauf von ÖV-Billets/Abonnements mit Hilfe des ÖV-Gutscheins für mein Kind...



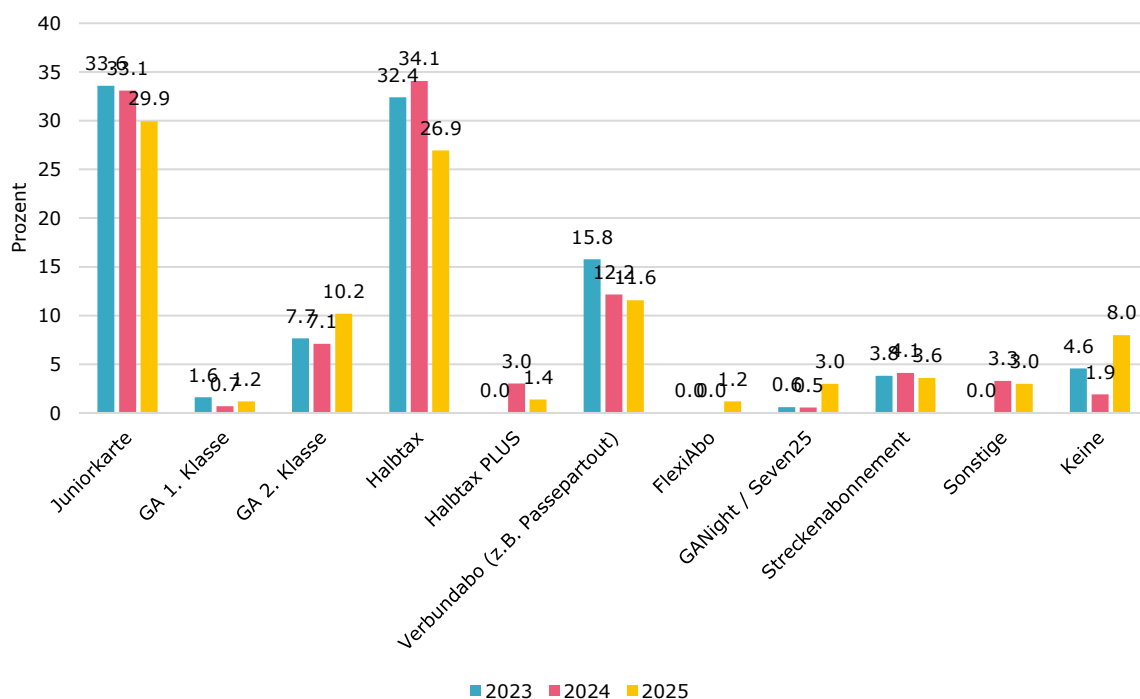
Quelle: Eigene Abbildung; 2025: n=194 Schülerinnen und Schüler

Abbildung 6 zeigt mit einer leicht positiven Tendenz, dass Eltern den ÖV gleich häufig nutzen wie vorher (Mittelwert = 3.2). Auch der Aussage, dass Eltern persönlich den ÖV häufiger nutzen anstatt des Autos für Freizeitwege stehen die Eltern neutral gegenüber (Mittelwert = 3.1). Bei der Aussage, dass Eltern den ÖV in Luzern besser kennen als vorher, liegt der Mittelwert im neutralen Bereich (Mittelwert = 3.0). Weiterhin zeigt sich eher ablehnend, dass Eltern persönlich häufiger den ÖV anstatt des Autos für den Arbeitsweg nutzen (Mittelwert = 2.8).

5.5.4. Abonnemente des öffentlichen Verkehrs

Abbildung 7 zeigt, welche Abonnemente des öffentlichen Verkehrs in den Haushalten in den Befragungen verfügbar sind.

Abbildung 7: Abonnemente des öffentlichen Verkehrs im Haushalt (Prozentangaben, Mehrfachnennungen)



Quelle: Eigene Abbildung; 2023: n=679 Nennungen; 2024: n=731 Nennungen; 2025: n=501 Nennungen

Abonnemente des öffentlichen Verkehrs, die Schülerinnen und Schüler nutzen, lassen sich in der Kategorie Juniorkarte sowie GA Night / Seven 25 finden. Abbildung 7 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheines der Anteil der Juniorkarte in den Nennungen der Haushalte zwischen 2023 und 2024 um 0.5 Prozentpunkte und zwischen 2024 und 2025 um 3.2 Prozentpunkte abgenommen hat. Bei Nennungen zum GA Night / Seven25 zeigt sich eine Zunahme um 2.5 Prozentpunkte. Zudem zeigt sich, dass der Anteil an Verbundtickets (z.B. Passepartout) zwischen 2023 und 2024 um 3.6 und zwischen 2024 und 2025 um 0.6 Prozentpunkte gesunken ist.

5.5.5. Bekanntheit des Gutscheines

Die Bekanntheit des Gutscheins stieg von 54.4% in der Befragung 2023 auf 78.2% in der Befragung 2024 auf 84.1% in der Befragung 2025.

In der Befragung 2024 bestätigen 93.5% der befragten Eltern und in der Befragung 2025 86% der befragten Eltern, dass sie den Gutschein 2023/24 für ihr Kind erhalten haben. In der Befragung 2025 bestätigten 91.1% der befragten Eltern, dass sie den Gutschein 2024/25 für ihr Kind erhalten haben.

5.5.6. Gutscheine eingelöst

Die Eltern geben in den *Nachher*-Umfragen an, ob sie den Gutschein eingelöst haben oder nicht. In der Befragung 2024 bestätigen 80.3% der befragten Eltern und in der Befragung 2025 72.7% der befragten Eltern, dass sie den Gutschein 2023/24 für ihr Kind eingelöst haben. In der Befragung 2025 bestätigten 79.3% der befragten Eltern, dass sie den Gutschein 2024/25 für ihr Kind eingelöst haben.

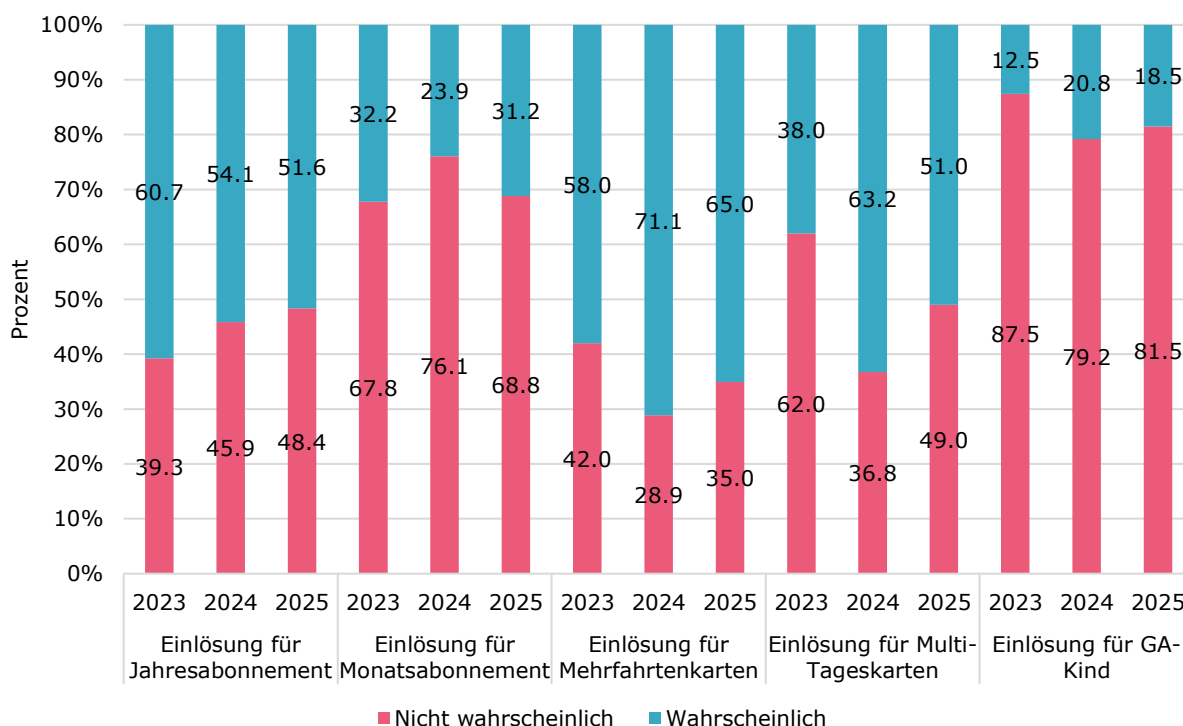
5.5.7. Einlöseabsicht im Allgemeinen

Die selbstberichtete Absicht den Gutschein einzulösen, sinkt von 92.6% in der Befragung 2023 auf 87.2% in der Befragung 2024 und steigt wieder auf 93.5% in der Befragung 2025.

5.5.8. Einlöseabsicht für Billette und/oder Abonnemente des öffentlichen Verkehrs

Im Weiteren wurde gefragt, wie wahrscheinlich es ist, dass die Eltern den Gutschein für Mehrfahrtenkarten, Multi-Tageskarten und verschiedene Abonnementarten einlösen werden. Die Frage wurde anhand einer fünfstufigen Likertskala mit den Ausprägungen "sehr unwahrscheinlich", "eher unwahrscheinlich", "weder noch", "eher wahrscheinlich" und "sehr wahrscheinlich" gestellt. Daraus wurden die dichotomen Kategorien "wahrscheinlich" durch die Kategorien 5 und 6 und "nicht wahrscheinlich" durch die Kategorien 1 bis 3 gebildet. Abbildung 8 zeigt die Absicht zur Einlösung des Gutscheins für bestimmte Billett- und Abonnementarten.

Abbildung 8: Absicht zur Einlösung des Gutscheines für bestimmte Billett- und Abonnementarten



Quelle: Eigene Abbildung; Einlösung für Jahresabonnement (2023: n=303, 2024: n=266, 2025: n=246); Einlösung für Monatsabonnement (2023: n=267, 2024: n=209, 2025: n=231); Einlösung für Mehrfahrtenkarten (2023: n= 293, 2024: n=270, 2025: n=246); Einlösung für Multi-Tageskarten (2023: n=279, 2024: n=253, 2025: n=241); Einlösung für GA-Kind (2023: n=279, 2024: n=207, 2025: n=232)

Abbildung 8 zeigt, dass in der Befragung 2023 60.7% den Gutschein für den Kauf eines Jahresabonnements und 32.2% würden ein Monatsabonnement kaufen. 58% würden den Gutschein für den Kauf von Mehrfahrtenkarten verwenden und 38% würden Multi-Tageskarten kaufen. 12.5% würden mit dem Gutschein einen Teil eines Generalabonnements für Kinder bezahlen.

In der Befragung 2024 würden 54.1% den Gutschein für den Kauf eines Jahresabonnements verwenden, 23.9% würden den Gutschein für ein Monatsabonnement verwenden. 71.1% würden den Gutschein für den Kauf von Mehrfahrtenkarten verwenden und 63.2% geben an Multi-Tageskarten kaufen zu wollen. 21.1% würden mit dem Gutschein einen Teil eines Generalabonnements für Kinder bezahlen.

In der Befragung 2025 würden 51.6% den Gutschein für den Kauf eines Jahresabonnements verwenden, und 31.2% würden den Gutschein für ein Monatsabonnement verwenden. 65% würden den Gutschein für den Kauf von Mehrfahrtenkarten verwenden und 51% geben an Multi-Tageskarten kaufen zu wollen. 18.5% würden mit dem Gutschein einen Teil eines Generalabonnements für Kinder bezahlen.

Im Generellen zeigt Abbildung 8 einen Trend zur Bevorzugung von Mehrfahrtenkarten und Multi-Tageskarten sowie dem GA-Kind. Monats- und Jahresabonnements des Passepartout werden weniger für die Gutscheineinlösung bevorzugt.

5.5.9. Mobilitätstagebuch

Die Schülerinnen und Schüler berichten rückblickend über eine «typische» Schulwoche in Form eines Mobilitätstagebuchs für die ausgewählten Tage Montag, Mittwoch und Samstag innerhalb einer Referenzwoche (*Kalenderwoche 11*) des entsprechenden Jahres. Die Fragen werden von den Eltern idealerweise in Begleitung des Kindes oder andernfalls, im Namen des Kindes ausgefüllt.

Da es von Interesse ist, wie die Schülerinnen und Schüler an diesen Tagen zur Schule oder zu ihren Freizeitaktivitäten gelangt sind, wurden sie angewiesen, die Befragung nach Erhalt bis spätestens am darauffolgenden Sonntag auszufüllen. Für die Erhebung der genutzten Verkehrsmittel pro Weg wurden den Schülerinnen und Schülern Anweisungen für das Ausfüllen des Tagebuches gegeben. Jeder Weg soll detailliert dokumentiert werden:

- Schülerinnen und Schüler sollen angeben, ob, wie und mit wem sie unterwegs waren, indem sie entsprechende Kreuze setzen.
- Falls an einem Tag ein Weg nicht durchgeführt wurde, war dieser zu kennzeichnen.
- Bei der Nutzung mehrerer Verkehrsmittel für einen Weg, wie z.B. zu Fuss zum Bus und dann mit dem Bus zum Sport, war das Verkehrsmittel anzugeben, mit dem nach Schätzung die weiteste Distanz zurückgelegt wurde (Hauptverkehrsmittel).
- Wenn an einem Tag mehrere Begleit-, Freizeit- und Besuchswege stattfanden, sollten nur Angaben für die Hauptaktivität gemacht werden, für die die meiste Zeit aufgewendet wurde.

Aus dem Mobilitätstagebuch lassen sich Vergleiche zwischen den Befragungen 2023, 2024 und 2025 ableiten. Im Zentrum steht dabei der Vergleich von Werktagen (Mittelwerte aus Montag und Mittwoch) und dem Wochenende (stellvertretend durch den Samstag repräsentiert).

Der wegebezogene Modal Split bezieht sich auf die Verteilung der verschiedenen Verkehrsmittel, die für eine bestimmte Strecke oder einen bestimmten Weg genutzt werden. Dabei wird analysiert, welche Verkehrsmittel (öffentlicher Verkehr (ÖV), Auto, Velo, zu Fuss, Rest z.B. Scooter oder Skateboard) von den Schülerinnen und Schülern bevorzugt werden, um von Start- zum Zielpunkt zu gelangen.

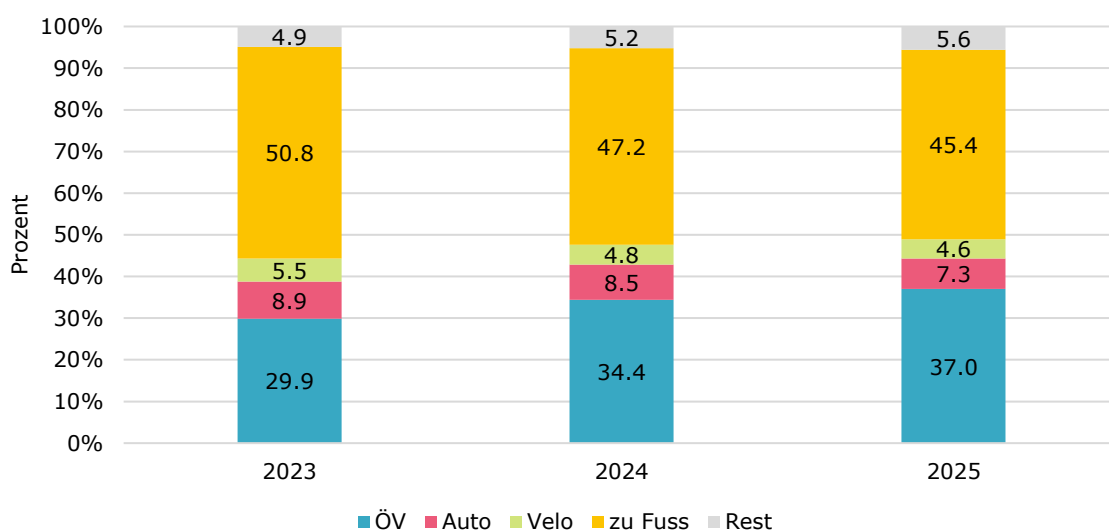
Die wegebezogene Begleitung bezieht sich auf die Verteilung der verschiedenen Begleitungen, für eine bestimmte Strecke oder einen bestimmten Weg. Dabei wird analysiert, ob die Schülerinnen und Schüler den Weg alleine zurücklegen oder welche Personen (mit den Eltern / Grosseltern, mit Freunden / Gruppe) die Schülerinnen und Schülern begleiten, um von Start- zum Zielpunkt zu gelangen.

5.5.9.1. Wegebezogener Modal Split nach Wochentagen

Im Folgenden werden die Wochentage unterschieden nach Werktagen und dem Wochenende.

Abbildung 9 zeigt den Modal Split der Verkehrsmittel für alle Verkehrszwecke an Werktagen.

Abbildung 9: Wegebezogener Modal Split an Werktagen



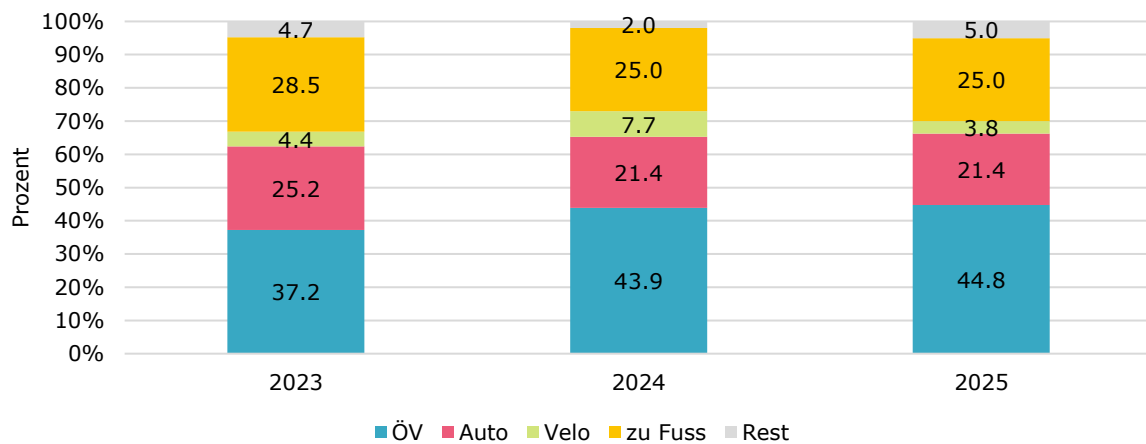
Quelle: Eigene Abbildung; 2023: n=331 Schülerinnen und Schüler; 2024: n=344 Schülerinnen und Schüler; 2025: n=264 Schülerinnen und Schüler

Abbildung 9 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins für alle Verkehrszwecke bezogen auf die Wege an Werktagen:

- die Nutzung des öffentlichen Verkehrs um 7.1 Prozentpunkte zugenommen hat.
- die Nutzung des Autos um 1.6 Prozentpunkte abgenommen hat.
- die Nutzung des Velos um 0.9 Prozentpunkte abgenommen hat.
- zu Fuss um 5.4 Prozentpunkte abgenommen haben.
- die Nutzung restlicher Verkehrsmittel wie Scooter oder Skateboard um 0.7 Prozentpunkte zugenommen haben.

Abbildung 10 zeigt die Anteile der Nutzung der Verkehrsmittel für alle Verkehrszwecke am Wochenende.

Abbildung 10: Wegebezogener Modal Split am Wochenende



Quelle: Eigene Abbildung; 2023: n=331 Schülerinnen und Schüler; 2024: n=344 Schülerinnen und Schüler; 2025: n=264 Schülerinnen und Schüler

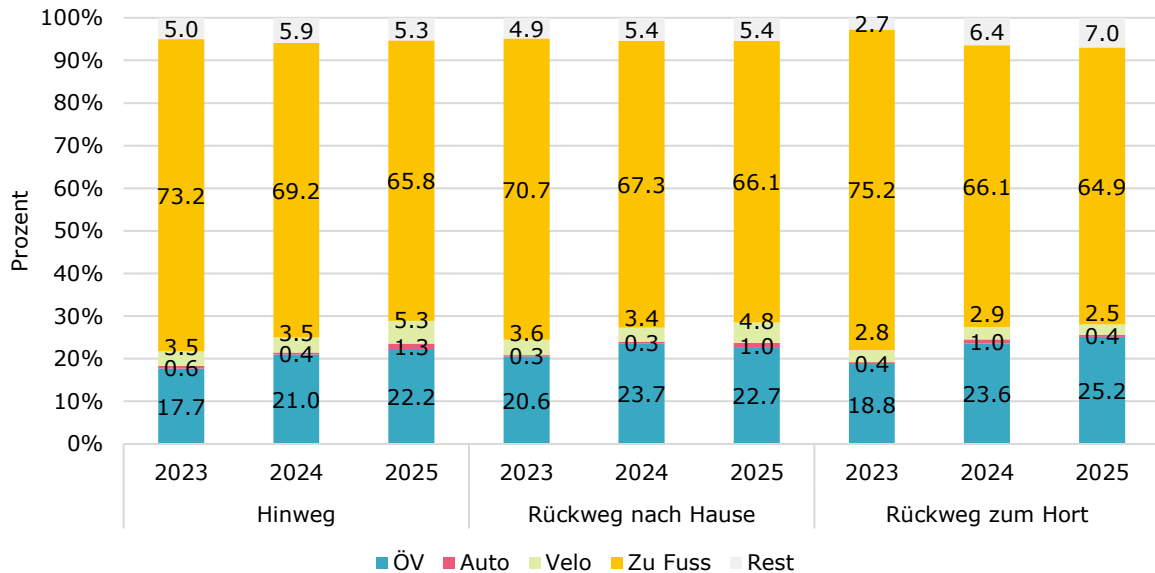
Abbildung 10 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins für alle Verkehrszwecke bezogen auf die Wege am Wochenende:

- die Nutzung des öffentlichen Verkehrs um 7.6 Prozentpunkte zugenommen hat.
- die Nutzung des Autos um 3.8 Prozentpunkte abgenommen hat.
- die Nutzung des Velos um 0.8 Prozentpunkte abgenommen hat.
- zu Fuss um 3.5 Prozentpunkte abgenommen haben.
- die Nutzung restlicher Verkehrsmittel wie Scooter oder Skateboard um 0.3 Prozentpunkte zugenommen hat.

5.5.9.2. Wegebezogener Modal Split nach Verkehrszwecken

Abbildung 11 zeigt die Anteile der Verkehrsmittel aus dem Mobilitätstagebuch für Schulwege von Schülerinnen und Schülern an Werktagen.

Abbildung 11: Wegebezogener Modal Split für Schulwege an Werktagen



Quelle: Eigene Abbildung; Hinweg (2023: n=331, 2024: n=344, 2025: n=264), Rückweg nach Hause (2023: n=302, 2024: n=304, 2025: n=247), Rückweg zum Hort (2023: n=124, 2024: n=173, 2025: n=122)

Abbildung 11 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins der Anteil auf dem Hinweg in die Schule:

- des öffentlichen Verkehrs um 4.5 Prozentpunkte zugenommen hat.
- des Autos um 0.7 Prozentpunkt zugenommen hat.
- des Velos um 1.8 Prozentpunkte zugenommen hat.
- zu Fuss um 4.4 Prozentpunkte abgenommen hat.
- restlicher Verkehrsmittel wie Scooter oder Skateboard um 0.3 Prozentpunkte zugenommen hat.

Abbildung 11 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins der Anteil auf dem Rückweg nach der Schule nach Hause:

- des öffentlichen Verkehrs um 1.9 Prozentpunkte zugenommen hat.
- des Autos um 0.7 Prozentpunkte zugenommen hat.
- des Velos um 1.2 Prozentpunkte zugenommen hat.
- zu Fuss um 4.6 Prozentpunkte abgenommen hat.
- restlicher Verkehrsmittel wie Scooter oder Skateboard um 0.5 Prozentpunkte zugenommen hat.

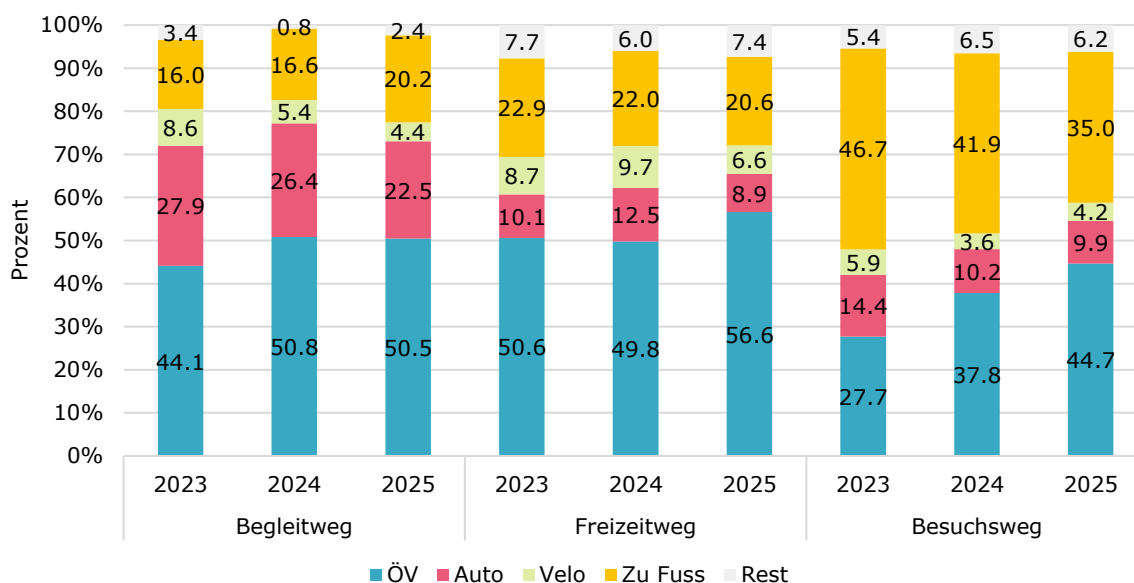
Abbildung 11 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins der Anteil auf dem Rückweg nach der Schule zum Hort:

- des öffentlichen Verkehrs um 6.4 Prozentpunkte zugenommen hat.
- des Autos gleich geblieben ist.
- des Velos um 0.3 Prozentpunkte abgenommen hat.
- zu Fuss um 10.3 Prozentpunkte abgenommen hat.

- restlicher Verkehrsmittel wie Scooter oder Skateboard um 4.3 Prozentpunkte zugenommen hat.

Abbildung 12 zeigt die Anteile der Verkehrsmittel aus dem Mobilitätstagebuch für Begleit-, Freizeit- und Besuchswegen von Schülerinnen und Schülern an Werktagen.

Abbildung 12: Wegebezogener Modal Split für Begleit-/Freizeit-/Besuchswegen an Werktagen



Quelle: Eigene Abbildung; Begleitweg (2023: n=330, 2024: n=337, 2025: n=262), Freizeitweg (2023: n=316, 2024: n=325, 2025: n=255), Besuchsweg (2023: n=98, 2024: n=114, 2025: n=106)

Abbildung 12 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins der Anteil auf dem Begleitweg an Werktagen:

- des öffentlichen Verkehrs um 6.4 Prozentpunkte zugenommen hat.
- der Anteil des Autos um 5.4 Prozentpunkte abgenommen hat.
- des Velos um 4.2 Prozentpunkte abgenommen hat.
- zu Fuss um 4.2 Prozentpunkte zugenommen hat.
- restlicher Verkehrsmittel wie Scooter oder Skateboard um 1 Prozentpunkt abgenommen hat.

Abbildung 12 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins der Anteil auf dem Freizeitweg an Werktagen:

- des öffentlichen Verkehrs um 6 Prozentpunkte zugenommen hat.
- der Anteil des Autos um 1.2 Prozentpunkte abgenommen hat.
- des Velos um 2.1 Prozentpunkte abgenommen hat.
- zu Fuss um 2.3 Prozentpunkte abgenommen hat.
- restlicher Verkehrsmittel wie Scooter oder Skateboard um 0.3 Prozentpunkte abgenommen hat.

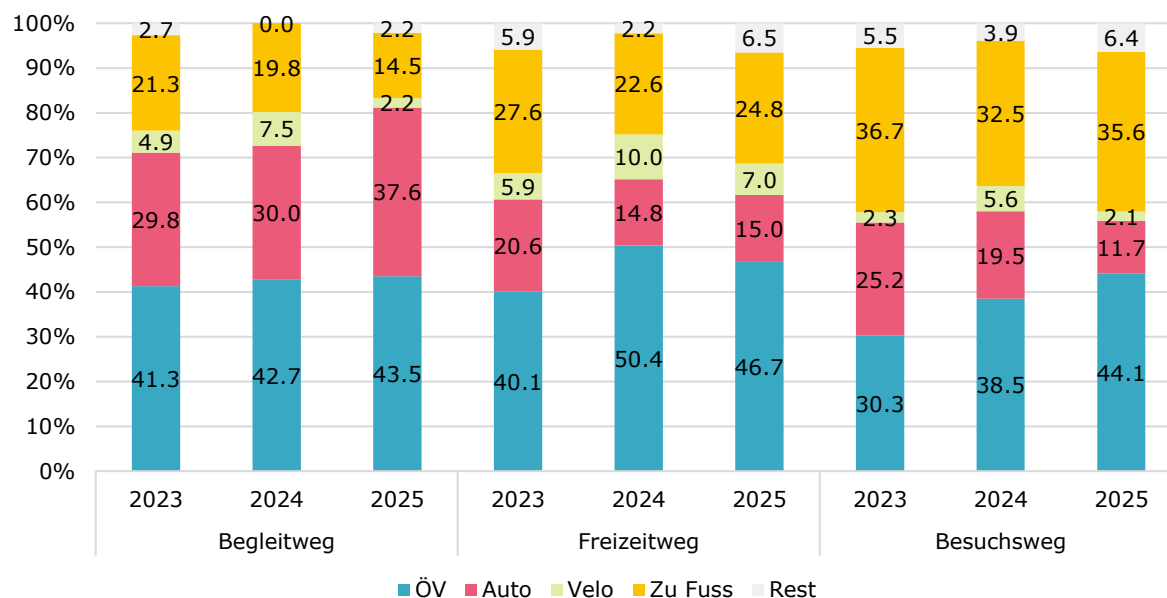
Abbildung 12 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins der Anteil auf dem Besuchsweg an Werktagen:

- des öffentlichen Verkehrs um 17 Prozentpunkte zugenommen hat.
- des Autos um 4.5 Prozentpunkte abgenommen hat.
- des Velos hat um 1.7 Prozentpunkte abgenommen hat.
- zu Fuss um 11.7 Prozentpunkte abgenommen hat.

- restlicher Verkehrsmittel wie Scooter oder Skateboard um 0.8 Prozentpunkte zugenommen hat.

Abbildung 13 zeigt die Anteile der Verkehrsmittel aus dem Mobilitätstagebuch für Begleit-, Freizeit- und Besuchswege von Schülerinnen und Schülern am Wochenende.

Abbildung 13: Wegebezogener Modal Split für Begleit-/Freizeit-/Besuchswege am Wochenende



Quelle: Eigene Abbildung; Begleitweg (2023: n=225, 2024: n=227, 2025: n=186), Freizeitweg (2023: n=272, 2024: n=270, 2025: n=214), Besuchsweg (2023: n=218, 2024: n=231, 2025: n=188)

Abbildung 13 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins der Anteil auf dem Begleitweg am Wochenende:

- des öffentlichen Verkehrs um 2.2 Prozentpunkte zugenommen hat.
- des Autos um 7.6 Prozentpunkte zugenommen hat.
- des Velos um 2.7 Prozentpunkte abgenommen hat.
- zu Fuss um 6.8 Prozentpunkte abgenommen hat.
- restlicher Verkehrsmittel wie Scooter oder Skateboard um 0.5 Prozentpunkte abgenommen hat.

Abbildung 13 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins der Anteil auf dem Freizeitweg am Wochenende:

- des öffentlichen Verkehrs um 6.6 Prozentpunkte zu
- des Autos um 5.6 Prozentpunkte abgenommen.
- des Velos hat um 1.1 Prozentpunkte zugenommen.
- Fuss-Wege haben um 2.8 Prozentpunkte abgenommen.
- restlicher Verkehrsmittel wie Scooter oder Skateboard hat um 0.6 Prozentpunkte zugenommen.

Abbildung 13 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins der Anteil auf dem Besuchsweg am Wochenende:

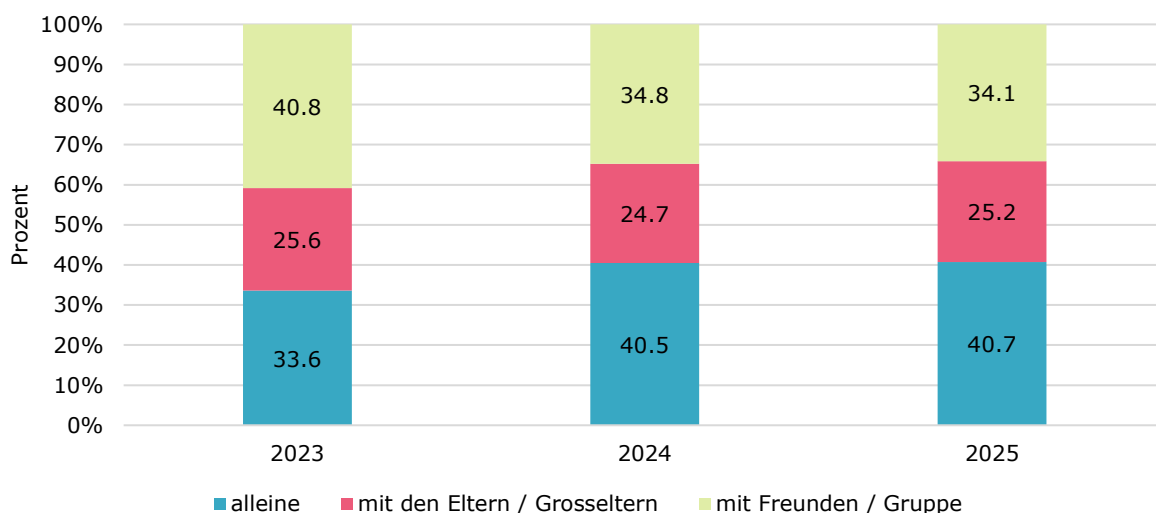
- des öffentlichen Verkehrs um 13.7 Prozentpunkte zugenommen hat.
- des Autos um 13.5 Prozentpunkte abgenommen hat.
- des Velos um 0.2 Prozentpunkte zugenommen hat.

- zu Fuss um 1.1 Prozentpunkte abgenommen hat.
- restlicher Verkehrsmittel wie Scooter oder Skateboard um 0.9 Prozentpunkte zugenommen hat.

5.5.9.3. Begleitung nach Wochentagen

Im Folgenden wird unterschieden nach Werktagen und dem Wochenende. Abbildung 14 zeigt die Begleitung der Schülerinnen und Schüler für alle Verkehrszwecke an Werktagen.

Abbildung 14: Begleitung an Werktagen



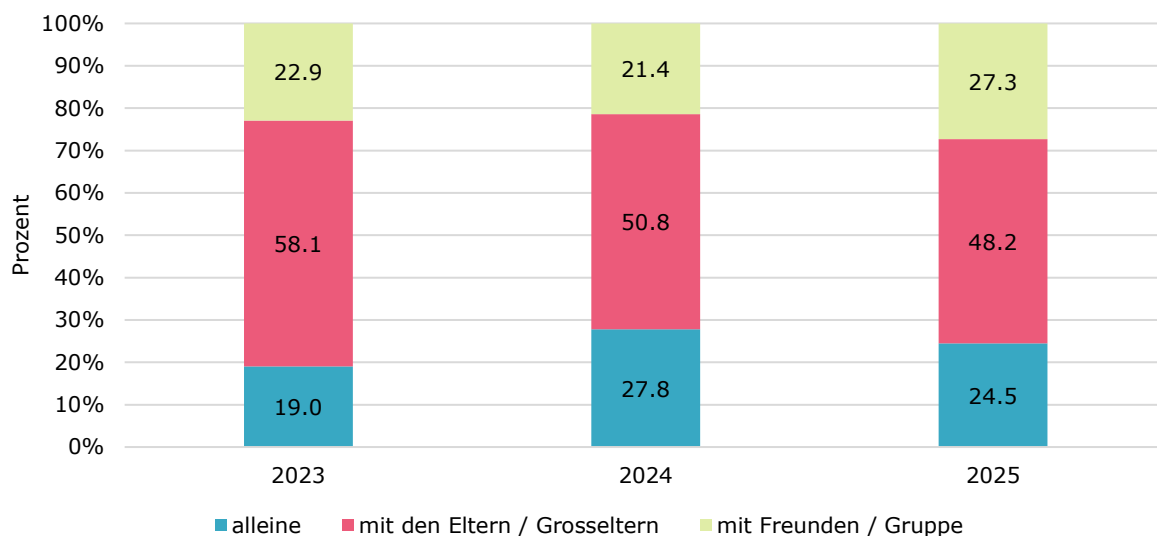
Quelle: Eigene Abbildung; 2023: n=330 Schülerinnen und Schüler; 2024: n=337 Schülerinnen und Schüler; 2025: n=257 Schülerinnen und Schüler

Abbildung 14 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins an Werktagen der Anteil des Zurücklegens des Weges der Kinder für alle Verkehrszwecke:

- alleine um 7.1 Prozentpunkte zugenommen hat.
- mit den Eltern / Grosseltern um 0.4 Prozentpunkte abgenommen hat.
- mit Freunden / Gruppe hat um 6.7 Prozentpunkte abgenommen.

Abbildung 15 zeigt die Begleitung der Schülerinnen und Schüler für alle Verkehrszwecke am Wochenende.

Abbildung 15: Begleitung am Wochenende



Quelle: Eigene Abbildung; 2023: n=269 Schülerinnen und Schüler; 2024: n=264 Schülerinnen und Schüler; 2025: n=214 Schülerinnen und Schüler

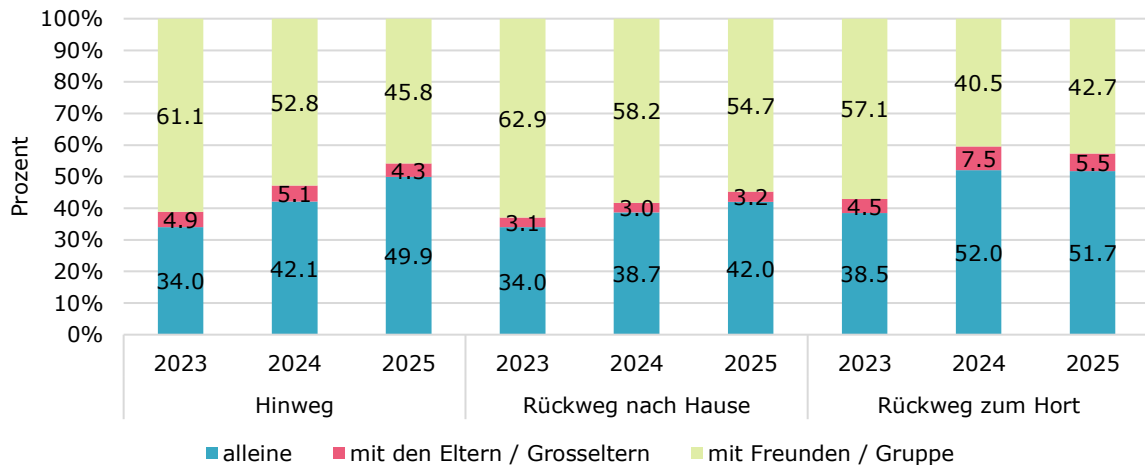
Abbildung 15 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins am Wochenende der Anteil des Zurücklegens des Weges der Kinder für alle Verkehrszwecke:

- alleine um 5.5 Prozentpunkte zugenommen hat
- mit den Eltern / Grosseltern um 9.9 Prozentpunkte abgenommen hat.
- mit Freunden / Gruppe um 4.4 Prozentpunkte abgenommen hat.

5.5.9.4. Wegebezogene Begleitung nach Verkehrszwecken

Abbildung 16 zeigt die Anteile Begleitungen aus dem Mobilitätstagebuch für Schulwege von Schülerinnen und Schülern an Werktagen.

Abbildung 16: Wegebezogene Begleitung für Schulwege an Werktagen



Quelle: Eigene Abbildung; Hinweg (2023: n=330, 2024: n=337, 2025: n=257), Rückweg nach Hause (2023: n=302, 2024: n=301, 2025: n=242), Rückweg zum Hort (2023: n=121, 2024: n=167, 2025: n=114)

Abbildung 16 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins für den Hinweg in die Schule das Zurücklegen des Weges der Kinder:

- alleine um 15.9 Prozentpunkte zugenommen hat.
- mit den Eltern / Grosseltern um 0.6 Prozentpunkte abgenommen hat.
- mit Freunden / Gruppe um 15.3 Prozentpunkte abgenommen hat.

Abbildung 16 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins für den Rückweg nach der Schule nach Hause das Zurücklegen des Weges der Kinder:

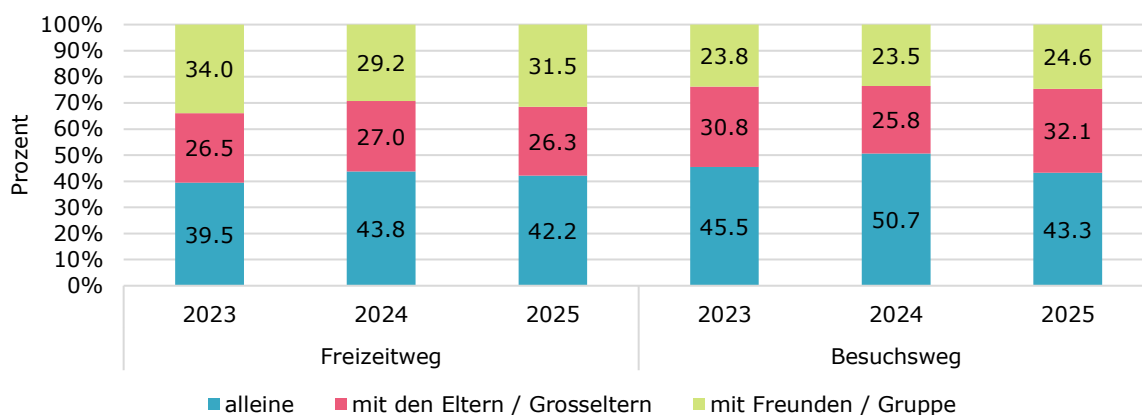
- alleine um 8 Prozentpunkte zugenommen hat.
- mit den Eltern / Grosseltern um 0.1 Prozentpunkte zugenommen hat.
- mit Freunden / Gruppe um 8.2 Prozentpunkt abgenommen hat.

Abbildung 16 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins den Rückweg nach der Schule zum Hort das Zurücklegen des Weges der Kinder:

- alleine um 13.2 Prozentpunkte zugenommen hat.
- mit den Eltern / Grosseltern um 1 Prozentpunkt zugenommen hat.
- mit Freunden / Gruppe um 14.4 Prozentpunkte abgenommen hat.

Abbildung 17 zeigt die Anteile Begleitungen aus dem Mobilitätstagebuch für Begleit-, Freizeit- und Besuchswege von Schülerinnen und Schülern an Werktagen.

Abbildung 17: Wegebezogene Begleitung für Freizeit-/Besuchswege an Werktagen



Quelle: Eigene Abbildung; Begleitweg (2023: n=168, 2024: n=161, 2025: n=165), Freizeitweg (2023: n=225, 2024: n=234, 2025: n=186), Besuchsweg (2023: n=193, 2024: n=178, 2025: n=172)

Abbildung 17 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins für den Freizeitweg an Werktagen das Zurücklegen des Weges der Kinder:

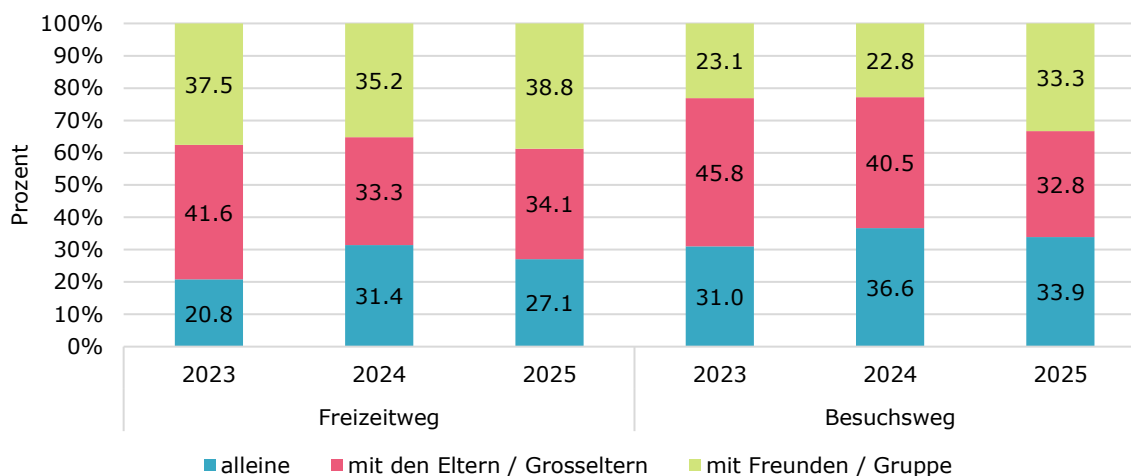
- alleine um 2.7 Prozentpunkte zugenommen hat.
- mit den Eltern / Grosseltern um 0.2 Prozentpunkte abgenommen hat.
- mit Freunden / Gruppe um 2.5 Prozentpunkte abgenommen hat.

Abbildung 17 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins für den Besuchsweg an Werktagen das Zurücklegen des Weges der Kinder:

- alleine um 2.2 Prozentpunkte abgenommen hat.
- mit den Eltern / Grosseltern um 1.3 Prozentpunkte zugenommen hat.
- mit Freunden / Gruppe um 0.8 Prozentpunkte zugenommen hat.

Abbildung 18 zeigt die Anteile der Begleitungen aus dem Mobilitätstagebuch für Begleit-, Freizeit- und Besuchswege von Schülerinnen und Schülern am Wochenende.

Abbildung 18: Begleitung für Freizeit-/Besuchswege am Wochenende



Quelle: Eigene Abbildung; Begleitweg (2023: n=226, 2024: n=227, 2025: n=184), Freizeitweg (2023: n=269, 2024: n=264, 2025: n=214), Besuchsweg (2023: n=216, 2024: n=232, 2025: n=183)

Abbildung 18 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins für den Freizeitweg am Wochenende das Zurücklegen des Weges der Kinder:

- alleine um 6.3 Prozentpunkte zugenommen hat.
- mit den Eltern / Grosseltern um 7.5 Prozentpunkte abgenommen hat.
- mit Freunden / Gruppe um 1.3 Prozentpunkte zugenommen hat.

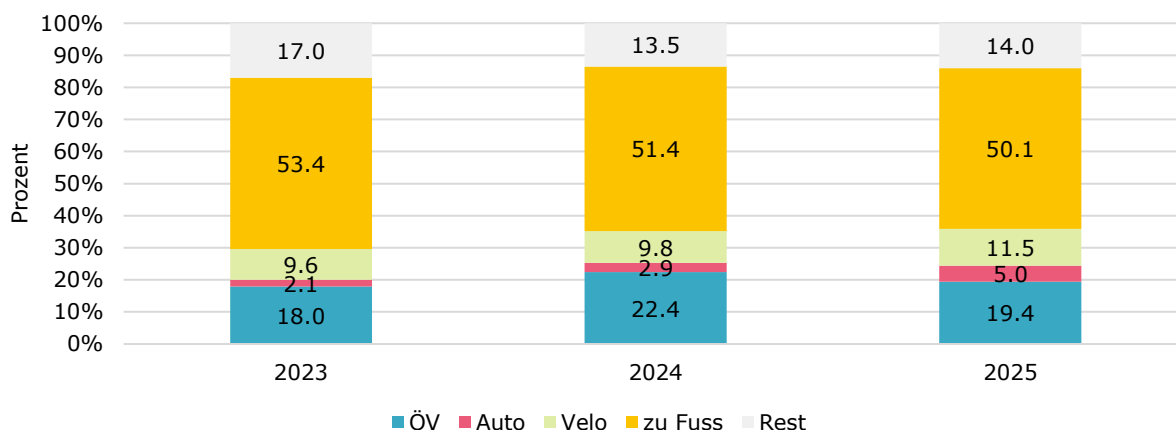
Abbildung 18 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheins für den Besuchsweg am Wochenende das Zurücklegen des Weges der Kinder:

- alleine um 2.9 Prozentpunkte zugenommen hat.
- mit den Eltern / Grosseltern um 13 Prozentpunkte abgenommen hat.
- mit Freunden / Gruppe um 10.2 Prozentpunkte zugenommen hat.

5.5.10. Generell genutzte Verkehrsmittel

Abbildung 19 zeigt das generell genutzte Verkehrsmittel, das für den Schulweg zum Einsatz kommen. Dabei waren Mehrfachnennungen möglich, sofern mehrere Verkehrsmittel regelmässig zum Einsatz kommen.

Abbildung 19: Generell genutzte Verkehrsmittel für den Schulweg (Mehrfachnennungen möglich)



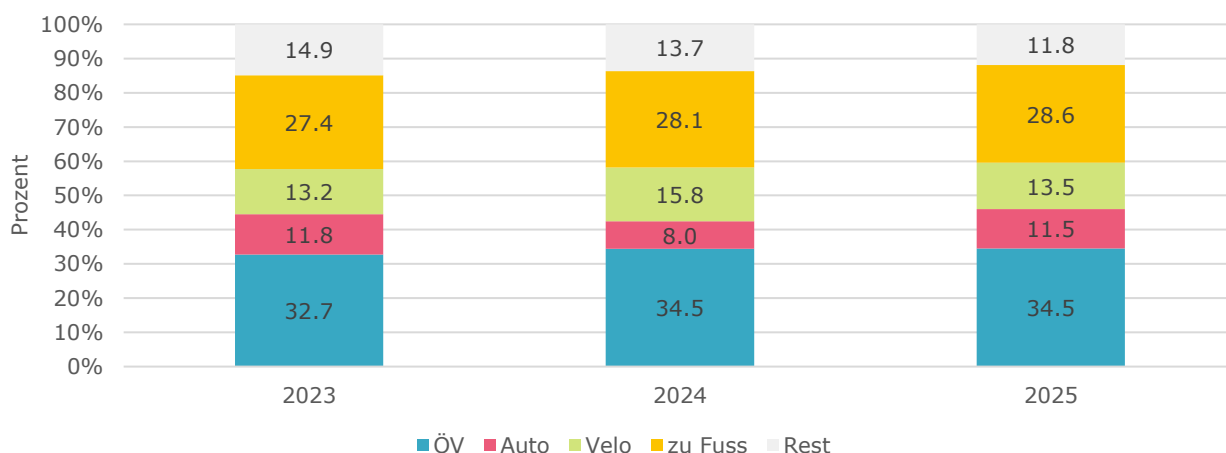
Quelle: Eigene Abbildung; 2023: n=534 Nennungen; 2024: n=549 Nennungen; 2025: n=443 Nennungen

Abbildung 19 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheines der Anteil der Nennungen der Schülerinnen und Schüler, die generell:

- für Schulwege den öffentlichen Verkehr nutzen, um 1.4 Prozentpunkte zugenommen hat.
- für Schulwege das Auto nutzen, um 2.9 Prozentpunkte zugenommen hat.
- für Schulwege das Velo nutzen, um 1.9 Prozentpunkte zugenommen hat.
- den Schulweg zu Fuss bestreiten, um 3.3 Prozentpunkte abgenommen hat.
- für Schulwege Verkehrsmittel wie Scooter oder Skateboard nutzen, um 3 Prozentpunkte abgenommen hat.

Abbildung 20 zeigt das generell genutzt Verkehrsmittel für Freizeitwege.

Abbildung 20: Generell genutzte Verkehrsmittel für den Freizeitweg (Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Eigene Abbildung; 2023: n=780 Nennungen; 2024: n=766 Nennungen; 2025: n=591 Nennungen

Abbildung 20 zeigt, dass seit Einführung des Gutscheines der Anteil der Nennungen der Schülerinnen und Schüler, die generell:

- für Freizeitwege den öffentlichen Verkehr nutzen, um 2.4 Prozentpunkte zugenommen hat.
- für Freizeitwege das Auto nutzen, um 0.3 Prozentpunkte abgenommen hat.
- für Freizeitwege das Velo nutzen, um 0.2 Prozentpunkte zugenommen hat.
- den Freizeitweg zu Fuss bestreiten, um 1.2 Prozentpunkte zugenommen hat.
- für Freizeitwege Verkehrsmittel wie Scooter oder Skateboard nutzen, um 3.1 Prozentpunkte abgenommen hat.

5.5.11. Gruppenunterschiede: Gutschein-Einlösende vs. Nicht-Einlösende

In der Analyse der Befragung des Jahres 2024 sowie des Jahres 2025 lassen sich Unterschiede zeigen zwischen den Gruppen derjenigen Personen, die den Gutschein eingelöst haben und denjenigen, die ihn nicht eingelöst haben. Die statistischen Tests wurden mittels Chi-Quadrat-Verfahren durchgeführt, um Unterschiede zwischen den Gruppen «Gutschein eingelöst», «Gutschein nicht eingelöst» zu identifizieren. Zudem werden paarweise zwei-seitige Z-Tests mit Bonferroni-Korrektur als Post-Hoc-Tests durchgeführt, um zu prüfen, welche Gruppen sich signifikant unterscheiden.

Tabelle 23 zeigt die Analyse der Einlösung und des Modal Split für Schulwege.

Tabelle 23: Einlösung und Modal Split für Schulwege

Verkehrsmittel	Gutschein 2023/24			Gutschein 2024/25		
	Ja (%)	Nein (%)	Sig.	Ja (%)	Nein (%)	Sig.
ÖV	32.0	17.9	*	28.0	22.0	
Auto	5.0	8.1		7.2	10.0	
Velo	8.3	6.5		11.1	8.0	
Zu Fuss	40.1	54.5	*	40.1	50.0	
Rest	14.6	13.0		13.5	10.0	

2024: n= 582, $\chi^2(4) = 13.556$, $p = .009$; *; 2025: n= 257, $\chi^2(4) = 2.637$, $p = 0.62$

Quelle: Eigene Tabelle, basierend auf Daten der Stadt Luzern

Tabelle 23 zeigt, dass beim generell verwendeten Verkehrsmittel für den Schulweg, Kinder mit eingelöstem Gutschein 2023/24 signifikant häufiger den öffentlichen Verkehr (32 %) nutzen. Ohne Gutschein sind es 17.9 %. Kinder ohne eingelöstem Gutschein 2023/24 gehen signifikant häufiger zu Fuss (54.5 %). Der Gutschein 2024/25 zeigt keine signifikanten Gruppenunterschiede.

Tabelle 24 zeigt die Analyse der Einlösung und des Modal Split für Freizeitwege bezüglich des generell verwendeten Verkehrsmittels.

Tabelle 24: Einlösung und Modal Split für Freizeitwege

Verkehrsmittel	Gutschein 2023/24			Gutschein 2024/25		
	Ja (%)	Nein (%)	Sig.	Ja (%)	Nein (%)	Sig.
ÖV	64.3	43.9	*	62.8	32.0	*
Auto	20.6	24.4		25.6	28.0	
Velo	5.8	12.2	*	3.9	16.0	*
Zu Fuss	6.3	12.2	*	4.3	18.0	*
Rest	3.0	7.3	*	3.4	6.0	

2024: $n = 585$, $\chi^2(4) = 21.913$, $p < .001$; ***; 2025: $n = 257$, $\chi^2(4) = 27.767$, $p < .001$; ***.

Quelle: Eigene Tabelle, basierend auf Daten der Stadt Luzern

Tabelle 24 zeigt, dass beim generell genutzten Verkehrsmittel für den Freizeitweg, Kinder mit eingelöstem Gutschein 2023/24 signifikant häufiger den öffentlichen Verkehr (64.3%) nutzen. Ohne Gutschein sind es 43.9 %. Kinder ohne eingelösten Gutschein 2023/24 nutzen signifikant häufiger das Velo (5.8 %), gehen zu Fuss (12.2 %) oder nutzen weitere Verkehrsmittel (7.3 %). Kinder mit eingelöstem Gutschein 2024/25 nutzen signifikant häufiger den öffentlichen Verkehr (62.8%). Ohne Gutschein sind es 32 %. Kinder ohne eingelösten Gutschein 2024/25 nutzen signifikant häufiger das Velo (16 %) oder gehen zu Fuss (18 %).

5.5.12. Erkenntnisse aus den Kommentaren in den Befragungen

Die Befragungen 2023, 2024 und 2025 enthalten schriftliche Kommentare, die durch die folgenden Punkte zusammengefasst werden können:

- Grossmehrheitlich wird die ÖV-Vergünstigung geschätzt, wobei auch sehr oft noch ein Verbesserungsvorschlag formuliert ist.
- Generell wird eine Vereinfachung des ganzen Prozesses gewünscht.
- Die Juniorkarte soll Bestandteil des Angebots sein.
- Viele Befragten finden, dass ein Gutschein für 6-jährige Kinder zu früh ist, da sie noch nicht alleine unterwegs sind.
- Grossmehrheitlich wird die Mehrfahrtenkarte geschätzt und soll im Angebot bleiben.
- Zum Teil haben die Eltern nicht verstanden, wie sie trotz des Gutscheins kommen bei einem unzumutbaren Schulweg ein Jahresabonnement beantragen können. Mit den Gutscheinen wurde der Prozess so eingeleitet, dass die Eltern einen neuen, höheren Gutschein gegen den 300 Franken Gutschein erhielten, wenn sie sich gemeldet haben.
- Einige Antworten weisen darauf hin, dass nicht alle Eltern den Gutschein erhalten haben.

5.6. Zusammenfassung

Die Untersuchung zielt darauf ab, die Auswirkungen eines Gutscheins auf das Mobilitätsverhalten von Kindern und Jugendlichen im Alter von 6 bis 16 Jahren in Luzern darzustellen. Basierend auf dem Mobilitätstagebuch zeigen sich folgende Veränderungen des wegebezogenen Modal Splits seit Einführung des Gutscheins:

- An Werktagen hat die Nutzung des öffentlichen Verkehrs um 7.1 Prozentpunkte zugenommen.
- Am Wochenende hat die Nutzung des öffentlichen Verkehrs um 7.6 Prozentpunkte zugenommen.

Beim Schulweg an Werktagen zeigt sich:

- Auf dem Hinweg zur Schule stieg die Nutzung des öffentlichen Verkehrs um 4.5 Prozentpunkte.
- Auf dem Rückweg nach Hause stieg die Nutzung des öffentlichen Verkehrs um 1.9 Prozentpunkte.
- Auf dem Rückweg zum Hort stieg die Nutzung des öffentlichen Verkehrs um 6.4 Prozentpunkte.

Bei Begleit-, Freizeit- und Besuchswegen an Werktagen:

- Die Nutzung des öffentlichen Verkehrs auf Begleitwegen stieg um 6.4 Prozentpunkte.
- Die Nutzung des öffentlichen Verkehrs auf Freizeitwegen stieg um 6 Prozentpunkte.
- Die Nutzung des öffentlichen Verkehrs auf Besuchswegen stieg um 17 Prozentpunkte.

Bei Begleit-, Freizeit- und Besuchswegen am Wochenende:

- Die Nutzung des öffentlichen Verkehrs auf Begleitwegen stieg um 2.2 Prozentpunkte.
- Die Nutzung des öffentlichen Verkehrs auf Freizeitwegen stieg um 6.6 Prozentpunkte.
- Die Nutzung des öffentlichen Verkehrs auf Besuchswegen stieg um 13.7 Prozentpunkte.

Kinder legen Wege häufiger allein zurück:

- An Werktagen nahm das alleinige Zurücklegen von Wegen um 7.1 Prozentpunkte zu.
- Am Wochenende nahm das alleinige Zurücklegen von Wegen um 5.5 Prozentpunkte zu.
- Auf dem Hinweg zur Schule erhöhte sich der Anteil um 15.9 Prozentpunkte.
- Auf dem Rückweg nach Hause erhöhte sich der Anteil um 8 Prozentpunkte.
- Auf dem Rückweg zum Hort stieg der Anteil um 13.2 Prozentpunkte.
- An Werktagen auf Begleitwegen erhöhte sich der Anteil um 5.1 Prozentpunkte.
- An Werktagen auf Freizeitwegen erhöhte sich der Anteil um 2.7 Prozentpunkte.
- An Werktagen auf Besuchswegen erniedrigte sich der Anteil um 2.2 Prozentpunkte.
- Am Wochenende auf Begleitwegen erhöhte sich der Anteil um 7.2 Prozentpunkte.
- Am Wochenende auf Freizeitwegen erhöhte sich der Anteil um 6.2 Prozentpunkte.
- Am Wochenende auf Besuchswegen erhöhte sich der Anteil um 2.9 Prozentpunkte.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich seit der Einführung des Gutscheins das Verhalten von Kindern und Jugendlichen in Luzern verändert hat. Insbesondere bei Freizeit- und Besuchswegen, sowohl am Werktag als auch am Wochenende ist gemäss dem Mobilitätstagebuch eine verstärkte Nutzung des öffentlichen Verkehrs zu beobachten. Auf Schulwegen zeigen sich die Veränderungen insbesondere beim Hinweg in die Schule und beim Rückweg zum Hort. Gleichzeitig ist ein Anstieg der selbstständig zurückgelegten Wege zu verzeichnen, insbesondere bei Schul- und Freizeitwegen. Kinder mit eingelöstem Gutschein nutzen den öffentlichen Verkehr häufiger, während Kinder ohne eingelösten Gutschein häufiger zu Fuss gehen oder mit dem Auto unterwegs sind.

6. Fazit

Die Einführung des Gutscheins für den öffentlichen Verkehr in der Stadt Luzern zielt darauf ab, die Mobilität von Schülerinnen und Schülern nachhaltiger zu gestalten und eine Verlagerung hin zum öffentlichen Verkehr zu fördern. Das Projekt wurde evaluiert, indem sowohl Daten zur Einlösung der Gutscheine als auch Ergebnisse aus drei Trendbefragungen erhoben und verglichen wurden. Die Analyse der Daten zu den eingelösten Gutscheinen, den Verkaufs- und Sortimentsentwicklungen sowie den Veränderungen im Mobilitätsverhalten zeigt klare Tendenzen und quantifizierbare Effekte, die den verteilten Gutscheinen zugeordnet werden können.

Steigerung der Nutzung des öffentlichen Verkehrs (ÖV) durch Schülerinnen und Schüler

- Die Gutscheine wurden von den Schülern und Schülerinnen gut angenommen. Die Einlösequote von 60% blieb allerdings unter den Erwartungen.
- Über einen Beobachtungszeitraum von drei Jahren konnte bereits ein merklicher und vor allem statistisch signifikanter Anstieg von Wege mit dem öffentlichen Verkehr der Schüler und Schülerinnen nachgewiesen werden.
- **Mehr ÖV-Nutzende:** Im Jahr 2025 nutzen 36% der Schülerinnen und Schüler den ÖV, während es 2023 noch 29% waren.
- **Mehr ÖV-Wege:** Im Jahr 2025 wachsen die berichteten ÖV-Wege der Schülerinnen und Schüler im Durchschnitt um 29% gegenüber dem Referenzjahr 2023 an.
- **Höherer Anteil des ÖV am wegebezogenen Modal Split:** 38% der Wege wurden im Jahr 2025 mit dem ÖV zurückgelegt. Vor der Einführung des Gutscheins im Jahr 2023 waren es noch 31%.

Förderung der Selbständigkeit in der Mobilität (ohne Begleitung durch Erwachsene)

- Wege, die allein zurückgelegt werden, nahmen im Berichtszeitraum ebenfalls um 20% zu. Allerdings entstammt die Zunahme vor allem durch die Abnahme gemeinsamer Wege innerhalb der gleichen Altersgruppe.

Reduktion der Abhängigkeit vom motorisierten Individualverkehr (MIV) (z.B. «Eltern-taxi» zu Sport oder Schule)

- Die Evaluationsstudie zeigt, dass das «Elterntaxi» zur Schule nur eine geringe Bedeutung hat. Von 100 Schulwegen wird nur einer mit dem «Auto» zurückgelegt.
- Bei Freizeitwegen ist die Reduktion von Autos am höchsten: Bei Freizeitwegen wuchs der Anteil des öffentlichen Verkehrs im zweiten Jahr des Gutscheins um 7 Prozentpunkte an. Der Anteil des Autos dagegen hat um 6 Prozentpunkte abgenommen.

Zentrale Ergebnisse zum Verkauf und Umlauf

- Analysen zum Verkauf von Billetten und Abonnements des öffentlichen Verkehrs in der Stadt Luzern anhand Daten des Tarifverbund Passepartout zeigen, dass im Geltungsbereich der Zone 10 seit der Gutscheineinführung vor allem mehr Mehrfahrten- und Multitageskarten verkauft wurden.

- Während die Jahresabonnemente in ihrer Anzahl stiegen, so reduzierten sich die Monatsabonnemente merklich.
- Basierend auf den Verkaufszahlen der SBB wurden in der Stadt Luzern bei Jugendlichen mehr GAs und Seven25-/GA-Night-Abos in den Jahren mit Gutscheinen als im Referenzjahr verzeichnet.

Der Gutschein zeigt bereits in den ersten zwei Jahren seit seiner Einführung im Hinblick auf die angestrebten Ziele seine Wirkung. Der Gutschein wirkt in allen Verkehrszwecken steigernd auf die ÖV-Nutzung. Zudem sind Schülerinnen und Schüler hinsichtlich ihrer Anzahl Wege im Alltag (selbständig) mobiler geworden. Allerdings sind sie auch weniger häufig mit Gleichaltrigen unterwegs. Autowege reduzieren sich leicht. Wege zu Fuss nehmen merklich ab.

Mit dem Fahrplanwechsel vom 10. Dezember 2023 wurden die Preise im Tarifverbund Passepartout angepasst:

- Neueinführung des FlexiAbo
- Jugend-Jahresabo Zone 10 wurde rund 10% günstiger
- Erhöhung Multi-Tageskarte Zone 10 um 9.6%

Mit dem neuen FlexiAbo reagiert Passepartout auf die veränderten Mobilitätsbedürfnisse mit Home-Office und Teilzeitarbeit. Die Preissenkung für das Jugend-Jahresabonnement macht das Angebot besonders für Familien und Jugendliche attraktiver. Dies fördert die langfristige Bindung an den ÖV. Die Preiserhöhung bei Multi-Tageskarten kann ebenso Effekte auf den Modal Split haben, da dieses Angebot für weniger regelmässige ÖV-Nutzende gedacht ist. Dennoch könnte es Gelegenheitsfahrende dazu bewegen, auf Abonnemente umzusteigen.

Die erhöhte Einlösung des Gutscheines 2024/25 für Mehrfahrten- und Multitageskarten im Verhältnis zum Gutschein 2023/24 zeigt, dass die Mehrfahrten- und Multitageskarten auch vermehrt von den Eltern / Erziehungsberechtigten genutzt werden könnten. Die Nutzung der Mehrfahrten- und Multitageskarten ist nicht auf Kinder beschränkt. Auch Erwachsene mit Halbtax können damit den öffentlichen Verkehr nutzen. Ein faktenbasierter Rückschluss dieses Umstandes ist jedoch aufgrund der anonymen Gutscheine nicht möglich.

Die vorliegende Evaluationsstudie dient der Darstellung der Entwicklung seit Einführung des Gutscheins. Die Studie ist als Trendbefragung angelegt und zeigt Unterschiede bezüglich der Populationsmittelwerte auf. Die Einflüsse können nicht endgültig kausal interpretiert werden. Eine Intervention mit einer solchen Breitenwirkung hat jedoch einen hohen Erklärungsbeitrag an den aufgezeigten Veränderungen.

Die Studie legt keine verkehrspolitische Empfehlung zur Fortführung oder Beendigung der Massnahme vor, sondern stellt eine faktenbasierte Grundlage für weitere Diskussionen und künftige Entscheidungen dar.

Aus wissenschaftlicher Sicht ist die Analyse von Langzeiteffekten zu empfehlen.

Daher wird angeraten, die Evaluationsstudie auch nach dem dritten Gutscheinjahr im Sommer 2025 fortzusetzen, um weitere Entwicklungen zu analysieren und die Zusammenhänge zu validieren.