

The logo for Alliance Swiss Pass+ is a red rounded square containing the text "Alliance Swiss Pass+" in white. The background of the entire image is a blurred city street scene with a red tram, cars, and pedestrians. In the background, a building has a sign that reads "CIT-HAUS" and "Leine weberei B m".

Alliance  
Swiss  
Pass<sup>+</sup>

# Willkommen zur Medienkonferenz der Alliance SwissPass

# Wer steht Ihnen heute Rede und Antwort?



Helmut Eichhorn,  
Geschäftsführer der  
Geschäftsstelle der  
Alliance SwissPass



Bernard Guillelmon,  
Vizepräsident des Strategie-  
rats der Alliance SwissPass  
CEO der BLS



Andreas Büttiker,  
Vorsitzender der  
Versammlung der Verbände  
Geschäftsführer der BLT

Das Ziel:  
«Eine Reise, ein Ticket»



# Das Gesetz fordert einen Direkten Verkehr – dieser wird national und regional umgesetzt



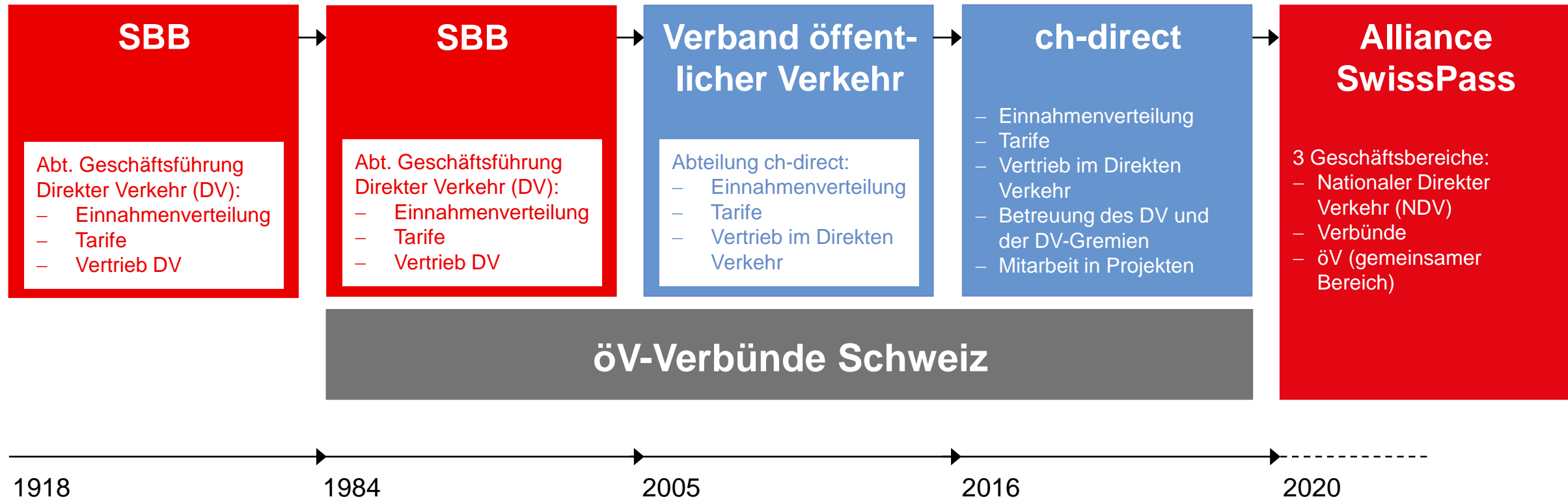
«Im Fern-, Regional- und Ortsverkehr bieten die Unternehmen in der Regel der Kundschaft für Verbindungen, die über das Netz verschiedener Unternehmen führen, einen einzigen Transportvertrag an. Soweit ein Bedürfnis besteht, ist im Fern- und Regionalverkehr zwingend ein direkter Verkehr anzubieten. Sie erstellen dafür gemeinsame Tarife und Fahrausweise.»

*Beschreibt die Art und Weise der Zusammenarbeit der Transportunternehmen und Verbände*

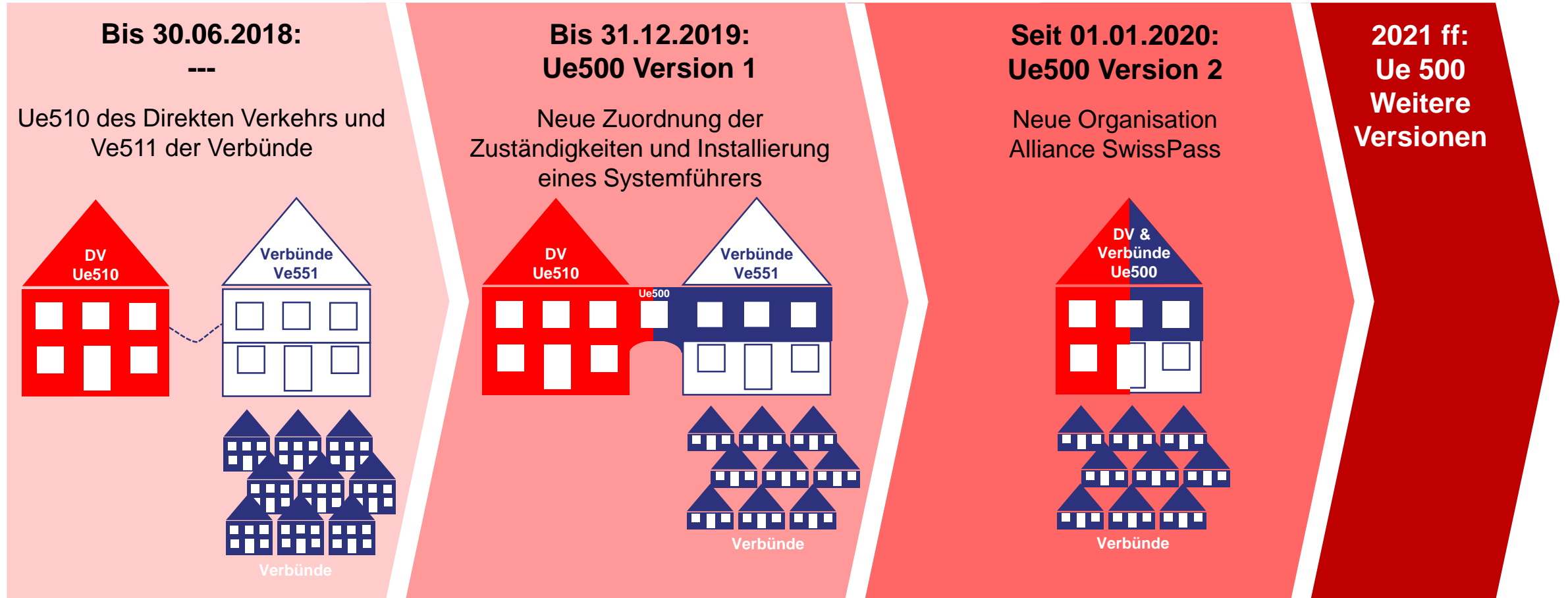
*Schreibt die Zusammenarbeit der Transportunternehmen vor*



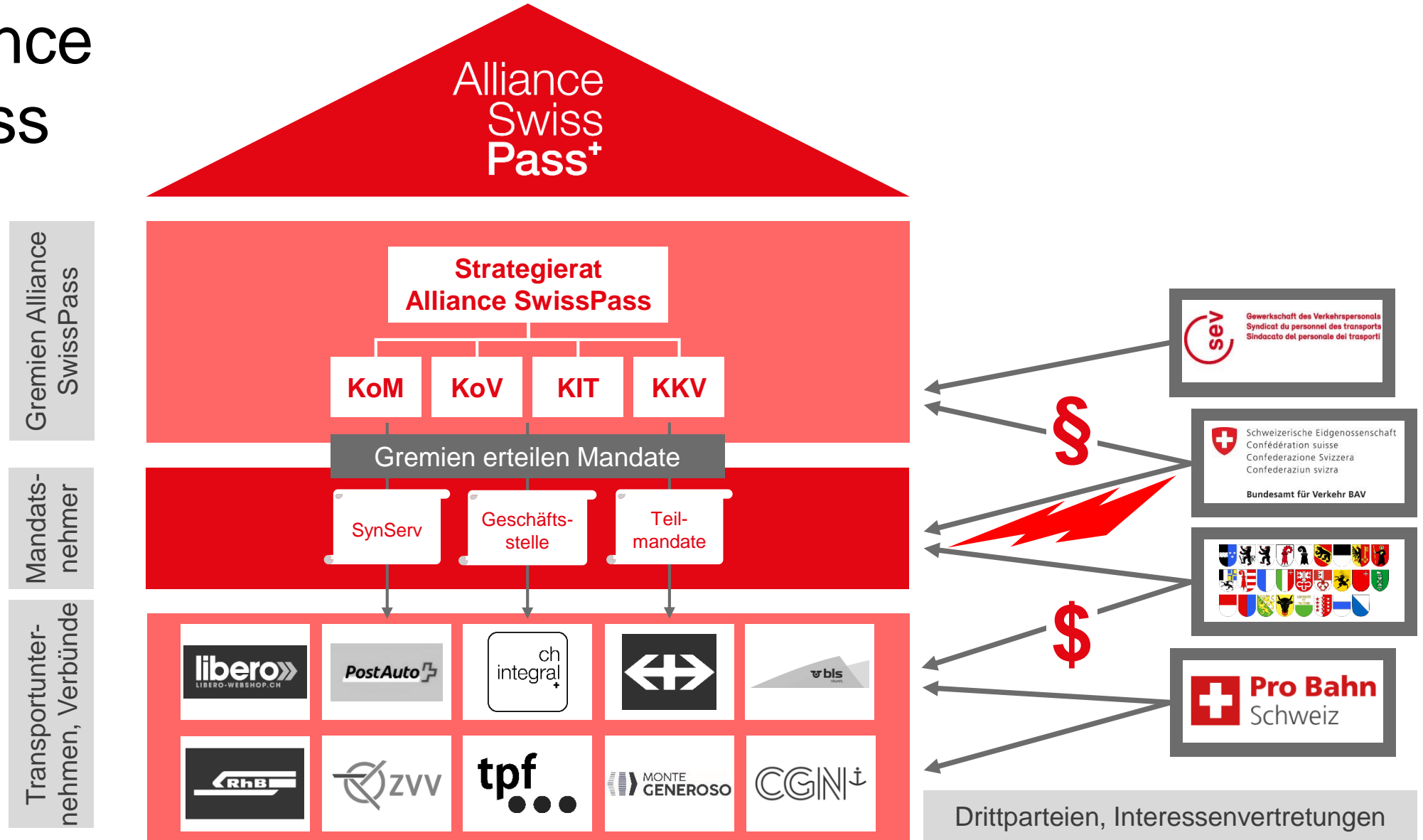
# Die Alliance SwissPass als neutrale Branchenorganisation im öffentlichen Verkehr



# Die Alliance SwissPass ist das Produkt einer steten Entwicklung



# Das Alliance SwissPass Haus



# Wo nehmen die Reisenden die Alliance SwissPass wahr?



Durchgehende Abonnemente auf nationaler und regionaler Ebene



Der SwissPass – Alles auf einer Karte



NOVA – Grundlage für die Mobilität der Zukunft



Durchgehende Billette überall kaufbar



Harmonisierte Bestimmungen



Einheitliche Kundeninformation





Alliance  
Swiss  
Pass<sup>+</sup>

# Das erste gemeinsame Projekt: ÖV-Ticket 2020

# Das waren die fünf Teilprojekte von ÖV-Ticket 2020

## Governance 2020

Schaffung einer branchenweiten, effizienten und effektiven **Führungsorganisation für Preis und Vertrieb** auf der Grundlage einer **verbindlichen Kooperation** zwischen dem **nationalen Tarif (NDV)** und den **regionalen Verbänden**.

## Vertriebslandschaft 2020

Entwicklung des zukünftigen **Vertriebszielbildes**, Erweiterung des heutigen Vertriebsangebots um schweizweites **Automatisches Ticketing** und Evaluation von **papierlosem Ticketing** auf Basis der SwissPass-Infrastruktur.

## Tariflandschaft 2020

Integration von Verbänden und NDV mittels gemeinsamer **Tarif-Nebenbestimmungen und Standards** sowie durch einen **optimierten NDV** unter Beibehaltung der nötigen **Tarifautonomie**, um die finanzielle Verantwortung von Transportunternehmen und Bestellern zu berücksichtigen.

## NOVA

### Nutzungsbedingungen 2.0

Regelung der **Zugangsbedingungen** zum öV-Vertriebsmarkt für **Dritte**.

## Gemeinsame Datenschutzerklärung

Erarbeitung einer **öV-weiten Datenschutzerklärung** zur Schaffung von Transparenz und Sicherheit gegenüber den öV-Kundinnen und -kunden bezüglich Erhebung und Verwendung ihrer Daten.

# Wo möglich und sinnvoll, werden die nationalen und regionalen Tarife vereinheitlicht

## Nationaler Tarif

- **Durchgängiger DV-Tarif** für *die meisten* Verbindungen ausserhalb der Verbünde und für Verbindungen über Verbundgrenzen hinweg (inkl. dazugehörige Tarifnebenbestimmungen und Standards).

## Regionale Tarife

- **Tarifnebenbestimmungen** (z.B. Altersgruppen, Mitnahme von Tieren, usw.),
- **Standards** für Vertriebssysteme und Fahrausweiskontrolle, Kundendaten, Verkaufsabrechnung,
- **Sortiment, Preis und Preisbildungsvorschriften** für alle Verbindungen innerhalb eines Verbundes,
- freiwillige Teilnahme an nationalen Rabatt- und Kappungsmodellen (ausser Halbtax).

## Nationaler Tarif

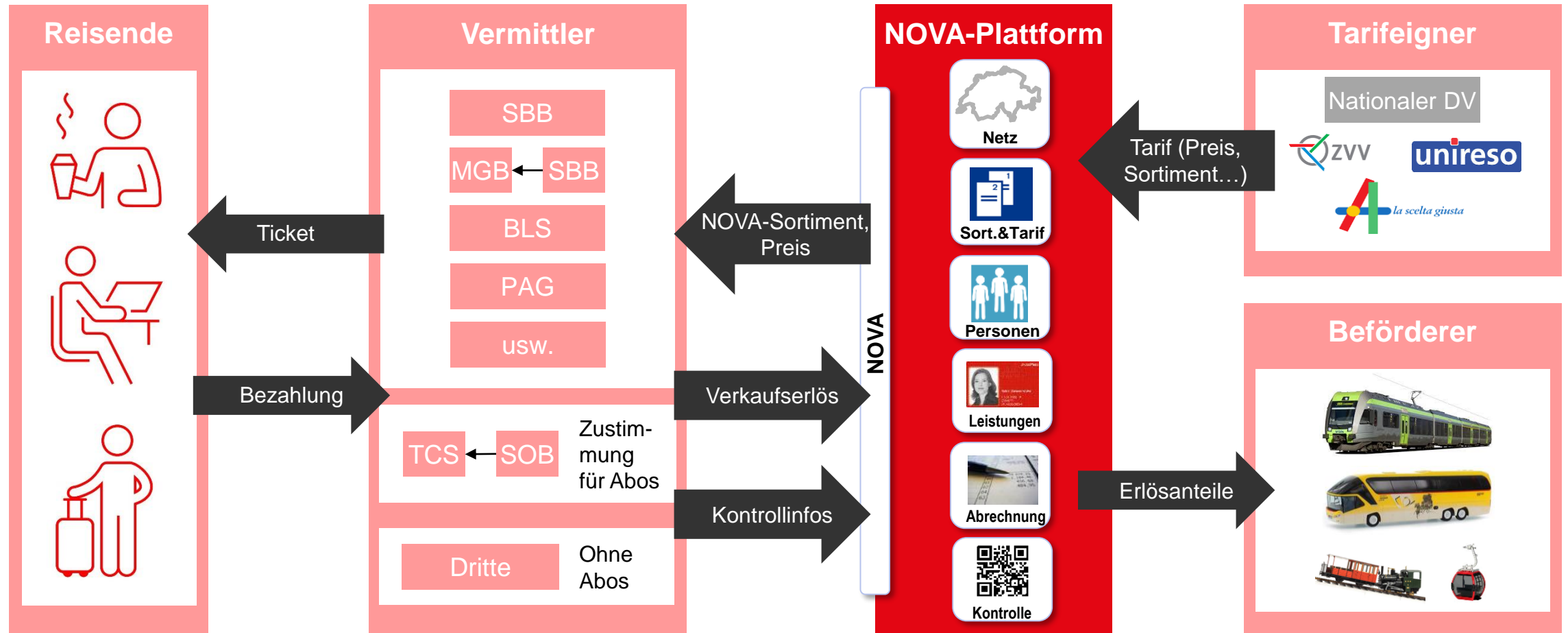
- **Durchgängiger DV-Tarif** für *alle* Verbindungen ausserhalb der Verbünde und für Verbindungen über Verbundgrenzen hinweg.
- **Landesweit einheitliche**
  - **Tarifnebenbestimmungen** (z.B. Altersgruppen, Mitnahme von Tieren, usw.),
  - **Standards** für Vertriebssysteme und Fahrausweiskontrolle, Kundendaten, Verkaufsabrechnung.

## Regionale Tarife

- **Sortiment, Preis und Preisbildungsvorschriften** für alle Verbindungen innerhalb eines Verbundes,
- freiwillige Teilnahme an nationalen Rabatt- und Kappungsmodellen (ausser Halbtax).

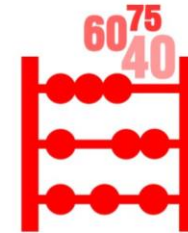
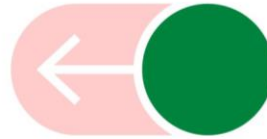
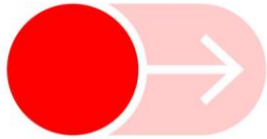
# Eine gemeinsame Vertriebsplattform – und gemeinsame Nutzungsbestimmungen dafür

Ein gemeinsames Hintergrundsystem speist verschiedene Vertriebskanäle.

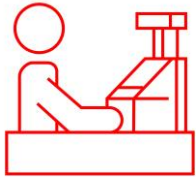


# Dank dem Automatischen Ticketing: Einfach einsteigen und fahren, wann und wohin man will

Haltestelle A → Haltestelle B → Anschliessend  
Check-In → Fahren → Check-Out → Preisberechnung



# Der Vertrieb wird zunehmend digitaler → Die öV-Branche wappnet sich für die Zukunft



Bedienter Verkauf  
(Schalter, Reisezentren)



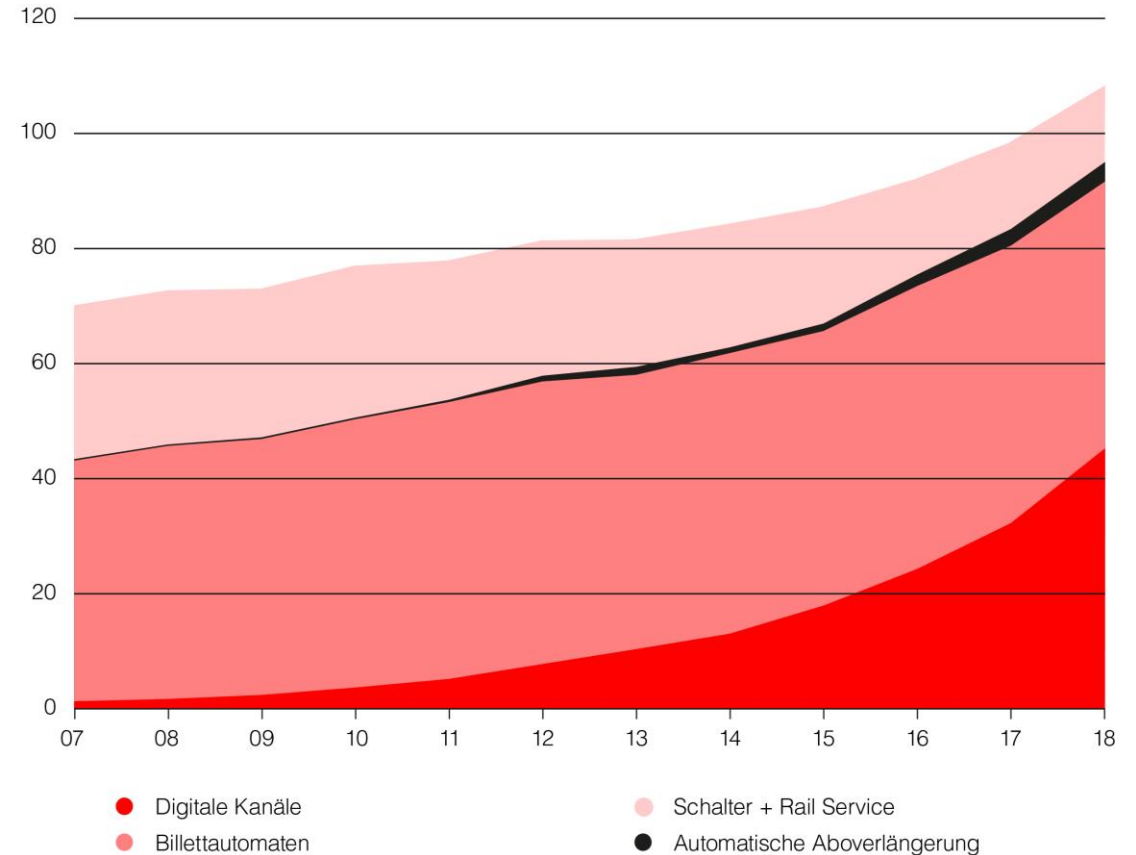
Billettautomaten



Webshops, Smartphone-Applikationen  
→ E-Tickets



Automatisches Ticketing



Anzahl pro Kanal verkaufte Billette/Abonnemente in Mio.

Quelle: SBB



# Die Sicht der Verbände

Alliance  
Swiss  
Pass<sup>+</sup>

# «Eine Reise, ein Ticket» – auch im Orts- und Regionalverkehr

In der Schweiz gibt es **17 regionale Tarif- und Verkehrsverbünde**. In den 1980er-Jahren entstand in Basel der erste.

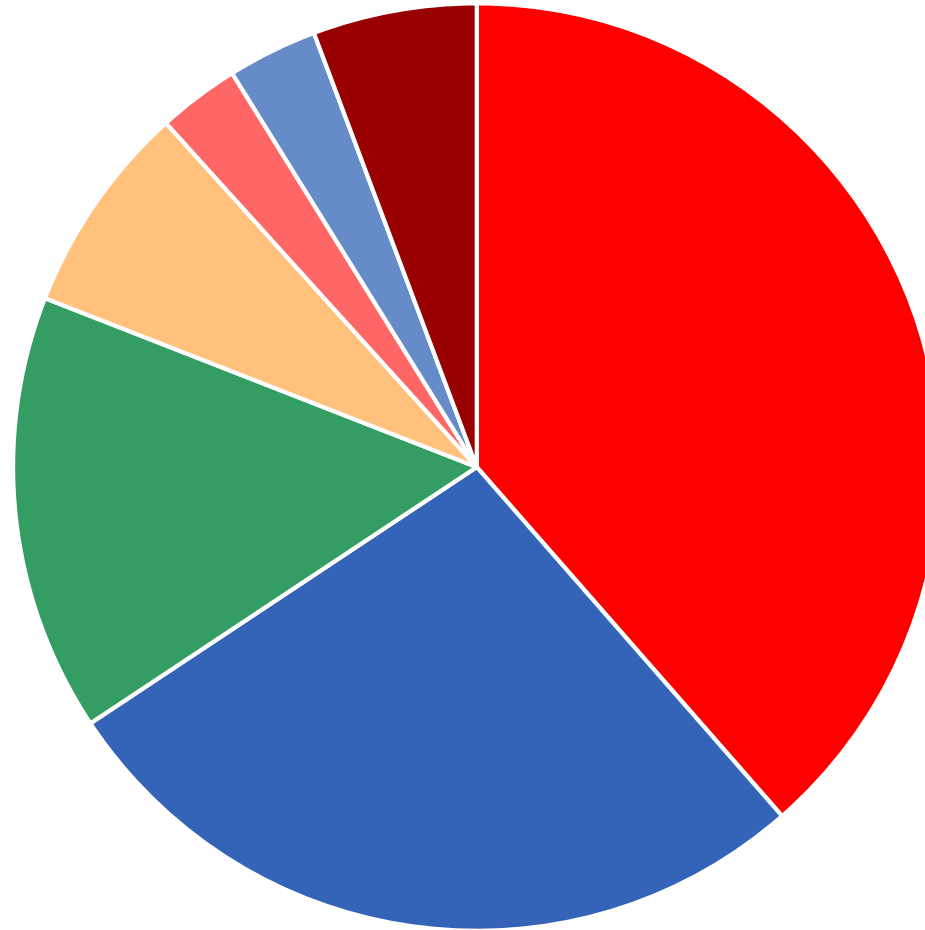
Bis auf die alpinen Gebiete sind alle Regionen in einen Verbund integriert.





# Rund 40% aller Einnahmen im öffentlichen Verkehr generieren die regionalen Tarifverbünde

- Verbundbillette und -abonnemente: 2275 Mio. CHF
- GA: 1600 Mio. CHF
- Einzelbillette: 900 Mio. CHF
- Halbtax: 435 Mio. CHF
- Tageskarten: 168 Mio. CHF
- Weitere Abonnemente: 185 Mio CHF
- Sonstige Einnahmen: 337 Mio. CHF



## Anzahl Abonnemente

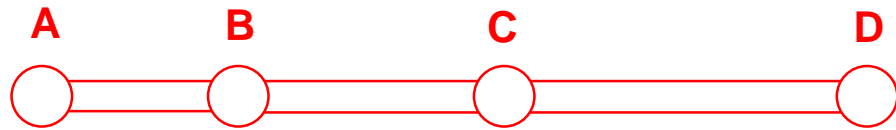
GA:	501'500
Halbtax:	2'710'000
SwissPass:	4'460'000
	Stand 11.2019

## Verbundabos

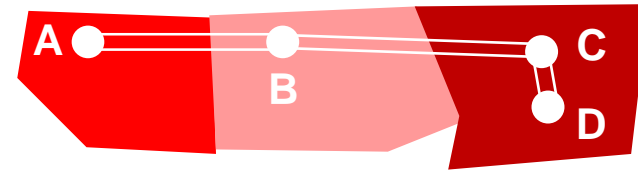
– Jahr:	1'000'000
– Monat:	4'700'000
	Stand 2018

# Der öffentliche Verkehr der Schweiz vereint mehrere sich ergänzende Tarifsysteme

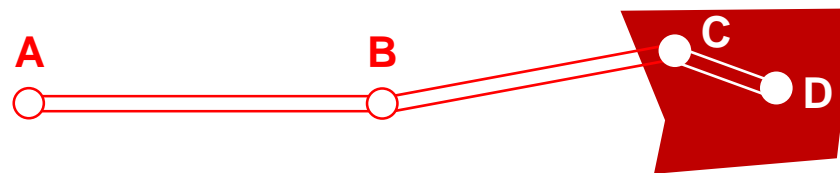
## Streckentarifierung



## Zonentarifierung



## Kombination (z.B. Modulabonnement)





Was wird die Alliance SwissPass in nächster Zeit bewegen?

# Das Preis- und Sortimentsgefüge im öffentlichen Verkehr wird sich weiterentwickeln

**1** Wir verbessern das Preis-Leistungsverhältnis bei stabilem Gesamtpreisniveau.

**2** Wir senken die preislichen Eintrittshürden in den öffentlichen Verkehr mit attraktiven Angeboten.

**3** Wir vereinfachen und entwickeln unser Sortiment anhand der Kundenbedürfnisse der verschiedenen Lebensphasen.

# Die wichtigsten strategischen Stossrichtungen im öffentlichen Verkehr in den nächsten Jahren

Preis und Sortiment



Vertrieb



Kundeninformation



Vermarktung  
Kommunikation  
Branding



Durchgängiges, einfaches, transparentes und gerechtes Preis- und Sortimentssystem

Einfacher und bedürfniskonformer Zugang zum öffentlichen Verkehr

Leicht verständliche, zeitnahe, konsistente und individualisierte Kundeninformation

Die Marke «SwissPass» steht für den Zugang zum öffentlichen Verkehr sowie zur multimodalen Mobilität.

Weiterentwicklung gemeinsamer, zentraler Vertriebssysteme

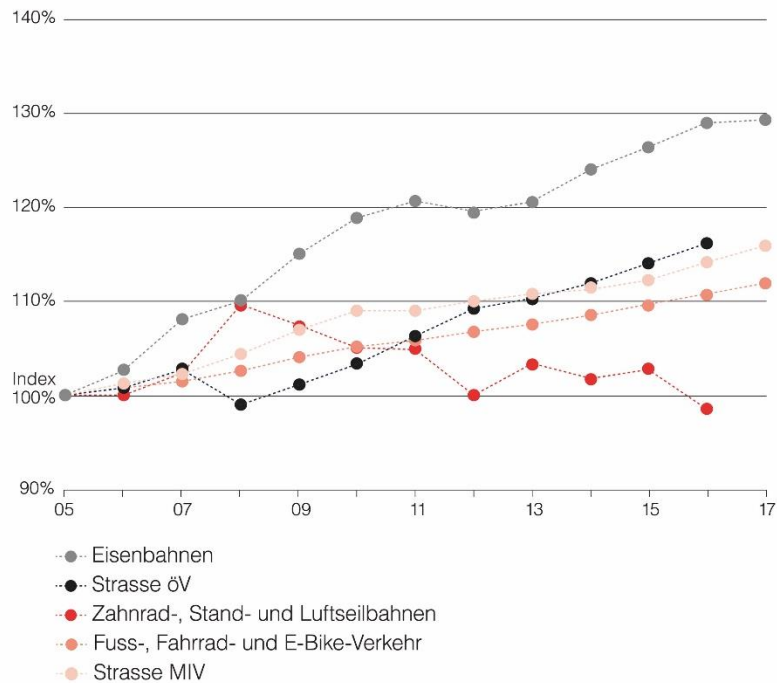
Die Kundinnen und Kunden stehen im Mittelpunkt unserer Arbeit.



# Backup

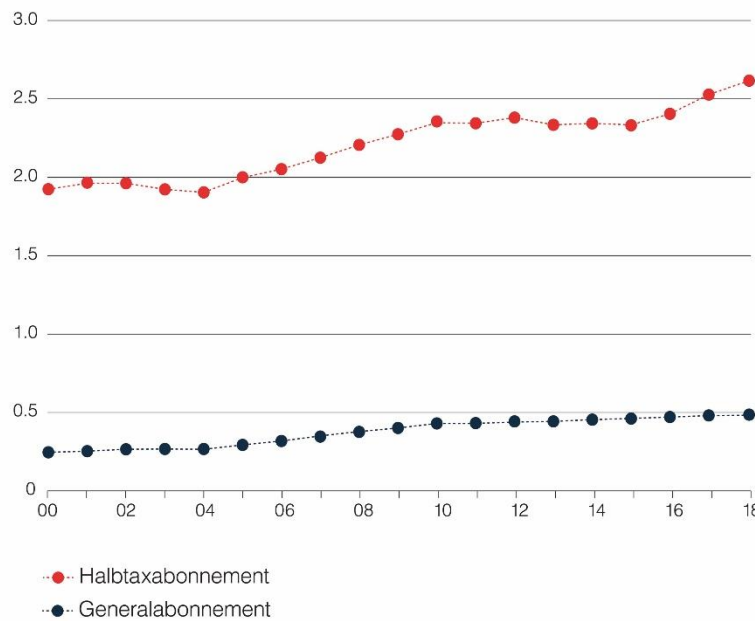
# Einige Zahlen und Fakten zum öffentlichen Verkehr heute

## Entwicklung der Personenkilometer indexiert



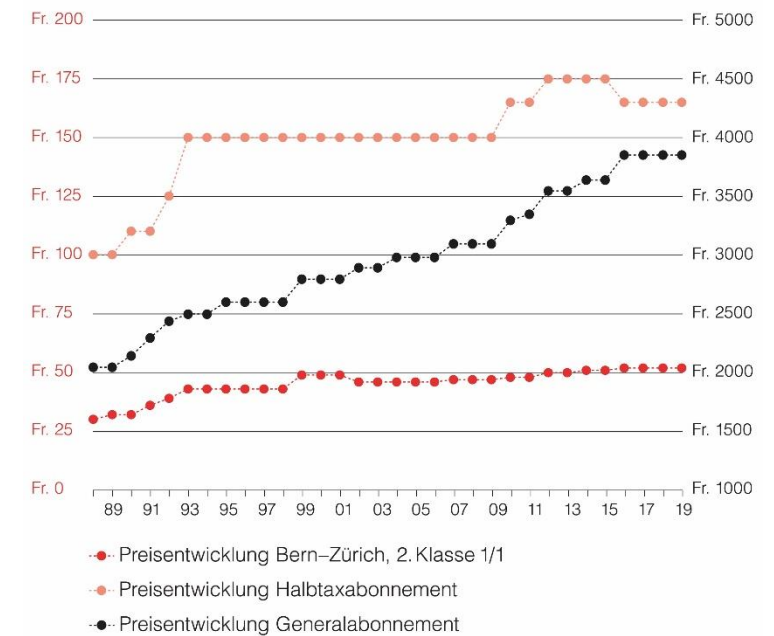
Quelle: bfs, 2017

## Entwicklung Halbtax und GA in Mio.



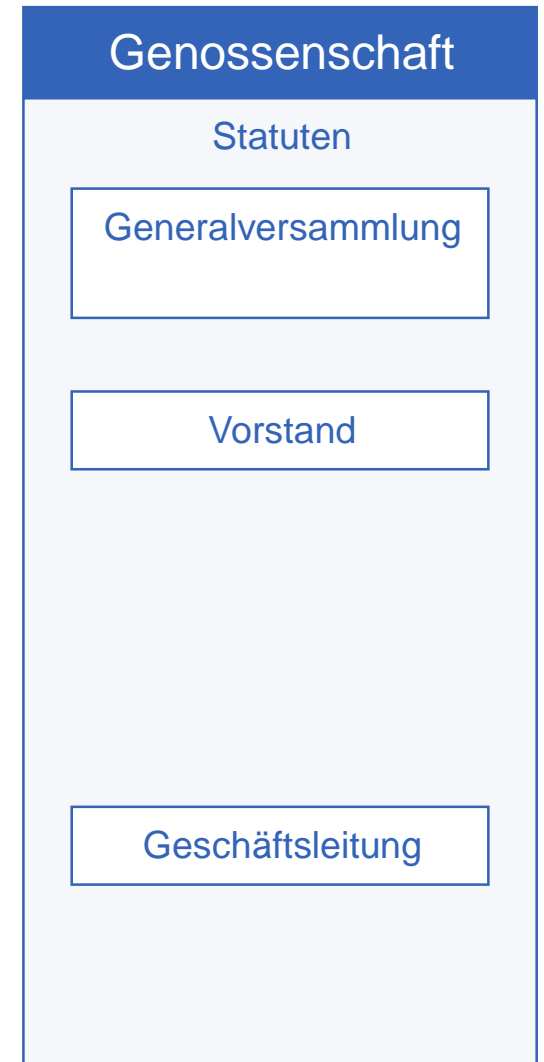
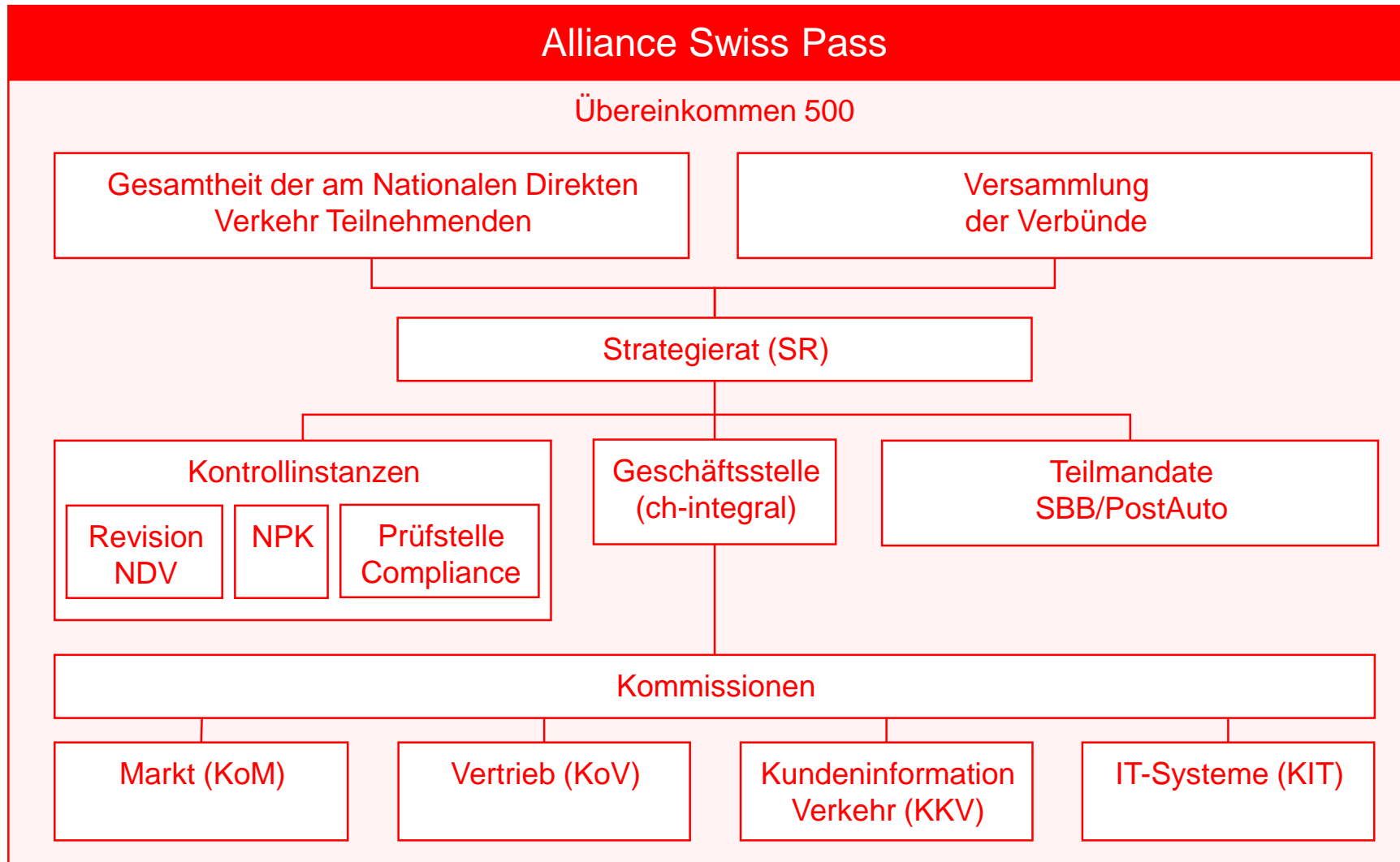
Stand: 12.2018

## Preisentwicklung im öV



Linke Skala: Einzelbillett und Halbtax  
Rechte Skala: Generalbonnement

# Alliance SwissPass ist wie eine Genossenschaft organisiert





# Strategische Stossrichtungen im öV der nächsten Jahre

## Grundsätze der Alliance SwissPass

- Die Bedürfnisse sowie die Zufriedenheit unserer bestehenden und potentiellen Kundinnen und Kunden stehen im Mittelpunkt unserer Arbeit.
- Die Art unserer Zusammenarbeit ist partnerschaftlich und geprägt von gegenseitiger Akzeptanz und Entgegenkommen. Sie führt zu höherer Effizienz, zu mehr Innovationen und zu kürzeren Fristen bis zu deren Markteinführung.

## Preis und Sortiment

- Die Nutzerfinanzierung des öffentlichen Verkehrs stellen wir mittels eines integrierten, durchgängigen Preis- und Sortimentssystems sicher, welches von Kundinnen und Kunden als einfach, transparent und gerecht wahrgenommen wird.
- Bei der Gestaltung des Preis- und Sortimentssystems tragen wir den unterschiedlichen Angeboten und Finanzierungsgegebenheiten des Fernverkehrs, des abgeltungsberechtigten Regionalverkehrs, des Ortsverkehrs sowie des nicht abgeltungsberechtigten Regionalverkehrs ohne Erschliessungsfunktion Rechnung.

## Vertrieb

- Wir schaffen die Voraussetzungen, damit unsere Kundinnen und Kunden einen einfachen und bedürfniskonformen Zugang zum öffentlichen Verkehr sowie zur multimodalen Mobilität in der Schweiz haben.
- Wir schaffen Grundlagen, damit die an der Alliance SwissPass Teilnehmenden ihre Kundinnen und Kunden besser kennen und ihnen so Zusatznutzen anbieten können.
- Wir entwickeln und betreiben die gemeinsamen, zentralen Vertriebssysteme so, dass sie nachhaltig anpassungsfähig, standardisiert und wirtschaftlich sind.
- Laufend fördern wir die Vernetzung des Vertriebs des öffentlichen Verkehrs sowohl branchenintern wie auch mit Dritten auf der Basis gemeinsamer Standards sowie mittels Partnerschaften.
- Wir schaffen die Voraussetzungen, dass die Einnahmensicherung gewährleistet ist.

## Kundeninformation

- Mit der Kundeninformation schaffen wir eine Grundlage für die Reisewahl und den Vertrieb über alle Transportmittel sowie Informationskanäle.
- Wir ermöglichen eine leicht verständliche, zeitnahe, konsistente und individualisierte Kundeninformation für den gesamten Reiseweg, sowohl im Regel- als auch im Störfall.

## Vermarktung Kommunikation Branding

- Unsere Marke «SwissPass» steht für den Zugang zum öffentlichen Verkehr sowie zur multimodalen Mobilität in der Schweiz.
- Zwecks Entwicklung bestehender sowie Gewinnung neuer Kundinnen und Kunden suchen wir das Potenzial in der gemeinsamen Vermarktung und initiieren sie.