Aktionsplan Strategie 2035

Der Aktionsplan wurde am 08.01.2025 von der Begleitgruppe Strategie 2035 analysiert und überarbeitet

Ausgangslage

Der Strategierat hat mit der Strategie 2035 die Basis für eine gemeinsame Entwicklung der Alliance SwissPass gelegt. Die Strategie wurde im Februar 2024 freigegeben und die Kommunikation in der Branche ab April 2024 gestartet.

Die Umsetzung der Strategie 2035 wird über den Aktionsplan koordiniert. Er ist als Bindeglied zwischen «Strategie-Level» und der Gesamtplanung der Alliance SwissPass zu verstehen (vgl. Anhang des erläuternden Berichts zur Strategie, Kapitel 8.2). Dieser ist als agile und nicht abschliessende Liste von strategischen Aktionen zu verstehen, welche für die Erreichung des Zielbilds umgesetzt werden müssen. Vereinfacht gesagt geht es darum, die Entwicklung der kritischen «Capabilities» des öV-Systems abzubilden.

Gleichzeitig bietet der Aktionsplan dem Strategierat ein Instrument, um strategische Vorhaben taktisch lenken zu können. Die Verantwortung zur Lancierung und Umsetzung einer strategischen Aktion obliegt dem verantwortlichen Gremium (Kommission oder Strategierat). Die Begleitgruppe Strategie 2035 prüft den Aktionsplan periodisch und bewertet den Erfüllungsgrad. Zudem schlagen die Mitglieder der Begleitgruppe neue Aktionen vor, die zur Erreichung der strategischen Ziele notwendig sind.

Die Bewertung der Aktionen (in der Liste unten farblich hinterlegt) folgt einer Ampel-Logik:

- Grün = Aktion ist «on track» ohne notwendige Korrekturmassnahmen
- Gelb = Die Aktion ist in Umsetzung, braucht aber «Management Attention»
- Rot = Die Aktion ist «nicht on track», die Umsetzung ist gefährdet
- Weiss = Die Aktion ist noch nicht gestartet worden

Die Einschätzung der jeweiligen Aktion wird von der Begleitgruppe vorgenommen mit Blick auf den generellen Erfüllungsgrad. Die Kriterien: Ergebnis-Wirkung, Ressourcen, Timeline.

Strategische Fokusthemen im Jahr 2025

#1: Sicherstellen des Markteinführungsentscheids myRIDE (Aktion 17)

#2: Initialisierung des Projekts Governance 3.0 inkl. Umsetzung der Bedürfniserhebung (Aktion 21)

#3: Diskussion der kulturellen Schwerpunkte in der Zusammenarbeit als Alliance SwissPass. Fokus: Strategische Finanzplanung für Grossprojekte & Themen-Priorisierung in der Mittelfristplanung (Aktionen 3 & 23)

#4: Prüfung von business-relevanten Chancen und Anwendungsfällen der gemeinsamen Datennutzung (Aktion 5)

#5: Erarbeitung des Gesamtbilds Vertrieb inkl. Kommunikation der Branchenstandards und Abgleich mit Bestellern (Aktion 12)

Aktionsplan: Stand der Dinge per 08.01.2025

Nr.	Beschreibung	Link Strategie 2035	Auftrag-geber	Ausführende Einheit	Ansprechper-son	Link zur Strategie 2035, sowie Stand der Umsetzung
Aktionen in Umsetzung – terminiert						
3	Identifikation der Kultur-Schwer-punkte der Alli-ance SwissPass bis Ende 2025 Jahresschwer-punkt	Strategische Stossrichtung «Kulturentwick-lung»	SR	SR, Kommissio-nen und Arbeits-gruppen	Helmut Eichhorn Karin Schüpbach	• Diverse mögliche Kultur-Schwerpunkte wurden durch die Expertengruppe im Strategieprozess identifiziert und vorgeschlagen. • Im Jahr 2024 lag der Fokus auf dem Thema «on-Boar-ding», da sowohl das Präsidium wie auch diverse Neu-Mitglieder im Strategierat dazustossen. Zudem wurde ein «get-together» zwischen den Kommissionen Markt, Vertrieb und dem Strategierat organisiert. • Das Fokusthema für das Jahr 2025 lautet: Strategische Finanzplanung für Grossprojekte & Themen-Priorisie-rung in der Mittelfristplanung (vgl. Aktion 23).
5	Prüfung von busi-ness-relevanten Chancen und An-wendungsfällen der gemeinsamen Datennutzung bis Ende 2025 Jahresschwer-punkt	Strategische Stossrichtung «Nutzung da-tenbasierter Potenziale»	SR	Projektorganisa-tion (Vorprojekt bzw. Studien-phase)	Susanne Hirschi	• Die Geschäftsstelle wird die Organisation und die Durchführung des Vorprojekts übernehmen. Die Arbei-ten dazu sind gestartet worden, Ende November 2024 fand das Kick-off mit Branchenexperten statt. • Auf Basis des Resultats werden die Kommissionen und der Strategierat der Alliance SwissPass entscheiden, wie wichtig das Thema «Chancen der gemeinsamen Datennutzung» künftig sein wird. • Zudem stellt sich die Geschäftsstelle in einem internen Vorhaben «Bereichsentwicklung Daten & Analyse» für die Fragestellungen der Zukunft auf.
6	Weiterentwicklung der automati-schen Reiseerfas-sung in qualitati-ver Hinsicht und Prüfung sowohl der Anbietersitua-tion auf dem Markt als auch	Strategische Stossrichtung «Interoperabili-tät»	KoV	Projektorganisa-tion (bestehend)	Greta Rama, Philippe Kauf-mann	• Das Projekt Feldtest Reiseerfassung (RFI und Feldtest mit 7 Reiseerfassungssysteme) wurde mit der Ergebnis-präsentation in der KoV am 26. August 2024 planmäs-sig abgeschlossen. • Die Koordinationsstelle Reiseerfassung sammelt und konsolidiert bis Ende Februar 2025 die Anforderungen an die Reiseerfassung aus verschiedenen Use-Cases (Einnahmeverteilung, Automatisches Ticketing, my-RIDE, Kundeninformation, und weitere).

	der rechtlichen Lage Anbietersituation bis Mitte 2024, Weiterentwicklung bis Ende 2025					• Die Anforderungen werden voraussichtlich am 3. März in der KoV und am 14. März in der KoM präsentiert. • Parallel dazu läuft in der Branche eine intensive Diskussion über die Zusammenarbeit bzgl. Reiseerfassung.
7	Weiterentwicklung der Methoden zur Erhebung des Konsums und der Verteilung der Einnahmen unter Berücksichtigung neuer Technologien GA-Pilot bis Ende 2024, Folgeprojekte bis Ende 2025	Strategische Stossrichtung «Einnahmeverteilung»	KoV / KoM	Mandat (ch-integral)	Diego Treyer	• Der Pilot zur GA-Nutzungserhebung war erfolgreich und wurde von der KoM Ende 2024 für gut befunden. Der Einführungsentscheid für die Tracking-Methode wurde gefällt. • Auch ein Pilotversuch Einnahmeverteilung Verbünde wurde durchgeführt. Die KoM wurde über die Möglichkeiten der Einnahmeverteilung Verbünde mit bestehenden NOVA-Daten informiert. Hier ist noch keine Entscheidung getroffen worden, eine Folgeaktion ist notwendig. • Auch im Bereich der Software, die für die Verarbeitung von Datenerhebungen in der Einnahmeverteilung verwendet wird, ist die Weiterentwicklung im Gange (Projekt «Themis»). • Zudem wird ein laufender Abgleich mit der Entwicklung in myRIDE vorgenommen (via «Accountable» Geschäftsstelle).
10	Umsetzung der NOVA-Nutzungsbedingungen unter der Berücksichtigung der Bewertungen durch die WEKO Umsetzungsentscheid bis Ende 2025	Strategische Stossrichtung «Öffnung Vertrieb für Dritte»	SR / KoV / KoM	Mandat (Vertrieb, IT & Services, ch-integral)	Bruno Lehmann	• Das WEKO-Sekretariat hat die NOVA-NB und das öV-Provisionsmodell geprüft. Es wurden potenziell kartellrechtlich problematische Punkte erkannt, welche im Rahmen einer Vorabklärung im Dialog mit dem WEKO-Sekretariat aufgelöst werden können. • Ein klärendes Gespräch zwischen ASP und dem WEKO-Sekretariat fand im Oktober 2024 statt. Per Dezember 2024 werden weitere Inputs ans WEKO-Sekretariat geleifert. • Per Ende Q1/2025 erwarten wir die finale Einschätzung des WEKO-Sekretariats.

12	Fortsetzung der technischen und fachlichen Arbeiten zur Initiierung der Transitionsphase hin zur Vision eines «digitalen Vertriebs bis 2035». Verabschiedung Gesamtbild im Sommer 2025 Jahresschwerpunkt	Strategische Stossrichtung «Digitaler Vertrieb & Service Public»	KoV	Mandat (Vertriebs-services), Arbeitsgruppe Grund-versorgung, sowie ch-integral	Simon Zanini, Regula Merz, Roman Schwarzenbach	• Die Oberaufsicht liegt bei der Kommission Vertrieb. • Die AG-Vertrieb@Strategie 2035 und die AG Grundversorgung haben sich den Aufgaben angenommen, die Arbeiten sind «on-going». Die Tasks lauten: ○ Umsetzung der technischen und fachlichen Standards für alternative Trägermedien (Zahlkarten) ○ Analysieren der Kundenbedürfnisse der heutigen Non-Digitals im Zieljahr 2035 inkl. juristische Abklärungen über Angebote zum Service Public im Vertrieb ○ Definieren der Funktionalitäten eines Restverkaufssystem ab 2035 ○ Konkrete Gespräche mit Bestellern führen (Austauschplattform aufsetzen) • Umsetzen verbindlicher Spielregeln im Vertrieb gem. Zielbild, z.B. in Bezug auf Papier- und Bargeld.
14	Weiterentwicklung Gesamtplanung Alliance SwissPass. Entwicklung AG-Landschaft bis Ende 2025	Strategische Stossrichtung «Governance»	SR	Mandat (ch-integral)	Karin Schüpbach und Bruno Lehmann	• Das Projekt «Weiterentwicklung Arbeitsgruppen» wurde im Oktober 2024 durch die Kommissionen freigegeben. Bis im Sommer 2025 soll die neue Aufbauorganisation der AG's der Alliance SwissPass besprochen und verabschiedet werden. • Das Projektportfoliomanagement und das Mandatscontrolling wird aktuell durch die Geschäftsstelle analysiert und optimiert. • Die Aktion ist kurzfristiger Natur und wird mittel- bis langfristig in das Vorhaben «Governance 3.0» übergehen.
16	Definition von strategischen Zielen und Handlungsfeldern zur Umsetzung der drei definierten strategischen Stossrichtungen in der	Strategische Stossrichtung «Weiterentwickelte Kundeninformation»	SR	KKI	Martin Enz	• Vorgehen ist definiert. • Strategie KI wird erstmals am KKI-Workshop vom 25.02.2025 behandelt.

	Kundeninformation bis Ende 2025					
17	Vorbereitungsarbeiten zur Transformationsphase von myRIDE mit schrittweiser Einführung des nationalen e-Tarifs und Umsetzung des Umstiegs auf post-pricing. Markteinführungsentscheid bis Ende 2025 Jahresschwerpunkt	Strategische Stossrichtungen «National einheitliches Preissystem / Differenziertes Pricing / Entwicklung Preissystem»	SR	Betroffene Einheiten und Mitglieder	Annette Antz, Karin Schüpbach, Bruno Lehmann	Das Folgeprogramm myRIDE wurde im Strategierat am 18.11.24 freigegeben. Neue Programmleitung: Annette Antz. Die Freigabe beinhaltet alle notwendigen Arbeitspakete für die Phase 1 «Grundlagen für die Marktbereitstellung» bis im November 2025.
21	Entwicklung einer integralen Governance und eines neuen Übereinkommens 500 Abschluss Bedürfniserhebung bis Ende 2025 Jahresschwerpunkt	Strategische Stossrichtung «Governance»	SR	Mandat (ch-integral)	Karin Schüpbach	Die Projektinitialisierung «Governance 3.0» wurde am 18.11.2024 durch den SR beschlossen. Bis Frühling 2025 wird die Projektorganisation (inkl. personeller Besetzung, Budget-/Kostenplanung und Erst-Kommunikation) erarbeitet z.H. Strategierat. Es folgt die Bedürfniserhebung.
22	Neu-Positionierung des SwissPass und des SwissPass	Strategische Stossrichtung «SwissPass-Ökosystem»	KoV	Mandat (Vertrieb-Services)	Regula Merz	Der Antrag auf Review der SwissPass Strategie folgt in der KoV Anfang März. Passt ins Bild mit der Erarbeitung des Gesamtbilds Vertrieb und mit den Vorbereitungen für den

	Ökosystems (Strategie-Review) bis Ende 2025					Markteintritt myRIDE. Die Diskussion wird inkl. Branding (Marktpositionierung) geführt.
23	Diskussion der Strategischen Finanzplanung für Grossprojekte & Themen-Priorisierung in der Mittelfristplanung bis Ende 2025	Strategische Stossrichtung «Kulturentwicklung»	SR	Mandat (ch-integral)	Helmut Eichhorn & Daniel auf der Maur	Die Aktion wird von der Begleitgruppe Strategie 2035 per Anfang Januar neu aufgenommen und ist der kulturelle Schwerpunkt der Alliance SwissPass für 2025 (Vgl. Aktion Nr. 3). Stichwort: Verzichtsplanung.
Aktionen in Umsetzung – nicht terminiert (fortlaufend)						
2	Check Strategy-Fit allfälliger Teilstrategien der Branche, der Mandate, Kommissionen und Arbeitsgruppen sowie TU- und Verbundstrategien.	Bezieht sich auf das Leitbild der Strategie 2035	SR	Mandatsträger und Kommissionen (Controlling bei Geschäftsstelle)	Roman Schwarzenbach	• Sämtliche Mitglieder der Alliance SwissPass sind über die Strategie 2035 informiert worden und sind angehalten, ihre Strategien einem «Strategy-Fit» zu unterziehen. Alle notwendigen Unterlagen stehen via www.allianceswisspass.ch/strategie zur Verfügung. • Die Verbünde wurden im Rahmen der Arbeitsgruppe über die Strategie informiert. Die zuständigen Personen in der Geschäftsstelle unterstützen die Verbünde im Strategie-Abgleich persönlich. • Die Kommissionen kennen die Strategie durch die im Strategieprozess beteiligten Personen und über die regelmässigen Informationen. Sie sind angehalten, die Geschäfte auf die neue Strategie 2035 auszurichten. • Die Ausrichtung der Mandate wird laufend dem aktuellen Erkenntnisstand (Strategie, aber auch myRIDE) angepasst und durch die Kommissionen geprüft.
8	Laufende Entwicklung der gemeinsamen Standards, Vorgaben und Prozesse zur Vermeidung und Bekämpfung des	Strategische Stossrichtung «Einnahmesicherung»	KoV	Kontrolle 3.0, sowie Mandat (Vertrieb & ch-integral für Schulungen)	Roger Bula	• Die Entwicklung läuft im Rahmen des Projekts «Kontrolle 3.0» im Mandat Vertrieb-Services. • Account Based Ticketing ist als Zielbild durch die KoV bestätigt worden, Einzelbillet@SwissPass wird für alle TU umgesetzt.

	Fahrausweismiss-brauchs					• Bzgl. Referenzierung auf alternative Trägermedien (Zahlkarten) hat die Umsetzung begonnen. Diese Schritte stellen die Operabilität der Kontrolle sicher. • Es läuft zudem die Ausarbeitung eines Authentifizierungs-Standards zur Verhinderung von Mehrfachnutzung von e-Tickets bis Mitte 2025. Darauf basierend erfolgt die technische Umsetzung auf NOVA und den Kanälen. • Seit Anfang 2024 werden schweizweite Schulungen für das Kontrollpersonal durchgeführt, welche für alle TU in der Alliance SwissPass obligatorisch sind.
11	Erarbeitung und Inkraftsetzung des nationalen Branchenstandards in der Kundeninformation (Grundvorschriften und Ausführungsbestimmungen)	Strategische Stossrichtung «Standardisierte Kundeninformation»	SR	KKI	Martin Enz	• Die Erarbeitung des Branchenstandards fand in der eigens dafür gegründeten Kerngruppe statt. • Offizielle Inkraftsetzung des Branchenstandards ist auf Fahrplanwechsel Dezember 2025 vorgesehen. • Überführung in eine nicht-terminierte Aktion, da nach der Inkraftsetzung des Branchenstandards die Umsetzungsbestimmungen folgen.
13	Geschäftskunden: Nationale Unterstützung der regionalen Aktivitäten von TU und Verbünden inkl. Koordination der Marktbearbeitung zur Erhöhung des Gesamtoptimums. Förderung neuer Verkehrserträge und Schaffung attraktiver Angebote.	Strategische Stossrichtung «Marktbearbeitung & Marktpositionierung»	KoM	Verschiedene: Mandat (ch-integral) als nationale Klammer, zudem Abteilung SBB-Geschäftskunden (Fachkompetenz) und Verbünde / TU (Marktbearbeitung)	Lukas von Stokar / Peter Emmenegger	• Diverse Massnahmen zum Aufbau einer national koordinierten Marktbearbeitung B2B wurden evaluiert und im 2024 implementiert (Peer-Coachings, Account Plan, Tool Geodatenanalyse, Fachaustausch). Weitere Massnahmen werden laufend & nach Bedarf geprüft. • Die regionale Meinungsbildung, ob oder inwiefern ins B2B Geschäft (stärker) investiert werden soll, ist angelaufen. Mit diversen Regionen (Verbünden/ regionale TU) fanden unterstützende und beratende Gespräche statt. Einzelne Regionen haben eine verstärkte B2B-Marktbearbeitung in ihre Strategie aufgenommen oder sind in der Weiterentwicklung (u.a. Mobilis, Libero, Zug)

						• Die Konzeption einer digitalen Mobilitätsberatung für kleine Firmen (SBB-Projekt) ist gestartet. Die fachliche Abstimmung mit regionalen Lösungen läuft parallel. • Im Q1 2025 wird z.H. den ASP-Gremien ein Status-Update inkl. Erfahrungen aus dem ersten Umsetzungsjahr erstellt, inklusive allfälliger Implikationen für die weitere Zukunft.
15	Etablierung eines Strategiereview-Prozesses mit hoher Frequenz, welcher vom Strategierat aktiv gelenkt und von einer Begleitgruppe Branche inhaltlich begleitet wird.	Bezieht sich auf das Leitbild der Strategie 2035	SR	Mandat (ch-integral)	Roman Schwarzenbach	• Der Strategierat etablierte im Sommer 2024 die Begleitgruppe zwecks regelmässigem Strategiereview. • Der Strategie-Review-Prozess wird im 2025 erstmals komplett durchlaufen. Der Ablauf wurde, gemeinsam mit der Begleitgruppe im Januar 2025 festgelegt.
Backlog						
18	Definieren und umsetzen von Massnahmen zur Erhöhung der Data-Literacy.	Strategische Stossrichtung «Datenkompetenz»	SR	Mandat (ch-integral)	Beispiele: Schulungen, Events, etc.	Während der Strategieerarbeitung im Backlog aufgenommen.
19	Datengrundlage / Systemlandschaft schaffen auf Stufe Branche, um eine personalisierbare und bedürfnisgerechte Kundeninformation zu erreichen.	Strategische Stossrichtung «Weiterentwicklung Kundeninformation»	KKI	Projektorganisation (neu)	Dazu gehört: Klärung der Kundenbedürfnisse an eine durch die Kundinnen und Kunden personalisierbare Kundeninformation.	Während der Strategieerarbeitung im Backlog aufgenommen.
20	Erarbeitung einer gemeinsamen kommunikativen Positionierung der	Strategische Stossrichtung «Marktpositionierung»	SR	Tbd	Tbd	Während der Strategieerarbeitung im Backlog aufgenommen.

	Alliance SwissPass. Ausarbeitung von Massnahmen, um den Dialog und die Debatte mit der Gesellschaft zu pflegen.					
24	Ausbau der Zusammenarbeit im Bereich Multimodaler Mobilität und «Erste letzte Meile»	Strategische Stossrichtung «Marktbearbeitung»	KoM	Tbd	Tbd	In Begleitgruppe Strategie im Januar 2025 besprochen und in Backlog aufgenommen. Hat einen engen Zusammenhang mit dem Markteintritt und der Positionierung von myRIDE.
Abgeschlossene Aktionen						
1	Basiswerte der definierten Key Performance Indicators erheben.	Bezieht sich auf das Leitbild der Strategie 2035	SR	Mandat (ch-integral)	Roman Schwarzenbach	• Die Vier Ergebnismessgrössen wurden erstmals als Basiswert erhoben. Die Diskussion um Zielwerte folgt in der Begleitgruppe Strategie 2035. • Auch die Beobachtungsgrösse «Kundenportfolio» ist zur Diskussion bereit. Sie kann nach den Bedürfnissen der Begleitgruppe unterjährig angepasst werden, die Ergebnisgrössen werden immer jährlich identisch erhoben, um Vergleichbarkeit sicherzustellen. • Die Erhebung der Vertriebskosten wurde von der KoV nicht 1:1 umgesetzt. Es wurde ein alternatives Vorgehen gewählt, konkret wird die Vertriebsstruktur in der Schweiz analysiert, um daraus indirekt Aussagen zu den Kosten bzw. der Digitalisierungsquote vornehmen zu können. • Die strategischen KPI sollen am 31. Januar im Strategierat besprochen und freigegeben werden. Es folgt die fachliche Konkretisierung in den Kommissionen.

4a	Erarbeitung und Durchführung Feldtest E-Tarif	Strategische Stossrichtung «Entwicklung Preissystem»	SR	Projektorganisation myRIDE	Nick Balmer	• Der Feldtest zur Testung des e-Tarifs ist mit rund 3000 Kundinnen und Kunden umgesetzt worden. • Die Resultate (hoher NPS, kein fachlicher Showstopper, Verbesserungspotenzial bei der «usability» im Zugang) wurden im November vom Strategierat zur Kenntnis genommen und die Weiterführung des Feldtests beschlossen.
4b	Klärung der für den Umsetzungsentscheid relevanten Zugangsthemen	Strategische Stossrichtungen «Interoperabilität und Entwicklung Preissystem»	KoV	Mandat (ch-Integral)	Nick Balmer / Roman Schwarzenbach	• Diverse Diskussionen liefen im Jahr 2024 flankierend zum Feldtest. Z.B. Fachkonzept Einnahmeverteilung, Vertrieb@Strategie2035 (gemeinsame Reiseerfassung), uvm. • Mit dem Entscheid des Strategierats vom 18.11. werden sämtliche für den Markterfolg relevanten Themen (z.B. Zugang) in den Programm-Scope überführt. • Das Branchenmodell myRIDE (z.B. Reiseerfassung, Abrechnung, etc.) wird durch die Mandate IT- und Vertrieb Services erarbeitet. Diskussionen dazu erfolgen in der AG Strategie 2035 und in der KoV. Die Konsenspunkte gelten als Rahmenbedingungen für das Programm myRIDE. Dissenspunkte werden im Arbeitspaket 7 «Vertriebs- und Branchenmodell» von myRIDE unter Einbezug der Branche weiterentwickelt.
4c	Festlegung Folgeorganisation im Falle eines positiven Umsetzungsentscheids	Strategische Stossrichtung «Entwicklung Preissystem»	SR	Mandat (ch-integral)	Nick Balmer / Helmut Eichhorn	• Im Sommer 2024 setzte der Strategierat aufgrund der unklaren Ausgangslage bzgl. Folgeorganisation die Findungskommission myRIDE (FiKo) ein. • Durch die Arbeit der FiKo konnten die wichtigen Fragen per 18.11. geklärt werden: Nachfolge Nick Balmer (-> Annette Antz), Programmorganisation inkl. Besetzung der Leitungsposten, Budget 2025, Scope.
9	Agilitäts-Review der Branchenprozesse und -Systeme im Vertrieb hinsichtlich Time to market	Strategische Stossrichtung «Geschwindigkeit»	KoV	Mandat (IT & Services)	Matthias Rohrbach	• Die Aktion wird durch das Mandat IT & Services umgesetzt. • NOVA erstellt ein Zielbild betreffend Inhalt und Zukunftsfähigkeit. Parallel dazu werden die bestehenden Prozesse untersucht: Ziel: Durchlaufzeit kann generell verbessert werden.