

direkt verbunden

1/2017

Komplexität
reduzieren

ch-direct

Direkter Verkehr Schweiz
Service direct suisse
Servizio diretto svizzero
Servetsch direct Svizra





Impressum

direkt verbunden – zone direct
erscheint 2x jährlich in deutscher
und französischer Sprache

Herausgeber

ch-direct
Dählhölzliweg 12, 3000 Bern 6
Tel. +41 31 359 22 40
info@ch-direct.org
www.ch-direct.org

Redaktion

Sabine Krähenbühl,
Thomas Ammann
kommunikation@ch-direct.org

Gestaltung

Atelier Scheidegger, Bern

Druck

rubmedia, Wabern/Bern

© 2017, ch-direct

Editorial	3
NOVA Komplexe Angebote einfach machen	4
«Flexibel, einfach, bequem» Die Vertriebslandschaft der Zukunft	7
Geschäftsstelle ch-direct Schritt für Schritt einfacher werden	10
Projekt Verteilschlüssel Tageskarte Im Spannungsfeld zwischen einfach und exakt	11
NOVA vereinfacht die Weg- angaben auf DV-Billetten	12
IT-Systeme des öffentlichen Verkehrs So behalten Sie den Durchblick	13
Die Basis einer neuen öV-Governance Das Übereinkommen 500	14

Liebe Leserin, lieber Leser

Sie halten die erste Ausgabe des neuen Magazins «direkt verbunden» von ch-direct in den Händen. Damit sind Sie «direkt verbunden» mit der Geschäftsstelle ch-direct, welche Sie über die wichtigsten Branchenprojekte und Geschäfte aus dem Direkten Verkehr DV informiert und Denkanstösse liefert. Den Namen «direkt verbunden» haben wir auch ausgewählt, weil Direkter Verkehr und Schweizer Tarifverbände künftig enger zusammenarbeiten werden und sich enger verbinden.

Die erste Ausgabe steht unter dem Motto «Komplexität reduzieren». Wir möchten Ihnen zeigen, wie das Programm «öV-Ticket 2020» den öffentlichen Verkehr kundenfreundlicher, effizienter und wirtschaftlicher macht und wie die NOVA-Plattform, das Verkaufs- und Vertriebssystem im Hintergrund, die Komplexität des öV-Vertriebs reduziert.

Zudem möchten wir Ihnen auch immer aktuelle Projekte und Geschäfte von ch-direct vorstellen und aufzeigen, wie vielseitig die Aufgaben sind, welche ch-direct für die gesamte öV-Branche übernimmt und ausführt.

Das Magazin erscheint halbjährlich, die nächste Ausgabe ist für Mai 2018 vorgesehen.

Wir wünschen Ihnen viel Spass beim Lesen.



Monika Moritz

Seit 1. April 2017 ist Monika Moritz CEO von ch-direct. In dieser neugeschaffenen Position trägt sie die Verantwortung für die Geschäfte von ch-direct. Dazu gehören die langfristige Planung der Geschäfte und die Koordination der Gremien des Direkten Verkehrs der Schweiz, dessen Geschäftsstelle von ch-direct geführt wird, sowie der Aufbau eines umfassenden Controllings der verschiedenen DV-Mandate und Projekte. Monika Moritz hat Sinologie, Verwaltungswissenschaften und Steuerrecht studiert und in verschiedenen Positionen in der Privatwirtschaft und der Wissenschaft gearbeitet. So war sie unter anderem als Senior Manager bei Ernst & Young in Lausanne, Genf und Zürich tätig. Ab 2010 hat Monika Moritz die Konzernsteuerabteilung der SBB aufgebaut und in dieser Funktion unter anderem die Umsetzung der steuerlichen Neuregelungen der Bahnreform II verantwortet. Zuletzt war Monika Moritz als Senior Projektleiterin bei der SBB AG im Personenverkehr tätig.

Komplexe Angebote einfach machen


Andreas Fuhrer

Der 52-jährige studierte Physiker leitet das öV-Programm, welches nebst der NOVA-Plattform auch die Weiterentwicklung des SwissPass umfasst.

Seit Dezember 2016 ist die NOVA-Plattform in Betrieb. Sie löst Schritt für Schritt die bisherigen gemeinsamen Verkaufs- und Vertriebssysteme ab. Programmleiter Andreas Fuhrer gibt Auskunft, was sich mit NOVA für die Transportunternehmen, die Verbünde und nicht zuletzt für die Kundinnen und Kunden verbessern wird und wie die vielzitierte Anforderung «Zukunftsfähigkeit» von NOVA bereits heute umgesetzt ist.

Andreas Fuhrer, was versteht man unter dem Begriff «NOVA-Plattform»?

Die NOVA-Plattform ist quasi die Grosshandelsplattform für Schweizer öV-Angebote: DV- und Verbundbillette, Abos und Sparangebote. Die Detailhändler sind die Transportunternehmen, die diese Billette verkaufen – am Schalter, im Internet oder im Bus. NOVA löst die bisherigen Basisvertriebssysteme (Prisma, KUBA und das Verbindungssystem) ab. Die Plattform stellt neben dem Sortiment von DV und Verbänden auch die nötigen Funktionen im Zusammenhang mit dem SwissPass zur Verfügung: Personalisierung, E-Tickets und Service-Après-Vente. So können die Reisenden über verschiedene Transportunternehmen und Verbünde hinweg unterwegs sein. Die NOVA-Plattform bildet also das Rückgrat für einen durchgängigen öV-Vertrieb.

Was ändert mit NOVA gegenüber den alten Systemen?

Früher war die SBB das einzige Transportunternehmen, das Billette per Computer verkaufte. Andere haben dann sukzessive die Systeme mitbenutzt. Daraus haben sich die öV-Basisssysteme wie Prisma entwickelt, die alle aus den 1990er-Jahren stammen. Ausgerichtet waren sie vor allem auf den Schalterverkauf.

Heute stehen wir vor einer ganz anderen Situation. An Automaten soll ein breites Sortiment angeboten werden, egal ob am Hauptbahnhof oder an einer x-beliebigen Tramhaltestelle irgendwo in der

Stadt. Ausserdem hat der Verkauf von Billetten im Internet mittlerweile zweistellige Zuwachsraten und mit dem SwissPass wurde eine einzige Karte für die Sortimente des Direkten Verkehrs und der Verbünde eingeführt. Transportunternehmen und Verbünde können sich an NOVA anschliessen und selber entscheiden, über welche Kanäle sie was anbieten – NOVA sorgt für die korrekten Preise und natürlich für die Einnahmenverteilung. Als Standardschnittstelle hält sie alle Sortimente bereit. Bereits heute verkaufen sechs Transportunternehmen über NOVA Fahrausweise mit Mobile Apps, Webshops, Automaten oder bedient im Schalterverkauf und über Chauffeurgeräte.

Kommt der Kunde mit dieser Vielfalt an Kanälen zurecht?

Die Vielfalt entspricht einem gewollten Innovationswettbewerb – vor allem in der Online-Welt. Die Kunden entscheiden, welcher Zugang zum öV ihnen am besten passt. NOVA garantiert dabei, dass das Billett bei der SBB gleich viel kostet wie bei der BLS oder im ZVV, und dass alle verkauften Tickets und Abos kontrollierbar sind – egal wo sie gekauft wurden. Diese technische Öffnung schafft einen Innovationsschub im Vertrieb. Die Sortimente werden dadurch nicht einfacher – aber Vertriebslösungen werden immer besser, um den Reisenden das vielfältige Sortiment übersichtlich und einfach anzubieten.

Wie sieht es mit den Kosten aus? Wird der Vertrieb mit NOVA teurer?

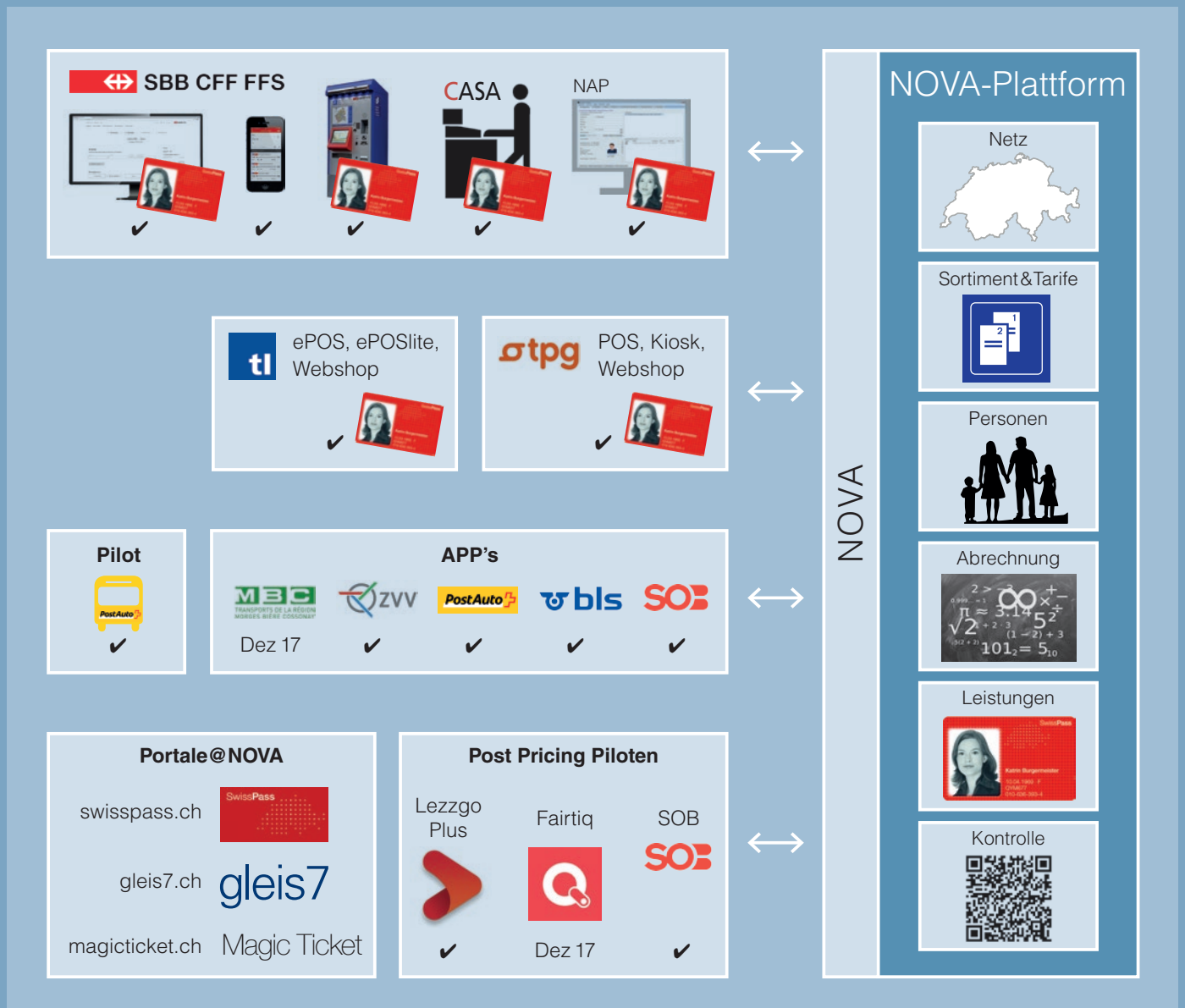
Im Gegenteil, die Basisfunktionen werden mit NOVA günstiger – wie man es von zeitgemässer Informatik erwartet. So betreiben wir die NOVA in der Cloud, ohne fest zugewiesene Grossrechner, was die Kosten senkt. Gleichzeitig steigt aber auch die Digitalisierung des Vertriebs. Und damit ist nicht nur «mehr Selbstbedienung» gemeint. Die öV-Angebote werden komplexer – man denke etwa an kontingentierte Billette, Sparangebote,

die Möglichkeiten mit dem SwissPass oder die laufenden Experimente mit Post-Price-Ticketing. Diese zunehmende Durchdringung des Vertriebs mit IT schlägt sich in steigenden Gesamtkosten nieder, auch wenn wir die Stückpreise senken können.

Bisher brauchte der öV relativ lange Vorlaufzeiten, wenn er ein neues Sortiment einführen oder Preisanpassungen vornehmen wollte. Werden wir mit NOVA auch zeitlich flexibler?
Die Zeiten, als zweimal im Jahr neue Tarifdaten ins System eingepflegt wur-

den, sind vorbei: Das merken wir schon nach einem Jahr NOVA-Betrieb. NOVA senkt die technische Durchlaufzeit vom Entscheid für ein Sortiment bis zur Inbetriebnahme massiv – das bestimmt die Vorlaufzeiten nicht mehr. Es sind heute eher die Entscheid-, Kommuni-

Ein Jahr NOVA – und schon ganz viel los



kations- und Qualitätsprozesse, welche die Time-to-Market bestimmen.

Wer bezahlt eigentlich den Betrieb der NOVA-Plattform?

NOVA wird wie eine öV-Infrastruktur betrieben. Es tragen diejenigen die Kosten, welche Erträge aus NOVA-Verkäufen erhalten – also Transportunternehmen und Verbände – mit einem Kostenschlüssel, der sich nach den Ertragsanteilen richtet. Wer Geld mit öV-Leistungen verdient, beteiligt sich an NOVA als notwendigem Basissystem. Zunehmend wird NOVA aber auch als Auskunftsplattform genutzt, zum Beispiel bei Preisfragen von elektronischen Reiseberatern, die nicht immer direkt in einen Verkauf von öV-Billetten münden. Darum werden wir das Kostenmodell in Zukunft sicher im Auge behalten müssen.

Mehr Kanäle, nicht überall das gleiche Sortiment, bringt NOVA aus Kundensicht wirklich eine Komplexitätsreduktion?

Was man den Kunden anbietet, wird immer vielfältiger – das ist nicht nur im öV so. Dank moderner Vertriebskanäle kann aber individueller auf die Kundinnen und Kunden eingegangen werden, und die Angebote werden

einfacher präsentiert. Die Kunden müssen nicht alle Sortimente auswendig kennen und selber ausrechnen, welches für sie das vorteilhafteste ist. Hier unterstützt NOVA die angeschlossenen Verkaufssysteme mit einer smarten Angebotslogik. Sage mir, was Du unternehmen möchtest – und Du bekommst das beste Angebot.

Auch der SwissPass, mittlerweile Teil des NOVA-Angebots, offeriert den Kundinnen und Kunden neue Möglichkeiten. Und damit ist nicht nur gemeint, dass das Halbtax- und Verbundabo sowie das Carsharing auf einer Karte Platz haben. Der SwissPass ermöglicht auch neue, attraktive Angebote, wie beispielsweise das Ausflugs-Abo, das im April 2018 eingeführt werden soll: Wer ein Ausflugs-Abo mit 20 Ausflugs-Tagen kauft, kann an 20 freiwählbaren Tagen sein Halbtax-Abo mit einem Klick zum GA machen.

Hilft NOVA auch bei der Auslastungssteuerung?

Sparangebote sind ein Versuch, Reisen in Nebenverkehrszeiten attraktiv zu machen. Das unterstützt NOVA, indem die Spartageskarte und das Sparbillet zunehmend in allen Apps und Webshops angeboten werden.

Mit dem Post Pricing tun sich noch mehr Möglichkeiten auf. Inwiefern sich das Reiseverhalten aber über den Preis steuern lässt, ist aber umstritten. Da hilft nur eins: Ausprobieren, was funktioniert. NOVA unterstützt die rasche Umsetzung erster Markttests.

Eine wichtige Anforderung an die NOVA-Plattform war die vielzitierte «Zukunftsfähigkeit» – Inwieweit ist diese Anforderung heute umgesetzt?

Die Branche hat eine enorm gute Nase gehabt, als sie 2011 nicht einfach auf ein neues System, sondern auf eine Plattform mit einer Standard-Schnittstelle gesetzt hat. Damit können die verschiedenen Services von den Verkaufssystemen flexibel kombiniert werden. Heute zeigt sich, wie richtig das war: Neue Angebote wie die Spartageskarte oder die Post-Price-Anwendungen liessen sich erstaunlich einfach anbinden, der SwissPass ist integriert. Und das sind alles Dinge, die 2011 noch gar nicht spruchreif waren. In NOVA ist die Zukunft also gewissermassen schon «drin», man muss sie nur zum Leben erwecken. Vielleicht reicht ja künftig ein Lächeln im Zug, um als GA-Kunde identifiziert zu werden und freie Fahrt zu bekommen.

Kennzahlen des öV Schweiz



«Flexibel, einfach, bequem»

Die Vertriebslandschaft der Zukunft

2018 findet der erste Versuch statt, landesweit Billette nach Abschluss der Reise gemäss der aufgezeichneten Fahrten zu verkaufen. Es ist ein nächster Schritt hin zu einem automatischen Ticketing, mit dem die Transportunternehmen die Komplexität des öffentlichen Verkehrs für die Kunden reduzieren wollen.

London hat die Oyster-Card, Holland die OV-Chipkaart, Hongkong die Octopus-Card. Es sind die drei bekanntesten Beispiele für Angebote von Transportunternehmen, die es den Kunden im öffentlichen Verkehr (öV) erlauben, papierlos und zum jeweils passenden Tarif zu reisen. Alle drei Systeme arbeiten mit einer Check-in-Check-out-Lösung (CiCo), sprich der Fahrgast hält seine Karte zu Beginn und am Ende einer Fahrt an ein Lesegerät, wodurch die gefahrenen Strecken aufgezeichnet werden und am Ende des Tages, Monats oder Jahres der günstigste Preis verrechnet wird. Es kann zwischen persönlichen und unpersönlichen Karten unterschieden werden, wobei nur die persönlichen Karten die Möglichkeit des nachträglichen Bezahls (Post Payment) bieten.

London, Holland und Hongkong nehmen eine Vorreiterrolle im Bereich des elektronischen Ticketings ein. Die Schweiz ist bislang ein Automatenland, auch 2017 werden drei von vier Billetten am Schalter oder Automaten ausgedruckt und liegen physisch vor. Der öV-Weltmeister möchte diesen Trend in Richtung Digitalisierung nun mitgestalten und hat deshalb das Projekt Vertriebslandschaft 2020 (VL2020) lanciert. Es ist Teil des übergeordneten Programms «öV-Ticket 2020» und wird von Christof Zogg geleitet, Director Digital Business bei den SBB.

Christof Zogg, weshalb werden in der Schweiz nach wie vor drei Viertel aller Fahrausweise physisch ausgegeben, während in anderen Ländern Einzelbillette bereits auf Karten geladen

werden und beispielsweise in Finnland 80 Prozent aller Fahrausweise online gekauft werden?

Die Schweiz nahm im Bereich der Automaten weltweit eine Vorreiterrolle ein. Oft ist es so, dass wenn man einen Trend führend mitgestaltet, man den nächsten etwas verpasst. So geschah es bei der Umstellung vom Automaten auf den Billettkauf online und mobile.

Eine Diskussion über die Einführung eines CiCo-Systems in der Schweiz wurde geführt. Weshalb entschied man sich am Ende dagegen?

Wichtig zu wissen ist, dass es sich gerade bei London und Hongkong um geschlossene Systeme handelt, dass der Zugang zum öffentlichen Verkehr begrenzt ist. Die Schweiz pflegt seit jeher ein offenes System, bei welchem jede Person freien Zugang zu den Perons hat. Zudem ist es multimodal, rund 250 Transportunternehmen partizipieren am öV Schweiz. Die Ausgangslage bei uns ist also wesentlich komplexer. Auch verändert sich der technische und digitale Markt rasant. Eine heute eingeführte Technologie ist morgen möglicherweise schon wieder überholt. Deshalb konzentrieren wir uns bewusst auf eine langfristige Lösung, welche sich den Entwicklungen agil anpassen kann und gleichzeitig keine hohen Kosten verursacht.

Im Projekt Vertriebslandschaft 2020 soll also versucht werden, einen Schritt weiterzugehen als London, Holland oder Hongkong?

Exakt. Statt mit der heutigen Technologie gleichzuziehen versuchen wir, jene von morgen zu gestalten – um den Zugang zum und das Reisen im öffentlichen Verkehr einfacher und bequemer und so auch Wenignutzern schmackhaft zu machen. Deshalb richtet sich unser Augenmerk auf das Smartphone als Billetträger und Tracking-Instrument. Bereits über 80 Prozent der in der Schweiz lebenden Personen besitzen ein Smartphone – und der Anteil wird weiter steigen. Es ist flexibel einsetzbar



Christof Zogg

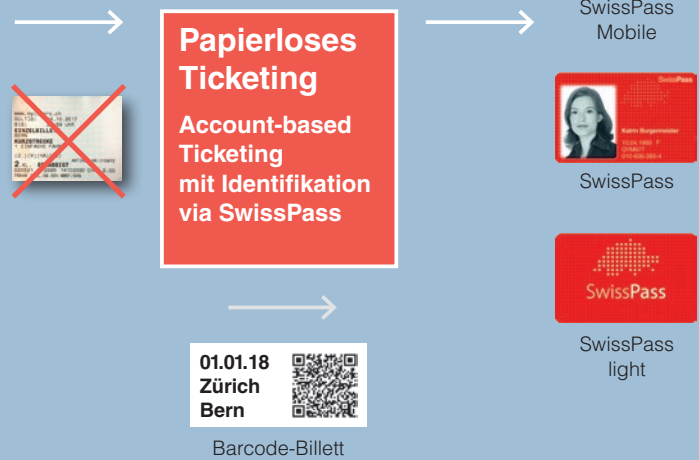
ist seit September 2014 Director Digital Business bei den SBB und dort mit seinem Team unter anderem verantwortlich für die digitalen Kommunikations- und Vertriebskanäle. In seinen Zuständigkeitsbereich fallen das Portal SBB.ch, die reichweitenstärkste Schweizer Website, sowie SBB Mobile, die am häufigsten genutzte Schweizer App. Davor war Christof Zogg langjähriger Director Developer & Platform Group und Geschäftsleitungsmitglied bei Microsoft Schweiz sowie rund 10 Jahre lang als IT-Projektleiter und -Consultant tätig.

Christof Zogg hat an der Universität Zürich Sozialwissenschaften und Wirtschaftsinformatik studiert und hält einen MBA der University of Cambridge (UK).

1. Automatisches Ticketing



2. Papierloses Ticketing



Die Hauptvorhaben des Projektes Vertriebslandschaft 2020

und ein Programm kann flexibel auf Entwicklungen im Telekommunikationsbereich angepasst werden.

Heute ist der Vertrieb im öffentlichen Verkehr dual aufgebaut:

- Im **analogen Vertrieb** werden Billette auf Wertpapier an Verkaufsstellen und am Automaten verkauft. Er spricht vor allem Touristen, digital Zurückhaltende, ältere Menschen oder Personen mit einem hohen Anonymitätsbedürfnis an.
- Der **digitale Vertrieb** besteht aus e-Tickets, die über das Web oder Mobile-Applikationen vertrieben werden, und automatischem Ticketing, wie es durch die Anwendungen von Fairtiq und Lezzgo angeboten wird. Er ist auf die schnell wachsende digitale Kundschaft ausgerichtet.

Christof Zogg war vor seinem Engagement bei den SBB Geschäftsleitungsmitglied von Microsoft Schweiz und jahrelang als IT-Projektleiter tätig. Er macht wiederholt auf den Digital Shift aufmerksam, die Verlagerung von Kaufaktivitäten in Richtung digitaler Kanäle, der noch schneller verlaufe als erwartet. Beide Teile des Vertriebssystems möchte Zogg durch das Projekt VL2020 zukunftsfähig gestalten und der fortschreitenden Kanalverlagerung Rechnung tragen: Den analogen

Bereich durch das papierlose Ticketing, bei dem Billette auf den SwissPass respektive das SwissPass-Konto geladen werden. Den digitalen Bereich durch das automatische Ticketing, welches auf einer Reiseerfassung mittels Smartphone basiert.

Im Projekt Vertriebslandschaft 2020 will die öV-Branche offensichtlich wegkommen vom Papierticket und dem Kunden vor allem die selbstbedienten Kanäle schmackhaft machen. Entspricht dies einem Kundenbedürfnis?

Nutzer des selbstbedienten Billettkaufs via Smartphone sind bereits heute die zufriedensten Reisenden, zufriedener sogar als jene, die persönliche Unterstützung in Anspruch nehmen. Die SBB-App ist die meistgenutzte Schweizer Smartphone-Applikation. Vorausgesetzt, dass die Mehrheit der Reisenden kein Problem mit personalisierten Daten hat, bietet der digitale Vertrieb sowohl dem Kunden als auch den Transportunternehmen viele Vorteile.

Welche Vorteile können die geplanten Vertriebs-Innovationen den öV-Nutzern bieten? Wo wird für sie die Komplexität reduziert?

Registrierte Reisende mit einem SwissPass-Konto profitieren dank automatischem Ticketing von maximalem Komfort, ähnlich dem Inhaber eines Generalabonnements. Sie brauchen fortan vor Reiseantritt weder den Weg noch den Tarif zu kennen. Das Verständnis des komplexen Tarifsystems fällt weg. Sie müssen sich nicht vorgängig

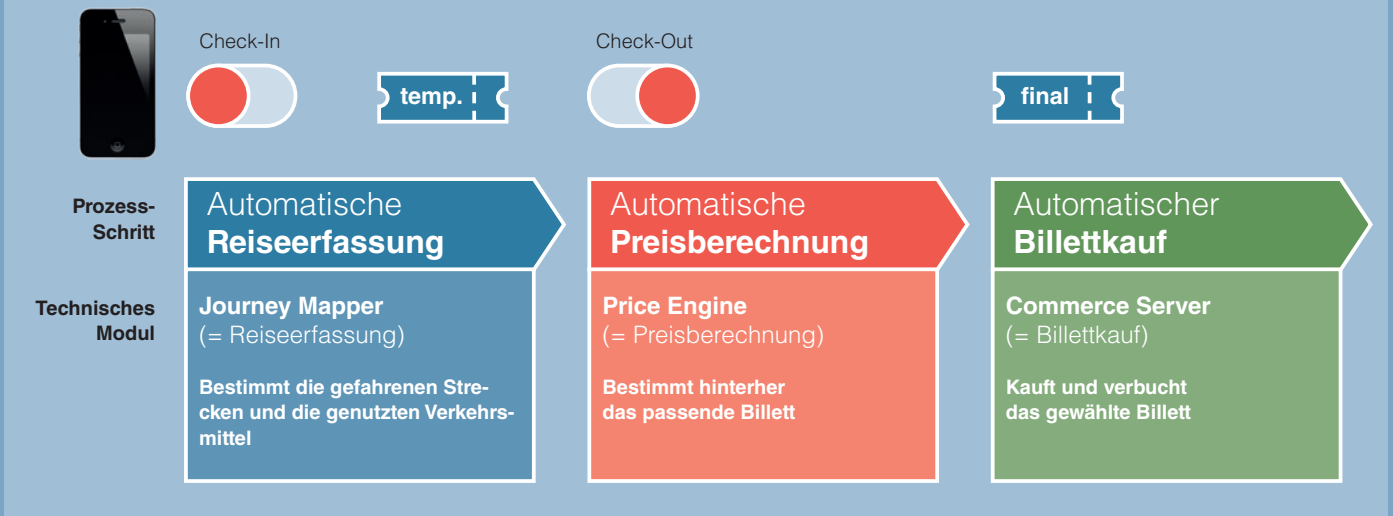
um ein Billett kümmern und allenfalls Wartezeiten in Kauf nehmen. Und sie könnten von flexiblen Rabattierungen profitieren. Aber auch für alle anderen Kunden ist gesorgt: Kunden mit einem hohen Anonymitätsbedürfnis können mit dem anonymen SwissPass Tickets an benutzerfreundlichen Tablet-Automaten kaufen und via SwissPass-Karte referenzieren, wodurch das Ausdrucken des Billetts entfällt.

Wie muss man sich die Rabattierungen für registrierte Kunden vorstellen?

Im heutigen Tarifmodell fehlen umfassende Rabattierungssysteme. Es steuert zu wenig, beispielsweise bei der Auslastung der Züge. Mit dem automatischen Ticketing schaffen wir die Voraussetzung für die Einführung flexibler Rabattierungen. Beispielsweise könnte jede Bahnverbindung nach 21 Uhr 30 Prozent günstiger angeboten werden. Die automatische Erfassung der Fahrt würde es dem Kunden ermöglichen, flexibel zu entscheiden, ob er später, dafür zum günstigen Tarif reisen will oder nicht. Die derzeit angebotenen Sparbillette sind an eine bestimmte Verbindung geknüpft. Erreicht sie der Kunde nicht, haben wir einerseits einen unzufriedenen Kunden, andererseits Supportaufwand im Kundendienst. Mit der nachträglichen Tarifierung entfielen beides.

Das automatische Ticketing im öV ist eines von zwei zentralen Vorhaben der künftigen Vertriebslandschaft. Zogg betont, dass damit dem Kunden ein

Automatisches Ticketing = Smartphone-basierte automatische Reiseerfassung, Preisberechnung und Billettkauf.



Wie funktioniert automatisches Ticketing?

grosser Mehrwert an Bequemlichkeit geboten werden könne. Allerdings ist es nicht Ersatz, sondern Ergänzung im Vertriebsmodell des öffentlichen Verkehrs. Als Vergleich dient die Telekommunikation. Drei Preismodelle bietet diese Branche an: 1. Prepaid-Karte, 2. Abo mit Flatrate, 3. Abo mit Monatsrechnung. Der öV bietet derzeit nur die ersten beiden Modelle an: Einerseits das Einzelticket, das der Prepaid-Karte entspricht. Man bezahlt vor Bezug der Leistung und kann entsprechend des bezahlten Betrags vorausbestimmte Leistungen nutzen. Andererseits das Generalabonnement, was der Flatrate entspricht. Für einen Pauschalpreis können alle Leistungen uneingeschränkt genutzt werden.

Was im öV fehlt ist Pay per Use – dass man im Nachhinein für die benutzten Leistungen bezahlt. Dies entspricht in der Telekombranche dem Abo mit Monatsrechnung. Diese Lücke soll mit dem automatischen Ticketing geschlossen werden.

Christof Zogg, wird sich automatisches Ticketing im öffentlichen Verkehr wirklich durchsetzen können?

Das nachträgliche Bezahlen von Leistungen entspricht bereits heute einem Kundenbedürfnis. In vielen Bereichen ist Pay per Use bereits Alltag, vor allem

bei Commodity-Produkten. Strom, Wasser oder Heizkosten bezahlen wir bereits heute nachträglich entsprechend der Nutzung, was völlig akzeptiert ist. Es basiert stark auf Vertrauen. Warum sollte dies im öV nicht auch möglich sein?

Vielleicht wegen der Angst vor der Aufzeichnung von Bewegungsdaten. Oder weil die ersten Tests mit automatischem Ticketing zeigten, dass der Akkuverbrauch sehr hoch ist und mobile Daten gebraucht werden, was wiederum Kosten verursacht.

Beim Akkuverbrauch gibt es tatsächlich noch Verbesserungspotenzial. Allerdings sind wir überzeugt, dass hier der Markt zwischen den verschiedenen Anbietern spielen wird und deutliche Verbesserungen erzielt werden können. Beim Datenvolumen gibt es verschiedene Lösungsmöglichkeiten, da ist auch eine Zusammenarbeit mit der Telekombranche denkbar. Und für Kunden mit einem hohen Anonymitätsbedürfnis wird es auch in Zukunft möglich sein, den öV ohne die Preisgabe persönlicher Daten zu nutzen.

Aber er muss mit Einschränkungen rechnen.

Nein, anonyme Kunden können den öV weiterhin ohne Einschränkungen nutzen und sich vor Reiseantritt an einem Au-

tomaten oder Schalter ein Billett kaufen. Dieses wird entweder auf Wertpapier oder einem anonymen SwissPass ausgegeben. Er profitiert aber von weniger Kundenmehrwerten. Wie bereits heute kann er bei Verlust keine Rückerstattung verlangen. Er profitiert nicht von flexiblen Rabatten, kann dafür die Verbindung selber wählen. Diese Mehrwerte sind nur nutzbar, wenn das Billett auf dem persönlichen Konto eines Kunden gespeichert ist.

Für die Ausgabe von Einzelbilletten sollen dereinst auch neue Automaten in Form von Tablets zum Einsatz kommen. Noch stellen sich aber auch beim papierlosen Ticketing wichtige Fragen, wie beispielsweise der Umgang mit Gruppenbilletten oder Mehrfahrtenkarten. Deshalb arbeiten Zogg und seine Mitarbeiter nach einem agilen Prinzip der schrittweisen Einführung von Teilprojekten. Als nächstes steht 2018 ein Markttest mit nationalen Varianten des automatischen Ticketings auf der Grundlage der Technologien von Lezzgo und Fairtiq an.

Zogg ist überzeugt, dass die künftige Vertriebslandschaft die Komplexität für die Kunden deutlich reduzieren wird. «Die Reisenden brauchen sich nicht mehr mit Umsteigeorten und Tarifen zu beschäftigen. Sie müssen sich nicht mehr im Voraus auf Verbindungen und Ziele festlegen. Flexibel, einfach, bequem – und ohne Risiko bei möglichen Unwägbarkeiten des Lebens oder Verlustfällen.»

Geschäftsstelle ch-direct

Schritt für Schritt einfacher werden

Die Geschäftsstelle ch-direct soll schlanker organisiert und für das digitale Zeitalter fit gemacht werden. Erste Schritte in diese Richtung sind eingeleitet. Gerne zeigen wir auf, wie wir in den Bereichen Kosten- und Einnahmenverteilung, Digitalisierung und Brancheninformation gezielt Komplexitäten reduzieren wollen.

Der Direkte Verkehr (DV) ist für Kundinnen und Kunden einfach: Ein einziger Fahrausweis oder ein Abonnement für eine Reise mit verschiedenen Transportunternehmen machen den öffentlichen Verkehr (öV) der Schweiz bei Einheimischen und Touristen beliebt. Der DV oder das Reisen mit einem einzigen Fahrausweis oder Abo auf allen Bahnen, Bussen, Schiffen und Bergbahnen ist über 100-jährig, älter als die meisten Schweizer Transportunternehmen. Man darf wohl sagen, dass der öV mit dem Generalabonnement die erste «Flatrate» der Geschichte erfunden hat. Und was ist aus Kundensicht einfacher?

Die Grundidee der Einfachheit ist im Kern gleichgeblieben, auch wenn die Komplexität des öffentlichen Verkehrs enorm zugenommen hat. So umfasst der öV Schweiz heute 250 Transportunternehmen und 18 regionale Tarifverbände sowie ein enorm breites Sortiment an Fahrausweisen und Abonnementen. In den vergangenen Jahren sind vor allem neue, elektronische Vertriebskanäle hinzugekommen, welche den klassischen Automaten- und Schalterverkauf ergänzen.

Übersichtlichkeit und Transparenz
ch-direct koordiniert mit ihren Partnerinnen und Partnern dieses komplexe System, damit die Einfachheit und Durchlässigkeit des öV Schweiz sichergestellt werden kann. Wir müssen aber gezielt daran arbeiten, dass die heutige Komplexität schrittweise reduziert wird, denn die Komplexität verursacht hohe Kosten und macht Entscheidungswege lang und träge.

Wichtige Teile der Komplexitätsreduktion sind Übersichtlichkeit und Transparenz. Übersichtlichkeit schaffen beispielsweise das «Architekturmodell Direkter Verkehr» oder die «IT-Standards im öV-Schweiz». In diesen Instrumenten werden einerseits alle betriebenen IT-Systeme, andererseits alle zu nutzenden IT-Standards im öffentlichen Verkehr zusammengefasst.

Für Transparenz sorgen soll eine überarbeitete Kostenverteilung. Die Transportunternehmen erhalten aktuell jährlich etwa 25 Kostenrechnungen für die gemeinsam getragenen Kosten des Direkten Verkehrs. Mit einer Website (www.ch-direct.org/V512) hat ch-direct einen ersten Schritt hin zu mehr Einfachheit getan. In weiteren Schritten sollen die historisch gewachsene Verteilung der Kosten analysiert und gezielt Komplexität reduziert werden.

Einen Schritt weiter in der Digitalisierung

Im Bereich der Digitalisierung setzt ch-direct bei der Berechnung der Verteilschlüssel der Pauschalfahrausweise neue zeitgemässe Methoden ein: Die Kundinnen und Kunden, deren Reiseverhalten für die Einnahmenverteilung untersucht wird, werden

gezielter auf Online-Kanäle gelenkt. In unserem Webtool können sie ihr Reiseprotokoll mit nur wenigen Mausklicks erfassen.

In Planung ist zudem eine App für das Kontrollpersonal, welche künftig über Tarifierpassungen oder neue, befristete Fahrausweise informiert. So werden beispielsweise Zugbegleiter im Grossraum Bern viel schneller und gezielter über die Spezialbillette für das Gurtenfestival in Kenntnis gesetzt, während sich die Kolleginnen und Kollegen in Genf mit nur wenigen Klicks über das neue Kombi-Angebot für den Autosalon in Genf schlau machen. Das Durchwühlen der gelben Blätter soll der Vergangenheit angehören.

ch-direct.org als Wissensplattform

Im Sinne einer möglichst einfachen und gezielten Brancheninformation soll die Homepage von ch-direct im kommenden Jahr entschlackt und professionalisiert und schrittweise zu einer Info-drehscheibe ausgebaut werden. Teil der überarbeiteten Webseite wird eine Wissensplattform sein, die Auskunft über die wichtigen Themen des Direkten Verkehrs gibt. Zudem ist geplant, eine einzige Kommunikationsplattform, ein gemeinsames «Sprachrohr» für DV und Verbände zu lancieren.

Wenn Sie weitere gute Ideen haben, wie ch-direct schlanker, beweglicher und gezielter auf die Bedürfnisse der Transportunternehmen eingehen kann, dann melden sie sich ungeniert bei uns. Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldung.



Projekt Verteilschlüssel Tageskarte

11

Im Spannungsfeld zwischen einfach und exakt

Mit der Tageskarte können Kundinnen und Kunden einen Tag lang den öffentlichen Verkehr der Schweiz nutzen. Wie bei allen Pauschalfahrausweisen des Direkten Verkehrs werden die Einnahmen aus dem Sortiment der Tageskarten mittels Verteilschlüssel auf die beteiligten Transportunternehmen zugeschieden. Wie geht ch-direct mit den Komplexitäten, wie dem vielfältigen Sortiment oder dem Spannungsfeld zwischen einfach und exakt um?

Im Rahmen einer grossangelegten Umfrage werden die Nutzer verschiedener Tageskarten gefragt, welche Fahrten sie am Reisetag mit welchen Transportmitteln zurückgelegt haben. Die Befragten können für ihre Angaben ein Online-Tool, eine Telefon-Hotline oder einen Papierfragebogen nutzen. Die Vorbereitungsarbeiten für die Erhebung, welche ch-direct im Rahmen ihres gesetzlichen Auftrags durchführt, wurden Anfang November abgeschlossen.

Fokus auf umsatzstarke Artikel

Das komplexe Sortiment der Tageskarte besteht aus mehreren Standardprodukten und einer Fülle von Aktionen, die jeweils über verschiedene Kanäle verkauft werden. «Wir setzen unsere Mittel gezielt ein und konzentrieren uns auf umsatzstarke Produkte und Kanäle», erklärt der Projektleiter André Ramsauer. Mit den Tageskarten werden im öV jährlich rund 150 Mio. Franken umgesetzt. Die Tageskarte Gemeinde, die Tageskarte Einzel zum Halbtax sowie die neu lancierte Spartageskarte machen drei Viertel dieses Umsatzes aus. Diese Artikel werden während den kommenden zwölf Monaten erhoben. «Am Ende möchten wir einen korrekten, qualitativ hochstehenden Verteilschlüssel entwickeln», so der 37-Jährige.

Eine weitere Komplexität stellt die Erreichbarkeit der Kunden dar. Anders als beim GA oder Gleis7 ist die Adresse des Reisenden beim Kauf einer Tageskarte am Schalter oder bei der Gemeinde unbekannt. Deshalb gibt das Verkaufspersonal dem Käufer einen Fragebogen ab. Im Spannungsfeld zwischen Einfachheit und Exaktheit müssen dabei Kompromisse eingegangen werden. «Wir können keinen komplizierten Abgabeprozess aufsetzen und jeden Spezialfall abdecken, sondern müssen den Aufwand für das Verkaufspersonal möglichst klein halten, damit das Projekt eine hohe Akzeptanz erreicht. So können wir beispielsweise nicht alle rund 1'600 Verkaufsstellen mit Fragebögen beliefern», erklärt Ramsauer. Rund 200 Gemeinden und 230 Verkaufsstellen verschiedenster Transportunternehmen, die systematisch über die ganze Schweiz verteilt sind, nehmen nun am Projekt teil.

Einfache Erhebungsinstrumente

Auch die Erhebungsinstrumente sind möglichst einfach gehalten. «Einfachheit fördert die Akzeptanz, Akzeptanz fördert die Teilnahmequote», ist Ramsauer überzeugt. Der Fragebogen ist im handlichen Format gestaltet, vorfrankiert und verschliessbar. So kann er ohne weiteren Aufwand an ch-direct zurückgeschickt werden. Die E-Mails, welche an Online- und Mobile-Käufer versandt werden, enthalten einen personalisierten Direktlink zur Online-Erfassung. Die Angabe im Online-Tool dauert dank hinterlegten Haltestellen nur wenige Minuten. So werden im Projekt Verteilschlüssel Tageskarte mit einfachen Methoden Komplexitäten reduziert, um gleichzeitig die Genauigkeit der Erhebung hoch zu halten.



André Ramsauer

ist 37-jährig und seit 2016 Projektleiter bei ch-direct. Er ist innerhalb der Abteilung Verteilschlüssel für die ausserperiodischen Verteilschlüssel verantwortlich, mit welchen die Einnahmen der Tageskarten, Swiss Travel Pässe, Marschbefehle, Gleis7 und GA-FVP verteilt werden. Nach seinem Abschluss in Betriebswirtschaft an der Universität Bern war Ramsauer rund zehn Jahre im Finanzsektor tätig.

NOVA vereinfacht die Wegangaben auf DV-Billetten



Florin Bircher

ist seit 2015 bei ch-direct als Teilprojektleiter Tarife und Vertrieb angestellt. Er vertritt ch-direct im Projekt NOVA und ist die Schnittstelle zwischen Fachanforderungen und IT-Umsetzung. Daneben leitet er diverse weitere öV-IT-Projekte und ist Mitglied der Arbeitsgruppe Sortimentsentwicklung. Er hat eine Ausbildung als Kaufmann im öV sowie ein Studium der Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Tourismus & Mobilität abgeschlossen.

Auf den Fahrausweisen des Direkten Verkehrs ist jeweils der vom Kunden gewählte Weg aufgedruckt. Damit weiss der Kunde, welche Strecke er mit dem Billett fahren darf. Und das Kontrollpersonal weiss, ob der Kunde ein gültiges Billett hat. Damit diese Wegangaben tarifarisches korrekt aufgedruckt werden, sind in den Altsystemen rund 20'000 Regeln manuell eingepflegt. Mit der Umstellung auf die NOVA-Plattform wird die Anzahl Regeln auf acht reduziert.

Wenn ein Kunde ein Billett von A nach B löst, entscheidet er beim Kauf, welchen Weg er fährt. Die tarifarischen möglichen Wege werden ihm jeweils vorgegeben. Damit der Reisende und das Kontrollpersonal wissen, auf welchen Strecken der Fahrausweis schlussendlich gültig ist, werden die Wegangaben auf das Billett aufgedruckt. «Der Aufdruck dient sowohl der Kundeninformation als auch der Einnahmensicherung», erklärt Florin Bircher, der von Seiten ch-direct für das Projekt «Zukünftiges Preissystem» (ZPS) zuständig ist.

Einfach, aber fachlich korrekt

Die Generierung der Wegangaben basierte in den Altsystemen auf rund 20'000 einzeln definierten Regeln für jedes einzelne Via, die erst noch manuell eingepflegt werden mussten. Mit der Umstellung auf NOVA sollen die Wegangaben nun deutlich vereinfacht werden, auch im Hinblick auf die Verständlichkeit beim Kunden. «Die Herausforderung besteht darin, einen Kompromiss zwischen Komplexitätsreduktion und fachlicher Korrektheit zu finden», so Bircher.

Anstatt auf eine spezielle Applikation greift NOVA in der Generierung der Umsteigeorte nun einfach auf den Fahrplan zurück. Die Regel lautet: Gibt der Fahrplan einen Umsteigeort an, wird er auch auf das Billett aufgedruckt. Daneben existieren grundsätzlich nur noch acht Ausnahmen. Die beiden zentralen Ausnahmen sind: Teilweise wird ein Umsteigeort aufgedruckt, obwohl man nicht umsteigt und teilweise wird ein Umsteigeort weggelassen, obwohl man umsteigt.

Spezialfälle sind aufwändig und teuer

«Diese Ausnahmen sind notwendig, um Klarheit über den tarifierten Weg zu schaffen, ohne den Kunden zu verwirren», sagt Bircher. Dafür brauche es Pflicht-Vias wie beispielsweise bei der Strecke Bern-Luzern, die direkt über zwei Wege möglich sei. Unter Umständen muss aber auch ein Via im Aufdruck weggelassen werden. Denn es gibt Wege, bei denen der Kunde abhängig der Verbindung an unterschiedlichen Orten umsteigt, beispielsweise beim Weg Schlieren-Basel. «Entweder steigt der Kunde in Dietikon oder in Baden um. Würde nun eines dieser Vias aufgedruckt, wäre der Kunde verwirrt», erklärt der 30-Jährige.

Die Verantwortlichen des Projekts ZPS appellieren an die Branche, möglichst wenige Spezialfälle zu definieren. «Spezialfälle müssen bei jedem Datenrelease neu getestet werden. Sie sind daher Treiber der Betriebskosten und machen ein System teuer und aufwändig», sagt Bircher. Er möchte die Wegangaben auf der NOVA-Plattform möglichst einfach halten und im Sinne einer optimalen Kundeninformation gestalten.

IT-Systeme des öffentlichen Verkehrs

So behalten Sie den Durchblick

Auf der Webseite von ch-direct sind mit dem Architekturmodell Direkter Verkehr (ADV) und den IT-Standards im öV-Schweiz zwei Instrumente aufgeschaltet, die einerseits die Schnittstellen und Abhängigkeiten der IT-Systeme und -Projekte aufzeigen und andererseits die zu nutzenden und genutzten Standards im öV Schweiz darstellen. Die beiden Übersichten helfen, Komplexität in der Planung neuer Projekte zu reduzieren.

Bei der Planung neuer IT-Projekte kommt immer die Frage auf, welche Auswirkungen das neue System oder die Anpassung auf die umliegenden Systeme hat. Viele Anwendungen sind über Schnittstellen miteinander verbunden und voneinander abhängig. Möchte man eines davon verändern oder ablösen oder gar ein neues in den komplexen Verbund von Systemen integrieren, ist es wichtig zu wissen, welche Systeme innerhalb und ausserhalb der DV-Systemwelt von diesen Änderungen betroffen sind.

«Öffnet eine Black Box»

Die SBB als DV-Mandatsträgerin führt intern seit längerem ein Architektur-Datenmodell. Auf Wunsch der Kommission IT-Systeme (KIT) ist dieses auf ch-direct.org publiziert und auf die gesamte öV-Branche ausgeweitet worden. «Das Architekturmodell Direkter Verkehr zeigt grundsätzlich alle Abhängigkeiten und Schnittstellen der im öV gemeinsam genutzten Systeme auf», erklärt Gianni Di Paola, der mit der KIT die Aufbereitung begleitete. «Mit wenigen Klicks zeigt das Modell eine Gesamtsicht und öffnet eine lange Zeit verschlossene Black Box.»

Jede Anwendung wird fachlich und technisch beschrieben und enthält Bezüge zu laufenden Projekten. Herzstück ist das Kontextdiagramm, welches die jeweilige Anwendung im Gesamtsystem der öV-Anwendungen verortet. «Für Projektmitarbeitende und IT-Spezialisten bildet es als Big Picture der IT-Landschaft die Basis für Entwicklungen im IT-System des Direkten Verkehrs und reduziert deutlich die Komplexität», ist Di Paola überzeugt. Gepflegt wird das ADV weiter von der SBB, zweimal jährlich werden die Daten aktualisiert.

IT-Standards bündeln Informationen

In eine ähnliche Richtung geht die Webseite IT-Standards im öV-Schweiz. Sie fasst alle bestehenden IT-Standards im öffentlichen Verkehr zusammen, bündelt die Informationen und verschafft einen Überblick, welche Standards genutzt und verwendet werden sollen. «Die IT-Standards nehmen den Entwicklern Arbeit ab. Sie müssen diese Teile einer Anwendung nicht mehr selbst erarbeiten. Mit unserer Plattform helfen wir den IT-Fachleuten, alle relevanten Informationen schnell und einfach zu finden», so Di Paola.

In einem weiteren Schritt sollen die IT-Standards mit dem ADV verknüpft werden. Beide Plattformen fassen Informationen verschiedener Quellen zusammen, stellen Übersichtlichkeit her und nehmen im anspruchsvollen Gebiet der IT Komplexität aus den Themen raus.

Links:

www.ch-direct.org/ADV

www.ch-direct.org/it-standards



Gianni Di Paola

ist 26-jährig und seit 2015 bei ch-direct angestellt. Als Fachspezialist Prozesse & Web begleitet er diverse IT-Projekte und ist für den Aufbau eines Qualitäts- und Prozessmanagements zuständig. Zudem betreut er die Kommission IT. Di Paola ist ausgebildeter Kaufmann öV und befindet sich derzeit im Studium der Betriebsökonomie an der Fachhochschule in Olten.

Die Basis einer neuen öV-Governance

Das Übereinkommen 500 (Ue500)



Lorenzo Martinoni

lic. oec. HSG leitet die Projekte Governance 2020 und Tariflandschaft 2020. Er ist seit 2000 für den ZVV tätig.

Das Übereinkommen 500 bildet das Herzstück einer neuen öV-Governance, es regelt und definiert die Zusammenarbeit zwischen dem Direkten Verkehr und den Tarifverbänden neu und sorgt für mehr Effizienz im öV.

Das Übereinkommen 500 (Ue500) ist ein Vertrag zwischen dem nationalen Direkten Verkehr (DV) und den einzelnen Schweizer Tarif- und Verkehrsverbänden.

Abtretung von Zuständigkeiten

Im Rahmen des Ue500 gestalten der Direkte Verkehr und die Verbände ihre Zusammenarbeit neu. Dabei werden wesentliche Zuständigkeiten in Sachen Tarifnebenbestimmungen und Standards einem übergeordneten, gemeinsamen Gremium abgetreten.

Mitgestaltungsrechte für Verbände

Dank ihrer gemeinsamen Einbindung auf nationaler Ebene können die Ver-

bünde künftig Entwicklungen wie zum Beispiel den SwissPass oder das Automatische Ticketing aktiv mitprägen.

– Tarifnebenbestimmungen

Darunter fallen: Kundengruppen, Klassenwechsel, Gruppenbillette, Mitnahme von Kindern, Handgepäck, Kinderwagen, Rollstühle, Erstattungen, Gebühren, Tiere, Deponierung von Abonnements, Regelungen für Militärangehörige, Zivildienst, Reisende mit Behinderung, Ermässigungsbestimmungen für Velobillette, Benützung des automatischen Ticketings.

– Standards

Darunter ist Folgendes zu verstehen: Automatisches Ticketing, Einnahmensicherung und Fahrausweiskontrolle, durch Transportunternehmen oder Verbände bearbeitete Kundendaten, Ausgabe und Entwertung konventioneller Fahrausweise, Prozesse für die Abrechnung der Verkaufsdaten.

Nachgefragt bei Lorenzo Martinoni Projektleiter Governance 2020 und Tariflandschaft 2020

Wie profitieren unsere Kundinnen und Kunden vom neuen Ue500? Wird die öV-Benutzung dadurch einfacher?

Ja, der öV wird einfacher. Die öV-Benutzer werden landesweit einheitliche Tarifnebenbestimmungen und Kundenschnittstellen im Vertrieb erleben. Ein paar Beispiele: Die Mitnahme von Tie-

ren oder die Altersgrenzen, aber auch das Lösen von Tickets werden bei allen Transportunternehmen und Verbänden gleich geregelt sein.

Wie profitiert die Branche?

Die Branche wird beispielsweise von beschleunigten branchenweiten Entscheidungsprozessen in Sachen Standards für zukünftige Vertriebssysteme profitieren. Somit werden wir als Branche flexibler und innovativer.

Was versteht man unter dem Begriff integrierter Tarifgestaltung? Warum ist das so wichtig?

Der öffentliche Verkehr in der Schweiz ist seit jeher föderalistisch organisiert, so haben viele Kantone und Regionen schon vor Jahrzehnten Tarif- oder

Verkehrsverbände geschaffen, um den Fahrgästen im regionalen öffentlichen Verkehr ein einfaches, durchgängiges und komfortables Angebot bieten zu können. Es entspricht einem verfassungsmässigen Grundsatz in der Schweiz, dass wer bezahlt, auch bestimmen kann. Das nennt man «fiskalische Äquivalenz». Aus diesem Grund muss es möglich sein, die Tarife von Regional- und Ortsverkehr entsprechend den Vorgaben von Kantonen und Gemeinden zu gestalten, da sie den Hauptteil der Defizite tragen. So werden aber auch Zielkonflikte bei der Preisgestaltung für so unterschiedliche Angebote wie Orts-, Regional-, Fernverkehr und touristischem Verkehr vermieden.

Durchgängiger Direkter Verkehr

Der DV bestimmt den Tarif für die Verbindungen von *jeder* Haltestelle zu *jeder* Haltestelle ausserhalb der Verbände und über die Verbundgrenzen hinweg.

Eindeutige Artikelbezeichnungen

Landesweit dürfen keine zwei Artikel mit gleichem Namen aber unterschiedlichen Tarifbestimmungen existieren.

Ansonsten sind Verbände und Direkter Verkehr autonom

Die Zuständigkeiten betreffend der übrigen Tarifaspekte für alle Verbindungen im Direkten Verkehr und innerhalb der jeweiligen Verbundgrenzen bleiben unverändert beim Direkten Verkehr und den Verbänden. Dies gilt insbesondere für Sortiment und Preisbildung (zum Beispiel ob Strecken- oder Zonenbasiert), Preise, Einnahmenverteilung, Marktbearbeitung, usw.

Neue Zuständigkeiten im ersten Schritt

Im Jahr 2018 soll das Ue500 in der aktuell vorliegenden ersten Version und auf Grundlage der bestehenden Organisation des Direkten Verkehrs und der Verbände eingeführt werden:

Gemeinsame Tarifnebenbestimmungen und Standards erfordern seitens Direkter Verkehr die Genehmigung durch den Strategischen Ausschuss Direkter Verkehr (StAD) oder der zuständigen DV-Kommission, seitens Verbände die Genehmigung durch den Strategieausschuss Verbund (StAV). Der StAV muss vor jedem Beschluss die Verbände konsultieren. Besonders schwerwiegende Beschlüsse bedürfen der Zustimmung der Versammlung der Verbände und müssen auf Seite DV einer Gesamtumfrage unterzogen werden.

Neue Organisation im zweiten Schritt

In einem zweiten Schritt sollen bis Ende 2019 die Strukturen des Direkten Verkehrs (gemäss Ue510) und der Verbände (gemäss Ve551) in eine neue Organisation fusioniert werden. Die Grundzüge dieser neuen Organisation sind im Sinne einer Absichtserklärung bereits in der ersten Version des Ue500 beschrieben, aber noch nicht eingeführt. Für die Einführung der neuen Organisation muss das Ue500 in einer zweiten Version mit entsprechend angepassten Inhalten von Ue510 sowie Ve551 erweitert werden, so dass er sie teilweise oder ganz ablösen wird. Im Zug dieses Schrittes werden StAD und StAV in ein neues Gremium zusammengeführt, dessen Mitglieder zum Teil mittels Gesamtumfrage DV, zum Teil durch die Versammlung der Verbände gewählt werden.

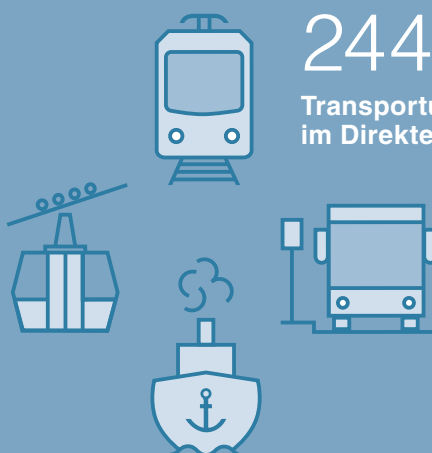
Quelle: Projekt Governance 2020

Kennzahlen des öV Schweiz



25'400

Haltestellen im
öffentlichen Verkehr



244

Transportunternehmen
im Direkten Verkehr

4x Bern-Zürich

Das Halbtax-Abo lohnt sich

ch-direct

Direkter Verkehr Schweiz
Service direct suisse
Servizio diretto svizzero
Servetsch direct svizra



Dählhölzliweg 12
CH-3000 Bern 6
Tel. +41 31 359 22 40
Fax +41 31 359 23 10
info@ch-direct.org
www.ch-direct.org