

Geschäftsbericht 2008



erfolgreich

Inhalt

Editorial

<u>Max Pfister, Regierungsrat Kanton Luzern</u>	3
<u>Präsident der Bestellergesellschaft des Tarifverbundes LU/OW/NW</u>	3
<u>Beat Wiget, Geschäftsführer TU-Gesellschaft</u>	4

Der Verbund

<u>Die Verbundpartner im Überblick/Organigramm</u>	7
<u>Personen und Funktionen</u>	8
<u>Tarife</u>	9/10

Fakten und Zahlen

<u>Verkaufs- und Umsatzentwicklung 2008, Abonnemente</u>	12/13/14
<u>Verkaufs- und Umsatzentwicklung 2008, ITV Agglo Luzern</u>	15

Kundenzufriedenheitsumfrage

<u>Kundenzufriedenheitsumfrage 2008</u>	17/18
---	-------

Marketing/Neuerungen

<u>Kommunikations-Massnahmen 2008</u>	20/21/22
---------------------------------------	----------

Rund um den Tarifverbund

<u>Neuer Geschäftsführer</u>	24/25
<u>Rückblick</u>	26
<u>Ausblick</u>	27/28

Wir bleiben auf Kurs!



**Liebe Leserin
Lieber Leser**

Der Tarifverbund LU/OW/NW hat erneut unter Beweis gestellt, dass er leistungs- und preismässig attraktiv ist und seine Aufgaben gut löst. Dank grossen Bemühungen gerade in der Verkaufsförderung und im attraktiven Angebot lagen die Verkäufe der Produkte des Tarifverbundes LU/OW/NW abermals über den Prognosen. Das Jahr 2008 war wiederum – und dies nach einem vermeintlich kaum zu steigernden Ergebnis 2007 – ein Jahr der Rekorde. Es wurden über 575'000 Abonnements verkauft und deren Umsatz betrug 35.6 Millionen Franken. Insgesamt wurde der Umsatz bei den Abonnements um 8.3 Prozent und beim Integralen Tarifverbund in der Agglomeration Luzern um 3.3 Prozent gesteigert. Die Tarifierhöhung hat vor allem den Einzelreiseverkehr negativ beeinflusst, während der Abonnementsverkauf deutlich gesteigert werden konnte. Die detaillierten und erfreulichen Auswertungen finden Sie im Kapitel Fakten und Zahlen. Zu diesem glanzvollen Ergebnis trugen unzählige Beteiligte bei – am besten sichtbar sind natürlich die Mitarbeitenden der einzelnen Transportunternehmen. Aber auch Sie, geschätzte Kundinnen und Kunden, steuern Ihren Teil bei, indem Sie das Angebot überhaupt nachfragen und den öV zum Erfolgsprodukt machen.

"Mit dem Fahrplan 2008 wurden verschiedene Verbindungen und Anschlüsse in der Zentralschweiz verbessert."

Mit dem Fahrplan 2008 wurden verschiedene Verbindungen und Anschlüsse in der Zentralschweiz verbessert. Im Zentrum der jeweiligen Verbesserungen stand die Vertaktung der einzelnen Linien. Das heisst, die Züge und die Busse verkehren den ganzen Tag zur gleichen Minute. Dies vereinfacht die Merkbarkeit der Fahrpläne und ermöglicht bessere Anschlüsse. Stellvertretend für die Verbesserungen erwähne ich den Ausbau des Postauto-Angebots im Knoten Entlebuch, der mir persönlich sehr viel Freude bereitet hatte, da damit touristische Ausflugsziele wie Heiligkreuz oder Gfellen bequem und für die UNESCO Biosphäre Entlebuch standesgemäss mit dem öV erreicht werden können.

Ich bin überzeugt, dass sich unser Tarifverbund LU/OW/NW auch in der sich abzeichnenden schwierigeren Wirtschaftslage bewähren wird. Die Voraussetzungen dafür haben wir geschaffen: Mit dem neu eingeführten Fahrplan 2009 bauen wir das Angebot nochmals stark aus, was bei unseren Kundinnen und Kunden

bestimmt auf grosse Resonanz stossen wird. Abgesehen davon freue ich mich auf den zusätzlichen Attraktivitätsschub, den die Überführung des Abonnementsverbunds in den Integralen Tarifverbund LU/OW/NW auslösen wird. Und dies just per Dezember 2009 – ein Zeitpunkt, an dem wir positive Impulse notwendig haben werden!

Herzliche Grüsse

*Max Pfister, Regierungsrat Kanton Luzern
Präsident der Bestellersgesellschaft des Tarifverbundes LU/OW/NW*

Auf dem Weg zum Integralen Tarifverbund



Mit dem Beginn des Jahres 2008 wurde bei der Gesellschaft der Transportunternehmungen eine neue Vereinbarung in Kraft gesetzt und damit auch die Organisation verändert. Es sind noch zehn Transportunternehmungen, welche in einer einfachen Gesellschaft zusammengeschlossen sind und für den Tarifverbund LU/OW/NW Leistungen erbringen. Das bisherige Führungsgremium, der Koordinationsausschuss, wurde durch den TU-Rat ersetzt. Darin sind sämtliche Transportunternehmungen (TU) vertreten. Die Delegierten der Bahn-, Schiff- und Busunternehmungen trafen sich zu sechs Sitzungen.

Ein weiterer sehr wichtiger Meilenstein war die Arbeitsaufnahme des neuen Geschäftsführers Albrecht Strohbach auf den 1. Februar 2008. Ab diesem Datum führt er die neu geschaffene, unabhängige Geschäftsstelle. Ihm zur Seite stehen Irène Naef, welche seit einigen Jahren die Verbundkasse mit grosser Zuverlässigkeit führt, und Patrik Marbacher, der vorher die operativen Arbeiten ausgeführt hatte und als Projektleiter die verschiedenen Belange und beteiligten Partner sehr gut kennt.

"Das Erfreulichste ist jedoch einmal mehr, dass wir wiederum steigende Verkaufszahlen ausweisen können."

Um die Verarbeitung der Einnahmen aus dem Tarifverbund einfacher gestalten zu können, wurde im Frühjahr ein Vertrag über die Einführung der Software DIVIS abgeschlossen. In der Folge zeigte es sich leider, wie bei so vielen IT-Projekten, dass die Datenverarbeitung noch nicht so weit ist. Es musste noch einiges an Aufbauarbeit geleistet werden.

Wie bereits in den Vorjahren waren die Vertreter der Transportunternehmen stark in die Projektarbeiten des Integralen Tarifverbundes LU/OW/NW involviert. Auch wenn anfangs Mai 2008 eine Verschiebung des Einführungstermins auf den Dezember 2009 vorgenommen werden musste, haben die Vorbereitungsarbeiten keineswegs abgenommen. Im Hinblick auf das Marketing kann die Wahl des zukünftigen Partners genannt werden. Mit der Agentur „Berggasthof zum Glück“ haben wir ein junges und dynamisches Team gefunden. Diese Werbeprofis haben das Auswahlgremium mit pfiffigen Ideen überzeugt und werden ihr Können unter Beweis stellen.

Nach vielen technischen Herausforderungen konnten im Juni 2008 die ersten stationären Billett-Automaten der Öffentlichkeit vorgestellt werden. Sie haben inzwischen ihre Feuerprobe längst überstanden und funktionieren einwandfrei. Im Sommer wurden auch erste Busse und Postautos mit neuen Chauffeur-Verkaufsgeräten ausgerüstet und somit ein weiterer, sichtbarer Schritt gemacht. Es bleibt aber noch viel zu tun bis zur definitiven Einführung. Wir packen die Herausforderungen an, damit unsere Kundinnen und Kunden Ende Jahr ein überzeugendes Produkt erhalten werden.

Gegen Ende des Jahres waren die kundengerechte Organisation des Verkaufs und die Gültigkeit der Passepartout-Abonnemente auf den verschiedenen neuen Buslinien ein viel diskutiertes Thema. Diesbezüglich konnten dank der unkomplizierten Zusammenarbeit der beteiligten TU und Behörden gute Lösungen gefunden werden.

Das Erfreulichste ist jedoch einmal mehr, dass wir wiederum steigende Verkaufszahlen ausweisen können. Mit dieser Bemerkung geht es mir nicht primär um die damit verbundenen Einnahmen, sondern um den Beweis, dass damit die Fahrgäste die Anstrengungen aller Mitarbeitenden der Transportunternehmungen, vom Busfahrer bis zum Werkstattchef, vom Direktor bis zur Fahrausweisverkäuferin, vom Zugbegleiter bis zum Betriebsplaner, von der Marketingleiterin bis zum Wagenreiniger und aller übrigen Berufsgattungen im öV anerkennen und die angebotenen Dienstleistungen benutzen.

Beat Wiget

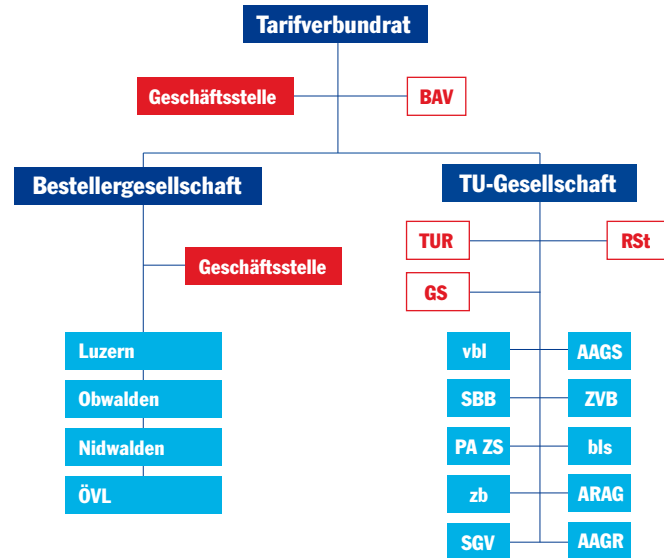
Geschäftsführer Gesellschaft der Transportunternehmungen

Der **Verbund**



taktvoll

Die Verbundpartner im Überblick



Tarifverbundrat

Mitglieder

- Kanton Luzern
- Kanton Obwalden
- Kanton Nidwalden
- Zweckverband für den öffentlichen Agglomerationsverkehr (öVL)
- 4 Delegierte der TU-Gesellschaft
- Bundesamt für Verkehr mit beratender Stimme

Bestellersgesellschaft

Mitglieder

- Kanton Luzern
- Kanton Obwalden
- Kanton Nidwalden
- Zweckverband für den öffentlichen Agglomerationsverkehr (öVL)

TU-Gesellschaft

Organe

- TU Rat (TUR)
- Geschäftsstelle (GS)
- Kontroll- und Revisionsstelle (RSt)

Mitglieder

- Verkehrsbetriebe Luzern AG (vbl)
- Schweizerische Bundesbahnen (SBB)
- PostAuto AG, Region Zentralschweiz (PA ZS)
- zb Zentralbahn AG (zb)
- Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees (SGV)
- Rottal Auto AG (ARAG)
- Auto AG Rothenburg (AAGR)
- Auto AG Schwyz (AAGS)
- Zugerland Verkehrsbetriebe (ZVB)
- bls Lötschbergbahn AG (bls)

Personen und Funktionen










Bestellergesellschaft

			
Max Pfister Regierungsrat des Kantons LU Präsident Bestellergesellschaft und Tarifverbundrat	Hans Matter Regierungsrat des Kantons OW	Gerhard Odermatt Regierungsrat des Kantons NW	Kurt Bieder Stadtrat Luzern



Tarifverbundrat

							
Max Pfister Regierungsrat des Kantons LU Präsident Bestellergesellschaft und Tarifverbundrat	Hans Matter Regierungsrat des Kantons OW	Gerhard Odermatt Regierungsrat des Kantons NW	Kurt Bieder Stadtrat Luzern	Beat Wiget Postauto Zentralschweiz	Norbert Schmassmann Verkehrsbetriebe Luzern AG	Ulrich Landolt SBB RPV Region Nordwestschweiz	Roland Wittwer Bundesamt für Verkehr



TU-Gesellschaft

					
Beat Wiget Postauto Zentralschweiz, Präsident TU-Gesellschaft	Norbert Schmassmann Verkehrsbetriebe Luzern AG	Josef Langenegger Zentralbahn AG	Stefan Schulthess Schiffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee	Martin Wüthrich Rottal Auto AG	Robert Meyer Auto AG Rothenburg
					
Michael Roost Auto AG Schwyz	Anna-Barbara Remund BLS AG	Filip Flüeler SBB Personenverkehr	Bruno Meyer Zugerland Verkehrsbetriebe AG		

Geschäftsstelle

	
Daniel Meier Verkehr und Infrastruktur (vif) Kanton Luzern	Yvonne Schuler Verkehr und Infrastruktur (vif) Kanton Luzern

Geschäftsstelle TV Passepartout

		
Albrecht Strohbach Geschäftsführer TV Passepartout	Patrik Marbacher Projekt/Tarife	Irène Naef Führung Verbundkasse

Abos: Zonenplan und Preise



Zonenplan-Abos für Luzern, Obwalden, Nidwalden



Junioren-Passepartout (6- bis 24-jährig)		
Anzahl	1 Mt.	12 Mt.
1 Zone *	43.–	430.–
2 Zonen	48.–	480.–
3 Zonen	71.–	639.–
4 Zonen	92.–	828.–
5 Zonen	112.–	1'008.–
6 Zonen	127.–	1'143.–
7 Zonen	143.–	1'287.–
8 Zonen und mehr	158.–	1'422.–



Monats- und Jahres-Passepartout (für Erwachsene)

Anzahl	1 Monat		12 Monate	
	2. Kl	1. Kl	2. Kl	1. Kl
1 Zone *	57.–	94.–	570.–	940.–
2 Zonen	63.–	104.–	630.–	1'040.–
3 Zonen	94.–	155.–	846.–	1'395.–
4 Zonen	122.–	201.–	1'098.–	1'809.–
5 Zonen	149.–	246.–	1'341.–	2'214.–
6 Zonen	169.–	279.–	1'521.–	2'511.–
7 Zonen	190.–	314.–	1'710.–	2'826.–
8 Zonen und mehr	210.–	347.–	1'890.–	3'123.–

* Die Zonen 10/20 (Stadt und Agglomeration Luzern) sowie die Zone 27, 36 und 41 sind nicht einzeln lösbar.



9-Uhr-Passepartout (für Erwachsene)

Anzahl	1 Monat		12 Monate	
	2. Kl	1. Kl	2. Kl	1. Kl
1 Zone *	48.–	79.–	480.–	790.–
2 Zonen	53.–	87.–	530.–	870.–
3 Zonen	79.–	130.–	711.–	1'170.–
4 Zonen	102.–	168.–	918.–	1'512.–
5 Zonen	125.–	206.–	1'125.–	1'854.–
6 Zonen	142.–	234.–	1'278.–	2'106.–
7 Zonen	160.–	264.–	1'440.–	2'376.–
8 Zonen und mehr	176.–	290.–	1'584.–	2'610.–

* Die Zonen 10/20 (Stadt und Agglomeration Luzern) sowie die Zone 27, 36 und 41 sind nicht einzeln lösbar.

* Die Zonen 10/20 (Stadt und Agglomeration Luzern) sowie die Zone 27, 36 und 41 sind nicht einzeln lösbar.

Preise gültig ab 9.12.2007

Einzel-Billette: Zonenplan und Preise



Einzel-Passepartout (Zonen 10, 20, 40)					
Anzahl	1/1		1/2		gültig
	2. KI	1. KI	2. KI	1. KI	
Kurzstrecke	2.00	--	2.00	--	1 Std.
1 Zone	2.80	4.60	2.40	4.00	1 Std.
2 Zonen	4.00	6.60	2.80	4.60	2 Std.
3 Zonen	6.00	9.90	3.20	5.30	2 Std.



Tages-Passepartout (Zonen 10, 20, 40)				
Anzahl	1/1		1/2	
	2. KL	1. KL	2. KL	1. KL
1 Tag	10.00	17.00	7.00	12.00

6-Tages-Passepartout (Zonen 10, 20, 40)				
Anzahl	1/1		1/2	
	2. KL	1. KL	2. KL	1. KL
1 Tag	50.00	85.00	35.00	60.00



Mehrfahrten-Passepartout (Zonen 10, 20, 40)					
Anzahl	1/1		1/2		gültig
	2. KI	1. KI	2. KI	1. KI	
Kurzstrecke	10.00	--	10.00	--	1 Std.
1 Zone	14.00	23.00	12.00	20.00	1 Std.
2 Zonen	20.00	33.00	14.00	23.00	2 Std.
3 Zonen	30.00	49.50	16.00	26.50	2 Std.

Mehrfahrten-Passepartout (Zonen 10, 20, 40) (nur bei vbl AG und Rottal Auto AG entwertbar)					
Anzahl	1/1		1/2		gültig
	2. KI	1. KI	2. KI	1. KI	
Kurzstrecke	20.00	--	20.00	--	1 Std.
1 Zone	28.00	--	24.00	--	1 Std.
2 Zonen	40.00	--	28.00	--	2 Std.
3 Zonen	60.00	--	32.00	--	2 Std.

Preise gültig ab 9.12.2007

Fakten und Zahlen



gemütlich

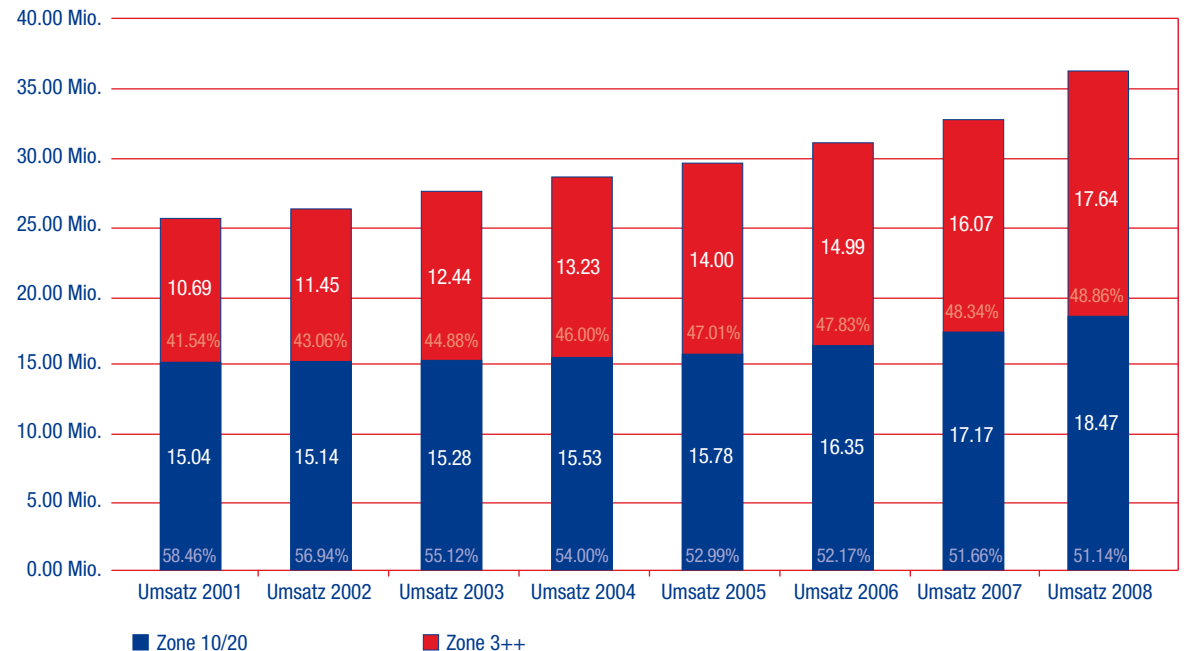
Abonnemente

Die Umsatzentwicklung bei den Abonnements verlief auch im Jahr 2008 wieder sehr positiv. So konnte der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 2.9 Mio. Franken auf 36.11 Mio. Franken gesteigert werden (+8.6%). Dies entspricht dem stärksten Wachstum seit 1994. Während in der Landschaft (Zonen 3++), also ausserhalb der Kernzone 10/20, ein Umsatzplus von 9.8% erzielt wurde, steigerte sich der Umsatz in der Kernzone 10/20 um 7.5%. Gegenüber dem Jahr 2001 sind die Umsätze insgesamt knapp 40%, in der Kernzone um 23% und in der Landschaft

um eindruckliche 65% angestiegen. Diese Entwicklung widerspiegelt sich auch in den prozentualen Umsatzanteilen der Regionen: Während im Jahr 2001 noch über 58% der Umsätze in der Kernzone erzielt wurden, sind es im Jahr 2008 knapp 51%. Auch die Verkaufsumsätze für die einzelnen Zonen erreichen durchwegs erfreuliche Wachstumsraten zwischen 7.2% (2-Zonen-Abo) und 16.1% (1-Zonen-Abo). In Franken war das stärkste Wachstum ausserhalb der Kernzone beim 3-Zonen-Abo mit rund 425'000 Franken bzw. 9.4% Mehrumsatz gegenüber dem Vorjahr.



Umsatzentwicklung Abonnemente



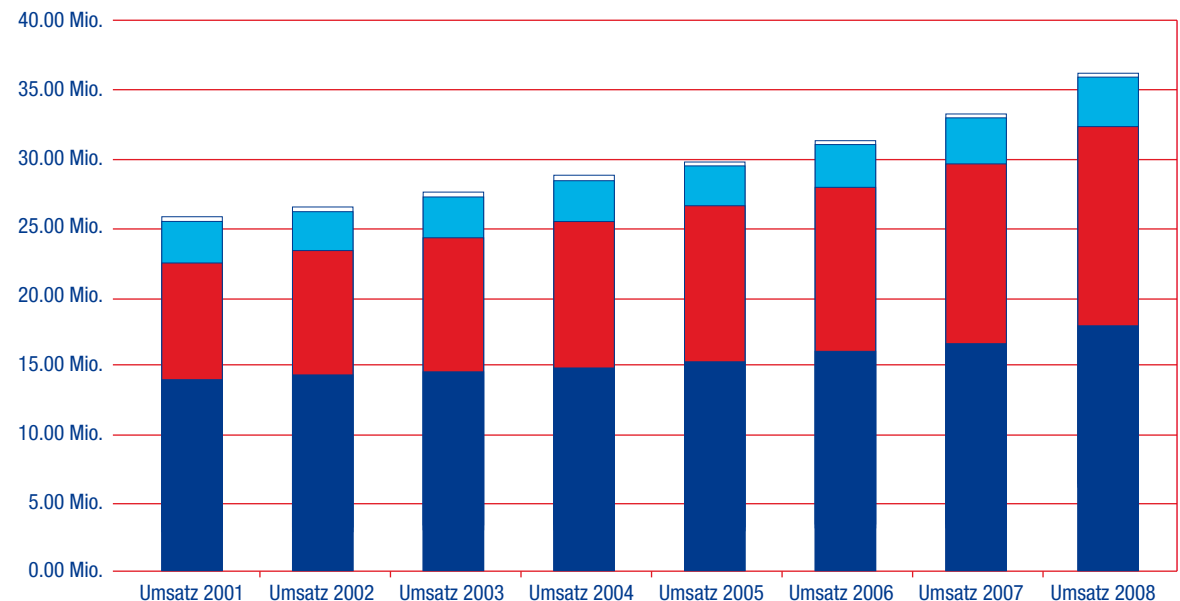
Verkaufs- und Umsatzentwicklung

Die Umsatzentwicklung in den einzelnen Segmenten zeigt seit 2001 in allen Kundensegmenten ein grosses Wachstum. Das Interabo erzielte in den letzten 7 Jahren ein Umsatzwachstum von 64%, der Junioren-Passepartout von 59%, das Abo für Erwachsene von 33% und der 9-Uhr-Passepartout von 15%, insgesamt stieg der Umsatz um rund 40%. Gegenüber dem Vorjahr weist das Interabo Luzern-Zug mit 11.6% das

grösste Umsatzwachstum aus, gefolgt vom Junioren-Passepartout mit 9.5%, dem Erwachsenen-Passepartout mit 8.5% und am Schluss steht der 9-Uhr-Passepartout mit 5.2%.



Zusammensetzung der Verkaufsumsätze 2001 – 2008



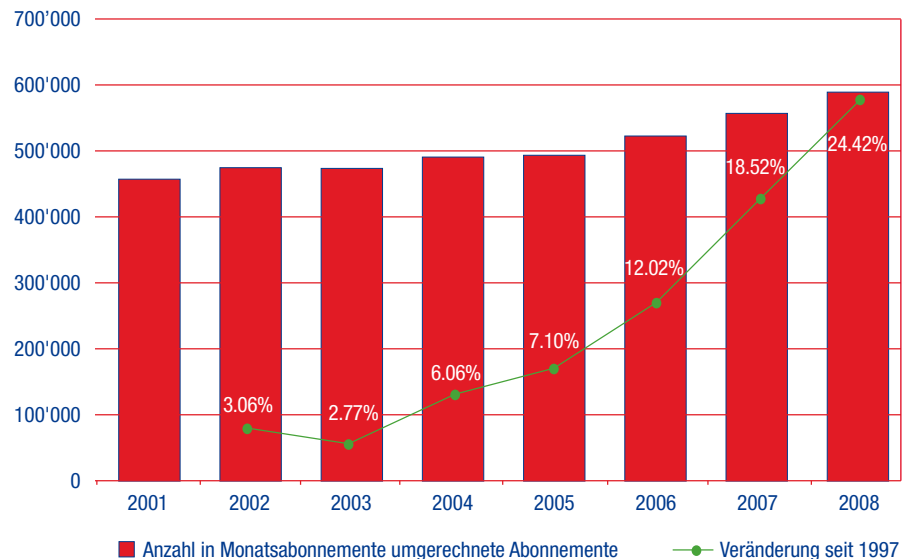
	Umsatz 2001	Umsatz 2002	Umsatz 2003	Umsatz 2004	Umsatz 2005	Umsatz 2006	Umsatz 2007	Umsatz 2008
Interabo	0.19 Mio.	0.20 Mio.	0.18 Mio.	0.20 Mio.	0.22 Mio.	0.24 Mio.	0.28 Mio.	0.31 Mio.
9-Uhr	2.76 Mio.	2.84 Mio.	2.85 Mio.	2.79 Mio.	2.82 Mio.	2.86 Mio.	3.03 Mio.	3.19 Mio.
Junioren	8.84 Mio.	9.26 Mio.	10.14 Mio.	10.74 Mio.	11.33 Mio.	12.09 Mio.	12.84 Mio.	14.06 Mio.
Erwachsene	13.94 Mio.	14.29 Mio.	14.54 Mio.	15.04 Mio.	15.43 Mio.	16.15 Mio.	17.09 Mio.	18.55 Mio.

Im Jahr 2008 wurden 576'941 Abonnemente verkauft (Jahresabonnemente wurden in Monatsabonnemente umgerechnet). Dies entspricht einer Zunahme von 5% im Vergleich zum Vorjahr. Seit 2001 wurden über 24% mehr Abonnemente verkauft, wobei in der Kernzone 10/20 das Wachstum 12.7% und ausserhalb der Kernzone 49% betrug. Von den 576'941 Abonnemenen betrafen gut 46% Erwachsenen-, knapp 43% Junioren- und 11% 9-Uhr-Pass-Abonnemente. Innerhalb der Kernzone 10/20 wurden 354'914 (+4.1%) Abonnemente verkauft, ausserhalb 222'027 (+6.4%). Erfreulich ist ebenfalls die weiterhin überproportionale Zunahme der verkauften Jahresabonnemente – verglichen mit 2001 beträgt das Wachstum in diesem Segment 35.8%. Das Monatsabo verzeichnet ein Plus von 8.9% gegenüber 2001.

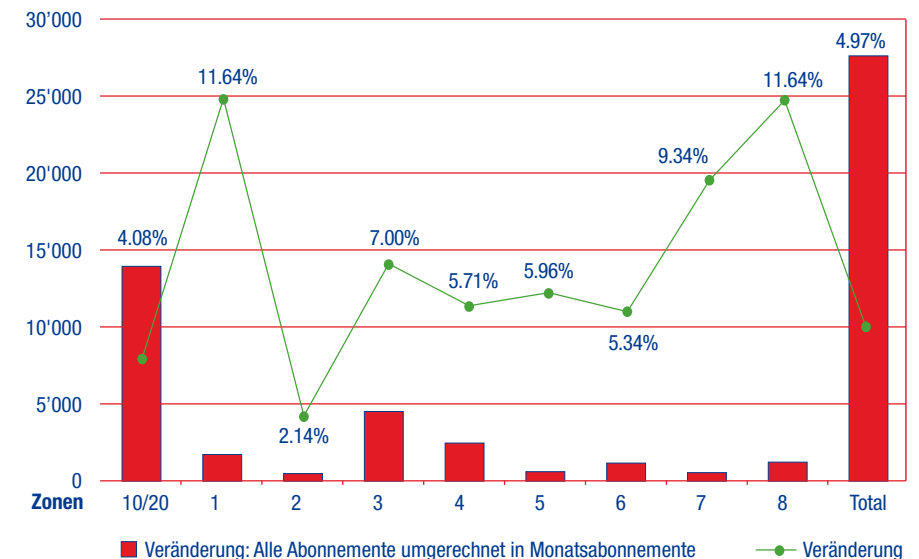
Insgesamt konnten 30'299 Jahresabonnemente (+5.9% gegenüber 2007) und 213'353 Monatsabonnemente (+3.4%) verkauft werden. Sowohl beim Jahres- als auch Monatsabonnement werden am meisten in der Kernzone 10/20 verkauft: 68.2% der Monats- und 57.6% der Jahresabonnemente entfallen auf diese Zone. Alle Zonen weisen Mehrverkäufe gegenüber 2007 aus, allerdings gibt es sehr grosse Unterschiede: Ausserhalb der Kernzone verkaufte sich das 3-Zonenabonnement in absoluten Zahlen am häufigsten, prozentual sind jedoch das 1-Zonen und das 8-Zonen-Abonnement am stärksten gewachsen mit je 11.6%. Am wenigsten wird vom 7-Zonen-Abonnement verkauft, insgesamt 8'156 Stück, was nur gerade 4% aller Abonnemente ausserhalb der Kernzone ausmacht. Insgesamt ist das Wachstum ausserhalb der Kernzone nach wie vor grösser, nämlich 6.4% gegenüber der Kernzone mit 4.1%.



Verkaufsentwicklung Abonnemente seit 1997



Veränderung der verkauften Abonnemente pro Zone 2008 gegenüber 2007



ITV Agglo Luzern

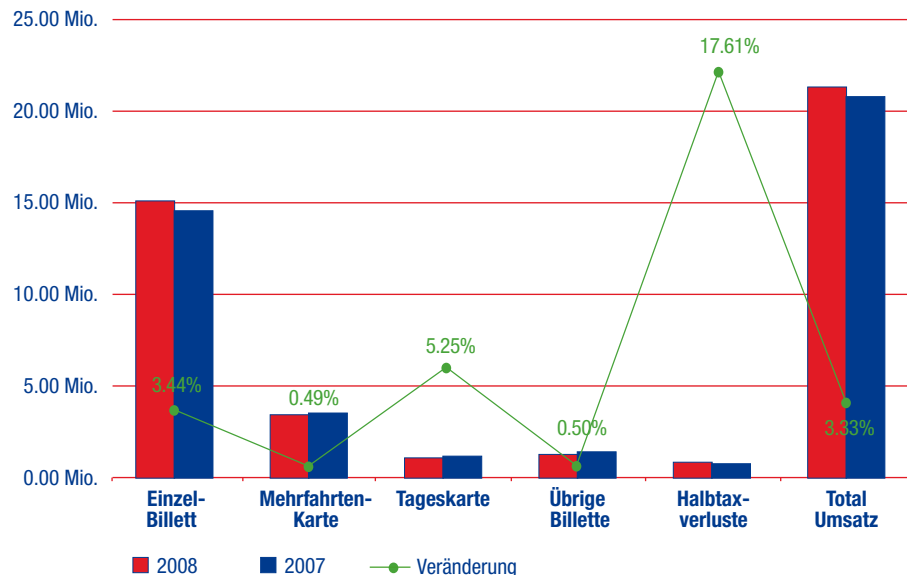
Der kumulierte Umsatz hat sich beim ITV Agglo Luzern um 3.3% auf 21.2 Mio. Franken erhöht. Dies ist weniger als die durchschnittliche Tarifierhöhung per Mitte Dezember 2007, was sich auch in der rückläufigen Entwicklung der verkauften Billette (-0.5%) manifestiert. Bei den einzelnen Produkten konnte zwar bei der umsatzstärksten Kategorie, den Einzelbilletten, immer noch eine Umsatzsteigerung von 3.4% erzielt werden, bei den Mehrfahrtenkarten sind es noch 0.5%. Stärker angestiegen sind die Tageskarten (+5.3%), allerdings auf einem sehr tiefen Niveau. Seit April gibt es die Lucerne Card zu kaufen, die in der Kernzone 10/20 gültig ist und zu Reduktionen bei zahlreichen Museen, Golfplätzen und weiteren touristisch attraktiven Angeboten berechtigt. Bis Ende Jahr wurden 585 Stück verkauft. Neben den Verkaufsstellen

beim Bahnhof und den teilnehmenden Museen können die Cards seit Dezember auch an den Automaten der SBB erworben werden.

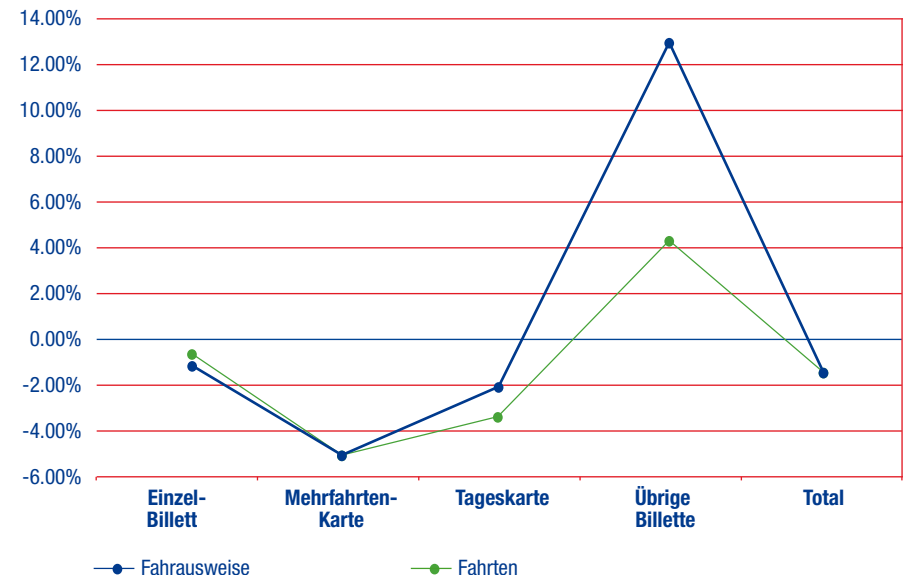
Die Anzahl Fahrten waren im 2008 insgesamt rückläufig (-1.5%). Einerseits wurden weniger Fahrausweise verkauft (-1.7%), andererseits führt der grössere Rückgang bei den Mehrfahrten- und Tageskarten auch zu einem überproportionalen Rückgang der getätigten Fahrten. Einzig bei den übrigen Billetten, darunter fallen z.B. die Season-Tickets, City-Tickets oder Gruppenbillette, haben zugenommen. Der Rückgang der verkauften Billette könnte ein Indiz dafür sein, dass die Tarifmassnahmen per Dezember 2007, die beim ITV Agglo Luzern im Schnitt 6.8% ausmachten, von der Kundschaft nicht akzeptiert wurden oder ein Wechsel zu den Abonnementen stattgefunden hat.



Umsatz ITV Agglo 2007 – 2008



Prozentuale Veränderung Anzahl Fahrausweise und Fahrten 2007 – 2008



Kundenzufriedenheit



Schnell

Kundenzufriedenheitsumfrage 2008

Der Kanton Luzern und der Zweckverband öVL haben 2008 nun bereits zum vierten Mal, zum zweiten Mal gemeinsam mit den Kantonen Obwalden und Nidwalden, die Servicequalität der verschiedenen Bahn-, Bus- und Schiffslinien durch ein Marktforschungsunternehmen untersuchen lassen. In die Befragung sind ebenso die grenzüberschreitenden Linien mit den Nachbarkantonen Bern, Aargau, Zug und Schwyz integriert.

Die Kundinnen und Kunden geben dem öV in der Agglomeration sowie im Kanton Luzern bei der aktuellen Kundenbefragung gute Noten. Die Gesamtkundenzufriedenheit beträgt wie bei der letzten Befragung 74 Punkte. Somit konnte das Niveau trotz erfreulich stark steigender Frequenzzahlen gehalten werden. Insbesondere in den Bereichen Zuverlässigkeit, Fahrkomfort, Netzqualität, Sicherheit und Sauberkeit lässt sich eine kontinuier-

liche Verbesserung feststellen. Die Gesamtkundenzufriedenheit im Kanton Obwalden beträgt weiterhin 73 Punkte und im Kanton Nidwalden sinkt sie auf 72 Punkte (2006: 74 Punkte). Die Umfrage dient den Bestellern und den Transportunternehmen für weitere Verbesserungen und Innovationen.

Tickets und Preise

Das Thema „Tickets und Preise“ beeinflusst die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden zusammen mit der Netzqualität und Zuverlässigkeit am meisten. Im Vergleich zur Kundenzufriedenheitsumfrage 2006 konnte die Zufriedenheit mit 68 Punkten gehalten werden. Insgesamt gaben 32% der Befragten eine tiefe, 40% eine mittlere und doch 28% eine hohe Bewertung ab. Bezüglich Sortiment sind ¾ der Befragten zufrieden bis sehr zufrieden.



	Bewertung		
	Tiefe Bewertung (<60 Punkte) unzufrieden	Mittlere Bewertung (60-79 Punkte) zufrieden	Hohe Bewertung (80-100 Punkte) sehr zufrieden
	2008	2008	2008
Tickets und Preise	32	40	28
Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis	40	40	20
Einfache und verständliche Regelung für Vergünstigungen, Rückerstattung, Anschluss- oder Velobillette	43	37	20
Sortiment von Billetten und Abonementen	25	38	37

Image des öffentlichen Verkehrs

Im Vergleich zur Kundenzufriedenheitsumfrage 2006 haben die Kundinnen und Kunden das Image des öV um 2 Punkte schlechter bewertet. Vor allem das Umsteigen wird einmal mehr als grösste Schwachstelle beurteilt.

Die Anliegen werden ernst genommen

Die Resultate sind ein Ansporn für weitere Massnahmen zur Attraktivitätssteigerung des öV in Luzern. Insbesondere die Kapazitätsengpässe bedingt durch den Nachfrageanstieg in den Bussen und Bahnen und die Verbesserung der Anschlüsse bleiben dabei im Fokus der Besteller. In absehbarer Zukunft werden kontinuierlich weitere Investitionen in die Qualität des öV getätigt:

- Weiterer Ausbau der S-Bahn Luzern und des Bussystems für ein noch attraktiveres öV-Netz (systematische Fahrpläne und bessere Anschlüsse)
- Laufende Beschaffung von neuem Rollmaterial und neuen Bussen mit Niederflureinstieg sowie wenig Lärm- und Luftemissionen, damit in Zukunft der Qualitätsstandard der Fahrzeuge weiter erhöht werden kann
- Schaffung eines Integralen Tarifverbundes LU/OW/NW über das ganze Gebiet der Kantone Luzern, Obwalden und Nidwalden für Einzel- und Mehrfahrtenkarten per Ende 2009 (Zonentickets anstatt Streckentickets).



	Bewertung						
	Passepartout	Passepartout	Kanton Luzern/ÖVL Total	ÖVL	Kanton Luzern (ohne ÖVL)	Kanton Obwalden	Kanton Nidwalden
	2008	2006	2008	2008	2008	2008	2008
Image Kanton und ÖVL	75	77	75	75	74	75	74
Man kann sich auf den ÖV verlassen	79	80	79	79	79	80	78
Betreffender Kanton/Zweckverband ÖVL engagieren sich	77	77	77	78	76	76	75
Betreffender Kanton/Zweckverband ÖVL nehmen ihre Verantwortung für den ÖV wahr	78	78	78	79	77	77	76
Was angeboten wird, hat Qualität	78	78	78	78	78	79	77
Mit dem ÖV kommt man überall hin	71	72	71	73	68	70	70
Man muss beim Umsteigen nie lange warten	66	69	66	66	65	64	66
Man kommt entspannt ans Ziel	77	79	77	77	77	79	76

Marketing / Neuerungen



regelmässig

Kommunikations-Massnahmen 2008

Im Zentrum der Marketing-Massnahmen 2008 stand die Stammkundenpflege. Zudem konnte die Partnerschaft mit der Xundheit als Partner des Passepartouts um ein weiteres Jahr verlängert werden.



Partnerschaft mit Xundheit
Nach mehrjähriger erfolgreicher Zusammenarbeit konnte die Partnerschaft mit Xundheit erneut für ein weiteres Jahr verlängert werden.

Als Gegenleistung für den Sponsoring-Beitrag wird Xundheit in die Kommunikations-Massnahmen des Passepartouts integriert; insbesondere auf den Jahres-Abos.



Sponsoring volley BTV Luzern
Der Tarifverbund Passepartout tritt als offizieller Privatsponsor von Linda Kronenberg und Magdalena Hofstetter auf. Sie gehören dem Kader des NLA Teams von volley BTV Luzern an. Als Gegenleistung stehen dem Tarifverbund LU/OW/NW verschiedene Kommunikationskanäle des volley BTV Luzern zur Verfügung.



Stammkundenmailing

Tagtäglich sind rund 30'000 Stammkundinnen und Stammkunden mit dem Passepartout unterwegs – sei es zur Arbeit oder zur Ausbildung. Diese stehen denn auch im Mittelpunkt einer speziellen Dankeschön-Kampagne (Dezember 2008 – November 2009). Dank einer grosszügigen Partnerschaft mit Coop erhalten alle Stammkundinnen und Stammkunden mit ihrer Abo-Erneuerung nebst einem Dankeschön-Brief vier Coop-Gutscheine im Wert von insgesamt 50 Franken. Diese Gutscheine können bei Einkäufen ab einem bestimmten Betrag in den Coop-Geschäften eingelöst werden. Der Wert der gesamten Kampagne entspricht 1,5 Mio. Franken, welcher von Coop in verdankenswerter Weise gratis zur Verfügung gestellt wurde.

Weiter erhalten unsere Stammkunden 20% Ermässigung bei den Sörenberg Bergbahnen und ab Dezember 2008 bei den Rigi Bahnen.



Sommer Aktion „Stop Ozon“

Der Tarifverbund LU/OW/NW beteiligte sich auch im 2008 wieder an der Sommeraktion der „Regionalkonferenz Umweltschutz“ (RKU). Darin sind über 10 Gemeinden der Stadt und Agglomeration Luzern vertreten. Ziel der RKU war es, die Bevölkerung für die Klima- und Ozonproblematik zu sensibilisieren und ein Umdenken (Umsteigen auf den öV) zu fördern. Wer in einer der beteiligten Gemeinden wohnhaft ist, konnte in den Monaten Juli und August seinen Führerausweis gegen ein stark vergünstigtes Monatsabo der Zonen 10/20 (40) eintauschen.

STOP.OZON.ch



Basis-Prospekt

Mit Blick auf das Jahr 2009 wurde der Basis-prospekt in einer Auflage von 70'000 Exemplaren neu aufgelegt. Das Spezialbillett „Event-Ticket“ wurde in den Basis-Prospekt integriert. Gleichzeitig wurden auch diverse Zonenpläne in den Formaten A3 und A4 für verschiedene Einsätze angepasst.



www.passepartout.ch

Die Website wurde in mehreren Bereichen inhaltlich vertieft. Zudem ist eine Online-Version des Tarifs 651.5 und des Basis-Prospekts sowie ein haltestellengenauer Abo-Zonenplan auf der Website publiziert.

Rund um den Tarifverbund



pünktlich

Neuer Geschäftsführer



Interview mit Albrecht Strohbach (Geschäftsführer Tarifverbund Passepartout)

Seit dem 1. Februar 2008 ist Albrecht Strohbach Geschäftsführer der Geschäftsstelle Tarifverbund Passepartout. Er ist 45-jährig und stammt aus Graubünden. Seine Berufserfahrungen sammelte er im öffentlichen Verkehr, zuletzt als Verantwortlicher Verkauf und Marketing in der Regionalleitung einer Privatbahn. Dort war er auch Mitglied im

Koordinationsausschuss des regionalen Tarifverbundes. Nach einer kaufmännischen Grundausbildung bei der Bahn erlangte er das Handelsdiplom und bildete sich zum „dipl. Marketingplaner“ sowie zum „dipl. Manager öffentlicher Verkehr“ weiter.

Herr Strohbach, beschreiben Sie bitte Ihren Aufgabenbereich

Die Geschäftsstelle kümmert sich um die Belange des Tarifverbundes und koordiniert die Zusammenarbeit der beteiligten Transportunternehmungen. Sie führt die Verbundfinanzen und ist für die korrekte Anwendung des Verteilschlüssels und der damit einhergehenden Ertragszuscheidung an die Transportunternehmungen zuständig. Die Geschäftsstelle führt ein eigenes revisionstaugliches Rechnungswesen. Weiter ist sie für das Verbund-Marketing verantwortlich. Nebst der üblichen Werbung gehört auch die Distribution der 30'000 Passepartout-Jahresabonnemente dazu. Die Erstellung der haltestellengenauen Zonenpläne, die Berechnung von Event-Tickets sowie die Pflege der Website gehören ebenso ins Repertoire. Zudem ist sie für die interne Kommunikation sowie für die Medienarbeit verantwortlich. Weiter führt und pflegt sie den Verbundtarif und das Haltestellenverzeichnis.

"Die Einführung des integralen Tarifverbundes muss sowohl in der Öffentlichkeit als auch bei den Mitarbeitern sorgfältig und stufengerecht kommuniziert werden."

Die Aufgaben sind sehr vielseitig und bringen die Zusammenarbeit mit verschiedenen internen und externen Anspruchsgruppen mit sich. Zudem habe ich Einsitz in verschiedenen Gremien oder arbeite in diversen Arbeits- oder Projektgruppen mit. Grundsätzlich sehe ich mich auf der Geschäftsstelle mit allen Unternehmensbereichen einer Firma konfrontiert: Management, Finanzen, Marketing/Verkauf, Unternehmenskommunikation, Technik, HR und Administration.

Sie sind Bündner mit langjährigem Arbeitsort Oberengadin. Wie gefällt es Ihnen mittlerweile in der Zentralschweiz?

Sie stellen diese Frage zur falschen Jahreszeit. (lacht.) Mit dem Nebel habe ich schon meine liebe Mühe. Vorallem wenn ich weiss, dass es über dem „Deckel“ eigentlich schön ist. Grundsätzlich gefällt mir die Gegend hier aber sehr gut. Der grosse See, die nahen Berge, die Vorzüge einer überschaubaren Stadt sowie die zentrale Lage sind durchwegs attraktive Faktoren.

In der Geschäftswelt ist es Usus, mit Kennzahlen zu operieren. Mit welchen Kennzahlen charakterisieren Sie den Tarifverbund Passepartout?

3 Kantone	10 Transport- unternehmungen	900 Km Streckennetz	30'000 Jahresabos	56.9 Mio Einnahmen
---------------------	---	-------------------------------	-----------------------------	------------------------------

Welche Arbeiten haben Sie in den letzten 11 Monaten angepackt?

Zuallererst ging es darum, die soeben fertiggestellten Räumlichkeiten zu beziehen und einzurichten. Dann galt es sämtliche Arbeiten anzupacken

wie sie bei der Gründung einer neuen Firma anfallen, um sie handlungsfähig zu machen: Ein Bankkonto musste eröffnet werden, die Mehrwertsteuer-Nummer musste beantragt und der Handelsregister-Eintrag musste abgeklärt werden. Gleichzeitig wurde der Kontenplan erstellt und das Rechnungswesen inkl. Software eingerichtet. Um den Liquiditätsbedarf zu decken, leisteten die beteiligten Transportunternehmungen Akonto-Zahlungen.

Mein Arbeitsbeginn fiel zudem zeitgleich in die Phase, in welcher sich die „Arbeitsgruppe Marketing“ mit der Evaluation einer Werbeagentur für die Einführungskampagne „Integraler Tarifverbund“ befasste. So durfte ich gleich auf den fahrenden Zug aufspringen. Mitte Jahr wurde ich infolge eines personellen Wechsels mit der Leitung dieser Arbeitsgruppe beauftragt.

Daneben wurde die Website inhaltlich ausgebaut und wir haben einen haltestellengenauen Abo-Zonenplan der zusammen mit einer Online-Version des Tarifs 651.5 ebenfalls auf dem Web abgelegt ist.

Ansonsten war da noch das, was bei jedem Stellenwechsel anfällt: Nämlich die Einarbeitung in die verschiedenen Bereiche und das Studium von zahlreichen Dossiers. Und die vielen 1000 Sachen, die sich aus dem Alltagsgeschäft ergeben haben.

Worin oder wodurch zeichnet sich der Tarifverbund Passepartout aus?

Der Tarifverbund Passepartout ist der zweitälteste Tarifverbund der Schweiz. Er wurde am 1. Oktober 1986 gegründet. Der Produkt- und der Organisationsname sind seit Beginn unverändert geblieben. Das hat dazu geführt, dass der Name „Passepartout“ heute eine bekannte und starke Marke ist. So spricht niemand von seinem Jahresabonnement sondern vom seinem „Passepartout“. Der Name für das Produkt hätte zudem kaum treffender gewählt werden können. Er ist selbsterklärend und er

trifft mit seiner Bedeutung voll ins Schwarze: Passepartout, der General-schlüssel für den öV.

Wie wird sich die Rezession auf den Tarifverbund Passepartout auswirken?

Auch der öV wird bei einer Rezession tangiert. Werden Arbeitsplätze abgebaut, dann gibt es auch weniger Pendler. Jeder vierte Pendler ist ein öV-Pendler. Zudem wird in schlechten Zeiten auch tendenziell im Freizeit- und Ausflugsverkehr gespart.

Welche Schwerpunkte planen Sie für die nächsten 12 Monate?

Es dreht sich alles um die Einführung des Integralen Tarifverbundes per 13. Dezember 2009. Da sind noch einige Herausforderungen zu meistern. So erhält das Marketing einen neuen Stellenwert und kommt mit einem neuen Auftritt inkl. Internet daher. Um die Einführung des Integralen Tarifverbundes optimal zu kommunizieren, wurde das Budget aufgestockt. Die Kommunikation findet auf verschiedenen Ebenen mit unterschiedlichen Zielgruppen statt. Nebst der klassischen Werbung für den öV muss auch das neue Tarifsystem kommuniziert werden. Bei vier Transportunternehmungen werden zudem neue Automaten und Chauffeurverkaufsgeräte eingesetzt. Das neue Tarif- und Zonensystem bringt sowohl für die Kundschaft als auch für die Mitarbeiter einige Änderungen mit sich und muss gut kommuniziert werden. Weiter werden in der zweiten Jahreshälfte die Einnahmen mit der eigens für diesen Zweck entwickelten Software DIVIS erfasst und ausgewertet. Das grössere Datenvolumen machte diese Umstellung notwendig.

"Der Produkt- und der Organisationsname sind seit Beginn unverändert geblieben. Das hat dazu geführt dass der Name „Passepartout“ heute eine bekannte und starke Marke ist."

Rückblick

Angebot 2008

Für die Zentralschweiz hat das Fahrplanjahr 2008 Verbesserungen beim Bus- und Bahnverkehr gebracht. Im Zentrum der Verbesserung standen die Vertaktung bei vielen Linien. Das heisst, die Züge bzw. Busse verkehren den ganzen Tag zur gleichen Minute. Dies vereinfacht die Merkbarkeit der Fahrpläne und ermöglicht bessere Anschlüsse. Die Region Seetal sowie die Gemeinden an der Linie Luzern – Sursee – Zofingen – Olten kamen in den Genuss von deutlichen Angebotsverbesserungen. Dabei wurde nicht nur der Halbstundentakt ausgeweitet, sondern auch die Verbindungen in den Abend- und Nachtstunden verbessert. Mit dem Tausch der Abfahrtszeiten zwischen dem IR nach Engelberg und der S4 nach Stans verbesserten sich die Anschlüsse in Luzern von/nach Engelberg. Im Weiteren profitierten die Kundinnen und Kunden vom Angebotsausbau der S4 und S5 und vom verbesserten Sonntagsangebot. Die Busverbindungen erfuhren ebenfalls einige Anpassungen. So wurden Verbesserungen im Entlebuch, am Sempachersee und im Seetal umgesetzt.



Eröffnung S-Bahnhaltestelle Luzern Verkehrshaus

Am 8. Dezember 2007 wurde im Rahmen der S-Bahn Luzern die neue Haltestelle Luzern Verkehrshaus im Beisein von Bundesrat Samuel Schmid und SBB CEO Andreas Meyer eröffnet. Die architektonisch und bautechnisch anspruchsvolle Haltestelle wurde innert nur fünf Monaten Bauzeit erstellt und ist neben der Erschliessung der umliegenden Quartiere ein wichtiger direkter Anschluss des Verkehrshauses an das Bahnnetz.

Tarifverbund

Auf Dezember 2007 wurden die Tarife für Abonnemente und Einzelbillette in der Agglomeration (ITV Agglo Luzern) erhöht, bei den Abonnements um durchschnittlich 3% und die übrigen Billette um durchschnittlich 6.8%. Während bei den Abonnements die Verkäufe um 5% stiegen, waren beim ITV Agglo Luzern die Anzahl verkaufter Billette rückläufig. Dieser Rückgang dürfte auch darauf zurück zu führen sein, dass zum Abonnement gewechselt wurde, stiegen die Verkäufe der Kernzone 10/20 doch um 4.1%. Die attraktive Werbekampagne „Bis zu 3 Monaten gratis fahren“ manifestierte zudem ihre positive Wirkung mit dem überdurchschnittlichen Verkaufszuwachs bei den Jahresabonnements.

Der Umsatz des Tarifverbundes LU/OW/NW erreichte im 2008 die stolze Zahl von 56.7 Millionen Franken, ein Plus von 6.4% gegenüber dem Vorjahr und wiederum ein Rekord! Seit der Einführung des ITV Agglo im Jahr 2002 erhöhte sich der Gesamtumsatz um 15 Millionen Franken, das sind über 28% in 7 Jahren. In diesem Zeitraum wurden die Tarife drei Mal erhöht, nämlich in den Jahren 2003, 2004 und 2007.

Kurz vor den Sommerferien startete der Feldtest mit neun neuen Automaten der VBL AG. Der Feldtest sollte aufzeigen, ob alle Funktionen wie z.B. das Zahlen mit Kreditkarte, das Lösen von mehreren unterschiedlichen Billetten, die Datenübertragung von der Zentrale auf die Automaten und umgekehrt einwandfrei klappt. Es galt aber auch, Reaktionen der Kundschaft bezüglich Handhabung auszuwerten. Nach der Behebung kleinerer Probleme konnte der Test erfolgreich abgeschlossen werden und die nächste Phase wurde in Angriff genommen. Aber nicht nur stationäre Geräte werden erneuert, auch Buschauffeure erhalten neue Verkaufsgeräte, die eine direkte Verbindung zur Zentrale haben. Auch diese Geräte haben die Tests erfolgreich bestanden und sind bereits auf mehreren Linien der VBL AG, Auto AG Rothenburg, Rottal Auto AG und beim PostAuto in Betrieb.

Ausblick

Neue Billettautomaten

Im Hinblick auf den Integralen Tarifverbund Passepartout, der auf Ende 2009 eingeführt wird, werden neue Billettautomaten und Verkaufsgeräte beschafft. Mit dem Integralen Tarifverbund wird der bisherige Abonnementsverbund erweitert, da neu auch im Einzeltarif das Lösen von Billetten möglich ist, die das Benützen mehrerer Transportmittel verschiedener Transportunternehmungen (z.B. kombinierte Bahn-Bus-Strecke) in den gelösten Zonen erlauben. Dies bedingt eine Änderung bei der Tarifierung: Es wird nicht mehr eine bestimmte Strecke gelöst, sondern die Zonen zwischen dem Abgangs- und Zielort. Diese Änderung wird auch die Preise beeinflussen und zwar sowohl nach oben als auch nach unten. Das neue Zonenbillett bringt aber vor allem zahlreiche Vorteile:

- Einfach: 1 Billett für 10 Transportunternehmungen und 3 Kantone
- Attraktiv: Mehrfahrtenkarte 6 für 5 und das Retour-Billett gilt als Tageskarte
- Flexibel: Freie Fahrt in den gewählten Zonen und frei wählbares Gültigkeitsdatum

Was ändert sich in Bezug auf die Bedienung der neuen Automaten für die Kundinnen und Kunden? Als erstes fällt die neu gestaltete Oberfläche auf. Anstelle von Tasten findet der Fahrgast neu eine „TouchScreen“-Fläche vor. Diese ist vergleichbar mit ähnlichen Systemen wie man sie bereits von Bankomaten oder den SBB-Automaten her kennt. Mit einer einfachen Menüführung können die Bahn- und Busbenutzer das gewünschte Billett und neu auch Monatsabonnemente lösen. Die neuen Geräte bieten aber noch weit mehr:

- Es können alle Destinationen innerhalb des Verbundgebiets gewählt werden. Zudem kann eine Auswahl von Verbindungen ausserhalb des Verbundgebiets gelöst werden.
- Am Automaten (und neu auch beim Buschauffeur) sind ermässigte oder ganze Einzelbillette und Mehrfahrtenkarten, Tageskarten sowie Monatsabonnemente erhältlich.
- Es kann mit Münzen in CHF und EUR sowie mit den meisten gängigen Debit- und Kreditkarten bezahlt werden.



Angebot 2009

Der öffentliche Verkehr im Verbundgebiet wird auf den Fahrplanwechsel 2009 dank Angebotsverbesserungen im Bus- und Bahnverkehr noch attraktiver. Die bessere Erreichbarkeit des Rontals, der Ausbau der Achse Luzern – Sursee – Olten – Basel, die Optimierung der Anschlüsse in Sursee, der Einsatz von modernem Rollmaterial sowie die Schliessung der verbleibenden Lücken im Halbstundentakt der S5 bilden die Schwerpunkte. Mit dem Fahrplan 2009 wird auch das Busangebot mit neuen Linien und Verlängerungen von Buslinien ausgebaut. In der Region Sursee werden neue Buslinien eingeführt und bestehende Linien mit zusätzlichen Kursen verdichtet. Im Weiteren entsteht mit der Verlängerung der Linie 13 eine neue Tangentialverbindung zwischen Littau, Emmen und Rothenburg. Mit Linienverlängerungen und Streckenanpassungen wird das Busangebot auf den Linien 50, 51 und 52 nördlich von Luzern noch attraktiver. Im Seetal werden die Anschlüsse des TransSeetalExpress nach Zürich-Enge verbessert und das Angebot weiter ausgebaut. Mit der Einführung der Busverbindung Root D4 – Udligenswil – Küssnacht a.R. und der Verlängerung nach Vitznau entsteht neu eine direkte Verbindung vom Rontal nach Küssnacht a.R. und zu den Seege- meinden.

Erweiterung Verbundgebiet

Mit der Verlängerung der Buslinie 50 ins aargauische Menziken sowie der neuen Buslinie von Sursee nach Beinwil a.S. erfolgte eine Erweiterung des Verbundgebietes. Die Zone 33 wird ab dem Fahrplan 2009 nach Beinwil a.S. erweitert und es wird die neue Zone 36 eingeführt. Dies ermöglicht Reisenden ab Menziken wahlweise mit dem Bus über Bero- münster oder via Beinwil a.S. und der S9 nach Luzern zu reisen. Mit einer Ausdehnung der Zone 27 wird schliesslich das Verbundgebiet Passepartout in der Region Zofingen (Brittnau, Strengelbach und Vordemwald) vergrössert. Sowohl in der Zone 36 als auch 27 sind der Passepartout und die Abonnemente der A-Welle gültig; Voraussetzung ist, dass mindestens ein 2-Zonen-Abonnement gelöst wird.

Passepartout

Tarifverbund Luzern/Obwalden/Nidwalden

Tarifverbund Luzern, Obwalden, Nidwalden
c/o Verkehr und Infrastruktur (vif)
Abteilung öffentlicher Verkehr
Arsenalstrasse 43, 6010 Kriens
Telefon 041 318 11 41, Fax 041 311 20 22



www.passepar-tout.ch
www.s-bahn-luzern.ch
www.vif.lu.ch/index/ov/tarifverbund-2.htm
www.ow.ch/de/onlineschaltermain/publied/berichte
www.nw.ch/de/verwaltung/dienstleistungen
www.oevl.ch

Zuverlässig