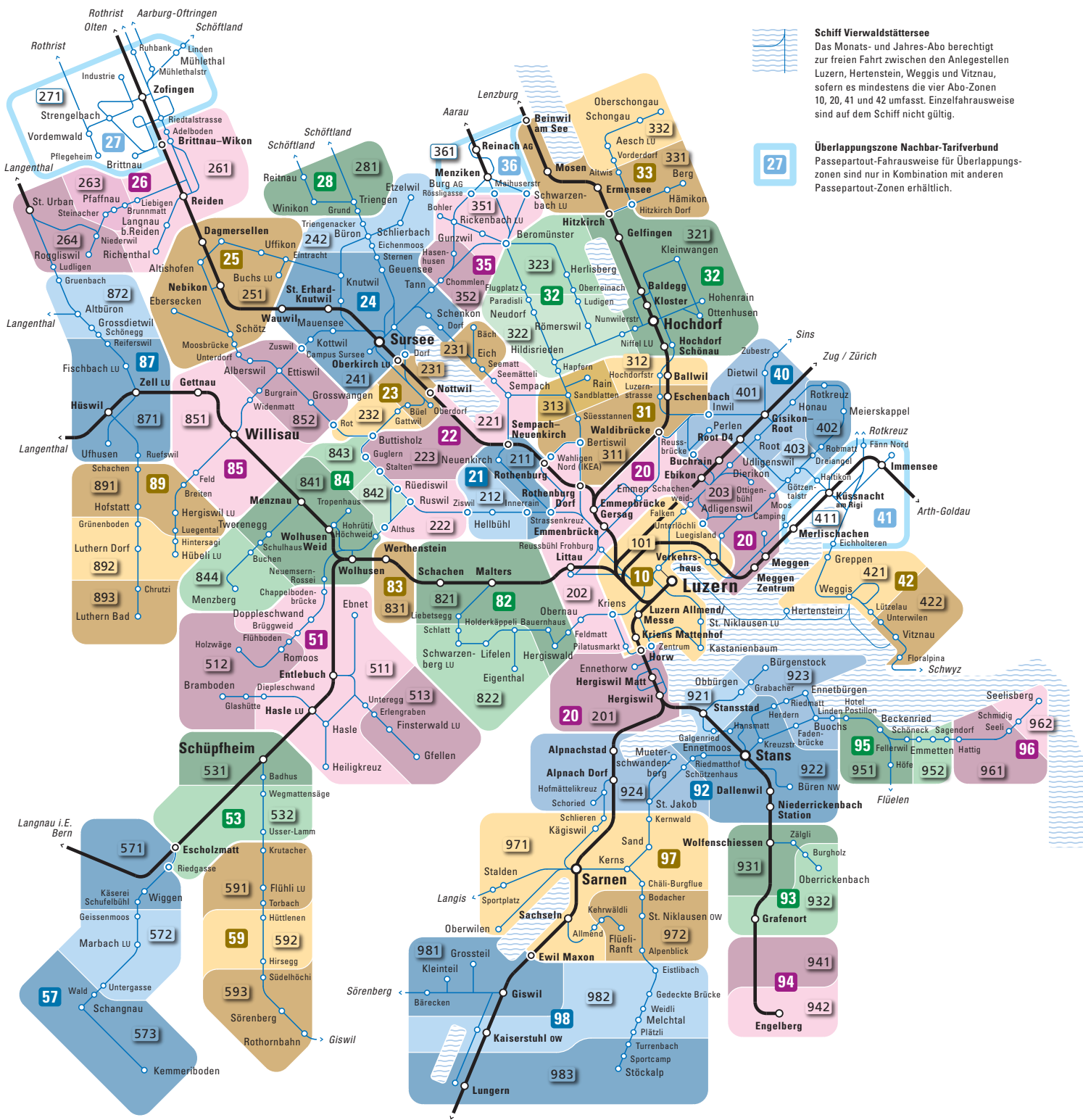


### Geschäftsbericht 2013



**Schiff Vierwaldstättersee**  
Das Monats- und Jahres-Abo berechtigt zur freien Fahrt zwischen den Anlegestellen Luzern, Hertenstein, Weggis und Vitznau, sofern es mindestens die vier Abo-Zonen 10, 20, 41 und 42 umfasst. Einzelfahrweise sind auf dem Schiff nicht gültig.

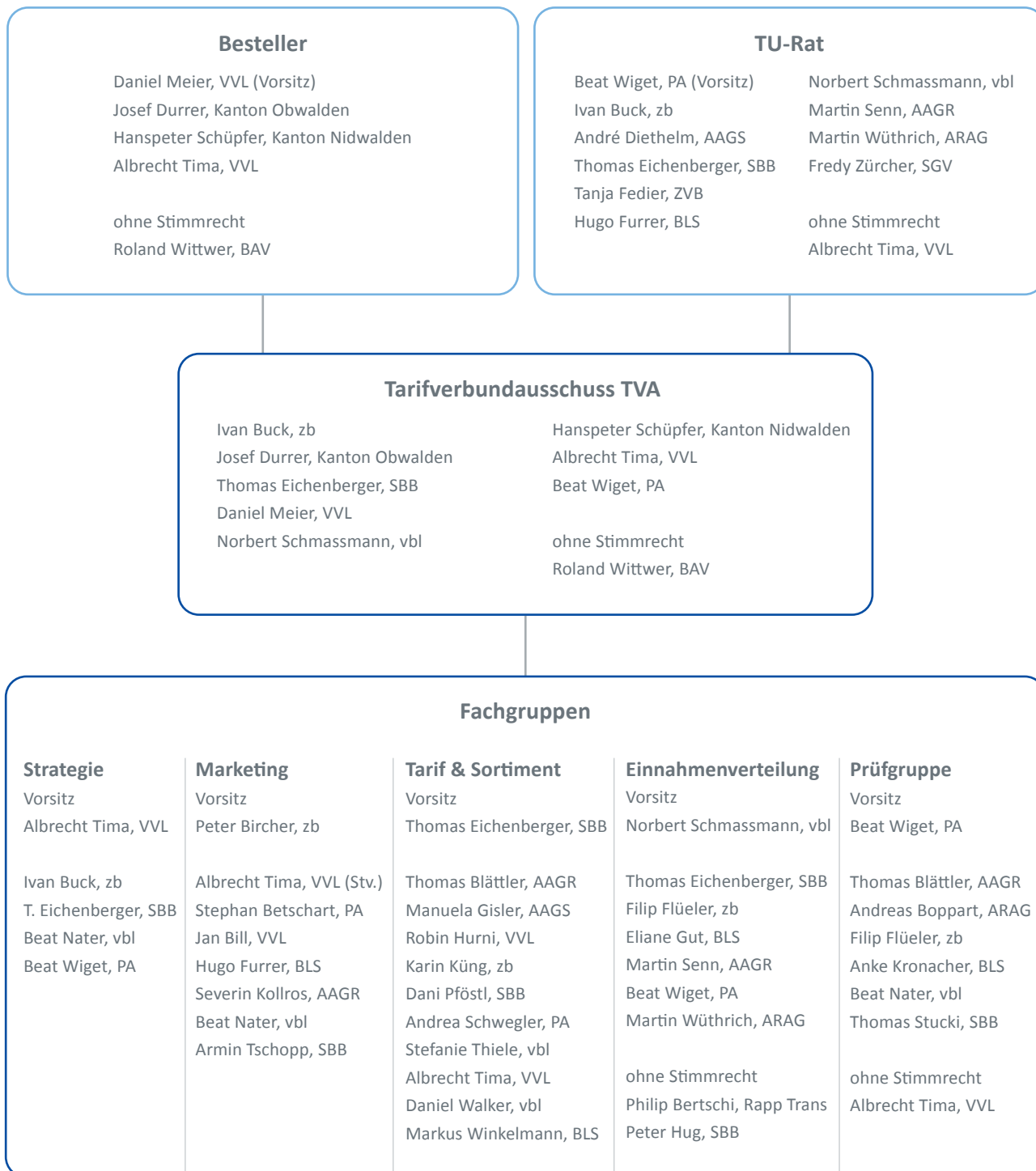


**Überlappungszone Nachbar-Tarifverbund**  
Passepartout-Fahrweise für Überlappungs-zonen sind nur in Kombination mit anderen Passepartout-Zonen erhältlich.

Brünig / Meiringen / Interlaken Ost

- Bahn
- Bus
- Bahnhof
- Ortschaft mit Bushaltestelle
- Letzte Bushaltestelle vor Zonengrenze
- Bahnhof liegt auf Zonengrenze und gehört zu zwei Zonen
- Bushaltestelle liegt auf Zonengrenze und gehört zu zwei Zonen
- Zonennummer für Abonumente
- Zonennummer für Einzelfahrweise

# Organisation (Stand Dezember 2013)



# Marketing

## Broschüren und Plakate

Mit den Kommunikationsmitteln wie Broschüren, handlichen Pocket-Guides sowie Zonenplänen stellt Passepartout die Basiskommunikation sicher. Die Kommunikation wird ergänzt mit Transparenten sowie Bildschirmwerbung in Bussen, Zügen und Billettautomaten. Zudem werden interne und externe Kanäle von Partnern genutzt.

## Stammkundenpflege

Die Stammkundschaft wird jeweils vor Ablauf ihres Jahres-Abos mit einem Erinnerungsschreiben zur Erneuerung ihres Abos ermuntert. Mit Zusatzleistungen (Vergünstigung bei Jungfraubahnen oder Mobility Carsharing) werden sie zudem für ihre Treue belohnt. Ehemalige Monats- und Jahres-Abo-Inhaberinnen und -Inhaber werden regelmässig angeschrieben und mit einem gezielten Anreiz zum Kauf eines Jahres-Abos animiert.

## Vermarktung öV aus Gesamtsicht

Bei diesem nationalen Projekt geht es darum, den öV aus der Gesamtsicht zu vermarkten. In dieser Zusammenarbeit werden die Fahrgäste gemeinsam von Passepartout und der SBB beworben. So animiert Passepartout ehemalige Kundinnen und Kunden des GA für den Kauf des Passepartout-Jahres-Abos. Im Gegenzug zeigt die SBB der aktuellen Passepartout-Kundschaft die Vorzüge eines Halbtax-Abos auf.

## Freizeitverkehr | Neukunden

### Neuzuzüger

Wer 2013 in das Passepartout-Gebiet umzog, erhielt das Umzugs mailing der Post. Dieses enthielt auch einen Flyer von Passepartout mit einem Anreiz für ein ermässigttes Abo.

### Kooperation mit Veranstaltern

Mit verschiedenen Veranstaltern von Grossanlässen bestehen Vereinbarungen. Unter anderem gibt es das vergünstigte Kombi-Ticket für die LUGA. Beim Lucerne Festival sowie beim FCL-Match ist der öV sogar ganz im Eintritt inbegriffen. Ebenfalls von einem kostenlosen öV-Billett profitieren alle Gäste, die ihre Hotelübernachtung in Luzern über den Buchungskanal von Luzern Tourismus buchen.

### Autofahrerinnen und Autofahrer

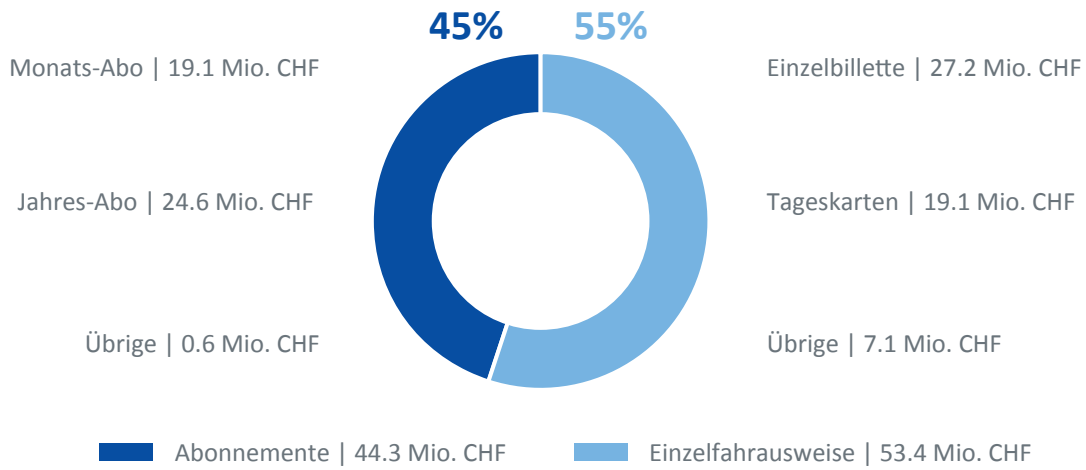
Im Sommer wurden Autofahrerinnen und Autofahrer mit einem speziellen Wettbewerb animiert, den öV auszuprobieren. Für diese Aktion wurden Heck-Werbungen auf Bussen platziert und Flyer bei Parkhäusern sowie beim LUGA-Parking verteilt. Im Dezember folgte eine Nachfass-Aktion in Zusammenarbeit mit dem Strassenverkehrsamt des Kantons Luzern und dem TCS Sektion Waldstätte. In der Beilage zur jährlichen Rechnung der Motorfahrzeugrechnung verlor Passepartout unter 180'000 Autofahrerinnen und Autofahrern 500 DUO-Plus-Tageskarten, welche zwei Personen mit zwei Kindern berechtigt, den öV zu entdecken.

### Shoppingticket

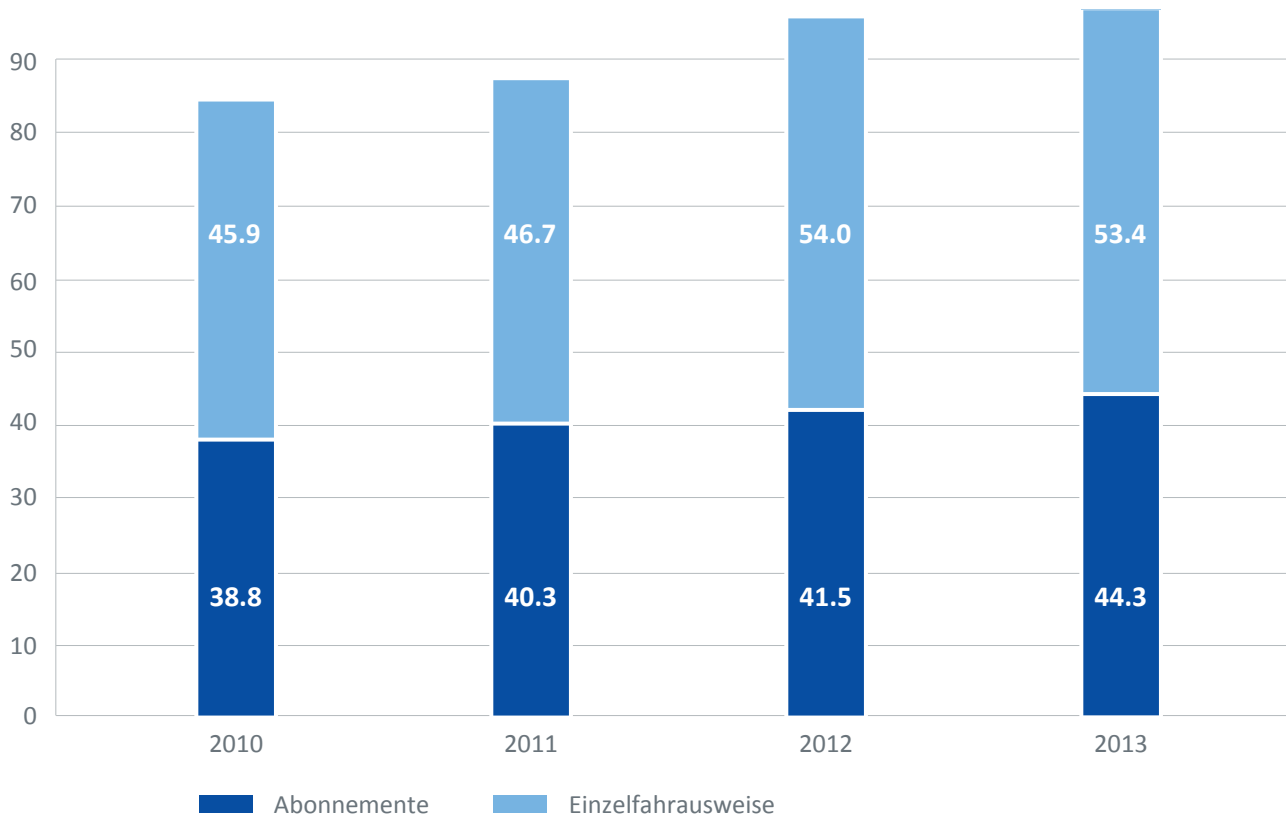
Das Emmen Center offerierte seinen Besucherinnen und Besuchern während der Sommermonate bei der Anreise mit dem öV die Retourfahrt. Die vom Emmen Center bezahlte Retourfahrt zu einer beliebigen Ortschaft in den Kantonen Luzern, Obwalden und Nidwalden wurde von der Kundschaft geschätzt.

# Umsatz

## Umsatzanteile nach Passepartout-Fahrausweis-Sortiment



## Entwicklung Gesamtumsatz Passepartout (in Mio. CHF)



## Zahlen 2013

2013 erzielte Passepartout einen Umsatz von 97.7 Mio. Franken. Dies entspricht einer Steigerung von 2.3 Prozent gegenüber 2012. Bei den Einzelfahrausweisen ging der Umsatz um 1.1 Prozent zurück. Dieser Rückgang resultierte massgeblich aus den im Vorjahr getätigten Hamsterkäufen bei Mehrfahrten-Karten im Hinblick auf die damalige Tarifmassnahme per Dezember 2012. Diese Hamsterkäufe nahmen einen Teil des Umsatzes aus 2013 vorweg. Bei den Abos hingegen nahm der Umsatz um 6.8 Prozent zu.

Segment	Ist 2013	Ist 2012	Abweichungen 2013 von 2012	
	TCHF	TCHF	TCHF	Prozent
Einzelbillette	53'415	53'995	-580	-1.1
Abonnemente	44'309	41'491	2'818	6.8
<b>Total Einzel + Abo</b>	<b>97'724</b>	<b>95'486</b>	<b>2'238</b>	<b>2.3</b>

## Projekt neuer Tarifzonenplan

Im Passepartout-Gebiet geniessen die Fahrgäste auf allen öffentlichen Verkehrsmitteln freie Fahrt in den gelösten Zonen. Der Tarifzonenplan bildet entsprechend ein wichtiges Kommunikationsinstrument. Die Kundenzufriedenheitsumfragen der letzten Jahre haben aufgezeigt, dass der Tarifzonenplan als sehr komplex empfunden wird. Gründe dafür sind die unterschiedliche Zoneneinteilung für Abonnemente und Einzelfahrausweise sowie die feingliedrige Zonengestaltung. Eine Vereinfachung des Tarifzonenplans wurde ebenfalls von der Politik thematisiert. So fordert ein Postulat die Vereinheitlichung der Abo- und Einzelfahrausweis-Zonen. Zudem verlangt eine Petition die Integration der beiden Stadtteile Littau und Reussbühl in die städtische Kernzone.

Passepartout, der VVL sowie die Kantone Obwalden und Nidwalden haben im März 2013 entschieden, diese Anliegen aufzunehmen und einen neuen kundenfreundlichen Tarifzonenplan für das gesamte Passepartout-Gebiet zu erarbeiten. Im Zentrum der Überarbeitung steht die Vereinfachung des Tarifzonenplans mit identischen Abonnements- und Einzelfahrausweis-Zonen sowie eine grosszügige Stadt- und Agglomerationszone. Der Zeitpunkt der Umsetzung ist für Dezember 2014 geplant.