

Passepartout

Tarifverbund LU OW NW

Der Tarifverbund Passepartout ist ein Zusammenschluss vom VVL, von den Kantonen Obwalden und Nidwalden sowie von elf Transportunternehmen mit dem Ziel, ein einheitliches öV-Ticketsystem zur Verfügung zu stellen. Die Geschäftsstelle Passepartout wird vom VVL geführt. 2016 feierte Passepartout sein 30-jähriges Bestehen.

30 Jahre Passepartout

Am 1. Oktober 1986 wurde der Tarifverbund Passepartout gegründet. Damit ist er nach Basel der zweitälteste Tarifverbund der Schweiz. Mit der Einführung von Passepartout konnten die Schranken zwischen den verschiedenen Transportunternehmen und den einzelnen Verkehrsmitteln abgebaut werden. Zu Beginn galt das einheitliche Ticketsystem nur für Stadt und Agglomeration Luzern und auch nur für Abonnemente. Dann wurde es auf den ganzen Kanton Luzern und später auch auf die Kantone Obwalden und Nidwalden ausgedehnt. Seit 2009 gilt Passepartout zudem für Einzelbillette. Während seines 30-jährigen Bestehens stieg die Zahl der Jahres-Abos um rund 250 Prozent. Heute besitzen rund 55'000 Personen ein Passepartout-Abo. Den 30. Geburtstag feierte Passepartout mit speziellen Jubiläumsangeboten für die Kundinnen und Kunden.

Neue mobile Vertriebskanäle

Der Vertrieb von Tickets verändert sich mit der Digitalisierung auch beim Passepartout. Die Bedeutung des Ticketverkaufs auf mobilen Geräten wie Smartphones, Tablets oder Handys nimmt weiter zu. Während 2014 noch 17 Prozent der Fahrgäste im Passepartout angaben, diesen Verkaufskanal zu nutzen, waren es 2016 bereits 25 Prozent. Dies ergab die Kundenumfrage im Herbst 2016. Mit den Apps FAIRTIQ und Lezzgo kamen 2016 zwei neue Apps für den Passepartout-Ticketverkauf hinzu. Bereits länger angeboten werden die Apps öV-TICKET, Post-Auto und SBB Mobile. Letztere ist die umsatzstärkste App im Passepartout-Gebiet.

Luzern Hotel-Ticket

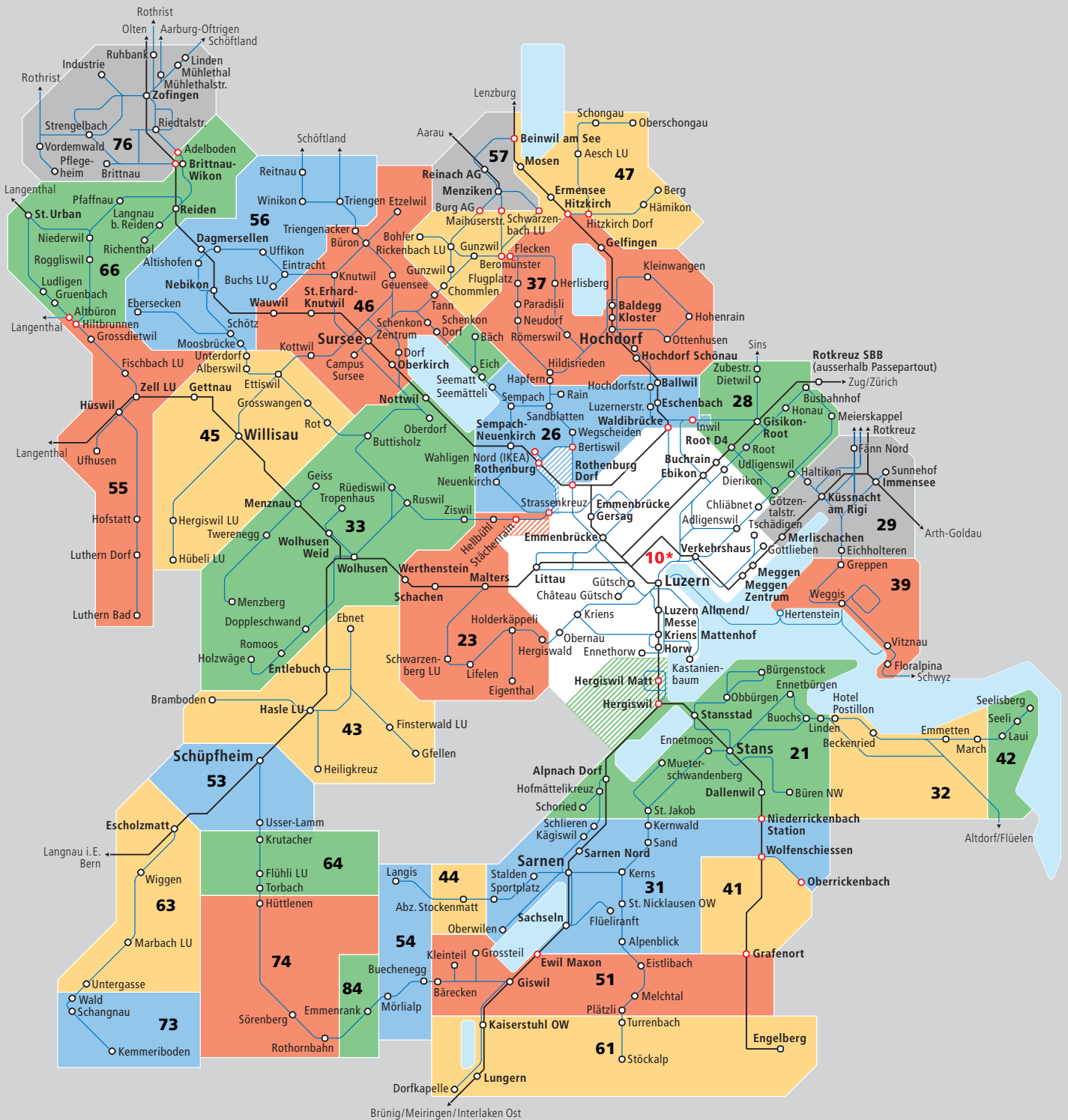
Nach langjähriger Vorarbeit von Passepartout und Luzern Tourismus wurde 2016 die Einführung eines Hotel-Tickets beschlossen. Ab dem 1. Januar 2017 erhalten alle Gäste, die in einem Hotel in der Stadt Luzern übernachten und dafür einen Kurtaxenbeitrag entrichten, neu das Luzern Hotel-Ticket. Das Ticket berechtigt zu kostenlosen Fahrten mit Bus und Bahn innerhalb der Tarifzone 10 von Passepartout in der 2. Klasse. Es ist am Tag der Anreise, während des gesamten Aufenthaltes und am Tag der Abreise gültig. Finanziert wird es aus den Kurtaxen, die jeder Hotelgast zusätzlich zu den Übernachtungskosten entrichtet. Das Ticket wird also durch den Gast selbst finanziert.

Neue Governance bei Passepartout

Passepartout möchte seine Organisation auf die zukünftigen Herausforderungen ausrichten. 2016 begannen deshalb die Arbeiten für eine neue Governance. Bis Ende 2017 sollen die Rollen und Aufgaben der Verbundpartner neu definiert und strukturiert werden.

Preis Anpassung auf Dezember 2016

Im Einklang mit der nationalen Tarifmassnahme stiegen im Dezember 2016 bei Passepartout die Ticketpreise um durchschnittlich 3 Prozent an. Neben den erhöhten Trassenpreisen war auch das verbesserte öV-Angebot ein Grund für die Preis Anpassung. Passepartout passte die Tarife differenziert an. So steigen die Preise für Abos leicht stärker als die Preise für Billette.



- Bahn
- Busse
- 32** Zonennummer
- Haltestelle auf Zonengrenze
- Haltestelle gehört zu mehreren Zonen
- ▨ Mehrere Haltestellen auf Zonengrenze
- ▨ Haltestellen gehören zu mehreren Zonen

10* Die Tarifzone 10* wird in Kombination mit anderen Zonen für die Preisberechnung doppelt gezählt.

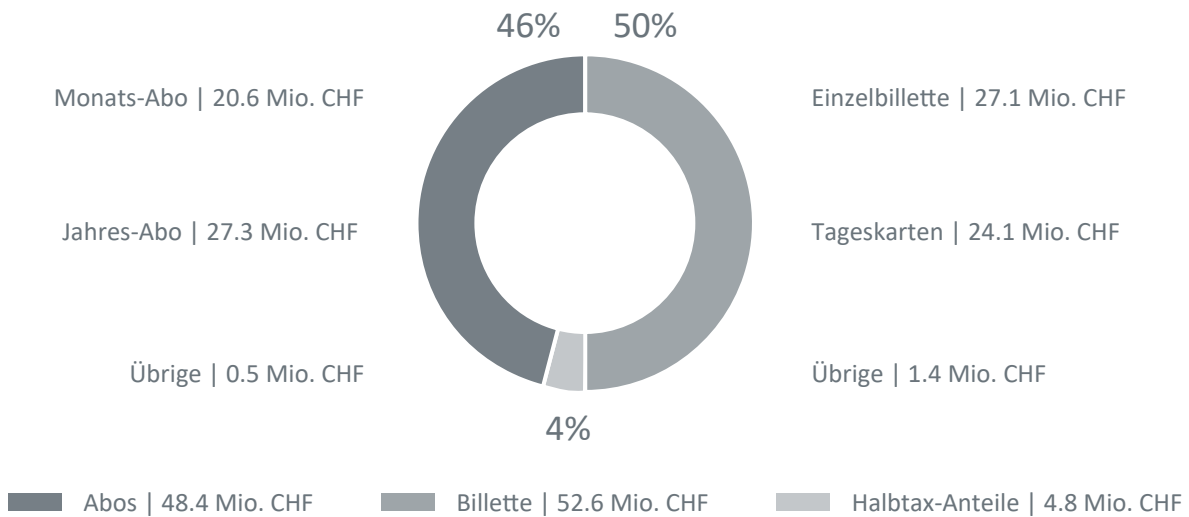
57 Überlappungszonen Nachbar-Tarifverbund
 Passepartout-Fahrausweise für die Überlappungszonen 29, 57 und 76 sind nur in Kombination mit anderen Passepartout-Zonen erhältlich.

Schiff Vierwaldstättersee
 Monats- und Jahres-Abo berechtigen zur freien Fahrt zwischen den Anlegestellen Luzern, Hertenstein, Weggis und Vitznau, sofern es mindestens die Zonen 10*, 29 und 39 umfasst. Bilette sind auf dem Schiff nicht gültig.

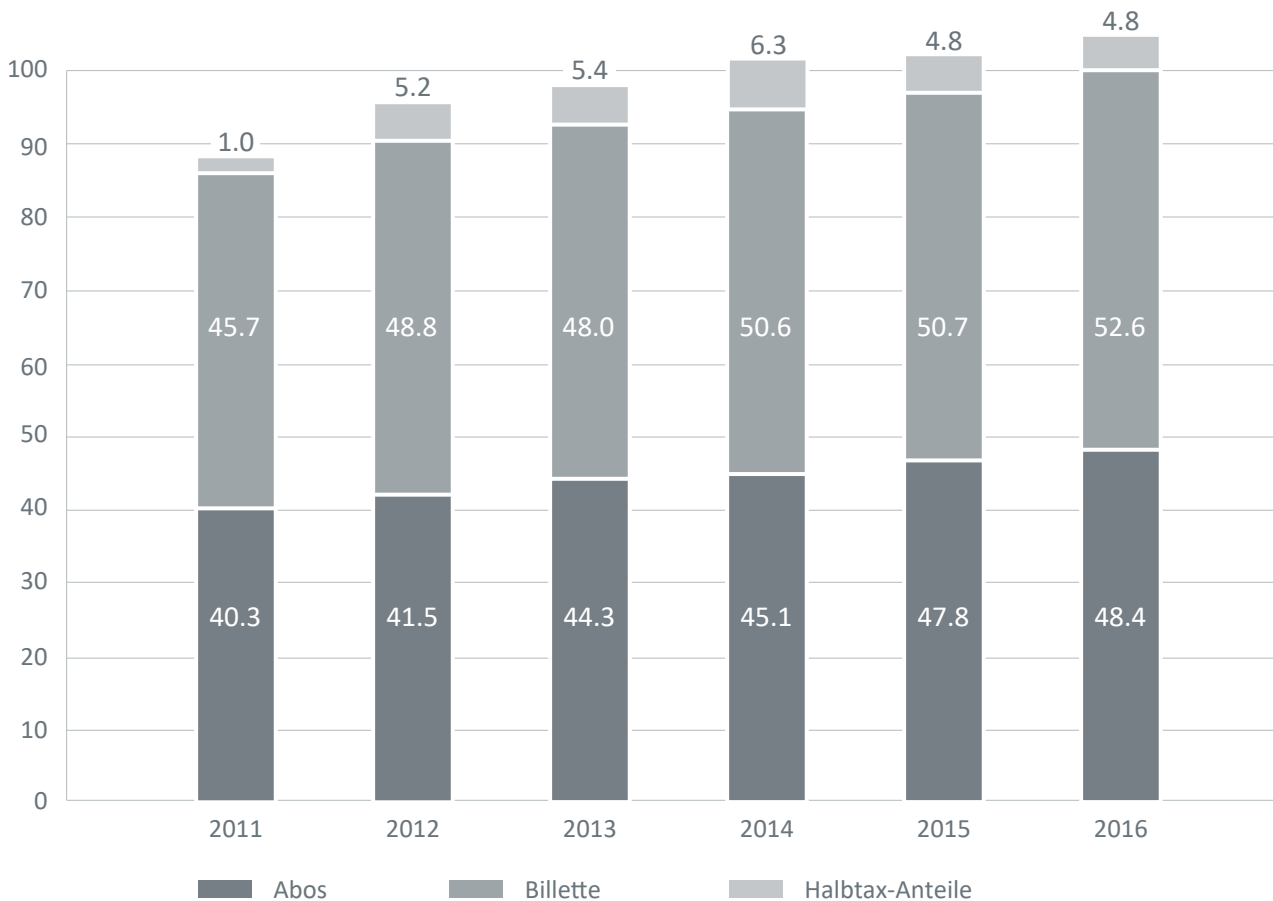
Änderungen vorbehalten

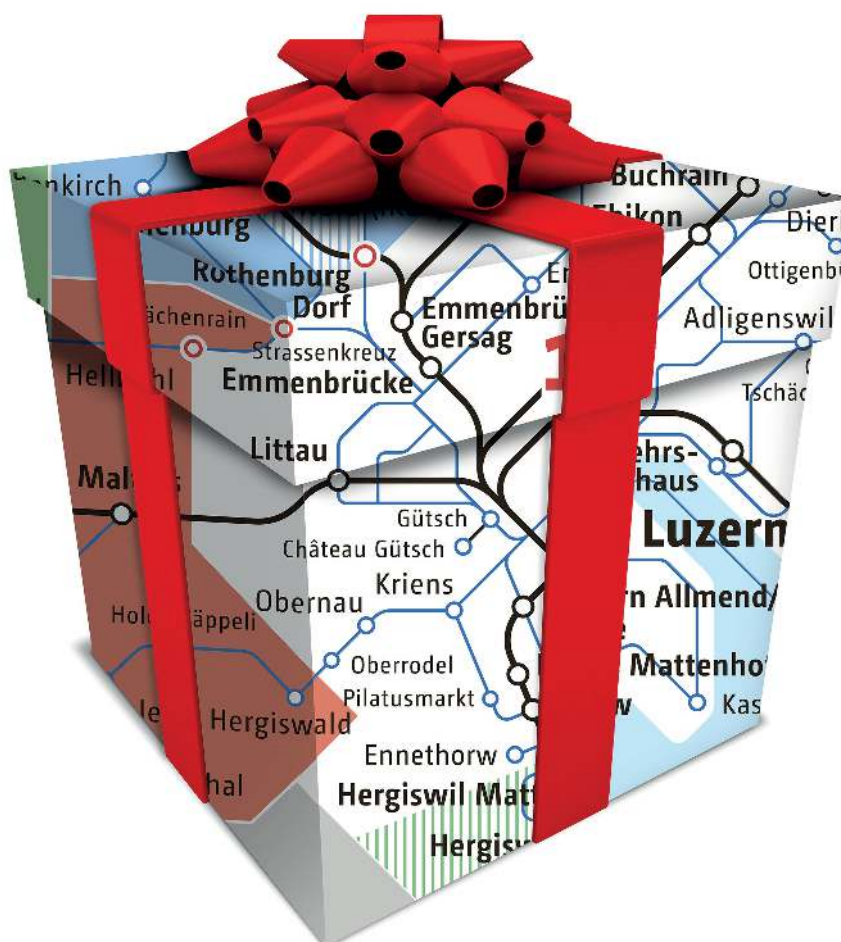
Umsatz

Umsatzanteile nach Passepartout-Ticketsortiment



Entwicklung Gesamtumsatz Passepartout (in Mio. CHF)





Visual 30-Jahre-Jubiläum

2016 erzielte Passepartout einen Umsatz von 105.7 Millionen Franken. Dies entspricht einem Wachstum von 2.3 Prozent gegenüber 2015. Bei den Verbundtickets betrug das Umsatzwachstum 2.5 Prozent. Dabei entwickelte sich der Umsatz der Billette stärker als jener der Abos.

Nach Schwankungen bei den Halbtax-Einnahmen in den vergangenen Jahren zeichnet sich eine Stabilisierung ab. Da mit der Einführung des SwissPass nur noch 1-Jahres-Halbtax verkauft werden, wurde der Abwärtstrend gegen Ende 2016 gestoppt und es dürfte wieder zu einem Wachstum der Umsätze kommen.

Segment	2015	2016	Differenz 2015–2016	
	in TCHF	in TCHF	in TCHF	Prozent
Billette	50'677	52'586	1'909	3.8
Abos	47'781	48'357	576	1.2
Zwischentotal Verbundtickets	98'458	100'943	2'485	2.5
Halbtax-Anteile	4'865	4'761	-104	-2.1
Total	103'323	105'704	2'381	2.3

Marketing

Stammkundschaft

Die Stammkundschaft wird jeweils vor Ablauf ihres Jahres-Abos mit einem Erinnerungsschreiben zur Erneuerung ihres Abos ermuntert. Mit Zusatzleistungen, wie Vergünstigungen für Ausflüge und Mobility Carsharing, belohnt Passepartout sie zudem für ihre Treue.

Unternehmen

Mit dem Job-Abo spricht Passepartout gezielt Unternehmen an. Die Mitarbeitenden profitieren dank einer Beteiligung des Unternehmens von einem reduzierten Preis des Jahres-Abos. Zusätzlich schenkt Passepartout der Job-Abo-Kundschaft eine Multi-Tageskarte für das ganze Verbundgebiet, welche für Ausflüge mit Bahn und Bus eingesetzt werden kann. Für Unternehmen ist das Job-Abo eine wirkungsvolle Massnahme, um Mobilitätsprobleme – wie beispielsweise fehlende Parkplätze – zu lösen. Zudem kann sich die Firma mit dieser attraktiven Lohnnebenleistung imagemässig profilieren.

Neuzuziehende

Passepartout lancierte im Rahmen des Aktionsjahres «Jeder Tag ist öV-Tag» ein Zuzügerset für Gemeinden. Das Set informiert neue Einwohnerinnen und Einwohner über den öV. Neben dem Fahrplan beinhaltet das Set Gutscheine für Passepartout Abos und RailAway-Angebote sowie Flyer zu öV-LIVE und zum Fahrplanwechsel. Die Verteilung an die Neuzuziehenden erfolgt durch die Gemeinden beispielsweise bei der Einwohnerkontrolle oder per Postversand. Die über hundert Gemeinden im Passepartout-Gebiet haben die Möglichkeit, das Zuzügerset online zu bestellen.

Autofahrerinnen und Autofahrer

Den über 70-jährigen Luzernerinnen und Luzernern, die freiwillig auf den Führerausweis verzichten, wird eine einmalige Vergünstigung für ein Passepartout-Monats- oder Jahres-Abo angeboten. Zu diesem Zweck arbeitet Passepartout mit dem Strassenverkehrsamt Luzern zusammen. 2016 wurden rund 900 Personen angeschrieben.

Veranstalter

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. Passepartout konnte im vergangenen Jahr auch bei zahlreichen Einzelanlässen wie dem Fussball-Länderspiel Schweiz–Färöer oder dem Open Air «Allmend rockt» den öV ins Veranstaltungsticket integrieren.

Jubiläumskampagnen

Anlässlich des 30-Jahre-Jubiläums von Passepartout wurde von April bis Oktober 2016 eine Freizeit-Kampagne durchgeführt. Zehn ausgewählte Partner aus der Region offerierten den Kundinnen und Kunden von Passepartout attraktive Sonderangebote. Wer ein Passepartout-Ticket besass, konnte beispielsweise einen stark vergünstigten Sonntagsbrunch im Restaurant 1871 in Luzern geniessen oder im Caribbean Village in Nottwil günstiger Stand-up-Paddling ausprobieren. 250'000 Tischsets wurden als Kommunikationskanal gewählt und in über 260 Restaurants verteilt. Passepartout bewarb die Kampagne auch mit Google AdWords und über die Kanäle der Transportunternehmen.

Gleichzeitig mit dem Jubiläum Passepartout feierte die Genossenschaft Migros Luzern ihr 75-jähriges Bestehen. Passepartout bot deshalb den Genossenschaftlerinnen und Genossenschaftlern eine Tageskarte für das gesamte Tarifverbundgebiet mit einem Rabatt von 30 Prozent an. Die Migros kommunizierte diese Jubiläumsaktion in Form eines Gutscheinheftes mit einer Auflage von 200'000 Exemplaren.

Organisation (Stand Dezember 2016)

