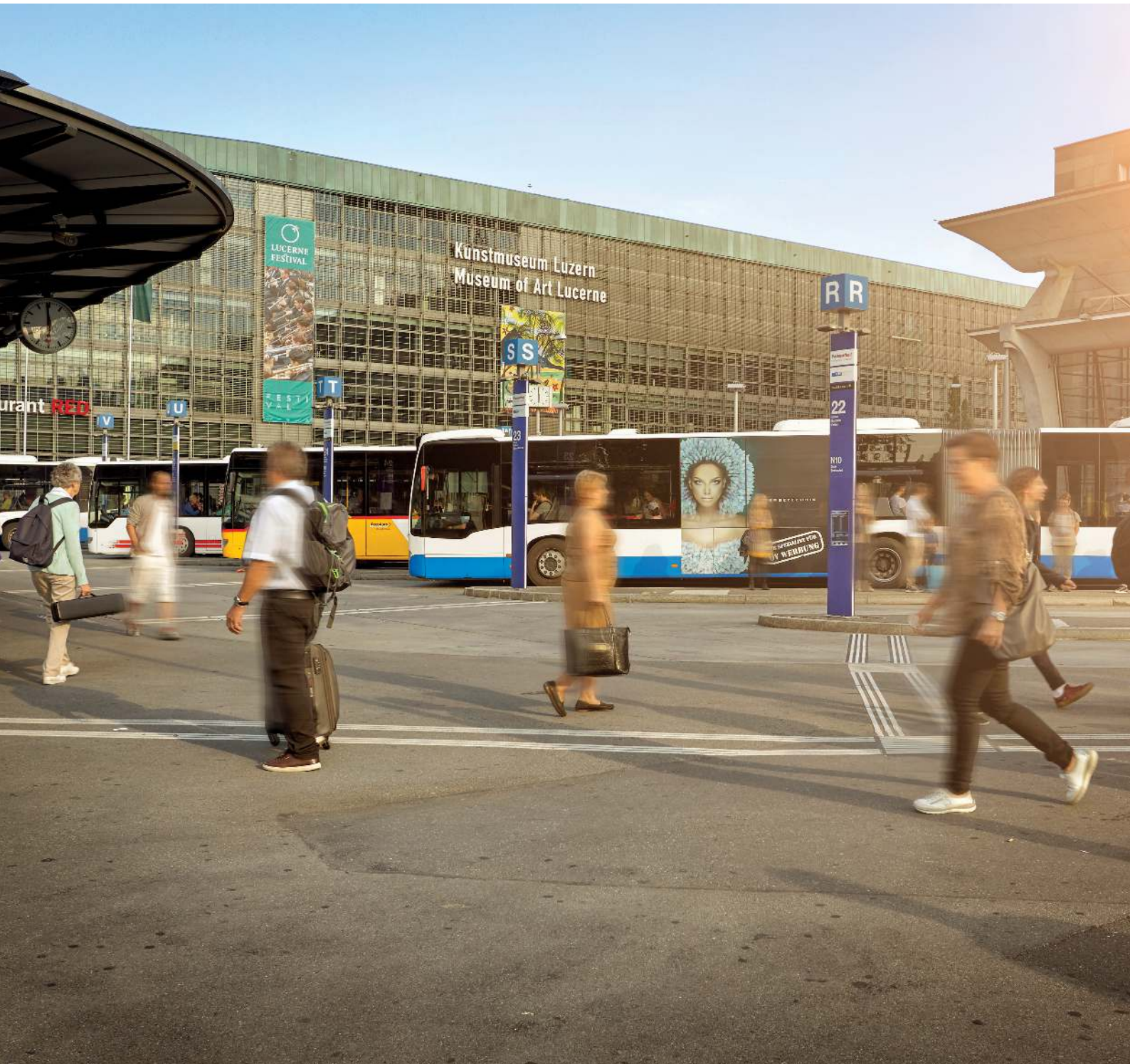


Geschäftsbericht 2018



Passepartout

Tarifverbund LU OW NW

Der Tarifverbund Passepartout ist ein Zusammenschluss vom Verkehrsverbund Luzern, den Kantonen Obwalden und Nidwalden sowie zwölf Transportunternehmen, mit dem Ziel, ein einheitliches Tarifsystem zur Verfügung zu stellen. Die Geschäftsstelle Passepartout wird vom VVL geführt.

Neue Governance

Mit der Unterzeichnung aller Vertragsparteien trat per 1. Januar 2018 die in den vergangenen Jahren erarbeitete neue Governance in Kraft. Operative und strategische Aufgaben sollen somit zukünftig klar getrennt werden. Weiteres Ziel ist es, die Geschäftsstelle des Tarifverbunds Passepartout zu stärken. Diese übernahm mit der neuen Governance zudem die Steuerung der Fachgruppen. Die beiden Gremien TU-Rat und Tarifverbundausschuss wurden zu einem – dem Steuerungsgremium – zusammen geführt. Diese Verschmelzung soll die Prozesse vereinfachen, damit zukünftig schneller und flexibler agiert werden kann. Bei der neu jährlich stattfindenden TU-Konferenz erhalten alle dem Passepartout angehörigen Transportunternehmen eine Plattform, um sich über aktuelle Themen auszutauschen.

Passepartout@SwissPass

Per 1. Januar wurden die Jahres-Abos auf SwissPass umgestellt, im Frühling folgten die Monats-Abos und anfangs August die Umstellung der Job-Abos. Alle Passepartout Abonementen, ausgenommen die Hunde-Abos, sind nun auf dem SwissPass vorhanden. Mit der Umstellung auf SwissPass machte der Tarifverbund Passepartout einen weiteren Schritt in Richtung Digitalisierung. Kundinnen und Kunden, welche eine E-Mailadresse im System erfasst und diese als ihren bevorzugten Kommunikationskanal hinterlegt haben, erhalten neu eine elektronische Erinnerung zur Abo-Erneuerung und keinen Brief mehr.

Verlagerung Verkaufskanäle

Im 2018 wurden 22 Prozent der Passepartout Billette über eine App gekauft. Dies entspricht einer Zunahme von 7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Anzahl der Onlinekäufe sind gegenüber dem Vorjahr um 31 Prozent gestiegen. Die Verlagerung von offline zu online ging zu Lasten aller herkömmlichen Verkaufskanäle – ein Rückgang ist sowohl bei den Billettautomaten, den Chauffeur- und Kioskverkaufsstellen sowie auch beim bedienten Schalter zu verzeichnen. Es kann davon ausgegangen werden, dass sich diese Entwicklung über die nächsten Jahre fortsetzen wird.

Einführung Hotel-Ticket Nidwalden

Damit die Nidwaldner Touristen die Region mit dem öV entdecken können, wurde per Sommerferienstart das Hotel-Ticket Nidwalden lanciert. Ab zwei Übernachtungen erhalten alle Gäste der teilnehmenden Beherbergungsbetriebe kostenlos ein Hotel-Ticket. Nidwalden Tourismus bezog für eine erste Testphase bis Ende 2019 ein Kontingent von 1'000 Tickets beim Tarifverbund Passepartout. Finanziert werden die Tickets von den teilnehmenden Beherbergungsbetrieben, Nidwalden Tourismus und den örtlichen Tourismusvereinen. Passepartout unterstützte die Verantwortlichen bei der Kommunikation.

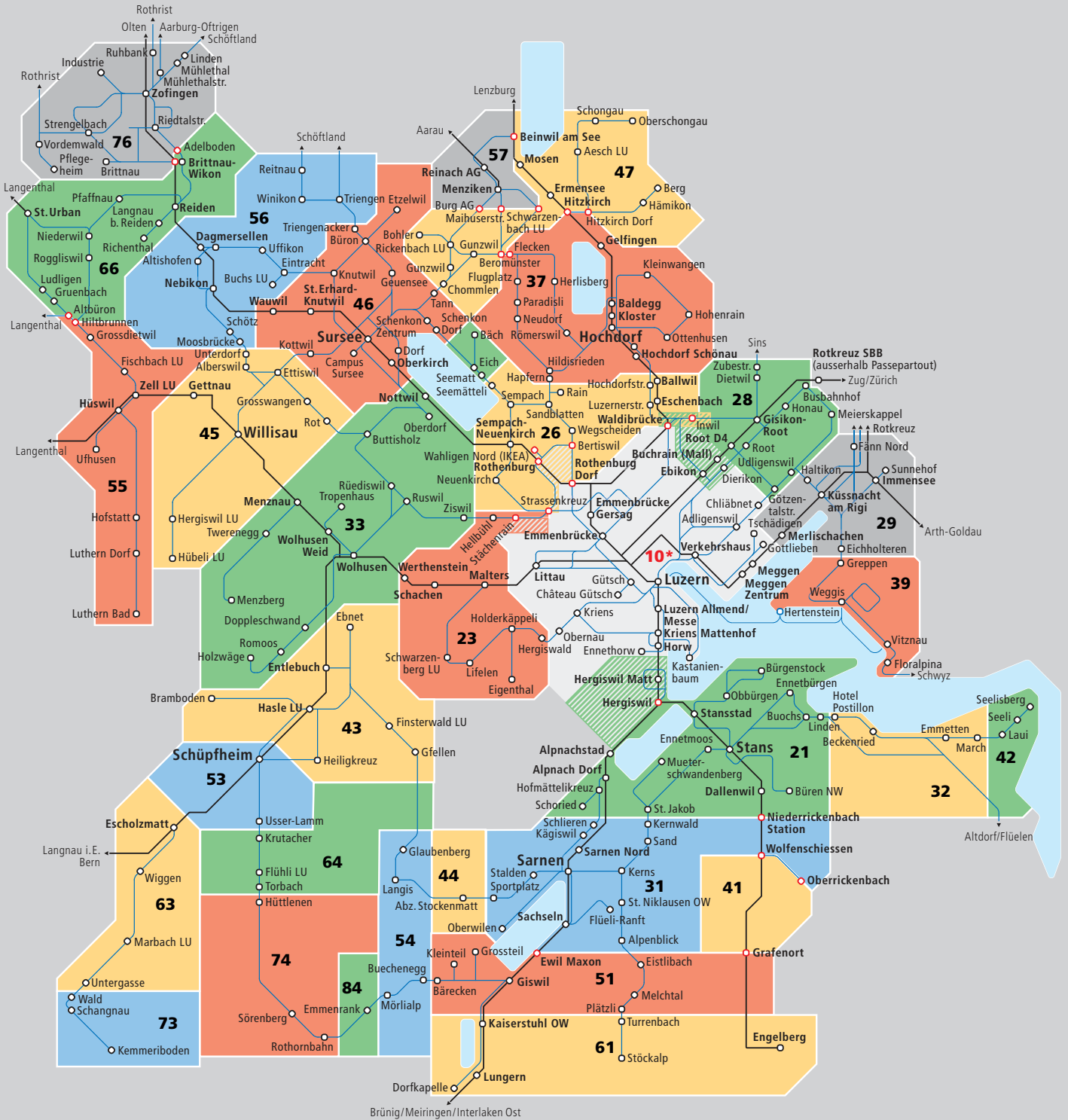
Veranstaltungsmanagement

Das Jahr 2018 stand im Zeichen der grossen Veranstaltungen. Im Juli fand das Kantonale Pfadilager «LUpiter» in Escholzmatt statt. 2'500 Personen zelteten auf ca. 14'000 Quadratmeter. Die Ausflüge wurden teils mit dem öV unternommen und auch am Besuchstag reisten ca. 900 Personen mit dem öV an.

Mit dem Konzert der Toten Hosen wurde es am 25. August laut auf der Allmend. Im Konzertticket war die öV-Benutzung innerhalb der Zone 10 vor und nach dem Konzert enthalten. Die vbl übernahm den Shuttlebetrieb vom Bahnhof zur Allmend und die Zentralbahn verstärkte ihre Leistung. Nur gerade 4'000 der 49'000 Konzertbesucherinnen und -besucher reisten mit dem Auto an. Bei weiteren Veranstaltungen wie dem Lucerne Festival, Generalversammlungen und Mitarbeitendenanlässen wurden öV-Vollintegrationen angeboten.

Aktivitäten Geschäftsstelle

Der Tarifverbund Passepartout arbeitete auch in nationalen Arbeitsgruppen mit, um die Interessen der Verbände und der Region einzubringen. So zum Beispiel in der Arbeitsgruppe «Monatliche Zahlung Jahres-Abo» oder in der Arbeitsgruppe DV-Branding. Weiter setzte sich Passepartout dafür ein, dass auf nationaler Ebene eine Harmonisierung beim Job-Abo angestrebt wird. Dies führte zur Bildung einer nationalen Arbeitsgruppe, in welcher der Passepartout vertreten ist.



— Bahn
 — Busse

32 Zonennummer

○ Die Haltestelle liegt auf der Zonengrenze und gehört zu mehreren Zonen.
 ▨ Die 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

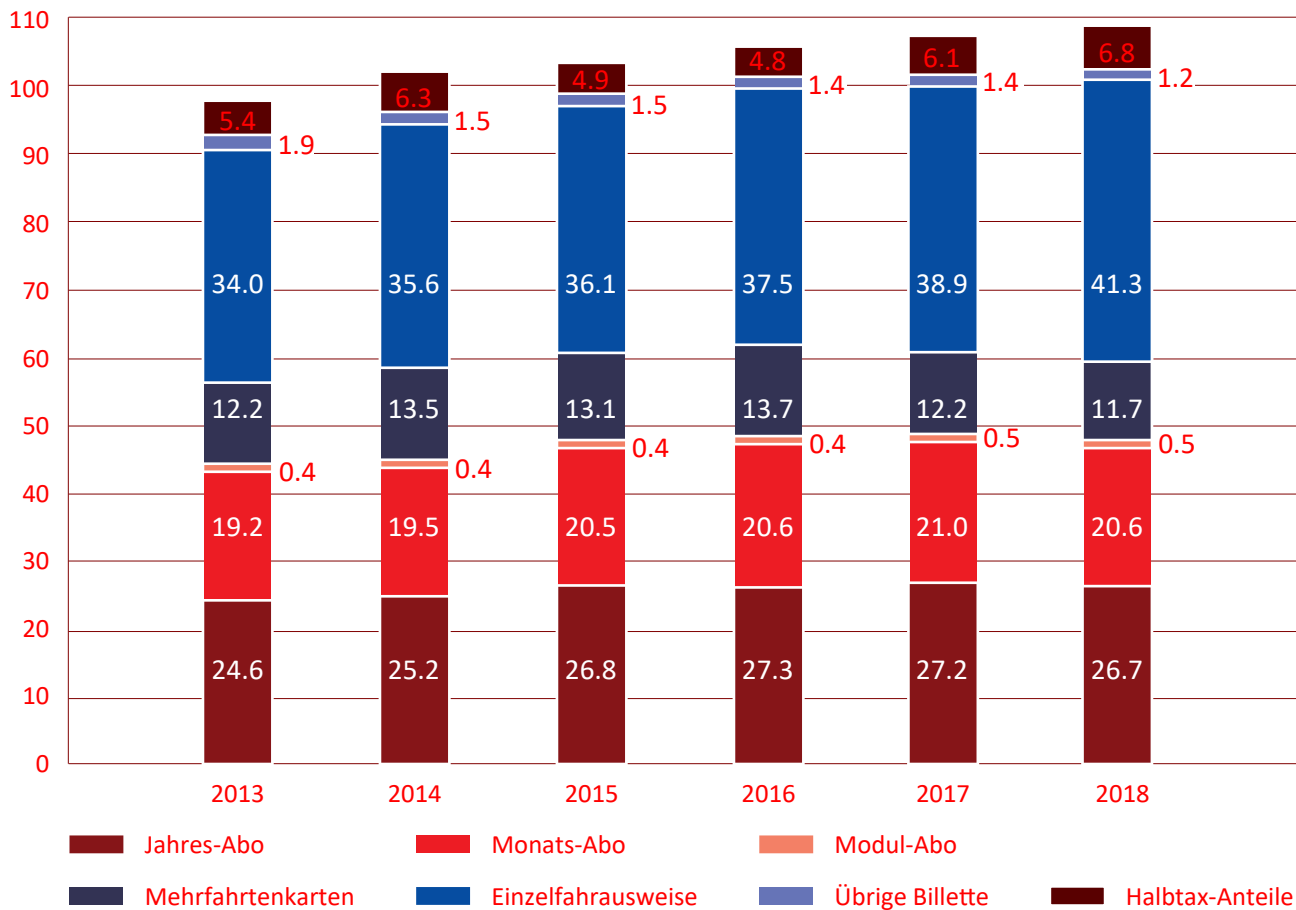
Das Monats- oder Jahres-Abo berechtigt zur freien Fahrt zwischen den Anlegestellen Luzern, Hertenstein, Weggis und Vitznau, sofern es mindestens die Zonen 10*, 29 und 39 umfasst. Passepartout Billette sind auf dem Schiff nicht gültig.

Änderungen vorbehalten



Umsatz

Umsatzanteile nach Passepartout-Ticketsortiment (in Mio. CHF)

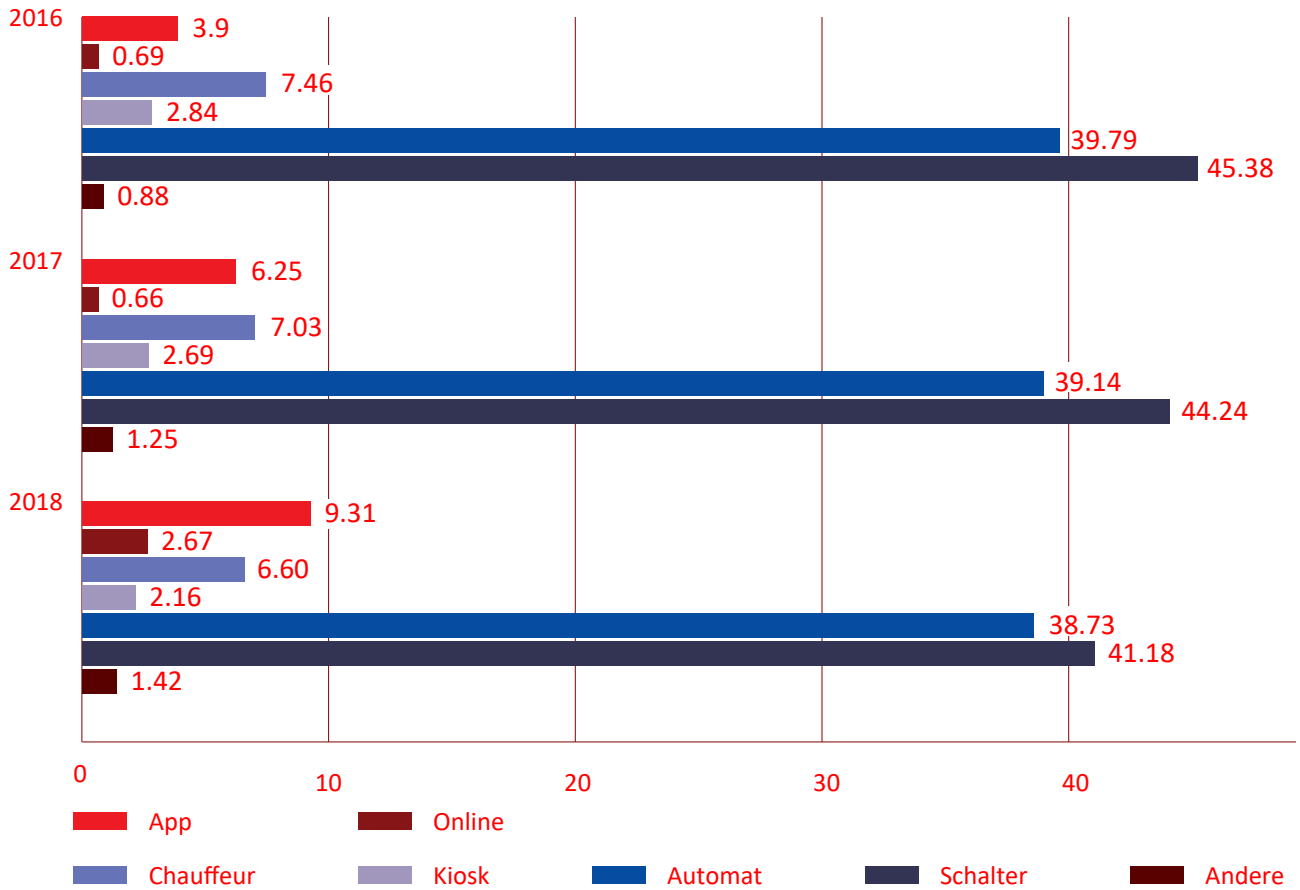


Die letzte Tarifmassnahme im Passepartout wurde Ende 2016 durchgeführt. In den Jahren 2017 und 2018 wurden die Preise nicht erhöht.

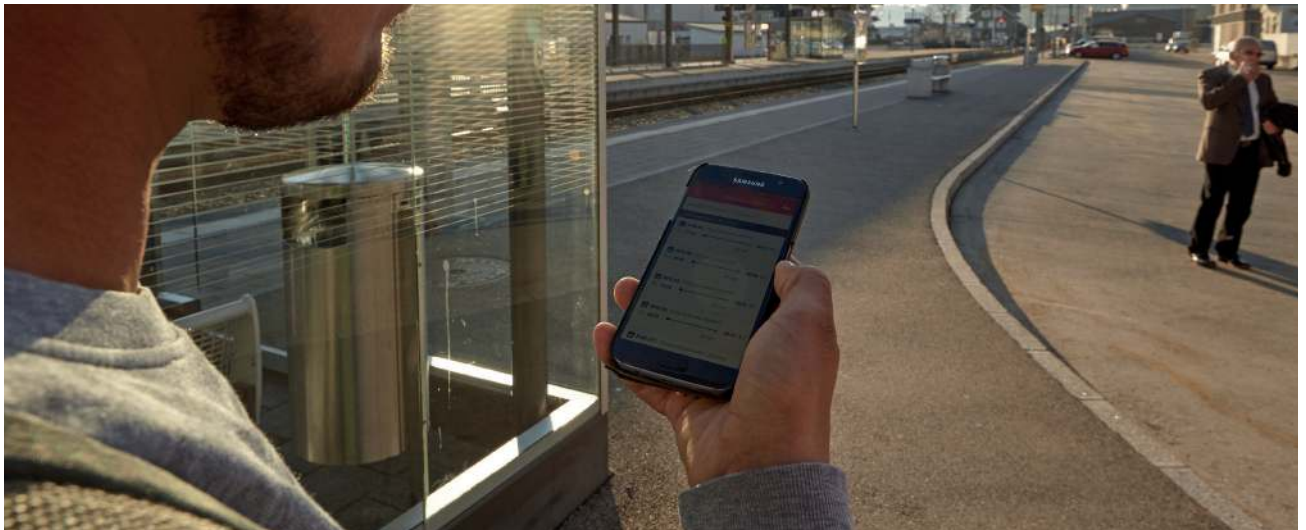
2018 erzielte Passepartout einen Umsatz von 108.9 Millionen Franken (Vorjahr 107.4 Mio.). Dies entspricht einem Wachstum von 1.4 Prozent gegenüber 2017. Bei den Verbundtickets betrug das Umsatzwachstum 0.8 Prozent. Es ist eine Verlagerung von Abos zu Billetten zu beobachten. Der Umsatz bei den Abos ist rückläufig, bei den Billetten konnte der Tarifverbund Passepartout eine Zunahme von 3.3 Prozent erzielen. Von 2016 bis 2017 stieg der Anteil der Halbtax-Einnahmen um 28.6 Prozent. Gegenüber 2017 betrug der Anstieg im 2018 nun nur noch 11.3 Prozent.

Segment	2017	2018	Differenz 2017–2018	
	in TCHF	in TCHF	in TCHF	in Prozent
Billette	52'539	54'287	1'748	3.3
Abos	48'732	47'775	-957	-2
Zwischentotal Verbundtickets	101'271	102'062	791	0.8
Halbtax-Anteile	6'123	6'816	693	11.3
Total	107'394	108'878	1'484	1.4

Umsatzanteile nach Verkaufskanal (in Mio. CHF)



Der Umsatz der Billettkäufe über Ticket-Apps hat sich innerhalb von drei Jahren fast verdreifacht. Auch der Umsatz über den Onlinekanal stieg von 2017 auf 2018 um mehr als 300 Prozent. Grund dafür ist die Umstellung der Jahres- und Monats-Abos auf SwissPass im Jahr 2018. Die positive Entwicklung dieser beiden Kanäle hat einen Rückgang aller bedienten Kanäle zur Folge.



Immer häufiger werden Billette über Apps gekauft.

Marketing

Verkaufsförderung

Mit diversen Verkaufsförderungsaktionen im 2018 konnte der Tarifverbund Passepartout zahlreiche Neukundinnen und -kunden gewinnen. Die zu Jahresbeginn durchgeführte Upselling-Kampagne zählt zu den erfolgreichsten Aktionen der vergangenen Jahre. 422 Monats-Abonnenten haben den Gutschein im Wert von CHF 40.– eingelöst und ein Jahres-Abo gekauft. Mit einer Cross-Selling-Kampagne wurden Ende Jahr Halbtax-Abonnenten angeschrieben, welche im Verbundgebiet wohnhaft sind. Auch diese erhielten einen Gutschein im Wert von CHF 40.– für ein Jahres-Abo. Mit insgesamt 121 Käufen ist auch diese Aktion positiv zu werten. Dank des neu eingeführten Mailing-Tools Inxmail konnten Kundinnen und Kunden mit einer E-Mailadresse erstmals online statt per Brief angeschrieben werden. Das 9-Uhr-Abo wurde in Zusammenarbeit mit der Senioren Universität, einer Präsenz an der Messe Zukunft Alter und weiteren Aktionen während des Jahres beworben.

öV im Vergleich zum Auto

Mit dem Online-Pendlerrechner hat der Tarifverbund Passepartout ein Instrument entwickelt, mit welchem schnell und einfach die Kilometer- und Parkplatzkosten fürs Auto mit den Kosten für ein öV-Ticket im Verbund verglichen werden können. Auf der Website wird den Kundinnen und Kunden nun nebst dem Preisrechner ein weiteres, intelligentes Tool zur Verfügung gestellt. Der Online-Pendlerrechner wurde Ende Jahr mit einer On- und Offlinekampagne beworben.

Mobilitätsmanagement bei Motorfahrzeughaltern

Nebst dem Strassenverkehrsamt Luzern konnte im 2018 auch das Verkehrssicherheitszentrum Ob- und Nidwalden als Partner gewonnen werden. Zukünftig werden somit Gutscheine an alle im Verbundgebiet wohnhaften Personen abgegeben, welche freiwillig auf ihren Führerschein verzichten. Insgesamt 236 Gutscheine für ein Jahres- oder Monats-Abo wurden eingelöst. Mit dem Strassenverkehrsamt Luzern konnte im Dezember eine spannende Aktion lanciert werden. Alle Motorfahrzeughalterinnen und -halter erhielten mit der Jahresrechnung einen Gutschein für ein Passepartout Schnupper-Wochen-Abo zugestellt. 2'259 Personen machten von dieser Aktion Gebrauch – die Zielgruppe wurde wunschgemäss erreicht.

Erfolgreiches Schnupper-Job-Abo

Um Mitarbeitenden, welche nicht mit dem öffentlichen Verkehr zur Arbeit pendeln, die Vorzüge des öV näher zu bringen, wurde das Schnupper-Job-Abo lanciert. Diese können so eine Woche lang öV-Luft schnuppern und mit Bahn und Bus in allen Zonen des Tarifverbunds Passepartout (2. Klasse) reisen. Die Kosten von je CHF 20.– pro Kennenlern-Abo trägt die Unternehmung. Diese ist zugleich Absender der Aktion und hat so die Möglichkeit, ihren Mitarbeitenden mit einem «Goodie» auf sympathische Art eine nachhaltige Gestaltung der Mobilität näher zu bringen. Bereits im ersten Jahr konnten grosse Unternehmen wie die Suva, die CSS und Concordia für eine Aktion gewonnen werden. Insgesamt 430 Schnupper-Job-Abos wurden im 2018 eingelöst. Die Einführung des Schnupper-Job-Abos wurde anhand unterschiedlicher Kanäle beworben.

Auch für das Job-Abo wurden Kommunikationsmassnahmen durchgeführt. Auf LinkedIn war der Tarifverbund Passepartout mit einer Ad-Kampagne präsent. Mit Unterstützung und einem passenden Zitat von Kaspar Huber, Leiter HR der Hirslanden Klinik St. Anna, konnte eine attraktive Kampagne lanciert werden.

«Im St. Anna sind wir zusammen mobil. Das bedeutet: Die Klinik unterstützt die Mitarbeitenden in ihrem individuellen Bestreben, mobil und flexibel zu sein – für die Umwelt, für unsere Patienten und Besucher und für sich selbst. Inzwischen kommen die meisten Mitarbeitenden zu Fuss, mit dem Velo oder per öV zur Arbeit. Das Passepartout-Job-Abo trägt als ideale Lösung dazu bei, dass wir das Verkehrsaufkommen rund um die Klinik St. Anna umweltverträglich und nachhaltig gestalten können.»



Kaspar Huber
 Leiter HR Hirslanden
 Klinik St. Anna

Organisation (Stand Dezember 2018)

