

# ÖV TICKET 2020

Einfach unterwegs

# «**öV Ticket 2020**»

## **Blick in die Zukunft der öV-Branche**

**Medienkonferenz, Bern, 6. März 2018**

Jeannine Pilloud, Präsidentin ch-direct

# Der Mobilitätsmarkt wächst und wird unsicherer.

## Personenverkehr (Pkm)



+51%



+32%



+18%

## Güterverkehr (Tkm)



+45%



+33%

Quelle: ARE Verkehrsperspektiven 2040.  
2010-2040, Basis Referenz-Szenario



# Zentrale Herausforderungen.





# Warum wollen/müssen wir das Tarifsystem verbessern?

Heute: historisch gewachsene Tariflandschaft  
(Verbünde, nationaler Tarif)



## Vorteile:

- Kundengerechte Sortimente, Angebote und Preise im Fernverkehr und in den verschiedenen Regionen.
- Berücksichtigt die Finanzierung des ÖV durch Bund, Kantone und Gemeinden.

## Manko:

Heterogene Tariflandschaft generiert Abstimmungsbedarf und führte in der Vergangenheit zu punktuellen "Kundenfallen": z.B. Reisen mit Hunden, mit Fahrrädern, Kombinationen aus Bahnstrecken- und Stadtzonentickets etc.

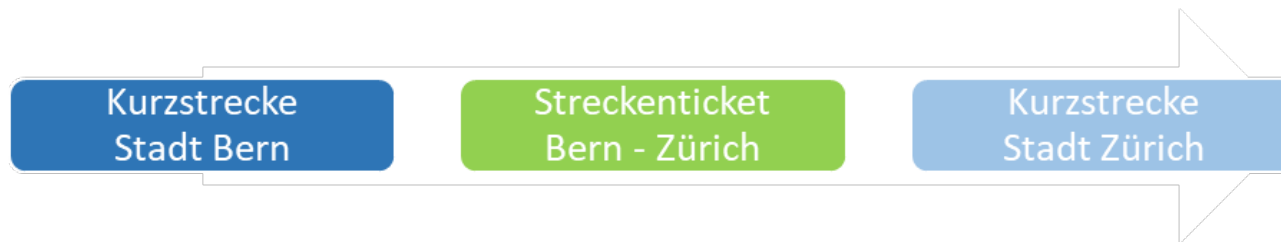


Es braucht einen noch einfacheren Zugang zum öffentlichen Verkehr für die Kunden.

Beispiel: Einfache Fahrt von Bern, Thunplatz, nach Zürich, Paradeplatz

Bisher 2 Optionen:

3 einzelne Tickets:



→ CHF 29.80\*  
aber umständlich

1 City-City Ticket



→ CHF 37.00\*  
Simpel, aber zu teuer  
bei einfachen Fahrten

\* 2. Kl., Halbtax

# Ab Ende 2018: Kombination günstiger Einzelfahrten

Beispiel: Einfache Fahrt von Bern, Thunplatz, nach Zürich, Paradeplatz.



(Ende 2018 Pilotversuch in der Region Genf/Lausanne sowie auf der Verbindung Bern-Zürich)

\* 2. Kl., Halbtax

# Fazit: Stärken bewahrt, Schwächen eliminiert

## Tarifnebenbestimmungen und Standards landesweit einheitlich

### National (Direkter Verkehr)

Sortiment, Preis und Preisbildungsvorschriften für alle Verbindungen ausserhalb der Verbundgrenzen

### Regional (Verbund)

Sortiment, Preis und Preisbildungsvorschriften für alle Verbindungen innerhalb eines Verbunds

Neu:

Schweizweit einheitliche Tarifnebenbestimmungen und Standards (Vermeidung von Kundenfallen)

Gemeinsame Weiterentwicklung der Tarifnebenbestimmungen

Dazu weiterhin:

Unterschiedliche, marktgerechte Sortimente und Preise  
Berücksichtigt die Finanzierung durch Bund, Kantone und Gemeinden



# Ziele Vertriebslandschaft 2020

Für unsere KundInnen



Für die Branche



# Ausgangslage #1 – Das offene System öV Schweiz

Geschlossenes System

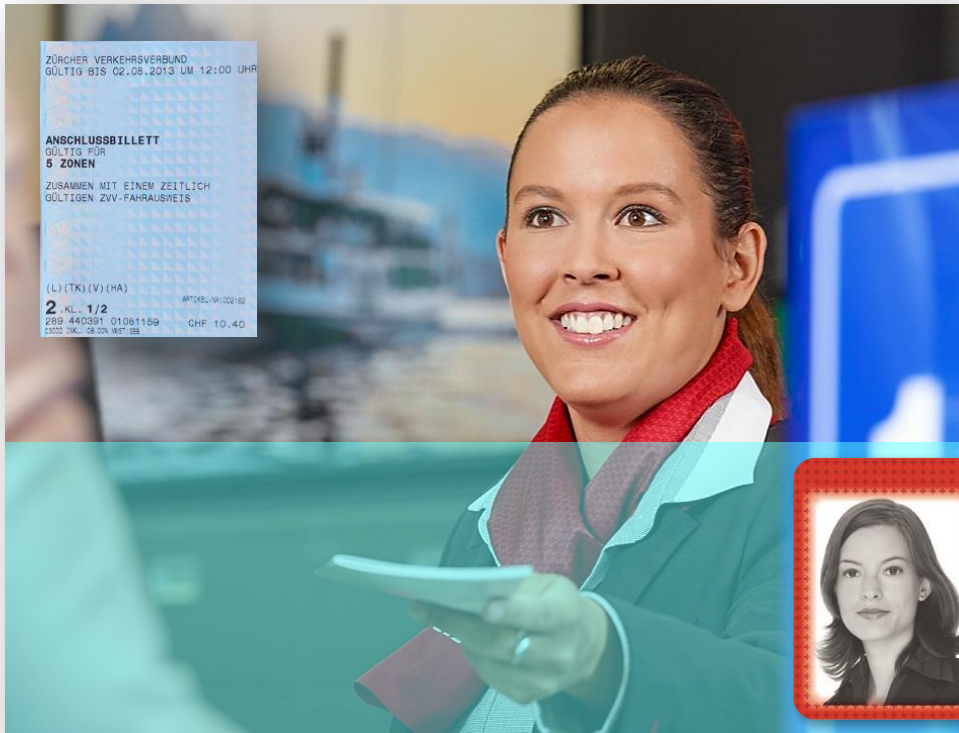


Offenes System



# Ausgangslage #2 – Klassische und digitaler Vertrieb

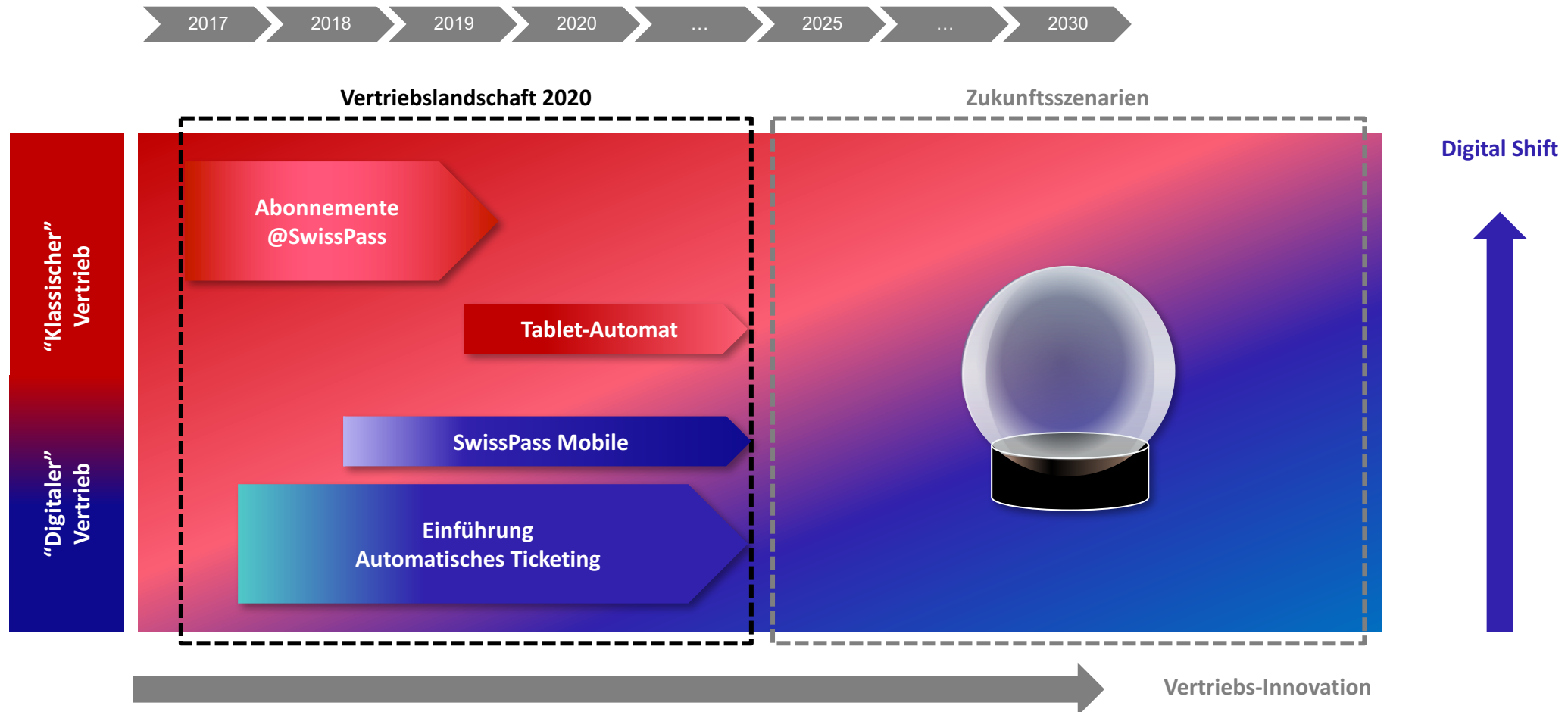
## «Klassischer» Vertrieb



## «Digitaler» Vertrieb



# Zielbild VL 2020 – Railmap 2030.



# Immer mehr Abonnemente auf den SwissPass und...

## 2015 – 2017

- General-Abo
- Halbtax-Abo
- Unireso
- Mobilis
- Frimobil
- Libero
- Passepartout
- Z-Pass
- A-Welle
- TV Schwyz
- Strecken-Abo
- Modul-Abo
- Velopass
- Monatskarte zum Halbtax



## 2018

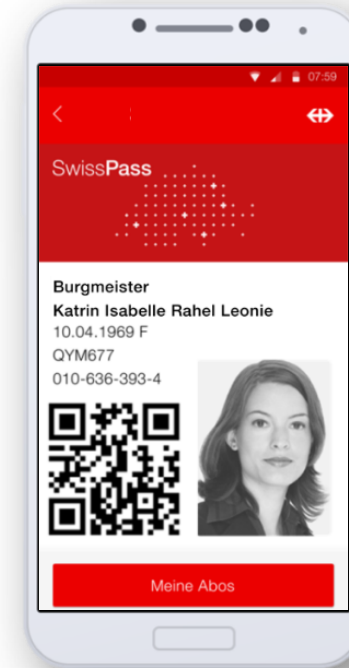
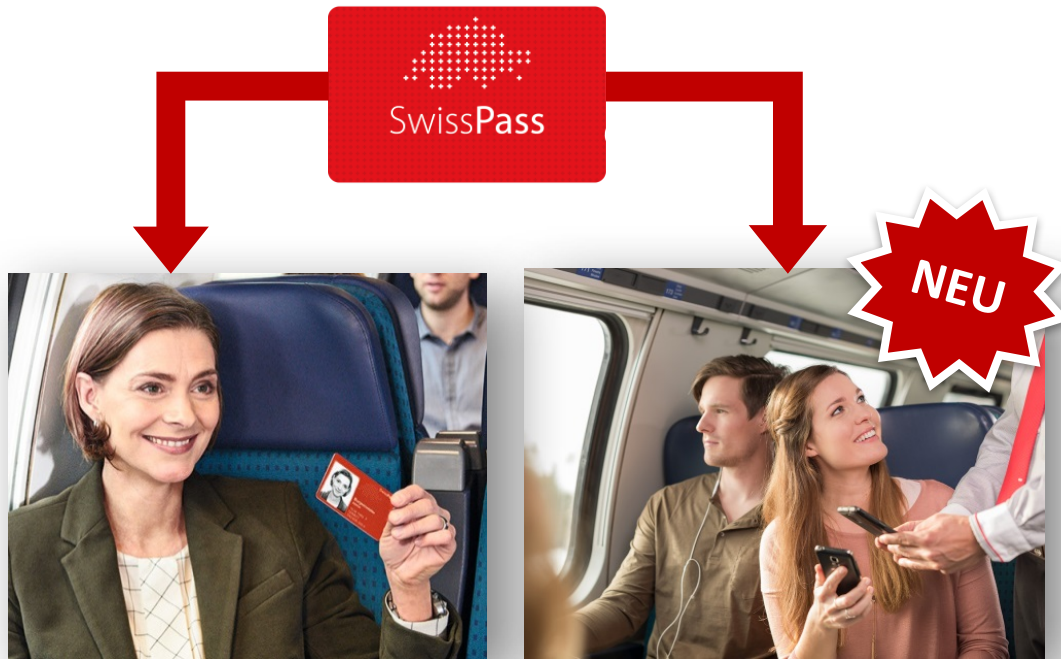
- Onde Verte
- Vagabond
- Arcobaleno
- ZVV
- TV Zug
- Ostwind inkl. Flextax
- BÜGA
- Junioren-/ Kindermitfahr-Karte
- Hunde-GA
- Ausflugs-Abo
- Monatsklassenwechsel zum GA
- Gleis 7
- B2B



# SwissPass Mobile – Alle öV-Abos bequem in der App

ÖV-Abos wahlweise mit der Karte  
oder in der App vorweisen

Lancierung in SBB Mobile Preview und BLS Mobil  
im Mai, weitere Apps folgen ab Herbst 2018

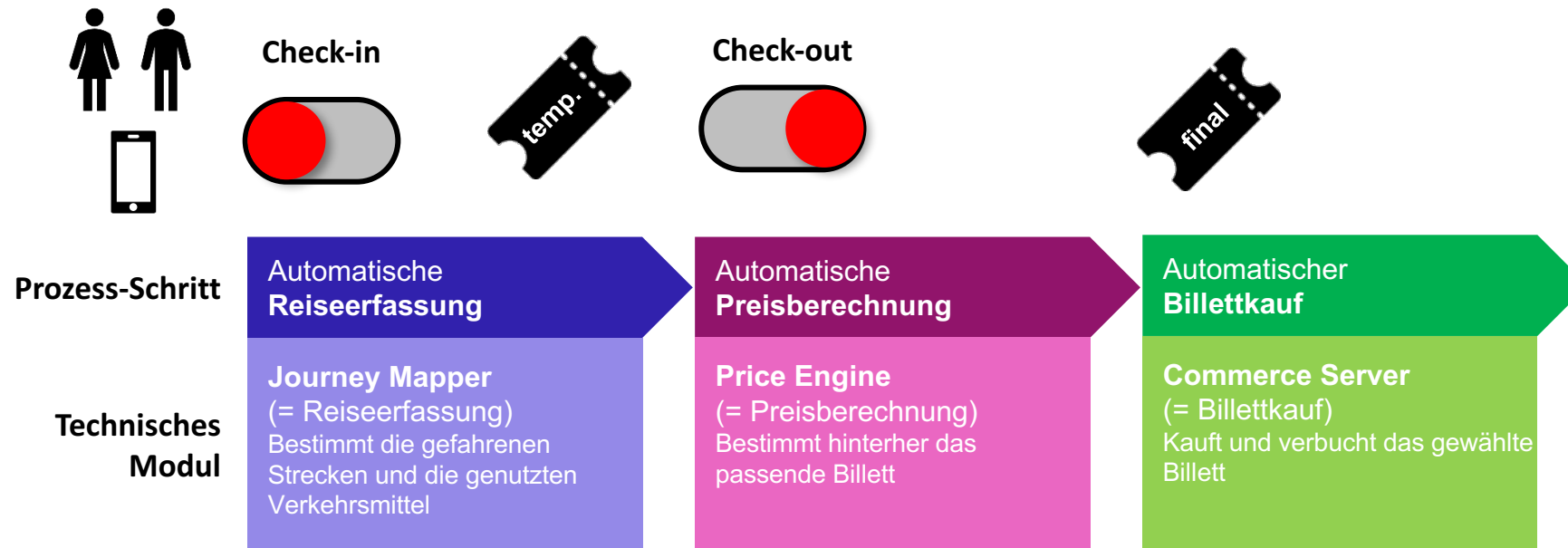




# Automatisches Ticketing - Übersicht

## Automatisches Ticketing

= Smartphone-basierte automatische Reiseerfassung, Preisberechnung und Billettkauf.



# Markttest Automatisches Ticketing – Vorgehen und erste Erkenntnisse

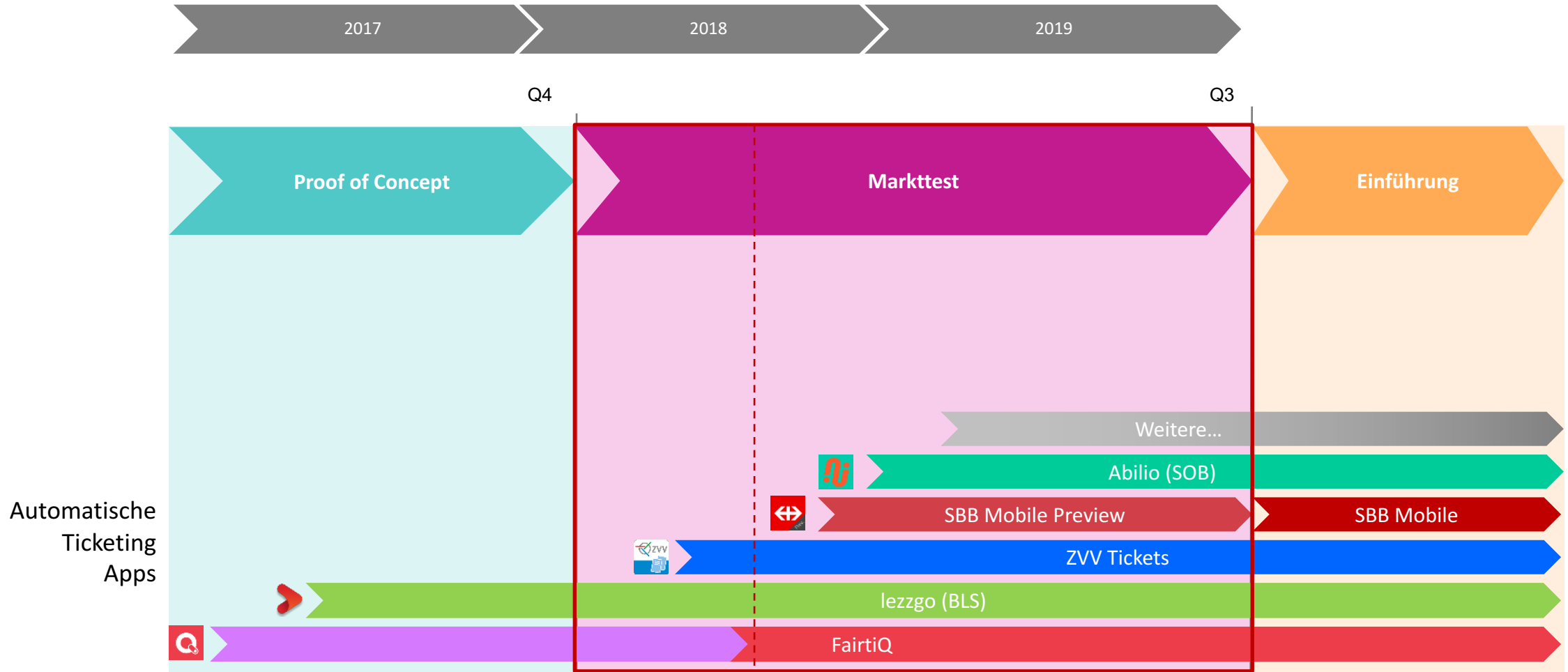
Medienkonferenz, Bern, 6. März 2018

Bernard Guillelmon, CEO BLS

# Ziele Markttest Automatisches Ticketing



# Railmap Einführung Automatisches Ticketing



# lezzgo – Die erste ATI-App im schweizweiten Markttest

Die Nutzung von lezzgo hat sich seit dem 10. Januar 2018 sehr erfreulich entwickelt. Die BLS ist überzeugt, mit lezzgo eine kundenfreundliche und zukunftsfähige Lösung entwickelt zu haben.



## Entwicklungen seit dem 10.01.2018

- ✓ Aktive Kunden: 3'600
- ✓ Umsatz: CHF 177'904
- ✓ Absatz: 27'520 Tickets
- ✓ Die Kundenbewertung von lezzgo in den App Stores ist von 3.7 auf 4.0 gestiegen

## #4 – Sehr positives Kundenfeedback

