

Tarifzonen

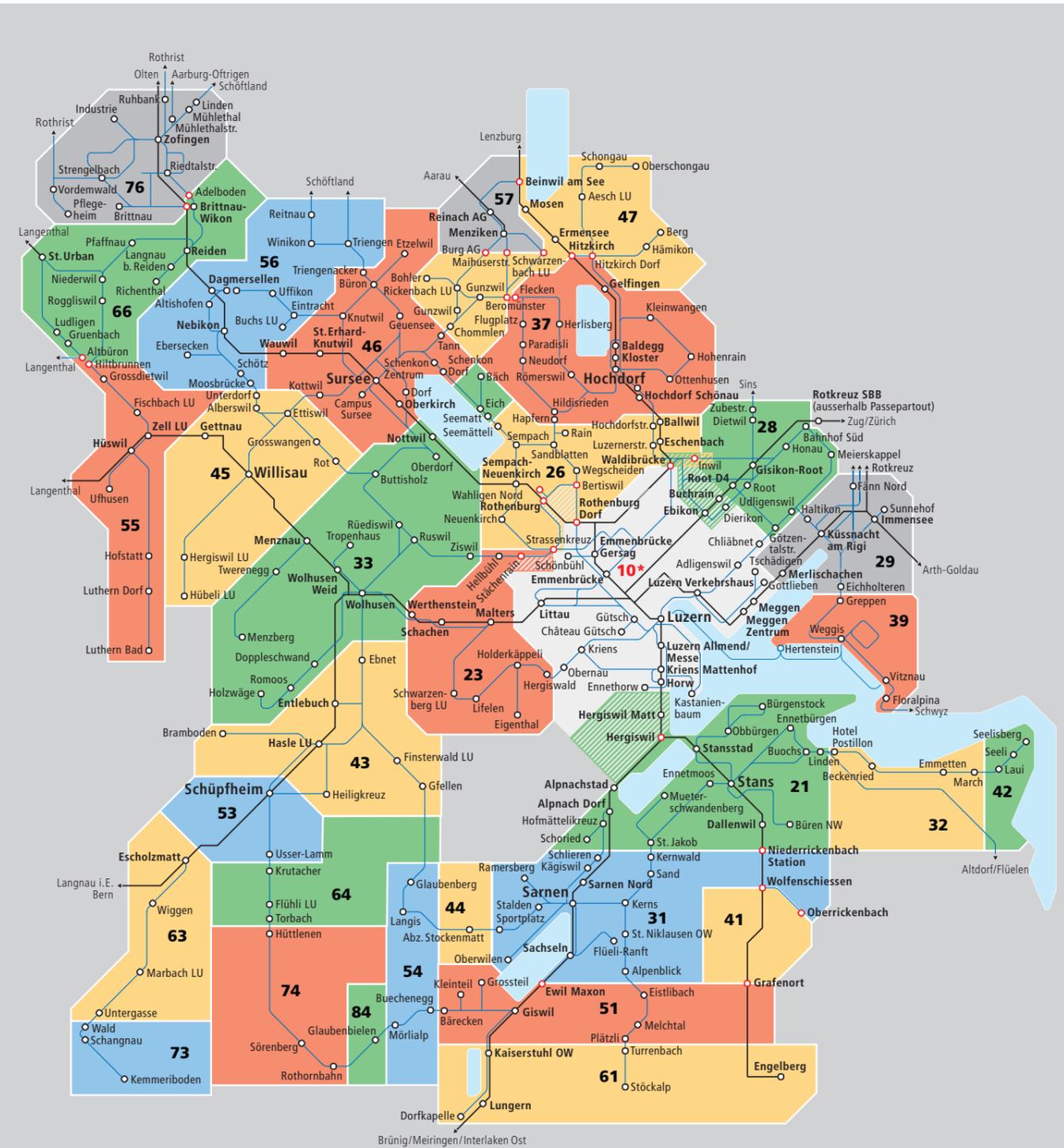
Gültig ab 13.12.2020

Passepartout
einfach unterwegs



Passepartout
einfach unterwegs

Der Tarifverbund Passepartout ist ein Zusammenschluss vom Verkehrsverbund Luzern (VVL), den Kantonen Obwalden und Nidwalden sowie zwölf Transportunternehmen, mit der Vision, einen einfachen Zugang zum öV als Teil der Gesamtmobilität zu gewährleisten.



- 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.

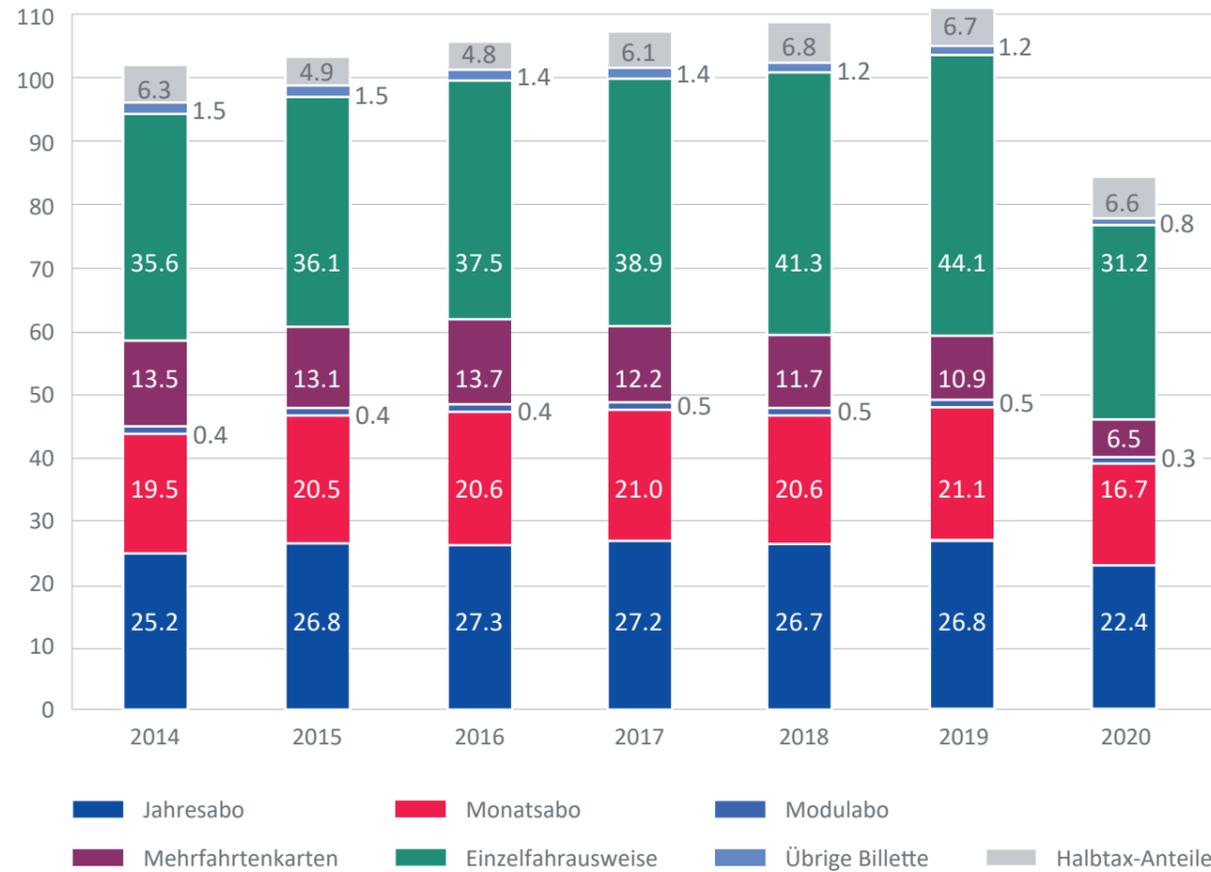
Schiff Vierwaldstättersee
Das Monats- oder Jahresabo berechtigt zur freien Fahrt zwischen den Anlegestellen Luzern, Hertenstein, Weggis und Vitznau, sofern es mindestens die Zonen 10*, 29 und 39 umfasst. Passepartout Billette sind auf dem Schiff nicht gültig.

Änderungen vorbehalten



Umsatz

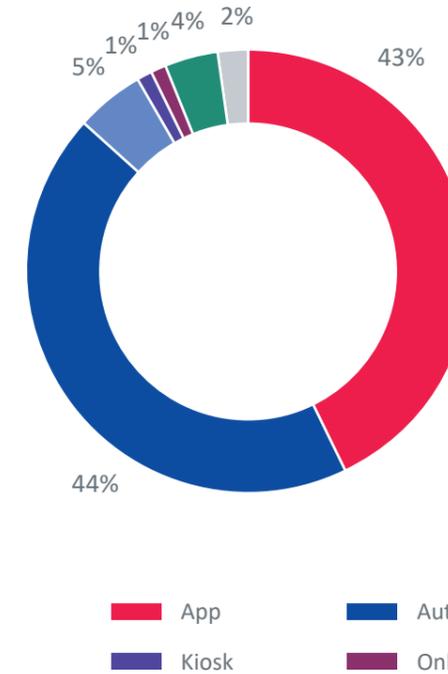
Umsatzanteile nach Passepartout-Ticketsortiment (in Mio. CHF)



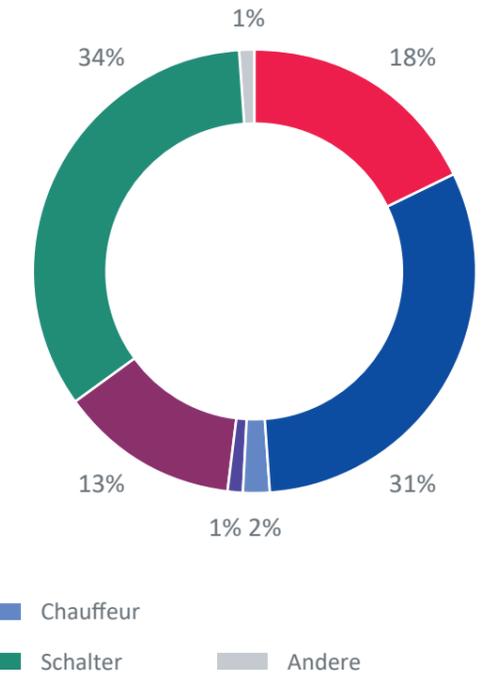
Der Nachfragerückgang im öV infolge der Corona-Pandemie von durchschnittlich 27 Prozent, und bis zu 39 Prozent auf einzelnen Linien, hat auch finanzielle Folgen für den Tarifverbund Passepartout. Im Jahr 2020 erzielte Passepartout einen Umsatz von 84.5 Millionen Franken (Vorjahr 111.3 Millionen Franken). Dies entspricht einem Rückgang von 24 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Besonders deutlich zurückgegangen ist der Umsatz bei Einzelfahrausweisen (-29 Prozent) und Mehrfahrtenkarten (-41 Prozent). Der mit dem Verkauf von Abos erzielte Umsatz ging ebenfalls um 19 Prozent zurück.

Segment	2018		2019		2020	
	Anzahl Tickets	Umsatz CHF	Anzahl Tickets	Umsatz CHF	Anzahl Tickets	Umsatz CHF
Abos	261'271	47'774'553	268'077	48'430'756	221'955	39'454'542
Billette	7'696'087	54'287'328	8'224'934	56'244'722	5'853'010	38'446'257
Zwischentotal Passepartout Tickets	-	102'061'881	-	104'675'479	-	77'900'800
Halbtax-Abos	-	6'816'477	-	6'656'215	-	6'564'685
Total	-	108'878'357	-	111'331'694	-	84'465'485

Anzahl Verkäufe 2020



Umsatzanteile 2020



Auch im Jahr 2020 waren die bedienten Verkaufsstellen (Schalter) der umsatzstärkste Verkaufskanal (34 Prozent des Gesamtumsatzes von 84.5 Millionen Franken), dicht gefolgt von den Billettautomaten (31 Prozent). Auf dem dritten Platz liegen die diversen Ticketing-Apps (18 Prozent). Im 5-Jahres-Vergleich sind die bedienten Verkaufsstellen (Schalter, -11 Prozent) sowie die Billettautomaten (-8 Prozent) die grossen Verlierer. In der gleichen Zeit nahmen die Umsatzanteile bei den Ticketing-Apps (+14 Prozent) und den Webshops (+12 Prozent) stark zu.

Werden nur die Anzahl Verkäufe berücksichtigt, so ergibt sich ein anderes Bild. Der Billettautomat (44 Prozent) ist in dieser Betrachtung der wichtigste Verkaufskanal, fast gleichauf liegen die Ticketing-Apps (43 Prozent). Die restlichen 13 Prozent der Verkäufe finden an den übrigen Verkaufskanälen statt. Über die letzten fünf Jahren gibt es mit den Ticketing-Apps (+34 Prozent) einen grossen Gewinner. Die übrigen Kanäle haben stagniert oder Verkaufsanteile verloren, die Billettautomaten (-19 Prozent) sowie der Chauffeurverkauf (-12 Prozent) massiv.

Wegen der Corona-Pandemie war der Chauffeurverkauf während längerer Zeit eingestellt. Bei der vbl wurde er bis zum Jahresende nicht aufgenommen.

	App	Automaten	Chauffeur	Kiosk	Online	Schalter	Andere
Trend 2016 vs. 2020	Anzahl Verkäufe ↑ 34%	↓ -19%	↓ -12%	→ 0%	↑ 1%	↓ -3%	→ 0%
	Umsatzanteil ↑ 14%	↓ -8%	↓ -5%	↓ -2%	↑ 12%	↓ -11%	→ 0%
Vergleich Vorjahr	Anzahl Verkäufe ↑ 11%	↓ -3%	↓ -7%	→ 0%	→ 0%	↓ -1%	→ 0%
	Umsatzanteil ↑ 4%	↓ -3%	↓ -3%	→ 0%	↑ 4%	↓ -1%	→ 0%

Aktivitäten Tarifverbund Passepartout

Passepartout verabschiedet neue Strategie 2021–2025

Die Passepartout-Strategie wurde 2020 überarbeitet. Die Strategie basiert auf der nationalen Strategie von Alliance SwissPass, dem Zusammenarbeitsvertrag mit den Transportunternehmen sowie kantonalen und BAV-Strategien und baut auf einer ausführlichen Retrospektive auf.

Die Vision des Tarifverbundes Passepartout basiert auf der nationalen Vision der Alliance SwissPass: «Ein einfacher Zugang zum öV Schweiz» und wurde ergänzt mit der Gesamtmobilität, um die Entwicklung in der multimodalen Mobilität abzudecken. Die Passepartout-Vision lautet:

«Ein einfacher Zugang zum öV als Teil der Gesamtmobilität»

Die Mission steht für den Zweck des Tarifverbundes Passepartout und vereint sowohl die nationalen Leitsätze der Alliance SwissPass als auch nationale und kantonale Stossrichtungen. Die Passepartout Mission lautet:

«Durch Kundenfokus, partnerschaftliche Zusammenarbeit und eine effektive / effiziente Umsetzung, stellen wir unseren Kundinnen und Kunden ein einfaches, transparentes sowie attraktives öV-Sortiment zu einem fairen Preis zur Verfügung. Damit leisten wir innerhalb unseres Marktgebiets einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung des öV-Modalsplits, der Nutzerfinanzierung sowie zur Erreichung von nationalen und kantonalen Nachhaltigkeitszielen».

Marketing

Das bestehende Corporate Design (Logo, Erscheinungsbild und Typografie), welches über zehn Jahre im Einsatz war, wurde im 2019 durch ein neues Corporate Design abgelöst und im 2020 im Sinne einer stimmigen und ansprechenden Kundenkommunikation stetig weiterentwickelt und ergänzt. Seit September 2020 hat der Passepartout eine neue Website und Bildwelt. Dabei wurde das neue CI/CD angepasst, die Website wurde kundenfreundlicher gestaltet und funktioniert nun auch auf Mobile-Geräten einwandfrei («Mobile friendly»).

Mit diversen Corona-Entscheidungsmassnahmen wurde versucht, die Kunden zurück zu gewinnen. Die Monatsabo-Kunden erhielten einen Gutschein über 15 Prozent des Abowerts, mindestens jedoch 15 Franken. Bei der Win-back-Aktion wurden Jahresabo-Kunden eine Reduktion von 10 Prozent auf den Abowert gewährt.

Key Account Management

Gemeinsam mit Unternehmungen und Verwaltungen engagiert sich das Key Account Management für ganzheitliche Mobilitätslösungen. Ziel ist dabei, mit den Partnern einen einfachen Zugang zum öffentlichen Verkehr zu ermöglichen und ein nachhaltiges Mobilitätsmanagement zu gestalten. Fokussiert wird auf ganzheitlichen Mobilitätsberatungen bei Unternehmungen und Verwaltungen,

wobei sich das Key Account Management an der Mobilitätsmanagementstrategie des Kantons Luzern orientiert.

Tarife und Sortiment

Am 1. Januar 2020 begann mit der Alliance SwissPass ein neues Kapitel in der Geschichte des öffentlichen Verkehrs der Schweiz. 250 Transportunternehmen und 18 Verbünde (inklusive Passepartout) vereinigten sich unter einem gemeinsamen Dach. Die Alliance SwissPass hat sich zum Ziel gesetzt, das öV-System zu vereinfachen und zu harmonisieren, damit die Nutzung des öffentlichen Verkehrs für die Menschen so einfach wie möglich wird.

Das öV-Angebot wurde während der ausserordentlichen Lage vom 17. März bis zum 10. Mai 2020 auf Empfehlung des Bundesrates reduziert. Die öV-Branche kam ihren Abonentinnen und Abonenten mit Kulanzmassnahmen im Gesamtwert von über 100 Mio. Franken entgegen. So hat der Tarifverbund Passepartout die Gültigkeit sämtlicher Jahresabos um 15 Tage verlängert und die Monatsabonnten mit insgesamt 320'000 Franken entschädigt.

Auf den Fahrplanwechsel im Dezember 2020 gab es nur geringfügige tarifarischen Anpassungen. Aufgrund der Einführung des nationalen Hunde-Pass (früher GA Hund) für 350 Franken hat sich Passepartout dazu entschieden, sein Jahresabo für Hunde abzuschaften.

Organisation (Stand 31. Dezember 2020)

