

2022

Jahresrückblick

Rechenschaftsbericht des TNW
Tarifverbund Nordwestschweiz



2022: Der Weg aus der Pandemie

Zwei Jahre hatte die Corona-Pandemie unser tägliches Leben geprägt: von Ende Februar 2020 bis Ende März 2022 wurde unser Alltag auf den Kopf gestellt und musste neu organisiert werden. Wir lebten mit diversen Einschränkungen, und der Büro-Alltag wurde ins Homeoffice verlegt. Am 1. April 2022 wurden die Einschränkungen aufgehoben, doch die Pandemie hat Spuren hinterlassen.

Das Homeoffice blieb auch nach Aufhebung der Pandemie-Massnahmen bestehen. Umfragen des TNW vom Sommer 2022 zeigen, dass rund 40% der arbeitenden Bevölkerung im Alter zwischen 25 und 65 Jahren mindestens einen Tag pro Woche im Homeoffice verbringt. Auch stellen wir eine vermehrte Nutzung anderer Mobilitätsformen, wie z.B. des Velos/E-Bikes fest. Im nationalen direkten Verkehr konnte 2022 eine sehr starke Zunahme des Freizeitverkehrs und von grenzüberschreitenden Fahrten beobachtet werden. Diese Entwicklungen stellen die ÖV-Branche vor neue Herausforderungen: Entsprechen insbesondere die vorhandenen Abo-Angebote noch den geänderten Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden? Gibt es neue Angebote, die den Kundinnen und Kunden einen Mehrwert bieten? Welche Chancen bietet die weiter voranschreitende Digitalisierung bei der Erarbeitung neuer Produkte für den ÖV? Diese Fragen hat sich die ÖV-Branche schweizweit gestellt und hat innert kurzer Zeit neue Produkte entwickelt, welche 2021 und 2022 koordiniert in regionalen Markttests lanciert wurden. Der TNW entwickelte ein Angebot, welches primär auf den Freizeitverkehr ausgerichtet ist und hat am 1. Mai 2022 mit dem Produkt «U-Abo Freizeit» einen einjährigen Markttest gestartet.

Im Sommer 2022 hat der Vorstand mit externer Unterstützung die Schwerpunkte und daraus abgeleitet die Handlungsfelder für die nächste ordentliche Strategieperiode 2023–2026 des TNW entwickelt. Die genannten Änderungen der Reisegewohnheiten flossen in die Strategieentwicklung ein. Die zentralen Leit motive «Einfachheit» und «Kundenbindung» dienen als Orientierung bei der Bearbeitung der Arbeitsschwerpunkte.

Die finanziellen Kennzahlen waren im Jahr 2022 weiterhin geprägt von der Corona-Pandemie. Die Zahl der transportierten Fahrgäste 2022 ist gegenüber dem Vorjahr um 21,2% angestiegen. Auch die Erlöse konnten gegenüber 2021 um 12,4% gesteigert werden. Jedoch liegen beide Werte noch deutlich unter dem Niveau von vor der Pandemie. Insbesondere die U-Abos haben sich weniger stark erholt. Zahlreiche Kundinnen und Kunden haben ihren veränderten Bedürfnissen entsprechend Einzelbillette und nicht wie früher Abos gekauft.

Ich wünsche Ihnen ein informatives Lesevergnügen.

Ralph Lewin
Präsident TNW



Inhalt

Editorial	2
Meilensteine: was den TNW im Jahr 2022 bewegte	3
Neue Angebote: schweizweite Markttests	4
TNW Strategie 2023–2026	5
TNW Einnahmen 2022	6
Organisation	7

Was den TNW im Jahr 2022 bewegte

Januar:

Das erste Quartal des Jahres 2022 war weiterhin geprägt durch die Corona-Pandemie, insbesondere durch die damals neue und stark ansteckende «Omikron» Variante des Virus. Die höchste Anzahl der Neuinfektionen fand im Januar statt, just in der Zeit, in der normalerweise die Jahresabos erneuert werden.

Februar: Am 2. Februar wurde die Homeoffice-Pflicht aufgehoben.

April: Am 1. April wurden schweizweit alle Pandemie-Schutzmassnahmen aufgehoben, so auch die Maskenpflicht im ÖV.

August: Vom 26. bis 28. August fand in Pratteln das grösste wiederkehrende Sportereignis der Schweiz, das eidgenössische Schwing- und Älplerfest, statt. Die Transportunternehmen des TNW transportierten die Besucherinnen und Besucher mit zahlreichen Extrafahrten zum und vom Festgelände. Sie unterstützten damit und mit dem einfachen Zugang zu den Tickets die bequeme Anreise mit dem ÖV.

Mai: Das neu geschaffene U-Abo Freizeit wurde am 1. Mai als einjähriger Markttest lanciert. Das Abo berechtigt zur freien Fahrt im ganzen trinationalen Gebiet des U-Abo von Montag bis Freitag jeweils abends ab 19 Uhr und ganztätig an den Wochenenden. Der TNW war am 21. und 22. Mai mit einem Informationsstand an den grossen Feierlichkeiten rund um das Jubiläum «175 Jahre Schweizer Bahnen» in Basel vertreten.

Juni: Der TNW Vorstand entwickelte in den Sommermonaten zusammen mit einem Berater mit grosser Branchenerfahrung die TNW Strategie 2023–2026.

September: Der TNW führte zusammen mit einem Marktforschungsinstitut eine generelle Befragung zur Abo-Nutzung und zum Mobilitätsverhalten bei Einwohnenden im TNW Gebiet durch.

November: Der TNW führte eine Fahrausweisstrukturhebung durch. Hierbei wurden während vier Wochen bei allen Transportunternehmen des TNW die Fahrgäste zur Nutzung ihrer Tickets befragt. Die letzte grosse Erhebung fand im Jahr 2018 statt.

Dezember:

Die Werbekampagne rund um das U-Abo wurde zum Jahresende überarbeitet. Der Fokus wurde auf das hervorragende Preis-Leistungsverhältnis des Jahresabos gelegt. Als Kernaussage wurde der günstige Preis pro Tag hervorgehoben. Das Jahresabo kostet für im TNW Gebiet angemeldete, erwachsene Personen nur 2.20 Franken pro Tag, Jugendliche zahlen 1.45 Franken pro Tag und dies bei trinationaler Gültigkeit.

Oktober: Mehrere attraktive Angebote für Abonentinnen und Abonenten des U-Abo konnten während des Herbstes im U-Abo Gutscheinformal lanciert werden, so z.B. vergünstigte Zoo-Eintritte oder vergünstigte national gültige Tageskarten sowie Vergünstigungen bei ergänzenden Mobilitätsformen.

Neue Angebote: schweizweite Markttests

Während der zweijährigen Pandemie kam es mehrmals zur Homeoffice-Pflicht. Mitarbeitende mussten von zu Hause aus arbeiten. Am 2. Februar 2022 hat der Bundesrat zwar die Homeoffice-Pflicht aufgehoben, doch viele Firmen haben ihre Arbeitsprozesse angepasst und liessen ihre Mitarbeitenden weiterhin ganz oder teilweise von zu Hause aus arbeiten. Die neuen Rahmenbedingungen führten zu Anpassungen beim Mobilitätsverhalten der Bevölkerung: anstelle des täglichen Pendelns zur Arbeit beschränkte sich dies auf z.B. drei bis vier wöchentliche Fahrten zum Arbeitsort. Dafür bestand das Bedürfnis nach zusätzlichen Fahrten während der Freizeit. Die Branche hat diese Entwicklung früh erkannt und hat diverse neue Produkte entwickelt, jeweils abgestimmt auf die Gegebenheiten und Bedürfnisse der Region, welche in Form von Markttests lanciert wurden.

Der Nachbarverbund A-Welle testet ein Capping Modell: Dieses Modell basiert auf der elektronischen Erfassung aller ÖV-Fahrten mittels Handy-App. Vor jeder einzelnen Fahrt muss sich die Nutzerin/der Nutzer «einchecken» und nach der Fahrt wieder «auschecken». Die Fahrten werden einzeln verrechnet bis zur Erreichung einer monatlichen Limite (Capping) bei den jeweiligen Zonenbilletten. Zusätzliche Fahrten, welche nach dem Erreichen der Capping Limite getätigt werden, werden verrechnet und im Folgemonat in Form einer Gutschrift der Nutzerin/dem Nutzer vergütet.

In den Tarifverbänden Mobilis und Frimobil wurden Flexi-Abos mit zwei oder drei wöchentlichen Gültigkeitstagen getestet. Die auf das Jahr hochgerechneten 104 resp. 156 frei wählbaren Nutzungstage können die Kundinnen und Kunden elektronisch per Handy-App aktivieren und während eines Jahres konsumieren.

Der TNW befasste sich ebenfalls intensiv mit neuen Abo-Lösungen. Anders als bei allen anderen Verbänden der Schweiz verfügt der TNW mit dem U-Abo über ein Abo-Modell, welches innerhalb des Verbundgebietes keine Zonierung kennt und somit zu einem günstigen Einheitspreis verkauft wird. Ein U-Abo für Erwachsene zum Preis von 80 Franken rechnet sich gegenüber dem Kauf von Einzelbilletten bereits ab drei Retour-Fahrten pro Woche innerhalb einer Zone, das Jahresabo zum Preis von 800 Franken bereits bei rund zwei Retour-Fahrten pro Woche

innerhalb einer Zone. Bei der Reise durch zwei Zonen rechnen sich Monats- und Jahresabo noch schneller. Auch bietet der TNW Jugendlichen unter 25 Jahren und Seniorinnen und Senioren vergünstigte Abos an. Ein auf zwei oder drei Tage pro Woche beschränktes U-Abo wäre entsprechend nur mit einem sehr kleinen Preisvorteil gegenüber dem unbeschränkt gültigen Abo anbietbar resp. würde bei weiteren Preisnachlässen Finanzierungslücken mit sich ziehen.

Bei der Entwicklung neuer Abo-Angebote muss die hohe Abo-Dichte der Nordwestschweiz berücksichtigt werden: Mit 1,64 Mio. verkauften Abos (auf Monatsbasis) im Jahr 2022 besitzen rund ein Viertel aller im TNW Gebiet wohnhaften Personen ein U-Abo. Untersuchungen des TNW zeigten, dass in den Altersklassen unter 25 Jahren und über 50 Jahren die Abo-Durchdringung am höchsten ist. So besitzen rund ein Drittel der im TNW Gebiet ansässigen Kinder und Jugendlichen im Alter von 6 bis 24 Jahren ein U-Abo. Die Abo-Durchdringung nimmt einmal nach dem 18. Altersjahr und danach nochmal nach dem 25. Altersjahr ab, was auf Anpassungen der Lebensumstände – insbesondere den Eintritt ins Berufsleben – zurückzuführen ist. Der TNW hat entsprechend ein Abo-Angebot entwickelt, welches diese Altersklasse wieder mit dem ÖV in Verbindung bringen soll: ein auf die Freizeit ausgerichtetes Abo, mit Gültigkeit jeweils abends und am Wochenende im ganzen Verbundgebiet des TNW.

Das U-Abo Freizeit

Markttest ab 01.05.2022 während eines Jahres

Preis: CHF 90 für drei Monate im TNW Gebiet wohnhaft (CHF 165 ausserhalb TNW Gebiet wohnhaft)

Gültigkeit: Montag bis Freitag ab 19 Uhr bis Betriebsschluss, Samstag und Sonntag ganztägig bis Betriebsschluss

Geltungsbereich: im ganzen TNW Gebiet, inkl. RVL-Zonen 1-3 in Deutschland und Distribus in Frankreich

Das neue U-Abo Freizeit.

Abends ab 19.00 Uhr und am Wochenende freie Fahrt im trinationalen Gebiet des U-Abo.

**Grundpreis: CHF 90 für 3 Monate wenn Person Wohnsitz und Steuerdomizil im TNW Gebiet hat

Für CHF 30.-**
pro Monat.

u-abo.ch/freizeit

U
U-Abo
FREIZEIT

lnw
tarifverbund
nordwestschweiz

TNW Strategie 2023–2026

Während der vorhergehenden Strategieperiode 2019–2022 wurde ein hoher Fokus auf den grenzüberschreitenden Verkehr gelegt. Daraus resultierend konnten die gegenseitigen Abo-Anerkennungen mit dem RVL in Deutschland und Distribus in Frankreich erarbeitet und erfolgreich umgesetzt werden. Mit dem Thema der Kundenbindung wurde ein weiteres Handlungsfeld definiert, aus dem u.a. die vereinfachten automatischen Erneuerungsmöglichkeiten des U-Abo, das U-Abo Gutscheinental und ein auf den TNW angepasstes schlankes Marktforschungskonzept entstanden sind.

Die neu erarbeitete Strategie 2023–2026 stellt eine Weiterentwicklung der vorhergehenden Strategieperiode dar. Insbesondere das Handlungsfeld der Kundenbindung wurde noch weiter vertieft und neben dem Tarif als zentrales Element der neuen Strategieperiode festgelegt. Bedingt durch die hohen Einsteiger- und Einnahmerrückgänge während der Pandemie, wurde als Zielbild für die Periode 2023–2026 die Erreichung des Marktanteils 2019 mit mindestens dem damaligen Kostendeckungsgrad festgehalten. Zur Erreichung des Ziels sind folgende strategische Handlungsfelder prioritär zu behandeln:

- Tarif: die TNW Produkte sollen für die Zukunft fit gemacht werden, insbesondere gilt es «digitale Tarife» zu prüfen und das Flaggschiffprodukt des TNW, das U-Abo, weiter zu entwickeln. Ebenfalls sollen Kundenbedürfnisse im Bereich der Fahrten in angrenzende Gebiete geprüft werden.
- Kundenbindung: treue Fahrgäste sollen eine Wertschätzung erfahren. Insbesondere sollen treue ÖV-Kundinnen und -Kunden das bestmögliche Tarifangebot erhalten. Ebenso gilt es ein Kundenbindungskonzept zu entwickeln, auch unter Zuhilfenahme technischer Hilfsmittel wie z. B. datenbasierter Betreuungsroutinen.
- Grenzüberschreitender und nationaler ÖV: die trinationalen Tarife sollen weiterentwickelt und ein Vermarktungskonzept für den grenzüberschreitenden ÖV soll erstellt werden, um den Bekanntheitsgrad des Angebots zu erhöhen. Ebenso gilt es auf nationaler Ebene weiterhin gut vernetzt zu bleiben.

Die Themen «Multimodalität» und «Usability» sind weiterhin Teile der Strategie, wobei diese Bereiche primär durch die Transportunternehmen des TNW weiterentwickelt werden sollen.

Mit den Leitmotiven «Einfachheit» und «Kundenbindung» entwickelt sich der TNW hin zum trinationalen Tarif- und Vermarktungsverbund.



Anspruchsvollere Rahmenbedingungen: **Velo-Boom, neue Arbeitswelt und die Antriebswende, relativ niedriger ÖV-Marktanteil der trinationalen Verkehre**



Klare Priorisierung der Handlungsfelder: **Tarif, Kundenbindung, nationaler und grenzüberschreitender ÖV als Pflichtaufgabe**



Klare und gemeinsam gelebte Ziele aller TNW Mitglieder: **Mindestens erreichen des Marktanteils 2019 bei damaliger Kostendeckung**



Stärkung der trinationalen ÖV-Tarife: **Tarifgestaltung und offensive Vermarktung für die ein- und ausfahrende Verkehre**



Bewährte Strukturen und Synergien weiter professionalisieren: **Vom Tarif- zum Tarif- und Vermarktungsverbund**



Verstärkung der integrierten Marktbearbeitung (Tarif, Vertrieb, Vermarktung, Usability): **Agiles Miteinander aller Akteure für eine bessere Marktpräsenz und durchgängige Reiseketten**



«Einfachheit» und «Kundenbindung» als Leitmotiv des TNW: **Verstärkung der Bindungsanreize**



Schärfung der Arbeitsteilung und Ausbau der abgestimmten Aktivitäten: **Mehr Konzeptions- und Umsetzungskompetenz für die TNW Geschäftsstelle**



Auto Bus^{ag}



TNW Einnahmen 2022

Der TNW verzeichnete mit Einnahmen von CHF 213.5 Mio. im Jahr 2022 einen Mehrerlös von CHF 23.4 Mio. im Vergleich zum Vorjahr. Während die Erträge für Abos um CHF 8.1 Mio. zunahmen, konnten die Bartarifverkäufe um CHF 15.3 Mio. gesteigert werden.

Das Gesamtergebnis des Jahres 2021 muss mit den Rückstellungen in der Höhe von CHF 2.1 Mio. für anteilige Corona Entschädigungen (15 Tage Verlängerung des Jahresabos) betrachtet werden. Dies erhöht das Gesamtergebnis des Jahres 2021 auf CHF 192.1 Mio. Während die Erträge für Abos um CHF 8.1 Mio. zunahmen, konnten die Bartarifverkäufe um CHF 15.3 Mio. gesteigert werden. Darin enthalten sind Mehreinnahmen bei Einzelbilletten von CHF 13.4 Mio. resp. um CHF 1.8 Mio. höhere Einnahmen bei den Mehrfahrtenkarten. Im Vergleich zum Jahr 2019 beträgt der Mindererlös CHF 31.7 Mio.

Einsteiger

Die Zahl der transportierten Fahrgäste (Einsteiger) ist 2022 gegenüber dem Vorjahr stark angestiegen. Es wurden 204,64 Millionen Fahrgäste transportiert. Dies sind 21,2% mehr als im Vorjahr, aber 15,3% weniger als im Jahr 2019. Im Vergleich zum Vorjahr kommt es bei der SBB, insbesondere im Fernverkehr, zu einer starken Erholung der Einsteiger. Die SBB erlitt im Jahr 2021 pandemiebedingt den grössten Rückgang an Einsteigern aller Transportunternehmungen (TU) des TNW im Vergleich zu vor der Pandemie. Bei den ländlicheren TUs wie AAGL und PAG wirkt der hohe Anteil an Jugendlichen und Schülern stabilisierend, wohingegen bei den eher städtischen TUs wie BVB und BLT (insbesondere auf deren Tramnetz) die erwachsenen Einsteiger den ÖV zwar wieder vermehrt frequentieren, aufgrund der Nutzung alternativer Fortbewegungsmittel und dem teilweisen Verbleib im Homeoffice liegen die Werte allerdings deutlich unter dem Niveau von vor der Pandemie.

Personenkilometer (Pkm)

Die zurückgelegten Personenkilometer betragen 997,04 Millionen, was einer Zunahme um 218,94 Millionen resp. 28,1% entspricht. Im Vergleich zum Jahr 2019 stellt dies eine Abnahme um 14,1% dar.

Einnahmenverteilung

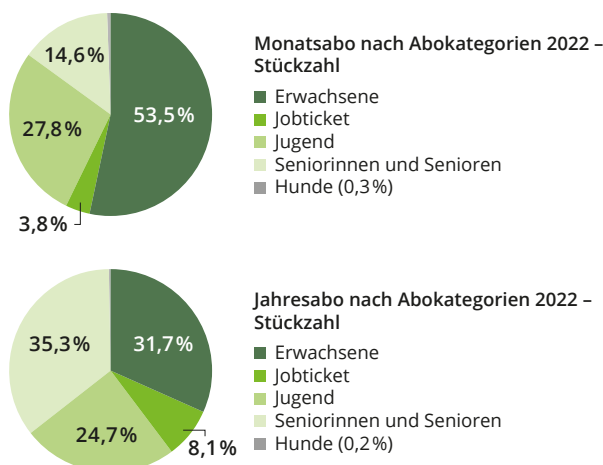
Die Verkehrseinnahmen 2022 (CHF 215.4 Mio. Cash in) werden nach der Mehrtopf Einnahmenverteilungsmethodik verteilt. Hierzu werden vier Verteilungsschlüssel (TNW Fahrausweise, grenzüberschreitende Fahrausweise, Halbtax und 1. Klasse) auf Basis der Fahrausweisstruktur 2018 berechnet und zu einem Gesamtschlüssel zusammengefügt.

Aufteilung der U-Abos

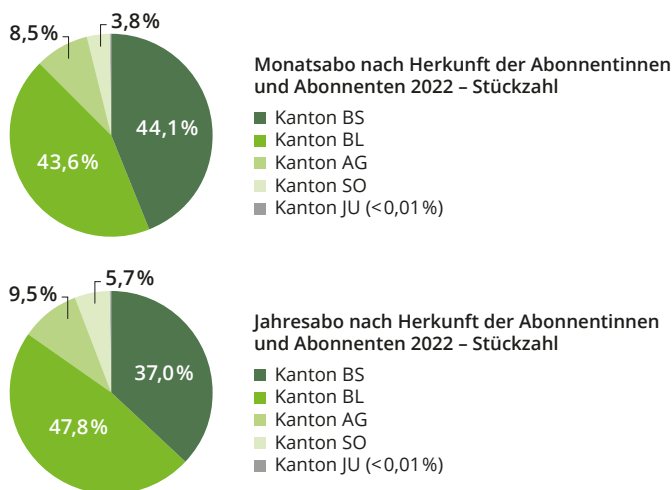
2022 hat der TNW ein Äquivalent von rund 1,64 Mio. Monatsabos auf Leistungsbasis verkauft, dies entspricht einer Zunahme von 5,3%. Dabei wurden 680'814 Monatsabos und 79'869 Jahresabos verkauft (in Monatsabos ausgedrückt entspricht dies 958'424 Stk.).

Einnahmenverteilungsschlüssel 2022	
AAGL Autobus AG Liestal	3,88%
BLT Baselland Transport AG	21,96%
BVB Basler Verkehrs-Betriebe	47,14%
PostAuto AG	6,69%
SBB Fernverkehr	6,27%
SBB Regionalverkehr	14,02%
SBG Südbaden Bus GmbH	0,04%

Die Monats- und Jahresabos teilen sich folgendermassen auf die einzelnen Produktsegmente (Erwachsene, Jobticket, Jugend, Senioren und Hunde) auf:



Die Verteilung der U-Abos auf die verschiedenen Kantone sieht folgendermassen aus:



Einnahmen TNW (in CHF)

TNW Einnahmen (leistungsbereinigt)	2022	2021
Abonnemente (U-Abo)	143'015'703	134'849'822
Einzelfahrausweise	52'570'738	39'157'402
Mehrfahrtenkarten	12'902'016	11'080'005
Übrige Fahrausweise (Halbtaxentschädigung)	4'985'368	4'943'133
Total TNW Sortiment	213'473'825	190'030'362
Kulanzregelung Corona (nicht inkl.)		+2'080'000
GA/Direkter Verkehr (approximativ)	21'400'000	17'700'000

Organisation

Der TNW wurde 1987 als erster integraler Tarifverbund der Schweiz gegründet. Seit Januar 2015 ist der TNW ein Verein; davor war er eine einfache Gesellschaft.

Die Organe des Vereins TNW sind:

Die TNW-Versammlung ist das oberste Organ des Vereins. Die Vollversammlung, in welcher neben den Transportunternehmen (TU) auch die Kantone Basel-Stadt, Basel-Landschaft, Aargau, Solothurn und Jura Einsitz haben, ist das strategische Organ des TNW. Vollversammlungen finden mindestens jährlich statt. Die TNW-Versammlung wird vom Präsidium geleitet.

Der Vorstand ist das oberste Leitungs- und Verwaltungsorgan des Vereins. Er führt die laufenden Geschäfte des Vereins und vertritt den Verein nach aussen.

Vorstandsmitglieder per 31.12.2022

Ralph Lewin	Präsident TNW
Bruno Stehrenberger	Direktor Basler Verkehrs-Betriebe
Andreas Büttiker	Direktor Baselland Transport AG
Michel Berchtold	Leiter SBB Personenverkehr Region Mitte
Patrick Zingg	Leiter PostAuto AG Markt und Kunden Nord
Roman Stingelin	Direktor Autobus AG Liestal
Benno Jurt	Vertreter Kt. Basel-Stadt
Florian Kaufmann	Vertreter Kt. Basel-Landschaft
Hans Ruedi Rihs	Vertreter Kt. Aargau
Kjell Kolden	Vertreter Kt. Solothurn
Antonio Massa	Vertreter Kt. Jura

Der TU-Rat ist als Ausschuss des Vorstands für die operativen Aufgaben zuständig. Er setzt sich aus den Vertretern der Transportunternehmen im Vorstand und dem Präsidium zusammen.

Die Geschäftsführung hat die Aufgaben und Kompetenzen, die ihr vom Vorstand übertragen werden.

Geschäftsführer: Adrian Brodbeck

Projektleiter, stv. Geschäftsführer: Thomas Stadelmann

In den **Arbeitsgruppen** werden spezifische Themen von Fachspezialisten der TU und der Geschäftsstelle erarbeitet. Die TNW Geschäftsstelle koordiniert und leitet die Sitzungen von fünf fixen Arbeitsgruppen, welche sich 4- bis 6-mal jährlich zu ordentlichen Sitzungen treffen:

Arbeitsgruppe Tarif, Sortiment und Vertrieb Vorsitz: Adrian Brodbeck

In der Arbeitsgruppe werden alle Themen rund um Sortimentsfragen sowie zu Tarif- und Vertriebsangelegenheiten erarbeitet.

Arbeitsgruppe Kommunikation Vorsitz: Thomas Stadelmann

Die Arbeitsgruppe ist für die Planung und die operative Umsetzung von Kommunikations-Massnahmen zuständig.

Prüfgruppe Vorsitz: Thomas Stadelmann

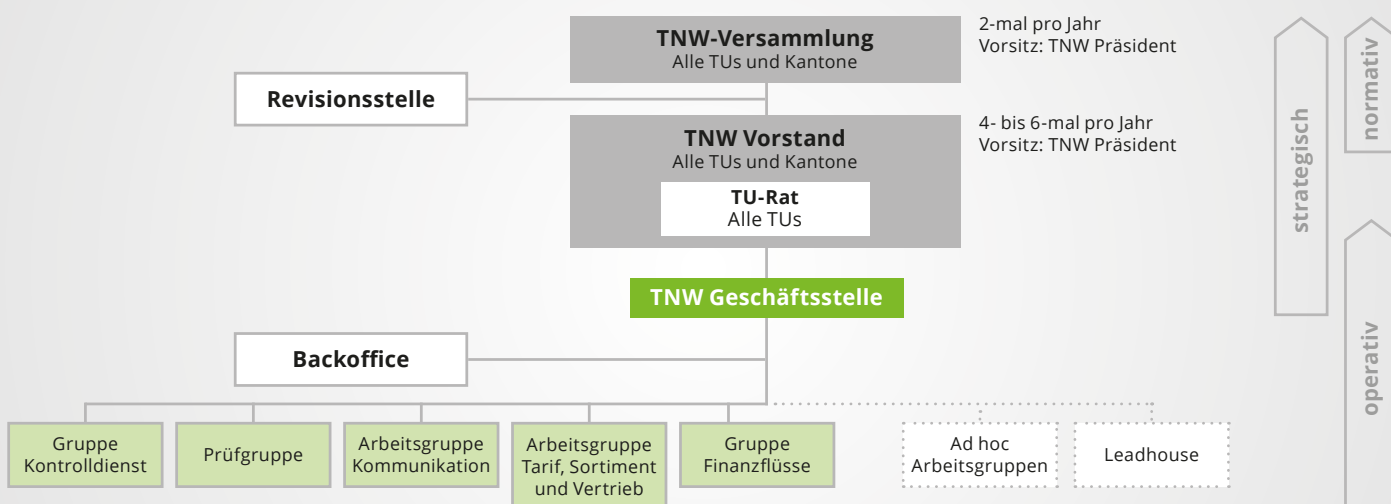
Die Prüfgruppe erstellt die Vorgaben bezüglich der Fahrgasterhebung (Zählung und Hochrechnung) und überprüft deren Einhaltung. Sie erstellt die Jahreshochrechnung der Einsteiger und Pkm, welche zur Einnahmen-Verteilung benötigt wird.

Gruppe Kontrolldienst Vorsitz: Thomas Stadelmann

Der Kontrolldienst stellt sicher, dass die Kontrollvorgaben bei den TU korrekt umgesetzt werden.

Gruppe Finanzflüsse Vorsitz: Adrian Brodbeck

Die Gruppe Finanzflüsse ist die Schnittstelle zwischen Vertriebs- und Finanzthemen.



Drei Länder

im Abo.

Mit dem Umweltschutz-Abo freie Fahrt im Netz des TNW sowie im grenznahen Deutschland und Frankreich. Alles im Abo.

tnw.ch

DAS JAHRESABO FÜR NUR
CHF 2.20*
PRO TAG!

Jetzt
U-Abo lösen!



U-Abo



* Entspricht dem Preis des pers. Jahresabos für im TNW Gebiet wohnhafte Erwachsene, umgerechnet auf 365 Tage.

Die Transportunternehmen des TNW



BASEL ERFAHREN  **BVB**
BVB Basler Verkehrs-Betriebe
Tel. +41 61 685 14 14
www.bvb.ch




PostAuto AG
Gebiet Nord
Tel. +41 58 667 13 60
www.postauto.ch




BLT Baselland Transport AG
Tel. +41 61 406 11 11
www.bl.ch



Auto Bus^{ag}
AAGL Autobus AG Liestal
Tel. +41 61 906 71 11
www.autobus.ag



 **SBB CFF FFS**
SBB Schweizerische Bundesbahnen
Tel. 0848 44 66 88
(CHF 0.08/Min.)
www.sbb.ch/nordwestschweiz

Täglich für Sie unterwegs in den Kantonen:

