

Inhalt

EINFACHHEIT ALS ERFOLGSREZEPT	1
NEUE FÜHRUNGSSTRUKTUR IM TNW	2
DAS U-ABO FÜR ARBEITNEHMER	2
ZUKÜNFTIGER VERTRIEB DES U-ABOS	3
MOBILITY TICKET FÜR HOTELGÄSTE IM BASELBIET	3
TNW-EINNAHMEN 2013	4

Der TNW ist weiter auf der Erfolgsspur. Die Verkehrserlöse überschritten erstmals die Grenze von einer Viertelmilliarde.

Mit 224 Millionen Fahrgästen konnten im Jahr 2013 Mehreinnahmen von CHF 8,6 Mio. erwirtschaftet werden.

Die Zahl der verkauften U-Abos ist um 21'913 auf einen historischen Höchststand von 2'161'413 gestiegen.

Per 1. Januar 2014 gab sich der TNW eine neue Führungsstruktur.

U-ABO:

Einfachheit als Erfolgsrezept

180'117 Personen kauften 2013 monatlich ein U-Abo. Der Grund, warum die Nordwestschweiz über die mit Abstand höchste Abo-Dichte verfügt, liegt in einem ausgezeichneten ÖV-Angebot und der Einfachheit des Tarifprodukts. Das U-Abo ist im gesamten Verbundgebiet gültig, preislich attraktiv und einfach zu beziehen.

Dazu beigetragen hat der legendäre Einzahlungsschein der Schweizerischen Post. Die abgestempelte Quittung gilt als Träger des U-Abos, seit 1984, und ist beliebt wie eh und je. Über 70% der Kundschaft geben dem klassischen Einzahlungsschein den Vorrang gegenüber der U-Abo-Card, welche vor sechs Jahren eingeführt wurde. Die Plastikkarte mit integriertem Chip erlaubt den Bezug des U-Abos an jedem TNW-Billettautomaten rund um die Uhr.



Einzigartig war mit der Lancierung des U-Abos die weitgehende Auslagerung des U-Abo-Vertriebs an die Schweizerische Post. An jedem Postschalter konnte das U-Abo bezahlt werden. Damit konnten

grosse Synergieeffekte erzielt und die Vertriebskosten tief gehalten werden. Es ist das Ziel des Tarifverbunds, bei neuen Vertriebslösungen sowohl den Kundennutzen als auch die Vertriebskosten zu optimieren.

ORGANISATORISCHE WEITERENTWICKLUNG:

TNW mit neuer Führungsstruktur

Die Rahmenbedingungen im öffentlichen Verkehr verändern sich und werden anspruchsvoller. Neben den Transportunternehmen sollen auch die Kantone als Besteller der ÖV-Leistungen vermehrt Einfluss auf die Tarifpolitik nehmen können.

Um den neuen Anforderungen gerecht zu werden, haben die Partner des TNW beschlossen, eine eigenständige Verbundleitung zu etablieren, welche sich zu 100% auf die Geschäfte und Weiterentwicklung des TNW konzentrieren kann. Die operative Geschäftsführung wurde seit Bestehen des Tarifverbands im Jahr 1987 von der BLT wahrgenommen. Per 1. Januar 2014 erfolgte die Übergabe an die neue Leitung.

Neue TNW-Geschäftsführerin

Die neue Geschäftsführerin des TNW heisst Claudia Demel. Sie übernimmt die Leitung der neu gegründeten Geschäftsstelle des Tarifverbands Nordwestschweiz per 1. Januar 2014. Claudia Demel hat an der Technischen Universität Dresden und an der ETH Lausanne Verkehrsökonomie studiert und eine Weiterbildung zur Fachjournalistin abgeschlossen. Ihre Berufserfahrung sammelte Frau Demel bei der Firma Rapp Trans AG in der Angebotsplanung für den öffentlichen Verkehr und in der Konzeption, Umsetzung und Einnahmenverteilung von Tarifverbänden. Darüber hinaus sammelte sie Managementenerfahrung bei SBB Cargo, wo sie in verschiedenen Funktionen in der Geschäftssteuerung und der Unternehmensentwicklung während der Turnaround-Phase tätig war. Zuletzt führte sie ein grösseres Team als Leiterin Netz Ganzzug im Bereich Produktion bei SBB Cargo.



JOB TICKET:

Das U-Abo für Arbeitnehmer

2002 lancierte der TNW das Job-Ticket. Damit wird Unternehmen die Möglichkeit geboten, ihren Mitarbeitenden das U-Abo und die grenzüberschreitenden Abos zum Junioren-Tarif anzubieten. Der Arbeitgeber übernimmt dabei die Differenz zum Vollpreis. Das Verfahren ist sehr einfach, da es auf dem Vertriebsprozess des U-Abos aufbaut. 82 Unternehmen bieten heute ihren mehr als 25'000 Mitarbeitenden dieses beliebte Produkt an.

2013 konnten erstmals mehr als 100'000 Job-Tickets verkauft werden. Die Unternehmensbeiträge zur Vergünstigung des U-Abos an den TNW beliefen sich im Berichtsjahr auf CHF 2,2 Mio. Die durch das Job-Ticket ausgelöste Mehrnachfrage an Abonnements betrug je nach Betrieb zwischen 15% und 35%.



2013 konnten sechs neue Unternehmen für das Job-Ticket gewonnen werden.

Insgesamt boten Ende 2013 82 Unternehmen ihren Mitarbeitenden ein Job-Ticket an. Insgesamt wurden 109'858 Job-Tickets verkauft.



ABO VERTRIEB:

Zukünftiger Vertrieb des U-Abos

National soll ab 2016 das Halbtax- und Generalabonnement auf dem SwissPass, einer Chipkarte im Kreditkartenformat, verfügbar sein. Gleichzeitig hat die Schweizer Post auf 2020 das Ende des klassischen Einzahlungsscheins angekündigt. Ebenfalls kommt immer mehr das Bedürfnis der Kunden auf, das U-Abo per Internet oder Handy beziehen und bezahlen zu können.

Der TNW hat deshalb ein Projekt «U-Abo-Vertrieb 2015 und Folgejahre» lanciert, um die bestmögliche Lösung aus Kunden- und Kostensicht zu realisieren.

Bei allen Überlegungen steht für den TNW die einfache Nutzbarkeit und Wirtschaftlichkeit der Lösung im Vordergrund.



MOBILITY TICKET:

Mobility Ticket für Hotelgäste im Baselbiet

Seit Januar 2014 erhalten alle Hotelgäste im Kanton Basel-Landschaft das Mobility Ticket. Es erlaubt die freie Benutzung aller öffentlicher Verkehrsmittel in der Nordwestschweiz und wird über eine Gasttaxe finanziert. Das Mobility Ticket wurde als nationale Innovation 2002 erstmals in Basel-Stadt eingeführt und erfreut sich seither grosser Beliebtheit. Das Tarifprodukt für Hotelgäste im Baselbiet beinhaltet zusätzlich einen Gästepass, welcher grosszügige Rabatte auf viele Ausflugsziele wie die Wasserfallenbahn, diverse Museen oder den Zoo Basel gewährt. Entwickelt wurde dieses Angebot in Zusammenarbeit mit Baselland-Tourismus.



Interview mit Tobias Eggimann, Geschäftsführer Baselland Tourismus

Herr Eggimann, erwarten Sie durch die Abgabe des Mobility Tickets ein Logiernächte-Wachstum?

Dass unsere Gäste nun den gesamten ÖV im TNW ohne weitere Kosten nutzen können, steigert die Aufenthaltsattraktivität zweifellos. Insgesamt stellen wir eine Zunahme der Logiernächte fest – im Jahr 2013 allein um 5 % – und hoffen natürlich, dass sich diese Entwicklung fortsetzt.

Dabei spielen viele Faktoren eine Rolle; grundsätzlich ist alles zuträglich, was den Gästenutzen erhöht.

Ihre Aufgabe ist es, das Baselbiet anzupreisen – was für eine Rolle spielt der Gästepass dabei?

Der Gästepass ermöglicht die vergünstigte Nutzung von mehr als 50 Freizeitangeboten in der Region. Vielleicht reicht die Zeit nicht immer, aber die Attraktionen werden wahrgenommen und kommen vermehrt zur Geltung. Zudem beinhaltet das Produkt eine Panoramakarte, welche die Region übersichtlich veranschaulicht.

Dieser Karte begegnet man als Einwohner der Region häufig in letzter Zeit...

Und das ist auch gut so! Denn wir sprechen mit unseren Aktivitäten gezielt auch den Heimmarkt an. Die Region ist ja keine klassische Tourismusregion und so gilt es umso mehr, die Leute vor Ort zu mobilisieren – wenn immer möglich mit dem ÖV.

Sind nebst der «Ausflugskarte» und der «Wanderkarte» weitere Karten geplant?

Aufgrund des Erfolgs mit diesen Karten ist eine ganze Serie geplant. Bereits realisiert wurde die Karte «Ausflug in die Vergangenheit», die zu 150 archäologischen Fundstellen führt. Gefolgt wird sie von der «Velokarte Baselland», welche die zwei neuen, signalisierten Velorouten vorstellt. Weitere Karten zu Gruppenerlebnissen, Restaurants oder Museen sind in Planung.



2013 wurden insgesamt 2'161'413 U-Abos verkauft, 21'913 mehr als im Vorjahr.



Im TNW konnten im Jahr 2013 Einnahmen von insgesamt CHF 250,3 Mio. erwirtschaftet werden. Gesamthaft wurden 2'161'413 U-Abos verkauft (Jahres-Abos auf Monats-Abos umgerechnet), was einem Plus von 21'913 Stück bzw. + 1% entspricht. Damit geht die seit Beginn des TNW von 1987 positive Entwicklung der U-Abo-Absatzzahlen weiter.

Die Ertragssteigerung von CHF 8,63 Mio. ist auf die höhere Zahl verkaufter U-Abos und auf die Tarifierpassungen bei den Jahres-U-Abos zurück zu führen. Zudem gab es Mehreinnahmen bei der Halbtax/GA-Abgeltung. Der Verkauf der Einzelbillette und Tageskarten stagnierte, jener der Mehrfahrtenkarten nahm leicht zu.

2013 konnten in den Kantonen Solothurn (+ 9%) und Aargau (+ 4%) deutlich mehr U-Abos verkauft werden. Bei der Herkunft der Abonnenten zeigt sich folgendes Bild: 42,8% der U-Abo Kunden wohnten im Kanton Basel-Landschaft, 40,3% im Kanton Basel-Stadt, 8,1% im Kanton Aargau und 4,9% im Kanton Solothurn. Die restlichen 3,9% verteilen sich

auf übrige Kantone sowie auf Deutschland und Frankreich. Die Zahl der transportierten Fahrgäste erreichte mit 223'817'008 Personen wiederum einen neuen Höchstwert. Im Jahr 2013 wurden 3,1 Mio. Fahrgäste mehr befördert als im Vorjahr (+1,4%). Gleichzeitig stiegen die zurückgelegten Personenkilometer um 0,25% auf 841'129'899.

Die Einnahmen wurden aufgrund nachfragebezogener Leistungen auf die Transportunternehmen wie folgt verteilt:

BVB Basler Verkehrsbetriebe	49,03%
BLT Baselland Transport AG	22,18%
SBB Schweiz. Bundesbahnen	17,78%
PostAuto Nordwestschweiz	6,26%
AAGL Autobus AG Liestal	3,64%
WB Waldenburgerbahn AG	1,07%
SBG SüdbadenBus GmbH	0,04%

Einnahmen TNW (CHF)	2013	2012	Anteil %
Abonnemente	170'923'729	164'732'958	68,3
Einzelbillette	33'171'277	33'266'321	13,3
Mehrfahrtenkarten	15'759'204	15'124'045	6,3
Tageskarten	9'267'340	9'165'488	3,7
General-/Halbtax-Abo	18'538'584	16'663'332	7,4
Diverses	2'625'989	2'700'241	1,0
Total	250'286'123	241'652'385	100

Impressum

Ausgabe Mai 2014
Herausgeber TNW Tarifverbund Nordwestschweiz

Adresse TNW Tarifverbund Nordwestschweiz, Stänzlergasse 3, CH-4051 Basel
Telefon 061 283 23 23
info@tnw.ch, www.tnw.ch