

Jahresrückblick 2010

Rechenschaftsbericht des TNW Tarifverbund Nordwestschweiz

Inhalt:

| | |
|-------------------------------------|---|
| TNW-Marketingstrategie 2011–2014 | 1 |
| Neue Internetseite für den TNW | 2 |
| Aufhebung TNW-Nachtnetz-zuschlag | 3 |
| TNW-Einnahmen 2010 | 3 |
| Tariferhöhung von Kunden akzeptiert | 4 |

Mit Gesamteinnahmen von 231 Millionen Franken entwickelten sich die Einnahmen des TNW im Jahr 2010 erfreulich. 2,1 Millionen Abonnemente konnten verkauft werden – das sind 36'458 mehr als im Vorjahr. Das Jahr war geprägt von der Tariferhöhung, welche von den Fahrgästen gut aufgenommen wurde, vom Diskurs rund um die Abschaffung des TNW-Nachtnetzzuschlags sowie vom intensiven Erarbeitungsprozess der neuen TNW-Marketingstrategie.



TNW-Marketingstrategie 2011–2014

Die Zusammenarbeit des TNW zwischen den beteiligten Transportunternehmen und Kantonen ist in der TNW-Verbundvereinbarung geregelt. Sie zielt einerseits auf eine Verbesserung des Modalsplits zu Gunsten des öffentlichen Verkehrs, andererseits auf die Verbesserung des Kostendeckungsgrades der Transportunternehmen hin.

Der TNW erarbeitete im Jahr 2010 mit Unterstützung der Beratungsfirma INFRAS die TNW-Marketingstrategie. Der Zweck der Marketingstrategie ist, eine von allen Transportunternehmen getragene Grundlage für die Aktivitäten des TNW während der nächsten vier Jahre zu schaffen, gestützt auf eine kritische Auseinandersetzung mit der aktuellen Situation und den

Entwicklungen von Rahmenbedingungen. Das Strategiepapier benennt die Erfolgsfaktoren des TNW und definiert die Stossrichtungen wie auch konkrete Umsetzungsprojekte. Die verfügbaren Ressourcen werden damit optimal eingesetzt. Dem TNW stand ursprünglich als Tarifverbund im Wesentlichen die Preis- und Sortimentsgestaltung zur Verfügung. In den letzten Jahren hat sich aber die Erkenntnis und Praxis durchgesetzt, dass ein gemeinsames, abgestimmtes Vorgehen der TNW-Transportunternehmen in den Bereichen Vertrieb, Marketingkommunikation und Fahrgastinformation sehr hilfreich ist, Projekte kundenorientiert und zügig umzusetzen.

Folgende generelle Stossrichtungen werden in der TNW-Marketingstrategie verfolgt:

- Die Hauptaufgabe des TNW bleibt die Preis- und Sortimentsgestaltung. Mit neuen, noch kundenfreundlicheren Fahrausweisen soll der TNW seine Kundschaft im Kernmarkt an sich binden und in den Wachstumsmärkten neue Kunden gewinnen.
- Als Kernmarkt sind die Kantone Basel-Stadt und Basel-Landschaft inklusive ►

den Bezirken Dorneck, Thierstein und das Fricktal zu bearbeiten. Ein grosses Entwicklungspotenzial besteht beim Einkauf- und Freizeitverkehr, der stärker wächst als der Ausbildungs- und Berufsverkehr. Mit gezielten Angeboten sollen in diesem Markt zusätzliche Fahrgäste gewonnen werden. Weiteres grosses Kundenwachstumspotenzial liegt beim grenzüberschreitenden Berufsverkehr.

- Durch Prüfung von neuen Tarifprodukten im Abo-Bereich wie auch bei Einzelfahrten, insbesondere im grenzüberschreitenden Verkehr, soll das TNW-Tarifsystem optimiert werden.
- Für die TNW-Fahrausweise sollen künftige Vertriebskanäle (Mobile, Internet, RFID) in Betracht gezogen werden und mögliche Lösungen umgesetzt werden.
- Der Auftritt und das Erscheinungsbild des Tarifverbunds Nordwestschweiz soll erneuert werden (Markenidentität, Farbe, Logo).



- Die Werbekampagne wird ebenfalls neu ausgerichtet, um die Vorteile des gesamten TNW-Tarif- und Netzsystems zu kommunizieren.
- Die Informationsmöglichkeiten der Fahrgäste vor, während und nach der Reise sollen optimiert werden. Wo sinnvoll, sollen TNW-Standards die technischen Voraussetzungen für die Anbindung und Kommunikation unter den Systemen legen.

Für die Umsetzung des Marketing-Mix wurden konkrete Projekte formuliert, die in den nächsten vier Jahren umgesetzt werden und sich auf die Erfolgspositionen des TNW positiv auswirken sowie einen Beitrag zur Weiterentwicklung des Verbundes leisten sollen.

Tariferhöhung von Kunden akzeptiert



Die TNW-Tariferhöhung erfolgte für Einzelbillette auf den 1. Juni 2010 und für die Monats-U-Abos per 1. Juli 2010. Die Preise für die Jahresabonnemente wurden am 1. Januar 2011 angepasst. Gleichzeitig wurden die Tarifstrukturen vereinfacht und damit verständlicher. Das Halbtax-Abo und die Junioren- sowie Enkelkarten sind ab 1. Juni 2010 auch in Kombination mit Mehrfahrten- und Tageskarten gültig.

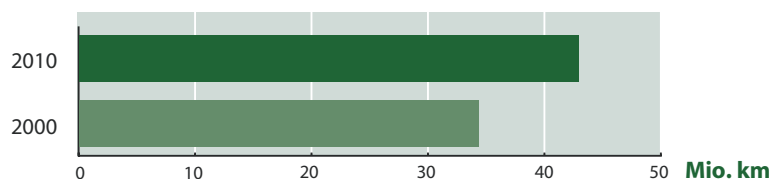
Für den Velotransport gilt neu der nationale Tarif. Seit dem Fahrplanwechsel vom 12. Dezember 2010 sind zudem Gruppenfahrten für Kindergärten und -krippen mit Kindern unter sechs Jahren kostenlos. Mit Mehreinnahmen von 6,1 Millionen Franken konnte der TNW das erwartete Umsatzziel erreichen.

Für das Jahr 2011, wenn die Tariferhöhung vollumfänglich zum Tragen kommt, ist mit Mehreinnahmen von rund 5 Millionen Franken zu rechnen.

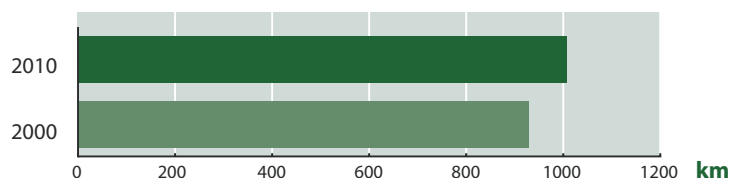
Die neuen Tarife wurden von den Kundinnen und Kunden gut angenommen und hatten keine Auswirkungen auf die Nachfrage. Die Fahrgäste schätzen das Angebot der Transportunternehmen im TNW, das in den letzten zehn Jahren stark erweitert wurde (siehe Grafik): Das Liniennetz wurde um 8 % bzw. 78 km auf eine Gesamtlänge von 1004 km vergrössert. Die Fahrleistung stieg gar um einen Viertel, von 34.3 auf 42.9 Millionen Kilometer.

Starker Ausbau des Angebots

Gefahrene Kilometer TNW: plus 25 %



Netzlänge Kilometer TNW: plus 8 %



TNW-Einnahmen 2010

Die TNW-Einnahmen verzeichnen aufgrund der Tarifierhöhung ein Plus von 6,1 Millionen Franken gegenüber dem Vorjahr. Insgesamt wurden Einnahmen von 231 Millionen Franken erzielt. Mit total 2'102'292 verkauften U-Abos (Jahres-Abos auf Monats-Abos umgerechnet) konnte die Absatz-Rekordserie der letzten Jahre fortgesetzt werden (2009: 2'065'834). Durch die Preisanpassung kam es auch im Bereich des Bartarifs zu Umsatzsteigerungen. Die Mehrfahrtenkarten entwickelten sich mit 1,8 Millionen Franken stark (+15,8%), wobei neben der Tarifierhöhung auch die neue Rabattierung von 10% für Halbtax-Abonnenten zur Zunahme beigetragen hat. Die Verkäufe von Tageskarten weisen aus denselben Gründen eine Zunahme von 0,9 Millionen Franken (+11,9%) gegenüber Vorjahr aus. Der Verkauf von Einzelbilletten schliesslich nahm ebenfalls um 2,4% zu. Bei der Herkunft der Abonnenten ist eine leichte Verlagerung vom Kanton Basel-Stadt in den Kanton Basel-Landschaft feststellbar.

Neu ergibt sich folgendes Bild: 42,6% der U-Abo Kunden wohnen im Kanton Basel-Landschaft, 41,5% im Kanton Basel-Stadt, 7,6% im Kanton Aargau und 4,6% im Kanton Solothurn. Die restlichen 3,7% verteilen sich auf übrige Kantone sowie auf Deutschland und Frankreich. Die Zahl der transportierten Fahrgäste erreichte mit 213'685'785 Personen einen neuen Bestwert. Im Jahr 2010 wurden gut 6 Millionen Fahrgäste mehr befördert als im Vorjahr (+2,9%). Gleichzeitig stiegen die zurückgelegten Personenkilometer markant um 3,7% auf 815'643'697.

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

| | |
|----------|-------|
| BVB | 49,4% |
| BLT | 21,5% |
| SBB | 18,5% |
| PostAuto | 5,7% |
| AAGL | 3,7% |
| WB | 1,2% |

| Einnahmen TNW | 2010 | 2009 | +/- % | Anteil % |
|----------------------|--------------------|--------------------|------------|---------------|
| Abonnemente | 158'248'011 | 156'304'784 | 1.2 | 68.5 |
| Einzelbillette | 33'746'120 | 32'962'121 | 2.4 | 14.6 |
| Mehrfahrtenkarten | 12'894'724 | 11'137'095 | 15.8 | 5.6 |
| Tageskarten | 8'141'519 | 7'278'615 | 11.9 | 3.5 |
| General-/Halbtax-Abo | 15'850'760 | 14'591'132 | 8.6 | 6.9 |
| Diverses | 2'276'996 | 2'805'785 | -18.8 | 1.0 |
| Total | 231'158'130 | 225'079'532 | 2.7 | 100.00 |

Aufhebung TNW-Nachtnetzzuschlag

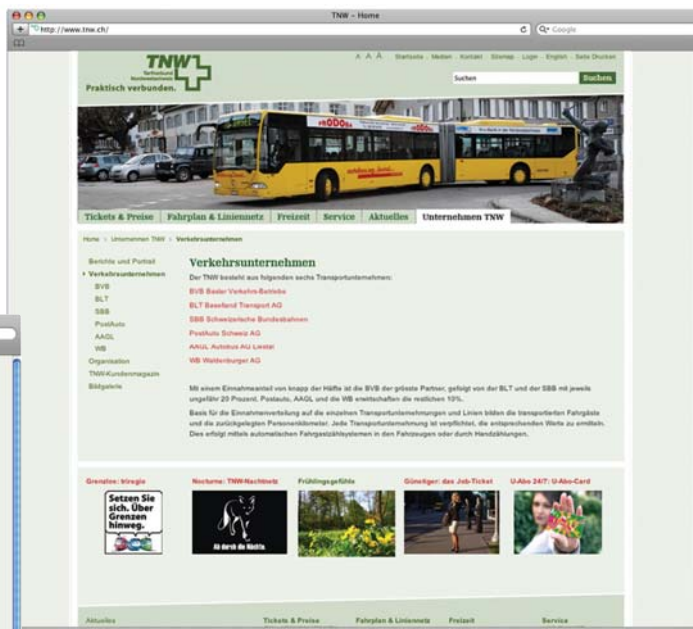
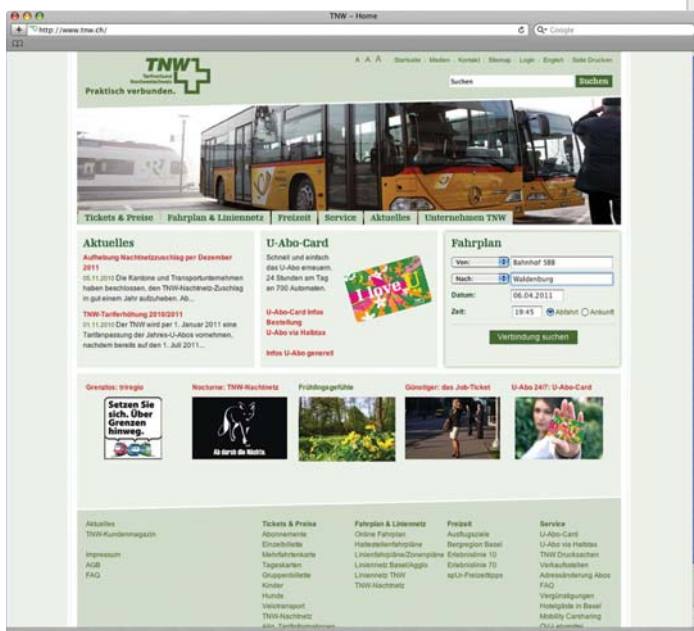
Das TNW-Nachtnetz ist seit Dezember 2008 in den Nächten von Freitag auf Samstag sowie Samstag auf Sonntag in Betrieb. Bereits im zweiten Betriebsjahr 2010 wurden 274'000 Einsteiger auf den Nachtfahrten gezählt. Das Nachtangebot verzeichnet damit eine erneute Zunahme von 16%. Das Preiskonzept des TNW-Nachtnetzes sieht nebst einem gültigen Fahrausweis ein Nachtzuschlag in Höhe von drei, beziehungsweise fünf Franken vor. Die Kundenakzeptanz des Nachtzuschlags ist jedoch seit jeher ungenügend: Trotz regelmässiger und sehr aufwändiger Kontrollen in Trams und Zügen ist die Schwarzfahrerquote überdurchschnittlich hoch. Aufgrund dieser Tatsache und dem allgemeinen Wunsch nach einer Vereinfachung wie auch Förderung des Angebots beschlossen die am TNW beteiligten Kantone und Transportunternehmen, den Nachtnetzzuschlag aufzuheben.



Ab Fahrplanwechsel im Dezember 2011 muss für eine Fahrt auf dem TNW-Nachtnetz nebst dem gültigen Fahrausweis kein Zuschlag mehr gelöst werden.

Neue Internetseite für den TNW

Seit dem Fahrplanwechsel im Dezember 2010 ist die neue Internetseite des TNW aufgeschaltet. Die neue Seite präsentiert sich mit einer einfachen und klaren Menüführung sowie in einem aufgeräumten und einladenden Design. Inhaltlich bietet die Seite viele zusätzliche Informationen im Servicebereich, neue Freizeittipps sowie Angaben über den TNW.



Besonders erwähnenswert ist auch die neue Haltestellenfahrplan-Suche mit den Angaben zu allen Transportunternehmen. Die Internetseite wird damit zur Plattform für alle Fahrplan- und Tariffragen im TNW-Gebiet.

Technisch wurde die Seite mit der Open Source-Lösung Typo3 umgesetzt und ist dadurch sehr einfach zu verwalten. Stets aktuelle und wechselnde Inhalte halten den Auftritt lebendig und unterstützen eine rege Nutzung.

Impressum

Ausgabe Mai 2011
Herausgeber TNW Tarifverbund Nordwestschweiz

Adresse TNW Tarifverbund Nordwestschweiz, Grenzweg 1, CH-4104 Oberwil
Telefon 061 406 11 88
info@tnw.ch, www.tnw.ch