

# Tarifzonen

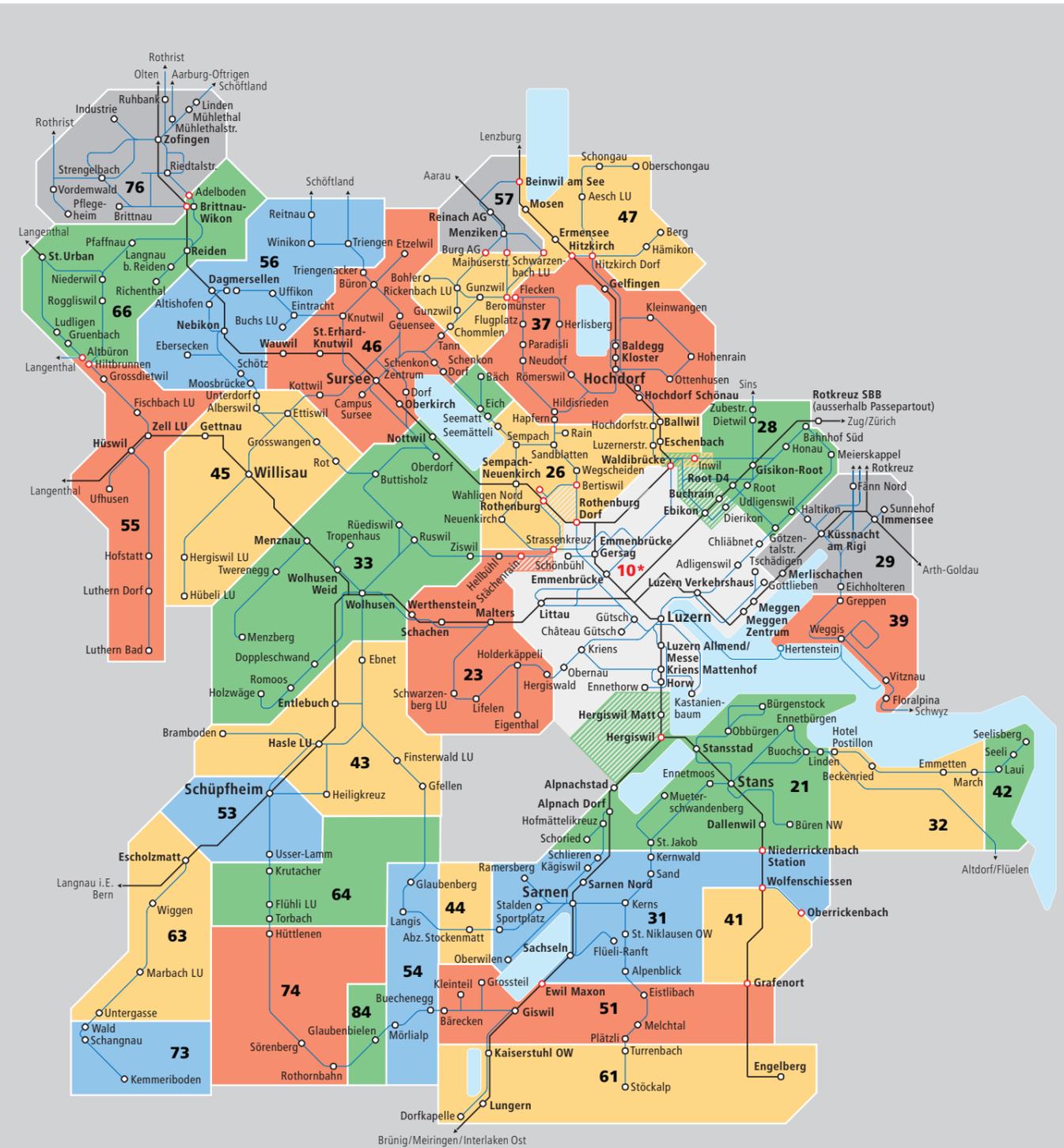
Gültig ab 15.12.2019

**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 dem Ziel, ein einheitliches Tarifsystem zur Verfügung zu stellen. Die Geschäftsstelle Passepartout wird vom VVL geführt.



- 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.

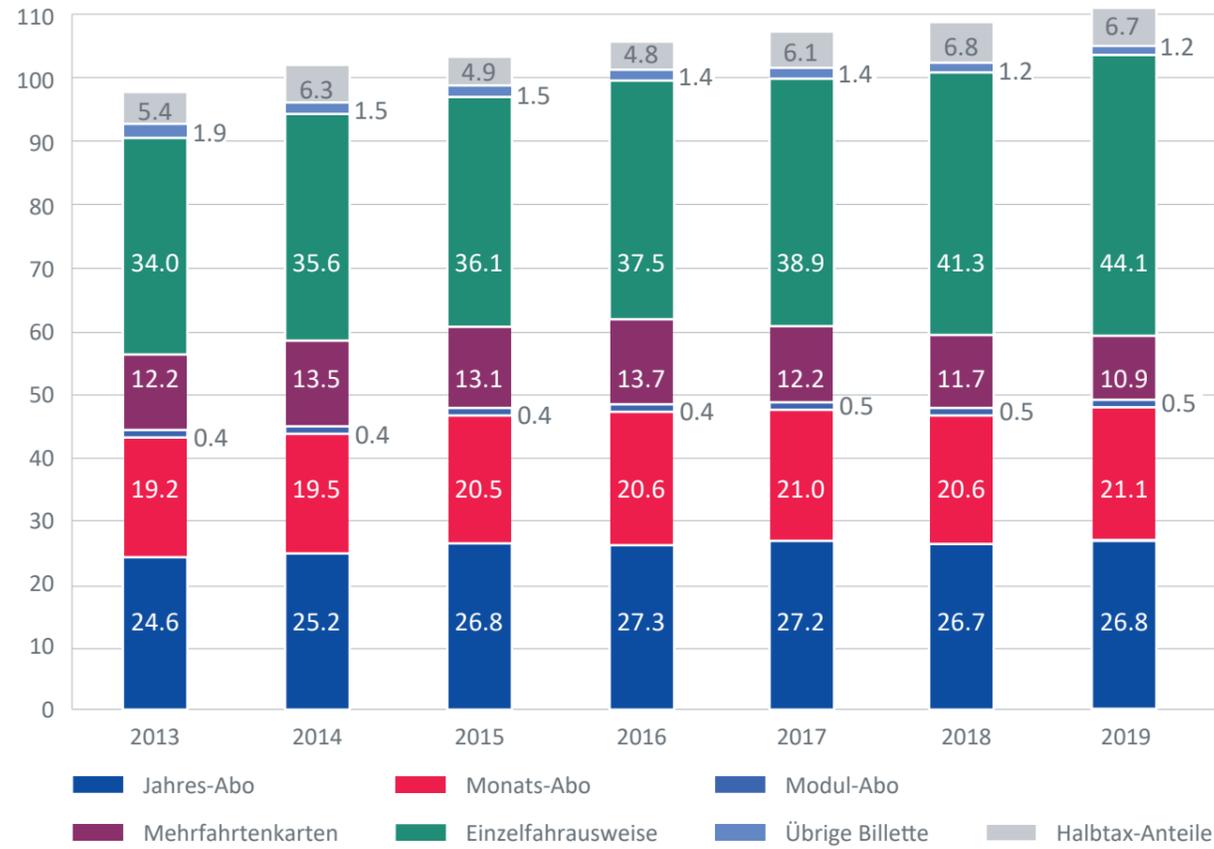
**Schiff Vierwaldstättersee**  
Das Monats- oder Jahres-Abo berechtigt zur freien Fahrt zwischen den Anlegestellen Luzern, Hertenstein, Weggis und Vitznau, sofern es mindestens die Zonen 10\*, 29 und 39 umfasst. Passepartout Billette sind auf dem Schiff nicht gültig.

Änderungen vorbehalten



# Umsatz

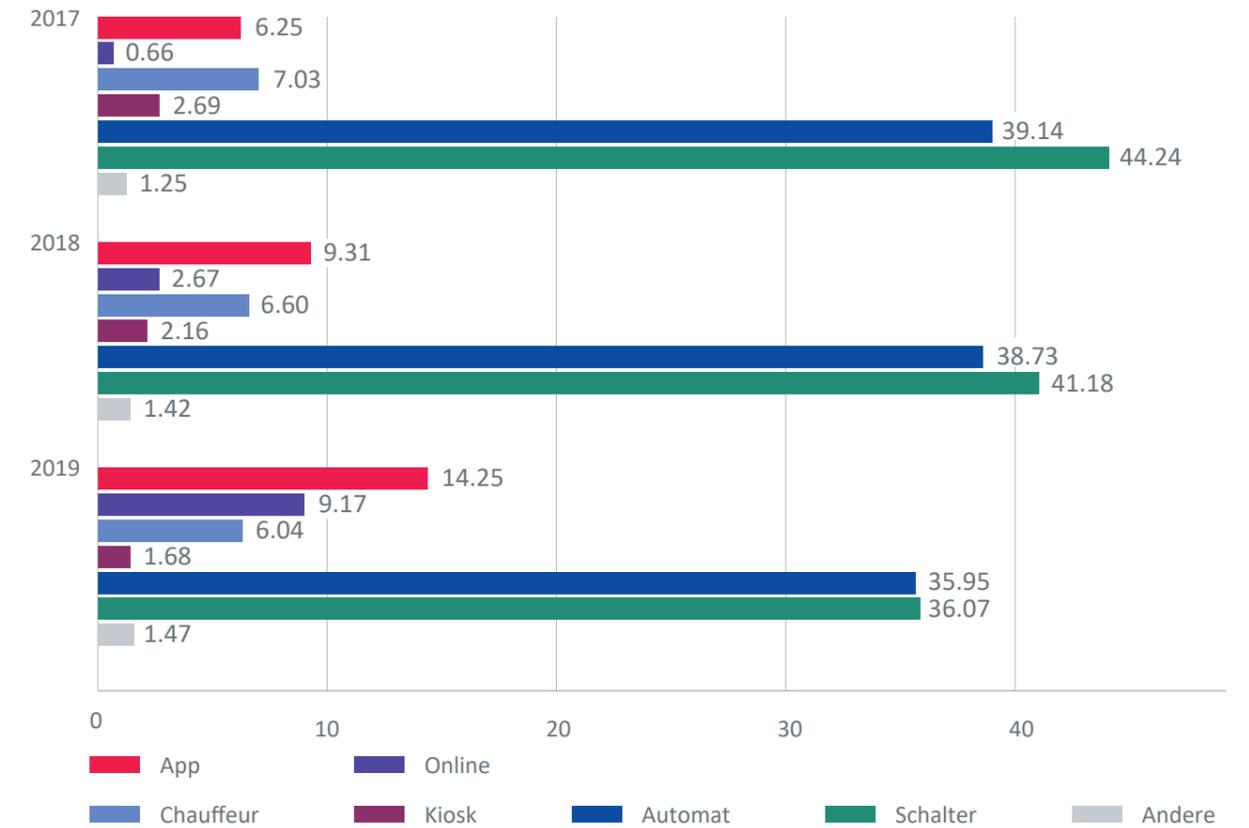
Umsatzanteile nach Passepartout-Ticketsortiment (in Mio. CHF)



2019 erzielte Passepartout einen Umsatz von 111.3 Millionen Franken (Vorjahr 108.9 Mio.). Dies entspricht einem Wachstum von 2.3 Prozent gegenüber 2018. Dieses Wachstum wurde hauptsächlich durch den Anstieg der Verkäufe von Einzelfahrausweisen erzielt. Der Umsatz bei den Abonnenten stagniert seit Jahren und die Verkäufe von Mehrfahrtenkarten entwickeln sich kontinuierlich rückwärts.

Segment	2018		2019		Differenz 2018–2019	
	Anzahl Tickets	Umsatz CHF	Anzahl Tickets	Umsatz CHF	in TCHF	in Prozent
Abos	261'271	47'774'553	268'077	48'430'756	656'204	1.37
Billette	7'696'087	54'287'328	8'224'934	56'244'722	1'957'394	3.61
Zwischentotal Passepartout Tickets	–	102'061'881	–	104'675'479	2'613'598	2.56
Halbtax-Abos	–	6'816'477	–	6'656'215	-160'261	-2.35
<b>Total</b>	–	<b>108'878'357</b>	–	<b>111'331'694</b>	<b>2'453'337</b>	<b>2.30</b>

Entwicklung Verkaufskanäle (in Mio. CHF)



Die umsatzstärksten Verkaufskanäle waren auch 2019 die bedienten Verkaufsstellen (Schalter mit 36.07 Mio. Franken), knapp vor den Billettautomaten (35.95 Mio. Franken). Die Onlineshops sowie die Ticket-Apps werden immer beliebter. Der Gesamtumsatz der Ticket-Apps stieg um 4.94 Millionen Franken und betrug im Jahr 2019 14.25 Millionen Franken, was ein Plus von 53 Prozent gegenüber dem Vorjahr bedeutet. Die Verkäufe über Onlineshops erhöhten sich innerhalb eines Jahres um 6.5 Millionen auf 9.17 Millionen Franken.

## Aktivitäten Tarifverbund Passepartout

### Organisation

Der Tarifverbund Passepartout wird seit Januar 2019 von Markus Flückiger geleitet. Nebst Marco Schurtenberger, zuständig für den Bereich Tarifmanagement, Simon Mormile, Bereich Finanzen und Romeo Degiacomi als Mediensprecher, ergänzt Dorothee Ketterer als Marketingverantwortliche seit September 2019 das Passepartout-Team.

### Tarife und Sortiment

Die Umstellung der Abonnemente auf den SwissPass ging im Jahr 2019 weiter voran. Per Ende Jahr wurden bereits 90 Prozent aller Abonnemente im Passepartout mit einem SwissPass gekauft. Für Touristen und Kurzeitaufenthalter gibt es seit dem Fahrplanwechsel neu die Möglichkeit, ein Papier-Abonnement mit einem persönlichen Ausweis zu beziehen.

Ebenfalls auf den Fahrplanwechsel erfolgte die Anpassung und Vereinfachung des Gruppensortiments. Neu profitieren alle Jugendlichen unter 25 Jahren vom reduzierten Tarif, unabhängig davon, ob ein Halbtax vorhanden ist oder nicht. Zudem wurde die alte Kombination aus einem linearen Rabatt von 20 Prozent je Person und den gratisreisenden Personen (jede 10. Person) durch einen einzigen Berechnungsfaktor je Kundensegment auf Basis von 30 Prozent Rabatt ersetzt. Die freie Fahrt jeder 10. Person fiel dadurch weg.

### Marketing

Im Bereich Marketing fokussierte man sich im 2019 auf die vier Schwerpunkte:

- **«Mehr Information»**  
sämtliche Basiskommunikation wie Info-Broschüren sowie die Modernisierung des CI/CD
- **«Mehr Hintergrund»**  
Kooperation mit der Reisereporterin Travelita ([www.travelita.ch](http://www.travelita.ch)), Blogbeiträge sowie PaidPosts auf 20 Minuten mit Pendlergeschichten und Ausflugstipps
- **«Mehr Abo und Ticket»**  
Upsell-Mailing Monats-Abo-Inhaber und Mailing Kunden-rückgewinnung Jahres-Abo Kunden sowie Neuzuzüger-Sets und Flyer der Strassenverkehrsämter Luzern, Obwalden und Nidwalden
- **«Mehr Flexibilität»**  
Report im 360 Magazin zum Thema Online-Shops

Zudem wurden vermehrt auch digitale Kanäle bespielt und mit einem crossmedialen Mix möglichst viele Altersgruppen erreicht.

### Key Account Management

Das Key Account Management berät Firmen in der Umsetzung eines ausgeglichenen Mobilitätskonzeptes und koordinierte transportübergreifende Integration des öffentlichen Verkehrs bei Anlässen. Dabei wurde im 2019 vermehrt der Fokus auf die Mobilitätsberatung gelegt und die Vermarktung via LinkedIn ergänzt.

## Organisation (Stand Dezember 2019)

