



# **Tarifverbund**

Luzern Obwalden Nidwalden

**Geschäftsbericht 2003**

# Inhalt

## Editorial

Robert Sigrist, Gemeindeammann Horw, Präsident der Bestellergesellschaft	3
Beat Wiget, Geschäftsführer TU-Gesellschaft	4

## Der Verbund

Die Verbundpartner im Überblick/Organigramm	6
Personen und Funktionen	7
Tarife	8

## Fakten und Zahlen

Verkaufs- und Umsatzentwicklung 2003, Abonnemente	10/11
Verkaufs- und Umsatzentwicklung 2003, ITV Agglo Luzern	12
Kundenzufriedenheitsumfrage	13

## Marketing/Neuerungen

Kommunikations-Kampagnen mit Schwerpunkten im Frühling und im Herbst	15/16/17
---	----------

## Rund um den Tarifverbund

Kontinuierliche Optimierung	19
-----------------------------	----

---

# Passepartout

**Tarifverbund Luzern/Obwalden/Nidwalden**

Tarifverbund Luzern, Obwalden, Nidwalden,  
c/o Verkehr und Infrastruktur (vif), Abteilung öffentlicher Verkehr, 6010 Kriens  
Telefon 041 318 11 41, Fax 041 311 20 22

# Grosse Würfe brauchen mehr Zeit!



**Liebe Leserin  
Lieber Leser**

Im Geschäftsbericht 2002 habe ich Ihnen am Schluss meines Editorials recht optimistisch dargelegt, wie wir im Rahmen der S-Bahn Luzern und der Stadtbahn Zug der Kundschaft auch ein durchlässiges Tarifangebot anbieten wollen. Damals war ich überzeugt, dass wir diese Versprechen auch umsetzen werden. Leider ist dem nicht so! Was ist passiert?

Für die Bestellergesellschaft des Tarifverbundes Luzern, Obwalden, Nidwalden war eigentlich immer klar, dass den Kunden und Kundinnen des öffentlichen Verkehrs ein Tarifverbund Zentralschweiz Vorteile bringen wird. Deshalb wurde beschlossen, dieses Projekt unter Einbezug der Tarifverbunde Zug und Schwyz an die Hand zu nehmen. Die Voraussetzungen dazu wurden im Rahmen der Zentralschweizer Konferenz der Kantonalen Direktoren des öffentlichen Verkehrs (ZKöV) geschaffen. Die kantonalen Fachstellen für den öffentlichen Verkehr wurden beauftragt, das Projekt «Abonnementsverbund Zentralschweiz» zu starten, mit dem Ziel, diesen auf Ende 2004 einzuführen. Die umfangreichen Abklärungen haben dann ergeben, dass es möglich ist, auf diesen Zeitpunkt einen Abonnementsverbund für den Raum Zentralschweiz umzusetzen. Wir haben dann, gestützt auf die gemeinsam mit den Kantonen Zug, Schwyz und Uri erarbeiteten Grundlagen beschlossen, der Schaffung eines Tarifverbundes Zentralschweiz auf Ende 2004 zuzustimmen. Im Schosse der ZKöV gelang es dann allerdings in der Folge nicht, eine Einstimmigkeit für die Realisierung eines Abonnementsverbundes Zentralschweiz zu erzielen. Das ungünstige Kosten/Nutzenverhältnis war letztlich dafür ausschlaggebend.

Ich bin nach wie vor überzeugt, dass ein kantonsübergreifendes Tarifsysteem, so wie es der Passepartout schon seit 1988 anbietet, auch für den Raum Zentralschweiz Sinn macht. Ich bin auch überzeugt, dass diese Idee nach einer Konsolidierungsphase der S-Bahn Luzern und der Stadtbahn Zug Wirklichkeit werden wird. Die Kantone Luzern, Obwalden, Nidwalden und der Zweckverband öffentlicher Agglomerationsverkehr Luzern als Besteller des Tarifverbundes «Passepartout» werden nun ihr Augenmerk auf die Schaffung eines integralen Tarifverbundes über die Agglomeration Luzern hinaus für das ganze Verbundgebiet des Passepartout richten.

**Den Kundennutzen  
kontinuierlich erhöhen.**

Viel zu reden und zu schreiben gab die Aufhebung der speziellen Schülerabonnemente in der Agglomeration

Luzern. Diese lange Zeit geduldete Sonderregelung schuf eine Ungleichbehandlung gegenüber den Landgemeinden und war aufgrund der neu geschaffenen Verbundsstruktur in der Agglomeration auf Anfang 2002 nicht mehr zweckmässig. Die Bestellergesellschaft wirkte deshalb darauf hin, dass diese Sonderregelung ab Schuljahr 2003/2004 zugunsten des Junioren-Passepartouts abgelöst wurde.

Dass der Passepartout als kundenfreundliches Tarifsysteem des öffentlichen Verkehrs nicht mehr wegzudenken ist, belegen die erfreulichen Verkaufszahlen für das Jahr 2003. Es freut mich besonders, dass der öffentliche Verkehr im Kanton und der Agglomeration Luzern im Rahmen einer Kundenumfrage insgesamt gut bewertet wurde. Wir haben dabei aber auch festgestellt, dass die Tickets und Preise einen hohen Einfluss auf die Kundenzufriedenheit haben. Für uns heisst das, alles daran zu setzen, den Kundennutzen weiterhin kontinuierlich zu erhöhen.

*Robert Sigrüst, Gemeindegamann Horw  
Präsident der Bestellergesellschaft*

# Die kontinuierliche Weiterentwicklung des Passepartouts ist uns ein zentrales Anliegen



Im heutigen Geschäftsleben sind die zwei Begriffe Kontinuität und Konsolidierung zu Fremdwörtern geworden. Alles muss sich weiterentwickeln, neu aufgelegt werden

oder zumindest in angepasstem Design daherkommen. Diesem Trend hat sich der Tarifverbund nicht verschlossen und ist auf Anfang 2003 mit zwei markanten Veränderungen gestartet.

Es ist klar, die Preiserhöhung bei den Abonnements als erste «Neuerung» ist nicht überall auf Verständnis gestossen, denn wer bezahlt schon gerne mehr für eine Dienstleistung, auch wenn sie ihm noch nützlich und bequem erscheint. Zum Glück hat sich der anfängliche Verkaufsrückgang in der zweiten Jahreshälfte verbessert, was zu guten Resultaten geführt hat (siehe Seiten 10/11).

Erstmals wurde 2003 den Jahreskunden, und dies ist die 2. grosse Neuerung, eine Abonnementskarte mit einem Werbeaufdruck zugesandt. Die ÖKK bzw. neu Xundheit hat sich entschieden, diesen Kanal ergänzend zu ihren ÖV-Auftritten für ihre Botschaft zu nutzen. Als grösste interne Herausforderungen können im Jahre 2003 die Arbeiten für die Verteilschlüssel des ITV (Integraler Tarifverbund in der Agglomeration Luzern) und des Abonnementsverbundes genannt werden. Nach dem Start des ITV im Jahre 2002 wurden im Herbst des gleichen Jahres umfangreiche Zählungen in den Bussen durchgeführt. Gepaart mit den Angaben der Erhebungen in den Zügen errechneten wir zusammen mit einem Verkehrsingenieurbüro in einem mehrstufigen Verfahren den neuen Verteilschlüssel. Gegenüber dem seit der Einführung gültigen Verteiler zeigten sich einige leichte Veränderungen. Doch was heisst leicht? Immerhin dürfen wir rund 16 Millionen Franken verteilen und da macht eine Abweichung von +/-1% schnell viel Geld aus. Dies kann für eine Transportunternehmung zu einer unangenehmen oder

erfreulichen Situation führen, auch wenn der neue Schlüssel erst auf Mitte Jahr 2003 eingeführt wurde. Zu diesem Zeitpunkt waren ja die Offerten 2004 für die Besteller bereits gemacht. Die noch umfangreicheren Arbeiten im Zusammenhang mit der Neufestlegung des Verteilschlüssels der Abonnements wurden im Frühling 2003 angepackt. Sie haben eine straffe Organisation, einen genauen Zeitplan und grosse administrative Aufgaben nach sich gezogen. Dies ist nun bereits Geschichte. In den ersten Monaten des Jahres 2004 wird das Verkehrsingenieurbüro Rapp Trans die vielen Zahlen auswerten und uns danach den neuen, mit Spannung erwarteten Verteilschlüssel für die 16 Transportunternehmungen aufzeigen.

Zusammen mit dem bewährten Partner Ricom Communication haben wir auch im letzten Jahr einiges an Öffentlichkeitsarbeit gemacht. Im Fahr-

gastmarketing sprechen farbige Bilder und Imprime aber eine bessere Sprache als ein «langweiliger» Bericht, deshalb verweise ich auf die Seiten 15–17.

Als grösster Erfolg kann die Anfang Dezember 2003 zusammen mit der Neuen Luzerner Zeitung durchgeführte Aktion bezeichnet werden.

Und was bringt uns die Zukunft? Wie im Anfangssatz aufgezeigt, wird uns keine Konsolidierung zur Langeweile zwingen. Die Weiterentwicklung des Abonnementsverbundes Richtung integrale Fahrausweise in allen drei Kantonen des Passepartout, Anpassungen bei den Billettarten und -automaten und neue Kooperationen sind in den Köpfen der Verantwortlichen und teilweise schon konzeptionell auf dem Papier.

Die Transportunternehmungen werden alles daran setzen, sämtliche Bestrebungen für umfassende Dienstleistungen an den Fahrgästen zu unterstützen und weiterhin für die Kunden da zu sein.

*Beat Wiget*

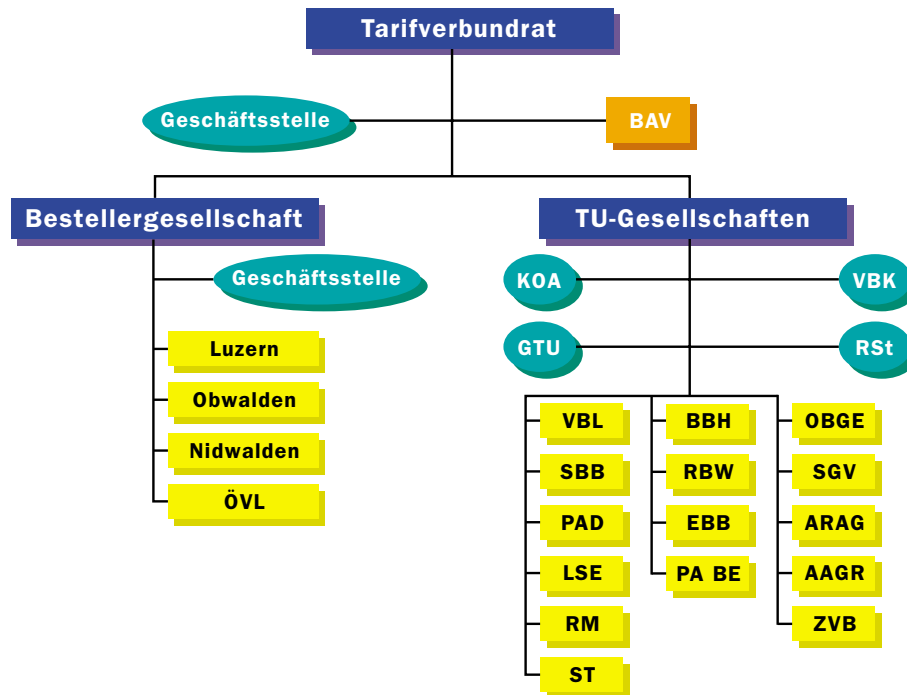
*Geschäftsführer TU-Gesellschaft*

**Die Erfolge von heute sind unsere Herausforderungen für morgen**



**Der  
Verbund**

# Die Verbundpartner im Überblick



## BESTELLERGESELLSCHAFT

### Mitglieder

- Kanton Luzern
- Kanton Obwalden
- Kanton Nidwalden
- Zweckverband für den öffentlichen Agglomerationsverkehr (ÖVL)

## TARIFVERBUNDRAT

### Mitglieder

- Kanton Luzern
- Kanton Obwalden
- Kanton Nidwalden
- Zweckverband für den öffentlichen Agglomerationsverkehr (ÖVL)
- 4 Delegierte der TU-Gesellschaft
- Bundesamt für Verkehr mit beratender Stimme

## TU-GESELLSCHAFT

### Organe

- Koordinationsausschuss (KOA)
- Geschäftsführende TU (GTU)
- Verbundkasse führende TU (VBK)
- Kontroll- und Revisionsstelle (RSt)

### Mitglieder

- Verkehrsbetriebe Luzern AG (vbl)
- Schweizerische Bundesbahnen (SBB)
- Postauto Zentralschweiz (PAD)
- Luzern-Stans-Engelberg-Bahn (LSE)
- Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees (SGV)
- Rottal Auto AG (ARAG)
- Auto AG Rothenburg (AAGR)
- Regionalverkehr Mittelland AG (RM)
- Sursee-Triengen-Bahn (ST)
- Regionalbus Wiggertal (RBW)
- Gemeinde Emmen (Emmer Busbetriebe EBB)
- Busbetrieb Gemeinde Horw (BBH)
- Ortsbus Gemeinde Ebikon (OBGE)
- Postauto Regionalzentrum Bern-Freiburg-Solothurn (PAD BE-FR-SO)
- Zugerland Verkehrsbetriebe (ZVB)

# Personen und Funktionen

## BESTELLERGESELLSCHAFT



**Max Pfister**  
Regierungsrat des Kantons LU

**Gerhard Odermatt**  
Regierungsrat des Kantons NW

**Hans Matter**  
Regierungsrat des Kantons OW

**Robert Sigrist**  
Präsident ÖVL  
Präsident Bestellergesellschaft

## Geschäftsstelle Bestellergesellschaft und Tarifverbundrat



**Walter Niklaus**  
Verkehrs- und Tiefbauamt  
Kanton Luzern

**Yvonne Schuler**  
Verkehrs- und Tiefbauamt  
Kanton Luzern

## TARIFVERBUNDRAT



**Gerhard Odermatt**  
Regierungsrat des Kantons NW

**Hans Matter**  
Regierungsrat des Kantons OW

**Max Pfister**  
Regierungsrat des Kantons LU

**Robert Sigrist**  
Präsident ÖVL  
Präsident Tarifverbundrat

**Beat Wiget**  
Präsident Postauto  
Zentralschweiz

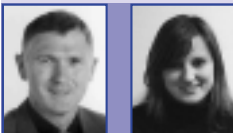
**Thomas Wettstein**  
SBB RPV Region  
Zentralschweiz

**Norbert Schmassmann**  
Verkehrsbetriebe  
Luzern AG

**Ernst Giger**  
Auto AG  
Rothenburg

**Luca Mumenthaler**  
Bundesamt für Verkehr

## Geschäftsstelle TU-Gesellschaft



**Beat Wiget**  
Postauto  
Zentralschweiz

**Isabella Baumgartner**  
Postauto  
Zentralschweiz

## TU-GESELLSCHAFT



**Beat Wiget**  
Postauto  
Zentralschweiz

**Norbert Schmassmann**  
Verkehrsbetriebe  
Luzern AG

**Christoph Tanner**  
Luzern-Stans-Engelberg-Bahn

**Martin Bütikofer**  
Schiffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees

**Franz Zihlmann**  
Rottal Auto AG

**Ernst Giger**  
Auto AG  
Rothenburg

**Martin R. Selz**  
Regionalverkehr  
Mittelland AG

**Franz Stalder**  
Sursee-Triengen-Bahn

**Rainer Frösch**  
Regionalbus  
Wiggertal



**Bruno Böhlen**  
Postauto  
Bern-Freiburg-Solothurn

**Heidi Krauer**  
Emmer  
Busbetriebe

**Erwin Burch**  
Busbetrieb  
Gemeinde Horw

**Herbert Lustenberger**  
Ortsbus  
Gemeinde Ebikon

**Thomas Eichenberger**  
SBB  
Personenverkehr

**Bruno Meyer**  
Zugerland  
Verkehrsbetriebe AG

# Zonenpläne



## Preise

Monats- und Jahres-Passepartout (für Erwachsene)				
Anzahl	1 Monat		12 Monate	
	2. Kl.	1. Kl.	2. Kl.	1. Kl.
1 Zone*)	53.–	88.–	530.–	880.–
2 Zonen	59.–	98.–	590.–	980.–
3 Zonen	90.–	149.–	810.–	1341.–
4 Zonen	115.–	190.–	1035.–	1710.–
5 Zonen	140.–	231.–	1260.–	2079.–
6 Zonen	160.–	264.–	1440.–	2376.–
7 Zonen	180.–	297.–	1620.–	2673.–
8 Zonen und mehr	200.–	330.–	1800.–	2970.–

9-Uhr-Passepartout (für Erwachsene)				
Anzahl	1 Monat		12 Monate	
	2. Kl.	1. Kl.	2. Kl.	1. Kl.
1 Zone*)	45.–	74.–	450.–	740.–
2 Zonen	50.–	83.–	500.–	830.–
3 Zonen	76.–	126.–	684.–	1134.–
4 Zonen	97.–	160.–	873.–	1440.–
5 Zonen	118.–	195.–	1062.–	1755.–
6 Zonen	135.–	222.–	1215.–	1998.–
7 Zonen	152.–	250.–	1368.–	2250.–
8 Zonen und mehr	168.–	278.–	1512.–	2502.–

Junioren-Passepartout (6 bis 24-jährig)		
Anzahl	1 Monat	12 Monate
1 Zone*	40.–	400.–
2 Zonen	45.–	450.–
3 Zonen	68.–	612.–
4 Zonen	87.–	783.–
5 Zonen	105.–	945.–
6 Zonen	120.–	1080.–
7 Zonen	135.–	1215.–
8 Zonen und mehr	150.–	1350.–

Einzel-Passepartout (Zonen 10, 20, 40)					
	1/1		1/2		gültig
	2. Kl.	1. Kl.	2. Kl.	1. Kl.	
Kurzstrecke	1.80	–	1.80	–	1 Std.
1 Zone	2.40	4.–	2.–	3.40	1 Std.
2 Zonen	3.60	6.–	2.40	4.–	2 Std.
3 Zonen	5.60	9.20	2.80	4.60	2 Std.

Der Preis für ein Mehrfahrten-Passepartout (6 Fahrten) = Einzel-Passepartout multipliziert mit 5

Tages-Passepartout (Zonen 10, 20, 40)					
	1/1		1/2		
	2. Kl.	1. Kl.	2. Kl.	1. Kl.	
1 Tag	9.–	15.–	6.–	10.–	

Der Preis für ein 6-Tages-Passepartout = Tages-Passepartout multipliziert mit 5





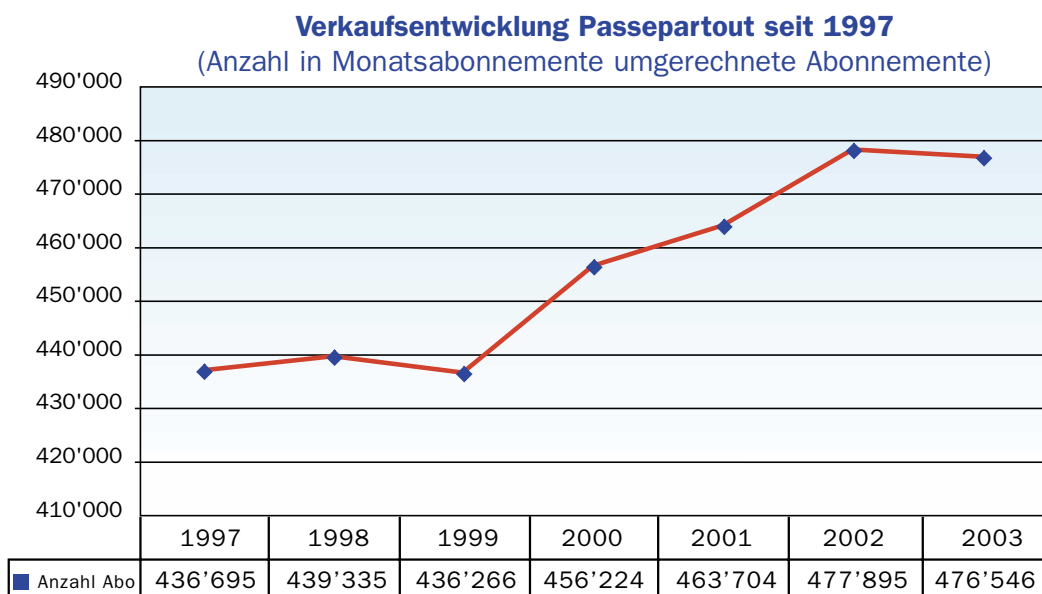
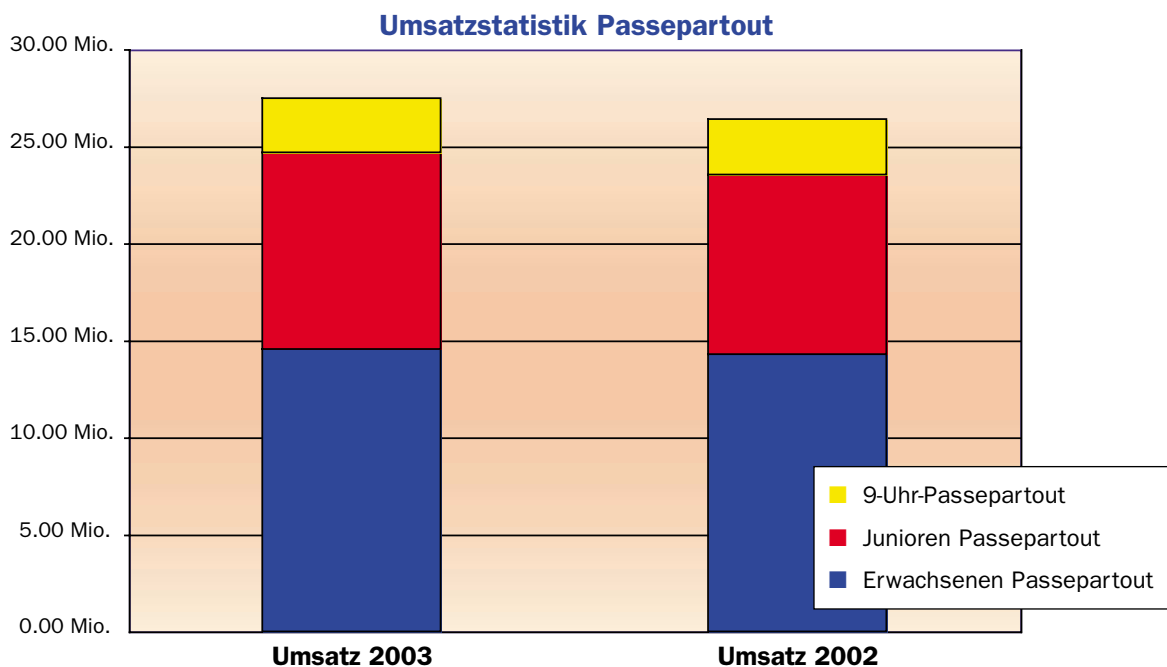
**Fakten** und  
**Zahlen**

# Verkaufs- und Umsatzentwicklung Abonnemente

Die Verkaufsumsätze haben im Jahr 2003 rund 27,4 Millionen Franken erreicht und sind somit gut 1'060'000 Franken (4%) höher als im Vorjahr. Allerdings wurden die Preise für die Abonnemente auf den 1. Januar 2003 um durchschnittlich 6% erhöht. Während den ersten beiden Monaten des Jahres 2003 waren die Umsätze deutlich tiefer als im Vorjahr, was vor allem auf die vorgezogenen Käufe im Dezember 2002 zurückzuführen ist. Die Verteilung der Verkäufe

zeigt, dass in der Kernzone 10/20 die Umsätze nur gerade um knapp 1% stiegen, während es im übrigen Gebiet 8,21% waren.

Insgesamt wurden 2003 leicht weniger Abonnemente verkauft als im Vorjahr (-0,28% bzw. - 1'346 in Nutzmonate umgerechnete Abonnemente). Innerhalb der Kernzone 10/20 betrug der Rückgang insgesamt 2,34%, im übrigen Passepartout-Gebiet wurde ein Zuwachs von 3,86% erzielt.

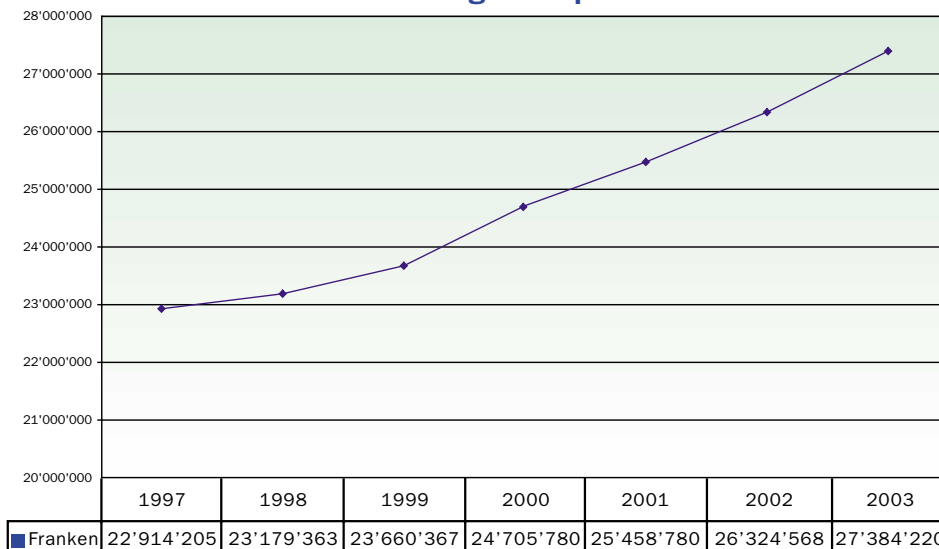


Bei der Detailanalyse nach Fahrausweisart fällt auf, dass die Fahrausweise für Erwachsene zurückgingen und zwar bei den Jahresabonnements um 3,75% und bei den Monatsabonnements um 1,76%. Die Rückgänge sind bei beiden Fahrausweisarten nur in der Kernzone 10/20 (- 5,28% bzw. - 3.44%) zu verzeichnen, in den übrigen Zonen stiegen die Verkäufe um 1.01% (Jahresabo) bzw. 3.44% (Monatsabo). Der Juniorenpasspartout hat bei den Jahresabonnements (+ 8,35%) kräftig zugelegt, wohl auch

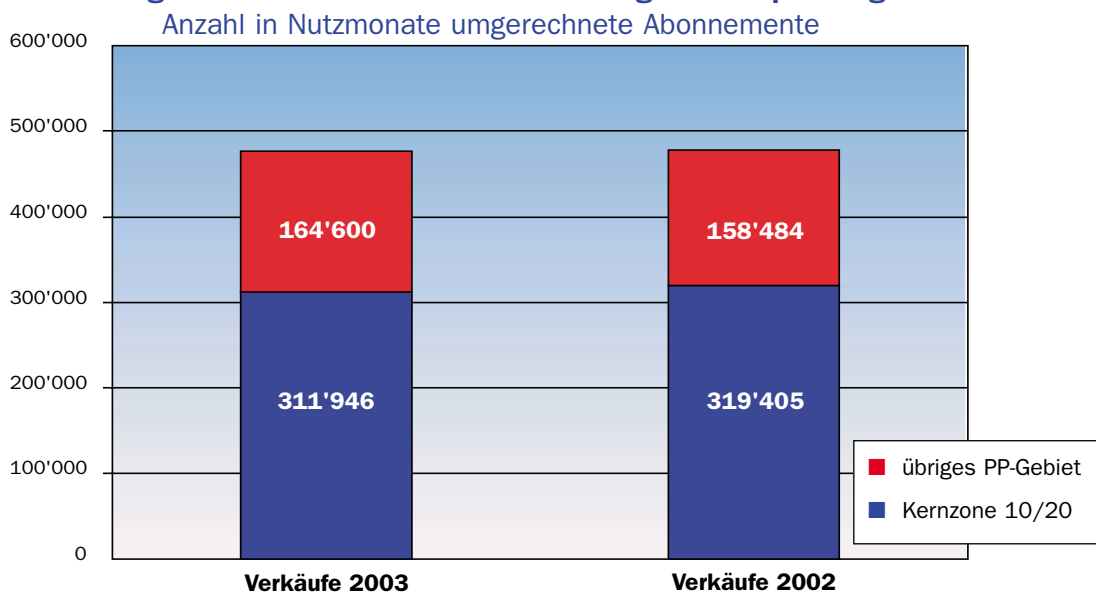
wegen der Abschaffung der Schülerabonnements in verschiedenen Agglomerationsgemeinden. Die Monatsabonnements waren leicht rückläufig (- 0,35%).

Bei der Unterteilung nach Kernzone und übriges Passpartout-Gebiet zeigt sich innerhalb der Kernzone ein Rückgang bei den Jahresabonnements von 1,7%, bei den Monatsabonnements von 3,32%. Im übrigen Gebiet stiegen die Verkäufe sowohl bei den Jahres- (+ 4,73%) als auch den Monatsabonnements (+ 4,32%).

### Umsatzentwicklung Passpartout seit 1997



### Verteilung der Verkäufe auf Kernzone und übriges Passpartoutgebiet

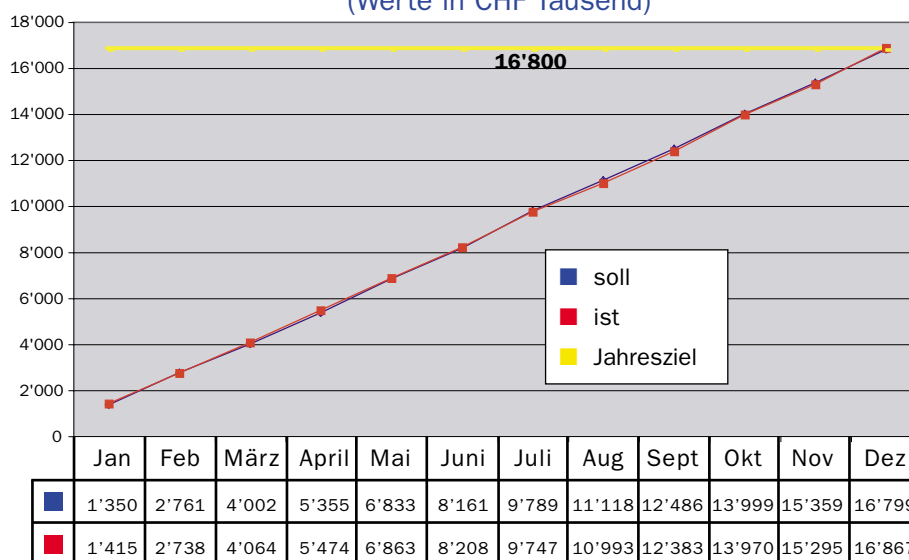


# Verkaufs- und Umsatzentwicklung in der Agglomeration Luzern (ITV Agglo)

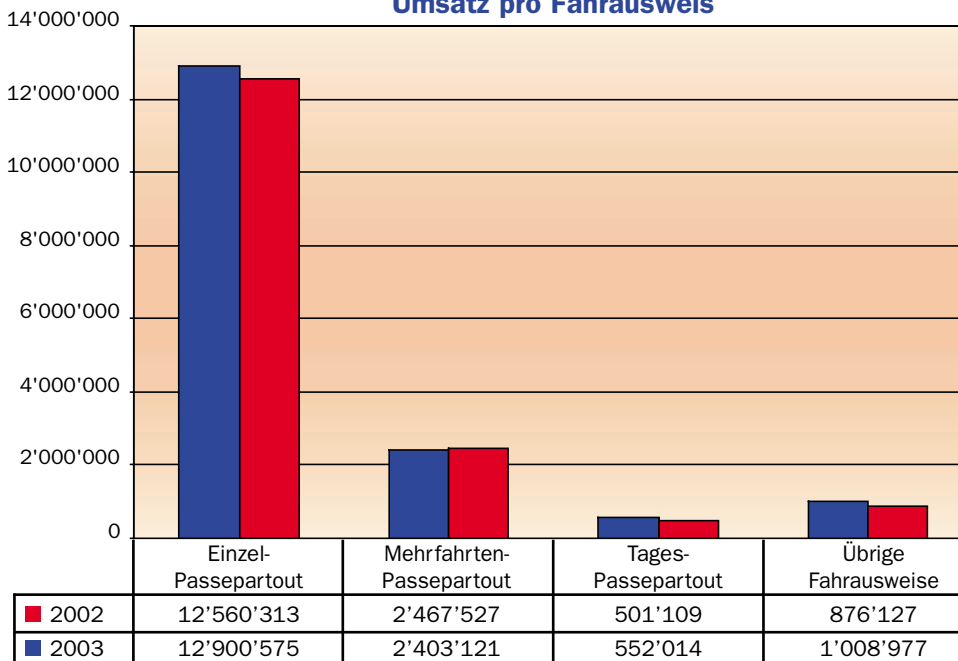
Die Umsätze bei den Einzelfahrausweisen, Mehrfahrtenkarten, Tages-, Gruppen- und Anschluss-Passepartouts haben leicht zugelegt (+ 460'900 Fr. bzw. 2,81%) und erreichten im Jahr 2003 rund 16,87 Mio. Franken. Zugenommen haben vor allem die Verkäufe der Einzel-Passepartouts (+ 2,71%), die auch den grössten Anteil am Gesamtumsatz ausmachen, nämlich über 76%. Ebenfalls zugenommen haben die Verkäufe der

Tages-Passepartouts (+ 51'000 Fr. bzw. 10,16%) und der Gruppen-Passepartouts (+ 9'000 Fr. bzw. 10,49%). Die übrigen Fahrausweisarten waren rückläufig, allerdings auf einem tiefem Niveau. Beim Vergleich der Stückzahlen sticht die grosse Zuwachsrate der Tageskarten hervor: + 12% bzw. 8'314 Tageskarten. Beim Einzelpassepartout beträgt der Zuwachs 3,9% (222'341 Billette).

**Umsatzentwicklung ITV Agglo Luzern im Jahr 2003**  
(Werte in CHF Tausend)



**Umsatz pro Fahrausweis**

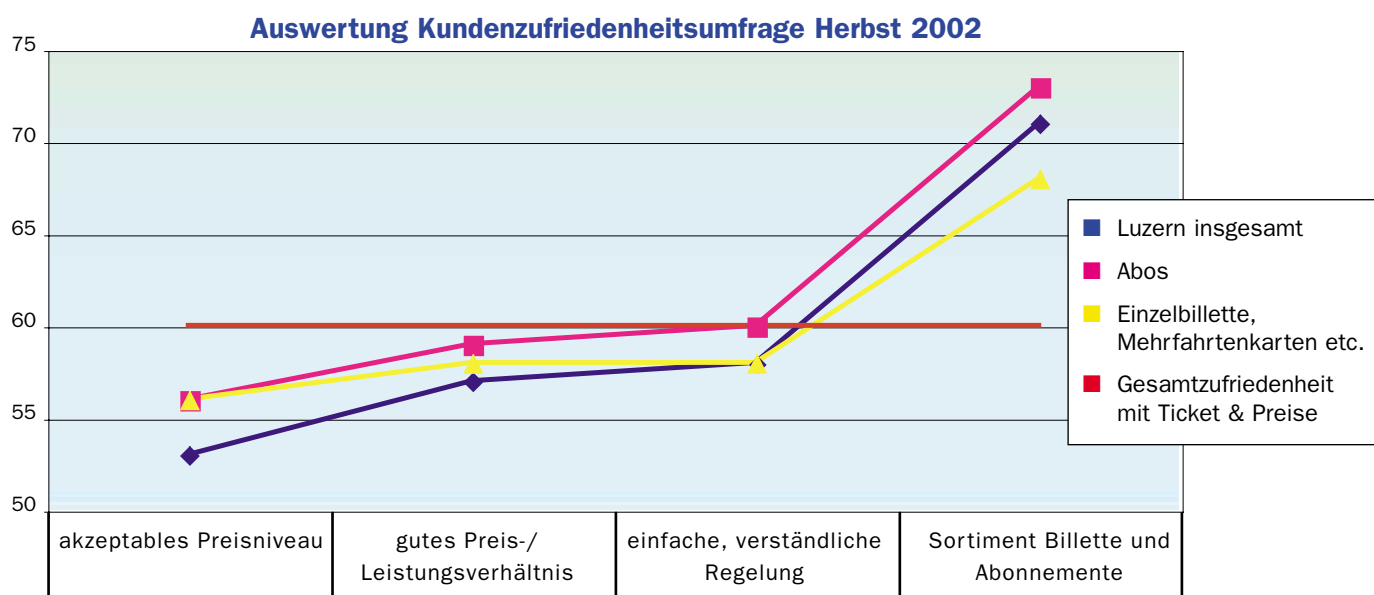


# Ergebnis aus der Kundenzufriedenheitsumfrage vom Herbst 2002

Der Kanton Luzern hat zusammen mit dem ÖVL im Herbst 2002 bei den Benützer und Benützerinnen des öffentlichen Verkehrs eine Kundenzufriedenheitsumfrage durchgeführt mit der Zielsetzung, die Zufriedenheit der Kunden und Kundinnen mit dem ÖV und den Transportunternehmungen herauszufinden, aber auch um Hinweise zu erhalten, was für ÖV-Benützer und Benützerinnen besonders wichtig ist. Die Auswertung und Analyse hat gezeigt, dass das Thema «Tickets & Preise» einen sehr grossen Einfluss auf die Kundenzufriedenheit hat, die Zufriedenheit jedoch mit 60 Punkten nur mittelmässig ist. Beim Zürcher Verkehrsverbund (ZVV) als Vergleich ergab dieser Wert 64 Punkte. Die Kategorie «Tickets & Preise» beinhaltete 4 Fragen. Die grösste Unzufriedenheit besteht bei der Frage «akzeptables Preisniveau» mit 54 Punkten, gefolgt von «gutes

Preis-/Leistungsverhältnis» mit 57, «einfache, verständliche Regelung» mit 58 und schliesslich «Sortiment Billette und Abonnemente» mit 71 Punkten. Wie aus der Grafik ersichtlich ist, wurden diese Punkte für Abonnemente eher besser für den Bereich der Einzelbillette/Mehrfahrtenkarten etc. eher tiefer benotet.

Die Besteller- und TU-Gesellschaft haben sich zum Ziel gesetzt, die Schwächen mit Priorität zu verbessern. Im Vordergrund steht dabei das Preis-/Leistungsverhältnis zu verbessern, indem Passetout-Besitzern zusätzliche Dienstleistungen und Vergünstigungen angeboten werden. Solche Angebote gibt es bereits heute mit einer Reduktion der Jahresgebühr bei Mobility, gratis Parkieren im P&R-Parkhaus in Stans, vergünstigte Retourfahrten mit der Bergbahn Klewenalp Stockhütte.



A young child with dark hair is playing with a white toy car on a wooden floor. The child is wearing a patterned sweater and is looking up at the car with a joyful expression. The background is a blurred indoor setting. The entire image is overlaid with a semi-transparent red filter.

**Marketing/**

**Neuerungen**

# Kommunikations-Kampagnen mit Schwerpunkten im Frühling und im Herbst

Im Mittelpunkt der Kommunikations-Massnahmen 2003 stand die weitergehende Popularisierung des Passepartouts als günstiger und zugleich auch vielfältiger Fahrausweis, ohne jedoch auf die einzelnen Ausweissorten einzugehen. Die Kampagnen sollten das generelle Interesse wecken und zugleich auf die weiterführenden Informationsmittel wie zum Beispiel Internet, Prospekte usw. hinweisen. Als Zielpublikum wurden insbesondere die Autopendler anvisiert.



## Informations-Broschüre und -Plakate als Basis-Werbemittel

Die Tariferhöhung auf 1.1.2003 sowie verschiedene weitere tarifarisches Anpassungen machten eine Neuauflage des 20-seitigen Informationsprospektes in einer Auflage von rund 60'000 Exemplaren notwendig. Ergänzend dazu wurden für die Bahnhöfe und Haltestellen Info-Plakate produziert.

## Überraschende Kinowerbung

In den typischen Kino-Monaten Januar, Februar und März wurde in sechs Stadt- und Agglomerations-Kinos sowie im IMAX für ein Happy-End mit dem Passepartout geworben.

## Aktionstag «Ohne AutoMobil» vom 22. September

Für diesen durch die Stadt Luzern organisierten Aktionstag wurde ein spezielles Give-Away in Form von «Pflästerli» kreiert und verteilt. Die 5'000 produzierten Exemplare fanden reissenden Absatz.



### Wettersponsoring bei Radio Pilatus

In den Monaten Juni und November 2003 sponserte der Passepartout die Wetterprognosen auf Radio Pilatus. Jeweils über 60 Mal war zu den typischen Auto-Pendlerzeiten zu hören:

«S'Wätter met em Passepartout, em Pändlerabo für Bahn, Bus und Schiff.» Und am Schluss wurde verkündet: «De Passepartout macht mobil in Lozärn, Ob- und Nidwalde.»



### Eingängige Radio-Spots

Vom 13. bis 17. Oktober und vom 20. bis 24. Oktober 2003 war in den beiden Lokalradios Pilatus und Sunshine täglich 10 Mal dieser Spot zu hören:

Sprecher 1:

«Hoi zäme, sorry für d'Verspötig, ech be im Stau gstande – ehr ned au?»

Sprecher 2:

Mier hend doch de Passepartout. Dä brengt üs met Bahn ond Bus überall döre – pönktlech ond ohni Stress.

Abspann:

Passepartout – das Pändlerabo zom fahre statt staue.»

### Auffallende Plakatkampagne

Im Oktober und November 2003 richteten sich über 500 Plakate mit konkreten Aussagen direkt an die Autopendler.



#### Plakate F4

Anzahl Plakate: 234

Aushangorte: Stadt und Agglo Luzern

Aushangdaten: Woche 43 bis 46



### Diverse Inserate

Für Insertionen in verschiedensten Informationsmitteln wurden spezielle zielgruppenadäquate Insertionen gestaltet.



### Erfolgreiche AboPass-Aktion mit der Neuen Luzerner Zeitung

«Mit 20 Franken Ermässigung sechs Tage lang kreuz und quer die Stadt und die Agglo entdecken»: Diesem attraktiven Schnupper-Angebot sind Hundertschaften von Luzernerinnen und Luzernern gefolgt und brachte sowohl für die Neue LZ als auch für den Passepartout eine «Win-Win-Situation».



### Spezial-Prospekt für Organisatoren von Anlässen im Raum Luzern

«Mit uns lässt sich gut festen, kul-touren und tagen»: Unter diesem Slogan informiert ein spezieller Info-Prospekt die Veranstalter von Anlässen über die verschiedenen Kooperationsmöglichkeiten mit Passepartout-Tickets.





**Rund** um den  
**Tarifverbund**

# Kontinuierliche Optimierung



## **Fahrplan 2004 (14.12.2003–11.12.2004)**

Der Fahrplan 2004 wurde ausser kleinen Verbesserungen und Optimierungen grundsätzlich nicht verändert. Die realisierten Verbesserungen betreffen vor allem das Schliessen von Taktlücken, dichtere Fahrpläne und zusätzliche Verbindungen am Abend und an den Wochenenden. Im Rahmen der S-Bahn Luzern auf Ende 2004 sind weitere Angebotsverbesserungen mit neuen S-Bahnstationen, dichtem Angebot und neuem Rollmaterial vorgesehen. Die Tarife wurden auf den 1. Januar 2004 nicht erhöht.

## **S-Bahn Luzern**

Auf den Fahrplan 2005 am 12. Dezember 2004 wird die S-Bahn Luzern offiziell eingeführt. Auf diesen Zeitpunkt hin stehen den Kundinnen und Kunden sechs neue S-Bahnstationen zur Verfügung. Die S-Bahn Luzern ist aber schon heute in Fahrt. Die Haltestellen Emmenbrücke Gersag und Längenbold sind bereits seit Dezember 2002 in Betrieb und im Seetal profitieren die Reisenden bereits heute von neuen, modernen Zugkompositionen und bis Hochdorf vom integralen Halbstundentakt. Die S-Bahn Luzern schafft Mehrnutzen, denn ab Fahrplan 2005 wird das

Angebot weiter ausgebaut. Mit neuen Fahrzeugen wird der Komfort der Reisenden verbessert. Zur Gewährleistung von optimalen Transportketten wird das Busangebot an die Fahrpläne der S-Bahn Luzern angepasst. Luzern profitiert aber auch von der Stadtbahn Zug: die Linie 1, mit neuem Rollmaterial, dem FLIRT, verkehrt zwischen Luzern und Baar und das Rontal wird dann im Halbstundentakt in Rotkreuz an die Schnellzüge nach Zug-Thalwil-Zürich angebunden. Detaillierte Informationen zur S-Bahn Luzern finden Sie auf der Website [www.s-bahn-luzern.ch](http://www.s-bahn-luzern.ch) und zur Stadtbahn Zug unter [www.stadtbahnzug.ch](http://www.stadtbahnzug.ch).

## **Integraler Tarifverbund Passepartout**

Der integrale Tarifverbund (ITV) wurde bereits auf den 1. Januar 2002 in der Stadt und Agglomeration Luzern, genau genommen in den Zonen 10/20 und 40, eingeführt. Die Bestsellergesellschaft des Tarifverbundes LU/OW/NW möchte den integralen Tarifverbund nun im gesamten Verbundgebiet des Passepartouts einführen. Aus diesem Grund starten im Januar 2004 die Arbeiten für dieses Projekt. Die Einführung des ITV Passepartout ist auf den 1. Januar 2007 vorgesehen.

