

Von Papiertickets zu Plastikkarte und App – Die Schweiz auf dem Weg zum bargeldlosen ÖV

Dipl.-pol Kurt Metz, Luzern

Die Bewohner der Schweiz sind Europameister im Bahnfahren: Sie haben 2021 ihre Position mit durchschnittlich 48 Bahnreisen pro Person klar behaupten können. Mit deutlichem Abstand folgen Luxemburg (26), Österreich (24), Dänemark (23) und Deutschland (21). Die Schweizer Bewohner gehören bei der Benutzung des gesamten öffentlichen Verkehrs zu den Top 5 nach Ungarn, der Tschechischen Republik, der Slowakei und stehen noch vor Österreich auf Platz 4.

Die COVID-19-Pandemie hat im öffentlichen Verkehr der Schweiz Tendenzen verstärkt, welche die ÖV-Branche schon länger feststellt:

- Der Freizeitverkehr gewinnt generell an Bedeutung und hat sich nach der Pandemie gegenüber dem Pendlerverkehr deutlich schneller erholt.
- Gelegenheitsreisen mit dem Automatischen Ticketing nehmen zu. Der monatliche Umsatz hat sich gegenüber Januar 2020 mehr als verdreifacht.
- Die digitalen Kanäle werden beim Fahrkartenkauf immer wichtiger. Ihr Anteil betrug Ende 2022 rund 66 Prozent, gegenüber 43 Prozent Ende 2018 und 52 Prozent Ende 2019.
- Im Oktober 2022 überstieg der Umsatz beim Normaltarif zum ersten Mal den Vergleichswert von 2019.
- Während der Pandemie waren zeitweise rund ein Fünftel weniger Generalabonnemente (GA) – entspricht der Bahn-card 100 – im Umlauf.
- Die Zahl der Halbtaxabonnements (50 Prozent Rabatt) stieg hingegen mit knapp drei Millionen Benutzern auf einen neuen Höchststand und verzeichnete ein Plus von 5,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr und 9,2 Prozent gegenüber dem Jahr 2019.
- Im letzten Jahr wurden nur noch 22,6 Prozent aller öV-Billette an Automaten gekauft.

Insgesamt erzielte die öV-Branche 2022 einen Umsatz von 5,945 Mrd CHF. Damit übertraf sie das bisherige Rekordjahr 2019 um 233 Mio CHF respektive 4 Prozent. Wesentlich dazu beigetragen hat der Trend weg vom Kauf von Pauschalfahrausweisen wie General- und Verbundabonnements hin zu Einzelfahrkarten.

Aufgrund dieser Entwicklungen zeichnen sich rasche Veränderungen im Fahrkartensortiment wie bei den Vertriebsformen

in der Schweiz ab: Individualisierung und Digitalisierung sind die beiden wichtigsten Stichworte.

Voll digital bis 2035

Viele Verkaufsgeräte des Fahrpersonals und die hohen Investitions- und Betriebskosten verursachenden Ticketautomaten kommen nun an ihr Lebensende. Vor diesem Hintergrund ist es kaum erstaunlich, dass sich die Verantwortlichen für Verkauf und Vertrieb in der ÖV-Branche Schweiz

ANZEIGE



VDV Die Verkehrsunternehmen
VDV Jahrestagung
 21.-23. Juni 2023
 Congress Center Leipzig

Photo: © INIT | Ulrike Kabeil

Elektromobilität ganzheitlich gedacht!

Die Einführung von Elektrobussen stellt Sie vor viele Herausforderungen. **e MOBILE** – die integrierte Elektromobilitäts-Suite von INIT – bietet Ihnen die notwendige Unterstützung und deckt alle spezifischen Anforderungen von Elektrobussen ab.

- **e Simulation & e Planung**
- **e Betriebssteuerung & e Reichweitenprognose**
- **e Betriebshof- & e Lademanagement**
- **e Analyse & e Reporting**

Sprechen Sie mit uns!

sales@initse.com | www.initse.com

4Cinit
years of innovation

in | | | | | |

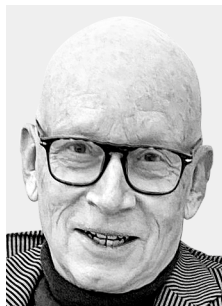
verstärkt mit der Entwicklung und Umsetzung von digitalen Kanälen einsetzen: Der Fahrkartenverkauf soll daher bis 2035 komplett digital werden. Die Alliance SwissPass (siehe Kasten unten) beschloss deshalb den „schmerzfreien Übergang“ zum papierlosen und bargeldlosen Fahrausweis innerhalb der nächsten zwölf Jahre.

„öV-Guthaben“ mit Rabatt

Vom 1. Dezember 2021 bis Ende Februar 2023 fand ein nationaler Test statt zur Erkundung der Akzeptanz eines Guthaben-Abonnements – dies als mögliches neues Produkt für Reisende, für welche sich das GA nicht lohnt, die aber nicht ständig Einzeltickets lösen möchten. Während des Markttests kauften die Teilnehmenden ein Guthaben, mit welchem sie über die EasyRide-Funktion [1] der SBB-App inhaberbezogene Fahrausweise bezahlten. Dabei standen zwei Guthabengrößen zur Verfügung: 3000 CHF öV-Guthaben zum Preis von 2000 CHF und 1000 CHF öV-Guthaben zum Preis von 800 CHF. Jeder mit der EasyRide-Funktion gekaufte Fahrausweis wurde automatisch vom gekauften Guthaben abgezogen. Nach Ablauf der einjährigen Abolaufdauer oder nach Aufbrauchen des Guthabens wurden die Einzelfahrscheine und Tageskarten wieder dem ursprünglich hinterlegten Zahlungsmittel verrechnet. Wird der Kaufpreis (800 respektive 2000 CHF) während der Abolaufdauer nicht amortisiert, wird die Differenz zwischen Kaufpreis und genutztem Guthaben erstattet. Der Test verlief erfolgreich. Deshalb hat die Alliance SwissPass entschieden, das neue Abonnementsmodell per Ende 2023 einzuführen.

Markttests zum „Preis-Capping“

Mehrere regionale Vorhaben testen zudem das „Preis-Capping“. Dieses sieht vor, dass die Fahrtkosten bei einem bestimmten Betrag gedeckelt werden. Ist der Preisdeckel erreicht, sind sämtliche weiteren Fahrten kostenlos. Ein Preis-Capping kann auf Tages-, Wochen-, Monats- oder Jahresbasis bestehen und sich auf einen bestimmten Betrag oder eine Anzahl Fahrausweise beziehen. So wird im Kanton Uri in dessen Talboden der Preis bei 5 CHF (mit Halbtax) respektive 7,50 CHF pro Tag gedeckelt. Im Tarifverbund A-Welle im Kanton Aargau erfolgt das Capping auf Monatsbasis, wobei dort maximal der Preis des Monatsabonnements plus 10 Prozent bezahlt werden muss. In Lausanne sind ab dem Bezug des 21. SMS-Tickets sämtliche weitere SMS-Tickets kostenlos.



Zum Autor

Dipl.-Pol. Kurt Metz ist Kommunikationsberater und Fachpublizist für Mobilität, Logistik und Tourismus. Er befasst sich seit über 40 Jahren mit Themen der Verkehrsverlagerung und des Modalsplits. Er organisiert Fachtagungen und Studienreisen für Medienschaffende und Meinungsbildner im gesamten Mobilitätsbereich.

Nutzungstage frei wählen

Die Tarifverbände Mobilis (Kanton Waadt) und Frimobil (Kanton Freiburg) führten mit dem „FlexiAbo“ probeweise ein Wahltageabo ein. Entgegen herkömmlichen Abonnements, die an jedem Tag der Laufzeit gültig sind, können bei diesem Jahresabo die Verbrauchstage frei ausgewählt werden. Das FlexiAbo wurde für zwei oder drei Tage pro Woche angeboten und enthielt 104 respektive 156 Nutzungstage. Im März 2023 entschied Alliance SwissPass aufgrund der sehr positiven Resultate im Markttest, das FlexiAbo unter diesem Na-

men und in einer standardisierten Form ins Regelsortiment des öV zu überführen. Künftig können alle Tarifverbände das Abonnement mit 100 Gültigkeitstagen anbieten. Während die Rahmenbedingungen vereinheitlicht sind, verbleibt die Preisgestaltung beim jeweiligen Verbund.

Bank- oder Kreditkarte genügt

Die in drei Regionen des Kantons Graubünden eingesetzten ChipCard-/Easydrive-Fahrausweis-Ausgabegeräte an Bahnhöfen und in Bussen sind am Ende der Lebensdauer angelangt und müssen ersetzt wer-

Die Alliance und der SwissPass



Abb. 1: Der SwissPass ist eine Plastikkarte mit einem Chip und setzt auf die bewährte RFID-Technik. Grafiken: Alliance SwissPass

Die Alliance SwissPass ist die Branchenorganisation des öffentlichen Verkehrs der Schweiz. Sie umfasst 250 Transportunternehmen und 18 Verbände. Sie setzt sich schweizweit für harmonisierte, verständliche und wirtschaftliche Tarifbestimmungen, moderne und attraktive Vertriebslösungen sowie kundenorientierte Sortimente und Informationssysteme ein. Ihre strategische Vision ist es, allen Kunden einen einfachen Zugang zum öV Schweiz zu ermöglichen. Ihr Paradepony ist der SwissPass. Seit dem 1. August 2015 ist er Träger des General- oder Halbtaxabonnements. Er dient gleichzeitig weiteren Mobilitätsangeboten: Verbundabonnements, Velo-Pass, Monatsklassenwechsel zum GA sowie Ausflugs-Abo. Neben Bahn, Bus, Schiff und ausgewählten Seilbahnen ermöglicht der SwissPass zudem die Nutzung von Partnerdiensten wie Mobility Carsharing, PublikBike und für Skifahr-Abonnements. Er ist somit der landesweite Schlüssel für Mobilität, Freizeit, Sportveranstaltungen und kulturelle Anlässe. Die neueste Generation der Karte verfügt zudem über eine Zahlfunktion für alle gängigen Kredit- und Debitkarten – sogar Monatsrechnung nach Hause ist möglich.



Abb. 2: Die Strategie der Alliance SwissPass optisch dargestellt.

„Fairtiq ist ein gutes Beispiel, dass der Wettbewerbsansatz funktioniert“



Zum Autor

Helmut Eichhorn (48) ist seit Mitte 2019 Geschäftsführer der Geschäftsstelle der Alliance SwissPass. Davor war er 21 Jahre in verschiedenen Funktionen im öffentlichen Verkehr tätig, ab 2003 bei den Transports publics fribourgeois (TPF). Als Leiter der Sektion Vertrieb und später des Departements Verkauf verantwortete er zentrale Bereiche der TPF, so etwa das Verkaufstellennetz, das Produktmarketing oder den Kundendienst. Ab 2015 war der studierte Historiker, Volkswirtschaftler und Verkehrsplaner zudem Mitglied der Geschäftsleitung der TPF TRAFIC SA.

DER NAHVERKEHR: Herr Eichhorn, warum gibt es die Alliance Swisspass?

Helmut Eichhorn: Die Alliance SwissPass vereint 250 Transportunternehmen und 18 Tarifverbände unter einem gemeinsamen Dach. So kann die öV-Branche den Reisenden aufeinander abgestimmte Sortimente anbieten, die auf harmonisierten Tarifbestimmungen basieren und über alle Verkaufskanäle zur Verfügung stehen.

Wie bringen Sie die Interessen von 250 Schweizern, zum Teil sehr unterschiedlichen ÖV-Unternehmen unter einen Hut?

Eichhorn: Das Übereinkommen 500, der Zusammenarbeitsvertrag der Alliance SwissPass, definiert die gemeinsamen Spielregeln. Darüber hinaus ist es zentral, dass wir die Kundinnen und Kunden im Fokus halten und uns stets fragen, wie wir den öV-Nutzenden das bestmögliche Angebot unterbreiten können.

Was halten Sie von den sich stark differenzierenden Initiativen einzelner Verkehrsverbände, eigene Ticketing- und Bezahlungssysteme zu entwickeln und den Kunden zuzumuten?

Eichhorn: Dieser „Try and error“-Wettbewerb ist durchaus gewollt. Anstatt Ideen im stillen Kämmerlein zu entwickeln, testen wir neue Ticket- und Bepreisungsformen gemeinsam mit unseren Kundinnen und Kunden. Dies führt auch zu einer deutlich kürzeren „Time to market“ und spannenden Innovationen. Gleichzeitig sorgen wir dafür, dass die Markttests – soweit notwendig und zielführend – koordiniert sind und die Er-

gebnisse innerhalb der öV-Branche geteilt werden.

Wäre ein landesweit einheitliches System wie Fairtiq sowohl aus Sicht der Fahrgäste wie der ÖV-Unternehmen nicht einfacher zu kommunizieren, von beiden zu akzeptieren und zu nutzen?

Eichhorn: Fairtiq ist ein gutes Beispiel, dass der Wettbewerbsansatz funktioniert. Das Automatische Ticketing wurde von verschiedenen Unternehmen parallel entwickelt. BLS beispielsweise lancierte „Lezzgo“, die Südostbahn „Abilio“. Am Ende setzte sich Fairtiq durch und ist nun die schweizweite Basis für Check-in-/Check-out-Lösungen. Gleichzeitig bleiben Bedürfnisse und Erwartungen regional und kundengruppenspezifisch unterschiedlich – beispielsweise Tourismusregionen gegenüber Stadtzentren – und die öV-Branche muss sich die Flexibilität bewahren, darauf mit maßgeschneiderter Angeboten zu reagieren.

Was macht Sie so zuversichtlich, dass bis 2035 alle Fahrausweise und Abonnemente bargeldlos gekauft und papierlos eingesetzt werden?

Eichhorn: Zuversicht ist das falsche Wort. Es würde suggerieren, dass wir dieses Ziel unbedingt erreichen müssen. Die Weiterentwicklung des Ticketvertriebs wird wesentlich durch die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden beeinflusst. 97 Prozent aller Menschen in der Schweiz besitzen heute ein Smartphone, über zwei Drittel aller Fahrausweise werden digital gekauft. Wir gehen davon aus, dass diese Quote weiter zunehmen wird. Auf dieser Basis haben wir das Zielbild

definiert. Sollte die Entwicklung anders verlaufen, adaptieren wir dieses.

Welches sind die nächsten Etappen zu diesem ambitionierten Ziel?

Eichhorn: Derzeit befinden wir uns in der Entwicklung der Strategie 2035 der Alliance SwissPass. In diesem Rahmen finden spannende Diskussionen statt, etwa zu den Themen Anonymität, Datenschutz, Fahrausweise der Zukunft et cetera. Die Weiterentwicklung der Sortimentslandschaft, des Ticketvertriebs und der Kundeninformation ist ein laufender Prozess. Dabei erzielen wir immer wieder Fortschritte, beispielsweise durch die Einführung eines Guthaben-Abos, neue Angebote für Kinder und Jugendliche, den flächendeckenden Einsatz des Automatischen Tickets und so weiter. Auch in den kommenden Monaten und Jahren wird es spannende Entwicklungen geben.

Was sehen Sie vor für die „digitalen Verweigerer“ oder die ältere Generation, die nicht digital-affin ist?

Eichhorn: Die öV-Branche bekennt sich klar zum Grundsatz: Es muss immer möglich sein, auch ohne Handy und Kreditkarte ein öV-Billet zu kaufen. Heute schon Konzepte zu präsentieren, wie dies bewerkstelligt werden wird, wäre jedoch unseriös. Denn es lässt sich nicht vorhersagen, welche Möglichkeiten die technische Weiterentwicklung und die Digitalisierung 2035 bieten werden, um ohne Handy und Kreditkarte öV-Billette zu kaufen.

Wie sind Sie in den nächsten Monaten unterwegs: Halbtax, GA oder eine der im Test stehenden Anwendungen und warum treffen Sie diese Wahl?

Eichhorn: Ich bin seit vielen Jahren mit dem Generalabonnement unterwegs. Parallel dazu teste ich aber selbst jeweils die neu entwickelten technischen Lösungen. Und auf jeder Auslandsreise, auch privat, studiere und nutze ich die jeweiligen öV-Systeme und -Tarife.

Das schriftliche Interview führte Kurt Metz.



Abb. 3: Fahrkartensautomaten für den gesamten öffentlichen Verkehr der Schweiz im Bahnhof Bern. Foto: Kurt Metz

den. Als Alternative wird das neue Bündner Ticket-Verkaufssystem „Venda“ im Raum Chur, der Landschaft Davos und dem Oberengadin (St. Moritz) eingeführt. Die neuen, bargeldlosen Venda-Automaten kommen in den Bussen sowie an ausgewählten Haltestellen und Bahnhöfen der Rhätischen Bahn (RhB) zum Einsatz. Sie verkaufen nur noch digitale Einzeltickets und Abonnements, welche direkt auf dem SwissPass mit Bezahlungsfunktion oder auf NFC [2]-fähige Debit- und Kreditkarten referenziert werden. Wer nach wie vor mit Bargeld bezahlen will, kann beim Busfahrer ein Prepaid-Kartonticket mit einem Guthaben von 10 oder 20 CHF mit QR-Code kaufen und dieses am Automaten einsetzen. Der Kanton Graubünden investiert in Venda 4,6 Mio CHF, erwartet aber durch den Verzicht auf klassische Verkaufsautomaten die Bargeldannahme und den Ticketdruck auf Papier gleichzeitig eine Einsparung von rund 70 Prozent in Anschaffung und Betrieb.

„Tap & Ride“ heisst das aktuelle Pilotprojekt von Baselland Transport (BLT) und Transports publics fribourgeois (TPF) zusammen mit den Technologiepartnern Netcetera, Abrantix und Worldline. Das sechsmonatige, seit Anfang 2023 laufende Pilotprojekt will die Kundenakzeptanz für den kontakt- und bargeldlosen Ticketerwerb testen, und zwar auf der Linie 66 der BLT und in der Zone 10 der Agglomeration Freiburg/Fribourg.

Die Vorteile dieser Anwendung ist offensichtlich: Geschäftsreisende und Touristen haben nicht die passende regionale App auf dem Smartphone, eine Kreditkarte hat hingegen fast jede/r dabei. Der entfallende Ticketausdruck ist nachhaltig und spart Ressourcen. Auch für die Verkehrsunternehmen bietet das innovative Verfahren Vorteile: Der bargeldlose Vorgang vermeidet Fahrplaninstabilitäten aufgrund

Verspätungen durch den Ticketkauf beim Buschauffeur. Zudem können Mobilitätsanbieter Tap & Ride mit minimalem Aufwand bei hoher Sicherheit in ihr Ticketing integrieren. Dank dem Zahlungsdienstleister Abrantix ist die Zahlungsabwicklung EP2-konform [3] und bietet zudem ein hohes Maß an Datenschutz und Sicherheit. Damit ist Tap & Ride anderen Projekten einen Schritt voraus: Alle in der Schweiz bekannten kontaktlosen Zahlungsmöglichkeiten sind durch den offenen EP2-Standard möglich und eine großflächige Abdeckung durch die zu 95 Prozent EP2-fähigen Terminals in der Schweiz ist gewährleistet. Für Reisende ist zudem keine vorherige Registrierung ihrer jeweiligen Karte nötig. Gegenwärtig sammeln die Partner das Feedback der Fahrgäste zur neuen Bezahlungsmethode.

Mobility Pricing mit Rabatt

Der Einzonen-Tarifverbund „unireso“ im Kanton Genf startete im Februar 2023 einen einjährigen Markttest für Mobility Pricing. Ein niederschwelliges digitales Angebot und ein einfaches Rabattsystem sollen Pendler motivieren, vermehrt während Nebenverkehrszeiten zu reisen. Ziel ist, eine gleichmäßigere Auslastung der Verkehrsinfrastrukturen zu erreichen. Mit dem Test soll einerseits die Nutzbarkeit der digitalen Vertriebskanäle bewertet, andererseits herausgefunden werden, ob die Kundschaft durch Anreize vermehrt von den Hauptverkehrszeiten in die Nebenverkehrszeiten wechselt. Ebenfalls sollen Neunutzende mit diesem Markttest in den Genfer ÖV geführt werden. Als Basis für den einfachen, digitalen Zugang zum unireso-Angebot dient die Fairtiq-App mit dem Automatischen Ticketing. Reist die Person innerhalb eines Monats zehn Mal außerhalb der Hauptverkehrszeiten, erhält sie im Folgemonat einen Rabatt von 20 Prozent. Mit dem ausschließlichen Vertrieb über die

Fairtiq-App lassen sich die Nutzung des Angebots und der allfällige Verlagerungseffekt präzise erfassen. Der Versuch soll nach zwölf Monaten ausgewertet werden.

Einfach nur Ein- und Auschecken

Die Fairtiq-App ist für Apple iOS- und Android-Smartphones erhältlich und ermöglicht den Nutzern ein einfaches Ein- und Auschecken: Kenntnisse über komplexe Tarifzonen und Ticket-Produkte sind nicht mehr nötig. Statt vor der Reise eine Fahrkarte zu kaufen, werden so erst am Ende der Reise die effektiv gefahrene(n) Strecke(n) verrechnet. Der Algorithmus der Fairtiq-App wurde von Schweizer Spezialisten mit jahrelanger Erfahrung im öffentlichen Verkehr ab 2016 in Bern entwickelt. ÖV-Unternehmen profitieren bei der Inbetriebnahme sowie bei der Nutzung von geringen Kosten: Teure Ein- oder Umbauten an Fahrzeugen oder Haltestellen entfallen. Mit nur einem Wisch nach rechts bei Fahrtantritt sind die Fairtiq-Benutzenden immer mit der richtigen Fahrkarte unterwegs. Es muss weder vor Reiseantritt ein Ticket gekauft noch eine Endstation angegeben werden. Ungeachtet der durchfahrenen Zonen wird immer das günstigste verfügbare Ticket für die gefahrene Strecke verrechnet. Es spielt dabei keine Rolle, wie häufig umgestiegen und ob zwischen Bahn, Bus, Tram und Schiff gewechselt wird. Fairtiq stellt zudem sicher, dass wenn die Kosten aller Fahrten während eines Tages den Preis einer Tageskarte übersteigen, automatisch der günstigere Tageskarten-Preis verrechnet wird. Bei einer Fahrausweiskontrolle genügt es, auf den Button „Ticket anzeigen“ zu klicken und den Barcode in der App vorzuweisen. Am Zielort angekommen, wischt der Fahrgast den Button „Stopp“ nach

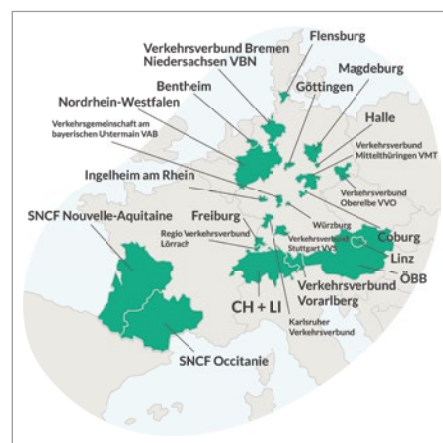


Abb. 4: Verbreitung von Fairtiq in Europa. Grafik: Fairtiq

Autorenbeleg Dipl.-pol Kurt Metz, nur für persönliche Nutzung. DVV Media 2023.

links und die Kosten für die Fahrt werden berechnet. Falls vergessen wird, die Fahrt in der App zu beenden, erinnert Fairtiq an den Check-out. Zudem erkennt der kürzlich eingeführte „Smart Stopp“, wenn die Fahrt beendet ist und startet einen Countdown, um den Benutzer automatisch auszuweichen. Es ist auch möglich, für mitreisende Personen die Fahrtkosten zu begleichen. Mit Fairtiq nicht verfügbar sind Spartickets (da diese im Voraus gebucht und bezahlt werden müssen), Fahrrad- und Hundetickets.

Datenschutz gewährleistet

Bezüglich des Personen- und Datenschutzes richtet sich Fairtiq nach den Datenschutzrichtlinien der EU. Die zur stetigen Weiterentwicklung der App benötigten Daten werden nur in anonymisierter Form genutzt. Abhängig von den regional geltenden Tarifbestimmungen und Beförderungsbedingungen sind für die Nutzung auch persönliche Angaben notwendig. Diese und der Reiseverlauf werden sicher verschlüsselt. Dazu gehören die Wegbestimmung, Check-out-Warnung und Abrechnung. Kundendaten werden zur Missbrauchsbekämpfung und für die Beantwortung von konkreten Kundenanliegen gespeichert und analysiert. Weitere Verwendungen erfolgen nur mit anonymisierten Daten und dienen zur stetigen Verbesserung des Benutzererlebnisses.

myRIDE mit Taxameter

Ende 2022 schloss die Alliance SwissPass die Phase des „Grobkonzepts für ein integriertes Tarifsystem“ (GITA) nach gut zwei Jahren ab. Es findet nun nahtlos seine Fortsetzung: Unter dem Namen „myRIDE“ startet 2023 eine mehrjährige Pilotphase,

Trottinett und Bahn

Mit der Whim-App können Nutzer sich mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, Velos, E-Trottis, Taxis, Autos und anderen Verkehrsmitteln fortbewegen, wann und wohin sie wollen. Whim ist aktuell in Belgien (Antwerpen), Finnland (Helsinki, Turku), Japan (Großraum Tokio), Österreich (Wien) und in der Schweiz (fast landesweit) verfügbar. Derzeit können E-Trottinets von Lime, TIER und Voi in zehn Städten der Schweiz über die Whim-App gebucht und so die erste und letzte Meile optimiert werden.

in der ein digitaler Tarif entwickelt und getestet wird. Kernpunkt des Konzepts ist: Die Kunden sind mit einem persönlichen, intelligenten „Taxameter“ unterwegs. Ihre Reisen werden aufgezeichnet und erst im Nachhinein abgerechnet. Dabei passt sich das Sortiment flexibel an das individuelle Reiseverhalten an. Eine grundsätzliche Veränderung der Tarife und des Sortiments wird dabei nicht angestrebt.

Behörde begrüßt digitalen Ticketvertrieb

Das Bundesamt für Verkehr (BAV) begrüßt die Weiterentwicklung der Digitalisierung im öffentlichen Verkehr. Aus seiner Sicht muss ein Fahrkartenverkauf mit Bargeld weder vor Ort noch in Fahrzeugen angeboten werden. Allerdings kann der Ticketverkauf nicht hundertprozentig digitalisiert werden: „Im Zusammenhang mit dem gesetzlichen Prinzip der Gleichbehandlung muss für Personen, die Fahrausweise nicht über digitale Kanäle erwerben können oder wollen, weiterhin eine Möglichkeit bestehen, damit sie ein physisches Ticket zum normalen Preis erwerben können“. Das BAV schreibt weiter: „Die Lösung für Non-Digitals und Leute, die weiterhin mit Bargeld bezahlen wollen, muss zweckmäßig und verhältnismäßig sein. Das Rechtsprinzip der Verhältnismäßigkeit gilt für die Kundschaft wie auch für die Transportun-

ternehmen. In diesem Sinn ist es aus Sicht des BAV zulässig, dass die Kundinnen und Kunden die konventionellen Papiertickets nur im Voraus und nur noch an gewissen bedienten Verkaufsstellen direkt erwerben, über den Kundendienst gegen Rechnung bestellen oder allenfalls zu Hause ausdrucken können. Auf Grund der Verhältnismäßigkeit ist es auch zulässig, dass die Kundschaft einen Zuschlag bezahlen müsste, wenn die „pro-Kopf Kosten“ für das Zurverfügungstellen von Fahrausweisen auf Papier hoch sind. Das würde heißen, dass ein Billett, welches an einer bedienten Verkaufsstelle gekauft wird, teurer als beispielsweise ein EasyRide-Ticket sein könnte“. Entscheidend für die Akzeptanz des Abbaus von nicht-digitalen Lösungen wird die klare und breite Information der Fahrgäste sein. Diese ist nun die herausfordernde Aufgabe der Transportunternehmen.

Literatur/Anmerkungen

- [1] EasyRide der SBB basiert auf der Fairtiq-Technologie.
- [2] Die Near Field Communication (NFC, auf deutsch Nahfeldkommunikation) ist ein auf der RFID-Technik basierender internationaler Übertragungsstandard zum kontaktlosen Austausch von Daten per elektromagnetischer Induktion (Quelle: Wikipedia).
- [3] Spezifikationsstandard für die Abwicklung und den Aufbau von EFT-Transaktionszahlungen im bargeldlosen Zahlungsverkehr. EP2 stellt dabei sicher, dass für alle Karteninhaber im Schweizer Markt ein einheitlicher, moderner Kommunikationsstandard geschaffen und eingehalten wird (Quelle: Wikipedia).

Zusammenfassung/Summary

Von Papiertickets zu Plastikkarte und App – Die Schweiz auf dem Weg zum bargeldlosen ÖV

Die COVID-19-Pandemie hat im öffentlichen Verkehr der Schweiz Spuren hinterlassen. Der Freizeitverkehr gewinnt an Bedeutung. Gelegenheitsreisen mit automatischem Ticketing nehmen zu. Die digitalen Kanäle werden beim Fahrkartenkauf immer wichtiger. Im Jahr 2022 wurden nur noch 22,6 Prozent aller ÖV-Tickets an Automaten gekauft. Aufgrund dieser Entwicklungen zeichnen sich rasche Veränderungen im Fahrkartensortiment wie bei den Vertriebsformen ab: Individualisierung und Digitalisierung mit dem Ziel, den Fahrkartenverkauf bis 2035 vollständig digital abzuwickeln und neue Benutzergruppen für den ÖV zu gewinnen. Basis dazu ist die von der Alliance SwissPass herausgegebene RFDI-fähige Karte mit Bezahlungsfunktion. Sie wird bereits für das Fairtiq Ein- und Auschecksystem landesweit erfolgreich eingesetzt. Eine Reihe von Projekten für neue Tarife wie Rabattierung bei Vorauszahlung, Price-Capping und Flexi-Generalabonnement laufen.

From paper tickets to plastic cards and apps – Switzerland on the way to cashless public transport

The COVID-19 pandemic has left its mark on public transport in Switzerland. Leisure traffic is gaining in importance. Casual travel with automated ticketing is on the rise. Digital channels are becoming increasingly important when purchasing tickets. In 2022, only 22.6 percent of all public transport tickets were bought from machines. As a result of these developments, rapid changes are emerging in the range of tickets and in the forms of sales: individualization and digitization with the aim of completely digitally processing ticket sales by 2035 and winning new user groups for public transport. The basis for this is the RFDI-enabled card with payment function issued by the Alliance SwissPass. It is already being used successfully nationwide for the Fairtiq check-in and check-out system. Several projects for new tariffs such as discounts for prepayment, price capping and flexible general travel cards are underway.