

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Bundesbahnen
Herausgeber: Schweizerische Bundesbahnen
Band: - (2000)

Rubrik: Personenverkehr

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 24.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

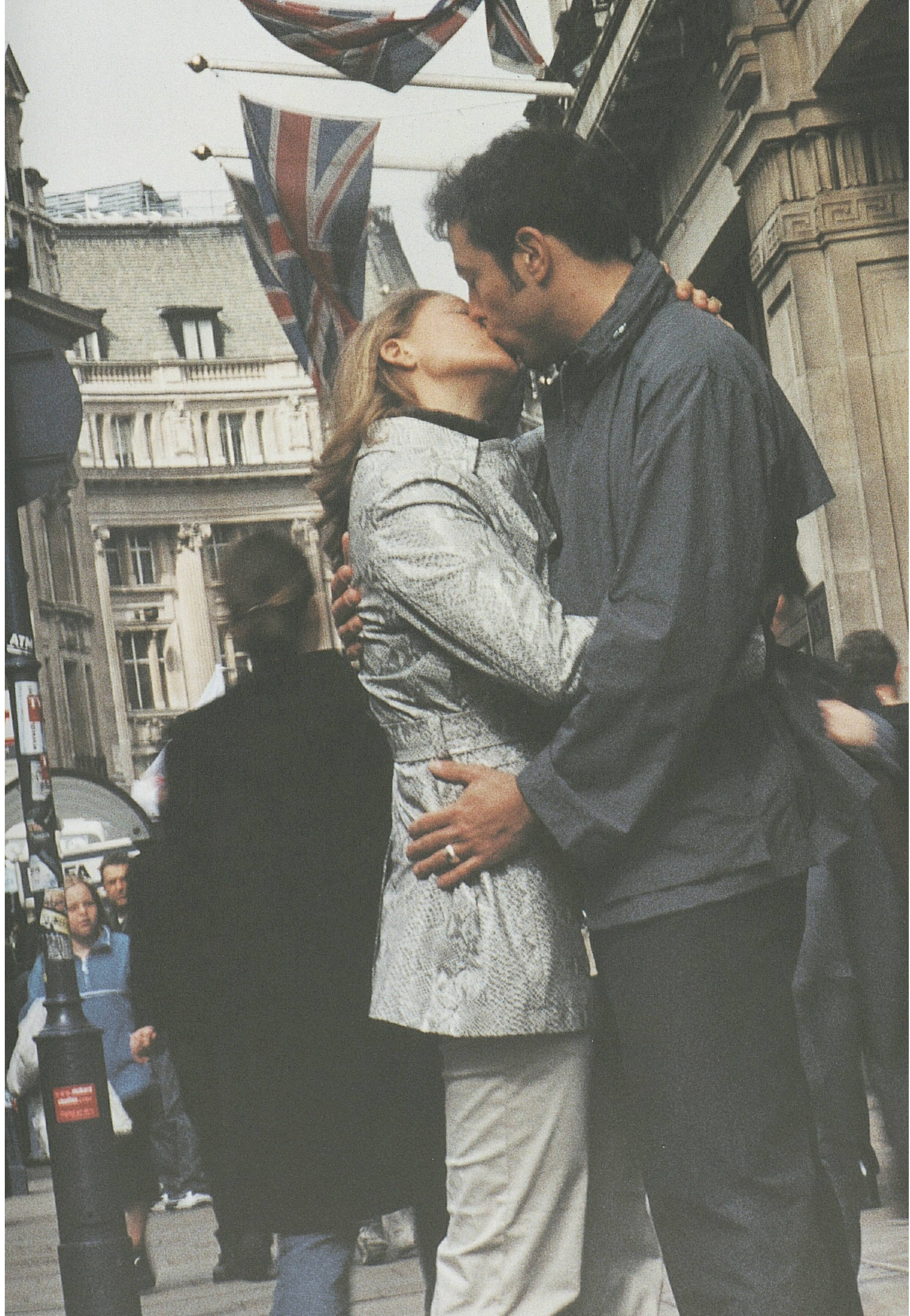
Personenverkehr

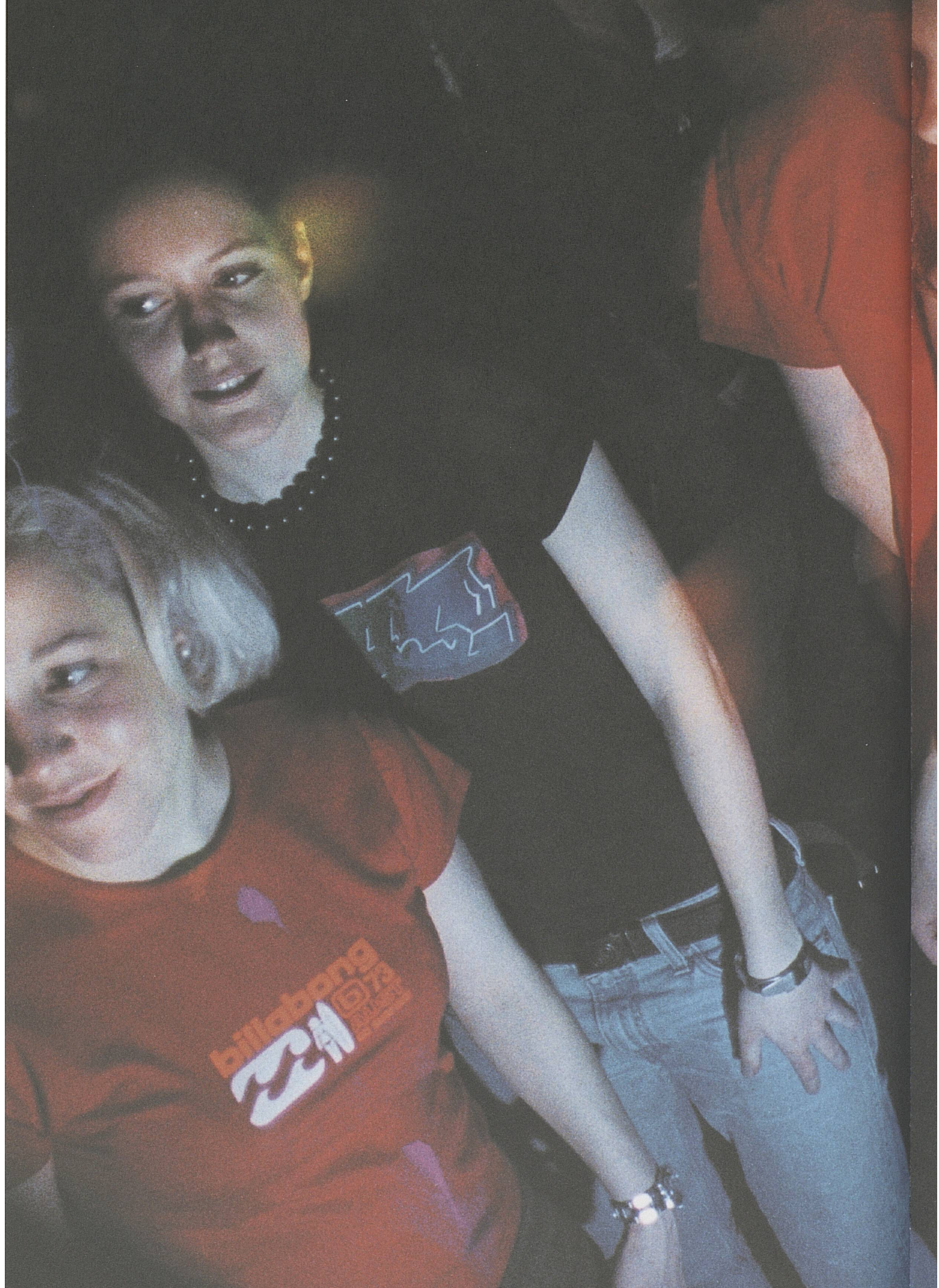




Treffpunkt Traualtar.

Mitten drin im pulsierenden Leben der Metropole London: Dies ist nicht die schlechteste Art, einen Honeymoon zu verbringen. Als Anbieterin umfassender Mobilität machen die SBB Träume wahr. Ob eine Visite in den aufregendsten Städte Europas oder ein Australien-Trip: Die SBB sind weit mehr als ein Transportmittel. Der Bahnschalter unserer Vorväter hat sich weit geöffnet. Zusammen mit den Partnern der SBB geht heute am Bahnhof ein Tor zum weltweiten Erlebnis auf.







Direktanschluss SMS.

Genauso einfach wie die Handybenutzung muss der öffentliche Verkehr sein – stets zur Stelle und nie weit entfernt. Stunden-, Halbstunden-, ja gar Viertelstundentakt im Regionalverkehr ist bei den SBB fast schon selbstverständlich. Die Züge folgen sich immer rascher, und sie machen immer öfter die Nacht zum Tag. Spätheimkehrer lassen sich um ein Uhr nachts von Zürich nach Bern chauffieren. Und wenn die Party oder der Rave vorbei ist, gehts mit dem neuen «Nightbird»-Bus von SBB und Postauto Schweiz morgens früh sicher und bequem nach Hause.

Personenverkehr: Die Reise zu den Kunden



Fast 85 Prozent sind zufrieden:
Kunden geben gute Noten

Mehr Leistungen für mehr Kunden – und für zufriedene Kunden: Das Jahr 2000 war für den Personenverkehr ein gutes Jahr. Als Anbieterin umfassender Mobilität wollen die SBB verbliebene Barrieren zur Benützung des öffentlichen Verkehrs wegräumen und so auf Erfolgskurs bleiben.

Wie urteilen die Kundinnen und Kunden über die Leistungen der SBB? Dies ist eine zentrale Frage für ein Unternehmen, das die Ausrichtung auf die Kunden ins Zentrum seiner Strategie stellt. Die Antwort fällt erfreulich aus: Mit 84,7 Prozent zufriedenen Kunden steigerte sich die Kundenzufriedenheit im letzten Jahr erneut. Der Anteil unzufriedener Kunden ging in den letzten Jahren stetig zurück – von 18,8 auf 16,7 Prozent im Jahr 1999 und schliesslich auf 15,3 Prozent im Jahr 2000.

Ein bemerkenswertes Resultat der jährlichen Kundenbefragung ist die erhöhte Zufriedenheit der jungen und jüngeren Kunden (zwischen 26 und 39 Jahren). Relativ häufigster Kritikpunkt ist Platzmangel, gefolgt in einigem Abstand von Fahrplanproblemen (Verspätungen, Anschlussbrüche), Raumklima und Sauberkeit der Wagen. Absolut top bewerten die Kundinnen und Kunden die Freundlichkeit des Bahnpersonals am Schalter und im Zug. Das Verhältnis von Preis und Leistung hat sich im Urteil sowohl der Pendler als auch der übrigen Fahrgäste signifikant verbessert.

Mehr Fahrten, mehr Erträge, mehr Züge

Leistungs- wie auch ertragsmässig schrieb der Personenverkehr im Jahr 2000 neue Rekordwerte. Der Ertrag konnte um 1,7 Prozent auf 1630 Mio. Franken gesteigert werden. Die Zahl der gefahrenen Personenkilometer nahm um 1,6 Prozent auf 12 815 Mio. zu, die Zahl der Personenfahrten wuchs sogar um 3,9 Prozent auf 286,8 Mio.

Bei diesem Resultat profitierten die SBB von einer anhaltend günstigen Wirtschaftslage, welche die Mobilität begünstigte. Die Kunden ihrerseits profitierten von weiter ausgebauten Leistungen: Obwohl die grossen Fahrplanänderungen jeweils in ungeraden Jahren stattfinden, verbesserte sich das Angebot Ende Mai 2000 ebenfalls markant. Schwerpunkte bildeten die Ostschweiz mit der neuen S-Bahn St. Gallen, die Zentralschweiz sowie neue Früh- und Spätverbindungen. Mit versuchsweisen Nachtbussen zwischen Genf und Lausanne bauten die SBB in Kooperation mit Postauto Schweiz das Angebot für die immer zahlreicheren Spätheimkehrenden im Herbst noch weiter aus – mit ansehnlichen ersten Resultaten. Last but not least verschaffte das Jahr 2000 den Fernreisenden einen Komfortgewinn durch die sukzessive Einführung der Intercity-Neigezüge (ICN).



Ob ohne oder mit Handicap:
Alle Kunden sind willkommen

Den Personenverkehr auch 2001 auf der Erfolgsspur zu halten, fordert heraus. Denn: Das Wirtschaftswachstum schwächt sich den Prognosen zufolge ab, und die weiterhin steigende Anzahl Strassenfahrzeuge pro Haushalt verschärft die Konkurrenz zwischen öffentlichem und Individualverkehr. Die SBB wappnen sich mit einer weiteren bedeutenden Leistungssteigerung im Rahmen von Bahn 2000 und mit einer weiteren Palette von Innovationen, die den Kunden den Zugang zur Bahn vereinfachen und die Bahnbenützung attraktiver machen.

Treue Kunden – das grösste Potenzial

Nicht von ungefähr steht die Kundenpflege für das Jahr 2001 zuoberst im Marketingplan: Die Stammkunden stellen ein enorm kostbares Kapital des Personenverkehrs dar. Die Generalabonnemente haben im vergangenen Jahr erneut um 5 Prozent zugelegt: 230 895 Kundinnen und Kunden besaßen am Jahresende diesen Schlüssel zu grenzenloser Mobilität mit dem öffentlichen Verkehr, davon nunmehr 12 Prozent in erster Klasse. Zu diesen «Super-Usern» kommen 840 000 Vielfahrer mit Strecken- und Verbundabos. Best-

seller bleibt das Halbtaxabonnement als Türöffner zur Bahn für Gelegenheitsfahrer: Mit 1924213 Ende Jahr im Umlauf befindlichen Abos näherte sich die Zahl wieder der Rekordzahl der frühen neunziger Jahre an; damals konnte die Zwei-Millionen-Grenze durchbrochen werden.

Die Stammkunden erhalten besondere Pflege – durch Direct-Marketing, durch automatisch erneuerte Abos oder durch die neue Möglichkeit, das GA in Raten zu «abonnieren». Über eine zentrale Datenbank können nunmehr alle von ihnen gezielt angesprochen werden.

Jeder Kunde ist willkommen

Differenzierte Märkte verlangen differenzierte Angebote. Die Produktpalette des Personenverkehrs richtet sich auf unterschiedliche Kunden aus:

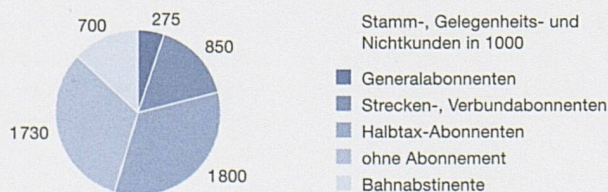
– Jungen Kunden verschafft das «Gleis 7»-Abo freie Fahrt zur abendlichen Party und in der Nacht wieder zurück. Als «scharfe Karte zum Halbtax» ist es neu positioniert. Die Anbindung ans Halbtaxabo hat vorerst Kundenverluste erzeugt; Ende Jahr stabilisierte sich der Umlauf bei 70 000 Stück.

– Familien reisen seit dem vergangenen Jahr preisgünstig mit der Junior-Karte, die für 20 Franken pro Kind (ab 3. Kind gratis) ein Jahr lang freie Mitfahrt gewährt. Die Familienkarte in neuer Form wurde von Mai bis Dezember 250 000-fach verkauft.

– Auch Reisende mit einer Behinderung sind gern gesehene Kunden. Seit Ende Mai 2000 organisiert ihnen ein zentrales Call Center in Brig auf Anruf die Reise; beim Ein- und Ausstieg betreuen sie mehrheitlich speziell ausgebildete Mobilitätshelfer. 12 600 Reisen kamen so innert der ersten sieben Monate zu Stande – Reisen, die ohne Extra-Service der Bahn zum Teil nicht möglich gewesen wären.

– Beladene Kunden profitieren in stetig steigendem Mass vom Check-in für Fluggepäck am Bahnhof. Das schweizerische Pionierangebot entwickelt sich laufend und funktioniert heute auf 36 Bahnhöfen. «Gewöhnliches» Gepäck lässt sich weiterhin an allen personell besetzten Bahnhöfen aufgeben. Wegen der ausgebauten Mitnahmemöglichkeiten (zum Beispiel für Velos) und der verbesserten Zugänge zum Zug ist die Gepäckaufgabe freilich rückläufig. Als Nischenprodukt bauen die SBB in Ferienregionen den direkten Gepäcktransport ins Hotel aus.

Die Schweizer und die SBB





Wahlmöglichkeiten sind fast unbegrenzt:
Touchscreen-Billettautomat

Verkauf: Elektronik fährt vor

Alternativen zum klassischen Verkauf am Schalter werden für die Kunden immer wichtiger. Gemessen an der Anzahl Verkäufe hat die Selbstbedienung am Automaten im vergangenen Jahr den Schalterverkauf überflügelt. Ende Jahr erreichte das Verhältnis annähernd 3:2; zu dieser Zeit standen den Kunden bereits 257 Billettautomaten mit Berührungsbildschirm (Touch Screen) und beinahe unbegrenztem Produktesortiment zur Verfügung. In grösseren Bahnhöfen stehen Geräte neu sogar ausschliesslich für bargeldlos bezahlende Kunden bereit.

Am Bahnschalter erhalten die Kundinnen und Kunden längst nicht nur Billette und Abonnemente; sie können ebenso Fremdwährungen wechseln, weltweit Geld überweisen, Konzertbillette kaufen, ein Velo oder Auto mieten oder eine Weltreise buchen. Das bedeutendste Diversifikationsfeld im Umfeld der Bahnfahrt stellt das Reisebürogeschäft dar. Mit einem Umsatz von 150 Mio. Franken stellen die Reisebüros die drittgrösste Reisebüroketten der Schweiz dar; rund 220 Bahnhöfe führen ein Vollsortiment der wichtigsten Schweizer Reiseveranstalter wie Kuoni, Railtour, Hotelplan und Fran-tour. Den Vertrieb von Veranstaltungstickets bauen die SBB als Zusatzgeschäft stark aus. Mit einem Kooperationsvertrag mit dem «Ticket Corner» wird der Service dieses Jahr von heute 8 auf 100 Bahnhöfe ausgedehnt – ganz auf der Linie des strategischen Ziels, als Anbieterin umfassender Mobilität alle Wertschöpfungspotenziale im Mobilitätsumfeld zu nutzen. Im gleichen Zusammenhang forcieren die SBB Pauschalangebote mit Bahnfahrt und Zusatzleistungen. Die Ende 1999 gebildete Tochterfirma RailAway befindet sich auf ungebrochenem Wachstumskurs: Im ersten Geschäftsjahr konnte

der Umsatz im Freizeitsegment um 40,5 Prozent gesteigert werden, für 2001 wird nochmals ein Wachstum um 20 Prozent anvisiert. RailAway zeigt, dass die Bahn ihren Anteil am boomenden Freizeitmarkt mit professionellem Marktauftritt markant steigern kann.

An den Schaltern ist eine neue Informatikplattform im Kommen, die dem Verkaufspersonal und indirekt den Kunden deutlich mehr Möglichkeiten bietet als die heutige. Kinderkrankheiten unterbrechen vorübergehend die Umstellung; in der zweiten Hälfte 2002 wird sie landesweit beendet sein. Kompetentes Personal bleibt im zunehmend anspruchsvollen Verkauf unverzichtbar. Zu den hervorragenden Kundenzufriedenheitswerten für das Personal am Schalter und im Zug trug forciertes Training zur Fokussierung auf die Kunden bei. Bis Ende 2000 haben nicht weniger als 16 500 der 28 272 SBB-Mitarbeitenden ein Schulungsprogramm mit dem Titel «Future» durchlaufen, das unter dem Leitsatz stand: «Was kann ich für Sie tun?».



Sensoren für die Fahrt ohne Billett:
«EasyRide»-Test in Genf

Bewegung in der Distribution

Die Strategien der SBB werden die Distribution und das Verhältnis zwischen Kunden und Bahn generell verändern. «EasyRide», «e-Marketing» und «Customer Care Center» heissen drei Schlüsselbegriffe des Personenverkehrs zu den strategischen Zielen, umfassende Mobilität anzubieten, die SBB als «e-Company» zu profilieren, technologische Avantgardistin zu sein und eine nachhaltig profitable Unternehmung zu werden.

Einen revolutionär erleichterten Zugang zur Bahn verspricht den Kunden das «EasyRide»-Konzept, das diesen Frühling ersten Publikumstests in den Regionen Genf und Basel unterzogen wird. Meistert dieses Projekt des ganzen öffentlichen Verkehrs alle technischen Hürden, wird die «Fahrt ohne Billett» möglich: Eine persönliche Chipkarte erfasst die Kundinnen und Kunden beim Ein- und Aussteigen automatisch, Ende Monat folgt die Abrechnung – ob für den Intercityzug oder fürs Tram. Neben einer universellen «Mobilitätskarte» bleiben auch elektronische Einzelbillette möglich.



Beliebt und immer zahlreicher:
Intercity-Neigezug ICN

Bahnschalter über Internet und Telefon

Vor der Tür steht das «e-Commerce»: Ab diesem Jahr können die Kunden über Internet nicht nur ihren persönlichen Fahrplan abrufen, sondern auch gleich ihren Fahrausweis bestellen. Die Webseite «www.sbb.ch», schon heute eine der meistbesuchten der Schweiz, erhält eine völlig neue Struktur sowie ein Redesign. Handy-Benutzer können mit SMS ebenfalls auf den Fahrplan zugreifen; an einem «Handy-Billett» arbeiten die SBB.

In Analogie zu SBB Cargo bündelt der Personenverkehr zudem Aufgaben des Kundenservices: Die heute bestehenden zehn dezentralen Rail-Services werden künftig durch ein zentrales «Customer Contact Center Schweiz» in Brig gesteuert. Damit sollen die über drei Millionen Telefonanrufe und die stark steigende Zahl von Online-Kundenwünschen qualitativ hochstehend abgewickelt werden.

Fernverkehr gewinnt Tempo in Weiss

Das Leistungsangebot des Personenverkehrs wächst im Zug von Bahn 2000 weiter: 1999 nahm es um 8000 Kilometer pro Tag zu (plus 3 Prozent), im letzten Jahr um 5000 (plus 2 Prozent) und diesen Juni mit einem weiteren grossen Ausbauschritt um nochmals gut 8000 Kilometer (3 Prozent). Diese Zahlen fassen den Regional- und den Fernverkehr zusammen.

Im Fernverkehr profitieren die Kundinnen und Kunden von einem immer dichteren Fahrplan mit Halbstundentakt auf nachfragestärkeren Strecken. Sie gewinnen aber auch Fahrkomfort. Sehr gut kommen die neuen Intercity-Neigezüge ICN an, die im vergangenen Jahr zur Flotte gestossen sind – vorerst für Sonderfahrten zum Genfer Autosalon oder zur Schweizer Mustermesse, ab dem Fahrplanwechsel Ende Mai dann in zunehmender Zahl im Regeleinsatz zwischen St. Gallen und Lausanne über Zürich und die Jurafusslinie. 24 dieser eleganten siebenteiligen Triebzüge sind bestellt, 16 waren bis Jahresende abgeliefert.

Die Flotte der Intercity-Doppelstockwagen IC-2000 ist ebenfalls weiter angewachsen. Nach Auslieferung der Anfang 2001 bestellten vierten und letzten Serie werden insgesamt 320 dieser modernen Fahrzeuge rollen – als tragende Säule des heutigen Intercity- und Interregio-Verkehrs. Neu verbessern Bistrowagen das Serviceangebot in diesen Doppelstockzügen. Dank eines nachträglichen technischen Umbaus der Klimaanlage bei bereits abgelieferten Wagen sind auch die Kundenbeschwerden über unangenehme Luftströmungen in den Abteilen stark zurückgegangen.

Künftig werden die SBB-Kompositionen des Fernverkehrs ein einheitliches Farbleid tragen: Das bisherige Grün weicht einem weissen Grundanstrich, wie er bereits bei den IC-2000 und den Neigezügen ICN eingeführt worden ist. Dunkle Fensterbänder und Farbakzente bei den Türmarkierungen geben den Zügen einen eleganten Charakter. Die bei den Kunden weiterhin beliebten 550 «Einheitswagen IV» erhalten in den laufenden Umbauten für Tempo 200 ein analoges neues Outfit. Der Kundenwunsch nach einem aufgehellten Intérieur geht dabei ebenfalls in Erfüllung.

Kooperationen über die Grenzen

Dem internationalen Verkehr geben die SBB vorrangig mit Kooperationen neue Impulse. Wichtig für die Schweizer Kunden ist die «TEE Rail Alliance» mit der deutschen DB AG und der österreichischen ÖBB, die mit modernen Neigezügen und harmonisierten Preisen den Verkehr steigern will. Die drei Partner haben diesen Frühling einen Auftrag über 116 Züge ausgeschrieben; von diesen entfallen 34 auf die SBB. Eine weitere Allianz mit dem Namen «Rhealys» umfasst die französische SNCF, die DB AG und die SBB. Als Projektgesellschaft betrifft sie die Schweiz für die Relation Zürich–Basel–Paris. Die TGV-Verbindungen über Genf und Vallorbe werden durch eine eigene binationale Aktiengesellschaft geführt, die Neigezüge zwischen der Schweiz und Italien nach wie vor von der Cisalpino AG.

Das Leistungsangebot im Personenverkehr wächst
von Jahr zu Jahr und bringt den Kunden
mehr Fahrkomfort und höhere Pünktlichkeit.



Wettbewerbsvorteile mit
Kooperationen: MThB und SBB

Rückläufig ist dagegen das Engagement im Nachtverkehr, weil die wichtigsten Destinationen ab der Schweiz mit Tageszügen bequem erreichbar sind. Im vergangenen Jahr haben die SBB ihre 40-Prozent-Beteiligung an der CityNight Line (CNL) AG an die DB AG verkauft. Mit Ausnahme der weiterhin gut gefragten Nachtverbindungen zwischen der Schweiz und Italien ziehen sich die SBB schrittweise von diesem Markt zurück.

Regionalverkehr: Mehr für weniger

«Mehr Service public für weniger Geld»: Dieser Leitsatz trifft ganz besonders für den regionalen Personenverkehr zu, in dem als direkte Kunden der SBB die Kantone auftreten. Seit Mitte der neunziger Jahre sinken die Abgeltungen der öffentlichen Hand stetig, während das Leistungsangebot zugunsten der Benutzer jedes Jahr steigt – allein in den vergangenen vier Jahren um 13 Prozent. Effizienzsteigerung ist auch in Zukunft das Mittel, um bei knappen öffentlichen Finanzen im Interesse der Kunden die Leistungen zu steigern – und um im Wettbewerb der Betreiber die Leaderposition auf dem Schweizer Markt zu behalten. Zwar hat in der Praxis die Marktöffnung im Regionalverkehr bisher erst in bescheidenem Mass stattgefunden, doch multinationale Schienenverkehrsanbieter stehen auch vor der Schweizer Grenze «standby». Mit ersten öffentlichen Ausschreibungen in der Schweiz ist auf 2002 zu rechnen.

Kostenvorteile für die Besteller und eine bessere Position im sich anbahnenden Wettbewerb bringen Kooperationen. Die wichtigste für den Regionalverkehr war die im Herbst angekündigte Allianz mit der Mittelthurgaubahn (MThB). Mit der «Regionalbahn Ostschweiz», so der Arbeitstitel des vor der Gründung

stehenden Gemeinschaftsunternehmens, machen die Partner den Regionalverkehr effizienter, können den Kantonen zu gleichem Preis ein besseres Angebot unterbreiten und so den Kundennutzen steigern. Dazu erleichtert die Allianz mit der schon heute in Deutschland tätigen MThB ein Engagement im grenznahen Raum.

Die Pläne für die Ostschweiz versinnbildlichen beispielhaft die auch für den Regionalverkehr geltende Wachstumsstrategie und die internationale Ausrichtung. Dabei definiert der Geschäftsbereich Regionalverkehr neben der Schweiz das grenznahe Europa als Marktgebiet. Von acht bestehenden oder erst aufzubauenen S-Bahn-Systemen in der Schweiz bedienen vier grenzüberschreitende Räume. Im Raum Basel fahren SBB-Regionalzüge bereits heute ins Elsass, im Raum Genf steht eine Kooperation für Verbindungen nach Frankreich im Aufbau.

S-Bahnen für Ballungsräume mit dichten Fahrplänen haben in der Schweiz noch einiges Entwicklungspotenzial. Die S-Bahn Zürich als landesweit erste hat 2000 ihr erfolgreiches zehnjähriges Bestehen gefeiert. Ende Mai startete die S-Bahn St. Gallen mit acht Linien, für eine S-Bahn Zentralschweiz haben die SBB im vergangenen Jahr von den Kantonen einen Planungsauftrag bekommen.



Investitionen auch abseits der
Städte – zum Beispiel am Brünig

Chancen für ländliche Regionen

Die Wachstumsstrategie umfasst auch ländliche und touristische Räume. Ein ambitioniertes Turnaround-Programm soll die Brünigbahn zwischen Luzern und Interlaken mit Investitionen von rund 100 Mio. Franken aus den roten Zahlen bringen. Zentrale produktivitätssteigernde Massnahme ist die Fernsteuerung der gesamten Linie. Ein eigenes, neues Management hat neben der Produktivität auch die Erträge zu steigern.

Für die Seetalstrecke zwischen Luzern und Lenzburg haben die SBB mit den beiden beteiligten Kantonen zusammen ein 200-Millionen-Sanierungsprogramm gestartet. Attraktiver machen diese und weitere Linien 17 neue Triebzüge, die im letzten Jahr bestellt wurden. Die in der Schweiz entwickelten Nahverkehrszüge in Niederflurbauweise ermöglichen einen komfortablen Einstieg. Ihre etwas geringere Breite erlaubt es, die strassenbahnähnliche Seetalstrecke an Ort zu sichern. Teure Trasseeverlegungen werden damit überflüssig.