

Angebot und Preise der SBB und der Nachbarbahnen SNCF, DB, FS/Trenitalia und ÖBB



Vergleich und Bewertung
Stand Januar 2008

Dr. Carlo Pfund, ehemaliger Direktor VÖV

29.2.2008

www.litra.ch

LITRA

INFORMATIONSDIENST FÜR DEN ÖFFENTLICHEN VERKEHR
SERVICE D'INFORMATION POUR LES TRANSPORTS PUBLICS
SERVIZIO D'INFORMAZIONE PER I TRASPORTI PUBBLICI
SURVETSCH D'INFORMAZIUN PER IL TRAFFIC PUBLIC

Spitalgasse 30
Postfach 7123
3001 Bern

Telefon 031 328 32 32
Telefax 031 328 32 33

www.litra.ch
info@litra.ch

Inhaltsverzeichnis

In der «gelben Serie» bereits erschienen	2
Das Wichtigste in Kürze	3
Angebot und Preise der SBB und der Nachbarbahnen SNCF, DB, FS/Trenitalia und ÖBB	5
1. Wandel des Angebots	5
2. Angebot der SBB	6
3. Angebot der Nachbarbahnen	8
4. Angebots- und Preisvergleich	10
4.1 Basistarif/Normaltarif	10
4.2 Streckenabonnement	11
4.3 Generalabonnement	13
4.4 Halbp reisabonnement – Viertel preisabonnement	14
5. Wertung der Angebots- und Preissysteme	17
5.1 Positionierung der SBB in einem Satz	17
5.2 Preispolitik	19
5.2.1 Die formelle Seite	19
5.2.2 Die materielle Seite	20
5.2.3 Die Teuerungsentwicklung	21
6. Tendenz und Problematik	22
6.1 Charakteristik des heutigen Angebots- und Preissystems	22
6.2 SNCF – Vorreiter neuer Entwicklungen	22
6.3 Unübersichtlichkeit – Unsicherheit – Unzufriedenheit	23
6.4 Kilometer tarife – Relation tarife – Kundentransparenz	23
6.5 Maximierung der Belegung – Optimierung der Einnahmen – Sitzplatzbewirtschaftung	25
6.6 Tarifchaos – Beratungschao s	26
6.7 Marktpreise – Yield-Management	27
6.8 Ermässigung – Kontingent	27
6.9 Kleinheit – Einfachheit	28
7. Billigpreise – Billigangebote	28
7.1 Billigpreise	28
7.2 Billigangebote	28
8. Angebots- und Preissystem – Überlegungen für die Zukunft	30
Glossar	32

Ausgangsbasis für diesen Vergleich des Angebots und der Preise der Staatsbahnen ist die SBB. Jene der anderen schweizerischen Transportunternehmungen stimmen weitgehend mit jenen der Staatsbahn überein. In der Schweiz ist ein «Tarifverbund» des *Direkten Schweizerischen Verkehrs ch – direct* institutionalisiert. SBB steht in dieser Arbeit häufig für schweizerische Transportunternehmungen. Des Weiteren wird hier ausschliesslich der nationale Verkehr behandelt. Der internationale Verkehr folgt anderen Gesetzmässigkeiten.

In der «gelben Serie» bereits erschienen

Bahnreform – Stärken und Lücken	29.04.1997
Bahnreform international	31.10.1997
Finanzierung der Infrastruktur des öffentlichen Verkehrs Ein Fonds und seine Tücken	30.12.1997
Bahnreform – Bilanz und Ausblick	30.06.1998
Das Verkehrsabkommen mit der EU Wie lassen sich seine Folgen im Import-, Export- und Transitverkehr bewältigen?	25.02.1999
Öffentlicher Verkehr Schweiz: Analyse und Ausblick Referat von Dr. Carl Pfund, ehemaliger Direktor VöV	12.11.1999
Bahnreform in der Schweiz: die Erfahrungen nach dem Jahre 1	17.07.2000
Bahnreform 2: die Vorteile der integrierten Bahn Analyse und Argumentarium	04.05.2001
Expertengruppe Finanzierung des Agglomerationsverkehrs Bericht, Erläuterungen und Empfehlungen	29.05.2001
Bahnreform 2: EconomieSuisse und öffentlicher Verkehr Forderungen und Antworten	21.12.2001
Bahnreform 2: die Trennung des Verkehrs von der Infrastruktur der Bahn oder die Trennungsphilosophie der Europäischen Union	01.11.2002
Mehrwertsteuer und öffentlicher Verkehr Benachteiligungen beseitigen und Staats- und Fiskalquote senken	20.11.2003
Personensicherheit: eine Herausforderung für die Bahn oder Aggression und Vandalismus im öffentlichen Verkehr	27.02.2004
Bahnreform 2: die künftige Bahnlandschaft Schweiz Stellungnahme	30.04.2004
Finanzierung des öffentlichen Verkehrs Finanzierung und Ausbau sichern – Diskussionsbeitrag	29.06.2004
Angebot und Preise der SBB und der Nachbarbahnen SNCF, DB, FS/Trenitalia und ÖBB Vergleich und Bewertung	01.06.2006
Ein Vierteljahrhundert öffentlicher Verkehr Schweiz und Europa Bilanz und Ausblick Abschiedsreferat anlässlich der LITRA-Mitgliederversammlung vom 19.12.2006, von Dr. Benedikt Weibel, Vorsitzender der Geschäftsleitung SBB AG	22.03.2007
Informationen zur Stellungnahme betreffend Vernehmlassungsvorlage zur Vereinfachung des Bundesgesetzes über die Mehrwertsteuer (Abschaffung Vorsteuerkürzung, MWST-Satz)	29.03.2007
Zukünftige Entwicklung der Bahninfrastruktur ZEB Basis für die Weiterentwicklung des öffentlichen Verkehrs der Schweiz	Mai 2007

Das Wichtigste in Kürze

1. Das Angebot wandelt sich. *General-* und *Halbtaxabonnement* sind über 100 Jahre alt, ihre Ausgestaltung und ihre Verbreitung haben sich verändert. Und die Entwicklung läuft weiter. Die SNCF bewegt sich an vorderster Front der Preisflexibilisierung. Sie operiert mit Ermässigungen, Sitzplatzkontingenten und Serviceleistungen selbst beim Normaltarif für gelegentliche Fahrten. FS/Trenitalia geht in ähnliche Richtung.
2. Das Angebot der SBB ist charakterisiert durch Einfachheit und Übersichtlichkeit. Das *Halbtaxabonnement* ist ein durchschlagender Erfolg. Der Absatz von *Click&Rail*-Online-Angeboten ist noch bescheiden.
3. Das aufgelistete Angebot der Nachbarbahnen SNCF, DB, FS/Trenitalia und ÖBB in einheitlicher Systematik erscheint homogen. Dieser Eindruck täuscht. Die Ausgestaltung der einzelnen Fahrausweise ist grundverschieden.
4. Der *Basistarif/Normaltarif* für *gewöhnliche Billette* allein ist keine schlüssige Vergleichsbasis für das Preisniveau. Der Vergleich muss das gesamte Angebot umfassen. Wird der *Basistarif/Normaltarif* mit dem *Index OECD, Comparative Price Levels*, bereinigt, verändert sich die Rangfolge: Die SBB liegt so verglichen an dritter Stelle. D.h. der *Basistarif/Normaltarif* ist massgeblich durch das hohe Preisniveau der Schweiz bestimmt. Die SBB hat im Vergleich mit den Nachbarbahnen keine überhöhten Preise. Beim *Streckenabonnement* bewegt sich die SBB preislich im Mittelfeld. Die preislichen Unterschiede der *Generalabonnements* sind ausgesprochen gross. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Netze der DB und SNCF mehrfach grösser sind als jene der SBB und der Privatbahnen zusammen. Dazu kommt der Hochgeschwindigkeitsverkehr. Das *Generalabonnement* der SBB ist, bezogen auf die schweizweite Gültigkeit, ein günstiges Angebot. Die Preisunterschiede sind bei den grossen Nachbarbahnen auch beim *Halbpreisabonnement* beachtlich. Der Preis des *Halbtaxabonnements* der SBB ist mit der ÖBB am tiefsten. Die SBB schafft mit dem günstigen *Halbtaxabonnement* den Ausgleich zum *Basistarif/Normaltarif*. Auch die Anzahl erforderlicher Fahrten, bis sich das *Halbtax* lohnt, ist bei der SBB zusammen mit der ÖBB am tiefsten. Heute sind bei der SBB 2,160 Millionen Abonnemente im Umlauf. Zu beachten gilt, dass bei den Fahrausweisen der Nachbarbahnen Zusatzleistungen angeboten werden, die aber mangels Quantifizierung keine Vergleichsbasis bieten.
5. Von den zwölf weiteren Sparten des Angebots werden die Resultate für die SBB unter dem Titel *Positionierung der SBB in einem Satz* aufgeführt. Für Details dieses wichtigen Abschnittes fehlt der Raum. Die *Positionierung der SBB* wird gesamthaft als gut bewertet. Sie erscheint mit einem übersichtlichen Angebot und akzeptablen Preisen auf dem Markt. Mit den «Strategischen Zielen» und der Leistungsvereinbarung setzt der Bundesrat strenge Massstäbe im Hinblick auf das Angebot, ausgerichtet auf die Marktbedürfnisse und das finanzielle Ergebnis. Ein Indikator für das Preisniveau ist der *Ertrag pro Personenkilometer*. Die SBB liegt im Mittelfeld. Dieser Wert ist mitunter die Folge des hohen Anteils an Zeitfahrausweisen. Er hat auch eine politische Komponente: die Förderung des öffentlichen Verkehrs generell. Die SBB liegt preislich nicht zu hoch. Zu berücksichtigen ist das Zugsangebot und die Qualität. Das Zugsangebot ist wesentlich grösser als jenes unserer Nachbarländer, und es wird gut genutzt. Der *Ertrag pro Zugskilometer* ist ein betriebswirtschaftlicher Indikator. Die SBB bewegt sich im Mittelfeld. All die Werte sind ein schlüssiges Argument dafür, dass das Angebots- und Preissystem der SBB «stimmt».

6. Das heutige Angebots- und Preissystem der Bahnen ist generell umfangreicher und damit unübersichtlicher. Es ist innovativer, aber problematischer für den Normalverbraucher. Einerseits sind Angebote günstiger, andererseits sind sie zeitlich und räumlich eingeschränkt. Kilometertarife, Relationstarife und Kundentransparenz sind die Themen. Maximierung der Belegung, Optimierung der Einnahmen und Sitzplatzbewirtschaftung der Nachbarbahnen konfrontieren auch die SBB. *Marktpreise* und *Yield-Management* sind die diskutierten Begriffe und teils umstrittenen Methoden.
7. Die aktuelle Diskussion geht auch um *Billigpreise* und *Billigangebote* in Anlehnung an die Luftfahrt. Generelle *Billigpreise* sind für die SBB kein Thema. Sie ist jedoch im Markt der *Billigangebote* präsent.
8. Mit dem bestehenden Angebots- und Preissystem kann der Kunde frei und ohne Einschränkungen auf Leistungen zugreifen. Das bewährte nationale Angebots- und Preissystem wird nur mit Bedacht verändert. Die Bahn entwickelt sich mehr und mehr zu einer S-Bahn Schweiz mit kurzen Distanzen. Reservationspflicht und systematische Zeitbindungen sind deshalb auch in Zukunft kein Thema. Das Prinzip der Einfachheit wird hochgehalten. Das gilt sowohl bei den technischen Neuerungen in der Distribution wie auch in der eingeleiteten Reform des Preissystems. Im internationalen Verkehr werden in Zusammenarbeit mit den Partnern Instrumente des *Yield-Managements* angewendet.

Angebot und Preise der SBB und der Nachbarbahnen SNCF, DB, FS/Trenitalia und ÖBB

1. Wandel des Angebots

Normaltarif/Basistarif

Beim Aufbau der SBB vor 100 Jahren galt es als grosse tarifpolitische Aufgabe, die unterschiedlichen Personentariife der übernommenen Eisenbahngesellschaften zu einem einheitlichen, landesweiten Tarifinstrument zu verschmelzen. Der erste *Normaltarif* der SBB, d.h. *gewöhnliche Billette* einfacher Fahrt und für Hin- und Rückfahrt, datiert von 1903. Er war ein reiner Entfernungstarif mit einheitlichen Kilometersätzen für alle Distanzen. Dieser Tarif erwies sich tendenziell im Nahverkehr als zu billig und im Fernverkehr als zu teuer. 1924 und vor allem 1948 wurde ein Tarif mit *Distanzdegression* eingeführt.

Der *Retourrabatt* erlebte eine bewegte Geschichte. Er wurde 1917 mit den Kriegsnotmassnahmen sistiert, 1924 wieder eingeführt und nach dem Zweiten Weltkrieg 1948 erhöht. 1974 begann der schrittweise Abbau, 2004 folgte der gänzliche Verzicht auf den *Retourrabatt*.

Sogenannte *Distanzzuschläge* wurden vor allem auf teuren Steigungs- und Tunnelstrecken erhoben.

Sie wurden 1943 abgeschafft und damit auf dem ganzen SBB-Netz einheitlich die effektiven Kilometerentfernungen angewendet. Von diesem Prinzip ist man wiederum abgewichen. Seit 1990 werden auch bei der SBB analog zu den Privatbahnen punktuell wieder *Distanzzuschläge* eingeführt. Damit soll auf Relationen mit qualitativ besonders gutem Fahrplan und guter Nachfrage eine erhöhte Preisausschöpfung ermöglicht werden.

Streckenabonnemente

Die Gewährung ermässigter Fahrpreise für häufige Fahrten auf der gleichen Strecke geht auf die Anfänge der Schweizer Bahnen zurück. Anfänglich war die Nachfrage gering. Sie wuchs mit der Industrialisierung und mit der Trennung von Wohn- und Arbeitsort. Der erste SBB-Tarif von 1903 enthielt auch das sogenannte *Arbeiterabonnement*.

Generalabonnement und Halbtaxabonnement

Das *Generalabonnement* wurde schon 1898 mit Beteiligung der damaligen fünf grossen Eisenbahngesellschaften auf Druck der Wirtschaft eingeführt. Das Sortiment war reichhaltig, galt aber in breiten Kreisen als Luxus. Einen Rückschlag erfuhr es durch massive Verteuerung und Sistierung im Ersten Weltkrieg. In den letzten zwei Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts erlebte es seinen Siegeszug und erfuhr laufend Verbesserungen wie den Einbezug von Postautolinien und städtischer Verkehrsbetriebe.

Ein erstes *Halbtaxabonnement* datiert von 1891. Mit der Einführung des *Generalabonnements* wurde es wieder abgeschafft und im Ersten Weltkrieg erneut eingeführt. Der Aufschwung des *Halbtaxabonnements* folgte mit der Debatte um das Waldsterben. Es wurde zur Verkaufsförderung vom Bund mit Parlamentsbeschluss 1986 mitfinanziert. Der Preis für den «Borromini» wurde damals von 360 auf 100 Franken gesenkt. Der starke Absatz des *Halbtaxabonnements* hat die Verkehrsstruktur verändert.

Inhalt des Wandels

Streckenabonnemente, das *Generalabonnement* und das *Halbtaxabonnement* haben in der Schweiz eine bewegte Geschichte. Starke Veränderungen des Angebots in den zurückliegenden Jahren sind ausgewiesen. Angebote wurden wechselweise eingeführt und abgeschafft.

Der Wandel des Angebots liegt einerseits in seiner Ausgestaltung und andererseits in seiner Verbreitung. Das *Generalabonnement* ist mehr als 100 Jahre alt, heute aber völlig anders ausgestaltet. Heute sind 340 000 *Generalabonnemente* und 2,160 Millionen *Halbtaxabonnemente* im Umlauf. Das Billett zum *Normaltarif* hat sich zum Fahrausweis des gelegentlichen Bahnbenützers entwickelt.

Fortsetzung des Wandels

Den durchgreifenden Wandel haben auch die Nachbarbahnen vollzogen. Allerdings mit unterschiedlicher Gewichtung, so dass die Angebote divergieren. Und die Entwicklung läuft weiter.

Die SNCF bewegt sich an der Front der Preisdifferenzierungen. In einem ersten Schritt gewährte sie den Kunden mit einer *Carte de réduction* wie *Carte Senior* oder *Carte 12–25* 50 Prozent Ermässigung, sofern die kontingentierten Sitzplätze verfügbar waren. 25 Prozent Ermässigungen waren garantiert. Heute gibt es fünf Ermässigungsniveaus.

Zudem dehnt die SNCF die Ermässigungsniveaus auf den *Basistarif/Normaltarif* für gelegentliche Fahrten aus und taufte ihren *Tarif de base* in *Tarif Loisir Standard* um. Gleichzeitig führt sie beim *Tarif Loisir réduction* Einschränkungen wie Platzkontingentierung und Vorkaufsfrist ein.

Eine weitere Neuheit der SNCF ist die *Offre Professionnels–Business*. Der *Tarif PRO* ist etwas höher bepreist als der Basistarif und charakterisiert durch die Ausstattung mit einem umfangreichen Servicepaket, verfügbar gegenwärtig auf sieben TGV-Relationen. Das umfassende Paket weiterer Veränderungen figuriert unter der Bezeichnung *Nouvelle Offre SNCF*.

FS/Trenitalia geht bei den gelegentlichen Fahrten tendenziell in eine ähnliche Richtung wie die SNCF: *Biglietto/Tariffa Standard* ist der Basistarif ohne Ermässigung und ohne Einschränkungen. *Biglietto Amica* bringt 20 Prozent Ermässigung und Einschränkungen wie Vorkaufsfrist und Platzkontingentierung. *Biglietto Flexi* kostet umgekehrt 20 Prozent mehr als das *Biglietto Standard*, als Gegenleistung entfallen die Einschränkungen, und der *Eurostar Club Rooms* wird geöffnet. Und eine vierte Offerta Speciale *Biglietto Socio* ist auf die Inhaber von *Cartaviaggio* ausgerichtet.

Das Angebot wandelt sich. *General-* und *Halbtaxabonnement* sind über 100 Jahre alt, ihre Ausgestaltung und ihre Verbreitung haben sich verändert. Und die Entwicklung läuft weiter. Die SNCF bewegt sich an vorderster Front der Preisflexibilisierung. Sie operiert mit Ermässigungen, Sitzplatzkontingenten und Serviceleistungen selbst beim Normaltarif für gelegentliche Fahrten. FS/Trenitalia geht in ähnliche Richtung.

2. Angebot der SBB

Das **Angebot** der SBB ist hier zur Übersicht aufgelistet. Beschrieben sind die einzelnen Fahrausweise in Broschüren oder im Internet, <http://www.mct.sbb.ch/mct/sitemap.htm>, unter Reisemarkt.

Billette

- *Gewöhnliches Billett*
- *Click&Rail*
- *City-City-Ticket*
- *Tageskarten zum Halbtax*
- *9-Uhr-Tageskarten zum Halbtax*
- *Tageskarte Gemeinde*
- *Tageskarte Kinder*
- *Mehrfahrtenkarte*
- *OnlineTicket*
- *MobileTicket*
- *Gruppenreisen*
- *Schulen/J+S*
- *Firmen/Vereine*

Abonnemente

- Generalabonnement:
 - *Generalabonnement Erwachsene*
 - *Generalabonnement Junior*
 - *Generalabonnement Junior für Studierende*
 - *Generalabonnement Senior*
 - *Generalabonnement Kind*
 - *Generalabonnement-Plus Duo Partner*
 - *Generalabonnement-Plus Familia Kind*
 - *Generalabonnement-Plus Familia Jugend*
 - *Generalabonnement-Plus Familia Partner*
 - *übertragbares Generalabonnement*
 - *Generalabonnement Hund*

- *Halbtaxabonnement – «Halbtax-Abo» – «Halbtax»*

- *Streckenabonnemente und Verbundabonnemente*

- Weitere Abonnemente:
 - *Inter-Abo*
 - *Gleis 7*
 - *Junior-Karte*
 - *Enkel-Karte*

- Europareisen: internationales Angebot

Bemerkungen und Daten:

Auf Basis Halbjahresresultat 2007 der SBB rechnet man mit einem Verkehrsertrag im Personenverkehr im Bereich von 2,4 Milliarden CHF. Die *gewöhnlichen Billette* erzielen davon rund 1/4.

Mit der *Tageskarte zum Halbtaxabonnement* reist man wie mit einem Generalabonnement. Dementsprechend ist der Ertrag im Bereich von 70 Millionen Franken hoch. Die *Mehrfahrtenkarte* ist der Fahrausweis für Kunden, welche die gleiche Strecke gelegentlich fahren. Sie berechtigt zu sechs einfachen Fahrten. Ihr Verkauf ist tendenziell steigend. Bei den *Gruppenreisen*, *Schulen/J+S*, *Firmen/Vereine* ist die Nachfrage stagnierend.

Sechs Fahrausweise aus dem Sortiment werden im *Ticket Shop* als *OnlineTicket* angeboten: Billette können selber ausgedruckt werden. *MobileTickets* können für 780 Verbindungen zwischen 40 Orten in der Schweiz sowie für Billette aus dem Angebot *Click&Rail* bezogen werden. Die Nutzung dieser Kanäle wächst. Umgekehrt ist der Absatz im *Click&Rail* noch bescheiden. Hier kauft der Kunde günstige Billette für eine täglich wechselnde Auswahl von Zügen und Strecken, d.h. eine beschränkte Billettzahl je Zug.

Mit den Ende 2007 sich im Umlauf befindenden 340 000 *Generalabonnementen* generierte die SBB einen Ertrag von 540 Millionen Franken. Das *Halbtaxabonnement* erreichte Ende 2007 mit 2,160 Millionen Abonnementen im Umlauf einen Höhepunkt. *Streckenabonnemente* werden tendenziell durch regionale Verbundabonnemente abgelöst. *OnlineTicket* und *MobileTicket* bringen Internetkomfort und haben wachsende Bedeutung mit dem neuen Kaufverhalten der Kunden.

Das Angebot der SBB ist charakterisiert durch Einfachheit und Übersichtlichkeit. Das *Halbtaxabonnement* ist ein durchschlagender Erfolg. Der Absatz von *Click&Rail*-Online-Angeboten ist noch bescheiden.

3. Angebot der Nachbarbahnen

SNCF	DB	FS/Trenitalia	ÖBB
Normaltarif nach Zugskategorien Tarif Loisir: Loisir Standard Loisir Réduit Loisir Week-end Tarif Professionnels PRO	Normaltarif nach Zugskategorien	Normaltarif nach Zugskategorien Offerta Speciale: Tariffa Standard Tariffa Amica Tariffa Flexi Tariffa Socio	Normaltarif
Maximalpreis			
Differenz Preise zweite Klasse – erste Klasse Kein Retourrabatt Distanzdegression des Normaltarifs			
Streckenabonnement:			
Abonnement Forfait Abonnement de Travail Abonnement Régionaux	Zeitkarten	Abbonamenti	Streckenkarten
Generalabonnement:			
Abonnement Forfait France Entière (ganzes Netz)	BahnCard 100 Mobility	Kein Angebot	ÖSTERREICHcard Classic: Familie Senior Unter 26 Jahren
Halbpreisabonnement:			
Abonnement Fréquence	BahnCard 50 BahnCard 25 Jugend BahnCard 25	Kein Angebot	VORTEILScard Classic: Familie Senior Unter 26 Jahren Regionale VORTEILScard
Abonnement Unternehmen+:			
Pass'Entreprise	bahn.corporate	Corporate Travel	BUSINESScard
Kinder:			
Kinderregelung Découverte Enfant+ Carte Enfant+ Offre Bambin	Kinderregelung BahnCard 50 BahnCard 25	Kinderregelung	Kinderregelung
12 bis 25 Jahre:	Unter 26 Jahren:	12 bis 25 Jahre:	Unter 26 Jahren:
Découverte 12–25 Carte 12–25	BahnCard 50 Jugend BahnCard 25	Cartaviaggio Smart Ticket Sconto Smart	ÖSTERREICHcard unter 26 Jahren VORTEILScard unter 26 Jahren
Senioren:			
Découverte Senior Carte Senior	BahnCard 50	Cartaviaggio Relax Ticket Sconto Relax	ÖSTERREICHcard Senior VORTEILScard Senior
Schüler/Studenten/Lehrlinge:			
Abonnement élèves, étudiants et apprentis	Schülerzeitkarten	Kein Angebot	Schüler/Lehrlingsfreikarte Lehrlings-Monats- streckenkarten Hochschüler-Monats- streckenkarten SCHULcard

SNCF	DB	FS/Trenitalia	ÖBB
Familienermässigung: unterschiedliche Mitnahmeregelung			
Gruppenreisen:			
Voyages Scolaires/ Promenades d'enfants Groupes de Jeunes Groupes d'Adultes Tourisme d'Affaires Voyages événementiels	Gruppen&Spar Klassenfahrten- und Jugendgruppenreisen	Viaggiare in gruppo: Comitive ordinarie Turismo scolastico	Gruppenticket SCHULcard 1 Plus Freizeit-Ticket
Andere Ermässigungen:			
Bis 26 und ab 59 Jahren: Carte Escapades	Sparpreis 25 und 50 Regionale Angebote	Cartaviaggio Executive Regionale Angebote	
Inter Rail:			
One Country Pass France	One Country Pass Germany	One Country Pass Italy Trenitalia Pass	One Country Pass Austria
Aktionspreise aller Art zeitlich und/oder räumlich limitiert			
Billigangebote:			
Offres Prem's iDTGV Les Prem's Bons plans du Net Calendrier du meilleur prix Train!	Dauer-Spezial Surf&Travel	TrenOK Roma-Bari	(Spar-Schienen-Tickets, nur internationales Angebot)
Treueprämien:			
Programme de Fidélité «Gagner à voyager» S'Miles Programme de Fidélité Grand Voyageur+Grand Voyageur Le Club	bahn.comfort-Programm bahn.bonus-Programm	Cartaviaggio	ÖBB-Club&Bonus-Programm
Internationale Angebote (hier nicht behandelt) Sozialtarife (hier nicht behandelt)			

Die detaillierten Angebote der Nachbarbahnen sind teilweise im Internet auffindbar:

SNCF:

http://www.voyages-sncf.com/info_resa/guide_du_voyageur/index.htm#Tarifs (Guide du Voyageur)

DB:

<http://www.bahn.de/p/view/preise/subhome/angebote.shtml>

FS:

<http://www.trenitalia.com/en/service/mappa.html#promozioni>

ÖBB:

<http://www.oebb.at/vip8/pv/de/>

Das aufgelistete Angebot der Nachbarbahnen SNCF, DB, FS/Trenitalia und ÖBB in einheitlicher Systematik erscheint homogen. Dieser Eindruck täuscht. Die Ausgestaltung der einzelnen Fahr- ausweise ist grundverschieden.

4. Angebots- und Preisvergleich

Es wäre verfehlt, allein den *Basistarif/Normaltarif* zu vergleichen, sind doch 2,160 Millionen Fahrgäste in der Schweiz mit dem *Halbtaxabonnement* unterwegs. Die Analyse des gesamten Angebots würde hingegen den Rahmen dieser Broschüre sprengen. In Kapitel 5.1 sind jedoch die Resultate der Gesamtanalyse zusammengefasst, und zwar in der Sicht der SBB.

Im vorliegenden Kapitel werden der *Basistarif/Normaltarif*, das *Streckenabonnement*, das *Generalabonnement* und das *Halbpreisabonnement* mit den gleichartigen Fahrausweisen der Nachbarbahnen verglichen. Dabei wird sich erweisen, dass die Verhältnisse auch bei diesem Sortiment nicht mühelos überblickbar sind.

1 EUR = CHF 1.68

4.1 Basistarif/Normaltarif

Grundsätzlich:

Kilometertarife werden immer häufiger durch *Relationstarife* abgelöst. *Relationstarife* werden nach Angebot und Nachfrage festgelegt und verunmöglichen direkte Preisvergleiche.

Verhältnisse bei den Nachbarbahnen:

SNCF: *Corail+TER*: Kilometertarif

TGV+Corail Téo: Relationstarif

DB: Fernverkehr, Produktklasse A, *InterCityExpress ICE, ICE Sprinter*: Relationstarif

Fernverkehr, Produktklasse B, *InterCity IC, EuroCity EC, D-Zug*: Relationstarif

Nahverkehr, Produktklasse C, d.h. für *InterRegioExpress IRE, RegionalExpress RE, RegionalBahn RB* und *S-Bahn*: Kilometertarif und Zonentarif

FS: *Eurostar*: Relationstarif

Intercity: Kilometertarif und Relationstarif

Andere: Kilometertarif

ÖBB: Kilometertarif

SBB: Kilometertarif und auf gewissen Relationen Relationstarif

Preisvergleich:

Basistarif/Normaltarif, 200 km, 2. Klasse

DB	CHF 60.51	<i>IC+EC+D</i>
SBB	CHF 53.00	
ÖBB	CHF 49.06	
SNCF	CHF 42.56	<i>Corail+TER</i>
FS	CHF 26.04	<i>IC</i>

Resultat:

Die SBB nimmt beim *Basistarif/Normaltarif* die zweithöchste Position ein. Die DB liegt am höchsten. Die FS liegt wesentlich tiefer.

Weitere Feststellungen:

Die SNCF tritt am Markt nicht mehr mit dem «altherwürdigen» *Tarif de base* auf, sondern mit *Loisir Standard*.

SNCF legt einen *Tarif Loisir réduction* mit Ermässigung und Einschränkungen auf, desgleichen einen *Tarif Loisir week-end*.

Bei der FS heisst der *Normaltarif Bigiletto Standard*.

Dazu kommen die sogenannte «Offerta Speciale» *Bigiletto Amica*, *Bigiletto Flexi* und *Bigiletto Socio* mit Ermässigung oder auch Zuschlag, mit oder ohne Einschränkungen, mit oder ohne Zusatzleistungen für gelegentliche Fahrten.

Die *Basistarife/Normaltarife* nach Zugskategorien sind z.B. bei der FS stark verschieden: 200 km, 2. Klasse *ES* CHF 34.44, *IC* CHF 26.04, *E* und *iR* CHF 15.79.

Die DB legt einen *Maximalpreis* fest.

Wie verändert sich der *Basistarif/Normaltarif* indexbereinigt?

Basistarif/Normaltarif , 200 km, 2. Klasse, indexiert mit OECD, Comparative Price Levels , Indexstand November 2007 (gerundet)			
Bahn	<i>Basistarif/Normaltarif</i> indexiert		Index <i>OECD, Comparative Price Levels</i>
DB	CHF 74.–	<i>IC+EC+D</i>	82
ÖBB	CHF 61.–		80
SBB	CHF 53.–		100
SNCF	CHF 51.–	<i>Corail+TER</i>	84
FS	CHF 32.–	<i>IC</i>	82

Resultat:

Wird der *Basistarif/Normaltarif* mit dem Index *OECD, Comparative Price Levels*, bereinigt, verändert sich die Rangfolge: Die SBB liegt so verglichen an dritter Stelle. D.h., der *Basistarif/Normaltarif* ist massgeblich durch das hohe Preisniveau der Schweiz bestimmt.

Ein Vergleich mit dem *Disposable Income per Capita/Revenu disponible par tête* tendiert in die gleiche Richtung: Die SBB hat im Vergleich mit den Nachbarbahnen keine überhöhten Preise.

4.2 Streckenabonnement

Grundsätzlich:

Alle Nachbarbahnen verkaufen Streckenabonnemente. Sie gelten einheitlich für eine beliebige Anzahl Fahrten auf einer bestimmten Strecke. Unterschiedlich ausgestaltet ist die Übertragbarkeit. Verkauft werden Wochenkarten, Monatskarten und Jahreskarten.

Angebotssortiment:

SNCF: *Abonnement Forfait* (streckenbezogen)
Abonnement de travail

DB: *Zeitkarten: JahresCard, Monats- und Wochenkarten*

FS: *Abbonamenti: Wochenkarten, Monatskarten und Jahreskarten*

ÖBB: *Streckenkarten: Wochenstreckenkarten und Monatsstreckenkarten*

SBB: *Streckenabonnement*

Preisvergleich: 100 km, 2. Klasse, Preis im Jahr			
	1. Jahr:	2. Jahr:*)	3. Jahr:*)
SNCF			
<i>Abonnement Forfait hors Ligne Grande Vitesse</i>	CHF 5979.–	CHF 4477.–	CHF 3971.–
<i>Abonnement Forfait Lignes Grande Vitesse</i>	CHF 8115.–	CHF 7068.–	CHF 6425.–
DB			
<i>JahresCard</i>	CHF 3489.–		
SBB			
<i>Streckenabonnement</i>	CHF 2862.–		
ÖBB			
<i>Monatsstreckenkarte mal 12</i>	CHF 2822.–		
FS			
<i>Abbonamento Intercity ohne Eurostar</i>	CHF 2177.–		
*) SNCF «Treueprämie»			

Resultat:

Die SBB bewegt sich preislich im Mittelfeld. Die SNCF hat mit Abstand die höchsten Preise für das Streckenabonnement. *Abonnement Forfait* ist Teil der *Offre PRO*, und damit kommen die Kunden in den Genuss der gleichen Serviceleistungen.

Weitere Feststellungen:

Abonnement für Arbeitnehmer:

SNCF: Das *Abonnement de travail* für 75 km, 2. Klasse, kostet im Jahr 2288 Franken, d.h. starke Ermässigung gegenüber dem *Abonnement Forfait hors Ligne Grande Vitesse* von 5592 Franken.

Treueprämien:

Bei der SNCF reduziert sich im zweiten und dritten Jahr der Preis des *Abonnement Forfait*, sofern mindestens neun Monatsabonnemente bezogen wurden. Der Preis liegt dennoch hoch.

Übertragbarkeit:

SNCF: *Abonnement Forfait* (streckenbezogen) persönlich

DB: *Streckenzeitkarten, JahresCard* persönlich
Streckenzeitkarten, JahresCard gültig im Nahverkehr (d.h. IRE, RE, RB, S-Bahnen) übertragbar
Streckenzeitkarten, Monats- und Wochenkarten persönlich
Streckenzeitkarten, Monats- und Wochenkarten gültig im Nahverkehr übertragbar

FS: *Abbonamento* persönlich

ÖBB: *Wochenstreckenkarten* und *Monatsstreckenkarten* übertragbar

SBB: *Streckenabonnement* persönlich

Mitnahmeregelung:

Bei der Beurteilung ist die DB-*Mitnahmeregelung* zu beachten: Mit persönlicher und übertragbarer *JahresCard* oder *Monatskarte* kostenlose Mitnahme bis zu vier Personen, d.h. bei der

- übertragbaren *JahresCard* oder *Monatskarte* gilt die *Mitnahmeregelung* für Samstage, Sonn- und gesetzliche Feiertage,
- persönlichen *JahresCard* oder *Monatskarte* gilt die *Mitnahmeregelung* nur für Samstage,
- *Wochenkarte* gilt die *Mitnahmeregelung* nicht.

Upgrading FS:

Die FS verkauft ein Streckenabonnemement für die Zugskategorien *Express E*, *Regional R*, *Direct* und *Inter-regional iR*, Distanzlimite 350 km.

Für die Benützung der *Intercity IC* wird ein Upgrading verlangt in Form einer Zusatzkarte/ eines Zusatzabonnements: *Carta di Ammissione*.

Für die Benützung der *Eurostar ES* ist ein weiteres Upgrading erforderlich, und zwar pro Fahrt EUR 3/CHF 5.04.

Streckenabonnemente zu Verbundabonnementen:

Die Bedeutung der klassischen Streckenabonnemente ist rückläufig. Gekauft werden Verbundabonnemente, wobei jeder Verbund eigene Wege geht.

4.3 Generalabonnemement

Grundsätzlich:

Die SBB hat das grösste Angebot in diesem Bereich.

Angebotssortiment:

SNCF: *Abonnement Forfait France entière*

DB: *BahnCard 100 Mobility*

FS: kein Angebot

ÖBB: *ÖSTERREICHcard Classic*
ÖSTERREICHcard Familie
ÖSTERREICHcard Senior
ÖSTERREICHcard unter 26 Jahren

SBB: *Generalabonnemement Erwachsene*
Generalabonnemement Junior
Generalabonnemement Junior für Studierende
Generalabonnemement Senior
Generalabonnemement Kind
Generalabonnemement-Plus Duo Partner
Generalabonnemement-Plus Familia Kind
Generalabonnemement-Plus Familia Jugend
Generalabonnemement-Plus Familia Partner
übertragbares Generalabonnemement
Generalabonnemement Hund

Preisvergleich: Generalabonnemement, 2. Klasse, Preis für das ganze Jahr			
	1. Jahr:	2. Jahr:*)	3. Jahr:*)
SNCF <i>Abonnement Forfait France Entière</i>	CHF 15 396.–	CHF 13 408.–	CHF 12 185.–
DB <i>BahnCard 100 Mobility</i>	CHF 5 712.–		
SBB <i>Generalabonnemement Erwachsene</i>	CHF 3 100.–		
ÖBB <i>ÖSTERREICHcard Classic</i>	CHF 2 839.–		

*) SNCF «Treueprämie»

Resultat:

Die preislichen Unterschiede sind ausgesprochen gross. Dabei ist u.a. zu berücksichtigen, dass allein die DB ein Netz von Grössenordnung 35 000 km betreibt, die SNCF von rund 30 000 km und die SBB mit den Privatbahnen zusammen von etwa 5000 km, allerdings ohne Einschluss der Autobuslinien und der Nahverkehrsnetze. Dazu kommt im Fernverkehr der Hochgeschwindigkeitsverkehr.

Das *Generalabonnement* der SBB ist bezogen auf die schweizweite Gültigkeit ein günstiges Angebot.

Weitere Feststellungen:

Abonnement:

Durchwegs werden Jahreskarten mit monatlicher Teilzahlung angeboten.

Treueprämien:

Bei der SNCF reduziert sich der Preis des *Abonnement Forfait* im zweiten Jahr um rund 13 Prozent, im dritten um rund 9 Prozent im Sinne einer Treueprämie, aber der Preis liegt immer noch sehr hoch.

Räumliche Gültigkeit:

Die SBB präsentiert das grösste Angebot an *Generalabonnements*. Zwei Hauptgründe dafür: Das *Generalabonnement* ist bezahlbar, und es ist schweizweit gültig, d.h. «als Freikarte für SBB-Strecken und die meisten Privatbahnen, Postautos, Schiffe sowie Trams und Busse in vielen Schweizer Städten und Agglomerationen und mit Vergünstigungen auf zahlreichen Bergbahnen». Dazu kommt die Häufigkeit und Regelmässigkeit des Zugangebots mit einem kontinuierlichen Ausbau. Auch unter Berücksichtigung dieser Feststellungen ist das *Generalabonnement* der SBB/Transportunternehmungen im Vergleich preiswert.

Die *BahnCard 100 Mobility* der DB erlaubt neue Fahrten im Stadtgebiet von über 100 Agglomerationen. Zudem ist die *BahnCard 100 Mobility* mit einer ganzen Liste von Zusatzleistungen ausgestattet. Auch die ÖBB reichert ihre *ÖSTERREICHcard* mit Zusatzleistungen/«Zusatzfunktionen» an.

4.4 Halbp reisabonnement – Viertel preisabonnement

Grundsätzlich:

Halbp reisabonnemente gibt es bei den Nachbarbahnen in unterschiedlicher Ausgestaltung.

Die SNCF mit dem *Abonnement Fréquence* gewährt 50 Prozent Ermässigung. Die Basis-karte ist jedoch streckenbezogen, d.h., sie gilt nicht für *La France Entière*.

Die DB verkauft parallel zur *BahnCard 50* eine *BahnCard 25* mit einer Ermässigung von 25 Prozent sowie eine *Jugend BahnCard 25*.

Das «Halbp reisabonnement» der ÖBB gewährt 45 Prozent beim Fahrkartenkauf am Schalter, 50 Prozent am Fahrkartenautomat, beim Mobile und OnlineTicket.

Die SBB kombiniert als einzige Bahn das Halbtaxabonnement mit einer Tageskarte zu einem «GA für einen Tag». 64 Franken sind so de facto der Maximalpreis. Eine neue 9-Uhr-Tageskarte für 54 Franken ist von Montag bis Freitag ab 9 Uhr sowie am Samstag und Sonntag ganztags gültig.

Angebotsortiment:

SNCF: *Abonnement Fréquence*

DB: *BahnCard 50*
BahnCard 25 für Gelegenheitsfahrer und Familien
Jugend BahnCard 25

FS: kein Angebot

ÖBB: *VORTEILScard Classic*
VORTEILScard Familie
VORTEILScard Classic Familie
VORTEILScard unter 26
VORTEILScard Senior

SBB: *Halbtaxabonnement – «Halbtax-Abo» – «Halbtax»*

Preisvergleich: Halbpreisabonnement, Preis für das ganze Jahr (gerundet)		
	2. Klasse:	1. Klasse:
SNCF <i>Abonnement Fréquence</i> , Ermässigung 50%, Basiskarte von Paris nach Nancy, 350 km	CHF 672.–	CHF 1007.–
DB <i>BahnCard 50</i> , Ermässigung 50%	CHF 370.–	CHF 739.–
ÖBB <i>VORTEILScard Classic</i> , Ermässigung 45%/50%	CHF 168.–	
SBB <i>Halbtaxabonnement</i>	CHF 150.–	

Resultat:

Die Preisunterschiede sind bei den grossen Nachbarbahnen auch beim Halbpreisabonnement beachtlich. Der Preis des *Halbtaxabonnement* der SBB ist mit der ÖBB am tiefsten. Die SBB schafft mit dem günstigen *Halbtaxabonnement* den Ausgleich zum *Basistarif/Normaltarif*.

Preisvergleich: 200 km mit Halbpreisabonnement, 2. Klasse (gerundet)	
DB <i>BahnCard 50</i> , Ermässigung 50%	CHF 30.30
SBB <i>Halbtaxabonnement</i>	CHF 26.50
ÖBB <i>VORTEILScard Classic</i> , Ermässigung 45%/50%	CHF 24.50
SNCF <i>Abonnement Fréquence</i> , Ermässigung 50%	CHF 21.30

Resultat:

Die SNCF liegt am tiefsten, dabei gilt es, zu berücksichtigen, dass der Preis der Basiskarte hoch ist.

Weitere Feststellungen:

Zusatzleistungen/«Zusatzfunktionen»:

Die SNCF reichert das *Abonnement Fréquence* mit umfassenden Serviceleistungen an.

Auch die DB und die ÖBB verbinden listenweise Zusatzleistungen/«Zusatzfunktionen» mit dem Halbpreisabonnement.

DB hatte zudem eine Mitfahrer-Regelung: Die erste Person erhielt 50 Prozent *BahnCard-Rabatt*, und bis zu vier Mitfahrer erhielten 50 Prozent *Mitfahrer-Rabatt*, jedoch ohne zusätzlichen *BahnCard-Rabatt* für Mitfahrer. Die Mitfahrer-Regelung galt bis 10. Dezember 2005.

Die ÖBB bietet im Gegensatz dazu ein grosses Sortiment an. Sie verkauft auch regionale *VORTEILScard*: *VORTEILScard Familie NÖ* (Hauptwohnsitz Land Niederösterreich), *VORTEILScard Familie Tirol*, *VORTEILScard Familie Oberösterreich*, *VORTEILScard Familie Burgenland*, *VORTEILScard Senior NÖ*, *VORTEILScard unter 26 1424 Jugendausweiskarte NÖ*, *VORTEILScard unter 26 S-Pass Salzburg*, *VORTEILScard unter 26 4youCard Oberösterreich*.

Die Problematik der Unübersichtlichkeit dieses Angebots und die Auswirkungen auf den Verkauf sind nicht beantwortet.

Die SBB liegt mit 150, 250 und 350 Franken für mehrjährige Abonnemente im Preisvergleich trotz fehlender Zusatzleistungen gut. Zwischen der ersten und zweiten Klasse wird kein Unterschied gemacht. Kommt dazu, dass auch dieser Fahrausweis transparent ist. Und er ist nicht zuletzt seiner Einfachheit wegen populär. Der Erfolg ist durch die Verkaufszahlen belegt: Vielleicht ist und bleibt dieses *Halbtax* der grösste Wurf.

Wie ist die Belastung des Fahrgastes mit einem *Halbpreisabonnement* unter Berücksichtigung des Preisniveaus?

Preisvergleich: 200 km mit Halbpreisabonnement, 2. Klasse, indexiert mit OECD, Comparative Price Levels (Indexstand November 2007, gerundet)		
DB	<i>BahnCard 50</i> , Ermässigung 50%	CHF 37.–
ÖBB	<i>VORTEILScard Classic</i> , Ermässigung 45%/50%	CHF 30.60
SBB	<i>Halbtaxabonnement</i>	CHF 26.50
SNCF	<i>Abonnement Fréquence</i> , Ermässigung 50%	CHF 25.40

Über 200 km mit dem *Halbtaxabonnement* hat die SBB zusammen mit der DB den höchsten Preis. Wird nun aber dieser Ansatz indexiert, ist die SBB vergleichsweise «billig».

Der Vorteil eines *Halbtaxabonnements* der SBB kommt auch mit der Beantwortung der nachfolgenden Frage zum Ausdruck:

Preisvergleich: Wie viele Fahrten über 200 km sind erforderlich, bis das Halbpreisabonnement sich bezahlt macht? (Preise in CHF, gerundet)						
Bahn	<i>Halbpreisabonnement</i>		200 km <i>Basistarif/Normaltarif:</i>		Anzahl Fahrten	
	<i>2. Klasse</i>	<i>1. Klasse</i>	<i>2. Klasse</i>	<i>1. Klasse</i>	<i>2. Klasse</i>	<i>1. Klasse</i>
SNCF	672.–	1007.–	42.56	63.86	32	32
DB	370.–	739.–	60.51	95.08	12	16
ÖBB	168.–	168.–	49.06	81.14	7	4
SBB	150.–	150.–	53.00	88.00	6	3

Resultat:

Die Anzahl erforderliche Fahrten ist bei der SBB am tiefsten. Sie ist im Vergleich zur SNCF sehr tief. Mit dem 2-Jahres-*Halbtaxabonnement* für 250 Franken und dem 3-Jahres-*Halbtaxabonnement* für 350 Franken wird die Relation nochmals günstiger. Das *Halbtaxabonnement* der SBB lohnt sich rascher als jenes der grossen Bahnen.

Weitere Feststellungen:

Der Absatz des deutschen *Generalabonnements* entspricht nicht den schweizerischen Verhältnissen. Das schweizerische *Generalabonnement* war Ende 2007 340 000 Mal im Umlauf. In der Schweiz fährt jeder 22. Einwohner mit einem *Generalabonnement*. Wollte die DB einen Absatz in gleicher Relation erreichen, müsste sie eine Grössenordnung von 3,8 Millionen *BahnCard 100 Mobility* jährlich absetzen. Verkauft werden indessen 28 000 *BahnCard 100 Mobility* pro Jahr (Stand Herbst 2007). Etwas besser sieht das Verhältnis beim *Halbtaxabonnement* aus: 2,160 Millionen Einwohner der Schweiz fahren damit. Das ist annähernd jeder vierte Einwohner der Schweiz. In Deutschland besitzen 3,750 Millionen eine *BahnCard50* oder eine *BahnCard25*. Das ist Grössenordnung jeder 22. Einwohner Deutschlands.

Der *Basistarif/Normaltarif* für *gewöhnliche Billette* allein ist keine schlüssige Vergleichsbasis für das Preisniveau. Der Vergleich muss das gesamte Angebot umfassen. Wird der *Basistarif/Normaltarif* mit dem *Index OECD, Comparative Price Levels*, bereinigt, verändert sich die Rangfolge: Die SBB liegt so verglichen an dritter Stelle. D.h., der *Basistarif/Normaltarif* ist massgeblich durch das hohe Preisniveau der Schweiz bestimmt. Die SBB hat im Vergleich mit den Nachbarbahnen keine überhöhten Preise. Beim *Streckenabonnement* bewegt sich die SBB preislich im Mittelfeld. Die preislichen Unterschiede der *Generalabonnemente* sind ausgesprochen gross. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Netze der DB und SNCF mehrfach grösser sind als jene der SBB und der Privatbahnen zusammen. Dazu kommt der Hochgeschwindigkeitsverkehr. Das *Generalabonnement* der SBB ist, bezogen auf die schweizweite Gültigkeit, ein günstiges Angebot. Die Preisunterschiede sind bei den grossen Nachbarbahnen auch beim *Halbpreisabonnement* beachtlich. Der Preis des *Halbtaxabonnements* der SBB ist mit der ÖBB am tiefsten. Die SBB schafft mit dem günstigen *Halbtaxabonnement* den Ausgleich zum *Basistarif/Normaltarif*. Auch die Anzahl erforderlicher Fahrten, bis sich das *Halbtax* lohnt, ist bei der SBB zusammen mit der ÖBB am tiefsten. Heute sind bei der SBB 2,160 Millionen Abonnemente im Umlauf. Zu beachten gilt, dass bei den Fahrausweisen der Nachbarbahnen Zusatzleistungen angeboten werden, die aber mangels Quantifizierung keine Vergleichsbasis bieten.

5. Wertung der Angebots- und Preissysteme

5.1 Positionierung der SBB in einem Satz

Hier folgt eine konzise Zusammenfassung der Resultate für die SBB im umfassenden Angebots- und Preisvergleich mit den Nachbarbahnen:

1. *Basistarif/Normaltarif* (mehr in Ziffer 4.1):
Die SBB nimmt beim *Basistarif/Normaltarif* nominal die zweithöchste Position ein, kaufkraftindexiert nur die dritte.
2. *Differenz Preise zweite Klasse – erste Klasse*:
Sie liegt etwas höher als die Nachbarbahnen.
3. *Distanzdegression des Basistarifs/Normaltarifs*:
Sie weicht unwesentlich von den andern ab.
4. *Retourrabbatt*:
Sie gewährt wie alle Nachbarbahnen keinen Retourrabbatt.
5. *Streckenabonnement* (Ziffer 4.2):
Sie bewegt sich preislich im Mittelfeld.

6. *Generalabonnement* (Ziffer 4.3):
Das GA der SBB ist, bezogen auf die schweizweite Gültigkeit, ein günstiges Angebot.
7. *Halbpreisabonnement – Viertelpreisabonnement* (Ziffer 4.4):
Sie schafft mit dem günstigen *Halbtaxabonnement* den Ausgleich zum *Basistarif/Normaltarif*.
8. *Abonnement für Unternehmen, Verwaltung und Vereine:*
Sie legt in Abweichung zu den Nachbarbahnen mit dem *übertragbaren GA* ein anderes Angebot auf.
9. *Kinder-, Jugendlichen- und Seniorenermässigung:*
Sie gewährt Kindern die Unentgeltlichkeit der Beförderung und den Kindertarif am längsten. Bei der Mitnahmeregelung liegt sie am unteren Ende. Für Jugendliche und Senioren befindet sich die SBB preislich am oberen Rand, und das Sortiment ist beschränkt.
10. *Schüler-, Studenten- und Lehrlingsermässigungen:*
Sie beschreitet bei den Ermässigungen den Mittelweg.
11. *Familienermässigung:*
Die Familienermässigung ist bei der SBB vergleichsweise weniger ausgebaut.
12. *Gruppenreisen:*
Sie hält sich im Rahmen, insbesondere mit der zusätzlichen *Halbtaxabonnement-Ermässigung*.
13. *Andere Ermässigungen:*
Sie legt mit dem *Swiss Travel System Pass* ein grosses Angebot für Ausländer auf.
14. *Aktionen:*
Sie ist aktiv im Gleichschritt mit den Nachbarbahnen.
15. *Billigangebote – Low Fare:*
Sie ist mit einem ähnlichen Angebot auf dem Markt, aber forciert sie nicht.
16. *Treueprämien – Meilen:*
Sie hat im Gegensatz zu den Nachbarbahnen noch keine Lösung realisiert.
17. *Angebots- und Preissystem:*
Die SBB erscheint mit einem übersichtlichen Angebots- und Preissystem auf dem Markt.

5.2 Preispolitik

5.2.1 Die formelle Seite

Die Führung der SBB durch den Bundesrat erfolgt mit den *strategischen Zielen* und mit der *Leistungsvereinbarung*¹. Darin wird das Preisniveau nicht explizit vorgeschrieben. Verschiedene Vorgaben beeinflussen jedoch die Preisbildung: So wird im Personenfernverkehr ein marktorientiertes Angebot erwartet, das ein überproportionales Verkehrswachstum ermöglicht. Im regionalen Personenverkehr ist der bestehende hohe Marktanteil abzusichern und das Verhältnis zwischen Abgeltungen und Leistungen kontinuierlich zu verbessern.

Als finanzielles Ziel wird vorgegeben, dass die Division Personenverkehr ein positives Jahresergebnis erzielt. Im Personenfernverkehr wird ein Ergebnis erwartet, welches langfristig mindestens die Finanzierung der notwendigen Investitionen aus dem selbst erarbeiteten Cashflow sichert.

Mit diesen Vorhaben hat der Bundesrat den Handlungsspielraum für die unternehmerische Weiterentwicklung geschaffen. In einem wachsenden Markt und bei grossen Investitionen ist damit ein angemessenes Preisniveau implizit gesetzt.

Des Weiteren wird von der SBB erwartet, dass die SBB-Infrastruktur und der regionale Personenverkehr unter Berücksichtigung der Abgeltung der geplanten ungedeckten Kosten mindestens ein «ausgeglichenes Ergebnis» erzielen. Zudem ist die Subventionseffizienz zu verbessern, d.h., über Preis Anpassungen sind die Leistungen der öffentlichen Hand zu reduzieren.

Weiter verlangt der Bundesrat eine nachhaltigen und ethischen Grundsätzen verpflichtete Unternehmensstrategie, ein hohes Sicherheitsniveau für Kunden und Personal, eine fortschrittliche und sozialverantwortliche Personalpolitik, flexible und auf dem Arbeitsmarkt konkurrenzfähige Vorsorgepläne, einen hohen Qualitätsstandard sowie innovative Dienstleistungen. Auch damit besteht wenig Spielraum für eine Billigpreispolitik.

Das Angebot bestimmt der Markt. Beurteilt wird er von der SBB. Der Bundesrat erwartet von der SBB, dass sie ihre Leistungen primär an den «Marktbedürfnissen» ausrichtet und dabei den hohen Qualitätsansprüchen der Kundinnen und Kunden gerecht wird.

Sind die SBB und die Privatbahnen berechtigt *Relationstarife* auf einem gewissen Teil des Netzes einzuführen? «Kilometerzuschläge» auf gewissen Relationen sind de facto nichts anderes als *Relationstarife*. Über die Frage wurden 2007 ausführlich mit dem Preisüberwacher Diskussionen geführt. Massgebend für die Beantwortung dieser Frage ist die *Verordnung über Abgeltungen, Darlehen und Finanzhilfen nach Eisenbahngesetz*. Sie enthält einen Artikel, wonach «Bund und Kantone dafür sorgen, dass die Tarife für gleichwertige, bestellte Verkehrsangebote im ganzen Land ungefähr gleich sind. Höhere Produktionskosten in geografisch oder aus anderen Gründen benachteiligten Landesgebieten dürfen nicht zu wesentlich höheren Tarifen führen» (Art. 9). Diese Bestimmung gilt für den Regionalverkehr. Der Fernverkehr wird nach geltender Rechtsordnung nicht bestellt. Folglich wären die Bahnen frei, *Relationstarife* einzuführen.

Auch das *Transportgesetz* (Art. 10) mit der Bestimmung: «Kunden in vergleichbarer Lage sind vergleichbare Bedingungen zu gewähren», kann die Bahnen formell nicht daran hindern, mit *Relationstarifen* zu arbeiten, denn es geht ja nicht um «vergleichbare Bedingungen», sondern um das Gegenteil. Fährt die Bahn auf einer Strecke schneller oder häufiger als auf dem Netz generell oder liegt der Ausbaugrad höher, ist der *Relationstarif* rechtlich zulässig.)

¹ Strategische Ziele des Bundesrates für die SBB 2007–2010 und Botschaft über die Leistungsvereinbarung zwischen der Schweizerischen Eidgenossenschaft und der Aktiengesellschaft Schweizerische Bundesbahnen (SBB) für die Jahre 2007–2010 und den Zahlungsrahmen für die Finanzierung der Infrastruktur der SBB für die Jahre 2007–2010 vom 10. März 2006.

5.2.2 Die materielle Seite

Der **Ertrag pro Personenkilometer** ist Indikator für das Preisniveau. Das allgemeine Preisniveau in den Nachbarstaaten ist unterschiedlich. Deshalb wird der Ertrag pro Personenkilometer mit dem Index der *OECD, Comparative Price Levels*, bereinigt:

Ertrag pro Personenkilometer ohne Abgeltung/Subventionen für den Personenverkehr, indexiert mit <i>OECD, Comparative Price Levels</i> (Indexstand Dezember 2006)			
Bahn	Ertrag pro Personenkilometer Markterlöse	Index <i>OECD, Comparative Price Levels</i>	Ertrag pro Personenkilometer indexbereinigt
SNCF	CHF 0.166	82	CHF 0.202
DB	CHF 0.164	82	CHF 0.200
SBB	CHF 0.151	100	CHF 0.151
ÖBB	CHF 0.097	81	CHF 0.120
FS	CHF 0.084	76	CHF 0.111

Die SBB liegt in dieser Tabelle im Mittelfeld. Der Wert der SBB ist mitunter die Folge des hohen Anteils an Pauschalfahrausweisen. Er hat auch eine politische Komponente: die Förderung des öffentlichen Verkehrs generell.

Die Platzierung im Mittelfeld ist ein Indikator, dass die SBB gesamthaft gesehen preislich nicht zu hoch liegt. Bei dieser Beurteilung ist auch das Zugangebot zu berücksichtigen. Das Zugangebot der SBB ist wesentlich dichter als jenes unserer Nachbarländer, und es wird auch gut genutzt. Das belegen für **das Angebot** die Zugskilometer pro Einwohner und für **die Nutzung** die Personenkilometer pro Einwohner:

Bahn	Das Angebot Zugskilometer pro Einwohner 2006	Die Nutzung Personenkilometer pro Einwohner 2006
SBB	17,0	1901
ÖBB	10,7	1041
DB	8,5	908
SNCF	6,6	1292
FS	4,7	789

Das gute Zugangebot in Form des Taktfahrplans gilt auch für schwächer frequentierte Linien. Trotz diesem Leistungsangebot mit entsprechend hohen Kosten gelingt es der SBB, das Preisniveau im Mittelfeld zu halten. Der Ertrag pro Zugskilometer ist vergleichsweise hoch.

Der **Ertrag pro Zugskilometer** ist ein betriebswirtschaftlicher Indikator, und die SBB bewegt sich im Mittelfeld.

Ertrag pro Zugskilometer ohne Abgeltung/Subventionen für den Personenverkehr		
Bahn	Ertrag pro Zugskilometer Markterlöse in CHF	
SNCF	32.74	Die SNCF weist eine ähnliche Zahl von Personenkilometern wie die DB aus, jedoch nur etwas mehr als die Hälfte Zugskilometer. Deshalb fällt der Wert der SNCF so hoch aus.
DB	17.44	
SBB	16.89	
FS	14.02	
ÖBB	9.41	

All die oben aufgeführten Werte sind ein schlüssiges Argument dafür, dass das Angebots- und Preissystem der SBB für Kunden und Unternehmung «stimmt». Das hindert die SBB nicht, über die Zukunft des Preissystems systematische Überlegungen anzustellen.

5.2.3 Die Teuerungsentwicklung

Soll die SBB ihre Leistungsqualität erhalten und verbessern, benötigt sie finanzielle Mittel. Steigende Anzahl Züge, steigende Ansprüche an die Infrastruktur. Die Kostendimension des Rollmaterials ist in der Öffentlichkeit nicht präsent. Für einen Doppelstockwagen IC neuer Generation muss mit 2,5 Millionen Franken und mehr gerechnet werden. Und eine Weiche kostet schnell mal eine halbe bis anderthalb Millionen Franken.

In den vergangenen zwei Jahren hat die SBB die Preise im Schnitt um 3,2 Prozent angehoben, die Nachbarbahnen erreichen sektoriell zum Teil zweistellige Prozentzahlen.

Ein Auslöser für die Preiserhöhung der Bahn ist die allgemeine Preisentwicklung. Dazu ein Vergleich des Ertrags pro Personenkilometer mit dem Landesindex der Konsumentenpreise.

Ertrag pro Personenkilometer der SBB für die Jahre 2000 bis 2006 und Landesindex der Konsumentenpreise							
Jahr	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ertrag/Personen-kilometer CHF Markterlöse	0.150	0.149	0.147	0.146	0.149	0.150	0.151
Ertrag/Personen-kilometer Index	100,0	99,3	98,0	97,3	99,3	100,0	100,7
Landesindex der Konsumentenpreise	101,0	101,3	102,2	102,8	104,2	105,2	105,9

Landesindex der Konsumentenpreise, Basis Mai 2000, Indexstand Dezember

Verfolgt man einerseits die Entwicklung des Landesindex der Konsumentenpreise mit dem Index Personenverkehrsertrag je Personenkilometer, der die Entwicklung des Preisniveaus der SBB beinhaltet, muss festgestellt werden, dass die Preisentwicklung der SBB mit der allgemeinen Preisentwicklung nicht mithalten hat und eine Korrektur allein deshalb sich aufdrängt. Es geht um die moderne Bahn.

Von den zwölf weiteren Sparten des Angebots werden die Resultate für die SBB unter dem Titel Positionierung der SBB in einem Satz aufgeführt. Für Details dieses wichtigen Abschnittes fehlt der Raum. Die Positionierung der SBB wird gesamthaft als gut bewertet. Sie erscheint mit einem übersichtlichen Angebot und akzeptablen Preisen auf dem Markt. Mit den «Strategischen Zielen» und der Leistungsvereinbarung setzt der Bundesrat strenge Massstäbe im Hinblick auf das Angebot, ausgerichtet auf die Marktbedürfnisse und das finanzielle Ergebnis. Ein Indikator für das Preisniveau ist der Ertrag pro Personenkilometer. Die SBB liegt im Mittelfeld. Dieser Wert ist mitunter die Folge des hohen Anteils an Zeitfahrausweisen. Er hat auch eine politische Komponente: die Förderung des öffentlichen Verkehrs generell. Die SBB liegt preislich nicht zu hoch. Zu berücksichtigen ist das Zugsangebot und die Qualität. Das Zugsangebot ist wesentlich grösser als jenes unserer Nachbarländer, und es wird gut genutzt. Der Ertrag pro Zugskilometer ist ein betriebswirtschaftlicher Indikator. Die SBB bewegt sich im Mittelfeld. All die Werte sind ein schlüssiges Argument dafür, dass das Angebots- und Preissystem der SBB «stimmt».

6. Tendenz und Problematik

6.1 Charakteristik des heutigen Angebots- und Preissystems

Die Dynamik von Gesellschaft, Wirtschaft und Technik macht auch beim Angebots- und Preissystem der Bahnen keinen Halt. Das heutige Angebots- und Preissystem ist und wird umfangreicher und damit unübersichtlicher. Es ist innovativer, aber problematischer für den Normalverbraucher. Einerseits sind Angebote günstiger, andererseits sind sie zeitlich und räumlich eingeschränkt.

6.2 SNCF – Vorreiter neuer Entwicklungen

Die SNCF führte im Oktober 2007 die *Nouvelle Offre SNCF* ein. Sie ist stark auf die TGV, Téo und Lunéa ausgerichtet, d.h. auf die *Trains à réservation obligatoire*.

Neu wird mit vier Angebotskategorien auf dem Markt aufgetreten. So werden sie im Originaltext angepriesen:

<i>Offre Prem's:</i>	Vous recherchez les prix les plus petits?
<i>Offre Loisir:</i>	Vous souhaitez de la souplesse d'échange et de remboursement et des prix réduits? La nouvelle offre Loisir vous propose des billets à prix réduit, échangeables et remboursables gratuitement jusqu'à la veille du départ, ainsi que de nombreux services à la carte.
<i>Offre Pro:</i>	Vous recherchez un maximum de souplesse et de services exclusifs?
<i>Cartes de réduction:</i>	Vous voyagez souvent? La nouvelle offre vous permet de bénéficier d'encore plus de réductions avec les cartes de réduction 12–25, Escapades, Senior et Enfant+.

d.h. am Beispiel:

1120 Paris Gare de Lyon ab, 1437 Marseille St. Charles an, TGV Duplex, 2. Klasse, Hinfahrt

Die Preise für diese Fahrt mit den Regeln für Umtausch und Erstattung:

€ 22,0 Prem's	Billet non échangeable et non remboursable.
€ 30,5 Billet 12–25	Service d'échange et remboursement <i>gratuit</i> jusqu'à la veille du départ. Retenue de EUR 3 par trajet et par personne le jour du départ avant l'heure du départ. Billet non échangeable et non remboursable après le départ.
€ 49,0 Loisir	Service d'échange et remboursement gratuit jusqu'à la veille du départ. Retenue de EUR 10.– par trajet et par personne le jour du départ avant l'heure du départ. Billet non échangeable et non remboursable après le départ du train.
€ 78,0 Pro 2 ^{nde}	Service d'échange et de remboursement: l'échange est gratuit jusqu'à une heure après le départ du train et le remboursement est intégral avant le départ. Enfin, jusqu'à 60 jours après le départ, le billet est échangeable ou remboursable avec une retenue de 50%.

Instrumentarium der *Nouvelle Offre SNCF* sind vorab ein Ermässigungspaket, verbunden mit Sitzplatzbewirtschaftung und Kontingentanpassung, sowie Reservationen mit den dazugehörigen Umtausch- und Erstattungsregeln: *service d'échange et de remboursement*. Dazu kommen Serviceleistungen aller Art, immer in Abhängigkeit von der Kategorie.

Grundsätzlich gewinnen die Umtausch- und Erstattungsregeln an Bedeutung. Es gilt das Prinzip: je grösser die Ermässigung, desto schlechter diese Bedingungen. *Prem's* erlaubt keinen Umtausch und keine Rückerstattung. An Relevanz für die Kunden gewinnen auch die sogenannten «Einschränkungen», u.a. Platzkontingentierung, Vorkaufsfrist und Zugbindung.

Le Monde schreibt am 3. Oktober 2007: «La nouvelle tarification de la SNCF, qui entrera en vigueur le vendredi 7 octobre, a pour objectif de remplir au maximum les rames grandes lignes, et de concurrencer l'avion. Elle s'inspire du *yield management* appliqué par les compagnies aériennes: le prix du billet vendu bon marché trois mois à l'avance augmente au fur et à mesure que le train se remplit. La distance n'est plus prise en compte.» Tendenziell ist diese Aussage korrekt.

6.3 Unübersichtlichkeit – Unsicherheit – Unzufriedenheit

Unlängst glichen sich die Angebots- und Preissysteme der Bahnen unserer Nachbarländer. Heute gehen alle eigene Wege. *Nouvelle Offre SNCF* verstärkt die divergierenden Richtungen. Das Angebot ist zwar charakterisiert durch eine grosse Vielfalt, und daraus resultiert die Problematik der Unübersichtlichkeit, und zwar für den Bahnkunden als auch für den Verkauf.

Die Beurteilung der Leistungen wird immer problematischer. Wenn das selbst für Insider schwierig ist, wie ergeht es dann dem Bahnkunden? Hat er einen Fahrausweis, ist er unsicher, ob die Bahn ihm auch wirklich den preisgünstigsten verkaufte. Diese Unsicherheit führt zur Unzufriedenheit, wenn er sich getäuscht fühlt. Das ist mit dem heutigen Angebot keine Seltenheit. Ein Fahrgast bezahlt beispielsweise EUR 78.–, der Nachbar EUR 22.– für dieselbe Strecke.

In den *TGV*, *Téoz* und *Lunéa* der SNCF ist die Reservation obligatorisch. SNCF kündigt «Souplesse» bei Umtausch und Erstattung – *Service d'échange et de remboursement* an. Aber mit der unterschiedlichen Regelung nach Angebotskategorien geht die Übersicht auch hier verloren. Eine ähnliche Situation entsteht durch die Serviceleistungen nach Angebotskategorien.

Der wenig routinierte SNCF-Kunde steht vor dem Dilemma: Soll ich jetzt bestellen, soll ich morgen bestellen, was soll ich bestellen, wann soll ich fahren, und wie soll ich fahren? Und schliesslich ist er gefahren und gelangt zum Schluss: Hätte ich doch etwas anders gewählt. Die Unzufriedenheit wäre vollendet.

Unübersichtlichkeit entsteht nicht nur durch ein zu breites Angebot, sondern auch durch die Koppelung des Angebots mit Benützungseinschränkungen aller Art. Beispielsweise ist *Programma CARTAVIAGGO* von Trenitalia mit vier vollen Seiten Regolamento/Benützungsvorschriften angereichert.

Es stellt sich die Frage, wo die Innovation vom Kundennutzen zum Kundennachteil wird.

6.4 Kilometertarife – Relationstarife – Kundentransparenz

Das Arbeitsinstrument der Bahnen war durchwegs der Kilometertarif – Preise je Kilometer. Heute werden Kilometertarife durch *Relationstarife* ergänzt oder ersetzt. Und dieser Trend zu *Relationstarifen* ist ungebrochen. Die DB arbeitet gegenwärtig mit etwa 25 000 *Relationstarifen*.

Diese Entwicklung ist vom Markt her zu begründen. *Relationstarife* sind Marktpreise, d.h., der Fahrpreis wird in Abhängigkeit der Nachfrage und des Angebots für eine Relation festgelegt. Damit wird das Prinzip der «Tarifgleichheit im Raum» zugunsten der Ertragsspezifizierung und -maximierung verlassen. Das ist auch eine Reflexion der politischen Entwicklung von der Bahn vom Staatsbetrieb hin zum privaten Unternehmen.

Die Ablösung der Kilometertarife durch *Relationstarife* führt jedoch zu einer eingeschränkten Kundentransparenz. Weiterhin angewendete Kilometertarife werden höchstens auszugsweise veröffentlicht. Die Transparenz ist auch für die Partnerbahnen reduziert. Mit den Preistabellen auf Kilometerbasis und deren konsequenter Veröffentlichung konnte der Preis leicht errechnet werden. Die Preisabfrage im Internet gleicht nun aber diesen Nachteil aus.

Starke Veränderungen charakterisieren die Entwicklung nach der Privatisierungswelle in Gesellschaft und Wirtschaft. Dazu das Beispiel DB AG:

Der Tarif des Jahres 1988 war ausgesprochen einfach:

Grundlage war der Kilometertarif, von dem sich alle anderen Fahrpreise ableiteten.

Die Tarife der 1. Klasse leiteten sich davon ab: 50 Prozent Zuschlag.

Es gab keine Rückfahrermässigung.

Für Senioren und Junioren gab es einen Pass mit 50 Prozent Rabatt.

Für D- und IC-Züge galten pauschale Zuschläge von 3 bzw. 6 DM.

Heute ist das Angebots- und Preissystem der DB AG charakterisiert durch:

- die Basispreise/Normalpreise
- den Maximalpreis
- den Sprinter-Aufpreis
- den Bahncard-Rabatt
- den Plan&Spar-Rabatt (*neu Sparpreise*)
- den Mitfahrer-Rabatt (*neu Mitfahrer-Rabatt im Sparpreis*)
- den Gruppe&Spar-Rabatt
- die Sonderpreise des Nahverkehrs
- die Globalpreise für Nachtzüge
- die Globalpreise für Metropolitan
- die Verbundtarife
- die Tarife der DB-Busunternehmen usw.

Dazu kommen:

- Zusatzleistungen/Zusatzfunktionen bei Abonnements
- Aktionen
- Billigangebote – Low Fare
- Treueprämien – Meilen.

Das Tarifsystem hat sich stark entwickelt, auch auf Kosten der Transparenz.

PRO BAHN, Deutschland, verwendete bei der Einführung den Begriff «Tarifchaos». Die Verbraucherzentrale Bundesverband beklagte die fehlende Übersichtlichkeit. Die deutsche Presse sprach vom an Komplexität kaum zu übertreffenden Preissystem der Deutschen Bahn. Für den Kunden sei es schwierig, sich darin zurechtzufinden. Bei dieser harten Qualifikation zu berücksichtigen sind die Beweggründe für die Auflage dieses Angebots- und Preissystems: die Grösse des Landes, die Struktur der Gesellschaft und der Bahn. Aber schlussendlich zählt nur das Resultat. In Konkurrenz zum Tarifchaos des DB.-Fernverkehrs entstanden die *regionalen Angebote – die Ländertickets* in annähernd allen Bundesländern mit einem einfachen Pauschaltarif. Sie sind mengenmässig ein grosser Erfolg.

Die DB hat seither Modifikationen vorgenommen. Die Verbraucherverbände haben sich seit einiger Zeit nicht mehr öffentlich zum Problem der undurchschaubaren Tarife geäussert. Der Grund sei nicht so sehr, dass es jetzt für den Kunden einfacher oder besser geworden sei, sondern dass man sich daran gewöhnt habe und grundsätzliche Veränderungen nicht zu erwarten seien. Und in der Öffentlichkeit wird das Thema Tarife durch andere Bahnprobleme überdeckt: Streik, Privatisierung und Börsengang.

6.5 Maximierung der Belegung – Optimierung der Einnahmen – Sitzplatzbewirtschaftung

Diese Entwicklung ist im Gang. Sie wird anhand der SNCF aufgezeigt, weil diese Bahn bisher damit am weitesten geht.

SNCF arbeitet bisher mit einer *zweistufigen Ermässigung*, und zwar bei der *Carte Enfant+*, der *Carte 12–25*, der *Carte Senior* und der *Carte Escapades* sowie bei Gruppen mit Jugendlichen mit dem *Billet centre de vacances/Groupes de jeunes*.

Sie garantiert 25 Prozent Ermässigung. Der Inhaber dieser *Carte Commerciale/Carte de Réduction* erhält 50 Prozent Ermässigung, aber nur wenn ein Sitzplatz verfügbar ist. Wörtlich dazu: «La réduction s'applique dans la limite des places disponibles pour ce tarif». Die SNCF kontingentiert die Sitzplätze mit einer 50-prozentigen Ermässigung, und zwar entsprechend der mutmasslichen Belegung des Zuges. Deshalb ist die Platzverfügbarkeit mit Ermässigung über 25 Prozent beschränkt.

Mit der *Nouvelle Offre SNCF* vom Oktober 2007 geht die SNCF mehrere Schritte weiter. Sie führt bei den *Cartes Commerciales* fünf Ermässigungsstufen ein und gewährt auch beim *Normaltarif/Basistarif* auf fünf Niveaus Ermässigungen.

Die Platzkontingentierung ist unterschiedlich nach Zug, Monat, Woche und sogar Tag. Die EDV muss kontinuierlich die Belegung des Zuges verfolgen und die Sitzplatzkontingentierung anpassen, d.h. je nach Belegung nach oben oder unten korrigieren. Und das bis zum letzten Tag. Das setzt eine anspruchsvolle EDV-Verkaufsunterstützung voraus. Voraussetzung für diese Sitzplatzbewirtschaftung ist eine obligatorische Sitzplatzreservierung.

TGV, Téoz, Lunéa sind mit der obligatorischen Sitzplatzreservierung belegt (trains à réservation obligatoire). Die Sitzplatzreservierung in *Corail* und *TER* ist nicht obligatorisch. Man disponiert mit sogenannten *Périodes bleues et blanches*: Im *Calendrier voyageurs* werden *Périodes bleues* und *Périodes blanches* definiert. D.h. im Prinzip Hauptverkehrszeiten und Normalverkehrszeiten. Auch mit diesem System sollen die Belegung verbessert und Verkehrsspitzen gebrochen werden. SNCF regt dazu Fahrten in den *Périodes bleues* mit 50% Ermässigung an. Die Belegung des Zuges kann mit diesem System jedoch nicht verfolgt werden.

Die Sitzplatzreservierung schafft diese Steuerungsmöglichkeiten, aber durch Einschränkung der kurzfristigen Wahlfreiheit wird der Reisekomfort eingebüsst. Bahnen mit obligatorischer Sitzplatzreservierung beabsichtigen nun, eine gewisse Beweglichkeit zurückzugewinnen. Die SNCF beispielsweise erleichtert den Kauf und Umtausch je nach Kategorie. Die *Pro-Professionnel* verfügen über einen *Service d'échange direct sur la Ligne Express Pro*, eine *Bornes Echange Minute Pro* und einen *Guichets Express Pro* pour les départs immédiats in den grossen Bahnhöfen von Paris. Fehlt die Zeit zum Umtausch des Billetts darf der vorangehende oder nachfolgende Zug mit der Reservierung benützt werden, jedoch ohne Garantie für einen Sitzplatz.

Andere Bahnen arbeiten ebenfalls mit der Sitzplatzkontingentierung, aber nicht mit der mehrstufigen Ermässigung. Die DB operiert mit Preisdifferenzierung und Sitzplatzkontingentierung, jedoch ohne obligatorische Sitzplatzreservierung beim Angebot *Sparpreis 25 und 50*. Und es ist damit zu rechnen, dass sich dieses System der Maximierung der Belegung, der Optimierung der Einnahmen und der Sitzplatzbewirtschaftung noch weiterverbreitet.

FS/Trenitalia operiert schon seit einiger Zeit mit etwa 13 000 Relationstarifen für *Eurostar* und *IC*. Marktpreise wurden auf den Fahrplanwechsel 2005 im internationalen Verkehr mit Italien eingeführt.

Die Bahnen verwenden den Begriff «Marktpreis», wenn nicht mehr über das ganze Land einheitliche, kilometerabhängige Tarife angewendet werden, sondern das Land als «Markt» betrachtet wird und in diesem Verkehrsmarkt entsprechend Angebot und Nachfrage die Preise gemacht werden.

Dazu der Kommentator der NZZ mit der Schlagzeile «Ein Trumpf der Bahn in Gefahr» zu den neuen Tarifen Schweiz–Italien: «Je mehr die Bahnen die Flexibilität ihrer Fahrgäste einschränken, desto mehr berauben sie sich selbst eines ihrer grössten Trümpfe gegenüber der Luftfahrt, und sie erhöhen die Schwelle für potenzielle Kunden, die sich bis anhin mit dem Auto fortbewegen.» Ihr Kommentar vom Januar 2006 ist heute nicht minder gültig.

Die Marketingspezialisten der SBB widersprechen dieser Argumentation nicht. Sie beurteilen im internationalen Verkehr eine Preisdifferenzierung zur Hebung der Auslastung als sinnvoll, wenn ohnehin die obligatorische Sitzplatzreservierung verlangt wird. Das ist generell bei der SNCF im TGV und bei FS/Trenitalia im Eurostar/Intercity Plus/Cisalpino der Fall. Auch Lyria, die TGV Schweiz–Frankreich und CityNightLine operieren mit Preisdifferenzierung. Click&Rail der SBB funktioniert ohne obligatorische Sitzplatzreservierung – allerdings zugbezogen. Im nationalen Verkehr muss in jedem Fall das «offene» Bahnsystem ohne Reservationspflicht bleiben.

6.6 Tarifchaos – Beratungschaos

Negativ für den Kunden ist auch die tendenziell schwindende Transparenz. Innovative Marketingstrategien übersehen, dass ein zu kompliziertes Angebots- und Preissystem empfindliche Auswirkungen auf die Kundenberatung hat. Werden mehrere Preise für die gleiche Relation angeboten, fordert der Bahnkunde unmissverständlich den «besten Preis». Mit einer geschickten Benutzerführung und Suchlogik im Internet wird der Kunde ihn auch finden. Voraussetzung ist aber die Verfügbarkeit dieses Instruments. Die Entwicklung zur totalen Internetgesellschaft ist zwar unabwendbar, die neuen Distributionskanäle sind jedoch als Erweiterung, und nicht als Ersatz der bestehenden zu verstehen. Und Chaos herrscht da und dort auch auf der Homepage: phrasenhafte Verkaufsförderung anstatt konzise Information.

Bleibt der Schalter. Je extremer die Preisdifferenzierung betrieben wird, desto länger der Schalteraufenthalt: für Kunde und Bahn negativ! Die Verkäufer sind überfordert. Der Wissensstand des Verkäufers am Schalter muss besser als die Internetinformation sein. Decken sich Schalterinformation und Internetinformation nicht, wächst die Unzufriedenheit des Kunden, wächst der Zweifel am System und wächst der Missmut über die Bahn, die ihm einen schlechten Preis gemacht hat.

Beratungsfehler sind nicht selten. Befürworter einer forcierten Angebots- und Preisdifferenzierung haben die Auswirkungen auf Beratung und Verkauf einzukalkulieren. Produktgestaltung und Beratungsproblematik sind gleichgewichtig zu bearbeiten. Tarifchaos führt zu Beratungschaos. Mit einem komplizierten Angebots- und Preissystem geht man dieses Risiko ein.

Einfachheit bleibt Trumpf auch mit der Verfügbarkeit neuer Hilfsmittel. Mit dem transparenten System der SBB im nationalen Verkehr ermittelt der Verkäufer den *Best Price* im Kopf.

Im internationalen Verkehr greifen verschiedenste Angebots- und Preissysteme ineinander. Das macht Beratung und Verkauf besonders schwierig. Für die Verkäufer der Bahn wird die auseinanderlaufende Entwicklung der Angebots- und Preissysteme zum Problem. Im Grunde genommen müssten die Bahnen zur Förderung des internationalen Verkehrs die gegenteilige Entwicklung verfolgen: Harmonisierung und Vereinfachung. Im Rahmen des 2007 gegründeten *Rail-Teams* geht die Entwicklung in diese Richtung. So wird u.a. eine gemeinsame Ticket-Vertriebsplattform vorangetrieben.

6.7 Marktpreise – Yield-Management

Die Entwicklung im Fernverkehr der Nachbarbahnen geht in Richtung «Yield-Management».

Yield-Management wurde vor mehr als zwanzig Jahren von den grossen Luftverkehrsgesellschaften mit der Deregulierung eingeführt, unterstützt von der Entwicklung der elektronischen Distribution. Ihre Strategie war einfach: «Sell the right seat to the right type of customer, at the right time and for the right price.»

Yield-Management soll fixe Kapazitäten auslasten und effizient vermarkten.

Das Instrumentarium eines Yield-Managements bei der Bahn lässt sich in Schritten definieren:

1. Schritt: *Fahrpreisdifferenzierung nach Zugskategorien TGV, ICE und Eurostar*
2. Schritt: *Preisdifferenzierung nach Relationen*
3. Schritt: *Preisdifferenzierung nach Wochentagen und Tageszeiten*
4. Schritt: *Sitzplatzkontingentierung*
5. Schritt: *Sitzplatzkontingentierung und Sitzplatzbewirtschaftung mit laufender Anpassung von Kontingent und Preis mithilfe leistungsstarker EDV-Unterstützung.*

Je extremer dieses Instrumentarium angewendet wird, desto mehr leidet schlussendlich der Komfort für den Kunden.

Die SNCF hat das Yield-Management nun auch auf gelegentliche Fahrten mit dem Normaltarif, neu *Tarif Loisir*, ausgedehnt. Die *Nouvelle Offre SNCF* mit vier Kategorien ist für den Kunden unübersichtlich. Denkbar ist, dass sich dieses System mit der Zeit in den Köpfen der Kunden etabliert, vor allem bei den Vielfahrern. Der Erfolg des Experiments der SNCF mit ihrer *Nouvelle Offre Tarifaire* und dem Versuch zur Maximierung der Erträge wird im Geschäftsjahr 2008 erstmals ausgewiesen.

Steht man auch dem Yield-Management in der Sicht der Kundentransparenz skeptisch gegenüber, können einzelne Elemente des Instrumentariums dennoch erfolversprechend sein. Ein Element ist die 9-Uhr-Tageskarte der SBB, eingeführt mit dem Ziel, Morgenspitzen zu brechen und die Auslastung auszugleichen.

Die Tendenz zu Marktpreisen und Relationspreisen setzt sich bei den Nachbarbahnen fort, sei es für Teile des Netzes oder für das ganze Netz. Mit der Preisdifferenzierung nach Relationen sind Mehrerträge zu erwarten. Jede Bestrebung, die Erträge zu maximieren, ist zu respektieren. Moderne Bahnen benötigen Geld für Investitionen.

6.8 Ermässigung – Kontingent

Ein Ermässigungspaket ist kundenfreundlich. Eine Destination kann unter gewissen Voraussetzungen zu einem Drittel des Maximalpreises angesteuert werden. Erfüllt der Kunde die Voraussetzungen nicht, geht er leer aus. Kommt dazu, dass es sich immer nur um «Ermässigungskontingent» handelt, die nie die Sitzplatzkapazität eines ganzen Zuges ausmachen.

Im Prinzip gilt: je grösser die Ermässigung, desto unvorteilhafter die Bedingungen. Diesem Prinzip gilt es, Beachtung zu schenken. An Relevanz für die Kunden gewinnen desgleichen die Umtausch- und Erstattungsregeln sowie die sogenannten «Einschränkungen», u.a. Platzkontingentierung, Vorkaufsfrist und Zugbindung.

Die Ermässigung wird «erkauft».

6.9 Kleinheit – Einfachheit

Kritik an den Nachbarbahnen? Deutschland, Frankreich und Italien sind andere Dimensionen. Daraus ergeben sich andere Lösungen, die einen Vergleich relativieren. Unterschiedliche Dimension heisst aber auch, dass die kleinräumige Schweiz sie nicht übernehmen sollte. Die Schweiz hat S-Bahn-Dimension. Der Kunde will die Bahn möglichst problemlos benützen. Kleinheit verlangt Einfachheit – Kleinheit erlaubt Einfachheit.

Das heutige Angebots- und Preissystem der Bahnen ist generell umfangreicher und damit unübersichtlicher. Es ist innovativer, aber problematischer für den Normalverbraucher. Einerseits sind Angebote günstiger, andererseits sind sie zeitlich und räumlich eingeschränkt. Kilometertarife, Relationstarife und Kundentransparenz sind die Themen. Maximierung der Belegung, Optimierung der Einnahmen und Sitzplatzbewirtschaftung der Nachbarbahnen konfrontieren auch die SBB. «Marktpreise» und «Yield-Management» sind die diskutierten Begriffe und teilweise umstrittenen Methoden.

7. Billigpreise – Billigangebote

7.1 Billigpreise

Die aktuelle Diskussion geht auch um Billigpreise in Anlehnung zur Luftfahrt. FS/Trenitalia verfolgt eine Billigpreispolitik. Ein generell tiefes Preisniveau ist nicht erfolgversprechend. Bahnkunden in der Schweiz reagieren nur beschränkt auf Preissenkungen. Die Nachfrageelastizität im Markt ist klein. Bei einer Preissenkung um 20 Prozent resultieren nicht automatisch 20 Prozent mehr Bahnfahrer. Und die Parallele auf die Fliegerei ist im Land mit relativ kurzen Distanzen verfehlt. Es ist ein Unterschied, ob jemand von Zürich nach Fribourg reisen will oder von Zürich nach Kuba. Die Nachfrageelastizität beider Reisen ist nicht vergleichbar.

Angemessene Preise sind ganz besonders auch für die Finanzierung der Reinvestitionen zur Erhaltung der hohen Qualität unerlässlich. Generelle Billigpreise sind für die SBB kein Thema.

7.2 Billigangebote

Die Nachbarbahnen offerieren Billigangebote/Low Fare analog der Luftfahrt. Auf Relationen mit Konkurrenz zwischen Bahnreise und Flugreise ist der Wettbewerb auf der Ebene Billigangebote voll im Gang. Dabei gehen die Bahnen mit preislichen Zugeständnissen auf einigen Märkten sehr weit. Billigangebote sind charakterisiert durch die Platzkontingentierung in Anlehnung an die Billigcarrier. Je nach Angebot gilt Vorkaufszeit, Zugbindung, das Bestellen und Drucken über Internet, kein Umtausch und keine Erstattung.

Hier ein Überblick über das ständig sich wandelnde Angebot:

SNCF verkauft unter dem Titel *Offres Prem's – Réservez plus tôt, payez moins cher*: Paris–Strasbourg oder Strasbourg–Bordeaux ab EUR 22.–. Kommt *Les Prem's Bons Plans du Net* exklusiv im Internet mit zwei Abfragemöglichkeiten dazu: Reisedaten des Kunden sind fix, gesucht wird eine Reisedestination; oder Reisedestination ist fix, gesucht ist das beste Reisedatum. Paris–Montpellier ab EUR 25.–.

Billigangebot ist auch *iDTGV*. Der Zug fährt auf sechs Relationen für EUR 19.– an vorausbestimmten Tagen mit zwei verschiedenen *ambiances*: animation ou silence.

Auch DB hat Erfolg mit der *Dauer-Spezial-Fahrt* durch ganz Deutschland ab EUR 29.– bis EUR 69.–, mit Online-Vorteil gegenüber Buchungen am Schalter.

Unter der Bezeichnung *TrenOK* fuhr FS/Trenitalia je einen Zug Mailand–Rom–Mailand und Rom–Bari–Rom, Preis: EUR 9.–. Später wurde das Angebot auf Bari–Rom reduziert. Zum Einsatz gelangten *Pendolini* erster Generation. Gegenwärtig ist *TrenOK* ausgesetzt. FS/Trenitalia hat sich von der vordersten Verkaufsfrent in diesem Segment abgemeldet.

SBB sind mit *Click&Rail* aktiv auch auf diesem Markt, aber forcieren ihn nicht. Angeboten werden günstige Billette für eine täglich wechselnde Auswahl von Zügen und Strecken ab 9 Franken, 2. Klasse, mit *Halbtaxabonnement*. Sie sind maximal zwei Tage im Voraus für verschiedene Verbindungen erhältlich. Das Bestellen und Drucken des Fahrausweises geht nur über Internet. Die Platzkontingentierung liegt im Umfang von 20 Sitzplätzen je angebotenen Zug. Das Kontingent wird zum Teil nicht ausgenützt. *Click&Rail* wird weiterverfolgt, jedoch ohne Sitzplatzbewirtschaftung.

Im Zuge des allgemeinen Konsumverhaltens muss auch die SBB Billigangebote auflegen. Und die Entwicklung im E-Commerce geht nicht an ihr vorbei. Die Frage des Mehrertrags ist dabei nicht zu übergehen. Wenn die Marktforschung die Methode hätte, eine eindeutige Aussage beizubringen, wäre die Definition dieses Angebots zur Ertragsmaximierung weniger problematisch.

Die aktuelle Diskussion geht auch um Billigpreise und Billigangebote in Anlehnung an die Luftfahrt. Generelle Billigpreise sind für die SBB kein Thema. Sie sind jedoch im Markt der Billigangebote präsent.

8. Angebots- und Preissystem – Überlegungen für die Zukunft

In der Zeit starker Veränderungen macht sich die SBB Überlegungen für die Zukunft. Der **Leiter Personenverkehr SBB, Paul Blumenthal**, weist dazu die Richtung:

Voraussetzungen und Zielsetzungen

- *Das Bedürfnis der Bevölkerung nach hochwertiger Verkehrsbedienung und die Vorgaben des Eigners sind im Angebots- und Preissystem zu verarbeiten.*
- *Das Leistungsangebot in der Schweiz ist heute europäisch spitze und soll auch für die Zukunft gesichert und weiterentwickelt werden.*
- *Das Preisniveau muss der Qualität des Leistungsangebots entsprechen.*
- *Das Angebots- und Preissystem nimmt Rücksicht auf den S-Bahn-Charakter des Gesamtsystems.*
- *Das Angebots- und Preissystem hat alle Kundensegmente zu berücksichtigen: Gelegenheitsfahrer und Vielfahrer.*
- *Die hohe Zahl verkaufter General- und Halbtaxabonnemente bestätigt Attraktivität und Preiswürdigkeit, und sie sind weiter zu pflegen.*
- *Das Angebots- und Preissystem darf durch Neuerungen an Transparenz nicht verlieren.*
- *Möglichkeiten, mit Unterstützung des Preissystems Verkehrsspitzen zu brechen, sind wünschenswert.*
- *Mit Rabattierungen/Ermässigungen sollen Kundenanreize in den Schwachlastzeiten entstehen.*
- *Die Online-Möglichkeiten sind für Information und Distribution zu nutzen und dem neusten Stand einer ausgereiften Technologie anzupassen.*
- *Das tarifarische Kernstück des Gesamtsystems «Direkter Schweizerischer Verkehr» muss weiter funktionieren.*

Prinzipien

Die S-Bahn Schweiz eignet sich nicht für eine Reservationspflicht

Die Schweiz verfügt über ein historisch gewachsenes Angebots- und Preissystem. Gleichzeitig ist das Zugangebot der SBB und der Transportunternehmungen hoch und entwickelt sich mit kurzen Takten und Knoten immer mehr zu einer S-Bahn Schweiz. Im Unterschied zu den Nachbarländern sind die zurückgelegten Distanzen bescheiden, die Nutzung der Bahn ist jedoch hoch. Mit dem bestehenden Angebots- und Preissystem kann der Kunde frei auf Leistungen zugreifen, ohne Vorkaufszeit, Reservationspflicht und Zugsbindung oder weitere Einschränkungen. An diesem Prinzip wird festgehalten. Die Popularität des Angebots wird in starkem Masse durch die Einfachheit geprägt. Der Erfolg der Pauschalfahrerausweise Halbtaxabonnement und Generalabonnement sind ein Indikator dafür. Auch das Preisniveau der SBB ist unter Berücksichtigung der Kaufkraft marktgerecht. Aus diesen Gründen wird die SBB das nationale Angebots- und Preissystem nur mit Bedacht verändern. Reservationspflicht und systematische zeitliche Preisdifferenzierungen sind auch in Zukunft kein Thema.

Preisflexibilisierung zur Steuerung der Nachfrage

Ein Spannungsfeld ist betrieblicher Natur. Der Taktfahrplan ist auf die Verkehrsspitzen ausgerichtet. Das sind die Pendlerzeiten morgens und abends. In den übrigen Fahrzeiten resultiert dadurch eine tendenziell tiefere Sitzplatzauslastung. Ein erster Versuch, mit Preisflexibilisierung die Auslastung zu verbessern, läuft. Weitere dosierte Preisflexibilisierungen werden geprüft. Das Prinzip muss sein, dass der Kunde belohnt und nicht bestraft wird.

Technische Innovationen in der Distribution

Ein weiteres Feld der Preis- und Angebotspolitik ist die Nutzung neuer Technologien für die Distribution. Verkaufskanäle wie das Internet oder die Mobiltelefonie sind für den Kunden auszubauen. Die SBB ist sich der Wichtigkeit der neuen Kanäle bewusst. Sie baut die elektronischen Buchungsplattformen aus.

Die nationalen und regionalen Tarife sind zu harmonisieren

Das Angebots- und Preissystem ist von der Entwicklung des Verbundsangebots tangiert. Die nationalen Tarife sind mit den regionalen Tarifen im Interesse des Kunden zu harmonisieren. Diese Zielsetzung ist durch die Selbstständigkeit der Verbunde ambitiös. Trotzdem bleibt der Optimismus, denn es ist damals auch gelungen, die kundenfreundliche Institution «Direkter Schweizer Verkehr» zu schaffen und zu verfeinern.

Yield-Management im internationalen Verkehr

Nationaler Verkehr und internationaler Verkehr sind unterschiedliche Märkte. Der Marktanteil der SBB im internationalen Verkehr bewegt sich um 10 Prozent. Er ist nicht zu vernachlässigen, im Gegenteil. Die Konkurrenz der Low-Fare-Airlines ist empfindlich. Die Offensive zur Erhaltung der Nachfrage wird mit den Nachbarbahnen gemeinsam geführt. Dabei werden Elemente des Yield-Managements eingesetzt, zusammen mit der substanziellen Verbesserung des Leistungsangebots. Die Wettbewerbsfähigkeit der Bahn gegenüber Luft und Strasse wird verbessert.

Preise und Gewinn

Um das prognostizierte Verkehrswachstum auch in Zukunft bewältigen zu können, muss der öV Schweiz massiv investieren. Während die Infrastrukturausbauten durch die öffentliche Hand alimentiert werden, muss und will die SBB die Mittel für die Rollmaterialfinanzierung von jährlich um die 500 Millionen Franken am Markt erarbeiten, ohne dabei den Service public und das öV-System zu vernachlässigen. Das setzt voraus, dass ihr auf Strecken mit grosser Nachfrage auch eine spezifische Preisbildung möglich ist. Die Diskussion mit dem Preisüberwacher 2007 hat gezeigt, dass das Preissystem öV Schweiz diesbezüglich Schwächen hat. Die unter der Leitung der SBB eingeleitete Reform des Preissystems wird sich diesen Marktelementen annehmen, aber ebenso den Bedürfnissen der Kunden wie auch der öffentlichen Hand in ihrer Funktion als Eigner oder als Besteller von Regionalverkehrsleistungen.

Mit dem bestehenden Angebots- und Preissystem kann der Kunde frei auf Leistungen zugreifen, ohne Einschränkungen. Das bewährte nationale Angebots- und Preissystem wird nur mit Bedacht verändert. Die Bahn entwickelt sich mehr und mehr zu einer S-Bahn Schweiz mit kurzen Distanzen. Reservationspflicht und systematische Zeitbindungen sind deshalb auch in Zukunft kein Thema. Das Prinzip der Einfachheit wird hochgehalten. Das gilt sowohl bei den technischen Neuerungen in der Distribution wie auch in der eingeleiteten Reform des Preissystems. Im internationalen Verkehr werden in Zusammenarbeit mit den Partnern Instrumente des Yield-Managements angewendet.

Glossar

Best Price: Dem Bahnkunden wird unaufgefordert der günstigste Preis verkauft.

Billigpreise: Ein generell tiefes Preisniveau wird festgelegt; Billigangebote: Ein selektiv tiefes Preisniveau wird angewendet.

Destinationstarife/Relationstarife/Marktpreise: werden synonym verwendet: Tarif zwischen zwei Relationen für eine bestimmte Destination auf Basis von Angebot und Nachfrage, d.h. Marktpreisen.

Distanzdegression: Je länger die Strecke, desto tiefer der Fahrpreis je Kilometer.

Distanzzuschläge: Grundsätzlich gilt der Kilometerarif, aber der Fahrpreis wird für gewisse Relationen durch Zuschläge angehoben (Erhöhung der Tarifkilometer).

Eignerstrategie: «Strategische Ziele des Bundesrates für die SBB 2007–2010».

Generalabonnement: Abonnement, das für eine unbeschränkte Anzahl Fahrten in einem bestimmten Geltungsbereich gültig ist.

Kilometertarife: Der Fahrpreis wird in Abhängigkeit von den Kilometern bestimmt.

Kundentransparenz: Angebot und Preise sind so ausgestaltet und präsentiert, dass sie der Kunde problemlos überblickt.

Low Fare: sind Billigangebote für einen bestimmten Zug zu einer bestimmten Zeit.

Marktpreis: Das Land wird als «Markt» betrachtet, und in diesem Verkehrsmarkt werden in Abhängigkeit von Angebot und Nachfrage die Fahrpreise festgelegt.

Streckenabonnement: Abonnement, persönlich oder übertragbar, das zu regelmässig wiederkehrenden Fahrten auf der bezeichneten Strecke berechtigt.

Verbundpreise: basieren auf einem Zonentarif innerhalb eines Verbundgebiets.

Yield-Management: soll fixe Kapazitäten auslasten und effizient vermarkten.

Zeitfahrausweise: Fahrausweis, der für einen bestimmten Zeitraum gültig ist und innerhalb dieses Zeitraums beliebig viele Beförderungen zulässt, in der Regel personengebunden.