

Touristischer Verkehr

Bedeutung des öffentlichen
Verkehrs für den Tourismus

August 2019



Inhaltsverzeichnis

Editorial	5
Der Freizeit- und Tourismusverkehr	6
Der Freizeit- und Tourismusverkehr im Wandel	8
Herausforderungen für die Branche	12
Die Branche handelt	13
Die Strategie des touristischer Verkehrs 2030	15
Anhang	17

Editorial

Die verschiedenen Verkehrsmittel – Bahn, Bus, Tram, Seilbahnen und Schiffe – ergänzen sich ideal in einem für den Kunden einheitlichen Verkehrssystem. Der Freizeit- und Tourismusverkehr erstreckt sich über die ganze Schweiz und erschliesst sowohl Städte, Seen sowie Täler und Berge.

Damit der öffentliche Verkehr seinen Kunden in der Schweiz auch weiterhin qualitativ hochwertige Leistungen bieten kann, muss das Image des Freizeit- und Tourismusverkehrs in allen Bereichen laufend gestärkt und die Interessenvertretung bei Bevölkerung, Politik, Verbänden und Partnern wahrgenommen werden. Laut Bundesamt für Raumentwicklung ARE entfallen 44 Prozent der täglich zurückgelegten Kilometer auf den Freizeitverkehr; davon über ein Drittel im öffentlichen Verkehr.

Der Freizeit- und Tourismusverkehr benötigt in einer globalisierten Welt, in der eine direkte Konkurrenz zu Freizeit- und Tourismus Anbietern aus dem Ausland besteht, gute Rahmenbedingungen, um sich behaupten zu können. Davon profitieren auch die Randregionen, die häufig weniger dicht besiedelt sind. Der Freizeit- und Tourismusverkehr ergänzt auf effektive Weise den bestehenden Pendlerverkehr (berufliche Mobilität), um selbst in entlegeneren Regionen dank seiner Ertragskraft ein hochstehendes Angebot garantieren zu können.

Das vorliegende Papier zeigt die wichtigsten Punkte auf und erläutert, welche Massnahmen erforderlich sind, damit sich der Freizeit- und Tourismusverkehr auch in den kommenden Jahrzehnten weiterentwickeln kann. Ein besonderes Augenmerk gilt dabei dem regionalen Personenverkehr (RPV) mit Erschliessungsfunktion.

Ueli Stückelberger
Direktor VöV

Fredy Miller
Präsident Kommission touristischer Verkehr

Der Freizeit- und Tourismusverkehr

Der Begriff Freizeit- und Tourismusverkehr bezeichnet Reisen, die aufgrund von Freizeitaktivitäten generiert werden, unabhängig des gewählten Transportmittels. Unter Freizeit- und Tourismusverkehr versteht man Reisen in Verbindung mit dem temporären Aufenthalt an Orten, die ausserhalb des alltäglichen Umfelds liegen. Eingeschlossen sind auch Rund- und Ausflugsreisen, deren Motiv die Reise selber ist. Freizeit- und Tourismusreisen werden sowohl von inländischen wie auch von ausländischen Gästen in Anspruch genommen.

Der öffentliche Verkehr spielt eine zentrale Rolle bei der Sicherstellung der Mobilität – einer grundlegenden Voraussetzung für das Leben und die Wirtschaft in der Schweiz. Sowohl in Städten, Agglomerationen und Randregionen: Wie die Adern im menschlichen Körper zieht sich das Netz des öffentlichen Verkehrs durchs Land und verbindet die Tourismusgebiete mit Knotenpunkten und Flughäfen.

Der öffentliche Verkehr hat für Tourismus und Freizeit ganz unterschiedliche Bedeutungen:

Für den touristischen Zielort stellt der öffentliche Verkehr eine wichtige Verbindung zu touristischen Kundinnen und Kunden sicher. Ob die Touristen aus dem Ausland oder der Schweiz anreisen, mit dem Zug, dem Bus oder dem Flugzeug: Um ihren Zielort zu erreichen, benützen sie in erster Linie das dichte öV-Netz.

Erlebnis- und Freizeitanbieter profitieren von der Anbindung an den öffentlichen Verkehr, da dieser direkt zur Attraktivität ihres Angebots beiträgt und es ihnen ermöglicht, ein grösseres Publikum zu erreichen, insbesondere nicht-motorisierte Personen und junge Kunden, die noch keinen Führerschein besitzen. Der öffentliche Verkehr leistet dadurch einen direkten Beitrag zum Erfolg von Erlebnis- und Freizeitangeboten.

Für die lokale Bevölkerung bietet das öV-Netz zahlreiche Möglichkeiten für die wirtschaftliche und soziale Weiterentwicklung der Randregionen und ermöglicht neben dem Personenverkehr auch den Transport von Waren und Verbrauchsgütern. Darüber hinaus schaffen der öffentliche Verkehr und der Tourismusverkehr zahlreiche Beschäftigungsmöglichkeiten, was sich positiv auf die wirtschaftliche Entwicklung der betroffenen Regionen auswirkt. Ausserdem trägt der öffentliche Verkehr verglichen mit dem motorisierten Individualverkehr direkt zum Schutz von Natur und Umwelt bei.

Kunden von Freizeit- und Tourismusangeboten benützen den öV in erster Linie um von den Freizeitaktivitäten der besuchten Region zu profitieren. In einigen Fällen erleichtern sie die Mobilität nicht nur, sondern machen den Zugang zu den Attraktionen sogar erst möglich (Berg- und Seilbahnen). Da einige Anbieter in Randregionen auf diese Verkehrsmittel angewiesen sind, tragen diese direkt zur Attraktivität der betroffenen Tourismusregion bei.

Der öV gilt teilweise als touristische Attraktion. Einige Bahn- oder Busstrecken oder Streckenabschnitte (z. B. Bernina Express, Glacier Express, GoldenPass, Jungfrauoch, Luzern–Interlaken Express) sind für sich alleine eine touristische Attraktion. Der touristische Bekanntheitsgrad dieser verschiedenen Strecken und Zugsverbindungen trägt zur Attraktivität und zum positiven Bild der Destination bei und prägt darüber hinaus auch das Bild der Schweiz im Ausland. Damit trägt der öffentliche Verkehr als touristisches Angebot direkt zur Entwicklung der touristischen Regionen und Destinationen bei.

Der Freizeit- und Tourismusverkehr im Wandel

Der Freizeit- und Tourismusverkehr entwickelt sich nicht isoliert, sondern ist durch einen sozialen Kontext geprägt, in dem die boomende Tourismus- und Erholungsbranche als neuer Motor sozioökonomischer Entwicklung gilt. Die Entwicklung touristischer Aktivitäten hängt eng mit der ökonomischen, politischen und geografischen Entwicklung zusammen. Dies gilt auf nationaler Ebene für den Freizeitverkehr und auf internationaler Ebene für den Tourismusverkehr. Der Tourismusverkehr in der Schweiz hängt also stark von der Entwicklung des ökonomischen und politischen Kontextes der industrialisierten Länder und der BRICS-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China, Südafrika) ab.

Transportunternehmen, die sich auf den rein touristischen Betrieb, also ohne Erschließungsfunktion, konzentriert haben, erhalten keine Abgeltungen. Beim kombinierten Verkehr (mit und ohne Erschließungsfunktion) erhalten die Transportunternehmen Abgeltungen für den regionalen Personenverkehr (RPV). Um dem internationalen Wettbewerb standhalten zu können, müssen alle Transportunternehmen ihre unternehmerische Effizienz und den Grad ihrer wirtschaftlichen Kostendeckung laufend überprüfen und Leistungen marktgerecht offerieren. Nicht abgeltungsberechtigte Transportunternehmen sind der internationalen Konkurrenz in besonders hohem Masse ausgesetzt. Schlussendlich gibt es zahlreiche nicht abgeltungsberechtigte TU (insbesondere Bergbahnen und Schifffahrtsgesellschaften), die heute nur dank öffentlicher Unterstützung auf kantonaler oder kommunaler Ebene überlebensfähig sind.

Kommt dazu: Transportunternehmen geraten durch höhere Betriebs- und Anlagekosten zunehmend unter Druck.

Jüngere und ältere Menschen bevorzugen den öv

Für immer mehr junge Leute verliert das Auto als Verkehrsmittel an Attraktivität, vor allem in den Städten. Junge Menschen und Städter bleiben den öffentlichen Verkehrsmitteln immer länger treu und nutzen diese auch, um von Freizeit- und Tourismusangeboten zu profitieren. Dies veranlasst die Transportunternehmen, ihr Angebot für Jugendliche und junge Erwachsene auszubauen.

Da die Bevölkerung in den westlichen Ländern zunehmend altert, bilden gleichzeitig ältere Menschen eine immer wichtigere Zielgruppe. Dabei sind die Seniorinnen und Senioren heute viel mobiler und fitter als früher. Hinzu kommt, dass sie im Alter häufig vom Individualverkehr auf den öffentlichen Verkehr umsteigen und diesen für Freizeit- und Tourismusaktivitäten nutzen.

Tourismus- und Freizeitangebote für Seniorinnen und Senioren sind ein neues Segment für den öffentlichen Verkehr.

Konzentration nach innen

Die Ausdehnung urbaner Räume in der Schweiz schreitet weiter voran. Das ARE hat Massnahmen entwickelt, um dieser Tendenz entgegenzuwirken und eine Entwicklung nach innen hin zu fördern. Ziel ist es, Industrierüsten und unzureichend genutzte Bauzonen zu verdichten, bevor noch unerschlossene Bauzonen erschlossen oder neue Bauzonen geschaffen werden. Dieses neue Raumplanungskonzept hat auch Auswirkungen auf den öffentlichen Verkehr – mit einer Verdichtung des Angebots in bebauten Gebieten.

Der Freizeit- und Tourismusverkehr bildet für die Randregionen eine Möglichkeit, die bestehenden Transportlösungen zu ergänzen, denn dort wird die allgemein niedrigere Nachfrage durch die Nachfrage im Freizeit- und Tourismusverkehr ausgeglichen.

Trends im Alpentourismus

Der Alpentourismus steht heute aufgrund der sich verändernden Gewohnheiten der Touristen sowie des Klimawandels vor zahlreichen Herausforderungen. In Bezug auf die Besucher zeichnet sich eine Tendenz hin zu Kurzaufenthalten mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von zwei Tagen ab. Dieser Trend wird vor allem im Alpentourismus beobachtet, Städte sind weniger davon betroffen. Als Antwort darauf fördern die Bergdestinationen in Zusammenarbeit mit den Seilbahnen den ganzjährigen Tourismus, um die Anzahl der Kurzaufenthalte zu erhöhen.

Der Klimawandel – mit einer globalen Klimaerwärmung und geringerem Schneefall in tiefer gelegenen Regionen – ist ein weiterer Faktor, der den Alpentourismus beeinflusst. Die im Flachland vorkommenden hohen Temperaturen im Sommer führen zu einer touristischen «Abwanderung» in höher gelegene Destinationen. Die Trends im Alpentourismus bringen einerseits Herausforderungen mit sich, andererseits jedoch auch neue Möglichkeiten.

Verbesserung des Angebots, Erhöhung des Takts

Der Freizeit- und Tourismusverkehr profitiert direkt von der Weiterentwicklung des Angebots des regionalen Personenverkehrs mit Erschließungsfunktion. Die Erhöhung des Takts bei den betroffenen Linien führt dazu, dass auch das Angebot des regionalen Personenverkehrs ohne Erschließungsfunktion ausgebaut wird. Durch diese Wechselwirkung wird somit das gesamte Angebot des öffentlichen Verkehrs zugunsten touristischer Regionen und deren Bevölkerung ausgebaut.

Angesichts der starken internationalen Konkurrenz erfindet sich der Tourismusverkehr, in Zusammenarbeit mit den Tourismusregionen, kontinuierlich neu, um gegenüber der internen und externen Konkurrenz attraktiv zu bleiben. So nehmen Diversifizierung und Digitalisierung bei den Angeboten des Freizeit- und Tourismusverkehrs eine immer wichtigere Rolle ein. Der öV und der Tourismusverkehr tragen heute aktiv zur Attraktivität einer Tourismusregion bei, denn: Das touristische Erlebnis beginnt schon mit der Reise und nicht erst am Zielort.

Attraktive und personalisierbare Angebote im touristischen Verkehr sorgen dafür, dass öffentliche Verkehrsmittel zunehmend für Reisen in der Freizeit genutzt werden, für kurze Strecken ebenso wie für lange Distanzen. Die höhere Attraktivität des öffentlichen Verkehrs für den Freizeit- und Tourismusverkehr trägt dazu bei, den Modalsplit zugunsten des öffentlichen Verkehrs zu verändern.

Das öffentliche Verkehrsnetz der Schweiz umfasst zahlreiche Bahn- und Busstrecken mit einem speziell auf Touristen ausgerichteten Angebot. Diese Züge und Busse decken das Basisangebot ab (Erschließungsfunktion) und bieten gleichzeitig speziell auf Touristen ausgerichtete Dienstleistungen (Rollmaterial, Speisewagen und an die Bedürfnisse der Touristen angepasste Fahrpläne). Diese Züge und Busse sind an und für sich touristische Attraktionen und gehen so über ihre primäre Funktion als Transportmittel hinaus. Die berühmtesten Bahn- und Busstrecken sind der Glacier Express (Zermatt–St. Moritz/Davos), der GoldenPass (Montreux–Zweisimmen–Interlaken), der Bernina Express (Chur–Tirano) und der Palm Express (St. Moritz–Lugano). Diese Züge und Busse bieten ein einmaliges Erlebnis und einen exklusiven Zugang zu den Schweizer Voralpen und Alpen.

STEP Ausbauschnitt: Infrastruktur und Angebotsausbau

Im Rahmen des Ausbauschnitts STEP investieren die touristisch ausgerichteten Transportunternehmen in die Verbesserung der Infrastruktur, um das touristische Angebot – durch eine Verkürzung der Fahrtzeiten und die Einführung eines Halbstundentakts für die Züge der Hauptstrecken – leistungsfähiger zu machen. Diese Verbesserungen tragen zu einer höheren Attraktivität der Destinationen bei und schaffen einen Anreiz, den öffentlichen Verkehr zu nutzen.

Modernisierung des Rollmaterials

Um die Attraktivität des Angebots zu erhöhen, investieren die Verkehrsunternehmen massiv in die Modernisierung des bestehenden Rollmaterials sowie in den Kauf von neuem Rollmaterial. Dank dieser Investitionen sind die Verkehrsunternehmen in der Lage, den Pendlerinnen und Pendlern sowie Touristen einen hochstehenden Service und Komfort zu bieten, und somit den steigenden Erwartungen der Kundschaft gerecht zu werden. Das neue Rollmaterial verfügt zum Beispiel über grosse Fensterfronten mit sich öffnenden Fenstern für reflexfreies Fotografieren sowie Passagierinformationssysteme und Applikationen, die Gäste über touristische Sehenswürdigkeiten informieren.

Die Energieeffizienz des öV

Mit der Annahme der Energiestrategie 2050 durch das Schweizer Stimmvolk gewinnen Energiefragen auch für den öffentlichen Verkehr zunehmend an Bedeutung. Die Transportunternehmen sind angehalten, ihre Energieeffizienz stets weiter zu verbessern, den Energiebedarf ausschliesslich durch erneuerbare Energien zu decken und vermehrt auch selbst Energie zu produzieren. Die Eisenbahn fährt bereits auf sämtlichen Strecken (ausgenommen sind historische Strecken (z.B. Brienzer Rothorn, Furka Dampfbahn) mit elektrischer Traktion. Die Antriebe werden laufend verbessert, um die Energieeffizienz weiter zu steigern. Die Busunternehmen setzen alternative Antriebssysteme ein, um die Ökobilanz der Fahrzeuge weiter zu verbessern und den CO₂-Ausstoss zu verringern. Diese Tendenz wirkt sich auch auf den Freizeit- und Tourismusverkehr aus. Die Kunden sind zunehmend auf Nachhaltigkeitsaspekte sensibilisiert.

Fernbus

Die Schweizer Verkehrsunternehmen müssen sich auch gegenüber neuen Mitstreitern im Bereich Personentransport behaupten. Mit der europaweiten Liberalisierung des Fernverkehrs per Car sind heute viele Tourismusregionen (zum Beispiel Chur, Luzern, Zürich) direkt an das Verkehrsnetz von europäischen Fernbussen angebunden. Das Fernbus-Verkehrsnetz befindet sich dank der regelmässigen Einführung neuer Strecken und der Erhöhung der bedienten Standorte im starken Wachstum. Unabhängig von dieser Entwicklung gilt für den internationalen Verkehr jedoch immer noch das Kabotage-Verbot, d. h., das Verbot, Reisende im Binnenverkehr zu transportieren, also zwischen zwei Destinationen innerhalb der Schweiz (zum Beispiel von Zürich nach Basel).

Herausforderungen für die Branche

Der öffentliche Verkehr steht im Bereich Tourismusverkehr vor zahlreichen Herausforderungen, zu denen neben Finanzierungsfragen auch eine mangelnde grenzüberschreitende Koordination zählt.

Laut den aktuellen Zahlen des Bundesamtes für Statistik bilden Freizeitaktivitäten das wichtigste Motiv für Reisen. 2015 wurden in der Schweiz 44 Prozent der täglichen Distanzen für Freizeitaktivitäten, 24 Prozent für berufliche Zwecke und 13 Prozent für Einkäufe zurückgelegt. Für 64 Prozent der für Freizeitaktivitäten zurückgelegten Distanzen wird das Auto genutzt. Somit bietet der Freizeitverkehr ein grosses Potential für die Transportunternehmen, verbunden mit der Möglichkeit, den Modalsplit zugunsten des öffentlichen Verkehrs zu beeinflussen.

In den Grenzregionen ist die Koordination zwischen den verschiedenen Tourismusakteuren – und hierzu zählen auch die Transportunternehmen – in vielen Teilen noch verbesserungswürdig. Die touristischen Mobilitätsangebote des öffentlichen Verkehrs (Stadtverkehr ausgenommen) reichen häufig nur bis zur Grenze, ohne entsprechende Anbindung. Diese mangelnde Koordination und die damit verbundene Einschränkung der individuellen Mobilität wirkt sich häufig nachteilig auf das Image und die Attraktivität des öffentlichen Verkehrs in den betroffenen Tourismusregionen aus.

Der regionale Personenverkehr ohne Erschliessungsfunktion besteht aus rein touristischen Angeboten, die keine Abgeltungen vom Bund erhalten. Da nicht abgeltungsberechtigte TU nur mit kostendeckenden Tarifen wirtschaftlich überleben können, ist es für diese eine grosse Herausforderung, sich bei den nicht kostendeckenden Tarifen im öV zu beteiligen. Touristische TU ohne Abgeltung werden aus diesem Grund beispielsweise immer höhere Preise anstreben als dies der mit öffentlichen Mittel subventionierte öV tut.

Dieses Ungleichgewicht zwischen dem regionalen Personenverkehr mit und dem ohne Erschliessungsfunktion stellt die Transportunternehmen, die über eine Konzession für eine regionale Linie ohne Erschliessungsfunktion verfügen, im Hinblick auf ihre Investitionsfähigkeit vor sehr grosse Herausforderungen.

Zahlreiche nicht abgeltungsberechtigte TU (insbesondere Bergbahnen und Schifffahrtsgesellschaften) sind heute nur dank öffentlicher Unterstützung auf kantonaler oder kommunaler Ebene überlebensfähig.

Die Branche handelt

Die Branche entwickelt attraktive und marktorientierte Angebote

Die Branche handelt effizient und marktorientiert indem sie attraktive Angebote entwickelt. Die Branche verstärkt die Zusammenarbeit zwischen den Transportunternehmen, entwickelt eine gemeinsame Strategie für den touristischen Verkehr, schafft relevante Angebote und Produkte, die schweizweit Gültigkeit haben und sucht Synergien zwischen abgeltungsberechtigten (regionaler Personenverkehr) und nicht abgeltungsberechtigten Transportunternehmen.

Gleichzeitig trägt die Branche zu einem verstärkten Austausch mit Tourismusanbietern bei, indem sie mit verschiedenen Tourismusanbietern zusammenarbeitet (Tourismusbüros, Seilbahnen, Hotels, verbundene Aktivitäten), in Zusammenarbeit mit den Schlüsselakteuren der betroffenen Regionen Angebote und Produkte entwickelt, die speziell auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt sind. Sie trägt aber auch aktiv zur touristischen Aktivität der betroffenen Regionen bei und sie präsentiert die Reise als «Erlebnis»: Das touristische Erlebnis beginnt mit der Reise und nicht erst am Zielort. So basiert zum Beispiel die Entwicklung der Grand Train Tour of Switzerland auf einer engen Zusammenarbeit zwischen den Transportunternehmen und Schweiz Tourismus.

Die Branche anerkennt die Organisation des Markts und die Diversität der Akteure

Die Branche erkennt die Diversität des Angebots und der beteiligten Akteure als Kraft (Art des Angebots, Unternehmensgrösse etc.) und trägt zur regionalen Verankerung der Angebote sowie zur Innovation in den Destinationen bei.

Beispiel: Die Transportunternehmen arbeiten zusammen mit verschiedenen Akteuren, wie zum Beispiel Bergbahnen, Hotels, Velovermieter und bieten Package Angebote an.

Die Branche sensibilisiert die politischen Entscheidungsträger und die Öffentlichkeit für die Bedeutung des Freizeit- und Tourismusverkehrs für die Schweiz

Die Branche sensibilisiert die politischen Entscheider und die Öffentlichkeit durch verschiedene Massnahmen für die zentrale Bedeutung des Freizeit- und Tourismusverkehrs für die Weiterentwicklung und den Ausbau des Transport- und Verkehrsnetzes in der Schweiz, insbesondere auch in Randregionen.

Der VöV erarbeitet beispielsweise ein Dokument zur Sensibilisierung der politischen Entscheidungsträger und der breiten Öffentlichkeit im Hinblick auf die zentrale Bedeutung des öffentlichen Verkehrs und der touristischen Züge und Busse für den Tourismus in der Schweiz.

Die Branche setzt sich für einen leistungsstarken Freizeit- und Tourismusverkehr ein

Die Branche optimiert kontinuierlich ihr Geschäftsmodell – mit verbesserten und ressourcenschonenden Prozessen sowie einer verstärkten Zusammenarbeit mit den Partnern.

Ein Beispiel: Die Unternehmen des öffentlichen Verkehrs engagieren sich vermehrt im regionalen Tourismus, indem sie mit ihrem Angebot bei verschiedenen Gästekarten, wie etwa dem Pass Liberté in Anniviers, teilnehmen.

Die Branche engagiert sich im Hinblick auf Digitalisierung und Innovation

Die Branche:

- engagiert sich im Bereich der Digitalisierung, um die Effizienz operativer Prozesse zu steigern und die Produktivität zu erhöhen.
- betreibt einen einfachen und kundennahen Vertrieb
- unterstützt eine koordinierte Zusammenarbeit auf Branchenebene für den digitalen Übergang, um zu verhindern, dass in diesem Bereich eine Kluft zwischen kleinen und grossen Transportunternehmen entsteht.
- bemüht sich mit Hilfe der verfügbaren Technologien um Innovation, um das Angebot einzigartig und originell zu gestalten (Wettbewerbsfähigkeit).
- arbeitet zur Erschliessung von Märkten eng mit Swiss Travel Center, Swiss Travel System und Schweiz Tourismus zusammen.

Die Rhätische Bahn und die Matterhorn Gotthard Bahn beispielsweise arbeiten gemeinsam daran, mit Hilfe der zahlreichen digitalen Möglichkeiten eine neue Art der Reiseerfahrung zu schaffen.

Swiss Travel Center und Swiss Travel Pass arbeiten an der Kommerzialisierung von innovativen, erschwinglichen und direkt in Verbindung mit dem Angebot des öffentlichen Verkehrs stehenden Produkten, die insbesondere auf den Tourismus ausgerichtet sind. Die Angebote decken die gesamte Schweiz ab und können je nach spezifischen Bedürfnissen der Kundschaft angepasst werden.

Die Strategie des touristischer Verkehrs 2030

Der Tourismus- und Freizeitverkehr stellt ein verlässliches und effizientes Transportsystem dar, das auf die Bedürfnisse der Nutzer ausgerichtet ist. Im heutigen Demografie-, Wirtschafts- und Energiekontext bietet der Tourismus- und Freizeitverkehr ein grosses Weiterentwicklungspotential, und zwar sowohl im Hinblick auf in- wie auch ausländische Gäste.

Um diese Ziele zu erreichen, hat die Kommission Touristischer Verkehr (KTV) des VöV drei strategische Ausrichtungen formuliert.

Erhöhung der Frequenzen des Freizeit- und Tourismusverkehrs (mit dem indirekten Ziel einer besseren Auslastung der Züge in verkehrsarmen Zeiten)

Um die Frequenz des Tourismusverkehrs zu erhöhen, was insbesondere angesichts der grossen Konkurrenz zum motorisierten Individualverkehr ein wichtiges Anliegen ist, arbeiten die Transportunternehmen mit wichtigen Touristikanbietern zusammen (Hotels, Seilbahnen, Freizeitzentren). Das Ziel besteht darin, neue, innovative, originelle und einfach zu realisierende Angebote zu kreieren, um die Modalverlagerung von der Strasse auf die Schiene zu fördern und zu erleichtern.

Durch die Weiterentwicklung des Tourismusverkehrs und die Verlagerung von der Strasse auf die Schiene, beziehungsweise auf öV-Busse kann die Frequenz der öffentlichen Verkehrsmittel in verkehrsarmen Zeiten erhöht werden. Die Verbesserung des Angebots, die Erhöhung der Attraktivität, und die Steigerung der Frequenzen auf den touristischen Strecken fördert schliesslich auch die ausgewogene Entwicklung des Angebots zwischen den städtischen und peripheren Regionen.

Verbesserte Zusammenarbeit zwischen den Transportunternehmen und Suche nach Synergien mit Touristikanbietern

Um ihren Kunden ein umfassendes und interessantes Tourismusprodukt anbieten zu können, arbeiten die Transportunternehmen zusammen und suchen nach möglichen Synergien mit bestehenden Tourismuspartnern, um neue Angebote zu schaffen, zu fördern und zu kommerzialisieren.

Die Angebote werden kontinuierlich an die neuen Anforderungen der Kunden angepasst und überarbeitet, um originelle und hochwertige Produkte zu gewährleisten. Letztlich müssen diese leicht verständlich (personalisiert oder als Paket) und online verfügbar sein. Das Angebot macht den Tourismus.

Insbesondere wird einer lückenlosen Transportkette eine hohe Aufmerksamkeit gewidmet. Die RPV-Angebote werden mit den Bedürfnissen der touristischen Akteure harmonisiert und den Bestellern entsprechend unterbreitet.

Im grenzüberschreitenden Verkehr werden gesamtheitliche Kundenangebote gegenüber den territorialen Abgrenzungen bevorzugt.

Förderung des Freizeit- und Tourismusverkehrs bei politischen und wirtschaftlichen Instanzen (Sensibilisierung)

Mit Unterstützung der Transportunternehmen arbeitet der VöV daran, politische und wirtschaftliche Instanzen auf die Bedeutung des Tourismus- und Freizeitverkehrs zu sensibilisieren. Er setzt sich für die Schaffung günstiger Rahmenbedingungen und die Interessen der Branche ein und kommuniziert in dieser Hinsicht mit den einflussreichen Akteuren des Landes.

Der VöV trägt bei der Schweizer Bevölkerung und ausländischen Touristen zu einem positiven und nachhaltigen Image des Tourismus- und Freizeitverkehrs mit den öffentlichen Verkehrsmitteln bei.

Einflussnahme im System öffentlicher Verkehr

Die Angebote des touristischen Verkehrs sollen möglichst über die Verkaufskanäle des Systems des öffentlichen Verkehrs (ch-direct) buchbar sein. Die Produkte sollen marktfähig und einfach kommunizierbar sein. Mit einer Vereinfachung des Vertriebs in Bezug auf Sortimentspolitik und Vertriebssysteme sollen langfristig zusätzliche Erträge generiert werden können.

Anhang

Eckdaten zu den bekanntesten Tourismuszügen

Glacier-Express

Verbindet: [Zermatt mit St. Moritz/Davos](#)

Länge der Strecke: [291 km](#)

Dauer der Reise: [7.50 h](#)

Zahl der Passagiere (2017): [220'797](#)

Entwicklung der Passagierzahl (2013–2017): [+10,4%](#)

Durchschnittlicher Umsatz: [keine Angaben](#)

Bernina Express

Verbindet: [Chur/Davos/St. Moritz mit Tirano](#)

Länge der Strecke: [144 km / 113 km / 61 km](#)

Dauer der Reise: [4.28 h / 3.27 h / 2.35 h](#)

Zahl der Passagiere (2017): [223'820](#)

Entwicklung der Passagierzahl (2017–2018): [+4,7%](#)

Durchschnittlicher Umsatz (2015–2018): [Circa CHF 9 Mio.](#)

Entwicklung der Personenkilometer (2015–2018): [+11%](#)

Goldenpass

Verbindet: [Montreux mit Zweisimmen \(ab 13.12.2020: Montreux mit Interlaken Ost\)](#)

Länge der Strecke: [62,4 km \(ab 13.12.2020: 115,43 km\)](#)

Dauer der Reise: [1.49 h \(ab 13.12.2020: 3.15 h\)](#)

Zahl der Passagiere (2018): [2,2 Mio.](#)

Entwicklung der Passagierzahl (2011–2017): [+29%](#)

Durchschnittlicher Umsatz (2016–2017): [Circa CHF 14 Mio.](#)

Luzern Interlaken Express

Verbindet: [Luzern mit Interlaken-Ost](#)

Länge der Strecke: [73,4 km](#)

Dauer der Reise: [1.49 h](#)

Zahl der Passagiere (2018): [2,4 Mio.](#)

Entwicklung der Passagierzahl (2013–2018): [6,7%](#)

Durchschnittlicher Umsatz (2013–2018): [Circa CHF 19 Mio.](#)



Verband öffentlicher Verkehr
Union des transports publics
Unione dei trasporti pubblici

Dählhölzliweg 12
CH-3000 Bern 6
+41 (0)31 359 23 23
info@voev.ch
www.voev.ch