



Der E-Tarif kurz erklärt

Der E-Tarif für den Feldtest 2024 - Stand 22.11.2023

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	3
2	Das Angebot aus Kundensicht	3
3	Grundkonzepte	5
3.1	Post Pricing	6
3.2	Pay-as-you-go	6
3.3	Möglichst wenige Sortimentsentscheide durch Kund/innen	6
3.4	Zwei Preislinien	6
3.5	Two-Part-Tariff	7
3.6	Degression und Bonus	7
4	Die Preisberechnung	8
4.1	Transportunternehmen im Preisanstoss	9
4.2	Anwendungsbereich	9
4.3	Erste/zweite Klasse	10
4.4	Smart-Abo	10
5	Kalibrierung des E-Tarifs für den Feldtest	11
6	Anhang	12

1 Einleitung

Dieses Dokument beschreibt den E-Tarif, der im myRIDE-Feldtest 2024 zu Anwendung kommen soll, sowie die Überlegungen beim Entwurf dieses Tarifs. Das Dokument richtet sich an **Interessierte, die zwar ein Grundverständnis für öV-Tarife haben, jedoch keine Tarifspezialist/innen sind.**

Der Feldtest dient dazu, einzuschätzen, inwieweit die Vision E-Tarif das Potenzial hat, in einigen Jahren zum **neuen Normal** zu werden. «Neues Normal» bedeutet dabei, dass dieser Tarif von den Kund/innen als selbstverständlich angesehen wird, dass die Mehrheit der Reisen mit diesem Tarif gemacht wird, und dass Weiterentwicklungen auf diesen Tarifkonzept aufbauen. Als Analogie mag die Digitalfotografie dienen: Heute wird sie als «normale», selbstverständliche Art des Fotografierens praktiziert, während das Fotografieren mit Celluloid zwar noch möglich ist, aber die Ausnahme darstellt.

Getreu der Devise «start simple» ist der **E-Tarif für den Feldtest** ein sehr einfacher, auf das Wesentliche reduzierter Tarif. Das Sortiment ist mit gerade einmal zwei «Artikeln», zwischen denen die Kundschaft wählen kann, sogar **radikal einfach**. Bis zur Marktreife werden Weiterentwicklungen nötig sein, ähnlich wie die Digitalfotografie der ersten Stunde weiterentwickelt wurde, um zu dem zu werden, was sie heute ist.

Das Dokument ist wie folgt aufgebaut:

- Kapitel 2 gibt eine Übersicht zum Tarifangebot im Feldtest aus **Kund/innensicht**
- Kapitel 3 vertieft die grundlegenden **konzeptionellen Elemente** des E-Tarifs
- Kapitel 4 stellt die **konkrete Preisberechnung** im Feldtest dar
- Kapitel 5 erläutert, wie die Parameter des Tarifs für den Feldtest **kalibriert** werden

2 Das Angebot aus Kundensicht

Eine Kundin oder ein Kunde könnten den E-Tarif in Kürze wie folgt beschreiben:

*«myRIDE ist eine App, mit der ich ganzen Schweiz reisen kann.
Die Abrechnung erfolgt im Nachhinein anhand der Strecken, die
ich gefahren bin. Je mehr ich reise, desto günstiger wird es»*

Im Feldtest haben die Kund/innen die Wahl zwischen **zwei Angeboten**. Im öV-Jargon kann man dies auch als «Artikel», «Produkte» oder «Sortiment» bezeichnen:

- **Basis:** Der/die Kund/in bezahlt täglich für die konsumierten Tarifkilometer. Dies ist ein reiner Distanztarif mit Degression (Degression: abnehmender Preis für zusätzliche Tages-Kilometer; wie heute).
- **Smart:** Kauft der/die Kund/in das Smart-Abo für 15.-/Monat, so reist er erstens zum reduzierten Tarif (Faustregel: halber Preis). Zweitens erhält er am Ende des Monats einen umsatzabhängigen Bonus direkt der Fahrtabrechnung gutgeschrieben. Im Resultat bedeutet dies eine zusätzliche Vergünstigung für Vielfahrende, analog dem heutigen Abo.

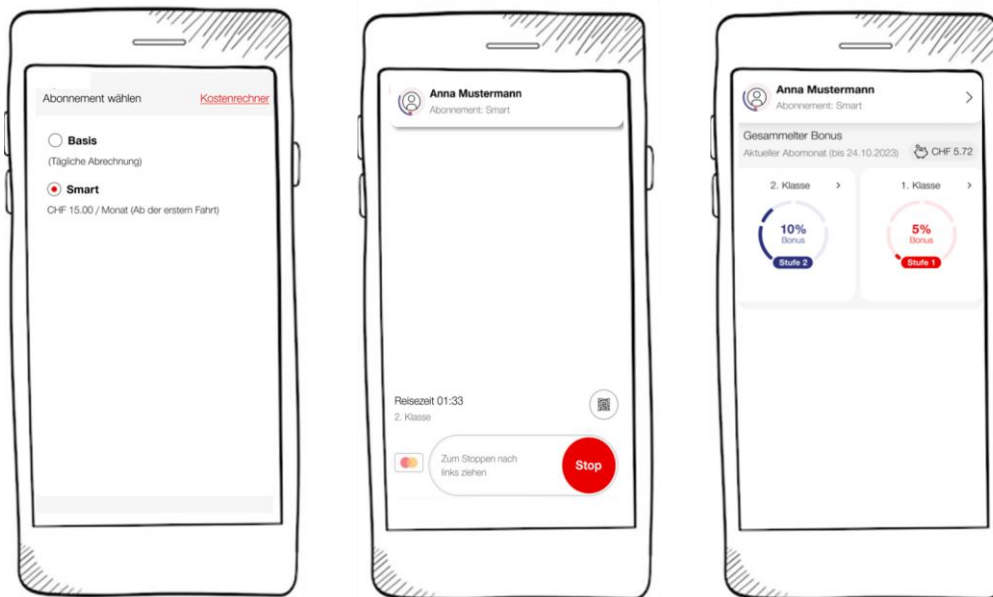


Abbildung: E-Tarif im Feldtest, stark vereinfachte Skizze. Links: Sortimentsauswahl Basis oder Smart. Mitte: Reiseaufzeichnung für die Abrechnung mit Check-in/Check-out. Rechts: Smart-Reisende erhalten in der Monatsabrechnung einen Bonus gutgeschrieben.

Welche Eigenschaften soll der E-Tarif für die Kund/innen haben? Es ist wichtig zu verstehen, dass der vorliegende E-Tarif **nicht** mit Blick auf möglichst hohe **unmittelbare** Wechselbereitschaft gestaltet wurde, also um in allen Punkten sofort «besser» zu sein als der heutige Tarif, sondern so, dass **mittelfristig** umfassendes Potential öffnet: n der Kundenakzeptanz und -zufriedenheit, in der Verhaltenswirksamkeit (den öV mehr nutzen und möglichst zu Zeiten mit Kapazität), bezüglich der öV-Erträge und Nutzerfinanzierung, für die Vertriebs- und Systemkosten und im Hinblick auf die Zukunftsfähigkeit des öV im Mobilitätssystem.

Vor diesem Hintergrund haben die beiden Produkte im Feldtest folgende Zieleigenschaften in Bezug auf **bestehende** öV-Nutzer/innen:

- **Basistarif: Einfach, fair.** Der Basistarif soll insgesamt für die Mehrheit der Kund/innen ausgabenneutral sein (Kalibrierungsziel) gegenüber dem heutigen Einzelreisetarif sein, muss aber nicht zwingend die einzelnen Preise imitieren. Die Hypothese ist, dass der Basistarif weder systematische Vor- noch Nachteile im Vergleich zum bekannten automatischen Ticketing hat, und damit einen **taugliche, faire, aber einfachere und zukunfts-fähigere Alternative** zum NDV-Streckentarif und Zonentarif der Verbünde darstellt.
- **Smart: Einfach, fair, flexibel, attraktiv.** Für Smart-Reisende passt sich das Preisniveau der Reiseintensität an. Reist ein Kunde viel, sollen vergleichbare Ausgaben wie heute mit Abonnements resultieren; reist er wenig, sollen vergleichbare Ausgaben wie heute mit dem automatischen Ticketing resultieren (Kalibrierungsziel). Damit haben Smart-Kund/innen den «richtigen» Preis unabhängig davon, wieviel sie reisen und ohne Notwendigkeit, sich Gedanken über die richtigen Produkte zu machen. **Eine Fahrt mehr** mit dem öV ist aufgrund des Bonus attraktiv.

Interessante Potentiale hat der E-Tarif für **neue öV-Nutzer/innen** die das bestehende Tarifs-System nicht kennen: Die Anleitung zum «Billettlösen» wird mit dem E-Tarif sehr einfach.

Diese Einfachheit umfasst nicht nur, dass man mit dem E-Tarif stets «in gültiges Ticket hat» - dies wäre mit dem automatischen Ticketing auch der Fall - sondern auch die einfache Verständlichkeit des Pricings («sie bezahlen für die Kilometer des Tages») und vor allem das radikal einfache Sortiment im E-Tarif.

Degressive Preissysteme haben es an sich, dass der Einstiegspreis – gemeint ist hier der Preis der ersten Fahrt für Nicht- und Seltennutzer/innen - in der Preiswahrnehmung hoch erscheinen kann. Dies kann eine verhaltenswirksame Einstiegshürde darstellen. Im Feldtest werden hierzu noch keine spezifischen Massnahmen ergriffen (mit Ausnahme des Mitreisetarifs, der für Kleingruppen ab der ersten Fahrt gilt). Der E-Tarif ist aber problemlos ausbaufähig mit entsprechenden temporären Probier- oder dauerhaften Einstiegsangeboten.

	Basis	Smart
 Monatliche Abokosten	Gratis	CHF 15
 Sie bezahlen nur, was Sie tatsächlich reisen.	✓	✓
 Flexible Gültigkeit: Reisen Sie, wo Sie wollen und so häufig Sie wollen	✓	✓
 Einfache Reiseerfassung mit Check-in/Check-out.	✓	✓
 Reisen Sie zum halben Preis*		✓
 Sie erhalten bei jeder Fahrt eine Bonus-Gutschrift. Je mehr Sie reisen, desto höher der Bonus.		✓
 Freundinnen und Freunde reisen günstig mit <small>Ab Beta-Phase</small>		✓
 Belastung des Zahlungsmittels Ihrer Wahl	Täglich (am Folgetag)	Monatlich

Abbildung: Gegenüberstellung Basistarif und Smart-Angebot (Kundensicht). Die Mitreiseroption wird in einem späteren Schritt auskonzipiert und beschrieben.

3 Grundkonzepte

Ein Tarif ist mehr als eine Preisberechnung. Jedes Tarifsysteem folgt gewissen Grundkonzepten. Grundkonzepte des heutigen Tarifsystems ist zum Beispiel, dass der Fahrausweis, d.h. das Billett oder Abo, vor der Reise gelöst werden muss und eine definierte räumliche (Strecke, Zonen) und zeitliche Gültigkeit hat, für die er dann als Fahrberechtigung gilt.

Die Problematik, an räumliche und zeitliche Gültigkeiten gebunden zu sein, wurde bereits mit dem automatischen Ticketing (EasyRide, Fairtiq) umgangen, indem hier die örtlich und zeitlich passenden Billette erst nach der Fahrt gelöst und verrechnet werden: es handelt sich um ein Post-Pricing. Der E-Tarif für den Feldtest basiert auf diesem gleichen Prinzip des Post-Pricings, und erweitert mit fünf weiteren Bausteinen:

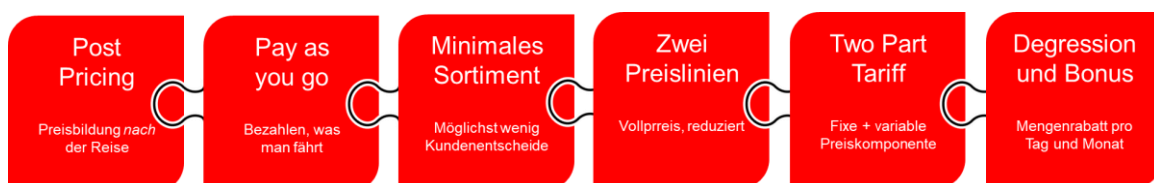


Abbildung: Konzeptionelle Grundelemente des E-Tarifs im Feldtest

3.1 Post Pricing

Die Preisbestimmung erfolgt anhand der tatsächlich getätigten Reise(n).

Dieses Schlüsselkonzept des E-Tarifs dient dazu, dass sich die Kunden nicht im Voraus auf eine örtliche oder zeitliche Gültigkeit festlegen müssen. Sie müssen keine Billette oder Abos für bestimmte Strecken oder Zonen buchen. Das Risiko, nicht den best geeigneten Fahrausweis gekauft zu haben, entfällt. Reisepläne jederzeit geändert werden, und auch bei zum Beispiel saisonal unterschiedlichen Nutzungsmustern muss nicht zwischen Abos und Einzelbilletten changiert werden

Die Berechenbarkeit der Preise ist trotzdem gegeben: wie beim automatischen Ticketing ist auch beim E-Tarif der Preis im Voraus für konkrete Reisewünsche beauskunftbar, denn die Preisberechnung folgt einem fixen Tarifschema.

3.2 Pay-as-you-go

Dieses Schema richtet sich nach der zurückgelegten Distanz in Tarifkilometern als zentrales «Konsummass». Die Kundin bezahlt für die Konsummenge, die sie tatsächlich konsumiert.

Dieses Berechnungsschema ist aktuell bewusst radikal einfach gehalten. Es kann in weiteren Entwicklungsschritten erweitert werden, beispielsweise durch ein Preis-Capping, bei dem ab einem bestimmten Gesamtpreis zusätzliche Tarifkilometer kostenfrei sind. In den Feldtest startet myRIDE allerdings vorerst mit dem aufwärtskompatiblen «reinen» Pay-as-you-go-Modell.

3.3 Möglichst wenige Sortimentsentscheide durch Kund/innen

Im heutigen öV-Sortiment gibt es für ein Reisewunsch stets mehrere gültige Angebote, aus denen die Kundin wählen kann - und muss. Von Bern nach Zürich Stadelhofen kann man mit einem Streckenbillett oder mit einem City-Ticket fahren – um nur ein Beispiel zu nennen.

Diese Wahlmöglichkeiten dienen der Individualisierung – für jedes Bedürfnis ein passendes Angebot. Die Kehrseite von Auswahlmöglichkeiten ist, dass sie eine Evaluation durch die Kund/innen erfordern, die mit zunehmender Sortimentsbreite anspruchsvoll und risikobehaftet wird.

Der E-Tarif für den Feldtest startet darum mit einem radikal vereinfachten Sortiment. Kund/innen müssen lediglich einen einzigen Vertragsentscheid zwischen den Angeboten «Basis» oder «Smart» treffen.

Eine Individualisierung wird in diesem E-Tarif dennoch durch das Bonusmodell erreicht (siehe weiter unten). Wer viel fährt, für den resultieren vergleichbare Kosten wie heute mit dem Abonnement – ohne aber vorher eine Festlegung zu treffen.

Auch im E-Tarif können in späteren Entwicklungsschritten weitere Verträge ausgedacht und angeboten werden, zum Beispiel mit unterschiedlichen Anteilen fixer und variabler Preiselemente.

3.4 Zwei Preislinien

Der Pay-as-you-go Tarif von myRIDE kennt – wie das heutige Tarifsysteem - zwei Preisniveaus; dem Vollpreis und dem reduzierten Preis.

Das Verhältnis von Vollpreis und reduzierten Preis beträgt im heutigen NDV-Streckentarif «eins zu $\frac{1}{2}$ »: Der reduzierte Preis eines Streckenbillets ist genau die Hälfte des Vollpreises. Bei Verbund-Einzelbilletten variiert dieses Verhältnis je nach Verbund und Billett.

Der E-Tarif ist konzeptionell so angelegt, dass das Verhältnis grundsätzlich frei gestaltet werden kann, indem für jede der beiden Preislinie eine eigene Preiskurve (Preistabelle) festgelegt wird. Da bei der Kalibrierung des Tarifs – und hierzu gehört die Einstellung der Preiskurven – Ausgabenähnlichkeit angestrebt wird (mehr dazu siehe unten), wird im E-Tarif das vom reduzierten zum Vollpreis im Feldtest rund $\frac{1}{2}$ betragen.

3.5 Two-Part-Tariff

Während der Basistarif ein reiner Pay-as-you-go-Tarif ist, enthält das Smart-Angebot auch eine pauschale Komponente: die fixe «Gebühr» von 15 Franken pro Monat für die Smart-Option.

Das Smart-Angebot besteht also aus zwei Teilen (fix + variabel) – es stellt einen «Two-Part-Tariff» dar. Dies hat drei Gründe:

- Ohne dieses Konstrukt ist Ausgabenähnlichkeit gegenüber heute praktisch nicht erreichbar, da auch im heutigen System der Two-Part-Tarif (Halbtax + reduzierter Preis) eine zentrale Rolle einnimmt.
- Der Two-Part-Tariff beeinflusst die Preiswahrnehmung positiv, indem dessen Nutzer/innen den reduzierten Preis als Preisanker wahrnehmen.
- Mit dem Kauf der Smart-Option wird die Kundin zur Besitzerin eines persönlichen «Mobilitätswerkzeugs». Der öffentliche Verkehr ist nicht mehr eine blosser Option, sondern steht «in Armeslänge» zur Verfügung. So wie mit dem Auto in der Garage und dem Velo neben der Haustür hat man als Smart-Abonnent quasi eine Grundentscheidung für den öV getroffen und diesen quasi gebrauchsbereit auf dem Mobiltelefon. Diese Kundenbindung begünstigt die Verkehrsmittelwahl zu Gunsten des öV (Hypothese).

Grundsätzlich wären noch einfachere Produktkonzepte ohne jedwelchen Entscheid durch die Kund/innen denkbar, zum Beispiel indem der Basistarif für alle Nutzerinnen ohne Lösen einer Smart-Option mit zunehmender Konsummenge günstiger wird, also ein voraussetzungsloser persönlicher Mengenrabatt über längere Perioden. Aus den obgenannten Gründen – und dort vor allem, um die Kosten-Verwerfungen aus Kund/innensicht gegenüber heute zu begrenzen – startet myRIDE aber mit dem Two-Part-Tariff in den Feldtest.

3.6 Degression und Bonus

Der E-Tarif ist ein Pay-as-you-go Tarif. Der effektive Preis pro Kilometer nimmt dabei mit der Konsummenge ab. Im Basistarif auf Tagesbasis – hier sprechen wir von «Degression», bei der Smart-Option zusätzlich durch einen Bonus auf den Gesamtumsatz im Monat. Beides sind Formen von Mengenrabatten

- **Degression:** Im Basistarif bezahlt die Kund/in für die über einen Tag insgesamt konsumierten Tarifkilometer. Der Preis pro Tarifkilometer nimmt mit zunehmenden Tarifkilometern ab. Dies ist dasselbe Konzept, wie es seit jeher bei Streckenbilletten gilt. Es entspricht einem Mengenrabatt auf die Konsummenge (Tarifkilometer) eines Tages
- **Bonus:** In dem Smart-Abo erhält die Kund/in zusätzlich einen Bonus auf die Ausgaben, der mit dem Umsatz steigt (z.B. erste 50 CHF 5% Bonus, zweite 50Fr 10% Bonus etc.). Dies entspricht einem Mengenrabatt auf den Umsatz (Fr) im Abomonat.

Beide Elemente führen dazu, dass die Gesamtkosten mit zunehmender Konsummenge abnehmen. Dies ist eine Schlüsseleigenschaft auch schon des heutigen Tarifsystems: Billette für längere Strecken kosten weniger pro Kilometer als solche für kürzere Strecken, und der Kilometerpreis für Nutzerinnen von Abonnementen liegt im Allgemeinen noch einmal tiefer.

Während im bestehenden Tarif die Kundschaft hierfür zwischen den richtigen Produkten wechseln muss, werden im E-Tarif die Rabatte quasi automatisch gewährt.

4 Die Preisberechnung

Die Grundlage der Preisberechnung sind **ein öV-eigenes Distanzmass** (Tarifkilometer) und **eine Preistabelle**, die der Summe aller gefahrenen Kilometer pro Tag (Tageskonsum) einen Preis zuordnet. Aus Kundensicht: Ich bezahle für die Reisedistanz (Pay-as-you-go).

Schritt 1: Distanzbestimmung

Die Tarifkilometer einer Reise werden **im Feldtest** mit einer einfachen Formel berechnet:

$$\text{Tarifkilometer} = \text{Kantenluftlinien} \times \text{Verkehrsmittelfaktor} \times \text{Kantonsfaktor}$$

- **Kantenluftlinie**: Summe des effektiven Abstands (Luftlinie) zwischen den befahrenen Haltepunkten, unabhängig der Haltepolitik.
- **Verkehrsmittelfaktor**: Dieser erhöht die Tarifiedistanz für gewisse Verkehrsmittel. Die Faktoren im Feldtest betragen: Bahn = 1.1, Bus = 1.5, Schiff = 3, Bergbahn = 10. Zweck ist es, wie heute nach unterschiedliche Zahlungsbereitschaften (und Kosten) der Verkehrsmittel zu differenzieren.
- **Kantonsfaktor**: Dieser erhöht oder senkt die Tarifiedistanz abhängig vom Kanton, in dem die Reise stattfindet. Dieser Faktor wird im Feldtest eingesetzt, um die heutigen unterschiedlichen Preisniveaus der Kantone anzunähern.

Schritt 2: Umwandlung der Distanz in Tagespreis

Die Umwandlung der am Tag gefahrenen Distanz erfolgt anhand einer Preistabelle. Diese kann auch als Preiskurve dargestellt werden entlang derer für jeden Kilometerwert der Preis abgelesen werden kann. Dabei kommen unterschiedliche Preiskurven zum Einsatz, je nachdem ob die Kund/in zum Vollpreis oder zum reduzierten Preis (Kinder und Kund/innen mit Smart-Abo) reist.

Zur Erreichung der Ausgabenähnlichkeit ist ein Tages-Mindestpreis erforderlich, der unabhängig von der Tagesdistanz einmal anfällt, sobald an einem Tag der öV benutzt wird. Dieser liegt im Feldtest bei 2.20 Fr. (provisorisch).

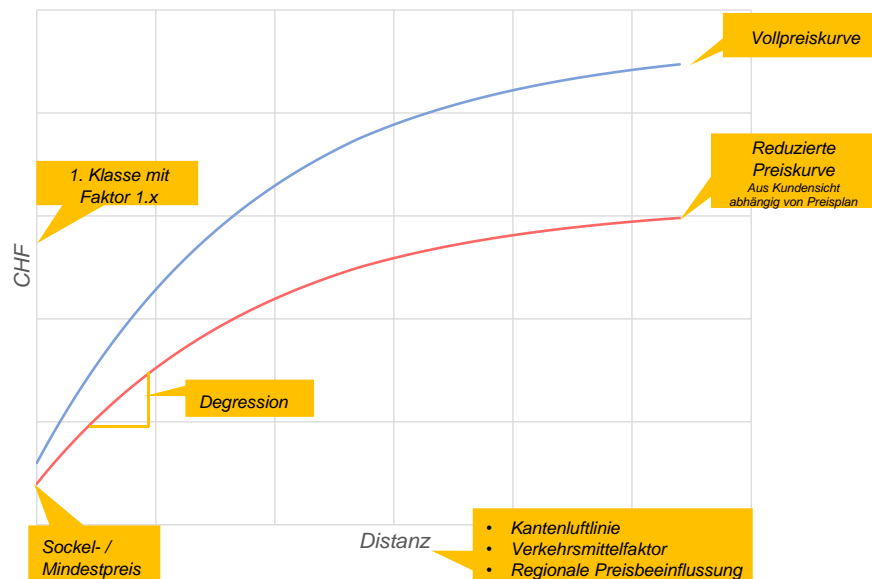


Abbildung: Preiskurven (blau: Vollpreis, rot: reduziert) zeigen den Zusammenhang zwischen Tagesdistanz und Preis. Der Preis nimmt mit der Distanz unterproportional zu (Degression) – so wie wir es aus dem heutigen Streckenpreis kennen – wird aber nicht für einzelne Reisen, sondern für den gesamten Tageskonsum berechnet. Die konkreten Preistabellen sind derzeit in der Kalibrierung.

4.1 Transportunternehmen im Preisanstoss

Die Preisberechnung im Feldtest erfolgt mehrheitlich im sogenannten **Kilometeranstoss**, d.h. zuerst werden alle konsumierten Tageskilometer zusammengezählt – unabhängig davon, mit welcher Transportunternehmung der Kunde gereist ist - und dann wird die Preistabelle auf diesen Tageskonsum angewendet.

Im Feldtest werden Reisen mit sämtlichen **abgeltungsberechtigten Transportunternehmen** sowie mit dem **Fernverkehr** im Kilometeranstoss bepreist.

Nicht-abgeltungsberechtigte Transportunternehmen werden im Feldtest im **Preisanstoss** geführt. Die Preise werden im Feldtest aus dem klassischen Tarif übernommen – technisch: eine NOVA-Abfrage – und in die Abrechnung übernommen. Dies ist das gleiche Verfahren wie heute beim automatischen Ticketing.

Für nicht-abgeltungsberechtigte Transportunternehmen verhalten sich die Preise somit **rein additiv**:

- Sie wirken sich nicht auf die übergreifende Tagesdegression aus
- Sie wirken sich nicht auf den Bonus im Smart-Modell aus

Aus Sicht der Kundschaft erscheinen die Tarife der nicht-abgeltungsberechtigten Transportunternehmen insofern als integriert, als auch für diese Reisen keine separaten Produktentscheide getroffen oder Billette gekauft werden müssen.

4.2 Anwendungsbereich

Der Anwendungsbereich des Basistarifs entspricht dem GA-Geltungsbereich.

Der Anwendungsbereich des Smart-Abos entspricht dem Halbtax-Anwendungsbereich. Bonus-Gutschriften werden im GA-Geltungsbereich (respektive TU im Kilometeranstoss) gewährt, mit Ausnahme der Schifffahrt und einiger Bergbahnen und Buslinien (Liste siehe Anhang)

4.3 Erste/zweite Klasse

Es besteht jeweils eine Preistabelle für die 1. und 2. Klasse, wobei analog zum heutigen System eine Klassenspanne mit einem Faktor von ca. 1.7 definiert wird. Der Konsum der 1. Klasse wird den Kund/innen verrechnet, wo die 1. Klasse tatsächlich benutzt wird. Im Feldtest geschieht dies über Selbstdекlaration in der App, vor Antritt der Reise, analog Fair-tiq/Easy Ride. Wo keine 1. Klasse vorhanden ist, wird der 2. Klasse-Preis verrechnet.

4.4 Smart-Abo

Preis: Das Smart-Abo kostet im Feldtest 15 Franken (provisorischer Wert) im Monat.

Laufzeit: Das Smart Abo wird gelöst, indem die Kund/in die Smart-Option in der App aktiviert. Das Abo gilt ab dem Tag des Kaufs bis am Vortag im Folgemonat (Fliessdatum). Das Abo verlängert sich ohne Kündigung nahtlos und kann jederzeit gekündigt werden. In diesem Fall behält es bis zum Ende des noch laufenden Abo-Monats seine Gültigkeit.

Der Kauf des Smart-Abos hat drei Wirkungen

1. Der/die Reisende reist zum **reduzierten** Tarif
2. Die Abrechnung und Fakturierung erfolgt **monatlich** (Basistarif: täglich)
3. Der/die Reisende erhält in der Abrechnung eine Bonusgutschrift, die von den kumulierten Ausgaben im jeweiligen Abomonat abhängt (**provisorische** Werte):

Ausgaben 2. Klasse (Fr)	Ausgaben 1. Klasse (Fr)	Prozentuale Gutschrift
0 – 50	0 – 35	5%
50 – 100	35 – 70	10%
100 – 200	70 – 140	25%
200 – 400	140 – 280	50%
ab 400	ab 280	90%

Lesehilfe:

Pro ausgegebenen Franken zwischen 0 – 50 Franken werden 5 Rappen (5%) der Abrechnung Ende Monat gutgeschrieben. Sobald die kumulierten Ausgaben innerhalb des Abo-Monats 50 Franken übersteigen, wird 10 Rappen (10%) pro zusätzlich ausgegebenen Franken gutgeschrieben. Aus Kundensicht kann man somit mit einem Franken mit jeder Bonusstufe «weiter Reisen».

Beispiel 2. Klasse

- Fahrpreis 2. Klasse CHF 75.00
 $\text{Bonus: CHF } 50.00 * 5\% + \text{CHF } 25.00 * 10\% = \text{CHF } 5.00$
 Belastung CHF 70.00

Beispiel 1. Klasse

- Fahrpreis 1. Klasse CHF 85.00
 Preis 2. Klasse CHF 50.00; $\text{Bonus: CHF } 50.00 * 5\% = \text{CHF } 2.50$
 Aufpreis 1. Klasse CHF 35.00; $\text{Bonus: CHF } 35 * 5\% = \text{CHF } 1.75$
 Belastung CHF 80.75

Beispiel 2. Klasse über mehrere Tage

- Tag 1, Fahrpreis 2. Klasse CHF 75.00 (analog oben)
 $\text{Bonus CHF } 5.00$
- Tag 2, Fahrpreis 2. Klasse CHF 75.00
 $\text{Bonus: CHF } 25.00 * 10\% + \text{CHF } 50 * 25\% = \text{CHF } 15.00$
- Belastung Ende Abo-Monat: CHF 150.00 – CHF 20.00 = CHF 130.00

Beispiel 2. Klasse und 1. Klasse über mehrere Tage

- Tag 1, Fahrpreis 2. Klasse CHF 75.00 (analog oben)
 $\text{Bonus CHF } 5.00$
- Tag 2, Fahrpreis 1. Klasse CHF 85.00
 Preis 2. Klasse CHF 50.00; $\text{Bonus: CHF } 25.00 * 10\% + \text{CHF } 25 * 25\% = \text{CHF } 8.75$
 Preis 1. Klasse CHF 35.00; $\text{Bonus CHF } 35 * 5\% = \text{CHF } 1.75$
- Belastung Ende-Abo-Monat: CHF 160.00 – CHF 15.50 = CHF 144.50

5 Kalibrierung des E-Tarifs für den Feldtest

Die oben beschriebene Preisberechnung enthält folgende **einstellbare** Parameter

- Verkehrsmittelfaktor** und **Kantonsfaktor** für die Distanzbildung
- Preiskurven** Vollpreis und reduziert inkl. dem jeweiligen **Sockelpreis**
- Preis** des Smart-Abos
- Bonusstufen** (Schwellenwerte und prozentuale Gutschrift) des Smart-Abos

Den E-Tarif zu «kalibrieren» bedeutet, diese Parameter so einzustellen, dass bestimmte Zielkriterien erreicht werden.

Für den Feldtest lautet das primäre Zielkriterium **Ausgabenähnlichkeit**: für eine bestimmte Reisebiografie sollen die Gesamtausgaben mit dem klassischen Tarifsysteem und mit dem E-Tarif möglichst ähnlich sein. Der Gedanke dahinter ist, dass der E-Tarif das öV-Budget bestehender öV-Kundinnen im Test möglichst nicht durcheinander bringen soll. **Im Feldtest soll nicht das Preisniveau («teuer», «billig») sondern die Attraktivität des Preissystems (Einfachheit, Flexibilität, Fairness, Transparenz) verprobt werden.**

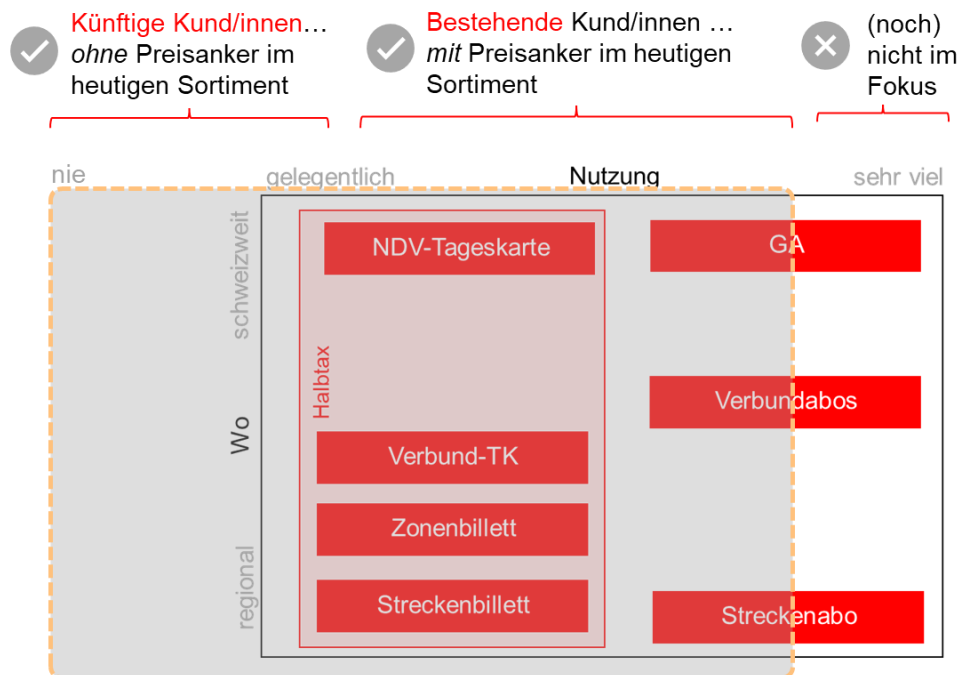
Der E-Tarif wird damit hier nicht als «billiger», sondern als einfacher und flexibler positioniert – wobei die Flexibilität für die Kund/innen durchaus einen ökonomischen Nutzen darstellen

kann (kein Risiko, dass im Nachhinein «ein Abo günstiger gewesen wäre» oder umgekehrt, dass im Nachhinein «Einzelbillette günstiger gewesen wären»).

Die entsprechende Optimierung der Parameter findet anhand eines Sets von gut 2500 repräsentativen Reisebiografien statt («Suisse Miniature»). Es wird einer der ersten Prüfpunkte im Feldtest sein, ob und bei wem die Ausgabenähnlichkeit tatsächlich gegeben ist – d.h. ob über einen zunehmenden Zeitraum betrachtet die Testteilnehmer/innen mit dem E-Tarif ähnliche öV-Ausgaben haben, wie sie es mit identischem Reiseverhalten im klassischen Tarif hätten, und wie sich Abweichungen bei den Testpersonen auswirken.

Mit der aktuellen Kalibrierung wird für 45% der Kundinnen Ausgabenähnlichkeit in dem Sinne erreicht, dass die Kosten mit dem bestehenden Tarif gegenüber dem E-Tarif um maximal +/- 10% abweichen. 35% haben Kosten, die günstiger sind als im bestehenden Tarif, 20% fahren mit dem E-Tarif teurer (>10%) als mit den besten klassischen Fahrausweisen.

Diese 20% «Verlierer» sind denn auch nicht in der Zielgruppe des Feldtests. Die Zielgruppe umfasst die «Ausgabenähnlichen», die «Gewinner» (quasi ein Kontrollgruppe, mit der sich auf die Bedeutung des Preises auf die Akzeptanz und die öV-Nutzung schliessen lässt) sowie Neukundinnen resp sporadische öV-Nutzerinnen, welche keinen Vergleich zum heutigen System und Preisen ziehen, und für die der E-Tarif aufgrund seiner Einfachheit attraktiv sein soll.



Zielgruppe des Feldtests. Im Fokus stehen Bestehende Kundinnen mit ähnlichen/geringeren Ausgaben gegenüber heute (Zufriedenheit, Mehrnutzung, Loyalität?), sowie Neukundinnen (Aktivierung?)

6 Anhang

Bergbahnen und Buslinien, die nicht bonusberechtigt sind (Smart-Modell, provisorisch):

- 179 AeS Schiffsbetriebe Aegerisee

- 180 Schifffahrts-Genossenschaft Greifensee
 - 181 Schifffahrtsgesellschaft Hallwilersee AG
 - 182 Bielersee-Schifffahrts-Gesellschaft AG
 - 183 BLS-brs BLS Schifffahrt AG (brs)
 - 184 CGN CGN SA
 - 185 SGV Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees (SGV) AG
 - 186 SGZ Schifffahrtsgesellschaft für den Zugersee AG (SGZ)
 - 188 SNL Società Navigazione del Lago di Lugano SA
 - 189 LNM Société de Navigation sur les Lacs de Neuchâtel et Morat S.A.
 - 190 SNL-magg Società Navigazione del Lago di Lugano SA - Lago Maggiore
 - 192 BLS-ths BLS Schifffahrt AG (ths)
 - 193 URh Schweizerische Schifffahrtsgesellschaft Untersee und Rhein AG
 - 194 ZSG Zürichsee-Schifffahrtsgesellschaft AG
 - 195 SBS Schweizerische Bodensee-Schifffahrt AG
 - 361 BSB Quer Bodensee Schiffsbetriebe GmbH
-
- 802 PAG Berg PostAuto AG Berg
 - 872 Busland AG Berg
 - 711 Bürgerbus Hellsau-Höchstetten-Willadingen-Koppigen
 - 710 Bürgerbus Walperswil - Epsach - Täuffelen - Aarberg
-
- 137 RB Rigi Bahnen AG (ausgenommen Luftseilbahn Weggis - Rigi Kaltbad)
 - 235 SRR Seilbahn Rickenbach-Rotenfluh
 - 266 ABAG/FE Aletsch Bahnen AG Strecke Fiesch - Fiescheralp
 - 145 SthB Stanserhorn-Bahn-Aktiengesellschaft
 - 125 MVR-las Transports Montreux-Vevey-Riviera SA Les Avants - Sonloup
 - 203 EB Brunni-Bahnen Engelberg AG
 - 313 LKRS Luftseilbahn Kräbel-Rigi Scheidegg AG
 - 274 LBB Belalp Bahnen AG
 - 205 BBE Bergbahnen Beckenried-Emmetten AG